

2018.11.09

## 第 1 回

### 講 題 / テーマ：

知的力量：看透事物本質之力－從經濟視角談起

### 演講人／講演者

高寬（台灣協會理事、臺灣大學日本研究中心  
諮詢委員）



▲高寬先生

#### ■ 重要的事（所須的是人類的感性與智力）

從各方面觀察事物的真相及思考能力。  
不為教科書、常識、普遍論、媒體所迷惑！常保鮮活的感性！

#### 1. AI（人工智慧）會超越人類嗎？

交男女朋友要依靠AI嗎？

為何人類會發起戰爭？

何謂人類的智能？ 合理性與非合理性

第一智能：流動性智能、知識、記憶

第二智能：結晶性智能、知識的連結、  
綜合性判斷

第三智能：唯識性智能、感情、感性

#### ■ 大切なこと（必要なのは人間の感性と知力）

自分で真実を見る複眼、考える力  
教科書、常識、一般論、メディアに騙されるな！みずみずしい感性を持て！

#### 1. AI（人工知能）は人間を超えるか？

恋人探しをAIに依頼しますか？

何故人間は戦争をするのか？

人間の知能とは？合理性と非合理性

第一の知能：流動性知能、知識、記憶

第二の知能：結晶性知能、知識の  
連結、総合的判断

第三の知能：唯識性知能、感情、感性

AIの限界の人間の領域

AIは第一、第二の知能領域では万能、人間は第三の知能

自然科学は何故飛躍的に進歩するのか？

社会科学は有史以来課題解決は出来ていない。

NTU CJS  
國立臺灣大學日本研究中心  
台日政經講堂(一)

講師 | 高寬  
(TAKA YUTAKA)  
台灣協會理事  
台灣大學日本研究中心諮詢委員

主持人 | 蘇顯揚  
(財)中華經濟研究院顧問  
台灣大學日本研究中心執行委員

2018  
11.9 (五)  
15:30-17:20

外文系舊總圖會議室  
(校史館一樓)

主辦 | 臺灣大學日本研究中心  
報名 | cjs.ntu.edu.tw/news\_20181109.html  
地址 | 106 台北市大安區羅斯福路四段一號  
電話 | (02)3366-9678  
傳真 | (02)3366-2785

本活動以日文進行，  
備有中文口譯。

AI極限的人類範圍

AI在第一、第二智能  
範圍是萬能，而人類  
是第三智能

自然科學為何有飛躍  
性地進展？

社會科學沒有解決自  
古以來的課題。

## 2. 資本主義真的是讓人類幸福的System嗎？

明與暗

資本絕對主義的支配者是誰？資本主義的  
歷史（美國的變遷）

歐洲的價值觀有所不同

何謂全球標準？

如同History與時代共同變化

何謂現在的全球標準？

領導世界的民主主義與資本主義

現在經濟的引擎（ICT與金融工學）

第4次產業革命=IT×FT（金融工學）

股票時價總額（New Seven Sisters）

## 3. 何謂Innovation？ 創造性破壞、越發便利的日常生活

從Innovation企業家身上可以看到什麼？

## 4. 日本精神與日本企業的特異性

戰敗國日本為何可以變成GDP世界第2名？

日本的美學（第三智能）

強韌的製造業◆

## 2. 資本主義は本当に人間を幸せにするSystemなのか？ 光と影

資本絶対主義の支配者は誰か？ 資本主義の歴史（米国の変遷）

欧州では価値観が異なる

グローバルスタンダードとは？

Historyと同じで時代と共に変化

現在のグローバルスタンダードとは？

世界をリードする民主主義と資本主義

現在の経済のエンジン（ICTと金融工学）

第4次産業革命=IT×FT（金融工学）

株式時価総額（New Seven Sisters）

## 3. Innovationとは？ 創造的破壊、便利になる日常生活

Innovation起業家から何を読み取る？

## 4. 日本精神と日本企業の特異性

敗戦国日本は何故GDP世界第2位になれたか？

日本の美学（第三の知能）

強韌なる製造業◆



2019.04.26

## 第 2 回

### 講 題 / テーマ :

2019 台灣社會發展及消費趨勢報告

### 演講人 / 講演者

蔡鴻賢 (東方線上消費者研究集團執行長)



▲蔡鴻賢先生

大家所相信的真實世界，是由社群網站所建構出來的嗎？如果是，對消費又有什麼影響？目前我們看到在遊戲中談戀愛、在辦公室喝咖啡、在咖啡廳工作的有趣現象，會產生這些現象是因為各個通路的功能現在改由消費者自行定義！那對 2019 年的市場會有什麼衝擊？東方線上觀察到三項「脫構」力道正在移轉消費結構：(1) 生活重心位移 (2) 興趣焦點位移 (3) 目光停留位移。

