



創市際雙週刊  
第一〇四期

發刊日：2018年03月01日

## ARO / MMX 觀察

3 ARO / MMX 觀察 – 2017 年台灣網路使用概況回顧

## IX Survey 市調解析

13 市調解析 – 2016 至 2017 年台灣網路行為趨勢觀察與比較

# ARO / MMIX 觀察

2017 年台灣網路使用概況回顧

## 2017 年台灣網路使用概況回顧

本期雙週刊整理 comScore 2017 年全年各月份數據，綜觀 2017 年全球及亞洲市場網路使用概況。並透過 comScore MMX Multi-Platform 報告進一步分析台灣整體數位網友使用趨勢—包含桌上型電腦、筆記型電腦、智慧型手機與平板電腦使用者，以及在電腦與行動裝置之間的跨裝置分佈。

## 2017 年全球 PC 網路 平均單月使用概況

年成長率

觀察 2017 年全球來自桌上型電腦及筆記型電腦之網路使用情形，平均單月有 19 億名 15 歲以上不重複造訪人數，單月平均創造 3.3 兆瀏覽量，花費 400 億小時上網，累積重複造訪 993 億次。

與 2016 年之單月平均使用情形相比，全球 PC 網友人數及投入的 PC 上網情形皆較為下降。

\*此頁全球數據僅呈現 15 歲以上 PC 網友造訪情形



共 19 億名  
不重複造訪人數  
曾經透過 PC 上網

↓ - 0.9%



創造  
3.3 兆瀏覽量

↓ - 10.4%



使用  
400 億小時

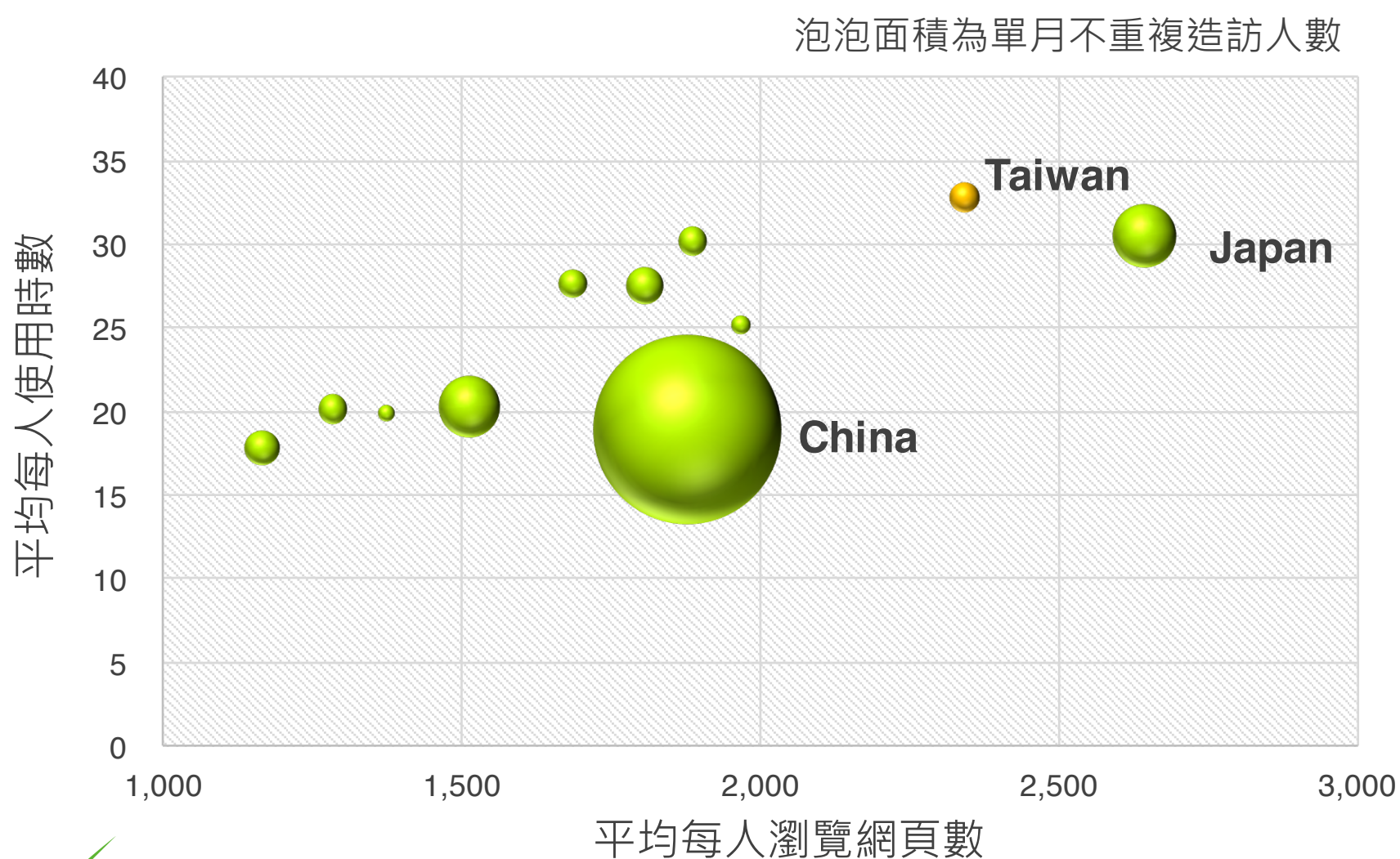
↓ - 6.0%



造訪  
993 億次

↓ - 3.7%

亞洲各市場 PC 網路使用，以中國的15 歲以上 PC 網友人數最多，平均單月不重複造訪人數為 5.3 億人；其次為日本及印度，單月 PC 網友人數各有 5 千萬以上。比較每人 PC 上網投入情形，以日本及台灣網友表現最佳；日本網友平均每人單月份瀏覽 2,643 頁，台灣網友每人單月投入 32.8 小時上網。



### 2017 年亞洲各市場 PC 網路平均單月使用概況

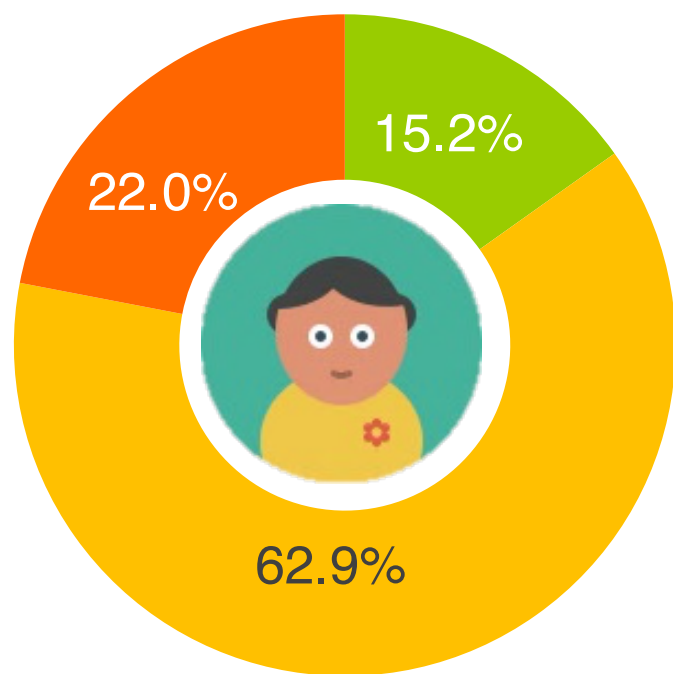
	不重複造訪人數 (百萬人)	平均每人瀏覽網頁數	平均每人使用時間 (小時)
China	534.0	1,877	18.9
Japan	58.6	2,643	30.5
India	53.4	1,514	20.3
Vietnam	19.5	1,807	27.5
Indonesia	16.6	1,166	17.8
Malaysia	11.7	1,284	20.2
Taiwan	11.5	2,342	32.8
Thailand	11.3	1,887	30.2
Philippines	10.8	1,685	27.6
Hong Kong	4.5	1,968	25.2
Singapore	3.2	1,373	19.9

