CES 2026 參訪報告

出國人員:國際策發部研究員王如蘭

日期:2026 年 1 月 3 日~ 10 日

地點:美國拉斯維加斯

一、前言

CES(Consumer Electronics Show)為全球最大消費性電子展，每年於美國拉斯維加斯舉行，展示科技產業年度發展重點，被譽為年度全球科技業風向球。CES 2026 於 1 月 6 至 9 日為正式展期；但於 1 月 4 日開始即開始會前展示活動。

今年 CES 有超過 4,000 間以上廠商參展，合計舉辦超過 400 場研討會，展場主要以拉斯維加斯會議中心（LVCC）為據點，另外也在 Venetian、ARIA 等飯店設置大小展廳。整體展覽吸引了超過 14 萬名來自全球的與會者，各會場間也有多個路線的接駁車服務，而在拉斯維加斯會議中心各展區間也以特斯拉作為接駁，整體展場規模相當龐大，設展廠商與參與人數都為筆者近年來參與之最。

二、觀察心得

總結來看 CES 2026 內容主要為展示 AI 正以橫跨多領域方式發展，包括生成式、代理式、工業型以及實體 AI，發展趨勢為在提升生產力、智慧家庭、移動科技與數位健康等方面帶來革新應用。由展示內容可發現消費性電子產品正由數位轉型邁向智慧轉型，AI 未來將重塑個人工作角色、產品及企業營運模式，逐步融入生活。

另一個重點是產業正在發生結構性升級，算力成為必要支出的基礎成本。當 AI 從雲端生成內容，走向控制機器、管理產線、駕駛車輛、優化倉儲，算力不再是集中式訓練，而是分散式、全天候推理與即時回應的需求。例如，自動駕駛系統需要即時處理高頻感測數據；智慧製造產線需要毫秒級決策；機器人與工業控制系統需要持續運算與記憶體頻寬支撐，代表算力需求是持續存在的運作成本。另外在企業導入可執行任務的 AI Agent 方面，當 AI 能自動搜尋資料、生成決策建議，甚至自動發出訂單、調整排程，它就成為企業中的必要數位勞動力。如果一家企業部署數個 AI Agent，這就不是單一模型服務，而是持續算力消耗。當這種模式在企業層面普及，算力需求曲線將從訓練主導，轉為推理主導。也就是算力需求不再呈現「建好模型後歸零」的特性，而是像電力或網路頻寬一樣，成為基礎營運成本。

而筆者另一重點觀察為無障礙科技發展，如何透過各類 AI 應用以及穿戴式裝置或智慧家電等產品打破身心障人士(甚至一般人士)於日常生活中的各種障礙，以及更進一步支援獨立生活的創新方案。個人化設備為透過現場展示的多款穿戴式裝置如 AI 眼鏡、智慧手錶及各式感測器，提供即時字幕、放大顯示、物件辨識等功能。在家庭生活方面，則透過語音助理、智慧家電及智慧保全系統等設備，協助高齡及身心障礙者提升個人自主能力進而改善生活品質。

另一方面，在內容創新方面，透過各場次的創作者分享，多認

為 AI 無法取代創作者的原始創意層面，而是一個提升效率的工具。AI 可以進行素材檢索、粗剪、版權比對、字幕與翻譯等工作，節省大量工時，創作者則可以有更多的時間構思創意以及敘事。

AI 除了帶來了許多的創新發展與應用外，會場也進一步反思 AI 帶來的治理層面問題。進行 AI 導入必須先行考量訓練資料正確性的問題，一旦基礎資料不正確或有參雜一定比例的錯誤，以大語言模型進行擴增訓練後，錯誤率就會被放大而形成更嚴重的問題，造成所謂失之毫釐差之千里的結果。目前本會所提供的 AI 手語服務建構於手語新聞、專業委員會與乙級手語指導團隊的正確資料基礎之上，實屬利用既有數位資產提供 AI 服務之良好範例。

