

第五章、 結論與建議

本章分為二節，首先就本研究主題：我國數位家庭發展策略探討作一彙整並提出結論。並將這主題範圍下，仍值得深入探討研究的議題整理於第二部分，作為給予後續研究者的建議。

第一節、 結論

本研究主要從目前數位家庭產業的相關研究與發展中，找出對數位家庭的定義與範圍，各個業者與消費者的角度對數位家庭的看法，並整理各先進國家在數位家庭產業的發展，以及各個大廠的數位家庭發展策略，期待能為我國數位家庭產業歸納出產業發展藍圖與框架，整理出數位家庭產業發展脈絡與可能發展與影響，以及對我國在數位家庭產業的發展，提出策略的建議。

在經過相關資訊蒐集與資料分析，本研究得到下列七項結論。

- 一、從消費者的觀點出發，本研究將數位家庭的定義整理為透過有線或無線網路，串連家庭內外各種數位設備，透過數位化技術提供各項數位內容、功能及服務，以滿足家庭成員在生活中對娛樂、工作、學習、安全、健康、便利與舒適的種種需求。
- 二、數位家庭產業以數位內容業者，數位服務增值廠商，網路與電信業者，以及資通訊與消費性電子產品廠商為核心，另外包括建築業，保全業，醫療業，金融業甚至其他服務周邊產業。可說數位家庭產業目前仍處於起始階段，無明顯主導廠商。
- 三、從消費者需求觀點，現階段對數位家庭的價值認知，以健康與安全為第一優先，其次為舒適與便利，最後才是娛樂環保節能。但是從產業界的角度，數位家庭以娛樂為中心，其次為以個人電腦做為連網平台的資訊應用，最後則是感測、保全等自動化控制應用。
- 四、數位家庭產業成功關鍵因素，包含光纖到府高普及率，高度整合與互連性的數位設備，豐富且有價值的數位內容以及從消費者為出發點容易使用的數位家庭應用。

- 五、數位家電商品中，HDTV 是目前數位家庭的中心。就未來發展而言，個人電腦與消費性電子商品出現匯流趨勢，台灣高科技資通訊產業正處在建構數位家庭的最前線。在英特爾與微軟的推波助瀾下，個人電腦產業擁有成本優勢挑戰傳統消費性電子產業。
- 六、數位家庭服務產業將會出現與以往不同的營運模式，除了延伸網際網路的現有服務應用外，數位影音實體與虛擬通路的整合，Web 2.0 的崛起，也將成為網路業者前進數位家庭應用的重要觀察指標。
- 七、台灣為因應數位家庭的趨勢潮流，除了參考美日韓等國的數位家庭相關政策與法令外，在產業策略面，必須利用台灣既有的優勢，除了為國內高科技電子產業找出下一階段的出路，更要積極累積異業整合的經驗，並以全球華人為目標，發展數位內容與服務。

第二節、未來研究建議

本研究雖經國內外文獻資料、產業市場分析資料等相關研究的蒐集，但由於時間與人力之限制，所能深入探討的範圍有限。因此，將對該議題有興趣的後續研究者提供以下研究方向作為參考。

- 一、因數位家庭產業目前仍然處在初始階段，所以在未來究竟何種應用與產品策略可以在市場上佔據最有利的地位？並且能進一步成為產業標準的制訂者。
- 二、數位家庭的發展牽涉到許多不同產業，因為技術快速發展，以及網際網路的影響層面愈來愈廣，所以政府的法令與政策是否跟得上市場變化而有所因應？
- 三、遠距醫療或看護，是全球邁向高齡化社會急切需要的應用，除了技術之外，究竟還有其他因素會影響此一應用的普及化？各國的社會環境，政府法令或是文化與習慣是影響其成功的關鍵性因素？