

在資訊社會，可如何以最快速度，把團結發揮到最大的力量？運用互聯網集結買家，以包銷方式集體購買產品就能做到。在美國，這種消費模式流行多時，並已發展成熟。單以著名的Groupon為例，市值已達16億美元。營商之道在於靈活轉化，校友項偉倫（04 逸夫計算機科學）靈機一觸：「何不在香港一試？」他與朋友合作的「夠買網」由此而生。



# 項偉倫

## 創意快閃 團購力量

項偉倫以「快閃團購」來命名這種消費模式。「快閃」強調借助互聯網無遠弗屆的威力，在彈指之間集結數十，以至數百個素未謀面消費者的行動。至於「團購」，則強調每項優惠必須達到指定人數才能「成團」，發揮效力。「部分買家為了集齊足夠人數，會找親友加入團購行列。」項偉倫解釋說。這充分體現透過「包銷」來提高議價能力的優點，網站從賣家身上賺取佣金，賣家透過網站讓客戶了解產品，而買家則可以優惠價獲得產品，從而達到讓網站、買家、賣家三者同時得益的「三贏局面」。

**專**結消費者，能把議價能力提高；另一方面，買方議價能力的高低，同時亦取決於他是否有「牙力」。因此，一些「大品牌」，並不需要透過團購促銷。一些平日可能不為人知，或價錢較貴而未敢嘗試的產品或服務，反可藉此推廣。不少中小企，都透過他們的團購平台，開拓新商機。「例如，我們也曾與『風水先生』合作，以優惠價提供堪輿玄學顧問服

務。」項偉倫笑說。想不到，風水這傳統服務，也可走到潮流尖端，加入團購行列。當然，除風水外，他們也會提供大眾化的產品，例如雪糕、薯條等優惠，最後更獲過千人參加，可見團購的銷售威力，確實不容忽視。

### 協調平衡締多贏

既然團購不易吸引大企業合作促銷，夠買網何不大膽與小企業

或弱勢社群合作，令提供的產品更多元化之餘，又能推動企業社會責任？「我們在農曆新年前也會考慮以優惠價提供家務助理服務。」項偉倫答說。能靈活、適時地與不同行業合作，考慮消費者的需要，正是夠買網的成功關鍵。

「經營這業務，最困難的，就是要平衡不同供應商、消費者、公司，以至員工的需要。」項偉倫審慎地說。要製造「多贏」局面，需



要多方協調。在訪問之時，夠買網就正為一批「大閘蟹」而煩惱。事緣公司安排團購一批大閘蟹，後來，因大閘蟹來貨的質量未如理想，為保障消費者的權益，他們特為此安排退款手續。團購優惠天天不同，作為中間人，要平衡供應商與顧客的需要，還要為產品把關，做到「多贏」，確不易為。

於我們會否嘗試再踏前一步，付諸實行，而項偉倫，便能做到。

**我們應先有夢想，再想想用甚麼途徑去實現這個夢想。**

「目前，夠買網首要是穩固自己的業務。」項偉倫說。為配合業務發展，他正嘗試把夠買網配合不

同的平台如Facebook或iPhone等運作，並構思如何再增添新的功能。

創業首要天馬行空，胡亂夢想一番，再步步踏實，策劃實踐之途。從與項偉倫的對談、夠買網售賣的產品、網頁設計等每項細節，都盡見創業者務實審慎的特質。成功非僥倖，相信一分耕耘，還是會有一分收穫。

## 夢想實現在嘗試

中大位處吐露港畔、科學園旁，優美的環境，啟發學生無窮想像。「讀書時，我曾在新亞書院眺望吐露港，在藍天映襯下，覺得科學園很美。那時就想：我日後可否在這裏工作呢？」最後果然夢想成真。「我們應先有夢想，再想想用甚麼途徑去實現這個夢想。」說時，項偉倫一臉認真，可見他對這信念的執着。不少原以為只是「想想而已」的念頭，能否成真，都在



項偉倫認為，經營團購業務，最困難的，就是要平衡不同供應商、消費者、公司，以至員工的需要。

「快閃團購」概念源自美國。其特點在於，「一日一優惠」。所有在網站上提供的產品或服務，皆以半價或更低價格出售，目標在於利用互聯網高效的優勢，創造三贏（買家、賣家、網站）局面。網站與商戶議定價格及「最少成團人數」之後，買家可在網站上登記，確認成團。網站會在信用卡以PayPal扣款，透過電郵發出電子優惠券後，買家只須攜同電子優惠券到商戶換取商品。若在限定時間內，購買人數不足，未能「成團」，交易就會取消，網站也不會扣款，交易安全方便。網站藉向商戶收取佣金，以賺取收入。

## 知識點

所有在網站上提供的產品或服務，皆以半價或更低價格出售。

網站與商戶議定價格及「最少成團人數」之後，買家可在網站上登記，確認成團。

## 項偉倫小檔案

2004	中大逸夫書院計算機科學系畢業
2005	Microsoft HK Ltd 公司任職 Software Development Engineer - Test
2006	成立Allo Online Solution Ltd、參加科學園科培計劃
06/2010	「夠買網Gobyua.com」開業。第一項優惠在24小時內吸引過千會員加盟參加
08/2010	擴展三贏宗旨，與商戶合作推出「你影我送大行動」，將夠買帶到各大商場與大家接觸
10/2010	開業5個月，共售出超過25,000張夠買券（電子優惠券），加盟facebook人數突破40,000