



創市際雙週刊 第二六九期

發刊日：2025年06月02日

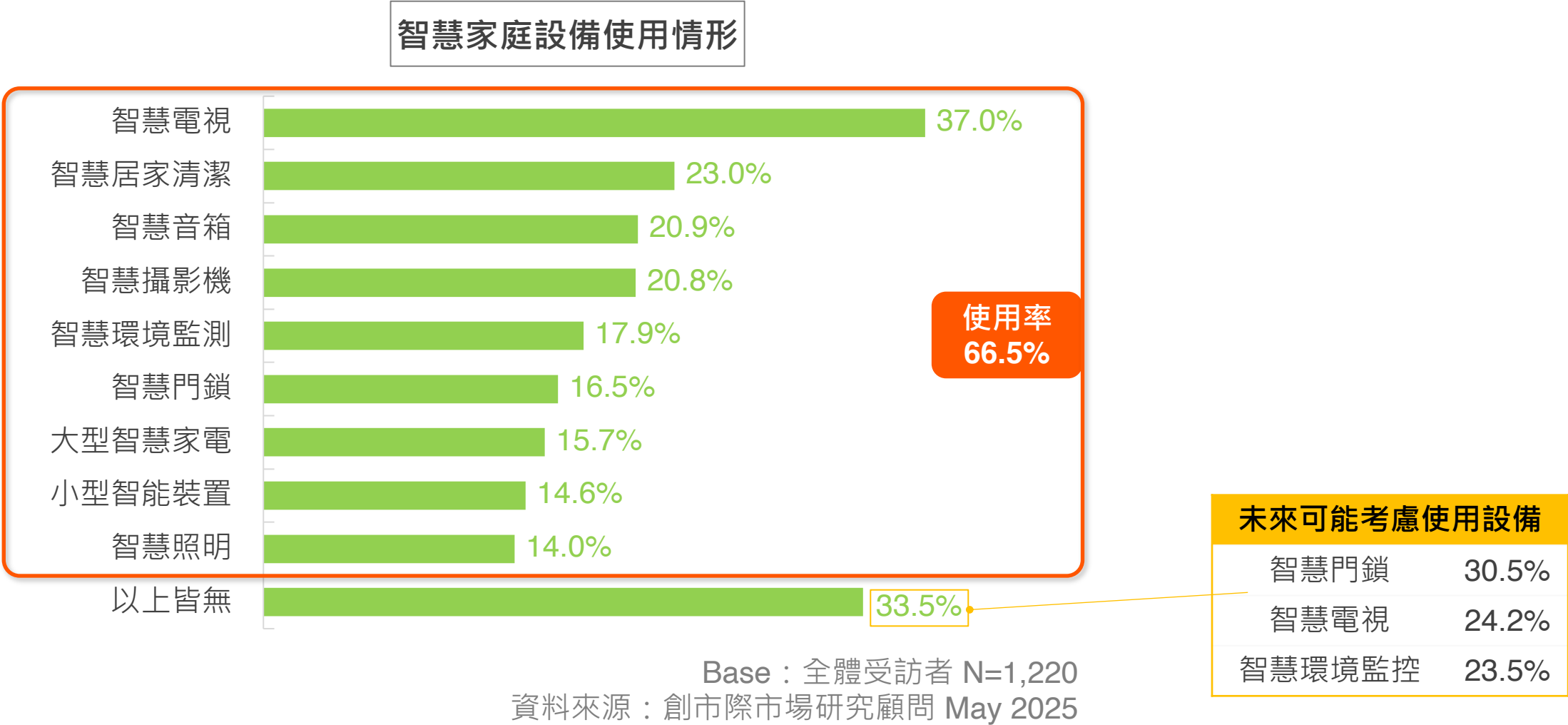
IX 市調解析

智慧家庭篇

智慧家庭篇

隨著科技的進步，智慧家庭設備愈趨普及，提供民眾更多便捷的生活體驗。為深入了解消費者對於智慧家庭設備的使用情況，創市際在 2025 年 5 月 2 日至 9 日，針對 15-64 歲 的網友進行了一項「智慧家庭篇」的調查，總計回收了 1,220 份問卷。

