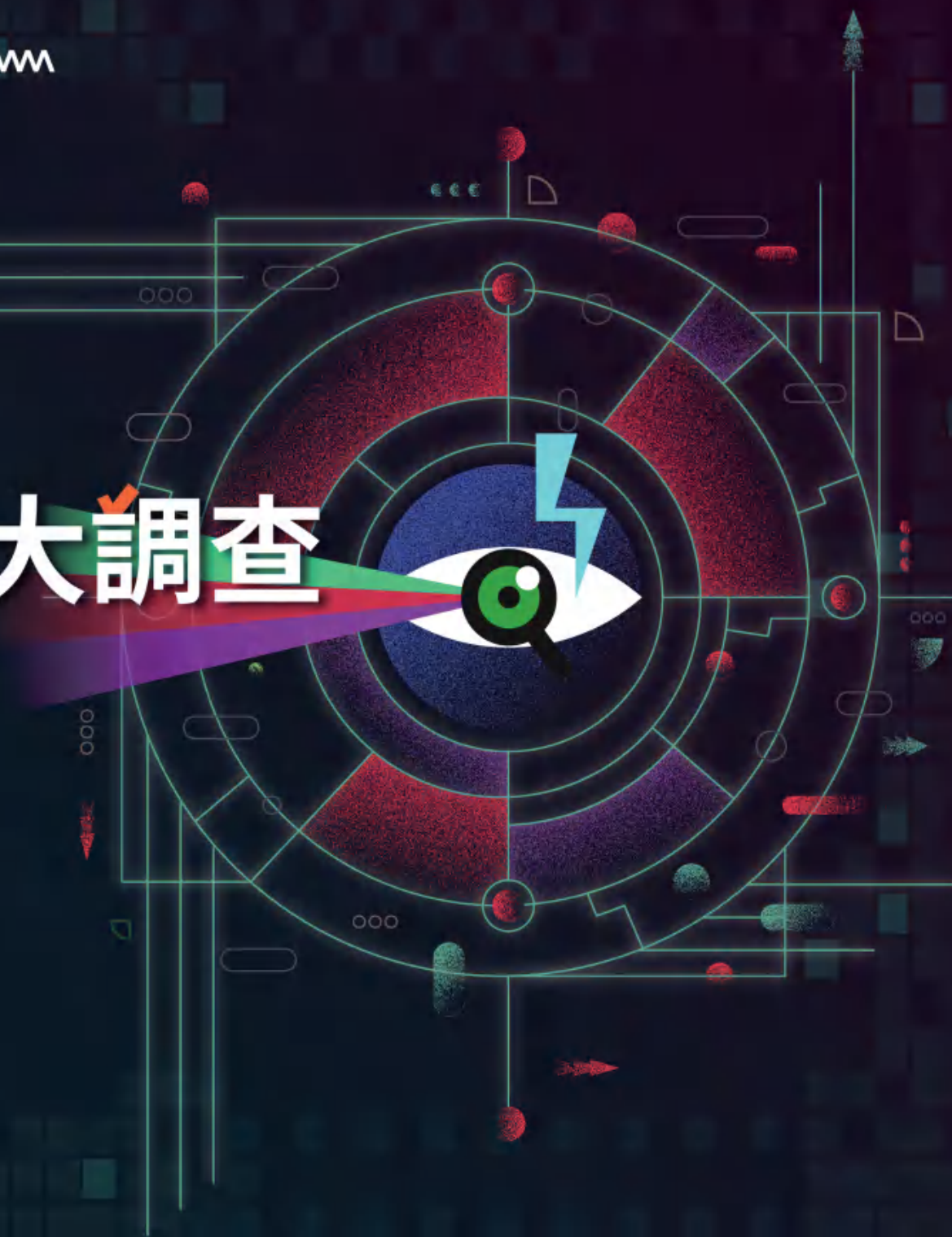


# 2026 台灣產業AI化大調查

## AI 普及後的新賽局



# 前言

## 當 AI 成為標配，真正的競爭才剛剛開始

自 2025 年起，全球政經局勢在動盪中重塑，台灣憑藉 AI 晶片與伺服器供應鏈的核心地位，在波詭雲譎的國際賽局中，拉出了一道令人矚目的經濟長紅。然而，身處產業最前線的我們深知：當 AI 已從「選配」轉為「標配」，一場前所未有的新賽局，正在悄然改寫競爭的遊戲規則。

過去數年，企業熱議的是「要不要做 AI」；而 2026 年的調查結果告訴我們，那個問題已然過時。生成式 AI 工具的快速普及，極大化地降低了技術門檻，AI 應用正式進入野蠻生長的時代。AI 不再是少數企業的秘密武器，而是如同網路一般的基礎建設。但伴隨普及而來的，並非全面轉型的成功，而是產業內部日益擴大的「價值斷層」。

我們看見了兩極化的分歧：領先者已跨越單點測試階段，進入規模應用，思考的是如何透過 AI 優化決策、重塑商業模式，並在資源限制下建立穩健的治理框架；落後者則仍深陷數位基礎建設不全、人才媒合失準，以及無法精準定義核心痛點的困境之中。這道差距，早已超越技術層次，本質上是企業體質與轉型策略位階的根本區別。

正如創新傳佈理論所揭示的，一項新的概念、技術或產品，要在一個社會系統中散播開來，需要一定的時間和條件，關鍵在於「採用者」。理論中將新事物採用者分為五群，分別是創新者 (2.5%)、早期採納者 (13.5%)、早期大眾 (34%)、晚期大眾 (34%)，以及落後者 (16%)。如果

早期大眾出現了，就代表這項創新已經進入主流市場，正式普及了。

今年的調查數據與專家訪談共同指向一個重要訊號：台灣產業 AI 化，似乎已突破「知道卻做不到」的瓶頸，早期大眾正在浮現。這是一個歷史性的跨越，也是我們必須正視的分水嶺時刻。

本年度《產業 AI 化大調查》延續「Unknowing AI」(AI 認知缺乏)、  
「Conscious AI」(AI 認知覺察)、「Ready AI」(AI 導入準備)、「Scaling AI」(AI 規模應用) 四階段導入分類架構，並維持「經營策略」、「人才培育」、「技術應用」三大面向，以利與前幾年數據進行縱向比對，支持長期觀察的研究價值。與此同時，今年的調查方法亦進行了重要優化：填答者背景的識別更加精確，檢測方式也導入更具理論基礎的設計，確保信度與效度均符合學術標準。

面對今年數據所呈現的顯著躍升，我們誠摯希望這份報告，能成為企業直面轉型深水區的羅盤。不只幫助台灣企業跟上 AI 普及的巨浪，更重要的使命在於協助企業看清這道分水嶺，帶領台灣產業從供應鏈核心，躍升為 AI 價值應用的全球領航者。

# 目錄

## 前言

### 01. 產業 AI 化程度如何評量

---

構成 AI 化指數的三大基準	5
AI 化分級定義與判斷標準	6

### 02. 2026 台灣產業 AI 化現況

---

AI 化指數與三大面向整體表現	8
AI 化指數深度解析	14

### 03. 產業洞察與分析

---

台灣產業 AI 發展四大階段	24
領先者與落後者圖像	26

### 04. 結論與建議

---

2026 趨勢洞察	45
五大建議(行動路徑)	52

### 附錄

---

調查方法與執行說明	56
受訪企業基本輪廓	56



# 01

## 產業 AI 化程度如何評量

- 構成 AI 化指數的三大基準
- AI 化分級定義與判斷標準

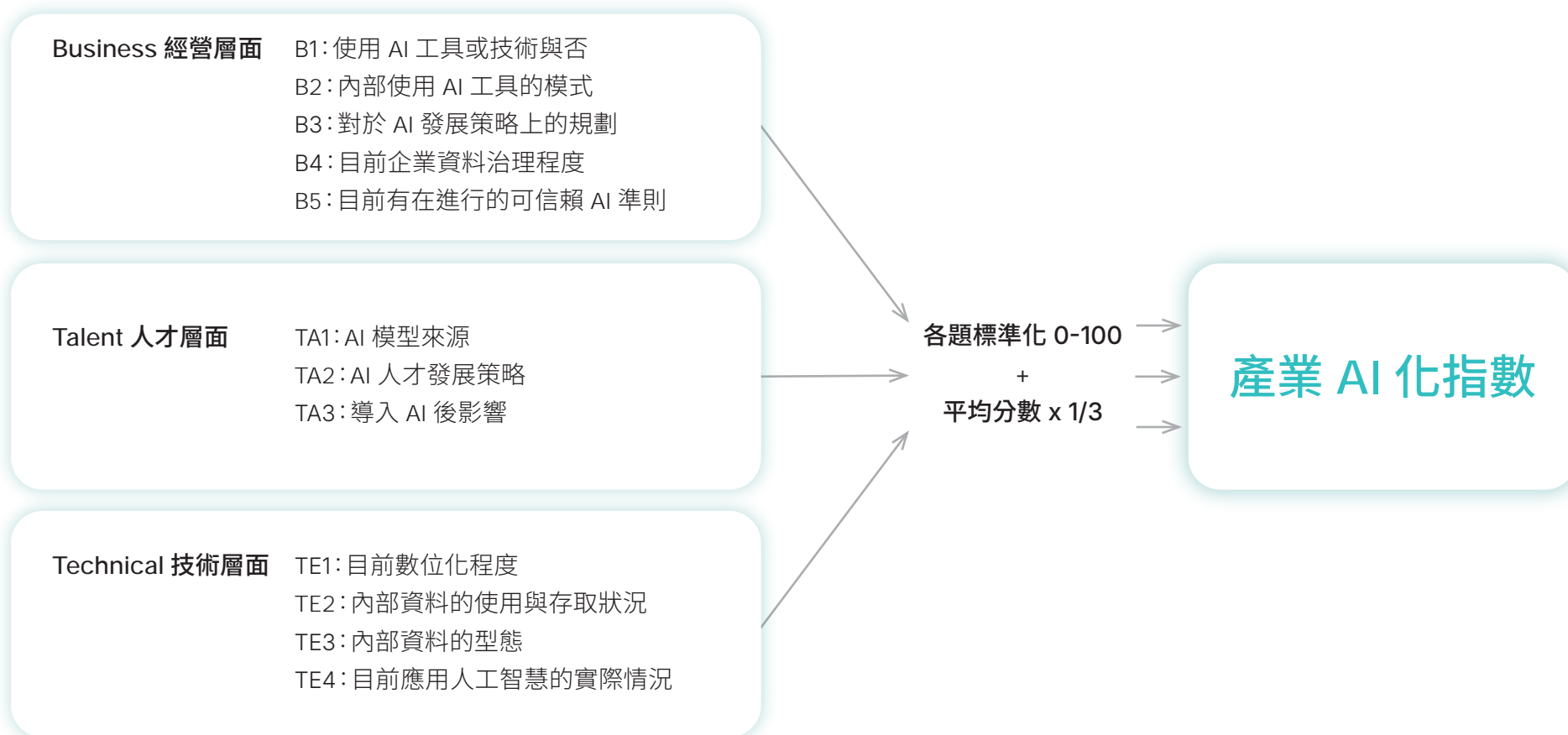
## 產業 AI 化程度如何評量

## 構成 AI 化指數的三大指標

台灣產業 AI 化大調查中的「AI 化指數」主要是參考了國際相關文獻與分類建議，將企業的 AI 應用能力劃分為經營層面 (Business)、人才

層面 (Talent) 及技術層面 (Technical) 三大指標來進行評估。

三大層面的具體評估細項如下：



## 台灣產業 AI 發展四大階段

## AI 發展四大階段分級定義說明

台灣產業 AI 化大調查依據企業的 AI 指數得分，將企業的 AI 發展階段由初階到成熟劃分為以下四個等級

Unknowing 與 Conscious 屬於「0 到 1」的摸索期，企業尚在建立認知與評估可能性；Ready 與 Scaling 則進入「1 到 N」的規模化擴展期，AI 應用從點狀試驗走向全面落地。

這四個階段可視為企業推動 AI「從 0 到 1 到 N」的完整發展歷程：

分級	說明
Unknowing AI	企業對 AI 的認識仍處於初期階段，多數員工可能聽過人工智慧，但缺乏相關知識，也不清楚 AI 的應用方式。
Conscious AI	企業已具備基礎的 AI 知識，並對 AI 的能力與限制有初步了解，但仍處於觀望與評估階段，尚未開始實際應用。
Ready AI	企業已對 AI 應用有一定認識，並具備明確的 AI 發展目標，可能正在進行 AI 專案的試驗與導入。
Scaling AI	企業不僅擁有 AI 技術與知識，且能夠成熟運用 AI 於不同專案，實現 AI 規模化應用，推動業務創新與優化。

統計方法：採 AI 指數進行「集群分析」(Cluster Analysis) 中的 K 平均數 (K Means) 集群分析法

備註：「集群分析」依據樣本之間共同屬性，將比較相似的樣本聚集在一起，形成集群 (cluster)。通常以標準化後的距離作為分類的依據，相對距離愈近，相似程度愈高，分群之後可以使得群內差異小、群間差異大。2026 年分群標準係依據 2022 年集群分析的各群分數區間，以利在同一標準下進行跨年度比較。



# 02

## 2026 台灣產業 AI 化現況

- AI 化指數與三大面向整體表現
- AI 化指數深度解析

2026 台灣產業 AI 化現況

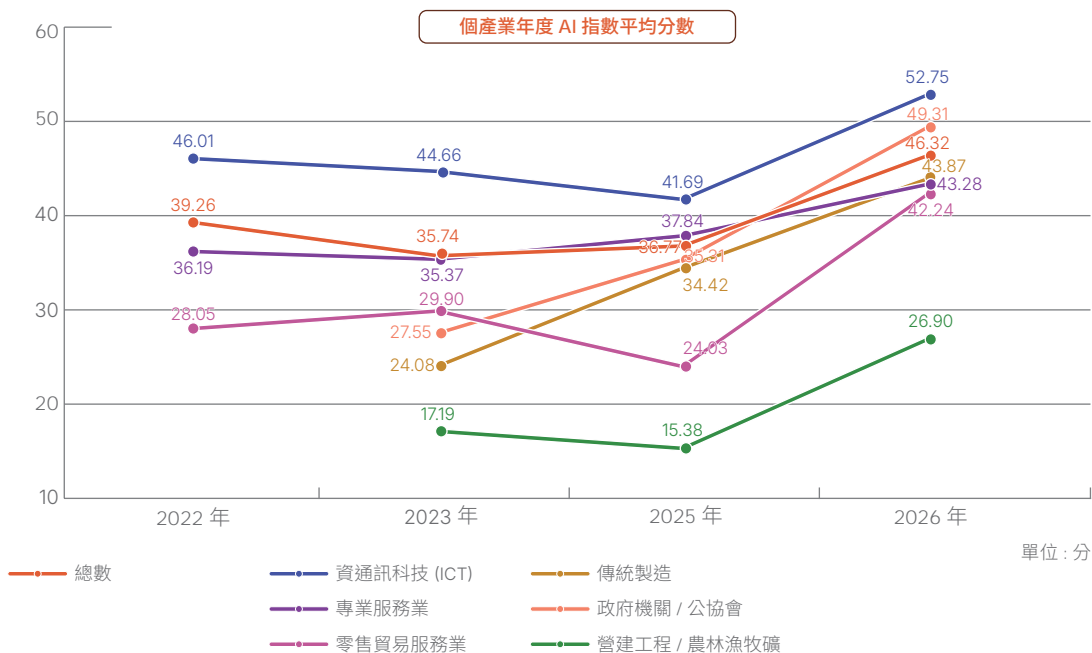
# 生成式 AI 工具普及，推動 AI 指數大幅躍升

「AI 化指數」是以經營 (Business)、人才 (Talent)、技術 (Technical) 三大層面做為評估維度，系統性衡量企業 AI 導入成熟度。

根據人工智慧科技基金會 2026 年最新調查，整體 AI 指數呈現爆發式躍升，反映出企業對 AI 應用的認知已顯著深化。數據顯示，高達 85.8% 的企業計畫在 2026 年導入或擴大應用 AI 技術。這波指數增長的核心動能來自生成式 AI 工具的快速普及，隨著取得成本逐年下降、操作門檻持續降低，AI 應用不再侷限於技術部門，而是逐步擴散至各層

