

資通訊供應商 如何轉型其 B2B 發展前景

安永 2026 年重新想像產業未來



The better the question. The better the answer.
The better the world works.



Shape the future
with confidence

目錄

前言	03
摘要	04
詳細調查發現	
1. 轉型技術投資	07
2. 規模化的迫切需求	12
3. 邁向主權雲	16
4. AI 成為焦點	20
5. 數位連接的新發展	24
6. 供應商屬性演變	29
7. 改善 B2B 客戶關係	33
ICT 供應商的下一步	37
安永如何提供協助	39
關於本研究	40

前言

在所有地區與產業中，從生成式 AI (GenAI) 到 5G 與邊緣運算等各類轉型技術，正以前所未有的速度重新定義企業組織。儘管整體發展方向依然一致，我們最新的研究卻顯示出數項轉變，正重塑企業高階主管在看待、採購與部署這些技術能力時的思維方式。

其中有些發展相當正面。企業正逐漸更成功地走出試點與概念驗證 (PoC) 階段，並在克服我們去年所指出，關於將技術試驗擴大至實際上線部署的挑戰方面，展現出更成熟的能力與執行力。同樣地，企業對新型行動通訊技術演變的認知與理解，也逐年持續提升。

然而，更具關鍵性的，或許是與地緣政治相關的整體環境變化。隨著各國政府與政策制定者對科技與資料採取更具介入性的立場，企業在新的主權型解決方案陸續問世之際，開始重新審視其供應商關係。同時，對資安的敏感度不斷提高，使得資訊與通訊技術 (ICT) 供應商在安全方面的能力與可信度，對採購決策產生更大的影響。此外，企業客戶對於與供應商之間「無摩擦互動 (Frictionless Interaction)」互動的期待，也使 AI 在供應商服務交付中扮演愈來愈關鍵的角色。

上述多項趨勢，正好發揮電信業者的既有優勢。尤其值得注意的是，電信業者作為受監管的國家級關鍵業者，且具備成熟的安全能力，使其在一個更不確定、且更重視主權的全球環境中，作為供應商的吸引力顯著提升。這樣的轉變，正協助電信業者在 ICT 生態系中的角色，從單純的「連接服務供應商」向外延伸，已有超過半數的企業將其視為值得信賴的 ICT 顧問或資料守護者。

儘管電信業者在私有網路與應用程式介面 (API) 等領域仍面臨競爭壓力，但其作為技術賦能者的地位正持續提升。隨著企業不斷擴大新興技術的部署規模，爭奪企業科技支出的競賽也正快速升溫。

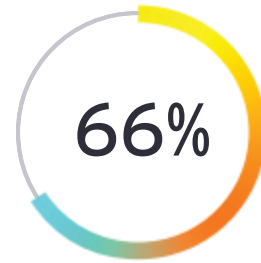
有關本次調查的方法、研究設計與樣本說明，請參閱本報告第 40 頁。



摘要

1. 轉型技術投資

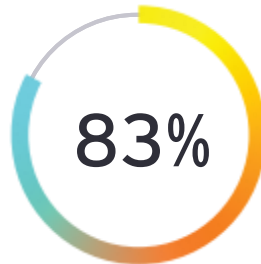
本研究受訪企業回報的投資水準令人振奮。AI 仍是科技投資議程中的核心重點，而 5G 投資亦出現明顯成長。在影響投資的外部因素中，法規與政策挑戰居於首位，企業密切關注不斷演進的數位主權要求 - 這反過來又影響其供應商選擇。雖然資訊長 (CIO) 與技術長 (CTO) 正重新強化對投資決策的主導權，但許多組織仍表示，要在領導團隊之間取得共識相當具有挑戰性。



受訪企業目前正在投資代理式 AI (34%) 或計畫在未來一年內投資 (32%)。

2. 規模化的迫切需求

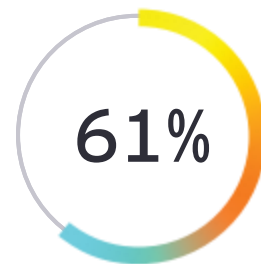
企業從試點專案轉向實際部署的速度之快令人振奮，顯示企業正試圖善用不同技術之間的交叉整合，並重新調整使用情境的開發方式，以提高成功率。儘管企業普遍認為 AI 技術最難規模化，但 5G 的部署進展相較其他技術仍顯落後。



受訪高階主管表示，能夠靈活運用變革性技術以實現不同的業務成果，對實現規模化至關重要。

3. 邁向主權雲

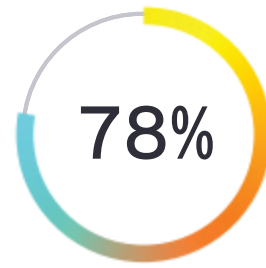
在日益碎片化且保護主義抬頭的地緣政治環境下，提升資料安全與掌控能力的需求，正驅動企業轉向主權雲。儘管企業仍審慎評估其成本與整合挑戰，對主權雲的興趣持續升溫，也同步促使企業重新思考其供應商關係。結合全球與在地供應商的混合模式最受青睞，且約三成企業認為電信業者可在其 ICT 供應商組合中扮演角色。



受訪企業指出，強化資安與資料掌控是其轉向主權雲解決方案的主要驅動因素。

4. AI 成為焦點

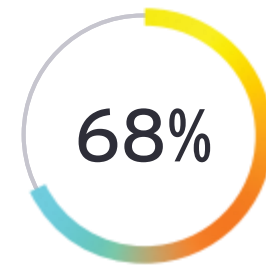
企業對代理式 AI 的接受度正在提升，但在未來一年內，生成式 AI 仍是最優先的投資重點。企業正嘗試在不同 AI 能力之間進行整合與平衡，使整體 AI 投資策略更為協調。儘管 AI 策略逐漸成熟，企業仍指出若干顯著痛點，特別是在資料品質問題，以及缺乏針對不同業務職能的 AI 專屬訓練方面。



企業表示，正致力於協調生成式 AI 與代理式 AI 的投資配置。

5. 數位連接的新發展

各地區企業均表示 5G 投資維持強勁水準，且在部署私有網路時，企業愈來愈依賴 IT 服務供應商。整體而言，企業對新型行動通訊技術的理解正在提升，但仍有約四分之一的企業對相關技術的認知程度偏低或有限。客戶支援、資安，以及可按需要調整的服務品質，是推動企業對網路 API 產生高度興趣的主要因素；企業也普遍表示，願意採用多家的網路 API 供應商。



受訪企業表示，其對「網路即服務 (Network-as-a-Service, NaaS)」具備高度或中度認知，較去年提升 8%。

6. 供應商屬性演變

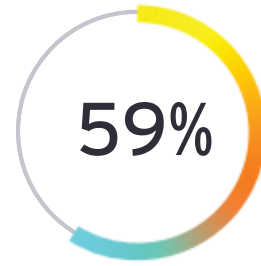
安全性已成為企業選擇供應商時的首要考量因素，再次印證本次調查中企業對資安的高度關切。雖然電信業者在整體客戶的心智占有率 (Mindshare) 上仍落後於其他類型的 ICT 供應商，但企業已不再僅將其視為連接服務供應商，而是逐漸認可其資安能力與相關的 IT 服務能力。這一趨勢顯示，電信業者作為未來技術合作夥伴具備成長的潛力。



企業認為，電信業者不僅是「純連接」供應商，而是數位基礎設施的守護者 (33%) 或值得信賴的 ICT 顧問 (23%)。

7. 改善 B2B 客戶關係

企業正期望從其供應商獲得更佳的客戶互動與體驗。其訴求涵蓋多個層面，從希望看到更多具資訊價值的轉型技術導入案例研究，到更完善的售後服務體驗，以及更便捷地取得供應商專業能力與知識。基於上述目標，受訪企業表示，未來將優先選擇能夠將 AI 融入服務交付，並提供一站式連接和 IT 服務的供應商。



企業表示，ICT 供應商未能提供足夠的客戶案例或參考資料，以突顯其在提供改善業務成果方面的能力。



1

詳細調查發現

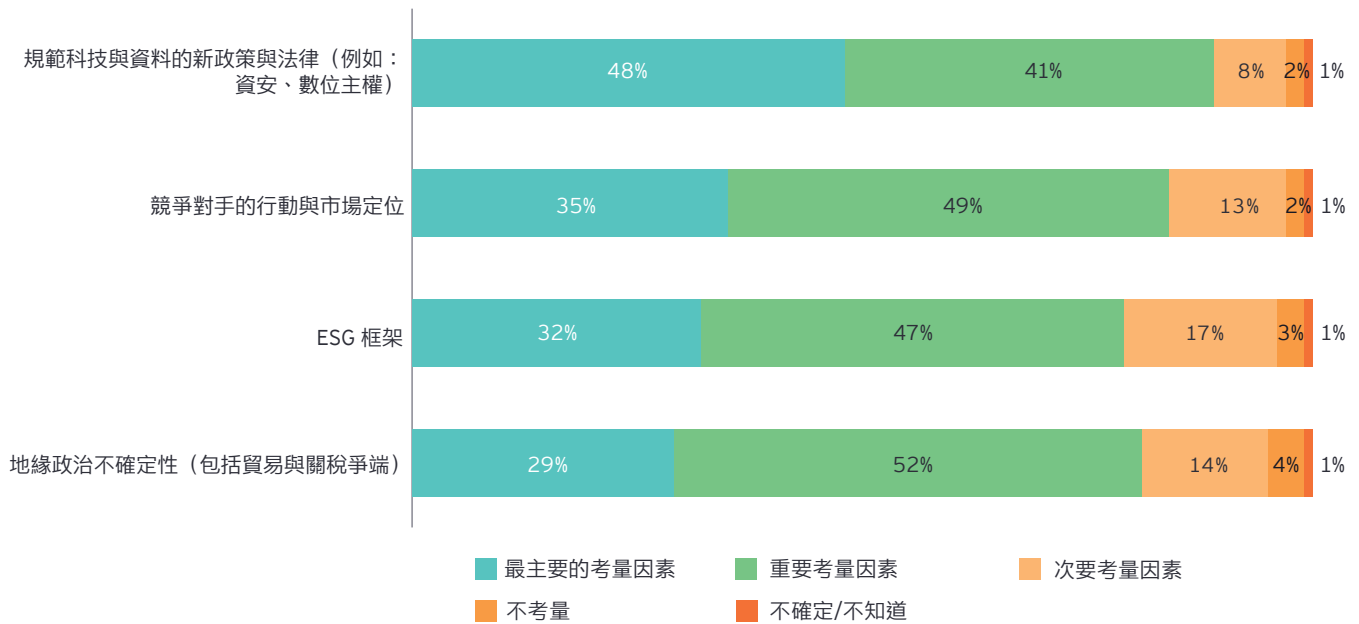
轉型技術投資

企業在轉型技術上的投資水準令人振奮，
而不斷演進的數位主權要求，正影響企業對供應商的選擇。

與此同時，ESG 架構亦被視為重要考量因素，反映出企業對 AI 能源需求的高度敏感—這一議題已受到多個政府間與超國家組織（Supranational Organization）的高度關注²。相較之下，儘管貿易與關稅爭端等地緣政治不確定性在全球層面持續引發關注，但在科技投資決策中，其重要性排名相對較低；整體而言，IT 支出的前景依然樂觀³。

圖 2：影響科技投資決策的外部因素

問題：以下外部因素如何影響貴組織在轉型技術上的投資規劃或決策？



地緣政治不確定性與數位主權要求，正促使企業重新評估供應商選擇

儘管地緣政治分裂並未明顯抑制企業的投資計畫，但在數位主權趨勢日益增強的背景下，企業正重新審視其科技供應商關係。為降低對海外供應商的依賴，採用在地或區域型供應商的比例正在上升；同時，既有的全球超大型（Hyperscale）供應商也正擴展其服務組合，納入更多以主權為導向的解決方案⁴。環境因素亦正影響科技選擇。雖然在降低環境衝擊方面已有所進展，但挑戰仍然存在；現有框架的不足，加上永續性評估本身的高度複雜性，使問題更加棘手⁵。

隨著企業在科技選擇上的複雜度不斷提高，組織內部也開始設立新的領導職位，例如 AI 長（Chief AI Officer），其中以亞太地區企業最為積極（77%）。同時，ICT 供應商亦陸續設立與主權與信任相關的新領導職位，這一趨勢在歐洲的電信業者中尤為明顯。展望未來，這些發展將為買方與賣方之間開啟全新的對話模式。

² 能源和人工智慧（Energy and AI），IEA 網站，<https://www.iea.org/reports/energy-and-ai>，10 April 2025年4月10日。

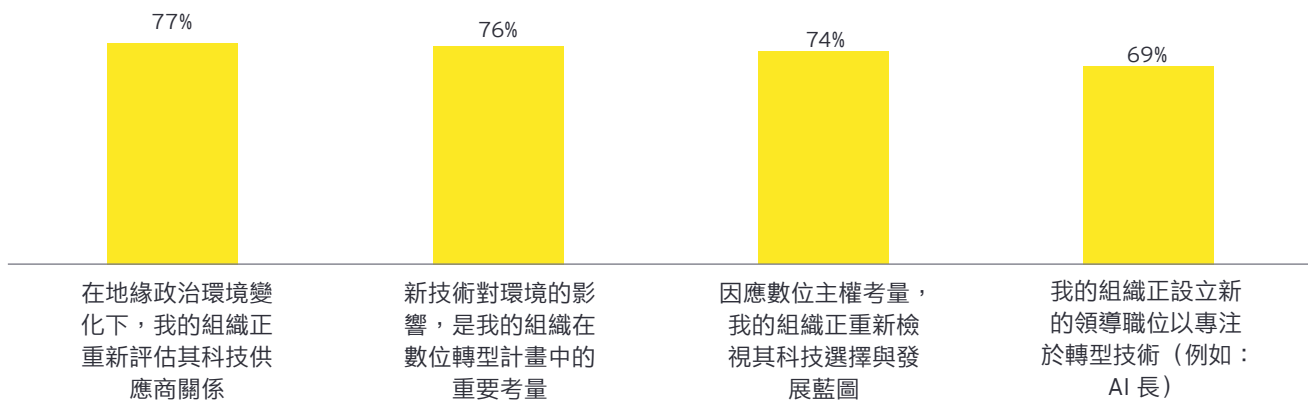
³ Gartner 預測，2026 年全球 IT 支出將成長 9.8%，首次超過 6 兆美元（Gartner Forecasts Worldwide IT Spending to Grow 9.8% in 2026, Exceeding \$6 Trillion For the First Time），Gartner 網站，<https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2025-10-22-gartner-forecasts-worldwide-it-spending-to-grow-9-point-8-percent-in-2026-exceeding-6-trillion-dollars-for-the-first-time>，2025年10月22日。

⁴ 微軟擴充數位主權能力（Microsoft Expands Digital Sovereignty Capabilities），Microsoft 網站，<https://news.microsoft.com/source/emea/2025/11/microsoft-expands-digital-sovereignty-capabilities/>，2025年11月5日。

⁵ 人工智慧和永續性：機會、挑戰及影響（AI and Sustainability: Opportunities, Challenges, and Impact），安永，2024年11月14日。

圖 3：企業對轉型技術採用的態度

同意比例 (%)



