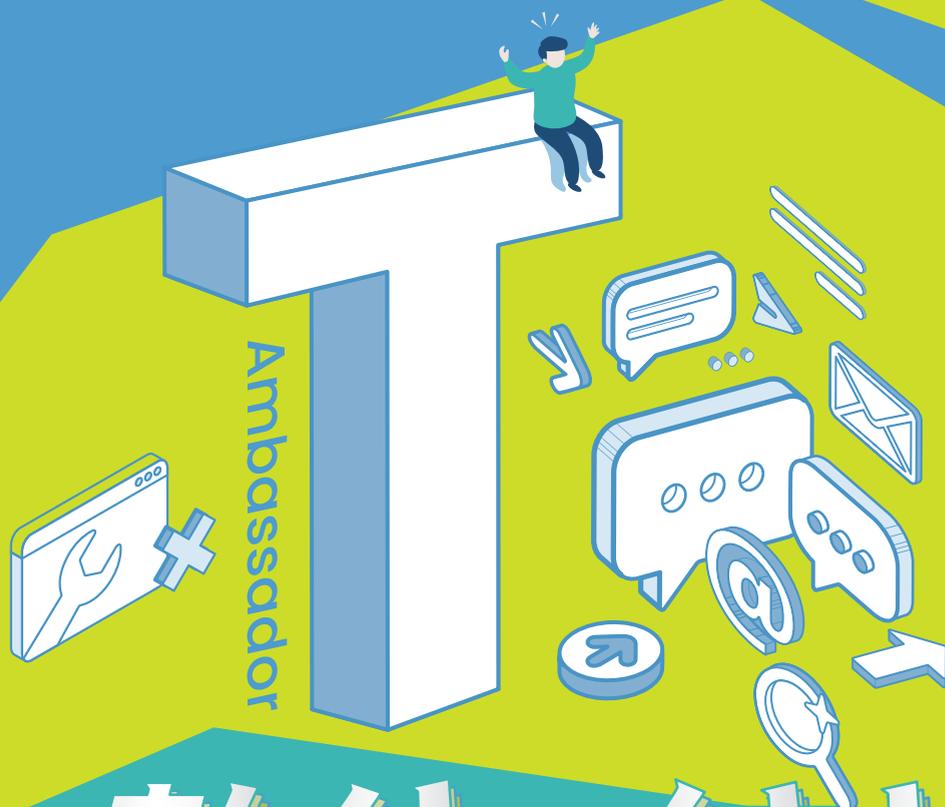


TRAINING ×
TALENT ×
TRANSFORMATION

2024
SPECIAL EDITION



數位·綻放
影響力

數位·綻放 影響力

TRAINING × TALENT × TRANSFORMATION



2024
SPECIAL EDITION

- 4 **序**
未來數位人才生成式
——數位發展部數位產業署署長 | 林俊秀
- 6 **總論**
精準育才 驅動產業與地方大步前行
迎接 AI 新時代：人才跨域轉型 擁抱數位新經濟
- 16 **智造者們 | 師父篇**
- ◆ 社會企業
- 18 讓社企走出國際 搭建跨國人才交流新平臺
——众社企股份有限公司
- 24 數位青年出新招 創意行銷把永續變有趣
——原點社會企業股份有限公司
- 30 AR、VR 來助陣 催生社會創新好主意
——高雄市社會創業協會
- ◆ 資訊類企業
- 36 跨域數位生力軍 開創氣象產業「新氣象」
——天氣風險管理開發股份有限公司
- 42 核心技術轉化課程 打造高留任率數位人才
——凌群電腦股份有限公司
- 48 數位力搭建職涯橋梁 開啟青年跨界超能力
——叡揚資訊股份有限公司
- ◆ 非資訊類企業
- 54 今天我想來點「麻辣」數位行銷 青春力量開啟新篇章
——人杰老四川餐飲管理顧問股份有限公司
- 60 減碳製造正進擊 打造數位綠領新勢力
——皓準科技股份有限公司
- 66 助你練就 AI 好工夫 跨界未來金融科技
——新光金融控股股份有限公司
- 72 **智造者們 | 大使篇**
- 74 我們都是 T 大使
數位原生代 開創屬於我們的 T 未來
- 86 數位青年出任務
發揮 T 大使責任與影響 推動數轉專案
- 96 數轉任務地圖
數位轉型全臺 GO：T 大使出任務 激發地方潛能
- 98 **數據解密青年數位力**
「數位青年 T 大使推動計畫」大調查
- 116 **尋找 T 型人**
還在猶豫要不要成為 T 大使嗎？不如先測測你是哪一型 T 大使！
- 120 **致未來**
成為自己未來的創造者 也為臺灣創造未來

| 序 |

未來數位人才生成式



數位發展部數位產業署署長 | 林俊秀

人工智慧（Artificial Intelligence，以下簡稱 AI）掀起的數位革命正重塑全球經濟版圖。企業面對科技創新匯流、商業模式改變以及社會環境加速變遷等重重挑戰，加速數位轉型不只是引領創新的進化契機，更是未來生存戰的關鍵一役。而站在數位變革的浪頭上，臺灣產業欲再次掌握機會、主導未來，「人才」無疑是驅動改變的關鍵。有鑑於此，「數位青年 T 大使推動計畫」（以下簡稱 T 大使計畫）應運而生，致力協助年輕世代接軌未來，透過培育青年數位力為臺灣社會布局數位能量，助攻各行各業數位轉型。

面對 AI 新時代，賴清德總統上任後提出「國家希望工程」，其中一項施政重點「創新經濟、智慧國家」，係以推動產業創新、創新創業、科技創新、投資人才等面向，用創新來帶動經濟發展，並積極發展半導體、人工智慧、軍工、安控及通訊等「五大信賴產業」，推動臺灣成為「人工智慧之島」，亦將全力投資及培育本國產業所需的人才，才有辦法達成打造臺灣成為智慧國家的目標。

數位發展部數位產業署為充沛人才供給，從高中、大學、求職到在職等各個階段，提出不同培育政策，包括針對高中高職及大專校院在學生辦理「InnoServe 大專校院資訊應用服務創新競賽」，透過專題競賽，將學術研究與實務經驗結合，增加產學合作機會；針

對大學及碩士在學生的「DIGI+Talent 跨域數位人才培訓」計畫，鏈結產學研培育量能以培育跨域數位人才；針對大專校院以上應屆畢業生及畢業 3 年內之求職青年推出的 T 大使計畫，結合業師與企業場域及社創組織，培育產業所需數位轉型人才庫；針對大專校院在學生及社會人士，辦理產業 AI 智慧應用人才培育的「AI 產業實戰應用人才淬煉（AIGO）」計畫；協助我國資訊服務業者提升顧問服務量能的「資訊服務暨數位轉型顧問培訓」以及培育資安人才的「資安跨域聯防及互聯網場域推動計畫」等¹，為臺灣布局未來數位人才，進而推進企業及組織加速數位轉型。

隨著 T 大使計畫即將邁入第 6 屆，前 5 屆所培育的 T 大使們在企業業師帶領下，懷抱著對數位創新的熱情，跨領域展開數位轉型實戰，強化數位賦能、交流數位共創，期間更承先啟後，攜手推動無數數轉專案，成為推升產業前進的重要助力、以創意引領風潮的未來智造者。據問卷調查統計，有近 8 成的學員在參與培育後求職機會增加，亦有超過 6 成的學員在培育後實際投身數位內容相關職務²，顯示 T 大使計畫驅動的就業效應正在各行各業發酵，提升青年就業力的同時也為企業轉型注入新世代動力。

人才驅動改變，社會的進步來自於創新。迎接 AI 新時代的來臨，數位轉型已成為國家重點發展的方向，面對當前產業日趨多元的變化與需求，我們期許有更多懷抱熱情、想像與執行力的青年持續加入 T 大使的行列，共同激盪創意、展開跨域創新，一起為臺灣的未來共創、共好。

¹ 數位人才資源手冊 202408 版 <https://www-api.moda.gov.tw/File/Get/adi/zh-tw/Vg8aWw7XA4XAerS>

² 參與「數位青年 T 大使推動計畫」青年的問卷調查



精準育才 驅動產業與地方大步前行

迎接 AI 新時代： 人才跨域轉型 擁抱數位新經濟

數位轉型成為迎戰缺工問題、淨零永續的新解方，卻也突顯出數位人才不足的新難題。「數位青年 T 大使推動計畫」（以下簡稱 T 大使計畫）積極培育數位跨域青年，以實際的場域數位應用及轉型實戰，從企業界到偏鄉及社區，培育更多推動數位轉型及永續發展的人才基石。

人才是國家永續的基石，然而根據《天下雜誌》集團新發表的《2025 臺灣人才白皮書》¹指出，

臺灣的人才需求正面臨「老更快、缺更大、補不到」的三大難題。國發會預估到 2030 年，臺灣將面對高達 48 萬人的人才缺口。事實上，因少子化與高齡化帶來的缺工挑戰並非臺灣獨有，自疫情後加速的數位轉型和人工智慧（Artificial Intelligence, AI，以下簡稱 AI）應用，則讓全球看見了應對缺工困境的新曙光；借助數位和 AI 科技減少高重複性的工作，並為既有人才賦能，提高效率的同時，也讓寶貴的人才資產能更加專注在具有創造力和生產力的工作上。

¹天下雜誌《2025 臺灣人才白皮書》發布 <https://www.cw.com.tw/article/5132585>

牽動全球的轉型關鍵： 數位人才培育

世界各國皆以「數位轉型」視為國家進步和產業創新的重中之重，日本以數位科技與數據實現社會 5.0，韓國公布「數位新政」，全面投入發展宅經濟及非接觸式產業等行動，新加坡亦提出「智慧國家 2025 計畫」加速建設數位政府。

數位人才的培育，則是從產業到社會全面驅動數位轉型的關鍵，數位人才儲備更是國際間在這一波數位競速中無煙硝的軍備競賽。歐盟在 2023 年時發布的「數位 10 年階段報告」，就格外強調加速人才數位技能培育，投入大量資源，為的不只是在數位經濟浪潮中站穩領先地位，更是為未來的永續減碳、缺工等各種挑戰做好準備。

²行政院智慧國家推動小組 - 簡介 <https://digi.nstc.gov.tw/Page/A1701D7654C6B83C>

³行政院全球資訊網 - 數位國家・創新經濟發展方案 <https://www.ey.gov.tw/Goals/5EF730EBAFCFFDF2>

⁴行政院智慧國家推動小組 - 簡介 <https://digi.nstc.gov.tw/Page/A1701D7654C6B83C>

前瞻政策發力 競逐數位未來

身為「科技島」的臺灣也早看見趨勢與機會，正如臺灣在 1980 年代就前瞻趨勢、投入發展半導體產業，2016 年由行政院啟動的「數位國家・創新經濟發展方案（2017～2025 年）」²則以「發展活躍網路社會、推進高值創新經濟、開拓富裕數位國土」為發展願景³，並在 2021 年升級為「智慧國家方案（2021～2025 年）」，整合聚焦於「數位基盤」、「數位創新」、「數位治理」及「數位包容」四大構面，以促進社會整備（society ready）為核心，促進國家社會整體數位轉型，建構智慧國家新典範⁴，亦即數位經濟發展，一直是國家重要的政策與推動重點。

政府奮力加速的同時，產業界也在急起直追。根據資誠聯合會計師事務所（PwC Taiwan）公布的《2023 臺灣企業轉型現況及需求調查》，有超過 7 成臺灣企業領袖認為，若要維持競爭力，必須在 10 年內進行轉型。該調查也指出，比起傳統企業培育大多著重於組織文化及職涯發展，面對數位新時代，企業無法只靠 IT 部門培育數位人才；除了藉助懂得數據分析的人才助力企業轉型，所有的部門單位也都必須引進或培育擁有數位能力的「數位跨域人才」，即兼具專業知識與數位跨領域合作能力的「T 型人才」⁵，才能真正由內到外驅動組織的「數位轉型」。

T 大使計畫 布局未來人才課題

「數位轉型」不僅是數位技術的導入，它代表著技術

與人才之間的深度融合，以及由此驅動的組織創新和流程重構。而在當今生成式人工智慧（Generative Artificial Intelligence, Gen AI，以下簡稱生成式 AI）快速發展的時代，更關鍵的是在於如何培養能夠「與 AI 協作」的人才。

面對數位轉型，AI 能提供強大的技術支援，但轉型成功的關鍵仍在人才。現代數位人才必須兼具策略眼光和執行力，包括像是能夠判斷 AI 工具的最適應用場景並規劃轉型藍圖，善於將 AI 技術融入業務流程以提升營運效益，尤其需要理解在地需求和產業特性，確保技術方案符合實際情況。

以臺灣企業常見的數位轉型困境為例，企業往往面臨規劃不夠全面、投資成本過高等挑戰，其根本解方不僅止於導入 AI 系統，還須培養能有效整合「人機協作」的數位人才，透過精準的轉型規劃，有



第 1 屆計畫啟動時，時任行政院科技會報辦公室葉哲良副執行秘書、時任行政院唐鳳政委、台中精機黃明和董事長、黃怡穎董事長特助（由右到左）等共同參與中區連線啟動 T 大使任務。

效降低摸索過程中的時間與資源耗費。

因應企業數位轉型需求、透過數位青年人才培育解決轉型人才缺口，數位發展部數位產業署推動「數位青年 T 大使推動計畫」（以下簡稱 T 大使計畫），整合產官學力量，培養具備跨域能力的數位青年，強化其就業所需的數位即戰力，

並為臺灣產業數位轉型和在地永續發展注入人才新能量，打造「贏」向未來的競爭優勢。

產官學攜手催生 為臺灣數位轉型奠基

T 大使計畫從最初在時任行政院唐鳳政委、時任行政院科技會報辦公室葉哲良副執行

⁵依天下雜誌〈未來 10 億工作將蒸發 「T 型人才」5 大能力讓你不被淘汰〉<https://www.cw.com.tw/article/5117287> 一文指出，字母 T 上的縱軸，代表在單一領域的技能和專業知識的深度，亦稱之為「硬實力」；橫軸則代表與其他領域的專家跨學科合作，並將知識應用於非主要領域的廣度或能力，也稱之為「軟實力」。

秘書，以及時任經濟部中小企業處胡貝蒂副處長（現任數位發展部主任秘書）等人多方奔走溝通下催生，由於是以解決臺灣數位跨域人才缺口、打造切合轉型實務需求的人才為目標，T 大使計畫在一開始就鎖定與產業接軌，結合有經驗的業師、教育訓練資源和合適的數位轉型工具，帶著青年們走入企業，在實際的產業應用場域接受實作培育，以公私協力的新型態打造數位人才。

同時，T 大使計畫的培育內容涵蓋了知識、態度行為與發展層面。在知識面，T 大使計畫規劃的多元培育課程包括企業數位流程工具的應用、數位平臺工具的使用、前後端架構等內容，鼓勵非資訊背景青年參與，培養在本科專業外亦具有數位技能的 T 型人才，結合各產業領域的知識，及各實作場域數位轉型的實戰演練，提升青年數位應用的能力。

T 大使計畫透過實作專案鼓勵青年應用所學，提升了青年

的就業自信，同時加強團隊合作、解決問題的能力。在未來發展方面，根據參與計畫的青年們回饋，在計畫中的收穫不僅幫助他們促進就業、提升競爭力，還有許多青年自行創業，或投入地方數位發展，支持城鄉永續，為臺灣全面數位轉型奠定良好且堅實的基礎。

見證 T 大使計畫一路走來的數位發展部數位產業署主任秘書黃雅萍與有榮焉地回憶：「經過這 5 屆的陪伴，我看見許多來自各學校、專長背景都不同的青年，透過 T 大使計畫獲得數位跨域職能，而後成為臺灣產業數位轉型的重要人才，真正落實了這項計畫的初衷。」

5 年深耕 循序漸進擴大 數位人才影響力

正如同數位轉型是個不斷進化的過程，T 大使計畫自 2020 年第 1 屆啟動以來，也始終隨全球科技發展趨勢而持續演

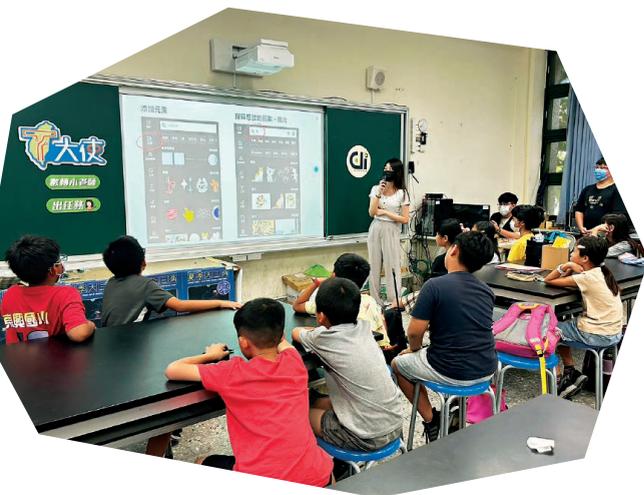
進。計畫初期聚焦於「人工智慧」、「智慧製造」、「智慧服務」及「數位行銷」等四大技術領域，結合政策工具、企業資源與業師經驗，成功推動數位青年的培育，並落實多項企業場域實作。

第 2 屆（2021 年）與第 3 屆（2022 年）適逢疫情期間，T 大使計畫持續深化青年數位轉型人才培育，不僅增加全臺推

廣說明會場次，更將課程進一步劃分為數位知識扎根為重的「主題學院」與結合實作的「企業專班」，讓人才培育更符合學員需求，並向民間廣納不同領域認證的學習機制，為產業注入數位轉型能量。2023 年第 4 屆 T 大使計畫更因應全球數位經濟發展趨勢、擴大招募多元背景的青年參與，包括海外留學青年，以及來臺就讀的僑

「數位青年 T 大使推動計畫」的規模逐漸擴大，第 5 屆的培育主題更融入最當紅的生成式 AI 與資訊安全。





青年透過參與計畫中的「數轉任務」，將所學技能應用於具有公益性與社會性的專案，服務地方單位並支持在地民眾的需求。

方創生、社會創新注入新生。為了讓 T 大使計畫的影響力走入地方，發揮更大的連鎖效益，除了鼓勵青年在地受訓、在地服務，促進在地產業數位轉型，更從第 1 屆開始就展開與非營利組織（Nonprofit Organization, NPO）的合作，為青年提供多元實作機會，也讓青年們一展數位長才、回饋社會，並啟動「數轉任務」，運用青年們的數位力協助在地社創組織提升效能，擴大數位影響力。

質與量提升 T 大使促使產業百花齊放

自 T 大使計畫開辦至今，共已募集超過 5,500 位會員，培育了 2,404 位 T 大使，累積 385 家企業和 625 位業師響應培育，並促成近千位青年就業。為了更進一步了解參加這項計畫為青年們帶來的影響與改變，特別透過問卷調查與深度訪談，了解第 1 至第 5 屆參與青年們

外生；為與時俱進，第 5 屆 T 大使計畫重新對焦社會需求導向的培育主題，深化產業應用層面，最終形成六大核心類別：「生成式 AI」、「智慧物聯」、「科技行銷」、「樂齡科技」、「運動科技」及「資訊安全」，全面接軌當前數位潮流。

數位轉型不只是企業提升競爭力的關鍵，同時也能為地

的反饋與現狀。

調查發現，近 9 成的學員皆表示自己的數位技能在培育後有所提升，表示自己的數位技能「提升很多」者比例亦逐屆成長，顯示 T 大使計畫已逐步形成有效的培育模式。此外，近 8 成的學員在參加培育後求職機會增加，第 3 屆至第 5 屆的 T 大使反饋尤為正面。

在就業情況方面，有 62.6% 已就業的 T 大使表示目前從事的職務與數位內容相關，顯示參與培育後的技能與職場需求高度契合；第 5 屆更有 74.3% 表示工作與數位技能高度相關，遠高於前幾屆，顯見不斷優化的課程設計以及與實務需求緊密結合的計畫成果斐然。

