



公司简介
2026.09

让 AI 智能体 走进实体空间。

我们的智能体能看、能听、会判断，并通过所连接的软件和机器去行动。

我们打造智能体， 而不是机器人。

FoodLink System 是一家 AI 智能体公司。我们的智能体叫 Pip。

大多数人都用过聊天机器人。智能体和它不一样。

聊天机器人

等人来问

用文字回复

照着脚本走

出错只是说错一句话

智能体

主动察觉，主动开始

通过工具行动

自己选择下一步

出错就是一张真实订单

Pip 能看见现场，能听，会判断下一步做什么，再通过所连接的软件和硬件去执行。

Pip 在真实空间里工作，而不只是在屏幕上。在真实空间里当智能体，难度更高。

机器人只是 Pip 可以使用的一种机身。机身可以更换，智能体才是产品。

FOODLINK SYSTEM 我们打造并部署智能体。



机身

FL1
已在客户门店使用

FL2
开发中

其他形态
固定屏幕及其他机身

- 机身可以换，智能体始终不变。

在真实空间里， 光靠语言不够。

顾客指着东西说“这个”。在屏幕上，这句话毫无意义；在真实空间里，意思一目了然。

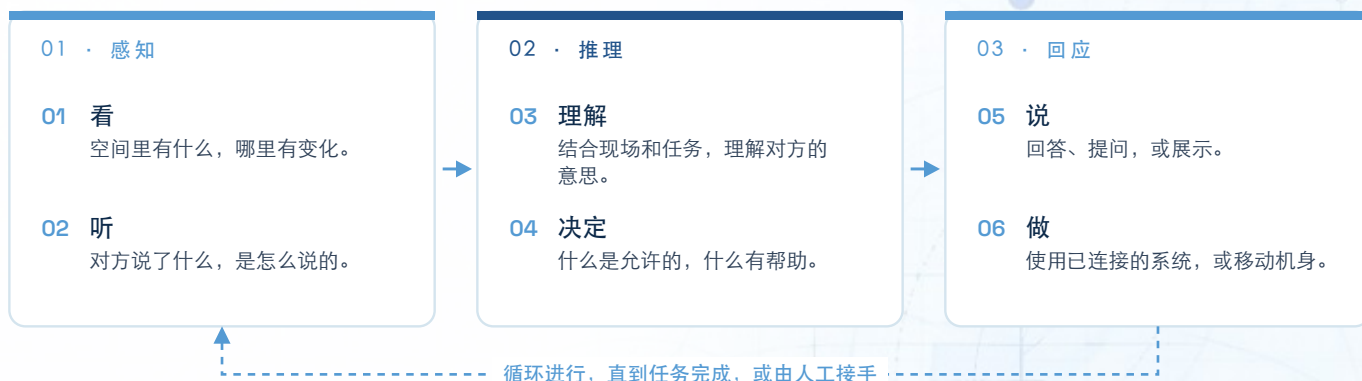
Pip 同时读取摄像头画面和对话内容，弄清对方的意思，再决定怎么做。

这项功能目前已在实际运行。Pip 用看到的画面来做决定，而不只是用来移动。

真实空间的三个要求

- | | |
|-----|-------------------------|
| 速度 | 站在面前的顾客，不会等你三秒。 |
| 实时性 | 智能体还在思考时，现场已经在变化。 |
| 后果 | 它的行动会下真实的订单，也会让真实的机器移动。 |