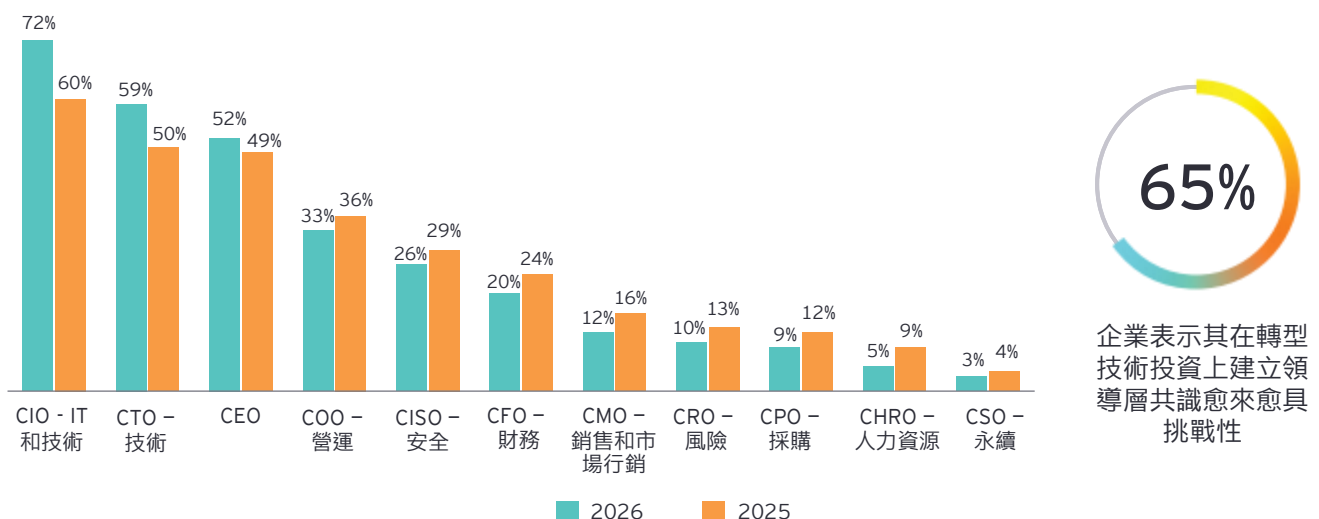
CIO 與 CTO 重新強化投資決策主導權，但企業在內部共識上仍面臨挑戰

為了確保投資決策能夠納入多元化的觀點，企業亦在尋求技術部門以外的其他部門參與，其中執行長 (CEO) 與營運長 (Chief Operating Officer, COO) 是重要的參與者。這一趨勢與去年調查結果一致；然而，今年的結果顯示，資訊長 (CIO) 與技術長 (CTO) 正重新強化其對決策的掌控力。這種參與度的提高，反映出技術領導角色職責範圍的擴大，技術策略與業務策略相一致，已成為公司有效策略的核心要素。

即便如此，決策參與者的多元化，也提高了內部意見分歧的風險：超過三分之二 (65%) 的企業表示，在轉型技術投資上建立領導層共識愈來愈具挑戰性，其中以能源與公用事業產業最為明顯 (73%)。同時，調查也顯示，資安長 (Chief Information Security Officer, CISO) 與營收長 (Chief Revenue Officer, CRO) 在決策中的影響力較去年略有下降，而永續長 (Chief Sustainability Officer, CSO) 的參與度仍持續偏低，與去年情況一致。鑑於企業普遍高度關注新技術的安全性與永續性，若此趨勢持續，可能導致決策上的潛在盲點。

圖 4：領導力對轉型技術策略的影響

問題：在貴組織的轉型技術策略 (包含 ICT 供應商選擇) 中，最重要的前三位決策者或影響者是誰？

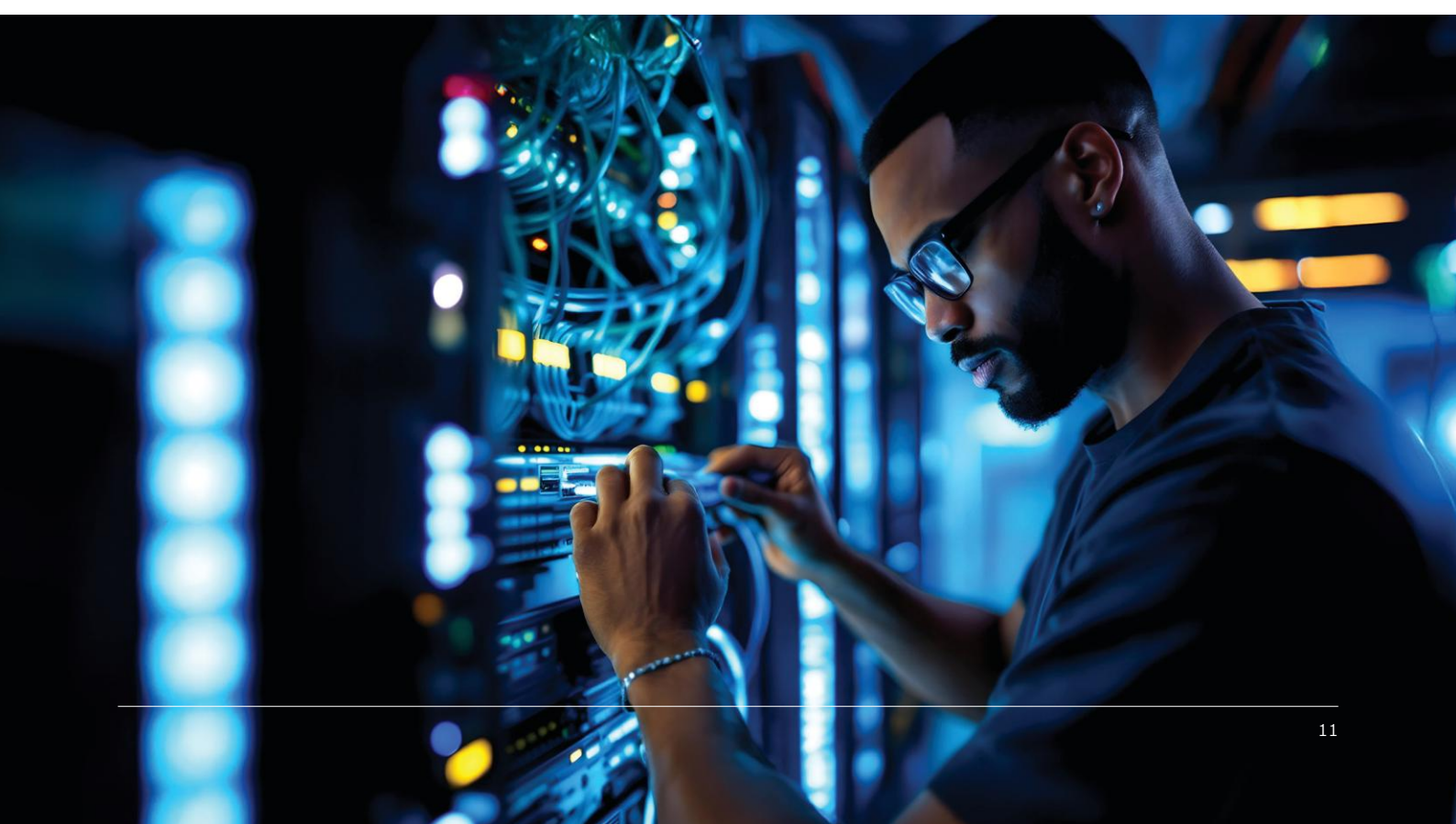
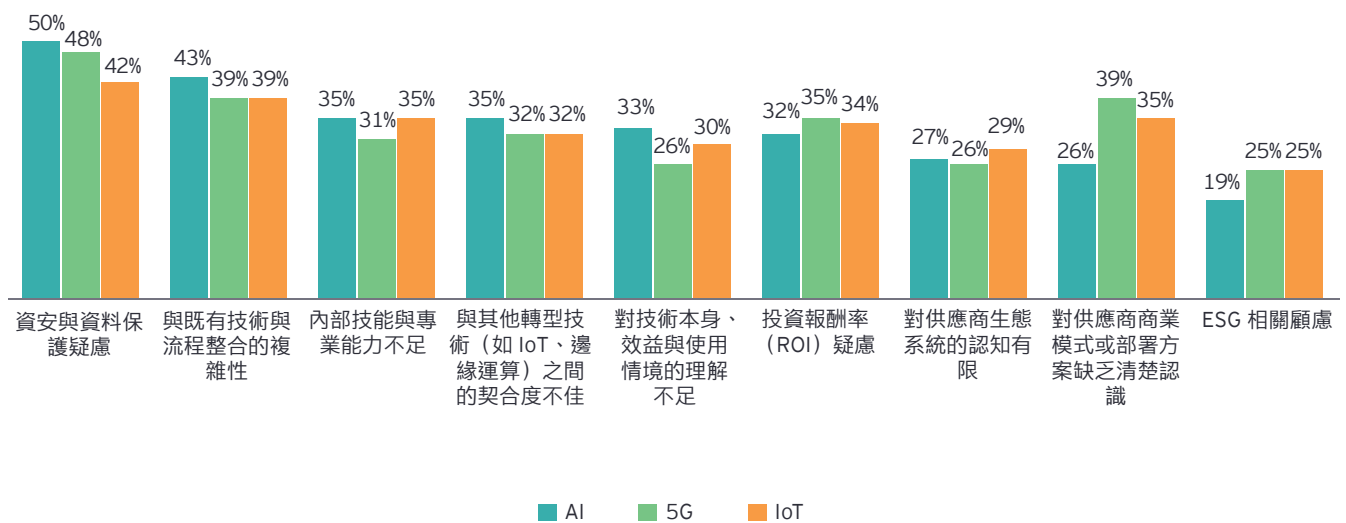


資安疑慮與整合複雜性，成為企業面臨的主要挑戰

隨著企業可選擇的轉型技術種類不斷增加，在試圖全面且成熟地評估觀點時，也面臨多項共同挑戰。無論是在 AI 或新型連接技術領域，資安與資料保護疑慮皆高居首位，其中政府機構與醫療照護公司最容易對這些議題感到憂慮。AI 與 5G 與既有系統的整合複雜性，也是另一項顯著的障礙；此外，當企業評估 5G 與 IoT 時，對部署模式的不確定性亦名列前三大關切之一。這些疑慮反映出目前可供選擇的部署方案日益多元，包括私人無線網路與虛擬行動網路業者 (MVNO) 等模式，使企業亟欲了解各種方案所能帶來的相對效益。

圖 5：企業在轉型技術上的主要挑戰

問題：貴組織在看待轉型技術時，面臨最關鍵的挑戰是什麼？



2

詳細調查發現

規模化的迫切需求

企業從試點專案邁向實際部署的速度加快，這是一項正向訊號；然而，企業仍普遍認為，AI 技術是最難在整個組織中實現規模化的領域。

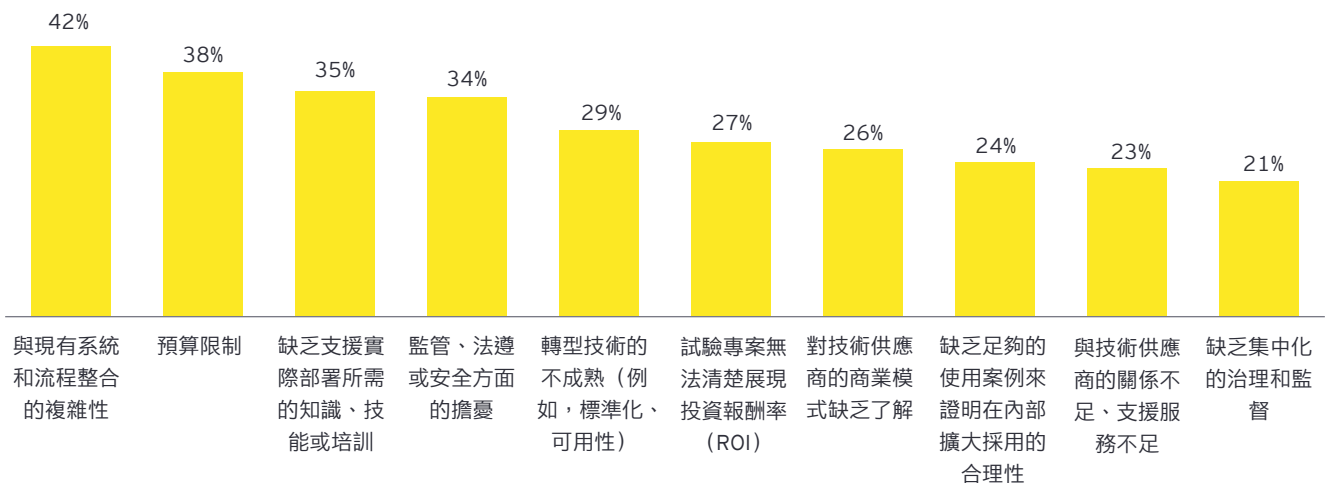
整合複雜性與預算限制，是實現規模化的主要障礙，法規遵循疑慮亦日益凸顯

當企業試圖擴大其轉型技術的部署規模時，面臨多項挑戰。其中，與既有系統與流程的整合複雜性以及預算限制，被視為最主要的阻礙因素。儘管 ICT 供應商可從一項結果中獲得些許正向訊號，即企業認為供應商支援不足的情況，已較前幾年不那麼普遍，但仍有 26% 的企業指出，對供應商的商業模式缺乏清楚認知，仍是一項痛點。

同時，隨著轉型技術愈來愈深度地嵌入關鍵業務流程與系統中，對安全性與法規遵循的需求亦同步上升。今年，有超過三分之一（34%）的企業指出法規或資安疑慮是一大挑戰，較去年的 24% 明顯上升，其中以政府機構所受影響最為顯著。此外，知識與技能不足亦構成重要問題，特別是在消費性產業（44%）與零售產業（42%）中更為明顯。

圖 6：企業對轉型技術規模化應用障礙的認知

問題：阻礙或可能阻礙貴組織將轉型技術試驗擴展為實際部署的最關鍵障礙是什麼？



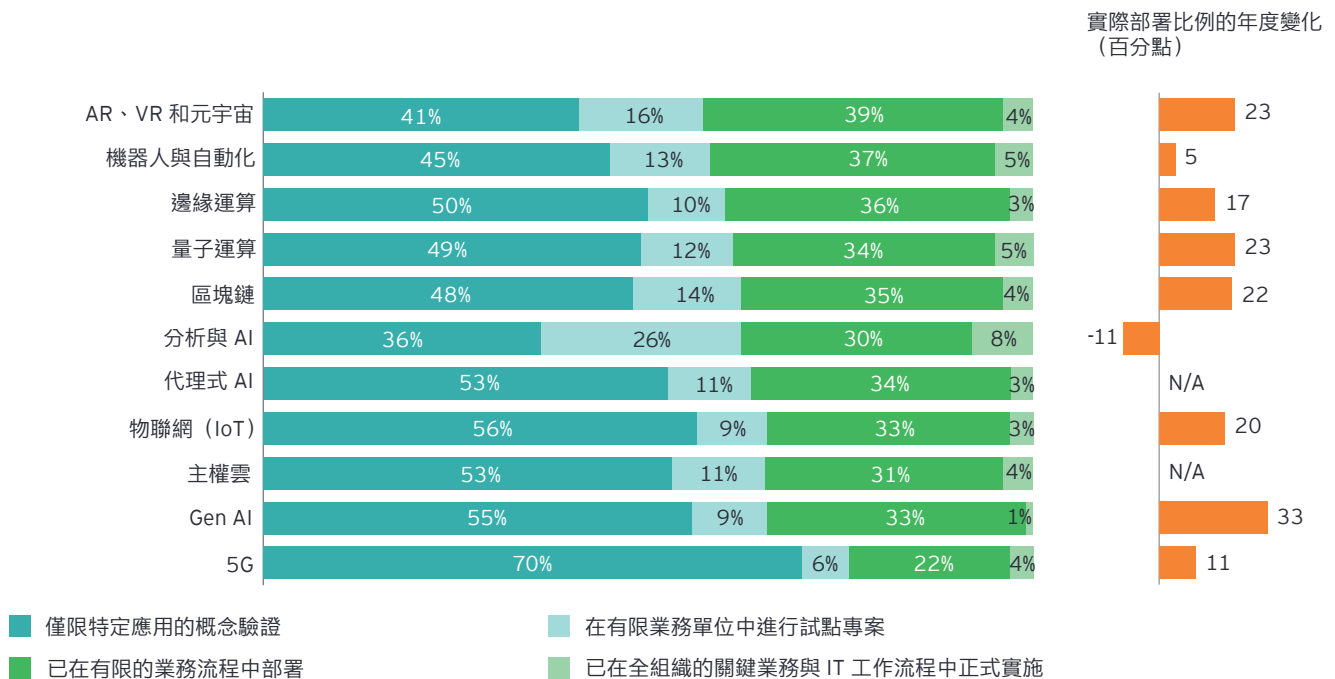
然而，儘管 5G 的實施明顯落後於其他技術，但企業目前正成功地從試驗階段過渡到有限的部署階段