\*此頁亞洲市場數據僅呈現 15 歲以上 PC 網友造訪情形

2017年透過PC(桌上型/筆記型電腦)或者Mobile(智慧型手機/平板電腦)上網之台灣整體數位網友，平均每月有1,602萬名不重複人數，其中62.9%的數位網友為PC及Mobile皆有使用的跨裝置網友；並且有超過兩成網友已經完全轉移至行動上網，未曾使用過PC。行動裝置使用人數及造訪次數高過電腦網友，顯示出行動裝置隨時上網的便利性；透過PC則有長時間使用、多頁瀏覽的上網特性。

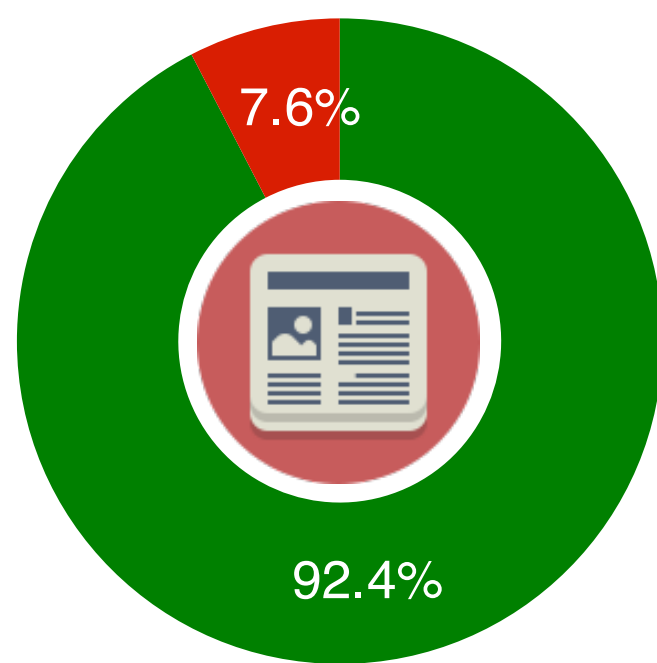
2017年台灣整體數位網友平均單月使用概況

不重複造訪人數  
1,601.5 萬人



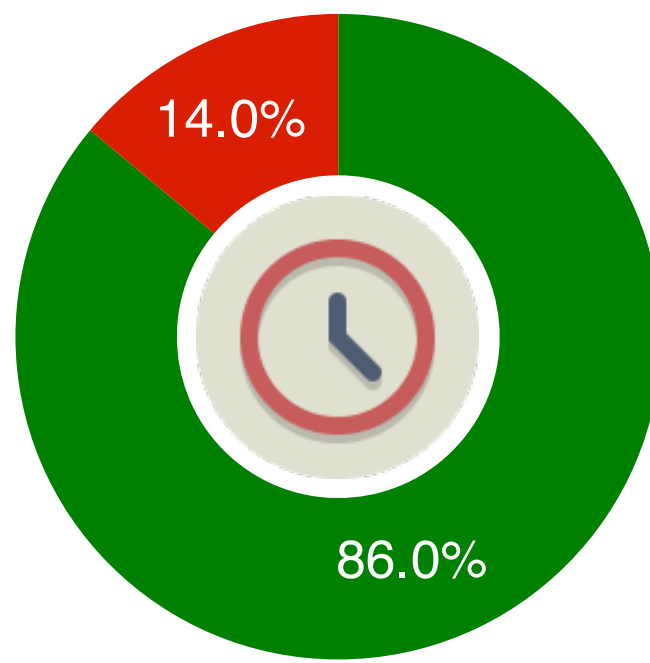
■ Desktop-Only  
■ Cross-Device  
■ Mobile-Only

