

2016

范長江行動

香港傳媒學子港企行之1

任何一門小生意都有可能變成大生意，如果不注重品牌保護，無疑是自我扼殺了品牌的成長空間，而商標作為產品的門面，更是至關重要。隨着科技和互聯網的快速發展，本港商標生產商SML的執行主席何景華直言，集團不能再扮演「加工商」的角色，而是發展為「系統解決方案提供商」(System Solution Provider)。

大公報實習記者  
鄭長婷 李愷茵



▼「2016范長江行動港企行」首站參訪SML集團。香港傳媒學子與SML集團管理層合影 大公報記者曹鎮方攝



▲SML集團執行主席何景華與同學們座談 大公報實習記者 鄭雲風攝



▲SML集團董事孫燕華向學子們介紹集團發展歷程 大公報實習記者 鄭雲風攝

## SML從「前舖後店」走向世界

# 港傳統實業勇於變革創新

SML於1985年在香港成立，三年後在東莞開設第一家大型生產基地。如今，集團業務已遍布全球30多個國家及地區，在超過15個國家及地區設有生產基地，且已晉身全球第二大商標供應商。

何景華認為，集團的發展可代表香港傳統實業在過去幾十年的改變，「從「前舖後店」到拓展環球業務，如今，集團已實現生產、設計、研發、防偽等一條龍服務。」

### 借助科技為產品增值

掌握市場變化，多作創新，是SML賴以成功的關鍵。何景華說，「市場變

化日新月異，危機不斷，如果我們不隨之改變，可能連核心業務也沒有了。」他希望到訪的香港傳媒學子，大膽提問和意見，「有時新的想法不一定是專業人士才能想到，當局者迷，反而一些行外人更有創意。」

為滿足客戶對潮流、存貨追蹤等需求，SML集團近年不斷為產品增值，通過應用RFID（射頻識別）、EAS（電子防盜系統）和防偽技術，利用科技和互聯網的力量壯大公司，實現「借力打力」。

過去兩年，SML集團先後收購了RFID晶片生產和RFID零售軟件兩家企

業，決心利用RFID技術在零售業的廣泛使用，進一步拓展市場。何景華說，目前有關技術主要用於成衣方面，隨着更多零售商和品牌商把RFID技術運用在物流、產品追蹤上，相信集團亦會慢慢脫離單一的成衣商標業務，換而向零售多方面發展，通過一個小小的商標，實現客戶品牌保護，提升物流與供應鏈管理的完整解決方案。

### 中小企靈活足可迎挑戰

近年，快速時尚（fast fashion）席捲全球，何景華說，潮流轉變亦影響商標設計，現時從製衣廠下單到產品出廠平

均僅七天，當中涉及備料、生產安排等，十分複雜，因此一個高效的系統也非常重要。

目前，集團商標單品（SKU）數量過萬，而平均每個單品的周期僅三個月。隨着SML加入更多新技術，他相信未來訂單金額可進一步增加，提升集團競爭力。

他又提及，過去不少品牌經香港公司下單，再到內地生產，但這一「前舖後店」的經營模式已逐步改變，不少品牌轉為跨過香港，直接向內地廠房下單。他坦言，隨着內地城市競爭力不斷提升，長遠本港金融和地產業面臨嚴峻挑

戰，但香港中小型企業靈活，他對此充滿信心。

同時，隨着零售商在互聯網上的布局，他認為，互聯網拉近了銷售渠道和生產商的距離，本港中小型企業應多創新，「不是研發高新科技，而是在實際應用方面的創新，及時掌握市場需求。」

從一個十餘人的小公司，發展至擁有5000人的世界級企業，SML集團的要訣是順應市場走勢，抓緊商機改變。這種敏銳的觸覺可謂香港中小型企業的典範，期望未來有更多港企效仿SML集團走向世界，開拓更大的市場。

►香港學子認真聆聽集團管理層介紹  
大公報實習記者 姚宇欣攝



## 引入RFID技術與時俱進

【大公報訊】實習記者鄭雲風、許海南報導：潮流信息千變萬化，零售商知道消費者的想法，才能訂立適合的策略。近年瑪莎、沃爾瑪等零售商為及時追蹤貨品、快捷盤點庫存，大力推動射頻識別（RFID）技術的廣泛使用。SML集團作為商標生產商，積極引入有關技術，集團董事孫燕華直言，做生意一定要與時俱進。

成本是窒礙RFID技術廣泛使用的最大原因，集團執行主席何景華稱，若要普及，必須大幅減低技術成本，由大企業推動。

至於RFID會否涉及個人隱私，孫燕華認為，此技術目前只是廣泛用於物流上，讓企業即時追蹤貨品位置、查詢庫存而已。何景華補充說，現階段晶片只安裝在價錢牌，客人購買貨品後一般會立即剪掉價錢牌，所以不會追蹤到個人資料。

