

藉線上工具變現

研高性價比產品

囤配件保證產能

3月中旬，深圳全城按下7天的「慢行鍵」，之後以「深圳速度」復工復產。綜觀兩年多疫情，許多體量小的

大灣區港企受到的影響是明顯而深遠的：業務下降、收入驟減、原有的企業發展計劃停滯……以頑強求生見長的港企沒有坐以待斃，他們一方面堅守住原本的優勢業務，另一方面發揮小微企業創新靈活的優勢，加速啟動新賽道，為企業長遠發展謀篇布局。◆香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道

# 因應疫情突襲 港企靈活變陣



掃碼看片

疫境求變 系列 二之二

香港互聯立方深圳公司（以下簡稱「深圳互聯立方」），位於河套深港科技創新合作區深圳園區內，是3月深圳疫情最嚴重的區域之一。2月底，深圳互聯立方創始人張啟源接到物業通知，企業所在的辦公樓被封控，公司30多號人不得不居家辦公，這一離開就是整整一個月。

「身為深圳公司的負責人，壓力太大了！」張啟源表示，為保證現有建築科技項目正常推進，居家辦公前，他用自己的汽車幫同事一趟趟運送台式電腦和顯示屏回宿舍，居家時繼續進行數據建模的工作。「我們還有五六個洽談中的項目，因沒法當面介紹產品及服務，拖延了簽單。此外，建築行業隸屬實體行業，有一些項目需要我們的同事去實地進行跟進，不能出門的時候，這些也只能暫停。」

## 研平台新模塊 實時共享施工情況

不過，因為疫情，公司去年在自有平台上開發了新的模塊——「鷹眼」，可以在平台上比對建築效果圖及現場實時圖，施工進度、材料及360度全景效果一目了然，並能在有錯誤或者需改進的地方添加批註，實時共享給相關人。「這個平台原本是我們與客戶開會時使用的系統，疫情後很多客戶跟我們一樣沒法親赴現場，我們便開始推薦他們購買或租用我們的服務，進行建築工程的遠程管理。」張啟源表示，這是疫情之下逼出來的轉型之法。「那時候疫情不知道會持續多久，也不知道是否會捲土重來，依靠線上工具進行變現，至少可以養活公司，也實現了我們和客戶的共贏，並保持與現有客戶黏性。」

目前建築行業並不景氣，張啟源對公司的前景依然有信心：「智慧城市、數字化建設，一定是未來的大趨勢，這依舊會是我們的主攻的大方向。」

## 集中人手研發 無縫銜接後續環節

而另外一家港企深圳納德光學，在3月疫情防控期間，一直緊鑼密鼓地進行研發生產。「在那之前，我們研發人員已經搬到坪山的一座居民樓中，進行集中研發。」深圳納德光學創始人彭華軍三周後走出這裏時，深圳已基本恢復到正軌。「真的沒想到我們這麼幸運！第一階段研發完成後，剛好可以無縫連接實驗室中的實驗、工廠裏的打樣等環節，避免了疫情中的等待與時間浪費。」

這次無縫銜接既是巧合，也更是提前布局的結果。新冠疫情持續兩年多來，民眾對於非必要產品的消費慾望已經明顯逐步降低。納德光學面向消費者端售賣的是「頭戴影院」產品，價格由3,000元（人民幣，下同）到10,000元不等，價位並不算低。「年前我們已經留意到後台數據中，店鋪的訪客數以及諮詢量並沒有減少，但成交量卻降低了很多。」因此，彭華軍決



港企深圳納德光學的科研人員在產品研發室進行技術探討。  
資料圖片



◆深圳互聯立方創始人張啟源表示，「鷹眼」模塊可以幫助客戶進行建築工程的遠程管理。  
香港文匯報記者胡永愛 攝

心春節後盡早研發出性價比更高的新品，以擴大銷量和市場，這才有了剛好與深圳疫情「錯峰」的集中研發階段。

## 通宵生產趕進度 想盡辦法交貨

但另一邊，企業客戶的訂單卻充滿了戲劇性的波折。年前，納德光學接到一筆杭州客戶的大訂單，需要在今年4月底前交付3,000台頭戴顯示器產品。雖然是公司的既有產品，但春節前工廠陸續放假、工人停工，產能無法跟上。「作為一個在發展中的創業公司，為了維持口碑，我們的慣例是早於合同上的日期進行交付。」於是，彭華軍組織公司的行政、市場部等人員臨時上陣做「流水線工人」，參與產品包裝環節，最終在節前交付了一批產品。

春節後，深圳疫情逐漸嚴重。「3月14日深圳『停擺』那一周前，保稅區已經有辦公樓開始管控封閉，我們當時也時刻擔心工廠被封後無法繼續生產及發貨，耽誤交付進度，於是從3月11號開始幾乎是通宵生產、提前趕進度。」彭華軍記得很清楚，3月13日晚上七點，他突然接到物業通知，工廠所在辦公樓暫停生產經營活動，所有人員必須離場。

