



創市際雙週刊  
第一〇八期

發刊日：2018年04月30日

## 產業新知

3 產業新知 – comScore Total Home Panel™

## IX Survey 市調解析

14 市調解析 – 智慧家庭篇

# 產業新知

comScore Total Home Panel™ Solution in the U.S.

# comScore Total Home Panel™

為 comScore 開發的突破性同源監測方式，全面評估家戶內連網裝置上的用戶行為  
協助行銷人員更加瞭解跨平台媒體使用情形，以及消費者對科技產品的投入程度

透過安裝在追蹤樣本戶的路由器監測器，  
紀錄家戶裝置使用情形及偏好內容

每天有 **8,000+ U.S.家庭參與**  
單月共 **100,000+ 台裝置**  
分布於美國各地的樣本來源

從傳統到新興的全系列裝置監測



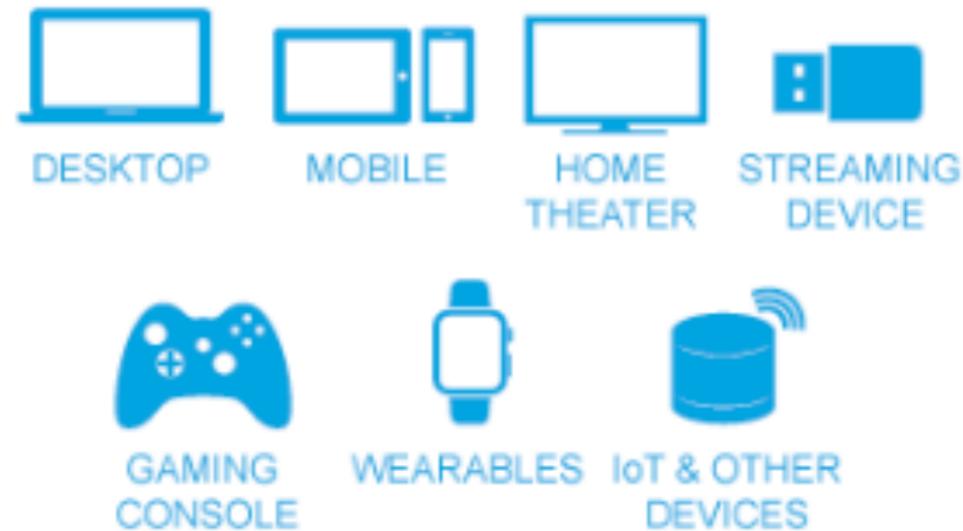
comScore Total Home Panel™  
包含以下兩種洞察方案：

comScore  
Connected Home

comScore  
OTT Intelligence

# comScore Connected Home™

藉由評估數位家庭中所有連網裝置的使用行為，瞭解科技裝置與媒體的使用投入情形



隨著使用裝置的快速演進，Connected Home 能夠深入洞察各個裝置的使用情形，從個人電腦、平板電腦與智慧型手機，到新興裝置，如：影音棒、智慧電視、電子遊戲機及物聯網裝置(Internet of Things, IoT)。對聯網未來提供更適合且靈活的監測方式。

## 瞭解使用者對家庭科技的依賴情形

### 分析市場全貌

分析並比較各裝置的家戶滲透率、使用頻率、投入情形、OEM 與 OS 市場佔有率，以及跨裝置使用情形

### 進階的受眾資料

以家戶人口資料，如：年齡、性別、族群、小孩同住與否、家戶人口數、家戶收入及教育程度，提供各裝置使用情形的深入分析

### 新興科技監測

分析新興科技之普及與發展，包含物聯網這類非媒體使用裝置

# comScore OTT Intelligence™

運用精準的 OTT 影音洞察，具體瞭解媒體趨勢



洞察各式電視連接裝置的 OTT (over-the-top) 影音活動，包含智慧電視、影音棒/影音盒、電子遊戲機及藍光播放器。提供媒體買賣雙方對 OTT 生態系統更細緻的觀點。