智慧型電視使用率近四成

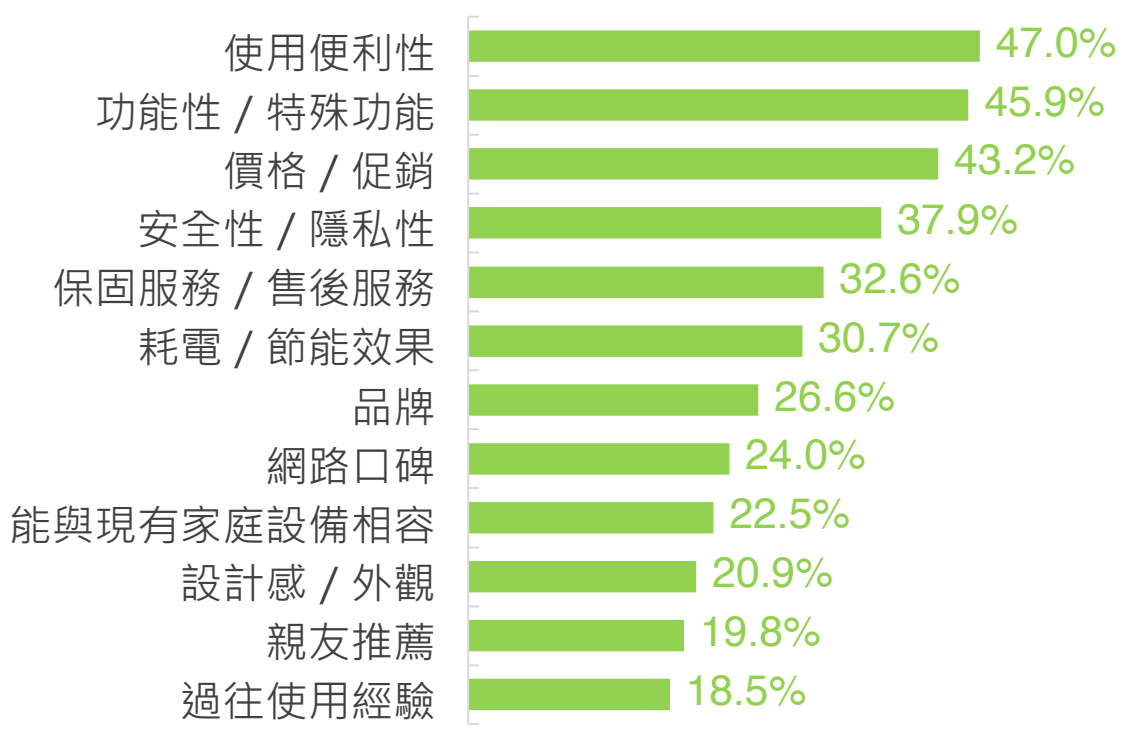


由調查顯示，66.5%受訪者家中有使用**智慧家庭設備**。其中普及率最高的是「智慧電視」(37%)；其次為「智慧居家清潔」(23%)，而排名第三的是「智慧音箱」(20.9%)或「智慧攝影機」(20.8%)。

