大公報
2026年5月10日 星期日

AI五花八門 訂閱前先了解工具特點

DeepSeek中文能力較佳 Gemini支援谷歌系統

悠閒理財

人工智能（AI）工具今年進一步滲透香港市場，由打工仔寫電郵、做簡報，到記者查資料、分析師讀年報，AI幾乎已成工作日常。隨着Google今年3月起逐步向香港用戶開放Gemini，毋須VPN亦可直接使用，香港常用AI工具的競爭，亦由「能否使用」轉向「哪款更抵用、哪款更適合自己」。若以個人訂閱計，現時香港主流AI工具大部分進階版月費約20美元（約156港元），但最高階方案可達每月200美元（約1567港元）或以上，打工仔大可按個人需要選擇適合自己的AI工具。

大公報記者 邵淑芬

◀▶AI已成工作日常，香港常用AI工具的競爭非常激烈，大部分進階版月費約156港元。

目前市場主流產品大致可分為三類：全面型助手如ChatGPT、Claude和Gemini；搜尋及查證型如Perplexity；以及着重低成本部署或辦公室整合的DeepSeek、Qwen與Microsoft Copilot。市場龍頭ChatGPT仍屬最普及的通用型AI。免費版可作基本對話與寫作，另設約8美元的Go入門計劃、約20美元的Plus，以及約200美元的Pro。對一般白領而言，Plus已足夠應付寫作、資料整理及日常工作需要。

Perplexity附搜尋來源

Gemini的優勢則在於Google生態系統整合。用戶可直接配合Gmail、Docs、Sheets等服務處理文書和資料分析，對慣用Google Workspace的企業和上班族較具吸引力。現時公開的資料顯示，Gemini登陸香港後，亦公布香港付費方案，分別為AI Plus38元、AI Pro為158元及AI Ultra為1588元。若重視長文理解、改稿和文件分析，Claude仍是不少專業用戶的選擇。其強項在於文筆自然、邏輯清晰，特別適合處理報告、合約摘要及複雜文件。Claude免費版限制較多，Pro月費約20美元。

對記者、研究員和學生而言，Perplexity的定位最鮮明，就是「附來源的AI搜尋」。它的回答通常附上資料出處，方便即時核對，較適合做新聞搜集、背景查證和快速整理資料。Perplexity免費版可作基本搜尋，Pro月費約20美元，而面向重度用戶的Max約200美元。

至於近年爆紅的DeepSeek，賣點是開源和低成本。其網頁版可免費使用，API按用量計費，整體屬市場上較便宜一類，對中小企、自建系統開發者及重視中文能力的用戶尤其吸引。Qwen路線亦相近，同樣主打多語言與開源部署，收費以API按模型與用量計算。

Copilot文書應用佔優

若不想同時訂閱多個平台，Poe亦有一定吸引力。其特色是在同一平台切換多款熱門模型，方便比較不同答案風格，付費方案由約5美元起，另設約20美元及約250美元方案，用戶可按使用量選擇。企業市場方面，Microsoft Copilot憑藉與Word、Excel、PowerPoint等Office工具深度整合，在文書和簡報應用上較具優勢，個人版約20美元，企業版一般約每位用戶每月30美元。

整體而言，香港AI市場已由早期「有得用就得」走向「按需選擇」。若只是日常寫作和基本問答，免費版已可入門；若重視資料查證，Perplexity較佔優；若依賴Google或Microsoft辦公生態，Gemini與Copilot更方便；若講求低成本與中文能力，DeepSeek和Qwen則更具性價比。對大部分個人用戶來說，主流AI工具價位落在每月約20美元的進階方案已足以應付日常工作。