运作循环



两种速度

大多数时候不需要推理。Pip 察觉到有人走近，不用调用模型就能打招呼。招呼必须在顾客走开之前送到。

现场给 PIP 的信息



- 每一步都在门店设定的范围内进行。

我们把您的生意 装进智能体。

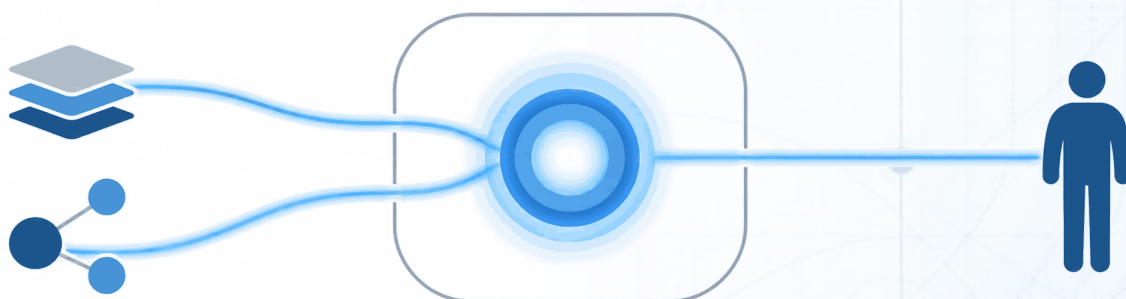
Pip 一开始并不了解您的生意，由我们把它装进去。

以一家美发沙龙为例。我们输入了公司故事和四家分店的营业时间，加入了每项服务、所需时间，以及价格如何随头发长度变化。我们设定了它推荐哪些服务、哪些服务绝不报价，也设定了它绝不讨论的话题。我们给了它一位负责接手的人员。它会引导顾客预约，但从不代为预约。

这就是一次部署。

我们配置什么

运作边界 — 每家门店各自设定



知识 卖什么，收多少钱。

工具 可以使用哪些系统。

权限和限制都设在这条边界上。

Pip 为这家门店配置。

转交 什么时候由人工接手。

权限 可以做什么、说什么。

- ✓ 推荐我们选定的服务
- ✓ 为这些服务报价
- ✓ 说明每项服务所需时间
- ✓ 引导顾客预约
- ✓ 转交给一位指定人员

限制 绝不能做、绝不能说的事。

- 为我们排除的服务报价
- 讨论我们排除的话题
- 新增或更改任何预约
- 回答超出已输入资料的问题
- 在其他事情上代表门店发言

- Pip 的限制是刻意设定的。正是这些限制，让它可以安全地面对顾客。

Pip 现在能做什么。

我们把已经在运行的功能和正在开发的功能分开。部署只使用第一类。

已在客户门店运行

看	察觉有人走近 看懂一桌：菜品、用餐进度、人数	用摄像头画面来做决定
听和说	能用多种语言交谈	根据门店核准的资料回答
决定	根据 POS 决定何时到访每一桌 会推荐，被拒绝就停	在设定环节把顾客转交给员工
行动	用二维码邀请顾客写 Google 评价 玩猜谜游戏、唱歌、跳舞 经顾客同意，用照片预览发型	把确认的订单送进 POS 切换屏幕内容，并指挥机身

