●責任編輯：曾浩榮 2025年9月3日(星期三) 香港文匯報

鐘錶展揭幕 彰顯港商貿樞紐優勢

匯聚650家展商 規模為疫情後最大

香港盛事經濟再添亮點，全球鐘錶業界精英齊聚香江。香港鐘錶展及國際名錶薈萃昨揭幕，今屆展會吸引了來自15個國家及地區逾650家展商參與，規模為疫情後最大。鐘錶展設有八大專區及多場互動活動，展示涵蓋國潮設計、聯乘作品、環保元素及智能穿戴技術等鐘錶業最新趨勢，並為環球買家提供一站式採購平台。有分析認為，展會再次彰顯香港作為國際商貿平台的獨特優勢。

●香港文匯報記者 孫曉旭

●與《哈利波特》於展覽首度推出「動態蛇」聯乘腕錶，限量200枚。 記者黃安琪 攝

●香港鐘錶展及國際名錶薈萃昨起一連五日在會展舉行，今年參展商規模為疫情後新高，在環球貿易前景存不確定性下，本地、內地及海外品牌參展意願仍高漲，反映香港商貿樞紐優勢。

香港作為全球公認的奢侈品零售重鎮，當中珠寶、鐘錶是尤為重要的一環。根據最新數據，香港是全球第二大腕錶進出口地，今年首七個月出口總值約為282億元，跌幅由去年同期的8.2%，收窄5.5個百分點至2.7%，而當中個別市場錄得雙位數字升幅，包括巴西(+65%)、法國(+57%)、德國(+15%)及印度(+35%)。此外，第二季鐘錶業出口信心指數由51.2升至52.1，反映業界雖面對挑戰，但對出口前景仍抱持審慎樂觀態度。

具獨特平台地位 多國展商回歸

為了推廣香港核心優勢，由香港貿發局、香港錶廠商會及香港鐘錶業總會合辦的第44屆香港貿發局香港鐘錶展及第13屆國際名錶薈萃昨起一連五日在會展舉行。

今年除香港及內地展團外，瑞士獨立製錶展團及法國展團再度參展，更迎來德國、日本、黎巴嫩及荷蘭等地展商回歸。國際名錶薈萃則雲集逾140個國際品牌，並首設「微品牌展區」，帶來小眾特色品牌與高性價比設計，展現市場多元化與個性化的新方向。

香港貿發局副總裁張淑芬表示，今年展會規模突破疫情後新高，當中除了香港品牌參展數目有所增加，亦吸引廣州及台灣地區展團參與；歐洲三大鐘錶出口國瑞士、法國和德國的參展品牌數目均錄得上升。香港作為全球第二大腕錶進出口地，仍具舉足輕重的地位。

商經局常任秘書長黃少珠昨出席開幕禮時表示，展覽除了展現鐘錶業的藝術造詣與創新精神，更再次肯定香港作為全球貿易、創意及科技發展樞紐的地位，特區政府堅定致力鞏固香港作為全球商貿與創意中心的地位，會議和展覽業是本地經濟的重要支柱，吸引高消費的商務旅客來港，並帶動多個行業的經濟活動。

多元創意及最新科技大晒冷

香港鐘錶展設有八大專區，當中「永恒歲月」展區展示OEM及ODM的高級成錶，其他專區則涵蓋成錶、時鐘、機械設備、智能手錶、包裝與展示用品、零部件及配件以及商貿服務。展會並配合人工智能配對平台「商對易」，方便買家與展商於展期至9月13日在線洽商，推動國際商貿聯繫。國際名錶薈萃則設六大主題展區，除展示高級腕錶外，今年新增的「微品牌展區」成為焦點。

今年參展商緊貼市場趨勢，推出新產品，多元設計創意成為亮點。融入「國潮」元素的腕錶深受追捧，中國傳統文化圖案及工藝被應用於設計中，不少作品更獲得國際設計獎項，令國產品牌及內地製錶師受到更多關注。展會上可見多款以精湛技藝融合中華文化的作品，展現東方美學的獨特魅力。

此外，環保與可持續發展亦成為新焦點。隨着消費者更關注產品的材料來源和生產過程，多個品牌開始使用回收或可持續物料。今年展會繼續設有「綠色方案供應商」標誌，標識超過30家提供可持續產品的展商。另一方面，智能穿戴裝置日益普及，多款新型腕錶增設健康監測、GPS、測溫及天氣預報等功能，為傳統鐘錶業開拓新機遇。

● 國產品牌結合中國文化與精湛的琺瑯工藝。 記者黃安琪 攝

●德國品牌全球首創咖啡渣再生腕錶。 記者黃安琪 攝

國潮設計 跨界聯乘 環保智能引領新風

香港文匯報訊（記者 孫曉旭）從國潮設計到跨界聯乘，從環保材質到智能科技，今年香港鐘錶展薈聚眾多兼具創意與工藝的新品。這些多元展品不僅反映設計創新的熱潮，也映射出鐘錶業在新消費時代的發展方向。