詢問**尚未使用者**其**未來可能考慮使用的設備**，前三名分別是「智慧門鎖」、「智慧電視」或「智慧環境監控」。

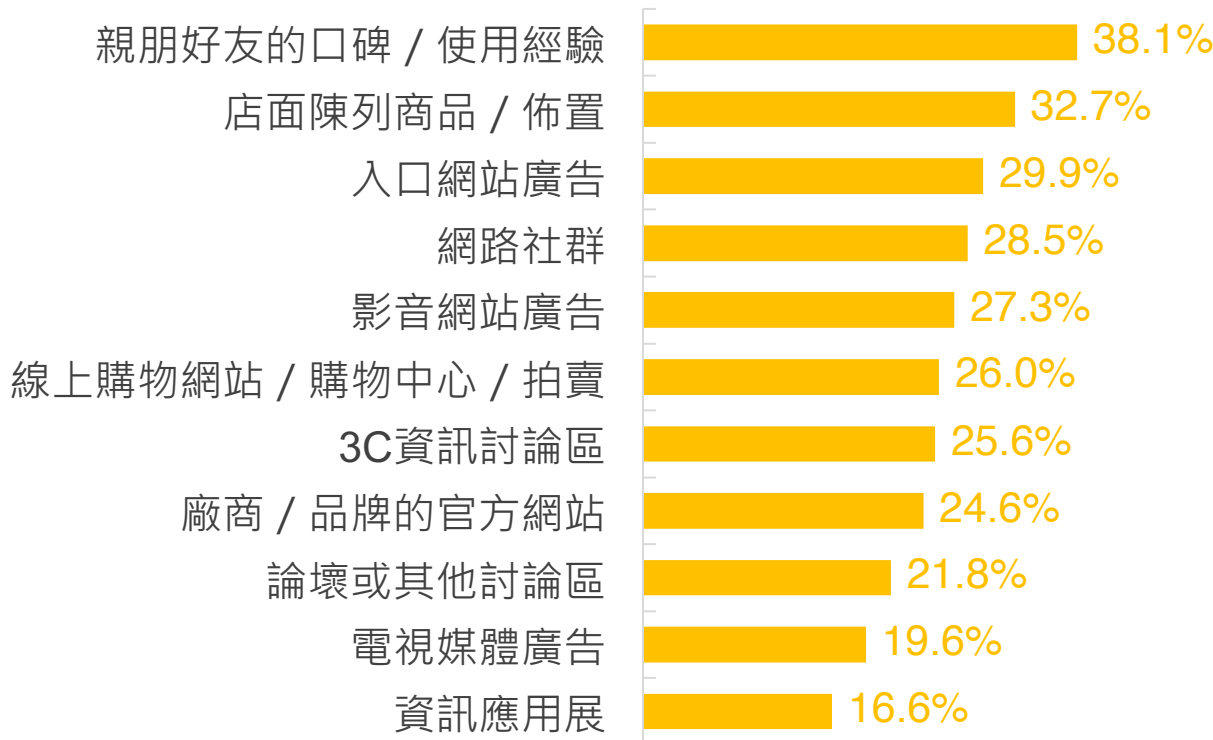
選購智慧家庭設備首重便利 / 功能性，口碑為參考關鍵

選購智慧家庭設備注重因素



Base：有使用智慧家庭設備的受訪者 N=811
資料來源：創市際市場研究顧問 May 2025

選購智慧家庭設備資訊來源



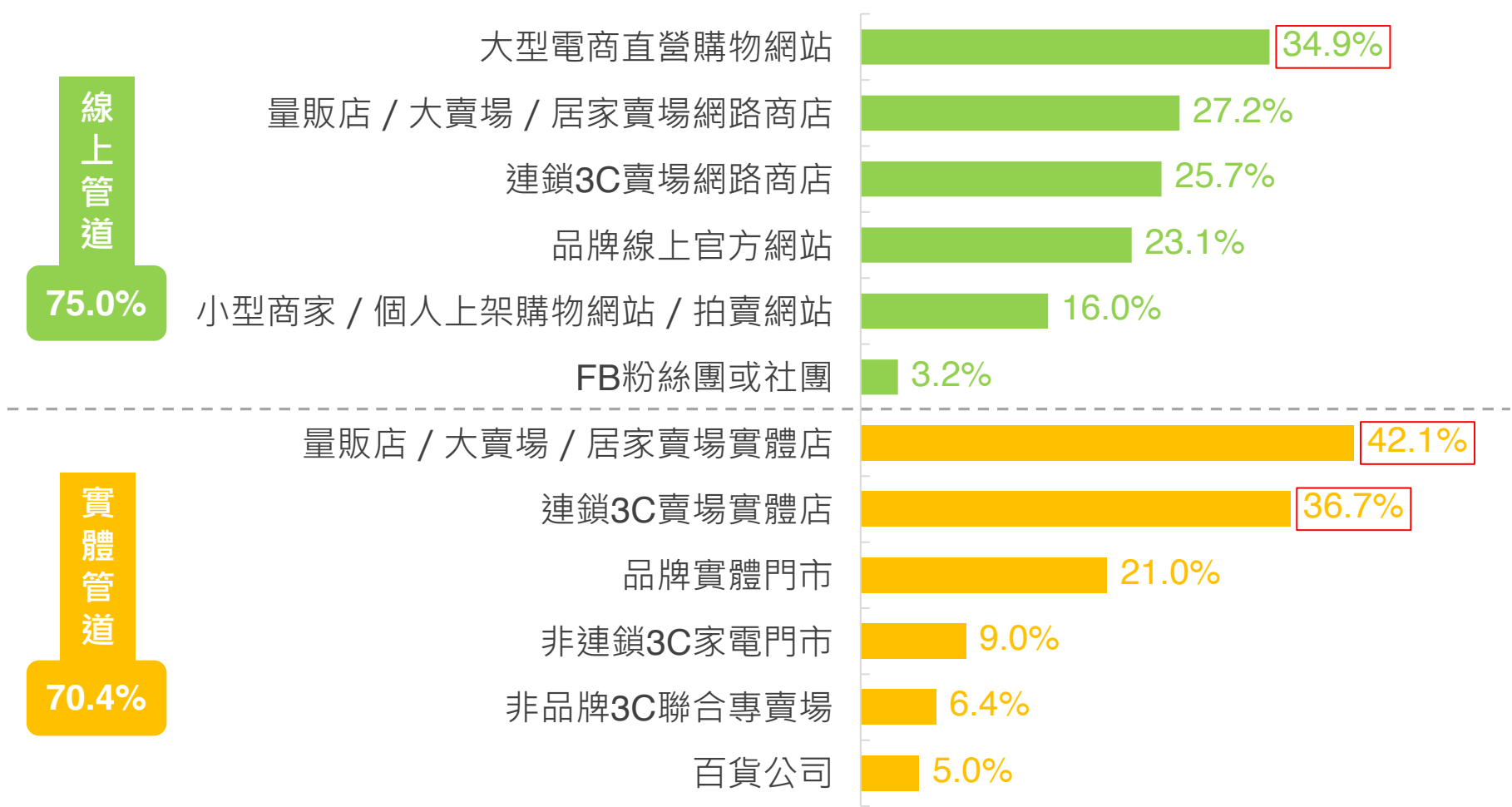
Base：有使用智慧家庭設備的受訪者 N=811
資料來源：創市際市場研究顧問 May 2025

