

90後年宵兵團

玩龍年掛「綠龍」

金龍剪紙吸客 學創業圓夢

香港文匯報訊(記者 林裕華)香港維園年宵市場明天「開鑼」,一班「90後」年宵兵團蓄勢待發使盡看家本領,憑着青年人無比的創意和活力,力圖在龍年賺錢「過肥年」。適逢今年是中國人重視的龍年,為「90後」增添更多創意空間,有年輕營銷者志比天高,設計出「金龍運轉」剪紙擺設,並計劃申請專利及向旅發局自薦成為該局的紀念品;亦有人乘「那些年」的熱潮,推銷塑膠天燈,祝福陰晴不定的2012年一飛冲天,龍騰虎躍過龍年。



何明華會督銀禧中學的「90後」中四學生將在維園辦年宵攤位,主題為環保及關注弱勢社群。香港文匯報記者黃偉邦攝

年宵市場向來是中學生及年輕創業家的「試金石」,他們擺檔絕非「玩票」。創業青年Jerry和Joe大學畢業後曾打工2年,一直未有放棄做老闆的「創業夢」,面對香港經濟未明朗,他們毅然踏出創業的第一步,並根據貿發局的數據研究營銷策略。在如繁星的數據中,他們發現無論經濟好壞,精品生意均能穩步上揚,有「進可攻退可守」之效。兩人遂參加青協的「青年創業計劃」,免息貸款約10萬元成立精品設計公司。

貸款十萬賣金龍精品

創業剛起步,他們人脈網絡不足,只能供貨予小型精品店,難以打響名堂,適逢青協安排年宵攤位予失業青年試業,兩人便順理成章向攤位供應親手設計,以龍為圖案的「金龍運轉」剪紙藝術擺設。

Jerry和Joe的志向不僅是在年宵賣得「滿堂紅」,更希望藉年宵的平台,廣納「知音人」,計劃為「金龍運轉」申請外觀專利,以及聯絡旅遊發展局,自薦為局方紀念品,

或安排產品於香港旅遊熱點出售,藉以建立商譽,吸引大型零售店採購。

中四生社企「打本」做生意

另一批年宵兵團是來自何明華會督銀禧中學的10名中四學生。他們去年組隊「E.A.R.T.H」參與「星展社企計劃」,從46個參賽單位中脫穎而出,由該行「打本」3萬元競投今年的維園年宵攤位,所售產品必須由社企提供。組長Ronny自幼立志從商,終可小試牛刀做生意,興奮不已。

「E.A.R.T.H」包涵關注環保及弱勢社群的意思,故該攤位的吉祥物是綠色龍公仔,命名「迪龍」,年宵期間會高掛於攤位外。該攤檔出售的主要產品是棄置橫額再造成成的手袋及筆袋,售價介乎60元至100元不等;另一批產品則由「新生精神康復會」的精神病康復者製作的12生肖木夾,整套12個售38元。

為多個年宵攤檔供貨或生產貨品的思頌總經理劉江霖表示,去年美元匯價穩定,入口

原材料如棉花、塑膠等來貨價只微升約5%,今年年宵產品未有太大的加價壓力。他透露,明年是龍年,最受檔主歡迎的產品固然是以龍為主題的產品,如吹氣龍公仔、龍頭套、龍圖案利是封等。台灣電影《那些年,我們一起追過的女孩》在香港大受歡迎,今年年宵的塑膠天燈亦深受檔主追捧,讓遊年宵的市民回味「那些年」。

檔主分散投資 入貨量減

劉江霖指出,今年多數檔主直接向他取貨,較少自創產品:「今年70%是取貨,自己設計訂造則30%,不像以往各佔一半。」他認為,主因是今年年宵於1月舉行,較往年提早1個月,當局卻沒有提早舉行年宵攤位競投,令不少檔主沒有足夠時間創作產品,而今年檔主購貨亦趨向保守,「以往有檔主會「盡地一煲」,大量購入1、2款貨品,每款7,000件;但今年檔主「分散投資」,各款貨品購入少量,最多每款取貨2,000件,測試市場反應」。



老闆唔易做 新丁忙備戰

香港文匯報訊(記者 林裕華)「首2天不會加或減價,其後2天就輕微加價,讓人覺得產品暢銷,最後2天割價清貨,但底價仍要貼近成本。」「90後」年宵營銷「新丁」擺脫「小朋友玩泥沙」的心態,擺出一副「戰鬥格」老成地談起「生意經」,除了要賺錢,還要賺經驗、賺見識,以及賺自信,有新來港「90後」更在籌辦過程中,提升廣東話水平,勇於與別人接觸,冀裝備自己於新一年成功求職。

失業青年盼累積經驗

青協在葵芳年宵市場投得攤位供失業青年經營,增加他們的工作經驗,有利日後求職,主要售賣以龍為主題的擺設。經營該攤位的青年中,包括現年19歲的宇航,由於他去年才從內地移居香港,不諳廣東話,曾任職倉務、手機檢測員等刻板工作,經常受不了沉悶的工作環境,上班不足2個月便辭職,至今仍待業。參與年宵營銷活動,除了累積工作經驗,另一個意外收穫是鍛煉廣東話,目前能自信地以廣東話與外界溝通,冀終有一天實現當導遊志願。

籌辦年宵並非易事,由設計貨

品、定價、宣傳每個環節一環扣一環,10名何明華會督銀禧中學中四學生一絲不苟地策劃,縱然缺乏經驗,但魄力能彌補不足。在「吸客」方面,他們計劃安排1名同學在攤位前即席揮毫寫揮春,另外當顧客排隊時,組員便向他們推銷其他產品。

