

SK、三星大搶樁 韓潮時尚撲台

記者李麗滿／台北報導

韓劇再掀風潮，不僅帶動韓系彩妝來台卡位，韓流時尚亦準備來台攻城掠地！其中，繼去年LG集團旗下HAZZYS率先來台插旗，滿心企業再與韓國SK NETWORKS合作，準備Q3引進0' 2nd女裝。

而最令人期待的是三星集團旗下三星法紳（Samsung Fashion）早與台灣遠百、新光三越積極接觸，洽談兩岸同步展店的招商策略，其中又以目前在韓大夯的三星平價服飾8ight second最具賣點。

台灣百貨市場飽和，為創造商品差異化，代理日歐美等服飾代理商滿心企業，去年首度引進韓系服飾品牌搶進台灣日系百貨，引進LG集團旗下HAZZYS來台拓點。首一據點快定落腳於SOGO百貨，更為韓媒放大看待，凸顯韓潮時尚不僅要超越日本，HAZZYS更自今年搶進歐美市場。而台灣不到一年時間已有3家店，走美式休閒風的男裝在台中心地區備受青睞。

滿心再加把勁，上月與韓國第二大集團SK集團旗下SK NETWORKS合作將於第三季引進0' 2nd女裝，搶攻台灣高端女裝市場。

0' 2nd在全球17個國家銷售，其中中國是第二大市場，在中、美、中東等國家已擁有「韓國第一女裝

」知名度。去年起0' 2nd挾其名號返韓大舉於免稅店設大櫃，層級等同國際精品，今年首季更因韓劇女明星全智賢愛好，成為中國網購代購最大選項，美國市場更登上紐約Barneys、Bergdorf、Neiman等三大精品百貨櫃位，海外市場成長快速，三年業績成長達5倍。此次看中台灣是陸客自由行首選，東南亞觀光客逐年遽增，預期透過滿心通路資源，Q3起在台設櫃。

而三星法紳（Samsung Fashion）則是三星集團旗下第一毛織在海外獨立貿易公司，隸屬三星時尚體系，早於去年底即與台灣百貨業接觸，包括遠百、新光三越等均在評估中。

據稱，三星時尚在中國搶攻地盤多年，包括Galaxy男裝、Bean Pole男女童裝與運動品牌Rapido、男士休閒品牌Mvio等品牌，皆走高階市場。

去年傳三星法紳有意將目前在韓極夯的平價服飾第一品牌8ight



●看好國內商機，韓國服飾品牌蓄勢待發登台。圖為LG集團旗下HAZZYS休閒服飾品牌服裝走秀的畫面。圖／本報資料照片

韓國三大時尚集團登台概況

集團	品 牌	台灣店數	全球市場
LG	HAZZYS	目前3店，預計規模5-8店	中、港、東南亞等
SK	0' 2nd	Q3登台	中國、美國等17國
三星	8ight Seconds等	與新光三越、遠百洽談中	Bean pole等已進中國

製表：李麗滿

second引進中國，且同步於台灣展開，但最後遇上三星法紳組織重新調整，來台展店速度不會太快，預

計進駐據點包括百貨與購物中心等，屆時將繼戲劇、3C與彩妝之後，掀起另一波韓潮大戰。

工商時報

103. 4. 17

2014年台北魅力展(春季)開展

17日到20日匯聚百家服飾品牌 潮流時尚亮眼

金萊萊 / 整理

圖 / 紡拓會提供

第九屆「台北魅力展」春季訂今(17)日至20日，在松山文創園區盛大舉辦，2014年台北魅力展調整為一年辦理兩次，以符合國際流行服裝服飾品季節採購需求，並將展期延長為4天，此展匯聚百家在國際展會嶄露頭角的台灣潛力品牌，吸引來自19個國家與地區時尚界人士參與，經濟部國際貿易局主任秘書王振福亦與會為業者加油。

設計師發表最新時尚作品

紡拓會特別規劃兩岸四地設計師炙熱時尚、國際新銳設計師、亞洲實力派女裝品牌、國際高球運動休閒品牌等8場主題



名模王思偉(左)與陳思璇(右)展演寶騰璜、張李玉菁及克萊亞2014春夏服飾。



經濟部國際貿易局主秘王振福(左四)與紡拓會董事長葉義雄(左五)與展演模特兒合影。

時尚秀並邀請國際專家分享：計、簡約線條的58和fuyue、擅流行時尚設計趨勢、品牌及商品行銷策略、創新技術發展等6場系列研討會，協助業者增廣國際視野、洞燭先機掌握趨勢，以最豐富的內容讓人體驗精采的時尚視覺饗宴、帶動無限商機。

