

(編號：STPI-115-01-A-001)

經費來源：01 公務 02 非公務

機密(E): 是 否

出國類別： A 考察/訪問 C 進修/研究 F 工作會議/研討會
 G 推廣佈展 H 學術會議

分項計畫名稱：支援科技創新政策推動策略與措施-精進科技創新策略規劃機制

出國計畫標題：參訪美國消費電子大展(CES 2026)

出國報告書

服務單位： 國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心

出國人姓名職稱： 黃松勳 助理研究員
黃教峰 佐理研究員

出國地點： 美國拉斯維加斯

出國日期： 民國 115 年 01 月 04 日至 115 年 01 月 12 日

報告日期： 民國 115 年 01 月 30 日

摘 要

CES 2026 以「AI Everywhere, For Everyone」為主題，宣告人工智慧從生成式軟體正式邁向「實體 AI (Physical AI)」與全面落地的新階段。展會重點在於讓機器人、汽車與家電具備「具身智慧」，能理解物理世界並解決真實問題。在運算基礎設施上，AMD 發表 Helios 機架系統並預告 2027 年推出效能大幅躍升的 MI500 GPU；Nvidia 則推出 Vera Rubin 平台與 Cosmos 世界模型，重建 AI 全端生態。機器人從自動化走向智慧協作，進軍工廠與進入家庭生活、照護與陪伴型機器人亦受矚目。無人機零組件則走向模組化，顯示產業已進入標準化時代，且 AI 飛控已成為產業標配。運輸移動領域回歸自駕核心，Waymo、Zoox 與 Uber 展示 Robotaxi 布局，汽車座艙成為軟體定義的行動空間。CES 2026 明確指出 AI 已成為產業的必備要素，滲入擴散至各個領域和設備。透過此次參訪與相關科技產業廠商和人員對話，也獲取了許多有關最新技術趨勢和各國科技政策的推動策略，藉由人員間的不同視野與意見交流，掌握科技發展趨勢，以及提供更有效與合適的科技政策建議。

活動日程表(CES 2026 展會活動行程)

國別	日期	地點/訪問機構	工作摘要/接待人員
美國	1/4(日)	台北→美國拉斯維加斯	路程
	1/5(一)	CES 2026、AMD Keynote	領取 CES 展會入場證與參加 CES 展會開幕前會議活動 (AMD Keynote)
	1/6(二)	CES 2026, Venetian Campus	參與 TTA 開幕活動，參觀各國新創國家館，主題涵蓋 Smart Home、Lifestyle、Digital Health、Sports & Fitness 及 Food Tech 等領域
	1/7(三)	LVCC Campus, North Hall	參觀 North Hall 參展廠商，涵蓋 Micromobility、IoT Infrastructure、Sustainability/Energy、Enterprise/AI 及 Smart Cities/IoT 等領域
	1/8(四)	LVCC Campus, Central & North Hall	參觀 North Hall 參展業者，涵蓋 Gaming、Audio/Video Vehicle Tech & Advanced 及 Mobility 等領域
	1/9(五)	LVCC Campus, West & South Hall	參觀 LVCC West 及 South hall 參展業者，涵蓋 Vehicle Tech & Advanced Mobility、Accessories Design 及 Source 等領域
	1/10(六)	搭乘巴士自拉斯維加斯前往洛杉磯，並在洛杉磯停留一晚	
	1/11(日)	於洛杉磯停留，晚間 11 時搭機返台	
	1/12(一)	洛杉磯→台北	路程
	1/13(二)	洛杉磯→台北，上午 6 時抵達桃園機場	路程

目 次

1. 目的.....	1
2. 參訪紀要	2
3. 心得及建議.....	19
4. 出國效益.....	23

1.目的

在新興科技蓬勃發展與日新月異之年代，科技的創新演進正加速帶動產業轉型。本次參訪 2026 年美國消費性電子展 (CES 2026)，旨在透過關注全球科技巨頭與新創企業的研發動態，精確掌握未來產業發展的趨勢走向。特別是今年 AI 技術已從雲端生成式內容正式邁向實體 AI (Physical AI) 與全域落地的關鍵轉折點，我們希望藉此機會與前瞻技術開發者深度對話，了解具身智慧 (Embodied AI) 與代理人 AI (Agentic AI) 的應用前景。同時，針對未來社會面臨的高齡化與勞動力短缺等需求情境，探尋機器人自動化與長壽科技的解決方案，以提供具前瞻性的新知見解，協助我國科技產業政策制定能順應全球潮流。

美國 CES 是國際最具影響力的科技盛會，2026 年規模更勝以往，匯聚超過 4,100 家參展商與近 15 萬名與會者。本屆展會核心聚焦於「AI Everywhere」，展示的關鍵技術範疇涵蓋：

1. 實體 AI 與機器人：具備物理感知與推理能力的人形機器人及協作系統。
2. 次世代移動科技：Level 4 自動駕駛商業化、軟體定義汽車 (SDV) 及結合 AI 的智慧座艙。
3. 數位健康與長壽科技：從被動監測轉向主動預測與延長健康壽命的生物感測技術。
4. 運算基礎設施：支援 Yotta 級算力的高效能晶片與邊緣運算解決方案。
5. 智慧生活：實現「零勞務居家」的 AI 家電與沉浸式顯示技術 (Micro LED、透明顯示)。

