



創市際雙週刊 第一三二期

發刊日：2019年05月15日

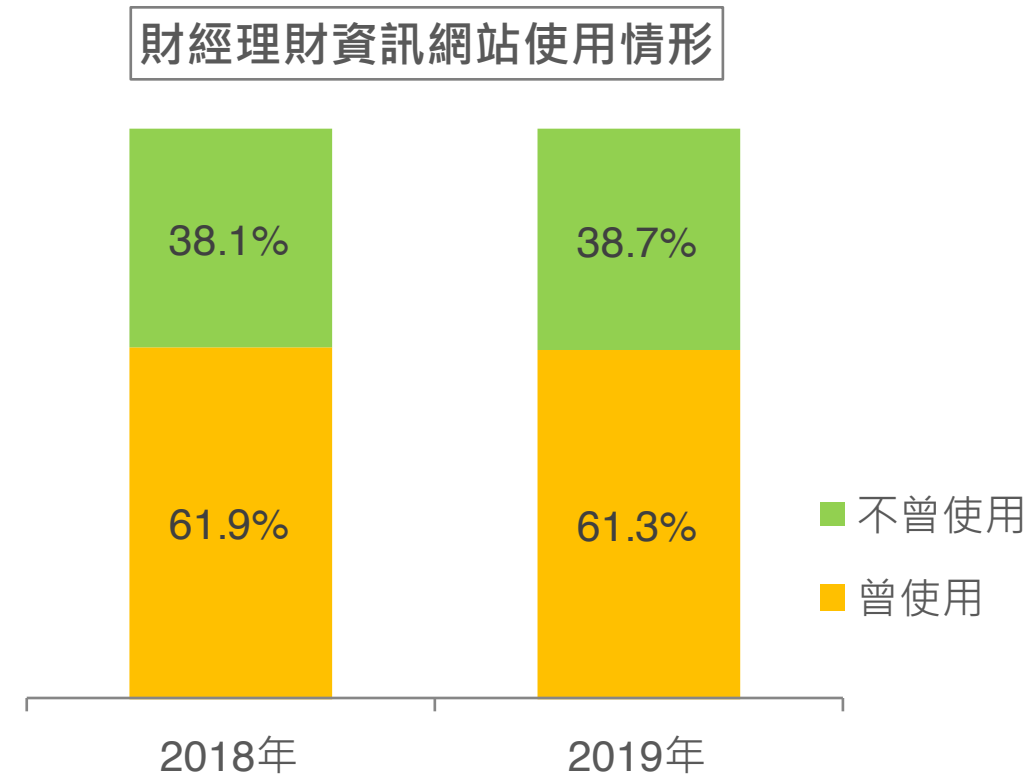


投資理財篇與 商務/財經新聞類網站使用概況

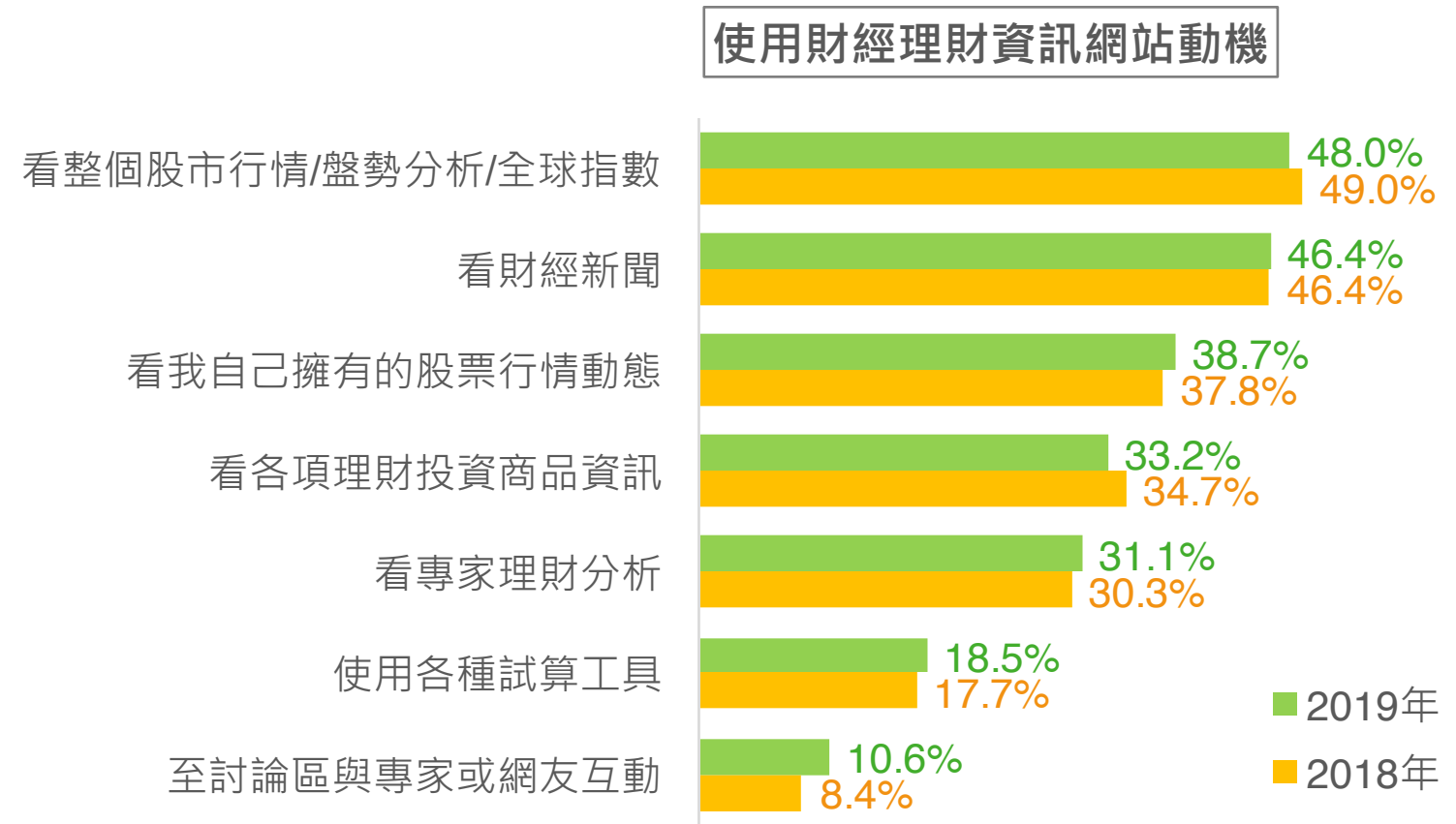
前言

網路經濟的時代，上網即可獲取各種投資理財資訊，及進行各項投資理財行為，為瞭解網友使用財經理財資訊網站的習慣及理財情形，創市際市場研究顧問於 2019 年 4 月 18 日至 24 日，針對 20-64 歲 網友進行了一項「投資理財篇」的調查，總計回收了 1,715 份問卷。接著創市際透過 Comscore MMX Multi-Platform 數據觀察台灣網友使用商務/財經新聞類 (News/Information – Business/Finance News) 的各裝置使用情形，並分析此類網站數位使用概況。

