



■DPM的「點對點感應系統」利用科技探測人體躺睡時的壓力分佈。

港人壓力大，生活節奏急促，未必人人有充足的睡眠時間和優質的睡眠質素。一張好的床褥能有效幫助維持良好的睡眠質素，所以要精挑細選舒適的物料和設計，務求找到一張與自己最相配的床褥。做床上用品起家的雅芳婷老闆許章榮近年再度創業，建立新品牌DPM，斥資4,000萬元主力發展枕頭及床褥相關市場。他坦言，如果3年內做到好成績，會考慮將DPM在香港上市。

■文：香港文匯報記者 吳婉玲／圖：劉國權



■許章榮指，如果3年內做到好成績，會考慮將DPM在香港上市。

雅芳婷許章榮再創業 四千萬元建新品牌

星開分公司 研進軍英國

積一極一外一聞

創立雅芳婷至今已34年，許章榮表示今次創辦DPM的壓力比當初大得多，單是點對點床褥的研發金額已達數千萬元，未來發展目標自然大得多。他又透露，雅芳婷代言人余詩曼亦是DPM股東之一：「自己做（生意）嘔時賣多兩張床單，晝夜晚開支啤酒飲下囉，係咁簡單，無壓力喇嘛。」今次因為有其他股東所以令他壓力更大。

余詩曼入股添壓力

現時DPM在香港共有6間專門店，全部均為樓上舖或商場舖，許章榮指要

高科技寢具 點對點紓壓

DPM在2014年下旬成立，但市場上幾乎未見過其宣傳廣告，就連記者訪問當日到訪的專門店，亦僅位於尖沙咀一座商業大廈某單位，普通顧客難以察覺。許章榮承認，DPM以往的宣傳推廣較少，今年開始會增加宣傳策略，預計投放1,000萬元；又透露正與香港拳擊「神奇小子」曹星如洽談，邀請其擔任代言人。

目標年輕客群 三年後或上市

許章榮坦言，DPM銷售未如理想，這或許與顧客根深柢固的消費習慣有關。大多數人買床褥是考慮品牌、外觀及軟硬程度，暫時未能適應以科技配合的床褥。希望今年增加宣傳下，可賣出3,000張。DPM的投資額約3,000萬元至4,000萬元，目標在3年內回本。

雖然DPM今年才正式發力宣傳，但許章榮對其發展潛力信心滿滿，目標不僅在香港及內地市場發展，目前正開始進軍其他國家及地區。問到上市計劃，他認為DPM有在香港上市的機會，因為公司已有海外發展的計劃，有集資需要。不過要3年後取得成績才考慮上市，至於雅芳婷就暫時無須上市。

雅芳婷是知名的本土品牌，當初為何不將點對點床褥放在雅芳婷出售，而要成立新品牌呢？許章榮解釋，雅芳婷給予顧客的感覺是老品牌，吸引喜歡精美和溫馨感覺的年長顧客，擔心他們會難以接受高科技產品。希望DPM能以高

科技作招徠，吸引比較年輕且對睡眠質素有要求的高學歷客戶群，目標年齡群在50歲以下。他認為兩個品牌不存在競爭，因為雅芳婷以賣床單和被舖為主，DPM則主要出售床褥和枕頭。

點對點床褥。

曾慶威攝

「呢個床褥絕對媲美Tesla（特斯拉），係床褥界嘅Tesla。」談起DPM的點對點床褥，許章榮一面自豪向記者介紹該床褥取得多個獎項，並足以改善人類的睡眠健康問題。許章榮口中的非一般床褥，其實是利用科技和數據分析挑選出最適合睡眠者體型的床褥。早在34年前已成功創辦雅芳婷的許章榮，深信市場上的床褥和枕頭未達到人類身體所需的承托水平，所以展開研究。

投放千萬宣傳 邀曹星如代言

他認為，市場上對於挑選床褥適合程度的理據非常片面，僅從軟硬之分去考慮，床褥只能做到單一承托，與人類體形不符合。例如當人類仰睡時，頸部和腰部是無法從一般的床褥中得到充足承托：「成晚你喺度瞓覺，條腰就做拱橋，咁你條腰唔壞都唔得啦。」經過26年努力不懈研究，花費若干千萬元，許章榮的心血結晶，一張結合科技元素的床褥終於面世。

買馬要抽籤 難過搵舖位

許章榮不僅為雅芳婷和DPM的老闆，同時是一位資深馬主。翻查馬會資料，他名下共有7匹馬，其中5匹已經退役。很多人知道許章榮是愛馬之人，原來他為愛駒改名亦不忘「賣廣告」，大多與睡眠有關，包括「睡德福」，以及已退役的「枕頭大王」、「枕住贏」、「酣睡密碼」、「睡得好」和「睡眠科技」。

日前，現役的「旅遊多寶」勝出讓許章榮捧盃，問到買馬投資有什麼心得，他稱買馬是嗜好，絕對不可以當投資。

許章榮又指「買馬慘過搵舖位」，因為買馬需要抽籤，未必每次抽得中，租舖位只需雙方談好價錢便可。年約70歲的他又透露自己喜歡騎馬，騎馬年資達25年，但因運動量大，3年前開始已經沒有再騎馬。

許章榮騎馬年資25年。受訪者供圖

小記床褥壓力測試初體驗

特寫

買樓建造按揭要過壓力測試，原來買床褥亦可以有壓力測試。DPM的「點對點感應系統」利用科技探測人體躺睡時的壓力分佈，以數據分析各部位的承托及受壓狀況，再由職員選配合適的床褥。根據DPM網站介紹，該點對點感應系統擁有超過1,600個感應點，實時反映個人睡眠問題及對比不同床褥的舒適指數。

