

聯乘效應十親民價

品牌錶款遭瘋搶 商機抑或炒賣？

疫下新招

新冠肺炎疫情持續兩年來，市民要保持社交距離，令日常生活起了變化。最近第五波疫情嚴峻，兩大知名手錶品牌歐米茄（OMEGA）和SWATCH合作推出聯名手錶，掀起全球搶購熱潮，在香港也吸引了百多位市民通宵排隊搶購。有手錶商人認為，這對手錶非限量版，又可網上訂購，升值空間有限。之所以出現「搶購」場面，不排除與疫下市民「困」得太久，想出來透透氣有關。

大公報記者 陳惠芳、許詠妍

名牌聯乘推新款，層出不窮，今年已經有 Gucci x Adidas 和 Miu Miu x New Balance 等跨界合作。鐘錶界亦出擊，知名手錶品牌歐米茄（OMEGA）和 SWATCH 合作推出平民版超霸登月錶，在3月26日正式開售，定價為2100元。對於SWATCH手錶來說，這已經是高價，但就歐米茄的角度而言，價格實在太「親民」，或許因此掀起全球搶購熱潮。

設計源自太陽系星體

今次的聯名手錶 OMEGA x SWATCH Speedmaster MoonSwatch 共有11款，每一隻錶分別代表太陽系中的星體，包括地球、月球、太陽、火星、木星、土星、冥王星、金星、天王星、海王星和水星等。手錶的設計融入歐米茄超霸款式之典故，如紅色錶殼搭白色錶圈和面盤的登月錶，正參考了1969年歐米茄為「阿拉斯加計劃」打造的紅色鋁質保護殼原型錶。

兩個品牌聯名推出的BIOCERAMIC MoonSwatch系列手錶，在銅鑼灣、尖沙咀及旺角三家SWATCH專門店公開發售，在開售前，已經吸引大量市民通宵排隊搶購。當時品牌在店外貼出告示指，由於

於客人反應非常踴躍，公開發售將會延遲。隨後，SWATCH在社交平台透露，「由於反應和需求超乎想像和熱烈，每位客戶的限購數量，將由兩隻改為一隻。」其實此系列並不是限量生產，而且沒有附編號，亦會陸續補貨，所有款式亦有安排於網上商店發售。然而，只需要2100元就可以買到歐米茄品牌手錶，不少人覷準商機，引起炒賣熱潮，據聞炒價達到二萬元，認真誇張。

該款聯名手錶在全球不同地方都出現搶購熱潮，新加坡兩專賣店門外開賣前已見有人龍，日本和澳洲亦出現上千民眾排隊候買錶的情況，而馬來西亞吉隆坡柏威年廣場外同樣有過百人早早排隊等候購物，真是全球熱搶。

▲ Miu Miu x New Balance 球鞋。



罕見錶款具炒賣潛力

位於太子聯合廣場一手錶店，為客人搜購時尚及限量版手錶。即使在疫情下，廣場內其他店舖例如時裝店、首飾店、特色土多等，門可羅雀，有些更因經營不下而結束，該手錶店依然屹立不倒。店主Candy說：「我們開了好幾年，已儲了一批熟客，且手錶價錢多由幾百元到一二千元，愛追求時尚及有型款的人大多消費得起。但限量版手錶，縱然是膠錶，售價就要過萬甚至兩萬元。（那新出聯名手錶有無入貨？）當然無。既不是限量版又可以網上或到專門店買，沒有入貨價值。」

對於過百市民排隊購買，她笑說：「我唔知喎，但港人喜歡排隊。不過，這對手錶售2100元，經濟雖然不好，都有不少人買得起。疫情以來，不少客人來看手錶，他們未必會買，但大家都是手錶愛好者，傾下偈也可解悶。我覺得排隊的人是這種心態。」

