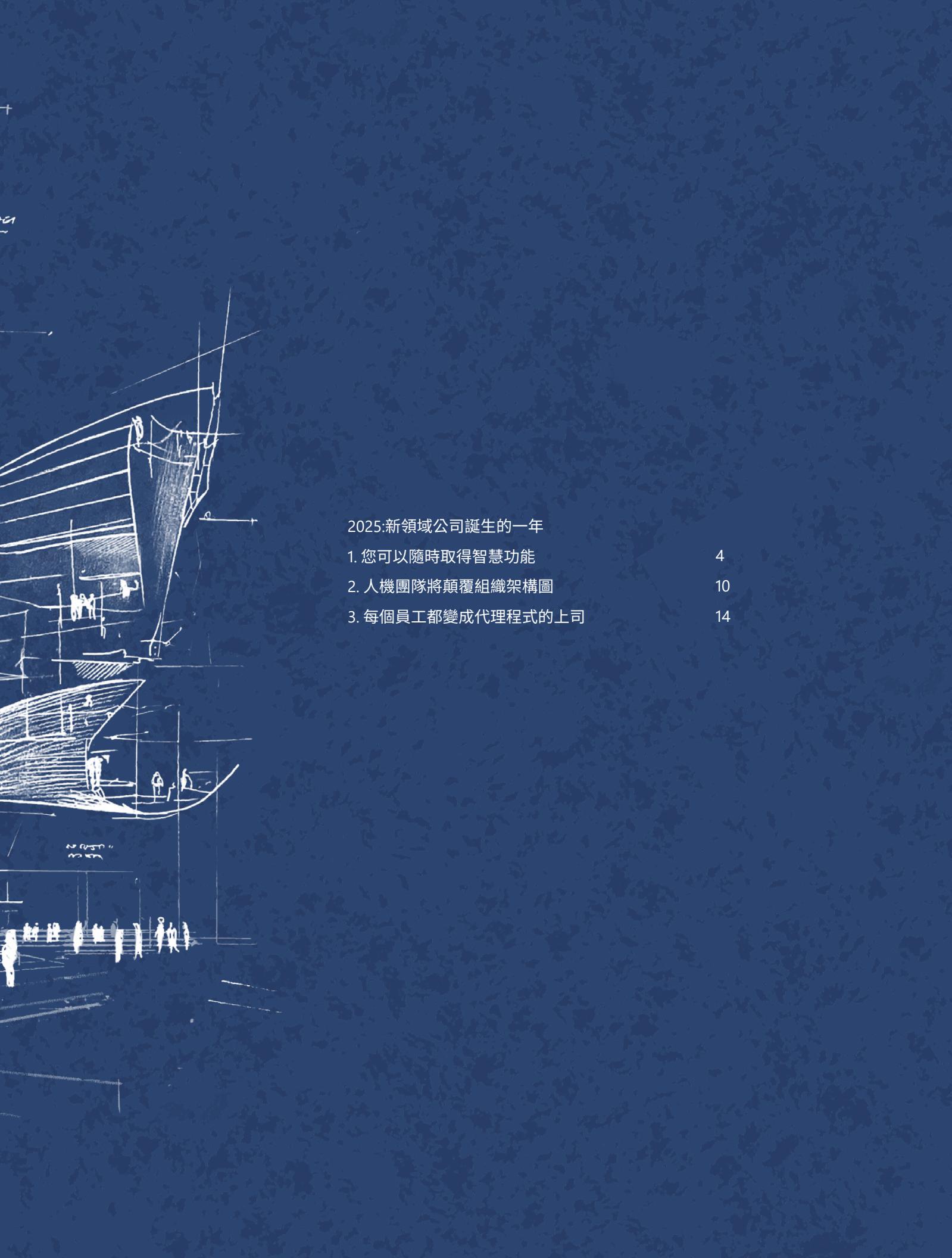


# 2025: 新領域公 司誕生的 一年





## 2025:新領域公司誕生的一年

- |                   |    |
|-------------------|----|
| 1. 您可以隨時取得智慧功能    | 4  |
| 2. 人機團隊將顛覆組織架構圖   | 10 |
| 3. 每個員工都變成代理程式的上司 | 14 |

# 隨時可用的智慧功能將重塑企業。每個領導者都需要新的藍圖。

我們正進入一個新現實，也就是 AI 能以非凡的方式推理和解決問題的世界。這種隨時可用的智慧功能將改寫商務規則，並改變我們所知的知識型工作。目前的組織必須應對為 AI 增強式未來做好準備的挑戰，在這個未來中，AI 代理程式將隨著時間的推移不斷提升其能力，而人類則需要善加利用這些能力，並在重新改造其業務時加以運用。隨著我們重新定義工作與工作流程，人類的雄心壯志、創造力和獨創性將持續創造新的經濟價值和機會。

因此，一個新的組織藍圖正在浮現，它融合了機器智慧功能與人類判斷，建置出由 AI 操作但由人類主導的系統。就像工業革命和網際網路時代一樣，這種轉型需要數十年時間才能充分實現其承諾，並涉及廣泛的技術、社會和經濟變革。

為了協助領導者了解知識型工作的演變，Microsoft 分析了來自 31 個國家、31,000 名員工的問卷資料、LinkedIn 勞動市場趨勢，以及數兆個來自 Microsoft 365 的生產力訊

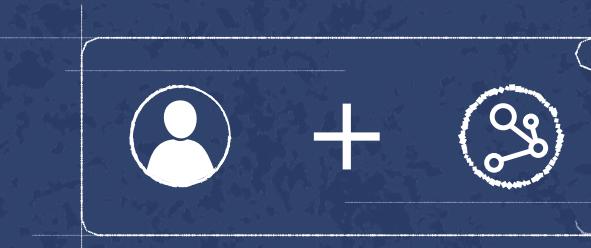
號。我們還與 AI 原生的新創公司、學術人員、經濟學家、科學家和思想領袖進行對談，以探討未來工作可能的發展方向。這些資料與見解顯示，一種全新組織形態的興起，即**新領域公司**，它與我們今天所熟知的組織有顯著的不同。這些公司以隨需提供的智慧功能為結構，由人類搭配 AI 代理程式的「混合式」團隊驅動，可以快速調整規模、靈活運作，並更快創造價值。

新領域公司已經開始成型，我們預計在未來 2 到 5 年內，所有組織都將開始邁向成為新領域公司的旅程。**82%** 的領導者表示，這是重新思考策略和營運重要層面關鍵的一年，**81%** 的領導者表示，他們預計 AI 代理程式將在未來 12 到 18 個月內適度或廣泛納入公司的 AI 策略。採用率正在快速增長：**24%** 的領導者表示，他們的公司已在整個組織部署了 AI，而只有 **12%** 的公司仍然處於試行模式。

現在該是時候採取行動了。每個領導者和員工的問題都是：您將如何採用？

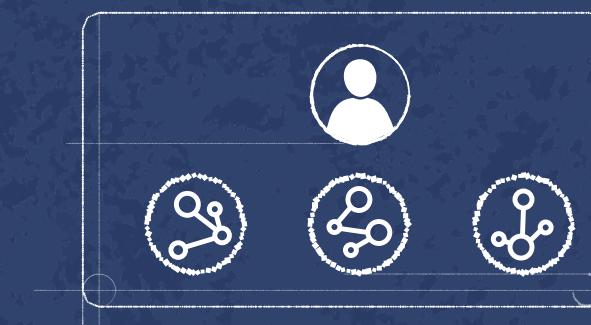
# 邁向新領域公司的旅程

每個組織的 AI 轉型看起來都不同，但以下是我們看到它如何隨著時間推移而發展的方式。



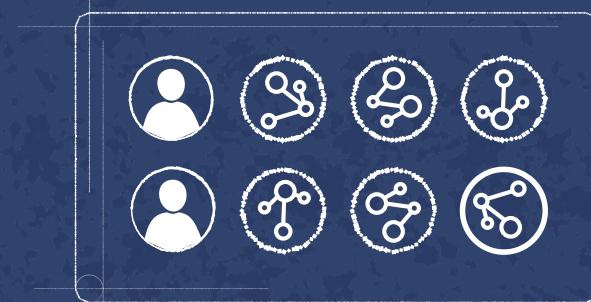
## 第 1 階段 有助理的人類

每位員工都有一個 AI 助理，協助他們以更好且更快的方式工作



## 第 2 階段 人機團隊

代理程式以「數位同事」身分加入團隊，在人類指導下承擔特定任務



## 第 3 階段 由人類主導、代理程式操作

人類設定方向，而代理程式執行商務程序和工作流程，並根據需要進行檢查

# 新領域公司， 一個詞彙表

了解嶄新工作世界的新術語。

**代理程式：**AI 支援的系統，可自主推理、規劃及採取行動，以完成工作或整個工作流程，在關鍵時刻需要人為監督。

**代理程式的上司：**一或多個代理程式的人類主管。

**產能差距：**企業需求與僅憑人類自身最大能力之間的差距。

**數位勞動力：**可以隨需購買的 AI 或代理程式，可用來擴展員工產能。

**新領域公司：**由隨時可取得的智慧功能及人機團隊所驅動，並為所有人創造新角色的公司：代理程式的上司。

**人機比例：**一種新的商業指標，用於最佳化人類監督與代理程式效率並在人工智慧與人機團隊中取得平衡。

**智慧功能資源：**一個專門負責在組織層級管理數位勞動力的職能 — 可以將其視為 IT 和人力資源的結合體。

**工作圖表：**新一代組織架構，將不再以職能專業為核心，而是圍繞需要完成的工作來進行結構設計。

# 1 您可以隨時取得智慧功能

數十年來，智慧功能一直是商業中最有價值且有限的資產，受限於人類的時間、精力和成本。這種情況正在改變。智慧功能正成為一種必需的耐用消費品：豐富、經濟實惠，可隨需提供。隨著 AI 和代理程式的崛起，能夠推理、規劃並做為數位勞動力，公司可以視需求調整產能。已有 **82%** 的領導者表示，他們有信心在未來 12 到 18 個月內將利用數位勞動力來擴充員工產能。

