

港科大畢業青年創業賣茶，3個月銷10萬杯茶往海外

駐香港臺北經濟文化辦事處派駐人員

以個人興趣創立事業，從來不是一件容易事。兩名自小喜歡喝茶的香港科技大學畢業生，花了10個月時間走訪內地7個地方，蒐羅不同品種的茶葉，創立自家品牌，冀將好茶推廣到海外，並曾在機場以「打游擊」方式贈送茶包給離境旅客試飲，成功將茶葉推廣至外地，靠拼勁終成功於短短3個月，在全球35個國家售出逾10萬杯茶，成績驕人。

施煒恒 (Raymond) 和王路陽 (Leo) 均是科大商學院的畢業生，因常分享創業經驗而成為好友；施是密室逃脫遊戲《逃出香港》的創辦人之一，而王則創辦了音樂分享手機應用程式公司 Sensbeat。施煒恒指兩人的祖籍分別是盛產茶葉的福建和雲南，自小均喜歡喝茶，亦愛向身邊外國友人推廣喝茶文化，發現外地甚少有知名的中國茶葉品牌。兩人2016年開始走訪浙江、福建等地，與當地茶農打好關係，直接採購，不但獲得優質的原片茶葉，售價更較外國同等級的茶葉便宜25%至50%。

創業初期，兩人帶着製成品到機場向外國旅客推銷，更不時移動地點，以免機場的保安人員生疑。施煒恒憶述，有旅客曾笑問他「是否毒品」，新穎的營銷手法成功為他們帶來首批客人。他們又發現外國人習慣將茶葉放在容器內長時間浸泡，致味道變苦，故同時推出上層有濾茶器的玻璃壺，免茶葉過度浸泡。品牌在2017年6月正式創立，集中網上發售，現時共售出逾千盒茶葉。

兩人試過在香港國際機場隨機找眾多外國「品茶客」，想拿到一手「用戶體驗」，卻遭外國朋友一次又一次指「好難飲」，終令他們學會要更全面了解客人的口味。兩人歸納指，做生意需要「通過『錯誤』找到『正確』」、「不能盲目自信，要敢於質疑自己。」他們不時回母校，和師兄弟分享波折的創業體驗。最終發現「許多中國人喜歡的茶，外國人覺得苦；他們喜歡甜口味，亦會直接在水杯浸泡茶，而非喝功夫茶。」有鑑於此，兩人遂減少茶包分量，並選擇味道偏甜的茶。更設計雙層隔熱茶樽沖泡，「茶樽用上玻璃樽身，茶隔在樽頂，避免茶葉長期浸泡，簡約設計亦迎合海外市場。」

資料來源：

20171019，明報，科大畢業生創茶葉品牌，推銷海外

<https://news.mingpao.com/pns1710191508349952509>

20171019，文匯報，青年創業賣茶，始知外國人嫌苦

<http://paper.wenweipo.com/2017/10/19/ED1710190004.htm>

20171019，晴報，教外國人歎茶，科大生3個月銷10萬杯茶

<https://skypost.ulifestyle.com.hk/article/1927789/>

