

第25屆香港眼鏡展下周舉行

由香港貿發局主辦，香港中華眼鏡製造廠商會合辦的第25屆香港眼鏡展，將於11月8日至10日假香港會議展覽中心舉行。香港貿發局副總裁周啟良指，今年首8個月，香港眼鏡、鏡片及鏡框的出口總值按年升4%，主要受惠於日本、澳洲及新西蘭等成熟市場的需求強勁反彈。最主要的出口市場是美國，其次是意大利及中國內地，東盟市場出口表現亦相當理想。

他又提到，香港一直是眼鏡業界主要的推廣及採購地，愈來愈多港商開拓原創設計生產（ODM）以及原創品牌（OBM）業務，主力發展中高級市場，並積極提升產品質素以加強競爭力。

全球26地共800展商參與

今年展會匯聚全球來自26個國家和地區共800家參展商，規模為歷屆之冠，當中包括來自丹麥、聖馬力諾及瑞典的新參展商。去年眼鏡展錄得72個買家團，15,082名買家，周啟良稱截至10月23日，已有75個買家團，超過3,200間公司登記參與即將舉行的眼鏡展。今屆眼鏡展共設有9個展區，展示各式各樣的眼鏡產品，方便買家採購，「品牌廊」更呈獻全球逾220個國際品牌。



眼鏡展將於11月8日至10日假香港會議展覽中心舉行。香港文匯報記者吳婉玲攝

港企擅長生產中高級鏡框

貿發局資料顯示，香港的眼鏡公司擅長生產中高級眼鏡框，有能力承接小批量訂單，並提供多元化的式樣設計。製造塑料眼鏡框向來是港商的強項，產品有手工醋酸纖維素眼鏡框、無邊尼龍眼鏡框以及注塑眼鏡框等。此外，港商亦提供以包金、鋁合金、黃銅、不銹鋼、銀、鈦及混合金屬製造的金屬眼鏡框。

代工生產原創設計兼備

本港大部分眼鏡公司以代工生產（OEM）及原創設計（ODM）等模式，為海外買家及國際品牌製造產品或進行貿易。眼鏡業是勞力密集行業，特色是產品周期短，款式日新月異及訂貨批量不大。部分港商如寶光實業（國際）有限公司已經分散業務，除製造眼鏡外，亦於中國內地及海外市場分銷及零售品牌產品。一些業者甚至開發及生產自家品牌眼鏡。

貿發局最新數據顯示，香港是2015年全球眼鏡及眼鏡框的第三大出口地，僅次於中國內地及意大利。2017年首5個月，香港的眼鏡、鏡片及眼鏡框出口總值為89億港元，按年上升7%。同期，歐盟及美國等兩大眼鏡出口市場共佔本港整體眼鏡出口58%，分別按年下跌1%及3%。中國內地及澳洲是另外兩個主要出口市場，出口增幅分別達36%及79%。

按主要產品類別劃分，眼鏡和護目鏡，以及眼鏡框架和裝架所佔比重最大，於2017年首5個月合計佔總出口逾82%。另一方面，另外兩個主要類別，即鏡片以及眼鏡框架和裝架零件的合計比例，由2016年的14%上升至2017年首5個月的18%。

由韓國人氣巨星 Jessica 創立的自家品牌 BLANC & ECLARE 亦在記者會上亮相。

捕獸戲

港鏡框

原創設計

帶領全球潮流

眼鏡可以是必需品，也可以是潮流飾物，今年全球眼鏡銷售額已近萬億港元。香港作為主要眼鏡生產及出口中心，今年首8個月眼鏡、鏡片及鏡框的出口總值超過138億元，按年升4%。本港的眼鏡公司擅長生產中高級眼鏡框，主要採以代工生產（OEM）及原創設計（ODM）等模式，在內地廠房為海外買家及國際名牌製造產品。香港文匯報記者 吳婉玲