財經理財資訊網站使用率達六成以上



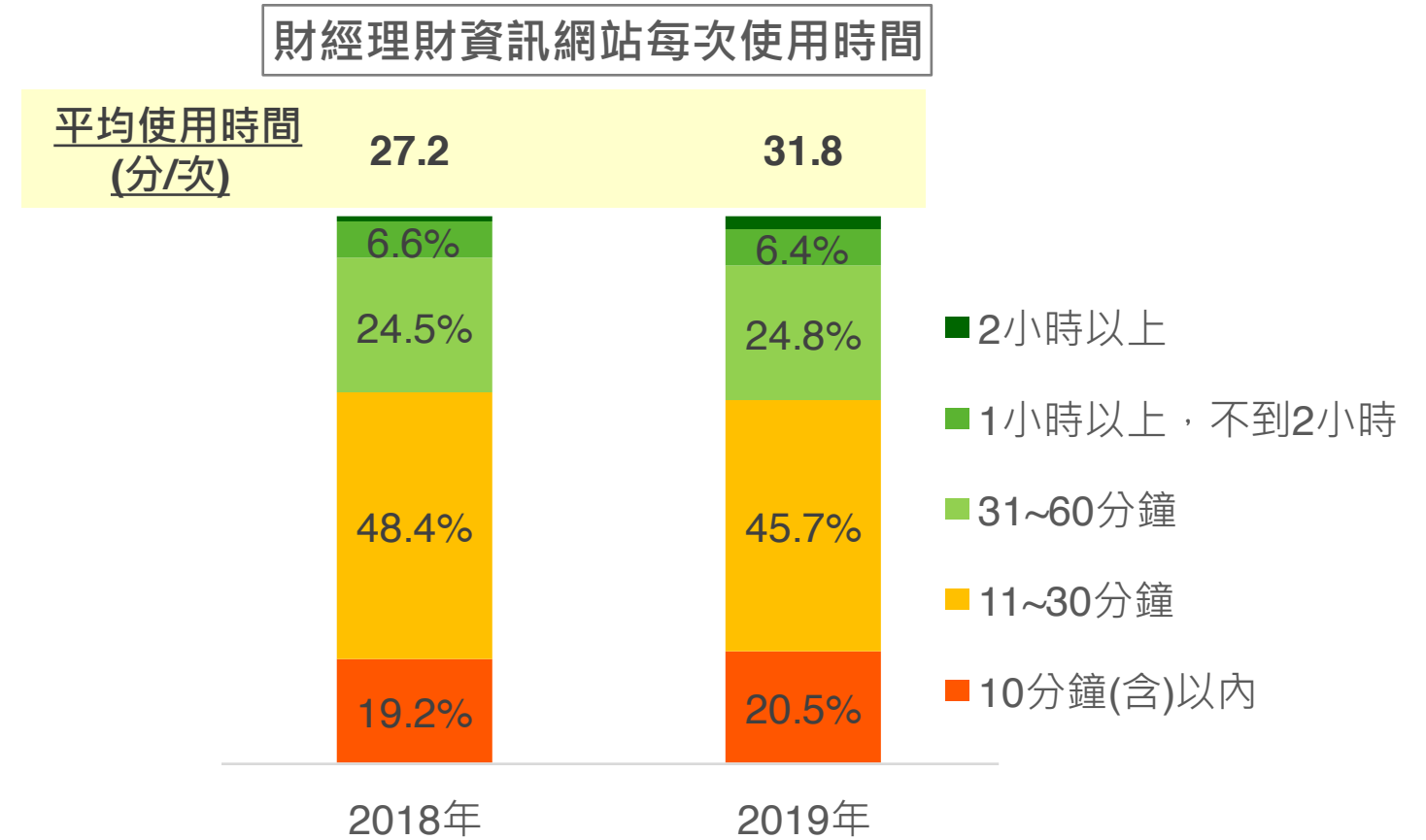
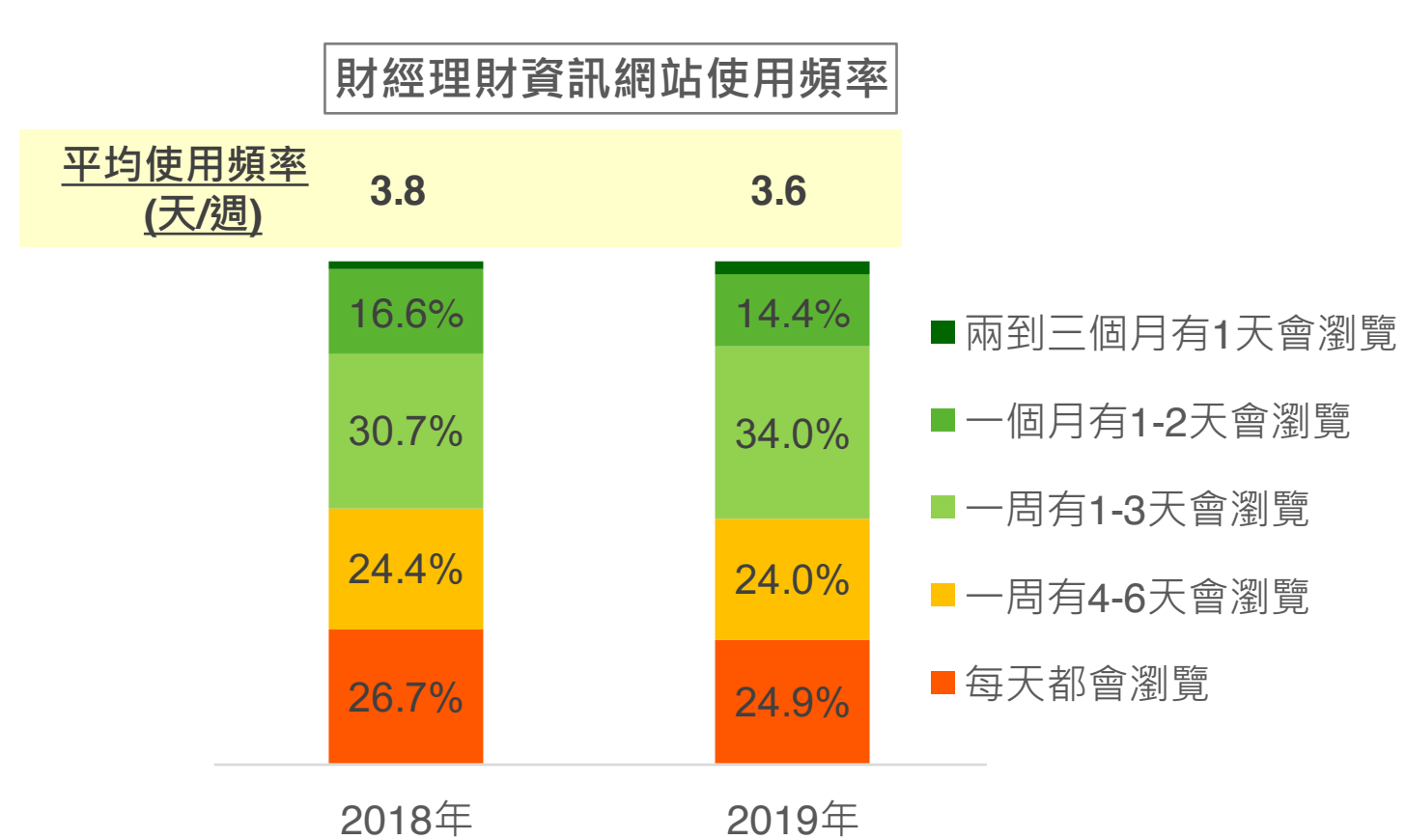
Base：2018年全體受訪者者 N=1775
 2019年全體受訪者者 N=1715
 資料來源：創市際市場研究顧問 Apr. 2019



