

營商有道

近年不少企業利用電商平台掘金，看中的是其覆蓋領域大，且沒有實體店的租金壓力。六福集團(0590)創辦人黃偉常女兒黃蘭詩認為，無論什麼行業，開源節流均極為重要，「用最少的資源，做最多的事」更是集團的經營宗旨。故近年集中開發內地電商平台吸客，更曾邀請林峯為品牌站台，網上直播最高觀看人數逾40萬，生意額較平時倍增。網上平台無遠弗屆，未來發展將一日千里。

香港文匯報記者 張美婷

黃蘭詩認為無論什麼行業，開源節流極為重要。潘達文攝



黃蘭詩指，珠寶的真正價值在於其背後故事。潘達文攝



六福母親節吊飾。潘達文攝



六福一度利用黃金熱潮帶起鑽石生意。潘達文攝

### 六福開源節流 力攻內地電商

# 黃蘭詩搞網購得心應手

近年六福集團大力發展內地電子商貿業務，現時在天貓、唯品會、京東商城和蘇寧易購等15家網上平台均設有官方賬號。蘭詩表示，內地人網購珠寶傾向買金飾，故現時集團逾九成以上產品與黃金有關，售價約1,000元(人民幣，下同)以下。不過今年將推出毛利較高的鑽石，期望推高其銷量，售價約3,000元以下。

#### 瞄準國策商機 搶佔孩童市場

蘭詩指，不少人在網上購買戒指憂慮尺寸不適合，故集團免費提供量度尺寸服務，



黃蘭詩(左)指，今年會繼續與林峯合作，冀增加生意額。受訪者供圖

先郵寄一個量度戒指尺寸的工具，等待落單後才退回按金，期望增加戒指的生意額。六福的內地業務現時專攻中產、婚嫁和孩童市場，蘭詩表示，這些群眾的消費力不容忽視。譬如孩童市場方面，早前內地開放二胎政策，令父母傾向滿足孩子的物質需要。集團看重該商機，故於電商平台上推出「金米」，寓意人生豐足，「有米」開飯。購買產品後會附送裝飾瓶子，客戶可以每月購買一粒，直至瓶子盛滿，不但可作裝飾之用，亦可為孩童儲蓄。金米每粒售價約300元，屬於較為大眾化的水平，現時產品銷售狀況令人滿意。

#### 活用社交平台 名人效應顯著

集團亦運用微訊平台宣傳，早前與微信合

作推出「朋友券」，只要用微信QR Code取得優惠，用家朋友圈中的朋友亦會收到優惠券。當中透過這方法收到優惠券的用戶，約三成會到旗下分店消費。集團亦透過名人效應宣傳，邀請藝人林峯為品牌站台，當時網上直播的最高觀看人數逾40萬，是次宣傳的消費額為平時的兩倍，可見名人效應效果顯著。她表示，今年會繼續與林峯合作，冀增加生意額。

蘭詩笑言，自己對於網購方面是較為大膽，願意嘗試於網上購買不同類型的貨物，加上一向喜歡購物，故此在經營電商平台時更加得心應手。她又會不時監察競爭對手推出的貨品款式，以及外國品牌的流行趨勢，期望令集團的貨品更具吸引力。今年集團於電子商貿的收入增長目標為50%。

#### 被模仿是一種榮耀

近年本港自由行旅客減少，零售市道疲弱，直至最近幾個月才開始有復甦跡象。黃蘭詩表示，雖然客人的消費意慾上升，惟集團認為減價促銷並不能持久，做好服務和推廣才是致勝之道。傳統消費區店舖的租金若沒有下調30%至40%的，集團傾向不續租；另將於租金較便宜的非核心商業區擴充分店。