## 洞察 OTT 影音新趨勢

### 跨裝置媒體全貌

配合 comScore Video Metrix® 數據，更好、更全面地了解 OTT 使用情形

### 評估 SVOD & AVOD 使用情形

瞭解消費者訂閱(SVOD)與依靠廣告收入(AVOD)的影音服務平台到達率及使用時間

### 分析市場全貌

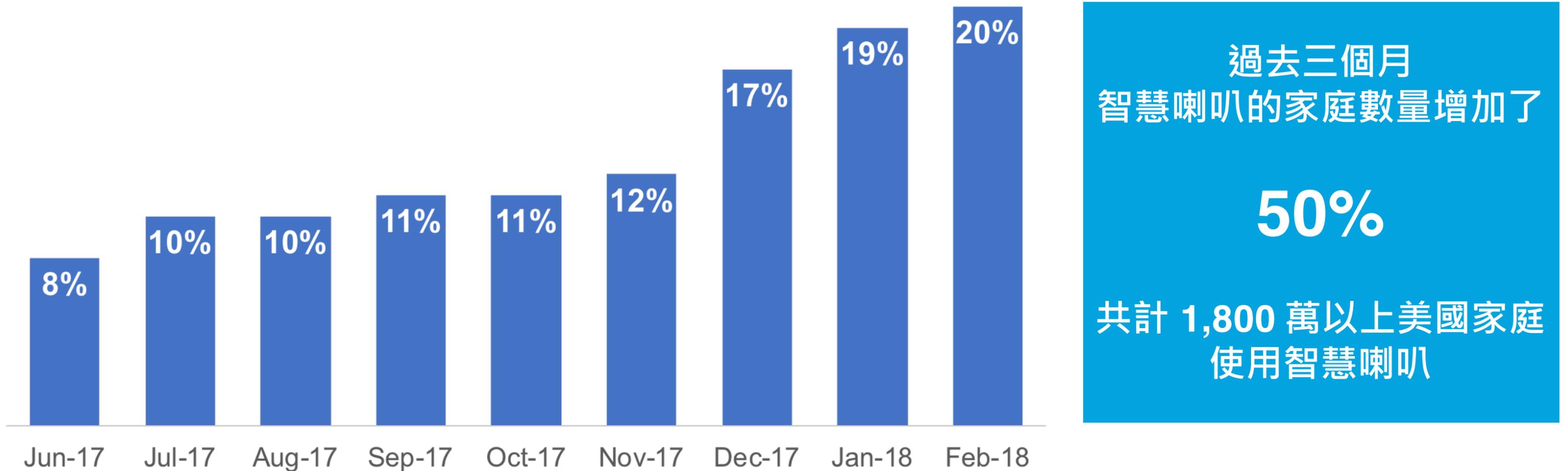
洞察各 OTT 媒體的普及與發展，裝置滲透率、受眾重疊及使用忠誠度

# The Future of Voice — 從智慧喇叭到智慧家庭

本期雙週刊分享 comScore Total Home Panel™ 數據，監測美國 9,400 萬戶 Wi-Fi 家庭之跨裝置投入狀況，瞭解家庭智慧裝置使用情形。

