

科企善用AI突圍 落地比炫技更重要

開拓多元應用場景 尋找長期合作夥伴推動發展

前沿科技

人工智能（AI）熱潮席捲全球，從大模型到具身智能，從企業AI Agent到智能穿戴，人人都想搶佔下一個風口。不過，技術真正落地，不是把產品賣出去就萬事大吉。事實上，AI應用正進入「落地比炫技更重要」的下半場，多家不同類型的科企均認為，雖然香港市場對AI的接受度逐步上升，但「AI無法開箱即用」，只有把技術變成日常可用的工具，才可能在市場中突圍。

大公報記者 李樂兒

「未來3至5年一定是讓人激動的分段，新材料、新算法、新大模型會讓機器人功能大幅提高。」不過，優必選香港辦公室總經理梁偉澤直言，現階段並不是花了錢就能達到所有要求。機器人在場景落地需要人力、物力，因此公司希望尋找長期合作夥伴，共同推動發展及應用。

優必選：率先突破養老場景

近年香港有愈來愈多開發場景給AI技術實踐。在具身智能領域上，梁偉澤認為，公司最可能率先突破的場景是養老機構、商場導覽、公司前台，主要運用U1仿真機器人，預計最快今年年底有具體合作落地。

梁偉澤強調，落地的前提是安全與可控。面對網上常有人質疑「怎麼還要遙控控制」，他解釋指，在外展示時，公司會盡量用遙控器，若機器人自己周圍走，小朋友不小心撞到會很危險，而法律、保險亦暫未完善。「他們不是不能脫離遙控，而是我們要確保他們可控。」

對於AI的市場教育，全世界都是剛剛開始。梁偉澤指出：「每個香港人都收過詐騙電話，但為什麼有些人中招、有些沒事？其中的教育很重要。」他認為，無論是特區政府還是社會機構，都應該教育大眾如何更合理地運用AI，尤其是提高安全意識。



▲梁偉澤預料，機器人功能在未來3至5年一定大幅提高。
大公報記者李樂兒攝

SOCIF：派員助客戶使用

另一方面，SOCIF聯合創辦人兼行政總裁袁洛衍看到的，則是「有部分企業買了AI平台，卻因缺乏技術或服務支援而無法善用」。因此，SOCIF除了提供可與企業資料庫對接的AI平台，更結合顧問與部署服務，每月派具工程背景、同時懂商業程序的同事到客戶公司，與不同部門

檢討流程。他強調，AI並非取代前線崗位，而是將重複、耗時、容易出錯的流程自動化。

袁洛衍指出，私隱是本地客戶最大擔憂，因此公司提供兩套方案：一是私有化部署，將AI伺服器直接設於客戶辦公室，內建企業AI沙盒，確保敏感資料不外流；二是成本較低的雲端儲存。SOCIF的做法並非「每個行業都做」，而是先在單一行業尋找標杆客戶，集中做通一兩間，形成可複製的「類罐頭」方案，再向整個行業擴散。



▲袁洛衍指出，部分企業因缺乏技術或服務支援，而無法善用AI平台。
大公報記者蔡文豪攝

賦卓科技：須提升市場教育

此外，深圳賦卓科技業務發展經理林嘉琪指出，香港國際品牌特別多，已打下牢固客戶基礎，所以內地科技產品在港需要耕耘的時間，甚至比歐洲長，但成本方面相若。此外，歐洲較多大型連鎖商場，香港則是小型電子產品門店更多，具體市場營銷計劃非常不一樣。

林嘉琪認為，無論香港還是東南亞，AI應用只是剛開始，需要市場教育的階段。賦卓科技最新推出的無屏手環，有消費者會擔心隱私問題，但她強調，手環的作用是幫助客戶更好地理解數據，並做未來的規劃，而不是收集數據。



▲林嘉琪（右）認為，歐洲和香港的市場營銷計劃非常不一樣。
大公報記者蔡文豪攝

建科企生態圈 吸引人才留港

求才若渴

人形機器人領軍企業優必選於2024年簽約成為香港「引進重點企業夥伴」，並宣布計劃在3至5年內於香港建立超過200人的團隊，涵蓋銷售、科研及國際營運。然而，將近兩年過去，相關目標推進並不容易。優必選香港辦公室總經理梁偉澤坦言，前期雖投入大量時間和精力招聘技術人才，結果仍未如理想。

梁偉澤解釋指，香港並不是缺乏技術人才，問題在於大量人才流向海外或內地，主因是香港缺乏能讓科研人才長期發展的科技企業生態。

儘管特區政府近年積極推動「新型工業化」及數碼港、科學園的擴建，但相較於深圳或新加坡，香港缺乏頂尖的大型本土科技龍頭企業，無法提供大量高薪、高階科技職位及清晰的職業晉升路徑。

據勞工及福利局預測，創科業人力需求將由2023年約6萬人增至2028年9.6萬人，2030年更超過10萬人；至2028年，人手短缺將達

1.8萬至2.3萬人。此外，有調查發現，香港雖然有5所世界百強大學、近1.7萬名在讀博士生，但過半博士畢業生選擇離港。

加強深港合作 推動項目發展

梁偉澤指出，科技工作看似高深，但就整個項目而言，個人的貢獻往往只是其中一環；唯有與他人協作，才能推動項目發展。優必選香港研發團隊現時亦頻繁往返深港兩地，因為不少項目仍需依托深圳團隊完成。



▲清晰的職業晉升路徑，是吸引人才留港發展的重要因素。
資料圖片



▲AI的其中一個應用場景，是指重複、耗時、容易出錯的流程自動化。
資料圖片

每五個香港人就有一個「AI超級用戶」

普及優勢

人工智能（AI）正加速重塑全球經濟與產業競爭格局。根據Google委託Public First執行的《共建未來：香港的人工智能機遇》報告及最新全球《AI與經濟ATLAS研究》，香港已成為全球最精通AI的城市之一，並為中小企轉型帶來千億商機。