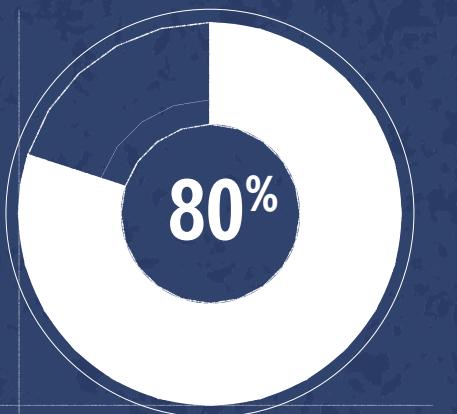
隨著經濟與股東壓力的增加，數位勞動力為企業提供了一個新的成長槓桿 — 它有助於將企業需求與人類能持續提供成果之間日益擴大的差距縮小。

我們的資料顯示產能缺口：**53%** 的領導者表示，生產力必須提高，但 **80%** 的全球勞動力（包括員工和領導者）表示，他們沒有足夠的時間和精力進行他們的工作。

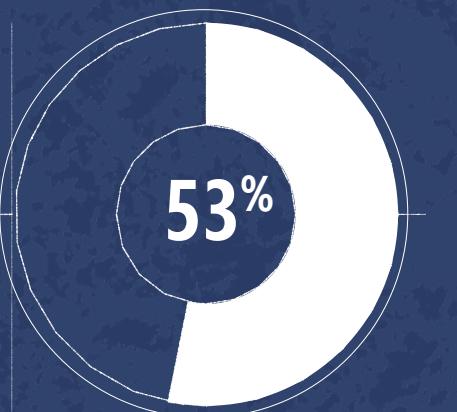
遙測資料顯示：在 9 點到 5 點的工作時間內，員工每 2 分鐘被會議、電子郵件或提示 (ping) 打斷一次。若將核心工時以外的活動也納入考量，平均每天中斷次數高達 **275** 次。**60%** 的會議是臨時召開，而不是事先排定。在會議前的最後 10 分鐘，PowerPoint 中的編輯率峰值達到 **122%**。

在 9 點到 5 點的工作時間以外的聊天較去年同期上升了 **15%**，現在有 **58** 封郵件在上班時間之前或之後到達。此外，由於跨時區工作的情況變多，晚上 8 點之後的會議也較去年同期上升了 **16%**。難怪將近一半的員工 (**48%**)，以及超過一半的領導者 (**52%**) 表示，他們的工作感覺混亂且支離破碎。<sup>1</sup>

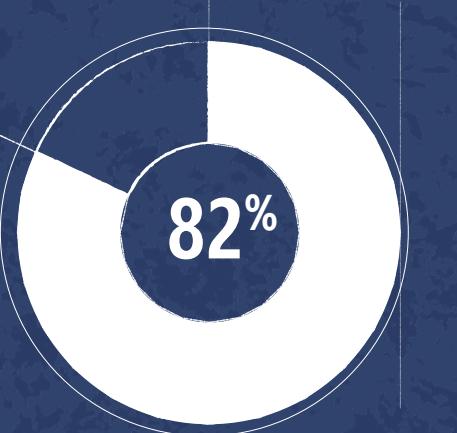
AI 確實帶來了實質的生產力提升，但這還不夠。企業運作的速度仍然超前於我們目前的工作方式。為了跟上腳步，公司不僅需要將 AI 納入現有工作流程，還必須重新思考知識型工作的本質。這必須從區分「知識工作者」與「知識型工作」開始。人類具備獨一無二的創造力、判斷力與建立連結的能力，並不是為了整天回覆電子郵件而存在。就像 Word 和 Excel 重塑了我們工作方式一樣，代理程式也會帶來轉變。過去我們會說：「我傳送電子郵件」、「我撰寫文件」、「我建立樞紐分析表」，而不久的將來，我們將會說：「我建立並管理代理程式」。這場轉變將像網際網路和行動裝置時代一樣影響深遠，徹底重新定義我們的工作內容，並消除那些讓我們疲憊不堪的繁瑣事務。



的全球勞動力（員工和領導者）  
表示，他們缺乏充分的時間或精力處理其工作



的領導者表示需要提高生產力



的領導者期望使用代理程式來滿足對更多員工產能的需求

## 隨時可用的智慧功能填補了產能缺口

領導者和員工都已達到極限，但商務需求仍繼續攀升。許多人將代理程式視為往前邁進的道路。

### 問卷問題：

在過去一年中，您在工作中是否曾在以下方面覺得困難？請說明您同意或不同意的程度。（表示同意的受訪者比例）

您認為員工的生產力在多大程度上能滿足業務需求？（表示員工必須至少適度提高生產力的受訪者比例）

現在，讓我們來探討在接下來的 12 到 18 個月內，AI 代理程式將如何影響您的員工組成與業務程序。您對貴組織運用 AI 代理程式做為數位團隊成員來擴展員工產能的能力，有多大的信心？（選擇「中等信心」以上的受訪者比例）

<sup>1</sup> 有 30% 的會議橫跨多個時區，且此比例自 2021 年以來持續上升，已增加了 8 個百分點。如需完整的 Microsoft 365 遙測資料出處，請參閱本報告結尾的研究方法章節。

# 業務需求 超過人力

如今的工作已經超出單靠人  
力所能負荷的程度，讓員工無  
法專注於推動成長與創新的  
高價值任務。

275

員工每天因會議、電子郵件  
或聊天而中斷的平均次數 — 在核心工作時間每  
2分鐘中斷一次

122%

相較於前 3 小時，在會議  
前 10 分鐘 PowerPoint  
的編輯次數增加

60%

臨時召開的會議所  
佔比例

58

每日在標準 9 點到 5 點的  
工作時間以外所傳送的聊  
天訊息數量 — 較去年同期  
上升了 15%

新領域公司<sup>2</sup>正在展現未來的可能性，這五項特質使它們與眾不同：全組織 AI 部署、進階 AI 成熟度、目前代理程式使用情況、預計代理程式使用情況，以及代理程式是實現 AI ROI 關鍵的信念。在我們涵蓋的 31,000 名受訪者中，有 844 名員工任職於符合此標準的公司。雖然這些是最早期的採用者，但他們所展現的方向正是未來的趨勢。

1. 71% 的新領域公司員工表示，他們的公司正在蓬勃發展，而全球只有 37% 的員工持相同看法。
2. 55% 的員工表示他們可以承擔更多工作（相比之下，全球只有 20% 員工如此認為）— 而且他們更有可能表示有機會從事有意義的工作（90% 與全球 73%）。
3. 新領域公司的員工表示，他們對未來工作機會抱有更高的樂觀態度（93% 與全球 77%），而且不太擔心 AI 會取代他們的工作（21% 與全球 38%）。

從全球企業到小型企業，AI 是擴展的引擎。我們與一位創業者交談，他正在經營一家 AI 支援的人力資源公司，預計今年將賺取 200 萬美元。預計 Dow 在第一年將通過一個能夠標記錯誤收費的供應鏈代理程式，可節省數百萬美元。此外，擁有五人新創公司的 ICG，從建築模擬到市場研究，都使用 AI，將利潤提高了 20%。一名創業家甚至告訴我們，多虧有了單一的 AI 工具，他們無需財務長即可執行預算和預測等核心功能。

此項轉變是多面向的 — 隨著技術在企業和社會中擴散，每個產業和角色的演變方式將各有不同。正如網際網路時代創造了數十億個新知識型工作（從社交媒體經理到 UX 設計師）一樣，AI 時代已經有新角色崛起，未來還會有更多新角色出現。

將近一半的領導者（45%）表示，在未來 12 到 18 個月內，以數位勞動力擴充團隊能力是首要之務，其次是提升現有員工技能（47%）。在某些職務中，下一個新員工可能不是一個人，而是數位同事。雖然有三分之一的領導者（33%）在考慮減少員工數量，但我們也看到新角色出現。<sup>3</sup>

