2024

美国智能娱乐家居设备用户调查

【 出海广告 就选维卓 】
关注我们，获取最新出海营销干货报告

报告要点

- 消费者生活概况调查（教育程度、收入）
- 消费者生活习惯调查
- 消费者对身边环境看法调查
- 营销手段消费者调查

目录

扫描领取报告

1.人群受众分析

- 年龄阶段
- 性别
- 教育
- 收入
- 家庭分类
- 社区类型
- LGBTQ+性少数群体

2.消费者生活习惯

- 价值观
- 主要兴趣
- 运动类型
- 关注的运动类型

3.消费者态度

- 消费者态度
- 创新产品接受态度
- 美国所面临问题
- 政治倾向

4.营销方式接触点

- 媒体使用数据
- 网络营销接触点
- 设备平台接触点
- 社交媒体接触点
- 线下营销接触点

WEZO维卓

WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

概览

概述

- 本报告分析了在“您是否拥有智能家居设备（即可以通过智能手机/互联网连接控制的设备？）”的多项选择问题回答“是的，用于娱乐”的消费者。该报告为读者提供了美国智能娱乐家居设备用户的全面概述：用户群体；用户喜好； 用户态度。提供有关用户的人口特征数据、生活习惯，意见和营销接触点。此外，该报告还分析对比了美国娱乐智能家居设备用户（“目标受众”）与美国一般消费者（总受访者）的对比，在图表中标记为“总受访者”。该报告每季度更新一次，基于Statista 消费者洞察全球调查的数据。

扫描领取报告

消费者调查报告细节

- **设计**：在线调查，分割问卷设计
- **持续时间**：约15分钟
- **语言**：每个国家的官方语言，并提供美式英语作为替代语言
- **地区**：56个国家
- **受访者人数**：
- 进行扩展调查的国家/地区超过 12,000个基础调查；样本超过 2,000个
- **样本**：互联网用户，年龄 18 – 64 岁，按性别和年龄设定配额
- **实地考察**：持续由1月-12月进行调查；进行扩展调查的国家一年内更新四次数据

来源：Statista Consumer Insights Global 2023年8月

WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

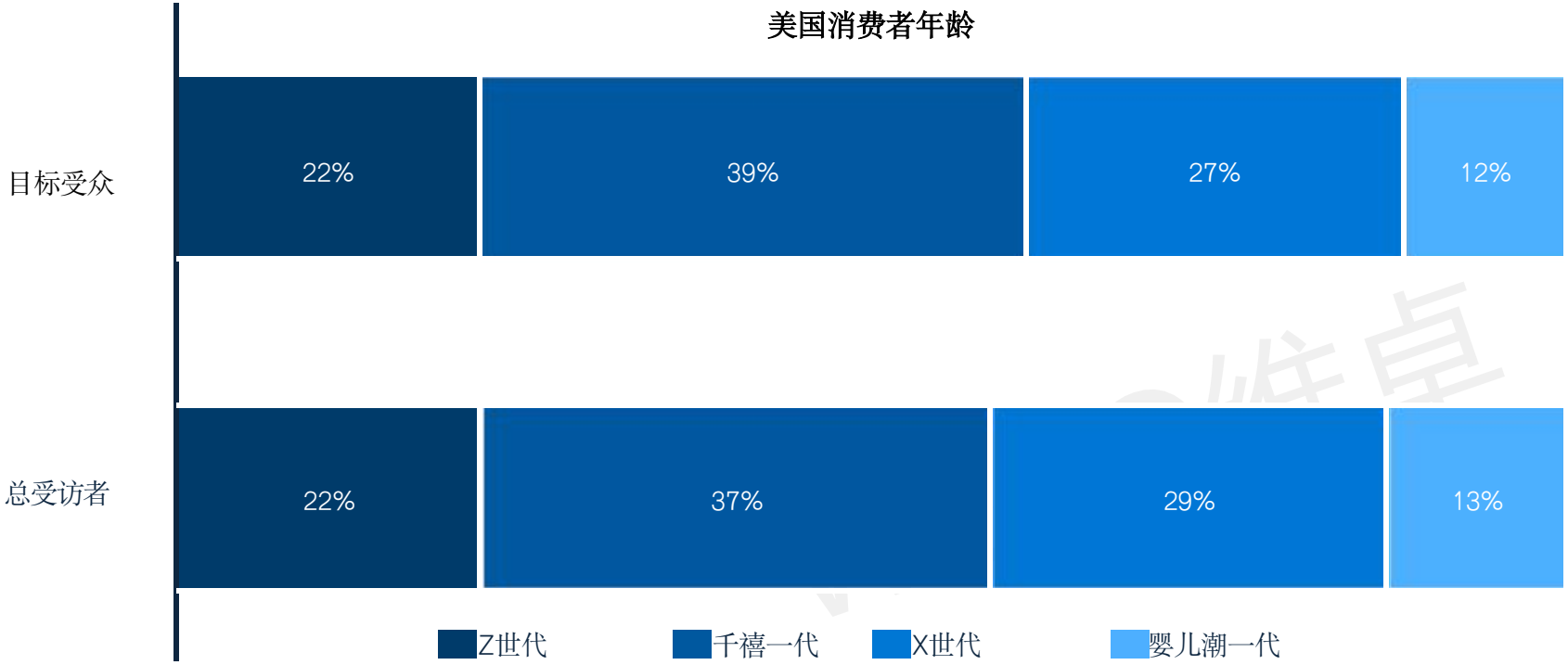
第01章

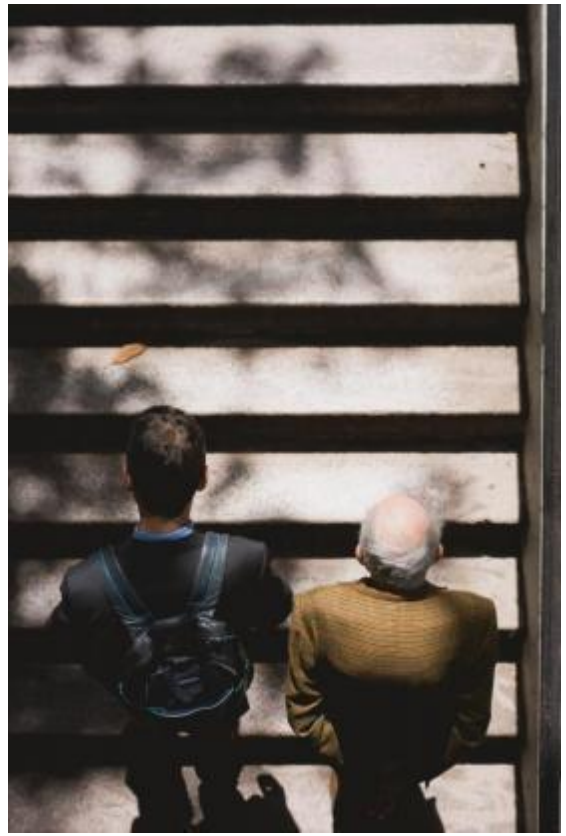
人群受众分析

1.人群受众分析

- 基本人群特征

扫描领取报告





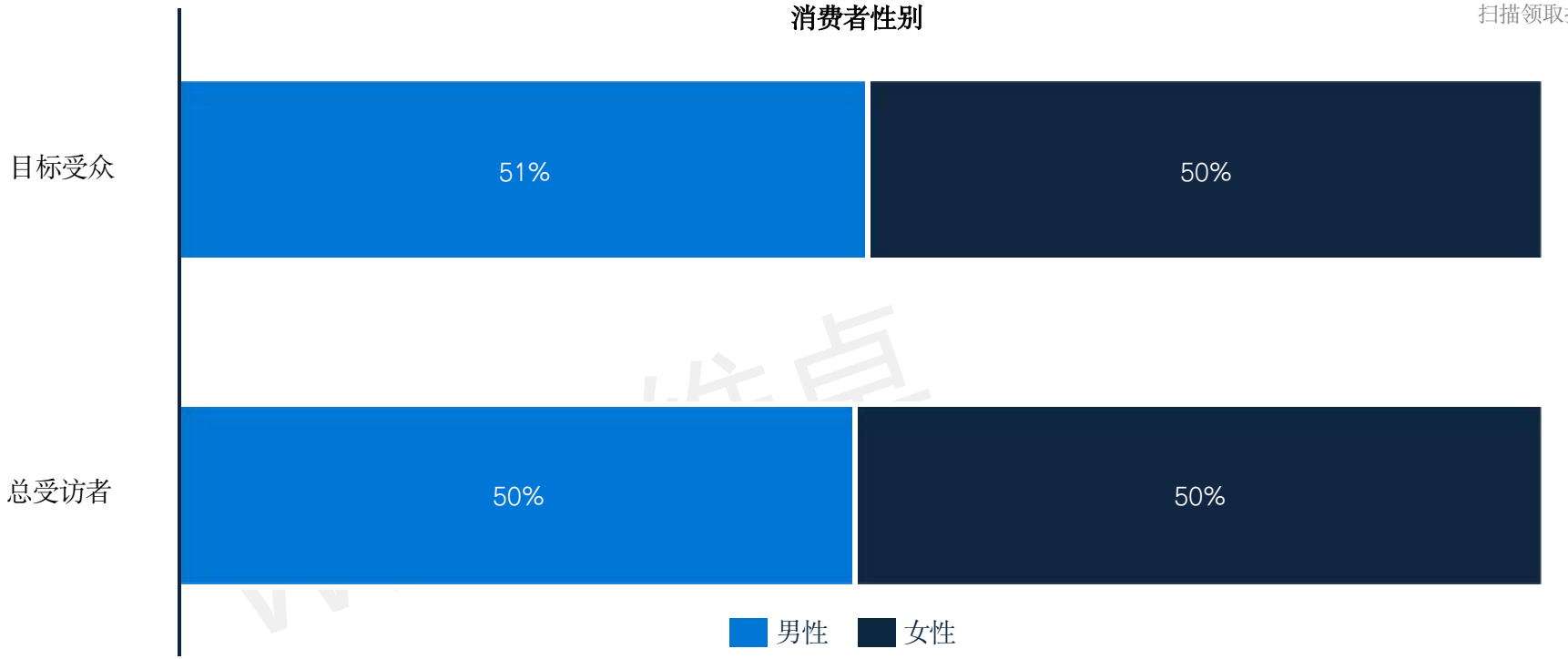
- 39% 的千禧一代拥有智能家居娱乐设备，两个调查群体中总数50%以上的智能家居消费者都是年轻一代（80后）。

