

分析用戶喜好 零售業營銷更精準

有助推薦個性化產品 利於庫存管理

基於海量數據進行分析的人工智能（AI），為各行各業掀起一場革命，亟待突破的傳統零售業有望獲得AI助力。無疑，AI技術正在本港零售業發揮威力，不過零售業界直言，本港人工智能科研人才匱乏，令零售業應用AI技術尚待突破。

香港AI透視之零售篇

大公報記者 李潔儀



▲阿里巴巴在港推人工智能時尚服飾概念店「FashionAI」

人工智能程式AlphaGo擊敗圍棋九段棋士李世石，是電腦打敗人腦的經典例子，通過學習大數據，電腦比人腦更懂人類。在技術發達的驅動下，傳統零售業不得不跳出框框邁向新零售概念，坊間已有不少基於AI的產品和服務，可見一斑。

港AI發展較周邊地區慢

全球零售商加入人工智能技術，包括圖像識別系統、產品推薦及聊天功能等，為產品增值，例如電商巨頭亞馬遜推出由AI助手Alexa驅動的智能音箱Echo，令家居變得更智能；又如化妝品企業L'Oreal推出智能髮梳，配合手機應用為用戶的髮質評分，監察不同頭髮護理的成效。

在本港零售市場中，也有AI相關產品應市，不過要發展AI亦遇到不少掣肘。本港AI創業加速器Zeroth.AI創辦人盧德俊表示，該公司已在全球投資超過30個AI初創項目，當中三分之一來自香港。惟他直言，香港發展AI的步伐較周邊地區為慢，相信市場仍有很大的發展機會。

物聯網初創公司Ambi Labs行政總裁李尚行亦同意，香港在發展人工智能領域上相對周邊地區慢。他指出，人工智能是全局的發展趨勢，近年本港市面相繼出現智能家居，香港人亦對AI產品接受度高，惟相信仍需時適應。

招募及培養人才受挑戰

事實上，AI的應用日趨廣泛，在大家日常生活中，都有機會在不知不覺間與AI接觸，例如在社交平台上，甚至是商場的

會員系統，均見到AI蹤影，做到精準營銷的策略。新世界發展（00017）旗下商場K11在人工智能的運用上，亦以方便及提升顧客滿意度為核心原則，已利用AI聊天機械人（Chatbot），在社交平台上負責處理一般客戶的查詢。

K11負責人表示，未來該商場會更多應用人工智能技術，例如在智能手機的應用程式上，通過AI技術學習顧客的購買紀錄及消費喜好，藉而作個性化的產品推薦，提升營銷的命中率，商戶亦可有效控制銷售情況，有助庫存管理。

該負責人又提到，K11商場現階段在人工智能上的應用，是以文字作為數據基礎，至於基於語音及圖像的應用，則會在下一階段推出。負責人表示，AI技術無疑帶領整個零售行業更智能化，不過，在本港最大挑戰，莫過於招募及培養AI人才，甚至如何真正把數據分析到位，亦是AI應用的關鍵。

此外，香港科技大學電子及計算機工程學系助理教授許丕文，在2012年初成立科大NIE社群媒體研究中心，專門研究大數據及社交媒體分析等，包括利用人工智能學習大量的圖像，用感觀分析用戶的喜好，與一般以文字作為分析的方法有別。許丕文表示，雖然香港在AI技術應用上處於起步階段，但相信香港仍有機會實現「彎道超車」。他認為，科技持續進步，已不能停留在文字基礎上作分析，配合圖像分析、大數據的威力，勢將成為經濟效益的突破點。

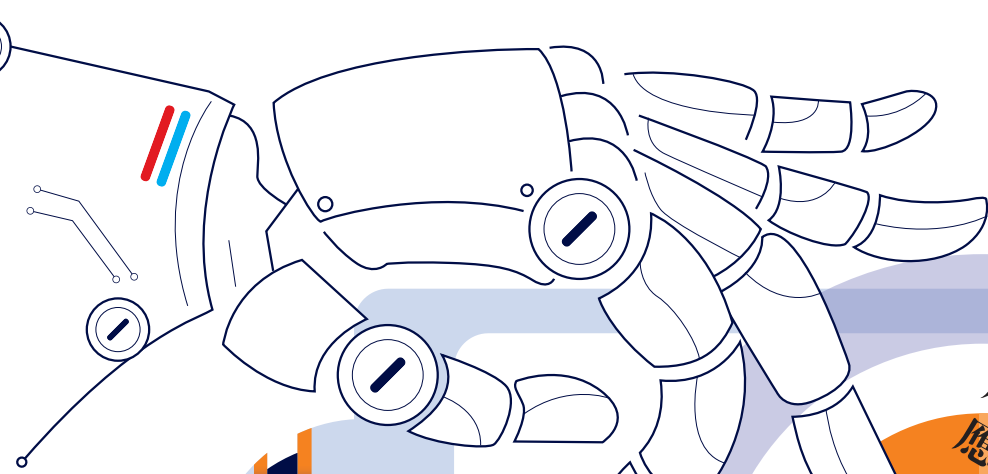
可通過人工智能技術預先進行測試。

從事專利圖像分析技術的多媒體大數據分析（MBDA），創辦人張栢鳴表示，公司收集蘋果公司應用程式發行平台App Store上的約170萬個圖像，以人工智能技術協助應用程式開發員查找圖像設計的相似度，減少圖像「撞樣」的可能性。

