



疫境突圍系列

疫情下零售業重創，本地品牌受影響的程度可能更大。本地手袋品牌 POMCH 總監兼創辦人戴嘉昌接受香港文匯報訪問時表示，在疫情下公司惟有加強網上推廣，力吸海外客，事實亦證明策略有效，線上生意一直增長，甚至比線下更理想。目前線上、線下的比例已達到六四比，因為不只是本地客，網上銷售還可以吸納海外顧客，尤其是美國地區的線上生意做得特別好，海外客戶更能接受小眾品牌。

文：香港文匯報記者 殷考玲 / 圖：香港文匯報記者

海外受落小眾品牌 線上生意續增

踏上二元橋 拓內地市場



戴嘉昌認為雖然疫情拖慢了品牌進入內地的進度，但他相信第四季會有進展。

除海外市場之外，內地同樣是本地自家品牌的重要發展地，戴嘉昌稱 POMCH 於深圳設有辦公室和工場，辦公室主要做前期設計工作，有 3 名內地同事，而工場則有 3 位師傅，主要是接單生產，香港的中環元創坊店就集中做前線銷售，客人以旅客為主。

設深圳據點 助減低成本

被問及為何香港品牌會在深圳開設辦公室和工場，戴嘉昌稱一直有將產品推廣到內地，而且現在內地廣告也相對容易，例如小紅書和微信等，不用再經中介，可以因應預算來落廣告，自主性較大，加上香港和內地稅制不同，為了方便往來，所以在深圳設辦公室，同時也有助減輕成本。

此外，戴嘉昌表示該品牌已經加入了前海深港設計創意產業園「二元橋」，二元橋是一個國際創意人才、品牌及公司與內地企業及市場連接互通的交流及業務配對平台，他相信有利其品牌在內地發展，雖然因為疫情拖慢了進入園區的進度，但他相信第四季會有進展。

談及本地客對自家創作品牌的喜好，戴嘉昌認為香港消費者未必會太留意自家創作品牌，願意花費購買本地品牌的金額大約為 500 至 1,000 元，但就會願意花費在名牌上；相反，內地消費者的接受程度高，年青的內地消費者都會願意花錢在內地自家品牌上，因為內地有不少具質素的自家品牌。

港創意手袋 網銷美國



戴嘉昌指美國顧客更願意購買 POMCH 自家創作品牌的產品，因為美國消費者接受小眾品牌的程度較高。

非牟利時裝推廣機構 Fashion Farm Foundation (FFF) 自 2015 年推出 FFFRIDAY 企劃，每年會以創新的方式為香港時裝界提供曝光機會，戴嘉昌稱，每年的 FFFRIDAY 企劃都會參加，今年在疫情下則集中在網上推廣，而他的手袋業務今年也增加線上平台推廣，當中有嘗試過在第三方平台出售旗下品牌的手袋，但他始終覺得在自家線上平台推廣較為理想，現時線上、線下訂單比例已達到六四比，尤其以美國地區的線上生意做得特別好。

擬搶攻日韓星等地

戴嘉昌進一步解釋，美國顧客反而較本地客更願意購買商家自家創作品牌的產品，因為美國消費者接受小眾

品牌的程度較高，以海外訂單來計，平均每張單約 1,000 港元，算是理想的單價，他相信未來還有上升空間，因為隨着航運班次穩定，相信運費會有所回落，加快線上生意增長。至於海外推廣方面，戴嘉昌稱未來會集中在日本、韓國和新加坡等地宣傳。

POMCH 於 2014 年於中環元創坊 (PMQ) 正式開設第一間專賣店，至今有 6 年時間。戴嘉昌表示，在元創坊開店可以令更多人認識品牌，提升知名度，而且元創坊會不定時帶商戶到世界各地參展，例如日本、上海和韓國等地，對開拓海外市場有幫助。

產品「長青」概念最重要

品牌的市場定位方面，戴嘉昌表示

不想過於強調旗下的手袋是「手作、人手製造」，因為他的產品也有用到機械輔助，相反他想消費者留意他的品牌創意。設計概念方面，戴嘉昌認為不需要經常推出新款吸引消費者注意，反而「長青」不過時的产品更為重要，雖然他的產品在設計上較為中性，但購買其產品的顧客群大多數為女性，未來會增加在男性客人上的推廣。

