

改革，或許是迷你倉未來拓展的
重要考慮因素。

大公報記者 趙建強

企業訪談



▲▼陳啟豪表示，香港迷你倉面積約400萬方呎，每人平均不足1方呎。



全幢工廈經營 建倉效益高

專項設計
行內不少迷你倉只是租用工廠大廈的部分樓層，儲存易迷你倉集團主席陳啟豪稱，集團更喜歡購入全幢式工廈以經營迷你倉業務。此舉使集團擁有絕對業權，可減少與業主的紛爭，並方便增設儲存易特有的設備，方便管理及引入新科技，如引入太陽能發電板、安裝物聯網管理，也可提升客戶體驗。

物聯網節能 推動ESG

目前儲存易旗下全幢改裝的工廈，除了引入自動化管理外，部分也在天台安裝了太陽能板塊，陳啟豪稱，此舉不僅使旗下迷你倉的供電幾乎可以自給自足，同時亦能獲得中華電力的三倍回贈。

另外，集團也應用了物聯網管理，將可持續發展和將迷你倉行業融入環境、社會及企業管治(ESG)中。他舉例，物聯網擁有多全自動感應器，可以設置感應燈，自動調節溫度、濕氣等。當樓層處於無人時，會自動關閉電燈，使全幢工廈減少70%電力。溫度亦可由電腦自動調節，每一個季節皆有特定的模式，減少不必要的電力使用，讓儲存易工廈成為環保工廈，達到可持續發展。

▲智能倉的智能機械人協助搬運迷你倉。



擬再購四幢物業 正留意樓價

計劃未來
儲存易看好香港迷你倉業務前景，儲存易迷你倉集團主席陳啟豪直言，會持續觀察香港未來12至24個月工廈樓價走勢，期望再投資3幢至4幢工廈改建成迷你倉。全幢式迷你倉屬於長線投資，回本期需要5年至10年不等。

過去2年，集團斥資15億元



▲香港的迷你倉公司多設於工業大廈內。

充足空間去提供24小時保安、不同倉型、24小時泊車等更全面的服務。當中也會設置公共空間、休息區和分層洗手間等，提升用戶體驗。

購置工廈四大準則

為擁有符合集團需求的工廈，陳啟豪指一般會選擇地皮面積至少要達1萬方呎，重建後的地積比率可達11至12倍為佳，而買入工廈的四大準則，則包括人口密度高、住宅密度高、樓價高和當地人具有一定消費能力。

在重建工廈時，集團會向政府申請重新規劃整棟樓宇的設計。如水管、牆面、窗戶等基本設備皆會重新設計鋪排。整棟樓宇會分為不同主題的迷你倉，每個主題的迷你倉都會有特定的設備需要裝置。例如紅酒倉需要安裝動態照明系統、智能倉的智能機械人等都會增設。新工廈也會直接鋪排IT網絡，由電腦全面監管迷你倉狀況。



▲智能倉的智能機械人協助搬運迷你倉。

在港購入全幢工廈，陳啟豪表示，短期內，儲存易將持續視乎市場發展，物色適合的工廈收購。香港的大多工廈已完成分析和研究，有既定的改造方案，現在只是視乎價錢是否合適和值得購入。

除香港外，集團於澳門、台灣地區，以及新加坡等地亦有業務，陳啟豪表示，儲存易在東南亞區的版圖會持續擴大，將自動化迷你倉的概念引入亞洲各地，建立更多儲存易的全幢式工廈迷你倉。現時的發展主力集中在香港，期望於香港收購多3座至4座全幢式工廈。不過，現階段暫時沒有在內地發展的規劃和目標。

迷你倉激烈競爭 藉特色儲存攬客

陳啟豪：設單車紅酒倉 創造新需求

儲存易迷你倉集團主席陳啟豪稱，香港迷你倉面積

約400萬方呎，每人平均不足1方呎，較美國每人約7方呎，仍有很大增長空間。基於此點而非常看好迷你倉業務前景，亦深入研究了香港市民的生活習慣，理解港人需求，從而設立與眾不同的主題迷你倉，例如有認證的紅酒倉、能買保險的保險箱、設洗車區的單車倉等，相信可在芸芸競爭者中殺出一條血路。

陳啟豪認為，在本港經營迷你倉，客源並非必定要來自家中不夠空間存放東西而要利用迷你倉的顧客，而是希望令更多人覺得迷你倉是日常生活的一部分。他直言，紅酒和單車只是其中一種切入點，能夠滿足得到特殊客人的需求。雖然這類倉管理成本很高，甚至可能是賠本生意，但這類特殊倉可讓更多人認識到迷你倉，教育別人採用一般的迷你倉。是故即使這種教育要十年以上才見成效，依然是值得的。

特許經營制 統一系統服務

與其他一般的迷你倉經營商不同，儲存易自2005年已經引入「特許經營模式」，是當年世界首間採用這種經營方式的迷你倉公司。特許經營的好處是方便管理，而為了保證服務專業化，會為特許經營者提供宣傳支援，由內部裝修、選舖、招聘、培訓，以至客戶轉介等一條龍服務，所有客戶按照區域由中央分流到各個倉庫，建立公平配客制度。



