



創市際雙週刊 第一一四期

發刊日：2018年07月30日

ARO / MMX 觀察

3 ARO / MMX 觀察 – 旅遊類別網站使用概況

IX Survey 市調解析

15 市調解析 – 旅遊篇

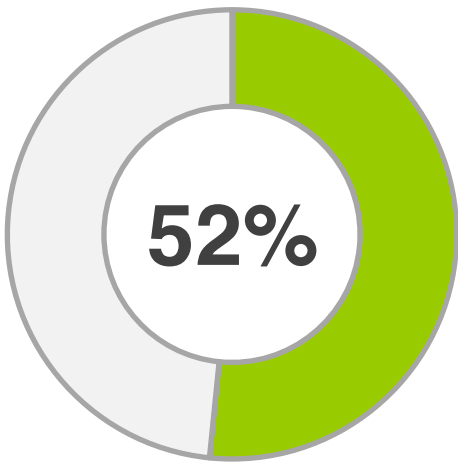
ARO / MMX 觀察

旅遊類別網站使用概況

旅遊類別網站使用概況

本期雙週刊以 comScore MMX 報告觀察台灣網友透過桌上型電腦與筆記型電腦造訪旅遊類別(Travel)網站之使用概況，並將旅遊網站依照主要服務內容分為旅遊資訊、訂房比價、旅行社/旅遊套裝及交通航運四種類型，探討台灣網友在各方面旅遊規劃方式的網路使用差異。最後以 comScore MMX Multi-Platform 報告觀察部分旅遊網站的跨裝置使用者分布。

2018 年 5 月份台灣 Desktop 網路人口當中，共有 52% 使用者曾經透過桌上型 / 筆記型電腦造訪旅遊觀光類型網站，共為 613.3 萬名不重複造訪人數。整體旅遊觀光類別網站在單月份累計共有 4.6 億瀏覽頁數，吸引網友投入 2.8 億分鐘的停留時間，以及總造訪次數 0.3 億次；亦即當月份每人平均在旅遊類型網站貢獻 76 頁瀏覽量，停留 46.2 分鐘，以及回訪 5.3 次。



台灣 Desktop 網友曾經造訪 **旅遊觀光類型網站**
共 **613.3 萬名** 不重複造訪人數

總瀏覽頁數 4.6 億頁

單月份平均

每人瀏覽 76 頁

每次造訪瀏覽 14.3 頁

總使用時間 2.8 億分鐘

單月份平均

每人使用 46.2 分鐘

每次造訪使用 8.7 分鐘

總造訪次數 0.3 億次

單月份平均

每人造訪 5.3 次

依 2018 年 5 月台灣 Desktop 網友人數排名，「痞客邦旅遊」為使用人數最多的旅遊資訊網站，共 289.7 萬名不重複造訪者，涵蓋台灣四成以上旅遊網站 Desktop 網友；同時為網友貢獻最高瀏覽頁數的網站。

觀察十大旅遊資訊網站能夠發現台灣網友獲得旅遊資訊的多種管道，有集結網友評等及經驗分享的「tripadvisor」、「旅行酒吧」，發文求解的社群論壇「背包客棧」、「Mobile01 旅遊美食」，以及旅遊部落客「Mimi 韓の愛旅生活」，都是台灣網友收集旅遊資訊的慣用方式。

Desktop 網友人數 Top 10 旅遊資訊網站		不重複造訪人數	平均每人瀏覽頁數 (頁)	平均每人造訪次數 (次)
1	痞客邦旅遊	289.7 萬人	8	2.7
2	Yahoo! 奇摩旅遊	123.8 萬人	6	3.8
3	tripadvisor	94.2 萬人	5	1.9
4	ETtoday 旅遊雲	62.0 萬人	2	1.8
5	背包客棧	61.3 萬人	4	1.9
6	旅行酒吧	21.4 萬人	4	1.6
7	玩全台灣旅遊網	20.3 萬人	6	1.3
8	MSN 旅遊	15.0 萬人	5	1.4
9	Mimi 韓の愛旅生活	14.5 萬人	3	1.3
10	Mobile01 旅遊美食	12.7 萬人	5	1.6

觀察提供住宿預訂/比價服務的網站類型，以比價平台「agoda」的 Desktop 造訪人數最多，共 85.8 萬名不重複人數；其次以住宿訂房網站「Booking.com」不重複造訪人數 52.8 萬人排名第二。前兩大訂房比價網站單月份皆吸引每位網友瀏覽 10 頁以上瀏覽量，搜尋理想住宿。

