

大玩3D打印 每月6位數收入

主要銷售對象為年輕客戶。



創+故事

年屆五十，從事傳統鐘錶首飾業30年，自稱「中年阿叔」的莎特菲製作有限公司(LASDF)負責人盧志昂(Andrew)，因前年環球經濟轉弱，傳統業務經營日益艱難，於是決心豪擲百萬元創業，發展網購業務。為轉型成「珠寶界KOL(網紅)」，他努力學習潮語，最終成功打進年輕一代的社交圈子，實現每月6位數收入。

■文：香港文匯報記者 岑健樂

圖：劉國權 攝

盧志昂為人趣幽默，當他向香港文匯報記者分享創業的艱辛時，多次使用潮語，真正做到學以致用，絲毫沒有老開的架子、與一般「中年阿叔」的「離地」距離感。另一方面，當他分享自己中年創業的「糗事」時，他亦一笑置之，那瀟灑自然的感覺，不易在初出茅廬的創業家身上找到。

寒暄一番後，Andrew即將他的創業故事娓娓道來。早在十年前，累積了一定財政實力與經驗的Andrew，決定脫離「打工仔」行列，於東莞設廠，主要承接傳統歐美首飾品牌的代工設計及生產(ODM)訂單。高峰期的時候，工廠擁有逾30名員工。

轉網購「升呢」搶攻年輕客

隨着時間推移，傳統工廠的經營模式日益困難，在2016年初經濟增長下滑時，弊端便凸顯出來。「(下游商家)响(付款)數期太長喇，成日一拖就一年半載，甚至『走數』，無晒現金流，我哋中小企好難推。」他決心要改變這個局面，避免公司因現金流面臨斷裂而出現生存危機。

當時網購已成潮流，而新一代消費者亦有自己想法，偏好具個人特色的產品，多於傳統工廠流水式生產的產品。因此，他決定於前年創立首飾網購平台，主要售賣採用全新3D打印技術的特色首飾，「幫公司升呢」，主要銷售對象為較年輕的一群。

活用手機App 客人自訂款式

由於反應不俗，加上不少年輕顧客希望更方便地訂製具個人風格的首飾或模型擺設，而年輕人大多「機不離手」，因此他決定委託初創公司編寫手機App(應用程式)，經過近一年的籌備，LASDF手機App終於於去年11月啟用，其後更順應顧客要求，在App內加入「小畫家」的功能，讓顧客可將自己的意念加入到產品當中。

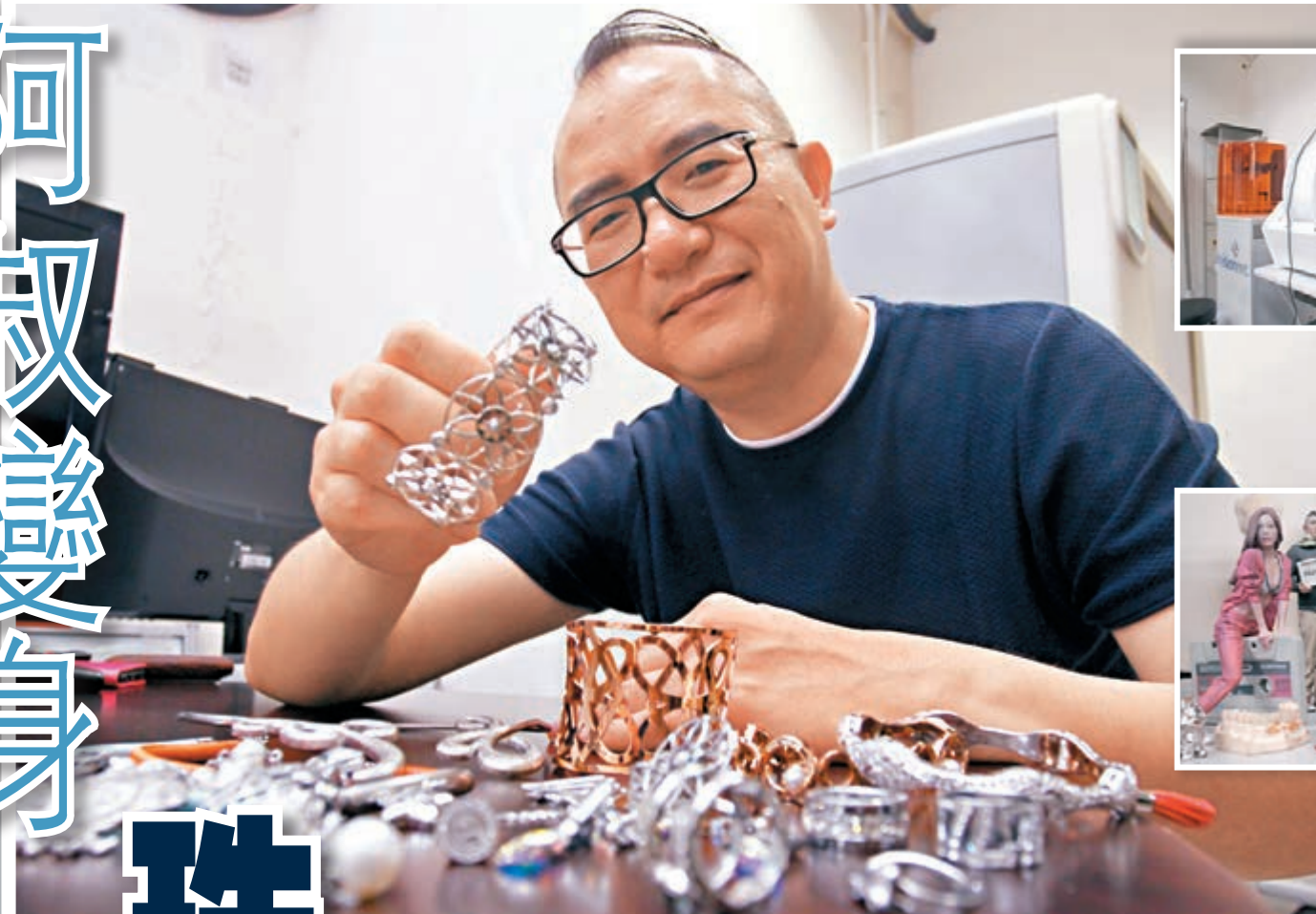
Andrew透露，為開展全新網購業務，推出「貼地」手機App，他已累積投資約150萬元，包括購買多部3D打印機，以及引入全港唯一一部德國製高速3D掃描器，務求為顧客精心打造具個人風格的產品。他表示，產品價格低至數百元即有交易，而手機App推出數月後，現時月入已有約10萬元至12萬元，其中不少是「回頭客」，故他表示有機會於明年「回本」。