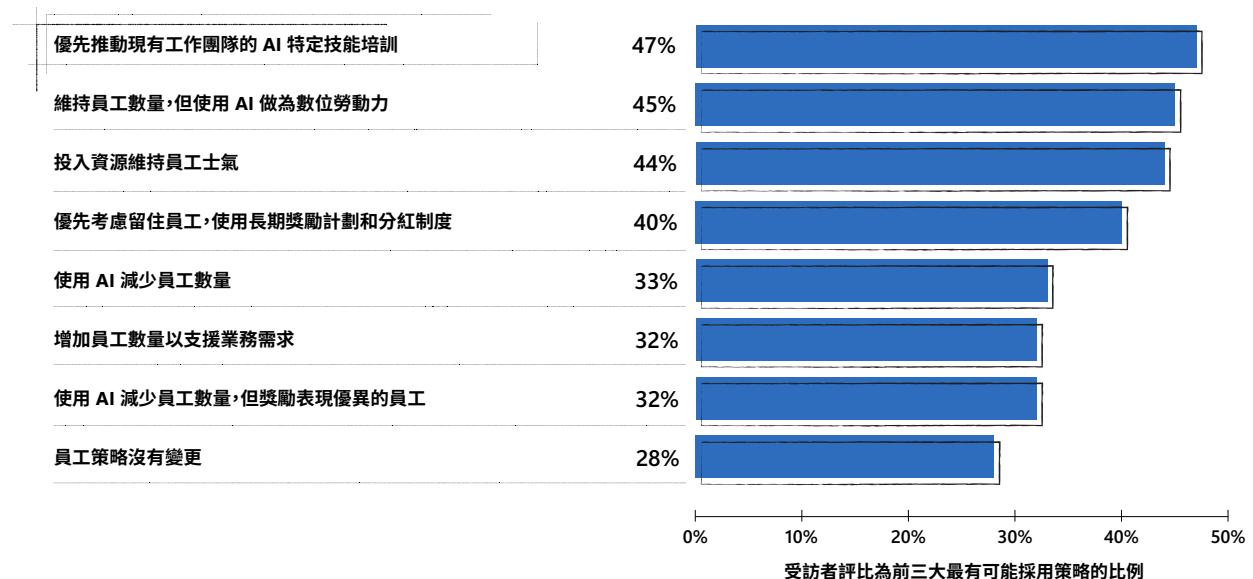
78% 的領導者正在考慮招聘專門的 AI 角色來為未來做好準備，而在新領域公司中，該比例攀升至 95%。目前

考慮招聘的主要角色包括 AI 訓練師、資料專家、安全專家、AI 代理程式專家、ROI 分析師，以及在行銷、財務、客服和顧問領域的 AI 策略師。<sup>4</sup>

在 LinkedIn 上，最具影響力的新創公司員工人數較去年同期增長了 20.6% — 幾乎是大型科技公司增長速度的兩倍（+10.6%）。<sup>5</sup>許多這些人才正在從大型科技公司流向新創公司，這顯示出一個更深層次的變革，即創新和機會的崛起。隨著現有企業適應且挑戰者擴展，正如我們在網路泡沫時期所看到的那樣，人才和競爭的規則正在即時重寫。訊息相當明確：適應變革，否則將面臨遭到淘汰的風險。

## AI 技能培訓與數位勞動力 是目前最重要的員工策略

也考慮到如何留住頂尖人才，同時減少員工數量。



### 問卷問題：

在思考 AI 和代理程式在員工及人才管理中的角色時，您的團隊或組織在接下來的 12 到 18 個月內正在考慮哪些策略？

<sup>2</sup> 根據定義，新領域公司的員工是那些在具備全組織 AI 部署、在六項 AI 成熟度指數獲得高分（包含步調、心態、投資、採用率和 ROI）公司任職的員工；這些公司積極使用代理程式，有中等或廣泛的代理程式整合計劃，並且認為代理程式是實現 ROI 的關鍵。結果在  $p < 0.0001$  時具有統計意義。

<sup>3</sup> 資料反映三大員工策略，領導者表示他們的組織將在未來 12 到 18 個月內考慮採用。

<sup>4</sup> 目前考慮招聘的十大角色包括 AI 訓練師（32%）、AI 資料專家（32%）、AI 安全性專家（31%）、AI 代理程式專家（30%）、AI ROI 分析師（29%）、AI 媒體與內容經理（29%）、AI 財務策略師（28%）、AI 客戶成功主管（28%）、AI 商務程序顧問（28%）以及 AI 長（27%）。

<sup>5</sup> 引用資料已包含在本報告結尾的研究方法章節中。

# 新領域公司興起

這些具前瞻性的公司已經開始利用 AI 和代理程式來獲得競爭優勢。

## Accenture

這家專業服務公司開發了一個代理程式，協助其客戶自動化並簡化逾期付款流程 — **加速催收並提高利潤。**

## Estée Lauder 公司

這家全球美容公司開發了一個代理程式，用來識別並整合消費者深入解析。團隊現在無須透過分散的報告和無止盡的來回篩選，即可**立即提取可採取行動的情報。**

## Bayer

在代理程式的協助下，Bayer' s Crop Science 研發團隊**每週可節省高達 6 小時**，從而加快產品開發速度，並推動農業創新。

## Holland America Line

新的代理程式會立即以對話方式提供實用的解答來回應該郵輪公司的顧客。它現在一星期處理數以千計的對話。

## Dow

這家全球材料科學公司正在部署代理程式，以發掘隱藏的損失並最佳化出貨作業。在系統完全擴展規模後，Dow 預期在物流費率和計費方面可提高準確性，而第一年將節省**數百萬美元**。

## Wells Fargo

為了協助其員工尋找協助顧客所需的資訊，該金融服務業公司為 4,000 家分行的 35,000 名銀行家建立了代理程式。現在，**75%** 的搜尋都透過代理程式進行，將查詢回應時間從 10 分鐘縮短為 **30 秒**。

# 2 人機團隊將顛覆組織架構圖

到目前為止，許多公司都是圍繞著金融、行銷和工程等孤立的職能領域專業知識所打造。但是，憑藉隨需的專業知識，傳統的組織圖可能會被**工作圖表**取代，這是一種動態、結果導向的模型，團隊的形成是圍繞著目標（而不是職能），由代理程式推動，擴大員工範圍，實現更快速、更具影響力的工作方式。

這反映我們在電影製作中所看到的模式，為專案組成量身打造的團隊，一旦工作完成後隨即解散。有了代理程式做為研究助理、分析師或創意合作夥伴，公司就可以隨需成立精簡、高影響力的團隊，並可以在適當的時間獲得適當的人才和專業知識 — 不需要重組。

Supergood 是一家 AI 優先的廣告代理商，團隊結構更扁平、運作更快速、更靈活，這要歸功於讓每位員工能夠隨時取得數十年策略性廣告的平台。<sup>6</sup>共同創辦人暨策略長 Mike Barrett 表示：「每次簡報不需要都動用策略師。Supergood 的每個人都能透過我們的平台獲得專業知識。」哈佛最近的一項研究證實了該經驗，發現 AI 有助於打破孤島：研發團隊創造更具商業價值的成果，而業務團隊則開發更多技術解決方案。

將近半數的領導者（46%）表示，他們的公司正在使用代理程式將工作流程或程序完全自動化，但並非每個職能都會以相同速度（或相同程度）演進。在某些職能中，代理程式將能全程處理大多數工作，只需要對高風險或細緻的決策進行監督。其他職能，尤其是涉及判斷、同理心或創意思維的職能，可能更依賴人類。舉個例子，我們與一家消費品公司交談過，該公司正在將 AI 投資優先集中在離其競爭優勢最遠的職能上，透過自動化日常營運，同時在最關鍵的地方保留人力價值。

在我們的調查中，全球領導者將**客戶服務**、行銷和**產品開發**列為未來 12 到 18 個月內加速 AI 投資的三大領域。而在新領域公司的員工中，相較於非新領域公司的員工，更有可能將 AI 應用到以下工作中：**行銷**（73% 與全球 55%）、**客戶成功**（66% 與全球 44%）、**內部溝通**（68% 與全球 46%），以及**資料科學**（72% 與全球 54%）。這些是可擴展智慧進展最快的職能，也是工作圖表悄然扎根的所在之處。

為了讓這些人機團隊發揮最大影響力，組織需要新的指標：**人機比例**。領導者必須提出兩個關鍵問題：需要多少個代理程式角色和工作？需要多少人類來指引他們？例如，哈佛研究<sup>7</sup>發現，擁有 AI 的個人表現優於沒有 AI 的團隊，但在最高品質的工作方面，擁有 AI 的團隊則超越所有人。在一個 AI 充分發揮新專業知識的世界中，領導者也需要勇氣去信任員工，讓他們超越傳統角色，不斷成長。

## 調整人機比例

當領導者組織人機團隊時，他們需要針對每個角色、函式或專案取得正確的平衡，以確保方程式兩側的最佳表現。



**每個人的代理程式過少**  
未充分利用代理程式和人力資源，留下未被利用的潛在效率。



**每個人的代理程式過多**  
超出人類在判斷與決策能力上的負荷，帶來業務風險並可能導致員工倦怠。



**最佳平衡**  
代理程式可以提升工作效率和創新，而人類則提供健全的指引與監督。

<sup>6</sup>該公司起源於一家名為 Supernatural AI 的機構。

<sup>7</sup>Fabrizio Dell'Acqua 等人，《The Cybernetic Teammate: A Field Experiment on Generative AI Reshaping Teamwork and Expertise》，哈佛商學院工作論文第 24-070 號（2024 年 4 月 4 日）

