雅芳婷許章榮博士:力求紡織行業的創新進步



■許章榮博士做枕頭起家,現在枕頭依然是皇牌產品之一

許章榮的創新產品與進步(部分)	
年份	創新
1973	創立雅芳婷前身「章記枕頭床褥」
1983	改名為雅芳婷,發明「多用被」
1991	雅芳婷進軍內地市場
1994	發明「睡之錦囊」
1996	發明「專業™枕」
2002	全球首間「睡眠科技館」開幕
2005	專利設計「連心被」
2006	惠州建床墊、被芯生產基地
2008	推出「鴛鴦被」
2012	專利發明「飛天多寶」
2014	專利「點對點紓壓系統」
2016	發明「智環寶床單」
2021	獨家代理「AMIC」

編者按:創辦雅芳婷已有 接近半個世紀的香港紡織商 會名譽會長許 章榮博士,早 已奠定床上用品業界的老行 尊地位,但他仍然一直研發 創新產品,在市場上推陳出 新。本報今期就雅芳婷創新 研發心得及業界未來發展路 向,邀許博士特別撰文作介 紹,題目為「紡織行業的創 新進步」。

自從七十年代起,我從事製造和零售床上用 品行業已有五十年,並在八十年代初創立了「雅 芳婷」品牌。當年,香港的普羅市民,要麼自己 買布料車縫床單被袋枕套,要麼買內地生產、設 計單調、紗支粗糙的低檔床上用品。當年亦有少 量進口的床上用品可供選擇,但尺寸與香港通行 的不符,而且價格高昂,屬於當時的奢侈品。因 此在我看到歐洲泊來設計精美、布料幼滑的床上 用品時,就決心打造一個香港品牌,設計出中國 人喜歡的花款,用同樣細滑的布料,製作出普通 市民都用得起的床上用品。

幾十年來,我秉持兩個宗旨,一是品質上 乘,二是產品創新。雅芳婷的品質,是有口皆 碑的;創新方面,我花費了大量精力,取得不 少專利,有好幾種專利產品都受到消費者喜 想產品創新、為消費者帶來方便,也想想如何 回饋社會,從消費者的角度出發去考慮產品的 實用性,從而減少浪費,為環保出一分力。

創新來自靈感,靈感來自專注,來自熱誠, 不斷找出原設計的不足之處,例如體會到換被 芯的麻煩和困難,便設計出「連心被」,希望 幫助用家輕鬆更換被芯,同時把被芯固定,免 除被芯「四處走」的煩惱。看見坊間枕頭林林 花時間研究枕頭的設計,始發現側睡時枕頭要 更高才能提供足夠承托,因此一個枕頭至少要 有兩個高度,於是發明了「專業枕」,本會兩 枕頭,為許多用家解決了側睡的問題。發明和 創新需要花費相當的製作成本, 艱辛地推廣新

概念,尋找消費者真正的想法,相當不容易 千百個發明,能有一個在商業上成功,就很了

最近,我專注研究的,是將抗疫防病毒功能 加入家紡產品,讓用家睡得安心,希望對抗 疫、對大家的健康都有得着。「雅芳婷」成功 獨家代理的澳洲 HealthGuard「AMIC」是目 前最全面消除病毒細菌而且對人體和環境安全 無害的物料,十分適宜黏附於紡織品的纖維 上,是家庭紡織品和服裝最合用的附加物料, 而且是時下芸芸的抗疫防病毒物料中,得到最 強的認證之一。據澳洲墨爾本大學和皇家墨爾 本醫院聯合成立的研究院 The Peter Doherty Institute 的報告,「AMIC」可於短時間內顯著 破壞SARS-COV-2(COVID-19新冠病毒)的 活性,是少數用人類活體病毒作檢測的機構; 瑞士OEKO-TEX® (ACP) 認證對「人體無 害」。雅芳婷正在使用含AMIC的布料製作抗 疫床上用品,供家庭用途;製作抗疫椅墊,供 餐廳酒樓和辦公室等場所使用,並將推出抗疫 商旅睡袋。經過是次疫症的啟示,大家的衞生 意識經已大大提高,我深信日後防疫更是生活

目前世界潮流,正在科技發展帶動下,各行 設計業和對紡織時裝貢獻良多的理工大學紡織 系;而且背靠內地有基礎雄厚的紡織工業供應 鏈,也在不斷提升產品結構。在此有利的環境 代年輕人不可錯過機遇。

