

人工智慧與人類智慧的結合：展開質性研究的無限可能

文 | Stephen Huang, 香港台灣區質性部門總監 Executive Director - Head of UU Ipsos TW & HK

人工智慧（Artificial Intelligence, AI）正在以驚人的速度重塑全球各行業的面貌，市場研究領域亦不例外。過去依賴人力才能完成的研究工作，如主持座談會或進行深度分析，如今 AI 已能勝任。根據益普索（Ipsos）的調查，超過四分之三的受訪者對全面 AI 資訊時代持正面態度，顯示 AI 勢必成為未來社會的主流趨勢。在這樣的背景下，我們不得不思考：在人類與 AI 共存的時代，人類智慧（Human Intelligence, HI）的核心優勢究竟是什麼？我們又該如何應對這場變革浪潮？

人工智慧（Artificial Intelligence, AI）如何被運用在質性研究中

質性市場研究通常包括設定研究目標、與消費者互動訪談，以及分析資料並為客戶提供關鍵洞察與策略建議，這些工作一向被視為耗時且勞力密集。如今，AI 不僅能在行政處理、資料分析、翻譯甚至訪談大綱設計等環節中表現出色，還具備自主產出新觀點的能力。更重要的是，AI 能突破研究人員的主觀局限，挖掘那些被忽略卻關鍵的洞察，從而開拓更廣闊的研究視野。



為了順應市場趨勢，益普索公司內部對 AI 使用的包容性已橫跨各個領域，並將 AI 在質性市場研究中的運用分為三個層次：簡化流程以提升工作效率、增強現有服務，以及開拓新市場。

首先，AI 能快速處理大量的錄音檔案和訪談逐字稿，並即時翻譯不同語言。透過自動化的歸納、分析與生成關鍵洞察，研究人員在座談會結束後即可快速獲得整理後的精華內容，這樣不僅節省了大量時間和人力，還能確保研究結果的即時性。

HI HUMAN INTELLIGENCE
Imagination | Creativity | Curiosity



AI ARTIFICIAL INTELLIGENCE
Efficiency | Inspiration | Scale

在益普索推出的各類質性研究產品中，如線上社群（Online Community）或工作坊（Workshop），AI 進一步擴大了這些工具的影響力。藉由加強研究人員與受訪者的即時互動，AI 能夠深化用戶的參與體驗，提升線上社群及工作坊的價值，從而拓展受眾規模，為客戶提供更深入、多元且即時的市場洞察。

人類智慧（Human Intelligence）與人工智慧（Artificial Intelligence）的結合

AI 的興起為質性市場研究人員和行銷人員提供了強大的助力，使得數據與洞察的獲取更加高效，並能迅速做出市場決策。然而，人類智慧（HI）在此過程中仍扮演著至關重要的角色，因 AI 的效能依賴於研究人員所提供指令的精準度，以及持續的訓練與測試。換言之，只有在 HI 與 AI 緊密配合下，才能產生真正的加乘效果。

在這個過程中，HI 所展現的四大特質，正是 AI 難以取代的關鍵：

A. 創造力 Creativity and Innovation

AI 的「創造力」源於既有數據與研究人員的資料輸入，欠缺跳脫原有框架的能力。相較之下，HI 擁有豐富的想像力與創造性思維，能夠開拓新研究方向、提出創新解決方案，並在面對未知挑戰時勇於大膽假設，帶領研究突破既定框架。

B. 同理心 Emotional Empathy

質性研究的核心在於理解人心深處的動機與感受。AI 雖能分析行為模式，卻無法體察與回應人類情感的細微差異。HI 所展現的同理心，能深入洞悉消費者行為背後的價值觀，並透過人性化的互動，引導出更真實的洞察。

C. 道德與文化判斷 Ethical / Cultural Judgement

AI 的決策基於數據和演算，缺乏道德和文化層面的考量。人類智慧則能依據倫理價值做出判斷，確保 AI 的應用符合道德規範，並對研究結果的社會影響進行評估，避免產生偏見或歧視。

D. 策略思維 Strategic Thinking

面對充滿變數的未來，AI 難以預測所有可能性。人類智慧的策略思維能綜觀全局，根據經驗、直覺和判斷，制定長遠的發展策略，並在資訊不足的情況下做出關鍵決策，引領研究團隊應對未來的挑戰。

SAY BYE TO WORKING HARDER.

**SAY HI TO
WORKING
SMARTER.**

小結與未來展望

AI 的崛起為質性市場研究領域帶來了新的可能性。過往耗時費力的研究流程，如今藉由 AI 的輔助下，變得更加高效且富有洞察力。然而，儘管 AI 技術日新月異，人類智慧（HI）在質性研究中仍扮演著不可或缺的角色，如創造力、同理心、倫理判斷以及策略思維等特質，是 AI 目前難以望其項背的。未來，質性市場研究的發展方向將著重於人機協作，結合 AI 的效率與人類智慧的洞察力，共同創造更具價值的研究成果。

Ipsos 益普索市場研究

Ipsos 是全球頂尖的專業市場調查研究機構，在全球九十個國家及地區設有分公司，在挖掘顧客經驗、執行品牌行銷調查，我們具有創新的思維與先進的科技。我們是世界頂尖企業執行長最信賴的企業顧問，我們也有熟悉各產業的專家協助測量、模擬和管理顧客與員工關係。

想了解更多資訊，請參考 <https://www.ipsos.com/en-tw/solution/overview#category3>

或洽詢我們的研究團隊

香港台灣區質性部門總監 Stephen Huang
stephen.huang@ipsos.com
+852 2837 8263