

由後巷小舖到惠州設廠 繼而全球建立生產基地

抓緊國家改革開放機遇

「牛佬」業務趁勢升級轉型

本報專訪

年輕時被稱為「牛佬」的洪光椅，他的事業可謂是與中國的改革開放緊密聯繫在一起。他正是在中國提出改革開放的1978年由內地來港，1979年在港島北角後巷的一間小舖創辦自己的「火牛」(變壓器)工作坊，1988年到惠州設廠，目前其主力做電源設備製造的天寶集團(1979.HK)，是獲國家認定的高新技術企業，並在海外多個國家設有工廠。洪光椅接受香港文匯報專訪時表示，改革開放是偉大政策，公司業務也隨着國家的發展而不斷升級，目前順應世界趨勢及國策，聚焦新能源、充電和儲能設備業務。

●香港文匯報記者 曾業俊

1992年天寶集團的惠州電子廠。受訪者提供



▲洪光椅(左)、洪光椅弟弟(右)及開幕來賓在惠州合照。受訪者提供

現時主力做電源設備製造的天寶集團(1979.HK)今年迎來創辦45周年，「1979」的股號正是公司的創辦年份，1979年是中國進入改革開放的第一年，而天寶也是早期進入內地、抓緊國家改革開放機遇的港企之一。大約在1988年，作為「亞洲四小龍」之一的香港，當時工業還十分繁榮，洪光椅的工廠也面對人手短缺、工人薪酬愈來愈高的情況，加上有客戶已經將廠房搬上內地，他也毅然將北角近明園西街的生產基地逐步遷往惠州。

88年惠州設廠 業務越做越大

洪光椅說，當時港資工廠主要集中在深圳、龍崗、東莞等地，「天寶當時礙於條件所限，便選擇位置較偏僻、開放程度亦較深圳等內地城市低的惠州。當時香港工人每月工資約3,000多至4,000港元，內地工資每月只需約200多元人民幣。」自1993年左右起，天寶不斷擴大惠州生產規模，2020年開拓總建築面積40萬平方米的惠州新智能製造工業園。集團同時亦布局海外，2017年即已在匈牙利設立生產基地，2021年擴充越南生產基地，2023年開建墨西哥生產基地。

公司業務能夠越做越大，洪光椅認為這與內地的政策推動有很大關係，例如現時中央政府大力推行新能源，促使企業、機構和投資者願意投入更多資源研究太陽能和儲能系統等新能源項目，因此相關行業亦可匯聚並培育出更多這方面的人才，令有意進入這些新業務的企業有人可用。「就能源設備產業而言，在香港要搵10個電子工程師是非常困難的，相反在內地找100個工程師都毫無難度，他坦言，「目前內地工程師的薪酬不一定比香港便宜，問題是在香港搵唔到。」

年營業額3%至5%投入研發

事實上，國家為支持企業科研創新，還有稅務優惠及提供資助，如獲認定為「高新技術企業」，繳納的所得稅稅率將由原來25%降為15%；而高新技術企業亦享有科研開支補貼，研究成果經專家評審後，當地會向企業發放數十萬至數百萬元人民幣的補貼。洪光椅說，集團幸運地可享有這兩項優惠，天寶旗下的實驗室所費不菲，集團每年將營業額的3%至5%投入做研發經費，國家的支持有助集團維持長遠科技研發。

洪光椅表示，集團自2004年起已投資數萬元興建實驗室，目前實驗室規模已達國家級水平，其發出的測試報告已獲109個國家(地區)和認證機構認可。實驗室模擬全球各地的電壓、溫度、濕度、沙塵、雷擊及海水含鹽度等環境條件，模擬地區涵蓋美國、歐洲、日本和印度等地，讓天寶製造的產品可以適用於世界各地不同環境，提升產品的競爭力。



●盧家培表示，Lalamove在東南亞的主要業務是透過手機應用程式，為客戶提供即時落單的點對點配送服務。香港文匯報記者涂穴攝

香港文匯報訊(記者 曾業俊)2013年中國提出「一帶一路」倡議，港產「獨角獸」即時送貨平台Lalamove亦是自2013年在香港成立，業務逐漸由本地擴展至內地及海外市場，截至今年6月底已涵蓋逾400個城市，平均月活商戶約1,520萬個、平均月

