

前財爺出資創立 主打全方位服務 港網上平台擬明年拓內地

初創熱潮下，O2O平台湧現搶先機。網上服務平台HelloToby於八月在香港推出，主打全方位服務，至今已招攬超過2000位服務專家，提供270種服務。最引人注目的是，公司由前財政司司長、南豐集團行政總裁梁錦松出資創立。背靠雄厚資金，團隊坦言，短期內首要目標非「回本」，而是先吸納用戶及提升服務，計劃明年上半年進軍內地及亞洲市場，成為首個立足亞洲的服務交易平台。

經營之道 >>>

大公報記者 陳詠賢

前財政司司長、南豐集團行政總裁梁錦松今年成立創業投資公司New Frontier，目前已開展數個創業項目，其中一個就是網上服務平台HelloToby。

平台由三人主理，分別是首席執行官譚君傑（Ed）、業務總監郭立凱（Kevin），以及產品總監鄭會杰（Jason），他們於四月時在New Frontier活動上相識，五月初開始落手籌組，幾個月後，HelloToby於八月一日正式啓用。整個過程，體現團隊的效率。

提供270種服務 增忠誠度

三人組合，集結營商理論和經驗，網站的運作細節，都經反覆討論而決定。市面上已有各種各樣的服務平台，例如針對家居維修或清潔等服務，而HelloToby的定位，則包羅各種服務，由家居清潔、活動統籌，以至較專業的會計、法律服務，甚至冷門如「以色列自衛術」教練都可找到。

Ed解釋，不少人利用服務App解決單一問題後，便會刪除該App，如平台只提供單一服務，難確保用戶的忠誠度，HelloToby可提供各種服務，當用戶購買一項服務後

，網站會推薦另一種對方可能感興趣的服務，鼓勵用戶持續使用，「我們希望用戶有服務需要時，就想到HelloToby」。

四個月招攬逾2000專家

HelloToby平台現時只有網站和一個供專家使用的App，自八月營運至今，已招攬超過2000位來自270種不同行業的服務專家註冊，成功引薦超過6000宗服務個案，為服務專家帶來逾200萬元收入。他們期望可於年底前，推出用戶版的App，並將服務種類增至500個；亦計劃與Facebook合作推人工智能客服，令用戶可單靠對話就找到專家，期望於明年上半年推出。

網站不會從交易中收取佣金，而是靠出售金幣賺錢，用戶可在網站發訂單，免費取得報價，而服務專家須購買金幣投標訂單，訂單所需金幣數目，視乎訂單金額、行業而定，投標價由4元至50元不等。

冀贏口碑 短期目標非回本

雖然部分專業服務金額以萬元或十萬元計，但網站僅收取數十元投標費。Jason坦言，團隊商量定價時曾爭論，「會否收得太便宜」，但最終達成共識，短期內不



▲初創網上服務平台HelloToby由三人團隊主理，分別是（圖左起）Kevin、Jason及Ed

急於「回本」，首要目標是吸納用戶及專家，提升用戶的服務體驗。他透露，投資方有要求HelloToby須於限期內達收支平衡，他們視之為「健康的壓力」，具體時間不便公開；目前已有部分服務，如補習等，達收支平衡。

對於平台的未來，團隊相當樂觀，Ed表示，香港GDP逾90%來自服務業，社會上有各行業的服務專家，以及具消費力且高要求的用家，他認為，HelloToby的長遠目標，是幫助香港有技能者將服務上線，以平台打造口碑及品牌，往後可輸出至內地和海外市場。團隊亦正為海外市場做準備工作，計劃明年上半年進軍內地和其他亞洲國家市場。

投資方助鋪路外闖

有關HelloToby背景，不少人關注公司的投資方，即由梁錦松旗下創業投資公司New Frontier。團隊表示，HelloToby至今已獲New Frontier注入逾1000萬元的資金，除提供資金外，New Frontier會定期與團隊開會，亦有每星期一至兩次員工培訓，協助他們處理營運上的困難。

Kevin表示，HelloToby正為明年進入亞洲市場的做準備，走入陌生市場前，團隊需要大量當地的數據分析及研究，而New Frontier於亞洲其他市場有一定業務，故會為HelloToby做好鋪橋搭路的工夫，如接洽當地相關行業的公司，商討合作等等。

