



創市際雙週刊  
第六十八期

發刊日：2016年08月01日

## ARO / MMX 觀察

### 3 ARO / MMX 觀察 – 直播社群網站使用概況

## IX Survey 市調解析

### 14 市調解析 – 直播服務篇

# ARO / MMX 觀察







直播社群網站使用概況

## 直播社群網站使用概況

本期雙週刊透過 comScore 數據探討台灣網友透過桌上型電腦與筆電造訪直播社群網站情形，瞭解直播網站使用趨勢概況，並探討各大直播網站使用者特色。並且透過 comScore Mobile Metrix 數據，觀察不同裝置在講求即時互動的直播社群網站之使用特性。

依據 comScore MMX 觀察台灣網友透過 PC 對直播社群網站的造訪與使用情形，以 2016 年 5 月份 PC 網友到達率排名，造訪人數最多的前六大直播社群網站依序為「twitch」、「LIVEhouse.in」、「RC 直播」、「麥卡貝網路電視」、「V LIVE」及「YY LIVE」。整體而言，共有 217.8 萬名台灣 PC 網友曾經造訪其中任一個網站，亦即六大直播社群網站能夠觸及 17.0% 的全體台灣 PC 網友，並且單月份每人平均投入 89.6 分鐘的使用時間，貢獻 55 頁瀏覽量。

### 台灣 PC 網友到達率 Top 6 直播社群網站

1.  9.8%
2.  6.2%
3.  1.5%
4.  1.0%
5.  0.7%
6.  0.6%

### 整體 Top 6 直播社群網站 PC 使用概況



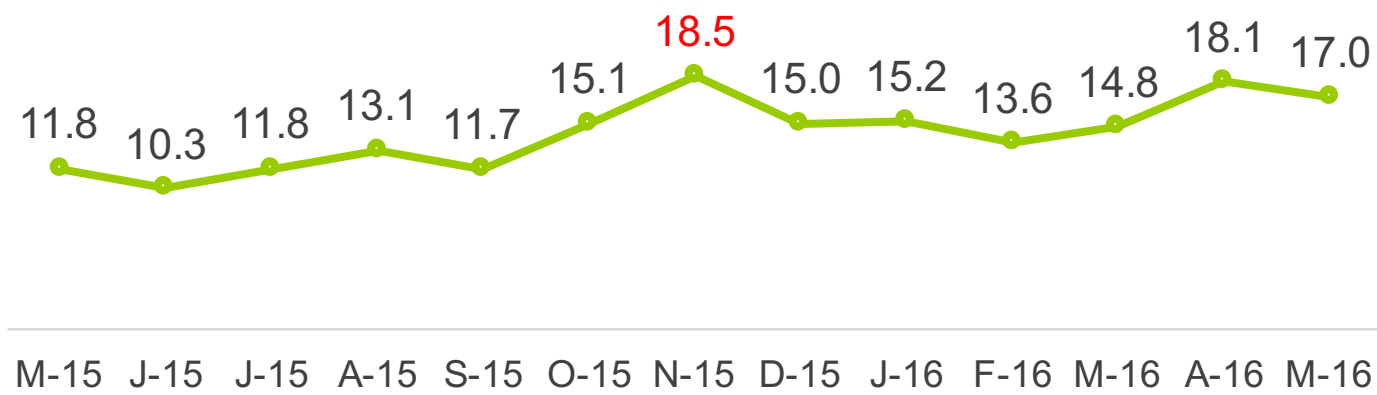
17.0%

台灣 PC 網友曾經造訪

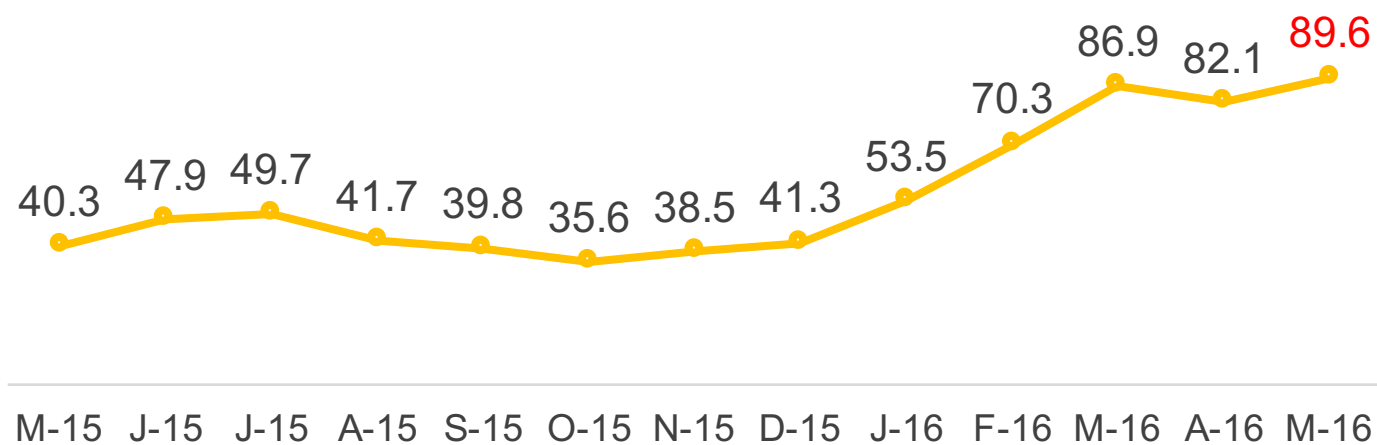
不重複造訪人數	217.8 萬人
總使用時間	2.0 億分鐘
總瀏覽網頁數	1.2 億頁
平均每人停留時間	89.6 分鐘
平均每人瀏覽頁數	55 頁

## 整體 Top 6 直播社群網站過去一年 PC 使用趨勢

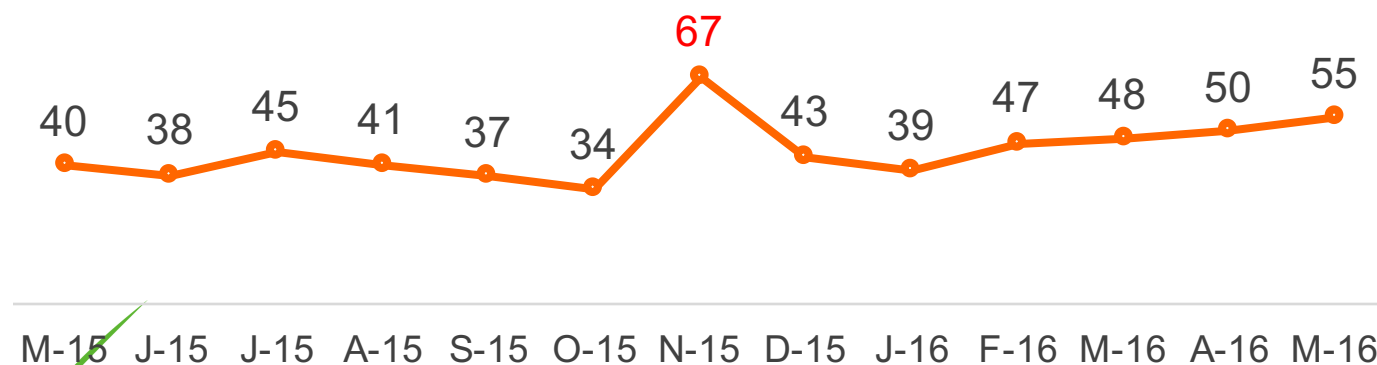
不重複造訪人數到達率 (%)



