

2025 ADI FORUM

智啟新局：定義AI產業新未來

2025 ADI FORUM

智啟新局

定義AI產業新未來

# 百工百業的數位推手： 看見數位經濟的隱藏價值

副總經理 陳志仁 博士

台灣野村總研諮詢顧問股份有限公司

2025年11月28日

**NRI**

Envision the value,  
Empower the change



# 我是陳志仁，系統出身，植入顧問思維，致力 AI 發展

## Con-solutions

Consulting



IT solution

整合顧問與IT解決方案，提供最適客製化系統導入服務

加入NRI

1988



派駐藥廠負責會計系統維護

1993



吉隆坡協助該國最大證券商進行交割系統優化

1998



開發國內第一套國產期貨交易交割系統即時洗價功能，獲得中華民國發明專利

2000



開發出超過半數券商採用的網路下單系統平台

2003



獲選為當年度全國傑出資訊人才

2006



NRI為日本最大諮詢顧問以及系統服務公司

2014



執行網路通訊國家型科技計畫表揚為評鑑優良計畫

2017



透過 IT PMO 模式，協助 ICT 技術與應用領域使用者合作建立共識

2024



透過 IT PMO 模式，協助 AI 技術從 POC 到 POS 導入場域協作

2025



獲得淡江大學管理科學研究所博士學位



# 數位經濟在百工百業提供服務至終端消費者的流程中， 不斷創造關鍵卻尚未被量化的隱性價值

## 百工百業

## 數位經濟

## 消費者



零售



醫療



線上掛號系統



無法現場排隊  
看診的人



製造



餐飲



線上外送服務



沒有時間買晚餐  
的上班族



服務業



娛樂



