



■文靜芝預計新春期間MegaBox人均消費按年升15%。梁悅琴 攝

MegaBox 料新春客流營收雙升10%

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)農曆新年快到,各大商場積極部署搶傳統消費黃金檔期。九龍灣MegaBox今年斥資逾數百萬元打做「MegaBox·Sanrio characters 六星金豬齊報喜」主題活動,MegaBox總監文靜芝預計,新春期間(1月9日至2月24日)該商場的客流及營業額可望按年升10%,人均消費則預計按年升15%。

家電銷售按年升幅逾15%

於「MegaBox·Sanrio characters 六星金豬齊報喜」新春主題大型賀年裝置,6位Sanrio家族成員齊齊換上全新賀年新裝,20呎高六星金豬花燈庭旁掛滿喜慶Sanrio家族燈籠及Sanrio characters好運機動風車,寓意新年風生水起,好運齊來,8呎闊金碧輝煌的My Melody及5呎闊玉桂狗以疊羅漢方式聳立於花燈庭中央向大家拜年。

東九商廈私宅入伙利生意

文靜芝稱,MegaBox去年全年人流升逾10%,營業額全年平均升近10%,當中家品及電子產品表現較突出,營業額按年升幅達15%至20%,人均消費亦按年升10%。

縱然政府早前公佈去年11月零售數據升幅放緩,她對MegaBox今年的生意仍保持樂觀,主要因為東九龍正

有不少新商廈入伙,及鄰近啟德區有多個私人住宅項目入伙,帶動區內人口增長,有利該商場。她透露,MegaBox會不斷優化商戶組合,今年將有2間全新食肆開業,令食肆數目增至40間,集團期望該商場每年有逾10間新店開業及逾10間快閃店(pop-up store)。

80後建App推廣環球藝術文化

納逾千夥伴商戶 冀年內使用人數達8萬

香港文匯報訊(實習記者 程晚村)由80後香港年輕企業家張得欣創辦的「賞遊」昨日宣佈成立環球平台,並推出應用程式(App),以推廣文化遺產保育及促進內地與環球藝術文化組織間的交流。賞遊科技創始人及首席執行官張得欣表示,目前該平台共有超過1,000家夥伴商戶,有超過3萬人次使用,希望今年會增加到8萬人次。

據介紹,「賞遊」於2017年創辦,現已成功得到第一輪天使投資人融資作為啟動資金,金額為500萬元。截至目前已在6個歐洲國家推出,包括英國、法國、荷蘭、比利時、西班牙及意大利,預計今年增加葡萄牙及瑞士兩個國家。

App平台助遊客了解景點

創始人張得欣昨向媒體分享創業經驗,稱其靈感來自一次比利時之旅。她回憶,當時是在一個非常漂亮的城市,和當地某個觀景台的負責人在頂樓談話,「他說沒有遊客到這個觀景台上面來,我就很奇怪。之後出去,我問那些遊客知不知道那邊可以上去,他們表示驚訝,說不知道。」雖然此後該觀景台貼出一張指示牌,但有些遊客不識中文,有些不識英文,效果仍不理想,因此她希望創辦一個App平台,幫助遊客對旅遊景點有更加全面的了解。



■張得欣(左五)稱創業靈感來自一次比利時之旅。

程晚村 攝

助內地客探索世界文化

除此之外,張得欣還希望幫助內地旅客探索世界各地文化。她指出,2018年內地超過1億6千萬人次出國旅行,2019年預計達1億9千萬。「現時不少人對中國內地遊客有誤解,有的說他們崇尚享樂主義,有的說他們只顧着購物,並沒有多少興趣了解別人的文化。」她強調,該平台的成立,就是希望通過介紹世界各地源遠流長、豐富的文化 and 家族傳承故事予年輕的自由行旅客,擴闊他們的視野,同時也為當地的商戶解決語言溝通問題。

據「賞遊」介紹,目前該平台上有逾1000家夥伴商戶,包括有博物館、藝術畫廊、自然遺址、文化體驗旅行團等。用戶可以直接通過微信或下載其App程式,平台根據用戶地理位置顯示附近文化體驗點。

