



創市際雙週刊
第一一九期

發刊日：2018年10月15日

產業新知

3 產業新知 – 台灣智慧型手機網路量測報告

IX Survey 市調解析

10 市調解析 – 智慧型手機篇

產業新知

台灣智慧型手機網路量測報告

台灣智慧型手機網路量測報告

創市際市場研究顧問於今年第二季與英國行動裝置監測公司 RealityMine 技術合作，共同執行「台灣智慧型手機網路量測報告」。本計劃在台灣 224 位 18-55 歲使用者的智慧型手機中，以植入追蹤軟體方式紀錄其在 2018 年 6 月透過智慧型手機進行的所有行為，並僅採集手機實際上網行為（包含透過瀏覽器或行動應用程式造訪）作為分析用途，對使用者個人資訊、通訊錄、智慧型手機中的任何文件資料均不做記載或觀察。

本計劃旨在探勘台灣行動裝置使用量，與行動裝置真人追蹤樣本建置可能性評估，透過不同於傳統監測方法的技術，提供更細密、更多維度的行動裝置數據予台灣市場。

然本階段受試規模、數據深度皆多有局限，雖透過謹慎的樣本加權方式推估，但仍不適宜貿然用來推論整體台灣行動上網市場狀況，資料引用時請特別留意。

每人單日使用手機上網 3.1 小時，對手機上網的依賴不言而喻

About the numbers

2018 年 06 月 **1** 個月數據

iOS/Android **2** 種作業系統

App/Web/In-App Web **3** 種瀏覽行為 (註1)

224 位智慧型手機使用者

智慧型手機使用時間共 **1,245,311** 分鐘

平均每人單日使用時間 **3.1** 小時

平均每頁網頁瀏覽 **0.6** 分鐘

本期雙週刊數據為創市際與 RealityMine (註2) 技術合作，取得使用者同意後，透過裝載於智慧型手機之軟體與 VPN (Virtual Private Network) 連線，針對 18-55 歲 224 位智慧型手機使用者，監測其手機實際連網行為。

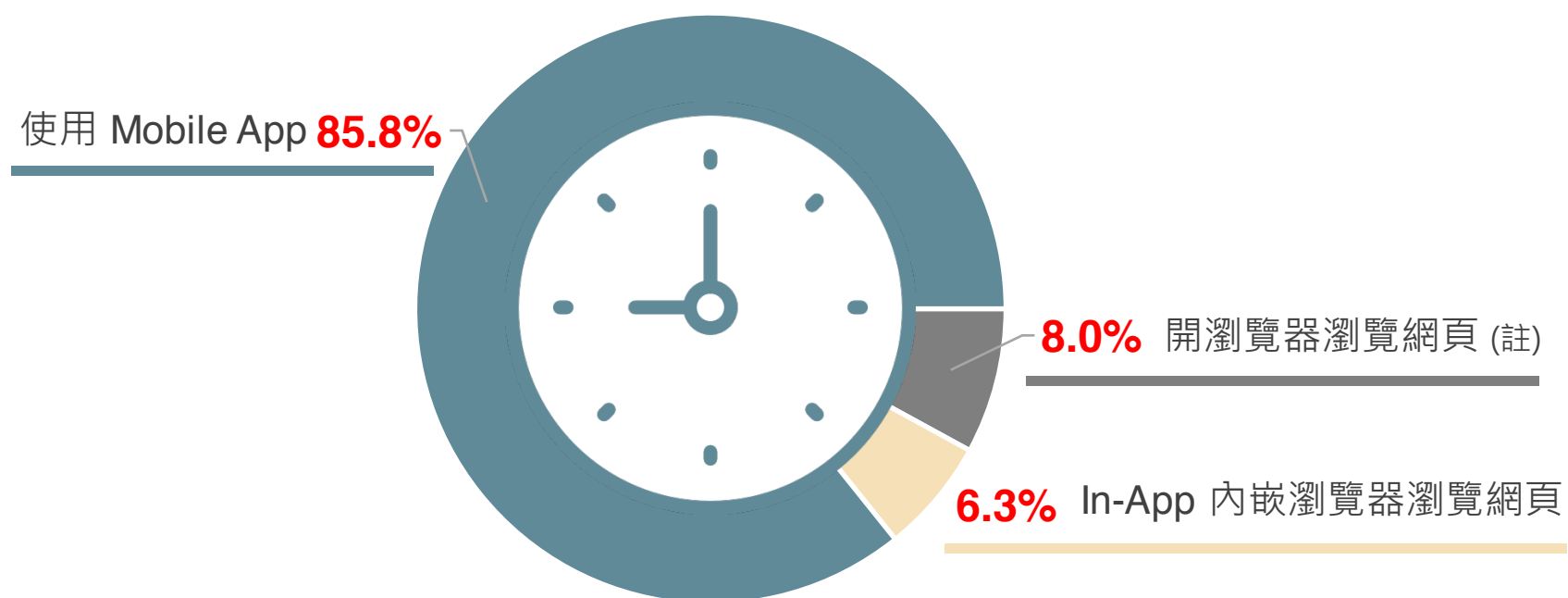
本次研究計畫總共 224 位使用者，貢獻超過 124 萬分鐘的行動裝置使用時間，平均每人單日使用 3.1 小時；單就網頁瀏覽來看，平均每頁使用 0.6 分鐘。

