

掌握「聲音經濟學」的市場商機

文／廖肇弘

你曾在最近爆紅的Clubhouse聊天過嗎？用Spotify聽音樂嗎？如果都還沒有，代表你已經快要跟不上時代了。

簡單的說，Clubhouse是一款僅有iOS用戶能下載使用的「語音聊天室」，僅接受好友傳送邀請碼才能加入，且每人只有2個邀請名額，在開始行銷的階段，成功塑造了取得邀請碼的用戶享受到一種神秘、尊貴、奇貨可居的優越感，在社群媒體的瘋狂分享交互作用下，成為一款瞬間爆量的App。

除了Clubhouse之外，目前非常流行的「播客」(Podcast)和Spotify等等，其實也都是（手機＋語音）的應用，聲音與語音顯然已經成為一種趨勢和主流。

今天我們就來看看，為何一時之間會有這麼多不同應用情境的語音App被開發出來？我們應該如何掌握其中的商機？

Podcast 市場概況

事實上，播客早已存在了接近20年，Apple發表播客可說是行動載具結合聲音應用的鼻祖。讓我們先看看一些統計數據：

- eMarketer估計，在美國播客收聽人數同比增長16.0%，達到1.067億。2021年，播客行業的市場產值將達到10億美元。
- 2021年，約有八千萬美國人（占美國12歲以上人口的28%）是每周播客的重度聽眾，比2020年增加了17%。
- 播客聽眾比以往更加多樣化：57%的每月播客聽眾是白人，16%的拉丁美洲人，13%的非洲裔美國人，4%的亞洲人和其他背景的10%。現在，美國12歲以上人口中的62%（約1.76億人）是每週

在線音頻收聽者，這是該類別的歷史最高記錄。

- 美國播客廣告支出將增長10.4%，達到7.82億美元。到2021年，將超過10億美元，到2024年將達到16.1億美元。

我比較了很多份有關全球Podcast的市場分析報告，雖然數據不盡相同，但所有的統計數據都指向同一個方向：消費者的感官注意力已經開始從眼球（視覺）移動到耳朵（聽覺）了！

串流音樂平台 Spotify 全球佈局

串流音樂（Streaming Music）是「聲音經濟學」中非常重要的一環，讓我們先看看目前最知名的串流音樂平台Spotify。

Spotify雖然至今仍未獲利，但卻是華爾街新興「女股神」Cathie Wood 重點加碼的科技股之一。在今年初2月的股市大跌時，Cathie Wood 更是不畏財報大虧，逆勢加碼Spotify逾50萬股！

為何尚未獲利的Spotify有這麼大的吸引力獲得如此高的估值？當然主要還是因為其擁有龐大的市場和用戶基礎。

Spotify在2020年第四季財報中揭露，目前總用戶數為3.45億，

已有1.55億付費用戶。在2021年三月更公佈了一個野心勃勃的市場擴張計畫，未來將把Spotify服務範圍擴及全球85國，主要分布在亞洲、非洲、拉丁美洲和加勒比海地區，並新增支援36種語言，也帶動其股價大漲，到達每股 USD 364.59 的波段高點。

爆紅Clubhouse的幕後推手

除了Podcast和Spotify，我們再看看最近爆紅的Clubhouse。

和預錄以及精緻剪輯的Podcast不同，Clubhouse走的是「語音聊天室」而且「聽後即焚」完全不留任何存檔的路線。

如果你曾體驗過Clubhouse，應該會對其清晰的語音通訊效果非常驚艷，雖然官方從未證實，但我們現在已經知道其背後的語音技術供應商，是一家位於上海的Agora公司（聲網公司，股票代號API）。

根據官網的描述，聲網Agora成立於2013年，是實時互動API平台行業開創者。開發者只需簡單的設定API，即可快速整合多種實時音視頻互動場景。

不只是Clubhouse，使用聲網Agora語音API的企業包括小米、陌陌、新東方、曉黑板、The Meet Group、Bunch、Kumu等遍布全球的

軟體公司。Agora聲網的API已經充分在許多社交直播，在線教育，遊戲電競，IoT，AR/VR，金融，保險，醫療，企業協作等10餘行業，共計100多種場景。

根據統計，在2020年3月，聲網Agora語音API的用戶已經有10,000多個活躍的應用程式，在100多個國家，提供超過400億分鐘的即時通訊，確實是非常驚人。