■其手機App設有「小畫家」的功能，讓顧客可設計自己的產品。 官網圖片

阿叔變身

珠寶界 KOL

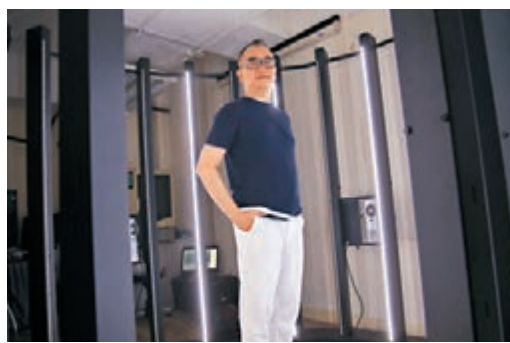


■為開展全新網購業務，他投資約150萬元購買多部3D打印機。



■LASDF亦有為顧客訂製具個人風格的模型擺設。

迎合年輕人 學潮語減代溝



■盧志昂花了逾一年時間與青年人深入交流學習潮語。

Andrew坦言，在創業的過程中有不少難關。首先是妻子與部分行家朋友不太支持他的想法，無形中增加了他的壓力。至於工時不定亦是一項挑戰，「在節日前夕的多個晚上與深夜特別繁忙，因不少年輕客人希望趕製禮物送予其伴侶」。幸而最終他能憑堅定的意志克服這些困難，令生意漸上軌道。「老婆最終亦轉為支持我。」他興奮地說。

另外一項困難是「代溝」。他笑言「大叔靈魂」在決定創業之初，「完全唔明班後生仔女」，「好OUT」。為趕上時代步伐，俘虜一眾年輕消費者的心，他花了逾一年的時間，出席多個與商會及創科有關的活動，與青年人深入交流，了解他們的語言及思維，亦從中學了不少潮語與新穎的宣傳技巧。

「以前你問我IG(Instagram)是什麼？BFF(Best Friend Forever)的縮寫，意思為永遠是最好的朋友)是什麼？我一個都答不到，但我現在玩得咁過你。」他隨即向記者即場展示他位於近日爆紅，被譽為下一個Instagram的社交App「Vero」的賬戶。果然是潮流達人，貼地的「珠寶界KOL」！

擬攻台灣印度市場

談到公司未來5至10年的發展計劃時，Andrew即信心滿滿地向記者表示，首先要進一步發展香港市場，增加收入。如有需要，他或會增加人手應付，若需求進一步上升，以他一人之力不一定能應付。至於下一步則是把生意擴至同是華人為主的台灣，以及新興人口大國印度。

至於為何選擇印度作為下一階段的主要銷售目標，Andrew即發表他多年從事珠寶行業的心得。「印度人口超過12億，即使只有1%人口熱衷於購買珠寶首飾，已經有1,200萬人。」此外，他表示現時印度是經濟增長迅速的新興國家之一，隨着居民收入上升，印度出現了一些專門出售人造首飾的城鎮，為他於當地銷售珠寶首飾，創造了一個良好的氛圍。

