



創+商機

86小舖是台灣著名的化妝品旗艦店，一開始以代購起家，逐漸發展為品牌代理，同步發展線下分店，還將貨源提供至天貓國際、蝦皮、考拉、小紅書、LAZADA等購物網站。至今，旗下擁有Miss Hana、Hanaka、INNER SKIN和Candy Love等6個自有品牌。公司上周末港參加11月中舉行的亞太區美容展，吸引不少消費者。據卓星在透露，公司雙11期間在各購物平台上，取得了約5,000萬元新台幣(約1,300萬港元)的訂單金額，是去年的兩倍。



86小舖品牌事業處總經理葉璇。

高質量的產出，頻繁為觀眾貢獻好物推介和分享，如果經常潛水，一兩個月才更新一次內容，就不能達到公司的要求。

直播推銷產品 台灣直寄大陸

談到大陸的網購市場，卓星在多次提及「網紅經濟」帶來的巨大商機。他指出，大陸的網紅有數以萬計的忠誠支持者，手中握有86小舖所需的「流量」，其中許多網紅有從事化妝品促銷生意。然而她們本身缺乏「貨源」，加上包裝和郵寄十分繁瑣，跨境電商的物流更是一個棘手問題，大部分網紅沒有精力和時間參與。86小舖完全可以充當「網紅背後的供應鏈」，只要簽約合作，就能為她們提供一系列服務。由網紅推銷賣出的產品，公司從台灣直接發貨到買家的大陸地址，從中賺到的利潤雙方按一定比例分成。

一般人認為，挑選「網紅」的標準必然是愈靚愈好。然而卓星在的看法卻恰恰相反，在挑選簽約對象時，反而最鍾意「鄰家大媽」的形象。他笑言，美妝網紅不需要外表美，有時「人愈醜產品賣得愈好」，皮膚差、有暗瘡也能紅，這類人更能令消費者有親切感和認同感。除此之外，會否積極與支持者互動亦是一大考慮因素。在他看來，合格的網紅要定期有

網紅經濟模式 料能複製他國

卓星在坦言，電商推廣成本不斷增加，「fb去年成交一張單是200元新台幣，今年已經升到350元新台幣。」相比之下，公司更願意把投放在fb、IG和天貓國際的宣傳資金，拿來與網紅簽約。他透露，目前公司總共與大陸十幾個網紅達成合作協議，未來會走「少而精」的路線，不會盲目追求與大量網紅簽約，只要能找到幾個出類拔萃的即可。例如公司剛同一名微博名為「Sasaaaa」的網紅簽約，對方支持者數量約為150萬人，初步預計會有不錯的反響。

阿里巴巴收購LAZADA後，86小舖亦應邀進入了馬來西亞和新加坡等東南亞市場。卓星在認為，這些國家的增長「還要慢慢發酵」，預料今年台灣以外地區的市場銷售份額將增加至三成，其中最主要的增長點仍然來自大陸。不過他相信，由於東南亞國家普遍人口密集，多數區域網絡覆蓋成熟，年輕人對移動設備的依賴度較高；加上女性多以化妝為美，在大陸風生水起的「網紅經濟」，完全有可能在其他國家成功複製和模仿。

以「蛇精臉」和「杏仁眼」聞名的大陸「網紅」，近年來已成為全國最「吸金」的一個群體。有網紅更在今年雙11網購節日期間幫淘寶新店直播5小時，達成7,000萬元人民幣的生意額。如此強大的影響力，甚至為海峽對岸的台灣業界帶來大量商機。台灣86小舖海外事業總經理卓星在上周接受香港文匯報專訪時表示，十分看好「網紅經濟」前景，目前已經和10幾個大陸網紅簽約合作，催谷旗下產品在大陸市場的銷量。他笑稱，86小舖要成為「(美妝護膚)網紅的彈藥庫」，相信這種在大陸已經初步成功的盈利模式，未來也能複製到東南亞其他國家，幫助公司發掘更多商機。