POMCH 的產品是運用工業常用的真空吸塑技術，創造出玩味配飾，如手提袋、肩袋、錢袋、名片套等，戴嘉昌在創立品牌前期，以實驗性質將士巴拿放入實驗室的吸塑機，製成首件立體印紋 PVC 手提包，其後將螺絲批及士巴拿凹凸紋印在軟膠上製作產品，也是 POMCH 最初期的產品。

寵物也帶貨 珠寶熱賣逾 600 萬



曾奪得快手接單紅人榜第一位的金毛犬。網絡截圖

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報導）流量變現時代，就連寵物也能開直播賺錢。近日，多家機構公布寵物直播帶貨情況，顯示在內地每 5.4 秒就有一場寵物直播，寵物賣貨每月成交可逾 140 萬單。

和人們印象中毛孩只能帶貨寵物用品不同，化妝品、服飾、日用品等都是寵物們帶貨賣得好的品類，甚至有狗狗直播帶貨珠寶，一場成交額超過 600 萬元（人民幣，下同）。

寵物直播場次增逾 3 倍

快手大數據研究院發布《2020 快手寵物生態報告》，首次盤點平台寵物生態發展情況，顯示快手寵物內容生態迅速擴大，今年上半年，每 5.4 秒就有一場寵物直播，場均直播時長 1 小時；快手寵物觀摩數量超過 1 億，寵物短視頻單日最高播放量達 7 億次；寵物作者電商月成交訂單數超過 140 萬，每兩位快手寵物作者就有一位獲得收入。淘寶亦有報告證明寵物直播情況，早在今年 2 月，

《淘寶經濟暖報》顯示淘寶上寵物直播的場次同比增長 375%。

巨大流量支撐下，寵物也能開始賺錢。快手方面表示，「毛孩直播帶貨，戰鬥力遠比想像中強」。快手平台上有隻明星寵物，名為「輪胎」的金毛犬，儘管牠是條寵物犬，但曾獲今年 4 月快手接單商業大賞紅人榜的第一位置。另外在今年 6 月 8 日的珠寶專場中，這條有靈性的狗狗為金六福珠寶帶貨，並獲得訂單量 3 萬，成交額突破 600 萬元的成績。

據快手方面透露，帶貨品類除了寵物主糧和寵物洗護等寵物用品，也涵蓋彩妝、食品、日用品、服飾等多個品類。淘寶方面，寵物帶貨能力同樣強大。網紅主播李佳琦的狗狗，一條白色的比熊犬在今年 2、3 月的時候曾兩次帶貨彩妝眼影。2 月首發帶貨時，16 萬盤眼影是秒空狀態；3 月第二次銷售，10 分鐘內又是賣到脫銷；當月該款眼影銷量達 45 萬筆。

廣州電商主播人數突破 12 萬

香港文匯報訊 據中新社消息，「2020 直播電商產業年會」昨日在廣州開幕，其間發布全國性的直播電商標準。數據顯示，廣州（電商）直播總人數突破 12 萬。

會上，中國商業聯合會發布了全國性的直播電商標準——《直播購物運營和服務基本規範》，從直播電商前、中、後台運行、採購供應鏈、貨主方、信息方、資金方等不同維度進行了規範，形成行業標準規範與有效監管。

會議期間發布的《2020 直播電商產業趨勢觀察報告》顯示，廣東的直播 APP 企業和 MCN（一種網紅經濟運作模式）機構數量在內地排名第一，廣州已成一線城市中的直播之城，今年 2 月以

來，直播用戶激增四倍，開播場次、觀看人次和購買力均排名內地第一。

擁「前播後產」便利條件

截至今年 6 月，廣州直播總人數突破 12 萬，是內地開淘寶直播商家最多的城市。此外，廣州是淘寶、抖音、快手近半年 TOP 100 直播間開播場次及地名最多的城市，也是網絡直播需求最大的城市，直播電商政策扶持力度也處於領先位置。該市出台了《廣州市直播電商發展行動方案（2020—2022 年）》，並啟動了 2020 廣州直播帶貨年、首屆直播節等活動。

