

# 東方表行楊衍傑

# 計過數有錢賺 擲數億內地年開10店

受惠於近年內地經濟高速發展，內地旅客對名錶等奢侈品需求大增，亦令不少名錶珠寶公司生意大增。在本港屹立半個世紀的東方表行(0398)，憑着字號老、信譽高及優質的服務，去年度純利大升95%至2.19億元，成為本港最受歡迎的名錶店之一。該行董事總經理楊衍傑表示，為了把握內地經濟快速成長的商機，計劃每年在內地開設10家新店，每店投資至少2,000萬元，但強調公司只在資金充裕情況下才擴充，並堅持穩健的經營策略，不會盲目擴充。

■香港文匯報記者 李永青

楊衍傑接受本報訪問時表示，今年是東方表行成立50周年，公司經歷過香港半世紀的經濟起伏，深信能取得今天的成就與公司堅持穩健的作風有關。他說，開一家中型店要投資2,000萬至3,000萬元，大型更要4,000萬至5,000萬元，開幾家便要數億元，所以每次開店前必定「計過數有錢賺」，絕不會為擴充而擴充。

## 憶沙士慘況 擴充不忘穩健

相對同業為求快速擴充網點，不惜巨額投資，東方表行對此顯得格外小心。楊衍傑解釋，現時是十多年來最好景的時刻，但他對於「沙士」期間的慘淡冷清場面仍記憶猶新。「若講近十年，沙士算是最差的時期，最差試過一星期都無一拾客，靜了個多月，當時整個香港像個死城般，實在頗為擔憂。」他說，公司在「沙士」期間沒有開除過一名員工，亦沒有減薪，出糧沒有問題，更沒有拖欠供應商的款項，要在這麼艱苦期間做到如此，少一點實力也不行，亦因為公司累積了多年實力才可渡過難關，故即使現時生意大好，在擴充之餘亦不忘「穩健」兩字。

雖然以穩健策略經營，但楊衍傑仍非常看好內地經濟前景，相信歐美經濟不會對中國有太大影響，並預料未來內地人士對奢侈品的購買

力和需求仍會有增無減。他說，由於內地客戶對名錶需求很大，同業之間存貨都不多，所以現時給予客戶的折扣會較少，以往為八折，現時則多為九折至九五折，但內地客戶對名錶的需求依然不減。

## 內地分店多 售後服務取勝

由於本港各大名錶店的貨源和來價都相同，要吸引客戶必須以服務取勝，他說，除了前線人員懂得說普通話外，由於公司在內地有40家分店，故顧客在香港購錶後，若需要換錶帶、維修等，內地分店都可為顧客效勞。當然，能吸引內地客之最重要原因，與東方表行50年歷史，給人感覺字號老、信譽高的感覺有關。「很多內地客都認定東方表行能屹立50年，必定是信得過，所以即使名錶店競爭甚大，依然生意不斷。」

至於香港的擴充計劃，他坦言，現時旺區租金很貴，有機會將購入商舖，長遠減省租金支出。但他承認旺區業主根本不想將旺舖售出，很多業主寧願每月坐收100萬至200萬元的租金收入。

另外，為了不斷改善待客服務質素，該行除了提供必要的銷售訓練外，亦會參加「神秘客戶」計劃，考量前線員工的銷售技巧及服務態度，從中找出不足之處。



■東方表行董事總經理楊衍傑表示，東方表行能屹立50年，全賴公司的穩健作風，故能面對名錶店間的龐大競爭。  
香港文匯報記者 潘達文攝

## 入股內地同業 拓中高檔市場

香港文匯報訊(記者 李永青)東方表行在中環開設了全港最大的鐘錶旗艦店，佔地約2萬呎，地庫設有大型紅酒櫃及大沙發，客戶在購物之餘，可以免費品嚐紅酒及各式飲品，讓客戶恍如受到貴賓般的待遇。同樣是買名錶，但能夠額外享受VIP服務，自然令客戶感到稱心滿意，因此很多客戶會再來選購第二、第三隻名錶，久而久之，便成為熟客。

## 內地中產日增 中檔錶受追捧

同時，因看好內地市場發展，近期東方表行以705萬元人民幣收購寧波匯美鐘表公司四成股份。楊衍傑表示，匯美鐘表主要從事鐘錶貿易生意，亦在蘇州、成都、寧波及武漢設有4家分店。現時匯美以代理中檔錶為主，價格由近1萬元至3萬元人民幣不等，毛利率10%-20%。他說，雖然中檔錶售價不及名錶，但現時內地中產人口急升，只是未必每個人都會買十多萬元人民幣的錶，更多人會購買萬多元至數萬元人民幣的產品，故相信匯美甚具潛力。