總瀏覽量  
338.4 億

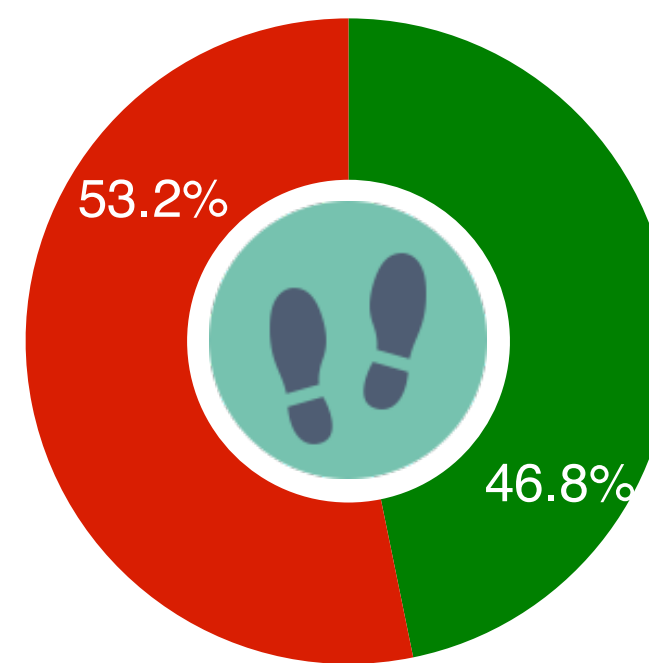


■ Total Desktop ■ Total Mobile

總使用時間  
5.6 億小時



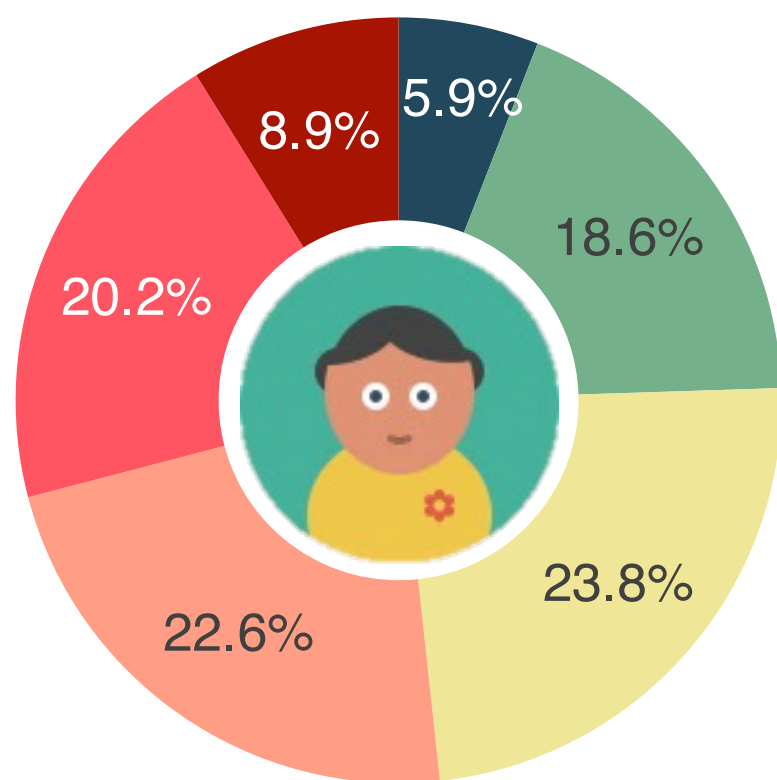
總造訪次數  
18.6 億次



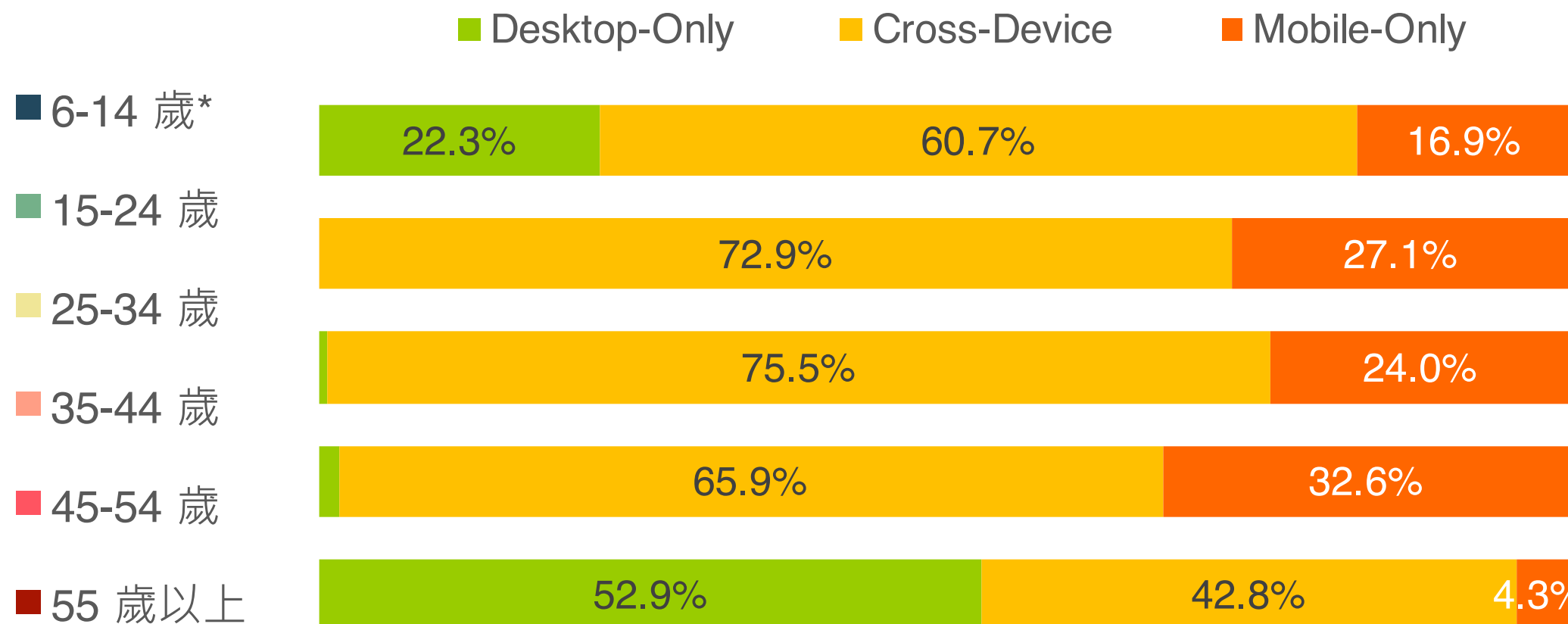
\*整體數位網友包含6歲以上PC網友以及18歲以上Mobile網友

台灣整體數位網友以 25-34 歲使用者人數最多 (23.8%)；超過六成五網友為 25-54 歲族群。整體而言，台灣數位網友未特別集中在特定年齡層；但各年齡族群使用的上網裝置已有差異：幾乎全體 25-34 歲網友皆曾透過行動裝置上網，僅使用 PC 上網的 25-34 歲網友已幾近不存在。35-54 歲族群同樣以行動裝置使用者為主；特別是有超過三成的 45-54 歲族群，已經將行動裝置作為唯一上網裝置。相反地，55 歲以上網友仍以 PC 上網居多，半數以上未曾使用行動裝置上網。

