

編者按

香港體壇從不缺熱血與天分，卻常被「市場細、資源少、平台窄」的現實拉住腳步。世道艱難，但仍有不少勇者願意「行」：有人選擇走出去，在更高競爭、更嚴格標準的環境磨練專業；有人選擇做出來，以本土設計與製造打破長期被外國品牌主導的格局；有人借盛事浪潮，把熱度和流量轉化為商機；亦有人每年投入8位數字，只為重振本土體育賽事IP。本系列以四個不同體育範疇的故事切入，聚焦體育產品、盛事、人才和本土IP如何在香港這個彈丸之地突圍而出，以他們在局限中尋路、在壓力下進化的經歷，道出香港體育距離真正「產業化」尚有多遠。



前劍擊港將陳建雄製作劍袋自用，意外開拓商機。

香港體育產業突圍路 系列之一

一次100美元的啟發 港產劍袋起革命

劍車（劍袋）是每位劍手的必需品，以前在香港選擇不多，通常都是兩大歐洲品牌之間選擇。直至近年香港劍擊場上，一款修長而流線形的長方形劍袋悄然出現，逐漸取代傳統歐洲品牌，成為本地劍手的新寵。這款名為「KrYPTON」的劍擊裝備品牌，背後主理人正是香港男子花劍代表陳建雄（Kyle）。創立自家品牌全因當年被航空公司多收的100美元，從運動員到創業者，他憑對創新的執著與對「香港製造」的信念，一步步成為香港劍擊裝備的革新力量。

●圖/文：香港文匯報記者 葉詩敏

「無端端被多收100美金，我條氣當然唔順。」回溯2019年，Kyle與隊友前往俄羅斯聖彼得堡出戰世界盃，一如以往帶同劍車出發，該次乘搭俄羅斯航空，竟然因為劍車的體積過大而被多收100美元。這讓Kyle憤憤不平，開始疑問：「其實劍袋是不需要那麼大？」Kyle在該程機隨手畫了草稿，一個長方形、修長的劍車設計就此誕生。回到香港，憑藉母親在製衣業的背景和朋友的聯繫，Kyle找來手袋製造商，製作了第一個劍袋。

隨手草稿意外變商機

Kyle直言製作第一個劍袋本來是給自己用，沒想過做出來賣，然而當樣品完成後，他發現市場對輕巧實用的劍袋需求甚大，把這份意外轉化為機會，正式開啟創業之路，成立KrYPTON。

KrYPTON與Kyle的英文名字無關，若然是理科人，或許對KrYPTON一詞有印象，Kyle解釋道：「我讀化學出身，KrYPTON（鉀）是化學元素之一，是穩定而流動的氣體，想品牌就像Krypton一樣，既創新又穩陣。」

KrYPTON的劍袋嚴格符合航空標準，長、闊、高加起來不超過158cm，甚至通過廉航和歐洲航空的嚴格測試。Kyle當初創立KrYPTON時主打賣劍袋，但向來不甘平凡的他想為劍擊界帶來革新，「劍擊在物料上是頗為落後，一直都是用金屬、鋼，但是你看羽毛球、賽車、網球、單車其實全部都用碳纖維，為什麼我們不可以有新的東西呢？」於是，他大膽聯繫碳纖維公司，研發出首個碳纖維護手盤。

品牌從劍袋擴展到劍條、護手盤等裝備。KrYPTON的劍條除了獲全球最大劍廠「BF」授權印上自家Logo，甚至推出藍色、金色等特別顏色劍條，「我們想做一些新的東西，將現有的劍擊產品優化，加入新的元素。」在香港劍擊市場，多年來All-star和Uhlmann等歐洲品牌主導，但KrYPTON的出現帶來變化。如今，不少劍會、校隊和青年劍手都選用KrYPTON，尤其是印上名字的客製化劍車，逐漸成為主流。

本土工藝與創新融合

Kyle堅持與香港本地廠商合作，從手袋廠到鐘錶公司，他刻意選擇非劍擊背景的夥伴。「生產劍袋的公司，本身最出名是做手袋；做護手盤那間公司，其實是一間鐘錶公司。他們帶來不同領域的工藝與視野，讓我們能打破框架。」例如，劍袋背板改用鋁合金與膠板，取代傳統的木架或鋼架，使結構更挺直；