學生組冠軍

一秒變色

公開組冠軍

貿發局11月8日至10日一連三日舉辦香港眼鏡展。今年展會匯聚全球來自26個國家和地區共800家參展商，規模為歷屆之冠，當中包括來自丹麥、聖馬力諾及瑞典的新參展商。中國內地、法國、意大利、日本、韓國及台灣均設有地區展館。香港中華眼鏡製造廠商會及「視尚廊」亦分別設有特色展館，為業界提供一個全方位的商貿平台。

吸引薪金鼓勵青年入行

香港中華眼鏡製造廠商會副會長兼珠江眼鏡製造廠副總裁戴曹綺梅表示，本港眼鏡業由以前主力做OEM，到愈來愈多廠商開拓ODM業務。業界早在十年前就已經開始培育本地設計師，希望能夠有更多本地原創的眼鏡生。

戴曹綺梅指，以她公司為例，新入行的設計師月薪約1.4萬元，認為吸引的新金更能鼓勵年輕人加入眼鏡業。公司業務包括OEM及ODM，主要市場為歐洲，佔40%。今年歐洲經濟有復甦跡象，消費者購買力增長，公司整體生意按年增長10%。

辦設計賽推廣香港設計

為鼓勵本地設計師發揮創意，貿發局與中華眼鏡製造廠商會合辦第19屆香港眼鏡設計比賽，向國際買家推廣香港設計。大會今年收到近100份參賽作品，比賽以「自由創作」為主題，分公開組及學生組，評審就作品的創意、款式、功能和市場潛力等方面選出優勝作品。公開組冠軍由去年冠軍得主黎佩欣奪得，作品亦同時獲得「創意大獎」。黎佩欣表示，這次以兒童眼鏡設計參賽，其得獎作品「捕獸戲」以捕獸器為創作靈感，鏡框造型猶如怪物咬著獵物，以別開生面的形式，表達我們的求知慾好比野獸狩獵般專注。

她指，自己加入眼鏡行業已經15年，由零開始學習，至今已經是高級設計師。記得剛入行時，每日凌晨3時放工，翌日上午9時上班，足足維持了兩三年。她用自身經驗寄語想入行的年輕人：「唔好怕蝕底。」

今屆展會的「品牌廊」設置眼鏡展示區，帶來多個本地設計師作品。

來自德國的Freddie Wood是首個以純天然牛角製作眼鏡的品牌。



一秒變色

這款LCD鏡片可隨著不同光線變色，一秒內由太陽眼鏡變成平光鏡，採用專利技術保護使用者眼睛。



學生組冠軍由香港知專設計學院的陳楚旻（中）獲得，作品名為「繞」。



黎佩欣憑作品「捕獸戲」蟬聯香港眼鏡設計比賽公開組冠軍。

數碼通：孖機優惠反應良好

香港文匯報訊（記者 張美婷）萬眾期待的iPhone X今日早上正式開售，不少電訊商推出優惠搶客。數碼通（0315）總裁葉安娜昨日於周年股東大會後表示，雖然公司iPhone X的供貨量較去年iPhone 7少，不過推出的iPhone X計劃反應良好，目前兩部256GB iPhone X連兩張SIM卡，月費為1,388元，平均一張SIM卡月費為694元，相信計劃會吸納更多新客戶。

早前公司為應對市場突如其來的減價戰，24小時內便迅速回應市場，她表示為求贏得更多客戶，公司對競爭對手「絕不手軟」，強調

「一個客都不能輸」。公司針對競爭對手推出家居寬頻優惠，只要香港電訊（6823）網上行客戶轉用公司相同的寬頻計劃，即可獲得7折優惠；若連手機同時轉台寬頻月費低至半價，期望客戶可以享受優惠價格。

9月上客增ARPU跌

不過減價戰長遠始終對電訊商有影響，首席財務總監陳啟龍表示，雖然9月份客戶整體人數上升，減價戰令公司每個客戶的平均收入（ARPU）有所下調，相信公司會用個人數據漫遊服務和家庭計劃彌補有關影響。