企業積極「留人」的態度，也是 T 大使計畫提升青年職場競爭力的最佳證明，不少青年在企業實作結束後繼續於該企業留任。在 T 大使計畫中連續 5 屆擔任 T 師父的凌群電腦股份有限公司指出，接受培育後的 T 大使大部分都進入公司或

客戶企業任職，留任率高達近 8 成。

在協助企業補充數位人才缺口方面，T 大使計畫也展現實質效益。生產自行車鏈盤及 PCD 鑽石刀具（Polycrystalline Diamond）的皓準科技股份有限公司就把 T 大使計畫視為缺工年代求才、育才的解方，不僅用心規劃培育計畫，還制定留任計



「數位青年 T 大使推動計畫」結業後，還有就業媒合嘉年華會，提供青年就業機會。



T大使透過企業實作深入了解各產業現況，也建立起在組織內如何進行團隊工作的意識。

畫，甚至主動媒合引薦人才至適合的供應商或合作企業。

同樣遭遇搶人難題的還有臺灣第一間民間氣象公司——天氣風險管理開發股份有限公司。透過T大使計畫展開跨域人才培育，公司藉此將攬才面向擴大到非氣象領域，挖掘潛力人才的同時還從青年身上，收穫跳脫傳統氣象學理論的智慧科技創新氣象預測方法。

對亟需人才、卻相對缺乏

數位人才競爭力的社會企業而言，T大使計畫更提供了數位創新的契機。例如致力於解決瓶裝水塑膠議題的原點社會企業股份有限公司在青年們的加入後，激盪出許多行銷創意新靈感，把永續關懷的行動方案傳遞給更多人。青年們還為10多家社會企業與地方創生組織策劃數位行銷專案，把新世代的數位創新能量更加擴散。此外，一群青

年在致力於推動社會創新創業的高雄市社會創業協會的帶領下上山下海，為南臺灣的社創組織執行數位行銷，更應用擴增實境（Augmented Reality, AR）、虛擬實境（Virtual Reality, VR）、混合實境（Mixed Reality, MR）等技術，把臺灣的地方歷史文化變成生動有趣的互動體驗教材。

長期致力於為身心障礙者、銀髮族群及其照顧陪伴者打造高品質樂齡生活的眾社企股份有限公司，更在T大使們的參與下，激發出創新數位服務的創意和方向，甚至在T大使中的外籍青年們協助下擴散國際合作溝通的機會。

深化數位人才培育 促進轉型、提升競爭力

T大使計畫不僅為臺灣數位人才帶來量與質的提升，針對歷屆參與者的調查也顯示，超過8成的T大使認為自己能運用所學技能有效解決工作中的

問題，尤其第3至第5屆的認同度更高，超過9成。這表明T大使計畫不僅與時俱進，還能敏銳捕捉並回應產業需求。

此外，已就業的青年目前從事的行業以數位轉型需求較大的資訊及通訊傳播業、金融保險業及製造業為多，其中又有62.6%的職務與數位內容相關；在薪資方面有4成多薪資都在4萬元以上、甚至超過5萬元，顯示在「青年數位種子進入產業」及「提升就業競爭力」方面成果頗豐。

自T大使計畫啟動以來，即將邁入第6屆，成功整合產、官、學各界資源，全面推動產業數位轉型，並為臺灣數位經濟發展提供了堅實的人才支援。未來，T大使計畫將持續與國家人才發展目標對接，致力於培養更多具備跨領域數位能力的創新人才，進一步提升國家競爭力。在全球數位經濟迅速變革的浪潮中，以卓越的人才力量為核心，驅動臺灣在數位領域的創新突破，站穩世界舞臺，領先未來。

智造者們

SMART CREATORS

師父篇

社會企業

資訊類企業

非資訊類企業



聚焦數位時代的人才需求，我們從「社會企業」、「資訊類企業」、「非資訊類企業」三大面向來看，揭示現代企業如何提升數位跨域人才戰力，為競爭做好即戰準備。

讓社企走出國際 搭建跨國人才 交流新平臺

數位青年培育心法

創新研發 驅動組織轉型

聚焦身心障礙輔助科技的研發應用，逐步引導學生了解身心障礙者需求，驅動數位產品與服務創新。

跨國溝通 人文關懷無國界

重用外籍青年、建立跨國連結，交流技術應用與研究資料，開啟國際合作新契機。

隨著臺灣邁向超高齡社會，利用數位科技與創新服務解決「行動不便」問題，不僅是為了身心障礙者與高齡長輩，也關乎每個人的未來。众社企股份有限公司（以下簡稱众社會企業）長期致力

於打造高品質樂齡生活，服務身心障礙者、銀髮族及其照顧者，並透過「數位青年T大使推動計畫」（以下簡稱T大使計畫）結合青年的人文關懷與創意，激發數位服務創新，同時拓展國際合作視野。



透過「數位青年T大使推動計畫」，众社會企業接觸到具有人文關懷，和對服務弱勢擁有熱情的青年，為臺灣社會創新注入更多創意和活力。

「每一個世代對生活和服務的需求，皆有其獨特的想像，我們希望透過跨領域T大使的參與，刺激我們對數位服務創新，有更多的創意和方向，同時也及早因應整體大環境就業人力不足的趨勢，引導更多青年進入身心障礙創新輔助科技的研發和應用服務領域。」众社會企業執行長林崇偉殷切期盼著說。

連續 5 屆業師 青年入門社企的 專業敲門磚

5屆以來，众社會企業雖針對各屆T大使計畫設置不同

培育重點，但始終聚焦於身心障礙輔助科技的研發與應用服務，逐步引導學生理解身心障礙者需求，確保創新方向貼近使用者。

以第1屆為例，培育重點在「無障礙資訊建置」、「數位服務規劃」和「社群行銷推廣」，青年們協助臺灣手語翻譯協會建置「臺灣親子手語數位學習網」與「臺灣手語新詞數位學習網」，對推廣臺灣手語教學大有助益。

第2屆及第3屆培育重點在「數位轉型加速社會創新」，業師林崇偉指導青年們製作12家餐廳的點字菜單、語音

菜單，獲得第2屆數位之星實作組「最佳夢想家獎」第1名的亮眼成績；還協助嘉義市政府建置「嘉義市友善生活資訊網」，提供嘉義市餐廳、旅館、觀光景點和旅遊服務詳盡的無障礙資訊，為大眾創造便利。

其中，臺大機械系畢業的第2屆T大使曹珮琪，於2022年憑藉在培育計畫中的「視障者觸摸圖數位設計」主題，成功入選美國柏克萊大學碩士班，促成了眾社會企業與國際視障者

協會之間的合作，後續的論文研究也朝這個方向持續深化。

第4屆、第5屆主題持續發展「智慧導覽與視障輔助科技服務創新」，不僅為嘉義觀光工廠打造視障友善的參觀環境，還設計出明眼人一看就懂、視障朋友也適用的「通用化觸摸式消防逃生避難圖」。

「T大使值得大力支持培育，眾社會企業不為自己，只為臺灣社會創新培育新世代的影響力。」林崇偉表示。



林崇偉表示，眾社會企業每一屆均有不同培育重點，希望讓更多青年們了解身心障礙者的實際需求，並藉此研發出符合其所需的輔助。

重用外籍生 建立跨文化工作場域 與全球視野

在第5屆T大使計畫中，眾社會企業還展開一項大膽的實驗，「遴聘並培育超過7位在臺外籍學生成為T大使」。林崇偉說明「重用」外籍學生的緣由：「他們的母語和本國文化優勢，可以協助眾社會企業探索印度、印尼、菲律賓、泰國、越南、馬來西亞的市場，建立起與當地視障創新服務機



第1屆「數位青年T大使推動計畫」，成功為台灣手語翻譯協會建置「臺灣親子手語數位學習網」和「臺灣手語新詞數位學習網」。

構的連結，並蒐集相關技術應用和研究資料。」

這群外籍青年的表現出色，不僅成功建立起臺灣首個英語視障觸摸科技研究推廣網站，為臺灣視障創新產品和服務國際化踏出第一哩路；更在業師林崇偉指導下，第4屆T大使楊豐憶、劉宇豪、羅文謙（視障者）憑藉盲文教材設計平臺與視障保齡球

運動，分別榮獲數發部數產署舉辦的「公益創新·徵案100」決選及「2023 X-Run 創新競賽！」冠軍2項大獎。

此外，楊豐憶與第5屆T大使潘氏芳玲（Phan Thi Phuong Linh）赴越南拜會越南盲人福利總盟及視障學校，奠定眾社會企業的海外合作基礎；而第5屆T大使馬玉茜（Zybil Faith



众社會企業在第 5 屆「數位青年 T 大使推動計畫」中，遴聘並培育超過 7 位在臺外籍學生成為 T 大使，建立起 T 大使們跨國和跨文化溝通的技能。

Minoza) 則協助聯絡菲律賓馬可仕慈善基金會，預訂 2025 年促成赴菲交流計畫。

這次經驗讓林崇偉對人才培育與招募有新思考：「未來我們將更重視認同臺灣、有感情、能溝通、可共事的在臺外籍學生，借助他們推動臺灣社會企業的國際化。」與不同國籍與文化的青年合作，無論面對面或線上協作，皆可提升公司同仁的跨文化溝通能力，也加速

學習應用數位工具，降低語言與文化差異帶來的協作阻力。

「T 大使在推動企業數位轉型和創新的作用，就像是一種催化劑，」林崇偉指出，計畫的執行不僅為企業帶來新策略思維，也注入新文化與工具，並延伸至與消費者的新溝通模式和傳播管道，對社會創新組織與企業發展至關重要。

林崇偉強調：「我們的願景是將臺灣數位輔助科技與服

務推向國際市場，成為國際化企業，這些能力的培養尤為關鍵。」數位轉型不僅是資訊科技的導入，更是思維、格局與團隊協作的全面升級。

從「被服務的人」 成為「能服務別人的人」

連續參與 5 屆 T 大使計畫，每一屆都提出不同的創新發展方向。林崇偉非常滿意這項計畫對於众社會企業在提升數位能力、開拓新市場，以及技術創新研發層面的助力。展望未來，众社會企業期望秉持創業

初衷，針對國內身心障礙青年提供培育和支持，創造不同的多元就業可能。

「身心障礙青年的就業格外困難。很多時候受限於身體上的不便、交通行動的困難，又或是公司無障礙環境的限制，使得他們無法擁有與一般青年同等的就業機會，但是透過數位，就可以突破身體和空間環境的限制，為他們開啟不同的發展可能。」林崇偉期待，在众社會企業與 T 大使的努力和各方資源整合下，讓身心障礙青年從「被服務的人」變身成為「有專業能力能服務別人的人」。

众社企股份有限公司

參與計畫屆數 / 連續 5 屆 (第 1 屆 ~ 第 5 屆)
主要業務 / 無障礙資訊建置和環境規劃顧問、輔助科技和創新服務設計研發，友善教育訓練、企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 策略發展

數位青年出新招 創意行銷 把永續變有趣

數位青年培育心法

全方位培育數位行銷關鍵技能

提供一系列內容行銷規劃、文案撰寫、影片拍攝、社群媒體操作等培育，養成擁有全方位數位行銷技能的青年人才。

用階段性目標建立青年自信心

透過設立容易達成的具體階段性目標，為青年建立自信，盡情揮灑新世代創意。

塑膠垃圾已釀成全球性的環境生態危機，然而減塑不能只靠政府和企業的投入，還需要每個人的身體力行。致力於解決瓶裝水塑膠議題的原點社會企業股份有限公司

(以下簡稱原點社企) 在擁有資通訊科技背景的創辦人帶領下，運用數位科技發展出具可行性的創新減塑解方，並透過數位行銷來放大溝通聲量和力道，更從第1屆「數位青年T

大使推動計畫」(以下簡稱T大使計畫)就開始參與，曾任3屆T師父，傳授青年數位行銷技能的同時，也從青年們身上汲取豐沛的新世代溝通創意，帶動更多人一起響應「喝水零廢全民運動」。

臺灣早期農業社會有著人情味濃厚的「奉茶文化」，路邊樹蔭下常有善心人自發性擺設茶壺、提供免費茶水供過路

人解渴；如今則有原點社企開發的「奉茶行動 App / 飲水地圖」，集結全臺 1.3 萬個補水地點，打開 App 就能方便地找到就近的飲水機、補水站資訊。

「為了解決塑膠瓶裝水問題，我們利用資通訊、物聯網科技開創新方案，攜手政府、企業、民眾，串起免費飲水網絡，讓民眾不用再買瓶裝水，只要帶著環保杯就能隨時找到地方補水。」原點社企共同創辦人暨



「奉茶行動」是原點社企於 2020 年攜手環境部與民間所策動的公益飲水行動，透過提供便利的補水解方，鼓勵民眾展開減塑行動。



2019年黃暉程創立原點社企，開發整合全臺免費飲水資訊的地圖App，以飲水點代替瓶裝水購買。

執行長黃暉程說明。

此外，原點社企還推出了結合物聯網（Internet of Things, IoT）科技的「RF100 喝水零廢數據平臺」，供企業一鍵追蹤減碳等永續影響力數據，同樣是結合數位科技的減塑新解方。2019年原點社企成立以

來，已創造出減瓶200萬、減碳356公噸的永續「飲」響力。

紮穩馬步 永續數位行銷練功也煉心

擁有用數位科技創下減塑佳績的實力，原點社企培育T大使的第1課卻非數位技能，而是原點社企身為「社會企業」的減廢理念與文化。黃暉程強調，青年在T大使計畫選擇加入原點社企，本身是否具備特定數位技能不是重點，「你要發自內心『認同』原點社企這份理念，才是首要條件。」

與青年建立共同的價值觀後，進入數位技能培育的重頭戲，包括行銷規劃、文案撰寫、影片拍攝、社群媒體操作等數位行銷技能，並學習運用Google分析工具（Google Analytics, GA）、Google廣告服務（Google AdWords, Google Ads）、搜尋引擎優化（Search Engine Optimization, SEO）、Facebook後臺、Instagram後

臺操作及數據分析等工具，為數位行銷打下基礎，並在不同場域進行專案實作。

為了幫助尚未經過職場歷練的青年，業師會為他們設立具體的階段性目標，讓他們在每次達成目標時建立起自信，也更知道如何推進專案。

高效行銷助攻地方創生

為了提供青年們更多元的實作機會，在T大使們完成數位行銷技能培育後，原點社企毫不藏私，帶著他們投入地方創生，在不同創生專案的實地練功中活用品牌異業策劃、活動企劃、Facebook／Instagram社群經營與廣告投放、短影片經營、Dcard口碑行銷、KOL網紅行銷等行銷手法，為創生團隊創造更高的數位行銷成效。

第1屆T大使計畫中，原點社企攜手青年們協助「大稻埕商圈」、「和平島場域」等10家社會企業執行數位行銷專

案；第4屆時更走進偏鄉，與彰化縣「八堡文化事業有限公司」合作，為地方注入數位新能量；第5屆則偕同「臺灣創生發展協會」策劃數位行銷專案，從創作社群行銷內容到規劃高成效的關鍵字廣告，用流量和聲量證實T大使們的專業與創意。



Lalai 桃園原住民族音樂節——「奉茶有嘻哈」饒舌音樂及短影音活動，來自青年們在「數位青年T大使推動計畫」中發想出的創意。

青年創意激盪 行銷也能很嘻哈

「青年帶來的創新點子，常常超出我們的想像，為公司激盪出新的創意靈感。」黃暉程說。與青年們的接觸，也讓成員多數介於 30 ~ 40 歲的原點

社企得以理解年輕世代的獨特語言和表達方式。

以往，原點社企參與「Lalai 桃園原住民族音樂節」多在現場設攤位播放宣傳片，行銷方式較為單向。沒想到青年們發想出「遊戲互動」的創意行銷，利用生成式人工智慧

(Generative Artificial Intelligence, GenAI) 創作減塑饒舌歌，還邀請觀眾演唱並拍攝影片，剪輯成短影音後上傳社群平臺，快速透過網路擴大影響力。

活潑的互動與流行音樂元素，加上短影音與社群分享，讓「喝水零廢」理念在音樂祭年輕受眾間引起共鳴，不僅現場熱烈反應，也在網路上大受歡迎，讓環保理念傳得更廣。

2019 年才誕生的原點社企，與 T 大使計畫幾乎同步成長。

這個年輕團隊在與新世代相互學習中逐步壯大，更期待透過計畫培育更多減塑種子，讓具永續精神的未來人才為臺灣社會創造更多可能。參與計畫後，其中 1 名 T 大使以兼任方式繼續合作，更令人欣喜的是，黃暉程參與「T-Cross 在地數位種子人才培力方案」時，發現有 2 至 3 位 T 大使結訓後仍積極投入社會創新，運用學到的數位力推動地方數位轉型，「我們相信，這正是 T 大使計畫的真正影響力！」

原點社企樂於參與「數位青年 T 大使推動計畫」，同時也歡迎更多 T 大使參與永續喝水的推廣行列。



原點社會企業股份有限公司

參與計畫屆數 / 3 屆 (第 1 屆、第 4 屆、第 5 屆)
主要業務 / 致力解決瓶裝水塑膠議題，推動喝水不消耗一次性塑膠的社會創新方案。

AR、VR 來助陣 催生社會創新好主意

數位青年培育心法

做中學、學中做 快速累積經驗與實力

將培育和專案實作結合，直接把青年帶到現場，在實際服務場域中練兵。

跨域共學、共好 拓展數位技能無邊界

鼓勵來自多元領域背景的青年們教學相長，相互分享知識與技能，並透過跨域交流碰撞出創新的火花。

「**創**新」不僅是企業或社創組織成長的關鍵，若能透過數位科技，應用於社會創新，也能解決許多社會與環境問題，產生意想不到的效益。高雄市社會創業協會（以下簡稱高社創），作為推動社會創新創業的平臺，深知數位力在

社會創新中的重要性，自第 1 屆「數位青年 T 大使推動計畫」（以下簡稱 T 大使計畫）推出以來，已擔任 4 屆 T 師父，為臺灣社會企業的數位轉型撒下種子，幫助參與青年在結訓後帶著一身軟實力，接軌未來職場。



高社創從社會創新的角度出發，希望 T 大使不只是擁有數位技能，更要用「接地氣」的軟實力接軌未來職場。

位於高雄亞洲新灣區的高雄軟體科技園區，是高雄市資通訊產業的重要發展基地，也是高社創訓練青年的基地。高社創就像一座橋梁，串聯學界、產業，輔導青年創業學習。透過 T 大使計畫，高社創更發展出同時為青年和社創組織數位培力的雙贏模式，帶領青年們上山下海、為南臺灣的社創組織執行數位行銷，培育數位青

年的同時，也藉由他們的力量擴大社創影響力。

協助偏鄉店家與農友 應用數位行銷

「企業經常利用數位廣告、媒體操作或搜尋引擎優化來吸引顧客，這在網路時代已是常見操作，」高社創理事長陳柏守表示，「但對偏鄉店家或農

友來說，數位行銷並非理所當然。」他指出，這些店家需要專業協助，才能順利數位轉型，真正享受數位科技帶來的效益。

因此，高社創在接觸 T 大使計畫之初，就思考如何結合培育與實作，將青年帶到現場，認識服務場域並設計數位行銷方式。「這是一個雙向歷程，既提供業者服務建議，也讓不熟悉數位科技的青年有實踐機會，為未來數位職涯奠定信心。」

「高社創參與 T 大使計畫可以說是與時俱進。」陳柏守表示，參與計畫的第 1 年（2020 年）正值新冠肺炎疫情期間，除了規劃線上課程，高社創還與南臺灣相當成功的社會企業「格外農品」合作，由業師帶領青年實際了解新創企業如何從零到一，並讓青年參與文案撰寫、經營社群，學習擬定節慶行銷以及從線上到線下的導購方案，正符合疫情時的數位行銷需求。