在去年調查中，企業普遍對於從試點專案走向正式上線的進展緩慢感到挫折，許多組織認為自己停滯在測試階段。然而，今年的調查顯示，企業已取得顯著進展，有五項技術的實際部署比例年增達 20 個百分點以上。其中一個代表性例子是量子運算。儘管量子運算仍屬於發展中的技術，但主要技術供應商已透過雲端平臺提供「量子即服務（Quantum-as-a-Service）」，幫助企業大規模地進行量子運算能力的實驗。

更具指標意義的是，超過三分之一投資 AI 的企業，已實際進行部署中。其中，代理式 AI 的實際部署比例在醫療與生命科學產業最高（42%），顯示代理型工作流程在行政作業與臨床決策支援方面，具備明確且具體的應用情境。事實上，代理式 AI 的部署程度已與生成式 AI 相當，顯示企業已將 GenAI 導入過程中的經驗，成功應用於代理式 AI。相對之下，5G 仍是概念驗證（PoC）比例最高的技術，凸顯出將新型無線應用情境轉化為實際應用，仍是一項明確且待解的挑戰。

圖 7：當前各項技術支出的部署狀態

問題：貴組織目前正在投資的新興技術，其部署狀態為何？



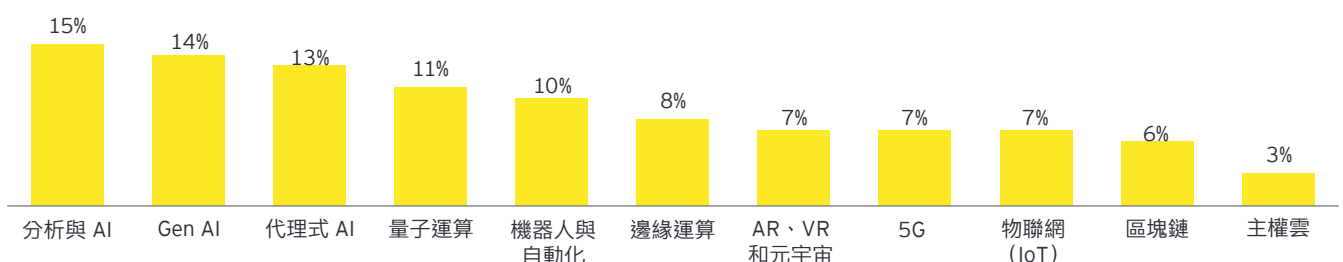
企業普遍認為各類 AI 技術是最難邁向實際部署的領域

儘管企業在從試驗階段推進至實際部署方面已取得進展，但在「走出試驗」的過程中，不同技術的挑戰程度仍存在顯著差異。其中最具有代表性的例子便是 AI 技術的各種迭代。企業指出，資料品質不佳、資料孤島，以及基礎設施限制，都是拖慢 AI 從試驗邁向正式部署的關鍵因素。進一步依產業別分析顯示，科技產業在評估全企業導入時，對生成式 AI (17%) 與代理式 AI (18%) 抱持較為審慎的態度。

相較之下，5G 基礎建設整體上被視為較不具挑戰性；然而，歐洲企業認為 5G 是最難擴大規模的 (10%)，其比例是美洲與亞太地區的兩倍。此外，擔任營運職能的受訪者，也更傾向對 5G 採用持保留態度。在私人無線網路的部署中，頻譜可用性與技術整合問題，對於多據點部署構成明顯障礙。未來，託管服務與公私混合網路模式，可能有助於緩解上述挑戰。

圖 8：企業認為最難從試驗擴大至正式部署的技術

問題：在貴組織目前投資的技術中，哪一項 (或哪些) 最難從試驗階段擴大為實際部署？



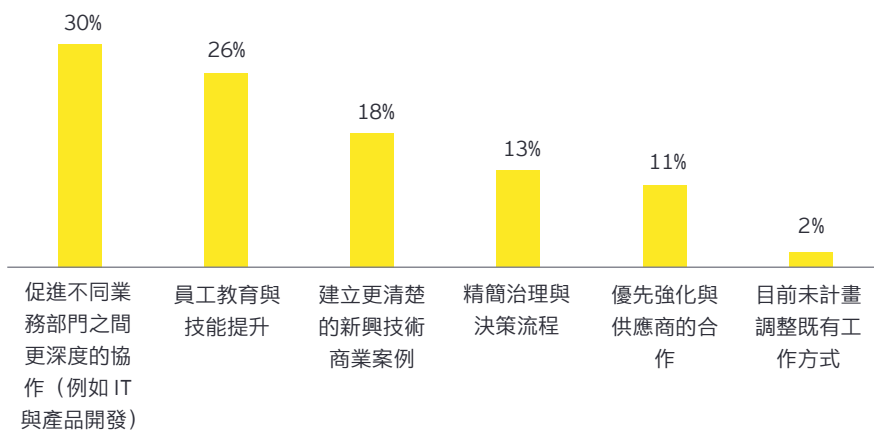
強化內部協作與敏捷性，是推動更全面部署成功的關鍵

儘管許多企業已從試點階段邁向有限範圍的實際部署，但仍希望能將新技術進一步嵌入關鍵業務流程之中。企業普遍認為，跨部門之間更緊密的協作是促成下一階段進展的最重要推動因素；今年有 30% 的企業將其列為首要關鍵，相較去年的 24% 明顯提升。員工技能提升與教育訓練仍是不可或缺的一環；其中，由 CEO 參與科技決策的企業，更傾向將其視為最重要的改變方向。

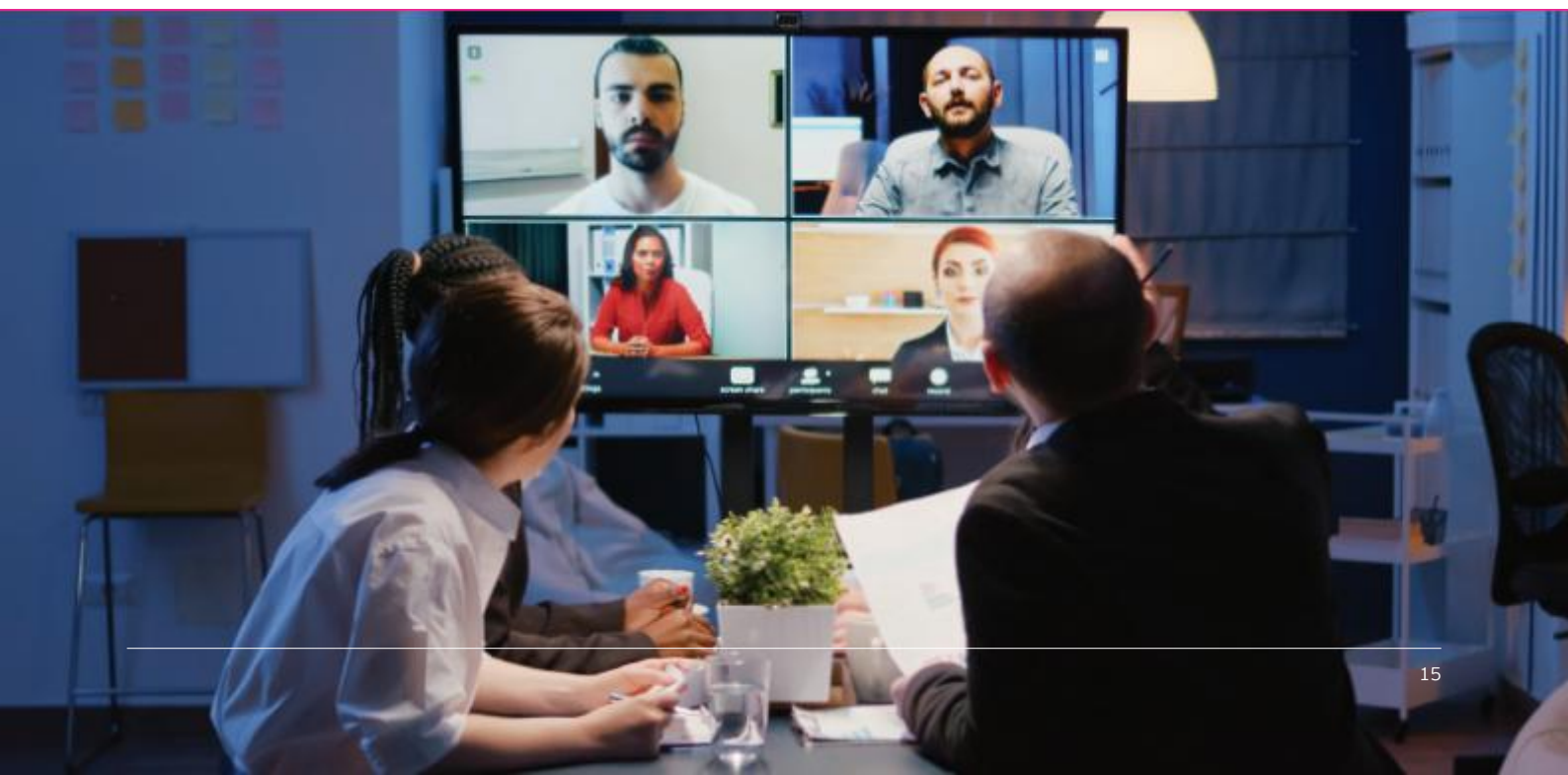
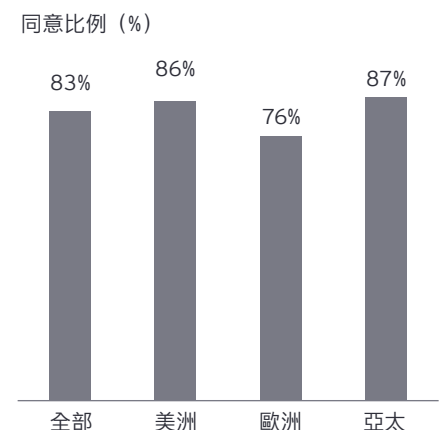
同時，敏捷性 – 亦即能夠即時調整方向、修正作法 – 已成為過往推動轉型計畫的重要學習成果：83% 的企業認為，能夠彈性調整轉型技術的使用情境，是實現規模化的關鍵。這種快速回應與調整的思維，在美洲與亞太地區尤為成熟；相較之下，全球公共部門組織較少提及此類彈性。供應商應認知企業對敏捷性的高度需求，並在與客戶共同設計與共創使用情境時，將此要素納入核心考量。

圖 9：加速新興技術部署的策略性改變

問題：在未來 12 個月內，貴組織將採取哪些最重要的改變，以加速新興技術的部署？



陳述：能夠調整轉型技術的使用情境，以實現不同的商業成果，對於實現規模化至關重要。



3

詳細調查發現

邁向主權雲

資料掌控需求正驅動企業轉向主權雲，並引發對供應商組合的重新思考，這一趨勢可能為電信業者帶來利多。

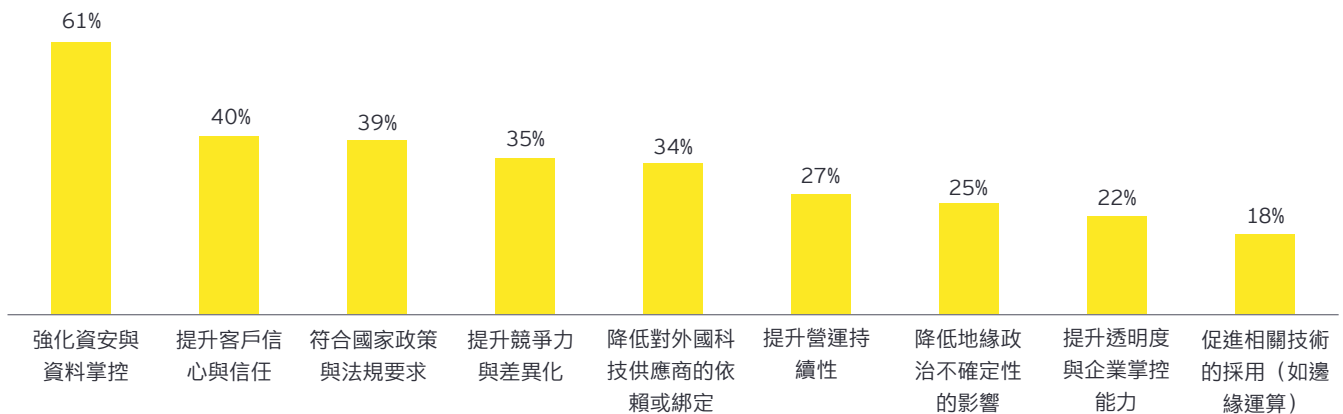
企業轉向主權雲，主要動力來自於提升資安、資料掌控、客戶信任與法規遵循的需求

企業對主權雲的需求正快速升溫，其背後推力來自各國政府日益重視資料保護與科技自主性。企業也正回應這些政策與環境變化：17% 的企業表示目前已投資主權雲解決方案，另有 53% 計畫投入。相對地，ICT 供應商則透過調整既有服務組合，或直接進入主權雲市場，以把握不斷擴大的需求。

從所有國家與產業別來看，研究結果顯示，強化資安與資料掌控能力是推動主權雲採用的最重要驅動因素。然而，主權雲並不僅僅是法遵需求。歐洲的企業尤其重視其在提升客戶信任方面的潛力（44%）；在醫療照護產業中，這一比例更高達 48%，顯示在高度仰賴安全資料管理以維繫利害關係人信任的產業中，主權雲具備關鍵價值。降低對外國科技供應商的依賴亦是企業考量的重要因素，進一步凸顯數位主權有潛力重塑既有的科技供應商生態系統。

圖 10：企業轉向主權雲解決方案的主要驅動因素

問題：以下哪些因素是推動貴組織轉向主權雲解決方案的最重要原因？



主權雲轉型同時帶來成本、整合與法規層面的挑戰

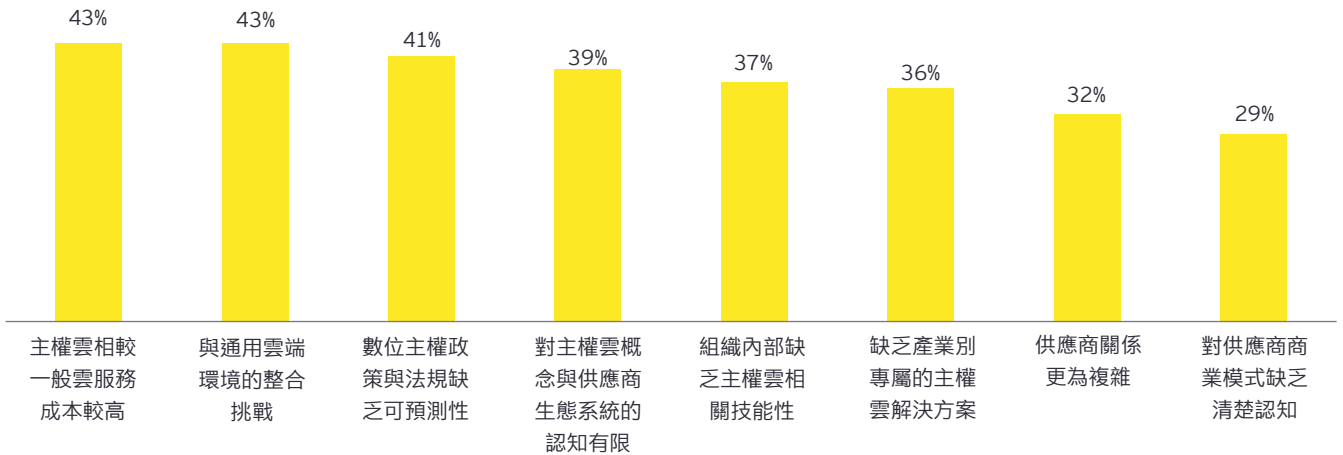
主權雲部署所帶來的顯著效益，並非沒有代價。其中一項主要挑戰是成本，多數主要供應商提供的主權雲服務，價格通常比其一般公有雲方案高出 10% 至 30%。年營收低於 5 億美元的企業，最容易對價格提出疑慮（46%），高於全球平均的 43%。另一項關鍵痛點在於如何將主權雲整合至多雲架構之中，反映出企業在可擴展性與資料合規與掌控之間，必須取得平衡。

