



香港大中華中小企業商會
H K G C S M E A A

青創家

GCSME YOUTH

GCSME
YOUTH

2018

大中華青年中小企委員會
Greater China Youth SME Committee

青委會過去・將來



香港大中華中小企業商會

雲海洪先生
創會會長
專訪

大中華青年中小企委員會(青委會)已成立兩年多。作為香港大中華中小企業商會創會會長的雲海洪先生，見證了青委會從無到有，再漸漸走上軌道，他亦有一番感受。

問：請問你對時下年輕人有什麼看法？

雲：我眼中的年青人分了兩類，一類是比較有自己想法亦較進取的；而另一類就傾向於活在自己的世界中。兩者的共通點是他們很容易透過傳媒及互聯網得到很多資訊，比起上一代的年輕人見識更廣。但後者有時候卻太過依賴傳媒的訊息，很多時候只留在家中，缺少外出的社交活動，令他們實質上的生活體驗卻沒有以往的年輕人多；反觀我年輕時媒體傳播雖未發達，但亦因如此，我們那一代的年青人會有更多機會接觸不同的人，人際網絡較廣。其實年青人一定要多跟外界互動，這樣才能開闊眼界；有比較和競爭才能刺激求知慾和上進心，而不是故步自封。

問：過去一年你對青委的表現有什麼評價？未來一年對他們又有什麼期望？

雲：「青年」指的不只是二十出頭的人，青委會的委員由24至40歲都有，而青委會成立的目的是想凝聚不同行業、年齡年青人，透過商會平台進行交流，互相分享經驗，以豐富知識和取長補短；青委會的活動提供給他們與其他商會及國內外工商組織接觸的機會，交流技術，這有助擴闊他們的社交圈子及國際視野。

青委會剛成立的最大困難是未有明確方向。畢竟要一群互不認識的人聚集在一起，組織難免鬆散，因此第一年青委會的發展是緩慢的。但經過兩年的時間磨合，我看到青委們的默契和凝聚力都越來越好。很值得高興的是青委們成功出版第一期《青創家2016》，並於創刊號中訪問了很多青委的成長及創業路程。《青創家2016》出版後，受到外界一致的好評，無論政府官員及至其他商會都對本會的青委們都有正面的讚賞，《青創家2016》的成功對青委們而言是一枝強心針，鼓勵他們多舉辦和參與更多活動，大家亦不再是一盤散沙。

回顧青委會成立翌年，便舉辦的第一屆『香港中小企創新大獎2016』，更是令青委們越來越團結。我很安慰可以見到他們每一個都有自己的工作崗位，能充分發揮自己的才能。現在我們正在籌備第二屆『香港中小企創新大獎2017』，憑藉過往的經驗以及諸位良好的默契，相信今年的『香港中小企創新大獎2017』會更上一層樓。希望透過活動的成功能更有效地推動青委們的事業，並讓他們有更多機會接觸社會上不同階層的人士和不同媒介。

青委會現在還處於學習階段，還有很多進步空間。因為青委會並不是一家公司，不能以營商的手法去推動發展，反而要靠大家互相配合和鼓勵，使他們覺得聚集一起能建立合作關係，攜手共創商機，創造共同利益，令事業發展得更好。我對青委們的期望十分正面，他們的潛能都是無可限量的，只要團結就能提升正能量，有著穩固的基礎。我希望未來一年可以集合更多青年人加入青委會，令他們無論在社交圈子抑或是國際視野上都有所擴展。

如·何·為·創新



大中華青年中小企委員會

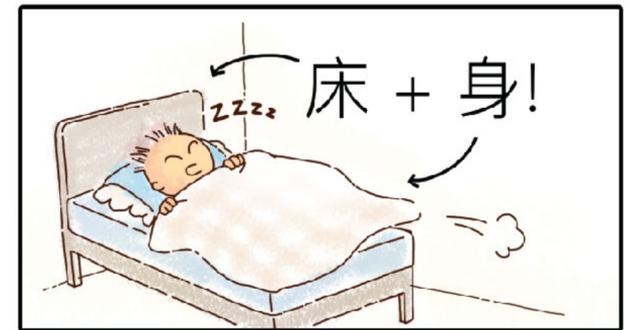
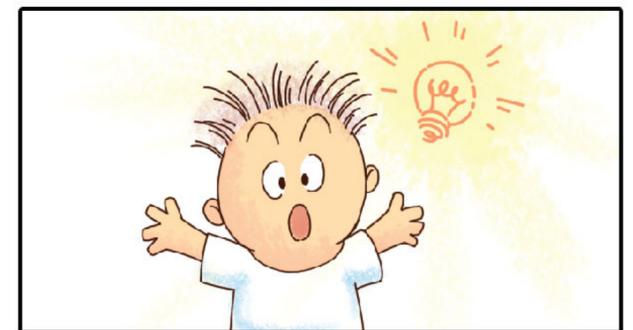
馬燦龍先生
主席

面對環球、內地及周邊地區經濟急速發展及激烈競爭下，科技創新對鞏固香港繼續成為具競爭力、可持續發展的「亞洲國際都會」有著深遠影響。

今日的創新科技，我們香港政府擔當著重要的角色。創新科技離不開研發和應用，更不可能忽略學界及業界的角色。創新科技很需要支持，政府、商界、學界，缺一不可。

小型企業對社會來說是非常重要的，而面對創新更是相當高風險的投資。但是，高風險，高回報，一旦出現如互聯網般的劃時代創新科技，這種回報不單止是對投資者的金錢回報，而是對整個人類社群的裨益。儘管這種創新的成功率只是達到 1%，即100個嘗試只有1個成功，亦已是奇蹟。這不禁令人想起岩士唐作為首個踏足月球的人類說的「這是一個人的一小步，卻是人類的一大步」。科技創新，不能以保守、墨守成規、不做不錯的角度去看待。香港從不乏有意創新的人，當中固然有年輕人，甚至也包括不少已屆中年的有志者。希望香港政府和社會準備接受挑戰，一起努力創造美好家園。

創新





香港特別行政區政府 政務司司長

張建宗先生, 大紫荊勳賢, GBS, JP 撰文

年輕人是香港的未來，是社會最有活力、創造力的一群。

自一九九九年起，我一直參與青年發展工作，包括提供求職就業培訓，讓年輕人振翅高飛。青年人思想靈活，觸覺敏銳，敢於創新，勇於尋夢。每一次與年輕人接觸，都讓我感受到他們無比的創意、活力和衝勁。

特區政府致力提供多元化的教育、培訓、個人發展，以及內地和國際交流及實習計劃，為青年人創造一個能讓他們發揮的空間。我特別欣悉香港的初創企業發展迅速，現時已有兩千多家初創企業，是年輕人發揮所長的創業基地。不少嶄新科技產品和服務，更是出自香港培育的創科專才，成績驕人。政府致力以實際行動協助青年人創業，包括推出「青年共享空間計劃」，通過「民、商、官」三方協作模式，以不多於市值租金一半的優惠價向初創、青年創業家提供共用工作空間和創作室，帶動社會支持青年人創新、創業的風氣。我們亦會繼續提供培育、資金和市場推廣的支援，讓擁有不同才華、抱負的年輕人發揮潛能、各展所長。

我相信「機會是留給有準備的人」，只要青年人努力學習，不斷自我增值，定必可以成為對社會有承擔，具香港情懷、國家觀念和國際視野的領袖，推動香港繼續向前發展。

香港特別行政區政府

商務及經濟發展局局長

邱騰華先生, GBS, JP 撰文

「青創家2018」特刊內的每一個企業家故事，在在顯示香港人才輩出，值得各位讀者借鏡。香港大中華中小企業商會青委會匯聚了一群傑出的青年企業家，為促進香港的中小企發展出謀獻策，我在此特別感謝他們多年來所作出的努力。

香港由昔日的小漁村蛻變成世界知名的國際金融、貿易及航運中心，實有賴香港人奮進向上的拼搏精神、靈活變通的態度。香港中小企的發展里程，正好是這方面的最佳寫照。從最初以輕工業為主的家庭式經營，發展至後來工廠林立，從事出口主導的製造業；以至到八十年代內地改革開放，港商把勞工密集的工序遷往內地擴大生產規模，其後不斷尋求升級創新，發展高增值產業，突顯了香港企業家市場觸覺敏銳變通，善於把握機遇，克服挑戰。

環顧世界經濟環境，近年新興市場相對傳統歐美國家無疑有較大的發展空間。國家提出「一帶一路」及「粵港澳大灣區規劃」的發展策略，為香港中小企帶來潛在的龐大商機。政府會擔當促進者和推廣者的角色，為中小企創造有利的條件，把握當中的機遇。

多年來，香港中小企面對不少挑戰，都能迎難而上，實有賴每一代青年企業家堅持創意創新，加強產品設計和品牌開發。今屆政府亦銳意透過推廣創意和創新，為經濟注入新動力，並就此定下方針，加大對創意產業的投資，推廣設計思維，協助商界打造優秀香港品牌。貴會的年青企業家是來自多個行業的先鋒，願意服務社會，帶領各行業擁抱創意新浪潮。我祝願貴會在各位共同努力下，共同建設香港，使我們一起邁向更廣更闊的台階。



內地多個一線城市經濟不斷發展，北京、上海的經濟總量分別於2009及2011年超越香港，而廣州2015年GDP亦已超過香港。面對內地經濟迅速起飛，香港佔一個怎樣的地位？在中央大力推行的「一帶一路」，香商又扮演著甚麼角色？



text : 雪 photo : 深 design : 軍師

〔港商脫變覓商機〕

陳智思先生 專訪

新機遇・新商機

港區人大代表、行政會議成員陳智思先生認為這十多年來，香港與中央關係更為親密，其實香港與中國人的經濟融合早在三十年前已經開始，而北京人大剛剛通過的十三五規劃綱要，也直接或間接地影響著香港經濟的各個範疇。因此香港人應該多走一步，多了解內地背景，明白國內的制度、文化，才可以在急劇轉變的局勢下找得新的機遇，找到屬於自己的成功方程式。

其中，中央大力提倡「一帶一路」，是中國對外發展的重要戰略，保持跟其他國家有聯繫，讓中國跟周邊國家緊密連接。陳智思認為先受惠「一帶一路」的是鐵路及道路發展，其次是經濟上的發展。在此，港商有著不可或缺的重要角色，因為他們擁有國際視野及多年國際營商經驗，可以擔任中介角色，幫助國內企業走向世界，同時也可以把握新的發展空間和商機。



青年創業·敢夢敢行

問：面對社會環境及國內政策的轉變，青年創業家的前景如何？

答：首先要看創業者是屬於哪個行業，因為租金昂貴是香港的先天問題，對營商環境不太有利，而網上銷售平台剛好彌補這方面的問題。現在很多青年企業都透過網上平台開創自己的生意，造就更多創意及創作產業。而香港人接受的文化及資訊都很豐富，加上政府政策的幫助，青年創業家的未來仍是有很大的發展空間。

問：香港青年商家有何特質是特別值得欣賞的？

答：其實香港青年商家當中很多都很有成就，他們的創新意念非常值得欣賞和鼓勵。而另一方面，有些商家的質素比較參差，視野較狹窄，不敢嘗試也大有人在。他們或許給很多外界聲音嚇怕了，令自己卻步。我覺得認為參考多些年輕創業的成功個案，令他們對自己更有信心，相信自己也是可以做到的，不要過分輕看自己的才華及能力。

問：有甚麼勉勵的說話給年輕商家？

答：我想他們知道，失敗是可以的，是沒問題的，因為沒有一種經營模式是穩賺穩贏的。老一輩的香港人同樣是從錯誤當中學習，只要不怕犯錯和不要重複再錯便可，我們也是這樣走過來的。加上今天社會的演變步伐比以往更快更烈，不可能一本通書讀到老，要不斷更新改變營商模式，以接受新的機遇和挑戰，不然便會被社會淘汰。只有不斷演變進步，才找到可以生存下來的經營模式。

如阿里巴巴，起初是B2B的經營模式，因為沒成功才開創B2C模式，之後少獲得成功。年輕創業家亦不要只顧空想，理念上的東西不實行，永遠都不知道是否會成功，沒有第一步便永遠沒有第二第三步，應該要不斷嘗試、微調才找到最合適的模式，成功的一套往往跟起初想像完全不同。

問：陳生有何Try and Error的例子？

答：我集團有銀行及保險，當時想創辦一家金融超市，所以發展證券及資產管理等不同產品。起初公司發展也不錯，不斷擴張，但後來卻出現了同事違規事件，發現原來自己一向忽略了監管問題，令公司名聲受損。此後，我決定刪除證券及銀行業務，把所有資源放在保險上，過了幾年，公司才重回正軌。剛好這件事是發生在08金融海嘯之前，否則對公司的影響更大。回想當時的失敗經歷令自己很悲傷、沉痛，但錯誤令自己成長，亦令公司找到更合適的發展。因此我明白到，失敗是沒有問題的，只要不再犯同樣的錯。



香港地 + 靠香港人自己

青委們拜訪立法會議員田北辰先生與他一席話

text : 黃詩晴 photo : 深 design : 軍師

創業和守業都不容易，特別對經驗不足的年輕一代而言，即使有想法亦無從下手。本會的青年中小企委員會成員就有幸拜訪立法會議員田北辰先生，並與其交換經商的心得。

香港地



中小企業成功與否全賴自己

全球經濟一體化確實為香港中小企業提供了更大的營商市場，然而，全球經濟一體化下本地中小企要面對的不單是同行的競爭，還有來自世界各地的企業。激烈的競爭以及經濟的壓力令不少香港中小企業經營越見困難。而政府協助中小企的政策如粵港澳大灣區和前海深港現代服務業合作區，都是比較長遠的，各青委跟大部分僱主一樣都希望政府能提出一些短期的應對措施以解中小企業燃眉之急。就此，田北辰先生提到自己創辦的縱橫二千集團(G2000)：「以我的公司為例，我是公司的老闆和總經理，會花很多時間在自己的生意上。後來踏足政界令我付出給公司的時間變少，但這反而救了它。因為管理公司的心機和時間都被政治工作分薄，我迫著聘請有才能的員工，這亦令我發現世界改變的速度之快。」



他又以經營餐廳作比喻：「一個人開了一間餐廳，身兼老闆和廚師，餐廳的生意很好，20張枱每晚都滿座。而老闆亦十分勤力，每星期都為餐廳發明新菜式。但即使新的菜式很受歡迎，餐廳還是只有20張枱，食物加價的速度遠遠不及租金的加幅快。老闆打算聘請廚師幫忙，但廚師卻因餐廳只有20張枱為由拒絕加盟。今天，老一輩的中小企面對的難題正正與這個餐廳一樣，而新的中小企會是香港的希望。我們窮一生精力改善商業模式，卻往往忽略了成本的問題，今天租金和人工都很昂貴，令經營成本增加。若只著眼於改良產品或服務而忽視其他因素，遲早會被淘汰。」