運用 AR 科技打造互動數位繪本的「日光小林部落數位量能提升計畫」，獲得第 4 屆數位之星實作成果組「佳作」以及「G2 數位永續獎」的雙獎肯定。

門就能走訪各地，也能重建回不去的過去，還可以轉化為認識社區文化、歷史、藝術的數位教材，發揮教育意義。」陳柏守表示。

陳柏守以青年們在「日光小林部落數位量能提升計畫」中繪製的小林村圖卡為例，透過手機掃描，圖卡中的人物彷彿活了起來，展示了小林部落的公廨（原住民族的信仰中心或議事場所）、夜祭、服飾與飲食，生動重現 400 年來的大武壠族文化。青年們運用 AR 技術，將大武壠文化以數位形式呈現，並開發出 AR 劇場盒、AR 漫畫及植物園 AR 導覽等內容，為部落文化和食農教育增添不少趣味。

「這個系列的誕生並不容易，青年們不只上網查詢資料，更是在翻遍期刊論文後，先進場對部落族人進行訪談，一一確立內容的正確性，然後才開始寫劇本、進行美術設計及程式開發。」陳柏守說，專案過程中，青年們學到的不只是 AR 技術以及行銷手法，還有如何

數位是行銷策略 卻需要文化軟實力

自第 4 屆開始，高社創的培育課程逐步聚焦在社會關懷和探索數位內容表現方式，並以擴增實境（Augmented Reality, AR，以下簡稱 AR）為主題來招募青年。

「透過 AR、虛擬實境（Virtual Reality, VR）、混合實境（Mixed Reality, MR）技術的應用，不出



陳柏守把青年帶到現場，讓他們了解數位行銷並非對所有人都理所當然，直接聽取店家或小農需求，快速累積經驗與實力。



青年們透過 AR 技術重現美濃窯朱邦雄博士成為陶壁藝術大師的歷程，為窯業歷史留下珍貴紀錄。

分工合作及溝通協調。最終的作品不負眾望，獲得第 4 屆數位之星實作成果組「佳作」以及「G2 數位永續獎」的雙獎肯定。

「日光小林」之後，又一力作「美濃窯」，掃描彩繪卡片，就可聆聽藝術家朱邦雄博士打造美濃窯，成為陶壁公共藝術大師的發跡故事，還比日光小林多了角

色替換和互動效果，在表現上更加成熟，更具趣味性。

同儕也跨域 學彼此的好工夫

「青年們來自不同學校和科系，一定有可相互分享的知識與技能，因此我們鼓勵他們在原本的數位行銷課程學習之

外，也成為彼此的老師，迸出新的火花。」陳柏守表示，高社創從第 1 屆 T 大使計畫開始，每週留出時間鼓勵青年彼此跨域學習，互相分享聊天機器人 (ChatBot)、Instagram 濾鏡製作、平面設計、影片拍攝、遊戲設計和劇本撰寫等。不少期末亮點和數位之星的創意就源自這些分享，也在無形中加深了夥伴間的連結和情感。

「20 週的培育時間看似很長，但在當下卻會覺得時間永遠不

夠用。」陳柏守表示。4 屆 T 大使計畫執行下來，高社創一共培育了 26 位 T 大使，目前約有 3 位留任於高社創的合作夥伴中；有 4 位憑著培育時所學的 AR 技術，直接組隊挑戰教育部創業計畫，成功拿到第一階段補助進入總決賽，還有 1 位準備走向遊戲產業自行創業。

陳柏守說：「我相信，青年帶著『T 大使』精彩的履歷經驗邁入未來職場的數位生態，能以無比的信心迎接各種挑戰！」

高雄市社會創業協會

參與計畫屆數 / 4 屆 (第 1 屆、第 3 屆、第 4 屆、第 5 屆)
主要業務 / 推動社會創新創業的中介組織，並致力於實踐聯合國永續發展目標，主要業務內容包括社會創業推廣以及人才培力。

跨域數位生力軍 開創氣象產業 「新氣象」

數位青年培育心法

數位智慧賦能 培育數位氣象人才

為青年規劃 AI 基礎、程式設計、資料分析、機器學習建模與分析等專業課程，為青年的數位資訊力打底。

實作與競賽並進 學習成果更升級

由業師帶領青年們執行專案，並以參加數位之星競賽為目標，讓專案可行性獲得驗證，也透過「從做中學」深化學習成效。

數位科技和大數據、人工智慧（Artificial Intelligence, AI，以下簡稱 AI）的應用，引領氣象預測朝向更精準邁進，然而數位人才和數位技能的缺乏，卻是當前氣象產業進化的一大痛點。天氣風險管理開發

股份有限公司（以下簡稱天氣風險公司）透過「數位青年 T 大使推動計畫」（以下簡稱 T 大使計畫），不僅成功培養出優秀的 T 大使，也讓原有的員工在技術上一起提升，創造教學相長的雙贏效益。

身為臺灣第一間民間氣象公司，天氣風險公司在氣象產業極具代表性，能夠透過雲端運算及資料處理，將繁雜的原始數據轉化為各類氣象產品。除了一般性的氣象預報，還為企業、媒體和氣象專業人士提供天氣風險管理與顧問等客製化服務。天氣風險公司總經理賴忠璋坦言，攬才及留才是公司現階段的重大挑戰，「我們很需要數位資訊人才，但是很難

搶贏科技業，就算搶到人也留不久。」而解方，就是跨域人才培育。

雙向探索 找到適合人才

天氣風險公司約有 30 位員工。為了與時俱進地運用數位資訊及大數據分析，提供快捷、精準的天氣預測及分析服務，能夠掌握數位資訊的氣象人才成為寶貴資產。「但是臺



2003 年成立的天氣風險公司，參與「數位青年 T 大使推動計畫」對於他們這樣的中小型、領域專精的企業，在培育人才上有明顯的效益。



天氣風險公司總經理賴忠瑋指出，「跨域人才培育」是公司現階段攬才及留才瓶頸的重要解方。

灣教育體系培養的氣象人才本來就少，且多數任職於公務體系，能夠直接滿足職缺需求的人可說是鳳毛麟角。」

山不轉路轉，既然徵才受挫，天氣風險公司開始轉換思維，「我們將攬才面向擴大到其他非氣象領域，而 T 大使計畫提供這樣的機會，讓我們能夠接觸來自不同科系背景的學生，讓他們更加認識與了解我們在做的事，同時在這群青年們執行專案的過程中，企業端也能找到合適的潛力人才。」

例如，天氣風險公司提供閃電監測和預警系統服務，在臺灣布有 10 幾個雷達觀測站，能預測閃電及雷暴的發生，並分析對於各種設施和產業的影響。過去，預測雷暴走向極為複雜費時，沒想到這群跨域青年因為跳脫氣象專家的既定思維，反而提出了新的見解與解決方案，「他們利用 AI 分析過去長期累積的數據，竟然能準確預測雷暴的走向，這種方法不考慮傳統的氣象學理論，簡單快速卻很準確。」賴忠瑋說。

實作加競賽 學識紮實又提高抗壓性

在 T 大使的培育內容上，天氣風險公司在第 5 屆將青年們分成 2 組，分別是雲端教學及資料分析的「氣象資料應用組」以及發展自動化影像辨識模型的「AI 影像訓練資料組」。

青年們在課程中都能學到 AI 基礎、程式設計、資料分析、機器學習建模與分析等。此外，隨著氣候變遷下的淨零碳排需求，課程也涵蓋與「氣候

相關財務揭露」(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 相關的碳盤查及碳排放量計算等知識與技術。

為提升培育效率，業師經常帶領青年們執行專案，同時以參加數位之星競賽為目標，讓專案可行性獲得驗證。「我們將一些不緊急但具有挑戰性的問題交給青年們，他們的表現也往往令人驚喜。過去利用氣象專業解決不了的問題，年輕學生竟然利用 AI 等數位工具就

天氣風險公司業師除帶領青年參與「數位青年 T 大使推動計畫」數位之星競賽之外，也積極參與外界相關競賽，藉以增加比賽經驗與培養抗壓性。





經過辛苦的培育後收穫豐碩果實。

破解了！」賴忠瑋觀察，這群青年沒有思維框架，也沒有資深員工的壓力，「這使得他們能夠從新角度去看問題，盡情探索，提出我們可能從未想過的解決方案。」而青年們也透過學習過程的潛移默化，強化了面對挑戰的抗壓性。

20 週的培育過程中，青年們除了日常學習，還要達成每週訂定學習目標，固定開會討論學習進度，加上實作與競賽的雙重壓力，青年們如海綿般不

斷吸收知識與經驗，最後總能在競賽中獲得亮眼成績。

例如第 2 屆在「AI 氣象經濟與資料應用」專案培育下，青年們的實作成果——「天好運」，以導入人工智慧物件偵測結合公共運輸系統，獲得數位之星實作組「最佳實踐家獎」第 3 名的佳績；而另一個作品——「隔壁老洋」更在由科技部、行政院科技會報辦公室指導，國研院科政中心主辦的「民生公共物聯網」競賽中，

獲得「資料創新應用馬拉松」的「最佳創意獎」。

在實作中凝聚公司認同

參與 T 大使計畫 4 屆以來，天氣風險公司培育許多青年成為數位人才，更有 3 位 T 大使在計畫結束後留任，成為公司的正式員工。悉心規劃的培育內容和執行專案的實作體驗，也一步步讓青

年們能夠了解、認同天氣風險公司運用氣候科技積極應對全球環境變化的理念，進而投身成為公司的一員，共同為讓人類與地球共榮的願景而努力。

展望未來，賴忠瑋說：「我們很榮幸成為 T 大使的實作場域，更樂意協助培育更多未來的優秀青年。歡迎對大氣、交通、AI 有興趣的你，加入天氣風險培育 T 大使的陣容！」

天氣風險管理開發股份有限公司

參與計畫屆數／連續 4 屆（第 2 屆～第 5 屆）

主要業務／提供氣象預報、氣象媒體製播、閃電監測與雷雨預警、氣象防災應變、氣象資料介接服務等，致力為企業與政府提供最佳的氣象解決方案。

核心技術轉化課程 打造高留任率 數位人才

數位青年培育心法

完整培育 扎根數位力

運用公司核心技術規劃程式設計、AI 技能等共同課程，厚植數位青年實力。

實戰培育 養成即戰力

安排培育後的 T 大使參與客戶端實際專案，解決企業問題，進而提升技能與實戰經驗。

「**數**位青年 T 大使推動計畫」（以下簡稱 T 大使計畫）推動 5 屆以來，凌群電腦股份有限公司（以下簡稱凌群電腦）始終積極參與 T 大使計畫，接連在 5 屆計畫中擔任業師，曾輔導 T 大使在逾百組參賽的「數位之星」

競賽中獲得「優等獎」肯定；更獲頒「連續 5 屆榮譽 T 師父獎」。參與培育的 T 大使透過參與實戰專案，不僅提升數位能力，也累積解決問題的成就感，留任率幾近 8 成，實現凌群電腦、客戶與 T 大使的三贏。



凌群電腦連續 5 屆參與「數位青年 T 大使推動計畫」，獲頒「連續 5 屆榮譽 T 師父獎」。

數位轉型及人工智慧（Artificial Intelligence, AI，以下簡稱 AI）相關人才是各行各業轉型進化的關鍵，因應人才缺口挑戰，凌群電腦自第 1 屆 T 大使計畫即積極參與，為公司、客戶及產業培育不少生力軍。

凌群電腦提供專業資訊及增值軟體服務，致力於系統整合，為知識經濟導向的國

際級資訊科技（Information Technology, IT）服務供應商。成立 50 年以來，凌群電腦可以說是扮演臺灣企業數位轉型的火車頭角色，擁有 300 多位研發及系統工程人員，並設有數位轉型中心及 AI 實驗室投入創新科技開發，協助金融證券、電信、醫療院所、政府與警政、高科技製造，及智慧零

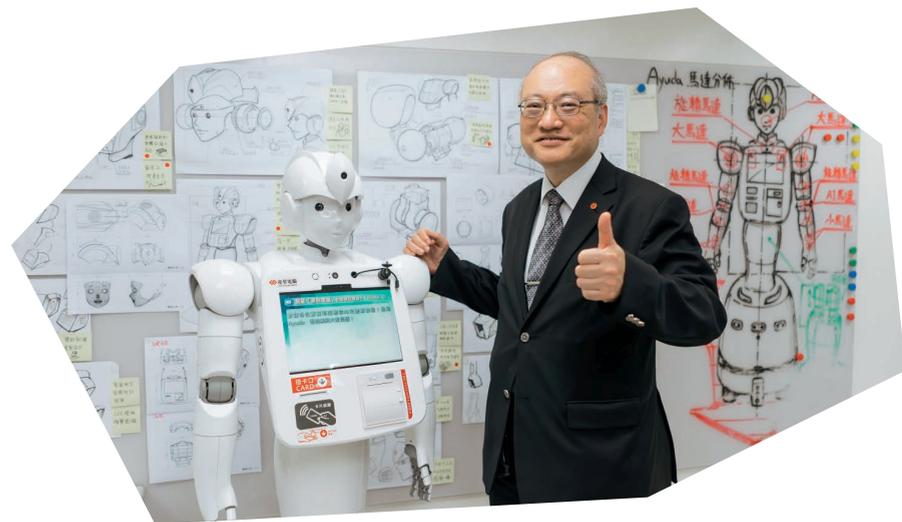
售等產業，其客戶遍及全臺，提供數位化及 AI 應用，協助強化產業競爭力。

面對客戶需求 + 考照 練出實戰技巧

在凌群電腦的商業模式和服務型態中，人才絕對是核心。凌群電腦總經理劉瑞隆表示：「系統整合業務範圍涵蓋不同行業領域，人員必須具備相關專業知識，所以我們需要具備多元背景的人才來協同工作。

T 大使來自不同科系，正符合我們的需求。」

凌群電腦歷屆所招收的青年們背景多元，包括工業工程、資工、經濟、財金、藝術管理、公共行政、法律，甚至是哲學等廣泛領域。針對青年們的培育，凌群電腦採取實戰方式，公司內部先提供程式設計、AI 技能等共同課程培育，再安排青年實地加入客戶端的專案作業。整個學習過程中，除了專案管理工具應用課程之外，凌群電腦還安排亞馬遜雲端運算



凌群電腦總經理劉瑞隆認為，實作訓練是讓青年們快速掌握技術，亦能滿足客戶需求，是實現雙贏的戰略。

服務 (Amazon Web Services, AWS) 課程，協助青年們考取 AWS 雲端從業人員認證 (AWS Certified Cloud Practitioner) 國際證照。

以銀行端客戶的專案為例，實作內容聚焦於解決企業核心交易帳務系統、數位報表流程整合，以及承銷有價證券數位資料交換。過程中，青年除了熟悉證券公司內各項金融商品外，也能夠了解金融產業的主機系統，深化程式開發與流程整合能力。劉瑞隆強調：「這

種實戰型的訓練方式，不僅讓青年能夠快速掌握技術，還能滿足客戶的需求，實現雙贏。」

留任率高 客戶搶用 T 大使

凌群電腦每屆約招收 8 至 20 名數位青年，計畫執行時間為 20 週。5 屆以來，每一屆都規劃不同培育重點，包括第 1 屆的「NET Center 網路監控管理應用」、第 2 屆的「國際化雲端服務」、第 3 屆「金融科技核心流程數位轉型」、第 4 屆「核心交易帳務系統數位報表流程整合」及第 5 屆「AI 業務輔助及 AI 實作展示系統」，每每備受數位青年們青睞，申請人數經常爆滿。

經過 20 週認真努力地學習，這群青年們晉升為 T 大使，「除了少數去留學、當兵或繼續攻讀碩士之外，大多數 T 大使最終都進入公司或客戶企業任職，留任率幾近 8 成。」劉瑞隆對於此成果頗為自豪。



凌群電腦每屆培育課程都緊跟當前數位技能趨勢需求。



每一次的小組討論，都是互相學習的過程。

猶如買早鳥票 提前對接潛力人才

「在參與專案過程中，我們可以很明顯觀察到青年由不甚了解，到逐漸展現興趣，甚至熱情貢獻創新方案的轉變過程。」劉瑞隆說。像是凌群電腦為銀行導入 AI 系統，藉以快速整理分析國內外經濟及社會趨勢變動等資訊；或是建立黑名單確認系統，以防堵洗錢等。「這些專案讓他們能學習

運用先進的數位及 AI 科技來解決問題，這樣的實戰培育有效提高青年們的參與感，也找到自己的興趣及熱情所在，留任意願自然提高。」

在帶領青年參與專案的過程中，凌群電腦業師們也驚喜於青年們的創意和解決問題的能力。「他們的專業背景多元，不只是被動接受既有解決方案，也會從自身的角度提出創新方向和思考方式。」劉瑞隆對這群青年們寄予深厚期望，

除了執行專案能力，也期待他們帶來新思維，「青年們天馬行空的想法，激發我們對新解決方式的探索，不僅是我們在引導他們，同時他們也反過來帶領我們突破現有的界限，形成互相學習的過程。」

劉瑞隆直言，當前人力資源市場緊縮，僅憑傳統的徵才管道已無法滿足凌群電腦對數位人才的需求。為了進一步拓展人才來源，凌群電腦設法從各個管道尋求優秀人才。「T 大使計畫讓我們有機會搶先一步

發現有心投入數位領域的青年，在培育過程中，除了可以透過專案實作了解這些年輕人的潛力，青年也可以真正了解企業的實際需求及企業文化，避免進入公司後與預期有所落差，造成雙方的損失。」

凌群電腦身為成立 50 年的資訊服務廠商，求才若渴，更深刻體會 T 大使計畫的價值，「凌群電腦已經參加 5 屆，未來當然也不會缺席，持續培育在地數位人才！」劉瑞隆充滿期待地說。

凌群電腦股份有限公司

參與計畫屆數／連續 5 屆（第 1 屆～第 5 屆）

主要業務／提供專業資訊服務，整合軟硬體、網路規劃建置等業務，協助用戶進行系統增值應用開發、電腦系統規劃設計導入與維護、網路與資安規劃、綠能智慧應用、資訊委外服務及軟體工具開發等。

數位力搭建職涯橋梁 開啟青年跨界超能力

數位青年培育心法

量身定制課程 資訊新手變數位轉型專家

從最基本的數位技術賦能和資安意識培育開始，培育青年掌握數位工具，擁有協助企業轉型的能力。

觸及多元產業 跨領域開拓職涯新視野

叡揚資訊與中小企業客戶組成強大業師群，橫跨各產業的客戶資源成為青年學習場域，並透過企業參訪與實作，深入了解多元產業。

在知識密集的資訊產業中，人才是企業的關鍵競爭力。連續5屆參加「數位青年T大使推動計畫」（以下簡稱T大使計畫）以來，叡揚資訊股份有限公司（以下簡稱叡揚資訊）逐漸摸索

出一套培育跨領域人才的心法，運用公司雲端服務產品為工具，以中小企業客戶為實作場域，不只加乘T大使的數位靈活力，更成功在許多中小企業點燃數位轉型的星火。



培育結束後，也有不少T大使留在叡揚資訊，吳友倫（左上）與楊芷渝（右二）便是其二。

「這群青年們有各自的專業領域，學習能力很強，但缺乏資訊相關技能，與我們以往資訊背景的暑期實習生不同，必須重新規劃一套培育方法。」叡揚資訊雲端及巨資事業群總經理胡瑞柔表示，參與T大使計畫，相當於一場探索跨域數位人才培育的全新旅程。

職能培育與實戰加乘 零經驗也能成推手

創立於1987年的叡揚資訊，以提供資訊軟體與服務為核心，專注於解決企業的資訊化需求。考量到臺灣企業中有超過9成是中小企業，叡揚資訊致力提供符合中小企業需求的



叡揚資訊雲端及巨資事業群總經理胡瑞柔十分肯定「數位青年 T 大使推動計畫」。

產品及服務，引入提升系統效能與穩定性的生產力工具，並逐步發展出「企業 e 化應用軟體」的專案服務以及「Vital 雲端服務」套裝產品系列，結合容易使用和行動化兩大特色，讓企業能夠更輕鬆運用雲端服務上的人力資源系統、公文管理系統、客戶關係管理平臺、企業知識社群，以及專為金融業設計的徵授信與風險管理解決方案等工具推動轉型。

