



創市際雙週刊  
第一五六期

發刊日：2020年06月15日



# 線上影音篇與 影音網站使用概況

## 前言

串流時代已然來臨，你有多久沒進電影院看一部電影了呢？更何況電影院裡還無法看到最新上檔的美劇韓劇。當線上影音平台成為網友生活中不可或缺的一部分，各影音平台 / App 除了競相提供更佳的服務，也紛紛推出獨家內容以爭取用戶的眼球。

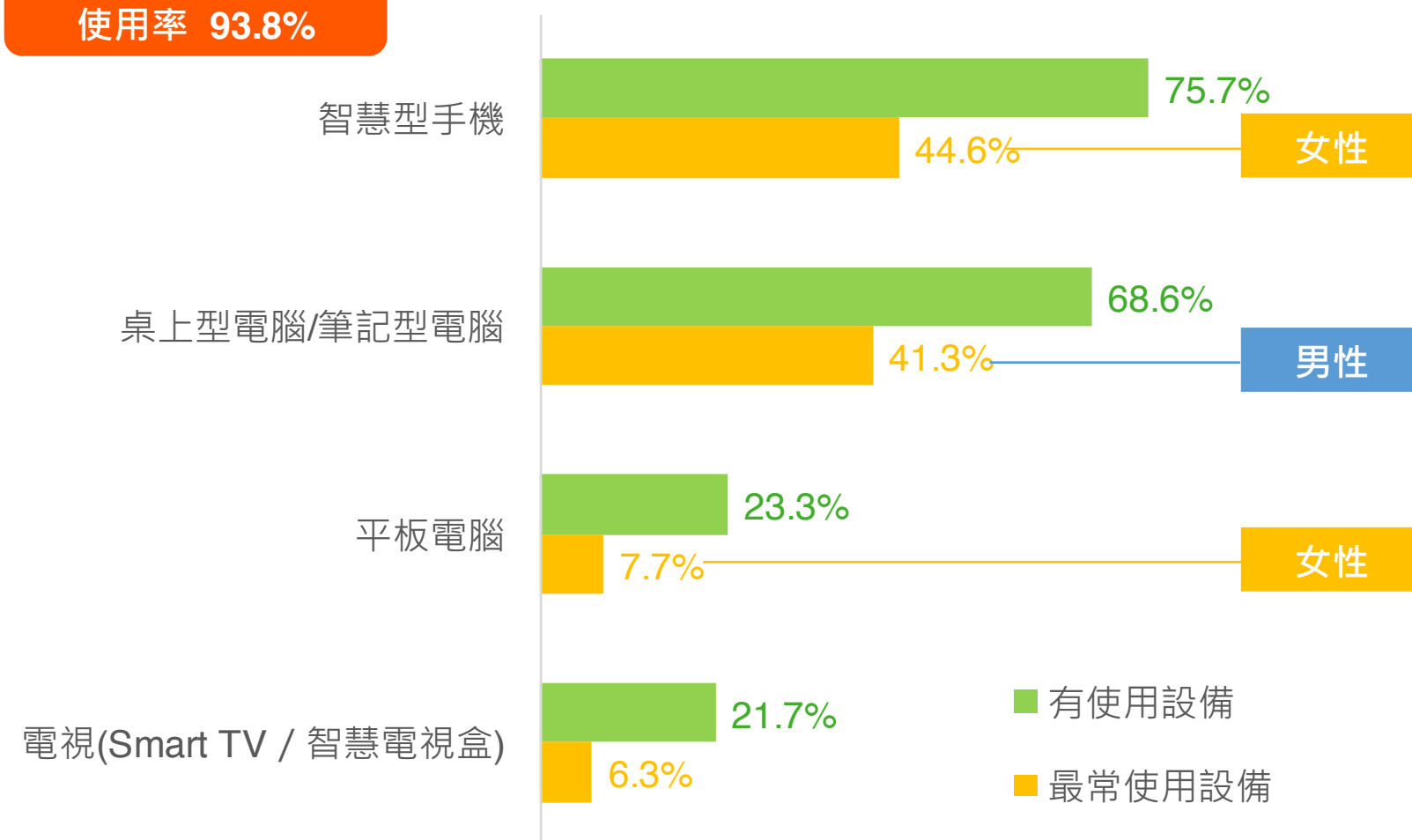
為瞭解網友在使用線上影音服務的行為與喜好，創市際於 2020 年 5 月 13 日至 18 日，針對 15-64 歲的網友進行了一項「線上影音篇」的調查，總計回收了 1,611 份問卷。

