

說起鐘錶師傅，可能你會立即想起在舊區樓梯底的伯伯，戴着單眼放大鏡，聚精會神地修理手錶。受到傳統刻板印象的影響，近年投身鐘錶行業的年輕人愈來愈少。香港表廠商會副會長、連年集團執行董事劉燦濤近日接受香港文匯報訪問時，慨嘆年輕人不再投身工業，並指現今工業界的工種多元，呼籲大家可深入了解。鐘錶業正面臨20年來最大的困難，身為鐘錶大王劉展灝的兒子，劉燦濤期待自己可以英雄造時勢。

■文：香港文匯報記者 吳婉玲／圖：劉國權

劉燦濤：鐘錶工種多元 尤缺裝嵌師傅

工業融合IT 入行做工程師



■近年市場對中價手錶的需求較大。

□劉燦濤認為，科技會為鐘錶業帶來新轉機。



近年來「工業4.0」成為工業界積極發展的方向。劉燦濤指集團亦正研究將部分程序機械自動化，在裝嵌過程中盡量減少需要人手的部分，例如裝錶面、裝針和裝機殼等程序。他同意推行機械自動化後，無論訂單或出貨數量均可以較為穩定，但隨着市場對鐘錶的需求愈來愈細，單量難以支持啟用自動化。再者，鐘錶行業近年標榜「人手製造」的價值，往往不多工廠跟隨工業4.0。同時，如打磨等一些工序，也難以單靠機械進行，最後還是需要人手調整。

苦，無冷氣，並要香港及內地兩邊走。

為了讓更多年輕人了解鐘錶行業，劉燦濤年中會走訪不同院校，向學生介紹現今的香港工業。另外，部分大專院校亦有舉辦鐘錶業先導計劃，提供職業教育培訓的機會。不過在現有薪酬政策下，有意投身鐘錶業的學生，畢業後往往會加入國際知名品牌，本地鐘錶公司所能夠提供的薪金始終有限，令香港整個鐘錶工業相對愈來愈萎縮。

近年人手製造價值高

■父親劉展灝(左)在鐘錶業具江湖地位。劉燦濤表示將繼承父親大膽求新的精神。 資料圖片



棄代言人轉KOL宣傳

父親節剛過去，相信所有父親皆是子女眼中的英雄，是心底裡的學習對象。身為鐘錶大王劉展灝的兒子，其父白手興家，投身鐘錶業40多年，相識滿天下。劉燦濤坦言，不少人會將自己和父親作比較。他指父親當年創業成功，全因敢於創新，自己也會像父親一樣，大膽求新，不會故步自封。

劉燦濤表示，當年父親在創業期間是鐘錶業最起飛的時期，時勢造英雄。惟近年本港鐘錶業確實面臨困境，由2015年起營商環境變得困難，現在要先穩定生意，求生存，休養生息，待鐘錶業再次起飛。父親生前在鐘錶業具江湖地位，相信不少人正密切觀望劉燦濤將如何傳承連年集團。在大家的期望下，劉燦濤也信心滿滿地表示，希望自己能夠英雄造時勢。

今年是劉燦濤加入公司的第十年，他指這十年來覺得營運一年比一年困難，因為環境轉變得很快，必須每日增值自己，希望能為客人帶來新產品和新鮮感。身為家族生意第二代掌舵人，他亦積極思考如何為以往的營商手法帶來創新，以取得更好效果。

專攻社交媒體

集團旗下自家品牌天普時多年來聘請胡杏兒做代言人，劉燦濤透露胡杏兒每年代言人費用約80萬元至90萬元，但近半年已經無邀請其擔任代言人。在科技及資訊發達的年代下，劉燦濤正考慮放棄傳統聘請代言人的宣傳模式，改為透過社交媒體或KOL (Key Opinion Leader，關鍵意見領袖) 等方法讓大眾認識天普時，相信宣傳效果或會加強。

電商銷售趨難

至於天普時也有進軍電商，在天貓開設官方旗艦店。劉燦濤指雖然剛開始時銷量不錯，每月售出約100隻至200隻手錶，但最近卻好辛苦才維持到100隻的銷量。隨着愈來愈多人網購，平台的收費門檻亦相應提高，以往每日只需付200元，就可以有3小時在首頁賣廣告，「做家係有錢都未必攞到個位，睇你同天貓關係好唔好，同理視乎之前的銷售狀況。」對比起數年前剛營運電商，劉燦濤指現時網上銷售的成本增加了3倍。

目前中價錶較受歡迎

數年前走在街上，幾乎隨處可見鐘錶珠寶店，但隨着過夜訪港旅客減少，本港零售業步入寒冬，鐘錶珠寶店的規模亦明顯縮小。劉燦濤表示，本港鐘錶業最瘋癲的時期分別是上世紀80年代尾至90年代初，以及約六七年前期的內地自由行政客訪港高峰期；現時市場對鐘錶的需求愈來愈細，無論是本地零售及出口皆面臨困境，是業界在20年來最困難的時期。

劉燦濤稱，上世紀80年代尾至90年代初，市場偏好相對平價的手錶；內地自由行政客訪港高峰期間，顧客則大多購買價格較高的手錶，由幾萬元至20多萬元不等。不過，隨着內地經濟增長放緩及中央推出打倉等政策，本港整個鐘錶業表現插水。「唔好再去奢望(客人)買返十零廿萬嘅錶。」現時顧客以購買中價錶為主，若以公司的價格定位，中價錶普遍價格為8,000元至3萬元。除了經濟環境因素的影響外，劉燦濤認為市場對鐘錶的需求有所減少，是因為現時人手一部的智能手機已經擁有報時功能。雖然科技產物的出現，為鐘錶界帶來困境，但劉燦濤仍樂觀認為，科技同時會為鐘錶業帶來新轉機。