New Frontier首席執行官為前黑石集團董事總經理吳啓楷，公司旗下至今已推出四個初創項目，除了HelloToby，還有上門儲存公司Boxful、成都私人醫療機構「顧連醫療」，以及上海長者居家醫療服務「易得康」。

管理團隊大有來頭

HelloToby辦公室採開放式設計，訪問期間，三人穿著印有公司名的T-shirt，驟眼感覺如一般startup公司般簡單，但團隊三人背後都大有來頭：Ed本身從事創意行銷十多年，曾任Nike中國的高級行銷主管；Jason由加拿大回流，擁牛津大學金融經濟碩士資歷，原本在投行摩根大通工作；Kevin亦是出身名牌學府的高材生，畢業於巴布森學院商學院。

三人本身各有優秀資歷，卻放棄高薪厚職，踏上充滿未知數的創業路。Ed坦言，金錢上的犧牲「相當肉入」，加上網站

24小時服務，但公司人手有限，在辦公時間後，Jason及Kevin亦要兼任客戶服務工作，解答用戶及服務專家的問題，Ed稱：「看着兩個後生仔不入大公司、離開投行，冒險搞Startup，有時都替他們家人感可惜。」

Jason本身亦是New Frontier的執董，有份創辦旗下另一項目，私人儲存公司Boxful。他表示，在香港營運互聯網初企，最困難未必是資金，而是招攬IT人才加入，因不少頂尖IT人才大多選擇投入Google或是Facebook，願意進初企冒險的，始終不多。

年度科技IPO美圖來港 兩大基石護航 招股首日備受關注



▲美國公司上周五召開新聞發布會，今起公開招股，入場費4848元。左起為公司董事長蔡文勝、CFO顏勁良、CEO吳欣鴻

兩隻矚目新股近年尾相繼登場，其中科網股在深港通憧憬下表現不俗，以修圖應用程式「美圖秀秀」聲名大噪的移動互聯網企業美國公司（1357）正處熱潮，今起公開招股。招股價介乎8.5港元至9.6港元，擬發行5.74億股，集資55.1億港元，主要用於擴展智能設備業務、策略投資及收購、擴充海外用戶基礎及支持互聯網業務，預計於12月15日於主板上市。美國公司此次吸引兩大基石投資者護航，其中京基實業控股有限公司入股1.2億美元，寶國國際（00589）母企Ports International Enterprises Limited入股4,000萬美元，投資價值得到境內外機構的高度認同。

用戶基礎龐大 美圖成為最熱門的移動軟件之一

「愛美」是人之常情，市場對美顏的需求不斷擴大，照片美化已成常態。艾瑞諮詢報告顯示，在中國社交網絡分享影像的人群中約有21.3%表示每次在社交網絡分享影像前都會先用影像應用美化影像，而其中有約53.5%的照片都是經過美圖應用來處理美化影像。報告亦顯示，按今年1月至10月平均月活躍用戶數計算，名列前茅的中國影像應用包括美圖秀秀、美顏相機、天天P圖、相機360及玩圖，而美圖秀秀及美顏相機更是排頭兩位，成為用戶在線社交生活中不可或缺的一部份。2016年10月，美圖應用月活躍用戶約4.56億人。正因為美國擁有

龐大、活躍且快速增長的用戶基礎，從而造就了美圖稱冠之路。

強大品牌實力 打造美麗生態鏈

現今社會生活節奏快速，「速食文化」使人們追求快捷簡單，而美圖開發的應用程式往往使用戶能够簡便地編輯和美化其照片及視頻，並連接各大社交媒體，用戶能輕鬆分享所創作的內容，實在難怪美圖有如此龐大的用戶數量。而美圖的品牌實力是用戶自然流量增長的主要驅動力之一。美圖秀秀為美國公司創造了強大的品牌知名度，美國公司旗下的其他應用軟件及產品亦得到用戶認可。公司亦推出了專為迎合海外市場目標用戶的美顏相機海外版BeautyPlus，目前已經產生了超過97億張照片，並擁有來自超過100個國家的用戶。將產品與美麗、時尚、年輕緊緊相連，滿足不同市場需求，旨在打造國際化美麗生態鏈。