文：香港文匯報記者 周曉菁／圖：莫雪芝

台商簽約大陸網紅 一條龍銷售再分成



公司上周末港參加亞太區美容展，吸引不少消費者。



86小舖是台灣著名的化妝品旗艦店。



86小舖在亞太區美容展展出的產品。



86小舖官網截圖。

美妝宣傳 大媽更勝大明星

產品宣傳成效 直播互動成關鍵

以往，時尚和化妝品牌找明星代言司空見慣，近兩年卻愈來愈多大品牌放下身段，與網紅合作。問及網紅和明星哪個更好時，卓星在毫不猶豫選擇了網紅。

卓星在解釋，網紅最大的好處就是「成本可控」，公司與網紅的分成比例固定，成單後才有收入，「如果一個產品也賣不出去，當然就不會有任何分成，(網紅)是沒有底薪的。」若讓明星代言，由於明星的費用多為「一口價」，雖然能做到很好的宣傳，但其實對產品的銷量不一定有幫助。另外，網紅還有一個最關鍵的作用，就是能直接教會消費者如何使用化妝品，以及哪些產品搭配使用效果會較好。

不過，他亦坦言有時與網紅合作很麻煩，主要是因為其對推廣給支持者的產品非常慎重，「(網紅)很愛惜自己的名聲。」有時寄去十件產品，網紅試用之後，最終決定只促銷一件產品，「根本不會照單全收」。此外，適合A網紅的商品不一定適合B網紅，只能不斷寄出樣品。

吸金力有望趕超明星

事實上，「網紅經濟」已成為大陸最新潮的促銷模式。雙11網購節日期間，名為薇婭的網紅在淘寶進行直播，幫一間支持者人數為零的新店，用5小時帶來了7,000萬元(人民幣，下同)的訂單，引來眾多網友驚呼：「直播五小時，杭州一套房。」相比之下，楊冪作為大陸片酬最高的女明星，每部電影的平均片酬亦僅為1,500萬元左右，網紅的「吸金」能力，完全有能力趕超大陸一線明星。有數據顯示，網紅電商產業在2016年估值約為580億元，預測2018年時規模將突破1,000億元。



薇婭目前算是淘寶直播界的紅人，直播場均觀看人數約為80萬人。

跨境美妝零售 網購起家有優勢

在台灣，除了86小舖和康是美(COSMED)這類本土品牌，莎莎和屈臣氏等香港品牌亦有入駐開設門店，形成了不小的競爭。不過現階段，86小舖希望能攻下大陸的網紅市場，卓星在對此頗有信心：「B2C太麻煩了，他們(莎莎和屈臣氏)做不了」。

他承認，莎莎和屈臣氏在各地鋪設分店，B2B的營銷模式很有效，這是他們擅長的商業模式。

86小舖以代購起家，從最基本的包貨、理貨、送貨，到規模壯大後的倉儲和物流管理，由多年經營累積的整體運作經驗，已經形成了高效的供應鏈，「絕對是86小舖的競爭優勢。」

卓星在舉例，台灣倉庫有逾兩萬種產品，「排列組合不同的產品，這種包貨麻煩且費力。」不過86小舖每日可做到出貨一萬包以上，哪怕一件貨品也能發出。航空公司不收液體，若要從台灣運回大陸，每個液體產品的成本

均要放在海關備份，獲得批准後才能順利運入境內。這是一個漫長且費力的過程，最後真正能堅持下來的公司鳳毛麟角。

台灣寄大陸 保證4天到貨

找大陸的網紅做行銷，他認為莎莎和屈臣氏等集團不會嘗試去沾手，「他們的產品每一間門店都可以買到，無須網紅再來做介紹。」

相反86小舖僅在台灣有分店，自有品牌大陸是買不到的，加上

許多產品未被大眾所了解，台灣直郵對消費者來說吸引力確實非常巨大。

卓星在還稱，希望能夠成為亞太區美妝發貨中心。公司已經做到一般貨品，從台灣發至大陸一線城市、香港，或新加坡和馬來西亞等地，保證4天到貨。除了化妝產品的牌照優勢，與香港相比，台灣的土地、人工和運輸成本較為便宜；近期和跨境電商Uitox的合作，也為物流大數據的整理帶來正面影響。

大埔商場聖誕客流料增一成

香港文匯報訊(記者 吳婉玲)還有一個月就到聖誕節，各大商場已經準備好聖誕裝飾，把握消費旺季時機，吸引客流。新鴻基地產(中國)執行董事馮秀炎昨出席活動時表示，大埔超級城今年聖誕節宣傳費用約1,100萬元，創新高。估計共39天的聖誕節及新年檔期，可吸引客流820萬人次，按年升10%至12%；生意額料達3.5億元，按年增加10%至15%。