至於如何改變商業模式，他繼續以開餐廳作比喻「如何把20張枱變做100張、200張，甚至400張？最傳統的方法就是開分店，把只有一個廚師的廚房發展成中央廚房。做菜好吃和發展中央廚房完全是兩碼子的事，因此最好的方法就是把中央廚房的模式複製至其他分店，並聘請更多廚師。鼎泰豐就是以這個傳統方式，由中小企發展成巨企的成功例子。至於如何做到，就是不把商業模式系統化、投資於科技和聘請人材。其中一個例子就是，鼎泰豐是沒有訂座服務的，雖然這做法高風險，但亦會令客人更珍惜到餐廳吃飯的機會。至於如何系統化，鼎泰豐計算了客人享用小籠包子的時間，因而掌握上菜的時間，這就是time and motion study (工時學)。」要經營好一盤生意，人材和科技都是不可或缺的，田北辰先生以鼎泰豐的成功帶出「規劃」的重要性：「如果不規劃，就沒辦法抗衡物價和租金的高漲；有才幹的人亦不會願意替你辦事：人材要的不只是薪金，而是公司的規劃。」

田北辰先生提醒青委們：「如果中小企要繼續發展，第一是不可把責任歸咎於其他因素和政府，永遠都是靠自己。出現任何問題，就問自己。我從來不抱怨，如果有一天G2000經營不下去，會是我的問題。如果香港人只依賴中央的資源，有一天中央不再給我們怎麼辦呢？」



政治道路不易走

田北辰先生於政界及商界打滾多年，雙重身份有時難免被外界質疑他是否能公平公正地處理兩個界別的工作和利益。被問及多年來平衡兩方面工作的心得，他坦言成為公職人員的路是孤獨的：「其實很容易，如果要成為公職人員，只要付出一個代價，就是沒有朋友。」田北辰先生從一個居住深水灣的商人空降擔任新界西的立法會議員及荃灣區議員，得到市民接受和支持的原因很簡單直接：「我經常站在僱員和基層的一方。」從他參加「窮富翁大作戰」體驗基層生活以及推出「田叔叔英語學習計劃」可見，田北辰先生的而且確是個「貼地」的議員。

其實，從政多年的田北辰先生曾代表不同界別人士，期間難免因不同議題的立場而開罪別人。「支持最低工資，開罪僱主；一簽多行封頂，開罪零售業；反對標準工時，開罪打工仔……明白道理的人就會支持我，有一群選民不一定是因為政策關乎自身利益，才投票支持某一位候選人。香港傳統的政治光譜是所有人都是利益階層的代表，但我並不認同。10個合資格選民中有5個從來沒有登記，而登記了的5人中有2人從來沒有投票。那為什麼這4成登記選民沒有行使投票權呢？在我看來，這批人未必需要有人去支持自己的利益，而今時今日的政治光譜全都是代表利益的：基層、商界、殘疾人士等。我所有人都代表過，亦所有人都開罪過。這條路是很孤獨的，現在都少了很多朋友請我食飯。」他開玩笑道。



「安居樂業」四字看似簡單，但以香港現時的樓價，難道真的要 不吃不喝35年才能實現置業夢嗎？

「前國家總理溫家寶曾說過香港有深層次矛盾的問題，我很認同。我亦改變了自己的信念：以前在自由黨時，政府的責任就是幫助每一個市民有瓦遮頭，而不是置業，置業是要靠自己努力的；但我現在改變了，我比較喜歡新加坡的模式，每一個人出來社會，要向上流動，要把他們變成持份者，而不是旁觀者。要把旁觀者變成持份者，他們有asset(資產)是十分重要的，要令每一個香港人到一定年紀都能成家立室，有一塊磚頭在手。我最近和同事討論如何分配十個單位：4間私樓；3間公屋；1.5間居屋；1.5間綠置居，即是10人裡有7個持份者。有人認為公屋應佔6成，但這樣太危險了，公屋是免費午餐，租金便宜，不努力亦能生存，所以要把公屋住戶都變成持份者。每個政治人物對這四個數字的比重都有不同看法，換轉是以前的我，私樓和公屋的比例會是4:6，但現在發現是不可行的。」

對下屆政府的期望：協助香港中小企提高生產力

「香港政府可多邀請一些商界人士分享成功故事，外國一些新的商業模式或新發明，都可供香港中小企作為參考。如果政府有能力找到這些成功的商家，款待他們來港旅遊順道舉行分享會，並邀請年輕人出席，這就很好了。實際上，港府可透過提供市場和提升生產力，以協助中小企發展。首先是市場，措施如退稅對中小企業而言作用不大，採購正正為很多公司提供了市場。然而，政府在採購和外判方面應作出改變，不應只以價低者得的投標方式選擇。以食環署荃灣區外判清潔工作為例，若純粹以投標的方式，一定是大公司的標書取勝，那規模小的公司怎樣生存？所以政府的預算中應該把部分的街道清潔工作分拆，再交給小公司負責，總成本一定較高，但這確保了小生意的生存空間。另外，外判要考慮的因素除價錢外，科技的投資亦需考慮，因為這關乎一家公司如何提升生產力。政府可向中小企業貸款，鼓勵他們使用或開發新科技。另外可以就企業呈交的標書評分並給予評語，方便他們找出改善方法。我參與窮富翁大作戰時曾做過兩天清道夫，我發現全香港清理落葉的工具就只有一把竹掃帚和一輛鐵車，因為是價低者得的投標方式，公司亦只會給清道夫最低工資，更遑論投資在新的機械上，試問要請多少人去掃樹葉才足夠呢？相反，商場清潔公司的工具齊全，強力吸塵機、吸水機等一應俱全，透過機械提升生產力的同時亦可提高工資水平。但問題是，香港現時還未有政府部門負責管理這些外判項目，而採購是分散的，每個部門都有自己的採購方式，所以整個政府的採購架構都存有問題。」



成就感的確很多

「太多了。簡單來說，我每一日走出街，都有人走過來說很欣賞和支持我，但他們同時真的又能說出我實際做過的事情和理念，這些對我而言都是人生大事，點滴在心頭，值得令我感動及鼓舞。」

渣打銀行(香港)有限公司

近年香港的初創企業發展蓬勃，在政府及各界大力鼓勵及推動下，愈來愈多青年人創業，將「創新」的意念變成「務實」的商機。我很高興見到一眾優秀的青年企業家對創業的熱誠，他們敢於拼搏的精神，為香港經濟注入了新動力。

「大中華青年中小企委員會」儼如年青初創企業者的人生教練，為他們提供營商指導、分享創業經驗及人生智慧。近年香港屢見不少廣為人知的初創成功案例，這些始創人的故事正正給予業界正面積極的啟示。而渣打作為中小企業的合作夥伴，深明流動資金對公司發展極為重要，為配合現今靈活多變的中小企業營運模式，特別度身制定一系列靈活完善的銀行服務及財務貸款方案，讓客戶輕鬆拓展業務，盡握商機，與香港中小企業一起茁壯成長。

年輕人有堅毅的意志及無限的創意，我希望他們能繼續大膽嘗試、衝破界限，為實現自己的夢想努力，探索不一樣的人生。



麥中和先生 撰文

香港個人金融業務董事總經理及中小企業主管

只要肯努力，不要放棄， 就會有機會。

金國汽車集團創辦人兼主席戴天為先生(Samuel)入行39年，見證著香港的興衰和時代變遷。儘管身處高位，Samuel很關心現時年輕一代，希望能與他們多接觸及溝通。

「1987年股災、2003年沙士、2008年金融風暴……做生意多年，我經歷過無數風浪。問到面對危機的心得，我會說『矮仔爬樓梯』，最重要就是穩陣，這亦是我的座右銘。營商多年，我認識了很多不同的人，見證着很多人由零開始到成功，有人成功就有人失敗，每一段時間都有人倒下。我認為做生意穩陣是很重要的，未必要賺很多錢，未必要把生意做得好大，但起碼能保證你的生意做得長久。」 Samuel告誡初出茅廬的年輕人。

近年很多香港人都不願意過「朝九晚六」的打工生活，因而掀起一陣創業的風潮，而置業一向為香港的熱門話題。問到兩者應如何取捨，Samuel就有以下看法：「這就看你的價值觀。樓市短期內都會繼續升，如果花光自己的積蓄去買樓，而你的生活沒有因它而變好，反而令你更痛苦，那你買的就不是樓而是一條債。你要問自己，是否值得用25至30年時間去還一條債。至於創業方面，我永遠都贊成趁年輕可以不妨一試，尤其男人不闖過會不甘心的。人生中有兩個十分關鍵的階段，21歲和40歲。21歲能簽紙結婚、買樓等，開始有自主權；而35歲前的男人仍然是小朋友，只顧着自己、可以談夢想、旅行，對於創業可能還在摸索及學習，但當一踏入40歲，是人生另一個轉捩點，要兼顧的不再只是自己，而是家庭，甚至供樓，負擔當然重了。但此時人生閱歷也豐富，同時已建立一定的社會網絡和信任，有良好合作關係，能有助自己事業將來的發展及成功。」

經歷過高低起伏的Samuel坦言現在是香港最艱難的時期，社會的撕裂令人與人之間失去信任，很多人都不開心。他認為要改變這個社會現象就要靠年輕一代。「我很欣賞新一代年輕人，他們比上一代的聰明，在知識和思維上都較優勝。不過他們要面對的問題亦比較以前多，人口增加令競爭更激烈，社會變得很快，不能只停留在自己的工作範疇內，留意社會的變遷，用心看待每一件事。有人說現今年輕人欠缺向上流動的機會，我並不同意。其實機會一直都在，關鍵在於你是否願意吃虧和持之以恆。」

最後Samuel語重心長勉勵青年人，只要肯努力，不要放棄，就會有機會。



金國汽車集團創辦人兼主席

戴天為 先生

專訪

誠實可靠 · 高瞻遠矚 以客為尊 · 禮待夥伴

黃氏集團黃中明John營商43年，起步之初營運貿易公司，有幸伙拍在玩具行業享譽盛名之日本萬代公司，成為上世紀70年代香港扭蛋玩具自動販賣機先驅。

隨著市場需求日增，黃氏旗下公司不斷刷新改革，推陳出新，先成立研發部，繼而於2000年開始提供由概念創作、生產營運以至售後服務的一站式服務。更於2001年在東莞獨資興建廠房，以保證產品質量。其後，前瞻神州趨勢，於2009年成立國內註冊公司，專營扭蛋玩具自動販賣機內銷批發及營運鏈。

營商近半個世紀，一直以「誠實可靠，高瞻遠矚，以客為尊，禮待夥伴」為座右銘。現今社會以無法想像的速度不斷進步，並在長江後浪推前浪的定理下，作為上一輩的營商拓荒者，眼見新一代對創業興趣濃厚，如年青人具備活力、追求夢想、新式視野等等美德，其世界必像七色彩虹，色彩繽紛。寄語年青人只要能了解自我長短、擁抱正確價值觀、腳踏實地、具謙遜實幹之心，假以時日，必創頭上一片天。

市場無情，經濟及政治環境有起伏，創業者宜學懂客觀分析、評估風險、沉實面對各種風浪。失敗雖痛，但並不可怕，因失敗使人成長，使人成熟，使人成才，使人成仁。

在此祝願香港在往後的日子，由年青一輩成功接棒，進一步提升香港在國際營商舞台的顯赫地位。

黃中明先生 撰文
黃氏集團創辦人



銷售及市場推廣
永貿產品製作有限公司

研發及設計產品
天璜創作有限公司

扭蛋玩具自動販賣機(香港區)
利佳玩具有限公司

製造及生產
東莞永捷塑膠製品有限公司

扭蛋玩具自動販賣機(國內批發及營運)
東莞俐噢玩具貿易有限公司

工商業產品設計及發明



工商業產品設計及發明是以工學、美學、經濟學為基礎，對工商業產品進行設計和發明。其理念從產生之初的「形式隨機能」，發展到現今的「在符合各方面需求的基礎上兼具特色」。香港擁有不少工商業產品設計師和發明家，而青委會的成員設計發明的產品包括玩具、電子寵物用品、塑膠產品等，他們致力於設計和發明出美觀實用的產品，並透過產品宣揚自己的理念。

林潔惠

敢於嘗試 · 勇於創新 · 闖出新天地



Carrie

從美食車到實體店

自古成功在嘗試，菠蘿仔食堂的創辦人林潔惠Carrie就活生生演繹了這句話。本來從事玩具設計的Carrie於一年半前嘗試為「美食車」而寫計劃書呈給政府，經過一連串準備功夫和比賽，全港第一部美食車就誕生了。而今天Carrie正在為菠蘿仔食堂的第一家實體店分享她的故事。

天氣因素和政策令很多人都認為美食車在香港是不可行的，但Carrie卻從中看到商機：「美食車是香港旅遊發展項目之一，透過和政府合作，我們能經不同宣傳渠道推廣自家品牌，令更多人在短時間內認識菠蘿仔食堂。」事實證明Carrie的眼光是對的，美食車開業三個月不但有不錯收入，更出現第一批熟客和支持者，亦是他們向Carrie反映希望能有實體店，好讓他們能多光顧和把菠蘿仔推介給朋友。

以有限資源做到最多

美食車到開實體店，Carrie表示最大困難是資源少，以往餐廳家庭式經營，由Carrie和其胞弟以及數名員工一手包辦所有工作。而這間實體店，由入圖則、設計、定菜單，以至品牌建立及推廣，亦是自己人一手包辦，過程充滿挑戰性。基於不是出身於大富之家，籌集資金也是一大難題，為擴展業務，家人也賣掉了部份資產。此外，為獲得與港鐵的合作關係，Carrie及其小團隊，足足用了二個月撰寫計劃書，以證明團隊雖小，但亦有能力建立專業香港品牌，並為東涌居民，遊客帶來美食及一點方便。Carrie珍惜每個人給予的機會，不會白白浪費，更明白不只為賺錢，亦要對給予機會的人作出肯定，所以每一步也小心經營，希望能做出成績，在長遠而言，能創造出一家持續性較強的企業。

連鎖店之路

今年暑假將落實於港鐵沙田站開第二間分店，作為人流最多的港鐵站，最大挑戰是要精簡菜單及做到一分鐘出餐的承諾。「如有機會，我們期望每年可增設一間分店，期間會著手培訓員工，提升廚房效率，控制食物質量，開設中央廚房，建立內部電腦系統、物流及採購團隊等。」對未來計劃已有清晰藍圖，Carrie表示不能急進，現時先做好本份。

給年輕人的話

Carrie喜愛做實業，她強調錢雖然來得慢，但只要夠專心，夠努力，可持續性較高，回饋社會的機會及能力也較多。她相信創業成功一半在於時機：天時、地利、人和。一半在於三力：毅力、勤力、腦力。不是每個人都適合做生意及創業，要看個人性格，例如是否有足夠的抗逆力去面對高低起伏，對不同合作伙伴的接納及胸襟等，都是很重要。鼓勵創業者，於創業前，停一停，先問問自己是否適合才起步。

