

科網爆破倖存者 堅持14年終圓夢 趙子翹籲青年創業勿太惜身

在2000年科網潮處於高峰的時代，曾在四大會計師行之一的德勤專責企業管理顧問服務的趙子翹，專門「教人做生意」，最終毅然創業成立Cherrypicks「創奇思」公司，期望一試心目中的構想能否變成產品。在經歷14年創業旅程後，創奇思獲得網絡遊戲網龍（0777）賞識邀結盟，創奇思劍指更廣大的國際市場，冀再闖高峰。趙子翹更以自身的經歷證明早年的科網企業，並非一事無成、純粹炒作，他亦想借此向年輕人證明人生目標並非只為買樓，只要有夢想，並堅持下去定能成就一番事業。

明報記者 陳偉燊 攝影 李紹昌

一如一眾年輕伙子大學畢業後替人「打工」的經過一樣，「創奇思」行政總裁趙子翹的經歷，與其他年輕人並無太大分別。他當時加盟四大會計師行之一的德勤，專職高科技行業的企業管理顧問，教人如何看大勢、定策略、推出新技術產品，甚至評估市場前景。他說：「次次教人點做生意，但自己卻未做過（生意）」。因此在股市科網潮最高峰的2000年，他毅然創業，辦起「創奇思」，期待利用全新的渠道，增加消費者及用戶體驗，借此一試心目中的產品，希望顛覆市場，為商戶增值，爭取更多生意。

未嘗做生意 却教人做生意

趙子翹回想「創奇思」開業時，當時的科網市場純粹是聯繫個人電腦的互聯網科網時代。他創業首項傑作，便是專為中五會考放榜資訊上網及短訊通知學位的全新資訊系統，由於當時產品為市場所無，結果幫助公司一舉成名。

不過若要說到「創奇思」的轉捩點，還是要待2007年等到智能手機面世，利用手機捉蝴蝶轉為消費券的「iButterfly」產品，及讓電視觀眾利用手機投票、答問題及查看最新結果的「TVB Fun」，便由此誕生。前述產品推出後更為創奇思「省招牌」，趙子翹亦因此證明早年在心目中的構想及心血「無白費」。

讚港青年醒目 惟不願冒險

不過在創業路途上，趙子翹於2008年碰到天使基金退出公司，他索性回購股份。此舉無疑令公司較少資源及空間，惟亦迫使他孤注一擲，令公司賺錢求存，亦因此才有了今天的「創奇思」。

見證「創奇思」由無到有，趙子翹不諱言，創業要有夢想，若有好的團隊、伙伴及資金支持，生意自然相得益彰。但是他認為：「當今年輕人無疑醒目，但是只顧買樓，不能持之以恒，香港人只顧『惜身』，不願冒風險。」他的經歷，正好向港人證明，早年的科網熱，市場內並非只有靠炒高點擊率炒高股價的科網股，而是有一班實實在在的科網企業密密耕耘，堅持夢想，成就大業。始終科技不是「爆出來的」，因此他期待創新科技局盡早成立，可以支持業界更快發展。

趙子翹創業里程碑

時間	事件
2000年前	任德勤企業管理顧問，為高科技企業提供意見
2000年	創立Cherrypicks（創奇思）
2007年	智能手機面世，為創奇思發展移動推廣業務，建立新的台階
2008年	天使基金退出創奇思，趙子翹購回股份 網龍剛以2.379億元，購入創奇思的解決方案業務，結成聯盟
2014年	



創奇思行政總裁趙子翹自2000年起科網熱高峰期間毅然創業，一嘗將心目中的產品構想，逐一實現，證明他的心血全無白費。他認為，創業最重要有夢想支持，他的經驗亦證明，年輕一代的目標，毋須只純放在買樓方面。他的創業旅程儘管刺激，但是叫他難忘，無可替代。

