

女朋友一句話「為食」設計師即轉行



姜家倫指，目前其買餸服務範圍只限九龍及新界區。張偉民攝



「高司奶」位於火炭銀禧街市的門店。張偉民攝

姜家倫 Profile

年齡	37歲
學歷	大學畢業
家庭狀況	已婚

投資百萬 買餸平台盼明年回本

香港工時全球最長，打工仔收工後想買餸煮飯非常困難，有無諗過除咗親愛的媽媽之外，有人會幫你預先買餸，並送到府上？這個創新的意念其實已有人將其實踐，原本任職室內設計師的姜家倫（Alan），因為女朋友的一句話「如果有人幫我買餸就好了！」而靈機一觸，辭職並創立專幫人買餸的生意——「高司奶」（GOC9）。業務創立一年多，會員人數逾千人，目前每月營業額達10萬元，希望最快明年可以回本。

文：香港文匯報記者 莊程敏

創+故事

邊學邊做 幫人買餸看似很簡單，「高司奶」往往被歸類為新式購物平台。不過姜家倫認為，與單純幫人買零食飲品比較，「高司奶」其實提供更多價值。

買餸學問多 服務遠勝網購零食

陪月餐單增值服務

他解釋，「買一盒維他奶無什麼好比較，但買一塊豬肉就不一樣，有好多種部位，有肥有瘦，還有好多種切法。例如有人唔識煮餸，想買一份薑蔥，那一刻雖然我同樣唔識，但我會幫他研究」。買餸其實是一大學問，透過與商販及客人交流，會學到很多特別的知識。例如初時難以控制食物的分量，通常是以半斤為買賣單位，但節瓜半斤其實得一條，很難煮出一整道菜餸，後來就慢慢學到不同的材料分量。近月他亦與專業的陪月人士研究專業的陪月餐單，希望為客人提供買餸以外的增值服務。

此外，姜家倫認為這項服務亦可幫到有需要的人，如孕婦、視障人士，亦有年輕人落單是為了不讓年老的爸爸媽媽辛苦。他未來希望繼續做好買餸這個步驟，可以做好質量保證，並已經與商販建立信任關係。暫時不考慮賣熟食及魚生等，因為不想涉及到申請食物牌照。

網頁系統接單效率高

另外，姜家倫指公司原先採用的手機應用程式（App）已停用，因網頁系統效率更高，系統可記錄客人的購物記錄。他希望未來服務平台的介面可進一步改善，為客人提供更多選項，例如豬肉要瘦還是半肥瘦等，做到更切合顧客的需求。

姜家倫告訴記者，自己做打工仔時傍晚6點收工，本身很喜歡煮飯，但去到街市只得「賣剩蔗」，買不下手，發覺很難做到，所以覺得市場上的確有幫人買餸這個需求。經調查後，他發現外國有買餸服務，香港原來也有人推出了同類服務，「有競爭對手證明『有得做』，不是自己單打獨鬥」。姜家倫於是與幾個朋友合資100萬元創業，單是做網頁就花了十多萬元，另外在火炭設立實體店，除了作乾貨倉庫之用，還作零售店（如賣家美雞等），以及作客人的自

提貨點。

WhatsApp報價 傍晚送貨

他表示，目前其買餸服務範圍只限九龍及新界，未有包括港島及離島區；現時每日平均有10張至20張單，平均一張單約280元。用戶只需在網上平台落單，他然後以WhatsApp向客人報價，每日中午11點截單，之後就到大埔街市按訂單買餸。

為何選大埔街市？姜家倫解釋，因為比較過多個街市後，發現大埔街市大，人流高，食物品種齊全且特別新鮮，單是豬肉檔就有10檔，質量上有選擇。買餸之後將食物分配好，再交由送貨人員送貨。送貨車內設有保溫及保冷箱，確保材料新鮮，一小時可以送5張至6張單。由於量大及與商販有合作，價錢較市民

自己買優惠，令每張單的利潤達20%至30%。

每張單利潤達20%至30%

至於送貨主要集中於下午4點至傍晚6點，以及傍晚6至晚上8點兩個時段，模式是一手交一手，主要是家中外傭及老人家負責收貨。

姜家倫說，其實幫襯「高司奶」較自己親身去買只是貴約10%，因為他們是沒有收服務費的。他認為這點費用是完全有價值的，「一來你自己放工去買不到，平時（早上）11點去到街市是買第一輪，材料都新鮮啲，就算下午三四點去已是第二輪，不過還是較你（傍晚）6點鐘收工去要好。再者我們與街市商販溝通了一年，有些不見或不多的食物，例如豬頸肉，商販會特別留給我們。」

經驗之談 改變傳統購物習慣最困難

由室內設計師轉行做「買餸佬」，姜家倫表示沒有不習慣。他說，自己在美國居住十年，早已習慣了自己買餸，加上性格「為食」，會研究如何選購好的材料，所以現在只是將自己生活的一部分變成工作。