透過調查數據顯示，消費者**選購**智慧家庭設備時，最重視「使用便利性」(47%)、「功能性 / 特殊功能」(45.9%)及「價格 / 促銷優惠」(43.2%)等因素。

而在獲取**資訊來源**方面，則以「親友口碑 / 使用經驗」(38.1%)為主，其次還有「店面陳列商品 / 布置」(32.7%)與「入口網站廣告」(29.9%)。

購買管道：量販店 / 大賣場 / 居家賣場實體店為主

選購智慧家庭設備管道



Base：有使用智慧家庭設備的受訪者 N=1,103
資料來源：創市際市場研究顧問 May 2025

有使用智慧家庭設備的受訪者中，整體有75%曾透過線上管道選購設備，略高於曾在實體通路(70.4%)購買的比例。

進一步來看各管道購買情形，是以「量販店 / 大賣場 / 居家賣場實體店」(42.1%)佔比最高，其次為「連鎖3C賣場實體店」(36.7%)，而「大型電商平台直營網站」(34.9%)則排名第三。

小結

- ▶ 智慧家庭設備使用率：66.5%
 - 使用設備 Top 3：智慧電視(37%)、智慧居家清潔(23%)、「智慧音箱」(20.9%)、「智慧攝影機」(20.8%)
- ▶ 選購智慧家庭設備**考量因素** Top 3：
 - 使用便利性(47%)、功能性 / 特殊功能(45.9%)、價格 / 促銷優惠(43.2%)
- ▶ 選購智慧家庭設備**資訊管道** Top 3：
 - 親朋好友口碑 / 使用經驗(38.1%)、店面陳列商品 / 布置(32.7%)、入口網站廣告(29.9%)
- ▶ 選購智慧家庭設備**管道** Top 3：
 - 量販店 / 大賣場 / 居家賣場實體店(42.1%)、連鎖3C賣場實體店(36.7%)、大型電商平台直營網站(34.9%)

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：
2025/05/02 ~ 2025/05/09

有效樣本數：N=1,220
在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.81%，
再依照行政院主計處2024年12月台灣地區人口
之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	610	50.0%
	女性	610	50.0%
年齡	15-19歲	77	6.3%
	20-24歲	94	7.7%
	25-29歲	114	9.3%
	30-34歲	121	9.9%
	35-39歲	120	9.9%
	40-44歲	148	12.1%
	45-49歲	147	12.1%
	50-54歲	132	10.8%
	55-59歲	134	10.9%
	60-64歲	133	10.9%
居住地	北部	558	45.7%
	中部	318	26.1%
	南部	344	28.2%



- ▶ 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