

港商有蹺 撲蝶撲出百萬商機

App擴增實景出色 港鐵賞識日企叩門

App出個未來

智能手機風行全球，寫App成為新科技浪潮中的當紅生意，流動網絡平台成商界搶客新戰場。本報追訪App浪潮先鋒，分析流動網絡發展趨勢，力證「香港創造」絕不失禮，正邁向國際舞台。

在商場內釣魚、紙手帶變3D名錶，趙子翹過去幾年以擴增實景（augmented reality，簡稱AR）技術，在現實和手機屏幕之間變出魔術，得滙豐、港鐵等賞識。最近有日本公司叩門，邀請一同將撲蝶App打出國際，徐徐飛舞的蝴蝶，化身成種種優惠券，藉協同效應變吸金營銷平台，不足一個月已有7位數字收入。 ■本報記者 區可名

與趙子翹會面，他3部手機、iPad、MacBook不離手，隨時隨地按出App介紹產品。自07年iPhone面世，公司cherrypicks已主力為客人寫App，過去12個月，年收入達5,000萬元，發展迅速。他自豪謂，他們於手機運用AR技術質素世界第一。

免費遊戲 變吸金營銷平台

賣花當然讚花香，不過事實是，日本公司電通去年研發了撲蝶遊戲iButterfly，紅極一時。電通一心「賣蹺」到國際，不找本地人，卻找上了趙子翹，配合技術，一隻隻3D優惠券蝴蝶按時出現，引玩家捕捉。

大眾樂得玩免費遊戲，背後就是個協同效應的吸金營銷平台。「客人購買的是一個協同效應，去Starbucks的人，亦可能是Page One的客戶。」他透露，iButterfly6月中上架，未有下載已有客戶青睞，願意付鈔推廣優惠，金額達數十

萬元，「分鐘好賺過寫App！」商界紛紛寫App作營銷賣點吸引客戶，趙子翹表示，一個App有90日黃金壽命，能逃過大難不被刪除就會長留手機之內，製造營銷平台是雙贏：「做一個App，還要market（推銷）個App，太耗費資本。」

他直言，自行研發平台有投資風險，若下載率少，發揮不到協同效應即全軍覆沒，iButterfly App現時有5位數字的下載。

曾拓內地社交網 蝕錢離場

另外，趙子翹早已與港鐵合作，製作港鐵沿



▲iButterfly App大受用家歡迎，不足一個月已有7位數字的收入。（陳偉英攝）

綫實境地圖App，吸引其他商戶合作推廣，從而收費。

科技浪潮風高浪急，趙子翹試過失敗，他苦笑謂：「（收入）半億相比以往的2億，也算不上甚麼。」00年身為德勤企業策略董事的他，毅然離職，成立公司衝科技浪潮，為網絡供應商做個接駁聆聲，業務遍布亞洲。

05年他向投資者募得2億元，在Friendster、facebook未流行前，回內地發展社交網站，以免費sms換學生實名登記的資料庫。「開年會對着700人演講，看不到宴會廳的盡頭！」

定位食腦 乘iPhone潮擴展

滿以為大有可為，誰料業務太燒錢，他表示：「Facebook幾億用戶都賺不了錢，盲目擴大用戶數量都未必有回報。」

08年金融海嘯將他灌醒，蝕到入肉，惟有賣出業務：

「蠢呀（指在內地發展社交網站），做了些錯誤決定，曾想放棄，不過有機會不試更蠢。」適逢第一代iPhone面世，發覺以App營銷大有可為，遂重整業務，發展在手機上運用AR技術，進入市場快，很快就成為業內其中一個龍頭：「多謝喬布斯。」

跌過碰過，他領悟：「趨勢不在硬件，定位是食腦，我們強項是用戶體驗。（意念）一定要夠吸引、夠creative，否則欺場欺不到幾次。」

今次押注iButterfly，未來每月亦將有幾個新優惠推出，亦有HelloKitty和香港特色的蝴蝶出動，更會加上社交遊戲的元素，可以交換蝴蝶、升級，更有3D花園讓蝴蝶居住。 (系列一)

◀cherrypicks與日本電通合作，將iButterfly App帶來香港，買家只需開啟屏幕，見蝴蝶出現時，前後搖動裝置，即可撲蝶。（陳偉英攝）



▲cherrypicks行政總裁趙子翹謂，希望藉iButterfly App製造一個好玩的第三者廣告平台，製造全新的App商業模式。（陳偉英攝）

跨國集團雲集 港產App佔先機

科技分析機構Canalys指今年App市場總值73億美元（約570億港元），預計至2015年全球App的總收入可達370億美元，是門可為的生意。cherrypicks行政總裁趙子翹形容，香港跨國集團辦事處雲集，絕對有助港產技術外銷海外。

今年App市場 總值570億

其實App的概念早就出現，過去由電訊供應商主導，自iPhone面世後，才改變遊戲規則，令商戶進軍流動手機平台。流動科技顧問公司GreenTomato行政總裁郭秉鑫稱，一個App的收費由數千至上千萬元均有，他們與卡塔爾電訊公司Qtel合作的最新項目，橫跨市面上重要手機平台，成本就較高。

「每個平台的App收費20萬至350萬元不等，視複雜程度而定。」趙子翹謂LVMH亞太辦公室、滙豐研發部門均在香港，令cherrypicks這「本地薑」近水樓台先得月。他們現時為保誠製作20個國家、3個平台、8種語言的App，亦為滙豐製作流動e-banking平台，未來更會與電視台合作，讓觀眾以手機參與電視節目。

「5年後將沒有手機概念！」不過他亦預料，隨着網絡速度更快，4G和程式編碼html5更成熟，網站將會再次興起，App的市場亦因此將會在3年後飽和。

市面上App種類

一般單一平台（如蘋果的iOS或Android系統）App製作費由20萬至350萬元不等，視乎App的複雜性而定

1. 活動App	如為短期營銷活動而寫，通常壽命較短
2. 營銷平台App	企業本身業務與App無關，如港鐵App提供的路線圖和實景搜尋等，吸引廣告客戶在App內作收費營銷
3. 產品及渠道App	App對企業業務有實用功能，加強用戶體驗，如滙豐的e-banking服務
4. 第三者廣告平台App	製造有趣的廣告平台，聚焦群眾，吸引客戶加入營銷，如iButterfly吸引Pacific Coffee等客戶，推出優惠券蝴蝶，每個客戶收費由以服務換服務（不另收費）至上百萬元不等，收入較寫App為多，惟平台有失敗風險

資料來源：cherrypicks



▲cherrypicks正與法國公司合作，研發在手機配戴眼鏡的實用技術。（陳偉英攝）