

《新聞最前線》 04

【字幕】

香港會展中心・設計廊

【正文】

(*****一段珠寶的空鏡頭*****)

【同期聲】記者 鄧筠曦 VSG-LINK 設計總監 鄭陳曼芝

(GiGi 你好 我今天這套裝束應該配什麼飾品呢

可以介紹下嗎)

因為你今天穿了綠色 皮膚比較白

還有今天可能下雨 你穿了條褲子

所以我介紹些比較俏皮的首飾

(為什麼選這個呢)

因為這個很動感 你很漂亮 也很年輕

所以我介紹這個給你 是很配你的

一會兒你戴上去就知道了

戒指我不喜歡五顏六色的

因為你今天的綠色很搶眼

所以我介紹一個有黑色邊的鋸石來搭配

你試下

另外我會介紹這個手鐲

【記者現場】記者 鄧筠曦

經過 GiGi 剛剛的配搭後

我現在整個裝扮都有了很大的變化

雖然是幾個小小的飾物

但是經過襯托之後

整個人都有了不一樣的感覺

【正文】

正如我身上帶著的珠寶，GIGI 的設計往往熠熠生輝，優雅靈動。

和大多數香港設計一樣，這裡每個產品背後，都有獨特的品牌故事。

【同期聲】G-LINK 設計總監 鄭陳曼芝

我想每個女生心裡都有一個精靈

那個精靈其實是藏於我們心裡

我們也不想被人看見

我覺得這個東西可以表達出來
在女士身上 所以我想做這個精靈出來
所以我設計了它 還加上了一個蝙蝠
因為蝙蝠是夜晚才出來的

【正文】

十年前，香港設計就走進內地市場。

這些品牌故事也逐漸改變內的「注重招牌，忽略品牌」的觀念。

而一件產品的靈魂，恰恰決定了它自身的價值。

【同期聲】一風藝術創業集團行政總裁 馬興文
把更多藝術和我們自己的想法
經過不同手法帶給所有的人
讓他們感受到藝術和設計在他們生活中
一塊木頭四隻腳都是椅子
一個椅子可以有文化 可以沒文化
分別就是椅子有沒有靈魂
椅子可不可以代表你自己
還有在那個場合用

【正文】

一個好的產品設計，不能只停留在欣賞，更需要保護和發展。

甜心格格是香港本地設計的一部卡通片，它怎樣風靡內地，走進小朋友的生活呢？

【記者現場】記者 鄧筠曦
(大家好 我是甜心格格
我在香港和內地都很受喜愛
大家看看我這身裝扮 是不是很漂亮)
但是想把甜心格格的形象做成像 魔法棒
或者是一些文具
並不簡單 必須要先經過版權方的授權
究竟什麼是授權呢

【同期聲】亞洲動畫多媒體有限公司行政總裁 錢國棟
當我們授權給被授權方的時候
他們可以利用我們的商標
利用我們動畫角色的造型
去推出他們的產品
比如甜心格格已經成功推出了一些毛絨公仔
餅乾 糖果 圖書 DVD 光碟

甚至是一些砌圖 文具用品 扭蛋玩具

【正文】

如果設計缺乏授權，大部分的公仔、文具、卡套、遊戲等都會淪為沒有靈魂的「山寨」產品。

授權能保護原創設計，也便於發展自身品牌。

【同期聲】楊仕集團有限公司總裁 楊志達
短時間內很多使用者就會看見我們的圖案
這就是借不同被授權方的力量去推廣我們品牌
比自己拿錢去賣廣告好
開店其實也是非常困難的

【正文】

另外，產品授權概念，在智慧手機、平板電腦的 APP（軟體）應用越來越廣泛，粵港兩地不同的諮詢科技文化，也正在慢慢融合發展。

【同期聲】香港資訊科技商會副會長 梁慧珠
我們香港做（服務）專案
電子政府（平臺）比較多
內地的（資訊科技）就做線上游戲比較多

【同期聲】香港無線科技商會主席 章濤
我們的商會有協助香港本地的手機 apps 開發商

將他們做好的 apps 推廣到內地

另一方面 我們也會協助一些內地的公司
做完 apps 後 利用香港的平臺

【尾句】往外國推廣或者宣傳他們的 apps