

李英豪

以商圈製造商機

午膳時間，上班一族多要為挑選辦公室附近的餐廳而煩惱：哪間餐廳有新優惠？哪間有新菜式？其實不必困擾，只要安裝李英豪（06 崇基訊息工程學）已在內地推出的手機應用程式「好近」，方圓五百米內商店的最新「着數」，即時在手機出現，一個個近在咫尺的電子「商圈」，正改變着現在消費者與商戶之間的關係。



李英豪四年前已在內地創立首個移動支付平台「錢方」，用手機就可當錢包。以往內地的小商店通常沒有類似「八達通」的電子收費系統，更遑論信用卡系統，故一定要以現金交易，這不但削弱了商店的競爭力，也為消費者帶來不便。李英豪的「錢方」創新之處在於，它可顯示出顧客的消費模式和習慣，只要買賣雙方能夠善用它，內地的消費模式及商業環境都會有翻天覆地的變化。

「舉例說，山東有個二線城市，有顧客用同一個手機及信用卡帳號，於星期五下午三時，花五百元人民幣理髮；兩星期後，再用二百元買內衣，從這些資訊，已可初步推斷那是位女士；若周五下午在住宅區理髮，也可推斷她沒有工作，更重要的是，住在二線城市而能夠花得起五百元理髮，又可進一步推斷她很可能是高端客戶。」

「商圈」改變消費模式

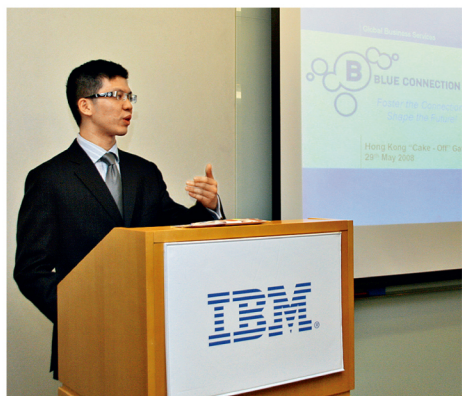
掌握了這些數據，不但可推斷到顧客的喜好，從而提供消費資訊，也進一步激發李英豪創立「好近」。談到這個得意新作，他雀躍地指「好近」已改變了上班一族的消費習慣。「當你加入工作地點所屬的『商圈』，就可以找到方圓五百米內的餐廳、便利店、理髮店等商戶，商圈可說是一個電子商場。你不但可以在這裏直接付款，還可以訂外賣等，非常方便。對商戶來說，我們可將他們的顧客群聚集一起，商戶就提供優惠，例如外

賣折扣，把午膳繁忙時段門市的顧客分流，又可做到薄利多銷。」

「一經我們付款，用家便會自動關注商戶的公眾帳號（類似Facebook公眾專頁），能幫小商戶做到宣傳效果，另也可以為顧客提供他們感興趣的資訊。例如過了午膳高峰期，通常門市較冷清，商戶就可以視乎情況，公布優惠，刺激人流，『好近』就是總有『好』事在附『近』。」李英豪笑着為大家「解畫」。

他又指了指手上的手機，說不但大品牌要推廣，小商店也要宣傳。「大公司就可以賣廣告，但小商店的市場推廣成本、創意、執行力都較弱，那麼不如就將宣傳成本用來買我們的服務，信息更可準確傳至方圓五百米的顧客群。別忘記方圓五百米是一般人的五分鐘步程範圍，上班一族多會在這個範圍內尋找服務，商戶收益就可持續。」

李英豪即時舉了一個實例：「有一間麵包店增設了咖啡廳，但咖啡的銷售成績一般，於是立即



李英豪加入IBM，了解到IBM為何能屹立超過一個世紀，為他的創業路奠下根基。

在『好近』的商圈推出半價優惠，結果反應熱烈，每日它的帳號也因太多人瀏覽而斷綫！」表面看，斷綫似不是件好事，但李英豪哈哈一笑，胸有成竹地說，這反映了他的平台如何成功吸引了大量商戶和消費者使用。「現在『好近』每日活躍的用戶數量有超過10%，即每二十個人中，就有一人安裝了『好近』，而且每天都會打開它，每人每日更平均四次。」

