

商匯館 — 澳門佳作



“澳門佳作”為本會“誠信店認可計劃”的認可商號，同時，其商品進駐了澳門貿易投資促進局“商匯館”作商品展示及推廣。“商匯館”以對外宣傳“澳門製造”、“澳門品牌”、“澳門設計”的商品為目標，而本會的“誠信店認可計劃”則能助力商號提升商品品質及服務水平。今期《澳門消費》轉載“商匯館”企業故事的專訪內容。

澳門“佳作”成就“澳門佳作”

海外回流的藝術創作者林子恩於2009年成立澳門佳作有限公司，除自家原創產品外，亦聚集了眾多澳門優秀設計師及藝術家的創意作品，建立了當時澳門首家大型文創紀念品專賣店。時至今日，澳門佳作的業務涵蓋商品研發、藝術策劃、會議展覽、市場推廣、跨界聯乘及IP授權等。

“澳門設計”獲認可 逐步闖出名堂

“梳打熊貓”是澳門佳作最具代表性的IP角色，其創作靈感來源於2009年祖國贈予澳門的一對熊貓。彼時，行政總裁兼創作總監林子恩以生於澳門的熊貓三兄妹成長故事為主題，推出一系列富有中葡文化特色的文創紀念產品，包括十二生肖梳打熊貓玩偶系列、文件夾、散銀包、明信片及印章，聯乘本地藝術家推出馬克杯系列及“絲情畫意”絲巾系列等產品。當中更不乏獲獎產品，如蘊含濃郁中華文化元素“紫氣東來”利是封套裝，使“澳門設計”獲更多人認識。多年來，澳門佳作曾先後於澳門旅遊塔、澳門機場、歷史城區、氹仔官也街及路氹金光大道等多個旅遊景點開設門店，吸引旅客駐足選購。

“澳門品牌”聯手 實現1加1大於2

澳門佳作亦與本地手信品牌“十月初五餅家”攜手合作，在包裝設計上融入梳打熊貓三兄妹的故事，為傳統手信注入品牌活力的同時，使梳打熊貓角色得以憑藉大量的食品訂單被更多消費者認識。

無懼疫情 拓展內地市場不止步

澳門佳作曾參與貿促局舉辦的各類會展活動推廣品牌。此外，公司於2019年與四川省成都市一家體育主題樂園企業達成合作協議，籌備“文創+體育”品牌計劃，林子恩坦言疫情讓開拓市場更具挑戰，但對內地疫情防控有信心，期待計劃順利開展。未來希望特區政府加強對澳門中小企業的扶持，讓更多“澳門品牌”、“澳門設計”走出去。