调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

1.人群受众分析

- 基本人群特征



- 数据显示在调查群体的结果分布无限趋近于相同，购买智能娱乐家居设备的消费者男女比例基本持平，维持在50%左右。

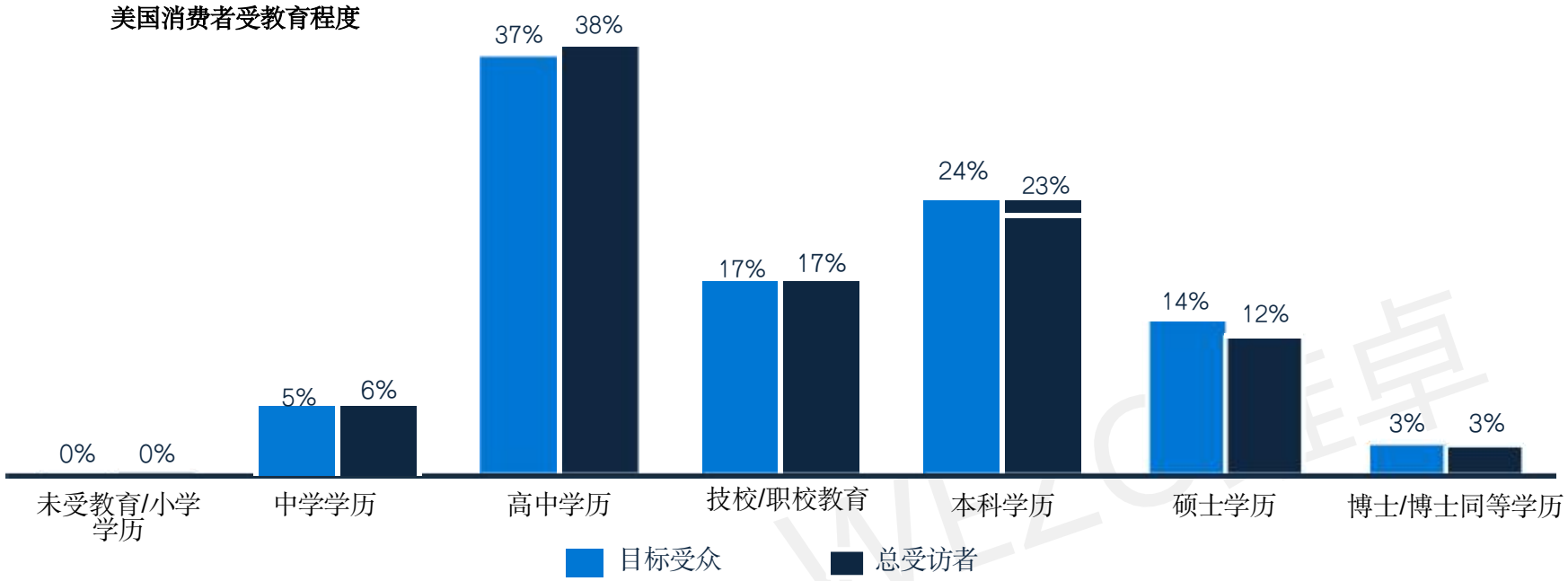
调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

1.人群受众分析

- 基本人群特征

扫描领取报告



- 数据显示，41% 的智能家居娱乐设备用户拥有大学学历，其中还有37%左右的消费者拥有高中学历。

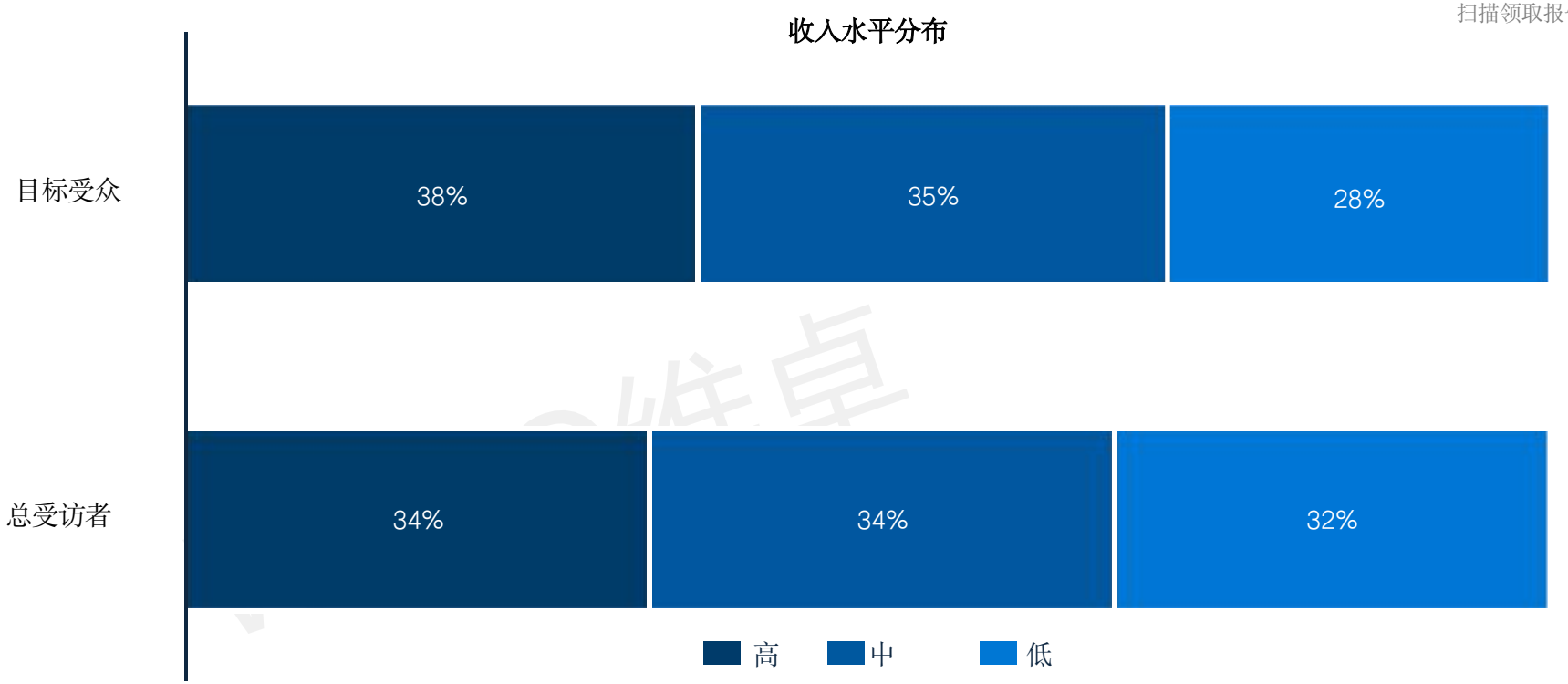
调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