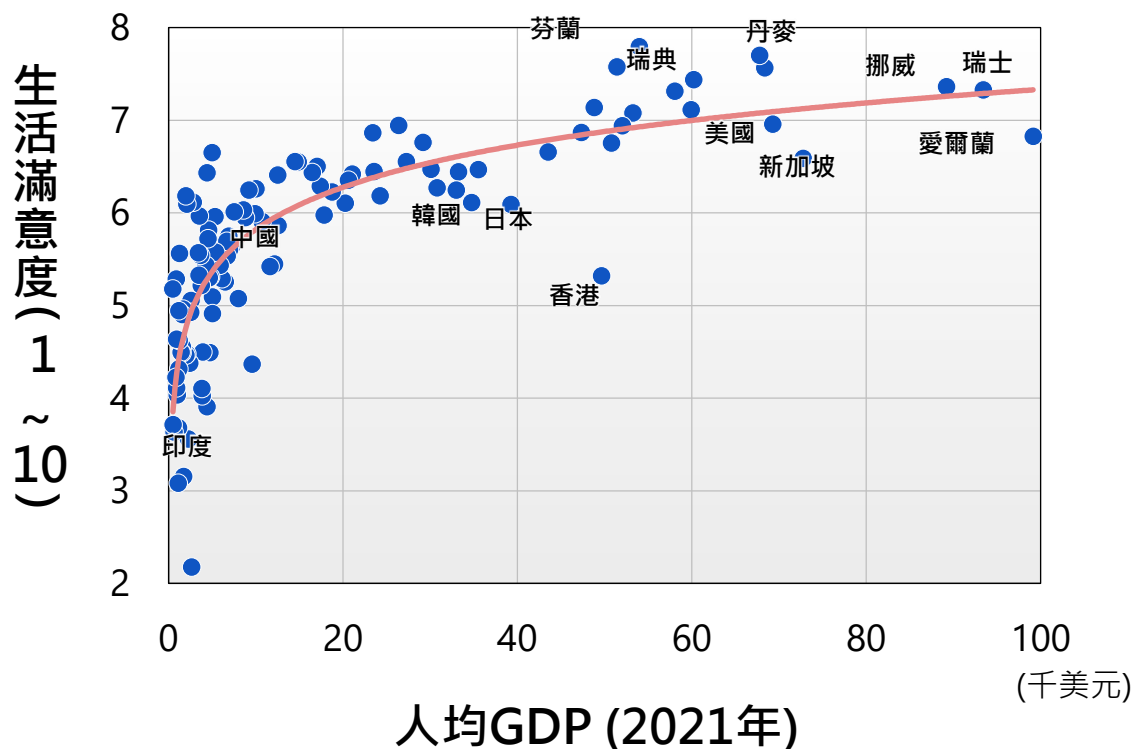
線上購票系統



想要搶購演唱會  
門票的人

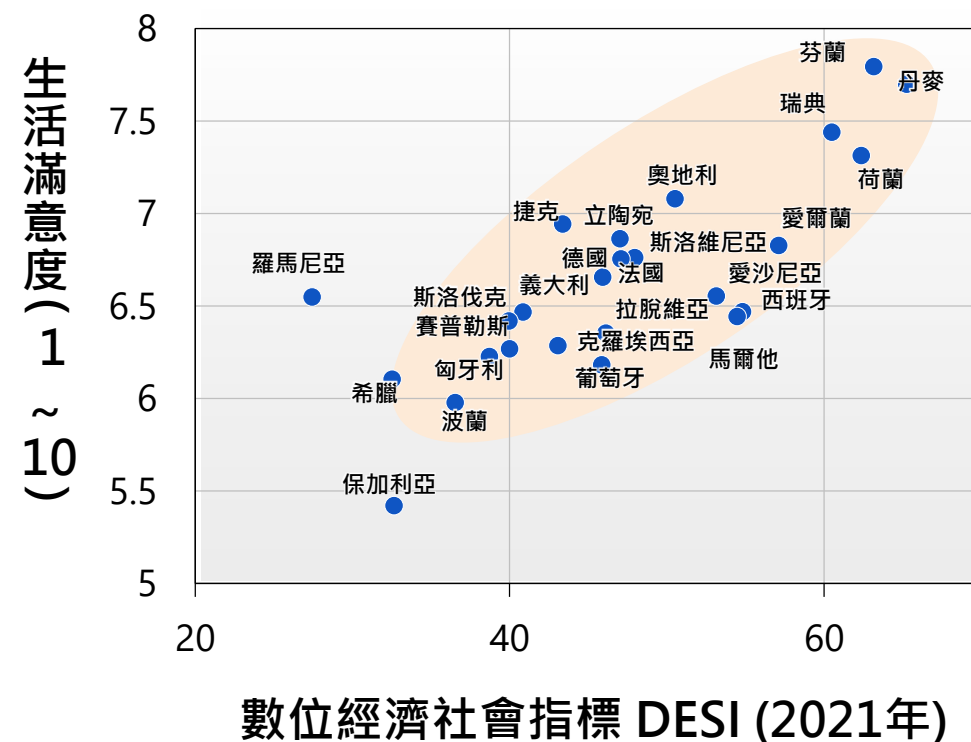
# 先進國家研究顯示生活滿意度與數位化的關聯性，比與 GDP 的關聯性更高

【世界各國人均GDP與生活滿意度相關性】



相關係數 (僅歐盟國家) = 0.69

【歐盟各國的DESI與生活滿意度相關性】



相關係數 (僅歐盟國家) = 0.79

# 英國CCIA以追蹤經濟足跡的方式嘗試衡量國內數位經濟的實際規模，卻無法完全揭露消費者端的隱含價值



**CCIA**  
Computer &  
Communications  
Industry Association

- 2024 〈State of the UK Digital Economy〉
- 國際性非營利貿易協會
- 關注數位經濟、智慧財產權、隱私、競爭法、跨境資料流通等議題

## 數位經濟規模衡量 方法論

### 經濟足跡

#### 1. 直接經濟影響

- 數位經濟產業 + 網路零售業
- 就業人數與平均薪資

#### 2. 間接經濟影響

- 數位企業的採購活動總增加值

#### 3. 誘發經濟影響(不列入總計)

- 員工將工資花在生活消費帶動的經濟活動總增加值

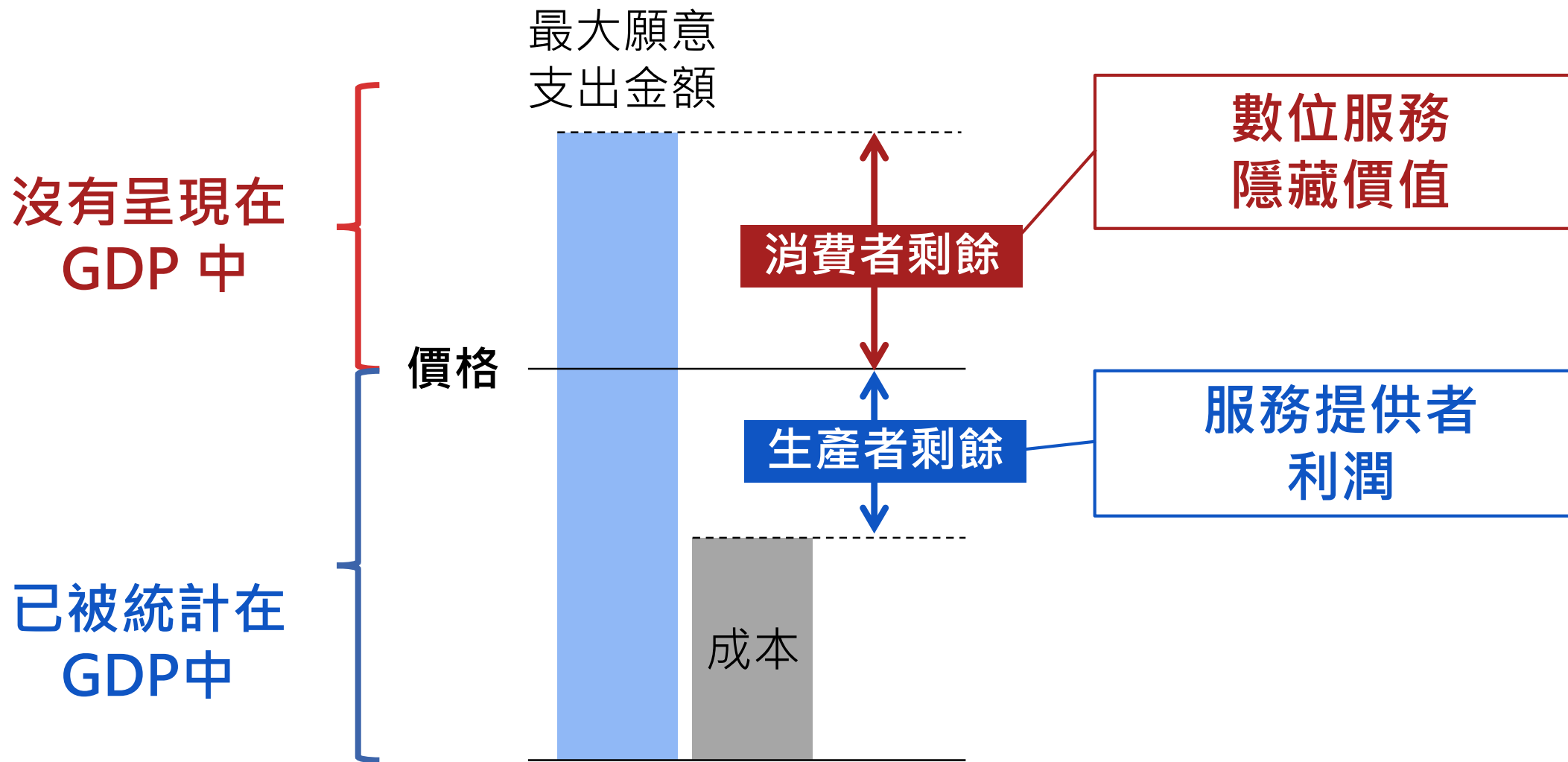
#### 4. 區域層面數位經濟之經濟足跡

- 區域就業分布

類別	GVA (英鎊)	就業人數 (人)	占全國 GVA 比例
直接影響	2270 億	260 萬	10%
間接影響	1130 億	160 萬	5%
總計	3400 億	420 萬	15% (約全國 1/8)
誘發影響*	1790 億	220 萬	-