創奇思具代表性產品

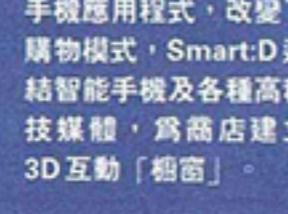
iButterfly

用手機捕捉虛擬世界的3D蝴蝶，從而換取商店禮券，能夠為參與者提供玩樂享受之餘，亦可刺激消費，這是科網技術帶來的全新購物體驗。



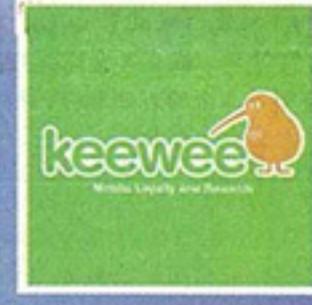
Smart:D

手機應用程式，改變了購物模式，Smart:D連結智能手機及各種高科技媒體，為商店建立3D互動「糖窗」。



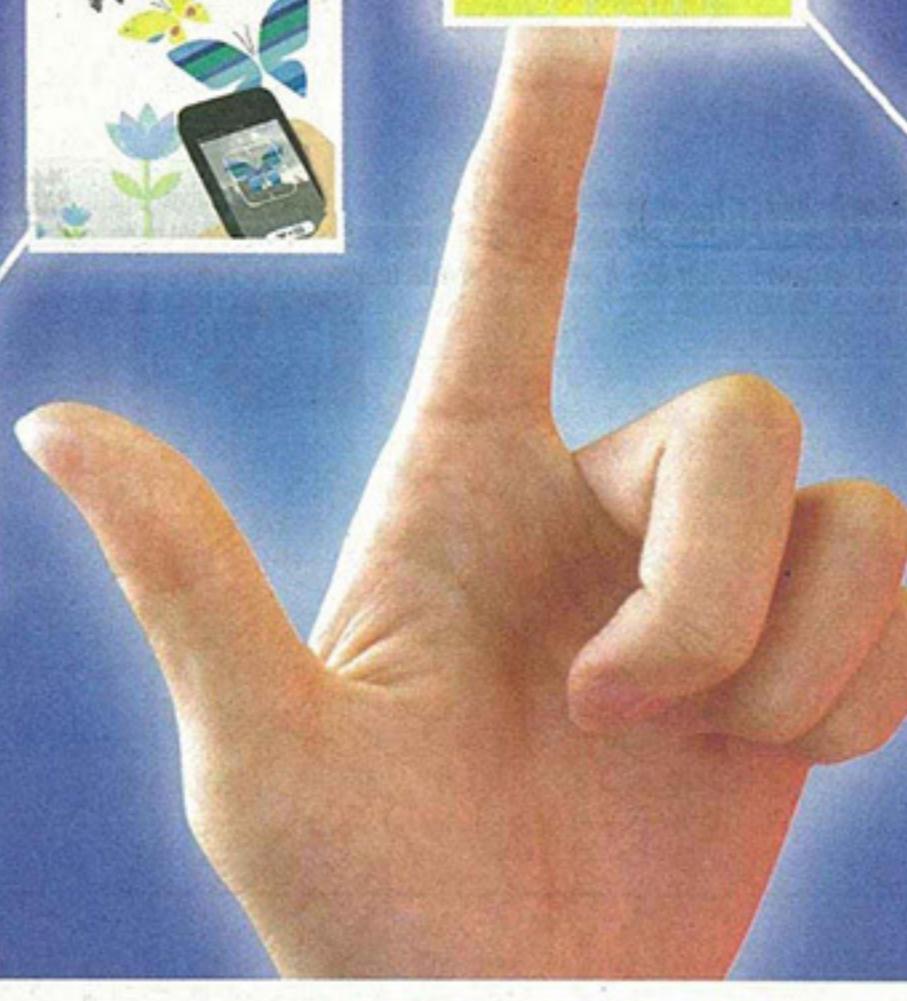
TVB Fun

這個已經家喻戶曉的電視互動產品，正是創奇思的得意創舉之一，它伙拍微軟為TVB提供嶄新的手機與電視互動功能，讓觀眾更緊密地參與電視節目遊戲，提升娛樂體驗。



keewee

這是一個為商戶提供的市場推廣方案，透過不同的功能與平台，運用智能手機與顧客進行多元化的互動，例如一邊逛商店、一邊參與相關的虛擬遊戲，結合現實及虛擬世界，從而獲取優惠或贈品。



