

5千導師候教 問功課App賺百萬

答疑解惑 手機補習 瞄準東南亞



「今時今日的學生哥，隨時比成年人更忙，要琴棋書畫樣樣精之餘，亦要兼顧好學業，每每需分秒必爭溫習各大補習名師的「雞精書」。不過，香港的學生遇到難題總是欠缺發問的勇氣，有見及此，80後的余佑謙 (Timothy Yu) 創立 Snapask，學生可透過手機應用程式全天候向導師提問，猶如上世紀八十年代的互動節目《打電話問功課》，成功每月創出7位數字盈收，並進入台灣及新加坡市場。未來更瞄準印尼、馬來西亞、泰國和越南等市場，追隨智能手機普及及衍生的商機。

■ 文：記者 吳婉玲 圖：記者 張偉民

80後的余佑謙和不少大學生一樣，在學時期會幫人補習，以幫補一下學費。「在過程中發現要全港九新界四圍走，難管理學生，以及難以提升收生人數，因為時間有限，永遠一對一。」即使他在2011年於炮台山開辦小型補習社，進行小班教學，可惜仍受導師人數所限，學生人數未達到他的目標。

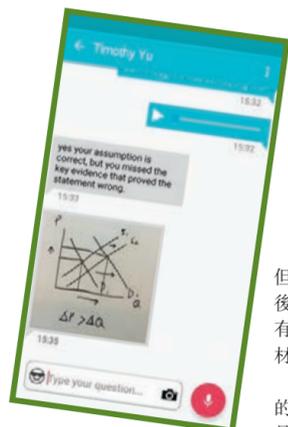
導師學生隨時隨地問答

「我明白到要向上發展的話，一定要透過線上去招徠學生以及更高質素的導師」，所以余佑謙在去年1月創立 Snapask。學生只需要繳付月費，就可以透過專用應用程式向導師提問，計劃分為月費98元、368元和588元，分別可問10條、40條和無限條問題。學生發問後，成功登記的導師就可以回答問題，不限於導師身處的地點及時間，就連搭地鐵中都可以回答學生問題。導師每回答一條問題可獲約4元至8元，視乎其活躍率、回答質素、回答評分，以及服務年期而定。

Snapask 面世半年後，余佑謙更將其拓展至新加坡和台灣，現時三地註冊用戶人數超過10萬人，活躍率逾6成；導師有5,000人。每月盈收為7位數字，每逢考試季節，盈收更會增長2倍至3倍；每月盈收以雙位數字增長。他預期今年無論在註冊人數、問題數量，以及盈收都會見到更快增長。

獅城學生補習花費更多

本以為香港學生在補習上的花費會是全東南亞之冠，誰知新加坡的學生也不遑多讓。余佑謙表示，香港學生花在補習的人均消費約為2,000元，台灣學生亦同樣為2,000元，而新加坡學生則為2,000元至3,000元，至於其他東南亞國家則約1,000元。除此之外，余佑謙更留意到，台灣和新加坡的學生不



■ Snapask 在香港、新加坡和台灣註冊用戶人數超過10萬人。受訪者提供

但願意花錢在課後補習，甚至會有一定消費在教材上。

「我們在大學的學習模式其實是延續了中學的模式，看到外國學生會發問，我們本地學生在發問或探究學問方面始終差很遠。亞洲學生的學習模式應該由中學開始改善，所以 Snapask 很鼓勵發問的過程。」余佑謙發現，普遍亞洲學生都非常注重考試，考試和功課甚至主導整個學習過程，喜歡花時間在考試練習上，而補習學校亦會針對考試題目作更多培訓，相對上模式少了思考和批判性的思維，亦少了在互動和發問能力上的基本訓練。

現時，香港區佔 Snapask 總收入逾50%，台灣地區佔3成多，其餘為新加坡。余佑謙認為，地區的發展潛力不應只看學生人數，要視乎學生在補習上的平均消費和應用覆蓋率。現時資料顯示，Snapask 在台灣和新加坡的發展速度已快過香港。余佑謙表示，未來 Snapask 不會只放眼於香港、台灣及新加坡，亦會考慮東南亞市場。他指在印尼、馬來西亞、泰國和越南，手機普及和學生在補習上的平均消費都上升得較快，相信該些市場具有商機。