Base：2018年曾瀏覽財經理財資訊網站者 N=1099
 2019年曾瀏覽財經理財資訊網站者 N=1041
 資料來源：創市際市場研究顧問 Apr. 2019

由近兩年的調查發現，有使用過財經理財資訊網站者皆在六成以上，其中以男性、年齡在 40 歲以上、居住於北部、職業為有固定工作者比例較高。而使用網站的動機以「看整個股市行情/盤勢分析/全球指數」(48.0%)及「看財經新聞」(46.4%)為主，再者是「看我自己擁有的股票行情動態」(38.7%)與「看各項理財投資商品資訊」(33.2%)。

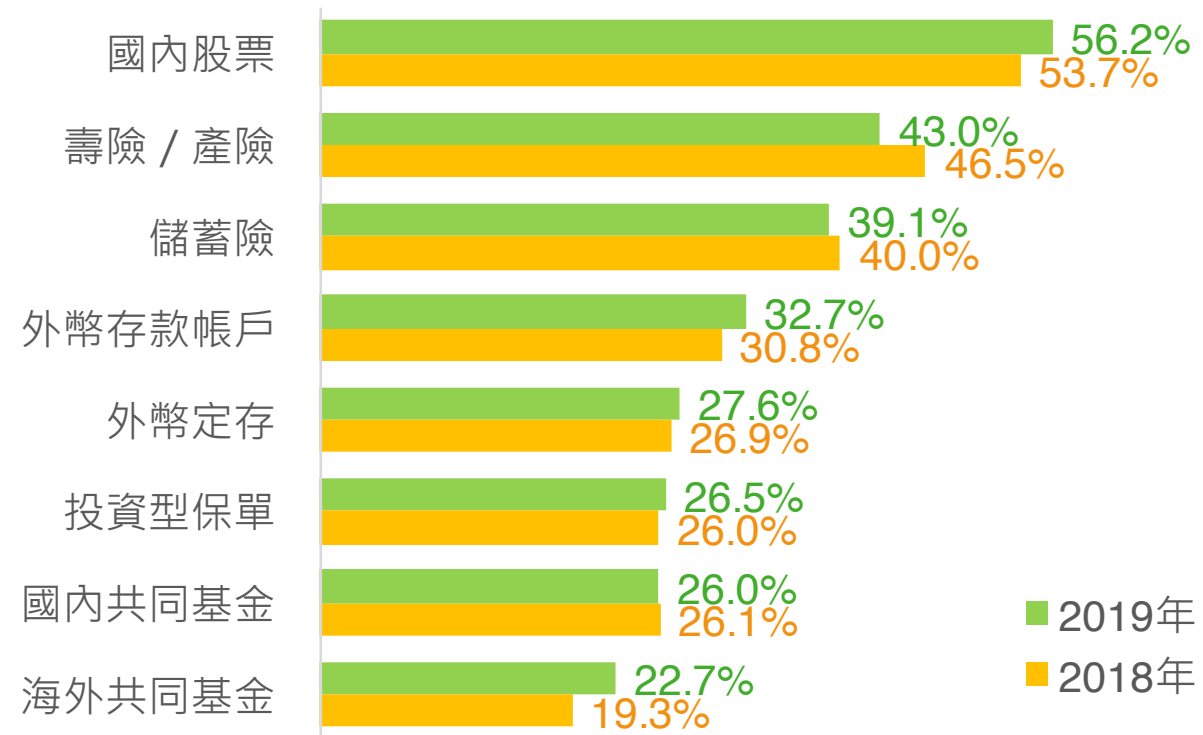
財經理財資訊網站使用率：每週3.6天/每次半小時



透過分析數據顯示，網友瀏覽財經理財資訊網站的平均頻率約在 3.6 天/週，其中較多數網友是「一週有1-3天會瀏覽」(34.0%)者；在使用時間部份，有近五成者每次約瀏覽「11~30分鐘」(45.7%)，而平均的瀏覽時間是落在31.8分鐘/次左右。

