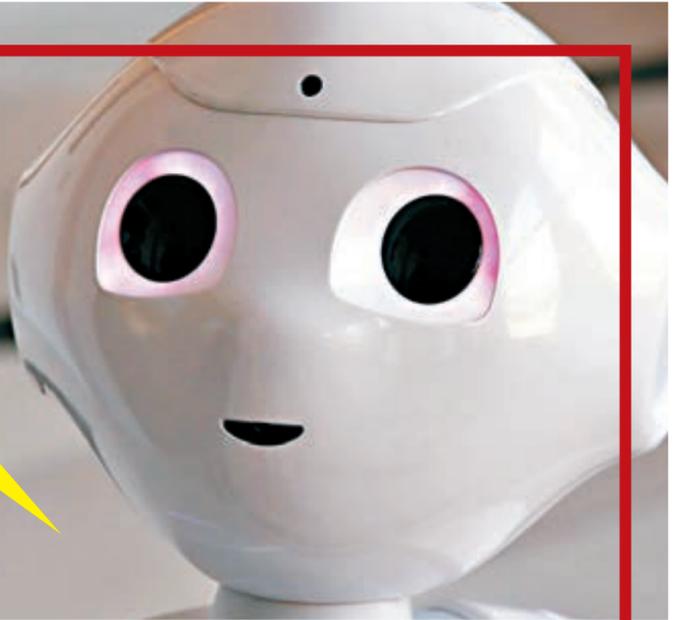


內地酒店 機器人接待

自動乘電梯送物資到客房



人工智能、大數據和機器人的迅速發展，為酒店業帶來巨大商機。日前由深圳市飯店業協會主辦的「智慧+跨界+賦能」新時代酒店發展展望暨智慧酒店高峰論壇上，深圳市飯店業協會會長張振山接受香港文匯報記者專訪時表示，許多酒店紛紛採用這些高新技術進行服務升級，打造智慧型酒店，特別是機器人的廣泛應用，既提高了效率又降低了成本，並給顧客帶來更好的體驗，大大增加了對年輕顧客的吸引力。

■香港文匯報
記者 李昌鴻 深圳報道

據張振山介紹，深圳市飯店業協會目前有300多家會員，除部分供應商外，酒店會員有200多家。目前，全市酒店入住率平均在70%以上，原特區內的四星和五星酒店入住率達80%。隨着社會發展，尤其是移動互聯網應用的盛行，入住酒店多為20-40歲年輕人，他們很喜歡現代科技、互聯網和機器人等技術應用。

降成本又增酒店吸引力

他稱，許多酒店都從工程系統、自動化、互聯網、智能化、安全管理等方面進行升級，打造智慧型酒店，提高酒店運行效率和降低成本，提升酒店品質和顧客體驗，並通過大數據分析客源進行精準營銷，引入許多服務機器人，增添了酒店吸引力和降低了成本。

北京雲跡科技有限公司業務副總裁楊世允告訴記者，該公司獲得騰訊的投資，研發的「跑腿送物酒店服務機器人」已應用於全國500家酒店以及香港和台灣等地酒店，通過互聯網、人工智能等技術，可以提供迎賓、查詢和幫客人按電梯等服務。

1台1日可送貨過百次

更令人稱奇的是，這些機器人還能自主避障和乘坐電梯，可以給客人送毛巾、牙刷、牙膏和外賣等，到了客房門口可以給客人打電話，讓客人自主取物品。一台機器人一天可以送貨上百次，相當於1.3個服務員工作量，按一個服務員月薪5000元（人民幣，下同）計算，一年可以節省成本近8萬元。

楊世允補充，該款機器人售價約15萬，兩年時間酒店便可以收回成本，因此吸引了許多酒店購買，包括深圳中洲萬豪、金茂JW萬豪、廣州三家希爾頓等均已購買，香港帆船酒店已購買該公司的機器人，香港富豪酒店也前來洽談購買，其旗下有8家酒店，而台北、台中和台南一些酒店也購買了機器人。

iPad控制空調 埋單辦手續

此外，許多酒店還加強了智能化管理和智能家居應用。WEI酒店創始人魏黎表示，他在江蘇天目湖開設的中高端酒店，佔地20畝，投資3億元，有35間客房。第二家準備在開設在浙江安吉、斐

濟、美國紐約等地。該酒店強調智能化，熱水供應僅需2秒，一般酒店需10多秒甚至30秒，此外還通過iPad來控制空調、電視、窗簾、訂餐，還可以處理埋單、SPA服務預訂以及離店手續等。