社交網拍宣傳片吸客

他們生於資訊科技年代,對外宣傳也能應用這方面的優勢,早已在社交網站開設專頁,早前全組更拍了1段宣傳片,將在攤位中播放。連「劈價」策略也早有準備。「首2天不會加或減價,其後2天就輕微加價,讓人覺得產品暢銷,最後2天割價清貨,但底價仍要貼近成本。」他們滿有自信地說:「必有利潤,將錢轉贈予供貨的社企。」

學生們認識到「老闆唔易做」,同時也認識到社企運作,他們曾到供貨的新生精神康復會探訪精神康復者,組員Step坦言最初有點怕,但見面後緊張感一掃而空,「原本以為他們情緒很波動,但原來他們很熱情,和正常人無異」。她又稱,眼見他們盡力製作產品,頓為自己平日常躲懶感慚愧。

雨勢減漸回暖 天公作美

香港文匯報訊(記者 林裕華)年宵檔主賺或蝕要視乎天公是否作美,若6天檔期連日下雨,將令人流減少。天文台最新預測帶來好消息,雖然香港正受廣闊雨帶影響,本月初將會下雨,但明日年宵市場開幕當日,雨勢會開始減弱,只有一兩陣雨。另外,天文台預計年宵期間,大部分日子天氣較和暖,最低氣溫為攝氏14度,最高為19度,直至年宵檔期最後2天,天氣會逐漸轉冷。

天文台科學主任何銘強表示,一道廣闊雨帶正影響華南地區,且逐步向南移,為香港帶來雨水,直至明天年宵市場開幕當日,雨勢會減弱,只會間歇下一兩陣雨,至周末則大致多雲有薄霧。隨後數天,影響華南地區的東北季候風逐漸緩和,天氣轉為和暖,最低氣溫為攝氏14度,最高為19度,直至年宵檔期最後2天,天氣會逐漸轉冷。



不少年宵檔主均希望天公作美,若不幸下雨便會減少人流。資料圖片



Zita(左)和宇航(右)表示會拿着掛滿裝飾的兩傘遊維園各處,作流動宣傳。香港文匯報記者劉國權攝



青協於葵芳投得年宵攤位,部分產品是由Jerry(左一)和Joe(左二)成立的精品公司設計。香港文匯報記者劉國權攝



學生們就籌備年宵攤位多次開會,定下宣傳、營銷、定價等策略。香港文匯報記者黃偉邦攝

成本急漲 熟食檔薄利多銷

香港文匯報訊(記者 林裕華)年宵生意變數多,除了着重營銷策略、成本控制,還要天公作美。於維園年宵賣糕的檔主表示,今年最大的營銷挑戰是成本控制,由於椰汁來貨價較去年急升近50%,生產成本大增,預計要日售近3,000多個砵仔糕才能歸本,未敢貿然加價,以免影響銷情,但最終能否「過肥年」還盼天不下雨。另外,有熟食檔主表示,過去數月香港舉辦多個大型食品展覽,如工展會、冬日美食嘉年華等,擔心影響市民消費意慾,令年宵營業額下降,亦有檔主認為賺蝕不重要,只希望藉年宵作推廣。

供應商「打劫」不敢加價

以近6萬元投得維園年宵近糖街熟食攤檔的「砵仔王」店務經理鍾小姐表示,通脹令製作砵仔糕的食材全線加價,如砂糖、麵粉等樣樣漲價,當中來自泰國的椰汁受當地水災影響,升幅近50%,由去年

每包150元至160元,升至現時220元,但她稱仍未決定今年年宵會否加價,擔心市民「嫌貴」拒絕光顧。

今次「砵仔王」營辦年宵的總成本約10萬元,若以該店目前每個砵仔糕售5元計算,即要在6天檔期內日售3,000個砵仔糕才能「封蝕本門」,鍾小姐表示,現在只能希望年宵期間天公作美,不要下雨,否則必然蝕本過年:「如果下雨,還怎會有人排隊買砵仔糕呢?」

年宵常客「雞仔餅大王」梁銳洪今年共投得全港年宵市場7個攤檔,當中維園佔3個。他表示過去數月有多個大型食品展覽,故今年年宵生意不容樂觀,「又有工展會,又有冬日美食嘉年華,很多人都買了要買的食品」。

雞仔餅主要材料為麥芽糖,但梁銳洪指供應商「趁火打劫」,2個月前囤貨抬價,令每罐麥芽糖由140元加價至200元,升幅約40%,由於擔心消費意慾疲弱,他決定

「凍結」價格,維持雞仔餅每磅賣40元,以薄利多銷追回成本。

日售7800碗魚蛋才回本

售賣食品的攤檔各出奇招止蝕,維園最大快餐檔「檔王」生意則更為嚴峻。劉先生以51萬元投得該快餐檔,競投當日他沒多答記者提問,只表示主要售賣魚蛋等小食。過往多次投得維園最大快餐檔的「魚蛋大王」葉紹華表示,通脹令魚蛋來貨價急升,由前年11月每粒成本0.25元,升至現時0.7元,預計今年年宵每碗,約13粒魚蛋零售價加價至20元,即6天檔期內最少要賣約4.68萬碗魚蛋,即日售約7,800多碗魚蛋,才能抵銷成本。

以34.5萬元投得另一個熟食檔的「年宵新丁」天王食品環球營業經理鄧一輝則表示,沒有考慮賺蝕,只想藉年宵推廣公司健康食品。他又稱,該公司有售賣小食經驗,預計生意額最少達100萬元才能歸本。