

科技守護長者系列

護老室內設計需求增 變身初創科企

裝修公司 撈過界

鄧子傑(右)與朋友除長屋設計外,更涉及智能安老平台,以科技實時確保長者安全。 莫雪芝攝



拓智能安老平台

本港人口老化問題日益嚴重,除了令長者健康醫療服務需求增加,也對科技應用需求大增,市場出現不少以科技解決長者需要的產品。長屋創辦人之一鄧子傑在2015年成立公司,提供室內設計並進行裝修工程管理。其後,長屋業務更涉及智能安老平台,利用科技實時確保長者安全,可見人口老化也為初創企業帶來商機。

香港文匯報記者 吳婉玲

不時在新聞及社交網站上,看到有關長者走失的尋人啟示,當中大部分都是患有認知障礙症,即前稱腦退化症的長者。這些長者或會因記憶力衰退,而忘記回家的路。「長屋設計」的分公司「長屋科技」,最近就與澳門電訊商合作,設計出配合智能手錶GPS全球定位的後勤服務方案,以防長者走失。

夥澳門電訊商推定位手錶

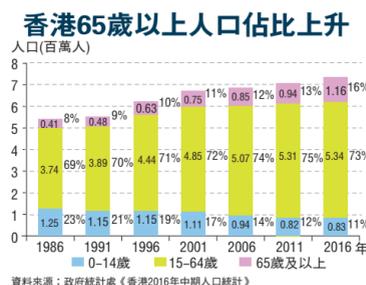
「佢哋(長者)成日都會走咗過關,因為澳門過關比香港容易,走咗過關界人拎咗銀包電話又唔記得咗,唔識返嚟。」配合GPS定位手錶,長者或其親人可以預先在地圖上劃分「安全區」和「危險區」。一旦長者踏入危險區,手錶就會發出聲響。

同時,負責24小時監察長者動向的後勤人員,亦會立即通知長者家人,讓他們知道長者已進入危險區。如果家人未能及時接聽電話,後勤人員甚至會聯絡附近的合作社工,希望在長者離開澳門關口前成功攔截。鄧子傑指,該項目暫時在澳門試行,預計本月正式推出,費用為每月300元。

除了監察長者的位置,以免發生意外,長屋科技更推出實時監察維生指數的服務。「例如度心跳、度血壓、血含氧量等,啱家個問題嘅佢度界自己睇係無用」,年紀大相對較多病痛是人之常情,不過並非每個長者都有足夠的知識去理解醫療儀器所測量出的

數字。
手機實時監察維生指數
長屋科技推出的服務方案,其醫療產品會與手機連接,當長者利用醫療產品檢測身體狀況時,數據會傳送到後台,並由合作醫療集團的醫生及護士監察維生指數。醫護人員會預先根據各個長者的身體狀況設定維生指數指標,一旦超過某個水平,醫生及護士會收到通知,隨後亦會致電長者作出關注。這個醫療監察服務月費300元,儀器需另外購買。

長屋科技暫時仍是起步階段,鄧子傑認為該業務與公司原業務長屋設計是不同類型的產業:「長屋科技係一個發展可能會好快,淘汰亦會好快,好高風險嘅業務。」他透露長屋科技亦有與美國、澳洲、新加坡及韓國的公司洽談合作機會。



長屋主要有兩類型客戶,分別是夾心階層和中產人士。 受訪者供圖

洗手間是長者最容易發生意外的「黑點」。 受訪者供圖

長屋意念源自一個遺憾

長者出外要安全,在家中亦都要安全。早在長屋科技未成立前,鄧子傑和數位同樣有室內設計或建築背景的朋友,已經創辦長屋設計,為長者的家居改裝,設計成適合他們居住的環境,以免發生意外。長屋設計的意念非常窩心,但原來它的出現,是源自一個遺憾。

50多戶維修,鄧子傑希望在今年底前可完成200戶維修。長屋的工程包括洗手間改用防滑地板、加設扶手、為輪椅人士加寬門框等,而洗手間是長者最容易發生意外的「黑點」,長屋的最低消費是單獨維修洗手間,約6萬元。

夾心中產成消費主力

鄧子傑指,現時長屋主要有兩類型客戶,分別是夾心階層和中產人士。夾心階層指自置屋的長者,他們在申請政府「長者維修自住物業津貼」的4萬元後,大多會額外自費約4萬元至6萬元進行家居維修,夾心階層普通維修總額約為8萬元至10萬元。另外,長屋亦會接收由醫生、護士、社工及治療師轉介的個案,該些長者大多為中產階層,並可能患有長期病患如中風或前期認知障礙症等,所以設計方面要更具針對性。由於患病長者有長遠身體情況需要,所以一般維修總數為30萬元至40萬元。他表示,現時夾心階層和中產人士的維修項目比例是3比1。

