



創市際雙週刊
第一四七期

發刊日：2020年01月31日

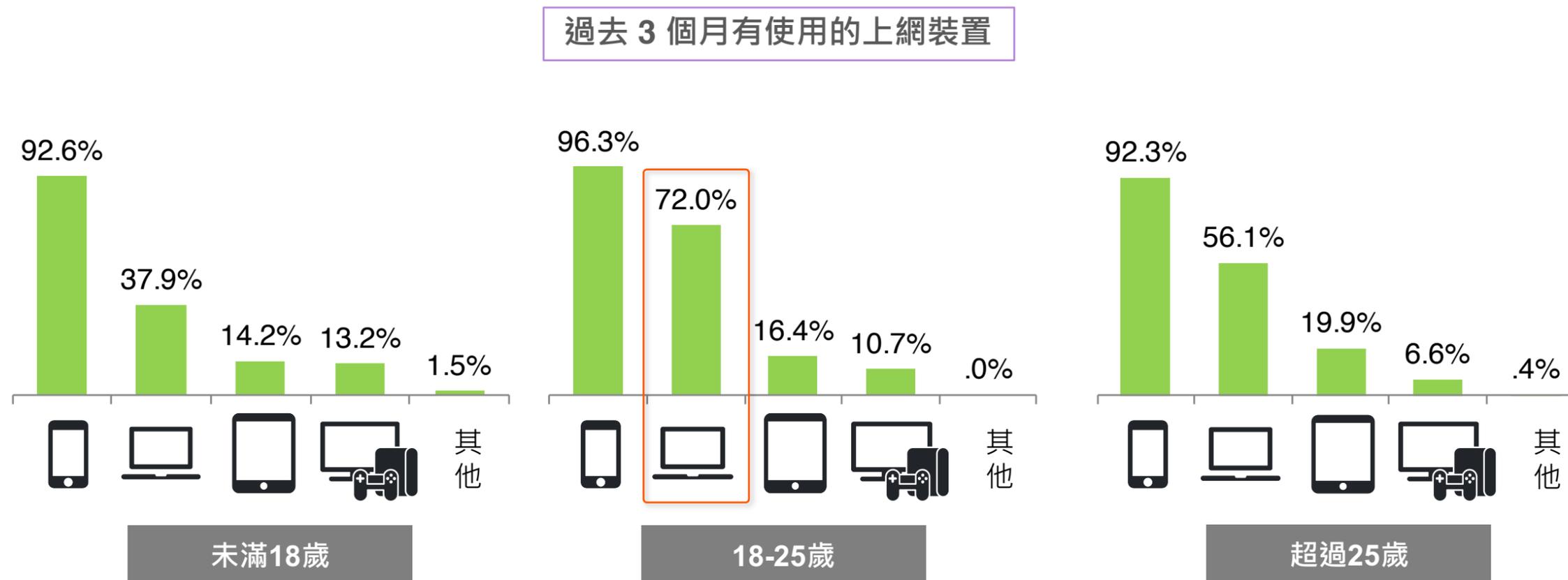
IX 市調解析

Z世代觀察篇

Z世代觀察篇

隨著 Z 世代成年並進入職場，這群人變成行銷、管理上最新關注的族群，本調查將 Z 世代定義為 18-25 歲（出生年約 1994~2001 年），根據內政部人口統計，全台 18-25 歲的人口有 200 萬人，佔全體人口一成不到，然而相較於更年長的 X、Y 世代，Z 世代從小接觸網路、上網率高，他們對於網路使用的行為態度更能融入生活。創市際市場研究顧問為瞭解不同世代網友，於 2019 年 7 月 29 日至 9 月 30 日，針對全年齡網友進行了一項「世代生態系」的調查，總計回收了 1,781 份問卷。本報告擷取調查結果部分內容，並觀察 Z 世代的網路使用情形。

最常用的上網裝置：智慧型手機，18-25 歲使用桌機/筆電多



Base：未滿18歲受訪者 N=95
18-25歲受訪者 N=276
超過25歲受訪者 N=1410

資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2019

無論哪一個世代，最常用的上網裝置都是「智慧型手機」，18-25 歲是使用「桌機或筆記型電腦」相對最多的一群，而未滿 18 歲則是「有上網功能的電視、遊樂器(如智慧電視、PS4等)」使用率略高於其他兩年齡層。