### 整體數位網友年齡輪廓



### 各年齡層數位網友跨裝置使用分佈



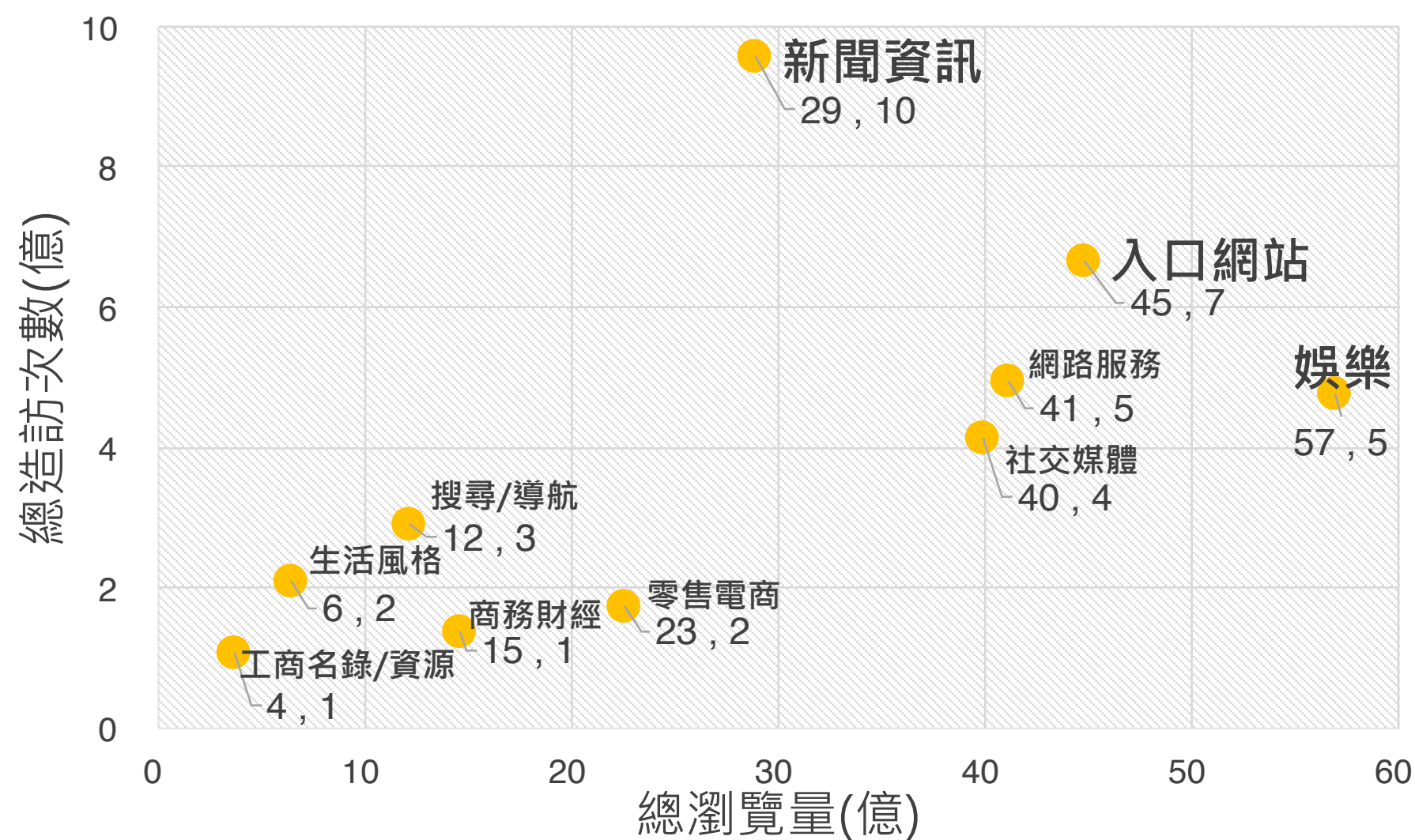
\*整體數位網友包含 6 歲以上 PC 網友以及 18 歲以上 Mobile 網友，因此 6-14 歲年齡層僅記錄 PC 使用者



依 2017 年單月份數位網友人數排名，「入口網站」為平均不重複造訪人數最多的網站類別，九成五以上台灣網友曾造訪；其次為「新聞資訊」及「娛樂」類別，分別亦有九成以上網友使用。並且，「新聞資訊」為網友回訪情形最佳的類別，造訪次數高於入口網站；於「娛樂」類別(含視頻網站及電視台網站等等)則投入最高的瀏覽程度。另外，台灣網友對「網路服務」(如：即時通訊、電子郵件及論壇/討論區等等)的使用情形亦表現突出。

2017 年台灣平均單月數位網友人數 Top 10 網站類別使用概況

Top 10 網站類別	不重複造訪人數	到達率
入口網站	1,523 萬人	95.1%
新聞資訊	1,498 萬人	93.5%
娛樂	1,479 萬人	92.4%
社交媒體	1,421 萬人	88.7%
生活風格	1,370 萬人	85.5%
網路服務	1,294 萬人	80.8%
零售電商	1,238 萬人	77.3%
工商名錄/線上資源	1,208 萬人	75.4%
搜尋/導航	1,188 萬人	74.2%
商務財經	1,180 萬人	73.7%

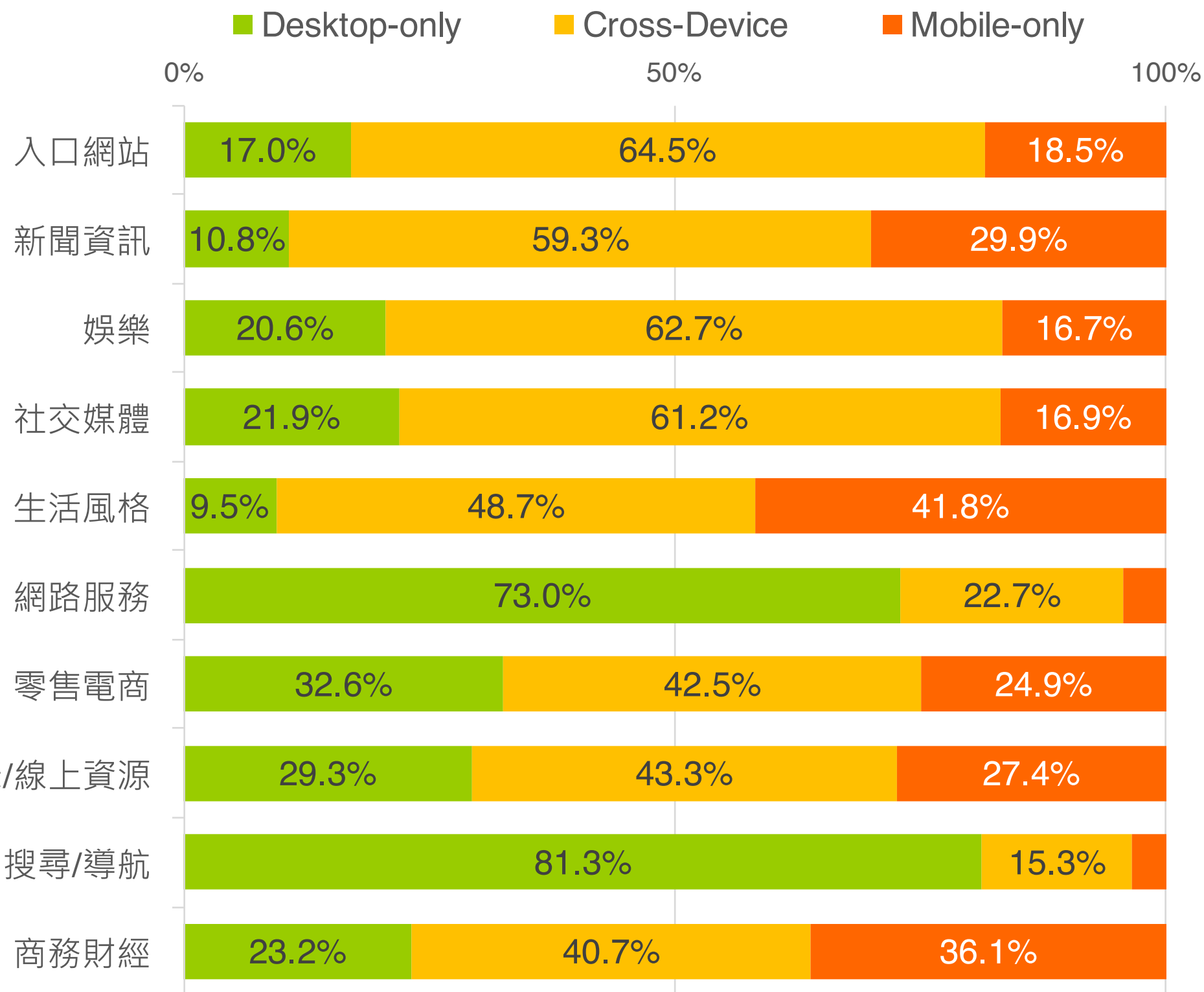


\*整體數位網友包含 6 歲以上 PC 網友以及 18 歲以上 Mobile 網友。並且 comScore 台灣行動數據僅記錄參與埋放 comScore 監測碼之網站/服務流量。