1.人群受众分析

- 基本人群特征

扫描领取报告



- 38% 的智能家居娱乐设备目标受众年收入较高，在一般消费者中，收入较高的消费者占比也达到34%。

调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

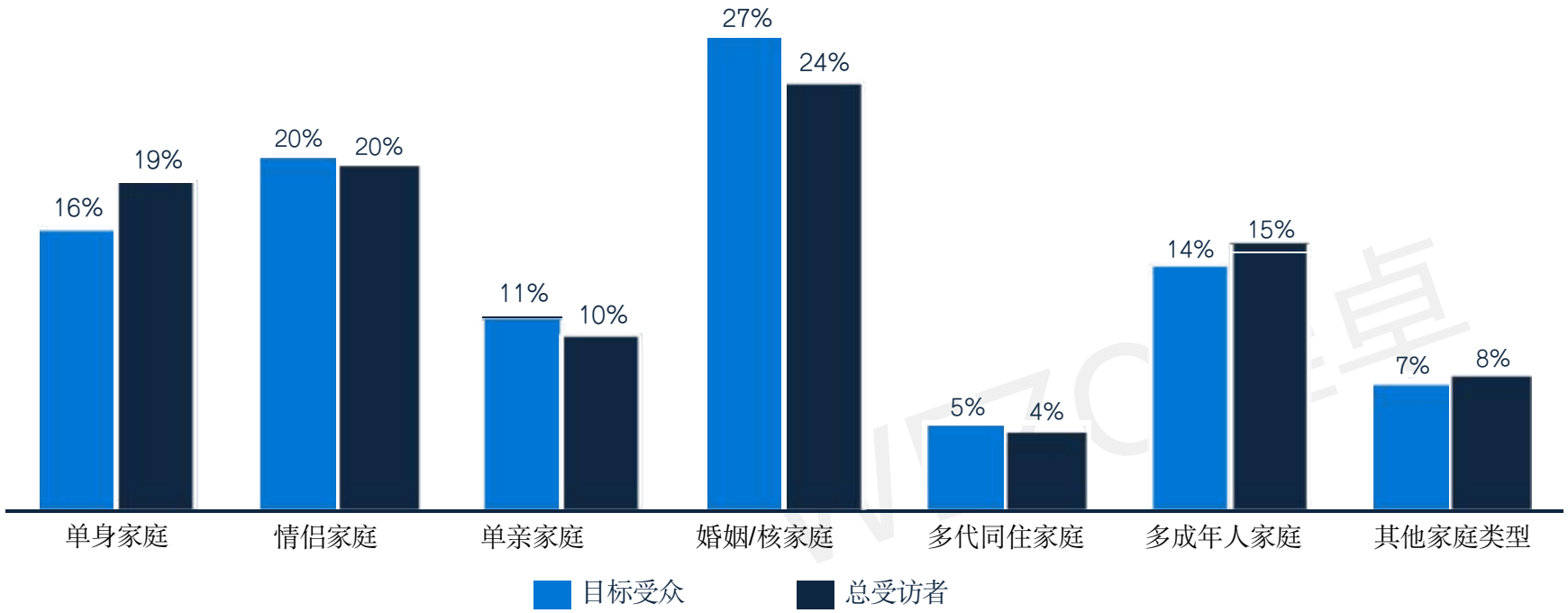
WEZO 维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

1.人群受众分析

- 基本人群特征

美国消费者家庭类型

扫描领取报告



- 绝大部分目标受众和一般消费者都生活在核/婚姻家庭类型中，占比分别达到27%和24%。

调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

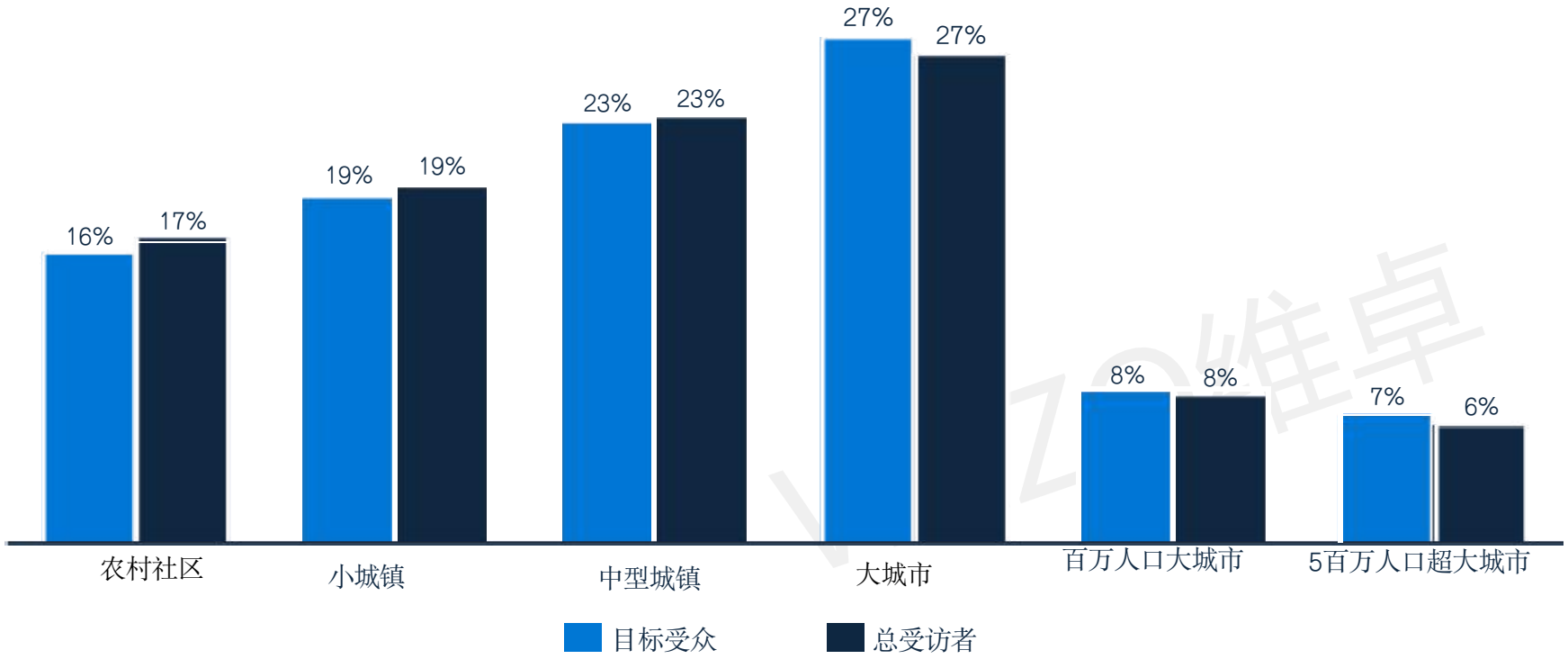
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

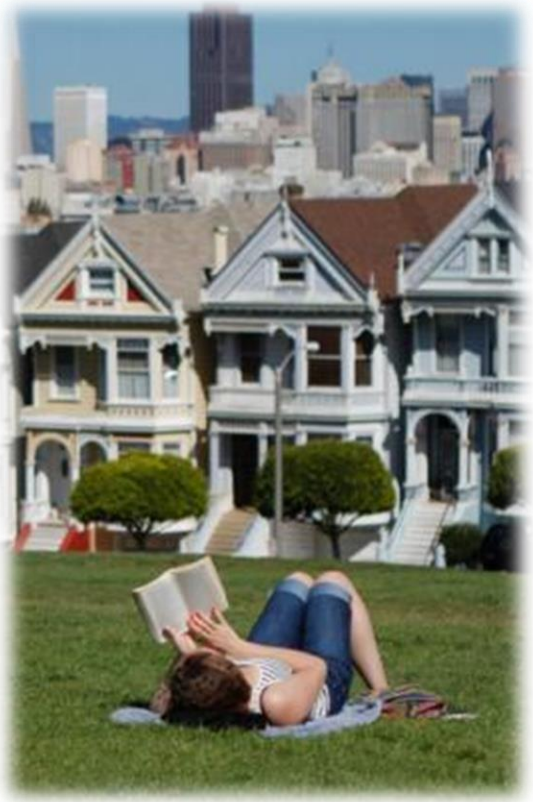
1.人群受众分析

- 基本人群特征

消费者居住社区类型

扫描领取报告





- 调查显示，娱乐智能家居设备拥有者遍布城乡各类社区，分布较为均匀，其中占比最大的为大城市，其次是中型城镇。

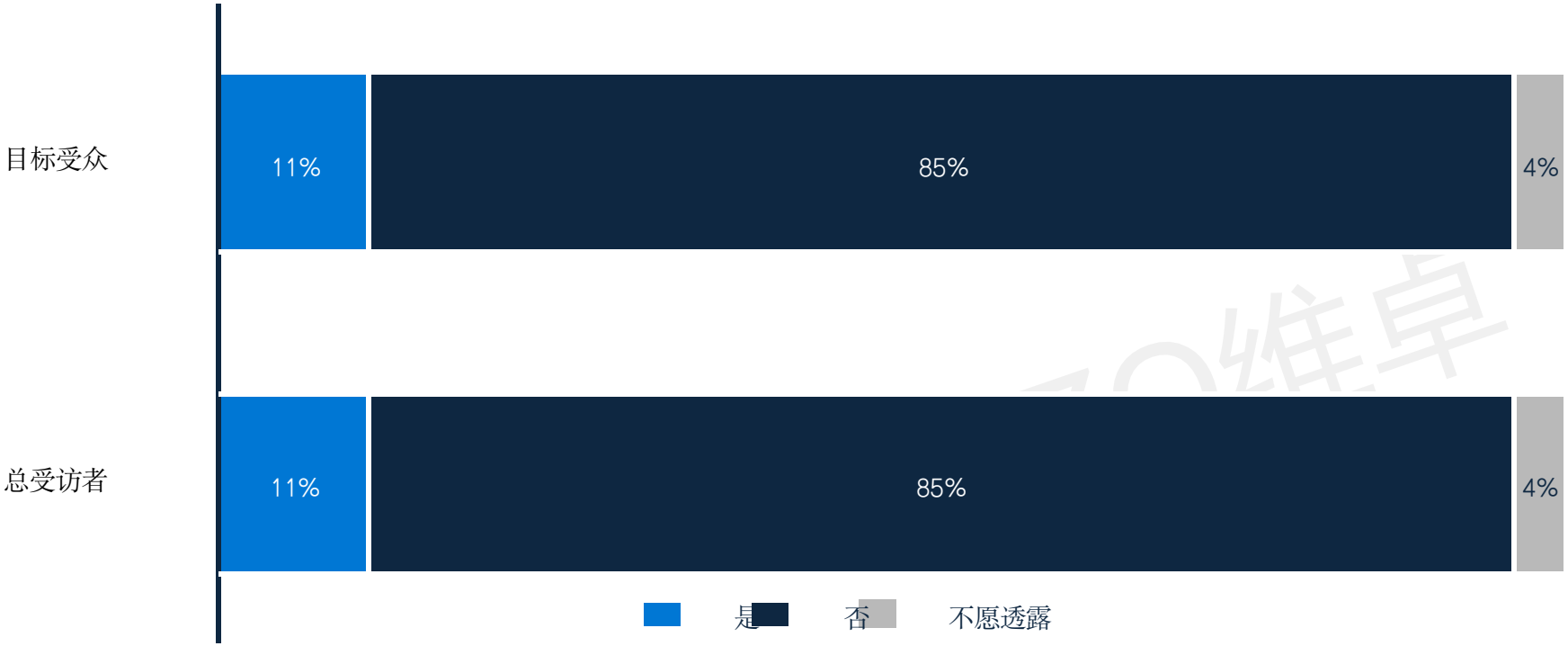
调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

