

中港珠寶鐘表設計差距收窄

設計師要融合創意與國際潮流趨勢

香港的珠寶鐘表業一直站穩世界前列。現時兩行業都着重發展中高檔、走向高增值和OBM（原品牌製造）的市場。不過，近年內地在培訓珠寶鐘表設計人才方面已不容忽視，本港業界相信長遠而言，中港兩地在設計方面的差距會收窄，本地設計師要維持競爭力，必須全方位強化市場行情，並要掌握與客戶溝通、品牌管理及監察生產等工作，才能在世界市場繼續爭先。

文：王安娜、麥懷欣 圖：受訪者提供、資料圖片

珠寶業：內地設計急起直追



以往香港珠寶鐘表業的外銷市場以歐美國家為主，近幾年中國、俄羅斯等已成為新興市場。其中本港是全球第四大的珠寶首飾出口地，去年單是貴金屬、珍珠及珠寶首飾的出口總值已達346億港元，較2009年同期上升了21%。

香港珠寶製造業廠商會（HKJMA）項目經理邵為忠博士（上圖）表示，近數年黃金、寶石等價格持續攀升，為珠寶供應商帶來不少壓力；加上要滿足不同消費者的品味，便要在設計上推陳出新，例如開發鏤空的金托，以減少用量，這些都是珠寶設計師面對的新挑戰。

國際比賽 內地設計師嶄露頭角

「設計師要了解不同國家的文化，並要進行市場調查，才能夠以不同物料設計出多樣化的首飾，滿足消費者的要求。」邵博士表示，本港的珠寶品牌無論在質量、設計，以至市務、品牌推廣活動方面，都在內地市場佔有相當地位，但值得注意的是，近年不少內地設計師已逐漸追上國際水平。

「兩地的設計師中，本地主要負責概念設計（concept design）；內地則負責細部詳圖（detail drawing），部分更擴展至產品概念。」事實上，香港貿發局每年都主辦「香港珠寶設計比賽」，近年更設「國際珠寶設計大獎」，予世界各地的冠軍得主角逐國際殊榮，過往甚至有香港設計師獲得最高獎「冠軍中之冠軍」。不過，邵博士強調，近兩年多了內地設計師參加上述比賽，更不乏獲獎作品，本港設計師別忽視這股新勢力。

「現時內地有不少珠寶設計課程，每年畢業生眾多，其中中國地質大學（武漢）珠寶學院更開辦了相關學位課程，故本地設計師亦應加強知識及技術，特別是強化與客戶溝通、市場推廣等實力，否則容易被迎頭趕上。」

珠寶設計經理：欠中層管理人

投身珠寶設計行業逾20年的Man Ng（右圖），修畢相關證書後，由珠寶設計見習員起步，現為外資珠寶公司擔任香港分部設



計經理，負責管理整個設計部門，包括：開發產品、生產流程、管理下屬，還要分析市場走勢，以便與市場部人員緊密合作，工作極富挑戰。

Man不諱言，現時行內以中層以上職位最欠缺人才，因近年多了海外公司進駐香港，需聘請本地資深人才；亦有部分被內地珠寶公司挖角，他便是被獵頭轉往現職公司。

人手配合電腦繪圖 增說服力

行內運用電腦繪圖已大行其道，不過，人手繪圖仍然重要，Man寄語新人要打好基本功：「向客戶及老闆解說抽象的創作意念時，若單靠語言，對方未必能理解，如能配合手繪設計草圖表達概念，則更見說服力。」

新入職者，設計單憑天馬行空未必能滿足市場要求，必須平衡創意與商業元素，過於新潮的款式，客戶未必接受，特別是要了解不同國家的文化背景及當地人的喜好。即使入行以後，增值也是必須的，正如晉升至管理階層7年的Man，亦曾修讀HKJMA的高階課程，學習市場、設計、品牌管理等技能，以提升組織效能。

鐘表業：發展品牌成新興趨勢

至於鐘表業，香港亦為全球第二大的成表出口地區，去年本港鐘表產品出口額達500多億港元，絕對不能少觀。香港表廠商會會長蘇永強表示，不少公司正發展自家品牌，然而建立品牌並非一朝一夕，需要投放大量資源包括資金和技術。

現時本地約有10,000至15,000名從業員。行業的職能範疇主要分為：製造、設計、品質管理、產品開發、營運管理、推廣與銷售和售後維修，當中以設計和推廣與銷售人手需求最為殷切。