級的日常工作流程中。

進一步分析各指標表現，技術層面平均分數 50.63，為三大層面中最高，顯示企業在基礎設施建置上相對積極投入。經營層面 (48.61) 的成長則體現企業在策略佈局與投資意願的同步轉強。然而，人才層面 (39.73) 表現相對滯後，與前兩項指標存在顯著落差。顯示人才培育與 AI 職能發展仍是當前企業在深化 AI 應用上亟待突破的缺口。



AI 指數平均分數	46.32
Business 經營面向平均分數	48.61
Talent 人才面向平均分數	39.73
Technical 技術面向平均分數	50.63

單位：分

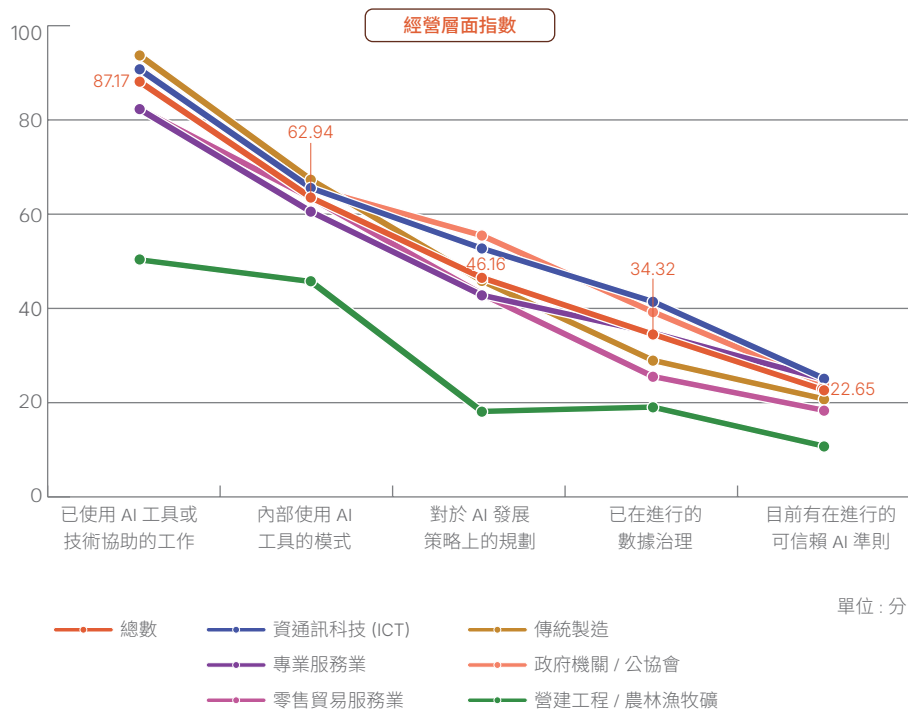
AI 化指數與三大面向整體表現

## 經營層面：戰略願景與治理實務的斷層

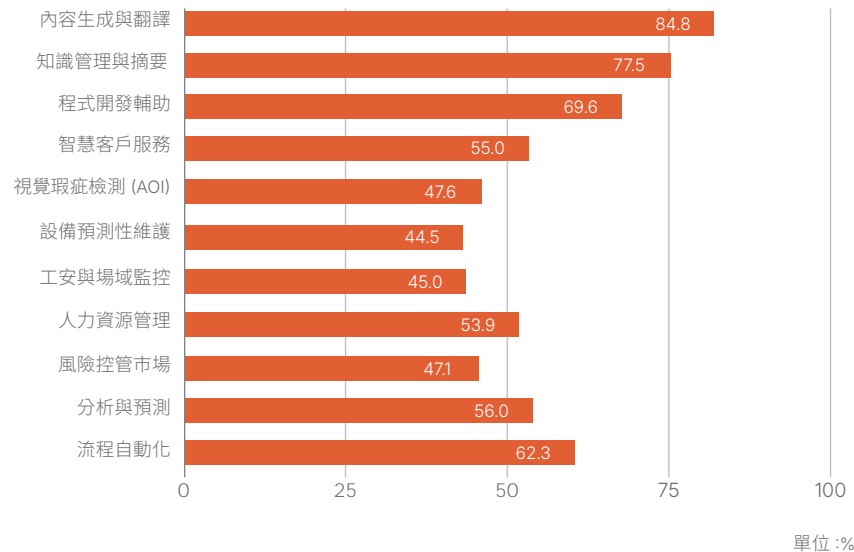
### 轉型意識覺醒：經營面分數顯著提升

台灣企業對 AI 轉型的急迫感於今年顯著提升，建立 AI 發展戰略已成為企業共識，進而帶動「經營策略 (Business)」面向分數大幅增長。然而，深入分析顯示，目前的轉型現況多處於「具備願景，但缺乏具體發展藍圖 (Roadmap)」的階段。這種僅具方向感卻缺乏執行導航圖的落差，已成為阻礙轉型落地的首要挑戰。

受惠於生成式 AI 門檻降低，各產業應用 AI 輔助日常工作的比例大幅提高。在已導入 AI 的企業中，應用場景高度集中於內容生成與翻譯、知識管理與摘要、程式開發輔助等領域。雖然工具層面的滲透率提升，但在發展策略規劃、數據治理、以及可信賴 AI 準則等深層面向的分數依舊偏低，顯示企業的進程仍停留在工具層級，而非組織制度的系統性整合。



Q. 您的公司曾應用或目前已使用 AI 工具或技術協助以下哪些工作? (複選)



AI 化指數與三大面向整體表現

## 治理危機：隱含在「野蠻生長」下的系統性風險

隨企業 AI 工具普及率攀升，潛在的治理風險亦同步加劇。數據顯示，當前企業內部的 AI 應用與公司治理體系呈現脫軌狀態，受訪企業中已有 83% 曾應用或使用 AI 工具協助工作，然而，高達 61.8% 的企業內部 AI 應用未納入組織管控中，換言之，每十家已開始使用 AI 的企業中，超過七家的應用行為實際上脫離組織管控之外。這種在缺乏組織授權與規範下，由員工自發使用的「野蠻生長」模式，使企業核心營運資料與業務邏輯在毫無資安準則與隱私框架保護的狀態下持續外流，企業將長期暴露於資料外洩與合規威脅之中，且隨著 AI 應用規模持續擴大，治理風險亦將同步加速累積。

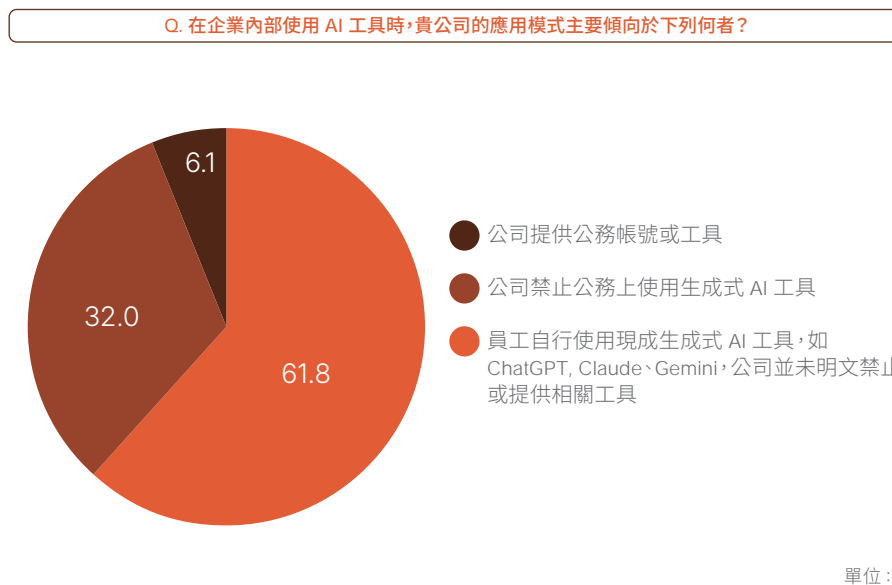
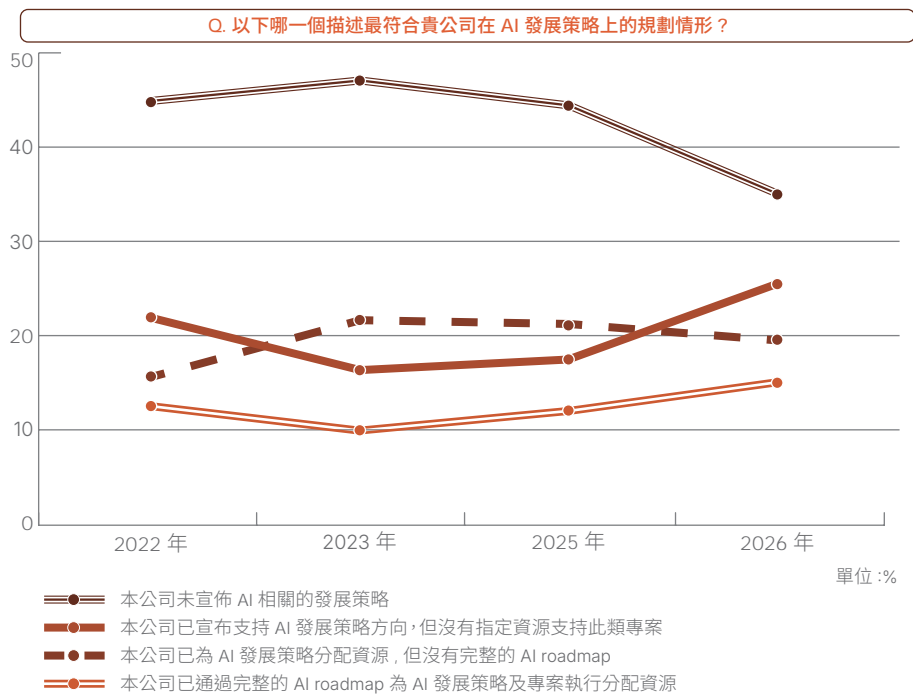
另一方面，基層員工為追求個體效率，常自發導入低門檻、便捷的非官方 AI 工具，形成所謂的「影子 AI (Shadow AI)」現象。這並非台灣獨有的困境，而是全球企業在 AI 工具快速普及浪潮下普遍面臨的治理挑戰。Shadow AI 指的是在企業 IT 部門未知、未授權的情況下，員工私自使用的 AI 工具與服務，其應用行為遊走於組織可見範圍之外，資料流向難以追蹤與管控。

這種不受控的使用模式，不僅形成資安隱憂，更為企業的長期整合埋下隱患。當企業日後試圖統一導入企業級 AI 系統以建立集中管控時，往往面臨員工因長期習慣私有工具而產生的慣性抗拒與轉移反彈，導致分散的單點應用難以有效收攏整合。一旦企業決策層意識到問題的嚴重性，治理成本已大幅攀升，修復的難度也將遠高於預防。

隨著企業跨越初階準備期，未來將進階至「擴展規模(Scaling AI)」階段，若當前基本應用尚處於失控狀態，且治理機制未能即時建立，若企業貿然引入具備更高權限的 AI Agent 將使潛在風險大幅擴增，且複雜度難以管控，恐導致組織面臨不可控的系統性危機。

AI 化指數與三大面向整體表現

## 治理危機：隱含在「野蠻生長」下的系統性風險 (續)



AI 化指數與三大面向整體表現

## 治理進程：技術領先與制度滯後的缺口

「AI 應用規範與治理」是整體治理體系中得分最低也最薄弱的一環，平均分數僅 22.65 分。儘管多數企業意識到「隱私與資訊安全」的重要性，但這主要源於外部合規壓力（如上市櫃法規要求與嚴格稽核）下的被動遵循，而非企業主動的治理意識。資安合規目前僅被視為營運底線，尚未轉化並整合為完整的 AI 治理架構。

另一方面，儘管企業多半認為資料與資安重要，卻在 AI 工具的實際使用規範上如何遵循相同原則，大部份企業幾乎處於真空狀態，形成治理斷裂的現象，而這種現象也反映在策略上，例如目前多數企業尚未考量到資源配置，應用上也將資源過度集中於雲端大語言模型（LLM），缺乏對長期營運成本與多元架構的評估。從模型來源來看，34.6% 的企業透過公有雲 API 串接，22.5% 委託 SI 廠商外部採購整合，自行開

發或部署本地模型的比例合計僅約 20%；從資源使用現況來看，公有雲（39.0%）與私有雲（41.2%）合計超過八成，邊緣／裝置上 AI 整體使用率僅 25.0%。即使在邊緣 AI 需求最為明確的應用場景中，如工業視覺瑕疵檢測（AOI）與設備預測性維護等情境中，製造業的邊緣 AI 使用比例分別僅為 24% 與 26%，顯示企業的算力配置決策與實際應用需求之間仍存在明顯錯位。

過度依賴單一外部雲端架構，將產生依賴風險，未來可能面臨高昂的轉換成本與技術架構重組的挑戰。在 AI 工具持續擴散下，企業如何既追求效能並建立應用規範，將是決定現有技術投入能否轉化為「可持續競爭優勢」的核心關鍵。

Business 6		Q. 貴公司是否針對 AI 的使用與發展，討論過以下相關使用準則？（複選）								
		隱私和資料治理	技術穩健性和安全性	保持多樣性、不歧視和公平	透明度	允許人類自主決定及監控	推動目前及未來社會和環境的福祉	問責制	以上皆無	不知道 / 不確定
2026 年		43.9%	36.4%	14.5%	16.7%	13.2%	11.8%	14.9%	18.0%	18.4%
所屬產業	資通訊科技 (ICT)	50.6%	37.9%	13.8%	16.1%	18.4%	11.5%	19.5%	14.9%	18.4%
	專業服務業	48.0%	44.0%	16.0%	16.0%	16.0%	14.0%	12.0%	14.0%	16.0%
	零售貿易服務業	32.3%	19.4%	16.1%	12.9%	9.7%	16.1%	16.1%	25.8%	19.4%
	傳統製造	41%	35%	12.80%	23%	7.60%	7.60%	10.20%	23%	17.90%
	政府機關 / 公協會	50%	60%	20%	10%	0%	0%	10%	0%	20%
	營建工程 / 農林漁牧礦	9%	18%	9%	18.10%	0%	9%	9%	36%	27.20%

