創+故事

合資百萬產冷氣擋風板 母授營商秘笈

李璧琦減凍變商機

■李璧琦因為自小怕冷而萌生出創製冷氣機擋風配件的念頭。 張偉民 攝

李璧琦 Profile

學歷	聖保羅男女中學；香港浸會大學音樂系
曾主演劇集	《誰家灶頭無煙火》、《團圓》、《巨輪》、《忠奸人》、《東坡家事》、《巨輪II》
曾獲殊榮	1999年新城997與無綫電視合辦「一級班女子歌唱大賽」冠軍
	2014年入圍《2014年萬千星輝頒獎典禮》最佳女配角

談到女性創業，通常會被外界定型為化妝、美容和餐飲等，早年於無綫綜藝節目《星夢傳奇》中爆紅的李璧琦，卻以冷氣機擋風配件創業，打破傳統女性創業框框，與拍檔開業約4個月已有6位數的進賬，更有新加坡公司洽談其代理權。正如不少創業初哥一樣，李璧琦也遇上不少營商上的難題，「母親常常跟我說，不要太看重得失，媽媽永遠是你的後盾。」如何從困難中站起來，原來一字概之曰：「愛」。

■香港文匯報記者 張美婷

李璧琦從小便與母親關係密切，事無大小都會向媽媽請教，第一次投資零售生意的她指，媽媽是她的強大後盾，「媽咪是個白手興家的女強人，她從事體育用品進出口貿易生意已有40多年，是一個非常勤奮的創業家。」她形容家裡的生意曾經歷過山車式的起跌，其中一個原因是信錯人，「媽咪做生意多年，遇過不少壞人，有些人樣子老實，卻一直在欺騙人。」當她告訴母親有關創業的想法，母親第一句就問「跟誰合作？」可見母親對營商夥伴充滿戒心，怕女兒受騙。

「媽咪常常說，她並不介意我賺多少，有多少成就，她只介意我在創業的過程中會否受到傷害。」她指，當母親知道她的生意拍檔是誰，以及將會做銷售類生意時，感到非常高興，除了嚷着要試用產品外，還答應將她的宣傳單張給予相熟的廠家，疼愛她的程度不言而喻。

餐廳冷氣太凍 食飯頻換位

李璧琦早於一年前，跟一位認識數年的前音樂班學生陳俊賢合作，計劃投資100萬元創立冷氣機擋風配件公司，事緣是因為怕冷，「以前常常被媽咪取笑，外出總要帶頸巾，而中學時期亦常常要穿着毛衣才能保暖。」她指現在光顧不少餐廳，假如冷氣機送風口會直接吹向自己和食物，便需要換位，惟長期換位亦是治標不治本，故萌起創製有關冷氣機擋風配件的念頭。

另一個萌起創業念頭的原因是陳俊賢的公司裝修，有同事投訴冷氣直吹有過冷的問題，不過另有同事覺得不夠涼快，而冷氣師傅建議的改善方法需用螺絲鑽穿機身，加上擋風板，另每次需收取逾300元安裝費，李璧琦直指收費不菲，故與拍檔於淘寶網站購買相似的產品進行研究，最後研發了自己現時的擋風配件。

連鎖店宣傳成效未如理想

現在已推出產品4個月，李璧琦指，初時期望與連鎖店合作宣傳，以為會得到莫大成效，最後卻讓她大跌眼鏡，「我們曾經將冷氣機擋風配件的換購券放在7-11寄賣，他們答應於大約800間分店推售，當中會印刷逾千張海報宣傳，但兩個月後只售出約100件，該數字於團購網一個星期便可達到。」她指，真正的「死因」與7-11不能做到中央管理有關，現時7-11可以讓不同人購買其聯營經營權，故7-11由不同老闆經營可能令貨品宣傳力度各有不同，「雖然7-11印刷逾千張海報，不過真正有張貼於櫥窗的分店，可能不足200張。」另外，7-11售貨員流動性強，而且不同時段交替的售貨員，未必能清晰交代產品資訊，故透過7-11推銷產品的效果不顯著。

