

香港原創攻展省招牌

年輕人初試鋒芒報捷 新商戶主打知名度

香港文匯報訊（記者 袁楚雙）為期24天的第四十九屆工展會今日將閉幕。連日來天清氣朗為場內各展銷商帶來超乎預期的人流與業績，不少商戶均透露營業額比去年有明顯增幅。作為屬於香港人的工展會，自然亦少不了有本地「土生土長」的品牌在維園內初試啼聲，既有年輕人首次創業即在工展會場報捷，亦有無懼虧本的家居用品商戶希望來年再戰工展會，他們的共同願景，就是藉工展會強勁的人流建立品牌效應，將「香港製造」的品牌打入港人心中。

28歲的Patrick四年前成立Splendid Party Company，出售自行設計的衛衣及T恤，更推出親子版吸納家庭客。Patrick坦言，由於香港租貴，在本地參展的成本不菲，故過去曾多次去澳門參加展覽，「因為如果香港公司去其他地方做展覽，可以從政府的工業貿易署中小企業資助計劃中取得補助資金，但在香港做反而有得『claim』（索取補貼）」。

創業青年：產品終可在香港賣

他續稱，今次參加工展會只是認為時機成熟，「覺得終於可以在香港做，時機對了就出擊。」不過年紀輕輕就創業，Patrick面對的挑戰也不少，「在香港創業本身有好多困難，先不說運作，租金已經是一樣很『難頂』的事」。他以參加工展會為例，就要預算八九萬元支付攤位租金，「預租金後又要預貨量，就算整個展期有20幾萬營業額，都只是『打個和』，要有更多的銷貨才可以獲利。」

所幸是其設計的衣服在會期內反應正面，雖然產品在工展會的售價比原價便宜接近一半，但這盤小生意仍然有賺。「會期內人流滿意，營業額在預期之中，有盈利。其實旨在讓更多人認識我們的品牌而已。」Patrick續指，衣服是香港設計，內地印刷，他形容現時內地製衣的成本也愈來愈貴，不過公司未來或參加內地展銷會，所以都有優勢。他表示，其公司未來會在水坑口一商場內開設門市。

紙品商家：拓品牌不怕有錢賺

然而並非每個參展初哥都有如Patrick般幸運。專門出售紙巾用品的日佳紙業有限公司今年首次在工展會亮相，營業員何先生熱情地向顧客介紹香港出品的一系列紙巾、洗頭水、沐浴露等家居用品。他透露，公司早於2011年已經入紙申請在工展會「擺檔」，惟申請者眾排隊需時，足足等了3年才成功入場，「申請者要係『香港品牌』、『香港公司』、『香港製造』，就有加分。」

他表示，公司產品整個出產程序都在香港製造，實行給予客人信心的保證，「客人覺得產品有問題可以退貨，只要是我們出產的，必定原銀奉還！」他指內地要大量生產不符合經濟效益，「一造便要每款製造2萬支，咁多款加埋味要30幾萬支；但本地製作一次3,000支，賣完再入貨，變相可以不斷更新產品，不斷吸收客戶的評價，改善產品。」

惟在展覽期內，其產品價格偏低，一盒面紙亦只需3元，何先生直言每天銷售額僅萬多元，要虧本兩成左右，「有錢賺㗎！但建立品牌很難做到的，不過老闆說花錢做



■港青自創服裝品牌，坦言首次參加工展會只是「覺得終於可以在香港做，時機對了就出擊」。 彭子文 攝



■香港日佳紙業首次亮相工展會，志在「省招牌」。 彭子文 攝

Brand Building有問題啦！」為了開拓客源，日佳將紙巾盒體積減半，變得更輕巧以迎合「蝸居」的年輕人。何先生指公司明年仍有意再戰工展會，期望將這個香港新晉品牌宣揚開去。



■傳統品牌希望藉工展會達宣傳之效。 彭子文 攝

OK，客人就會回來再幫襯。」

她續指，公司亦會研究不同的新產品，讓客人有更多選擇。但如何得知香港出品就「必屬佳品」？她笑指，有客人都會有相同疑問，「事實上香港製造需要認證，成份不會含鉛過多，化學物質不會超標，有證書可查，我們也會解釋。」

廣告宣傳效用更好

至於工展會的作用，鄭亦直認對牌子銷售有很大幫助，「在工展會內做優惠只是一個宣傳，不過今年位置更好令推廣也增加了，營業額比去年多了兩成。以前位置曾在最側的橫行，但今年面向大街，客人找我們也不會那麼困難。展商的位置影響人流，也影響營業額。」她認為在展銷會的作用比在紙媒「落廣告」更有效，「老實說，現時沒有多少人看實體報紙，落報紙廣告又有幾多人看到？」

工展今落幕 商家多賺三成



■為期24天的工展會將於今日閉幕。 彭子文 攝



■羅小姐：購物勝在有贈品。 彭子文 攝



■陳女士：入場兩次花三千元。 彭子文 攝

香港文匯報訊（記者 袁楚雙）昨日為今屆工展會最後一個公眾假期，不少商家有見展期完結在即，紛紛最後衝刺，展示出「爆價」、「最後2天」、「至抵價」等標示，刺激入場市民消費意慾。工展會今日閉幕，縱觀商家戰績，平均業績增長較去年增加一成至三成不等。

門票買一送一人流增

大棠荔枝峰業技術園高級營業主任劉勝表示，今年蜂蜜產品的價錢沒有大上落，「一向做開食家生意，每年只加一兩蚊就算，連通脹也追不上。」但可幸營業額仍然理想，比去年多一成增長，他稱由於今年門票有買一送一優惠，「今年位置比較好，而且在人流集中的位置附近，有利生意。」