开发中

正在开发	老板通过聊天自行设置	在现有两款之外支持更多机身
------	------------	---------------

屏幕上的 PIP 显示在 FL1 下方的触摸屏上。



等待中



聆听中



说话中

- Pip 使用第三方的语言模型和语音模型。我们负责打造模型之外的一切：门店设置、限制、工具和人工转交。

机身是一种选择， 不是产品本身。

FL1 是 Pip 在客户门店使用的机器人，底盘来自 OEM 合作伙伴。底盘之上的一切都由我们打造：智能体、系统对接和部署。

Pip 也在 FL2 上运行，这是第二款开发中的底盘。智能体相同，机身不同。

Pip 的设计不以机器人为前提。它只需要能看、能说，再加上可以控制的东西。



图 1 / FL1



图 2 / FL2

机身

FL1

目前已在客户门店使用。

FL2

开发中，已可运行。

其他形态

固定屏幕及其他机身。规划中。

- 我们不是机器人公司，也不绑定某一款机器人。图 1 和图 2 是真实的 FL1 和 FL2 机器，拍摄场景仅作参考，并非客户门店。

先吸引注意， 再带出下一步。

没人和它说话时，Pip 播放门店的宣传内容，机身上放着主推商品。

有人停下来时，Pip 会主动开始对话。它了解宣传内容，也知道机身上放着什么，所以能谈顾客正在看的东西，再推进到门店设定的下一步。

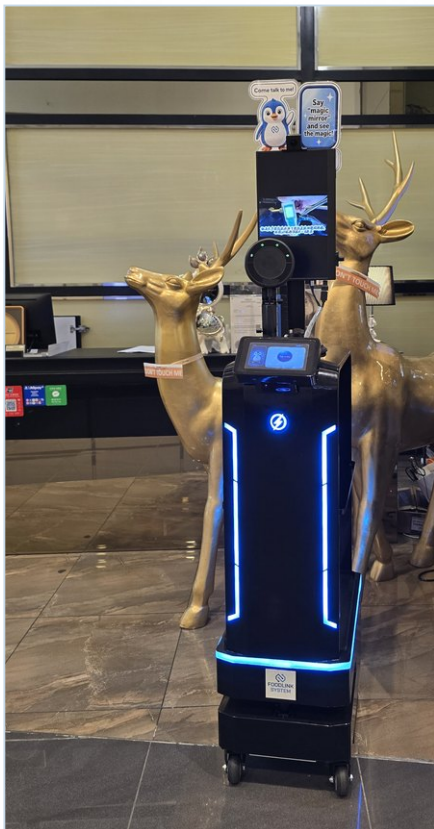


图 1 / 宣传

没人和它说话。上方播放门店的视频，Pip 在下方等候。

Toyako, 2026年9月4日



图 2 / 机身

置物架上放着门店主推的商品。

Toyako, 2026年9月4日

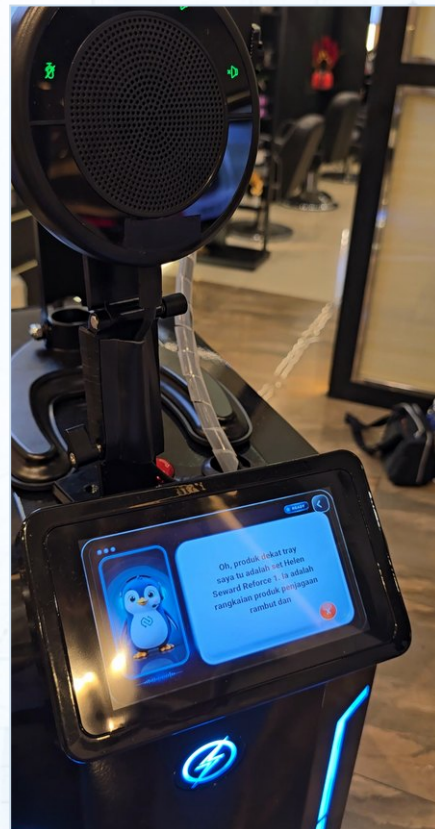


图 3 / 对话

被问到托盘上的东西时，Pip 说出了商品套装的名称。它用马来语回答。

Toyako, 2026年9月1日

四种成果

- 顾客没开口要的推荐
- 在顾客满意的那一刻邀请评价
- 会播放、也能回答相关问题的宣传
- 记录顾客问过什么、拒绝了什么

- 由门店决定 Pip 可以做其中哪几项。

发生了什么，客人问了什么。



老板不必等报告。仪表板会显示机器人做了什么，以及客人问了 Pip 什么。

图 1 / 酸小七（诗巫）

Google 评价数量的变化。虚线是 5 月 22 日，机器人从这天开始邀请顾客写评价。

读数设在 8 月 25 日。当天新增五条评价，全部五星。

不需要员工整理，数据会自动更新。

图 2 / TOYAKO 2026 年 9 月 5 日。一段对话的摘要。Pip 先说明，再把预约交给员工。

GUEST CONVERSATION

5:29 pm

Transcript fallback Positive 3m 41s Needs follow-up

SUMMARY

The guest inquired about the Carbonated Head Spa service at Toyako Salon. The assistant explained the benefits of the service, including deep cleansing and scalp refreshment. The guest also asked about the hot stone treatment, and the assistant provided details on the process and pricing. The guest expressed interest in booking, but the assistant clarified that they cannot make bookings and advised the guest to speak with the salon team.