平均每人停留分鐘



平均每人瀏覽頁數



較去年同期  
成長率

人數到達率  
**+ 37.6%**

網友使用時間  
**+ 122.2%**

網友瀏覽頁數  
**+ 34.7%**

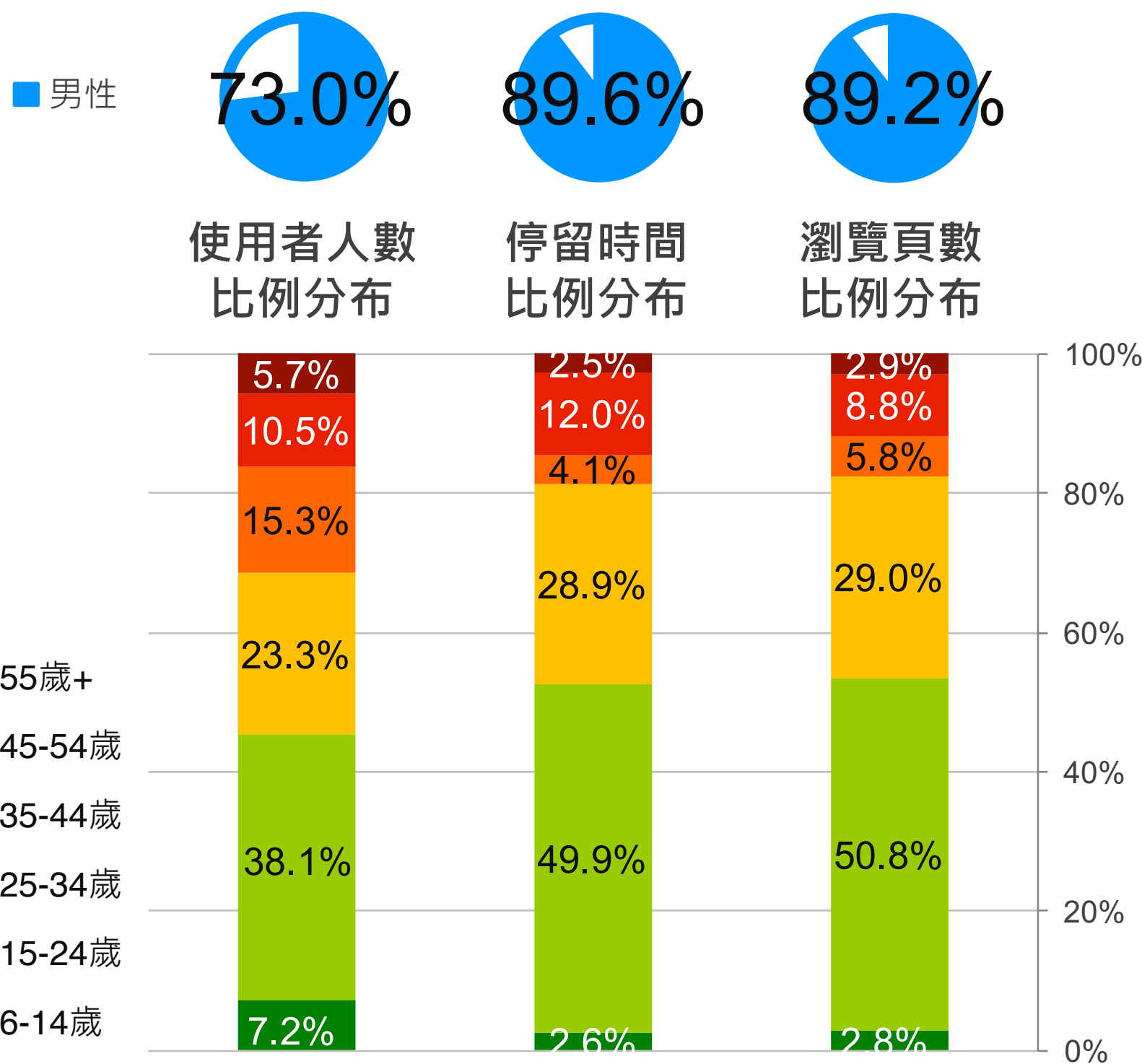
整體六大直播社群網站過去一年 PC 使用趨勢當中，以 2015 年 11 月份的造訪人數到達率最高，同月份每位網友貢獻的瀏覽頁數亦為全年最高，至於網友停留時間，則是於 2016 年 5 月份達到使用新高。

與去年同期相比，各項使用指標皆呈現成長趨勢，造訪人數與瀏覽情形年成長率皆達到 30% 以上，特別是單一網友對直播網站貢獻的使用時間成長了 122.2%，網友明顯較以往投入更多時間在直播社群網站當中。

整體 Top 6 直播社群網站各族群 PC 使用情形分布

觀察整體六大直播社群網站 PC 網友性別分布，以男性使用者居多，占 73.0%；各年齡族群使用人數方面，以 15-24 歲網友人數最多，25-34 歲族群次之，15-34 歲使用者即占使用人數的六成比例。

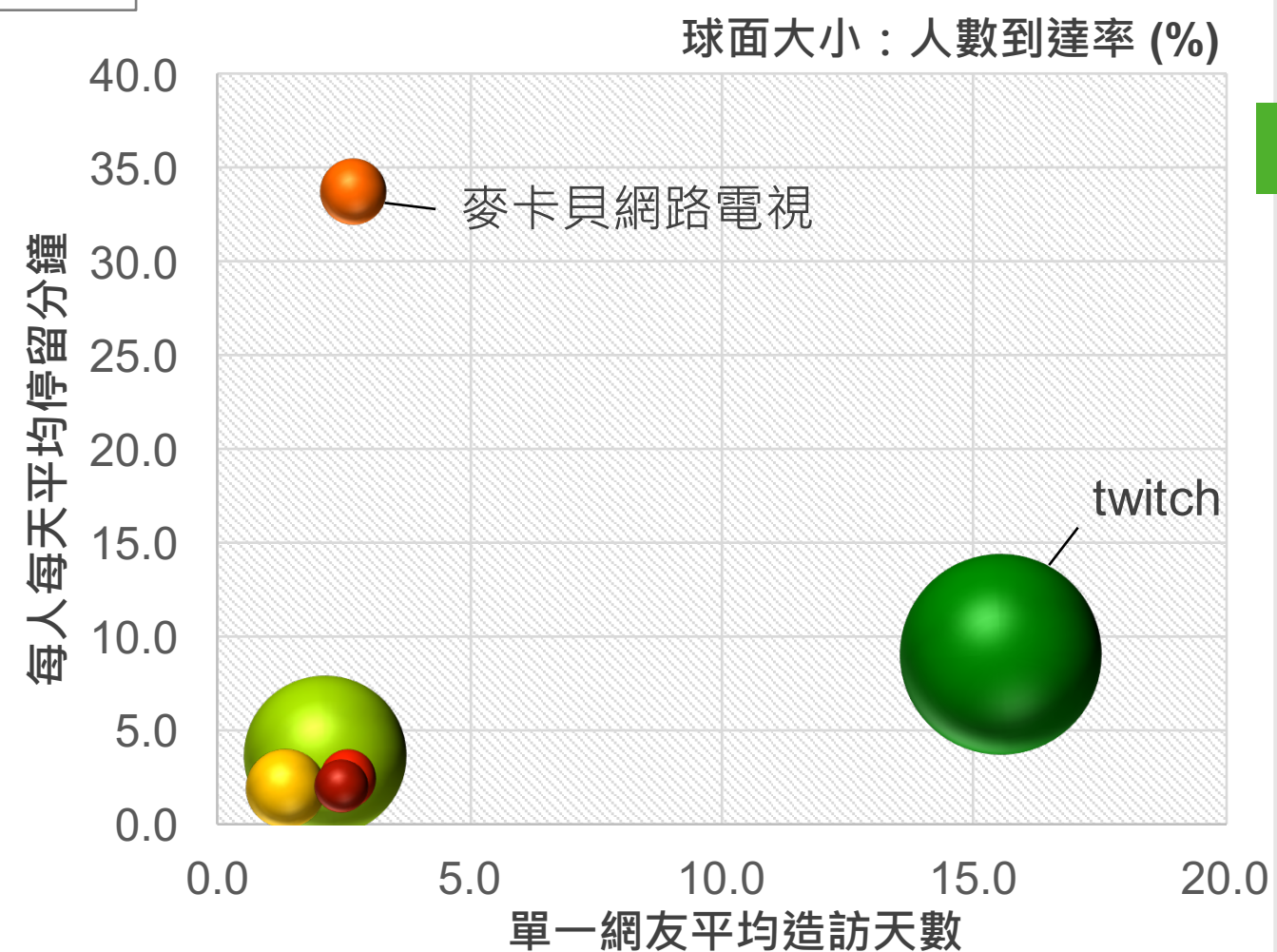
使用情形方面，更顯著以男性網友投入較多時間及瀏覽頁數，近九成使用量來自於男性使用者；至於各年齡層使用情形，同樣以 15-24 歲網友投入程度最高，整體近五成的使用量是由此族群貢獻，並且 34 歲以下網友使用量即超過八成。



個別觀察 2016 年 5 月份台灣 PC 不重複造訪人數前六大直播社群網站使用概況，造訪人數最多的是「twitch」，該月份有 125.3 萬人曾經造訪，其次為「LIVEhouse.in」及「RC 直播」。「twitch」平均單日即有 62.8 萬名造訪者，同時，網友在「twitch」的回訪次數最高，平均每位網友於 5 月份當中有 15.5 天曾經造訪。單日使用情形方面，每位網友在「麥卡貝網路電視」的單日停留時間最為突出，每人每天使用 33.8 分鐘，投入時間明顯高過其他網站。

