



創市際雙週刊
第一四八期

發刊日：2020年02月17日

ARO / MMX 觀察

3 ARO / MMX 觀察 – 2019 年台灣網路使用概況回顧

IX Survey 市調解析

11 市調解析 – 2018 至 2019 年台灣網路行為趨勢觀察與比較

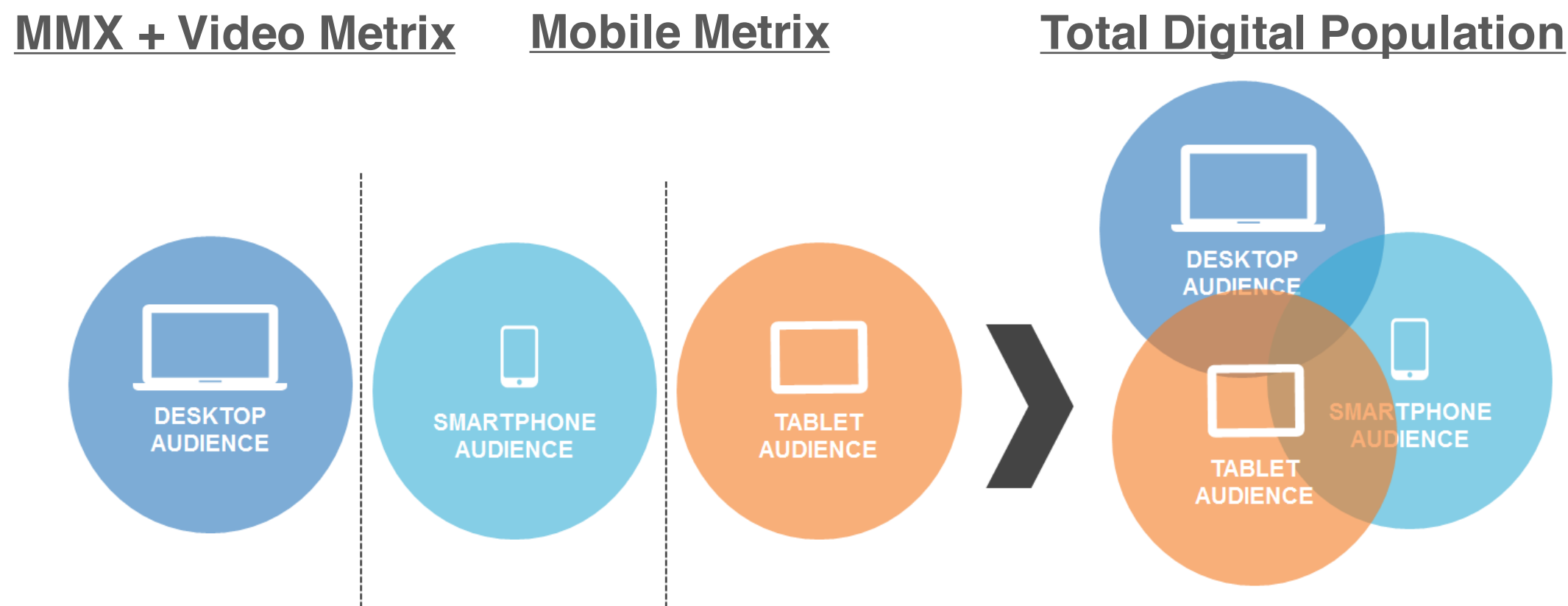
ARO / MMIX 觀察

2019 年台灣網路使用概況回顧

2019 年台灣網路使用概況回顧

本期雙週刊觀察 2019 年單月平均 Comscore MMX Multi-Platform 數據，從整體數位使用狀況到年齡組成、裝置分布與 Top10 網路類別數據。

本次報告觀察 Comscore MMX Multi-Platform 跨平台數據，結合 Desktop (註1) 與 Mobile (註2) 數據，提供台灣 Total Digital Population(註3) 整體數位人口使用數據。