接著創市際透過 Comscore MMX Multi-Platform 數據觀察台灣網友透過電腦與行動裝置造訪影音網站的使用概況，並比較各站使用者輪廓。

## 線上影音使用率達 93.8%，智慧手機佔屏率最高

線上影音網站 / App  
使用率 93.8%

「線上影音網站 / App」使用情形



Base：有使用線上影音服務者 N=1,512  
資料來源：創市際市場研究顧問 May. 2020

根據調查顯示，線上影音網站使用率達 93.8%。

其中最常用來觀看的設備為「智慧型手機」(75.7%)；其次使用的設備是「桌上型電腦 / 筆記型電腦」(68.6%)；其他如「平板電腦」(23.3%)、「電視(Smart TV / 智慧電視盒)」(21.7%)等，也各約有兩成的使用率。

進一步調查最常使用該設備的群組分布，偏好使用「桌上型電腦 / 筆記型電腦」以男性為主；最常使用「智慧型手機」或「平板電腦」者則是以女性較為顯著。

## Yahoo Taiwan TV 數位使用人數最多，其次為 Iqiyi Sites、LITV.TV

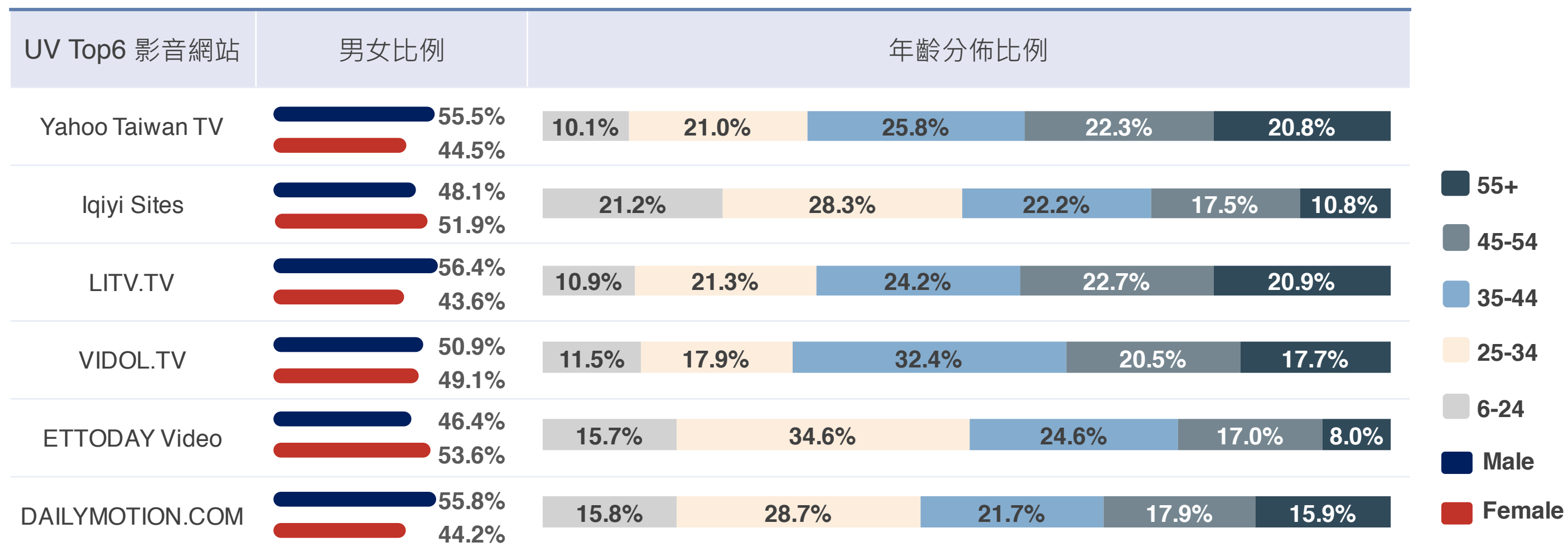
UV Top6 影音網站	數位使用人數 (千人)	數位使用時間 (百萬分鐘)	平均每頁/支 影片觀看分鐘
Yahoo Taiwan TV	4,027	460	11.1
Iqiyi Sites	3,595	42	1.4
LITV.TV	3,487	455	12.0
VIDOL.TV	2,367	18	3.0
ETTODAY Video	2,358	5	1.1
DAILYMOTION.COM	2,015	87	2.5

