



作者：
Jay Jacobs, 特許金融分析師

日期：2019年7月2日

主題：科技



GLOBAL X ETFs RESEARCH

消費者對顛覆性科技的採用

新科技和開發這些科技的公司已經深深紮根於流行文化中。產品發布會成為頭條新聞。科技會議有數以千計的人參加或以串流直播形式進行。CEO隱晦的推文和引用語句可吸引外界剖析上好幾天。然而，儘管人們對顛覆性科技有着濃厚的興趣，但這些改變局面的產品在我們的日常生活中又有多普遍呢？

2019年5月，我們與領先的市場研究公司Engine合作，對500名消費者進行調查，了解他們對各項新科技（從電動汽車到金融科技等）的採用情況。[點擊此處下載PDF版本](#)，或向下捲動閱讀我們的博客文章。

經審評的科技

電動汽車 | 共乘服務應用程式 | 電子商務 | 物聯網 | 基因組學 | 機械人技術 | 金融科技

關鍵要點

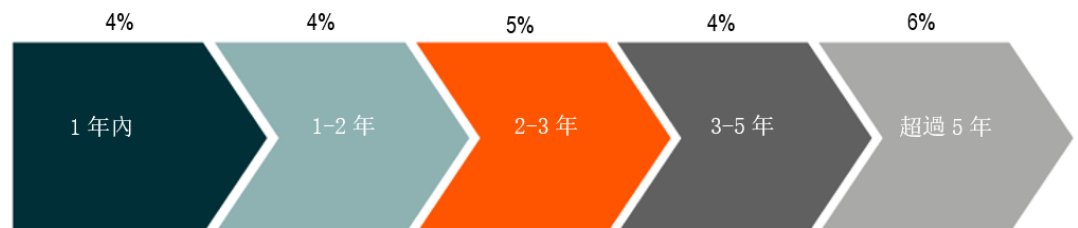
- 各代人對許多顛覆性科技的整體採用率及接受程度仍然偏低。可能是由於消費者在等待這項科技變得更加成熟、等待價格下跌，又或者他們只是固守現有習慣。週期性及結構性主題之間的分別
- 儘管目前採用率較低，但消費者對新科技的興趣仍然很大，表明消費者可能會考慮在未來購買該等產品。我們相信，這表明這些產品及製造這些產品的公司將會有強勁的增長。
- 在各調查對象群中，千禧世代很可能成為採用率上升的主要推動力，因為他們對科技產品有著獨特的情意結。