註1：Desktop 指透過桌上型電腦與筆記型電腦上網數據，涵蓋網站造訪及影音觀看情形。

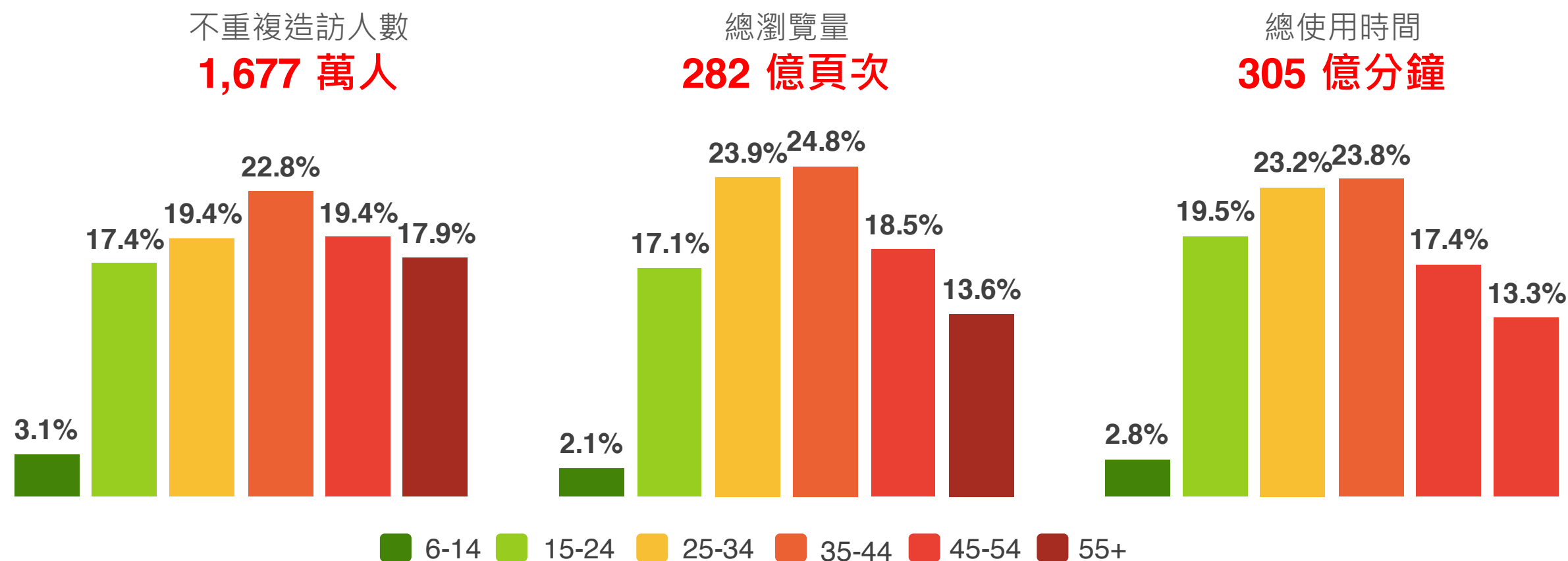
註2：Mobile 含智慧型手機 (iPhone + Android Phone) 與平板電腦 (iPad + Android Tablet)，記錄網站及 App 造訪使用情形(不含影音觀看數據)。

目前台灣 Mobile 數據僅呈現已參與埋放 Comscore 追蹤碼之網頁及加裝 Comscore SDK 之 App 數據，未參與監測的網頁及 App 數據無法取得，因此各網域數據完整性會受到監測程度的影響。

註3：Total Digital Population 為上述 Desktop 與 Mobile 之整合，呈現跨裝置的整體數位情形。本篇觀察之台灣整體數位族群包含 6 歲以上 Desktop 網友以及 15 歲以上 Mobile 網友，因此 6-14 歲年齡層皆為 Desktop-only 網友，15 歲以上族群才是各裝置整合後之不重複數位族群。

35-44 歲為主要網路使用族群，其次為 25-34 歲

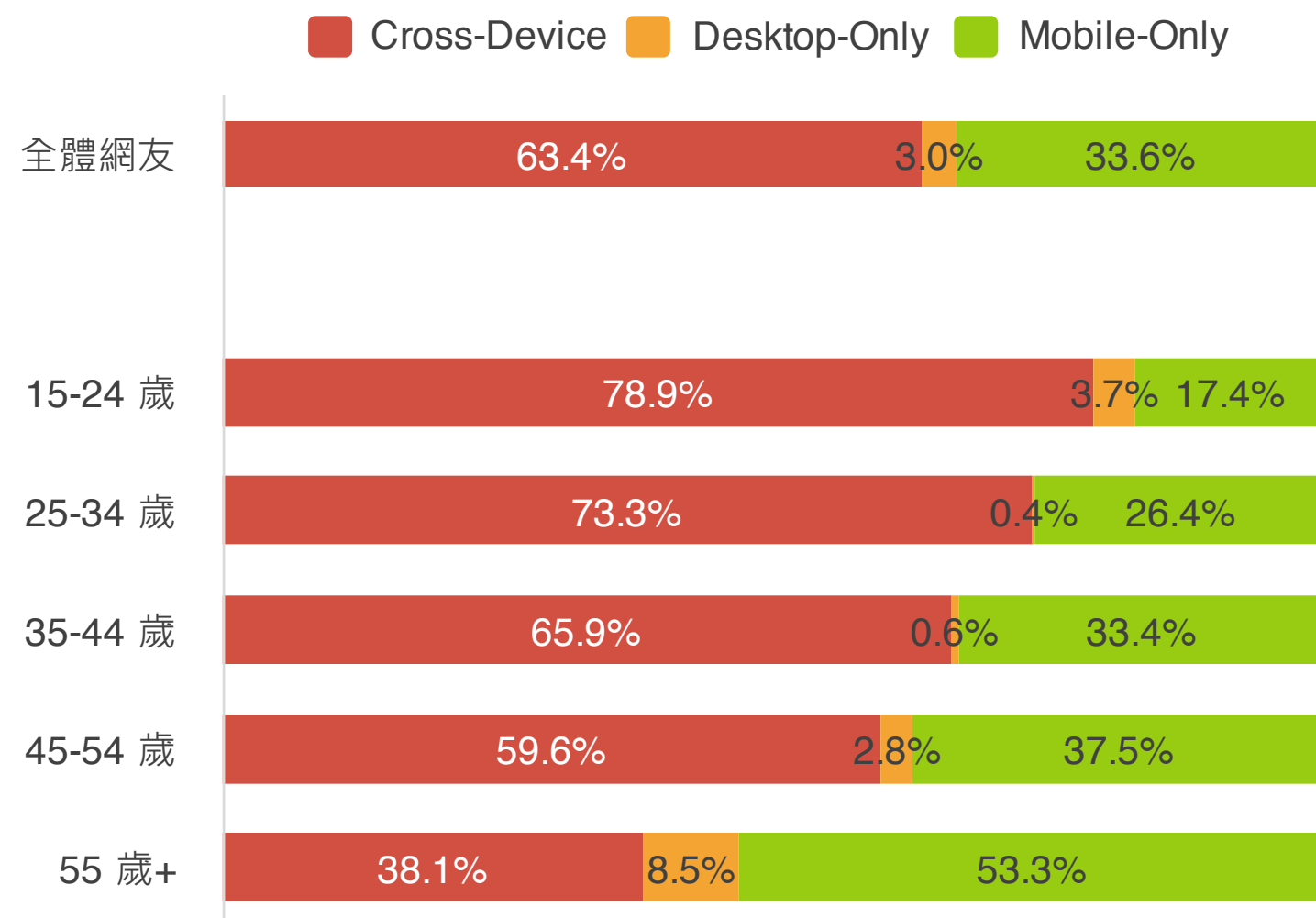
2019 年台灣數位 (Desktop+Mobile) 網友平均單月使用概況與貢獻族群分布