近一步以 Comscore 數據觀察 2020 年 4 月台灣地區影音類別數位使用人數最多的前六網站 (註 1)，人數最多的為「Yahoo Taiwan TV」，接著為「Iqiyi Sites」、「LITV.TV」，「Yahoo Taiwan TV」與「LITV.TV」使用時間相關兩指標大幅領先其它競網。

1. 本次觀察選擇 Entertainment 類別有 Streaming Video attribute 之網站，且因 Mobile 監測限制，排除 YouTube 相關頻道。

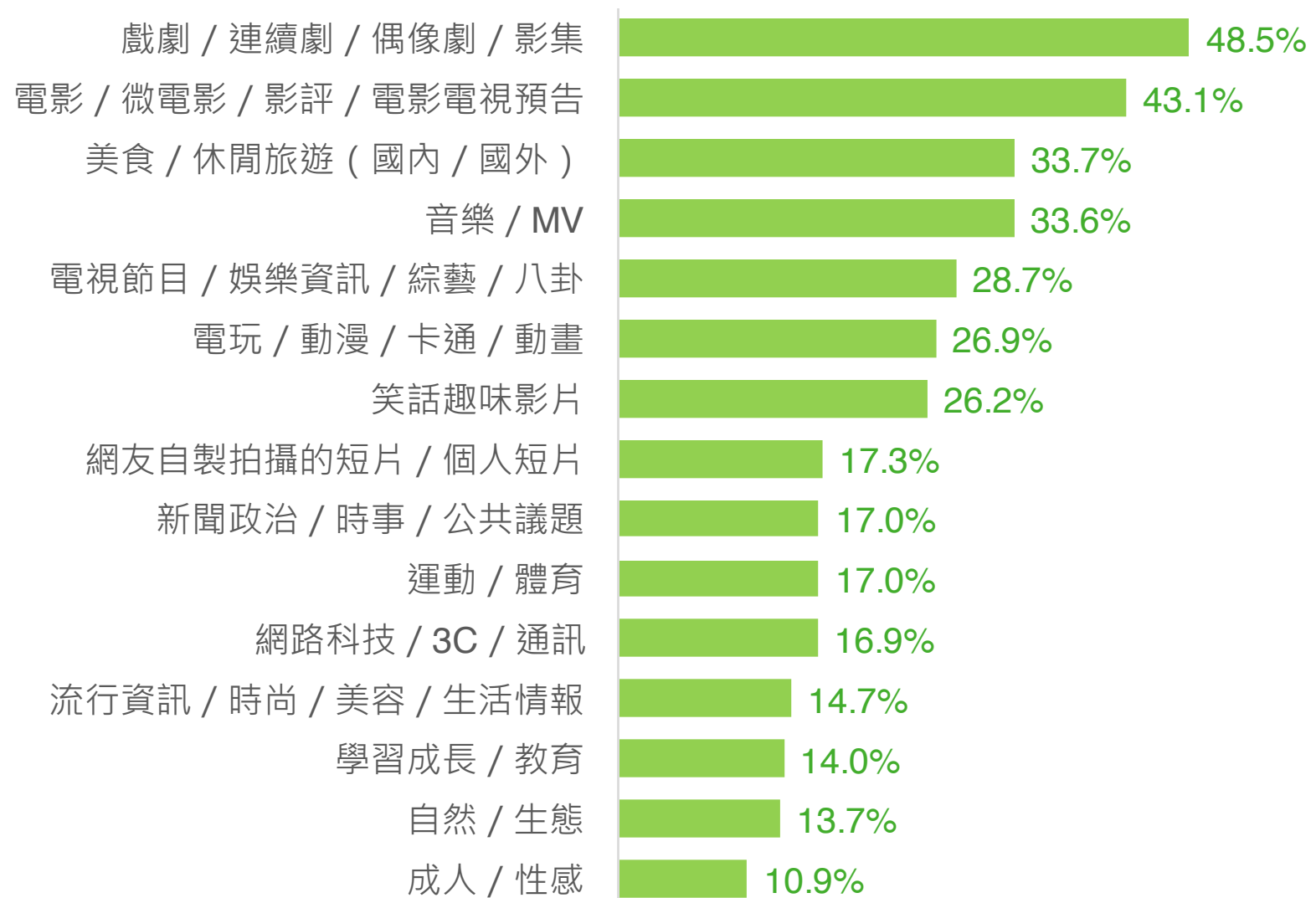
## 各站以 25-34 或 35-44 歲為主要使用年齡層，性別分佈有差異

單月不重複訪客數 Top 6 影音網站的使用者輪廓，「Yahoo Taiwan TV」、「LITV.TV」、「VIDOL.TV」在年齡分佈上較平均，使用者以男性使用者較多；「Iqiyi Sites」、「ETtoday Video」使用者更年輕，以 25-34 歲比例最高，女性網友則是較男性多。



## 熱門影音內容：戲劇類 / 電影類

喜好的線上影音內容類型



Base：有使用線上影音服務者 N=1,512  
資料來源：創市際市場研究顧問 May. 2020

詢問網友偏好的影音類型，以「戲劇 / 連續劇 / 偶像劇 / 影集」(48.5%)最受歡迎；排名第二的是「電影 / 微電影 / 影評 / 電影電視預告」(43.1%)。

