

「港」產新潮 130品牌亮相深圳購物節

四成展商初試啼聲 掘金灣區高端消費市場

作為香港貿發局「粵港合作周」的旗艦活動之一，「港·潮流」購物節是內地與香港全面通關以後、粵港澳大灣區首個大型香港時尚潮流產品推廣活動。

建國際消費中心 港創意助攻

「港·潮流」購物節由「Living潮·生活」、「Style潮·品味」、「Taste潮·品嚐」三大主題展區組成。展出商品包括消費電子及科技產品、家居用品、時尚服飾及配飾、食品飲料及健康產品等。在近80家參展商當中，四成是首次進入內地市場，他們希望透過是次活動初試啼聲，建立商脈，亦可為大灣區消費帶來新選擇。

購物節雲集一系列圍繞創新、可持續設計、健康生活、原創設計等潮流元素的香港品牌與各類「潮物」，例如有香港食品科技初創企業Allklear全清自創的可飲用營養色拉、可持續品牌iFarmaissance的植物純素皮革手袋系列等。此外，購物節亦匯聚一系列香港經典品牌，包括周生生、周大福、奇華、金百加、四洲、李錦記、八珍等，展出招牌特色產品和新商品。

香港貿發局華南首席代表黃天偉透露，購物節期間，香港貿發局還將同場舉辦「香港設計產品匯展」，由香港特別行政區政府「創意香港」贊助，呈現13位香港新銳設計師、逾20件傑出或得獎產品，展現香港創意力量，推廣香港設計與創意產業的領先優勢。黃天偉表示，本次「港·潮流」購物節旨在協助香港企業拓展中國內地蓬勃發展的巨大市場，把優質品牌及產品介紹給內地消費者，也有助於深圳推進國際消費中心城市建設，打造國際國內旅遊消費目的地，吸引集聚高端消費。

記者在現場看到，逾130個經典及新晉品牌各有風格，經典復古港風與現代潮流交匯，展現Chic HK的「港出新潮」的魅力，讓大灣區消費者親身感受「新式港風」，一站式體驗新港潮生活的時尚個性。

低碳產品 開拓綠色時尚

香港本土精品家居品牌JARDIN DES FONTAINES，用「軟裝修」實現家居煥然一新，全新的新港式生活設計帶來了舒適且時尚、溫馨的幸福。品牌更在購物節期間推出全新「得閒飲茶」系列，以香港茶樓文化為靈感，體現香港傳統與現代完美融合。來自香港的Koofy公司推出了國內第一款模擬衝浪感的單輪運動滑板Surfwheel，不僅外形科幻感滿滿，還擁有智能平衡系統，讓玩家自行調節速度，適合硬地和草地滑行，讓出行更加新潮有趣。

在綠色時尚方面，港潮也玩出了節能環保的「新意」。休閒鞋品牌KIBO（箐步）透過重新利用皮革廢料，配合再生塑料來重造精美柔軟的「新」皮革，成為休閒鞋的原材料。KIBO（箐步）更首創用蘋果渣生產波鞋，每雙Apple Kicks系列休閒鞋需要約15個蘋果的果渣製造。

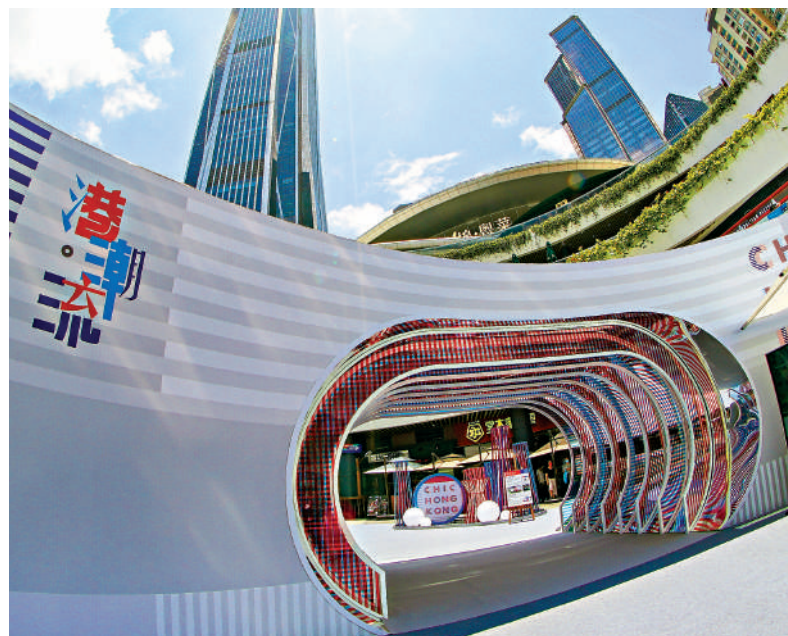
在「Taste潮·品嚐」展區，奇華、金百加、四洲、李錦記、華御結、張榮記等香港品牌齊聚購物節，為大灣區消費者解鎖老字號的「創新與煥活」，體味「港飲港食」新潮流。



