



創市際雙週刊
第一二七期

發刊日：2019年03月04日

ARO / MMX 觀察

3 ARO / MMX 觀察 – 2018 年台灣網路使用概況回顧

IX Survey 市調解析

12 市調解析 – 2017 至 2018 年台灣網路行為趨勢觀察與比較

ARO / MMIX 觀察

2018 年台灣網路使用概況回顧

2018 年台灣網路使用概況回顧

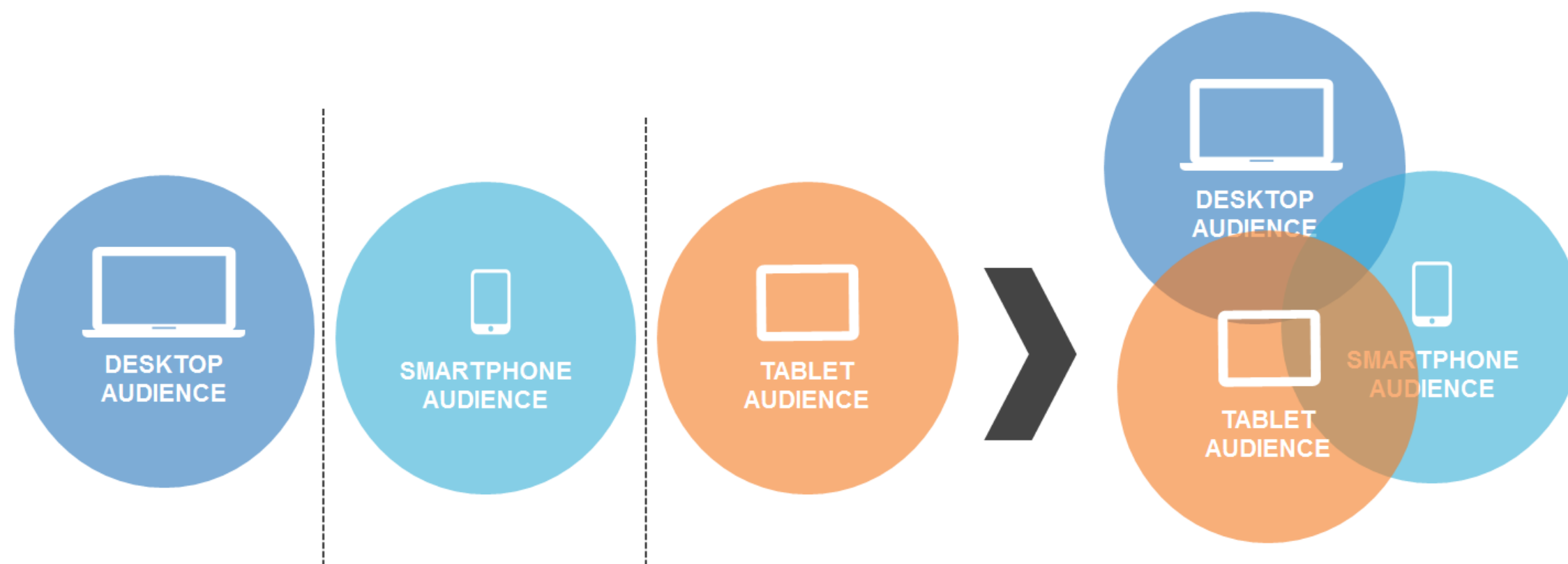
本期雙週刊整理 2018 年全年各月份 Comscore MMX Multi-Platform 數據，觀察台灣整體數位網友使用情形以及台灣網友年齡層組成，並觀察網友於電腦及行動裝置之間的跨裝置分布，進一步瞭解各類網路內容服務使用習慣。

Comscore MMX Multi-Platform 跨平台數據報告，結合 Desktop^(註1) 與 Mobile^(註2) 數據，提供台灣 Total Digital Population^(註3) 整體數位人口使用數據。

MMX + Video Metrix

Mobile Metrix

Total Digital Population



註1：Desktop 指透過桌上型電腦與筆記型電腦上網數據，涵蓋網站造訪及影音觀看情形。

註2：Mobile 含智慧型手機 (iPhone + Android Phone) 與平板電腦 (iPad + Android Tablet)，記錄網站及 App 造訪使用情形(不含影音觀看數據)。

目前台灣 Mobile 數據僅呈現已參與埋放 Comscore 追蹤碼之網頁及加裝 Comscore SDK 之 App 數據，未參與監測的網頁及 App 數據無法取得，因此各網域數據完整性受到監測程度的影響。

註3：Total Digital Population 為上述 Desktop 與 Mobile 之整合，呈現跨裝置的整體數位情形。本篇觀察之台灣整體數位族群包含 6 歲以上 Desktop 網友以及 15 歲以上 Mobile 網友，因此 6-14 歲年齡層皆為 Desktop-only 網友，15 歲以上族群才是各裝置整合後之不重複數位族群。

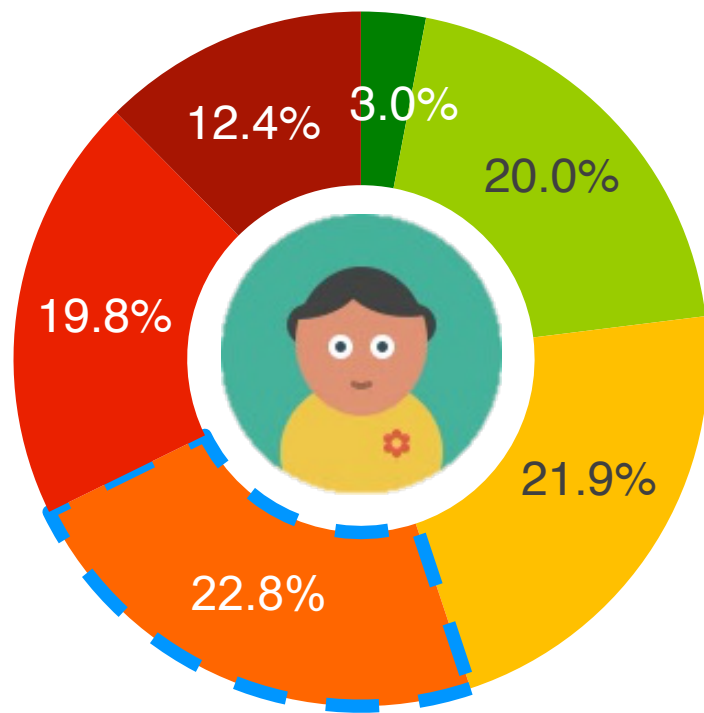
2018 年在台灣不論是透過 Desktop (桌上型/筆記型電腦) 或者 Mobile (智慧型手機/平板電腦) 上網之單月平均不重複數位網友約 1,662 萬人，以 35-44 歲年齡族群為最大宗，占人數比例 22.8%；但在瀏覽量、使用時間及造訪次數等指標上則以 25-34 歲族群明顯貢獻最高使用量。

