



瞄準ChatGPT普及化 開拓AI聊天產品

ChatGPT熱潮席捲全球，引起了海內外的廣泛關注，其相關應用帶來巨大的市場機遇。港青柴舸洋看好人工智能和ChatGPT應用帶來的前景，爭搶Web3.0社區應用市場帶來的蛋糕。Tagging去年8月入駐深港青年夢工場北區，今年3月初推出數字人社交產品，致力打造全球最大的數字人社區，讓用戶可以自由地體驗數字人互動和託管自己的數字資產等。

◆香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

談起深圳創業緣由時，柴舸洋表示，自己2015年在美國布朗大學畢業，主修公共政策管理，因看到香港作為亞太金融中心，是內地國際化窗口，金融業發達，機會眾多，加上又鄰近科技產業發達的深圳，於是便回到香港從事投行工作。

看好創科 離開投行創業

不過，「我工作三年後感覺自己並不太喜歡金融業務，此時，香港政府大力推動科技創新，香港科學園經常舉行創新創業大賽，吸引了紅杉資本和阿里巴巴創業基金等積極參與和支持，於是想轉行做科技方面的工作，覺得更有前景，對社會也更有價值。」柴舸洋表示，香港有許多國際一流的高校，發展科技無疑具有更好的前景，於是便放下金融工作，辭職創業，因此也認識了科大社交媒體實驗室人工智能和大數據博士張柏鳴，便合夥創業，拓展人工智能大數據項目。

2018年他們開始研發基於人臉識別的會議系統和商務人脈社交產品，積累了較好的創業經驗，三個月後就拿到阿里和紅杉投資千萬港元的融資。參加在科技園舉行的香港創業比賽，柴舸洋獲最佳優勝獎，香港前特首林鄭月娥和全國政協副主席梁振英共同向其頒獎。此後於2020年將該項目轉讓後退出。

攻區塊鏈技術 火速獲千萬融資

柴舸洋在2020年擔任香港區塊鏈協會聯合主席時說：「我認識了香港區塊鏈協會創會主席唐儀，通過與其交流帶來很多啟發，而區塊鏈技術是構建元宇宙和下一代互聯網Web3.0的基礎設施，啟發了我有關未來科技發展方向，便於2021年6月在香港創辦了Tagging，一個月後便吸引了兩輪融資，共計達到數千萬人民幣，包括百度、阿里、字節跳動等。」

截至當年7月內地和香港共有七家元宇宙公司獲融資，其公司是唯一做社交，顯示公司早期布局的優勢。當時項目理念是將個人社交媒體數據資產上鏈，通過區塊鏈NFT技術實現讓每個互聯網用戶擁有自己數據資產。

談到公司為何落地前海時，柴舸洋表示，「近幾年來大灣區建設正熱火朝天，看到前海有許多支持港青創業的優惠政策，加上深圳有很多技術人才，離香港很近交通又方便，便於去年8月來前海深港青年夢工場北區落戶。」

如今公司運營快2年，在2021-2022年都是投入研發，香港有研發團隊5個，深圳12人，上海有5人，北京還有設計團隊，形成分布式辦公。公司研發了三款產品，第一個基於AI數字人聊天產品，為人工智能數字聊天軟件，每個用戶可以領一個數字人，作為自己在元宇宙的數字分身，可以通過標籤去訓練自己數字人，模仿他喜歡角色和性格，進行智能聊天和對話，舉例可以通過標籤訓練一個武俠的數字人，所有的語境和說話方式都像金庸小說走出來的俠客說話方式，並想訓練其成為脫口秀演員一樣幽默。該產品已於3月上旬上線，吸引了許多年輕人前來體驗和試用。

訂製數字人業務 收入達數百萬

第二款產品是數字人社交產品，可以讓用戶通過NFT擁有一個在元宇宙的數字分身，可以擁有數字資產，包括所有社交數據上鏈，Tagging App保護每個用戶社交數據，讓用戶擁有數據權益，未來數據就像石油一樣寶貴。他預計該產品將於今年5-6月上線。第三款產品是元宇宙三維空間產品，在元宇宙裏建造前海夢工廠北區辦公區域，並且在區域舉辦了多場深港雙城元宇宙論壇活動，有一萬多人在線上參加，幫助企業定製產品，定製獨家辦公室和會議區，該產品已於去年12月投入使用。

他稱，去年公司已有的數百萬元人民幣的收入，主要是幫助企業定製品牌數字人上鏈、遊戲、NFT元宇宙經濟體系，產品分成來自TC（聊天機器人、社交App、3D元宇宙空間產品）、品牌數字人設計和策劃技術上鏈等整體服務，以及服務政府的黨建、宣傳和展覽等。



掃碼睇片



◆港青柴舸洋創辦的Tagging去年8月入駐深港青年夢工場北區，今年3月初推出數字人社交產品，致力打造全球最大的數字人社區，讓用戶可以自由地體驗數字人互動和託管自己的數字資產等。

搶先打造

港青柴舸洋：最大數字人社區



◆柴舸洋深圳公司Tagging。



◆Tagging創始人、港青柴舸洋（後排左一）率領的團隊經過深入研究與創新，早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 X GPT-3」正式上線。

應用未普及 與品牌合作加快變現

在深圳拓展元宇宙業務時，柴舸洋也遇到一些問題與挑戰，主要是技術產品和方案變現不是很容易，自我造血能力不強，早期的商業模式並不清晰，盈利模式也不成熟。而元宇宙這個市場是新鮮的商業應用，市場需要教育，因為大部分人對元宇宙並不了解，公司為此需加大研發投入和推廣，而新興行業推廣難度比較大。

