

106 年通訊傳播產業匯流
發展趨勢與調查委託研究案
案號：NCC-Y106-014

106 年通訊市場調查結果報告

委託單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

中華民國 107 年 1 月

106 年委託研究報告

案號：NCC-Y106-014

通訊傳播產業匯流發展 趨勢與調查委託研究案 通訊市場調查結果報告

計畫主持人

王怡惠博士

研究人員

劉柏立、白卿芬、陳思豪、陳彥宇、

鄭琬予、梁曼嫻、徐千惠、汪瑤葳、鄭雅心、施翔云

委託單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

本報告不必然代表國家通訊傳播委員會意見

中華民國 107 年 1 月

目錄

目錄.....	5
圖目錄.....	7
表目錄.....	11
壹、調查目的	13
貳、調查方法	13
一、問卷設計	13
二、調查對象與方法.....	13
三、調查執行情形	19
四、研究限制	22
參、通訊市場調查分析.....	23
一、電話使用情形	23
二、市內電話使用情形.....	25
三、行動電話使用情形.....	37
四、行動電話資費與方案.....	62
五、家中網路使用情形.....	80
六、網路語音通話使用情形	102
肆、通訊市場問卷調查專家焦點座談	109

一、通訊市場調查專家座談會議	109
二、座談會建議事項分析及說明	114
伍、綜合結論	117
附件一 通訊市場調查問卷	119
附件二 通訊市場問卷調查專家焦點座談會議紀錄	145

圖目錄

圖 1	家戶電話使用情形.....	23
圖 2	市內電話線使用功能.....	25
圖 3	市內電話線使用功能重要性.....	26
圖 4	市內電話帳單費用類型.....	28
圖 5	市內電話最常使用的付費方式.....	29
圖 6	未來 12 個月內，家中安裝市內電話可能性.....	33
圖 7	未來 12 個月內，家中不安裝市內電話原因.....	34
圖 8	未來 12 個月內，家中取消市內電話線可能性.....	35
圖 9	未來 12 個月內，家中不安裝市內電話線的原因.....	36
圖 10	智慧型手機使用情形.....	37
圖 11	在家以外使用的行動上網服務.....	39
圖 12	在家以外最常使用的行動上網服務.....	40
圖 13	最常使用手機的連網地點.....	42
圖 14	手機門號數.....	43
圖 15	擁有 2 個門號以上的原因.....	44
圖 16	最常使用的門號所屬電信業者.....	45
圖 17	最常使用門號的選用原因.....	47

圖 18	更換最常使用的電信業者門號	48
圖 19	更換最常使用電信業者門號的原因.....	50
圖 20	家中使用行動電話的主要業者	52
圖 21	是否知道行動網路測速	56
圖 22	使用的行動網路實際速率是否比預期的快.....	57
圖 23	購買手機的地方.....	58
圖 24	民眾使用手機的非上網活動（前十名）	59
圖 25	民眾使用智慧型手機的上網活動（前十名）	61
圖 26	最常使用的行動電話資費方案	62
圖 27	月租型的使用方案類型	63
圖 28	預付型的使用方案類型	63
圖 29	家中行動電話帳單最常使用的付費方式.....	66
圖 30	門號採行方案	67
圖 31	購機綁約期間長度.....	69
圖 32	門號綁約期間長度.....	70
圖 33	未來申辦新門號或續約時會採行的方案.....	72
圖 34	語音熱線與網內互打免費的使用情形.....	74
圖 35	語音熱線門號數.....	75
圖 36	網內互打免費方案.....	77

圖 37	行動上網流量方案.....	78
圖 38	家中上網情形	80
圖 39	家中固定網路擁有情形.....	81
圖 40	不能在家上網者，未來 12 個月仍不會於家中上網可能性...	83
圖 41	不能在家上網者，未來 12 個月仍不會於家中上網的原因...	83
圖 42	家中固網服務使用情形.....	85
圖 43	家中最常使用的上網方式.....	86
圖 44	網路使用頻率	88
圖 45	行動上網方式	90
圖 46	家中主要使用的固網業者.....	91
圖 47	更換固網服務類型.....	92
圖 48	更換固網服務類型的原因	93
圖 49	更換固網服務業者.....	94
圖 50	更換固網服務業者的原因	95
圖 51	家中申裝的固網速率.....	96
圖 52	是否知道固定網路測速.....	98
圖 53	使用的固定網路實際速率是否比預期的快.....	98
圖 54	是否知道網路可進行語音通話	102
圖 55	受訪者或家中是否有使用網路語音通話.....	103

圖 56	受訪者或家人所用的網路語音電話服務.....	104
圖 57	網路語音電話服務使用頻率	106
圖 58	通訊市場問卷調查專家焦點座談會議照片 I.....	153
圖 59	通訊市場問卷調查專家焦點座談會議照片 II.....	154
圖 60	通訊市場問卷調查專家焦點座談會議照片 III.....	154
圖 61	通訊市場問卷調查專家焦點座談會議照片 IX.....	155

表目錄

表 1 樣本配置	15
表 2 正式樣本執行狀況.....	16
表 3 通訊市場調查樣本檢定表	21
表 4 市內電話通話品質滿意度（區域別）	31
表 5 市內電話業者整體服務滿意度（區域別）	32
表 6 市內電話語音服務品質滿意度（區域別）	54
表 7 行動電話上網服務品質滿意度（區域別）	55
表 8 固網上網品質滿意度（區域別）	101

壹、調查目的

數位經濟時代，消費者在通訊傳播市場之使用行為，除攸關整體通傳產業之商業經營、科技發展外，並已逐漸擴展與深化影響眾多其他產業，因此通傳產業之發展與國家整體經濟走向亦將愈加緊密難分，此由其他國家如英國通訊傳播局（Office of Communications, Ofcom）、日本總務省、韓國放送通訊委員會（Korea Communications Commission, KCC）與新加坡資通訊媒體發展管理局（Info-communications Media Development Authority of Singapore, IMDA）等亦長期辦理此類消費者端定期追蹤調查，而更顯示此類資訊之重要性。

本調查研究目的在於藉由全面性且深入之需求面調查，獲取細緻客觀描繪消費者行為偏好圖像之資訊，以掌握數位經濟時代下之各項消費行為、創新應用等重要發展動態，作為擘劃通傳市場及法規政策走向評估之量化參考數據。

貳、調查方法

一、問卷設計

本調查主要參酌英國通訊傳播主管機關 Ofcom 調查消費者在通訊傳播市場之使用行為及其趨勢，並配合國內通訊市場現況予以調整設計問卷。

二、調查對象與方法

（一）調查對象

以臺灣本島（不含金門縣及連江縣）為訪問區域。並以年齡在 16 歲及以上（民國 90 年 12 月 31 日以前出生）的民眾為調查對象。

（二）抽樣方法

本調查在抽樣設計方面係依分層三階段抽取率與單位大小成比例（stratified three-stage probabilities proportional to size sampling）¹抽樣法，於第一及第二階段依照各區域人口等比例分配樣本，第三階段則採便利抽樣完成受訪樣本。

¹抽取率與單位大小成比例（probabilities proportional to size, PPS）

1. 前測試訪調查

前測試訪調查採分層三階段 PPS 抽樣法，由於預試預計完成案數不多，在顧及後續調查時程規劃、考量調查成本的前提之下，將本計畫正式調查所使用的抽樣分層加以調整，使原來的七個分層合併為五個分層²。實際成功樣本數為 30 人。

2. 正式調查

正式面訪調查採分層三階段 PPS 抽樣法，使母體中的每個人都有一個不為零（non-zero）的中選機會，預計完成 1,100 份樣本。採用的抽樣分層，是依據人文區位的人口結構及經濟變項，將臺灣 358 個鄉鎮市區分為七個層級。為求實務調查之便利性，在抽樣執行時，合併了都市化層級最低的第六層與第七層，而以六個層級作為本次調查的抽樣分層架構³。

各階段的抽樣單位，茲說明如下：第一抽出單位：鄉鎮市區；第二抽出單位：村里或集群村里；最後則將於抽出村里的人口聚集處設置訪問點。實際抽樣執行時亦利用分層三階段 PPS 抽樣法進行抽樣。第一階段抽樣是依照 PPS 之原則抽出中選鄉鎮。惟在此階段抽樣時，考量第四層至第六層地屬偏遠，常致召募訪員不易及訪員流動大之問題，故在本階段抽出鄉鎮後，即在中選鄉鎮內合併數個村里為單一集群村里，成為新抽取單位⁴。第二階段抽樣則是在每一中選鄉鎮市區內，依循 PPS 原則抽取村里或集群村里。最後，第三階段在每中選一村里中再採用便利抽樣完成受訪樣本，預計抽得 1,100 份樣本。

在所有正式訪問的受訪個案完訪後，即利用內政部所提供之 106 年度 08 月份的人口統計資料進行樣本代表性檢定，查核中選樣本的個人人口特徵分佈與母體人口結構的一致性。檢定項目包括：（1）性別，（2）年齡層，（3）戶籍地。

² 預試調查先以侯佩君等人(2008)建立的七個鄉鎮市區發展類型作為抽樣分層的分類基礎，分別是：都會核心、工商市區、新興市鎮、傳統產業市鎮、低度發展鄉鎮、高齡化鄉鎮、偏遠鄉鎮，並將後面三層即「第五層、第六層及第七層」合併為一層。地區定義-北部：台北市、新北市、基隆市、桃園縣、新竹縣市、苗栗縣、宜蘭縣；中部：台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣市；南部：台南市、高雄市、屏東縣。第一、二層訪問北部地區；第三、四層訪問南部地區；第五層訪問中部地區。

³ 正式調查同樣是採用侯佩君等人(2008)建立的七個鄉鎮市區發展類型作為抽樣分層的分類基礎

⁴ 為有效降低訪員流動率、提升訪問資料的品質，本面訪調查的抽樣設計是採單一年度面訪調查固定初抽單位（primary sampling units）制度。依此制度的設計，當年度所有橫斷式（cross-sectional）面訪調查的第一初抽單位都採用同一中選鄉鎮，而第四層至第六層也採用相同的集群村里進行訪問

3. 樣本配置

依委託單位需求，問卷至少完成 1,100 份有效樣本，在 95%的信心水準下，抽樣誤差介於正負 3.0 個百分點以內。

表 1 樣本配置

地理分層	分層	16 歲以上人口	人口比例 (%)	樣本配置
北北基宜	第 1 層	1,239,417	19.20	69
	第 2 層	3,174,497	49.18	177
	第 3 層	1,636,963	25.36	91
	第 4 層	404,452	6.27	23
	小計	6,455,329	32.71	360
桃竹苗	第 1 層	1,123,077	36.74	63
	第 2 層	1,410,463	46.15	78
	第 3 層	523,045	17.11	29
	小計	3,056,585	15.49	170
中彰投	第 1 層	897,458	23.18	50
	第 2 層	1,260,111	32.55	70
	第 3 層	1,274,413	32.92	71
	第 4 層	439,835	11.36	25
	小計	3,871,817	19.62	216
雲嘉南	第 1 層	918,945	31.49	51
	第 2 層	1,215,305	41.65	68
	第 3 層	783,996	26.87	44
	小計	2,918,246	14.79	163
高屏澎	第 1 層	858,291	29.01	48
	第 2 層	983,770	33.25	55
	第 3 層	1,116,511	37.74	62
	小計	2,958,572	14.99	165
花東	第 1 層	252,539	52.97	14
	第 2 層	224,240	47.03	13
	小計	476,779	2.42	27
總數		19,737,328	100.00	1,100

(三) 調查時間

自 106 年 08 月 17 日至 10 月 05 日於抽出之訪問區域進行訪問。

表 2 正式樣本執行狀況

中選的鄉鎮市區	每單位預計完成數（共 1,100 份）	實際完成數（1,131 份）
新北市永和區	18	21
臺北市大安區	18	18
臺北市松山區	16	16
臺北市萬華區	16	16
新北市三重區	20	20
新北市中和區	20	20
新北市新莊區	20	20
新北市蘆洲區	20	20
臺北市中山區	20	20
臺北市內湖區	20	20
臺北市文山區	20	20
臺北市北投區	20	22
臺北市南港區	20	20
宜蘭縣羅東鎮	18	18
基隆市七堵區	18	18
基隆市中正區	18	18
新北市五股區	18	18
新北市汐止區	18	18
宜蘭縣冬山鄉	22	22

中選的鄉鎮市區	每單位預計完成數（共 1,100 份）	實際完成數（1,131 份）
桃園市中壢區	22	22
桃園市桃園區	22	23
新竹市東區	22	23
桃園市平鎮區	20	20
桃園市蘆竹區	20	20
新竹縣新豐鄉	20	20
新竹縣湖口鄉	20	20
苗栗縣通霄鎮	14	14
苗栗縣後龍鎮	14	14
臺中市西屯區	16	16
臺中市北屯區	16	16
臺中市西區	16	16
彰化縣員林鎮	18	18
彰化縣彰化市	18	19
臺中市豐原區	18	18
臺中市太平區	18	18
南投縣草屯鎮	18	18
南投縣南投市	18	18
彰化縣鹿港鎮	18	18
臺中市霧峰區	18	18
南投縣竹山鎮	24	24
臺南市仁德區	18	18

中選的鄉鎮市區	每單位預計完成數（共 1,100 份）	實際完成數（1,131 份）
臺南市善化區	18	18
臺南市北區	18	18
雲林縣斗六市	16	19
嘉義市東區	16	16
雲林縣虎尾鎮	16	16
嘉義縣水上鄉	16	16
臺南市白河區	22	22
雲林縣莿桐鄉	22	22
高雄市苓雅區	16	16
高雄市三民區	16	16
高雄市鳳山區	16	18
屏東縣屏東市	18	18
高雄市大社區	18	19
高雄市岡山區	18	18
屏東縣鹽埔鄉	20	23
屏東縣里港鄉	20	24
高雄市大樹區	20	20
臺東縣臺東市	7	12
花蓮縣花蓮市	7	6
臺東縣卑南鄉	6	9
臺東縣太麻里鄉	6	9

三、 調查執行情形

(一) 調查說明

在正式執行前，於 106 年 7 月著手問卷相關準備工作，106 年 7 月 27 日至 106 年 7 月 31 日進行前測試訪調查，經與委託單位開會討論修正問卷後，自 106 年 8 月 17 日正式開始執行調查，實施期程說明如下：

1. 準備期：自 106 年 7 月 1 日至 7 月 31 日。
2. 調查期：第一階段調查期自 106 年 7 月 27 日至 7 月 31 日
第二階段調查期自 106 年 8 月 17 日至 9 月 30 日。
3. 核閱期：自 106 年 10 月 1 日至 10 月 05 日。

(二) 輔助調查工具

在調查方法上，以面訪調查方式進行，並採「電腦輔助面訪調查系統」輔以紙本問卷來進行。

(三) 統計分析方式

1. 樣本代表性與加權

本研究的調查結果在經由複查機制的查核後，為使樣本能充分反映母體結構，增加樣本的代表性及可靠性，本研究以無母數卡方檢定方式（NPAR Chi-square Test）逐一檢視樣本年齡、性別、及縣市人口比例等分配與母體結構之間的差異檢定。檢定結果若發現樣本與母體結構產生顯著差異，則以加權方式處理，使樣本結構與母體產生一致。

加權方式採用「多變項反覆多重加權」（Raking），依序以性別、年齡、戶籍地區變項進行調整，如此反覆進行，直到每一變數的樣本分配與母體分配已無顯著差異，才停止 raking。

調查結果每一筆資料都乘以調整權數， $\frac{N_i}{N} \bigg/ \frac{n'_i}{n}$ ， N_i 和 n'_i 是第 i 交叉組的母體人數和樣本加權人數，而 N 和 n 是母體總人數和樣本加權總人數，這樣使樣本與母體的分配在調整後完全一致。最後的權數是各步調整權數累乘。

2. 次數分配 (Frequency)

藉由各題項之次數分配及百分比所呈現之數據，瞭解民眾對各主題內容的認知情形及評價。

3. 交叉分析及卡方檢定 (a Cross Analysis & a Chi-Square Test)

以「各項議題」對基本資料做交叉分析表，以瞭解不同背景的受訪者在各議題方面是否具有差異性。交叉表並採用 Pearson 卡方檢定分析法，卡方檢定統計值 (W) 定義如下：

$$W = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2((r-1)(c-1)), \text{ 其中}$$

O_{ij} 為第 i 列第 j 欄位之觀察次數，

E_{ij} 為第 i 列第 j 欄位之理論次數。

當卡方檢定統計值的 p-value 小於 0.05 時，表示在 95% 的信心水準下，兩變數間並非獨立，亦即，不同背景的受訪者在該題項中達到統計上的顯著差異。

4. ANOVA 變異數分析

變異數分析係將總變異分解為組間變異、組內變異兩個來源，其分析原理即在求取組間及組內變異的比例，如果組間變異數明顯大於組內變異數，則顯示各組的平均數中，至少有兩組以上具有顯著差異，如果無顯著差異，則各組的平均數亦無顯著不同。變異數分析 F 值計算方式如下所示：

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} = \frac{SS_b / k - 1}{SS_w / n - k}$$

其中，n 為樣本數，k 為組別數目，

$$SS_b = n \sum_{i=1}^k (\bar{X}_i - \bar{X})^2, \text{ 是各組平均數對總平均數差量的平方和，}$$

$$SS_w = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (X_{ij} - \bar{X}_i)^2, \text{ 是各組分數對本組平均數差量的平方和。}$$

(四) 調查樣本結構

截至 106 年 10 月 5 日止，研究團隊已完成本案調查之執行與核閱，通訊市場問卷調查共完成 1,131 個有效樣本，調查樣本結構如表 3。

表 3 通訊市場調查樣本檢定表

人口變數	母體		加權前 樣本數		加權後 樣本數		加權前 卡方檢定	加權後 卡方檢定
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比		
總計	20,065,531	100.0%	1,131	100.0%	1,131	100.0%		
性別							卡方值為0.585，p-value=0.444，在5%顯著水準下，樣本與母體性別分配無顯著差異。	卡方值為0.000，p-value=0.999，在5%顯著水準下，樣本與母體性別分配無顯著差異。
男	9,902,186	49.3%	571	50.5%	558	49.3%		
女	10,163,345	50.7%	560	49.5%	573	50.7%		
年齡							卡方值為299.5，p-value=0.000，在5%顯著水準下，樣本與母體年齡分配有顯著差異。	卡方值為0.000，p-value=0.999，在5%顯著水準下，樣本與母體年齡分配無顯著差異。
16-24歲	2,731,710	13.6%	296	26.2%	154	13.6%		
25-34歲	3,311,796	16.5%	269	23.8%	187	16.5%		
35-44歲	3,864,576	19.3%	215	19.0%	218	19.3%		
45-54歲	3,640,882	18.1%	204	18.0%	205	18.2%		
55歲以上	6,516,567	32.5%	147	13.0%	367	32.5%		
縣市別							卡方值為214.62，p-value=0.000，在5%顯著水準下，樣本與母體縣市別分配有顯著差異。	卡方值為1.666，p-value=.999，在5%顯著水準下，樣本與母體縣市別分配無顯著差異。
新北市	3,442,652	17.2%	168	14.9%	194	17.1%		
臺北市	2,290,072	11.4%	117	10.3%	131	11.6%		
桃園市	1,817,866	9.1%	81	7.2%	101	8.9%		
臺中市	2,339,571	11.7%	69	6.1%	131	11.6%		
臺南市	1,632,805	8.1%	75	6.6%	93	8.2%		
高雄市	2,409,968	12.0%	119	10.5%	133	11.7%		
宜蘭縣	395,981	2.0%	34	3.0%	23	2.1%		
新竹縣	452,493	2.3%	42	3.7%	26	2.3%		
苗栗縣	475,781	2.4%	31	2.7%	27	2.4%		
彰化縣	1,096,957	5.5%	71	6.3%	62	5.5%		
南投縣	440,276	2.2%	65	5.7%	25	2.2%		
雲林縣	601,478	3.0%	51	4.5%	33	3.0%		
嘉義縣	456,056	2.3%	22	1.9%	26	2.3%		
屏東縣	731,356	3.6%	71	6.3%	41	3.6%		
臺東縣	190,803	1.0%	26	2.3%	11	1.0%		
花蓮縣	285,751	1.4%	11	1.0%	16	1.4%		
澎湖縣	91,128	0.5%	3	0.3%	5	0.4%		
基隆市	328,159	1.6%	41	3.6%	19	1.7%		
新竹市	358,228	1.8%	15	1.3%	21	1.8%		
嘉義市	228,150	1.1%	19	1.7%	13	1.2%		

註：母體人口資料來源為內政部內政資料開放平台所提供之10608各村（里）戶籍人口結構資料。

四、 研究限制

為掌握我國民眾於數位經濟時代下之通訊傳播消費行為，我國首次由國家通訊傳播委員會規劃辦理通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查，規劃採取面訪方式，以臺灣本島（不含金門縣及連江縣）為訪問區域，並以年齡在 16 歲及以上（民國 90 年 12 月 31 日以前出生）的民眾為調查對象。惟在實際調查執行作業時，仍面臨研究限制如下：

（一） 抽樣架構之限制

按本年度通傳會標規需求，本調查需完成 1,100 份以上成功樣本，並按各縣市母體比例進行樣本配置。

為求抽樣嚴謹性，本研究參考中央研究院「台灣社會變遷基本調查計畫」之抽樣架構，進行本次面訪調查抽樣。但本研究與「台灣社會變遷基本調查計畫」以戶籍資料作為抽樣清冊為前提之調查不同，因本研究受限於無法取得全台灣地區戶籍資料作為抽樣清冊，故無法採取入戶方式的調查，而採取於挑選之鄉鎮市人口聚集處進行訪問。

（二） 樣本回收限制

調查問卷題數 82 題，為期達成每份問卷成功回收樣本數至少 1,100 份之計畫要求，本研究於挑選的各鄉鎮市村里，安排兩人一組之面訪訪問員，在其較熱鬧、人潮較多之據點，如公園、繁華的街口等，進行本次面訪調查。同時考量調查期間正值夏季、且問卷題數多，故又選擇有冷氣的場所進行訪問。

然而此次問卷調查內容相當專業，年紀較大受訪者不易理解，即便訪員花更多時間與心力不斷重複進行說明，仍無法增加其受訪意願，與其他年紀較輕族群相較，年紀較大的受訪者拒訪機率高，或是中途拒訪的情況相對較嚴重。故本次調查 55 歲以下成功受訪者的比率較高。

（三） 樣本推論之限制

如前述，本次調查願意回答受訪者以 55 歲以下占大多數，而就目前 55 歲以上之台灣民眾占總人口數比約為 32%，故加權後，55 歲以上樣本的權數放大約 2.4 倍，惟超過一定年齡之長者族群，對於匯流新媒體之看法與熟悉度意見較一致，即便權數增大仍能反映該群體之整體意見，權數放大倍數後獲致結果仍屬合理。雖然團隊已盡力控樣，但受限於時間，此次樣本年齡控制仍未盡完善，故整體而言，此次調查於資料解讀上宜為意向性分析。

參、通訊市場調查分析

一、電話使用情形

(一) 家戶電話使用情形 Q3

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾家戶電話使用情形，以同時使用市內電話與行動電話為主，比例達 79%。而隨著行動通訊與寬頻網路普及，家中僅使用行動電話比例占 17.7%，高於僅使用市內電話的 2.2%。

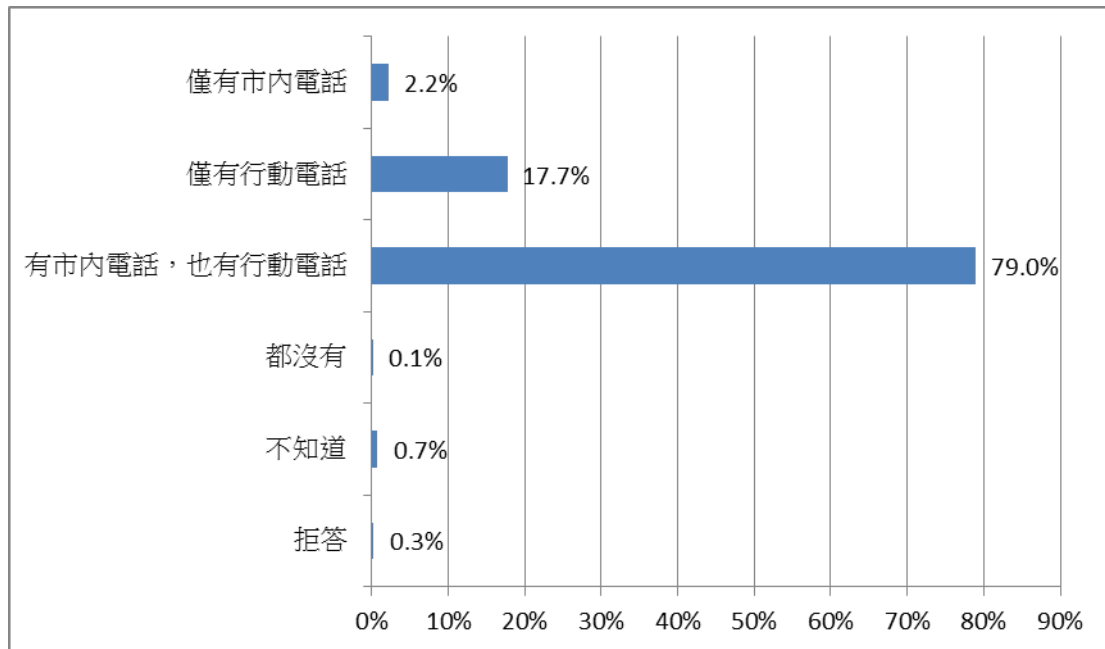


圖 1 家戶電話使用情形

Base : (N=1,131)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，北北基、桃竹苗、雲嘉南、宜花東地區有使用市內電話與行動電話比例皆高於 80%，其中又以宜花東（91.1%）最高；僅有行動電話則以中彰投（31.8%）最高，而僅有市內電話以高屏澎（5%）最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，不論男性或是女性皆以有使用市內電話與行動電話比例最高，男性為 78.1%、女性為 79.8%；僅有行動電話比例男性為 19.9%、女性為 15.5%。

依年齡層區分，各年齡層皆以有使用市內電話與行動電話比例最高，且皆高於 7 成；其中以 45-54 歲（82.9%）最高。僅有行動電話比例以 25-34 歲（26.6%）最高。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以有使用市內電話與行動電話比例最高，且皆高於 7 成；其中又以已婚者（85.3%）最高。僅有行動電話則以鰥寡/分居者（41.1%）最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，各收入別皆以有使用市內電話與行動電話比例最高，除 1 元-未滿 2 萬元的 77.2%外，其餘皆高於 8 成，又以 5 萬-未滿 6 萬元者最高（93.8%）；僅有行動電話以 4 萬-未滿 5 萬元最高（19.4%）；僅有市內電話則以 1 元-未滿 2 萬元最高（4.1%）。

依居住狀況區分，自有房屋者有使用市內電話與行動電話比例為 87.3%、租屋者為 55%；僅使用行動電話租屋者為 42.2%，遠大於自有房屋者的 9.2%。

依教育程度區分，各教育別皆以有使用市內電話與行動電話比例最高，其中以專科（88.7%）最高，其次為碩士及以上（82.1%）與高中職（含五專前三年）（79%）；僅使用行動電話以大學（21.3%）最高，其次為國中或初中（20.2%）與高中職（含五專前三年）（18.3%）；僅有市內電話則以小學及以下（12%）最高。

依職業區分，各職業別皆以有使用市內電話與行動電話比例最高，其中製造業與運輸及倉儲業皆高於 90%；僅使用行動電話以藝術、娛樂及休閒服務業的（30.2%）最高；僅使用市內電話則以農/林/漁/牧業（17.5%）最高，明顯高於其他職業別。

二、市內電話使用情形

(一) 市內電話線使用功能 Q4

1. 整體分析

市內電話使用功能方面，打電話比例為 55.5%、上網為 1.4%，兩者兼具為 42.0%。

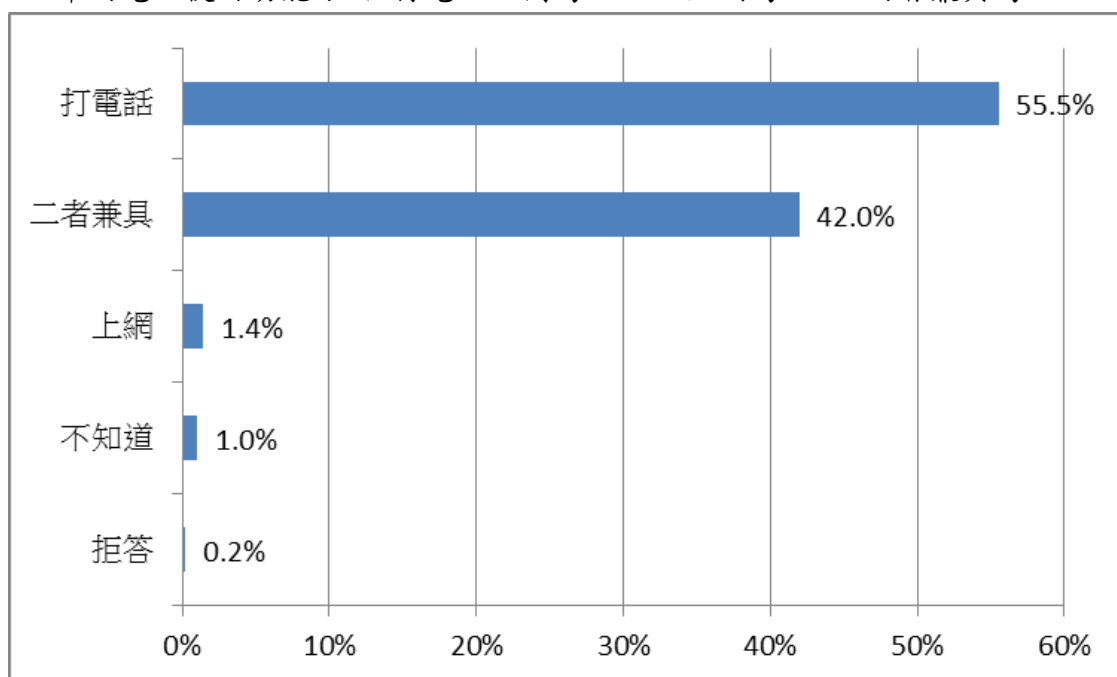


圖 2 市內電話線使用功能

Base: (N=919)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，僅使用打電話功能以宜花東的 72.1% 最高，其次為雲嘉南的 69.3%；使用打電話與上網功能以北北基與中彰投的 48.3% 並列第一，其次為桃竹苗的 43.2%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，僅使用打電話功能以女性 56.4% 較高，男性為 54.6%；有使用打電話與上網功能以女性的 42.3% 較高，男性為 41.5%。

依年齡層區分，僅使用打電話功能以 55 歲以上的 63.1% 最高，其次為 35-44 歲的 56.9%；有使用打電話與上網功能以 25-34 歲的 55.3% 最高，其次為 45-54 歲的 44.1%。

依婚姻狀況區分，僅使用打電話功能以鰥寡/分居者的 62.4% 最高，其次為已婚者的 57.9% 與未婚者的 48.1%；有使用打電話與上網功能以未婚者的 47.5% 最高，其次為已婚者的 40.4% 與鰥寡/分居者的 35.6%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，僅使用打電話功能以2萬-未滿3萬元的64%最高，其次為4萬-未滿5萬元的62.4%；有使用打電話與上網功能以5萬-未滿6萬元的49.1%最高，其次為3萬-未滿4萬元的46.2%。

依居住狀況區分，僅使用打電話功能以租屋者57.9%較高，自有房屋者為54.9%；有使用打電話與上網功能以自有房屋者的42.6%較高，租屋者為39.3%。

依教育程度區分，僅使用打電話功能以小學及以下的82.7%最高，其次為國中或初中的68.9%；有使用打電話與上網功能以碩士及以上的67.1%最高，其次為大學的51.9%。

依職業區分，僅使用打電話功能在農林漁牧業、營建工程業、住宿及餐飲業、金融及保險業、專業科學及技術服務業、公共行政及國防/強制性社會安全、其他服務業、家管皆高於60%；有使用打電話與上網功能在出版/影音製作/傳播及資通訊服務、教育業、醫療保健及社會工作服務業、藝術/娛樂及休閒服務業、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者皆高於60%。

(二) 市內電話線使用功能重要性 Q5

1. 整體分析

市內電話使用功能重要性方面，認為打電話重要的比例為55.2%、上網為42.4%。

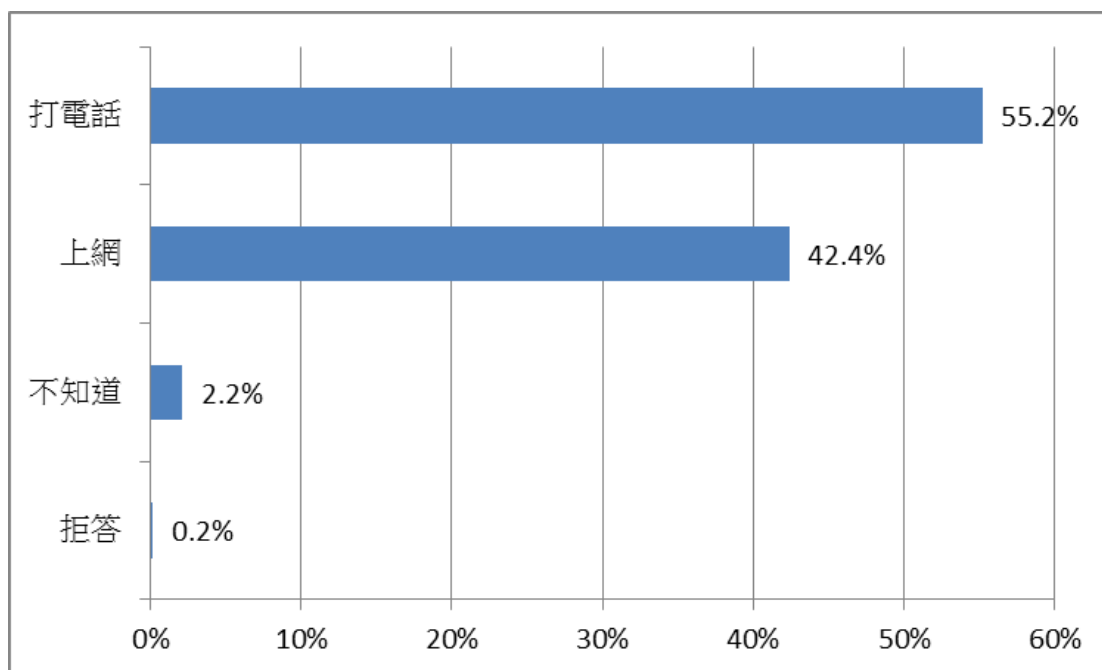


圖3 市內電話線使用功能重要性

Base: (N=385)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，認為市內電話線以打電話最重要者以中彰投的 62.5% 最高，其次為北北基的 59.6%；認為市內電話線以上網最重要者以宜花東的 58.1% 最高，其次為桃竹苗的 51.3%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，民眾認為市內電話線使用功能的重要性，於年齡達顯著差異。

依性別區分，認為市內電話線以打電話最重要者以男性 55.5% 較高，女性為 55%；認為市內電話線以上網最重要者以女性的 42.9% 較高，男性為 41.9%。

依年齡層區分，認為市內電話線以打電話最重要者以 55 歲以上的 62.7% 最高，其次為 16-24 歲的 58.5%；認為市內電話線以上網最重要者以 25-34 歲的 56.6% 最高，其次為 35-44 歲的 41.8%。

依婚姻狀況區分，認為市內電話線以打電話最重要者以已婚者的 57.6% 最高，其次為未婚者的 51.7% 與鰥寡/分居者的 51%；認為市內電話線以上網最重要者以鰥寡/分居者的 49% 最高，其次為未婚者的 43.8% 與已婚者的 41.1%。

(3) 社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，民眾認為市內電話線使用功能的重要性，於個人平均月收入與教育程度達顯著差異。

依個人平均月收入區分，認為市內電話線以打電話最重要者以 2 萬-未滿 3 萬元的 72.3% 最高，其次為 6 萬元以上的 67.5%；認為市內電話線以上網最重要者以 5 萬-未滿 6 萬元的 65.4% 最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元的 48.4%。

依居住狀況區分，認為市內電話線以打電話最重要者以自有房屋者的 56.8% 較高，租屋者為 49.6%；認為市內電話線以上網最重要者以租屋者的 49.3% 較高，自有房屋者為 41.2%。

依教育程度區分，認為市內電話線以打電話最重要者以高中職（含五專前三年）的 64.9% 最高，其次為專科的 60%；認為市內電話線以上網最重要者以碩士及以上的 72.8% 最高，其次為小學及以下的 69.4%。

依職業區分，認為市內電話線以打電話最重要者在營建工程業、出版/影音製作/傳播及資通訊服務、退休皆高於 70%；認為市內電話線以上網最重要者在使用運輸及倉儲業、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者皆高於 70%。

(三) 家中每月市內電話帳單金額與類型 Q6 Q7

1. 整體分析

家中每月市內電話帳單平均為新臺幣 429 元（N=919）。而除電話費外包含的市內電話帳單費用以市內電話基本型月租費的 63.7% 最高，其次為市內電話上網型月租費的 27.1%，遠高於其他項目。

