

**營商有道** 那些年，擁有一盒施德樓 (Staedtler) 的帆船牌36色水溶木顏色筆是不少學生的美夢，即使長大了再也不會用上，也會想要一盒珍藏着。源起德國的施德樓，是筆界百年老號，在港批發生意穩定，日子久了會變得保守，但近年公司推出了很多新產品，發覺批發商及文具店更保守，都只願賣熱門的「大路貨」，無意或不致推廣新產品。百年老號覺得求人不如求己，於是有如許多新創公司一樣，派員逐間舖去推廣，又開facebook解答消費者問題，加快產品的投放周期。 ■香港文匯報記者 方楚茵



■Bavaria fountain pen售價逾12萬元，全球限量48支。  
■施德樓最佳銷量產品。  
張偉民 攝

■施德樓香港市場及銷售部主管李錦威。張偉民 攝

## 百年品牌應變 求人不如求己

# 「洗舖」推新品 施德樓吸金有術

施德樓的蹤跡遍佈大小文具舖及書店，但生意模式一直依賴批發商，讀市場學出身的施德樓香港市場及銷售部主管李錦威在接受本報訪問時認為，「生意雖唔變，市佔率穩定，但公司近年添了許多新產品，銷售應有更大成長空間，何不親力親為？」所以就一改以往依賴大批發商分銷的方法，開始主動出擊接觸主流書局、大型超市或各區的連鎖文具店，直接分銷。

### 舊貨穩銷難試新品

李氏承認公司以往較保守，因為沒業績壓力，故供應鏈採穩健形式，由本地批發商向他們大量取貨再分銷已

坐享穩定收入。然而這種老舊的批發方式，對新產品不利。「香港寸金寸土，一般小型文具店都只會入客源穩定的舊產品，要騰個位置給新產品試水溫較難，批發商都不拿新貨，消費者就難以接觸新品。」

的確，商場如戰場，人情如紙薄，李氏透露批發商不只負責單一品牌，自然哪個品牌毛利較高就加碼取貨，對走較高檔次的施德樓不利。況且批發商取貨量大，需予較大優惠，反令施德樓盈利受壓。故此，該公司一改以往被動的角色，改由公司內部人員直接和連鎖商戶接觸，商戶可按個別需求取貨，量少卻綿密，又可減少折扣優惠，批發零售雙方合作更具彈性，反而更賺錢，銷

量亦節節上升，測試新貨反應亦加快。同時，公司更開設facebook專頁，直接於網上解答消費者有關貨源問題，迅速調動貨品，滿足客人需要，現時「根本不用3個月便知產品行不行」！

### 小店小量仍靠批發

除了大型商戶，香港市面上有逾千間的零售文具店，山大新理亦有，盈利不容小覷，但李氏坦言，小型文具店範圍分散未能涉足亦不願涉足的範圍，因批發商地區網絡較好，物流上擁有優勢，已能照顧到散店的需求，否則「若買一盒擦膠都送貨，就真係連車錢都蝕埋！」

## 做貴價筆初哥

喜新厭舊是人之常情，連堪稱耐用到由幾層樓高跌下也能開機的諾基亞 (Nokia)，都要跟上市時代步伐不斷推陳出新，叱咤筆界百多年，幾乎你我都用過的施德樓 (Staedtler) 都不落人後，由專攻普通書寫及工業繪圖工具，決心闖貴價筆行列做大個餅，香港更將成中華首站發售新系列「Staedtler Premium」，當中更有每支售價逾12萬元、全球僅得48支的金鑽墨水筆。

名筆和手錶堪稱「男人的珠寶」，亦是成功人士的身份象徵，對於勇闖新領域，李錦威承認，公司在貴價筆市場只屬「初哥」，但公司除了港人熟悉的鉛筆、原子筆及顏色筆等基本產品，其工業專用筆亦深受不少企業歡迎，施德樓的形象專業，品質高且穩定，更重要的是「安全性」，吸引一班企業、工業用家及中產客人捧場。

### 香港首發瞄準內地

在既有固定客仔，又有品牌優勢下，加上名筆收藏於本港及內地趨勢漸濃，施德樓鎖定貴價筆市場顯然絕非盲春「心口掛個男字」，李錦威指，品牌本身十分強勢，在內地及本港皆具知名度，鎖定本港作為亞洲區發行重點，全因香港是內地人面向世界的跳板，新系列看準內地自由行政客的奢侈品市場，相信發行後會很受歡迎。

首次發行的產品中，由千餘元起，印有不同國家標誌性建築，可作紀念品用的真皮墨水鋼筆、胡桃木筆，至價值逾12萬元、全球僅得48支的碎鑽連18K金筆嘴的墨水鋼筆都一應俱全。新產品將於德國及日本筆展先行面世，本港則預期於今年10月左右發行，有望趕及假期上市。

### 一改低調大搞宣傳

既然雄心壯志發圍，當然得放下以往低調形象，施德樓近月就舉辦了一大型繪畫比賽，又請來鉛筆雕刻大師Dalton M. Ghetti創作平面廣告，「靈感源於此——教堂」宣傳，更獲本港的一項創意廣告獎，又與大型書店及超商合作，在超商設專櫃銷售節日禮品包。而在每年例必參與7月的書展盛會，除羅列舊產品響知音，更會發行公司深受歡迎的「Mars & Marsy」系列的「Noris Stylus」，結合傳統鉛筆及觸控筆，進佔科技市場，開拓多元市場。