蘇永強坦言，品牌尚未有知名度之前，市場推廣之路並不易為，尤其是中小企未必能負擔龐大的推廣費用，也是現時業界和市場人員面對的挑戰。因此，大部分公司都會一邊創立自家品牌路線，另一邊繼續OEM和ODM的工作。

要走上品牌發展軌道，香港知專設計學院（HKDI）產品及室內設計學系高級講師陳光耀（Daniel，右圖）表示，近幾年品牌管理已成為珠寶鐘表業界的新興趨勢，設計從業員要增強對產品、市場營銷、消費者行為等的認識。



產品周期縮短 人手需求增

二人表示，以往手表只是實用消費品，功能主要是看時間，但現已演變成配飾，是個人品味和身分的象徵，因此設計師在設計時便要考慮消費者對產品的外觀要求、時計產品潮流，並要配合品牌形象等。此外，現時時計產品的周期縮短了，生產商為了加快推出新產品，無形中令設計師的工作量較以往增加。

Daniel提到，過去不少行內人是紅褲子和平面設計師出身，然而隨着行業對人手的要求不斷提高，鐘表設計師的入行門檻亦提高了。現在坊間設有鐘表課程，僱主大多從中「揀卒」，故有意入行者不妨修讀相關課程，增加入行的競爭力。「軟件只是輔助工具，關鍵仍是設計師的意念和觸覺。」

Daniel指出，曾有本地品牌於瑞士巴塞爾舉行的鐘表展中，在主館與其他世界名牌手表並駕齊驅，可見部分香港品牌在OBM發展上已取得一定成績。然而業界也不要忽視其他對手如中國，以手表出口量計算，中國居首，在中低檔手表及OEM生產市場，由於其營運成本較低，是港商的強勁對手。

總括而言，珠寶鐘表均與時裝業息息相關，邵博士和Daniel提醒新一代設計師，既要積極進修，平日亦要閱讀潮流雜誌，有助緊貼國際潮流走勢，保持嶄新的時代觸覺，創作出別具一格的作品。他們還要多參加本地及國際公開比賽，知己知彼；繼續參與本地及海外展覽，接觸多些國際品牌，增強創作靈感及提升國際視野，對衝出國際不無幫助。

鐘表設計師：開發產品增眼界

Chris完成中五課程後，修讀了HKDI的「時計及時尚產品設計高級文憑」課程，其後更取得產品設計的學位資格。由高級文憑一年級開始，他已擔任鐘表設計公司的實習生，展開了他的設計師生涯。他坦言，數年的實習、兼職，使他在畢業前已有一定的工作經驗，如對市場的認識、設計技巧等，對他日後投身此業不無幫助。

Chris在現職公司曾接觸不同的時計設計工作，初期主要負責實用性的表款，累積若干經驗後，開始接觸多功能表和時尚表。此外，他亦有份參與公司產品開發部的工作，「曾負責一項GPS手表的開發工作，由於物料和技巧要求比較高，項目共花了半年才完成，而在工作過程中更獲取了許多寶貴的經驗。」入行3年多，Chris已有百多件作品，現時每月設計約10至20款手表。

在他眼中，中國鐘表業發展有一定潛力，市場對高檔和中檔的手表均有需求，前者以外國品牌為主，後者已有不少國內設計師加入與港人競爭。他不諱言，國內人才和技術已逐漸逼近本港，加上當地人更熟悉市場需求，如港人想維持競爭力，便要多做市場調查，了解內地人的品味和需要。



JUMP Education & Career Day

7月16日 星期六

時間：中午12:00 - 下午4:30

地點：尖沙咀金域假日酒店 麗晶殿

出席者可獲最新出版
(JUMP@working life 2011)

明天見!

jump.mingpao.com/716.htm

晉升階梯

產品開發經理
珠寶/鐘表設計經理
首席珠寶/鐘表設計師
高級珠寶/鐘表設計師
珠寶/鐘表設計師
初級珠寶/鐘表設計師
珠寶/鐘表設計助理

職位行情

職位	珠寶設計助理	鐘表設計助理
入行條件	具備相關文憑資歷，富創意、愛接觸新事物、有誠信	
所需技能	懂珠寶設計手繪、Photoshop、JewelCAD等技術，以及首飾生產知識	手繪技巧、Pro-e、Rhino、Solid Works等軟件技巧
起薪點	8-10k	8-9k