另外如「美食 / 休閒旅遊」(33.7%)、「音樂 / MV」(33.6%)類別也有超過三成的佔比。

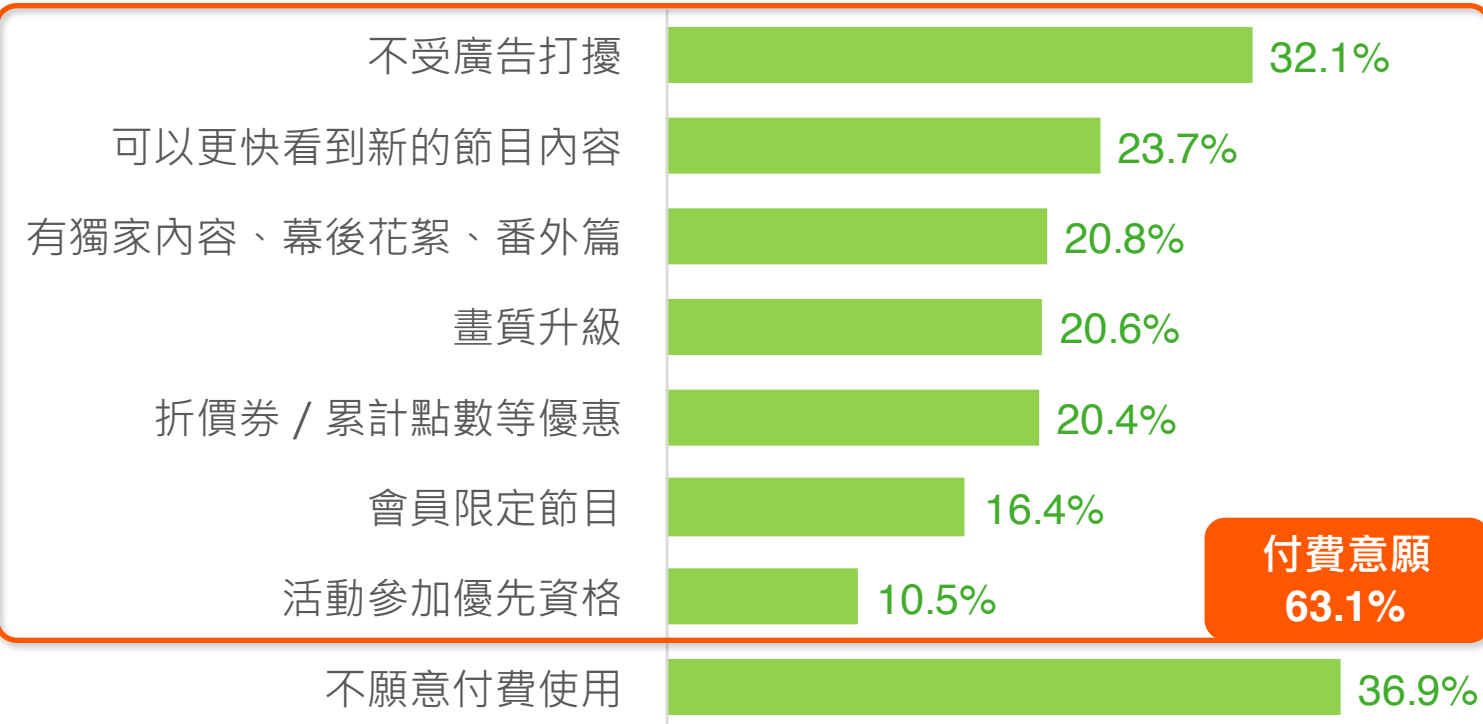
## 付費使用線上影音服務意願 63.1%

選擇線上影音平台考量因素



Base：有使用線上影音服務者 N=1,512  
資料來源：創市際市場研究顧問 May. 2020

付費意願及付費使用因素



Base：有使用線上影音服務者N=1,512  
資料來源：創市際市場研究顧問 May. 2020

網友選擇影音平台服務的考量，主要基於「免費使用 / 免付費節目多」(47.2%) 與「可隨時隨地觀看」(38.7%)；對於願意付費使用 (63.1%) 線上影音服務的受訪者來說，付費使用主因在可以「不受廣告打擾」(32.1%)、其他則包含「可以更快看到新的節目」(23.7%)、「有獨家內容、幕後花絮、番外篇」(20.8%)、「畫質升級」(20.6%)、有「折價券 / 累計點數等優惠」(20.4%) 等。



## ▶ IX Survey 小結

- 線上影音使用率：93.8%；  
主要使用載具：「智慧型手機」(75.7%)及「桌上型電腦 / 筆記型電腦」(68.6%)。
- 選擇線上影音平台主要考量因素：「免費使用 / 免付費節目多」、「可隨時隨地觀看」。
- 付費使用線上影音服務率：63.1%；  
願意付費使用主要因素：「不受廣告打擾」、「可以更快看到新的節目」。
- 熱門影音內容類型：「戲劇 / 連續劇 / 偶像劇 / 影集」、「電影 / 微電影 / 影評 / 電影電視預告」。

## ▶ IX ARO / Comscore 小結

- 根據 Comscore MMX Multi-Platform 數據，2020 年 4 月數位使用人數前三的影音網站分別為「Yahoo Taiwan TV」、「Iqiyi Sites」、「LITV.TV」。
- 觀察影音網站使用者輪廓，各站的年齡比例較高的是 25-34 或 35-44 歲。
- 男女比例也有差異，可能是因網站的影片類型、內容或功能多寡，造成使用者輪廓的差異。

## 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，針對台灣地區 15-64 歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2020/05/13 ~ 2020/05/18

有效樣本數：N=1,611

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.44%，再依照2019年12月台灣地區上網人口之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