環保是世界目前最重要的議題之一。「減少

預

測

濟

取

強



■雖然疫情對業務影響輕微,但許博士仍希望 政府抗疫措施日後可以考慮周詳才推行。

污染,清潔能源,持續發展」是任何行業都必須 重視的工作,我們紡織業界也一樣要積極配合地 球和中國持續發展的需要。在我的經驗中,以往 內地有個別地區,個別人士在執行環保法例上存 有偏差的疑點,希望日後會逐步改善。

目前內地市場已非常成熟,零售上軌道,銷 售渠道百花齊放,形成多樣化市場。中央提 出「雙循環」的大戰略,我們需因應時勢發 展,加強內地銷售。

疫情對香港經濟民生造成的影響,大家有目 共睹,慶幸床上用品業或説雅芳婷業務的影 響,比其他行業如餐飲酒店等較輕微。看到政 府在防疫方面做了大量工作,包括設立了檢測 中心、突擊封鎖地區等;也下了大力度挽救經 濟,例如資助市民和直接資助受影響行業,但 有些政策恐怕精準細緻度不足,例如酒樓餐廳 禁晚市, 對經濟和心理的打擊遠遠高於政府的 估計,望日後有新措施推出時,要平衡各方需 要,全面考慮周詳才推行。

香港紡織商會名譽會長 雅芳婷主席 許章榮博士

IP 聯名風行 中小企如何參與盛宴?



越來越多服裝品牌與其他IP 速度。這一群人的購買力超 (Intellectual Property,或譯 「知識產權」)授權「聯名」 (又稱「聯乘」) 現象,例如 名創優品與迪士尼及 Hello Kitty等知名卡通人物合作推

出商品,獲得迪士尼旗下多個IP的官方授權,包 括漫威、冰雪奇緣、花木蘭和米奇米妮等。台灣 地區服飾品牌PAZZO與知名藝人楊丞琳的聯名 合作推出商品,進而成功打造話題。在內地,優 衣庫 x KAWS系列,上架3秒即告售盡,帶動優 衣庫品牌搜索量在天貓增長37倍。優衣庫的衣服 質量確實不錯,但不至於令人搶奪那麼瘋狂,背 後除品牌的忠誠用戶,就是出於這個藝術IP本身 的魅力,更多人是衝着他本身的藝術作品的魅力

究竟什麼是「聯名」?為什麼大家都在「聯 名」?聯名又能夠帶來什麼效益呢?

聯名策略能夠創造出的效果是利用「某一品牌 的知名度來提升另一品牌的知名度」,形成一種 相輔相成的現象。此外,兩個品牌間的相互導為品牌特色的原因。 流,也能夠拓展兩者各自的市場規模。而「聯 名」也不只是掛名而已,更重要的是兩個品牌共

同研發新產品創造話題與新商機。 隨着互聯網工具的興起,IP授權聯名成為2021 年服裝行業轉型採取的重要方向之一、產品附加 值的重要方式。其中四個主要關鍵如下:

Z世代

內地是全球最大的服裝消費市場之一,而以90 後、00後為代表的新中產正成為時代的消費主 力,他們勇於接受新事物。由以李寧,GXG,太 平鳥等為首的國產品牌們、到以LV,PRADA, GUCCI為首的國際奢侈品牌,都選擇了中國Z 世代熱愛追捧的代言人。

情感需求

矛盾地,內地年輕消費者既追隨大眾,亦堅持 自我,一邊喜歡去網紅店、熱門景點打卡;一邊 也沉迷二次元動漫,異域文化不在乎旁人的異樣 眼光。例如數據顯示,目前全國「漢服」消費群 體超過200萬,其中絕大部分是90後00後年輕人 群,但這樣一個相對小眾的群體支撐的銷售總規 模在20億美元以上,並且每年保持着翻倍的增長

強,對於特定文化符號的追求 力亦高。聯名,不僅為了以年 輕的方式,營銷產品和內容, 更需要將產品和年輕人的生活 和獨特個性深度結合,以滿足 他們的物質需求的同時,也重 視情感聯結

