



MediMate

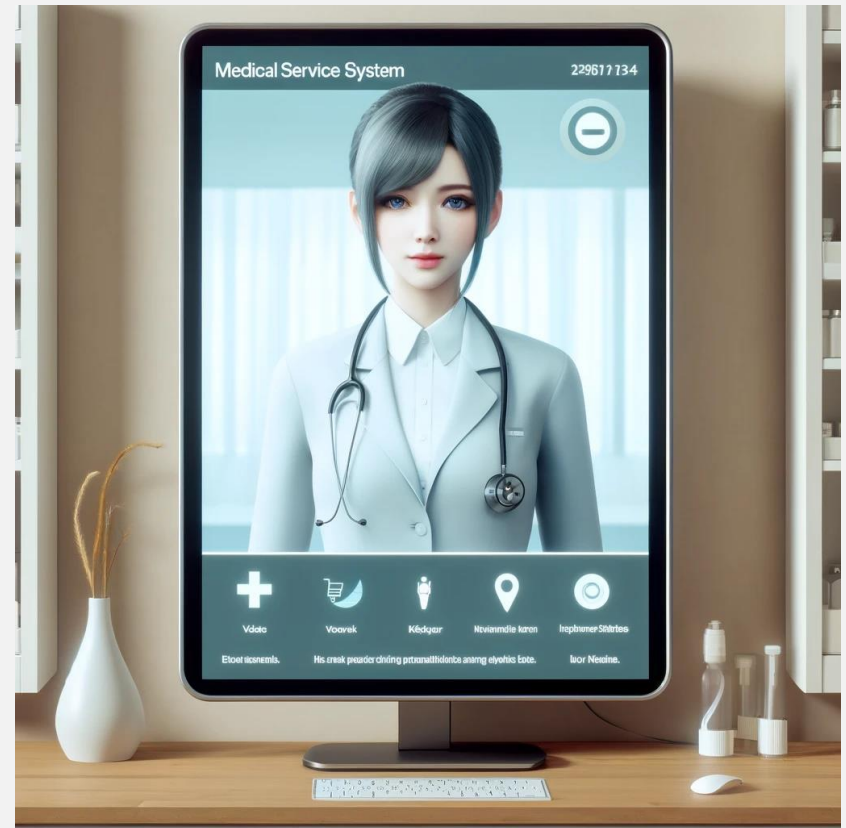
長照智慧 陪伴系統

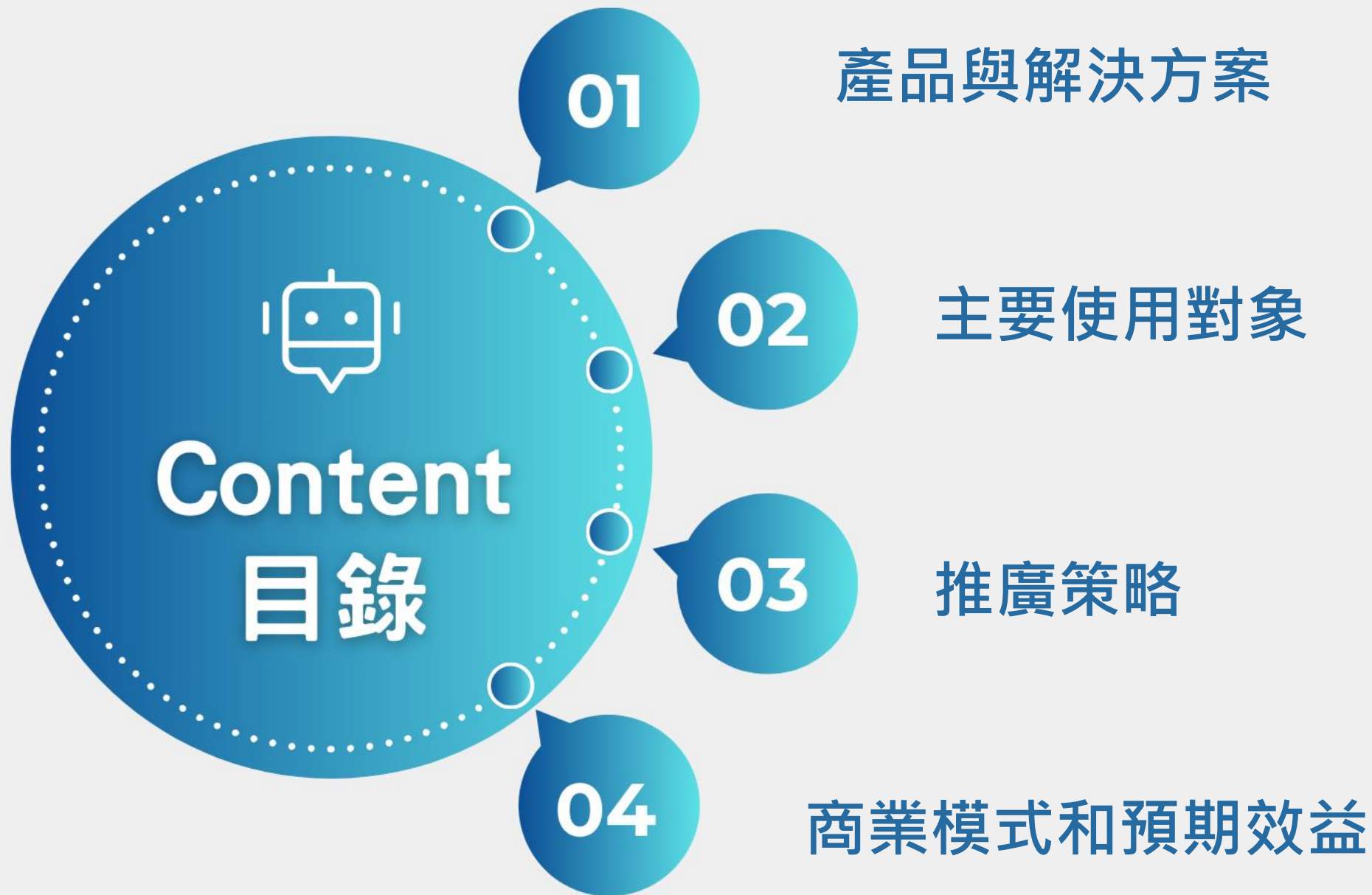
成員：鍾柏安、蔡政翰、
李泓泯、范姜宇正



摘要

本系統想藉由虛擬人與人工智慧的配合，達到**虛擬人能像人類般應對與長者聊天功能來陪伴長者，並且能使其進行AI換臉服務，換成使用者想要的人臉。**期望以此來增加高齡之科技、福利與照顧服務，並解決其身心健康問題。