透過現場參與並與參展廠商實際互動，我們將取得國際產業科技、企業研發與產業創新投入發展方向之第一手資訊。這將有助於研究人員掌握科技重大發展趨勢，特別是 AI 如何與硬體深度整合以解

決實際問題。期能藉此協助我國相關科技政策在研擬、推動時，不僅符合社會需求期待，更能融入我國在半導體與資通訊產業的既有優勢，引導產業創新發展和轉型，藉由產業科技創新驅動我國經濟升級發展。

2.參訪(或進修、研究、實習及會議..)紀要

2.1 CES 2026 技術與應用趨勢

這次去拉斯維加斯參加 CES 2026，最大的感觸就是 AI 無所不在，AI 不再只是 GPT 等的生成式 AI，而是走入食衣住行育樂各個層面，也就是 AMD 執行長所說的「AI Everywhere, For Everyone」。如果說前兩年的 CES 是在炒作生成式 AI 的話題，那今年 2026 絕對是 AI 正式「落地」的一年。不管是晶片大廠、家電龍頭，還是機器人新創公司、汽車公司、農機具公司、遊艇公司、無人機公司，各個企業已經不再只談雲端上的大模型，而是強調「實體 AI」(Physical AI)和「具身智慧」(Embodied AI)。簡單來說，AI 已經長出了身體，它不再只是電腦螢幕上的一段文字或一張圖，而是變成了能理解物理定律、能跟真實世界互動的機器人、自駕車，甚至是會主動幫你做家事的智慧家電。

總歸來說，AI 是今年 CES 的核心，並在感測器、通訊、大數據為底層基礎之下，透過晶片與伺服器支撐 AI 演算法，透過 AR/VR 增加互動感，實現「AI Everywhere, For Everyone」的願景。該架構將 AI 能量全面賦能於無人載具、機器人、智慧製造及醫療長照等多個領域，具體呈現了從硬體基礎到跨域應用的完整生態系。

這次展會有超過 150 國的 4,100 家參展商，其中有高達 800 多家是首次參展，並吸引將近 15 萬人參加。我們觀察到幾個很明顯的跨領域趨勢。首先是基礎設施的軍備競賽，為了支撐實體 AI 需要的龐

大算力，從晶片到伺服器的能源效率都成了焦點，大家都在談論「Yotta-scale」也就是兆級運算時代的來臨。再來是產業邊界的消失，科技不再只是消費電子，它滲透到了農業、建築、太空科技，甚至是為了高齡化社會準備的長壽科技（Longevity Tech），這顯示出科技業開始更務實地解決人類面臨的真實問題，比如勞動力短缺和人口老化。整體而言，CES 2026 給我們的訊號非常明確，也就是 AI 已經從「好玩」變成了「好用」，從「虛擬」走向了「實體」的物理世界。



圖 1. CES 2026 技術與應用趨勢

2.2 AMD Keynote 重點

本次 CES Keynote 主講者是 AMD 的董事長兼執行長蘇姿丰 (Dr. Lisa Su)。蘇姿丰這次的演講主軸非常清晰，就是「AI Everywhere, For Everyone」，也是此次 CES 所要帶給全球的諭示。在 Keynote 上，蘇姿丰展現 AMD 從雲端資料中心到個人 PC、各種終端裝置、機器人及太空領域的完整布局與應用。她不像過去只談單一晶片，而是強調「端對端」的解決方案。

在高效能運算方面，她發布了全新的 Helios 機架系統，這是一個針對大規模 AI 運算設計的平台，而且她還預告 AMD 未來發展，就

是預計在 2027 年推出的 MI500 系列 GPU。這個新系列的效能預計會比現在的 MI300X 提升整整一千倍，這也宣告了 AMD 將帶領產業正式進入 Yotta-scale 的運算時代。這對於需要海量數據訓練的 AI 模型來說，無疑是打了一劑強心針。

在消費端產品部分，AMD 推出了專為 Copilot+ PC 打造的 Ryzen AI 400 系列處理器。這款處理器的重點不只是效能變強，更重要的是能耗效率的提升，這對於推動 AI 在筆記型電腦等終端裝置上的普及至關重要。蘇姿丰在演講中還特別邀請各個領域的合作夥伴站台，展示 AI 如何在醫療領域加速基因定序與新藥開發，甚至在太空探索中協助衛星處理數據。最後也請來美國總統科技顧問站台，並承諾投入 1.5 億美元在 AI 教育「Genesis 計畫」上，計畫將擴及 800 間合作機構與 15 萬名學生。這顯示 AMD 不只是想賣晶片，更想建立一個長遠的生態系，與 Nvidia 較勁意味濃厚（如圖 2 所示）。

