



「賞·想」網上平台 助設計師推廣產品

香港租金貴，小店難生存，消費者想買獨一無二的產品並不容易。然而，近年小型市集開始興起，令初出道設計師的作品亦有機會見見「陽光」。「其實名牌(產品)現時都開始無以前咁hit(流行)了，市集多了，證明(原創)設計產品有一定市場。」幾個原本從事銀行業的年輕人，去年成立設計產品網上平台「賞·想」，希望可以幫助聚集不同類型的設計師之餘，亦可以為消費者提供不一樣的選擇。

■香港文匯報記者 莊程敏



■放空市集攤檔。受訪者供圖

匯聚創意 救文化沙漠

香港的經濟結構，常被人詬病長期向金融地產業傾斜，素有「文化沙漠」之稱。「賞·想」創辦人Mike Wu及Man Yeung曾任銀行客戶經理多年，覺得很沉悶，幾年前與數個朋友創立財務顧問公司。他們當時接觸到很多客人，發現包括內地及海外的客人皆對原創產品有強烈興趣，但市面上很難找到，網上亦沒有方便的平台，要「捐窿捐碓」才找到不同的設計師，於是就激發起他們創立設計產品平台的念頭。

了解設計師背後故事

「賞·想」一共有6個創辦人，當中5個曾經從事銀行業，但大家對設計業有一致的方向，於是便跳出刻板的工作，齊齊投入「文青」的世界。Mike透露，投資額接近7位數字，主要用於網頁編寫、伺服器成本、寫字樓租金、宣傳及聘請兼職員工等。2015年7月開始成立公司，之後與超過200名設計師會面，發現每個設計師的背後皆有一個故事，令他們對於這個事業更添興趣。

Mike指，「香港的設計師多數是兼職形式，由於有正職在身，故難以全力發展設計事業，故很需要合適渠道」。在充分了解設計師的需要後，直至今年5月才正式將「賞·想」平台推出。

營運短短幾個月，平台目前招攬約150個品牌，設計師來自香港、澳門、台灣及馬來西亞等，產品主要是圍繞生活品味、衣服鞋襪、飾物及家品等，會員人數約2,000人。平台不設上架費，只收交易費的10%，出貨、管理等則由設計師負責。Mike補充，目前還正考慮其他商業模式，如有些設計師沒有時間管理貨物，「賞·想」亦可以代勞，從而增加交易費的分成。

分享博客文章作推廣

另外，除了買賣外，平台亦有文章分享功能，其中一個創辦人擔任編輯一職，訪問不同的設計師、作家、舞蹈家編寫文章。他們又正邀請不同界別的博客在「賞·想」平台上寫作，讓讀者可以將文章分享到不同社交平台，亦可間接為「賞·想」推廣。

開概念店增盈利能力

Mike坦言，目前仍未能收支平衡，但有信心明年中可達成。他解釋，正計劃結集所有設計師訪問及博客的文章，於年底出版一本「季刊」，於咖啡廳等免費供閱，屆時將會有廣告收入。另外，他們希望藉着現時零售市場下滑，商場或地舖出租率不高，租用活動場地及臨時店舖以開設「賞·想」POP-UP概念店。他預計每月會於香港不同的商場設立POP-UP概念店，屆時或會加入工作坊等創新元素，「賞·想」會負責銷售，如商品成功出售，則會以分成形式收取服務費用，增加盈利途徑。



Mike Wu Profile

年齡：80後
學歷：學士學位
婚姻狀況：已婚，育有兩子

■Mike Wu及Man Yeung曾任銀行客戶經理多年。張偉民攝

Man Yeung Profile

年齡：80後
學歷：學士學位
婚姻狀況：已婚



■放空市集攤檔。受訪者供圖

雙線發展 辦市集讓市民「放空」

「賞·想」除了線上，亦積極發展線下業務，之前舉辦過兩次大型市集，包括1月於中環8號碼頭的「慢·呼吸」午後市集，以及7月在中環海濱的「放空」市集。市者佔地近23萬平方呎，吸引逾100檔港澳台的手作家及設計師擺攤，亦加入本地地道美食如「華嫂冰室」、「沛公甜品」等，獲得很大的迴響。創辦人Mike和Man均認為，能夠成功舉辦大型市集，所得到的滿足感非金錢可擬。

Mike認為，香港人工作忙碌，壓力很大，所以兩次市集的主題皆希望可以讓香港人放慢腳步，欣賞不同設計師的作品之餘，亦可享受中環海濱的景色。他們亦希望做到與一般市集不同，所以會與不同類型的團體合作，例如綠色環保品牌、慈善團體及露營團體等。「由於在中環區搭建帳幕是很新鮮的事，吸引到不少途人拍照。」

台南主動提出協辦市集

Man補充，台南的旅遊局代表之前看過其舉辦的市集，覺得概念及效果很好，所以主動提出協辦「放空」的市集，並牽頭台灣及台南著名民創品牌參與市集。他們預計，明年會在本港再舉辦多一次大型的市集，之後亦希望可以在台灣、新加坡等海外市場舉辦市集，促進各地的交流。



