



看好亞洲市場潛力 來港創業由零做起



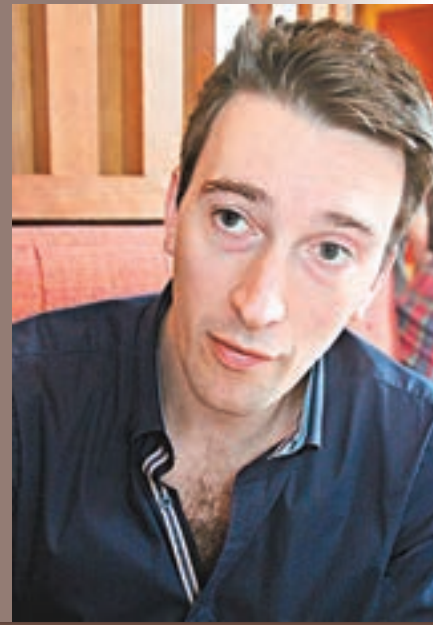
法國是不少香港人夢想移居之地，但原來亦有法國人很享受在港的生活。兩位年輕的法國人 Frantz Lasorne 與 Nicolas Guyon 於 2011 年來港創業，成立創新科技公司 Visionaries777。虛擬實境 (VR) 及擴增實境 (AR) 概念近年開始興起，Visionaries777 早已研發相關技術，初時主要是與廣告公司合作，主要寫手機應用程式 (App) 及遊戲。公司去年開始直接與客戶合作，提供產品展示工作，Frantz 透露，今年收入較去年急增一倍，對 VR 及 AR 的業務前景信心十足。

■香港文匯報記者 莊程敏



■ Visionaries777 最近曾參與照明公司 Osram 的 VR 項目。受訪者供圖

■ Frantz 認為亞洲市場很有潛力。張偉民攝



法國型男

Frantz 及 Nicolas 是大學同學，後來共同到 LEGO 公司任職研發人員，當時已開始接觸到 VR。Frantz 在 2009 年亦獲得 AR 及 VR 的碩士學位。他指出，VR 的競爭主要來自歐洲及美國，香港的競爭並不大；歐美的項目成本會較高，故他們身為香港公司，在價格上亦有優勢。

港法律清晰利創業

Frantz 表示，一直覺得亞洲市場很有潛力，香港則是亞洲區中最容易創業的地方，法律清晰易明，稅率亦很低，只需數星期就能成立公司。他指創業投入的成本不高：「初期只需證明自己戶口有 100 萬元，就能申請工作簽證。」最初來到香港時，Frantz 沒有任何人脈網絡，公司業務主要是承包廣告公司的項目，藉此慢慢增加公司的知名度及人脈。早前與麥當勞合作的項目，「麥當勞 2013 可口可樂杯 AR 大玩轉」極受用家歡迎，更於第二屆「亞洲智能手機應用程式大賽」的「廣告及市場策劃」類別獲得銅獎。

他指出，現時已不主動承包廣告公司的工作，因工作性質變化大，項目亦耗時。自去年開始，公司轉為與客戶直接合作，專注做有關產品展示方面的工作，例如為不同生產商將產品透過 VR 及 AR 的方式以現實方式呈現出來。他解釋，公司其中一項技術是，用戶戴上特定的白色卡紙，影像就可以投放在卡紙上，這技術非常適用於珠寶、鐘錶產品上，用戶可以利用這技術試戴不同珠寶鐘錶，快捷方便。

Frantz 舉例最近到過德國，參加世界上兩大光源製造商之一歐司朗照明公司 (Osram) 的項目，客人透過戴上 VR 眼鏡，就能觀看一段公司的簡介，以及電燈產品中很細緻的內部硬件說明。有些產品及公司資料是很難用言語去解釋的，但透過這些新科技則能輕鬆闡述。Frantz 指出：「Osram 一向與歐洲的公司合作，今次是首度與香港公司合作，這是對我們實力的肯定。」