電動汽車

雖然只有5%的消費者每週一次或多於每週一次使用電動汽車，但有17%的消費者預期在未來5年內購買電動汽車。

問題：你計劃何時購買電動汽車？

電動汽車預期購買量（佔總數）

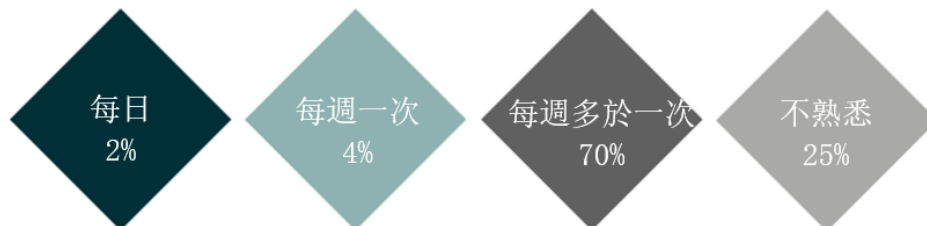


共乘服務應用程式

雖然75%的消費者是共乘服務應用程式的用戶，但只有不到6%的消費者每週一次或多於每週一次使用這些應用程式。

問題：你有多常使用共乘服務應用程式？

共乘服務應用程式（當前使用頻率）

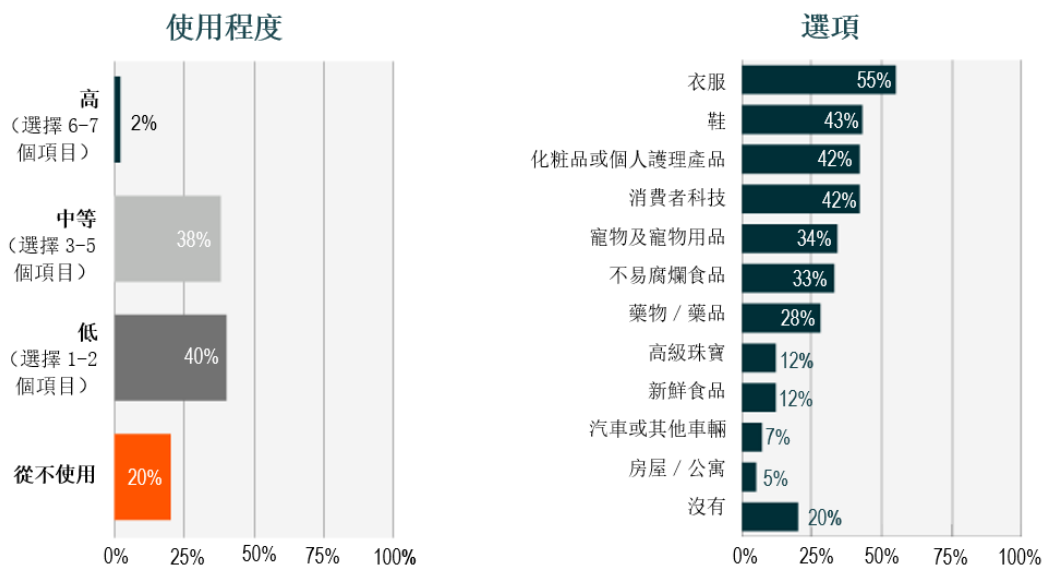


電子商務

超過40%的人願意在網上購買衣服、鞋及化粧品等低價商品，但只有不到15%的人願意在網上購買高級珠寶、汽車或其他車輛或房屋 / 公寓等高價商品。

問題：以下哪一項商品（如有）你願意在沒有親自看到的情況下在互聯網上購買？

網上購物的採用

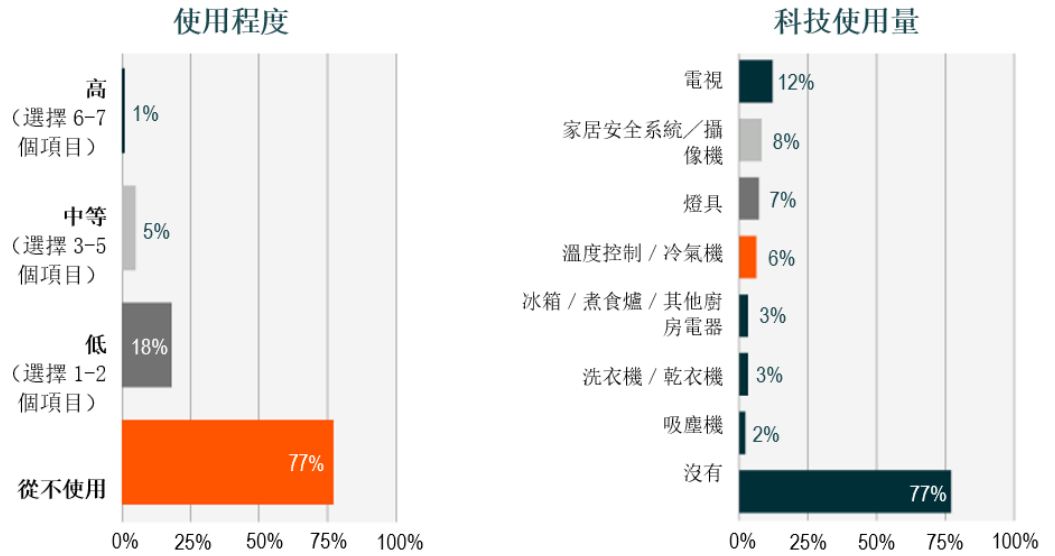


物聯網／智能設備

77%的消費者並無使用智能家居設備，如智能電視或智能電器。

問題：你平時使用行動裝置操作以下哪種家用電器（如有）？

智能家居科技的採用

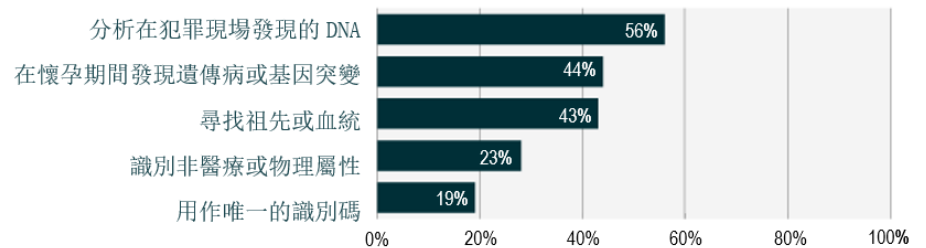


