

香港時尚家品家紡展及香港時裝節締結環球商機

調查顯示逾六成業界料未來兩年銷售額上升

- **香港時尚家品家紡展**（Home InStyle）及**香港時裝節**（Fashion InStyle）今日圓滿結束，兩展匯聚環球創意設計，成功吸引來自 100 個國家及地區、約 24,000 名買家參與；
- 非本地買家主要來自中國內地、日本、印尼、台灣及美國；
- 根據大會調查顯示，逾六成受訪者認為其產品的整體銷售額在未來 12 至 24 個月內會上升；
- 市場方面，家品展受訪者認為中東、中國內地和東盟市場的銷售前景理想，而時裝節的受訪者則認為是台灣、拉丁美洲及東盟。

由香港貿易發展局（香港貿發局）舉辦的**香港時尚家品家紡展**（Home InStyle）及**香港時裝節**（Fashion InStyle）今天在香港會議展覽中心圓滿結束。兩展四天展期合共吸引來自 100 個國家及地區、約 24,000 名買家親臨參觀及採購，主要來自中國內地、日本、印尼、台灣及美國；環球買家踴躍參與足證香港是亞洲創意之都。

香港貿發局副總裁張淑芬表示：「今年大會同期舉行**香港時尚家品家紡展**及**香港時裝節**，匯聚環球最新的家居和時尚生活產品，吸引多個國家及地區的專業買手及買家團親臨採購，例如知名時裝網購集團 Zalora、法國的 Glop Studio、土耳其的家樂福、巴西的 Hometeka do Brasil S/A、韓國的現代百貨公司及泰國的 The Mall Group 等，為業界締造跨領域商機。香港貿發局一直積極推動時尚生活及創意產業的發展，並將於今年九月繼續舉辦時尚盛事 CENTRESTAGE、香港貿發局香港鐘表展及國際名表薈萃，承接兩展持續為香港時尚及創意產業注入新動力，凸顯香港作為亞洲創意之都的地位。」

調查顯示業界預期銷售額會上升

大會委託獨立調查機構在兩展期間訪問約 740 名參展商及買家，逾六成(64%)受訪者認為，其產品的整體銷售額在未來 12 至 24 個月內會上升。

36%家品展受訪者認為今年經營上最大機遇為電子商貿帶來的新商機；42%時裝節的受訪者認為最大機遇在消費能力復甦。

產品趨勢方面，家品展受訪者認為廚具及餐具(22%)最具增長潛力，而簡約設計(25%)、智慧家居(24%)及環保節能產品(22%)將會是今年大行其道的潮流趨勢。時裝節的受訪者則認為休閒穿搭(35%)及女裝(33%)產品最具增長潛力。

市場方面，家品展受訪者認為中東(89%)、中國內地(79%)和東盟(76%)市場的銷售前景理想，而時裝節的受訪者則認為台灣(75%)、拉丁美洲(74%)及東盟(72%)的銷售前景理想。

家品家紡展商廣建商網開拓新市場

家品家紡展及時裝節成功吸引來自 17 個國家及地區，涵蓋中國內地、東盟及中東等新興市場，逾 2,200 家展商參與。兩展一直緊貼可持續發展的產品趨勢，搜羅各地環保產品，當中家品展正好回應昨日生效的即棄餐具「走塑」管制措施，協助業界採購替代品。

香港永續生活有限公司的隨行折疊餐具套裝可代替即棄餐具，是家品家紡展的焦點產品之一，其總監兼聯合創辦人唐宇行樂見參展成績：「一位德國買家將成為我們在德國及英國的獨家分銷商，並會訂 10,000 套產品，總值 136,500 美元。我們還找到韓國、新加坡及美國的潛在分銷商，以及台灣及香港的潛在買家，展前的宣傳報導亦吸引四位本地買家跟我們洽談合作。」另外，首度參展的沙特阿拉伯展商 Plastic Manufacturing House Co 認識了南美、加拿大、歐洲、摩洛哥、菲律賓、中國內地及香港的買家，相信很大機會與摩洛哥買家達成 40 萬港元（5.1 萬美元）的交易。

買家方面，來自印尼的買家 Mulianingsih 計劃採購總值超過 40 萬美元的膠箱及玻璃食物盒，「今次在香港時尚家品家紡展可直接向供應商以較低價格採購到新產品，不用側重於雅加達的分銷商。我又透過『商對易』物色了兩個膠箱及食物盒的供應商，並已訂了樣本。香港時尚家品家紡展及香港時裝節同場舉行是一個很好的安排，方便我同時採購時尚配飾。」

環球時裝買手到場積極採購線上平台促交流

台灣文創事業發展協會帶領五個品牌及兩位珠寶設計師於香港時裝節參展，協會監事薛盛元稱，藉展會接觸到超過 30 個來自中國內地、印度、印尼、緬甸、俄羅斯、新加坡、西班牙、瑞典、越南等地的潛在客戶，估計可以獲得 20 萬美金以上的訂單，他表示：「這次參展的成果非常符合我們預期，這展覽是讓台灣品牌接觸國際市場的捷徑。」

新加坡網購女裝品牌 Saturday Club 的首席營運總監英子禾到訪香港時裝節採購，物色了兩家供應商，包括運動時尚展區內一家提供瑜伽服等運動服裝的展商，並計劃訂購約 5,000 件產品，他又表示：「我對展會的印象很好，當中商務配對服務 Click2Match 非常有用，讓我們在抵達展會前就可以鎖定跟哪些供應商洽談，我一定會推薦行內的企業參觀這個展會。」

兩項展覽以「展覽+」（EXHIBITION+）線上線下模式舉行，除了實體展覽外，買賣雙方可透過智能商貿配對平台「商對易」（Click2Match）商談合作。

香港貿發局四月時尚展的其他精彩展覽將接連登場，**香港禮品及贈品展**將於 4 月 27 日至 30 日在會展舉行；**香港國際印刷及包裝展**及**首屆香港奢侈品包裝展**於同期在亞洲國際博覽館舉行；**香港國際授權展**及**亞洲授權業會議**則於 4 月 27 至 29 日在會展舉行。以上五項活動締造跨行業商機，為業界帶來更大協同效應。