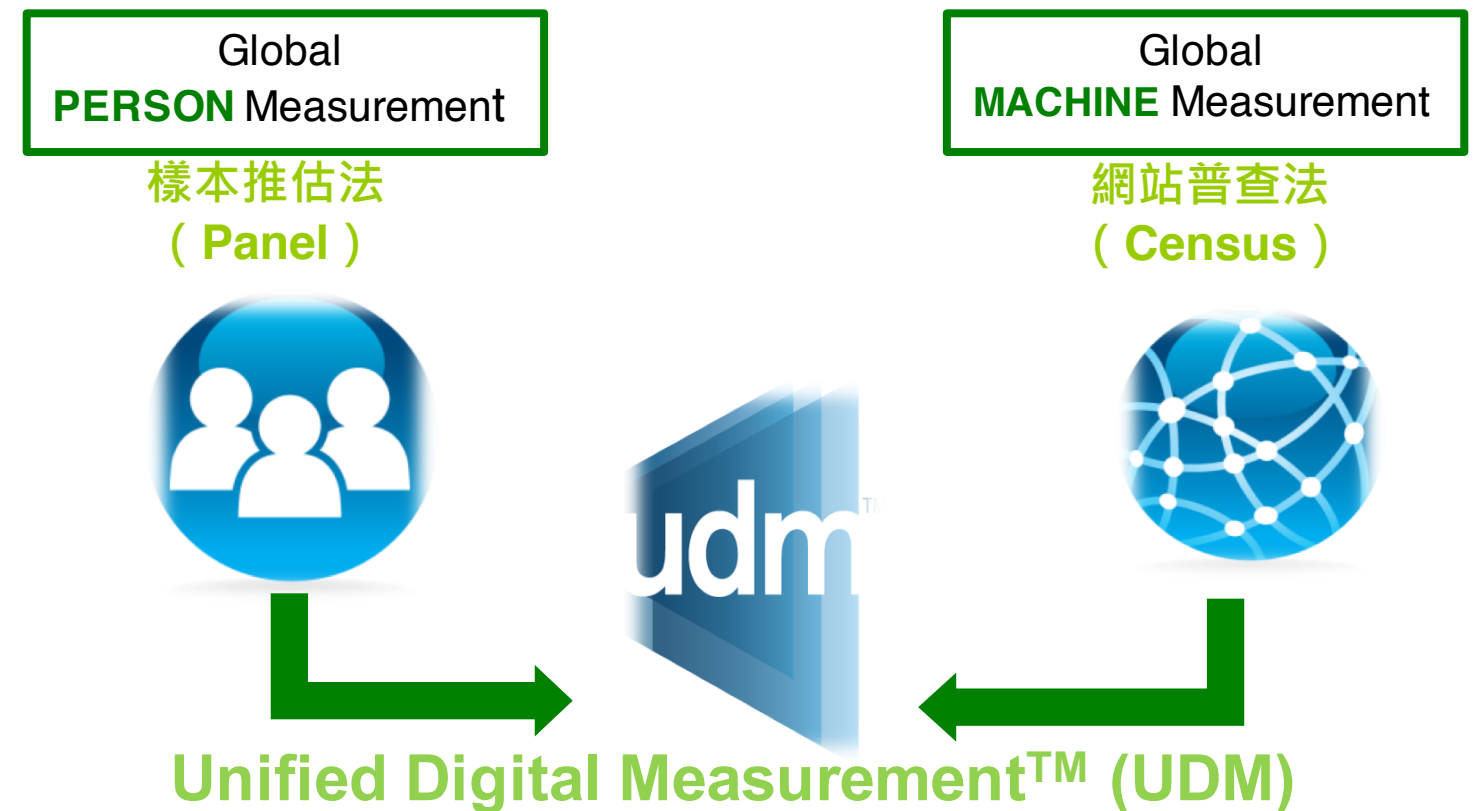
		個數	百分比
性別	男性	801	49.7%
	女性	810	50.3%
年齡	15-19歲	134	8.3%
	20-24歲	164	10.2%
	25-29歲	169	10.5%
	30-34歲	172	10.7%
	35-39歲	206	12.8%
	40-44歲	203	12.6%
	45-49歲	182	11.3%
	50-54歲	179	11.1%
	55-64歲	202	12.5%
居住地	北部	755	46.8%
	中部	417	25.9%
	南部	439	27.3%

## 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。



- ▶ 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](mailto:marcom@ixresearch.com)