

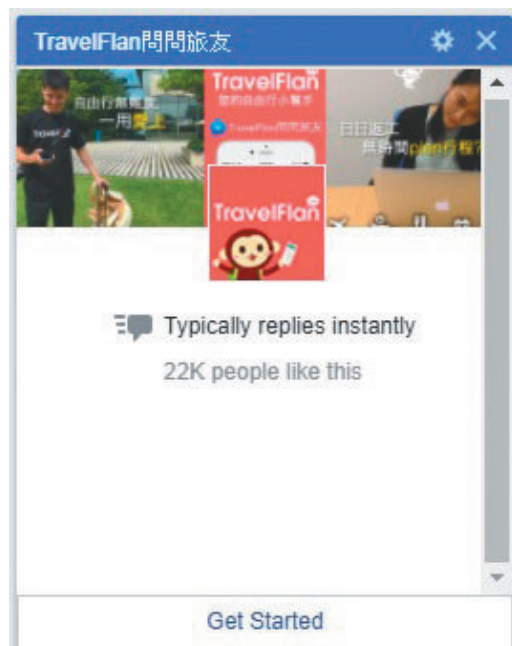
## 創+故事

科技發展為各行各業帶來巨大改變，除了傳統行業面臨轉型的痛苦，轉型對於身在科技潮流前端的初創企業來說，更是生死存亡的大事。本港網上旅行社「問問旅友」（TravelFlan）創辦兩年，團隊的經營理念已轉換三次，從最初的旅遊產品網站「自樂遊」，到在WhatsApp解答旅遊疑問，再到如今專注於聊天機械人和平台的推廣。聯合創辦人龐維銘表示，任何行業均需要快速轉型，不然就會被科技淘汰；公司目前主要在港台日韓發展，下半年將會進軍內地市場。 ■香港文匯報記者 周曉菁



TravelFlan問問旅友團隊合照。

受訪者供圖



TravelFlan目前使用facebook Messenger提供服務。

龐維銘：初企易遭淘汰 轉型發展要快

# 兩年三轉平台 四青五地掘金

龐維銘直言，經營理念的轉變，是創業途中最受挫的體驗，「idea（經營理念）是大家的心血，每次轉型幾乎都是無奈又痛苦，但如果轉，初創企業很脆弱，未必能夠跟住潮流。」四個80後男生在創辦TravelFlan之前，就設立了「自樂遊」網站，以介紹當地特色旅行團為主。當發現家對各地旅遊諮詢有興趣後，嗅到市場所需，他們立刻創建以WhatsApp平台解答旅遊疑問的「問問旅友」賬號，為前往日本、韓國和台灣自由行的用戶提供「local support（本地支援）」。當中服務包括酒店和餐廳的預訂，以及交通指南和即時翻譯等。



團隊最先開設的「自樂遊」網站。 網上截圖

## 經營理念轉變最受挫

去年4月，日本熊本發生7.3級大地震時，團隊還專門設立了WhatsApp群組協助受困港人，獲得一致好評。當時的收入，以幫助客戶預訂一些日本餐廳為主，每成功一次收取10元的服務費，「日本餐廳很火爆，一定要提前book位才能食到，但在日本，語言溝通是一個很大的問題，（大部分旅客）只能通過第三方的交流來解決訂位的麻煩。」

隨着客戶日漸增長，顧客提出愈來愈多難題，例如當地的旅遊團、租車服務、小眾經典推薦等。龐大的客戶群和旅遊疑問超過了四人的負荷，團隊於是轉而研發聊天機械人（Chat bot）平台。龐維銘表示，平台會用人工智能（AI）配合真人服

務，AI負責一些最簡單的問題，若問題較為複雜，就轉由後台人工解答。「創辦人中有兩人負責主要的技術研發；從矽谷獲得的資金資助，其中30%會用來研發，30%用作線上推廣。」

## 藉第三方公司拓服務

龐維銘透露，「問問旅友」已累積20萬用戶，月活躍用戶達4,000人至5,000人。團隊並不拘泥於手機應用程式（App）的開發，堅持使用fb Messenger平台提供服務。他坦言，以前想做類似KKday的旅遊定制平台，但在線支援已成為公司特色，兩年的掙扎和陣痛亦令公司的發展方向逐漸明朗。