基因組學

在各種用例中，使用基因組學或DNA技術的接受程度仍然很低。

問題：你對用於以下用途的基因定序或DNA技術的接受程度如何？

對科技的接受程度：基因定序 / DNA (極度接受 / 非常接受)

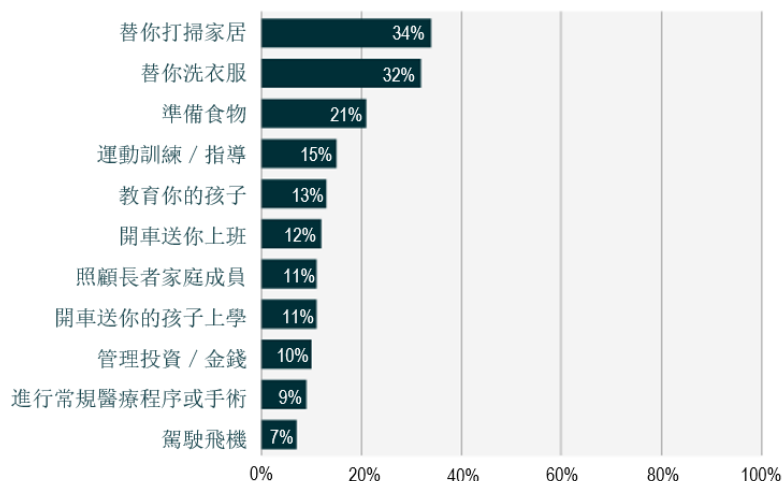


機械人技術

同樣，將機械人技術融入日常工作的接受程度仍然很低。

問題：你對於機械人完成以下任務的接受程度如何？

對科技的接受程度：機械人技術（極度接受 / 非常接受）

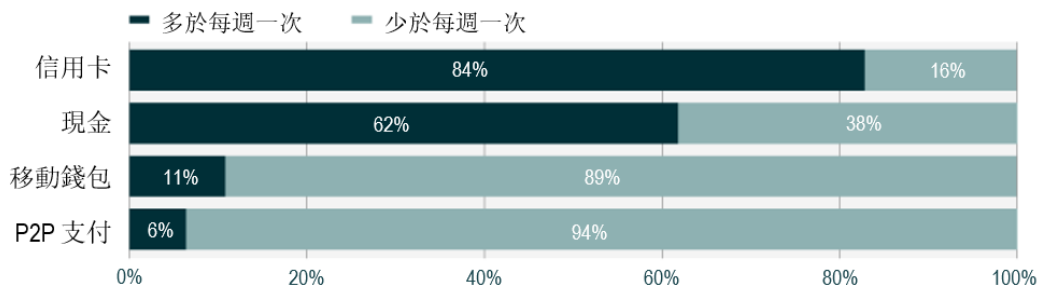


金融科技

現金不是主流，每周使用率為84%的信用卡才是主流。只有11%的消費者每週都會使用移動錢包，而只有6%的消費者會以相同頻率使用點對點（P2P）支付方式，顯示最新的金融科技支付選項的滲透率低。

問題：你有多常使用以下支付方式？

付款渠道使用率



千禧世代將會成為科技採用的主要推動力

關於千禧世代與老一輩不同消費模式的研究已經做過很多，特別是有關千禧世代對科技的情意結。這些獨特的偏好在我們的調查中非常明顯，因為與美國第二大人口組別——嬰兒潮出生的人相比，千禧世代通常對新科技的採用率更高、興趣更大，亦更容易接受。

