



全港規模最大的維多利亞公園年宵市集將於本周三(11日)正式開鑼，一群來自香港中文大學校友會聯會張煊昌中學的學生，今年首次「越級」挑戰，由規模較細小的年宵市場擺檔，躍升為維園檔戶。作為「小老闆」，他們從最初的一個念頭，到寫計劃書、游說其他學生集資支持，繼而籌集得足夠資金，順利投下維園攤位。新年新氣象，他們一步一腳印地走出舒適圈，主動迎接一場前所未有的成長之旅，而為期7天的花市開放日子，將是驗證他們努力成果的最佳成績單。

●文/圖：香港文匯報記者 鍾靜雯

港生入維園開檔： 千金難買友誼與成長

悟「獨木難成林」盼市民見證「勇氣、執着、堅持」

「我們學校以往有在其他比較小型的年宵市集擺攤，但維園(年宵)真是第一次，去年聽到這個擺檔消息的時候，真的非常激動。」擔任是次年宵攤位項目CFO(首席財務官)、中四學生胡芷惠分享，他們的第一步是在校內自行集資開展項目，「我們提着裝滿計劃書的紙箱，穿梭於學校每層走廊，逐間逐間教室敲門宣傳，向每一位同學介紹我們的想法和目標。」

紙箱盛滿計劃書 逐間教室宣傳

根據他們在社交平台發布的消息，單計首日已順利集資22,850元，老師們佔4,540元，其餘18,310元均屬學生支持。表面上看似十分順利，項目COO(首席營運長)葉希敏卻指，集資初期他們一行人「壓力山大」，「舉着計劃書的時候，手心全是汗，怕被拒絕，而且經常「食樽

椽」。CMO(首席行銷長)鄧泳茵補充，憑着學生們對項目的新鮮感，初期確實快速累積一筆資金，「但漸漸同學們的熱情退去，進度便停滯不前。」

葉希敏感嘆，有段時間確實非常慌張，擔心資金不足以投檔及生產產品，令所有努力白費，「幸好我們當中沒有人輕言放棄，當最終達成目標後，所有的疲憊都化作了熱淚，也讓我們一眾師生的信任變得更加鞏固。」幾經波折之下，他們總算集得足夠資金，但未及高興和鬆一口氣，下一步很快就要到攤位投標這一重大挑戰。

親身面對市場 推港特色精品

「當時真的很迷茫，緊張得手心冒汗，怕投不到攤位，更怕投到人流少的位置，辜負大家的信任。」胡芷惠笑言，他們都是人生第一次參與這

般規模的公開競投，好在「皇天不負有心人」，他們最終以預算內的價格投得合適攤位，並隨即在社交平台向全體學生及公眾分享這項喜訊，約定大家2月11日至17日「96號攤位見！」

負責統籌項目及落實產品設計的CEO(首席執行官)何浩樂分享，他們的攤位除了出售一系列馬年產品外，更會推出結合了香港特色元素，以及年輕人必懂的MBTI人格測試工具為主題的獨家精品。隨着2月11日年宵市集即將到來，這班年輕人也將迎來最後難關，親身面對市場與公眾反應。

談及預期成果，他們強調必定會全力以赴，又認為不論結果如何，均已贏得寶貴的學習機會與經歷。無論是積極推銷集資的勇氣、反覆修改設計的執着、熬夜包裝產品的堅持，以及在挫折中收穫的友誼與成長，早已是「金錢買不到的寶貴財富」。



●一群學生維園開檔。

●討論年宵產品設計



▲▼研究3D打印，製作MBTI小巴牌



●包裝年宵產品



▲▼MBTI小巴牌，分3D打印(上)與廠商定製(下)兩款。學校供圖



●寫上潮語的馬年揮春。

●各學科老師與學生並肩作戰。

老師並肩而不齊步 引導學生做CEO

學生們在籌備過程中努力解難，背後當然離不開校長和一眾老師的全力支持。香港中文大學校友會聯會張煊昌中學校長梁國豪表示，各學科老師在攤位籌備過程中發揮專長，時刻與學生「並肩作戰」。他又形容學生們在這過程中的成長有目共睹，長遠期望將這活動打造成校園傳統並推動公益，成為學校詮釋「全人教育」的生動舞台。

按學生選科安排工作

梁國豪分享，是次項目最初源自老師的一個想法，去年8月正式採用，其後再選擇學生擔任項目的CEO、CFO、COO、CMO等核心成員，帶領策劃部、財政部等部門。包括4名受訪學生在內，作為核心成員的學生約20人，另有大約40名攤位當值學生人員，同心合力推展籌備工作。

此外，為了進一步發揮學生所長，學校會因應學生們的選修科目，安排他們參與相關部門的工作。例如，有較多企業、會計與財務概論(BAFS)學生獲安排到財務及集資組工作，但如學生對個別工作很感興趣，亦會歡迎他們自由參與。