金錢並非人生唯一追求

李璧琦笑言拍檔的心頭很高，對公司未來盈利抱有一定期望，惟認為自己跟普通投資者的心態不同，「平時做司儀或者唱歌，一個晚上約4小時已經賺逾五位數，現在的生意每個產品都只不過約200元，如果要搵快錢根本不需要做這門生意，起初覺得這門生意可以幫助別人才開始，金錢並不是我人生唯一追求的東西。」她期望，未來產品可幫助更多人外，而明年夏天公司可進入收成期，可打進本港大型連鎖店，如豐澤和百老匯等。

她說，其實市面上不少商店售賣的冷氣擋風板，都有滴水問題，故大部分會「DIY」吸水布，讓滴水不會影響顧客，惟冷氣機吸水布未必經常清洗，有機會長期積聚細菌，透過冷氣機四處傳播，衛生問題讓人憂慮。

創業心聲 「買樓比創業難許多」

坊間有不少創業新手都認為創業不容易，不過李璧琦卻認為「買樓比創業難許多」。她認為現時創業並不是想像中困難，創業者可輕易於Facebook宣傳自己，當中並幾乎不用任何費用。但買樓的話，則需大量資金，她坦言暫時未能置業，現在只好將薪金交予母親投資，期望未來可擁有自己的物業。

李璧琦指，她的Facebook專頁都是自己管理，平時會與藝人和市場部的朋友請教，如何利用網上平台宣傳自己，至於新創立的冷氣機擋風配件公司專頁，首兩個月Facebook並沒有收費，惟早前推出新優惠，故最終向Facebook繳交兩星期約8,000元的費用，當中的宣傳效用增加約一倍。

初創企業於營運初期通常難以控制其恒常開支，李璧琦坦言，現在仍處於摸索階段，暫時只知道投資於Facebook的宣傳效果最高。透過Facebook的數據分析顯示，消費的年齡層約30歲至50歲，當中男士瀏覽後便會購買，而女士通常了解資訊後便離開，男女比例約7比3。她估計，女士購買意慾較少，因為女士普遍覺得安裝電器配件是較難做的工作，怕買錯後被伴侶責罵，故她希望於產品教育上加大力度宣傳，讓大眾知道其擋風板的安裝其實相當簡便，不需專業裝備就可進行。

■李璧琦跟陳俊賢(左)購買相似產品研究，最終研發出自家的擋風配件。 張偉民 攝

■餐廳冷氣常常把客人和飯菜吹凍，故有店主(右)購入李璧琦的產品。 張偉民 攝

親力親為 首筆生意200元 親赴澳送貨

第一桶金總令創業者難忘，李璧琦於零售生意的「第一桶金」雖然只有約200元，卻令她歡天喜地大半天。「開業幾天便有第一單生意，那是以前在澳洲的中學同學，我們從中三就開始認識，感情猶如兄弟姊妹，他打電話過來就嚷着要買一件冷氣機擋風配件，我帶着產品飛到澳洲就直接交給他。」她坦言，自己做的每單生意額不多，不過總喜歡一件一件送到朋友手中。

■李璧琦指會繼續研發改進新產品，亦會以「風」作元素推出新產品。 張偉民 攝

李璧琦指，這位澳洲朋友本來住樓底相對較高的平房，不過因工作需要而搬家。朋友向她訴苦指客廳的冷氣就在餐枱上，把他的餸菜都吹涼了。她指，亞洲地區往往都有類似問題，因單位的樓底較低，令冷氣機的冷風無路可逃，住客會感到過冷或有冷風直吹等問題，故她認為亞洲有着龐大的市場需要。被問到會否進攻內地市場，她卻有點猶豫，「內地盜版猖獗，若我放到淘寶售賣，消費者不知道是否正貨，故需要時間尋找一些只賣正貨的內地公司合作。」

李璧琦指，自公司推出宣傳後，反而令不同的盜版產品應運而生，不過她卻覺得有危才有機，「我們也不知道盜版會對我們有什麼影響，不過從好的方面去想，盜版喚醒市場對冷氣機擋風配件的需求，將令生意行前一大步，只是消費者未找到我的產品前，先找淘寶和其他產品而已。」她笑言真金不怕洪爐火，新產品會繼續研發改進，另外亦會以「風」作元素推出新產品，故並不擔心產品被抄襲。