Top 6 直播社群網站 PC 使用概況

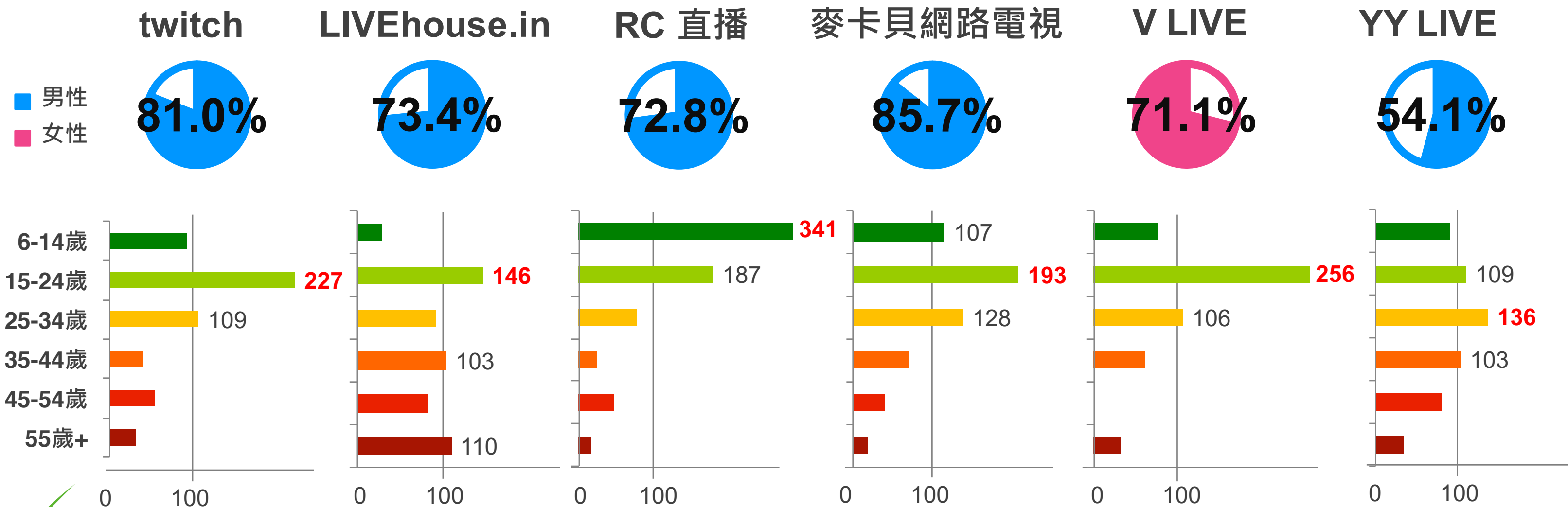
Media	不重複造訪人數 (千人)	平均單日造訪人數 (千人)	單一網友造訪天數	每人每天停留分鐘
twitch	1,253	628	15.5	9.0
LIVEhouse.in	800	55	2.1	3.6
RC 直播	189	8	1.3	1.9
麥卡貝網路電視	128	11	2.7	33.8
V LIVE	94	8	2.6	2.4
YY LIVE	81	6	2.4	2.0





觀察前六大直播社群網站 PC 使用者輪廓，提供韓國明星直播的「V LIVE」是唯一以女性族群為主的網站，女性網友占全站七成以上；其餘網站使用者皆以男性居多，其中，「麥卡貝網路電視」的男性網友比例最高，達 85.7%。各年齡層 PC 網友造訪傾向度方面，「RC 直播」特別吸引最年輕的 6-14 歲族群，「YY LIVE」以 25-34 歲族群傾向度最高，其餘四個網站皆以 15-24 歲族群最偏好造訪，其中以「V LIVE」站內 15-24 歲族群的比例濃度最高。

Top 6 直播社群網站 PC 使用者性別比例 / 各年齡族群造訪傾向度






透過 2016 年 5 月份 comScore Segment Matrix 報告，觀察各直播社群網站最具造訪傾向度的五大 PC 使用者類型，整體而言，以遊戲類與零售類的重度使用者造訪傾向度最高，特別是「twitch」明顯吸引平時貢獻最多時間在遊戲類網站的使用者；經常造訪零售類網站的使用者則特別偏好「V LIVE」。觀察個別網站使用族群發現，「LIVEhouse.in」及「麥卡貝網路電視」的使用者類型最為相似，同樣吸引喜愛遊戲內容、關注體育動態，且經常造訪旅遊交通網站的使用者。

各直播社群網站 PC 造訪傾向度 Top 5 重度使用者類型

	twitch	LIVEhouse.in	RC 直播	麥卡貝網路電視	V LIVE	YY LIVE
1	遊戲：遊戲內容	博弈類	零售：音樂	遊戲：遊戲內容	零售：售票網	就業服務/職涯： 職缺查詢
2	遊戲：線上遊戲	遊戲：遊戲內容	家庭/少年：兒童	體育類	零售：音樂	娛樂：音樂
3	博弈：線上賭博	體育類	遊戲：遊戲內容	零售：食品	零售： 體育器材/戶外用品	零售：食品
4	遊戲類	旅遊觀光：租車	遊戲：線上遊戲	就業服務/職涯： 就業資訊	娛樂：娛樂新聞	工商名錄/線上資源： 快遞航運
5	網路服務： 討論區/聊天室	新聞資訊：政治新聞	娛樂：音樂	旅遊觀光：航空公司	零售：百貨公司	網路服務： 軟體下載/檔案交換

最後，根據 comScore Mobile Metrix 報告\*，觀察 2016 年 5 月份台灣網友透過行動裝置造訪「twitch」、「LIVEhouse.in」及「麥卡貝網路電視」之使用概況，以「twitch」整體行動端網友人數最多，有 76.6 萬人曾經透過行動裝置造訪其網頁與 App，其中 71.1 萬人曾經以智慧型手機造訪，6.6 萬人使用平板電腦。觀察三個網站，皆明顯以智慧型手機造訪人數高過平板電腦，僅透過智慧型手機造訪的網友比例皆超過全站九成，其中又以「麥卡貝網路電視」手機使用者比例最高(95.3%)。然而，在網友使用時間方面，則皆以平板電腦的停留時間較長，顯示不同裝置在直播社群網站之使用特性。

## 直播社群網站行動裝置使用概況

Media	不重複造訪人數	唯一造訪裝置比例	單一網友停留時間
 twitch	76.6 萬人 { 手機: 71.1 萬人 平板電腦: 6.6 萬人	91.4% 7.2%	210.5 分鐘 { 手機: 189.5 分鐘 平板電腦: 401.9 分鐘
 LIVE house.in	51.5 萬人 { 手機: 49.0 萬人 平板電腦: 2.7 萬人	94.7% 4.8%	6.2 分鐘 { 手機: 5.7 分鐘 平板電腦: 14.3 分鐘
 麥卡貝網路電視 camerabay.tv	10.6 萬人 { 手機: 10.1 萬人 平板電腦: 0.5 萬人	95.3% 4.5%	21.1 分鐘 { 手機: 20.3 分鐘 平板電腦: 37.0 分鐘

\*Mobile 數據係呈現 18 歲以上網友，透過智慧型手機及平板電腦造訪網頁與 App 之使用情形。

Mobile 數據來源為追蹤程式碼，必須參與監測碼埋放之網站才能收取行動端數據；以上三個網站皆於行動版網頁、手機 App 及平板電腦 App 參與監測。

# 直播社群網站使用概況小結

- ▶ 2016 年 5 月份 PC 造訪人數最多的前六大直播社群網站依序為「twitch」、「LIVEhouse.in」、「RC 直播」、「麥卡貝網路電視」、「V LIVE」及「YY LIVE」。
- ▶ 此六大直播社群網站共觸及 17.0% 的全體台灣 PC 網友(217.8 萬人)，單月份每人平均使用 89.6 分鐘，瀏覽 55 頁。
- ▶ 觀察整體六大直播社群網站過去一年 PC 使用趨勢，以 2015 年 11 月份的造訪人數到達率及網友瀏覽頁數最高，網友停留時間則是於 2016 年 5 月份達到使用新高。
- ▶ 與去年同期相比，各項使用指標皆呈現成長趨勢，特別是單一網友使用時間成長了 122.2%，網友明顯較以往投入更多時間在直播社群網站。
- ▶ 整體六大直播社群網站 PC 使用者，以男性居多(73.0%)，男性亦明顯投入較多時間(89.6%)及瀏覽比例(89.2%)；各年齡層方面，15-24 歲網友人數最多，25-34 歲族群次之，15-34 歲使用者人數即占六成比例，並且 34 歲以下網友使用量超過整體八成。
- ▶ 前六大直播社群網站當中，「twitch」的造訪人數最多(125.3 萬人)，平均單日即有 62.8 萬名造訪者，同時，「twitch」的網友回訪次數最高，平均每位網友於 5 月份當中有 15.5 天曾經造訪。
- ▶ 網友單日停留時間方面，以「麥卡貝網路電視」最為突出，每人每天使用 33.8 分鐘，投入時間明顯高過其他網站。