透過前十大網站類別網友裝置分佈，觀察台灣網友對各項網路內容習慣的使用裝置，明顯發現「搜尋/導航」及「網路服務」類別以 PC 使用者為主，七成以上使用者不會透過行動裝置造訪此兩類型網站。使用行為最明顯轉移至行動裝置的類別則為「生活風格」，四成網友僅以行動裝置造訪生活風格內容網站。mobile-only 人數比例次高的「商務財經」及「新聞資訊」類別亦皆為提供內容資訊的網站類型。

\*整體數位網友包含 6 歲以上 PC 網友以及 18 歲以上 Mobile 網友。並且 comScore 台灣行動數據僅記錄參與埋放 comScore 監測碼之網站/服務流量。

Top 10 網站類別數位網友跨裝置使用分佈



# 2017 年台灣網路使用概況小結

- ▶ 2017 年全球平均每月有 19 億名 15 歲以上不重複人數曾經透過桌上型電腦及筆記型電腦上網。平均單月創造 3.3 兆瀏覽量，貢獻 400 億小時上網，累積重複造訪 993 億次。
- ▶ 與去年的單月平均數據相比，2017 年全球電腦網友人數及投入的使用情形皆較為下降。
- ▶ 2017 年平均單月份電腦網路使用人數最高的前三名亞洲市場依序為：中國、日本及印度。
- ▶ 台灣的電腦上網時間則為亞洲市場之冠，每人平均單月投入 32.8 小時上網。
- ▶ 2017 年台灣平均單月份共有 1,602 萬名不重複數位網路人口，曾經透過桌上型電腦/筆記型電腦/智慧型手機/平板電腦其中之一上網；其中 62.9% 為電腦及行動裝置皆使用的跨裝置人口，完全轉移至行動裝置的網友人數則占 22.0%。
- ▶ 藉由台灣網友使用數據發現，行動裝置為較便利的上網裝置，使用人數及造訪情形較高；電腦則為長時間使用及多頁瀏覽的上網工具。
- ▶ 回顧 2017 年台灣整體數位網友，以 25-34 歲年齡層人數最多，占整體 23.8%。整體而言，台灣數位網友未特別集中在特定年齡族群。

# 2017 年台灣網路使用概況小結

- ▶ 各年齡層使用的上網裝置則有明顯差異，25-54 歲網友有九成八以上曾經透過行動裝置上網；15-24 歲以及 55 歲以上網友則以電腦使用人數高過行動裝置。
- ▶ 台灣數位使用人數最多之網路內容/服務，以「入口網站」的 2017 年單月平均不重複人數最多，九成五以上台灣網友曾經造訪。
- ▶ 「新聞資訊」及「娛樂」類別亦分別有九成以上台灣數位網友造訪。接續為「社交媒體」與「生活風格」類型網站。
- ▶ 投入使用程度方面，「新聞資訊」類別的總造訪次數最高，台灣網友回訪情形最佳。瀏覽量則以「娛樂」類別居冠。
- ▶ 觀察台灣數位網友對前十大網站類別的造訪裝置分佈，「網路服務」及「搜尋/導航」類別明顯以電腦使用為主。
- ▶ 提供資訊內容的「生活風格」、「商務財經」及「新聞資訊」為網友使用行為完全轉移至行動裝置最明顯的前三類別。

# IX 市調解析

2016 至 2017 年台灣網路行為趨勢觀察與比較

## 2016 至 2017 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，根據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，進行 2016 至 2017 年的跨年度比較觀察。

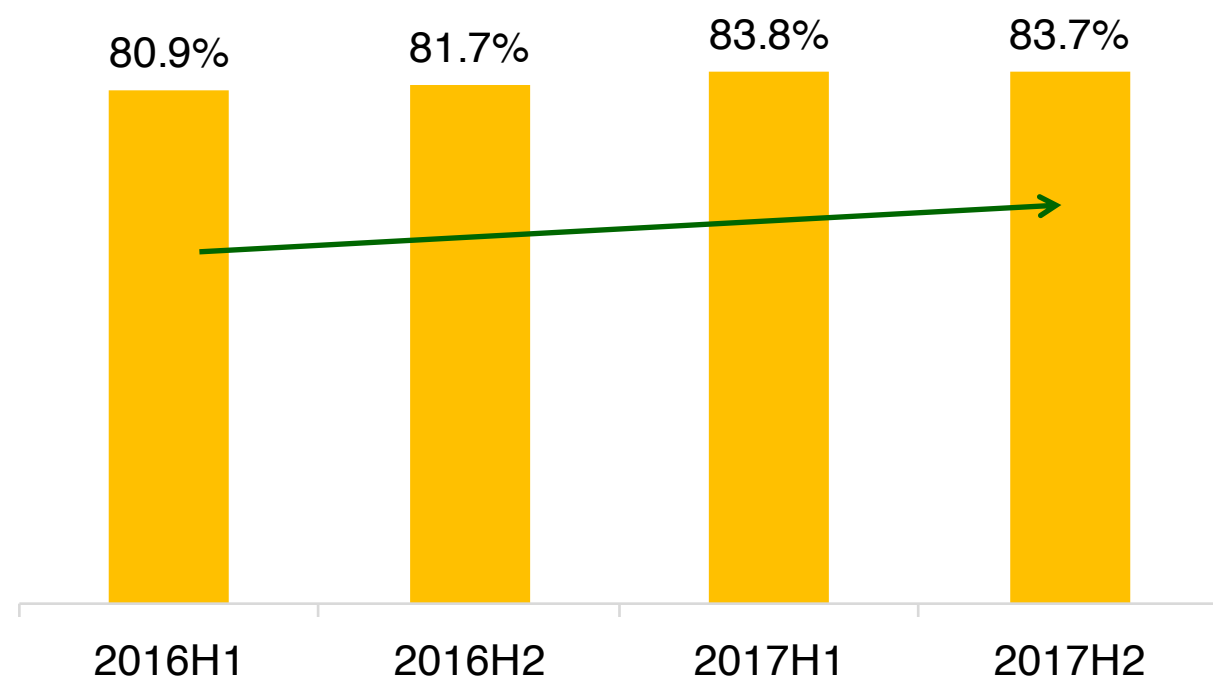
本調查為針對台灣地區 10 歲以上民眾，採用 RDD 電話分層隨機抽樣，每月執行 300 份樣本，以滾動式樣本進行分析，並根據當年度最新內政部公佈之人口性別、年齡和地區進行加權，每半年完成有效樣本數 1800 份，最大可能抽樣誤差為正負 2.31%，以每半年至整年度進行調查結果分析及發表。

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



## 台灣整體上網率緩增，50 歲以上上網率突破六成

整體上網率



BASE : 2016H1全體受訪者 N=1800  
 2016H2全體受訪者 N=1800  
 2017H1全體受訪者 N=1800  
 2017H2全體受訪者 N=1800  
 資料來源：創市際市場研究顧問

