



「Cherrypicks」副總裁 Donald 講述 手機 Apps 的行業發展之道

尚記得當年推出 iPhone 4 時，Apple 以一句「This Changes Everything. Again.」的口號揭示 iPhone 4 的強大威力；久等了一年多，新的 iPhone 發佈會即將舉行，相信該發佈會又會再一次帶來新的震撼。

的而且確，不只是 iPhone，智能手機在這短短幾年間，已改變了我們的生活習慣、改變了世界。各式各樣的手機應用程式（Apps）不僅為日常生活帶來方便，更為我們提供新的娛樂方式。與此同時，隨著 Apps 的需求日益增加，越來越多的手機 Apps 製作公司應運而生。究竟這樣一個新生行業如何「起家」、運作及盈利？手機 Apps 製作公司「龍頭」—「Cherrypicks」副總裁 Donald Chan 為我們解構一下手機 Apps 製作行業，了解這個新興行業的發展。

### 手機 Apps 行業在港「吃得香」

「Cherrypicks」從十一年前開始製作手機 Apps。Donald 表示，在智能手機出現前，

手機 Apps 發展不如現在發達。那時 2G 手機當道，大部份手機 Apps 製作公司均做一些後台的工作。

「當時電信公司的局域限制很大，假如你使用 A 電信營運商，那麼你只可以在 A 的局域平台使用一切它提供給你的服務、看它裏面的資訊，而不能跨界看其他電信公司的手機網站內容。」

過去電信公司以「自己的牆」綁住既有用戶，但當智能手機出現後（尤以 08 年 iPhone 橫空出世為代表），這個局面大扭轉，用戶現在依賴的並非電信公司的那道「牆」，而是各式各樣的應用程式商鋪（Appstore）。而電信公司也變成依靠智能手機用戶使用上網功能而獲利。

「現在的手機網絡世界是『No Boundary』，而隨著智能手機的發展和應用，Apps 的發展前景是越來越好。」

事實擺在眼前，Donald 表示香港無論是智能手機用戶或是 Apps 的產量，都呈現急速上升的姿態。「以 Apple 的『Appstore』為例，現時商鋪上約有 50 萬個 Apps 提供下載，而港人則更傾向於下載本地 Apps，如用『MTR Mobile』查看地鐵車資，『MTR Malls』儲商場優惠券等。」

而香港更是一個特別的市場，並造就了大大小小的手機 Apps 製作公司的出現。「香港是全亞洲智能手機佔有率最高的地區，在全球內也是數一數二。今年本港的智能手機市場佔有率接近 70%，即香港幾乎人手一部智能手機。由此看，手機 Apps 在香港普及度非常高，這個行業到目前為止也很『吃香』。」

然而，這個『吃香』的行業，Donald 卻說在香港的情況有些尷尬，最大的原因在於出產質量非常參差。



「Cherrypicks」 獲獎無數

### 「做 App 不能只做 App」

一般人認為手機 Apps 製作公司需要做的就是替客戶製造一個有功能的應用程式便了事，正因存在這樣的誤解，不少「外行人」一擁而上做手機 Apps，使得 Apps 的質素有好有壞。

「的確很多人以為做一個 App 很容易，很好賺錢，因此吸引一些懂技術的 Freelancer 入門分一杯羹。他們很多時候就是『做 App』，價錢很便宜，4、5 萬就成交，App 出品就算是完成交易。」

但 Donald 卻一再強調，「做 App 不能只做 App」，而更是需要結合廣告宣傳、網絡營銷等後續過程，而這些過程，才是推出一個手機應用程式的重點。

「若然一個 App 推出之後，沒有宣傳沒有維持，那麼它的效用會逐漸降低，甚至最後會變成『無用』。一個品牌推出手機 Apps 目的也是做好品牌宣傳，因此我們不止做出一個精美的 App，更要利用這個 App 幫客戶營造及維護品牌形象。」