AI 化指數與三大面向整體表現

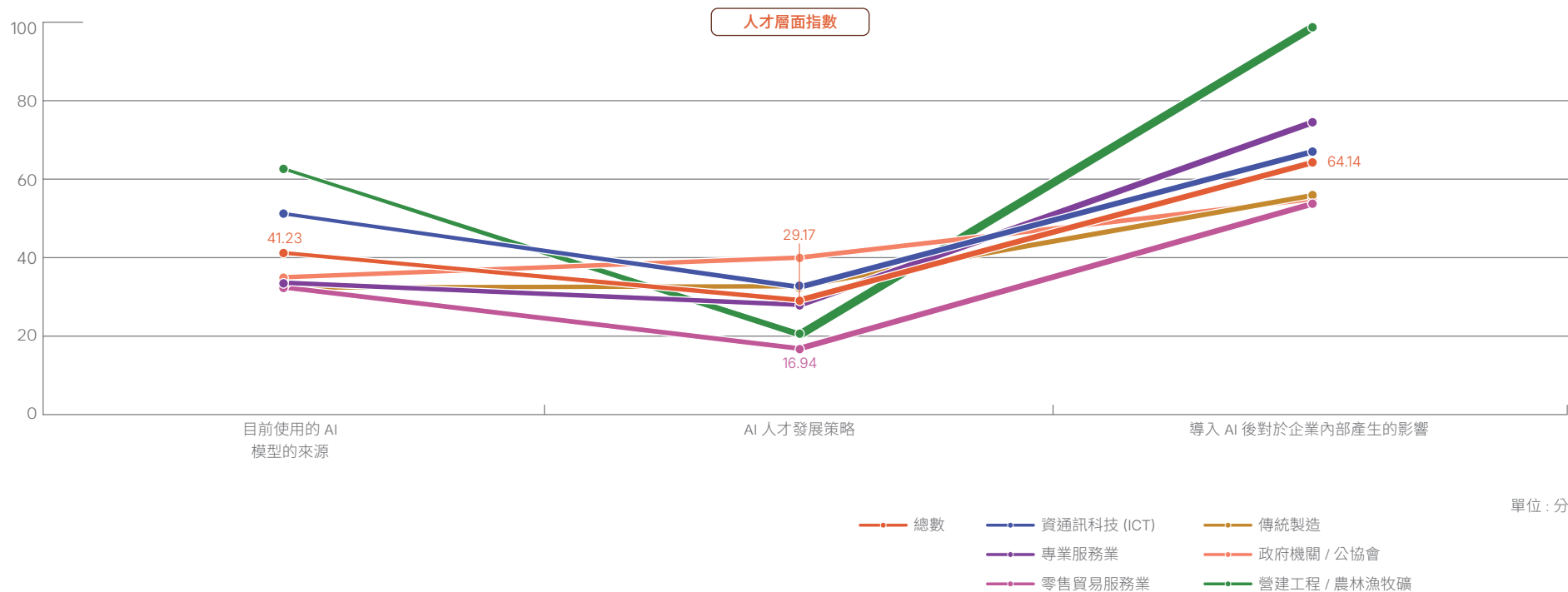
## 人才層面：工作模式已受 AI 衝擊，人才策略轉型刻不容緩

「人才維度」主要評估企業是否具備掌握 AI 模型的深層技術能力，以及組織內部是否建立完善的職能培訓機制。在三大評估維度中位居末座。其核心缺口源於「AI 人才發展策略」指標極其低迷，僅獲 29.17 分，與其他維度呈現超過 30 分的顯著落差。

從產業別來看，零售貿易服務業在人才策略上的得分僅為 16.94。這

反映出多數企業雖已深刻感知 AI 帶來的組織衝擊（認知層面），但在落實系統性人才培育與職能發展框架上（行動層面）仍處於停滯狀態。

這種「認知與實務」間的巨大鴻溝，揭示了台灣產業正處於迫切的人才轉型臨界點。企業若缺乏明確的人才發展藍圖，將難以將技術應用轉化為組織的長期競爭優勢。



## Talent 人才層面

## 高度依賴外部生態與系統整合，聚焦應用落地與投資效益

現階段企業在 AI 模型的取得策略上，絕大多數組織傾向直接運用「外部現成模型」，34.6% 的企業選擇內部自行串接公有雲 API，借助現有 LLM 服務快速建立應用；22.5% 則採取外部採購與整合的路徑，包含委託 SI 廠商進行客製化開發，或直接購買內建 AI 功能的軟硬體解決方案。兩者合計超過五成，顯示企業當前的核心策略是善用外部生態快速落地，而非投入資源自行研發模型。

此趨勢除了受限於企業內部的技術量能外，也反映出多數企業現階

段的核心目標並非鑽研底層算力或前沿技術研發，而是聚焦於「應用落地」，顯現企業評估 AI 投入的主要指標，在於該技術能具體貢獻的成本節約或產值增量。

相較於研發高門檻的自有模型，直接導入市面上已臻成熟的 API 服務，能顯著降低前期開發成本並縮短導入週期。儘管如此，各產業基於核心業務需求與技術成熟度的不同，在取得策略上仍展現出顯著的差異化取向。

Talent 1	Q. 貴公司目前使用的 AI 模型最主要來源於哪裡？						
	總數	資通訊科技 (ICT)	專業服務業	零售貿易服務業	傳統製造	政府機關 / 公協會	營建工程 / 農林漁牧礦
外部採購與整合，如委託 SI 廠商開發，或直接購買內建 AI 的軟硬體解決方案。	22.5%	13.3%	28.6%	25.9%	32.35%	33.33%	50%
內部自行串接公有雲 API，使用現有 LLM 服務，建立企業專屬模型。	34.6%	33.7%	34.3%	37%	32.35%	44.44%	0%
下載開源模型並調整為企業專屬模型。	9.4%	15.7%	8.6%	0%	2.94%	11.11%	0%
由資料整理、定義問題開始，自行設計開發 AI 模型（包含模型架構）	11.5%	19.3%	2.9%	7.4%	5.88%	0%	50%
目前未使用 AI 模型	21.5%	16.9%	25.7%	29.6%	26.47%	11.11%	0%

## Talent 人才層面

## AI 人才發展策略

多數企業多半未提供相關資源，調查顯示，44.7% 的企業尚未制定任何專門的 AI 人才培訓做法，顯示近半數企業在人才策略上仍處於空白狀態。在已採取行動的企業中，以「提供培訓課程」為最主流的選擇（39.0%）。相較之下，如與大學、研究機構產學合作（16.7%）、提供具競爭力的薪酬與晉升機會（16.2%）等深層資源媒合的比例仍屬少數，顯示多數組織在 AI 培訓資源配置上仍處於初步階段。

產業間的差異同樣值得關注。營建工程／農林漁牧礦尚未制定培訓

做法的比例高達 63.6%，零售貿易服務業亦達 58.1%，兩者均超過半數；零售業在產學合作上的比例更僅有 3.2%，為各產業最低，反映該產業在人才策略深度上的明顯不足。相對而言，政府機關／公協會在產學合作（40.0%）與跨部門輪調（40.0%）上表現最為積極，但尚未制定培訓做法的比例仍達 30.0%，顯示即使是策略意識較強的產業，人才培育的落實程度仍有相當大的提升空間。

Talent 2		Q. 貴公司在 AI 人才發展上，採取哪些策略？（複選）					
		提供培訓課程	提供具有競爭力的薪酬和晉升機會	與大學、研究機構產學合作	跨部門輪調或彈性組成任務小組	內部活動競賽，如黑客松等創新提案	尚未制定專門的 AI 人才培訓做法
總數		39.0%	16.2%	16.7%	27.2%	19.3%	44.7%
所屬產業	資通訊科技 (ICT)	44.8%	17.2%	14.9%	29.9%	23.0%	34.5%
	專業服務業	36.0%	14.0%	18.0%	26.0%	20.0%	52.0%
	零售貿易服務業	22.6%	12.9%	3.2%	16.1%	12.9%	58.1%
	傳統製造	43.6%	17.9%	25.6%	28.2%	17.9%	46.2%
	政府機關 / 公協會	50.0%	20.0%	40.0%	40.0%	20.0%	30.0%
	營建工程 / 農林漁牧礦	27.3%	18.2%	9.1%	27.3%	9.1%	63.6%

Talent 人才層面

## 導入 AI 後對於企業內部產生的影響

導入 AI 技術後，企業內部最顯著的變化體現於員工個體層次的能力提升。57.1% 的企業表示員工增加了 AI 相關能力，55.5% 反映組織流程有所優化。然而，這波效率提升尚未有效轉化為組織層級的創新動能：僅 20.9% 的企業發展出新產品或服務，同樣僅 20.9% 建立了新的商業模式，更有 23.0% 表示導入後暫無明顯成效。真正將 AI 完全整合進公司常規流程的企業僅有 6.6%，顯示當前的 AI 應用仍高度集中於個人單點效率的提升，尚未驅動企業營運模式的結構性優化。

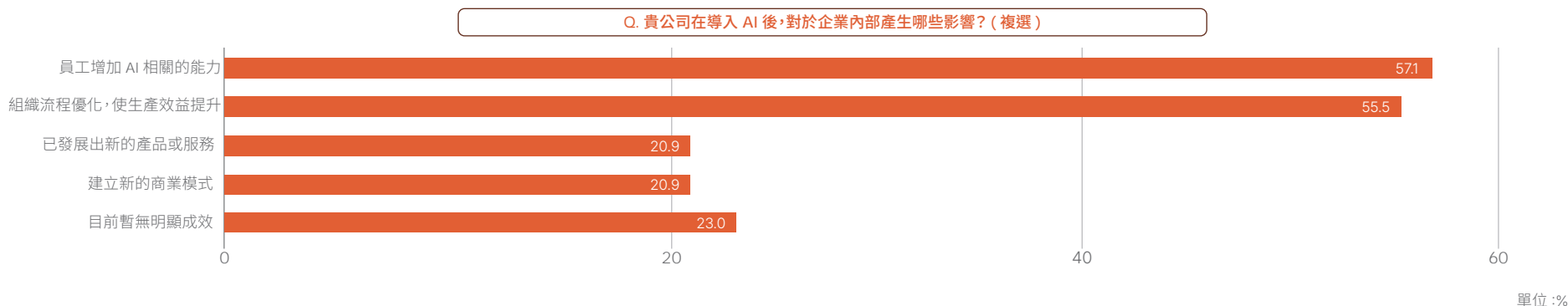
### 「紅皇后效應」的競爭困境

如同《愛麗絲夢遊仙境》中紅皇后所說：『你必須盡力奔跑，才能保持在原地』，在產業集體提升 AI 效能的情境下，效率提升只是生存底線，而非超前優勢。當整體產業的 AI 效能普遍提升，基礎效能的躍升便不再是差異化優勢，而只是市場的生存門檻。當整體產業的作業效能普遍

提升時，個體間的相對優勢反而消弭。儘管提升效率難以創造超額利潤，但若企業未能達成此基礎效能標準，將面臨被市場邊緣化與淘汰的立即危機。

因此，「達到效率底線」只是第一關，而非終點。企業在完成基礎效能的建置後，需進一步自問：我們的 AI 應用，是否真正連結到企業的營運與價值創造？還是仍停留在工具層次的點狀優化？唯有釐清這道問題，才能判斷下一步的資源應投向何處。

在「速度」與「常規效能」無法拉開競爭差距的背景下，企業導入 AI 的策略重心必須重返商業本質。企業需重新審視營運模式，思考如何運用 AI 構建具備「護城河」效應、難以被輕易複製的商業價值。且必須有意識地將 AI 應用與核心商業戰略目標進行深度對接。



AI 化指數與三大面向整體表現

# 技術層面：擁有資料基礎，卻無法應用轉化

技術層面主要衡量企業在 AI 轉型中的硬體建設、資料完備度及具體應用成效

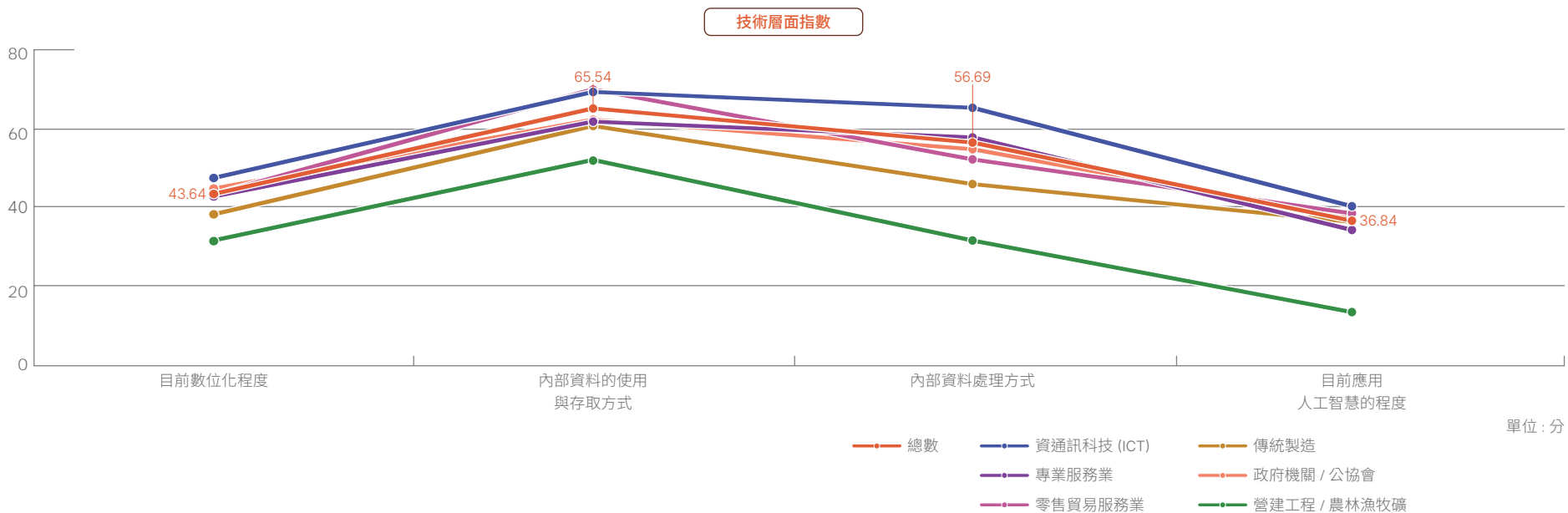
調查顯示，在「內部資料的使用與存取方式」得分相對較高，顯示企業對自身資料的掌握具備信心。然這份信心有待審慎檢視：在尚未真正推進 AI 應用前，企業往往高估資料的可用性。一旦實際導入，才可能發現資料品質未必符合 AI 應用需求、資料雖可存取卻缺乏系統性整理與治理，難以直接轉化為模型訓練或決策依據。

數據也印證了這份落差：「目前應用人工智慧的程度」分數僅 36.84，

與資料存取能力之間存在近 30 分的顯著差距，反映企業雖具備資料條件，但將資料實際轉化為 AI 應用的能力仍有明顯缺口。「有資料」與「能用資料」之間，仍是多數企業尚待跨越的關鍵鴻溝。