第十一年在工展會展銷的聯記號董事黃詩敏指，今年生意好好多，門票買一送一令人流增加。她估計有市民同時在場內辦年貨，或有相

熟客人特地到場找優惠產品，因此顧客購物的意慾都很強，「最初都擔心過人流，但天氣不錯，只有兩天下雨，故生意比去年多30%，超乎預期。」她指與往年一樣，展期最後一星期最旺場，加上天氣好，更可催谷人流。

菓子食品批發商亦指今年不用虧損，至少有一兩成業績增長。有出售廚具的營業員更指，光波爐銷情比去年暢銷兩倍。不過有人歡喜亦有人愁，育如藥油陳小姐表示，今年已經是第六年做工展會，本身產品沒有門市，只在百貨公司上架賣，但今年生意反而一般，雖然在工展會打六折，但業績與預期目標尚差一半距離。

價不算平勝在有贈品

學生羅小姐趁假日與家人入場購買食糧存貨，「買了柴米油鹽、公仔麵等，今天花費約1,000元『掃貨』，價格大概比外面便宜5至10元，其實平均每樣計，又不是真的很便宜，但勝在有贈品送，而且可以一家人開開心心閒逛。」

家庭主婦陳女士亦指在展場內「買了很多東西，吃的、用的都有」。她昨天已是第二次進場，花費約1,000元，「上次買了2,000多元貨品」。她認為今年的東西不算「太抵」，只是經過港島區順便到工展會購物。

舊展商鍾情大平台

香港文匯報訊（記者 袁楚雙）工展會既讓新進本地品牌多了一個自我介紹的平台，舊牌子也同樣利用這個平台大做宣傳。有傳統品牌認為工展會有助保持品牌信譽，亦有設檔多年的舊展商直言，展銷會宣傳比傳統廣告模式更有效果。

「香港製造」賣點佳

專售補健食品的香港陳老二藥廠推廣部代表何小姐指，公司在工展會設攤位30多年，「香港製造」一直是他們賣點之一，她認為看到內地人來港購物的氣氛，反映出本港的檢測制度值得信任。她續稱，公司貨品整個生產程序都在香港製造，幸而廠房是自家用地，不會受制於高地租。在展銷期間，產品價錢比坊間便宜一成，亦有贈品送，她指為了保障在門市以正價購買的客人，「這裡的客人會得到小禮品，但公司不會在工展會進行大減價，希望保持品牌的信譽，不致於做到『太cheap』。」

另一著名老牌藥廠濟眾堂負責人蔡先生亦指，「香港製造絕對是一個信心保證，你買東西都會睇產地啦！」該店的產品定價約為正價的七折，蔡先生預料今天最後一天營業額可有15%至20%增長。本地護膚品牌「花心機」已在工展會設攤位長達5年時間，負責人鄭家儀表示，公司多年來透過各大眾化網絡平台及巴士電視進行宣傳，獲得不同的護膚公司接洽，亦能為公司儲下熟客。她指面對眾多不同產地的化妝護膚品牌，以本地身份打入競爭激烈的市場自然有相當難度，「但做了一段日子後，都會儲存熟客，最重要仍是產品本身的質素取勝，質素

茶葉製茶壺 普洱更香濃

香港文匯報訊（記者 袁楚雙）呷一口茶，是茶藝愛好者的賞心樂事。用甚麼杯、甚麼壺、甚麼溫度泡茶，都是一門學問。不知愛茶者對一個用茶葉製成的茶壺又有何看法？工展會場出現了用普洱茶葉製成的茶壺，職員稱用普洱茶壺喝普洱，茶更香濃。

位於工展會美容保健區的吳覺農茶業有限公司除了賣一般的茶葉外，更矚目的是一個聲稱主材料以普洱茶葉製成的茶壺。職員表示，茶壺在雲南由人手製作，因茶壺訂製需時，因此售罄即止，「補都補唔切貨。」據職員所指，茶壺亦有以膠水凝固茶葉，故即使倒入沸水也不會沖散，若以此茶壺沖泡普洱，即可鎖住茶味。該特色茶壺售價350元。



■用普洱茶葉製成茶壺，鎖住茶味，品茗更香濃。 莫雪芝 攝

禦寒品時滯時俏「嚐冷暖」

香港文匯報訊（記者 袁楚雙）過去24天天氣尚算不錯，多日可見陽光明媚，更令市民外出消費的機會增加。不過日間普遍天氣和暖，晚上卻現寒意，乍暖還寒的天氣令維園一眾禦寒用品只是「間歇性」暢銷，令展商感受不到食品商戶的盈利喜悅。

有出售羽絨的商戶表示，24天都是看天氣去做生意，「天氣凍就會多人，但凍只係一時時，日暖夜涼。」昨午溫暖的天氣就令他們「拍烏蠅」，直指難以估計生意額。電器舖營業員賀女士稱，今年天

氣與去年差不多，但人流暢旺生意一定比上年多，並指寒冬最多人買暖風機，部分師奶喜歡在天冷時煮暖身食品，因此相關的廚具銷路也不俗，「湯煲、蒸籠都好好賣，價錢同去年差不多，部分做九折，部分打八五折。」

有床上用品展商負責人指，生意與去年相若，「凍喇幾日專賣羽絨被，唔凍嘅日子喇被就都郁唔郁。」她指今年天氣又暖又凍，只能望天打卦，業績只算普普通通，未見突破。



■天氣乍暖還寒，禦寒品時滯時俏。 彭子文 攝