2018 年台灣整體數位網友*平均單月使用概況及貢獻族群分布

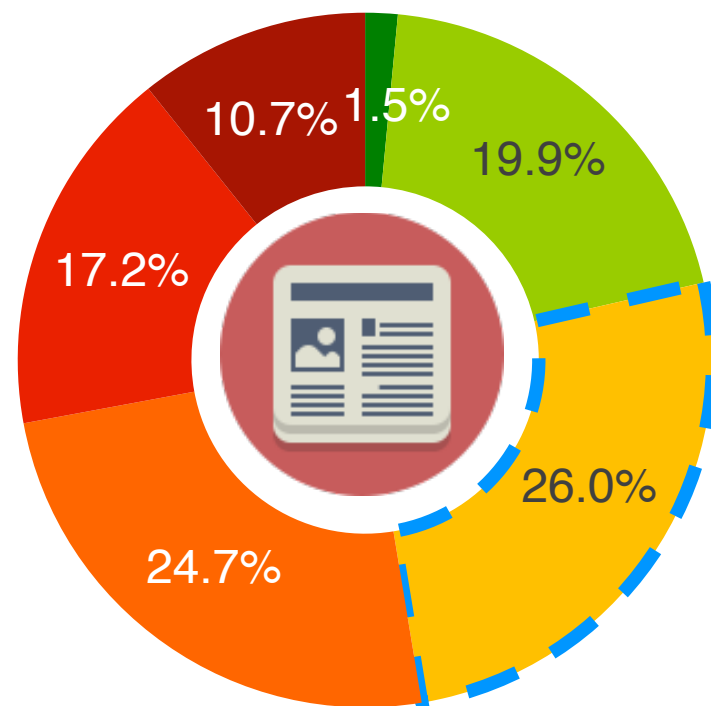
■ 6-14 歲 ■ 15-24 歲 ■ 25-34 歲 ■ 35-44 歲 ■ 45-54 歲 ■ 55+ 歲