昨(16)日展前記者會精選各主題共25套新作搶先曝光。兩岸四地設計師炙熱時尚包括：中國「金頂獎」得主李小燕、香港代表劉志華、澳門設計師吳嫦艷、及台灣代表寶騰璜、張李玉菁等共同匯演；新銳設計師的台灣代表吳日云及日本代表岸本明子展示轟動紐約時裝週作品；代表亞洲實力派品牌的台灣知名女裝克萊亞、莊承華、中國女裝品牌伊芙麗和藍色傾情；美國高球品牌Jack Nicklaus帶來2014春夏新品也分別呈現。

另外特別邀請多位於國際展會嶄露頭角的台灣潛力設計師品牌上場，有簡潔幹練的VISIBLE、嚮往樸實的VIGA WANG、造型精緻的if&n和藝文氣息的方捷設

計、簡約線條的58和fuyue、擅長拼貼的劉俊廷、低調奢華的王怡人、和義式風情的MODO。男裝部分有強調日式工藝的JEANS DA、色彩繽紛的SNEEZE；風格前衛的VIVACITA、都會民俗的MISCHIEF、專長防汙科技的OUTERBORO也陸續演繹都會型男翩翩丰采。

專家解析設計趨勢

專家研討會及時尚發表活動上，流行時尚設計趨勢方面有英國WGSN分享2015年春夏趨勢預測。菲力諮詢講解中國市場商品策略、日本大師講解「海外品牌進軍日本市場攻略」、丹麥品牌顧問講述以「台灣設計」創造利潤最大值、及京東商城的電子商務平台講座、創新技術發展方面則由台灣愛普生主講「數位印花革命」，發表主題都與當前國際時尚產業發展息息相關。

台北魅力展(春季)活動網址：
www.taipeiinstyle.com

(經濟部國際貿易局廣告 紡拓會執行)

7.4% 陸首季GDP增幅縮小

降至一年半低點 官方：轉型期會有陣痛 仍在合理區間

【記者曾迺強／綜合報導】大陸國家統計局昨(16)日公布首季國內生產毛額(GDP)年增率為7.4%，滑落至一年半以來新低，大陸官方認為仍在合理區間範圍內。

大陸國家統計局昨天公布各產業對GDP的貢獻，其中第二產業(工業)為人民幣5.7兆元(約新台幣27兆元)，成長7.3%；第三產業(服務業)增加近人民幣6.3兆元(約新台幣30.5兆元)，其7.8%的成長速度明顯高於第二產業。

國家統計局發言人盛來運以駕駛車輛的「爬坡換檔」，形容經濟正處於轉型新階段會有陣痛，首季GDP成長雖較2013年同期下跌0.3個百分點，但「從就業和收入看，首季經濟情況總體還是不錯的。」

統計局昨天還公布，限額以上的網路線上零售額達人民幣815億元(約新台幣3,950億元)，大幅成長51.7%，這是該數據首度納入社會消費品零售總額當中。申銀萬國證券首席分析師李慧勇指出，這凸顯新興消費成長迅速。

展望前景，阿思達克財經

引述國泰君安證券首席經濟學家林采宜表示，未來政策將致力保障就業。對外經貿大學教授趙慶明也認為，目前有保持經濟穩定的基礎，「就業比GDP更重要。」

華爾街日報報導，推動經濟成長的「投資」及「消費」兩大引擎動力雙雙減弱，是首季GDP年增率小幅放緩主要原因；路透則報導說，儘管首季GDP增速放緩，但沒有跌破大陸中央7.2%以下的底線。

大陸最新經濟數據

經濟指標	年增率(%)
第1季國內生產毛額(GDP)	7.4
3月消費者物價指數	2.4
3月生產者物價指數	-2.3
3月社會消費品零售總額	12.2
3月規模以上工業增加值	8.8
3月進口總額	-11.3
3月出口總額	-6.6
3月廣義貨幣供應量(M2)	12.1

