

師傅到明年進軍內地

力爭成家居版uber 研拓B2B市場

大半夜不小心把自己反鎖在廁所內怎麼辦？若家人能以一夫當關之勢，用菜刀劈爛鎖頭拯救你，那麼謝天謝地；若他們同樣手無縛雞之力呢？經歷過被反鎖的苦惱，楊駿釗（Eddie Yeung）深深感受到用家遇上忘記帶門匙、爆水渠等倒楣一刻時，也都希望立刻有師傅現身解決問題，故靈機一動，想到了成立家居版uber——師傅到App。

經營之道 >>>

大公報記者 陳盈妝 陳詠賢

由去年10月投入營運，至今剛滿7個月。可以想像得到，創業過程中，遇到的困難自然是恆河沙數。Eddie坦言，當初是摸着石頭過河，「一經傳媒報道首日，我們便收到50張客戶單。」他既興奮又緊張，「現在公司有7名員工，但當時只有我和拍檔兩人，累積的師傅數目也不夠多，要由早上忙碌到深夜，不停地落區和打電話找師傅接單。」

平台已累積逾千名師傅

期間還吃過不少閉門羹，「傳統師傅多有自己的固定客戶群，要花時間說服他們試用新模式不容易。」回顧經歷，他自豪地說，「平台不只幫助到急需維修的客人，也幫到師傅拓展了跨區新客源，增加他們的曝光機會和工作量。」現在平台已累積了逾1000名師傅，應付每日訂單是綽綽有餘了。

Eddie又分享，投入平台後，發現維修項目其實有很多細節和法規要留意，「包括專業師傅在工作時需要持有電工等牌照，而我們平台本身也需要有中介牌照。」他們邊做邊學，其後，由於構想及表現出色，「師傅到」問世兩個月內即獲上市公司思城控股（01486）注資入股八成。有思城的專業支援，加上經驗累積，Eddie自信地說，現在對相關知識可謂瞭若指掌，一個月五、六百張的客戶單亦應付自如。他笑

言，迄今最難忘的是，遇過有客戶希望找師傅「醫治」老舊CD機，及凌晨兩三點時唐樓「爆屎渠」等疑難雜症，「我們有客戶服務專員，細心追蹤每一個訂單，像剛才提到的情況，就算是凌晨，也一樣聯絡到師父連夜上門維修。」Eddie認為，有客戶專員的售後服務，使他們和坊間其他的App或實體維修有所區別，能令用戶更放心。

「師傅到」App的口號是「手機一按，專業師傅即到」。Eddie分享，目前App版本1.0中有冷氣、鎖、電力、通渠等9大分類，用家不需登記，只要簡單描述遇到的家居問題，系統便會自動搜尋附近的師傅報價，「用家從3名報價的師傅中，確認選取心儀的那個，便可直接聯絡，費用則維修後才即場支付。」

擬向師傅收取「合理」月費

運作漸上軌道，Eddie表示，未來方向會是B2C和B2B雙線並行，目前B2C服務完全免費，不過第三季開始擬向師傅收取「合理」的月費，又會升級目前版本至2.0，加入外牆維修、裝修、家居清潔等嶄新範疇。至於B2B方面，他正和一些餐廳、寫字樓在洽談小型維修、翻新工程，屆時佣金也會是收入來源之一。他分享說，「我們現在專注於香港市場，希望先建立好用戶信心，明年才進軍內地或其他地方。」



▲ Eddie去年創辦家居維修App「師傅到」，他認為可與傳統維修業界並存，不會扼殺傳統維修行業的生存空間 大公報記者陳盈妝攝

事業遇樽頸 激發創業

不少打工仔都有創業夢，Eddie便是其中之一。在多年打工生涯裏，Eddie坦言心裏有不少創業大計，但往往未起動已止步，直至步入中年，意識到事業發展處於樽頸階段，求變之心愈發強烈。回想創業路上點滴，他認為成功關鍵，是有賴家人與合夥朋友的支持，「如果當初只有自己一個人去搞，真的很難走下去。」