多平台帶來的品牌價值以及巨大用戶基礎，無疑是美圖實現變現道路上的強力助推劑。

美國公司產品一覽	
硬件設備	核心軟體應用
美圖手機	美圖秀秀、美拍、美顏相機 Beauty Plus、潮自拍、美妝相機

（資料來源：美國公司招股書）

領展一線城市覓投資項目

【大公報訊】記者趙建強報道：領展（00823）目前於北京、上海分別擁有一個商場及寫字樓項目，領展資產管理（中國）總監霍業生表示，未來會繼續在內地一線城市尋找合適機會投資，但目前會以收購現有項目為主，不會考慮自行發展物業，公司雖不排除會與其他發展商合作，但領展需佔有控股權。

收購物業需考慮回報年期

霍業生表示，領展收購物業，需考慮回報年期問題，如上海企業天地及北京歐美匯，均可以即時提供回報，因此方會購買，若自行發展，除內地部門人手不足外，回報期太長亦是問題。他強調，未來收購項目，寫字樓必須是甲級寫字樓，而商場則需要尋找一些交通方便的中型項目。

展望內地商廈前景，霍業生稱企業天地今年續租，平均租金仍錄得10%以上加幅，其中迪士尼中國總部在該商廈增租約3萬方呎樓面，目前總租用面積已達八萬方呎，成為第二大租客。霍業生稱，目前企業天地回報率已高於預期。



▲領展資產管理（中國）總監霍業生表示，收購物業需考慮回報年期問題
大公報記者趙建強攝

滙豐內地首推自家品牌信用卡

【大公報訊】記者黃裕慶報道：滙豐中國宣布，今日（12月5日）在內地首次推出自家品牌信用卡，將其零售銀行及財富管理業務的產品種類，由現有的儲蓄、理財及按揭產品，擴展至消費金融領域。滙豐亞太區零售銀行及財富管理業務主管麥浩宏表示，冀於中短期之內，發卡量可逾300萬張。

麥浩宏接受訪問時說，滙豐信用卡將於內地發行，包括珠三角地區所有城市，及其餘十九個內地城市。除了信用卡，滙豐亦計劃於明年上半年在內地推出私人貸款的先導計劃，邀請特選客戶參與。滙豐今次推出的信用卡，合作機構包括中國銀

聯和萬事達卡；其下各有三款信用卡，包括滙豐卓越理財旅行信用卡、滙豐旅行信用卡，以及滙豐生活信用卡。

在此之前，滙豐在內地一直與其策略夥伴交通銀行（03328）發行聯營信用卡。今次以自家品牌推出信用卡，對滙豐而言是一項突破，雖然滙豐並非首家外資銀行在內地推出信用卡。較早之前，花旗中國、東亞中國已在內地推出自家品牌信用卡。

中國經濟的發展模式，正由出口導向過渡至內需導向，滙豐中國副行長兼零售銀行及財富管理業務總監李峰透過電話會議說，內地的中產階級正在崛起，對消費、旅遊等產品的需求，發展潛力巨大。透過發行新卡，預期有助滙豐在內地擴展客戶基礎，尤其是珠三角地區快速增長的中產階層。

珠三角是滙豐重點拓展業務的地域。滙豐大中華區行政總裁黃碧娟透過新聞稿表示，預期信用卡在珠三角地區及其他地區，有助滙豐吸納新客戶；相信內地信用卡市場，仍有「龐大的發展空間」。

麥浩宏續說，對於自家品牌信用卡在內地的發展，目前並沒有特定的長期目標，也沒有定下相關的收入目標。信貸資產方面，他指內地市場的信用卡拖欠比率相對較低。根據中國人民銀行截至今年第三季的報告，內地信用卡市場逾期180日的拖欠比率為1.51%。

至於香港的樓市發展，麥浩宏謂香港樓市受多項因素影響，他未有特定看法；滙豐的目標是在按揭市場維持第一位的排名。



▲滙豐亞太區零售銀行及財富管理業務主管麥浩宏
大公報攝