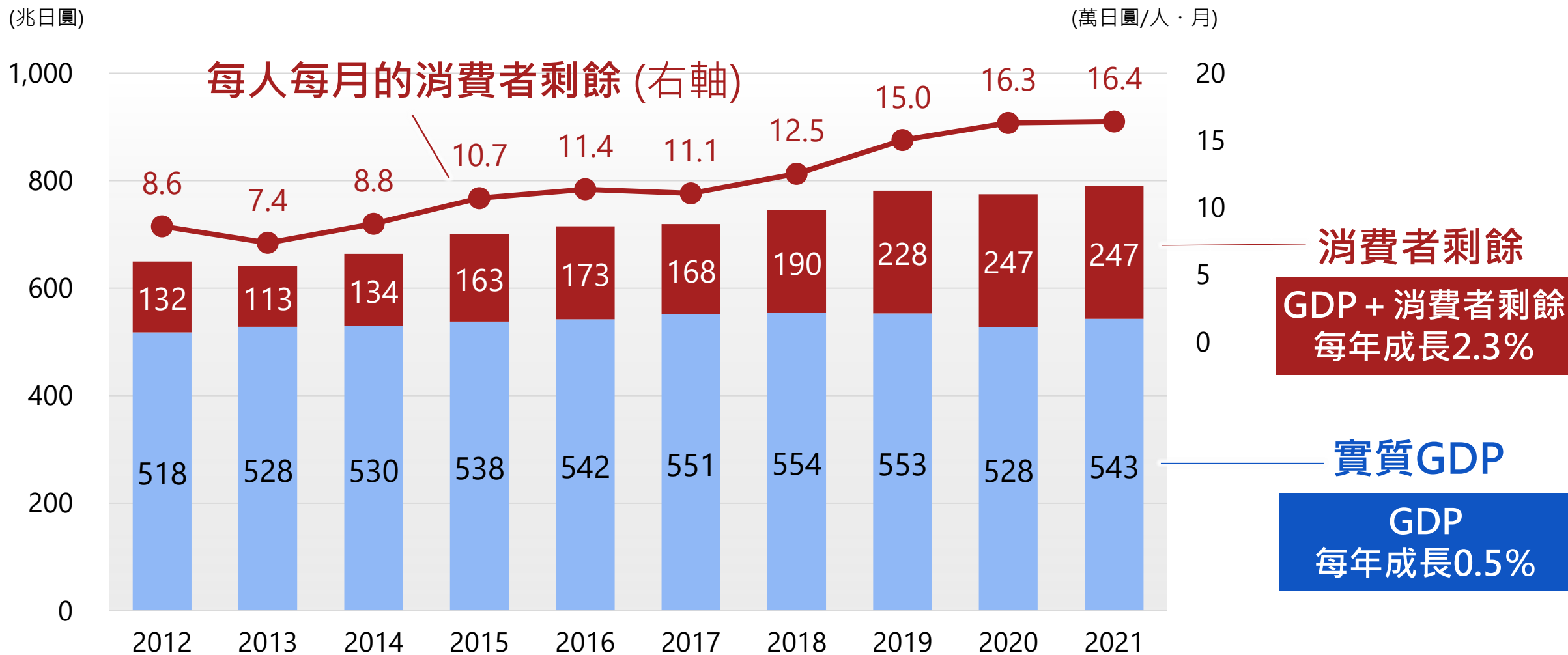
\*(不列入總計)

# NRI認為在現今數位時代，消費者剩餘亦為數位產業發展所產生之價值



# NRI日本研究發現數位服務消費者剩餘已達日本GDP的45%

## 【數位服務(包含免費與付費)的消費者剩餘與GDP(日本)】



# 本次於2025年8月18日至9月18日間舉辦全國性網路問卷調查，共回收有效問卷2060份

## 性別

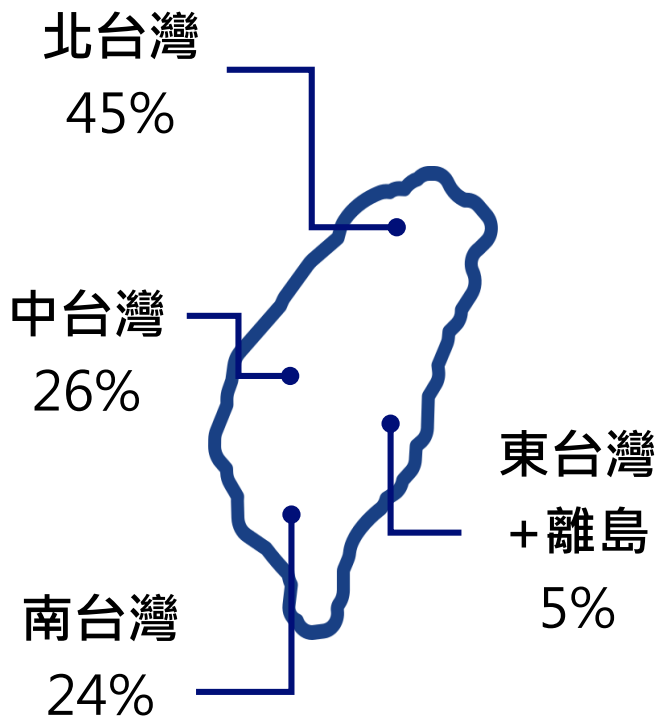


50%  
(n=1030)

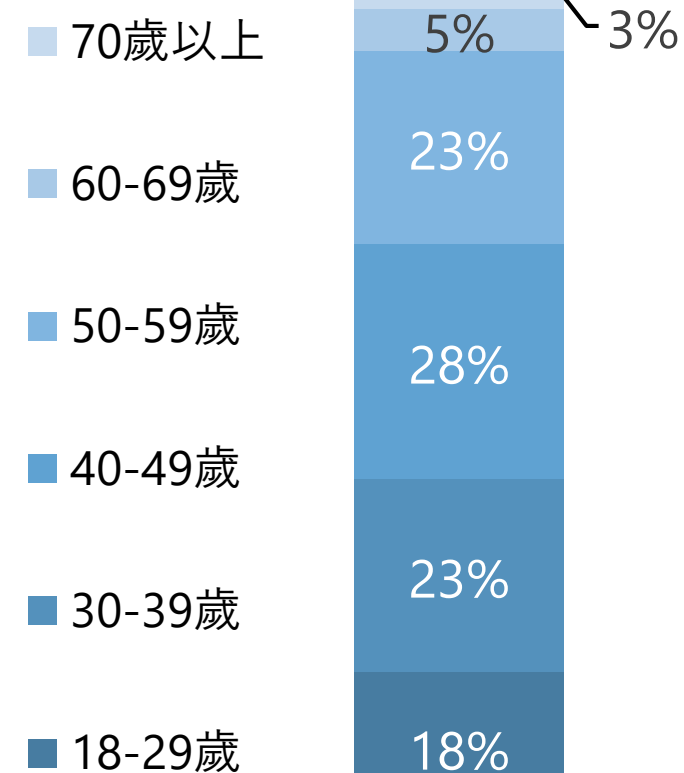


50%  
(n=1030)

