



■黃議德認爲潛水市場非常大。



■林世聰指，公司希望在5月眾籌。



■Air Button。

受訪者供圖



■公司今年聘請新員工作市場推廣，定價策略較以往進取。

“ 智能手機愈出愈輕薄，手機生產商為貫徹簡約的設計理念，往往會將手機上的按鍵減到最少，甚至是不設按鍵。這對於不習慣新潮手機的用家來說，尤其是長者，實在是有點難以適應。有年輕人針對部分長者對於操作智能手機感到困難，研製出Air Button手機快捷鍵，成功簡化智能手機的操作。產品至今售出約1萬件，聯合創辦人黃議德希望調整銷售策略後，連同新產品今年內銷量可達10萬件。 ”

針對長者市場 簡化智能手機操作 外置快捷鍵 老友記用得掂



■林世聰(左)指，最近陸續有很多客戶聯絡查詢新產品潛水袋的詳情。旁為黃議德。 受訪者供圖



新產品潛水袋設有雙鍵功能。

受訪者供圖

雖然智能手機款式愈來愈多，但針對長者設計的「平安手機（功能手機）」仍大有市場。即使長者願意作出新嘗試轉用智能手機，但在操作過程中往往要相當長的時間去適應。黃議德修讀大學時已經察覺到一眾老友記在使用智能手機方面的難處，所以希望研發出一件產品，能簡化智能手機的操作，幫助他們與時並進。Air Button的概念就此誕生。

可設置功能逾30個

用家只要將產品貼上使用Android系統的手機，透過近場通訊技術（NFC）連接手機，然後用手機上的應用程式（App）設定按鍵功能即成。當設定完成，用家就可以隨時按下產品上的按鍵，啟動預先設置的功能。可設置的功能逾30個，由基本的打電話、照片、電筒，以至清除記憶體或警報功能任君選擇。黃議德指產品能令手機輕鬆變成平安鐘，萬一長者遇上突發事情，就可以一鍵致電子女。

Air Button具單鍵或雙鍵選擇，官網售價分別為15美元及21美元（約117港元及164港元）。黃議德表示，產品累積投資額達200萬元至300萬元，在2015年10月底正式推出市場，至今累積銷售量1萬件，主要出口歐美市場。公司希望今年加快銷售步伐，推出新產品之餘，亦冀年底前能賣出10萬件產品。

聘新員工加強推廣

「因為始終做咗幾年，唔係好似一開始咁透過夢想繼續落去，我哋都要溫餐晏仔食，都要繼續之後的發展，銷售係我哋今年面對一個挑戰。」為了應付更積極的銷售策略，公司今年已聘請新員工作市場推廣，無論是主動參展或是定價策略上均較以前進取。問到是否覺得產品累積銷售量僅得1萬件太少，黃議德指數目或者不算多，但畢竟仍處於一個證明成功的階段，團隊亦在過程中學習面對不同的問題，盡力去解決困難。「當知道我哋到底缺少咩嘅時候，我哋先至可以再進步，令公司營運得更好更快。」

在定價方面，他坦言以往的定價較高，未來或會根據市場價值調整價格和提供促銷活動，以增長銷量；將會就不同地區制定不同價格，用彈性價格滿足各地消費者。對於公司未來發展，黃議德希望可以為產品升級，因現時用NFC技術，只能供Android手機使用，希望下一代產品可以囊括iPhone市場。

創業要敢輸 重團隊合作

雖然香港的創業風氣愈來愈盛行，但對於年輕人而言，要創業還是需要莫大的勇氣。「好多同學話畢業後簡簡單單搵份工就算，我覺得創業就要敢輸，如果驚輸，驚浪費時間，但唔敢行出呢一步，就永遠都做唔到初創（企業）。」林世聰表示，自己當年創辦Air Button時仍然是大學生，但正因為「乜都唔知，所以試下先」，讓他敢於踏出第一步的，是有面對輸的勇氣。

要成為初創企業創辦人，心口得一個勇字是不夠的，黃議德指創業過程中令他明白到初創團隊的重要。曾經試過一個人創業的他，發現要做的事太多，但人人僅得一對手：「一直都係一個人去做，唔知道要點做銷售，點搵客，甚至技術支援得我一個人都未必跟得晒。當時面對成間公司的發

展，我係遇到一個樽頸位。」吸收以往經驗，明白到每個人各有所長，需要互相配合才可令生意做得更好，所以他在早期成立Air Button時，找來老友林世聰拍住上。

內地初企業業鏈較港成熟

Air Button在2014年曾入選為「數碼港培育計劃」成員，亦試過在內地參與創業比賽。黃議德指即使香港創業氛圍愈來愈好，但現時本港科技創業文化只屬於初步階段，反觀內地的初創企業產業鏈相對成熟，初創企業在融資金額方面的限制亦較小：「內地初創企業由幾百萬元到幾億元（融資金額）都有唔同人幫手和承接。」他期待將來香港的初創企業產業鏈發展成熟，讓本地初創企業能夠獲得更多資源，不再只局限於中小企規模。