敢於顛覆現有常規

問到會否有電貿保安上的隱憂時，李英豪搖搖頭，認為不足為患。「我們現已與內地三大主要支付機構合作，更將會與百度合作，依靠這些大品牌的信譽，已讓買賣雙方安心。」「好近」的商圈在北京、上海、南京、成都等大城市，可望於短時間內發展成近二百個商圈！「我們的定位是寫字樓的上班一族，計劃擴展至可買商圈之外的服務，不只飲食，買花、買成藥等，上班時你可能有的需求，我都盡量提供。」

策略上，李英豪只主打工商業區而不拓展至其他區域，是看到商業及消費的活動都夠頻密：「一般打工仔一星期最少有五天在公司，不少人以為工作時沒有消費需要，其實，即使你開會只要杯咖啡，『商圈』概念都可以幫到你。」

內地甚至世界的消費模式大幅改變，敢於顛覆固有常規李英豪，無論以「錢方」或「好近」應對，

其實都與他的性格和成長有關係。「少年時，我不太守紀律，上課經常聊天、睡覺，但成績依然最好。我又愛讀科幻小說，喜歡超乎想像的事物。」求學時，對他影響最大的應是透過中大，到美國交流的機會。「聽過蓋茨的演講後，發覺他的創業模式及經驗十分精采，那正是我想要的人生！」

選擇創業初嚐失敗

當年畢業後，李英豪並沒有立即創業，而是加入銀行工作。「在銀行工作時，見過很多客戶，當中不乏創業者。有次到一個客戶的辦公室，看着他仍然拿着八十年代的報紙，告訴別人自己過往如何成功，那一刻，我就知道他為何會這樣失敗！」雖然他知道太過緬懷過去的成功，會不進則退，但他仍不知道怎樣創業才適合。

**有次到一個客戶的辦公室，
看着他仍然拿着八十年代的報紙，
告訴別人自己過往如何成功，
那一刻，我就知道他為何會這樣失敗！**

及後他加入了有逾百年歷史的IBM。「我很好奇，想知道IBM為何能屹立超過一個世紀，最後發現IBM懂得將追不上時代需要的業務果斷放棄，這又讓我學到很多新知識。及後被調往北京工作，再發現科技在中國發展得很快，故未滿一年，我便選擇創業，開發手機應用程式。」創業後，產品並不特別出眾，前路茫茫，他和合作夥伴甚至



李英豪（前排紅髮者）積極參加崇基活動，學會了很多溝通技巧，對個人成長確有很大幫助。

要計算着，沒有收入還可以支撐多久！「直至結識了一位投資者，讓我認識到美國的移動支付平台，既然中國尚未有，於是我便去做。」

當我們以為他的膽識和領導力是天生時，李英豪卻說是得中大啟發。「那時我除了崇基學生會外，其他活動都有參加，學會了很多溝通技巧，對我個人成長確有很大幫助。」

未來他會否繼續「顛覆」傳統？「付款應會更簡單，可能進入商店甚麼都不用做，靠手錶或手機便能付款，但要先看看市場會否接受，有時有些服務太早推出，會予人譁眾取寵的感覺，未必能夠接受。」李英豪已看到了未來，現在只待市場是否準備好而已。



因積極參加崇基活動，李英豪（中）與文林堂的宿舍同學打成

李英豪小檔案

- 2006 香港中文大學崇基學院工程學士
- 2009 首次創業，與團隊一同開發移動社交平台「多樂趣」
- 2011 成立移動支付平台「錢方」
- 2013 「錢方」被清科集團評為《2013年中國最具投資價值20強》
- 2013 「錢方」被美國著名科技博客Techcrunch譽為中國的Square
- 2014 「錢方」入選《中國企業家》雜誌「未來之星100強企業」
- 2014 李英豪被美國財經商業媒體《快公司》評選為「中國Top100創新人物」
- 2015 被《財富》選為「40位40歲以下商業精英」之一