## 地區



## 年齡



# 調查標的聚焦與人民生活息息相關的15項數位服務

請問您使用過以下哪些線上服務？



線上食品外送



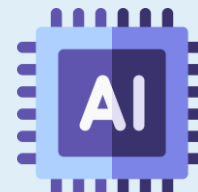
數位遊戲平台



電子書



影音平台



AI工具



線上服飾購物



線上家具購物



線上地圖導航



線上掛號



線上交通類購票



線上娛樂類購票



餐廳線上訂位



旅館線上訂房



新聞媒體平台



行動支付

# 為了量化數位服務消費者剩餘，以WTP/WTA兩種型態進行問卷題目設計

您目前使用線上食品外送服務時，是否有「付費訂閱」？

有付費 ⇒ WTA題型



「至少要獲得多少補償才願意放棄此項數位服務？」

① 付費者超額價值

沒有付費 ⇒ WTP題型

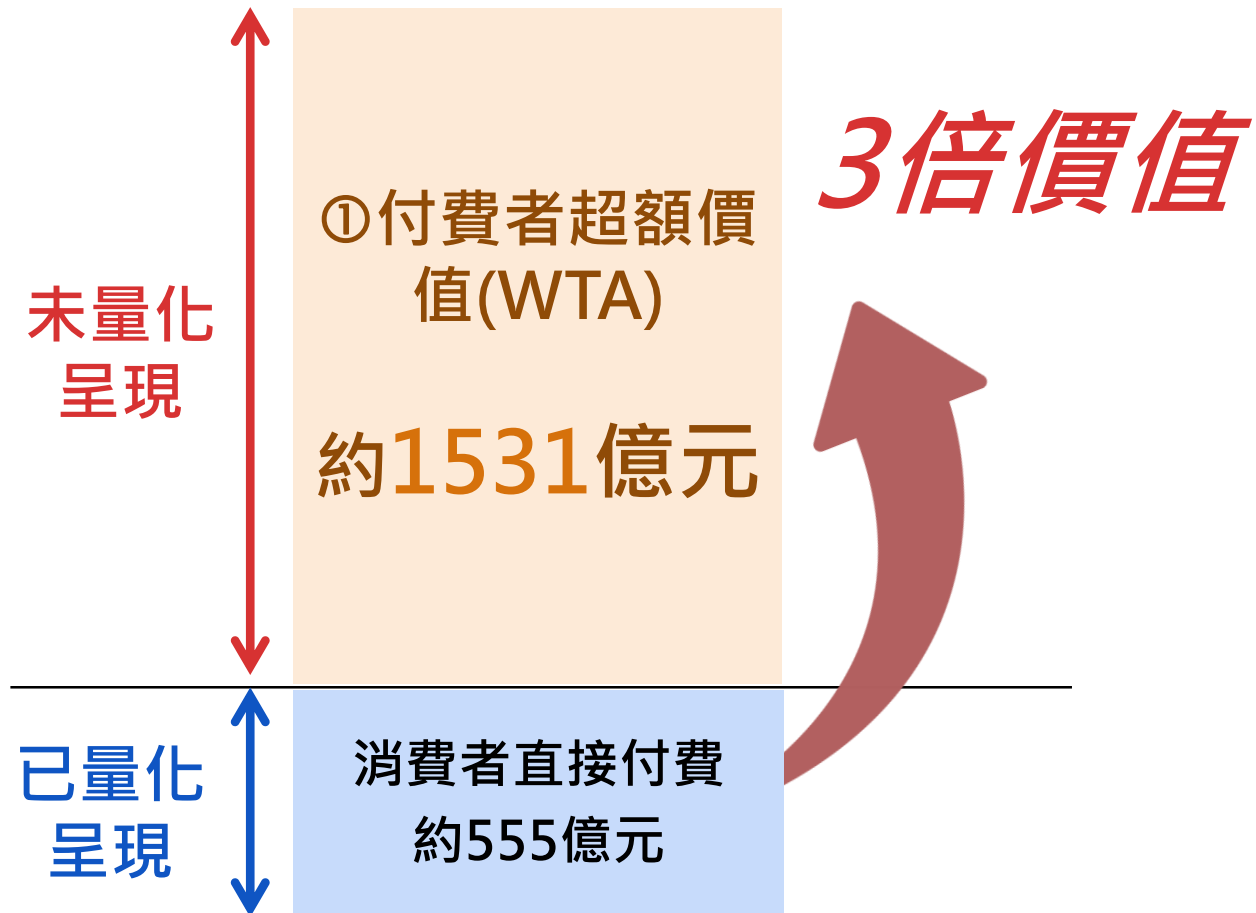


「最多願意花多少錢以獲得此項數位服務？」

② 未付費者潛在價值

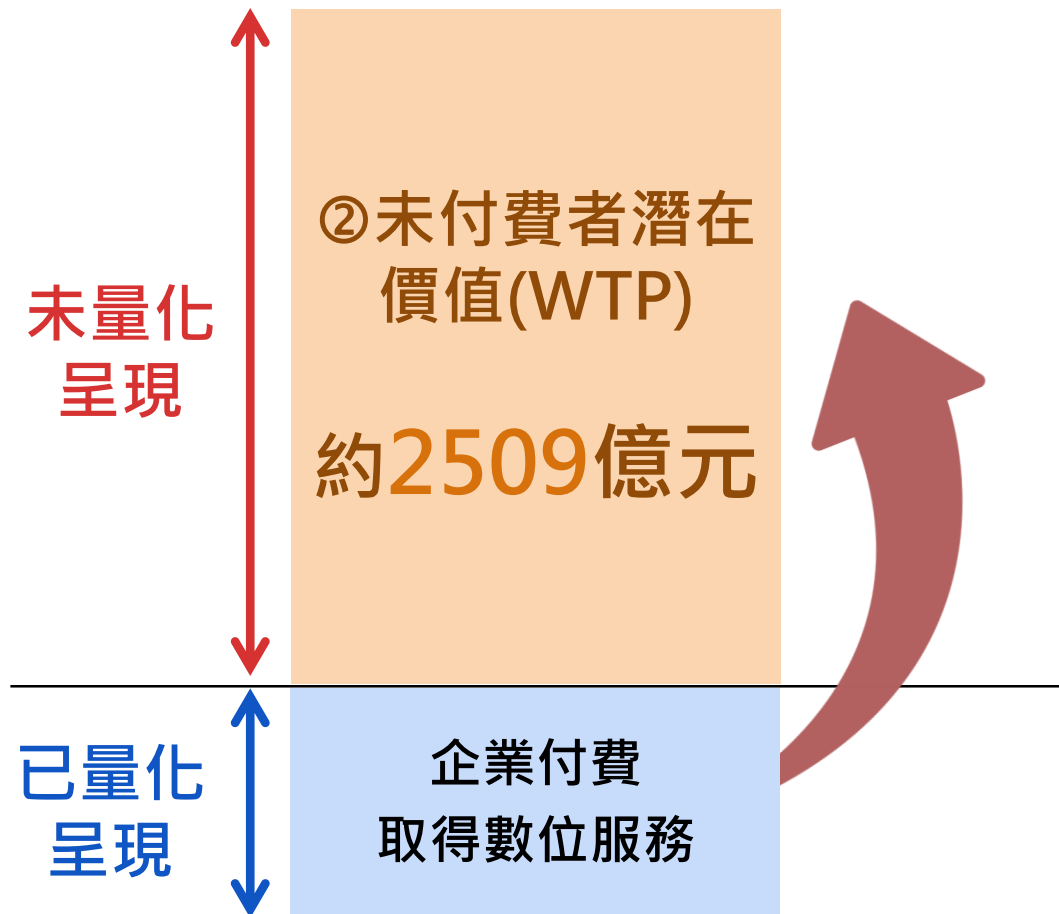