整體而言，AI 實際應用得分 (36.84) 低於產業原有的數位化基準水準。這意味著多數企業雖已完成初步的數位化建設並累積了大量資料，但 AI 應用的滲透率卻遠遠落後。

「擁有資料」並不同於「擁有 AI 競爭力」。如何將零散的資料轉化為可驅動 AI 模型的數位資產，是企業從數位化過渡到 AI 化的關鍵挑戰。



## Technical 技術層面

## AI 實際應用程度提高，但個人效率提升不等於企業營運模式升級

目前企業應用人工智慧的程度，整體已出現顯著的進步，但多為「個人單點應用」：其中，零售服務業的數據從去年的 3.2% 與 0.0%，暴增至今年的 19.4% 與 9.7%。此波增長與生成式 AI 工具進入基層職務工作流高度相關，例如社群小編用 AI 生成圖片或做影音剪輯。這種基層員工的「野蠻生長」應用大幅拉高了應用程度的體感數字，但實際上是否真正串接進企業核心的常規營運流程 (Workflow) 中，需進一步觀察是否已轉化為組織層面的標準流程

專業服務業呈現強烈的「M 型化」兩極發展：專業服務業在 AI 應用上

出現了極為極端的兩極化現象，表現平庸的中間值正在消失，企業若非應用得極好，就是幾乎沒有進展，形成強者與弱者間極大的落差。

政府單位應用擴展受限於「資料互通」：公部門在推動更大規模的「擴展 (Scaling)」表現上卻是各產業中最差的，主因在於跨局處間的資料無法有效互通整合，導致應用難以全面推行。

整體而言，目前的應用程度反映出一個現象：雖然多數人的個人工作效率都因為普及的 AI 工具而提升，但這並不代表公司整體的營運模式已經成功升級，大家正處於單點效率提升但缺乏系統性整合的過渡期。

Technical 4		Q. 以下哪一個描述最符合貴公司目前應用人工智慧的實際情況？				
		完全沒有使用，也未進行相關評估或試點	已開始評估或概念驗證 (POC)，但尚未實際導入	僅試行於部份專案中	已整合於多個專案中	完全整合進公司常規流程中，已成為核心思維
總數		16.2%	25.4%	34.2%	17.5%	6.6%
所屬產業	資通訊科技 (ICT)	4.6%	32.2%	34.5%	21.8%	6.9%
	專業服務業	30.0%	18.0%	28.0%	14.0%	10.0%
	零售貿易服務業	12.9%	29.0%	29.0%	19.4%	9.7%
	傳統製造	12.8%	23.1%	46.2%	17.9%	0.0%
	政府機關 / 公協會	0.0%	30.0%	60.0%	10.0%	0.0%
	營建工程 / 農林漁牧礦	81.8%	0.0%	9.1%	0.0%	9.1%

## Technical 技術層面

## 數位化基礎現況：電子化僅是基礎，整合能力才是關鍵

數據顯示，多數企業已完成營運資料的「電子化」，僅有 12.7% 的企業尚未起步。

其中，導入 ERP 等大型資訊系統已被視為企業的數位基礎設施，目前已有近四成企業完成導入。企業導入 ERP 的核心價值，並非僅是數位化，而是藉由系統架構「強制性」地梳理內部營運流程。

當多數企業皆跨越了導入工具的初階門檻後，真正的數位落差將顯現在整合能力：

此現象正呼應前述觀點：「員工個人應用」與「企業常規流程」間存在巨大的整合鴻溝。

若無法將個人單點的數位創新（如 AI 應用）有效整合進企業的標準化工作流程，技術投資將僅能獲得碎片化的效率提升，難以轉化為企業層級的長期獲利。

Technical 1	Q. 以下哪一個描述最符合貴公司目前的數位化度？							
	總數	資通訊科技 (ICT)	專業服務業	零售貿易服務業	傳統製造	政府機關 / 公協會	營建工程 / 農林漁牧礦	
已有使用 ERP、線上打卡、CRM、MES 等企業管理、會員管理、製造執行等資訊系統	44.7%	48.3%	40.0%	45.2%	46.2%	30.0%	45.5%	
營運相關資料 (如客戶名單、訂單資料、生產資料、人事財務管理) 尚未電子化	12.7%	5.7%	18.0%	12.9%	15.4%	20.0%	27.3%	
不同資訊系統間已可進行整合，將不同系統的資料透過 API 或應用程式連結在一起	14.0%	14.9%	10.0%	12.9%	20.5%	10.0%	9.1%	
已能整合所搜集的資料進行策略發展，透過資料分析以輔助進行商業決策或策略制定，並將數位化視為必要任務	16.2%	19.5%	16.0%	16.1%	12.8%	10.0%	9.1%	
為了強化內部資訊系統，導入外部資訊系統，串接第三方資料分析，以加速商業決策判斷	12.3%	11.5%	16.0%	12.9%	5.1%	30.0%	9.1%	

Technical 技術層面

## 內部資料的使用與存取方式

多數產業在內部資料的使用與存取方式上，與去年的觀察結果相比並無顯著變動，顯示已進入數位化平穩期。

其中值得注意的是，今年零售服務業展現了強烈的轉型動能，是本年度改變最顯著的指標產業：可明顯發現紙本依賴度驟減。去年數據顯示零售業仍有高達 55% 的企業依賴紙本資料，但今年已下降至 39%，降幅高達 16%。但這也可能跟今年參與調查的企業規模較大有關，今年零

售貿易服務業樣本中，具有一定規模的大型業者佔比達 45.2%，樣本結構的組成可能在一定程度上影響整體指數。

對零售業而言，紙本比例下降通常代表「門市數據即時回傳」或「庫存管理系統化」。意味著該產業正快速擺脫傳統紙本的束縛，積極將營運資訊轉化為「可被分析」的數位數據。

Q. 以下哪一個描述最符合貴公司目前應用人工智慧的實際情況？

	總數	資通訊科技 (ICT)	專業服務業	零售貿易服務業	傳統製造	政府機關 / 公協會	營建工程 / 農林漁牧礦
完全沒有使用，也未進行相關評估或試點	16.2%	4.6%	30.0%	12.9%	12.8%	0.0%	81.8%
已開始評估或概念驗證 (POC)，但尚未實際導入	25.4%	32.2%	18.0%	29.0%	23.1%	30.0%	0.0%
僅試行於部份專案中	34.2%	34.5%	28.0%	29.0%	46.2%	60.0%	9.1%
已整合於多個專案中	17.5%	21.8%	14.0%	19.4%	17.9%	10.0%	0.0%
完全整合進公司常規流程中，已成為核心思維	6.6%	6.9%	10.0%	9.7%	0.0%	0.0%	9.1%

Technical 技術層面

## 內部資料的使用與存取方式 (續)

Q. 請問貴公司如何處理內部資料?(複選)							
	總數	資通訊科技 (ICT)	專業服務業	零售貿易服務業	傳統製造	政府機關 / 公協會	營建工程 / 農林漁牧礦
使用紙本資料	23.2%	21.8%	20.0%	19.4%	28.2%	40.0%	27.3%
已將資料進行數位化(如掃描檔、Excel 等, 仍需整理)	57.9%	51.7%	52.0%	64.5%	61.5%	90.0%	72.7%
資料已是原生數位形式	26.8%	32.2%	28.0%	25.8%	15.4%	40.0%	9.1%
資料為結構化或可機器讀取的數位資料, 可實際用於分析或預測。	39.0%	50.6%	40.0%	32.3%	28.2%	30.0%	9.1%
完全整合進公司常規流程中, 已成為核心思維	6.6%	6.9%	10.0%	9.7%	0.0%	0.0%	9.1%

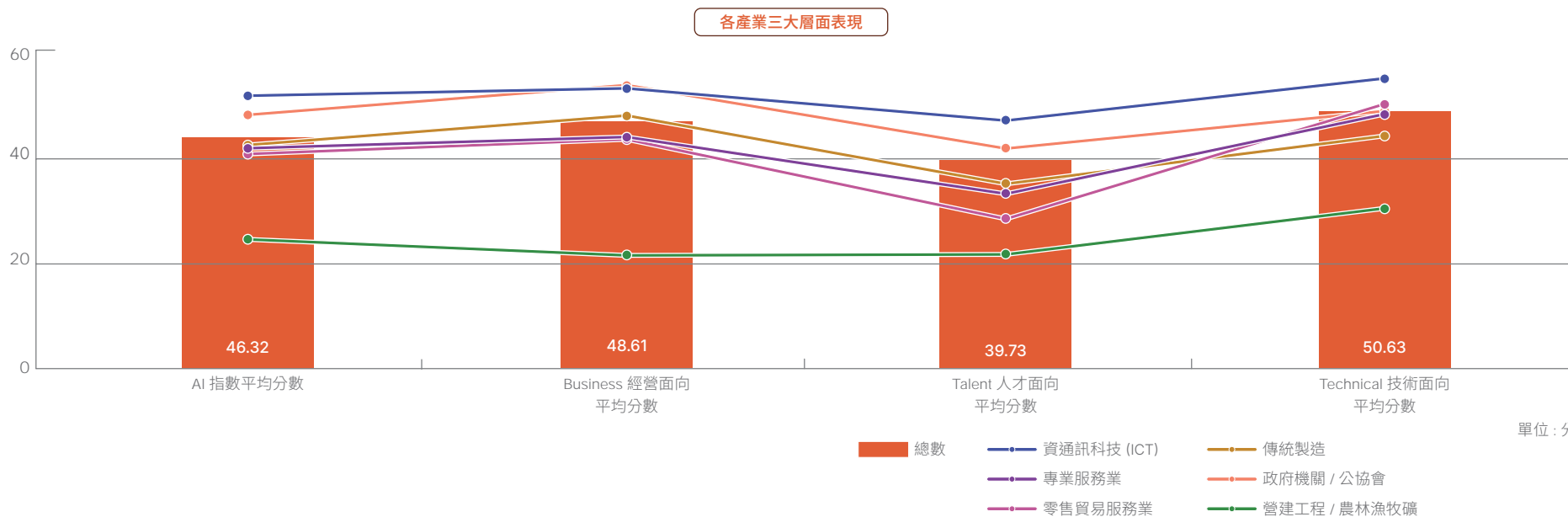
AI 化指數與三大面向整體表現

# AI 化指數與三大面向整體表現

三大層面的數據共同指向一個結構性現象：台灣企業的 AI 化正處於「工具普及、治理滯後」的發展階段。經營層面 (48.61 分) 與技術層面 (50.63 分) 的相對領先，對比人才層面 (39.73 分) 的明顯滯後，勾勒出一幅失衡的圖像——企業有策略意圖、有技術基礎，卻缺乏能夠承接與執行的人才職能。

從企業的答題狀況可以發現，當在涉及治理制度建立、可信賴 AI 準則與人才發展策略的題目上，分數同樣明顯偏低，反映出企業 AI 化的

核心挑戰已從「是否導入工具」轉向「能否建立可持續的組織治理能力」。策略意識的領先，若缺乏人才與技術層面的同步跟進，終將形成「策略懸空」的困境。而這也正是台灣整體產業 AI 化所面臨的共同挑戰。



04

03

## 產業洞察與分析

- 台灣產業 AI 發展四大階段
- 領先者與落後者圖像

02

## 台灣產業 AI 發展四大階段

## 從觀望到落地：台灣 AI 化正式跨越普及門檻

台灣產業 AI 化大調查依據企業的 AI 指數得分，將企業的 AI 發展階段由初階到成熟劃分為四個等級。

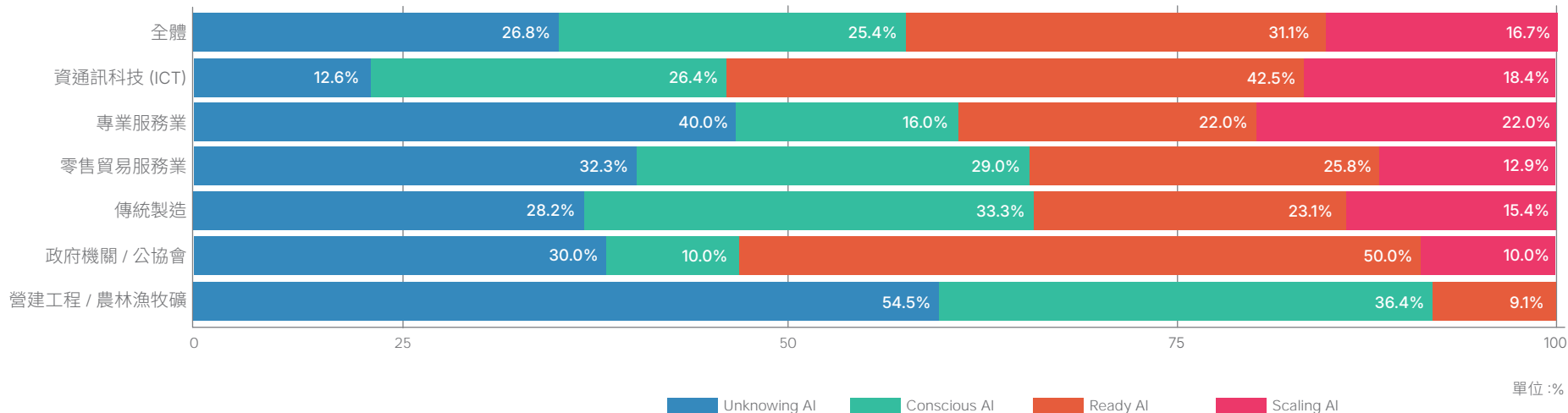
今年的調查數據顯示，台灣產業 AI 化進程出現歷年最顯著的躍升。2026 年處於 Ready AI 與 Scaling AI 階段的企業合計佔比達 47.8%，較 2025 年的 28.8% 大幅躍升近 19 個百分點；Unknowing AI 企業則從 39.4% 降至 26.8%，顯示 AI 基礎認知已在企業界廣泛普及。

要理解這波躍升的深層意涵，創新傳佈理論 (Diffusion of Innovations) 提供了有力的詮釋視角。這套理論描述一項新技術在社會系統中逐步

擴散的進程，並將採用者分為五個群體：創新者 (2.5%)、早期採納者 (13.5%)、早期大眾 (34%)、晚期大眾 (34%) 與落後者 (16%)。

其中，「早期大眾」的出現是創新進入主流市場的關鍵訊號，代表這項創新已經進入主流市場，正式普及了。

對照 2026 年的數據，「Ready AI 與 Scaling AI 企業合計達 47.8%，距離創新傳佈理論中代表主流普及的累積採用門檻 (50%) 僅一步之遙，顯示台灣產業 AI 化正式進入主流擴散的臨界點。」



## 各產業 AI 發展現狀

針對各產業的動態觀察，各產業差異化極大，各自面對的挑戰不同，分別呈現出以下關鍵特徵：

### 1. ICT 產業仍是領先者

ICT 產業在 AI 成熟度仍是領先者，處於 Ready AI 與 Scaling AI 的比例合計高達 60.9%。對於該產業而言，目前的戰略重點將是如何從 Ready 轉向 Scaling，透過大數據賦能與製程優化，持續擴大競爭領先優勢。

### 2. 專業服務業：極端化的「M 型」競爭格局

專業服務業呈現出嚴峻的兩極化態勢。數據顯示，該產業的「中間值」正加速消失，形成領先者持續進化、落業者停滯不前的斷層。這種「強者恆強」的 M 型化趨勢，預示了專業服務領域即將面臨殘酷的數位轉型淘汰賽。