資料來源：大陸國家統計局、海關總署、中國人民銀行

曾迺強／製表

穩增長 將擴大出口退稅

【記者林則宏／綜合報導】顧及貿易對「穩增長」及「穩就業」的重要性，大陸將擴大出口退稅優惠範圍至電子商務及市場採購貿易等新領域，並評估將先前限制

低層次加工貿易的商品目錄重新調整。

中國證券報報導，在大陸相關部門上報國務院的一系列穩增長措施中，除加快金融改革、加快項目審批等措

施外，擴大出口退稅也是其中一項重點。

報導稱，這次擴大出口退稅政策主要針對「調結構、轉方式」企業，包括跨境電子商務、市場採購貿易等。

供應鏈崛起 台廠警戒

【記者鄭杰／台北報導】中國大陸今年第1季經濟成長率為7.4%，略微低於大陸官方設定的全年目標值0.1個百分點。台灣經濟研究院景氣預測中心主任孫明德指出，大陸經濟成長率下滑，

難免影響台灣對陸貿易，但因歐美市場復甦帶動出口成長，整體影響有限，台灣更須留意的是中國大陸供應鏈崛起所帶來衝擊。

孫明德指出，大陸近來固定投資數據下滑，加上大陸

國家主席習近平近來大力打貪，抑制大陸市場消費，造成大陸第1季經濟成長率些微滑落，多少不利台灣對陸出口貿易，幸好今年以來歐美市場逐漸復甦，帶動台灣電子、汽車零組件出口成長，抵銷負面效果，台灣今年出口貿易應不致受太大影響。

美工業生產報喜 製造業旺

上月攀升0.7% 產能利用率也優於預期 新屋開工連二月成長 但房市仍疲軟

編譯閻國帆 / 綜合外電

美國3月工業生產優於預期，顯示製造業持續復甦，3月新屋開工雖連續第二個月增長，但更廣泛的趨勢顯示，房市依然疲軟不振。

美國3月工業生產好轉，加上雅虎等企業財報比預期好，激勵美股三大指數16日盤中漲0.4%至0.5%，道瓊工業指數一度漲124點至16,387點。

聯準會（Fed）16日說，3月工業生產經季節調整後，比2月攀升0.7%，產能利用率也上升0.4個百分點至79.2%，分別優於市場預估的0.4%和78.7%。

占工業生產最大宗的製造業生產3月成長0.5%，顯示製造業在經歷酷寒天候的衝擊後加速成長。近來的零售

銷售和就業數據顯示，隨著天氣回暖，經濟動能日增，企業擴大投資和海外市場進一步好轉，也可望進一步提振美國生產。

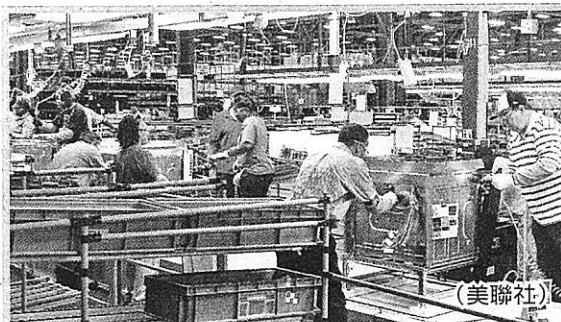
德意志銀行首席美國經濟學家拉佛納說，消費者和企業都累積許多需求，促使工廠必須增加生產以滿足需求，製造業展望將持續好轉。不過，若需求未能回升，業者庫存又居高不下，可能導致未來的生產減緩。

商務部表示，受惠於獨棟住宅增加，3月新屋開工成長2.8%至年率94.6萬戶，略

少於市場預測的97萬戶。未來房市景氣指標的3月營建許可，則比2月減少2.4%至99萬戶，為過去五個月來第四度減少，也不如市場預期。

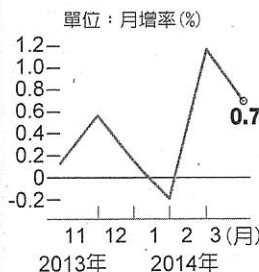
氣候回溫和春季售屋季開始，雖提振東北部和中西部的房市活動，但房市復甦仍面臨利率高漲、工資成長緩慢及信用緊俏等挑戰，就業必須出現更多改善，才能減少民眾買不起房子的情況。

瑞士信貸（Credit Suisse）美國經濟研究部主管薩波塔說，房市今年將推升國內生產毛額（GDP），但貢獻幅度可能沒有2012年和2013年那麼大，這反映在新屋開工成長步調減慢。