# 美國智慧喇叭家庭滲透率持續穩定上升，近幾個月份成長率更加明顯

各月份美國 Wi-Fi 家庭之智慧喇叭滲透率

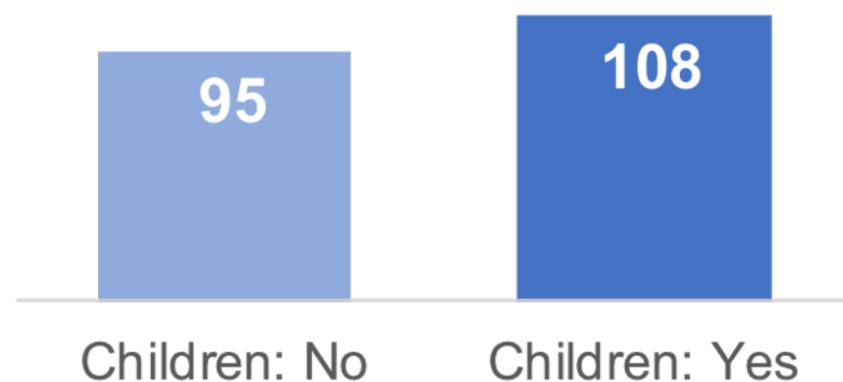


# 在高收入、有小孩同住及包含 35-49 歲家戶成員的家庭中，智慧喇叭較為普及使用

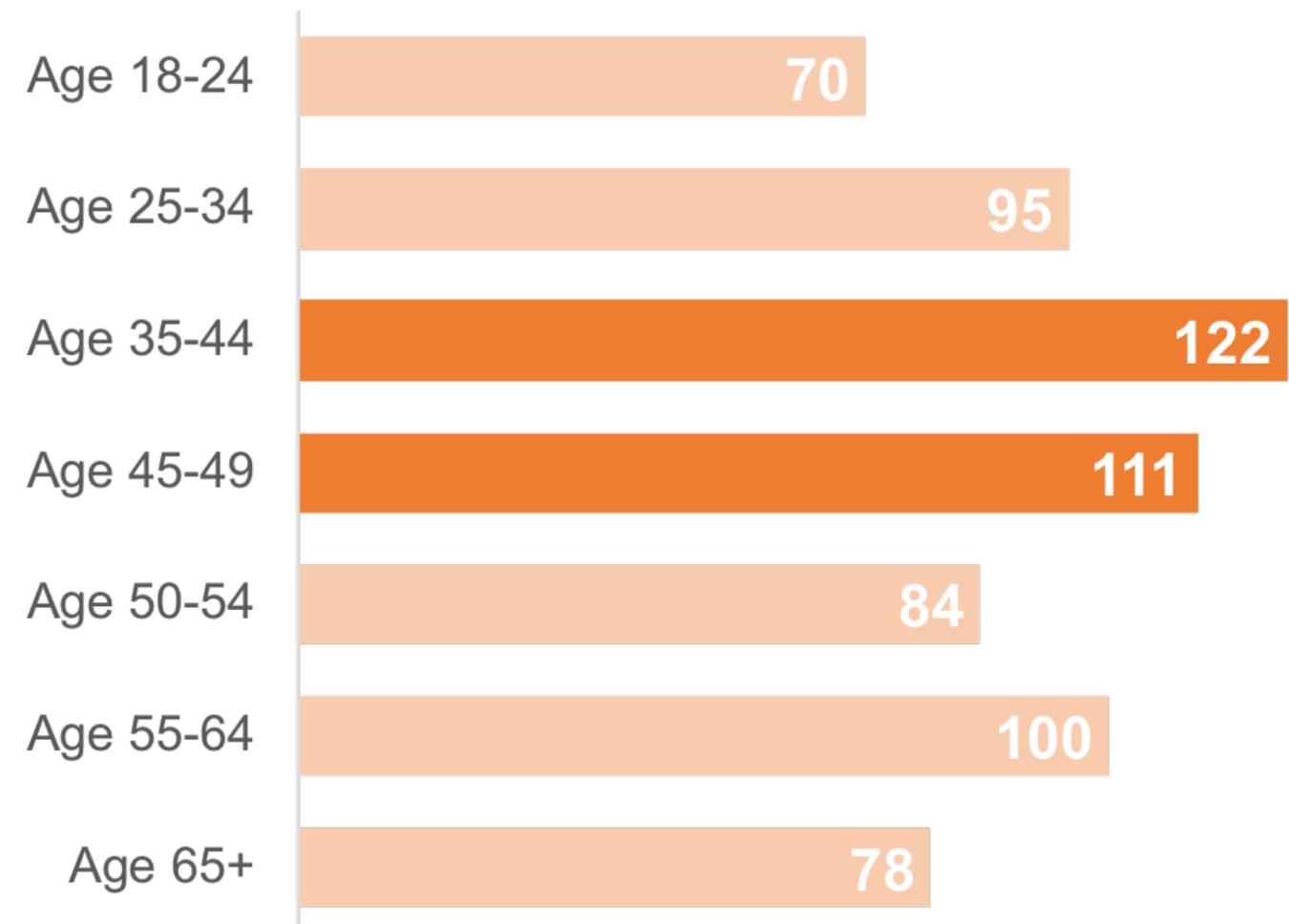
**家戶年收入指數**  
智慧喇叭家庭 vs. Wi-Fi 家庭



**小孩同住指數**  
智慧喇叭家庭 vs. Wi-Fi 家庭



**家戶成員年齡指數**  
智慧喇叭家庭 vs. Wi-Fi 家庭



各項指數是將智慧喇叭家庭比例與 Wi-Fi 家庭比例相比。

如：家戶年收入 \$150k+ 指數

= 智慧喇叭家庭當中年收入\$150k+之家庭數比例 / Wi-Fi 家庭當中年收入\$150k+之家庭數比例 \*100