隨著Clubhouse的爆紅，在紐約證交所上市的Agora聲網公司股價也跟著水漲船高。不過，就像因為疫情爆紅的視訊軟體Zoom也曾被質疑其設置於中國大陸伺服器的資料安全議題一樣，由於目前全球對於將伺服器設置於中國大陸境內的軟體技術供應商和平台非常敏感，Agora聲網雖然一直很低調，但是隨著Clubhouse在全世界爆紅，也開始被質疑其資料安全性的風險和疑慮。

Twilio是另一家語音通訊API公司

事實上，提供語音技術API的公司很多，除了Agora聲網公司之外，Twilio也是近期很熱門的一家提供語音API技術的公司。

Twilio和Zoom、Dropbox、Salesforce...等雲端及網路服務供應商一樣，都是受惠於新冠肺炎疫情

而股票大幅上漲的公司。

Twilio公司主要的服務是提供通訊交流API平台，主要提供語音通話、短訊、或是影音內容等整合到各種App的應用程式上。客戶是企業用戶為主，並不是個人消費者，例如WhatsApp、Uber、Airbnb等公司。

簡而言之，Twilio的主要客戶不是 to C 個人消費者，而是企業 to B 市場，而且是有通訊功能需求的網路平台服務企業。

Twilio允許開發人員使用其Web服務API以程式控制方式撥打和接聽電話，發送和接收文本消息以及執行各種通信功能。

此外，Twilio也是一檔很會「飆漲」的股票。

從2020年以來，Twilio的股價已經上漲了195.44%，已達每股USD 290.38 歷史新高。Twilio在上一季公佈的業績收入增長46%，超過華爾街分析師的預期，業績可說是大噴發的增長。Twilio在2014和2015年連續實現78%和88%的營收成長率，已經成功躍居為通訊市場的領導者。

Twilio在2016年股票上市IPO當天，股價就暴漲了39%以上，一個月之內股票收益高達167%，CNBC已連續四年將Twilio評為最具有行業革命性的50家創新企業之

一。

結語

台灣當然也跟上了這股全球「聲音經濟學」的熱潮。根據「遠見民意研究調查」調查，儘管Podcast在台灣起步不久，但已有26.1%的民眾在三個月內曾收聽，以高學歷、年輕人為主力族群，研究所以上學歷占36.4%，20~35歲佔35.3%。

在台灣，就像許多投入影音創作的Youtuber一樣，目前也有幾名Podcaster隨著聲音市場的熱潮而爆紅，當然也有幾個Podcast的App已經上架並提供服務，不過相較於國外市場的強勁增長態勢，看來還有很大的努力空間。

那麼，從這次為各位介紹的Agora和Twilio，我們得到什麼啟發？應該如何抓住這股市場潮流掌握市場商機？

我想，除了創作Podcast語音內容或是Clubhouse開房聊天之外，或許我們應該再多思考，如何結語語音辨識、控制、或是AI相關技術，發展出更深度的語音API應用程式介面或是IC晶片，將語音技術作為結合智慧醫療、自駕車、智慧城市、智慧農業、線上教育、或是智慧家庭、智慧機械...等等不同面向的深度應用情境，或許也可以開創



作者廖肇弘博士，多年來任職於工研院及資策會等科技研究機構，曾任國內外多所大學EMBA教授及微軟、IBM、PwC、華為等世界500強企業顧問。曾主持許多大型專案及政府計畫，專注於數位經濟與創新管理等議題，兩岸三地學員已超過數萬人，是活躍於兩岸產官學研界的資深數位專家。

出屬於台灣在全球「聲音經濟學」市場中的另一項特殊競爭優勢吧？

（註：本文僅為產業研究分析，非投資建議，請自行評估投資風險，謹慎理財）