



創市際雙週刊  
第一八五期

發刊日：2021年09月30日

## ARO / MMX 觀察

### 3 ARO / MMX 觀察 – 汽機車類網站使用概況

## IX Survey 市調解析

### 9 市調解析 – 汽機車篇

# ARO / MMIX 觀察

汽機車類網站使用概況

## 前言

大眾運輸工具聯絡網緊密分佈，或許是大多數人對於大都市的第一印象，但是出了都會區後的交通，就有賴自行駕駛汽、機車才能完整運輸的功能。汽機車類網站提供了新舊車資訊、試駕報告、車款性能比較等功能，是民眾在選擇採購交通工具前做功課的好去處。

本次創市際透過 Comscore MMX / MMX Multi-Platform 觀察台灣汽機車類網站使用人數與使用狀況，並且觀察人數 Top 10 汽機車類網站其訪客與瀏覽數的裝置比例，最後追加觀察台鐵與高鐵網站在過去兩年間的使用狀況變化。

## 男性為汽機車類網站主要讀者

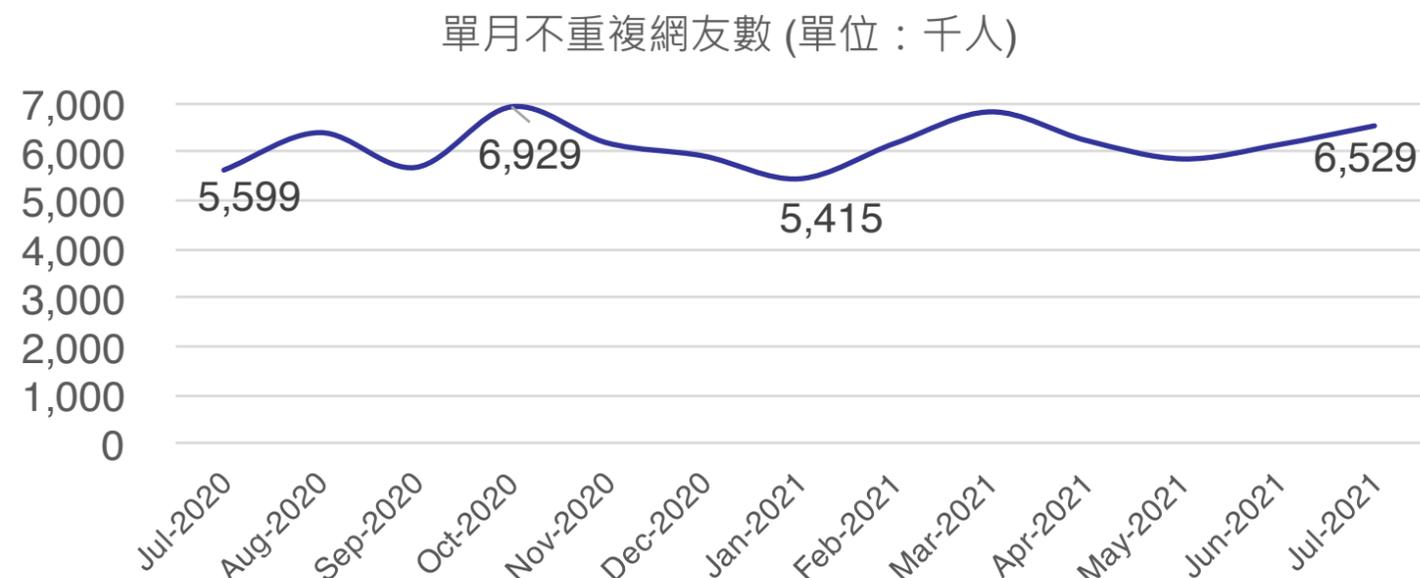
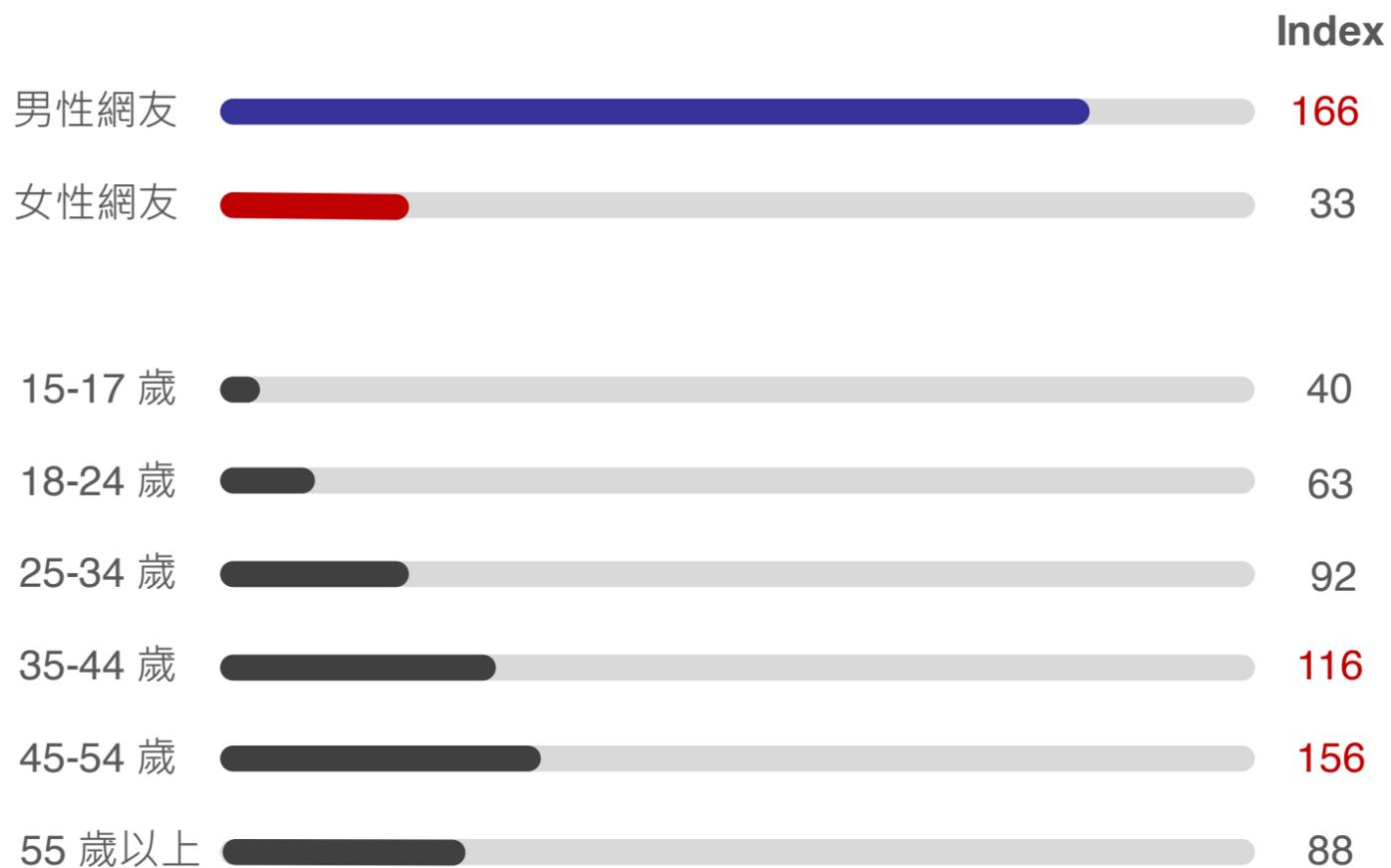
2021 年 7 月汽機車類網站使用概況與使用者輪廓