國潮設計 東方美學綻放新姿

國產品牌紛紛借助中國元素打開新局。上海牌展示榮獲2025年美國繆斯設計金獎的腕錶，以上海市花白玉蘭為靈感，錶面運用非遺技藝「蘇繡」勾勒花朵盛放姿態，細膩雅致。由中國金雕大師梅花打造的「三足金烏」三問報時動偶腕錶，則以神話故事為題，翅膀隨報時展開，展現東方神韻與現代表達的結合。飛亞達航天系列亦以「嫦娥奔月」為靈感，細節呼應中國探月工程，寓意探索與夢想，凸顯國潮美學與航天精神的融合。

跨界聯乘 創意激發熱度

聯乘合作成為吸引年輕消費群體的重要策略。瑞士品牌珍寶萊攜手《哈利波特》推出限量200枚的「動態蛇」腕錶，蛇形設計上鏈後能沿錶圈蠕動，趣味十足。本地品牌INFANTRY則與人氣動漫《超時空要塞》合作推出聯名系列，並附送可替換配件，讓動漫迷自由切換造型，滿足收藏與娛樂雙重需求。

環保智能 可持續理念興起

環保理念在腕錶設計中日益凸顯。德國品牌Lilienthal Berlin帶來以回收茶葉渣、咖啡渣製成錶盤的作品，搭配可持續不鏽鋼錶帶，兼具質感與環保。香港品牌Memorigin與奧地利Hirsh合作，推出以SEAQUAL海洋回收塑膠紗線製成的環保錶帶，搭配其「創世記系列」陀飛輪腕錶，傳遞探索與重生的意涵。

智能科技手錶亦是本屆焦點。德國品牌Oskron的Link2Care混合式智慧腕錶結合30萬例中醫案例與AI分析，提供臟腑評分、健康監測及亞健康預警，助用家全面管理健康。

零售業界：力推盛事有助港消費市場趨穩

香港文匯報訊（記者 馬翠媚）本港今年首8個月共接待逾3,300萬人次旅客，按年升12%，旅業復甦亦帶動零售業表現。香港零售管理協會主席謝邱安儀昨出席電台節目時表示，特區政府過去一段時間大力推動盛事及加強旅遊推廣，對零售業有正面影響，帶動某些旅遊相關類別生意，例如化妝品、珠寶首飾及個人護理產品等。雖然增幅不算大，只是輕微好轉，但是一個正面方向。

本港7月零售業總銷貨價值的臨時估計為297億元，按年升1.8%，較6月的0.7%升幅稍為加快，亦是連續3個月錄得升幅。謝邱安儀表示，從7月的零售業總銷貨價值數字來看，不會形容是有復甦跡象，但零售數據確實穩定下來，雖然不算是十分理想的數字，但至少比去年好，也是好事。

參考政府統計處數字，本港7月首飾、鐘錶及名貴禮物銷貨價值上升9.4%；書報、文具及禮品上升20.5%；中藥上升19.6%。謝邱安儀解釋，由於近期金價在高位穩定下來，因此對首飾、鐘錶及名貴禮物銷貨價值起了一定鼓勵作用，而書報等上升，相信是因為書展帶動。至於中藥銷售表現好轉，她則認為是因去年7月後已跌到低位，但今年受到遊客帶動，在低基數加上今年穩定的情況下，有比較顯著升幅。

趁長假未至 本月加強推廣

謝邱安儀提到，由於7月是暑假，市民開始外遊，對本地零售業帶來較大影響，她坦言幸好有遊客來港，因此對某些零售類別有幫助，為零售額帶來支持。她明言若無遊客帶動，相信7月份和6月份的差別會更大。展望未來，她指由於9月沒有長假期，業界對本地市場信心增加，會趁着港人減少外遊而多做推廣，希望可以吸引市民留港消費。她預期全年會是一個持平，又或微升或微跌的狀況。

另外，謝邱安儀亦分享了一個有趣現象，她指以往零售業都會出現俗稱「五窮六絕七翻身」的說法，即7月傳統零售數字會略高於6月，惟自從2019年後，市場出現新常態，7月的數據表現會較6月略低，而今年亦不例外，因此香港零售業要重新再觀察整個走勢。

珠寶首飾鐘錶名貴禮物的零售銷售數字重拾升勢

2025年	零售業銷貨價值（億港元）	零售業銷貨價值指數^	
		指數(點)	按年變幅
1月	44.61	156.6	-18%
2月	41.70	146.4	-13.4%
3月	40.83	143.3	-3.4%
4月	36.85	129.3	-1.7%
5月	38.70	135.8	-3.2%
6月	45.69	160.4	+6.9%
7月*	40.99	143.9	+9.4%