資料來源：comScore Connected Home, U.S., October 2017；發佈單位：創市際ARO

不僅是有越來越多家庭擁有智慧喇叭；已經使用智慧喇叭的家戶亦持續增加他們的裝置數量

2017年6月份

20%

的智慧喇叭使用家庭  
同時擁有多台智慧喇叭

2017年10月份

25%

的智慧喇叭使用家庭  
同時擁有多台智慧喇叭

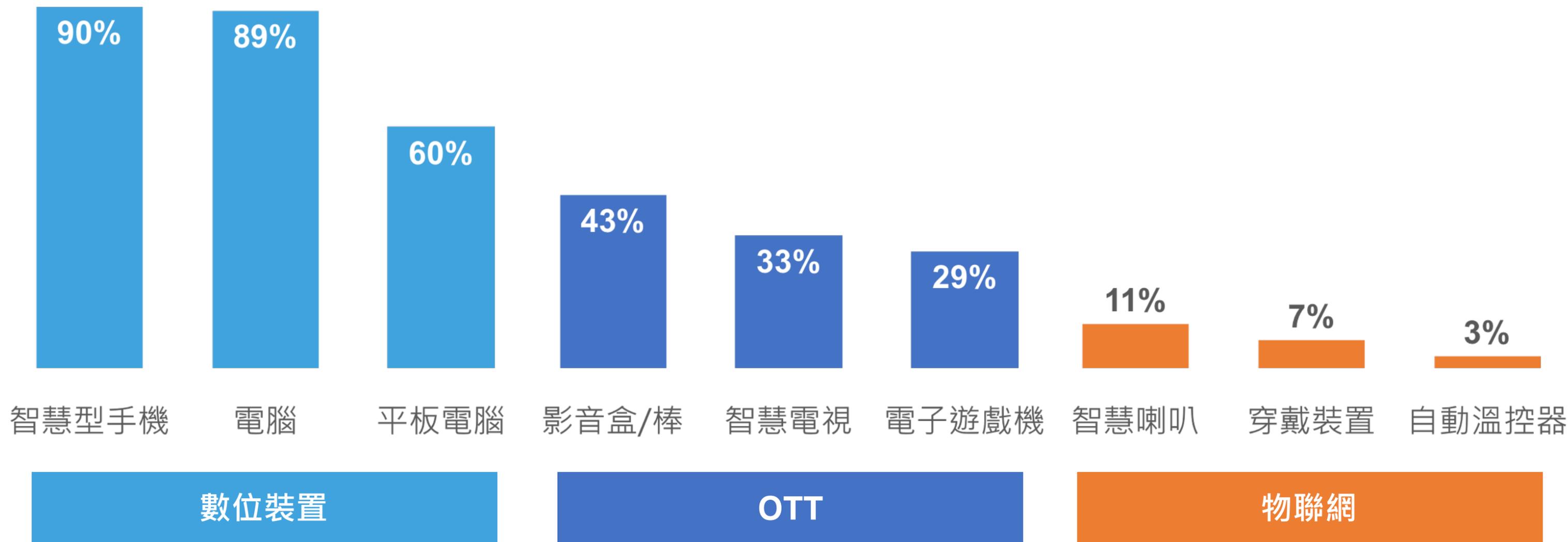
2018年02月份

30%

的智慧喇叭使用家庭  
同時擁有多台智慧喇叭

# 除了智慧喇叭，現今家庭可能同時擁有多樣網路連接裝置

## 美國 Wi-Fi 家庭各裝置滲透率

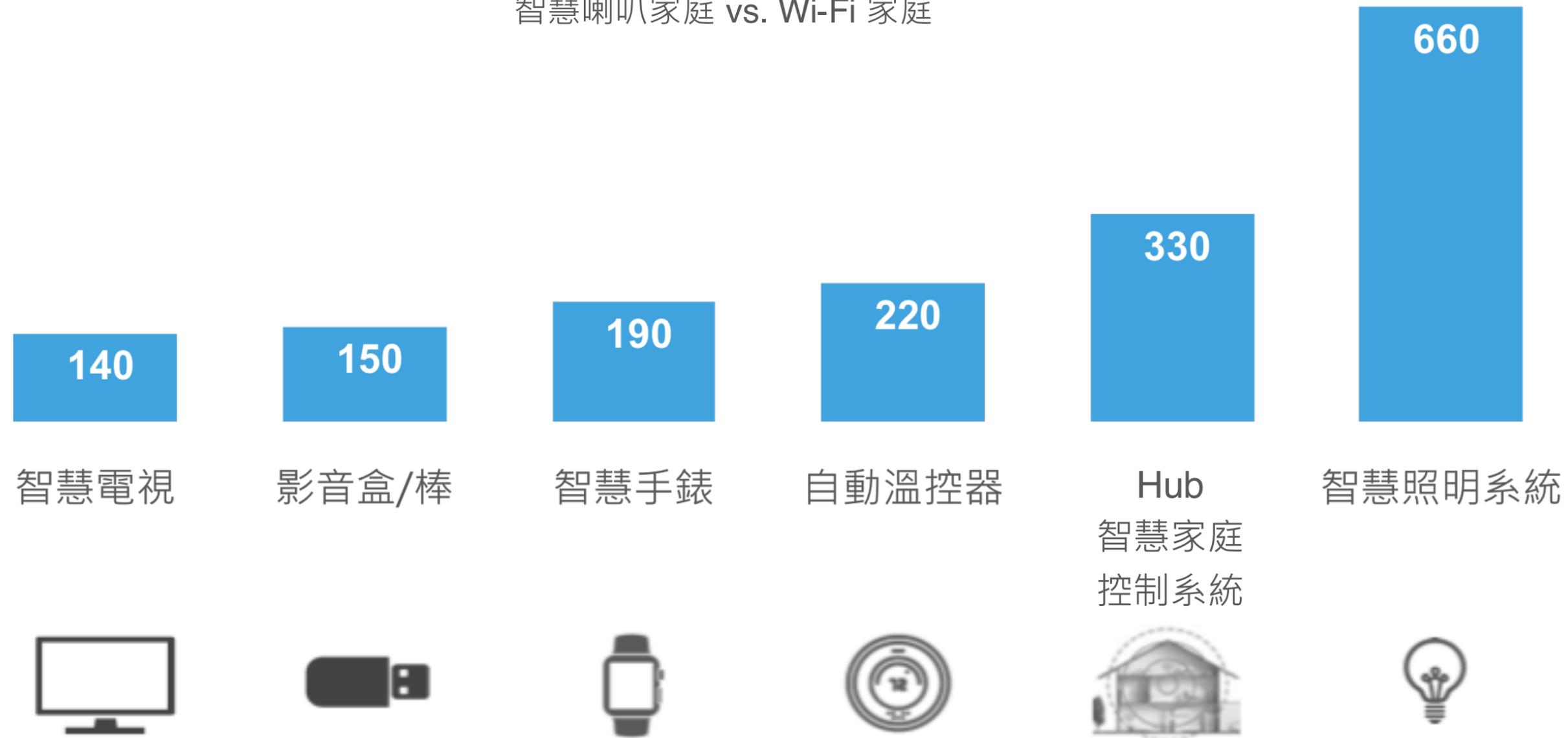


# 我們發現，擁有智慧喇叭的家庭，使用其他智慧裝置的可能性更高

越來越多家庭擁有多台智慧喇叭，奠定了智慧家庭的普及與實現，因為智慧喇叭往往是智慧家庭的入門裝置

## 各類型智慧裝置使用指數

智慧喇叭家庭 vs. Wi-Fi 家庭



# Key Takeaways

智慧喇叭已經是美國數位家庭，物聯網類別中持有率最高的一個品項，預計還會持續成長

- 自 2017/06 至 2018/02，智慧喇叭的家戶持有率成長 150%。
- 新型號的推出以及銷售單價下降會驅動智慧喇叭的持有率繼續上升。

## 智慧喇叭是邁向全自動化智慧家庭的入門

- 智慧喇叭使用者比起非智慧型喇叭使用者而言，有 2-6 倍的可能性會使用其他智慧型家戶裝置，如自動溫控器、智慧家庭中控系統及智慧照明設備。
- 智慧喇叭與智慧家庭的聯賣促銷方案，能有效將智慧家庭科技的推廣，由早期使用者階段進入到一般使用者階段。

