

麻煩陷阱多羅羅 電子錢包使用須知

香港快要進入個人消費全面電子化的時代，過往滿身「散紙」的生活模式，隨着一家又一家公司推出電子錢包而產生改變；最新加入者更是有着八達通背景的 O! epay(好易男)。但即使人人幾乎有部手機在手，電子錢包其實並未能完全融入生活，有些還得帶多張增值卡，令便利性大減。再者，要提取電子錢包內的餘款實在很煩，想完全取代實體鈔票和硬幣，香港看來仍有一段路要走。

文：電能小子

O! epay 用途暫有限

背負了八達通的光環，剛入場不久的 O! epay 理應贏在起跑線上，沒料它竟是目前最欠看頭的電子錢包。原因是 O! epay 尚未開放網上支付功能，用戶能做到的僅有 P2P(用戶對用戶)式互相過數或「飯後集資」這種雞肋用途，以及為八達通增值，連想直接以電子錢包內的錢去購物都無法辦到！

有指這與其母公司的業務大方向有關，因八達通本來已是大有行道的增值卡，另關戰線或影響消費者使用八達通的習慣，造成「自己打自己」局面；須知八達通從交易費和器材等獲得可觀利潤，有關方面當然不會放棄這塊肥肉。所以外界預期 O! epay 將不會涉足直接線下付款(這可經八達通辦到)，而是側重網購方面。據悉，O! epay 會在今年底前提供網上支付功能。

另外，為杜絕「洗黑錢」，O! epay 對服務申請者採取嚴格把關，必須提供足夠的個人資料如身份證與住址證明等，並要等三個工作天來處理，遠較即時手到拿來的八達通麻煩。再者，O! epay 無法把電子錢包內的金錢直接提出，就算「飯後集資」至塞爆錢包，只能把錢轉去八達通(或者調轉)，最終變成「可花掉但不可套現」；即使是預防「洗黑錢」但未免太擾民吧。話說過來，取消 O! epay 服務無須任何費用，而餘款亦會像取消八達通那樣退還(當然要等一段日子)，不過最終可「有錢落袋」至少比其對手算好了。

■暫時 O! epay 的最大功能，只是為八達通卡增值。網上圖片

■所有電子錢包都具備 P2P 過數功能。網上圖片

優點：隨時增值八達通
缺點：無法線下支付

TnG 心頭過高

去年秋季搶灘的 TnG(香港人的電子錢包)，一度憑聯同 759 合作大送增值款項的銀彈戰術為人注目，如今它已站穩市場，並和不少合作夥伴聯手，前景不俗。和表現同樣全方位的 Tap&Go 相比，TnG 在網上和線下皆能輕鬆付款，更能擔當 P2P 過數和電子會員卡功能，而更重要是它以掃描二維碼(QR Code)的方式交易，基本上任何一部智能手機都能辦到，商戶不用安裝成本較高的 NFC 讀取裝置，較易在全港各區滲透開去。

不過，二維碼缺點是讀取速度不夠快，先要運算一個編碼出來，再經另一方的鏡頭讀取，和「嘟」卡相比確實慢太多。因此，TnG 即使能支付的士車資，但在巴士或小巴等公共交通工具還是無法辦到——難道在繁忙時間你要看着前方人龍逐個去弄個編碼出來，再由司機核實掃描成功？所以最近 TnG 方面在官方 facebook 宣稱要在小巴大展拳腳，即引來網民質疑其可行性。

優點：二維碼全部通吃
缺點：支付時間較慢



■TnG 銳意攻向小巴市場，但被網民提醒可行性不大。網上圖片



■電子錢包已在香港全面推廣當中，部分更可直接「嘟」來付款，相當方便。

Tap&Go 蘋果廢武功

算是其中一家最先投入市場的 Tap&Go(拍住賞)，網上及線下購物以至大多基本功能早就能辦到，而且對應平台和增值方式相當廣泛，加上推出了大量宣傳和優惠，理應是現時最成功的香港電子錢包。事實上，Tap&Go 的合作夥伴為眾電子銀包中最優秀的一群，採用 PayPass 系統的它固然與 MasterCard 關係密切，也有 759 阿信屋、萬寧和淘寶網等襄助，陣容龐大。