1.人群受众分析

- 基本人群特征

LGBTQ+消费者占比



扫描领取报告

- 11% 的美国娱乐智能家居设备所有者表示自己是 LGBTQ+ 群体，85%的消费者表示自己不是这个群体，另外4%则属于不愿透露具体信心。

调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

第02章

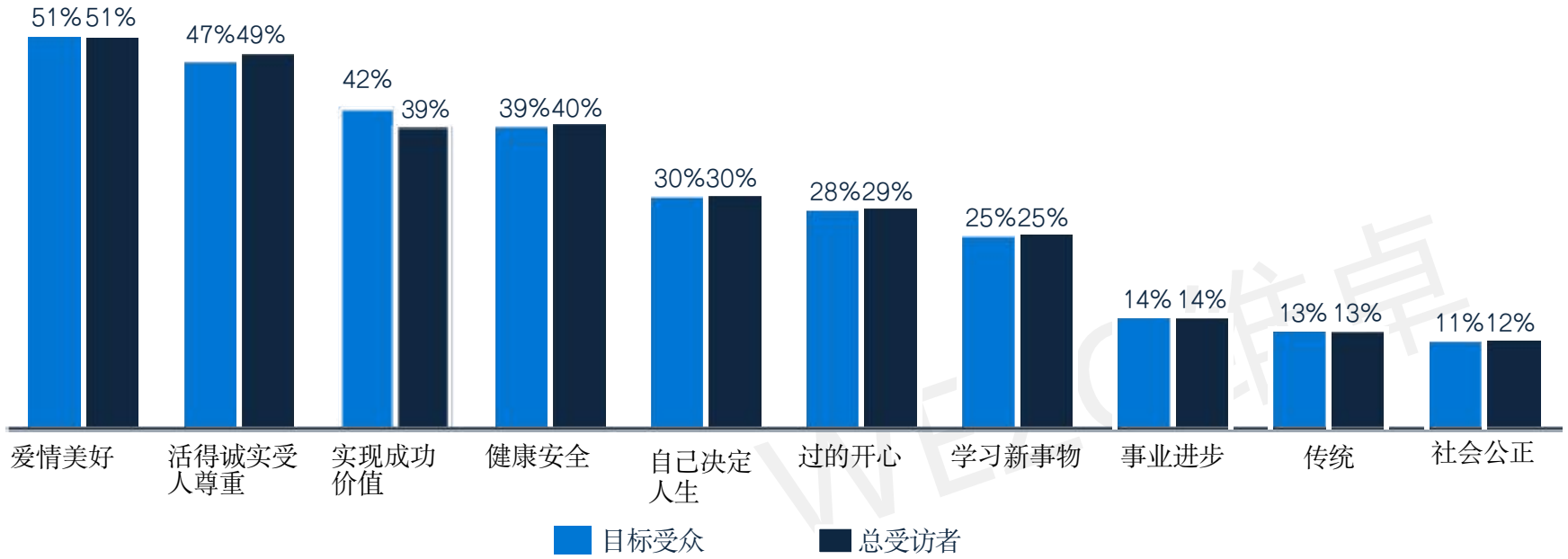
消费者生活习惯

2.消费者生活习惯

- 生活习惯调查问卷

扫描领取报告

人生价值观调查问卷



- 对于娱乐智能家居设备的用户来说，51%的消费者认为一段美好的感情是自己人生中足以重要的事情，其次是活得诚实受人尊重和实现成功价值。

调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

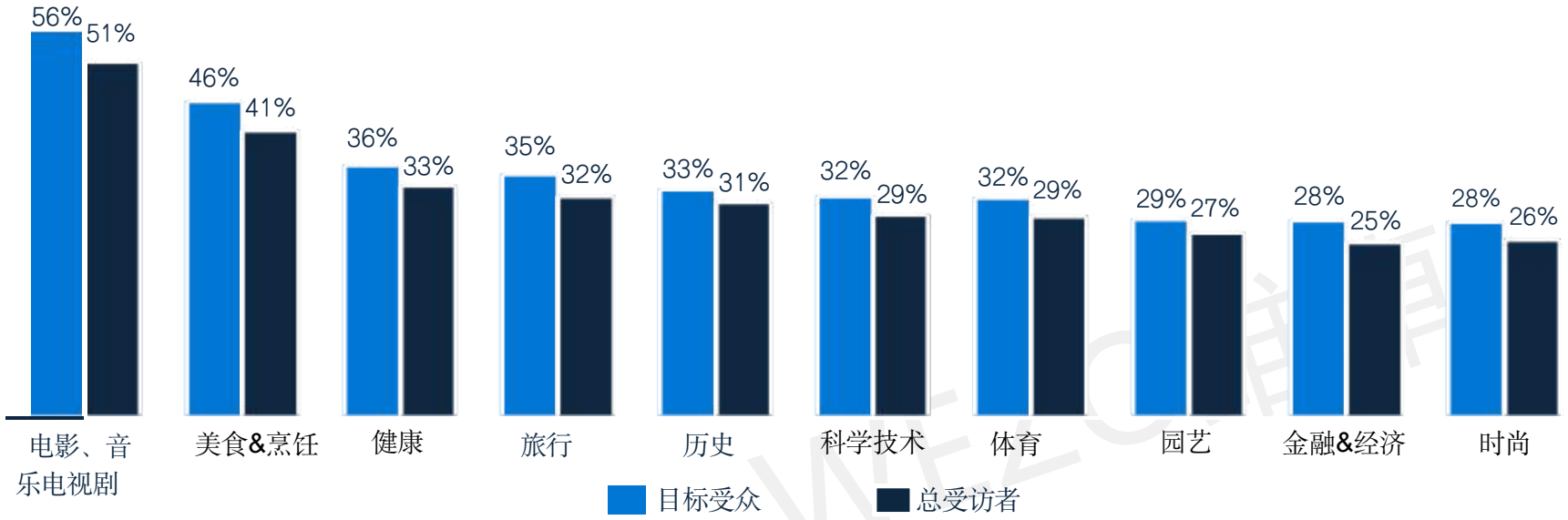
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