那麼，何時一定要讓人類參與其中呢？經濟學家和 AI 專家 Daniel Susskind 假設<sup>8</sup>，即使 AI 能力擴展，人類的工作仍將持續存在，因為有以下三項限制：讓 AI 和人類協同工作可以更有效率，並考慮人類喜好和道德判斷。例如，在物流方面，AI 可以最佳化配送路線，但人類調度員仍然管理現實中的突發狀況 — 讓 AI 將資源集中於大規模運作，而非處理例外狀況。在財務方面，AI 可以建立風險模型，但客戶可能仍然偏好值得信賴的顧問來指導重大決策。律師可能會使用 AI 來總結判例法，但高風險談判往往需要人類判斷，不僅因為其複雜性，還因為社會期望人們為後果負責。

我們的資料反映其中一些人類喜好。當被問及為何選擇使用 AI 而非尋求同事幫助時，員工提到的主要原因是隨時隨地可用（42%）、機器速度和品質（30%），以及隨時可取得的無限創意（28%）— 這些都是人類無法提供的。值得注意的是，使用 AI 來避免人類的某些特徵（例如不耐煩、需要解釋或依賴判斷）的選項排名最低。這表示，人們偏好使用 AI 不是為了取代人類所提供的價值，而是為了增強這些價值。

員工心態也很重要。數位同事不僅是工具，他們是隊友，能夠主動採取行動、管理專案並即時適應。今天，勞動力呈現分裂狀態。當他們被問到如何看待 AI 時，52% 的受訪者表示，他們將其視為命令型工具，透過直接、簡單的命令來完成工作。46% 的受訪者表示，他們將 AI 視為思維夥伴，透過對話交流來挑戰他們的思維、集思廣益或激發創造力。其餘 2% 的受訪者表示沒有想法。

為了與智慧代理程式有效合作，所有員工都需要秉持思維合作夥伴心態並培養相關技能：學會與 AI 一起反覆試驗、了解何時應將工作指派給 AI、在提示時提供脈絡和意圖、修正輸出內容而非接受初稿、辨識推理薄弱或存在缺口的情況，以及知道何時應該反駁、引導對話或計劃。最大的受益將來自重新思考工作流程、改進判斷，以及全面提高工作品質。

「隨著 AI 民主化地提供專業知識和智慧功能，我們將見證『智慧資源部門』(Intelligence Resources) 興起 — 就如同人力資源 (HR) 和資訊科技 (IT) 曾演變為核心職能一樣。」這些新部門對於管理人類和 AI 代理程式之間的相互作用至關重要，成為 AI 驅動企業競爭優勢的關鍵來源。」

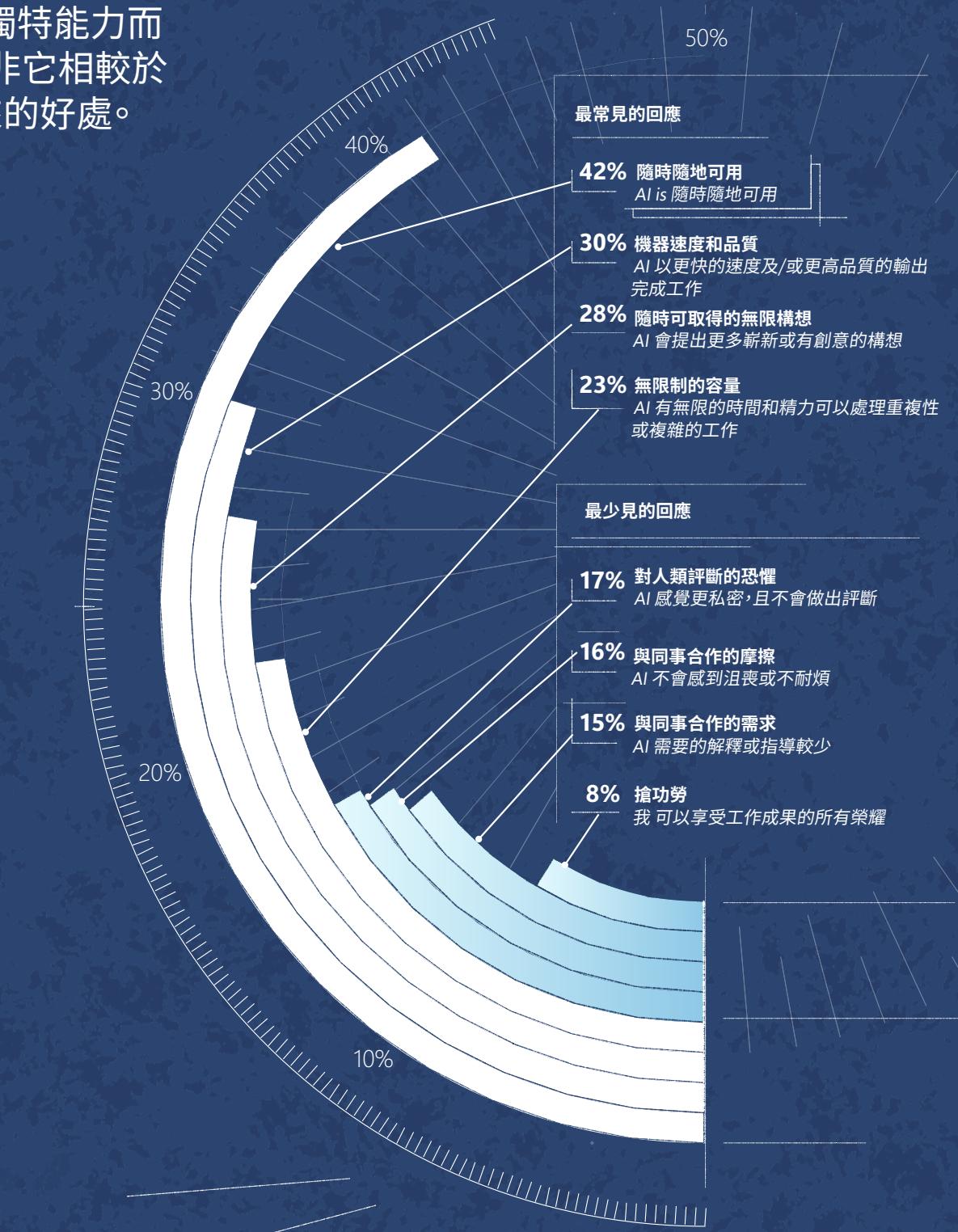
— Harvard 數位、資料和設計學院主席 Karim R. Lakhani,

「這是一種心態轉變。」我們天生習慣以特定方式使用技術 — 看到搜尋方塊時，我們就假設是在使用搜尋引擎。當我們意識到它不是工具，而是一個新的團隊成員時，就是釋放潛力的時刻。」

— Conor Grennan, 紐約大學史登商學院 (NYU Stern School of Business) 首席 AI 架構師

# 員工轉向人工智慧，尋找人類無法提供的東西

回應顯示，人們更多是因為 AI 的獨特能力而使用它，而非它相較於同事所帶來的好處。



<sup>8</sup> Daniel Susskind, 《What Will Remain for People to Do?》, 25-08 Knight First Amend.Inst.(2025 年 4 月 7 日)

