

與您細談「理大企業家」創業背後鮮為人知的故事

方明生選擇創辦香氣營銷

只因難忘外婆的白蘭花香

思念，可以對人有很大的影響，而五感之中，氣味又最能帶給人深刻的記憶。白蘭花獨特的香氣，每每勾起方明生(Daniel)對婆婆的思念，也就是此花的幽香令他產生了新的念頭，「香噴噴」地創業去！



「請您吃蘋果！」這是方明生(Daniel)向朋友派名片時的慣常開場白。

Daniel 的名片很精美，除了有一般公司的通訊資料外，還印有一個圓圓的青蘋果。他遞上的蘋果雖然不能吃，但它帶有香味，只要用力擦一擦，便能嗅到陣陣清新的青蘋果氣味。

Daniel 在 2011 年創業，做的是香氣營銷(Scent Marketing)的生意，因此，個人名片自然是用來推廣自己生意的最佳工具。事實上，名片上精美的設計，再以特別的印刷技術添上獨特香氣，與客人初次見面即能輕易取得第一個良好的印象，繼續往下去談生意時，自然就會添上良好的「氣」氛了。

「這名片用了特別的絲印技術，只要用手擦一擦，香味便會慢慢滲出，並可保持兩至五年。」Daniel 說：「香味雖然是調校出來的，但與真品的相似度可達至九成多的。」

Daniel 是人到中年才創業，不如就從他會考說起吧……

「1985 年參加會考時，我考獲零分。回想我初中時每逢考試都名列前茅，但中三派位後轉讀傳統的文法中學，相比以前就讀的初中學校，原來我是跟不上的，再加上懶惰，結果會考零分。書也讀不上去，就到酒店工作，從信差做起。那時候才知道讀書重要！」Daniel 說：「酒店的高層和秘書們都鼓勵我繼續讀書，而當時我參加了屯門區的義工工作，認識了恩師吳明欽。」

在他們的鼓勵下，Daniel 像經歷人生另一次蛻變似的，他再次參加會考，而吳明欽更幫他寫推荐信到理大，讓他直接升讀社工系的兼讀課程，一邊讀書一邊工作。在理大畢業後，他便順理成章做了社工，在社區負責籌辦活動的工作，和不同年紀的朋友都能



Daniel 的名片散發青蘋果的氣味

免責聲明

《本月之星》為香港理工大學(理大)之電子通訊，其內容全屬受訪者的個人觀點或見解，並不代表理大之言論及立場。

對於本電子通訊的內容，理大不保證其準確性、合法性、正當性或完整性。理大不會對本電子通訊的任何內容承擔任何責任，包括但不限於任何內容存在任何錯誤、遺漏、謬見、誹謗、謊言、侵權，以及其衍生的任何損失或損害。

本電子通訊所載由受訪者提供的資料(如圖片等)的版權及其他知識產權屬於受訪者，理大不會對任何因實際或指稱侵犯版權或其他知識產權所引致的損失或損害承擔責任。

與您細談「理大企業家」創業背後鮮為人知的故事

溝通無間！

後來，他想試試社工以外的工作，於是轉投一間化工公司的市場推廣部工作。當年應徵的人也有不少，他能脫穎而出，靠的就是擁有舉辦活動的豐富經驗，而且他還掌握客人的心理及處理人際關係等技巧，令他在推廣的工作上如魚得水，也使他成為獵頭公司的挖角對象，並因此受聘於頂尖的廣告公司。

他工作期間累積了不少市場推廣的經驗，為每位客戶建立卓越的銷售成績和表現。他還因為創意多兼腦筋靈活而破格掌管客戶服務和創作兩大部門。但可能是因為廣告行業太磨人，他每天只能睡三、四個小時，所以，他在 2011 年頓然萌生提早退休的念頭，但想到只是四十多歲，倒不如再創事業高峰。

「談到創業，其實是源於我對外婆的思念。」 Daniel 說：「外婆雖然已經離世，但每次我聞到白蘭花的香氣，我就會想起外婆。獨特的香氣，確能勾起人們的回憶。我於是在想，可否用它來做市場推廣的工具呢？後來我上網尋找資料，發覺原來香氣營銷在歐美地區已流行超過三十年了，而香港並未流行，我於是做了很多的研究，覺得這門生意確有可為。」

創業需要資金，但外國的公司已比他先行一步，Daniel 要在香港創業，沒有外國人雄厚的本錢，又如何能夠突出自己呢？所以，他就取長補短，絞盡腦汁另闢蹊徑。

「如果我繼續向一般接受噴香氣作推廣的酒店或賭場類客戶推銷，一定不夠外國公司競爭，所以，我要做一些別人沒想到的市場，要與眾不同。我於是想到以香氣用於印刷品上，而且，我的資金不多，所以申請加入科學園的培育計劃。結果，我只花了三個月便滿足了科學園計劃下所訂的兩年生意額了！」

試想想，在街上派送的傳單或在信箱收到的通常都會被人不屑一顧，繼而第一時間丟到垃圾桶。但 Daniel 做的傳單可不一樣，它叫收到傳單的人先擦一擦，那已是引起好奇的第一步，繼而再聞一聞，那便是一種與別不同的吸引力。再加上 Daniel 為不同品牌創作設計意念，使得那張傳單不單不會被扔掉，還會因為可擦、可聞的趣味而被爭相傳閱。



Daniel 為香港郵政局製作有香味的傳單

「我們給香港郵政局做了一張有香味的傳單，他們其後向客戶進行產品滿意度調查，結果得回的數據很是震撼！一般來說，做宣傳單張的回報率只有百份之零點幾，但使用香味傳單的回報率竟是增加了 14%！」

與您細談「理大企業家」創業背後鮮為人知的故事



Daniel 為音樂會設計場地氣味，讓觀眾感覺舒服，增強他們的投入感。

然而，這生意不可能成為獨家，別人要是跟風，甚至使出「割喉價」的營銷方法，也能夠成為他創業路上的致命打擊。可是，在這 6 年間，他可是越走越順，絲毫未受影響。

「我的優勢是能夠因應客人不同的要求，設計專屬的香味。」Daniel 說：「做了市場推廣 20 多年，我累積了不少相熟的客戶朋友，有很多大品牌都是我以前以至現在的客戶。」

然而，他也并非全然沒有遇過困難的。例如，他和噴香霧的供應商合作，後來竟遭對方直接聯絡他的客戶，企圖用旁門左道搶走他的生意；更有其他同類型公司也直接找他的客戶，願意割喉式減價；可是，Daniel 的客戶沒被搶走，那是因為別家並沒有 Daniel 為客戶思量的心機和經驗，雖是割喉，但負責的宣傳人員倒也不笨，寧可和合作慣常的 Daniel 協商，也不敢因為少付點錢而令項目有失誤。也不說別的，Daniel 能給客戶提供三張安全認證，信譽和操守亦正是公司能在行裡傲視同群的原因。

如今年輕人都敢於創業，他卻以中年創業的過來人身份給了以下的忠告：「創業不易，可要審慎，尤其還未了解那工作時，更切勿輕言辭職創業去。而且，最好選擇一門獨特的生意，如果人人都跟風去做，必定難以成功！有些年輕人空有夢想，卻不斷虛耗自己的時間，倒以為自己懷才不遇，這種人我也見着不少，有時候放不下面子，事情就更糟了。」

要借鏡 Daniel 的成功，不就是勿忘抓緊自己所長吧！而他就是以創意澎湃的過去做基石，來創造充滿香氣的未來。