隱秀山居總經理簡巍告訴記者，該公司大力推動智能化以提高效率和降低成本，引進了德國西門子智能中央空調，節能率在15%以上，並將酒店旁邊湖水進行循環利用，減少了自來水的使用。客房通過智能家居（VOD）系統，可以智能化控制燈光、電視、空調、窗簾，並可以提供送餐和購物服務。公司還與第三方合作，投入300萬元，研發一套顧客安全識別系統，未作人臉識別傳記的顧客進入酒店會被拒絕入住，方便配合公安排查罪犯，提高酒店及顧客的安全。

北京雲跡科技推出酒店送物機器人 記者李昌鴻攝



業界意見

智慧型酒店成趨勢



深圳市飯店業協會會長張振山：

目前許多酒店在升級工程系統、自動化、互聯網、智能化、安全管理等，打造智慧型酒店。

送物機器人銷售勁



北京雲跡科技有限公司業務副總裁楊世允：

他們研發的酒店送物機器人已銷售至內地、香港和台灣共計500家酒店。

記者李昌鴻攝

深圳酒店業朝智能化發展

在此次高峰論壇上，從事酒店創新科技開發的和而泰智慧酒店與深圳市飯店業協會舉行了戰略合作簽約。和而泰智慧酒店事業部總經理楊金榮表示，酒店的未來發展趨勢肯定是高度智能化、高度互聯網化、高度數字化、高度資源整合、高度個性化的，未來酒店業將是一個集住宿、餐飲、健康、休閒、娛樂等一體的全新商業模式，是一個打通酒店內部與外部、提供在線服務、實時服務、閉環服務的大生態體系。

顧客重視入住體驗

楊金榮稱，公司的智慧科技體現在多方面，比如，自主入住、自主結算，簡

化了入住流程，減少了顧客的等待時間；智能迎賓，在顧客進房之前智能調節室內溫濕度，打造更貼心舒適的入住體驗；智能魔鏡，不僅可以測試皮膚狀況，還會推薦各種顧客關注的護膚、天氣、新聞等資訊；健康睡眠，隨時監測顧客睡眠質量並提供科學的睡眠改善建議；睡眠管理，結合外部環境、個人習慣、身體情況等多維數據計算，健康管理睡眠環境和睡眠狀況。

深圳市文體旅遊局監管處處長張道新表示，深圳市酒店行業已經進入了快速發展、穩步向前的快車道；據2018年初步統計數據顯示，全市星級酒店的年均入住率均超70%，實現了社會影響和經

濟效益雙豐收。當前經濟形勢瞬息萬變，有些業態在不斷更新，加之大數據、雲計算等現代科技已經走進酒店，行業從業員要有新認識，並不斷提高專業技能和素質。

大灣區締造黃金機遇

深圳市福田區企業服務中心馮向陽主任認為，酒店業是一個古老的朝陽產業，也是一個跨界融合的產業，「飯店業+」有着無窮的可塑性，引領着人們對體驗美好生活的需求；藉着粵港澳大灣區重要契機，未來10年將是福田區酒店業發展的黃金機遇期。

機器人足跡遍及服務業

香港文匯報訊（記者李昌鴻 深圳報道）隨着人工智能的持續發展，機器人正廣泛出現在內地各個領域，尤其是在北上廣和深圳等經濟實力較強的城市，除了酒店業之外，已經有大量機器人應用於銀行、醫院、餐廳和機場等場所，為各行各業都帶來商機。

送餐機器人成書城招牌

記者在深圳書城羅湖店看到，其送餐機器人可以將顧客點的飯菜沿着軌道送過去，並可以與顧客簡單地交流，因此吸引了許多家長帶小朋友前來體驗。

在不少消費者心目中，機器人送餐已成為書城餐廳的一大賣點。

目前，深圳一位餐廳服務員月薪需5000元人民幣，加上社保和醫保的實際薪酬支出更高。送餐機器人可以更好地降低餐廳成本。

醫院也是引進機器人的先行者之一，深圳多家醫院已經開始用機器人作導醫，以往患者前來會諮詢前台服務人員，現在他們只需輕輕一點，就可以知道內科、外科等各科室醫生名字、資歷和特長，以及診室房間樓層。