Visionaries777 現在已由最初的 4 名員工，增至 10 名員工。今年的收入較去年翻一番，雖然客戶數目減少了，但項目規模則較大。

正覓長期合作機會

對很多初企而言，獲得私人投資可以幫助企業發展得更快，不過 Frantz 則不喜愛私人投資，因不想將公司的股份分給別人。「最好是能被一間大公司看中，提出與 Visionaries777 長期合作的計劃，專職負責公司所有產品的推廣工作。」他又指未必僅與一間公司合作，重點是長期的合作機會：「每個行業中只會與一間企業合作，這樣就不會造成競爭威脅。」

VR 市場奪先機

行業前景

硬件成熟應用增

「VR 以往多數是一種噱頭，但隨着硬件發展愈來愈成熟，更多公司正希望將 VR 以更專業的形式去應用，例如在推銷產品及提升用戶體驗方面。」Frantz 預期，在不同大品牌努力研發下，將來 VR 及 AR 眼鏡將會變得更輕便，方便用戶攜帶。他慶幸自己一早進入 VR 這些新科技的領域，如果現在才入行，相信會有點太遲，因現在的行業競爭相當大。

他舉例指，假設某汽車生產商想在商場展示新款汽車，但商場沒有足夠位置，可以改為由消費者戴上 VR 眼鏡，體驗坐在車廂內的感覺，亦可以了解車內各項操作。這對於汽車生產商而言，除可降低成本外，所提供的用戶體驗亦相當新鮮有趣。

如果要比較 VR 及 AR 的潛力，Frantz 指出會選擇後者，因 VR 是與現實完全隔開，只看到虛擬的影像，但 AR 則是將虛擬影像及現實連接在一起，用途會較廣泛。他認為現時很難比較兩者的需求，因為很多時客戶希望有齊兩種技術，兩者其實可以相輔相成。



■ Frantz 的公司曾協助汽車生產商在商場展示新款汽車。受訪者供圖



■ 公司的 AR 產品。張偉民攝

經營心得

OT 無助提升工作效率

提到法國人，總覺得性格會是悠閒浪漫，並深享享受生活之道；與香港人多擠逼，生活節奏急速，工作大過天的風格似乎南轅北轍。Frantz 認為香港是很有活力的城市，形容香港是「City Never Sleep (永不睡眠的城市)」，對於這種生活方式他是享受的。然而，在工作方面其實並沒有入鄉隨俗，指自己會繼續採用歐洲的工作方式，即是盡量不讓員工 OT (超時工作)，更直認自己是一位「好老闆」。

很多人認為工作時間與公司收入成正比，愈多 OT 會帶來愈多收入，不過 Frantz 則有另一種看法。他認為，與其要員工工作 10 小時，但沒有精神及效率，不如讓他們精神愉快地工作 5 小時，效果是一樣的。他表示，除了有項目迫不得已要趕工外，其他時間盡量不會讓自己及員工超時工作。

港生產商少成挑戰

談及在香港創業有何困難時，Frantz 指出香港的生產商很少，大部分生產商的總部不在香港。由於公司不再做承包工作，故他需要跳出香港尋找客戶，這是一項挑戰，但仍有信心可以做到。Frantz 稱若有機會會與內地公司合作，例如飛行影像系統公司 DJI、小米等皆是潛在的合作夥伴。不過，他坦言與內地公司合作時會格外小心，因之前與樂視合作時，被拖欠薪金長達半年。雖然最終成功取回，但形容對自己而言是「噩夢」。

雖然現時有不少公司加入製作 VR 及 AR 的行列，但 Frantz 認為：「要做當然人人可以做，但做到何等程度，何等質素，則問問公司有所不同。」自己早在 7 年前已開始接觸 VR，行業根基較深厚。

易還財務奪濟州韓牛獨家代理

香港文匯報訊 (記者 吳靜儀) 易還財務投資 (8079) 稱，旗下俊興冷凍食品取得韓國濟州島產區原隻韓牛出口獨家代理權，將定期每天從韓國濟州島空運一隻韓牛到香港。易還財務主席蕭若元表示，公司出售的 1++ 韓牛比最頂級的 5A 和牛還要便宜約 20% 至 30%，甚至比濟州島當地更便宜，原因是公司簽訂了合約，定期大量購入，另外亦因為整隻購買會較便宜。



