

小企與浸大合作 一年進賬3000萬超預期一倍 化疫為機 研發消毒燈賣斷市

疫境求存

新冠疫情重創大批企業，但只要懂得靈活變通，隨時化危為機，Life In Motion 創始人及行政總監嚴子杰就是一個活生生的例子。疫情初期，嚴子杰眼見人們蜂擁搶購口罩及消毒用品，靈機一觸，與浸會大學合作研發UV-C（紫外線）LED消毒燈，其最大賣點是有效消滅99.9%的新冠病毒，因而獲食物及衛生局前局長高永文等推薦，恒生銀行（00011）等大企業更大批購買作為禮品。這款產品已推出一年多，數度賣斷市，進賬約3000萬元，比預期多出一倍。

本身經營照明工程的嚴子杰接受《大公報》專訪時憶述，疫情初期，所有人四出搶購口罩，這些都是用完即棄物品，當時萌生念頭，希望有一些產品可以便於攜帶又可重複使用，以保護家人。「2020年，當時我在印尼，香港已出現口罩搶購潮，很多親友隔洋來電，問我印尼有沒有口罩買，當時就有這念頭，希望推出某類產品可以幫到人。」

投資七位數字開發

於是，他與浸會大學合作研發UV-C LED消毒燈，其特點在於有效殺滅99.9%的新冠病毒、水泡性口炎病毒、H1N1病毒、大腸桿菌、金黃葡萄球菌及肺炎克雷伯菌等，且獲得國際檢測機構SGS、Intertek、CMA及香港知名大學認證。他說，LED是公司的本業，所以生產完全沒有問題，而浸大能提供到新冠病毒作研究，且浸大已有相關技術，於是雙方一拍即合，而公司亦決定投資七位數字開發這項目。

當然，再好的產品也要宣傳得宜才廣為人知，嚴子杰透露，為了讓更多人認識新產品，於是派發給很多朋友及網紅KOL，很多人用過後，高度評價產品，因而公開推介。他說：「好多人用過都話好，高永文醫生、汪明荃都讚好產品，再加上KOL推薦，產品知名度上

升，特別是第五波疫情期間生意頗佳，尤以木紋及藍色特別好賣。」

用戶盼電量續航力增

他指出，該產品具人體智能安全感應器，當燈向上或檢測到人體移動時，將自動開啟暖白光LED燈，在檢測不到人體移動，15秒後便自動切換至UV-C LED消毒模式，進行兩分鐘消毒。其中一款產品Honey Pro UV-C LED手提智能感應消毒燈，淨重僅72克，方便攜帶，還可以消毒玩具、眼鏡、電話等。產品更吸引恒生銀行、星展及恒地等大企業購入用作贈送客戶。同時，為了支援有需要人士，該公司亦曾向前線警務人員及慈善團體派發產品，冀為社會盡一分力。

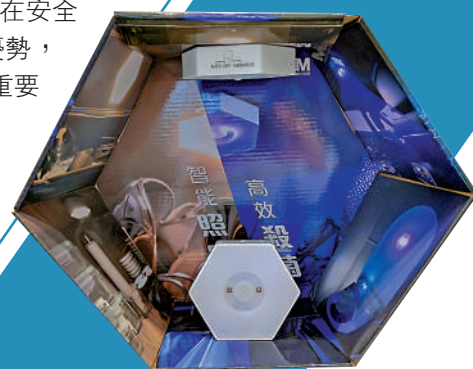
目前市面已有類似產品，會否競爭加大？他承認市場上有不少相似的產品，但該公司的產品在安全性、可靠性方面具一定優勢，且獲得很多機構認證，更重要是已出口多國。

