

Speed Dating生意早在1998年已於美國萌芽。



摩登紅娘無本創業

Speed Dating專撥大葵扇

公司專訪

轉眼之間，還有兩天又到一年一度的消費節日—情人節。除了酒店、餐廳及花店外，不少零售消費品牌都乘時推出節日推廣，乘機吸金外，亦間接令一眾不甘成為「獨男」或「剩女」的朋友們，可擺脫形單隻影的生活。正因如此，市場亦衍生了一個行業商機——Speed Dating（極速約會）。本報今回特意邀請在此行頭打滾10年的Coffee Matching Club（咖啡配對會）創辦人李敏儀(Ada)，介紹這門看似「無本生利」的小生意。

李敏儀早在十年前看準機會，創辦「極速約會」生意。

【本報記者何承聲報道】本來從事人力資源工作的Ada，憶述起這個10年前的創業念頭，她說：「本來想做個網站，或者Blogger，解答不同人的感情煩惱，我本身好鍾意替人解決呢類問題！」因緣巧合，Ada於網上找到一本名為「Speed Dating」的書，便啟發她開設舉辦此類活動為主的「Online Business」（網上生意）。

無租金負累打開天空

Coffee Matching早於2002年引入外國流行的Speed Dating概念，而市面上的Speed Dating均大同小異，大多安排男女數目相同及年齡相若的男女會面，而各參與者會分別與其他異性單獨交談7分鐘，或其間會進行一些社交活動或遊戲令雙方快速混熟，然後填寫希望進一步發展的異性名，如雙方配對成功，便會通知雙方，並告知對方的聯繫方法，讓他們自行日後繼續交往。

Speed Dating最初是由猶太人發明的，而最早的約會於1998年底於美國加利福尼亞州比佛利山(Beverly Hills)的咖啡館舉行後，便有商業機構開始在全美提供相關服務。

對ada而言，這門生意以舉辦配對活動為主，並不需要固定的辦公室，開業時自然少了租金成本。時至今日，她見盡不少合作的餐廳夥伴，被受租金困擾而結業，自己這門生意則無租一身輕。

由於她原意是架設網站作招徠，故開業成本除了商業登記及最初的廣告外，可謂「唔使1萬蚊」已經可以開業。她笑言：「若果你自己識寫網頁的話，直頭唔使添！」

就此而言，Speed Dating 似乎是一門「無本生利」的生意。不過，誠如其他網上生意，缺少一個商業地址，對消費者而言終究缺乏說服力，Ada在創業之初亦遇到同樣的困難。她解釋：「最初唯有靠自己不斷講解，去說服來電的客戶，或者收住少少訂金先，活動後再收埋尾數等方法來收人(參加者)。」

10年栽種 得成正果

早於2002年，本港仍未興起「Speed Dating」概念，而Ada本身亦在未有知名度下，要選擇在不同的本地雜誌賣廣告。她說：「唔賣廣告，邊個會知呀？」一賣就持

續7年，每月要支付的廣告成本平均萬餘至兩萬元。

「最初等同白做，但依家做出了口碑後，雜誌廣告亦做少咗，反而每月繼續花費在網上搜尋如Yahoo!、Google的排位廣告。」Ada娓娓道來她的生意之道。

本月初粉嶺中心購物商場邀請Ada作為其元宵活動的嘉賓，從這點來看，現時Ada在業界已具備名氣，Speed Dating的生意方興未艾呢！



「極速約會」雖謂是低成本生意，但仍要顧及網上廣告的成本。

參與者活動費是盈利來源

生財有道

由創業之初，每周舉辦一場「傳統Speed Dating」（即7對男女組成的14人快速約會），到現在平均每周舉辦3場大型活動，綜觀其網頁所披露，其2月份所舉辦的活動，可容納40至120人不等。Ada說，這門生意主要收入來源，來自每位參與者的參與活動費。

由於入門門檻低，在目前行內的激烈競爭，有關活動費目前已形成「市場價」，即大型活動每人介乎180至200元、晚餐大約300元水平，雖然行內有

與場地拆帳的收入方式，但她選擇支付場地收費的方式，因為一來合適的場地難求，二來亦以免日後爭執，以保持日後良好合作關係。對於是否刻意找樓上舖來作活動場地，她認為，與保障與會者的私隱度，令其更輕鬆參與活動有關。

男女皆着急配對結果

她建議，有意於此行創業的後起之秀，首要「要用心做好品質」，不要盲目一周搞大量活動，到頭來活動未能籌足人數，只會壞自己名聲；其次，要清楚參與者都對速配結

果非常着急，「所以我10年來都堅持，今日下午做完的活動，今晚就要將結果發畀人。」Ada說。

另外，她認為必須要做好服務承諾，而非靠「請Model（模特兒）」等非長青的方法來經營。

此外，開業後一定要賣廣告宣傳，新入行可嘗試聘請網上博客寫手或facebook粉絲頁增加軟性曝光率，網上搜尋排位方面，可委託市場推廣代理公司會更見效率。

Coffee Matching目前一個月的會員數介乎5至6萬人。