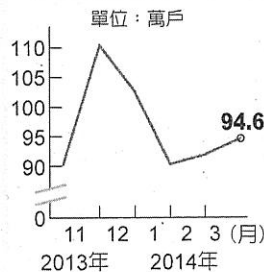
（美聯社）

美工業生產指數



資料來源：彭博資訊

美新屋開工數



資料來源：彭博資訊

經濟日報

103. 4. 17

台北魅力展 → 兩岸四地時尚較勁

【記者史榮恩／台北報導】台北魅力展4月17日起在台北松山文創園區登場，展前記者會在名模陳思璇領軍下率先展示國內外設計師品牌25套作品，4天展期中，將有台、港、澳、中四地品牌接力登場走秀，期待時尚產業成為台灣下一個產業焦點。

台北魅力展從今年起調整為2年一次，有於國際展會中嶄露頭角的台灣潛力設計師及品牌參展，並規畫兩岸四地主題動態秀，包括KERAIA、寶騰璜張李玉菁、Athena Chuang等台灣品牌及中國時裝周金頂獎得主李小燕、澳門服裝節代表吳豔、香港劉志華等設計師品牌，匯聚台、日、韓等新銳設計師的Asia Fashion Collection也在結束東京展演後首次在台演出。

這場由紡拓會主辦的時尚活動目的在協助台灣設計師及品牌提升國際能見度，帶動相關商機，昨天記者會中，特別由伊林模特兒展演台灣潛力設計師作品，包括衛思博、未央、蔡宜芬、我發、甫月、劉俊廷、王怡人、MODO、金斯大、SNEEZE、VIVACITA、MISCHIEF及OUTERBORO等男女服飾，紡拓會董事長葉義雄表示，紡拓會除了積極輔導台灣紡織業升級轉型外，也會對自創品牌及通路建立提供必要協助。



名模陳思璇以一襲KERAIA禮服為台北魅力展揭開序幕。

圖／紡拓會提供

通縮威脅增大，歐洲央行降息壓力急升



歐元區通膨 降到危險區

記者顏嘉南／綜合外電報導

最受歐洲央行關注的歐元區消費者物價調和指數（HICP）3月增幅降至4年半新低，已跌進歐洲央行所謂的「危險區」，凸顯通縮威脅增大，也使得歐洲央行降息壓力大增。

據歐盟統計局（Eurostat）周三公布的最新數據顯示，3月份HICP僅年增0.5%，增幅低於前月的0.7%，並寫下2009年11月以來最低。

扣除食品和能源等波動較大的項目，核心HICP3月增幅由2月的年增1%，降至0.7%，創下2013年12月來最低紀錄。

歐元區的HICP增幅已連續6個月低於1%，現已進入歐洲央行口中的「危險區」。歐元區陷入通縮的

隱憂揮之不去，加深外界預期歐洲央行可能採取進一步的貨幣寬鬆行動，如購買債券等資產。

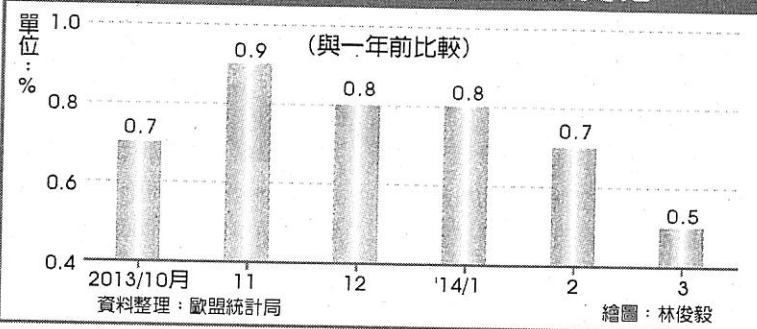
統計局指出，上月物價增幅較高的項目包括菸草、餐飲，以及牛奶、起司和雞蛋等食品。而燃油、通訊和燃料價格則走低。

歐元區國家3月的物價走勢分歧，5個會員國該月HICP下滑，包括希臘年減1.5%，和塞普勒斯年減0.9%。奧地利和馬爾他則年增1.4%，德國年增0.9%，較接近歐洲央行年增2.0%的目標。另外，有4個會員國HICP年增幅低於0.5%。