住宿共享平台「Airbnb」於其中排名第五，共有 22.4 萬名 Desktop 造訪者，於旅遊住宿發掘多樣化選擇。

Desktop 網友人數 Top 10 訂房比價網站		不重複造訪人數	平均每人瀏覽頁數 (頁)	平均每人造訪次數 (次)
1	agoda	85.8 萬人	13	2.4
2	Booking.com	52.8 萬人	16	2.9
3	Hotels.com	29.9 萬人	16	2.0
4	Expedia 智遊網	25.6 萬人	29	2.0
5	Airbnb	22.4 萬人	*	*
6	Trip.com	18.3 萬人	17	1.7
7	HotelsCombined	17.5 萬人	10	1.4
8	trivago	15.1 萬人	2	1.6
9	AsiaYo	13.2 萬人	4	1.5
10	旅遊王線上訂房	6.3 萬人	3	1.2

* 2018 年 5 月份，Airbnb 總瀏覽頁數、總造訪次數包含不應計入頁面流量，未反映真實使用情形，本篇不納入討論

旅行社/旅遊套裝網站以「可樂旅遊」38.0 萬名不重複網友領先，其次「攜程旅行網」、「雄獅旅遊網」亦皆有35 萬以上 Desktop 造訪人數。其中「雄獅旅遊網」網友 Desktop 瀏覽頁數及回訪次數皆為前十名網站中表現最佳。

Desktop 網友人數 Top 10 旅行社/旅遊套裝網站		不重複造訪人數	平均每人瀏覽頁數 (頁)	平均每人造訪次數 (次)
1	可樂旅遊	38.0 萬人	25	2.3
2	攜程旅行網	36.1 萬人	10	2.6
3	雄獅旅遊網	35.0 萬人	42	2.8
4	KKday	24.3 萬人	4	1.6
5	易遊網	23.8 萬人	23	2.7
6	KLOOK 客路	22.9 萬人	4	1.7
7	東南旅遊網	18.9 萬人	13	1.7
8	五福旅遊	17.9 萬人	15	1.9
9	燦星旅遊	11.9 萬人	12	1.6
10	易飛網	11.4 萬人	14	1.6

旅遊類別當中，各交通航運相關網站以「台灣高鐵」單月份不重複使用人數最高，Desktop 網友共 42.0 萬人曾經造訪；同樣屬於台灣大眾運輸系統的「臺北大眾捷運公司」網站則有 15.7 萬 Desktop 造訪者，排名第四。前十名網站當中，包含六家航空公司網站，「長榮航空」使用人數最多，「台灣虎航」及「樂桃航空」則為 5 月份 Desktop 造訪人數最多的兩大廉價航空公司網站。另外，「公主郵輪」以 6.3 萬名 Desktop 使用人數排名第十。

Desktop 網友人數 Top 10 交通航運網站		不重複造訪人數	平均每人瀏覽頁數 (頁)	平均每人造訪次數 (次)
1	台灣高鐵	42.0 萬人	19	1.8
2	長榮航空	21.4 萬人	63	3.9
3	中華航空公司	17.3 萬人	21	2.2
4	臺北大眾捷運公司	15.7 萬人	13	1.5
5	台灣虎航	10.1 萬人	85	2.7
6	立榮航空	10.1 萬人	17	1.9
7	桃園國際機場	8.5 萬人	8	1.2
8	國泰航空公司	8.1 萬人	32	1.5
9	樂桃航空	6.6 萬人	72	3.0
10	公主郵輪	6.3 萬人	2	1.1

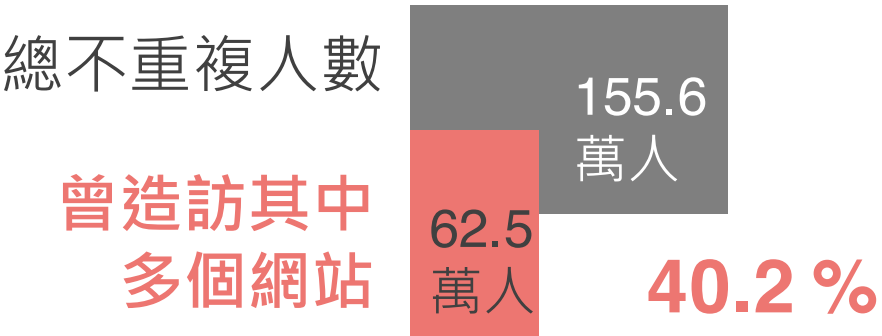
綜合觀察以上四種旅遊類型的前十大網站總流量，旅遊資訊網站吸引最多總造訪人數，共有 446.4 萬台灣 Desktop 網友曾經造訪十大旅遊資訊網站當中的任何網站；其中，35.5% 的網友(158.6 萬人)會參考當中多個網站的旅遊資訊。

透過數據發現在進行訂房比價時，有最高比例的網友(40.2%)會在十大網站當中互相造訪，透過多個網站搜尋最符合需求及價格的住宿。交通運輸網站網友則最傾向僅造訪其中一個網站，重疊情形最低。