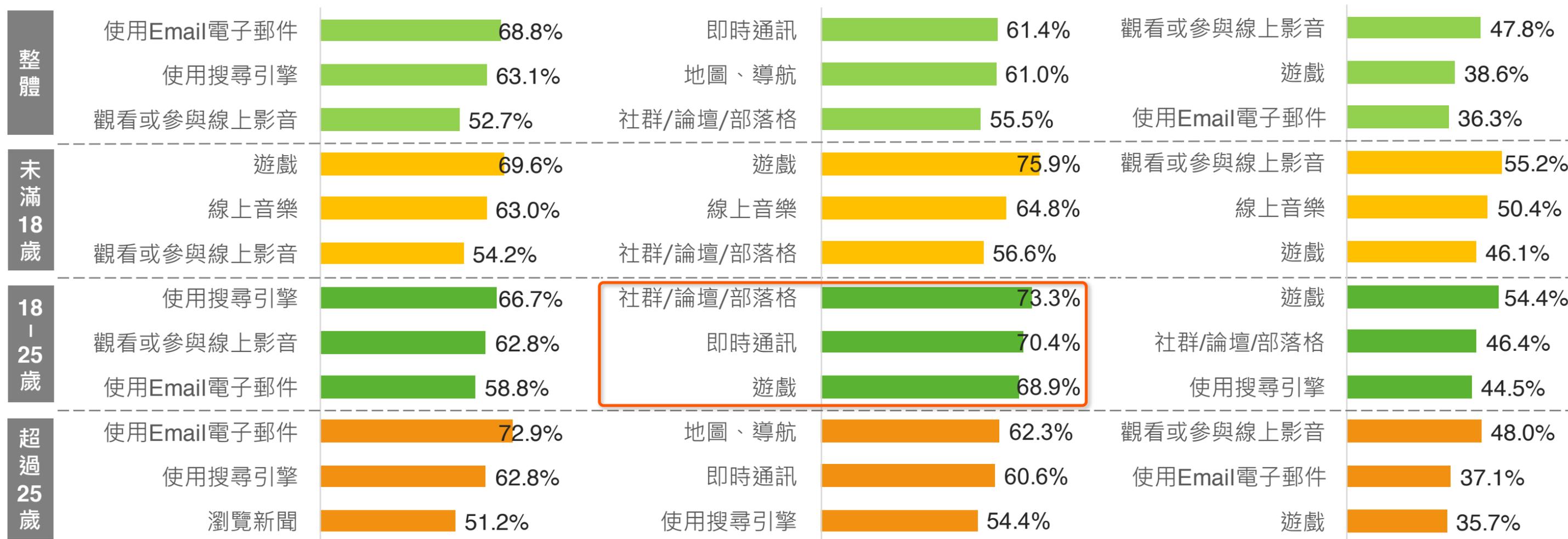
不同裝置使用的網路應用內容各異

詢問各種裝置使用的網路應用中，「桌機/筆電」大多是工具型和看影音的應用，而「智慧型手機」則是社群通訊、搜尋等，18-25歲的年齡層中，在透過智慧型手機使用「社群/論壇/部落格」和「即時通訊」的比率高於全體，顯示們在Z世代在手機上的社交應用更活絡。