### 3. 零售服務業：爆發式追趕，個人工作應用居多

零售業在 2026 年展現出各產業中最強勁的成長動能。Unknowing AI 佔比由去年的 74.2% 大幅降至 32.3%，Ready AI 與 Scaling AI 合計躍升至 38.7%，這波快速追趕，推估與本年度受訪企業中納入較多已具備一定數位化基礎的零售業者有關，樣本結構的變化可能在一定程度上放大了成長幅度。此外，生成式 AI 工具在內容創作、社群行銷等基層工作中的廣泛滲透，也是推動指數成長的重要因素之一。然而值得注意的是，個人應用能否進一步轉化為組織層面的實質 AI 化，將是下一階段的關鍵觀察點。

### 4. 傳統製造：認知普及，應用轉化待深化

Conscious AI 高達 33.3%，顯示多數企業已建立基礎 AI 認知，但 Scaling AI 僅 15.4%，Ready + Scaling 合計 38.5%，反映該產業仍有相當比例企業停留在評估觀望，從認知到實踐的跨越仍需推進。

### 5. 政府機關 / 公協會：廣泛試行但尚未深化

Ready AI 高達 50.0%，為各產業中最高，但 Scaling AI 僅 10.0%，顯示公部門企業雖已大量進入準備與導入階段，真正達到規模化運用的比例仍偏低，處於「廣泛試行但尚未深化」的狀態。

### 6. 營建工程 / 農林漁牧礦：整體最為落後

Unknowing AI 高達 54.5%，超過半數企業對 AI 仍處於完全未知狀態，Ready + Scaling 合計僅 9.1%，為各產業中最低。顯示該產業的 AI 化進程與其他產業相比存在結構性落差，短期內難以快速縮短差距。

### 整體觀察

各產業的 AI 發展階段呈現明顯的三層結構：ICT 獨居領先，政府機關與專業服務業居中但各具特色，營建工程 / 農林漁牧礦則明顯落後，產業間的結構性落差短期內恐難快速收斂。

值得特別關注的是，多數產業的 Conscious AI 佔比仍偏高，顯示「了解但尚未行動」的企業在各產業中仍佔相當比重。這批企業的下一步動向，將直接影響台灣整體 AI 化的深化速度。下一章節將進一步聚焦領先群與落後群的結構性差異，深入探討各產業在 AI 化進程中面臨的核心困難與挑戰。

## 各產業 AI 化領先者與落後者圖像

本章節以各產業內部 AI 化指數平均分數為劃分基準，將每個產業的受訪企業區分為領先者與落後者兩個群體，聚焦描繪同一產業內部的結構性差異。

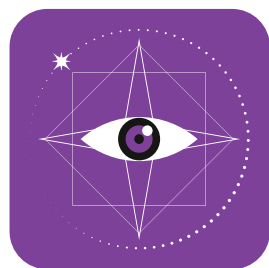
此一劃分方式反映的是企業在自身產業脈絡中的相對位置——不同產業的數位化基礎、資源條件與轉型壓力差異顯著，以產業內基準比較，

更能精準揭示各產業 AI 化的內部分化樣態，以及領先者與落後者之間在策略、人才與技術上的具體落差。

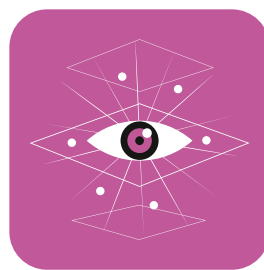
\*各產業 Persona 均標註與全體平均 (46.32 分) 的相對距離，供跨產業參照之用。



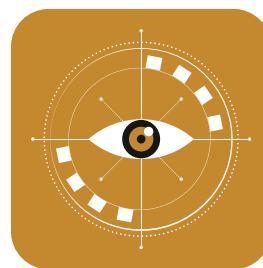
資通訊科技 (ICT)



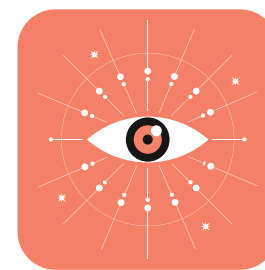
專業服務業



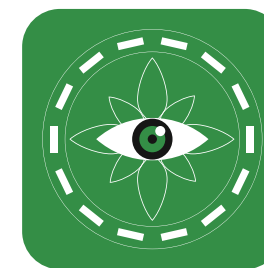
零售貿易服務業



傳統製造



政府機關 / 公協會



營建工程 /  
農林漁牧礦

# 資通訊科技 (ICT)



產業平均 AI 指數

**52.7** 分

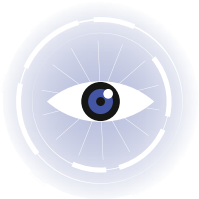
較全體平均 (46.32)

高 **6.38** 分

ICT 是所有產業的技術領先者，不過其內部發展步調卻存在巨大差異。目前已分為『積極創新』與『轉型遲滯』兩大陣營，且兩群體間的資源掌握與技術应用能力落差正呈擴大趨勢。

領先者與落後者之間的核心分野，在於是否建立內部 AI 治理體系。領先者已將 AI 提升至公司戰略層級，而落後者仍多依賴員工個體行為，60% 完全未宣佈任何 AI 策略，甚至有 42% 的企業

至今未使用任何 AI 模型。然因該產業電子化程度普遍較高（未數位化者僅佔 7.8%），落後群體實為最具轉型潛力的族群，極易在外部壓力或標竿效應下實現快速跨越式成長。



資通訊科技 (ICT)

## Leading - 技術先驅

領先者 AI 指數平均

# 65.61

分

### 企業樣貌

具一定技術能量的科技製造或資通訊服務業者，具備完整數位基礎，以公有雲 API 串接為主，部分已具備自行開發模型能力，是台灣 AI 化的領頭羊。

已能將 AI 串接進核心產品與營運流程，規模化應用不再是目標，而是日常。然而走進組織內部，各單位的 AI 執行能力仍參差不齊。有的部門駕輕就熟，有的仍在摸索。應用的廣度已到，深度尚在追趕。

### 核心特徵

#### AI 策略

策略與規範雙軌並行，75.5% 已進入資源配置或完整 roadmap 階段，49% 企業統一提供公務帳號或工具，AI 使用已納入組織管理視野，正從個人行為轉化為有策略、有規範的組織行動

#### 模型來源

自研或深度客製，具備一定的模型建置與維護能力。全數企業皆已導入 AI 模型，逾八成透過 API 串接、開源調整或自行開發等不同路徑，主動建立專屬模型能力，AI 化已從「使用工具」全面演進為「建立能力」

#### 治理態度

主動訂規範，資安與隱私意識強

#### 人才策略

已有基礎人才培訓機制，如課程、部門輪調或是內部競賽等，多數具備具有競爭力的薪酬和晉升機會

#### 資料基礎

擁有完備資料治理基礎，不僅能穩定支援日常商業決策，為 AI 模型的持續優化提供可靠資料供給能力

#### 主要需求

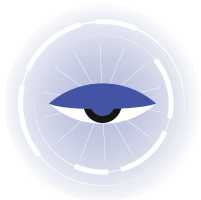
治理框架完善·跨部門整合·自研模型優化·組織 AI 文化建

#### 關鍵挑戰

技術跑太快，人才與治理框架跟不上

#### 洞察

組織能力的均質化與治理框架的同步建立，是這個階段效益能否從「點狀突破」走向「全面深化」的真正關鍵



資通訊科技 (ICT)

## Behind - 技術迷失

落後者 AI 指數平均

# 37.18

分

### 企業樣貌

對 AI 具備基礎認知，但尚未形成明確的導入意圖與組織行動，缺乏啟動組織行動的內部推力與明確的起步路徑。

數位化程度多停留在 ERP 等基礎資訊系統階段，部分核心資料存放於機台或設備廠商端，資料主權受限。

幾乎沒有人才培育相應策略，仰賴員工自學。治理意識尚未建立。距離支撐 AI 應用所需的資料品質、人才條件與治理框架，仍有相當差距。

### 核心特徵

#### AI 策略

無明確 AI 策略與方向，高達 60.5% 的企業完全未宣布任何 AI 相關策略

#### 模型來源

模型使用仍以被動接受外部方案為主，缺乏主動建立內部能力的意圖與行動：42.4% 的企業目前完全未使用任何 AI 模型，僅 21.2% 自行串接公有雲 API，自研模型的比例 (15.2%) 也明顯低於領先者

#### 治理態度

治理真空，追求效率但忽視資安規範。高達 68.4% 的企業處於員工自行使用、公司既無禁止也無提供工具的治理真空狀態，僅 21.1% 統一提供公務帳號

#### 人才策略

逾半數 (57.9%) 尚未制定任何 AI 人才培育做法，且培訓課程比例僅 13.2%

#### 資料基礎

資料基礎明顯薄弱，距離支撐 AI 應用仍有相當距離。數位化程度近七成停留在 ERP 等基礎系統階段。資料部分或全部存放於機台或設備廠商端，資料主權受限

#### 主要需求

AI 使用規範建立 · 流程整合路徑 · 資安合規指引 · 組織內部推廣

#### 關鍵挑戰

缺乏內部推動力，不知從哪裡開始

#### 洞察

需要明確的起步路徑

# 專業服務業

產業平均 AI 指數

**43.28** 分

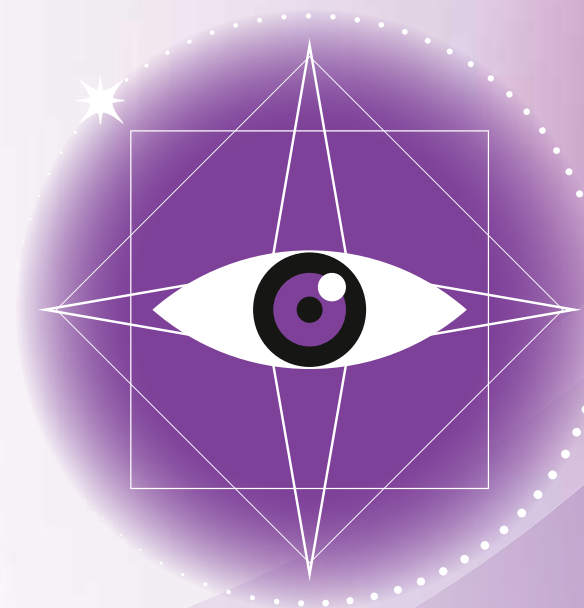
較全體平均 (46.32)

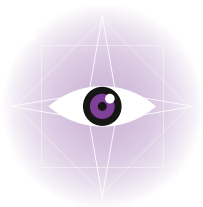
低 **3.04** 分

專業服務業是本次調查中 M 型化最為劇烈，由於這個產業對於「AI 取代專業判斷」有著深層焦慮。這份焦慮在落後群體中尤為明顯，使得觀望不只是資源問題，更是心態問題。

領先者與落後者之間的分野，幾乎是全面性的斷層而非程度差異。領先者在培訓、產學合作、任務小組上全面佈局；而落後組則有 84% 未宣佈任何策略、96% 無任何人才培育做法，是各業中這

兩項數據最高的群體。更關鍵的是，落後組有 56% 的企業完全未使用也未評估 AI，顯示這個群體並非「想做但做不到」，而是根本尚未將 AI 納入議程。





專業服務業

## Leading - 策略整合

領先者 AI 指數平均

# 63.6

分

### 企業樣貌

金融、法律、顧問、醫療等專業服務業者  
(如：中大型專業機構／顧問公司)

數位轉型策略清晰，roadmap 完整度高，人才培育投入多元且積極，資料整合能力相對突出。AI 工具已融入核心服務流程，部分團隊已能交付過去需要更多人力才能完成的工作量。

不過，策略走在前端，治理卻還在追趕。即使效率提升了，但合規風險與客戶信任的管理，仍是懸而未決的課題。

### 核心特徵

**AI 策略** 數位轉型策略佈局積極且完整，40% 已有完整 roadmap，96% 已宣布策略方向

**模型來源** 以外部商業 AI 工具為主，部分企業開始評估進階整合

**治理態度** 初步建立數據治理意識，但規範尚未系統化。實務上，治理框架的建立仍落後於策略意圖

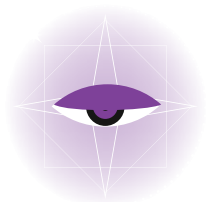
**人才策略** 人才策略積極，包括培訓、跨部門任務小組、產學合作與內部競賽等；並將 AI 人才培育視為維持專業競爭力的核心投資。

**資料基礎** 資料整合能力相對突出，不僅對數據掌握度高，且多數資料已具備結構化且可分析程度

**主要需求** 專業領域 AI 深化、客戶信任建立、合規框架完善、治理制度與策略意圖同步、新商業模式探索

**關鍵挑戰** AI 帶來效率，但同步壓縮傳統服務定價空間，專業價值的重新定義成為迫切課題

**洞察** 策略意圖已超前，治理框架與執行深度的同步跟進，才是效益能否持續擴大的真正關鍵



專業服務業

## Behind - 認知封閉

落後者 AI 指數平均

# 23.1

分

### 企業樣貌

傳統顧問、教育、媒體等背景的中小型專業服務業者(如：人脈與經驗導向的中小型機構)

幾乎是「完全尚未啟動」的群體，與 Leading 企業之間的距離，已不是程度差異，而是是否進場的存在差異。

AI 策略幾乎付之闕如，84% 未宣布任何方向，人才培育做法更高達 96% 完全缺位。但是員工私下使用免費 AI 工具的比例為各產業最高，組織層面既無規範也無方向，治理真空每天都在累積風險。

專業判斷與人脈是這群企業的核心資產，AI 被視為對這份專業的潛在威脅，觀望的背後，是對「AI 取代專業價值」的深層焦慮，而非單純的技術陌生。

專業服務業 · AI 觀望者 · 傳統顧問／教育／媒體背景

### 核心特徵

**AI 策略** 84% 完全未宣布任何 AI 策略，84% 員工自行使用且無任何規範，0% 完成完整 roadmap

**模型來源** 有 70% 至今未使用任何 AI 模型，為各產業落後群最高。已使用者以外部採購為主 (20%)，API 串接僅 10%，且完全無開源調整或自研行為

**治理態度** 對 AI 取代專業的焦慮大於行動意願

**人才策略** 無人才策略

**資料基礎** 資料基礎的薄弱，32% 仍依賴紙本，68% 資料雖已數位化但仍需整理，24% 資料完全存於廠商端，可用於分析的比例僅 12%

**主要需求** AI 輔助非取代的案例 · 專業價值重新定義 · 低風險試點方案 · 同業標竿參考

**關鍵挑戰** 員工私下用 AI 卻無規範，治理真空風險持續累積

**洞察** 企業需要的不是方案，而是一個能說服組織「為什麼現在要動」的敘事框架，以及一條低風險、可立即啟動的第一步路徑

# 零售貿易服務業

產業平均 AI 指數

**44.86**分

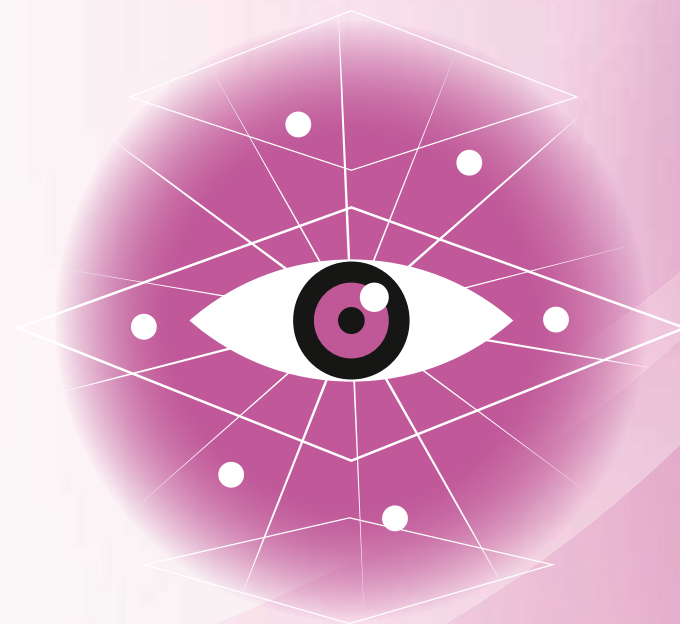
較全體平均 (46.32)