報告顯示，21%香港市民屬「AI超級用戶」，即每五名港人便有一人熟練運用元提示、工具比較及流程自動化等進階技能；另有47%屬中度用戶。48%成年人認為，AI可為其每星期節省超過1小時的工作時間。

AI助跨境銷售 解鎖5900億商機

報告推算，若香港中小企在2035年前追上大型企業的AI採用率，將為香港額外釋放650億元經濟效益；若



▲香港人對AI的普及程度，為科技企業帶來龐大的發展機遇。
資料圖片

進一步利用AI降低跨境銷售門檻，更有望解鎖高達5900億元的海外出口收入潛力。

報告指出，香港具備高素質的AI用戶基礎，協助中小企從「基本輔助」跨越至「工作流程委託」，是把個人科技成熟度轉化為整體商業競爭力的關鍵。香港應把握AI普及優勢，推動中小企加快數碼轉型，以釋放千億商機。

AI賦能益智玩具 情感紐帶難取代

親子市場

石黑一雄在《克拉拉與太陽》中，讓人工智能（AI）朋友克拉拉走進少女喬西的家。雖然克拉拉能觀察、學習、模仿，甚至願意為喬西付出，但始終無法真正取代人類。這一文學命題，正成為AI產品繞不開的邊界。

「我不會把魔豆果開發的產品叫做AI遊戲機，就像沒有人會稱手機為互聯網手機。」魔豆果創新（深圳）科技創辦人賀文謙表示，魔豆果的產品本質是玩具，內核是教育，AI只是搭載其中的技術；真正重要的是遊戲性、桌遊體感與親子共玩，而不是被包裝出來的「AI玩具」概念。

與權威機構合作 保證內容質量

以「魔豆果AI無屏遊戲機」為例，產品主要面向4至8歲兒童，團隊把分級閱讀、謎語、百科及多學科內容融入冒險劇情，用角色化對話引導孩子。賀文謙強調，AI的作用不是取代父母，而是充當遊戲中的特定角色，讓孩子有代入感。

賀文謙表示，魔豆果的出發點是幫助孩子和父母建立更好的紐帶。產品設計很多交互環節，幫助父母和孩子更好地相互了解、彼此看見。他指出，AI能夠精準捕捉人類語言中的悲傷、喜悅或焦慮，並給出符合人類情感邏輯的完美回應，但情感紐帶是雙向的，不是單向投射。「你對毛絨熊



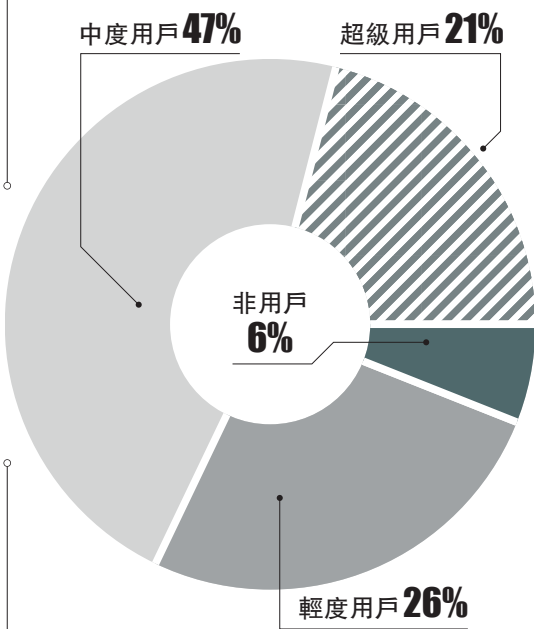
▲賀文謙認為，在AI來臨、世界被打通的時代，該市場將更開放。
受訪者供圖

有感情，那是投射；但AI說『我來抱抱你』，你是無法感受到的。」

知識合規方面，賀文謙指出，魔豆果所有內容不是純粹靠大模型隨機生成，而是提前人為組織整理，很多內容是與第三方權威出版社、個人等，以採購合作方式獲得，有質量保證。他舉例，讓豆包講3個笑話，到第4個就開始重複，這是大模型弊端。魔豆果整合出版物內容，會比純粹大模型生成更優質，亦能確保合規合法性。

目前，日本為魔豆果的主要市場，美國也在談代理商，並正在香港註冊公司。雖然香港的租金、人才薪資等運營成本比內地城市高，但賀文謙看中香港「自由港」的地位，在AI來臨、世界被打通的時代，相信該市場將更開放。

香港AI用戶成熟度分布



資料來源：Google委託Public First執行的《共建未來：香港的人工智能機遇》報告

專家看AI應用

優必選香港辦公室總經理 梁偉澤

- 現階段並不是花了錢就能達到所有要求。機器人在場景落地需要人力、物力

SOCIF聯合創辦人兼行政總裁 袁洛衍

- AI並非取代前線崗位，而是將重複、耗時、容易出錯的流程自動化

深圳賦卓科技業務發展經理 林嘉琪

- 無論香港還是東南亞，AI應用只是剛開始、需要市場教育的階段

魔豆果創新（深圳）科技創辦人 賀文謙

- AI能給出符合人類情感邏輯的完美回應，但情感紐帶是雙向的，不是單向投射

香港應用AI的現狀

國際管理發展學院《2025年世界數碼競爭力排名》：

全球第四

企業AI應用率：

約70%

就業人士AI應用率：

高於70%

有意引入AI至工作流程的企業比例：

高於90%

大公報記者整理