

獨在異鄉打拚，面對的困難可想而知，能一步步將事業做出規模，自然也是吃得苦中苦。但是，近一兩年香港社會環境的變化，大家的機遇各不相同，有人暫獲生機，有人遠走他鄉。不論結果如何，曾在香港為了夢想拚搏過，也是值得了。

大公報記者 彭晨暉、郭奕怡

奮鬥 吹盡狂沙始到金



80後「揸機」聖手 拍出神彩CV照

在銅鑼灣白沙道18號，有一個畫有貓頭鷹的照相館。創始人戴欣是一位來自浙江的80後港漂。戴欣2009年來到香港理工大學修讀碩士課程。畢業後從事人力資源工作時，戴欣見到不少千奇百怪的CV相（見工照片），顯得求職者的相片很不專業，於是漸漸萌生了想要成立一家專門拍攝職業形象的照相館的想法。

「香港一直對『專業精神』引以為傲，貓頭鷹要做的就是把這種『專業精神』發揮到極致，從預約、化妝、拍攝到修圖，形成流水線，用流程化、規模化的方式做專業形象照。」於是他辭去做了五年的工作，投入到自己的創業大計中。

剛開始創業時，面對高租金，戴欣一個人幹幾個人的活，白天做前台接待客人，晚上進行推廣，盡可能壓縮人力成本。為了省錢，他直接睡在自己工作室的沙發上，每天睜眼到開眼，唯一的活動就是開店。戴欣回憶，自己那時就圍繞着店舖在銅鑼灣一帶活動，連去灣仔都嫌遠，生怕耽誤鋪頭的生意，工作和生活完全融成了一體。

拿捏精準 照片不再千篇一律

多年的人事經驗讓戴欣對職業形象照的把握變得更加精準，從表情、動作的拿捏，各個行業都有自己的特點，例如律師不適宜笑太多，銷售人員的照片則要表現親和力，而年齡稍長的則不需過多花哨的動作。很快，貓頭鷹便在香港千篇一律的照相館中逐漸形成了口碑。

和大多數港漂創業遇到的困境一樣，理工男出身的戴欣在一開始不知道如何營銷自己的品牌。為了做生意他盡力去結識很多人，把自己的微信群都加滿了，起步階段的客源也大多來自於自己的朋友圈與熟人介紹。然而戴欣很早就意識到，如果「店裏都是說普通話的人」，市場是遠遠不夠的，最終一定要融入到香港本地市場。他開始主動去學校搞講座，去和企業談合作，推廣媒體也從微信變成了Facebook。短短幾年時間，戴欣在香港迅速擴張到五家連鎖店。

社會兩極 把自己收藏起來

來港十餘年，戴欣卻直言自己大多數時候還是生活在「內地圈子」裏。「雖然有些本地朋友，但始終覺得本地人和內地人生活在不同的世界，看問題的想法完全不一樣。」特別是早年自己剛來香港時第一次和本地人交集是在紅磡，那時他本來只是想簡單問個路，對方不但很熱心地指路，看到自己是內地電話還主動把自己的電話借給他，讓戴欣感到這裏人和人之間的關係非常好。然而自2014年以後，戴欣發現這裏的人際關係變得敏感起來。「以前哪怕政見不同也還是可以



▲在戴欣的努力下，很快貓頭鷹便在香港千篇一律的照相館中逐漸打響名堂
受訪者供圖

相處的。但後來就越來越不知道對方的想法，也根本沒辦法聊。」去年6月開始，街頭持續的暴力衝突，讓戴欣在內地家人朋友覺得「香港到處戰火紛飛」，紛紛勸他離開香港。戴欣就會和他們解釋，只要不去發生衝突的地方，香港總體上還是安全的。但幾個月下來，戴欣也開始適應了新的生活「規則」：不在街上說普通話，不去遊行的地方……他越來越不愛出現在店裏，怕自己的口音會被聽見，也開始越來越多地關注本地新聞，因為「只要看新聞就知道第二天能不能開店」。

幾個月下來，戴欣的生意受到影響，店舖訂單量明顯下降。「街上一直不平靜交通也不方便，很多人就不會出來拍照了，還有公司客戶也因收入少了就減少了拍攝預算。」每年50多萬租金也讓他倍感壓力。為了能夠生存下來，他只好關了兩家，現在只剩三家店還在運營。曾經最多的時候有40多個員工，但現在只剩20多個了。

疫情緩和 生意又回來了

今年以來，照相館的生意更是隨著幾波新冠肺炎疫情的衝擊而起起落落。但戴欣發現，只要疫情稍有緩和，店內的預約就明顯多了起來。「好在專業形象照相對其他攝影產品還是要剛需一些，你可以不拍藝術照，但只要有人要找工作就有要拍CV相的需求。」下一步，他考慮設計一些兒童或親子的攝影產品，看看能否找到新的突破口。