# 調查發現付費者超額價值約1531億元，為消費者實付金額的3倍

## 5項數位服務



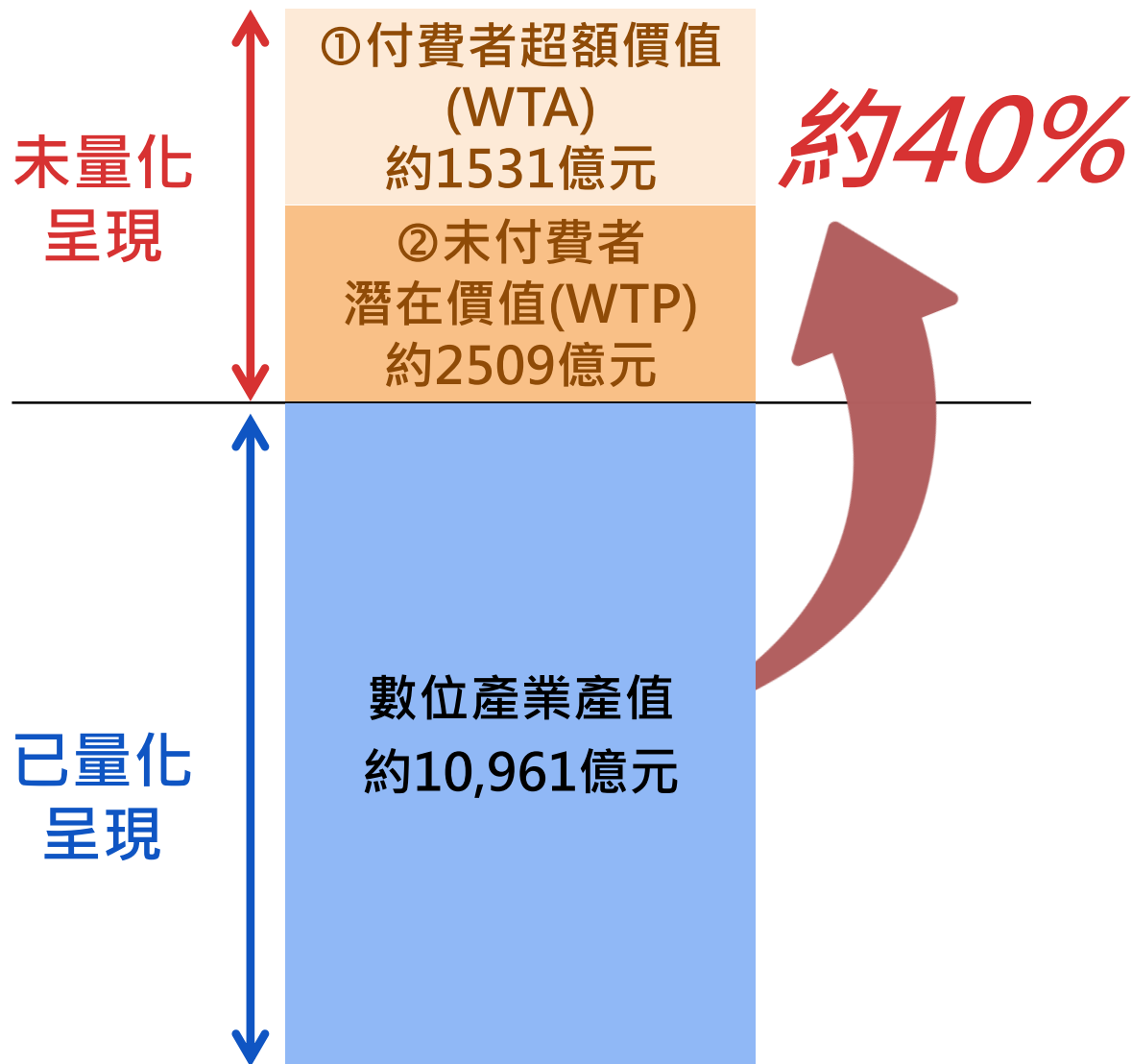
# 而15項數位服務中未付費者的潛在價值約為2509億元

## 15項數位服務

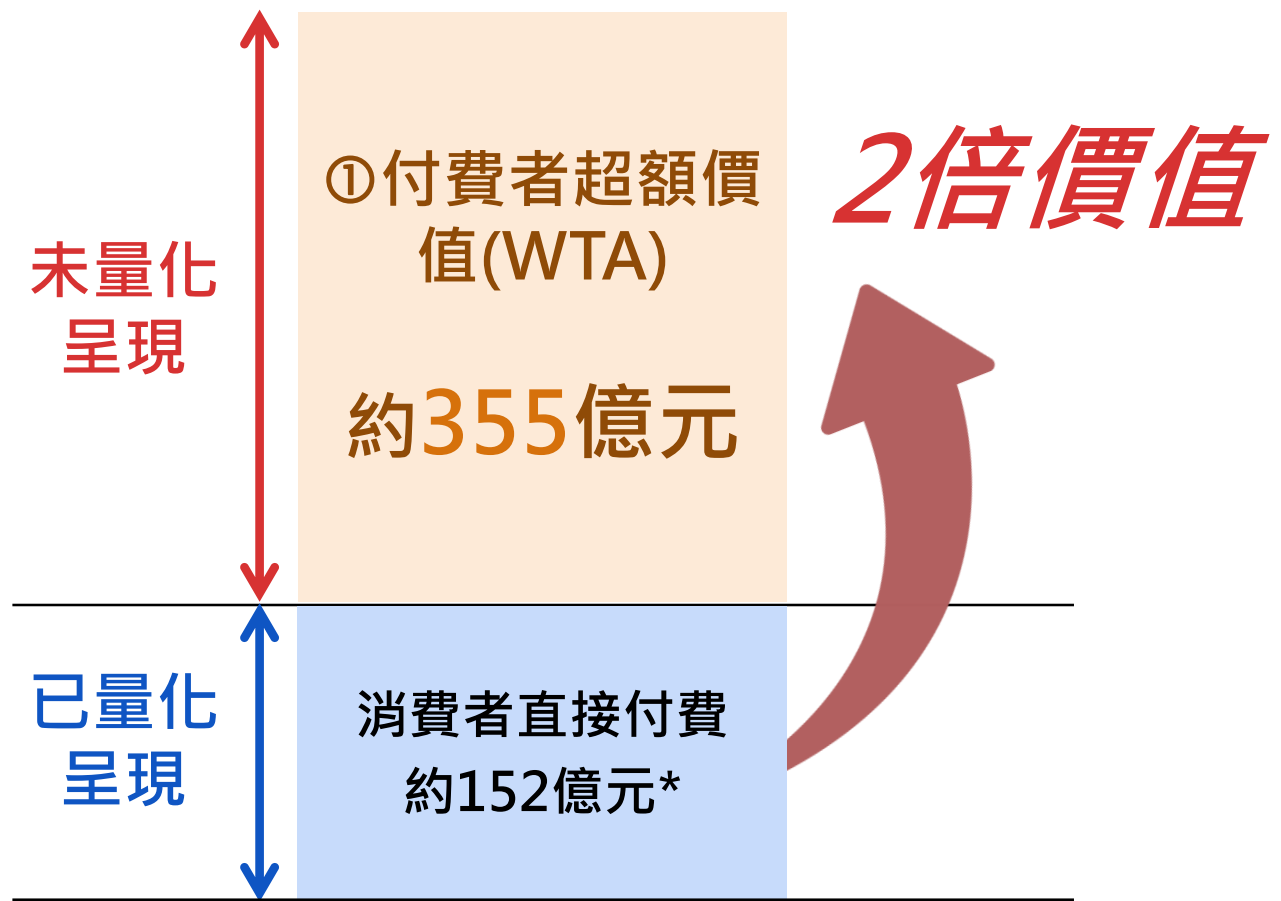


# 15項數位服務之消費者剩餘金額約為所有數位服務產值之40%

## 15項數位服務

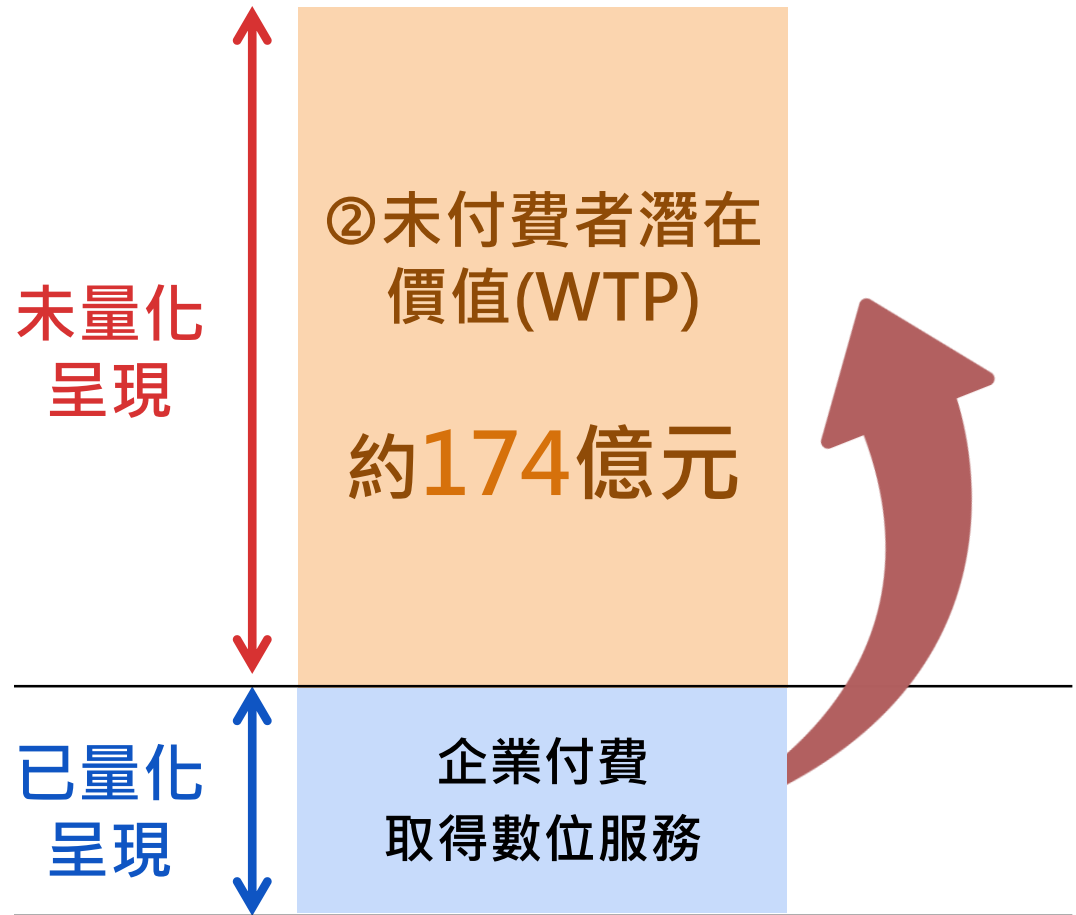


