

■在江西上饒開發的香港名城已於近期投入運營，吸引不少商家和客戶。

複製港購物中心 切合內地市場致勝

港人開投資管理公司引港品牌進駐20城市



■葉智輝表示，在內地經商需以內地化的思維來處理事情。
香港文匯報記者李昌鴻攝

港商 五味舖

在內地打滾十年多的港商葉智輝，飽嘗在內地經商的艱辛與不易，但十年來，他堅持了下來，並最終取得了成功。對此，他感悟良多：在內地經商不能老拿香港一套一成不變的思維和方法來處理問題，而是要以內地化思維來行事，並通過業務本地化和差異化來取勝。

■香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

在香港土生土長的葉智輝，受香港眾多購物中心吸引海內外大量消費者的啟迪，10年前在香港創辦了香港環球商機投資管理集團，再到內地尋找開發商合作，將香港中檔購物中心的營運模式複製到內地。目前業務從深圳、上海等沿海城市發展至內陸重慶、成都、西安等共20城市，去年佣金收入達2,000萬元，今年將突破5,000萬元，並計劃一兩年後上市。

市民日益富裕 購物需求大增

葉智輝憶述，10年前他到內地時，發現當地只有百貨，並無購物中心，他認為隨著內地經濟高速增長和百姓生活的日益富裕，內地購物需求將大增。看中這個商機後，葉智輝的公司即從事起商業地產的策劃、包裝、營銷和運營及管理工作。環球商機於是在各地建購物中心，介紹和吸引香港商家進駐經營，但並不是一開始就一帆風順。

深圳小試牛刀 競爭激烈碰壁

葉智輝稱，其在內地首個項目是在深圳，與一開發商合作，將華強北深紡大廈策劃、包裝成為女人世界名店。該商場面積只有2萬平方米，是他的首項小規模試驗。但剛開始時競爭相當激烈的華強北商場令其一籌莫展，加上經驗尚淺，令他陷入了困境。後經深入調研華強北市場，他認為，只有打差異化手法才能立足，於是他引入香港和海外品牌進駐，包括香港服裝設計協會會長設計獨特的品牌女裝，並引進全球知名冰淇淋品牌哈根達斯等，目前其香港品牌已佔所有品牌的一半，能與附近的茂業百貨競爭。

環球商機後來還與平安保險旗下的平安信託合作，在湖北荊州開發購物中心，面積達5萬平方米。但是荊州既無機場也無火車站，

成功改良粵菜 食肆進駐江西

10年來，葉智輝把不少香港服裝、飲食等商家帶到內地經銷。其中，港人在廣州開設的桃園名宴，便是通過他的介紹，進駐其在江西上饒與當地開發商的合作。但是清淡的粵菜令許多江西消費者不適應，導致生意冷清。他於是建議老闆將粵菜改良，在菜中加辣，令口味更適合當地人，結果通過本地化後吸引了不少當地人。

他說，很多港人不了解內地市場，內地市場機遇大，但風險也大，在發展業務時切忌盲目擴張。以其公司為例，也是先從深圳開始，發展成功後，才逐步向華南的湖南、江西、福建等地擴張，最後向重慶、成都、雲南、上海和江蘇和浙江安徽等區域進行重點擴張。

擴業務至東北 擬兩年後上市

葉智輝透露，2010年環球商機全國眾多購物中心的招商、運營、管理等獲得佣金2,000萬元人民幣，今年將會突破5,000萬元，預計一至兩年後實現上市。該公司目前在全國擁有180名員工，今年將共有30至40個項目運作，並向山東、東北等地擴展業務。他們還將投資百貨業，在購物中心設立香港百貨，並持有股份，未來將進行全國連鎖擴張。

兩大難題：拖欠款項、人才瓶頸

港商在內地做生意經常遇到回款難問題，葉智輝也不例外。他說，在與內地開發商合作中，有的開發商也不完全按照簽訂的合作條款付款，常拖欠款項。如果按照香港的商業規則，往往會立即打官司討回欠款，但這樣會把合作關係弄僵，令朋友也做不成，欠款也不一定能夠討到。

作關係。港商在內地經營經常遇到的另一個問題，便是人才瓶頸。葉智輝說，公司發展到一定規模後，自然面臨人才短缺問題。為此，他們公司大膽任用內地人才，公司高管是唯賢是舉，並非港人優先。目前，他們公司在內地的4個副總都是內地人，這些內地人具有對當地人脈、市場、語言、文化、資源整合等熟練的優勢，帶來效益更佳，而以前任港人的港人因氣候不適應，以及對內地語言、文化不了解，不熟悉當地市場等，部分人不得不回港。

■香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

大膽重用內地人才

葉智輝說，遇上這樣的事情，他會採取內地人性化思維，先了解開發商是惡意拖欠還是不得已的欠款，如是後者的話，他會採取體諒的態度，通過與該開發商的2度合作，將項目搞活。這樣，該開發商便把上次合作項目和此次合作項目的欠款均還清了，並維持了良好的合

港商富二代北上進軍動漫業

港商 在深圳



■錢國棟表示，《超智能足球》已發行到全球60多個國家。

位置，自己身為「富二代」，寧可做世人眼中的太子爺，也不能成為「二世祖」。最大的願望就是助父親完成夢想，把父親的生意發揚光大。

2000年畢業後，錢國棟即返港，在設計與市場策劃部幫父親設計玩具。5年後，錢氏玩具收購了深圳市方塊動漫畫文化發展有限公司（方塊），順利進軍動漫業，錢國棟也因擁有推廣經驗被聘為公司的商品發展總監。但由於當時的製作總監專業技能不強，經營不善，150名員工一年只能出產100分鐘動畫，效率很低。2007年中，錢國棟被聘為行政總裁，即對公司進行一系列重組與擴充，動漫產量由0集增至1個月出品6集，170人的團隊1年能創作出3,000分鐘的動畫。錢國棟亦成功將家族玩具業轉型到動漫業。