Carbonated Head Spa Hot Stone Treatment Service Pricing Booking Assistance

View conversation details

What Pip helped with

- ✓ Explain Carbonated Head Spa benefits
- ✓ Describe the hot stone treatment process
- ✓ Provide pricing information
- ✓ Clarify booking limitations

Outcomes

- ✓ Guest received information about head spa services
- ✓ Guest was informed about the inability to book directly
- ✓ Guest was advised to contact the salon team for booking

Follow-up needed

UNRESOLVED ITEMS

- ✓ Booking the service

FOLLOW-UP ACTIONS

- ✓ Guest to contact Toyako Salon team for booking

- 实时仪表板，截取于 2026 年 9 月 13 日。原始录音和对话文字保留在机器人上。

每一桌它都了解， 就像一位好服务员。



酸小七是砂拉越诗巫的一家酸菜鱼餐厅。我们把 Pip 接上了餐厅的 POS 系统。

Pip 知道每一桌点了什么、什么时候点的。它会自己决定何时到访每一桌，以及到了之后做什么。

在每一桌

1 知道点了什么

Pip 从 POS 看到每一桌的菜品和下单时间。

2 察言观色

开口之前先观察：桌上的菜、吃到哪一步、有几个人、大概的年龄层。

3 选对时机

然后邀请写评价、开始猜谜游戏，或为生日唱歌跳舞。

不是固定台词

Pip 不会重复同一段固定台词。每次到访都配合眼前这一桌，所以感觉真实、贴切。它把每一桌、每一位顾客分开对待。一般的聊天机器人做不到。

在酸小七 摄于2026年5月24日。



图 1 / 到桌

Pip 到访一家人的餐桌。
2026年5月24日



图 2 / 评价

一位顾客扫描评价二维码。
2026年5月24日



图 3 / 欢乐时刻

一个女孩用手机拍下 Pip。
2026年5月24日

● 2026年8月24日至28日的量化结果，见下一页。

我们量化了什么， 又是怎么算的。



部署记录告诉我们发生了什么，但不一定能告诉我们原因。

3.75×

Google 评价收集速度提升

每天新增 6.0 条评价，前一周为 1.6 条，增加了 275%。

+0.57

Google 评分提高

门店的 Google 总评分从 4.14 升至 4.71（满分 5 分）。

99.2%

到桌成功率

132 次评价到访中有 131 次成功到桌。另有 5 次由员工取消，另行计算。

解读范围

较高的评价收集速度记录于8月24日至28日这一周。这些对比无法证明 Pip 是唯一原因。营业额、回头客和潜在客户质量需要另外衡量。

统计方法

到桌	同一桌的一次到访只算一次。如果重试后无需员工协助就到达该桌，这次到访算作成功。成功率 = 成功 ÷ (成功 + 失败)。
评价	门店 Google 页面上每天的新增评价。8月24日至28日，对比前一周相同的五个工作日。
评分	门店 Google 页面上的总星级评分，前后对比。
数据来源	FoodLink 仪表板记录（马来西亚时间），汇总于 Pip 运营表现报告。



图 1 / 酸小七（诗巫）
高屏播放门店自己的美食宣传。
摄于2026年5月21日。

- 酸小七（诗巫）。评价收集速度：2026年8月24日至28日。数据来源：Pip 运营表现报告、仪表板记录和门店 Google 页面。

美发沙龙没有餐桌， 也没有食物。



图 1 / TOYAKO 机器人在沙龙门口。

2026年8月30日

Toyako 是柔佛州的连锁美发沙龙。Pip 用双语和顾客交谈沙龙的服务。

顾客说明想要的效果，并用手机展示发型参考图。Pip 在同一段对话里，把图片和核准的服务资料对上。之后由发型师接手咨询和预约。

我们还为 Toyako 打造了魔镜（Magic Mirror）。顾客说出“magic mirror”并选一款发型，Pip 就会拍照，让顾客看到自己换上新发型的样子。