如閣下是 Android 手機用戶，只要手機配備 NFC(近場通訊)功能即可完全當成電子錢包來使用，無論是增值(拿去 1010、CSL 或 HKT 的門市)或線下付款，均可把手機直接「嘟」過去，連解鎖都不用，等同多一張八達通。但採用 iOS 系統的 iPhone 則不同了，因蘋果手機為保安理由而不支援 NFC，Tap&Go 用戶要以專用「拍住賞」卡來付款和增值，手機則當上 P2P 過數等功能的平台，即要隨身帶多一張卡，未能做到簡單直接的最理想使用效果。此外，取消服務時它要收取行政費用，不像 O! epay 那樣容易「離場」。



■Tap&Go 已能在多個商戶使用，但蘋果手機則需另用「拍住賞」卡。

優點：合作單位強大
缺點：iOS 難發揮威力

IT 睇真 D

內地早着先機

跟香港相比，內地的電子錢包發展速度更快，像微信已可發放紅包，讓用戶在春節時可把微小心意傳給居住偏遠地區的親友；此服務面世時香港連電子錢包的概念都未成熟。也不消提推動消費的「一條龍」操作手法，像微信可在包括南京等內地城市預約停車場車位，而到食肆以電子錢包付款後，系統會順勢彈出甜品店的優惠折扣券，吸引人去繼續消費，對用戶、店方和電子錢包帶來三贏局面。

就個人消費全面電子化方面，如今香港終於踏出這一步，未知不久將來會否在電子錢包激烈競爭下為消費者帶來更優惠、更方便的生活環境？



■微信支付在內地已行先香港一段時間。網上圖片

IT 解碼

NFC 是什麼？

NFC(近場通訊)全名為 Near Field Communication，原則上和八達通卡採用的 RFID(無線射頻辨識)技術近似，都是在不作直接接觸下讀取資料的制式。而在 NFC 的三大工作模式中，其「卡模擬模式」可讓手機變成如同八達通卡一樣，即使電話沒電也能靠獲取讀卡器的 RF 域來供電，因此安裝了 Tap&Go 的 Android 手機才可在不解鎖下跳過操作系統直接付款。順帶一提，NFC 的「對等模式」

可讓兩台同具 NFC 功能的電子裝置互相讀寫資料，其優點是功耗比傳送範圍較廣的藍牙為低，可節省電力。



■部分 Android 手機可藉 NFC 功能傳送資料。網上圖片

新視界

文、圖：JM

超級電視 X50 Pro 9.9mm 纖薄吸引



■超 4 X50 Pro(前)與超 4 X50(後)的主要分別，在於其底座設計。

繼取得英超的香港播映權後，LeEco 樂視又再囊括今年歐國盃播映權，令球迷不得不留意了。早前品牌於北京舉辦的「無破界 不生態」發佈會中，展示了第 4 代超級電視 X50 Pro(超 4 X50 Pro，人民幣 2,999 元)、超 4 X50(人民幣 2,499 元)及超 4 X50 中超版(人民幣 2,699 元)。樂視創始人兼董事長賈躍亭表示，樂視超級電視是真正的生態電視，每代新產品都是刷新配置和性能的強勁標杆，能滿足產品全生命週期極致體驗和運營需求。

就超 4 X50 Pro 及超 4 X50 為例，筆者最感興趣是其 9.9mm 纖薄厚度的設計，為超薄的主動快門式 3D 電視。其機頂高靈敏度雙咪高峰，使用距離達 5 米，無須遙控器都可操作，只要說「你好，超級電視」即可喚醒。即使電視正在播放節目，也能聽清你的命令，一聽到關鍵詞它就識別並進行工作，通過 LeCloud 的雲服務來回應要求。超 4 X50 Pro 配備 Mstar 6A938 64 位高性能處理器，以保證未來五到七年的良好用戶使用體驗，它還搭載 HDR 技術，讓陰影中的暗部細節精準還原。

另外，新開發的全金屬掛牆超 4 X50 距離牆面僅有 49mm，與牆面融為一體，還可 L/R 雙方向調整角度，為接駁 HDMI 等接口留出足夠空間，細節之處可見用心。而且，新一代雲鰭底座的靈感來自「美人魚」站立時的美感，童話世界中的人物彷彿屹立眼前。這個雲鰭底座，是通過國家穩定性標準測試，穩固且不易傾倒。