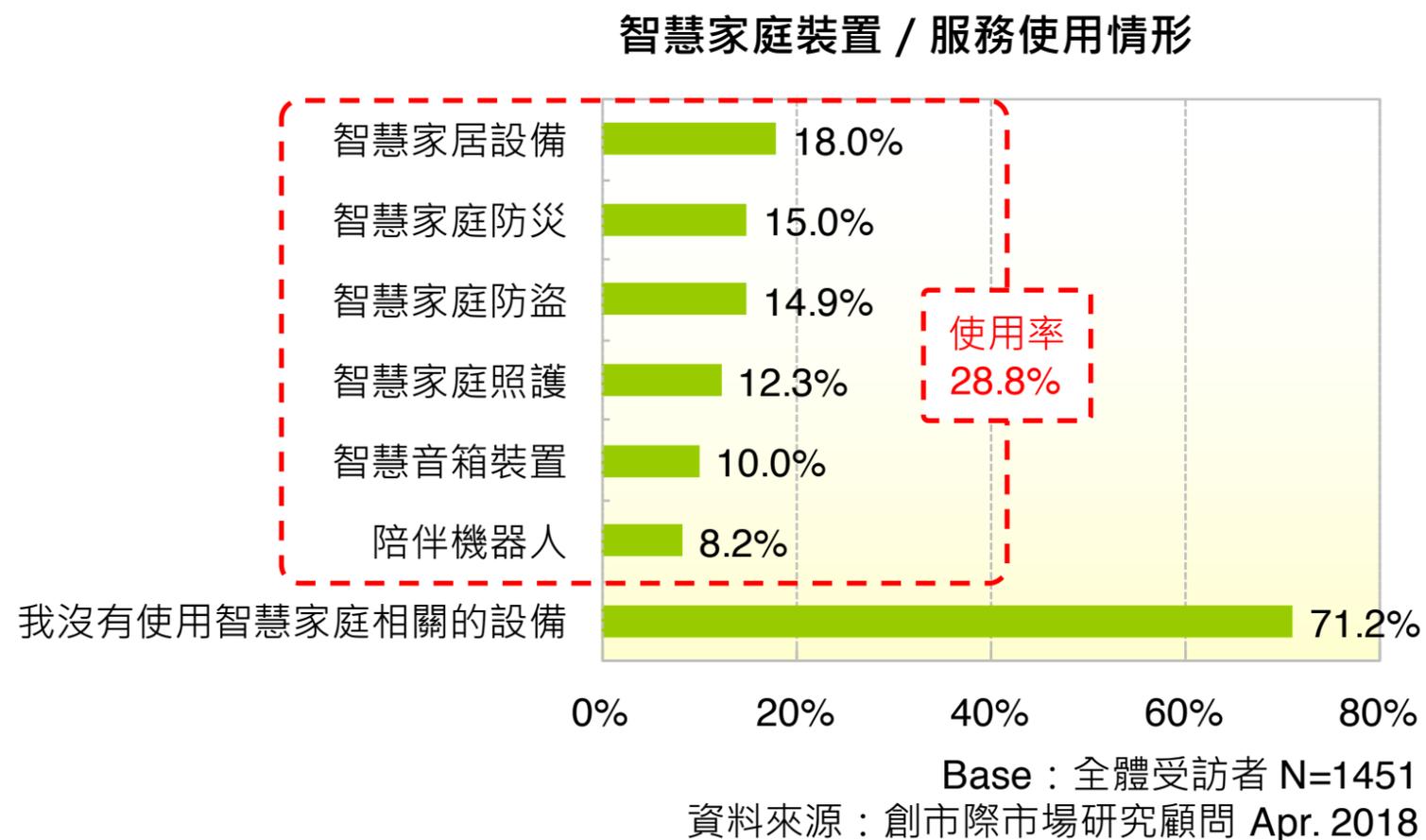
# IX 市調解析

智慧家庭篇

## 智慧家庭篇

科技帶來更便利的生活，隨著物聯網發展，智慧家庭的藍圖逐漸被實現，創市際為了解台灣民眾對於智慧家庭裝置 / 服務的使用狀況及未來使用意願，於 2018 年 4 月 2 日至 9 日，針對 15-64 歲 網友進行了一項「智慧家庭篇」的調查，總計回收了 1,451 份問卷。

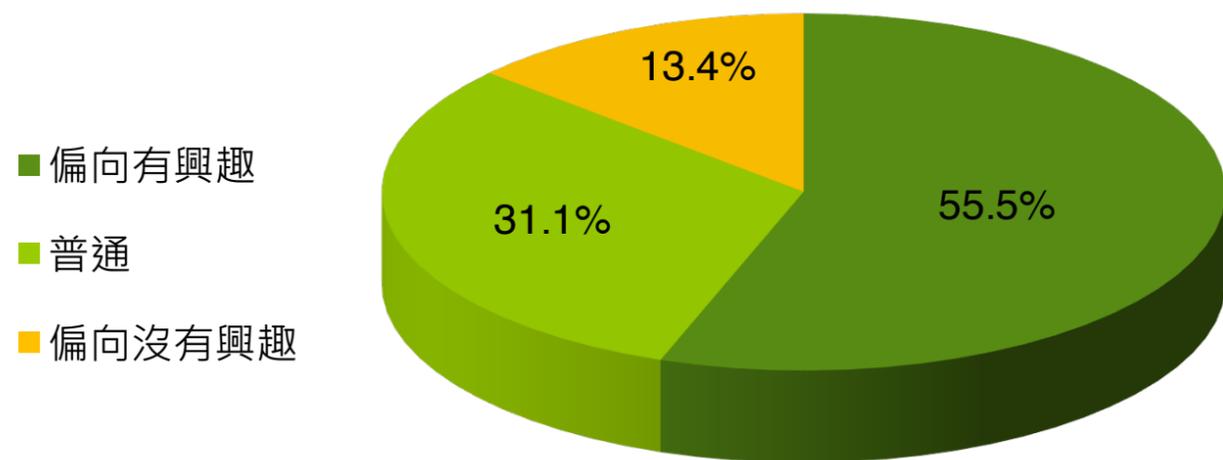
## 智慧家庭相關裝置 / 服務使用率將近三成



由調查結果獲知，目前智慧家庭相關裝置 / 服務的使用率為 28.8%，其中以「智慧家居設備」（如：控制電燈冷氣等開關）比例最高，有 18%，其次是「智慧家庭防災」（如：偵測室內一氧化碳濃度異常等）及「智慧家庭防盜」（如：即時通知門窗開啟異常等），都約佔一成五的使用率，而「智慧家庭照護」（如：App上傳健康量測資訊，由醫療機構遠端監控等）、「智慧音箱裝置」（如：Amazon Echo, Google Home等）使用率則約為一成左右。