此外，數位主權相關法規的不確定性也成為企業的主要焦慮來源，特別是在各國新規範與指引（例如，歐盟雲端主權框架）陸續推出的情況下。企業亦意識到，主權雲議題將對其供應商關係帶來影響，包括需要更深入了解供應商及其商業模式，以及在與多家供應商合作時避免增加複雜性。

⁶ 雲端主權框架；第 1.2.1 版 - 2025 年 10 月（Cloud Sovereignty Framework; Version 1.2.1 - Oct.2025），歐盟執委會。

圖 11：主權雲面臨的主要挑戰

問題：以下哪些是影響貴組織看待主權雲的最關鍵挑戰？



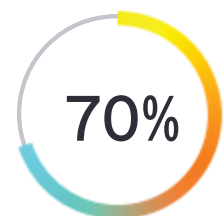
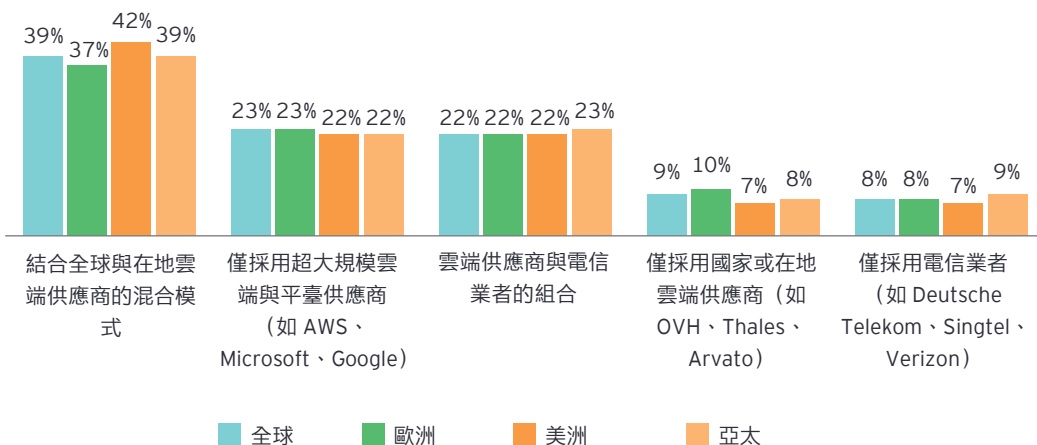
主權雲的興起，正促成全新的服務供應商生態系統

近幾季以來，主權雲對服務供應商版圖產生了顯著影響。超大規模雲端服務供應商正調整其服務組合，而電信業者也開始正式進入主權雲市場。與此同時，服務供應商之間的合作夥伴關係明顯增加，這一趨勢在歐洲與亞太地區尤為突出。企業已清楚意識到市場上出現了更多選擇，70% 的受訪企業表示，這一變化將促使其重新評估雲端供應商。對超大規模雲端供應商而言，調查結果仍帶來正面訊號：84% 的企業表示，仍會在主權雲解決方案中使用超大規模雲端供應商，其中 23% 選擇單獨使用，61% 則偏好透過合作夥伴模式。

對於擁有主權雲方案的電信業者而言，同樣也有好消息：30% 的企業認為，電信業者可成為其 ICT 供應商組合的一部分。這顯示，對於擁有廣泛在地網路覆蓋範圍與邊緣運算等基礎設施資產的電信業者而言，具備明確的「市場參與權」。展望未來，ICT 供應商必須更加重視其在主權雲領域的合作夥伴能力，因為 61% 的企業偏好透過服務供應商生態系統採購主權雲，以在資料掌控與合規、以及彈性與營運持續性之間取得平衡。

圖 12：偏好的主權雲供應商類型

問題：以下哪一類型的供應商，會是你偏好的主權雲解決方案提供者？



企業同意，數位主權正迫使其重新思考既有的雲端供應商關係

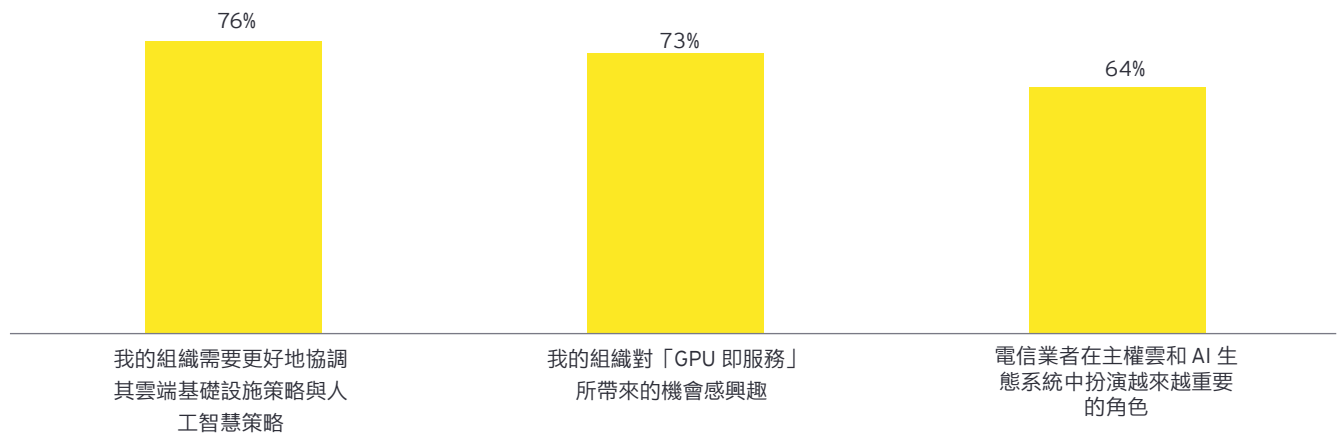
企業正以 AI 為核心，重新調整其雲端基礎設施策略

隨著企業對主權雲部署的接受度不斷提高，也開始思考「主權」原則將如何重塑其在其他轉型技術上的投資方向。所謂的主權 AI 解決方案，不僅需要在本地層面強化資料掌控與法規遵循能力，同時也需要投入更多運算資源，特別是圖形處理單元 (GPU) 叢集與資料中心，亦即所謂的「AI 工廠」，以支援大型 AI 模型的開發。因此，76% 的企業表示，其雲端基礎設施需要與整體 AI 策略更協調一致。

這同時也為能夠扮演 AI 基礎設施能力整合者角色的 ICT 供應商帶來機會。雖然目前已有約三成企業將電信業者視為主權雲服務供應商的一部分，但更高比例 (64%) 的企業認為，電信業者在主權雲與更廣泛的主權 AI 生態系中將扮演日益重要的角色。這再次顯示，擁有合適基礎設施資產並擁有強大 B2B 客戶關係的電信業者具備明確且強勁的「市場參與權」。其中，亞太地區企業對電信業者擴大角色的信心最高 (68%)。

圖 13：企業對雲端運算和人工智慧基礎設施的態度

同意比例 (%)



4

詳細調查發現

AI 成為焦點

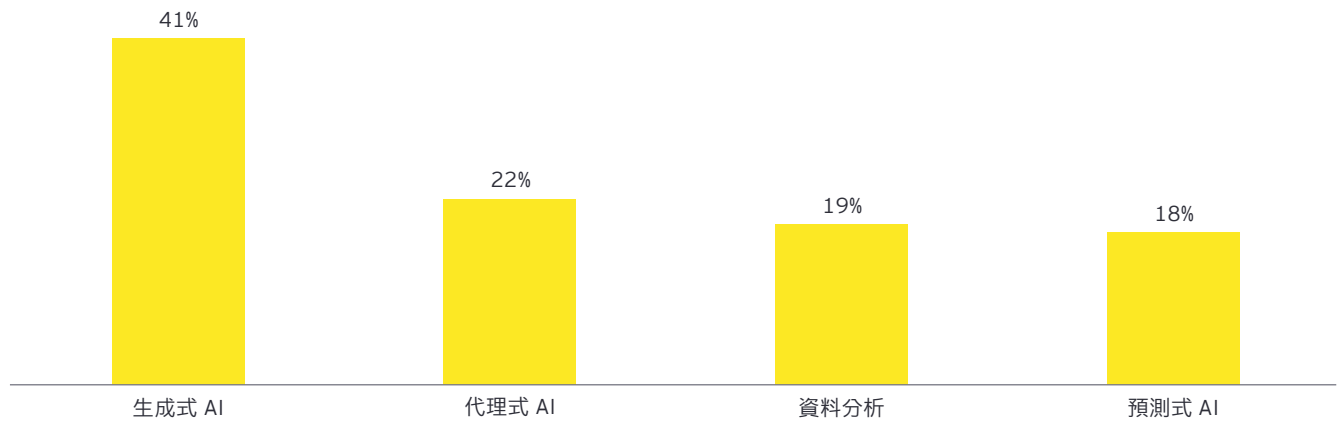
企業對代理式 AI 的接受度正逐步提升，但在未來一年內，生成式 AI 仍是首要優先投資項目；同時，企業也致力於協調與整合不同 AI 能力之間的投資布局。

儘管代理式 AI 在企業投資議程中的重要性提升，但未來一年仍有四成企業將生成式 AI 視為首要重點

隨著企業對 AI 轉型潛力的認知持續提升，生成式 AI 已成為未來 12 個月內最優先的 AI 投資項目，有 41% 的企業將其列為首要重點。對生成式 AI 的高度重視，在能源與公用事業產業（59%）以及亞太地區各產業企業中尤為明顯。代理式 AI 目前在大多數企業中仍處於實驗階段，於調查結果中排名第二，其中歐洲的企業占比最高（25%）。至於資料分析，在全球有 19% 的企業將其列為優先事項，在醫療照護產業中特別突出（36%）。此外，預測式 AI（Predictive AI）在醫療照護領域亦具高度優先性（25%），因其在疾病預測、資源規劃與預防醫學方面能創造顯著價值。

圖 14：未來 12 個月的 AI 投資重點

問題：在未來 12 個月內，下列哪項 AI 技術或工具對貴公司而言最為重要？



資安與客服是代理式 AI 的主要應用案例 - 在部分產業中，供應鏈協調與能源效率亦相當重要

企業對於代理式 AI 轉型潛力的認知，已擴展至廣泛的應用領域。最常被提及的應用情境包括資安與舞弊管理；客戶銷售、服務與支援；預測性或即時營運；供應鏈管理和調度；以及軟體開發和測試。各產業對應用情境的偏好，反映其所面臨的不同挑戰。例如，科技產業與能源產業特別重視資安與舞弊管理，而醫療照護等面向消費者的產業則更重視客戶服務支援。在資產密集型的製造與能源產業中，代理式 AI 在預測型營運中的角色尤為重要。同時，在依賴零組件的製造業與汽車產業中，透過代理式 AI 進行供應鏈管理與調度至關重要，而能源效率則是金融服務業和政府機構中具有代表性的代理式 AI 應用場景。

圖 15：各產業前五大代理式 AI 應用

問題：對貴組織而言，哪些代理式 AI 應用情境最重要？

	汽車	消費性產業	能源	金融服務	政府機構	醫療照護	製造業	科技業
資安與舞弊管理	4	4	1	5	2			2
客戶銷售、服務與支援	3	2	2	3	3	1		
供應鏈管理與調度	2		5			2	1	3
軟體開發與測試	5	3					5	1
預測或即時營運		1	4		4		2	
員工訓練與協作		5			5	3		4
產品與服務設計			3	2		4	3	
能源效率與永續	1			1	1			
關鍵基礎設施規劃與監控							4	5
招募與人才管理				4				
內容創造和管理						5		
客製化產品與服務								
法律與金融服務								

應用情境排名 1 2 3 4 5

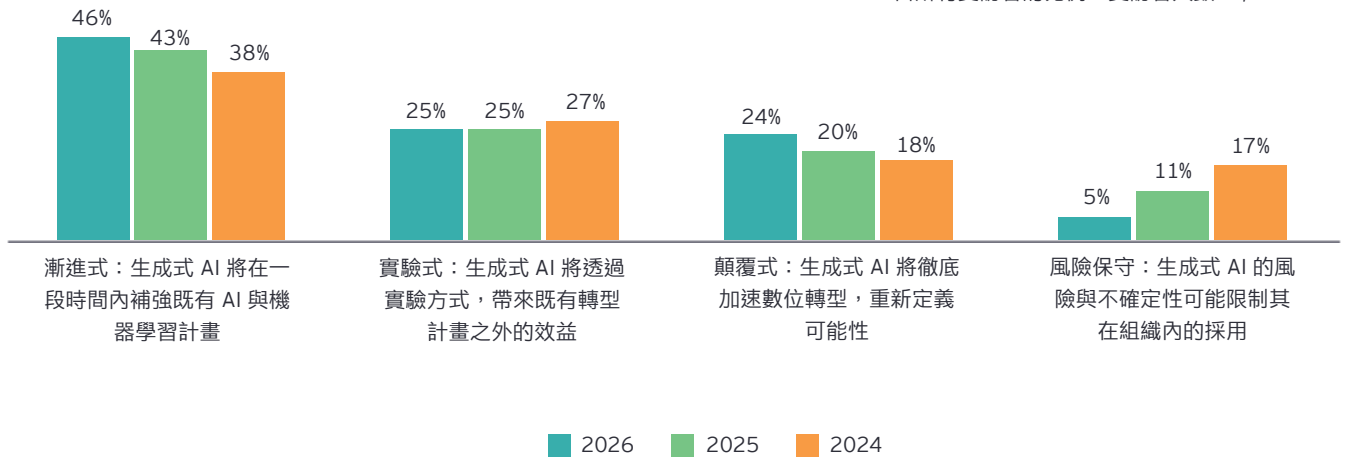
隨著企業在 AI 投資議程上的布局持續擴大，採取漸進式導入的模式正逐漸成為主流

目前，市場對於生成式 AI 所帶來的影響力已逐步形成明確動能。今年有 46% 的受訪者認為，生成式 AI 是在既有 AI 計畫之上進一步擴充其能力的關鍵，且該比例已連續第二年上升。同時，對生成式 AI 持高度風險保守態度的企業比例已大幅下降至僅 5%，顯示過去 12 個月在實際部署方面已取得顯著進展。製造業相較其他產業，更傾向採取實驗導向的方式（34%），科技產業則更偏向前瞻布局，其中 31% 的受訪企業積極擁抱生成式 AI 的轉型潛力，以維持領先優勢。

圖 16：生成式 AI 對企業的影響認知

問題：以下何者最能描述生成式 AI 對貴組織的影響？

占所有受訪者的比例，受訪者人數=1,452

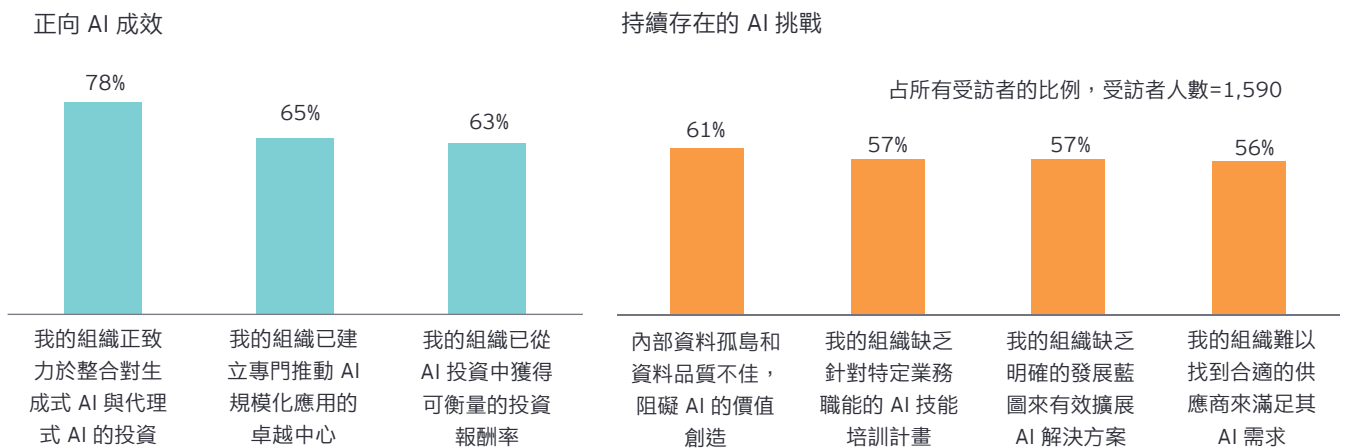


雖然企業在 AI 成效上有所提升，但仍存在瓶頸-包括供應商選擇、資料品質與資料孤島，以及職能別技能不足

今年的調查顯示，多數組織在 AI 應用上已開始取得正向成果。65% 的企業已建立專門推動 AI 規模化應用的卓越中心 (Center of Excellence)，63% 的企業表示已從 AI 投資中獲得可衡量的投資報酬率，而認為投資報酬率面臨挑戰的企業比例則是從 38% 降至 32%。展望未來，在汽車、製造業等產業的引領下，企業正努力整合對生成式 AI 和代理式 AI 方面的投資。