歐洲央行官員曾表示，已準備好採取非傳統措施，確保通膨不會維持在低點太久。

通膨降溫對經濟的影響有好有壞

歐元區消費者物價調和指數變化



，在薪資成長疲弱的時期，可望提升實質薪資，但也加深通縮風險，並可能讓消費者支出停滯。

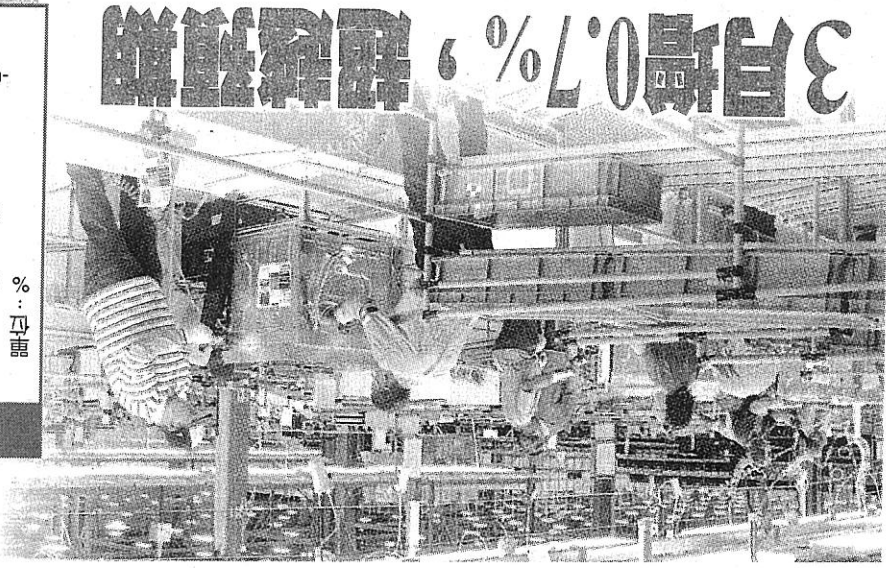
歐洲央行官員重申，並不預期歐元區的物價會持續下跌，也拒絕拿歐元區與陷入通縮長達20年的日本相比擬，宣稱歐洲央行較1990年代

的日本央行更有行動力，也更有影響力。

歐洲央行總裁德拉吉上周六在華盛頓參加國際貨幣基金（IMF）的會議，對於歐元走強表示擔憂，倘若歐元持續上揚，將進一步實施寬鬆貨幣政策。

103. 4. 17

工商時報

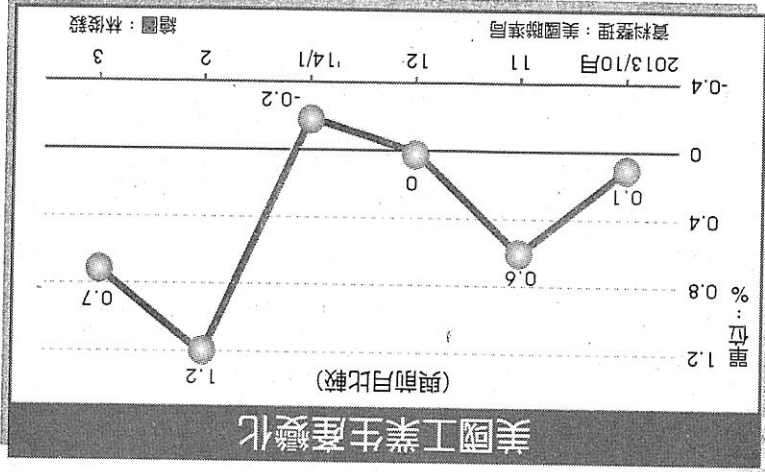


3月增0.7%，超越預期

美工業生產轉強

●美國公布3月工業生產，優於預期，顯示美國製造業已經擺脫寒冬低潮。

圖／美聯社



記者蕭麗君／綜合外電報導

美國周三公布3月工業生產月增0.7%，優於預期，反映美國製造業已經擺脫寒冬低潮逐漸轉強。另3月新屋開工戶數成長2.8%，換算年率達94.6萬戶，連續第2個月成長，但幅度不如預期，顯示房市復甦動能依然不夠強。

聯準會表示，美國3月工業生產經季節調整後月增0.7%，此外產能利用率也成長0.4個百分點至79.2%。兩項數據都優於市場預期。其中占美國工業生產最大比重的製造業生產，繼2月增長1.4%後，

上月又成長0.5%。這顯示製造業在走過異常嚴冬後，成長力道已有轉強跡象。對製造業者而言，氣候酷寒與暴風雪迫使勞工待在家中，進而延誤出貨與影響生產。此外商務部表示，美國3月新屋開工戶數成長2.8%，經季節調整