胡瑞柔表示，T 大使計畫旨在培育數位人才，幫企業做數位轉型，正與叡揚資訊協助企

業轉型的目標不謀而合。要滿足中小企業在有限預算下提升轉型效益的需求，最適合的方式就是使用雲端產品，省下在硬體裝備上的大量投資。因此，叡揚資訊選定「Vital 雲端服務」作為 T 大使培育課程的核心內容，先帶領青年們熟悉公司數位雲端工具和服務，再透過實際專案，以所學的數位工具來協助企業客戶推動營運方式和商業模式的轉型，有了實際的操作與經驗累積，在 T 大使結訓後，就能夠直接成為協助中小企業數位轉型的有力人才。

「這就像是教他們釣魚的技巧，而不是從頭教他們做釣竿那麼複雜。」胡瑞柔笑著說，「就算不是資訊專業出身，也能透過職能培育與實戰累積經驗，逐步成為企業轉型的推手。」

客製課程 助青年掌握產業洞見

正因對人才的高度重視，叡揚資訊每一梯次為期 20 週的培育課程，都是為計畫量身訂做，師資由叡揚資訊及其實作服務的中小企業客戶組成

專業業師團，從基礎數位技能和資安意識培育開始，幫助學員建立職場認識與知識建構。隨後，透過分組練習各種雲端服務系統，進行場域參訪與實作。在緊湊密集的訓練中，青年們逐步掌握產業洞見，成為能協助中小企業實現數位轉型的優秀人才。

「這些青年是數位原生代，從小接觸電腦、手機，很多數位工具只要帶著他們操作過一次就可以透過自行反覆練習、慢慢上手。」胡瑞柔認為，紮實的培育課程只是點燃 T 大使

叡揚資訊已連 5 屆響應「數位青年 T 大使推動計畫」，至今已培育出 42 名 T 大使，成為企業的數位與綠領人才種子。





叡揚資訊在第3屆「數位青年T大使推動計畫」培育的團隊獲得數位之星一創意延伸組「優等獎」、實作成果組「甲等獎」。

的火種，只要業師或顧問在關鍵時刻添一點柴火，他們就能夠協助中小企業順利導入雲端系統，點亮數位轉型之路。

在第5屆T大使計畫中，實作場域選在經營寵物用品的逸寶國際股份有限公司（以下簡稱逸寶國際）。面對逸寶國際在企業資源規劃（Enterprise

Resource Planning, ERP) 系統上，無法分析客戶購買歷程的困境，青年們導入了先前在叡揚資訊所學的「客戶關係管理 (Vital Customer Relationship Management, Vital CRM)」系統，再透過多層次標籤的設計，搭配數據分析報表，不僅協助逸寶國際行銷團隊精準掌握客群特性，甚至可追蹤全臺通路之行銷資源配置及其後續效益分析，有助判讀決策成效，進而預測銷售趨勢。「整個實作過程，青年們不僅可以跟隨業師學習如何與企業協作應用數位工具，同時亦可觀察管理者在數位轉型過程中，需要關心哪些面向和數據指標。」胡瑞柔表示。

多元職涯新起點 激發無限可能

叡揚資訊自擔任5屆業師以來，以「智慧服務」為核心培育人才，提供青年第一手IT實務經驗與資安訓練。胡瑞柔表示，「這裡提供了接觸各種產

業的機會，開拓視野也培養全方位的專業能力。」就如同一場探索職涯的旅程。5屆以來，結訓的T大使去向多元，其中14人因表現優異曾留任叡揚資訊或受客戶青睞轉任相關職位；另有農學與醫學背景的T大使因數位技能提升，進而前往偏鄉服務，將數位轉型推向更廣的地區。

這些來自不同領域的青年，雖然各自走向不同的未來，但都透過T大使計畫和叡揚資訊

的培育，成長為能獨當一面、具備跨域能力的數位青年。「這正是叡揚資訊最引以為傲的成果！」胡瑞柔欣慰地說。

值得一提的是，透過T大使計畫，叡揚資訊不僅自我投入，更串聯中小企業客戶共同擔任業師，以實際行動參與育才、回饋社會，展現企業社會責任與傳承精神。同時，也在缺工時代中發掘優秀數位人才，為企業永續發展注入源源不絕的動力。

叡揚資訊股份有限公司

參與計畫屆數／連續5屆（第1屆～第5屆）
主要業務／為企業提供雲端服務系統，包括以中小企業為主的Vital雲端服務家族及各種自有品牌套裝軟體；另外提供客製化資訊安全解決方案及顧問服務、資訊系統管理方案及建置與顧問服務。

今天我想來點「麻辣」 數位行銷 青春力量 開啟新篇章

數位青年培育心法

業師手把手 數位行銷快速上手

由老四川行銷主管擔任業師，規劃滿檔行銷課程，學習 Google Analytics (GA)、Power BI 大數據分析與應用、自媒體網站建置及優化、廣告投放操作、節慶行銷活動企劃等。

擁抱新世代 自由揮灑青年創意

聆聽青年意見，支持青年將創意化為行動，在公司的門市與電商平臺上實作，驗證學習成果並累積經驗。

隨著 Z 世代逐漸成為消費主力，在數位生態中與新世代對話成為餐飲業的必備課題。本著回饋社會的初衷參與「數位青年 T 大使推動計畫」（以下簡稱 T 大使計畫），人杰老四川餐飲管理顧問股份有限公司（以下

簡稱老四川）因這群青年的加入而開啟了集團的新篇章。對於參與計畫的 T 大使而言，老四川提供的不只是緊密培育和企業實戰資源，還有盡情揮灑創意的自由度和信任，讓老品牌和新世代得以攜手創下數據佐證的行銷佳績。

老四川旗下有 3 大火鍋品牌，16 家直營門市年營業額高達 10 億元。2023 年，老四川第一次參與 T 大使計畫，雖然當時疫情已逐漸趨緩，但消費者已習慣網路消費，實體店面營業受限，電商服務成為公司發展的重要方向，因此老四川對於青年們的學習規劃除了觀摩企業經營、了解餐飲業運作模式，更聚焦於數位行銷，帶領他們掌握各種數位行銷工具。

帶 Z 世代走分店 迅速上手新工具

「我們請公司行銷主管擔任業師，將各種行銷課程排得滿滿，帶著他們前往各店品嚐、體驗商品。」老四川董事長陳淑萍表示，業師手把手教導加上青年們認真學習的態度，在後續的實戰階段展現出令人驚豔的成果，透過為各店行銷製作圖文、撰寫貼文經營社群、



老四川因為數位青年的加入，激盪出更多創新元素，創造出「1+1 大於 2」的數位行銷新模式。



為推廣老四川新商品，結合熱門電影的經典場景和臺詞，藉由詞曲創作及配音，並以老四川吉祥物作為主角，製作成創意短影音。

用 LINE 推播促銷方案，運用社群導流至老四川電商網站，並優化網頁呈現方式，讓老四川的電商業務更上一層樓。

第 4 屆 T 大使計畫的作品——「今天我想來點老四川麻辣火鍋」，統合了老四川的各項資源，包含會員數引流、商品資訊推廣、內部數據串聯等。透過各大社群平臺，如 Meta 商務套件、LINE 推播，並運用商業智慧軟

體 Power BI (Power Business Intelligence)、聊天生成預訓練轉換器 (Chat Generative Pre-trained Transformer, ChatGPT) 等工具，提升行銷曝光度、客戶開發數、企業運作效率，到最終的營運模式皆有所改善。該計畫成果不只為老四川帶來了 LINE 推播達到 7 萬的開封數，作品亦獲得「數位之星」實作成果組「佳作」獎。



陳淑萍期許老四川能持續成為 T 大使業師，在數位轉型這條路上，不斷精進與努力。

跨域人才出點子 年輕受眾倍增

2024 年，老四川第 2 次參與 T 大使計畫，「沒想到第 5 屆的這群青年帶給我更大的驚喜！」陳淑萍說，第 5 屆參與的青年來自不同的領域，包括音樂、設計，甚至還有醫管背景的人才，他們經過紮實的培育後，直接在公司的門市與電商平臺上實作，檢視學習成果。而這群青年們的創意作品——「It's time to go to 老

四川」，也同樣獲得第 5 屆 T 大使計畫「數位之星」實作成果組「佳作」獎，使得老四川成為餐飲業唯一 2 連霸入圍佳作獎的業師。

「他們一報到，就融入行銷部門的運作。以旁觀者的角度、跳脫刻板的既定印象，反而能看到公司營運的問題。」陳淑萍表示，在青年們自由發想下，創造出更多貼近年輕人的點子和想法，像是為老四川吉祥物、新產品所產出的「創意 AI 短片剪輯」結合了潮流話題，在短短 5 天內就飆出近 3,000 次的點閱率。「自從參與 T 大使計畫以來，公司年輕受眾比例比預期增加了 8 倍！」驚人的數據，直接肯定了 T 大使計畫推動的成效，「這項計畫是業者與 T 大使成功合作的證明。」

不侷限數位 實體店面也有金點子

「身為業師的我們培育了這群青年，而這群努力不懈的青



採納青年們的發想，現在到老四川吃火鍋，除了烏梅汁外也能喝到調酒，讓品牌更明確向年輕人靠攏。

年們，也為老四川帶來了不少改變。」陳淑萍心存感激地說。

從數位行銷的角度向源頭的產品面進行發想，這群年輕活力的T大使還用新世代的思維，為老四川的門市風格和產品內容提供不少創新主意，像是位於高雄重新裝修的「新中山店」或是位於鼓山區農十六公園旁的「南屏店」，不只用餐空間更寬敞舒適，還帶著新潮感的夜店風，不同以往中式典雅風格，讓人耳目一新。

「未來在老四川不只可以喝到傳統風味的烏梅汁，也可以喝到口味極佳的調酒；包場聚餐時要來點現場音樂演奏也可以，這一切的改變，讓老四川客群提升到另一個層面——新一代的年輕客群。」陳淑萍強調：「老四川在餐飲界已有20年資歷，累積不少忠實客戶群，但這群青年們的出現，讓我們更看清楚未來要改變的方向，這是我們參與這項計畫最大的收穫！」陳淑萍表示，老四川參

與2屆T大使計畫，但是卻能感受到青年們看似天馬行空的想法，為公司帶來的諸多利基。

「尋覓好的人才並不容易。」陳淑萍表示，老四川在廚務人員部分與學校有建教合作，服務人員亦有培育機制，然而行銷人員只能循一般管道求才，即使入職後，能否認同企業文化並長期留任，仍是未知數。但在連續2年的T大使計畫中，透過長達20週的培育和實作，不僅能看到不同青年的背景專長和人格特質，也讓青年充分

融入企業文化。對企業和青年而言都是「知己知彼」，一旦選擇留下來和企業一起努力，就是「即戰力」，比起任何求才管道都來得珍貴。

「第5屆有1位結訓完成的T大使留任在老四川，短短幾個月的工作表現亮眼，現在公司也逐漸讓她負責行銷專案，很期待她未來的表現。」陳淑萍言談間表現出對T大使計畫的高度認同，也期許老四川能繼續成為T大使的業師，為臺灣的數位轉型盡最大的一份心力。

人杰老四川餐飲管理顧問股份有限公司

參與計畫屆數／連續2屆（第4屆～第5屆）

主要業務／成立於2003年，為臺灣地區強調川味為主的麻辣鍋連鎖餐飲公司，目前共有16家直營門市及「紅亭迴轉麻辣火鍋」、「癩揪鍋物」等新品牌。

減碳製造正進擊 打造數位綠領新勢力

數位青年培育心法

兩大核心主題 培育數位綠領

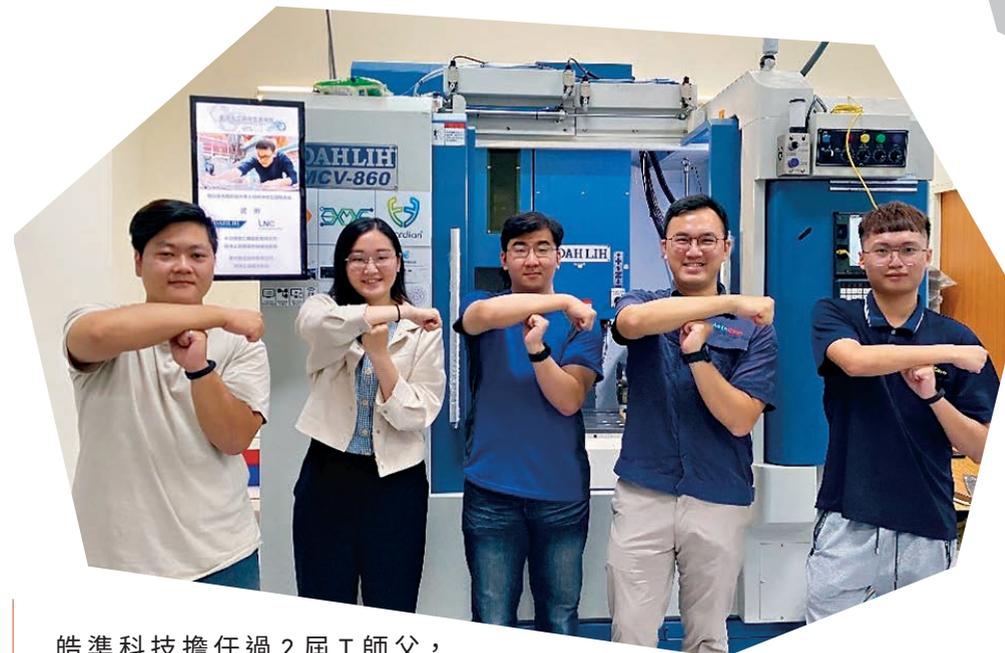
導入史丹佛商業模式系列課程與數位碳盤查，結合數位應用能力培育、產品碳足跡管理與盤查等專屬課程，幫助非相關科系青年快速打好基礎，全面提升綠色轉型能力。

帶領青年出海 擴大國際視野

帶著青年赴國際參展，並提供赴美移地訓練名額，為青年增加國際觀。

永續浪潮席捲全球，碳費、碳關稅等碳成本嚴重衝擊以出口為導向的臺灣製造業，運用數位科技進行碳盤查及碳管理成為當務之急。生產自行車鏈盤及PCD鑽石刀具（Polycrystalline Diamond）的皓準科技股份有

限公司（以下簡稱皓準科技）積極參與「數位青年T大使推動計畫」（以下簡稱T大使計畫），傾心盡力投注大量資源、規劃符合製造業數位綠領人才的培育內容，克服製造業人才難覓、學用落差過大等人才瓶頸，用企業



皓準科技擔任過2屆T師父，培育出逾40名優秀的T大使。

的力量培育符合企業期待的人才。期許在企業的挹注下，培育更多優秀數位人才，提升臺灣產業全球競爭力。

皓準科技成立於2022年，正逢半導體產業蓬勃成長，產生人才磁吸現象，「當時所有人才幾乎都流向半導體產業，我們很難找到合適的優質員

工，更不用說是數位轉型相關人才。」皓準科技執行長王議弘說。因此，王議弘一看到T大使計畫，毫不猶豫就積極響應，還親自帶領皓準科技的工程師及商業模式與銷售、碳管理等專業人才組成業師群，不遺餘力投入育才。

過去皓準科技徵才的一大痛點，在於求職者履歷和實際

表現常有極大落差；而在 T 大使計畫中，皓準科技特別注重「做中學」培育模式，能實際觀察青年解決問題的能力，青年也得以適應實際職場文化，並在執行任務專案的過程中，逐步累積紮實的產業知識及技能。



皓準科技執行長親自擔任「數位青年 T 大使推動計畫」的重要業師，足見對人才培育的重視。

從零認識製造業 還要懂商業、減碳、 數位、國際視野

皓準科技目前正大力拓展全球市場，並積極培育商務規劃人才，因為唯有透過前瞻性的商業策略找出具差異化優勢的市場定位，並接軌國際永續發展趨勢，才能真正制定出具競爭力的轉型策略，進而改變既有商業模式，推動產業轉型。因此，為青年們設計的課程包含兩大核心主題，前段課程導入史丹佛商業模式系列課程，著重於商業模式與產品定位、定價；課程後半段帶領青年實際進行工廠碳盤查，以應對產業整體趨勢。

由於青年們的科系背景多元，多數人對皓準科技及製造業並不了解，「一切必須從零開始，」王議弘說。為此，他特別設計了一套教材及課程內容，包含 3 週密集的數位應用能力培育及產品碳足跡管理與盤查等相關課程。

「實施效果很好，我們發現

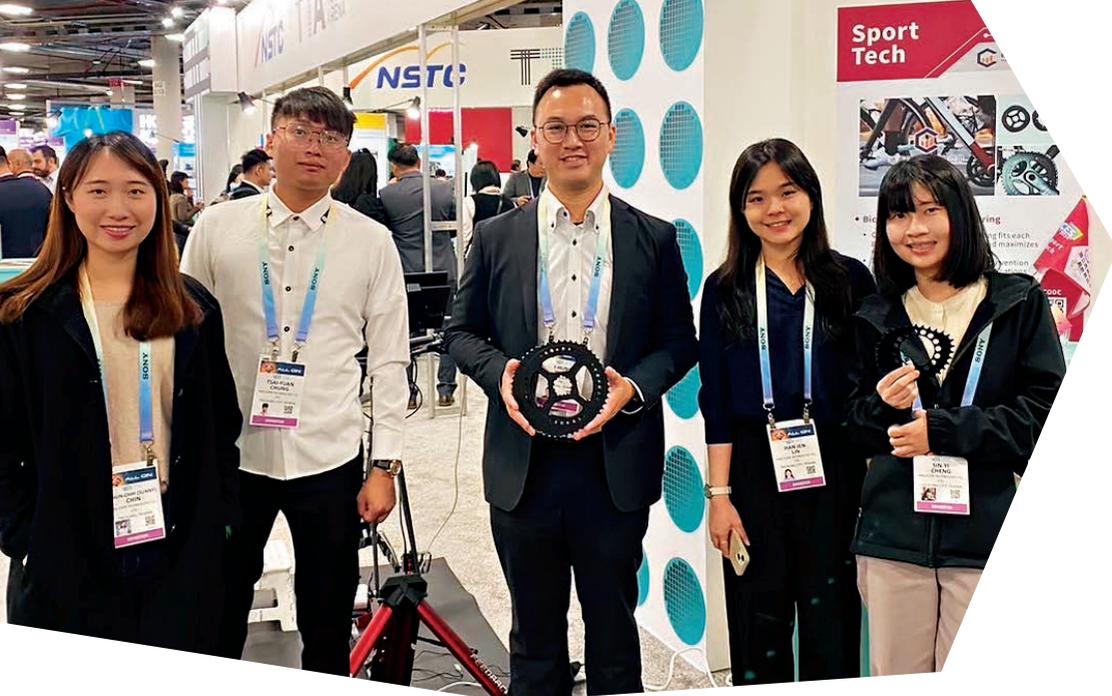
無論學生背景如何，透過這些課程，都能快速建構數位科技的基礎知識，同時也了解減碳措施和工業生產的關聯性。」王議弘表示。透過完善的核心課程規劃，結合後續的企業實作和輔導考照，為臺灣製造業扎根培育數位綠領人才，突破製造業難吸才的困境，也澆灌產業永續轉型的人才種子。

此外，皓準科技還不吝帶著青年們出國取經，為他們

擴大國際視野。2023 年，帶領 1 名青年前往美國史丹佛大學 (Stanford University)，進行為期 3 個月的移地訓練；2024 年皓準科技赴拉斯維加斯參加美國國際消費性電子展 (CES) 和法國巴黎科技新創展 (Viva Technology) 參展時，也各有 2 名青年一同前往。「希望藉此讓青年們看到一個更大的世界，更有動力提升自我！」王議弘表示。