「那晚，技術及其他部門人員搬電腦，我和幾個同事則去工廠連夜把生產出的現有庫存拉回家裏。居家後，我和其他兩位同事在各自小區用快遞發貨，最終發走了三四百台。」再回到保稅區上班時，這筆訂單已經交付三分之二。「對於我們來說，產能跟上是關鍵的。所以我們也會找準時機囤一些芯片等配件，即使疫情捲土重來，也不會太慌。」

## 線下活動策劃受阻

# 港姊妹花轉直播帶貨

4月一個工作日，在深圳前海世貿大廈60樓，壹嘉遊記文化科技公司（以下簡稱「壹嘉文化」）創始人章佳潔和許紫妍正在準備當天晚上的一場直播，這也是她們第二次在微信視頻號上在線帶貨，直播以「灣區百貨」為主題，過程中普通話、粵語隨時切換，為網友介紹、推薦粵港澳大灣區的美食。

壹嘉文化的主業原本是線下活動策劃與執行，幾個月前，這一對來自香港的姊妹花正在準備春節活動及各類企業單位年會。1月中下旬，因深圳疫情，她們陸續接到延期的通知。3月起，深圳本地的線下活動幾乎全部取消。「團隊前期付出了很多精力，有些物料甚至已經下單訂做，我們雖然遺憾但也理解疫情防控的緊要性。」許紫妍說。

恰好當時，壹嘉文化剛從深圳福田搬到前海，辦公空間增加數倍，團隊開始考慮轉型布局線上業務。籌備打造直播帶貨空間，探討直播主題與計劃、引進主播與直播團隊、招募拍攝公司一起合作……一系列的準備工作立即提上日程。

## 具兩地生活經歷 推介灣區貨具優勢

快速打造直播帶貨，壹嘉文化並非從零開始。「我們之前也會給客戶策劃直播活動，亦有在運營自己的自媒體，偶爾會直播和粉絲聊天，所以對於直播的基本操作很熟悉，這些也都同屬於文化傳



◆壹嘉文化創始人章佳潔（右）和許紫妍（左）在直播帶貨。  
受訪者供圖

播行業，因而能做到快速調整。」許紫妍表示。

真正開始試播後，章佳潔和許紫妍發現新業務開展並不是這麼容易。主播的狀態、產品的演示、道具的配合、攝像燈光麥克風等設備，在一場長達五六小時的直播中都很重要，而章佳潔和許紫妍與團隊還在摸索與試驗之中。

最近章佳潔只要有一點空閒時間，便會打開手機直播進行學習。「我們入行晚，與其去那些平台與已經非常成熟的主播們競爭，不如在這個新平台發展，潛力更大。」以「灣區百貨」為主題，也是精心考量的結果。「我們倆不僅是土生土長的港人，還是深入了解大灣區的新深圳人，所以選這一垂直賽道，更具優勢。」

## 與港貿發局洽談 冀對接港品牌入駐

目前，章佳潔和許紫妍已經談妥一條女性護膚進口產品鏈，產品也已經通過平台審核，新品直播即將開啟。同時，她們也正在找「港貨」。「這兩天剛剛與香港貿發局洽談過，希望他們可以促進香港品牌的對接，入駐我們的直播間。」許紫妍介紹。

迄今為止，3場直播下來，壹嘉文化的直播間每場人數均有遞增，累積觀看超4,000人次，「爆品」牛肉丸賣出200多份。「現在平台也馬上開始為我們支持流量了，希望我們這樣的行業後來者，能盡快適應並收穫屬於自己的新天地。」許紫妍說。

## 守好主業優勢 時刻準備回歸

採訪中，許紫妍向香港文匯報記者展示她們2022年的線下計劃表：草地瑜伽、劇本殺、紅酒品鑒、密室逃脫、滑冰滑雪……從1月到12月，每一周皆安排了年輕人喜歡的活動。「面向的人群是我們及朋友認識的深港澳青年及企業家們，主要是為了幫助港澳群體社交以及藉此拓展線下業務。」

雖然1至3月的計劃基本落空，但許紫妍對於4月後的活動依舊充滿了憧憬：「現在很多業務的線上與線下推廣比例有所調整，線上佔主體。但總有一天，疫情會過去。線下的體驗感是無法替代的，因此我們希望不要丟失這一優勢。」

對於這些港青來說，創業並不是一時腦熱，他們從自身的專業、經驗以及社會資源積累衡量選擇並堅持至今，是一份事業，也是一份熱愛。無論對主業的堅持，還是探索新的轉型，都是做好了與疫情共存的準備。「生存下去，才能更好地回歸。」許紫妍說。



◆章佳潔（右二）和許紫妍（右一）與同事討論當晚直播。  
香港文匯報記者胡永愛 攝