皆さんが信じる現実世界は、SNSから出来上がっていると思われるか。もしそうなのであれば、それがもたらす消費への影響は何であろうか。ゲームでバーチャルな恋愛をし、会社でコーヒーを飲み、カフェで働く等の興味深い現象が観察され、これは消費者によって決定されている。では、2019年の市場にどのような影響があるであろうか。東方オンラインでは、3つの消費構造の移り変わりが観察された。それは、(1)生活の中心、(2)興味の対象、(3)視線の止まり先である。

國立臺灣大學日本研究中心  
政經講座 (二)

NTU CJS

## 2019 台灣社會發展及消費趨勢



講 師 | 蔡鴻賢  
東方線上消費者研究集團執行長

主持人 | 蘇顯揚  
(財) 中華經濟研究院顧問  
台灣大學日本研究中心執行委員

2019  
4.26 (五)  
15:30-17:20

外文系舊總圖會議室  
(校史館一樓)

主辦 | 台灣大學日本研究中心  
報名 | [http://cjs.ntu.edu.tw/news\\_20190426.html](http://cjs.ntu.edu.tw/news_20190426.html)  
地址 | 106 台北市大安區羅斯福路四段一號  
電話 | (02)3366-9678  
傳真 | (02)3366-2785  
Email | [ntucjs@ntu.edu.tw](mailto:ntucjs@ntu.edu.tw)





我們可透過 6 個面向分析 2018 年台灣整體的概況，① 2018 台灣的零售業雖仍有 4.99% 的成長，但超級市場、百貨公司有放緩態勢。便利商店業、藥品及化妝品成長突出，無店鋪零售更占整體的 20%；② 2018 的重要產業動態 — 以金融 /3C 資訊為例，新的支付工具已在結構上改變整個產業的商業模式；③從興趣 Issue 觀察到趨勢再定義；④世代間數位指數的落差以及數位指數與失業率成正比；⑤網路的高度普及，讓消費者在不同的國際平台上快速串連，隨著偏好的轉變，重新整合消費者的行為；⑥數據定義個人的新價值，消費者對自我數據的價值意識抬頭，41% 消費者同意「社群人脈品質」可以拿來當作一個人在財務方面一種能力的指標。



▲學生提問

以下の6つの側面から、2018年の台湾の全体的な状況を分析することができる。① 2018年の台湾の小売業界は4.99%の成長率を示しているが、スーパーマーケットやデパートの成長率は低下し、コンビニ業界、医薬・化粧品業界の成長が際立っている。また、店舗がない小売業界は全体の20%を占めている。②2018年の重要な業界動向において、金融/IT業界を例にとると、新しい支払システムが業界のビジネスモデルを構造的に変えた。③趣味の分野から観察される動向の再定義。④世代間のデジタル指数のギャップが生じ、デジタル指数および失業率は正比例している。⑤インターネットの高い普及率により、消費者が快適に様々なショッピングサイトを利用できる。好みの変化とともに、消費者の行為再集約が起きた。⑥データは個人の価値を新たに定義する。消費者の自己データの価値に対する認識が高まっており、41%の消費者が「コミュニティの質」が個人経済能力の指標として使用できることに同意している。



▲林立萍教授與蔡鴻賢先生合影



東方線上宏觀  
整體環境及細節  
生活價值觀，推演出  
「重新組合、強迫  
加速、融合 AI 的新  
創造」三個價值變  
化 Matrix，將是台  
灣近未來價值變化  
的主軸。



▲聽眾提問

預測 2019 價值趨勢，並從消費者生活  
價值觀變化來看未來生活所追求的事物後我  
們了解到，產業界必須隨時掌握驅動變化的  
主要來源，對應不同的消費場域、消費價值、  
消費旅程來提供服務，才能面對不斷重組變  
化的消費市場。◆

東方オンラインは、マクロな視点から全  
体的な環境と生活に対する価値観を考察し、  
「再構成、強制的加速、AIとの融合」という3つ  
のマトリックスが、台湾の近い将来の価値変  
化の主軸となると予測している。

我々は2019年の動向を予測し、生活価値  
観の変化から、消費者が将来の生活に対して  
何を求めているかを見て、業界は変化に対応  
できるパワーを掴まなければならないと理  
解している。異なる消費分野、消費価値、消費  
過程に対応するサービスを提供することで、  
消費市場の絶え間ない再編と変化に立ち向  
かうことができる。◆