施德燕

宣揚正能量的藝術家



施德燕畢業於澳洲墨爾本理工大學藝術系學士及碩士，她自創宣揚愛心的品牌 Beebipeace，一系列角色包括玫瑰不倒翁和QQ不倒翁等，以宣揚永不放棄的精神，鼓勵人們：雖然人生會遇到許多問題和困難，但只要不放棄，總有一天可以獲得像玫瑰不倒翁頭頂的花朵般燦爛的精彩人生。

從平面設計到產品設計

施德燕曾經在電視台和玩具公司從事平面設計工作，其後自己創業，主要做品牌推廣。2014年時她畫了一幅畫叫「玫瑰不倒翁」，並曾於不同的畫廊和國家展覽。但她認為做畫展接觸到的觀眾群較少，於是打算將作品融入到生活中，嘗試製作不同的產品，希望更能感染大家，帶出她的信念。從平面設計跨越到產品設計，當中需要克服很多的困難。施德燕會和以前做產品設計的同事交流學習，也會與廠家接觸，多問他們的意見，自己更會利用業餘時間去上課學習。

施德燕認為自己本來性格比較內向，但設計了玫瑰不倒翁之後變得很享受與人交流。她會帶著自己的作品擺展覽、市集等，與看展覽的市民交流並聽取他們的意見。受到一些母親和孩子的啟發，施德燕為不倒翁系列創作了更多不同的角色，也加入了更多的故事。如今品牌 Beebipeace 已推出公仔、手袋等產品，在設計廊、機場、會展、藝術中心等都有展覽，也與香港愛護動物協會、香港貿發局、AEON百貨等機構合作推出產品和紀念品。

藝術改變人生

施德燕認為藝術改變了自己很多，因此她希望通過藝術來鼓勵別人，以生命影響生命。她回憶起自己小時候性格比較內向、不愛與別人交流，卻非常喜歡看卡通片和畫公仔。她那時候的學業成績並不好，卻從畫畫中獲得滿足感。由於喜歡藝術，為了解更多藝術史，她克服閱讀用字艱澀的書籍的困難，後來更選擇修讀藝術。雖然家人都為了她的前程而擔心，但她憑著對藝術的愛去努力證明自己，一步一步走到今天。「去年，她入選了2015新藝潮國際藝術家獎，到澳門威尼斯人參加國際藝術博覽展；同年更獲得大中華傑出設計大獎2015，「當時能夠請爸爸媽媽到來，見證著我拿獎，我覺得是對自己一直以來努力的肯定。」施德燕鼓勵剛入行的年輕人：「只要喜歡就盡力去做，不要去想成果。中間可能會有許多不如意的事情，但若確定了自己的目標，就不要害怕困難，因為一定會有解決辦法。未能成功的時候，千萬不要懷疑自己的能力，有時候也許是資源不足、時機未到而已，不要害怕去等待。等待是漫長的，但只要堅信自己能夠做到，就繼續做，不要放棄。」

熊俊碩

不停步的守業者

「創業難，守業更難」，這句老掉了牙的說話雖老套，卻千真萬確。於1967年成立的永強有限公司已有50年歷史，主要從事電器插頭製造和批發，來到熊俊碩William手中已是第三代。一家公司能夠多年屹立不倒，更是同業的龍頭大哥，三代人都投放了很多心血。永強有限公司早於1984年已得到國際標準化組織頒發的BS5750 (為ISO9000的前身)認證，是全港首間得到此認可的廠房。William強調他們對產品品質十分重視：「我相信產品的安全對用家是有非常直接影響，公司對產品的品質是從不妥協，由原材料開始生產至製成品已經開始品質控制。永強於虎門的廠房擁有自己的生產車間，在生產線上進行全檢之外，亦會定期抽取樣品放入實驗室作完整規格測試，以保證產品能達到國際安全要求；我們的實驗室於2016年得到中國合格評定國家認可委員會頒發的實驗認可證書(CNAS)，達到國家標準，更可以發表第三方承認的測試報告。要確保產品質量，成本自然不會少，近年浙江寧波一帶多了很多競爭者，以低成本低價格的產品吸引客人，這確實對我們的生意有點影響。不過，同樣因為低成本製作的品質參差不齊，有很多離開了的客人會再次光顧永強。」所謂有麝自然香，William 對產品品質的執著為永強帶來生意和口碑。

視員工為家人

永強旗下共有400多名員工，在管理上William亦下了少功夫：「我認為員工是公司的重要資產，我視他們為家人。公司每月都會為員工舉辦生日會；每年都會舉行拔河比賽、籃球比賽等運動賽事，以激勵他們的士氣；員工宿舍亦有駐場醫生，照顧員工身體上的需要；為提升員工的心理質素，公司定期會公開讚賞表現優異的員工；又會以獎賞鼓勵員工主動提出有利公司發展或產品生產的建議，幫助公司進行改革。」

這位好老闆初接手公司時都遇到人事管理的困難。「要令經驗豐富的老臣子信服，最簡單的方法就是拿出數據和理由，讓他們更容易接受。接手公司後最先做的事就是實行ERP(企業資源管理)，把公司

所有資料都數據化。初推行時都有反對聲音，畢竟要改變一貫的資料貯存方式，而且我在國內的時間又不多，唯有聘請專人協助，盡量避免由自己出面。從前的老闆一般都傾向萬事親力親為，現在學懂現代的作業方式是依靠專業人才，應盡量將權力下放，對人才進行培養、鼓勵。這才有可能在有限的時間內，處理更多的事情。」

產品創新

William在產品設計和功能都力求進步。最近開發了由抗菌物料製成的開關電掣，適用於廚房、幼稚園、醫院和老人院等；產品採用的物料在生產過程更能減少二氧化碳排放，可把細菌自然消滅之餘又有防火功能，是一個集環保、健康、安全於一身的劃時代產品。William表示：「近年發展專注自己品牌，打入網購市場，計劃於英國設立倉庫，直接由貨倉出貨給客人，節省大部分對最終用戶沒有太多價值的成本，例如包裝、中間人、店鋪租金等等，務求以最低的成本把最好的貨品送至用戶手上。」



黃穎思

玩具設計師的苦與樂

黃穎思Daisy是天璜創作有限公司的董事，其公司主要業務是進行玩具的設計與開發。她的入行經歷可謂是順理成章：這是她的家族生意，其父親本來做玩具貿易生意，之後轉型在國內開設廠房，慢慢開始接收到客戶的訂單是需要有設計部門的，於是在紐約讀完Design Toys And Marketing的Daisy就回流香港並成立自己的公司。

最滿意的作品

Daisy認為，做玩具設計行業的樂趣是能和一班年輕的設計師一起工作，能夠接收到很多新的意見，並且能夠設計出令小朋友喜歡的玩具。她說：「當我看到小朋友扭到喜歡的扭蛋就會很開心，而且他們會繼續留意之後會出現的新玩具，這些都讓我很有成功感。」

而Daisy最滿意的作品，就是她曾經設計了一系列香港本土文化的玩具。她利用一些香港元素來設計，比如將「lion dance, chinese wedding gifts」等一系列中國習俗設計成玩具；Licensing Character做成玩具。這一系列產品當時在香港反應不錯，Daisy認為是挺成功的。

在工作上當然亦是有苦惱的。Daisy覺得最大的苦惱是在玩具設計上，很多時候由於成本、市場要求等限制，令其設計未能達到她想要的效果。不過，縱然遇到困難她都會想盡辦法解決，會自己反省：「為何客人會不喜歡？為何不能控制好成本？」她認為，其公司的優勢是從零到生產都是由自己內部來控制，因此遇到困難往往可以從生產或設計上來進行改動。「無論如何，總有辦法來解決」她謂。



新晉設計師應開闊眼界、多作嘗試

現在很多新晉設計師，畢業之後未必有很明確的方向，不知道自己想要設計甚麼類型的產品，僅僅覺得自己很有創意想做一件事情。Daisy認為他們應該先嘗試多方面的設計，再確定自己的方向，例如電子、產品或者網絡設計等。

Daisy認為若想要進入設計行業並站穩腳跟，除了需要設計專業的相關知識，設計師也需要開闊眼界，多留意外國、日本、中國內地等文化，別只將自己局限於本土文化裡面。一個好的設計師，應該具有國際視野，並且願意多作嘗試。

溫承華

港商應把握機遇取得突破



溫承華 Ken主修企業管理，畢業後曾做過保險代理、銷售經理等，及後眼見父親工作日益忙碌，便進入父親擁有35年歷史的變壓器公司幫忙。這些年來，Ken經歷過經濟上的大起大落，他認為工業比起其他行業發展還尚算穩定。雖然近幾年較為艱難，但市場對工業的需求仍在，就看企業能否把握機會。

港商與民企競爭激烈

Ken坦承，現在做工業的利潤不高，而且競爭激烈，競爭主要來自國內的民企。他認為，與國內民企相比，港商勝在歷史比較悠久，質量控制得比較好。但近10年來，國內民企進步得非常快，並盡力改善他們的弱項，如設備、質量控制、市場推廣等，因此他們當中許多已經趕上甚至超越了很多港資企業。

Ken認為，港資企業比國內民企發展步伐較慢，原因是香港企業比較人性化，那事情完成的時間就可能受影響。如果他們遇到一個產品質量投訴個案，通常做法是先開會，從各部門中找原因。由開會到解決問題，可能已用上兩到三個星期的時間；但國內民企一遇到這些個案，他們的技術人員甚至項目經理都會一直留在工廠直到問題解決，通常只需三天就完成。

未來對工業的需求大

另外，他認為如今人們的生活水平越來越高。即使近幾年全球經濟轉差，但人們對工業的需求仍不跌反升。關鍵是港商能否牢牢把握這些機會，抑或是被其他人取代。Ken認為，港商若要尋求進步和突破，就應放眼世界，留意不同國家地區尤其是國內民企的發展，通過交流，學習他們的優點以及工作方式等。

Ken坦言，如今入行的新血很少。他認為要入行做工業的年輕人，要不怕辛苦，而且眼光要放遠。與八十、九十年代不同，現在做工業與金融、地產等行業相比，年輕人入行通常第一兩年都要面對沒有業績的景況，最起碼也是要等一年才會開始有客戶。因此，要入行的年輕人一定要對工業有濃厚的興趣。

劉惠盈

樂天少女投身塑膠行業

劉惠盈Linda於英國修讀大眾傳媒專業，畢業後卻投身化工行業，進入父親的塑膠原料公司工作。因為她認為這是爸爸三十多年的心血，而塑膠的發展潛力很大，她想繼續將企業發揚光大。入行四年來，她沒有休過一天假，但卻樂在其中，這與其樂天的性格很有關係。

塑膠行業競爭激烈

作為市場銷售經理的Linda談到，目前行業競爭激烈、透明度高，除了要保持現有的客戶，還要不斷開拓新的客源。而要在價格上保持優勢，品質管理也很重要，因為其塑膠原料大部份是出口歐美日的，這些地區對進口產品的環保要求都相當嚴謹。因此，要在各方面平衡好，才能在市場上保持優勢。

Linda亦坦言，在市場上「胎死腹中」的計劃還挺多的。當她與客戶了解好要求、價格等後，就要提供塑料給客戶試產，以確認原料的顏色、透明度、流動性等物性，如客戶有反饋，Linda公司的工程部再相應作出調整。曾經試過有些新客戶提出長遠、吸引的合作計劃，Linda付出了許多資源配合客戶開發，一段時間後不了了之，客戶因內部理由取消項目開發，亦有些客戶並非真心想合作，只是趁機獲取有用的資料。遇到這種情況，Linda也很無奈。

時刻保持Positive Thinking

不過，性格樂天的Linda總是保持Positive Thinking（正面思想），不會因遇到各式挫折就退縮，反而繼續用心對待每個客戶。她曾遇過一個外國客戶，持續半年將其原料逐包逐包地嘗試，Linda不斷地為該客戶修改配方，調整膠料的硬軟度、色調等等。Linda的同事都覺得他「混吉」，並不是有心要合作，勸Linda放棄，但她還是堅持



跟進。半年後，她與她的團隊終於確認到一種理想的原料，能滿足客戶生產出口玩具槍的需要，最後這位客戶選擇與Linda合作並保持穩定的合作關係，該產品亦大受市場歡迎。

雖然年輕，但Linda對自己的要求很高，她反對「慢慢學」，認為應該趁著青春把握時機，鞭策自己不斷學習。雖然入行以來從未休假，她卻寓工作於娛樂，利用出差的機會，在工作完結之後抓緊時間在當地品嚐美食、結交朋友，將出差當作旅行。

羅 啟樂

因愛美開始，情侶合作創業



My Baby Tears開業5年，由一開始售賣隱形眼鏡為主，到現在的接睫毛、增髮、紋繡服務和美睫課程，羅啟樂Joseph表示一開始創業是因為女朋友張婉桐Renna喜歡戴隱形眼鏡，所以他便自賣隱形眼鏡，做生意之餘滿足女友興趣。後來接睫毛興起，他們便學習有關技術。Joseph負責對外宣傳、marketing的工作，而Renna是公司的首席美睫師亦兼任美睫課程導師，情侶檔合作打理生意。

希望每個客人都美得健康

很多人對「植睫毛」有錯誤理解，Renna解釋正確說法應為「接睫毛」，因為植睫毛其實是一項醫生操作的外科手術，利用移植毛囊的方法令睫毛缺陷的地方重新生長，和植髮性質一樣。My Baby Tears的美睫技術是以客人本身的睫毛接駁人工睫毛。「我們的宗旨是要客人美的健康，坊間的美睫服務質素參差，而我們規定美睫師替客人接睫毛時保持安全距離，人工睫毛不會接觸到眼皮，我們所用的膠水和美睫產品都是醫療級數的，確保每一個客人完成接睫毛後對自身的睫毛不會因受傷而減少，這是我們的服務承諾。另外我們提供一個名為瞳之光的美睫技術，專為睫毛下垂的人而設，有別於傳統電睫毛，這個技術在不傷及毛髮情況下令睫毛有向上卷的效果，節省了化眼妝時夾睫毛的時間。」My Baby Tears都十分重視客人的健康，他們對美容用品和技術的執著讓客人明白，「要靚」和「要命」是沒有衝突的。

推廣睫毛手藝

My Baby Tears亦建立了符合英國資力架構的首個美睫文憑，Renna希望能藉著課程令人知道美睫是一門專業的手藝，作為一個專業的美睫師，不單是接睫毛的手勢，對膠水的特性和不同眼形的需要等都要深入認識。參考英國的年度盛事美睫大賽 (Lash Battle)，Joseph希望兩年後能在香港舉辦屬於亞洲的美睫比賽，吸引同行參與，並達至推廣行業和手藝的目標。

葉佐健

文具行業的必勝法則



葉佐健Toby 創立自己的公司達 16 個年頭，其主要銷售辦公室文儀用品和生活用品，主要顧客是政府部門、學校等公共機構。隨著電子商務的迅猛發展，文具市場競爭越來越大，價格越來越透明，利潤越來越低。面對這種情況，Toby自有自己的應對方式，以保持其在市場中的不敗之地。