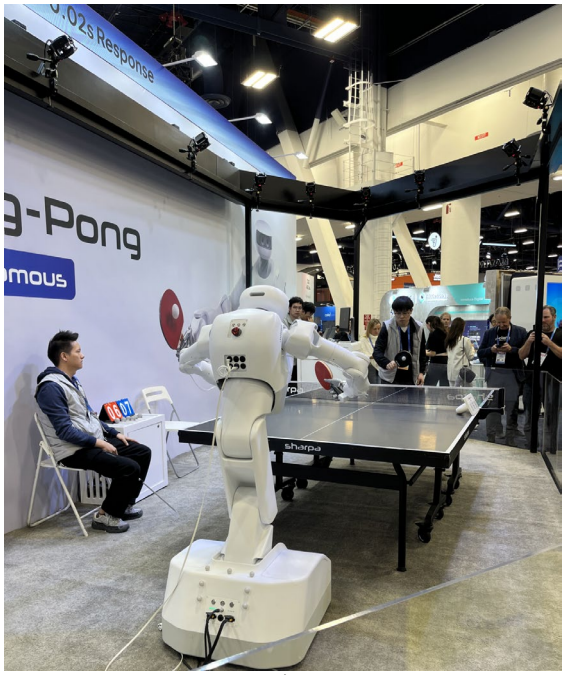
筆者認為在 AI 時代，民眾將更重視資訊的真偽與積極防止假訊息的傳播，以及個人資料與兒少內容保護、偏見與歧視內容等資訊的判斷。公視身為一個被臺灣觀眾信任的優質品牌，本身即有嚴謹的製播規範，如此在 AI 時代將可進一步提升信賴度，更可凸顯公共電視的價值。另外，公視新聞片庫中歷年積累的正確新聞報導與數位片庫中各類型專業數位影音內容是 AI 時代的極具價值的資料基底，經整理與進行 AI 分析與訓練後，將可提供與現行商業性 AI 工具或應用服務的差異化服務與應用，以上均成為 AI 時代的公共電視優勢。

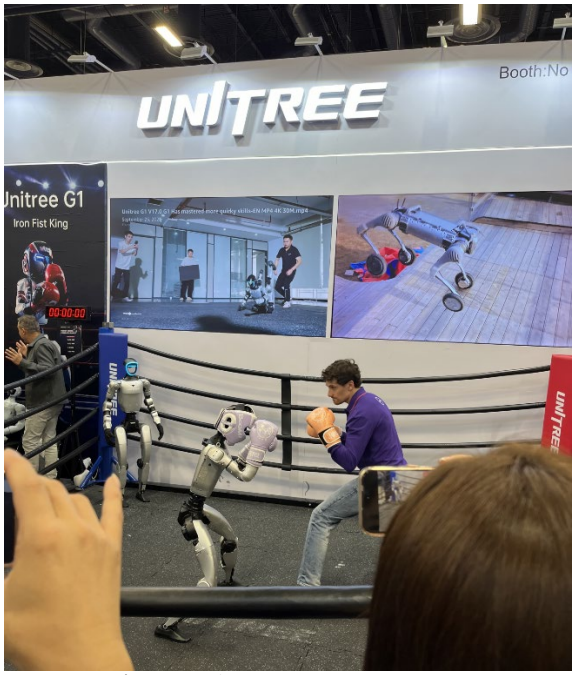
三、會場觀察重點

1. 實體化 AI(Physical AI)為展場重心：今年 CES 展示 AI 由「訓練、生成」的階段，轉變為「推理與應用(自主行動)」，強調低延遲的自動化體驗，展現 AI 已提升為能靈活應對及執行複雜現實任務模式。包括到處可見 AI 驅動的機器人、汽車以及家電等產品。尤其在人形機器人方面，幾乎成為本次展示重心，經了解其本質為透過生成式 AI 模擬訓練讓機器人以虛擬經驗進行學習，

而非仰既定的程式設定，加上分析型 AI 讓機器人能處理更多數據並做出更智慧的對應行動，以往只能做簡單動作的機器人已經可以與真人互打桌球、拳擊；模仿真人手勢，除了手指關節靈活度提升外，藉由虛擬經驗學習也可以即時進行推理與反應。

經觀察各展示攤位，人形機器人應用正擴展至家庭、工業、醫療、供應鏈等領域，各領域的應用類型雖不同，但歸納其根本為用以提升安全性、效率，由單一工作任務轉為人機助理協作。