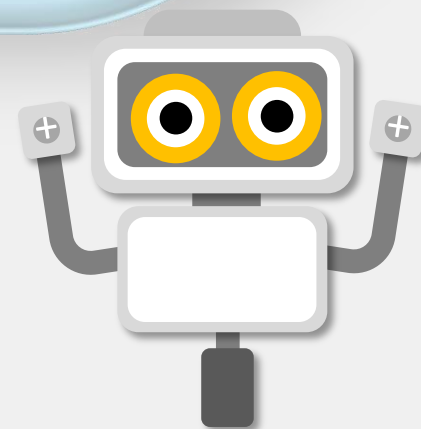




產品與解決方案

1
Section

產品與服務 | 解決的問題 | 營運與營收





產品之服務功能構想說明

- 虛擬人物與互動介面

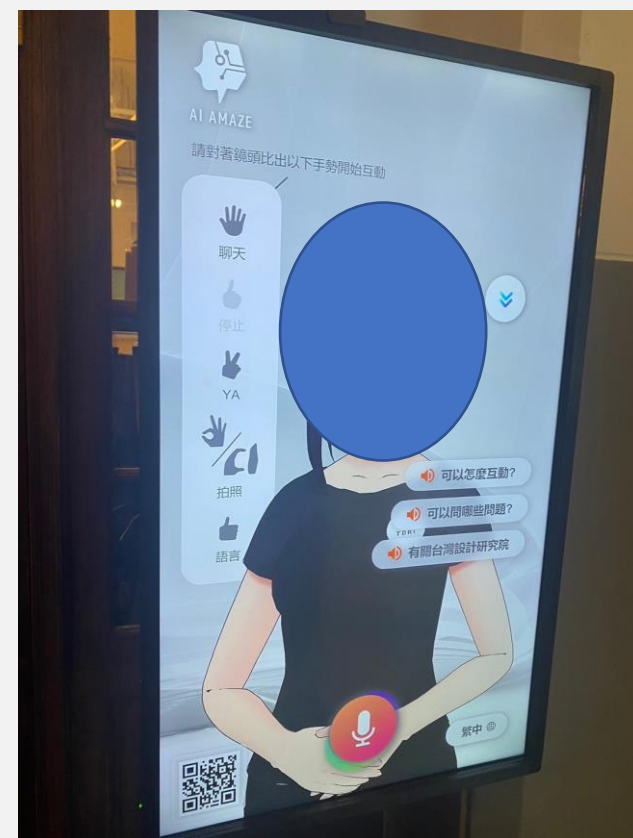
用戶通過語音和文字按鈕與虛擬人物進行互動

- AI換臉功能

允許用戶自定虛擬人面貌，增強個人化體驗

- 時間提醒與遊戲模式

結合日常時間管理提醒與各種互動遊戲功能





營運
模式

開發
創新

持續研發以改善產品的功能和用戶體驗，包括更準確的語言交互、情感判別等

服務
支持

提供全面的客戶支援服務，包括技術幫助、常見問題解答等售後服務

推廣
銷售

透過線上平台、合作夥伴和直接銷售等多元渠道來銷售產品，並進行市場推廣以提升品牌知名度

合作
夥伴

與醫療機構、長期照護中心建立合作，共同開發與改善功能項目



營收模式

訂閱服務

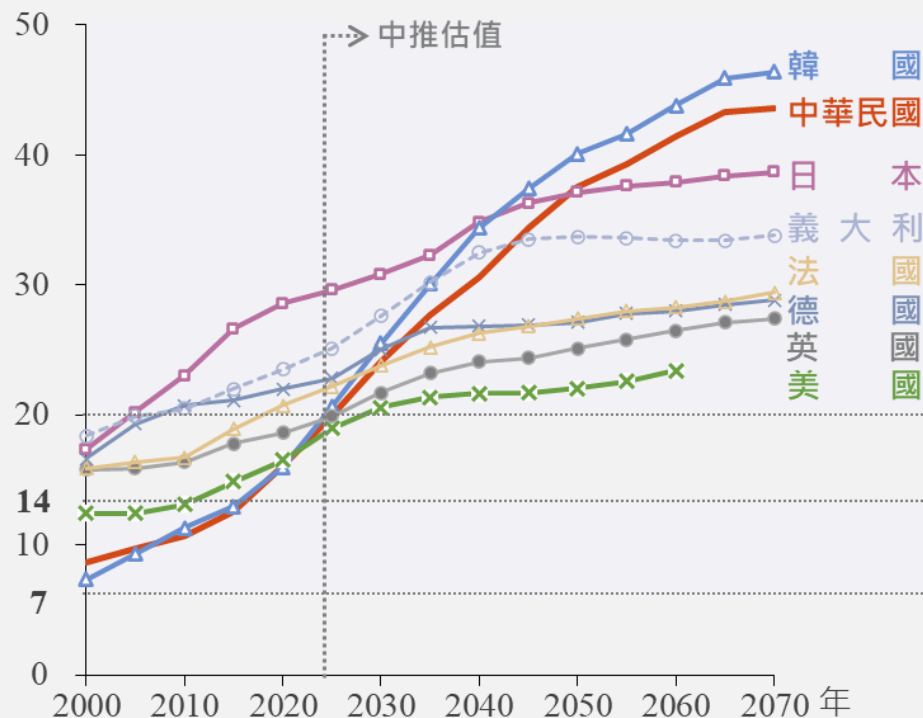
- 用戶支付月費或年費獲得系統使用權和定期更新
- 包括基礎版和高級版訂閱，後者提供更多功能或個性化選項