▲民眾在「港·潮流」購物節現場拍照留念。大公報記者毛麗娟攝

作為「亞洲時尚之都」，香港一直是潮人們的購物天堂，自成一派的「港式生活風潮」深受消費者追捧。5月26日到28日，由香港貿易發展局（下稱香港貿發局）、深圳市人民政府共同主辦的「港·潮流」購物節（Chic Hong Kong）在深圳福田星河COCO Park購物中心舉行。該購物節共吸引近80家香港參展商、超過130家香港品牌參展，從飲食、生活與時尚三大領域，呈現港風的潮流魅力，為消費者帶來具有時尚生活感的購物體驗。在近80家參展商當中，有四成是首次進入內地市場，他們希望透過是次活動初試啼聲，建立商脈，掘金灣區高端消費市場。

大公報記者 毛麗娟深圳報道



▲5月26日，為期3天的「港·潮流」購物節在深圳福田星河COCO Park開幕。圖為活動現場。大公報記者毛麗娟攝

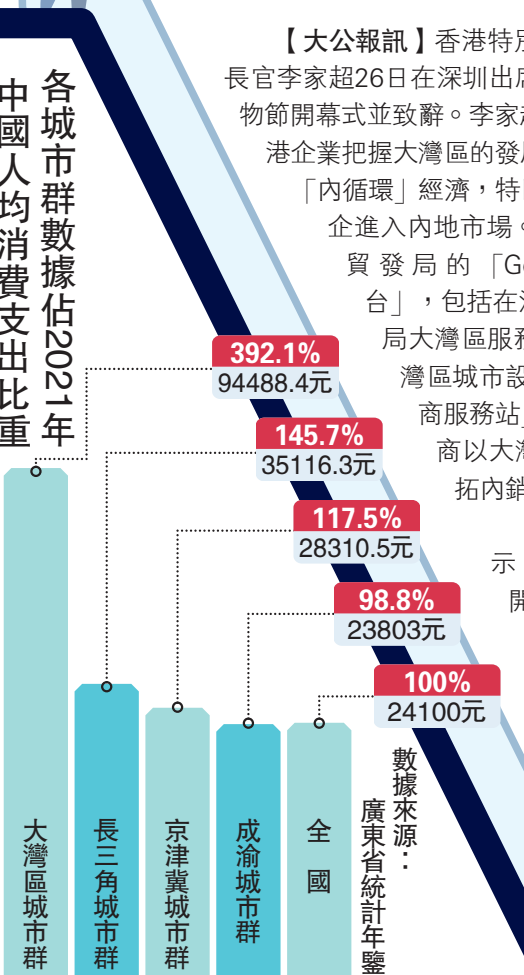


▲香港品牌德國寶帶來眾多高端小家電產品。



▲SPARKLE COLLECTION香港時尚服裝品牌設計師展示新派唐裝。

李家超：一站式平台援港商拓內銷



【大公報訊】香港特別行政區政府行政長官李家超26日在深圳出席「港·潮流」購物節開幕式並致辭。李家超指出，為推動香港企業把握大灣區的發展機遇，貢獻國家「內循環」經濟，特區政府全力協助港企進入內地市場。我們會繼續通過貿發局的「GoGBA一站式平台」，包括在深圳的「香港貿發局大灣區服務中心」和多個大灣區城市設立的「GoGBA港商服務站」，全方位支援港商以大灣區為切入點，開拓內銷市場。

李家超致辭時表示，深圳是國家改革開放後設置的第一批經濟特區之一，也是全國科創發展的引領城市，是大灣區建設的核心引擎。深



▲香港特區行政長官李家超（左四）參觀「港·潮流」展覽，並聽取參展企業代表介紹。

圳市的發展朝氣勃勃、生機處處，讓我印象深刻。深圳與香港只是一河之隔，情同兄弟，我們都全力推動創新科技，都是凝聚海內外人才來圓夢的地方。

李家超表示，這次「港·潮流」活動在深圳舉行，我們感覺特別親切，更充分顯示深圳和香港作為兄弟城市的緊密合作關係。在這裏，感謝深圳市人民政府大力支持，與香港貿易發展局舉辦這次展會，把香港優秀品牌和特色設計推介給廣大深圳的消費者。香港品牌素來以品質和設計聞名，深受海內外消費者歡迎。這次的參展品牌琳琅滿目，