望年底前完成200戶維修

數年前,其中一個創辦人巫永充的爸爸患有末期癌症,僅餘半年壽命。醫生建議他的爸爸留在家中多陪伴家人,不過由於醫療需要,當中涉及到家居改裝。市面上的公司對醫療儀器不熟悉,由室內設計到工人安排,甚至是物料安排都花了不少時間,「搞得嚟都無咗三個月,咁佢就放棄咗呢件事。」事後,巫永充和鄧子傑等人談起這件事,發現香港存在不少長者家居意外,於是決定成立長屋設計,保障長者的安全。

2015年9月,長屋設計正式成立,至今完成

不停參加創業賽 吸引投資者賞識

作為初創企業,長屋的曝光率不低,記者曾經在多個創業活動上聽到他們的名字,鄧子傑也承認公司的理念深受傳媒歡迎,有助他們的發展。不過,剛開始時他們數個80後什麼也不懂,居然「越做越窮」。

公司戶口曾剩下200元

起初,每位創辦人各自拿出2萬元,合共10萬元成為長屋的初始投資金額。由於每位創辦人的經濟狀況各有不同,所以他們定下一個規矩:「我哋個規矩係如果再要額外資源,我哋就要透過任何方法搵返嚟,而唔係真係要自己投資,我哋要參加比賽,因為要搵返啲錢。」他們到處參加不同的創業比賽,希望得到投資者青睞,取得資金。

「試過公司戶口得番200蚊,我哋如果5月搵唔到資金,可能6月就要正式關門。」去年5月,公司戶口只餘下200元,鄧子傑及

其拍檔不禁擔憂前景,並預計6月有機會要結業,幸好後來找到投資者雪中送炭,用7位數字投資救回長屋。

雖然他們積極參與創業比賽,但長屋還是經歷過一段低潮。要長者突然拿出數萬元作家居維修,未必是件容易的事,所以長屋會協助長者申請「長者維修自住物業津貼」,與業主簽同意書,由長屋先墊支4萬元維修費。

長者維修津貼審批需時

不過,該津貼的審批程序是要待工程完成,由政府人員到訪檢查後才會批出金額,而且過程需時,但參與工程維修的工人卻是在工程開始前已經要支薪,所以長屋預先墊支的費用會越來越多:「出現生意越好,但係我哋就越窮嘅情況」。

鄧子傑指,長屋現已達收支平衡,盈利約達6位數字。被問到未來的目標,他表示希望兩至三年內可以有10%至20%利潤分予投資者。

珠寶預測師:明年設計四大趨勢

香港文匯報訊 掌握珠寶設計趨勢,有助搶佔先機。在目前的珠寶展「透視2018+」消費文化及珠寶產品流行方向預測」研討會上,「TRENDVISION Jewellery + Forecasting」創意總監及預測師Paola De Luca預測了2018年珠寶行業趨勢。她認為,珠寶行業2018年將出現四大趨勢,包括「可持續的和諧」(Sustainable Harmony)、「保存我們的遺產」(Preserving our Heritage)、「探尋詩意」(Searching for Poetry)和「復古未來主義者」(Futurama)。

可持續和諧 簡單就是美

Paola指出,「可持續的和諧」這一大趨勢將由數碼化現代主義(The Digital Modernist)消費者所引領,這群消費者熱衷於創新技術和健康的的生活方式,希望透過可持續發展,爭取未來更好的生活環境。對於他們而言,「以簡勝繁」的珠寶設計愈來愈受歡迎,例如輕巧、剪影設計,受中國以至世界各地消費者追捧;然而,一些資深的數碼化現代主義者欣賞以

雕塑形狀為特色的高端設計,這些雕塑形狀的創意源於高科技面料、激光切割技術和可帶來全新視覺體驗方法配搭而成,例如是幾何圖案,搪瓷表面和彩色嵌體,便構成了這一大趨勢的標誌,使珠寶變成可穿戴的藝術品。

另外,針對鑽石首飾的趨勢而言,她認為,在纖細的鏈條上配以懸吊的寶石,從而體現七十年代風格,將會是市場大勢所趨。

保存文化 散發哥德魅力

另一大趨勢,就是「保存我們的遺產」。Paola表示,這趨勢的消費者十分重視浪漫,是不折不扣的歷史愛好者和收藏家。

她指,代表這一大趨勢的產品,散發著哥德式 and 文藝復興時期的風格,其特點常常以童話和神秘元素體現,例如十字架、護身符、驅邪物和幸運數字,不管是在不同的市場,還是漫遊網店時,都會得到這群消費者所追捧。明亮耀目的色調和符號,是迎合這群愛玩味的消費者不可或缺的元素。

探尋詩意 熱愛手工製品

至於「探尋詩意」趨勢,她表示,這代表了全球化主義的消費者,他們融合了現代嬉皮和波西米亞的特點,並偏愛工匠和手工製品,而這些產品以新的技術開發而成,例如3D打印機、激光切割機、數字打印、雕刻和攝影。她舉例指,引用七十年代和八十年代元素的奢華風格和圖案,再摻入具有寓所和花卉圖案的異國生態和中東珠寶等,這些都深深吸引了該群體中的大部分消費者。