然而，各產業的受訪者也指出數個阻礙 AI 充分發揮潛力的重大瓶頸。最關鍵的瓶頸包括內部資料孤島和資料品質不佳，61% 的受訪者認為這些問題嚴重阻礙 AI 的價值創造。此外，57% 的受訪者表示其所在組織缺乏針對特定業務職能的 AI 技能培訓計畫，另有相當比例的受訪者表示缺乏明確的發展藍圖來有效擴展 AI 解決方案。56% 的企業難以找到合適的供應商來滿足其 AI 需求。這些發現具有跨產業的普遍性，顯示這些發現是 AI 領域普遍存在的問題，而非個別現象。

圖 17：企業對 AI 必要性與結果的看法



5

詳細調查發現

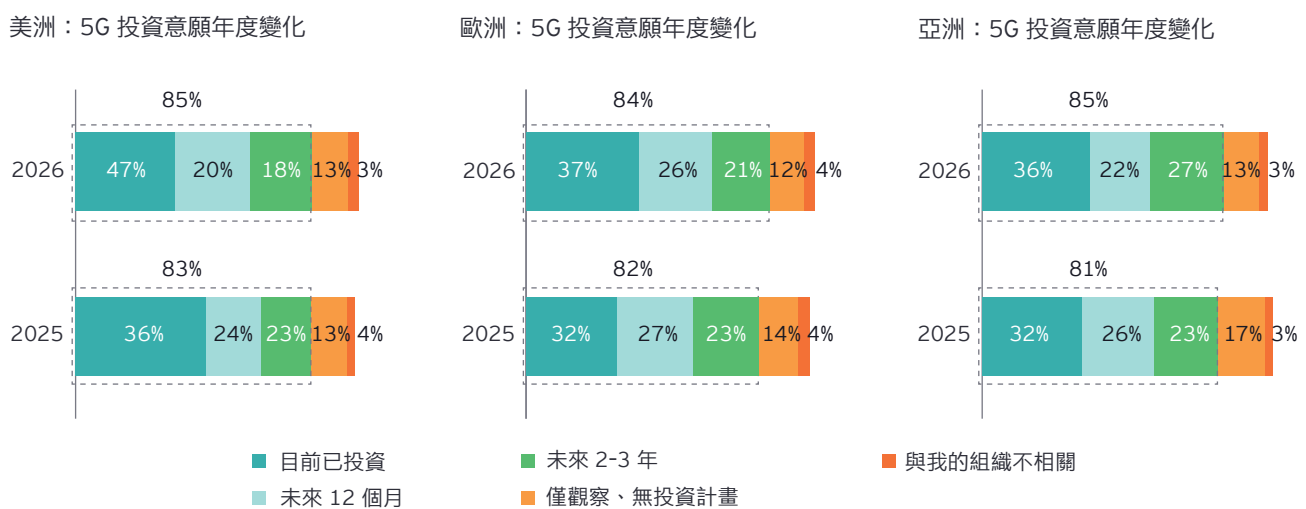
數位連接的新發展

儘管 5G 投資仍維持強勁，企業在部署私有網路時，正愈來愈依賴 IT 服務供應商-同時，對於網路 API，也展現出對多元供應商的開放態度。

各地區 5G 投資持續升溫 - 以美洲企業領先

今年，各地區的 5G 投資均呈現成長趨勢，其中以美洲地區最為顯著，主要原因在於美國電信業者正轉向部署 5G 獨立組網（5G SA），以及拉丁美洲市場正準備進行頻譜拍賣⁷。亞洲地區的 5G 投資也同步增加，部分東協國家因淘汰舊有網路，加速轉型至以 5G 為核心的行動市場。此外，中國、日本、新加坡與南韓的行動電信營運商正朝 5G-Advanced 能力邁進，有助於企業充分利用網路切片（Network Slicing），且私有 5G 解決方案亦已廣泛應用。歐洲的 5G 投資亦成長，由西班牙與英國（皆為 46%）投資占比最高；儘管該區在 5G SA 的轉型速度相對較慢。展望未來，新的政策如擬議中的歐盟數位網路法（Digital Networks Act），有望促進頻譜配置的一致性並改善網路規劃流程。

圖 18：各地區目前與未來的 5G 投資趨勢



電信業者與設備供應商在私有網路市場的心占率，正被 IT 服務商侵蝕

今年的調查顯示，企業對私有網路供應商的偏好出現變化，IT 服務供應商已取代行動電信業者，成為首選供應商。此趨勢在製造業（全球私有網路部署最活躍產業⁸）尤為明顯，僅 23% 的企業傾向選擇行動電信業者，低於去年的 33%。能源產業的企業也更青睞 IT 服務供應商，目前僅 23% 的企業選擇行動電信業者。

即便如此，電信業者在金融服務、政府和醫療照護機構中仍然更具吸引力，因為它們在建置和管理安全網路基礎設施方面的專業知識，以及已建立的頻譜資源，使它們與其他服務業者相比更具優勢。事實上，我們的研究顯示，網路設備供應商面臨更嚴峻的挑戰。儘管它們是最早提供私有 5G 服務的市場參與者之一，但如今在全球企業中，它們被選為首選供應商比例僅為 11%，低於去年的 17%。有鑑於此，一些設備供應商正在重新評估其在私有網路市場的參與度也就不足為奇了⁹。

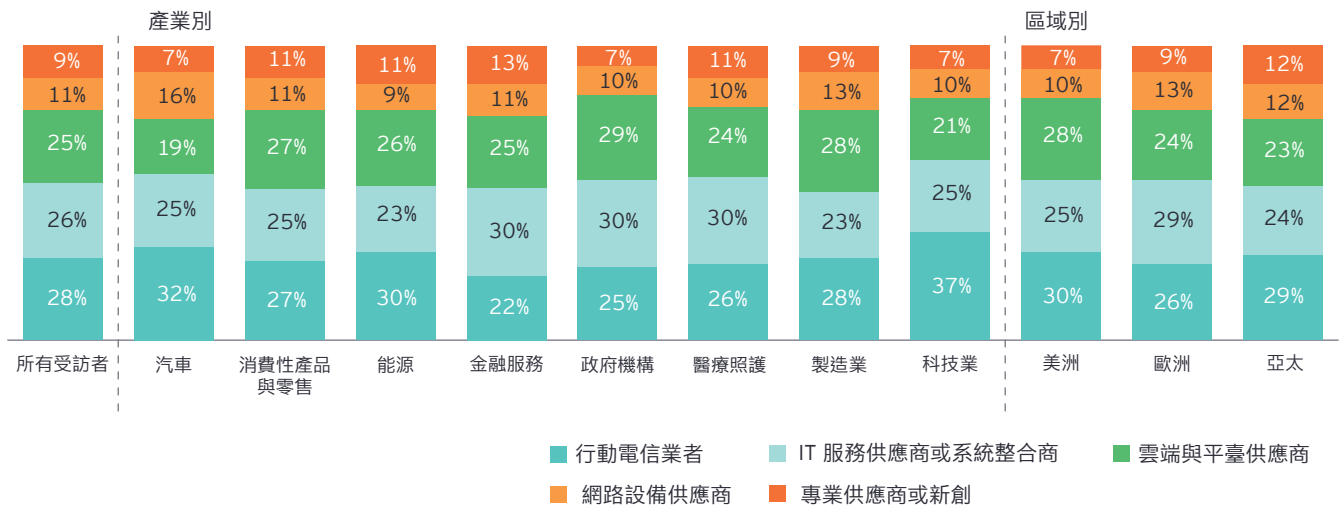
⁷ 拉丁美洲正朝著 2026 年新的行動頻譜拍賣邁進（Latin America is moving forward with new mobile spectrum auctions towards 2026），BNAmericas，2025 年 11 月 18 日。

⁸ 私有行動網路：總結報告（Private Mobile Networks: Summary Report），GSA，2025 年 9 月；安永分析。

⁹ Majithia, Kavita, Nokia 將私有網路及其他業務列入檢視評估（Nokia puts private networks business, others under review），Mobile World Live 網站，2025 年 11 月 20 日。

圖 19：企業對私有行動網路供應商的偏好

問題：在私有行動網路部署中，你偏好的供應商類型為何？（請擇一）



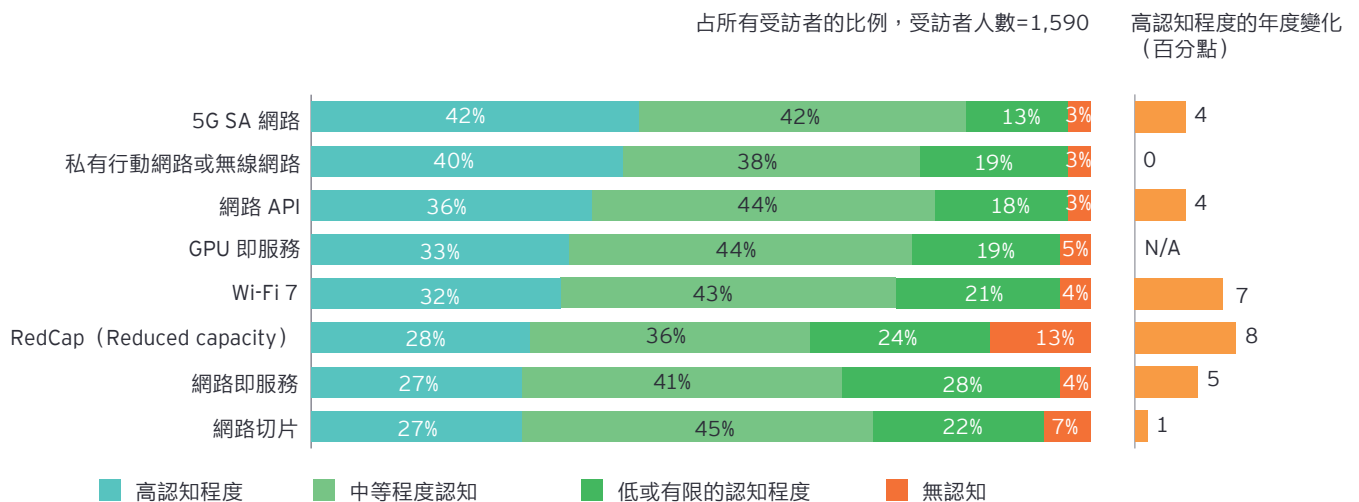
儘管人們對新型行動商業模式的理解提升，但仍有一部分人對此認知不足

企業對新型無線技術的認知正逐步提升。5G 獨立組網（5G-SA）網路尤其如此，84% 的受訪者表示對其有較高或中等的認知度。網路 API 的認知度也很高，近80%的受訪者（其中汽車產業占比最高，達 86%）認識到其重要性。雖然私有網路在行動商業模式的認知度排名第二，但其認知度並未逐年提升。

然而，網路即服務（NaaS）和網路切片的認知度雖然有所提高，但仍相對較低，超過十分之三的企業表示對其認知度低或完全不了解。電信業者應採取措施提高企業在這兩個領域的認知度。NaaS 有潛力在提供動態且可擴展連接能力的同時，結合網路切片所確保的容量與效能保障，特別適用於高頻寬和低延遲的網路應用場景。

圖 20：企業對新型行動技術與商業模式的認知程度

問題：貴組織對以下無線技術與商業模式的理解程度為何？



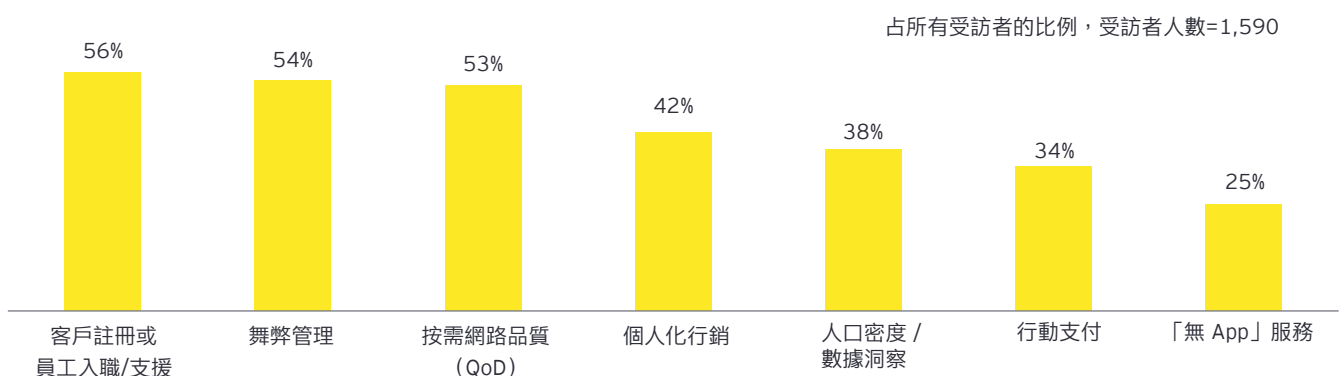
客戶註冊與員工入職、舞弊管理與服務品質提升，成為網路 API 的主要應用優先項目

近年來，網路 API 已成為最具代表性的 B2B 行動應用之一。行動產業正在積極推動標準化與協作，目前已有 73 個營運商集團加入 GSMA 的 Open Gateway 計畫¹⁰。企業對各種應用場景表現出濃厚的興趣，其中最受歡迎的是客戶註冊或員工入職、支援以及舞弊管理。這些發現對行動電信業者來說是一大利多，畢竟，能夠幫助偵測舞弊活動的「SIM Swap」API 是目前應用最廣泛的 API 之一。

企業同時也對按需網路品質 (Quality on Demand, QoD) 展現高度興趣，此類服務讓組織能夠依據應用需求，靈活配置網路資源。能源和礦業產業對這類服務的興趣最高 (60%)，凸顯出它們對提升偏遠地區網路效能的迫切需求。同時，政府機構 (40%) 則最關注能提供人口密度或情報洞察的 API，以支援更完善的公共服務。消費品公司和零售商則對「無 App (App-free) 定位服務」興趣最高，此類服務可在不需要智慧型手機的情況下，為客戶提供個人化服務，同時提升數位包容性。

圖 21：企業對網路 API 應用的偏好

問題：對於您的組織而言，哪些是或將是最重要的網路 API 應用程式類型？



企業正在評估雲端供應商、電信業者與通訊平臺即服務 (CPaaS) 供應商作為網路 API 合作夥伴

隨著網路 API 市場的發展，企業擁有了更多樣化的採購選擇。雲端供應商占據主導地位，提供開發者友善的生態系統和成熟的 API 管理平臺，而這正是行動電信業者歷年來所缺乏的。我們的研究顯示，幾乎所有地區和產業，企業都略微傾向於選擇雲端供應商而非其他類型的供應商。