據介紹，廣州擁有輻射全球的 644 個

專業批發市場，聯通 220 多個國家和地區的貿易網絡，形成了強大的產業集聚和供應鏈體系，為直播帶貨提供了「前播後產」的便利條件。淘寶大數據顯示，目前直播間每賣出 100 件商品，有超過 30 件是來自廣州及周邊地區的，特別是在服裝和美妆品類中，廣州更是各直播間首選的貨源地，可謂是「千年商都，萬商直播」。目前，淘寶直播生態基地已落戶廣州，以「人、貨、場」為核心要素的直播電商產業鏈逐步成型。

品牌中國戰略規劃院副院長常繼生表示，直播電商與傳統流量平台的結合，與產業要素的有機融合，與全球化發展的供需匹配，是新的發展機遇。

OpenRice 感謝祭 20 元訂大餐

香港文匯報訊 OpenRice（開飯喇）網上訂座服務邁向第 10 年，原來十年來已經超過 180 萬人曾經訂座，為回饋會員支持，由即日開始

至 11 月 15 日期間，OpenRice 推出 20 元快閃訂餐——僅以 20 元就可以搶購近一萬套的佳餚或套餐。不過要留意，名額每周有限，先到先得，售完即止。



市民只需在 OpenRice 平台訂座並同時訂餐，就可以 20 元的價錢，搶購來自 50 間餐廳所提供的超級美食。

該「網上訂座感謝祭」將每星期推出一個美食主題，8 個星期每周的美食主題分別為：日本菜、火鍋、西餐、亞洲菜、Cafe、麻辣、海鮮及燒烤。逢星期一指定時間，大家只需在 OpenRice 平台訂座並同時訂餐，就可以 20 元的價錢，搶購來自 50 間餐廳所提供的超級美食，包括雞煲放題、生蠔海鮮盤、鐵板黑毛牛、龍蝦套餐等等。

滴滴傳夥比亞迪產定製電動車

香港文匯報訊 內地網約車巨頭滴滴出行與汽車製造商比亞迪合作，為滴滴運輸業務生產定製的電動汽車。彭博社引述知情人士透露，兩家公司已經試產了一批定製電動汽車。一位知情人士說，因為還在試驗，將來要生產的汽車數量尚待確定。

現有超過 96.9 萬輛電動汽車在其客運服務中註冊，約佔全國電動汽車所有者總數的三分之一。

擬租車予「跑滴滴」司機

據悉，滴滴早在 2018 年就表示有意與汽車製造商合作，為其共乘出行服務生產定製的電動汽車。滴滴的這項服務在內地市場佔主導地位，Uber Technologies Inc. 也是其投資者之一。該公司 4 月發布的白皮書顯示，已

製造和使用自己的汽車將使滴滴能夠更好地管理運營車輛的質量，也能讓該公司加強對司機隊伍的控制。目前，司機可以從第三方租賃公司租車「跑滴滴」。通過擁有和管理汽車，滴滴可以更好地掌握司機動向。

此舉還可能為滴滴在日後進軍自動駕駛汽車做準備，屆時該公司可能需要完全掌控自己的車隊。比亞迪是內地最大的電動汽車生產商之一，去年售出 45.1 萬輛汽車。巴菲特的柏克夏特該公司 24.6% 股份，是最大股東。

跨境支付平台 dLocal 獲 2 億美元融資

香港文匯報訊 跨境支付平台 dLocal 昨宣布獲得現有投資者泛大西洋投資 (General Atlantic) 再度注資 2 億美元，以及新投資者 Addition 跟投。完成本輪融資之後，dLocal 最新估值達到 12 億美元，成為烏拉圭第一家獨角獸公司，同時也是拉丁美洲估值最高的金融科技公司之一。

在未來 18 個月主要針對中、非洲和東南亞國家中的 13 個新興市場。

dLocal 將利用新資金來加速全球業務擴張，

自 2016 年於烏拉圭成立以來，dLocal 過去 4 年的自然年增長達到 100% 以上。公司目前為 20 個國家的 450 個商戶提供服務，並且能對接超過 300 多種其他支付方式。dLocal 的近期發展趨勢良好，成功在高增長市場如印度、墨西哥、尼日利亞和南非等地獲得新業務增長。