當然，他認為其產品也有改善之處，包括有客戶反映每隔3、4日便要充電，希望下一代產品電量使用時間能延長。

嚴子杰說，消毒燈取得了很多機構認證，且已出口多國。



▼疫情期間，消毒燈幾度賣斷市。



▲消毒燈可殺死衣物及鞋上的新型冠狀病毒。



▲為支援抗疫，Life In Motion 警方贈送消毒燈。

嚴子杰小資料

- 職位**
 - 時捷集團執行董事
 - Life In Motion 創始人及行政總監
- 公職**
 - 上海市長寧區第14屆政協委員
 - 深圳市海外經濟文化促進會海外理事
 - 深圳外商投資企業協會副會長
 - 香港電子業商會執行委員
- 榮譽**
 - 香港青年工業家 (2017)
 - 香港傑出董事獎 (2019)
 - 粵港澳大灣區傑出青年企業家 (2020)

設一站式支援平台 助中小企應對難關

新聞分析 李永青

持續超過兩年的新冠疫情，令大批企業遍體鱗傷，甚至關門大吉。Life in Motion 創始人及行政總監嚴子杰在疫情期間，慘淡經營照明工程生意，就在他未知前景的時候，卻察覺疫下對消毒產品需求急升，於是乘機推出UV-C LED消毒燈，結果產品大受歡迎。他的疫境反勝經驗，正好說明辦法總比困難多，遇事只要肯動腦筋，說不定可以另闢財路；同時也印證了只要靈活應變，就能化危為機。

疫症無情，很多中小企業飽受打擊，與其抱怨，不如行動改變，思考如何才能讓中小企疫境突圍。面對當前困局，

特區政府、工商界等應突破常規思維，例如特區政府可將閒置的地方用作周六或假日集散場，並以低廉價格租予非牟利團體、中小企等，再聘用失業人士為場地人員，既可善用閒置場地，又可協助中小企爭取更多生意，同時也可讓失業人士幫補家計。

現時，貿發局、生產力局及信保局等機構均推出了不少優惠，甚至免費服務，支援中小企，惟彼此各自為政，而且中小企沒有足夠渠道了解全部措施，浪費了很多支援，故此應設立支援中小企一站平台，讓中小企可在一個網站清楚了解特區政府、各機構、商會及院校提供的各項支援，這才能有效協助中小企應對當前難關。

會地啟德新盤三日收2100票 再推112伙

【大公報訊】第五波疫情逐漸好轉，率先跑出推盤的發展商會德豐地產，其啟德MONACO MARINE開始認購3日，已累收逾2100票，並決定公布第二批共112個單位的售價，即供折實價由819.5萬元起，將於短期內公布銷售詳情，月內賣樓。

政府早前公布分階段放寬各項防疫措施後，被疫情拖累而失去兩個多月賣樓黃金期的一眾發展商，過去一個多星期便蜂擁而出，進行多場吹風及軟銷活動。其中原擬1月開盤的MONACO MARINE，有較實際的行動，繼上週四（14日）公布首批112個單位的售價，並於上週五（15日）正式接受認購登記。

會德豐地產常務董事黃光耀表示，該盤在3日已累收超過2100票，有見反應不俗，決定公布第二批共112個單位的售價，即供折實價約由819.5萬至1998.3萬元，折實呎價約23597元至28050元，平均折實呎價約25993元。當中約64%的售價是少於1200萬元，料可獲承造高達八至九成的按揭貸款。

次批賣貴4.7% 景觀較佳

黃光耀續指，以已公布售價的224個單位計，平均折實呎價約25428元，暫時超額認購逾8倍。該盤首批單位的平均折實呎價約24833元，次批單位較之高約近4.7%。黃光耀稱，這是次批單位有不少景觀較好的中高層單位，扯高了均價，所以今次其實是原價推出。公司短期內便公布首輪公開發售詳情。

會德豐地產暫時在本月新盤銷售賽中領先，恒地（00012）及信置（00083）等也亦步亦趨。恒地旗下的長沙灣映翠最快本周公布銷售安排，並於月內賣樓；同時，旗下大角咀的利奧坊，壹匯最快本周開放示範單位及公布首批單位售價，下月初賣樓。另外，信置夥嘉華（00173）及中海外（00688）發展的元朗柏瓏，也最快本周開放示範單位予公眾參觀，並公布首批單位的售價，以趕及在月底前進行首輪銷售。

