



創市際雙週刊  
第二二二期

發刊日：2023年05月15日



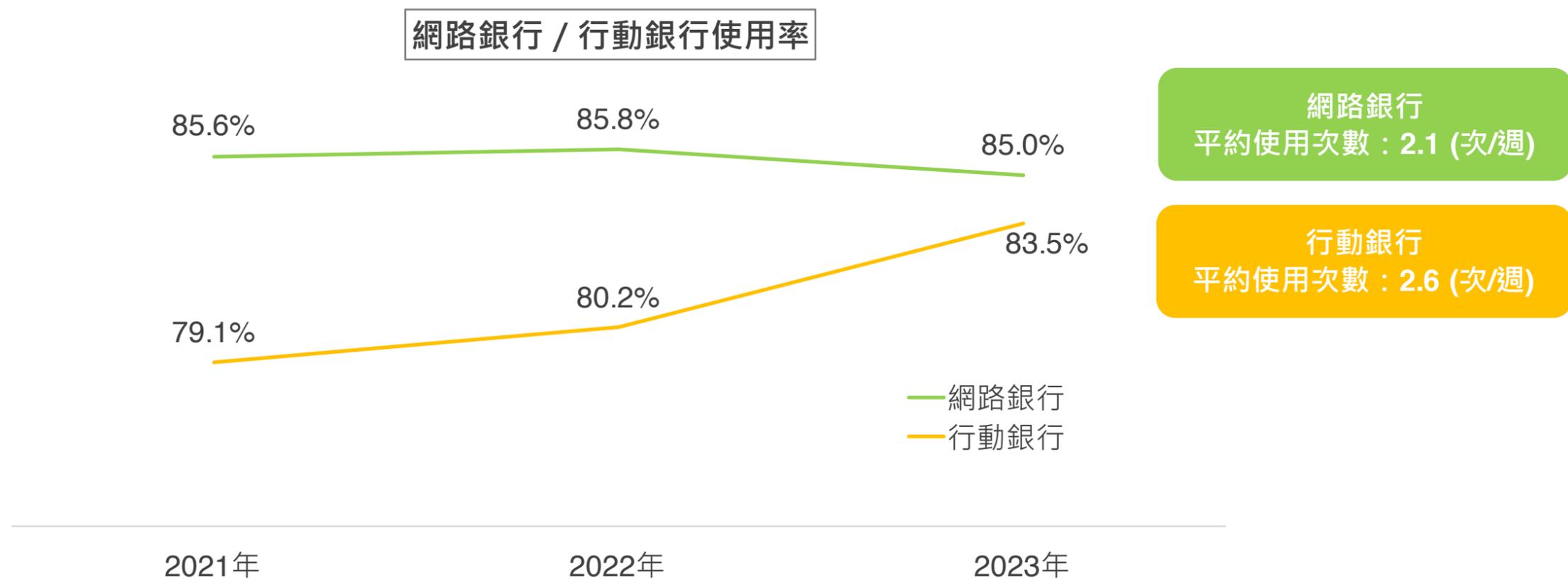
# 理財篇與 商管類媒體數位 / 社群觀察

# 前言

為了解台灣民眾對**行動銀行 / 網路銀行**的使用情況，及其在投資理財的偏好與習慣，創市際於 2023 年 4 月 14 日至 21 日期間，針對 20-64 歲的網友進行「理財篇」調查，共回收 1,471 份樣本。

另一部分，創市際透過 Comscore MMX Multi-Platform 觀察財經商管類媒體在單月份的流量狀況，並搭配社群分析工具 Shareablee，進一步了解財經商管類媒體的跨社群\*活動狀態，並一窺各家行動支付廠商的社群活躍度。

## 行動銀行使用率逐年成長



Base：有使用銀行服務者 N=1,442  
資料來源：創市際市場研究顧問 Apr. 2023

由近三年的追蹤調查顯示，有與銀行業務往來者，在兩種銀行服務的使用率逐漸接近。在「網路銀行」的使用率**穩定維持在 85%左右**，平均使用次數：**2.1(次/週)**；而「行動銀行」的使用率則呈現**逐年成長**的趨勢，在今年達至 **83.5%**，平均使用次數：**2.6(次/週)**。