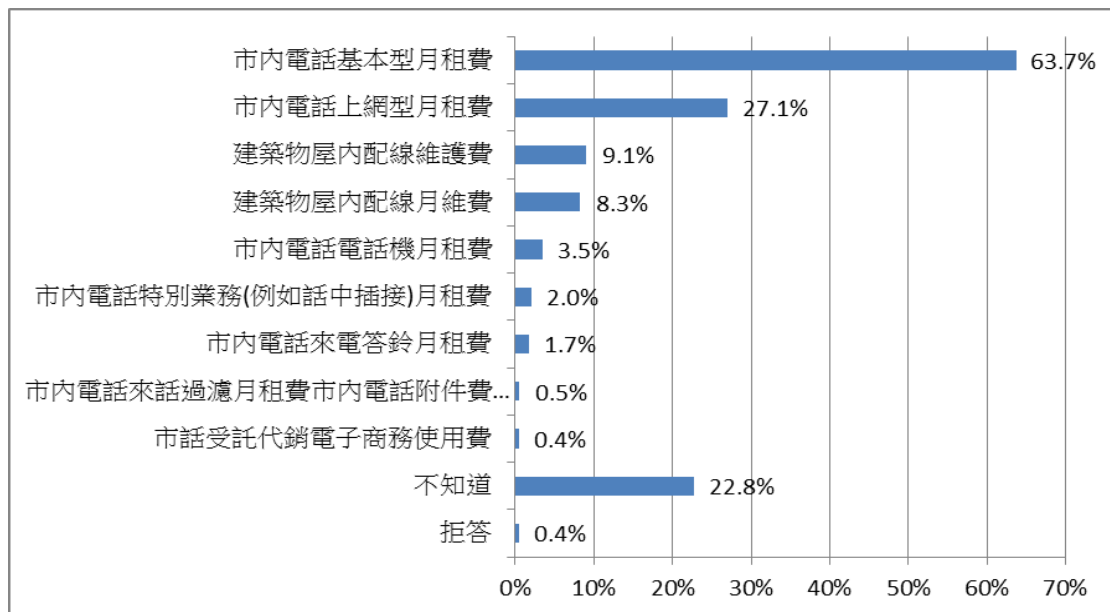


圖 4 市內電話帳單費用類型

Base: (N=919, 複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，北北基、桃竹苗、中彰投、高屏澎家中每月市內電話帳單平均皆高於新臺幣 400 元，其中以北北基的新臺幣 462 元最高，其次為中彰投的新臺幣 457 元。

(2) 基本差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，家中每月市內電話帳單，於年齡層達顯著差異。

依性別區分，男性家中每月市內電話帳單平均為新臺幣 433 元，高於女性平均的新臺幣 425 元。

依年齡層區分，16-24 歲、25-34 歲、45-54 歲、55 歲以上家中每月市內電話帳單平均皆高於新臺幣 400 元，其中以 25-34 歲的新臺幣 541 元最高，其次為 16-24 歲的新臺幣 453 元，僅 35-44 歲為新臺幣 380 元較低。

依婚姻狀況區分，家中每月市內電話帳單平均皆高於新臺幣 400 元，以鰥寡/分居者的新臺幣 496 元最高，其次為未婚者的新臺幣 472 元與已婚者的新臺幣 411 元。

(3) 社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，家中每月市內電話帳單，於教育程度達顯著差異。

依個人平均月收入區分，各收入組合每月市內電話帳單平均皆高於新臺幣 400 元，其中以 6 萬元以上的新臺幣 564 元最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的新臺幣 468 元。

依居住狀況區分，自有房屋者每月市內電話帳單平均較高，達新臺幣 433 元，租屋者僅新臺幣 397 元。

依教育程度區分，除小學及以下僅新臺幣 285 元以外，其餘各教育程度每月市內電話帳單平均皆高於新臺幣 400 元。其中以碩士及以上的新臺幣 520 元最高，其次為大學的新臺幣 487 元。

依職業區分，每月市內電話帳單平均在出版、影音製作、傳播及資通訊服務業、教育業與藝術/娛樂及休閒服務業皆高於新臺幣 500 元，其中以教育業的新臺幣 681 元最高。

（四） 市內電話最常使用的付費方式 Q8

1. 整體分析

我國民眾市內電話最常使用的付費方式，以超商繳款的 38.8%最高，其次為自動扣款（銀行帳戶自動轉帳）的 25.4%與電信櫃檯繳款的 16.7%。

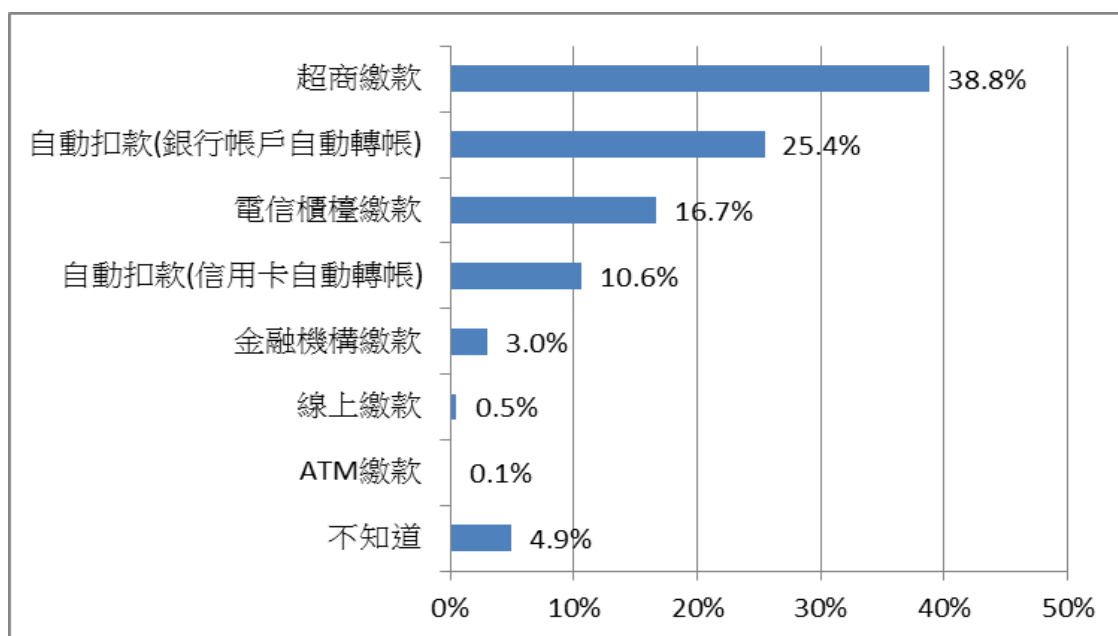


圖 5 市內電話最常使用的付費方式

Base: (N=919)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，除宜花東與雲嘉南外，其他各區域別市內電話最常使用的付費方式皆以超商繳款最高，其中又以高屏澎的 49.9%最高，其次為桃竹苗的 47.4%。

(2) 基本差異分析

依**性別**區分，不論男性或女性市內電話最常使用的付費方式皆以超商繳款最高，其中男性達 40.9%，女性為 36.8%。

依**年齡層**區分，各年齡層市內電話最常使用的付費方式皆以超商繳款最高，除 35-44 歲與 55 歲以上外，其其餘比例皆高於 40%；其中又以 16-24 歲的 44.9% 最高，其次為 25-34 歲的 43.8%。

依**婚姻狀況**區分，各婚姻狀況最常使用的付費方式皆以超商繳款最高，其中以鰥寡/分居者的 57.1% 最高，其次為未婚者的 42% 與已婚者的 36.3%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依**個人平均月收入**區分，各收入別市內電話最常使用的付費方式皆以超商繳款最高，其中又以 5 萬-未滿 6 萬元的 49.1% 最高，其次 6 萬元以上的 44.3%。

依**居住狀況**區分，最常使用的付費方式皆以超商繳費最高，租屋者為 48.7%，自有房屋者為 36.4%。

依**教育程度**區分，各教育程度別最常使用的付費方式皆以超商繳費最高；其中又以碩士及以上的 53.2% 最高，其次為大學的 41%。

依**職業**區分，除農林漁牧業、出版/影音製作/傳播及資通訊服務、其他服務業、家管、退休、在尋找工作或等待恢復工作而無報酬者與其他外，其他職業別皆以超商繳款最高，其中又以教育業 73.6% 最高，其次為支援服務業的 55.2%。

(五) 市內電話通話品質滿意度 Q9

1. 整體分析

市內電話通話品質滿意度平均為 7.47 分（1 分表示非常不滿意，10 分表示非常滿意）。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

單因子變異數分析（one-way ANOVA）顯示，市內電話通話品質滿意度，於居住地區達顯著差異，表示市話品質滿意度會隨地區不同而有差異。交叉分析發現，宜花東最低，且不滿 7 分，其他區域別滿意度平均皆高於 7 分；其中又以北北基的 7.73 分最高，其次為桃竹苗的 7.72 分。

表 4 市內電話通話品質滿意度（區域別）

居住地區	平均分數
北北基	7.73
桃竹苗	7.72
中彰投	7.17
雲嘉南	7.28
高屏澎	7.56
宜花東	6.34
總平均	7.47

（2）基本差異分析

單因子變異數分析（one-way ANOVA）顯示，市內電話通話品質滿意度，於性別及年齡達顯著差異。

依性別區分，男性市內電話通話品質滿意度平均為 7.61 分，高於女性平均的 7.35 分。

依年齡層區分，各年齡層市內電話通話品質滿意度平均皆高於 7 分，其中又以 45-54 歲的 7.64 分最高，其次為 55 歲以上的 7.63 分。

依婚姻狀況區分，市內電話通話品質滿意度平均皆高於 7 分，以鰥寡/分居者的 7.64 分最高，其次為已婚者的 7.5 分與未婚者的 7.35 分。

（3）社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析（one-way ANOVA）顯示，市內電話通話品質滿意度，於職業達顯著差異。

依個人平均月收入區分，各收入組合市內電話通話品質滿意度平均皆高於 7 分，其中以 3 萬-未滿 4 萬元的 7.75 分最高，其次為 1 萬-未滿 2 萬元的 7.73 分。

依居住狀況區分，自有房屋者市內電話通話品質滿意度平均較高，達 7.51 分，租屋者僅 7.28 分。

依教育程度區分，除國中或初中以外，各教育程度市內電話通話品質滿意度平均皆高於 7 分，其中以高中職（含五專前三年）的 7.7 分最高，其次為專科的 7.56 分。

依職業區分，除住宿及餐飲業、出版/影音製作/傳播及資通訊服務、金融及保險業與不動產業外，其餘各職業別市內電話通話品質滿意度平均皆高於 7 分，其中運輸及倉儲業、其他類皆高於 8 分。

（六） 市內電話業者整體滿意度 Q11

1. 整體分析

市內電話業者整體服務滿意度平均為 7.3 分（1 分表示非常不滿意，10 分表示非常滿意）。

2. 比較分析

（1）區域差異分析

單因子變異數分析(one-way ANOVA)顯示，市內電話業者整體服務滿意度，於居住地區達顯著差異，代表民眾所在地區不同對業者滿意度也不同。

交叉分析發現，除中彰投與宜花東外，其他區域別市內電話業者整體滿意度平均皆高於 7 分；其中以北北基的 7.63 分最高，其次為桃竹苗的 7.5 分。

表 5 市內電話業者整體服務滿意度（區域別）

居住地區	平均分數
北北基	7.63
桃竹苗	7.5
中彰投	6.96
雲嘉南	7.11
高屏澎	7.36
宜花東	6.01
總平均	7.3

（2）基本差異分析

單因子變異數分析(one-way ANOVA)顯示，市內電話業者整體服務滿意度，於婚姻達顯著差異。

依性別區分，男性對市內電話業者整體滿意度平均為 7.37 分，高於女性平均的 7.24 分。

依年齡層區分，各年齡層民眾對市內電話業者整體滿意度平均皆高於 7 分，其中又以 45-54 歲的 7.38 分最高，其次為 55 歲以上的 7.36 分。

依婚姻狀況區分，市內電話業者整體滿意度平均以已婚者的 7.35 分最高，其次為未婚者的 7.21 分與鰥寡/分居者的 6.97 分。

（3）社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析(one-way ANOVA)顯示，市內電話業者整體滿意度，於個人平均月收入、教育程度、職業達顯著差異。

依個人平均月收入區分，除 5 萬-未滿 6 萬元外，其他各收入組合市內電話業者整體滿意度平均皆高於 7 分，其中以 1 元-未滿 2 萬元的 7.54 分最高，其次為 6 萬元以上的 7.51 分。

依居住狀況區分，自有房屋者市內電話業者整體滿意度平均為 7.34 分，高於租屋者的 7.05 分。

依**教育程度**區分，各教育程度民眾對市內電話業者整體滿意度平均皆高於 6 分，其中以高中職（含五專前三年）的 7.61 分最高，其次為專科的 7.39 分。

依**職業**區分，各職業別民眾對市內電話業者整體滿意度平均皆高於 6 分，其中以運輸及倉儲業的 7.85 分最高，其次為其他服務業的 7.82 分。

（七） 家中沒有市內電話民眾，未來 12 個月內安裝市內電話可能性與原因 Q12 Q13

1. 整體分析

未來 12 個月內，可能或一定會安裝市內電話比例 11.6%，遠低於不可能或不會安裝市內電話比例 82.7%；不打算安裝市內電話的原因，以行動電話取代占 63.7%最高，其次為不需要市內電話占 25.3%、不方便/幾乎不會在家使用占 12.9%。

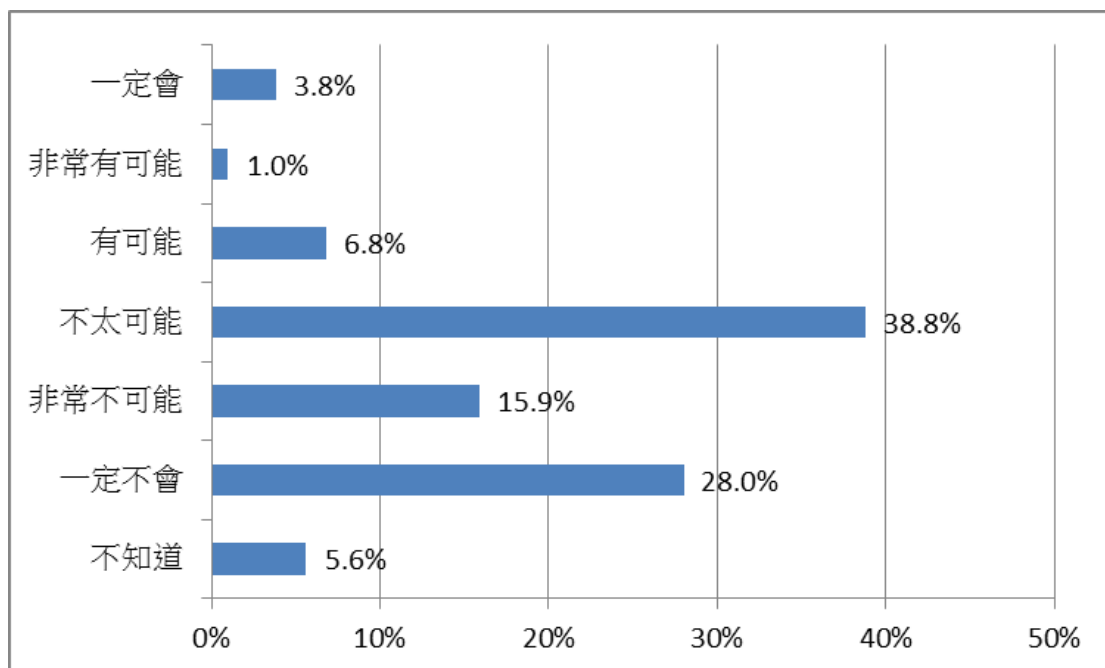


圖 6 未來 12 個月內，家中安裝市內電話可能性

Base：(N=201)

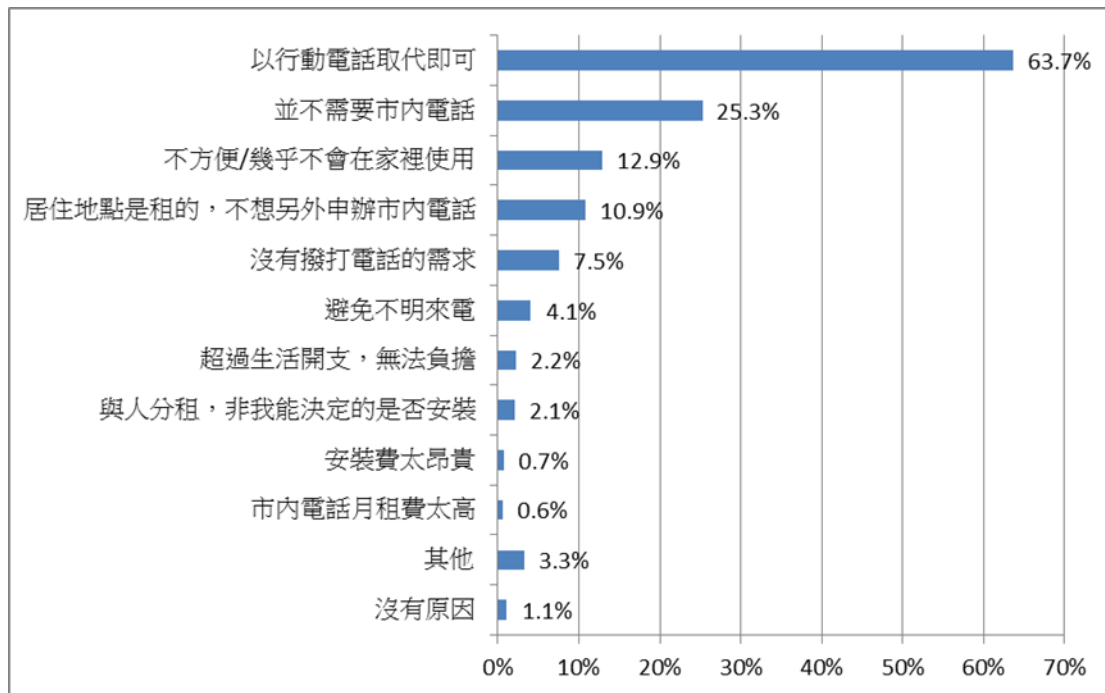


圖 7 未來 12 個月內，家中不安裝市內電話原因

Base：(N=167, 複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

各區域別不打算安裝市內電話者比例皆高於 60%，其中以雲嘉南的 97% 最高，其次為中彰投的 85.6%；會安裝市內電話者以桃竹苗（24.1%）最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，安裝市內電話可能性在不同性別呈現結果相當，不打算安裝市內電話者以男性 86.6% 較高，女性為 78%；會安裝市內電話者則以女性（12.8%）略高於男性（10.6%）。

依年齡層區分，除 35-44 歲的 68.4% 略低外，其他各年齡層不打算安裝市內電話比例皆高於 70%，其中 55 歲以上更達 100%；會安裝市內電話比例則除 35-44 歲（23.7%）外，其餘皆低於 2 成。

依婚姻狀況區分，不打算安裝市內電話比例皆高於 8 成，其中以鰥寡/分居者的 93.8% 最高；會安裝市內電話比例則皆低於 15%，其中鰥寡/分居者甚為 0%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，不會安裝市內電話者皆高於 7 成，除 6 萬元以上的 46.6% 外。不會安裝市內電話以 5 萬元-未滿 6 萬元的 100% 最高，其次為 1 萬元-未滿 2 萬元的 92.4%；會安裝市內電話者除 3 萬至未滿 4 萬元的 20.8% 外，皆低於 20%。

依居住狀況區分，不會安裝市內電話者以租屋者的 92.7%，明顯高於自有房屋者的 70.2%；會安裝市內電話者亦以自有房屋者的 18.5% 較高，租屋者僅 6.4%。

依**教育程度**區分，不會安裝市內電話者比例皆高於 8 成，除大學的 77.5% 略低外；其中國中或初中為 95.7%、小學及以下 90% 皆高於 9 成。會安裝市內電話則皆低於 2 成，以大學的 17.2% 較高。

依**職業**區分，各類型職業別不會安裝市內電話者在製造業、公共行政及國防；強制性社會安全、家管與退休皆高於 9 成，其中製造業與退休比例皆為 100%。而會安裝市內電話比例則除醫療保健及社會工作服務業的 56.6%，其餘皆低於 3 成。

(八) 家中有市內電話民眾，未來 12 個月內家中取消市內電話線可能性與原因 Q14 Q15

1. 整體分析

未來 12 個月內，家中取消市內電話線可能性方面，會取消市內電話比例共 7.4%，其中一定會為 0.6%、非常有可能為 1.6%、有可能為 5.2%；不會取消市內電話共 90.9%，其中不太可能為 29.8%、非常不可能為 27.4%、一定不會為 33.7%。打算取消市內電話的原因，以行動電話取代占 68.2% 最高，其次為不需要市內電話占 22.4%、不方便/幾乎不會在家使用占 19%。

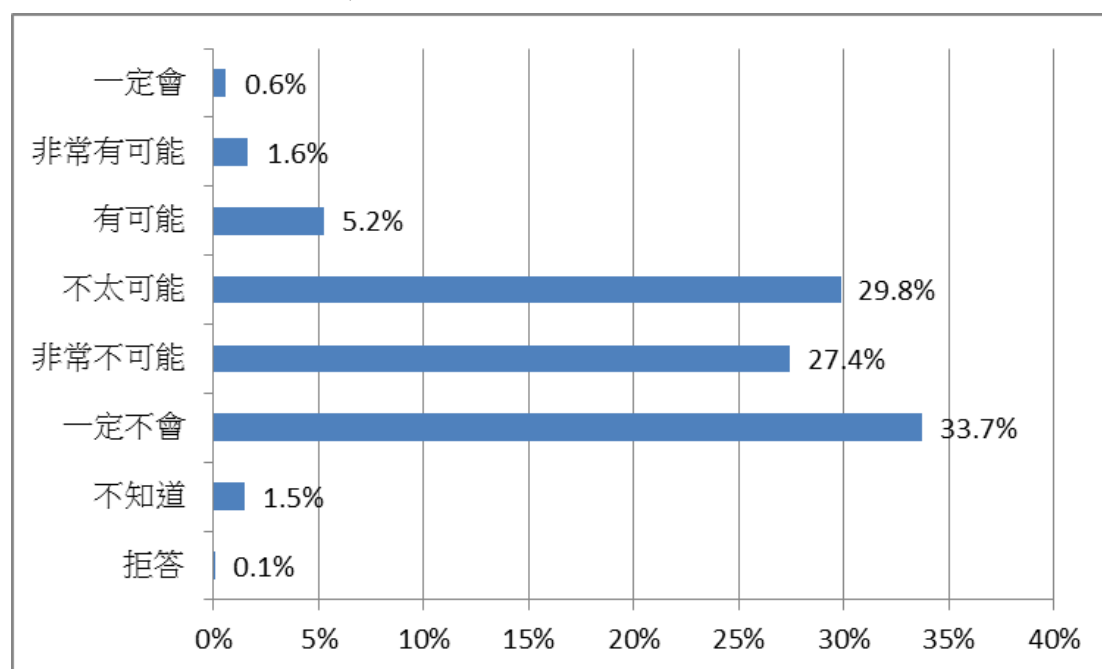


圖 8 未來 12 個月內，家中取消市內電話線可能性

Base: (N=919)

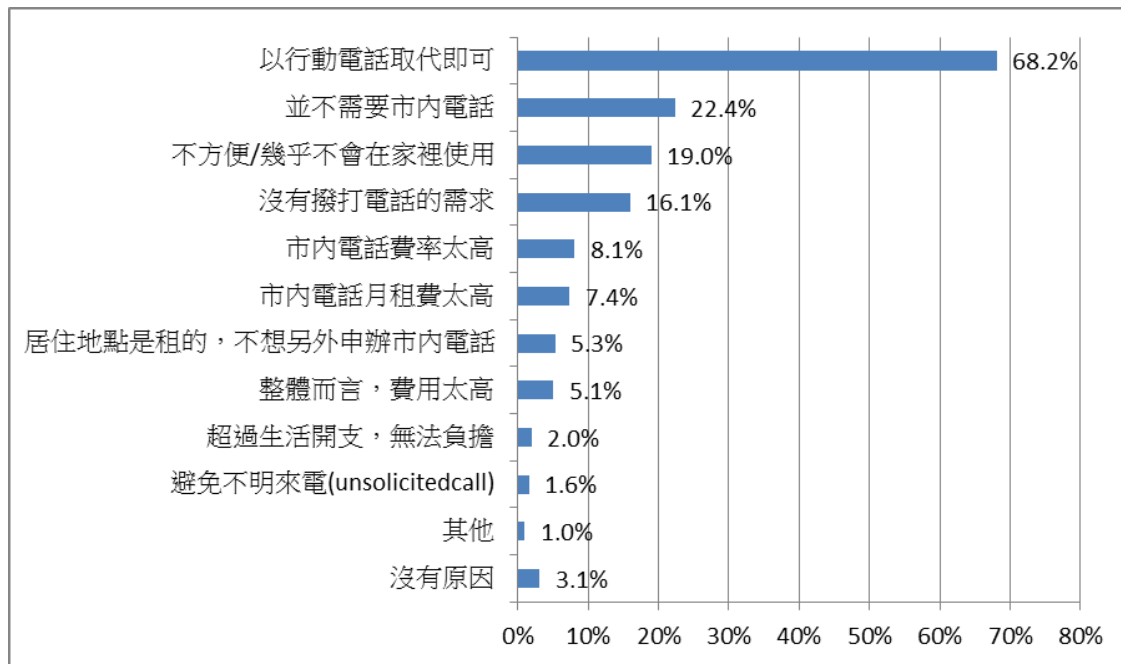


圖 9 未來 12 個月內，家中不安裝市內電話線的原因

Base: (N=68, 複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，不會取消市內電話者以桃竹苗的 95.2% 最高，其次為中彰投的 93.3%；會取消市內電話者以高屏澎的 12.8% 最高，其次為雲嘉南的 9.2%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，不會取消市內電話者以女性 92.8% 較高，男性為 89.2%；會取消市內電話者以男性的 9.1% 較高，女性為 5.9%。

依年齡層區分，不會取消市內電話者以 55 歲以上的 93.6% 最高，其次為 45-54 歲的 92.2%；會取消市內電話者以 35-44 歲的 11.7% 最高，其次為 16-24 歲的 10.5%。

依婚姻狀況區分，不會取消市內電話者，已婚者與鰥寡/分居者略同，分別為 92.2% 與 92.3%，其次為未婚者的 88.4%；會取消市內電話者以未婚者的 8.7% 最高，其次為鰥寡/分居者的 7.7% 與已婚者的 6.9%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，不會取消市內電話者以 2 萬-未滿 3 萬元的 97.1% 最高，其次為 6 萬元以上的 96%；會取消市內電話者以 3 萬-未滿 4 萬元的 14.8% 最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 9.5%。

依居住狀況區分，不會取消市內電話者以自有房屋者的 92% 較高，租屋者為 87.1%；會取消市內電話者以租屋者的 10.6% 較高，自有房屋者為 7%。

依教育程度區分，不會取消市內電話者以大學的 93.2% 最高，其次為高中職（含五專前三年）的 91.4%；會取消市內電話者以國中或初中的 9.4% 最高，其次為專科的 8.8%。

依職業區分，不會取消市內電話者在製造業、出版/影音製作/傳播及資通訊服務、金融及保險業、專業/科學及技術服務業、教育業、公共行政及國防/強制性社會安全、醫療保健及社會工作服務業、其他服務業、家管、學生、退休皆高於 90%；會取消市內電話者則以在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、住宿及餐飲業、藝術/娛樂及休閒服務業排名前三。

三、行動電話使用情形

(一) 智慧型手機使用情形 Q17

1. 整體分析

民眾智慧型手機使用比例達 93.5%，遠高於非智慧型手機的 5.8%。

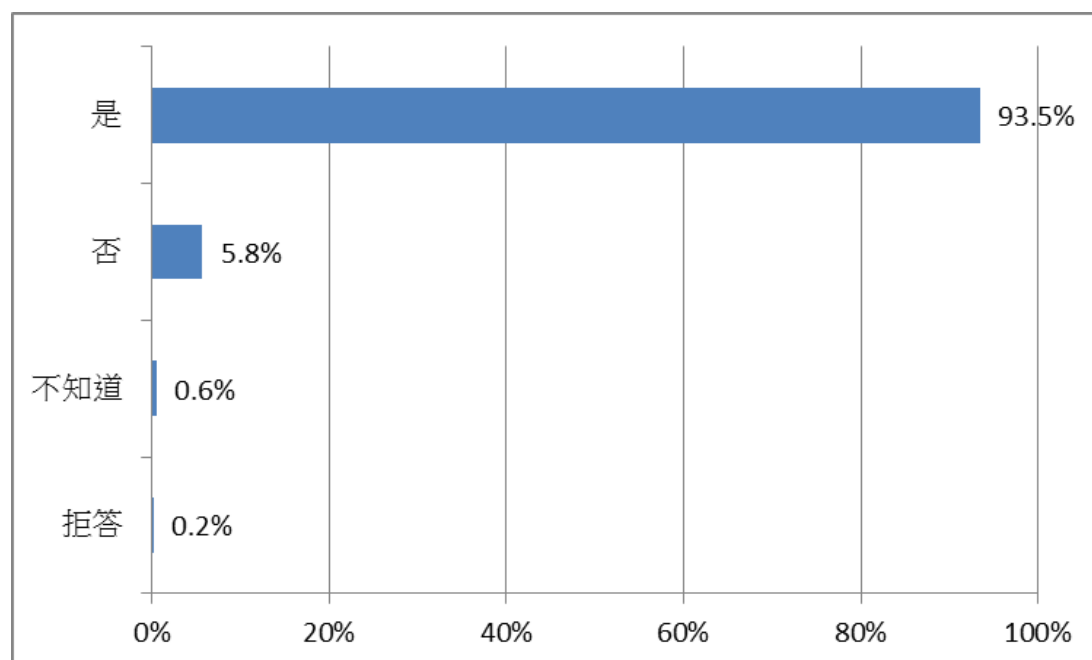


圖 10 智慧型手機使用情形

Base : (N=1,093)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，各區域別皆以有使用智慧型手機比例最高，除宜花東(86.9%)外，其餘比例皆高於 9 成；其中又以高屏澎(95.2%)最高。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，民眾是否使用智慧型手機，於性別、年齡達顯著差異。

依性別區分，使用的手機是智慧型手機以男性的 95.4%較高，略高於女性的 91.5%。

依年齡層區分，各年齡層皆以有使用智慧型手機比例最高，除 55 歲以上（83.7%）外，其餘比例皆高於 9 成；其中又以 25-34 歲（100%）最高，其次為 35-44 歲（98.7%）與 16-24 歲（98.6%）。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以有使用智慧型手機比例最高，其中未婚者（98.5%）最高，其次為已婚者（92.3%）與鰥寡/分居者（77.3%）。

（3）社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，民眾是否使用智慧型手機，於個人平均月收入、居住狀況、教育程度達顯著差異。

依個人平均月收入區分，各收入別皆以有使用智慧型手機比例最高，且皆高於 8 成，其中又以 6 萬元以上（100%）最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元（99.3%）與 4 萬-未滿 5 萬元（98.7%）。

依居住狀況區分，使用的手機是智慧型手機的比例以自有房屋者 94.4%較高，租屋者為 89.7%。

依教育程度區分，除小學及以下以使用非智慧型手機的比例較高外，其餘各教育程度別皆以有使用智慧型手機比例最高，且皆高於 8 成；其中又以碩士及以上的 100%最高，其次為大學的 98.3%與專科的 97.2%。

依職業區分，各職業別皆以有使用智慧型手機比例最高，其中製造業、批發及零售業、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業、出版/影音製作/傳播及資通訊服務、金融及保險業、專業/科學及技術服務業、支援服務業、教育業、公共行政及國防/強制性社會安全、醫療保健及社會工作服務業、藝術/娛樂及休閒服務業、其他服務業、學生高於 90%。

（二） 在家以外使用的行動上網服務 Q18

1. 整體分析

在家以外使用的行動上網服務方面，以 4G 的 86.1%最高，其次為店家提供之免費 Wifi 服務的 14.5%與 3G 的 9%。

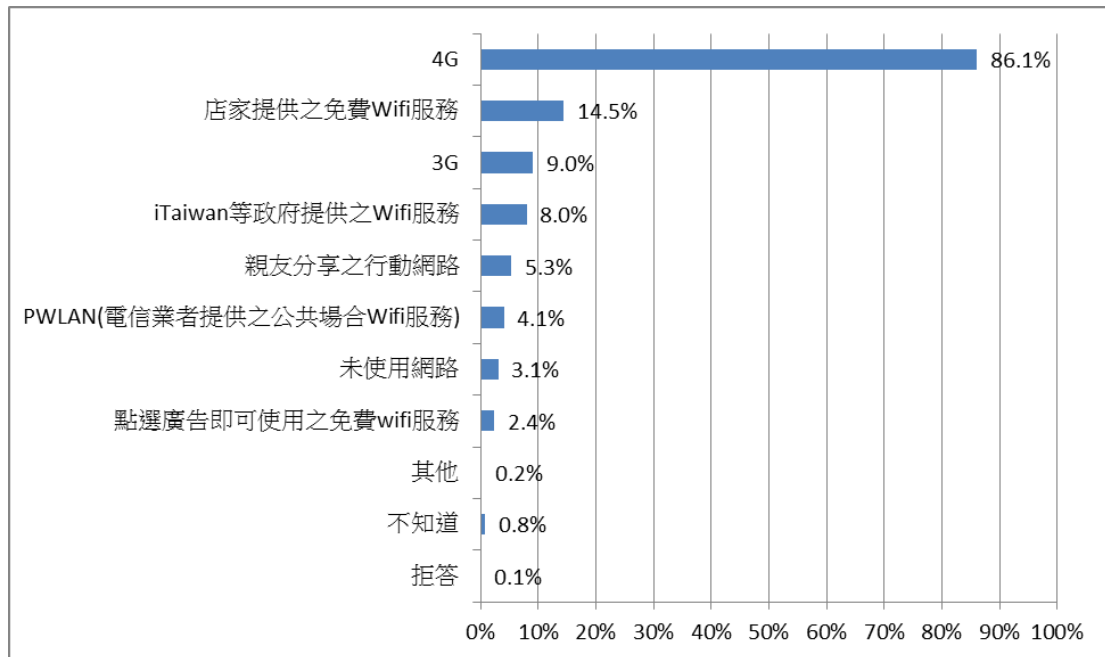


圖 11 在家以外使用的行動上網服務

Base: (N=1,022, 複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，使用 4G 服務者以北北基的 91.2%最高，其次為高屏澎的 86.5%；使用店家提供之免費 Wifi 服務者以北北基的 17.7%最高，其次為桃竹苗的 16.7%；使用 3G 服務者以桃竹苗與雲嘉南的 11.6%並列最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，使用 4G 服務者以女性 87.7%較高，男性為 84.6%；使用店家提供之免費 Wifi 服務者以女性的 15%較高，男性為 13.9%；使用 3G 服務者以男性 10.4%較高，女性為 7.6%。

依年齡層區分，使用 4G 服務者以 25-34 歲的 93.6%最高，其次為 35-44 歲的 88.7%；使用店家提供之免費 Wifi 服務者以 25-34 歲的 18%最高，其次為 35-44 歲的 16.5%；使用 3G 服務者以 45-54 歲的 11.1%最高，其次為 16-24 歲的 11%。

依婚姻狀況區分，使用 4G 服務者以鰥寡/分居者的 94.2%最高，其次為已婚者的 85.8%與未婚者的 85.6%；使用店家提供之免費 Wifi 服務者以未婚者的 16.8%最高，其次為已婚者的 14.3%，鰥寡/分居者為 0%；使用 3G 服務者以已婚者的 10.5%最高，其次為未婚者的 7.7%與鰥寡/分居者的 3%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，使用 4G 服務者以 4 萬-未滿 5 萬的 95.6%最高，其次為 6 萬元以上的 91.6%；使用店家提供之免費 Wifi 服務者以 6 萬元以上的 19.7%最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元的 18.1%；使用 3G 服務者以 3 萬-未滿 4 萬元的 15%最高，其次為無收入的 13.4%。

依居住狀況區分，使用 4G 服務者以租屋者的 89.8%較高，自有房屋者為 85.1%；使用店家提供之免費 Wifi 服務者以自有房屋者的 14.9%較高，租屋者為 13.4%；使用 3G 服務者以自有房屋者的 10.2%較高，租屋者為 6.2%。

依教育程度區分，使用 4G 服務者以高中職(含五專前三年)的 88.1%最高，其次為專科的 87.5%；使用店家提供之免費 Wifi 服務者以碩士及以上的 30.6%最高，其次為專科的 18.1%；使用 3G 服務者以專科的 11.3%最高，其次為大學的 9.6%。

依職業區分，使用 4G 服務者營建工程業、批發及零售業、金融及保險業、專業/科學及技術服務業、支援服務業、藝術/娛樂及休閒服務業、其他服務業皆高於 90%。

(三) 在家以外最常使用的行動上網服務 Q19

1. 整體分析

我國使用智慧型手機民眾，在家以外最常使用的行動上網服務以行動寬頻為主。在 4G 服務推出後，用戶數快速成長亦反應 4G 服務（86.5%）的高比例；3G 服務僅占 7%，店家或政府提供之免費 Wi-Fi 服務、PWLAN 等則皆低於 3%。

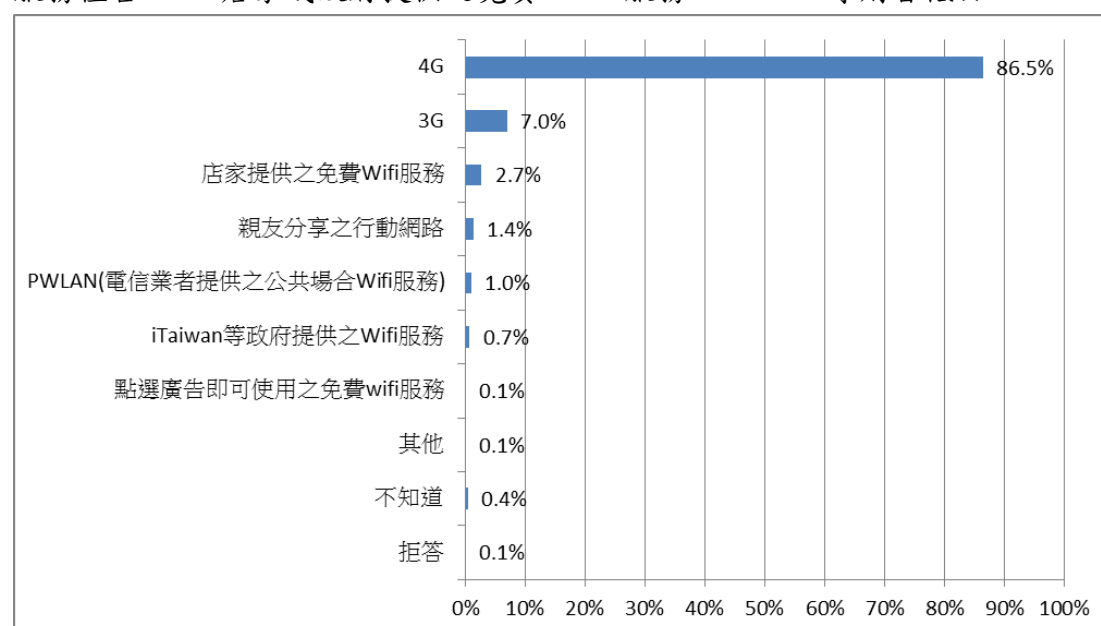


圖 12 在家以外最常使用的行動上網服務

Base : (N=982)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，各區域別皆以使用 4G 服務比例最高，且皆高於 8 成；其中又以北北基(90%)最高，其次為宜花東(87.3%)；使用 3G 服務者以雲嘉南(12.6%)最高，使用店家提供之免費 Wi-Fi 服務者則以桃竹苗(5.3%)最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，使用 4G 服務者以男性 86.6%稍高，女性為 86.4%；使用 3G 服務者以男性的 7.4%較高，女性為 6.6%；使用店家提供之免費 Wi-Fi 服務者以女性的 3.8%較高，男性為 1.7%。