問到除了名牌手錶外，塑膠手帶手錶有否收藏價值呢？Candy說：「行內人都知道塑膠質料也分層次，一般千多二千元的就沒有收藏價值，膠表帶會氧化用色，紋理脫落。即使是限量版手錶，如是塑膠錶帶，大家也只着眼於是限量版，覺得可以收藏，或者也有人想要，可炒，但利潤不多。真係想炒錶，一定是名牌的，或一些有少數愛好者的，或舊有罕見手錶，就真是有炒賣價值。」

她又提到炒賣名牌手錶，要看消費者意向和潮流，名牌、傳統的手錶也有迎合年輕人市場的運動型手錶。她說：「名牌手錶大多是金鑲鑽石，或白金鑲鑽。假設用十萬元購入，放在二手店只能折賣六七萬元，相反地，幾萬元的型格或潛水型手錶，轉賣去炒有可能賺一二萬元。原因是名貴手錶的傳統款式，上一輩鍾意，但未必吸引到時尚男士。這類限量製造的手錶，在供不應求的情況下，才有炒的價值。」



▲ 這款美國軍事潛水錶，售價約六千元，有價有市。



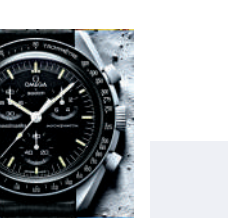
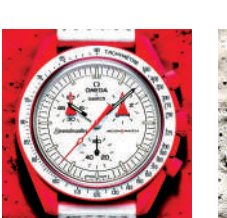
▲ OMEGA和SWATCH合作推出聯名手錶。



◀ 手錶造型比照歐米茄登月錶設計，至於材質和機芯則來自SWATCH的元素。



▲ Gucci與Adidas合作推出產品。



舊錶藏情 用家寧修不棄

時間沉澱

聯合廣場附近有兩家經營多年的手錶店，一直售賣不同的名牌手錶。新冠肺炎疫情下，店方將不少名錶降價求售，但記者以往每次路過，見到兩店一直在減價促銷，也沒有客人光顧。直至近日疫情稍放緩，多了上了年紀的夫婦在店內瀏覽。老闆說，年輕一代看這些舊名牌款式，多嫌老套，於上了年紀的人，這卻是一份情懷。他們看見價錢比之前便宜就會「執平貨」。許多老人家仍會將舊手錶拿去修理，不會放棄，因為時間洗滌了手錶，過往他們每日戴上，情懷便隨之增加，未到表芯停擺不動，也不捨得放棄。

老闆又表示，時下年輕人有了手機，少了戴手錶，但手機不能代替手錶，尤其對於專業及追求時尚的人，無論男女，對手錶仍有一定需求。

大公報記者 陳惠芳（文、圖）



◀ 腕錶還承載了佩戴者的一份情懷。

近年聯乘品炒賣現象



Supreme和具有「行李箱界LV」美稱的RIMOWA聯名攜手合作推出產品，在全球各地引起搶購熱潮。兩個品牌推出兩種款式，分別選用RIMOWA經典鋁製的Check-In L行李箱和手提式的Cabin Plus登機箱為主體，當時最新聯乘品在紐約、洛杉磯等地的店舖發售，價位落在1600至1800美元左右。

- 2020年，一雙Nike Vaporwaffle在時裝展完結後，時隔七個月，這雙原價1799元、有黃和黑雙色可供選擇的球鞋進行抽籤認購時，成為炒賣對象，在Carousell平台的價錢達4000元。
- Nike x Sacai Vaporwaffle以Nike經典跑鞋款Vaporfly和Waffle結合而成的新鞋款Vaporwaffle，於2021年11月打響頭炮。原本價錢位於3800至4500元之間的鞋款，不同尺碼有不同價格，然而，黃金Size US8.5至US9.5就要大約4200元。
- New Balance的2002R Refined Future Pack和M2002RDC球鞋，令鞋迷追捧，當時球鞋未上市已在網上被炒至6000元。