「永無夕陽行業」

Toby認為，雖然面對電商的猛烈衝擊，但文具銷售行業卻不會消亡，「因為永無夕陽的行業，只有夕陽的企業」，每間公司都需要文具用品，關鍵是他們能否成為你的客戶。在現今的消費模式中要贏，就要靈活變通和深諳經營之道，方能將公司升值和發展。

要發展文具行業，首先要降低營運成本，其次是要想辦法開源，最後就是要與客戶保持良好的關係。Toby做生意的宗旨是，「客戶永遠不會只買一件貨品」。他致力於為客戶提供一站式服務，提供多元的產品予客戶選擇，小至信封、信紙，到文具、紀念品，大至家具，甚至是意想不到的地拖棍、鮑魚刷、垃圾桶等。「讓客戶知道只要是他們想買的，我們公司通通可以提供。」

與客戶保持良好關係

Toby有許多類似的經驗。曾經有客戶是來自於小公司，但Toby也提供許多服務，幫助客戶解決了許多問題。後來這些客戶有機會升職或者轉到更大的公司工作，因為他們和Toby 保持了良好的合作關係，所以他們也會繼續與Toby合作。「有許多客戶是需要培養起來的。」

雖然文具行業競爭大，但 Toby仍然能從中找到樂趣。工作可以接觸到不同的人 and 不同行業，他覺得很有趣。而當幫助客戶解決問題時，他會有很大的滿足感。例如，政府某部門曾要求在兩天內供應 2000 條珠鏈胸牌掛繩， 在市面上是很難在短時間內供應數量這麼大的產品，幸好國內許多供應商都是Toby的良好合作伙伴，才能趕及在限期前把產品完成並送到客戶手中。

陳錦源

藝術結合設計



國內和香港均有公司作產品開發的Kenly明白藝術和設計是有相連的，亦留意到合作的重要性。「近年不少國際品牌都會和藝術家或設計師crossover，例如Lego公司和電影Star Wars合作推出玩具。受歡迎的藝術品指的不一定是多人買的畫，我認為關鍵是如何令作品升值。公司現在其中一項業務就是藝術授權。品牌向藝術家購買其作品的授權，再由設計師把產品和藝術結合，衍生一些周邊產品。透過與不同公司合作，藝術家有長遠的收益，在市場上累積一定支持者，使品牌不停升值。一個品牌的建立，主要是看市場走勢「流行」為關鍵，「流行」就在於創作人如何推廣和教育目標客戶去認受這個趨勢，例如早年給人老套形象的紅白藍膠袋近年變成受歡迎的本土文化和設計，這就是品牌形象的重要性了。」

香港近年冒出了很多新晉的藝術家和設計師，能在眾多競爭中突圍而出的卻不多。「我認為本土創作人要突圍，關鍵是找到合適市場定位。有意投身創意產業的人，先考慮自己創作的路線是較貼地抑或是中高檔。香港很多藝術家和設計師都有一個通病，就是只懂埋頭苦幹，不活躍於社交平台，只勤專注於自己的創作，但在這個O2O(online to offline)的年代，藝術家和設計師想自己的品牌多人認識，就應該多利用社交平台。除了在Facebook、Instagram等社交網站宣傳，還可多參與展覽和公營機構活動和加入商會，增加曝光率之餘，更讓投資者願意投放資源在自己身上，並放心把項目交給自己，從而建立長遠合作關係。以往藝術創作者都是處於被動的位置，現在資訊科技發達，我們應好好把握，主動走向人群。」

「熱誠和使命感是從事文化藝術創意的人需要有的特質，這行不適合想急於發達的人，如果想為賺快錢而毅然入行是很難成功的。其實無論從事甚麼行業，都要保持長青的心。市場變得快，我們要與時並進才不會被時代淘汰，創新的意義亦然。有意創業的香港人要思考自己想要甚麼，一但決定了就堅持做自己的產業。」大概香港人欠缺的，就是如Kenly對待自己工作般的熱情了。

作為一個專業為水彩創作的本地藝術家，陳錦源Kenly Chan深明在香港發展藝術的困難和商機。這亦是他由從事近20年的玩具禮品的開發和設計、首辦模型工程、廣告禮品業務中積極轉型的原因。「我們現在從事產品發展、藝術授權及藝術教育工作。並且同從事品牌形象和包裝設計的公司以partnership的形式合作，以香港藝術家和香港設計師crossover的形式，由產品開發到品牌發展如公司形象設計、商標以至整個企業的包裝包括廣告、網絡等，為客戶一手包辦。」



平面設計及推廣宣傳服務



平面設計及推廣宣傳服務在全球創意經濟下的地位漸顯重要，就如業務流程的潤滑劑，可以為企業創造更高的價值。它作為一個正在崛起的經濟界別，有助於創造就業機會和財富，以及本地和出口市場的發展。而在青委當中亦不乏多才多藝的人士，他們在平面設計及推廣宣傳服務界別當中頗具實力。

陳子坤

在夢想的偉大航道上奮進

陳子坤Kenny、黎志揚Felix、張益良Andrew及陳梓桓Woon是四位來自香港仔南區一同成長的年輕創業家。他們有的父母是漁民，有的做船隻工程。情如兄弟的他們，自小就有一個夢想，希望擁有一艘屬於自己的船。十多年過去，四位朋友中有人成為了會計師，有人投身廣告行業，有人專心設計，但他們卻沒有放棄自己的夢想。讓我們一同見證他們夢想成真的故事吧！

創造屬於自己的「空間」

香港地少人多，空間不足是大家都需要解決的問題。就連暢遊海上的遊艇也不例外。一般的遊艇採用破浪的流線型設計，三角形的船體讓空間不能善用。有見及此，四位香港人就以營造「空間感」為設計的突破點，創造出香港獨有的遊艇。命名為Float的雙體船式遊艇，長度為78尺，雙層面積達到3000多平方尺，廣闊的空間可在船上進行海上婚禮，讓新人留下美好而獨特的回憶，也可以用作露天的企業的展覽場地，可以說是全世界絕無僅有、充滿香港特色的遊艇。

在商業世界的大海上航行

Kenny形容這一兩年創業的經驗就跟在大海上航行一樣，充滿了變數。天氣、風浪、潮漲潮退，其他的船隻駛過都會造成影響。剛開始的時候，Kenny等四位朋友皆是做生意的新手，從遊艇設計到監督建造，每一步都充滿危機，幾位同伴為此投放了大量的時間和心機來確保他們每一分錢都能用其所。「當整艘船徹底完工的時候我們都鬆了一口氣，但原來剛剛相反，管理經營一艘遊艇其實是一件非常有挑戰性的事。除了要為這艘船找泊位，每天進行清洗等，管理花費甚鉅。」Kenny說：「做生意真的跟行船非常相似，天氣好時出海乘風破浪，大風大浪時需小心翼翼，停泊時纜繩如何一鬆一緊等等。這一兩年我們在海上學到的經驗，每一個都可以應用在商場上，猶如一場歷險。我們四位現在在努力發展自己船隊，一個屬於我們的品牌，雖然走來步步驚險，但我們對未來還是充滿信心的！」

Kenny



Kenny

黃國豪

以服務取勝的銷售人才

黃國豪 Philip是塑膠玩具公司的市場銷售經理，他畢業後便理所當然地承繼了家族生意。但原來「太子爺唔易做」，經營擁有45年歷史的品牌，面對著市場上日益增大的競爭，他要努力地帶領著公司與時並進，才能立於不敗之地。

試過「甩碌」 一周內重做五百萬件玩具

玩具行業作為平價產品製造業，有很多同行的競爭。價格和利潤是關鍵，要拿到客戶的訂單，最重要就是鬥價錢、鬥服務和鬥質量。

最令Philip難忘的一次是車仔玩具「甩碌」事件。該產品的價格和利潤較低，但數量卻多達上億件。生產期要符合客人的出貨預期，每個禮拜須運走五百萬至一千萬件玩具，每運走一次貨，都要進行檢測。而在某一次檢測之後，出現其中一輛車仔玩具的輪胎掉落的情況，因此要迅速找出問題原因並立即找工廠重做，要即時調整生產機器，及時停止之前生產了的產品，再重新生產。要在一星期內重新生產五百萬件玩具，幾乎是不可能的任務。當時Philip完全睡不著覺，幾乎24小時都在找問題的原因，再不斷進行機器調試，最終竟然完成了這不可能的任務。

「要個客無咗我唔得！」

Philip認為行業競爭大、成本越來越高，玩具行業的發展將會越來越艱難。要保持市場上的優勢，最重要的就是以顧客為先。對於顧客來說，誠信和優質的服務是很重要的。要與客戶建立良好的合作關係，幫助客戶解決生產時遇到的所有內部問題。若客戶與其他公司合作，發現需要自己解決很多問題，便會選擇與Philip的公司合作，正如他所說：「要個客無咗我唔得！」在與同行報價差不多的情況下，Philip會用服務來作補充，就更容易獲得客戶的青睞。



千萬別被客戶問到「口啞啞」

作為市場銷售經理，Philip在公司幾乎每個職位都做過，從設計、生產到銷售等。他認為做玩具行業千萬不能怕吃虧，無論是做設計、生產還是銷售，每個階段都不能分得太開，要了解生產的每一個過程。尤其是銷售人員，Philip覺得銷售人員是代表公司與客戶接觸，客戶相信的是銷售人員所說的。倘若當客戶有疑問時，銷售人員被問到「口啞啞」，不能及時地提供一個方案，客戶就會失去很大的信心。所以做銷售一定要略懂每一個環節，先給客戶信心，再向自己的支援團隊徵詢專業的建議，這樣做會比較好。

Philip

曾憲權

以客為本的廣告人

現身為兩間公司負責人的曾憲權Pio，形容自己是「吃油墨長大的」。他從小就接觸印刷和平面設計，繼而經一位啟蒙而入廣告這一行，對廣告行業產生了濃厚的興趣。在2003年就開設了自己的廣告公司，主要提供廣告製作、市場營銷、品牌推廣和展覽策劃等服務。在他看來，「廣告」的涵義很廣，只要是能幫助客戶達到「廣告告之」效果的「橋」就是「好橋」。

客戶就是靈感和推動力

Pio喜歡做廣告行業的主要原因是可以看到許多新鮮的人和事，每次幫客戶解決困難都是新的挑戰，他覺得這些都是做廣告行業的樂趣。而滿足感也是來自客戶對他滿意的稱讚，更令他滿足的就是從第三者的口中聽到自己客戶的稱讚，這些都讓他覺得很有推動力。

Pio認為，他的主要職責是幫助客戶解決困難。然而善於解決困難的他，亦經常會遇到許多苦惱。比如他曾為某個傳統食品做品牌推廣，他認為客戶屬於有名的傳統老店家，潮流與懷舊，只要塑造為香港老店家形象、突出老品牌的感覺，必定能成功地讓更多顧客尤其是年輕一代之認識。然而，客戶的思想卻較為守舊古老，「他是那種寧願花六萬元給自己買台相機玩樂、也不願花兩萬元為公司做一個網站宣傳推廣的人」。Pio希望使用現今年輕人的喜好來做推廣方法，比如編寫手機應用程式、製作網站、做展覽試食會等，但客戶卻一直在否決，「當我賣10條橋都被客戶Ban，原因是不想付出金錢卻又想得到專業意見及廣告效益、這讓人感覺非常苦惱。」

正正是因為工作中時常遇到這種情況，Pio認為態度是非常重要的。客戶的需求就是原動力，他的靈感來自於客戶，只要客戶需要甚麼，他自己就會想到甚麼。只有保持正確的態度，用心對待客戶，才能取得成功。成功並不是自吹自擂，而是需要別人的肯定。因此他認為，年輕人千萬別認為入行了就是廣告人，而是要不斷地學習，更要有「捱」得苦的準備，最重要是用心去經營。

未來廣告業趨向數碼化和個人化

Pio認為廣告業會愈趨數碼化和向社交平台方面發展，而廣告人未來也會趨向個人化的發展。「客戶喜歡的不是你的公司，最重要的是客戶願意接受由你這個人想出來的構思。」正如在香港，提起攝影永遠是水禾田最出名，水禾田拍的照片一張值幾十萬，而不是來自某某公司的水禾田最出名。因此，要懂得為自己包裝，懂得向客戶推銷自己，才能提高自己在行業內的價值，各行各業也是一樣。

儘管近年來，香港廣告業有被國內趕上的勢頭，但Pio則認為不必擔心，「因為香港廣告人的優勢是有積極的態度、勤奮、而且懂得靈活變通、更會自我調節。」他自己也是不斷地在變化、不斷地學習，「當遇到有行不通的情況，就會轉個彎、彈性地處理。」



Pio

陳穎施

成就不可能

「**為客戶**實現他們的想法，令我知道何謂滿足感。」陳穎施Vince津津樂道的說。

Vince Chan，Tobe Concepts Limited的老闆之一，於2012年與志同道合的戰友一手一腳創立了這間從事活動和展覽策劃的公司。六年之間，Tobe Concepts Limited已於業界中打響名堂，憑著以客為本的高質素服務吸引到如機場管理局、Coca Cola及鴻福堂等大型機構的青睞。

擁有十年活動統籌經驗的Vince坦言成功之路走來不易：「起初公司未上軌道，客人主要是經朋友介紹的。我們負責的都是一些較小型的項目，例如小型展覽項目、公司品牌標誌及中小型活動等。我從出外見客、公司內部開會、到活動現場通宵達旦監工，每一個細節我都盡善盡美，務求令客戶感受到我們的用心。」

正是這種力求完美的服務態度，為Tobe Concepts Limited帶來了一個贏盡口碑的工作機會——與機管局合作，在短短兩星期內於機場重現他們的得獎展覽品，罐頭天壇大佛。這個項目的挑戰性很高，除了籌備的時間極為有限，為符合機場防火條例，不單要將整個展覽品的內部結構大變身，卻又必須要絲毫不差地保留其原貌。「我們重新選用了的另一種防火物料，又找工程師計算土地承重量。每天到機場檢查進度之後，零晨馬上趕回公司開會，休息數小時後又要繼續監工。」捱過兩星期的非人生活，完成了這個不可能的任務，換來的是客戶和市民的連番掌聲，所有流過的汗水都已經值了。

作為創意產業的其中一員，Vince與另外兩位伙伴深明要「度到好橋」，不能只靠坐在辦公室裡對著電腦螢幕盲目地工作。為了鼓勵多年來一起拼搏的員工，Vince不但會在公司定期舉行不同主題的派對，更會請全公司同事去旅行，全體上下就這樣放下所有工作，盡情玩樂幾天，好好安撫一下勞累的「大腦」。