依年齡層區分，各年齡層皆以使用 4G 服務比例最高，且皆高於 8 成；其中又以 25-34 歲（92%）最高，其次為 35-44 歲（87.5%）。使用 3G 服務者以 45-54 歲（10.3%）最高，使用店家提供之免費 Wi-Fi 服務者以 35-44 歲（3.8%）最高。

依婚姻狀況區分，各婚姻別皆以使用 4G 服務比例最高，且都高於 8 成 5；其中又以鰥寡/分居者（94.1%）最高。使用 3G 服務者以已婚者（8.6%）最高，使用店家提供之免費 Wi-Fi 服務者亦以已婚者（3.2%）最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，各收入別皆以使用 4G 服務比例最高，除無收入者的 78.5%外，其餘皆高於 8 成；其中又以 6 萬元以上的 96.1%最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 95.6%。使用店家提供之免費 Wifi 服務者以 5 萬-未滿 6 萬元的 8.5%最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元的 3%；使用 3G 服務者以無收入的 11%最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元的 10.3%。

依居住狀況區分，使用 4G 服務者以租屋者的 90.5%較高，自有房屋者為 85.1%；使用店家提供之免費 Wifi 服務者以自有房屋者的 3.3%較高，租屋者為 1.4%；使用 3G 服務者以自有房屋者的 8.3%較高，租屋者為 3.3%。

依教育程度區分，各教育別皆以使用 4G 服務比例最高，且皆高於 8 成；其中又以小學及以下的 95%最高，其次為高中職（含五專前三年）的 88.1%；使用店家提供之免費 Wifi 服務者以碩士及以上的 10.5%最高，其次為專科的 5.2%；使用 3G 服務者以國中或初中的 9.2%最高，其次為專科的 8.6%。

依職業區分，各職業別皆以使用 4G 服務比例最高，其中營建工程業、金融及保險業、專業/科學及技術服務業、支援服務業、公共行政及國防/強制性社會安全、其他服務業、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者皆高於 90%。

(四) 最常使用手機的連網地點 Q20

1. 整體分析

民眾最常使用手機（智慧型手機）的連網地點以家中（46.5%）最高，其次為工作地點（27.2%）；乘坐交通工具或行走時進行手機連網則有 6.3%，略高於室內公共場所（餐廳、電影院、購物中心等）6.2%與學校的 4.9%。

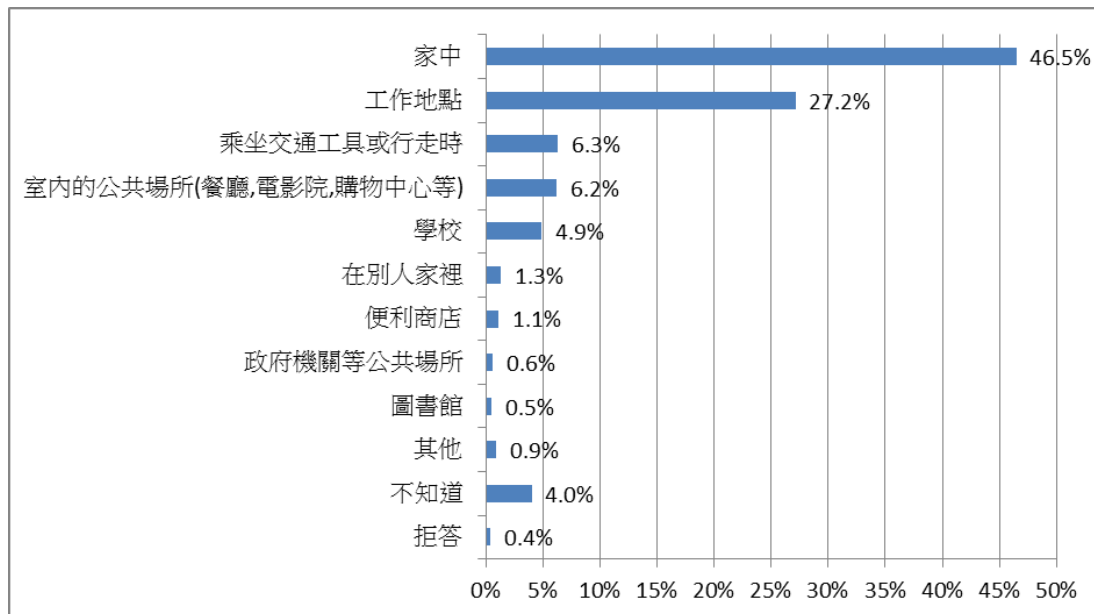


圖 13 最常使用手機的連網地點

Base : (N=1,022)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，各區域別最常使用手機的連網地點皆以於家中使用比例最高，且皆高於 4 成；其中又以宜花東（76.4%）最高，其次為雲嘉南（62.6%）。最常使用手機的連網地點為工作地點者以桃竹苗（34.1%）最高，最常使用手機的連網地點為乘坐交通工具或行走時以北北基（9.1%）最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，最常使用手機的連網地點為家中者以女性的 54.7% 較高，其次為男性的 38.8%；工作地點以男性的 30.2% 較高，其次為女性的 24.1%；乘坐交通工具或行走時以男性的 7.5% 較高，其次為女性的 5%。

依年齡層區分，最常使用手機的連網地點除 25-34 歲以工作地點最高外，其餘各年齡層皆以於家中使用比例最高；其中又以 55 歲以上（60.8%）最高，其次為 45-54 歲（47.4%）。工作地點者為以 25-34 歲（43.2%）最高；乘坐交通工具或行走時以 16-24 歲（13.2%）最高。

依婚姻狀況區分，最常使用手機的連網地點為家中者以鰥寡/分居者（59.6%）最高，其次為已婚者的 51.9% 與未婚者（36.5%）；工作地點者以已婚者（28%）最高，乘坐交通工具或行走時以未婚者（11%）最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，收入 3 萬以上者以工作地點較高外，其餘則以家中使用比例較高。其中最常使用手機的連網地點為家中者以 2 萬-未滿 3 萬元的 62.3% 最高，其次為 1 萬-未滿 2 萬元的 58.8%；最常使用手機的連網地點為工作

地點者以 6 萬元以上的 47.8%最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 44.4%；最常使用手機的連網地點為乘坐交通工具或行走時以 6 萬元以上的 10.6%最高，其次為無收入的 10.5%。

依**居住狀況**區分，最常使用手機的連網地點為家中者以自有房屋者的 48.9%較高，租屋者為 42.6%；最常使用手機的連網地點為工作地點者以租屋者的 34.6%最高，其次自有房屋者的 25.5%；最常使用手機的連網地點為乘坐交通工具或行走時以自有房屋者的 6.8%最高，其次為租屋者的 3.3%。

依**教育程度**區分，最常使用手機的連網地點除碩士以上以工作地點最高外，其餘各教育程度別皆以於家中使用比例最高；其中又以小學及以下的 75.9%最高，其次為國中或初中的 73.9%。最常使用手機的連網地點為工作地點者以碩士及以上的 35.7%最高，其次為專科的 33.5%；最常使用手機的連網地點為乘坐交通工具或行走時以碩士及以上的 15%最高，其次為大學的 8.4%。

依**職業**區分，最常使用手機的連網地點為家中者以家管、農/林/漁/牧業與製造業排名前三名；最常使用手機的連網地點為工作地點者以運輸及倉儲業、金融及保險業與支援服務業排名前三名；最常使用手機的連網地點為乘坐交通工具或行走時以出版/影音製作/傳播及資通訊服務、藝術/娛樂及休閒服務業與金融及保險業排名前三名。

（五） 手機門號數與 2 個門號以上之原因 Q22 Q23

1. 整體分析

手機門號數方面，擁有 1 個門號者占 86.3%、2 個門號者占 9.9%，3 個以上門號則占 2.9%。擁有 2 個門號以上的原因方面，自己本身門號與公司門號提供占 36.8%，其次為親友有不同家業者門號，撥打費用較便宜的 29.8%與參加促銷優惠活動的 12.3%。

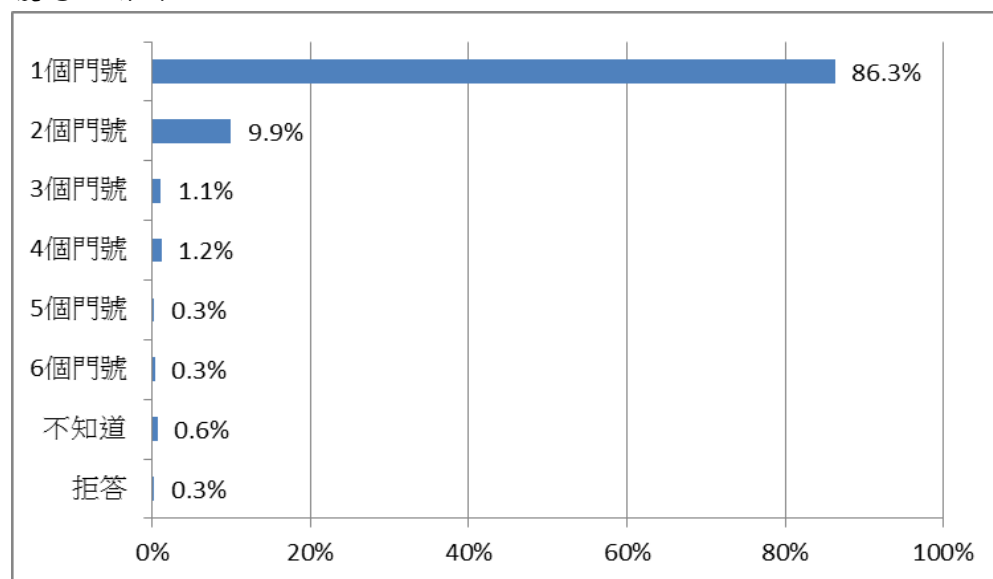


圖 14 手機門號數

Base: (N=1,093)

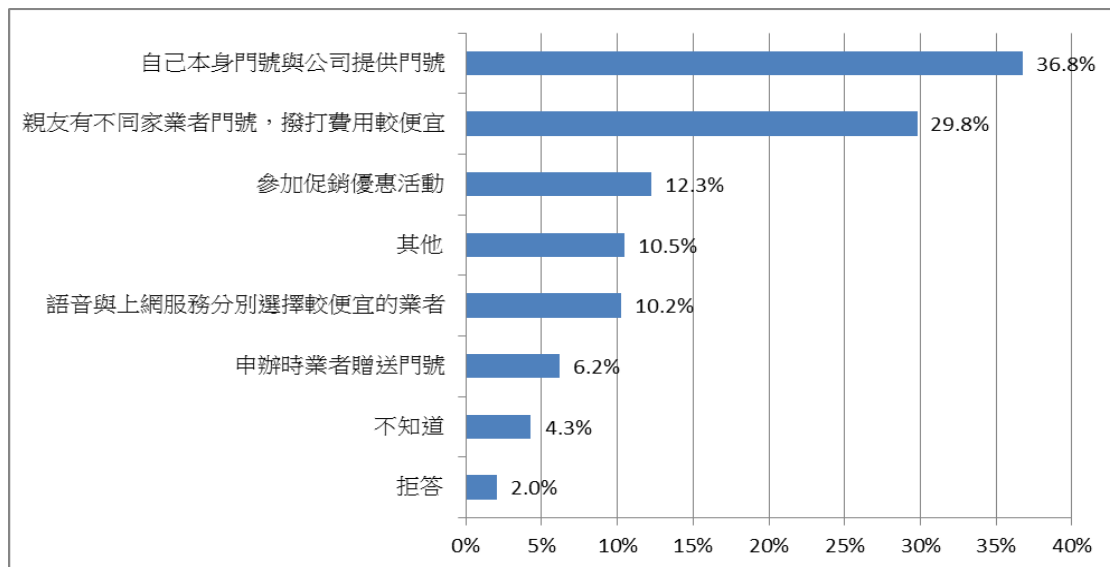


圖 15 擁有 2 個門號以上的原因

Base: (N=140, 複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，擁有 1 個門號者以桃竹苗的 90.6%最高，其次為雲嘉南的 88.8%；擁有 2 個門號者以宜花東的 17.6%最高，其次為高屏澎的 12.7%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，擁有 1 個門號者以女性的 89.1%較高，男性為 83.6%；擁有 2 個門號者以男性的 10.7%最高，其次為女性的 9.1%。

依年齡層區分，擁有 1 個門號者以 45-54 歲的 88.1%最高，其次為 25-34 歲的 87.3%；擁有 2 個門號者以 35-44 歲的 13.9%最高，其次為 25-34 歲的 11.6%。

依婚姻狀況區分，擁有 1 個門號者以鰥寡/分居者的 89.9%最高，其次為未婚者的 87.1%與已婚者的 85.5%；擁有 2 個門號者以已婚者的 10.4%最高，其次為未婚者的 10.2%與鰥寡/分居者的 6.4%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，擁有 1 個門號者以 1 元-未滿 2 萬元的 93.6%最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元的 91.3%；擁有 2 個門號者以 5 萬-未滿 6 萬元的 18.9%最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 16.6%。

依居住狀況區分，擁有 1 個門號者以租屋者的 87.2%較高，自有房屋者為 86.2%；擁有 2 個門號者以租屋者的 11.2%較高，自有房屋者為 9.6%。

依教育程度區分，擁有 1 個門號者以大學的 90.1 最高，其次為高中職（含五專前三年）的 87.2%；擁有 2 個門號者以碩士及以上的 21.8%最高，其次為專科的 14.7%。

依職業區分，擁有 1 個門號者在運輸及倉儲業、出版/影音製作/傳播及資訊通訊服務、支援服務業、藝術/娛樂及休閒服務業、家管、退休、其他皆高於 90%；擁有 2 個門號者在金融及保險業高於 20%。

（六） 最常使用的門號 Q24

1. 整體分析

民眾最常使用的門號所屬電信業者，分別為中華電信 45.5%、台灣大哥大 24.6%、遠傳電信 19%、台灣之星 4.8%與亞太電信 4.1%。

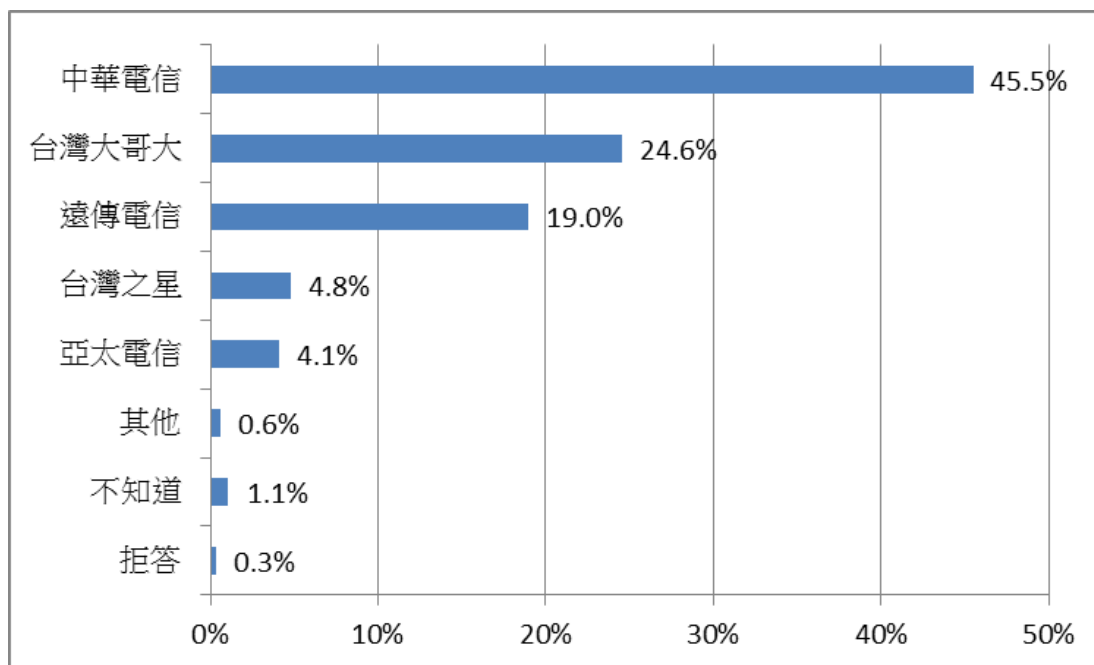


圖 16 最常使用的門號所屬電信業者

Base : (N=1,093)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

經卡方檢定顯示，最常使用的門號，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，最常使用門號所屬電信業者為中華電信者以中彰投(55.1%)最高，其次為雲嘉南(49.2%)；台灣大哥大者以桃竹苗(30%)最高，其次為北北基與雲嘉南(28.7%)；遠傳電信以高屏澎(24.8%)最高，其次為宜花東(20.9%)；亞太電信以宜花東(13.5%)最高，其次為中彰投(6.9%)；台灣之星以北北基的6.9%最高，其次為高屏澎的(6.4%)。

（2）基本差異分析

經卡方檢定顯示，最常使用的門號，於年齡上達顯著差異。

依性別區分，最常使用門號所屬電信業者為中華電信者以男性的46.5%較高，女性為44.5%；台灣大哥大以男性的26.3%較高，女性為22.8%；遠傳電信以女性的20.1%較高，男性為17.9%；亞太電信以女性的4.4%較高，男性為3.8%；台灣之星以女性的6%較高，男性為3.6%。

依年齡層區分，最常使用門號所屬電信業者為中華電信者以55歲以上(51%)最高，其次為45-54歲(47.8%)；台灣大哥大者以16-24歲(28.5%)最高，其次為35-44歲(27.1%)；遠傳電信以45-54歲(23.3%)最高，其次為25-34歲(22.1%)；亞太電信以25-34歲與55歲以上(4.7%)並列最高，其次為35-44歲(3.8%)；

台灣之星以 16-24 歲 (6.5%) 最高，其次為 35-44 歲 (5.1%)。

依婚姻狀況區分，最常使用門號所屬電信業者為中華電信者以已婚者 (49.9%) 最高；台灣大哥大者以未婚者 (26.9%) 最高；遠傳電信以未婚者 (22.5%) 最高；亞太電信以鰥寡/分居者 (11.7%) 最高；台灣之星以鰥寡/分居者 (5.2%) 最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，最常使用的門號，於居住狀況達顯著差異。

依個人平均月收入區分，最常使用的電信業者為中華電信者以 6 萬元以上 (57.7%) 最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元 (53.3%)；台灣大哥大者以 5 元-未滿 6 萬元 (29%) 最高，其次為 1 萬-未滿 2 萬元 (28.5%)；遠傳電信以無收入 (24.4%) 最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元 (24%)；亞太電信以 5 萬-未滿 6 萬元 (8.5%) 最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元 (5.6%)；台灣之星以 1 元-未滿 2 萬元 (10.9%) 最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元 (7.7%)。

依居住狀況區分，最常使用門號所屬電信業者為中華電信者，以自有房屋者 (48.7%) 高於租屋者 (36.4%)；台灣大哥大者以租屋者 (29.9%) 高於自有房屋者 (23.2%)；遠傳電信以自有房屋者 (19.3%) 高於租屋者 (18.9%)；亞太電信以租屋者 (5.9%) 高於自有房屋者 (2.8%)；台灣之星以租屋者 (6.6%) 高於自有房屋者 (4.3%)。

依教育程度區分，最常使用的電信業者為中華電信者以專科 (61.7%) 最高，其次為碩士及以上 (50.8%)；台灣大哥大以碩士及以上 (35.9%) 最高，其次為國中或初中 (30.4%)；遠傳電信以高中職 (含五專前三年) (22.6%) 最高，其次為大學 (20.2%)；亞太電信以國中或初中 (10.3%) 最高，其次為高中職 (含五專前三年) (5.3%)；台灣之星以國中或初中 (7.2%) 最高，其次為專科 (5.4%)。

依職業區分，最常使用的電信業者為中華電信者以公共行政及國防/強制性社會安全、退休與運輸及倉儲業排名前三名；台灣大哥大以出版/影音製作/傳播及資通訊服務、教育業與藝術/娛樂/休閒服務業排名前三名；遠傳電信以住宿及餐飲業、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者與其他排名前三名；亞太電信以在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者金融及保險業與退休排名前三名；台灣之星以住宿及餐飲業、家管與營建工程業排名前三名。

(七) 最常使用門號的選用原因 Q25

1. 整體分析

民眾最常使用門號的選用原因以親友都使用現在這家業者 (33.5%) 最高，其次為習慣使用這家業者服務 (25.7%) 與通訊品質較佳 (24%)。

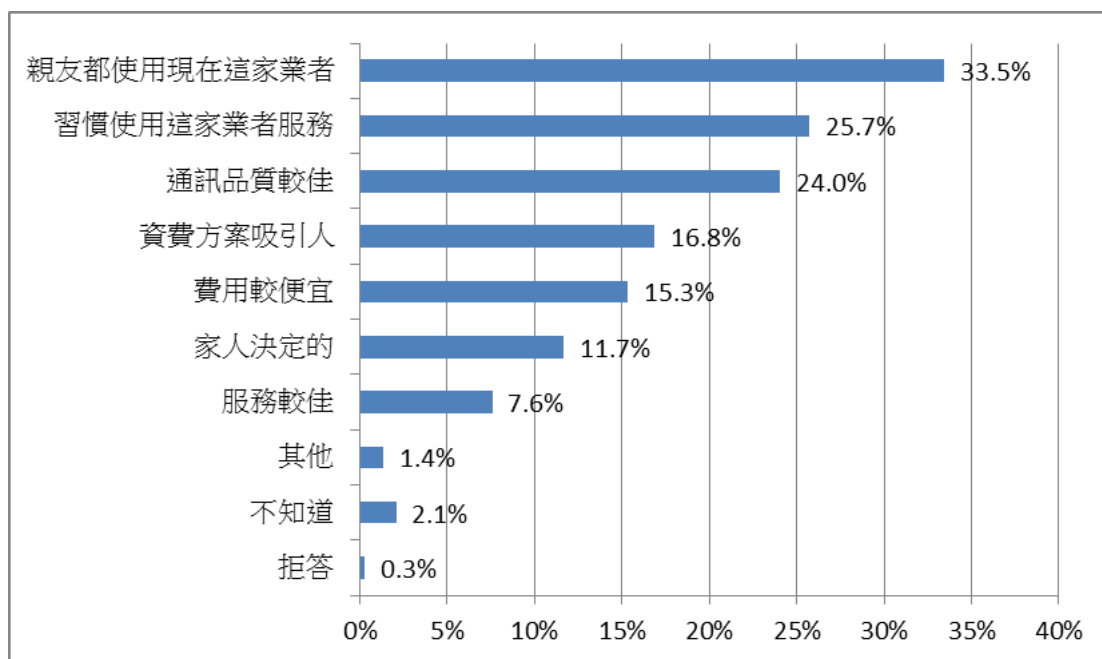


圖 17 最常使用門號的選用原因

Base：(N=1,093，複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，宜花東最常使用門號原因有二，分別為親友都使用現在這家業者與習慣使用這家業者服務，而北北基、桃竹苗、高屏澎則為親友都使用現在這家業者，又以北北基（42.7%）高於其他地區，雲嘉南則以習慣使用這家業者服務最高（皆為 30.8%），中彰投則以通訊品質較佳（28.4%）最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，不論男性或女性最常使用門號原因皆以親友都使用現在這家業者最高，又以女性的 35.5% 高於男性的 31.4%。

依年齡層區分，除 25-34 歲（27.8%）以習慣使用這家業者服務最高外，其他年齡層皆以親友都使用現在這家業者最高，其中又以 45-54 歲（38.9%）最高。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況最常使用門號原因皆以親友都使用現在這家業者最高，其中又以鰥寡/分居者的 38.3% 最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，最常使用門號原因，無收入（30.6%）、1 元-未滿 2 萬元（36.3%）與 2 萬-未滿 3 萬元（41.9%）以親友都使用現在這家業者為高；3 萬-未滿 4 萬元（39.7%）與 4 萬-未滿 5 萬元（40.7%）以通訊品質較佳為主；5 萬-未滿 6 萬元（40.2%）主要為費用較便宜；6 萬元以上（47%）則已習慣使用這家業者服務最高。

依居住狀況區分，最常使用門號原因皆為親友都使用現在這家業者，租屋者（40%）高於自有房屋者（31.6%）。

依教育程度區分，最常使用門號原因除小學以下為家人決定外，各教育程度皆為親友都使用現在這家業者，其中又以碩士及以上（38.6%）最高。

依職業區分，大部分職業最常使用門號原因皆為親友都使用現在這家業者，其中又以教育業（52.8%）最高；習慣使用這家業者服務則以運輸及倉儲業（50.8%）最高，通訊品質較佳則以營建工程業（47.8%）最高。

（八） 更換最常使用的電信業者門號 Q26

1. 整體分析

更換最常使用的電信業者門號方面，以沒有更換過行動電話業者最高，占 54.6%，更換最常使用的電信業者分別為臺灣大哥大 15.3%最高，其次為遠傳電信的 11.8%、中華電信 9.9%、亞太電信 3.2%與台灣之星 2.1%。

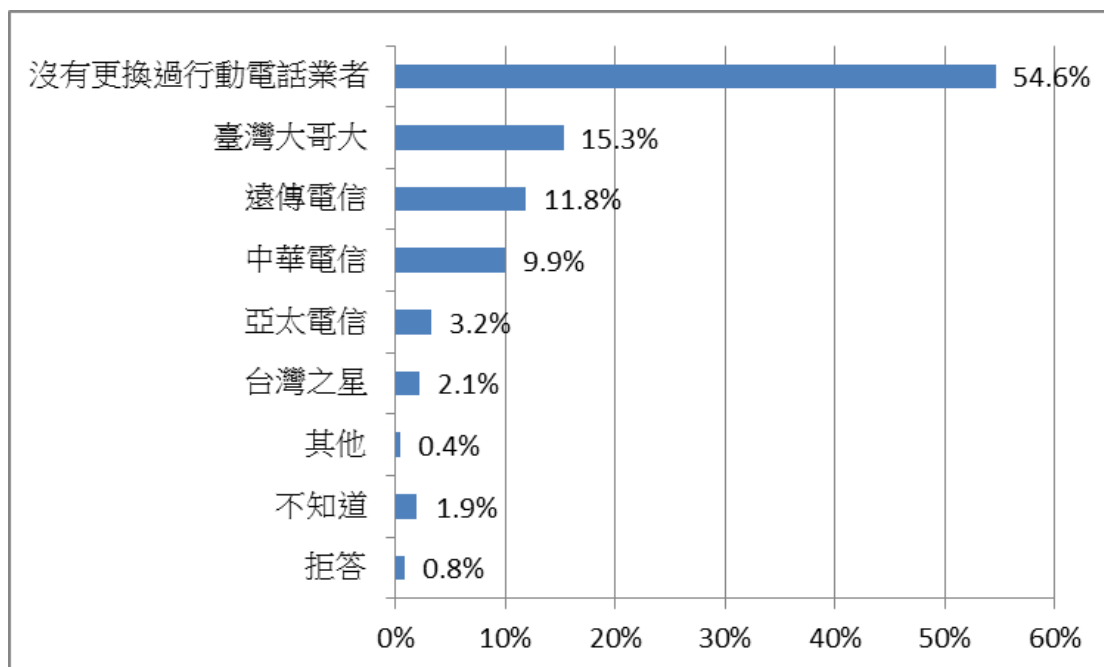


圖 18 更換最常使用的電信業者門號

Base: (N=1,093)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，更換最常使用的電信業者門號為中華電信以北北基的 12.3% 最高，其次為高屏澎的 11%；台灣大哥大者以北北基的 17.9% 最高，其次為中彰投的 17.3%；遠傳電信以北北基的 16.1% 最高，其次為雲嘉南的 14.1%；亞太電信以中彰投的 5.3% 最高，其次為宜花東的 4.8%；台灣之星以中彰投的 6.7% 最高，其次為雲嘉南的 3%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，認為更換最常使用的電信業者門號與原因，於性別上達顯著差異。

依**性別**區分，更換最常使用的電信業者門號為中華電信以女性的 10.7%較高，男性為 9.2%；台灣大哥大以女性的 17.2%較高，男性為 13.3%；遠傳電信以女性的 13.7%較高，男性為 9.9%；亞太電信以女性的 4.4%較高，男性為 1.9%；台灣之星以男性的 3.2%較高，女性為 1%。

依**年齡層**區分，更換最常使用的電信業者門號為中華電信以 25-34 歲的 13.6%最高，其次為 55 歲以上的 11.3%；台灣大哥大者以 35-44 歲的 20.2%最高，其次為 25-34 歲的 18.9%；遠傳電信以 35-44 歲的 19.5%最高，其次為 16-24 歲的 11.9%；亞太電信以 45-54 歲的 6.9%最高，其次為 25-34 歲的 4.2%；台灣之星以 55 歲以上的 3.1%最高，其次為 25-34 歲的 2.4%。

依**婚姻狀況**區分，更換最常使用的電信業者門號為中華電信以未婚者的 10.7%最高，其次為已婚者的 10.6%與鰥寡/分居者的 1.8%；台灣大哥大者以未婚者的 16.1%最高，其次為鰥寡/分居者的 15.5%與已婚者的 14.5%；遠傳電信以未婚者的 12.2%最高，其次為已婚者的 11.7%與鰥寡/分居者的 9.2%；亞太電信以已婚者與鰥寡/分居者的 3.3%最高，其次為未婚者的 3%；台灣之星以已婚者的 2.7%最高，其次為未婚者的 1.5%，鰥寡/分居者為 0%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依**居住狀況**區分，更換最常使用的電信業者門號為中華電信以租屋者的 12.1%最高，其次為自有房屋者的 9.7%；台灣大哥大者以租屋者的 16.3%最高，其次為自有房屋者的 15.2%；遠傳電信以自有房屋者的 12.1%最高，其次為租屋者的 9.8%；亞太電信以租屋者的 5.3%最高，其次為自有房屋者的 2.6%；台灣之星以自有房屋者的 2.6%最高，其次為租屋者的 0.9%。

依**教育程度**區分，更換最常使用的電信業者門號為中華電信以國中或初中的 20.9%最高，其次為碩士及以上的 19%；台灣大哥大以專科的 21.2%最高，其次為國中或初中的 18.3%；遠傳電信以高中職（含五專前三年）的 14.7%最高，其次為專科的 12.8%；亞太電信以專科的 5.4%最高，其次為碩士及以上的 4.4%；台灣之星以高中職（含五專前三年）的 3.6%最高，其次為大學的 2.2%。

依**職業**區分，更換最常使用的電信業者門號為中華電信以農/林/漁/牧業、住宿及餐飲業與製造業排名前三名；台灣大哥大以在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、醫療保健業與其他排名前三名；遠傳電信以出版/影音製作/傳播及資通訊服務、藝術、娛樂及休閒服務業與在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者排名前三名；亞太電信以藝術/娛樂及休閒服務業、公共行政及國防/強制性社會安全與運輸及倉儲業排名前三名；台灣之星以其他服務業、批發及零售業與住宿及餐飲業排名前三名。

（九） 更換最常使用門號的主要原因 Q28

1. 整體分析

更換最常使用門號的主要原因為原業者費用較貴（21.6%），其次為攜碼更優惠（19.9%），以及原業者通訊品質不佳（18.2%）。

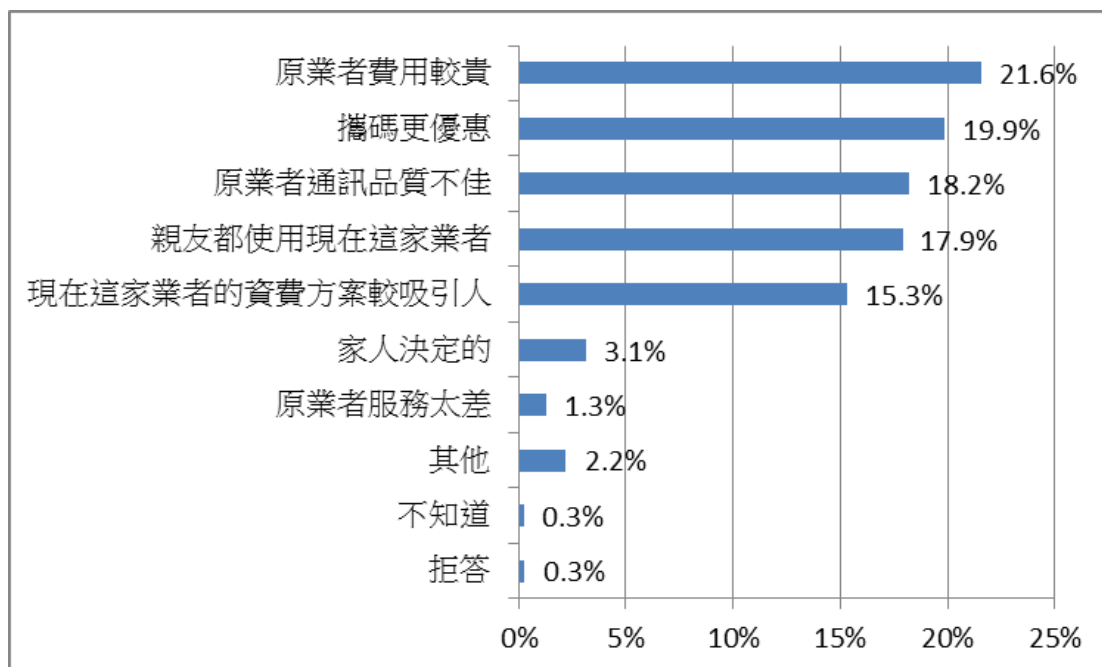


圖 19 更換最常使用電信業者門號的原因

Base：(N=458)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，更換最常使用門號的主要原因在北北基以原業者費用較貴最高，其比例為 24.3%；桃竹苗與中彰投以原業者通訊品質不佳最高，比例分別為 22.8%與 34.8%；雲嘉南與高屏澎以攜碼更優惠為最高，比例分別達 28.2%與 20.9%；而宜花東則以親友都使用現在這家業者最高，比例達 30.8%。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性更換最常使用門號的主要原因以攜碼更優惠的 24.8%最高，女性則以原業者通訊品質不佳的 21.8%最高。

依年齡層區分，不同年齡層更換最常使用門號的主要原因有所差異，35-44 歲、55 歲以上以原業者費用較貴最高，分別為 55 歲以上的 27%與 35-44 歲的 25.8%；16-24 歲與 45-54 歲以原業者通訊品質不佳最高，分別為 45-54 歲的 32.9%與 16-24 歲的 22%；25-34 歲則以攜碼更優惠的 33.2%最高。

依婚姻狀況區分，不同婚姻狀況更換最常使用門號的主要原因有所差異，未婚者以攜碼更優惠（26.7%）最高；已婚者以原業者費用較貴（23.3%）最高；鰥寡/分居者則以現在這家業者的資費方案較吸引人（34.6%）最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

依**個人平均月收入**區分，不同收入別更換最常使用電信業者門號的原因有所差異，無收入（35.8%）、2 萬-未滿 3 萬元（27.7%）、4 萬-未滿 5 萬元（32%）以親友都使用現在這家業者最高；1 萬-未滿 2 萬元以現在這家業者的資費方案較吸引人最高，比例為 27.9%；3 萬-未滿 4 萬元以原業者通訊品質不佳最高，比例為 25.8%；5 萬-未滿 6 萬元（47.9%）、6 萬元以上（31.3%）以原業者費用較貴最高。

依**居住狀況**區分，更換最常使用電信業者門號的原因，自有房屋者以原業者費用較貴的 21.1%最高；租屋者則以攜碼更優惠的 24.2%最高。

依**教育程度**區分，不同教育程度最常使用電信業者門號的原因有所差異，小學以下（42.6%）、碩士及以上（42.4%）以攜碼更優惠最高；國中或初中（36.2%）、高中職（含五專前三年）（25.1%）以原業者費用較貴最高；專科以原業者通訊品質不佳的 30.5%最高；大學以親友都使用現在這家業者的 21%最高。

依**職業**區分，不同職業更換最常使用電信業者門號的原因有所差異，原業者費用較貴以支援服務業的 37.8%最高，其次為學生的 30.6%與其他服務業的 28.8%；攜碼更優惠以藝術/娛樂及休閒服務業的 56.6%最高，其次為農/林/漁/牧業的 49.4%與公共行政及國防/強制性社會安全的 43.6%；原業者通訊品質不佳以教育業的 44%最高，其次為營建工程業的 29.1%與醫療保健及社會工做服務業的 26.9%。

(十) 家中使用行動電話的主要業者 Q29

1. 整體分析

家中使用行動電話的主要業者（家中多數人使用的業者）方面，分別為中華電信 43.7%、台灣大哥大 19.3%、遠傳電信 13.7%、台灣之星 2.7%與亞太電信 2.1%；沒有特別主要業者比例為 15.3%。

