



數位新革命 聊天機器人

2016-09-24 記者 朱倫君 報導



2016年4月12日臉書（Facebook）在F8開發者大會上，創辦人祖克柏（Mark Zuckerberg）宣布開放Messenger機器人應用程式接口（API），歡迎各家公司打造自家專屬聊天機器人。F8發表後至7月為止至少有11000個聊天機器人Bot開發問世，目前數量仍持續增加，也愈來愈多工程師投入Bot開發。

這項發表在商務界、應用程式（Application, App）產業引起熱烈討論，甚至被知名科技新聞網站TechCrunch擬成「不亞於蘋果商店（App Store）誕生的那一刻。」截至目前，許多新奇的Bot在Messenger上正式上線，舉凡有線電視新聞網（CNN）、計程車APP優步（Uber）、匿名聊天軟體聊天吧（Chatible），為使用者提供各種服務。不過這場Bot旋風似乎還沒掃到太平洋另一端的台灣，儘管陸續有科技網站撰寫相關文章，Bot的概念仍還沒被廣泛普及，台灣依舊停留在無感革命的階段。

聊天機器人大哉問

聊天機器人Chat Bot簡稱Bot，簡單來說就是會和人類聊天、溝通的機器人。1966年約瑟夫·維森班（Joseph Weizenbaum）編寫的Eliza被公認是最早的Bot，想當然那時Bot的擬人程度只限於基本的日常對話，但隨著人工智慧的進步，已經陸續有各種仿人類的機器人，電腦科學家甚至還把這些機器人的擬人程度設置了一項測試門檻—圖靈測試。

而現今談論的Bot是透過「聊天對話」，無論文字或語音，提供用戶服務、解決用戶問題的程式，把她想像成在手機、電腦等裝置上虛擬的客服人員會比較方便理解。還是一頭霧水嗎？今年F8，祖克柏親自示範如何使用Messenger上CNN的Bot瀏覽新聞，以及用花店的Bot訂花送給朋友。

影片 12：02開始祖克柏示範在Messenger操作CNN及花店的Bot。（影片來源/YouTube）

翻轉數位行銷

「聊天機器人來了，數位行銷將為此掀起什麼樣的革命？」此篇文章提到，過去行銷自家產品，企業投放影音廣告、平面廣告、電子郵件告知消費者促銷活動、商品資訊，Bot出現後成為數位廣告與消費者之間的溝通橋樑。過去消費者孤立無援，上網查資料、貨比三家到完成購物都是獨自一人。Bot出現後，就像多了個小幫手，及時提供建議，甚至結合大數據分析檢視使用者習慣，主動提出符合的商品。公開市場（Open Market）資深產品經理Andy Shirey對此表示「聊天機器人的出現，將讓品牌和消費者之間可以有更多對話的空間。」

後APP時代來臨

回歸到人類最基本的對話，直觀的說出自己需要需求，就能獲取服務。不需要再點開一個一個的APP，只為了使用其中一項功能。過去為了某個特定需求，使用者必須到Google APP商店

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 幽默人生 插畫家馬克
- 女人走味
- 牙刷小日常 轉動物聯網

總編輯的話 / 鄧涵文



本期喀報第兩百四十七期，共二十二篇稿件。包含藝文評論一篇、文化現象五篇、科技新知五篇、人物特寫三篇、照片故事兩篇、自由創作五篇及影音新聞一篇，側欄廣告為「2016哈客流行列車音樂會」。

本期頭頭王 / 涂易暄



試圖成為新一代文青

本期疾速王 / 林有成



有成是我，在一個香火鼎盛和四周都是田地的地方長大，不管如何，開心的過每一天，才是最重要的！再怎麼平凡的事情，一定含有其不平凡的內涵！

本期熱門排行



用聲音了解自己 理解他人
王廷瑄 / 人物特寫



音樂不夜 夢想不滅
涂易暄 / 樂評



女人走味
何書馨 / 自由創作



拍照打卡 是桎梏還是自由
張芸瑄 / 文化現象



1485公里外的夢想
黃佳俐 / 人物特寫

(Google play) 或蘋果商店 (App Store) 下載功能符合的APP，往往時間久了、需求消失就擱在一旁沒去使用；Bot出現後，只需要發送訊息給目標Bot便能立即享受服務，有效解決APP零散的缺點，達到整合的效益，除了能釋放記憶體空間，網路流量也節省許多。

對企業端而言，Bot適用於各個裝置的特性，開發者不需要針對不同系統，打造安卓系統Android、蘋果系統IOS、電腦版本，降低了人力、技術等開發成本。

這樣發展下去APP會被淘汰嗎？學者專家各說各話，沒有定論。但現今使用者習慣還停留在APP、網頁瀏覽器，這種以圖形為介面的操作方式。根深柢固的使用習慣靠長年養成，科技趨勢部落客CHRIS認為「Bot很難馬上全面取代APP，有些服務確實是較適合圖形呈現。」

