

互動遊戲寓學於娛 攻印尼越南成效佳 港初創企研中文學習器 搭建經貿橋樑

企業訪談

近十年來，東南亞國家與中國內地及香港的經貿往來日益緊密，當地學習中文的需求持續攀升。香港初創企業把握發展機遇，透過專利註冊的觸控屏數碼傳輸技術，將中文學習轉化為互動遊戲體驗，讓學習過程輕鬆有趣。

Kazoo Technology (實立科技) 聯合創辦人羅建忠接受《大公報》訪問時表示，其產品去年已成功進軍印尼、越南市場，計劃未來五年在東南亞開設100家學習中心，乃至拓展至全球，助力中文教育普及。事實上，這創新模式不僅促進語言學習，更推動外國人士深入了解中國文化，為經貿合作搭建溝通橋樑。

大公報記者 黃裕慶(文) 麥潤田(圖)

「旅龜中文冒險」智能中文卡是Kazoo Technology的旗艦產品，也是該公司與香港教育大學特殊學習需要與融合教育中心(CSENIE)聯合研發的教學產品。整套字卡共教授300個中文字及詞語，讓4歲以上小朋友透過不同場景學習拼字、寫字，以及標準廣東話和普通話發音，令中文學習過程不再是苦差，而是恍如置身遊戲之中，寓學習於娛樂。

旗艦產品 港100所小學採用

旅龜中文冒險最初只是一個社會責任試驗項目，來自三所本地小學大約200名學生參與試驗，除了特殊學習需要的學生，也有部分非華語學生，在學習中文時同樣會遇上困難。經過3個月測試後，學生的成績顯著提升一至兩個級別。

羅建忠形容測試成果令人欣喜，「小朋友天生就有求知欲，只要將教他們的方法轉一轉，令他們覺得有趣、好玩，就會容易入腦。」即使是來自本地普通家庭(以中文為母語)的家長，也對其產品深感興趣，令他大感意外，同時發現市場上與中文科相關的有趣教材相對稀缺，「對上一個可能比較有趣的，大概要數到成語動畫了。」

既然產品有市場，同時可以幫助小學生以輕鬆有趣的方式學習中文，羅建忠決定集中火力，在未來幾年主力推廣「旅龜學習」這個學習品牌。截至目前為止，已有大約100所小學選用其產品，佔全港大約500所小學的25%，現時也計劃進一步推廣至全港大約1000所幼稚園。

在本地學校站穩陣腳之後，羅建忠開始思考這套學習方法在東南亞市場是否也適用。去年起，他拿着產品到馬來西亞、越南、印尼、新加坡等地測試，同時尋找志同道合的合作夥伴。

擬東南亞開設百家中心

經過深入研究分析之後，羅建忠決定先嘗試開拓印尼和越南。印尼大約3億人口，越南大約1億，兩地各有大約10%是3至10歲的小朋友，加起來已是一個多達4000萬目標人口的龐大市場(見表)。以越南為例，「家長都很願意花錢在小朋友的教育上。」人口眾多之外，越南、泰國等政府也鼓勵國民學習中文，是吸引他到當地開拓業務的另一因素。

去年7、8月期間，Kazoo Technology在印尼雅加達開設第一家「旅龜學習」(Turtle Learn)為品牌學習中心，由當地的合作夥伴打理，Kazoo Technology則供應教材、教學方法，並為當地教師提供培訓。

羅建忠已為東南亞市場擬定發展計劃，目標是在五年內開設100家學習中心。除了印尼和越南，公司下一個有意開拓的市場是馬來西亞和泰國。

瀏覽Kazoo Technology公司網頁時，細心的讀者可能會發現，其公司產品並不只旅龜中文冒險一種，技術用途也相當廣泛。羅建忠說，初創公司其中一項要點，「不是你可以做什麼，而是你不做什麼。可能一年後我會有新想法，但至少在目前這一刻，我要將旅龜帶去東南亞、帶去世界各地，這是我們現在的目標。」

