

IP（知識產權）近年相當盛行，2018年全球授權商品零售額達2,800億美元（約2.18萬億港元），較2017年增長3.2%。貿發局昨舉行的香港國際授權展吸引逾320家來自世界各地的企業參展，匯聚超過700個品牌及授權項目，當中不乏一些港產的IP，例如已在港「誕生」15年的B. Duck，以及推廣正能量的BEEBIPEACE不倒翁系列，他們皆表示，雖然去年經濟環境疲弱，但業界更需引入新元素刺激市道，授權業務都未有太大影響，對今年授權業務前景仍樂觀，會拓展更多香港以外的市場。

■香港文匯報記者 莊程敏

■Michelle（右）稱BEEBIPEACE不倒翁最主要希望為大家帶來正能量。左為BEEBIPEACE不倒翁系列創作人施德燕。

莊程敏 攝



BEEBIPEACE不倒翁 發展商場裝飾項目

星緣創藝有限公司行政總裁Michelle昨介紹指，BEEBIPEACE不倒翁系列是本地原創的公仔，最主要希望為大家帶來正能量，標記是那雙閃亮的大眼睛，予人很精是有希望的感覺。最新設計的角色是「玫瑰小姐」及「QQ仔」，特色是小朋友歡迎。目前零售方面在網上平台和百貨公司都有銷售點，去年在馬鞍山新港城開了Pop-up store，受到修例風波影響，銷情大受影響，去年下半年較前年零售下跌了一半以上。不過最近在將軍澳商場開的Pop-up store反應很理想，認為零售的銷情都很受地點及時間所影響。她估計過了農曆新年及情人節，零售方面又會靜下來，所以今年會較看好授權業務方面。

她指出，公司在台灣、西班牙及內地都有授權業務，包括「兒童心臟基金」的跑步活動、政府大型活動等，今年亦有一些商場會員換購活動，預計今年會有些商場的裝飾項目，以及剛與西班牙的客戶簽了約，故希望在當地亦會有些項目合作。

經濟環境轉弱 授權業務發圍



亞洲旗艦授權業展覽

力拓海外市場

B.Duck 聯乘茶樓 打卡一流



■B.Duck聯乘產品多鐘鐘。

盈思市場拓展高級授權助理馬靖琳指出，B.Duck在香港已經經營了15年，一向主力做授權業務，因目前市道不好，原本計劃好的項目都暫時等一

等，要看情況再計劃，但會參與今年5月在會展舉行的大型玩具節。她續指，因香港市場已開始飽和，所以希望開拓新市場，今年會多些到東南亞地區做推廣。

B.Duck緣起於創辦人許夏林為子女創作一隻可愛鴨子的念頭，想不到可以發展成為一盤生意，更推向內地、歐洲、日本、韓國市場，是一個少有能打開國際市場的香港IP。這個可愛小黃鴨的形象現時在香港很多地方都可以見到，獲其授權或聯乘的產品多鐘鐘，除一般的文具和日用品之外，去年還在旺角開設香港第一間「B. Duck & Buffy茶樓」，無論裝潢、餐具、點心、甜品都可以找到B. Duck與家族成員的蹤影，讓大家品嚐每樣點心前，實行「相機先食」。

韓國LYCHEE & FRIENDS 擬大型推廣增知名度

LYCHEE & FRIENDS助理市場經理Yani指出，這個IP於2016年創立，2018年才正式加強宣傳，公司也有製造一些動畫，有關主角「荔枝熊」及其他多個角色在實驗室的故事，讓大家更了解各個角色的性格。今年是第一次參加香港的展覽，希望讓更多人認識這個品牌。

她指出，2016年時曾在荔枝角D2 Place開了Pop-up store，去年秋冬季與本地服務品牌Bossini亦有合作，市場反應亦很不錯，特別是內地的反應更遠超期望。目前在香港有4個寄賣點，今年1月在海港城LCX會有設計、展覽及寄賣。

雖然本港零售氣氛低迷，不過她表示，公司的IP卡通產品於過去的聖誕節銷情與前年相若，可能因為產品價格不高，亦很合適作禮物



■LYCHEE & FRIENDS助理市場經理Yani 莊程敏 攝

之選。今年會計劃在韓國做多些大型的推廣活動，例如與戲院及餐飲等合作，也會在香港大約目標新增多十至二十個寄賣點，希望爭取更多不同類型的授權業務合作。

國際授權商品年零售額 2800 億美元

■方舜文表示，愈來愈多企業意識到授權認證可以提升產業鏈結構。



香港文匯報訊（記者 莊程敏）由貿發局主辦的第18屆香港國際授權展及第9屆亞洲授權業會議昨日起一連三日（1月6日至8日）假香港會議展覽中心舉行，展示時尚授權產品及推廣各式授權服務，分享授權項目的成功故事。香港貿發局總裁方舜文表示，2018年全球授權商品零售額達2,800億美元，較對上一年的增長3.2%，當中亞洲地區就佔了總額的12%。亞洲地區中，以內地的增幅最勁，同比增長6.5%。

