

百花齊放

香港初創先鋒搶發展

新一份施政報告確立香港建設國際創科中心的願景，政府在「創新及科技基金」下設立「產學研1+計劃」，進一步推動科研成果轉化、落地和產業發展，對初創企業來說無疑是一大喜訊。香港多間大學及數碼港等培育基地，正不斷鼓勵科研人員將成果轉化。目前市場上已孵化出

包括金融科技、生物科技、市場推廣等多個創科項目，整個初創產業正在百花齊放。即時社交通訊整合平台 SleekFlow 創辦人無懼創業失敗，由外賣平台到整合溝通渠道應用程式，再到 SleekFlow 的社交商務軟件業，實實在在是初創企業成功的參考案例。

◆香港文匯報記者 黎梓田

一App整合社交商務 走出海外



◆使用 SleekFlow，商戶就能通過一App實現多個社交媒體的管理，便捷打開社交商務市場大門。

▶ SleekFlow 創辦人蔡廷峰的創業過程並非一帆風順，經過數次轉型後終於取得成果。



全球疫情大流行下電商行業急速發展，不少人都透過即時通訊工具或者社交平台查詢貨品，再進行線上交易，社交商務 (social commerce) 亦成為未來潛力龐大的市場。惟商戶透過不同社交媒體與顧客溝通，需花費大量精神及時間。即時社交通訊整合平台 SleekFlow 也應運而生，SleekFlow 透過統一整合多個社交媒體的信息，商戶就能通過一App實現多個社交媒體的管理，便捷打開社交商務市場大門，也為創業者打通創業之路。

疫下網購加速數碼轉型

SleekFlow 創辦人蔡廷峰接受香港文匯報訪問時表示，SleekFlow 於2019年成立，是一個一站式即時社交通訊整合平台，方便商戶管理不同渠道的溝通，從而增加銷售效率，並同時進行針對性的市場推廣活動。據他了解，都市人平均每日花八成時間在社交媒體上，並透過社交媒體發掘新產品、購物等，社交商務市場潛力持續上升，2021年全市場規模達到4,700億美元，預計2028年市場規模將會達到3.37兆美元。而疫情下網購市場突圍，真正加速商業機構的數碼轉型的進程，企業在防疫措施下要找到接觸客戶群的

突破口，不能再單純依靠傳統實體店銷售模式，而是要結合近年流行的社交商務與顧客溝通及進行銷售。

蔡廷峰進一步指出，企業大多會開設不同的社交賬戶，例如 Ig (Instagram)、WhatsApp、Facebook Messenger、WeChat、Telegram 及 SMS 等，中小企或個體戶甚至通過社交賬號直接銷售。問題在於單靠人手管理多個社交媒體賬戶，並一個一個地與顧客溝通，需花費大量的精神及時間，大大降低成本效率。如果企業規模較大，有時甚至不知道由誰負責回答，而社交賬戶安裝在手機的話，甚至容易出現員工職責混淆、爭用手機的情況，而企業也會害怕員工取得顧客的資料私下聯絡、日後「撬走」顧客的情況。

因此，蔡廷峰與團隊研發出一站式即時社交通訊整合平台 SleekFlow，並整合高達12個社交平台，不論顧客從哪一個渠道查詢，對話及數據都會全部匯入同一個平台，企業可透過同一界面查看顧客查詢及回覆問題，並設置自動化回覆以及推送等。對於購物紀錄、訂單進度在平台上亦一目了然，方便企業進行個人化營銷及提供售後服務；管理人員可以追蹤銷售團隊表現。

設定功能分配員工工作

他介紹指，管理人員可以在 SleekFlow 裏面設定不同的功能，包括將顧客分派給不同的員工跟進，例如分派給一向與這名顧客溝通的員工；設定優先工作分派次序，例如先分派給員工A，再依次派發予B、C等；管理人員亦可因應地理位置派給最近的分店員工，或者是因應產品種類派給最熟悉的員工等。

完成基金800萬美元融資

蔡廷峰透露，SleekFlow 的收費模式主要分為訂閱和交易抽佣。其合作的品類亦不乏大型零售品牌，而相對穩定的盈利模式亦較易吸引基金注資。在近期，SleekFlow 更完成800萬美元A輪融資，由老虎環球基金 (Tiger Global Partners) 領投，Transcend Capital 及 AEF 大灣區創業基金 (由戈壁大灣區管理) 跟投，該輪融資資金將主要用於產品研發、市場擴張等。對於未來部署，蔡廷峰透露，SleekFlow 在巴西及印尼的手機應用較廣闊，存在着龐大的商機，公司將聚焦在這兩個地方進行擴充。