不管怎麼說可以確定的是，Bot日益壯大的同時，勢必壓縮到APP產業的兩大門戶Google play及App Store。後APP時代已經宣告來臨，Google play及App Store要如何應對新時代的衝擊，是緊迫需要思考的問題。

深入 Messenger Bot的背後

Messenger機器人API開放，等於發給各個企業Messenger Bot的建造說明書，讓企業依照自己的需求開發相容的Bot。現在Messenger就像百寶袋一樣，收納各種服務商開發的Bot，除了提供服務如點餐、購物、叫計程車外，還有純娛樂的遊戲Bot。

繼年2016年9月13日，臉書宣布能在Messenger直接付款，開始支援用戶透過信用卡、第三方支付平台PayPal付款，現在付費時不需再跳出Messenger到指定網站，填寫複雜的信用卡資訊，雖然目前只是公開測試版 (BETA)，且地區僅限於美國，但已經為Messenger成為巨大通訊商務平台打了一針強而有力的催化劑。

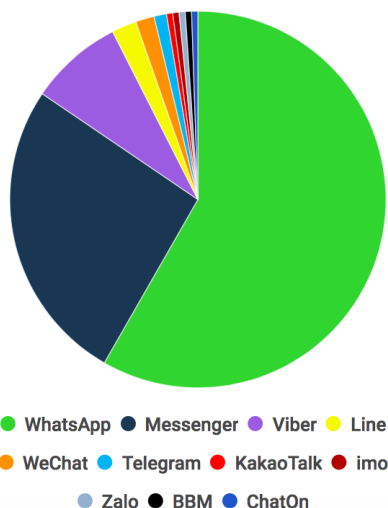
根據網路文章「【凡事都有個 Bot：虛擬篇】聊天機器人的前世今生」臉書不是最早投入Bot產業的公司，Bot概念也早就不新了，這種透過聊天解決用戶問題的方式，從Word小幫手、曾在台灣紅極一時的MSN有問必答，就已經存在。甚至比臉書更早，中國最大的通訊軟體微信 (Wechat)，在2013年就開放企業打造自家智能客服Bot，把Bot與通訊軟體結合這個構想發揚光大的，正是微信。通訊軟體Telegram，以及商務通訊軟體Slack也都比Messenger早發展Bot的體系。

從技術面層面切入，Chris認為最主要的因素「要回到技術層面，人工智慧」。Bot能順利完成對話、了解使用者需求並給予回應，背後仰賴的關鍵技術，是人工智慧中的「語意分析」。Google的語音搜尋及蘋果的智能助理Siri，都是應用這項技術，而目前發展最好的地區是美國，和亞洲區的LINE、微信相比，矽谷、麻省理工 (MIT) 等先天優勢讓臉書、Google握有豐富技術人才。

但美國最大的先天優勢不是人才，而是語言。

微信最早推出的智能客服，技術卻無法超越美國，一大原因是中文的語意分析，只有華語社會的技術人才在研發。加上程式語言本身是英文建構而成，比起英文，電腦分析中文語意是相對困難的。

另外是市場優勢，Messenger市場夠大夠廣，使用者目前已突破9億，是世界第二大的行動即時通訊軟體，且使用者橫跨各大洲、各種語言，相較微信侷限在中國、東亞地區，Messenger影響當然更廣。



未來臉書在Messenger Bot的布局若發展成功，技術轉移到世界第一大通訊軟體WhatsApp的收益應相當可觀。另外是自家臉書社群的連結互通性。2016年9月13日臉書發表了另一項聲明，廣告主能將自家打造的Messenger Bot設為塗鴉牆廣告的目的地。只要在廣告上點選發送訊息的按鈕，就直接透過Bot客服了解產品資訊，且完成購買的服務。這項功能會在2016年10月正式上線。



Messenger Bot結合臉書廣告塗鴉。(圖片來源/Messenger)

身為全球使用人數最多的社群平台，臉書結合既有的社群力量發展Bot，功能性與發揮空間，比起單純在通訊軟體上提供服務，應用更加多元。

科幻世界的引擎：人工智慧

人工智慧語意分析是推動Bot的關鍵鑰匙，能不能創造更方便的使用體驗，就取決於Bot有多智慧。「Google 助理 3 亮點：智慧家庭的 Google Home、文字與表情符號傳訊的 Allo 和 視訊電話的 Duo」文章中提到，2016年5月18日 Google發表了一個新的即時通訊軟體ALLO，將語意分析搭配自家搜尋引擎海量的資料庫，是一款會自我學習，並進化的智慧通訊軟體。人工智慧的前哨戰已經於今年正式打響，隨著科技競爭，Bot的發展會愈趨健全，或許愛上雲端情人將不再只是科幻情節，哆啦A夢也會被製造出來也說不定。



牙刷小日常 轉動物聯網

◀ 以日常牙刷結合現今當紅的物聯網，看其產生的效益與疑慮。

幽默人生 插畫家馬克



▶ 上班忙碌加班苦、人生憑依何處靠？用詼諧畫筆演繹著世間百態的插畫家故事！

▲TOP