

# 愛手作三女生 開網店創出路

近年隨着電子商貿蓬勃發展，創業者透過網絡平台打破地域界限，突破實體店限制，帶來更大商機。保良局獲順豐香港捐助合推「文創上線——青年創業支援計劃」，參加者可免費體驗 SHOPLINE，在「網上市集」創立屬於自己、擁有獨立網頁的網店。本報訪問三位參與活動的年輕創業者，均認為疫情引發停擺及不確定性，令全球消費模式及習慣轉往線上，小本經營文創產業難再單憑傳統市集及 Pop-Up 維持營運。她們藉活動初嘗線上市集，探索文創電商新出路。

記者 曾業俊



三位開設網店創業的年輕女生，從左至右為Cath、Lubee和Neko。

手製口金包  
擴海外  
客戶層

Neko 說以往只用社交平台作線上銷售，偶爾開設市集及商場 Pop-Up，海外市場較局限。疫情前她參加過台灣及深圳的市集及展覽，惟疫後暫停，她希望透過今次活動可接觸更多內地及海外客戶層，並嘗試創立人生首間擁有獨立網頁的網店。

今次活動獲得網絡開店平台 SHOPLINE 贊助3個月免費試用，之後有專人24小時溝通，其後服務收費按照規模由1萬至數萬

「嗚製全人手縫製口金包專門店」由黃維兒 (Neko) 於2019年創立，所有產品皆是全人手縫製而成。

元不等。Neko 指今次免費體驗約一個月，相信之後仍會繼續。目前網店仍在建構，但仍可連結到品牌的社交平台專頁，瀏覽量在過去一個月已增加18%至20%。她指對比在網購平台寄賣貨品，SHOPLINE 網店屬一站式平台，出入貨量以至員工簽到等日常營運的繁瑣細項都在網店平台完成，無需額外租借存倉，可繼續選用自己現有的。

Neko 原在醫管局任職，在周六日擺市集，逐步建立自己的品牌，到2018年底她毅然辭職，嘗試每日擺市集。惟剛開始時遇上修例風波，在荔枝角開設人生首間 Pup-Up 的3個月市道很差，最壞情況一星期曾有四天零營業額，令她相當沮喪及後悔，曾想過放棄。

不過她認為香港需要具本地特色的文化創意產業，故堅守下來。後來受到疫情影

響，市集經常臨時取消，她開始轉戰線上。當時她尚未有自己網站，參考其他網店經營模式，以網上直播及短片宣傳產品。

除了線上，Neko 現於觀塘有間樓上實體小店，顧客可親身選布料、面談要求及設計。她計劃未來主力以網上方式吸引更多新客，期望開設自家網站後可增加三四成顧客。她認為線上平台難與顧客深入溝通，故會保留實體店，線上平台則吸納在疫下流失的海外及內地客群。

參與創意支援計劃  
免費體驗自家網頁拓商機

創新煲吹  
學網上營銷  
吸客



■Lubee 的手工煲吹。

BowTieShopHK 品牌由翟嘉霖 (Lubee) 於2007年創立，是以香港手工煲吹為主打的男士配飾設計品牌，Lubee 師承舊式洋服行，已有15年製作經驗，除搜羅不同國家布料製作各款煲吹，亦創新使用陶瓷、木材融合設計。除了香港，品牌在台北及墨爾本都有銷售點。

修讀產品設計出身的Lubee，曾擔任公關及展覽設計工作，工餘會製造產品放在不同店舖寄賣。她發現西裝店較少有特色手工煲吹，故親自到不同的西裝店拍門推銷，同時擺市集，後來發展到製造袋巾及其他配飾，直至2019年8月全職經營。現時她在上環開實體店，

吸納中上環客戶群，當中近20%至30%屬外籍人士。

Lubee 的線上銷售經驗較豐富，由2007年在雅虎拍賣產品，至後來發展社交平台銷售，又曾與不同品牌合作。她指參加今次活動是學習如何在網上營銷，吸引更多顧客。目前，Lubee 有近半數顧客來自 Facebook 及 Ig，但在網店上落單，流程卻更簡單，顧客更易接受，管理訂單亦更方便。

她又指，SHOPLINE 提供多種不同電子支付方法，買賣流程簡化節省成本；而在市場營銷層面上，擁有自己網店可大大推動品牌，顧客亦會對品牌更有信心，Lubee 打算投放更多資源到電商平台。



■Cath 的手工編織品。

Reborn Story Hand Spun Yarn & Craft Studio 由劉宜釗 (Cath) 於2019年創立，提供紡紗及編織教學課程、出售天然手捻線和不同類型的手工編織品。Cath 指，顧客來自世界各地，主要靠 Facebook 及 Ig 經營線上銷售，參加今次活動旨在開拓更多海外市場，提升競爭力。

Cath 原在主題公園任職活動策劃，但趁假期到台灣學習紡紗，發覺對紗線充滿興趣及靈感，採用竹及棉等不同天然纖維製作成五彩繽紛的線材及織品，而顧客亦對此獨特產品感到驚喜。她在2018年底辭工，並在2019年正式擁有自己的工作

室。剛開始創業時遇上修例風波，又遇上疫情，市集生意大受影響。她認為香港比較少原創品牌，她想利用網店平台讓世界認識香港的文化創意及價值，因此堅持經營品牌。

Cath 現於火炭經營樓上實體店，除利用社交平台銷售，也探索網上電商開拓新客群。品牌目前有兩三成顧客來自海外，主要為台灣地區、印度及意大利。她預期新開設的自家網頁網店可提升整體生意額約40%至50%，將來會加大線上銷售比重，積極拓展海外市場，務求線上線下相輔相成，吸引線上顧客到實體店探索，推動品牌發展。

五彩編織品  
冀增  
五成生意



■Neko 的手製口金包。