

智慧音箱是甚麼？

驊達科技 程正孚

智慧手機在這個年代，可能已經不是什麼新鮮玩意兒。可是從去年開始，有另一個「智慧」東西在市面亮相，這個東西就是「智慧音箱」（Smart speaker），也有人稱它為「智慧喇叭」。

這個智慧音箱到底有多智慧呢？簡單地說就是一款內鍵人工智慧（AI）語音助理的音箱，透過連網喇叭，有語音輸入功能，能夠控制家用電器、App的產品，說穿了也就是另一個智慧家庭的入口。

早期智慧家庭的入口，設定在客廳的電視，後來發現人在家中的時候，不一定都會坐在電視機前，而是常常需要走動，而且電視也不可能24小時一直開著，挺浪費電的。因此，就有人想到利用喇叭做為連接家中各樣

智慧家電的平台，而這個人就是Amazon（亞馬遜）。

【Amazon智慧音箱熱銷】

一開始的智慧音箱只是一個造型像保溫杯的喇叭，不過Amazon把虛擬助手 Alexa加進去之後，這個喇叭就不再只是喇叭，他可以確認日曆、天氣、購物進度、播放音樂等，各項智慧助理可以做的事情。由於它串聯了Amazon相關的服務，剛推出市場就反應熱烈，於是乎在去年的耶誕節一口氣推出了三款，包括：搭載小螢幕的Echo Spot、披新衣的Echo、更強的Echo Plus，成了聖誕節市場上最熱銷的商品之一。

同樣擁有廣大會員以及內容實力的Google以及蘋果，自然也不會放掉這一塊



大餅，Google 也在去年（2017）推出數款Google Home 智慧喇叭，緊接著Apple 也在2017年推出HomePod。緊接著中國大陸的京東、小米、阿里巴巴、騰訊、出門問問等，也相繼推出中文的智慧喇叭。專業法人預估在2020年智慧喇叭出貨量有機會達到1.01億台，市場規模上看225億美元，2015到2020年智慧喇叭的市場規模複合成長率可達83%，這個大概是現在任何一個電子商品都無法達到的成長率吧！

【台廠切入供應鏈】

有市場，往往就會有台廠的角色。台灣廠商在語音辨識晶片、類比IC、電聲元件、組裝以及伺服器代工，都有非常強的表現。

【台廠晶片有優勢】

因為智慧音箱核心的兩個晶片，其一是負責語音及深度學習運算的處理器，其二是辨識音訊及進行類比數位轉換的Codec。而聯發科針對智慧音箱打造的處理器已打進亞馬遜Amazon Echo供應鏈，並且陸續在大陸市場擴大出貨，算是在智慧音箱市場成功開出一條道路。

在Amazon打響了智慧音箱之後，今年的重頭戲就是蘋果也要推出智慧音箱「HomePod」，根據了解售價可能仍是走高檔路線。亞馬遜Echo系列產品是這一波智慧音箱的先驅，在今年蘋果推出HomePod後，更帶動大量中國大陸品牌跟進，像是小米推「小愛同學」AI音箱、阿里向天貓會員發售天貓精靈X1、京東推叮咚音箱、百度和騰訊分別有小魚在家音箱和騰訊叮噹等，熱度推向最高點。

從亞馬遜Echo產品的演進來看，智慧音箱已逐步整合了家中智慧裝置、播放音樂和回答問題的功能。新一代的Echo已可以在生活中扮演助理的角色，不但在一大早提供叫醒服務，還可以隨時問它時間、溫度、天氣或請它撥放音樂或唸新聞給你聽，並進化到提供螢幕呈現資訊，還具備拍照功能。平價版的小米「小愛同學」AI音箱，除了兼具鬧鐘、時間、天氣、翻譯、播放音樂、回答問題等多重角色外，還可透過「小愛同學」這個關鍵字，來遙控家中的裝置，包含電視、空調、電風扇、掃地機器人、電鍋、攝影機等多種小米設備。



據市調機構Global Market Insights研究報告指出，預估到2024年將成長到130億美元，出貨量將達1億台，成長動能相當強勁。

亞馬遜 Echo 持續稱霸美國智慧音箱市場，不過在 Google Home 與其他競爭者努力追趕下，Echo 的領先優勢已有下滑跡象。據調研機構 Emarketer 的預則，美國今年將有 4,070 萬人每月至少使用亞馬遜 Echo 一次，占整體比重 66.6%，不過來到 2020 年，Echo 市占率預估將下滑至 60.8%。

與此同時，Google Home 市占預估從 29.5% 上升至 32.9%，仍遠遠落後給亞馬遜 Echo。其他廠牌裝置預估從 8.3% 上升至 14%。Emarketer 還指出，美國今年使用智慧音箱的人數將首度超越穿戴式裝置，來到 6,110 萬人，對照 2017 年成長近四成，也遠高於 Emarketer 去年 4 月預測的 4,540 萬人。今年預估有 5,010 萬人使用穿戴式裝置，比 2017 年成長近 12%。據 Emarketer 表示，智慧音箱最常被用來收聽音樂，有 74% 的受訪者如此回應，其次才是解答問題，如問氣象、時間等。

目前，智慧音箱也是AI語音助理應用之熱門產品。然而，電視的AI人工智慧功能似乎與智慧音箱的功能重疊，都是允許使用者通過語音指令控制多個裝置。可能是，AI電視推出時間較智慧音箱晚些，還有AI電視的售價仍偏於高檔階段，所以消費者對於智慧音箱和AI電視接受度存在不同區別。還有，消費者基本上認知，智慧音箱類似智慧手機，而電視才是家庭成員之間共用的設備，因此

目前淡化了這兩個市場相互影響需求的可能性。然而，電視的AI人工智慧功能似乎與智慧音箱的功能重疊，所以將來可能取代智慧音箱，尤其當人類漸漸邁入智慧家庭，完全轉向新家電植入AI功能的電子產品。從長遠來看，AI電視將能夠取代智慧音箱。

參考自<https://tw.money.yahoo.com/>「智慧音箱」