低 **1.46**分

零售業是本次調查中 AI 化成長最顯著的產業，然而這波動能主要來自個人層級的工具使用，集中於內容創作、社群行銷等基層工作場景，尚未全面滲透至組織層級。

領先者與落後者之間最關鍵的分野，在於數位化基礎的厚薄與 AI 應用工具的深度。Leading 組資料 100% 自有，Behind 組卻有 27% 存於廠商端。值得關注的是，這份差距與企業規模呈現高度

相關，資本額高於一億的企業，在 AI 化成熟度上明顯領先，顯示資源條件仍是零售業 AI 化深化的重要制約因素。





零售貿易服務業

## Leading - 高度應用

領先者 AI 指數平均

# 47.95

分

### 企業樣貌

具一定規模的電商或全通路零售業者（如：大型上市櫃企業／國際品牌）

具備一定規模的數位化基礎，以外部商業 AI 工具為主要切入點，已完成初步導入但效益感受仍不明確。有明確的數位轉型方向，卻尚未建立系統性的治理框架與跨系統的資料整合能力。

工具買了、也在用，但資料分散在各個系統之間無法有效串接，人才培育仍以個人自學為主。AI 的投入已經發生，但組織還沒找到讓這份投入真正產生複利效果的方法。

### 核心特徵

AI 策略 數位轉型策略布局積極

模型來源 以外部商業 AI 工具為主，部分企業開始評估進階整合

治理態度 初步建立數據治理意識，但規範尚未系統化

人才策略 工具導入為主，人才策略以培訓課程（46.2%）與競爭性薪酬（30.8%）為主

資料基礎 已有資料累積，但跨系統整合仍是主要瓶頸

主要需求 資料整合強化 · AI 效益可視化 · 跨部門流程標準化 · 數據治理建立

關鍵挑戰 缺人、缺 IT 資源，公司資料不知道怎麼整合應用

洞察 數據治理與組織整合的缺位，才是效益難以顯現的真正關鍵



零售貿易服務業

## Behind - 數位斷層

落後者 AI 指數平均

# 39.5

分

### 企業樣貌

傳統實體零售、餐飲、民生消費等實體導向中小型零售商 | 資源有限的謹慎觀望者。

數位基礎薄弱，資料散落於人工記錄與 Excel 之間，尚未建立支撐 AI 應用的基本條件。AI 工具的接觸，停留在個別員工自發使用免費工具的階段，企業層級既無明確策略，也無導入方向。

日常營運的壓力持續排擠轉型資源，讓「正式導入 AI」始終停留在待議清單而非行動清單。不是不知道 AI 的存在，而是還沒找到一個足以說服投入的理由，以及一條清楚的「從這裡開始」的路徑。

### 核心特徵

**AI 策略** 無明確策略，個別員工自發使用，企業層級方向不清晰

**模型來源** 以免費或低門檻工具為主，缺乏企業級 AI 工具導入

**治理態度** 數據治理幾近空白，尚未意識到治理的必要性

**人才策略** 無系統性培育計畫，AI 應用停留在個人自學

**資料基礎** 資料散落、品質參差，依賴人工與 Excel，難以支撐 AI 應用

**主要需求** 數位化基礎建立 · 低門檻導入方案 · 同業案例參考 · 明確的第一步路徑

**關鍵挑戰** 基礎條件不足、效益方向不明確、日常營運壓力排擠轉型資源

### 洞察

企業需要一個清晰的「從這裡開始」的具體路徑，以及足以說服投入的真實案例。建議從現有資料與工具出發，以「解決眼前問題」為切入點，將 AI 與具體營運場景直接連結

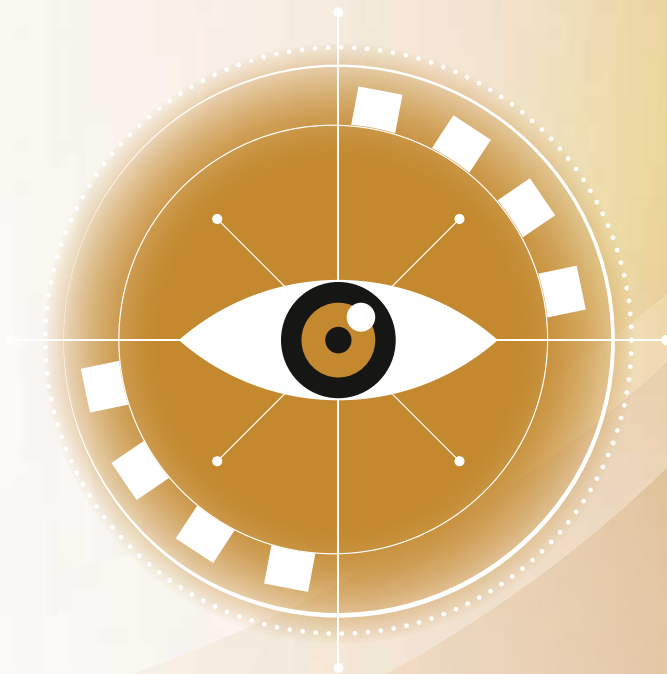
# 傳統製造業

產業平均 AI 指數

**43.87** 分

較全體平均 (46.32)

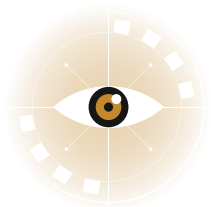
低 **2.45** 分



傳統製造業是人才投入與技術基礎落差最懸殊的產業，Leading 組培訓積極度全場最高，但資料被設備廠商鎖住是兩組共同面臨的結構性障礙。因此，最重要的關鍵分野，將在於資料自主權的有無。

領先組仍有 33% 的資料存於機台或設備廠商端，而落後組的比例高達 43%。這是製造業特有的結構性障礙，與其他產業的「不

想做」或「不知道做」截然不同。製造業的落後者往往並非缺乏意願，而是被設備廠商的資料鎖定效應所困，致使 AI 應用只能停留在辦公室層級，無法觸及核心生產流程。



傳統製造業

## Leading- 前瞻先行

領先者 AI 指數平均

# 60.95

分

### 企業樣貌

已有相關 AI 專案，如瑕疵檢測、設備預測維護、工安監控等試行，老闆也因為應用成效開始真正相信 AI 有用。但這些應用都是靠委託 SI 廠商或購買內建 AI 的硬體方案做起來的，組織內部還沒有真正建立起自己的模型能力。

33.3% 的資料仍鎖在設備廠商端，想深化應用就得先解決這道門檻。產學合作與跨部門輪調已在推動，人才意識到位，但從「會操作廠商系統」到「能自主優化 AI 應用」，中間還有一段組織能力需要補足的距離。

### 核心特徵

#### AI 策略

88.8% 已宣布策略方向，61.1% 統一提供公務帳號，為各產業領先者中工具管理比例最高之一。然而完整 roadmap 比例僅 11.1%，系統性規劃仍待深化

#### 模型來源

主要以委託 SI 廠商開發或購買內建 AI 硬體方案。僅 5.6% 尚未使用模型，但自研比例為零，高度依賴外部夥伴

#### 治理態度

以效益為導向，安全規範意識逐漸提升

#### 人才策略

產學合作為主，內部跨部門輪調為輔

#### 資料基礎

已具備一定的資料整合能力，66.7% 資料完全自有，50% 可用於分析或預測，但 33.3% 資料仍存於設備廠商端

#### 主要需求

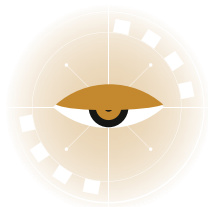
製程 AI 深度整合 · 設備數據互通 · 產學合作媒合 · AI ROI 量化工具

#### 關鍵挑戰

有 AI 工具但缺乏完整 Roadmap，難以系統性擴展

#### 洞察

點狀落地的成功已建立組織信心，現在需要一套能讓 AI 應用系統性擴展的內部能力框架，而非繼續累積孤立的解決方案



傳統製造業

## Behind- 務實觀望

落後者 AI 指數平均

# 29.22

分

### 企業樣貌

傳統製造業的務實觀望者(如:中小型零組件廠、加工製造商或家族企業型製造業者) AI 是個聽過很多次的詞,但從來沒有變成會議桌上的正式議題。機台資料有一半在廠商的系統裡,要拿出來用還得看廠商臉色;23.8%的作業記錄還是紙本,要談 AI, 感覺得先把更基本的問題解決。

企業管理者不是不願意推動 AI, 而是條件還沒到。沒有人被指定負責推動, 預算沒有被框出來, 員工偶爾自己摸索一下工具, 但隔天還是回到原本的工作方式。與真正能用 AI 的狀態, 距離還有點遠。

### 核心特徵

#### AI 策略

策略意識薄弱。47.6% 完全未宣布任何策略, 71.4% 員工自行使用且無規範, 僅 19% 統一提供工具

#### 模型來源

50% 未使用任何 AI 模型, 已使用者以外部採購(25%) 與 API 串接(12.5%) 為主, 12.5% 有自研嘗試。模型能力與設備資料掌握度息息相關

#### 治理態度

初步建立數據治理意識, 但規範尚未系統化

#### 人才策略

與領先者落差懸殊。76.2% 尚無任何策略, 培訓比例僅 14.3%, 產學合作與競賽幾乎為零

#### 資料基礎

23.8% 資料尚未電子化, 43% 資料部分或全部存於廠商端, 可用於分析的比例僅 9.5%

#### 主要需求

資料整合強化 · AI 效益可視化 · 跨部門流程標準化 · 數據治理建立

#### 關鍵挑戰

資料不在自己手上, AI 化無從啟動

#### 洞察

數據治理與組織整合的缺位, 才是效益難以顯現的真正關鍵

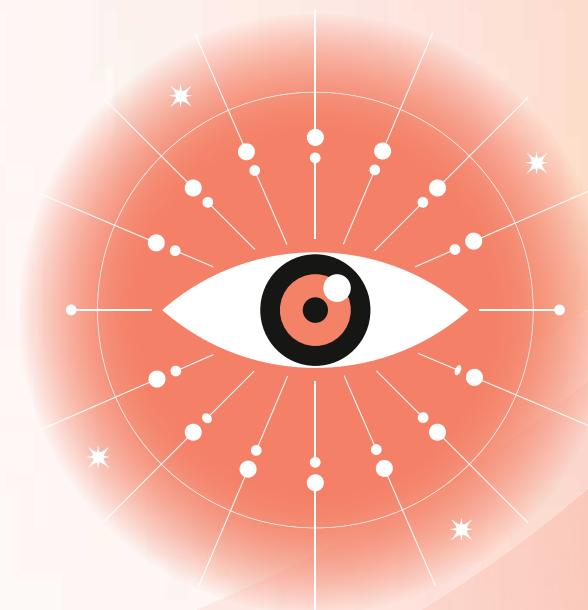
# 政府機關 / 公協會

產業平均 AI 指數

**49.31** 分

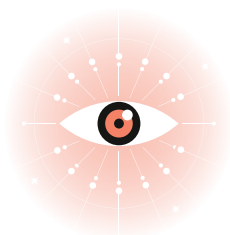
較全體平均 (46.32)

高 **2.99** 分



政府與公協會是本次調查中最具制度矛盾性的群體，領先組展現出強烈的學習意願，包括培訓課程 (83%) 與產學合作 (67%) 比例均是最高。但 AI 應用深度卻明顯受限，反映制度流程對技術落地的高度制約。

領先者與落後者之間的分野，核心不在技術能力，而在組織對 AI 的態度是「主動建構規範」還是「被動以禁止取代治理」。



政府機關 / 公協會

## Leading - 制度先鋒

領先者 AI 指數平均

# 61.12

分

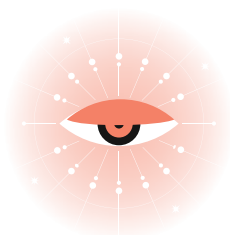
### 企業樣貌

積極推動數位轉型的政府機關或公協會策略意識與制度框架的建立明顯超前，roadmap 完整度與公務帳號統一提供的比例在各產業領先群中名列前茅。組織已全數導入 AI 模型，當中以公有雲 API 串接為主，資料自主性相對完整。

但實際執行層面，畫面並不如策略文件所呈現的那般完整。83.3% 的資料雖已數位化，品質與可用性仍是待突破的下一道門檻；培訓課程與產學合作投入積極，跨部門任務小組也已組建，但制度流程的制約使得這些投入難以快速轉化為規模化的 AI 應用成果。策略走得很快，執行還在追趕。

### 核心特徵

AI 策略	50% 已完成完整 roadmap (全場最高)，50% 統一提供公務帳號，0% 完全未宣布策略。策略意識與制度框架的建立，明顯超前其他產業的領先者
模型來源	領先者全數已導入 AI 模型(0% 未使用)，以公有雲 API 串接為主(60%)，20% 採外部採購，20% 下載開源模型調整
治理態度	對 AI 工具採取「主動管理」
人才策略	培訓主要以培訓課程為主 (83.3%)，次之為產學合作 (66.7%)，50% 組成跨部門任務小組
資料基礎	資料自主性相對完整，83.3% 完全自有，50% 已是原生數位形式，33.3% 可直接用於分析。然而同樣有 83.3% 的資料仍需整理，數位化的廣度已具備，品質與可用性仍是待突破的下一道門檻
主要需求	跨局處資料互通機制建立 · AI 應用成效評估框架 · 制度流程與 AI 導入的相容性設計 · 可信賴 AI 準則的公部門實踐指引
關鍵挑戰	制度框架超前、執行落地受限
洞察	點狀落地的成功已建立組織信心，現在需要一套能讓 AI 應用系統性擴展的內部能力框架，而非繼續累積孤立的解決方案



政府機關 / 公協會

## Behind- 落地遲滯

落後者 AI 指數平均

# 31.59

分

### 企業樣貌

傳統行政文化主導的政府機關或公協會 AI 是個被討論過、但最終選擇迴避的議題。25% 的機關明令禁止公務使用 AI，禁止的背後並無配套，也無 roadmap 及人才培育計畫。當員工在沒有任何規範或方向下，自行使用 AI 工具。迴避取代了管理，風險並未因此消失，只是變得更難被看見。

