

智慧家電偏好 男女大不同!

Aug. 2018
eNewsletter

HAPPYGO **GO SURVEY**
市場研究顧問

Customer Insight Analysis & Research
Dept., Marketing & Sales Division
Ding Ding Integrated Marketing
Aug. 2018



隨著環境趨勢改變，HAPPY GO 為了深入瞭解台灣消費者在科技家電的趨勢，於2018/6/21 -2018/7/16期間在GO SURVEY平台上執行了線上網路調查。

總共回收了3,110份樣本，受訪者條件為18-70歲且過去一年有消費的HAPPY GO卡友。

此份分析報告彙整了男女消費者，對智慧家電尤其是掃地機器人的不同消費偏好。

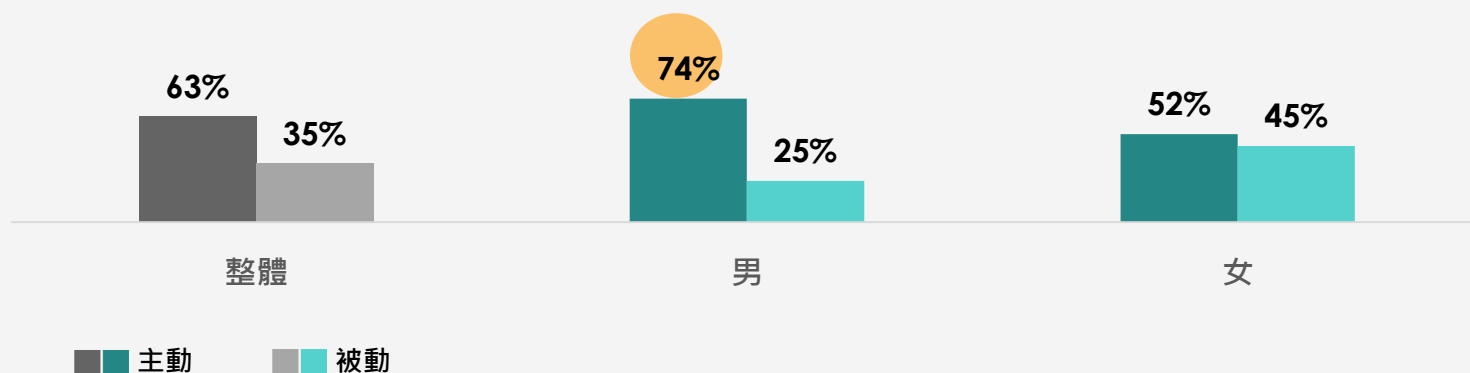


智慧家電關注度高， 男性更主動

無論男女皆關注科技家電產品(超過9成)。
但在態度上略顯不同，男性主動性較女性高；
74%男性會主動關注瀏覽[智慧家電]等電子科技產品。

平時關注[智慧家電]等電子科技產品

74% 男性會主動關注 vs. 52% 女性會主動關注

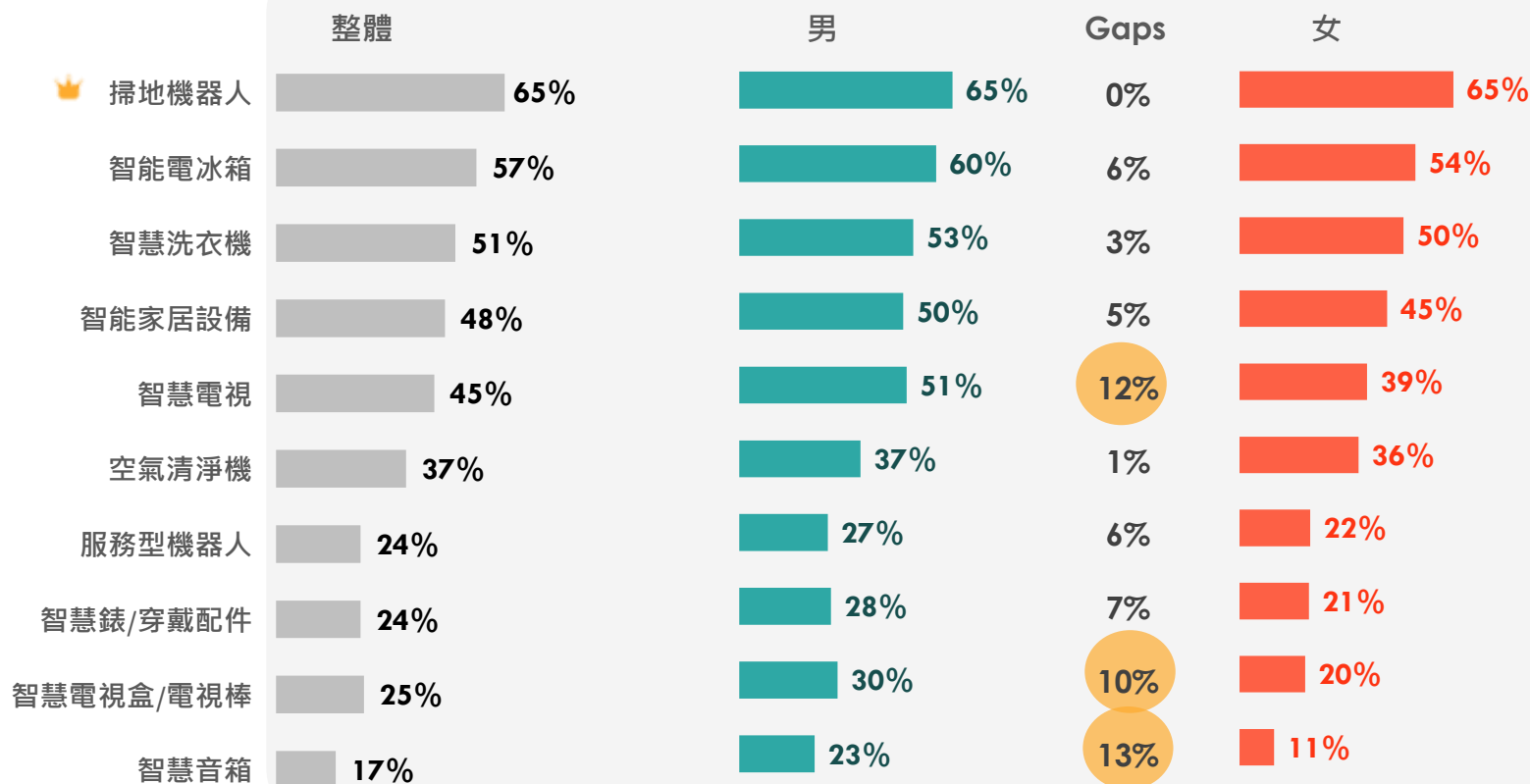


大家都愛掃地機器人!

無論男女，首選有興趣購買皆為掃地機器人！

女性在其他家電的採購興趣都落後男性，只在掃地機器人打平，反映出女性對此的高度渴望！但在智慧電視、智慧電視盒、智慧音箱等娛樂性質較高的家電追求上男性遠大於女性，顯示男性在家中架構一個娛樂中心的願景。