走到這步，Tobe Concepts Limited更於本年榮獲「2017年度香港最具價值企業大獎」，亦陸續受到不少東南亞等地的商業機構主動招手，尋求合作機會。看來Tobe Concepts Limited離衝出香港，於亞洲再下一城之時，將不日可期。目前主力負責見客接項目的Vince對公司未來的發展滿眼期待——「我享受幫別人從無到有去實踐意念，而屬於我自己的夢想，就是Tobe Concepts，我們會繼續努力實現它。」

周澤深

「唔鍾意就唔好入行！」



周澤深Jeremy，擁有自己的影視製作公司超過5年，主要業務包括拍攝、攝影、後期製作等。他亦擔任很多角色，包括 導演、攝影師、攝像師、剪接師、混音師等。他會分享一下自己在影視行業打滾的經歷和經驗。

Q：當時係點樣入行？點解會入行？

J：我當時修讀香港電影協會創辦嘅香港電影培訓班，覺得好好玩。其實我之前做過三十幾份工，試過做保險、郵局、文員、設計、速遞、銀行等。當時年紀細，無養家壓力，我嘅準則係「悶、無野學、唔開心」，只要符合其中一樣就會辭職。後來因為好奇就去讀電影，讀完之後一做就做咗十年。讀書嘅時候全班四十幾人，讀到一半時俾林超賢「捉」咗去拍廣告。我覺得好開心，廣告只係拍咗三

日，但我就覺得比上堂三個月學得仲多。畢業之後就去咗一間好細嘅製作公司，接觸到拍攝、剪接、前期、混音、配音等工作，做咗好多亦都學咗好多。後來接觸電影，參與過由林家棟、田蕊妮等主演嘅電影「師奶唔易做」輾轉跳來跳去，慢慢認識咗一班客戶同行家，於是就自己成立公司。

Q：做呢一行有咩困難？有無試過覺得沮喪好想放棄？

J：one man band（一人公司）好辛苦，咩都要做。當有project（項目）嘅時候，都係細公司之間嘅合作。但我分擔。2014年嘅時

候經濟環境好差，公司總收入仲差過第一年，但前一年已經租咗一個比較大嘅寫字樓，亦添置咗好多器材，支出同收入唔成正比。當時覺得落差好大，有諗過不如執咗間公司，重新去打工。後來又諗，我無打工咁多年，我一定頂唔順，而且也都無可能有我依家嘅收入。於是就咬牙忍，終於都守得雲開見月明。

Q：最有成功感嘅一次經歷係咩？

J：試過幫一個樂園拍片，演員係人扮嘅卡通character（角色），但當時係夏天，天氣好熱、萬里無雲，仲要全香港周圍跑去取景。每次一拍完一個shot（鏡頭），全部人包括導我最鍾意大家齊心協力嘅果種感覺，雖然辛苦但好enjoy（享受）。

Q：將來會點樣發展？

J：依家個市道都算幾差，因為單反相機好平，買三部都不過五萬塊，已經可以拍到片。不過拍到片，唔代表可以拍到好嘅作品。三千蚊同一萬三千蚊嘅製作，拍攝出嚟嘅素材可能無咩差別，但分別在於攝影師既功力同後期功夫，後期嘅比例會越來越重。依家好多客人都唔識得睇，只會知道你收八千、佢收五千，於是就會搵收五千果個，效果係點就唔會理。所以依家一係就鬥平，一係就將啲片拍到好靚，等啲客唔捨得唔搵你。我依家都朝著呢個方向行，你可以話我貴，所以唔幫襯我，但係唔可以話我啲野肉酸，所以唔幫襯我。

Q：點睇依家Youtuber盛行？

J：其實係好事，假設Youtuber拍嘅片有70分，客人想找Youtuber拍片，即係佢哋想要70分嘅作品就會搵Youtuber，如果我係70分以上而佢地對制作要求多過70分，佢地自然會搵我。因為我相信「有麝自然香」係永遠都存在。點解唔成功？咁就係因為不夠香。所以Youtuber嘅存在，就係俾人知道咩係好，咩係唔好。

Jeremy

吳卓穎

內外兼備 互補不足

吳卓穎 Albert和薛佑年Jacky於一個領袖訓練計劃認識，後來一起成立了弘穎創意有限公司，提供品牌評估、調研、診斷；品牌策略、策劃；品牌設計、標誌（logo）、標識系統（CI、VI）；包裝設計；品牌店規劃（SI）；品牌推廣；協助客戶建立品牌形象，並帶出公司的核心價值。Albert的強項是設計，是師成師傅吳秋全先生，作為公司的核心人物，他帶領設計團隊的運作；而身為項目經理的Jacky擅長管理工作和對外關係，擔當客戶和設計師溝通橋樑的重要角色。二人在創業路上互補不足，令公司運作順利。

以服務應對挑戰

從公司標誌到品牌識別系統和其他周邊產品如卡片、包裝、員工制服等，弘穎都為客戶度身訂造。「因為入行門檻低，我們的競爭很激烈。即使是剛畢業的設計學生都能成為我們的競爭對手，因為他們的定價較低。不過我們的優勢是定價合理。我們有八成客戶都是中小企業，未必能負擔過高的收費。質素方面，我對我們公司的設計團隊很有信心，我們提供高水準設計，甚至我們交設計到客戶手中後，經客戶允許，會用來參加不同設計比賽，更贏過不少大獎。我們堅持在不斷提升服務質素同時保持合理收費，亦因如此公司三年內收入有倍數增長，這是一些以低價吸客設計做不到的。」他們和客戶的長期合作關係亦因此建立。

本地藝術融入平面設計

雖然有自己的設計團隊，但他們仍然和一些本地藝術家合作，把他們的作品融入平面設計。「例如我們最近把一幅本地藝術家創作的抽象畫加入一家國際學校的校刊，出來的效果很不錯。本以為會增加設計成本，但反而節省不少時間，亦能減少設計工作；對藝術家而言，這無疑是一個宣傳自己的渠道，與不同機構合作，增加曝光率之餘又能提升知名度，是雙贏的做法。我們未來都會朝這個方向發展。」Albert道。

品牌設計除了是大量的平面設計工作，客戶對市場推廣服務都有很大需求。今年，弘穎將會增設不同方向的市場推廣服務，提供更完善體驗，以提升競爭力。他們的目標是在生意愈做愈大的同時，可以成就更多香港品牌，與客戶共同成長。



Jacky

陳奕禮

Squly可愛形象

迅速引爆無限商機

陳奕禮 Cyril是知名本地原創卡通人物Squly and Friends所屬公司 Chiilaku Limited千立酷有限公司的創辦人之一。從2013年底創造出擁有可愛動物外形的卡通人物系列到現在，Cyril和Squly and Friends已經共同成長了四年並成功打入新加坡和台灣市場。到底他們又是靠什麼能夠在卡通人物精品和授權這個市場中打出一片天空呢？

各有個性的Squly and Friends

Squly & Friends的一眾角色以日式可愛風格作招徠，他們頭大身細、珠圓玉潤的賣相十分討好亞洲消費者市場。Cyril作為Squly & Friends品牌的創造者，道出了這些可愛的卡通人物的成功秘密。他分享：「每個角色都有個人喜好和職業：松鼠主角Squly是橡果研究員，熱愛科學，為人理智。Bealy是為食小熊，愛鑽研廚藝。素食主義者Kily是一隻支持環保和喜歡溫泉浴的耐熱企鵝，最愛吃鯛魚燒。獅子Cely外表友善，內心善良，是一位經營甜品咖啡店的甜品師傅。貓頭鷹三姊妹 Owlsss是健康美容專家。」根據每個角色的一技之長，Cyril和他的團隊可以輕易的為他們創作不同漫畫的故事題材，譬如由Squly講生活小百科，由Bealy教烹調技巧等等。由於角色多，內容也貼近都市人生活，讓一眾年輕都市女性情不自禁的對他們一見鐘情。

產品豐富，策略多樣

從2013年底到現在，Cyril和他的團隊為Squly and Friends 這個系列開發了超過200款不同的產品包括文具、禮品、家居用品等等，讓一眾可愛的卡通人物從漫畫走進人們的生活，當中以鎖匙扣、毛公仔、咕臣、手機殼、雨傘、化妝袋等尤為熱門。同時，Cyril也著力與中港兩地不同的商場合作舉辦不同的推廣活動，安排不同的表演節目使Squly and Friends與各區市民見面。例如在各商場宣傳活動期間，Squly & Friends 的大吉祥物公仔出巡與現場客人打成一片和合照，Cyril的團隊亦會在不同場地設置快閃店，以便銷售商品。除此之外，Cyril也時常和不同的品牌做Brand crossover，如在一些知名Cafe增加Squly and Friends的擺設或成為某知名電腦品牌的期間

限定贈品等。如此多元化的營銷策略自然造就了Squly and Friends在各個地區的知名度迅速提升。

近年中國內地對可愛卡通人物產品的需求日益增加，而且版權保護及授權意識亦日趨成熟，所以Cyril的團隊希望能夠用授權的形式讓Squly and Friends更迅速的打入這個新興的龐大市場。



Cyril

香港大中華中
小企業商會架構

商務推廣
委員會

中港經貿
委員會

珠三角發展
委員會

科技發展
委員會

內地事務
委員會

大中華青年
中小企委員會



大中華商務
拓展部

香港大中華
中小企業商會
董事局

會務拓展
委員會

通訊發展
委員會

活動籌務
委員會

公關事務
委員會

國際事務
委員會

大中華青年
中小企委員會

大中華青年中
小企委員會委員

主席

馬燦龍

青委顧問

黃景隆

朱仲豪

陳錦源

常務副主席

曾憲權

副主席兼秘書長

劉彥翎

副主席

黃國偉

溫承華

黃穎思

黃國豪

葉佐健

高皓正

侯穎賢

陳穎施

賴漢生

委員

何梓健

施德燕

林潔惠

盧柏浩

謝忠華

劉永森

夏子龍

陳禮信

羅啟樂

楊興

吳卓穎

譚景興

余成章

陳嘉莉

陳封華

委員

劉惠盈

區俊傑

梁子浩

馮德怡

周振威

陳建宏

蔡麗君

李艷群

韋健

阮嘉殷

游文香

陳敏超

陳奕禮

潘靜裕

蕭哲晞

委員

周澤深

黃樂仁

戚穎珊

鍾嘉琪

熊俊碩

謝億霖

陳子坤

陳維達

梁詩敏

楊婉儀

王偉剛

石國藝

鍾肇熙

盧煒達

郭濠誠



委員 林潔惠
Carrie Lam
菠蘿仔食堂
聯合創辦人



副主席 高皓正
Zac Koo
主流娛樂(香港)有限公司
董事

大中華青年中小企委員會委員



副主席 陳穎施
Vince Chan
獨比策劃有限公司
業務總監



主席 馬燦龍
Franco Ma
阿拉丁多媒體設計有限公司
首席營運官



副主席 葉佐健
Toby Yip
光明社
董事



副主席 賴漢生
Ken Lai
I Soft Technology Group
Director



委員 盧柏浩
Ted Lo
億創會計師事務所有限公司
董事



委員 周振威
William Chow
I-Concept Systems Limited
Director



委員 施德燕
Siy Tak Yin
星緣創藝有限公司
創辦人兼創作總監



委員 何梓健
Jingle Ho
Lionbird Limited
Marketing Manager



副主席 黃國偉
Michael Wong
利佳玩具有限公司
董事



委員 熊俊碩
William Hung
永強有限公司
行政總裁



委員 陳維達
Russell Chan
昇華出版有限公司
首席神經科學家



委員 劉惠盈
Linda Lau
英發行(香港)塑膠原料有限公司
經理



委員 黃樂仁
Reuben Wong
寶利國際(香港)有限公司
經理



委員 謝忠華
Sutjiatma Joeng Andrea
智集團理財有限公司
理財顧問

大中華青年中小企委員會委員



委員 李艷群
Michelle Lee
星綠創藝有限公司
共同創辦人



副主席 溫承華
Ken Wan
華興變壓器製造廠有限公司
副總經理



委員 馮德怡
Terrie Fung
美國集運有限公司
創始人



委員 陳建宏
Chan Kin Wang
港飲港食集團有限公司
董事



委員 游文香
Yoyo Yau
港飲港食集團有限公司
市場傳訊總監



委員 陳子坤
Kenny Chan
Voyage Ahead Limited
Founder



委員 梁子浩
Frankie Leung
i-Success Technology (HK) Limited
Founder



委員 鍾嘉琪
Katherine Chung
您的冰室
財務總監



副主席 黃穎思
Daisy Wong
天璜創作有限公司
董事



委員 周澤深
Jeremy Chow
一深製作
董事



委員 蔡麗君
Joyce Choi
上海商業銀行
助理客戶經理



委員 鍾肇熙
Franky Chung
您的冰室
首席營運總監



委員 楊興
Leo Yang
泰美商業科技有限公司
商業顧問



委員 梁詩敏
Clara Leung
通順(香港)旅遊有限公司
高級旅遊顧問

大中華青年中小企委員會委員



副主席 黃國豪
Philip Wong
永貿產品製作有限公司
董事



委員 陳禮信
Nixon Chan
昇華出版有限公司
董事



委員 謝億霖
Andy Chia
星加坡大生私人有限公司
董事總經理



委員 楊婉儀
Violet Yeung
智集團理財有限公司
財務策劃經理



委員 羅啟樂
Joseph Law
My Baby Tears
Director



委員 陳啟超
Garry Chan
美特鋁質有限公司
助理董事長



委員 區俊傑
Ken Au
Prime Solution
Technical Services Ltd
Director



副主席 侯穎賢
Kym Hou
溫楊侯律師事務所
合夥人



委員 戚穎珊
Queenie Chik
Blue Marbles
Enterprises Inc
Director



委員 潘靜裕
Cardy Pun
鴻龍機械制造有限公司
總經理



委員 余成章
Michael Yu
妙方(香港)貿易公司
總經理



委員 阮嘉殷
Cindy Yuen
津匠工作室
品牌藝術總監



委員 王偉剛
Kenneth Wong
Nearko Limited
Director

大中華青年中小企委員會委員



委員 陳奕禮
Cyril Chan
千立酷有限公司
董事總經理



常務副主席 曾憲權
Pio Tsang
尚廣告製作有限公司
董事



委員 譚景興
Leonard Tam
譚氏實業有限公司
經理



委員 劉永森
祥利建築公司
項目經理



委員 韋健
Kin Waily
原始森林設計有限公司
董事



委員 蕭哲晞
Heywood Siu
中港環保有限公司
營業代表



委員 陳封華
Ken Chan
東門創作有限公司
董事總經理



委員 石國藝
Eickey Shek
國藝發展公司
董事



副主席兼秘書長 劉彥翎
Lecky Lau
新都醫療服務有限公司
董事



委員 吳卓穎
Albert Ng
弘穎創意有限公司
創作總監



委員 陳嘉莉
Kylie Chan
香港匯豐銀行有限公司
業務拓展主任(退休金)