2.消费者生活习惯

- 生活习惯调查问卷

扫描领取报告

美国智能娱乐家具用户十大兴趣爱好调查



- 56% 的智能家居娱乐设备所有者对电影、电视节目和音乐感兴趣，其次是美食&烹饪方面，占比达到46%。

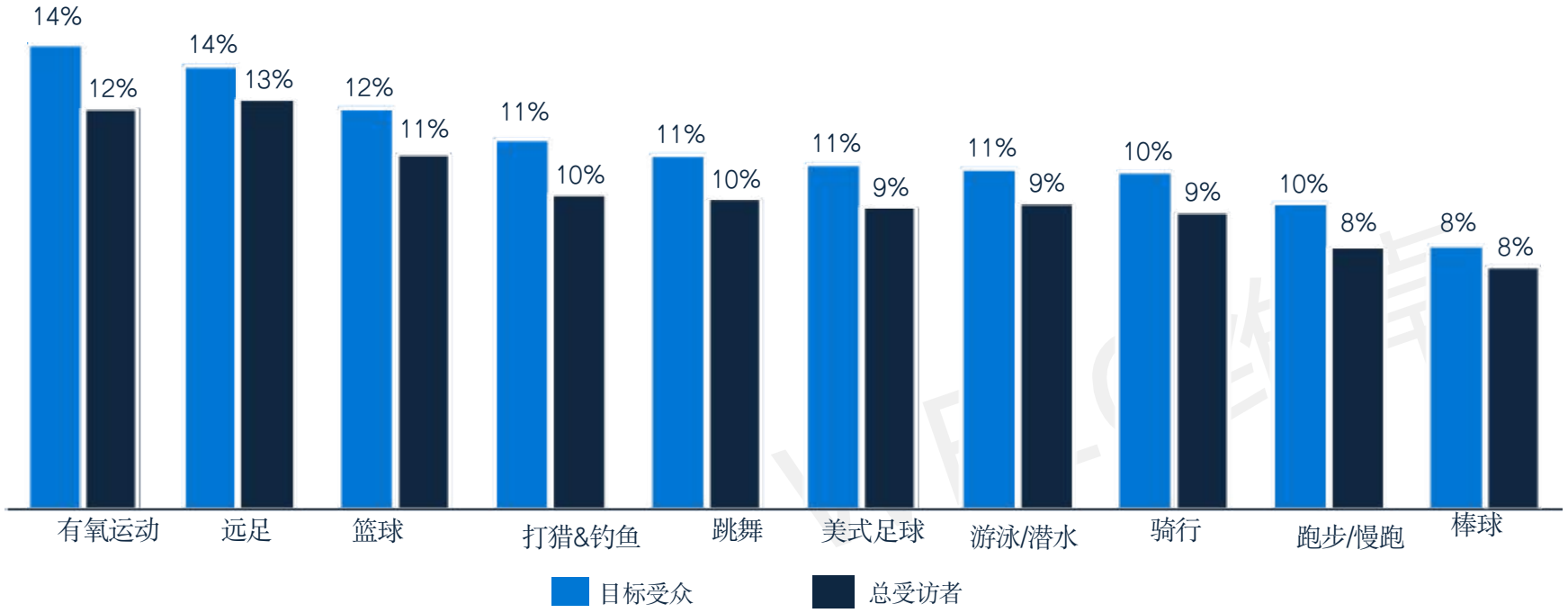
调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

2.消费者生活习惯

- 生活习惯调查问卷

美国消费者喜欢的十大运动占比



扫描领取报告

- 智能娱乐家居设备的用户与普通消费者一样参与类似的体育和活动，排名第一的为有氧运动，其次是远足、篮球。站笔记本分布均匀，平均都在10%-15%。

调查：3172 名目标受众，22143 名总受访者

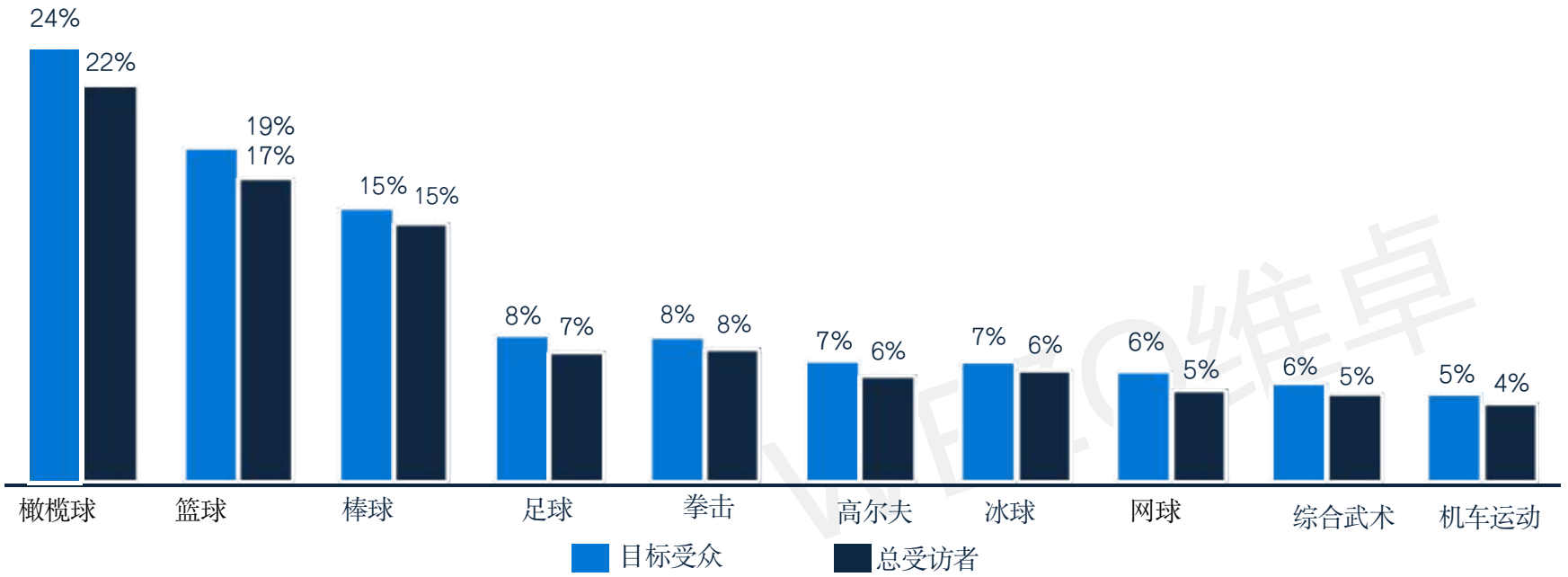
WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

