年宵銷獨特「咕咿」玩「花臣」

雪糕筒雪糕球兩組件變紙巾盒 「朱古力豆」配件加料砌心儀字句

香港文匯報訊（記者 袁楚雙）年宵是年輕人一試營商頭腦的最佳場合，面對場內林林總總的商品，要突圍而出令市民「一見傾心」，不只在定價上下工夫，更重要是商品夠獨特，讓人「為你鍾情」。多個檔主紛紛使出看家本領，把人人喜歡的「軟綿綿」Cushion（抱枕）設計成特色產品，並且加入配件增加趣味性，有人首日開賣已見盈利，有望豐收過肥年。

網上商店「No.11 Collection」創辦人阿雪與朋友Tommy合資8萬元首戰維園年宵，由阿雪設計的抱枕呈雪糕形，可拆分成雪糕筒和雪糕球兩個組件，內有收藏空間，可以作紙巾盒使用。阿雪又設計出手指頭般大小的「朱古力豆」配件，讓消費者可按喜好在雪糕球上「加料」，砌出心儀字句。合夥人Tommy表示，阿雪喜歡吃東西，因此以食物為主題，6天共準備1,200個雪糕筒、1,500個雪糕球，喜見首日已銷出150套，比預期售出50個高出兩倍，「可能星期五，放工多人買。」但他表示，不敢定價太高，以免嚇怕其他客人，但營業成績目標設定卻相當進取，「希望我們每人可以分得4萬元純利。」他指年宵初期相當多市民議價，為保收支平衡，亦會在價錢上盡量「企硬」。

珠海生：靈感來自《Running Man》

珠海學院商科同學營運的「Running Chum」對年宵保持樂觀，同時是節目「粉絲」的負責人黃同學指，產品靈感來自韓國綜藝節目《Running Man》其中一集主題，每個主持人都化身成不同動物，激發他們把廣受大眾歡迎的主持人卡通化，「例如主持人劉在石是蚱蜢、哈哈是企鵝等，他們的面部亦根據人物本身性格畫上趣怪表情，如哈哈，他的笑容很『盞鬼』。」

有見去年首賣《Running Man》索繩袋反應良好，他們決定今年嘗試其他產品，「Cushion可愛一點，希望可以吸引不同年齡層的市民。」保守估計可獲一兩成利潤。被問是否擔心版權問題，黃指設計根據人物性格重新再畫，原理與二次創作相近，故不擔心有法律問題。

「今年係咩年」4地道圖像招徠

「今年係咩年」則印上旺角霓虹燈、財神薯片等4款地道圖像作招徠，檔主之一梁先生表示，投資成本最少七八萬元，由於朋友堆中很多人羊年出生，「今年犯太歲，所以搞個年宵沖沖喜。」然而，首天銷情較預期中淡靜，「可能市民未熱身，加上自己未準備好，希望之後銷情變好。」

「外賣哥」賣經典港式早餐抱枕

相隔不遠處的「外賣哥」出售巨型經典港式早餐抱枕——腿蛋治與熱奶茶，從英國回流的Michelle表示，經典食品在外國難見到，更會懷念香港食物，另由香港開埠至今，腿蛋治流傳多個世代，支撐着每代港人面對的逆境，港人把熱奶茶改良為絲襪奶茶，亦印證港人變通、不屈不撓的精神，期望藉此帶出「港人撐住」的訊息。她又指，腿蛋治可分為炒蛋和煎蛋，前者是一張氈，後者是一個軟枕，既可分開使用，組合起來又像一張小凳，獨特造型雖可吸引市民眼球，但她指市民多看少買，期望之後銷情更強。