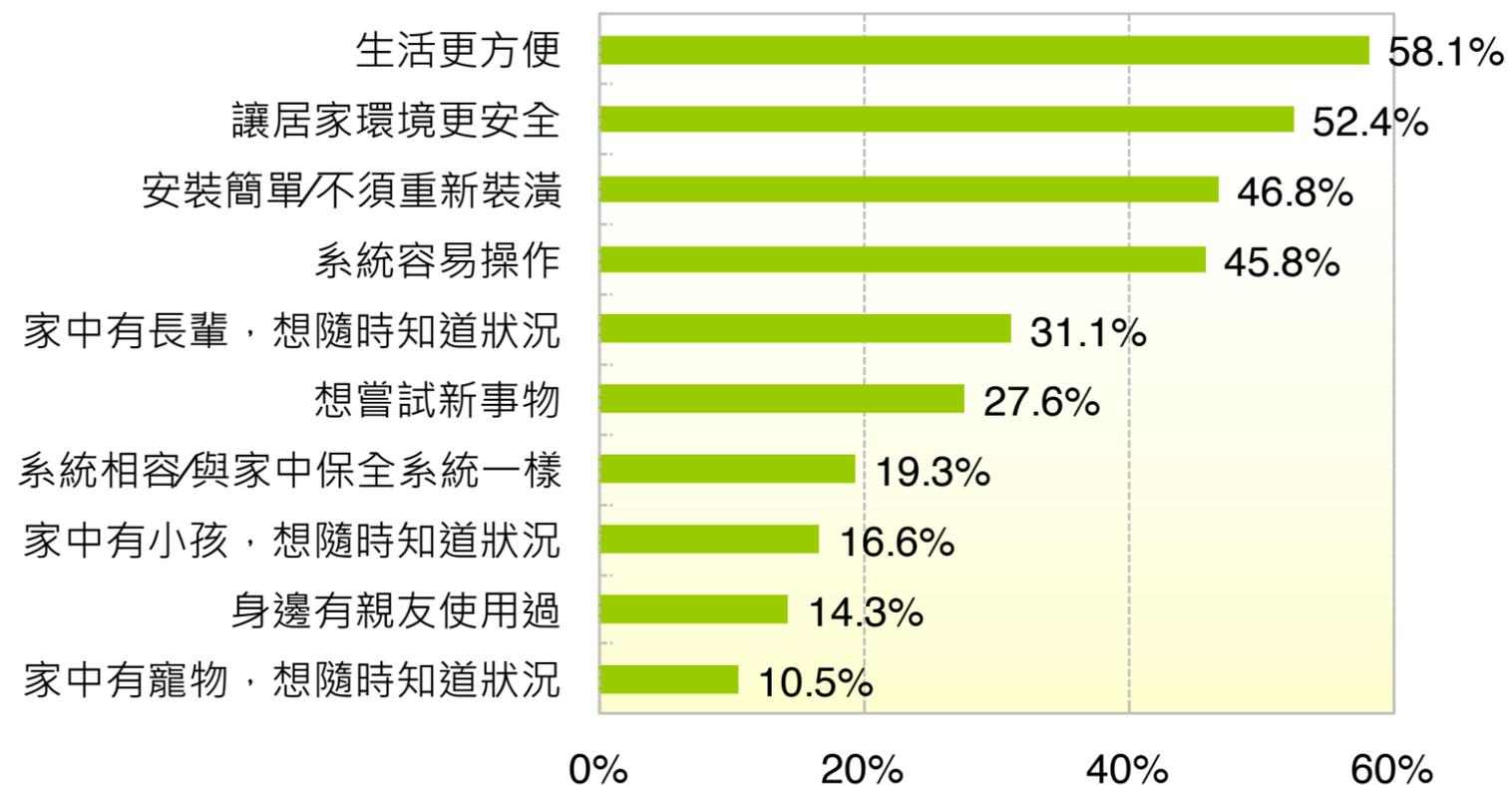
## 使用智慧家庭裝置 / 服務主因：生活及居家環境更方便、安全

未來對使用智慧家庭裝置 / 服務的興趣程度



Base：目前沒有使用智慧家庭裝置 / 服務者 N=1033  
資料來源：創市際市場研究顧問 Apr. 2018

未來有意願使用智慧家庭裝置 / 服務的吸引點

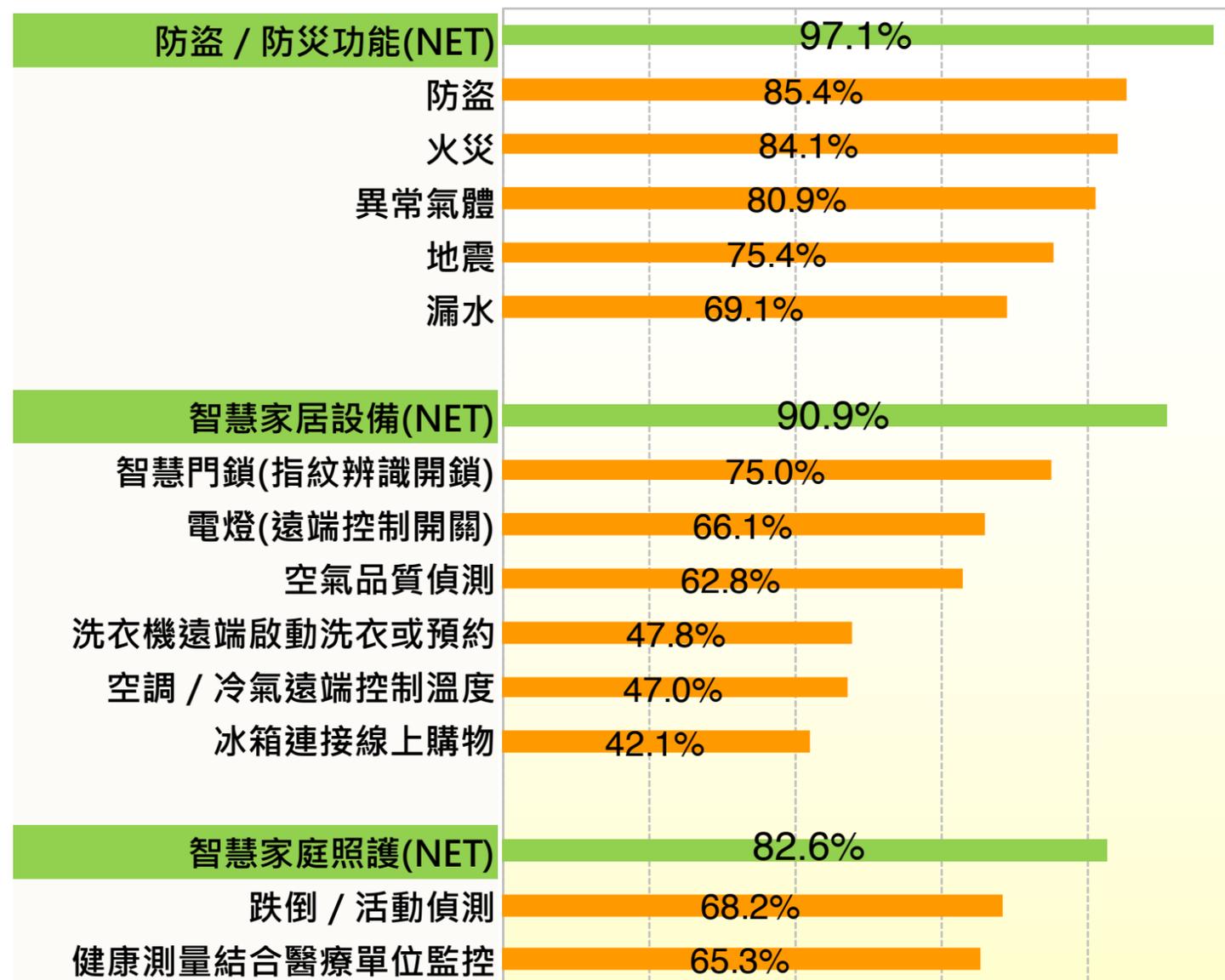


Base：目前未使用，但未來使用意願為普通、偏向有興趣者 N=895  
資料來源：創市際市場研究顧問 Apr. 2018

進一步詢問目前沒有使用智慧家庭裝置者，未來使用智慧家庭裝置 / 服務的感興趣程度，有 55.5% 是「偏向有興趣」的，31.1% 表示「普通」；追問促使其未來有意願使用的原因發現，以讓「生活更方便」(58.1%) 的比例最高，其次是「讓居家環境更安全」(52.4%)，而「安裝簡單 / 不須重新裝潢」(46.8%) 及「系統容易操作」(45.8%) 則為排名第三的原因。

## 未來對智慧家庭防盜 / 防災功能最感興趣

## 未來使用智慧家庭相關裝置 / 服務意願



Base：目前有使用或未來有興趣使用智慧家庭裝置 / 服務者 N=1407  
資料來源：創市際市場研究顧問 Apr. 2018

網友對於未來使用智慧家庭裝置 / 服務的意願中，以使用家庭防盜 / 防災功能(NET)(97.1%)的比例最高，特別是「防盜」(85.4%)、「火災」(84.1%)及「異常氣體」(80.9%)的相關裝置使用意願都在八成以上。

而網友對使用智慧家居設備(NET)(90.9%)的感興趣度也在九成以上，其中以對「智慧門鎖」(75%)、「電燈」遠端控制(66.1%)及「空氣品質偵測」(62.8%)設備較感興趣。

智慧家庭照護(NET)(82.6%)部份，網友對「跌倒 / 活動偵測」(68.2%)的服務較感興趣。

## 小結

- ▶ 目前智慧家庭相關裝置 / 服務使用率約為三成，以「智慧家居設備」使用率較高。