後年率達94.6萬戶。至於2月新屋開工經修正後，從前值的90.7萬戶上調至92萬戶。不過若以1年前相比，美國房市復甦依然疲弱。上月新屋開工較上年同期減少5.9%。用來觀察未來房屋興建運動的3月營建許可，較前1個月下滑2.4%至99萬戶，為過去5個月來第4個月下滑。3月新屋開工與營建許可都不如外界預期。根據華爾街日報針對經濟學家的調查預估，3月新屋開工預料升至96.5萬戶，營建許可則持平於101萬戶。

然而該報告依然出現令人振奮跡象，就是上月新屋開工增加，主要由獨棟式房屋開工大幅成長6%所帶動，這也意指中產階級家庭對於房屋的需求轉強。獨棟式房屋開工繼去年12月與今年1月銳減後，如今已經連續兩個月出現彈升。受惠於美國經濟復甦，美國房市在去年一度好轉，但隨後動能又再度遭到壓抑。利率攀升，加上房價走高，抑制有意購屋的民眾意願。此外年初氣候不佳，也讓房屋興建與購買活動遭到打擊。

2014年台北魅力展(TIS)春季展 潮流時尚靚裝 精采亮點先睹為快



●「2014台北魅力展(TIS)春季展」於昨(16)日舉行展前記者會，由經濟部國際貿易局主任秘書王振福(左3)、紡拓會董事長葉義雄(右3)共同出席。

第九屆「台北魅力展」春季展於4月17至20日，在松山文創園區盛大舉辦，16日下午舉辦展前記者會，透過名模陳思璇、王思偉率領10位男女模特的靚裝走秀，正式為為期四天的年度春夏時尚TIS盛典揭開序幕。

2014年台北魅力展調整為一年辦理兩次，以符合國際流行服裝服飾品季節採購需求，並將展期延長為4天；匯聚百家於國際展會嶄露頭角的台灣潛力品牌，吸引來自19個國家與地區時尚界人士參與，並特別規劃兩岸四地設計師炙熱時尚、國際新銳設計師、亞洲實力派女裝品牌、國際高球運動休閒品牌等主題時尚秀共8場；邀請國際專家分享：流行時尚設計趨勢、品牌及商品行銷策略、創新技術發展等6場系列研討會，協助業者增廣國際視野、洞燭先機掌握趨勢，以最豐富的內容讓國人體驗精采時尚視覺饗宴、帶動無限商機。

展前記者會精選各主題共25套新作搶先曝光。兩岸四地設計師炙熱時尚包括：中國「金頂獎」得主李小燕、香港代表劉志華，澳門設計師吳熾艷，及台灣代表賀騰璜張李玉菁共同匯演；代表新銳設計師的台灣代表吳曰云、日本代表岸本明子展示轟動紐約時裝週作品；代表亞洲實力派品牌的台灣知名女裝克萊亞、莊承華、中國女裝品牌伊芙麗和藍色傾情；美國高球品牌 Jack Nicklaus 帶來2014春夏新品也分別呈現。

另外特別邀請多位於國際展會嶄露頭角的台灣潛力設計師品牌上場，有：簡潔幹練的 VISIBLE、嚮往懷實的 VICA WANG、造型精緻的 ifan 和藝文氣息的方捷設計、簡約線條的 58 和 fu yue、擅長拼貼的劉俊廷、低調奢華的王怡人、和義式風情的 MODO。男裝部分有強調日式工藝的 JEANS DA、色彩繽紛的 SNEEZE；

風格前衛的 VIVACITA、都會民俗的 MISCHIEF、專長防汙科技的 OUTERBORO 也陸續演繹都會型男翻翩丰采。

專家研討會及時尚發表活動上，流行時尚設計趨勢方面有英國 WGSN 分享2015年春夏趨勢預測；菲力諮詢講解中國市場商品策略、日本大師講解「海外品牌進軍日本市場攻略」、丹麥品牌顧問講述以「台灣設計」創造利潤最大值、及京東商城的電子商務平台講座；至於創新技術發展方面則由台灣愛普生主講「數位印花革命」，主題都與當前國際時尚產業發展息息相關。

透過台北魅力展看見台灣好設計，使更多品牌與設計師被發掘，進而踏上國際舞台！記者會邀請到活動贊助機關經濟部國際貿易局王振福主任秘書蒞臨指導，各紡織業界代表、產業先進也都到場祝賀，氣氛盛大而隆重。

(經濟部國際貿易局廣告、紡拓會執行)