

# 這個產品讓六成用戶 冷落手機， 幹掉智慧手機的設備會是？

3S Market 資訊中心  
題圖來自：Twitter

最近諮詢顧問公司埃森哲（Accenture），發佈了一項調查數據，66%使用Amazon Echo和Google Home等智慧音箱的使用者，使用手機的次數明顯減少。

這或許透露出些許智慧設備的新趨勢，而在智慧音箱和智慧助理這個領域，智慧手機的兩大巨頭蘋果和三星，都落後於亞馬遜和Google。



埃森哲（Accenture）這項調查的對象，涵蓋了來自19個國家的21,000人，在2017年

10月到11月進行。66%受訪者表示，在使用加載智慧語音助手的設備後，使用智慧手機的頻率降低了。

不過這次的調查對象也許不包含中國，因為這份調查還顯示，64%受訪者表示，不太經常將手機用於休閒娛樂，而58%使用者還表示，很少使用手機在線上購物。



據埃森哲（Accenture）統計，在美國21%的互聯網，擁有類似Amazon Echo這樣的智慧設備，而在2018年這一數字，還可能猛增到37%。

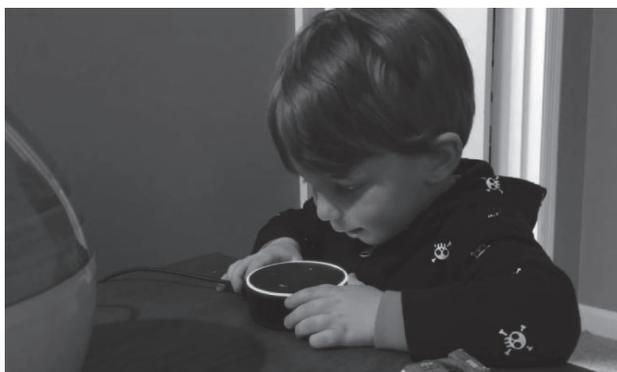
儘管智慧音箱在中國不溫不火，但入局智慧音箱的廠家，確實越來越多。去年阿里推出了天貓精靈，小米推出了小愛同學，京東也推出叮咚TOP智慧音箱，百度也在剛開幕的CES上推出了三款智慧音箱。

而最開始引領智慧音箱風潮，就是亞馬遜。內置人工智慧助手Alexa的Amazon Echo 在2014年橫空出世，基本奠定了智慧音箱的形態，也在這個領域取得了絕對的領先。



調研公司 Strategy Analytics 的數據顯示，2017年銷售的全球智慧音箱中，有68%使用的是亞馬遜的 Alexa平台，而第二名Google Assistant只佔20%。

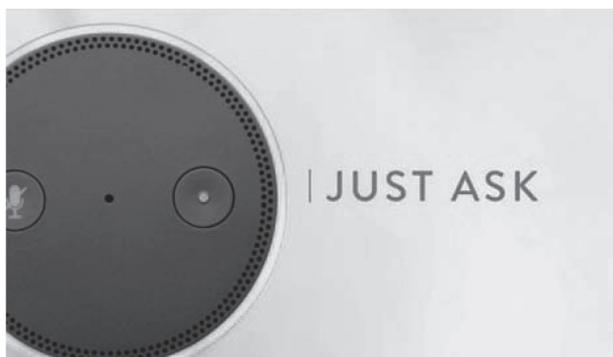
Amazon Echo智慧音箱的銷量，在去年就早早突破了1000萬台。而得益於聖誕節開始的打折促銷，亞馬遜官方稱在聖誕節和新年期間，賣出的Amazon Echo以「數百萬計」。



(圖自：Pinterest)

市場分析公司Canalys的一份智慧音箱報告預測，2017年全球智慧音箱銷量突破3000萬台，結合亞馬遜的市場佔有率，有分析師預計加載Alex智慧助手的智慧設備銷量，已超過2000萬台。

貝索斯想讓基於語音的計算平台成為主流，Amazon Echo賣得好還不夠，更重要的是建立自己的生態。當初蘋果在iPhone推出第二年推出App Store，第三方應用開發平台的繁榮是 iPhone立足的重要根基。



亞馬遜在Amazon Echo，推出後的第二年6月，就宣佈開放Alex的開發介面，去年10月開始還為開發者提供，功能內購買和接入亞馬遜支付，Alex平台上目前已經有30000多個，Alex技能和應用程式。

同時亞馬遜在去年推出的「開發者獎勵計劃」，則用真金白銀獎勵Alexa平台的開發者，亞馬遜稱已經透過這項獎勵計劃，向開發者支付了數百萬美元獎金，並計劃在2018年將這項計劃，推廣到更多國家。



近日亞馬遜還推出了一款名為「Alexa Mobile Accessory Kit」的開發工具，可以讓Alexa透過藍牙，在智慧手錶和耳機等可穿戴設備上使用，而首款搭載Alexa的AR智慧眼鏡，也將在上週的CES上亮相。

智慧語音助手的戰爭，或許會在今年更加激烈，亞馬遜的Alexa在去年的CES大出風頭後，今年的CES上不少科技廠商，都將智慧語音助手作為重要賣點。

在今年的CES開始前，Google就在舉辦地拉斯維加斯會展中心，外圍給Google Assistant鋪天蓋地打起了廣告。LG也將發佈一款搭載Google Assistant的ThinQ智慧音箱。



(圖自：Twitter)

而一向不參加CES的蘋果，雖然HomePod一拖再拖，今年也透過HomeKit生態鏈的一眾廠商亮相CES。Forrester Research分析師JP Gownder表示：

今年將是 AI 和語音接口的一年。

在 iPhone 十週年專題的一篇文章中，ifanr曾分析道：

蘋果一向在Product Life Cycle的佈局十分緊湊，但就只有iPhone仍然在週期裡運作。而且從營收來看，iPhone仍然是蘋果的生命

線。但2016年iPhone開始出現銷量同比倒退，這或許說明iPhone已經開始進入了產品週期的後段。

究竟是iPhone的產品週期完了？還是智能手機的週期完了？如果是智能手機的週期完了，那能繼承智慧手機的產品是什麼？是蘋果和其他廠商用了十年時間都仍然解不開的謎題。

繼承智慧手機的產品，會是基於語音智慧助理的產品嗎？如果是，那語音智慧助理的載體，會是智慧音箱嗎？抑或是語音智慧助理能夠幫助智慧手機延續更長的週期，這個答案也許不需要等太久。