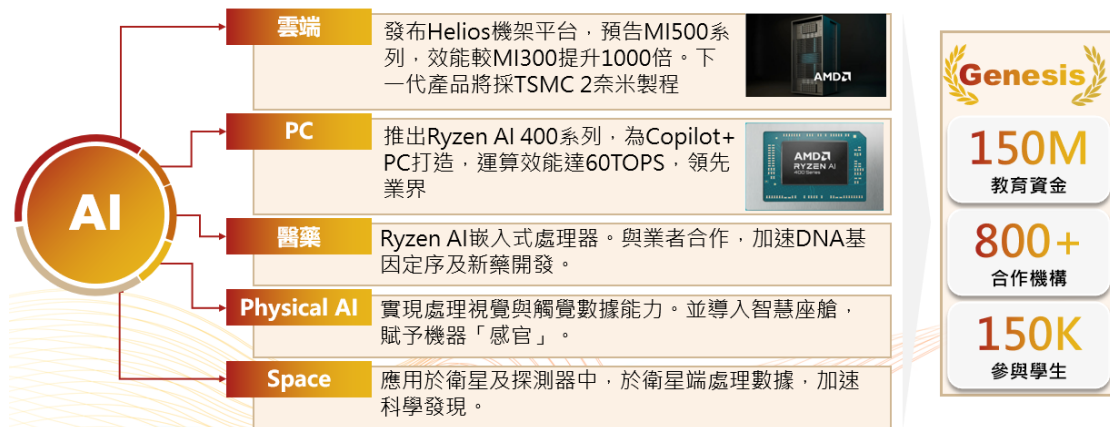


圖 2. AMD AI 生態系

2.3 Nvidia Keynote 重點

如果有哪場演講能跟 AMD 分庭抗禮，那絕對是 Nvidia 的執行長黃仁勳。他此次的演講風格依舊充滿自信，而且釋出了一個非常強烈的訊號：Nvidia 已經不是一家單純的晶片公司了，他們正在重建整個 AI 的全端生態系（如圖 3 所示）。



圖 3. Nvidia Keynote 重點(本研究製作)

黃仁勳在大會上發布了下一代的 Vera Rubin 運算平台。這個平台包含了 Vera CPU、Rubin GPU 以及 NVLink 6 交換器。這不只是硬體的堆疊，而是為了讓 AI 訓練和推論的效能大幅躍進所做的系統級整合。但這場演講最讓我們印象深刻的，是他對於機器人的看法。黃仁勳直言，機器人將是下一波 AI 革命的核心，他稱之為「Physical AI」。為了讓這件事成真，Nvidia 推出了 Cosmos 世界基礎模型。這個模型能讓機器人理解物理世界的常識，比如說重力是怎麼運作的、物體之間的因果關係是什麼，這讓機器人不再是只會死板動作的機器，而是具備了理解環境的能力。

此外，在自駕車領域，Nvidia 也推出了 Alpamayo 平台。這是一個結合了開放原始碼視覺語言模型與模擬數據的平台，目的是協助車廠開發出具備推理與思考能力的自駕系統。簡單來說，Nvidia 正在提供工具，讓所有的汽車和機器人都能擁有一個會思考的大腦，這將開啟 AI 工業化的新時代。

2.4 智慧居家技術與應用趨勢

走到智慧居家展區，我們發現今年的關鍵字是「居家零勞務」

(Zero Labor Home)。過去我們說智慧家庭，頂多就是用手機開關燈、用語音叫音箱放音樂，但今年不一樣了，廠商們是真的想把家務完全丟給機器人。

最吸睛的莫過於 LG 推出的 CLOiD 機器人(如圖 4 所示)。這台機器人在現場演示了摺衣服、準備餐點等複雜任務，而且它還能跟家裡的洗衣機、冰箱連動，真正實現了自動化。這顯示出智慧家電已經從被動的「聽指令」，進化到主動的「情境理解」。例如，現在的冰箱不只是冷藏，它會自動辨識裡面的食材，然後建議你今天晚餐可以煮什麼；洗衣機也不需要你設定，它會自己偵測衣服的重量和材質來決定怎麼洗。甚至還有感測器能預判家裡是不是漏水了，或者小孩子是不是跑到了危險區域，這些都是結合了邊緣運算 (Edge AI) 做到的主動式防護。

