

樂其龍研專利尿褲 環保慳錢零刺激



樂其龍示範用大量水注入尿布芯，結果尿布芯的表面仍保持乾爽，大部分水分只出現在底層。



Green Beginnings時尚尿片褲。受訪者供圖

據Green Beginnings品牌創辦人中星製品常務董事樂其龍(Richard Lok)表示，不少檢測發現市面上的紙尿片含有漂白劑及熒光劑，務求做到潔白乾淨的感覺，這些化學品不僅會刺激BB幼嫩的肌膚引發敏感，亦有日本學者研究發現嚴重者會影響兒童生殖器官的發展，導致不育。

OEM起家 後自創品牌

除了對嬰兒的健康有影響，紙尿片對大自然亦會產生污染。統計顯示一個嬰兒平均要用約7,000條紙尿片，但由於紙尿片內的塑膠於焚燒後會釋出二噁英，故只能送到堆填區內等待自然分解。全球每年有近210億塊紙尿片送往堆填區等待自然分解，分解過程估計需時長達500年，並嚴重污染泥土。

樂其龍憶述，中星製品原本在上世紀80年代是一家代工生產商(OEM)，主力生產毛絨玩具，1992年開始做嬰兒紡織品，如嬰兒背帶等，出口到歐美等地。初時對方對中國生產的信心不大，經過數年建立信心後，後來提供愈來愈多嬰兒產品給他們代工，從而奠定了之後自家生產嬰兒產品的基礎。

他自豪表示：「當時業務不俗，每年都有100%增長。」不過，好景不常，隨着2000年製衣行業的配額開始逐步取消，他預料OEM業務將會受到重挫，因紡織行業入門門檻不高，且內地民營企業開始成熟，將會形成強烈價格競爭，於是計劃發展屬於自己的品牌。

產品不漂染 主打健康

樂其龍指出，由於一直與美國大品牌合作，對嬰兒產品的安全規格較熟悉，對發展自家品牌帶來優勢。不過，這樣就會與客戶的利益產生矛盾：「客戶提供設計給我代工，但我又生產自己的品牌，當然會怕我抄他嘅設計。」後來他就想到從原材料入手，發展一個有機棉品牌Natures Purest，不加入任何化學品，不漂不染，顏色是自己種出來的。雖然價格會較同類商品貴四成，但該品牌發展至今已達10年，除本地及內地有分店外，亦有出口海外，每年的銷售額逾3,000萬元，反映市場對健康產品是有需求的。

至於後來發展Green Beginnings這個品牌，源於樂其龍十多年前在美國認識一對醫生夫婦，他們發明了一款「尿布兜」環保尿褲，據悉其產品共斥資百萬美元設計及申請全球專利。他對這個設計很感興趣，希望可以將其帶給香港的消費者。不過發展這款環保尿褲的道路並不易走，當中更遇到重重困難。

創+故事

“

香港人生活節奏急速，凡事講求快捷方便，即棄產品愈用愈多。然而快捷的代價往往是要地球去埋單。近年環保尿褲在歐美開始流行，以可循環再用的嬰兒尿褲取代即棄紙尿片，好處是環保又慳錢。本港嬰兒用品商Green Beginnings就用了十多年時間，花了數百萬元希望將一款具有專利「尿布兜」的環保尿褲發揚光大，為下一代的環境出一分力。

香港文匯報記者 莊程敏

”

樂其龍指，公司生產的尿褲環保又便宜。

曾慶威攝

尿布兜 救地球



面層採用的物料以特殊工藝織造，具備如漏斗功能。



循環用到「戒片」 減輕家長負擔

Green Beginnings創辦人樂其龍指出，雖然大部分香港家長愛用紙尿片，但仍有信心當中有不少人很注重環保，相信透過推廣，可改變部分人的思維。他指出，環保尿褲除了對環境較好，亦可減輕家長的財政負擔；粗略估計，用一般紙尿片由出生至「戒片」大約要花費1.2萬元，但使用環保尿褲只需約4,000元。

減嬰兒患尿布疹機會

樂其龍指，由公司的焦點小組(Focus Group)分析所得，現時很多媽媽將換尿片當作是食藥，每4小時更換一次，但其實並不理想。現時市面上的紙尿片吸水能力太強，令嬰兒不會因過濕而不舒服。相反，若一塊尿片愈用愈耐，這樣反而容易因接觸到尿液中的阿摩尼亞導致出現尿布疹。再者，紙尿片並不便宜，家長每換一塊也要反覆考慮，如果用環保尿褲就無這個煩惱。

公司設計的環保尿褲只有中碼，樂其龍指沒有細碼是考慮到細碼的使用期僅4個月，計起上來使用環保尿褲就不太划算。環保尿褲的品質控制很嚴格，環保尿褲中的魔術貼可經過2,000次的驗測，確保其耐用程度。

至於清洗方面，他建議，先將尿布芯和布尿褲上的髒物倒走，用水稍作沖洗，再放入有蓋的水桶內浸，並加入適量嬰兒洗衣液，更可加入梳打粉幫助除臭和漂白，手洗或機洗亦可。置於太陽下晾曬，可幫助減退污漬。切勿使用化學洗衣粉、柔順劑及漂白水，不但會破壞尿布芯的吸水能力，更會影響嬰兒幼嫩的肌膚。另外要注意清洗尿布褲和尿布芯時水溫不應超過攝氏60度。



環保尿褲以高技術防水透氣物料製造。

環保尿褲可以手洗亦可機洗。



受訪者供圖

誠意打動布商 助研防漏布料

再三游說

樂其龍指，尿布最大的問題是吸水效能低，即使有「尿布兜」的設計防止漏水，但普通尿布濕的程度難令家長接受，這個問題持續了約10年仍未能解決，直至2005年開始見到曙光。