批量授權

- 提供給醫療機構等單位批量購買
- 根據購買的授權數量提供對應的折扣



問題說明



2022年(實際值)

2070年(推估值)

美國	17.3	23.4 (2060年)
中華民國	17.6	43.6
韓國	17.7	46.4
英國	18.7 (2021年)	27.4
法國	21.0 (2021年)	29.4
德國	22.1 (2021年)	28.8
義大利	23.8 (2021年)	33.8
日本	29.0	38.7

- 我國於2018年已步入**高齡社會**(人口14%為65歲以上之老年人口)，預計於明年本國進入**超高齡社會**(人口20%為65歲以上之老年人口)
- 由上表格可看出各高度發展國家也同樣面臨**人口結構老化的問題**；同時老化也意味著**勞動力的下降**



1

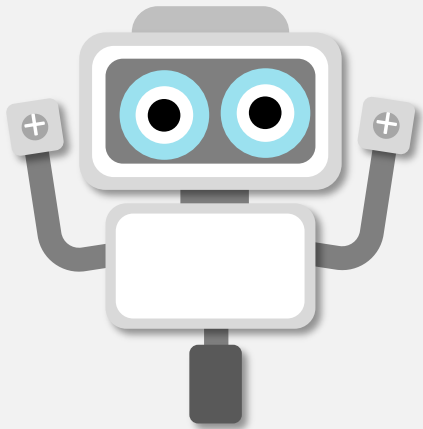
降低銀髮族對於新技術的使用障礙

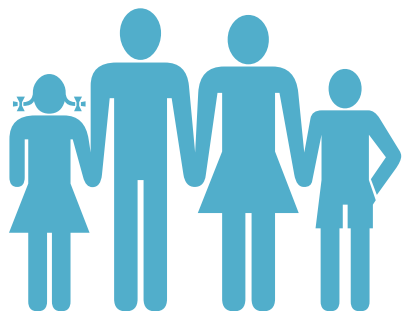
2

減少銀髮族對醫療保健與照顧服務的壓力

3

銀髮族對於社會連接的問題以及其心理健康問題

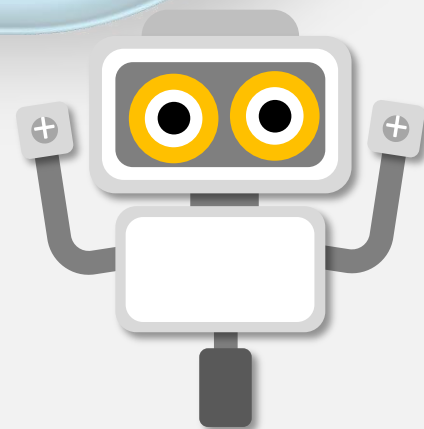




主要使用對象

2 Section

使用對象介紹 | STP分析





使用對象：銀髮族長者



特點

- 可能有**健康問題**，如慢性病
- **心理狀態**感覺孤獨、焦慮等

需求

- 陪伴照護需求
- 易用性
- 增強生活品質
- 個性化服務

定位原因

- 銀髮族消費能力加強趨勢
- 對科技接受度提升



S 市場區隔

- ◆ 人口變數
65歲以上之長者
- ◆ 心理變數
健康意識度高、對科技的接受度高
- ◆ 行為變數
有健康狀況(心理)

T 目標市場

- ◆ 採集中市場策略
針對長照需求者提供更有個性化的服務，如：時間提醒、下棋遊戲等。

P 市場定位

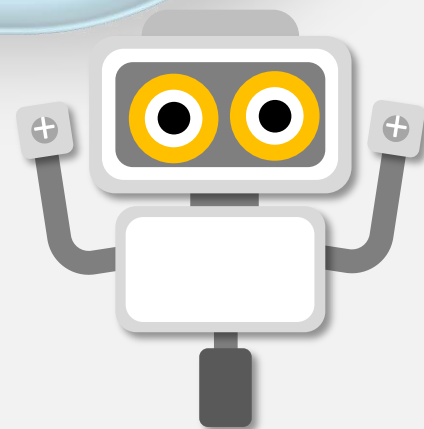
- ◆ 品牌定位：
系統具先進性、可玩性與易用性
- ◆ 價值主張：
緩解孤獨，提升安全感