註1：本次數據 In-App Web 只針對 Facebook、LINE、Instagram 三社群 App 解析。

註2：RealityMine 致力於各類數據監測服務，主要透過軟體 AnalyzeMe 與 VPN 連線回傳數據，可監測使用者該裝置的上網行為，亦可協助客戶從使用者的行為數據中獲得洞察分析。

如果把瀏覽網頁時間排除，85.8% 的使用時間是在使用行動應用程式 (Mobile App)

224 位使用者智慧型手機上網時間分佈

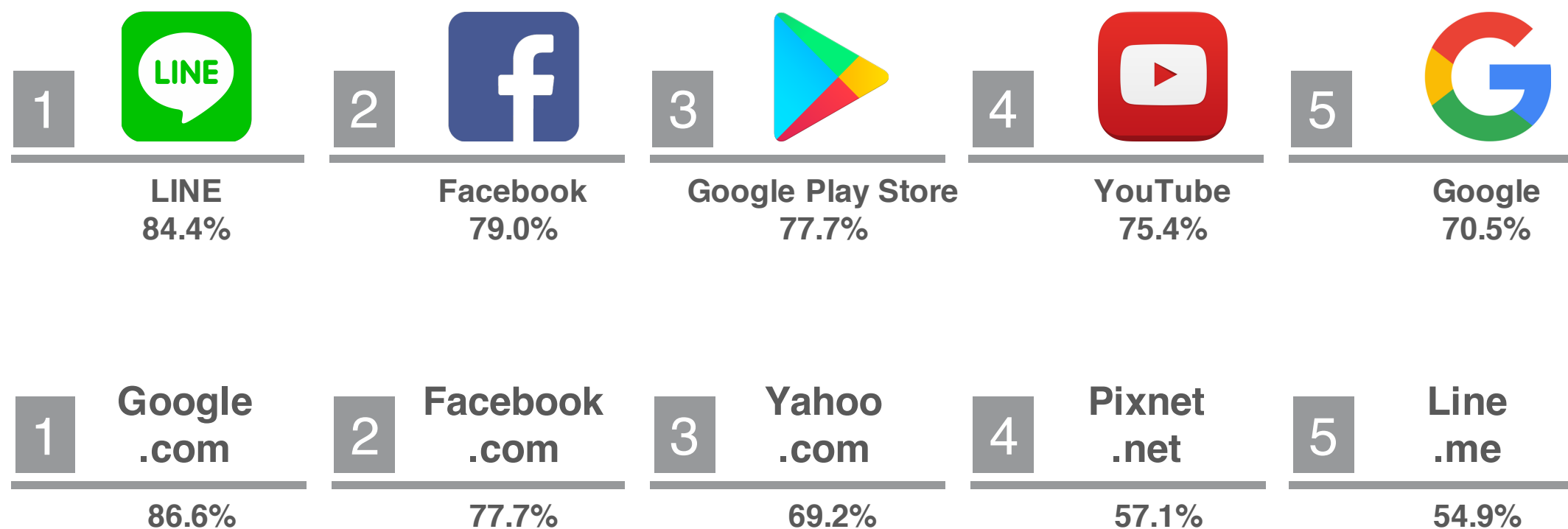


觀察使用者智慧型手機上網時間的分佈，有 14.3% 使用時間在瀏覽網頁，其中 8.0% 為主動開瀏覽器瀏覽；6.3% 為在 Mobile App 中以內嵌瀏覽器瀏覽網頁；其餘 85.8% 使用時間在使用各支 Mobile App。即便本次監測只針對三支社群 App，但整體的瀏覽時間卻與實際開啟瀏覽器相近，可能是使用者開啟朋友分享的訊息網址、動態時報連結甚至點選品牌廣告，同時也代表這類內嵌瀏覽器 In-App Web 是手機使用中相當重要的行為。

