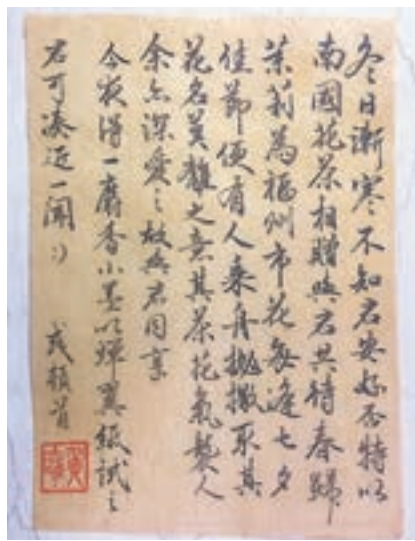


■黃或不僅寫了一百多首的格律詩，還常常用宣紙為友人寫毛筆古體書信。



受訪者供圖

黃或的公司深耕大數據技術。



在2017年上半年那場世界矚目的圍棋人機大戰中，AlphaGo戰勝中國棋王柯潔的時候，人工智能(AI)技術再次讓地球人震撼。事實上，「人工智能」已經走進了我們的日常生活之中。在網購或瀏覽新聞應用程式(App)的時候，其實你內心的「小秘密」全被屏幕後的機器「窺探」了。「『人工智能』在未來應用領域非常廣泛。」回國創業的人工智能博士黃或表示，所有的新技術和新應用，終將得到市場的驗證。



新經濟新時代

■香港文匯報記者 何德花報道

活用數據挖掘 兩年孵化8業務

兩年前，黃或從英國回到故鄉福州市組建創業團隊，開始深耕大數據挖掘。在黃或看來，福州在技術、人才和資金等要素上或許沒有北京、上海、廣州或深圳等一線城市般便利，但在家鄉創業給他心理上的作用巨大：「此心安處是吾鄉，讓我能全心全意去創業。」

客戶需求清晰 工作較易起步

創業團隊從最初的4人發展到如今的30多人，他們從電商、教育、文創以及企業安全管理等領域入手。兩年來，用數據挖掘技術已孵化出8個不同類型的業務。

問及做大數據最難的是什麼？黃或舉例：「最難的是客戶知道數據是有價值的，但往往不清楚要達到什麼目的。」通常電商行業比較清楚用數據挖掘技術做關聯規則挖掘等分析，得出的分析結果能否為客戶帶來利潤的提升，就是驗證其方法是否有效的主要手段。

客戶能有清晰的需求，工作起來會比較容易起步。不過如文化、教育產業，甚至是傳統的製造業等，他們往往只能提供數據，這時技術團隊的首要任務不是分析數據，是要去熟悉客戶業務的每一個環節。「學習他們的業務才能梳理出利用這些數據能幫助企業做些什麼，這個過程要一直磨合。我們的數據挖掘模型亦要根據市場不停修改和迭代，這是任何一個IT產品皆要經歷的過程。」

常見網購系統 涉AI計算分析

黃或解釋，一般需要根據客戶的目標和對應的數據類型來選擇挖掘方法，最常應用的是關聯規則分析、分類和聚類等。「現在最常見網購和新聞App等的用戶推薦系統，就是通過大數據進行用戶行為分析和關聯分析等形成的。利用地圖導航推薦避免擁堵的智能化線路，亦是利用算法的人工智能應用。」

如今，人工智能知識已經開始幫助內地企業邁向人工智能時代。去年7月，政府頒佈的《新一代人工智能發展規劃》中提出，到2020年，人工智能技術與世界先進水平同步；到2030年，成為世界主要人工智能創新中心。黃或認為，中美互聯網公司市值接近1:1，中國在這場AI技術的角逐中一定會領先世界。

海歸理工男 大數據孵金蛋



■黃或演示公司的大數據技術，廣場上每個人均可被讀取保留各種數據。

僅分析數據 客戶做決定

眼下，黃或的團隊正在孵化一項「企業業務安全」的項目。「這是幫助企業做內控管理的分析，國外的企業很重視。」通過企業提供的採購業務數據、供應商數據和經銷商數據等分析，幫助企業得出供應鏈系統是否安全的報告。

他解釋，一家企業的某些業務是否存在異常，以前要靠個人判斷，但現在通過人工智能和大數據分析，可提供更加客觀的分析。團隊做的這些分析報告，本



■黃或回鄉創業，公司從最初的4人發展到現在的30多人。

回鄉走創業路 享受生活激情

在英國留學生活7年，黃或利用節假日走了40多個國家，但內心「此國非我國，此家非我家」的呼喚愈來愈強烈。「華人在海外他國發展，那塊無形的天花板始終無法突破。」他說留在英國可以繼續做研究，日子也會過得很安逸，但那不是自己想要的。

說到路，黃或指自己在國外最大的收穫，就是獨自享受凌晨時分從實驗室回家的那條林間小路。「面對課題壓力大時，經常凌晨兩三點才回家，林間小道上經常伸手不見五指。剛開始走的時候要用手電筒，後來走久了，有星星、月亮相伴時，只要默數多少步就正好到家了。」他說，這就是自己現在回國創業的心境：心裡清晰明瞭要走的是一條什麼路。

