

on.cc (2019-05-06)



東網

創意新勢力：80 後夫妻檔拓電子產品網購 生意 過億原來靠...

05 月 06 日(一) 18:39



胡發枝(右)和徐嘉穎(左)攜手創業賣電子產品及電器，生意規模過億元。

無論是生意拍檔或人生伴侶，信任是建立關係的基礎。80 後香港夫妻檔胡發枝(Franz)和徐嘉穎(Kathy)，六年前攜手創辦香港



電子產品及電器 O2O(線上到線下)商店友和(Yoho)·由零開始到生意規模過億元·靠的是兩人的互相信任、分工合作、毋忘初心。

公司創辦人兼行政總裁 Franz 基層出身·憑努力取得會考 6A 佳績·獲香港科技大學商學院拔尖取錄。然而·適逢畢業遇上 2008 年金融海嘯·無法找到合適工作·遂毅然創業·用逾 2 萬元做電子產品的出入口貿易和分銷生意。

至於身兼友和營運總監一職的 Kathy·畢業於港大經濟及金融學系·同樣在香港經濟較差的年份投身社會·第一份工加入了四大會計師行之一·經歷過日復日由朝早九時工作至凌晨三時的日子後·一年後出來創業·同時在網站和商場舖售賣女性消費品·屬當年較早期的 O2O 模式。

緣分是玄妙的。在 2012 年·剛失戀的她經朋友介紹認識了 Franz·兩人旋即一拍即合：「我記得我們拍拖 2 至 3 個月·開始籌備創立友和·當時我開了張 50 萬元的支票作為創業本金·是我的全副身家。」兩人很快建立起信任和默契。加上 Franz 同樣出資約



50萬元，友和於2013年3月創立，就像他們的第一個寶寶。

當年網購尚未盛行，二人創業遇到不少人潑冷水，但他們深信這盤生意「有得做」。Kathy指，香港在2013年時尚未見大型售賣電子產品的電商平台，即使是大型電器連鎖店，當時在網上極其量只列出產品目錄，不能直接經網站購買。另一邊廂，若選擇在電腦商場買電子產品，價錢可能較低，但質素沒有保證。再者，以一款電子書閱讀器為例，當年行業情況是最新的產品不能進入香港市場，在香港賣的舊型號售價卻更貴。他們希望為行業帶來改變，改善消費者的購物體驗。

儘管他們在創業初期已錄盈利，但經營絕對不易，開業半年後才聘請第一名員工。之前他們兩個一手包辦前線銷售、客戶服務、門市管理、洗手間清潔等。「我們一開始已經行O2O模式，因這是未來大勢所趨，但我們線上發展很快，線下則較慢，6年以來僅一間約4,000方呎的樓上舖，到今年尾，才會開另一間約7,000方呎零售店。」她憶述，自己在創業一年半之後才第一次出糧，月薪12,000元，因她希望創業初期賺到的錢，可再投入公司發



展。

100 萬元的創業本金不少，如果當時用在物業投資上，回報會否更可觀？Kathy 認為，投資可能賺到很多錢，但他們常提醒自己不要忘記初心，6 年來不斷推動網購行業發展，箇中的意義和成功感非金錢可取替。現正租樓住的他們，依然對創業無悔。

經營逾 6 年，截至今年 3 月底，他們指友和的年銷售額約 2 億元，月瀏覽網站頁數逾 550 萬，月瀏覽網站人數逾 60 萬。

● 高科技管理 產品自動定價

友和跟着科技潮流發展。胡發枝(Franz)表示，公司透過搜集產品全球價格、存貨等巨量數據，兩年前做到為全部產品自動定價，過程毋須人手。另外，公司的客戶關係管理系統，由開業之始已可做到線上線下融合，消費者的產品付款單以電子方式安全儲起，方便日後產品維修保養。

現時平台的客戶比例中，女性佔約六成、男性佔四成。前者喜愛



美容及護理電子產品，後者則多買藍牙耳機、手提電話等產品。

兩人憶述，融資是創業期間最難忘的事。公司一直靠自有資金維持，不需外來投資者幫助，但到 2017 年時，因發現愈來愈多大財團加入電商行業，為了保持競爭力亦要向外找融資。當中，海闊天空創投是他們第一個亦是唯一一個接觸的創投基金，經過逾一年的商討後，公司在今年初取得 4,000 萬元的融資，用作招聘技術人才、繼續改善用戶體驗等。