委員 盧煒達
Lo Wai Tat
利達室內設計工程公司
董事長

資訊及 數碼科技

在這全球步入資訊科技及互聯網為主的年代，在全球化的大環境下，創新和科技將對香港可持續發展越來越重要。當經濟體系漸趨成熟，在製造成本增加下要維持競爭力，社會必需沿價值鏈向上提升發展成一個知識型的經濟體。創新和科技對社會進步尤為關鍵，香港大中華中小企業商會青年委員會的成員當中，也不乏來自資訊及數碼科技界的佼佼者，他們為著自己的理想在IT界發光發熱，力求為香港創新科技發展出一分力。

text : 嘉、黃詩晴 photo : 深 design : 軍師

何梓健

創業如打機



Jingle商科畢業後，曾經在一間美國連鎖超市做採購。後來決定跳出舒適圈，與幾個志同道合的朋友一齊創立了Lionbird Limited，開發自家手機遊戲，至今共推出了超過30款遊戲。他講述自己的創業經歷，就如打遊戲機晉級的過程。

創業初期就以為可以「發達」

要辭去收入穩定的工作創業，Jingle坦言當時也經歷過一番掙扎。但他目睹了許多採購行業內的轉變，預計未來可能沒有太大的發展空間，加上自己還年輕，暫時沒有家庭負擔，於是決定創業。但是在創業初期，Jingle和他的夥伴們經歷了不少挫折。

他們花了約1年的時間設計了第一個手機遊戲《Prince Penny》，當時並不了解市場的他們天真地以為「只要遊戲一上架、第二天就可以發達」，事實上事與願違。雖然當時玩家對遊戲的評價不錯，但由於他們並不懂得手機遊戲的賺錢模式，因此收入完全為零。值得慶幸的是，當時在某電信商介紹手遊的書裡面，曾介紹過這個遊戲。能得到正面評價，也算是給Lionbird的團隊們一點安慰，「Prince Penny，是當時首款的跑酷遊戲，當時還未沒 Temple Run，我想當時寫稿介紹這個遊戲的記者也未必能猜到，這是由幾個年輕人設計出來的。」

「沒有好裝備，唯有靠練功」

就這樣一邊摸索一邊做，Jingle形容，他們都是「紅褲子」出身，並沒有金主的財力支持，「我們沒錢所以技能高，就如玩遊戲，沒有好的裝備就唯有靠自己努力練功。」經過不斷的積累和創新，他們推出了一款遊戲名叫《Titan Evolution Party》，曾經登上過日本、台灣、韓國Apple Store 排行榜的第三名，取得如此佳績的確是為他們打了一支強心針。由於預算所限，他們在市場推廣方面幾乎沒有投放資金，只是靠網絡社交平台和玩家之間的口碑作為宣傳。直到現在，他們所推出的遊戲總下載量已經超過1千萬次。

Jingle認為，想要創業首先要找到一個方向。如果覺得方向是對的就要堅持下去，那麼成功機會就會高很多。「這麼多年我們的團隊都沒有動搖過，因為我們相信，只要堅持自己的信念，就可以獲得想要的成功。」

Jingle



馬燦龍

看準市場需求發展新媒體

近年來VR(虛擬實境)、AR(擴增實境)、MR(混合實境)、立體投射等新媒體產業熱潮席捲全球，而應用了AR技術的手機遊戲「Pokémon Go」更為港人熟悉。

亞拉丁多媒體有限公司營運總監—馬燦龍先生Franco，看準市場的發展潛力，綜合以上技術，發展出多元文化的主題樂園和博物館。

「這個項目主要迎合中國內地的市場。國內消費力強，家長願意投放資源在子女身上，有報告顯示他們每月平均會把3至4成工資投放在子女的日常生活、教育、娛樂上。隨著國內“二孩政策”的實施，目標客戶群體也隨之增長。

除此之外，隨著消費模式迎來的市場轉變，國內出現「商場過盛」的情況，眾多大型的商場門可羅雀，店鋪黯然樓空。因應市場未來趨勢，我們計劃發展的博物館和主題樂園也必須能重新促進消費者進行實體消費，讓消費者享受不一樣的用餐與購物體驗等。善用樂園內人物角色開發周邊商品，不但可增加利潤，亦能強化主題樂園的形象，為樂園灌注創新與生命力，進行各方的互相支援。長期延續客人消費意慾，為合作伙伴提供理想的交流平台，達至雙贏」Franco 說道。

多元化成長背景協助調解紛爭

公司總部設於香港、科研團隊在韓國，並跨地與中國內地合作。在合作過程中面對的除了人事問題，更要迎合各地文化、處事方式等，甚至政治取向的差異。「最大的挑戰是語言和工作方式的不同。中國人講求快；我們講求的不止是快，而是要有效率，做得快不等於做得好，韓國人除了快和效率，還很重視流程，進度必須配合流程。」Franco坦言處理這些分歧時，避免紛爭而影響項目進度是最大挑戰，幸好他的成長背景和工作經歷令他處理這些問題時更得心應手。「我在香港長大，加拿大讀書，見證香港由英國殖民地回歸祖國，再逐步走到國際大都會的地位，令我對中國國情有一定了解的同時亦具備國際視野，故此，我對新事物的接受能力是頗高的。而且我在年少的時候就開始半工讀，由基層打工仔到創業，一路走來令我的忍耐力比較強，解決問題最重要。」

結合三地優勢

除了協助三地團隊溝通，Franco還成功集結中、港、韓各自的優勢。「科研項目等於和時間競賽，時間越長做得越好，但亦代表成本會越高，而市場是不會等人的，因此我們要用最短時間把它做到最好。中國提供市場，香港有完善的金融及經濟平台，而韓國作為全球科研最密集的經濟體之一，科研技術亦是亞洲首屈一指。能夠結合三方的長處，項目的進度就會事半功倍。」

Franco

朱仲豪

努力為香港遊戲找出路

朱仲豪Oscar創業前主要設計商業軟件和提供IT支援服務，但由於自己對數碼遊戲有一份濃厚的熱情，於是在2003年與大學同學一同創辦了「越一科技有限公司」，主力研發數碼電子遊戲軟件。

賺到第一桶金，更賺到滿足感

Oscar設計的第一套網絡遊戲產品《小朋友齊打交Online》，自推出後紅遍台港兩地，甚至衍生出的周邊產品如漫畫、手版公仔、筆盒和書包等也引起搶購潮，玩家不息排隊輪候數天也要購得遊戲的限量精品，這讓他賺到了人生的第一桶金。Oscar覺得，當看到一堆編程代碼、音樂、美術圖畫從最初的一張白紙上開始，透過細心的編排，將沒有生命的素材組合在一起，建立出一個完整的虛擬世界，整個孕育的過程讓他有很大的滿足感。他笑言「即使工作時每餐都吃燒味飯盒仍覺是一種享受。」而當產品推出市場後，得到粉絲們的欣賞，追問他有關遊戲的發展時，這種喜悅就更難以筆墨來形容了！

在香港做遊戲面臨許多困難

不過Oscar亦坦言，在香港做遊戲行業要面對很多挑戰。研發數碼遊戲軟件實屬一個貴價工業，一般開發一套遊戲，大約需要十多名工作人員，製作期最少要九個月至一年，大型作品甚至乎需時更長，因此前期需要投放不少資金。當然間中也會聽到一些開發成本很低卻可以賺得盆滿鉢滿的案例，但機率就如中了六合彩一樣低。但不少投資者也不理解，而且希望能「短炒」，並不願意以較長的時間來投資一個團隊去做出有質素的產品。

此外，現時遊戲的銷售模式，都是先讓用戶免費下載來玩，然後在遊戲內售賣虛擬道具來賺錢。願意付錢的用戶比率介乎7%-14%，雖然屬小部份，但每位付費用戶平均每月會消費300元左右。因此遊戲產品若能在一個龐大的市場內銷售，便能產生驚人的營收，足以抵消產品前期的開發費用之餘，並有巨額的回報！可惜香港的遊戲市場小，單做內銷很難回本，「賺亦只能賺一粒糖」，非要出口到中國內地、美國、印度、中東等市場不可，但因為文化背景差異、國家規例等限制，對很多年青創業者而言，要打入這些大市場有一定難度。



香港遊戲業者應把握當「盲公竹」的時機

不過Oscar認為，目前香港還是持有不少優勢，其一是能與外國接軌。大部份海外公司想到中國做生意都會先選擇由香港作試點；同樣中國大陸的企業要出口，也會優先選擇在香港尋求出路，這都為香港人帶來很大的商機。香港的年青遊戲業者應該要牢牢把握這個機會，與國內公司合作，共同研發產品，再出口到海外；或者與海外公司合作，引入海外的技術，並將其融入中國市場，充當一個「盲公竹」的中介角色。利用這類合作，從中提升自己的技術和積累經驗。

Oscar

賴漢生

在IT道路上闖出一片天

賴漢生 Ken是互聯網公司的創辦人，公司主要做互聯網開發，包括製作手機應用程式、網站、大型ERP系統（Enterprise Resource Planning，企業資源計劃）、供應鏈系統等。由於自己對互聯網有濃厚的興趣，早在中學時代，他已經找到了自己的發展方向。

從興趣發展為可自力更新的事業

因為很喜歡互聯網世界、遊戲、電子科技等，Ken在14歲左右就決定要走IT這條路。剛開始，他是拿朋友已經退役了幾年的電腦來學習的。



當時的電腦系統只可以打字，Ken記得自己第一次是打了幾千字才製作成一個文字式的電話簿，雖然繁複但他卻很有成功感。他也會在課餘時間學習電腦，電腦知識很快就到了大學的程度。

畢業後Ken就開始和幾個志同道合的朋友創業，做科網、網頁、互聯網系統、平台等。在1999年左右，即科網將近爆破的時期，當時20歲左右的Ken做了一個「外賣網」，「並沒甚麼社會經驗，只有一團火，那時候覺得上網叫外賣會很方便」Ken回憶起當時的心情。雖然由於年紀太小、並沒有太多顧客願意相信他，在推行時遇到困難，但公司在第三個月開始開始收支平衡，「雖然不算賺到第一桶金，但總算是開始自力更新。」

專業的「救火隊」

除了做開發，Ken的公司有時候也會擔當「救火隊」的角色，即幫助一些公司解決某些互聯網方面的應急問題。最讓他印象深刻的是，曾有一間做金融的公司，由於舊有的電腦系統難以使用，導致客人流失。當時那金融公司找了一間新的互聯網公司去製作一個新系統，但由於該互聯網公司沒有開發項目的管理經驗，導致製作出來的新系統和舊系統沒有任何聯繫，即製作了新系統也無法投入使用。當Ken接手項目的時候，他被告知只剩下10天的時間來解決此問題，否則該金融公司就面臨倒閉的危機。在接手項目前，Ken已經給出了評估報告，有99.99%的機率會失敗，但由於該金融公司願意放手一搏，Ken也就盡力地去嘗試。「當時連續10天，除了睡覺的幾小時，每天一睜開眼就是做這個項目，做到最後體力不支睡在沙發上，醒來又繼續做。」尤其是最後兩天，Ken與他的團隊是通宵地工作，最後終於成功從舊系統過渡到新系統，令該金融公司不必流失客戶。

Ken坦承，在香港發展互聯網產業是非常艱難的。由於香港的市場非常狹小，政策上的推動力也不足，因此他認為未來發展應該要放眼中國內地市場。他希望將來能製作屬於自己的互聯網產品，建立自己的品牌。眼看著自己許多師兄弟都放棄了自己的理想，Ken認為，對互聯網存有濃厚的興趣，是支撐自己堅持的原因，他希望能繼續在這個行業上闖出一片天。

Ken

梁子浩

興趣成就事業

梁子浩Frankie在他16歲那年，選擇了不一樣的成長路。他當時年少輕狂，會考後拒絕傳統升學方式，而選擇了以半工讀形式求學，由中學到IVE、由IVE到大學。為了有效學習並體驗不同類型的工作崗位，他堅持每18個月轉換一次工作環境。他走的路比別人吃力，付出的時間比別人多，「意志力是成功的關鍵」是他多年來的成長格言。

於大學一年級時，Frankie眼見同學對I.T.業前景的憂慮，認為墨守成規只會限制自己的進步，令他萌生創業念頭。以他當時累積的工作經驗，認為外判服務是各行業未來必取發展方向，所以他毅然辭退了當時的工作，並於2010年成立了i-Success，今年即將踏入第八個年頭。

i-Success成立至今，Frankie坦言路上遇過不少困難，例如初出茅廬時客量不足，第一年只能以每月\$3,000勉強維持生活。亦有自己用心完成的計劃書，被客人直接偷用等。要不是家人體諒及個人興趣，相信亦很難捱過：「我比大多數人幸福，長大於一個正常家庭環境，讓我無後顧之憂地拼搏。想當年我會考後第二天，就在金魚街逐家逐戶拍門見工，是因為興趣；我現在每天在公司日思夜想改進空間，也是因為興趣。我相信熱愛你的工作，才會盡力打拚。」。Frankie以行動證明只要誠實地面對自己興趣，任何成長方式也可以精彩無比。

而i-Success視自己為客戶公司中一員，協助客戶於急速成長的科技社會中排難解紛。公司提供高效率的I.T.技術支援及維護服務，為客戶解決及預防大部份電腦難題，以達成雙贏效果。近年i-Success更以「外判電腦部門」形式，利用照顧超過200間公司的實戰經驗，為客戶提供顧問、計劃研究及管理服務，以I.T.輔助客戶業務更上一層樓。



公司由Frankie最初單獨一人，到今天草芽初長發展成約10人團隊，在香港為超過200間公司、非牟利組織及零售店舖等提供服務，其中包括了友邦保險、樂高寵物、順豐速遞、壽桃牌、香港青年協會及家庭福利會等等。

「我希望i-Success未來能成為同行的Icon，公司一遇到技術上的問題就會自然聯想到你的『外判電腦部門』。」談及Frankie的目標，他笑道。

Frankie

周振威

開發管理軟件學問多



周振威 William創業前曾任公司管理層。後來了解到商業管理軟件對一間公司日常營運的重要，於2009年成立了 i-Concept Systems Ltd.，主力開發商業管理軟件。

後起之秀：立志成為ERP與POS的軟件專家

William 的公司現時主要有兩個品牌軟件，分別為 iFlow ERP（Enterprise Resource Planning，企業資源計劃）和Handy POS（Point of Sale，銷售時點情報系統）。

iFlow ERP一般應用在工廠或貿易公司，主要功能是幫助公司串連流程，組織數據，實時把公司狀態顯示給相關同事和管理層。從報價、下單、產品結構、檢查庫存、採購、生產計劃、製造到出貨，最後到會計收支。老闆只要登入系統，就能了解公司現況。

Handy POS一般應用在零售業或餐飲業。例如，在零售店收款處內，收銀員掃描條碼印出消費者的帳單；或者是在茶餐廳裡，侍應用電腦下單，廚房和水吧分別即時接收到食品和飲品指示。主要功能在於統計商品銷售、庫存與顧客購買行為等。