中史老師融合MBTI與古人

為確保籌備過程順利，梁國豪表示，老師們背後的支援必不可少。其中，視覺藝術科老師負責帶領設計部學生進行產

品設計，從指導使用專業繪圖軟件，到幫助學生調整產品風格，全程陪伴學生攻克難題；中史科老師則巧用人工智能工具設計MBTI現場小測試，融入「你像哪位歷史人物」為測試目標，如愛因斯坦、漢武帝等古今中外歷史人物元素，讓學生在推廣產品時亦傳播歷史文化，同時指導學生如何比較不同採購平台，以訂購大額訂單。

此外，企會財老師帶領學生建立資金管理體系，設計投資紀錄表與收據，培養學生的財務規劃意識；旅遊與款待科老師則幫助學生發揮活動策劃與顧客服務優勢，調整宣傳用語，又動員有營運經驗的學生擔任服務崗位，同時邀請舊生返校協助師弟姊妹，提升學校凝聚力。

梁國豪特別強調，老師們在整個籌備過程中，均強調培育學生的解難能力，例如面對公仔工廠臨時加價一倍等突發狀況，老師並非直接給出答案，而是引導學生自主思考解決方法。「學生們的成長是有目共睹的，例如內向的同學在老師鼓勵下突破舒適圈，主動與人溝通；平時偶有遲到的學生，在擺攤籌備中堅持準時到崗；學生在構思產品主題時，從最初爭論不休，到最終達成共識，學會傾聽與妥協。」同時，學生的自主規劃意識也不斷增強，從被動接受任務，到主動提議宣傳規劃、提前準備宣傳稿，展現成長蛻變，這一切都讓校方感到欣喜。

MBTI結合馬元素 新潮產品送祝福

隨着維園年宵市場即將拉開帷幕，香港中文大學校友會聯會張煊昌中學一班學生近日陸續在社交平台分享他們的年宵產品詳情。中五學生、CEO(首席執行官)何浩樂接受香港文匯報訪問時率先分享，他們歷時數月籌備，最終確定以MBTI(16型人格)和馬年主題，打造出多款創意產品，包括「MBTI小巴牌及鎖匙扣公仔」、為I人(內向型人格)與E人(外向型人格)而設的專屬氣球、個性化玻璃杯，以及寫上「存款多個零」、「功課退散」、「馬上入U」等潮語的馬年揮春，期望為大眾帶來年輕人視角的新春祝福。

「我們希望產品具備特色且貼合市場，最後決定將主題鎖定在MBTI與香港元素的結合上。」所謂MBTI是近年興起的性格分析工具，主要通過四個維度對人格進行分類，共形成16種不同的人格類型。何浩樂分享，他們將會依據MBTI的定義，針對顧客獨特的心理特徵及個人喜好，度身訂造一系列獨一無二的個性化產品。

他舉例如「MBTI小巴牌」，設計上特別採用小巴「水牌」的文字排列方式，再配上不同人格類型的英文縮寫，以及相對應的中文形容詞，例如ESTP(企業家型人格)會配上「炒氣專員」，希望通過這種本地藝術文化與MBTI的結合，能為顧客帶來新鮮感。

玩轉「I人」「E人」 定製專屬氣球

除此之外，他們亦特別抽取MBTI

中最廣為人知的「I人」與「E人」分類，分別設計出專屬這兩類人格的特色氣球。其中，「I人」往往會被人貼上安靜、不擅社交等標籤，因此他們設計專屬「I人」的氣球上，印有一隻雙手拿着「唔好SELL我」的小馬公仔，用意是給手持氣球者築起「社交防護罩」，中四學生、COO(首席營運長)葉希敏指，「當你擺住氣球，其他人老遠見到你，就唔會喺個檔口大聲Sell你，咁就可以慢慢睇，慢慢行(年宵)。」至於「E人」款則印有「身邊總要個I人」的歡樂小馬，並特意採用鮮艷色彩，加強外向感覺。

何浩樂又興奮說，他們還準備了一款配備飲管的個性化玻璃杯，可自行定義印製MBTI類型的、顧客姓名及自行選與其性格相關的形容詞，還有MBTI鎖匙扣公仔，以及一系列相對「傳統」的馬年揮春，希望大眾買得開心。

憑創意吸睛 擬拍宣傳片《尋馬記》

談及叫賣策略，學生們笑言會善用企業、會計與財務概論(BAFS)所學的知識與待客技巧來吸引顧客。葉希敏提到，「了解有些客人不明白MBTI的含義，屆時我們打算攜帶平板電腦，為客人提供1分鐘的MBTI快速測試，來看看他們跟哪個歷史人物是同人格。」

他們亦會通過社交平台積極宣傳攤位及產品，更計劃乘著近期港產片《尋秦記》熱潮，自行拍攝宣傳片《尋馬記》，希望憑創意吸引眼球。



●「I人」氣球 學校供圖