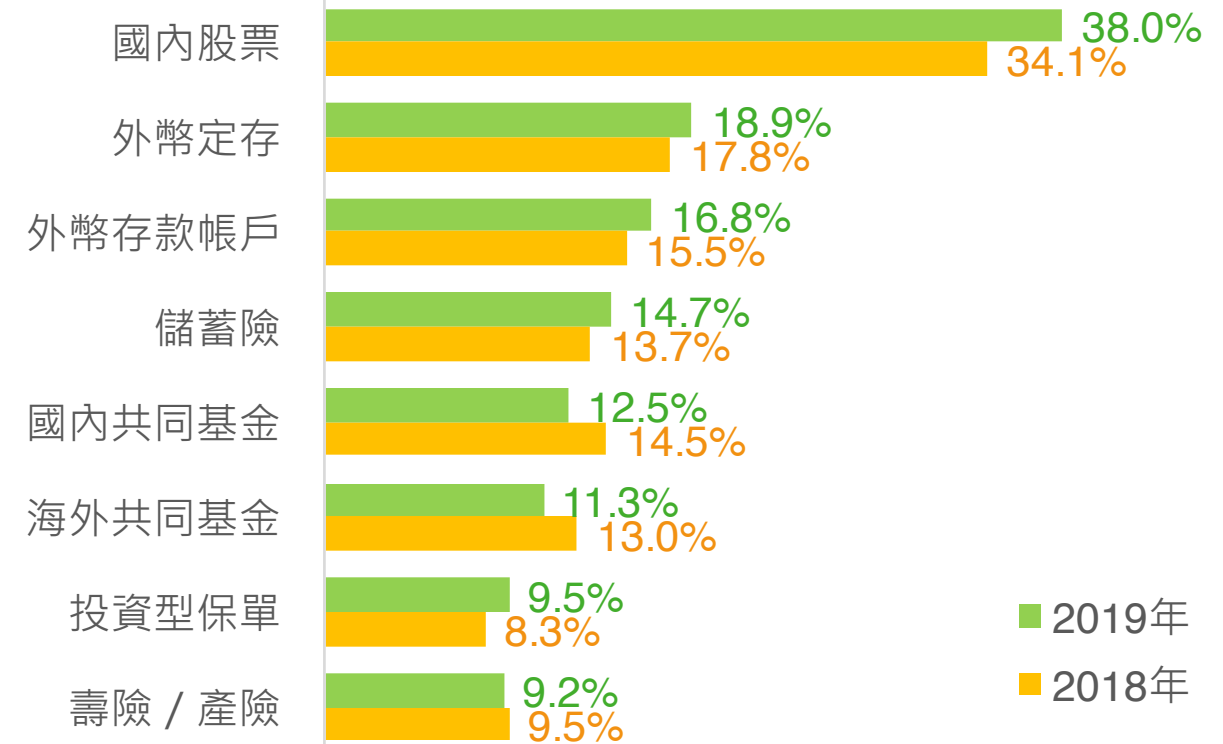
投資項目以「國內股票」最熱門

目前從事的投資理財項目



Base：2018年有從事理財投資者 N=1435
 2019年有從事理財投資者 N=1362
 資料來源：創市際市場研究顧問 Apr. 2019

未來三個月想從事的投資理財項目

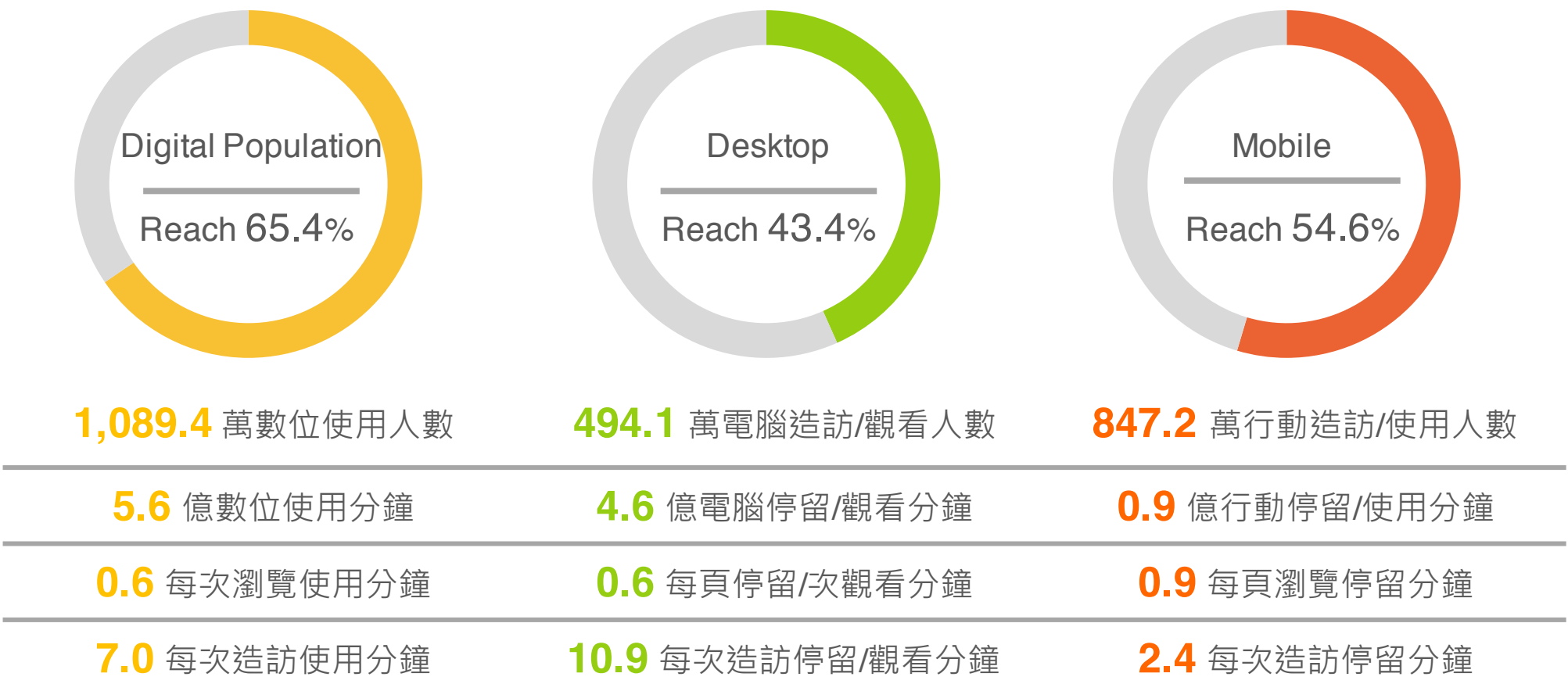


Base：2018年有從事理財投資者 N=1435
 2019年有從事理財投資者 N=1362
 資料來源：創市際市場研究顧問 Apr. 2019

深入了解網友從事的投資項目，目前以「國內股票」(56.2%)為最多人選擇的投資項目，又以男性、40 歲以上、居住在北部者比例較為顯著，其次是「壽險/產險」(43.0%)與「儲蓄險」(39.1%)。而在未來三個月計畫投資的部份，同樣是以「國內股票」(38%)比例最高，其次為「外幣定存」(18.9%)與「外幣存款帳戶」(16.8%)。

商務/財經新聞類行動裝置使用者較多，但使用時間以電腦較高

2019 年 3 月商務/財經新聞類別各裝置到達率與使用概況



根據 Comscore MMX Multi-Platform，2019 年 3 月台灣商務/財經新聞類*數位使用人數為 1,089.4 萬人，到達率為 65.4%；行動裝置使用人數較多，裝置到達率也較電腦高。比較使用行為，即便行動裝置人數較多，透過電腦的使用時間卻比行動裝置高，單次造訪的使用時間也較高，行動裝置則是單頁瀏覽時間較突出。

*因 2018/10 月 Comscore 進行類別更動，將財經商務類別中的財經新聞 (Business/Finance - News) 移入新聞類中，故本次觀察以新聞資訊類的商務/財經新聞 (News/Information - Business/Finance News) 為主。

