

測試:分析與摘要能力

測試工具:Google Gemini

Prompt

None

附檔內容為與 台灣大哥大總經理、AppWorks 創辦人 暨 Aiworks 創辦人的訪談逐字稿，主題為「AI 對企業和企業文化的衝擊與機會」，請分析訪談內容並生成重點摘要。

Result

好的，這是一份根據您提供的訪談逐字稿所生成的重點摘要：

AI 對企業和企業文化的衝擊與機會：訪談重點摘要

台灣大哥大總經理暨 Aiworks 創辦人 Jamie 林之晨在訪談中，深入探討了 Agentic AI 的未來發展、企業導入 AI 的策略，並分享了台灣大哥大推動全員 AI 升級的「超人計畫」實踐經驗。

Agentic AI 的現況與未來

多數台灣人尚未使用 ChatGPT 或 Gemini 等工具，顯示 AI 的普及仍處於同溫層內¹¹¹。企業經營者普遍對如何導入 AI 感到焦慮²。當前的 AI 像是一個需要被告知「如何做」(How)的工具³。未來的 Agentic AI 則僅需被告知「做什麼」(What)，它將能自行找出方法⁴。

要達到這個目標，AI 需要大量的「脈絡」(Context)⁵。講者預測，Agentic AI 產業將在 2028 至 2030 年後才會趨於成熟⁶。

Agentic AI 的五個發展等級

講者引用 Salesforce 的框架，將 Agentic AI 的成熟度分為五個等級⁷：

- **Level 0: 規則式自動化 (Rule-based Automation)**
 - 運用 RPA 等工具處理重複性高的工作⁸。
- **Level 1: 資訊檢索 (Information Retrieval)**
 - AI 能在大量文件中直接找出答案，使用者無需親自開啟檔案閱讀⁹。例如整合 Gemini 的 Google Workspace¹⁰。
- **Level 2: 單一領域的簡單協作 (Simple Orchestration, Single Domain)**

- AI 能在特定領域內完成較簡單的任務，例如要求 AI 撰寫一個數獨遊戲¹¹。目前多數大型語言模型處於此階段¹²。
- **Level 3: 跨領域的複雜協作 (Complex Orchestration, Multiple Domains)**
 - AI 能執行橫跨多個專業領域的複雜任務，如同產品經理一般，從市場調查、程式開發、上架到推廣一手包辦¹³。
- **Level 4: 多智能體協作 (Multi-agent Orchestration)**
 - 建立一個由不同專業 AI 智能體(如產品經理、財務、營運)組成的團隊，彼此可以互相溝通協作 (A2A, agent-to-agent)，完成公司營運¹⁴。

台灣大哥大的 AI 轉型實踐:「超人計畫」

為因應缺工與提升生產力的挑戰，台灣大哥大啟動為期三年的「超人計畫」，目標是讓所有同仁都精通 AI 操作¹⁵。該計畫與 Aiworks 合作，並依據員工屬性分為四個群體推動¹⁶：

1. IT 工程師 (約 800 位)

- 全面導入 AI Coding，從需求定義到開發、維運皆涵蓋¹⁷。
- 成果：目前已有超過 15% 的專案使用 AI 編碼，工程師的單位生產力提升約 20%¹⁸。

2. 客服人員 (約 1,500 席)

- 客服小麥 (AI 客服)：每月服務約 50 萬人次，成功率達 97%，用戶滿意度 96%¹⁹。
- AI 語音核身：由 AI 接聽電話進行身份驗證，每通電話平均節省 8% 的客服服務時間²⁰。此服務採用台灣大哥大自行研發的 ASR (語音辨識) 引擎，對台灣多種口音的辨識率高達 97%²¹。

3. 門市人員 (約 2,000 位)

- 萬能大賣：AI 系統協助店員向顧客推薦最適合的產品²²。
- AI 進線系統：AI 協助過濾打到店裡的電話，將約七成非門市業務的電話轉至客服中心，成功轉介至門市的電話，其銷售成功率提升 40%²³。

4. 後勤同仁 (非 IT、非客服、非門市)

- 已完成全員 AI 訓練，近半數同仁實際應用 AI 工具處理庶務性、重複性的工作²⁴。

- 成果：員工反應平均每日可節省 10% 的工作時間²⁵。

成功關鍵：由上而下的主管驅動策略

講者分享，推動 AI 轉型成功的秘訣在於「先從主管開始」²⁶。相較於員工有三年的學習期，公司要求 400 位主管必須在半年內學會並應用 AI，並舉辦 Demo Day 隨機抽點上台展示成果²⁷。

此舉雖初期引發部分主管抱怨，但最終所有主管都成功掌握 AI 工具，並能進一步帶領部屬導入應用²⁸。講者強調，AI 轉型應是全員運動，若僅由 IT 部門主導，容易讓其他同仁產生依賴心態，阻礙普及²⁹。