當年Eddie有意推出家居維修App時，他與從事設計的朋友商討，甚至將工作辭掉，專心創業，「風險都大，創新行業有好多未知數，想過如果不成功的

話，就繼續做打工仔！」公司早期只有他與朋友二人，躋身一個只得兩張枱的辦公室工作，最早期的App亦是「拍膊頭」以友情價請朋友編寫。

Eddie謂，公司發展至今，他已體會到凡事要親力親為，亦十分感激朋友及家人的支持。

自身的創業經歷激勵不少身邊人，不時有朋友向他請教。他表示，創業要有熱情，更需冷靜分析，「好多人都不想創作出新服務App，但我反而希望他們想清楚，他們想搞的服務，是不是真的需要一個App去幫助呢？」

夥傳統業界「做大個餅」

智能電話愈趨普及，以經濟共享為概念的O2O電商平台紛紛湧現，提供的服務網羅衣食住行各方面，不論是旅遊住宿、租車或是美甲美容，買賣雙方都可透過網上平台得到配對。Eddie不諱言，自己是幾個O2O平台的支持者，旅行時會使用Airbnb，需要租車時會用GoGoVan，使用這些平台服務，更可從中「偷師」。

幾個國際O2O服務平台近年進軍香港市場，例如有提供旅遊住宿配對的Airbnb，以及租車程式Uber。新消費模式興起，引起傳統業界的反響，早前香港先後有的士業及旅館業，抗議這些新平台入侵。但Eddie卻認為，家居維修App不會扼殺傳統維修行業的生存空間，甚至可與傳統維修業界並存，「其實大家齊做大市場這個餅，令到維修師傅可以有更多生意機會，除非將來演變到由機械人維修，否則我們不會令傳統師傅的技能被取代。」

去年Eddie創辦「師傅到」時，市面已有少量同類型App，而後來者亦在半年內陸續出現。Eddie認為，創立平台先或後，非決定成功的因素，「最重要是令客人和師傅繼續使用，做好客戶服務十分關鍵，發生問題時，平台要很快能處理。」他認為，公司競爭對手，不單是同類的家居維修App，亦包括維修行業的傳統中介，目標是培養消費者及維修師傅的使用習慣。



▲ 用家不需要登記，系統會自動搜尋附近的師傅報價

惠譽：亞太對金融科技需求大

【大公報訊】評級機構惠譽表示，科技公司在亞太區金融服務業的角色將愈發重要，因部分國家如印度，銀行服務在人口中未普及，而在中國及印尼等國，具科技知識的中產階層出現，都為金融科技帶來增長機會。這些國家市場龐大，可令金融科技公司急速增長，甚至改變銀行業生態；而當銀行及金融監管機構對新科技缺乏管理經驗，金融業將出現危機。

金融監管機構在未來幾年的挑戰，將是如何放寬新科技在行內應用，及控

制風險防止未受監管之金融服務過度增長，並在兩者間取得平衡。惠譽預計，金融監管機構對金融科技業的發展，有決定性影響，清楚及具透明度的政策是行業發展的關鍵，監管機構須不斷制定法例令行業有序增長，及設定入行門檻保障業界。

惠譽認為，金融科技業在中國及印度市場正急速增長，但仍處於萌芽階段；而行業目前的最大市場，是專為零售消費者及中小企而設的P2P借貸、網上付款及電子錢包等。

境外銀聯卡首季發行與交易急增

【大公報訊】銀聯國際公布今年首季內地以外發行銀聯卡的交易量已佔銀聯卡國際業務總量近半，而2013年底這一數字僅為27%。今年第一季度，這些銀聯卡在中國內地的交易筆數同比增長近三成。而截至目前，境外40個國家和地區已累計發行超過5500萬張銀聯卡，港澳、日韓、東南亞、「一帶一路」沿線市場等都是境外銀聯卡發行的主要地區。

銀聯國際表示，隨著銀聯國際業務的快速發展，特別是本地化策略的推進

，加上附設人民幣交易用途的銀聯雙幣卡向來在港澳發卡廣受歡迎。資料顯示，越來越多中國內地以外的消費者頻繁地在銀聯卡消費，當中港澳人士消費力強勁，消費範圍以休閒及商務類為主。今年首季，港澳發行的銀聯卡在本地及跨境使用交易量增長明顯，尤其香港市場新發行的銀聯卡活躍度較高。目前，港澳地區已累計發行約2000萬張銀聯卡。銀聯通過加大境外銀聯卡發行規模，量身定做銀聯卡產品和服務，吸引更多境外客人來感受中國、了解中國。