目標推廣中國動畫至全球

現時，家族中另一間專門從事動畫發行和動漫人物授權業務的亞洲動畫多媒體有限公司，也由錢國棟擔任行政總裁。更好的將動漫製

作、玩具生產、動漫人物授權三種業務有機地連繫在一起，錢國棟則被戲稱為是「三位一體」。

錢國棟透露，方塊的發展目標是把中國的動畫推廣至全球，邁向國際化。日後公司將更多的推出一些中國題材的動漫。其中，講述女孩和白領的瘋狂搞笑喜劇《甜心格格》，年內將推出第2輯。另一部以解放軍打外星人為主題的52集動畫片將於年底創作完成，爭取明年推出。此外，第2輯《超智能足球》計劃於6月開始播放，電影亦將於暑假推出。

港動漫人北上要靠創意

當前中國原創動漫最欠缺資金與創意人才。錢國棟認為，「動畫是個靠『人腦』創作的行業，而製作出類拔萃的動畫需要相當高額的金錢。」其次要有策劃與營銷人才，對如何炒作片段的內容、帶動動畫產品等對於動畫推廣都是必要的。

談到在深圳發展的經驗，錢國棟表示，目前內地已擁有較多技術成熟、畫功精良的動畫製作人，香港動漫人才想要北上尋求自己的發展空間，就一定要發揮自己的創意優勢，並且將港人特有的工作熱情在實踐中廣泛應用。

■香港文匯報記者 郭若溪 深圳報道

自創《超智能足球》發行全球60國

錢氏玩具透過收購深圳的動漫公司順利轉型，錢國棟認為其關鍵是公司成功創作自家動畫《超智能足球》。他介紹說，方塊動漫前期創作過的動畫片如《老夫子》、《古語新說》、《Q夫子》、《家燕媽媽》、《閃閃的紅星》、《風雲決》等作品，主要都是取得香港和台灣一些漫畫家的授權，並未有自創的動畫人物。經過幾番磨練後，他和公司同事在創作和製作經驗上有了很大的提高。終於在2010年順利推出籌備4年、首次自家創作的動畫《超智能足球》，目前已成功發行到全球60多個國家，遍及非洲、東南亞、中東、美洲以及歐洲等多個地區。和多家公司簽下合共30多個類別的產品授權協議，包括紙品、手錶、書包等。

錢國棟表示，首部原創動畫選材很重要，創作團隊調研後發現包括日本的《足球小將》、《哨聲響起》，以及法國的《Foot 2 Rue》和《Galactic Football》等以足球為題材，以熱血、勵志、競技為賣點的幾套動畫都很討好。而另一類以怪獸和科幻元素作賣點的動畫，如《寵物小精靈》、《爆丸》、《遊戲王》等也能獲得上佳收視。於是，一套結合足球競賽與未來科技的少年勵志動畫《超智能足球》就此誕生。

他表示，除了商業盈利外，希望《超智能足球》能夠發揮到好像《足球小將》般的影響力。能在自己50歲的時候聽到有中國球員說自己是看《超智能足球》長大。

■香港文匯報記者 郭若溪 深圳報道

深快遞「先簽字後驗貨」行規打破



■內地不少快遞公司都有「先簽字後驗貨」的行業潛規則。
資料圖片

內地快遞服務從業人員素質參差不齊，港人在內地收取快遞時，時常會遇到「先簽字後驗貨」等行業潛規則。針對此情況，深圳市市場監督局會同深圳大學共同擬定的《深圳市快遞服務合同示範文本(徵求意見稿)》日前正式發布。該合同文本否定了內地快遞業「先簽字後驗貨」的行規，並規定了寄件人可在一年內要求查詢快件並提出賠償。

「霸王條款」侵公平交易權

不少港人反映，當他們在內地收取快遞時，時常會遇到不簽字，就不能打開包裝驗貨的情況，但當簽字後發現快遞物品受損或被掉包，往往亦會因為「已經簽字確認」，導致自己的訴權被剝奪。

深圳市消費者協會負責人表示，「先簽字後驗貨」是部分快遞公司利用優勢地位，片面限制消費者權利，使得消費者的合法權益無法得到有效保障，是明顯不公平的「霸王條款」。按照《消保法》規定，消費者享有知悉其購買、使用的商品或者接受的服務的真實情況的權利，「先簽字後驗貨」的行規，侵犯了消費者的知情權和公平交易權。

遺失快遞1年內可索賠

據悉，《深圳市快遞服務合同示範文本(徵求意見稿)》是寄件人和快遞公司之間簽訂的合同文本，該合同文本共15條，其中第10條第3點提出「收件人有當場檢驗貨物的義務。驗收無異議後，應確認簽收。」而快遞公司在交付快件時亦有義務告知收件人先驗貨。此外，該合同文本亦明確列出了快遞公司的賠償範圍，若快遞公司人為造成快件延誤、毀損、遺失，寄件人自交寄快件之日起1年內可提出賠償要求。

據了解，該合同示範文本暫不具有法律上的強制性，港人若想據此來維護自己的權益，可向寄件人提出，應與快遞公司簽訂該合同的要求，以保護自身各項權益。

■香港文匯報記者 郭若溪、實習記者 王悅 深圳報道