■ Snapask 創辦人余佑謙(右)夥拍老師、9010 Academy 創辦人兼行政總裁吳賢德為學生提供線上線下學習渠道。

攜名師線上線下合作

不用出門，時間可自己分配，線上學習是個不錯的選擇，但不少學生仍是會追求實體的補習。今年8月，Snapask 與學習體驗店 9010 Academy 合作，全方位為學生提供服務。原來，9010 Academy 創辦人兼行政總裁吳賢德，就是風靡一時的中文補習名師 Arthur Kho，而余佑謙就是他的學生。由師生關係發展到合作夥伴，兩師徒線上線下互相配合。

未踏進 9010 Academy，已經聞到陣陣咖啡香氣，令人精神為之一振。原來，在地下有個咖啡店，讓學生感到疲憊時可以喝杯咖啡，吃件蛋糕，暫時放鬆一下。乘電梯上一層，就是6,000呎的互動學習空間，裝修走簡約風格，樓底高加上配以落地玻璃，暖暖的陽光照射進來，多了一份傳統補習社沒有的悠閒感。而除了一般的書桌，這裡亦有高身的桌椅，彷彿踏進了一間樓上咖啡店。

「學習最重要的是，你要令學生好想去學習，如果欠缺學習動機，你給他多少知識也沒有用」，眼前的吳賢德穿起一身西裝，彷彿仍有股「星味」圍繞着他。曾經堂堂爆滿，高峰期一星期有超過一萬位學生

上他的課堂，面對教育制度改革，他察覺到以往的補習模式已經不能再滿足學生。

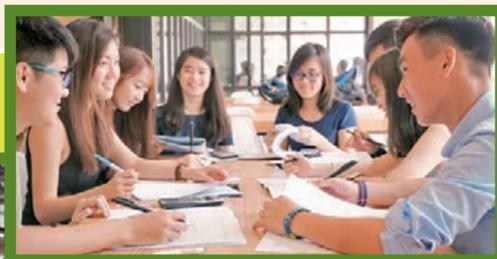
新體制難再死記硬背

吳賢德指，學生在舊體制下，可接受權威式或單向式教育，因試題變化不大，死記硬背就可以獲某個分數，但在新體制下，會造成「不同學校教法不同，目標相同」的情況，所以學生需要有人為他即時解答問題，而以往傳統補習班的課堂模式亦已不合時宜，應該轉為由學生主導的小組課堂模式。

9010 Academy 就提供一個開放的空間讓同學研習和發問，增強學生與導師互動的學習機會。學生可以參與自組課堂 X-Lab，課程內容由學生與導師一同制定；又或是選擇小班課堂 X-Class，以考評報告及官方教師會議為課堂內容。另外，更設有會員制，讓學生可享用 9010 Academy 的學習空間和 Snapask 的服務。

值得一提的，現時 9010 Academy 大概有20多位導師，當中有3成是從 Snapask 招募。

■ 學習體驗店 9010 Academy 提供一個開放空間讓同學研習和發問，增強學生與導師互動的學習機會。



領展偷師西班牙 翻新本地街市

記者 吳婉玲



■ 領展資產管理行政總裁王國龍。

記者 吳婉玲攝



做生意最忌一成不變，最好能夠不時為客戶帶來新意。原來，擁有多間本地社區商場的領展 (0823) 也不時會參考其他國家的翻新概念，領展資產管理行政總裁王國龍昨表示，曾試過帶承租商海外視察，當中不少翻新概念均來自西班牙。他認

為若本港的街市不進行翻新工程就較難持續發展，難以吸引下一代接手街市商戶的生意。

對於街市外判的檢討進度，王國龍表示已完成，認為在制度上無大問題，是行之有效的制度，公司會繼續沿用，強調未來亦會持續進行檢討。早前出現街市的爭議是因為有人「要借題發揮」。

