



創市際雙週刊
第二九二期

發刊日：2026年06月01日

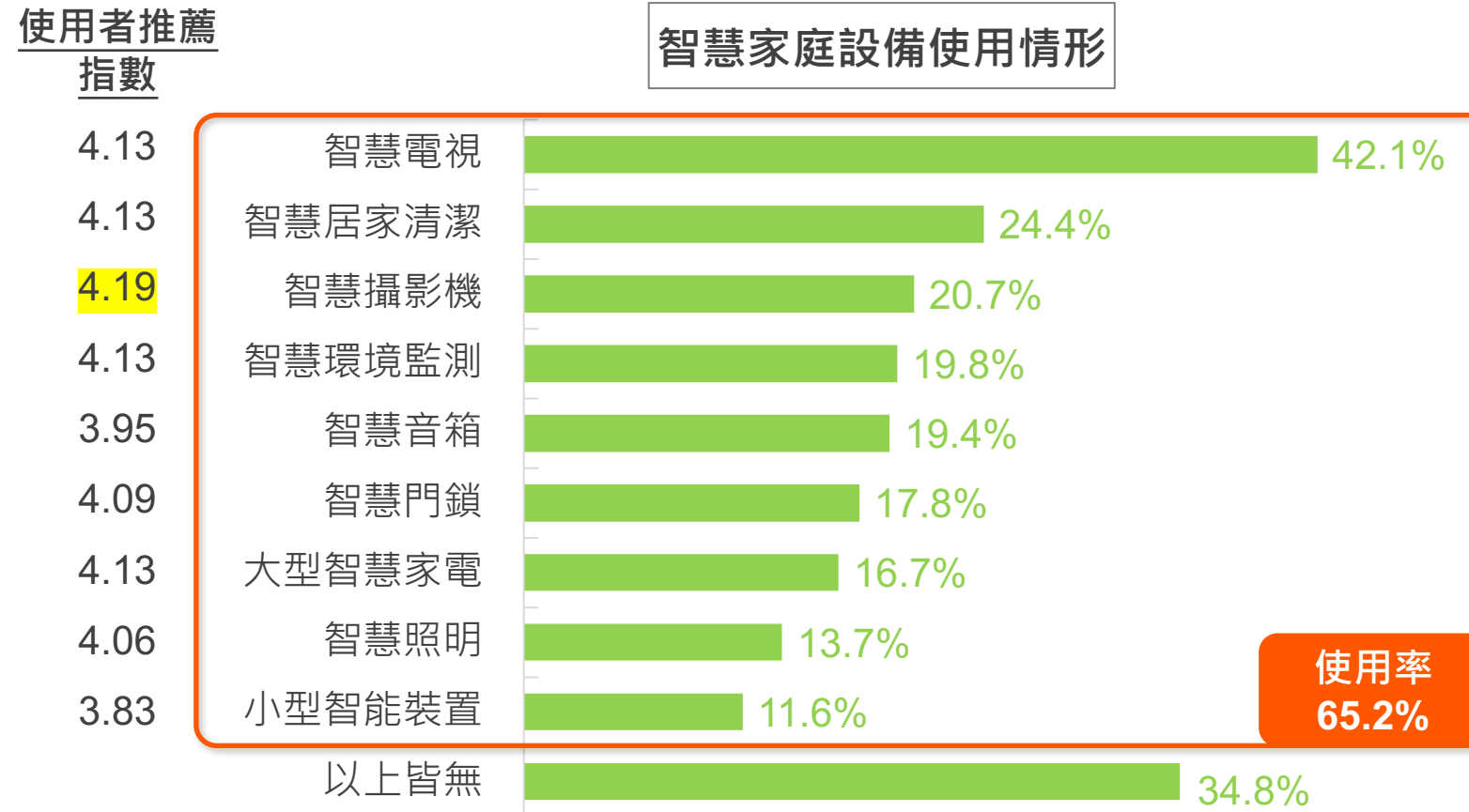
IX 市調解析

智慧家庭篇

智慧家庭篇

在數位生活深度普及的趨勢下，智慧設備已從單點功能延伸至整體的居家應用，成為提升生活品質的重要推力。為了解消費者對各類智慧居家產品的配置現況、使用後推薦度及選購偏好，創市際在 2026 年 4 月 27 日至 5 月 4 日，針對 15-64 歲 的網友進行「智慧家庭篇」的調查，總計回收了 1,157 份問卷。