合併結盟 伙網龍攻學生市場 走向國際

剛在6月初，上市遊戲網絡公司網龍（0777）提出以2.379億元現金及股份代價，收購Cherrypicks「創奇思」的解決方案業務平臺，有望將「創奇思」的擴增實境核心技術，從現時的手機市場推廣，推廣至教育及保健應用市場，實行將傳統產品遊戲化，增加產品吸引力。網龍亦因此實現產品多元化。他期望和網龍攜手合作後，可以衝出國際市場。

冀實現產品多元化

所謂「擴增實境」技術，主要是容許在屏幕上，將虛擬世界套在現實世界進行互動。當中「創奇思」的「iButterfly」便是運用有關技術的主要產品之一，容許消費者利用手機在實體店舖內上捕捉虛擬的蝴蝶影像，然後儲分換取消費券，藉此增加用戶的體驗及留店時間。

趙子翹稱，「創奇思」曾經在內地市場交了不少學費，難得今次找得在創新自主研究方面理念一致的網龍結盟。表面上網龍主攻網絡遊戲，與「創奇思」的業務風馬牛不相及，但是網龍的客戶群主要是學生市場，意味網龍日後可以運用「創奇思」的企業方案，搬到客戶群達2億人的教育市場應用。他朝雙方合作成功，既可將解決方案業務獨立上市，甚至繼續在網龍內部整合。

IT用於教育 發展潛力巨

雖然趙子翹對網龍進軍教育市場大賣「關子」，但是他舉例，運用擴增實境技術，其實可在3D視象之外開發出具體感功能的方案，例如可以提供認字、遊戲及抽卡功能，將教育產品遊戲化。

另有關技術，亦可以引用到保健市場，隨着市場開發出可通過聲音拍照、進行視頻通話的谷歌眼鏡，他相信將來可以開發出配備手帶甚至應用軟件Apps的健康包產品。不過相比起教育市場，他相信擴增實境在保健市場的發展，仍需時間發。

合作物色併購機會

在教育及保健市場之外，他相信，「創奇思」尚可以利用擴增實境技術，開發出應用於手機的企業軟件，用於提高生產力。他期望，與網龍合作之後，可以合作物色併購機會，甚至在港培育企業，及將公司的觸角，伸展至內地、亞洲以至世界市場，為下一階段高速發展，作出準備。

保留專利

兩手準備 技術產業有望上市

趙子翹一手一脚將Cherrypicks（下稱「創奇思」）淡大後，既與網龍（0777）結盟，他原來尚留有一手，保留了具備產品研發能力及專利技術的Cherrypicks Alpha（下稱CA）平臺，繼續自行發展下去。根據他的構想，日後「創奇思」將成為CA的產品窗口，到適當時，更不排除CA會實現上市。

保住研發優勢 利長遠發展

「創奇思」要一分為二，在業務發展上分兩步走。趙子翹解釋，長遠即使CA業務具有發展潛力，但是尚需時投資發展，因此只有先安

排解決方案平臺和網龍合作。CA本身則具備技術及產品，當中已經開發出使用透明顯示屏的線上到線下（O2O）平台，開始提供服務予用戶，並且繼續以「創奇思」作為產品窗口，在不同領域應用。待CA發展到成熟及收成階段，他認為屆時可以安排上市，甚至不排除CA主動和網龍共商合作大計。

要營運產品研發的CA平臺，對喜歡思考的趙子翹，雖然不無挑戰，但是他笑言：「太陽底下無新事，最緊要不怕無厘頭。」因此他日後會繼續留意產品及技術在不同界別應用的可能性，大搞Crossover。他不諱言，正如他當初

沒有想像到2007年智能電話面世後，為公司帶來新的發展台阶，發展成不同產品一樣，他日隨着雲端技術發展成熟，他相信有望將開發產品的門檻進一步降低，令到他們可以將擁有的技術，運用到更多不同的產品上，加快業務發展。

雲端科技 成下一個爆發點

在可見的未來兩至三年時間，趙子翹相信，整個「創奇思」的收入模式，仍然會以企業市場為主。但是隨着市場發展，他們亦已經開拓少量供零售市場應用的方案，實行雙線發展。



商店櫥窗結合3D電視，向消費者展示實體商品之餘，亦出現與商品相關的影像，並能讓消費者即時用手機選購產品及下載資料。