新推潛水袋 冀季售萬件

今年是Air Button的轉型年，除了在銷售策略上表現得更進取，亦推出專為潛水人士而設計的全新產品Button Pouch。Button Pouch和一般潛水袋的外形差別不大，但透明袋外就配有Air Button。聯合創辦人林世聰指，新產品上的雙鍵功能預設為拍照及轉換模式，使用者要在水中切換自拍模式或攝錄模式完全沒有難度。另外，亦設有緊急求救功能，當潛水人士遇到意外，可以啟動該功能，手機隨即會發出聲響和發光，以便救援人員尋找使用者。該潛水袋建議零售價為28美元（約

218港元），黃議德希望量產後可以將價格再調低，以提高銷量。他認為潛水市場非常大，除了潛水外，還有很多相關活動可以推廣公司產品，例如海底漫步和浮潛等，估計每年全球潛水人士超過1億人次。

旅遊用品形式推廣

Air Button的銷售主要是以電話配件形式推銷，但潛水袋就可以用旅遊用品的形式作推廣，公司會考慮在酒店、潛水用品店、機場及旅行社售賣，開發更多新銷售渠道。黃議德指，新類產品在歐美市場會較容

易獲市場接受，泰國、馬來西亞和印尼等均是推廣潛水袋的目標國家；有信心潛水袋初推出市場時反應會較Air Button好，希望今年暑假做出成績，用3個月時間銷售1萬件。

林世聰表示，公司在上月剛完成展覽，最近陸續有很多客戶聯絡查詢潛水袋的詳情，以及合作方式等，暫時有10個客戶正在洽談中。公司希望在5月眾籌，籌集得的資金除了作宣傳推廣用途外，亦希望可以用作生產成本，冀可籌得1.5萬美元至2萬美元（約11.7萬港元至15.6萬港元）。



■專為潛水人士而設計的全新產品Button Pouch。

30日企來港推銷日產食物

香港文匯報訊（記者 莊程敏）港人愛和食，日本食肆在港愈開愈多。日本貿易振興機構（香港）所長伊藤亮一昨於第17屆國際食品餐飲及酒店設備展（HOFEX）開幕活動上表示，香港的日本食肆很多，目前日本出口香港的食物材料佔香港整體入口食品僅5.4%；日本當局自2015年已參加HOFEX，希望推廣更多日本的材料，帶動食肆創作新的菜式。

他指出，目前入口日本材料的餐廳主要是日本餐廳及超市，絕大部分中式及西式餐廳沒有入口，希望能改變現象。上一屆透過活動促成的商業交易金額達1,500萬元，今年共有30間日本公司參展，包括甜品零食、海鮮及健康食品等，今年預



■第17屆國際食品餐飲及酒店設備展開幕現場。

計可促成的交易金額目標為2,500萬元。

伊藤亮一強調，今次參展的30間公司是細心挑選出來的，是非常適合香港及亞洲市場的公司。今次展覽同時想宣傳申請成為日本產食物支援店的優勢，宣揚使用來自日本的食物保證優質及安全，亦可與日本供應商建立網絡聯繫和交流，以及在日本農林水產省的網頁介紹自己的店舖。目前已有22間本港食肆正申請該計劃。

港深初企發展可取長補短

香港文匯報訊（記者 吳靜儀）貿發局研究部昨日公佈的創新科技創業研究報告顯示，近半數本地創業企業的核心技術是「軟件/ 應用程式/ 諮詢及通訊科技」，其次為「硬件/ 電子產品/ 物聯網/ 穿戴式設備」，佔22%。貿發局經濟師馬穎德於記者會上表示，由於新一代的企業未必熟悉傳統企業的營運模式，故初創企業可考慮與傳統企業在分銷渠道等層面上合作；傳統企業亦可因應「再工業化」的趨勢去應用創新科技。

港初創企業技術應用平均

創業企業的技術應用則比較平均，「零售、廣告、市場營銷/ 電子商貿」，以及「資訊及通訊科技/ 電訊」佔比最多，分別均佔21%，另外「傳媒/ 娛樂及遊戲」就佔18%。馬穎德又稱，香港的醫療技術及學術地位均達到世界級水平，香港的創新技術除了有在工商業上應用的軟硬件外，還有不少將大學科研成果轉為商業應

用的創新科技，主要應用在醫藥方面。例如Safe T21 express的非入侵性診斷唐氏綜合症技術、舊新科技開發治療帕金森病及其他腦細胞疾病等技術。

創業一定會遇上各種各樣的困難，貿發局助理總裁梁國浩指，現時有不少初企表示在融資方面遇到困難，但其資本本地初企不乏資金援助。雖然本港現時有逾2,000家初企，但同時有不少天使投資基金在港運作，相關政策可協助本地初企裝備自己，吸引投資者注資。貿發局亦有定期舉行不同的活動，協助本地初企建立人脈及尋找投資者。

談到香港及深圳兩地的初創企業時，梁國浩指香港及深圳在發展創新科技上各有優勢，深圳在科研上較發達，香港則有很好的平台測試創新產品的市場需求，加上



■馬穎德(右一)指，傳統企業可因應「再工業化」的趨勢，去應用創新科技。 吳靜儀 攝

有完善的知識產權法例保障初企，兩地可加強合作，取長補短。

發展局為初創企業舉辦的「創業日」，今年已舉辦至第九屆，今屆將於本月19日及20日在會展舉行，有超過270間機構參展，活動包括展覽會、研討會、論壇及項目投標等。