他表示，2005年很多運動品牌開始推出防汗快乾布料，於是找來一家專門開發該布料的台灣公司，為自己研發合適的尿布，但由於初時訂單數量太少被對方拒絕。對方笑言：「我們幫Nike去開發一隻布料，初次訂單是150萬碼。」

不過，在樂其龍再三游說下，加上強調自己不僅為做生意賺錢，更重是想要做一些有意義的事幫助人，最後成功打動該公司，為其研發新布料。環保尿褲的尿布兜終以美國外科手術使用相

類的高技術防水透氣物料製造，分尿布褲外層及尿布芯兩層，中間尿布芯的內層選用超細聚酯纖維(Micro Polyester Fibre)，纖維吸水力特強，能吸水及鎖緊水分於底層；面層採用的物料以特殊工藝織造，具備如漏斗功能，能引導液體成單向流動，保持BB肌膚乾爽，減低BB生熱痱同尿疹的機會。樂其龍亦即場示範，用大量水注入尿布芯，結果尿布芯的表面仍保持乾爽，大部分水分只出現在底層。

改良尿布 易於清洗

解決了尿布的吸水問題，直至2016年下半年，這款具專利設計的環保尿褲終於可推出市面。樂其龍坦言，在推廣時很多家長表示擔心清潔的問題，他亦明白環保不應建基於人們要增添繁複工夫之上，然而很多家長試用後發現並不如想像中麻煩。「其實同以前尿布一樣，不過係改良了的尿布，不用扣針，亦更易清洗。」他希望，大家貪方便的同時，亦應考慮到保護下一代的生態環境。

都市麗人電商銷售增79%



鄭耀南(中)指，內地消費者對產品的質量要求有所提高。

香港文匯報訊(記者 莊程敏)都市麗人(2298)昨公佈截至去年底全年業績，純利下跌55.2%至2.42億元(人民幣，下同)。每股盈利12.7分，派末息0.621港仙，派息比率由上年的32.9%升至43.3%。

去年少賺55%派息

期內，收入下跌8.9%至45.12億元，毛

利下跌5.3%至20.02億元。按產品劃分的銷售收入，文胸及內褲分別下跌10.1%及10.5%，睡衣及家居服下跌8.8%，保暖衣下跌2.9%。

毛利率則按年升1.7個百分點至44.4%。存貨平均周轉天數增加49天，升至141.8天。應收賬款平均周轉天數增加逾9天，增至39.2天。

都市麗人董事長、執行董事兼行政總裁鄭耀南昨於記者會上表示，去年內地內衣市場出現結構調整，位於百貨公司及街道的店舖表現較弱，部分店舖甚至出現虧損。購物中心內的店舖表現相對較理想，電商銷售增長亦強勁，按年增長79%，升至逾3億元人民幣。

今年擬淨開店200間

他續指，內地消費者對產品的質量要求提高了，由以往着重好看到現時着重舒適健康。公司會採取一系列措施，如關閉虧損店，在合適的購物中心、社區及三四線城市開店，計劃今年淨開店數目200間，料今年同店銷售會有輕微升幅；亦會加大研發力度，推出新產品如智能運動文胸，可測心跳及計步，以及超聲波定位打孔透氣模杯等。

鄭耀南又指，集團將積極尋找併購機會，但不會再像2015年全資收購一線內衣品牌歐迪芬，會以參股或控股形式進行，認為這樣成功率會較高；目前有意尋找襪子公司。對於電子商務方面，副總裁沙爽表示，公司在2014年才起步是比較遲，現時網上營業額只佔低於整體8%，相信還有很大發展空間。

國美今年擬改造逾百門店

香港文匯報訊(記者 吳婉玲)國美電器(0493)昨公佈截至2016年底全年業績，純利3.25億元(人民幣，下同)，按年跌73%；每股盈利1.6分；末期息0.7港仙。首席財務官方麗於記者會表示，今年有意改造超過100間門店，預計每間所需支出約500萬元至800萬元。今年改造新門店的資本開支約7億元至8億元，與去年持平，料年內毛利率可提升0.8個百分點至1個百分點。

去年少賺73%派息0.7仙

期內，銷售收入增加18.7%至766.95億元；其中線上電子商務自營部分的銷售收入約為106.97億元，增長58.75%。由於一級市場的門店轉型以及電子商務持續高速

增長，對集團的綜合毛利率有所拉低，毛利率由去年同期的17.81%減少1.72個百分點至16.09%。

集團的線上線下交易總額(GMV)與去年同期相比增長31.05%，其中線上電子商務的GMV增長110.09%。經營費用率由2015年同期的15.7%略增加0.18個百分點至約15.88%。

方麗又指，公司去年資本開支約10億元至15億元，其中涉及改造新門店的資本開支為7億元至8億元；去年改造的門店料年內錄得雙位數增長。問到集團與HTC新簽訂的合作協議，首席執行官王後洲指看好項目合作前景，公司已與對方就未來合作項目洽談，估計對方會提供戲院和電影，公司則提供營運能力。

香港寬頻增3天「添孫假」

香港文匯報訊 出名多假期的香港寬頻(1310)，昨宣佈再增加假期，由4月1日起，為剛成為祖父母的人才提供「添孫假」3天，以讓人才全情投入迎接家庭新成員，紀念生命中又一重大里程碑。添孫假開放予所有香港辦公室人才申請，申請時

只需交出一張包括初生嬰兒的三代同堂合照作證明即可。增加「添孫假」後，公司人才全年可享至少37天特別假期。公司助理總監——人才管理及組織發展及持股管理人員陳振宇表示，公司推行「生活工作優次」，相信可提高工作效率和生產力。