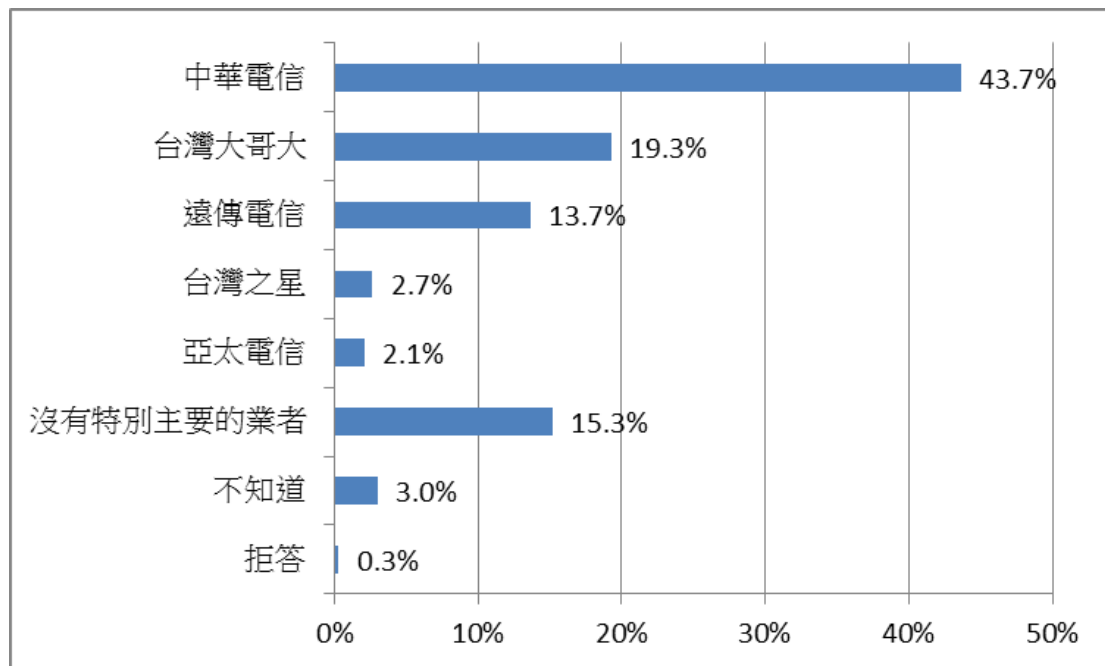


圖 20 家中使用行動電話的主要業者

Base: (N=1,093)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，家中使用行動電話的主要業者（家中多數人使用的業者）為中華電信以中彰投的 56.3%最高，其次為雲嘉南的 48.7%；台灣大哥大者以桃竹苗的 23.3%最高，其次為北北基的 22.5%；遠傳電信以高屏澎的 19.7%最高，其次為宜花東的 18.9%；亞太電信以宜花東的 11%最高，其次為中彰投的 3.2%；台灣之星以北北基的 3.3%最高，其次為中彰投的 3%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，家中使用行動電話的主要業者，於性別上達顯著差異。

依性別區分，家中使用行動電話的主要業者（家中多數人使用的業者）為中華電信以男性的 44.5%較高，女性為 42.9%；台灣大哥大以男性的 22.6%較高，女性為 15.9%；遠傳電信以女性的 16.1%較高，男性為 11.3%；亞太電信以男性的 2.2%較高，女性為 2%；台灣之星以女性的 3%較高，男性為 2.3%。

依年齡層區分，家中使用行動電話的主要業者（家中多數人使用的業者）為中華電信以 45-54 歲的 47.2%最高，其次為 25-34 歲的 44.4%；台灣大哥大者以 16-24 歲的 25.1%最高，其次為 35-44 歲的 21.8%；遠傳電信以 45-54 歲的 15.7%最高，其次為 35-44 歲的 15.4%；亞太電信以 16-24 歲與 35-44 歲的 2.6%並列最高，其次為 25-34 歲的 2.4%；台灣之星以 45-54 歲的 4.4%最高，其次為 35-44 歲的 3.4%。

依婚姻狀況區分，家中使用行動電話的主要業者（家中多數人使用的業者）為中華電信以已婚者的 45.3%最高，其次為未婚者的 43.8%與鰥寡/分居者的 27.7%；台灣大哥大者以未婚者的 21%最高，其次為已婚者的 18.8%與鰥寡/分居

者的 18.3%；遠傳電信以鰥寡/分居者的 17.6%最高，其次為未婚者的 15%與已婚者的 12.2%；亞太電信以未婚者的 2.9%最高，其次為已婚者的 1.8%與鰥寡/分居者的 1.3%；台灣之星以已婚者的 3%最高，其次為未婚者的 2.5%與鰥寡/分居者的 1.3%。

(3) 社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，家中使用行動電話的主要業者，於居住狀況達顯著差異。

依**個人平均月收入**區分，家中使用行動電話的主要業者（家中多數人使用的業者）為中華電信以 6 萬元以上的 54.8%最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 50.7%；台灣大哥大者以 4 萬-未滿 5 萬元的 23.2%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 22.3%；遠傳電信以 3 萬-未滿 4 萬元的 21.2%最高，其次為 6 萬元以上的 16.9%；亞太電信以 5 萬-未滿 6 萬元的 8.5%最高，其次為無收入的 2.1%；台灣之星以 4 萬-未滿 5 萬元的 5.5%最高，其次為 1 元-未滿 2 萬元的 5%。

依**居住狀況**區分，家中使用行動電話的主要業者（家中多數人使用的業者）為中華電信以自有房屋者的 46.1%最高，其次為租屋者的 36.9%；台灣大哥大者以租屋者的 25.3%最高，其次為自有房屋者的 17.6%；遠傳電信以租屋者的 17%最高，其次為自有房屋者的 13.3%；亞太電信以租屋者的 2.4%最高，其次為自有房屋者的 2.2%；台灣之星以租屋者的 4.3%最高，其次為自有房屋者的 2.3%。

依**教育程度**區分，家中使用行動電話的主要業者（家中多數人使用的業者）為中華電信以碩士及以上的 60.1%最高，其次為專科的 54.8%；台灣大哥大以碩士及以上的 29.7%最高，其次為國中或初中的 29%；遠傳電信以高中職（含五專前三年）的 15.2%最高，其次為國中或初中的 14.6%；亞太電信以高中職（含五專前三年）的 3.1%最高，其次為國中或初中的 2.6%；台灣之星以專科的 5.1%最高，其次為國中或初中的 3.6%。

依**職業**區分，家中使用行動電話的主要業者（家中多數人使用的業者）為中華電信以運輸及倉儲業、農/林/漁/牧業與公共行政及國防；強制性社會安全排名前三名；台灣大哥大以藝術/娛樂及休閒服務業、教育業與其他排名前三名；遠傳電信以住宿及餐飲業、教育業與其他排名前三名；亞太電信以在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、金融及保險業與醫療保健及社會工作服務業排名前三名；台灣之星以住宿及餐飲業、家管與其他服務業排名前三名。

(十一) 行動電話語音品質滿意度 Q47

1. 整體分析

行動電話語音品質滿意度平均為 7.22 分（1 分表示非常不滿意，10 分表示非常滿意）。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，行動電話語音品質滿意度，於居住地區達顯著差異，表示各地區對於行動電話語音品質滿意度不一，北部地區（北北基、桃竹苗）的滿意度明顯高於其他地區，而中部及東部地區滿意度則相對較低，其中又以宜花東地區的滿意度最低。

表 6 市內電話語音服務品質滿意度（區域別）

居住地區	平均分數
北北基	7.52
桃竹苗	7.66
中彰投	6.94
雲嘉南	6.78
高屏澎	7.23
宜花東	6.28
總平均	7.22

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性行動電話語音品質滿意度平均為 7.31 分，高於女性平均的 7.13 分。

依年齡層區分，各年齡層行動電話語音品質滿意度平均皆高於 7 分，其中又以 25-34 歲（7.48 分）最高，其次為 16-24 歲（7.38 分）。

依婚姻狀況區分，行動電話語音品質滿意度平均以未婚者（7.43 分）最高，其次為已婚者（7.14 分）與鰥寡/分居者（6.89 分）。

(3) 社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，行動電話語音品質滿意度平均，於個人平均月收入、居住狀況、教育程度、職業皆達顯著差異。

依個人平均月收入區分，除無收入外，其他各收入組合行動電話語音品質滿意度平均皆高於 7 分，其中以 4 萬-未滿 5 萬元（8.02 分）最高，其次為 6 萬元以上（7.58 分）。

依居住狀況區分，自有房屋者行動電話語音品質滿意度平均為 7.33 分，高於租屋者的 6.98 分。

依教育程度區分，除小學以下與國中或初中外，各教育程度行動電話語音品質滿意度平均皆高於 7 分，其中以專科（7.72 分）最高，其次為大學（7.41 分）。

依職業區分，除在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者外，其他各職業別行動電話語音品質滿意度平均皆高於 6 分，其中以藝術/娛樂及休閒服務業的（8.02 分）最高，其次為運輸及倉儲的（7.92 分）。

（十二） 行動電話上網品質滿意度 Q48

1. 整體分析

行動電話上網品質滿意度平均為 6.93 分（1 分表示非常不滿意，10 分表示非常滿意）。

2. 比較分析

（1）區域差異分析

單因子變異數分析（one-way ANOVA）顯示，行動電話上網品質滿意度，於居住地區達顯著差異。結果顯示，對行動上網品質滿意度北部高於中南部與東部。

經交叉分析發現，除宜花東外，其他區域別行動電話上網品質滿意度平均皆高於 6 分；其中以北北基（7.28 分）最高，其次為桃竹苗（7.15 分），宜花東最低（5.89 分）。

表 7 行動電話上網服務品質滿意度（區域別）

居住地區	平均分數
北北基	7.28
桃竹苗	7.15
中彰投	6.75
雲嘉南	6.41
高屏澎	6.99
宜花東	5.89
總平均	6.93

（2）基本差異分析

依性別區分，男性行動電話上網品質滿意度平均為 6.96 分，高於女性平均的 6.91 分。

依年齡層區分，各年齡層行動電話上網品質滿意度平均皆高於 6.8 分，其中又以 16-24 歲（7.07 分）最高，其次為 25-34 歲（7.01 分），也是唯二高於 7 分的年齡層。

依婚姻狀況區分，行動電話上網品質滿意度平均以未婚者（7.09 分）最高，其次為已婚者（6.87 分）與鰥寡/分居者（6.72 分）。

（3）社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析（one-way ANOVA）顯示，行動電話上網品質滿意度，於個人平均月收入、居住狀況、教育程度及職業達顯著差異。

依個人平均月收入區分，除無收入、5 萬-未滿 6 萬及 6 萬以上外，其他各收入組合行動電話上網品質滿意度平均皆高於 7 分，其中以 3 萬-未滿 4 萬元（7.31 分）最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元（7.15 分）。

依居住狀況區分，自有房屋者行動電話上網品質滿意度平均為 7.02 分，高於租屋者的 6.75 分。

依**教育程度**區分，除國中或初中外，各教育程度行動電話上網品質滿意度平均皆高於 6 分，其中以專科（7.27 分）最高，其次為大學（7.09 分）。

依**職業**區分，各職業別行動電話上網品質滿意度平均皆高於 6 分，其中以運輸及倉儲業（8.03 分）最高。

（十三） 行動網路測速 Q49 Q50 Q51

1. 整體分析

是否知道行動網路測速方面，知道如何測量行動網路速度占 17.4%、不知道的占 82.3%。

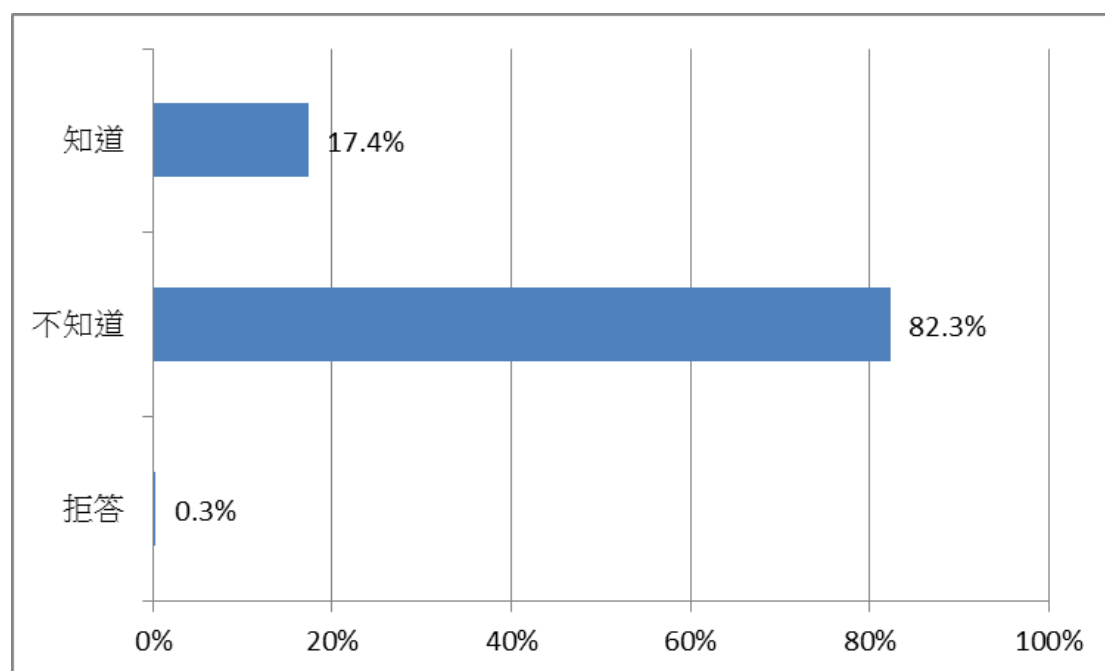


圖 21 是否知道行動網路測速

Base: (N=1,131)

民眾測速結果，行動網路實際速率平均為 26.15 Mbps (N=178)。

使用的行動網路實際速率是否比預期的快方面，認為使用的行動網路實際速率比預期快的比例占 7.7%、認為比預期慢的比例占 36.9%、認為跟預期差不多的比例為 50.7%。

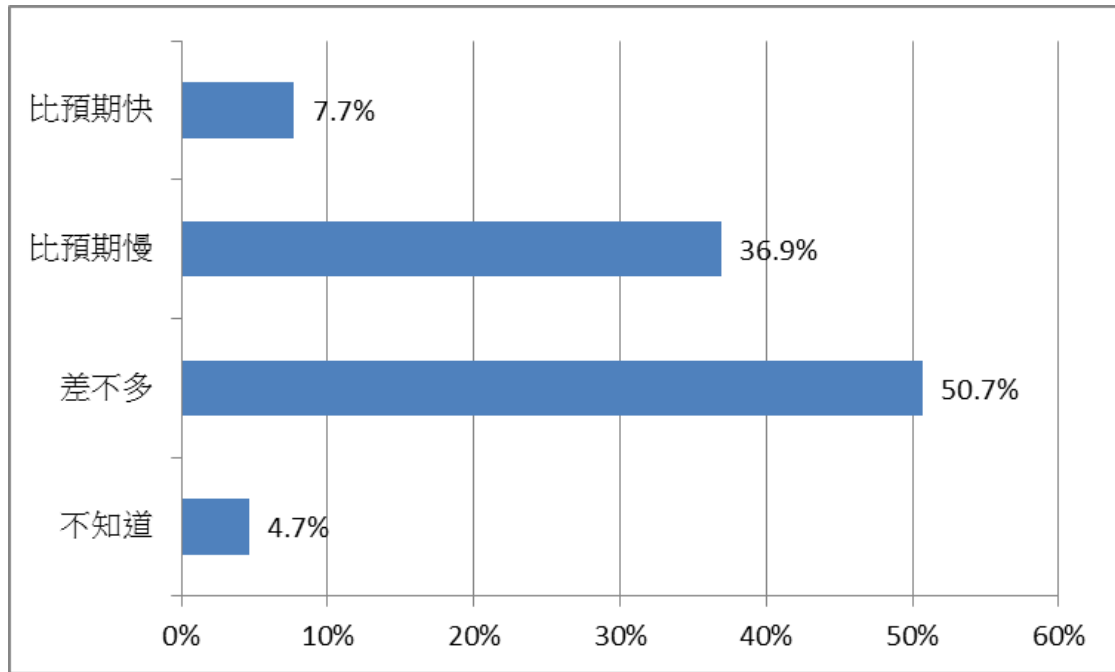


圖 22 使用的行動網路實際速率是否比預期的快

Base: (N=178)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

經卡方檢定顯示，是否知道如何測量行動網路速度，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，知道如何測量行動網路速度以中彰投的 31.2%最高，其次為雲嘉南的 17.2%及高屏澎的 15.7%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，是否知道如何測量行動網路速度，於性別、年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，知道如何測量行動網路速度以男性的 23.1%較高，女性為 11.9%。

依年齡層區分，知道如何測量行動網路速度以 25-34 歲的 32.6%最高，其次為 16-24 歲的 28.9%及 35-44 歲的 19.9%。

依婚姻狀況區分，知道如何測量行動網路速度以未婚者的 30.7%最高，其次為已婚者的 11.9%與鰥寡/分居者的 1.2%。

(3) 社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，是否知道如何測量行動網路速度，於個人平均月收入及教育程度達顯著差異。

依個人平均月收入區分，知道如何測量行動網路速度以 3 萬-未滿 4 萬元的 27.3%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 21.6%。

依居住狀況區分，知道如何測量行動網路速度以租屋者的 17.9%較高，自有房屋者為 17%。

依**教育程度**區分，知道如何測量行動網路速度以碩士及以上的 45.3%最高，其次為大學的 22.7%及專科的 18.3%。

依**職業**區分，知道如何測量行動網路速度以出版、影音製作、傳播及資通訊服務、醫療保健及社會工作服務業及專業、科學及技術服務業排名前三名。

(十四) 購買手機的地方 Q52

1. 整體分析

民眾購買手機的地方以常使用的電信業者門市最高（47.9%），其次為非電信業者門市的實體店面（29.9%）與受贈禮物（7.8%）。

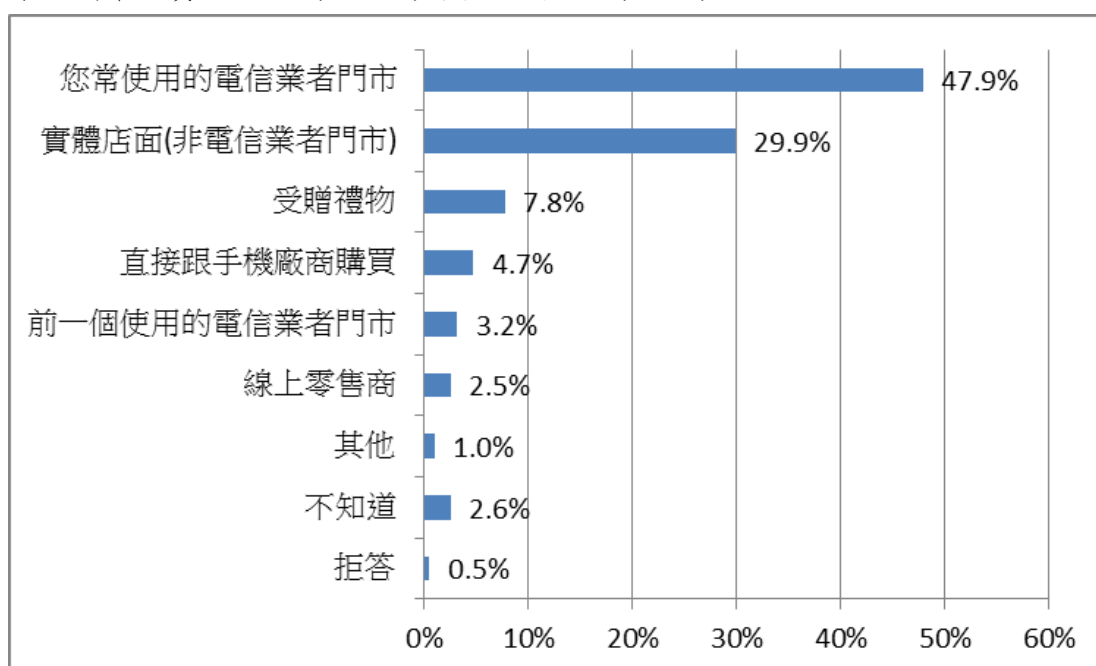


圖 23 購買手機的地方

Base : (N=1,093)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，常使用的電信業者門市以宜花東的 56.1%最高，其次為雲嘉南的 55.4%；實體店面（非電信業者門市）以中彰投的 38.4%最高，其次為高屏澎的 32.4%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，購買手機的地方，於性別、年齡上達顯著差異。

依**性別**區分，常使用的電信業者門市以女性的 49.9%較高，男性為 45.9%；實體店面（非電信業者門市）以男性的 32.5%較高，女性為 27.3%。

依**年齡層**區分，常使用的電信業者門市以 45-54 歲的 58.8%最高，其次為 35-44 歲的 50.7%；實體店面（非電信業者門市）以 16-24 歲 36.5%最高，其次為 25-34 歲的 31.4%。

依婚姻狀況區分，常使用的電信業者門市以已婚者的 50.5% 最高，其次為未婚者的 44.9% 與鰥寡/分居者的 36.6%；實體店面（非電信業者門市）以未婚者（32.4%）最高。

（3）社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，常使用的電信業者門市以 4 萬-未滿 5 萬元的 61.6% 最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元的 56%；實體店面（非電信業者門市）以 3 萬-未滿 4 萬元 37.5% 最高，其次為無收入的 21.4% 及 1 元-未滿 2 萬元的 21.4%。

依居住狀況區分，常使用的電信業者門市以租屋者的 50.7% 較高，自有房屋者為 48.4%；實體店面（非電信業者門市）以租屋者的 32.2% 最高，其次自有房屋者的 29.2%。

依教育程度區分，常使用的電信業者門市以高中職（含五專前三年）的 53.3% 最高，其次為大學的 50.1%；實體店面（非電信業者門市）以碩士及以上的 42.5% 最高，其次為國中或初中的 35.7%。

依職業區分，常使用的電信業者門市以藝術、娛樂及休閒服務業、運輸及倉儲業、批發及零售業排名前三名；實體店面（非電信業者門市）以醫療保健及社會工作服務業、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、出版、影音製作、傳播及資通訊服務排名前三名。

（十五） 使用手機的非上網活動 Q53

1. 整體分析

撥打和接聽電話外，民眾使用手機進行的非上網活動以拍照（82.9%）最高，其次為鬧鈴（61.7%）與計算機（58.6%）；傳送與接收簡訊則占 57.9%。

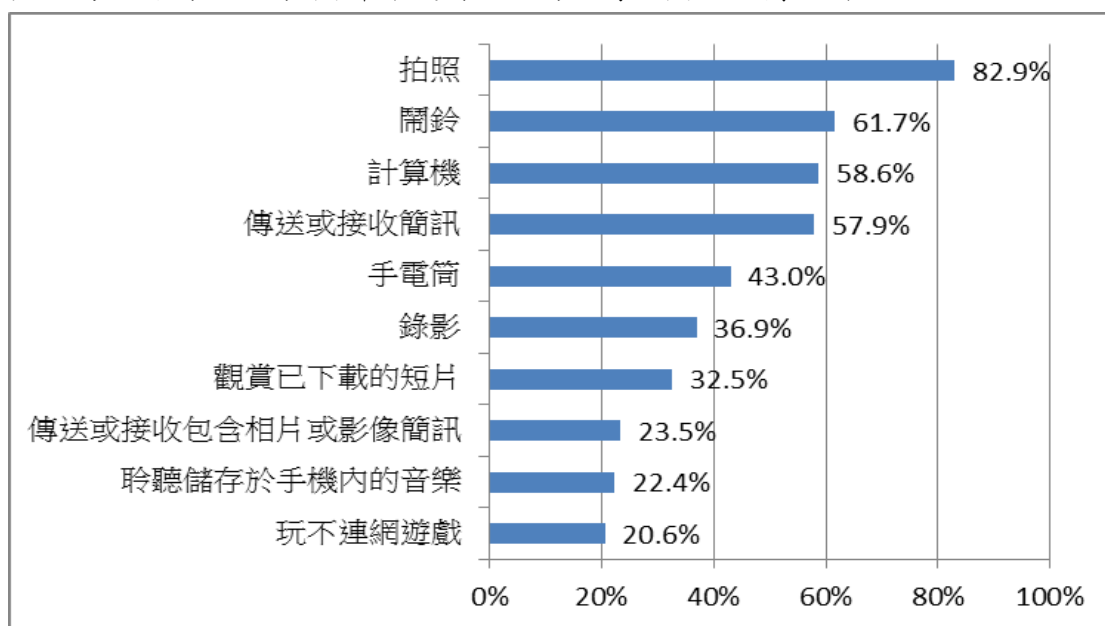


圖 24 民眾使用手機的非上網活動（前十名）

Base：（N=1,093，複選）

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，拍照以桃竹苗的 90.9%最高，其次為北北基的 85.2%；鬧鈴以中彰投的 70.1%最高，其次為雲嘉南的 64.1%；傳送與接收簡訊以高屏澎的 66.6%最高，其次為北北基的 64.3%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，拍照以女性的 85.1%較高，男性為 80.8%；鬧鈴以女性的 63.2%較高，男性為 60.1%；傳送與接收簡訊以女性的 59.3%較高，男性為 56.6%。

依年齡層區分，拍照以 35-44 歲的 87.7%最高，其次為 25-34 歲的 86.8%；鬧鈴以 35-44 歲的 72.9%最高，其次為 16-24 歲的 70.1%；傳送與接收簡訊以 45-54 歲的 62.1%最高，其次為 35-44 歲的 59.9%。

依婚姻狀況區分，拍照以未婚者的 85.1%最高，其次為已婚者的 83.5%與鰥寡/分居者的 67.8%；鬧鈴以未婚者(68%)最高，傳送與接收簡訊以已婚者(58.7%)最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，拍照以 4 萬-未滿 5 萬元的 92.3%最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元的 90.6%；鬧鈴以 4 萬-未滿 5 萬元的 84.5%最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元的 69.3%；傳送與接收簡訊以 3 萬-未滿 4 萬元的 66.6%最高，其次為 6 萬元以上的 64.3%。

依居住狀況區分，拍照以自有房屋者的 83.4%較高，租屋者為 82.2%；鬧鈴以租屋者的 71.4%最高，其次自有房屋者的 59.3%；傳送與接收簡訊以租屋者的 62.4%最高，其次為自有房屋者的 57.1%。

依教育程度區分，拍照以專科的 92.4%最高，其次為碩士及以上的 90.2%；鬧鈴以碩士及以上的 73.4%最高，其次為專科的 68.7%；傳送與接收簡訊以專科的 63.9%最高，其次為大學的 61.3%。

依職業區分，拍照以出版、影音製作、傳播及資通訊服務、其他服務業、批發及零售業排名前三名；鬧鈴以藝術、娛樂及休閒服務業、營建工程業、出版、影音製作、傳播及資通訊服務排名前三名；傳送與接收簡訊以教育業、藝術、娛樂及休閒服務業、批發及零售業排名前三名。

(十六) 撥打和接聽電話外的手機連網行為 Q55

1. 整體分析

民眾使用智慧型手機的上網活動以瀏覽網頁/查詢最高（68%），其次為使用社群網路（65.9%）與撥打語音網路電話（44.6%）。

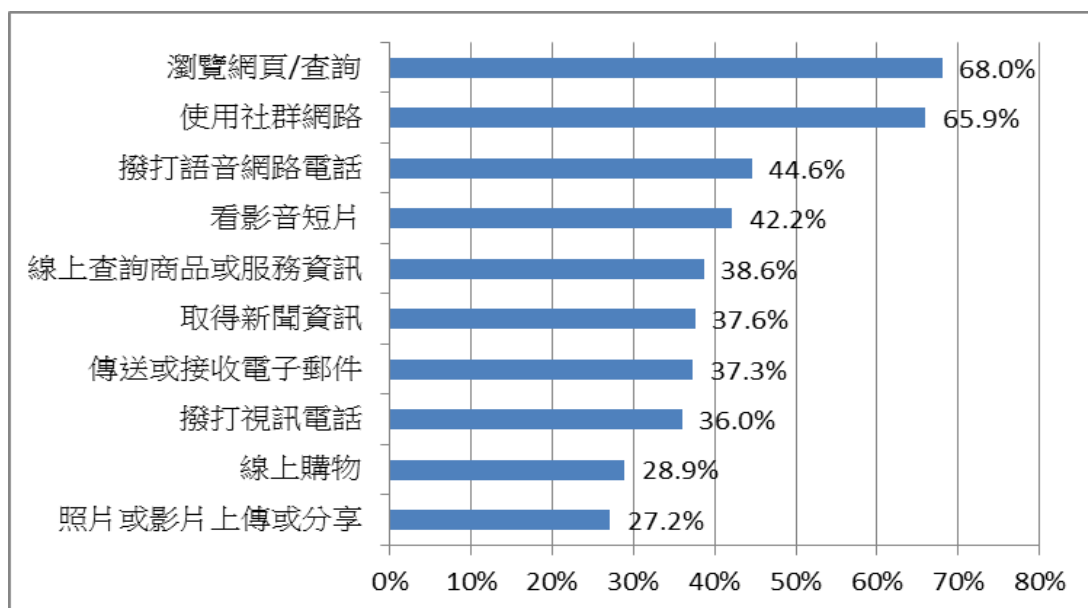


圖 25 民眾使用智慧型手機的上網活動（前十名）

Base：(N=1,022，複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，除桃竹苗、雲嘉南外，各區域別皆以瀏覽網頁/查詢比例最高，且比例皆高於 6 成；其中又以中彰投（77.9%）最高。使用社群網路以雲嘉南的（74.9%）最高，撥打語音網路電話以雲嘉南（55.9%）最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，瀏覽網頁/查詢以女性的 71% 較高，男性為 65.1%；使用社群網路以女性的 70.7% 較高，男性為 61.3%；撥打語音網路電話以女性的 46.7% 較高，男性為 42.6%。

依年齡層區分，除 45 歲以上受訪者外，各年齡層皆以瀏覽網頁/查詢比例最高，且比例皆高於 6 成；其中又以 25-34 歲（81.5%）最高。使用社群網路以 16-24 歲（74.6%）最高；撥打語音網路電話以 55 歲以上（54.5%）最高。

依婚姻狀況區分，瀏覽網頁/查詢以未婚者（76.6%）最高，其次為已婚者（64.9%）與鰥寡/分居者（42.8%）；使用社群網路以未婚者（74.9%）最高，撥打語音網路電話以已婚者（47%）最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，各收入別行為有所不同，其中瀏覽網頁/查詢以 4 萬-未滿 5 萬元（77.2%）最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元（75.4%）；使用社群網路以 4 萬-未滿 5 萬元（79.5%）最高，其次為無收入（73.1%）；撥打語音網路電話以 4 萬-未滿 5 萬元（58.4%）最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元（53.3%）。

依**居住狀況**區分，瀏覽網頁/查詢以租屋者（71.6%）較高，其次為自有房屋者（68.3%）；使用社群網路以租屋者（69%）較高，其次為自有房屋者（66.2%）；撥打語音網路電話以自有房屋者（46.7%）最高，其次為租屋者（43.2%）。

依**教育程度**區分，瀏覽網頁/查詢以碩士及以上（83.6%）最高，其次為大學（81.7%）；使用社群網路以碩士及以上（87.7%）最高，其次為大學（73.6%）；撥打語音網路電話以專科（57.2%）最高，其次為碩士及以上（49.6%）。

依**職業**區分，各職業別行為有所不同，其中瀏覽網頁/查詢以專業/科學及技術服務業、出版/影音製作/傳播及資通訊服務與製造業排名前三名；使用社群網路以藝術/娛樂及休閒服務業、公共行政及國防/強制性社會安全、醫療保健及社會工作服務業排名前三名；撥打語音網路電話以運輸及倉儲業、營建工程業、藝術/娛樂及休閒服務業排名前三名。

四、行動電話資費與方案

（一）最常使用的手機資費方案與類型 Q30 Q31 Q32

1. 整體分析

民眾最常使用的行動電話資費方案以月租型（87.4%）為主，預付型與兩者同時使用則分別占 3.7%與 4.8%（圖 13）。

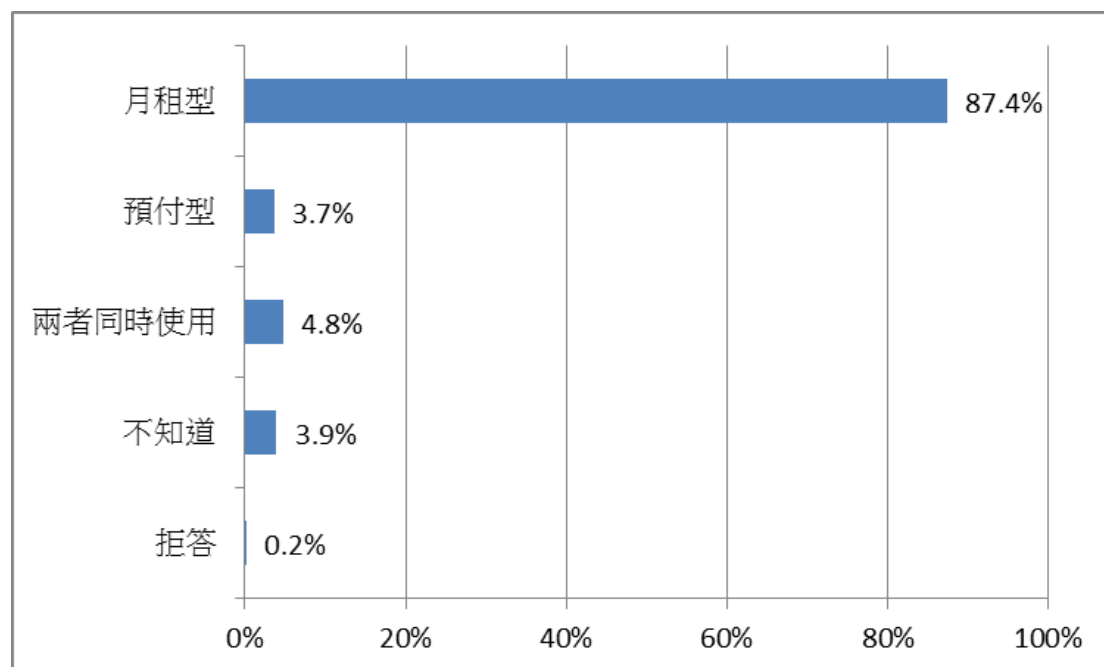


圖 26 最常使用的行動電話資費方案

Base：(N=1,093)

月租型的使用方案類型方面，語音上網組合方案占 73.3%最高，其次為純語音（撥打電話）9.1%、純上網 7.1%與語音及上網不同方案（可為不同業者）6.6%。

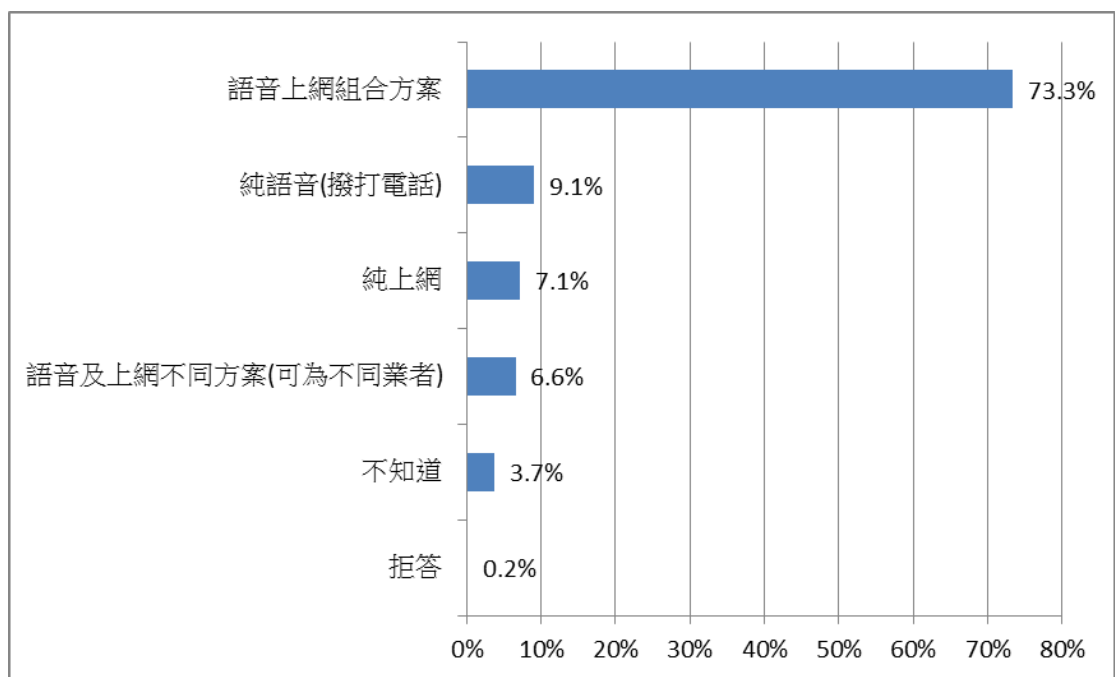


圖 27 月租型的使用方案類型

Base: (N=1,008)

預付型的使用方案類型方面，語音及上網（同業者）占 51.1%最高，其次為純語音（撥打電話）30%、純上網 10.5%與語音及上網（不同業者）的 0.9%。

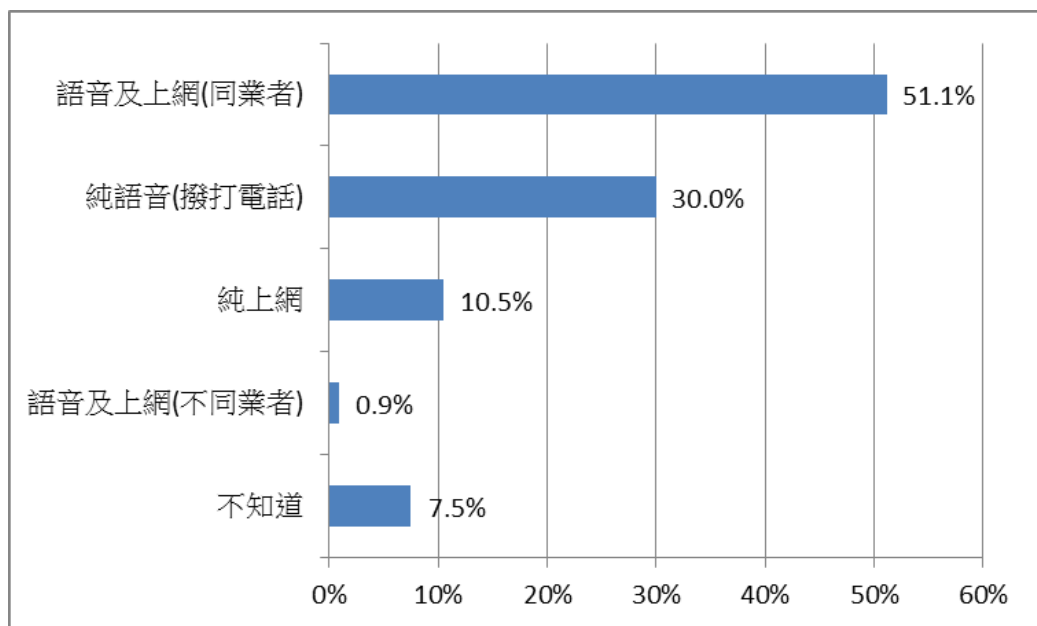


圖 28 預付型的使用方案類型

Base: (N=93)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

經卡方檢定顯示，最常使用的手機資費方案，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各區域別皆以有使用月租型比例最高，除宜花東外，其他地區皆高於 8 成；其中又以桃竹苗（92.7%）最高，其次為雲嘉南（92.6%）。預付型以宜花東（5.7%）最高，兩者同時使用以高屏澎（11%）最高。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，最常使用的手機資費方案，於年齡上達顯著差異。

