



節省打草稿時間 不斷修改方案至完美

人工智能 (AI) 聊天機械人 ChatGPT 近期掀起熱話，其文字生成能力令人驚嘆，雖然它有時會製造出「笑料」，但已有企業認真研究將 ChatGPT 應用到企業營銷上，發掘 ChatGPT 對企業的實際幫助潛力。「我們叫 ChatGPT 做張婉婷導演的公關，寫封信解釋點解她當時堅持讓《給十九歲的我》上畫，結果令人驚艷，好多人覺得寫得好過真人。」香港無線科技商會主席李勁華在訪問中表示，任何一個部門的同事如果要一個助手，首先可以想想 ChatGPT 能否幫手。

◆香港文匯報記者 莊程敏



類 ChatGPT 產品

	產品	可應用場景
Google	Bard	Google 瀏覽器、Google 地圖
Meta	BlenderBot 3	AI 聊天機械人
Anthropic	Claude	AI 聊天機械人
OpenAI	Sage	文字處理
百度	文心一言	百度搜索、百度雲、百度地圖

李勁華表示，如部門同事要一個助手，可先想想 ChatGPT 能否幫手。
香港文匯報記者曾興偉攝

貿發局本周三將舉辦 Marketing Pulse (亞洲品牌及營銷論壇) 及 eTailing Pulse (亞洲電子商貿論壇)，今年特別設有「ChatGPT 講呢啲」環節，請來多位 AI 科技專才、數碼營銷專家及資深廣告人，探討中小企如何藉 ChatGPT 創造商機。身兼香港無線科技商會主席的智能手機軟件開發商 Innopage 創辦人李勁華是「ChatGPT 講呢啲」的演講嘉賓之一，他在接受香港文匯報訪問時表示，早兩三個月已鼓勵全公司同事去使用 ChatGPT，不斷研究它的不同用途，雖然 ChatGPT 有時會製造出不少「笑料」，但實際應用下來，發現它確能大大提升企業的營運效率。

先進文字生成 AI 強項寫推廣方案

他分享最普遍的一個用法，就是寫一些比較公式化的電郵或文件，「如要寫一封邀請面試信，你可以成個 CV (履歷) 界佢 (ChatGPT) 睇，叫佢寫封電郵邀請某人上嚟面試就可以，提升了不少自動化。」又例如網頁有很多數據，想製成一個 Excel 表，ChatGPT 可以兩秒就完成。

由於 ChatGPT 是一個先進的文字生成 AI，現時最廣泛應用的是在市場推廣方面。李勁華指，由意念開始、到口號、每一個行動計劃，ChatGPT 都可以幫忙，甚至連時序都可以安排。「以設計一個廣告為例，可以叫 ChatGPT 做一個活潑風格、廣東話口語、150 秒、最後要一個 Call to Action (行動呼籲)。」

他笑言，即使方案不合心意，都可以叫 ChatGPT 再提供多 5 個方案，不斷再要求修改都不會發脾氣，這點就較真人優勝。以自己公司為例，會利用 ChatGPT 製作一些設計思維的課程，其中一個部分是用戶使用旅程 (User journey)，以往很長時間，現在可以叫 ChatGPT 做一個草稿，至少可為同事節省一半時間。

「公司平時寫程式、項目管理、人力資源、行政、質量監控及用戶體驗等工作都可以運用到 ChatGPT。」不過李勁華強調，一定要 double check (重複檢查)，預計所有人掌握了新科技之後，都會做得更快及更多，但不要寄望人類的工作會比以前輕鬆，因為始終是資本主義，大家都仍然會拚搏向上，「大家以前返 8 個鐘可能只做到 10 項工作，啱家返 8 個鐘可能做到 100 項工作，只是現時可以較輕鬆去完成 100 項工作。」

做客服更具人性 對答夠貼心

他續指，香港已有企業將 ChatGPT 用於顧客服務方面，首先要做一個客製的語言模型，訓練 ChatGPT 知道所有關於其業務及服務的問題及答案，再連接到線上客戶，令其對答更「智能」、更「貼心」，不再像以往般刻板，「以往的線上客服一出咗範圍就不懂得回答，答案亦傾向都一式一樣，以 ChatGPT 這類先進的語言模型，交談起來會更顯得有耐心及同理心。」