未來最有興趣會採購的「智慧化生活家電」



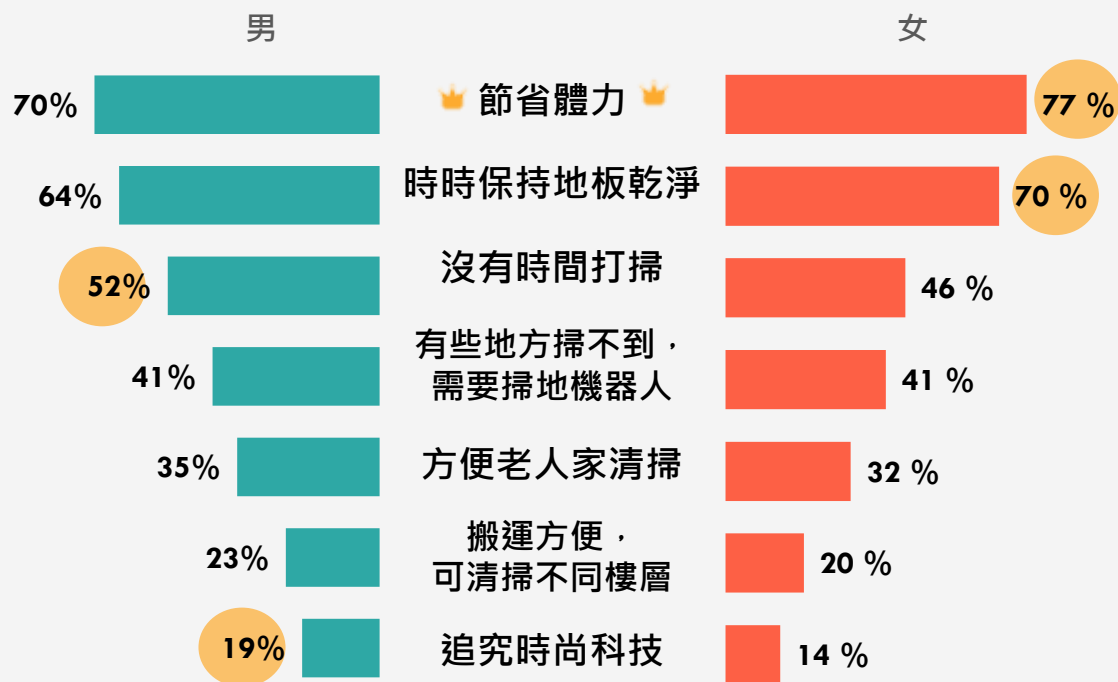
節省體力、時時保持地板環境乾淨

前2大掃地機器人購買考量點 (尤其對女性)；

但男性較女性消費者更加會為沒有時間打掃以及追求時尚科技而買。

打掃，何必自己來

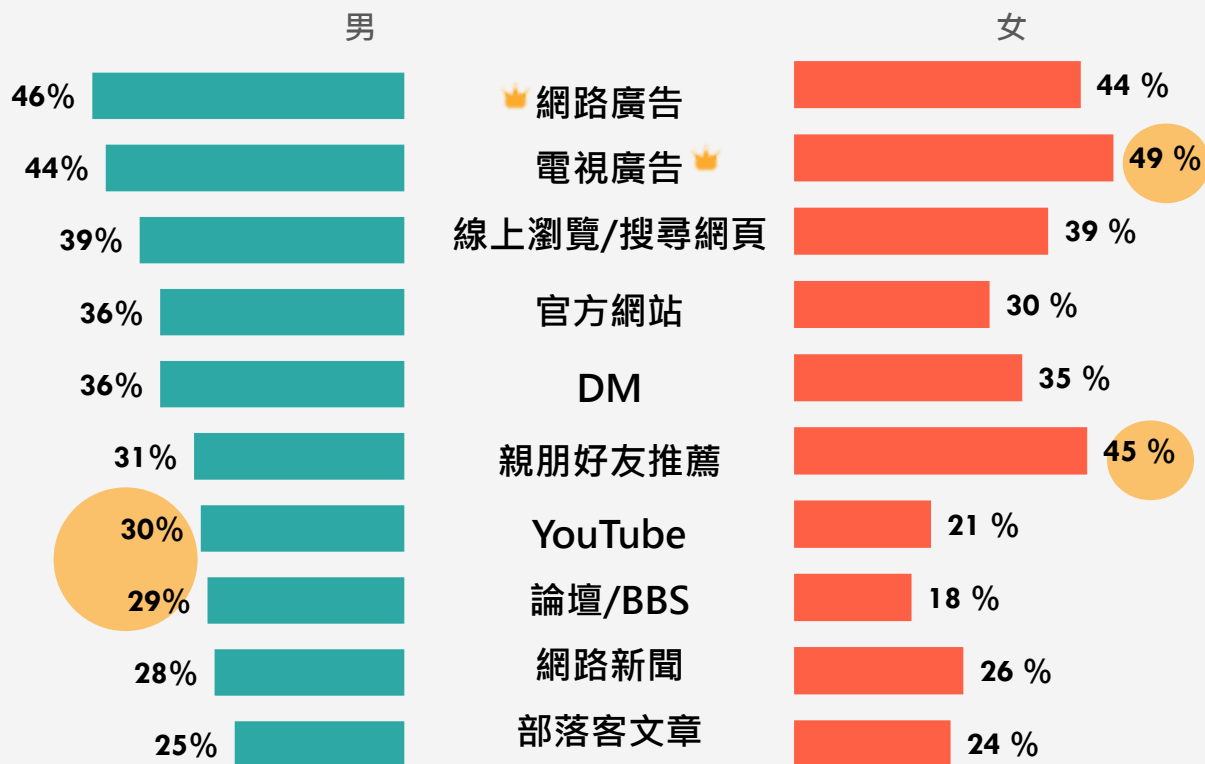
七大掃地機器人購買原因



女性消費者偏好用電視廣告(傳統媒體)、親友推薦瞭解掃地機器人；