# 直播社群網站使用概況小結

- ▶ 前六大直播社群網站 PC 使用者，僅「V LIVE」以女性族群居多，占全站七成以上；而「麥卡貝網路電視」男性網友比例最高(85.7%)。
- ▶ 各年齡層 PC 造訪傾向度方面，「RC 直播」吸引最年輕的 6-14 歲族群，「V LIVE」站內 15-24 歲族群比例濃度最高，「YY LIVE」以 25-34 歲族群傾向度最高。
- ▶ 觀察整體六大直播社群網站 PC 使用者類型，以遊戲類與零售類的重度使用者造訪傾向度最高。  
「twitch」明顯吸引遊戲類網站重度使用者；零售類網站重度使用者則特別偏好「V LIVE」；另外，「LIVEhouse.in」及「麥卡貝網路電視」的使用者類型最為相似，同樣吸引遊戲內容、體育類及旅遊交通網站重度使用者。
- ▶ 2016 年 5 月份「twitch」整體行動端網友人數最多，有 76.6 萬人曾經透過行動裝置造訪其網頁與 App。
- ▶ 觀察 2016 年 5 月份台灣網友透過行動裝置造訪「twitch」、「LIVEhouse.in」及「麥卡貝網路電視」之使用概況，以「twitch」整體行動端網友人數最多(76.6 萬人)。三個網站整體行動端網友當中，皆以智慧型手機使用人數高過平板電腦，其中「麥卡貝網路電視」僅透過手機造訪的網友比例最高(95.3%)。網友使用時間方面，則皆以平板電腦的停留時間較長。

# IX 市調解析

## 直播服務篇

## 直播服務篇

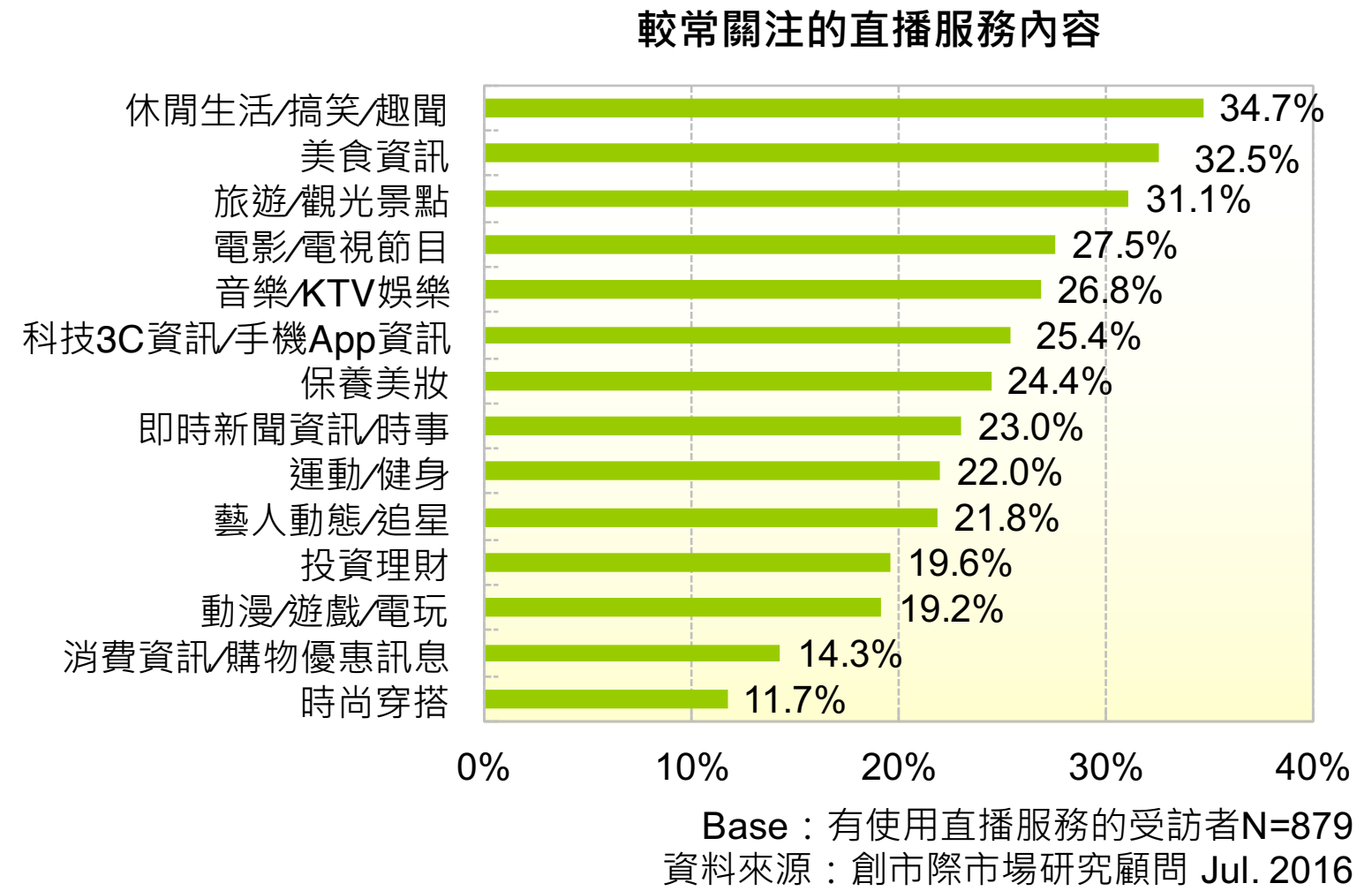
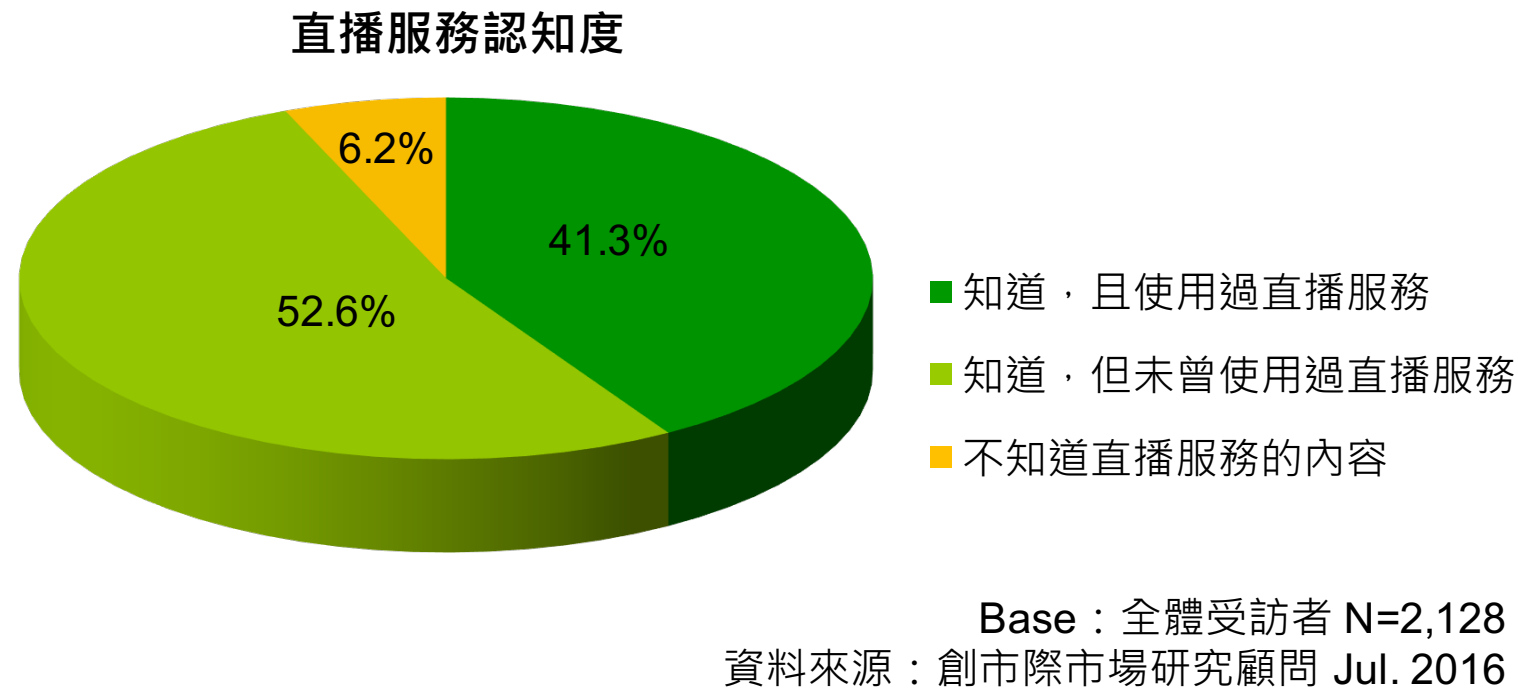
隨著Facebook與YouTube宣布開放直播服務給所有用戶，及近期許多直播App的出現，直播服務已開始成為現代人分享生活點滴的新興方式。為了解網友在各直播平台 / 服務 / App的使用行為，創市際市場研究顧問於 2016 年 7 月 1 日至 7 月 4 日，針對全體網友進行了一項「直播服務篇」的調查，總計回收了 2,128 份問卷。