「其實去年6月之前，我是做好了從5個店開到8個店的準備。甚至還考慮把店開到新加坡、日本。」但現在他甚至做了「最壞的打算」，「只留一個店我還是有信心的，不管怎麼樣還是能有盈利的。」

漂 愛拚會贏

忽然我憶起有一次陪友人上太平山，憶起我們那時的一席雖漫不着邊際，但卻寄意深沉的對白……我說：「我願是一枝燭，一束光，為太平山發熱發光。」你說：「我要作一泓水，一道河，匯入默默的維多利亞港。」
陳少華《太平山遐思》

他 親力親為 業界打響名堂

他 看準機遇 創造全新模式

她 合夥創業 詎料市況逆轉

三人同行必有我師 虛擬名片打天下

2015年，留美的陝西青年柴舸洋（右一）來到香港。在投行工作的兩三年，他一直特別關注AI大數據發展，深感香港科研水準高且創新需求大，於是毅然辭職跨界開公司，在大灣區市場積累了大量數據。同時，他入駐了香港科創孵化平台HKX，在這裏認識了他的第一個合夥人張柏鳴。

兩地青年一拍即合

張柏鳴是個地地道道的香港人，彼時在香港科技大學攻讀博士，也開了家公司，主打多媒體大數據分析。柴舸洋笑稱：「我們一聊就發現，他是分析數據的，我是收集數據的，於是一拍即合，決定一起創辦SocialFace。」

「我剛開始覺得找合夥人要找價值觀相似的，但後來發現反而要找互補的。」柴舸洋笑稱，張博士話較少，作為技術人員邏輯很嚴謹，自己主要負責創新就會比較感性。而稍後加入的CMO蘇澤龍，生於陝西，少年赴港，後又留學英國，幽默風趣的他更能和客戶打成一片。

核心成員就位，小小的團隊如虎添翼。起初，他們做出一個智能會員管理系統，借助香港國



際會議中心優勢，圍繞大灣區都有業務。然而產品正式上線是在去年10月，趕上社會較動盪的時候，今年又受疫情影響。幾經波折終於又推出了新的互聯網產品Tagging。

「這就好比一個智能電子名片。過去只能憑一個印象管理我們給別人貼的『標籤』，但在高頻社交時代，AI工具能更精準地鎖定人脈確定關聯業務。」柴舸洋說，疫情催生科技發展，個體客戶端不受線下活動影響，也算危機下找到了新機遇。

在柴舸洋看來，儘管香港科技落地還有欠缺地方，但這正是它的價值所在。「我成長於內地互聯網的黃金20年，我希望可以把那些已經成功的實踐帶到香港，給他們信心這些都是可以實現的。」

雙妹創業開麵店 疫情來襲撐不住

小藤是北方女孩，浸會大學畢業後在香港找了一份質檢的工作，成為一名「港漂」。作為愛吃麵食北方人，小藤一直苦惱在香港沒有合口味的餐廳。某次朋友聚會時，她遇見一個有同樣煩惱的北方女生，於是兩人打算合夥打本投資一家牛肉麵店，也算是在香港的副業。

敲定計劃，她們就馬不停蹄準備創業，小藤回憶「因為我們都在上班，只能在下班後和假期去籌備，所以前後花了三四個月。」最終在香港大學附近找心儀吉舖。2018年聖誕節，凝聚了兩個女孩心血的牛肉麵店試營業，生意很是不錯。

店舖經營剛半年，香港就爆發了修例風波，自然也波及到了這家小店。小藤回憶，2019年8月開始，原本紅火的生意開始下滑，香港大學停課後也失去了學生客源。不單如此，小藤自己的安全也難以保障。「一有暴亂，晚上的交通就受影響，有幾天晚上只能在附近找酒店住。」小藤不希望店員在上班時討論政治話題，但



在大環境下有些事避無可避。「有一天我上網發現自己的店舖被人標註成『藍店』，因為有人吃飯時聽到店員提到『示威者搞亂香港秩序』，幸好沒有被人『裝修』。」

修例風波讓經營出現困難，最後壓垮經營的卻是疫情，「因為對堂食影響很大。」小藤不是沒有申請政府的保就業基金，問題是杯水車薪。「我們店舖規模較小，申請到8萬，也只能支撐一到兩個月」。最終，小藤再也無力支撐，選擇結業，「我們一共投入了六七十萬，最後也沒有回籠」。至於這兩年投入的心血和精力，更是無法估量。