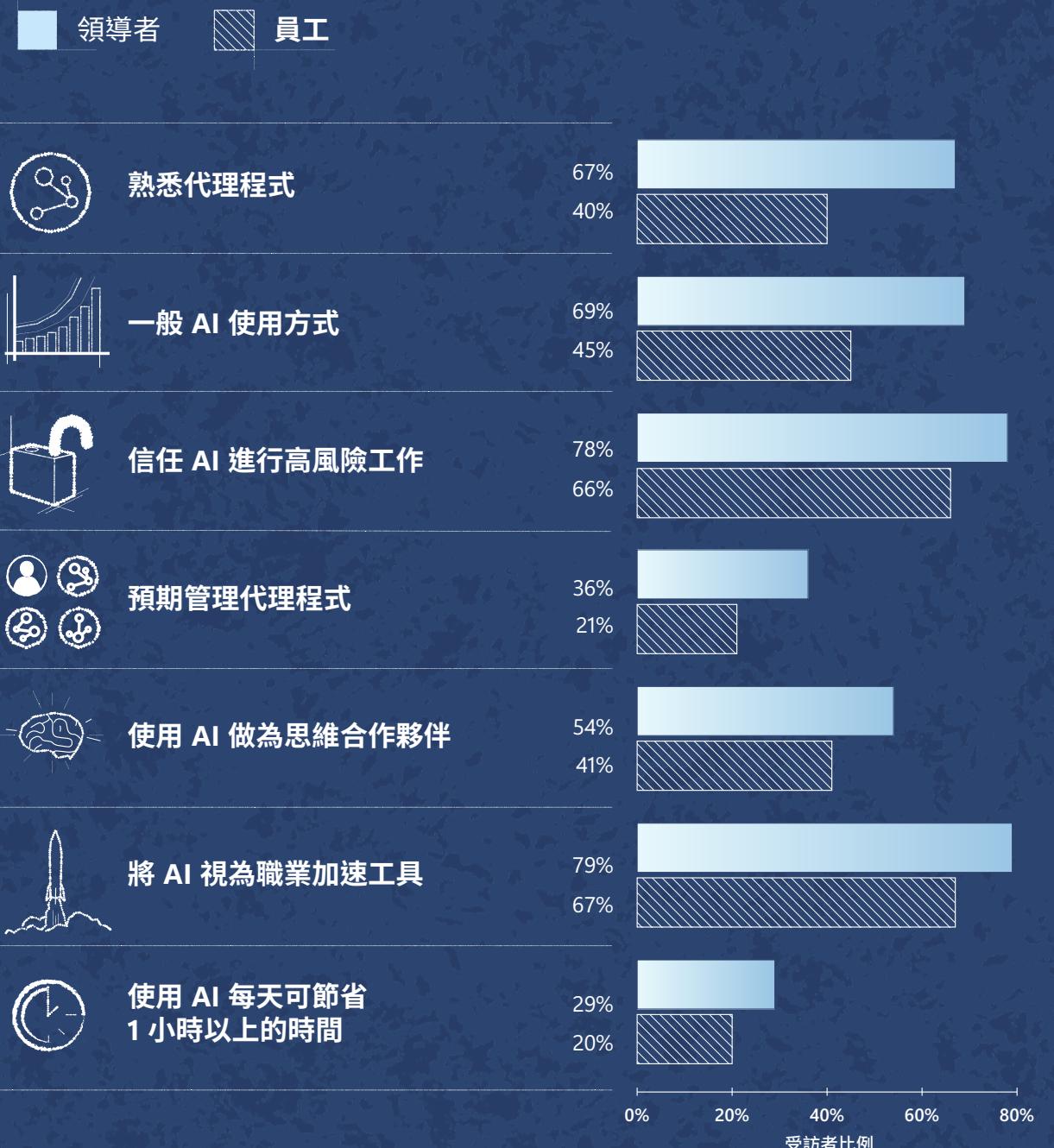
# 3 每個員工都變成代理程式的上司

隨著代理程式越來越常加入工作團隊，我們將看到**代理程式上司的崛起**：建置、指派和管理代理程式以擴大影響力的人 — 在 AI 時代更聰明地工作、更快速地擴展，並掌控其職業生涯。從董事會到前線，每個背景工作角色都需要像由代理程式驅動的創業公司的 CEO 一樣思考，指導由代理程式組成的團隊，這些團隊具有研究和資料分析等特殊技能。對於準備擴展視野的人，這將是職業加速工具，但資料顯示，領導者的進展領先於員工。<sup>9</sup>填補此差距需要的不僅是存取能力；還需要培訓、監督，以及一種全新的工作方式 — 這是領導者必須協助塑造的。

已有 **28%** 的主管考慮僱用 AI 勞動力主管來帶領由員工和代理程式組成的混合式團隊，還有 **32%** 的主管計劃在未來 12 到 18 個月內僱用 AI 代理程式專家來設計、開發和最佳化他們。<sup>9</sup>他們預期其團隊將在五年內利用 AI 重新設計商務程序 (**38%**)、建置多代理程式系統以自動化複雜工作 (**42%**)、培訓代理程式 (**41%**) 和管理代理程式 (**36%**)。

## 爭相成為代理程式的上司

我們使用七項指標來確定誰具有代理程式上司的心態。領導者在每一項指標上都處於領先地位。



### 問卷問題：

您有多熟悉 AI 代理程式的概念？(選取「至少熟悉代理程式」的受訪者比例)

您在工作上使用生成式人工智慧 (AI) 的頻率為何？(至少一星期使用 AI 數次的受訪者比例)

「我信任 AI 能協助我完成最重要的工作」(同意此聲明的受訪者比例)

在接下來的五年內，您認為下列何者可能成為您工作範圍或團隊範圍的一部分？(選取活動的受訪者比例)

與 AI 互動時，下列何者最能描述您大多數情況下的互動方式？(選擇將 AI 視為思維合作夥伴的受訪者比例)

「AI 可以協助加速我的職業生涯」(同意此聲明的受訪者比例)

請估算您每天在工作中使用生成式人工智慧 (AI) 可節省多少時間？(選擇節省時間一小時或一小時以上的受訪者比例)

<sup>9</sup> 問卷問題指出：「AI 將徹底改變企業營運模式。在接下來的 12 到 18 個月內，貴公司正在考慮增設哪些新職位或職責，以善用 AI 並為未來做好準備？」

去年，員工引領了 AI 浪潮。今年，情勢已經逆轉。我們使用七項指標來找出具備「代理程式上司思維」的人員—從對代理程式的熟悉度、定期使用 AI、節省時間的情況、信任程度，到認為 AI 能加速職涯發展的信念。領導者在每一項指標上都處於領先地位。**67%** 的領導者熟悉或非常熟悉代理程式，相較之下，只有 **40%** 的員工具備相同的熟悉度。領導者更有可能預期在未來五年內，代理程式管理將成為其職責的一部分，並且他們已經開始看到回報—將近三分之一的人表示，AI 每天為他們節省超過一小時的時間。最重要的是，**79%** 的領導者認為 AI 將加速他們的職業生涯，相較之下，只有 **67%** 的員工如此認為。

差距何在？我們預期這是因為領導者首先感受到制定 AI 策略的壓力，並且他們是第一批被要求負責使其成功的人。他們看到未來的發展趨勢，知道不能再等待。管理 AI 系統也能發揮其優勢：委派、指導，並視需要介入。正如一位 Microsoft 研究人員所言：「與智慧代理程式合作就像是為新的團隊成員進行入職培訓—您不會進行微管理，但需要有知情的信任。」

這種轉變不會止於高層。隨著代理程式成為日常工作的一部分，各層級和各職能的角色將會發生變化。今天，在 LinkedIn 全球僱用的員工中，有超過 **10%** 的人擁有在 2000 年不存在的職稱。LinkedIn 預計到了 2030 年，目前大多數工作所使用的 **70%** 技能將改變，AI 將成為催化劑。

對於初入職場的員工來說，這個影響可能會很深遠。我們研究中的一家新創公司跳過了僱用 CMO，而是讓一位初級行銷人員使用 AI 來執行全方位的行銷活動。在新領域公司，即使是基層員工從第一天開始也是管理者，因為他們正在管理 AI。此外，**83%** 的全球領導者表示，AI 將能讓員工在職業生涯的早期進行更複雜的策略性工作。

今天投資人工智能技能的組織與行業將成為明日的領導者。AI 不僅為人們的工作提供了新的工具，也提供了新的方法來協助人們學習幾乎所有東西。事實上，我們的研究顯示，人們選擇使用 AI 而非尋求同事幫助的其中一個主要原因是，為了掌握新技能。今天，不用電腦工作是難以想像的；未來，我們將對 AI 產生同樣的感覺—每位員工將像每天使用筆記型電腦、智慧型手機或網際網路一樣，本能地使用 AI。

準備下一步不再是選擇性的。這項轉變需要誠實的對話、具意圖的溝通，以及真正投入在重新培訓技能上。最具有前瞻性的領導者看到他們的關鍵角色：

- 1. 47%** 的領導者將提升現有員工技能列為未來 12 到 18 個月內的主要勞動力策略。
- 2. 51%** 的主管指出 AI 訓練或技能提升將成為其團隊五年內的主要責任。
- 3. 35%** 的主管正在考慮在未來 12 到 18 個月內僱用 AI 培訓師，以指導員工採用 AI。

這項轉變正發生在多重因素交織之際—從經濟不確定性到自動化，這些因素正在減緩招聘速度並使競爭更加激烈。**52%** 的員工和 **57%** 的領導者表示，在其產業中，工作保障已不再是理所當然的事。而且市場處於停滯狀態，**81%** 的員工在過去一年內沒有換過工作。

在不確定性的干擾下，有一個訊號非常明顯：根據 LinkedIn，AI 素養已成為 2025 年最搶手的技能。人類的優勢也不斷提升，例如衝突緩解、適應能力、程序自動化和創新思維—這表示未來會屬於那些能將深度 AI 能力與機器無法複製的技能結合的人。

2025 年將被記錄為「新領域公司誕生的一年」—那是公司不再僅僅試驗 AI，而是開始圍繞 AI 進行重建的時刻。就像上一代的數位原生公司一樣，他們理解將無可取代的人類洞察力與 AI 及代理程式相互結合，將能釋放超凡的價值。

這項轉型已在進行中。組織圖正在轉變。勞動市場正在進化中。新創公司正在興起。有些職位正在演變，而另有些職位—在一年前甚至未曾出現的職位—現在正被發佈並且已經有人填補。想像一下，在網際網路改變一切之前，您就已經知道今天所知道的所有資訊。這就是我們在 AI 時代所處的現狀。知識就是力量，擁有它的人能夠在這個時刻引領變革。問題不在於 AI 是否會重塑工作，而是我們願意多快與它攜手前進。