「和內地人合作有兩大好處，首先對方在內地有一定網絡，其次是與商場談條件較易。若內地商場知道你是外資，租金叫價可能會高一些。」至於未來是否增加投資成為最大股東，則要視乎情況而定，但匯美肯定會擴充內地分店數目，配合東方表行的「中、高檔」雙線發展。

## 收購歐洲品牌要「計計數」

香港文匯報訊(記者 李永青)被問及會否考慮收購歐洲名錶品牌，楊衍傑說，若遇上合適的機會亦不排除收購的可能性，但必須「計計數」，因為歐洲亦有不少鐘錶品牌，但深受市場追捧者始終來來去去都是十多個名牌，要購入這些名牌價格肯定非常昂貴，對方亦不會輕易出售，若購入二線品牌，則要投入很多廣告及宣傳費用，所以對收購計劃必須慎之又慎。

近年不少名錶同業，在銷售名錶的同時，亦開始銷售珠寶或金飾。他承認，不少東方表行的客戶在購買名錶之餘，亦會查詢該店會否有珠寶飾物銷售。「始終我們有50年歷史，口碑好，所以客戶在買名錶之餘，亦想幫襯我們買珠寶金飾等奢侈品。」但楊衍傑坦言，銷售名錶是一個專門行業，賣金飾又是另一個行業，要熟悉行情才能做。



■東方表行主席楊明標(左)與董事總經理楊衍傑，父子檔拍住上。  
香港文匯報記者 潘達文攝

## 紅褲子出身的「太子爺」

香港文匯報訊(記者 李永青)楊衍傑作為東方表行主席楊明標之子，1993年在加拿大大學畢業後便加入東方表行，但並非剛入職便出任高位。「剛入職時，主要抱着學習心態，除了前線外，什麼部門都做過，又曾跟隨同事到瑞士學習如何與當地錶商訂貨，總之是由低做起，派我做什麼便盡力去做，完全沒有半點怨言。」

## 為家族生意引入制度化

楊衍傑表示，加入公司後，很希望將外國先進的管理方法帶進公司，但東方表行初期屬家庭式運作，很多老同事從年輕時便跟隨父親，在公司工作多年，「有些更是由細睇住我大」，但當公司規模不斷擴大時，以往經營做法可能要改變。「以前得2至3間店的做法，與現時管理幾十家完全不同，一定要建立制度化。」

他坦言，改革公司時，有些老一輩同事或未能即時適應，但公司都會盡量提供協助。例如十多年前進行電腦化改革，當時有些年長同事未能即時適應，但公司都給與指導及讓他們慢慢適應，最終大家見到電腦化的好處後，都全力支持公司改革。「做任何改革都要有耐性，亦要多聽同事意見，不必堅持己見，容許同事表達不同意見，當試過後才知哪個意見最好，若證明同事意見有用，我絕對尊重，所以大家都願意提出各項建議。」

## 感謝管理團隊「自動波」

楊衍傑表示，東方表行能成為本港最成功的名錶店之一，與同事的付出有很大關係，雖然部分年長同事可能讀書不多，但每個人都很開明，願意接受新事物，每個人都想為公司好，從未試過因意見不合而「拍枱」，彼此關係十分融洽，不少同事已在公司做了二、三十年。

東方表行在內地、香港、澳門及台灣有幾十間店舖。問到楊衍傑有何管理哲學，他說，現時公司業務已上軌道，加上有出色的團隊配合，不用每訂一批貨都要請示，很多時做事已經「自動波」，為他減輕不少工作壓力，只有在開發新市場時才需要較多參與。同時，他認為，給予同事合適的晉升機會，亦能留住人才。

## 不以賺錢心態投資名錶

由於工作繁重，楊衍傑經常踏單車減壓。投資方面，他坦言，東方表行已是其最大投資，其餘只有投資少量股票。由於經營名錶，自然對名錶亦甚有興趣，但他只會為興趣而買，基本上只買不賣。他的心得是投資名錶不一定保證賺錢，不應抱着一定要賺錢的心態。除非是限量版，數目很少的名錶才會賺錢，但普通名錶都有保值功用。「今年以來，名錶已加價逾10%，即使戴了幾年，將來賣出去，亦有一定價值。」

談到名錶品牌，楊衍傑坦言不大大方便講出品牌名稱，但說起首鍾情的「勞力士」一直行情甚佳，他有很多朋友選購首隻名錶時都選擇勞力士，而他用自己錢買的名錶亦是勞力士。至於其它名牌，他則說，精工亦好好，雖然大眾化，各功能都很好，實在「好抵買」。