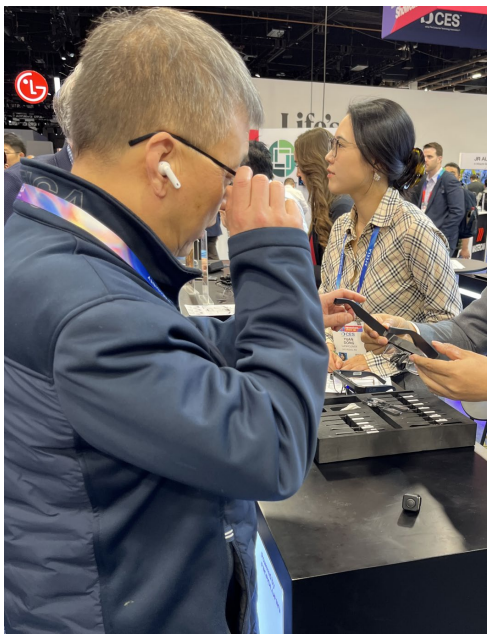
圖說:圖一機器人與真人對打桌球、圖二機器人與真人打拳擊，展現即時反應程度

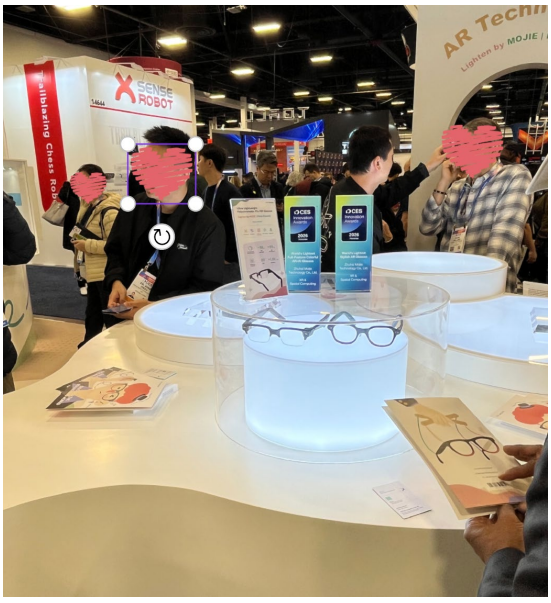
圖說:圖三機器人手指模仿真人手型比 YA、圖四比愛心，反映小關節靈活細緻度

2. 透過 AI 科技提供無障礙服務與生活:CES 現場展示多種利用各類 AI 穿戴式裝置或智慧家電等產品。智慧家電以 LG 為例，推出一款家事機器人，透過結合 AI、機器人與智慧家電整合形成智慧家庭的概念，其描繪的未來場景為未來家事可大幅交由智慧系統自動完成，減輕人們在日常生活中的時間與體力負擔。其中機器人為行動式 AI 家庭中樞，頭部內建運算晶片、顯示螢幕、喇叭、攝影鏡頭等。透過語音、表情與視覺互動，機器人可學習居家環境與使用者習慣，並依據學習結果主動控制連網家電。未來智慧家廷除了能提升一般人的生活品質外，更可打破身心障人士於日常生活中的各種障礙，更進一步成為支援自主生活的可能。

另一個讓 AI 從虛擬演算法走向實體，融合各類個人設備的焦點就屬 AI 眼鏡。在本次展場中，AI 眼鏡透過結合無線通訊、感測器、鏡頭、語音及 AI 演算法等，進行環境掃描、即時資訊處理與互動，並配備獨立作業系統，提供問答、導航、翻譯、拍攝、AI 助理等多項功能，將傳統眼鏡升級為新一代的智慧終端設備。相對於之前 AR 眼鏡或智慧型眼鏡的笨重感，今年的 AI 眼鏡多朝向輕量化、時尚化發展，並結合不同 AI 技術形成差異化，逐步朝向適用於各類場景的應用模式。相較於 2026 年之前所建的 AR 或 AI 眼鏡發展方向，CES 2026 明確揭櫫了 AI 眼鏡將朝向可實際長時間配戴的新階段。

其中，Captify 是由聽力障礙人士創辦，Captify Pro 是一款專為聾人/聽障人士設計的輕量型字幕眼鏡，先進行語音辨識再由語音轉文字，近乎即時地投射於使用者視野中。但以現實層面而言，相對於聽障人士多習慣看字幕，聾人還是以手語為主對於文字的理解力相對低。另外在小字體的文字字幕的呈現方式，容易造成辨識負擔。