#### 擬非核心區擴充分店

早年珠寶行業受自由行旅客帶動，生意額不斷上升，擴充分店速度之快，令珠寶店「總有一間嘍左近」。不過隨着極端「本土派」策動的「驅蝗行動」和「一周一行」等措施的實施，令珠寶行業受到前所未有的衝擊。蘭詩指，前兩年自由行旅客減少，生意有下滑的趨勢，不過只是單位數調整，並不是坊間所說的大幅下調；現時銀聯卡等簽賬消費已有回升趨勢。集團將會繼續推出大眾化的產品，主要為10萬元以下，消費滿2.4萬元可成為VIP會員，將定期得到不同的節扣優惠。

蘭詩表示，租金多寡對於珠寶店的營運非常重要，租約到期的傳統消費區店舖，租金若不肯下調30%至40%的，集團傾向

不續租；另外會在租金較便宜的非核心商業區擴充分店，例如上水和將軍澳等地區。她強調，集團並不是放棄核心商區，只是根據成本效益行事：「哪裡有人和生意，我們就去哪裡。」現時每年大約有三分之一的分店需要續租。4月將會是旅遊旺季，集團亦會推出母親節購物優惠，凡購物達指定金額，將送出汪明荃演唱會門票一張，期望於傳統節日上增加市民的消费意慾。

#### 信消費者能辨別品牌

早前有內地企業集合了本港多家珠寶店的名稱來港開業，問及會否介意，蘭詩笑言會被模仿是一種榮耀：「你出名，認知度高，別人才模仿你，不過集團亦有防止商標被抄襲的措施，可以確保商標不會被抄襲。」她又認為，一般消費者可以區分不同品牌，故對模仿並不憂慮。



黃蘭詩(右)與父母感情非常好。受訪者供圖

### 珠寶價值在其故事

珠寶對許多人來說，可能是一種具距離感的奢侈品，不過對於自小就在經營珠寶生意家庭中長大的黃蘭詩來說，卻是一個擁有不同回憶故事的紀念品。她認為珠寶未曾出售時，只是一件死物，但當其被某人擁有後，就立即賦予了一個永恆的意義。

#### 珍藏父親手製戒指

蘭詩自小在父親的珠寶店長大，見盡奢華艷麗的珠寶。她認為，珠寶真正的意義不僅在於本身的價值，反而是珠寶

背後的故事。她憶述小時候常常在店裡看見客人購買戒指，便憧憬着戴着戒指的感覺，可惜當年年紀太小，店內沒有適合自己尺寸的戒指，父親便隨意找來一條鐵線親製一隻戒指給她。時至今日，她依然有好好保存這隻戒指，成為了一件極具紀念價值的「珠寶」。

#### 刻字是浪漫的承諾

集團抱着同一個理念經營生意，着重刻字服務，當年並沒有電腦刻字，所有東西依靠人手製作。眾所周知黃偉常能刻出一手好字，刻字看來微不足道，不

過他認為是對顧客的一種承諾。「當年父親常常跟我說，別人結婚購買的首飾，大多數是保存一輩子，所以必須認真替他們把刻字服務做好，這樣才對得住自己，對得住別人。」對父親來說，刻字是一個承諾，亦是一件浪漫的事情。

蘭詩表示，自小便開始培養對美麗的觸覺，差不多兩歲就已要求穿耳環。早年父親會親自落手幫客人穿耳環，不過因為害怕同親生女兒打耳洞，最後要勞煩集團員工幫忙，她還記得當時父親害怕得躲起來的畫面。

### 父女兵商場拍住上

六福集團創辦人黃偉常是典型的企業家，由小店打拚至今的上市集團，這一切在黃蘭詩眼裡皆是英雄事。他既是父親又是老闆，如今計下數，父女二人在商場並肩作戰原來已經十一載，將集團事業推上高峰。

訪問當日談及黃偉常時，記者問在場員工對他的看法，大家均覺得老闆很嚴肅，常常沉思着事情似的，總是瀟灑着一種神聖不可侵犯的感覺。蘭詩則指父親是一個好爸爸，平時外出也會牽着他的手。「父親常常教導我，做生意要親力親為，這樣才能事半功倍。」

