

後疫時代的數位轉型

Digital Transformation in the Post-pandemic Era
アフターコロナに伴うデジタル変革

文・圖 / 資深產業分析師兼產品經理 童啟晟

根據國際貨幣基金 (International Monetary Fund, IMF) 的預測分析, 2020 年全球經濟萎縮會達到像 1930 年代大蕭條時期的程度。COVID-19 疫情就像一場戰爭, 衝擊全球的經濟、改變人類的工作、學習、消費生活型態; 過去認為理所當然的生活方式發生劇變, 前所未見的商業模式、不曾察覺的新價值觀浮出檯面; 從通勤、出差、展會、流程簽核、金流支付等溝通及協作所需的創新工具與系統發展, 演進為人類社會變化的「新樣貌」及「新常態」, 也創造出「零接觸經濟」之科技應用需求與服務創新商機。

零接觸經濟推演的未來生活情境與需求

零接觸經濟, 是透過智慧科技重組中介機制, 再藉由服務遞送 (生產與消費之共地性), 減少不必要的接觸; 由於更容易被接受與更具體驗價值, 且不限於網路原住民, 因此勢將引發許多新的可能性與機會。而未來在四大關鍵場域下的生活情境需求, 包括家庭 (Home)、企業 (Office & Factory)、醫藥 (Medicine & Healthcare)、環境 (Environment) 等, 特別值得產業關注。



疫情之後, 家庭將從過去單純住宿休憩的場所進化到消費娛樂的場景。由於人與人為了減少不必要的直接接觸, 面對面若僅限於真正有必要時, 反而加速網路化、數位化的進程。從電子商務、餐飲外送、線上學習、娛樂健身等超連結臨場感價值提升、虛實物件串聯等應用情境具體實現, 便成為「升級零接觸服務, 增進虛擬互動連結」的新常態。

企業則從以往業務處理、工具操作的地方演進成遠端互動的空間。因為遠距工作的需求, 工作方式由集中轉變為分散, 企業為了讓工作、溝通效率不減, 除了運用智慧科技來加強人員流動管理、遠端臨場控制、模擬互動訓練外, 更投入更多資訊安全的技術與資源, 來降低疫情引爆的網路威脅風險。形塑安全低風險智慧辦公情境, 便成為「發展低接觸科技, 打造安全辦公空間」的新常態。

醫藥亦從原本醫療保健的情境邁向智慧醫療的場域。鑑於醫療資

源的確保, 勢須將有限的醫療資源重點式集中於疫情的因應, 並在與人直接接觸的環境下監控人體狀態並採取適當的應對處理, 所以結合醫療大數據與物聯網、AI 技術等進行健康監控、篩選抗體藥物, 實現健康長壽的社會願景; 至於醫療場域, 受疫情影響, 亦將朝遠距醫療、醫療儀器的網路化發展, 成為「建構數位醫療鏈, 強化健康體系韌性」的新常態。

環境從節約能源的構想推移到永續發展的思維。加上近年來「永續性 (Sustainability)」意識高漲, 抑制非必要、無急迫性的經濟活動, 反而使得疫情對阻止氣候變遷帶來極大效果, 成了失之「經濟」東隅, 收之「環保」桑榆; 而為了抑制二氧化碳排放的社會體系, 並脫離大量生產、大量消費的模式, 就出現可回收利用的材料與產品, 像是再生紡織暨材料、植物肉等循環經濟之技術應用需求, 更演化成「增效節能的機制, 營造環境永續發展」的新常態。

疫情後建構基礎建設之需求成為數位轉型的催化劑

疫情後續可能的變化，除了人們價值觀的改變，因應持續的遠距工作、遠距教學、遠距醫療，勢必需強化整個資通訊基礎建設，這亦將造成產業結構性的變化；而在萬物聯網的環境下，建構完善基礎建設如 5G、雲端服務、資訊安全等更是當務之急。此外，消費行為的改變，更讓電商、在家休閒、遊戲與電影娛樂等宅經濟迅速發展。而原本實體行業莫不思考如何大幅加速線上銷售，或許有關數位轉型，乃至自動化及工業 4.0，能趁此疫情而得加速，甚或大幅提升。

新常態牽動企業思維 以創新科技改寫企業 DNA

此次疫情的全球大流行，顯露出各國在經濟表現、社會運作上的脆弱性：當前各國政府都在思考如何在控制疫情與重啟經濟活動之間取得平衡。對企業的經營者而言，當然首先要關心自身業務受到多大的衝擊，要怎麼存活，然後持續營運；過去像是日本知名企業家稻盛和夫，所經營管理的「京瓷」，在歷經 7 年毫無生意卻仍能存活，所帶給我們的啟發就是要：「未雨綢繆」。其

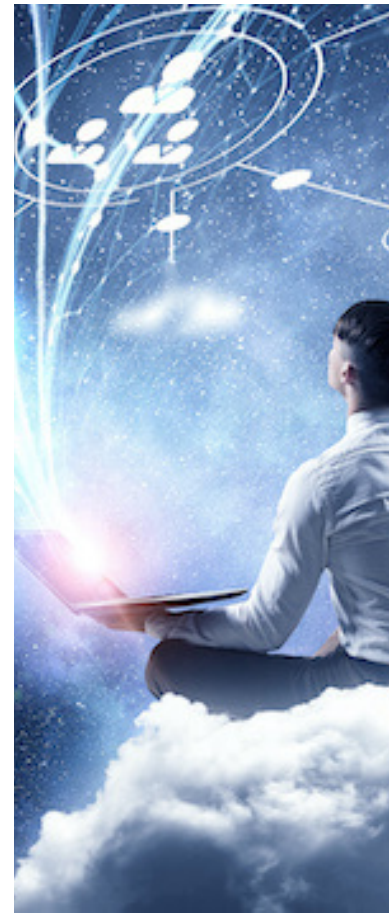
次則是在這個過程中怎麼加速轉型，因為除了擁有數位力之外，數位轉型力恐怕是當前更重要的議題，亦唯有如此才能變成一個兼具彈性快速的數位企業。

第三是在於如何讓這些經驗，能夠變成公司的一個文化，甚至在心態上、基礎設施上、科技創新應用上，讓這樣的 DNA 能夠加速嵌入到每個員工身上。

『生存還是毀滅 (To be, or not to be, that is the question)』是莎士比亞《哈姆雷特》的一段經典名句，也是企業在面對後疫時代的不可逆趨勢下，必須要面對的挑戰與應有的體悟，畢竟生活、工作習慣與消費模式的轉變已再也「回不去了」。

疫情顛覆了傳統企業的營運思維，擁有數位能力的企業將加速從危機中脫離並復原，這當然也推升了各產業對於數位轉型需求的急迫性。企業必須超前佈署：因為無法預測風險，只能做好準備；衡量外部情勢，度量己身能力，再造嶄新思維，並勾勒出屬於自己的數位轉型發展藍圖。另一方面，在面對疫情，亦無須等待過往商業模式的回歸，而是在

數位轉型的大趨勢下，聚焦服務高值創新的領域—智慧家庭、智慧電商、智慧辦公、智慧工廠、智慧醫療、智慧能源，來重構臺灣產業的競爭力。



以上研究報告資料係經由 MIC 內部整理分析所得，並對外公告研究成果，由於產業倍速變動、資訊的不完整，及其他不確定之因素，並不保證上述報告於未來仍維持正確與完整，引用時請注意發佈日期，及立論之假設或當時情境，如有修正、調整之必要，MIC 將於日後研究報告中說明。敬請參考 MIC 網站公告之最新結果。