



# 港·潮流購物節深圳開幕 超130家港品牌參展

復常後灣區首個大型香港產品推廣活動 市民讚高質貴一點都接受

在香港與內地全面恢復正常通關後，大量港企將目光瞄準大灣區市場機遇。昨日下午，由香港貿易發展局（貿發局）、深圳市政府共同主辦的為期三天的「港·潮流」購物節（Chic Hong Kong）在深圳福田星河COCO Park購物中心開幕。

「港·潮流」購物節為大灣區消費者帶來具有時尚生活感的購物體驗，作為「粵港合作周」的旗艦活動之一，是全面通關以後大灣區首個大型香港時尚潮流產品推廣活動，共吸引近80家香港參展商逾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。購物節吸引了大量深圳消費者，他們喜愛香港商品良好質素和品牌，價格貴一點都能夠接受。

◆香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

昨日的「港·潮流」購物節的開幕式上，香港特區行政長官李家超，深圳市委副書記、市長覃偉中，香港貿易發展局主席林建岳分別致辭，有近百位嘉賓出席。在開幕式後，李家超與覃偉中一行巡館，並與展商交流了解情況（見另稿）。

記者昨天下午在購物節現場看到，綠色環保皮鞋、家電、智能滑板、服裝和咖啡杯等眾多香港商家將COCO Park購物中心負一樓擠滿，並且吸引大量深圳市民前來諮詢和購買。

## 展商藉機拓灣區巨大市場

記者看到許多深圳市民購買襪子、服裝、精裝東北大米和稀有糖等。深圳市民李女士在購物節上看中國國際瑞華有限公司的棉織產品。她說，因在網上看到COCO Park舉辦香港購物節，因此特意趕來逛一下，享受購物節氛圍。「我感覺這個購物節東西質量比較好，花了不到20元購買了三雙襪子，非常好又便宜。」

港企原大本地推出的稀有糖也吸引了許多內地顧客。市民胡小姐帶着寵物狗，購買了一包稀有糖，價格80元人民幣，儘管不便宜。她表示，因為其可以阻隔糖分吸收，適合患有糖尿病的家人食用。

從事東北大米和米粉等香港優一企業推出了東香醇品牌，吸引了許多深圳市民，有的購買了東北大米和小包裝東北大米，儘管較市場價貴了一些，但是看好其品質。市民黃先生表示，自己買了幾包東北大米一共花了不到40元，感覺品質不錯，並買了兩包精製東北大米，其價格較進口的日本大米仍便宜一大截。該公司負責人陳介東表示，公司將東北優質產品引入香港市場，已經受到許多港人的青睞和購買，此次展會藉機拓展大灣區巨大的市場，其機遇較香港大很多倍。

## 三大主題展區 集時尚傳統健康

此次「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，分別坐落在COCO Park一期B1層戶外空曠廣場、L1層室內中庭與戶外沿街。展出商品包括消費電子及科技產品、家居用品、時尚服飾及配飾品、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，他們將透過是次活動初試啼聲，建立商脈。

本屆購物節雲集一系列圍繞創新、可持續設計、綠色和健康生活、原創設計等潮流元素的香港品牌與各類「潮流」，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、Koofy Development研發的Surfwheel智慧電動滑板、可持續品牌iFaramaissance的植物純素皮革手袋系列、KIBO（箭）的環保皮革休閒鞋等。

同時，購物節展示了香港的時尚設計力量，包括時尚服裝品牌SPARKLE COLLECTION、家居精品品牌JARDIN DES FONTAINES、專業陶瓷餐具品牌Loveramics等，Loveramics咖啡杯被國際許多商家採購，成為拉花咖啡首選用品。購物節亦匯聚一系列香港傳統經典品牌，包括周大福、周生生、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。



◆不少深圳市民在購物節上打卡。



◆陳介東看好未來東北精製米和米粉等銷售機遇。



◆深圳市民購買香港稀有糖。



◆時尚服裝品牌SPARKLE COLLECTION設計師展示新派唐裝。

## 特首：以大灣區為切入點 全力助港企拓內銷

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）香港特區行政長官李家超在「港·潮流」購物節開幕致辭表示，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。特區政府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。

### 四成展商首闖內地市場

李家超表示，他上月率領特區政府及立法會大灣區訪問團一同到訪深圳，看到深圳發展朝氣蓬勃，深港一河之隔，「港·潮流」在深圳舉辦，感到特別親切，深港作為兄弟城市緊密合作關係。

他介紹，是次「港·潮流」購物節有近80家集合130多家香港品牌，並將舉行多場精彩活動，現場有很多新興品牌。這次展會有超過四成展商首次進軍內地市場，證明愈來愈多香港企業把握好大灣區建設帶來的龐大機遇，積極融入國家發展大局。

李家超表示，香港品牌素來以品質和設計聞名，這次參展香港品牌琳琅滿目，各具特色的文創、食品飲料、珠寶時裝、健康生活和科技產品等，展示香港產品獨特魅力和最新潮流及趨勢。