註：開瀏覽器意即主動開瀏覽器 App 瀏覽網頁，包括 Chrome 和 Safari 等。

LINE、Facebook、Google 為智慧型手機使用者最多的三大服務

使用人數 Top 5 Mobile App / Domain & Reach



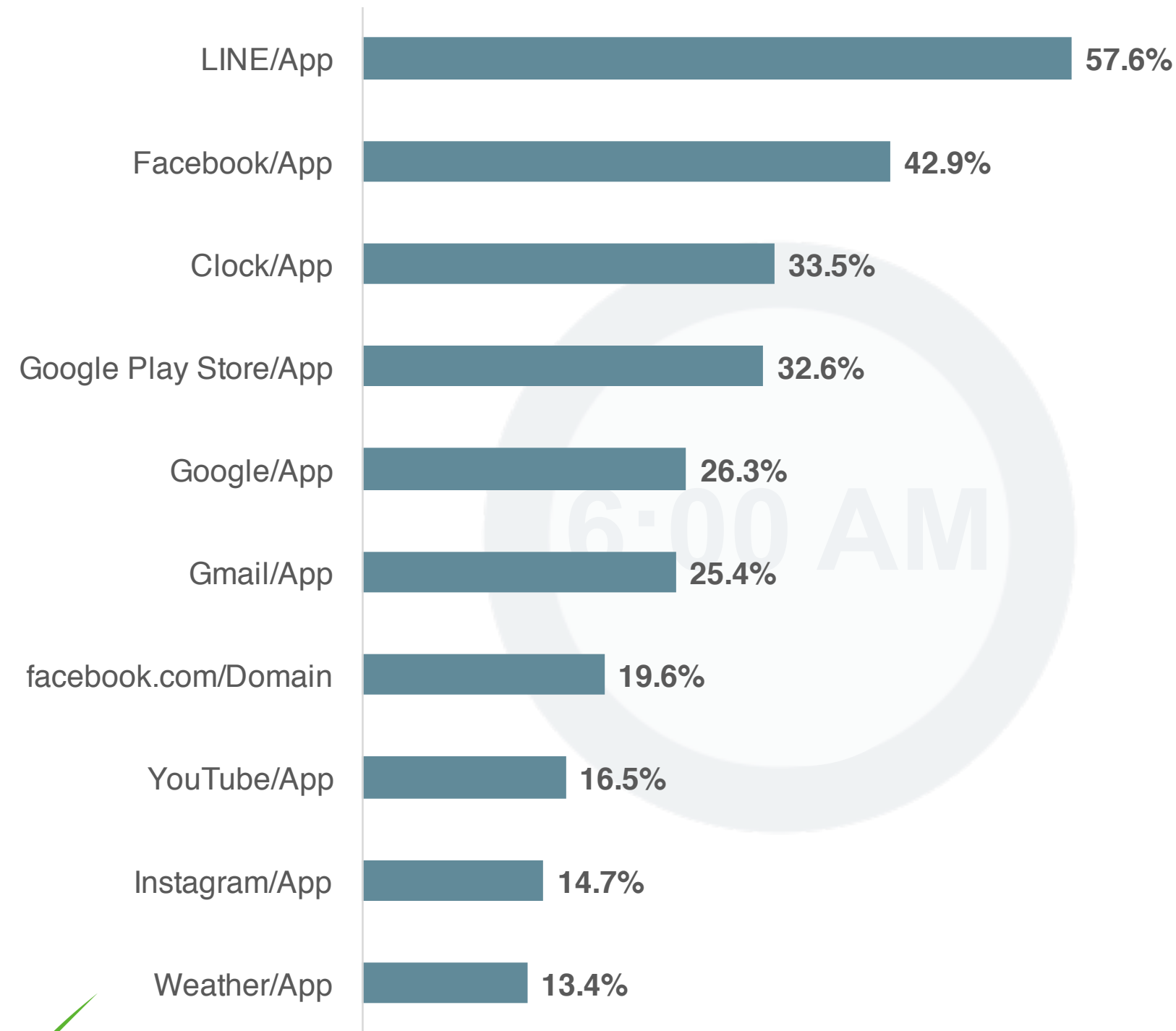
觀察人數最多的前五 Mobile App/Domain，以 Mobile App 來看，使用人數最多的為「LINE」，於數據監測期間有 189 位使用者曾使用過，用戶滲透率為 84.4%；以網域來看，最多人使用的則為「Google.com」，共有 194 位使用者曾造訪此網域，用戶滲透率 86.6%。綜合比較下來，LINE、Facebook、Google 不論在 Mobile App 或是 Domain 都有一定人數的使用者，為行動裝置的前三大服務。