要進軍外地，自然需花費不少於前期投資上。他坦言，資金是其中一項挑戰，因進軍海外「要(投資)8位數先得」。為實現鴻圖大計，除自身資金與公司的現金流外，Andrew表示希望能得到朋友，以及一些熟悉珠寶首飾業的行家投資。至於銀行與其他財務機構方面，Andrew則慨嘆以現時不太大的公司規模，難以獲得他們的融資。



■盧志昂稱未來打算把生意擴至新興人口大國印度。圖為印度新德里。 資料圖片

網上分享多 宣傳效果理想

在市場營銷方面，盧志昂表示除了於公司官方網站與facebook專頁宣傳外，他亦有分享一些小故事，期望透過口碑相傳達到宣傳效果。Andrew舉例，如果男士們找他幫忙復刻製作丟失的結婚戒指，他會提醒客人收到後，要先跌落地

幾次，「因為隻結婚戒指唔應該咁新淨喇！唔係會穿崩喇！」。這故事一出後，除OL(辦公室女郎)外，亦有不少已婚或熱戀中的男士找他製作珠寶首飾，特別是戒指。Andrew形容，這結果令他「有啲意外」。

其實依記者愚見，這不算是意外，因不少男士會於大時大節或紀念日購買珠寶首飾贈予佳人。不過，結婚戒指要先跌落地幾次的細微橋段，又的確「幾爆」，看來「珠寶界KOL」於香港甚至亞洲爆紅不是夢！

金融壹賬通：下月進行最後測試

香港文匯報訊(實習記者 鍾昊華)金管局與香港7間銀行合作部署的貿易融資區塊鏈平台預計9月推出，由中國平安(2318)旗下的金融壹賬通提供技術服務。金融壹賬通首席技術官兼首席運營官黃宇翔昨於記者會上表示，第四輪測試正在進行中，下個月或可完成最後一輪測試。他透露，上周的例會中銀行的回饋相當正面，進展順利。

黃宇翔表示，該平台應用區塊鏈技術，通過網絡技術和密碼學對交易信息進行處理，買賣雙方皆可對交易信息進行驗證，確保交易的真實性和有效性，可大幅降低欺詐交易和身份盜用的風險。此外，該技術亦可應用在零售、企業、保險、投資等領域，亦可與不同國家、地區的密碼標準進行融合，服務全球。

已在星港設子公司

機構，截至去年底已為400餘家銀行及逾2,000家非銀行企業提供區塊鏈技術服務。隨着產品在內地市場的應用逐漸成熟，該公司今年初決定開拓海外市場，目前已在香港和新加坡設立子公司，並在東南亞地區召開業務。

費軼明又透露，今年年初金融壹賬通已完成A輪融資，融資金額達7.5億美元(折合約58.5億港元)，由日本SBI和軟銀領投。對於有傳聞指金融壹賬通將赴港上市，集資234億港元，他回應稱，消息屬未證實報道，不予評論，但會與公司股東保持密切聯繫，從股東利益的角度出發推動公司發展。



■黃宇翔(右)指，該平台應用區塊鏈技術，可大幅降低欺詐交易和身份被盜用的風險。左為費軼明。 香港文匯報記者彭子文 攝

東瀛遊豐澤屈臣氏加盟花旗API

香港文匯報訊 花旗集團昨宣佈新增3家應用程式介面(API)項目合作夥伴，新加入花旗API生態系統的品牌分別是東瀛遊、豐澤以及屈臣氏，它們旗下的電子商貿平台均已連接「Citi Pay with Points」憑分消費API，讓花旗卡客戶在其網站上購物結賬時，可即時使用信用卡積分抵消費金額。

信用卡積分可抵消費賬

今次是繼花旗銀行在3月夥拍HKTVMall成功推出「Citi Pay with Points」憑分消費後與其他商戶合作將此服務帶到更多網上消費點。這項服務在3月首次推出時，吸引超過50%在HKTVMall平台購物的花旗卡客戶率先體驗憑分消費的方便。

香港花旗銀行信用卡及無抵押信貸業務主管林松佑表示，一個穩健的銀行開放API生態系統實有賴業界的廣泛參與，花旗完全贊同並支持金管局推動銀行業更廣泛利用開放API，而金管局新



■屈臣氏等旗下電子商貿平台已連接花旗API。 資料圖片

近發表的「開放API框架」將進一步加快落實這項業界里程碑，鞏固香港作為金融科技中心的領導地位，公司十分期待能與同業交流並分享經驗，竭盡所能為香港的金融科技生態發展作出貢獻。除了HKTVMall，花旗早前已公佈的API項目夥伴包括友邦香港、八達通卡、Visa及蘇黎世保險(香港)；這些合作項目均利用花旗集團API技術，涉及信用卡管理、客戶服務、轉賬服務、處理申請等多個服務類別，新服務將陸續於未來一年分階段推出市場。