籲港青到內地創業

對比留在英國的同學和朋友，黃或指自己當下的生活更有激情。他認為無論是中國內地、香港抑或是台灣的留學生，在外國人眼中就是中國人。香港或台灣學生被英國公司錄用，最大的優勢是其中國人的背景，並非其他原因。他又相信具國際視野、有留洋背景的香港年輕一代，若到內地發展是有優勢的；內地市場足夠大，創業環境愈來愈好，香港年輕人多到內地調研實習並

熟悉市場，一定能闖出自己的一片天空。

計劃出版自己詩集

忙得沒空談戀愛的黃或，在別人眼中是「理工男」，可他內心卻住著一名「詩人」。對話中他常常蹦出「青春作伴好還鄉」、「楊柳岸，曉風殘月」這樣的詩詞句意。雖然從小就在計算機方面顯示特殊才能，但受文科出身的父母影響，黃或的文科根基相當扎實。「在英國留學，我閒著無聊，寫了一百多首格律詩。」他說正計劃出版自己的詩集。



■黃或經常參加各類人工智能方面的分享會。

聖誕銷情佳 港出口走勢樂觀

從聖誕銷情看港出口表現

香港文匯報訊(記者 莊程敏)貿發局於上週發表的全球2017年末零售報告指出，香港主要出口市場包括傳統及新興市場，於剛過去的聖誕銷情均有良好增長趨勢，最受消費者歡迎的是電子產品，網上零售增長非常迅速，甚至高於總零售增長。貿發局大中華區首席經濟師黃慶彪指出，全球零售市場在濃厚的節日氣氛中健康增長，走勢可望延續到今年，建議香港的出口商必須適時檢討自己的長處和短處，以增強競爭力。

內地零售市道續暢旺

報告指出，中國內地的聖誕節日氣氛或較淡，但年底的零售市道卻維持暢旺。2017年全年的零售總值可望保持雙位數增長，首11個月的增長達10.3%。「雙11」銷售額創紀錄達1,680億元人民幣，2017年首11個月網上銷售額佔整體零售額14.8%，增幅較2016年的12.6%明顯。同時在網上跨境選購

黑色星期五減價貨品亦愈來愈流行。智能手機是假期最暢銷的產品，其次是家用電器，同時服飾亦有穩健增長。

貿發局續指，料美國經濟2018年仍保持增長動力。報告引述美國全國零售業聯合會指出，2017年11月的網購及非實體店銷售總值較2016年同期上升10.5%。聯會預期，2017年假期全國零售總值較2016年同期上升3.6%至4%，萬事達卡則預計增長達4.9%，是6年來最強勁的年度增幅。最受美國消費者歡迎的產品是服飾，同時，愈來愈多家庭選用智能家居裝置，因此電子產品亦愈來愈受歡迎。

歐人購物意慾仍高漲

另外，2017年歐洲經濟大致上溫和復甦，大部分歐洲消費者的購物意慾仍然高漲，但英國的經濟增長將低於歐盟的平均增幅。同時，英國零售商亦要面對通脹和進口價格上升、消費者信心下滑等問題。歐

洲最主要的不明朗因素依然是英國脫離歐盟達成最終協定的脫歐談判，預計其他歐洲國家前景正面，復甦趨勢持續。新興歐洲國家的經濟，如匈牙利、波蘭和捷克等去年皆受惠歐洲經濟復甦。拉丁美洲的聖誕銷情好壞參半，其中巴西的零售總值預期上升5.2%。智利和墨西哥的經濟不景，故消費者表現較為保守。

貿發局指出，整體而言，預期亞洲依然是環球經濟的增長動力。中國內地購買力快速增長，標誌著經濟再平衡策略的成功，經濟將持續增長。相比之下，雖然東京成功申辦2020年奧運為經濟發展注入動力，但日本經濟只會溫和增長。零售領域方面，2019年上調消費稅率的建議或許會刺激2018年的奢侈品銷量急增，原因是消費者想在新稅項實施前購買奢侈品。貿發局又指，全渠道零售蔚然成風，不斷改變環球零售業，為香港出口商帶來機會與挑戰。

美國

- 美國2018年可望保持經濟增長升勢。
■ 最受美國消費者歡迎的產品是服飾，同時愈來愈多家庭選用智能家居裝置，因此電子產品亦愈來愈受歡迎。

歐洲

- 歐洲各國的經濟前景普遍樂觀。
■ 歐洲最受歡迎的產品，包括電子產品及家用電器，如智能電視、電腦、智能手機和平板電腦，其次電子遊戲及其他電子消閒產品亦相當受歡迎。

日本

- 儘管東京成功申辦2020年奧運會，料僅為經濟帶來溫和增長。零售業方面，日本將於2019年增加消費稅，或促使消費者提早於2018年購買奢侈品。
■ 日本去年聖誕最受歡迎產品是電子產品及家用電器，其次是電子消閒產品。

中國內地

- 內地聖誕節日氣氛或較淡，然而年末的零售市道卻維持暢旺。
■ 智能手機是假期最暢銷的產品，其次是家用電器，同時服飾亦有穩健增長。

其他新興市場

- 已發展的歐洲國家普遍出現經濟復甦跡象，帶動了新興歐洲國家的經濟，如匈牙利、波蘭和捷克。
■ 拉丁美洲的聖誕銷情好壞參半，其中巴西的零售總值預期上升了5.2%，智利、墨西哥的經濟不景，故消費者表現較為保守。

資料來源：貿發局2017年末零售報告