

報章
Press

亞洲電視月刊
ATV Monthly

刊登日期
Publish Date

2019-03-01

標題
Title

陳嘉賢 講藝術 港情懷

相關德國寶產品
Related Product(s)

德國寶
German Pool



亞洲電視月刊

MARCH 2019

Free
免費索取

ON COVER

MOMO
林孜沫
LIN

-P.2-

一個人 在旅途上



-P.6-

成就香港

陳嘉賢
講藝術，港情懷

-P.10-

亞視最新動向

大美人·打小人

-P.38-

黃總飯局

豐生水起
功夫火鍋起革命



亞視月刊頻道

精彩短視頻

ATV APP
同步分享



THE SPARKLE

COLLECTION

BY GERMAN POOL



【牡丹雅韻】

Swarovski®水晶真絲旗袍
定價: 港幣\$10999

【中國國家絲綢博物館 ~ 永久收藏品】

德國Black Label品牌 ~ THE SPARKLE COLLECTION by german pool精心打造的牡丹雅韻系列，以優雅綻放、象徵富貴的中國國花《牡丹》作設計主軸，寓意「花若盛開，蝴蝶自來」。「牡丹雅韻」旗袍結合中西方設計元素，並揉合傳統工藝與現代科技於一身。

2018年更被中國絲綢博物館納入為永久收藏品之一。

【線下銷售點】

CHINESE ARTS & CRAFTS
SINCE 1959

【官方網站】

THE SPARKLE
COLLECTION



【線上銷售點】

SECOO

德國寶副品牌

2012年，德國寶破天荒推出自然養生機系列，主打破壁料理技術，將蔬果種子及纖維的細胞壁碾碎，達至養生效果，此系列再推出兩款風靡飲食界，一躍成為德國寶的皇牌產品。然而，陳嘉賢並不滿足於此，四四方方的養生機機身讓她靈機一觸：「何不將之變成畫布，將設計師的傑作融入其中，令品牌更趨時尚？」就是這無心插柳，為The Sparkle Collection的誕生埋下伏線。

「當時我一心希望為養生機打造特別的標籤，於是開始與本地設計師合作，鑲嵌維多利亞奇水晶，讓產品更添品味。」陳嘉賢笑說，最初的概念是為德國寶設立高階副牌，但久而久之卻匯更多優秀的設計師，使着手將之拓展至其他範疇產品，例如旗袍。一向熱愛中國文化的陳嘉賢對旗袍情有獨鍾，於是聯同旗袍設計師余耀以牡丹及洋紫荊為題，設計出「牡丹雅頤」旗袍系列，其中一款更獲國家一級博物館——中國絲綢博物館揀選為永久收藏品，成績可見一斑。



從線上到線下

隨著產品愈來愈多，範疇愈來愈廣泛，The Sparkle Collection的品牌雛形亦得以確立。伴隨而來的，是銷售渠道的考量。香港百物騰貴，租金更是天文數字，新晉品牌硬實難以承擔。「租金、裝潢、人工，每項都是白花花的金錢，要為The Sparkle Collection開設專門店是一筆龐大的投資。」從工業產品出身的陳嘉賢是個不折不扣的標準派：「於是我採用O2O（線上線下）模式推動品牌發展，大大降低營運成本！」

在陳嘉賢領軍之下，The Sparkle Collection善用原有資源，先在德國寶專門店落戶聖顯專櫃，然後轉而進駐飛機及郵輪的銷售渠道，直至最近才讓「牡丹雅頤」旗袍系列登陸藝術工藝品專賣店中藝。「做品牌最忌心急，必須腳踏實地一步一步發展。」陳嘉賢表示：「從優質的線上渠道開始，慢慢走入線下實體店，是The Sparkle Collection的發展模式，既穩健又實際！」The Sparkle Collection的成功，同時也成為由陳嘉賢創辦的香港O2O電子商務總會的最強後盾，為香港O2O帶來一番新氣象。

情懷傾注生命

陳嘉賢透露，現時正密鑼緊鼓地籌備著與一眾本地殿堂級建築師及室內設計師合作的巡迴藝術展覽，展覽特別以「香港情懷」作為主題，藉此讓文化及藝術更貼地，更入屋。The Sparkle Collection最近亦將藝術從廚房帶入客廳，再由客廳走入睡房，推出全新「Living Room」系列產品。「我們這次把畫布延伸到衣櫃之上，讓藝術作品遍地開花，圍繞著我們日常生活的每一個角落。」陳嘉賢對品牌發展充滿信心。

「每次旅遊我都會選購當地最有名的品牌，如米蘭的Prada、瑞士的Bally，反觀香港，Lifestyle品牌尚有很大發展空間，我希望將The Sparkle Collection打造成讓世界欣賞香港的品類。」陳嘉賢表示，The Sparkle Collection除了用跑維多利亞奇水晶作標誌之外，更是100%港人、港事、港產品、香港品牌、香港設計師與香港製造商，將「香港」元素放在第一位。陳嘉賢對The Sparkle Collection的執著，除了希望「做好這件事」之外，更多的是一份情、對香港的情。