他指每當進行翻新工程期間都會出現聲音，但完成後的調查結果都是反應正面。

加租幅度不能一概而論

被問到翻新後的加租幅度，他說因應不同的項目難以一概而論，加上翻新後不希望出現空置情況，所以在開幕初期加租幅度不會太

大，部分會在商舖租約反映，而大部分原本的租戶在翻新後亦會繼續租用。他又指公司內部對翻新工程的投資回報率目標為15%以上，但仍要考慮到街市翻新後所帶動連接商場的人流等因素而定。

領展今年初收購旺角前工貿署大樓，王國龍稱短期內會展開裝修工程，亦正與潛在租客商討租務，希望2017年底或2018年初開業。商場的定位為年輕時尚，有意向海外商戶招商，而公司有關人士下個月亦會到訪韓國。他提到，現時很多網上的店主都不希望租約長達兩至三年，反而想租短期作體驗，以及增加曝光率，公司正研究如何配合該些小店。另外，雖然市況放緩，但由於同類型可供出租的物業不多，相信租租反應會不錯。

領展昨公佈，數月前推出的手機應用程式「泊食易」再有新功能，用戶可以查詢約2萬個食肆，更可委託代購手代勞購買新鮮食材，送到家中。

傳聯想購富士通 PC 業務

香港文匯報訊 受併購消息刺激，聯想集團 (0992) 股價昨日一度升逾3%，收市升1.544%，報5.26元。外電昨引述消息人士稱，聯想集團正與日本富士通談判，以收購後者的個人電腦 (PC) 業務。富士通希望將業務重點集中在 IT 服務和其他優先級較高的業務。

昨日《日本經濟新聞》報道說，兩家公司力爭本月達成協議，並可能會有約2,000名富士通員工轉至聯想。如果達成交易，富士通將成為繼日本電氣 (NEC) 之後第二家日本 PC 企業向中國聯想求助，以在利潤微薄的市場保持競爭力。聯想和 NEC 在2011年成立了一家 PC 合資企業。

日經的報道稱，達成交易的一個方案是富士通將個人電腦設計、開發和生產業務轉至聯想主導的合資公司。另一種可能就是，聯想在富士通個人電腦部門持有少數股權。報道未提及潛在的財務條款。

與富士通聯姻，將幫助身為全球最大 PC 生產商的聯想進一步提高市場佔有率。IDC 數據顯示，2015年聯想在全球 PC 市場的佔有率為19.4%，而富士通僅為2.1%。聯想正爭取在智慧手機市場更進一步，並實施年節支13.5億美元、裁員3,200人的計劃。聯想8月份表示，有望在明年扭轉智慧手機業務的困局。

富士通昨發表聲明，稱正在考慮 PC 業務的各種選項，但對其未來尚未作出決定。聯想則拒絕置評。

富衛首推智能駕駛應用程式

香港文匯報訊 (記者 周曉菁) 富衛保險總經理衛志雄於昨日「富衛智駕」流動應用程式發佈會上表示，汽車保險市場去年已虧損約2億元，若情況持續下去，未來會有加價壓力。他又指目前公司的車保略好於市場情況。

推網上「智駕保」增銷售

富衛保險香港及澳門首席商務總監謝振國介紹，「富衛智駕」是為全港駕車人士而設，可以記錄每段駕駛里程的詳細資料，且對用家的駕駛進行評定，評定元素包括加速的順暢程度、剎車技巧、轉彎技巧、

專注力和安全車速等。若用家的駕駛習慣良好，最高可給予30%的現金回贈。他在現場模擬駕駛了一段路程，最後獲得了100分的判定。

富衛保險總經理衛志雄補充，公司還推出了「智駕保」網上汽車保險，增加銷售渠道，但網上平台暫時只對私家車用家開放申請。他希望未來通過網上渠道申請可佔車保整體銷售比例的10%以上。

對於公司的車保業務，衛志雄指出，目前市場佔比約為1.5%至2%，望未來能有雙位數增長，且一路提升車保的市場佔有率。提到這次「富衛智駕」的投資，他稱「公司投入了7位數的資金」。