金融專才棄高薪 二次創業不言敗

回港初試啼聲創外賣平台

現年27歲的蔡廷峰作為金融業才俊，放棄高薪厚職，踏上創業之路，也正好給予香港人一個啟示：只要有理想凡事可成真，也為大大小小的初創企業做了一個成功示範案例。他的創業過程並非一帆風順，年紀輕輕已三度創業。於倫敦帝國學院修讀數學和電腦工程，20歲時曾參加大學舉辦的創業競賽 Venture Catalyst Challenge，跟同學共同開發智能家居產品，而當時 Siri 等語音助理尚未流行；團隊研發的產品，以物聯網 (IoT) 技術，遙控電視機、窗簾等家品，最後以5位數字英鎊售予一間英國公司。

蔡廷峰畢業回港後，曾到香港滙豐及安永工作，並儲蓄第一筆創業資金。他發現在中環、金鐘一帶對外賣自取的需求很大，於是在2018年放棄高薪厚職，與兩位開發者共同創立外賣平台 Tasteout，並加入數碼港創業培育計劃。惟當時外賣市場競爭太大，發展未如理想，最後曾將員工由10人裁減至3人。

但蔡廷峰的創業路未有止步，他通過研究發現，比起下載手機應用程式，用戶更喜歡直接使用 WhatsApp、微信等社交通訊軟件與商家進行溝通，而且市場十分龐大，於是決定轉型。團隊循此方向，再度加入數碼港創業培育計劃。他們將應用程式再改良，公司取名 Travis，初步先鎖定酒店業為目標，讓酒店與顧客的溝通渠道變得更多，包括電話、WhatsApp、WeChat 或 LINE 等。

科技展覽意外另覓商機

隨後他們迎來一次轉捩點，在一次科技展覽中，間津公司的酒店業人士寥寥可數，反而大量經營網店、傳統零售及客戶服務的業務經營者紛紛湧至查詢，亦提醒3位年青人商機。第二天，蔡廷峰把攤位換了背板，改名為 SleekFlow，並將目標顧客群由酒店轉向零售行業，多達四百間企業預先登記表示有興趣。

當時團隊還未有實際產品，之後夜以繼日埋頭苦幹，為令應用程式更易用順暢，每天打上幾百個電話調查了解意見。意想不到的，有投資者在市場留意到公司動向，並主動洽談合作，最終更落實注資。展覽結束3個月後，全管道社交商務軟件 SleekFlow 終於面世。

短短幾年間，目前業務已由香港擴展至新加坡、印尼、馬來西亞、英國以及巴西等，亦已在這些地方各自招聘了一些人才進行擴充，公司團隊壯大至百多人。公司收入每年高達300萬美元 (折合約2,400萬港元)。

投資新工具 大數據分析金融情緒



◆科大黃昊(左二)表示，FinSent 可能有助投資決策。香港文匯報記者涂穴 攝

近日股市表現波動，不少投資者均需要一套精準分析工具，協助其投資決定。香港科技大學商學院商業及社會數據分析中心在近期推出上市企業金融情緒分析網站 FinSent，利用大數據科技，自動分析公司財務報告，甚至能辨識公司財務報告及分析員會議所表達的情緒，協助投資者分析公司的取態。公司對市場看法等，為投資者於財務訊息之外提供嶄新分析角度。

科大 FinSent 應用 NLP 技術

該商學院副院長及會計學系副教授黃昊表示，FinSent 金融情緒分析 (Sentiment Analysis) 網站由科大商學院商業及社會資訊分析研究中心開發，以自動化方式追蹤美國上市公司於其財務報告及分析員會議中所表達的情緒。FinSent 為一項免費服務，利用自然語言處理 (Natural Language Processing) 技術，辨識公司財務報告及分析員會議所表達的情緒，並以簡明易懂的方式展示，以助了解企業的訊息披露。

黃昊介紹，該網站會按使用者查詢的行業、公司及時期，顯示正面、負面、中性情緒的百分比，以及反映正面及負面情緒相差百分點的淨情緒 (Net Sentiment Percentage)，並以折線圖顯示歷年情緒變化。正數淨情緒百分比指正面情緒的陳述多於負面，反之亦然。用戶亦可以對不同公司的淨情緒百分比作出比較。網站可協助個人及機構投資者分析企業財務披露