陳啟豪強調，儲存易各分店無論裝修、電腦系統、服務、保安等，全部統一化，顧客獲發智能卡，可24小時自由出入倉庫。而租金方面，則打破同行以建築面積計算的做法，改用實用面積，並提高價格的透明度，使集團成為全港市佔率最高的迷你倉。

相對其他同行，陳啟豪表示，儲存易會根據顧客需求而提供量身定製的方案和服務，例如：新世代的顧客想要的不只是單純放置物品的地方，同時也要求服務體驗。因此，儲存易也引入自動化的概

念，將智能科技融入儲存易的迷你倉的日常運作中，無需經過繁複的人手操作，減低操作時間，增加效率。

引入面部識別 自動化提升體驗

公司也將VIP貴賓室概念投放於等候專區，讓客人可以在較好的環境中整理個人的儲存物品。公司也引入AI機械人技術，以減少人與人之間的接觸，並會引入面部識別系統，使用戶享有更具智能化的體驗。



▲▲迷你倉可以24小時自由出入，客戶可以擁有最佳個人選取物品的時間。

智能科技管理 空間最大化

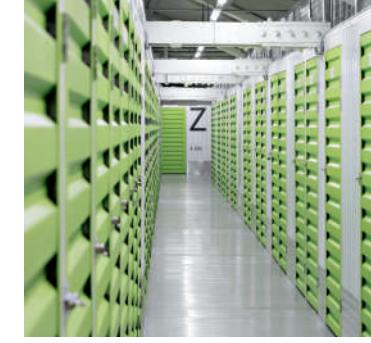
百倉
百客

迷你倉給人的感覺，似乎只有一個又一個的儲物櫃，但儲存易迷你倉集團主席陳啟豪認為，儲存易會以各類特色倉來吸客。除了多款迷你倉尺寸可供選擇外，還提供各種精品級的主題倉，包括茶葉、酒、藝術品等，以及智能倉保險箱。

自動化是商業大趨勢，陳啟豪相信，傳統儲存服務在下一個十年將被機械人儲存所取代，儲存易的定位就是空間管理(space management)，透過智能科技進一步達至空間最大化(space maximization)的最大經濟效益。

紅酒倉獲HKQAA認證

陳啟豪舉例，一般迷你倉中，每個儲存櫃內，顧客可放置5至200個儲物箱，而且不受時間限制，可以隨時進出。而旗下的紅酒倉，則獲取香港品質保證



▲迷你倉會以各類特色倉來吸引客戶，用作儲存各式物品。

局(HKQAA)頒發的「葡萄酒儲存管理體系認證」，溫度及濕度均受到嚴格監控，符合國際標準。倉內的動態照明系統亦可減少燈光對酒造成的溫差，確保一個可靠及安全的環境保存紅酒。紅酒倉設專屬的品酒室，讓顧客可在專屬的私人空間享用紅酒，因此備受追捧。

機械人代勞 直送前台

集團引入的單車倉則設有洗車專區，並設置於熱門單車徑附近，單車愛好者可以就地取車踏上單車之旅。完成後即可於洗車區域進行清潔，將單車和用具放於倉內便可離去。

另外，儲存易也有智能倉、智能保險箱，集團更是全球首個引入物流機械人配合迷你倉服務的品牌，儲存易用了兩年時間，研發了智能機械人及其智能程式，並榮獲2019年香港資訊及通訊科技獎「智慧物流金獎」。智能倉中，顧客可透過專屬的手機程式預約時間，在中心時掃描QR Code及輸入儲存櫃編號，物流機械人會自動把儲存箱送到等候區前臺。

採防火物料增加安全

提及2016年淘大工業村迷你倉大火震驚全港，陳啟豪表示，會確保工廈符合最新的消防安全標準，而紅酒倉外層為天然加壓碳化保溫層，也具備了防火及阻燃作用。

網購普及 迷你倉成交收點

業務
商機

疫情下，儲存易迷你倉集團主席陳啟豪認為，更多的是為儲存易帶來發展契機，迷你倉的需求不跌反升，尤其疫情爆發初期，經常傳出香港將缺乏某些物資的謠言，例如紙巾和食物等，更加促進了社會的「囤貨」風氣。

由於香港居家面積較少，囤貨越多，家居雜物收納面積越少，陳啟豪相信由此更能體現迷你倉的價值。迷你倉的需求十分強勁，不少港人已有慣性需求，這些用戶往往是家庭式使用。

為確保疫情安全和衛生需求，儲存易進一步引入自動化管理以及物流機械人，推動無接觸

式服務，減少人與人之間的接觸。陳啟豪相信「自動化」是未來的發展方向，為客戶提供全新的服務體驗。他透露，此類全自動化管理，在疫情下大受歡迎。除了家庭客存儲的傢具雜物，不少網店使用迷你倉用作存貨，如服裝等。此外，自動化除了減少接觸和交談的機會外，也成為網購貨品交收的熱點。



▲香港居家面積較少，迷你倉的價值更能體現。

迷你倉概念 港美大不同

小資料

迷你倉原起於美國，美國人居住的地方很大，但他們會買很多大型物品，例如雪橇車或小型噴射船等。

反觀香港人使用迷你倉的原因，全因居住地方面積普遍較小，促使日常用品收納空間亦有限，遑論具有空間容納收藏品。

由此可見，美國的消費習慣與香港截然不同，而且美國與香港的迷你倉概念也存在着一定的差距。