

為阻絕新冠肺炎擴散，內地各處封城，港澳及海外部分地區亦收緊內地的入境，澳門上月更暫停賭場及娛樂事業半個月。在這些禁足的日子，大家有何消遣？果然「生意淡薄 不如賭博」，記者觀察到，坊間不少線上百家樂、線上賭場近月均大賣廣告，以吸納宅在家中防疫的民眾，部分平台更標榜絕對的公正、公開和公平，設24小時直播發牌和24小時在線，去不到現場的內地賭客紛紛轉戰線上平台。

■香港文匯報記者 殷考玲

近月無論香港或內地均因應疫情而停工停學，香港公務員上周一才全面復工，有不少市民還在家居隔離之中。線上娛樂城近期十分活躍，在各大社交平台大賣廣告吸客，例如一個名字與澳門某知名賭場一樣的線上娛樂城，近月就在facebook大賣廣告，標榜是手機投注平台。據其網頁介紹，平台提供近百款老虎機、百家樂，以及彩票遊戲投注，線上存款及線上取款，一鍵操作，運用3D即時運算技術，創造真實場景結合立體影像的跨系統娛樂平台，並整合同步賬號和資料傳輸，做到隨時隨地娛樂。

網上手遊隨時隨地娛樂

根據該線上娛樂城的facebook專頁介紹，其標榜是全港首創唯一綜合娛樂城，全部真人直播、贏分即時派彩，即時結數網上手遊，並且提供各種即時人數和提款的電子支付渠道，提供遊戲包括有真人德州撲克、百家樂；21點、鬥地主和老虎機等。至於如何開戶，在其facebook就有聯絡電話以供查詢，並稱有24小時開戶、存款、提款熱線，該facebook更分享有客戶日內存入1,000元，即晚就成功贏取2萬元作招徠。

另外，如果有BT習慣的市民，也可能發現，澳門賭場也在內地的電影BT網站大賣廣告，並附有詳細的說明，教客戶開戶後如何充值匯錢要樂，又指每天線上取款最高300萬元，24小時不限次數取款，不收取手續費，取款一般情況下3分至5分鐘內就可到账。該賭場還在電影的播放途中，在熒幕上加上滾字式宣傳廣告，吸客手法無所不用其極。

除線上娛樂場近期活躍起來之外，

棋牌類、社交類的手機遊戲也深受歡迎，因為原本在農曆新年約好的雀局，都因疫情而告吹，民眾只好轉戰線上打麻將、鬥地主。民生證券早前公佈的研究數據顯示，棋牌類遊戲下載量較疫情爆發前上升2倍以上，《騰訊歡樂麻將》、《歡樂鬥地主》、《明日鬥地主》及《小美鬥地主》都登上App Store免費榜的前十位。

棋牌類遊戲下載倍增

其中，《小美鬥地主》於今年1月上線，由姚記科技研發，在農曆新年期間，《小美鬥地主》日活人數超過100萬，每天的廣告收入約在150萬元人民幣，姚記科技可以從中分成20%，不同於騰訊系的《歡樂鬥地主》內購付費，《小美鬥地主》主要是透過遊戲內置激勵廣告來實現收入，所謂激勵廣告是指玩家在遊戲過程中，主動點擊觀看視頻廣告，以此來獲得遊戲幣、裝備或者相關賽事資格等。有內地90後網民表示，農曆新年期間宅在家中，差不多玩了逾20款遊戲，可見受疫情影響下，手機遊戲需求急增。

酒吧夜店「雲蹦迪」救亡

此外，內地酒吧、夜店受疫情拖累人流大減，為打救生意，酒吧、夜店紛紛轉戰線上，上海有酒吧在抖音上直播酒吧DJ在夜中打碟，線上觀看人數最高曾有逾7萬人，有觀眾更邊看邊送禮物打賞。這些電音直播活動形成一個新名詞「雲蹦迪」，即是觀眾通過各種直播平台，實時在線觀看DJ直播打碟，MC帶動氣氛，線上聽歌，線下自己在家中「蹦迪」，這種「雲蹦迪」成為內地酒吧、夜店在疫情下的自救方法。