以滙豐銀行旗下電子錢包PayMe為例，通過Visualip平台上載該應用程式的圖像，找來超過一萬個從顏色、設計上類似的圖像，又如社交媒體Skype，搜出數十個與之相似的圖像。

張栢鳴指出，應用程式開發及設計員可以通過該平台，先行測試自家的應用程式圖像有否跟別家「撞」，從而創製更具特色、與別不同的圖像。他續說，目前該平台設有免費測試版，未來亦會提供收費專業版，包括關鍵詞搜索、行業分類等。

►多媒體大數據分析（MBDA）創辦人張栢鳴 大公報記者李潔儀攝



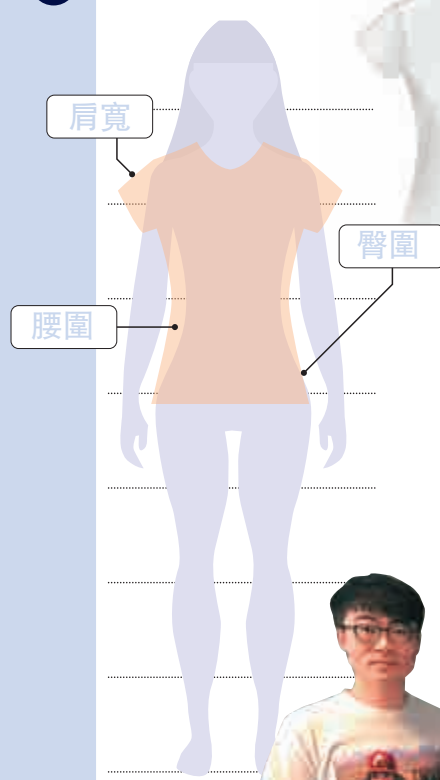
服務業應用AI的例子

商場為其社交平台專頁加入AI聊天機械人，解答用戶問題，並提升營銷精準度

冷氣機遙控器供應商為產品加入AI技術，讓遙控器更智能化

數據分析公司以AI技術解決應用程式圖像「撞樣」的問題

證券行以AI科技去分析客戶的投資需要



本港發展AI的困難

- 需要收集海量數據
- AI人才匱乏
- 數據分析能否到位
- 港人對AI產品缺乏認識

►香港科技大學電子及計算機工程學系助理教授許丕文（中） 大公報記者李潔儀攝



▲Ambi Labs行政總裁李尚行 大公報記者李潔儀攝

走進家居 調校最理想室溫

本港物聯網初創公司Ambi Labs，針對冷氣房間時常發生忽冷忽熱的問題，近年研發並推出一款冷氣機遙控器，配合人工智能的運算方法，分析手機APP上的實時數據，改變傳統以手動形式調整冷氣溫度，做到智能調溫的效果。

Ambi Labs行政總裁李尚行表示，公司原先主要製造簡單的冷氣機遙控器，但當時訪問了數十位

來自香港、新加坡、日本等地的用戶，由於當年市場尚未流行智能家居，市場質疑智能遙控器的重要性。

「其實在不同時間，人體感應房間冷氣有別，例如晚上睡覺時覺得溫度剛剛好，但第二天早上醒來，同一個溫度已可能令人感覺凍。」李尚行指出，主宰人的冷熱感不單只看溫度，還有周圍環境的亮度、紅外線、室內溫度，甚至是人體的新陳代謝。

可節能高達30%

Ambi Labs約三年前研發出第一代人工智能冷氣裝置Ambi Climate，

摒棄傳統以遙控器調校冷氣的方法。李尚行介紹說，Ambi Climate透過內置紅外線感應器，能對應逾50款空調品牌、超過1000款的空調機型，再配合分析手機APP上的實時數據，自動協助用戶調節冷氣，營造合適的室內環境。

李尚行解釋，該產品會根據用家的體感回饋、環境溫度和濕度、作息情況等調節冷氣運轉，最高可達30%節能效益。

公司最近推出Ambi Climate第二代，尺寸僅較智能手機略大，售價為999港元，較第一代的1399港元便宜。

監察和分析可疑交易。

戴耀權提到，在用戶層面上，該公司早前推出手機應用程式eMo，運用NLP（Natural Language Processing，自然語言處理），當系統接收到客戶查詢的一些慣用語眼，便會自動搜索相關資訊。

「例如客戶讀出『5號仔』，系統會自動識別為滙豐（銀行）！」戴耀權認為，這項技術能直接提升客戶體驗，「更user-friendly（易於使用）」。

分析需求 訂製個人化理財

早於兩年前，本港有證券行利用人工智能技術，判斷股票是否處於上升軌道，以決定買賣股票的時機，回報最多超過五成。最近亦有證券行研究以人工智能技術，為客戶提供量身定做、個人化的投資方案。

光大新鴻基副行政總裁戴耀權表示，該行正在測試

一項服務，如何使用人工智能去分析客戶需要，做到智能投資顧問（Robo Advisory），根據客戶的風險程度、資產配置及投資主題傾向等，協助客戶制定投資及財富管理方案。

雖然該智能投資顧問服務尚待完成技術測試，亦要得到監管機構批准，始能推出市場，但戴耀權表示，事實上，該行在後台環節亦已運用到人工智能技術。

其中，對於一些特別的交易模式，通過人工智能技術進行識別，藉而



▲光大新鴻基副行政總裁戴耀權 大公報記者李潔儀攝



▲人工智能（AI）正為各行各業掀起一場革命，圖為人臉識別技術的應用



▲Zeroth.AI創辦人盧德俊 大公報記者李潔儀攝