2019 年台灣透過 Desktop (桌上型/筆記型電腦) 或 Mobile (智慧型手機/平板) 上網的單月平均為 1,677 萬不重複使用者。年齡層佔比不論是人數、瀏覽量與使用時間都以 35-44 歲為最多，其次為 25-34 歲。

各年齡層跨裝置使用最普遍，55 歲以上 mobile only 比例最高

2019 年台灣數位 (Desktop+Mobile) 網友各年齡層裝置分布 (註)



各年齡層整體來看，跨裝置使用最普遍，另也發現年齡越長，跨裝置使用比例越來越低，尤其是 55 歲以上使用者，53.3% 使用行動裝置為上網的唯一裝置。

註：6-14 歲使用者因無法監測 Mobile 使用狀況，無跨裝置使用情形，本頁已排除該年齡層。

新聞類別整體數位人數最多，超過六成網友使用多個裝置造訪

2019 年台灣網友平均單月人數 Top10 網站類別 (註)

Top 10 網站類別	不重複造訪人數	Cross-Device	Desktop-Only	Mobile-Only	PC 瀏覽 主要族群	Mobile 瀏覽 主要族群
新聞資訊	1,638 萬人	63.6%	4.8%	31.6%	Male 35-44	Female 35-44
娛樂	1,561 萬人	60.1%	8.5%	31.4%	Male 35-44	Male 35-44
生活風格	1,534 萬人	52.2%	5.4%	42.4%	Male 35-44	Female 35-44
零售電商	1,370 萬人	39.1%	23.1%	37.8%	Male 35-44	Female 25-34
社交媒體	1,271 萬人	31.7%	55.7%	12.6%	Male 35-44	Female 25-34
搜尋/導航	1,261 萬人	34.6%	51.8%	13.6%	Male 35-44	Female 25-34
旅遊觀光	1,195 萬人	26.2%	20.9%	52.9%	Male 35-44	Female 25-34
網路服務	1,138 萬人	19.3%	15.5%	65.2%	Male 35-44	Female 25-34
健康類	1,127 萬人	20.7%	75.8%	3.4%	Female 35-44	Female 25-34
工商名錄/ 線上資源	1,085 萬人	30.6%	42.2%	27.1%	Male 35-44	Female 25-34