坊間此類軟件大部份都需要安裝在 MS Windows 上，亦沒有網上功能。而 William開發的軟件，無需安裝，在 PC、Mac、平板電腦以至手提電話均可使用。就是說，只要接上互聯網，無論何時何地，老闆或管理層也能即時了解公司各部門的現況，運籌帷幄。

專業、通識與溝通

William認為，要為一間公司成功引入管理軟件，必須具備專業、通識與溝通三方面的技能。專業不僅是與時並進的IT知識，而且要懂得營運管理，例如協助該公司訂立報價公式及標準工時；通識就是對各行各業營運流程的了解。他舉例，香港很多廠家都疏於海關合同管理以致罰款。於是他就設計了相關功能。他打趣說，為客戶省回的錢夠向他購買幾套系統呢；溝通方面，要平衡公司內部各同事的意見，才好開展工作。他坦承這方面比較困難，需要細心和耐性。

商業管理軟件的發展趨勢

有關行業的發展趨勢，William預計將迎來更換潮。由於市面上的系統很多是在2000年左右開發的，即是第一波的科技潮。當時開發的系統，難以支援現代所需。隨著移動科技的進步，需要發展出雲端系統，令各員工能網上工作；第二個趨勢是Internet plus（互聯網+），系統不僅是在公司內部使用，更要結合其他系統。譬如由機器直接輸出數據至管理系統，或者是缺貨需要採購時，可由公司系統向供應商系統直接發出採購訊息，讓對方即時提供服務。

William



商業及專業服務平台

中國政府近年大幅放寬境外投資管理措施，並搭建平台促進企業「走出去」投資海外；加強與沿線地區的經濟合作，以推進「一帶一路」建設。同時，不少企業亦積極「走出去」尋找品牌、技術或其他資源，以增強競爭力、轉型升級，中國對外投資活動逐漸向多元領域發展。

香港是中國內地對外投資的主要目的地，這些內地資金主要是利用香港的商貿平台作為跳板，再向海外其他地區投資。青年委員會中也有許多商業及專業服務平台的精英，他們分別來自會計、金融、科技資訊等界別，為不少內地企業，處理在香港和海外市場的貿易及投資業務。

侯穎賢

與侯律師一同逐夢

侯穎賢Kym兒時從夢想是扮演「壹號皇庭」劇中穿黑袍、戴假髮在法庭內唇槍舌戰的律師角色威風凜凜。小康家庭出身的她從沒想過電視內的角色可變現實，能夠完成法律課程就是夢一場。她坦言天賦並沒有給她聰明，反而給她對夢想的堅持與毅力，支持她實現夢想。逐夢不停步，經得起考驗，終有一天會圓夢。

Kym是香港執業律師，過去她不斷為事業打拼。曾在本地典型老字號律師樓及國際律師樓執業的她，未來希望突破事業。因此，她與現律師樓合伙人楊雲峯先生創辦「溫楊侯律師事務所」，現是合夥人之一。律師樓於短短兩年就穩健擴充，現設3間辦事處，服務範疇涵蓋房地產買賣、香港聯合交易所主板及創業板的首次公開招股。她期待不久將來律師樓能獲得更多企業客戶群認許及支持。

Kym特別喜歡交朋友，互相交流心得，亦視友誼為世間上最寶貴的禮物。她認為一個人成功與否並不是因為他擁有多少財富，而是他在通往成功的道路上結交了多少朋友，在跌倒失意時獲得多少朋友的不丟棄。人生旅程相當奇妙、變幻莫測。她相信只要憑良心而論、盡力而為、向著標竿向前跑，他朝一日必成大器。

企業管理對Kym來說是初哥，過去幾年間，她感受到企業成功關鍵是基於管理人員的互相「信任」與「分享」。律師樓目前有25名員工，管理階層必須互相信任，關心各同事們狀況，與他們緊密連繫，公司才可持續發展。



鍾嘉琪

零經驗投身餐飲業 從失敗中學習才會成長

餐飲業界從來都講求天時地利人和：飲食的潮流、店鋪的位置、盡責又合拍的員工等，都是影響一家餐廳會否成功的因素。鍾嘉琪 Katherine 從未接觸過關於飲食業的工作，一個零經驗的女生毅然決定投身餐飲業，原來是因為一次成功的經驗所驅使的。「我曾經和家人以糖水車的形式售賣糖水，因為成本低又得到街坊的支持，首次接觸飲食業就得到不錯的回報，無疑是給我打了一枝強心針。我亦因此萌生了開餐廳的人念頭。」

開始經營一盤新的生意，總是雄心壯志的。而 Katherine 的西餐廳於開業初期確實有不錯的業績。然而，短暫的蜜月期過後，Katherine 就遇到各種挫折：「剛開業數個月生意一定好，因為客人都抱著嘗鮮的心態來光顧，但新鮮感過後生意就開始慘淡。初開業時一心只想著把餐廳做好，只要食物味道好就能吸引人，卻忽略了一個好重要的因素，就是地區和顧客的取向。餐廳位於屯門，更不是在市中心。光顧的客人主要是住在附近的街坊，較少外來客，而且客人的消費模式都是傾向於經濟實惠，走高檔路線的的貴價食肆根本沒辦法生存。」

一直虧損的情況下，Katherine 曾想過結束這盤生意的，幸好得到一個有經驗的朋友協助，把西餐廳轉型為冰室，情況最終得到改善並漸漸走向穩定。「對我們這些沒有相關經驗的創業者而言，一個有經驗的朋友或合伙人是十分重要的，要不就聘請顧問，這些錢是不能省的。」走過冤枉路的 Katherine 道。

首次當老闆的 Katherine 坦言要管理十多名員工是一個很大的挑戰：「初期的最大困難就是聘請員工。廚房、水吧、清潔及樓面都需要人，很多時候若其中一個崗位缺人我都要親自出馬。而餐廳剛轉型為冰室時，又要為員工的質素而煩惱。我曾以為只要多付工資就能請到好的員工，因此以較高薪水招聘員工，結果請回來的卻是冗員。結果都是靠內行人士的眼光和意見才能請到有能力的員工。」

現在冰室的生意越來越穩定，回想起當初的重重困難，實在是微不足道。「親身接觸餐飲業後才明白開餐廳的辛苦和困身之處，不過



還是很有成功感的。最大的滿足感是成功找到客人的口味和取向；另外就是學會管理我的員工，作為老闆卻經驗不足，我會聆聽員工的意見同時亦會有自己的堅持，軟硬兼施。而且我明白到當靠衝勁是不可能成事的，如果我於開業前多做資料搜集，了解開店地區的居民習性，加深對行業、食材和人事的認知，可能會少走一些冤枉路。不過其實失敗是不可怕的，我認為最重要的是你要明白失敗的原因，並作出反省，找出改進的方式。」路是否走得冤枉，只視乎你怎樣走，從失敗中學習才會令人成長。

劉彥翎

發展家族生意，學習由零開始

劉彥翎 Lecky曾經從事有關設計工作，後來毅然離開了自己專業，發展家族生意，投身醫療管理業務，Lecky簡單講出原因：「父母分別為兒科專科醫生和註冊護士，從小就見到父母對病人的關懷和無微不至，每天營營役役地工作就是幫助有需要的人。」Lecky剛接觸醫療服務行業時，沒有相關經驗和知識，只好邊學邊做，學會上一代的診所管理及營運模式等。深信上一代的成功是有其可取之處，從而希望能從不斷學習中摸索一個更有效的經營模式，致力創新轉型。

新都醫療集團的西醫門診服務（日間/夜診及通宵應診）及牙科服務為附近居民舒緩病痛，亦設有專科中心為個人客戶及公司團體定期做身體檢查，預防勝於治療。近年普及的全面基因檢測能及早提醒客人注意生活習慣，減低大眾患上癌症、嚴重疾病的機率。Lecky認為新都醫療有責任主動教育及提高市民的健康意識：「我們的醫療團隊會到訪學校和社區中心，為學童和長者進行健康篩查、提供疫苗注射服務及舉辦健康講座，及早發現病症，增加治癒機會。」因此，我們亦於2017年成立了新都醫療慈善基金，幫助有需要的社群。

每天診所營運上都有新挑戰，例如診症時病人與醫生之間會有誤解，Lecky強調：「我們管理人的角色是醫生和病人之間的橋樑，必須要有耐性及同理心，同時做好中間人調解的角色。最終必須讓病人得到服務真正所需，亦使到我們的醫護人員從中學習及檢討，提升服務質素。」Lecky透露集團的營運系統將善用大數據分析，減輕前線醫護人員的工作壓力，個人化病人的健康管理，為大眾更進一步提升生活質素。

「我有空便會爬龍舟、行山及做瑜伽拉筋，亦會定期為社區做義工及約好友見面『吹吹水』。健康生活不止於健康的生理狀況，香港人生活壓力大，維持健康的心理狀況極為重要。我希望香港人多點走出來接觸社區上不同的人交流，有望將來能舉辦更多社區活動例如運動比賽，以自己能力及資源，令更多人受益。」



盧柏浩

幫到人比賺錢重要



Ted Lo

很多人都覺得會計師工作沉悶死板，不過盧柏浩Ted就從千篇一律的工作中找到意義和樂趣。

創業源於失業

當時初出茅廬的Ted經歷了人生第一次失業，之後與家人一起創業。後來在機緣巧合下與舊同事合夥開了第一家會計師事務所。「我很感恩自己的創業路都頗為順暢，公司成立初期由於職員不多，經營成本低，而且得到舊客戶介紹生意，所以都頗為順利的。記得公司成立初期最大的問題就是如何得到客戶的信心和建立公司形象，由幾個青年人組成的雜牌軍，叫人如何放心把工作交給你？加上人手不足，即使有公司願意把大型項目交給我們，都沒有足夠資源去處理。」Ted回想起剛開始創業時的點滴。

在外行人眼中，會計師樓都是提供審計、報稅等單一的服務，要在激烈的競爭下突圍而出，Ted亦下了不少苦工。「現在很多年輕人都是秘撈創業，即一邊打工一邊創業。所以公司的服務會比較彈性，例如我會盡量安排方便客人的要求見面的地方及時間，所以即使是放假，我們都會盡量提供客人需要。」

工作中行使信仰

基於自己的信仰，Ted能幫到人更加重要。只要有能力，他都會盡量協助處理客戶的要求。「曾經有個生客因財務問題要求分期付款，我覺得與客人合作都是緣份，所以在公司可承受的風險下我都答應了他的要求。最開心是得到客人的信任，有客人甚至把遺產受託人的重任交給我，得到信任令我很有成功感。」

Ted希望能把自己的信仰融入工作，所以公司的英文名是GoTed CPA Ltd，時刻提醒自己能在神(God)的理念下營運自己的生意，已經是莫大的恩賜，期待未來公司發展更穩定，可以能出分力聘請一些更新人士，協助他們重投社會。」

謝忠華

理財顧問不是銷售員

謝忠華 Andrea，從事理財顧問的工作。他年輕，卻謙卑有禮，時常說要感恩。

受「保險大國」的熏陶而入行

Andrea主修日本文化研究，選科時僅憑興趣，並沒有考慮太多未來工作發展的需要。在香港城市大學畢業後考取了獎學金，赴日本進修兩年。在當地臨近畢業時，他開始思考：到底自己應該做甚麼工作呢？當時日本的經濟並不太好，促使他回流香港。那時剛好遇到一位從事保險業的朋友，與Andrea講解保險的前程，而他也喜歡從事能夠與人溝通的工作。加上Andrea在日本留學期間，生活當中經常接觸到當地的保險文化，因此決定加入保險這個行業。他認為從事保險業可以開拓自己，有無限的機會和可能性。



曾經的「推銷員」

Andrea的職責主要是為客戶分析理財需要並給予建議。除了提供保障，亦為客人進行資產增值及資產配置。入行六年他，回想起自己初入行時的迷惘及沮喪，亦不免感慨。

他形容自己剛入行的時候，角色就如「推銷員」，需要不斷跟客戶打關係、「搭膊頭」。當面對客人的拒絕時，心裏會不舒服。更令他沮喪的是，團隊裡面沒有人支援自己。漸漸地，Andrea覺得自己當時所在的團隊有欠專業，每天有70%的時間都在玩數字遊戲。而且他們的理念與他逐漸背道而馳，迫使他每天都要用「連自己都說服不了自己」的營銷技巧來面對客人，這讓他開始疑惑：到底自己正在做甚麼？於是，Andrea當刻萌生了轉行的念頭。

提升自己，「學·問」為先

當Andrea感到沮喪想轉行時，他遇到了現在的上司。而新公司的價值觀很貼近他的信念，如是者，他決定再給自己一次機會。

轉到新公司之後，Andrea拋棄舊有的自己，重新在專業上吸收學習，經過一年的努力，他的事業迎來了突破，生意額大增長、收入倍增。客戶給予他的評價是專業、貼心、全面。經Andrea透過專業角度分析之後，客戶都會恍然大悟：「原來可以這樣做，從來沒聽說過，很少人會這樣跟我說，很多人只是在向我銷售。」

而談到為何能在短時間內迅速提升自我，Andrea相信是因為自己願意「不恥下問」、「肯學肯做」。老闆對他的評價是「夠薑」，稱讚Andrea遇到問題夠膽直接去問他。Andrea認為，只要自己是以能夠長久發展為目標而非只為賺快錢，就自然有動力去多問多學，學習後願意去實踐，透過實踐累積經驗，再將經驗轉化成專業，那便是成長。當然，其中不可或缺的，是要遇上一個專業、合適的團隊。此刻，Andrea再三感恩，自己能夠加入到現在這間公司，Father Financial。



商業及專業

服務平台

中國企業海外投資，首選香港專業服務平台。因香港具備區位、開放合作的先發優勢、服務業專業化優勢和文脈相承的人文優勢等四個獨特優勢，能夠發揮重要作用。青委會雲集不少此界別的表表者，他們為香港專業服務平台的發展貢獻良多。

楊婉儀

成為客戶好/知心的朋友

楊婉儀 Violet，現職財務策劃經理。她大學畢業後在一間上市公司工作並升至經理一職，幾年後剛完成MBA碩士課程的她為了在事業上有更長遠的發展，決定投身保險界並考取「認可財務策劃師」CFP資格。

保險業市場需求大

Violet認為，香港社會人口老化，出生率則偏低。如美國等發達國家，



平均每個人都需要撥30%以上的財產用以安排退休生活；而現時在香港，強積金供款僅為收入的10%，需要起碼多安排20%的收入來用作退休儲備，因此她認為市場需求很大。另外最觸動她的是，Violet的父親在她中學時期就過身，眼見爸爸工作如此辛勞卻未曾試過坐飛機、去旅行，她感到非常遺憾。因此，她希望能透過工作來幫助別人，讓更多人能夠有健康、財務自由的美好生活。

成為客戶的朋友

Violet很享受她的工作。喜歡與人交流的她，在工作中可以見到不同的人、參與不同的活動，都能夠滿足她的好奇心。她最大的成功感是來自客戶，除了在財務上幫助到客戶，在日常生活中，她也成為了客戶的知心好友。