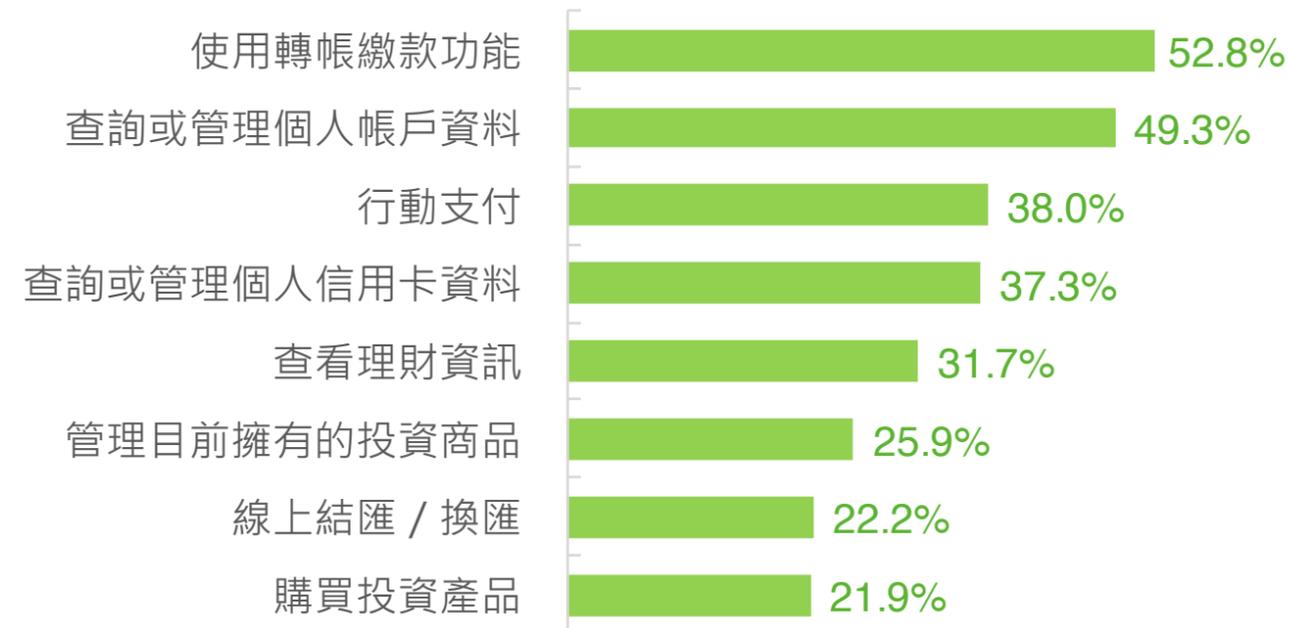
## 網銀 / 行動銀行優點：方便、即時掌握帳戶動向

使用 網路銀行 / 行動銀行 因素



Base：有使用網銀 / 行動銀行的受訪者 N=1,318  
資料來源：創市際市場研究顧問 Apr. 2023

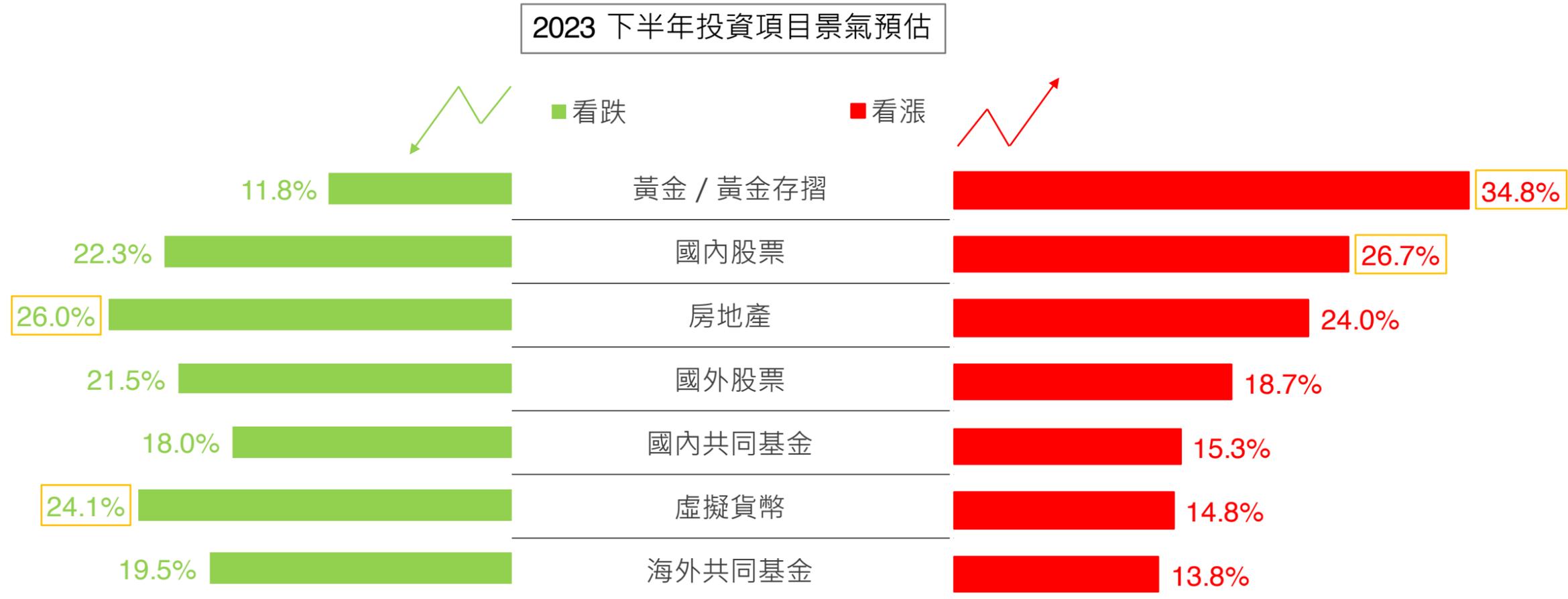
使用 網路銀行 / 行動銀行 服務項目



Base：有使用網銀 / 行動銀行的受訪者 N=1,318  
資料來源：創市際市場研究顧問 Apr. 2023

調查受訪者使用網銀 / 行動銀行的原因，主要有能「即時了解帳戶資訊」(52.5%)與「方便快捷 / 不用臨櫃」(51.7%)。進一步了解使用的服務項目則以「使用轉帳繳款功能」(52.8%)、「查詢管理個人帳戶資料」(49.3%)、使用「行動支付」(38.0%)和「查詢或管理個人信用卡資料」(37.3%)等為主。

## 三成五網友看好下半年「黃金 / 黃金存摺」走勢



Base：有使用銀行服務者 N=1,442  
資料來源：創市際市場研究顧問 Apr. 2023

探問受訪者對 2023 下半年各投資項目的景氣看法，可以發現多數受訪者看漲的投資項目為「黃金 / 黃金存摺 (34.8%)」，其次是「國內股票」(26.7%)；反之，看跌的項目則以「房地產」(26.0%)、「虛擬貨幣」(24.1%) 的比例相對略高一些。

## ▶ 小結

- 2023 年網路銀行使用率：85.0%；使用頻率：每週 2.1 次，  
2023 年行動銀行使用率：83.5%；使用頻率：每週 2.6 次；  
網路銀行與行動銀行的使用率逐年接近。
- 網路銀行 / 行動銀行使用主因 Top 2：  
「即時了解帳戶資訊」(52.5%)、「方便快捷 / 不用臨櫃」(51.7%)
- 網路銀行 / 行動銀行使用服務項目 Top 3：  
「使用轉帳繳款功能」(52.8%)、「查詢管理個人帳戶資料」(49.3%)、使用「行動支付」(38.0%)、「查詢或管理個人信用卡資料」(37.3%)
- 2023 下半年投資項目景氣預估：  