男性消費者較女性更加青睞數位媒體，會在You Tube、論壇/BBS取得訊息。

男性首重網路廣告
女性則是電視廣告

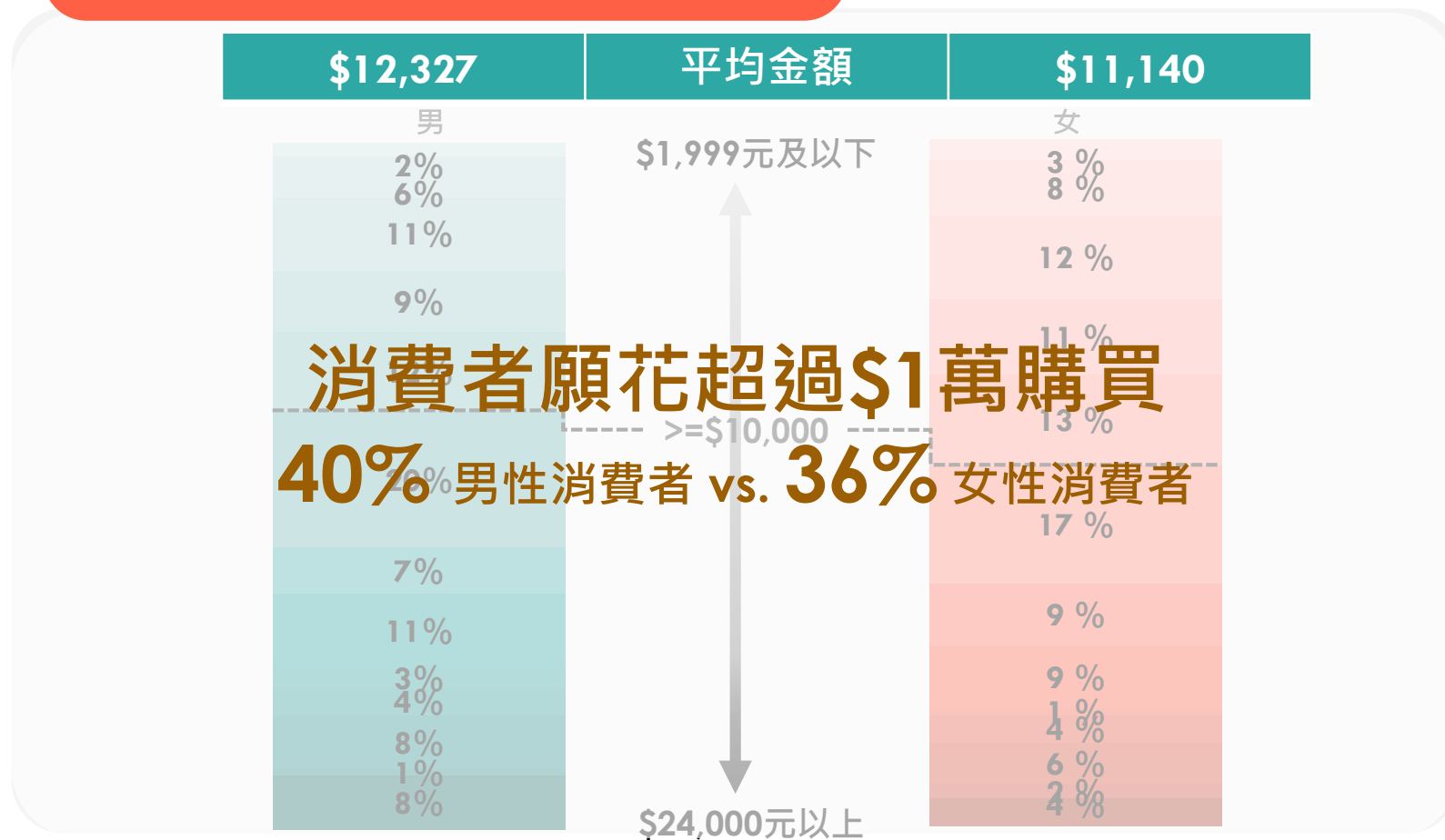
十大瞭解掃地機器人媒體管道



男出手高於女

男女消費者接受度最高的價格帶皆落在\$1萬~\$1.2萬之間；選購入手價願超過\$1萬元，男性消費者(40%)比女性消費者(36%)多，平均願意花費金額男性也高於女性約\$1,187元。