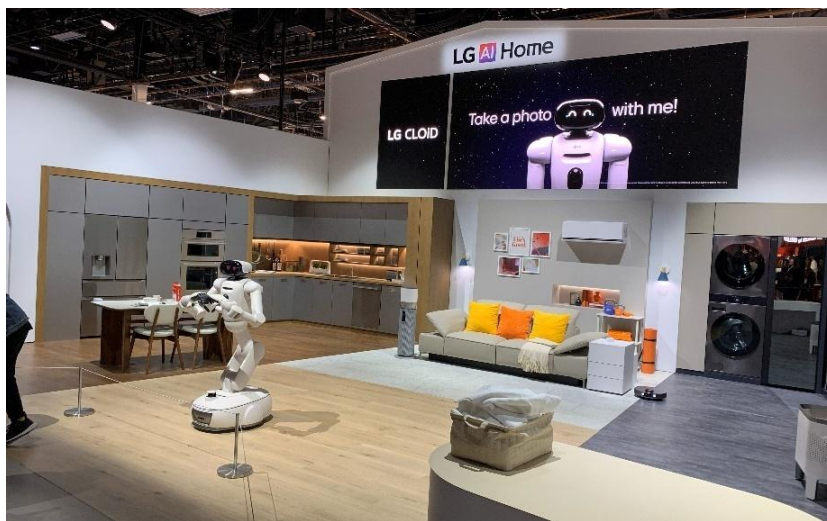


圖 4. LG 推出的 CLOiD 機器人

在顯示技術方面，電視已經不再只是電視了。今年 RGB LED 和 Micro LED 成為了高階主流(如圖 5 所示)，各家大廠都在比拚畫質跟亮度。像海信就展出了 116 吋的 RGB Mini LED 電視，色彩覆蓋率高得嚇人(如圖 6 所示)。此外，最有趣的趨勢是科技與美學的融合，LG 展出了一款壁紙電視 (Wallpaper TV)，薄得就像一張紙貼在牆上；

還有三星的透明 Micro LED 技術，讓螢幕在不使用的時候可以完全隱身，變成家裡的裝飾品（如圖 7 所示）。這告訴我們，未來的科技不會是冷冰冰的硬體，而是會無縫融入我們的生活空間。



圖 5. 海信展出的 Micro LED 電視



圖 6. 海信展出的 RGB Mini LED 電視



圖 7. LG 展出的壁紙電視 (Wallpaper TV)

2.5 自駕車技術與應用趨勢

自駕車展區今年的氣氛跟往年不太一樣，過去幾年大家都在談電動車(EV)的續航力、電池技術，但今年重心明顯回到了「自動駕駛」本身，特別是 Level 4 自駕技術的商業化落地。

Waymo 和 Zoox 是場上的焦點，他們展示的 Robotaxi (無人計程車) 已經完全拿掉了方向盤 (如圖 8、圖 9 所示)。這不僅僅是概念車，他們已經宣布要擴大商業營運的範圍，甚至 Uber 也宣布攜手 Lucid 和 Nuro 推出相關服務。這意味著，無人駕駛計程車即將從實驗性質，轉變為我們日常交通的一部分。



圖 8. Waymo 展示的自駕車

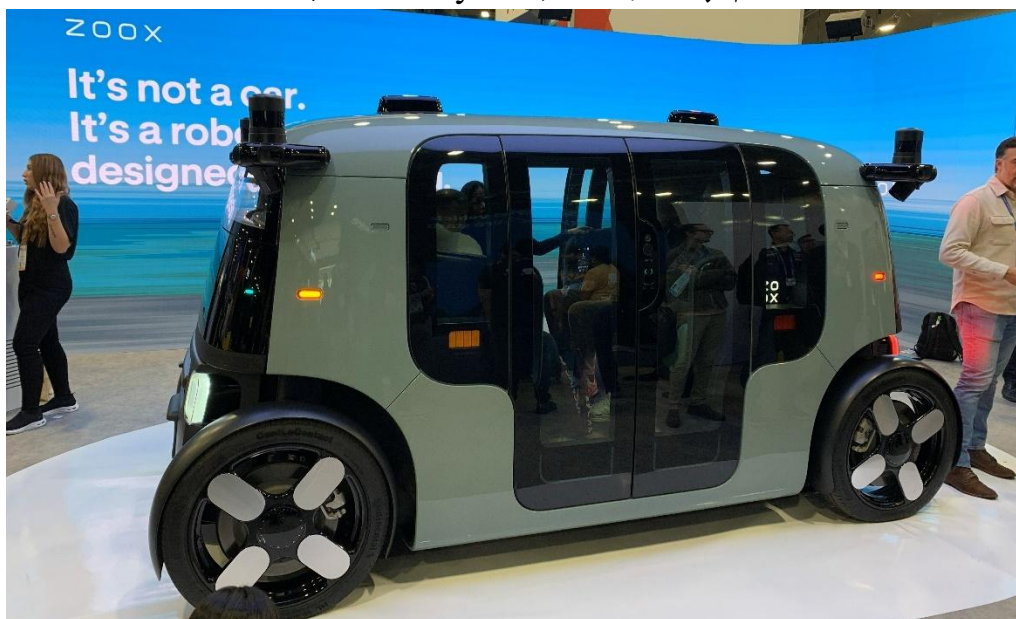


圖 9. Zoox 展示的自駕車

另一個大趨勢是軟體定義汽車 (SDV) 和智慧座艙的進化。汽車內部空間正在轉變成所謂的「行動起居室」。Sony Honda Mobility 的 AFEELA 就是最好的例子，它的座艙深度整合了遊戲與娛樂功能，讓你在車上不只是坐車，還能打 PS5 (如圖 10、圖 11 所示)。現代汽車和 LG 則展示了可以隱藏的方向盤和可變形顯示器，讓車內空間運用更靈活 (如圖 12、圖 13 所示)。還有像是 BOE、TCL 展示中空顯

示(如圖 14、圖 15 所示)和友達與 AGC 合作展示的透明 Micro LED 車窗(如圖 16 所示),可以把行車資訊直接投射在窗戶上,跟車外的風景結合,形塑未來的 AR-HUD 應用。簡單說,未來的車子,就是一個裝了輪子的超級電腦加娛樂中心。