「如果您有人才問題，那您也將面臨 AI 問題。」隨著多代理程式系統重新定義工作場所，挑戰將是安全且有效地整合和管理它們。能夠有效使其員工具備能力的公司將會脫穎而出—打破公司內的孤島、促進協作，並確保整個組織朝共同目標努力。」

— Amy Webb, Future Today Strategy Group (FTSG) 未來學家暨執行長」

# 前進的道路

現在是每一位領導者和員工採取果斷行動的時候。以下是開始著手的方法。

## 1. 僱用您的第一位數位員工。

AI 代理程式已準備好承擔一系列傳統上由人類完成的工作，從回答支援票證到草擬報告。首先定義清楚的角色，讓自動化增加價值，並像對待任何團隊成員一樣對待這些數位員工：為它們安排入職培訓，指派主責任務，並衡量其績效。這種轉變並不僅是在於效率，而是在於打造將人類創造力與 AI 獨特優勢混合在一起的勞動力。

## 2. 設定您的人機比例。AI 驅動的效率只是故事的一半。

同樣重要的是，投資於那些將推動未來發展的人。確定適用於完全自動化的程序，以及人類與 AI 協作能釋放巨大價值的過程。思考哪些情境中客戶期望有人性化的互動，以及在需要判斷力和關鍵決策的情況下，如何運用人類與代理人之間的最佳組合。

然後，讓它得以成真：建立明確期望，每位員工都應培養 AI 素養、分享學習經驗，並將其融入日常工作實務中；規劃員工在學習如何開發與管理代理程式的同時，持續提升技能；並打造持續學習之路，以因應人類與代理程式團隊重新塑造角色和優先要務的趨勢。

## 3. 快速擴展至全面規模

僅限試行階段的時代已經過去。真正的變革需要在組織的每個層面廣泛採用和啟動，從各個部門的資深領導者到前線員工。找出高需求領域，例如營運、客戶服務或財務，並確定 AI 可以創造可量化的影響力。這或許意味著提高收入、降低成本，或自動化那些與您競爭優勢無關的工作。當您發現價值時，請重新投資以更快速地擴大規模。調整 AI 規模不是技術挑戰，而是組織的挑戰。以對待任何全公司轉型同樣嚴謹的態度來推動這項變革。

# 資源指南

這些資源（來自 Microsoft 和其他資源）可以協助所有人加快 AI 和代理程式的採用、了解最新研究，並培養技能和習慣，以應對未來的轉變。

## 引領

協助您的團隊養成使用 AI 的習慣，並提升他們的提示技巧，利用 [Copilot 聊天的精彩使用旅程](#) (Microsoft)

使用 [AI 採用分數](#) 來追蹤關鍵採用和部署里程碑，這是衡量貴組織使用 Microsoft 365 Copilot 的簡單有效方法，並與類似組織進行比較。(Microsoft)

利用 Amy Webb 的 2025 年 [技術趨勢報告](#)，找出並跟上影響業務的最新技術趨勢。(Future Today Strategy Group)

訂閱 Jared Spataro 的「[工作中的 AI](#)」LinkedIn 電子報，旨在協助企業領導者解譯最新 AI 創新。(Microsoft)

## 了解

查看 Conor Grennan 的適合專業人員的 [生成式 AI 課程](#)，以了解有關技術的實用概觀，以及在工作中策略性實作 AI 的框架。(AI 心態)

探索 [商務用人工智慧課程](#)，協助您在行銷、財務、營運和客戶服務等職能中利用 AI。(LinkedIn)

檢閱這份對將近 800 名 P&G 員工進行的基礎研究，了解透過人機團隊邁向未來的巨大機會：[《The Cybernetic Teammate: A Field Experiment on Generative AI Reshaping Teamwork and Expertise》](#) (哈佛商學院)

閱讀 Daniel Susskind 的論文《[What Will Remain for People to Do?](#)》，深入了解人類如何繼續與 AI 合作，即使技術不斷進化亦然。(The Knight Institute)

訂閱 [WorkLab](#) 電子報，以取得可在工作上採取行動的 AI 指引，以及來自 Microsoft 的最新 Copilot 研究。(Microsoft)

## 請務必

參加 [生成式 AI 職業生涯基本知識課程](#)，學習實用、可擴展的 AI 技能，以領導（不只是使用）智慧型系統。(Microsoft 和 LinkedIn)

請前往 LinkedIn [關注如何提示](#)，日復一日地提高您的提示能力。(如何提示)

定期參加活動，例如 [Microsoft AI 技能節](#)，與 AI 專業人員一起了解新興趨勢和網路。(Microsoft)

透過 Ethan Mollick 的 [一件實用的事電子報](#) [掌握最新資訊](#)，這是有關 AI 最重要新聞和研究的重要資源。(一件實用的事)

# 方法

## AI 協作

本報告的每個步驟都是在與 AI 密切協作下所建立。Copilot 與 Copilot Studio 中建置的代理程式一起協助問卷製作以及資料和統計分析，故事建立、撰寫和編輯，對插圖和資料視覺效果進行創意開發等多項工作。所有 AI 產生的工作都由人類嚴格管理、審查和改進。

## 質性見解

我們與經濟學家、未來學者、科學家與學術界人士進行訪談，並訪談多位 Microsoft 客戶，以深入了解其目標、挑戰，以及 AI 採用的現況。我們還對跨產業和職能的 12 家 AI 原生新創公司進行了訪談，這些組織使用 AI 從根本上重塑工作完成方式、加快價值實現時間，以及建立全新的公司結構。這些見解是基於更廣泛的現有文獻回顧，並藉此深化對 AI 如何影響工作場所的理解。

## 問卷調查方法

工作趨勢指數問卷調查是由獨立研究公司 Edelman Data & Intelligence 在 2025 年 2 月 6 日至 2025 年 3 月 24 日間，對 31 個市場中 31,000 名全職僱員或自由知識工作者所進行的問卷調查。這份問卷調查為時 20 分鐘，在網路上進行，提供英文或翻譯成各市場的當地語言。每個市場有 1,000 名全職員工接受問卷調查，而且全球結果已彙總到所有作答中以提供平均數。在美國，另外在 9 個地區/大都市中收集了 2,800 名全職或自由知識工作者的範例。

## 接受問卷調查的全球市場包括

阿根廷、澳洲、巴西、加拿大、中國、哥倫比亞、捷克共和國、芬蘭、法國、德國、香港特別行政區、印度、印尼、義大利、日本、馬來西亞、墨西哥、荷蘭、紐西蘭、菲律賓、波蘭、新加坡、南韓、西班牙、瑞典、瑞士、台灣、泰國、英國、美國和越南。

接受問卷調查的美國子區域/大都市包括：亞特蘭大、奧斯丁、波士頓、華盛頓特區、休斯頓、紐約市、北卡萊羅納州、匹茲堡和舊金山灣區。

## 報告所提到的受眾定義如下：

- 知識工作者：**通常在辦公桌前工作的人（無論是在辦公室或家中）。此群組包括現場辦公或在某種程度上遠端辦公的人。
- 領導者：**中高階職等的知識工作者（例如資深副總裁、副總裁、資深總監、總經理、執行副總裁、高層主管、總裁等），至少對僱用、預算、員工福利、內部通訊、營運等具有決策性影響。
- 員工：**非中高階職等的知識工作者，或對招募、預算、員工福利、內部通訊、營運等相關方面無影響力的職位。
- 主管：**管理團隊或一組員工的知識工作者。主管可以是業務決策者，也可以是非業務決策者。
- 新領域公司：**這些領導者表示，他們的公司已在全組織範圍內部署 AI，並認為公司在積極投資 AI 方面處於領先地位，且正評估這些投資的 ROI。他們表示，已經從實作 AI 看到了一些 ROI，並且認為它對一個組織的長期成功而言至關重要。他們相信代理程式是實現公司 AI 投資回報的關鍵。這些領導者表示，他們在目前使用代理程式或其他 AI 工具的組織工作，這些工具會將先前外包的技能集帶到公司內部，或是使用多代理程式系統進行協作，以達成目標或執行複雜的工作流程。他們的公司計劃在未來 12 到 18 個月內適度或廣泛地將代理程式納入其 AI 策略。

## Microsoft 365 遠測資料

所有資料都是基於彙總和匿名化的 Microsoft 365 生產力訊號，截至 2025 年 2 月 15 日為止。資料不包括教育方案 (Edu) 和歐盟 (EU) 的租用戶。

