

美國智慧家庭市場趨勢分析

作者：陳右怡 / 工研院 IEK ITIS 計畫

前言

2014 年美國科技大廠如 Google、Apple、Cisco、Qualcomm、Intel 等逐步進行智慧家庭布局，而其他業者如 Samsung 等併購 SmartThing，除提升技術能力之外，也藉此切入美國智慧家庭市場。智慧家庭雖然因各區域市場家庭文化與生活需求不同，促使智慧家庭應用需求具備區域市場特性，然而觀察美國科技大廠與其龐大國內市場需求，美國智慧家庭發展方向對於全球智慧家庭應用市場具有帶領作用。故本文整理分析美國智慧家庭市場銷售規模、消費者對各種智慧家庭裝置需求排序與百分比，並提出發展方向建議，以提供給有意願投入之業者參考。

智慧家庭裝置預估年成長 20%，家庭控制器則高達 36%，消費族群集中在 35 歲以下

根據美國 CEA(Consumer Electronics Association)與 Parks Associates 調查，美國智慧家庭裝置(如智慧溫控器、IP 影像監控器、智慧門鎖、智慧漏水偵測

器、智慧煙霧器、一氧化碳探測器、智慧燈泡、智慧燈光切換器、智慧插座、智慧電源延長線等)，以及控制這些裝置的智慧家庭控制器，這兩類產品的市場規模。在智慧家庭裝置方面，2014 年銷售量達 2,070 萬台，預估 2015 年成長率約 20%，賣出 2,490 萬台；在智慧家庭控制器方面，2014 年銷售量達 140 萬台，預估 2015 年成長率約 36%，190 萬台。如圖 1 所示。

值得注意的是，其中擁有寬頻網路的家庭，有 20% 預計 2015 年購入一個以上的智慧家庭裝置。而再進一步調查，目前擁有一個以上的智慧家庭裝置的消費者，其中 50% 年齡在 35 歲以下，這個族群特點是善於使用高科技

產品，同時也樂於將最新技術引入家庭生活當中，他們想要運用科技與家人一起創造出更多相處的時間。

照明、溫控、空氣感測、影像監控、電力監控等成為智慧家庭自動化與控制之主要應用需求

智慧家庭發展 10 年有餘，常見且成熟的產品或服務，包括家庭影音娛樂產品與服務(涵蓋智慧電視、機上盒、錄放影機、遊戲機等)、居家感測與影像監控(含防盜、防災、影像監控等)，目前智慧家電仍在突破互通互聯的障礙。因此，消費者目前所想要的

圖 1：美國智慧家庭市場規模



圖 2：美國消費者購買智慧家庭裝置偏好順序



資料來源：Parks Associates；工研院IEK ITIS計畫(2015/02)

智慧家庭裝置，成為業者關注並探索的焦點。

以美國市場為例，根據 Parks Associates調查，2015年美國消費者傾向購買的智慧家庭裝置需求偏好與百分比，如圖 2 所示。其中，智慧燈泡佔 24% 最高、其次為智慧家電與廚具 15%、智慧溫控器 14%、煙霧警報器 14%、IP 影像監控 13%、智慧門鎖 12%，而智慧插座類(如電源延長線 15%、入牆式智慧插座 12%、智慧插座 12%)，此反映出美國消費者家庭偏好運用智慧電

源延長線或插座設計方式，來控管家中電力使用習慣。

結論與建議

從美國智慧家庭裝置市場規模與消費者需求分析，歸納以下兩點發展方向，以提供業者投入智慧家庭市場之參考。

設計各種智慧家庭產品組合，以彈性迎合地域性應用需求

由於智慧家庭應用需求隨著各國家或各地區家庭生活需求而

不同，目前對於業者來說，因應區域性市場進行高度客製化、少量多樣等方式，將提高研發成本。故建議(1)智慧手機作為網路連結、無線傳輸與控制家中裝置的平台或介面；(2)可先設計出滿足不同需求的產品或服務解決方案，例如先整合 2~3 個現有裝置形成一個產品組合，例如 IP 網路攝影機整合空氣檢測儀、溫控器結合空氣淨化器、智慧照明結合家庭影音服務等，使用者可再根據自身需求加入其他裝置，進行軟硬體擴充。

發展家庭數據收發與控制裝置，以實現家庭自動化應用

智慧手機雖成為簡易的資料通道或控制介面，但仍無法承載較龐大的家庭所有成員的資料傳輸或交換。因此，全球大廠已陸續將過去負責家庭網路連結、資料傳輸或影音服務等單一服務的裝置，如家用匣道器、路由器、機上盒等，加以進行功能整合，以成為可擔任智慧家庭之數據收發、集散與存取的中心，進而可控制整個家庭中的所有裝置。而這類家庭裝置發展重點在於與哪些家用裝置互通互聯、數據分析、雲端儲存服務設計等，並能創造第三方獲利的開放平台，方能落實各種家庭自動化應用。CTA