另外，為慶祝今年東方表行成立50周年，集團與4個國際名錶品牌合作，每個品牌發行50隻特別紀錄版，每隻約十多萬元。



▲位於中環皇后大道中100號的東方表行旗艦店。  
香港文匯報記者潘達文攝

▶位於中環德輔道中龍金大廈地下的第一間東方表行。  
照片由東方表行提供



責任編輯：劉理建

Q版財經

# 買樓收租勝赴內地定存

踏入下半年，股樓投資市道好像踏進死巷，當中本港樓市在經濟前景不明朗以及政府多番調控措施下，樓價出現回軟，甚感「成交呎價創新高」、「內地豪客狂數多少個單位」等消息雖非絕響，但也只屬個別事件。不過，中原地產研究部在目前悶市中指出，在淡市中樓宇租金仍持續向上，更稱目前買樓收租的回報率，比到內地存人民幣回報更高。

近年港元存款利率跌至近乎零水平，計及猛如虎的通脹率，在港存款等同蝕錢。故在三、四年前，已開始有港人不嫌麻煩，北過深圳河到內地存人民幣，除貪其高息，又可享人民幣升值之優勢。綜觀目前內地存款利率，活期存款為0.5厘，3個月定存為3.1厘、半年為3.3厘、1年為3.5厘，本港的低息真是無法比。

## 需求不變 回報或逾4厘

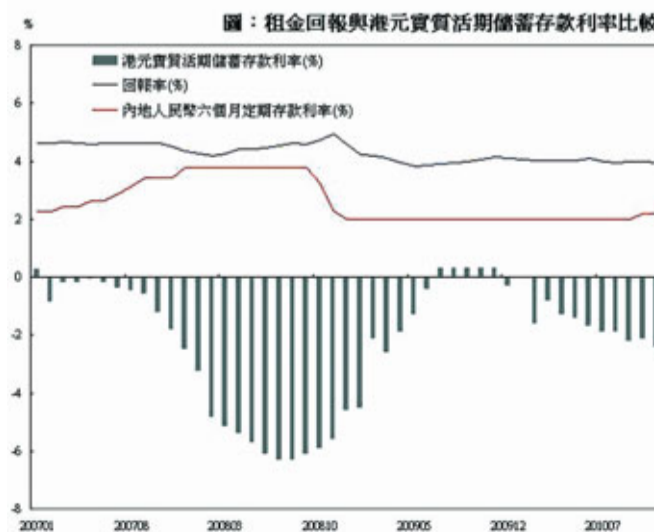
中原則指出，以6月本港85個大型私人屋苑的平均租金計算，回報率為3.68厘，至7月則升至3.73厘。中原

地產研究部聯席董事黃良昇指出，假設下半年樓價橫行不變，若同期租金升3%，回報率將至3.79厘；租金升10%的話，回報率更可達4.05厘，比到內地存定更為吸引。

黃良昇更認為，如此回報率或會吸引本港投資者重新分配資金，將在內地的人民幣存款撥回香港，買樓收租作長線投資。

單看回報率的話，買樓收租當然吸引，但從入場門檻來看，存款則明顯低很多，因為買樓畢竟需要一筆首期。總而言之，錢多點，使法始終也較多。

■香港文匯報記者 馬子豪



## 青島啤酒節消費啤酒1100噸

青島啤酒天下揚名，剛剛閉幕的青島國際啤酒節，歷時16天，接待海內外遊客377萬人次，消費啤酒1,100噸，為歷屆之最。本屆啤酒節吸引來自五大洲13個國家的20個世界知名啤酒品牌、200餘個啤酒品種參

與。據青島啤酒節總指揮楊聚鈞介紹，節日期間共接待來自大陸、港澳台及海外旅行團隊6,000個，其中來自香港的遊客達10萬餘人。

■香港文匯報記者 李皓

## 為什麼經濟會搞砸？



世上本無事，一件小小的捕魚工具，讓小島日後慢慢變成一個資本市場？彼得·希夫及安德魯·希夫兩兄弟童年時，爸爸講及這個魚的經濟學故事。希夫兄弟更將近年美國經濟大事寫進《為什麼經濟會搞砸？》，當中既出現小海島的次按危機，亦有海島的最大債主（暗示為中國），在故事後期出現。

通過這些寓言故事，作者將複雜的現代資本市場還原，艱澀難懂的美國以至全球經濟，更在輕鬆幽默的故事之下變得容易讀懂，寓言發人深省，不妨一讀。

■葉卓偉

- 書名：為什麼經濟會搞砸？
- 出版社：天下文化
- 作者：彼得·希夫、安德魯·希夫
- 譯者：劉復苓