

新聞稿

2025/30/04

貿發局七大時尚生活及授權盛事吸引約 100,000 名環球買家

多元商貿展締結跨領域商機 助展商提升貿易韌性、拓新市場

- 七大時尚生活及授權盛事今日圓滿結束，各展會買家數目錄得全線上升，吸引來自 131 個國家及地區、約 100,000 名買家親臨採購
- 非本地買家主要來自中國內地、台灣和馬來西亞，彰顯香港作為國際商貿平台的影響力
- 現場問卷調查顯示，近半（49.2%）受訪者預計未來一至兩年整體銷售額將會上升

由香港貿易發展局（香港貿發局）舉辦的七項涵蓋時尚生活產品及授權領域的活動今日圓滿結束，各展會買家數目錄得全線上升，共吸引來自 131 個國家及地區、約 100,000 名買家親臨參觀和洽商，當中：**香港禮品及贈品展（禮品展）**約 36,000 名買家、**香港時尚家品及家紡展（Home InStyle）**逾 20,000 名買家、**香港時裝節（Fashion InStyle）**逾 11,000 名買家、**香港國際印刷及包裝展（印包展）**及**香港奢侈品包裝展**逾 11,000 名買家，**香港國際授權展**逾 20,000 名買家；而**亞洲授權業會議**亦邀請了近 20 名國際授權業翹楚擔任講者。六項展覽的非本地買家主要來自中國內地、台灣和馬來西亞，彰顯香港作為國際商貿平台的影響力。

香港貿發局副總裁**張淑芬**表示：「貿發局在四月底舉辦的七大盛事雲集逾 30 個國家及地區、約 6,000 家展商。儘管環球經貿狀況仍充滿挑戰，我們一直積極招攬全球買家，提升貿易韌性，協助展商站穩陣腳，開拓新市場包括中東及東盟地區。貿發局繼續致力促進跨界別的國際商貿合作，鞏固香港作為國際商貿中心的地位，展示香港內聯外通的獨特優勢。」

近半受訪者預期銷售額上升

為更深入了解時尚生活產品的行業趨勢，香港貿發局在**禮品展**、**Home InStyle** 及 **Fashion InStyle** 期間向 1,583 名參展商和買家進行問卷調查。重點市場展望及產品趨勢的結果如下：

- 近半（49.2%）受訪者預計未來一至兩年整體銷售額將會上升，44.5%受訪者預計持平；受訪者認為今年三大經營挑戰是保護主義貿易政策（45.7%）、環球經濟波動（43.3%），以及通貨膨脹（32.0%）。
- 受訪者認為其產品在未來兩年於以下目標銷售市場的增長前景為理想及非常理想：中國內地（77.3%）、印度（74.2%）、台灣（67.6%）、韓國（66.4%）及東盟國家（65.8%）。
- 以下為受訪者正積極開拓的市場：歐洲（30.5%）、東盟國家（17.2%）、日本（13.1%）、北美洲（12.3%）、韓國（9.5%）。
- 在禮品及贈品市場中，受訪者認為文創禮品（17.6%）、科技禮品（17.0%），以及時尚飾品（16.9%）最具增長潛力。
- 在家具及家品市場中，受訪者認為最具增長潛力的是智能家居科技（21.0%）、設計家具家品（17.0%）以及廚具及餐具（15.7%）。
- 受訪者認為女裝（40.3%）、休閒穿搭（39.1%），以及時尚配飾（32.0%）在時裝市場中最具增長潛力。

七大盛事締造協同效應發掘新市場商機

貿發局七大活動展期涵蓋禮品、家品、時裝、印刷及包裝及 IP 授權多個領域，為參展商及買家開拓跨領域的新機遇。**Home InStyle** 香港展商**香港仁利實業有限公司**業務策略經理**盧定宇**分享：「今年展位迎來的新買家較去年增加一倍，主要來自亞洲、中東及南美，更吸引到時裝買家採購及兒童產品參展商商討合作開發環保餐具，預計展會將帶來大約 10 萬美元的銷售額。」

禮品展期間，來自德國 **Know How International GmbH & Co KG** 買家 **Michael Baumann** 表示：「我在不同的國家採購紀念品和贈品，包括印度、越南、孟加拉和中國內地。我的客人主要來自歐洲，包括一個歐洲足球聯賽贊助商。在展會我物色到來自中國內地的運動袋供應商和再生紙盒供應商，以及來自香港的金屬紀念品供應商，潛在訂單總額約為 230 萬至 280 萬美元。另外，我對一家中國內地參展商的授權卡通人物很感興趣，潛在訂單金額約 60 萬美元。」

面對環球貿易市場的挑戰，展商均積極拓展市場多元化和新客源。香港展商**滙賢集團有限公司**參與禮品展已有 17 年，專注研發環保材質袋類產品。其電子商務市場推廣部經理**崔曉恩**表示：「美國新關稅政策影響了我們 10% 的出口份額，

現階段將更聚焦亞洲市場；禮品展讓我們接觸來自日本、新加坡及台灣的買家，中長期計劃拓展澳洲與歐洲市場。同期的展覽帶動了時裝及家品買家到訪，首日已落實數張亞洲訂單，預期展會將帶來超過 50 萬美元的銷售額。」

展覽推動高增值文創產業發展

結合設計與實用性的文創產品備受買家關注。Home InStyle 的香港展商**香港織暖有限公司**董事**郭志雄**說：「我們在**文創體驗區**和**樂齡科技生活館**展示採用專利的智能升溫針織技術的產品，來自日本、中國內地、馬來西亞、新加坡、英國及美國的買家以及香港社工，對我們的四合一暖毯咕啞和護帶系列很感興趣。我們有信心展會帶來至少 20 萬美元的銷售額。」台灣買家**聞鼎控股股份有限公司**負責人**伍倫言**說：「文創體驗區與 Pantone 合作展示的家品讓我驚喜，我認識了來自捷克、台灣、香港等地的家品展商，預計今年採購家品總額約 5 至 10 萬美元，尤其對捷克的陶瓷線香座感興趣。」

線上線下融合促交流 延續商貿互動拓商機

展會將繼續採用 EXHIBITION+「展覽+」線上線下融合模式舉行，讓買家於展會期間及之後繼續與展商線上洽談，延續商貿互動。

圖片下載：<https://bit.ly/44bMnph>