不重複數位使用人數 **652.9** 萬人



數位人口到達率 **36.3** %



根據 Comscore MMX Multi-Platform，汽機車類網站在台灣可觸及到 652.9 萬個網友，約為 36.3% 數位人口。

此類網站內容較受到男性網友青睞，男性佔全類別使用者 83.8%。在本次觀察中，年齡族群集中在 35-54 歲，並以 45-54 歲傾向更高。對比本期與第一六一期數據，過去對本類別內容亦有高度興趣的 18-34 歲族群在本次觀察中則是有明顯流失。

## Top 10 汽機車媒體 (依人數排序) 暨裝置使用狀況

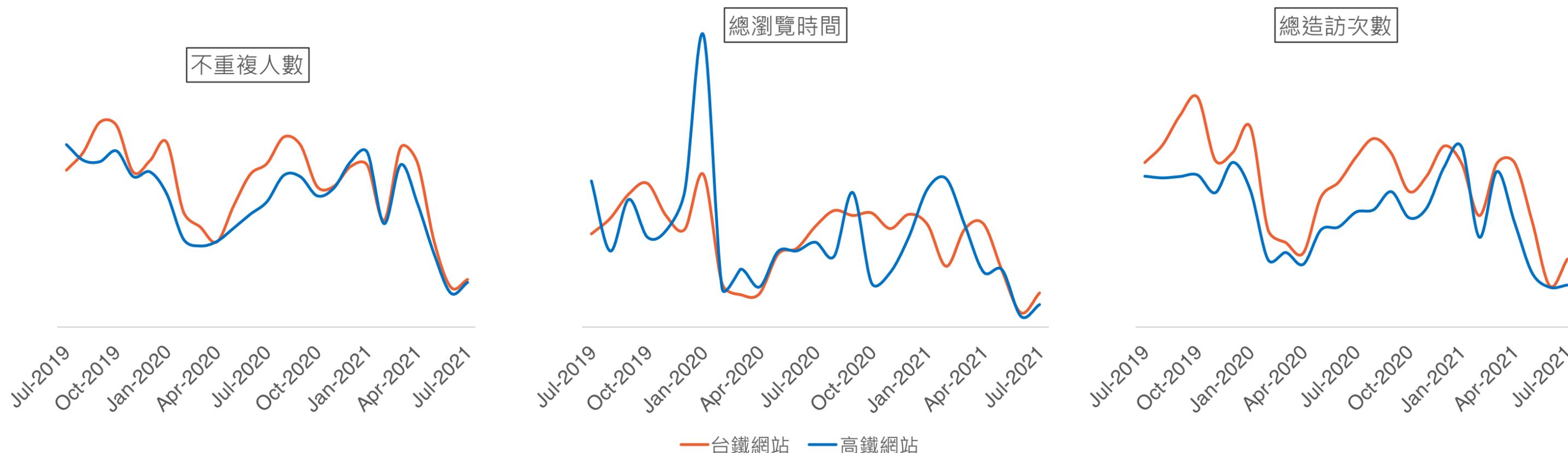
媒體	不重複網友數 (萬人)	PC vs. 行動 人數%比例**	總瀏覽數 (萬頁)	PC vs. 行動 瀏覽數%比例	網友年齡%比例
Yahoo! 汽車	337.7	34 : 74	2,883	59 : 41	14.2% 26.4% 32.1% 21.7%
ETtoday 車雲	160.3	14 : 89	261	17 : 83	7.3% 16.9% 26.9% 28.6% 19.5%
U-CAR	154.1	28 : 78	664	51 : 49	13.9% 26.3% 28.6% 27.9%
8891 汽車	117.1	26 : 80	2,436	46 : 54	14.9% 27.0% 33.5% 20.6%
TVBS 地球黃金線	94.8	9 : 92	115	14 : 86	18.6% 22.4% 36.8% 16.5%
CarStuff 人車事	55.2	26 : 79	93	43 : 57	28.4% 25.4% 32.9% 10.7%
8891 (Mobile App)	45.8	0 : 100	N/A	N/A	30.6% 26.6% 15.4% 13.5% 11.7%
abc好車網	42.6	25 : 80	471	64 : 36	12.5% 30.1% 25.8% 29.4%
癮車報	42.5	10 : 92	74	15 : 85	1.8% 14.1% 23.3% 44.9% 11.4%
CARNEWS 車訊網	41.6	20 : 85	68	35 : 65	13.2% 27.4% 50.3% 5.8%

汽機車類型網站在這一年中變化較大，榜單中除了有「8891 汽車」與「TVBS 地球黃金線」新加入監測，各網站的訪客數亦見提升，單月人數與瀏覽數最高的媒體皆為「Yahoo! 汽車」；瀏覽數上則是「Yahoo! 汽車」與「8891 汽車」不相上下。從裝置人數比例與瀏覽數比例，可作為深度溝通或是知曉度等不同廣告目的的參考依據；從網友族群比例也發現，8891 (Mobile App) 是十個媒體中最容易觸及年輕族群的一個。

\*\*人數比例依裝置分別計算，若比例相加超過 100 (%)，即表示有部分網友為跨裝置使用

## 2021 年 5 月疫情再起，雙鐵網站用量又見低谷

2019 年 7 月至 2021 年 7 月趨勢數據



2020 疫情以來，台灣經歷了防疫 – 報復性出遊的階段，到了 2021 年 5 月又爆發另一波疫情高峰，短暫的平靜又在此時被打亂步調。從上方「台鐵網站」與「高鐵網站」的人數與使用量變化得知，2021 年 5 月以來，雙鐵網站又經歷了再一次的重創，但台灣人民同樣憑著驚人的自制力配合政府防疫政策，在 2021 年 7 月順利解除三級警戒，因此在 7 月數據中也看到使用量與使用人數有了些許回升。