銀行業近年來亦紛紛推出機器人服務，這些機器人可以與客戶打招呼、

回覆客戶的諮詢。一些銀行服務如掛失、補辦銀行卡和業務查詢等，均可以通過機器人來實現。

客戶李先生告訴記者，他最近銀行卡丟失了，於是來到中國銀行羅湖支行，通過機器人辦理補卡業務。「以前需要排隊慢慢等候，現在只需刷身份證，通過機器人人臉識別，大概不到一分鐘便辦理好了業務，感覺十分方便。」

在機場巡邏 執行防恐

另外，深圳機場也引進了機器人作為服務員，可以與顧客打招呼，並提供航班動態、航班查詢等眾多服務，

滿足了不少旅客的智能化服務需求，簡化了他們乘機流程和提高出行效率。

深圳機場T3航站樓還啟用安保安保機器人AnBot，可以在T3航站樓4樓出發大廳開展24小時不間斷自主巡邏，執行巡邏防恐任務，該機器人通過前後左右4個移動高清數字攝像頭實現民航安檢前置、移動人像識別，並將相關圖像信息回傳公安大數據後台進行碰撞分析、實時預警等。

深圳機場相關負責人表示，機器人項目對於深圳機場正在推進的智慧機場建設和最具體驗式機場打造都具有積極的促進作用，希望未來通過機器人服務，讓旅客在深圳機場享有更加智能、便捷的出行體驗，加速以機場體驗為導向的機場3.0時代的到來。



■各行各業都朝向高智能發展，中國人壽（海外）在展覽中展示智能機器人服務，吸引了許多觀眾。
香港文匯報深圳傳真

莎莎上季港澳同店銷售跌3.7%

香港文匯報訊 莎莎國際(0178)昨公佈由去年10月1日至12月31日止第三季度銷售數據，集團整體零售及批發業務營業額按年下跌2.2%。在港澳市場，零售及批發業務營業額按年下降2.8%，同店銷售錄得3.7%跌幅。首三季計，整體零售及批發業務營業額按年升9.2%，其中港澳地區升10%，港澳地區同店銷售按年增8.3%。

數據顯示，於第三季，由於內地客的交易宗數按年上升5.8%，雖然本地客下跌5.2%，整體交易宗數仍然錄得0.4%的

輕微增幅。本地客和內地客的每宗交易平均金額則分別按年下跌0.2%和6.1%，整體下跌2.6%。

莎莎指出，持續的中美貿易戰陰影影響人民幣匯率和股市，減弱消費意慾，加上內地代購商轉趨謹慎，影響莎莎的銷售額，以致港澳地區於11及12月份的零售銷售及同店銷售均錄得負增長。

港珠澳大橋通車無助生意

集團主席及行政總裁郭少明表示，隨着高鐵路港段通車後，高鐵西九龍站和

附近尖沙咀區的零售店銷情表現理想。不過，集團留意到港珠澳大橋的新增內地旅客主要以觀光為主，消費力有限，對集團香港區的銷售未帶起刺激作用。

他又指，在當前較弱的經濟環境中，集團會加強推廣以爭取更多實體店的顧客，以抵消部分因代購減少帶來的短期影響，並調整產品組合，及時推出新產品以迎合不斷轉變的顧客喜好，加快數碼化及發展資訊科技，提升營運效率及購物體驗，同時掌握大灣區發展帶來的機遇，持續發展業務。

星巴克上海店 全球生意最好

香港文匯報訊（記者孔雯瓊 上海報道）今日（11日）是星巴克進入中國內地市場20周年紀念日，在此特殊時間裡，星巴克開設在上海的甄選店已經成為其全球銷售額最高的門店，但與此同時，全球範圍內的臻選店開店計劃卻被縮減和延緩。消息稱，星巴克高層更鍾情中國市場，在收縮全球開店計劃的同時表示要擴大中國業務範圍。

星巴克兩年前曾經制定的全球開1,000家臻選門店及20到30家臻選烘焙坊店這項計劃，正在被星巴克CEO Kevin Johnson 縮減，據《華爾街日報》報道，Kevin Johnson

表示，1,000家店是一個願望，先開6至10家門店觀察回報再進一步決定。

不過，就在星巴克謹慎對待全球高級門店開設計劃的同時，位於上海的臻選烘焙坊卻收穫頗多。據星巴克創始人Howard Schultz在星巴克2018年第一季度財報會議上透露的數據顯示，美國一家星巴克門店每周的收益大約為3.2萬美元（即每日約3萬元人民幣），但上海烘焙坊的銷售額可達每日43萬元人民幣。另據《華爾街日報》消息，Kevin Johnson要求開店放慢速度的同時，卻致力於擴大中國業務範圍。