

# Tisková zpráva

## Inteligentní domácnosti díky hlasovým asistentům ožívají

24. 9. 2018

**Andrea Patočková**  
T + 420 737 263 113  
[Andre.Patockova@gfk.com](mailto:Andre.Patockova@gfk.com)

**Norbert Herzog**  
T +49 911 395 4534  
[Norbert.Herzog@gfk.com](mailto:Norbert.Herzog@gfk.com)

**Stefan Gerhardt**  
Public Relations  
T +49 911 395 4440  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)

**24. 9. 2018 – Myšlenka inteligentní domácnosti vznikla už před delší dobou a postupně se vyvíjela od počátečního nápadu až po reálnou nabídku. V první polovině roku 2018 bylo jen v Německu, Velké Británii a Francii prodáno přes 16 milionů zařízení pro inteligentní domácnost. Tržby na těchto třech trzích dosáhly 5,4 miliardy euro, což představuje oproti stejnému období roku 2017 nárůst o 11 procent. Podle GfK se může inteligentní domácnost stát mnohem větší obchodní příležitostí díky hlasovým asistentům. Toto jsou zjištění GfK týkající se trhu zařízení pro inteligentní domácnost, jež byla zveřejněna na veletrhu IFA 2018 v Berlíně.**

V minulosti se slovo smart (chytrý, inteligentní) nabízelo ve spojení s různými zařízeními, díky nimž lze vytvořit inteligentní domácnost jako celek. I když spotřebitelé přijímali tento 'inteligentní' příslib v zásadě pozitivně, v současnosti se ukazuje, že zkomercializovat jej bude možné právě pomocí jednotlivých chytrých řešení.

Tato jednotlivá řešení se pravděpodobně začnou vyvíjet na základě konkrétních potřeb zákazníků, jako je zajištění bezpečnosti domova, přání bavit se a užívat si, chovat se dobře k životnímu prostředí a mít možnost sledovat úsporu energie, přičemž všechny tyto prvky by měly být obsaženy v řešeních pro inteligentní domácnost.

Výzkum GfK ukazuje, že u mnoha „smart“ produktových kategorií dochází k viditelnému růstu, např. u LED žárovek, inteligentních kamer, chytrých velkých i malých domácích spotřebičů, robotických vysavačů a dalších zařízení. Například v případě oblasti 'automatizace a bezpečnost domova' zaznamenala GfK v první polovině roku 2018 v zemích západní Evropy\* nárůst prodeje v kusech o 39 procent a růst tržeb o 17 procent.

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

T + 49 911 395 0

Management Board:  
Peter Feld (CEO)  
Christian Bigatà Joseph (CFO)

Supervisory Board Chairman:  
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:  
Nuremberg HRB 25014

### Hlasoví asistenti v popředí zájmu spotřebitelů

Hlasový asistent vstoupil do domovů spotřebitelů teprve nedávno jako nenápadný dodatek k celé škále technologických zařízení, jimiž jsou dnes lidé obklopeni. Tento technický prvek nabízí hlasem ovládané rozhraní na

bázi umělé inteligence (AI) a velká data namísto dotykového rozhraní v chytrých telefonech. Umělá inteligence a velká data přinášejí možnost poznat a zapamatovat si osobní preference uživatele v různých situacích nebo při různých činnostech.

### **Umělá inteligence odstraňuje v chytré domácnosti neprovázanost jednotlivých řešení**

Norbert Herzog, expert GfK na sektor domácích spotřebičů, poznamenává: „Jednou z překážek na cestě ke skutečně inteligentním domovům byla roztržitost uživatelského rozhraní. Každé chytré zařízení bylo kompatibilní s jiným chytrým zařízením v rámci dedikované aplikace určitého výrobce nebo webové aplikace na počítačích. Jak hlasoví tak i displejem řízení asistenti na bázi umělé inteligence zřejmě mají potenciál fungovat jako hub inteligentního domova a sloučit všechna chytrá zařízení do jedné platformy. Jakmile bude systém uspořádán takto, umělá inteligence dokáže vytvořit společný jazyk pro komunikaci mezi těmito zařízeními, aniž by jej omezovaly síťové standardy, protokoly nebo proprietární systémy. Vytvořením sady domácích aplikací na této bázi, se před konceptem chytré domácnosti otevře mnohem větší obchodní příležitost.“

Poznámka\*: GfK zjišťovala výsledky maloobchodních prodejů v Německu, Francii, Velké Británii, Nizozemí, Itálii a Španělsku.

### **O GfK**

GfK propojuje data s vědou. Naše inovativní průzkumná řešení poskytují odpovědi na klíčové obchodní otázky týkající se spotřebitelů, trhů, značek a médií nejenom na dnešních trzích, ale i těch budoucích. GfK, jako výzkumná a analytická společnost, slibuje svým klientům po celém světě "Growth from Knowledge" (růst na základě znalostí). Pro více informací navštivte stránky [www.gfk.com/cz](http://www.gfk.com/cz) nebo sledujte GfK na Twitteru: [https://twitter.com/GfK\\_Czech](https://twitter.com/GfK_Czech).