小朋友透過iPad使用智能中文卡，輕鬆學習中文。
受訪者供圖



▲整套字卡共教授300個中文字及詞語。



▲「旅龜中文冒險」智能中文卡是實立科技的旗艦產品。

東南亞市場擁巨大發展潛力

	總人口 (今年預估數)	目標年齡 (3至10歲)人口	佔比
越南	9800萬	約1080萬	約11%
泰國	7000萬	約700萬	約10%
印尼	2.8億	約3360萬	約12%
馬來西亞	3300萬	約330萬	約10%
新加坡	580萬	約58萬	約10%

資料來源：聯合國《2024年世界人口展望報告》及各國官方統計預估



▲羅建忠曾於美國史丹福大學修讀數學碩士學位，與喬布斯是校友。



商號與產品命名有段古

小資料

Kazoo Technology的名稱，靈感源自一種名為「Kazoo」(卡祖笛)的樂器。卡祖笛是一種古老樂器，它通過人聲哼唱發出的聲音，依靠自身的膜片和共鳴管的聲音放大。演奏者只要能哼唱歌曲，就可以用Kazoo演奏，很快便可以掌握演奏技巧。這個特性正好象徵了Kazoo Technology對教育科技的願景：讓科技成為一種人人都能上手、自然

參與的工具，而不是只屬於少數菁英的高牆。

至於「旅龜學習」(Turtle Learn)，這是一系列幫助小朋友學習中文的產品，也是Kazoo Technology現時主力發展的業務方向。旅龜學習的「龜」字，來自寓言「龜兔賽跑」，寄語小朋友學習從來不問誰贏在起跑線，而是選擇適合自己的方法，堅持不懈，憑毅力與專注最終取勝。「旅」字代表探索、經歷與成長。

金融才俊拆研iPad 從此踏上創業路

孜孜不倦

羅建忠(Kendall Lo)是土生土長的「香港仔」，在創立Kazoo Technology之前，一直在金融機構供職，當中包括摩根大通、摩根士丹利等投資銀行，以及對沖基金公司Citadel等，前後約十年時間。

受父薰陶 三歲寫程式

在金融機構工作，為他帶來金錢上的回報；自己創業，「見到客戶、小朋友、家長用自己研發出來的產品」，是另一種精神上的回報。羅建忠近年都有在書展參展，今年也不例外。他坦言，過往常有家長專程到書展光顧其產品，那種感覺「好開心」。羅建忠創業之初，心中信念是希望以自己的工程背景，



嘗試結合技術，為大眾提供比較實質的幫助。

羅建忠自幼已喜愛工程、數學，自言是小時受到父親薰陶，「爸爸是工程師，是港鐵第一期的員工。」在他兩、三歲時，爸爸已鼓勵他嘗試寫程式；到了大

約五、六歲時，他經常偷偷用「螺絲批」拆開家裏的錄影機。「背後的動機是好奇心和興趣。應用到學習上，只要用得其法，是一個雙贏的組合。」

在創業之前(大約2015年)，每逢周末假期，他喜歡在深水埗鴨寮街閒逛買零件。中學時因家人移民加拿大，羅建忠遂轉到加拿大升學，畢業於加拿大英屬哥倫比亞大學(University of British Columbia, 簡稱UBC)電機工程(Electrical Engineering)學系。當時iPhone和iPad剛推出不久，他會買來二手iPad拆開，研究有何方法提升觸控屏(touch screen)的功能，其後更發明觸控屏數碼傳輸技術，並取得註冊專利，從此踏上創業之路。

羅建忠到越南尋找合作夥伴，積極開拓東南亞市場。受訪者供圖

市監總局約談外賣平台 促規範促銷

【大公報訊】外賣市場競爭激烈，昨日(7月18日)國家市場監管總局約談了美團、京東三家平台企業。要求相關平台企業嚴格遵守《中華人民共和國電子商務法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國食品安全法》等法律法規規定，嚴格落實主體責任，進一步規範促銷行為，理性參與競爭，共同構建消費者、商家、外賣騎手和平台企業等多方共贏的良好生態，促進餐飲服務行業規範健康持續發展。

