機器人住進你家 最快明年成真

經濟日報 記者尹慧中／台北報導

2017-02-20

軟銀（SoftBank）情感機器人 Pepper在全球商用市場快速推廣，主要是金融以及電信 、 零售服務新需求 。 至於消費市場，業界研判，要再等等 。 主要是智慧家庭 、 物聯網裝置連網規格與技術的成熟度，研判 2018年至 2019年才有望普及至消費端 。

先前市場研判，沛博科技最快將在今年協助 Pepper推向消費者市場，但市調數據顯示，台灣商用服務機器人需求仍強於消費應用，至於消費端部分以 25歲至 34歲使用者與機器人互動占最大宗，且期待連結智慧家庭功能 。

沛博科技商務暨應用開發總監林秀明指出，機器人在消費市場的發展將跟隨智慧家庭發展成熟度，當接受度提高 、 開發者生態圈擴大，對於機器人進入消費市場才有幫助 。

情感機器人 Pepper目前優先任務仍是協助企業，林秀明指出，目前在台灣推廣半年左右 、 商用主要包含公關 、 銷售自動化 、 服務自動化等三大方向，未來將進一步強化更細緻的與人機互動過程，絕非僅單純迎賓，這也需要更多開發商加入 。

林秀明也舉例， Pepper將隨著企業用戶資料庫 、 數據累積成長 。 好比 Pepper不只能說多國語言，也能扮演手語翻譯人員，當消費者前往店鋪購買物品時 、 Pepper能辨識手勢，協助消費者發聲等 。