細節上則融入高級手袋的車線技術，增加暗格與流線設計。Kyle解釋，這不僅提升品質，還注入香港匠心。

「我們想證明，香港的生產技術絕不遜色於歐洲。」他強調，品牌從設計、生產到改良，全程於香港進行，每一代產品都經過反覆測試，細至拉鍊粗幼、手柄位置，甚至釘子的防銹處理，都蘊藏團隊數年的心血。

KrYPTON的劍袋如同一塊畫布，提供高度客製化空間。從印製姓名、隊徽到代表隊旗幟，讓劍手擁有獨一無二的裝備。「曾有海外家長告訴我，印上名字或隊徽的劍袋，能成為孩子堅持訓練的動力，即落場版和民用版都是兩回事啦。」Kyle笑道。

除了兩岸三地，日本、馬來西亞等地亦有劍手使用KrYPTON的產品，Kyle下個目標是走向國際，「我們用了歐洲產品多年，其實自己生產的產品不比外國差，當我們有能力做出有質素的产品時，為何還要使用進口貨？我希望未來KrYPTON可以走向國際，有朝一日歐洲人也使用我們的產品。」

回望2019年創立KrYPTON之時，Kyle直言「那一年所有的時機都不是特別好」，儘管創業初期遇上世紀疫情，「但之後剛好撞上張家駒贏得奧運金牌，之後一推就推起了。」隨著本土體育氛圍高漲，KrYPTON逐漸在市場站穩陣腳。

悟出創業耐心如打劍

Kyle從創業中領悟到等待的藝術，「所有東西都是時間，我以前也是一個很急性子的人，常常都想快點出成績，但是開始這盤生意之後，每一件事你都沒有得急，你不要想速食，一定要花時間下去。例如劍條或劍袋上面印區旗要聯絡禮賓府等所有繁複程序。」他透露，品牌歷時六年才打磨出當前最滿意的劍袋版本，由每粒釘、拉鍊和手柄的粗幼、上下位置，全部東西都是時間累積的成果，「所有創新都需要耐心，就像打劍一樣，完美時機是靠不斷調整而來。」

愛創新的Kyle笑言：「以前小時候不知道的嘛，大個見識多一點，原來廠家是這樣運作，原來所有東西是可以傾的。」Kyle透露未來將有新設計，但要維持長方形、流線形、「靚靚仔仔」的設計大原則，改善細節例如劍袋的用料，令用家用得更舒服。

從劍擊運動員到品牌創辦人，Kyle不僅為香港劍擊注入新活力，更以KrYPTON證明，本地製造能走向世界。這份用心與堅持，像KrYPTON一樣既穩定又流動的特性，正如香港精神在堅守中創新。



按市場需求而推出的兒童手套。



陳建雄研發出首個碳纖維護手盤。



●雷德德指本港科研要突圍，須靈活轉型。

港科研受制市場規模 專家倡灣區協作尋突破

香港文匯報訊（記者 葉詩敏）香港市場相對較小，無論是本地運動設備研發或科研成長空間均受局限，香港教育大學健康與體育學系高級講師雷德德博士直言，香港在發展體育科研產業時受制於成本與市場規模等多重客觀因素，認為「本地製造」需以更靈活的思維尋求突破，把握粵港澳大灣區發展帶來的機遇，透過政策優化與跨地域協作，建立一套符合經濟效益的專業模式。

雷德德坦言，儘管疫情前科學園曾嘗試推動運動科技，但目前本港相關初創企業極少，研發產品亦難以打入主流市場。現時市場上主流的運動科學設備與服裝，如華為、國家體育總局研發產品，或Fila深圳中心的成果，均源自內地。

高地價壓力 研發周期慢

他分析，核心困難在於香港長期的高地價政策。

高昂租金、缺乏生產線以及研發資金短缺，導致科研設備難以在本地落地生產。在企業優先考量成本的邏輯下，香港完全缺乏競爭優勢。雷博士直言，香港即使擁有人才，但科研實測需要場地，鄰近的大灣區及國家體育總局科研基地，在土地與測試樣本（運動員）成本上皆遠低於香港。

產業化的核心在於市場支撐。雷德德以歐美與內地為例，指出龐大的參與人口是驅動科研的引擎。內地擁有14億人口及3億人的「冰雪產業」基礎，極易吸引投資並獲利。反觀香港，運動人口僅佔總人口1%至2%，市場規模極其狹小。