自比「營養師」助業務提質增效

近年外圍宏觀經濟不景，但天寶集團仍交出亮麗的中期業績。截至2024年6月底的上半年，集團收益按年增5.6%至24.71億元，純利按年增28.6%至1.758億元，每股盈利17仙，派中期息5.2仙，上年同期派2.8仙。集團主席兼行政總裁洪光椅形容自己是「營養師」，表示「自己食嘢冇增加，只是剔除了部分消化不良或變得無營養的食物」，為集團業務去蕪存菁。他指，集團持續智能化轉型，改進生產流程並升級產品，並堅持提升技術及產品多元化。

全球布局 應對地緣政治緊張

近年地緣政治緊張，也令企業負擔加重。洪光椅打比喻說，「以前一個廚房就可以煮到咁多飯菜，但現時要開多幾個廚房先煮到」，直言政治局勢迫使集團進行全球布局，將生產基地分散至世界各地，大大增加生產成本。目前，天寶集團分別在中國內地、匈牙利、越南和墨西哥設

有工廠，單單管理和投資成本都較以往增加，「但如果不投資，客戶直頭不跟你講生意，投資完才有機會取得『入場票』跟對方洽商、報價和合作」。

他表示，部分外國的生產線即使投資完未必賺錢，但只要達到收支平衡便足夠，坦言「目前咁嘅時勢，維持一兩個地方賺錢都足夠，原本食三碗飯，現時食一碗、食少啲囉。」

聚焦新能源 建「綠色工廠」

洪光椅指，天寶將繼續在全球各地部署供應鏈的策略，以應對難以預計的地緣政治變化，同時持續研發創新，並更新研發和生產設備，主力聚焦新能源、充電和儲能設備業務，又透露現正斥資發展「綠色工廠」，相信是未來全球一大趨勢。他相信，內地科技持續進步，香港與內地經濟逐步融合，「港人見多識廣，頭腦靈活，在融入國家發展大局的進程中有一定優勢。」

21歲北角小舖創業 自學成材做「火牛」

今年是天寶集團創立45周年，集團主席兼行政總裁洪光椅憶述，自己於1978年從內地來港，有見當時香港工業起飛，「只要設計到產品，就唔憂無市場」，於是靠平時打兩份工儲錢創業，其中一份工作是打磨相機鏡頭，另一份是幫公仔上色，「當時合共月入約2,000多元，大概等於現時4萬至5萬元，但以前消費物價低廉，個二三元錢就食到餐碟頭飯，有條好大嘅紅衫魚。」

「只要肯做，就可以做到」

洪光椅創立天寶時僅21歲，公司最初只是一家小舖，位於北角堡壘街和英皇道之間、明園西街附近的一條後街，「街道充斥煤炭味和木頭車，舖前劃為零售，後面是生產基地，一牆之隔就有其他人居住。」天寶一開始只生產「火牛」(變壓器)並以銷售本地市場為主，洪光椅因此亦被人稱為「牛佬」，他也形容自己當時似隻牛「只識耕地，其他乜都唔識」、「只知『用心』做好件事」。

洪光椅說，公司起步之初困難重重，包括資金和技術不足，而他初來香港亦言語不通，自己「連白話都唔識講」，一切生活都要重新適應。然而他相信「只要肯做，就可以做到」，為節省成本除了與當時香港大部分工廠一樣，把生產工序外判給附近的家庭式工場外，他凡事視力親為，甚至工作至通宵達旦，並指「當時香港做廠成本低廉，肯捱肯做就一定得，因為只要做成產品就一定有市場，不似今日競爭劇烈。」以前甚至會有客戶因為急需要貨，親自駕車前往工廠取貨。

洪光椅由對「火牛」一竅不通，到後來自學成材，懂得設計「火牛」，生產的產品更獲得外國的安全標準認可，工廠亦一步步自動化，集團直至今仍有生產「火牛」。不過，洪光椅解釋，「天寶現時仍繼續生產『火牛』只是因為我不願放棄，但現時公司只有20多人負責生產『火牛』，規模比以前大大縮減。」天寶靠生產「火牛」起家，後來又生產電源適配器(Adapter)，全盛時期負責生產多家知名無線電話品牌的適配器，在香港市佔率近半。

