

逆向思維 疫市擴張

萬希泉 設計多元化

星恒系列
(尊爵版)

龍鳳呈祥

漫威系列
(蜘蛛俠)

漫威系列
(鋼鐵奇俠)

港產陀飛輪

「我賣香港錶，只賣陀飛輪，這 就是我們的獨特之處。」

William在2011年創立陀飛輪品牌萬希泉，由設計到生產，一切由零開始，在九年間把「萬希泉」打入國際鐘錶界舞台，「別人賣瑞士錶，我賣香港錶；其他品牌不會只賣陀飛輪，我就只賣陀飛輪；別人說你咁多crossover點搞啊，我的主題就是crossover，令不同愛好、不同年齡層的人，都有機會買到我們的手錶，這就是我們的獨特之處。」

憑藉逆向思維，他成功在逆境中站穩陣腳，現時萬希泉有逾百個銷售點，遍布十多個國家及地區。

回望11年前，William在美國康乃爾大學完成碩士學位，適逢「雷曼事件」引發的金融海嘯席捲全球，他回流香港，並加入投資銀行工作，但一年後離職創業。原來他早在寫碩士畢業論文時已有創業念頭，「我的畢業論文題目是內地工人生產力與學歷的關係，無意中發現爸爸在內地的工廠，掌握陀飛輪技術，過去幾十年幫不少大品牌生產機芯。與其幫人作嫁衣裳，點解我不自己做？」

不過，William的創業路絕非一帆風順，先是父母不贊成他創業、創業初期向銀行推銷港產陀飛輪腕錶時亦吃了不少閉門羹。不過，想做香港品牌陀飛輪的夢想，讓他堅持下來。

「對製錶而言，行『made in Hong Kong (香港製造)』這條路未必有什麼優勢，甚至是挑戰，但我覺得這是一個使命感，我就是想用我們的工藝、我們中西兼容的特色，打開不同的市場。」

「愈是別人縮的時候，我就愈進取，由我創立 這個品牌開始，就貫徹這樣的逆向思維。」

萬希泉現時的产品設計非常多元化，既有港人耳熟能詳的電影主角——變形金剛、蝙蝠俠及超人，亦有傳統中國文化如十二生肖、如意翡翠，甚至武打巨星李小龍等，都成為了錶面主題。William亦會與不同界別的名人合作，推出不同設計特色的陀飛輪腕錶，藉以加強品牌的多樣性和提升知名度。

「隨着我們做不同的crossover，我可以說，我們的客戶群愈來愈廣、愈來愈年輕化。」

受祖父輩薰陶 設計融入中國文化

沈慧林 (William) 出生在一个熱愛和重視中華文化的家庭，從小聽祖父講中國歷史和神話故事長大，加上受父親對木雕和古董的熱愛之薰陶，耳濡目染下，他決定將中國文化元素融入陀飛輪手錶設計，希望中西文化完美融合，「做香港品牌的陀飛輪是我的夢想，我想做有自己文化、自己工藝和特色的產品。」

這天，記者到訪William位於柴灣工業城的辦公室，首先參觀展覽廳，內有過千件木雕及大型音樂盒，全是過百年歷史的古董，「我自小由爺爺帶大，他成日同我講很多中國傳統故事，令我對中國歷史文化好感興趣；我爸爸喜歡收藏木雕、音樂盒，令我對工藝有憧憬。」

William說，爸爸三十多年來，收藏了各大大小小不同類型的清朝木雕，而每一塊木雕，都擁有着數千年來中華文化中眩惑揚善、趨吉避凶的歷史或神話故事，為他後來在腕錶設計加入中華文化元素，帶來源源不絕的創作靈感。

全球僅30錶廠 掌握陀飛輪技術

陀飛輪 (Tourbillon) 法文意思是「旋風」，是由瑞士著名鐘錶大師 Abraham Louis Breguet 於1795年發明，至今仍是世上最精密的機械裝置之一，零件最少也有百多件。現時，全球僅有30間鐘錶製造廠擁有陀飛輪技術，其中六間在中國。

陀飛輪本身就是為陀錶 (懷錶) 而設的飛輪裝置，用以消弭地心吸力，提高了鐘錶的精準度。

一隻陀飛輪的價錢，可以由數萬元至數百萬元不等，視乎它的用料和零件複雜度。陀飛輪之所以昂貴，全因它的技術精密，機器無法取代，只能以人手裝嵌，所以產量有限。以萬希泉的陀飛輪手錶為例，由金屬原材料開始，最少要花費半年時間，才能完成，可謂是工藝、技術、心機之結合。