依性別區分，使用月租型以女性的 88.8% 較高，男性為 85.9%；預付型以男性的 3.9% 較高，女性為 3.4%；兩者同時使用以男性的 5.8% 較高，女性為 3.8%。

依年齡層區分，各年齡層皆以有使用月租型比例最高，且皆高於 8 成；其中又以 25-34 歲（92.3%）最高，其次為 45-54 歲（90.3%）。預付型以 16-24 歲（9.5%）最高，兩者同時使用以 35-44 歲（7.4%）最高。

依婚姻狀況區分，使用月租型以已婚者（88.4%）最高，其次為未婚者（86.4%）與鰥寡/分居者（83.6%）；預付型以鰥寡/分居者（8.4%）最高，兩者同時使用則以已婚者（5.3%）最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，各收入別皆以有使用月租型比例最高，且皆高於 8 成；其中又以 6 萬元以上的 97.1% 最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 96.1%。預付型以 5 萬-未滿 6 萬元的 7.5% 最高，其次為 1 元-未滿 2 萬元的 7.3%；兩者同時使用以 5 萬-未滿 6 萬元的 9.3% 最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元的 8.2%。

依居住狀況區分，使用月租型以租屋者的 94.2% 較高，自有房屋者為 86%；預付型以租屋者的 3.9% 最高，其次自有房屋者的 3.6%；兩者同時使用以自有房屋者的 5.9% 最高，其次為租屋者的 1.3%。

依教育程度區分，各教育別皆以有使用月租型比例最高，且除小學及以下外，皆高於 8 成；其中又以國中或初中的 93.7% 最高，其次為高中職（含五專前三年）的 92%。預付型以小學及以下的 8.2% 最高，其次為碩士及以上的 4.3%；兩者同時使用以專科的 11.8% 最高，其次為碩士及以上的 11.3%。

依職業區分，各職業別皆以有使用月租型比例最高，其中在營建工程業、批發及零售業、運輸及倉儲業、出版/影音製作/傳播及資通訊服務、金融及保險業、支援服務業、教育業、藝術/娛樂及休閒服務業、退休、其他皆高於 90%。預付型以在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、學生與藝術、娛樂及休閒服務業排名前三名；兩者同時使用以公共行政及國防/強制性社會安全、住宿及餐飲業與製造業排名前三名。

(二) 每月行動電話帳單費用 Q33

1. 整體分析

每月行動電話帳單費用平均為新臺幣 825 元 (N=1,008)。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，每月行動電話帳單費用，於居住地區達顯著差異，顯示每月行動電話帳單費用會隨所在地區而不同。

交叉分析發現，中彰投、高屏澎與宜花東每月行動電話帳單費用平均皆高於新臺幣 900 元，其中以中彰投的新臺幣 957 元最高；北北基、桃竹苗與雲嘉南則皆低於新臺幣 800 元，其中以北北基的新臺幣 733 元最低。

(2) 基本差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，每月行動電話帳單費用，於性別、年齡層、婚姻達顯著差異。

依性別區分，男性每月行動電話帳單費用為新臺幣 891 元，高於女性的新臺幣 759 元。

依年齡層區分，25-34 歲與 35-44 歲每月行動電話帳單費用平均皆高於新臺幣 900 元，排名前二名；45-54 歲的新臺幣 835 元則排名第三。

依婚姻狀況區分，每月行動電話帳單費用平均皆高於新臺幣 700 元，以未婚者的新臺幣 920 元最高，其次為鰥寡/分居者 (新臺幣 800 元) 與已婚者 (779 元)。

(3) 社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，每月行動電話帳單費用，於個人平均月收入、居住狀況、教育程度及職業皆達顯著差異。

依個人平均月收入區分，2 萬-未滿 3 萬、3 萬-未滿 4 萬、4 萬-未滿 5 萬及 6 萬元以上每月行動電話帳單費用平均皆高於新臺幣 800 元，其中以 4 萬-未滿 5 萬最高，達新臺幣 946 元。

依居住狀況區分，租屋者每月行動電話帳單費用平均較高，達新臺幣 894 元，自有房屋者僅新臺幣 796 元。

依教育程度區分，除小學及以下僅新臺幣 580 元外，各教育程度每月行動電話帳單費用平均皆高於新臺幣 700 元，其中又以碩士及以上的新臺幣 876 元最高，其次為大學的新臺幣 863 元與高中職 (含五專前三年) 的新臺幣 830 元。

依職業區分，金融及保險業、教育業與藝術、娛樂及休閒服務業每月行動電話帳單費用平均皆高於新臺幣 1,000 元。

(三) 家中行動電話帳單最常使用的付費方式 Q34

1. 整體分析

家中行動電話帳單最常使用的付費方式方面，以超商繳款的 45.8% 最高，其次為電信櫃檯繳款的 24% 與自動扣款 (銀行帳戶自動轉帳) 的 15.4%。

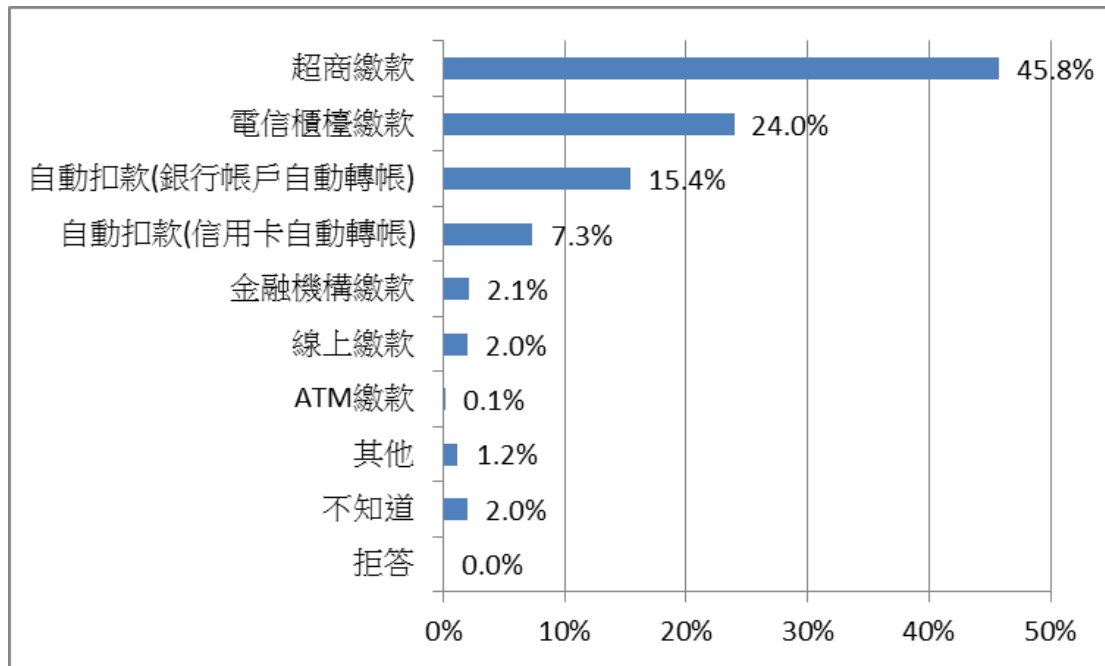


圖 29 家中行動電話帳單最常使用的付費方式

Base: (N=1,008)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，家中行動電話帳單最常使用的付費方式為超商繳款以高屏澎的 55.4% 最高，其次為雲嘉南的 49.2%；電信櫃檯繳款以宜花東的 42.9% 最高，其次為中彰投的 37.5%；自動扣款（銀行帳戶自動轉帳）以桃竹苗的 21.9% 最高，其次為北北基的 21.6%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，家中行動電話帳單最常使用的付費方式，於性別上達顯著差異。

依性別區分，家中行動電話帳單最常使用的付費方式為超商繳款以女性的 46.2% 較高，男性為 45.4%；電信櫃檯繳款以男性的 25.8% 較高，女性為 22.2%；自動扣款（銀行帳戶自動轉帳）以女性的 17.4% 較高，男性為 13.5%。

依年齡層區分，超商繳款以 45-54 歲的 52.3% 最高，其次為 16-24 歲的 49.2%；電信櫃檯繳款以 55 歲以上的 28.2% 最高，其次為 45-54 歲的 24.8%；自動扣款（銀行帳戶自動轉帳）以 55 歲以上的 19.4% 最高，其次為 35-44 歲的 19.1%。

依婚姻狀況區分，家中行動電話帳單最常使用的付費方式為超商繳款以已婚者的 47.6% 最高，其次為未婚者的 43.9% 與鰥寡/分居者的 41.4%；電信櫃檯繳款以鰥寡/分居者的 28.6% 最高，其次為已婚者的 23.6% 與未婚者的 22.8%；自動扣款（銀行帳戶自動轉帳）以已婚者的 16.5% 最高，其次為鰥寡/分居者的 15.4% 與未婚者的 14.1%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，家中行動電話帳單最常使用的付費方式為超商繳款以 2 萬-未滿 3 萬元的 50.8%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 50.5%；電信櫃檯繳款以無收入的 28.8%最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元的 26.3%；自動扣款（銀行帳戶自動轉帳）以 5 萬-未滿 6 萬元的 27.5%最高，其次為 1 元-未滿 2 萬元的 24.8%。

依居住狀況區分，家中行動電話帳單最常使用的付費方式為超商繳款以自有房屋者的 45.8%較高，租屋者為 45%；電信櫃檯繳款以租屋者的 30.2%最高，其次自有房屋者的 22.9%；自動扣款（銀行帳戶自動轉帳）以自有房屋者的 17.1%最高，其次為租屋者的 11.9%。

依教育程度區分，家中行動電話帳單最常使用的付費方式為超商繳款以國中或初中的 53.3%最高，其次為專科的 48.3%；電信櫃檯繳款以國中或初中的 40.9%最高，其次為小學及以下的 37%；自動扣款（銀行帳戶自動轉帳）以碩士及以上的 23.9%最高，其次為小學及以下的 23%。

依職業區分，家中行動電話帳單最常使用的付費方式為超商繳款在支援服務業、營建工程業、製造業皆高於 60%；電信櫃檯繳款以農、林、漁、牧業、公共行政及國防；強制性社會安全與在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者排名前三名；自動扣款（銀行帳戶自動轉帳）以出版、影音製作、傳播及資通訊服務、家管與批發及零售業排名前三名。

(四) 門號採行方案 Q35

1. 整體分析

民眾行動電話門號採行方案以門號綁約的 59.1%最高，購機綁約方案為 29%；無綁約僅申請 sim 卡門號僅占 7.6%。

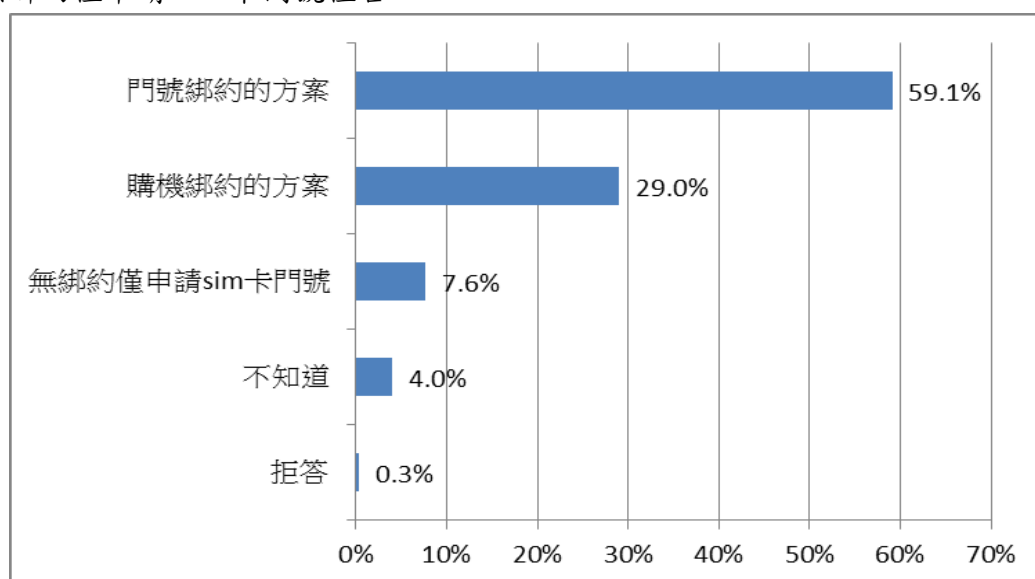


圖 30 門號採行方案

Base : (N=1,048)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

經卡方檢定顯示，門號採行的方案，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各區域別皆以門號綁約比例最高，且皆高於 5 成；其中又以高屏澎（69.5%）最高，其次為宜花東（64.6%）。購機綁約方案以中彰投（35.3%）最高，無綁約僅申請 sim 卡門號以中彰投（10.5%）最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，門號採行方案最大宗為門號綁約的方案以女性的 59.7% 較高，男性為 58.6%；購機綁約方案以男性的 29.9% 較高，女性為 28%；無綁約僅申請 sim 卡門號以女性的 8.1% 較高，男性為 7.1%。

依年齡層區分，各年齡層皆以門號綁約比例最高，且皆高於 5 成 5；其中又以 16-24 歲（63.2%）最高，其次為 35-44 歲（60.1%）。購機綁約方案以 25-34 歲（33.8%）最高，無綁約僅申請 sim 卡門號以 55 歲以上的（9.6%）最高。

依婚姻狀況區分，門號採行方案最大宗為門號綁約的方案以鰥寡/分居者（60.9%）最高，其次為未婚者（60.7%）與已婚者（57.6%）；購機綁約方案以已婚者（31.5%）最高，無綁約僅申請 sim 卡門號以鰥寡/分居者（9.5%）最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，各收入別皆以門號綁約比例最高，且皆高於 5 成；其中又以 2 萬-未滿 3 萬元（63.7%）最高，其次為無收入與 4 萬-未滿 5 萬元（60.9%）；購機綁約方案以 4 萬-未滿 5 萬元（33.9%）最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元（31.8%）；無綁約僅申請 sim 卡門號以 1 元-未滿 2 萬元（14.7%）最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元（12%）。

依居住狀況區分，門號採行方案最大宗為門號綁約的方案以租屋者 60.5% 較高，自有房屋者為 59.8%；購機綁約方案以自有房屋者 28.7% 最高，其次租屋者為 28.3%；無綁約僅申請 sim 卡門號以租屋者 8.4% 最高，其次自有房屋者為 7.4%。

依教育程度區分，各教育別皆以門號綁約比例最高，且皆高於 5 成；其中又以專科的 61.6% 最高，其次為大學的 61%。購機綁約方案以碩士及以上的 40% 最高，其次為國中或初中的 33.1%；無綁約僅申請 sim 卡門號以小學及以下的 17.3% 最高，其次為高中職（含五專前三年）的 9.7%。

依職業區分，除農/林/漁/牧業，出版/影音製作/傳播及資通訊服務業以購機綁約方案較高外，其他各職業別皆以門號綁約比例最高；其中製造業、營建工程業、運輸及倉儲業、支援服務業、公共行政及國防；強制性社會安全、醫療保健及社會工作服務業、藝術/娛樂及休閒服務業、其他服務業、學生、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、其他皆高於 60%；購機綁約方案以出版/影音製作/傳播及資通訊服務、教育業與批發及零售業排名前三名；無綁約僅申請 sim 卡門號以退休、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者與家管排名前三名。

（五）購機綁約期間長度 Q37

1. 整體分析

購機綁約期間長度方面，以 24 個月的 38.9% 最高，其次為 30 個月的 30.5% 與 36 個月的 8.2%。

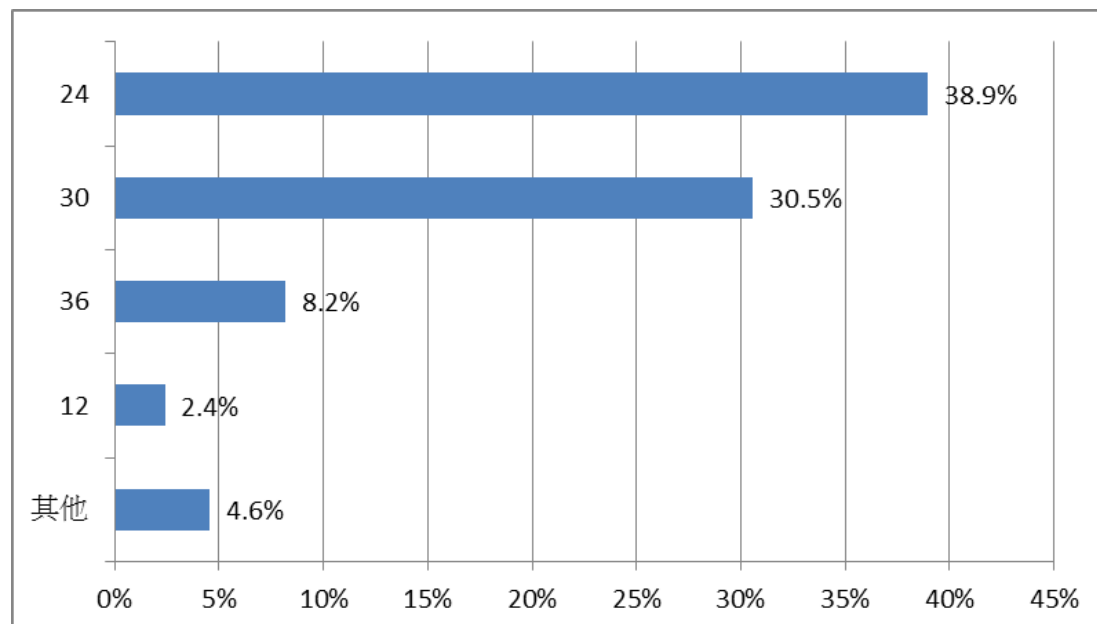


圖 31 購機綁約期間長度

Base: (N=304)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，購機綁約期間長度最大宗為 24 個月以雲嘉南的 52.8% 最高，其次為桃竹苗的 52.6%；30 個月以宜花東的 85% 最高，其次為雲嘉南的 35.2%；36 個月以北北基的 17.5% 最高，其次為桃竹苗的 8.8%。

（2）基本差異分析

依性別區分，購機綁約期間長度最大宗為 24 個月以女性的 42.8% 較高，男性為 35.3%；30 個月以男性的 36.5% 較高，女性為 24.2%；36 個月以男性的 10.9% 較高，女性為 5.3%。

依年齡層區分，購機綁約期間長度最大宗為 24 個月以 25-34 歲的 43.8% 最高，其次為 55 歲以上的 41.2%；30 個月以 45-54 歲的 36.3% 最高，其次為 16-24 歲的 35.7%；36 個月以 35-44 歲的 9.6% 最高，其次為 45-54 歲的 9.3%。

依婚姻狀況區分，購機綁約期間長度最大宗為 24 個月以未婚者的 42.6% 最高，其次為已婚者的 38.7% 與 鰥寡/分居者的 21.3%；30 個月以未婚者的 31.9% 最高，其次為已婚者的 30.6% 與 鰥寡/分居者的 23.6%；36 個月以 鰥寡/分居者的 31.5% 最高，其次為已婚者的 7.6% 與未婚者的 5.1%。

（3）社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，購機綁約期間長度最大宗為 24 個月以無收入的 49.7% 最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 47.8%；30 個月以 2 萬-未滿 3 萬元的 41.3%

最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元的 38.2%；36 個月以 5 萬-未滿 6 萬元的 25.1% 最高，其次為 1 元-未滿 2 萬元的 22%。

依**居住狀況**區分，購機綁約期間長度最大宗為 24 個月以租屋者的 40.4% 較高，自有房屋者為 38.9%；30 個月以自有房屋者的 31.7% 最高，其次租屋者的 29.1%；36 個月以自有房屋者的 6.8% 最高，其次為租屋者的 6.4%。

依**教育程度**區分，購機綁約期間長度最大宗為 24 個月以小學及以下的 62.7% 最高，其次為碩士以上的 56.7%；30 個月以大學的 40.6% 最高，其次為高中職（含五專前三年）的 30%；36 個月以高中職（含五專前三年）的 12.4% 最高，其次為專科的 7.8%。

依**職業**區分，購機綁約期間長度最大宗為 24 個月在農/林/漁/牧業運輸及倉儲業、退休皆高於 60%；30 個月以其他服務業、專業/科學及技術服務業與學生排名前三名；36 個月以退休、金融及保險業與批發及零售業排名前三名。

（六） 門號綁約期間長度 Q40

1. 整體分析

門號綁約期間長度方面，以 24 個月的 31.9% 最高，其次為 30 個月的 22.8% 與 36 個月的 5.9%。

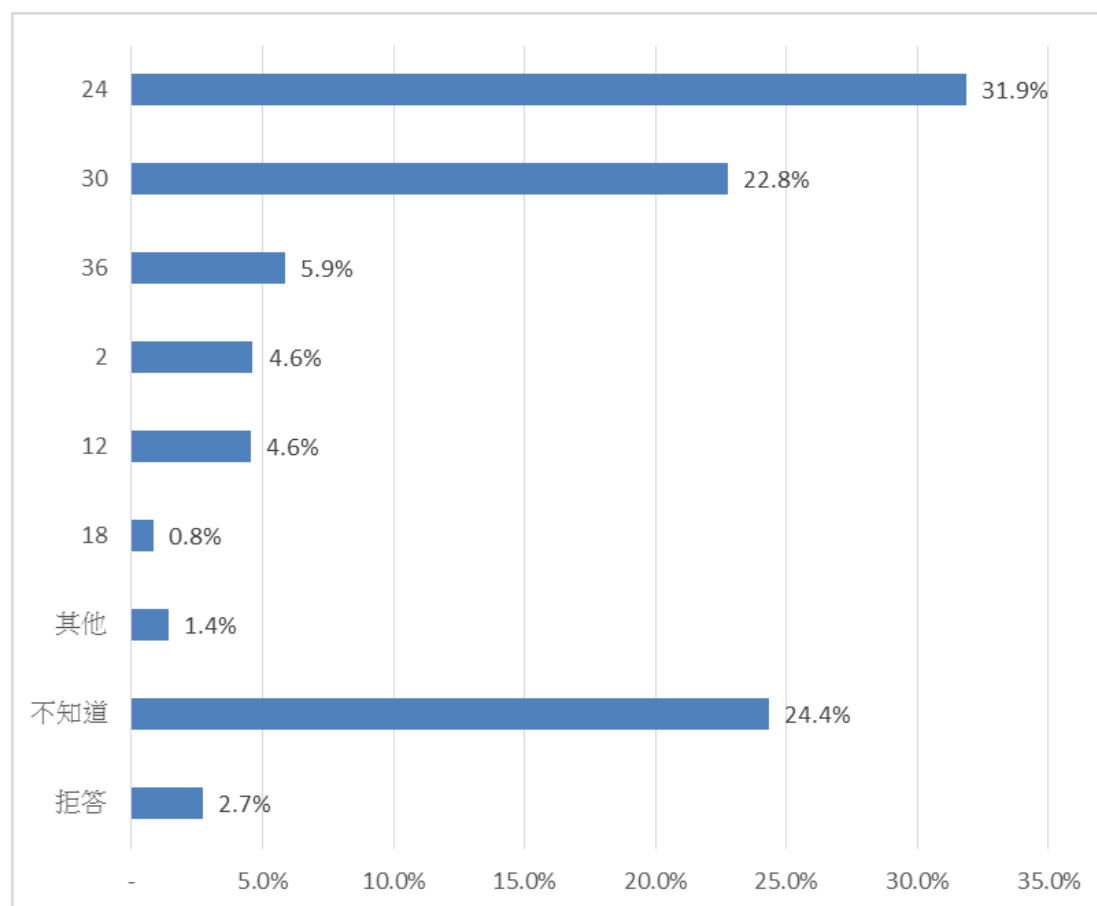


圖 32 門號綁約期間長度

Base: (N=620)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，門號綁約期間長度為 24 個月以桃竹苗的 40.9%最高，其次為中彰投的 40.6%；門號綁約期間長度為 30 個月以宜花東的 43.2%最高，其次為北北基的 29.6%；門號綁約期間長度為 36 個月以宜花東的 11.2%最高，其次為雲嘉南的 10.4%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，門號綁約期間長度為 24 個月以女性的 33.2%較高，男性為 30.4%；門號綁約期間長度為 30 個月以男性的 25.2%較高，女性為 20.3%；門號綁約期間長度為 36 個月以女性的 6%較高，男性為 5.8%。

依年齡層區分，門號綁約期間長度為 24 個月以 25-34 歲的 35%最高，其次為 55 歲以上的 33.8%；門號綁約期間長度為 30 個月以 25-34 歲 24.8%最高，其次為 45-54 歲以上的 24.7%；門號綁約期間長度為 36 個月以 16-24 歲的 11.6%最高，其次為 45-54 歲的 6.8%。

依婚姻狀況區分，門號綁約期間長度為 24 個月以鰥寡/分居者的 52.8%最高，其次為已婚者的 31.8%與未婚者的 28.7%；門號綁約期間長度為 30 個月以未婚者的 24.2%最高，其次為已婚者的 22.4%與鰥寡/分居者的 14%；門號綁約期間長度為 36 個月以未婚者的 6.9%最高，其次為已婚者的 6.1%，鰥寡/分居者的 0%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，門號綁約期間長度為 24 個月以 4 萬-未滿 5 萬元以上的 46.1%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 43.2%；門號綁約期間長度為 30 個月以 4 萬-未滿 5 萬元的 35.5%最高，其次為 1 元-未滿 2 萬元的 29.4%；門號綁約期間長度為 36 個月以 1 元-未滿 2 萬元的 12%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 9.5%。

依居住狀況區分，門號綁約期間長度為 24 個月以租屋者的 35.7%較高，自有房屋者為 31.4%；門號綁約期間長度為 30 個月以租屋者的 26.2%最高，其次自有房屋者的 21.3%；門號綁約期間長度為 36 個月以自有房屋者的 6.8%最高，其次為租屋者的 2.8%。

依教育程度區分，門號綁約期間長度為 24 個月以專科的 47.7%最高，其次為國中或初中的 42.4%；門號綁約期間長度為 30 個月以小學及以下的 33.1%最高，其次為高中職（含五專前三年）的 24.8%；門號綁約期間長度為 36 個月以碩士及以上的 7.9%最高，其次為高中職（含五專前三年）的 7.4%。

依職業區分，門號綁約期間長度為 24 個月以醫療保健及社會工作服務業、製造業及其他服務業排名前三名；門號綁約期間長度為 30 個月以金融及保險業、專業、科學及技術服務業、藝術/娛樂及休閒服務業排名前三名；門號綁約期間長度為 36 個月以公共行政及國防；強制性社會安全、專業科學及技術服務業與退休排名前三名。

（七） 未來申辦新門號或續約時，會採行的方案 Q42

1. 整體分析

未來申辦新門號或續約時會採行的方案方面，以門號綁約的 44.6% 最高，手機綁約占 32.9%、僅購買 sim 卡門號占 3.2%。

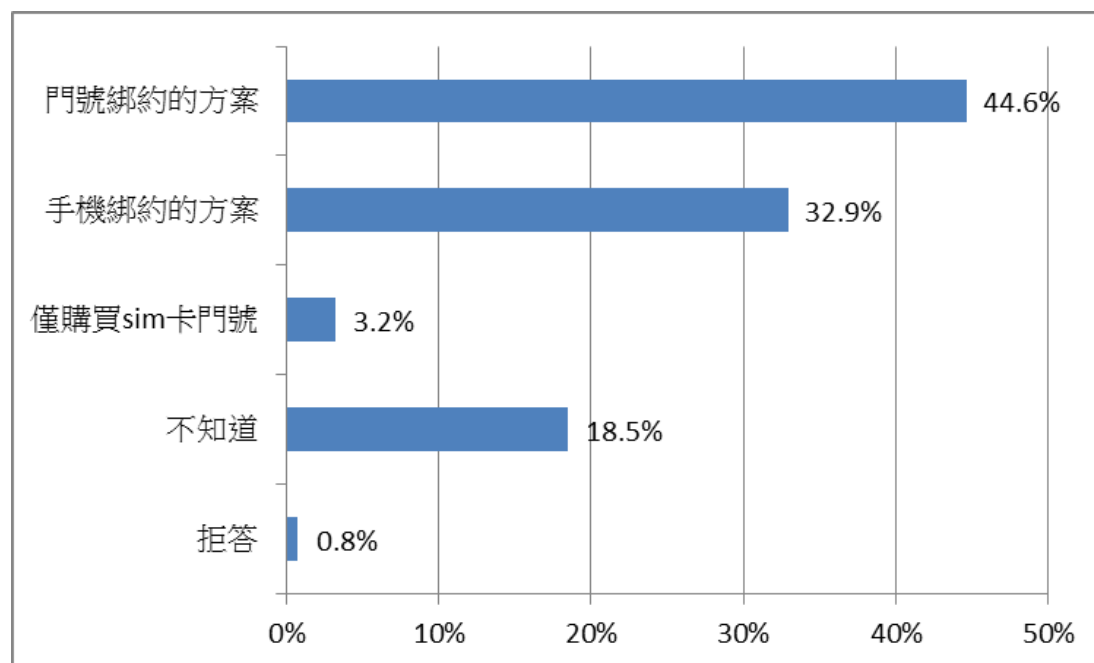


圖 33 未來申辦新門號或續約時會採行的方案

Base: (N=1,131)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

經卡方檢定顯示，未來申辦新門號或續約時會採行的方案，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，未來申辦新門號或續約時會採行的方案為門號綁約以桃竹苗的 57% 最高，其次為高屏澎的 55.2%；手機綁約以雲嘉南的 44.4% 最高，其次為中彰投的 39.1%；僅購買 sim 卡門號以桃竹苗的 4.9% 最高，其次為中彰投的 4.8%。

（2）基本差異分析

依性別區分，未來申辦新門號或續約時會採行的方案為門號綁約以男性的 47.9% 較高，女性為 41.4%；手機綁約以女性的 33.9% 較高，男性為 31.9%；僅購買 sim 卡門號以女性的 3.3% 較高，男性為 3.1%。

依年齡層區分，未來申辦新門號或續約時會採行的方案為門號綁約以 16-24 歲的 47.1% 最高，其次為 35-44 歲的 46.3%；手機綁約以 25-34 歲 42.7% 最高，其次為 35-44 歲的 38.1%；僅購買 sim 卡門號以 45-54 歲的 4.5% 最高，其次為 35-44 歲的 3.7%。

依婚姻狀況區分，未來申辦新門號或續約時會採行的方案為門號綁約以未婚者的 44.6% 最高，其次為已婚者的 44.3% 與鰥寡/分居者的 43.6%；手機綁約以

未婚者的 36.6%最高，其次為已婚者的 33.3%與鰥寡/分居者的 15.5%；僅購買 sim 卡門號以未婚者的 3.5%最高，其次為已婚者的 3.4%，鰥寡/分居者的 0%。

(3) 社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，未來申辦新門號或續約時會採行的方案，於個人平均月收入達顯著差異。

依**個人平均月收入**區分，未來申辦新門號或續約時會採行的方案為門號綁約以 3 萬-未滿 4 萬元的 57.6%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 52.7%；手機綁約以 6 萬元以上的 46.8%最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 45.1%；僅購買 sim 卡門號以 4 萬-未滿 5 萬元的 5.4%最高，其次為 1 元-未滿 2 萬元的 5.1%。

依**居住狀況**區分，未來申辦新門號或續約時會採行的方案為門號綁約以租屋者的 46.9%較高，自有房屋者為 44.2%；手機綁約以租屋者的 34.5%最高，其次自有房屋者的 33.1%；僅購買 sim 卡門號以自有房屋者的 3.8%最高，其次為租屋者的 1.7%。

依**教育程度**區分，未來申辦新門號或續約時會採行的方案為門號綁約以國中或初中的 52.4%最高，其次為高中職（含五專前三年）的 48.4%；手機綁約以碩士及以上的 42.2%最高，其次為大學的 39%；僅購買 sim 卡門號以碩士及以上的 4.3%最高，其次高中職（含五專前三年）的 3.8%。

依**職業**區分，未來申辦新門號或續約時會採行的方案為門號綁約在製造業、營建工程業、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業、支援服務業、醫療保健及社會工作服務業皆高於 50%；手機綁約在批發及零售業、出版、影音製作、傳播及資通訊服務、金融及保險業、藝術、娛樂及休閒服務業、其他皆高於 50%；僅購買 sim 卡門號以專業、科學及技術服務業、教育業與公共行政及國防業排名前三名。

(八) 語音熱線與網內互打免費的使用情形 Q43

1. 整體分析

民眾使用網內互打免費比例占 42.7%、語音熱線占 6.1%，兩者都有則占 23.6%。

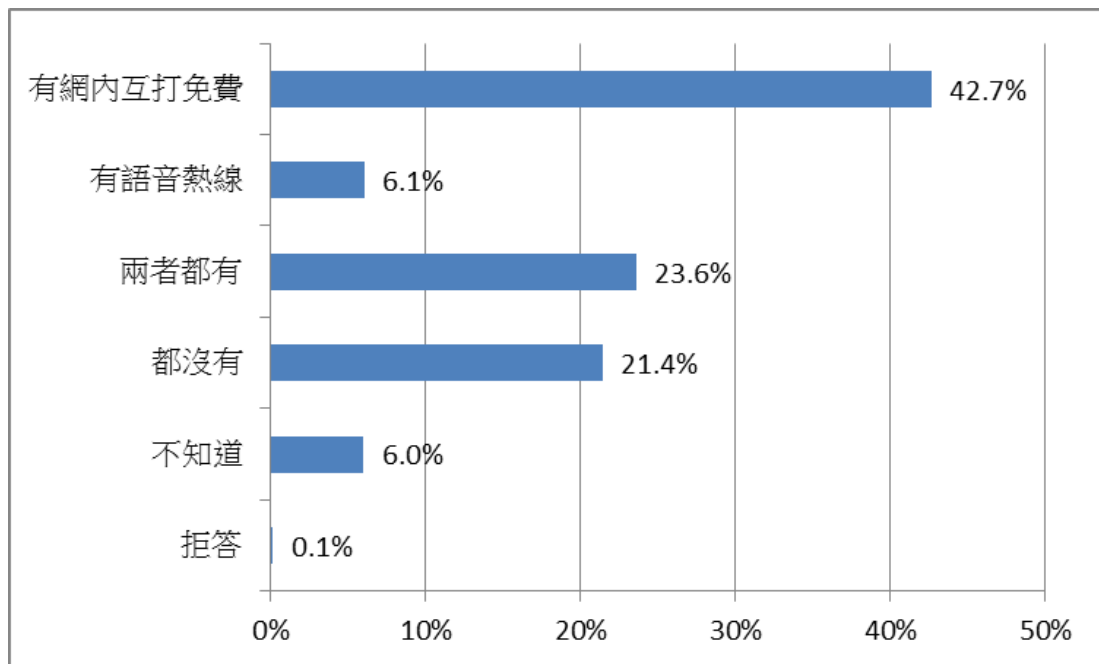


圖 34 語音熱線與網內互打免費的使用情形

Base : (N=1,048)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

經卡方檢定顯示，語音熱線與網內互打免費的使用情形，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，網內互打免費以宜花東的 50.3% 最高，其次為北北基的 46.7%；語音熱線以雲嘉南的 8.6% 最高，其次為宜花東的 8.2%；兩者都有以高屏澎的 31.3% 最高，其次為中彰投的 28.4%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，語音熱線與網內互打免費使用情形，於性別、年齡上達顯著差異。

依性別區分，使用網內互打免費以女性的 47% 較高，男性為 38.4%；語音熱線以男性的 7.9% 較高，女性為 4.3%；兩者都有以男性的 25.6% 較高，女性為 21.6%。

依年齡層區分，使用網內互打免費以 25-34 歲的 49.2% 最高，其次為 55 歲以上的 44.9%；語音熱線以 55 歲以上的 8% 最高，其次為 16-24 歲及 35-44 歲的 6%；兩者都有以 35-44 歲的 32.6% 最高，其次為 45-54 歲的 25.5%。

依婚姻狀況區分，使用網內互打免費以已婚者的 45.3% 最高；語音熱線以鰥寡/分居者的 14.3% 最高；兩者都有以鰥寡/分居者的 25.9% 最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，語音熱線與網內互打免費使用情形，於個人平均月收入、居住狀況、教育程度達顯著差異。

依個人平均月收入區分，使用網內互打免費以 4 萬-未滿 5 萬元的 55% 最高，其次為 1 元-未滿 2 萬元的 53.4%；語音熱線以 4 萬-未滿 5 萬元的 11.6% 最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元的 8.6%；兩者都有以 3 萬-未滿 4 萬元的 31.1% 最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 29%。

依居住狀況區分，使用網內互打免費以租屋者的 45.4% 較高，自有房屋者為 43%；語音熱線以租屋者的 8.5% 最高，其次自有房屋者的 5.5%；兩者都有以自有房屋者的 22.7% 最高，其次為租屋者的 22.2%。

依教育程度區分，使用網內互打免費以國中或初中的 49.2% 最高，其次為專科的 46%；語音熱線以專科的 13.5% 最高，其次為碩士及以上的 8.4%；兩者都有以碩士及以上的 30.4% 最高，其次為大學的 26.7%。

