



與朋友合資20萬開網店 士多太子爺窺準商機

「屋企人做士多做咗十幾年，細細個就對住啲零食，但見到士多生意愈來愈差，可能競爭大，行業又開始式微，所以就諗吓有咩『橋』可以突圍而出。」面對着行業的轉變，香港零食大王(lingsik.com)創辦人彭啓明(John Pang)除了感到無奈，同時亦選擇迎難而上，於3年前與朋友合資約20萬創立網上零食商店，目前每月生意額達到數十萬元。

■文：香港文匯報記者 莊程敏

圖片：張偉民 攝

John接受本報專訪時表示，零食這一行相當難做，一來行業競爭極大，759(阿信屋)開到成行成市，百佳惠康亦壟斷市場；二來零食的體積較大，運費很貴，有別於衣服及化妝品，體積細售價高，故零食的毛利率很低。所以，John認為經營零食網店必須要有很鮮明的定位，目前零食大王主攻工商客，亦即辦公室一族，公司7成的客戶為工商客，3成為住宅客。

上班族零食多過食飯

John剛畢業出來做銀行工時發現，辦公室對零食的需求相當大。「啲人食飯唔係食好多，但食零食就食很多，除了平時作精神食糧外，亦會『屈』老闆出錢買零食慰勞同事。」零食地位等同於文具，而身穿西裝要落街買零食，既不方便又惹來「蛇王」之嫌，結果令John在3年前想到推出辦公室零食，特點是獨立包裝，另外再加上送貨服務，以「買滿100元，工商地址免運費」作招徠，同時允許貨到付款，會員人數及生意額慢慢穩步上升。

裝箱考功夫 用盡每一吋

其實要做到免運費如此優惠一點也不容易。John表示，用有限的箱去盛載零食相當考功夫，處理不當令運費加一截的話，生意隨時「白做」，故他在箱的設計方面亦下了一番心血。除此之外，John亦與多間不同速遞公司談判出最優惠價格。

雖然零食大王是網購平台，省下了實體店的租金，但John為了認真創業，初期亦於深水埗以每月1萬元租了貨倉放置零食，惟地方細

小，John坦言執貨方面非常辛苦，加上無電梯，搬貨很不方便，後來生意額增加後就搬至荔枝角的工廠大廈一個1,600至1,700呎單位，除了儲貨地方增加，多出的位置John亦與Party Room合作搞Party賺賺外快。另外，貨倉亦可作客戶自取零食的地方，以降低運費的開支。

收入遜打工 滿足感抵返

當被問到做銀行工的收入與經營網店的收入比較時，John無奈地表示：「當然是打工收入高。」因公司的收入仍不斷要投入於推廣及擴展等，「唔會一賺到錢就分晒去，都要繼續請人擴充。」目前雖然營運上達到收支平衡，但回本期相信都要5年以上，未來希望在港島區開多一間自取點，甚至將業務「跳出香港」。雖然創業暫時利潤不高，但John認為當中學到的及得到的滿足感是打工無法比擬的。

經驗之談

香港文匯報訊(記者 莊程敏) 小本經營的網店，沒有上市公司的銀彈攻勢，亦沒有759的超低價優惠，零食大王能在隙縫中成長，很大程度上是靠緊貼市場需要的策略。

推廣要緊貼市場需求

「我有諗過近期興Pokémon Go，不如在貨倉放『餌』吸引人流……」John不時都會想好多不同的市場推廣策略，他形容這是其中一個創業好玩的地方，可

以證明到自己的想法得唔得。

John表示，目前零食大王在網上的搜尋引擎上長期高踞三甲之內，他認為全賴精心設計網頁，以及為每件產品都加上描述。另外，John亦將零食包裝成送禮的用途，不停去不同公司Pitch(投售)HR，除了個人送禮外，公司送禮亦是其銷售方向之一，目前試過最高消費金額達到2萬元。

John亦會與其他網購平台合作，如Zalora，Oceanthree及彩豐行等，互相交換Coupon(優惠券)。但

花心思 Marketing 網頁設計唔慳得

仲有，但幫襯我哋唔使周圍去搵，車錢都啱返度。」

Minion糖2個月賣10萬

他表示，目前網站最受歡迎的零食都是日本薯片及杯麵。除了經營網站，John表示亦有使用其他社交平台合作銷售，如去年年底突然興起櫻花酒，撞上聖誕節送禮旺季，結果在Instagram大賣，一個星期賣到100支，熱潮持續了一個多月。另外，去年年中，Minion的啫糖在電影《迷你兵團》的效應下亦大受歡迎，在2個月內銷售額達10萬元，非常驚人。