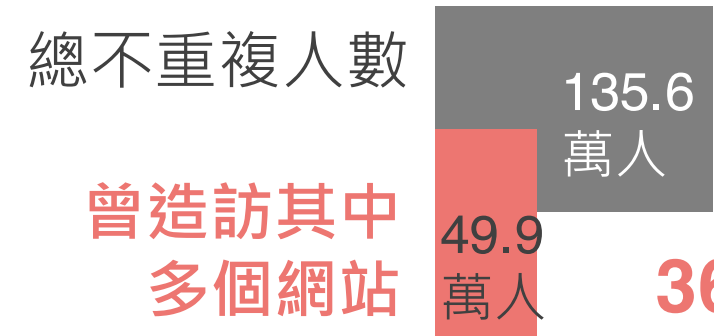
Top 10 旅遊資訊網站



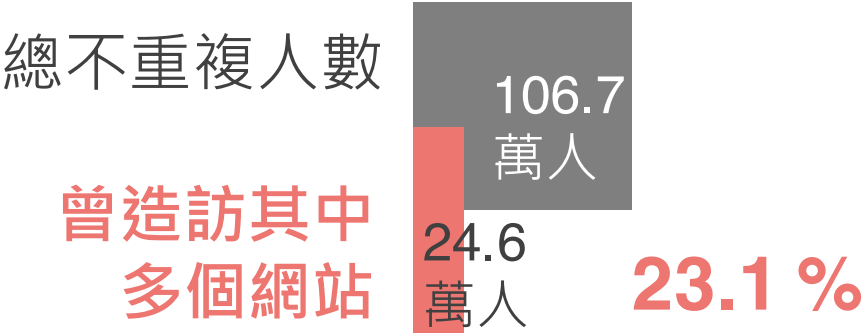
Top 10 訂房比價網站



Top 10 旅行社/旅遊套裝網站



Top 10 交通運輸網站



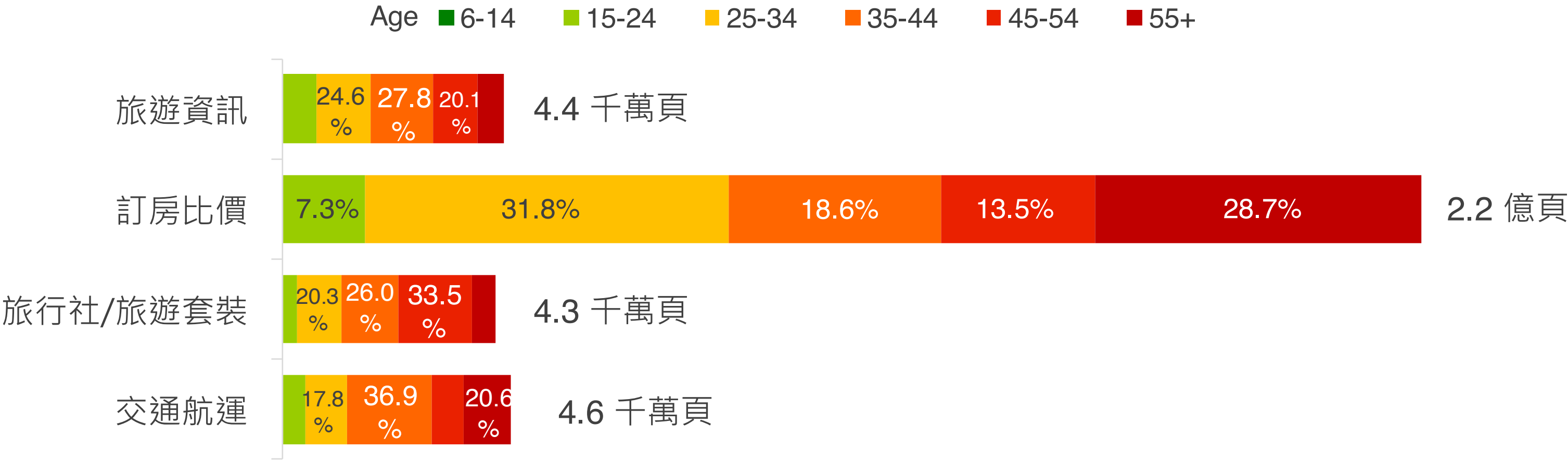
¹總不重複人數: 前十大網站聯集之不重複網友人數，指無論造訪網站數量，曾經造訪其中任何網站的不重複人數

²總不重複人數當中，排除只造訪過其中一個網站的使用者，指曾經造訪其中任兩個以上網站的不重複人數

各類型前十大網站累計總瀏覽頁數方面，則以訂房比價網站遠超過其他類型，總共創造 2.2 億頁瀏覽頁數，反映出台灣網友透過 Desktop 對旅遊住宿的投入程度。在十大訂房比價網站貢獻最多 Desktop 瀏覽頁數的年齡層為 25-34 歲使用者(31.8%)，55 歲以上網友瀏覽程度亦高(28.7%)。