他稱，公司想辦法自身造血，深入挖

掘與品牌企業合作的機遇，幫助其定製設計數字人，包括一些傳統金融、地產等。如今，許多傳統行業都面臨數字化轉型，人工智能、元宇宙和Web3.0都想找到與傳統行業的結合點，做產品定製服務，通過不斷摸索發現盈利窗口，實現變現。

前海基地享兩地政策機遇

柴舸洋表示，香港政府2022年10月

底發布虛擬資產宣言，此舉極利好Web3.0的發展，包括香港證監會就虛擬資產平台發布徵求意見稿，預計6月1日出台「虛擬資產服務提供者」（VASP）發牌制度。對此，他十分看好在香港業務發展的重大機遇，前海是深港現代服務業合作示範區，公司在香港充分擁抱政策機遇，通過前海又力拓內地數字中國和元宇宙產業帶來的雙重機遇。

內地元宇宙發展前景巨大

柴舸洋稱，他最近關注數字中國的整體規劃布局，元宇宙Web3.0十分契合建設數字中國的需求，因此Tagging業務無疑迎來良好的機遇。他認為，元宇宙未來10年是最好的風口，發展好自身的業務，擁抱大灣區和深港合作的機遇。

結合實體經濟 應用場景廣

他稱，內地元宇宙有非常巨大的前景，通過與實體經濟結合，包括地產、

文旅、演藝等，甚至與碳中和結合，助力碳減排。因此，內地元宇宙應用場景十分豐富，虛擬網絡空間可以賦能和助力實體經濟發展。

公司開發的技術應用於元宇宙，讓許多用戶有自己的元宇宙空間，還有一些IP品牌和NFT（非同質化代幣）。公司開發的App已經上線，功能是社交與其他用戶的社交互動，可以貯存用戶社交數據，作為用戶自己的數據資產。「我

們現在還有一個正在開發的功能，將目前全球很火的ChatGPT接入我們App，形成一個數字人交互，可以實現與各種各樣不同性格的數字人聊天。」數字人是公司的IP形象，每個數字人包涵不同性格特徵，可以自動交互和完成日常聊天、知識檢索、審核代碼等。現在公司基於ChatGPT研發溝通數字人的功能，讓用戶通過相關網頁，單獨提前體驗數字人的功能。

比亞迪「海豚」攻港 20萬有找

香港文匯報訊（記者 吳健怡）比亞迪（1211）旗下「海豚」（BYD DOLPHIN）電動車正式攻港。在昨日的發布會上推出的香港版一式兩款包括Dynamic Standard Range標準版，以及Premium Extended Range豪華長程版，「一換一」計劃兩者售價分別為港幣191,130元起及236,000元起。「海豚」採用比亞迪專利的刀片電池。聯大汽車銷售經理洪梓尉在會上表示，相比起BYD ATTO3，「海豚」的優勢之處是耗電量更小，100公里只消耗10.3度電。至於充電方面，快充只需要1小時，慢充則需要20個小時。

昨天發布會現場展示五輛不同顏色「海豚」，包括標準版及長程版。「有很多人懷疑電動車的馬力是否足夠，上斜坡時是否會出現不夠力的情況，但是

比亞迪的電動車與柴油私家車的馬力均能匹比。」洪梓尉表示，「海豚」馬力毫不遜色，以標準版的馬力約95ps，相當於約1500CC至1800CC的柴油私家車的馬力；而豪華長程版約204ps，馬力亦相等於2500CC的柴油私家車。

主攻家庭及年輕客

洪梓尉介紹，兩個版本設備豐富，包括仿皮座椅與多功能皮軟環、5吋數碼儀錶板和12.8吋電動旋轉式觸控螢幕連多媒體系統、內置音響助理系統、高德導航等。而頂級長程版升級17吋胎鈴（標準版為16吋），前座增設電動透氣功能，還有全景天窗和手機無線充電板，配置更高級。他特別提到，「海豚」為小巧車型，對於一些家庭需要多部汽車代步，海豚是入門理想之選，特別適合



香港狹小街道和泊位，將吸引很多年輕駕駛者作遊樂車。

比亞迪去年已在香港推出一款電動車，比亞迪亞太汽車銷售事業部高級銷

售總監歐陽小成表示，交付已超過1,500台，「比亞迪一直非常重視香港的市場，用了10年時間在香港不斷開拓業務領域，引進比亞迪多款車型號。」

◆「海豚」的優勢之處是耗電量小，100公里只消耗10.3度電。

香港文匯報訊 同程旅行（0780）昨公布今年首季未經審核綜合業績，季內收入同比增加50.5%至25.86億元（人民幣，下同），經調整EBITDA同比增加67.0%至7.32億元；經調整EBITDA利潤率由去年同期之25.5%增加至28.3%；期內經調整溢利增加105.6%至5.04億元；經調整淨利潤率由去年同期14.3%增加至19.5%。

受惠旅遊市場顯著復甦

同程旅行執行董事兼首席執行官馬和平表示，自今年初疫情防控措施解除以來，內地旅遊市場出現顯著復甦。得益於過往數年所做的戰略規劃，使集團在疫情期間仍保持了穩健發展，很高興成功捕捉壓抑已久的市場需求，並在第一季度創下了業績新高。馬和平又稱，在疫情之後，消費者行為從根本上發生轉變，例如短途旅行或本地度假越來越受歡迎，這將繼續為旅遊業帶來額外的增長動力。

同程旅行首季賺逾5億倍增