

每

年情人節，不少男士會到花墟買花送給女友。今年的情人節，大賣創意的王嘉裕正為情人節的訂單忙個不停，動物造型氣球、迪士尼卡通人物氣球、紅色心心氣球束，各式各樣的「水晶氣球」款式都能一一在Balloon Place找得到。

顧客只要安坐家中，便有專人將氣球送上門。「幾年前想買氣球昇驚喜女朋友，但睇中嘅幾款氣球要分開從唔同店舖買，又要走去好偏遠嘅地方拎，好麻煩！」

王嘉裕卻「因禍得福」，發現香港沒有一家氣球專門店，覺得是一條財路，兩年前創業，在灣仔近地鐵站的辦公室大樓開設門市，方便客人前來取貨。「嚟緊會搬去中環蘭桂坊，嚟頭多office客之餘，又成日有活動搞，相信生意會仲好！」

他初期以公司客為主，提供氣球佈置活



▲Balloon Place於去年年中為Viu TV的節目提供五百個氣球，女主持全身掛滿氣球，成功「一飛衝天」。

▶港姐馮盈盈早前畢業亦有幫襯水晶氣球。

動場地。「大型字母氣球好受歡迎，客人鍾意砌唔同嘅字。」獅子會中學、RedMi均是他公司顧客，亦曾經為HKTV的宴會提供氣球，通常做一單公司客生意，便有數萬元的收入。

賣點獨一無二

王嘉裕表示，公司氣球雖然好賣得，但要將生意做大，就要夠膽推陳出新。「上年見到外國好興水晶氣球，所以把握時機，即刻引入嚟香港。」水晶氣球的賣點，是客人可以揀選不同款式的透明氣球及裝飾，又可以在氣球寫上愛人的名字和情深語句，製作獨一無二的「蘇女」氣球，就算字句如何「肉麻骨痺」一樣無問題，甫一推出便大受歡迎。

自從去年底推出水晶氣球及禮物盒後，王嘉裕發現不少客人用作送禮，尤其是大學生如港姐馮盈盈等，都在畢業禮上牽着印上名字的水晶氣球拍照「呢Like」，帶挈氣球人氣飆升。「除咗印名之外，都試

情人節製造新驚喜

「水晶氣球」熱爆勁賺



氣球配搭羽毛、印上名字的水晶氣球十分亮眼，成為年輕人近期的「呢Like之選」。



情人節送玫瑰花，向來是男士們的指定動作。即使正值零售寒冬，仍無礙情人節市道，九十九枝玫瑰花索價近萬元，依然有價有市。

若嫌送玫瑰花老套，市面上亦有各式各樣的禮物可供選擇。大賣創意的Balloon Place創辦人王嘉裕推出「水晶氣球禮物盒」，賣點是獨一無二。女士打開裝滿彩色氣球的大紙箱，便會有一個寫上名字或祝福語的透明氣球徐徐升起。

氣球生意勝在成本低、毛利高，一個情人節已收到四十單氣球訂單，一個旺季節日便穩袋四萬元，相當和味。

撰文·江秀慧 攝影·楊耀文
設計·伍健超

Balloon Place創辦人王嘉裕趁情人節推出「水晶氣球禮物盒」，為一眾港男解決「送禮煩惱」。

過有客人特登訂製印上「Wishyoualthebest」嘅氣球嘍歡送會送界離職同事，都好特別。」

他根據以往創業的經驗，摸索到一條生意公式，就是產品售價應是成本的八倍，如果最終定價太高，就要度橋包裝產品提升「性價比」。每個水晶氣球索價三百至五百元不等，「水晶氣球禮物盒」則盛惠五百九十八元。王嘉裕對銷情信心爆棚，「如果就咁一個氣球，邊有可能賣幾百蚊？所以加吓羽毛、絲帶，務求令客人覺得獨一無二，值呢個價。」

生活難題變商機

去年中，他為ViuTV的實況娛樂節目《Se7en》免費提供五百個氣球，女主持全身掛滿氣球，成功「一飛衝天」，增加不少知名度。「我留意到ViuTV有咁嘅節目，就自薦為佢哋提供氣球。想突圍而出，有時就要敢博！」



