

流行趨勢~2011年香港亞太區美容展；大學推動產學研發創新的《座標》是市場導向

◎ 產學合作處 吳嵩山 2011-11-13

『2011亞太區美容展』在香港國際會議展覽中心舉行三天，台灣有132家廠商參展，世界各地前往參觀採購的廠商代表超過五萬人。這處超大型的商貿交流平台傳遞了國際美容、化妝業市場的需求和流行時尚新趨勢；顯而易見，大學推動產學合作研發創新的『座標』要以市場為導向，因為，產出的商品定位對了，才能共創多贏。

亞太區美容展自1996年起在香港舉行，是全球第二大美容與化妝業貿易展覽盛事，結合美容、商貿、教育及潮流各項元素，發展成亞洲美容業界最重要的商貿交流平臺。

『2011亞太區美容展』於11月9日起在香港國際會議展覽中心舉行三天，為了掌握市場脈動和新產品訊息，中國醫藥大學產學合作處研發加值中心主任余建志博士與副總經理龍談格、吳嵩山經理等三人組團赴港觀摩，10日上午，主辦展覽的亞洲博聞台灣分公司總經理劉櫻惠、經理洪玉玲及高睦喬主任在展場親自接待本校參訪團。

劉櫻惠總經理介紹說，2011亞太區美容展的規模盛大場面華麗，五層樓的展覽面積共68,000平方米，參展的1780家廠商來自42個國家及地區，台灣參展商有132家。在龐大的參展陣容裡，美容與化妝業範疇廠商可以得知最新的市場與產品趨勢，瞭解新意念，同時認識新的結盟夥伴，彼此建立業務聯繫管道，拓展商機。

洪玉玲經理還陪同中國醫藥大學參訪團到各展區觀摩新穎美容化妝產品，瞭解國際市場流行時尚的新趨勢；在23個國家和地區展館劃分為5個主題展區，包括化妝及個人護理用品、包裝產品及機具、美髮及天然保健產品等，匯聚各式各樣零售化妝及個人護理用品琳瑯滿目，讓人目不暇給。

NOKIA的廣告詞：「科技始終來自於人性！」讓余建志主任感觸深刻的說，學術研究是可以發揮實用價值的，可是，大學的知識技術和創新研發的前端要導入產業趨勢的產出概念，跨出技術本位的專業領域，因為，產業界瞭解市場脈動和庶民的需求，它們需要什麼技術、缺少什麼動能，產學合作的關鍵在於「投其所好」，確定了目標市場，創新研發就有意義了。

余建志主任表示，亞太區美容展猶如超大百貨公司的貨品齊全，產品包裝設計很出色、有賣點，有助於產業界和學術界開拓視野，掌握流行時尚的訊息，赴香港參訪收穫豐碩。

『讀萬卷書、行萬里路；』龍談格副總經理有感而發的說，知識全球化的時代來了。他仔細觀察展場內的美容、護髮與健美產品及新穎儀器，還有亞洲地區開發的天然保健品、健康食品及自動化的真空包裝機具，雖然，文字可以闡述各種產品的功能，可是，眼睛看到的就不一樣。

龍談格副總經理觀察，國際性的亞太美容展，各展區動線的劃規十分便捷，其次，參展的國家很多，那些展區最亮眼、設計風格最突出，一目瞭然，不同國家參展廠商的創意表現，值得借鏡。

中央社新聞網 (<http://www.cna.com.tw/postwrite/cvpread.aspx?ID=00094384>)

記協、諍報 [http://srnews.com.tw/news\\_r.asp?id=85&xid=1725&cid=113](http://srnews.com.tw/news_r.asp?id=85&xid=1725&cid=113)

台灣新聞報 <http://www.newstaiwan.com.tw/index.php?menu=newst&ms=6&nnid=113055>

【相關圖片】



亞洲博聞台灣分公司總經理劉櫻惠（右）、經理洪玉玲（左）及高睦喬主任接待本校赴港參訪團。



中國醫大產學合作處赴港參訪團是余建志主任及龍談格副總、吳嵩山經理。



香港亞太區美容展吸引絡繹不絕的參觀採購廠商人潮。



新穎快速的真空包裝機吸引參訪團高度興趣。



新潮又專業的美髮、造型吸晴。



香港亞太區美容展區一隅。



記協、諍報



台灣新聞報



世界華文媒體網