其他類型的十大網站 Desktop 總瀏覽量約為 4 千萬頁，旅遊資訊以 35-44 歲族群貢獻最多頁數(27.8%)，旅行社/旅遊套裝以 45-54 歲為主要瀏覽年齡層(33.5%)，交通運輸網站瀏覽族群明顯集中在 35-44 歲(36.9%)。

各類別 Top 10 網站累計 Desktop 總瀏覽頁數年齡層分布

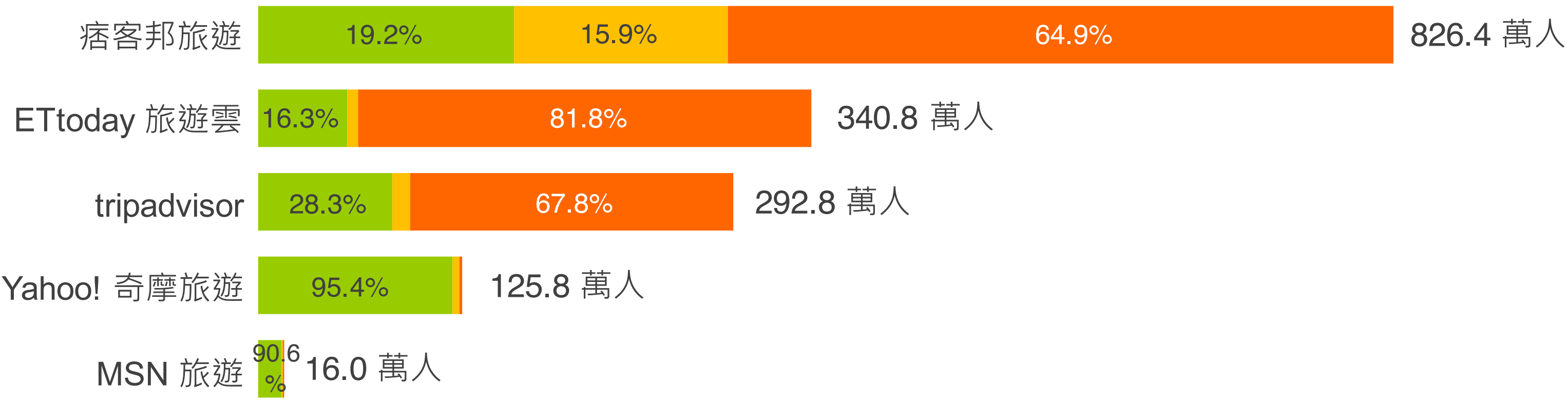


最後，觀察五大旅遊網站¹網友 Desktop / Mobile 跨裝置使用分布，以「痞客邦旅遊」整體數位網友²不重複造訪人數最高，共 826.4 萬名使用人數；Desktop 網友人數僅占全站數位網友的三成比例，另外有 64.9% 網友僅透過行動裝置——智慧型手機或平板電腦——造訪，未曾透過 Desktop 造訪「痞客邦旅遊」。

「ETtoday 旅遊雲」網友的造訪行為最明顯轉移至行動裝置，Mobile-Only 人數達全站八成。至於入口網站頻道的「Yahoo! 奇摩旅遊」及「MSN 旅遊」仍有九成造訪者僅使用 Desktop。

整體數位網友跨裝置分布

■ PC-only UV ■ Cross-Device UV ■ Mobile-only UV



¹comScore 台灣行動數據僅記錄參與埋放 comScore 監測碼之網頁流量，因此本頁僅探討所列五個網站跨裝置數據，並且其中未包含 Mobile App 使用數據。

²整體數位網友包含 6 歲以上 Desktop 網友以及 15 歲以上 Mobile 網友。

旅遊類別網站使用概況小結

- ▶ 2018 年 5 月台灣共有 613.3 萬名不重複使用者曾經透過桌上型電腦及筆記型電腦造訪旅遊類型網站，亦即有 52% 的台灣 Desktop 網路人口曾經關注旅遊規劃資訊。
- ▶ 同月份平均每位 Desktop 使用者在旅遊類型網站瀏覽了 76 頁，停留 46.2 分鐘，重複造訪 5.3 次。
- ▶ 在提供旅遊資訊的網站當中，「痞客邦旅遊」觸及最多 Desktop 使用者，共為 289.7 萬名不重複造訪者；平均每人瀏覽 8 頁亦為前十大旅遊資訊網站中瀏覽情形最高者。
- ▶ 主要提供訂房比價服務的網站中，比價平台「agoda」的 Desktop 造訪人數明顯高過其他網站，共有 85.8 萬不重複使用者進行住宿優惠比較。
- ▶ 前三大旅行社網站依序為「可樂旅遊」、「攜程旅行網」及「雄獅旅遊網」，皆有超過 35 萬的 Desktop 不重複造訪人數。其中，「雄獅旅遊網」網友使用情形最佳。
- ▶ 「台灣高鐵」為交通航運相關網站中 Desktop 使用人數最高的，共為 42.0 萬名不重複造訪者，明顯高過其他網站，為台灣長程的大眾運輸選擇之一。其次為「長榮航空」有 21.4 萬名 Desktop 造訪者，為台灣 Desktop 造訪人數最高的航空公司網站。