推廣策略

3
Section

SWOT 分析 | 7P分析 | 行銷策略





優勢

- 使用AI與機器學習技術提供創新的互動服務
- 介面簡潔適合長者使用
- 全天服務，便利性高

機會

- 醫療領域對創新技術需求增加
- 社會人口高齡化，醫療服務需求增長



劣勢

- 高初始投資與技術成本，使價格可能偏高
- 長者可能對新技術接受度低
- 需要定期更新系統軟體

威脅

- 對手模仿與開發相似技術
- 法規限制影響某些功能
- 需不斷投資保持產業領先



推策略廣

SWOT分析

7P分析



產品

PRODUCT

- 本企劃之**系統的AI人之陪伴服務**
- 功能：語音聊天、日程提醒、娛樂功能
- 差異化特徵：判別情感



通路

PLACE

- 透過**長照機構和線上平台**銷售
- 設置展示在長照中心，讓用戶**現場體驗**



價格

PRICE

- 以**滲透定價法**為主
- 考慮市場和對手定價，以吸引初期用戶
- 單位之**大規模購買提供量化折扣**



推廣

PROMOTION

- 利用**口碑行銷**，請醫療專業人士推薦
- 藉**健康照護展覽、研討會**推廣產品



推策略廣

SWOT分析

7P分析



實體展示

- 實際之軟體展示於某**展示區或長照中心**
- 透過線上之**網站展示**系統之說明書或特色介紹



人員

- **本企劃之團隊人員**對軟體的開發與維護專業性
- 團隊人員對AI 以及機器學習的**學習進修**



流程

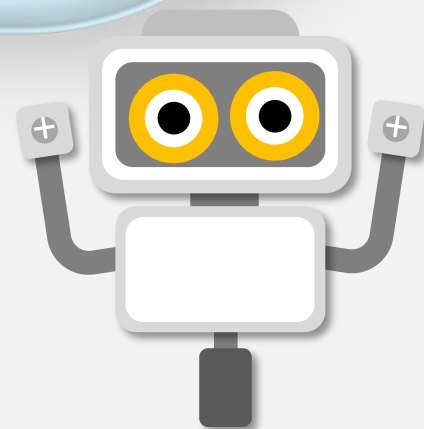
- **操作之過程簡單明瞭**
- 建立有效之**反饋機制**，即時更新功能



商業模式和預估

4
Section

商業模式 | 未來展望





關鍵合作夥伴	關鍵活動	價值主張	顧客關係	目標客群
<ul style="list-style-type: none">■ 政府和社福機構■ 健康保健醫療機構■ 長照照護單位	<ul style="list-style-type: none">■ 用戶反饋交流■ 持續的技術升級與維護	<ul style="list-style-type: none">■ 提升長者的生活質量、照顧陪伴■ 客製化服務和個人化設定	<ul style="list-style-type: none">■ 個性化的AI互動體驗■ 定期用戶回饋和改進	<ul style="list-style-type: none">■ 高齡長者■ 有特殊照護需要者■ 醫療保健提供者
	關鍵資源		通路	
	<ul style="list-style-type: none">■ AI技術■ 專業技術人員		<ul style="list-style-type: none">■ 社交媒體和線上宣傳■ 與長照單位合作試辦體驗活動	
成本結構			收益流	
<ul style="list-style-type: none">■ 技術支持和維護費用■ 技術研發和系統整合成本			<ul style="list-style-type: none">■ 訂閱服務（比如持續的軟體更新和顧客支持）■ 販售此系統之直接收入	

01

AI進步使系統能夠更智能、更個性化，以提高陪伴之質量

02

擴展更多群體，如兒童和殘障人士，以達市場擴展與多樣化

03

與智慧家庭、及個人設備無縫整合，做到跨平台整合服務

04

結合VR/AR技術，提供更真實的交互體驗和虛擬社交

報告結束
感謝耐心觀看