*整體數位網友包含 6 歲以上 Desktop 網友以及 15 歲以上 Mobile 網友

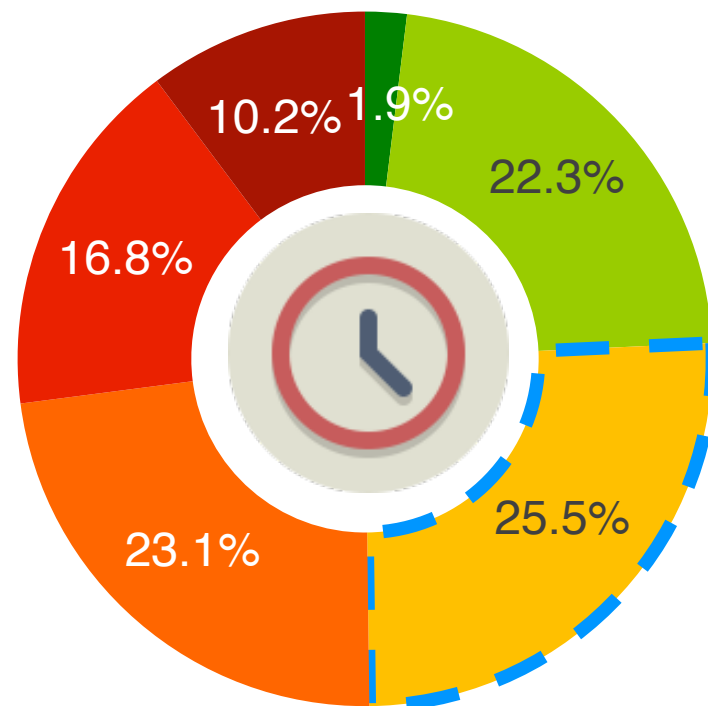
不重複造訪人數 1,661.8 萬人



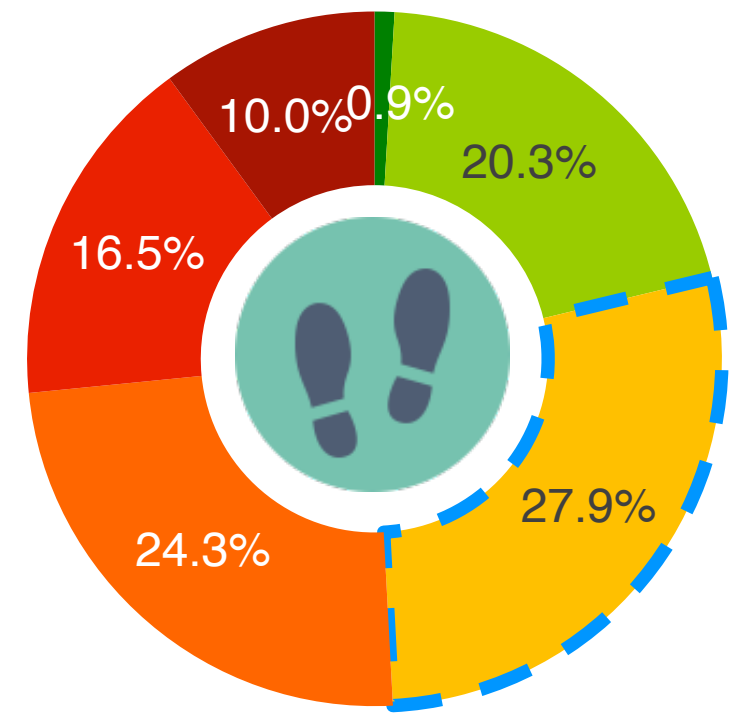
總瀏覽量 344.0 億



總使用時間 6.1 億小時



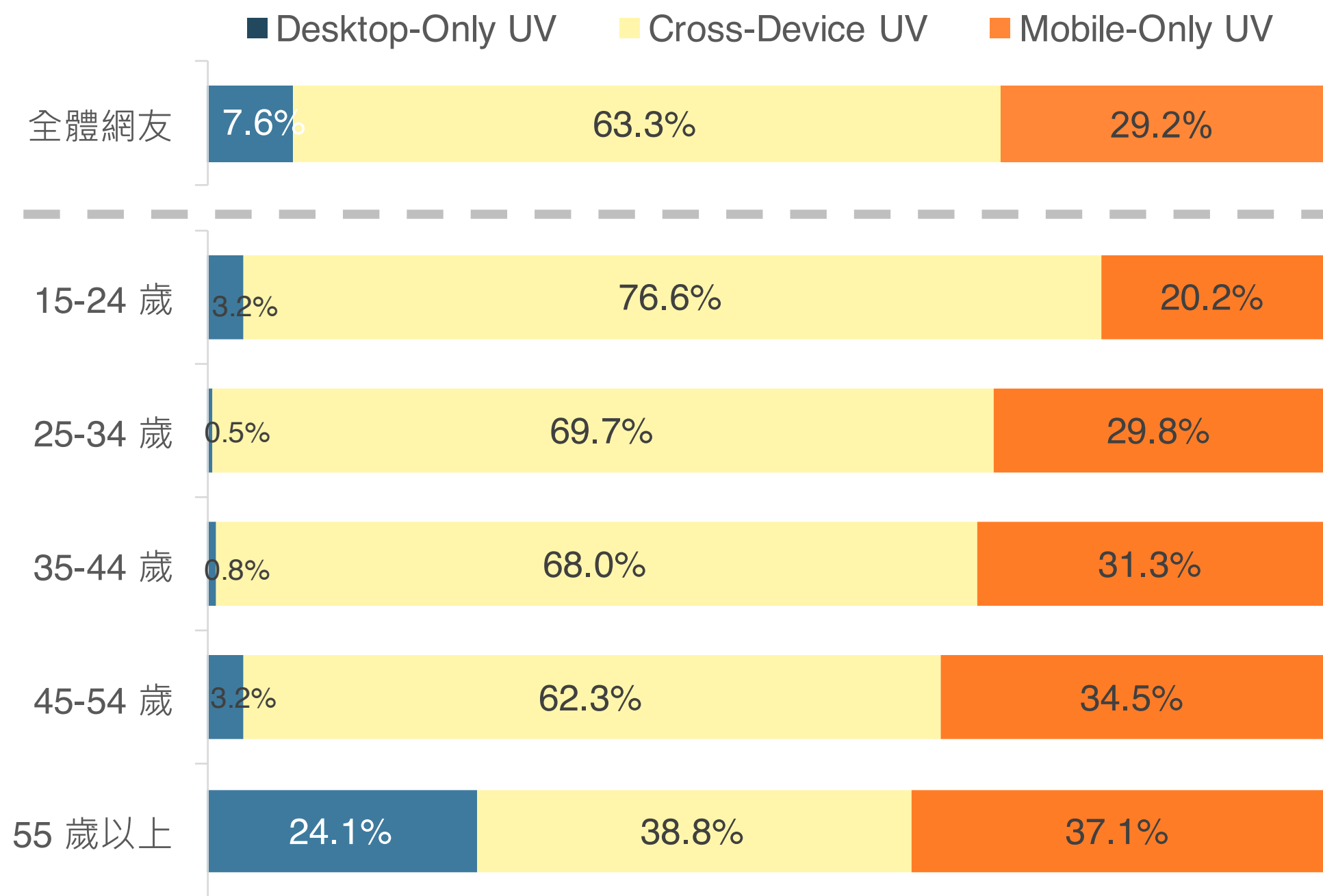
總造訪次數 21.0 億次



台灣整體數位網友當中，六成以上 (63.3%) 為電腦及行動裝置皆使用的跨裝置網友；近三成 (29.2%) 網友的上網行為則完全轉移至行動裝置，已不透過電腦上網。

觀察各年齡族群上網裝置分布，越年輕族群的跨裝置使用情形越高；隨著使用者年齡層上升，完全依靠行動裝置上網的現象則越明顯。55 歲以上網友的跨裝置使用情形明顯降低，單一裝置使用者比例高，特別是 Desktop-Only 使用者人數即占 24.1% 與其他族群具有顯著使用差異。