▶ 港澳發行的銀聯卡在本埠及跨境使用交易量增長明顯

中科礦業轉攻互聯網 兩至三年難收支平衡

【大公報訊】記者李潔儀報道：去年入股中科礦業（00985）的打車軟件「快的」創辦人陳偉星表示，中科礦業將轉型發展互聯網領域業務，不過，在首要着重發展的大前提下，未來2至3年也不考慮收支平衡的問題。

作為中科礦業單一最大股東兼公司執行董事的陳偉星指出，旗下物流及貨運平台「快貨運」的模式有別於一般打車軟件，服務對象更多是企業。他續說，當年滴滴打車和快的打車的服務沒甚變化，只能靠補貼提升用戶體驗，但「燒錢」模式並不一定適合貨運物流行業。

陳偉星在滴滴與快的合併後退出公司，較早前兩者合併而成的滴滴出行獲蘋果公司投資10億美元（約78億港元）。陳偉星直言，退出是遺憾，惟強調這已成為歷史，不應有太多情緒。

除了蘋果公司，滴滴出行現時股東包括阿里巴巴及騰訊（00700），阿里巴巴近日通過旗下阿里巴巴創業基金投資本港貨運物流平台GoGoVan。被問到與阿里巴巴的合作機會，陳偉星直言「跟馬雲不聊生意，只聊想法」。

中科礦業昨早召開股東特別大會，通過改名為「網智金控」。執行董事許銳輝提到，去年11月收購的「第一物流」，目前客戶量約有80萬，平均每天交易量為2000宗，平均單價5000元人民幣。他表示，目標兩年內令客戶量增至500萬，日均交易量爭增長10倍至2萬宗。

面對管理層明言短期盈利免問，中科礦業股價先升後跌，尾市低見0.11元，收報0.111元，逆市挫近6%。



▲ 中科礦業執行董事陳偉星 大公報記者李潔儀攝

世房29億售資產予樂視

【大公報訊】世茂房地產（00813）公布，旗下兩間非全資附屬公司，即世茂新體驗及世茂商業管理與樂視控股達成協議，同意向樂視出售財富時代及新世紀的全部股權，交易總代價約為29.72億元人民幣。

世茂房地產在提交予聯交所的通告指出，財富時代主要從事物業開發，而新世紀主要從事食品銷售及提供綠化服務。截至今年3月底，財富時代的資產淨值約為25.48億元人民幣；新世紀的資產淨值，則約為5240萬元人民幣。

阿里淘寶電影改名淘票票

可售大麥網與體育賽事門票



▲ 阿里影業行政總裁張強 公司提供

【大公報訊】記者李潔儀報道：阿里影業（01060）宣布，旗下互聯網售票業務平台「淘寶電影」正式更名為「淘票票」。「淘票票」宣布與大麥網正式達成戰略合作，打造泛娛樂產業營銷平台。「淘票票」正在與阿里體育洽談合作，銷售體育賽事門票。

阿里影業行政總裁張強表示，「淘票票」是阿里影業互聯網宣傳發行業務板塊的重要組成部分，是連接消費者與電影產業的關鍵環節，2015年，「淘票票」已完成轉型發展線上票務工具。

「淘票票」業務於2014年底上線，是國內主要的電影線上售票平台之一，提供全國超過5000家影院線上選座購票服務，覆蓋影院票房約佔全國總票房95%，出票數額從2015年初日均出票3萬張，躍升到目前單日出票峰值達300萬張。

另外，阿里影業與演出類票務服務供應商大麥網達成戰略合作，打通雙方後台售票服務，用戶將能在支付寶和最新版「淘票票」應用程式上直接購買大麥網最新演出票。張強提到，「淘票票」正在與阿里體育洽談合作，未來用戶有可能在「淘

票票」上直接購買體育賽事門票。

另外，阿里影業近日認購南海控股（00680）旗下大地影院的可換股債券，大地影院總經理于欣接受訪問時表示，面對電子商務熱潮的衝擊，大地影院順勢而為，隨調整經營模式，積極探討與這些第三方合作。她提到，大地影院計劃今年興建60至80家影院，每家投資額介乎1500萬至2500萬元人民幣。被問到分拆上市的可能性，于欣批評，香港股票市場未能體現企業價值，故即使大地影院分拆，也會以A股市場為主。