这里完全不像餐厅，这正是它的意义所在。



图 2 / 店内
有人停下来和 Pip 说话。屏幕上显示一款护发产品。
2026年9月1日

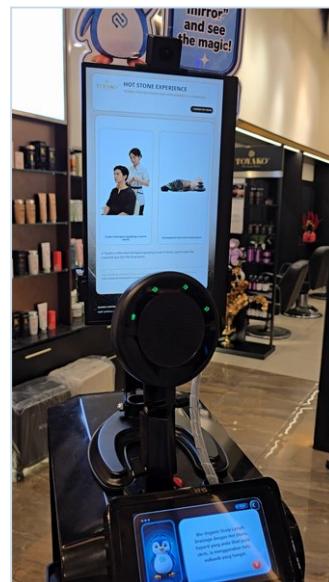


图 3 / 介绍服务
Pip 介绍热石头皮护理：“正如您在屏幕上看到的，它使用温热的火山石。”
2026年9月1日

- 照片摄于 Toyako。Pip 的回答译自马来语。此为定性的部署证据，不宣称带来销售或预约增长。

我们需要教会它什么。



美发沙龙不是缩小版的餐厅。Pip 能说的每一句话，都必须先输入，并设定界限。

配置内容

- 公司故事，以及营业时间各不相同的四家分店
- 每项服务，以及各自所需的时间
- 价格如何变化，以及哪些服务绝不报价
- 绝不讨论的话题
- 一位负责接手的人员，以及“只引导预约、绝不代为预约”的规则

魔镜 MAGIC MIRROR 我们为 Toyako 打造的功能。拍摄于沙龙内的一次测试。

1 说出口令

顾客说 “magic mirror” 即可开始。

2 选择发型

十二款发型，或用手机里的照片。

3 拍照

经顾客同意，Pip 拍照并换上所选发型。

4 看新造型

用二维码保存照片。价格由发型师确认。



图 1
标牌提示顾客该说什么。
2026年9月5日

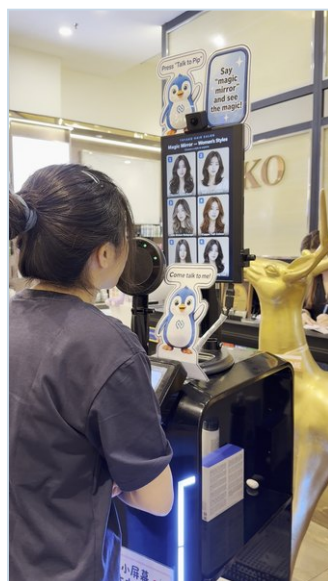


图 2
测试人员在触摸屏上选择发型。
2026年9月5日



图 3
Pip 倒数，然后拍照。
2026年9月5日



图 4
新造型，附上可保存的二维码。
2026年9月5日

- 此处只展示结构。不公开 Toyako 的价格和员工姓名。

每个场所，都有专属 Pip。 工程师从头跟到尾。

没有两个场所需要一模一样的 Pip。餐厅要的是评价和回头客，美发沙龙要的是咨询和预约。我们围绕每个场所真正能赚钱的地方来打造 Pip。

从第一次到访到交出成果，我们的工程师都和您一起做。我们不会把机器人送到就走。

一般服务机器人

每个场所功能都一样

固定台词和固定画面

由经销商接听支持电话

自己摸索怎么办

PIP + 我们的工程师

围绕每个场所的目标打造

看懂每一桌、每一位顾客

我们的工程师直接支持您

和您一起规划并执行推广活动

从头到尾

- | | | |
|---|--------|------------------------|
| 1 | 了解场所 | 门店怎么运作、来的是什么客人、什么能赚钱。 |
| 2 | 设计使用方案 | 评价、猜谜、加购推荐或魔镜，选最合适的。 |
| 3 | 对接与输入 | POS、菜单或服务项目、价格、规则和限制。 |
| 4 | 现场上线 | 我们的工程师在门店安装并测试 Pip。 |
| 5 | 优化与汇报 | 我们持续观察成果，不断改进 Pip 的表现。 |