如今，公司積極與航空公司、機場和資訊網站等展開合作，藉對方的平台擴大用戶群，打開市場。龐維銘舉例，公司已經和濟州航空（Jeju Air）簽訂合約，還正與一家本地廉價航空公司洽談合約細節，在航空公司的網站和雜誌上作相應推廣。線下還會提供一些旅遊優惠券，以及會與日本版OpenRice「Tabelog」聯手，以應用程式介面（API）傳遞資訊。

## 要接觸最多人 不搞自家App

TravelFlan從創立之初，就堅持使用即時通訊應用程式（App）提供服務，即使團隊中途轉過三次經營理念，至今未改在手機App提供服務的模式。問及為何沒有開發TravelFlan的自家App呢？龐維銘毫不猶豫表示，手機市場的Apps已經趨於飽和，未來手機終端的許多服務，尤其是商業服務，均會在類似fb Messenger、WeChat和iMessage等即時通訊應用程式中完成。

他解釋，全球有幾百萬個Apps，但其實每個手機用戶，使用最頻繁的只有8個至10個左右，「大多（Apps）都只是躺在手機裡」。更別提旅遊類別手機Apps，大多數人只是每年使用兩三次，出行前下載、旅程結束後就刪除的行為屢見不鮮。再者初創企業的難處，就是前期資金少，開發App需要強大的研發和推廣團隊，成本太高，團隊再三考慮後，堅持不走自家App的道路。

## 服務轉移具前景通訊App

目前，「問問旅友」主要在fb Messenger上提供服務，「不太用WhatsApp了」。問到放棄最先使用的平台，會否感到可惜？龐維銘稱並不是放

棄，而是轉移。從他的回答中，可以窺探出未來手機即時通訊應用程式的發展前景——Business Chat（商業聊天）。他形容：「WhatsApp如同單一的插座，不同的插頭完全無法匹配；沒有相應的功能開放，就不能繼續在這個平台發展。」至於WeChat已經做得很好很開放，提供了各種「插座」，「有公眾號、有小程式、能支付、能轉賬」，很適合商業發展。

## 商業聊天概念逐漸興起

對於fb Messenger的發展，TravelFlan持非常樂觀的態度。龐維銘透露，在美國時曾與fb Messenger的開發者交流過，能夠預期之後會加入支付這一功能。早在4月的系統更新中，fb Messenger便已加入許多商業媒體的元素，例如增加聊天機械人（Chat bot）的服務，促進更多商業服務在Apps中產生，吸引更多用戶使用。

不難發現，Business Chat已經在全球各地興起。風靡日韓台的手機即時通訊應用程式Line已開通Line Pay。Apple旗下的iMessage也傳極有可能在今年秋天開啟新功能，代表企業或品牌將透過手機Apps與消費者溝通。

## 下半年擬上海設辦公室

龐維銘表示，公司早已有收入，但尚未開始正式盈利。團隊很有信心，未來一年可以開始賺錢。在fb Messenger平台，聊天機械人（Chat bot）會根據顧客需求推介供應商提供的保險等旅遊周邊產品，從中獲取產品的佣金；同時會與旅行社合作，推廣不同產品。

## 未來一年料有盈利

不僅如此，公司的業務版圖亦正在逐漸壯大。他透露，公司已經在籌備上海的辦公室，9月前後會在上海設立辦公室，與幾家天使基金正在洽談投資。「公司先做好香港，再做內地市場，慢慢擴大經營範圍。」

去年，「問問旅友」在美國矽谷拿到了40萬美元（約312萬港元）的資金。在矽谷逗留的五個多月，也令龐維銘印象深刻，「美國同香港創業氛圍大不同……在香港點子（idea）很罕見，但在矽谷，idea很cheap，大家都鍾意share（分享），最難係執行。」至於在當地籌集資金同樣非常辛苦，「每天要見三四個投資人，介紹公司Program（計劃）；可是在香港，一個月先見幾個投資人。」