Jamie-shar...audio-test

TXT

附檔內容為與 台灣大哥大總經理、AppWorks 創辦人暨 Aiworks 創辦人的訪談逐字稿，主題為「AI 對企業和企業文化的衝擊與機會」，請分析訪談內容並生成重點摘要。

◆ 顯示思路

好的，這是一份根據您提供的訪談逐字稿所生成的重點摘要：

AI 對企業和企業文化的衝擊與機會：訪談重點摘要

台灣大哥大總經理暨 Aiworks 創辦人 Jamie 林之晨在訪談中，深入探討了 Agentic AI 的未來發展、企業導入 AI 的策略，並分享了台灣大哥大推動全員 AI 升級的「超人計畫」實踐經驗。

Agentic AI 的現況與未來

多數台灣人尚未使用 ChatGPT 或 Gemini 等工具，顯示 AI 的普及仍處於同溫層內。企業經營者普遍對如何導入 AI 感到焦慮。當前的 AI 像是一個需要被告知「如何做」(How) 的工具。未來的 Agentic AI 則僅需被告知「做什麼」(What)，它將能自行找出方法。

要達到這個目標，AI 需要大量的「脈絡」(Context)。講者預測，Agentic AI 產業將在 2028 至 2030 年後才會趨於成熟。

Agentic AI 的五個發展等級

講者引用 Salesforce 的框架，將 Agentic AI 的成熟度分為五個等級：

- **Level 0：規則式自動化 (Rule-based Automation)**
 - 運用 RPA 等工具處理重複性高的工作。
- **Level 1：資訊檢索 (Information Retrieval)**
 - AI 能在大量文件中直接找出答案，使用者無需親自開啟檔案閱讀。例如整合 Gemini 的 Google Workspace。
- **Level 2：單一領域的簡單協作 (Simple Orchestration, Single Domain)**
 - AI 能在特定領域內完成較簡單的任務，例如要求 AI 撰寫一個數獨遊戲。目前多數大型語言模型處於此階段。
- **Level 3：跨領域的複雜協作 (Complex Orchestration, Multiple Domains)**
 - AI 能執行橫跨多個專業領域的複雜任務，如同產品經理一般，從市場調查、程式開發、上架到推廣一手包辦。
- **Level 4：多智能體協作 (Multi-agent Orchestration)**
 - 建立一個由不同專業 AI 智能體（如產品經理、財務、營運）組成的團隊，彼此可以互相溝通協作 (A2A, agent-to-agent)，完成公司營運。

台灣大哥大的 AI 轉型實踐：「超人計畫」

為因應缺工與提升生產力的挑戰，台灣大哥大啟動為期三年的「超人計畫」，目標是讓所有同仁都精通 AI 操作。該計畫與 Aiworks 合作，並依據員工屬性分為四個群體推動：

1. IT 工程師 (約 800 位)

- 全面導入 AI Coding，從需求定義到開發、維運皆涵蓋。
- 成果：目前已有超過 15% 的專案使用 AI 編碼，工程師的單位生產力提升約 20%。

2. 客服人員 (約 1,500 席)

- 客服小麥 (AI 客服)：每月服務約 50 萬人次，成功率達 97%，用戶滿意度 96%。
- AI 語音核身：由 AI 接聽電話進行身份驗證，每通電話平均節省 8% 的客服服務時間。此服務採用台灣大哥大自行研發的 ASR (語音辨識) 引擎，對台灣多種口音的辨識率高達 97%。

3. 門市人員 (約 2,000 位)

- 萬能大賣：AI 系統協助店員向顧客推薦最適合的產品。
- AI 進線系統：AI 協助過濾打到店裡的電話，將約七成非門市業務的電話轉至客服中心，成功轉介至門市的電話，其銷售成功率提升 40%。

4. 後勤同仁 (非 IT、非客服、非門市)

- 已完成全員 AI 訓練，近半數同仁實際應用 AI 工具處理庶務性、重複性的工作。
- 成果：員工反應平均每日可節省 10% 的工作時間。

成功關鍵：由上而下的主管驅動策略

講者分享，推動 AI 轉型成功的秘訣在於「先從主管開始」。相較於員工有三年的學習期，公司要求 400 位主管必須在半年內學會並應用 AI，並舉辦 Demo Day 隨機抽點上台展示成果。

此舉雖初期引發部分主管抱怨，但最終所有主管都成功掌握 AI 工具，並能進一步帶領部屬導入應用。講者強調，AI 轉型應是全員運動，若僅由 IT 部門主導，容易讓其他同仁產生依賴心態，阻礙普及。

資料來源