整體上網率 - 交叉

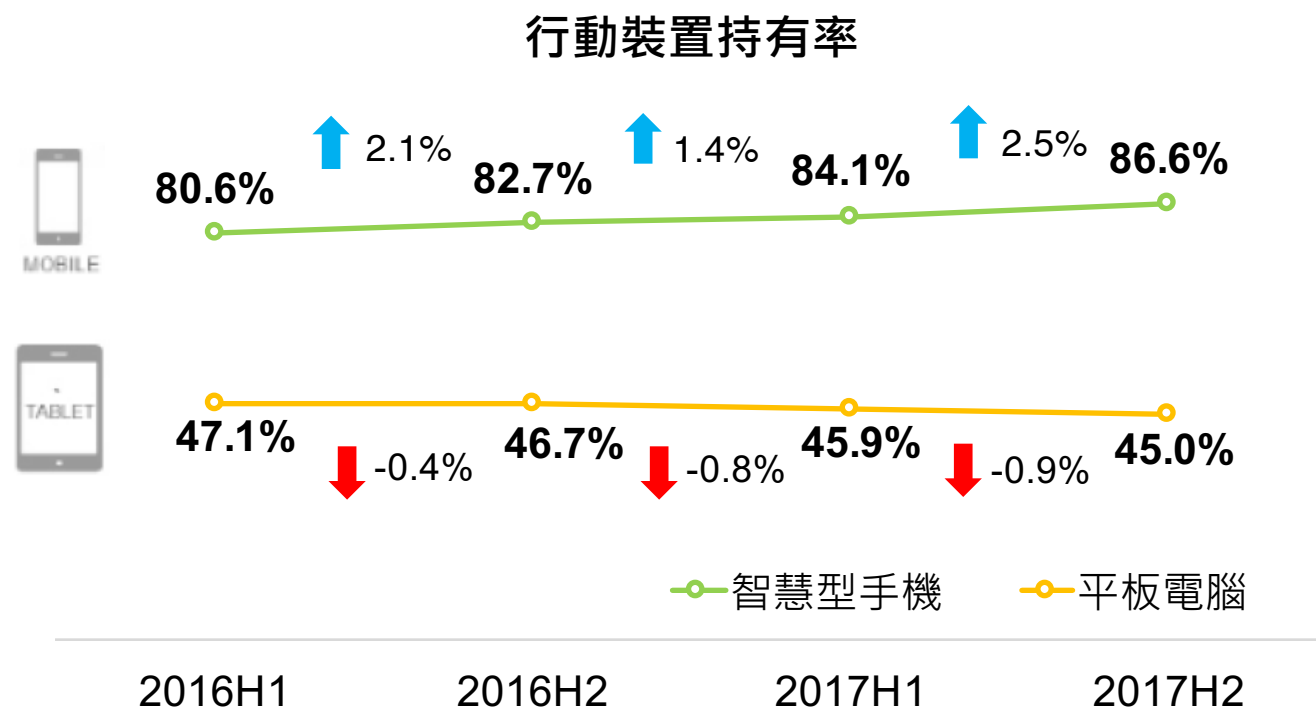
	Total	性別		年齡				
		男性	女性	10~19歲	20~29歲	30~39歲	40~49歲	50歲以上
2016H1	80.9%	81.3%	80.5%	93.5%	98.2%	97.8%	87.3%	59.0%
2016H2	81.7%	81.8%	81.6%	95.6%	97.5%	95.7%	93.4%	59.6%
2017H1	83.8%	84.0%	83.5%	96.4%	97.5%	95.2%	89.9%	66.9%
2017H2	83.7%	84.2%	83.1%	92.2%	98.0%	98.1%	91.8%	65.9%

為百分比高於平均5%以上族群

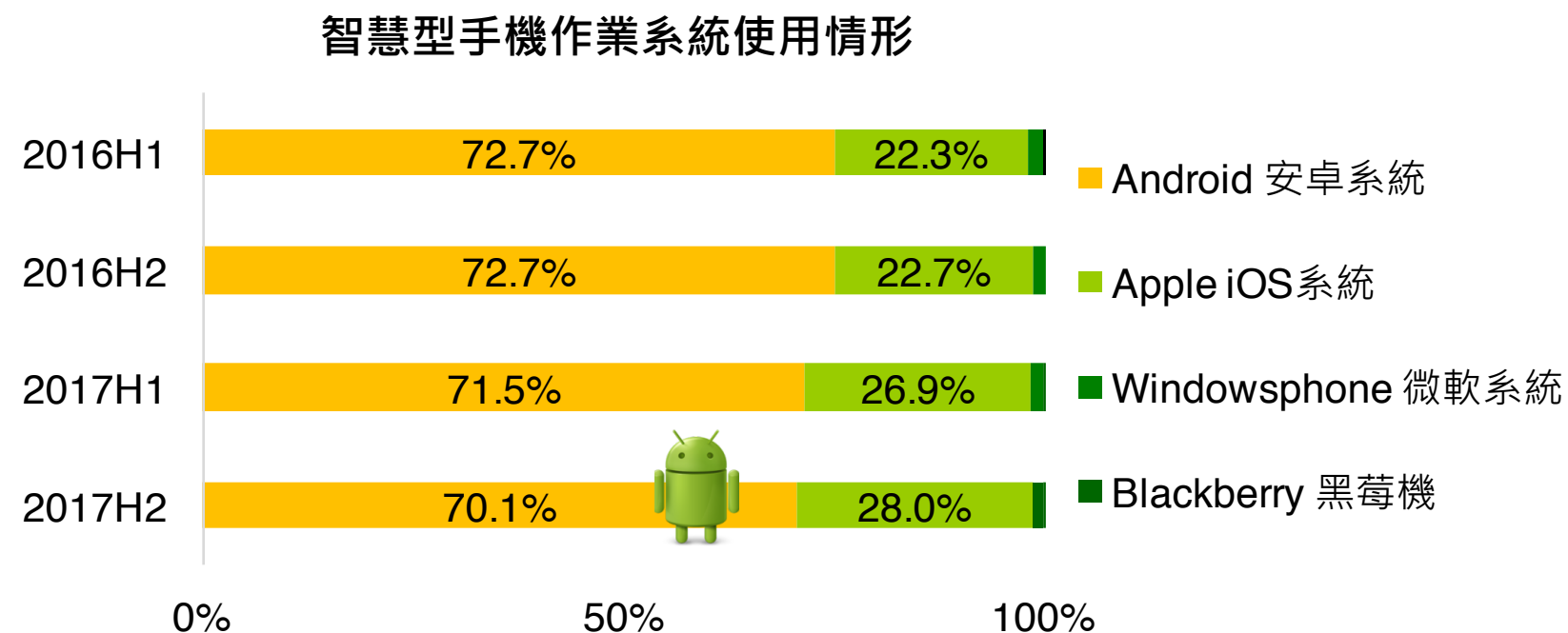
BASE : 2016H1全體受訪者 N=1800  
 2016H2全體受訪者 N=1800  
 2017H1全體受訪者 N=1800  
 2017H2全體受訪者 N=1800  
 資料來源：創市際市場研究顧問