內地成產業重要引擎

方舜文表示，愈來愈多企業意識到授權認證可以提升產業鏈結構，香港正好發揮行業促進者的角色，善用其完善的知識產權保護制度、健全的法律體系、大量的專業人才，以及與內地和其

他主要亞洲經濟體系的緊密關係，為全球頂尖品牌和國際授權代理商進入亞洲市場打造的理想平台。她強調，內地是目前僅次於日本的亞洲第二大市場，亞洲和內地市場依然會是未來行業增長的重要引擎。

今屆授權展吸引逾320家來自世界各地的企業參展，匯聚超過700個品牌及授權項目。不少國際授權商及授權代理商選擇以香港作為策略基地，全球頂尖授權商和授權代理商如CAA-GBG Global Brands Management Group、IMG、Medialink及Sanrio等，今年均有參展。

6展館增商業配對機會

授權展共設有6個地區展館，包括內地、韓國、日本、泰國、台灣及香港。在亞洲各地政

府的鼎力支持下，亞洲地區展館為授權項目擁有者及相關企業，增加商業配對機會。延續上年本地原創設計熱潮，今年「DLAB香港館」繼續獲港府「創意香港」贊助，展示多家本地原創設計品牌參展。另外，展會現場還有展現本地著名的原創設計品牌參展，包括蠟燭、玫瑰不倒翁、柴犬工房及麥咪麥兜等，展示香港本土創意力量。

另外，香港玩具展、香港嬰兒用品展，以及該局與法蘭克福展覽（香港）合辦的香港國際文具展同樣於昨天開幕，一連4天於會展中心舉行，三展合共匯聚約2,950家展商，展示林林總總的智能玩具，優質嬰兒產品以及創意文具。方舜文指，從三大展覽所見，展商已做足準備，他們不斷開發智能產品，亦在產品中強化環保元素，緊貼市場需求，相信更易贏得買家注視。

會計師公會推理財漫畫

香港文匯報訊 都市人的我們，每天起床就要開始消費，所以，一套正確的金錢觀對人的一生非常重要。而良好消費的習慣需要從小培養。為鼓勵小朋友從小學理財，香港會計師公會最近就設計了一套《理財十課》漫畫，首五冊最近已經面世。由3個得意主角（會繼司、好奇寶寶、大花童）導航，引領小朋友開展學習理財的歷險旅程。

培養小學生從小理財

漫畫《理財十課》包括：理財概念《漫談收入》講關於收入；《我想買恐龍》講需要與想要；《儲蓄領袖營》講儲蓄；《亂花費王子》就教小朋友如何做個精明消費者；而《百變的金錢》就教讀者認識付款方式。

據稱，書內的3個卡通人物性格各有特色，他們在跌跌碰碰中與小朋友一齊學習不同的理財概念，例如收入、需要



■香港會計師公會最近推出《理財十課》漫畫。

和想要、儲蓄、精明消費同理付款方式等等。爸爸媽媽可以click入<https://www.hkicpa.org.hk/richkidpoorkid10lessons>，給小朋友講故事，一起玩遊戲。

公會並邀得香港金融管理局及香港存款保障委員會合作，提供書冊中「給爸媽的小貼士」內容。

傳百度就來港第二上市作評估

香港文匯報訊（記者 殷考玲）去年11月阿里巴巴（9988）來港作第二度上市，牽起中概股第二度來港上市熱潮，繼攜程、網易早前傳出與港交所（0388）討論二次上市事宜後，內地有傳媒報道指，百度也於近日對赴港二次上市進行了內部評估。

2018年港交所修改上市條例，允許內

地企業以第二上市形式在港掛牌，並容許同股不同權和未獲盈利的生物科技公司等在港上市，香港IPO市場趨向更多元化。根據港交所上市條例規定，內地企業以第二上市形式在港掛牌，首先必須在高級市場如紐交所、納斯達克或倫敦交所作主要上市，而且市值不可少於400億港元，或至少100億港元，以及最近一年度收益至少有10億港元。

目前在美股上市的內地企業近200家，符合標準的美股約有30

隻，其中有京東、百度、陌陌等。受消息刺激，港交所昨日逆市升0.75%，收報268.6元。

阿里美團小米或染藍

另一方面，市場關注「同股不同權」及第二上市公司何時可獲納入恒指。恒指公司行政總裁關永盛昨表示，計劃於未來一、兩星期就同股不同權，以及第二上市股份應否納入恒指及國指等問題諮詢市場，按去年11月公佈的市場諮詢計劃預定時間表，預計5月季檢時會有結果，外界相信屆時阿里巴巴、美團（3690）及小米（1810）均有機會染藍。

此外，恒指公司昨公佈，將於2月21日宣佈2019年第四季度之恒生指數系列檢討結果。恒生指數系列的成份股變動將於3月9日生效。



■內地有傳媒報道指，百度也於近日對赴港二次上市進行了內部評估。資料圖片