# 以AI工具為例，付費者超額價值約為355億元為實付金額的2倍



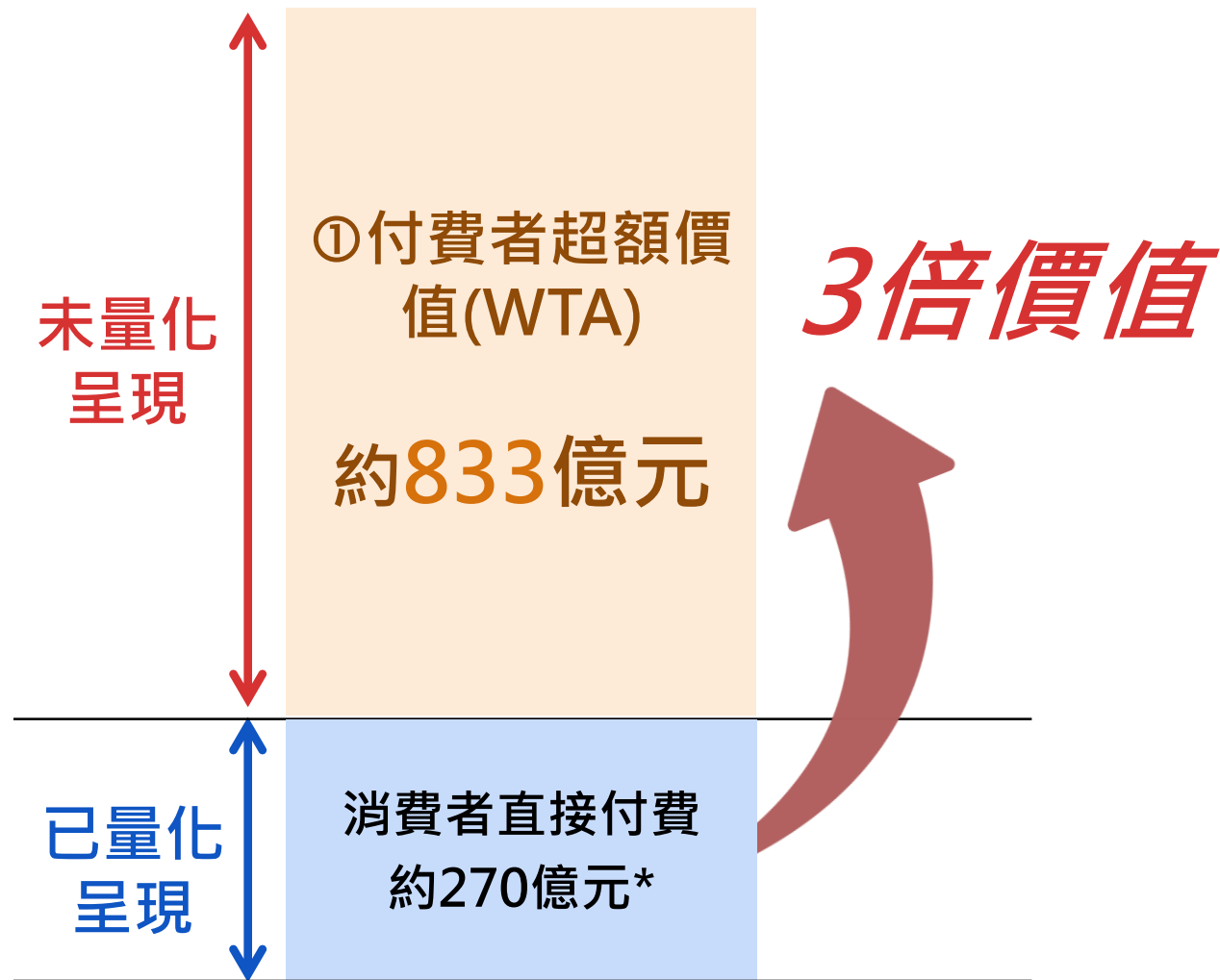
備註\*：AI服務實付金額為根據本次調查結果推估  
資料來源：本研究於2025年8月18日至9月18日間，針對全台18歲以上民眾進行全國性網路問卷調查，共回收有效問卷2,060份。

# AI工具未付費者潛在價值為174億元，來自企業付費之數位服務



備註\*：AI服務實付金額為根據本次調查結果推估  
資料來源：本研究於2025年8月18日至9月18日間，針對全台18歲以上民眾進行全國性網路問卷調查，共回收有效問卷2,060份。