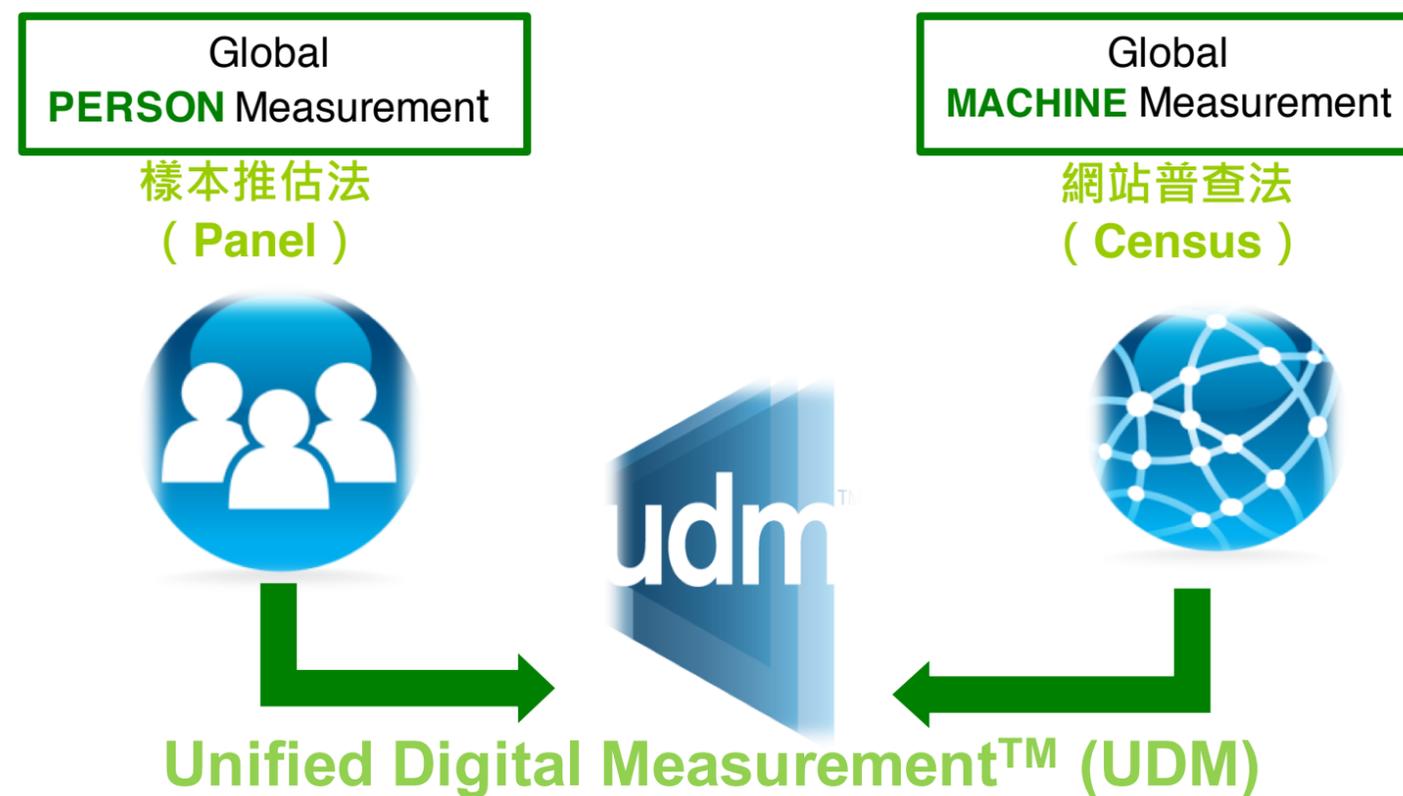
\*\* 台鐵訂票日自 2020 年 8 月起由出發日 14 日前改為 28 天前、高鐵訂票日為出發日 28 日前  
 資料來源：Comscore MMX Multi-Platform, Desktop 6+ Mobile 15+；發佈單位：創市際 ARO  
 資料月份：2019 年 7 月至 2021 年 7 月