2018 年台灣各年齡層數位網友跨裝置使用分布



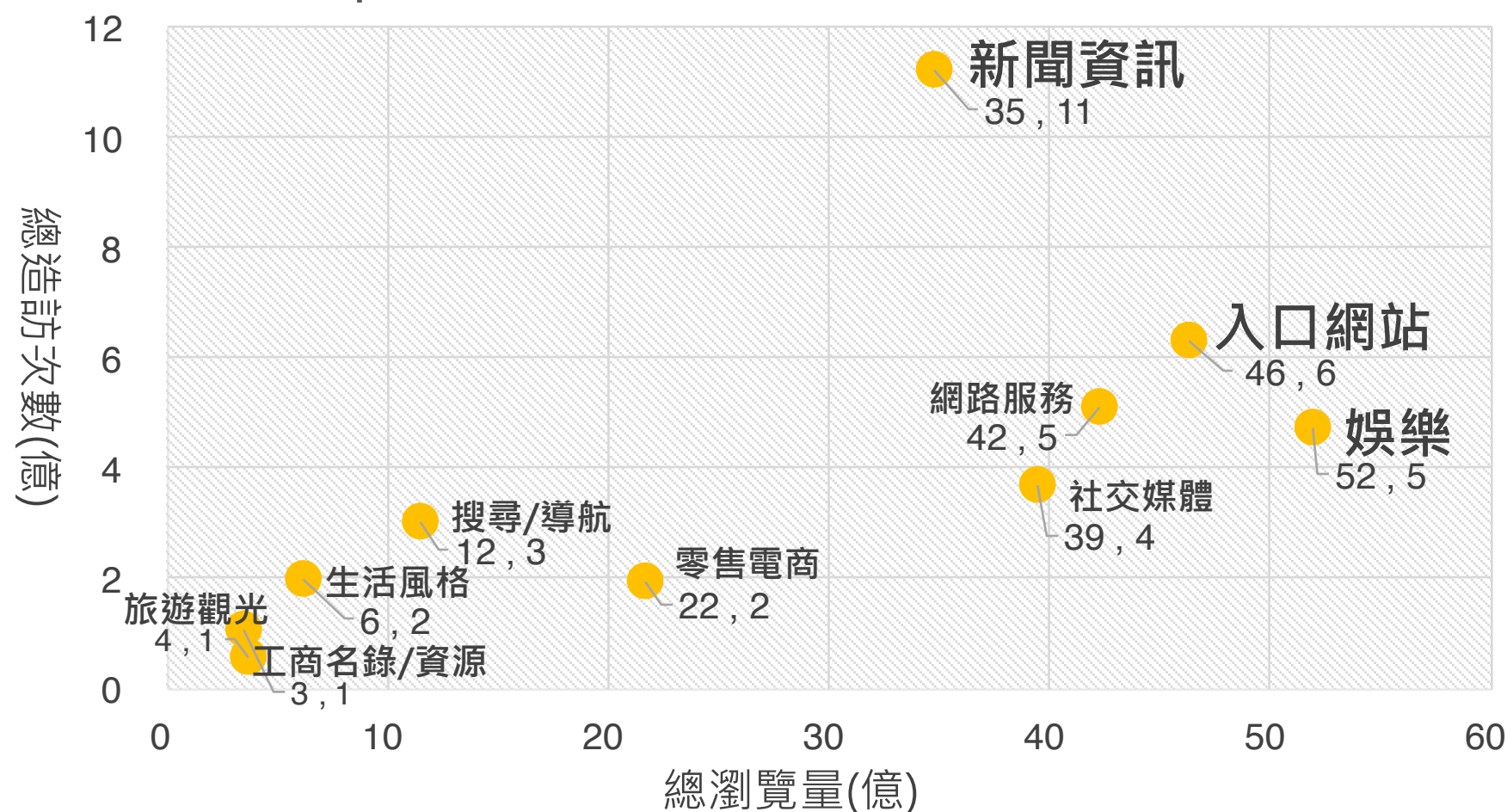
*整體數位網友包含 6 歲以上 Desktop 網友以及 15 歲以上 Mobile 網友，6-14 歲年齡層僅記錄 Desktop 使用者，無跨裝置使用分析

依 2018 年單月份數位網友人數排名，「新聞資訊」為平均單月不重複人數最高的網站類別，九成六台灣網友曾經造訪；其次為「入口網站」及「娛樂」類別，分別亦有九成以上網友使用。「新聞資訊」為網友回訪次數最高的類別；「娛樂」類別網站（含影音網站及娛樂新聞內容等）則吸引網友投入最高瀏覽程度。另外，台灣網友對「網路服務」（如：電子郵件及論壇/討論區等等）及「社交媒體」的使用情形亦表現突出。

2018 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
新聞資訊 ¹	1,595 萬人	96.0%
入口網站 ²	1,524 萬人	91.7%
娛樂	1,499 萬人	90.2%
生活風格	1,448 萬人	87.2%
社交媒體 ³	1,446 萬人	87.0%
搜尋/導航	1,384 萬人	83.3%
零售電商	1,344 萬人	80.9%
工商名錄/線上資源	1,270 萬人	76.4%
網路服務 ³	1,244 萬人	74.9%
旅遊觀光	1,143 萬人	68.8%