智慧電視普及度最高，智慧攝影機推薦度居冠



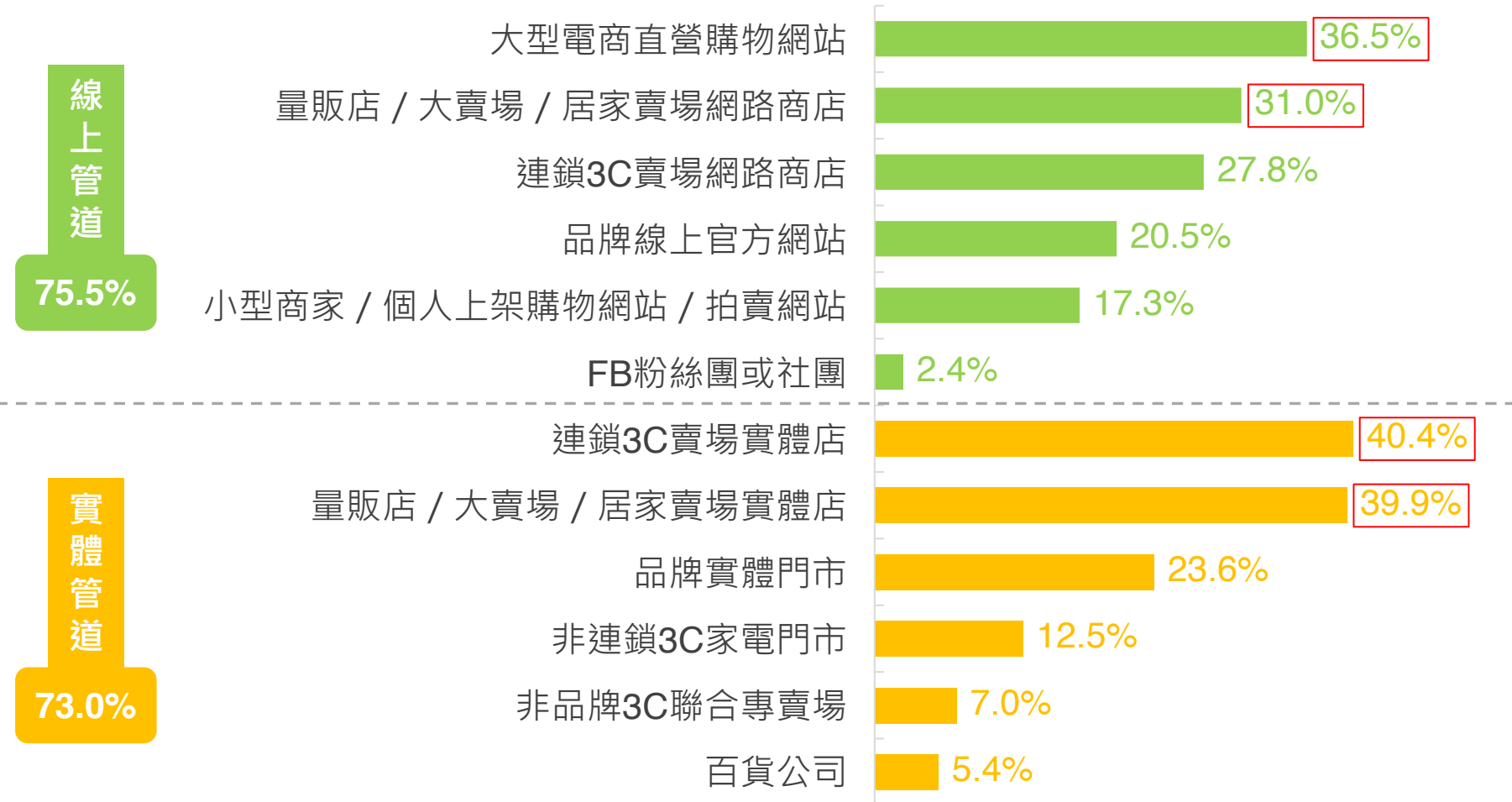
Base：全體受訪者 N=1,157
資料來源：創市際市場研究顧問 May 2026

根據調查，智慧家庭設備使用率已達 65.2%。其中「智慧電視」以 42.1% 高使用率為最受歡迎項目，其次為「智慧居家清潔」(24.4%)，而「智慧攝影機」(20.7%)排名第三。

若從推薦指數來看，「智慧攝影機」(4.19)為全品類推薦度最高的項目。

選購管道：線上與線下並重

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=754
 資料來源：創市際市場研究顧問 May 2026

由數據顯示，用戶選購智慧家庭設備的管道為**線上(75.5%)**與**實體(73.0%)**並重的情形。

線上以「大型電商直營網站」(36.5%)及「量販店網路商店」(31.0%)為主要通路；**實體**則集中於「連鎖3C賣場」(40.4%)與「量販 / 大賣場」(39.9%)。

小結

- ▶ 智慧家庭設備使用率：65.2%
 - 使用設備 Top 3：智慧電視(42.1%)、智慧居家清潔(24.4%)、智慧攝影機(20.7%)
- ▶ 智慧家庭設備推薦指數 Top：
 - 智慧攝影機(4.19)、智慧電視(4.13)、智慧居家清潔(4.13)、智慧環境監測(4.13)、大型智慧家電(4.13)
- ▶ 選購智慧家庭設備線上管道 Top 2：
 - 大型電商直營網站(36.5%)、量販店網路商店(31.0%)
- ▶ 選購智慧家庭設備實體管道 Top 2：
 - 連鎖3C賣場(40.4%)、量販 / 大賣場(39.9%)

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：

2026/04/27 ~ 2026/05/04

有效樣本數：N=1,157

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2026年2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	578	50.0%
	女性	579	50.0%
年齡	15-19歲	71	6.1%
	20-24歲	83	7.2%
	25-29歲	108	9.3%
	30-34歲	116	10.0%
	35-39歲	115	10.0%
	40-44歲	136	11.8%
	45-49歲	146	12.6%
	50-54歲	126	10.9%
	55-59歲	128	11.1%
	60-64歲	128	11.1%
居住地	北部	536	46.3%
	中部	305	26.4%
	南部	316	27.3%



- ▶ 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