2017 下半年上網率為 83.7%，自 2016 年以來上升了 2.8%，10~49 歲民眾上網率都在九成以上，2017 上半年開始 50 歲以上的民眾上網率首度超越六成。從性別來看，男性上網率雖較女性高出一些，然而彼此間的差距不大。

## 智慧型手機持有率穩定上升，安卓佔七成，iOS 持續成長



BASE : 2016H1全體受訪者 N=1800  
 2016H2全體受訪者 N=1800  
 2017H1全體受訪者 N=1800  
 2017H2全體受訪者 N=1800  
 資料來源：創市際市場研究顧問



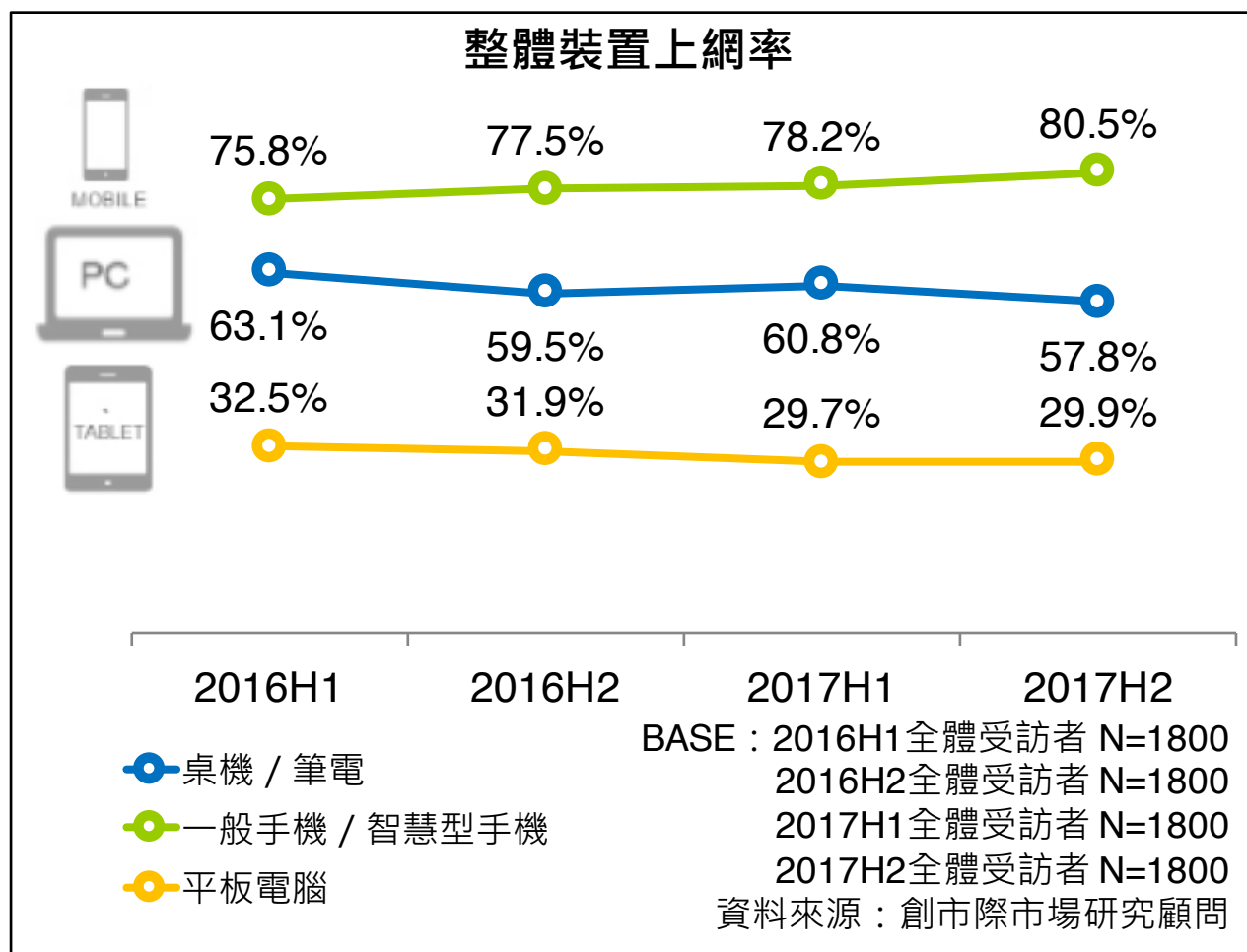
BASE : 2016H1手機是智慧型手機的受訪者 N=1450  
 2016H2手機是智慧型手機的受訪者 N=1488  
 2017H1手機是智慧型手機的受訪者 N=1514  
 2017H2手機是智慧型手機的受訪者 N=1560  
 資料來源：創市際市場研究顧問

「智慧型手機」持有率依舊穩定上升，2016 上半年至 2017 下半年上升了 6%，目前的「智慧型手機」持有率為 86.6%。「平板電腦」以家戶持有率計算，兩年觀察發現稍微下降 2.1%，目前家戶持有率為 45.0%。

而智慧型手機作業系統以「Android 安卓系統」市占率最高，目前為七成，然而 2016 至 2017 年「Apple iOS系統」使用率成長 5.7%，目前逼近三成。

