



包裝車間。哈達鋪鎮藥業聯合社的保健茶。



店舖裡展示了各式各樣的中藥材貨品。

▼新冠疫情導致中藥材生意水漲船高，其價格更出現上漲趨勢。圖為高建軍介紹基本準備發運的藥材。

抗擊 新冠肺炎

疫情下之企業這麼做

新冠疫情導致不少企業的外貿訂單大受影響，但中藥材因受海外華人追捧，生意反倒水漲船高。近期甘肅省中藥材價格出現上漲趨勢，特別是與防疫方劑有關的黃芪、板藍根、當歸、黨參等價格均呈現不同程度的上漲。香港文匯報記者訪問的多家中藥材商均表示，春節後來自海外國家的跨境需求較以往有明顯增加，由此帶來的網絡訂單迅速增長，令業界更加重視電商平台的商機。

圖/文：香港文匯報記者 楊韶紅 甘肅報道

境外華人需求旺 網上訂單急增

甘肅中藥材商 疫市加價

宕昌縣哈達鋪鎮藥業聯合社理事長楊玉安介紹，疫情以來他們自己手工調配的黃芪茶網上訂單猛增，加班生產依然供不應求。境外訂單也大增，之前每個月會有兩三個境外訂單，春節後則最少五六單，甚至十幾單，數量大增，上周他們還發了新加坡、泰國的訂單。訂貨種類最多的是黃芪、當歸飲片，這類藥材訂貨量增加了至少10%。這些訂單的金額多在100元(人民幣，下同)左右，都是自用的多。他還透露港滬地區的訂單是最多的，而且除了黃芪飲片外，訂得很多的是淫羊藿。「港滬地區的人們都是中國人，所以他們更懂得這些傳統的好藥。」

港滬台客戶佔比高

該聯合社是2019年6月才成立的，下面有29個農民合作社，去年7月開了電商平台。現在每天的網上訂單在200至400單，銷貨價值在8,000元到12,000元間，而與過去僅僅銷售原藥相比，各類切片飲片及調配型功能產品更受客戶歡迎，且增值更多。楊玉安介紹，去年7月到今年1月(年前)黃芪茶就銷了30多萬元，疫情爆發以來，2月到4月銷了近60萬元。

賠錢送貨開拓市場

宕昌福江源藥業科技公司負責人王福元表示，復工以來中藥材交易量穩步增長，境外人員從電商平台也多有下單，但這個生意還不太好做，跨境電商主要是物流不暢，海關經常也不能通過。「順豐、中通物流都發不了境外，只有郵政，但價格非常貴。最主要境外的物流和我們銜接不好，到了境外機場，貨提不走，送不到客戶手上。還有海關問題，我們發的許多貨有時被北京海關擋下，有時被上海海關擋下，最終退回來。客戶網上下單買中藥，有的就幾十元的貨，我們經常來回郵費花了幾百元，還沒發出去。這種生意我們是賠錢做，主要是想開拓區域，探索些新市場，但很不容易。近期，我們也看到境外因疫情爆發很需要中藥材，但不知道怎麼樣銜接上去，心裡也很着急。」

去年上半年公司基本無境外訂單，今年一季度的境外訂單大大增加，比春節前也有較大幅增，「春節前一個月有幾單，多時會有十幾單，這幾個月基本每月都有十幾單」。王福元說，春節後增長最多的訂單是黃芪飲片，需求猛增，境外訂單主要是馬來西亞、韓國、新加坡等，要量較多的還是香港、台灣的客戶。「香港也有客戶與我們線下聯繫，是我們的合作夥伴，一次訂幾百公斤，幾千公斤的原藥，有黃芪、黨參、當歸等。」據了解，該公司電商訂單每天在幾百到幾千單不等，曾經在搞活動時，日訂單達到過7,000至8,000單。



楊玉安指疫情爆發以來訂單急增，加班生產依然供不應求。



聯合社加工車間內待包裝的黃芪茶。



發給香港客戶的黃芪茶郵包。受訪者供圖



手工調配的黃芪茶備受客戶青睞。受訪者供圖

確保質量 嚴防退單

位於甘肅隴南市宕昌縣的甘肅琦昆中藥材倉儲物流基地的黃芪、當歸等訂單近期平穩增加。據該公司負責人高建軍介紹，目前大宗發貨及網上訂單都基本進入平穩狀態，價格方面，板藍根漲幅最大，每公斤漲了10元左右，黃芪漲了5至10元，當歸、黨參漲幅相對小一點，黃芪精製飲片每斤已在65元，他預測一個月後，價格應該還有新一輪增長。

高建軍又透露，近期公司的當歸「全歸片」網上銷量非常大，他們正在研究其中緣由，覺得兩三根的小包裝可保持客戶使用時的新鮮度，防生蟲，

使用又不浪費，可能這些特點受到客戶喜歡。他說：「做藥材，就是做長線，做人品，要確保質量。我們要求電商部門人員要穩定訂單，堅決防止退單。」此外，公司去年已與哈薩克斯坦等多個國家簽訂貿易協議，今年將啟動相關工作。

高質樣品促海外採購

據隴南市宕昌縣電商中心主任胡東鵬介紹，近期當地通過電商獲得下單的客戶已有日本、韓國、意大利、美國、新加坡、香港、澳門、台灣等國家和地區，許多是新客戶。宕昌理源藥業有限公司2月底向美國發出了125公斤黨參薄片樣