- 打斷次數：**員工在核心工作時間內每兩分鐘就會被會議、電子郵件或聊天打斷一次，一天共計 275 次。此數據是以每個唯一使用者每日收到的 ping（提示；例如會議邀請、電子郵件、聊天訊息）為單位，計算其 28 天的漸進總和。這個「兩分鐘」數據反映的是在 8 小時工作日內，平均每次提示（ping）之間的時間間隔。275 是以 24 小時全為基礎計算的數據。基於接收最多提示（ping）量的前 20% 使用者。
- 在會議前的最後 10 分鐘：**PowerPoint 中的編輯率峰值高達 122%。此數據是以每個與會者在會議前的固定時段內，進行 PowerPoint 檢視和編輯操作的 28 天漸進總和來計算。
- 臨時會議：**有 60% 的會議是未事先排定或臨時召開。基於每個使用者每個工作日的唯一會議數量的 28 天漸進總和所計算。代表按會議數量排序的前 20% 使用者。
- 非工作時間聊天：**在標準 9 點到 5 點的工作時間以外傳送的聊天訊息，較去年同期上升了 15%，目前每個使用者在非工作時間前後平均收到 58 則訊息。以每週一至週五 9 點到 5 點工作時間以外傳送的聊天訊息，計算其 28 天總和。
- 深夜會議與跨時區工作：**晚上 8 點之後開始的會議比去年增加了 16%，這主要是由於跨時區協作的增長所驅動。現在有 30% 的會議跨越多個時區，這個數字自 2021 年以來已上升 8 個百分點。以晚上 8 點到晚上 11:59 之間的會議做為 28 天漸進總並進行衡量，且按每個與會者的當地時間進行調整。

## LinkedIn 招募和與勞動力趨勢

LinkedIn 的「AI 新創公司人才趨勢分析」探討了 AI 新創公司中的全球勞動力和人才趨勢，並使用了從 PitchBook AI & ML 生態系統地圖中找出的公司樣本，此外還包括了知名的公司（「Big Tech」公司）。這些指標來自 LinkedIn 個人資料，擷取過去 12 個月的員工成長、AI 人才集中和人才流動情況。

- 指標：**員工成長：這是每家公司在 LinkedIn 上報告的過去 12 個月內員工人數變化的百分比。此指標反映招募動力和公司擴展。
- AI 人才比例：**一間公司中被歸類為 AI 人才的員工比例，定義為在 LinkedIn 個人資料中列出兩項以上 AI 相關技能的個人，或是職位名稱顯示為核心 AI 技術角色（例如，機器學習工程師、AI 研究員）的員工。
- 最多離職去向/最多招聘來源：**根據 LinkedIn 過去 12 個月的轉職資料，此指標可找出離職員工的最常前往哪些公司，以及新進員工最常來自哪些公司。這些流動突顯了整個生態系統中具有競爭力的動態和人才流動性。

# 附錄：關鍵全球趨勢

關鍵全球趨勢	依地區	依市場
<b>1. 您可以隨時取得智慧功能</b>		
82% 的領導者表示，這是重新思考核心策略和營運的關鍵一年。	北美洲: 78% 拉丁美洲: 88% 亞太地區: 85% 歐洲: 77%	北美洲 加拿大: 78% 美國: 79%
	亞太地區 澳洲: 78% 中國: 84% 香港: 78% 印度: -- 印尼: 97% 日本: 75% 馬來西亞: 89% 紐西蘭: 76% 菲律賓: 86% 新加坡: 85% 南韓: 77% 台灣: 88% 泰國: 93% 越南: 91%	拉丁美洲 阿根廷: 86% 巴西: 94% 哥倫比亞: 85% 墨西哥: 87%
	歐洲 捷克共和國: 71% 芬蘭: 72% 法國: 73% 德國: 77% 義大利: 83% 荷蘭: 73% 波蘭: 73% 西班牙: 88% 瑞典: 78% 瑞士: 80% 英國: 85%	歐洲
53% 的領導者表示，生產力必須提高，但 80% 的全球勞動力（包括員工和領導者）表示，他們沒有足夠的時間和精力進行他們的工作。	北美洲: 43%、72% 拉丁美洲: 44%、78% 亞太地區: 61%、84% 歐洲: 49%、75%	北美洲 加拿大: 39%、76% 美國: 46%、67%
	亞太地區 澳洲: 47%、79% 中國: 75%、89% 香港: 61%、86% 印度: -- 印尼: 63%、88% 日本: 67%、83% 馬來西亞: 61%、83% 紐西蘭: 59%、79% 菲律賓: 46%、81% 新加坡: 58%、81% 南韓: 65%、81% 台灣: 47%、90% 泰國: 75%、88% 越南: 67%、84%	拉丁美洲 阿根廷: 47%、79% 巴西: 40%、72% 哥倫比亞: 45%、80% 墨西哥: 42%、80%
	歐洲 捷克共和國: 46%、77% 芬蘭: 49%、78% 法國: 54%、76% 德國: 55%、77% 義大利: 42%、70% 荷蘭: 47%、76% 波蘭: 52%、70% 西班牙: 50%、76% 瑞典: 43%、77% 瑞士: 55%、80% 英國: 47%、74%	歐洲

關鍵全球趨勢	依地區	依市場
71% 的新領域公司員工表示，他們的公司正在蓬勃發展，其可能性是全球平均 (僅 37%) 的兩倍。	北美洲：更有可能表示他們的公司正在蓬勃發展。 拉丁美洲：更有可能表示他們的公司正在蓬勃發展。 亞太地區：表示公司正蓬勃發展的可能性高出兩倍 (73% 與 36%)。 歐洲：表示公司正蓬勃發展的可能性高出兩倍 (70% 與 35%)。	北美洲 加拿大：* 美國：* 亞太地區 澳洲：* 中國：更有可能表示他們的公司正在蓬勃發展 香港：* 印度：-- 印尼：表示公司正蓬勃發展的可能性高出兩倍 日本：* 馬來西亞：* 紐西蘭：* 菲律賓：* 新加坡：* 南韓：* 台灣：* 泰國：更有可能表示他們的公司正在蓬勃發展 越南：表示公司正蓬勃發展的可能性高出兩倍
55% 的新領域公司員工表示他們可以承擔更多工作 (相比之下，全球只有 20% 員工如此認為) — 而且他們更有可能表示有機會從事有意義的工作 (90% 與 73%)。	北美洲：表示自己能夠承擔更多工作的可能性高出兩倍 — 而且他們也更有可能表示有機會從事有意義的工作。 拉丁美洲：表示自己能夠承擔更多工作的可能性高出兩倍 — 而且他們也更有可能表示有機會從事有意義的工作。 亞太地區：表示自己能夠承擔更多工作的可能性高出兩倍以上 (58% 與 21%) — 而且他們也更有可能表示有機會從事有意義的工作 (92% 與 77%)。 歐洲：表示自己能夠承擔更多工作的可能性高出兩倍以上 (53% 與 18%) — 而且他們也更有可能表示有機會從事有意義的工作 (88% 與 67%)。	北美洲 加拿大：* 美國：* 歐洲 捷克共和國：* 芬蘭：* 法國：* 亞太地區 德國：* 義大利：* 荷蘭：* 波蘭：* 西班牙：* 瑞典：* 瑞士：* 英國：* 拉丁美洲 阿根廷：* 巴西：更有可能表示他們的公司正在蓬勃發展 中國：更有可能表示自己可以承擔更多工作，也更有可能表示有機會從事有意義的工作。 香港：* 印度：-- 印尼：表示自己可以承擔更多工作的可能性高出近三倍，也更有可能表示有機會從事有意義的工作。 日本：* 馬來西亞：* 紐西蘭：* 菲律賓：* 新加坡：* 南韓：* 台灣：* 泰國：表示自己可以承擔更多工作的可能性高出三倍以上 — 而且他們也更有可能表示有機會從事有意義的工作。 越南：表示自己可以承擔更多工作的可能性高出兩倍以上 — 而且他們也更有可能表示有機會從事有意義的工作。

關鍵全球趨勢	依地區	依市場	
82% 的領導者表示，他們有信心在未來 12 到 18 個月內將使用代理程式做為數位團隊成員來擴充員工產能。	北美洲：79% 拉丁美洲：89% 亞太地區：84% 歐洲：77%	北美洲 加拿大：76% 美國：82% 亞太地區 澳洲：75% 中國：85% 香港：76% 印度：-- 印尼：95% 日本：79% 馬來西亞：86% 紐西蘭：78% 菲律賓：89% 新加坡：82% 南韓：77% 台灣：82% 泰國：90% 越南：95%	拉丁美洲 阿根廷：86% 巴西：90% 哥倫比亞：90% 墨西哥：89% 歐洲 捷克共和國：68% 芬蘭：75% 法國：71% 德國：76% 義大利：79% 荷蘭：76% 波蘭：84% 西班牙：89% 瑞典：71% 瑞士：72% 英國：87%
將近一半的領導者 (45%) 表示，在未來 12 到 18 個月內，以數位勞動力擴充團隊能力是首要之務，其次是提升技能 (47%)。同時，有三分之一 (33%) 的領導者在考慮減少員工數量，這表示 AI 不僅改變了完成工作方式，也正在開始重塑執行者。	北美洲：45%、44%、32% 拉丁美洲：50%、51%、27% 亞太地區：43%、46%、35% 歐洲：45%、46%、33%	北美洲 加拿大：46%、42%、33% 美國：44%、46%、30% 亞太地區 澳洲：44%、40%、37% 中國：42%、47%、34% 香港：40%、43%、39% 印度：-- 印尼：52%、60%、26% 日本：48%、41%、30% 馬來西亞：44%、48%、36% 紐西蘭：44%、41%、36% 菲律賓：42%、44%、35% 新加坡：40%、47%、32% 南韓：44%、39%、33% 台灣：36%、45%、31% 泰國：39%、50%、38% 越南：45%、53%、38%	拉丁美洲 阿根廷：44%、46%、29% 巴西：59%、59%、20% 哥倫比亞：46%、48%、28% 墨西哥：51%、52%、33% 歐洲 捷克共和國：41%、41%、36% 芬蘭：42%、43%、30% 法國：48%、52%、33% 德國：44%、43%、36% 義大利：46%、49%、32% 荷蘭：44%、44%、33% 波蘭：46%、42%、29% 西班牙：53%、51%、31% 瑞典：45%、48%、30% 瑞士：40%、40%、38% 英國：46%、49%、31%
78% 的領導者表示，他們的公司正考慮新增以 AI 為重點的角色。	北美洲：71% 拉丁美洲：78% 亞太地區：82% 歐洲：74%	北美洲 加拿大：72% 美國：69% 亞太地區 澳洲：70% 中國：81% 香港：78% 印度：-- 印尼：95% 日本：65% 馬來西亞：84% 紐西蘭：74% 菲律賓：80% 新加坡：80% 南韓：79% 台灣：86% 泰國：93% 越南：91%	拉丁美洲 阿根廷：75% 巴西：89% 哥倫比亞：76% 墨西哥：73% 歐洲 捷克共和國：63% 芬蘭：71% 法國：67% 德國：79% 義大利：77% 荷蘭：76% 波蘭：69% 西班牙：74% 瑞典：79% 瑞士：74% 英國：82%