註：排名已排除媒體、企業網站、跨類別網站與所有子類別。

小結

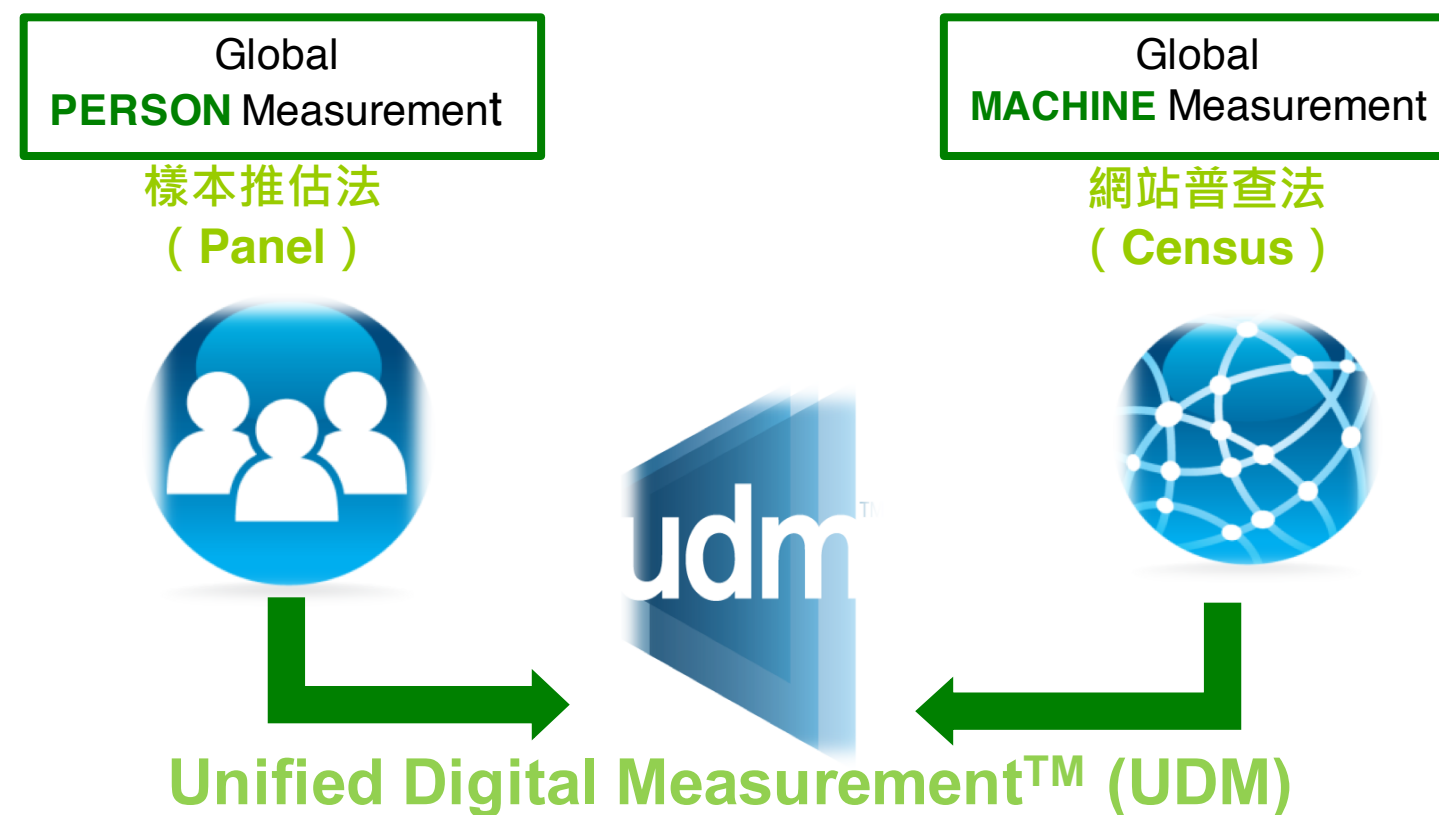
- ▶ 2019 年平均每月有 1,677 萬台灣網友曾透過個人電腦或行動裝置上網；超過六成台灣網友會使用個人電腦以及行動裝置上網。
- ▶ 整體數位網友人數比例以 35-44 歲最高。與 2018 年^(註) 相比，55 歲以上使用者的人數佔比有些微成長。
- ▶ 觀察各年齡層裝置比例，除 55 歲以上使用者，各年齡層皆以跨裝置使用佔多。
- ▶ 越年長的族群，跨裝置比例越低，且更傾向以行動裝置為單一上網裝置。
- ▶ Top10 網站類別的裝置分布有些差異，但人數最高的三類別（新聞資訊、娛樂、生活風格）皆以跨裝置為主。
- ▶ 與 2018 年^(註) 相比，新聞類仍為 Top10 之首，另外健康類則是在 2019 年才擠身 Top10 類別，可見對相關議題的關注度增加。
- ▶ 比較 Top10 類別各性別、年齡層人數，PC 各類別多以 35-44 男性人數較多；Mobile 則是多為 25-34 歲女性網友。

Methodology

comScore 採用先進的 Unified Digital Measurement™(UDM) 技術取得網站流量數據，數據來源包含台灣超過 6 萬名不重複使用者的整體網路使用行為，以及眾多網站在網頁安裝追蹤程式碼取得網頁稽核數據，輔以 IAB 提供的 International Spiders and Bots List 進行非人為流量的資料清整，多方數據交互加權校正，可減少誤差且反映各網站最真實的流量。

MMX Multi-Platform

MMX Multi-Platform 資料來自於 MMX、Video Metrix 與 Mobile Metrix，並以同源樣本的方式計算出網友跨屏使用的情況；唯台灣目前未有行動裝置上的觀察樣本，因此仰賴各行動網站主與行動應用程式開發商在網頁上安裝 Comscore 追蹤碼或在 App 中加入 Comscore SDK，數據方能在系統中呈現，行動數據完整性亦與網站主是否網頁或各裝置中加裝追蹤碼相關。