淘寶美團互攻 一日燒錢16億

具體來看，今年7月初阿里巴巴(09988)率先掀起新一輪補貼大戰，旗下淘寶閃購推出「500億補貼」計劃，強勢搶佔市場份額。作為行業龍頭的美團(03690)迅速應戰，雙方在7月5日及12日兩個周末展開大規模「0元購」促銷活動。據



▲外賣市場戰況激烈，引起各方關注。

內媒報道，這兩場戰役中，兩大平台單日合計投入補貼約16億元(人民幣，下同)，其中淘寶閃購於7月12日單日補貼金額更突破12億元，遠超美團的3億至4億元。

從補貼策略來看，兩大平台各具特色。美團單日發放的「免單券」約2000萬張，其中半數需用戶加購商品，滿足起送要求，另一半則為自提訂單，透過與商家協商降低結算價格，有效控制補貼成本。淘寶閃購則主打外賣滿減券，如「滿18.8元減18.8元」、「滿28元減18.8元」等優惠，用戶僅需支付少量金額即可完成

訂單，但目前尚未開放自提服務。

值得注意的是，今年初曾率先挑起價格戰的京東集團(09618)此次卻選擇置身事外。京東公開表態，批評「18-18」等極端補貼手段是惡性競爭的表現，強調其自3月以來始終聚焦三大核心策略，

包括降低平台佣金率、為騎手繳納五險一金並簽訂正式勞動合同，以及推動品質外賣發展，讓客戶吃得放心。

在騎手權益保障方面，京東於7月16日公布最新進展，截至6月底，京東外賣全職騎手規模已突破15萬人。該公司同步啟動20億元福利升級計劃，除基本社保外，還包括季節性津貼及創新的「購車返現」政策。該政策規定，騎手自購新車並在90天內完成3000張訂單，即可全額返還購車款項，目前已在北京、南京及長沙三地試點，未來將逐步推廣至全國。

王傳福參觀小米車廠 惹合作揣測

【大公報訊】近日，有網友在社交平台發布視頻，顯示小米集團(01810)創始人雷軍與比亞迪股份(01211)董事長王傳福在小米汽車工廠會面。視頻中，雷軍親自擔任「講解員」，向王傳福詳細介紹工廠的產能規劃和建設情況，雙方互動非常熱絡。

雷軍親自擔任「講解員」

視頻顯示，在參觀過程中，雷軍特別提到特斯拉的大壓鑄技術(利用高噸位壓鑄機，將多個零件集成壓鑄成大型構件的工藝)，並透露小米已制定「備胎計劃」——「傳統沖壓工藝(冷衝壓加工方式)保留三套生產線，同時部署兩套大壓鑄設備。」王傳福聽後頻頻點頭，顯示對小米技術路線的認可。

事實上，雙方的合作淵源已久。早在2021年，王傳福就公開表態支持小米進軍汽車產業，並承諾不僅是支持，更將展開深度合作。2024年4月北京車展期間，王傳福專程造訪小米



▲王傳福到訪小米車廠，雷軍充當「解說員」。

展台，雷軍親自接待並直言，十幾年來，比亞迪一直是小米手機的核心合作夥伴，如今小米汽車同樣如此。

除汽車領域外，雙方在手機業務上亦有緊密合作。比亞迪儲能及新型電池事業部副總經理王皓宇曾在2024中關村論壇上透露，市場上多數智能手機(包括華為、小米)的硬件，大部分由比亞迪代工生產，進一步印證兩家企業的產業鏈協同優勢。

分析認為，此次會面引發業界對雙方深化合作的猜測，尤其是在電池供應、智能生態整合及產能協同等方面的潛在可能性。