■抱着雪糕筒抱枕合照。 莫雪芝 攝

■珠海學院商科同學營運的「Running Chum」將廣受大眾歡迎的主持人卡通化，變成可愛商品出售。 莫雪芝 攝

◀Michelle（右）表示首日逛年宵的市民多格價為主，料之後的銷情會變好。 莫雪芝 攝

▲「今年係咩年」檔主之一梁先生表示，朋友堆中很多人羊年出生，所以搞年宵「沖沖喜」。 莫雪芝 攝

中學大學「較量」實戰商學理論

■庇理羅士女中主打相機紙巾盒。 莫雪芝 攝

香港文匯報訊（記者 袁楚雙）大學生有人脈、有方法、有創意，自然可以在年宵市場大展拳腳，測試營商實力。但亦少不了一班中學同學與大師兄、大師姐同場較量，把商學理論放到實際環境試行。負責的老師及同學均認為，年宵市場有助融會貫通學習，更勝紙上談兵。

張祝珊英中：投資額11萬

張祝珊英文中學連續第七年參加維園年宵，帶隊商科老師司徒老師指出，每年都有不同的中五同學學習年宵經商，今年投資額達11萬元，是歷年新高，「以前3萬多元可以投兩個相連單位，但今年價格高只能投到一個檔位。」

她續指，今年產品最主打是「摩打頸枕」，另有其他各款精品出售，由內地入貨，但市道不太好，內地薪金上漲，令工人不願意隨便開動機器製造新產品，更對學生說：「你要我為你開機做，成本就會貴。」她指最後計算到整體貨品成本會增加三成，「但我們不敢加價，以接近成本價出售。」她表示，學生希望有三成利潤，但作為老師笑言：「要鞭策學生」，先預計蝕本，「免得錢很容易賺。」

司徒老師續指，年宵可以一邊教理論，一邊讓學生把年宵實例融合理論，坦言部分學生「初初不理盈虧，有人出資500元，甚至5,000元。」但經過年宵後，有學生反映「搵錢不容易」，有助他們理解如何運用金錢。

庇理羅士女中：主打相機紙巾盒

庇理羅士女子中學學生會投資7萬元開檔，主打88元即影即有相機紙巾盒，代表郭同學指，即影即有相機是時下大熱產品，有時都考慮到顧客實用程度，所以把熱門產品與實用功能合併成新產品。不過，首兩天最暢銷的是兩款掛飾公仔，每款入了400隻，但首天預期貨量卻早早賣斷，令她們急急補貨。由於只是首年參加，郭同學指，希望以回本為目標，不過亦從年宵中學到營商技巧、控制開支、如何入貨等知識。面對其他檔主的強勢推銷，郭同學指「都有少少驚」，對手懂得入多點低成本的貨，但會因應客人調整適合的策略推銷產品。

■張祝珊英文中學連續第七年參加維園年宵。 莫雪芝 攝

山寨小新海賊王 有改動仍涉侵權

■出售卡通動畫「海賊王」軟枕的職員指，產品是自家設計，中間改動了原版很多東西。 莫雪芝 攝

■蠟筆小新公仔。 莫雪芝 攝

■「格硬呢」將多種著名卡通人物「打格仔」，變成懷舊方格風格的軟枕。 莫雪芝 攝

■米奇老鼠氣球涉侵權。 莫雪芝 攝

■「Jelly Bunny」表示，Jelly Beans恰好是大家熟悉的糖果，故製作不同顏色的暖手軟枕出售。 莫雪芝 攝

香港文匯報訊（記者 文森）《魔雪奇緣》兩位公主、《壞蛋獎門人》的迷你兵團、蠟筆小新等卡通人物、以至本地品牌飲品皆成為年宵貨品，經重新設計後現身維園年宵與市民拜年。不過各檔主以「自家設計」為名，重畫各版權物品的產品出售牟利，有侵犯版權之嫌。有大學生稱，事前已向有關品牌尋求贊助，雖未獲積極回應，但認為若有問題對方已有所行動，不擔心會有法律問題。