順帶一提，由即日起至下月 1 日(即本周三)，樂視現有用戶只要登入 LeMall.com，即可以 249 港元購買「歐國盃組合」，盡覽 2016 歐國盃全部 51 場賽事。未擁有任何樂視硬件的用戶，則可選購 599 港元之「歐國盃組合」連 Le TV Box(4K 標準版)，加送 3 個月樂視超級影視會員及 1 個月樂視超級體育組合等。



■從機部已可看到其纖薄感。

買物王

文、圖：雨文

Nikon D500 首部 SnapBridge 相機

Nikon 繼早前發表了 FX 格式旗艦級機王 D5 後，如今再帶來 DX 格式之另一旗艦相機 D500，它採用與 D5 同樣強大的 153 點 AF 系統，確保即使以約 10 fps 的速度進行高速連拍下也可精確捕捉主體。它支援 4K 超高清短片攝錄，可滿足多媒體專業攝影師需求，同時全新 EXPED 5 影像處理引擎可呈現高品質影像和短片，並實現從 ISO 100 到 51200、以至 Lo 1(相當於 ISO 50)及 Hi 5(相當於 ISO 1640000)的廣闊感光度範圍。

為增強實用性，D500 採用觸控、翻揭式螢幕，加上它是首部支援 SnapBridge 的相機，透過低功耗藍牙技術持續連接至安裝了 SnapBridge 應用程式(可免費下載)的智能裝置，並自動將 D500 所拍影像傳輸過去。同時，會在影像中加入



■Nikon D500 可即影即傳，方便網絡使用者需要。

拍攝位置和日期/時間資訊，透過 Wi-Fi、3G 或 4G 技術將相片自動上載至 Nikon Image Space，更可透過智能裝置瀏覽及傳取相機已儲存的影像和短片，即時與人分享。

遊樂場 文：FUKUDA

「芒亨」攻打兒童市場

早前 Capcom 在日本舉行發表會，公開今年 10 月 8 日發售之 3DS 力作《Monster Hunter Stories》的內容，已知它會是款回合制 RPG，畫風針對兒童市場，但它備有「芒亨」正章大量元素，所以成年人玩起來都能投入其中。《MHS》的主角並非獵人，而是倚仗魔物能力與其共同冒險的年輕騎者，在環境遭受破壞的「芒亨」世界化解危機，當中更要拾取獸蛋孵化成坐騎，透過繼承系統為坐騎附加全新能力。另外，於遊戲推出時日本亦會播放動畫造勢，還有大量 amiibo 精品，屆時必再掀起「芒亨」熱潮。

零售價：約\$440



■《芒亨 Stories》對象層明顯是年幼玩家。

《Overwatch》更具和風

不久前才有大玩卡通觀感的對戰型主觀射擊《Battleborn》見街，如今再有風格近似的 Activision Blizzard 新作《鬥陣特攻》(Overwatch)應市，愛射擊類作品的朋友應大感滿足。同樣是以別具心思角色作賣點，《Overwatch》畫風上較有日本風味，更容易為本港機迷接受，而它共有 21 名角色可供選擇，分為攻擊、防禦、肉盾和輔助這四大類別，可因應遊玩風格去揀選培育，繼而在網上對戰模式與其他同好切磋較量。

零售價：\$468(PS4、Xbox One、PC)



■《Overwatch》不單靠玩法取勝，連角色都很有看頭。

App 事多 文、圖：鴨仔獸

小企業生存靠自己

上週於雅虎的銅鑼灣總部，舉行了名為「亞洲智能手機應用程式業界調查 2016」的活動，發表由香港無線科技商會(WTIA)委託香港教育學院的香港研究學院進行的調查結果，就 100 間本地智能手機應用程式相關企業的收支等數據進行分析。結果發現，只有 20% 受訪企業是經營了 6 年以上，絕大部分都只有 1 至 5 年歷史；有兩成更只得 1 年，非常「青澀」。人手方面，74% 受訪企業是 10 名員工以下的小型單位，而且 71% 的公司投入資本也少於 50 萬港元，當中更佔九成資本完全來自創業者，可見靠開發 App 為生的公司大多也是小本經營，兼缺乏長期運營經驗。

及後進行了三場主題演講，其中在遊戲開發商分享心得的環節中，天邁科技和 Fingerprint Studio 的講者不約而同認為別在開發初期便寫程式，因遊戲設計到後期往往會改動不少，甚至把整個構思放棄。所以應先「度橋」，想出有趣的內容才最重要。



■本港大多 App 公司屬小本經營。