## 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。

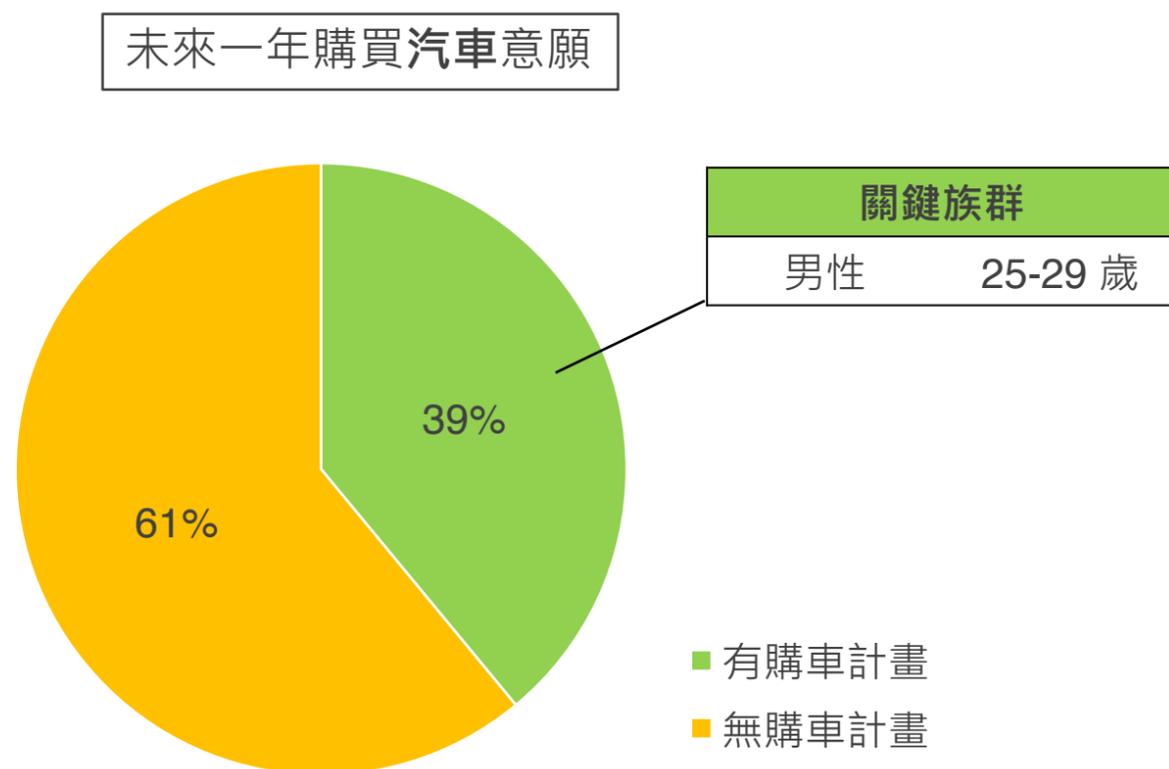
# IX 市調解析

汽機車篇

## 汽機車篇

汽機車是台灣民眾生活中，相當重要的交通工具，為瞭解民眾選購汽機車的偏好，創市際於 2021 年 8 月 31 日至 9 月 7 日，針對 20-64 歲的網友進行了一項「汽機車篇」的調查，總計回收了 1,782 份問卷。

## 近四成網友未來一年內有購車計劃



Base：全體受訪者 N=1,782  
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2021

### 購買汽車偏好

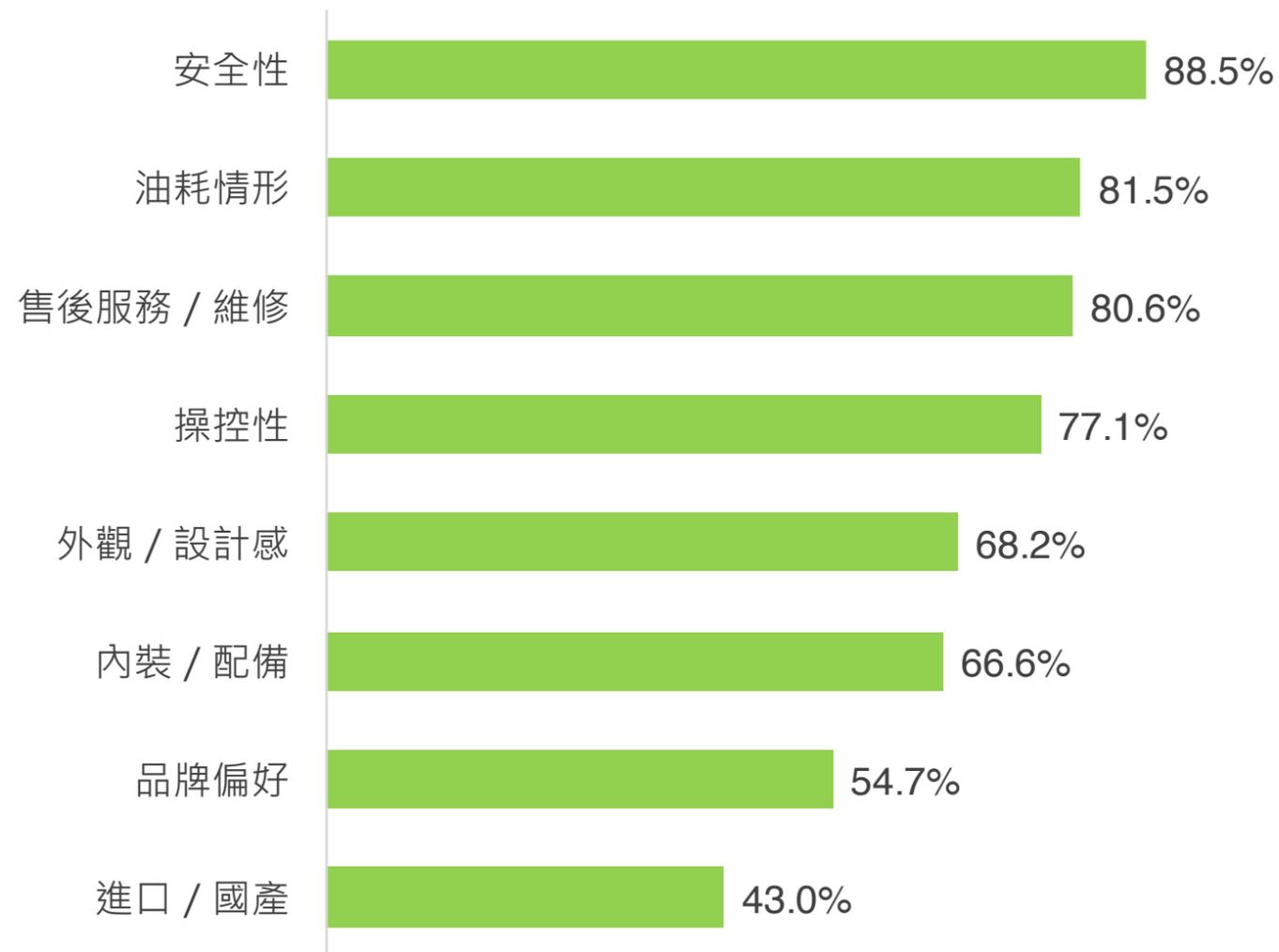
車身型式	%
轎車Sedan	33.9
休旅車RV	29.9
轎式休旅車	23.1
車況	%
新車	90.5
二手	9.5
動力類型	%
汽油	64.1
油電混合	50.7
純電動	14.9
純柴油	6.7