男、女數位使用人數的差距主要在 45 歲以上使用者

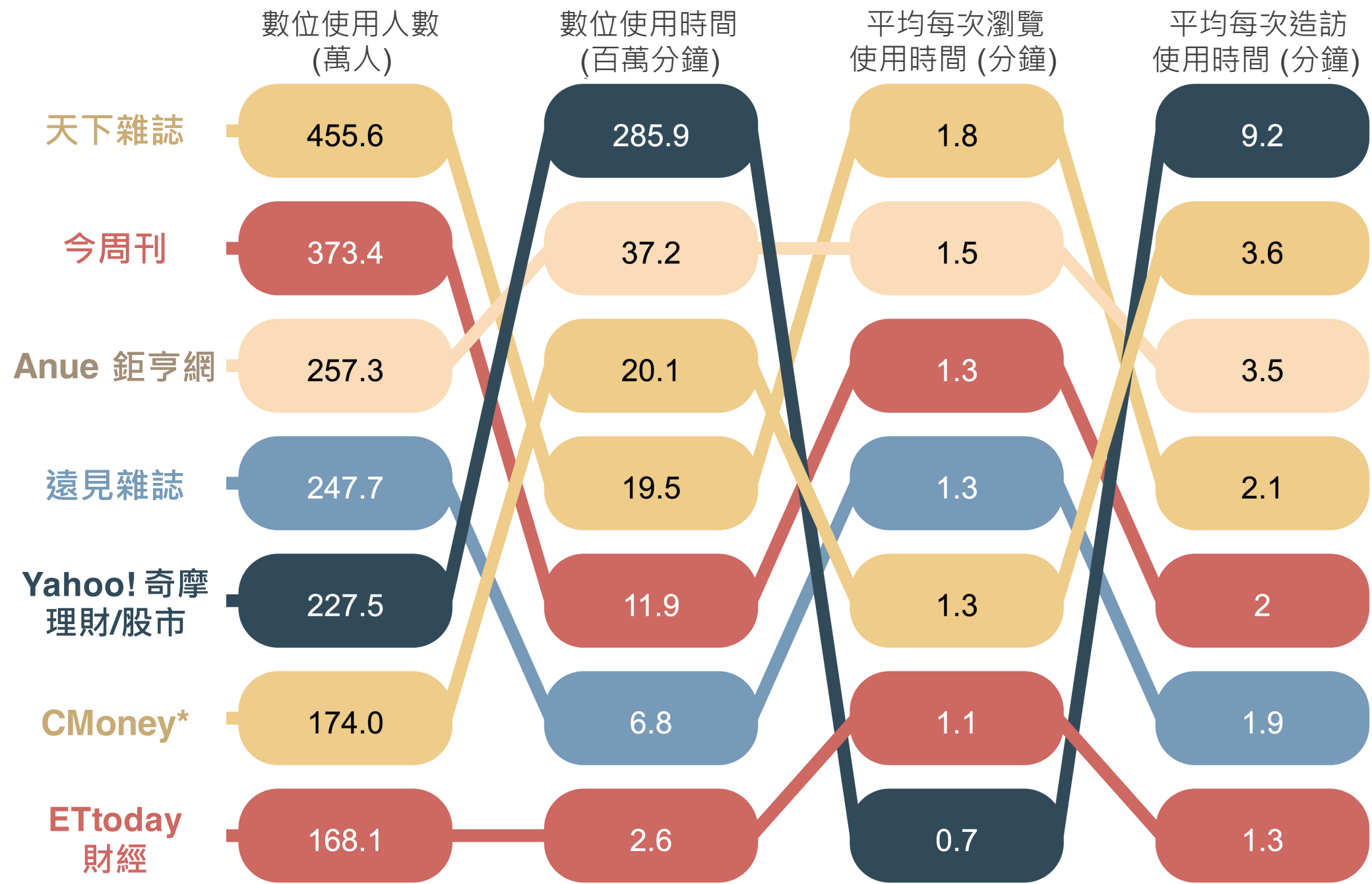
2019 年 3 月商務/財經新聞類別男、女各年齡層分佈比例



觀察 2019 年 3 月商務/財經新聞類男、女比例分佈，女性使用者佔多，佔全類別使用者的 **56.1%**。接著觀察男、女年齡比例，發現 6-24 歲、25-44 歲男女比例差距不大，其中 25-44 歲皆是主力的使用年齡層，男女 25-44 歲分別佔全類別的 24.8%、25.8%，但 45 歲以上使用者，男女差距就相當明顯，也是造成類別男女人數差距的主要原因。

天下雜誌網站人數最多，Yahoo! 奇摩理財/股市使用時間最高

2019 年 3 月商務/財經新聞網站數位使用概況



觀察 2019 年 3 月份商務/財經新聞類網站使用概況，「天下雜誌」是類別使用人數最多的網站，在平均每次瀏覽使用時間也是各站之最，主因可能是網站進行內容付費，付費會員對於單頁/單篇文章的平均閱讀時間相對較高；「Yahoo! 奇摩理財/股市」整合兩頻道之流量，提供使用者觀察投資標的或買賣行情等詳細資訊，因此即便使用人數於類別中不算突出，在總使用時間、單次造訪平均使用時間卻是各站之最。

*CMoney 被分類為財經商務類 (Financial Services)，但網站內容與商務/財經新聞類 (News/Information - Business/Finance News) 類似，故一併納入本次觀察。

► 小結

- 有超過六成的網友曾使用財經理財資訊網站；
主要使用動機：「看整個股市行情/盤勢分析/全球指數」及「看財經新聞」。
- 財經理財資訊網站使用率：平均每週 3.6 天/每次 31.8 分鐘。
- 目前從事的投資理財項目 Top 3：「國內股票」、「壽險/產險」、「儲蓄險」；
未來三個月想從事的投資理財項目 Top 3：「國內股票」、「外幣定存」、「外幣存款帳戶」。

► 小結

- 根據 Comscore MMX Multi-Platform 數據，2019 年 3 月商務/財經新聞類數位使用人數為 1,089.4 萬人，數位上網人口到達率為 65.4%，行動裝置使用人數較電腦多，但電腦使用時間較突出。
- 觀察此類別男女比例，女性較多，佔全類別 56.1%，切分性別年齡來看，發現男女差距主因為 45 歲以上使用者的差異，女性 45 歲以上使用者明顯比男性多，可能是 45 歲以上男性也有其它獲取相關資訊的管道。
- 商務/財經新聞網站中，「天下雜誌」是人數最多的網站，即便已進行內容付費一段時間，整體人數還是相當平穩；「Yahoo! 奇摩理財/股市」則是因網站內容，使用者通常會有明顯造訪目的，因此會停留比較長的時間。

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：
2019/04/18 ~ 2019/04/24

有效樣本數：N=1,715
在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.37%，再依照行政院主計處2018年12月台灣地區內政部人口之性別、年齡及居住地人口結構進行加權。