主流AI工具特點及收費比較

AI工具	核心特點	收費（參考）
ChatGPT	功能全面，對話、寫作、資料整理表現平均	Free：基本功能；Go：約8美元；Plus：約20美元；Pro：約200美元
Google Gemini	擅長多媒體生成，並整合Google服務	Free：基本對話；AI Plus：38港元；AI Pro：158港元；AI Ultra：1588港元
Perplexity	主打AI搜尋，回答附資料來源，方便查證	Free：基本搜尋；Pro：約20美元；Max：約200美元
DeepSeek	開源、性價比高，中文及編程能力不俗	網頁版可免費使用；API按量計費
Claude	長文理解與寫作能力突出，適合文件分析	Free：限制較多；Pro：約20美元
Poe	可在同一平台切換多款熱門模型	Free：每日基本額度；付費方案由約5美元起，另有約20美元及約250美元方案
Microsoft Copilot	與Word、Excel、PowerPoint等Office工具整合	Free：基本版；個人版約20美元；企業版約每位30美元
Qwen	多語言、開源，適合部署不同語言場景	網頁版免費；API按模型與用量計費

註：收費只供參考，一切以其官網爲準

工作密度大 付費版成省時工具

因人而異

人工智能工具選擇愈來愈多，不少讀者最關心的問題並非哪個模型最強，而是「免費版到底夠不夠用」。若以一般上班族、學生和普通用戶而言，答案其實是「可應付部分日常需求」。事實上，2026年的免費版已較過去成熟得多，對於低頻使用者而言，真正限制未必是答案質素，而是配額、速度與功能開放範圍。

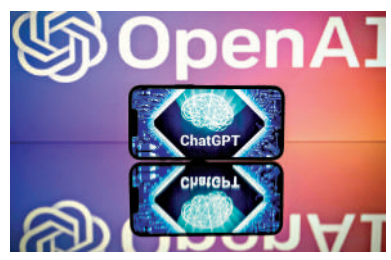
免費版有限使用進階功能

換言之，判斷應否升級，重點不在於工具本身是否夠強，而在於用戶「夠唔夠用」，例如繁忙時段要排隊、每日訊息或搜尋次數很快用盡、檔案分析受限，或需要切換更高階模型時卻無法使用。若這些情況一周只出現一兩次，免費版通常已足夠；若幾乎每日發生，升級付費版才較具實際價值。

不同工具的升級價值亦不一樣。以Perplexity為例，免費版可作基本搜尋，但進階搜尋（Pro Search）配額有限；若工作涉及大量資料查證、年報搜尋或新聞背景整理，付費版的價值會較快浮現。Gemini的情況則較適合已重度使用Google生態的上班族。免費版可應付部分日常問答及基礎文書需求，但若需要更高配額，或要與Gmail、Docs、Sheets等服務深度協作，付費版才會更顯優勢。

至於ChatGPT，免費版現可應付部分日常工作，但在高峰時段、訊息上限及部分進階推理功能上仍有限制。對偶爾用來寫電郵、改短文、做摘要的用戶而言，未必需要立即付費；真正值得升級的，多數是高頻創作、研究或專業用途使用者。

因此，免費版是否夠用，答案其實取決於工作密度。對大部分普通讀者來說，免費版最少足以作為入門與試用；只有當AI已成為每日工作流程一部分，付費版才由「可有可無」變成「省時間工具」。



◀ChatGPT免費版在高峰時段、訊息上限及部分進階推理功能仍有限制。

內地AI競爭激烈 從拚「價」轉向「質」

國產崛起

DeepSeek早前憑藉低成本策略在全球市場打開知名度，但內地大模型競爭版圖並非由單一企業主導。踏入2026年，內地「百模大戰」已由早期以補貼換增長、以低價搶市佔，逐步轉向頭部平台比拼技術能力、場景滲透及商業化落地，市場亦加快向少數龍頭集中。

其中一個具指標性的轉變，是價格戰開始退潮。智譜AI今年2月宣布上調GLM Coding Plan套餐價格，整體加幅至少三成，成為少數逆市提價的大模型企業。市場普遍解讀，當模型在編程、推理及企業應用上可直接轉化為生產力，客戶對價格的敏感度將有所下降，行業競爭亦由「平」轉向「值」。

企業級部署方面，阿里巴巴旗下通義千問仍是焦點。Qwen新版本持續提升部署效率，而按Omdia數據，阿里雲2025年上半年在中國AI雲市場份額達35.8%，反映其在企業AI基建領域仍具規模優勢。

百度則偏重企業服務鏈條。公開資料顯示，百度千帆平台已支持企業構建逾130萬個Agents，應用覆蓋智能硬件、製造、交通及能源等多個行業。相較單一模型能力，百度更着重微調、部署及合規等一站式服務。