## Key Findings

- ▶ 「直播服務」認知度高達 93.8%，其中「使用過直播服務」者佔 41.3%。
- ▶ 各直播服務中，以「Facebook直播」的使用頻率最高；其次是「直播網頁 / 平台」；影響網友選擇直播服務的因素中，以「許多朋友都有用此服務」和「習慣使用」為主。
- ▶ 網友較常使用「Facebook直播」服務的功能為「Facebook社團及活動頁面直播」(53.1%)及「直播社交互動(如：表達表情、評論留言)」(47.1%)。
- ▶ 直播網頁 / 平台中，使用率最高的是「YouTube」，其次為「LIVEhouse.in」及「Twitch」；而網友較常在直播網頁 / 平台進行的活動為：「觀看 / 評論公眾人物直播」(45.8%)及「社交交流 / 與他人互動 / 給愛心」(39.3%)。
- ▶ 直播App中，以「17-Your Life's Moments (17直播)」的使用率最高，其次是「在直播 LiveApp / 在直播 - 真人視訊直播」；而網友較常在直播 App上進行的活動為：「觀看 / 評論公眾人物直播」(52.0%)、「社交交流 / 與他人互動 / 給愛心」(42.1%)及「觀賞 / 評論朋友直播」(41.4%)。



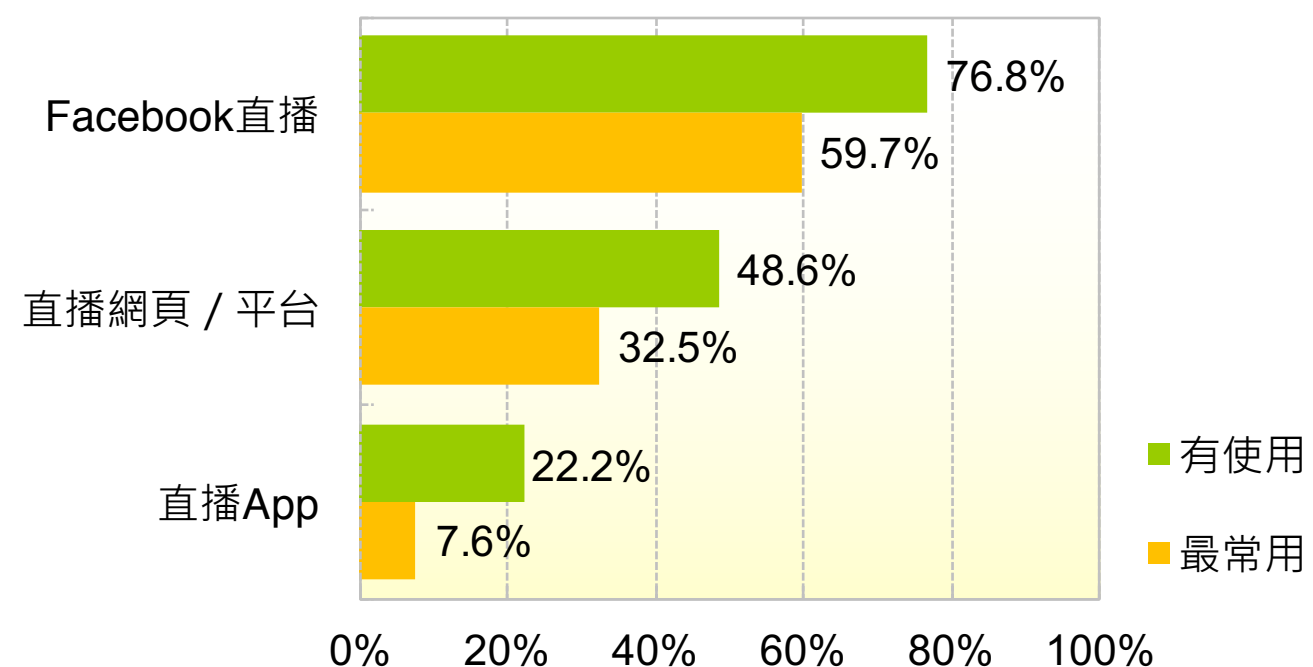
首先調查網友對於「直播服務」的認知程度：



由數據顯示，直播服務的知曉度高達 93.8%，其中「知道，且使用過直播服務」者佔 41.3%，該群受訪者較常關注的直播內容為「休閒生活 / 搞笑 / 趣聞」(34.7%)、「美食資訊」(32.5%)及「旅遊 / 觀光景點」(31.1%)。

針對有使用直播服務的網友，在各直播服務管道的使用情形做深入探討：

直播服務使用情形



Base：有使用直播服務的受訪者 N=879  
資料來源：創市際市場研究顧問 Jul. 2016

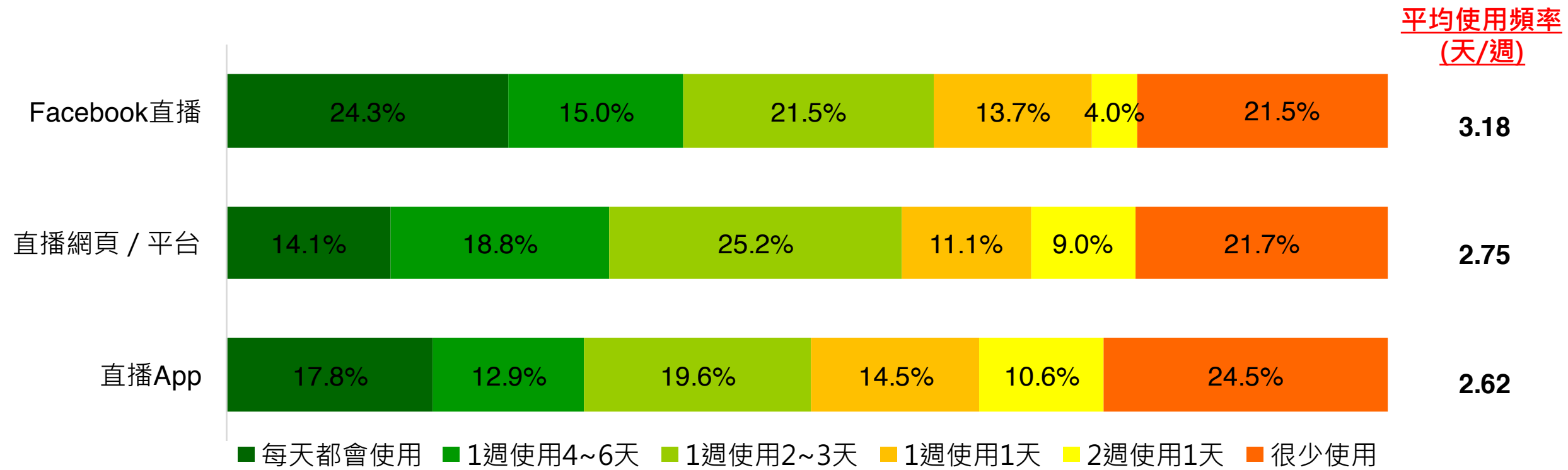
較常使用該直播服務的原因

	總數	Facebook直播	直播網頁 / 平台	直播App
許多朋友有用此服務	48.7%	32.0%	14.1%	2.5%
習慣使用	45.9%	24.9%	16.5%	4.4%
易於在行動裝置上使用	32.2%	19.0%	10.5%	2.7%
社交功能便利	28.1%	17.7%	7.8%	2.6%
操作介面友善	27.0%	17.7%	7.6%	1.6%

