



貿發局7合1展覽活動 創協同效應

包括禮品家紡印刷等 吸逾4萬國際買家

疫後復常，貿發局積極復辦大型展覽，包括禮品、家品、家紡、時裝、印刷及包裝方案、授權項目等範疇的「七合一」展覽及活動昨揭幕。貿發局表示首次將7項大型活動同場舉行，期望能產生協同效應，締造更多商機。有外國買家表示，希望找到新的商品和廠商。
■本報記者 李智賢

香港禮品及贈品展、香港時尚家品展、香港國際家用紡織品展、香港時裝節、香港國際印刷及包裝展，以及香港國際授權展及亞洲授權業會議，吸引了來自23個國家及地區、超過4,100家參展商和4萬多名國際買家。



立即睇：
更多最新商業消息

外國買家 冀尋新商品廠商

香港貿發局副總裁張淑芬表示，首次將7項創意活動合併舉行。她解釋是次展覽在通關前已開始籌備，多個展覽同期舉行，期望讓參展商和買家節約成本，也能產生協同效應，帶來更多的商機。

家品展、家紡展及禮品展籌備委員會主席



貿發局副總裁張淑芬(右)表示，會考慮同期舉行性質相近的展覽，透過協同效應締造更多商機。
左為林健鋒。
(林宇翔攝)



▲ TINY 微影的技術，只需全身掃描2秒就能為參觀者取得3D立體數據。
(李智賢攝)

林健鋒則表示，是次展覽的招商反應熱烈，參展商出現超額情況，但由於場地受限，加上疫後展覽業和酒店業等尚未完全回復，直言「酒店也不夠員工收拾房間」，因此未能讓所有報名參展商都能參展。他引述一些參展商指，成績比預期理想，部分更「落單落到手軟」。

主力參觀禮品及贈品展的美國買家Roberson先生，希望找到一些新商品和廠商。他表示暫未有找到心儀的目標，但會努力嘗試在展覽中找到廠商簽約。他感覺是次展覽和之前的沒太大分別，但對展覽主題太多有點困窘，因為有很多展攤並非他想參觀的。

全身掃描2秒 取3D數據

來自香港、生產蠟燭的公司的買家王小姐，主力參觀印刷及包裝展。她指

是次展覽很熱鬧，感覺展攤及產品比疫情前還要多，也有找到一些有意思的展品。

展商TINY微影創辦人吳凱俊表示，期望透過參加是次展覽，可接觸到更多潛在客戶。該公司在攤位內展出了只需全身掃描2秒就能為參觀者取得3D立體數據。

香港理工大學的AiDLab也是參展商之一，其行政總裁及總監黃偉強希望，透過參展將香港的科技帶給國際的時裝設計師使用。他們研發出能輔助時裝設計師靈感的人工智能工具，只需輸入一些設計師心目中的元素，如花紋、顏色、款式設計等，就能在幾秒後生成多款簡單設計，給設計師參考。

▲ AiDLab行政總裁及總監黃偉強表示，其智能工具可加快設計師的設計效率，希望透過參展吸引外國設計師使用。
(林宇翔攝)



線上綫下互補 方便買家廠商

參觀採購

今次「七合一」的展覽和活動，貿發局邀集了來自50個國家及地區、超過200個買家團來港參觀採購，當中包括中國內地、日本、韓國、東盟、印度、中東、德國、法國、美國等地的買家。張淑芬指，七成是海外參展商，更有多個中國內地的省市組團參展。

被問到明年會否繼續這種「多合一」的展覽方式，香港貿發局副總裁張淑芬表示，需要在展覽完結後檢討評估成效再決定。

邀多地逾200買家團來港

但她認為這種組合不同展覽互相支援的做法會是很好的方向，未來會考慮嘗試更多性質

相似的展覽同期舉行，透過協同效應締造更多商機。

至於在疫情期間推出的「展覽+」和「商對易」智能配對平台，未來會否停止，張淑芬認為應該保持創新，綫下的展覽和綫上的「展覽+」是可以共存的，「展覽+」可讓未能出席展覽的外國企業和廠商能保持聯繫，而綫下的展覽亦有助買家在採購前更了解商品，兩者可互補不足。