2023 年培育 1 名青年至美國史丹佛大學受訓。



2024 年帶領 2 名青年參與美國 CES 展覽。

青年化身智慧製造、綠色製造推手

因應淨零碳排趨勢，皓準科技成立永續團隊，建置碳排放監測系統，並協助廠商邁向智慧製造及永續經營，以達到節能減碳的效益，並進行數位化精實管理。在 T 大使計畫中，則選定以生產工具機關鍵零組件的歐權科技股份有限公司（以下簡稱歐權科技）合作，成為青年們的實作企業，並因

應產業趨勢為每一屆 T 大使設計不同的培育重點。

例如，第 4 屆聚焦智慧製造與碳足跡資訊串流，T 大使們成功讓歐權科技的機聯網比率提升 7%，並為 2 個廠區減少了 3% 碳排放。第 5 屆的青年負責碳盤查與產品定價，學習 C# 程式語言，進行數據蒐集與分析，同時實地參與工廠碳盤查，將碳管理數位化，減少人力負擔和錯誤的風險。

實踐社會責任 為產業培育跨域將才

「我相信只要先付出，青年就能感受到我們的真心及誠意，」王議弘表示，「雖然人才不一定要留下來，只要能為產業所用，對臺灣就有好處。」

在培育結業後，皓準科技會評選優秀青年，邀請他們加入公司的實習訓練，並有機會轉正留任，也會媒合引薦人才至適合的供應商或合作企業。至今每屆培育的 10 餘位 T 大使中，均有 1 至 2 位留任，繼續獲得皓準科技的栽培挹注，他們的工作表現也不負期望。

例如，第 4 屆有 2 位優秀的

T 大使留任，2 位均前往美國史丹佛大學接受培訓，1 位隨後加入國際業務部門，成功為公司爭取國外訂單；另 1 位則於 2024 年成為皓準科技的業師，擔任課務輔導員，分享學習經驗，與後進的學弟妹探討臺灣產業商業模式的轉型與優化。

皓準科技精心設計培育內容，期望加入的青年都能獲得成長。「我認為這是一種企業社會責任。」王議弘表示。皓準科技接下來將布局偏鄉服務領域，推動偏鄉數位轉型，也將繼續與 T 大使計畫合作，為皓準科技、也為臺灣產業培育更多數位將才。

皓準科技股份有限公司

參與計畫屆數／連續 2 屆（第 4 屆～第 5 屆）

主要業務／高值化 PCD 鑽石刀具、自行車客製化非圓形鏈盤、航太業產線規劃和自動化改造服務、溫室氣體排放報告服務。

助你練就 AI 好工夫 跨界未來金融科技

數位青年培育心法

因應趨勢 掌握未來職能

因應數位金融科技發展趨勢，導入雲端應用、生成式 AI 等新興科技，並於專案中應用。

參與開發 淬鍊自我能力

由業師帶領數位青年們一同參與集團創新科技專案，實現新世代對於創新金融的想像。

全球進入人工智慧 (Artificial Intelligence, AI，以下簡稱 AI) 時代，數位科技正快速改變金融生態，以「數位扎根、驅動轉型」為核心策略的新光金融控股股份有限公司 (以下簡稱新光金控) 持續推動集團數位轉型，展現該公司

的數位韌性。為此，新光金控積極響應政府推動「數位青年 T 大使推動計畫」(以下簡稱 T 大使計畫)，提前布局未來數位跨領域人才，提升非數位相關科系青年的跨領域技能及培育數位轉型能力。

「金融科技對於業務推展與監管愈來愈重要，但是金融業卻不是科技人才的首選。」擔任過 2 屆 T 師父的新光金控數位數據暨科技發展部副總經理張維熊，一語道出金融數位及資訊科技人才不足的危機，「然而因為參與 T 大使計畫，讓我們從中找到具有 AI 潛力的數位金融新星！」

以 AI 為主軸培育參與集團開發專案

新光金控在第 4 屆以「共創未來金融場景」為培育重點，實作內容包括「以 AI 嵌入金融場景」及「AI / Low code 數位工具應用」，採取「做中學」的培育方式，帶領 8 位青年，從數位科技趨勢與金融產



新光金控以 AI 科技加速營運效能成長為核心概念，加入新光金控的青年，未來有機會發展 AI 工程師、數位轉型專案 PM 職涯。



每天上課、開會討論、小組會議等，是這群青年們培育的日常。

品知識的建構開始，打下良好基礎。再分成 2 組分別以「偵測漂綠¹行為」及「智能檢核」為題，創新開發 AI 應用方案。結訓後，「AIInspector」獲得數位之星實作成果組「特優獎」，「防範漂綠精靈 (Anti-Greenwashing Genie)」則獲得創意延伸組「優等獎」肯定。

第 5 屆的主題則為「布局 AI 應用場景，打造未來金融」，由業師帶領數位青年們一同參

與集團創新科技專案，從需求聚焦到系統研發的概念驗證 (Proof of Concept, POC) 專案，共同探索無限可能，實現新世代對於創新金融想像。實作內容包含了數位金融科技趨勢分析、生成式 AI 科技專案 POC 實作，及大語言模型 (Large Language Model, LLM) 方案研究，通過培育後的 T 大使們，未來有機會發展 AI 工程師、數位轉型專案經理

¹ 漂綠 (Greenwashing)，是透過廣告或輿論操作，以有欺騙性質的綠色公關和綠色行銷手段，讓大眾誤以為該公司的產品、目標和政策都是對環境友善的。(資料來源：維基百科 <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E6%BC%82%E7%B6%A0>)

人職涯，成為推動轉型的數位種子。

「這些來自不同領域的青年們都知道 AI 很重要，也對他們未來求職有幫助，但在過去的學習歷程中幾乎沒有機會受到這樣的訓練，我們剛好補足這一塊，」張維熊表示，T 大使計畫的訓練相當精實，「在業師的帶領指導下，這群青年們無論需要考哪些相關證照，或是學習 Azure OpenAI、MS Azure Cloud 等雲端科技應用，甚至使用生成式 AI 平臺工具等，都能獲得紮實的傳授，並帶他們到新光金控合作的外部機構、集團子公司等相關業務單位對談，展開實作。」

代表臺灣參戰 突破框架也突破自我

「這群青年的表現真的讓我很驚豔！」張維熊說：「相對於正式員工，他們沒有績效考評的顧慮，做錯或失敗重來也沒關係，再加上沒有企業文化和制度的框架，非常勇於探索與創

新，可以嘗試很多突破性的新想法。」儘管目前獲得留任機會的 T 大使，因留學或生涯規劃未能繼續任職，張維熊仍認為參與 T 大使計畫成效顯著。

像是第 4 屆的 T 大使們，在金管會指導下，參與由金管會與世界銀行 (WB)、英國金融行為監理總署 (FCA)



面對數位浪潮引發的破壞式創新以及金融消費模式的變革，張維熊表示，以企業專班的形式，找出具有 AI 潛力的數位金融 T 大使。

等 15 個國際監理機關組成之全球金融創新聯盟 (Global Financial Innovation Network, GFIN) 競賽，以「防範漂綠精靈 (Anti-Greenwashing genie)」科技方案，在全球 49 件參賽隊伍中脫穎而出，為亞洲唯一入選之金融機構，更是唯一獲獎的臺灣代表隊，獲得「GFIN The Globe Trotter

Award」獎項的殊榮，得到國際高度肯定。

第 5 屆的 T 大使們，則擁有來自應用數學系、統計系、資訊管理系、法律系和經濟系等領域的多元背景。「我們很期許大家勇於挑戰，學習 AI 思維與技術應用場景，對於未來有意朝向 AI 發展，無論是想成為 AI 工程師或 AI 金融場景規劃師，

參加 T 大使計畫正是探索職涯、淬鍊自我能力的好時機。」

面對未來工作 打造未來人才

「AI 提示工程師、永續規劃師，與資安風險管理等工作，在 20 年前幾乎都是不存在的，」張維熊從整體趨勢指出，「為了因應金融科技快速演變而出現的各種新興技術、議題和商業模式，若能以前瞻思維，事先提出相對應的管理和

發展策略，就能大幅推進我國金融產業數位轉型的進程。」

T 大使計畫透過結合企業實作的培育模式，幫助 T 大使不只提升對數位工具與技術的理解，更因為提早進入職場而能夠掌握數位技能的應用，加強青年的核心能力，也為臺灣數位經濟的未來持續提供了穩固且有競爭力的人才來源，更幫助企業快速精準地媒合到不同領域的 T 大使，為 T 大使提供了寶貴的職場對接機會，開啟嶄新的職涯大門。

在實作過程中，有關大語言模型、Azure 資料庫、大語言模型使用平臺，以及金融業的專案管理模式等，都是學習的課程。



新光金融控股股份有限公司

參與計畫屆數 / 連續 2 屆 (第 4 屆 ~ 第 5 屆)

主要業務 / 依循「數位扎根，驅動轉型」做集團轉型策略方向，以壽險、銀行及證券等多元金融服務事業，並為客戶提供有效的風險控管及財務規劃。

智造者們

SMART CREATORS

大使篇

我們都是 T 大使

數位青年出任務

數轉任務地圖



從企業實作到學以致用，T 大使們在 20 週徹底改頭換面，除了在職場上運用數位技能創造亮眼成就，更在各地推動數位轉型，開創嶄新局面。透過他們寶貴的經驗分享，為未來有志投入計畫的青年指引方向。

我們都是 T 大使



數位原生代 開創屬於我們的 T 未來



透過「數位青年 T 大使推動計畫」，T 大使們以數位技能為自己的專業加乘，也為臺灣的數位轉型埋下生根發芽的種子。

過去幾年在疫情催化下，數位化的進展速度超乎所有人想像，青年們還來不及為自己儲備數位技能，就面臨了對於數位能力有著高度需求的職場。有些青年即使意識到數位技能的重要性，卻因尚未進入職場、不了解企業實際的數位工作模式和數位技能需求，或是不知道該如何開始學習數位技能，不得其門而入。「數位青年 T 大使推動計畫」（以下簡稱 T 大使計畫）提供了一個絕佳的機會，不只為青年指路，在有系統的培育規劃下快速學習關鍵的數位技能，也帶領青年們走入企業，在產業數位轉型的第一線描繪出自我職涯的未來輪廓。

數位科技與人工智慧 (Artificial Intelligence, AI，以下簡稱 AI) 在短短幾年內翻轉了所有產業的商業模式和工作型態，無論任何工作類型，接下來在職涯中都勢必會使用到數位工具。在



除了 20 週的培育外，正式成為 T 大使時，還安排了實體及線上的就業媒合活動，讓所有青年或是 T 大使不論身在何處，都能透過線上投遞履歷面試，與企業面對面，搶占職涯先機。

過去，非外語專業的大學生會在大學學習中精進自己的外語能力；非資訊科系的人也需要先熟悉使用 Office 等軟體，如今的工作者則需要用數位技能來為自己創造「+1」的優勢。

自 2020 年 T 大使計畫啟動

至今，完成培育及實作訓練、順利通過考核結訓的T大使已經超過 2,000 位，其中來自資通訊相關科系的青年占比不到兩成，更多的是來自商管法律、人文藝術、工程建築等各式各樣科系的青年，顯示出不分領域的青年們都已經充分意識到數位技能的重要性，也不難看出他們對於數位化職場的期待與忐忑。

夢想中繼站 引領不同背景青年 向理想職涯挺進

在這些非資通訊相關科系的青年中，有的對未來工作有著明確規劃，因此亟欲填補數位化技能，以在未來的求職與工作競爭中更具優勢；有些人則是透過T大使計畫掌握轉換跑道的契機，讓非相關科系的他們贏下進入夢想產業的入場券；也有人雖然還沒找到自己未來的方向，卻知道無論未來進入任何產業都需要先具備數

位技能，因而選擇先參加T大使計畫，或是因為在計畫中的學習和專案經驗而意外點亮了新的就業方向。

而對於資通訊相關科系的青年們而言，T大使計畫則為他們揭開了產業與職場數位化的全貌，從個別科系對於資訊科技的專業，拓展到企業數位轉型的全貌，以及自身專業在不同產業轉型中的應用及挑戰。此外，透過在企業實戰中搶先「開箱」深度體驗不同行業和職務的經驗，在未來的理想工作指引出更明確的方向，甚至實現「畢業即就業」。更有投入創新創業的T大使，透過計畫全方位淬煉和人脈拓展，為創業之路打下更堅實的基礎、開拓更寬廣的未來。

還有來自不同背景的數位青年們，透過T大使計畫找到自己職涯的最佳定位，奔赴各自理想的就業未來，更在不同領域中擴散數位影響力，成為各行各業數位轉型的生力軍，接下來聽聽他們怎麼說！



數位之星競賽對正在培育的青年而言，是 20 週培訓的成果展現。

第 3 屆 T 大使 蘇亭芳

用數位力翻轉傳統產業 製香第三代 點亮老店新生命

「我沒有頂大或名校光環，主修的也不是就業市場的熱門科系，畢業前的確有一點茫然。」畢業於東海大學經濟學系輔修財金學系的蘇亭芳坦言，出於尋找未來方向的急迫感，當她在網路上看到T大使

招募訊息，很快就決定申請，並向對企業客戶提供網站架設服務的哈瑪星科技股份有限公司（以下簡稱哈瑪星科技）遞出履歷，「希望藉此累積跨域相關數位技能，給自己一個跳出舒適圈、挑戰自我的機會！」

「當時我以為，會寫程式、設計人工智慧或雲端運算這些技術才是重要的。」蘇亭芳說，直到正式進入實作階段，她才發現原來如何妥善運用這些數



結束在哈瑪星科技的實作、培育之後，第3屆T大使蘇亭芳運用所學，與父母共同經營三代傳承下來的製香鋪，不僅將客源拓展至全臺，也成功開發出年輕客群。

位工具、創造讓人眼睛為之一亮的商品，更是一門學問，「我們架設網站之前，會運用像是產業九宮格這一類學校曾經教授過的商業分析技巧，釐清客

戶需求，解決痛點；網站架設後爬蟲分析則是全新的學習，透過後續點擊率和客群表現追蹤，才能知道實際成效和改善方向。」

結束在哈瑪星科技的實作培育之後，蘇亭芳決定回到老家高雄傳承家業，與父母共同經營三代傳承下來的製香鋪，並運用在培育時獲得的專業知識，為家中的傳統香鋪在臉書架設粉絲頁、製作短影音，主動向新世代展開網路行銷，成功為傳統製香鋪開發出年輕客群。

「成立粉絲頁很簡單，但是要如何吸引到客群才是挑戰。很慶幸當時選擇了參加T大使計畫，獲得寶貴的學習經驗，讓我知道如何追蹤客群表現及點擊率，來改善粉絲頁內容。」

第2屆T大使陳珩瀧

轉型數位人才 開啟職涯第二曲線

畢業於中國文化大學日本語文學系的陳珩瀧，則是藉由參



第2屆T大使陳珩瀧肯定「數位青年T大使推動計畫」對他的幫助，更藉此走入他想從事的行銷產業。

與T大使計畫，成功為轉換跑道鋪路。

行銷工作是陳珩瀧的理想，然而大學畢業打開人力銀行網頁，才發現如今的出版、媒體相關行業在數位趨勢下，大多透過異業結盟或強化新媒體、數位互動應用等功能來轉型求生；外語能力的優勢不再，取而代之的是數位行銷相關技能。「說得誇張一點，單純以外語作為專長的畢業生，幾乎等於沒有一技之長，求職時想

要『學以致用』，也面臨很大的挑戰。」

求職碰壁，T大使計畫的網路推廣資訊成為他轉向「行銷」相關領域的契機，「而且高達10.9萬元的實作獎勵金，真的非常吸引我。」陳珩瀧笑著回憶。於是向來樂於主動學習各種新技能的陳珩瀧毫不猶豫地遞出申請，也順利獲得台灣赫斯特媒體股份有限公司（以下簡稱台灣赫斯特媒體）青睞，以「創新媒體的數位策

展與行銷策略」為主題，展開20週的培育。

「台灣赫斯特媒體是間已經高度數位轉型的大型媒體集團，分工相當精密，以不同的數位工具進行廣告投放、社群媒體經營、文案撰寫及競品分析等，能學到各種行銷相關技巧。」陳玗瀧透過培育過程充分掌握 Google 搜尋技巧、輿情分析等技能，更在參與新品發表時，與團隊共同規劃出成功的線上線下整合的行銷專案，

獲得主管們一致好評。經過紮實的數位行銷訓練後，他如願進入期望的品牌顧問公司時，起薪更比預期增加約1.5萬元。

第1屆T大使林芸葶

躋身數位玩家 在任何職場中都能發光發熱

「在成為第1屆T大使之前，我對『數位轉型』完全不懂，只是因為想學新的事物，加上



經過「數位青年T大使推動計畫」的培育，為第1屆T大使林芸葶的人生帶來不少改變，對於未來的工作也有了明確的想法。

因為是政府力推的計畫，應該可以成為未來所需的人才，有很好的就業前景。」畢業於臺東大學身心整合與運動休閒產業學系的林芸葶爽朗地笑說。

林芸葶申請到與資誠創新諮詢有限公司合作的歐權科技股份有限公司（以下簡稱歐權科技），先在業師帶領下培育數位相關知識，包括智慧製造相關課程，以及機聯網相關技術實作，一切都新鮮又陌生。林芸葶細數：「像是8D問題解決法（8D Report）、智慧聯網（AI+IoT, AIoT）和魚骨圖，大家從一問三不知，到對數位轉型和智慧製造之間的關係有基本認識，彷彿進入一個全新的世界。」接著從認識產品及產線，再到實際蒐集、分析數據資料的全程實戰，「不只教會我們數據分析能力，也讓我們從實作過程中尋找問題。」

成為T大使之後，林芸葶在各大幼教機構和才藝中心服務，從事與小朋友相關的才藝教育、團康與身體閱讀等營隊

活動，並透過T大使計畫打下的基礎，運用數位能力協助所服務的機構。「像是利用數位工具優化工作流程，或是分享政府的雲市集資源，導入數位工具管理；也透過將會員綁定在LINE@系統上，整合會員和點數管理，減輕行政工作負擔。」林芸葶說，因為展現出數位能力，更讓她獲得了晉升主管、加薪的機會！

第5屆T大使蔡東穎

企業實戰揭露資通訊畢業生的真實告白：數位金融沒有想像中簡單

畢業於東吳大學資訊管理學系的蔡東穎，則在安永諮詢服務股份有限公司（以下簡稱安永諮詢）收穫了與在校學習截然不同的產業實務歷練。安永諮詢的主要內容包括向企業提供審計、諮詢、稅務和策略與交易諮詢整合服務等金融相關風險評估、控管等服務。



第5屆T大使蔡東穎表示，在安永諮詢上完相關課程，就會將課程所學實際應用於專案中，20週精實的實戰經驗，得到的收穫難以言喻。

蔡東穎表示，培育期間在前期上完Python資料分析與生成式人工智慧應用、數位金融、商業研究相關的課程後，青年們就像正式員工一般，擁有安永諮詢的雲端權限，在安全的雲端環境實際進行專案實作；中後期，更直接到銀行客戶端執行專案，在資訊部門進行系統導入。「這是在一般企

業實作比較難得到的體驗。」蔡東穎認為：「20週精實的實戰經驗，可以抵過學校一整年紙上談兵。」

「光是數位培力課程就是滿滿的挑戰。」蔡東穎說，因為即將進入高度強調風險控管的金融服務顧問業，他必須在短時間內建構起基礎商業與金融分析能力，甚至要用企業個案製作研究報告。已經在學校上過「資料庫程式碼」撰寫課程的他，原本以為可以在安永諮詢的課堂上駕輕就熟，「結果發現完全不是這麼一回事！」3小時的課程，實戰經驗豐富的業師講授的內容字字珠璣，讓蔡東穎清楚學校的課程到實際應用於商業上的差距。

