

衣物無線射頻標籤 記錄客人喜好

物聯網紓零售業人手荒



政府預留五千萬元設配對基金，資助零售業採用資訊科技和其他技術提升生產力。有公司研究將無線射頻辨識(RFID)配合軟件，記錄哪件貨品被「拿過上手」、被試穿過，會員熟客步入店鋪更會顯示其購物記錄，以便售貨員作貼心推介，避免「售貨員跳槽，有關資料跟着流失」，亦可用於貨倉快速記錄及搜尋存貨。有人力資源顧問稱，有關科技可彌補現時零售店面對的一至兩成人手不足。

記者：羅嘉凝

物聯網技術已成潮流，科學園上周更舉行一連兩天的物聯網論壇。園內的比斯系統有限公司工程總監關秉源以時裝店舉例，「以前店主只知賣出了哪些衣服，但多少人拿起過哪些衣服、多少人試過上身，全部不知道」，現只要在每件衣物標上無線射頻辨識(RFID)標籤，在店內作定位技術及藍牙裝置，店員拿着平板電腦走到貨架前已可檢視貨品，並顯示貨品被拿起過、被試穿過多少次。

千元月租軟件及配套

公司總經理王志峰指出，服裝行業面對人才流失的問題，驅使僱主逐漸走向高科技，中小企只要每月付出約一千元，即可租用有關軟件及配套，若安排貴賓會員下載有關手機應用程式，當會員步入店鋪時，手持讀取器的店員即會知道，並看到該會員的購物記錄，以便作出推介，「以往熟客的選購喜好，全在售貨員的腦中，售貨員跳槽，有關資料跟着流失了，現在這些資料都重歸公司所有。」

他二〇〇四年開始留意RFID技術，現有約三十個客戶大多是本港或內地客，以品牌服裝店為主，有上海兩層式、三千多呎的零售店，要求在店內安裝十個藍牙裝置及軟件，耗費約三十至五十萬，去年公司曾助貿發局的「亞洲知識產權營商論壇」，將RFID標籤放在入場證件套內派發，記錄參加者進入哪會場、參加哪講座。

資料助入貨設計營銷

除了零售的前鋪，只要四至六個月已可在倉庫設立系統。他指以往要掃描條碼作入貨記錄，入二百件貨約需時十五分鐘；現只要在貨倉門口安裝感應器，將貨推入倉已自動記低；有客人原先有十名



■比斯系統有限公司總經理王志峰指出，店員拿着平板電腦走到貨架前，已可檢視貨品，並顯示貨品被拿起過、被試穿過多少次。伍明輝攝

貨庫職員，管理約一萬呎貨倉，但有五名老職員突然「跳槽」，僱主選擇建立系統，入貨可自動記錄，員工拿着讀取器檢測及搜尋存貨，「這樣較易培訓新人，只一兩天就可以，以往依靠人始終變數大，科技令人更容易被替代。」

中原人力資源顧問公司董事總經理周綺萍指出，目前大多零售店鋪面有一至兩成人手不足，有關技術足以彌補人手需求，於貨倉管理尤其有用，「現時人工貴，請人難，流失率又高，科技相對員工穩定，不會致流失生意。」

她站在僱主立場，聘請一名售貨員年薪約十二萬元，若有關裝置低於此數額，已經值得安裝了，而收集到的資料有助入貨、貨品設計及營銷。

面孔偵察裝置 鑑貌賣廣告

不少零售商鋪會收集客戶數據，有公司研發利用鏡頭檢測及記錄有多少人停駐，以便安排貨品的擺位促銷，同時透露面孔偵察，分析顧客性別及年齡層，以播放不同類型的廣告；現正研究加入互動遊戲，例如對鏡頭笑會得到十元優惠券等，未來數月將與商場合作，在商場內放置多台裝置，吸引人流同時，亦可收集客戶數據。

Cenique創辦人及行政總裁孫樂軒指出，「網上購物有點擊率可供參考，實體商店卻難以有記錄，因售貨員即使記得多少人客步入店內，亦不能清楚記錄其性別及年齡層，但有關資料卻有助日後營銷。」因此他兩年前研發一個裝置，偵測兩米距離內的面孔，並記錄其性別及年齡層，了解店鋪或貨架吸引力，又可將鏡頭收藏於廣告硬照後計算其成效，甚至就偵察到不同途人，播放不同類型的廣告，例如偵察到是男性，會播放啤酒廣告等。

對鏡頭笑有十元優惠

但他考慮到私隱問題，強調不會儲存有關影像，只會記錄低有關性別及其估算屬於老中青年齡層數據，現在十個城市如墨西哥、美國、杜拜等均有客戶，收集資料後安排貨品的擺法、位置促銷，大型零售店亦可知哪個品牌較受注目，但香港暫時未有客人，他指推廣時最困難是港客戶普遍未知得到資料有何用。

現時系統準確度達七成，下一步他除了要提高準確度，研究望加入更多功能，例如設定遊戲、對鏡頭笑會得到十元優惠券等，吸引更多人購物，未來數月將與商場合作，在商場內七個不同地點放置有關裝置，而本港時裝店將是他的目標客戶。

記者 羅嘉凝