

微軟出招打殘 Windows 平板!

Office for iPad 實力初探



# PCM

Advance

電腦廣場 PC Market



ISSUE 1079 01 / 04 / 2014  
www.pcmarket.com.hk  
— 壹周刊 / 逢星期三出版 / HK\$15



大光圈 畫質起義 大 Sensor



Canon PowerShot G1X Mark II VS Sony RX100 Mark II

@Gears

# 雙鏡 攝戰

## HTC One M8



港美同步激測

Android 換新機  
手機內容  
轉移大法工具



27" 平霸芒皇  
新面板技術6強混戰

重量級原廠連供  
Epson  
CISS L555



PCM ekids

為親子而設  
兒童向平板與別不同



智能手機開創流動程式市場，造就不少創業故事，從外國回流的港人雷立基是其中之一。他2009年與夥伴創辦Joy Aether，是本地擴增實境（Augmented Reality, AR）應用程式開發公司，目標是將現實與虛擬結合，把技術應用在商業環境。

**在**加拿大畢業後，留在當地工作的雷立基，曾於IBM、Boardcom、Nortel等大型科技公司工作，至2008年底回流創業成立Joy Aether，本意並非做AR技術，而是捕捉流動程式的商機，尤其商用程式。

「我和創業夥伴一直從事企業IT服務工作，對該市場較為熟悉。當時流動裝置興起，蘋果開放iOS程式設計平台，預計愈來愈多企業建立流動程式，供員工存取內部系統，便決定專注為企業開發手機程式。」

他形容，創業初期亦是流動應用程式市場起步階段，因為新奇有趣，公司的生意應接不暇。儘管業務發展不俗，雷立基認為，要為公司定下市場定位，方可長遠發展，決定走現實與虛擬結合的路線。

「市場經常探討如何把現實和虛擬結合，透過流動技術可將眼前景像於虛擬世界無限擴充。相信該技術在市場推廣和教育界有極大潛力，便走前一步，先投放資源研究，並選了AR作重點發展。」

## 技術人遇上技術難題

如今AR技術隨處可見，玩法創新有趣，本港不少相關項目都是來自雷立基及其團隊，然而這成果也得來不易。他稱：「AR呈現的虛擬世界，大多涉及立體影像，惟手機的效能不一，難以處理高質素影像。其次是如何把手機對著物件啟動特別效果。還有不同手機平台的技術有異，但人手有限，未能同時兼顧。曾投入資源研究如何在Windows Phone上做AR，可惜成功開發後又有新系統推出，浪費時間。」

技術問題解決後，如何把AR向客戶推銷也是另一難題。雷立基借用Geoffrey Moore在《跨越鴻溝》一書提出的科技普及周期的方法，先將這玩意推銷給創新者，即願意嘗試科技的先行者。最後獲一間印刷紙品公司採用該技術，在誠品香港店開張時，提供創新的產品推廣方法，引起消費者興趣。

# 雷立基：從市場角度考慮技術

# 要讓AR更易使用

開發技術避免以IT人眼光去想，應從市場角度考慮，配合創新者推廣技術。



## AR成熟要易用

經過多個項目後，雷立基進一步掌握AR技術，也有更多作品供參考。去年11月舉辦的創新科技嘉年華，當中的恐龍主題館所設的手機程式，用鏡頭對著海報，以AR把紙上的恐龍在手機內活靈活現，正是他近期的得意之作。

他指出，Facebook上周以20億美元收購的Oculus公司和Google Glass的成功，印證現實和虛擬結合的前景。不過，礙於公司未有資源投資硬件研發，將繼續專注手機上的AR。「市場大眾已接受了該技術，即是進入『科技普及周期的主流市場』階段。現在應專注研究，讓AR更容易使用。」

## 不以IT人看技術

除了AR技術，雷立基也不時留意市場上的新技術，希望為App加入創新功能，但未必每次都成功。他指出，曾經從外國公司購入平面照片轉換成立體的技術，讓照片在裸眼3D屏幕呈現立體效果。

「首次見到該技術已被吸引，加上正值3D興起，決定引入。」不過3D屏幕未如想像般流行，最後不了了之，雷立基所投入的金錢和時間付諸流水。「最大教訓是要從市場角度考慮技術。這是IT人普遍犯的錯誤，以為技術好就能打入市場，未有考慮用戶的實際需要。」

他坦言，經過這次經驗，以後引入技術時格外小心，而未來希望可開發更多現實與虛擬互動的應用程式。



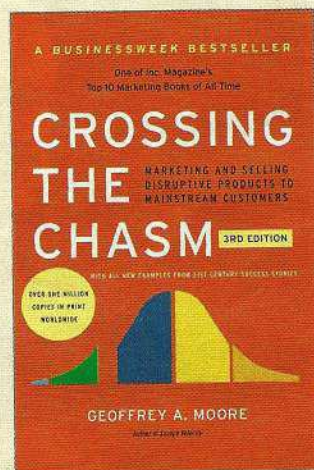
● 創新科技嘉年華設恐龍主題館用的AR手機程式，為雷立基的作品之一，用鏡頭對著海報，即可把紙上的恐龍在虛擬世界活靈活現。

## 資源分享

### 跨越鴻溝法則

科技的推銷有五個階段的金科玉律：創新者、早期採納者、早期大眾、晚期大眾和落後者。這理論由Geoffrey Moore在1991年著的《跨越鴻溝》(Crossing The Chasm)提出，至今一直備受推崇。雷立基推薦此書，皆因時刻提醒自己，設計手機程式要滿足不同用戶。

他指出，設計程式時，可大膽加入創新元素，如AR，藉創新者試用測試市場反應。其次是早期採納者，大多屬具前遠瞻性的商人，向他們推銷新技術可以市場潛力的角度出發，可引起興趣採用。當發展至早期大眾和晚期大眾，則應使之更為簡單易用，讓主流市場方便使用技術。



● 此書以五個階劃分用戶對科技的見解，成為雷立基開發手機程式的市場推廣策略。