圖 10. Sony Honda Mobility 發表的 AFEELA 1



圖 11. AFEELA 1 的座艙娛樂系統



圖 12. 現代汽車展示的智慧座艙

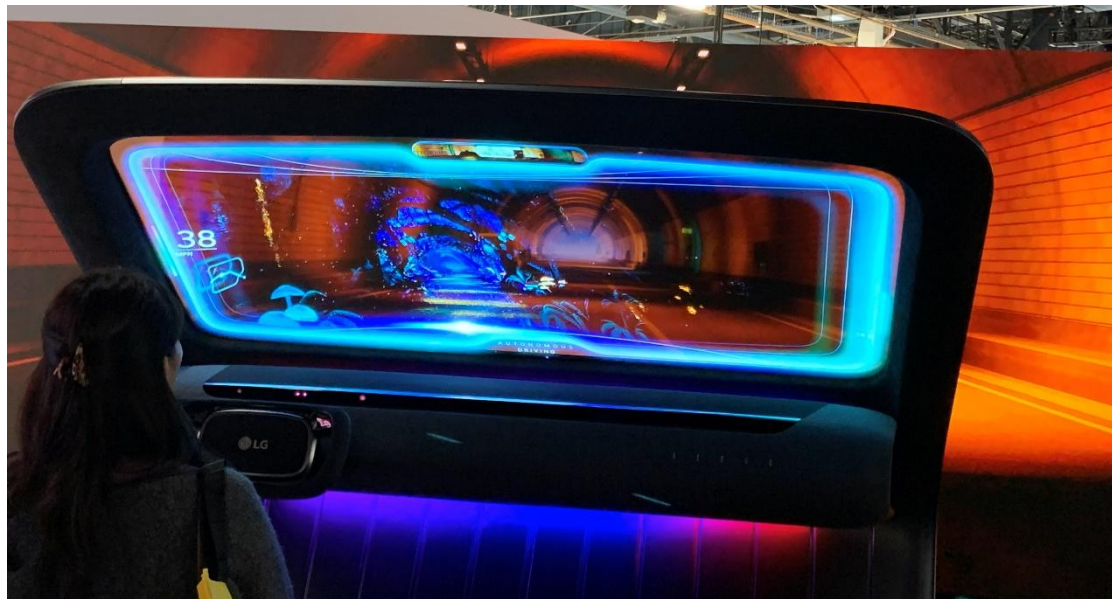


圖 13. LG 展示 OLED 智慧座艙顯示



圖 14. BOE 展示的智慧座艙顯示



圖 15. BOE 的智慧座艙中控顯示



圖 16. 友達與 AGC 合作的透明 Micro LED 車窗顯示

2.6 無人載具技術與應用趨勢

在無人載具（UAV）和電動垂直起降飛行器（eVTOL）方面，本次參展的 UAV 業者較少，參展者又以中國業者為主。與熱門的機器人與字駕車相較之下，UAV 已經是相對成熟的商業化產品，UAV 應用也已從單純的空拍，延伸到包含災防、巡檢、救援及娛樂等領域。在技術上，AI 也已經成為 UAV 標配，包含透過 AI 提供主動偵測、預警、辨識、建模、決策、避障等。也因在技術上已較少有吸睛的突破，UAV 攤位普遍參觀者不多。綜觀本年度 CES UAV 得獎產品，得獎原因包含自主化、應用及沉浸拍攝體驗，如中國影翎 Antigravity A1 無人機結合 Insta360 全景拍攝，除提供高畫質的 8K 影像外，無縫影像演算法讓無人機在拍攝時徹底隱形，並透過 Vision 眼鏡將無人機飛行轉化為 360 度絕佳沉浸式體驗，讓消費者可以在事後再進行影片編輯，因此獲得 CES 2026 無人機領域最佳創新獎（如圖 17 所示）。其他獲得創新獎的產品如中國零零無人機可在水上起降，並具備 RTK

技術（如圖 18 所示）。日本 Spaceone 無人機則應用在水上娛樂，同樣獲得創新獎（如圖 19 所示）。



圖 17. Antigravity A1 無人機



圖 18. 中國零零無人機



圖 19. Spaceone 無人機

相較於 UAV 的冷清，eVTOL 則較吸引民眾注意。今年，Evtol 呈現一個趨勢，即眾多業者已朝量產與商用認證發展。今年有很多廠商展示了符合 FAA PART 103 法規的「超輕型飛行器」，如美國 LEO Flight 的 Evtol，其飛行高度僅 4.5 公尺（15 英尺）。這類飛行器主打不需要飛行執照就能操作，而且導入了 AI 來輔助起降，這顯示出產業已經從單純的技術展示，轉向了量產和商用認證的突破（如圖 20 所示）。

另外一個值得注意的點是零組件的模組化。多家無人機業者展示雷達、馬達、熱成像鏡頭、天線、電池等模組化零組件。有別過去無人機透過眾多未模組化的零組件組成，一旦零組件故障或損壞，就必須要取得該項零件，若該零件是特殊規格則有客能使整台無人機報廢無法使用。而模組化的零件可使零件像規格化的積木一樣拼湊，一旦零組件故障，只需要更換零件即可，這對於降低製造成本和維修難度有很大的幫助，日本雙葉及我國的貿聯就有展示相關的模組化產品（如圖 21、圖 22 所示）。

