



創市際雙週刊  
第二三六期

發刊日：2023年12月15日

# IX 市調解析

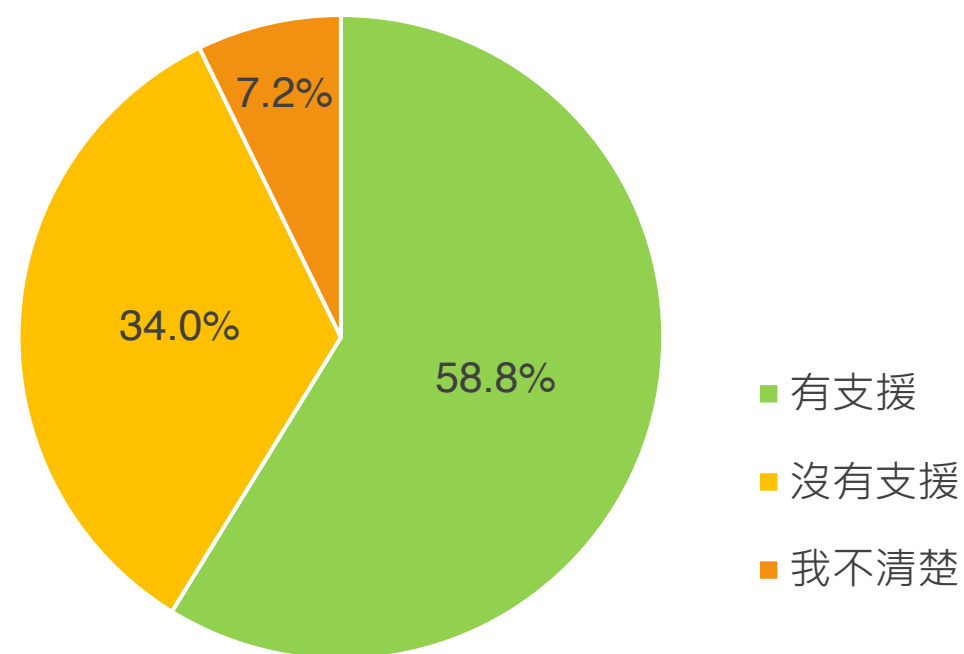
智慧型手機篇

## 智慧型手機篇

智慧型手機功能日益多元，隨手、隨時、隨處「滑一下」，為現代人的生活日常。為瞭解用戶使用手機的行為，創市際在 2023 年 11 月 15 日至 23 日，針對 15-64 歲的網友進行了一項「智慧型手機篇」的調查，總計回收了 1,514 份問卷。

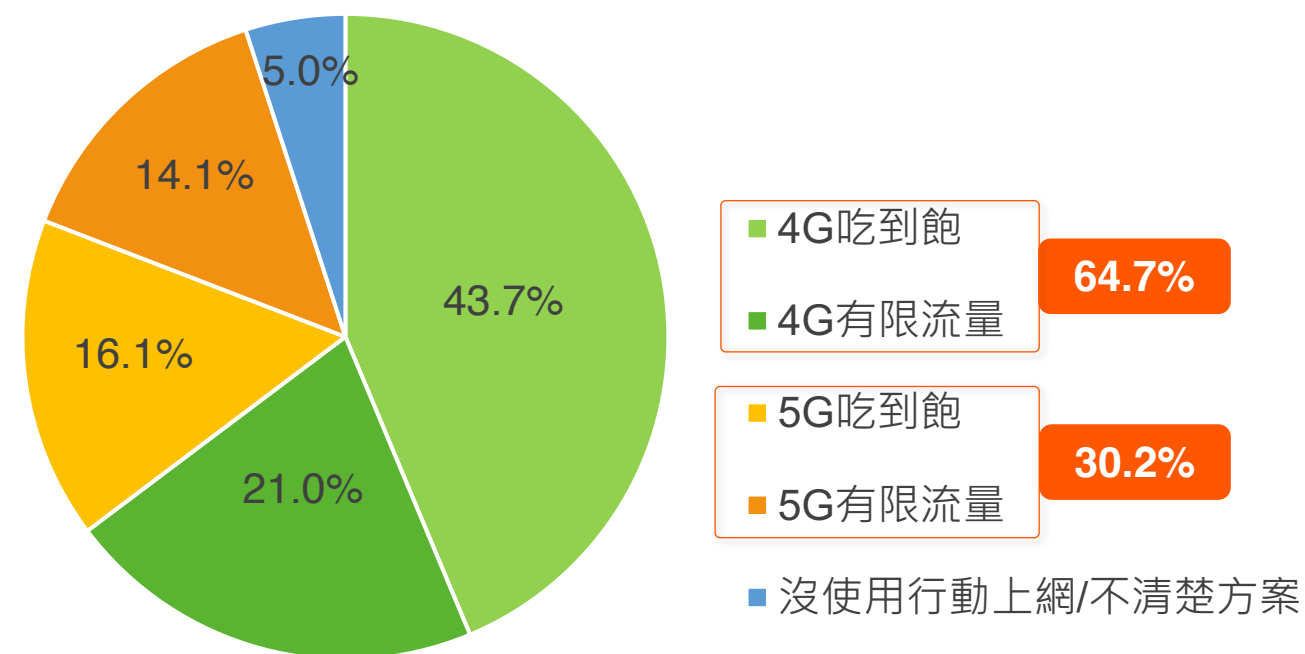
## 5G 手機普及率近六成，但選用 4G 網路費率者占多數

使用的手機是否支援 5G 上網



Base：有使用智慧型手機的受訪者 N=1,501  
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2023