MONACO MARINE首兩批單位小資料

首兩批數量	224伙	平均折實呎價	25428元
	售價/呎價	單位	實用面積
最低折實價	796.4萬元	1A座3樓B室1房	326方呎
最高折實價	2804.9萬元	1B座29樓A室3房	713方呎
最低折實呎價	23491元	1A座5樓E室2房	448方呎
最高折實呎價	28049元	1B室25樓A室2房	525方呎

大公報記者整理

▶雖然次批均呎賣貴4.7%，但黃光耀（左一）認為，因為景觀位置較佳，所以也算是原價推出。



滴滴擬美退市 中證監：無礙中美磋商



▲滴滴將於5月23日舉行特別股東大會，並表決自美國退市。

【大公報訊】對於滴滴（US：DIDI）擬於5月23日舉行特別股東大會上表決自美國退市，中國證券監督管理委員會（中證監）回應指，滴滴自主退市這一特定個案，與其他在美上市中概股無關，與目前正在進行的中美審計監管合作磋商無關，不影響雙方合作進程。

暫無意在港IPO

中證監表示，這是企業根據市場和自身情況作出的自主決策。中證監強調，一貫堅持企業境外上市活動應當遵守上市地和經營地的法律法規和監管規則，要求上市公司切實保護投資者，尤其是中小投資者

者的合法權益。滴滴日前的通告指，將表決在可行情況下盡快從紐交所將其ADR退市。滴滴表示，這為全面配合中國網絡安全審查和整改，在審慎考慮後作出此決定。在完成退市前，滴滴將不會在任何交易所申請上市，這意味着公司暫不會在香港申請上市。滴滴表示，公司將繼續探索符合公司及股東利益的適當措施，包括探索在另一間國際認可的交易所上市的可能性，惟須遵守適用規則、法規、政策和指導。至於在美退市完成後，公司的美國存託憑證和普通股能否在場外交易，則取決於股東和獨立第三方的行為，公司將不參與。

風險未除 大市波動 MPF本季宜分散投資

財經角落

今年以來，受第五波疫情、美國加息、中美關係、俄烏衝突等影響，投資市場大幅波動。強積金研究公司積金評級表示，3月份強積金估算蒸發約150億元，導致首季錄得約762億元虧損，是兩年以來最差的季績。460萬名強積金成員當中，估算3月份每人平均損失超過3200元，2022年首季累計則損失約1.66萬元。3月份單月及今年以來，內地和香港股票均是表現最差的資產類別，錄得連續三季見紅，亦是在過去12個月內的第9個月虧損。積金評級主席叢川普表示，3月份美國10年期債息自2019年以來首次出現倒掛，加劇投資者對經濟衰退和滯脹的擔憂。金融市場面臨的風險持續上升；若這些風險未能消除，預期未來3個月市場將依然極之波動。

叢川普認為，強積金計劃成員不應驚惶失措，捕捉市場是難事，特別在不可預測的市場。他又強調，宜繼續投資及分散投資，兼且聚焦長遠退休目標。駿隆集團常務董事陳銳隆

建議，高風險投資者可考慮估值較低、通脹溫和、可採取較寬鬆貨幣政策的內地和香港股市，趁低吸納；偏好美股的投資者需留意基金經理的選股能力；低風險投資者可考慮轉移資產至人民幣貨幣及債券基金持盈保泰。

積金局：勿捕捉短期上落

對於3月份的強積金表現，積金局表示，了解強積金計劃成員十分關注強積金的投資表現；在過去21年，投資市場經歷不同的周期，強積金制度一直發揮其作用，為計劃成員的退休儲蓄增值。該局續稱，留意到不時有機構發表強積金一季或一個月的短期表現報告。強積金乃長達30年、40年的長線投資，其間無可避免經歷不同的經濟周期。強積金計劃成員毋須過分擔心短期的市場波動，切忌試圖捕捉市況。

積金局提醒強積金計劃成員，應定期（例如半年或一年）審視強積金投資組合，並根據個人的投資目標、風險承受能力等因素作出相應調整。計劃成員如缺乏投資知識和時間管理強積金，可考慮預設投資策略（俗稱「懶人基金」）。



▲積金評級表示，強積金在3月估算蒸發約150億元。