張得欣補充,該平台對所有消費者免費,但對商戶區別對待。一類是基礎商戶,雖然免費,但僅能向消費者提供一張店鋪「優惠券」。另一類是付費商戶,需每月向平台繳49歐元,但可向消費者提供較多的「優惠券」,而平台還會向付費商戶提供更多支持,包括數據分析等等。

拓市場

業界聚商多元授權



■Miki Yamamoto 稱為把品牌引進亞洲市場,一直為品牌作出改動升級。

香港文匯報訊 亞洲近中等收入人口急劇增加,加上新興亞洲經濟地區高速發展,推動全球品牌積極進軍亞洲市場,令亞洲成為授權業的黃金市場。正在本港舉行的亞洲授權業會議,於前日的主論壇邀請來自全球頂級授權商和授權代理商,分享他們在亞洲地區的成功經驗,並剖析當中遇到的困難和挑戰。

講者之一的特納國際亞太公司卡通頻道企業副總裁 Vikram Sharma 指出,置身數碼年代,亞洲生活方式日趨數碼化。社交媒體在新興市場創造了強勁的授權機會,亞洲消費者普遍使用手機通訊程式,網店可直接把貨品銷售給亞洲消費者。他指出,「亞洲是故事天堂,角色與該區的消費者建立了深厚的情感和關係。角色產權可跳出授權消費產品的固有框架,擴大領域至設置咖啡店或展覽。」

IMG 亞洲授權高級副總裁 Miki Yamamoto 亦提及,為了把美國品牌引進亞洲市場和確保其持續發展,他們一直為品牌作出改動和升級。她指出,世界盃橄欖球賽2019是一個成功個案,他們為主辦國日本創作了該項盛事舉行以來的首個吉祥物,並與12個主辦城市推出地區限定的授權產品。

對於尋找合適的合作夥伴,Smiley World 首席執行官 Nicolas Loufrani 表示:「與各地市場的總授權商合作是非常重要的,他們必須理解我們的需要,以及擁有長遠發展策略。我們在各地市場建立了推廣品牌的代理商網絡,也為不同市場創作了多款Smiley風格指標。」

涉足不同領域推產品

他續指出,公司與不少奢侈、高檔,以及大眾品牌的服裝或首飾連鎖店合作,在不同行業領域推出各種授權產品,為Smiley創造曝光率。現時,他們的產品足跡遍及連鎖文具店、商場及百貨公司,涉足不同領域。

另一講者 Entertainment One 全球授權執行副總裁 Andrew Carley 指出,要成功在亞洲發展授權業務,關鍵在於如何在本地策略和品牌價值維護之間取得平衡點。他認為,本地合作夥伴有效幫助公司理解本地關係和本地零售商,給予很大程度的支援,使公司能重點調整和做好管理工作,以及維護品牌的核心價值。

內地授權業務年增10.3%

出席亞洲授權業會議開幕禮的貿發局總裁方舜文致辭時表示,全球授權業務持續快速增長。2017年,單是亞洲的授權產品銷售額按年升5.8%至316億美元,佔全球總量的11.6%;而內地的增長速度更是全球之冠,按年升10.3%,成為授權業發展的重要引擎。她亦指出,香港擁有完善的知識產權保護制度和大量專業人才,能為全球頂尖品牌和國際授權代理商進入亞洲市場提供理想平台。

架構調整 聯想增3事業部

香港文匯報訊 聯想集團(0992)執行副總裁兼中國區總裁劉軍近日宣佈,調整聯想中國區組織架構,新設大客戶事業部、中小企業事業部和消費事業部,以加大客戶中心轉型的力度,建立更加以客戶為中心的組織和運作模式,聚焦三大客戶群——大客戶、中小企業客戶和消費客戶。

他指出,誰更貼近客戶、更快速洞察需求變化、快速順應客戶旅程變遷,將成為制勝的關鍵。這也是聯想時隔8個月後,又一次進行架構調整。

阿里7億購德大數據公司

香港文匯報訊 據彭博消息,阿里巴巴收購位於德國柏林數據處理公司 data Artisans。據 Tech.eu 報道稱,此次交易金額為9,000萬歐(約7.07億元人民幣)。公開資料顯示,data Artisans 由開源流處理框