*Comscore 台灣 Mobile 數據僅記錄參與埋放監測碼之網站/App 流量，各類別網頁/App 行動數據完整性可能受監測程度影響

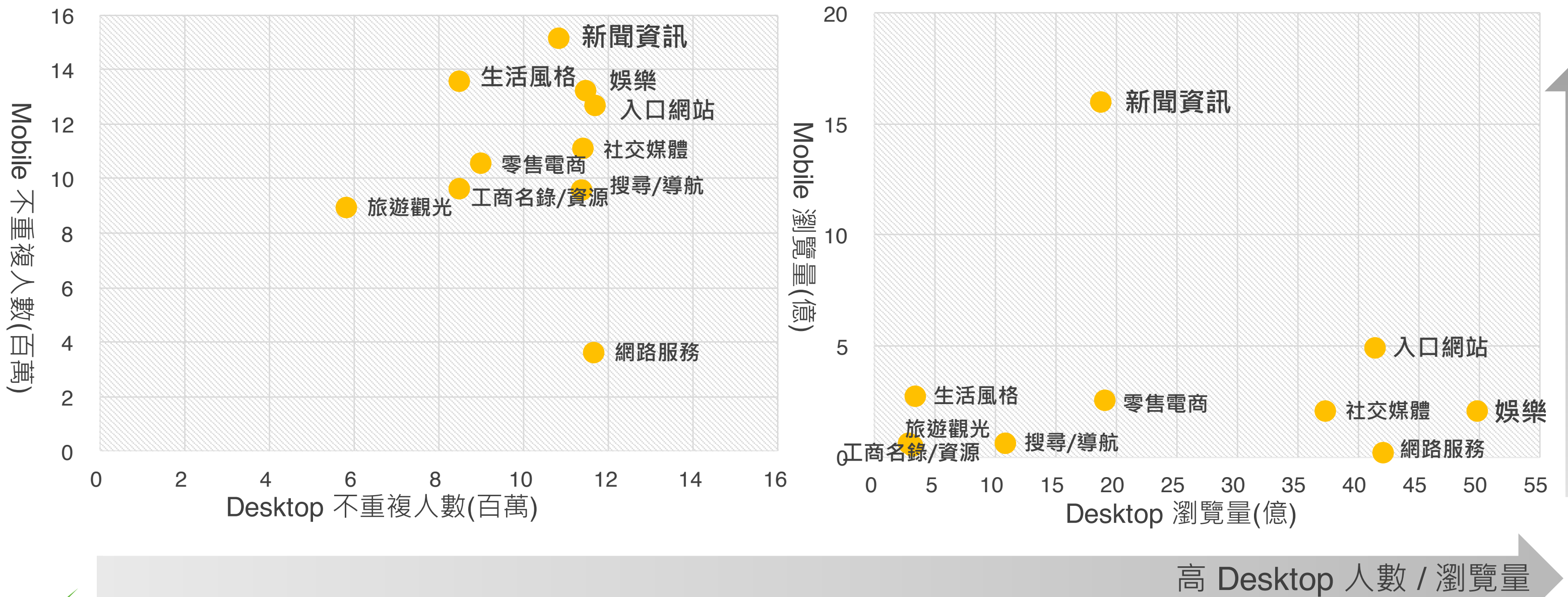


**2018 年 10 月份 Comscore 進行類別更新，Top 10 類別 10 - 12 月份數據包含三項變動：

1. 「商務財經－財經新聞」及「科技－科技新聞」轉入「新聞資訊」類別
2. 刪除「入口網站」類別，10－12 月新增「Multi-Category」包含多元領域內容的網站及多類別子網域的母網域流量，但是僅包含部分原入口網站類型網站
3. 「即時通訊」由「網路服務」類別轉入「社交媒體」類別

觀察各類別造訪人數及瀏覽量 Desktop / Mobile 分布，「新聞資訊」明顯為行動裝置造訪人數及瀏覽量最高的類別，特別是行動瀏覽量大幅高過其他類型網站；「生活風格」亦屬於較吸引網友以行動裝置造訪及瀏覽的類型。影音網站為主的「娛樂」類別則是電腦瀏覽量最高；另外明顯以電腦使用者/瀏覽量較高的還有「網路服務」類型。

Top 10 網站類別平均單月各裝置使用分布



2018 年台灣網路使用概況回顧小結

- ▶ 2018 年台灣平均單月份共有 1,662 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/平板電腦之中任何裝置上網。
- ▶ 台灣數位網友當中，以 35-44 歲年齡族群人數最多，占整體 22.8% 人數比例；接序為 25-34 歲(21.9%)、15-24 歲(20.0%)、45-54 歲(19.8%)及 55 歲以上(12.4%)族群。
- ▶ 25-34 歲年齡層則投入最高網路使用情形，四分之一以上的網路使用總量—包含瀏覽量、使用時間及造訪次數由此族群貢獻。
- ▶ 多數台灣數位網友為跨裝置使用者，電腦及行動裝置皆使用的網友人數占 63.3%；完全轉移至行動裝置的網友人數則占 29.2%，未曾使用電腦上網。
- ▶ 各年齡層皆以行動裝置使用人數高過電腦使用者，但是，年齡層愈低跨裝置上網的情形愈普遍，15-24 歲族群仍有近八成曾經透過電腦上網。
- ▶ 隨著年齡層上升，僅依賴行動裝置上網的人數比例愈高；特別是 55 歲以上族群，超過半數為單一裝置使用者，37.1% 僅用行動裝置上網，24.1% 僅用電腦。

2018 年台灣網路使用概況回顧小結

- ▶ 2018 年台灣單月平均數位網友人數最多的網站類型為「新聞資訊」，九成六台灣網友曾經造訪，網友回訪情形亦領先其他類別。並且「新聞資訊」吸引最多行動裝置造訪人數及投入最高行動瀏覽量。
- ▶ 「娛樂」類別網站亦有九成台灣數位網友曾經造訪，創下最高電腦瀏覽量。
- ▶ 台灣網友在「網路服務」及「社交媒體」類別投入的數位總瀏覽量亦表現突出，其中「網路服務」類型明顯以電腦使用為主。
- ▶ 另外，觀察跨裝置使用分布，網友較偏好以行動裝置造訪的類別還有「旅遊觀光」及「生活風格」，特別是「生活風格」類別網友的行動瀏覽量表現突出。

IX 市調解析

2017 至 2018 年台灣網路行為趨勢觀察與比較

2017 至 2018 年台灣網路行為趨勢觀察與比較

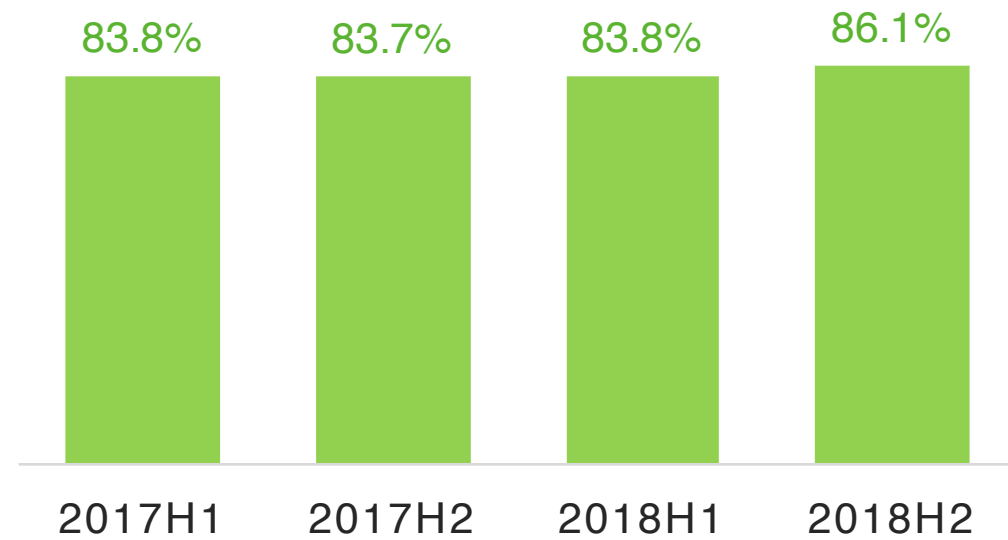
為瞭解台灣民眾的網路使用行為，創市際市場研究顧問自 2004 年起執行的台灣網路行為基礎追蹤調查，針對台灣地區 10 歲以上民眾，採用 RDD 電話分層隨機抽樣，每月執行 300 份樣本，以滾動式樣本進行分析，並根據當年度最新內政部公佈之人口性別、年齡和地區進行加權，每半年完成有效樣本數 1800 份，最大可能抽樣誤差為正負 2.31%，以每半年至整年度進行調查結果分析及發表。