手機使用網路費率方案



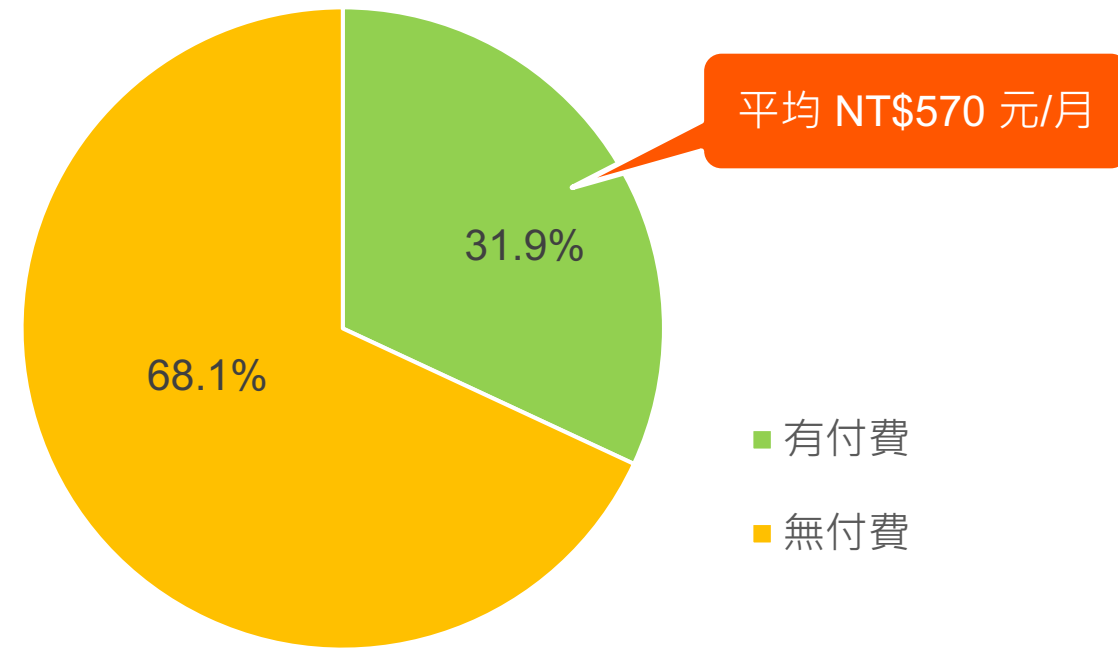
Base：有使用智慧型手機的受訪者 N=1,501  
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2023

由調查顯示，有 58.8% 智慧型手機用戶持有可支援 5G 技術的手機。

但由網路費率方案調查數據卻發現，六成以上用戶仍是採用 4G 上網方案(64.7%)，其中以使用「4G 吃到飽」(43.7%)者占多數，而使用「4G 有限流量」者則有 21%；另三成採用 5G 上網方案(30.2%)用戶中，較多是使用「5G 吃到飽」(16.1%)的。

## 約三成手機用戶 有付費使用手機 App

近三個月 手機 App 付費使用率

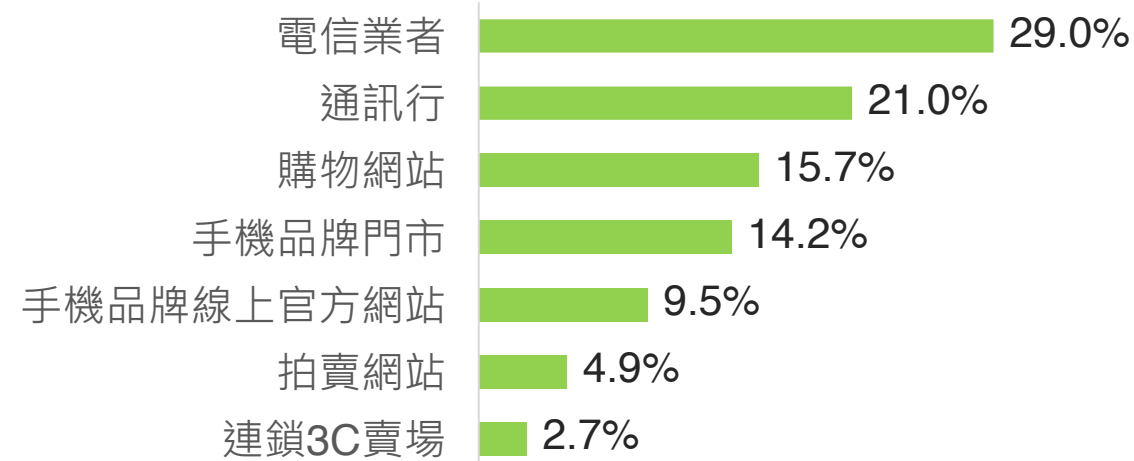


Base：有使用智慧型手機的受訪者 N=1,501  
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2023