葉安娜（中）指，公司推出的iPhone X計劃反應良好。香港文匯報記者張美婷攝

fb：大數據助商戶覓理想客



梁幼莓指，手機已成為72%用戶搜尋產品的主要裝置。香港文匯報記者 莊程敏攝

香港文匯報訊（記者 莊程敏）Facebook（fb）昨舉辦「Discover Growth」研討會，Facebook大中華區總裁梁幼莓指出，流動裝置的影響力無所不在，手機已成為72%用戶搜尋產品的主要裝置。根據Facebook調查，60%的Instagram用戶會利用這個平台尋找新產品，其中75%用戶更表示曾因為受到貼文的影響採取行動。她建議，商戶應主動尋找合適客戶，不應等待客戶去尋找其產品。

72%用戶以手機搜尋產品

梁幼莓指出，Facebook每個月有超過20億用戶以真實身份在Facebook上互動，當中的大數據有助了解如何協助產品找到理想用戶。配合精準且多元的數據及購買意慾，Facebook能夠依照企業的行銷目標，觸及有價值的潛在客戶群。企業若能掌握精準的資訊與顧客購買意慾，主動觸及業務上的重要消費者，便可有效轉換成實際銷售。

Facebook指出，其推出的成效型產品解決方案具有多方面優勢；公司可讓企業使用從

自家網站、應用程式或商店收集重要的顧客資訊，綜合Facebook龐大的用戶資訊，幫助企業獲得最有價值的新顧客。企業亦可利用Facebook的動態廣告，率先在用戶找到所需商品前展示合適的產品，主動出擊。Facebook的廣告格式是針對流動裝置所設計，可在顧客最常用的應用程式上提供無縫的使用體驗。Facebook特意为點對點行銷提供「動態廣告」及「名單型廣告」等解決方案，可透過流動裝置有效提高網絡與實體渠道的銷售業績。行銷人員還能利用「離線轉換」，有效衡量網絡廣告對實體渠道銷量造成的影響。

以國泰航空為例，旅遊類動態廣告讓國泰航空可以自動把曾經瀏覽其網站的訪客設定為目標顧客，並向他們展示曾經尋找的旅遊路線。同時包括一個「現在預訂」的按鈕，可直接把顧客連接至國泰的訂票網站。透過此廣告計劃，超過300條國泰航線的預訂錄得增長，部分更增加了16倍，每次動作成本亦降低了15%。

香港寬頻住宅ARPU倒退

香港文匯報訊（記者 莊程敏）香港寬頻（1310）昨公佈截至8月底止年度業績，錄得股東應佔溢利按年跌30.07%至1.71億元。每股盈利17.1仙，派末期息23仙，按年增加15%；全年派發股息每股45仙，按年增加12.5%。

公司解釋，盈利下跌主要由於期內融資成本由1.42億元增加49%至2.11億元，因再融資銀行貸款時衍生的一次過未攤銷銀行貸款交易成本7,300萬元所

致。

全年少賺30% 末期息23仙

期內收益32.32億元，按年增16%。其中企業收益，包括來自收購的新世界電訊業務完整12個月的貢獻後，增加49%至12.08億元，佔全年度總收益的37%。截至8月底住宅客戶有99.4萬戶，按年增11%。住宅ARPU為168元，按年跌3%。集團語音業務市場份

額為22.2%，按年增0.2個百分點；寬頻業務市場份額37.1%，按年跌0.1個百分點。年內，公司的企業客戶錄得淨增長4,000戶，企業ARPU於本年度內增至每月1,463元。

香港寬頻指，雖然住宅ARPU倒退，但今年8月的新簽及續約合約ARPU為194元，遠高於全年平均的168元，預計這批續約客戶ARPU增加的影響將於今年度顯現。