* 參與 comScore 流量稽核(UDM) 的網域，其媒體名稱前依 unified 程度加註 (U) 或 (u)，分別代表全站稽核或部份網頁稽核。

IX 市調解析

2018 至 2019 年台灣網路行為趨勢觀察與比較

2018 至 2019 年台灣網路行為趨勢觀察與比較

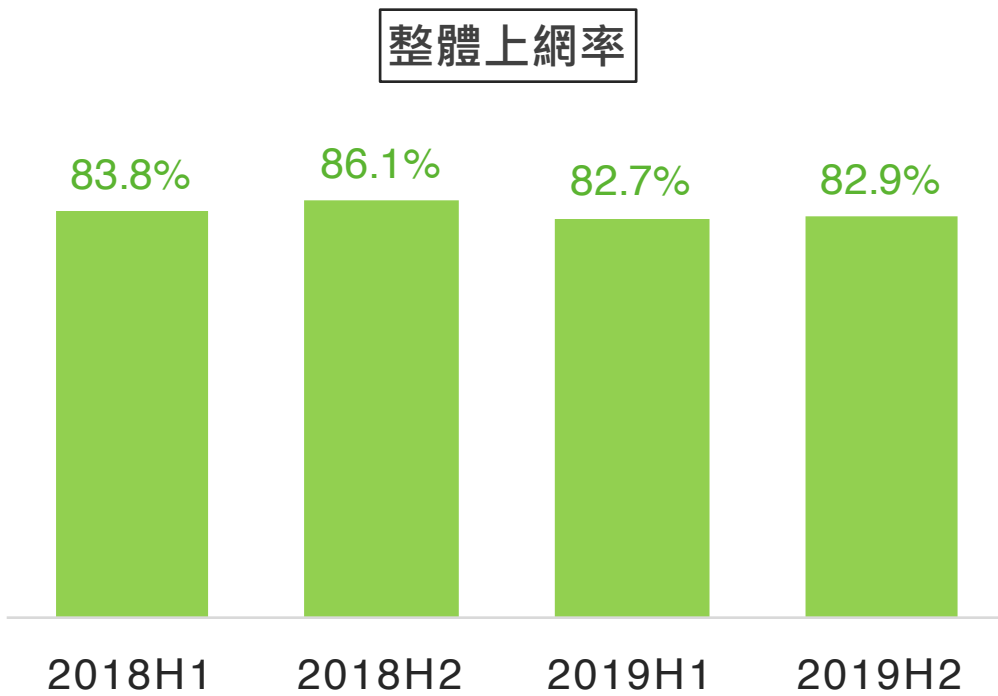
為瞭解台灣民眾的網路使用行為，創市際市場研究顧問自 2004 年起執行的台灣網路行為基礎追蹤調查，針對台灣地區 10 歲以上民眾，採用 RDD 電話分層隨機抽樣，每月執行 300 份樣本，以滾動式樣本進行分析，並根據當年度最新內政部公佈之人口性別、年齡和地區進行加權，每半年完成有效樣本數 1800 份，最大可能抽樣誤差為正負 2.31%，以每半年至整年度進行調查結果分析及發表。

自 2019 年納入純手機族樣本，並參考國家通訊傳播委員會公布之通訊市場調查結果報告中純手機族比例，先執行手機電訪後進行市話電訪，依照內政部人口結構每半年共完成 1803 份有效樣本，最大可能抽樣誤差為正負 2.31%。

本期將進行 2018 至 2019 年上下半年的跨年度比較觀察。

歷史年度數據請見官網：<https://www.ixresearch.com/reports/cati>

台灣整體上網率仍維持在八成，2019 下半年上網率為 82.9%



Base : 2018H1全體受訪者 N=1800
 2018H2全體受訪者 N=1800
 2019H1全體受訪者 N=1803
 2019H2全體受訪者 N=1803

整體上網率-交叉

	Total	性別		年齡				
		男性	女性	10~19歲	20~29歲	30~39歲	40~49歲	50歲以上
2018H1	83.8%	83.4%	84.3%	93.9%	98.2%	97.6%	94.4%	65.2%
2018H2	86.1%	87.9%	84.3%	94.3%	98.9%	97.2%	95.7%	70.3%
2019H1	82.7%	83.9%	81.5%	94.0%	97.8%	98.4%	94.1%	63.1%
2019H2	82.9%	82.6%	83.1%	96.2%	98.4%	98.2%	94.6%	63.1%