圖說:各式功能各異之 AI 眼鏡

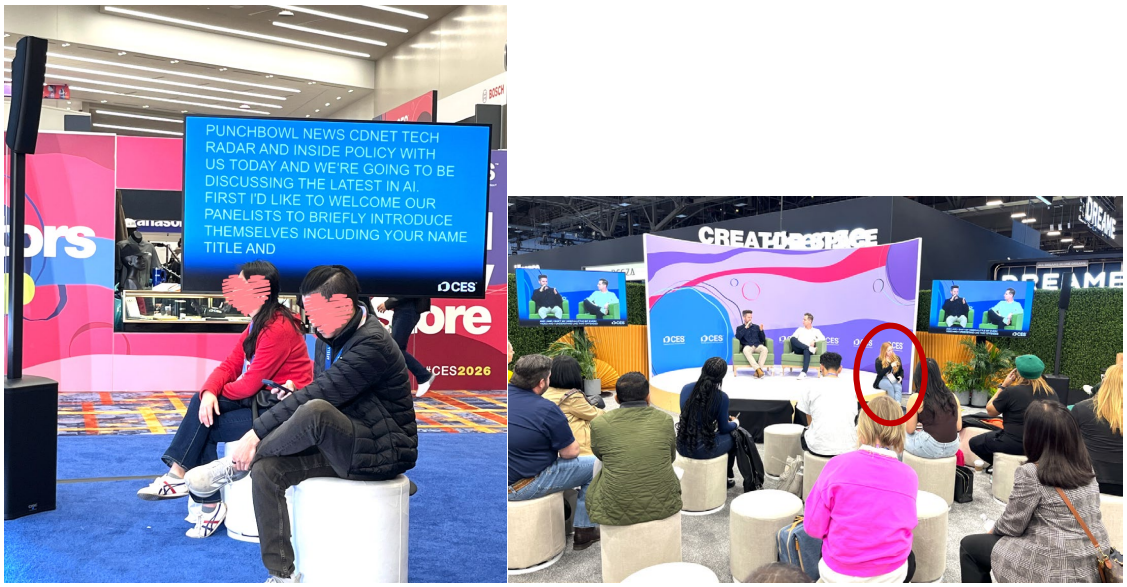
3. CES 無障礙舞台(CES Accessibility Stage)首度亮相

CES 2026 在威尼斯人酒店(Venetian)首設無障礙舞台，進行各類身心障族群相關內容以及無障礙服務分享，而除了特別設置的無障礙舞台外，其餘研討會場次也多有身心障礙人士一同進行與談分享自身經驗，CES 2026 如此用心安排讓筆者相當感動與欣慰，代表無障礙服務已開始被主流展場重視。

經筆者參與數場次無障礙舞台，現場除了讓身心障礙者直接進行分享外，現場還有手語老師提供手語翻譯服務，該手語翻譯會同步於現場電視與即時字幕一起提供。另外，還有透過藍牙接收的 AURACAST 廣播服務，AURACAST 廣播為透過藍牙傳輸，觀眾於藍牙範圍內可透過手機、筆記型電腦、耳機以及助聽器等接收語音廣播，讓公共場所接收特定廣播語音更為便利，也有助於助聽器使用者能更無干擾的聆聽內容。

其餘的一般研討會或是創作者論壇雖然沒有 AURACAST 廣播服務，但是也提供全螢幕顯示或雙排字幕即時 AI 字幕翻譯，以及現場手語老師的即時手語翻譯服務等，致力提供無障礙環境。

圖說:無障礙舞台現場有真人手語翻譯(紅圈處)以及 AURACAST 廣播



圖說: 除了無障礙舞台外，其餘場次也都提供即時 AI 字幕或手語翻譯(紅圈處)

圖說:除了無障礙舞台外，其餘研討會場次也多有身心障人士參與

4. 其他參與論壇內容分享:CES 2026 數天展期內總共舉辦了 400 多場各式付費或免費的大小主題演講、研討會、論壇或分享，茲將筆者參與的十數場次內容整理如下。