產品結構簡單 實用兼美觀

李璧琦的拍檔陳俊賢，本身是一位從事家品配件逾20年的商人，機緣巧合下與李璧琦合夥，共同創立品牌。他直言，他們的產品結構簡單，市民其實用很少的成本已能達到他們擋風板的功效，「你用一個夾子加一張咭紙，便可以擋風，成本可能少於20元，不過我們堅持產品需要實用且美觀，不需美感的客戶並非我們主要的對象。」

他指，與李璧琦各有分工，他銷大批量的客戶，而李璧琦則以個人客戶為主。他的第一個大客是灣仔一間高級中菜餐廳，當日入到餐廳後他直覺老闆必定會入貨，事關餐廳的樓底僅有約7呎，冷氣就在客人頭頂直噴，「當天負責人將產品掛上冷氣機後，便讓主廚出來，主廚看過後便說，看來不錯！客人對冷氣常常投訴，買幾個試試吧！」主廚金口一開，負責人便購入逾40件產品，陳俊賢第一單生意涉資約9,500元。

海港城中秋客流升 料零售見底

香港文匯報訊（記者 莊程敏）九倉（0004）執行董事凌緣庭昨出席商場推廣活動時表示，集團旗下「海港城」商場於7月份的營業額跌幅已收窄，今年中秋商場人流亦錄得單位數字上升，相信是「見底」跡象。對於有傳九倉有意出售旗下有線寬頻（1097），她表示暫時無可奉告，相信適當時候集團會有公佈。

凌緣庭表示，截至7月份的數據顯示，整體旅客的數字有上升，特別是東南亞的旅客較去年上升約5%至10%，內地旅客亦見微升，加上日圓上升亦增加港人留港消費。她又透露，今年大部分商戶都在9月前完成續租，暫沒有出現減租的情況，大部分都微升。截至8月份止，海港城約有120間新增或搬遷的店。租戶組合一直都有改善，不是因市道轉變才改善。

■凌緣庭預計零售市況已見底。 張偉民 攝

莎莎網易考拉海購旗艦店上線

香港文匯報訊 莎莎國際（0178）旗下莎莎網（sasa.com）昨宣佈與網易旗下的跨境電商平台網易考拉海購（http://www.kaola.com），達成戰略合作協議，於該平台成立官方旗艦店並於昨天正式上線，成為其首個合作的香港品牌，共同致力為中國內地消費者提供優質的化妝及護膚產品。

莎莎自2000年起已推出網上購物平台莎莎網，一直致力發展電子商務，務求把握龐大的網上購物市場機遇。於網易考拉海購正式上線後，雙方將合作進行一系列市場推廣，於不同時段為消費者帶來不同的優惠以及合適的產品。此外，網易考拉海購的網站系統將與莎莎網香港倉以及鄭州保稅倉的系統實行無縫對接，進一步提升海外直郵和保稅區備貨的配送能力。

■莎莎與網易考拉海購達成戰略合作協議，官方旗艦店正式上線。

施永青P2P鑽石交易平台開業

香港文匯報訊 近年個人對個人（P2P）營運模式如淘寶和Airbnb為市場帶來前所未有的突破和好處，由中原地產創辦人施永青投資創立的香港鑽石交易所（hkade.com.hk）於8月份正式開業，開創第一個網上P2P國際鑽石交易平台，期望為傳統的珠寶界帶來革新。

提供渠道助買賣雙方配對

P2P的交易方式通常欠缺質量或真實性上的控制，為讓買賣雙方放心交易，交易所雖然標榜為P2P交易，但卻備有經驗豐富的專家和獨立鑑定設備，嚴格驗證在平台上交易每一顆的鑽石。

買賣雙方於交易前後都可以核查鑽石。交易所又把鑽石質素數據化，提供不同參考指數，令欠缺寶石知識的大眾也能清楚鑽石的價值。

現時的鑽石市場訊息不對稱，普羅大眾一般只靠珠寶店得知有關資料或標價，欠缺其他渠道。而且，鑽石的零售價和賣出價有很大的差距，對個人消費者來說，易買難賣。

■香港鑽石交易所創辦人施永青（左）及梁雪茵。

施永青指，若香港鑽石交易所開拓重售市場，幫助買賣雙方進行配對，有機會將價格差距縮小。

他認為，建立對等二手市場後，相信鑽石的投資價值、重售價值及升值能力都有可能被提高，帶動一手市場，吸引更多人買賣及投資鑽石，為現時面對困難的鑽石商家帶來新希望。