獲投資者接觸 引資增推廣

他補充，聽過不少香港人批評外傭不懂買餸，指她們對很多特別的肉類部位分不清，加上現時很多人請外傭，只是希望她們專照顧小孩，不需要她們去買餸。「除非你對食物沒要求，否則，我覺得代人買餸是有需求的……而且自己去買，會涉及車錢、時間，又要自己搬運，所以這服務是有其存在價值的。」

提到這門生意的盈利，雖然姜家倫表示「不好意思說」，但仍然對「高司奶」的發展有信心。「外國同一類型的生意，估值『億億聲』；也有投資者接觸我們，認為買餸平台很有趣有得做，目前在接洽中。」他認為最重要的是大家相信這件事，如果有新資金投入，最想投入的是市場推廣方面，希望最快2017年可以回本。

平台經營一年多，姜家倫表示，最困難的是改變人們的傳統購物習慣，這並不止於「高司奶」，是整個網購行業共同面對的，「好似王維基般，在香港有誰不識他？燒3,000萬元一年，但某程度上他（港視）仍然一間Startup」。



「高司奶」在實體店亦有提供零售服務。張偉民攝

廣電運通「智造」打入香港市場

香港文匯報訊（記者 方俊明 廣州報導）隨着近年廣東產業加快轉型升級，愈來愈多「智造」產品打入香港乃至海外市場。廣州廣電運通金融電子有限公司副總經理丁迎峰接受本報訪問時表示，該公司製造的遠程智能櫃員機（VTM），率先為香港「無人銀行」項目實現了VTM全球首創的新型應用模式，目前已在渣打、中銀香港、永隆等銀行上線。該公司研發的自動售檢票系統（AFC），亦已在香港輕鐵線全線普及。

VTM助發展「無人銀行」

丁迎峰表示，廣電運通目前涵蓋高級金融自助設備製造，多年來在研發投入比、所掌握的專利技術數量上位居業界前茅。譬如國外專利年申請量150件到200件，去年研發投入佔產品銷售收入的10.17%以上。截至今年6月，該公司銀行自動櫃員機（ATM）產品及服務已進入全球80多個國家和地區的1,200多家銀行，全球ATM安裝使用總量超過20萬台，綜合實

力排名全球前4強。該公司今年設計的新品「金融終端」，便榮獲中國外觀設計金獎，客戶可以24小時自助使用該產品辦理業務，同時在必要步驟中銀行工作人員能遠程參與和協助。

丁迎峰透露，身為內地首家投產VTM設備供應商，廣電運通VTM設備目前海內外市場比例各佔一半，其中香港是公司「走出去」的橋頭堡。他稱，渣打銀行「無人銀行」項目在香港中環上線，廣電運通便為該銀行提供包括硬件設備、系統開發、視頻集成在內的整套解決方案，實現了VTM全球首創的新型應用模式。他稱：「將VTM設備當成櫃面系統的外設，VTM設備與遠端櫃員機通過網絡進行連接，櫃員通過指令實現對VTM設備的控制。在該應用模式下，櫃面系統基本不



廣電運通製造的VTM，率先為香港「無人銀行」項目實現VTM全球首創的新型應用模式。方俊明攝

做任何改造。」

由廣電運通研發的AFC，亦已經在香港輕鐵線全線普及，達176台。廣電運通AFC開發一部總經理表示，相比內地類似設備，港式AFC是針對香港用地空間進行更「精緻」的高標準設計，更具人性化、多元化，譬如增設了盲文、助聽器等設備，惠及所有旅客人群。該AFC產品設計在戶外使用，還具備防水、減光等功能，自動適應不同的光環境，達到國際領先水平。

利標品牌與Katy Perry組合營

香港文匯報訊 利標品牌（0787）昨宣佈與美國歌手Katy Perry成立新合營公司。此合營公司擴大現有與Katy Perry在鞋履系列的合作，將着重發展Katy Perry品牌，並加入新消費產品類別。作為首個推出的類別，鞋履系列將在2017年春季於美國及全球發售。

擴大鞋履系列合作

自2008年迅速走紅，Katy Perry已於全球建立極高知名度，並因此成為具有影響力及引領潮流的指標。合營公司將匯聚Katy Perry之創意、全球影響力及與觀眾的聯繫，並善用利標品牌透過各消費產品類別建立品牌的專業經驗，以及其與全球分銷商及零售商的強大關係。

「能夠為鞋履市場帶來真正的貢獻，我靈感滿注同時非常雀躍。我深信鞋履能夠標誌個性，因此我為大家特別是勇於大膽嘗試的人，創造了一系列具有個人主義、充滿色彩及設計動感的鞋履。我很高興與利標品牌合作，全因他們聆聽及相信我的眼光，而且我亦能吸收及



美國歌手Katy Perry與利標品牌組合營公司擴大合作範圍。資料圖片

運用他們帶來的專業知識。」Katy Perry說：「我們於鞋履系列上的合作，為將來無數的機會奠定穩固的基礎，並讓我和利標品牌攜手探索設計的新領域。」

利標品牌行政總裁兼副主席樂裕民表示，Katy Perry是全球最受歡迎及廣為人知的人物之一。她突破其職業及風格上的界限，引領着潮流趨勢。我們非常高興市場對鞋履系列已發出的正面回響，並期待此擴大合作所帶來令人興奮的機會。