

從七雄混戰到一騎絕塵

程俊豪兩輪征途

locobike 放眼世界

泊站。
locobike 的單車停



程俊豪小檔案

現職：locobike 創辦人及行政總裁

學歷：香港科技大學電腦工程學士及資訊科技碩士

香港城市大學人工智能物聯網博士生

獎項：第四屆粵港澳大灣區傑出青年企業家獎得主之一



掃碼睇片

我嘅夢想係將 locobike 衝出海外，打造成一個諸如 Apple、Tesla 等世界知名嘅品牌。

在 2017 年時，本港共享單車市場曾出現戰國七雄的年代，惟短短兩年後，就剩下本地共享單車品牌 locobike。今時今日，locobike 亦由原先僅有 200 輛單車，發展到現時坐擁逾萬輛單車，並積極進軍海外市場，開拓電動助力車。回望從前，locobike 創辦人程俊豪（Ken）認為，本港共享單車市場在大洗牌後，他的目標更清晰，就是要將 locobike 打造成全世界都認識的本港品牌，就好像 Apple 和 Tesla 那樣。而作為本港科企創業先鋒之一，Ken 建議有意在科技界創業的本港年輕人在本港先做好做強，勝算較高。圖/文：康志強



創立已經 8 年的 locobike 由當初 4 人創辦，發展到今日逾 80 人的團隊，和大多數的科創公司相同，公司九成九都是年輕人。對於香港共享單車市場在短短兩年間就分出了勝負，Ken 形容 locobike 之可以生存至今，全賴創辦之初的定位很清晰，就是要發展一個有規有矩的綠色出行平台，因此公司花費巨大的時間和心機去教育市民共享單車文化。而 locobike 營運第二年已做到收支平衡，前年更有千萬元收入及七位數盈利。不過 Ken 指，公司的盈利都用來再投資公司，例如購置新的單車。

回想 locobike 起步初期，一方面要與其餘 6 間品牌抗衡，另一方面受到單車遭惡意破壞，多達 200 多輛單車被拋下城門河、用家亂泊等問題夾擊。Ken 說：「當時 locobike 係首家與政府簽訂業務守則嘅營運商，就一啲服務質素作出承諾，致力管理好車隊。相反，其他共享單車品牌就只專注於投放大量資金



locobike 辦公室設有別具特色的員工 pantry。

去爭取客戶。」於是，locobike 當初為了說服投放單車鄰近的私人屋苑，就很用心地與居民和區議會長期商討，取得共識。公司特地聘用 40 名 Patrol（巡邏）員工，每日在全港投放單車的區域巡邏，確保單車不會亂放以及處理需要維修的單車，成功突圍及取得市民的信任。

疫情下市民戀上踏單車

雖然 locobike 生存下來，隨即又遇上 2021 至 2023 年在本港爆發的一場新冠肺炎世紀疫情，各行各業都深受打擊，但疫情卻幫了公司一個大忙。Ken 指，「疫情期間，市民一方面可能唔使返工，加上又唔想乘搭公共交通工具，避免中招，霎時間就多咗好多人以單車作鍛煉或者代步。」

locobike 服務現時覆蓋大埔、馬鞍山、沙田、大圍、上水、屯門、元朗、荃灣、將軍澳和東涌 10 個地區。而 locobike 並已開進港島區，成為全港首間在港島投入共享單車服務的公司，希望可以配合港島區 2 公里海濱長廊，幫助政府刺激旅遊業出一分力。

進軍東南亞發展電動助力車

locobike 與城市大學轄下 HK Tech 300 天使基金關係密切，因為在 locobike 的首輪天使投資的 300 萬元中，城大基金就出資 100 萬元。而公司新一輪將會籌資 500 萬美元（約 3,900 萬港元），先行進軍東南亞「一帶一路」國家發展電動助力車項目。Ken 解釋，由於本港的電動單車法例遲遲仍未通過，暫時未能



在港推出相關服務。

作為本港科企創業家之一，Ken 自言夢想是將 locobike 這個港產共享單車品牌衝出海外，打造成一個諸如 Apple、Tesla 等世界知名品牌，歐美以及亞洲地區都會使用 locobike 的共享單車及背後一套人工智能管理系統。他笑言，夢想並非遙不可及。

大學生邊讀書邊學科創

對於時下本港年輕人創業面對最大的困難處，Ken 認為，以科技界為例，年輕人若要在本港創業，但所面對的市場太細。然而，若年輕人返內地創業卻又更難生存，因為內地市場競爭更大，而且內地人才濟濟。所以，不如在本港做好做強，勝算較高。

他建議，「以創科企業做例子，香港嘅大學開始讓同學一邊讀書一邊創業，咁樣可以令到創業成本冇咁高。而同學嘅畢業論文可以轉化成創業雛形，產品最終落地較一般嘅畢業後一兩年才有創業計劃書嘅行前一大步，同學亦可早些認識商業社會。」

與滴滴合推雙品牌單車

今年 3 月，來自上海的哈囉單車（Hello Ride）進軍本港新界區，令到本港共享單車市場再度風起雲湧。不過，Ken 已對此作出相應部署。locobike 上月就與內地滴滴單車（DiDi）宣布戰略合作，首批 2,000 輛雙品牌共享單車將即時平均分配在全港各區使用。而新的雙品牌共享單車將會分批取代現有逾萬輛 locobike 共享單車，估計整個替換時間約需時 2 年。他並預期引入新車後，成本可降低 30% 以上，並能吸引更多用戶使用。目前，locobike 每日使用率達幾萬次，每輛車平均每日獲使用 7 次。

Ken 續稱，是次與滴滴單車的戰略合作是採用了滴滴領先全球的共享單車製造及供應鏈，配合 locobike 自行研發的人工智能物聯網技術及安全定位系統，可謂強強聯手，將大大提升共享單車市場價值，達至更穩定、更智能、更安全的綠色出行。而隨着與滴滴單車的配合開始，Ken 表示無懼任何新的競爭，並歡迎有新的競爭對手加入，因為證明本港市場仍有發展空間。



locobike 與滴滴單車簽署戰略合作協議。