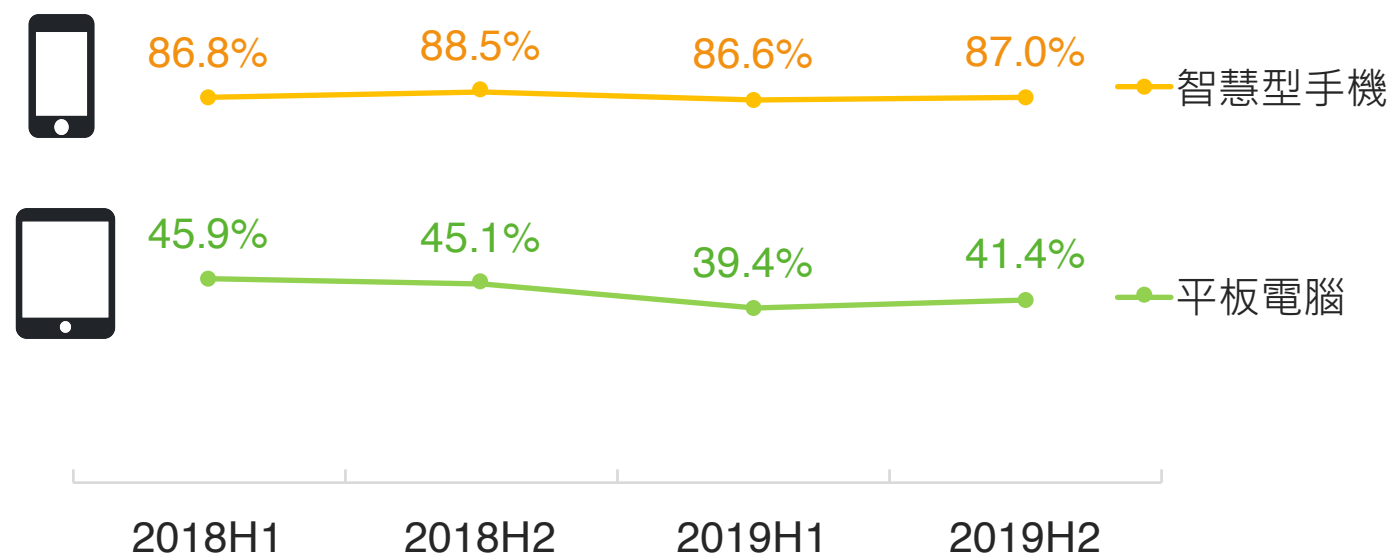
為百分比高於平均5%以上族群

Base : 2018H1全體受訪者 N=1800
 2018H2全體受訪者 N=1800
 2019H1全體受訪者 N=1803
 2019H2全體受訪者 N=1803
 資料來源：創市際市場研究顧問

2019 下半年台灣整體上網率為 82.9%。10~49 歲上網率皆在九成以上，持續高於整體上網率，10~19 歲上網率今年下半年來到 96.2%，成長狀況值得後續關注。

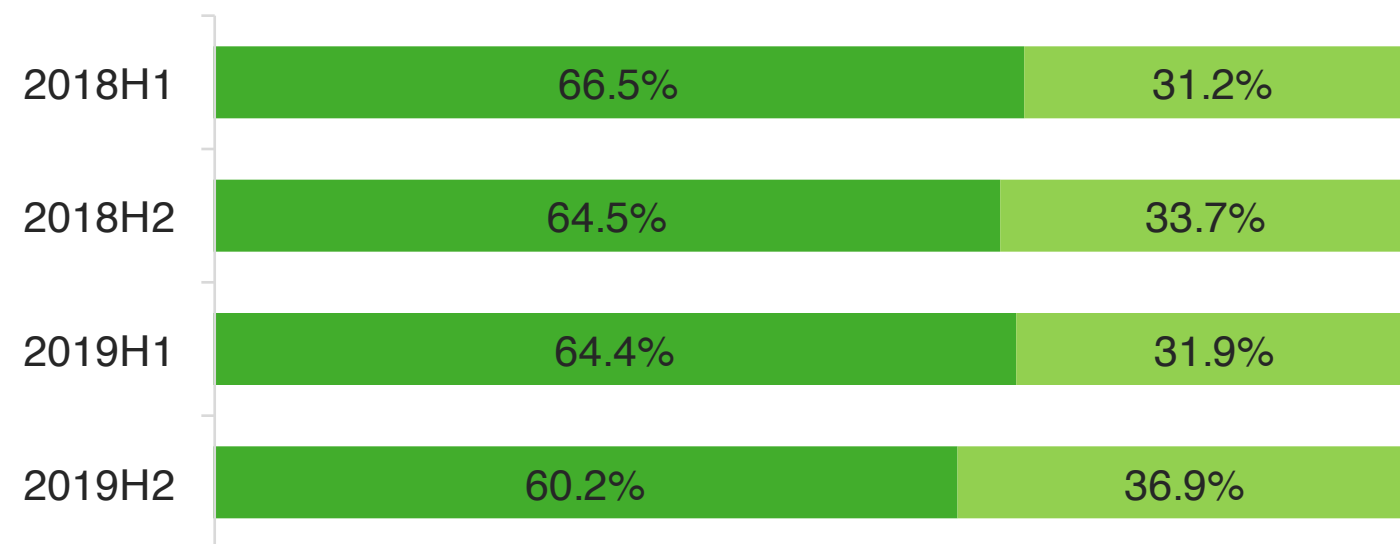
智慧型手機持有率 87.0%，iOS 市占率超越三成五

行動裝置持有率



Base : 2018H1全體受訪者 N=1800
 2018H2全體受訪者 N=1800
 2019H1全體受訪者 N=1803
 2019H2全體受訪者 N=1803
 資料來源：創市際市場研究顧問