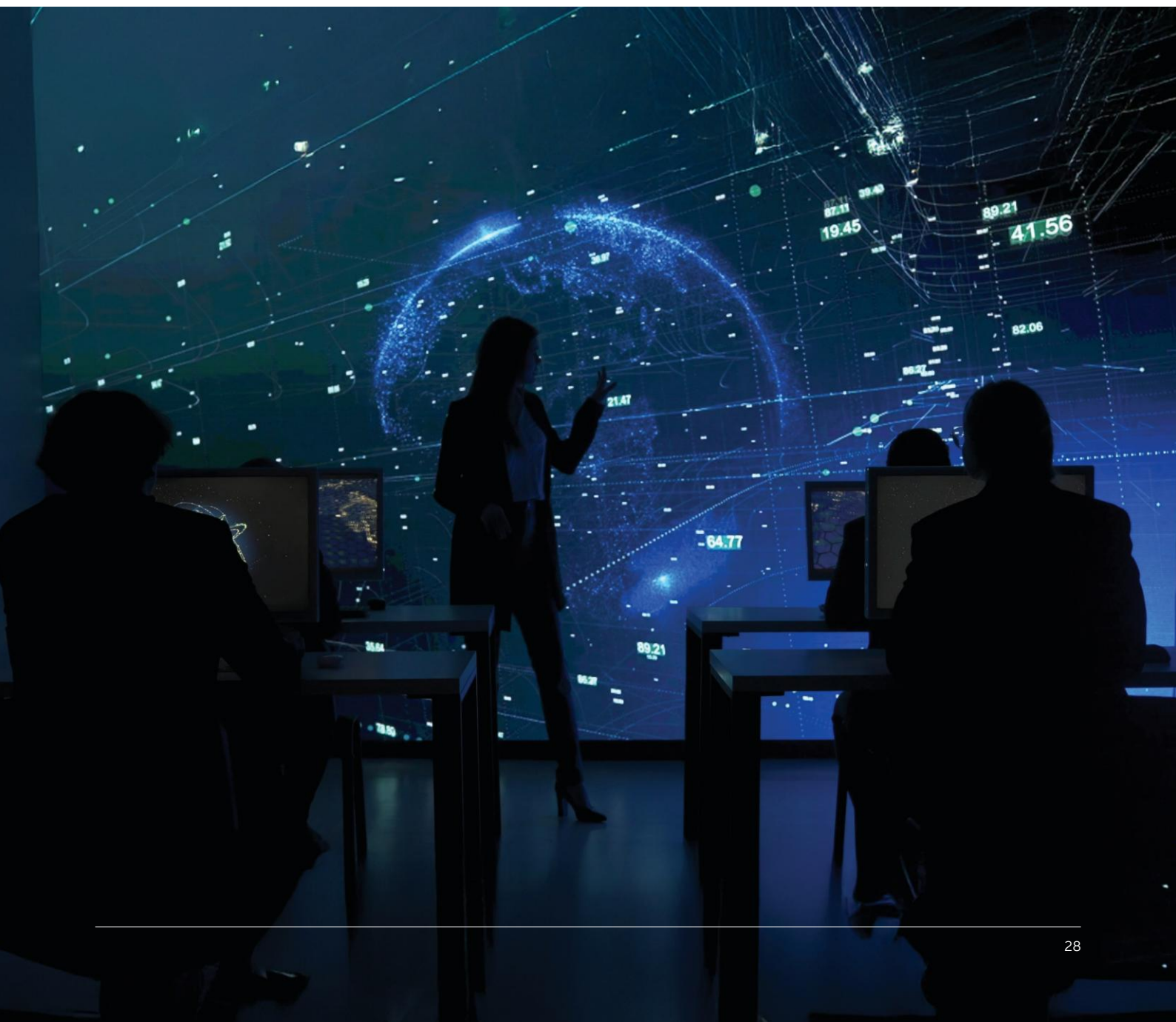
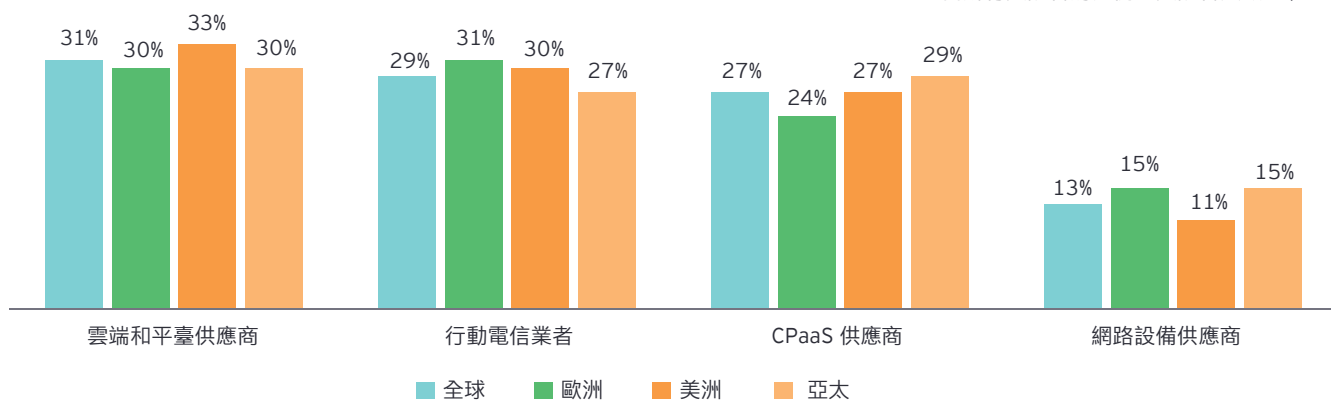
過去兩年，行動電信業者對網路 API 的關注度日益提升，因此在 API 領域排名緊隨其後。他們在汽車 (38%) 和醫療照護 (31%) 等產業領先於雲端供應商 (分別為 21% 和 27%)，顯示他們對這些產業的重要性依然不減。超過四分之一的企業將通訊平臺即服務 (Communications Platform-as-a-Service, CPaaS) 供應商視為首選 API 供應商，這證明了他們能夠客製化 API 解決方案，使企業能夠靈活地調整使用量。相較之下，網路設備供應商排名較落後，反映其 B2B 合作關係尚處於初期階段。儘管如此，他們仍然是行動電信業者的重要策略合作夥伴，幫助電信業者拓展 API 解決方案的市場覆蓋範圍。儘管各類供應商在企業心佔率上存在競爭，但以合作為基礎的生態系統仍將是決定服務供應商市場推廣 (go-to-market) 策略成效的重要關鍵。因此，電信業者在未來應更加重視其通路與合作夥伴策略的布局。

¹⁰ GSMA Open Gateway：2025年上半年市場狀況 (GSMA Open Gateway: State of the Market, H1 2025)，GSMA Intelligence，2025年6月，<https://www.gsmaintelligence.com/research/gsma-open-gateway-state-of-the-market-h1-2025>。

圖 22：網路 API 的首選供應商

問題：以下哪種類型的供應商是您首選的網路 API 供應商？

占所有受訪者的比例，受訪者人數=1,590



6

詳細調查發現

供應商屬性演變

安全性已成為企業選擇供應商時最重要的關鍵因素；
同時，電信業者已不再僅被視為單純的連接服務供應商。

安全能力已成為企業選擇 ICT 供應商的首要核心能力 - 同時，以 AI 為核心的服務交付亦成為另一項關鍵需求

安全能力已上升為企業在選擇 ICT 供應商時最重要的屬性。此一轉變反映出當前的商業環境中，客戶保護與法規遵循在轉型技術議程中扮演愈來愈關鍵的角色。緊接在安全能力之後，企業將在服務交付中嵌入 AI 視為第二重要的供應商屬性，顯示企業對於與技術供應商之間更資訊透明、無縫互動的需求持續增加。在金融服務、汽車與製造業中，這項能力甚至被視為選擇供應商時的最重要因素。

此外，客戶支援與溝通能力的重要性也正在上升，特別是在醫療產業中，目前已成為排名第三的重要供應商屬性。相較之下，部署速度與執行效率的重要性略有下降，顯示企業在追求快速創新的同時，也更重視安全需求與風險管理的平衡。

圖 23：現在與未來最重要的五大供應商屬性

問題：現在您在選擇 ICT 供應商時最重視哪些屬性？

問題：未來您在選擇 ICT 供應商時最重視哪些屬性？



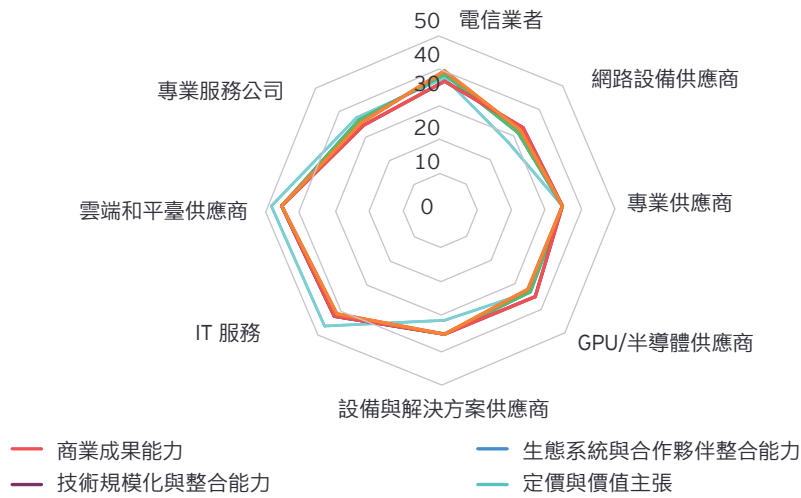
服務供應商與雲端平臺供應商，在企業客戶心占率上占據領先地位

在選擇供應商時，三分之二的企業正在尋找商業成果專家（37%）或生態系統整合者（30%），其餘企業則優先考慮規模化專家（24%）和價值導向定價供應商（9%）。當企業被要求根據這些特徵對不同類型的 ICT 供應商進行排名時，雲端平臺供應商和 IT 服務供應商往往名列前茅，約 40% 到 50% 的企業認為他們最值得信賴。電信業者的排名略低，儘管某些產業的企業在關鍵領域對其評價很高。例如，消費品公司在生態系統整合、價格和價值主張方面都將電信業者排在第一位。

我們的研究顯示，企業 CEO 在 ICT 供應商決策中的參與程度，會影響企業對供應商的信任，例如，在 CEO 是關鍵決策者和影響力較高的公司中，IT 服務供應商在商業成果能力的專業知識往往更受信任。同樣地，這些受 CEO 影響較大的企業，也更有可能將超大規模雲端供應商視為在生態系統整合和定價能力方面的專家。

圖 24：企業對 ICT 供應商專業能力的認知

問題：在以下各能力面向中，貴組織最信任哪些類型的 ICT 供應商？（請選三個）。



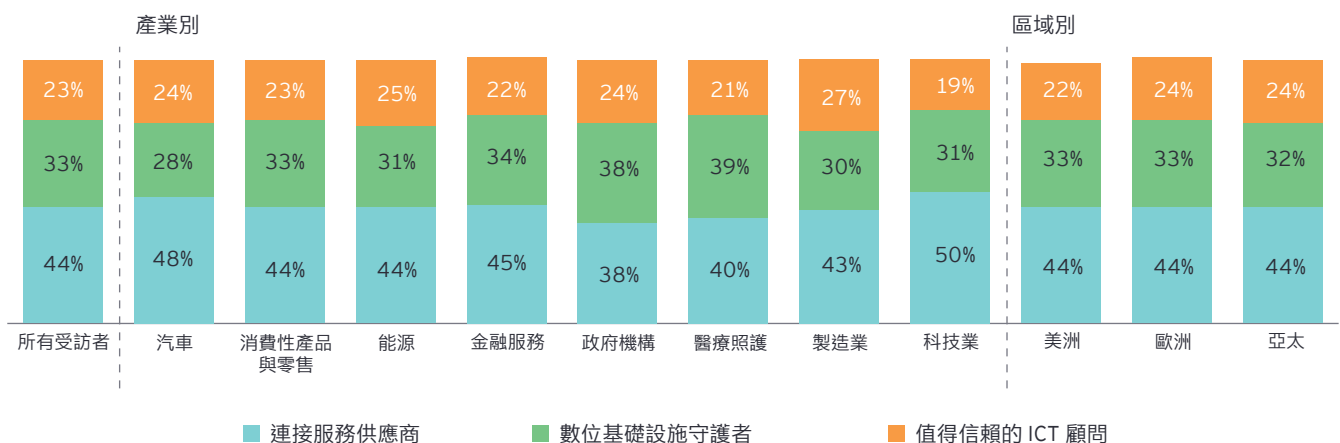
多數企業已將電信業者視為超越「純連接」供應商，顯示其在周邊 ICT 服務上的成長機會

對於希望拓展企業市場的電信業者而言，一項令人鼓舞的訊號是許多 B2B 客戶已不再將其僅視為連接服務供應商。整體而言，調查顯示約三分之一的企業主要將電信業者視為數位基礎設施守護者，此看法在醫療照護（39%）和政府機構（38%）中最為普遍。這些發現反映出對供應商安全資格的日益重視，以及主權雲、舞弊管理和行動網路 API 等以安全為核心的新應用興起，預示電信業者的前景樂觀，他們可以重新調整服務組合以滿足這些需求。

此外，23% 的受訪者表示，他們主要將電信業者視為值得信賴的 ICT 顧問，其中製造業（27%）和能源產業（25%）的企業更為明顯。這顯示電信業者的角色更具策略性和價值，可以幫助企業駕馭快速變化的科技環境，大幅提高業務成果。雖然各地區對電信業者作為值得信賴的 ICT 顧問的接受度差異不大，但在德國、日本、沙烏地阿拉伯和西班牙，超過 30% 的企業表示，這種顧問角色最符合他們對電信服務供應商的認知。

圖 25：企業對電信業者角色的認知

問題：貴公司主要如何看待電信業者所提供的價值與服務？



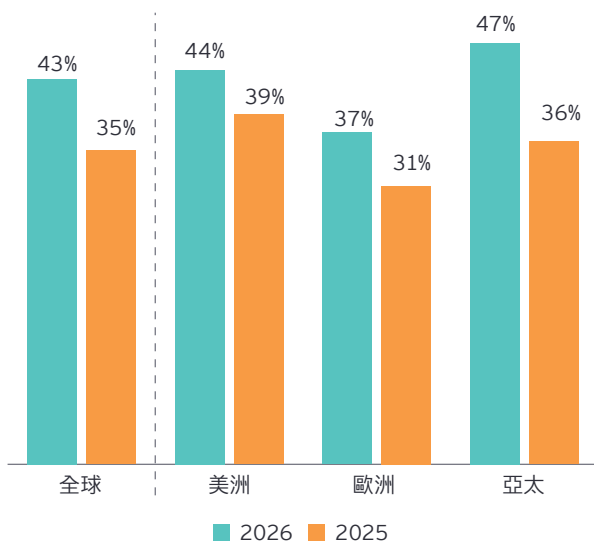
企業對供應商整併的意願正在提升，但具備強大資安能力與生態系統關係的供應商最有機會脫穎而出

企業整併供應商的意願正持續上升，43% 的受訪者表示計畫減少供應商數量，高於去年的 35%。從區域來看，亞太與歐洲地區的企業在縮減供應商數量方面最為積極；同時，科技與醫療照護產業的整併意願亦高於全球平均。企業推動供應商整併的主要原因包括降低資安與法規遵循風險、實現成本節約以及降低技術複雜度。能夠幫助企業滿足這些需求的 ICT 供應商，將在客戶留存方面更具優勢。

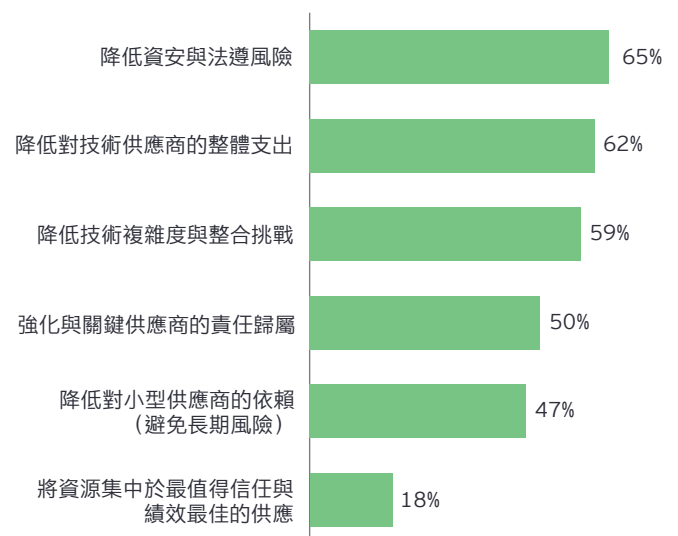
有趣的是，將電信業者視為純粹連接供應商的企業，更有可能表達整合供應商的意願（46%），而將電信業者視為數位基礎設施守護者或值得信賴的 ICT 顧問的企業，有意整合供應商的比率分別為 31% 和 39%。供應商定位認知與策略之間的相互作用，凸顯了服務提供者必須以嶄新的方式發展其企業客戶關係，以降低被市場顛覆與商品化的風險。