蘭詩2006年開始加入六福，至今超過11年。她憶述前幾年金價大跌，不少人瘋狂購買黃金，搶金潮30年難得一遇。曾經有一個晚上，她和父親駕車回家時，談起黃金大賣，不過毛利始終不夠鑽石高，能否讓購買熱潮帶到鑽石的產品？當時便構思了一個買黃金送鑽石的折扣優惠計劃，期望用黃金

熱潮帶起鑽石生意。推廣一出，果然引起連鎖反應，亦令當時集團成為同行中，生意增長較高的其中一間。

她表示，父親是行業的老行尊，知道不少經營理念，每次向他討教後，均有「有錢袋入袋」的感覺，故每當聽到不錯的營商方案，會立即筆錄下來。

#### 黃偉常緊貼時代觸覺

現時黃偉常讓蘭詩處理集團大部分項目，不過平時依然會「睇住盤數」，且看得很仔細。她表示，自己6歲已開始在店內做跑腿，習慣了父親做生意的方式，從未感到壓力。在她眼中，父親是一個非常能幹的企業家，當年電腦科技並不發達，父親竟然自學電腦，其後親自撰寫電腦程式，再出售給行家，讓他們管理業務，其後集資便成為今天的六福集團。現時公司有一個WhatsApp群組，不同管理層可在組內發表意見，蘭詩稱父親對於這些社交媒體已可運用到出神入化

的地步，可見他對時代觸覺的緊貼，並沒有因為年紀增長有所減退。

#### 全天候傾生意增效率

這對父女兵平日的合作模式，可謂全天候廿四小時，不論在公司、回家途中，甚至吃飯時，皆會討論有關集團的不同事宜。「有些做家族生意的人，不會在家裡談論公事，不過我們並沒有這個枷鎖；有些人害怕與老闆表達訴求，但我從沒有這個感覺，他既是我父親又是我老闆，想什麼時候表達亦可以。」蘭詩曾經試過與父親傾談公事直至深夜，坦言自己是一個工作狂，過程中不但沒有感到壓力，還樂在其中。「我是一個工作狂，就像我爺爺一樣，他一生工作直至99歲從沒間斷。」蘭詩認為，自己與父親這種合作關係，不但可以促進父女情感，亦能加快集團的發展，事關每當有不同方案需要作決定，無須經過多重管理層傳遞消息才能得到最終結果，直接跟父親商討便可以了。

### 馬拉松宣傳增名氣

早年馬拉松比賽被視為運動發燒友的閒餘活動，不過近年社會上掀起健康生活熱潮，吸引不少人士參加。黃蘭詩表示，內地中產階層注重健康，故主打健康的產品和活動大行其道，當中馬拉松是其中一個受歡迎的活動。集團與北京和武漢馬拉松合作已有兩年，現時於內地旗下分店購買一定數額的貨品，便可獲得馬拉松參賽名額一個。

蘭詩表示，曾經有一個內地客戶致電，哀求一個馬拉松參賽名額，更豪言：「多少錢不是問題，只要有名額就好。」可見內地馬拉松活動的受歡迎程度。現時每一個馬拉松參賽者，均可得到一面由集團贊助的金牌。蘭詩指「金牌」的意念是來自她的朋友。曾經有一位朋友參與馬拉松比賽，並邀請她到場觀戰，每個到達終

點區的參加者均會獲得一面獎牌作留念，令她萌生利用集團產品融合在獎牌的念頭。「日常比賽通常奪得冠軍才能擁有金牌，若我能讓每個人均能擁有一面金牌，必定皆大歡喜。」

#### 終點自拍瘋狂分享

集團去年與北京馬拉松合作，讓參加者完成比賽後獲得一面金牌，這次合作令集團知名度頓時提升，事關參加者通常在比賽後會自拍放上社交平台分享，手上的金牌無形中為集團宣傳。她說曾經有一個參加者收到金牌後，於結婚時到集團購買戒指，證明馬拉松宣傳的確有效果。

提到馬拉松，蘭詩指自己曾經參加過一次，本來想試跑5公里，但由於平時較少運動，完成2.5公里後已經後勁不繼，最後只好放棄比賽。