

東南亞客愛創意產品 港商新出路

當地工藝供應鏈未達標 難轉移生產綫

越南直擊

中美貿易戰勢將持續，開拓新市場及轉移生產綫成為出口商新出路。

有港商認為，東南亞消費者對創新產品甚具興趣，看好在當地市場的發展空間。惟因當地的工藝及供應鏈未必能滿足優質產品的要求，難以轉移生產綫。 ■本報記者 李素瑩

貿發局日前在越南胡志明市舉辦「時尚潮流·魅力香港」展會，展出逾130間港商產品。眼鏡品牌BIG HORN創意總監程永成表示，買家反應不俗，更有人表示想要即時購買。他稱，有意加強開拓東南亞消費市場，指出品牌已在印尼銷售，價位由800元至千多元的眼鏡也大有市場，「他們是願意消費的」。

北美現時仍是該品牌的主要市場，眼鏡雖然未被列入中美貿易戰的徵稅清單，但他坦言一旦美方進一步對更多產品落實徵稅，將會束手無策。他續說，眼鏡在美國市場被列為醫療用品，產品需合乎食品藥物管理局(FDA)要求。現時全球有6成的眼鏡均在中國生產，擁有足夠工藝技術的國家現時不多，加上原材供應鏈等問題，難以把生產綫轉移。

首飾品牌Ejj總監邵燕寧稱，滿意越南展會的表現，即使產品價位在800至1,600元仍有不少買家表示感興趣。她稱，該品牌採用意大利獨有工藝製作首飾，是內地廠商難以抄襲的，「很多人表示在越南未見過這些產品」；中國內地現時是該品牌的最大市場，佔總銷售的7成，繼續看好內地及東南亞市場。

有展商稱 新興市場嫌產品貴

矽膠餐具商Lexngo品牌及市場經理王詠詩認為，展會反應較預期佳，不少買家均對矽膠餐具感到好奇，「越南正在推動環保，矽膠飲管尤其多人問」。她稱，東南亞、台灣、日本和韓國現時均是該公司的主要市場，未來有意拓展杜拜，看好當地嬰兒用品市場。

惟也有展商稱，新興市場對中檔產品的接受力有限。運動服裝商Rising Lotus創辦人Vivien So表示，不少買家均對其功能布運動服表示感興趣，但得悉價位在450至800元後，均直言價格太高。她認為，現時歐美的同類產品已很多，競爭較大，預料其產品會較適合一些消費力較高的亞洲國家，例如新加坡等。



▲旅發局日前在越南胡志明市舉辦「時尚潮流·魅力香港」展會，展出逾130間港商產品，包括港式奶茶等。(李素瑩攝)

貨運物流業：貿戰影響生意

應對挑戰

中美貿易戰影響陸續浮現，香港貨運物流業協會主席胡百濤(圖)

引述有業界反映，稱生意已受到影響；他估計業界今年第四季的生意增長勢必較去年放緩。此外，業界並要面對國際空運貨運新規例的衝擊。

憂尾季增長放緩

胡百濤表示，物流業界在貿戰中只能擔當被動的角色。有從事海運及空運的香港業界人士反映稱，已流失了一半的定單，估計是由於客戶改往中國以外的地方採購產品。他認為，一旦貿易商持續轉往東南亞

等地採購產品，定必影響香港物流業的競爭力。本港每年逾500萬噸的空運貨品中，有9成為內地生產的產品，貿戰的影響教人擔憂。

胡又指出，業界現時並正面對國際空運貨運新規例的挑戰。將於2021年7月起，全球所有出口的空運貨品需要全部經過X光掃描檢查，惟香港現時只有10%出口空運貨品有進行相關檢查，要滿足新規例的要求，業界需要添置大量掃描設備及人手；預料資金有限的中小企將受到較大的影響，不少物流商未來或要轉型做「艇仔」，需與其他物流商合作。