架 Apache Flink 的創始人於2014年建立,公司總部位於德國柏林。早在2008年,該公司就已經作為柏林理工大學一個研究性項目,開始研發技術,這也就是 Flink 的前身。

影響漸現 貿戰或礙外資投初創

香港文匯報訊(記者 馬翠媚)中美貿易戰有望停火,但後續發展仍然難以預料,外界關注會否波及外資在港投資。投資推廣署助理署長吳國才昨出席記者會時表示,目前未見到貿易摩擦對本港營商環境帶來衝擊,同時仍有不少外資繼續來本港尋找投資機會,但他同時亦形容,貿易戰中不會有贏家,又預期因貿易爭拗而衍生的問題將陸續浮現。吳國才表示,在中美貿易戰下,股市雖然有起伏,但本港基本面仍然穩健,預期日後仍可以吸引不少初創企業來港。

港優勢多 助吸初創企

他解釋,對於初創企業而言,最關注幾項問題包括融資、生產供應鏈、擴充市場及人才等,本港在上述各個項目都有優勢,例如擁有不少融資平台、資源充裕,加上面對大

灣區機遇等,相信都有助吸引初創企業來港發展。

創逾9500職位 年升51%

吳國才提到,香港初創企業去年增至2,625間,按年升18%,這些初創公司業務範疇廣泛,當中包括金融科技、電子商貿、供應鏈管理、物流科技、專業或諮詢服務、資訊科技等,當中逾三分之一的初創公司創辦人均来自本港以外地區,而所創造的就業職位按年升51%至約9,548個。

「StartmeupHK創業節」月底舉行

另外,投資推廣署將於本月21日至25日舉辦「StartmeupHK創業節」,主題涉獵健康科技、生活及零售科技、智慧城市、人工



■吳國才(左)表示,香港初創企業業務範疇廣泛。

智能及教育、金融服務等,逾200名來自不同地區的專家將來港參與或進行主題演講等。

「三展」吸近3000環球展商

本屆玩具展,連同香港嬰兒用品展及香港國際文具展,一連4天(1月7至10日)舉行,主辦方貿發局介紹指,三展合共吸引接近3,000家環球展商,帶來多款結合流動應用程式(App)操控功能,以及具備創新科技元素的產品,其中啟發兒童潛能,STREAM 玩具,即是融合科學(S)、科技(T)、工程(E)、數學(M)的學習元素以外,並增加機械人(R)和藝術(A)元素的玩具,備受熱捧。

聯志:設玩具廠首選越南印尼

香港文匯報訊(記者 周曉菁)香港玩具展正在舉行中,在昨日的環球玩具業市場展望中,聯志國際行政總裁譚祖德介紹,為分散中美貿易摩擦帶來的風險,玩具業廠家可選擇「一帶一路」沿線的新興市場國家設廠,他還根據自身經驗建議,亞洲區內,印尼和越南將是最好的選址地。譚祖德透露,公司歷經兩年半在印尼落成工廠並於去年9月開始試產,恰巧遇上中美貿易戰,印尼廠房意外成了公司的底蘊,顯出價值。他認為,越南和印尼勞動人口十分密集且仍處於勞動成本較低的狀態,相應的政策、設施都較為完善,能夠成為香港、內地等廠商的首選。

提及印度,他則表示應謹慎對待,當地在法規、政策等方面仍有許多待改進的地方。

智能玩具需求料續擴

同場合,歐睿國際信息諮詢高級分析師 Jonathan York 預計,2020年全球新增人口將進一步放緩,家庭中的孩童數目雖有減少,但更多父母願意花費較高的價格,為子女購買一些高附加值、高科技的玩具,滿足需求,相信未來市場對智能玩具的需求將進一步擴大。

環球顧問公司創辦人及主席 Richard Gottlieb 指出,兒童玩具消費最高的國家為美