網上博彩24小時有得玩 打麻將鬥地主手機搞掂

宅家「戰疫」一點不悶



設計圖片

直播瞓覺賺8萬有得解

香港文匯報訊（記者 岑健樂）新冠肺炎疫情肆虐下，不少行業都受到疫情打擊，但串流直播行業卻是「疫市」贏家之一。要數近來具話題性的是，有內地抖音主播直播自己睡覺，竟然吸引逾1,800萬人觀看，翌日一覺醒來更獲得8萬多元打賞。這個除得益於內地龐大的網民數量之外，還牽涉複雜的消費心理，對經商者或會有啟發。

直播瞓覺的該抖音男主播「誰家的圓三」，近日因留在家中感到無聊，想知道自己睡覺時是否有鼻鼾，忽發奇想直播自己睡覺的畫面，結果當日引來1,875萬人次觀看，更獲得打賞，禮物總額竟高達76,000元人民幣（折合約84,000港元），粉絲人數從約4萬急增至近84萬，增長逾20倍。

反常現象 引發觀眾好奇心

為什麼直播睡覺等無聊行為，竟然引來大批網民圍觀，甚至獲得打賞？內地網民分析也十分專業透徹。首先，傳統媒體與串流直播的傳播方式是不一樣的：傳統媒體的傳播效率比較落後，例如你看完了一集電視劇或一套電影，才會推介給你的親朋好友；相反，一旦你覺得某個直播有趣味，你就可

即時直接透過社交媒體去告訴你周圍的人，因此串流直播較易吸引大批網民的注意力。

另外，從古到今普羅大眾有「喜歡看反常的東西」的心理。例如以前當有電視節目播出時產生了問題，如突然黑場，或者有失控場面，其收視率就會上升。同樣道理，如果主播進行的是一場遊戲解說，那麼使用者注意的就是內容，在競爭激烈下，難以突圍而出。不過，情況一旦出現了反常，這對於大多數的人來說，會有很大的吸引力。

試想一想，在真實的生活中，我們有機會去圍觀一個人睡覺嗎？機會不大，至於上百萬人一起參與更是非常罕有。因此，我們便可以理解有人因而獲得滿足感，從而打賞瞓覺主播這個行為了。

有臨場感 實時討論有人陪

此外，直播自己睡覺等無聊行為爆紅，反映不少圍觀民眾另一種心理——「臨場感」。即使只有我一個人在家百無聊賴，我也有很多人陪伴，因為我們可以一起實時討論同一件事情，例如主播的睡姿好不好，我的男/女朋友睡覺時會否打呼嚕，而且會有別人回應自己，從而降低自己的孤獨感與不安，令我們的生活更多姿多彩。

足不出戶 手遊成「疫市」贏家

香港文匯報訊（記者 岑健樂）新冠肺炎在世界各地肆虐之下，不少人都足不出戶。雖然全球不少行業正受到疫情打擊，不過有部分行業反而逆市受惠，例如手遊行業便是「疫市」贏家之一。

其中，野村證券指出，騰訊（0700）旗下最受歡迎的手遊《王者榮耀》，本身已擁有6,000萬至7,000萬每日活躍用戶（DAU），在今年農曆年假期間躍升逾40%。國金證券的報告則指出，在農曆新年前夕，騰訊的另一熱門遊戲《和平精英》就創造2,870萬至7,150萬美元的收入。

另外，市場研究機構Quest Mo-

bile發表報告指出，內地民眾響應政府號召不出門，帶動網上活動更加活躍，手遊、視頻、移動社交等領域明顯受益。

王者榮耀近億人參與

Quest Mobile表示，今年農曆新年間手遊需求大增，日人均使用時長達到159分鐘，較去年農曆新年大升近50%。此外，騰訊手遊《王者榮耀》及《和平精英》每日人均使用時間分別達到159分鐘及124分鐘，較去年農曆新年升75%及25%，至於這兩款手遊在春節高峰DAU（日均活躍用戶數）則分別達到9,535萬及7,994萬。



百無聊賴的實時討論亦是內地抖音直播的賣點。

網上圖片

中國智能製造 每年規模料增四成

香港文匯報訊 德勤近日發佈的《2020 德勤人工智慧製造業應用調查》報告，分析中國製造業應用人工智慧技術的真實情況和應用場景，探討人工智能項目執行的理想與現實差距，並為業內企業提供實踐人工智能專案的建議。德勤以問卷形式採訪「中國製造業500強」中119間中大型企業，並選出具有代表性的企業進行深度訪談，從而編制成報告。