依職業區分，使用網內互打免費以出版、影音製作、傳播及資通訊服務、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、其他服務業排名前三名；語音熱線以農林漁牧業、營建工程業及出版、影音製作、傳播及資通訊服務排名前三名；兩者都有以營建工程業、教育業與其他排名前三名。

（九） 語音熱線門號數 Q44

1. 整體分析

語音熱線門號數方面，以設定 1 支熱線門號的 55.2% 最高，其次為 3 支的 15.9% 與 2 支的 12.1%，設定 4 支（含）以上則占 3.7%。

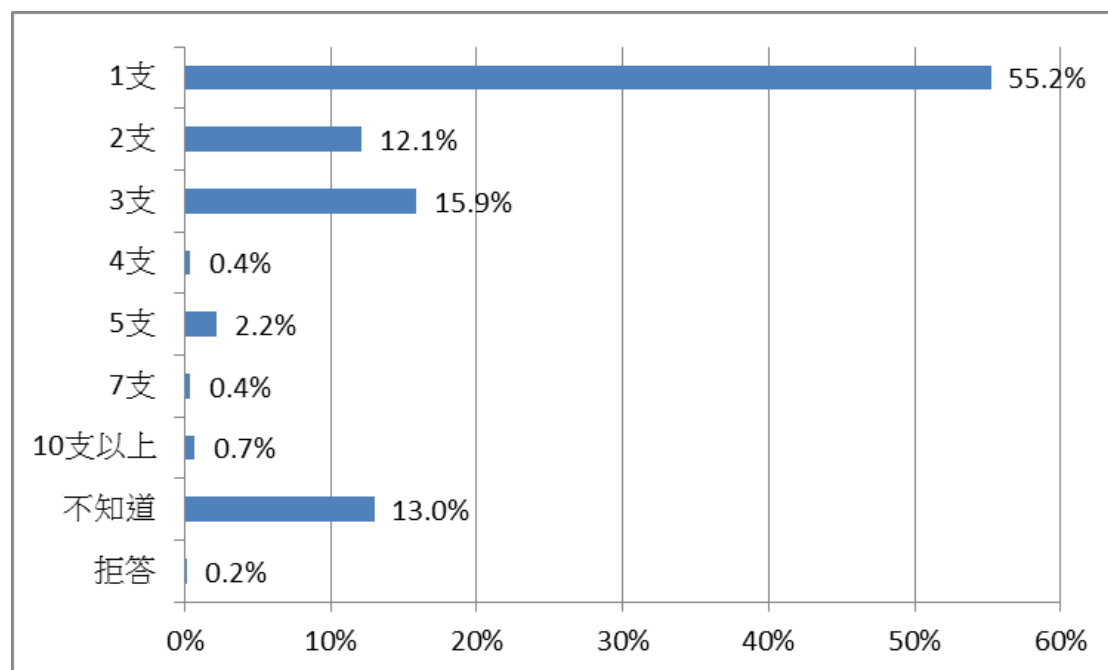


圖 35 語音熱線門號數

Base: (N=311)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，設定 1 支熱線門號以宜花東的 77.4%最高，其次為高屏澎的 70.2%；2 支以雲嘉南的 34%最高，其次為桃竹苗的 19.5%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，設定 1 支熱線門號以女性的 56%較高，男性為 54.5%；2 支以女性的 13%較高，男性為 11.5%。

依年齡層區分，設定 1 支熱線門號以 35-44 歲的 70.3%最高，其次為 16-24 歲的 67.9%；2 支以 45-54 歲 16.9%最高，其次為 25-34 歲的 15.8%。

依婚姻狀況區分，設定 1 支熱線門號以未婚者的 59.2%最高，其次為鰥寡/分居者的 54.2%與已婚者的 52.6%；2 支以未婚者的 13.9%最高，其次為已婚者的 13.1%，鰥寡/分居者的 0%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，設定 1 支熱線門號以 2 萬-未滿 3 萬元的 74.5%最高，其次為無收入的 67.5%；2 支以 6 萬元以上的 44.7%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 23.3%。

依居住狀況區分，設定 1 支熱線門號以租屋者的 56.4%較高，自有房屋者為 55.2%；2 支以自有房屋者的 15.3%最高，其次為租屋者的 6.1%。

依教育程度區分，設定 1 支熱線門號以大學的 64.3%最高，其次為國中或初中的 55.9%；2 支以國中或初中的 15.5%最高，其次為大學的 13.5%。

依職業區分，設定 1 支熱線門號以藝術、娛樂及休閒服務業、運輸及倉儲業、醫療保健及社會工作服務業排名前三名；2 支以營建工程業、金融及保險業與其他排名前三名。

(十) 網內互打免費方案 Q45A Q45B

1. 整體分析

網內互打免費方案方面，以完全免費的 40.2%最高，每通前幾分鐘免費占 34.9%與每月共幾分鐘免費的 18.1%。

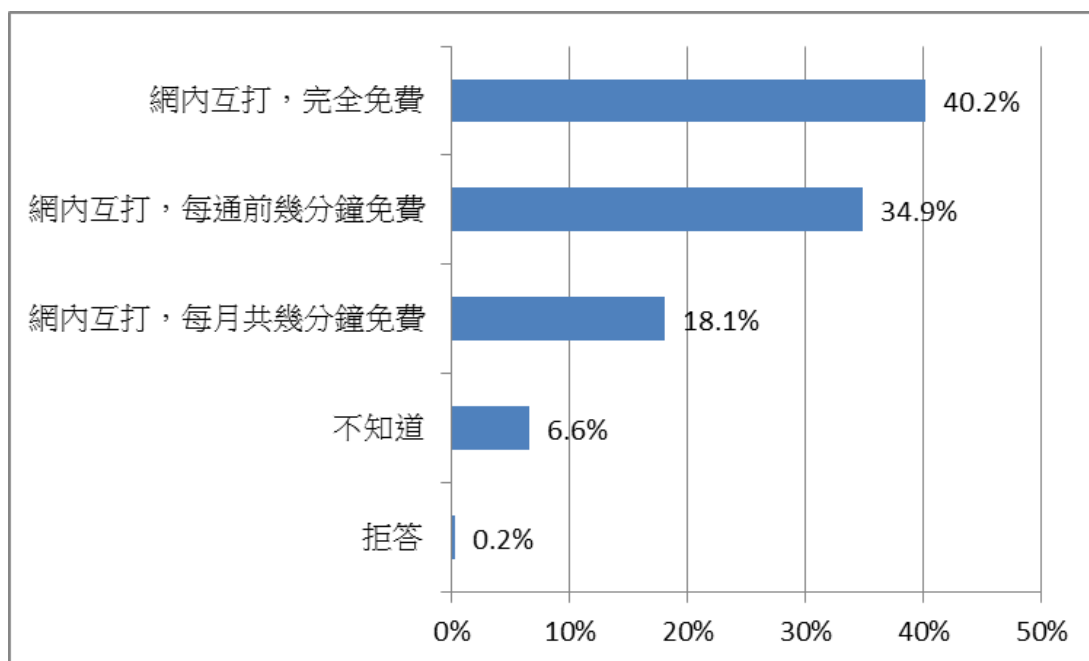


圖 36 網內互打免費方案

Base: (N=695)

每通前幾分鐘免費方面，以每通前 5 分鐘免費的 30.4% 最高，其次為每通前 10 分鐘免費的 17.5% 與每通前 3 分鐘免費的 9.2%；每月共幾分鐘免費方面，以每月 30 分鐘免費的 19.3% 最高，遠高於其他方案，但亦有 40.2% 的人不知道其每月幾分鐘的方案。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

經卡方檢定顯示，網內互打免費的方案，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，每通前 5 分鐘免費以宜花東的 55.1% 最高，其次為中彰投的 44.3%；每月 30 分鐘免費以北北基的 39.3% 最高，其次為桃竹苗的 25.7%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，網內互打免費的方案，於年齡上達顯著差異。

依性別區分，每通前 5 分鐘免費以女性的 36.9% 較高，男性為 22.8%；每月 30 分鐘免費以女性的 21.4% 較高，男性為 17.2%。

依年齡層區分，每通前 5 分鐘免費以 55 歲以上的 44.2% 最高，其次為 35-44 歲的 28.3%；每月 30 分鐘免費以 55 歲以上的 37.4% 最高，其次為 35-44 歲的 32.8%。

依婚姻狀況區分，每通前 5 分鐘免費以已婚者的 36.9% 最高，其次為鰥寡/分居者的 28.7% 與未婚者的 17.7%；每月 30 分鐘免費以已婚者的 26% 最高，其次為未婚者的 4.3%。

(3) 社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，網內互打免費方案，於個人平均月收入及居住狀況達顯著差異。

依個人平均月收入區分，每通前 5 分鐘免費以 3 萬-未滿 4 萬元以上的 41% 最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元的 37.7%；每月 30 分鐘免費以 2 萬-未滿 3 萬元的 38.1%最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 29.4%。

依居住狀況區分，每通前 5 分鐘免費以自有房屋者的 33.6%較高，租屋者為 19.9%；每月 30 分鐘免費以租屋者的 27.1%最高，其次自有房屋者的 16.8%。

依教育程度區分，每通前 5 分鐘免費以國中或初中的 54.3%最高，其次為專科的 44.9%；每月 30 分鐘免費以國中或初中的 55.6%最高，其次為高中職（含五專前三年）的 31.2%。

依職業區分，每通前 5 分鐘免費以家管、支援服務業、營建工程業排名前三名；每月 30 分鐘免費以支援服務業、批發及零售業、製造業排名前三名。

（十一） 行動上網流量採行方案 Q46

1. 整體分析

我國電信業者吃到飽服務競爭激烈，民眾受惠於價格優惠，也反映我國民眾行動上網流量方案以吃到飽為主，其中以不限速吃到飽最高（49.5%），其次為吃到飽但不清楚是否限速（14.1%）；限定流量方案則以 1GB 到 5GB 間（不包含 5GB）的 13.5%最高。

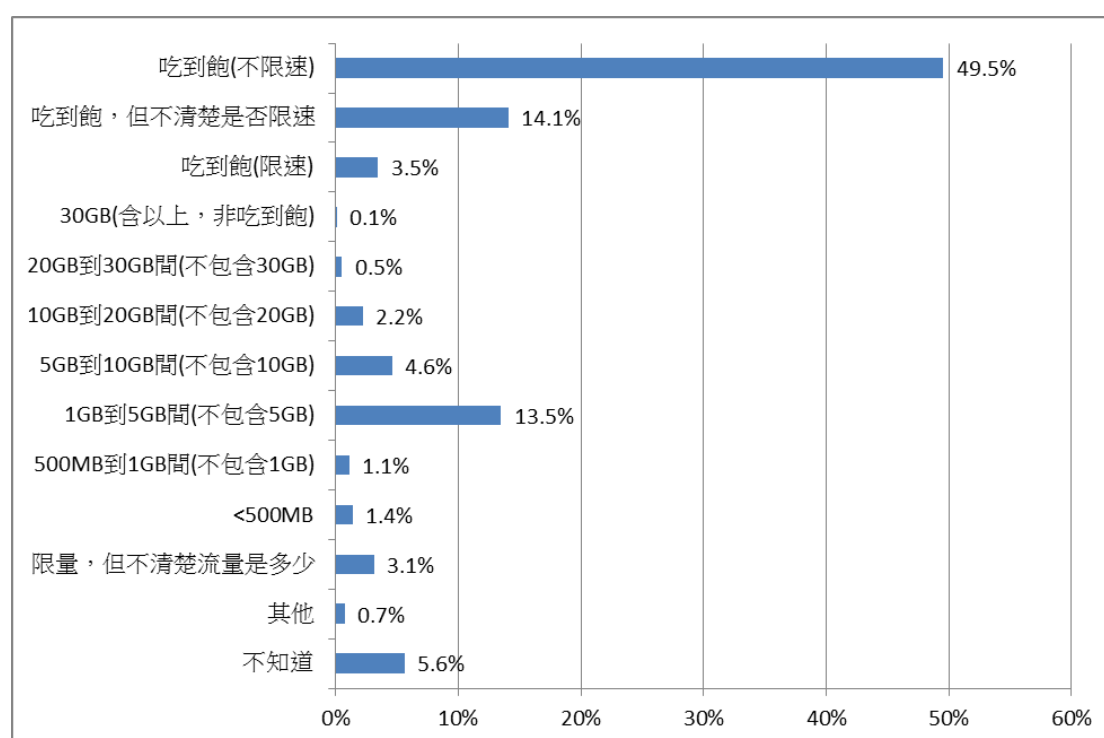


圖 37 行動上網流量方案

Base : (N=899)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，各區域別皆以吃到飽（不限速）比例最高，且皆高於4成；其中又以宜花東的64.4%最高，其次為高屏澎的62.5%。1G到5G間（不包含5G）以北北基的23.8%最高，其次為雲嘉南的12.5%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，吃到飽（不限速）以男性的50.3%較高，女性為48.7%；1G到5G間（不包含5G）以女性的17.1%較高，男性為9.9%。

依年齡層區分，各年齡層皆以吃到飽（不限速）比例最高，且除55歲以上的35.3%外，其餘皆高於4成；其中又以25-34歲的68.3%最高，其次為35-44歲的57.2%。1G到5G間（不包含5G）以55歲以上的24%最高，其次為16-24歲的11.7%。

依婚姻狀況區分，吃到飽（不限速）以未婚者的57.4%最高，其次為鰥寡/分居者的47.7%與已婚者的44.6%；1G到5G間（不包含5G）以已婚者的17.9%最高，其次為未婚者的7.8%與鰥寡/分居者的6.7%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，各收入別皆以吃到飽（不限速）比例最高，除1元至未滿2萬元的32.1%外，其餘皆高於4成；其中又以4萬-未滿5萬元的59.7%最高，其次為5萬-未滿6萬元的58%。1G到5G間（不包含5G）以1元-未滿2萬元的23.4%最高，其次為2萬-未滿3萬元的20.5%。

依居住狀況區分，吃到飽（不限速）以租屋者的51.5%較高，自有房屋者為48.4%；1G到5G間（不包含5G）以自有房屋者的14.9%最高，其次租屋者的10.2%。

依教育程度區分，各教育程度別皆以吃到飽（不限速）比例最高，除小學及以下的27.5%外，其餘皆高於4成；其中又以碩士及以上的62.8%最高，其次為大學的56.7%；1G到5G間（不包含5G）以小學及以下的24.8%最高，其次為高中職（含五專前三年）的14.9%。

依職業區分，除出版/影音製作/傳播及資通訊服務、退休外，各職業別皆以吃到飽（不限速）比例最高；其中製造業、營建工程業、公共行政及國防/強制性社會安全、醫療保健及社會工作服務業、藝術、娛樂及休閒服務業皆高於60%。1G到5G間（不包含5G）以出版、影音製作、傳播及資通訊服務、退休及家管排名前三名。

五、 家中網路使用情形

(一) 家戶上網普及率 Q57

1. 整體分析

民眾家中可上網比例達 89.9%，遠高於不能上網的 7.9%。

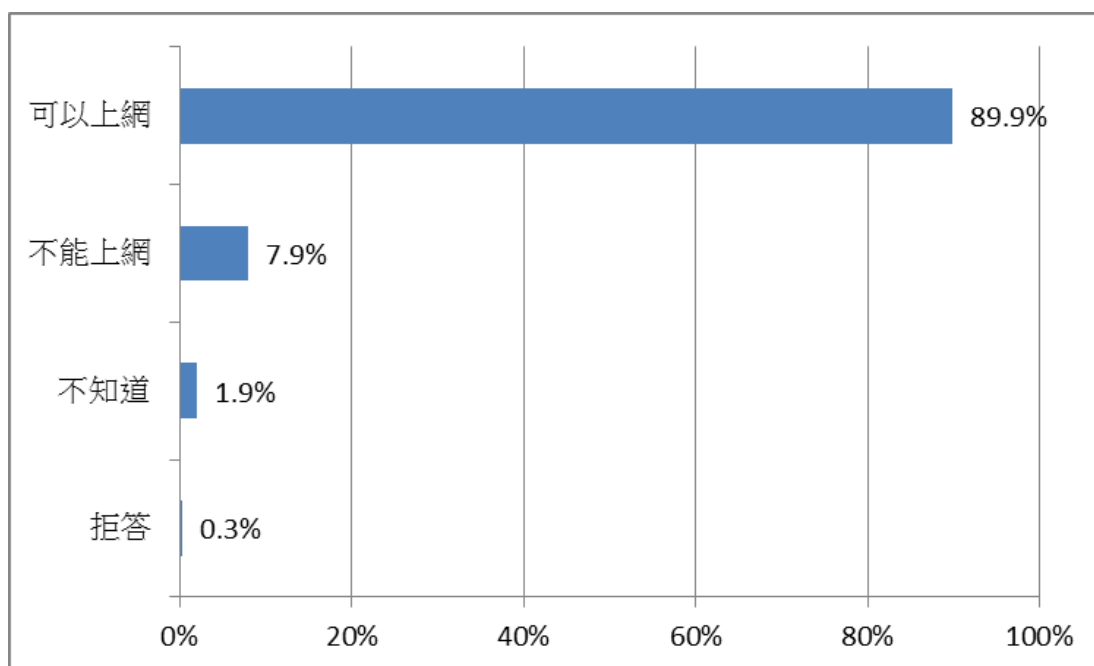


圖 38 家中上網情形

Base : (N=1,131)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

經卡方檢定顯示，家中是否能夠上網，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各區域別皆以可以上網比例最高，且除宜花東（84.3%）外，其餘皆高於 8 成 5；其中又以桃竹苗（97.4%）最高，其次為中彰投（91.4%）。家中不能上網以宜花東（13.2%）最高，其次為北北基（11.1%）。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，家中是否能夠上網，於年齡及婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，家中可以上網以女性的 90.4% 較高，男性為 89.4%；家中不能上網以男性的 8% 較高，女性為 7.8%。

依年齡層區分，各年齡層別皆以可以上網比例最高，且除 55 歲以上（81.2%）外，其餘皆高於 9 成；其中又以 25-34 歲（97.2%）最高，其次為 45-54 歲（94.3%）。家中不能上網以 55 歲以上（15.2%）最高，其次為 45-54 歲（5.7%）。

依婚姻狀況區分，家中可以上網以已婚者(92.4%)最高，其次為未婚者(91%)與鰥寡/分居者(69.6%)；家中不能上網則以鰥寡/分居者(21%)最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，家中是否能夠上網，於個人平均月收入、居住狀況及教育程度皆達顯著差異。

依個人平均月收入區分，各收入別皆以可以上網比例最高，且皆高於8成5；其中又以家中可以上網以6萬元以上(97%)最高，其次為3萬-未滿4萬元(96%)。家中不能上網以1元-未滿2萬元(14.8%)最高。

依居住狀況區分，家中可以上網以自有房屋者92.9%較高，租屋者為83.7%；家中不能上網以租屋者15.5%最高，其次為自有房屋者6%。

依教育程度區分，各教育別皆以可以上網比例最高，且除小學及以下(46%)外，其餘皆高於8成；其中又以碩士及以上(97.8%)最高，其次為專科(97.6%)。家中不能上網以小學及以下(38%)最高。

依職業區分，各職業別皆以可以上網比例最高，其中製造業、批發及零售業、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業、出版、影音製作、傳播及資通訊服務、金融及保險業、教育業、公共行政及國防；強制性社會安全、醫療保健及社會工作服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、學生、其他皆高於90%；家中不能上網以在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、家管、與專業科學及技術服務業排名前三名。

(二) 家戶固網普及率 Q58

1. 整體分析

民眾家中擁有固定網路比例為75.9%，高於沒有固定網路(19.8%)。

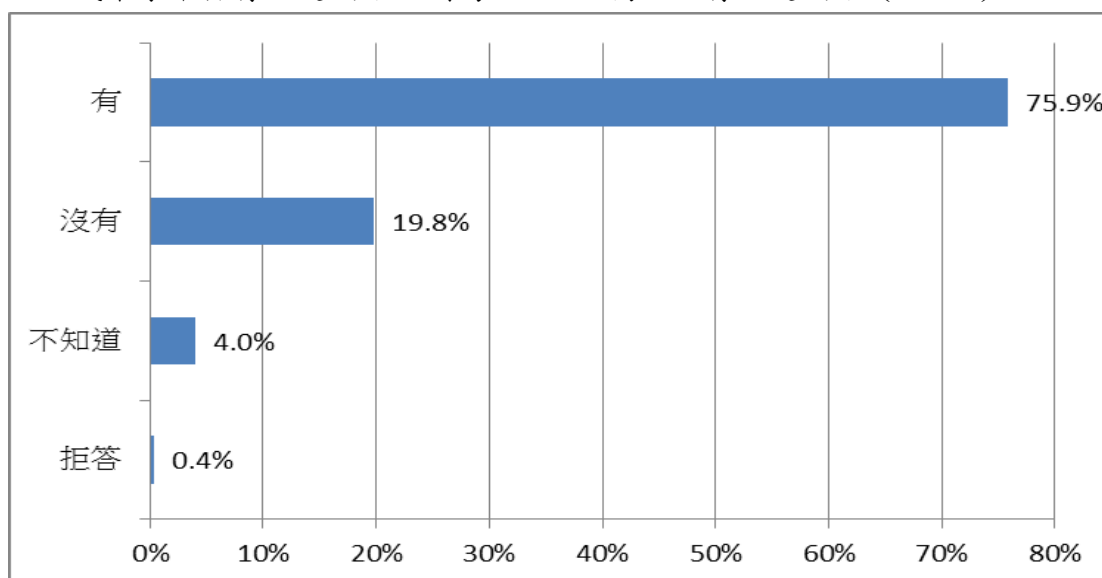


圖 39 家中固定網路擁有情形

Base : (N=1,017)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

經卡方檢定顯示，家中固定網路擁有情形，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，家中有固定網路以桃竹苗的 87.5%最高，其次為中彰投的 76.2%；家中沒有固定網路以雲嘉南的 27.4%最高，其次為高屏澎的 23.2%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，家中固定網路擁有情形，於年齡上達顯著差異。

依性別區分，家中有固定網路以男性的 76.6%較高，女性為 75.3%；家中沒有固定網路以男性的 20.6%較高，女性為 19%。

依年齡層區分，家中有固定網路以 25-34 歲的 83.7%最高，其次為 16-24 歲的 77%；家中沒有固定網路以 45-54 歲的 25.4%最高，其次為 35-44 歲的 22.6%。

依婚姻狀況區分，家中有固定網路以未婚者的 81.2%最高，其次為已婚者的 75%與鰥寡/分居者的 55%；家中沒有固定網路以鰥寡/分居者的 43.3%最高，其次為已婚者的 20.9%與未婚者的 14.1%。

(3) 社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，家中固定網路擁有情形，於居住狀況、教育程度達顯著差異。

依個人平均月收入區分，家中有固定網路以 5 萬-未滿 6 萬元的 86.5%最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 80%；家中沒有固定網路以 6 萬元以上的 26.6%最高，其次為 1 元-未滿 2 萬元的 23.7%。

依居住狀況區分，家中有固定網路以自有房屋者的 79.7%較高，租屋者為 62.4%；家中沒有固定網路以租屋者的 32.1%最高，其次自有房屋者的 16.4%。

依教育程度區分，家中有固定網路以碩士及以上的 83.5%最高，其次為大學的 83%；家中沒有固定網路以專科的 26.5%最高，其次為高中職(含五專前三年)的 22.6%。

依職業區分，家中有固定網路在農林漁牧業、營建工程業、出版、影音製作、傳播及資通訊服務皆高於 90%；家中沒有固定網路以公共行政及國防；強制性社會安全、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、運輸及倉儲業排名前三名。

(三) 不能在家上網者，未來 12 個月仍不會於家中上網可能性與原因 Q59 Q60

1. 整體分析

不能在家上網者未來 12 個月於家中上網可能性方面，會於家中上網比例為 12%，其中一定會為 2.1%、非常有可能為 3.2%、有可能為 6.7%；不會於家中上網比例為 85.7%，其中不太可能為 45.8%、非常不可能為 8%、一定不會為 31.9%。

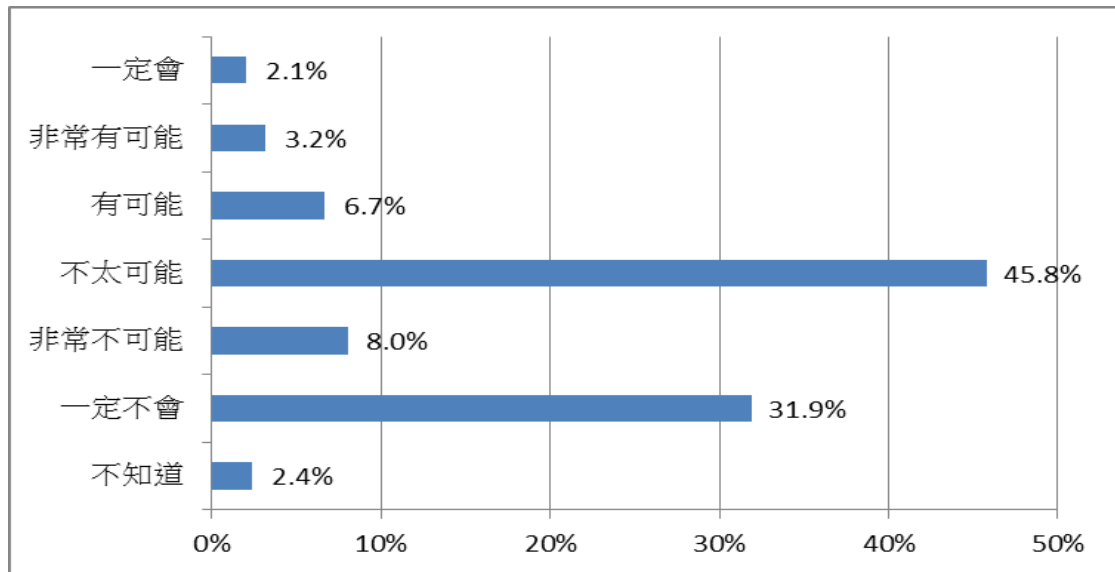


圖 40 不能在家上網者，未來 12 個月仍不會於家中上網可能性

Base: (N=89)

不能在家上網者未來 12 個月仍不會於家中上網的原因以年紀太大以致不使用網路 49.9%最高，其次為不需要的 47.3%、不知道怎麼用電腦的 17.6%。

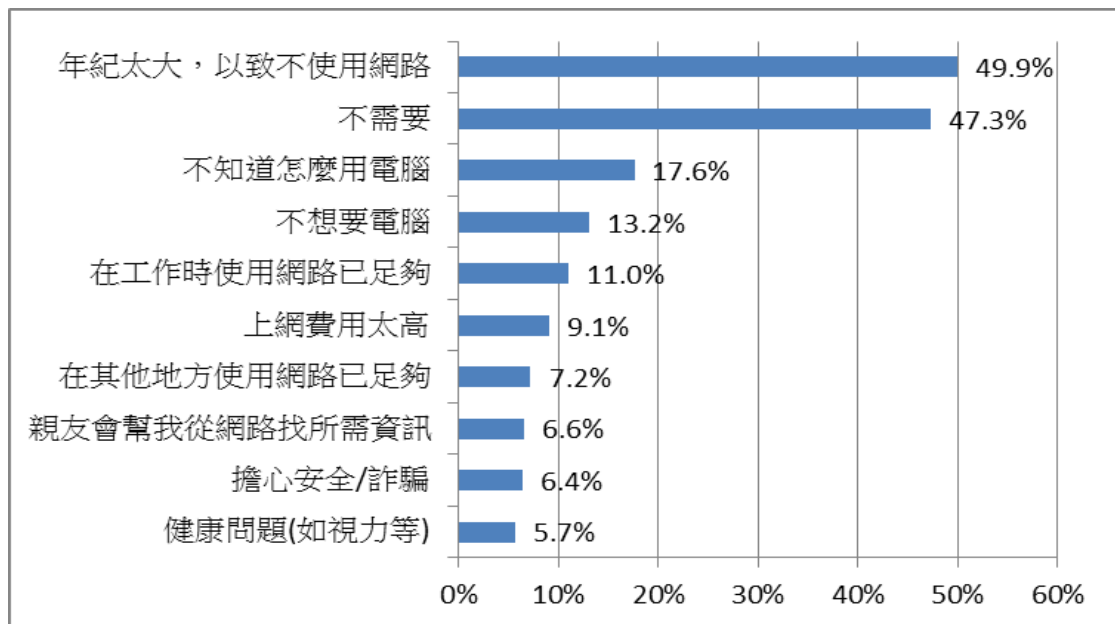


圖 41 不能在家上網者，未來 12 個月仍不會於家中上網的原因

Base: (N=77, 複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，不能在家上網者，未來 12 個月會於家中上網的比例以雲嘉南的 19.4%最高，其次為高屏澎的 15.5%；不會於家中上網的比例以中彰投的 93.9%最高，其次為北北基的 92.3%。未來 12 個月不會於家中上網的原因，北北基、中彰投及宜花東主要為不需要，雲嘉南及高屏澎以年紀太大以致不使用網路為主。

(2) 基本差異分析

依性別區分，不能在家上網者，未來 12 個月會於家中上網的比例，男性為 11.8%，女性為 12%；未來 12 個月不會於家中上網的比例，男性為 87.7%，女性為 83.7%。

依年齡層區分，不能在家上網者，未來 12 個月會於家中上網的比例以 35-44 歲的 46.6%最高，其次為 16-24 歲的 24%；未來 12 個月不會於家中上網的比例以 55 歲以上的 100%最高，其次為 45-54 歲的 78.4%。

依婚姻狀況區分，不能在家上網者，未來 12 個月會於家中上網的比例，未婚者為 23.8%，已婚者為 11.1%；未來 12 個月不會於家中上網的比例，未婚者為 74.2%，已婚者為 85.9%，鰥寡/分居者則為 100%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，不能在家上網者，未來 12 個月會於家中上網的比例以 3 萬-未滿 4 萬元的 61.5%最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 21.1%；未來 12 個月不會於家中上網的比例以無收入的 95.9%最高，其次為 1 元-未滿 2 萬元的 94.6%。

依居住狀況區分，不能在家上網者，未來 12 個月會於家中上網的比例，自有房屋者為 14.5%，租屋者為 8.8%；未來 12 個月不會於家中上網的比例，自有房屋者為 82.8%，租屋者為 89.9%。

依教育程度區分，不能在家上網者，未來 12 個月會於家中上網的比例以大學的 36.2%最高，其次為高中職的 8.9%；未來 12 個月不會於家中上網的比例以小學以下的 100%最高，其次為國中的 93%。

(四) 家中固網服務使用情形 Q61

1. 整體分析

家中固網服務使用情形方面，ADSL 占 36.8%、光纖占 31.3%、有線寬頻網路占 16.1%。值得注意的是，本題回答不知道者占 15%，另對照 NCC 所公布相關固網服務帳號數資訊，我國民眾目前使用固網服務係以光纖為主，顯見部分民眾可能並不清楚家中使用之固網服務種類。

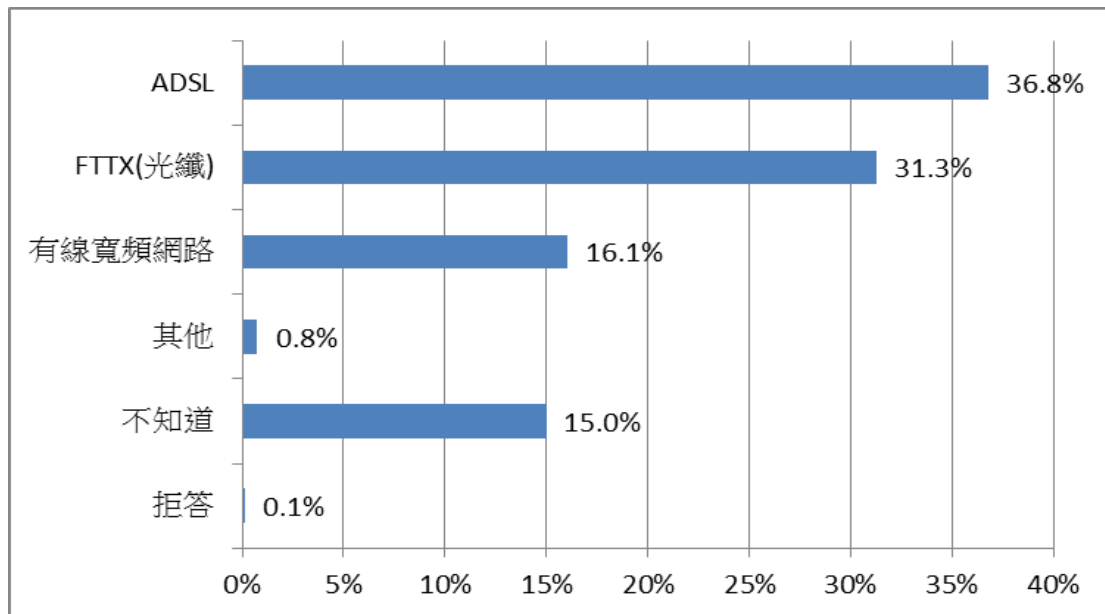


圖 42 家中固網服務使用情形

Base: (N=772)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，ADSL 以高屏澎的 43.9%最高，其次為中彰投的 40.7%；光纖以桃竹苗的 39.5%最高，其次為雲嘉南的 37%；有線寬頻網路以高屏澎的 18.2%最高，其次為北北基的 17.4%。

(2) 基本差異分析

依性別區分，ADSL 以男性的 37%較高，女性為 36.6%；光纖以男性的 33.4%較高，女性為 29.2%；有線寬頻網路以女性的 17%較高，男性為 15.1%。

依年齡層區分，ADSL 以 25-34 歲的 42.6%最高，其次為 35-44 歲的 40.2%；光纖以 55 歲以上的 40.6%最高，其次為 45-54 歲的 32.1%；有線寬頻網路以 35-44 歲的 20.9%最高，其次為 45-54 歲的 15.5%。

依婚姻狀況區分，ADSL 以未婚者的 38.8%最高，其次為已婚者的 36.9%與鰥寡/分居者的 23.8%；光纖以已婚者的 34.6%最高，其次為未婚者的 26.2%與鰥寡/分居者的 24.8%；有線寬頻網路以鰥寡/分居者的 25.2%最高，其次為已婚者的 16.5%與未婚者的 13.9%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，ADSL 以 4 萬-未滿 5 萬元的 46.7%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 42.6%；光纖以 1 元-未滿 2 萬元的 45.9%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 41%；有線寬頻網路以 3 萬-未滿 4 萬元的 23.9%最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 18.6%。

依居住狀況區分，ADSL 以租屋者的 40.7%較高，自有房屋者為 36.5%；光纖以自有房屋者的 34.4%最高，其次為租屋者的 20.4%；有線寬頻網路以租屋者的 18%最高，其次為自有房屋者的 15.6%。

依**教育程度**區分，ADSL 以碩士及以上的 46.4%最高，其次為大學的 42.4%；光纖以高中職（含五專前三年）的 38.1%最高，其次為專科的 31.6%；有線寬頻網路以國中或初中的 23.8%最高，其次為專科的 20.7%。

依**職業**區分，ADSL 以醫療保健及社會工作服務業、支援服務業、批發及零售業排名前三名；光纖以出版、影音製作、傳播及資通訊服務、運輸及倉儲業、營建工程業排名前三名；有線寬頻網路以製造業、家管及運輸及倉儲業排名前三名。

（五） 於家中最常使用的上網方式 Q63

1. 整體分析

行動寬頻普及發展，民眾於家中上網方式不僅限於使用固定網路服務。本次調查顯示，家中最常使用的上網方式為行動寬頻服務（3G、4G 與熱點分享）的比例達 54.8%，高於固網寬頻（ADSL、光纖與有線寬頻）的 43.8%；其中又以行動寬頻上網（3G、4G）的 50%最高，其次為透過以 Wi-Fi 分享器連結 ADSL 的 20.2%。

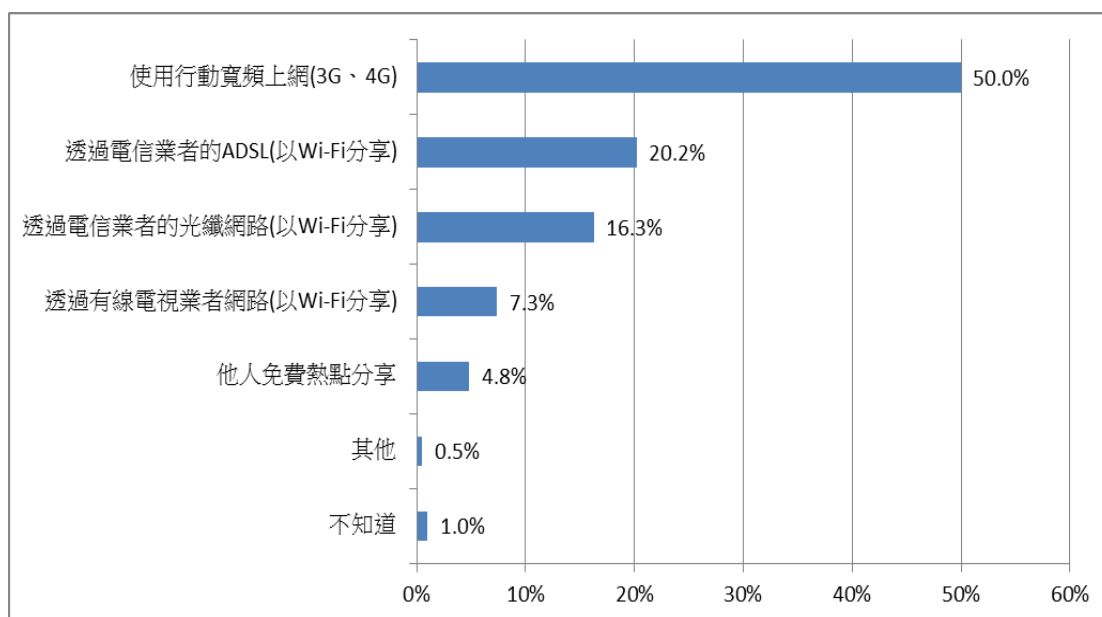


圖 43 家中最常使用的上網方式

Base：(N=951)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

經卡方檢定顯示，家中最常使用的上網方式，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各區域別僅北北基以使用固網寬頻（ADSL、光纖與有線寬頻）比例高於行動寬頻服務（3G、4G 與熱點分享）比例，其他區域別皆以使用行動寬頻服務（3G、4G 與熱點分享）比例皆高於使用固網寬頻（ADSL、光纖與有線寬頻）比例。其中使用行動寬頻上網（3G、4G）以宜花東的 68.4%最高，其次為

