

# D22 商业

7月,由香港贸易发展局主办的第19届香港时装节春夏系列揭幕,一连四天在香港会议展览中心举行,吸引了来自21个国家和地区,超过1250家参展商,大会为展览组织了87个来自70个国家和地区的买家团,超过4600名买家到展览会参与采购。今年,香港时装节春夏系列设有五个地区展馆:中国内地、印度、印度尼西亚、中国澳门及台湾,并新增两个展区“时尚首饰世界”和“围巾廊”专区。

本版采写/摄影 新京报记者 曲亭亦



香港时装节春夏系列新增的“时尚首饰世界”专区。对年轻设计师来说,这也是个很好的品牌展示机会。

## 第19届香港时装节春夏系列上月揭幕,新增“时尚首饰世界”和“围巾廊”专区 年轻设计师向新兴市场突围

与香港时装节秋冬系列相比,春夏系列更加安静,少了前来捧场的明星,反而更能静下心来感受这里井井有条的交易气氛。香港时装周已有40多年历史,其中春夏系列开始得稍微晚些,如今也是第19届了。

香港贸发局副局长周启良说:“制衣业是香港经济的重要命脉,来自全球的买家都会来港采购服装及配饰;同时,本地时装界积极培育新秀,与本港制衣业相辅相成

——而香港时装节是国际时装业界一个重要的商贸平台,多元化的商贸活动让买家、参展商及业界代表聚首一堂。”

今年,日本企业是展会的重要亮点。大会邀请了日本国际时装中心株式会社12名日本设计师来港。在培育设计师方面,香港时装节春夏系列期间,举行多场时装汇演,包括3位最近三届“香港青年时装设计家创作表演赛”的获奖者及决赛入围者。为推动设计师创作高质时装注

入减废理念,让亚洲时装业可持续发展,香港非牟利组织Redress于时装节上演“衣酷适再生时尚设计”总决赛,展示由六位新晋设计精英打破传统时装的框架,以剩余布料结合再造设计技术制成的作品。

据悉,2011年香港服装及衣服配件的整体出口总值为1906亿港元。2012年头五个月的出口总值为621亿港元,五个主要出口市场为美国、德国、英国、日本和中国内地。

### ■ 对话 —— 香港贸易发展局发言人

## 年轻设计师的进阶平台

新京报:上世纪八九十年代,正值香港制衣业蓬勃发展之际,香港时装周增加了春夏系列,这些年来,时装周的特点和侧重是否已有不同?

答:上世纪八九十年代,在时装周秋冬系列期间举行的“香港青年时装设计家创作表演赛”(YDC),便是发掘本地设计新星的重点活动。而香港时装周春夏系列,对年轻设计师来说,也可视为一个进阶平台。很多厂商都明白,发展品牌是很多行业的大趋势,时装行业亦不例外。所以,香港贸发局早于约10年前,就于香港时装周秋冬系列同期举办香港国际时尚荟萃(World Boutique),专为推广品牌而设,集中世界各地的品牌进行展示和推广。

新京报:很多参展商接受采访时,表示受欧债危机影响,本届时装周多了几分“冷清”,尤其是欧洲参展商减少,贸发局如何降低这种影响?

答:贸发局亦通过推出多项

措施,协助参展商接触买家,包括商贸配对、组织海外买家团来港采购。比如有泰国的百货公司,通过贸发局安排的商贸配对,与香港两个年轻品牌洽商。虽然外围环境因素带来挑战,但我们相信,设计师凭他们出色的设计及合适的市场定位,也可突围而出。例如有香港标榜手造时尚首饰的设计师,便通过这次参展,成功取得最少6张来自新兴市场的订单。

新京报:当下中国内地也不乏各种时装周和交易会,香港时装周的优势是什么?

答:作为推广香港对外贸易的法定机构,香港贸发局每年都会组织不同规模的参展团,到内地及世界不同的城市参展,其中,贸发局参与中国国际服装服饰博览会(CHIC)已有多多年。本局拥有世界级的展览设施及配套,并组织大型海外买家团来港采购、为买家及展商提供商贸配对,加上不同的业界活动,为展商及买家缔造了不少商机。

## 环保和网购快速兴起

新京报:这几年来参加时装周的买家有什么特点?

答:贸发局为协助参展商接触更多海外买家,今年组织了更多买家团访港,并积极接触来自新兴市场的买家,包括印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、俄罗斯及土耳其等地,如俄罗斯的Soda及Paninte等。鉴于网上销售市场庞大,贸发局亦邀请了零售网站、连锁店等买家访港。

新京报:内地参展商和买家有哪些特点?

答:不能一概而论。有些来自内地如北京、上海及天津等城市较大的百货业采购商,他们希望找到独特的设计师品牌,颜色、风格或款式方面大胆一点他们也能接受,对高档次及价格产品的接受能力也很高。而一些来自黑龙江及湖北等二线城市的买家,他们会偏向购买较实际及价格相宜的产品。

参展商方面,内地来港参展的展商亦不乏大型制衣公司,如佛山市的牛仔装很有名,并在时

装节呈献了一场牛仔时装秀。

新京报:近年来,香港的时尚产业和市场有哪些特点和变化?

答:内销市场增长强劲,一些大的品牌,如C&A、Uniqlo、H&M等争相在内地不同的城市落户。2011年,Hollister、FOREVER 21这些大品牌都于香港设立旗舰店,他们也视香港为进军内地市场的跳板。

环保概念大行其道,顾客对时装是否注入环保或减废概念也更加关注,一些大的品牌如Nike、Adidas、H&M、C&A等,均增加其有机棉时装的分类。而童装及相关服饰的市场也潜力很大。

网购及网上推广势不可挡,根据中国互联网络信息中心(CNNIC)数据显示,2011年中国网上购物的交易额达7500亿元人民币,64%的网民于去年曾购买服装。互联网发达亦带动了“个人度身服”(customised clothing)的流行,香港时装业也不会忽视这个趋势。

# 在城市中寻找 一片湖泊 一座城堡

城堡兴建的绿色蔬菜大棚,为餐厅提供无公害蔬菜,散养柴鸡、朝鲜罗先市直供海鲜、烤全羊等让您在酒店享受健康美食,漫步在城堡湖畔,品味原生态的浪漫与激情。

西式品酒、临湖烧烤、庭院温泉、家庭聚会、商旅会议、城堡文化导游,尽在拉斐特城堡酒店。

**咨询热线**  
69750200、69750222、89758866-8668/8677  
[www.bjlaffitte-hotel.com](http://www.bjlaffitte-hotel.com)