▲王嘉裕在五年內靠賣世界各地上網SIM卡賺到第一桶金。

王嘉裕說，平日一般有多張單，節日閒閒地多一倍。「平均每張訂單金額大概六百蚊，旺季一個月營業額可以超過五十萬！」加上氣球毛利高，七成錢都入自己袋，相當和味。為增加客源，王嘉裕又度橋將自己的



王嘉裕不時到各機構演講，分享創業心得。



▲王嘉裕的公司過去亦有贊助不同活動。

除賣水晶氣球外，王嘉裕亦賣五花八門產品，例如行李箱、水晶首飾、龍鳳被等，種類風馬牛不相及。他自爆六年前養成一個習慣，就是每當遇到生活上的麻煩事，便會好好紀錄下來，成為日後源源不絕的生意意念。

「好似當年去英國讀書，覺得落機後無得即時聯絡家人好麻煩，所以就去搵唔同方法解決呢個問題，最後因為咁第一次創業，靠在網上售賣世界各地上網SIM卡，賺到第一桶金！」

現時王嘉裕的「麻煩事」紀錄達一百六十多項，他自信每一項都是商機。「公司旗下產品多不勝數，但唔想好似阿信屋做一個大品牌，感覺上好似壟斷市場。何況只要某個品牌或其中一件產品有負面新聞，所有業務都會受牽連。」

連同其他風馬牛不相及的業務，王嘉裕的公司每月營業額約二百萬元，希望未來五年愈做愈大。「離目標仲差一大段距離，所以會繼續橫向發展唔同業務，擴大收入來源！」



AIA PREMIER ACADEMY

AIA學堂精英Sharon Luk

於城大修讀管理科學的陸芍瑩 (Sharon)，未畢業已曾在AIA當實習生，加上家中曾出現經濟困境，很早就了解到保險及財富管理對每個家庭的重要性。因此畢業後二話不說便投入AIA大家庭，全因她相信保險及財富管理可以為別人提供保障，不單自己，也惠及家人。而當年的親身經歷，令Sharon作為財務策劃顧問時，更切身處地去為每位客戶提供切身及合適的個人保障及財富管理規劃。

為未來作最好保障 由客戶切身需要設計最好方案

為家人及未來作充足準備

因為就讀的科目，Sharon十分擅長處理大數據、統計學，令在當年做AIA實習生時已清楚未來保障不單是退休前買層樓如此簡單，而在AIA工作也讓她了解到公司產品可以更全面保障客戶，加上公司實力雄厚，都是她加入AIA，成為財務策劃顧問的原因。「很多人都以為買保險很抽象，但簡單來說買保險或者做財富管理，是為自己未來買個保障，也是送給家人的一份心意。」Sharon回想當年父親因事而影響家中收入，差點令她未能完成學業，幸好父親有投保，才能渡過危機。而修讀AIA Premier Academy (AIAPA) 的專業培訓課程之後，Sharon不單進一步了解AIA，於這個平台更讓她認識不同區域的同事，公司前輩於學堂上分享工作心得及經驗，令她明白到實戰的重要，於不同情況、客戶不同需要有不同的解決辦法，對於初入行的Sharon來說，這些經驗之談可以幫助她面對客戶時更有自信，懂得了解客戶需要，然後設計最合適他們切身需要的保障及財務管理方案。

強大信念深得客戶信賴

要為客戶提供合適及切身的保障及財富管理方案，當然要先了解他們的需要，Sharon除了曾在AIA當過實習生，也曾於百貨公司VIP賣場當過兼職售貨員，在前線接觸客人。而想不到的，是她Last Day當日派給客人的AIA名片，會成為她成功簽下保單的契機。「我曾經為那位客人提供過一些衣着建議，有天她致電給我，希望透過我幫女兒購買保險，理由是她覺得我很細心，很了解她的需要，加上我和她的女兒年紀相近，她相信我可以度身為她女兒提供最合適的保障。」當年不經意的相交，讓Sharon認識到和每個人親切的交往，都可以無形中使客戶清楚自己的努力，造就事業的成功。Sharon的努力，連Leader Rita都大表讚賞：「Sharon讀書時的經歷，令她對保險有很強的信念，深信保險可以幫到別人，能為別人的將來提供最佳保障。加上她的親和力，以及充足的事前準備，令她深得客戶的信賴。」



▲Sharon和Leader Rita認為她的性格和謙親切，為人又極有義氣，前途無可限量。



▲Sharon表示Leader Rita凡事要「執行細節」的要求，令她深明事前準備工夫的重要性。