旅遊類別網站使用概況小結

- ▶ 綜合觀察各類型前十大網站總人數——無論造訪網站數量，曾經造訪其中任何網站的不重複人數——以旅遊資訊的 **Desktop** 造訪人數最多，共有 **446.4** 萬人。而在使用習慣中，網友較傾向多個網站互相造訪比較的類型為訂房比價網站，**40.2%** 訂房比價網友不只造訪十大網站中的單一網站。
- ▶ 各類型前十大網站總瀏覽頁數方面，則以訂房比價網站 **Desktop** 瀏覽頁數 **2.2** 億頁最高，同樣反映台灣網友透過 **Desktop** 對旅遊住宿規劃的投入程度。
- ▶ 各類型十大網站瀏覽族群亦有所差異，旅遊資訊以 **35-44** 歲年齡層貢獻最多瀏覽比例(**27.8%**)；訂房比價有三成瀏覽頁數由 **25-34** 歲族群貢獻；旅行社/旅遊套裝以**45-54** 歲族群為主(**33.5%**)；交通航運瀏覽族群更集中於 **35-44** 歲。
- ▶ 在參與 **comScore** 監測碼埋放，得以取得台灣 **Mobile** 使用數據的旅遊類別網站——「痞客邦旅遊」、「ETtoday 旅遊雲」、「tripadvisor」、「Yahoo! 奇摩旅遊」及「MSN 旅遊」——當中，「痞客邦旅遊」總數位造訪網友人數最高，共為 **826.4** 萬人。而網友造訪裝置最明顯轉移至 **Mobile** 的是「ETtoday 旅遊雲」，八成(**81.8%**)網友僅透過行動裝置造訪。

IX 市調解析

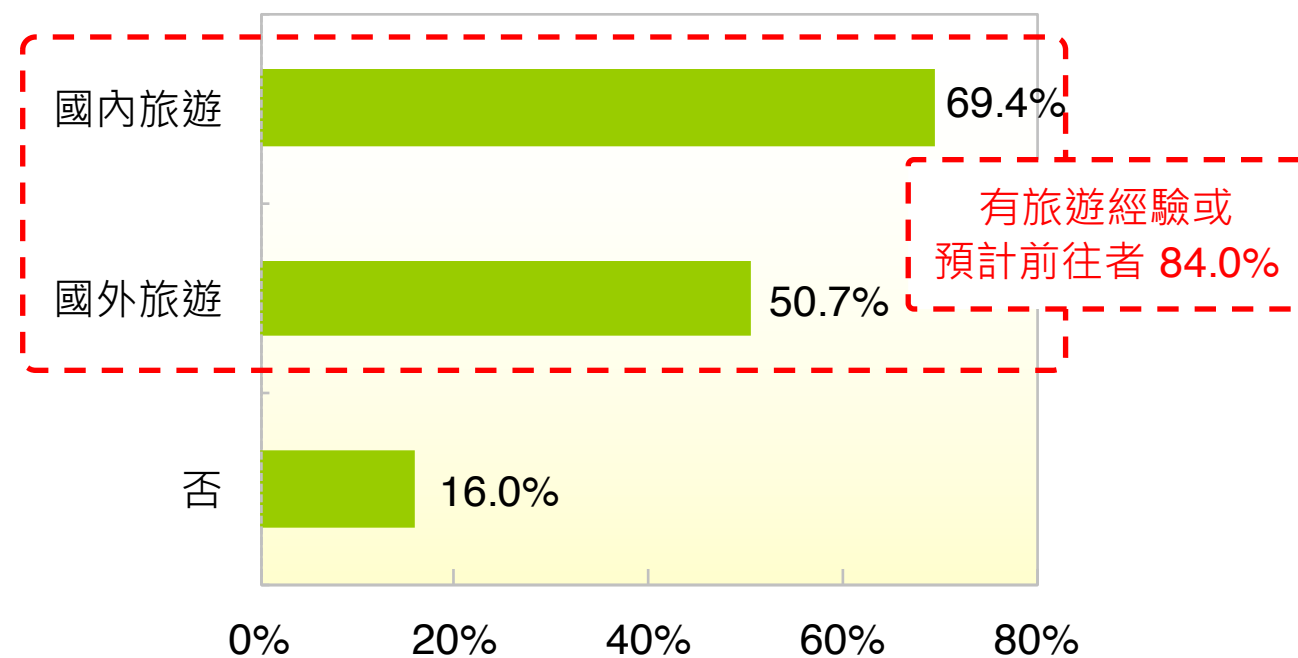
旅遊篇

旅遊篇

目前正值暑假旅遊旺季，國內外觀光名勝景點都可以看到滿滿的觀光人潮，創市際為了解台灣民眾對於旅遊的規劃方式，於 2018 年 6 月 29 日至 7 月 4 日，針對 15-64 歲 網友進行了一項「旅遊篇」的調查，總計回收 1,437 份問卷。