他承認，技術存在很大爭議，尤其是在歐洲等地，不過他預期RFID在應用到產品個性化的層面上，能作為類總資訊分析，為企業提供策略支援，而立法機構會確保技術不侵犯客戶個人資料。

►為豐富員工們的生活而修建的籃球場和露天迪士高舞池  
大公報實習記者 許越攝



## 人性化管理 員工歸屬感強

【大公報訊】實習記者姚宇欣、盧海濤報導：SML注重員工身心健康，希望透過人性化管理增強員工的歸屬感。集團八十年代在東莞建廠時，就特為員工建立娛樂區，旗下東興商標織造公司人力資源及客戶服務副總經理莊靜表示，「建廠之初，即配有籃球場和魚塘，當時在東莞乃至全國都是少見的。」

SML位於東莞長安鎮的東興商標織造公司廠房內，員工生活區和娛樂區佔廠房近一半面積。不遠處，是廠房員工

宿舍，每間宿舍均配有空調，「這比很多大學生的宿舍還要好。」莊靜說，東興還定期舉辦文藝晚會，讓員工放鬆身心。莊靜介紹，公司會定期為員工進行健康檢查，還會特別對噪音車間的工作人員進行聽力檢查，及時為他們轉換崗位，避免聽力受損。

SML集團董事孫燕華說：「我們盡量做到人性化管理，希望為員工創造良好生活環境，這是作為港企生產商應該承擔的社會責任。」

## SML發展史

- 1985年  
SML集團在香港成立
- 1988年  
在東莞建立東興廠房
- 1994年  
業務拓展至美國和新加坡
- 1997年  
在英國和上海建立廠房
- 1998年  
業務拓展至遠東地區
- 2004年  
收購美國商標公司 Kalpak
- 2005年  
收購英國商標公司 Gresham
- 2006年  
收購美國Bell Label，隨後又併購美國品牌包裝設計公司RPDI，打入包裝市場
- 2007年  
收購意大利Dualplast和英國Fastabs
- 2011年  
在中國成立第一個RFID生產中心；同年，成立越南和印度尼西亞廠房
- 2012年  
收購綜合性產品創新和製造公司CGP，將RFID生產拓展至美國
- 2013年  
收購RFID系統解決方案提供商 Xterprise
- 2014年  
在英國和美國成立RFID研發中心



►學子在參觀織造車間期間，積極研習問題  
大公報實習記者 姚宇欣攝

## 傳統工業現代化生產

【大公報訊】實習記者梁舒婷、湯辰歌報導：商標織造是傳統工業，以往予人的印象是落後、呆板的，像是很多工人在車間內，一人負責一台機械生產。當我們走進SML集團的商標生產車間參觀，卻強烈感受到自動化給生產方式帶來的變革。

隨着工業的發展，商標的形式不再局限於簡單的形狀，而是更複雜多樣和別具風格的商標，且也能被高效和大量生產。

這些巨變歸功於工業的信息化和自動化的革新。以商標設計為例，設計人員僅

需使用專門的畫圖軟件，把設計好的商標圖紙透過電腦成稿，便可以利用轉換軟件自動生成程序代碼，再導入機器進行快速生產。在工業自動化的國際大浪潮影響下，SML集團見證了勞動力因科技的發展而逐步被解放的過程，也經歷了商標織造工業從傳統到現代的巨大改變。

工業自動化帶來的改變是巨大的，但也需要看清楚我們仍與國際前沿的科技水平的差距，真正實現從傳統手工業到現代化工業的轉型。



►學子在SML集團切邊機車間參觀  
大公報實習記者 姚宇欣攝

## 小標籤大學問

【大公報訊】實習記者莊園報導：人們購買衣服，總會翻翻看標籤，查看小小的標籤上記載的服裝產地、物料、尺寸和價錢等。SML集團董事孫燕華坦言，若標籤設計不夠完美，就很容易被丟掉，「標籤的生產包含大量人力、物力和心血，希望消費者手下留情。」

在時裝世界，標籤卻起了至關重要的作用。一個小小的標籤，往往代表的一個品牌的形象！原以為標籤與服裝是來自同一個廠商，但

其實，兩者是分開生產的，且背後的工序並不簡單。例如標籤的設計是紙質還是織布還是印燙，是長方形還是正方形，採用什麼顏色構圖，都需要經過精心策劃，小小的標籤，甚至能影響這個品牌產品的銷售過程。

SML不斷引入新技術，為產品增值。孫燕華還分享了她在零售店擔任售貨員的經歷，「過去很怕有顧客來查詢庫存情況，但有了新技術之後，標籤已成為售貨員查詢庫存的重要線索。」