黃偉鴻專欄



專欄題目

「持續」是企業發展路上的一大難題，過去取得的成功，往往構成不可牢破的思想，讓成功的歷史變成必須跟隨的步伐，不過，堅守的原則卻在無形中綁架了創新的思維，只顧回味過去的成功，逐漸演變成品牌發展的樽頸，令品牌停滯不前，逃不出「守舊」的命運。

本集《成就香港II》，飛鴻訪問The Sparkle Collection的靈魂人物Karen，同時作為德國寶副總裁的她，靈巧地以歷史悠久的家族生意——德國寶作為經濟支柱，利用現有的資源，以嶄新的概念為德國寶發展高階產品系列，同時以相同概念開發全新品牌The Sparkle Collection，另拓別類產品。

在Karen領導之下，The Sparkle Collection大膽由德國寶以功能性為主的產品，轉而發展文化味重的旗袍、首飾和家居用品，從廚房走出客廳再走入睡房，由功能需求市場轉到心理滿足的異域，這種資源調配，可以無負擔地去嘗試建立全新品牌，投入有別於家族生意的另一市場。

比起一些無資源、無後盾的初創公司，The Sparkle Collection更容易攻入市場。新的成就在一把強勁而有實力的大傘之下，結合自己的理念和香港創意，以獅子山工業家千錘百鍊的心，慢慢磨煉出另一片天地。



專欄主筆 WRITER
黃偉鴻博士
Dr. Ellis Wong

香港中華廠商聯合會會董
General Committee Member of
The Chinese Manufacturers'
Association of Hong Kong



亞洲電視月刊

MARCH 2019

Free
免費索取

ON COVER

MOMO
林孜沫
LIN

-P.2-

一個人 在旅途上



-P.6-

成就香港

陳嘉賢
講藝術，港情懷

-P.10-

亞視最新動向

大美人，打小人

-P.38-

黃總飯局

豐生水起
功夫火鍋起革命



亞視月刊頻道

精彩短視頻

ATV APP
同步分享



陳嘉賢

The Sparkle Collection 創辦人
德國寶副總裁

黃偉鴻博士

香港中華廠商聯合會會董

陳嘉賢

講藝術，港情懷



掃描以觀看有關影片
SCAN TO WATCH

國際名畫家畢加索曾說：「藝術能洗滌被塵埃沾染的靈魂...」確實，藝術在當今社會，那麼遠又那麼近。在德國寶品牌發展道上，陳嘉賢試圖將藝術融入日常生活之中，遂創立全新高端時尚品牌——The Sparkle Collection，既講藝術也講香港情懷！



亞洲電視月刊

MARCH 2019

Free
免費索取

ON COVER

MOMO
林孜沫
LIN

-P.2-

一個人 在旅途上

-P.6-

成就香港

陳嘉賢
講藝術，港情懷

-P.10-

亞視最新動向

大美人·打小人

-P.38-

黃總飯局

豐生水起
功夫火鍋起革命



亞視月刊精選

精彩短視頻

ATV APP
同步分享



EVENT



HKOEF第二屆執委誕生 助傳統企業升級轉型



20領先典範大
頒獎典禮



香港O2O電子商務總會(HKOEF)於三月中旬假W Hotel舉辦「第二屆理事會就職典禮暨O2O領先典範大獎頒獎典禮」，活動當日場面熱鬧，商務及經濟發展局副局長陳百里博士、香港郵政署長梁松泰、職業訓練局主席鍾志平博士、香港生產力促進局主席林宜武、香港工業總會主席鄧振華、香港中華廠商聯合會會長吳宏斌博士，以及香港品牌發展局主席黃家平等各界名人應邀出席，見證HKOEF的重要時刻。

放閃網絡推廣、酒世界交易平台以及永福墳場等，另外，周大福珠寶集團、中原數據科技及恒生銀行更榮獲「O2O領先典範至尊大獎」。

本屆「O2O領先典範大獎」的專業評審團由政府機構及院校、業界商會組織和傳媒所組成，評審準則包括：1.O2O業務表現、2.O2O互動新機遇、3.O2O技術實際應用，各得企業將成為「O2O領先典範」大使，與HKOEF聯手舉辦各種活動，分享拓展O2O業務的經驗，為促進香港電子商務發展出一分力。而活動當日，HKOEF第二屆執委亦順利誕生，陳家強成為新任會長，而前任會長陳嘉賢則以創會及榮譽會長兼當然顧問身份繼續為協會服務。

HKOEF一直以推動本地O2O電商發展為己任，今年首辦「O2O領先典範大獎」，旨在表揚於O2O領域上表現出色的企業。是次頒獎典禮中，共有十間企業榮獲「O2O領先典範大獎」，包括阿里雲、Foodpanda、森科產品、