看漲 Top 2：「黃金 / 黃金存摺」(34.8%)、「國內股票」(26.7%)。  
看跌 Top 2：「房地產」(26.0%)、「虛擬貨幣」(24.1%)。

## 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 20-64 歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2023/04/14 ~ 2023/04/21

有效樣本數：N=1,471

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.56%，再依照行政院主計處2022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。

		個數	百分比
性別	男性	733	49.9%
	女性	738	50.1%
年齡	20-24歲	129	8.8%
	25-29歲	153	10.4%
	30-34歲	153	10.4%
	35-39歲	161	10.9%
	40-44歲	194	13.2%
	45-49歲	176	12.0%
	50-54歲	170	11.6%
	55-59歲	171	11.6%
居住地	60-64歲	165	11.2%
	北部	677	46.0%
	中部	387	26.3%
	南部	407	27.7%

	單月 網友數 (萬人)	單月 總瀏覽數 (萬)	單月 總瀏覽時間 (萬分鐘)
Yahoo Finance	710.1	35,419	44,963
BUSINESSTODAY.COM.TW	589.8	1,988	2,414
ETODAY Finance	520.3	1,538	1,652
CW.COM.TW	436.7	1,148	1,652
GVM.COM.TW	339.4	874	909
BUSINESSWEEKLY.COM.TW	403.6	1,620	1,428
GVM.COM.TW	339.4	874	909
MANAGERTODAY.COM.TW	130.0	322	305
MONEYDJ.COM	103.0	1,160	1,544
CNYES.COM	100.7	1,699	1,115