## 學生情意結 考試幸運筆

源起德國的施德樓 (Staedtler)，百年美名響噓噓，那個武士頭盔「嘜頭」，在小學生眼中，地位就如大人眼中的LV一樣高貴。有學生形容它是幸運筆，每次參加考試都會央求爹地買盒全新的施德樓鉛筆，因筆尖不易斷，書寫暢順不費力，考試成績會特別好。看見施德樓的鉛筆及擦紙膠，自然勾起小學時代的許多童年趣事。

### 專業形象獲忠實支持

施德樓香港市場及銷售部主管李錦威不諱言，筆雖是快速消費品，但不少港人對施德樓有份情意結，因「學校老師用甚麼筆，學生自會跟着用」，建立起專業形象，培養出一份優越感，加上品質有保證，成功獲得消費者的支持及忠誠，生意一直長做長有。

在喜新厭舊的時代，一支外表再平凡不過的鉛筆、顏色筆都似跟不上時代步伐，但有時候消費是一種習慣，就似電視有「慣性收視」一樣。雖說有腐自然香，何必當風騷，但施德樓亦深明欲樹大根深，也得從小培植，故供應產品予不同學校，陪伴消費者成長，成為細路大人以至專業人士工作考試不可或缺的良伴，植根於消費者心中。

## 自設團隊 先與批發商達共識

記者 方楚茵

施德樓近年增加銷售團隊自行分銷大型書局及超市，一邊維持由批發商負責散戶零售，在左右逢源下，近年銷售均有雙位數增長，而市場上亦愈來愈多品牌決心「飛甩」批發商，以自家銷售團隊開拓市場，以節省佣金及提高銷售。中大市場學教授洗日明指，若品牌像施德樓般，歷經時間洗滌，本身具較高知名度及穩定市佔率，只需關注穩定維持供應即可，但一般品牌則需留心，是否有能力接觸大型客戶，以及在「得失」了大批發商後，可否自行接觸到細零售商。

### 自家團隊助了解市場

洗教授指，自設銷售團隊把市場分銷「掌握在自己手上」，當然可減省批發商佣金，避免壓低公司利潤，亦可變相提高公司的利潤及銷售額。但無形中，在設立團隊時會增加成本，亦形成市場分銷渠道的衝突，因大部分品牌過往皆由大批發商分銷，現時收回大型商戶自行分銷，或會被視作挑戰批發商地位。他建議，品牌需先與批發商達成共識，否則大批發商或會因小型商戶「無肉食」的情況下放棄合作。

雖然自設團隊或被視為「挑機」，但洗教授直言，品牌若缺乏自家銷售團隊是大大缺點，因一般品牌往往透過大批發商接觸零售商，和零售商關係稀薄平常，

且無長遠互動，對品牌客戶群認知低，難以獲取市場訊息。相反「若自己的團隊和零售商關係良好，大可直接問貨品的市場反應及看法，易於控制銷售。」而且更重要的是，即使和批發商關係有變，亦不致完全斷絕和零售商的關係。

### 批發商快速攻佔市場

自設團隊好處雖不少，惟洗教授亦提醒，批發商仍有其好處，因批發商具一定規模，亦與零售商建立了穩健關係，利用批發商大可不必花金錢及時間自設團隊開拓市場，亦可於短時間內接觸市場大部分的零售點，市場涵蓋點亦會較闊，屬攻佔市場較快的方法，對新攻市場的品牌會較有利。但需留意，批發商多不負責單一品牌或產品，故品牌需找到好的批發商才可散貨成功。



■與超市合作，於超市設專櫃銷售合作產品及節日禮品包。張偉民 攝

特稿

## Sell Buy

自由買賣 無須授權

[www.MW801.com](http://www.MW801.com)

英皇金融證券集團  
Emperor Financial Capital Group  
提供金銀·外匯·股票·期貨交易

縱橫匯海 財經網站  
[www.MW801.com](http://www.MW801.com)  
(英皇金融證券集團全股理財網站)

縱橫匯海財經網站乃英皇金融證券集團業務部投資顧問之網站

# 24

小時 無須授權  
手機 / 網上買賣

# 0

佣金

電話：2474 2229, 9262 1888, (86) 135 6070 1133

歡迎業內業外人士直接聯擊合作條件

手機 WhatsApp/WeChat: +852 9262 1888  
Email: [GOLD@MW801.com](mailto:GOLD@MW801.com)  
QQ/ 微訊 ID: 268021801

風險聲明：投資產品保證金交易及高風險，未及18歲者不得投資。高度的槓桿可為閣下帶來正面或負面的影響。閣下在進行買賣投資產品前，應仔細考慮自己的投資目標、承受風險以及個人的投資經驗。可能出現的情況包括接受部分或全部初始投資的損失，因此，閣下不應將無法承受損失的資金用於投資。投資者應知悉投資產品保證金交易有關的一切風險，若有疑問，請向閣下財務顧問尋求意見。