結束T大使計畫的培育之後，擁有資通訊背景的蔡東穎對不同產業的資訊工作躍躍欲試，「在T大使計畫中所培養的，除了金融相關知識及數位工具應用，最明顯的就是抗壓性大幅提升，相信這對於我未來的職涯有一定的幫助。」

第4屆T大使楊豐憶

鏈結產業資源 把創業的羊腸小徑 變成康莊大道

大學主修工業管理與資訊系、碩士就讀南臺科技大學商管學院全球經營管理碩士班的楊豐憶，也深感在T大使計畫獲得的歷練與機會，對他的專業能力和事業發展帶來關鍵性的啟發。

在眾社企股份有限公司（以

下簡稱眾社會企業）為第4屆T大使計畫開設的專班中，楊豐憶和其他T大使參與以嘉義的觀光工廠作為實作場域，開發出明眼人一看就懂、視障朋友也適用的「通用化觸摸式消防逃生避難圖」，為視障者打造友善的參觀環境，「過去我們總習慣用明眼人的思考來設計產品，在開發產品時總難免有考慮不周的地方，在眾社會企業的協助下，得以邀請30多位視障朋友共同參與整個產品開發過程。尤其在場域導入



第4屆T大使楊豐憶加入「數位青年T大使推動計畫」，經過精實的訓練，讓他後來參與競賽無往不利。

和驗證階段，因為有他們幫忙，事先觸摸體會過各種避難圖的質感，再調整設計和印製參數，反覆多次才完成從視障朋友使用習慣出發的逃生圖。」

而楊豐憶更在T大使計畫培育後，開始吸引到銀行、觀光工廠、飯店等公共場所主動上門與自己創業成立的觸覺科技有限公司接觸，洽談客製化「通用化觸摸式消防逃生避難圖」的開發，甚至透過參與計畫期間累積的人脈資源，與第5屆T大使潘氏芳玲（Phan Thi Phuong Linh）一同前往越南，拜會盲人福利總盟及視障學校，為公司進軍越南市場鋪路，以數位科技在更多地區推動弱勢平權的實現。

第5屆T大使 Bobby Pranajaya

臺灣科技軟實力 外籍生T大使也驚豔

7年前，來自印尼的巴比·

普拉納賈亞（Bobby Pranajaya，以下簡稱巴比）來到臺灣，在南臺科技大學一路攻讀到博士班，並在第5屆T大使計畫中成功申請到眾社會企業的培育課程與實作。與楊豐憶和其他T大使們共同優化第4屆T大使計畫成果——「通用化觸摸式消防逃生避難圖」的經驗，讓他更加佩服、深信臺灣的數位軟實力。

「通用化觸摸式消防逃生避難圖」是第4屆眾社會企業培育T大使的亮眼成果，在第5屆進一步優化該項成果的過程中，團隊需平衡成本、開發時間與環境等多重因素。巴比印象最深的是，團隊一度考慮使用塑膠材料，但是當擁有材料學專業背景的他指出「塑膠在陽光曝曬下會影響觸覺效果」的問題後，其他成員充分信任他的建議，選擇改用更合適的材料，讓他覺得十分有成就感。

「臺灣是讓我學習、成長、嘗試新想法的地方，而這個想法透過T大使計畫得到證



第5屆T大使巴比表示，「數位青年T大使推動計畫」可以讓不同國籍者共同參與，顯示T大使計畫和臺灣的包容力。

實！」這次經驗不僅讓巴比運用在臺所學技術開發出新應用，更與馬來西亞、泰國、越南、菲律賓、印度與臺灣夥伴一同協作，「可以和如此不同國籍的人共事，顯示T大使計畫和臺灣的包容力。」

為產業數位人才缺口補位

T大使計畫不僅是各行各業

數位轉型人才的儲水庫，也像是一顆顆數位種子，帶著所學習到的數位知識及能量飄向各地，傳播數位轉型概念給各行各業，企業也能透過T大使的協助，開始或持續數位轉型的建構工程，在解決企業人才短缺問題的同時，也強化企業競爭力，以因應瞬息萬變的商業環境，更藉此促進整體產業數位轉型的發展。

數位青年出任務



發揮 T 大使責任與影響 推動數轉專案



「數轉任務」是 T 大使學習的實踐成果，運用所學數位能力，為地方社區或單位注入數位量能。

「數位青年 T 大使推動計畫」（以下簡稱 T 大使計畫）的目標之一，是讓一顆顆青年數位種子在計畫中發芽茁壯，進而將數位量能擴散出去，帶動各行各業、不同角落的數位轉型。事實上，這個擴散數位能量、驅動轉型的過程，從計畫期間就已經展開，青年們透過參與計畫中的「數轉任務」，在具有公益性、社會性任務專案中真槍實彈歷練，運用學得的數位技能做出最好的實踐，也用培育的成果回饋社會，將所學習到的數位知識及能量傳遞到各地，協助更多在地民眾和地方單位提升數位力，在身體力行的收穫與付出間，滾動數位轉型普及化的善循環。

為了讓 T 大使計畫的影響力走入社會，發揮更大的連鎖效益，計畫亦與非營利組織（Nonprofit Organization, NPO）建立合作夥伴關係，從第 1 屆 T 大使計畫開始，就

提供一系列主題多元、富有意義的數位服務任務供青年們申請，以義務服務性質，讓青年能夠實際依所學服務地方單位與在地民眾。

5 屆以來，T 大使計畫的數位服務規模持續擴展，從第 3 屆開始建立全臺網絡，第 4 屆進一步細化為「分享大使」、「數位助教」、「隨行輔導」、「數轉小老師」和「數位偏鄉服務團」五大核心項目。青年可選擇運用數位力協助社會創新與轉型議題推廣的「分享大使」，或擔任「數位助教」協助數位力課程進行，即時支援講師；也可在服務單位的「隨行輔導」下參與數位專案，推動數位工具應用，助力產業創新。此外，青年還能投身偏鄉服務，擔任「數轉小老師」，於偏鄉據點開辦數位課程，或加入「數位偏鄉服務團」，提供地方多樣化的數位應用服務。

第 4 屆 T 大使計畫的數位服務已拓展至與 23 個單位合作，

完成了線上線下共 22 個任務方案。第 5 屆則持續深化與 20 個單位合作，其中 14 個單位為首次合作，除了提升任務的深度與質量，還正式將數位服務命名為「數轉任務」，並將內容重新梳理為「分享大使」、「數轉小老師」和「數轉專案」三大類型。青年透過自身數位能力，為地方社區與合作單位注入數位能量；有人教學童或長輩使用數位工具、落實數位平權；也有人協助地方行銷，促進地方經濟活絡。大大小小的任務不只是難得的學習與體驗，更是青年力量的回饋和展現。



第 4 屆 T 大使魏雪莉到馬祖北竿參與數位導覽推動專案，用 LINE @ 與 VR 環景技術製作的「塘岐 AI 帶路趣」數位導覽工具，發展出充滿互動趣味的混合實境遊程。

〈數位偏鄉服務團〉

第 4 屆 T 大使魏雪莉

LINE + AI 工具的新玩法 解決離島社區難題

帶著簡單的行囊，第 4 屆 T 大使魏雪莉從臺灣飛到馬祖北竿，和其他幾位 T 大使組隊參與「塘岐社區數位導覽」偏

鄉服務專案，協助馬祖發展遊程，挖掘特色景點、美食或故事，並發展社群網站或影音平臺推廣，幫助馬祖在地店家進行數位行銷推廣。「我很喜歡到不同地方旅遊，這次的任務是很難得的經驗，在搶先體驗遊程的同時，以身為遊客的實

際使用經驗，幫助在地單位進行整體設計或遊程改善。」

塘岐村是馬祖北竿最大的商圈，一度沒落後靠著居民的在地導覽行程，再度吸引遊客目光。為了解決年輕人人口外流、社區逐漸老化，導致導覽人才培育不易的難題，「塘岐社區發展協會」在 T 大使們的協助下，發展出以 LINE @ 與 VR 環景技術製作的「塘岐 AI 帶路趣」數位導覽工具。

遊客掃描 QRcode 加入社區會員後，可以像玩大地尋寶遊戲一樣，依照文字或照片提示闖關，找到社區內的景點，再用虛擬實境技術找到對應的圖片，就能解鎖由耆老錄製的導覽故事影片，認識塘岐的舊時模樣。在部分景點還運用了擴增實境技術，帶著遊客以互動模式走入塘岐歷史，對在地的人、物、地、景產生更多共鳴。在 T 大使計畫中學習應用數位與人工智慧 (Artificial Intelligence, AI，以下簡稱 AI) 技能後，畢業於世新大學

口語傳播暨社群媒體學系的魏雪莉繼續攻讀資訊管理學系碩士班，論文主題也和 AI 應用有關。現在的她還在科技公司擔任「產品經理 PM 實習生」，成功跨領域至資訊科技產業，期待未來成為出色的資訊科技專家。

第 3 屆 T 大使邱大澤

為在地創生賦能 創造「留得下來」 的數位影響力

第 3 屆 T 大使邱大澤則運用在 T 大使計畫中累積的服務量能，協助一群太魯閣返鄉部落青年成立的食農與在地創生品牌「後山蕨起」，運用數位科技力推廣在地山蘇作物和文化遊程。

「數位導入對於偏鄉或部落發展觀光、經營在地自有品牌非常重要，成功的前提是持續性的參與討論，才能更清楚社區或部落需要的是什麼，以



第3屆 T 大使邱大澤在 T 大使計畫培育之後，協助太魯閣部落青年返鄉成立的「後山蕨起」品牌，運用數位科技，幫助聚落山蘇產業加值。

他們能理解的方式，協助他們建構適合且必須的數位運用能力。」邱大澤指出。

為了讓社區遊程變得更好玩，邱大澤和其他 T 大使校

友結合了「飢餓遊戲」電視節目概念，運用實境遊戲製作軟體，設計出實境解謎遊戲 App 「後山蕨起—飢餓遊戲 × T 大使校友計畫」。「我們幫社區居民寫出一套劇本及工作流程，讓社區居民都可以輕鬆上手擔任關主，同時也教導他們透過社群媒體下廣告、後臺分析和短影音拍攝等行銷手法，讓流量大幅成長約 10 倍。」而讓這群返鄉青年更有感的，是學會如何使用 Notion¹ 將製作遊戲採訪的影片、照片和文字等各種素材歸檔，無形中也保留了藏在耆老身上的文化特色，透過數位技術將傳統保留下來。

結束 T 大使計畫的培育，邱大澤目前任職的公司領域雖然與當時受訓不同，但培育時的期程規劃與團隊合作仍讓他在目前的工作中十分受用。「無論是與同事間的溝通協調，或是專案期程規劃都有十足的助益，真的很感謝 T 大使計畫！」

¹Notion：一款將日常工作應用程式融合為一體的新工具。

第 4 屆 T 大使吳友倫

先畫靶再射箭 為 NGO 量身訂製 最務實的行銷方案

位於北海岸社區、深耕偏鄉教育的「IPOWER 培力學社」則藉助第 4 屆 T 大使吳友倫等約 20 位校友的力量，幫助旗下輔導的社團法人、教會或偏鄉社區協會等非營利單位，經



第 4 屆 T 大使吳友倫經過叡揚資訊的培育之後，不但繼續在該公司任職，也積極分享培育經驗、擴散數位影響力。

營 Facebook / Instagram 或 LINE 等社群平臺，強化數位行銷能力。

「這些社團法人、教會或偏鄉社區、課後照顧據點等大部分是完全沒有數位能力的。」擁有臺灣科技大學企業管理學系和科技管理學系雙主修背景、在叡揚資訊股份有限公司（以下簡稱叡揚資訊）接受 T 大使培育並留任的吳友倫表示：「因為他們對數位轉型完全沒有概念，連建置社群平臺都需要協助，因此 T 大使不只要擁有完整的數位知識，也要熟悉操作流程，才有能力與他們討論社群經營規劃、提出建議，彌補這些非營利組織在社群媒體專業知識方面的不足。」

與在大企業截然不同的實戰經驗，讓他學會分析每個單位的需求和條件，制定出最適合的數位轉型策略和工具，「例如完全沒有人力或無法自己操作的，就適合建立 LINE@ 機器人自動回覆，有餘力再考慮

設置 Facebook 或 Instagram 帳號，至於學習下廣告的方法，對於大部分的單位都太過複雜，暫時也還沒有相關需求。」

〈分享大使〉 青年化身數位推廣大使 從學生到老闆都動心

吳友倫也曾以「分享大使」的身分，參與彤鳥社會企業有限公司（以下簡稱彤鳥社企）規劃的數位培力相關課程，用 30 分鐘時間對學員介紹數位轉型及數位素養相關議題。

2021 年，彤鳥社企首度申請 T 大使計畫下的數位服務，邀請 T 大使們於彤鳥社企開設的「社會創新專案設計師考照」線上課程中分享。公司創辦人邱雅雲表示：「報名上課的學員中，有很多是沒有太多社會經驗的在學學生，T 大使們分享在企業實作的經驗，對他們帶來很大的幫助。」例如 1 位

曾在華南銀行實作過的 T 大使分享了數位金融與資安的重要性，讓參與的學員在接收新知之餘，也能將數位科技活用至日常中。

位於臺中秋紅谷的心之谷永續教育園區（以下簡稱心之谷）在公司舉辦的數位轉型講座中，也特別邀請 T 大使們分享，經過計畫培育後，在生活或職場中運用數位工具的經驗。心之谷創辦人暨執行長文蓓蓓表示：「這群 T 大使們非常認真地規劃分享內容，而且會從年輕人的觀點切入，呈現不一樣的視角，讓聽眾更清楚數位工具、數位轉型對自身的影響。」由於心之谷位於臺中市中心，該類講座和課程吸引許多中高齡長輩和企業經營者、尤其是中小企業主到場聽講，「許多人在聽完 T 大使們的經驗分享後，體認到數位轉型和永續行動對未來市場的重要性，會更願意開始學習人工智慧相關知識、展開永續行動。」

〈數轉小老師〉

第 3 屆 T 大使邱大澤

扎根偏鄉下一代 給孩子一樣的數位起跑點

數轉任務中，對普及偏鄉數位化、弭平數位落差影響最深遠的莫過於「數轉小老師」。擔任數轉小老師的青年們不僅要擁有數位專業知識，還要兼具教學經驗及熱忱，才能引起偏鄉的小朋友或是年長者對數位科技的興趣。

提供多元課後課程，陪伴宜蘭南澳兒少的「社團法人籽苗教育發展協會（小人 1 號）」為了增加孩子們的專注力，讓孩子們減少手機使用時間、改為學習具有實用性的電腦數位工具，特別邀請像邱大澤這樣擁有專業數位科技知識的 T 大使擔任數轉小老師。

這群 T 大使不僅運用培育中所學的數位技能製作課程教材，還要學習如何將數位知識

以淺顯有趣的方式，讓小朋友們了解與吸收。「有時還得要排解小朋友們之間的紛爭，課程設計也要適合他們的程度，更要想辦法提升他們的注意力及學習的興趣！」邱大澤說。負責安排各項課程的珍珠老師也表示：「這群 T 大使們真的得要有『十八般武藝』，才能讓孩子們臣服，上起課來也才能吸引孩子的目光。」

2022 年開始，T 大使們以一個月 4 次，一次 1.5 小時的頻率到場教學，帶著孩子們從基本的 Word、PowerPoint 等軟體學起，「現在他們可以自己找資料、做簡報，製作戶外教學的行程，也有 T 大使教孩子們設計簡單的走迷宮電腦遊戲，這樣的課程更容易引起孩子們的共鳴。」透過學中做、做中學，不僅 T 大使們獲得更多對數位知識的了解與實踐，孩子們也在一步步引導中建立起對數位科技進一步的認知及正確的使用。

為數位未來代言 T 大使領軍 迎向數位包容世界

透過 T 大使計畫的服務回饋機制，這群數位青年們匯聚成

一股強大的推進動能，透過各種服務形式為缺乏數位資源的偏鄉、組織及社會企業注入轉型能量，更建立起永續的轉型推動社群。由過去幾屆的 T 大使們以校友的身分回歸為學弟



T 大使們分組設計教材，親赴宜蘭南澳教國小學童數位工具應用課程或數位素養課程。

妹做服務行前教育訓練，分享自己的數轉任務經驗。例如擔任數轉小老師時，有哪些與小朋友的互動技巧；以情境模擬「數位足跡²」這一類課程教學時，小朋友可能會出現的反應與回饋，建立有價值的經驗傳承，擴大每一屆 T 大使出任務的效益與影響力。

站在邁入數位化新世界的路口，每一位 T 大使都是數位世界大使，將數位轉型的概念傳播到每一個有需要的地方。透過 T 大使計畫，讓即使是距離數位化感到最陌生的個體，也能了解數位轉型不是遙不可及的事；期望數位轉型的路上，沒有人會被落下。

第 5 屆「數位青年 T 大使推動計畫」 三大「數轉任務」服務類型

分享大使

運用社群媒體推廣 T 大使品牌，並運用數位工具協助在地單位行銷推廣，擴散青年數位轉型量能。

數轉小老師

召集具教學經驗及熱忱之青年，至地方單位開辦數位工具應用課程或數位素養課程。

數轉專案

由青年共同完成一項專案，進行相關議題發酵，驅動地方轉型，達成數位普及化之目標。

² 數位足跡：使用者以網頁瀏覽器上網之後，在數位網絡環境中留下的數據資料，一般來說是指以 Cookies 存下的觀看與點擊等瀏覽記錄、個人資料及偏好設定。這一類資料可以透過數位科技應用，探究使用者偏好，也成為部分企業數位行銷的來源，然而卻也衍生出消費者個資保障的疑慮。

數轉任務地圖



數位轉型全臺 GO： T 大使出任務 激發地方潛能

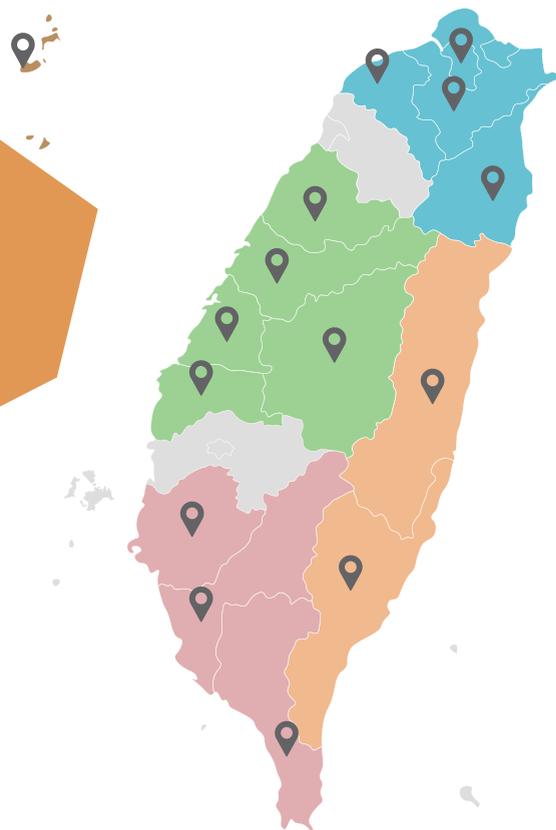
「數位青年 T 大使推動計畫」在培育期間賦予青年們 3 種「數轉任務」使命。青年們透過執行任務將數位素養傳播至需要的地方，讓這些數位種子落在臺灣各地生根發芽，推動全面數位轉型，實踐數位平權。