■放空市集的音樂表演。受訪者供圖

HomeAway 讓度假屋變成景點

香港文匯報訊 香港出名地小人多，高樓大廈林立。根據政府數據顯示，本港居住密度達每平方公里6,650人，住宅平均面積更只有42平方米。莫說住大屋，要租個較大的單位已不容易。相信大家會認同，去旅行是散心和遠離煩囂都市的好機會。不過很多人不留意，其實去旅行更是體驗不同度假屋和不同文化的好機會。

來自美國的旅遊訂房平台HomeAway，其除了提供一般度假屋外，旅客甚至可以租住別墅、樹屋、船屋和城堡等，度假屋本身隨時成為旅行的景點之一，給你意想不到的體驗。如泰國布吉的Tewana Home樹屋，可住2人，平均每人每晚約195港元。日本京都市的Traditional Japanese house in Kyoto，可住8人，平均每人每晚約170港元。印尼日惹的Traditional Bungalow in the Village of Tembi，可住3人，平均每人每晚約538港元。

HomeAway的網上平台提供超過120萬間度假屋可供選擇，度假屋的平均面積達195平方米，比香港平均住宅大超過4倍。心動不如行動，有興趣的讀者，旅行時想要不一樣的體驗，可以考慮一下。



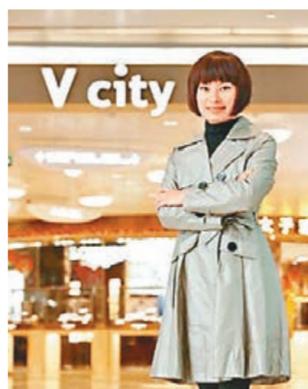
■日本京都市的Traditional Japanese house in Kyoto，可住8人，平均每人每晚約170港元。

商場末季營業額料增10%

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)踏入第四季是零售市道旺季，新鴻基地產代理租務副總經理孫雅茵預期，屯門V city第四季營業額及總客流有超過10%增長；至於即將來臨的聖誕節，商場食肆和美容商戶的生意額按年同期料有15%至20%的升幅。配合商場宣傳及推廣活動，顧客人均消費可達2,000元至5,000元。

孫雅茵表示，V city今年上半年的生意額及客流均錄得增長。自今年8月起，超過20間商店及知名食肆陸續進駐，並引入不少國際知名品牌。

配合「十一」黃金週及屯門V city開業三周年，該商場於10月1日起特別推出連串精彩禮遇，包括免費送出5部最新iPhone 7智能電話、V city 3周年3層賞、V city美肌即賞、V city Food美食賞及信用卡尊屬獎賞。



■孫雅茵預期，屯門V city第四季營業額及總客流有超過10%增長。

索尼音樂騰訊音樂續簽分銷

香港文匯報訊 索尼音樂娛樂與騰訊音樂昨日宣佈成功續簽中國大陸地區數字版權分銷戰略合作協議。根據協議，世界三大唱片公司之一的索尼音樂將與騰訊音樂合作，在中國內地營銷、管理和在線分銷索尼音樂作品。

此協議為續簽合約，騰訊音樂將在中國市場繼續把索尼音樂旗下的海量作品推廣給中國快速增長的歌迷。

索尼音樂娛樂亞洲區總裁 Denis Handlin表示，很開心能與騰訊音樂續簽

合約。騰訊音樂堅持推廣正版音樂，對唱片公司和歌迷的市場皆產生了非常積極且持久的推動作用。自合作以來，雙方共同在歌手的發展推廣和歌迷的互动交流方面取得了極大進步。

騰訊音樂董事長湯道生表示，隨著騰訊音樂在中國市場影響力日益增長，引進更多索尼音樂旗下大牌海外歌手的音樂到中國，合作關係也會愈來愈緊密。同時將加速索尼音樂的發展並為中國內地的歌迷帶去豐厚的福利。

AMA 聚會教你如何創業

香港文匯報訊 有理想的年輕人在創業的路程中，往往會遇到種種困難，卻缺乏資深人脈及管理經驗。

要成功，不如請教已經成功的創業者，The Wave在下周二將舉行一場AMA聚會，更請來創業達人李根興，即盛匯商舖基金經理創辦人兼行政總裁任問唔講。

「什麼是AMA?」，所謂的AMA是指Ask Me Anything。AMA是由演講嘉賓來啟發參加者去提問問題，一同建立及拓展一個互助的初創社群。是次活動是由一個比較輕鬆的環境下進行，The Wave希望破舊立新，打破傳統形式化的座談會模式，並用一個輕鬆、愉快的模式去進行這一系列的分享會。只要觀眾大膽發問，嘉賓將會回答所有問題。每一晚被選中「最優秀問題」的觀眾將贏得豐富獎品。

此次活動歡迎所有初創企業、企業家、年輕創辦人、學生及有興趣人士參加。攜手學習不同方式去追求自己的夢想，並建立有意義的事業；結識新朋友、導師和未來合作夥伴。