馮秀炎(右)指，大埔超級城今年聖誕節宣傳費用約1,100萬元。

化妝及護理租戶表現佳

馮秀炎指，引入商戶時會考慮三大黃金元素，包括潮流輕食、綠色健康和生活方式。2017全年大埔超級城有75宗新租及續租，涉及16萬方呎，租金升幅約8%至12%，其中10個租戶租用超過4.5萬方呎。租戶組合方面，時裝及飾品佔約兩成，百貨約三成，化妝及護理約一成，餐飲約兩成半，當中化妝及護理表現最佳。另外，人均消費約1,000元至3,000元，

平均呎租約120元至400元，營業額分成約10%，每呎營業額約1,000元。

至於大埔超級城今年首三季表現，客流錄得約7,600萬人次，生意額約28億元，分別按年上升10%。馮秀炎表示，隨著樓市股市向好，全民就業，相信第四季零售會有不錯表現，預料第四季客流約2,200萬人次，按年升10%；生意額8億元，按年上升10%至12%。

新租戶中包括UA戲院，是大埔區內唯一的戲院。娛樂院線董事總經理黃輝輝表示，戲院已動工，預計2018年底至2019年初開業，設有4個戲院，提供359個座位，佔地1.5萬方呎，投資額數千萬。

周大福料明年市道審慎樂觀

香港文匯報訊(記者 吳婉玲)周大福(1929)昨公佈截至9月底止中期業績，盈利17.79億元，按年增45.61%；每股盈利17.8仙；派中期息12仙。董事總經理黃紹基表示，預期港澳全年同店銷售增長達高單位數字，爭取達到雙位數字，並對明年市道審慎樂觀。

半年多賺46%派息12仙

上半年公司營業額為247.5億元，按年增加15%；毛利增長4.9%至71.66億元；毛利率下跌2.8個百分點至28.9%。中國內地市

場、香港及澳門市場的同店銷售，分別錄得10.3%及9.5%增長。

集團零售網絡增至2,488個零售點，期內淨開設107個零售點。集團於業績報告表示，由於中國內地的珠寶市場整體重拾增長，加上傳統百貨公司整合趨勢有所舒緩，期內淨開店數目達112個零售點。黃紹基預計，下半財年於內地會再開20個至30個零售點，全年淨開零售點達140個至150個。

於香港及澳門，期內持續整合零售網絡，關閉的分店集中於旅遊區，並同時於

民生區開設新店，致使淨關閉7個零售點。黃紹基預料全年淨開店數目維持在4個至5個零售點，香港區下半年將會開2間淨開店。他表示，上半年香港有20間店舖續租，當中街舖租金減幅約30%，預料全年續租租金將會減少約20%至25%。

另外，財務董事鄭炳熙表示，過去兩個財年派發特別息主要因為減少存貨及現金水平充裕，但現時預期銷售有理想增長，要增加公司的庫存，所以今年中期業績不會派發特別息。在可行環境下，仍會維持50%的常規派息比率。

阿里：網上零售發展空間仍大

香港文匯報訊(記者 莊敏敏)阿里巴巴創業者基金昨舉辦JUMPSTARTER 2017決賽，獲勝的3家初創企業可獲最高100萬美元及受惠於阿里巴巴生態系統的資源配對。阿里巴巴集團首席市場官董本洪昨出席活動時在專題演講中提到，內地網上零售業務佔總體商品交易額15%，線下消費仍高達85%，市場發展空間很大。線上消費近來每年增長30%至40%，希望透過新零售改革，兩三年後內地零售業可成為全球最有創意最先進的行業。

雲空間增營運效率

他認為，在新零售領域中，有些範疇是初創企業可以留意的，首先是提升店內的體驗，新零售會令購物變得更有意思，當中很多相關的科技發展空間。另外，不少軟件公司積極發展雲空間，讓零售業所有數據皆能儲存於雲空間，令營運更有效率。

阿里巴巴執行副總裁蔡崇信出席活動時指出，成立阿里巴巴創業者基金的目的在

於支持香港企業家夢想成真，比賽自今年4月底開放報名以來，共收到來自2,000名報名人士合共600份參賽申請，近九成申請人為香港本地企業家，反映香港已成為創業氣氛濃厚的「溫床」；有12%為女性企業家，希望未來有更多人創業。

對於創業者的建議方面，蔡崇信認為，身為一個領袖，必須要有很強的說服能力，說服力是建基於自己堅定的信念。環觀現時不少大企業的領袖皆擁有很強的說服力，這才能帶領日益增強的創業團隊。