註1：Mobile App 排名已排除 Setting (設定功能)、Google Chrome (瀏覽器)。

註2：Domain 為瀏覽網頁之網域。

57.6% 受測者起床第一件事就是開啟 LINE

6:00 AM 後前三使用行為 - 使用人數 Top 10 & 用戶滲透率



本計劃將 6:00 AM 設定為起床時間，並統計 6:00 AM 以後發生的前三大智慧型手機使用行為。觀察發現，有 57.6% 的使用者會在起床後開啟 LINE/App，其次為 Facebook/App、Clock/App，Clock/App 包括時鐘/鬧鐘功能。

綜合來看，發現社群類的 App/Domain 佔多數，Top10 中有四個是社群相關服務 (LINE/App、Facebook/App、facebook.com/Domain、Instagram/App)，足見這群使用者對社群相關服務類別的依賴。

註1：此排名已排除 Setting/App (設定功能)。

註2：App 意即 Mobile App；Domain 則為瀏覽網頁之網域。

小結

- 根據本階段監測數據，平均每受測者單日使用智慧型手機上網 3.1 小時，但由於行動裝置使用行為較零碎，單頁瀏覽時間僅 0.6 分鐘，然而整體的智慧型手機上網使用時間仍不容小覷；若把網頁瀏覽行為排除在外，則是有 85.8% 的使用時間在使用各類 Mobile App 服務，可見行動上網的主戰場是發生在 Mobile App 端。
- 以本次受測者使用人數最多的 Mobile App/Domain 來看，LINE、Facebook、Google 為使用者最多的前三大服務，用戶滲透率都在八成上下，是手機網路使用行為不可或缺的一部分。
- 將 6:00AM 之後前三使用行為定義為起床後前三個使用行為，發現大多數人起床後第一件事即是開啟社群服務，其中以 LINE/App 最多，其餘也有各類功能型服務，像是信箱 (Gmail)、鬧鐘 (Clock) 和天氣 (Weather)。