Base：未來一年欲購入汽車的受訪者 N=695  
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2021

調查顯示 39% 的網友在未來一年內有購車計劃，其中以男性的比例略高於女性，年齡則以 25-29 歲族群購車意願較高。進一步探討購買汽車的偏好，發現車型以「轎車 Sedan」(33.9%)及「休旅車 RV」(29.9%)較熱門；車況以購入「新車」(90.%)為主；至於動力類型則多數偏好「汽油」(64.1%)或「油電混合」(50.7%)。

## 購車三大指標：安全性、油耗及售後服務 / 維修

選購汽車各項指標重視程度

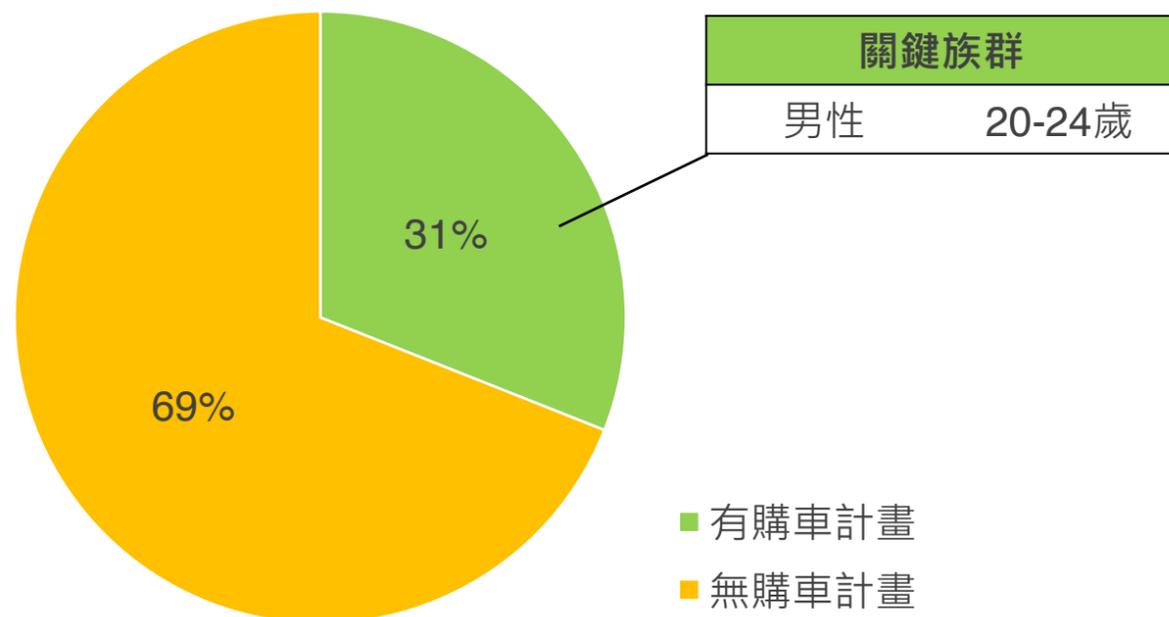


觀察有購車計劃者，在選購汽車時，對各項指標重視程度 Top 3 為「安全性」(88.5%)、「油耗情形」(81.5%)和「售後服務 / 維修」(80.6%)。

Base：未來一年欲購入汽車的受訪者 N=695  
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2021