關鍵全球趨勢	依地區	依市場	
<b>2. 人機團隊將顛覆組織架構圖</b>			
46% 的領導者表示，他們的組織正在使用代理程式來全面自動化整個團隊或職能部門的工作流程或商務程序。	北美洲:34% 拉丁美洲:40% 亞太地區:53% 歐洲:43%	北美洲 加拿大:35% 美國:34%  亞太地區 澳洲:40% 中國:57% 香港:50% 印度:-- 印尼:59% 日本:43% 馬來西亞:51% 紐西蘭:47% 菲律賓:44% 新加坡:56% 南韓:48% 台灣:58% 泰國:68% 越南:65%	拉丁美洲 阿根廷:36% 巴西:45% 哥倫比亞:37% 墨西哥:41%  歐洲 捷克共和國:43% 芬蘭:39% 法國:35% 德國:49% 義大利:45% 荷蘭:36% 波蘭:33% 西班牙:45% 瑞典:44% 瑞士:52% 英國:46%
員工選擇使用 AI (而非尋求同事幫助) 的首要原因是因為 AI 可全天候 24 小時提供協助 (42%)，其次是工作速度和品質 (30%)，以及源源不絕的創意構想 (28%)。	北美洲:44%、26%、22% 拉丁美洲:47%、28%、31% 亞太地區:38%、31%、30% 歐洲:44%、28%、24%	北美洲 加拿大:44%、27%、21% 美國:44%、26%、24%  亞太地區 澳洲:39%、29%、25% 中國:19%、32%、26% 香港:37%、30%、23% 印度:-- 印尼:48%、28%、38% 日本:37%、33%、26% 馬來西亞:44%、35%、31% 紐西蘭:43%、31%、26% 菲律賓:44%、32%、29% 新加坡:39%、30%、27% 南韓:27%、33%、25% 台灣:32%、26%、27% 泰國:42%、36%、41% 越南:43%、28%、38%	拉丁美洲 阿根廷:47%、26%、28% 巴西:40%、31%、33% 哥倫比亞:50%、29%、34% 墨西哥:49%、24%、29%  歐洲 捷克共和國:51%、24%、23% 芬蘭:43%、27%、18% 法國:43%、27%、19% 德國:42%、32%、23% 義大利:37%、24%、25% 荷蘭:50%、29%、24% 波蘭:44%、26%、21% 西班牙:47%、31%、30% 瑞典:48%、28%、28% 瑞士:44%、29%、29% 英國:39%、30%、20%
46% 的員工將 AI 視為思維夥伴，52% 的員工將 AI 視為命令型工具。	北美洲:39%、59% 拉丁美洲:37%、60% 亞太地區:52%、47% 歐洲:41%、56%	北美洲 加拿大:40%、58% 美國:38%、60%  亞太地區 澳洲:40%、57% 中國:63%、36% 香港:52%、48% 印度:-- 印尼:66%、33% 日本:43%、52% 馬來西亞:48%、50% 紐西蘭:44%、53% 菲律賓:46%、53% 新加坡:47%、51% 南韓:45%、52% 台灣:56%、43% 泰國:56%、43% 越南:58%、42%	拉丁美洲 阿根廷:34%、64% 巴西:52%、47% 哥倫比亞:32%、65% 墨西哥:32%、65%  歐洲 捷克共和國:45%、53% 芬蘭:36%、61% 法國:39%、59% 德國:43%、54% 義大利:44%、54% 荷蘭:44%、53% 波蘭:30%、67% 西班牙:35%、63% 瑞典:45%、51% 瑞士:47%、51% 英國:43%、53%

關鍵全球趨勢	依地區	依市場	
<b>3. 每個員工都變成代理程式的上司</b>			
在五年內，領導者預期他們的團隊職責將涵蓋：以 AI 重新設計商務程序 (38%)、建置多代理程式系統以自動化複雜工作 (42%)、訓練代理程式 (41%)，以及管理代理程式 (36%)。	北美洲:33%、31%、35%、29% 拉丁美洲:36%、47%、42%、33% 亞太地區:42%、47%、44%、41% 歐洲:34%、36%、37%、32%	北美洲 加拿大:33%、28%、33%、29% 美國:33%、34%、37%、29%  亞太地區 澳洲:36%、37%、35%、32% 中國:38%、37%、39%、40% 香港:41%、41%、30%、33% 印度:-- 印尼:48%、63%、60%、58% 日本:28%、31%、33%、28% 馬來西亞:40%、46%、48%、44% 紐西蘭:38%、36%、42%、35% 菲律賓:46%、54%、48%、41% 新加坡:36%、46%、37%、39% 南韓:35%、39%、34%、38% 台灣:47%、54%、48%、45% 泰國:51%、51%、56%、46% 越南:50%、59%、54%、48%	拉丁美洲 阿根廷:32%、41%、37%、29% 巴西:41%、55%、43%、39% 哥倫比亞:35%、41%、43%、35% 墨西哥:36%、51%、45%、31%  歐洲 捷克共和國:30%、32%、37%、30% 芬蘭:34%、29%、37%、29% 法國:32%、35%、27%、27% 德國:42%、40%、42%、38% 義大利:32%、38%、35%、35% 荷蘭:35%、37%、34%、29% 波蘭:34%、36%、42%、30% 西班牙:31%、39%、37%、36% 瑞典:32%、34%、43%、33% 瑞士:36%、35%、35%、32% 英國:41%、43%、41%、38%
雖然 67% 的領導者熟悉或非常熟悉代理程式，但只有 40% 的員工表示持相同看法。	北美洲:57%、36% 拉丁美洲:62%、37% 亞太地區:74%、48% 歐洲:61%、32%	北美洲 加拿大:56%、36% 美國:57%、35%  亞太地區 澳洲:71%、31% 中國:83%、68% 香港:73%、58% 印度:-- 印尼:87%、56% 日本:60%、29% 馬來西亞:68%、39% 紐西蘭:70%、29% 菲律賓:60%、42% 新加坡:80%、41% 南韓:70%、32% 台灣:81%、60% 泰國:78%、53% 越南:82%、71%	拉丁美洲 阿根廷:59%、23% 巴西:75%、54% 哥倫比亞:53%、35% 墨西哥:60%、37%  歐洲 捷克共和國:57%、29% 芬蘭:55%、23% 法國:57%、27% 德國:73%、46% 義大利:69%、32% 荷蘭:47%、24% 波蘭:59%、30% 西班牙:63%、32% 瑞典:61%、32% 瑞士:65%、44% 英國:66%、34%
51% 的主管預期 AI 訓練或技能訓練將成為其團隊未來五年的主要責任。	北美洲:46% 拉丁美洲:59% 亞太地區:52% 歐洲:46%	北美洲 加拿大:44% 美國:49%  亞太地區 澳洲:46% 中國:41% 香港:50% 印度:-- 印尼:65% 日本:36% 馬來西亞:59% 紐西蘭:46% 菲律賓:55% 新加坡:51% 南韓:39% 台灣:53% 泰國:60% 越南:60%	拉丁美洲 阿根廷:55% 巴西:61% 哥倫比亞:64% 墨西哥:57%  歐洲 捷克共和國:46% 芬蘭:42% 法國:47% 德國:49% 義大利:47% 荷蘭:45% 波蘭:46% 西班牙:50% 瑞典:38% 瑞士:48% 英國:49%

(--) 其他國家的資料將會陸續公布。

\* 因為樣本量較小，因此無法提供資料點。



訂閱 WorkLab 電子報。

© Copyright Microsoft Corporation.版權所有,保留一切權利。