# 而影音平台的付費者超額價值約為833億元為實付金額的3倍

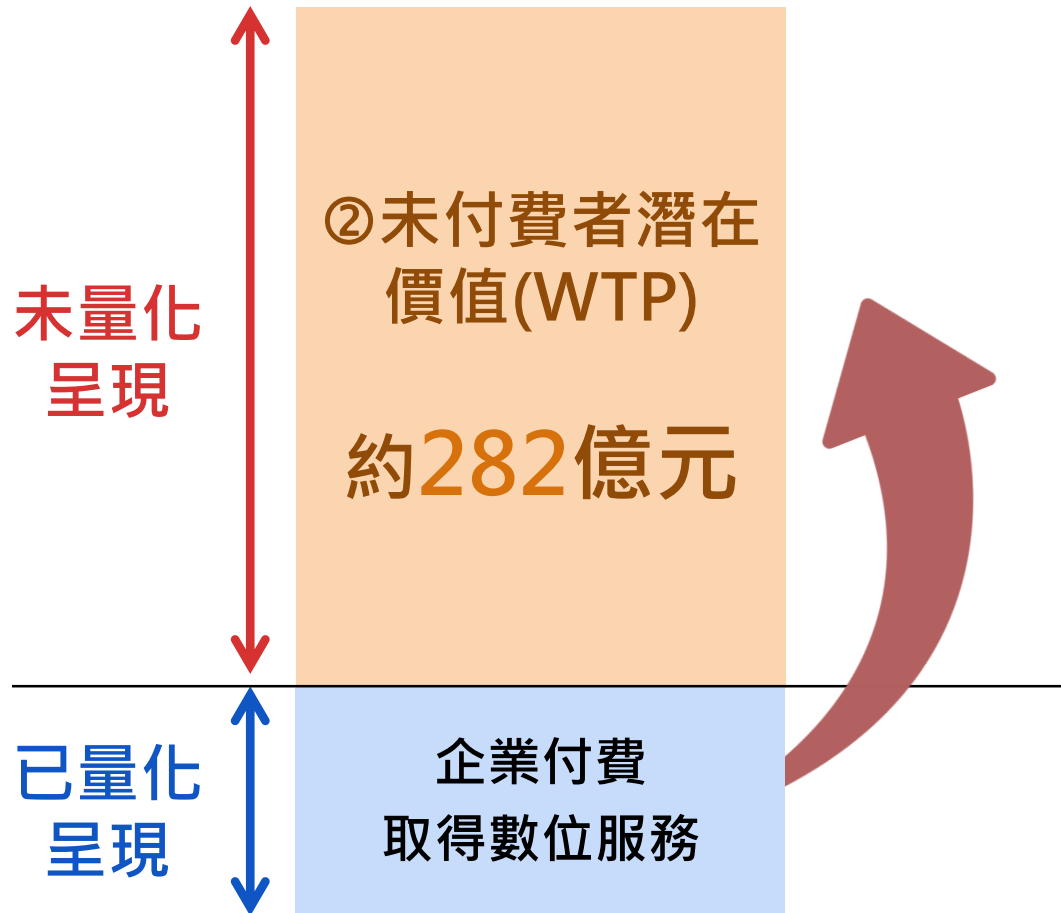


備註\*：影音平台實付金額為根據本次調查結果推估。

資料來源：本研究於2025年8月18日至9月18日間，針對全台18歲以上民眾進行全國性網路問卷調查，共回收有效問卷2,060份。

# 影音未付費者潛在價值為282億元，顯示有許多未被衡量之價值

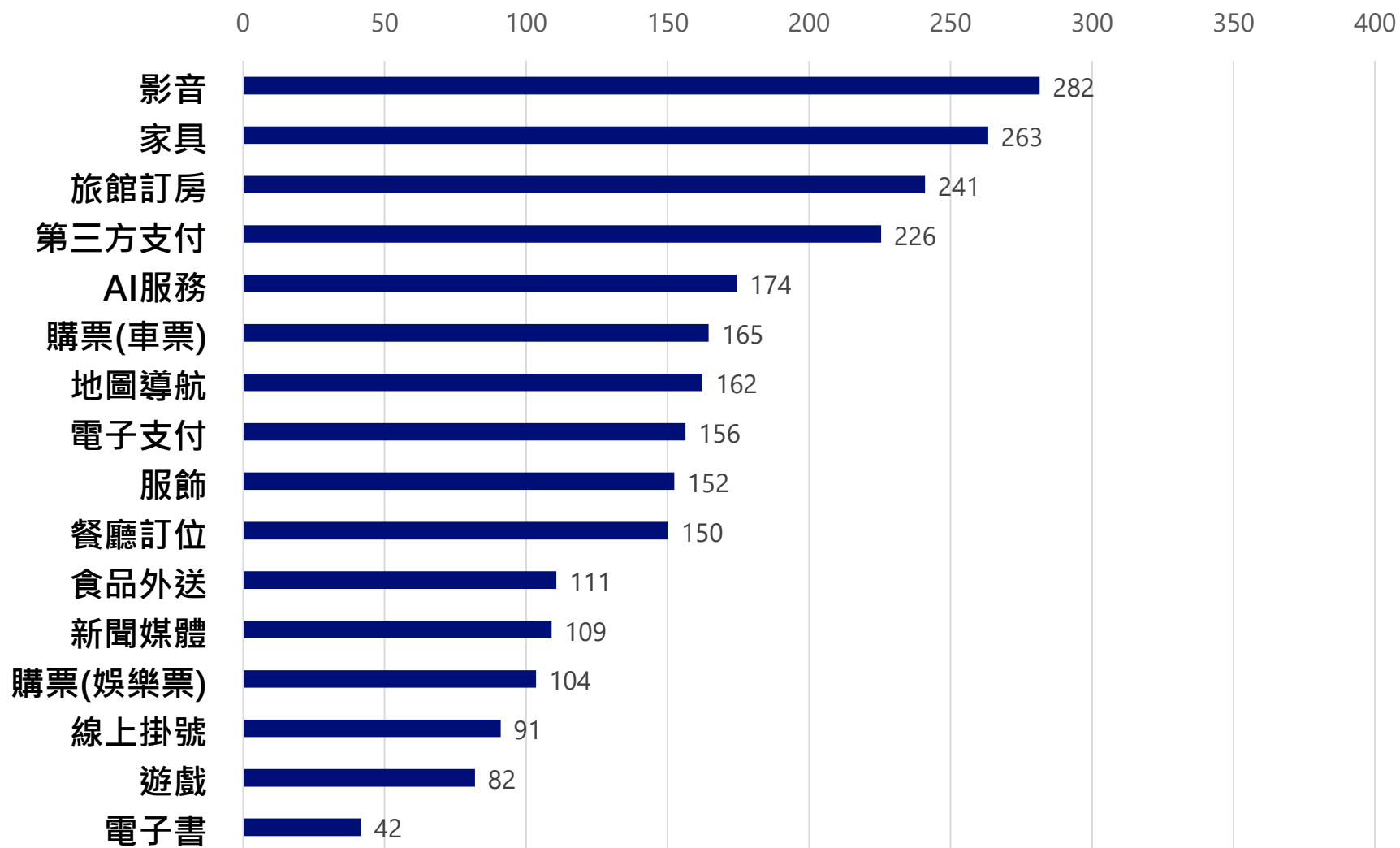
## 影音平台



備註\*：影音平台實付金額為根據本次調查結果推估  
資料來源：本研究於2025年8月18日至9月18日間，針對全台18歲以上民眾進行全國性網路問卷調查，共回收有效問卷2,060份。





# 15項數位服務共計產生2509億元的未付費者潛在價值











## 未付費者潛在價值(WTP)消費者剩餘計算結果(億元)



未付費者潛在價值(WTP)  
約2509億元

# WTP項目中遊戲、家具、訂房具有相對高的平均願付價格

WTP項目付費意願比較(元)*					
	 食品外送	 線上遊戲	 電子書	 影音	 AI工具
平均值	152	229	148	172	185
標準差	240	376	159	220	252

WTP項目付費意願比較(元)*										
	 服飾	 家具	 地圖	 掛號	 車票	 娛樂票	 訂位	 訂房	 新聞	 行動支付
平均值	166	235	83	71	131	175	107	215	78	2.1%
標準差	489	822	135	148	457	588	402	803	152	4.4%

\*備註：平均值皆四捨五入至整數

資料來源：本研究於2025年8月18日至9月18日間，針對全台18歲以上民眾進行全國性網路問卷調查，共回收有效問卷2,060份。

Copyright( C ) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

# 數位經濟創造無形價值，揭示成果回饋人民福祉

## 百工百業



## 數位經濟



## 消費者





**Envision the value,  
Empower the change**