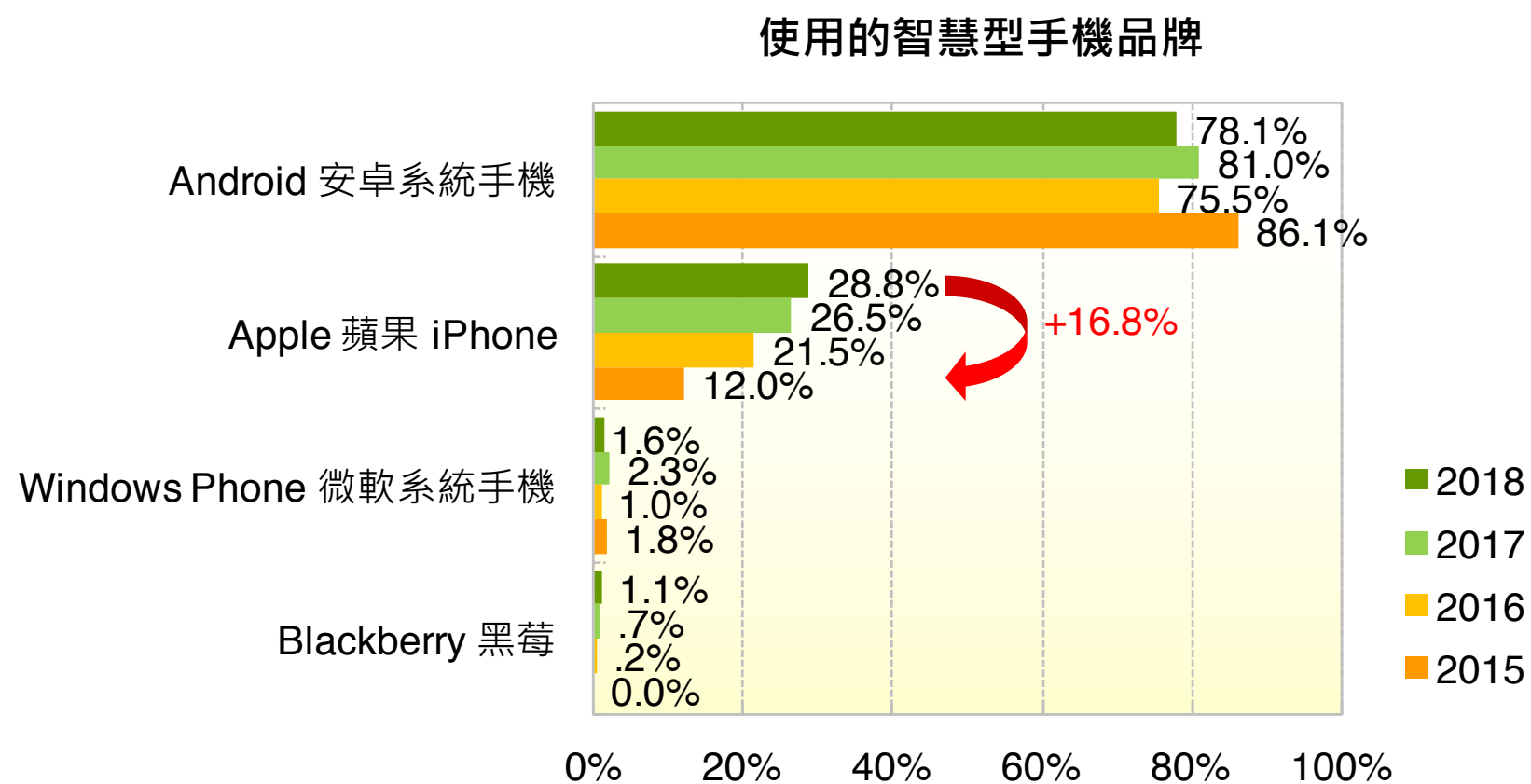
IX 市調解析

智慧型手機篇

智慧型手機篇

人手一機造就便利的數位生活，為瞭解網友使用智慧型手機的行為，創市際市場研究顧問於 2018 年 9 月 25 日至 10 月 4 日，針對 15-64 歲受訪者進行了一項「智慧型手機篇」的調查，總計回收了 1,445 份問卷。