智慧型手機作業系統使用情形



■ Android 安卓系統
 ■ Apple iOS系統
 ■ Windowsphone 微軟系統
 ■ Blackberry 黑莓機

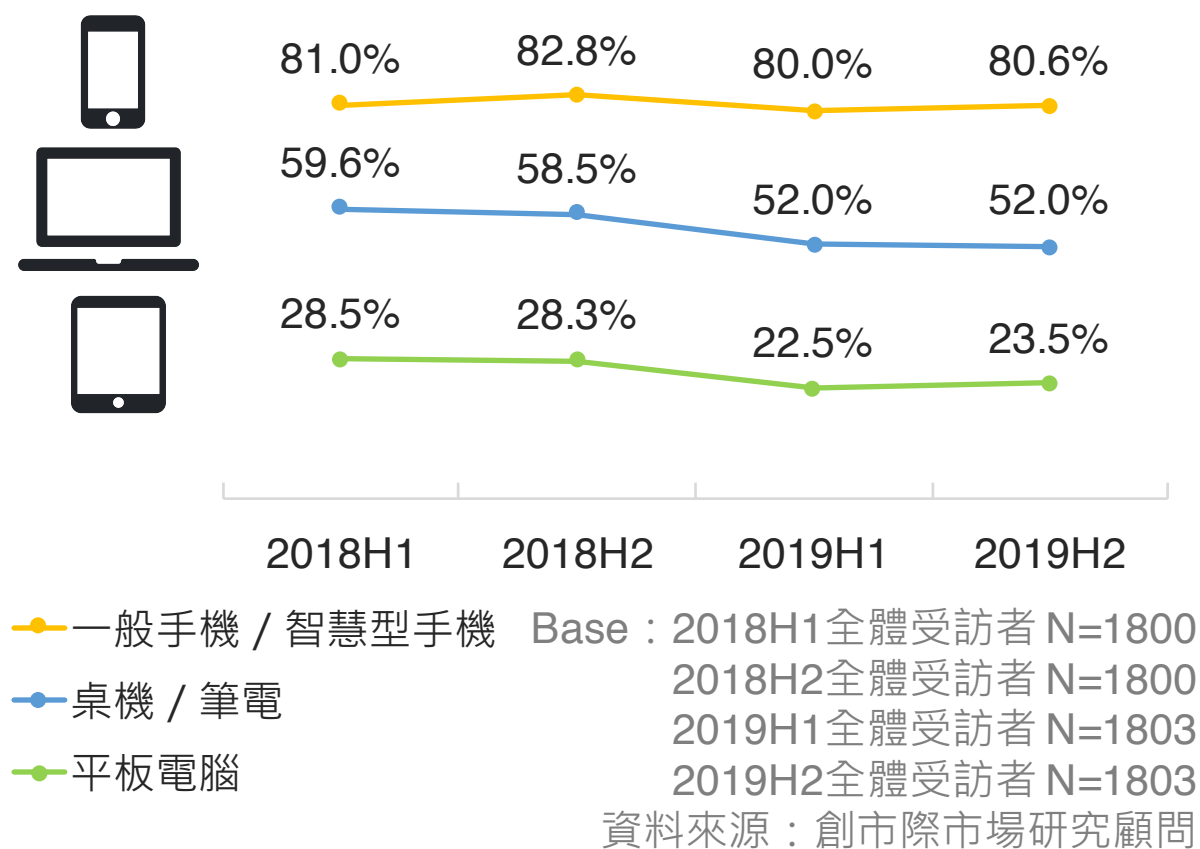
Base : 2018H1全體受訪者 N=1800
 2018H2全體受訪者 N=1800
 2019H1全體受訪者 N=1803
 2019H2全體受訪者 N=1803
 資料來源：創市際市場研究顧問

2019下半年「智慧型手機」持有率為 87.0%，「平板電腦」持有率為 41.4%。

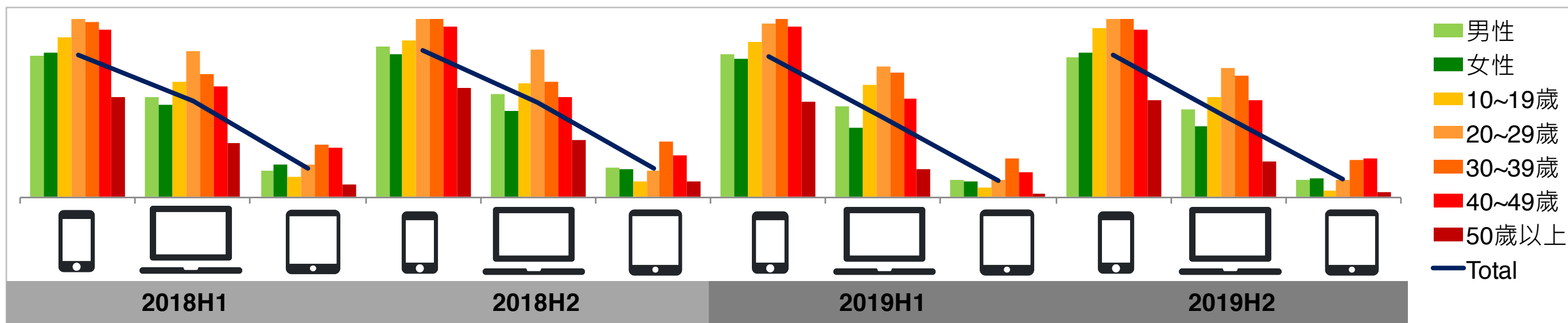
手機作業系統的使用情形「Android 安卓系統」與「Apple iOS 系統」市占率七比三逐漸逼近六比四，今年下半年「Apple iOS 系統」市占率首度來到 36.9%。