本期將進行 2017 至 2018 年上下半年的跨年度比較觀察。

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

台灣整體上網率達 86.1%，50 歲以上上網率首度突破七成

整體上網率



Base : 2017H1全體受訪者 N=1800
 2017H2全體受訪者 N=1800
 2018H1全體受訪者 N=1800
 2018H2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

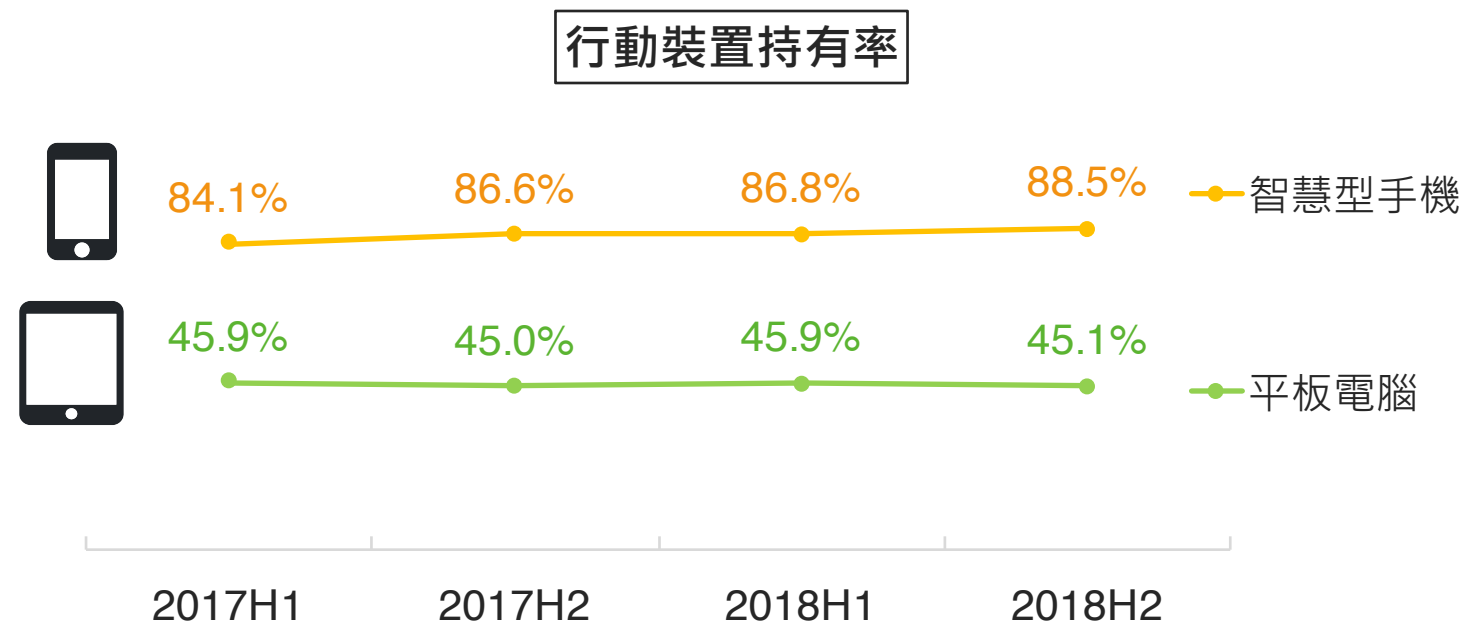
	Total	性別		年齡				
		男性	女性	10-19歲	20-29歲	30-39歲	40-49歲	50歲以上
2017H1	83.8%	84.0%	83.5%	96.4%	97.5%	95.2%	89.9%	66.9%
2017H2	83.7%	84.2%	83.1%	92.2%	98.0%	98.1%	91.8%	65.9%
2018H1	83.8%	83.4%	84.3%	93.9%	98.2%	97.6%	94.4%	65.2%
2018H2	86.1%	87.9%	84.3%	94.3%	98.9%	97.2%	95.7%	70.3%

■ 為百分比高於平均 5%以上族群

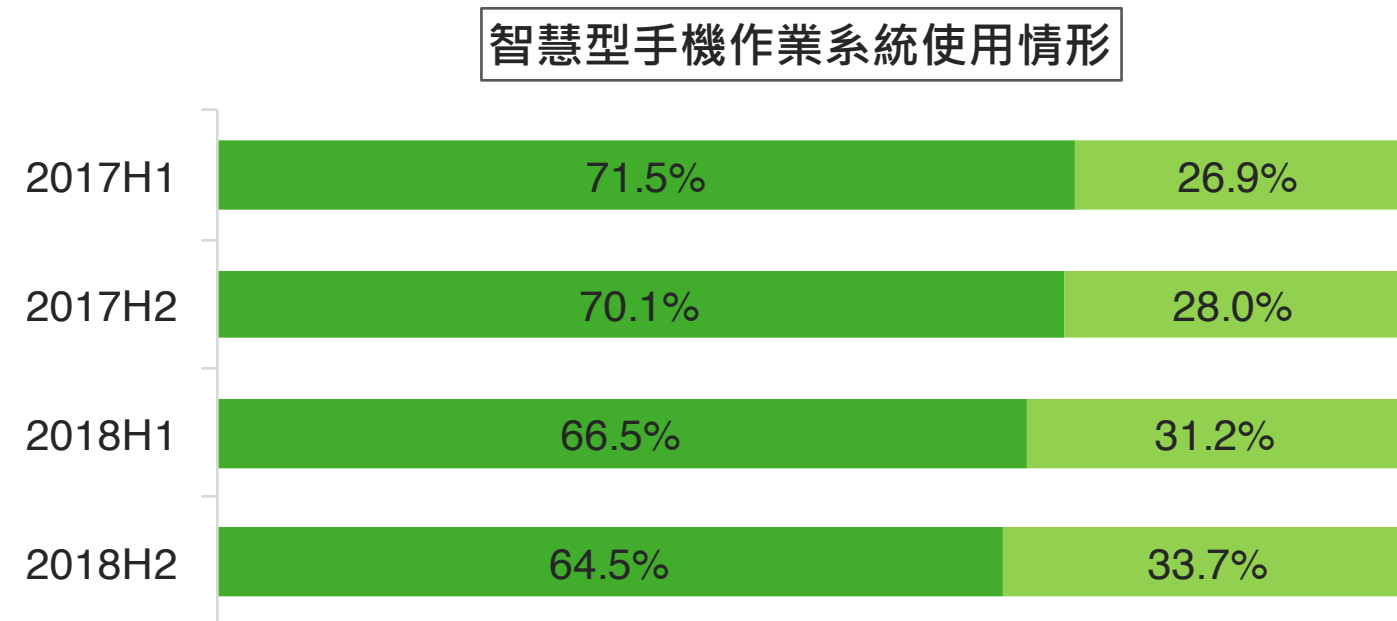
Base : 2017H1全體受訪者 N=1800
 2017H2全體受訪者 N=1800
 2018H1全體受訪者 N=1800
 2018H2全體受訪者 N=1800
 資料來源：創市際市場研究顧問

