

AR情景交融可上位

要數另一在流動應用中最具發展潛力的，相信是AR（擴展實境）。一般用戶會誤會AR為VR（虛擬實境），但兩者實有分別，後者通常會以2D或3D圖像作為背景及人物角色；前者則是結合實物、人與實景拍攝，如配合手機的體感（Motion Sensor）及全球定位系統（GPS）功能，將可發展更多有趣的應用，甚至用於宣傳推廣活動上。

iButterfly是AR的代表

在香港較為著名的AR應用可說是iButterfly。該玩意由Cherrypicks從日本引進，主要跟品牌及商戶合作，在港推出4個月已累積了20多萬用戶，至今發出超過400萬張優惠券。

Cherrypicks行政總裁趙子翹表示，iButterfly由日本電通（Dentsu）開發，結合AR、Motion Sensor及GPS技術而成。啟動應用後，代表不同廣告商戶的蝴蝶會於屏幕上飛舞，用戶只要利用手機對準蝴蝶揮動一下，就可捕獲蝴蝶，獲取優惠券。

他強調，由於應用集遊戲、動作及儲積分等元素，加上推廣時間較長，能引起朋輩之間話題性，宣傳效益較持久。同時，藉蝴蝶出沒的地區、時段及特別資訊等來帶動該地訪客，有助增加消費機會。

趙子翹認為，AR已走入日常生活中，成為普及的科技。長遠來說，AR可以加入NFC、電子商務等應用，提升用戶使用體驗，甚至可以升級制來增強iButterfly內容，讓該應用走向多元化。



● iButterfly的港鐵宣傳活動，於指定限期內集齊3種蝴蝶，可獲機場快綫半價優惠。

● 趙子翹認為，AR已走入日常生活中，成為普及的科技，未來如加入NFC等應用，將可提升應用的潛能。

各出奇謀運用科技

事實上，最近大家乘坐港鐵的話，應會發現不少有趣的推廣活動，如位於中環站匯豐銀行信用卡積分優惠，該公司採用AR的技術，讓客戶在現場揀選喜歡的造型，然後拍攝相片，即可在幾秒內於大屏幕上展示造型照，相當有趣。透過該遊戲，用戶不但可獲積分，還可獲贈造型照一張，收提升公司形象及拉近與客戶距離的好處。

一田超級市場及中國建設銀行（亞洲）亦分別為其廣告加入QR Code應用。前者將位於鑽石山港鐵站大堂的廣告燈箱設計成一個超市貨架，並為產品圖加入QR Code，讓客戶利用手機下載優惠。後者則利用QR Code引領用戶登入其Facebook專頁或官方網上購物網站，獲取購物優惠資訊等。

小結

應用開發商最受惠

戶外廣告結合科技發揮更多創意內容，帶動廣告走向更多元化，背後需要大量應用軟件開發工程師支持，為業界帶來就業機會，亦成為軟件開發商應的發展機遇。今天，軟件開發商已不是單純開發一個應用就足夠，還應廣結其他媒體及渠道，才有機會突圍。