「首先我們會和客戶了解想要哪一類型的應用程式、預算，再幫他分析應怎樣設計這個 App。其中類型大致有四類：「Long term」，即是一個長期使用的 App，通過其來製造品牌效應，維護品牌形象；「Short Campaign」，即是該 App 只用於宣傳一個短期產品，例如 3 個月的打折資訊；再者是在其他熱門 App 中投放廣告，或是在我們公司的宣傳平台，如「iButterfly」等中投放廣告。」

「當了解客戶要求後，再由創意組的同事設計 App 的樣式、內容以及特別效果，最後由技術組製作成品。一個精美 App 的基本製作過程需要 6 至 8 個星期，且不包括後續的宣傳期。而價格也從 20 萬到幾百萬不等。」

不難發現，這一個流程和廣告公司的營運手法非常相似，而 Donald 更坦言他們公司買點不是 Apps 製作，而是「Mobile Advertising」。雖然價格的確有些「嚇人」，但也是「一分錢一分貨」。「Cherrypicks」作為行內的「大佬」，他們的作品於 2010 年度獲獎 26 項，其中更獲 2 項由香港政府頒發的「香港資訊及通信科技獎（ICT）」，成績驕人。這樣的產品質素，也印證他們的經營態度，和一般的 Apps 製作並不一樣。



設計獨特的兩個手機 Apps — 「Hennessy Mix」與「MTR Malls」

### Cherrypicks 百裡挑一 創意行先

「Cherry picking」一詞解釋為「在櫻桃堆中挑選最好的一個」，喻意「百裡挑一」。而有著這個名稱和意義的「Cherrypicks」，也秉承這樣的經營理念，為客戶設計出最符合品牌的手機應用程式。設計？難道不是學過相關技術、製作就可以了嗎？當我們以為手機 Apps 買的只是製作技術時，Donald 卻道出，一個成功的 App 乃至它的創作公司，最根本的是「all about creativity」。

「一項新的科技，大眾多數會專注於『一個 App 應如何製作』這些技術問題上。十年前的手機時代或許如此，但現在時代不同了。正如製作一件廣告作品，創意是廣告的核心，而手機 Apps 也一樣，創意高於一切。」

「一個好的設計作品，能為整個品牌帶來不一樣的效果。因此即使在聘請人員上，也是『百裡挑一』地挑選有創意的員工，所有都是 Apps 的創意為首位。」

因此在這間「創意行先」的手機 Apps 製作公司內，不少作品都有獨特的創作意念。

「獲得 ICT 獎項的『Hennessy Mix』和『MTR Malls』都用了『擴充實景（Augmented Reality）』技術，將現實的實物和手機上的趣味結合一起。例如我們可在『MTR Malls』看到商場店鋪實景結合虛擬金魚，并在屏幕上玩釣魚遊戲獲取商場優惠券。這些設計和

技術並不是所有手機 Apps 公司可以做到。」



「Cherrypicks」的自家營銷平台 — 「iButterfly」  
展望未來：Cherrypicks 「反輔為主」

智能手機的發展猶如十多年前的電腦網絡，當時企業網站一個接一個出現，而現在 Apps 尚未大範圍普及，因此可預想 Apps 的發展前景仍然十分理想。談及「Cherrypicks」未來發展，Donald 用四個字形容：反輔為主！

「目前階段是我們為商鋪製作他們的個性化 Apps，并利用自己的 Apps 進行品牌宣傳。這樣對於大部份中小企業和我們都有一定的局限性。製作一個 App 費用龐大，並不是個個商戶負擔得起；而我們也認為，只為商戶製作一個個 Apps，我們的發展機會也會變窄。

「因此我們想到結合市場需要，提供一個我們的平台為商戶宣傳，因此有了『iButterfly』的誕生。在『iButterfly』上，商戶之間可以互相影響，達到宣傳目的，而我們為其營運，我們也處於主導的位置。」

「而將來，我們更希望推出更多屬於『Cherrypicks』的不同平台，為『Mobile Advertising』創造更多的模式和可能，或許會製作一個人人都用的平台，如『whatsapp』等，和品牌形象加以結合，形成新的手機營銷模式。」