另外，以往要花不少時間、但不太需要思考的程式，如寫一張「聯絡我們」的表格，雖然要設很多欄目、打很多編碼，但 ChatGPT 也可以做到。李勁華坦言，依公司同事的經驗，以往要做 5 分鐘的事，現在可能只需 5 秒，以一個實習生而言，要做半日的工作，ChatGPT 這個「助手」可以兩小時完成。ChatGPT 亦有一個功能將錄音轉文字，這對於影片製作亦有幫助，有些 YouTuber 已開始用 ChatGPT 去製作字幕。

ChatGPT 助力營銷 中小企藉 AI 創商機

ChatGPT 如何幫助企業提升效率？

功能	舉例	可受益行業
數據分析和預測，分析企業的內部數據和外部市場數據，進行預測和模擬，助企業做出更明智的商業決策	可分析銷售數據，預測最受歡迎的產品類別，以便企業調整存貨和促銷策略	零售、媒體等
自動化客戶服務，通過自然語言處理技術自動回答客戶的問題，提供個性化的建議和解決方案，從而提高客戶滿意度和忠誠度	在網站上幫助客戶找到想要的產品，解決選購過程中的問題，增加銷售量	金融、保險、銀行等
自動化生產和品質控制，幫企業實現自動化生產，提高生產效率和質量，減少人工成本和人為失誤	在製造業中監測生產線上的數據，自動檢測產品的缺陷，從而提高產品品質和客戶滿意度	化工、電子、醫藥等
自動化行銷和促銷，根據客戶的行為和偏好，進行自動化的行銷和促銷，從而提高銷售量和利潤	在網購平台上，可分析客戶的購買紀錄和瀏覽行為，向客戶推薦相關產品，提供個性化的促銷優惠，從而提高客戶轉換率和銷售量	電子商務、社交媒體等

製表：香港文匯報記者 周曉菁

加快數碼轉型 難完全取代人手

香港文匯報訊 (記者 莊程敏) ChatGPT 來勢洶洶，如記者之類的媒體人更是人人自危。到底 ChatGPT 是人類的幫手還是敵人？李勁華就認為現階段 ChatGPT 仍有很多局限性，對就業的威脅仍然有限。

局限以現有資料組成答案

「ChatGPT 有幾個限制，不會贏過人類：第一，創意方面，它的創意只是基於現有的資料再去組合出來，無法如人類般完全不基於以往，憑空去思考；第二，感情方面，人類在寫文時抒發的情感一定比 ChatGPT 強；第三，判斷方面，ChatGPT 現時不會做任何判斷，道德、倫理及宗教都是不會談及。」他說。

不過，ChatGPT 對工作職位也不是完全沒有威脅性，李勁華指，如果真的要數被淘汰的高危職業，可能是一些沒有創意的文字工作，如一些純人手的工序，如數據輸入員等。他認為，ChatGPT 的確可以幫到企業數碼化轉型，「全世界都只是用了幾個月，希望大家盡量去接觸及學習，這有助使用率及滲透率。」

對於會否有人特地「教壞」

ChatGPT 令它給出錯誤的答案，李勁華則認為不用太擔心，因為 ChatGPT 的語言模型是由開發公司訓練的，不會開放讓人隨便去編改。此外，普遍人們對 ChatGPT 有兩大誤解，以為它能提供一個正確答案，及以為它有邏輯推理的能力，其實 ChatGPT 遠未到如此「智能」的程度，故不時會爆出 ChatGPT 錯得離譜的笑話。因此，他建議，在使用 ChatGPT 時不要完全相信其答案，要自己翻查及驗證，因為即使是 Google，有時也會提供一些「釣魚網站」，用家宜自己注意。

部分行業需制定使用指引

有大學禁學生用 ChatGPT 做功課，他認為某些行業的確需要制定指引，例如教育及公共服務，亦需要訓練，「它只是一個文字生成的 AI，它不懂得思考，連使用者也要被訓練如何有效地使用，未有指引及訓練下去使用，可能會有某些負面情況發生。」但他補充，舉凡一項新科技的出現，都要以實際的應用去升級修正，最終目的都是要發揮它好的一面，讓它更好地為我們的生活服務，完全禁絕不是一個好方法。

美超市：運用 AI 屬市場競爭必備

香港文匯報訊 (記者 周曉菁) ChatGPT 火爆全球，在不少「曇花一現」的質疑聲背後，許多美國大型連鎖品牌甚至中小企，已經提前做好「擁抱人工智能 (AI)」的準備。一份 Grocery Doppio 報告顯示，82% 的受訪超市從業者認為，AI 是未來行業競爭的關鍵，13% 表明在年內會將一部分資本開支用於開發 AI 解決方案，幫助品牌提升效率。