龐維銘指，團隊有信心未來一年可以開始賺錢。 香港文匯報記者劉國權攝

## 新地商場暑假宣傳費增一成

香港文匯報訊（記者 梁悅琴）新地大埔超級城於暑假期間斥資500萬元作推廣，按年增10%，創歷來新高。新地（中國）董事馮秀炎表示，商場將會推出《新地Summer Cool嘉年華》活動，以雪糕為題作佈置，預期7月18日至8月31日期間，商場客流增約10%至15%到1,000萬人次；商場營業額料升約10%至3.6億元。她續稱，上半年該商場的客流升10%至5,000萬人次，生意額達17億元，按年升8%。商場加大餐飲比例，由約2.1萬方呎增至2.5萬方呎，佔比例由23%增至25%；將會引入來自日本東京的法式餡餅店，以及越式河粉店。

下半年商場有約40間商店租約到期，涉及約9萬方呎，已完成續租或簽新租約，租金有雙位數字增長，現時商場呎租約120元至400元。該商場已落實加入戲院租戶，預期下半年生意會比上半年好。

問及網購熱潮對商場的影響，馮秀炎指網購令生活改善，不過香港網購僅佔比例約3%至4%，相比內地達13%至35%為低。公司會積極面對，因應市場加強配件，如增加物流收發點等，公司亦耗資1,500萬元推出新手機應用程式



馮秀炎（右）預料，商場暑期營業額料升約10%至3.6億元。 香港文匯報記者 梁悅琴攝

（App），方便客戶訂枱及傳送優惠訊息等。

## 天際100收益雙位數增

此外，天際100香港觀景台總經理黃慧儀表示，暑假期間（7月22日至9月3日）會推出天際時光機主題活動及加入手機App的VR導覽，期望吸引跨代親子、熱愛昔日香港的客人

及遊客。她指出，過去一年天際100觀景台的訪客數字及收益均有雙位數字增長，香港市民佔20%，內地客佔30%，海外客佔50%。當中亞洲區如日本、韓國及東南亞的旅客數字有20%增長，英美旅客數字亦有5%增長。未來會加強海外如德國等推廣吸客，亦會加強吸香港客，及增加VR等新科技投資。

## 港人碌卡最愛現金回贈

香港文匯報訊 據J.D. Power昨發佈的2017年香港信用卡滿意度研究顯示，愈來愈多持卡人把消費整合至一張信用卡，持有多於一張信用卡的客戶比率由去年的80%下降至72%。主要的信用卡發卡銀行均意識到此趨勢，因而提高了獎賞回報率，以及改善其優惠和服務。

隨着主要信用卡的發卡銀行提升其優惠或服務，以及帶來更豐富的獎勵計劃，今年的整體滿意度較2016年增加了14分，上升至702分（是次研究的每項得分以1,000分為滿分）。其中，對獎勵計劃的滿意度更由706分上升至720分；對優惠和服務的滿意度則增加了23分至684分。研究亦發現，現金回贈最受客戶歡迎，共36%持卡人表示現金回贈為他們最喜歡的獎賞方式。

## 四成人有用流動支付

調查又顯示，在香港，41%持卡

人有使用流動支付服務。這種付款渠道的使用率十分高，尤其受千禧世代的客戶（46%）歡迎。有使用流動支付服務的整體滿意度為725分，較沒有使用此服務（686分）高。

其他主要發現包括：具吸引力的獎勵計劃能帶動7,978元平均消費，不具吸引力的獎勵計劃則只能帶來4,824元的平均消費。與不具吸引力的獎勵計劃（564分）相比，具吸引力獎勵計劃（827分）的總滿意度更高。

研究發現，持卡人愈來愈傾向使用數碼渠道（如網上及流動平台）。其中86%持卡人在2017年曾使用數碼渠道，較2016年的82%為高。

是次調查是基於2,685名信用卡持卡人的意見回饋，涵蓋香港市場上10間主要信用卡發行機構，評分基於持卡人首要使用的信用卡。調查於今年5月至6月進行。