2,000+ T 大使人次

200+ 場次 數轉任務完成

20 個 合作單位

出動超過全臺 1/2 縣市



北區

臺北

國立臺灣科學教育館
西尾半島
鹿樂平臺

宜蘭

村苗教育發展協會—小人 1 號
蘭城巷弄金魚厝邊

桃園

知享有限公司
桃園石滬協會

新北

小農文創有限公司
螢火蟲書屋
原點社會企業股份有限公司
有地股份有限公司
IPOWER 培力學社

中區

苗栗

司馬限部落

臺中

心之谷永續教育園區
臺中市立圖書館
函漾莊園
彤鳥社會企業有限公司
觸覺科技有限公司
臺中市私立惠明盲校

彰化

彰化縣竹塘鄉小西社區發展協會

南投

財團法人新故鄉文教基金會
社團法人南投縣青年返鄉服務協會

南區

臺南

義守大學
社團法人臺灣璞育文教發展協會

高雄

高雄市立圖書館
財團法人西子灣教育基金會
高雄市社會創業協會
台青蕉香蕉創意工作坊

屏東

旭海小學堂

東區

花蓮

後山蕨起企業社
練習曲文創有限公司

臺東

瑞興小學堂

離島

連江

連江縣北竿鄉塘岐社區發展協會

全臺

資策會資安所
臺灣雲市集 Tcloud

(資料統計至 2024 年 11 月 30 日)

「數位青年 T 大使推動計畫」大調查

數位經濟的迅速發展，為全球帶來嶄新的機遇，同時也對數位技能的掌握提出了更高要求。青年作為社會的核心力量，其數位能力的培育對經濟與社會轉型具有至關重要的作用。「數位青年 T 大使推動計畫」（以下簡稱 T 大使計畫）正是基於此需求應運而生。本文將透過量化調查，分析該計畫在提升青年數位技能、強化職涯發展及促進地方數位轉型方面的成效，並探索計畫執行中的關鍵要素，為未來的 T 大使計畫推動，提供有價值的參考依據。

T 大使計畫以創新模式連結青年與企業，成為推動企業數位轉型的重要助力。透過多元課程設計、實務操作及深度產業合作，計畫全面培育青年數位技能，從基礎工具操作到高階數位化解決方案的實踐，提供完善的學習與應用體系。計畫特別強調數位轉型的基礎知識與實務場域結合，幫助青年將所學技能快速應用於真實企業環境中，實現學以致用。

T 大使計畫推動以來已成功吸引超過 5,500 位青年會員註冊，培育出 2,404 位具備專業數位技能的 T 大使。同時，計有 385 家企業帶領青年完成數位流程優化、平臺搭建以及數據管理等領域。這不僅讓企業在數位經濟浪潮中抓住機遇，也使青年在實務中獲得寶貴的經驗，為未來職涯發展奠定堅實基礎。



調查方法揭祕： T 大使計畫青年反饋全解析

此次針對 2020 年至 2024 年期間參與 T 大使計畫的 5 屆 T 大使進行調查，透過問卷收集參與者的反饋。調查共回收 433 份問卷，經過資料篩選及去除重複資料後，最終獲得 423 份有效問卷。

報告將重點分析數位技能、職涯發展、地方數位轉型三大領域的成果與影響：



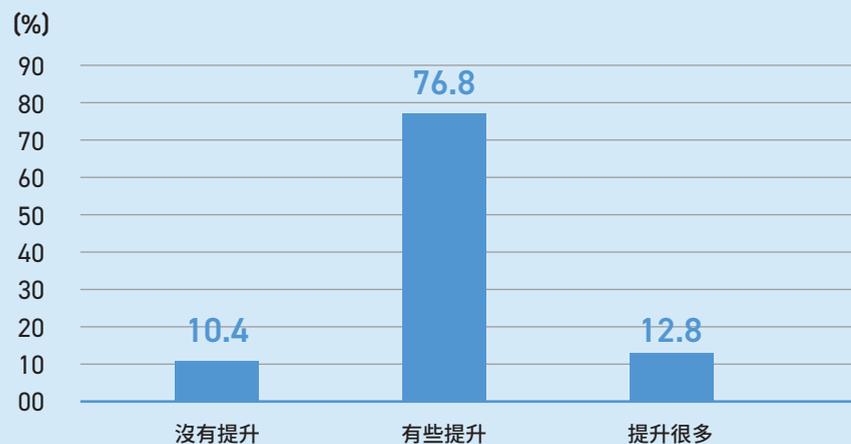
分析將分為兩部分進行。首先，針對基本資料進行統計，分析 T 大使在技能提升、就業狀況及地方數位轉型參與三大領域的整體分布情形。其次，進一步將上述重點指標與屆別、性別及居住地進行交叉分析，深入探討不同背景的 T 大使在這些領域的表現差異。以下將結合數據摘錄，進一步闡述重要發現與分析結果。

調查亮點大公開！

01 培育青年數位技能

有近 9 成的青年表示參與 T 大使計畫後對其能力有所提升，顯示 T 大使計畫在提升 T 大使數位技能方面具有顯著成效，並帶來積極影響（請參閱圖 1）。

圖 1 | 參加培育後，數位技能提升



針對參與培育的 T 大使對數位技能應用知識及後續學習能力提升的認知，調查結果顯示，參與者在應用知識和後續學習方面的表現十分優異，大多數參與者在企業數位工具應用、技術操作及數位平臺知識上都達到超過 95.0% 的熟悉度，展現對數位技能的高度掌

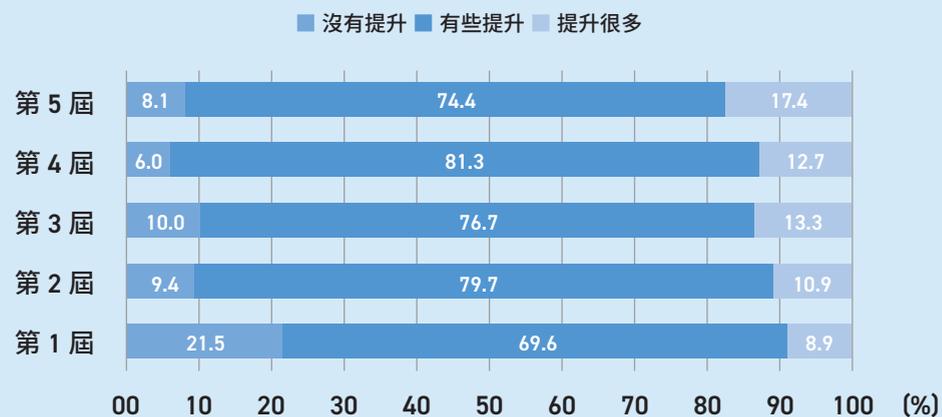
握。同時，約 9 成以上的參與者對數位工具的使用充滿信心，並對個資保護、資安重要性及隱私保護有高度認知。這些數據顯示，計畫在培育參與者數位技能與安全意識方面成效顯著，有效提升了其數位應用能力和數位素養。

(1) 各屆技能提升情形分析：持續改進的成效展現

各屆 T 大使的數位技能提升分析顯示，參與培育計畫對數位技能具有顯著成效。從第 2 屆到第 5 屆的 T 大使中，約 90.0% 表示培育後數位技能有所提升，其中「提升很多」的比例逐屆成長，第 5 屆有 17.4% 的青年表示對計畫的高度肯定（請參閱圖 2）。

隨著計畫的持續改進，後續屆別的 T 大使在滿意度與技能提升方面均有明顯進步。「提升很多」的比例逐屆成長，顯示 T 大使計畫已逐步形成有效的培育模式，為其職場競爭力提供支持。

圖 2 | 屆別與「數位技能提升」交叉分析



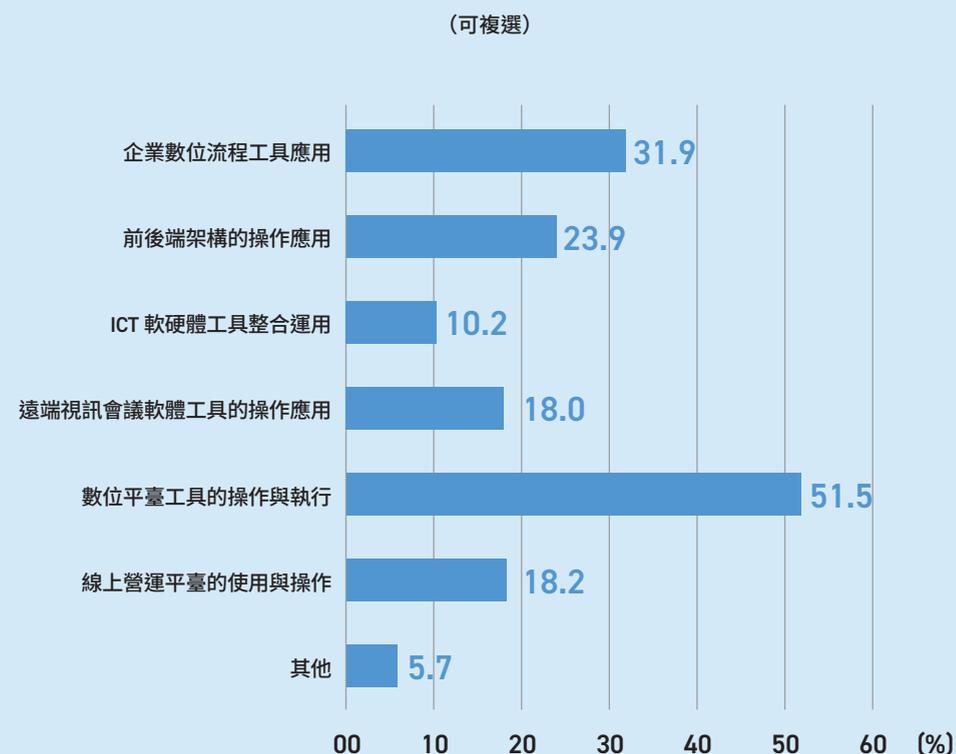
(2) 數位技能的進化：從工具掌握到實踐應用

T 大使計畫的培育設計注重數位技能的實用性與多樣性，幫助 T 大使培育其在數位化環境中的競爭力。以下是主要學習內容及其對 T 大使職涯發展的重要影響，（請參閱圖 3）：

- 根據圖表顯示，此複選題調查了參與者對各項數位工具與平臺應用的關注情況，其中「數位平臺工具的操作與執行」為最多人選擇的項目，占比高達 51.5%，顯示該項技能是 T 大使關注的重點。其次，「企業數位流程工具應用」占 31.9%，表明參與者對企業數位化相關工具的需求較高。
- 其他選項中，「前後端架構的操作應用」占 23.9%、「線上營運平臺的使用與操作」占 18.2%、「遠端視訊會議軟體工具的操作應用」占 18.0%，顯示這些技能在 T 大使數位能力需求中具有一定的重要性。
- 整體來看，參與者對於實務性數位工具的操作與執行有較高需求，特別是在平臺使用與企業數位化工具應用方面，未來相關課程與訓練可針對這些高需求領域進行加強，提升參與者的實務能力。

這些學習內容的設計，不僅聚焦於數位技能的培育，更強調如何將所學應用於實際工作場域，滿足企業的數位化需求。透過深入的實做訓練，T 大使能夠在完成培育後，直接將技能轉化為職場競爭力，同時為不同類型的企業提供數位轉型支持，體現 T 大使計畫的價值與實用性。

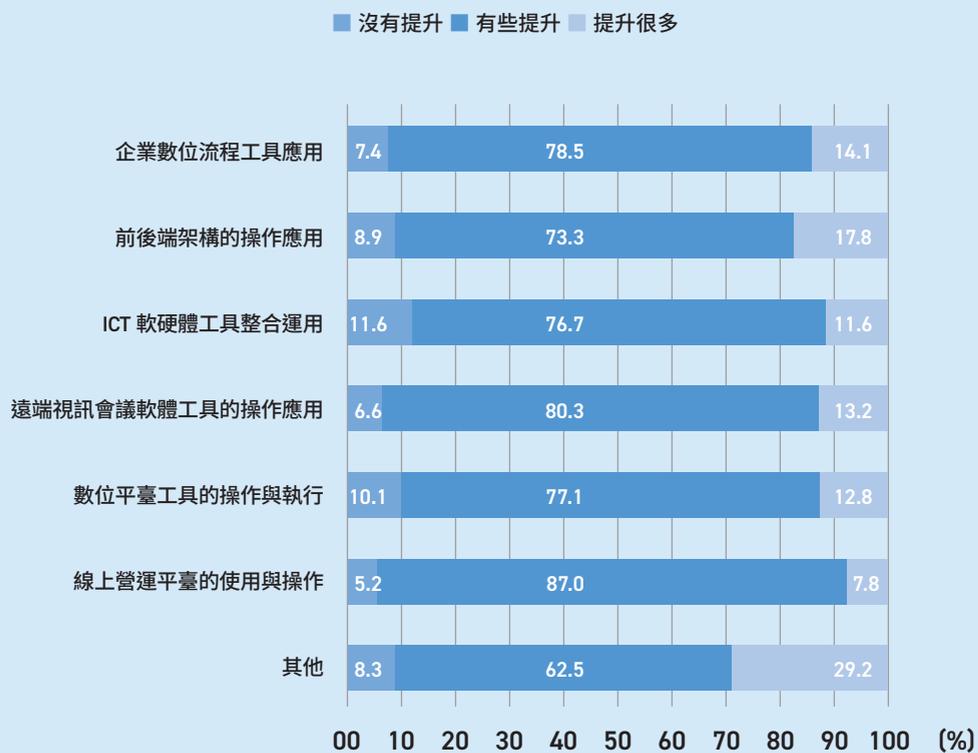
圖 3 | 您參加培育時主要學習哪一類數位工具的應用



不同數位工具應用與數位技能提升的數據顯示，各類數位技能的正面反饋（包括「有些提升」與「提升很多」）占比均超過 85.0%，充分說明參與培育計畫對 T 大使技能提升的實質幫助。高達 94.8% 的 T 大使認為學習線上營運平臺的使用與操作，對數位技能的提升效果最為顯著（請參閱圖 4）。

這些結果表明，數位技能的提升與工具應用的實用性及專業性密切相關。未來可針對學習成效較高的技能類型進一步強化培育內容，結合實務案例提升操作能力，培育更多 T 大使，進一步發揮其在企業數位轉型中的關鍵價值。

圖 4 | 學習數位工具與「數位技能提升」交叉分析



02 | 助攻青年職涯發展

參與 T 大使計畫後，數位技能的提升對 T 大使的職涯發展產生了顯著的正面影響，特別是在求職機會增加和實務應用方面成效突出。根據數據顯示，有近 8 成的青年表示參與計畫後求職機會增加，充分顯示該計畫在提升 T 大使求職競爭力方面發揮了重要作用。透過實用數位技能的培育，計畫幫助 T 大使更加自信地應對職場挑戰，為其職涯發展提供了有力支持（請參閱圖 5）。

圖 5 | 參加培育後，求職機會增加了嗎？



(1) 職涯轉型：數位技能如何助你一臂之力？

以 T 大使屆別分析，第 3 屆至第 5 屆的 T 大使對計畫的求職效益反饋尤為正面，超過 80.0% 的參與者認為求職機會增加。其中，第 4 屆 T 大使的反饋最為突出，有 85.1% 的青年給予正面反饋。第 5 屆亦有 81.4% 的青年給予正面反饋，顯示隨著計畫的不斷優化，後期的課程設計與企業合作模式更加有效，對 T 大使的求職機會提升產生了深遠影響。

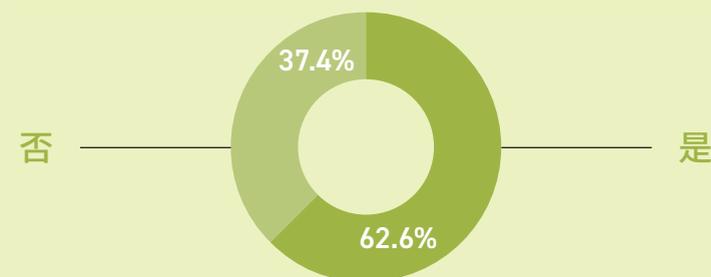
相比之下，第 1 屆的 T 大使反饋相對較低，這可能與計畫初期課程設計和實施模式尚未完全成熟有關。而在第 2 屆，表示求職機會「有一點增加」的人數已提升到 67.2%，顯示計畫在這一屆已開始逐步展現成效，提升 T 大使的求職競爭力（請參閱圖 6）。

圖 6 | 屆別與「求職機會增加」交叉分析



在就業情況方面，已就業的 T 大使中，有 62.6% 的青年表示目前從事的職務與數位內容相關，顯示參與培育後的技能與職場需求高度契合。充分彰顯 T 大使計畫在數位技能培育上的實際成效，也展現其對數位職場需求的高度回應能力（請參閱圖 7）。

圖 7 | 目前職務與數位內容是否相關？



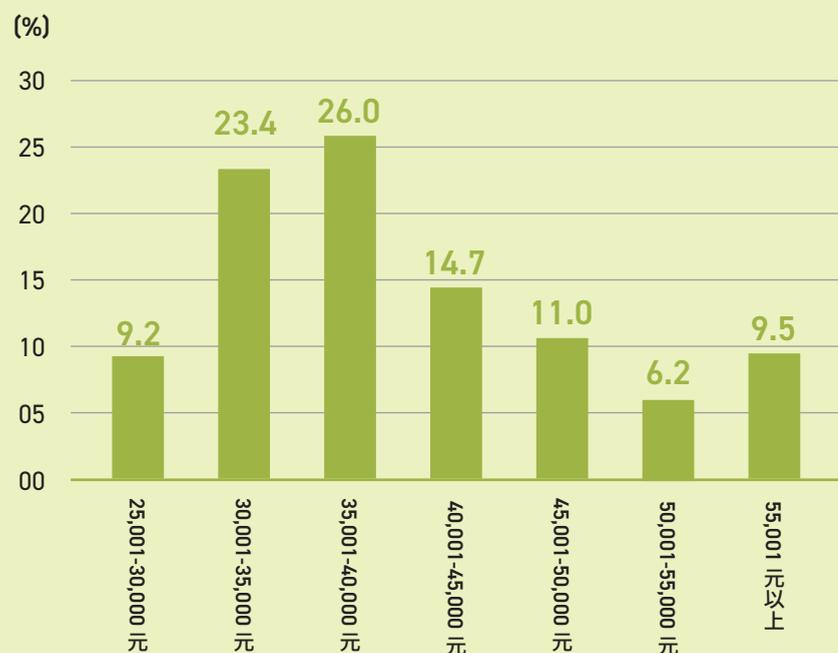
另一方面，有 37.4% 的青年表示其目前職務與數位內容較無關，這一現象可能與區域產業差異有關。例如，居住於北北基及桃竹苗地區的 T 大使中，有 70.0% 從事數位相關工作，顯示這些地區對數位化職務需求較高。而宜花東及離島地區的情況則形成對比，僅有 25.0% 從事與數位內容相關的工作，反映出偏遠地區的數位產業發展不足，相關就業機會相對稀少（請參閱圖 8）。

圖 8 | 居住地區與「從事數位內容職務」交叉分析



除了求職機會外，薪資水平亦是評估計畫成效的重要指標。已就業的 T 大使中，月薪落在新臺幣 30,001 至 40,000 元之間占了 49.4%、超過新臺幣 50,001 元的 T 大使則占了 15.7%，顯示部分 T 大使憑藉培育所學的數位技能，成功進入高薪職場。整體而言，這些數據突顯了 T 大使計畫在提升職場競爭力方面的顯著成效（請參閱圖 9）。

圖 9 | 您目前的月薪大約是多少（新臺幣）



透過全面的數位技能訓練，T 大使計畫幫助 T 大使融入數位化工作環境，促進個人職涯發展的同時，亦為企業數位轉型提供有力支持，充分展現其與產業及職場需求的高度契合。

(2) 工作中的數位力量：與技能的完美結合

接下來分析各屆 T 大使的職涯發展情形。在已就業的 T 大使中，有超過 60.0% 表示其職務與所學的數位內容密切相關。其中，第 5 屆的 T 大使表現最為佳，有 74.3% 的青年表示其工作與數位技能高度相關，顯示計畫在後期優化課程設計與實務結合上的成效顯著。相比之下，第 3 屆 T 大使的相關比例較低，可能受到整體大環境（如疫情）影響，對融入數位職場構成挑戰（請參閱圖 10）。