弱化固定標籤

參考附圖,你會發現,有很 多商業體用審美層次和風格傾 向來劃分消費群體,IP聯名正 好滿足了審美需求。-覺醒和消費升級的時代來臨 對於人、貨、場景都有着絕對 的視覺要求。藝術IP正好滿 足了基礎的審美需求。另外,

從一個IP的原創到視覺表達形成的文化符號,恰 好可以很好的詮釋產品或品牌消費場景和消費用 戶畫像。這也是現在的商業體更多把圖像風格作

IP聯名如何改變品牌固有形象? 從精緻的包裝、 堅持現代化、簡 约自然·高品質



數碼智能製造

未來服裝生產將走向數字化時代。不論是設計 軟件、3D打樣、新材料、新工藝、數字化解決 方案、服裝應用軟件,傳統手工都終將被智能化勢,為生意打開一條新路。 作業所取代。

■名創優品門市陳列的漫威IP聯名產品,該企業的策略是用品牌效

應吸引消費者眼球,從而迎合市場發展大方向

但改變是需要代價的,絕大多數同業依舊是在 觀望。對於大多數中小企同業而言,智能化水平 仍在起步,更多則是淺嚐輒止,停留在簡單的管 理系統。想要盈利能力較弱的企業付出高額成本 實施改造的想法似乎難以實行。

本會建議同業可參考目前內地新興的IP授權交 易平台,具有集知識產權註冊、IP授權、版權維 權於一體的文化IP經營平台。好處如下:

網絡完善:平台通常與版權持有者已達成合 作,為IP持有人提供版權登記、授權交易、市 場維權等一站式IP授權運營服務。有些平台甚 至已與歐美版權持有機構達成中國戰略合作夥 伴關係。

經驗豐富:平台有為企業及版權持有人配對的 經驗,除了在達成授權情況下維護雙方合法權 益,也有案例學習服務,提供合作供應鏈及品牌 的歷史案例及營銷玩法,供製造商學習。

電子化管理系統:平台有數碼管理系統,除 了可以預先完成樣品IP預覽,完成產品打樣, 服裝製造商可以節省時間,以系統即時驗收 「成品」。

當服裝行業由傳統零售模式向「訂製化」轉 型,同業不妨參考一下這種目前新興的服裝趨

香港紡織商會

全球經濟增長預測 國別地區 2021年 2021年 2022年 全球 5.5 4.2 0.3 0.0 先進經濟體 4.3 3.1 0.4 0.2 2.5 5.1 -0.4 美國 歐元區 0.5 日本 3.1 2.4 0.7 新興市場及 6.3 5.0 0.3 -0.1 -0.1 -0.2 8.1 5.6 中國 印度 11.5 6.8 2.7 -1.2俄羅斯 3.0 3.9 0.2 1.6 7.5 6.1 0.4 1.0 6.7 9.2

國際貨幣基金組織(IMF)發表最新一期《世界經濟展望》報 告,預期疫苗接種及更多財政刺激措施,將緩和疫情的影響, 將全球2021年經濟增長預測上調至5.5%,較去年10月的預測 上修0.3個百分點,而2022年的全球經濟預計將增長4.2%。 IMF又將2020年全球經濟增長,由原先預測的收縮4.4%,上 修至收縮3.5%,上調幅度達0.9個百分點。報告稱,這主要由 於2020年下半年的表現勝過原先預期。

美國預測調高至5.1% 37年最勁

受惠於經濟刺激措施,IMF將美國2021年經濟增長預測,由 原先估計的3.1%上調至5.1%,而這可望是1984年以來最強的 按年升幅。至於2022年的美國經濟增長預計為2.5%。歐元區 方面,IMF預測其經濟在2020年收縮7.2%後,在今年增長 4.2%,後者升幅較去年10月的預測,下修了1個百分點,而明 年增長為3.6%。發達國家紛紛於2021年推出規模龐大的財政 支持,包括美日最近公布的計劃和「歐盟下一代」復甦基金的 推出。這些財政支持將促進發達國家的經濟活動,並對貿易夥 伴產生溢出效應。隨着經濟不斷復甦,財政收入將自動增加, 財政支出也將自動減少,預計大多數國家 2021 年財政赤字將 收窄。亞洲方面,IMF將日本2020年及2021年的經濟預測, 由分別收縮5.3%及增長2.3%,調整為收縮5.1%及增長3.1%, 明年則預估為增長2.4%。不過IMF將中國今年增長預測,輕 微下修0.1個百分點至8.1%,並預測明年增長為5.6%。