我们的客户门店



酸小七 (诗巫) 餐厅

接入 POS。Pip 到访每一桌，邀请评价、玩猜谜、庆祝生日。



Toyako 美发沙龙

输入了每项服务及其限制。魔镜发型预览。预约由发型师负责。



Uncle Five Coffee 咖啡店

Pip 邀请顾客写 Google 评价，推广甜点、饮料和门店的社交媒体。

- 每个场所都由我们的工程师亲自部署和支持，不经经销商。

同一个智能体，不同的空间。

美发沙龙证明了 Pip 不必局限于餐厅。每个新空间都需要同样的四样东西。

每个空间都需要

- 1

能看的
能察觉有人走近的摄像头
- 2

能说的
麦克风、扬声器和屏幕
- 3

能回答的知识
门店的服务、商品和规则
- 4

能行动的工具
宣传、订单，以及转交给员工

已验证 餐厅 · 美发沙龙



餐厅
酸小七（诗巫）
2026年5月24日



FL1 美发沙龙
Toyako
2026年8月30日

FL1

正在推进 AI 生成的示意图，并非实际部署。



FL1 酒店大堂
接待、指路和解答住客问题



FL1 超市
走道促销、解答商品问题



FL2 零售卖场
商品导购与促销



FL2 购物中心
指路和商场促销



FL2 活动展会
产品演示

● 照片摄于酸小七（诗巫）和 Toyako。我们正在推进的五个空间，是根据 FL1 和 FL2 的照片用 AI 生成的示意图，并非实际部署。

Pip 保留什么，不保留什么。

Pip 需要看见现场才能工作，但不需要记住谁来过。

它看到和听到的内容如何处理

人脸检测

察觉有人走近、有几个人以及大概的年龄层，让 Pip 知道该怎么说话。它不会识别任何人的身份。

原始录音

在机器人上保存两天，之后自动删除。

顾客反馈

负面反馈存储在本地，方便门店跟进处理。正面反馈不存储。

跨次到访记忆

未启用。

它用什么看和听

FL1 摄于 Toyako, 2026年9月4日。



图 1 / 摄像头

一个小摄像头装在高屏顶部、立牌下方。



图 2 / 麦克风和扬声器

这个圆形装置负责聆听和说话。

- 这些限制写进了软件本身，而不只是写在政策里。

由机器人工程师打造， 在真实门店中 打磨成形。

我们最初的构想是一套完整的餐厅系统，机器人是其中一部分。我们用机器人推广周边商品、邀请顾客写 Google 评价。它很吸引目光，但顾客对固定的信息视而不见。

真正让人停下来的，是问一个问题并得到有用的回答。所以我们打造了一个智能体，把它看到、听到的内容，和它能使用的工具连接起来。

Lee Yee Sien 和 Nelsen Edbert Winata 都是董事，也都是机器人软件工程师。我们亲自打造智能体、对接工具，并参与部署。

公司资料

公司名称	FoodLink System Malaysia Sdn. Bhd.
注册号	202401017314 (1563164-U)
成立	2024
总部	马来西亚柔佛州士古来
市场	马来西亚、新加坡和印度尼西亚
销售方式	每个场所都由我们的工程师部署，不经经销商。



图 1 / 起点 — 早期现场部署



图 2 / FOODLINK SYSTEM 团队

- FL1 采用 OEM 合作伙伴的底盘。我们负责打造智能体、系统对接，以及围绕底盘的部署逻辑。

从吸引注意到促成行动， 就在您的门店。

Pip 帮助您的顾客找到商品、得到解答，并迈出下一步。它会和顾客交谈、在屏幕上展示内容，并通过您的系统在门店里执行操作。

洽谈部署。

从一个互动开始

先挑一个您想改善的顾客互动。直接和我们的机器人软件工程师聊聊您的门店、顾客常问的问题，以及您希望 Pip 采取的行动。

我们一起选定一个有用的首个任务，再确认内容、需要对接的系统，以及门店的需求。

工程团队直接联系

WhatsApp

+60 17-725 6890

电邮

foodlinksystem@gmail.com

网站

www.foodlinksystem.com

服务马来西亚、新加坡及印度尼西亚。

FoodLink System Malaysia Sdn. Bhd.

实体空间 AI 智能体 · 机器人软件工程