

打敗傳統電視，異軍突起的串流影音平台！

文 | Ipsos

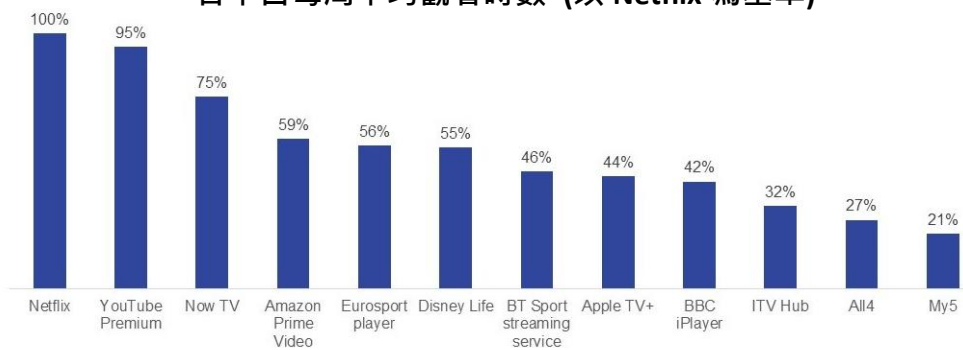
結束疲憊的一天，回到家中打開電視，開始觀看各種多元的影音節目。1939年，電視出現在人類的生活當中，從最初的黑白影像，經過80年的發展，電視已可以提供各種多元、彩色、快速順暢的節目供我們觀看，為我們的生活帶來更多樂趣。但2005年後，網路上開始出現各種影音串流平台，包含2005年成立YouTube、2007年成立的Netflix、2011年的hulu、2013年的prime video，與2019年成立的Disney+、YouTube Premium等。

這些平台改寫了全球影視產業的遊戲規則。同時，也快速影響我們的影音瀏覽習慣，並在短時間內將其服務體驗比例翻轉4倍，使市佔率達到32%。每日平均瀏覽時間，也於2019年超越傳統的電視體驗。若我們將這些平台的每周平均觀看時數進行比較（以Netflix為標準），也會發現2019年時，Netflix為所有平台中觀看時數最高者，其次則為YouTube Premium。

影音串流/傳統電視平均每日瀏覽分鐘數



各平台每周平均觀看時數 (以Netflix為基準)



統計英國 1,977 位有訂閱線上影音串流服務的用戶 (2019 年 12 月)

影音串流平台究竟有什麼特色與魅力，讓它在短短幾年內需求暴增，受到全球大眾的喜愛？我們將它歸功於以下幾個因素：

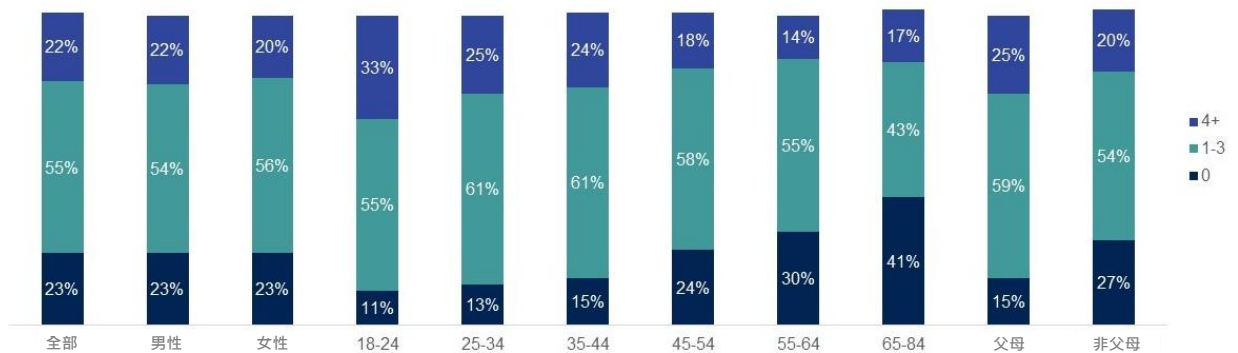
- **新型態平台與原創內容：**除了提供授權影集外，這些影音串流平台也會創造獨家原創內容，使它們得以提供比電視更加多樣化的影片內容。
- **更優質的網路環境：**網路科技持續進步（包含 4G、LTE 等），讓民眾可以隨時、隨地、無延