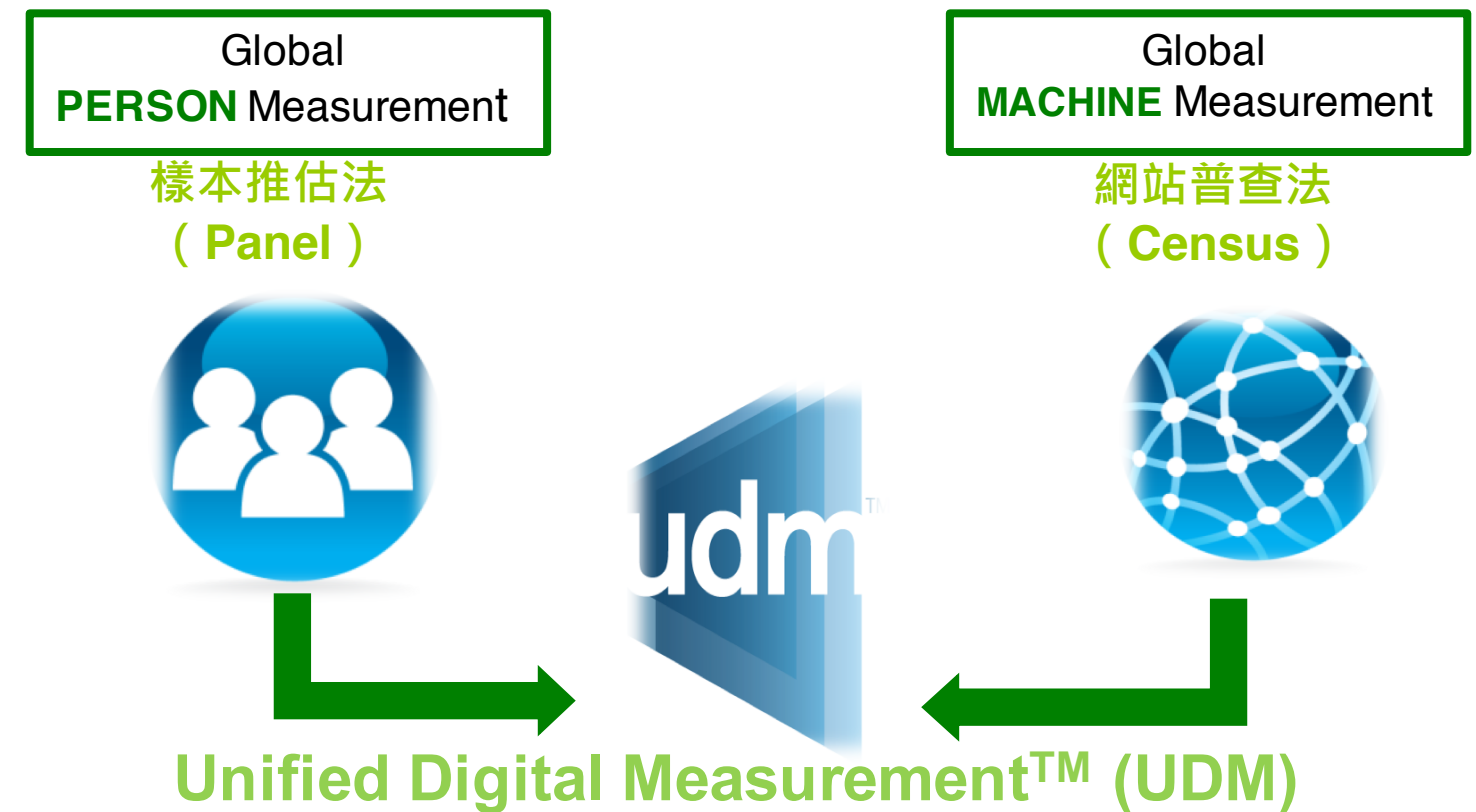
		個數	百分比
性別	男性	854	49.8%
	女性	861	50.2%
年齡	20-24歲	168	9.8%
	25-29歲	173	10.1%
	30-34歲	180	10.5%
	35-39歲	219	12.8%
	40-44歲	208	12.1%
	45-49歲	195	11.4%
	50-54歲	198	11.5%
	55-59歲	197	11.5%
居住地	60-64歲	176	10.3%
	北部	789	46.0%
	中部	448	26.1%
	南部	478	27.9%

Methodology

Comscore 採用先進的 Unified Digital Measurement™(UDM) 技術取得網站流量數據，數據來源包含台灣超過 6 萬名不重複使用者的整體網路使用行為，以及眾多網站在網頁安裝追蹤程式碼取得網頁稽核數據，輔以 IAB 提供的 International Spiders and Bots List 進行非人為流量的資料清整，多方數據交互加權校正，可減少誤差且反映各網站最真實的流量。

MMX Multi-Platform

MMX Multi-Platform 資料來自於 MMX、Video Metrix 與 Mobile Metrix，並以同源樣本的方式計算出網友跨屏使用的情況；唯台灣目前未有行動裝置上的觀察樣本，因此仰賴各行動網站主與行動應用程式開發商在網頁上安裝 Comscore 追蹤碼或在 App 中加入 Comscore SDK，數據方能在系統中呈現，行動數據完整性亦與網站主是否網頁或各裝置中加裝追蹤碼相關。



* 參與 Comscore 流量稽核(UDM) 的網域，其媒體名稱前依 unified 程度加註 (U) 或 (u)，分別代表全站稽核或部份網頁稽核。



- ▶ 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