## 三成網友未來一年內有購買機車計劃

未來一年購買機車意願



Base：全體受訪者 N=1,782

資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2021

購買機車偏好

車型	%
普通重型機車	64.8
電動機車	27.0
大型重型機車	8.2
車況	%
新車	96.2
二手	3.8

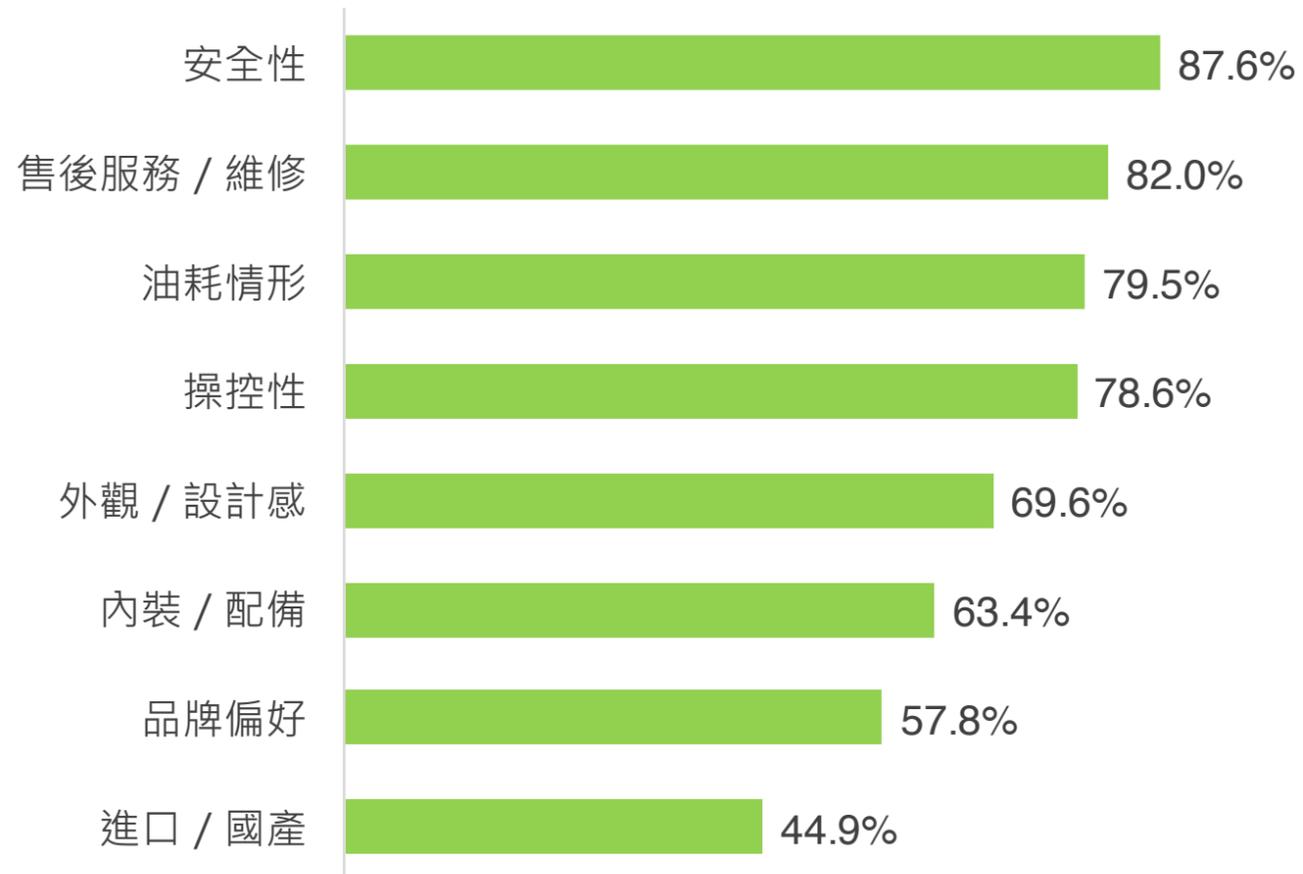
Base：未來一年欲購入機車的受訪者 N=555

資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2021

調查顯示 **31%** 的網友在未來一年內有購入機車的計劃，同樣以男性的比例略高於女性，年齡則以 20-24 歲 族群的比例較高。而選擇機車的**偏好**，**車型**以「普通重型機車」(64.8%)為主，其次為「電動機車」(27%)；**車況**幾乎都選擇購入「新車」(96.2%)。

