

由零開始晉身獨角獸

Klook: 創新成就旅遊新引擎

Klook發展歷程

2025年02月	完成1億美元「E+輪」融資
2021年01月	獲得E輪融資2億美元，由As-pex Management及思柏投資領投
2017年03月	獲得B輪融資，由紅杉資本（Sequoia）及經緯創投領投
2015年10月	獲得經緯創投（Matrix Partners）領投的A輪融資共500萬美元
2015年05月	Klook手機應用程式上線
2014年09月	Klook網站上線
2014年05月	由林照圍、王志豪和熊小康在香港成立

香港新引擎

系列報道

初創公司「由零開始」直到晉身獨角獸（Unicorn），甚至衍生不少副線品牌，除了要看準和解決當下痛點，更要懂得把握市場變化。從事網上旅遊服務的初創公司Klook（客路），就成功做到了上述各項。

該公司香港及澳門區總經理岑皓祺接受香港商報記者專訪，回顧企業由零開始創業與發展歷程的點點滴滴，坦言成功的初創企業要有永不放棄的創新精神，否則恐怕就要向大家說再見。談及未來，岑皓祺表示，期望公司可以維持每年雙位數（High Double Digit）、甚至三位數的高增長。

創立動機：源自旅遊不便體驗

Klook於2014年成立，3位創辦人分別為王志豪（Eric）、林照圍（Ethan）及熊小康（Bernie）。他們成立Klook，源於一次旅行的體驗。岑皓祺說：「有一次當他們去尼泊爾旅行時，雖然早已在網上預訂機票及酒店，但他們到達景點時，除了面對語言不通的困難，還找不到旅遊資訊，嚴重影響旅遊體驗。」

爲了提升旅遊過程的順暢度，3人於是創立一個集機票、酒店及景點安排於一身的平台。岑皓祺稱：「他們決定落戶香港，由香港的景點開始，一步步打造品牌。」不過，他坦言，要打造旅遊服務平台很困難，「除了要落地，更要逐個與景點商談如何合作」。

Klook成立後持續擴大業務，由起初與景點商談合作，擴充至爲旅客安排半天至一天的旅程。但是，香港旅遊景點有限，且市場細小，面對局限，唯有衝出香港。岑皓祺表示，Klook於是先進軍內地和日本，繼而進軍其他國家或地區。

2020年，即Klook成立的第7年，新冠肺炎爆發。而這場持續3年、席捲全球的疫情，成爲了Klook重要的轉折點。岑皓祺稱，疫情給予公司有機會「停一停，諗一諗」，讓公司思考其初心，以及有何協同效益。

轉折點：看準居家度假商機

經過一輪思索後，Klook看準了居家度假（Staycation）的商機。岑皓祺稱，疫情期間，有同業「想咁咁休息」而關閉公司，「但我們不想裁員，因此在疫情期間，

解危有法：設定措施 應對天災

緬甸3月底發生7.7級大地震，不僅遠在千里之外的泰國曼谷大部分地區感受到震動，甚至有曼谷的政府大樓亦因地震而倒塌。面對危機，岑皓祺稱，該公司已於地震發生後4小時內，與當地客戶取得聯絡。他坦言，得益於人工智能的幫助，Klook亦可以較快的速度，應對是次緬甸地震。

AI助力應對緬甸地震

「Klook成立至今，已累積了不少處理天災的經驗，我們的團隊已設定措施，應對天災。」岑皓祺表示，當公司知悉緬甸地震波及泰國後，於第一時間確保員工安全，隨即加強客戶服務人手，聯絡客戶。

岑皓祺續稱，當時停留在曼谷的客戶，由於已身處當地，即使地震發生，但仍有20%至30%的客戶願意留在當地繼續遊覽，未有因為地震而影響行程。

「要創新 要諗新嘢」

另一方面，自疫情過後，香港出現「報復式外遊」。不過，岑皓祺認爲，不覺得港人外遊拉低香港本地消費。他相信，香港消費市道疲弱，主要是受一攔子因素影響，因此「要創新，要諗新嘢」。

岑皓祺解釋，即使市道欠佳，但不少本地商戶因創造不同消費模式，仍逆市取得增長，尤其是疫情過後的演唱會行業，比起疫前更爲火爆。他坦言，面對經濟下行趨勢，消費意欲定當審慎，若商戶完全不改變經營模式，營業額恐怕要跌。