曾經有接近退休年齡的客戶向她抱怨，覺得自己的成年孩子沒方向、沒目標，很擔心其將來的發展。但當Violet像朋友一般與其孩子聊天時，卻發現其實他是很有理想的，只是平常兩代人之間的溝通實在是太少而已。因此，Violet充當兩代人的橋樑，不單在保險理財上有更好規劃，更讓他們彼此能多了解對方的想法。

年輕人要學懂「做人」

回想起初入行時，Violet遇到該如何拓展人脈網絡的問題。她建議剛入行的年輕人，要學懂「做人」，懂得體貼別人的需要，並做有建設性的事情。她明白剛開始事業的時候，可能會受到別人的拒絕和打擊，但應該先從自身找出問題的癥結，自我檢討。受到挫折也別灰心，要帶著正面的眼光來看事物。

Violet

陳禮信

以科技改變教育

陳禮信 Nixon除了是數學補習名師以外，原來他還與神經科學家陳維達Russell和一位在校老師合夥成立了『昇華出版有限公司』，希望透過出版創新自學平臺教材，為現今學生帶來嶄新的學習體驗。

不一樣的團隊·不一樣的成就

Nixon和他的團隊在香港大學讀書時結識，他形容這個組合是一個如「瀨尿牛丸」一樣獨特而有效的組合：一位補習名師、一位在校

老師、一位神經科學家。補習名師擅長把概念清晰、有趣地傳遞給學生；在校老師為團隊提供教學資源，神經科學家則協助編輯教材使其跟符合人腦記憶使用原則。就是這樣一個團隊造就了就他們所知亞洲第一份應用神經科學原理的多媒體教材。創業短短一年，他們已售出愈二千本書，全港約二十間中學訂購其教材，更贏得『香港中小企創新大獎 2017』產品創新組別之傑出獎。

結合科技教育·配套以人為本

於香港土生土長的Nixon深感現時香港教育有著缺憾。為改變現狀，他和團隊研發出一個能讓學生在沒有老師協助下仍能獨立學習的自學平臺教材。這個自學平臺有別一般教科書，它使用了符合神經科學原理的方式鋪排學科練習分類及排序讓學生更容易吸收，用手機掃碼就能看到多媒體課程大大提升學生學習興趣，同時正發展應用程式與學生互動並提高學生學習效率，以單一平臺提供全面教學服務。為助莘莘學子應付香港的應試教育制度，Nixon更不惜在平臺中加入了平常只在補習班上傳授的考試技巧。「這無疑是在『倒自己米』。」他笑言，「但為了廣泛學生長遠利益，倒得過。」

積極擴展版圖·重視社企責任

目前Nixon的昇華出版團隊正計劃出版其他科目的教材及推出手機程式。此外，他們亦正尋找合適的非牟利機構合作，向有經濟困難的學生免費派發教材。「知識改變命運。老套，但乃事實。」創業雖難，但他們的團隊仍堅守初衷，希望可以回饋社會。Nixon表示，最有滿足感的是收到使用了他們的自學教程的學生以及老師的一致讚賞。最後，Nixon想代表昇華出版這幾位年青人向一直支持他們實踐理想的至親們說：「感激支持！」



Nixon

馮德怡

從一個全職媽媽到千萬生意

馮德怡 Terrie在5年前創立了Shop Easy海外集運公司，為一眾喜歡到外國網上商店購物的顧客提供方便、優質、實惠的集運服務。時至今日，Terrie的團隊已經成功的在九個國家開設集運代收地址，並為超過九萬位客戶提供集運服務，有不少明星藝人更是她的捧場客。作為三個小孩的母親，Terrie在創業的路途上又遇到了多少的風雨媚晴呢？



創業概念源自家庭生活

Terrie在還沒有成為母親之前是一位空姐，到孩子出生之後就放棄了工作當一個全職媽媽。那時她再沒有像以前那樣有這麼多空餘時間去購物，便漸漸喜歡上網上購物。在她為孩子選購嬰兒用品時，她發現有很多海外的購物網站都沒有托運香港的服務。而同類產品在香港的售價卻要比在外國要貴很多，甚至有時候有一些家人心儀的限量版服裝也只有外國才能買到。為選購到心頭好，Terrie邀請住在美國的物流前輩幫忙收集貨物並寄回香港。從為自己和家人托運，到為身邊朋友托運來賺取一點利潤，這也成為Terrie之後成功創立Shop Easy集運的契機。

能成為全香港第一家海外集運全賴變通與堅持

Terrie坦言創業辛酸，尤其是初期要面對各樣的問題。一開始，Terrie的想法是先從外國批發購進大量的嬰兒用品，然後再在本地分銷。可是顧客的需求往往是層出不窮的，可能顧客要求的是綠色的童裝，但倉庫中可能只有紅色和藍色的款式。團積的倉儲造成高昂而不必要費用，使得Terrie不得不改變策略。後來，她靈機一觸，開放在美國的地址，讓客戶直接下單，再用集運的形式帶回香港。如此一個小小的改變讓Shop Easy 成為香港第一間價錢相宜的集運服務。

服務需求增長為Terrie首先帶來不是利潤，而是她意想不到的工作量和困難。在Shop Easy開始運作的時候Google Drive等雲端工具還沒流行，Terrie需要自己撰寫每一封發給客戶的電郵。貨到時還需要自己一位女性拖著一箱箱的貨物橫過幾條大街，惹來旁人奇異的眼光。幸好，Terrie喜得幾位有心人幫助，免費為她寫網頁和編程，減省了她不少的工作量。同時，由於在香港沒有同類服務供應商，使得她的營業額快速增長，當中也包括一些名人藝人。目前，Shop Easy正致力拓展澳門和內地的服務以及增加各種幫助本地消費者進行海外網上購物的增值服務。Terrie深信跨境網上購物是一個必然的趨勢，她也對Shop Easy未來的發展充滿信心。

Terrie

陳建宏 · 游文香

推廣多元飲食文化

從事 餐飲業的陳建宏Ray和游文香Yoyo的港飲港食集團有限公司旗下有三家食肆，分別是日本磯燒放題餐廳御前大江戶、爐端燒餐廳長阪燒以及手搖飲品和輕食餐廳茶聊。有別於傳統飲食，Ray和Yoyo更致力於推廣多元化的菜式，將香港美食揉合東南亞飲食元素。他們打算先打好香港的根基，再未來再進軍大中華市場。

以食物質素取勝

坊間有不少日式放題餐廳都以低價吸引客人，而御前大江戶作為香港首間磯燒水產放題，更難免會被同行抄襲，不過對此Ray和Yoyo都不以為意：「Idea可以抄襲，但食物的味道才能見真章。我們的宗旨是食物以質素行先。表面上，價錢會是最吸引到客人的因素，但長遠而言還是品質更加重要，食物質素好，客人才會再次光顧。香港人識飲識食，要求食材新鮮之餘價錢亦要相宜。我們在維持食物質素的同時亦要控制成本，因此，我們會搜尋不同國家的新鮮食材。我們希望食客吃放題不單是為果腹，而是能滿足味蕾。寧願少賺點都要客人食得好和開心。」即使是放題，他們都絕不欺場。

重視食客健康

除了食物質素，客人的健康亦是Ray和Yoyo十分重視的一環。他們公司旗下的長阪燒提供了一個更高級的用餐體驗給食客，不僅食材新鮮，更沒有添加味精，務求讓客人品嚐到食物的鮮味；同樣為了食客健康，另一家台式手搖飲品餐廳茶聊採用蔗糖而非糖漿。

科技結合餐飲

近年飲食業出現人才斷層，Ray坦言很難請人。Ray認為科技結合餐飲能解決此情況。例如為減輕員工的工作量，御前大江戶是以IPad落單，並附上圖片供客人參考，方便客人之餘亦減少人手落單造成的紙張浪費。未來，Ray希望餐廳的運作可標準化，把流程自動化和機械化，甚至以解決人手不足問題。「加入商會令我們有機會接觸到不同行業的人，希望藉著商會平台能找到相關人材。」Ray說。

Ray·Yoyo



Reuben Wong

Navigating the Toy Industry at Blazing Speeds

Reuben Wong helps lead an international toy company in Hong Kong which was started by his father in the early 80's. Before diving into this industry, he had experience working in management consulting in both California and in Shanghai. He previously consulted Fortune 500 biotechnology firms on sales & marketing strategy in the United States in addition to consulting American industrial automation equipment firms on entering the Chinese market. Although his time spent in management consulting was exciting, his end deliverables were just recommendations and the final results were nowhere in sight if the client decided to not execute on the recommendations.

Since his family already has an established footprint in the toy industry, Reuben wanted to see if he can take the skills he acquired during his past experiences to make an impact. Although it took some time for him at first to really understand how the toy industry worked, he was able to ramp up really fast and eventually he really enjoyed it as he saw his efforts pay off with real results.

As in all new endeavors, Reuben encountered challenges during his first year in the toy industry. Prioritizing was his main challenge as there are so many different areas and customers to invest his time and effort in. Only after many experiences of trial and error was he able to pinpoint where to best spend his time and effort in order to maximize return in both the short and long term.

One of his priorities is to spend time to really understand both the customer and the market. Reuben mentions "Since I am working with many customers in the United States, it is very important for me to go back to the United States multiple times a year in order to understand every single cultural trend and element that is taking place."

Although the toy industry is currently not as sexy as a lot of other hot industries like fintech and software startups, it is still a very fast moving industry. What Reuben realized was that they needed to design and develop extremely quickly. During his father's generation, new product development timelines were measured by days and weeks. Today all development is measured by minutes and hours. According to Reuben "If a toy company cannot keep up at that pace then it will be easy to be left behind." The product lifecycle of toys is currently half a year these days. Every half year, a customer wants something totally brand new. As a result, new development is key to success. Reuben says "It's very fast moving, and if you are able to keep up, innovate, and create new stuff persistently, then it is a great place to be." Reuben is very thankful to have a very top notch merchandising and product development team that fully embraces this minute by minute high velocity culture.

Reuben was born and raised in the United States, but currently spends most of his time between Mainland China and Hong Kong. With his experience in all 3 places, he believes that Hong Kong is losing its competitive advantage quickly. In the US, especially in California where he is originally from, they are very open to people and immigrants coming from outside to build on new ideas and innovate. This is a similar phenomenon in Mainland China. According to Reuben, in cities like Shenzhen, Shanghai, and Beijing, highly capable young people immigrate in from different provinces and small cities across China to form a very diverse group with different backgrounds to work on new innovative business endeavors. Although Hong Kong has a great base such as low taxes and a very international environment, Reuben feels "Hong Kong is starting to slow down to adapt to new technologies, does not invest in high tech, and young people have a protectionist mindset and are always focused on politics rather than building new things." He believes with the fast development and large market across the border in Mainland China, young Hong Kongers have endless opportunities if they try to work closer and spend more time in Mainland China.



Reuben

蕭哲晞

初出茅廬的感慨

蕭哲晞 Heywood 是今年加入香港大中華中小企業商會，也是最年輕的青年委員，作為應屆大學畢業生的他正在尋找屬於自己的前路。機緣巧合認識到創會會長雲海洪先生，得到機會接觸商會的平台，認識到不同行業不同階層的人際網絡，透過互相的交流，擴闊社會上的視野，學習到連書本上都教不到的營商實戰經驗。

實現簡單理想亦不容易

理想的追求和現實的掙紮，讓我們聽聽這一位年輕人訴說的故事。Heywood 幾個月前剛剛完成香港中文大學經濟學學士學位課程，正式步入社會他目前還在尋找一份合適的工作，確對於前路感到迷茫。尋找工作對於 Heywood 來說並非特別困難，但看見香港的大學畢業生待遇和晉升機會不停下降，他覺得就業在香港可能並不是一條有足夠持續發展空間的出路。「來自草根家庭，當初報讀經濟學是單純是希望能夠幫助到家人和其他有經濟困難的人。但畢業後才發現，我可能連自己的生活都搞不定。」他笑言：「大學學位現在滿街都是，可能只會找到一份普通的銀行工作，然後一世都只能夠剛剛養活自己，根本不用想如何幫助其他有需要的人。」雖然機會渺茫，但 Heywood 仍然希望找到一份工作可以讓他不用每天為生計奔波，可以有餘力幫助到身邊的人。

把握大灣區發展機會擴闊視野

一個機緣巧合讓 Heywood 得到機會跟隨一個香港的著名藝術團隊去到佛山市與當地政府合作規劃一個藝術地標項目。不同的生活與工作文化大大的衝擊了 Heywood 的價值觀，也開闊他的視野。對他來說最深刻的是學習如何與當地政府官員進行交流，包括在飯桌上與官員建立關係，瞭解他們的工作態度等。他對此感到：「常常說內地經濟發展迅速，但其實



從創意和專業服務方面來講香港目前還是略勝一籌，如果我們能夠瞭解內地獨有的商業文化，大灣區的發展可能會是我們香港的一大機遇。」這個經歷讓 Heywood 對自己的前路有了更清晰的把握，他認為：「自己目前最需要的是從本地的大型金融機構學習香港專業的金融服務技術，以在未來對接內地急速增長的需求。並相信這可能就是留給我們香港年輕一代的一條新出路」



Pío

曾憲權

統籌及主編



Jeremy

周澤深

攝影



Annie

梅雪茜

監製



Katherineine

鍾嘉琪

型像指導及化妝



Angie

黃詩晴

編輯及採訪



Joyce

張誦思

聯絡事務



Heywood

蕭哲晞

編輯及採訪

青委會活動
考察及拜訪企業

佛山考察團



東莞永捷塑膠
製品有限公司



東莞永捷塑膠
製品有限公司



青委會活動
考察及拜訪企業

東莞華興變壓器 製造廠有限公司



東莞華興變壓器 製造廠有限公司



考察前海深港 青年夢工場



前海深港青年夢工場
QIANHAI SHENZHEN-HONG KONG YOUTH
INNOVATION AND ENTREPRENEUR HUB

青委會活動
參觀立法會及拜訪企業

立法會綜合大樓



金國汽車集團



同發號建築材料
有限公司



青委會活動
商會交流及就職典禮

與香港工業總會 交流



2016年就職典禮



與香港工業總會 交流



青委會活動
商會專題講座晚宴

主講嘉賓財經事務及庫務局
副局長陳浩濂太平紳士



主講嘉賓港區人大代表及
行政會議召集人陳智思先生



主講嘉賓立法會議員
何君堯太平紳士





香港大中華中小企業商會

H K G C S M E A A

大中華青年中小企委員會

Greater China Youth SME Committee

總會地址 香港九龍新蒲崗七寶街7至9號利中工業大廈14樓A座1-2室
分會地址 新界火炭坳背灣街38號至40號華衛工貿中心17樓
電話 852 - 3188 1263
青委網址 www.gcysme.com
商會網址 www.greaterchinasme.com
電郵 greaterchinasme@gmail.com

2018