(1) AI 是加速創作者工作效率的工具:CES 現場設有 CREATOR STAGE 讓全球知名創作者對觀眾進行分享，在各場次不同的創作者面對主持人或觀眾對於如何使用 AI 的提問，多數創作者都不會倚賴 AI 提供創意內容，而是多半利用 AI 在蒐集、整理資料以及後段大量影音素材檢索、挑選、剪輯以及製作短版影音時的輔助。多數創作者認為 AI 可以進行解釋說明，但無法取代創作者的創意。吸引觀眾的影片都是有溫度的，現在的青少年都很清楚 AI 生成與創作者之間的差異，不要因為過於倚賴 AI 而失去自身創意。

(2) AI 可有效縮短影視內容製作時間，將降低製作成本並進一步使得內容量暴增。雖然觀眾網路使用時數不斷增加，收看的內容也越來越多，但是在內容越來越多與分散的時代如何吸引觀眾，創者者一致認為回歸根本的創作理念與高品質的內容才是長久經營之道。另外在假訊息的內容處理上，創作者建議須建立可驗證、可追溯、可更正的內容機構或機制。

(3) 利用 AI 同時應注重治理議題:企業若因利用 AI 提供服務或內容造成歧視、錯誤判斷，將造成企業信任危機。在目前 AI 法規訂定遠不及 AI 發展的此時，各企業在導入 AI 的同時必須一併盡到管理與監督責任。AI 治理對企業而言，是攸關品牌、信任與長期競爭力的重要議題。

(4) 企業如何推出無障礙服務:對於企業推出無障礙服務的第一步，需要由目標對象身心障群體加入工作團隊，展開針對該身心障族群的需求調查，再進行服務規劃。而在企業內部須同步進行員工教育訓練，與教育機構合作是另一個可以加速組織內部員工了解目標對象身心障族群特質以及其需求的管道，經過了解與同理才能提出對應的服務想法與建議；另外，企業內部組織文化需要改變，要接受身心障礙人士成為工作團隊夥伴之一以及其相對較高的業務需求時間與成本。如此一來才能較順利的提供無障礙服務。

圖說:筆者參與之各創作者論壇、Keynote 與 CTA 中央舞台分享

四、總結

整體來看本次 CES 展現明確的概念是 AI 的價值不再只是聊天或單次生成，已提升至理解目標→拆解任務→調度工具→完成流程→回應需求的程度，並開始以消費性電子產品的形式融入日常生活裝置提供服務，不再只是附加在產品上的功能，而是開始出現在日常生活中的家電、娛樂、健康、能源監控以及安全防護等智慧家庭生態系統，透過具備由 AI 驅動的個人化與自動化預測學習能力的相關設備等，學習個人生活習慣並改善效能，主動滿足家庭需求。

另外對於公共電視而言，由於 AI 導致假訊息的出現以及利用 AI 製作的大量短影音內容充斥於社群網路中，公共媒體的高品質原創 IP 內容以及專業可信賴的新聞就成為了 AI 時代的無價資產。我們若從數位內容發展部今年一月甫發布的《114 年數位近用調查報告及摘要[1]》的資料來看，臺灣民眾在上網比例與強度均增高的情況下，九成以上的網路使用類型為即時通訊服務與收看影音娛樂內容，資訊查詢與教育與技能構面則呈現下滑，反映出網路使用高度朝娛樂化傾斜。在臺灣民眾網路使用型態與 AI 發展兩個變數相加成的情況下，公共媒體更顯其價值與重要性。

[1] 資料來源: https://www-api.moda.gov.tw/File/Get/moda/zh-tw/UtFPqDu90WXGz2h

若從本次 CES 0226 所揭櫫的重點來看，本會不必追逐最炫技術，但必須在信任、無障礙服務與公共治理等面向領先。未來建議由內部評估需求導入合適 AI 工具出發，將 AI 作為新聞或節目製作的輔助工具，如篩選資料畫面；標記素材；用於逐字稿、字幕、翻譯等功能。第二階段則可於新聞片庫與數位片庫之上建立內部 AI Agent，輔助製播業務；對外除提供 AI 手語服務外可進一步發展公共服務 AI 提供正確資料與事實發展脈絡，提供與現行商業性 AI 工具或應用服務的差異化服務，持續在 AI 時代放大公共價值。