調查顯示，超過三分二 (67%) 的受訪商家表示，在過去一年內，內部高層會議中有討論過 ChatGPT 這個話題，且正在認真考慮加大相關研發投入。絕大部分從業者都認同，合理運用 AI 解決方案，能幫助公司提升在業內的競爭力。

助優化庫存及產品促銷

正如市場所有預期的改善服務行業，絕大多數受訪從業者認為 ChatGPT 能改善客戶服務、產品搜索和推薦等。近九成受訪者期待 AI 將最大程度影響庫存預測和優化，其次是供應鏈運營 (82%)，逾七成受訪者贊同 AI 會有助產品的定價和促銷活動。

除了運用 AI 提升盈利能力和競爭力外，企業也迫切希望僱員能掌握有關 AI 的技能。職業網站 Resume Builder 的一項調查指出，在 1,000 名美國商界領袖中，有九成人表示，應聘者若掌握 ChatGPT 經驗，絕對是一個「加分項」。

此前 Resume Builder 就有報告顯示，近半受訪者的企業已經採納了 ChatGPT，99% 使用 ChatGPT 的公司已經「嘗到甜頭」，48% 稱節約了超過 5 億美元 (合約 39 億港元)，逾一成企業更是表明已經節省逾 10 億美元開支。

港青前海推數字社交產品 1 分鐘寫好「人與狗」的故事

香港文匯報訊 (記者 李昌鴻) ChatGPT 的爆紅，讓 Web3.0 (第三代互聯網) 迸發更多新機遇，在前海創業的 Tagging 創始人、港青柴舸洋率領的團隊經過深入研究與創新，日前在華潤前海萬象城產品體驗館推出了一款基於 ChatGPT 底層技術的應用「Tagging × GPT-3」正式上線，該款結合了「標籤」和「AI」的數字人聊天應用，用戶可為自己貼上個性標籤並與不同語氣類型的 NFT 數字人進行對話。產品推出當天吸引了不少市民競相前來體驗，數字人在 1 分鐘之內為一對母子生成了感人的小孩與狗的故事。

數字人具備社交屬性

記者在現場看到，不少市民前來 Tagging 的店子掃碼體驗，有一對母子帶著狗狗前來，媽媽劉女士讓數字人

為其寫一個小孩與狗相處的故事，不到 1 分鐘，數字人模仿人類作家角色來生成數百字的故事，內容十分有趣和感人，「旺仔是一隻可愛的小狗，它有一雙大大的眼睛和一張燦爛的笑臉。它非常喜歡玩耍，每天都會在主人的院子裏跑來跑去，追着球或者蝴蝶……」看到故事後，劉女士欣喜地笑了起來，感覺寫得真不錯。

柴舸洋表示，Tagging × GPT-3 一方面能夠為用戶提供聊天對話、知識檢索等服務，另一方面，用戶能夠自行訓練其語義模型，讓它按照用戶設定的方式與語氣進行對話，從而讓用戶為自己打造一款專屬語氣、人格的聊天數字人模型。此外，該產品還具備一定的社交屬性，用戶可將自己訓練後的聊天數字人實時地分享在 Tagging 官方社群中，與眾多同好進行交流，Tagging 將持續維護社群並幫助更多用戶結識志

同道合的朋友，讓用戶有更加完整的應用體驗。

柴舸洋續指，與傳統應用不同，Tagging × GPT-3 基於 ChatGPT 的底層技術，訓練自己的數字人，具有很好應用能力，每個人都可以擁有自己的 AI 數字人，並具有自己資產的權益。

有望促進元宇宙應用

他認為，未來隨著以 ChatGPT 為代表的生成式 AI 高速演進，可為元宇宙的構建提供高效的內容生產工具，有望助推 Web3.0、元宇宙的發展，並將帶來一場新的變革。「我們相信 Tagging × GPT-3 可以成為一個引領元宇宙社交的新時代應用」，柴舸洋



柴舸洋 (後排左一) 團隊日前推出了一款基於 ChatGPT 底層技術的應用「Tagging × GPT-3」。香港文匯報記者李昌鴻攝

說道，「我們希望這個產品能夠成為一個聚集科技創新愛好者們的地方，讓大家在這裏相互交流與分享，共同打造一個 Web3.0 的 AIGC (用 AI 來貢獻社交媒體內容) 社區，最終助力元宇宙的建設。」