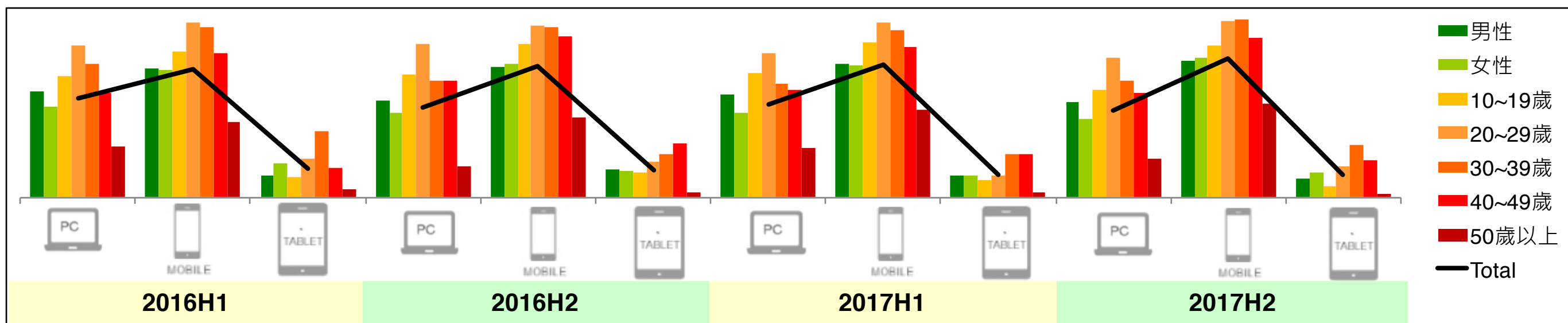


## 手機上網率已逾八成，桌機/筆電則呈現下滑趨勢

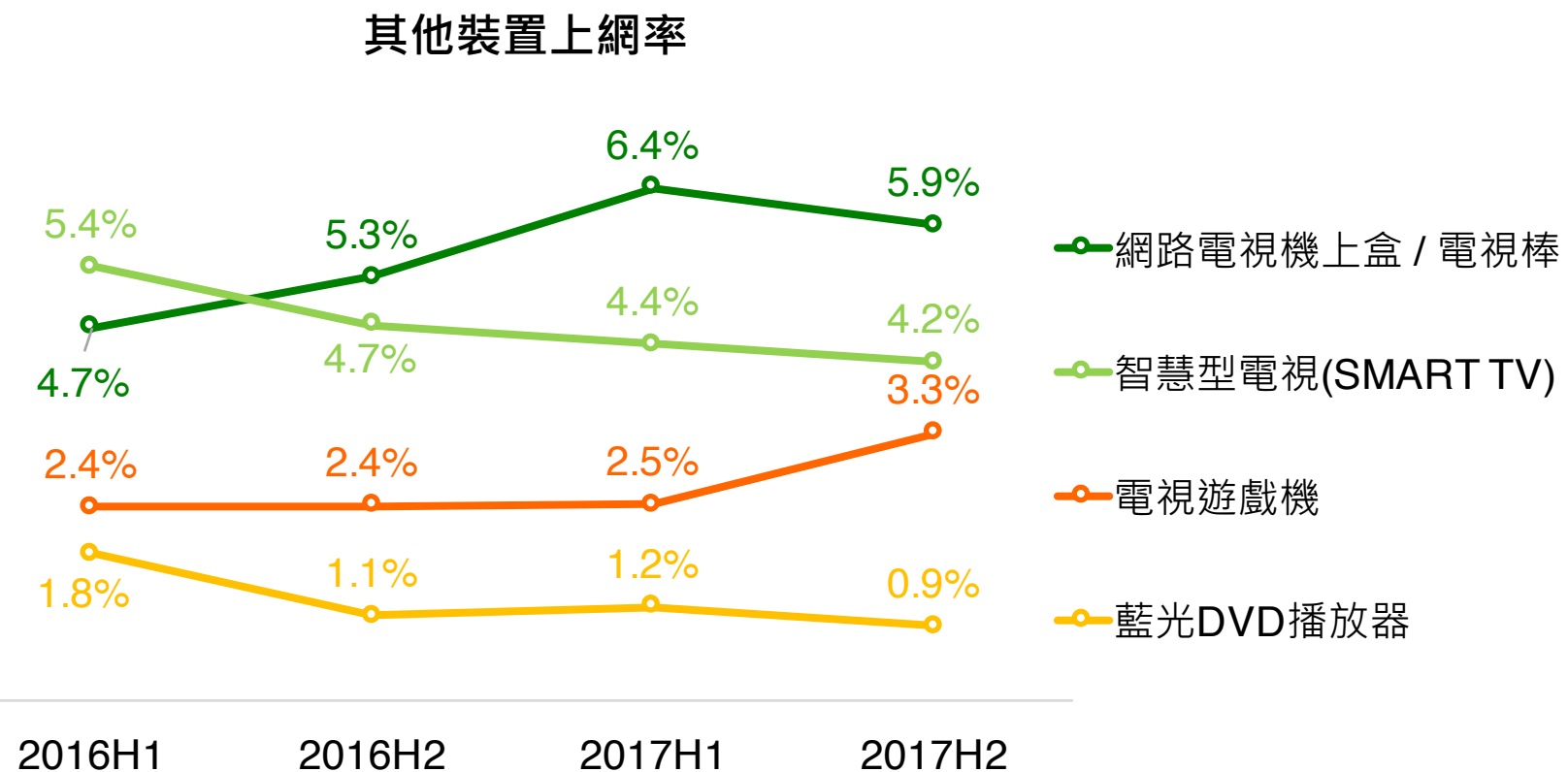


「手機」上網率在 2017 下半年已超越八成，「桌機/筆電」上網率約有六成左右，「平板」則有三成比率。比較 2016 年至 2017 年可以發現「手機」上網率逐漸提升，「桌機/筆電」上網率則有下降趨勢。

「手機」上網以 20-39 歲 的上網率較為突出，「桌機/筆電」則是 20-29 歲 上網率較高，「平板電腦」以 30-39 歲 有較高上網率，其次為 40-49 歲。



## 網路電視機上盒/電視棒上網率比智慧電視更高



BASE : 2016H1全體受訪者 N=1800  
 2016H2全體受訪者 N=1800  
 2017H1全體受訪者 N=1800  
 2017H2全體受訪者 N=1800  
 資料來源：創市際市場研究顧問

除了前述的裝置之外，接著觀察「網路電視機上盒/電視棒」、「智慧型電視」、「電視遊戲機」以及「藍光DVD播放器」近兩年的上網率。

在 2016 上半年「智慧型電視」上網率最高，有 5.4%，「網路電視機上盒/電視棒」上網率為 4.7%，到 2016 下半年出現交叉點，目前「網路電視機上盒/電視棒」上網率居冠，有 5.9%，「智慧型電視」上網率為 4.2%，而「電視遊戲機」上網率目前達 3.3%，但各種裝置的市占率不高、且波動比率都不大，仍需持續觀察。

## ▶ 小結

- ▶ 台灣整體上網率自 2016 年突破八成，2017 下半年的整體上網率為 83.7%。
- ▶ 10~49 歲 上網率皆已超越九成，2017 年開始 50 歲以上 上網率突破六成。
- ▶ 「智慧型手機」持有率持續穩定上升中，2017 下半年已達 86.6%，而作業系統使用情形「安卓」占七成，「iOS」逼近三成且有成長趨勢。
- ▶ 2017 下半年裝置上網率以「手機」居冠，達 80.5%，「桌機/筆電」上網率為 57.8%，「平板電腦」上網率有 29.9%。
- ▶ 2016 下半年開始「網路電視機上盒/電視棒」上網率超越「智慧型電視」，到 2017 下半年「網路電視機上盒/電視棒」上網率為 5.9%，「智慧型電視」上網率有 4.2%，「電視遊戲機」為 3.3%，「藍光DVD播放器」上網率則僅有 0.9%。

## 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：

2016 年及 2017 年

有效樣本數：每半年 N=1,800；  
每年度 N=3,600

2016 和 2017 年度分別依據內政部 2016 年 12 月和 2017 年 11 月台灣地區人口之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

		2016 年度	2017 年度
性別	男性	49.6%	49.5%
	女性	50.4%	50.5%
年齡	10~19歲	12.0%	11.3%
	20~29歲	14.9%	14.9%
	30~39歲	17.9%	17.4%
	40~49歲	16.9%	17.1%
	50歲以上	38.3%	39.3%
居住地	北部	45.3%	45.5%
	中部	26.4%	26.3%
	南部	28.3%	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](mailto:marcom@ixresearch.com)