創市際透過 Comscore MMX Multi-Platform 資料庫，觀察 2023 年 3 月最多台灣網友造訪的財經商管新聞類媒體，Yahoo Finance 在總人數、總瀏覽數、總瀏覽時間上都遠遠超過其他媒體。

不過若是進一步從 engagement 的角度觀察，平均每月瀏覽數或平均每月停留時間，人數相對較少的 MONEYDJ.COM 或 CNYES.COM 卻在這兩個指標中有著特別突出的表現。

			Actions	Contents	Video Views
1		BusinessToday (TW) 今周刊	2,469,721	5,413	2,435,701
2		Yahoo Stock (TW)	1,567,793	6,375	86,987
3		CommonWealth Magazine (TW) 天下雜誌	1,460,867	3,815	1,258,020
4		BusinessWeekly (TW) 商業周刊	1,421,223	2,255	1,180,594
5		GVM (TW) 遠見雜誌	753,202	3,564	694,003
6		Cheers (TW) 快樂工作人	532,958	1,484	92,655
7		Wealth (TW) 財訊	531,379	2,456	625,116
8		ETtoday Finance (TW) ETtoday財經雲	398,146	2,823	6,742,960
9		Smart (TW) 智富月刊	153,774	1,123	12,238
10		Anue (TW) 鉅亨網	134,052	716	88,840

同時，創市際也透過 Comscore 社群數據分析工具 -- Shareablee，觀察財經商管類型媒體自 2023 年以來至 2023 年 5 月 10 日，所有社群貼文現況。跨社群平台 (Twitter、FB、IG) 互動數 (打心、留言、分享) 以今周刊最高，若看貼文數的話以 Yahoo Stock 領先；而跨社群平台的影音觀看則以 ETtoday 財經雲最高，共有 674 萬次觀看。

			Actions	Contents	Video Views	貼文推廣比例
1		iPass (TW) 一卡通	27,715	102	1,827	14%
2		icash (TW) 愛金卡	24,001	239	788,124	8%
3		TaiwanPay (TW) 台灣Pay	15,387	71	3,148,908	11%
4		GAMA PAY (TW) 橘子支付	6,740	59	0	19%
5		PiPay (TW) Pi錢包	6,086	51	0	10%
6		JKOPAY (TW) 街口支付	4,911	64	650	13%
7		LINE Pay (TW)	4,439	144	794	1%
8		pxpay plus (TW) 全支付	1,925	46	1,221	2%
9		O'Pay (TW) 歐付寶	121	15	0	
10		ezPay (TW) 簡單付	0	0	0	

行動支付在台灣邁向第 5 年，大家現在手邊有多少的行動支付工具呢？創市際觀察 Shareablee 裡的行動支付品牌社群帳號，今年以降，社群貼文數最高為 iCash、LINE Pay、一卡通，當中一卡通收到了最多的社群互動數。深入觀察發現橘子支付的付費推廣比例最高，將近 1/5 貼文都做了推廣。跨社群平台 (僅FB、IG、Twitter) 的影音觀看則以臺灣Pay 最高，尤其是 FB 上的原地旅行影片，不到一個月時間便有 103 萬次觀看，看來達人帶路的内容，能夠有效吸引眼球，帶來更高的自然流量。

<https://www.facebook.com/smartpayteam/videos/3574696962761281/>

資料來源：Shareablee by Comscore, TW；發布單位：創市際 ARO  
資料期間：Jan. 2023 - 10<sup>th</sup> May 2023；資料查詢時間：12<sup>th</sup> May 2023

## 關於 Shareablee

創立於 2013 年，現今 Shareablee 已成為社群用戶情報、社群媒體產業基準值，與可應用社群數據方面的領先權威。其在全球超過 55 個市場，採用一致性的社群數據監控了超過 100 萬家企業帳號以及超過 900 萬名網路意見領袖資料，時至今日，Shareablee 已是全球最大型的跨裝置社群數據提供者，並廣為品牌與代理商所愛用。Shareablee 於 2021 年底加入 Comscore，並於 2022 年在全球推出結合 Comscore MMX Multi-Platform 數據與 Shareablee 社群資料的 Comscore Total Digital。

## Methodology

Shareablee 透過 API，每日從 Facebook、Instagram、YouTube、Twitter、Twitch、Tik-Tok，直接取得社群媒體上的用戶參與數據（包含按讚、留言、分享、轉推等）。資料搜集範圍涵蓋全球超過 55 個市場，每日分析超過 1,500 萬頁資料，產出 300 個產業類別數據，協助廣告主與代理商更透析認識社群用戶。



- ▶ 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)