2018 下半年台灣整體上網率為 86.1%。透過交叉分析上網率可以發現 2018 下半年男性上網率上升幅度比女性更大，觀察各年齡層的上網率狀況 10-49 歲上網率持續高於整體上網率，50 歲以上則首度突破七成上網率。

智慧型手機持有率逼近九成，iOS市佔率提升至 33.7%



Base : 2017H1全體受訪者 N=1800
 2017H2全體受訪者 N=1800
 2018H1全體受訪者 N=1800
 2018H2全體受訪者 N=1800
 資料來源：創市際市場研究顧問

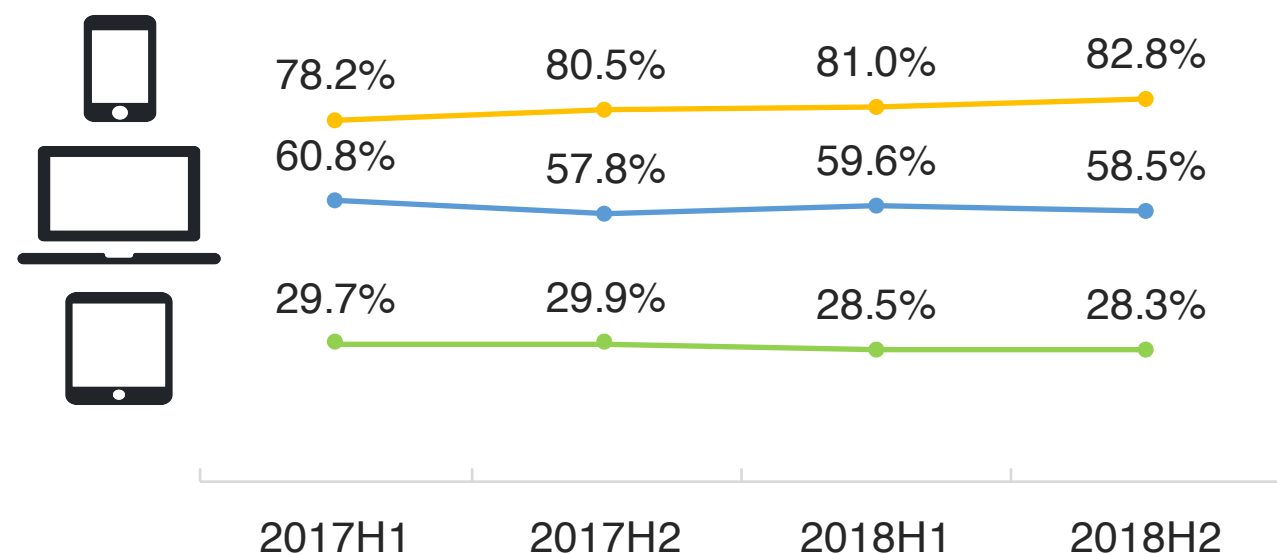


Base : 2017H1全體受訪者 N=1800
 2017H2全體受訪者 N=1800
 2018H1全體受訪者 N=1800
 2018H2全體受訪者 N=1800
 資料來源：創市際市場研究顧問

2018 下半年「智慧型手機」持有率已達 88.5%，自 2017 年起成長了 4.4%，「平板電腦」維持在四成五的持有率。手機作業系統的使用情形「Android 安卓系統」與「Apple iOS 系統」市佔率約為七比三，近兩年的追蹤結果可以看出「Apple iOS 系統」市佔率小幅度提升中，2018 下半年有 33.7%的使用率，「Android 安卓系統」則退至 64.5%的市佔率。