高屏澎的 58.9%；透過電信業者的 ADSL，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以高屏澎的 22.4%最高，其次為北北基的 22.1%；透過電信業者的光纖網路，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以北北基的 20.9%最高，其次為桃竹苗的 18.8%。

（2）基本差異分析

經卡方檢定顯示，家中最常使用的上網方式，於年齡上達顯著差異。

依性別區分，不論男性或女性使用行動寬頻服務（3G、4G 與熱點分享）比例皆高於使用固網寬頻（ADSL、光纖與有線寬頻）比例。其中使用行動寬頻上網（3G、4G）以女性的 50.3%較高，男性為 49.6%；透過電信業者的 ADSL，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以女性的 21.2%較高，男性為 19.1%；透過電信業者的光纖網路，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以男性的 18.4%較高，女性為 14.2%。

依年齡層區分，各年齡層皆以使用行動寬頻服務（3G、4G 與熱點分享）比例皆高於使用固網寬頻（ADSL、光纖與有線寬頻）比例。其中使用行動寬頻上網（3G、4G）以 35-44 歲的 55.4%最高，其次為 16-24 歲的 53.4%；透過電信業者的 ADSL，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以 25-34 歲 21.7%最高，其次為 35-44 歲的 21.6%；透過電信業者的光纖網路，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以 45-54 歲的 18.6%及 55 歲以上的 18.6%最高，其次為 25-34 歲的 16.2%。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以使用行動寬頻服務（3G、4G 與熱點分享）比例皆高於使用固網寬頻（ADSL、光纖與有線寬頻）比例。其中使用行動寬頻上網（3G、4G）以鰥寡/分居者的 66.5%最高，其次為未婚者的 51.4%與已婚者的 47.6%；透過電信業者的 ADSL，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以已婚者的 20.7%最高；透過電信業者的光纖網路，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以已婚者的 17.4%最高。

（3）社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，3 萬-未滿 4 萬元、5 萬元以上以使用固網寬頻（ADSL、光纖與有線寬頻）比例高於使用行動寬頻服務（3G、4G 與熱點分享）比例。其中使用行動寬頻上網（3G、4G）以 4 萬-未滿 5 萬元的 63.4%最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元的 62.4%；透過電信業者的 ADSL，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以 5 萬-未滿 6 萬元的 33%最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元的 23.3%；透過電信業者的光纖網路，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以 6 萬元以上的 31%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 22.8%。

依居住狀況區分，各居住狀態皆以使用行動寬頻服務（3G、4G 與熱點分享）比例皆高於使用固網寬頻（ADSL、光纖與有線寬頻）比例。其中使用行動寬頻上網（3G、4G）以租屋者的 60.7%較高，其次為自有房屋者為 47.1%；透過電信業者的 ADSL，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以自有房屋者的 20.9%最高，其次為租屋者的 18.9%；透過電信業者的光纖網路，以 Wi-Fi 分享器發送訊號上網以自有房屋者的 18.6%最高，其次為租屋者的 8.8%。

依**教育程度**區分，碩士及以上以使用固網寬頻（ADSL、光纖與有線寬頻）比例高於使用行動寬頻服務（3G、4G 與熱點分享）比例；其餘教育程度皆以使用行動寬頻服務（3G、4G 與熱點分享）比例高於固網寬頻（ADSL、光纖與有線寬頻）比例。其中使用行動寬頻上網（3G、4G）以國中或初中的 57.8%最高，其次為小學及以下的 55.5%；透過電信業者的 ADSL，以 wifi 分享器發送訊號上網以大學的 24%最高，其次為專科的 22.9%；透過電信業者的光纖網路，以 wifi 分享器發送訊號上網以碩士及以上的 24.7%最高，其次為國中或初中的 16.8%。

依**職業**區分，各職業別使用行動寬頻服務（3G、4G 與熱點分享）比例與固網寬頻（ADSL、光纖與有線寬頻）比例高低各有所不同，其中使用行動寬頻上網（3G、4G）以農、林、漁、牧業、運輸及倉儲業、批發及零售業排名前三名；透過電信業者的 ADSL，以 wifi 分享器發送訊號上網以醫療保健及社會工作服務業、支援服務業、金融及保險業排名前三名；透過電信業者的光纖網路，以 wifi 分享器發送訊號上網以出版、影音製作、傳播及資通訊服務、教育業、專業、科學及技術服務業及營建工程業排名前三名。

（六） 網路使用頻率 Q64

1. 整體分析

網路使用頻率（包括於家中及其他任何地點，開啟網頁、網路應用程式、手機應用程式/APP 等）方面，以每天超過 10 次（44.9%）最高，其次為每天超過 50 次（21.5%）與每天至少一次（20.2%）。

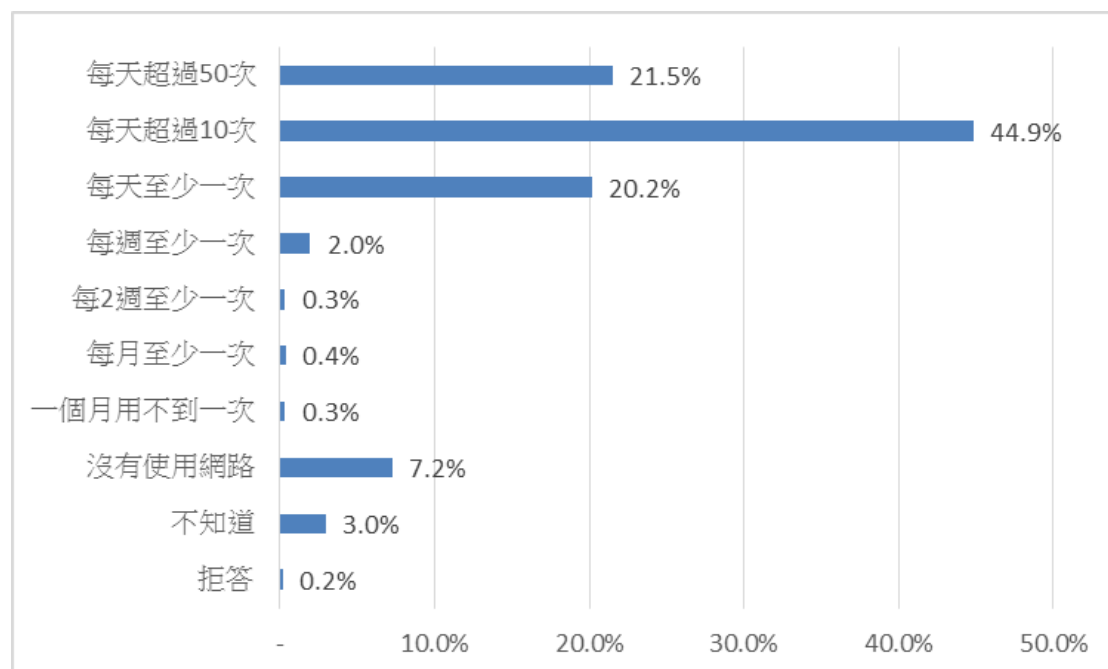


圖 44 網路使用頻率

Base：(N=1,131)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，每天超過 50 次以高屏澎(29.6%)最高，其次為桃竹苗(28.4%)；每天超過 10 次以北北基(53.5%)最高，其次為雲嘉南(52.4%)；每天至少一次以桃竹苗(28.9%)最高，其次為北北基(22.2%)。

(2) 基本差異分析

依性別區分，每天超過 50 次以男性的 24.9%較高，女性為 18.2%；每天超過 10 次以女性的 47.6%較高，男性為 42.1%；每天至少一次在男性、女性皆為 20.2%。

依年齡層區分，每天超過 50 次以 25-34 歲(42.1%)最高，其次為 16--24 歲(37.3%)；每天超過 10 次以 45-54 歲(55.5%)最高，其次為 35-44 歲(48.4%)；每天至少一次以 55 歲以上(27.1%)最高，其次為 45-54 歲(25.5%)。

依婚姻狀況區分，每天超過 50 次以未婚者(37.8%)最高；每天超過 10 次以已婚者的 48.4%最高；每天至少一次以鰥寡/分居者(30.8%)最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，每天超過 10 次以 2 萬-未滿 3 萬元(54.8%)最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元(54.6%)；每天超過 50 次以 5 萬-未滿 6 萬元(29.2%)最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元(28.7%)及 4 萬-未滿 5 萬元(28.7%)；每天至少一次以 6 萬元以上(30.9%)最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元(27.6%)。

依居住狀況區分，每天超過 10 次以自有房屋者(45.3%)較高，其次為租屋者(44.1%)；每天超過 50 次以租屋者(23.8%)最高，其次為自有房屋者(20.8%)；每天至少一次以自有房屋者(21.6%)最高，其次為租屋者(16.9%)。

依教育程度區分，每天超過 10 次以專科的(54.2%)最高，其次為碩士及以上(51%)；每天超過 50 次以碩士及以上(41.4%)最高，其次為大學(30.3%)；每天至少一次以高中職(含五專前三年)(26.1%)最高，其次為國中或初中(25.6%)。

依職業區分，每天超過 10 次在藝術、娛樂及休閒服務業、醫療保健及社會工作服務業、其他服務業排名前三名；每天超過 50 次以金融及保險業、出版、影音製作、傳播及資通訊服務、專業、科學及技術服務業排名前三名；每天至少一次以教育業、運輸及倉儲業、退休安全排名前三名。

(七) 行動上網方式 Q65

1. 整體分析

行動上網方式方面，分別為使用手機上網的 94.2%、獨立的行動寬頻分享器 5.5%、外接式 USB 網卡 3.1%與平板內建 sim 卡的 2.7%。

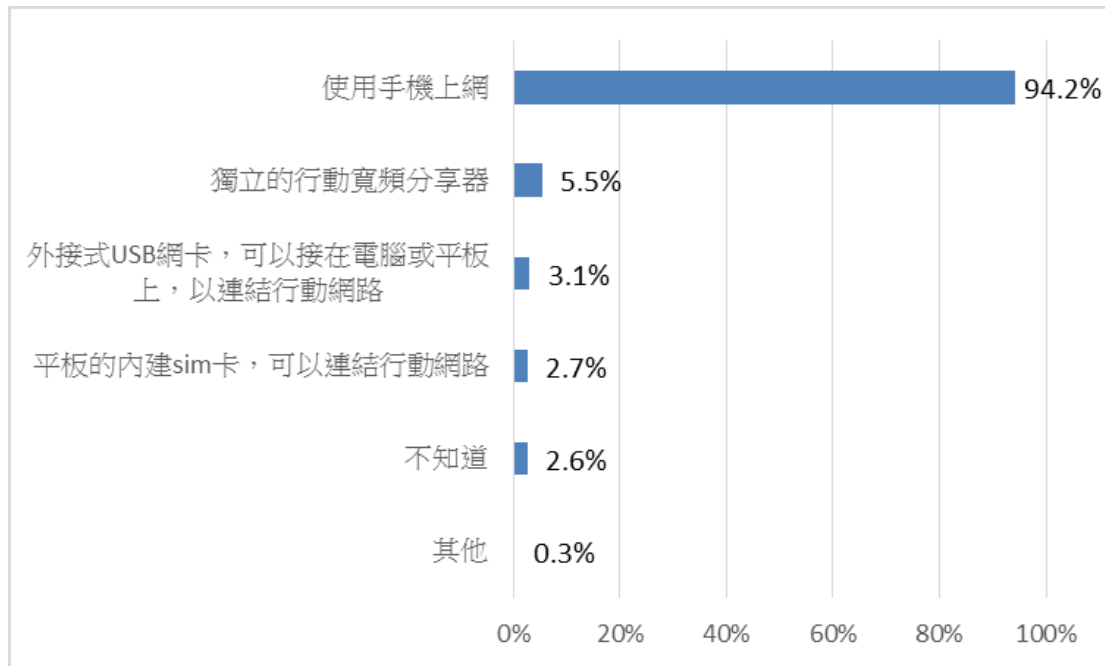


圖 45 行動上網方式

Base: (N=1,019, 複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現,使用手機上網以宜花東的 99.3%最高,其次為雲嘉南的 97.5%與桃竹苗的 96.1%。

(2) 基本差異分析

依性別區分,使用手機上網以男性的 94.4%較高,女性為 94%;

依年齡層區分,使用手機上網以 35-44 歲的 98.3%最高,其次為 45-54 歲的 95.9%與 25-34 歲的 95.5%。

依婚姻狀況區分,使用手機上網以未婚者的 95.4%最高,其次為已婚者的 94%與鰥寡/分居者的 89.4%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分,使用手機上網以 3 萬-未滿 4 萬元的 98.4%最高,其次為 2 萬-未滿 3 萬元的 96.6%與 6 萬元以上的 96.4%。

依居住狀況區分,使用手機上網在租屋者、自有房屋者皆為 94.3%。

依教育程度區分,使用手機上網以碩士及以上的 98.6%最高,其次為專科的 96.9%與國中或初中的 96.5%。

依職業區分,使用手機上網在製造業、營建工程業、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業、出版、影音製作、傳播及資通訊服務、金融及保險業、專業、科學及技術服務業、教育業、公共行政及國防;強制性社會安全、醫療保健及社會工作服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、其他服務業、家管、學生、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、其他皆高於 90%。

（八） 家中主要使用的固網業者 Q68

1. 整體分析

家中主要使用的固網業者方面，以中華電信的 64.2%最高，其他業者占 25.2%。

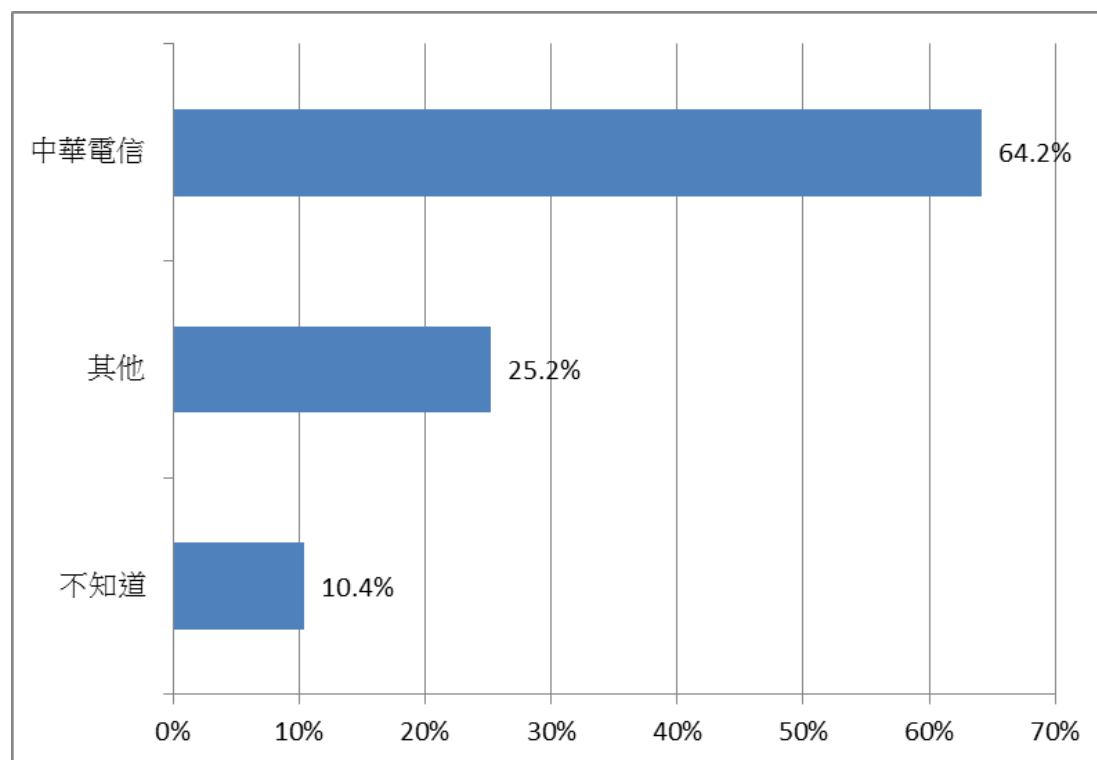


圖 46 家中主要使用的固網業者

Base: (N=772)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，各區域別家中主要使用的固網業者皆以中華電信最高，且除高屏澎的 45.3%外，其他區域皆高於 60%；其中又以宜花東的 77%最高，其次為雲嘉南的 72.2%。

（2）基本差異分析

依性別區分，各性別家中主要使用的固網業者不論男性或女性皆以中華電信最高，男性為 65.4%，女性為 62.9%。

依年齡層區分，各年齡層皆以中華電信最高，其中 55 歲以上的 74%最高，其次為 45-54 歲的 64.9%。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以中華電信最高，其中已婚者的 68%最高，其次為未婚者的 59.9%與鰥寡/分居者的 45.4%。

（3）社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，各收入別皆以中華電信最高，除 3 萬-未滿 4 萬元外，其他各收入別皆高於 60%；其中又以 1 元-未滿 2 萬元的 82.7%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 76.4%。

依居住狀況區分，自有房屋者與租屋者皆以中華電信最高，其中自有房屋者的 67.7% 較高，租屋者為 48%。

依教育程度區分，各教育程度皆以中華電信最高，且比例皆高於 6 成；其中以碩士及以上的 69.6% 最高，其次為專科的 68.2%。

依職業區分，各職業別皆以中華電信最高，且除製造業、批發及零售業、住宿及餐飲業、支援服務業、醫療保健及社會工作服務業、藝術/娛樂及休閒服務業、學生外，其他職業皆高於 6 成。

（九） 更換固網服務類型與原因 Q69 Q70

1. 整體分析

更換固網服務類型方面，有更換過固網服務類型其原使用的服務以 ADSL 的 19% 最高，其次為光纖的 5.6%；未曾更換過固網業者為 49%。

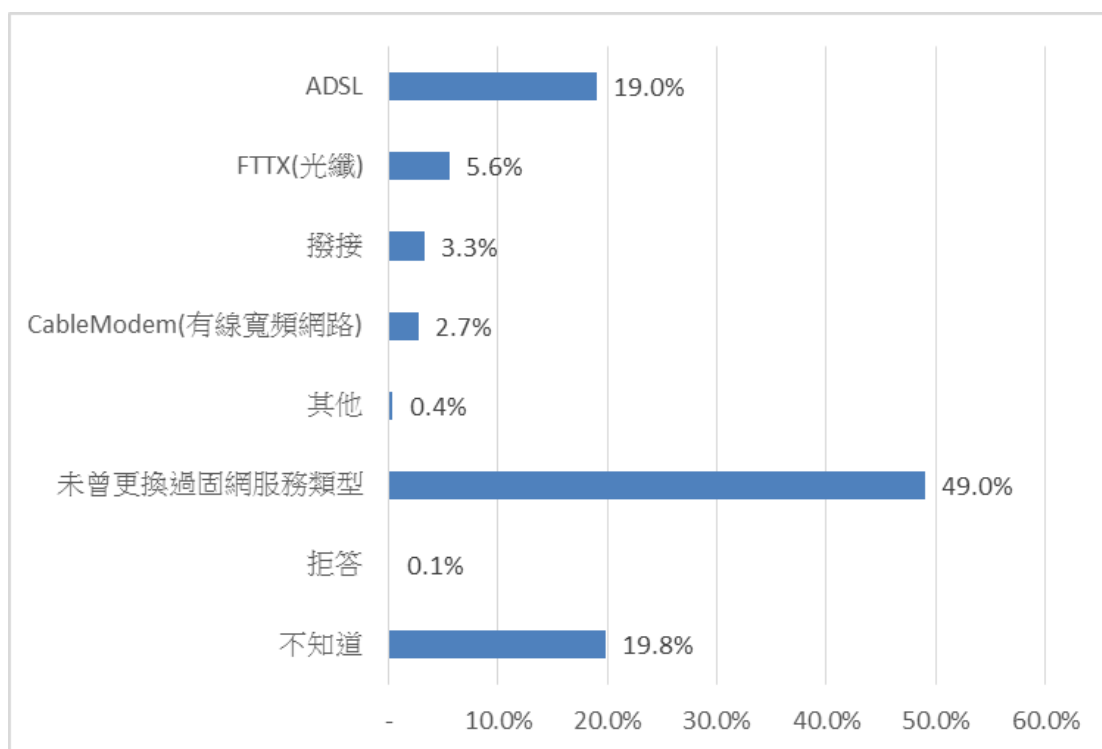


圖 47 更換固網服務類型

Base: (N=772)

更換固網服務類型的原因方面，則以原服務速度太慢的 33.2% 最高，其次為原服務費用較貴的 17% 與業者建議或促銷的 16.3%。

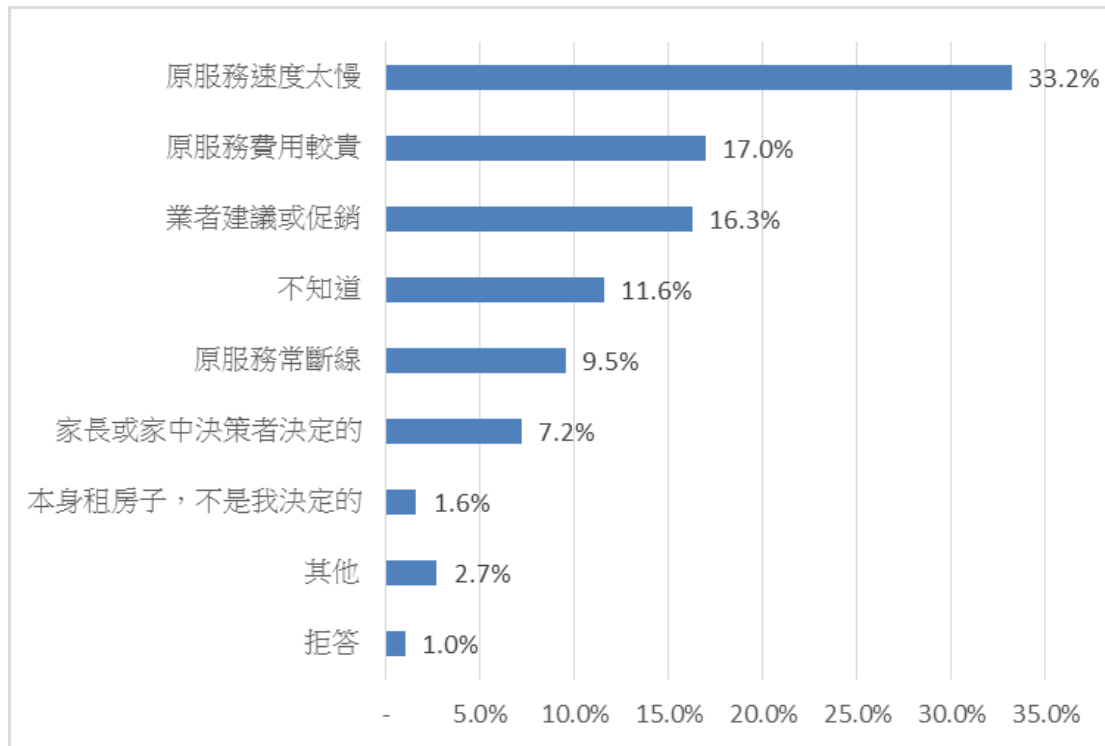


圖 48 更換固網服務類型的原因

Base: (N=239)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，原使用的服務為 ADSL 以北北基的 23.9% 最高，其次為高屏澎的 23.7%；原使用的服務為光纖以高屏澎的 8.7% 最高，其次為宜花東的 7%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，更換固網服務類型與原因，於性別上達顯著差異。

依性別區分，原使用的服務為 ADSL 以女性的 19.2% 較高，男性為 18.8%；原使用的服務為光纖以女性的 7.1% 較高，男性為 4%。

依年齡層區分，原使用的服務為 ADSL 以 25-34 歲的 24.3% 最高，其次為 35-44 歲的 23.1%；原使用的服務為光纖以 45-54 歲 9.8% 最高，其次為 25-34 歲的 7.3%。

依婚姻狀況區分，原使用的服務為 ADSL 以鰥寡/分居者的 26.9% 最高，其次為未婚者的 19.7% 與已婚者的 18.3%；原使用的服務為光纖以已婚者的 6.7% 最高，其次為未婚者的 4.4% 與鰥寡/分居者的 0%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，原使用的服務為 ADSL 以 5 萬-未滿 6 萬元的 34.9% 最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元的 20.2%；原使用的服務為光纖以 4 萬-未滿 5 萬元的 12.2% 最高，其次為 6 萬元以上的 8.9%。

依居住狀況區分，原使用的服務為 ADSL 以租屋者的 20.5% 較高，自有房屋者為 19%；原使用的服務為光纖以自有房屋者的 6.1% 最高，其次租屋者的 3.5%。

依**教育程度**區分，原使用的服務為 ADSL 以碩士及以上的 41.8%最高，其次為大學的 22.3%；原使用的服務為光纖以專科的 16.2%最高，其次為碩士及以上的 5.6%。

依**職業**區分，原使用的服務為 ADSL 以教育業、其他、公共行政及國防；強制性社會安全排名前三；原使用的服務為光纖以藝術、娛樂及休閒服務業、退休、支援服務業排名前三名。

（十） 更換固網服務業者與原因 Q71 Q72

1. 整體分析

更換固網服務業者方面，有更換過固網服務業者其原使用的服務為中華電信占 9.3%，其他業者為 5.1%；未曾更換過固網業者則占 68.8%。

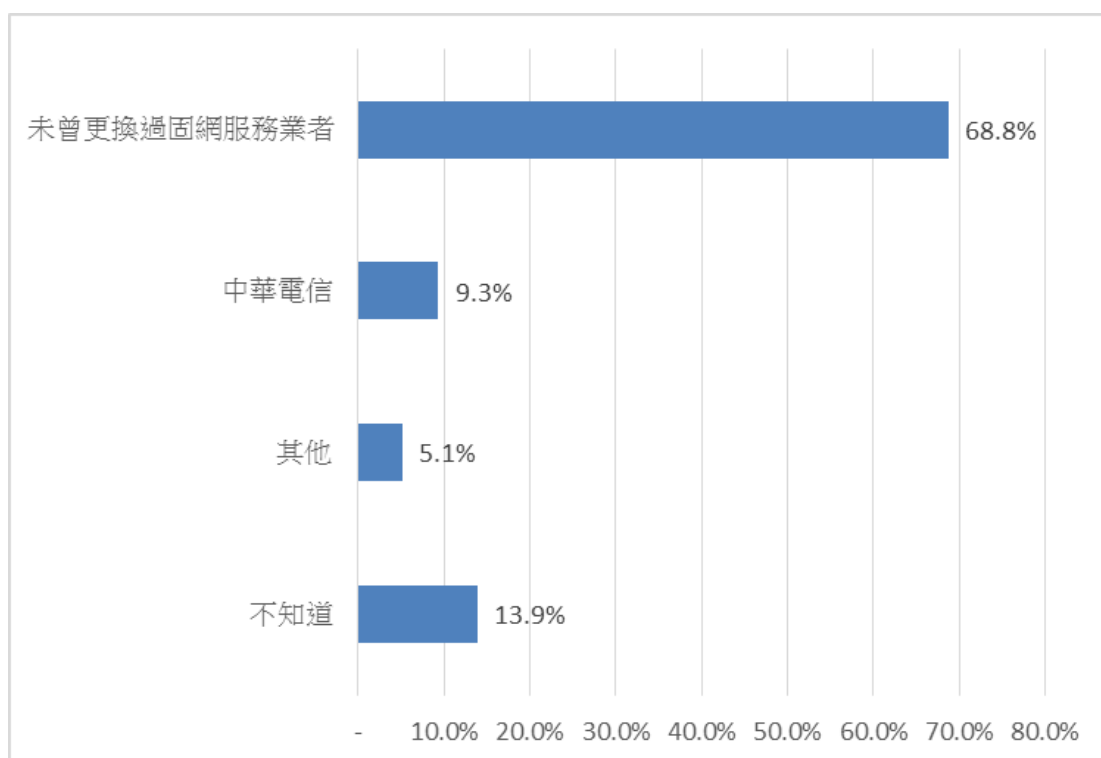


圖 49 更換固網服務業者

Base: (N=772)

更換固網服務業者的原因方面，則以原業者費用較貴的 44.7%最高，原業者通訊品質不佳的 29.5%與家長或家中決策者決定的 20.4%。

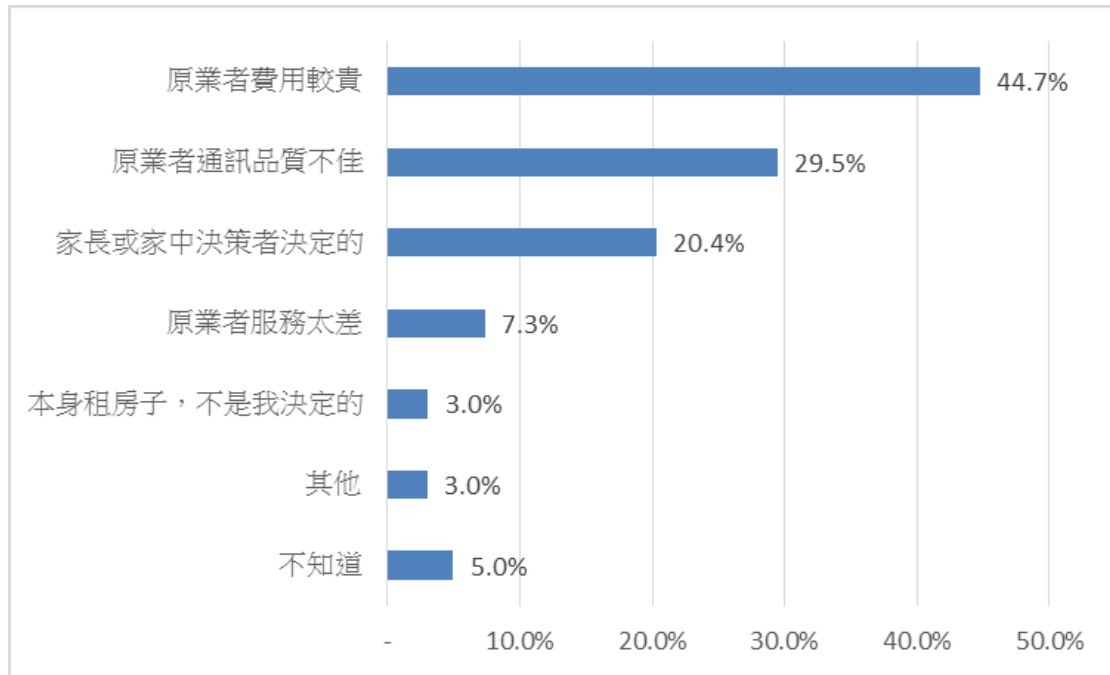


圖 50 更換固網服務業者的原因

Base: (N=121, 複選)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，更換固網服務業者的原因北北基、中彰投與高屏澎以原業者費用較貴的比重最高，其中又以中彰投的 52.3% 最高，其次為北北基的 50%；桃竹苗以家長或家中決策者決定的 35.2% 最高；雲嘉南則以原業者通訊品質不佳的 52.6% 最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性與女性更換固網服務業者的原因皆以原業者費用較貴最高，女性 50.5% 高於男性的 36.2%。

依年齡層區分，25-34 歲、35-44 歲、55 歲以上更換固網服務業者的原因皆以原業者費用較貴最高，其中又以 55 歲以上的 62.7% 最高；16-24 歲與 45-54 歲則以家長或家中決策者決定的比例最高，其中又以 16-24 歲的 36.2% 最高。

依婚姻狀況區分，更換固網服務業者的原因皆以原業者費用較貴最高，鰥寡/分居者為 100% 最高，其次為未婚者的 42.1% 與已婚者的 41.5%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，除 5 萬-未滿 6 萬元更換固網服務業者的原因以原業者服務太差最高外，其他收入別更換固網服務業者的原因皆以原業者費用較貴最高，其中又以 2 萬-未滿 3 萬元的 55.3% 最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的 52.6%。

依居住狀況區分，更換固網服務業者的原因皆以原業者費用較貴最高，自有房屋者為 47.2%，租屋者則為 36.1%。

依**教育程度**區分，更換固網服務業者的原因在國中或初中以原業者通訊品質不佳的 51.1%最高，碩士以上以原業者服務太差的 53.8%最高；其他各教育程度皆以原業者費用較貴比例最高，其中高中職（含五專前三年）53.6%最高，其次為大學的 47.2%。

依**職業**區分，不同職業別更換固網服務業者的原因有所不同，原業者費用較貴以製造業的 65.9%最高，其次為批發及零售業的 64.1%；原業者通訊品質不佳以製造業的 56.4%最高，其次為家管、學生的 38.4%；家中或家中決策者決定的以教育業的 40.7%最高，其次為學生的 34.4%。

（十一） 家中固網速率 Q73

1. 整體分析

民眾家中申裝的固網速率以 100Mbps 以上(20.4%)最高，其次為 20-60Mbps (13.2%)、20Mbps 以下 (9.6%) 與 60-100Mbps (9.4%)，但有近 5 成民眾不知道家中固網速率是多少 Mbps。

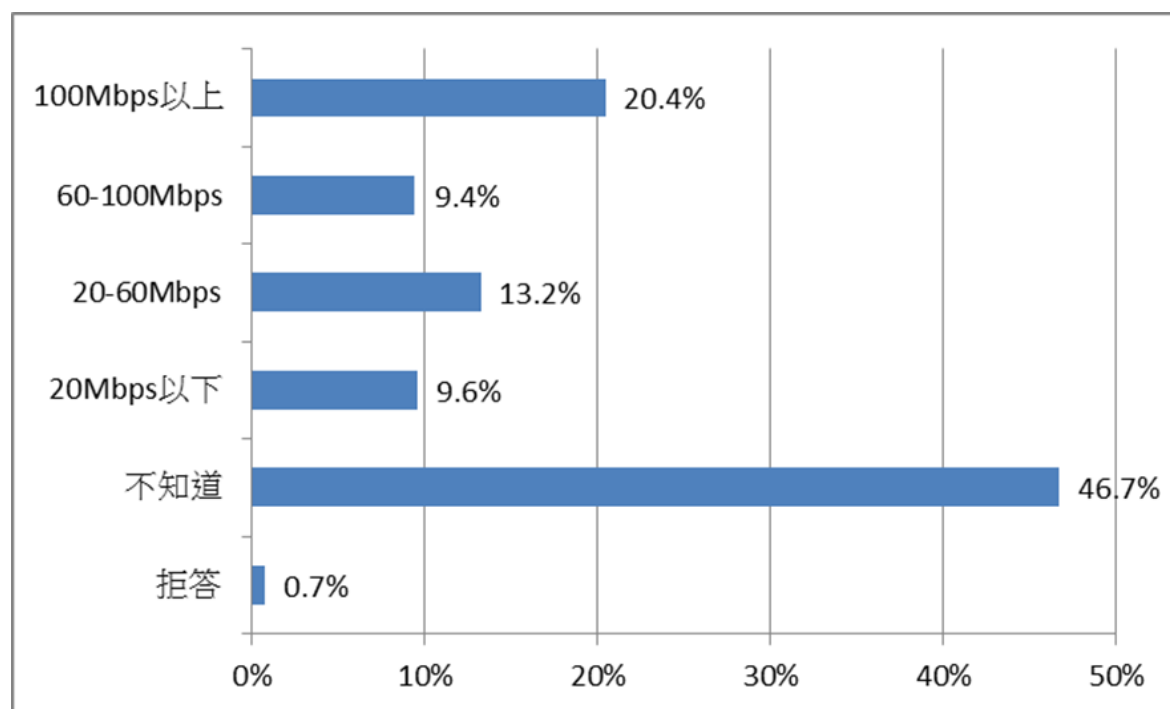


圖 51 家中申裝的固網速率

Base : (N=772)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

經卡方檢定顯示，家中申裝的固網速率，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，除高屏澎、宜花東外，其他區域別皆以使用 100Mbps 以上比例最高，其中以中彰投（27.6%）最高，其次為北北基（22.9%）；20-60Mbps

以宜花東（18.1%）最高，其次為桃竹苗（16.1%）。不知道家中申裝的固網速率除中彰投（36.6%）外，皆高於4成，其中又以宜花東（66.4%）最高。

（2）基本差異分析

經卡方檢定顯示，家中申裝的固網速率，於年齡上達顯著差異。

依性別區分，100Mbps以上以男性的25.5%較高，女性為15.5%；20-60Mbps以男性的13.3%較高，女性為13.2%。不知道家中申裝的固網速率則以女性（53.4%）高於男性（39.8%）。

依年齡層區分，各年齡層皆以使用100Mbps以上比例最高，其中以35-44歲（27.5%）最高，其次為45-54歲（20%）。20-60Mbps以45-54歲（16%）最高，其次為25-34歲（14.1%）。不知道家中申裝的固網速率除25-34歲（39.4%）外，皆高於4成，其中又以55歲以上（53.4%）最高。

依婚姻狀況區分，100Mbps以上以鰥寡/分居者的（28%）最高，其次為已婚者（20.5%）與未婚者（19.8%）；20-60Mbps以已婚者（13.9%）最高，其次為未婚者（12.1%）與鰥寡/分居者（4.2%）。不知道家中申裝的固網速率則以已婚者（47.6%）最高。不知道家中申裝的固網速率除25-34歲（39.4%）外，皆高於4成，其中又以55歲以上（53.4%）最高。

（3）社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，家中申裝的固網速率，於個人平均月收入達顯著差異。

依個人平均月收入區分，除1元-未滿2萬元及2萬-未滿3萬元的受訪者外，其餘各收入別皆以使用100Mbps以上比例最高，其中以4萬-未滿5萬元（32%）最高，其次為6萬元以上（30.2%）。20-60Mbps以2萬-未滿3萬元（32.6%）最高。不知道家中申裝的固網速率以1元-未滿2萬元（76.5%）最高、5萬-未滿6萬元（29%）最低。

依居住狀況區分，100Mbps以上以租屋者22.8%最高，其次自有房屋者20.2%；20-60Mbps以自有房屋者13.8%較高，租屋者為12.3%；。

依教育程度區分，除小學及以下、國中或初中與專科外，其餘各教育程度別皆以使用100Mbps以上比例最高，其中以碩士及以上的41.7%最高，其次為高中職（含五專前三年）的20.6%。20-60Mbps以專科的19.4%最高，其次為國中或初中的15.2%。