遲的體驗這些線上影音串流平台節目。

- **設備發展快速**：手機功能日益強大 (發展速度甚至遠遠快過電視的升級速度)，讓人們可輕鬆使用它們的移動裝置進行影音串流的觀看。
- **影音製作大眾化**：每個人皆可創造獨一無二的影音視頻內容，並上傳與全世界的人們進行分享。

根據益普索 (Ipsos) 統計，現在有超過七成五的民眾至少訂閱一個串流媒體服務，甚至有 22% 的用戶會訂閱四項以上的串流媒體服務 (無論是免費或付費的)，其中，又以年齡介於 18 歲至 24 歲的年輕人比例最高，達 33%。

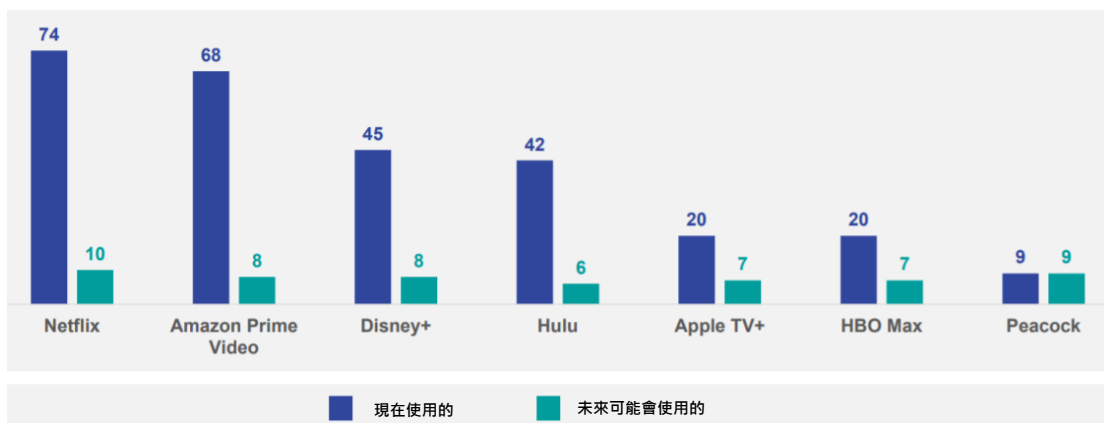
平均一人訂閱的串流媒體服務數



於 2019 年 12 月透過網路訪問 4,000 英國民眾

2020 年受到新冠肺炎疫情的影響，民眾使用付費影音平台的頻率大幅提升，甚至被譽為影音媒體激戰的一年，26%的民眾認為這些付費平台提供了具價值性的影音內容。此外，根據益普索 (Ipsos) 的統計，在今年三、四月，短短兩個月的時間，影音串流的需求比例就從原先的 30% 提升迅速至 55%，五、六月也持續成長並維持在 66% 左右的比例。另外，根據益普索近期也針對 26 個國家進行的調查研究也顯示，疫情以來，不少消費者的娛樂支出較疫情前不減反增，其中以 35 歲以下的年輕人最為明顯，但超過 35 歲的族群消費力道的成長也不容小覷。

如此龐大的商機也讓越來越多的企業進軍這個市場，至今，網路上約有 272 個影音串流平台。但是，就算每個平台所重視與推廣的內容不同 (如：電視節目、遊戲、廣播、社群影片...)，大多數的民眾還是主要選擇訂閱以下幾個平台：Netflix、Prime Video、Disney+、Hulu。



這樣的現象也讓我們注意到，影音串流的市場看似龐大，但在高度競爭的情況下，想在產業中佔有一席之地絕非易事。不過，值得慶幸的是，隨著民眾使用習慣的改變，如今，就算無法打敗產業龍頭 Netflix，只要企業能成為民眾心中的前四大品牌，就有機會讓他們長期訂閱，成為平台的忠實用戶！

Ipsos 益普索市場研究

Ipsos是全球頂尖的專業市場調查研究機構，在全球九十個國家及地區設有分公司，在挖掘顧客經驗，執行品牌行銷調查，我們具有創新的思維與先進的科技。我們是世界頂尖企業執行長最信賴的企業顧問，我們也有熟悉各產業的專家協助測量、模擬和管理顧客與員工關係。

想了解更多資訊，請參考 <https://www.ipsos.com/en-tw/solution/overview#category3>

或洽詢我們的研究團隊

執行研究總監 Ruth Yu 于泳洳

02 2701-7278 ext.130 Ruth.yu@ipsos.com