各具特色，涵蓋文創設計、食品飲料、珠寶、時裝、健康生活、科技產品等多個類別，展現香港品牌的獨有魅力和最新潮流趨勢，相信大家展會中都能滿載而歸。

李家超還提到，對於想拓展大灣區市場的香港企業來說，這次展會除了提供優質的實體營銷平台，更首次設立線上商城，協助企業在線上線下擴大知名度和推廣產品。

取材中國文化 尋求設計創新

【大公報訊】記者毛麗娟深圳報道：在「港·潮流」購物節，你可以看到經過亞文化與國潮的洗禮，深耕市場數十年的經典品牌和不斷尋求突破與創新的新銳力量，它們融合共奏，共同構築起了香港時尚之都的美譽。

作為「亞洲時尚之都」，香港時尚設計力量不容小覷。來自香港的新中式文創時尚品牌SPARKLE COLLECTION，融合東西方美學、傳統現代技藝與香港情懷於設計之中，包括長衫、唐裝、配飾到精品等豐富產品。展台負責人受訪表示，「沒想到現場有那麼多消費者喜歡公司設計的衣服，這些融合了中國傳統文化的服裝能夠得到內地年輕人的喜愛令人欣慰，增強了品牌進軍內地市場的信心。」

香港設計師李居錡以體現個性、想

像力及獨特的新東方主義美學為理念，透過融合傳統工藝、現代元素的技巧，設計出了扎染風凰T恤，讓傳統文化穿在人們身上，「行走」在街頭。

作為本土珠寶首飾品牌，香港水星製晶廠在現場帶來數百款時尚飾品，創始人鄭嘉盈表示，公司原創設計的產品多為借鑒了中國古代文化中的紋飾之美，再運用來自內地及日本的配件，打造出會跳躍、具靈動特性的項鍊。此外，周大福、周生生等經典珠寶首飾品牌也一一亮相。從「老字號」到「新消費」，消費者花式掃貨，一探新港潮的風格與魅力。

參展港企心聲

環保時裝 內地熱捧

KIBO鞋履合夥人Natalie Chow：

第一次來到深圳，很高興可以把KIBO鞋品牌的環保理念傳達給內地的青年。我們的鞋子是用再生蘋果皮、再生皮革、再生塑料、創新纖維等材料製作的，鞋的重量是普通鞋子的1/4，製作每雙鞋的碳排放量是製作普通皮鞋的1/20。如果了解我們的生產過程和我們對環保的初心，一定會愛上我們的品牌。



健康食品 港具優勢

由你作煮海外食品專營店展台負責人伍淑婷：

在香港，很多人以為香港沒有生產食品的能力。其實香港有很多手工業者或食品廠生產天然、純手工的優質產品。了解到內地消費者越來越關注食品健康，我們希望將這些美味健康的香港食品帶到內地，讓更多內地消費者可以買到、品嚐到。



圖、文：大公報記者毛麗娟

網紅達人直播 多元互動吸客

▼香港藝人炎明熹為「港·潮流」開幕式獻上表演。



【大公報訊】記者毛麗娟深圳報道：開幕式上，香港藝人炎明熹的演出為購物節拉開序幕。一連三天的購物節期間，現場將會開展超過100場精彩活動，包括大灣區「9+2」街舞結集決賽、金茶王港式奶茶沖泡表演、無伴奏合唱、花式籃球表演等。

此外，香港貿發

局還邀約了粵港眾多的社交媒體達人到場坐鎮，包括香港知名美食達人Elvis Chan、生酮飲食達人Hayden Leung在內的達人將在現場示範製作健康美食；應邀網紅將會每天在現場直播間進行直播，向線上消費者介紹各家展商的明星產品與現場的好玩體驗。

購物節現場還設有沉浸式空間體驗，利用最新投影式系統技術配以光影效果展示香港文化的不同面貌，讓參觀

者恍如置身於萬花筒之中，體驗香港文化。在活動宣傳期間，香港貿發局還發起了全城聯動推廣，以吸引更多公眾參與這場盛事。有興趣的深圳市民可以通過參與大眾點評的話題討論，帶上「港出新潮」的社交話題互動，有機會贏取人民幣50元人民幣電子紅包。購物節更推出打卡贏獎、購物贏獎等福利驚喜；消費者於「港·潮流」購物節展攤購物滿100元人民幣更可參加每日一次的幸運大抽獎，獎品豐富。



掃一掃 有片睇