

數位電子看板應用案例探討之四 NEC 推出多功能數位電子看板

資料提供：DIGITIMES、財團法人資訊工業策進會產業支援處

NEC 近年來積極開發數位電子看板產品，為將數位電子看板可隨時變換內容的特性發揮到最大，其並開發出內建攝影機及臉部辨識軟體的「eye flavor」，藉由攝影機拍下經過人群畫面，經臉部辨識軟體判讀後，可自動區分出不同年齡層及性別消費者及分析消費者行為，使廠商有可能針對不同消費者播送不同廣告內容，且能即時得知回應。

2008 年 12 月 NEC 正式推出「eye flavor」，大日本印刷(Dai Nippon Printing；DNP)旗下 100% 持股子公司 DNP Media Create，並於 2009 年 2 月將「eye flavor」進行實地測試。

NEC 的「eye flavor」介紹

NEC 推出的「eye flavor」乃瞄準數位電子看板廣告效果難以凸顯與確認的需求，其使用 46 吋大型液晶面板，於機體上方內建攝影機，內建臉部辨識軟體、分析軟體、內容播放管理軟體，將顯示器、攝影、分析系統、內容播放管理系統及伺服器合而為一，可即時辨識出消費者性別與年齡，以播放適合廣告，亦能辨識出消費者的反應，如是否停下來注視，還是直接離開等。

NEC 的「eye flavor」外觀



資料來源：NEC，DIGITIMES 整理，2009/5

在「eye flavor」的開發期間，NEC 曾進行實地測試，在東京的複合商業區立川 Granduo 商場一樓入口處設置「eye flavor」，針對不同時段、消費者性別、消費者年齡層播放不同廣告內容，計算觀看廣告的消費者數量、消費者停留時間、顯示器與消費者間的距離，來測定廣告效果，所能得到的資訊將比傳統的問卷調查來得更詳盡。

「eye flavor」於立川 Granduo 設置實例



資料來源：NEC，2008/12

NEC 根據年齡與性別的不同，將消費者區分成 14 個族群，依不同消費者族群播放不同內容，再依消費者觀看的时间，區分為 3 種不同的廣告效果狀態，包括「印象深刻」、「有印象」與「只是看看」，而實際測試 21 天的結果，在實驗期間經過立川 Granduo 商場一樓入口處的消費者，對「eye flavor」播放的廣告有 11% 的視聽率，是相當高的數字，證明「eye flavor」相當有效。

DNP Media Create 於超市測試「eye flavor」

DNP Media Create 為大日本印刷 100% 控股子公司，經營廣告、企劃業務，母公司大日本印刷本身亦涉足消費者行為觀察業務，曾於 2003 年推出消費者計次裝置「Smart Laser」，在商品陳列架上裝設偵測器，以自動化計算賣場中消費者通過及停留的人數，供商家以此數據進一步分析消費者行為。

DNP Media Create 旗下的「購物場所研究所」在 NEC「eye flavor」推出後，對其搜集消費者資料的能力亦展現濃厚興趣。由於「eye flavor」整機一體，設置與撤除均相當容易，可因應不同環境和臨時狀況做應變，是分析消費者行為相當方便的工具。

因此，DNP Media Create 於 2009 年 2 月 25 日開始，使用 NEC 「eye flavor」於富士(FUJI)經營、位於日本愛媛縣的「Grand Vesta Emifull MASAKI」超市進行實驗，將利用「eye flavor」功能，辨識出不同年齡層與性別的消費者，播放不同的食譜菜單。

DNP Media Create 使用 eye flavor 的螢幕範例



左圖顯示適合該觀賞者的晚餐菜單，右圖則顯示要在哪邊的賣場可找到該道料理的食譜，及給該觀賞者的訊息小卡片。

資料來源：DNP Media Create，DIGITIMES 整理，2009/5

在「eye flavor」以外，亦將同時設置大日本印刷本身的「Smart Laser」消費者計次裝置，以掌握消費者人數，做更進一步的分析。

結語：多功能數位電子看板將為未來趨勢

數位電子看板於日本市場正高速成長，但目前為止仍以純粹的展示廣告為主，商用數位電子看板在純顯示方面朝著尺寸更大、解析度更高、甚至具有 3D 硬體加速功能等方向發展，已有其極限，另一方面，數位電子看板正朝著結合更多附加功能的方向發展，如 Sophia Mobile 所推出，可與手機錢包感應的「nanica7」等。

NEC 「eye flavor」可說是此趨勢的先鋒，結合攝影機及辨識軟體後，不但能針對性的播放廣告內容，達成廣告商的夢幻解決方案，同時亦身兼自動化廣告效果測定，及消費者行為分析裝置，可謂一種完美的解決方案。

以「eye flavor」或類似的設備收集消費者行為資料，成本遠比問卷來得低，不易讓消費者感受到被打擾，亦能排除拒訪率及問卷誤導等問卷調查常見的偏差，同時設置複數台的「eye flavor」，亦可追蹤消費者的動線，收集所需資料供動線分析及規劃之用，還可與使用電子折價券系統商店的 POS 系統做連結，在最準確的時機播放廣告，促進消費者實際的購買行為。

「eye flavor」已超越數位電子看板功能，開發出全新商業模式，雖「eye flavor」1 台售價高達 200 萬日圓(約 2 萬美元)，恐難以迅速普及，但在相關零組件成本快速降低下，結合各種不同功能以發揮綜效的數位電子看板產品亦將一一浮現，為數位電子看板市場帶來更多的新需求。