手機上網率達 82.8%，桌機/筆電、平板電腦上網率微幅下滑

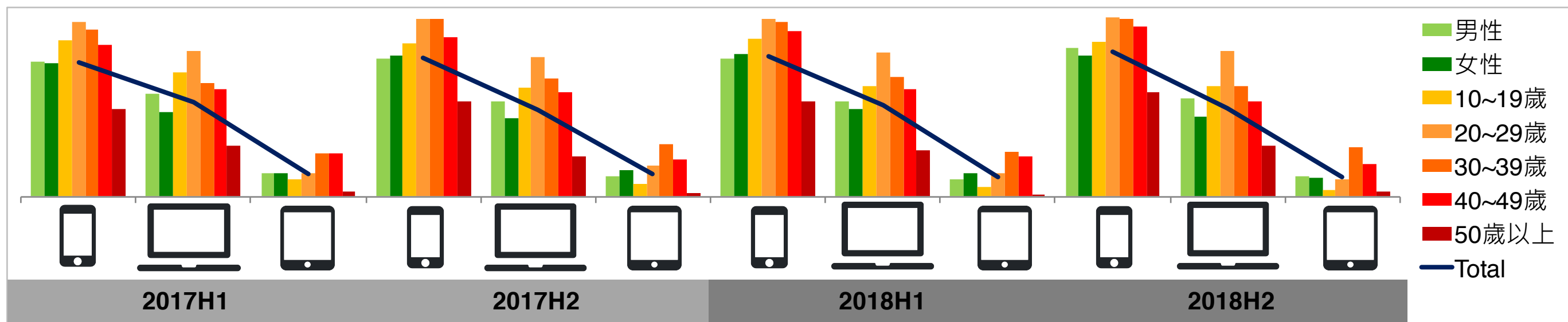
整體裝置上網率



- 一般手機 / 智慧型手機
- 桌機 / 筆電
- 平板電腦

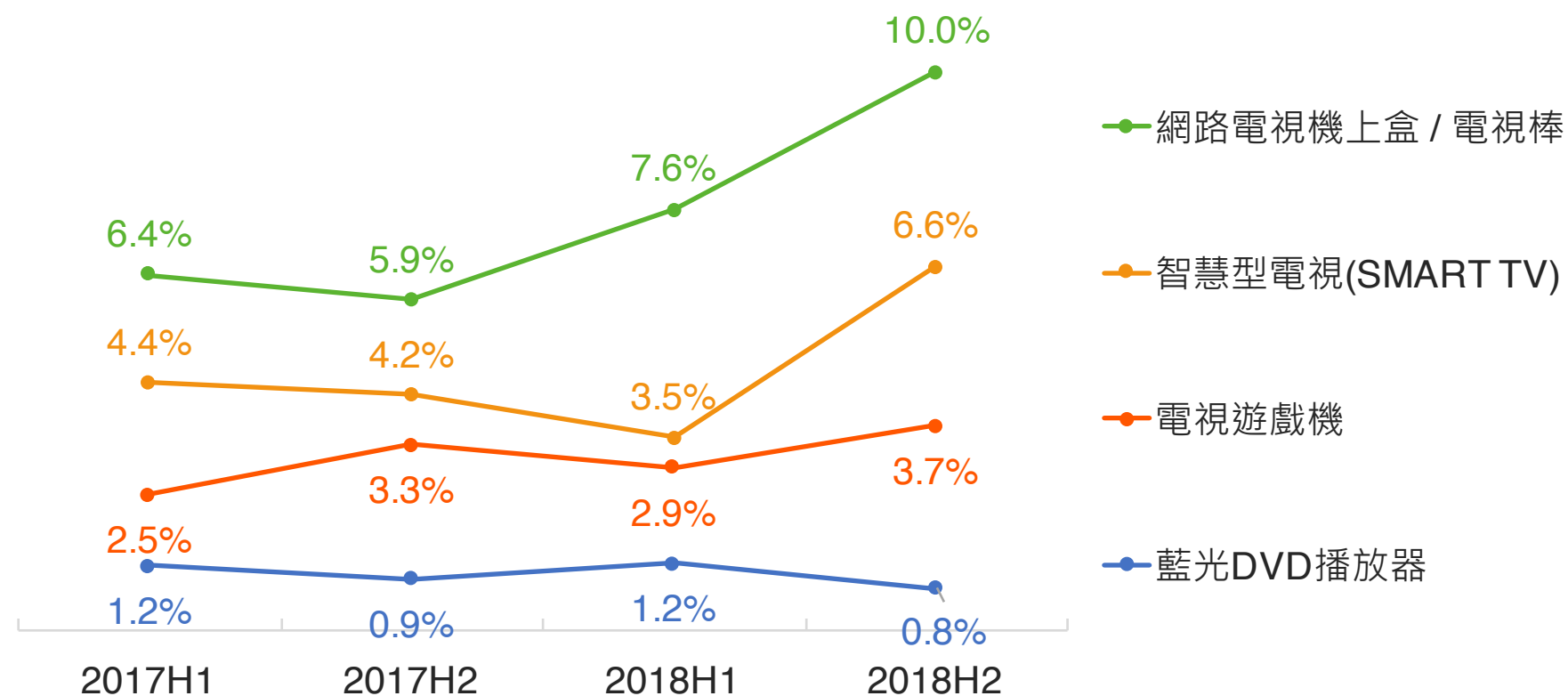
Base : 2017H1全體受訪者 N=1800
 2017H2全體受訪者 N=1800
 2018H1全體受訪者 N=1800
 2018H2全體受訪者 N=1800
 資料來源：創市際市場研究顧問

2018 下半年台灣整體上網率為 86.1%。透過交叉分析上網率可以發現 2018 下半年男性上網率上升幅度比女性更大，觀察各年齡層的上網率狀況 10-49 歲上網率持續高於整體上網率，50 歲以上則首度突破七成上網率。



網路電視機上盒/電視棒上網率比智慧電視更高

其他裝置上網率



Base : 2017H1全體受訪者 N=1800
 2017H2全體受訪者 N=1800
 2018H1全體受訪者 N=1800
 2018H2全體受訪者 N=1800
 資料來源：創市際市場研究顧問

「網路電視機上盒/電視棒」上網率自 2017 下半年開始逐漸攀升，在 2018 下半年首度達一成。「智慧型電視」上網率也在 2018 下半年反彈，有 6.6% 的上網率。「電視遊戲機」上網率仍維持在 3% 左右。「藍光 DVD 播放器」近兩年的上網率變化不大，皆只有 1% 左右。

▶ 小結

- ▶ 2018 下半年台灣整體上網率達 86.1%，較 2017 年提升了 2.3%。今年男性、50 歲以上族群上網率有較明顯提升，特別是 50 歲以上上網率首度突破七成。
- ▶ 智慧型手機有 88.5% 持有率，Apple iOS 系統市佔率穩定上升。
- ▶ 手機上網率為 82.8%，近年持續攀升中，桌機/筆電、平板電腦上網率則微幅下滑，從年齡觀察可以發現 10-19 歲在這兩類裝置的上網率下降幅度明顯。
- ▶ 網路電視機上盒/電視棒上網率在 2018 下半年首度達一成，智慧型電視上網率在今年也有提升。

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：

2017 年至 2018 年

有效樣本數：

每半年 N=1,800；每年度 N=3,600

2017 和 2018 年度分別依據內政部 2017 年 11 月和 2018 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。

		2017 年度	2018 年度
性別	男性	49.5%	49.4%
	女性	50.5%	50.6%
年齡	10-19 歲	11.3%	10.9%
	20-29 歲	14.9%	14.6%
	30-39 歲	17.4%	17.0%
	40-49 歲	17.1%	17.2%
	50 歲以上	39.3%	40.3%
居住地	北部	45.5%	45.6%
	中部	26.3%	26.3%
	南部	28.2%	28.1%



- ▶ 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