此類企業的資料多停留在基礎系統階段，半數營運資料仍未電子化，完全沒有可直接用於分析的結構化資料。75% 的機關尚無任何 AI 人才策略，培訓、薪酬、產學合作比例均為零。

### 核心特徵

#### AI 策略

25% 明令禁止公務使用 AI (各業最高)，50% 員工自行使用，50% 完全未宣布策略。禁止的背後缺乏任何配套，既無 roadmap 也無人才培育，迴避取代了管理，風險並未因此消失

#### 模型來源

25% 未使用 AI，75% 停在試行無法推進

#### 治理態度

以禁止取代治理，缺乏正向框架

#### 人才策略

75% 尚無任何 AI 人才策略，培訓、薪酬、產學合作比例均為零，僅 25% 有跨部門任務小組

#### 資料基礎

資料基礎極為薄弱。半數企業停留在 ERP、CRM 等基礎資訊系統階段，另有半數營運資料仍未完成電子化，且企業無任何可直接用於分析的結構化資料

#### 主要需求

上級政策明確引導 · 標準化 AI 使用規範範本 · 低風險試行場景 · 跨局處協作的制度鬆綁

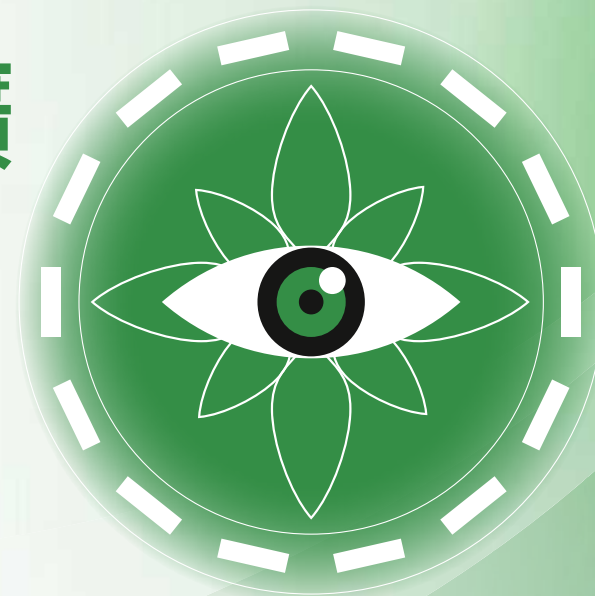
#### 關鍵挑戰

禁令之下員工仍在私下使用，組織卻在不知情的狀態下持續暴露於更高的合規風險

#### 洞察

點狀落地的成功已建立組織信心，現在需要一套能讓 AI 應用系統性擴展的內部能力框架，而非繼續累積孤立的解決方案

# 營建工程 / 農林漁牧礦



產業平均 AI 指數

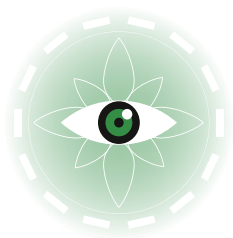
**26.9** 分

較全體平均 (46.32)

低 **19.42** 分

營建工程 / 農林漁牧礦的整體 AI 化程度遠低於其他產業，與各產業間存在顯著的結構性落差。即使是產業內的相對領先者，也仍處於 AI 化的極初期階段；落後組則在多項關鍵指標上均未取得分數，反映出該產業的 AI 化進程短期內恐難快速縮短與其他產業的差距。

領先者與落後者之間最關鍵的分野在於策略、人才培育、資料整備三個面向上是否已有具體行動的啟動。領先群雖基礎薄弱，但已出現初步的投入跡象；落後群則三個面向均未起步，連啟動的觸發點都尚未出現。



營建工程／農林漁牧礦

## Leading-AI 初探者

初探者 AI 指數平均

# 43.76

分

### 企業樣貌

具規模的營建工程業者或現代化農業經營者(如:中型建設公司、規模化農場或漁業集團)。

知道 AI 的重要性,也願意投入資源,但走進組織內部,卻找不到一條清楚的路。策略停留在意願的層次,還沒有轉化為可執行的藍圖;模型導入的第一步雖已踏出,但數位基礎設施的先天限制,讓每一步都走得比預期更費力。

近半數資料仍依賴紙本,部分關鍵資料存於廠商端,自主性受限。少數先行者已在培訓課程與跨部門任務小組上展現投入意願,在各產業基礎最薄弱的環境中,這份意圖本身已屬不易——但意圖與能力之間的距離,仍是眼下最真實的挑戰。

### 核心特徵

#### AI 策略

部分企業已有行動意識,有投入的意願卻尚未建立系統性的執行框架。策略的深度,仍停留在資源配置而非完整規劃的階段

#### 模型來源

極少數的領先者已踏出模型導入的第一步,但數位基礎設施的限制仍是不可忽視的現實,在相關條件尚未具備之前,應用的空間將受到制約

#### 治理態度

初步建立數據治理意識,但規範尚未系統化

#### 人才策略

相對於同產業落後者,已展現出一定的人才培育意識。包括培訓課程、跨部門任務小組及競爭性薪酬提供,僅 20% 尚無策略。在各產業基礎最薄弱的產業中,這樣的投入比例顯示少數先行者的積極意圖

#### 資料基礎

雖為各產業中基礎最薄弱的群體,多數已完成基礎數位化,少部分達可分析程度,顯示少數先行者已嘗試突破。但近半數仍依賴紙本,且部分資料存於廠商端,數位轉型之路仍長

#### 主要需求

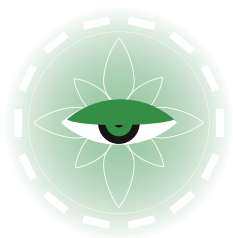
產業專屬垂直解決方案·資料數位化基礎建設支援·同業成功案例參考·政府補助與輔導資源

#### 關鍵挑戰

缺人、缺 IT 資源,公司資料不知道怎麼整合應用

#### 洞察

硬體老舊、資料散落、人才稀缺、資金有限,四個障礙相互制約,形成難以單點突破的結構性困境。從地基補起,才有建設的可能。



營建工程／農林漁牧礦

## Behind-AI 化盲區

落後者 AI 指數平均

# 12.8

分

### 企業樣貌

傳統中小型營建業者或農林漁牧礦經營者(如：家族式建設公司、傳統農場、漁業或礦業業者)

聽說過 AI，但從未真正進入日常討論的話題。沒有策略、規範、人才培育計畫，資料停留在紙本或基礎系統階段，部分關鍵數據還鎖在廠商端。

即使知道技術在進步，但被眼前的日常營運事務占滿所有的時間與資源，沒有餘裕思考更遠的事。

治理意識幾近空白，甚至還沒有到「需要被管理」的認知階段。距離 AI 應用所需的最低條件，還有一段必須先補足的基礎工程。

### 核心特徵

#### AI 策略

幾乎還沒開始，是各產業落後群中唯一策略缺位達到百分之百的群體。宣布方向、分配資源、完整 roadmap 比例趨近於零。

#### 模型來源

因整體 AI 化程度尚處極早期，具備模型導入經驗的企業樣本極為稀缺，暫不具備統計比較的條件

#### 治理態度

數據治理意識幾近空白，尚未意識到治理的必要性

#### 人才策略

人才策略最空白的群體。尚無任何 AI 人才培育做法，所有選項比例近乎於零

#### 資料基礎

資料整備停留在數位化的最初階段，多數企業尚不具備可直接用於分析的結構化資料。基礎設施未到位，AI 應用便無從落地

#### 主要需求

數位化基礎建立、低門檻導入方案、同業案例參考、明確的第一步路徑

#### 關鍵挑戰

基礎條件不足、效益方向不明確、日常營運壓力排擠轉型資源

#### 洞察

企業需要一個清晰的「從這裡開始」的具體路徑，以及足以說服投入的真實案例。建議從現有資料與工具出發，以「解決眼前問題」為切入點，將 AI 與具體營運場景直接連結

01

04

## 結論與建議

- 2026 趨勢洞察
- 五大建議 (行動路徑)

03

## 2026 趨勢洞察

## 一、產業對 AI 的認知持續提高，應用之後才是真正開始

2026 年的調查揭示，歷經數年的累積與摸索，從去年的 36.77 提升至 46.32，反映出企業對 AI 應用的認知已顯著深化。AI 化成熟度方面，處於 Ready AI 與 Scaling AI 階段的企業合計達 47.8%，較 2025 年的 28.8% 大幅躍升近 19 個百分點；Unknowing AI 企業則從 39.4% 降至 26.8%。數字說明 AI 的基礎認知，已在台灣企業界廣泛普及。

然而，在這波全面躍升的背後，潛藏著兩個值得正視的結構性風險。

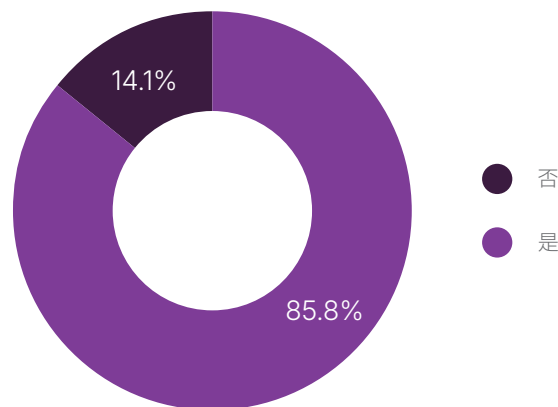
第一是治理風險：61.8% 的企業內部 AI 應用完全脫離公司管控視野，員工以個人帳號自行使用生成式工具，公司既無規範也未提供任何管理機制。與此同時，可信賴 AI 準則與資料治理規範的建置速度遠落後

於工具普及的速度。當工具應用擴散的同時，也在提升風險。

第二是策略覺察不足。高達 85.8% 的企業計畫在 2026 年導入或擴大 AI 應用，但 36.8% 至今仍未宣布任何 AI 發展策略，另有 20.6% 雖已宣布方向卻未指定任何支持資源。合計超過五成的企業，有意願但無具體行動框架。

兩個風險指向同一個本質：認知提升了，但組織承接的能力還沒跟上。若企業沒有釐清自身的商業目標、建立對應的治理框架，這波投入很可能只是在為一個尚未定義清楚的問題堆砌解答。

Q. 貴公司是否計畫在 2026 年導入或擴大應用 AI 技術？



## 2026 趨勢洞察

## 二、人才、資料、資訊安全是企業導入 AI 的關注重點

企業普遍意識到 AI 的戰略重要性，也清楚自身在人才、資料與資安方面的缺口，卻仍缺乏系統性的應對策略。工具持續擴散，數字不斷成長，但策略缺位、治理滯後與人才錯配，使表面進展難以轉化為真正的競爭優勢。台灣產業已站在 AI 化的門檻上，然而跨越門檻所需的制度基礎，尚未到位。

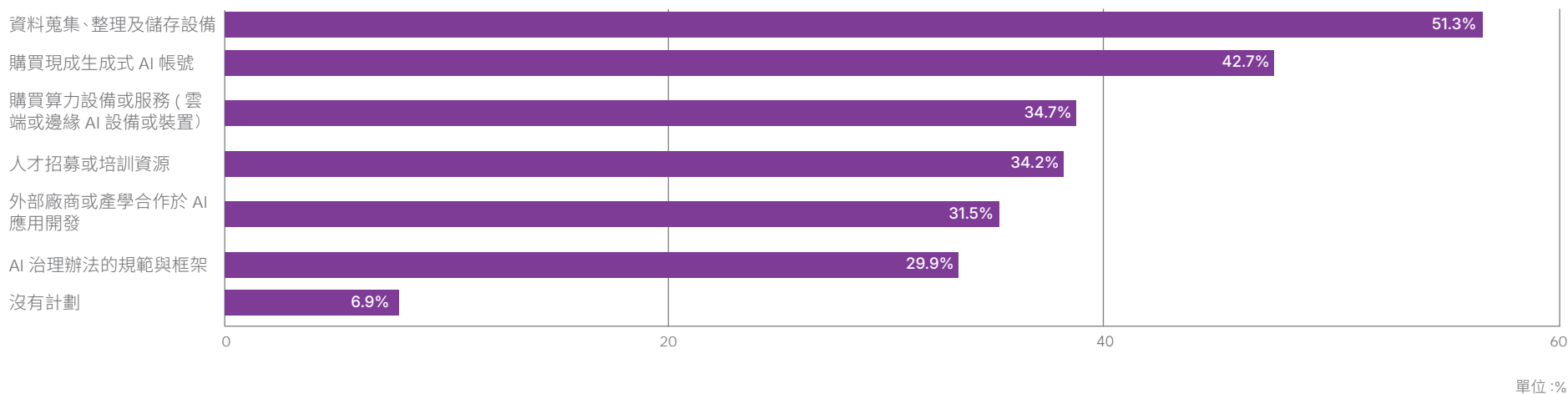
調查顯示，企業未來一年的資源配置高度聚焦於資料整備，尤以「資料收集」、「資料清洗與整合」及「資料儲存」三大基礎環節為重心。這反映出企業的高度共識：優質的資料基礎是 AI 應用的先決條件。若資料

整備不足，後續的模型訓練與部署將難以產生實質價值。因此，強化底層資料架構已成為企業導入 AI 的關鍵基礎工程。

與此同時，企業亦積極編列預算採購 SaaS 工具，透過引進成熟的外部 AI 技術平台，縮短開發週期，使組織得以即時應用前沿工具，提升營運效率。

然而，若企業僅專注於資料建設與工具採購，而忽略專業 AI 人才的引進與培育，AI 發展將止步於基礎建置，難以推動真正的業務創新與數位轉型。

Q. 因應貴公司的整體發展，預計在未來一年內將優先投入資源在哪些 AI 面向？(可複選，最多三項)



2026 趨勢洞察

### 三、資訊服務業者轉型，仍是推動產業 AI 化的重要助力

22.9% 的企業以委託 SI 廠商開發或購買內建 AI 軟硬體方案作為主要模型來源，顯示資訊服務業者在 AI 解決方案的提供上仍扮演不可或缺的角色。資訊服務業者的角色也從過去的「工具供應商」，逐漸成為協助企業補足能力缺口、推動 AI 真正落地的「轉型夥伴」。

然而，這場轉型不僅是技術升級，更是牽涉組織架構與流程再造的系統性工程。能在其中穿針引線、將尖端技術轉譯為各行各業解決方案的資訊服務業者 (SI) 與獨立軟體商 (ISV)，將成為此一進程中的關鍵推手。但當前台灣 SI 生態正面臨嚴重的能量與能力瓶頸，問題可歸納為四個層面：

- **解決方案缺位，需求理解不足。**許多資服業者尚未建立完整的 AI 解決方案，慣於追著最新技術跑，卻缺乏評估技術效益的能力。在輔導過程中，往往無法清楚辨識企業客戶真正需要解決的問題，常見做法是將既有系統產品直接銷售給客戶，缺乏針對痛點對症下藥的能力。
- **既有系統的 AI 整合技術嚴重不足。**長期承接政府標案的資服業者，技術能力往往僅限於維護舊系統或單點導入 AI 技術，既無法擴大應用規模，也無法訂定正確的驗收標準。結果是專案結案了，工具卻因不符使用者需求而束之高閣。