Base：有使用直播服務的受訪者 N=879  
資料來源：創市際市場研究顧問 Jul. 2016

各直播服務中，以「Facebook直播」的使用率最高，其中年齡在 20-24 歲 比率較顯著。而網友較常使用該直播服務的原因，在 Facebook直播 方面，以「許多朋友有用此服務」的佔比最高；而有使用 直播網頁 / 平台 或 直播App 的受訪者，則以「習慣使用」為主。

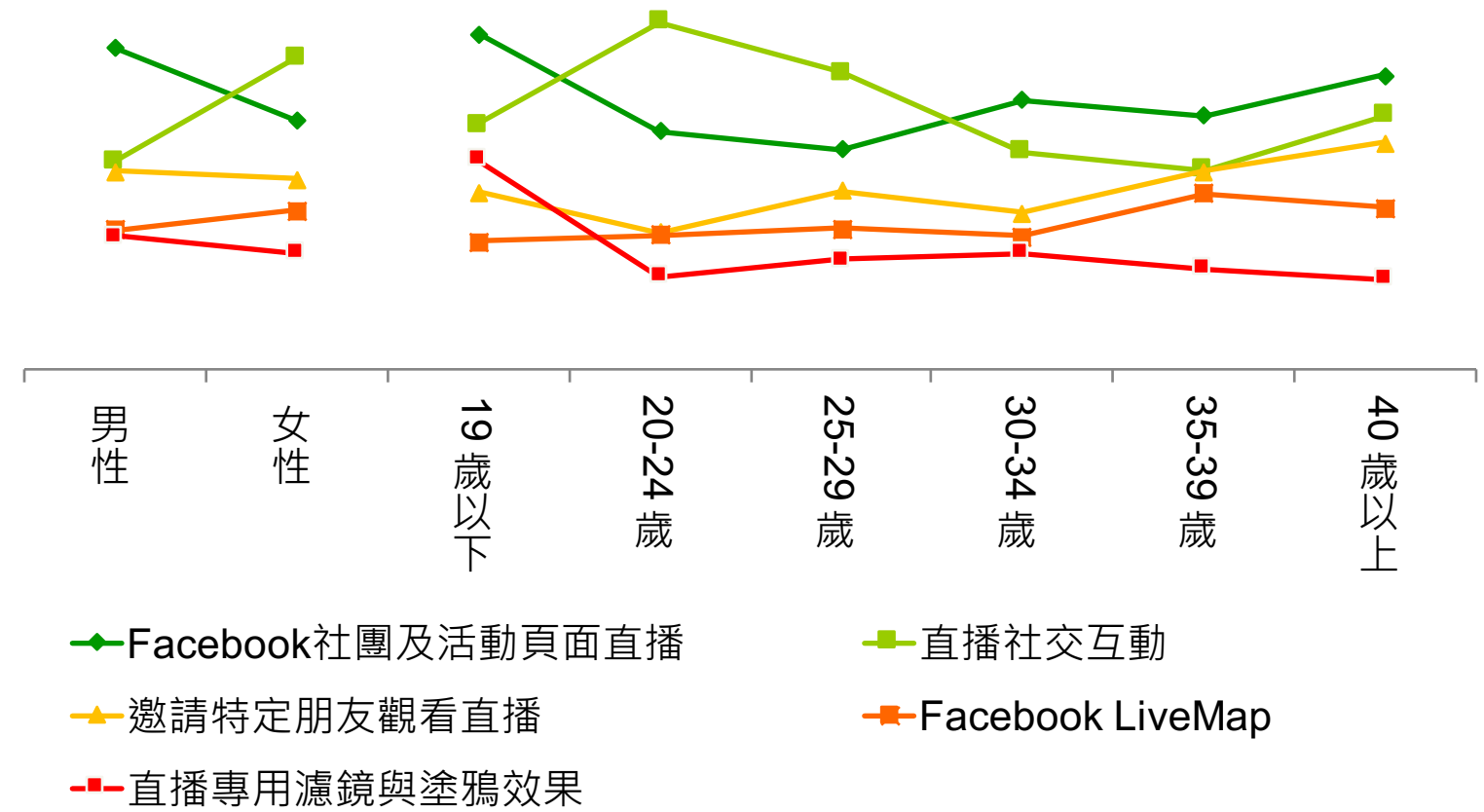
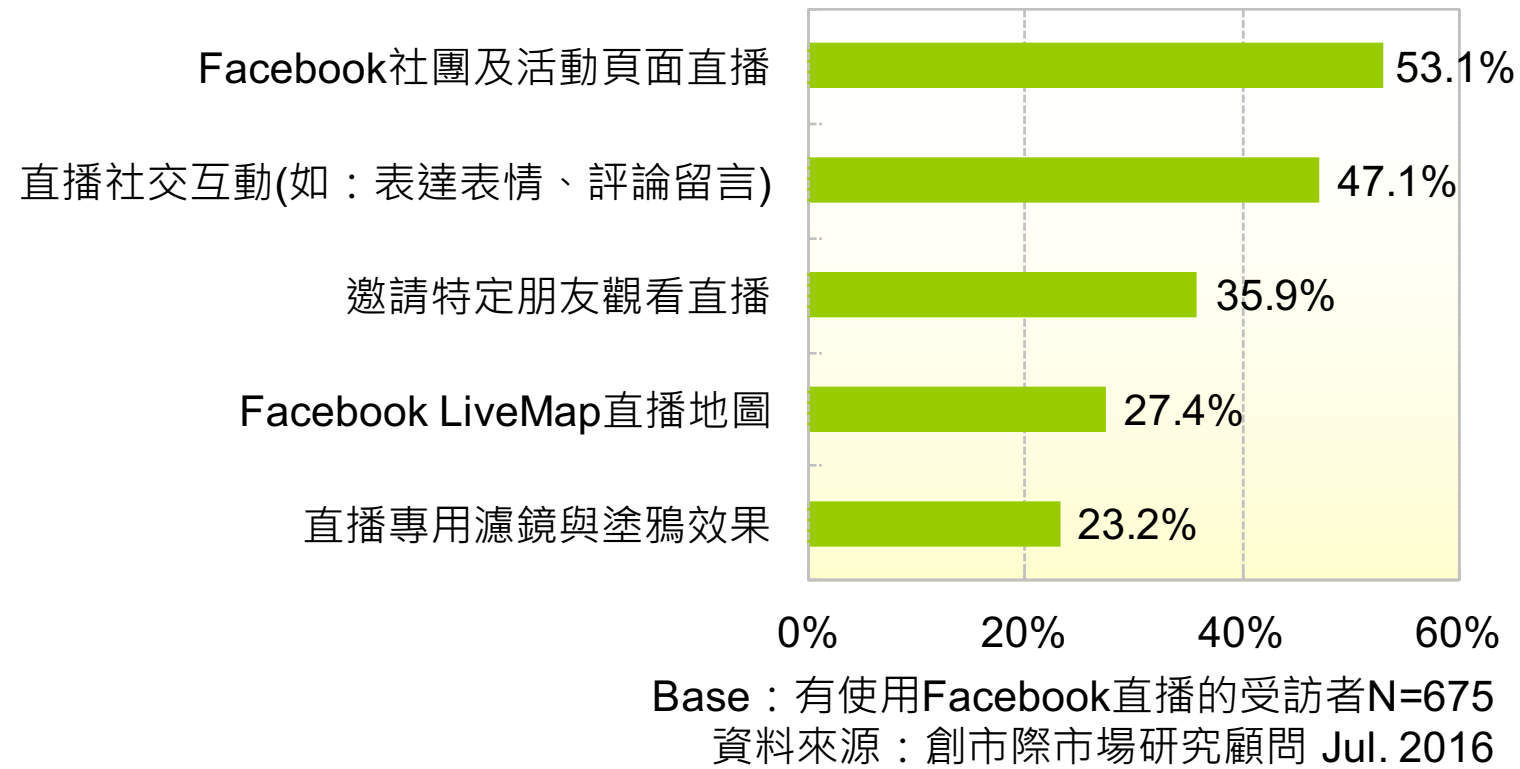
比較網友每週使用各直播服務的頻率：



資料來源：創市際市場研究顧問 Jul. 2016

由分析得知，「Facebook直播」每週的使用頻率最高，平均在 3.18天 / 週 左右；而「直播網頁 / 平台」的使用頻率約為 2.75天 / 週；至於「直播App」的使用頻率則在 2.62天 / 週 左右。