■ 蕭若元指，公司出售的 1++ 韓牛比最頂級的 5A 和牛還要便宜。旁為其女兒。吳靜儀攝

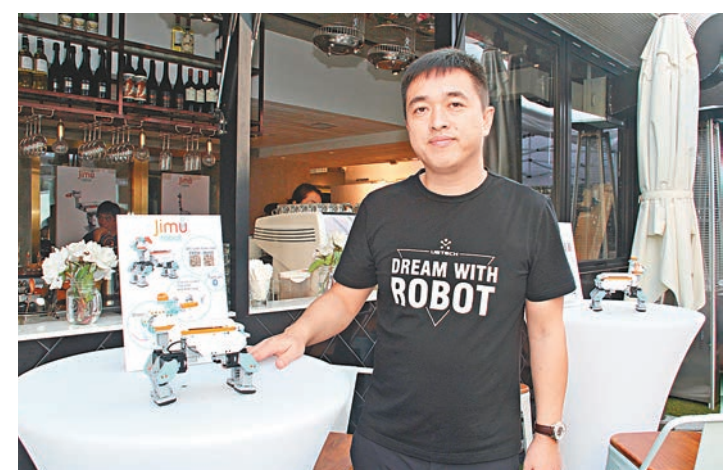
蕭若元說，現時已有 70 間至 80 間餐廳向公司購買韓牛，定價為每公斤 1,200 元，每隻韓牛平均是 270 公斤至 400 公斤。公司已設立一個名為 Korean beef express 的網站，更提供韓文，方便本土及香港韓國顧客上網訂購，並提供送貨上門服務。他透露，出入口牛需要討論檢疫問題，且韓國罕有出口韓牛，因此在此合作上已洽談五六個月。另外，他表示集團大部分收入來自財務公司，亦有其他批發零售及投資項目，有計劃將所有批發零售合成一間公司，或會分拆上市。

積木機械人港添百銷售點

香港文匯報訊 (記者 莊程敏) 最近教育界興起一個新名詞「STEAM」，即是指融合科學 (Science)、技術 (Technology)、工程 (Engineering)、藝術 (Arts) 及數學 (Mathematics) 的創新教育模式。內地人工智能及人形機械人公司 UBTECH (優必選科技) 昨與港澳代理商 lava Tech 共同宣佈，在港推出 5 款 Jimu 積木機械人及 Alpha Pro 機械人，配合自家手機應用程式 (App)，讓小朋友可以自己編寫動作程式，包括錄音、讓機械人跳舞、說故事等動作的多項功能，寓學習於娛樂。

UBTECH 首席運營官王汝林昨於發佈會上表示，Jimu 積木機械人目前已在世界各地的蘋果專賣店有售；今次與 lava 合作，將會在香港新增約 100 個銷售點，預計 1 年可賣出 3 萬個人形機械人。他認為，外國於「STEAM」教育方面走得較前，相信香港及內地會慢慢跟上潮流。

Jimu 積木機械人針對「STEAM」教育需要，像樂高一樣有啟發小孩創意的作用，同時配合應用程式讓小孩學習編程。今次推出的 6 款加強版機械人均是通過藍牙連接到 iOS 或 Android 設備遙控，用家可用品牌自家編寫的 RPP (即讀取 Record、記錄 Pose 及回讀 Playback) 功能，輕鬆讀取、記錄並重播已記錄動作造型。Jimu 和 Alpha 為 UBTECH 旗下兩大熱門機械人品牌，目前銷售市場包括歐洲、美國及中國等。Jimu 機械人已在世界各地的蘋果專賣店有售，540 台 Alpha 機械人曾於央視春晚表演跳舞，打破健力士世界紀錄。



■ 王汝林指，積木機械人將會在香港新增約 100 個銷售點。張偉民攝