以職業足球為例，港超聯僅10支球隊，難以支撐本地科研。他提到，目前國際足協認可的運動科學數據收集系統（如球員背心感應晶片）多由歐洲公司壟斷，正是因為其背後有龐大的歐洲職業聯賽市場支撐。他認為，當市場規模無法支撐開發成本時，外資或健康科學產品的投資自然會趨於審慎，這是本港產業化需面對的結構性問題。

除了客觀環境，科研項目的行政程序亦是阻礙。雷

博士指出，在香港透過大學申請研究基金，從提交建議書到批核往往需時近一年，連同研發與撰寫報告，整個周期長達三至四年。「在現今瞬息萬變的競爭市場，一年已是漫長。對比Nike、Adidas或內地知名品牌，他們擁有私人的科研團隊，即時投入研發，無需像香港科研人員般受限於繁複的行政手續。」

面對結構性困局，雷博士認為人才並非死結，香港可作為落腳點，借調內地高端科學者，而體育專業化亦不應僅停留在精英運動員層面，要解決目前坊間教練運動科學知識普遍不足的問題。

對於未來發展，雷德德建議政府的「專業化」政策不應僅局限於精英體育，更應加強基層教練的科學知識與專業操守培訓。雖然香港在硬件與成本上存在天然限制，但本地體育設備研發及科研的「本地製造」發展並非「不可能的任務」，關鍵在於如何克服環境侷限，透過政策優化與跨地域協作，發揮香港在粵港澳大灣區建設中扮演着「超級聯繫人」和核心引擎重要角色的優勢，建立出一套符合經濟效益的專業模式。



陳建雄用心經營，注重細節。

KrYPTON的流線形劍袋輕巧實用。KrYPTON官網圖片



前港隊代表張小倫等隊友也是用家，大力支持陳建雄。張小倫Iq圖片



林衍蕙（左）與陳建雄共享同一份對劍擊的執著。



Fencing Hall提供刺繡與客製化印名服務。

男主打創新 女零售轉型 劍壇伴侶雙線拓版圖

香港文匯報訊（記者 葉詩敏）在KrYPTON以創新設計掀起本地劍擊裝備新浪潮的同時，香港劍擊圈中還有一家扎根更早的老牌零售店——Fencing Hall。它同樣起源於創辦人自身的需要，卻走出了一條以服務與社群連結為核心的發展路徑。

有趣的是，這兩條脈絡緊密交織——KrYPTON的創辦人陳建雄與Fencing Hall的經營者林衍蕙（Iris），正是一對伴侶。他們各自從運動員轉身，以不同方式推動着香港劍擊的發展。

前港隊劍擊代表林衍蕙退役後，除了經營網上烘焙店，也準備接手家族創立的劍擊零售生意。Fencing Hall創立於2011年，由前香港劍擊代表林衍聰與妹妹林衍蕙一家共同經營，創業故事始於一段溫暖的回憶：「小時候學劍，香港根本不普及，想買裝備都很困難。」林衍蕙笑着說，「我們第一把劍，是爸爸在新填地街，用一個湯勺和一條銅條親手做出來的。」這段經歷，不僅道出早年本地劍擊資源的匱乏，也埋下開店的種子。

早期香港劍擊愛好者苦於購買渠道有限，Fencing Hall便引進多個德國、英國、意大利的知名品牌，讓本地劍手能便捷接觸國際裝備。他們更關注市場需要，例如自行生產小童尺碼手套，回應低齡學劍的需求，皆因從小的學劍經歷，更能理解不同階段劍手的實際需要。

身為前運動員，林衍蕙重視專業分享。她會耐心解釋：「例如手套，每個人手感不同，一定要試。有人喜歡薄的，握劍更貼手；有人喜歡厚的，覺得保護更好。」店內提供刺繡與客製化印名服務，讓裝備更具個人色彩，這種「導購+顧問」模式，賦予零售難得的溫度。

Fencing Hall轉型為劍友聚腳點

近年，Fencing Hall思考更長遠的定位，不再單純只是「買裝備的地方」，而希望演變為劍擊愛好者的聚腳點。「我們希望劍擊越來越普及，走更Casual的路線，大家下班後也能來這裏Chill一下，打打劍。」林衍蕙指新空間將設咖啡機、長椅與桌子，營造放鬆交流的氛圍。

KrYPTON聚焦產品研發，以「香港製造」的創新設計挑戰國際品牌；兩人在事業上各有所長，卻共享同一份對劍擊的執著，皆來自創辦人作為劍擊運動員的切身經歷與熱愛。