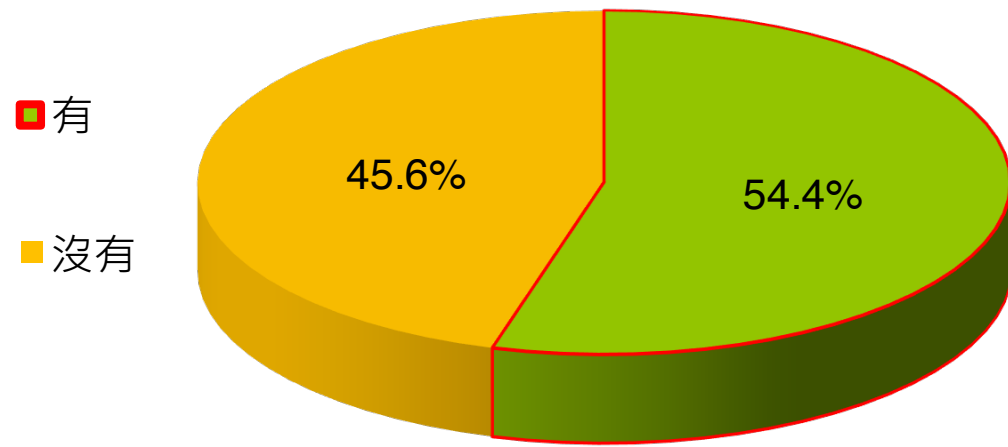
iPhone 使用率逐年攀升，20-34 歲是愛用者



由調查結果顯示，「Android 安卓系統」使用率約近八成，而「Apple 蘋果 iPhone」使用率依舊呈現成長的趨勢，從 2015 年至今已提升將近 17 個百分點，約有三成的使用率。進一步觀察各年齡層的使用情形，「Apple 蘋果 iPhone」特別受到 20-34 歲 族群的青睞，而「Android 安卓系統」則是在 40 歲以上 族群的使用率較高。