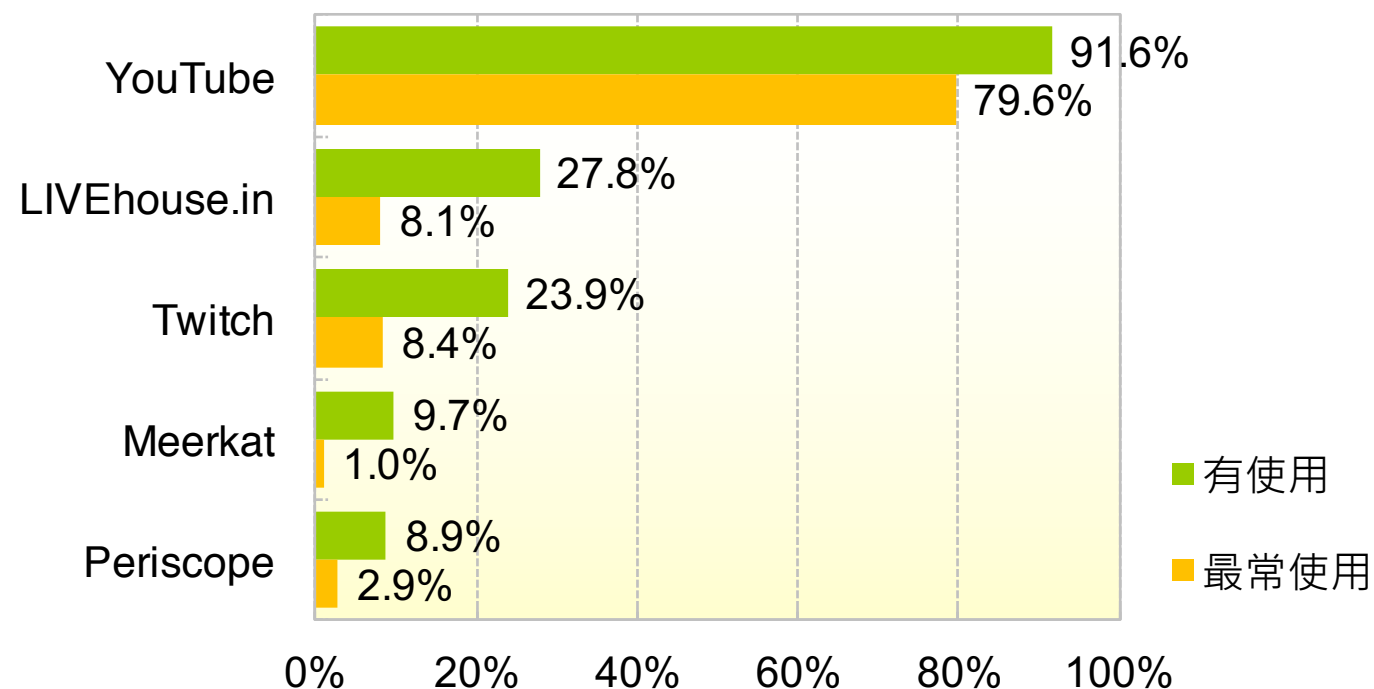
由前可知，「Facebook直播」為網友使用率最高的直播服務，進一步探討網友較常使用的功能：



透過分析，超過五成的網友較常用「Facebook社團及活動頁面直播」(53.1%)功能，其中以男性族群的比率較高；其次是「直播社交互動(如：表達表情、評論留言)」(47.1%)，此則以女性族群的人數居多。