解決痛點：善用AI提升業務

Klook業務轉趨多元化之際，又如何應用新科技將業務提升？岑皓祺稱，日後除了可運用人工智能（AI）編制行程，更可研發以人臉識別方式，讓進入景點或演唱會的消費者，無須持有實體門票即可入場參與活動。

「公司在中國內地、中國香港、中國台灣、日本和澳洲業務已解決大部分痛點，但隨着客戶要求和他們的體驗隨時間轉變，新的痛點亦隨之出現。」岑皓祺坦言，原有的痛點尚未解決，又要面對新的痛點，「尤其是要面對部分國家至今尚未電子化，因此仍需要慢慢優化。」

冀日後門票全面電子化

岑皓祺續稱，以公司近年進軍的預訂門票業務爲例，香港今天仍在應用實體門票。「究竟何時可以將門票全面電子化？又如何藉此解決『印錯飛』的問題？以及如何處理電子門票轉讓的問題？這些通通都是需要思考的。」

除了新開拓的預訂門票業務，岑皓祺亦指，在景點參觀預訂方面，Klook一直有與全球各景點合作，協助景點在不同時段作出人流管理。「奈何不少景點仍未全面自動化，尤其不少景點在部分時段預約超量，部分時段卻門可羅雀……希望隨着Klook的業務邁向全球化，亦可協助理順不同景點在不同時段的人流管理。」

酒店預約同樣有新的痛點。岑皓祺表示，雖然連鎖酒店的一致性較高，但部分如日本的溫泉酒店卻非以連鎖形式經營，以致無法在Klook的網站出現。他坦言上述問題仍有待解決。

旅客看重一站式服務

另外，行程編排方面，岑皓祺表示，不少旅客以往編排行程時只預約酒店，但今天他們更看重網站能否提供一站式服務，「一次過解決他們到埠後的所有需要。」

岑皓祺說：「以外遊日本爲例，現時旅客大多要求旅遊網站除了要提供機票及酒店預訂，還要提供落機後的接送，甚至能否在出發前就預約廚師發辦（Omakase）餐廳，在下機後隨時享用。」

成功之道：以客為先 科技為主

Klook一躍成爲獨角獸，有何秘訣分享？岑皓祺稱，要提升估值，首先是不斷聆聽，以客爲先；其次是作爲科技平台，要以科技爲主。

「若要客戶繼續支持，就要不斷回饋客戶。」岑皓祺表示，過程中要不斷聆聽客戶的需要，不斷做調研，以客爲先。他又指，作爲科技平台，都是以科技爲先，不論疫前疫後，都要將科技元素放在最高位置。

初創企業要堅持永不放棄

至於公司的內部文化，又如何造就獨角獸的誕生？岑皓祺稱，據他的觀察，首先是吸納正確合適的人才，「尤其是對擴張中的初創企業十分重要」。他亦以Klook爲例，指出該公司其中兩位創辦人非常開通，且以中西合璧的方式管治公司。公司更提倡「唔怕衰，只怕你唔試」的理念，強調公司沒有創意部門，而每一位員工都是公司的創新者（Innovator）。

除了強調創意文化，岑皓祺表示，成功的初創企業要有永不放棄的精神。他再以Klook爲案例稱：「公司2020年疫情之初，曾有一段時間『零收入』，但正因為我們堅持永不放棄的信念，才會發掘到居家度假（Staycation）的商機」。他坦言，對初創企業而言，若他們不願創新，恐怕就要向大家說再見。

香港商報

Hong Kong Commercial Daily

中國政府特許在內地發行之報刊

睇商報 有着數

2025年4月21日 星期一

今天出版1疊共4版
1952年創刊 第26002號
香港政府指定刊登法律廣告有效刊物
港澳台及海外每份零售12元港幣
廣東省外每份零售5元人民幣
廣東省每份零售4元人民幣

香港商報官方微信

香港商報官方微博

香港商報抖音

香港商報微信

4892246888889

碼上看

【港媒一姐灣區行】
港青到惠州創業
政策好成本低

掃碼睇片

華為明發布
新超級充電樁產品

掃碼睇文

承印人：香港商報有限公司 地址：香港九龍觀塘道332號香港商報大廈 總機：25640768 傳真：25655456 廣告部：25905305 傳真：25905553 發行部：25905385 傳真：25635437 深圳廣告電話：86-755-83881358 傳真：86-755-83516512 深圳發行電話：86-755-83518737 傳真：86-755-83518513