2.消费者生活习惯

- 生活习惯调查问卷

扫描领取报告

十大美国消费者最关注的体育赛事



- 数据显示美式足球（橄榄球）是最受消费者欢迎的体育赛事，24%左右的目标受众跟22%一般民众对这项运动非常感兴趣，其次是篮球，占比达到20%左右。

调查：2454 名目标受众，17395 总受访者

© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

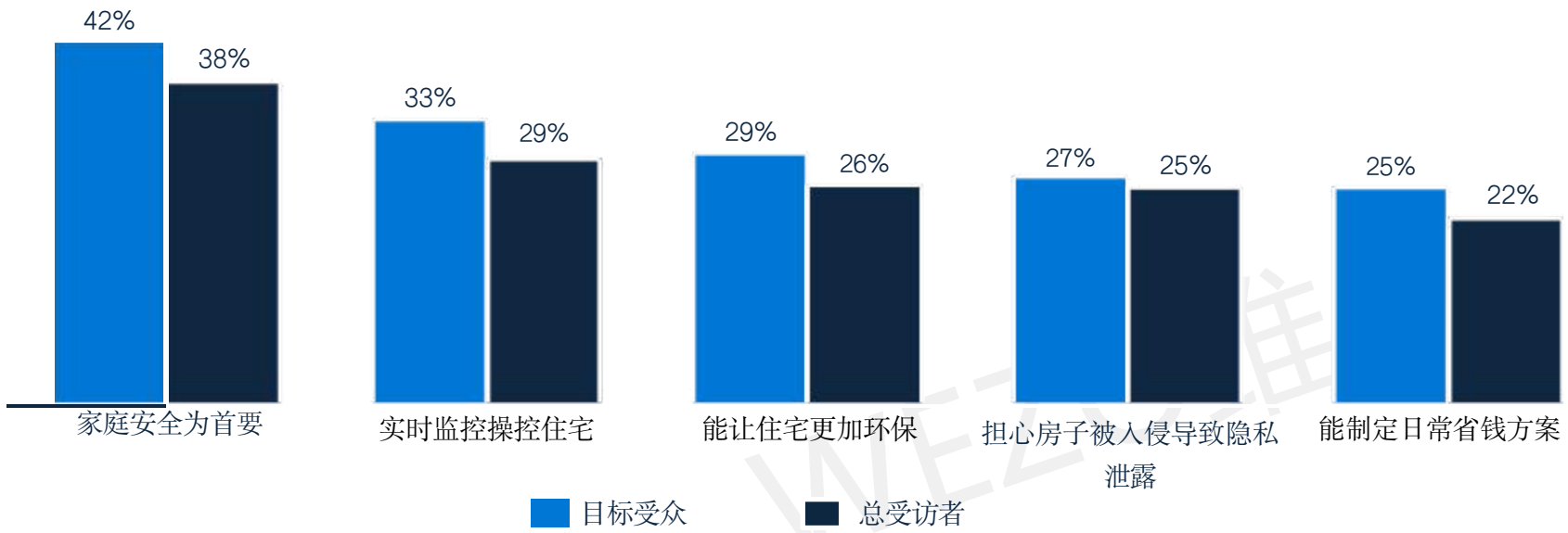
第03章

消费者态度

3.消费者态度

对智能家居反馈

扫描领取报告

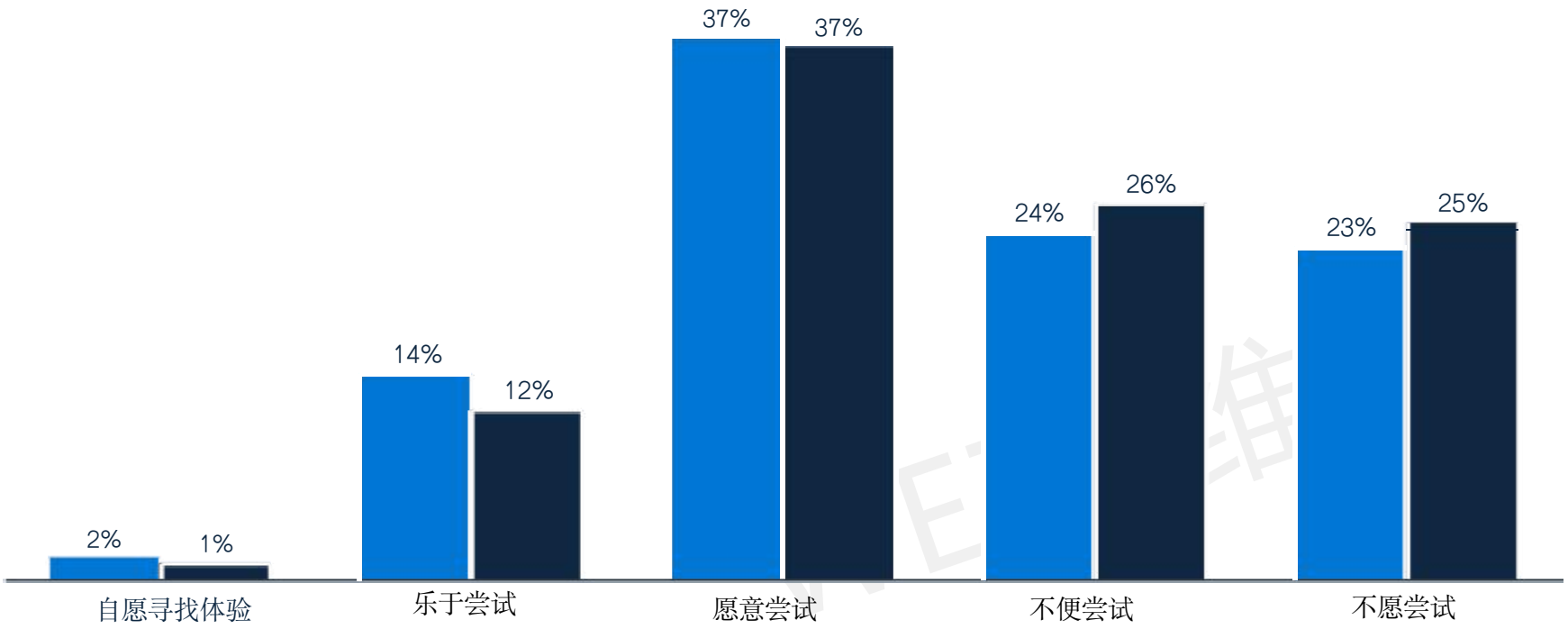


- 占据首位的是家庭安全问题，42%的目标受众对这点提出反馈。其次33% 的娱乐智能家居设备用户表示，在外出时能够监控和控制自己住宅的功能相当重要。这两点契合度相当之高。

WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

3.消费者态度

积极接受创新产品的消费者类型占比



扫描领取报告

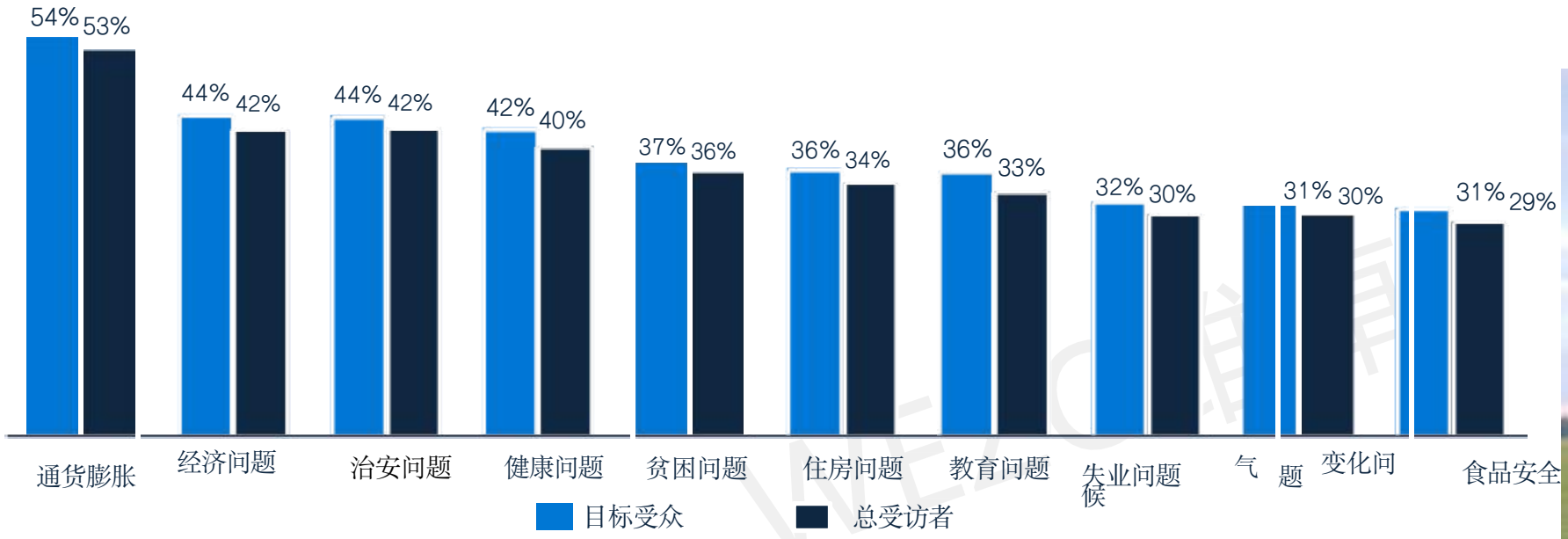
- 基本上37%左右的消费者表示对于创新产品是愿意接受尝试的，但是拒绝使用新产品的用户跟消费者占比也不小，占比达到约25%。

WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

3.消费者态度

用户眼中美国目前面临十大严峻社会问题

扫描领取报告

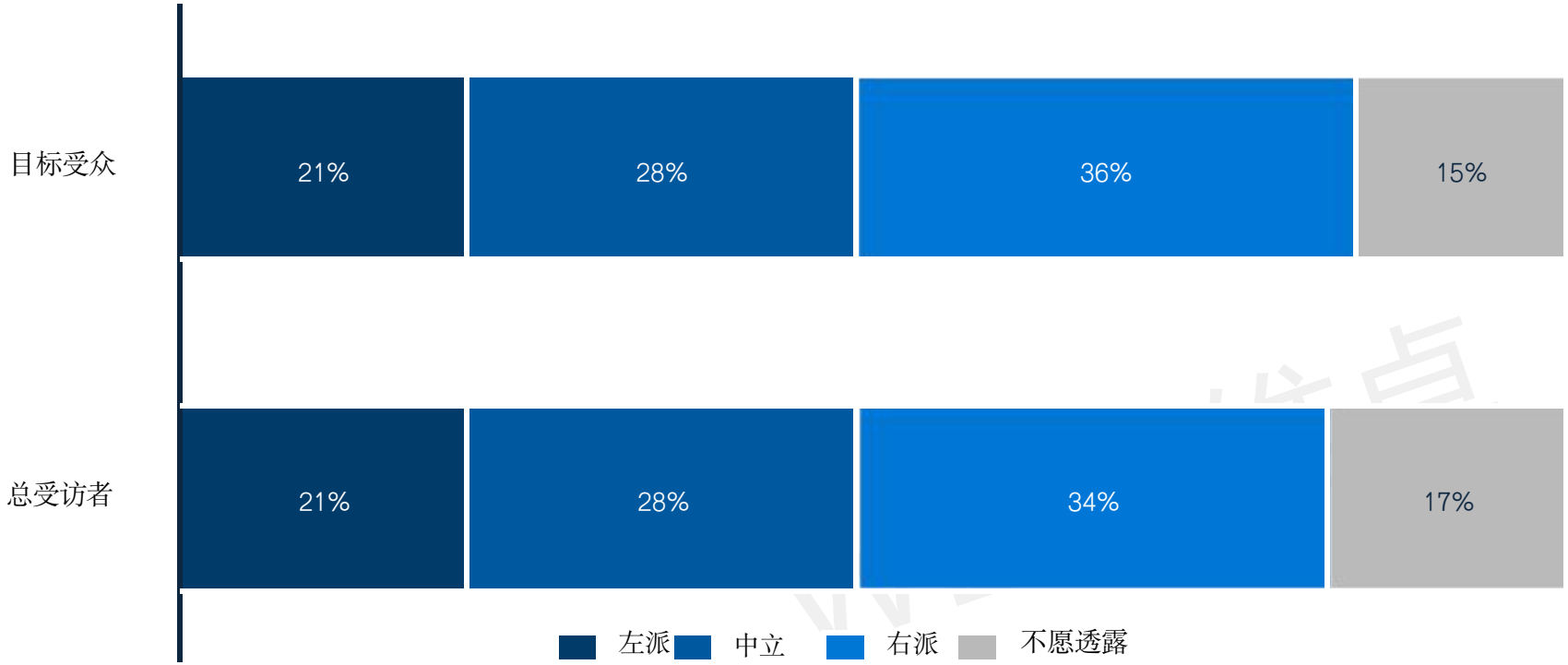


- 物价上涨、通货膨胀和生活成本是目标受众与大众消费者目前最关心的问题，占比达到54%左右；其次是社会经济发展问题，占比也达到44%左右。

WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

3.消费者态度

消费者政治倾向



- 娱乐智能家居设备的用户反映了美国总体政治格局，三到四成左右的消费者是右派政治倾向，两成左右为左派，三成左右为中立派。剩下不到两成的人不愿透露政治倾向。

扫描领取报告

WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

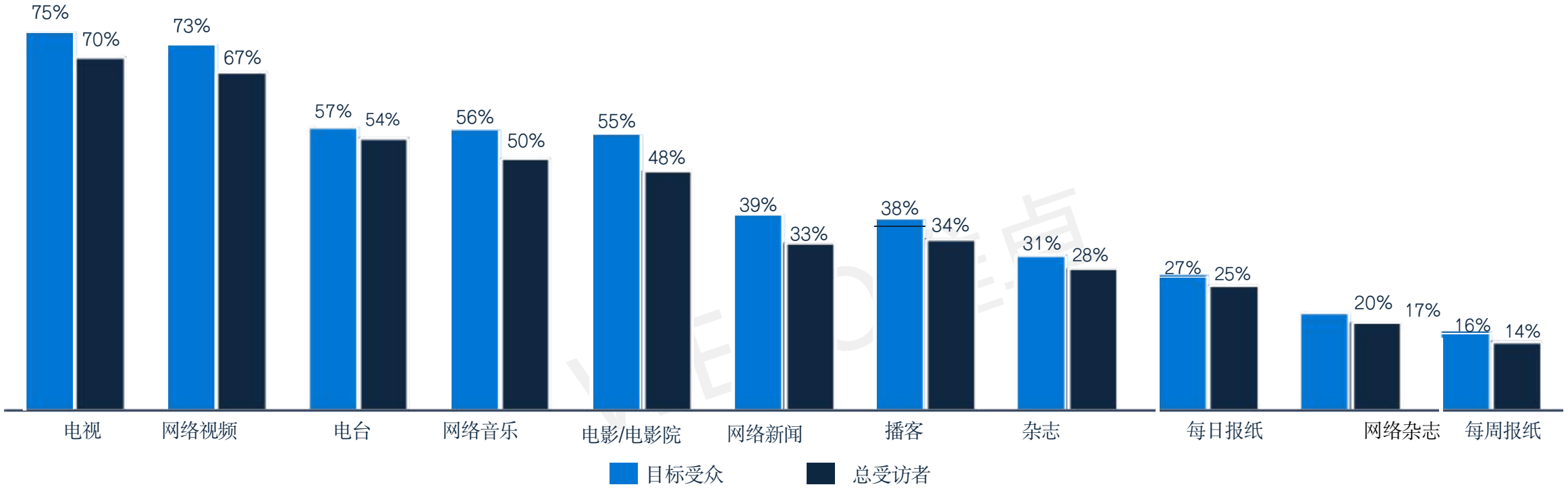
第04章

营销方式接触点

3.营销方式接触点

扫描领取报告

过去四周内消费者使用的媒体端口类型



- 两个调查群体所接触的营销点基本分布平均，多数都有接触。其中接触最多的是电视传播，网络视频以及电台广播。三者占比均在50%以上。

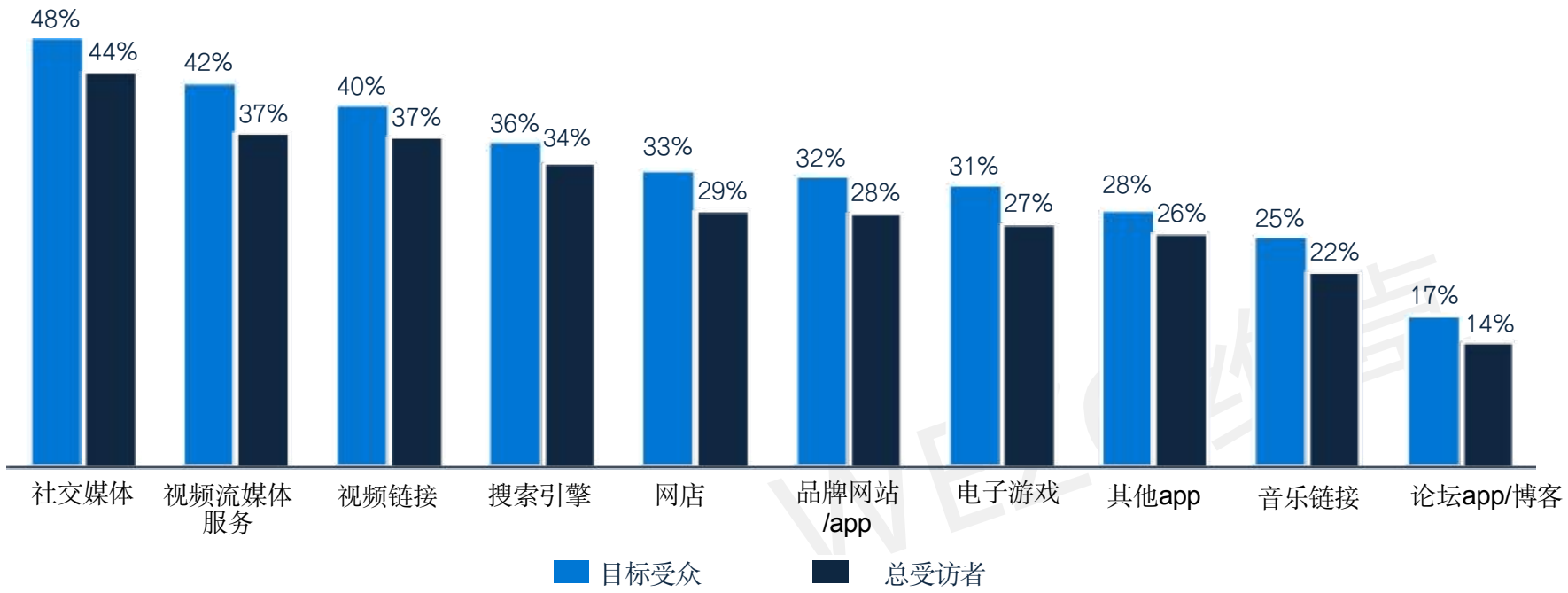
调查：3914 名目标受众，30180 名总受访者

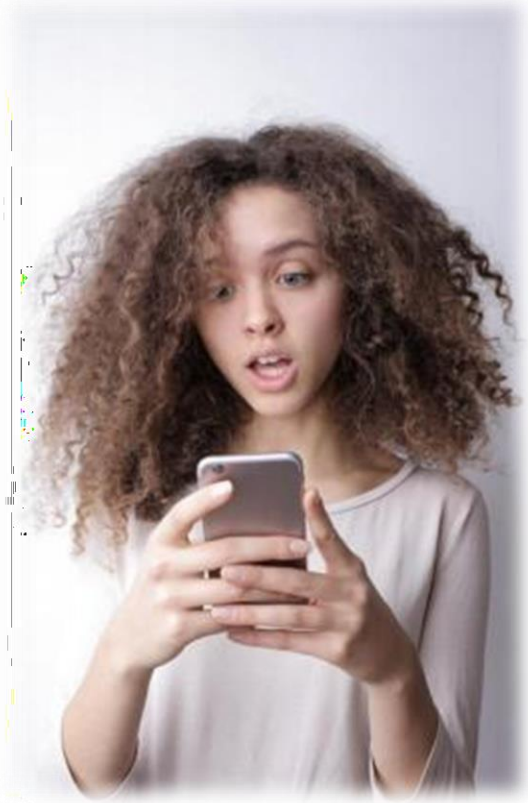
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