◆團隊計劃製作中文版本，方便散戶或投資者使用。

反映的情緒，數據每日早上更新。黃昊強調，FinSent 的資料可能有助投資決策，可供作為參考，惟有關資料並非亦不應視作投資建議。

分析模型月下載量逾20萬

該院資訊、商業統計及營運學系助理教授楊毅也提到，BERT 是由 Google 開發、用於自然語言處理 (NLP) 的機器學習 (ML) 的框架，更有效從語境辨識文意。FinBERT 是基於 BERT 開發的模型，利用三個金融相關語料庫進行模型訓練，包括企業年度及季度文件、財務分析師報告、收益電話會議紀錄，共49億個字詞，較BERT的33億個字詞多出約50%。有使用過 FinBERT 的大型投資銀行及金融機構人員，也表示 FinBERT 對其機構專屬數據進行情緒分類，表現十分準確。用於情緒分析的 FinBERT 開源模型，在 Huggingface 上的月下載量超過20萬次，並在 GitHub 上也獲得超過200星評價。

年底擴展至港股數據庫

對於未來部署，黃昊表示，投資者對了解公司業務的前景興趣較濃厚，故此，FinSent 日後將推出針對對前瞻性陳述的情緒分數。團隊亦計劃年底把 FinSent 服務擴展到港股數據庫，並製作中文版本，方便散戶或投資者使用。黃昊補充，現階段有關服務免費，待再收集更多數據，及了解市場所需後，下一步可行方向或以出售 API (應用程式界面) 方式及提供度身製造的數據分析，作為商業營運的基礎。

骨傳導助聽 冀醫療券能負擔

在人口老化的大趨勢下，健康科技/醫療科技漸成為社會關注重點。Dai3mimi 創辦人林旭接受香港文匯報訪問時提到，該公司透過研發骨傳導裝置，以共振直接將聲音傳到內耳，繞過外耳和中耳 (包括耳膜)，協助出現某種程度聽力損失的人重拾聽力，特別是長者。

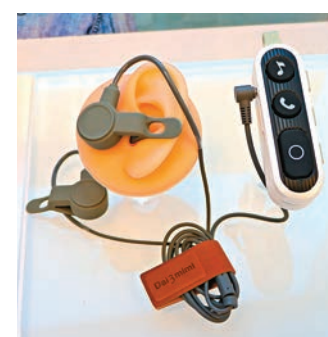
全球逾4億人有需求

林旭在訪問中透露，該公司本身是一家音響以及物料研發公司，今次研發產品協助聽障人士，源於他的父親有聽力問題，在酒樓飲茶時，自己往往要大聲高喊，父親才能聽到其說話。之後當他看到世界衛生組織 (WHO) 數據指全球已有15億人有某程度的聽力損失，其中約4.3億人需要針對聽力損失的復康產品或服務，更令他下決心研發骨傳導耳機 Dai3mimi。

林旭介紹指，Dai3mimi 是日文「第3隻耳」的意思，使用時只需將發揮共振作用的小型裝置貼近頭骨便可，佩戴時無需塞進耳孔，可以讓它們貼住耳朵附近的臉骨，亦可貼在前額或兩邊面頰，而外形設計看起來與一般耳機差別不大。



◆Dai3mimi 創辦人林旭表示，研發產品協助聽障人士，源於他的父親。



◆Dai3mimi 優點就是便宜以及易用。

獲逾十項專利認證

他提到，研發途中最大的困難是要為小型裝置找到合適的物料和結構，由於該公司在2018年研發出壁畫般外觀的「智能音響」VisualSonic，厚度只有25至30mm，於是他便想到以這種技術為基礎來設計 Dai3mimi。該公司在2019年開始研發 Dai3mimi，投入近20人，前後造了50個原型，並找了數十名聽障人士和長者參加測試，直至去年底才完全定型，投入資金高達數百萬元，目前已取得十多項專利認證。

對比一般的傳統助聽器，Dai3mimi 的優點就是夠便宜以及易用。他指，傳統助聽器的供應商，幾乎全部都是來自歐美，而一個傳統助聽器定價動輒要幾萬元以上，並不是一個普通基層能輕易負擔的使費，反而 Dai3mimi 定價僅需數千元，假如將來能夠在醫療機構普及使用的話，長者使用醫療券就能直接購買。

他又指出，如果一個人長期缺乏聽力，其認知能力就會受到一定程度的影響。有專家指，若在聽力退化時使用助聽器等工具，幫助當事人與人好好溝通，融入社會，對長者以及聽障人士來說十分重要。