千禧世代將會成為科技採用的主要推動力

千禧世代：n=136，嬰兒潮出生的人：n=185

		初次使用量 (佔總數)			目前使用量			
		早期採用者	中期採用者	晚期採用者	每日	每週一次	少於每週一次	不熟悉使用方法
共乘服務應用程式	千禧世代	10%	38%	32%	3%	9%	68%	20%
	嬰兒潮出生的人	8%	20%	49%	1%	1%	76%	23%

回想一下，你在哪一年首次下載共乘服務應用程式？早期採用者=2014年或之前、中期採用者=2015年至2017年、晚期採用者=2018年或之後

		預期購買量 (佔總數)			目前使用量			
		早期採用者	中期採用者	晚期採用者	每日	每週一次	少於每週一次	不熟悉使用方法
電動汽車	千禧世代	7%	18%	9%	4%	3%	60%	33%
	嬰兒潮出生的人	2%	9%	6%	1%	1%	69%	29%

你有多常用以下科技？問題18. 如你購買下一輛汽車，選購電動汽車的可能性有多大？你計劃何時購買電動汽車？在...年內

電動汽車：早期採用者=下一年、中期採用者=1年至少於5年、晚期採用者=5年或之後

		網上購買行為			
		沒有	少數物品	中等數量物品	多數物品
千禧世代		15%	46%	37%	3%
嬰兒潮出生的人		22%	36%	40%	2%

以下哪一項商品（如有）你願意在沒有親自看到的情況下在互聯網上購買？衣服、鞋、化粧品／個人護理產品、消費者科技、寵物及寵物用品、不易腐爛食品、藥物／藥品、高級珠寶、新鮮食品、汽車或其他車輛、房屋／公寓。

沒有= 0、少數物品= 1-2項、中等數量物品= 3-5項、多數物品 = 6-7項

對科技的接受程度：（極度接受 / 非常接受）

		千禧世代	嬰兒潮出生的人
基因定序 / DNA	分析在犯罪現場發現的 DNA	46%	64%
	在懷孕期間發現遺傳病或基因突變	44%	43%
	尋找祖先或血統	44%	42%
	識別非醫療或物理屬性	33%	22%
	用作唯一的識別碼	18%	17%
機械人技術	替你打掃家居	49%	28%
	替你洗衣服	47%	25%
	準備食物	37%	12%
	教育你的孩子	25%	6%
	開車送你上班	24%	4%
	運動訓練 / 指導	24%	9%
	照顧長者家庭成員	21%	5%
	管理投資 / 金錢	19%	3%
	開車送你的孩子上學	18%	5%
	進行常規醫療程序或手術	13%	4%
	駕駛飛機	11%	3%

	移動錢包		P2P 支付	
	多於每週一次	少於每週一次	多於每週一次	少於每週一次
千禧世代	31%	69%	27%	73%
嬰兒潮出生的人	6%	95%	1%	99%

結論

儘管我們經常討論電動汽車、智能設備及金融科技等新科技，但我們仍處於採用週期的早期階段。消費者的消費行為多變，同時又會形成習慣，令新科技難以取代舊有科技。然而，儘管存在這些挑戰，但在千禧世代消費習慣的推動下，許多創新科技開始在市場建立地位。隨着科技持續發展及千禧世代的消費力提升，我們相信很多這類顛覆性科技將會獲得廣泛採用。

また、一般的に投資には元本が毀損する可能性などのリスクが伴います。投資の決定を行う際には、意識的に企業ガイドラインを持つ証券のみを検討します。

投資涉及風險，包括可能損失本金。從事資訊科技業務的公司可能會受到產品快速淘汰和行業競爭激烈的影響。國際投資可能會涉及因貨幣價值的不利波動、一般公認會計原則的差異或其他國家的社會、經濟或政治不穩定而帶來資本損失的風險。

與投資公司相關的風險包括：硬件或軟件故障導致服務中斷第三方服務中斷或延遲，涉及社交媒體公司管理及傳輸的某些私人、敏感、專有及機密資訊的安全漏洞，以及私隱顧慮及法律，不斷發展的互聯網法規以及可能限制或以其他方式影響該等公司營運的其他國外或國內法規。行業中的公司所採用的商業模式可能不會成功。