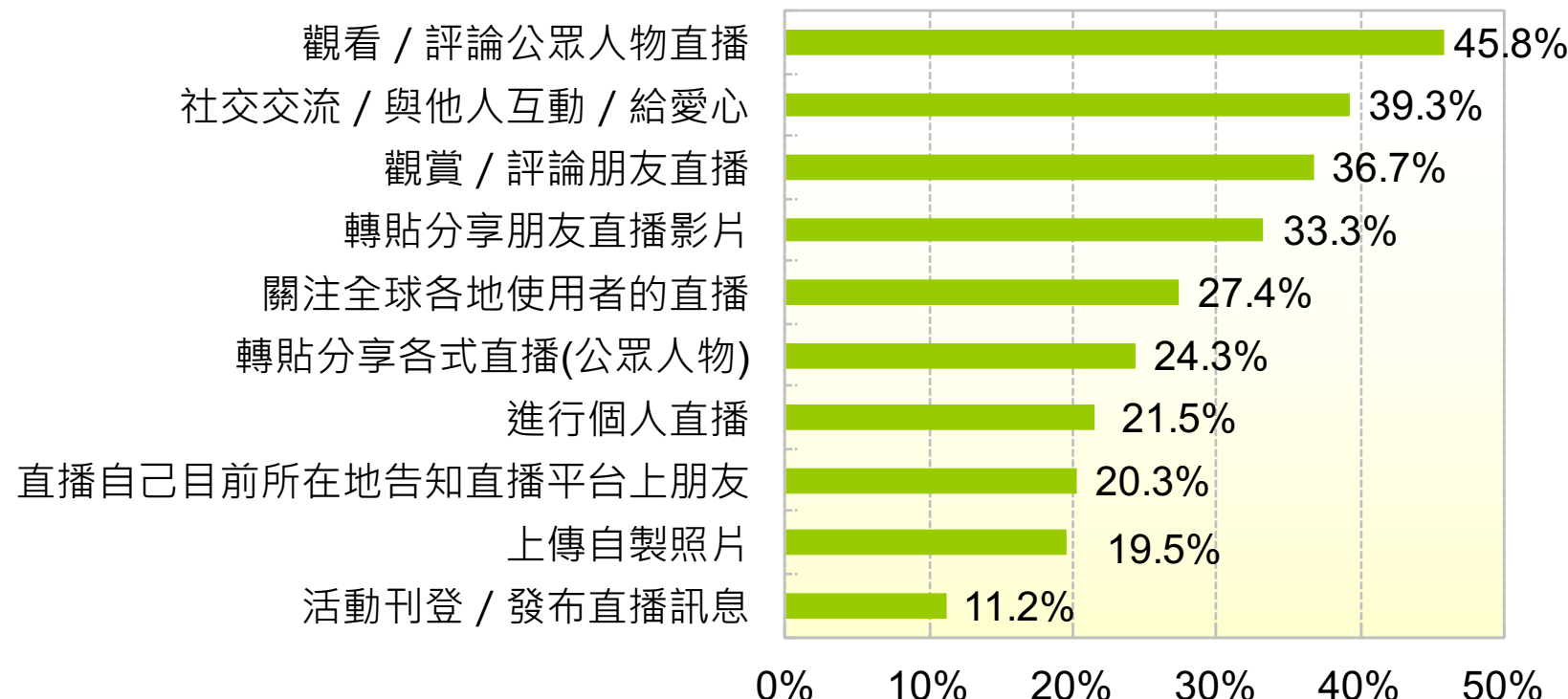
接著來瞭解直播網頁 / 平台的使用情形：

直播網頁 / 平台使用情形



Base：有使用直播網頁 / 平台的受訪者 N=427  
資料來源：創市際市場研究顧問 Jul. 2016

在直播網頁 / 平台上最常進行的活動

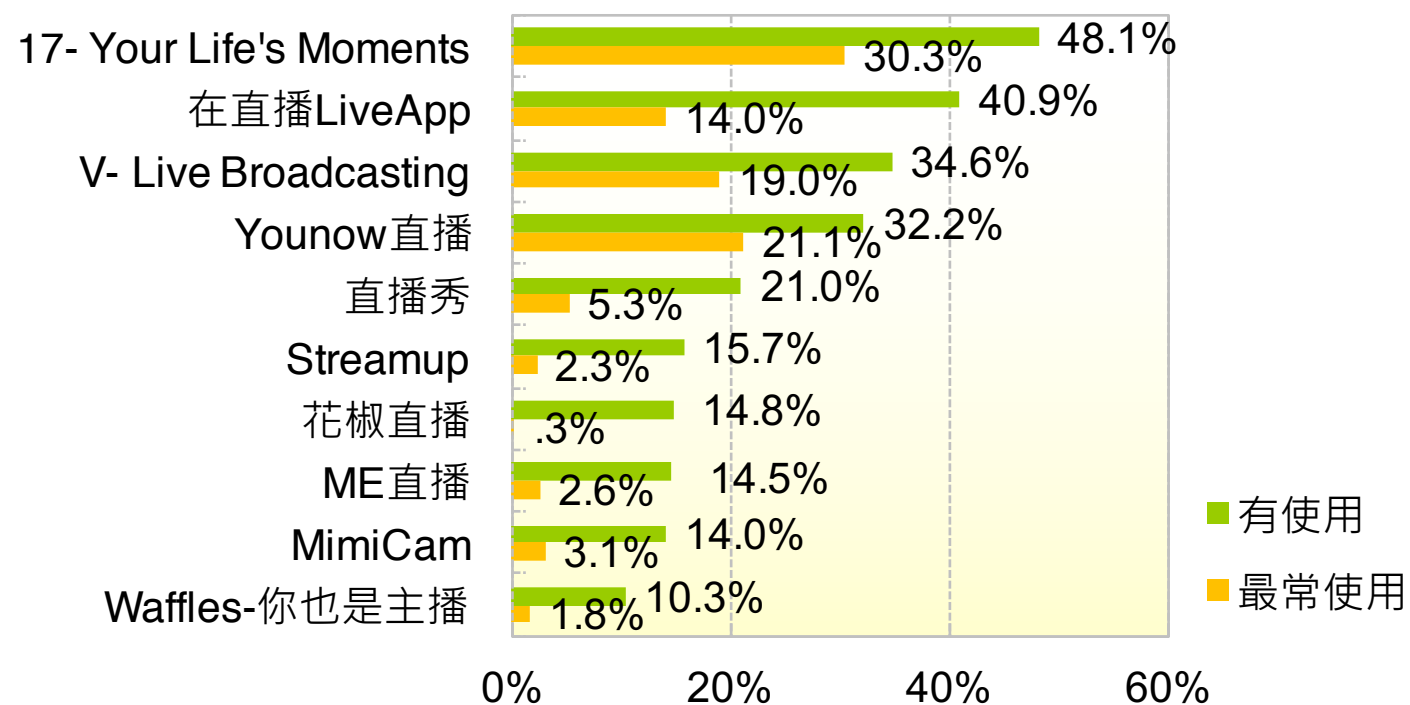


Base：有使用直播網頁的受訪者 N=427  
資料來源：創市際市場研究顧問 Jul. 2016

由分析顯示，直播網頁 / 平台中使用率最高的是「YouTube」，其次為「LIVEhouse.in」及「Twitch」。而網友在直播網頁 / 平台上最常進行的活動，以「觀看/評論公眾人物直播」(45.8%)比率最高，其中以年齡在35歲以上者比率較顯著；其次是「社交交流 / 與他人互動 / 給愛心」(39.3%)。

## 直播App的使用情形：

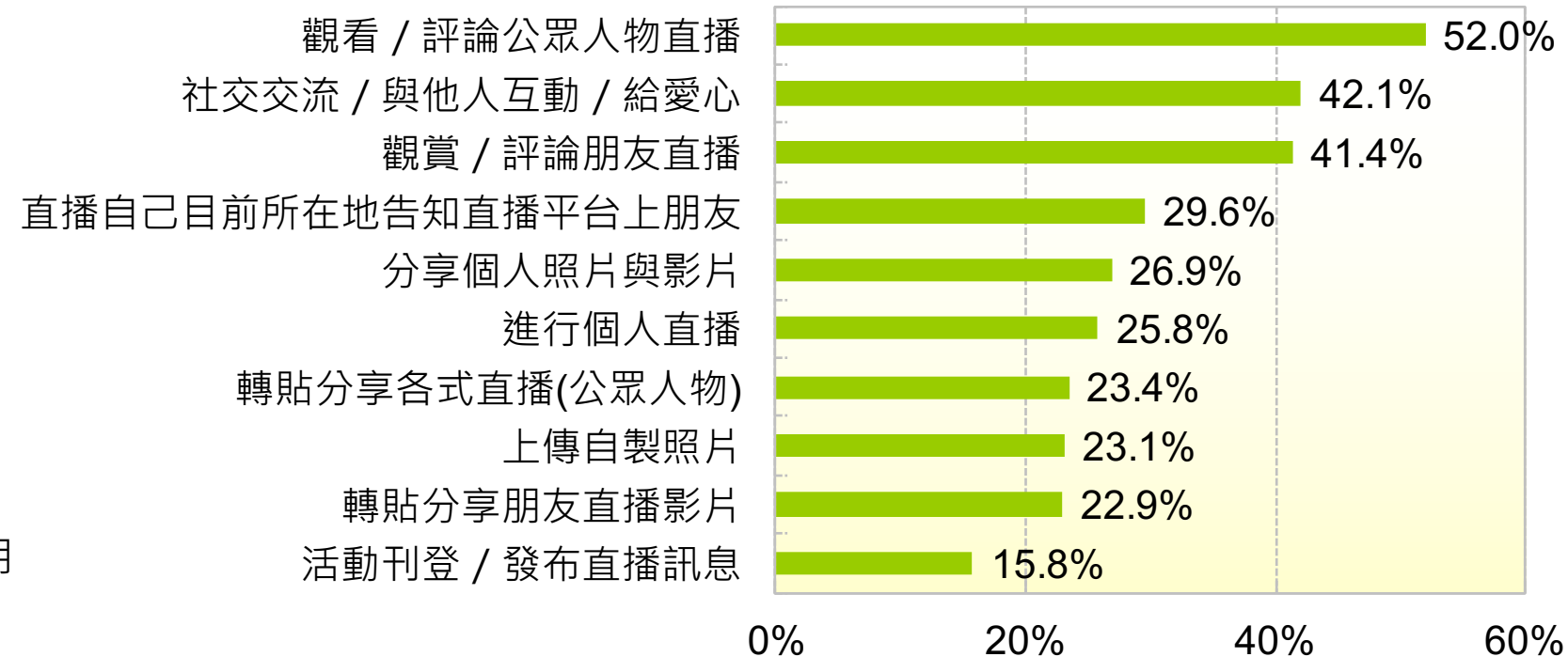
直播App服務使用情形



Base：有使用直播App的受訪者 N=195

資料來源：創市際市場研究顧問 Jul. 2016

網友最常在直播App進行的活動



Base：有使用直播App的受訪者 N=195

資料來源：創市際市場研究顧問 Jul. 2016

在眾多直播App中，以「17-Your Life's Moments (17直播)」的使用率最高，其次是「在直播LiveApp / 在直播-真人視訊直播」，此以女性族群居多；而「V-Live Broadcasting(V明星直播)」和「Younow直播」則緊追在後。至於網友最常在直播App進行的活動，以「觀看/評論公眾人物直播」(52.0%)為主，以女性族群比例較高；而「社交交流 / 與他人互動 / 給愛心」(42.1%)及「觀賞 / 評論朋友直播」(41.4%)者，也有超過四成的比率。

## ▶ 小結

根據調查結果發現，直播服務的知曉度高達九成以上(93.8%)，其中使用過直播服務者佔41.3%。而在各種型態的直播服務中，使用率最高的是「Facebook直播」；雖然 Facebook於近期才開放全部用戶使用直播服務，但其卻能在短時間內，成為使用率最高的直播服務，推測原因，除了網站擁有龐大的會員數量外(結合網友原本的社交圈和使用習慣)，加上直播功能使得社交網站更具娛樂性和互動性，使其在眾多直播服務中脫穎而出。

	Facebook直播	直播網頁 / 平台	直播App
使用頻率 (天/週)	3.18	2.75	2.62
網頁(平台) / App 排名	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● YouTube</li> <li>● LIVEhouse.in</li> <li>● Twitch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 17-Your Life's Moments</li> <li>● 在直播LiveApp</li> <li>● V-Live Broadcasting</li> <li>● Younow直播</li> </ul>
最常使用 功能或活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Facebook社團及活動頁面直播</li> <li>● 直播社交互動(如：表達表情、評論留言)</li> <li>● 邀請特定朋友觀看直播</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 觀看/評論公眾人物直播</li> <li>● 社交交流 / 與他人互動 / 給愛心</li> <li>● 觀看/評論朋友直播</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 觀看/評論公眾人物直播</li> <li>● 社交交流 / 與他人互動 / 給愛心</li> <li>● 觀看/評論朋友直播</li> </ul>

## 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 CyberPanel 大型樣本群，針對全體網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2016/07/01～2016/07/04

有效樣本數：N=2,128

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.12%，再依照行政院主計處2016年06月台灣地區網路人口之性別及年齡人口結構進行加權。

		頻次	百分比
性別	男性	1056	49.6%
	女性	1072	50.4%
年齡	19歲以下	313	14.7%
	20-24歲	199	9.4%
	25-29歲	199	9.4%
	30-34歲	215	10.1%
	35-39歲	250	11.7%
	40歲以上	951	44.7%
居住地	北部	1003	47.1%
	中部	527	24.8%
	南部	598	28.1%





- ▶ 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@insightexplorer.com](mailto:marcom@insightexplorer.com)