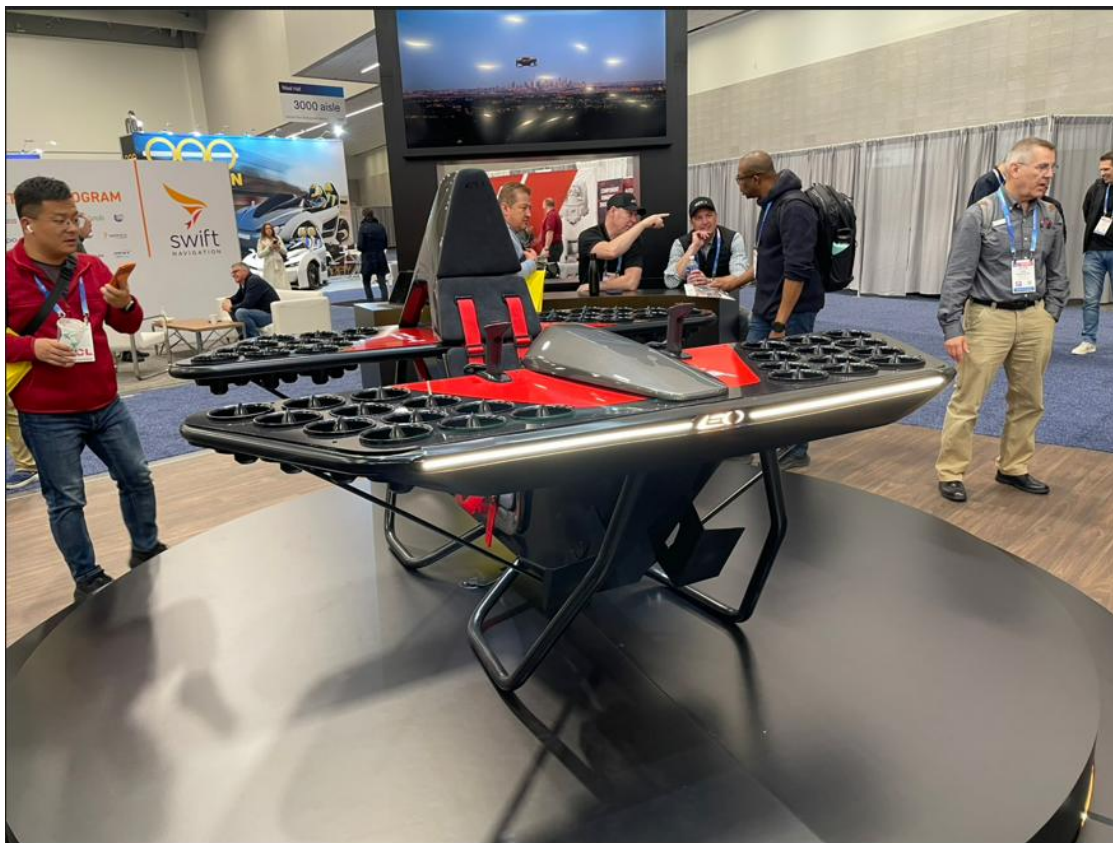


圖 20. LEO Flight eVTOL



圖 21. 日本雙葉無人機及模組化零件



圖 22. 貿聯無人機模組化零件

2.7 機器人技術與應用趨勢

機器人絕對是今年 CES 的主力，尤其幾乎都是中國業者的主戰場，以下為本次 CES 在機器人領域所觀察到的幾個重點。

第一，機器人技術從「能動」到「能互動」。當前機器人技術已從單純的機械自動化，轉向具備理解與環境感知能力的智慧系統。透過 VLM 與 VLA 技術之導入，LG 等業者展出家務機器人 CLOiD、SwitchBot 推出 Onero H1 家務機器人，結合了視覺、觸覺與語音回饋。透過視覺語言模型（VLM）與視覺語言動作模型（VLA），機器人能理解物體的形狀、位置與當前的互動狀態，實現從單純移動到具備理解力與互動能力的躍升（如圖 23、圖 24 所示）。日本 AEON 工業環境機器人則借鑒心理學原理，力求獲得員工的認可，並被視為合作夥伴而非機器，其集敏捷性、空間智慧和多功能性於一體，且可支援多種應用（如圖 25 所示）。LG 及 AEON 的機器人都因其創新技術而獲得機器人領域創新獎。



圖 23. LG CLOiD 機器人



圖 24. SwitchBot 家務機器人



圖 25. AEON 機器人

第二，中國展示各種人形、四足、輪式機器人及各種零組件，顯示中國在機器人生態系已相當健全。除了人形機器人就是中國業者主戰場外，今年也有大量中國業者展示割草機、泳池清理機及掃地機器