圖 26：企業對供應商整併的態度

問題：未來 12 個月內，你的組織是否計畫整併 ICT 供應商？



問題：您的組織整併供應商的主要因素是什麼？（可選三項）



7

詳細調查發現

改善 B2B 客戶關係

企業將愈來愈優先選擇那些能夠在服務交付中嵌入 AI，並且能夠提供整合連接與 IT 服務的一站式解決方案的供應商。

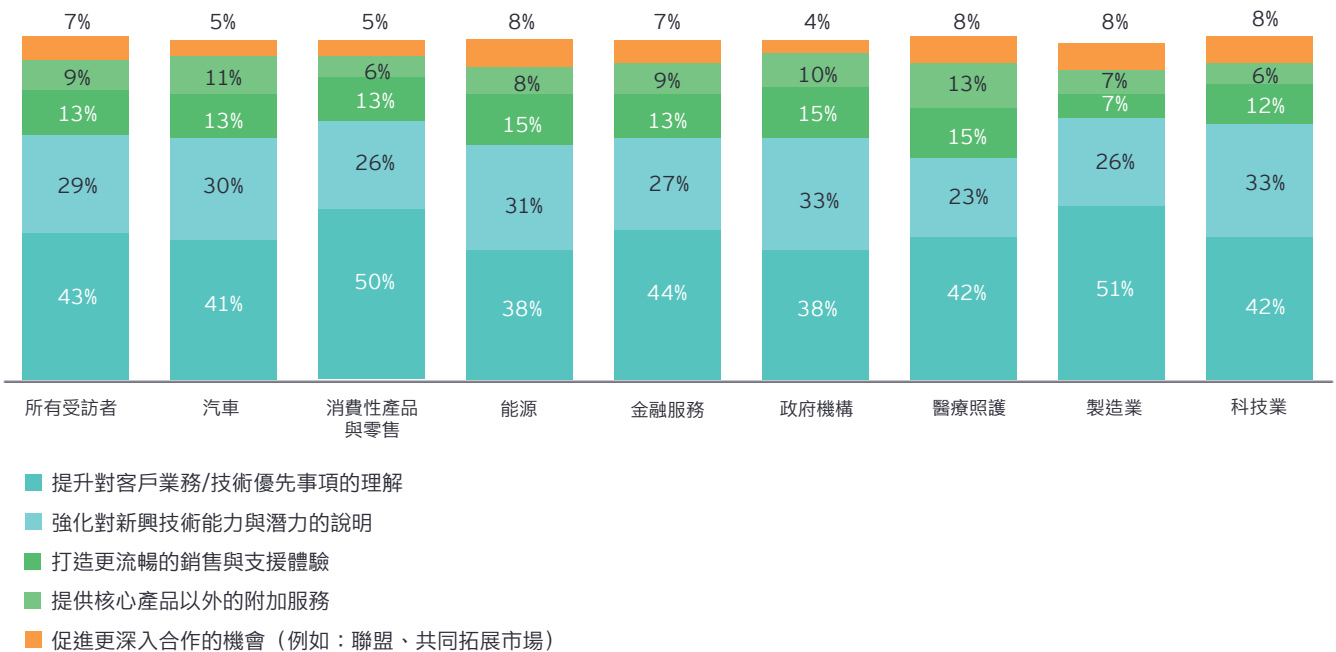
與服務供應商之間更高品質的互動，是提升客戶關係的關鍵

新一波技術發展、地緣政治變化以及持續的預算壓力，正重塑供應商與買方之間的互動模式。在此演變中的環境，既有供應商需要以新的方式強化其客戶關係。根據企業回饋，ICT 供應商最需要改善的首要項目，是更深入理解客戶的業務與技術優先事項（有 43% 的受訪者將其列為第一）。緊接其後（29%）的是更清楚地說明轉型技術的能力與潛在價值。

透過強化上述能力，ICT 供應商可從單純的服務提供者，轉型為企業商業成果的策略推動者。其他改善方向包括：提供更流暢的銷售與支援體驗、提供核心產品組合以外的服務，以及主動發掘更深入合作的機會。能夠滿足這些需求的供應商，將有機會建立更具策略性和諮詢性的客戶關係。

圖 27：企業對改善 ICT 供應商關係的看法

問題：為了改善與貴組織的關係，ICT 供應商最應在哪些方面優先進行改善？（單選）



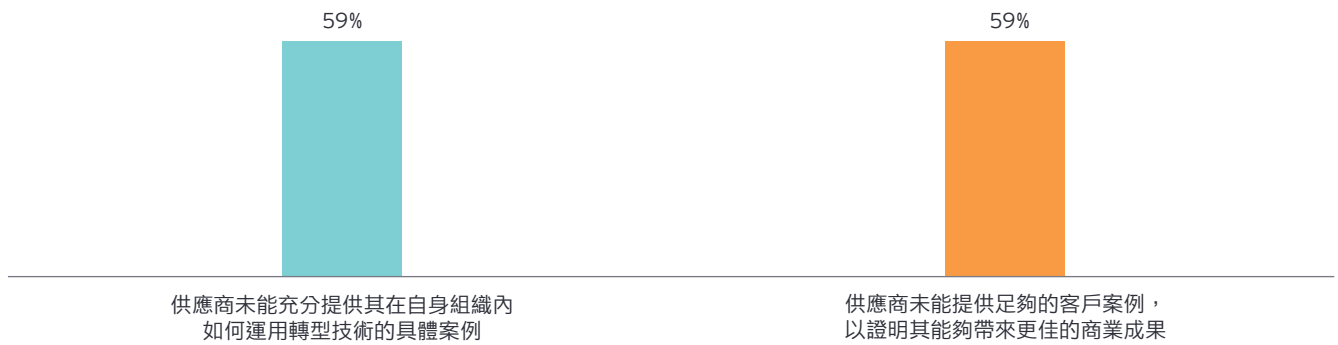
ICT 供應商在「說明商業價值」方面仍有不足之處，尤其是在提供內部或客戶案例展示時

企業在評估供應商時，能否帶來商業成果已成為核心關鍵。然而，本研究顯示許多 ICT 供應商在這方面仍表現不足，超過一半的企業認為，供應商未能充分展示其如何在內部運用技術實現轉型。同樣比例的企業認為，供應商提供的客戶案例不足，無法充分展現其如何為其他客戶創造價值。

企業指出，許多 ICT 供應商仍然以技術優勢或與成本管理效益相關角度切入，而不是從客戶的策略目標（North Star）出發。為了更快贏得客戶的信任，供應商應該提供與每位客戶業務需求相契合的成功案例。

圖 28：企業對供應商案例與能力證明的看法

占所有受訪者的比例，受訪者人數=1,590



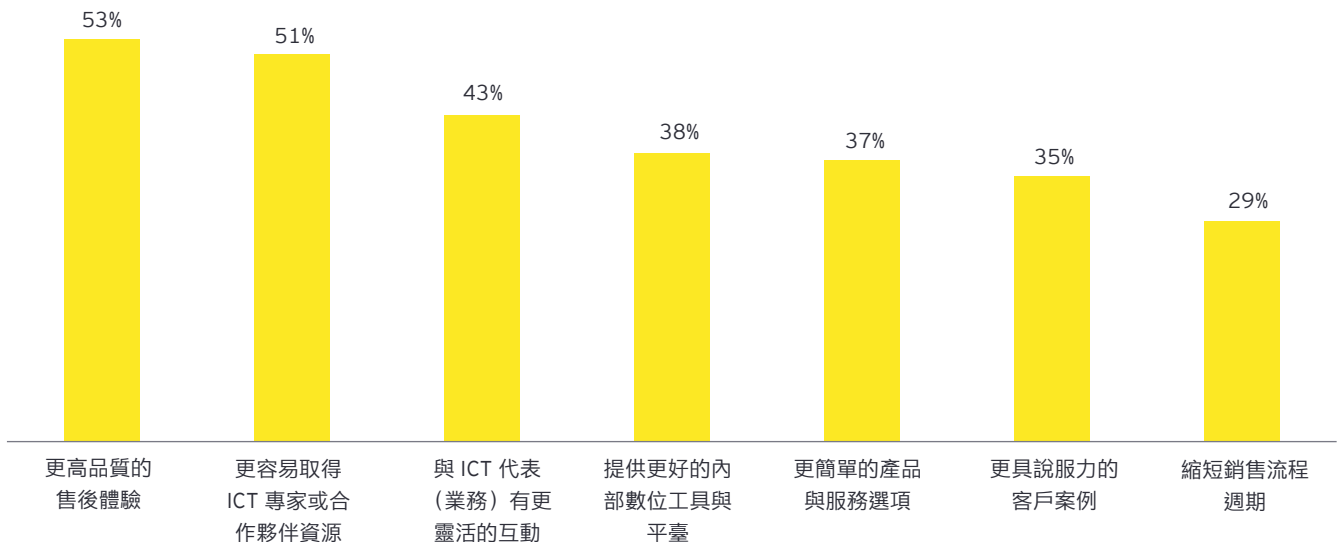
企業表示更高品質的售後支援與更容易取得供應商專業資源，將有助於改善整體體驗

除了希望 ICT 供應商能更深入理解其需求外，企業也期待供應商能提供更主動、回應更迅速的互動，約有 63% 的企業表示目前的客戶支援未達預期。當受訪者被問及哪些客戶服務與體驗面向最需要改善時，其優先項目包括更高品質的售後服務體驗，以及更容易取得供應商的技術專長或合作夥伴資源。

這些優先事項顯示，企業希望與供應商建立更具策略合作夥伴的關係，希望供應商能協助其在組織內擴大轉型技術的應用規模，並運用其合作夥伴生態系統來彌補技能與學習上的不足。同時，企業也希望降低複雜性，具體展現在需要與業務代表有更靈活的互動方式、需要更好的數位工具，以及更簡單明確的產品與服務選擇。能夠提供這些改善的 ICT 供應商，可協助客戶降低營運瓶頸，並釋放時間與資源，以專注於轉型技術所帶來的策略價值。

圖 29：企業對客戶體驗改善的需求

問題：ICT 供應商在客戶服務與體驗方面，最需要改善的領域為何？（可選三項）

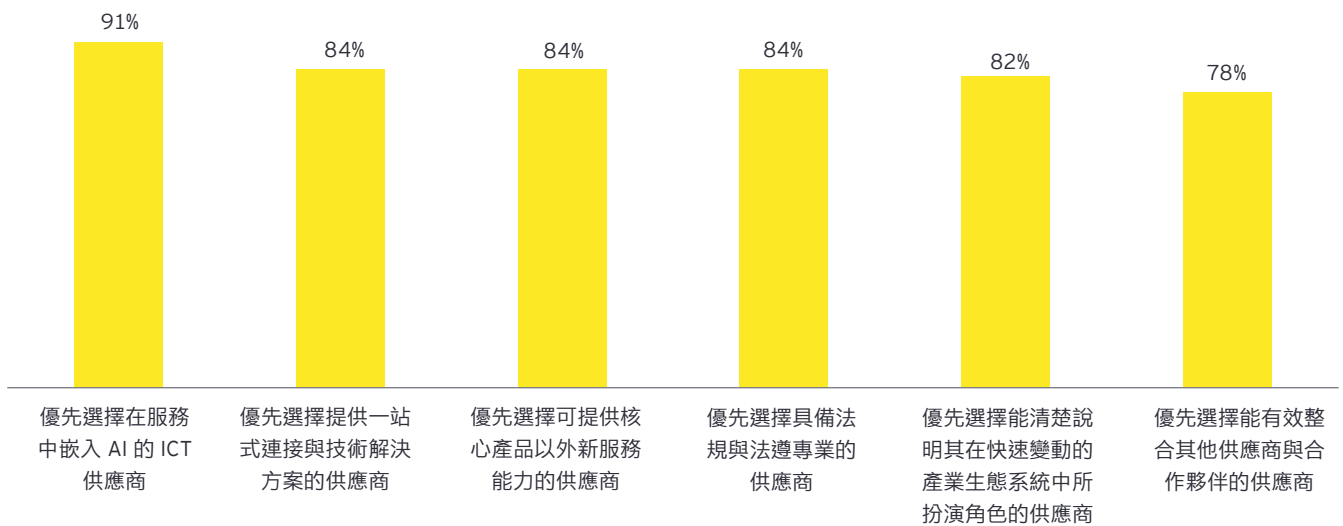


供應商可透過在銷售與支援中嵌入 AI，以及提供無縫整合的一站式服務組合，來贏得企業客戶

新技術在重塑買方與賣方關係中扮演關鍵角色。隨著企業認知到 AI 在簡化流程與提升客戶互動體驗方面的潛力，本次研究中有 91% 的受訪企業表示，將優先選擇在服務交付中嵌入 AI 的供應商，此外，84% 的企業偏好能透過一站式提供連接與技術解決方案、為客戶創造價值並簡化採購流程的供應商。

為滿足上述需求，許多 ICT 供應商需要拓展其核心產品以外的服務範圍-這也是企業明確指出希望改善的面向之一。同時，法規與法遵專業能力亦成為關鍵競爭力，84% 的企業優先選擇能夠因應日益複雜法遵要求的供應商，此外，78% 的企業重視供應商是否具備能夠有效整合並協調其他合作夥伴與供應商的能力，凸顯在解決方案交付過程中，跨生態系合作對於實現無縫體驗至關重要。

圖 30：企業選擇供應商的優先考量關鍵因素



供應商的下一步

供應商 - 包括電信業者 - 可透過將自身定位為策略合作夥伴與商業成果專家，來提升在企業客戶中的心占率。為了強化並延伸其企業客戶關係，我們建議採取以下行動：

1.

回應企業日益增長的資安與資料完整性需求

本年度研究顯示，在目前的監管環境中，資料掌控、科技自主性與經濟成長正日益緊密交織。同時，安全能力已成為企業評估供應商時最重要的因素，而強化安全性也是推動供應商整併的主要動力。隨著數位主權成為供應商選擇的關鍵考量，ICT 供應商應進一步強化其資安能力與信任，以說服客戶其具備滿足更高資安與資料掌控需求的能力。此外，安全原則也應成為建立與合作夥伴生態系統的核心基礎。

2.

依據您的最佳「市場參與權 (Right to Play)」，重塑服務組合與合作生態系統

從代理式 AI、主權雲到網路 API 與 GPU 即服務，企業對新興技術與應用場景的興趣正持續提升。更廣泛而言，連接與運算之間日益緊密的整合，正為電信業者的市場策略與合作夥伴生態系統帶來新的挑戰。能夠快速回應這種需求變化的 ICT 供應商，將在市場中脫穎而出。為達成此目標，企業應明確辨識並補強服務組合中的缺口，評估自身價值主張可延伸的領域（單獨或與合作夥伴攜手）。在競爭激烈的供應商市場中，重新檢視並驗證自身的「市場參與權」。

3.

向企業普及技術轉型知識：將自身定位為「第一個客戶 (Client Zero)」

企業對 ICT 供應商角色已有明確期待，希望供應商能專注於創造商業成果，並在整個轉型技術導入過程中扮演顧問型合作夥伴。因此，ICT 供應商應幫助客戶理解轉型技術與商業模式的「可行性與可能性」，透過成功實施和交付業務目標的案例研究中獲得信心。為實現這一目標，供應商應將自身視為「第一個客戶 (Client Zero)」，展示其如何實際應用新技術，並證明其能夠帶來具體且可衡量的轉型成果。

4.