新冠肺炎疫情重挫本港經濟，不少老闆都想盡辦法節省支出，以求捱過困境。港產陀飛輪「萬希泉 (Memorigin)」創辦人兼行政總裁沈慧林 (William) 卻反其道而行，在疫市斥資七位數，翻新品牌位於柴灣的總部，並增設展示廳，冀善用時間韜光養晦，優化內部系統，以令品牌可在疫市過後以最佳狀態重上軌道，甚至更上一層樓。

星期日人物

大公報記者 曾敏捷 (文) 蕭霖、文滢 (圖)



與分奪秒變變變

William深明瞭，鐘錶市場早已被少數幾個集團霸佔，自己一定不及大品牌競爭，唯有透過不斷與他人合作，不斷創造新話題，令人記住這個品牌，才是生存之道。

事實證明，William的決定是正確的。最讓他感到光榮的是得到日本鐘錶市場的認可，日本市場現時是萬希泉最大海外市場，「日本人好着重性價比，他們認為陀飛輪技術稀有，更欣賞在一個亞洲地方竟然擁有這個技術。」

不過，沈慧林最想的還是讓品牌真正屬於香港。正如萬希泉原意就是「萬眾希望的泉源」——「泉」是指維多利亞港，2014年發生「違法佔中」事件，遊客減少，他把「泉水」回流本港，投資數百萬元在柴灣辦公室設立研發室，匯聚設計師、裝嵌師於一堂，讓研發、設計和生產更有效率；面對新冠肺炎的打擊，William同樣選擇逆市加大投資。

「愈是別人縮的時候，我就愈進取，由我創立這個品牌開始，就貫徹這樣的逆向思維。」William形容，逆向思維是萬希泉的獨特之處，而昔日「積穀防饑」令萬希泉累積了足夠的資本可逆流而上，「我們以往會定期買一些物業、投資回報亦相當不錯，現時現金流很健康，亦無問銀行借一蚊，成件事的配套要好靚才能支撐逆向思維。」

面對環球經濟前景不明朗、消費力下降，William並不灰心，相信加強線上推廣及合作，有助擴闊市場，品牌亦會加強客製化服務、增加訂製的自由度，例如為公司客戶特製有公司標誌的陀飛輪腕錶等。他又說，特區政府加強與東盟國家合作、國家「一帶一路」發展策略等，都有助香港商家打開更大的市場，「我相信，我們的品牌有足夠的視野、自由度，可以融入不同的市場。」



▲沈慧林在2011年創立陀飛輪品牌「萬希泉」，由設計到生產，一切由零開始，在九年間將「萬希泉」打入國際鐘錶界舞台



▲沈慧林 (左二) 畢業於美國康乃爾大學。圖為他與家人拍照留念 受訪者提供

推動「再工業化」 讓年輕人有更多選擇

曾獲香港青年工業家獎的沈慧林認為，工業對香港持續發展非常重要，政府應增加資源推行「再工業化」，「金融業要在實業基礎上發展，多元化的工業發展，不但有利香港發展實體經濟，而且能讓年輕人有更多就業選擇。」

沈慧林曾是金融專業的高材生，但最終成為了一個工業家，因為他認為工業對民生、經濟都非常重要，「有工業才能自給自足，以這次疫情為例，我們就是因為無自己的口罩生產，才搞到全城搶口罩。」

對於特區政府近年大力推動「再工業化」，沈慧林認為「不容易但非常鼓舞」，建議可從創意產業着手，「香港土地有限，要起多啲廠房不太實際；但香港有很多有心、有創意的年輕人，他們缺少的是一個平台。」

他舉例，其公司聘請製錶師傅很難，但聘請設計師就「爭崩頭」，「不是每個年輕人都適合做金融、地產，多一些本地產業，他們才會有更多選擇。」

沈慧林認為，政府需投放更多資源為再工業化創造空間，特別是現時很多傳統手藝即將失傳，這些都是文化象徵，應該要盡力保留，故可考慮在傳統加入創新元素，將工業活化，從而更有效地實現「再工業化」。

透過大灣區尋發展出路

不過，沈慧林亦坦言香港很多方面已經飽和，發展空間有限，但香港人勝在獨特的國際化視野，建議年輕人可善用香港的優勢，帶入內地更大的市場，包括利用粵港澳大灣區規劃、「一帶一路」策略等便利措施，尋找新的發展出路。