但在上述好消息傳來的同時,也存在着一些重大不利因素, 包括2020年底感染人數(含新變異病毒感染人數)激增、封鎖措 施重啟、分發疫苗面臨物流問題、 接種疫苗存在不確定性等。 為減小2020年經濟嚴重收縮帶來的持久損害、確保經濟持續復 甦,各國在衞生和經濟政策方面還有很多工作要做。

香港紡織商會 謝軒

香港助力外循環 港企 內企「併船出海」

「十四五」規劃下,國家正加快建構以「國內大 及生產優勢,能夠為業務灌注全新動力。 循環」為主體、國內國際「雙循環」相互促進的新 格局。今年兩會期間,筆者向中央建議,充分發揮 香港與國際接軌的優勢,港企與內企拍住上,合力 將「中國產品」、「中國品牌」推向國際,為港企創 出新商機,為內企開拓更大的市場,尤其是東盟、 「一帶一路」國家。

港企內企併船出海 中國品牌走出去

中國是世界第二大經濟體,擁有完整產業鏈和4 億的中等收入群體,兼自主創新力不斷上升,很多 中國企業積極尋求由「中國產品」到「全球品牌」 的高質量發展。據中國海關總署數據顯示,2019年 中國自主品牌商品出口2.9萬億元,增長12%。可以 預視「中國品牌」會逐步成為優質產品的代名詞, 與歐美日同樣品牌並駕齊驅。

筆者在北京兩會期間向中央建議,鼓勵港企、內 企對接「併船出海」,將有利「中國品牌」走出 去。以紡織製衣業為例,已有多個內企港企兩強結 合的成功例子,他們善用港企原來的優秀管理團 隊,以及海外商業網絡和經驗,加上內企擁有資金 議,希望國家加快推動進程。

至於「借船出海」,即內企以收購海外品牌的方 式,走向國際舞台,香港的專業服務業更可助一臂 之力,包括在會計、金融、法律和諮詢等專業方 面,協助內企籌資融資、業務開拓、税務籌劃和風 險管理,相信在東盟、「一帶一路」等國家,尤其 有市場機遇。

促香港盡快加入 RCEP 鞏固門戶角色

亞洲經濟一體化是長期發展趨勢。去年底,國家 與東盟、韓國、日本、新西蘭、澳洲共十五個亞太 國家正式簽署RCEP。RCEP佔全球貿易額及人口 約三分一,是全球最大的自貿區。亞洲勢將成為最 重要的國際貿易板塊,區內的人流貨流必大大增 長。上月發表的 DHL 香港空運貿易領先指數 (DTI) 顯示,三分之二的本港空運用家同意,若 香港加入 RCEP, 可為其業務帶來益處。筆者自 2018年便倡議香港加入RCEP,因此,筆者對特區 政府多次表達加入意願,商務部亦表明積極支持香 港盡早加入,感到十分鼓舞,亦會在兩會期間提

筆者建議,國家提供政策措施,以支持不斷完善通 關、税收、支付、海外倉建設等環節,而香港亦可發 揮積極作用。香港是國際航運中心,亞太航班網絡非 常完善,香港國際機場將入股珠海機場,這都有利發 展成為電子商務貨運中心。建議把香港納入海外倉網

絡之中,針對東盟、「一帶一路」國家等新興市場,

且鞏固香港作為對外貿易平台的角色。

國家主席習近平和商務部表示,目前中方正就加 入CPTPP一事作積極研究。CPTPP涵蓋全球13.5% 人口,剛脱歐的英國亦有意加入。筆者認為,下一 步,香港亦應積極研究加入CPTPP,相信一旦成 事,將進一步優化國家對外貿易和投資布局,有利 國家高水平對外開放。

香港一直都是亞洲國際金融中心及航運中心,人 流、物流及資金流自由進出,同時也是國家的南大 門。面對當前的無限機遇,香港絕對沒有缺席的理 由,加入RCEP或者CPTPP,都只會是宜早不宜 遲,才能助力外循環,鞏固自身門戶角色,繼續貢 獻國家發展。

> 港區全國人大代表 香港紡織業聯會會長 香港紡織商會永遠榮譽會長 陳亨利