男女消費者在掃地機器人花費意願

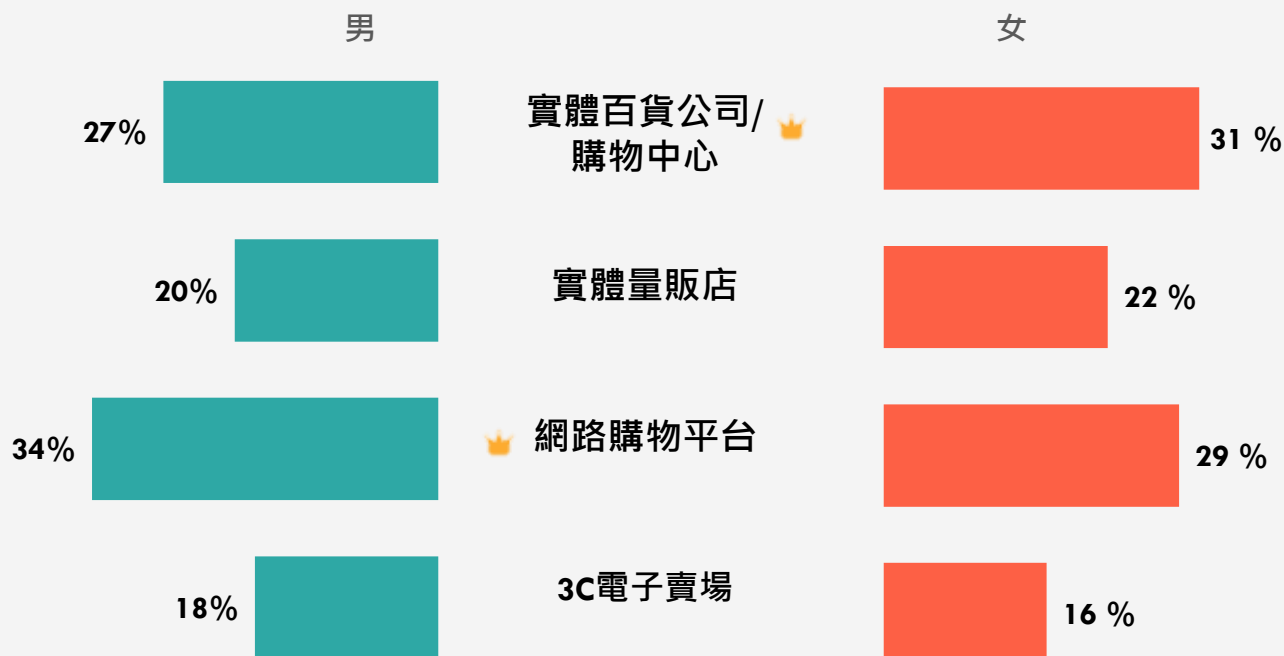


男選網購、女愛百貨

在選擇購買掃地機器人通路，

男性消費者(34%)多會選擇網購；女性消費者較愛去百貨公司(31%)。

四大掃地機器人購買通路



小結

Summary

品牌可運用購買首要考量點**省體力**、**時時保持地板乾淨**來趨動掃地機器人的購買渴望，男性也可用**沒有時間打掃**以及**追求時尚科技**來趨動購買慾

1

智慧家電關注度高， 男性更主動

- 無論男女都有超過9成關注科技家電產品。但在態度上，男性(74%)主動性較女性(52%)高

2

大家都愛掃地機器人!

- 男女首選：掃地機器人
- 女性對掃地機器人的採購興趣反映出其的高度渴望
- 對娛樂性質較高的家電追求上男性遠大於女性

3

打掃，何必自己來

- 省體力、時時保持地板乾淨，為前2大掃地機器人購買考量點(尤其對女性)
- 男性較女性消費者更加會為沒有時間打掃以及追求時尚科技而買

小結

Summary

多加利用網路廣告、
YouTube、論壇/BBS吸引
男性到網購下單；另外
善用電視廣告、親友推
薦、價格優勢吸引女性
到百貨公司去購買掃地
機器人

4

男性首重網路廣告 女性則是電視廣告

- 女性消費者偏好用電視廣告(傳統媒體)、親友推薦；男性消費者較女性更加青睞數媒，會在YouTube、論壇/BBS瞭解掃地機器人

5

男出手高於女

- 選購入手價願超過\$1萬元，男性消費者(40%)比女性消費者(36%)多
- 平均願意花費金額男性也高於女性約\$1,187元

6

男選網購、女愛百貨

- 在選購掃地機器人通路，男性消費者(34%)多會選擇網購；女性消費者較愛去百貨公司(31%)

THANK
YOU!

HAPPYGO

GO SURVEY
市場研究顧問

分析調研內容主編

Christina Wang

顧客洞察分析暨市調處

分析調研業務聯絡人

Trista Hsu

顧客洞察分析暨市調處 市調主任

Tel +886 2 7711-3636 #728

Email tristahsu@ddim.com.tw