中文題目一

　　它是台積電董事長張忠謀口中的“下一個大事”，是聯發科董事長蔡明

介預言“讓台灣科技產業重新洗牌”的關鍵好牌，更是鴻海集團董事長郭台

銘強調“代工廠一定要搭上的趨勢”。它，就是物聯網。什麼是物聯網？從

字面意義來看，是讓生活中所有用品（物）搭載感知技術，並擁有網路連線

的能力（聯）。日後，冰箱、汽車、手表甚至辦公桌，都能連上網路，並透過

隨時蒐集的數據，主動在適當時機提供你必要資訊。科幻電影中遍布“人工

智慧”的場景，再也不是夢想。

　　物聯網架構可分成三層，如何透過技術整合，將物聯網推廣到各式智慧

家庭應用，已是業界主要課題。當今各大廠紛紛建立產業聯盟，推廣物聯網

平台標準，讓產業有標準可遵循。亦可推廣至智慧監控，使得狀況發生時能

與其他裝置互動，讓視訊攝影機更加智慧。由於物聯網的技術與應用，可說

是橫跨產業的結合，因此如何將物聯網技術整合，也成為產業最大挑戰。如

上述而言，由於物聯網各層都有其工業標準與規範，加上近年來“平台”概

念的興起，單打獨鬥的時代已經過去，因此不同產業之間紛紛透過結盟的方式

，組成產業聯盟，以統一推動共通標準，方能將市場做大。因此物聯網演變成

：在第二層（網路層）與第三層（應用層）之間加入了一個“平台層”的觀念

，藉由平台層的建立，提供各式應用軟體與開發工具，並有相容產品認證規範

，以利於物聯網的規格統一與產品推廣。

　　這些聯盟透過平台層的標準化，從上可攻物聯網的應用市場，從下亦可吸

收感知層與網路層等設備廠商的加入，一同將物聯網市場拱大。不過事實上，

由於各廠商都想成為平台主導廠商，因此有不同的物聯網智慧家庭平台標準在

市面上流通，使得各家電廠商在推出智慧家電的平台標準時，也發生必須選邊

站或是支援多重標準的情況。

中文題目二

　　隨著科技進步，電競已成為全球最受關注的產業，台灣不僅具有硬體方面

的優勢，選手也在許多國際知名賽事中展露頭角，為了協助台灣電競產業提升

在全球市場的競爭力，極限電競將在本周末舉辦校際賽事，未來也將整合各界

資源，進一步讓電競文化發揚光大。極限電競執行長周秉毅指出，台灣電競人

口約有七百 萬，觀賞人數流量在全球排名第五，硬體方面也有著微星、群光

等世界知名廠商，去年更有兩位選手在國際賽事中勇奪世界冠軍，台灣在發展

電競上早已有著“硬體”與“人才”二大優勢，但若想保持領頭羊地位並吸引

更多優秀人才加入，現階段最需要的，就是扭轉一般大眾對電競產業觀感。

　　考量到電競賽事對於全球青少年的吸引力，電競已列入亞運比賽項目，選

手的競爭性、必須付出的準備訓練、賽事的觀賞性都可與傳統賽事比擬，“電

競”早已普遍被國際社會認可為一種新興的體育運動。極限電競預計未來將帶

來更多種類的遊戲項目賽事，周秉毅以電競產業發展知名的南韓為例，強調許

多國家都將電競涵蓋在遊戲產業政策下進行整體規劃，也因此吸引到許多關注

與參與。周秉毅指出，電競衍伸出的各項商機具有非常大的市場潛力，台灣擁

有極佳的電競資源及人才，但需要有一個多元的平台讓這些電競的明日之星發

聲，為此極限電競未來將橫跨遊戲、媒體、科技、娛樂四大產業，從選手育成

到四網匯流及電競節目產製等，整合各界資源做好產業發展的推手，進一步讓

電競文化發揚光大。

中文題目三

　　雖然供應鏈早已存在，但因企業組織往往只重視自身“牆內”所發生

的事情。所以只有少數企業瞭解將產品交付到最終客戶的完整供應鏈運作

，但卻談不上管理；因此導致無效率且脫節的供應鏈。供應鏈管理是管理

所有參與提供產品和服務給最終客戶的企業所形成的商業網絡。供應鏈的

活動涵蓋一切從產品開發、採購、生產與物流配送，以及用於協調這些活

動所需要的資訊系統。這些組成供應鏈的組織透過實體物流和資訊流“鏈

接”在一起。實體物流包含商品和材料的製造、轉換、運輸和儲存，在供

應鏈中最顯而易見的部分。同樣重要的是資訊流，它讓供應鏈上的各個合

作夥伴可以依此調整他們的長期計劃，且控制供應鏈上下游物資每天的流

量。每家公司的操作方式都不同；即使是在相同產業的公司，管理供應鏈

的做法也會有所不同。儘管有例外，但在本書中所描述的方法是以被多數

商業組織所採用作為範例說明。

　　為什麼需要供應鏈？為何不砍掉所有的中間商，直接將商品從生產者

送到消費者呢？我們可以經由觀察所有供應鏈的差異來解釋需要供應鏈的

原因。這些是：在空間、時間及在數量和種類上的差異。（一）空間的差

異：我們知道，通常商品在一個地方生產而在不同的地方被消耗。例如，

香蕉生長在溫暖的熱帶地區而在世界各地消耗。（二）時間差異：水果和

蔬菜多在短期間內產出但消費者常年持續有需求。產品的製造則依據未來

的消費預估，所以有庫存和倉儲的需要。（三）要了解數量和種類的差異

，想想我們的雜貨店。在雜貨店，我們把小量多樣的商品放入我們的購物

車。我們希望種類多但數量少的貨物。然而生產者卻是大量生產一種或兩

種產品。這樣的差異使得我們需要批發商和分銷商來分銷各種不同商品到

各種倉庫與商店，我們消費者才可依各自需要挑選我們要的商品和數量。