復古未來主義 大玩科技

最後一趨勢,是「復古未來主義者」。她提到,引領這趨勢的是一群企業家、科學家、藝術家和探險家,他們被稱為Futurama消費者。在這一趨勢中融合了科技、幻想和自我反思,其特點包括電流感的背景色彩(Electric colour palettes)、納米陶瓷材料和PVD塗層,還有不可缺少的用於激光或3D打印機製成的裝飾,透過機械元素與運動風格混合,將時尚與運動連在一起。

金邦達夥繆斯珠寶拓智能首飾

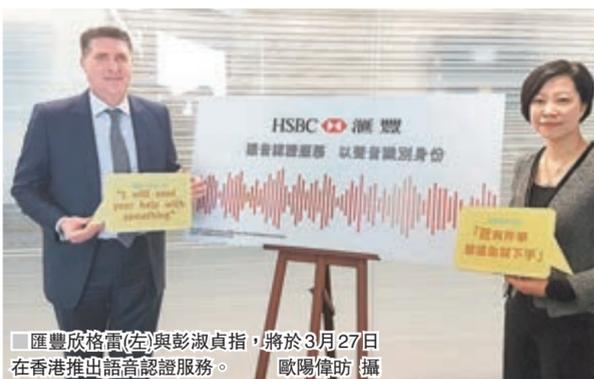
香港文匯報訊 支付解決方案供應商金邦達寶嘉(3315)昨日宣佈,攜手智能珠寶設計公司繆斯珠寶開展跨領域戰略合作,將時尚與智能科技進行融合,探索智能首飾在支付領域的可能性。隨著移動互聯網、物聯網的快速發

展,智能可穿戴設備正逐漸改變人們的生活方式。

根據IDC最新數據顯示,2016年全年中國可穿戴設備市場出貨量為3,876萬台,同比增長57.1%,成為內地市場僅次於智能手機的第二大移動智能消費終端設備。

繆斯集團CEO吳曉斌表示,此次戰略合作依托金邦達在支付領域的創新科技,實現了珠寶設計與金融科技的無縫銜接和多樣化融合,演繹科技與時尚的大跨界,也為雙方帶來了更為廣闊的合作空間,更是開啟了一個創新型、個性化的智能珠寶時代。

匯豐電話理財月底可語音登錄



匯豐欣格雷(左)與彭淑貞(右),將於3月27日在香港推出語音認證服務。 歐陽偉昉攝

香港文匯報訊(記者 歐陽偉昉)匯豐昨日宣佈,將於3月27日在香港推出語音認證服務,凡年滿18歲,已登記使用該行電話理財服務並已登記手機號碼的客戶,即合資格使用語音認證服務。一經成功登記,使用電話理財服務時即可透過語音登錄,而無需再輸入電話理財私人密碼。匯豐電話理財中心主管彭淑貞昨在記者會表示,每個人的聲紋都獨一無二,難以完全模仿,安全度比密碼高。

高風險交易仍需雙重認證

根據銀行現場示範,整個登記過程約需3分鐘。客戶輸入戶口號碼、電話理財密碼及一次性驗證碼後,系統會指示客戶讀出語音密碼「我有件事想搵你幫吓手」3次,建立聲紋檔案。為保證錄音效果,匯豐建議客戶在安靜的環境下進行登記。

成功登記後,客戶登入電話理財時需向系統讀出「我有件事想搵你幫吓手」認證,即使兩次認

證不成功,客戶仍可用回密碼登入。在較嘈雜的環境下,或會影響通過認證的成功率。此外,客戶若需要與客戶服務員對話,系統會再次驗證客戶的聲紋;而客戶需要進行「高風險交易」,例如向未登記的第三者轉賬等,則仍需要輸入一次性密碼作雙重認證。客戶希望取消使用聲紋登入,亦可隨時致電銀行作出要求。

彭淑貞表示,聲紋認證辨認客戶的100多個特徵,包括生理上的聲音、鼻音,以及說話行為上的速度、重音、習慣等,銀行收集客戶聲紋後會轉成數據儲存,不能還原為聲音。她表示,聲紋安全度比密碼高,即使有人錄下客戶聲音,通過認證的成功率很低,若系統發現聲音中每個細節和節奏都是一樣的,就會提高警戒。萬一出現損失,銀行會依照原因,按程序處理。

英國率先採用 反應正面

聲紋認證在去年9月起在英國匯豐應用,該行香港區零售銀行及財富管理業務主管欣格雷表示,截至目前為止,在英國已有67萬名客戶登記,至今進行了280萬次聲紋認證,客戶反應正面且提高效率。他笑言現時做任何事都要用密碼,需要用筆記簿去記下,新技術可以使用自己個人特徵,不需要使用密碼,為客戶帶來方便和安全。欣格雷沒有明言登記聲紋認證的目標率,「希望有幾多幾多。」他相信一旦客戶開始習慣新技術,使用率便會很快地提升。