- **欠缺帶動流程再造的輔導能量。**AI 導入絕非僅是採購軟硬體，更牽涉企業內部組織與流程的深層重塑。台灣上百萬家中小企業無力自行承擔這種轉型壓力，必須仰賴資服業者協助進行流程再造。然而，多數業者目前尚無法勝任這種高階的技術與流程顧問角色。
- **缺乏整合型 Solution Architecture 人才。**未來的資服業者不能只懂單一軟體或硬體，而是迫切需要具備全局觀的解決方案架構人才——能夠拆解客戶在特定領域的問題，並將硬體、軟體與 AI 模型加以整合，才能真正滿足百工百業對客製化系統的需求。

資服業者的能力能否跟上產業的轉型需求，將直接決定台灣 AI 化能否從「工具普及」真正走向「價值落地」。這不只是資服業者自身的挑戰，更是整個產業生態能否健全發展的關鍵環節。

2026 趨勢洞察

## 四、主權 AI 框架下，集中化依賴的風險

在主權 AI 的框架下，無論是政府或產業，分散式佈署已不僅是技術選項，而是確保供應鏈韌性與資料安全的戰略必要。然而，2026 年的調查數據顯示，台灣產業在此議題上將存在以下風險：

### 1. 企業普遍缺乏「什麼算力放在什麼地方」的策略規劃能力

從模型來源來看，超過五成企業高度依賴外部生態，34.6% 透過公有雲 API 串接，22.5% 委託 SI 廠商進行外部採購整合，自主掌控能力普遍薄弱。更值得警惕的是，多數企業在做出這些架構選擇時，缺乏對長期營運成本與多元架構的評估，意味著當前的集中化佈署，很可能是在缺乏戰略意識下形成的路徑依賴，而非主動的架構決策。

### 2. 企業對算力資源的認知不足，將成為未來轉換的隱性成本

現階段主流已走向雲端與邊緣的混合架構，企業需要具備判斷能力，決定哪些推論工作適合放在雲端、哪些應部署於裝置端。然而調查數據顯示，企業的算力配置決策與實際應用需求之間存在明顯錯位。以製造業中最能體現邊緣 AI 價值的**視覺瑕疵檢測 (AOI)**與**設備預測性維護**兩大場景為例，這類應用對即時推論與資料本地處理的需求最為迫切，然而製造業在這兩個場景選擇邊緣／裝置上 AI 的比例分別僅為 24% 與 26%，仍有相當比例企業依賴公

有雲或私有雲處理。

整體而言，跨產業的邊緣／裝置上 AI 平均使用率僅 16%，遠低於公有雲的 47%，顯示即使在需求最明確的應用場景中，企業的算力配置決策仍未能與實際需求對齊。面對多種算力選擇，多數企業既無內部能力自行評估，也缺乏外部資源協助配置，導致架構決策長期停留在慣性路徑，難以主動優化。

### 3. 集中化依賴的風險，因治理機制的缺位而進一步放大

調查顯示，61.8% 的企業 AI 應用未納入組織管控。值得注意的是，「技術穩健性和安全性」在可信賴 AI 準則的討論中達 36.4%，是企業第二在意的治理議題。然而這份關心卻未能反映在實際的算力資源配置決策上，形成意識與行動之間的落差。

在缺乏資安準則與隱私框架的狀態下，企業實質上是在毫無防護的情況下，將核心營運資料與業務邏輯暴露於外部雲端環境。一旦發生服務中斷、供應商政策變動或地緣政治衝突，企業將因缺乏替代架構與應變能力，面臨難以快速復原的系統性危機。

2026 趨勢洞察

## 四、主權 AI 框架下，集中化依賴的風險（續）

製造業 / 營建工程 / 政府機關 / 其他											
	內容生成與翻譯	知識管理與摘要	程式開發輔助	智慧客戶服務	視覺瑕疵檢測 (AOI)	設備預測性維護	工安與場域監控	人力資源管理	風險控管	市場分析與預測	流程自動化
公有雲	45%	35%	45%	22%	14%	17%	10%	17%	24%	36%	29%
混合 (Hybrid)	24%	24%	12%	15%	10%	17%	14%	22%	29%	16%	13%
私有雲	34%	35%	33%	44%	38%	39%	38%	39%	29%	28%	42%
邊緣 / 裝置上 AI	16%	15%	9%	11%	24%	26%	29%	13%	24%	20%	13%

2026 趨勢洞察

## 五、人工智慧人才需求愈來愈大，定義愈來愈模糊

隨著 AI 工具的快速普及，企業對 AI 人才的需求持續升溫，然而「需要什麼樣的 AI 人才」這個根本問題，在多數企業內部仍懸而未決。

### • 企業知道要「人」，卻不知道要什麼人

調查顯示，AI 人才發展策略指標得分僅 29.17 分，為三大評估維度中落差最大的單項指標；整體有 44.7% 的企業尚未制定任何專門的 AI 人才培訓做法，例如零售服務業高達 58.1%。這並不單純意味著企業「不重視」人才，更深層的原因在於：企業對於自身究竟需要哪種層次、哪種職能的 AI 人才，尚未形成清晰的定義。在目標模糊的狀態下，人才培育策略自然難以落地，最終淪為「知道重要、但不知從何做起」的循環困境。

### • 不同職能所需的培育路徑大不相同

在企業實際採取的人才策略中，以提供培訓課程為主的比例雖達 39.0%，但產學合作僅 16.7%、具競爭力薪酬與晉升機會僅 16.2%，顯示多數企業的人才投資仍停留在淺層的工具使用培訓，而非系統性的職能發展。這背後反映的，是 AI 人才職能邊界本身的模糊性。從「會使用 ChatGPT 完成日常工作的員工」到「能夠串接 API 進行系統整合的開發者」，再到「具備模型架構設計能力的 AI 工程師」，不同層次的 AI 職能對企業的價值截然不同，所需的

培育路徑也大相徑庭。當企業未能釐清自身所需的職能層次，培訓資源便容易分散，既無法培養出具備深度技術能力的核心人才，也難以建立覆蓋全員的基礎 AI 素養。

### • 個人能力提升未有效轉化為組織的創新動能

導入 AI 後，57.1% 的企業表示員工增加了 AI 相關能力，看似樂觀；然而僅有 20.9% 發展出新產品或服務，20.9% 建立新的商業模式，更有 23.0% 表示暫無明顯成效。個人能力的提升，尚未有效轉化為組織層級的創新動能，而人才職能定義模糊、培育策略缺乏方向，正是造成這道落差的核心因素之一。

## 五大建議 (行動路徑)

## 五大建議 (行動路徑)

2026 年調查數據揭示了台灣產業 AI 化最核心的結構性矛盾——85.8% 的企業明確表示將啟動或擴大 AI 佈署，Ready AI 與 Scaling AI 合計佔比達 47.8%，導入意願已達歷年高峰；然而 AI 實際應用程度得分僅 36.84，23.0% 的企業導入後暫無明顯成效，僅 6.6% 真正將 AI 整合進核心營運流程。高昂的意願尚未轉化為可衡量的組織成效，台灣產業 AI 化的下一階段挑戰，已從「是否導入工具」全面轉向「能否建立可持續的治理與執行能力」。以下提出五大行動路徑，供產業界與政策面參考。

### 一、將 AI 治理架構納入企業核心策略

調查顯示，61.8% 的企業 AI 應用未納入組織管控，可信賴 AI 準則的討論比例普遍偏低，治理缺口已成為企業 AI 深化的首要障礙。然而，治理不應僅停留在「資安合規」的底線思維，而需進一步具體化為三個可執行的核心面向。

**管理層面：**企業應建立明確的 AI 使用規範，涵蓋工具引入審核機制、使用權責劃分，以及違規應對流程，將目前「野蠻生長」的個人應用納入組織可見的管控範疇。

**資料隱私考量：**儘管「隱私和資料治理」已是企業最關注的治理議題（43.9%），但此關注目前多源於外部合規壓力，尚未內化為主動的治理意識，企業應進一步建立敏感資料的分級處理與存取管控機制。

**IT 算力架構策略：**目前最普遍缺失的一環，亦即企業在選擇算力資源

時，往往缺乏與應用情境的對應思考。不同應用情境對治理架構的要求截然不同，企業若欠缺此類規劃能力，將難以做出適切的技術與投資決策。

### 二、建立算力架構配置策略，避免路徑依賴與重複投資

從模型來源來看，34.6% 的企業透過公有雲 API 串接，22.5% 委託 SI 廠商外部採購整合，超過五成企業高度依賴外部生態，自主掌控能力薄弱。更值得警惕的是，多數企業在做出這些架構選擇時，「缺乏對長期營運成本與多元架構的評估」，當前的集中化佈署，很可能是缺乏戰略意識下形成的路徑依賴，而非主動的架構決策。

現階段主流已走向雲端與邊緣的混合架構，整體邊緣／裝置上 AI 平均使用率僅 16%，遠低於公有雲的 47%，顯示企業的算力配置與實際應用需求之間存在明顯錯位。對於健康醫療、特定製造業等資料隱私要求嚴格、資料不得上雲的產業而言，邊緣 AI 的需求尤為迫切，但目前多數企業既無內部能力自行評估，也缺乏外部資源協助配置，導致架構決策長期停留在慣性路徑。

同樣的問題在政府層面更為嚴峻。調查顯示公部門跨局處資料無法有效互通，各單位各自為政、重複建置算力基礎設施，資源浪費嚴重。建議產業界與政府共同盤點跨單位的共通應用情境，找出可複製推廣的標準配置模型，以分散式算力架構策略取代碎片化投資，在主權 AI 的框架下建立具備韌性的算力基礎。

## 五大建議 (行動路徑)

## 五大建議 (行動路徑)

### 三、重構政府輔導機制，從資源投入轉向效能驗證

政府目前已投入大量資源推動企業導入 AI，然而調查數據顯示政府機關雖在經營層面得分最高 (55 分)，AI 實際應用程度卻僅 37.50 分，策略與落地之間存在明顯落差，現行輔導機制的實際效能有待檢視。

對此，建議政策面的改革聚焦三個方向：

- **顧問輔導團的功能重建：**現行輔導機制未能有效觸及企業的真實現障，建議透過與企業的直接對話釐清導入困境，而非以課程與補貼取代實質診斷；輔導團本身亦應同步提升算力架構規劃能力，才能真正協助企業解決架構層面的問題。
- **中小企業的可複製模型：**對資源有限的中小企業而言，缺乏自行評估算力配置方案的能力，政府應協助發展可直接套用的標準化 AI 導入路徑，降低決策門檻。
- **邊緣 AI 應用推動機制：**建議將邊緣 AI 的應用推動納入政策倡議核心，並以分散式算力架構策略作為企業與政府共同面對的長期議題，避免持續擴大對單一外部雲端生態的依賴。

### 四、從工具培訓升級為生態系賦能

調查顯示，44.7% 的企業尚未制定任何 AI 人才培訓做法，AI 人才發展策略得分僅 29.17 分，為三大層面中最薄弱的環節。然而，人才缺口

的解方不能只靠企業內部培訓，更需要從整體生態系的角度切入。

在課程設計上，應明確區分培育對象與目標層次：面向一般應用開發人員，重點在於了解可借助哪些外部工具、API 資源與雲端服務；面向 SI 廠商與 ISV 業者，則需建立更深層的算力評估與混合架構設計能力；面向顧問輔導團，則應強化診斷企業實際需求、提出架構建議的專業能力。目前以提供培訓課程為主的比例雖達 39.0%，但產學合作僅 16.7%、跨部門輪調僅 27.2%，顯示多數人才投資仍停留在工具使用層次，尚未觸及系統性職能發展。

在台灣的 AI 導入生態中，系統整合商 (SI) 與獨立軟體開發商 (ISV) 扮演協助百業落地的關鍵中介角色，但目前普遍面臨算力架構規劃能力不足的問題。建議在後續政策討論與產業論壇中，直接納入 SI 業者與顧問輔導團參與，從實際需求出發設計賦能方案，而非由上而下單向輸出課程內容，才能真正強化整體生態系的 AI 落地能力。

### 五、深化模型來源與投資策略的連動分析，建立長期決策依據

調查顯示，企業在 AI 模型取得上高度依賴外部現成模型與 API 串接，自行開發模型的比例極低。然而，模型來源的選擇與企業未來三年的 AI 投資方向之間的關聯性，目前尚未被充分探討，這正是下一階段調查與政策倡議應重點深化的方向。

## 五大建議 (行動路徑)

## 五大建議 (行動路徑)

具體而言，有三個值得持續追蹤的核心命題：

- **隱私保護意識如何影響算力配置決策：**企業對資料主權的重視程度，將直接左右其在公有雲、私有雲與邊緣部署之間的選擇，此一趨勢對台灣產業的長期架構演化具有深遠影響。
- **整體能力提升的路徑規劃：**從企業內部人才、SI 業者到顧問輔導團，產業界與政策面如何協同提升各層次的 AI 架構能力，需要更系統性的規劃與資源配置。
- **各方對隱私要求的現況與因應策略：**不同產業、不同規模企業對隱私合規的實際需求差異顯著，唯有建立更細緻的分層分析，才能為政策設計與產業輔導提供真正有效的決策依據。



# 附錄

- 調查方法與執行說明
- 受訪企業基本輪廓

# 調查說明與受訪企業輪廓

### 調查對象

瞭解公司應用 AI 情形之企業代表，如部門主管或相關專業領域代表

### 調查期間

2026 年 1 月 31 日至 2026 年 3 月 18 日

### 調查方法

透過 AIF 電子報系統及合作夥伴，針對 AIF 會員與核心利害關係人進行深度邀請。調查採雙軌並行：多數樣本由專業人員現場引導受訪者逐題填寫，以確保理解一致。

### 樣本數

共 228 家企業

受訪者職稱		
	個數	百分比
Total	228	100.0%
C-Level	60	26.3%
部門主管	68	29.8%
單位主管	39	17.1%
一般職員	61	26.8%

公司所屬產業		
	個數	百分比
Total	228	100.0%
<b>資通訊科技 (ICT)</b>	<b>87</b>	<b>38.2%</b>
資訊應用 (資通訊服務、系統整合、軟硬體代理開發)	34	14.9%
科技製造業	44	19.3%
電信及網路服務供應商	9	3.9%
<b>專業服務業</b>	<b>50</b>	<b>21.9%</b>
金融 / 保險	9	3.9%
健康醫療 (醫療保健及社會工作服務業)	9	3.9%
專業、科學及技術服務 (工程顧問、檢驗 / 研究單位)	15	6.6%
教育機構	5	2.2%
出版 / 影音製作 / 傳播媒體 / 遊戲製作	12	5.3%
<b>零售貿易服務業</b>	<b>31</b>	<b>13.6%</b>
批發 / 零售 / 百貨 / 賣場 / 電商	10	4.4%
運輸 / 物流 / 倉儲	6	2.6%
民生消費 (藝術、娛樂、休閒、住宿、餐飲、旅遊、租賃、保全、不動產 / 人力仲介等)	15	6.6%
<b>傳統製造</b>	<b>39</b>	<b>17.1%</b>
營建工程 / 農林漁牧礦	12	5.2%
政府機關 / 公協會	9	3.9%

研究單位  財團法人人工智慧科技基金會  
Artificial Intelligence Foundation

合作夥伴 