品，對方已收到。前一段該客戶又要求發了黃芪樣品，收到後認為質量都很好，電話回復計劃要大量採購。

據悉，該客戶是該公司負責人喬伍忠一個河北做藥材生意的朋友介紹的，是在美國紐約做中藥材生意的華人，之前已訂過幾次藥材，有一次訂了500公斤價值5萬元的黨參，同時還從他河北朋友那裡訂了其他藥材，是訂貨量比較大的長期合作夥伴。喬先生一般是把貨發去河北，然後經他朋友與其他藥材一併發走。近期也有給香港發貨，客戶要黃芪茶，他通過EMS已發了兩個樣品，讓對方先感受一下。

關鍵字廣告助企業「疫轉勝」

香港文匯報訊(記者 岑健樂) 新冠疫情導致不少中小企業無奈結業，不過亦有企業銷售額不跌反升。香港大學經濟及工商管理學院客席助理教授張天秀昨於一個網絡研討會上表示，只要企業能清楚認識現時消費者的需求(例如在在疫情下，香港居民對口罩與跑步機等防疫與健身物品需求大增)，同時於合適的社交媒體與網站上，進行引人入勝的廣告宣傳，即有更大的機會在疫市中脫穎而出，實現銷售額「疫轉勝」。

關鍵字廣告(Keyword Ad)進行網絡宣傳，當大眾上網進行搜尋時，他們便更容易接觸到公司的產品資訊，增加潛在的銷售對象，甚至轉化為銷售額。此外，企業亦可以先了解潛在消費者的背景，例如年齡層等，從而在不同電子平台上進行針對性的廣告宣傳，藉以增加銷售額。

遙距營商計劃快將接受申請

他以成立於2013年，結合線上與線下的電器與電子產品商店友和

(YOHO)為例，稱其於疫情前後，成功透過Google搜尋引擎，以及Facebook與Viu TV等較受年輕一代歡迎的媒體，投放資源進行廣告宣傳防疫相關產品，結果不但成功增加公司的曝光率，而且成功將潛在的消費者轉化成銷售額，令公司上季的銷售額按年增長超過1倍，實現「疫轉勝」。

香港生產力促進局數碼轉型部總經理陳仲文也於同一場合表示，為協助企業善用創新科技進行轉型升級，政府早前宣佈推出的第二輪防疫抗疫基

金中，包括了「遙距營商計劃」(D-Biz)，支援企業利用科技繼續營運及提供培訓，以及開拓遙距業務。

據他介紹，企業每個資訊科技方案，連同僱員培訓開支的資助額，最高為10萬元，而每間企業可獲最高30萬元總額資助，進行為期最長6個月的資助項目。申請獲批後，企業可獲發放30%的資助金額。當項目完成及證明文件獲接納後，企業可獲發放餘下資助金額。他其後補充，計劃將於5月18日開始接受企業申請。

婚嫁App WeVow 疫市下載逾萬次

香港文匯報訊(記者 蔡競文) 在抗疫情期大家都減少了不必要的外出，很多活動都因此要暫停，連帶一班準新人的婚嫁籌備都受影響。本港一站式婚嫁籌備App生活易旗下的WeVow，近日推出「與婚禮商戶對話」功能，讓準新人能即時與特選婚禮商戶對話，查詢詳情更快更直接。

鑑於疫情嚴峻，WeVow App於4月上旬增添了「與婚禮商戶對話」功能，準新人能即時直接與多間特選婚禮商戶對話，查詢婚禮資料、婚宴場地及價格，甚至可以預約試妝或試身等服務，協助他們便捷地覓得心儀婚禮商戶。生活易透露，於抗疫情期間，WeVow App短短數月下載量已超過1萬次，每月活躍用戶更超過3,500人。

銀行學會全面實施網上授課

香港文匯報訊(記者 蔡競文) 於疫境下，在家工作、網上學習已成為新常态，香港銀行學會表示，其FLEX Learning網上培訓計劃，經過兩個多月來的試行和實踐，已成功為全部課程提供網上授課，學員可選擇通過視像通話，在家參與各項培訓課程，持續進修。

上培訓計劃，提供網上教室，鼓勵銀行從業員充分利用居家抗疫的時間持續進修，避免因疫情影響個人進修計劃。現時，銀行學會各項課程均提供網上授課，當中包括銀行專業資歷架構(ECF)下五大課程，以及銀行專業會士(Certified Banker)。

82%港學員採用網上授課

據悉，FLEX Learning網上培訓計

劃自推出至今，已吸引了1,200名香港銀行從業員參加，而來自澳門的學員則有150名。其間，選擇採用網上授課的學員分別佔總參與人數之82%(香港)和100%(澳門)。

香港銀行學會行政總裁梁嘉麗表示，新冠病毒的爆發改變了傳統的工作和學習模式，過往面對面課堂式的培訓項目如今也無法如期進行。雖然如此，該學會樂見網上授課模式受歡

迎，港澳兩地的銀行從業員於逆境中發揮其適應能力。

新冠肺炎的爆發，雖然影響了各項業務相關活動，但也成為了本地不少銀行加速數碼化進程的催化劑，銀行也可藉此評估團隊應對未來挑戰的能力。根據香港銀行學會《銀行業人才培訓和發展調查2019》，科技技能被視為銀行業今後五年最大的「技能缺口」，近七成受訪者認為銀行應加大培訓力度，提升現職員工技能，以鞏固本地專業人才庫。

HK Express推「靈活飛」 飛前3小時任改行程

香港文匯報訊 新冠肺炎疫情打亂不少市民的旅游計劃，HK Express昨宣佈推出「靈活飛」新票價種類，購買「靈活飛」的旅客，可最遲於出發前3小時無限次免費更改行程，為市民的旅游計劃提供更高的靈活性和信心。

「靈活飛」由即日起可於HK Express網站及手機應用程式上訂購，費用只需按原有票價額外加250元。為推廣「靈活飛」該票價種類，HK Express現推出限時優惠，由即日起至5月17日，只需按原有票價額外加50元，便可享用「靈活飛」。