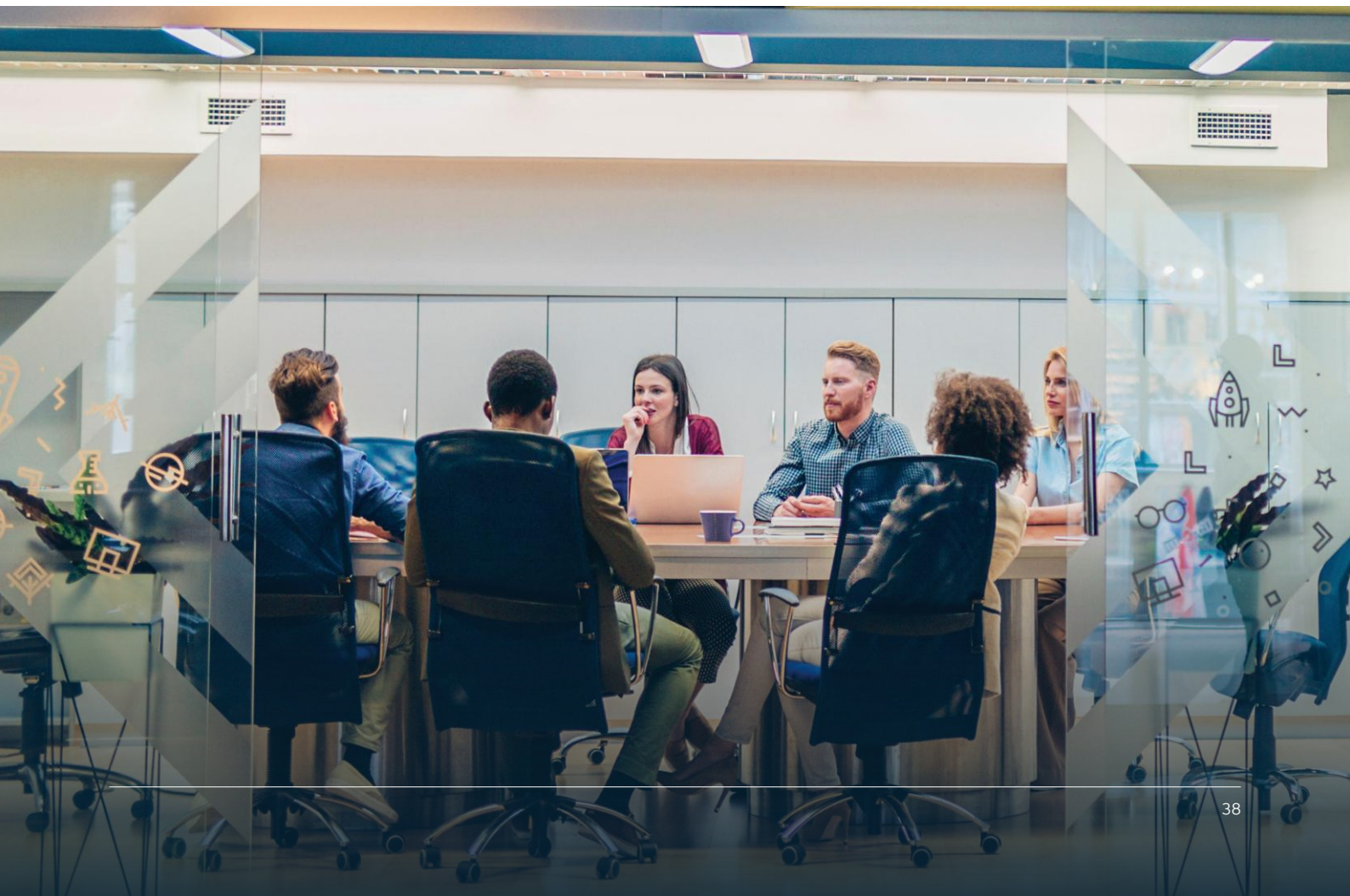
在客戶的高階主管層中，強化你作為轉型顧問的心占率

目前，技術決策與供應商選擇已不再只由單一角色主導，而是來自多元的高階領導觀點。此外，在那些由 CEO 作為關鍵利害關係人參與技術轉型的企業中，具備「商業成果專家」或「生態系統整合者」定位的 ICT 供應商，往往擁有更高的客戶認同與信任。為了掌握這些機會，供應商應穩固與既有決策者的關係，同時隨著決策族群體的變化，積極建立新的關係。此外，能夠針對不同高階主管的需求，調整技術溝通方式，將有助於更深入理解客戶的技術策略與商業目標之間的連結，並在長期競爭中形成差異化優勢。

5.

以 AI 為核心，全面強化銷售與客戶支援流程

儘管企業正推動前瞻技術作為長期轉型的核心，但同時也期望 ICT 供應商在更具體的層面，透過更高品質的客戶互動帶來價值。因此，供應商應確保與非高階決策層的客戶關係同樣穩固，同時在服務交付中全面導入 AI。這已被企業視為關鍵供應商能力，若能提供更資訊充分且無縫的客戶體驗（透過數位工具與 AI 支持），將明顯提升客戶評價。最終，以 AI 為核心的互動模式，將是提供接近消費等級支援的關鍵，而這正是現今 B2B 客戶的期待。



安永如何提供協助

透過 EY-Parthenon 制定策略方向

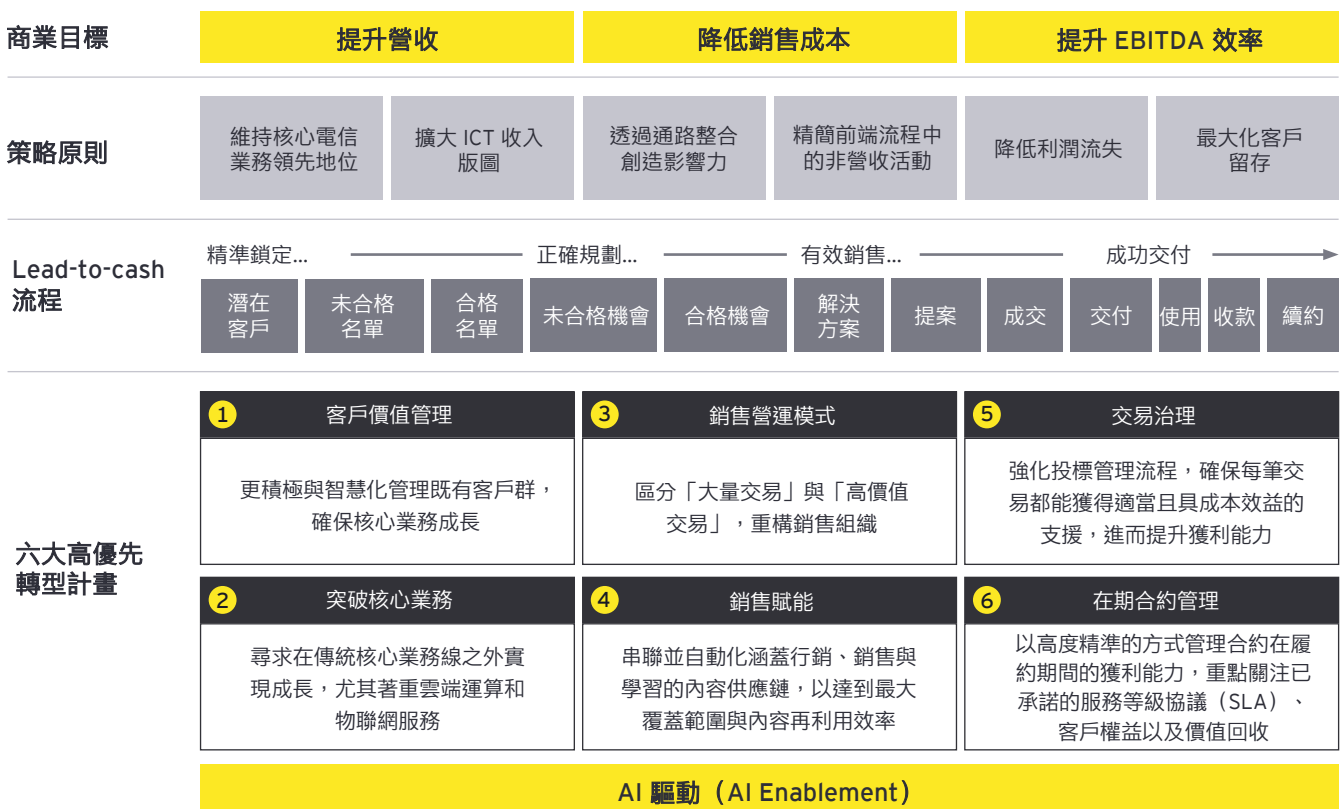
EY-Parthenon 協助企業在快速變動的企業客戶與市場環境中，重新檢視與優化其公司策略，並將競爭分析、經濟預測、市場規模分析與客戶洞察等數據導向分析，轉化為具體可行的行動方案。EY-Parthenon 專業團隊協助企業探索新市場機會（例如進入新地區）、發掘新銷售通路，以及創造新產品類別。同時，也協助企業制定完整的市場進入與成長計畫，鎖定目標客戶與建立競爭優勢，包括識別收購和潛在資產出售的機會。

透過 EY Studio+ 協助 B2B 電信業者實現前臺轉型

EY Studio+ 採用以產品與服務創新為核心的方法，協助企業推動創新與建立新的客戶價值主張，以支持未來業務成長。同時，EY Studio+ 也協助企業釋放銷售職能的價值，建立以數據驅動、以人為本的服務模式，進而提升客戶滿意度與忠誠度。

成熟的 B2B 電信業者正持續轉型其銷售與商業模式，以降低成本並提升營收潛力。但在「從潛在客戶到收款流程 (Lead-to-cash)」中仍存在多項痛點。安永協助 B2B 電信業者推動多項高優先轉型計畫，並以 AI 為核心驅動力量。這些轉型計畫的成功，取決於整體平臺的整合，涵蓋客戶互動生命週期和從潛在客戶到收款流程，以實現規模化效益。

EY Studio+：透過 AI 驅動，協助 B2B 電信業者實現銷售與商業模式轉型



關於本研究

安永《2026 年重新想像產業未來研究》年度報告已連續發布七年，於 2025 年 11 月對 1,590 家企業進行線上調查。本次問卷包含多選題與同意度評估題，受訪者來自九大產業類別與 25 個國家。僅納入自我評估為「具中等以上程度了解」的受訪者答覆，確保其對組織新興科技計畫具備相當理解。

本研究主要分析企業在新興技術（包含 AI 與 5G-IoT）上的行為、態度和發展意圖，研究涵蓋的重點主題包括：

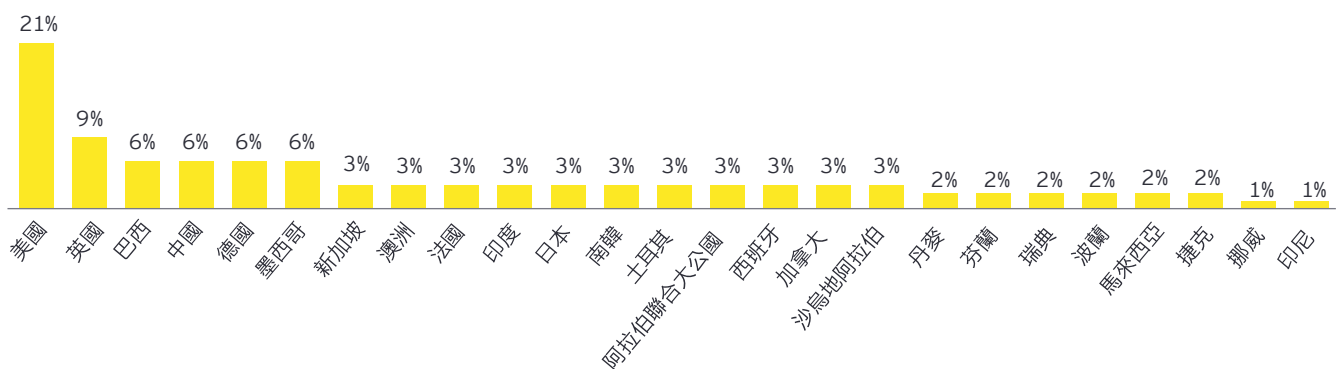
- 企業在新興技術上的投資計畫與採用狀況
- 企業在 AI 與 5G-IoT 的應用場景、優先順序與挑戰
- 企業對 ICT 供應商能力與專業的看法
- 企業與供應商生態系統的互動情況

本報告結果亦結合安永產業專家的洞察與建議，進一步闡述企業與新興技術之間的關係現況，以及未來 ICT 供應商在其中的角色與機會。

受訪企業分布（依地區與產業）

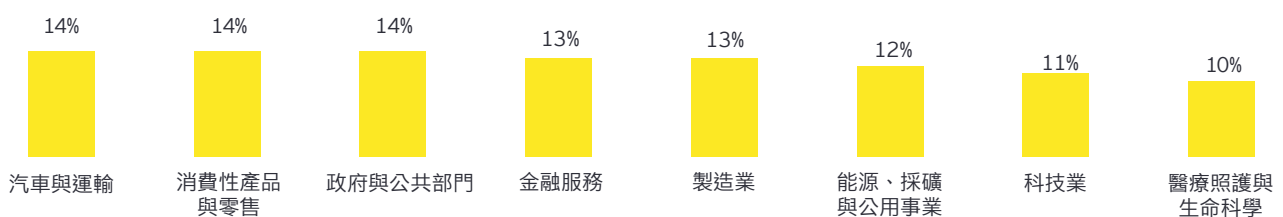
受訪者所在地

問題：您所在的位置為何？



產業分布

問題：貴組織的主要產業為何？



聯繫安永

安永諮詢服務股份有限公司

萬幼筠

營運長

電話：02-2728-8801

電子郵件：Thomas.Wan@tw.ey.com

曾韻

執行副總經理

電話：02-2728-8892

電子郵件：Christina.Tseng@tw.ey.com

作者：



Rob Atkinson
EY UK&I Area Managing Partner
Telecommunications, Media,
Technology and Professional Services
ratkinson@uk.ey.com



Adrian Baschnonga
EY Global TMT Lead Analyst
abaschnonga@uk.ey.com

貢獻者：



Eleftheria Kouri
EY Global
Telecommunications Analyst
eleftheria.kouri@uk.ey.com



Swati Mahajan
EY Global
Telecommunications Analyst
swati.mahajan@gds.ey.com

安永 | 建設更美好的商業世界

安永致力於建設更美好的商業世界，為客戶、員工、社會各界及地球創造新價值，同時建立資本市場的信心。

在數據、人工智慧及先進科技的賦能下，安永團隊幫助客戶凝聚信心、形塑未來，並為當下和未來最迫切的挑戰提供解決方案。

安永團隊提供全方位的專業服務，涵蓋審計、諮詢、稅務、策略與交易。憑藉我們對產業的深入洞察、全球互聯的跨領域網絡及多元的業務生態合作夥伴，安永團隊能夠在150多個國家和地區提供服務。

All in to shape the future with confidence.

加入安永LINE@好友
掃描QR CODE，獲取最新資訊。



安永是指 Ernst & Young Global Limited 的全球組織，加盟該全球組織的各成員機構都是獨立的法律實體，各成員機構可單獨簡稱為「安永」。Ernst & Young Global Limited 是註冊於英國的一家保證（責任）有限公司，不對外提供任何服務，不擁有其成員機構的任何股權或控制權，亦不作為任何成員機構的總部。請登錄ey.com/privacy，了解安永如何收集及使用個人資料，以及個人資料法律保護下個人所擁有權利的描述。安永成員機構不從事當地法律禁止的法律業務。如欲進一步了解安永，請瀏覽 ey.com。

安永台灣是指按中華民國法律登記成立的機構，包括：安永聯合會計師事務所、安永管理顧問股份有限公司、安永諮詢服務股份有限公司、安永企業管理諮詢服務股份有限公司、安永財務管理諮詢服務股份有限公司、安永圓方國際法律事務所及財團法人台北市安永文教基金會。如要進一步了解，請參考安永台灣網站 ey.com/zh_tw。

© 2026 安永台灣。
版權所有。

APAC no. 14009348
ED None

本資料是為提供一般資訊的用途編製，並非旨在成為可依賴的會計、稅務、法律或其他專業意見。請向您的顧問獲取具體意見。

ey.com/zh_tw