

港產APP王 掃近百獎

你大概用過Cherrypicks設計的app(應用程式)，因為滙豐、TVB fun、港鐵、甚至香港賽馬會等大企的app，通通都出自該公司手筆。近四年，Cherrypicks更掃走近90個獎，代表作之一《iButterfly》就奪得20多個國際和香港大獎，最近更被內地網絡遊戲商網龍收購旗下流動方案業務，不單為香港資訊科技業打下強心針，亦為事事O2O掛帥的零售新時代作完美示範。



▲現時iButterfly在港下載量逾40多萬。

▲梁健雄表示，內地企業對創新app需求愈來愈大。



▲iButterfly在貿發局舉辦的國際資訊科技博覽中展出。

廣尋商機

流動應用程式及創意媒體公司Cherrypicks的研發歷程並不是一開始便一帆風順，原來該公司於2002年率先研發接駁鈴聲，雖成功賺取數百萬美元利潤，但其後到內地拓展手機社交網絡，最後損手離場。2007年iPhone面世，成為Cherrypicks的轉捩點，他們看到app是大潮流，從此他們專攻手機移動營銷、購物和商業市場。

Cherrypicks副主席梁健雄表示，早於2008年，Cherrypicks掌握了AR(Augmented Reality擴增實景)技術，那時候，我們留意到日本廣告公司Dentsu開發了iButterfly雛型，「當時iButterfly只局限於公園廣告層面，我們認為其可塑性高，主動提出合作，將iButterfly變身為融合遊戲及用戶體驗的企業推廣程式。」

相比起其他作優惠換領的app，iButterfly多一層用戶體驗，用家在指定地方，透過手機鏡頭捕捉虛擬蝴蝶，再到另一指

示地方(如在企業門市內)捕捉另一蝴蝶，用家便可在現實世界獲得優惠，吸引消費者走到店舖消費，實現O2O(Online to Offline)推廣。

iButterfly到港即吸5大客

他表示，公司於2011年把iButterfly帶到香港，反應一时无兩，立即有五個大客，包括Adidas、CSL及Samsung等。

近年該公司更憑iButterfly奪得全球資訊科技界的「奧斯卡」獎——2012年聯合國世界信息峰會移動大獎「流動及商務項目」全球總冠軍，為香港資訊科技界打下強心針。

他透露，現時iButterfly在港下載量逾40多萬，近年透過授權及合作方式，已將iButterfly帶到泰國、越南、新加坡、意大利等十個多國家，當然亦包括內地。

12年9月，1,500間內地屈臣氏就利用iButterfly進行為期七個月的推廣活動，下載逾30萬次。他表示，iButterfly等O2O推

廣概念，在內地仍有很多空間發展。

他坦言，雖然不少內地大企仍然傾向在電視節目落廣告，但情況正慢慢改變：「2012年時內地企業問，為甚麼要做app，去年已經問，應該做甚麼app？」

Cherrypicks大約一年前在內地開設營銷部，最近亦為恒隆旗下內地商場如瀋陽、無錫等地，以iButterfly推廣，悄悄把握內地商機。

該公司除了為客戶設計app之外，還提供app管理等服務，為企業提高生意額及加強客戶關係。他舉例指，公司把元氣壽司會員優惠電子化，客戶可以app記錄消費金額，代替傳統會員卡，「成功帶動元氣的會員數目倍增，帶動生意增長。」

梁健雄指出，香港資訊流通，能夠快速研發迎合市場需求的技術，因此香港具有發展資訊科技的優勢。而Cherrypicks每年均參加貿發局舉辦「國際資訊科技博覽」及「設計及創新科技博覽」，因為這兩個是展示新技術和吸客的好平台。

中國手機網民規模及其佔整體網民比例

年份	手機網民	佔整體比例
2007	5040萬	24%
2009	2億3,344萬	60.8%
2011	3億5,558萬	69.3%
2013	5億06萬	81.0%

資料來源：中國互聯網絡發展狀況統計報告