手機消費經驗逾五成，購物 App 與行動支付消費力不容小覷

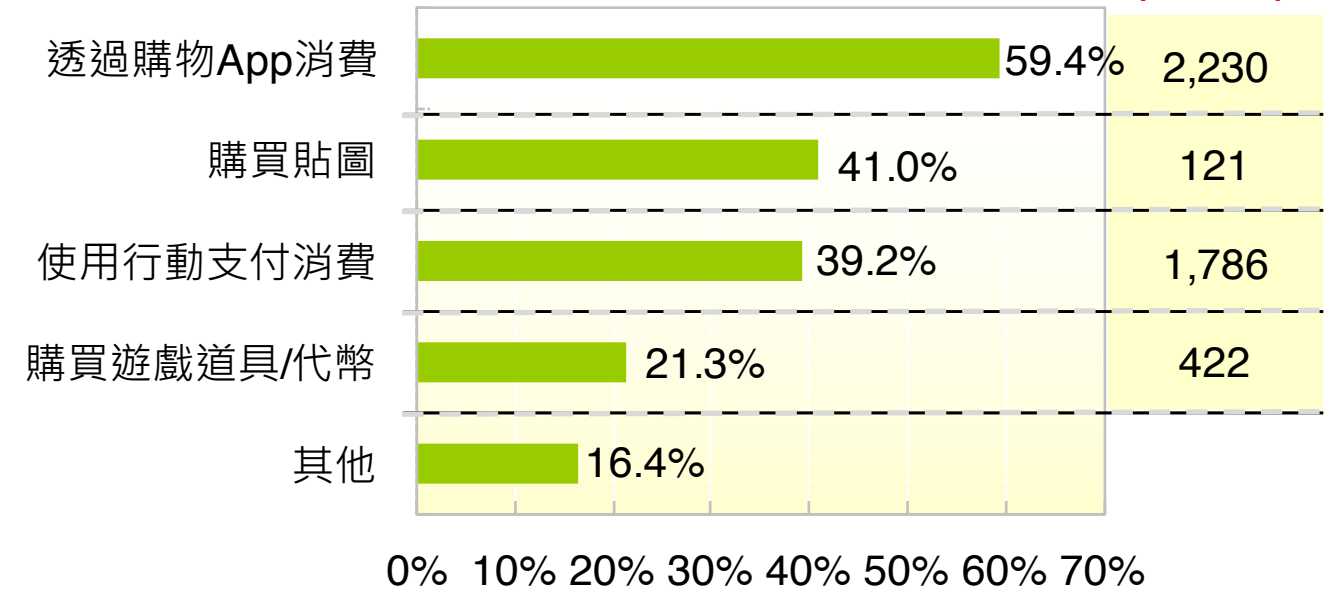
透過智慧型手機消費經驗



Base：有使用智慧型手機者 N=1426
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2018



近一個月在智慧型手機上消費項目 平均支出金額 (元/月)

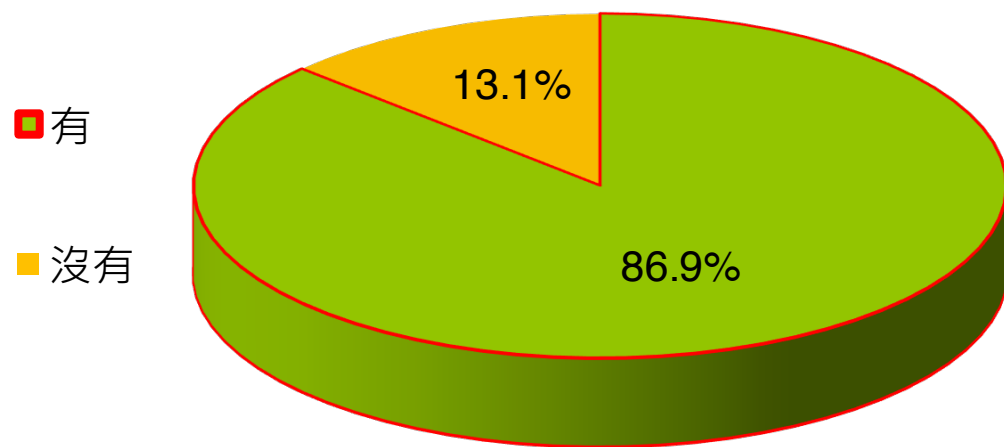


Base：曾透過手機App消費的受訪者 N=776
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2018

透過調查可知，54.4% 網友有透過手機消費的經驗，其中以 20 世代比例較高。詳細分析消費項目，以「透過購物 App 消費」的比例最高，逼近六成，其次是有四成的網友曾「購買貼圖」(41%) 及「使用行動支付消費」(39.2%)，「購買遊戲道具/代幣」者則有兩成的比例。而每月的支出金額以「透過購物 App 消費」的平均金額 2,230 元，及「使用行動支付消費」的平均金額 1,786 元兩項，金額較高。