美加大停電 催生「電子火牛」

很多製造業企業經營困難，是因為未能與時俱進，在科技發展的巨輪下被淘汰。天寶集團主席兼行政總裁洪光椅表示，2003年美國及加拿大發生大停電，促使集團加速轉型，提升科研，後來更推出集團研發的第一代「電子火牛」。

2003年，美國東北部出現大規模電網中斷，大停電蔓延至加拿大並持續10日，受影響人數估計達5,000萬人，至少21間發電廠在停電期間關閉。洪光椅指，「以前大部分電器在關閉狀態下仍在用電，容易令電網線路負荷過重而超載，最終導致停電效應。」而「電子火牛」則可大大減低相關情況。

持續轉型研發新產品

「當年推出市場經歷重重困難，一來技術未完全上手，其次是顧客不願意採用；再者，電器屬於危險品，美國當地政府擔心會出現安全隱患。」不過，天寶當年已在惠州建立了實驗室，積極研發和測試新產品；加上自設廠房已進行「自動化」轉型，在重新配置生產機器和工具後，最終成功解決技術問題。洪光椅強調，「天寶一直持續轉型，否則唔使做落去。」

天寶自研的「電子火牛」約於1998年初開始研發，在「千禧年代」初推廣給客戶，之後慢慢被客戶接納並進行量產。事實上，天寶最早於1988年遷廠往內地時，已經經由客戶將產品銷售至歐美及其他世界各地的市場。現時天寶產品多元，涵蓋各式智能充電器和控制器、電源裝置、便攜式儲能電源、家庭儲能電源，以及新能源車充電等智能電源組合，亦有生產太陽能LED照明產品。

Lalamove 東盟開展網約車業務

活司機約136萬名，分別較去年增長25%及19%。Lalamove 首席營運官盧家培日前接受香港文匯報專訪時表示，「一帶一路」倡議自2013年提出，是國家發展的一大里程碑，東盟是公司主要的海外市場，範圍除了涉足所有主要的東南亞城市外，亦擴展至二三線城市，例如菲律賓馬尼拉和宿霧、馬來西亞吉隆坡和檳城等。此外，集團在拉丁美洲、巴西、墨西哥、孟加拉都有業務，並分別於8月及9月底先後開展日本東京和土耳其伊斯坦堡業務。

疫後東南亞物流需求殷切

盧家培指出，Lalamove在東南亞的主要業務是透過手機應用程式，為客戶提供即時落單的點對點配送服務。今年8月初，公司在印尼雅加達開展了「網約車」新業務，服務涵蓋私家車、7人車

及電單車；9月中將「網約車」業務擴展至越南胡志明市；10月起於馬來西亞、泰國、菲律賓等其他東南亞市場開展「網約車」業務。公司在東南亞亦有經營貨運業務，當中逾七至八成客戶是中小企業，亦有服務個人客戶及大型企業。東南亞市場自疫情之後恢復迅速，當地需求強勁，出口穩定，令當地物流需求殷切，公司對東南亞前景充滿信心。

盧家培認為，「一帶一路」倡議有助內地和香港企業「走出去」，目前公司在東南亞和其他新市場的規模，正正反映「一帶一路」帶來的機遇。「一帶一路」原本倡議的市場，亦擴及至其他新興市場，促進Lalamove在中南美洲迅速發展。公司將在內地和香港驗證成功的商業模式，複製至每個「一帶一路」沿線市場，減低當地中小企業的物流成本，從而協助中小企在疫後恢復，甚至比以往更快

地擴張，同時增加當地司機收入。

積極貢獻「一帶一路」發展

他指，國家與「一帶一路」沿線地區關係友好，為內地和香港企業打造了友善良好的營商環境；同時，Lalamove的商業模式也可為「一帶一路」沿線地區的經濟發展出一分力，為國家與「一帶一路」沿線地區建立更緊密關係作出貢獻。

盧家培續指，內地在平台經濟方面做得非常成功，Lalamove是其中受惠的參與一員，「一帶一路」沿線地區亦了解到在內地成功的平台企業，營運相當不錯，可見在海外是「金漆招牌」。香港自身亦有其獨特優勢，除了與國際市場緊密銜接外，並有來自世界各地的人才，讓Lalamove可廣納不同人才以拓展全球市場。現在愈來愈多內地企業出海，Lalamove可趁此趨勢與出海企業合作，為他們提供所需物流服務。