台灣民眾偏愛至「東北亞」旅遊

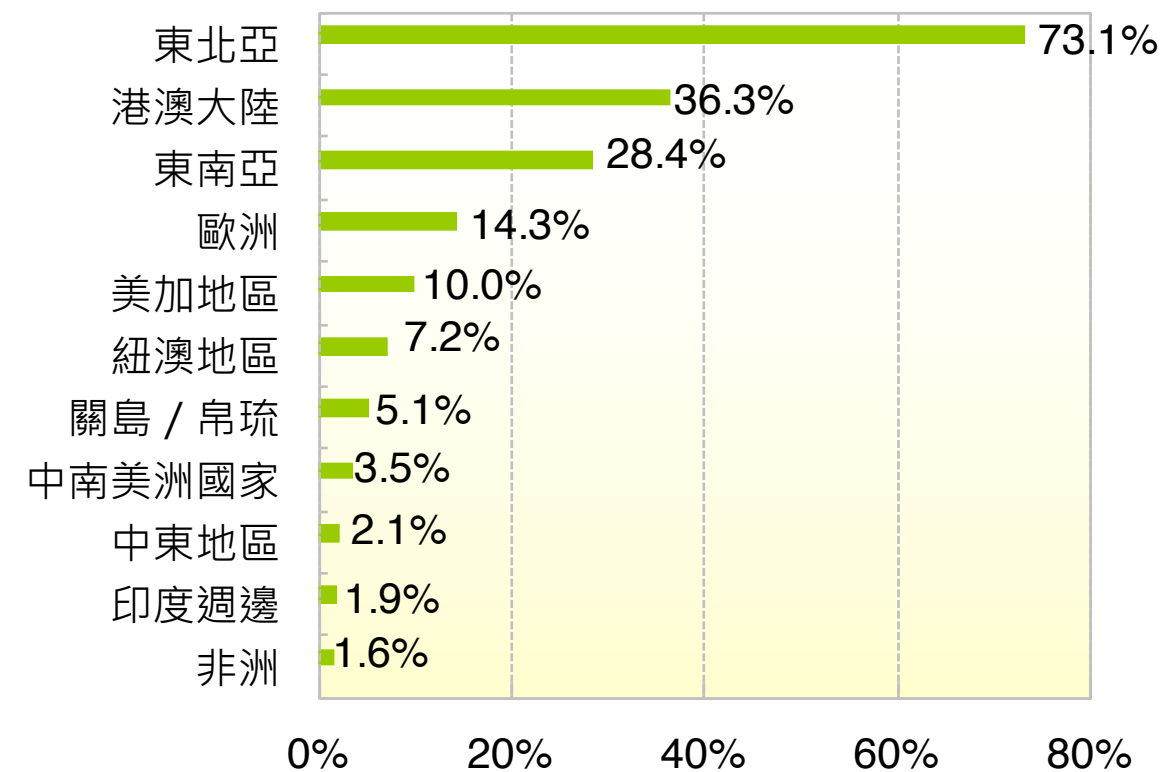
旅遊情形



Base：全體受訪者 N=1437

資料來源：創市際市場研究顧問 Jul. 2018

國外旅遊熱門地區

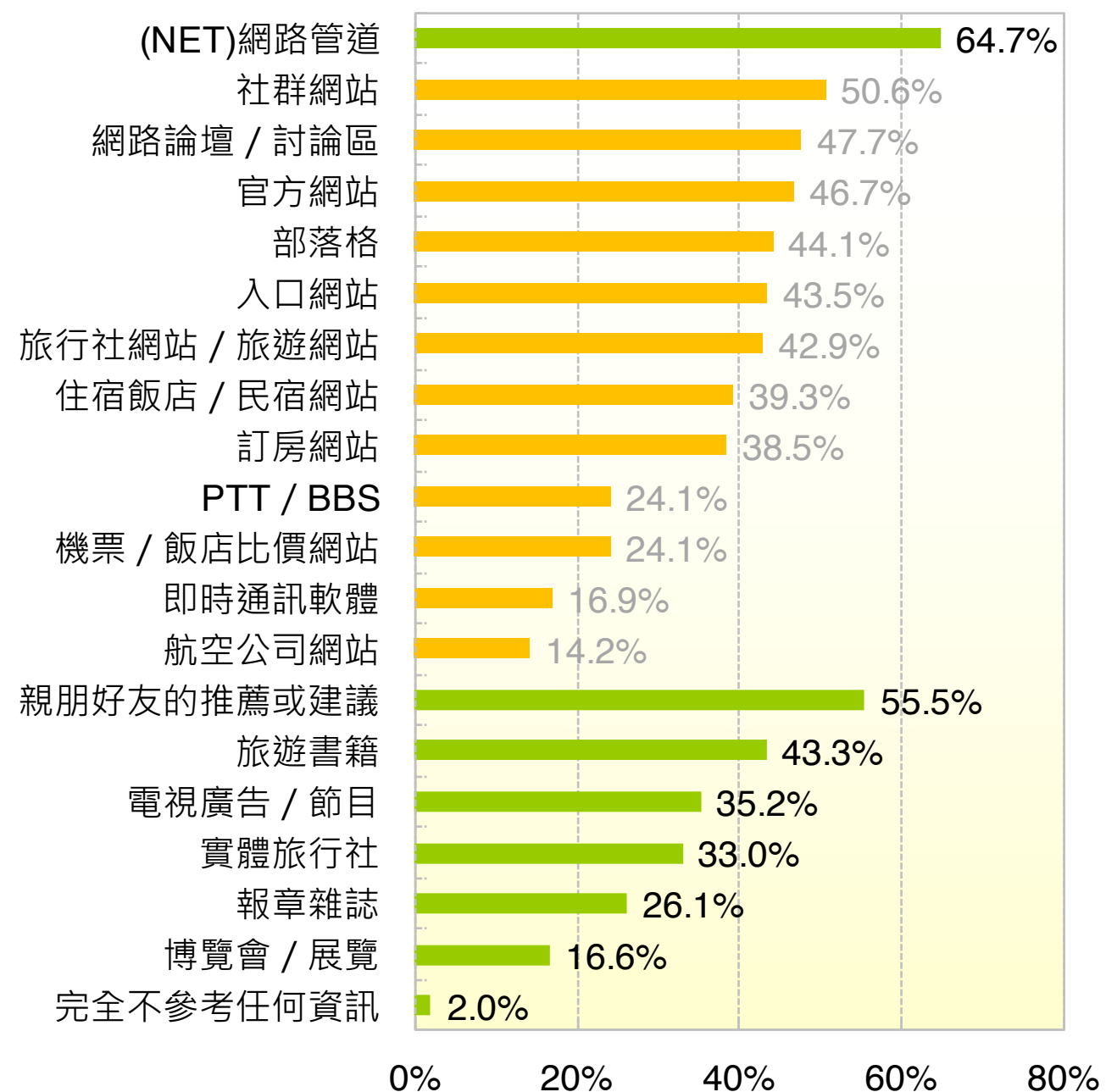


Base：有至國外旅遊經驗或計劃的受訪者 N=728

資料來源：創市際市場研究顧問 Jul. 2018

由調查結果顯示，在今年有旅遊經驗或計劃者超過八成以上(84%)，其中在「國內旅遊」者有 69.4%，而至「國外旅遊」(50.7%)者也有五成左右的比率；進一步了解較受歡迎的國外旅遊地區發現，台灣民眾特別偏愛至「東北亞」(73.1%)旅遊，其次則為「港澳大陸」(36.3%)及「東南亞」(28.14%)。