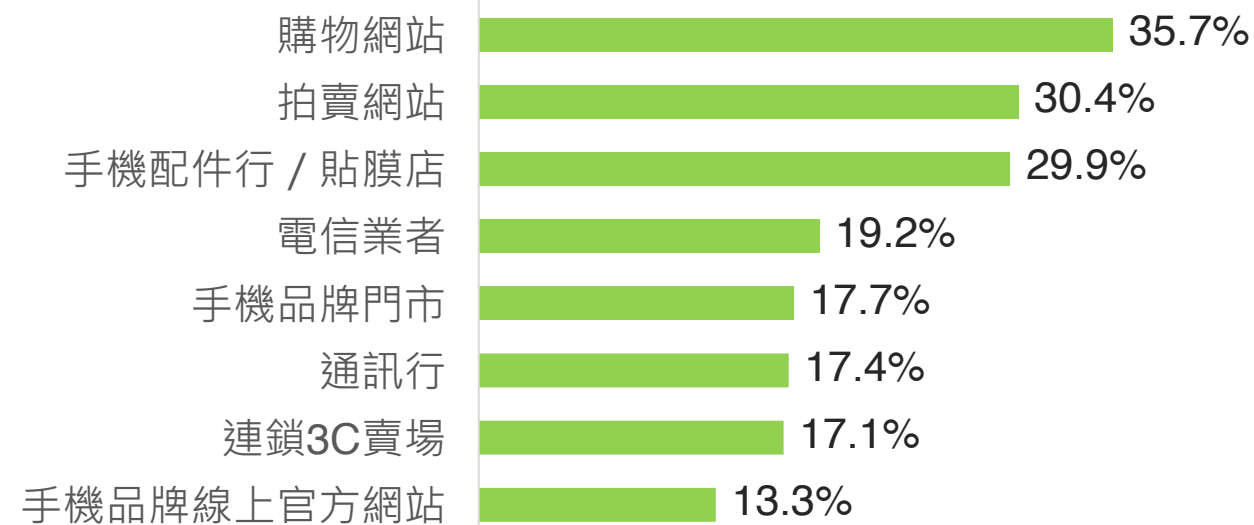
由調查數據發現，近三個月內，有 **31.9%** 智慧型手機用戶曾付費使用手機應用程式(包括訂閱服務、遊戲儲值等)，每個月平均支出金額約 **NT\$570**；其中又以男性、年齡在 29 歲以下、學生族群比例相對較高。

## 主要購買管道：手機為電信業者，配件為購物網站

智慧型手機購買管道



手機配件購買管道



Base：有使用智慧型手機的受訪者 N=1,501  
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2023

智慧型手機用戶**購買手機**管道，以經由「電信業者」(29%)購買為主，其次是透過「通訊行（神腦 / 聯強 / 傑昇...等）」(21%)，排名第三的是「購物網站（Yahoo購物中心 / PChome / Momo等）」(15.7%)。

**購買手機配件**管道，以「購物網站（Yahoo購物中心 / PChome / Momo等）」(35.7%)為首選，其次是「拍賣網站（蝦皮 / 露天等）」(30.4%)與「手機配件行 / 貼膜店」(29.9%)。

# 小結

- ▶ 使用 5G 技術手機比率：58.8%
- ▶ 網路資費使用方案：
  - 4G 方案 64.7% > 5G 方案 30.2%
  - 4G 吃到飽方案(43.7%) > 4G 有限流量方案(21%) > 5G 吃到飽方案(16.1%) > 5G 有限流量方案(14.1%)
- ▶ 付費使用手機 App 比率：31.9%；平均支出金額：NT\$570 元/月
- ▶ 購買智慧型手機管道 Top 3：「電信業者」(29%)、「通訊行」(21%)、「購物網站」(15.7%)
- ▶ 購買手機配件管道 Top 3：「購物網站」(35.7%)、「拍賣網站」(30.4%)、「手機配件行 / 貼膜店」(29.9%)

## 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 15-64 歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2023/11/15 ~ 2023/11/23

有效樣本數：N=1,514

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.52%，再依照行政院主計處2023年6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	757	50.0%
	女性	757	50.0%
年齡	15-19歲	97	6.4%
	20-24歲	123	8.1%
	25-29歲	145	9.6%
	30-34歲	148	9.8%
	35-39歲	154	10.1%
	40-44歲	187	12.3%
	45-49歲	172	11.3%
	50-54歲	163	10.8%
	55-59歲	164	10.9%
	60-64歲	161	10.6%
居住地	北部	698	46.1%
	中部	399	26.4%
	南部	417	27.5%





- ▶ 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)