昨日場內多個攤位出售可口可樂、維他、陽光紙包飲品為主題的抱枕，也有大量卡通人物為題的產品。「Jelly Bunny」負責人、城大工程學系的黃同學表示，Jelly Beans恰好是大家熟悉的糖果，故以此為主題製作不同顏色的暖手軟枕出售。黃稱曾與Jelly Beans香港經銷商尋求贊助，寫好設計圖、檔位設計資料寄予對方，不過對方反應不太積極，「是否正式獲得授權值得商榷，其實我們沒有正式出售原版產品，產品與原版相比有變化。」

他指，不會完全抄襲原產品，會改變設計。又透露當初的建議書雖然沒有列明使用「Jelly Bunny」的名字，但與經銷商聯絡有關事宜，認為如果有問題對方會有所行動，但至今無收到任何通知，故不太擔心會被海關充公貨品。

場內有多種仿可口可樂、卡通人物等品牌的公仔、軟枕出售，大學生林同學與朋友開設「格硬呢」，將多種著名卡通人物「打格仔」，變成懷舊方格風格的軟枕，另外亦將二次創作的格仔圖案印在布袋上出售。昨日的負責人林同學表示，產品是自行再設計，由人手逐點逐點砌成方格狀，本身的卡通人物並沒有此風格。另一檔出售卡通動畫「海賊王」軟枕的職員指，產品是自家設計，中間改動了原版很多東西，但被問到與原版有何不同，則不斷強調自己只是打工，設計細節「要問返負責人」，對於是否侵權亦表示「不清楚」。

專家：改動產品仍存風險

有法律界人士指出，即使改動產品仍潛在侵權風險，是否違法則視乎相似程度、及版權持有人的判斷。海關表示，會巡查各年宵市場，致力打擊銷售侵權貨品的活動，積極採取執法行動。

「情花」銷情不錯 年花續「大路貨」

香港文匯報訊（記者 袁楚雙）情人節花與年花雙雙在年宵市場爭妍鬥麗，但檔主坦言，年花仍然是大路貨，適逢周末，不少人一家大細「出巡」，年花競爭力與玫瑰相比毫不遜色。

花店：不敢入太多「情花」

位置接近天后地鐵站入口的「珍妮花店」職員張女士表示，情人節花的銷情不錯，以年輕人為主要客源，店內以120元3枝玫瑰出售，比坊間便宜，亦一直有人問花價，昨日下午只餘下不足20枝玫瑰貨量。張女士透露，店方其實不敢入太多情人節花種，「因為聽聞今年市道一般，所以不敢入太多貨。」她續指，一些中年夫婦、家庭客目標仍放在年花上，年花中最暢銷是串串金，另外今年引入外形像菠蘿的台灣品種「旺來」，售價48元一枝仍有市場，主要因名字「好意頭」吸客。

水仙168元一盆問價不絕

水仙老字號「水仙婆婆」下午已略見人潮，檔位內外均有「惜花人」選擇「靚水仙」祈求羊年萬事如意，168元一盆水仙不斷有人問價。負責人李先生表示，晚膳時間人潮更多，自家種植的水仙已見花蕾，更向顧客保證其水仙肯定趕得及年初一盛放。他指首天生意額比預期中好三成，預期年廿九已可沽清3,000盤，「母親年邁要多休息，所以比去年少2,000盤供應。」

年桔「沒落」乏青年問津

不過，傳統年桔在家庭客源的市場中卻呈「沒落」跡象。興隆花場負責人阿勇表示，年桔乏人問津，小的年桔售160元，至昨日下午售出50多盤，但高度逾一米的大年桔則只售出10多盤，而且全部為公司客，「年桔多是三四十歲的家庭客買，年輕人較少。」他說：「時下人只喜歡買花」，首兩天最暢銷的非水仙莫屬，售一二百元仍有市場，估計市民喜歡其「容易擺」夠輕巧。

■李先生：自家水仙已見花蕾。 莫雪芝 攝

■張女士：「情花」銷情佳。 莫雪芝 攝