## 購入機車三大指標：安全性、售後服務 / 維修、油耗及操控性

選購機車時各指標重視程度

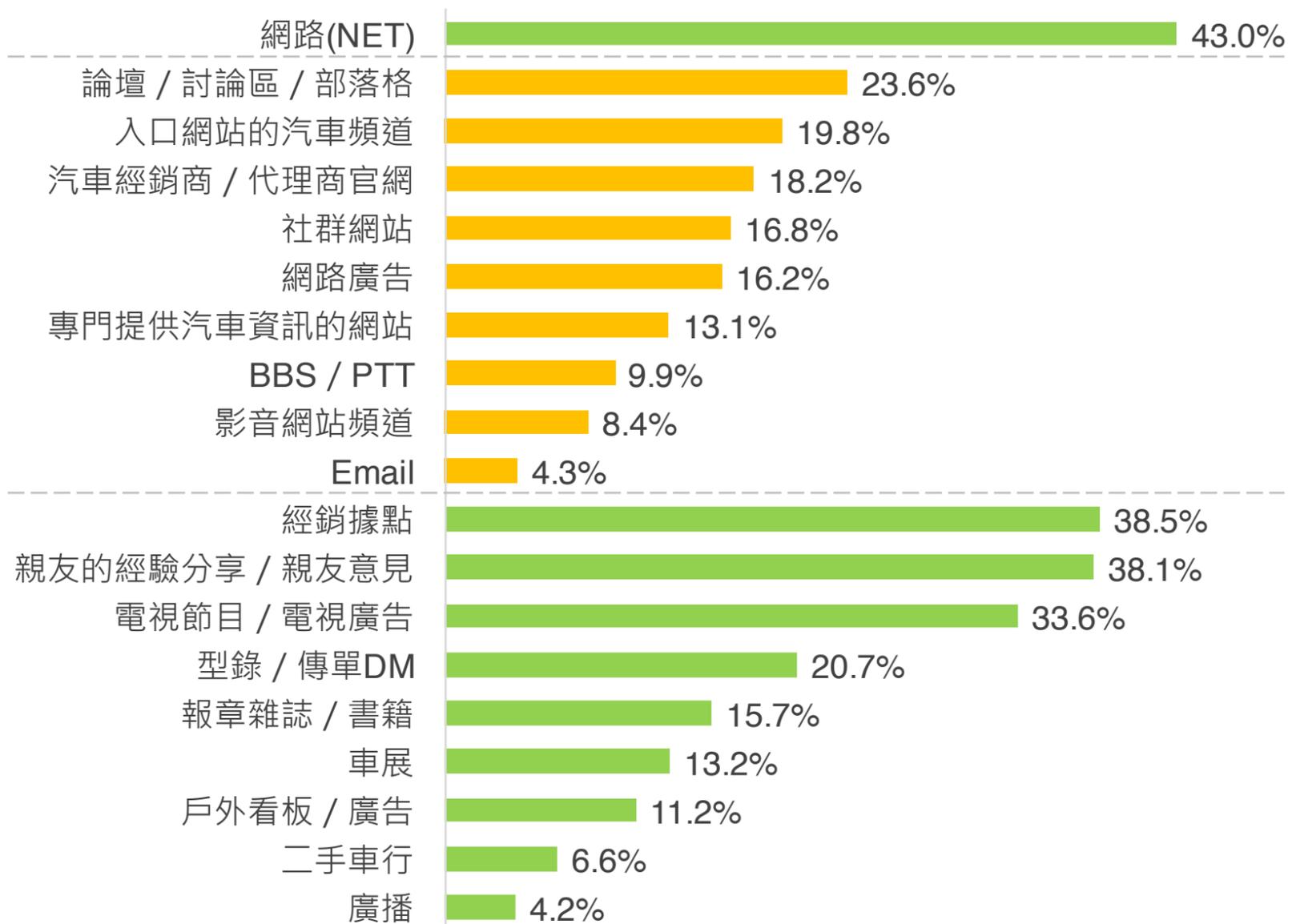


觀察欲購買機車者，在選購機車時，對各項指標重視程度 Top 3 為「安全性」(87.6%)、「售後服務 / 維修」(82%)、「油耗情形」(79.5%)及「操控性」(78.6%)。

Base：未來一年欲購入機車的受訪者 N=555  
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2021

## 汽機車資訊來源：網路 / 經銷據點 / 親友意見

獲知汽機車資訊管道



Base：全體受訪者 N=1,782

資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2021

獲知汽機車相關資訊的管道，主要是以「網路管道」(43.0%)為主，其後依序為「經銷據點」(38.5%)、「親友經驗 / 意見」(38.1%)。

而網路管道中又以「論壇 / 討論區 / 部落格」(23.6%)和「入口網站的汽車頻道」(19.8%)的比例相對較高。

# 小結

汽車	
未來一年有購車計劃	39%
偏好車身型式	%
轎車Sedan	33.9
休旅車RV	29.9
轎式休旅車	23.1
偏好車況	%
新車	90.5
二手	9.5
偏好動力類型	%
汽油	64.1
油電混合	50.7
純電動	14.9
購車重視指標	%
安全性	88.5
油耗情形	81.5
售後服務 / 維修	80.6

機車	
未來一年有購車計劃	31.2%
偏好車型	%
普通重型機車	64.8
電動機車	27.0
大型重型機車	8.2
偏好車況	%
新車	96.2
二手	3.8
購車重視指標	%
安全性	87.6
售後服務 / 維修	82
油耗情形	79.5
操控性	78.6

- ▶ 資訊管道 Top 3：「網路」、「經銷據點」、「親友的經驗 / 意見」
  - 網路管道：「論壇 / 討論區 / 部落格」、「入口網站的汽車頻道」

## 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20-64歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2021/08/31 ~ 2021/09/07

有效樣本數：N=1,782

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.53%，再依照行政院主計處2021年06月台灣地區人口之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	889	49.9%
	女性	893	50.1%
年齡	20-24歲	168	9.4%
	25-29歲	183	10.2%
	30-34歲	181	10.2%
	35-39歲	211	11.8%
	40-44歲	231	13.0%
	45-49歲	203	11.4%
	50-54歲	205	11.5%
	55-59歲	208	11.7%
	60-64歲	192	10.8%
居住地	北部	821	46.1%
	中部	467	26.2%
	南部	494	27.7%



- ▶ 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)