報告指人工智能的應用正從消費智能擴大到企業智能，並帶動和創造出更強大的生產力，93%受訪企業認同其為全球製造業增長和創新的關鍵技術。德勤中國工業產品及建築子行業主管合夥人董偉龍解釋指，利用資料分析和洞見指導企業生產和管理的「智能企業」是繼「互聯網+消費者」後的最新技術發展趨勢。製造業累積大量資料，估算每年大概可產生1,812 Petabytes的資料量，超過通訊、金融、零售等行業，是人工智能應用的藍海。

亞太研發能力遜北美歐洲

人工智能可協助製造業有效處理和利用資訊，說明企業提升流程自動化的精細度，預測市場趨勢並安排生產計劃，以及提升質檢水平和產品良品率，從而應對生產成本上升、生產線設計缺乏靈活產品品質和良

品率不穩定等主要行業挑戰。

調研認為亞太區製造業基礎雄厚，是應用人工智能於工業領域的潛力市場。中國、日本和韓國在政策、研發能力、資料和人才四方面均更具競爭力，正引領區內人工智能技術的發展，但一半受訪者認為亞太區在人才和研發能力方面遜於北美和歐洲地區。

人工智能在中國製造業應用的市場規模可望於2025年超過20億美元，增長率每年可保持40%以上，主要受惠於利好政策、充足資金和自動化潛力較高的行業環境。

目前91%項目未達企業預期

人工智能在製造業的應用場景主要為智能生產、產品和服務、企業營運管理、供應鏈，及業務模式決策五大領域。德勤中國管理諮詢合夥人劉浩表示，「智能生產」是目前製造業部署人工智能的首要選擇，佔51%，目前多見於自動化生產工廠與訂單管理和自動化排程。現時在「產品和服務」場景應用人工智能的企業較少，但計劃在兩年內優先進行相關部署的企業數量明顯增加。總體而言，人工智能在工業領域的熱點應用從智能生產領域轉向更注重產品服務和供應鏈管理，從而提升行銷效率、物流服務、資產與設備管理；客戶需求洞察、能源管理和供應鏈運輸與網絡設

計，將成為新的應用增長點。行業需關注的不再只限於生產過程，而是整個價值鏈，因此，此等變化是製造業邁向工業4.0的必然結果。

不少中國製造業企業實施人工智能專案，但調查發現從企業獲益角度預算及投入時間投入角度而言，91%項目未能達到企業預期。造成落差的原因包括既有經驗及組織架構障礙、基礎設施條件制約、獲取資料方法及資料品質欠佳、缺乏工程經驗，以及專案規模過於龐大和複雜。

八成企業料5年產生影響

儘管面對上述困難，83%企業認為人工智能已經或在未來五年會對企業產生實際可見的影響；56%受訪者認為人工智能將於未來2-5年為企業帶來回報。企業將投資更多於複合性技術體系以優化生產、成本、庫存、品質控制、預測銷量、價格和預見性維護；32%受訪企業預計未來兩年內將投資超過2,000萬元（人民幣，下同）以部署人工智能；另外，32%認為投資將不超過500萬元，而其餘的36%則表示投資將處於500萬至2,000萬元之間。

中國製造行業正着手對人工智能落地應用進行佈局，董偉龍建議稱，企業首先要確保人工智能部署與本身的

戰略目標匹配，關鍵在選擇合適的複雜程度來滿足業務目標。下一步是要找到合適的人工智能落地應用場景，需要明確其所能解決的特定領域問題，從而形成商業價值。企業也需關注本身的資料基礎，因為資料是深度學習的基石，所以企業必須先對自身的資料基礎作診斷評估，甚至先進行數碼化改造以改善資料品質；人才方面，企業需要的不只是人工智能專家，也需要有經驗的行業專家來為特定行業設計人工智能解決方案，及兼通製造工藝和行業問題的產品經理。除上述條件外，董偉龍還認為企業還要通過過程設計原型驗證，再反覆運算，才能達到最終大規模實施。



人工智能在中國製造業應用的市場規模可望於2025年超過20億美元。

資料圖片