人等清潔機器人。另一個較多業者展示的是陪伴型機器人，如家電大廠 TCL 也推出可分離式陪伴機器人，顯示中國業者已積極在佈局家務清潔及陪伴領域（如圖 26、圖 27、圖 28 所示）。機器人領域另一個特色是關鍵零組件模組化，包含現場大量中國業者展示的靈巧手、電子皮膚與觸覺感測器已趨於模組化發展。如中國業者 Fourier 展示之即插即用靈巧手，精度可達 0.5 毫米，兆威則推出重量僅 400 克的極輕量化產品，其靈巧手售價僅美金 1,250 元。但整體來說，現況人形機器人在靈敏程度仍有待提升，尤其中國業者現場展示的大量人形機器人與靈巧手，但靈敏程度皆遠遜於日本、韓國及新加坡業者，其娛樂性遠大於實用性。另外也觀察到不少業者將關節機械手臂投入居家照護與智慧零售應用，其中利用機械手臂製作飲料引起不少歐美人士高度興趣（如圖 29 所示）。



圖 26. 中國製泳池清理機器人



圖 27. 中國製割草機器人



圖 28. TCL 陪伴機器人



圖 29. 機器手臂智慧零售

3.心得及建議

3.1 心得

此次 CES 2026 參訪，我們總結了幾個核心的心得：

第一，AI 真正朝向全面落地在進行。AI 不再只是 GPT 之類的生成式 AI，過去幾年我們還在討論 AI 能做什麼，今年我們看到的是 AI 已經植入到汽車、家電、手機、機器人與無人機，甚至是身上的穿戴裝置裡。市場競爭的焦點已經不是誰的模型參數比較大，而是誰的產品比較穩定與靈敏、誰的產品真的能投入市場、誰能真正解決使用者的問題。以 CES2026 最火熱的機器人來說，雖已有業者開發家務、工業等應用機器人，但以現況來說靈敏度皆不高，距離真的要投入市場仍有一段距離，靈敏度將是未來業者持續開發的重點。

第二，國家級的競爭力及企圖展現無遺，特別是韓國。韓國在本次 CES 2026 有大量財閥企業、新創企業、學研團隊，甚至是地方政府扶植的新創參展，佔據 CES 2026 龐大版圖。韓國可說是採取「國家級團體戰」。由三星、LG 這些大企業領頭，帶著一堆新創公司，同時結合中央與地方政府的資源。從數據上看，CES 2026 共頒發 452 個創新獎項，而韓國團隊就獲得了六成左右的獎項。其中三星 C-Lab 育成計畫帶領的新創團體也獲得 17 個創新獎，其中有兩家便是衍生自三星的新創公司。據媒體報導，韓國此次在中小企業和創業部 (MSS)、貿易、工業和能源部 (MOTIE)、首爾商業振興院 (SBA)、韓國科學技術院 (KAIST)、LG、三星、首爾市政府、大邱市政府及釜山市政府等公私單位協力下支持了 470 個新創企業參展，佔韓國總參展企業的一半以上 (韓國總參展企業為 853 家)。這種大帶小的生態系戰法，非常值得我們深思。