圖 10 | 屆別與數位內容相關職務交叉分析



各屆都有超過 8 成的 T 大使認為可以運用所學數位技能有效解決工作中的問題，這充分顯示 T 大使計畫在技能培育方面的顯著成效。尤其是第 3 屆至第 5 屆，這一比例更高達 9 成以上，反映出計畫課程持續優化後，參與者在技能應用上的信心與實際成效均有顯著提升（請參閱圖 11）。

圖 11 | 屆別與「能用所學技能解決問題」交叉分析



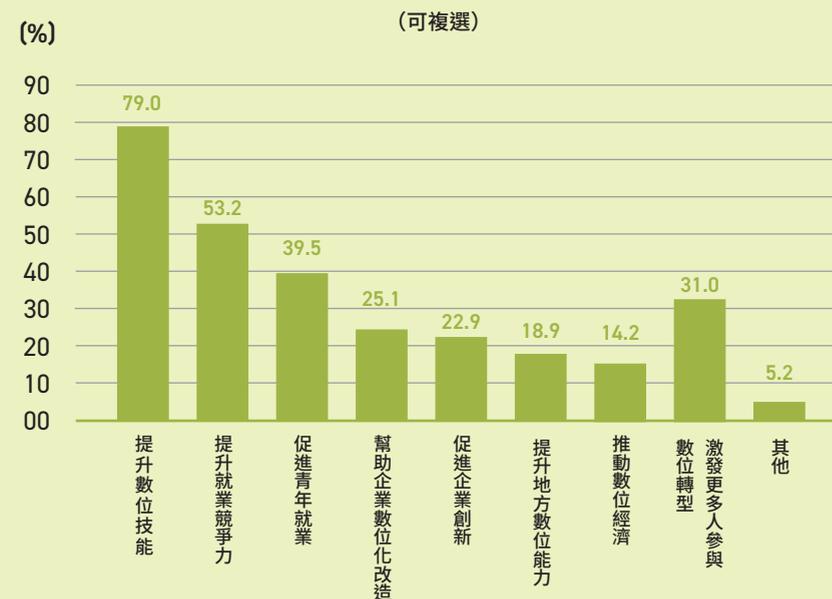
整體而言，技能應用的信心逐屆提升，第 5 屆有 94.1% 的青年表示能運用所學解決問題。這顯示隨著課程設計的逐步完善，以及與實際職場需求的緊密結合，後期屆別的 T 大使在技能應用方面的表現愈加突出。

(3) 計畫影響力：數位技能飛躍，強化職場競爭！

調查結果顯示，有近 8 成的青年認為 T 大使計畫對其數位技能的提升成效顯著，展現計畫在數位技能培養上的核心價值。同時，逾 5 成的參與者認為參加計畫不僅有效提升了自身的就業競爭力，還促進了實際的就業機會，反映出數位技能對職場發展的重要助益。此外，逾 3 成以上的 T 大使認為計畫能激發更多人參與數位轉型，顯示計畫成為青年連結、了解地方的契機與平臺（請參閱圖 12）。

整體數據顯示，T 大使計畫在數位技能培育與就業競爭力提升方面表現卓越，同時在推動數位轉型與地方數位化發展中展現出廣泛的影響力。

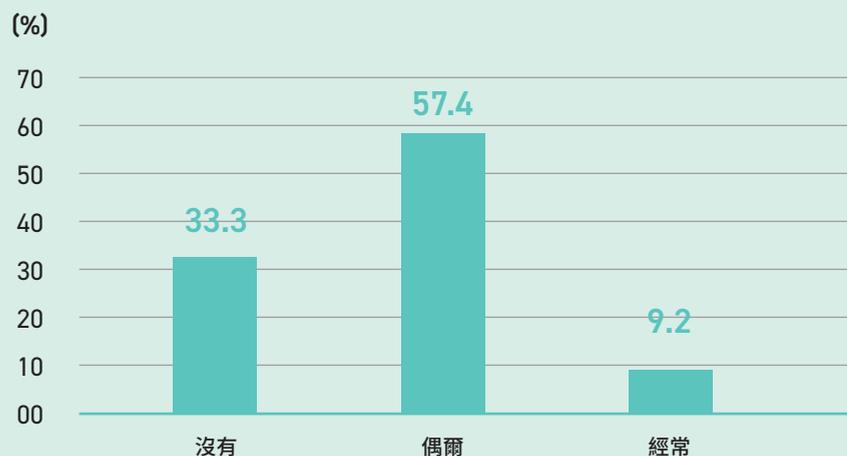
圖 12 | 參加培育後，有哪些正面影響



| 03 | 助力地方數位轉型潛力

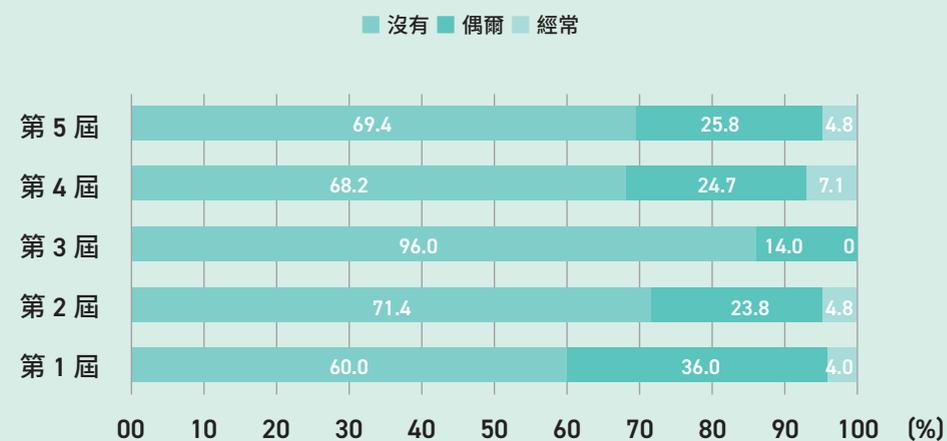
T 大使計畫除了增進個人的職場能力之外，也致力於助力地方數位轉型。數據顯示，有近 7 成的青年表示在培育結束後，仍持續關注地方數位轉型的相關議題，這顯示出 T 大使對數位轉型的長期興趣與投入（請參閱圖 13）。

圖 13 | 參加培育後，
是否有持續關注地方數位轉型發展議題



而進一步分析各屆數據，持續參與地方數位轉型發展的比例則隨屆數有所波動。第 1 屆的持續參與比例最高，達到 40.0%。雖然在第 2 與第 3 屆中該比例有所下降，但第 4 與第 5 屆的持續參與比例呈穩步回升的趨勢。這表明，隨著計畫的推進與優化，T 大使對地方數位轉型的參與熱情逐漸回升（請參閱圖 14）。

圖 14 | 屆別與「持續參與地方數位轉型的實際行動」交叉分析



| T 大使計畫 |

青年數位能力與職涯發展的助力

T 大使計畫在提升青年數位能力與促進職涯發展方面成效顯著。調查顯示，參與 T 大使培育後，青年對自身數位技能的提升給予高度評價，特別是在企業數位工具應用及數位平臺操作能力方面表現出明顯進步。

同時，計畫對 T 大使職涯的影響亦十分突出。數位技能的提升不僅增強他們的求職競爭力，也為其進入與數位內容相關的工作領域創造了更多機會。此外，調查顯示，大多數 T 大使對數位轉型議題表現出高度關注，並對參與相關行動抱持積極態度。然而，目前真正投入地方數位轉型或企業實務的比例仍然有限，反映出計畫在實務操作機會的提供上仍有進一步強化的空間。

未來，計畫可深化與地方及企業的合作，設計更多實務專案，幫助 T 大使在真實情境中應用所學技能，進一步助力地方與企業數位轉型，實現青年個人發展與社會進步的雙贏。

| 展望未來 |

讓 T 大使影響力持續擴展

總結來看，T 大使計畫在數位技能、職涯發展及地方數位轉型三大領域，在數位力與競爭力的提升都有相當成果。參與計畫的青年中，近 9 成表示數位技能有所提升，近 8 成認為求職機會有所增加，展現計畫在數位人才培育與職涯發展的實質成效。此外，近 7 成的參與者在完成計畫後仍持續關注地方數位轉型議題，這證明 T 大使計畫在填補數位人才缺口和推動產業數位轉型中扮演至關重要的關鍵角色。

然而，未來計畫應聚焦持續深化 T 大使參與地方數位轉型的實踐機會，並藉由生成式人工智慧（Generative Artificial Intelligence, Gen AI，以下簡稱生成式 AI）等前沿技術的引入進一步擴大影響力和實踐成果。具體建議如下：

- **強化生成式 AI 等新興技術的學習與應用：**以真實產業場域設計專案，並透過與企業合作，推動 T 大使掌握生成式 AI、智慧物聯等技術，增強數位技能的即戰力。
- **加強地方數位轉型專案的支持與資源投入：**擴散數位轉型任務的覆蓋範圍，針對高需求地區開發更多任務，並依據在地需求訂製解決方案，擴大數位轉型的社會影響力。
- **優化數位轉型社群及知識分享機制：**引入人工智慧（Artificial Intelligence, AI，以下簡稱 AI）驅動的知識管理系統，促進經驗共享與合作，並加入國際數位轉型成功案例，提升 T 大使對全球市場趨勢的敏感度與應對能力。

藉由上述策略，T 大使計畫不僅將在數位轉型與 AI 技術應用中持續發揮引領作用，還為臺灣的數位經濟發展及全球 AI 競賽提供更具有競爭力的人才支援。

尋找T型人

還在猶豫要不要成為 T 大使嗎？
不如先測測你是哪一型 T 大使！

數位跨域要跨去哪？來個小測驗探測一下你的直覺吧！到底是人工智慧大師、智慧製造黑馬，還是數位行銷鬼才？Follow 你的感覺踏上 T 大使之路就對了！



1

當你學習新科技時，
你的第一反應是什麼？

- A. 「天啊！我可以變成下個 AI 天才！」
- B. 「先讓機器幫我煮碗泡麵再說！」
- C. 「嘿，這玩意能讓服務員記住我的奶茶多糖少冰嗎？」
- D. 「有了這個，我的廣告就能炸遍全世界了吧？」
- E. 「這能不能用來開一家不賣東西只賣點子的店？」

2

你覺得數位轉型的終極目標是什麼？

- A. 「讓 AI 主宰世界，啊不對，是輔助人類！」
- B. 「讓機器從此當我的小幫手，哈哈！」
- C. 「讓我點一杯咖啡都能享受 VIP 級別的服務！」
- D. 「讓我家隔壁的阿姨都知道我做廣告多厲害！」
- E. 「拯救世界，然後開派對！」

3

假如你參加一個新專案，你會選哪一個？

- A. 「開發一個能猜中你心情的 AI App！」
- B. 「設計一個可以自動組裝樂高的機器！」
- C. 「來搞個超級智慧服務平臺，讓客戶開心到飄起！」
- D. 「做個行銷活動，廣告多到網路都跑不動！」
- E. 「創辦一間新公司，只賣創意和靈感！」

4

你最欣賞的科技公司是？

- A. 「Google 啊，搜尋什麼都能找到！」
- B. 「Tesla 吧，電車開到哪兒都不用加油！」
- C. 「Amazon，想買啥就一鍵搞定！」
- D. 「Meta！光看貓咪影片我就能消磨一整天！」
- E. 「Kickstarter！想賣什麼就自己開啟計畫！」

5

未來你最看好哪種科技趨勢？

- A. 「當然是 AI 啦，以後連洗衣服都不用自己動手！」
- B. 「智慧工廠，不用工人，全靠機器搞定！」
- C. 「O2O 服務，讓我能在線上買炸雞，馬上送到家！」
- D. 「社群媒體，讓我家的貓能變全球網紅！」
- E. 「元宇宙，想躲進去開個全虛擬咖啡館！」

6

你最喜歡的學習方式是？

- A. 「線上課程，不用穿褲子也能學！」
- B. 「自己動手操作，光說不練不是我的風格！」
- C. 「最好先蒐集資訊，跟朋友一起交流討論！」
- D. 「發個創意影音來玩玩，說不定能紅一波！」
- E. 「加入各種社群，說不定就認識未來的合作夥伴！」

7

你覺得數位科技能幫你做到什麼？

- A. 「讓我成為人類的救世主
(沒這麼嚴重，可能只是個 AI 大師)！」
- B. 「讓我解放雙手，當個安逸的監工就好！」
- C. 「讓我成為服務業的超級英雄，拯救所有客戶的壞心情！」
- D. 「讓我把品牌推廣到全宇宙，從地球賣到火星！」
- E. 「讓我改變世界，順便做個酷炫的 App！」

8

成為 T 大使最需要具備什麼特質？

- A. 「要趨勢有趨勢、要專業有專業，人機協作游刃有餘！」
- B. 「有解決問題的系統整合力，讓過程變快變簡單！」
- C. 「洞悉需求、勢在必達，統合團隊目標一致！」
- D. 「對流行趨勢超敏感，下一步我就要火！」
- E. 「有顆改變世界的心，不紅都難！」

積分統計 +

每題選項最多的那一類，
就代表你是那型的大使啦！

A 人工智慧 T 大使

D 數位行銷 T 大使

B 智慧製造 T 大使

E 數位創生 T 大使

C 智慧服務 T 大使

結果分析

A

人工智慧 T 大使

你渴望運用 AI 這項技術改變世界，擅長分析數據、開發演算法和模型，並熱中於探索人工智慧的無限可能。

B

智慧製造 T 大使

你致力於運用科技提升生產效率和品質。你擅長操作機器、導入智慧製造系統，並熱衷於打造更先進、更自動化的生產流程。

C

智慧服務 T 大使

你是能讓顧客瞬間變粉絲的服務大師，致力於運用科技創造更好的顧客體驗。你擅長與人互動、設計智慧服務平臺，並熱中於提供更便捷、更個人化的服務體驗。

D

數位行銷 T 大使

你擅長運用科技傳遞品牌訊息。你擅長創意發想、規劃數位行銷活動，並熱中於透過科技擴大市場和提升品牌知名度。

E

數位創生 T 大使

你對地方充滿熱情，並致力於運用科技解決社會問題和創造新的價值。你擅長發起專案、實驗新點子，並熱中於結合科技創造新的商業模式。



只要你是「喜歡創新科技的應屆畢業生」，或是畢業 3 年內「想要跨域學習的求職者」，都值得一試，更多詳細的「數位青年 T 大使推動計畫」參加辦法可掃描 QR Code。

* 本測驗僅供參考，不能完全代表你的興趣和能力。建議你參考測驗結果，並結合自身興趣和職涯規劃，選擇最適合你的發展方向。

成為自己未來的創造者 也為臺灣創造未來



未來仍期待每一屆的「數位青年 T 大使推動計畫」，都能養成青年們的數位跨域能力，成為各行各業培育數位人才的搖籃，一同打造全民數位韌性。

「**數**位青年 T 大使推動計畫」（以下簡稱 T 大使計畫），著眼的始終是未來。

數位科技與人工智慧（Artificial Intelligence, AI，以下簡稱 AI）帶來了全新的起跑點，在這條新的賽道上，有人領先，也會有人落後。T 大使計畫的願景，是透過數位青年的培育，以人才為核心驅動產業、社會與地方的轉型進化，期許讓經濟發展與社會的共融永續都能在科技的助力下齊步成長。

整個世代的人才重塑 尋找轉型未來最佳解方

每個世代有屬於每個世代的課題，轉型之所以迫在眉睫，在於它不只影響著產業經濟的競爭力，更是應對這個世代產業競爭與變化加劇、氣候變遷、環境永續、城鄉落差、高齡化缺工等課題的重要手段。

而轉型之所以挑戰重重，在

於它是全新的視野，沒有過去的經驗可以複製，且每一個產業的不同問題都需要量身定制創新轉型解方。

所有產業都需要摸索數位科技與 AI 的最佳應用與創新，定位所需的數位技能，並在實際的應用場域中以最貼合實務需求的方式為既有人才數位賦能。數位人才的培育已不僅限於校園，已成為企業界、政策推動力及整體社會共同肩負的使命。在此背景下，T 大使計畫應運而生，透過公私協力模式，結合政策工具、企業響應與業師資源，投入解決數位轉型人才缺口的挑戰，並致力於提升青年就業機會。同時，該計畫也為我國數位青年提前布局，成為未來推動數位轉型的重要即戰力。

臺灣過去在全球高科技產業的榮光，孕育了讓國際豔羨的資訊科技人才；而今，數位轉型則必須將數位科技與各個產業領域的知識深度結合、發揮應用，才能解決各種問題和需

求。因此，除了傳統的資訊專業人才，我們更需要培育具備產業知識與數位應用能力的數位人才。這也是為什麼 T 大使計畫自始即重視數位人才的培育，為來自不同領域的青年注入數位素養、數位技能與數位思維，使他們能夠因應不同場域的挑戰，靈活運用數位科技提出解決方案。

與真實鏈結 AI 世代必備的人才素養

在生成式人工智慧 (Generative Artificial Intelligence, GenAI) 出現後，可用人類語言溝通的 AI 弭平了人群與科技間的鴻溝，數位科技顛覆了整體生活與工作型態，即使不會寫程式，也能運用數位力發揮各種應用與創新。

T 大使計畫的核心也絕非只是培育數位技能，還包括同理心、創意、思考、提問等素養的建立，帶領青年學習在實際應用中創造連結世界的方法，在轉型洪流中找到自己不被淹沒的定位。因此 T 大使計畫攜

手企業和社會創新與地方創生的力量，透過連結青年與產業、社會與國際，幫助世代縮小數位落差、認識社會並轉化所學，創造多層次的價值：

●縮小落差： 跨領域與世代連結

搭建學術與產業、世代與文化的橋梁，透過實踐與業師合作，幫助青年開拓視野、提升能力，為未來奠定基礎。

●認識社會： 結合成長與社會需求

青年參與企業數位轉型、地方創生與跨領域合作專案，透過實地學習與實踐，理解社會不同層面的需求，並將數位技能應用於實際問題解決，在服務社會的同時深化個人成長。

●轉化影響： 連結地方與國際視野

幫助青年將學習成果轉化為

具體影響力，透過實作經驗建立職涯規劃，並促進人與地方的深層連結。同時，創造臺灣青年與僑外生的跨文化交流機會，培養國際視野，擴大學習成果的外溢效益，創造更多可能。

順應時代的轉型浪潮，T 大使計畫持續以數位人才導入各

領域為核心理念，不僅關注科系與產業的跨領域整合，還將國際視野納入其中。展望未來，T 大使計畫將以「AI 應用、地方發展以及國際視野」為人才培育方向，陪伴青年們在未來挑戰中乘風破浪，勇於成為未來的創造者！

預測未來最好的方法，
就是去創造它。
The best way to predict
the future is to invent it.

——美國電腦科學家、京都獎和圖靈獎得主
亞倫·凱 (Alan Kay)

數位・綻放影響力

發行人 林俊秀
出版單位 數位發展部數位產業署
地址 100507 臺北市中正區忠孝西路一段 66 號 20 樓
電話 0800-607-707
網址 moda.gov.tw/ADI

統籌企劃 中華民國全國中小企業總會
臺北市電腦商業同業公會

整合執行 張惠雯、劉家孟、張雅婷
地址 106 臺北市大安區羅斯福路二段 95 號 6 樓
105 臺北市松山區八德路三段 2 號 3 樓
電話 02-2366-0812
02-2577-4249
網址 www.nasme.org.tw
tca.org.tw

編輯團隊 江嘉萍、劉奕吟、莊雅竹、文仲瑄

圖片提供 人杰老四川餐飲管理顧問股份有限公司、天氣風險管理開發股份有限公司、众社企股份有限公司、凌群電腦股份有限公司、原點社會企業股份有限公司、高雄市社會創業協會、皓準科技股份有限公司、新光金融控股股份有限公司、戳揚資訊股份有限公司

執行單位 天下雜誌股份有限公司（天下實驗室）

發行日期 2025 年 1 月
版次 初版一刷
EISBN 9789865436629
電子書格式 PDF
GPN 4711400015

版權所有 翻印必究



數位發展部 數位產業署
Administration for
Digital Industries, moda