3.营销方式接触点

扫描领取报告

过去 4 周美国消费者使用的十大媒体类型





- 数据显示，在所有媒体类型上，目标受众都比一般大众要更加频繁接触。其中最高的是社交媒体，其次是流媒体服务，第三则是视频链接。最低的是论坛app/博客。

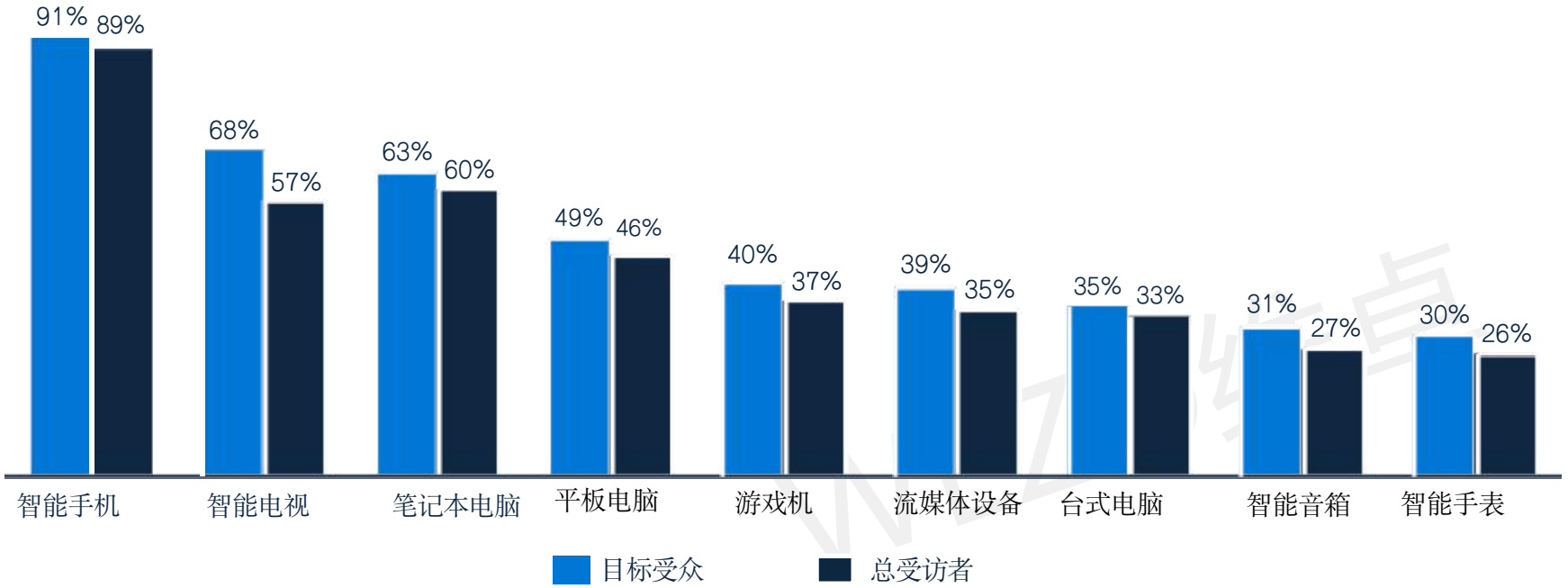
调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

WEZO维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

3.营销方式接触点

扫描领取报告

美国消费者经常使用的网络设备平台



- 智能娱乐家居设备的受众比一般消费者更加频繁使用智能手机、电视和电脑等网络接入设备。90%的消费者经常使用的设备为智能手机。

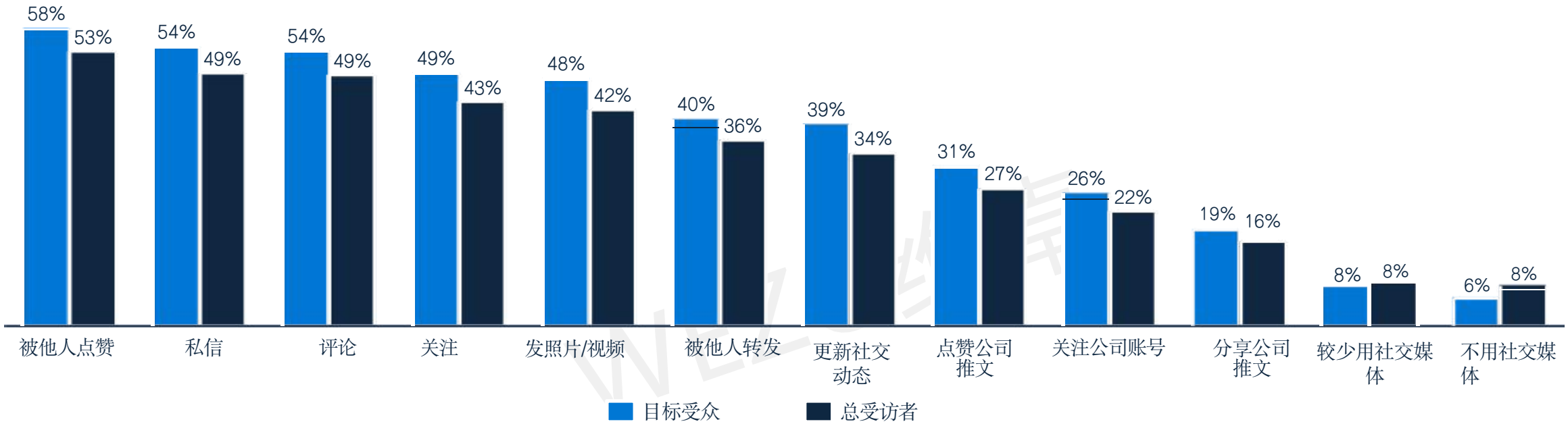
调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

WEZO 维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

3.营销方式接触点

扫描领取报告

消费者社交媒体活动类型



- 在社交媒体上，目标受众比一般消费者更频繁地进行社交媒体活动，平均比例高出4%左右。最多的活动类型为接受他人的点赞，不使用社交媒体的消费者最少，只有不到10%。

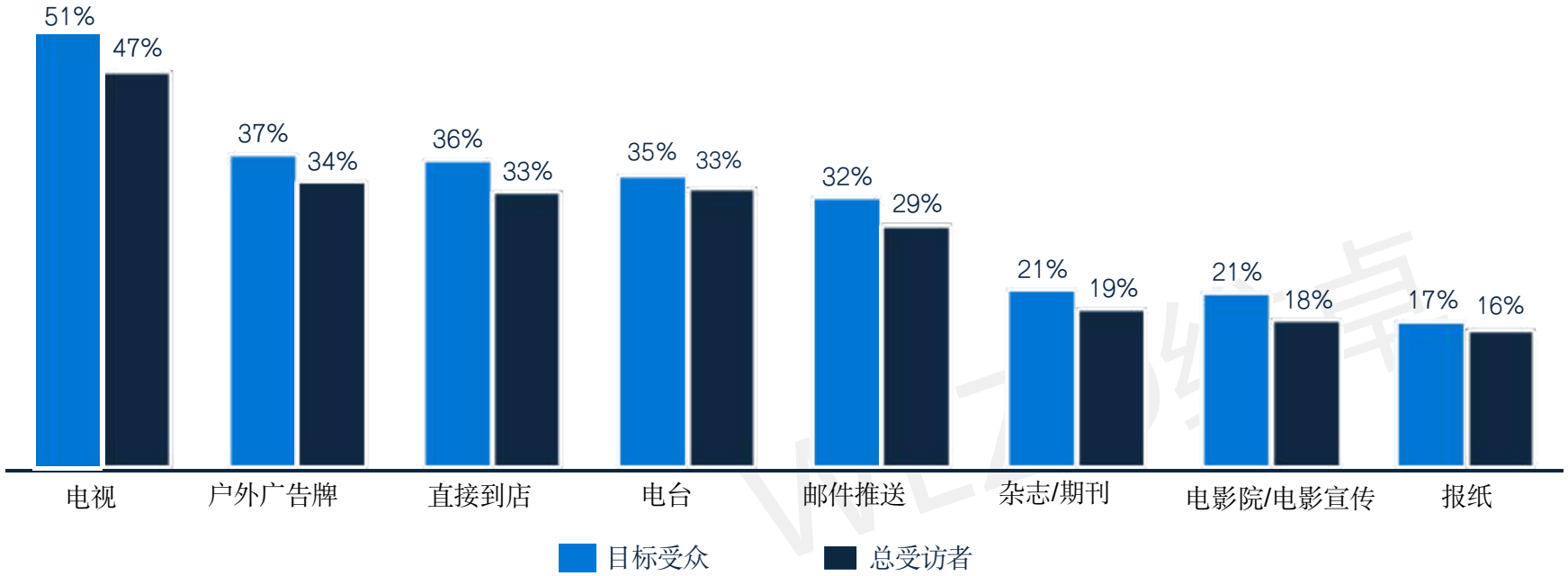
调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

3.营销方式接触点

过去四周美国消费者接触到的线下营销方式

扫描领取报告



- 智能家居娱乐设备的目标受众比普通消费者更频繁地在电视上看到广告，在消费者比例中都能占到50%左右。其次类似公共场所的广告牌或者直接在店内的比例也相当高，比例能达到37%左右。

调查：7767 名目标受众，60072 名总受访者

WEZO 维卓
© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

数据来源

Consumer Insight

扫描领取报告

WEZO维卓

WEZO维卓

© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

版权声明

扫描领取报告

- 本报告著作权由维卓出海研究院整理而成，部分数据、文字或图片素材采集于公开信息，仅为说明问题之引用，所有权为原作者所有。
- 未经允许，不得以任何形式或手段复制、抄袭、影印、翻译本报告的任何部分。
- 凡转载、摘编或利用其它方式使用本报告文字、数据、观点的，应注明来源（WEZO维卓出海研究院公众号），同时不能删减或改写内容。
- 报告内容仅供一般性参考，不能用于商业用途，不应视为针对特定事务的意见或依据。
- 若有业务输出需求，欢迎联系维卓商务经理：18630366650（郭先生）。

WEZO维卓

© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

关于维卓出海研究院

洞悉全球，发掘商机

扫描领取报告

服务客户

WEZO维卓旗下行业研究分析品牌，致力于通过科学、有效的研究体系，帮助中国出海企业洞察全球数字营销行业发展脉络，把握出海增长机遇，为出海企业提供持续、长效的发展价值。

目前，我们已成功发布20+份精心打造的行业报告，涵盖了电商、游戏、移动应用、品牌客户等多个领域。欢迎下载报告，与我们一同探索全球市场的机遇与未来!

WEZO维卓

© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

出海广告 就选维卓

【 智慧营销 驱动未来 】

关注我们，获取最新出海营销干货报告