手機上網率有八成，10 世代手機上網率提升，20 世代最依賴手機上網

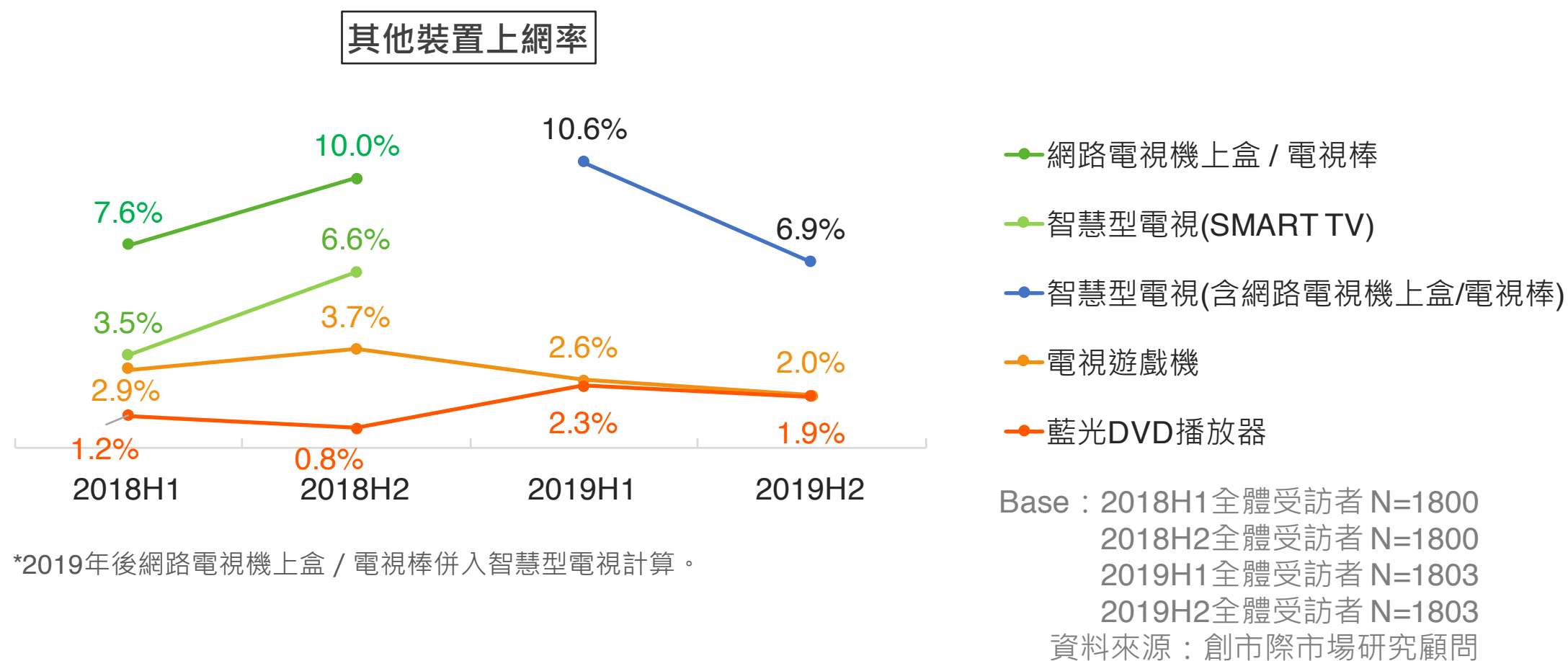
整體裝置上網率



2019 下半年「手機」上網率為 80.6%，「桌機/筆電」上網率約五成，「平板電腦」則有 23.5% 上網率。10~19 歲手機上網率 2019 下半年小幅度提升，其他裝置則有下降趨勢，顯示 10 世代手機為主的使用行為。20 世代的桌機/筆電、平板電腦上網率下滑幅度較大，也是手機上網率最高的族群。30 世代的平板電腦上網率下滑較明顯，其他裝置則沒有太大變動。40 世代則在桌機/筆電、平板電腦上網率都有下滑。50 歲以上手機上網率維持在六成，桌機/筆電目前上網率僅三成。



網路電視機上盒/電視棒上網率比智慧電視更高



*2019年後網路電視機上盒 / 電視棒併入智慧型電視計算。

2019 年開始將智慧型電視與網路電視機上盒/電視棒合併計算。2019 下半年「智慧型電視」(含網路電視機上盒/電視棒)上網率有 6.9%。「電視遊戲機」與「藍光DVD播放器」上網率分別都在 2%。

小結

- ▶ 台灣整體上網率為 82.9%，10 世代上網率小幅度成長，值得後續關注。
- ▶ 智慧型手機持有率 87.0%，「Android 安卓系統」與「Apple iOS 系統」市占率七比三逐漸逼近六比四。
- ▶ 手機上網率為 80.6%，10 世代與 20 世代較依賴手機上網。
- ▶ 其他裝置上網狀況以「智慧型電視」上網率稍高，2019 下半年有 6.9%。

研究設計

研究方法：

根據創市際每年度採電話訪問之追蹤調查
(每月執行300份樣本，以滾動式樣本進行分析。)

研究對象：

針對台灣地區10歲以上民眾，採用分層隨機抽樣。

研究期間：

2018年及2019年

有效樣本數：

2018每半年 N=1,800；每年度 N=3,600

2019每半年 N=1,803；每年度 N=3,606

2018年度依據內政部2018年12月台灣地區人口之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

		2018年度	2019年度
性別	男性	49.4%	49.5%
	女性	50.6%	50.5%
年齡	10~19歲	10.9%	11.9%
	20~29歲	14.6%	13.2%
	30~39歲	17.0%	16.3%
	40~49歲	17.2%	17.7%
	50歲以上	40.3%	40.9%
居住地	北部	45.6%	45.5%
	中部	26.3%	26.3%
	南部	28.1%	28.2%



- ▶ 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