消費者及日常辦公場景方面，月之暗面的Kimi持續擴張應用邊界。官方資料顯示，Kimi K2.5具備Agent Swarm能力，可協調最多100個子代理並行處理複雜任務，主打長文本、多步搜尋及自動化分析。字節跳動的豆包則延續低門檻、低價格路線，重點切入高頻消費應用場景。

港企料採「雙軌並行」部署

對香港企業而言，國產大模型的優勢未必在國際資訊整合，而在於簡體中文語境、內地商業場景及本地化部署能力。若涉及A股公告、內地合約、客服對話或面向內地市場的營銷文案，國產模型在語意理解與用語貼合度上往往更具優勢。內地及本港業務日趨融合下，企業未來採取「雙軌並行」部署的機會料上升，即對外研究及英文內容使用海外工具，對內營運及大灣區業務則更多採用國產模型，以平衡成本、效率及合規要求。

▲阿里巴巴旗下通義千問Qwen的新版本持續提升部署效率。

五一「拼好假」長線遊需求大幅飆升

財經分析 李靈修

今年五一長假出行的最大亮點，來自遼寧、山東、青海等省份居民「創造性」地將學生春假與五一假期銜接，使得部分家庭獲得8至11天的超長假期。「拼好假」擴大了消費者出行半徑，刺激長線遊需求大幅上升。

奔縣旅遊依然火爆

據去哪兒統計，4月24日至5月10日期間出行距離在800公里以上的長線遊訂單同比增長超三成，另據同程旅行數據，跨省酒店訂單佔比同比提升15個百分點，平均入住天數增加1至2天。神州租車數據也可作為佐證，五一假期租車預訂用戶規模同比增長超90%，跨城出行訂單量同比上漲近3倍。

奔縣旅遊依然火爆。去哪兒數據顯示，部分省會飛往三線及以下小機場機票預訂量增長超五成，中衛、普洱等小城機票預訂量翻倍，縣域旅遊相關產品預訂熱度同比增長128%，縣域高品質酒店預訂熱度同比增長76%，精品民宿預訂量同比上漲92%。

如何解釋奔縣旅遊的大眾心理？其實可以參考港人「北上消費」的內在邏輯。疫情過後，消費者都在追尋新鮮的出行體驗。以往的經濟高速發展期，人人都忙着賺錢，如今生活節奏慢了下來，大家更看重的是高質量的休閒時光。

交通便利性的提高也是重要因素之一，眼下內地家庭汽車保有量大幅上升，特別是電動車的市場滲透率已經過半，這就方便家庭在節假日安排自駕遊行程，但限於電池續航能力，出行半徑又不會太大，周邊縣級市因此獲益。

◀義烏國際商貿城停車場在五一黃金周期間幾乎停滿車輛。

說到出行方式，油價上漲對於今次假期的影響較為直接。交通運輸部數據顯示，4月30日至5月4日鐵路、公路人員流動累計分別同比增長4.5%、3.2%。鐵路客流增長明顯要高於公路，而民航客流甚至出現增速下滑。航班管家數據顯示，4月30日至5月4日國內機票均價受國際原油價格高企影響同比增長8.7%。

同樣受到中東衝突擾動，五一境外遊需求部分回流國內。而「China Travel」的熱情未見減少。攜程數據顯示，除上海、廣東、北京等傳統熱門省份外，黑龍江、貴州、湖南、新疆、山西等地入境遊客同比增速均超過60%，張家界入境人次同比增長80.3%；中俄互免簽證政策效應下，俄羅斯入境人次同比增長120.1%。

入境遊升溫 俄旅客增120%

從客源地來看，入境遊主要遊客國家依次為俄羅斯、日本、韓國、馬來西亞、美國、泰國、新加坡、英國、加拿大、法國等。最熱門的國內入境遊城市則是上海、北京、廣州、深圳。今年入境遊客更加追求沉浸體驗，並從一線大城逐步向二、三線城市、特色縣域下沉。譬如，拉薩入境遊客同比增長超2倍，三亞、揭陽增幅達1.1倍。

責任編輯：許偉生 美術編輯：鮑俊豪