時裝節鬥吸客

由貿發局主辦的第24屆香港時裝節春夏系列，展期至今日（13日），假香港會議展覽中心舉行。是次展會雲集來自20個國家及地區約1,100商家參展。有參展商表示，環球經濟不明朗因素已逐漸散去，估計今年下半年的訂單量平穩。有首次參展的公司為了增加競爭力，決定以設計取勝，希望吸引對衣着有要求的中產人士；亦有傳統童裝生產商冀透過發展電商業務，開闢生意新來源。

■文／圖：香港文匯報記者 吳婉玲

創+商機

■貿發局時裝節展會現場。　貿發局供圖

■雋億貿易攤位。

今屆展會有來自加拿大、尼泊爾、沙特阿拉伯和越南等企業首次參展，並設有8個地區展館，分別為印度、印尼、日本、澳門、泰國及新增設的意大利、韓國和尼泊爾館。展覽期間，大會組織了90個來自45個國家及地區的買家團到場參觀採購，合共超過5,000名買家。

大會今年新增「時尚運動服裝」及「休閒服裝」展區，方便買家搜尋合適產品和供應商。其他迎合業界需求的展區包括匯聚多元化高級時裝的「時尚廊」、推廣環球卓越時裝設計師品牌的「國際時裝設計師天地」，以及展示多元化產品的「女裝廊」及「布料及紗線產品」等。

續設小批量採購區

同時，為了讓買家更容易找到目標產品，大會今年特意將所有與時裝配飾相關的展區，包括「鞋履、緊身褲及襪子」和「手套及圍巾」等，集合於首設的「時裝配飾世界」。今屆時裝節繼續設有「貿發網小批量採購」專區，帶來近百個專櫃及服裝展示架約400款產品，提供最低採購量由5件至1,000件起的小批量產品。

下半年訂單料平穩

從事出口圍巾及絲巾生意的的雋億貿易總經理張小姐表示，公司不是第一年在香港時裝節參展，每年均會借此機會與熟客見見面；公司主要出口到歐洲，佔比達三成至四成。公司廠房在內蒙古，因為該地是圍巾原材料羊絨的來源地，張小姐指羊絨價格在數年前有雙位數字增長，但最近已經回落至正常價格。

她表示，公司也有使用來自澳洲的原材料作生產，使用美元計價。3年至4年前人民幣升值，影響外國買家購買力，但隨着人民幣匯價回落，訂單明顯有改善。另外，今年初環球經濟有許多不明朗因素，例如美國加息走勢、英國「脫歐」、歐洲多個國家大選等，均對年初訂單有影響。她指，今年初外國訂單量明顯保守，但隨着一連串不明朗因素逐漸散去，客戶訂單態度亦較為明確，預計今年下半年訂單量維持平穩。

■時裝節展會現場舉行的時裝表演。

創新設計攻中產客

網店起家

為了在競爭激烈的市場中取得優勢，有本地生產商以嶄新的設計概念吸引客戶眼球，冀在眾多同業中突圍而出。香港參展商鈦度以跑車輪圈為設計概念，製造出做工細緻的袖口鈕，產品當中的輪圈更可隨意拆開，換成不同的款式。公司創辦人魏詩棋表示，市場上的中價袖口鈕較少，較平的大概100元至200元，較貴的則跳升至1,000元起，所以公司產品定價普遍為500元至800元，希望吸引中產人士購買。

未來開發手錶產品

魏詩棋表示，該跑車輪圈袖口鈕一套兩對，用家可以根據喜好隨意配搭。在輪圈中央位置更鑲了鋯石，並以輕巧堅韌的鈦金屬為原材料。他指公司在2016年成立，一直以網上商店模式營銷，至今已售出至少百套產品，最近亦剛開始與實體零售店合作。今次是首次參與展覽，希望可以接觸更多國內外客戶，將產品出口。公司未來亦會開發更多新產品，例如手錶。

■魏詩棋指，最近剛開始與實體零售店合作。

■鈦度以跑車輪圈為設計概念，生產出做工細緻的袖口鈕（圖左）。

虛擬試身方便採購

電商新招

近年無論生產商或零售商均積極發展電商業務，採購模式亦正產生變化，由以往的真人試穿，變成現今藉着照片幻想試穿效果。有來自台北的科技公司自家研發了手機應用程式（App），能夠為時裝公司製作品牌專用App，讓客戶隨時欣賞品牌新裝目錄，喜歡就立即「穿上」。