記者當日親身體驗了這個技術，首先職員會在坊間的床褥上鋪上一張像薄墊的儀器，邀請記者分別用仰睡和側睡姿勢測試。不出一分鐘，職員手上的平板電腦就出現了兩張分析圖，發現記者和一般人一樣肩部及臀部所承受的壓力最大。隨後，職員邀請記者轉到DPM的點對點床褥上再以仰睡和側睡姿勢測試，在平板電腦最新分析圖上見到，代表承受壓力大的紅色部分消失，證明記者轉換床褥後，肩部及臀部所承受的壓力有所減少。

「超壓力點」需重點紓緩

職員表示，大部分人躺睡時身體與床褥會產生四個「關鍵接觸點」：肩部及臀部為「超壓力點」，需重點紓緩；頸部及腰部為「弱承托點」，需適當承托。他建議顧客用放鬆的心情測試，以約20分鐘至30分鐘時間去找到最合適自己的床褥。

設床褥擂台 邀市民挑機

宣一傳一活一動

DPM本月至5月11日在沙田HomeSquare舉辦「點·睡眠」活動，設有全港首個床褥比拚擂台，邀請市民隨意從現場多張國際知名品牌的床褥中，挑選任何一張床褥挑戰DPM的點對點床褥。

過程中工作人員會邀請有興趣的朋友輪流試睡床褥，再由DPM睡眠顧問利用電腦以客觀數據分析，公開選出最合適的床褥。

如果數據分析證實並非DPM點對點床褥最高分，測試的朋友即可得到5,000元DPM現金券。

許章榮表示，希望藉此活動提升大眾對選購床褥的知識，和改變他們對選購床褥的看法。

DPM設床褥比拚擂台活動。受訪者供圖

逾九成禮品業界看好今年生意 摩拜單車研增太陽能電池

香港文匯報訊 貿發局在剛結束的禮品及贈品展，委託獨立調查機構於展場訪問超過950位參展商及買家，結果發現，業界對今年禮品市場前景的看法正面。有超過九成受訪業界預料，今年整體營業額會持平或有增長，比率較去年高22個百分點。

同時有近九成受訪者預料今年的產品價格會持平或上升，比率同樣較去年為高。有四成一受訪者認為，經營成本上升會是今年主要的經營挑戰，憂慮環球經濟和原材料價格波動的比率亦超過三成。

宣傳禮品增長潛力大

市場前景方面，按地區劃分，最多

人看好的市場為中國內地（60%），其次為北美（58%）、香港（53%）和西歐（52%）。按產品類別，有一成四受訪者認為宣傳禮品及贈品，會是今年增長潛力最大的產品類別，其次是小型擺設及裝飾品（11%）、科技禮品（10%）以及時尚首飾及飾品（10%）。

貿發局副總裁周啟良表示，現場調查發現今年業界對前景的看法較去年有所改善，內地經濟今年以來維持較高增長，來自內地的買家亦錄得可觀升幅。另外，個別國家及地區，例如日本、新加坡、泰國、俄羅斯、西班牙及巴西的買家，更有雙位數的升幅。

逾九成禮品及贈品業界料今年營業額持平或增長。

香港文匯報訊（記者 郭若溪 深圳報導）內地共享單車摩拜單車與漢能控股集團旗下漢能移動能源控股簽署戰略合作協議。

與漢能戰略合作

雙方宣佈將在移動能源領域進行全方位深度合作，包括共同組建聯合實驗室，研究移動能源與能源互聯網解決方案等。摩拜單車將加裝薄膜太陽能組件，自主發電為蓄電池充電。

摩拜單車創辦人兼總裁胡琛輝表示，摩拜與漢能將共同研發和升級移動能源技術，創建領先的發電、儲電和用電綠色閉環模式，並探索未來更有想像力的智能綠色城市短途出行解決方案。

作為雙方合作的第一個落地項目，漢能將為摩拜單車度身訂做獨特的移動能源解決方案，充分利用薄膜太陽能組件柔性可彎曲、質量輕、能效轉換率高和弱光發電性能好等優勢，將薄膜太陽能組件集成到摩拜單車車身。

解「智能鎖」用電需求

通過將車輛變身為獨立的綠色發電主體，利用陽光照射為單車蓄電池充電，解決摩拜單車「智能鎖」等各類用電需求，令摩拜單車的騎行更加自由，提升摩拜單車能源生產、回收和共享的效率。

騰訊西雅圖設AI實驗室 一田購物日網購 可順豐站自取

香港文匯報訊 騰訊控股（0700）昨日股價再創新高，收報248.4元，升5元或2.05%，公司市值增至23,541億元。公司昨日表示，將在美國西雅圖設立一處人工智能

（AI）研究室，由前微軟研究員、現任騰訊AI實驗室副主任俞棟擔任負責人。

公司稱，俞棟將主管這個新實驗室，並推動騰訊在語音識別及自然語言理解等領域的研究。

俞棟是語音識別與深度學習領域的專家，在加入騰訊之前，曾是微軟研究院語音和對話組首席研究員。

香港文匯報訊 一田購物優惠日將於本月26日至30日同步於6間分店以及九龍灣國際展貿中心（九展）、將軍澳（東港城）和旺角（MOKO）的特別展場舉行。今次繼續設有「一田購物優惠日eShop率先搶」活動，更提早於本月9日至14日登場，貨物種類倍增至300款，價錢2折起。單一簽賬滿90元即減25元，每次簽賬最多可減100元。顧客可選擇免費到店取貨，或付35元可選到指定順豐站自取或安坐家中等收貨。