等。不過，隨着內地經濟增長放緩及中央推出打倉等政策，本港整個鐘錶業表現插水。「唔好再去奢望(客人)買返十零廿萬嘅錶。」現時顧客以購買中價錶為主，若以公司的價格定位，中價錶普遍價格為8,000元至3萬元。除了經濟環境因素的影響外，劉燦濤認為市場對鐘錶的需求有所減少，是因為現時人手一部的智能手機已經擁有報時功能。雖然科技產物的出現，為鐘錶界帶來困境，但劉燦濤仍樂觀認為，科技同時會為鐘錶業帶來新轉機。

冀智能穿戴重掀戴錶熱潮

「智能手錶的出現，變咗好多人由唔戴

錶，都為咗緊貼潮流而戴錶。」劉燦濤相信當使用者習慣配戴智能手錶後，反而不戴會更不習慣，並可能會因此對手錶產生興趣，想購買更為精美的手錶。問到智能手錶雖然可能帶來新轉機，但會否擔心傳統手錶始終有被淘汰的一日，他說：「以前又話跳字錶會影響傳統手錶，兩者味又係可以平衡，同理佢哋會買多隻錶嚟戴，唔會戴死一隻錶喇嘛。」

劉燦濤表示，不擔心鐘錶界的前景，但在現階段，面對需求減少及競爭激烈的環境，公司會投入更多資源去設計產品、升級公司設計軟件、加強售後服務及確保出貨的準確程度。

大快活擬今年加價少於2%

香港文匯報訊(記者 陳楚倩)大快活(0052)昨公佈截至3月底止全年業績，年內收入按年增加6.3%，至25.809億元，純利則增長2.24%至2.05億元，每股盈利1.61元，派末期息58仙。今年為慶祝公司成立45周年，另加派特別息50仙，即共1.08元，較2016財年末期連特別息輕微增長8%。大快活全年合共派息142仙，派息比率約88%。由於成本持續上漲，今年會加價少於2%。

成本續漲 調整價格

大快活行政總裁陳志成表示，由於成本持續上漲，公司在今年會作價格調整，加幅低過以往的2%，冀能在1.5%以下，以確保顧客有能力承擔。他又指，毛利下跌主要因為員工及租金成本上升，至於去年的材料成本增長不多。政府推出合約工時方案，對公司影響不大，但預計未來員工成本可能會繼續上升。大快活上財年員工成本按年增8.86%，至8.02億元，與員工總數8.16%的增幅一致。

陳志成續說，未來有三分之一店舖需要續租，公司會盡力向業主爭取較低租金，但不



■陳志成(左)指，公司毛利下跌主要因為員工及租金成本上升。旁為主席羅開揚。香港文匯報記者 陳楚倩 攝

會因為成本上升大幅加價。開店方面，今個年度將在本港開設13間分店，現時已開設10間。另外亦有部分分店需要進行調整。內地市場方面，公司將在南中國加開2間至3間分店，主要集中於屋苑內。

業績報告披露，若撇除2016財年出售持有待售的非流動資產收益淨額，來自核心營運的溢利則按年上升8.6%至2.05億元，毛利率則稍降0.4個百分點至15.5%。

大快活上財年香港同店銷售按年升約

4%，分部溢利輕微增長3.15%，至2.34億元。受累內地經濟增長放緩及競爭激烈，以人民幣計算，內地同店銷售稍微下跌約1%；不過受惠「營改增」措施，分部溢利大升51.93%，至314.5萬元。

期內大快活開設了20間新分店，包括在香港開設18間分店及在內地開設2間分店。截至3月底，集團於香港合共經營134間店舖，包括125間快餐店及9間特色餐廳。集團亦於中國內地經營9間店舖。

八達通推新App 增四功能

香港文匯報訊(實習記者 梁燕美)八達通昨舉行新手機應用程式(App)發佈會，客戶可以透過新App共同管理八達通卡及去年推出的「好易界(O! ePay)」賬戶。該公司行政總裁張耀堂表示，現時公司正以混合模式發展業務，即同時發展八達通的線上及線下服務，但預期未來線上服務增長會較快。

未來線上業務發展料較快

張耀堂稱，現時八達通系統每日處理超過1,400萬宗交易，金額逾1.89億元，線下交易佔大多數。不過，他深信未來線上業務發展會較線下快，惟難以估計其增長速度。問及現時八達通的發卡量是否已經見頂，他指現時的發卡量逾3,000萬張，已是一個龐大的數目，除了本地居民外，每年均有數千萬遊客訪港，所以每日皆有新卡發出；公司不會只着重數字上的增長，「商戶的數字才是最重要。」



■張耀堂(中)指，現時公司正以混合模式發展業務。

有關八達通未來的發展方向，張耀堂坦言：「我們不敢鬆懈，但相信科技的進步，會讓八達通的優勢相對其他公司縮細。」對於愈來愈多支付系統進軍香港市場，他認為香港市民接受支付系統的表現未達最理想，加上很多商戶未接納電子貨幣，仍有發展空間。規模較大的支付公司進軍香港，會對八達通構成一定威脅，八達通惟有做好本分。

全新的八達通App主要具備四項功能，包括查詢八達通餘額及交易記錄、個人對個人支付服務、網上購物、繳付賬單、慈善捐款、使用商戶優惠和電子優惠券等。