註：*爲臨時數字 資料來源：政府統計處

^2019年10月至2020年9月期內的平均每月指數=100

整理：香港文匯報記者 馬翠媚

餐飲展開鑼 3日展期料吸引八千人入場

香港文匯報訊（記者 曾業俊）據特區政府統計處上月發表最新餐飲業數字顯示，今年第二季食肆總收益價值按年升0.8%至271億元，同期食肆購貨總額按年升2.7%至88億元。為振興本港餐飲業，香港餐飲展（RBHK）及亞洲零售論壇暨博覽（RACE）昨開幕，一連三日在會展舉行，展覽分為餐飲及零售業兩部分，旨在促進兩大行業互相交流及協同效應，共有逾300個餐飲業品牌及逾500個零售業品牌參展，料合共吸引逾8,000名與會者入場。

特區政府商務及經濟發展局副局長陳百里出席活動致辭時表示，上半年香港經濟增長勢頭良好，特區政府將繼續舉辦一系列國際盛事、大型活動和各種精彩活動，旨在吸引更多高端旅客來港，進一步促進香港經濟發展。

●今年餐飲展不少參展商帶來科技產品，協助業界減輕成本。 香港文匯報記者曾興偉 攝

商經局：將舉行更多盛事吸引高端旅客

陳百里指出，上半年本港商品及服務貿易均錄得明顯增長，而整體投資支出亦恢復溫和增長。此外，個人消費支出也在增長並正在改善，零售業和金融服務業在第二季均呈現正增長。香港金融市場亦發展蓬勃，更重回全球新股上市（IPO）目的地的第一名位置；住宅房地產市場也正逐漸穩定，次季平均每月成交量增加約37%。事實上，香港再次熱鬧起來，今年首7個月的訪港旅客人數增加了12%，達到約2,800萬人次，其中國際旅客數量更是顯著增加了17%。

他續指，香港繼續為全球企業提供獨特優勢。截至去年年底，香港註冊公司數目達146萬家，當中來港落地的海外或內地公司數目達9,960家，另初創企業數目達4,700家。所有這些數字均創歷史新高，反映香港愈來愈受全球企業歡迎，目前仍然是內地、海外及本地企業設立或擴展業務的理想地點。

陳百里稱，香港是企業開展業務的理想地點，主要由於香港是全球唯一將內地優勢與全球優勢融為一體的經濟體。香港的競爭優勢包括法治、資本自由流動、自由貿易和投資制度、廉潔高效的政府，以及簡單且具競爭力的低稅收制度，同時擁有開放的商業環境、世界一流的基礎設施和多元文化的人才資源。

展覽助餐飲與零售界加強合作

是次展覽的主辦機構亞洲英富曼會展有限公司高級項目總監李佩儀表示，今年是充滿挑戰的一年，國際貿易關係緊張，環球經濟亦充滿不確定性，所以此時餐飲與零售業界更需要共同合作，擴大市場的好消息。是次展覽讓餐飲與零售界齊聚，彰顯了香港兩大經濟產業的韌性與創新精神；展會同時匯聚頂尖專才和解決方案，不僅在逆境中為業界提供支援，更啟發他們將挑戰轉化為機遇。

●香港餐飲展及亞洲零售論壇暨博覽昨開幕，一連三日在灣仔會展舉行。 香港文匯報記者曾興偉 攝

飲食界精英雲集大顯身手

香港文匯報訊（記者 曾業俊）香港餐飲展（RBHK）及亞洲零售論壇暨博覽（RACE）昨日開幕，強化餐飲與零售業聯動。其中，餐飲業界的展示活動區The Hub匯聚業界菁英，探討市場趨勢並交流意見。活動包括專家示範、大師班與品鑑會，內容涵蓋精品咖啡以至全球佳釀，致力助餐廳與酒吧優化營運策略，推動業務增長。

榮獲世界咖啡調酒大賽第六名、2024年香港咖啡師大賽及咖啡調酒大賽雙料冠軍的咖啡師Gary Au將出席是次展覽，分享其作品背後的沖泡技術與靈感來源。此外，2021年世界咖啡沖煮大賽頂尖選手、兩屆香港咖啡沖煮大賽亞軍Jasper Yiu亦將主持獨家咖啡品鑑會，比較經典與創新咖啡的技術與特色。

是次展覽將舉行「最佳酒吧大獎」，並吸引逾80家來自香港及澳門的酒吧角逐殊榮，進一步提升業界標準。「賞酒嘗味饌選」匯聚全球風味，呈獻中式、日式、法式及意式等美酒佳釀的創意搭配，展現全球飲食融合。今年，「名廚之最推介餐廳（BOBM）」新增「中國內地推薦餐廳」類別，讓香港食客體驗中國頂尖餐廳的風采，推動跨境美食旅遊及烹飪交流。