近九成網友出國會上網，以用當地SIM卡為首選

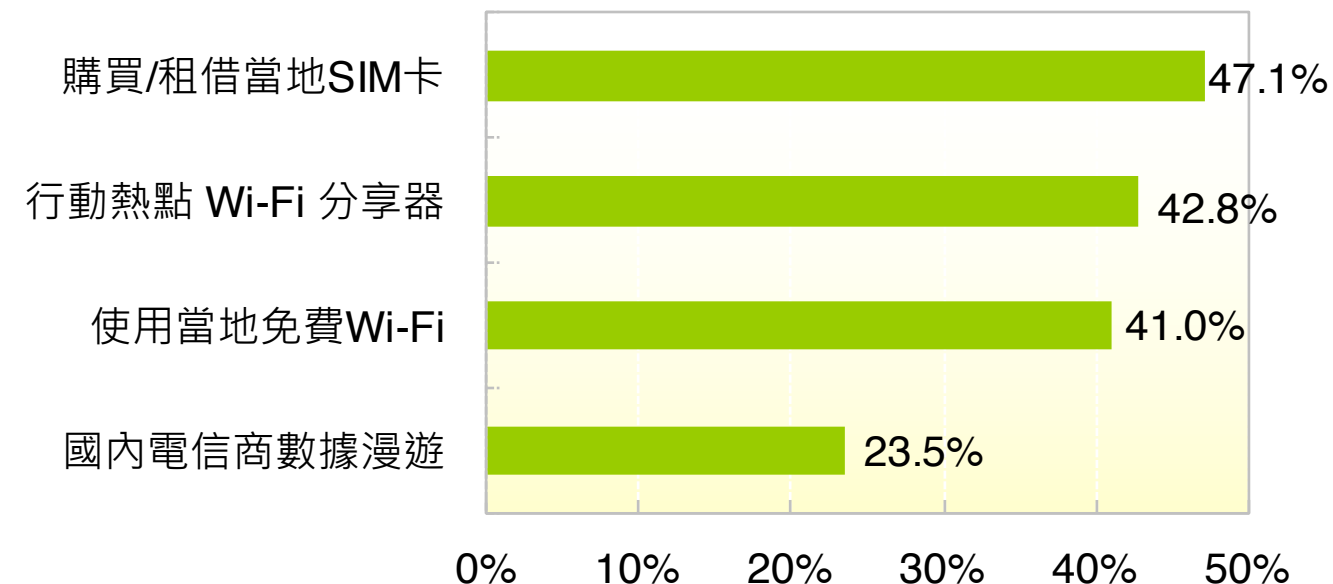
出國使用智慧型手機上網經驗



Base：近一年有出國者 N=741
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2018

出國有用手機上網者
86.9%

出國使用的上網方式



Base：近一年出國有使用手機上網者 N=644
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2018

近一年有出國的網友中，將近九成在國外有使用智慧型手機上網 (86.9%)，其中以 30-34 歲 的比例相對較顯著。在國外上網的方式則以使用「當地SIM卡」(47.1%) 比例較高，「Wi-Fi分享器」(42.8%) 與「當地Wi-Fi」(41%) 也分別都有四成左右比例，而使用「國內電信商數據漫遊」(23.%) 則約兩成比例。

小結

- ▶ 「Android 安卓系統」使用率近四年皆維持在八成左右，而「Apple 蘋果 iPhone」使用率逐年攀升，目前已將近三成的使用率。
- ▶ 透過手機消費經驗逾五成(54.4%)，各消費項目中，以「透過購物 App 消費」比例最高，平均支出金額亦居冠；「使用行動支付消費」的使用率 39.2%，平均消費金額僅次於購物 App，後勢看漲，值得持續關注。
- ▶ 近九成網友出國會使用手機上網(86.9%)，尤其以 30-34 歲比例最高。上網方式以使用「當地 SIM 卡」人數居多，其次是使用「Wi-Fi 分享器」與「當地 Wi-Fi」。

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：

2018/09/25 ~ 2018/10/04

有效樣本數：N=1,445

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.58%，再依照行政院主計處2018年06月台灣地區內政部人口之性別及年齡人口結構進行加權。

		頻次	百分比
性別	男性	722	50.0%
	女性	723	50.0%
年齡	15-19歲	113	7.8%
	20-24歲	134	9.3%
	25-29歲	135	9.4%
	30-34歲	140	9.7%
	35-39歲	171	11.9%
	40-44歲	159	11.0%
	45-49歲	152	10.5%
	50-54歲	154	10.7%
	55-59歲	152	10.5%
	60-64歲	135	9.2%
居住地	北部	662	45.8%
	中部	379	26.3%
	南部	403	27.9%



- ▶ 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