內地曾有媒體報道，在得物App上，2021年三款國產波鞋炒價令人嘩然，分別是李寧「韋德之道4」全明星銀白款、「韋德之道7」WOW7 The Moment超越限量款，以及安踏多啦A夢聯名休閒板鞋白黑款。「韋德之道4」當時只剩42碼，售價高達48889元；而原價1699元的「韋德之道7」，41.5碼售價則高達29999元，漲價近17倍，炒價非常誇張。



巴黎珠寶世家 風靡一時

女人天生對珠寶有種情意結，愛美女士或多或少都會擁有一些，作為美與工藝的象徵，我們卻較少會去發掘當中的歷史與技法，因為太過深奧？還是我們無從入手？原來，香港都有珠寶藝術學院。

坐落於K11 MUSEA五樓的L'ÉCOLE珠寶藝術學院亞太區分校，時常舉辦課程、展覽及活動。為慶祝創立十周年，該機構舉辦了一場名為「Lacluche, 巴黎珠寶大師，1892-1967」的展覽，令觀眾有機會可以了解到當中對於珠寶界曾經舉足輕重，卻又鮮為人知的一段歷史。

曾獲歐洲王室貴族青睞

對於Lacluche Frères這個品牌，大家或許不太熟悉，但它曾於20世紀叱咤一時。「（這個煙盒真精緻。）我愛死它了。（是卡地亞嗎？）不，是Lacluche。它伴着我許多年了。」這段對話出自英國劇作家寇威爾1924年的喜劇《水性楊花》，寥寥幾句對白，已道出Lacluche在許多人心目中的地位。

品牌由家族四兄弟在1892年共同創立，最初只是一家普通珠寶店，其後移師至巴黎和平路，與其他珠寶世家並排。經營短短20多

年，品牌開始嶄露頭角，在1925年的巴黎「國際現代裝飾藝術和工業藝術博覽會」上得到歐洲王室貴族的青睞，連英國愛德華七世及西班牙恩娜王后等都表示欣賞，讓品牌在當時的高級珠寶界具有影響力。雖然品牌地位顯赫，卻因部分家族成員沉迷賭博而欠債，最終在6年後申請破產。儘管創辦人的侄兒其後企圖挽回品牌，重新嘗試營運，但已光輝不再，於1967年結束了這個家族的珠寶歷史，轉投當代藝術和設計領域。

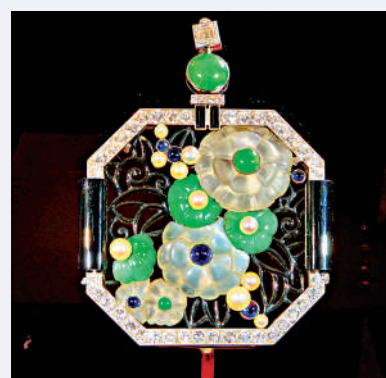
這次展覽匯集了Lacluche Frères多達40件的珍品，均由私人藏家或機構借展。因應新冠肺炎疫情關係，展覽以360度立體網上展覽形式登場，大家可安坐家中飽

覽大師作品。4月14日晚上7時還將舉行網上對談「胸針的藝術」。查詢詳情：www.lecolevancluefarpels.com/hk/。

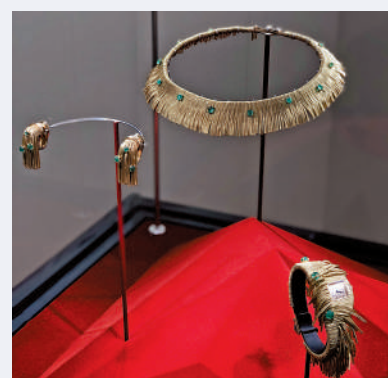
大公報記者 黃璇（文、圖）



▲ 這個約1905年的化妝盒展現Lacluche的創意巧思和對自然主義的偏好。香港兩依藏博物館藏。



▲ 吊墜連項鏈，1925年，洛杉磯私人藏家。



▲ 「Fringe」流蘇珠寶套裝，約1950年，Torrioni SA藏家。