- ▶ 未來有意願使用智慧家庭裝置 / 服務的吸引點：「生活更方便」、「讓居家環境更安全」。
- ▶ 未來使用智慧家庭裝置 / 服務感興趣度：
  - 家庭防盜 / 防災功能 97.1%：以「防盜」、「火災」及「異常氣體」相關裝置的使用意願較高；
  - 智慧家居設備 90.9%：以「智慧門鎖」、「電燈」遠端控制及「空氣品質偵測」設備較感興趣；
  - 智慧家庭照護 82.6%：以「跌倒/活動偵測」服務較有使用意願。

## 研究設計

研究方法：

線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：

樣本來源為創市際 iX:Panel 大型樣本群，針對15-64歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2018/04/02 ~ 2018/04/09

有效樣本數：N=1,451

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.57%，再依照行政院主計處2017年11月台灣地區內政部人口之性別及年齡人口結構進行加權。

		頻次	百分比
性別	男性	726	50.0%
	女性	725	50.0%
年齡	15-19歲	115	7.9%
	20-24歲	136	9.3%
	25-29歲	135	9.3%
	30-34歲	143	9.9%
	35-39歲	172	11.9%
	40-44歲	157	10.8%
	45-49歲	153	10.6%
	50-54歲	155	10.7%
	55-59歲	151	10.4%
	60-64歲	133	9.2%
居住地	北部	665	45.8%
	中部	381	26.3%
	南部	405	27.9%



- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m [marcom@ixresearch.com](mailto:marcom@ixresearch.com)