故此，他平時都會密切留意零食的潮流，希望從中捕捉到商機。至於今年有無出現大熱產品，他笑言仍未找到，目前正推出Pokémon爆穀，銷情仍有待觀察。然而John補充，「其實一出新產品到訂返嚟都要一個月多，所以到底喇件貨之後hit唔hit都唔知，都要博一博。」

與網購平台公司合作

最近零食大王亦與電訊盈科旗下的HOP! (House of Parcels) 24小時自取儲物櫃合作，客戶在網購時可以選取HOP!取貨地點，降低送貨的開支。HOP!儲物櫃目前多處於由領展及佳定管理的物業，已登陸香港23個位處住宅區，料未來據點會逐步於商業及住宅區增加。



■用空間有限的紙箱去盛載零食相當考功夫，處理不當運費或會增加，生意隨時「白做」。



■John認為其網站的優點是「齊料」，一些懷舊零食如士的糖、眼鏡朱古力等其網站都有。



營商心得

潮流中尋商機 推Pokémon爆穀

Pokémon Go帶挈商場生意升一成

■荷里活廣場宣佈將斥資近百萬元，在8月份把商場變身為「精靈『升呢』補給站」。



香港文匯報訊(記者 顏倫樂、張美婷) 手機遊戲Pokémon Go自七月底推出以來，熱潮持續燃燒，由於遊戲模式需要玩家到不同地點「捉精靈」，多家商場於過去一周都以不同方式吸引「精靈訓練員」，有商場形容這個現象為「小精靈黃金周」，其中新地旗下五大商場推出相關優惠後短短4天，人流及營業額皆錄得近一成升幅。

新地：人均消費高達2500元

本港零售業下滑之際，誰也想不到

一隻遊戲竟然可以「改變世界」。說的是最近大熱的手遊Pokémon Go，多個商場全方位推出相關優惠搶客。以新地旗下五大商場為例(東港城、wtc more 世貿中心、上水廣場、Mikiki及將軍澳中心)，除每天定時開放Lure Module(小精靈誘餌)，亦推出一些相關禮品優惠，但每日午飯時間完結前均已換罄。

新地租務部總經理鍾秀蓮表示，相關優惠推出短短四天，商場人流及營業額錄得近10%升幅，玩家人均消費力更達2,500元，形容今次熱潮為港

消費市場帶來「O2O新商機」，亦為本港帶來了突如其來的「小黃金周」。故五大商場決定將推廣期延長至8月底。而新地將軍澳PopWalk天晉滙將於本月底開幕，屆時亦會加入推出這類優惠。

奧海城周末人流升5%

其他商場亦未有放軟手腳，信和租務部總經理陳欽玲表示，奧海城於7月26日起已放Lure Module，令周末人流錄得按周5%升幅，相信Pokémon Go熱潮會持續一段時間。她續說，選擇發放時間會小心，盡量於非繁忙時段「灑花」，如黃昏時段等，希望減少「訓練員」於某地區積聚過多，而為商戶帶來的不便。

九倉荷里活廣場昨日宣佈將斥資近百萬元，在8月份把商場變身為「精靈『升呢』補給站」，包括一連31日放出超過7,000分鐘Lure Module。而面對颱風「妮姐」逼近，商場於8號風球下會停止「撒花」，但揚言翌日會加碼延長發放，而逢周六更會舉行「Lure Module撒花聚會」，除連續11小時放Lure Module，亦會有「訓練師支援隊」為「訓練員」送上免費補給。

信和商場轉型吸家庭客



■信和租務部總經理陳欽玲(左)指，個人遊旅客減少對奧海城商場營業額未有太大影響。張美婷 攝

香港文匯報訊(記者 張美婷) 近年零售市道疲弱，不少大型商場設法轉型，希望吸引更多客人。信和集團租務部總經理陳欽玲昨指，現在奧海城商場消費族群轉變，家庭客續增，零售商中小童類產品的店舖佔比增至9%至10%，但餐飲店舖由早期佔比32%減少至現在28%。

另外，個人遊旅客減少令不少店舖生意額下跌，陳欽玲認為，奧海城商場雖有內地客戶光顧，佔整體人流不多，故對營業額未有太大影響。巴西里約奧運和暑假來臨，陳欽玲預計，暑假檔期營業額約4.4億元，較去年同期上升8%，人流有10%增長。

機器人投資顧問 App 將在港推出

香港文匯報訊 金融科技公司8 Securities昨宣佈，即將在香港推出亞洲首個機器人投資顧問手機程式Chloe。據介紹，Chloe的最低投資額將低於1,000港元，客戶可以隨時在其投資組合存取資金，而且並不會有任何罰款。Chloe將於

今年第三季於iOS及Android的手機應用程式商店上架。

管理費用方面，8 Securities指，客戶只需繳付遠低於傳統投資顧問服務費的固定月費，服務並不設任何額外交易費或隱藏費用。