



2025年產值料達2730億 港公司搶攻軟件市場

「去年我個人對於VR（虛擬實境）熱潮大爆發的說法仍半信半疑，但到了今年我真的相信了，原來真的很厲害，差不多每天都接到有關VR的查詢。」主要提供現場互動方案的創域互動（MarketTrend）創辦人兼項目總監張偉文（German）表示，早在四五年前已開始接觸到facebook（臉書）旗下Oculus推出的第一代VR眼鏡，但當時仍未有相關市場，多間科技公司仍身處研發階段；今年是VR正式「落地」的一年，目前主要應用範疇在主打體驗及享受的市場推廣方面，相信未來會應用於企業內部、教育等較深入的層面，如員工培訓及面試等用途。

■文：香港文匯報記者 莊程敏／圖：張偉民

■VR硬件方面，海外地區已發展得很快。



張偉文修讀設計出身，從事多媒體行業達10年，一直對創新科技很有興趣。2008年創立屬於自己的公司，當時着重於提供網上及多媒體推廣方案，至2010年有份參加世博香港館的活動，發現世博中有很多先進有趣的現場體驗，預感這方面未來會很流行。張偉文於是開始留意有關現場體驗的設備及資訊，並於2012年買了第一代的VR眼鏡（Oculus出品）回公司與同事一起研究。

硬件發展難敵大品牌

他引述一些外國的研究調查顯示，VR及AR（擴增實境）在2025年的軟件應用年產值將達到350億美元（約2,730億港元）規模；有行業分析師指，應用於娛樂方面會佔一半。「去年底大家開始認識到VR這個概念，有很多熱錢不斷湧入VR行業。」張偉文認為，VR行業現時缺乏的並不是硬件，而是好的內容及軟件。香港如果想捕捉AR商機，集中發展軟件應用方面會較為合適，因硬件方面海外地區已發展得很快，很難與Microsoft（微軟）、facebook及HTC鬥。另外，雖然內地有很多VR及AR的硬件製造商，不過他指一般會推介客戶用國際品牌的硬

件。

研多用戶系統增效率

張偉文指出，使用VR形式進行推廣活動的成本較傳統採用的「觸碰式」（Touchscreen）及「運動體驗」（Motion Experience）等技術高一半，故有些公司仍在研究如何可以平衡成本之餘趕上潮流，預計明年VR的項目會陸續有來。至於明年1月至3月是廣告業的傳統淡季，「通常Budget（預算）都使晒」，公司將會利用該段時間進行研發，目前目標是希望研究多用戶（Multiplayer）系統，讓更多人可同一時間使用VR系統，增加效率。

目前以VR的應用佔大多數，但AR的發展亦不容忽視。張偉文指，微軟今年3月至4月才正式推出的智能眼鏡Hololens是採用了AR/MR（混合實境）技術，戴上後便可在現實中看到很多虛擬影像，一如科幻電影所呈現的情境。眼鏡利用3D環境檢測技術，未來料可應用於室內設計方面。曾經有內地大學的戲劇部聯絡他們，希望可利用Hololens進行現場的佈景設計。最近公司亦與MegaBox及海洋公園合作，舉行香港首個以AR進行的「魔法」主題推廣活動。



■張偉文指，香港發展軟件應用方面會較為合適。

熱錢猛進VR熱潮大爆發



■張偉文指，VR行業現時缺乏的並不是硬件，而是好的內容及軟件。

經營之道 專心一意 享受工作

張偉文表示，將公司命名為MarketTrend，主要是希望可以跟隨到市場的發展潮流。公司成立至今，每年營業額皆至少有20%增長，由最初的6位數字升至目前的8位數字。

談到經營之道，他認為除了對本身從事的行業要有興趣，喜愛及享受自己的工作外，專注亦很重要。他解釋，有時一些客戶希望他們可以支援項目的周邊裝修及設計工作等，但他會一一拒絕，因為希望專注於軟件方面的工作。

很多上一輩的人批評年輕人一代不如一代，但張偉文卻認為剛好相反，自己接觸到的年輕人對工作熱情得很誇張。有一次他在測試一款VR遊戲時發現好像「仍差一點」，但遊戲第二天就要發

佈，結果負責該遊戲的年輕人堅持要將遊戲再改良，一做就由凌晨1時做到凌晨3時，張偉文表示自己亦感到很佩服。

營運成本 人工最貴

對於行業競爭方面，他表示並不擔心，因為自己算走得較前。現在很少廣告公司會投放資源於這些高科技，反而會將VR/AR的項目外判給他們做。張偉文透露，公司於這些創新產品上的投資約數十萬元，但最貴的始終是人力成本，員工薪酬每月要十多萬元。另外，他認為對公司而言，最大的挑戰是要與時間競賽，一些展覽通常通知的時間很遲：「如在歐美做類似的VR項目要數個月，但我們則要在數個星期內完成。」

應用廣泛

地產到嬰兒產品 各適其適

公司於今年年初接獲馬會的VR項目，破天荒以VR形式讓市民體驗在馬場充當騎師並「落場」比賽。另外，早前亦為恒地旗下的商場舉辦VR室內單車活動。張偉文對於明年以VR推廣的需求充滿信心，因現時差不多每天皆有客人致電查詢VR事宜，「我們通常會問客戶想如何做VR，但不少客戶卻反問：其實可以做些什麼？」這反映不少公司希望能抓緊這個熱潮，但對VR的實際操作仍不熟悉。張偉文透露，單

