



「應用先進科技於直銷函件」講座

流動通訊日益重要，相關科技日新月異，電子直銷訊息的重要性漸漸追上印刷媒體的推廣訊息。但這不代表印刷媒體會被全面取替，反而藉着科技的發展，兩者結合，為廣告界直銷函件帶來無限創意，為收件者加添更多驚喜。

二零一七年一月二十日，業務發展部在中央郵件中心舉辦了「應用先進科技於直銷函件」講座，邀請了兩位業界專家介紹不同範疇的科技應用，包括應用香味印刷及「擴增實境」(AR) 和「虛擬實境」(VR) 的科技應用。

香味印刷方面，用了一些基本香氛，混和模擬出一些真實氣味，混入油墨後做成透明的塗層，以絲網印刷方法印於紙張圖案上，只要以手輕擦有香味的圖案，便可嗅到幽幽清香。講者分享他曾以洋紫荊花的香味推廣山頂廣場活動，令整個活動增添獨特氣氛，為參加者帶來難忘的體驗。他還說，根據 Sense of Smell Institute 研究發現，人類對圖像視覺的印象於三個月後仍可維持約50%的記憶，而大致有65%的人卻能在一年後準確認出曾接觸過的氣味，證明以嶄新的氣味推廣直銷訊息，比以傳統的圖像視覺方法更為長久及有效。



客戶踴躍參與嗅覺挑戰環節。



因應社會的發展及網購快速增長，我們每日所處理的郵件組合亦隨之改變。郵件派遞科派遞郵差處理及派遞各類郵件的標準自二零零八年一直沿用至今，故部門於去年安排全面檢討相關標準。在過程中，生產力促進局提供專業驗證，確立檢討達致物流業及國際機構所制定的標準。

在1,700多派遞信段中，被揀選作抽樣調查的200多信段已覆蓋不同派遞模式及其他因素，包括已簽信信段、被委

另一個講題是「擴增實境」和「虛擬實境」，講者分享如何在函件注入多種感官刺激，將二維圖像透過應用程式，看出一個三維、甚至乎360度的景像。這應用科技使紙張圖像立體化，更可在日常生活中加添好玩的意念，加強收件者對品牌的印象及記憶，而最終提升函件推廣活動的回應率及投資回報。

試想想，當你收到一份宣傳新口味薄餅的函件，邀請你在薄餅圖片上磨擦數秒，便可感受全新薄餅的香味，再配合AR科技就可讓你觀賞薄餅的製作過程，你必定想一嚐新款薄餅的滋味，再配合即按鍵落單，便可安坐家中品嚐美食。

如有興趣觀賞更多「擴增實境」和「虛擬實境」在函件應用的影片例子，可以瀏覽此連線：
http://www.hongkongpost.hk/en/other/2016/dm_ar/index.html

我們亦將於日後介紹更多有關AR及VR的應用。

是次講座吸引到不同界別的客戶參與，包括零售、金融、教育、旅遊、科技及慈善團體等。兩位講者的講解內容十分精彩有趣，例如以不同的香味挑戰客戶的嗅覺，並即場送贈香氛禮品給參與者，增加不少互動氣氛；另一位專家更以多媒體即場示範如何透過AR，在智能電話的影像中將函件變成一具火把(見圖)。

客戶對是次活動十分滿意，超過九成客戶表示講座內容甚具啟發性及趣味性，約六成客戶考慮在日後的直銷函件中，嘗試採用這些新科技。



客戶專心聆聽講者的分享。

檢討派遞標準

派信段、郵差性別及年齡的比例等。檢討方法是以各信段的實時處理及派遞時間為主，並按驗證方法分析收集到的數據，以釐定處理及派遞各類郵件的標準。

新修訂的標準將於本年三月至五月起在四間派遞局實行，並隨後按檢討週期逐步於其他派遞局推行。此外，新制定的「香港郵政通函郵寄服務」派遞標準亦將於年中在各派遞局推行。同事在採納新標準時如遇有任何運作上的問題，可向直屬經理或生產力促進組反映。部門往後會定期檢討有關標準，以確保其切合實際派遞環境及運作需要。



講者現場示範如何透過AR，在智能電話的影像中將函件變成一具火把。