透過桌機筆電的網路應用 Top3

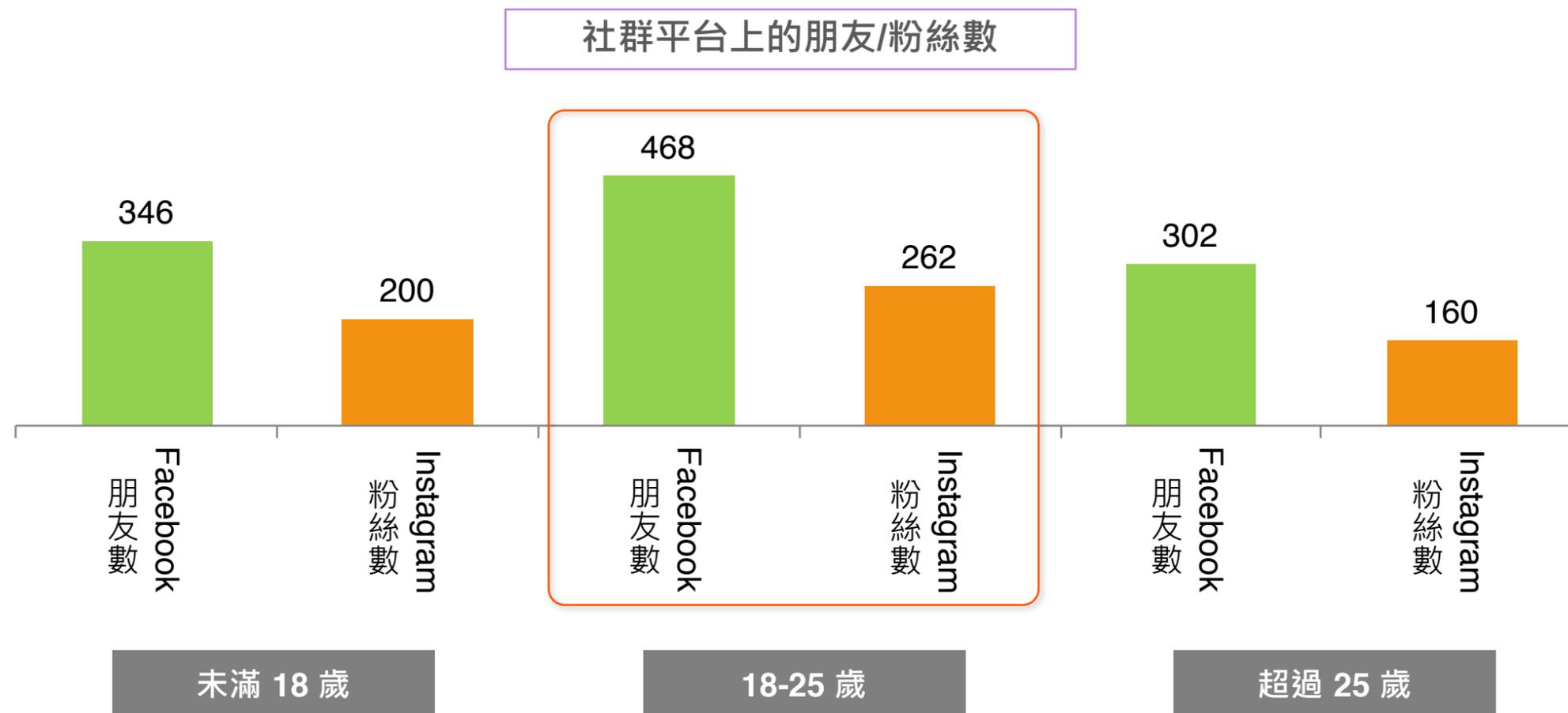
透過智慧型手機的網路應用 Top3

透過平板電腦的網路應用 Top3



Base：有使用各項裝置的受訪者
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2019

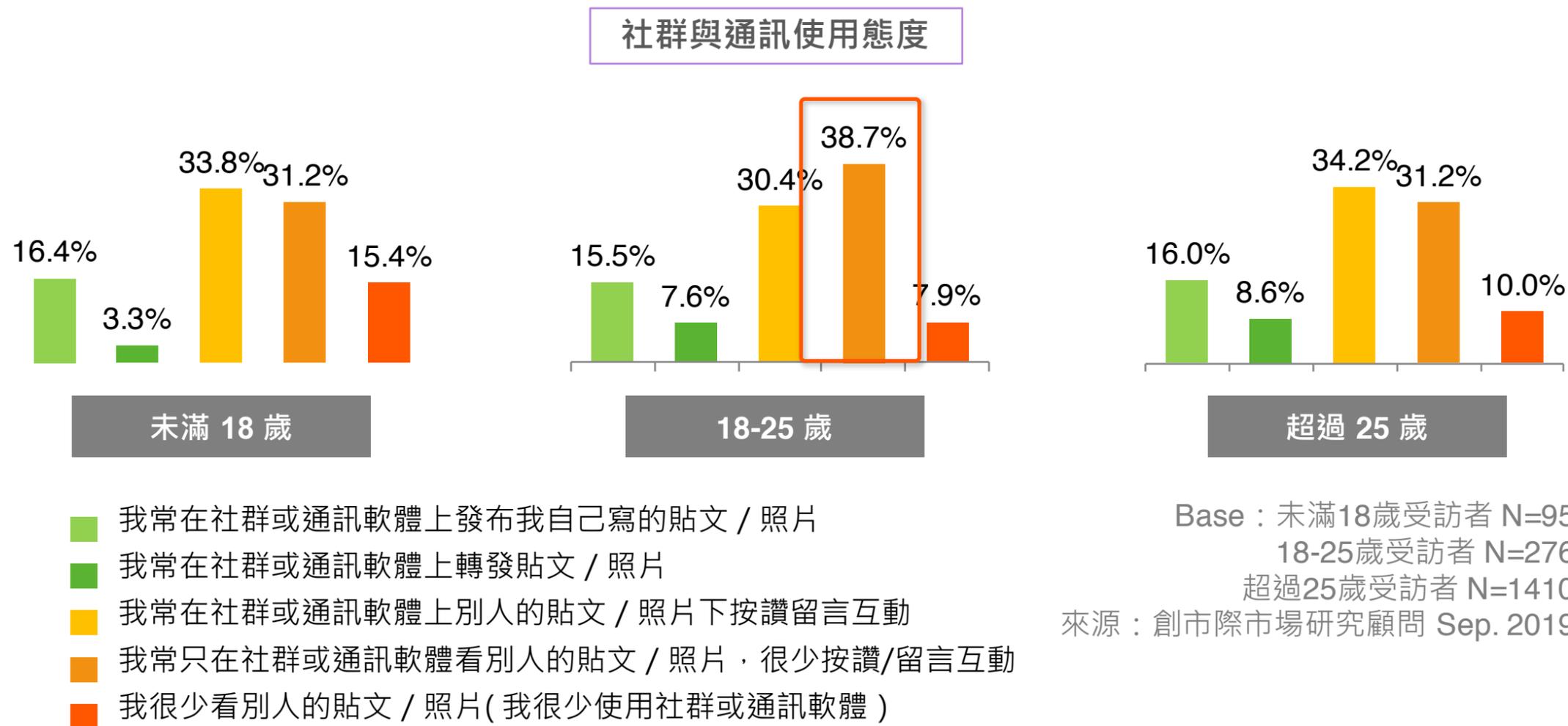
18-25 歲是社群互動連結最多的一群



Base：有使用各社群平台的受訪者
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2019

調查結果顯示，18-25 歲受訪者中，平均在 Facebook 上有 468 位好友，Instagram 帳號則有 262 位粉絲，相較其他年齡層都高，顯示他們不僅在社群使用上更活躍，在社群上的互動連結數也居冠。

不按讚留言，使用率高但潛水更多的 Z 世代族群



未滿 18 歲和超過 25 歲的族群，在社群通訊上的使用態度是「我經常在社群或通訊軟體上別人的貼文 / 照片下按讚留言互動」最多，其次則是「我通常只在社群或通訊軟體看別人的貼文 / 照片，很少按讚/留言互動」，而 18-25 歲則相反，他們網路社交使用率雖高，但將近四成傾向瀏覽而不互動。

▶ 小結

- ▶ 各年齡層智慧型手機使用率皆超過九成，Z世代使用桌機/筆電居各年齡層之冠。
- ▶ 網友透過不同裝置使用的網路應用內容也不同，「桌機/筆電」大多是工具型和看影音的應用，而「智慧型手機」則是社群通訊、搜尋等，相較之下Z世代在手機上使用社群通訊更加活躍。
- ▶ Z世代受訪者的 Facebook 好友和 Instagram 粉絲都相較其他年齡層高，顯示他們不僅在社群使用上更活躍，在社群上的互動連結數也居冠，但即使Z世代受訪者使用社群通訊率高，但他們對於貼文/照片下的互動卻相對低。

研究設計

研究方法：

線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究期間：

2019/07/29 ~ 2019/09/30

有效樣本數：N=1,781

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.32%，再依照2019年06月台灣地區網路使用人口之性別、年齡及居住地人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	900	50.5%
	女性	881	49.5%
年齡	19歲以下	146	8.2%
	20-29歲	368	20.6%
	30-39歲	425	23.9%
	40-49歲	418	23.5%
	50歲以上	425	23.8%



- ▶ 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