是10月就接到十多個有關VR的項目，今年的生意額亦較去年增長30%；這歸功於VR的熱潮，相信如果公司只接傳統的推廣活動，今年的收入很大機會下跌。

香港缺乏相關培訓

依他目前接觸過對VR有興趣的客戶中，發現覆蓋的範圍非常廣，包括化妝品、交通、航空、酒店、地產、教育、醫療、嬰兒產品等。有些是想做銷售，

有些是做教育，有些是做培訓，各適其適。市場對VR項目的需求激增，公司亦要增聘VR人才。張偉文驚訝香港有不少年輕人對VR充滿興趣，且對相關3D技術的根底不俗，不過原來香港沒有VR/AR的相關課程，僅得3D遊戲及手機遊戲等課程中的技術及知識可以配合到VR的發展。他亦很慶幸聘請到一群對VR很有熱情的員工，即使每夜工作到凌晨亦毫無怨言：「其實大家做VR都無經驗，只差在誰較有熱情。」

■智能眼鏡的應用日趨上升。



2025年VR/AR應用產值預測(美元)

醫療：	51億
工程：	47億
地產：	26億
零售：	16億
軍事：	14億
教育：	7億
合共：	161億
視像遊戲：	116億
現場活動：	41億
視像娛樂：	32億
合共：	189億

資料來源：高盛環球投資研究部

7-11 推出租充電器服務

香港文匯報訊 便利店7-Eleven與共享經濟集團（1178）旗下ECrent合作，首推「出租充電器（Portable Charger）服務」。服務由12月10日起分別於九龍油麻地伊利沙伯醫院及新界沙田威爾斯親王醫院兩間7-Eleven分店試行，以測試系統及監察運作狀況。計劃將於12月下旬至明年1月上旬逐步推展到全港700多間7-Eleven，目標是擴展到全港所有7-Eleven，包括港鐵站內分店。

共享經濟集團為了是次計劃特別設計了一款充電器供出租，充電器重量72克、體積11.2 cm × 6.6 cm、厚度0.9 mm、電容4,000 mAh，每次出租收費為10元。另亦會收取按金90元，只要充電器無任何破爛損壞，租用的客人於歸還時便可全數取回按金。充電器租借服務暫時只限同一店舖租借及交還，待日後擴展至700多間7-Eleven後，便可於港九新界不同分店交收。



■ECrent執行董事王靖暉昨早到伊利沙伯醫院7-Eleven試租充電器，過程順利。

「雙12」奇葩大禮遭拒收

香港文匯報訊（記者 孔雲瓊 上海報導）昨日是「雙12」活動的最後一天，在此次活動期間，支付寶為其第5,000萬筆交易的消費者準備了一份超級大禮，內含逾千件產品，不料得獎者拒收那些禮物。

支付寶在今次「雙12」期間，承諾為完成第5,000萬筆交易的用戶送上一份內容豐富到令人咋舌的大禮包，包括100份肯德基全家桶、100串羊肉串、100個蘋果等，禮包產品數量總計達1,200樣商品。所有禮品

是以電子卡券等形式發放到用戶的支付寶賬號，且可以分批消費。不過令人詫異的是，第5,000萬筆交易的完成者並未成為眾人眼中的幸運兒，而是明確拒絕領取這份禮包；即使在支付寶解釋禮物完全可以轉贈，且使用零門檻，仍再三表示拒收。結果該批禮品送給了第5,001萬筆交易者，這名用戶欣喜接受，並稱：「吃胖就吃胖！」



支付寶香港點發圍？

小記上周末在福建廈門旅行，正好遇上支付寶「雙12」活動。活動一連三日舉行，12月10日用戶使用支付寶在參與活動的商戶結賬，可以獲得5折優惠，折扣金額設有上限，對小額的消費相當具吸引力。支付寶當日在旅遊景點攤位推廣，例如曾厝垵文創村，到處可見活動宣傳海報。當日不少小食攤檔商戶以「一年一次」、「全場五折」為賣點，吸引不少旅客光顧，樂於使用支付寶結賬。

支付寶在內地相當流行，與香港支付系統商戶大多需要一部終端機不同，他們只需列印一個二維碼（QR Code），客戶使用支付寶的App（應用程式）已可完成付款。此舉除減省設備成本外，亦大大方便商戶提高營運彈性，例如小記還未點餐就誤排領取食物的隊伍，店員只需拿出QR Code，就能在遠離收銀的地方幫我完成點餐。

支付寶8月獲金管局發儲值支付工具（SVF）牌照，互聯網企業在內地一向很

捨得花錢推廣，將打折優惠引入香港非不可能，但能否引起同樣熱潮則仍有疑問。

私隱保障成關鍵

小記認為內地小商戶較多，個體戶除了使用支付寶消費，也會用作收款，令支付工具與日常生活變得息息相關。反觀香港較少小商戶，缺乏類似的生態環境。此外，支付工具難免需要收集很多個人資料，日前有報道指這些程式會將個人資料傳送到內地，注重私隱的香港人會否因一時的五折優惠，日後繼續將日常消費行為透露給這些公司？

■記者 歐陽偉彤