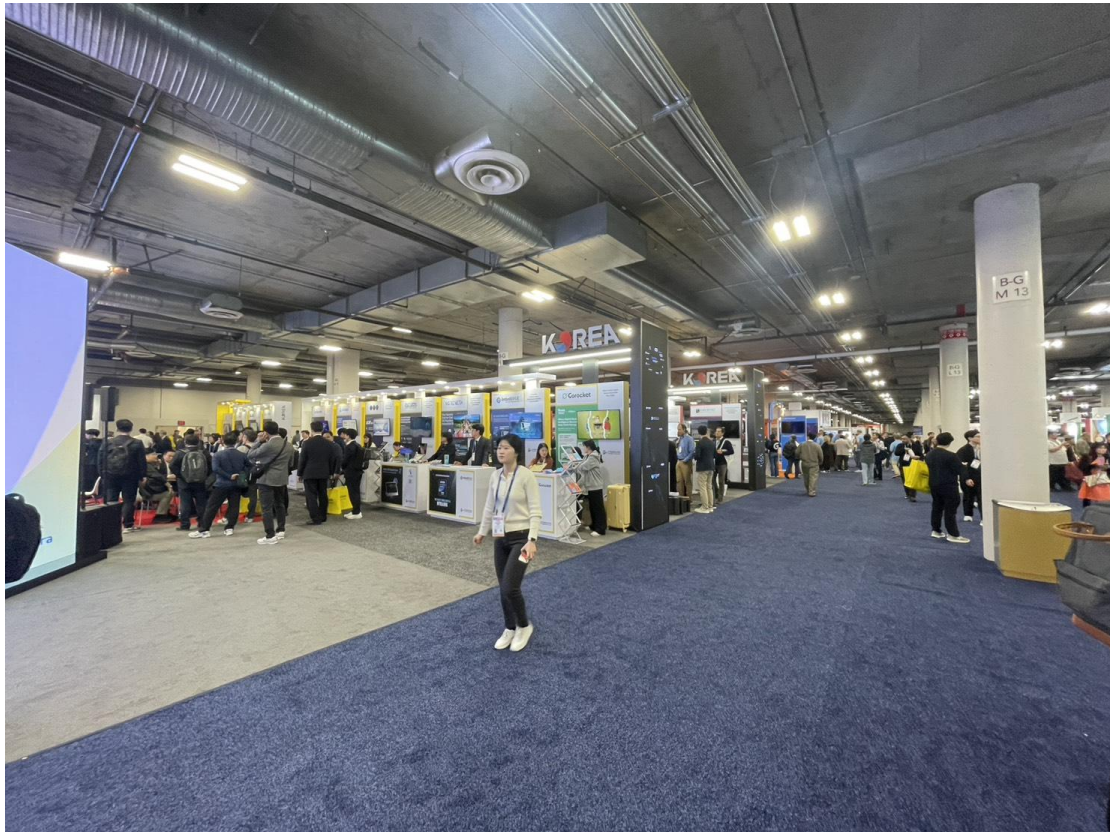


圖 30. 韓國館

第三，除了美國與韓國，中國也是本次 CES2026 的一大勢力，尤其是在機器人領域，現場有中國業者展示大量人形與輪型機器人，應用領域涵蓋家務、工業、清潔及陪伴應用，也有大量業者展示零巧手與電子皮膚，模組化的零巧手甚至只要美金 1,250 元，宇樹機器人也只要美金 99,000 元，顯示中國在機器人領域已建立起完整生態系與供應鏈，並且價格低廉。此外，中國也有大量業者搶進歐美清潔機器人市場，如庭園割草機器人、泳池清潔機器人與庭園噴水機器人等，顯示在清潔領域已經形成紅海市場。另外 TCL 及海信等中國家電大廠也開始跨足機器人領域。未來我國如果要進軍全球機器人市場，業者應審慎評估市場商機與競爭對手布局。



圖 31. 中國製機器人-舞龍舞獅



圖 32. 中國製機器人-井字遊戲

第四，相較韓國展現的的國家與企業企圖心、中國機器人群毆戰術，日本館給參觀者的感覺就比較內斂溫和，其國家館主題以「解決人類與社會問題」為核心，可以從他們的展示中看出想傳達的精神—Society 5.0-以人為本—透過科技解決社會需求與問題。另外日本館也舉辦 pitch，提升新創企業開拓市場與商業能力。



圖 33. CES 2026 日本館

第五，相較人形機器人應用市場尚不明確，多數人形機器人業者

—多數是中國業者—主要應用仍在娛樂，如現場有展示機器人拳擊、打桌球、舞龍舞獅，而陪伴型機器人則聚焦在 VLM，主要是語音上的互動。在人形機器人應用領域上不明確的情況之下，今年有不少業者展示機械手臂咖啡及飲料自動販賣機，會場中也有一家台美業者參展，活動期間吸引不少消費者詢問加盟與合作機會，該企業在台灣也有布局，顯示是機器人目前較具明確應用市場的機會。然而該企業也表示考量台灣零組件供應問題，未來會將產線移到美國，如果協助台灣業者進軍全球機器人市場，政策上應盤點我國機器人產業缺口，以健全台灣整體機器人產業供應鏈韌性。

最後，今年 CES2026 完全展示了「AI Everywhere, For Everyone」，大至遊艇、農機具、汽車，小至穿戴式裝置、無人機、家電，AI 已不再是 GPT 生成式 AI，AI 也不再僅是單純的數據蒐集與分析，而是能提供互動。今年 CES 也展示了大量的 physical AI，AI 已經深入先進移動、智慧居家、智慧城市、農業、餐飲、娛樂、機器人等各個領域，科技正在變得越來越懂人，也越來越無處不在，更懂得如何與人互動。未來的科技將不會強迫我們去學習怎麼操作它，而是它會主動來適應我們的習慣。

3.2 建議

基於這次的觀察，對於台灣產業的發展，我們有幾點具體的建議。首先，我國應該參考韓國的策略，整合產官學資源，打造一個更具公私協作整合的「大國家館」。目前我們的新創展位比較分散，品牌力容易被稀釋，如果能集中火力，推動產學研一體化落地，效果絕對會更好。

其次，我國應該建立以大帶小的生態系。政府可以透過政策鼓勵國內的大企業投入新創催生，建立像三星 C-Lab 那樣的機制。由大企

業提供資源和舞台，帶領新創產品鏈結國際市場，這樣才能形成正向循環。

最後，面對中國在硬體機器人領域的價格血戰，台灣業者如果要切入，必須非常審慎。我們不應該去跟他們比拼硬體成本，而是要轉向 AI 應用服務、系統整合等高附加價值的領域。例如利用我們在半導體和資通訊的優勢，發展智慧座艙、邊緣運算模組，或是專注於垂直領域（如醫療、長照）的 AI 解決方案，這樣才能避開紅海，找到我們的藍海商機。

4. 出國效益

本次參訪 CES 2026 的效益，能了解 AI 落地最新的科技發展趨勢，透過與相關科技產業廠商和人員對話，可獲取更多有關最新技術趨勢進展和各國科技政策推動的思維，也探討相關技術和 AI 落地後對社會的影響，藉此能擴大政策研究世界觀，並與各國的專家和專業人士交流，能更好地掌握未來科技發展樣貌。