網路為民眾蒐集旅遊資訊的最佳管道



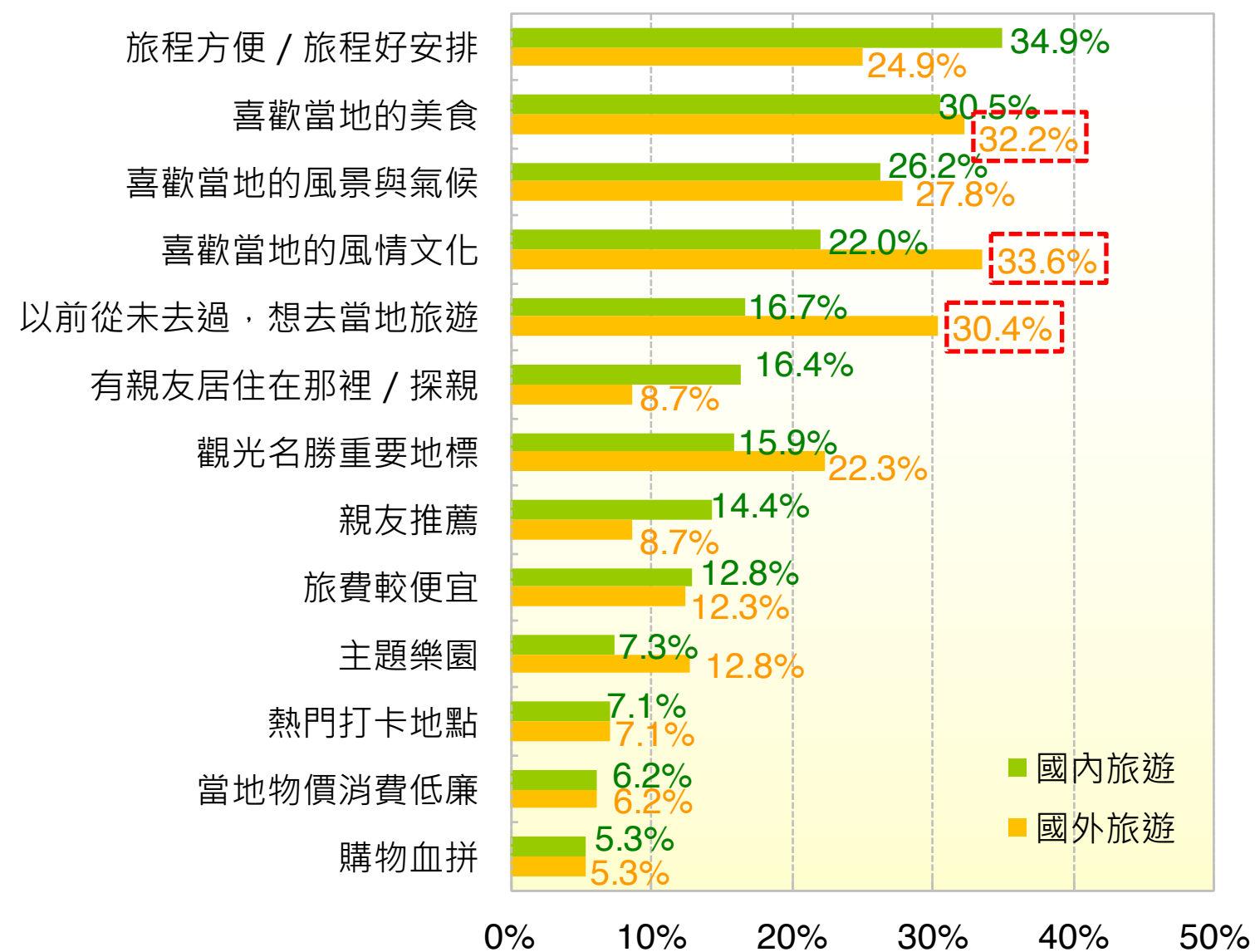
Base：有旅遊經驗或計劃的受訪者 N=1208

資料來源：創市際市場研究顧問 Jul. 2018

台灣民眾對於蒐集旅遊資訊最主要的參考管道為「網路」(64.7%)，而在眾多的網路管道中又以瀏覽「社群網站」、「網路論壇 / 討論區」、「官方網站」等的旅遊相關內容比率較高；其次，則是會詢問「親朋好友的推薦或建議」(55.5%)，及瀏覽「旅遊書籍」(43.3%)。

如何選擇旅遊地點？

國內：旅程好安排 / 國外：文化、美食、未曾去過



Base：有旅遊經驗或計劃的受訪者 N=1208

資料來源：創市際市場研究顧問 Jul. 2018

分別從國內及國外旅遊，來探討民眾選擇地點的因素發現，民眾選擇國內旅遊地點時，以「旅程方便/旅程好安排」為首要考量因素，其次為「喜歡當地食物」和「喜歡當地的風情文化」。

而在決定國外旅遊的地點時，則優先想到「喜歡當地的風情文化」、「喜歡當地的食物」及「以前從未去過，想去當地旅遊」為主。

▶ 小結

- ▶ 在今年有旅遊經驗或計劃者佔 84%，其中在「國內旅遊」者有 69.4%，而至「國外旅遊」者有 50.7%。
- ▶ 國外旅遊熱門地區：「東北亞」(73.1%)、「港澳大陸」(36.3%)及「東南亞」(28.14%)。
- ▶ 旅遊資訊最主要的參考管道為「網路」(64.7%)，其中至「社群網站」、「網路論壇 / 討論區」、「官方網站」等蒐集相關資訊者比率較高；其次，則是會詢問「親朋好友的推薦或建議」(55.5%)，及瀏覽「旅遊書籍」(43.3%)。
- ▶ 選擇旅遊地點考量點：「剛好有需求」、「喜歡商品」；
國內旅遊：「旅程方便/旅程好安排」、「喜歡當地食物」和「喜歡當地的風情文化」。
國外旅遊：「喜歡當地的風情文化」、「喜歡當地美食」及「以前從未去過，想去當地旅遊」。

研究設計

研究方法：
線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：
樣本來源為創市際 iX:Panel 大型樣本群，針對15-64歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：
2018/06/29 ~ 2018/07/04

有效樣本數：N=1,437

在95%的信心水準下,抽樣誤差約正負2.59%，再依照行政院主計處2017年12月台灣地區內政部公布之性別及年齡人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	719	50.0%
	女性	719	50.0%
年齡	15-19歲	114	7.9%
	20-24歲	134	9.3%
	25-29歲	134	9.3%
	30-34歲	142	9.9%
	35-39歲	170	11.9%
	40-44歲	156	10.8%
	45-49歲	152	10.6%
	50-54歲	154	10.7%
	55-59歲	149	10.4%
	60-64歲	132	9.2%
居住地	北部	658	45.8%
	中部	377	26.2%
	南部	402	27.9%



- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m marcom@ixresearch.com