「大灣區是『一小時生活圈』的代表，讓我們可以更輕鬆地即日往來兩地，更好推進大灣區高質量發展。我有信心未來將有更多的港商開拓大灣區市場，探索內地市場的無限商機。」李家超表示。

### 覃偉中：促進消費擴容提質

深圳市委副書記、市長覃偉中致辭表示，粵港澳大灣區作為全球面積最大、人口最多、市場最廣、腹地最深的灣區，人口總量達8,600萬人，機場年旅客吞吐量超過兩億人次，具有超大規模消費市場優勢，消費的潛力巨大，市場前景廣闊。

他指出，深圳、香港都是大灣區的核心引擎，地處國內和國際市場交匯點，具有鏈接國內、國際雙循環的獨特優勢，有基礎和有條件引領消費的潮流，特別是香港是令人嚮往的時尚之都、美食之都、購物天堂，集聚了一大批全球知名的內地年輕人青睞和喜愛的品種。此次購物節不僅有利於港商、港企、港品牌拓展內地市場，推動更多深港時尚品牌走向全國、走向世界，也有利於更好滿足深圳市民的消費需求，引領消費升級的趨勢，激發消費市場的活力，促進消費擴容提質，打造大灣區國際消費樞紐具有十分重要的意義。

林建岳致辭表示，自年初恢復全面通關後，大灣區經濟復甦勢頭強勁，深港口岸間雙向客流不斷增加，5月成立粵港合作周，促進區內的合作和交流，助力港企力拓大灣區市場。

### 巡館睇智慧滑板環保鞋檔

香港特行政長官李家超，和深圳市委副書記、市長覃偉中等在購物節開幕禮一行巡館。他看到Surfwheel智慧電動滑板時詢問其智能性如何，商家表示用戶可以通過智能連接更好地控制滑板滑行。

李家超又來到一家名為KIBO的綠色環保鞋檔，得悉產品是由蘋果廢料和皮料廢料製成，十分認可其發展理念。該公司負責人周小姐表示，KIBO的可持續時尚悠閒鞋採用再生皮革、消費後的塑料和天然材料製成，配合THE FRENCH GIRL的經典雙心，散發環保和可持續發展的正面訊息。

◆香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

## 13新銳設計師展20傑作宣港創意力量

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）在購物節期間，香港貿發局將同場舉辦「香港設計產品匯展」。匯展由香港特別行政區政府「創意香港」贊助，展出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。

### 炎明熹演出為購物節拉開序幕

在昨日開幕式上，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、金茶王港式奶茶表演、無伴奏合唱、花式籃球表演、近境魔術表演、高蹺魔術師巡遊、時尚快閃舞、嘻哈音樂表演、人像插畫繪畫等。

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，包括香港知名素食達人Elvin 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；邀請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。

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。

「港·潮流」購物節更為消費者準備了多項優惠福利，務求讓大家玩得盡興、滿載而歸。香港貿發局在活動宣傳期間發起了全城聯動推廣，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。



◆金茶王師傅現場調配奶茶。

## 港企各顯神通 平靚正搶客

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）記者在「港·潮流」購物節中看到，許多港企紛紛通過技術、設計、價格優惠等吸引深圳市民，可謂是八仙過海各顯神通。

愛陶樂為香港知名品牌，已有12年歷史。該公司總經理李家衍表示，公司在深圳、廣州、江門等設有分店，產品亮點是設計有現代感，成為世界拉花大賽指定用杯，質感比較好，顏色多，有20多款。

他說，公司有自己的批發倉庫，在江門生產廣州批發，產品在國內外很多咖啡店都有採購。去年銷售收入9,000萬元人民幣，增長15%，出口佔八成。產品由公司設計和生產，重要設計師為英國人，除了咖啡杯子外，公司還生產茶具、刀叉等。

從事變形金剛玩具的三零玩具公司展館負責人李常榮表示，公司設計和生產許多變形金剛玩具，在天貓、淘寶有售，並在北京環球影城等有合作，產品有三四十款，產品主要是動漫角色，主要出口美國和內銷。

香港德國寶市場經理葉冠超表示，此次



◆德國寶展台帶來衆多高端小家電產品，有無煙燒烤爐、光波爐等等。

展會公司帶來最熱門的一些產品，通過展銷會拓展內地龐大的市場，讓消費者認識公司品牌。這些熱門產品包括無火煮食、光波爐、韓式燒烤爐、破壁機、多功能鍋等。這幾年公司銷售是以線上為主，京東、天貓都有旗艦店。佛山總部在佛山，有300多人，業務每年有穩健增長。

李錦記負責人趙小姐表示，其製作料包十分方便，顧客只要將其放入菜中，不用再添加其他調料，公司還推出多款蠔油、醬油等均是優質品，並且價格有優惠，較超市便宜一成多。