該App容許客戶創作屬於自己的模特兒，只需要將自己的臉容拍下，再挑選身材，就可以「親身試穿換裝」，更可搭配各類場景，感受不同風格的穿搭情境，吸引客戶消費。除了時裝外，公司亦已開發婚紗試穿App，希望有助減低新娘在店內的試穿時間。

合意數位股份副總經理朱清進表示，公司用了一年時間研發該App，去年已經和台北SOGO合作。定價是以租用形式提供技術服務及雲端等，每年收費1.6萬美元。公司下月亦會在美國參展，屆時希望可以吸引更多海外公司。

■朱清進指公司用了一年時間研發手機應用程式。

童裝擬拓澳俄市場

歐洲疲弱

童裝生產商泉州欣杰服飾總經理寧喜杰表示，公司產品主要出口歐洲，佔比達70%，南美市場則佔20%；惟近年歐洲經濟疲弱，影響生意。按金額舉例，如果公司在2012年出口歐洲金額達1,000萬美元的話，現在已經大幅回落至600萬美元至800萬美元左右。他表示，歐洲市況在今年上半年慢慢好轉，相信明年會更好，但估計仍未能回升到2012年的水平。

寧喜杰看好童裝業前景，除了由於家長愈來愈願意花錢在小孩身上外，該行業的特點是客戶消費次數快。因為小孩成長得快，每年均需要更新衣服，不會穿很久，所以童裝需求很大。為了促進公司生意增長，他指公司有意開發更多市場，例如澳洲及俄羅斯；同時正積極籌備發展電商業務，計劃明年正式啟用，預計電商在未來可佔銷售額10%。

■寧喜杰有意開發更多市場，例如澳洲及俄羅斯。

一田東港城店明起試業

香港文匯報訊（記者 周曉菁）一田本港第九間超市，明日（14日）起將於將軍澳東港城試業。一田百貨行政總裁黃思麗昨於傳媒午宴上表示，新店投資額達5,700萬元，對營業額抱有信心；超市上半年錄得3%的增長，但百貨方面仍有單位數的跌幅。

超市上半年銷售額增3%

東港城店主打從日本以至世界各地引入最新的飲食文化及各種優質食物，滿足追求新鮮和品味的龐大顧客群。黃思麗稱，主要看準其為區內其中一座大型商場，相信能吸納20歲至40歲的目標客群。談及對市場的看法時，黃思麗指雖然零售數據有回升跡象，但一田對零售市場仍持審慎態度，上半年未能看到市況的反彈。她承認，由於百貨市場競爭激烈，又受沙田店翻新的影響，整體銷售狀況未有改善，但強調銷情屬預計範圍內，維持單位數微跌。

一田今年已強勢新開西環和東港城兩家分店，黃思麗透露，將軍澳新店為一田超市中規模最大的一間，面積達32,154呎。位於元朗的新店將會在第四季度推出，明年初位於葵芳的新超市也會正式開幕。

■黃思麗（中）與一眾一田員工率先視察將軍澳新店。

蘋果貴州首設主數據中心

香港文匯報訊（記者 周亞明 貴陽報道）蘋果公司將與「雲上貴州」合作在貴州貴安新區建設主數據中心，營運iCloud服務內地。項目落成後，內地用戶數據將儲存在該數據中心。蘋果公司表示：「新增的數據中心將使我們得以提高產品和服務的速度以及可靠性，同時也符合相關新規。」

投資78億 營運iCloud

這也是蘋果在內地設立的第一個數據中心項目。根據協議，蘋果公司授權貴州省政府背景的雲上貴州大數據產業發展有限公司，為其內地營運iCloud服務的唯一合作夥伴，授權範圍則是「在內地境內營運iCloud服務」。項目在貴州的投入將達10億美元（約78億港元）。項目由「雲上貴州」公司營運，蘋果公司提供技術支援。

此前，蘋果內地用戶的數據儲存在中國境外，今番簽約建設的iCloud貴安新區主數據中心，項目建成後，內地用戶數據將儲存在內地的數據中心。

據貴州方提供的新聞稿顯示，「雙方將以iCloud服務落地中國項目為契機，探索進一步合作的可能性。」在中國境內，雙方將使用「iCloud」和「雲上貴州」雙品牌，向用戶提供iCloud服務，未來有可能將合作範圍擴展至其他服務和科技領域。

■媒體聚焦蘋果公司在貴州簽約。

香港文匯報記者周亞明 攝