依職業區分，各職業別家中申裝的固網速率有所不同，其中100Mbps以上以其他、公共行政及國防；強制性社會安全、專業、科學及技術服務業排名前三名；20-60Mbps以在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、製造業、金融及保險業排名前三名。

(十二) 固定網路測速 Q74 Q75 Q76

1. 整體分析

民眾知道如何測量固定網路速度占 12%、不知道的占 87.2%。

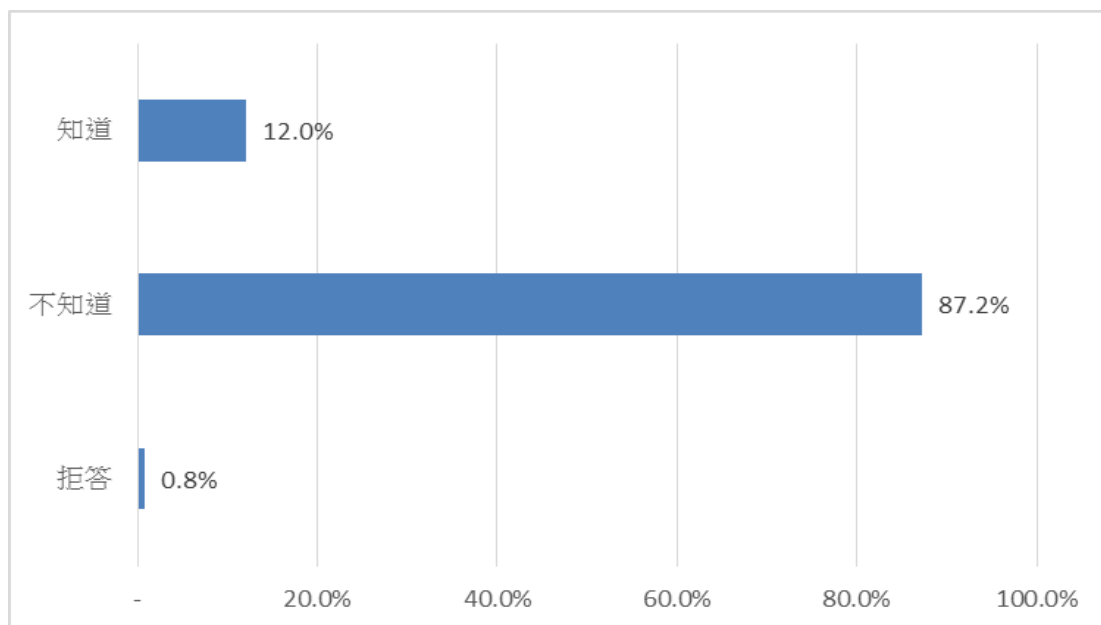


圖 52 是否知道固定網路測速

Base: (N=1,131)

民眾測速結果，固定網路實際速率平均為 45.06 Mbps (N=110)。

使用的固定網路實際速率是否比預期的快方面，認為使用的固定網路實際速率比預期快的比例占 13.8%、認為比預期慢的比例占 35.9%、認為跟預期差不多的比例為 48.4%。

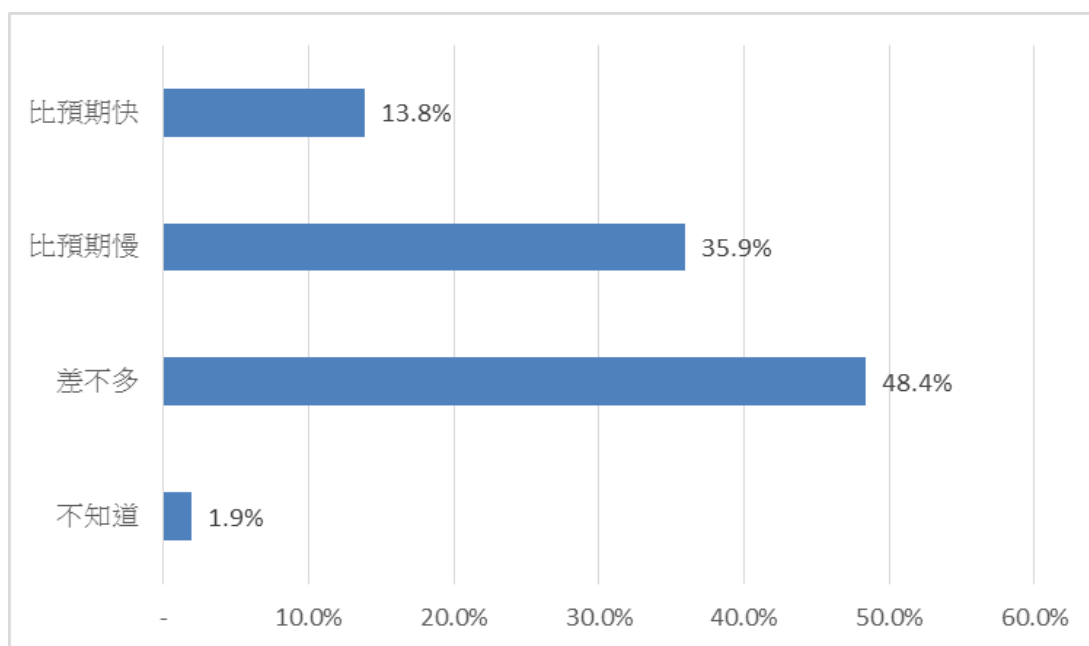


圖 53 使用的固定網路實際速率是否比預期的快

Base: (N=110)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，知道如何測量固定網路速度以高屏澎（16.1%）最高，其他各區域別皆低於 13%；各區域不知道比例皆高於 80%，又以北北基（89.6%）最高。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，是否知道如何測量網路速度，於性別、年齡、婚姻狀況皆達顯著差異。

依性別區分，知道如何測量固定網路速度以男性（17.7%）高於女性（6.4%）；不知道則以女性（93%）高於男性（81.3%）。

依年齡層區分，知道如何測量固定網路速度以 25-34 歲（22.9%）最高，其次為 16-24 歲（20.7%）與 35-44 歲（16.1%）；剩餘年齡層皆低於 7%。不知道如何測速則皆高於 7 成 5，其中又以 55 歲以上（96%）最高。

依婚姻狀況區分，知道如何測量固定網路速度以未婚者（20%）高於已婚者（8.5%）與鰥寡/分居者（5.6%）。不知道則以鰥寡/分居者（94.4%）最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，是否知道如何測量網路速度，於個人平均月收入、教育程度達顯著差異。

依個人平均月收入區分，知道如何測量固定網路速度除 5 萬-未滿 6 萬元（21.3%）高於 2 成外，其他皆低於 16%。不知道則以 1 元-未滿 2 萬元（94%）最高。

依居住狀況區分，知道如何測量固定網路速度以租屋者的 14.8%較高，自有房屋者為 11.1%。

依教育程度區分，知道如何測量固定網路速度以碩士及以上（41.3%）最高，其次為大學（16.1%），其餘教育別則皆低於 9%。不知道則以國中或初中（97.6%）最高。

依職業區分，知道如何測量固定網路速度以出版、影音製作、傳播及資訊服務、專業、科學及技術服務業、醫療保健及社會工作服務業排名前三名。

(十三) 您家中每月固網寬頻電信費用約多少錢 Q77

1. 整體分析

每月固網寬頻電信費用平均為新臺幣 817 元（N=772）。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

單因子變異數分析（one-way ANOVA）顯示，每月固網寬頻電信費用平均，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各區域別每月固網寬頻電信費用平均皆高於新台幣 700 元，其中前三名更高於新台幣 800 元，分別為桃竹苗的新臺幣 1,046 元、中彰投的新臺幣 858 元與宜花東的新臺幣 826 元。

(2) 基本差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，每月固網寬頻電信費用平均，於性別達顯著差異。

依性別區分，男性每月固網寬頻電信費用平均為新臺幣 861 元，高於女性的新臺幣 766 元。

依年齡層區分，各年齡層每月固網寬頻電信費用平均皆高於新臺幣 700 元，其中 16-24 歲與 25-34 歲皆達新臺幣 900 元，35-44 歲為新臺幣 823 元排名第三。

依婚姻狀況區分，每月固網寬頻電信費用平均以鰥寡/分居者的新臺幣 898 元最高，其次為未婚者的新臺幣 851 元與已婚者的新臺幣 799 元。

(3) 社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，每月固網寬頻電信費用平均，於教育程度達顯著差異。

依個人平均月收入區分，各收入別每月固網寬頻電信費用平均皆高於新臺幣 700 元，其中以無收入的新臺幣 896 元最高，其次為 4 萬-未滿 5 萬元的新臺幣 842 元與 6 萬元以上的新臺幣 828 元。

依居住狀況區分，不論是自有房屋者或租屋者每月固網寬頻電信費用平均皆高於新臺幣 800 元，自有房屋者為新臺幣 815 元，高於租屋者的新臺幣 810 元。

依教育程度區分，各教育程度別每月固網寬頻電信費用平均皆高於新臺幣 700 元，其中以國中或初中的新臺幣 932 元最高，其次為專科的新臺幣 846 元與大學的新臺幣 844 元。

依職業區分，每月固網寬頻電信費用平均在製造業、營建工程業、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業、出版/影音製作/傳播及資通訊服務業、金融及保險業、教育業、醫療保健及社會工作服務業、藝術/娛樂及休閒服務業、其他服務業、學生、退休與其他皆高於新臺幣 800 元，其中住宿及餐飲業、出版/影音製作/傳播及資通訊服務業與藝術/娛樂及休閒服務業更高於新臺幣 1,000 元。

(十四) 固網上網品質滿意度 Q78

1. 整體分析

固網上網品質滿意度平均為 6.87 分 (1 分表示非常不滿意，10 分表示非常滿意)。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，固網上網品質滿意度，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，除宜花東外，其他區域別固網上網品質滿意度平均皆高於 6.5 分；其中以桃竹苗的 7.19 分最高，其次為北北基的 7.03 分。

表 8 固網上網品質滿意度 (區域別)

居住地區	平均分數
北北基	7.03
桃竹苗	7.19
彰中投	6.70
雲嘉南	6.57
高屏澎	6.89
宜花東	5.77
總平均	6.87

(2) 基本差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，固網上網品質滿意度，於性別達顯著差異。

依性別區分，男性固網上網品質滿意度平均為 7.02 分，女性平均為 6.72 分。

依年齡層區分，各年齡層固網上網品質滿意度平均皆高於 6.7 分，其中又以 55 歲以上的 7 分最高，其次為 16-24 歲的 6.89 分。

依婚姻狀況區分，固網上網品質滿意度平均以已婚者的 6.92 分最高，其次為未婚者的 6.81 分與鰥寡/分居者的 6.69 分。

(3) 社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 顯示，固網上網品質滿意度，於個人平均月收入、教育程度、職業達顯著差異。

依個人平均月收入區分，除無收入及 2 萬-未滿 3 萬元外，其他各收入組合固網上網品質滿意度平均皆高於 7 分，其中以 4 萬-未滿 5 萬元的 7.37 分最高，其次為 6 萬元以上的 7.19 分。

依教育程度區分，除國小以下外，各教育程度固網上網品質滿意度平均皆高於 6 分，其中以專科的 7.14 分最高，其次為高中職 (含五專前三年) 的 7.01 分。

依職業區分，除農林漁牧業及待業者外，各職業別固網上網品質滿意度平均皆高於 6 分，其中以運輸及倉儲業的 8.07 分最高，其次為其他服務業的 7.34 分。

六、網路語音通話使用情形

(十五) 網路語音通話的了解與使用 Q79 Q80

1. 整體分析

是否知道網路可進行語音通話（如 Skype、Line、臉書 FacebookMessenger、WeChat、Facetime、Juiker 等服務）方面，知道的比例為 86%、不知道的比例為 13.6%。

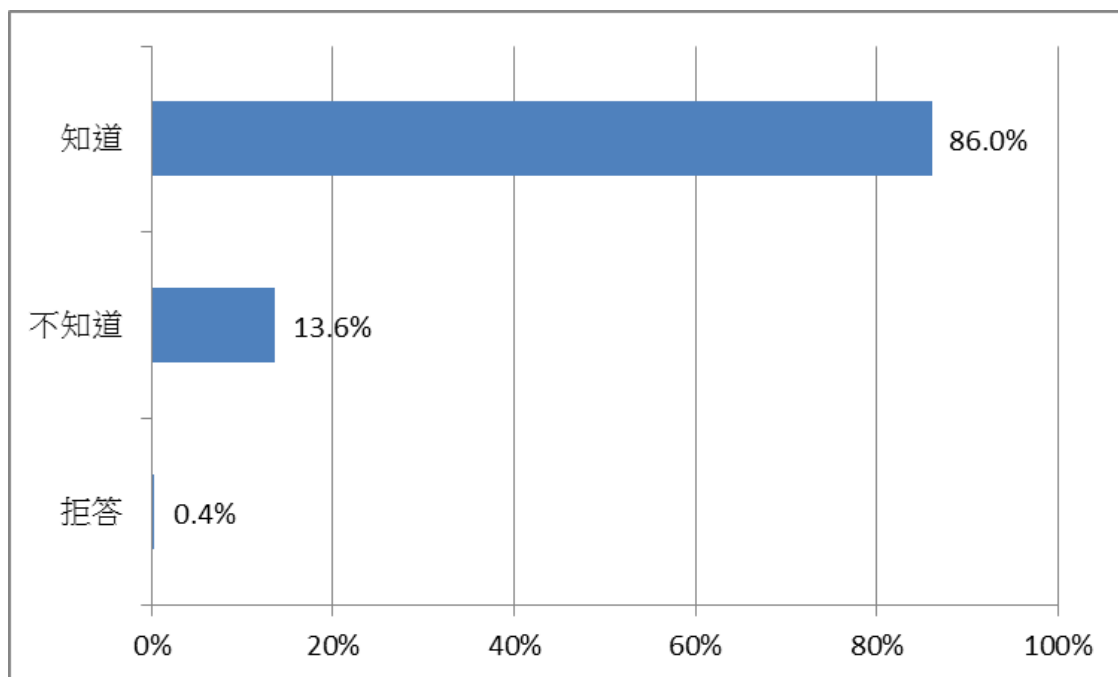


圖 54 是否知道網路可進行語音通話

Base: (N=1,131)

智慧型手機與行動寬頻服務發展，帶動網路語音電話的普及，民眾本身或家中有使用網路語音通話的比例為 88.2%、從未使用的比例則為 8.1%。

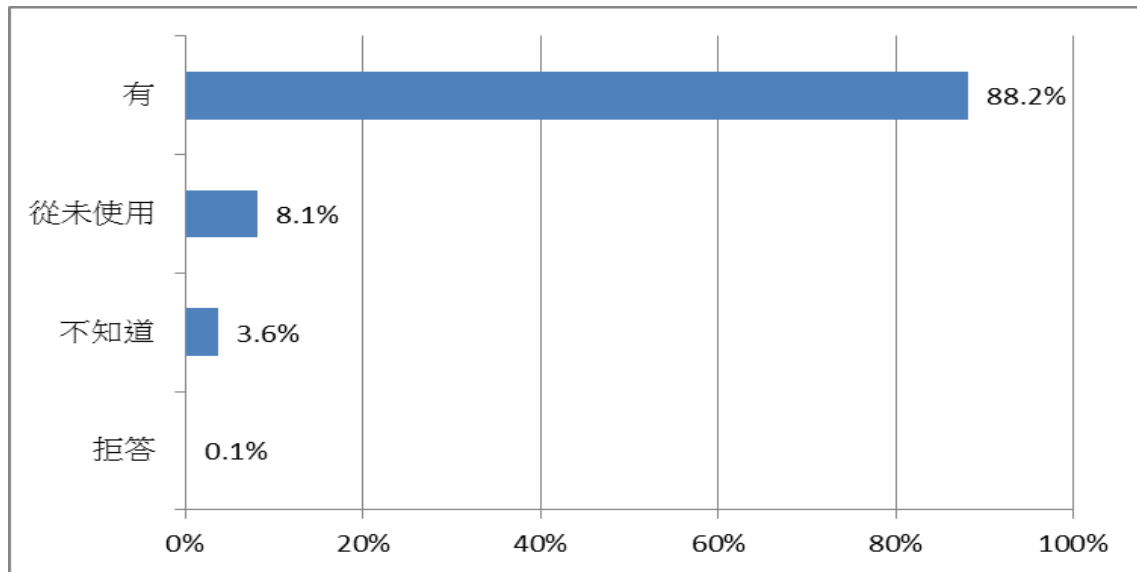


圖 55 受訪者或家中是否有使用網路語音通話

Base : (N=973)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，各區域別皆以知道網路語音通話且有使用的比例最高，其中以雲嘉南的 92.2% 最高，其次為宜花東的 89%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，是否有使用網路語音通話，於性別上達顯著差異。

依性別區分，有使用網路語音通話以女性的 90.3% 較高，男性為 86.1%。

依年齡層區分，各年齡層皆以知道網路語音通話且有使用的比例最高，其中以 16-24 歲 93% 最高，其次為 35-44 歲的 91.2%。

依婚姻狀況區分，有使用網路語音通話以鰥寡/分居者的 96.8% 最高，其次為未婚者的 88.4% 與已婚者的 87.1%。

(3) 社會經濟身分差異分析

經卡方檢定顯示，是否有使用網路語音通話，於教育程度達顯著差異。

依個人平均月收入區分，各收入別皆以知道網路語音通話且有使用的比例最高，其中以 4 萬-未滿 5 萬元的 93.7% 最高，其次為 1 元-未滿 2 萬元的 90.2%。

依居住狀況區分，有使用網路語音通話以自有房屋者的 88.2% 最高，其次為租屋者的 87.7%。

依教育程度區分，各教育程度皆以知道網路語音通話且有使用的比例最高，其中以碩士及以上的 97.4% 最高，其次為國中或初中的 90.8%。

依職業區分，各職業別皆以知道網路語音通話且有使用的比例最高，其中以出版/影音製作/傳播及資通訊服務、營建工程業、住宿及餐飲業排名前三名。

（十六） 所用的網路語音電話服務 Q81

1. 整體分析

民眾與其家人使用的網路語音電話服務以 line 為主，使用比例達 97.1%，其次為 Facebook Messenger 的 54.7%，其他類型的網路語音電話服務則皆低於 20%。

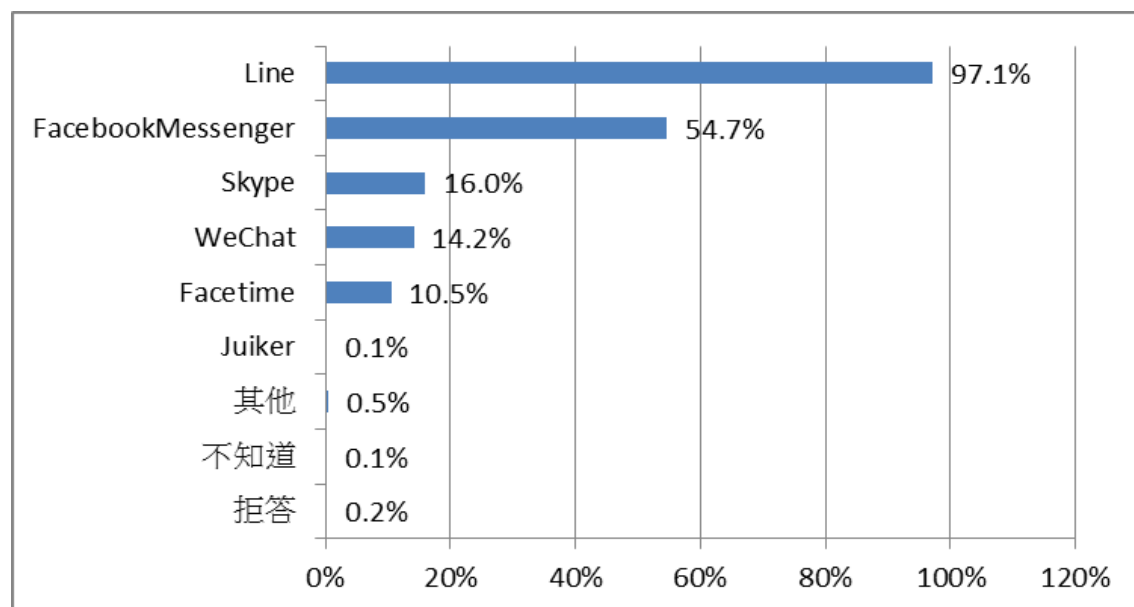


圖 56 受訪者或家人所用的網路語音電話服務

Base：(N=858, 複選)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，各區域別皆以 Line 比例最高，且比例皆高於 9 成；其中又以中彰投的 99.2% 最高，其次為北北基的 98.4%；Facebook Messenger 以宜花東的 83.5% 最高，其次為桃竹苗的 59.7%；Skype 以中彰投的 24.8% 最高，其次為高屏澎的 17%。

（2）基本差異分析

依性別區分，Line 以男性的 97.4% 較高，女性為 96.9%；Facebook Messenger 以男性的 55.9% 較高，女性為 53.6%；Skype 以女性的 16% 較高，男性為 15.9%。

依年齡層區分，各年齡別皆以 Line 比例最高，且比例皆高於 9 成；其中又以 45-54 歲的 98.3% 最高，其次為 35-44 歲的 97.9% 及 55 歲以上的 97.9%；Facebook Messenger 以 35-44 歲 66.6% 最高，其次為 16-24 歲的 63.7%；Skype 以 25-34 歲的 23.2% 最高，其次為 16-24 歲的 19.7%。

依婚姻狀況區分，Line 以鰥寡/分居者（100%）高於已婚者（97.3%）與未婚者（96.5%）；Facebook Messenger 以未婚者（60.6%）高於已婚者（54.3%）與鰥寡/分居者（28.5%）；Skype 以未婚者（20.9%）高於已婚者（14.2%）與鰥寡/分

居者（7%）。

（3）社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，各收入別皆以 Line 比例最高，且比例皆高於 9 成；其中又以 4 萬-未滿 5 萬元的 100%及 4 萬-未滿 5 萬元的 100%最高，其次為 2 萬-未滿 3 萬元的 99.2%；Facebook Messenger 以 5 萬-未滿 6 萬元的 75.4%最高，其次為無收入的 59.8%；Skype 以 3 萬-未滿 4 萬元的 17.9%最高，其次為 5 萬-未滿 6 萬元的 16.3%。

依居住狀況區分，Line 以租屋者的 97.3%較高，自有房屋者為 97.2%；Facebook Messenger 以自有房屋者的 57.3%最高，其次租屋者的 46.8%；Skype 以自有房屋者的 16.1%最高，其次為租屋者的 15.6%。

依教育程度區分，各教育程度別皆以 Line 比例最高，且比例皆高於 9 成；其中又以小學及以下的 100%最高，其次為大學的 98.4%；Facebook Messenger 以碩士及以上的 67.5%最高，其次為高中職（含五專前三年）的 55.8%；Skype 以碩士及以上的 30.4%最高，其次為專科的 22%。

依職業區分，各職業別皆以 Line 比例最高，其中製造業、營建工程業、批發及零售業、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業、金融及保險業、專業、科學及技術服務業、支援服務業、教育業、公共行政及國防；強制性社會安全、醫療保健及社會工作服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、其他服務業、家管、學生、退休、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者、其他皆高於 90%；Facebook Messenger 以專業、科學及技術服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、學生排名前三名；Skype 以娛樂及休閒服務業、其他、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者排名前三名。

（十七） 網路語音電話服務使用頻率 Q82

1. 整體分析

網路語音電話服務使用頻率方面，以每天至少一次的 41.3%最高，其次為每天超過 10 次的 24.7%與每週至少一次的 15.5%。

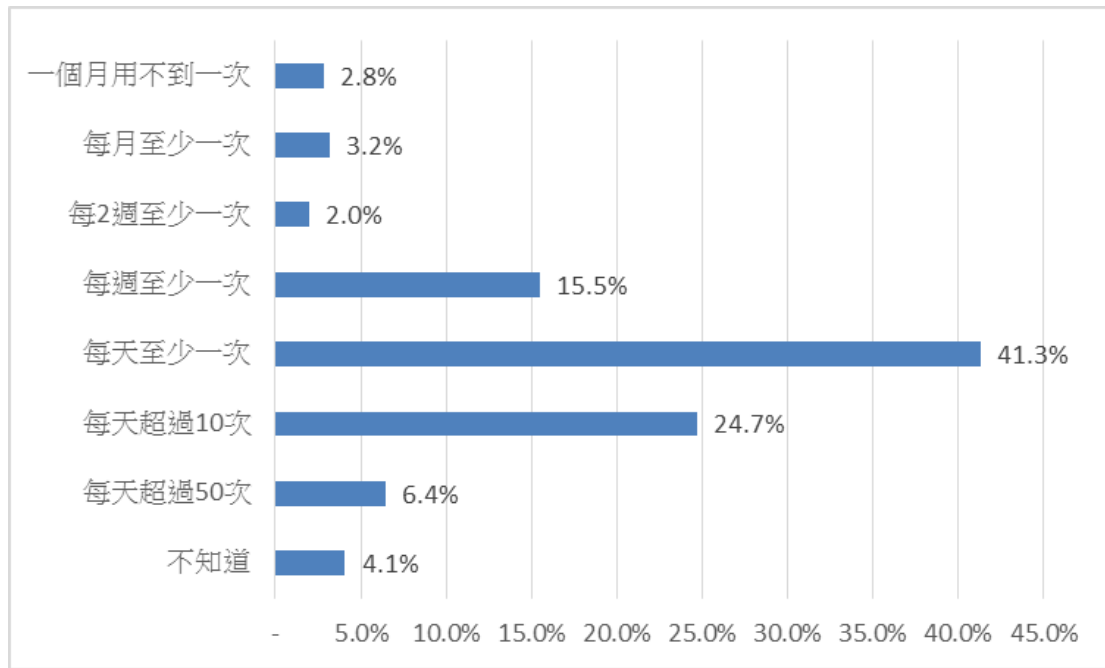


圖 57 網路語音電話服務使用頻率

Base: (N=858)

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，每天至少一次以北北基的 46.7% 最高，其次為宜花東的 46.6%；每天超過 10 次以宜花東的 42.5% 最高，其次為高屏澎的 37.1%。

(2) 基本差異分析

經卡方檢定顯示，網路語音電話服務使用的頻率，於性別達顯著差異。

依性別區分，每天至少一次以女性的 45.9% 較高，男性為 36.6%；每天超過 10 次以女性的 26.4% 較高，男性為 22.9%。

依年齡層區分，每天至少一次以 55 歲以上的 54.3% 最高，其次為 35-44 歲的 46%；每天超過 10 次以 25-34 歲的 35.7% 最高，其次為 45-54 歲的 27.7%。

依婚姻狀況區分，每天至少一次以鰥寡/分居者的 63.8% 最高，其次為已婚者的 45.2% 與未婚者的 31.1%；每天超過 10 次以未婚者的 26.3% 最高，其次為已婚者的 25.9% 與鰥寡/分居者的 9.2%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入區分，每天至少一次以 1 元-未滿 2 萬元的 50.8% 最高，其次為 3 萬-未滿 4 萬元的 47.9%；每天超過 10 次以 5 萬-未滿 6 萬元的 27.3% 最高，其次為無收入的 26.6%。

依居住狀況區分，每天至少一次以自有房屋者的 41.6% 較高，租屋者其次為 41%；每天超過 10 次以自有房屋者的 25.7% 較高，租屋者其次為 20.5%。

依教育程度區分，每天至少一次以專科的 57.8% 最高，其次為高中職（含五專前三年）的 45.1%；每天超過 10 次以碩士以上的 28% 最高，其次為國中或初中的 27.1%。

依職業區分，每天至少一次以其他、其他服務業、家管排名前三名；每天超過 10 次以住宿及餐飲業、營建工程業、運輸及倉儲業排名前三名。

肆、通訊市場問卷調查專家焦點座談

一、通訊市場調查專家座談會議

(一) 會議說明

台灣經濟研究院（以下簡稱本院）執行國家通訊傳播委員會委託之「通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查」研究案，就我國「通訊市場」、「廣電市場」、「寬頻使用」及「匯流發展」等 4 大面向進行調查與分析。該調查研究目的在於藉由全面性且深入之需求面調查，獲取消費者行為偏好相關資訊，以掌握數位經濟時代下之各項消費行為、創新應用等重要發展動態。

針對「通訊市場」問卷調查初步研究結果，本院擬邀請相關領域之產學專家舉辦焦點座談會，深入探討其所得數據之意涵、產業現況與發展趨勢及未來政策建議，作為擘劃通傳市場及法規政策走向評估之參考。

(二) 會議時間：106 年 9 月 28 日（四）09:30-12:00

(三) 會議地點：台灣經濟研究院 208 會議室

(四) 與會專家：國立臺灣大學鐘教授嘉德、

經濟部技術處新世代通訊技術推進辦公室柯主任秀民、

大同大學許教授超雲、

台灣電信產業發展協會劉副秘書長莉秋、

亞太電信李副理明峰、

台灣之星丁副總憲文、

台灣大哥大林副理瀚杰、

遠傳電信蕭協理景騰、

中華電信鐘協理國強

(五) 會議議程：

9:15~9:30	❖ 報到
9:30~9:45	❖ 引言報告-「通訊市場」問卷調查初步成果報告
9:45~12:00	❖ 議題討論
	1. 如何促進我國通訊基礎建設發展?
	2. 因應 5G，如何促進電信產業發展?
	3. 如何健全我國通訊市場發展環境?

（六）會議重點

本研究彙整與會專家學者重點及建議如下表，詳細會議記錄請參見附件二。

專家學者	重點摘要
鐘教授嘉德	如何促進我國通訊基礎建設發展？ ● 頻率使用費太高，將造成電信業者布建基礎建設較為保守，因此標金降低才能促進電信業者競爭，進而提高基礎服務品質。 因應 5G，如何促進電信產業發展？ ● 目前物聯網技術標準尚未一致，而不完整的基礎建設會產生落後的服務，尤其對整體產業發展，並對其產業進入國際市場造成影響。 ● 技術規範、服務規範都應該要盡量鬆綁，不要太僵化思考；這不僅是技術層面是否可達成的問題，而是我們在管理規範如何跟上快速的時代發展潮流。 如何健全我國通訊市場發展環境？ ● 因為管理規範限制了服務測試，政府應該思考是想要管好產業，還是發展成為具國際競爭力的產業。除了技術治理外，還有服務治理，這部分是要有人出來整合的，而我認為通傳會可作為協調整合的角色。 問卷調查內容建議及評論 ● 臺灣過去通訊傳播產業統計以供給面為主，本次需求面調查整體方向正確，將使通傳產業面貌更加健全完整。 ● 國外報告顯示臺灣平均每月行動寬頻使用量為 20G，遠高於韓國的 4G 及日本的 3G。而日本、韓國同樣有吃到飽，所以我認為臺灣吃到飽或許是一種活絡市場的手段，年輕人利用行動寬頻觀賞影片，看手機已成為習慣，也代表許多服務是透過手機傳遞到全臺的消費者。
柯主任秀民	如何促進我國通訊基礎建設發展？ ● 根據過去我國 WiMAX 發展的失敗經驗，若沒有誘因、通訊與產業政策沒有一致性，WiMAX 的問題就會再現。我國 4G 基礎建設滿意度反映是高的，但在 4G 還沒有回收的情況下，提早發放 5G 執照進行建設是不可能的。 因應 5G，如何促進電信產業發展？ ● 科技快速變遷的時代下，環境是非常複雜的，5G 是

	有機會帶來改變的，但要看政策怎麼統合。如果要促進基礎建設，中華電信或某一家公司帶頭先做，產生競爭效果；政策則要有誘因，不然臺灣過去都是等全世界設備最完整時才開始投入。 ● 要發展創新服務，除了電信監理需要較低度的管制，以及需要創造業者的誘因。例如地方政府有智慧城市的需求，可以鼓勵業者可以提出相關方案，真正提升 5G 的應用。 ● 目前低費率的 IoT 價格偏高，產業服務也無法成長；IoT 應用服務一開始不會太大，業者成本不能負擔，投資意願也就偏低了。 問卷調查內容建議及評論 ● 我國固網服務在開放有線電視業者可跨區經營後，中華電信與有線電視系統業者競爭激烈，許多問題如內容使用等，皆逐漸浮現。因此建議未來本調查可以進一步分析或調查在政策下造成的衝擊，及對民眾滿意度影響。
許教授超雲	因應 5G，如何促進電信產業發展？ ● 要讓電信業者發展 5G，我的看法與鐘政委（鐘教授嘉德）一致，頻譜使用費調降，讓電信業者有更多發展及競爭的空間。 如何健全我國通訊市場發展環境？ ● 臺灣既然是 ICT 很成熟的國家，我們的熱點是否有適當的布建。可配合市政府學校布建，讓熱點多一點，消費者吃到飽的需求或許就會降低一些。 ● 3G、4G 及 5G 的相容性問題很重要。像是 2G 服務終止後，使用者需要更換新手機才能使用 3G、4G 服務，可能會造成困擾。 ● VoLTE 服務，電信業者間網內服務已開通，但網外服務卻尚未完成；韓國在政策引導下通訊業者間的 VoLTE 服務已實現了。 問卷調查內容建議及評論 ● 這份關於通訊市場的消費面調查執行不容易。
劉副秘書長莉秋	如何健全我國通訊市場發展環境？ ● 產業競爭讓消費者權益得到保護容易產生誤差。是要管制業者來保護消費者？還是管制精神重要輔導業者來保護消費者？這次題目設計，是一種轉向過程，讓我們思考產業多元蓬勃發展。

	● 商業週刊中主委訪談報導提到，只有一個觀念，對於任何創新應用，容錯比管制的精神重要。 問卷調查內容建議及評論 ● 過去相關調查研究案主要是以電訪為主，本次調查以電腦輔助面訪進行，因此我對研究方法產生極高的興趣，怎麼抽樣、面訪等。且對於比較會主動接受訪問的新世代與比較被動的舊世代，兩個世代產生的數據與意涵的差異是我很想了解的。 ● 本次討論議題為如何促進產業的發展，我覺得是非常好的。過去參加的許多座談會，議題總是如何促進產業競爭或消費者權益，很少有人是以討論產業發展為出發點。
李副理明峰	如何促進我國通訊基礎建設發展？ ● 希望主管機關對業者不論是治理或監理都可以進一步寬鬆處理。 ● 主管機關的頻率使用費調降等相關事宜，將有助於我國行動寬頻建設發展。
丁副總憲文	因應 5G，如何促進電信產業發展？ ● 產業發展有許多環境，基礎建設僅是其中之一。雖然通傳會對頻率使用費的結構有進行調整，但標金仍偏高，對業者來說仍有著沉重的壓力。 ● 基礎建設可以促進產業的發展，但創新的應用服務單靠基礎建設是不夠的。 問卷調查內容建議及評論 ● 這是一份非常完整的報告，且以使用者角度觀察，研究成果與資料豐碩。
林副理瀚杰	如何促進我國通訊基礎建設發展？ ● 基礎建設方面希望頻率使用費可以參考國際。另外，消費者滿意度部分，語音分數大於行動，仍要回歸到基地臺布建的問題，業者常常面臨沒有建置的場所，在地方政府方面也常常會面臨到雜項執照取得等問題，這些是業者比較困擾之處。 因應 5G，如何促進電信產業發展？ ● 健全通訊產業發展環境上，關於現行法規，有些條文看不出管制的目的，管制確保市場充分競爭，但我們在發展時也會考慮服務是不是會被做為犯罪的工具使用等先天性假設問題，這些也是業者在實施創新上的困擾。

	● 監管部分一直有些爭議是關於網際網路，今年我國 IP 語音話務量已經超越行動電話話務量，但同樣是語音服務，VoIP 可以不受管轄蓬勃發展，但行動電話業者受到法規監管或義務要求與消費者保護等。我們認為這個部分是否要進一步規範，一起管理或一起鬆綁，讓業者可以因應市場發展。
蕭協理景騰	如何健全我國通訊市場發展環境？ ● 業者 VoLTE 服務是可以提供的，可是 VoLTE 消費者設備沒有普及、4G 服務尚未有 VoLTE、互連拆帳等，都還是待解的問題。內容產業涉及跨部會，如行動支付等，如何以整體角度針對行動支付的規劃，並建構一個好的平臺，跨部會協商非常重要。 如何促進我國通訊基礎建設發展？ ● 整個電信產業是下滑的趨勢，電信產業面臨的問題如經營成本，頻譜標金雖有微調，但在執照到期前，整個產業要付一千多億的頻率使用費。在消費者可負擔金額減少的同時，要如何從消費者需求平衡產業需求，做出數位基盤建設，讓未來產業發展。 問卷調查內容建議及評論 ● 本次直接從消費者角度而不是供給面資料觀察，以更貼近消費者的角度來看，隱含的意義與匯流的趨勢結果都是對整個產業發展很有幫助的。
鐘協理國強	如何健全我國通訊市場發展環境？ ● 主管機關已經有在電信管理法做鬆綁，但業者認為仍不足。網路建設是非常辛苦的，政府應該要鼓勵業者建設網路，而不是對建設網路的人進行管制，以獎勵取代管制。 ● 4G ARPU 較兩年前減少 16.6%；需要電信業者進行建設，可是市場飽和、營收下降，這樣的機制在資本主義社會下是無法成立的。 如何促進我國通訊基礎建設發展？ ● 數位匯流就是電信進軍廣電，廣電提供電信服務，可是我們電信背後都有間接的政府持股，就因為黨政軍而不能進入廣電事業。另外，政府要我們進行寬頻建設，銅絞線換光纖網路要埋到地下十公分；但路平專案執行，短期寬頻網路就不能建設。以上兩點想要表達的是，以前到現在的意見一直沒有被解決，如果政府真的需要基盤建設以創新匯流發展環境，這些問題

	必須先面對處理。 問卷調查內容建議及評論 ● 此份報告很完整，數據提供也很用心。94%的人使用智慧型手機、一半以上的消費者使用吃到飽服務，國內民眾對寬頻需求很大。不管行動或固網滿意度都很高，也是因為電信業者長期以來的建設結果。
--	--

二、座談會建議事項分析及說明

(一) 專家學者建議

本團隊就前述專家學者的建議事項，彙整並分析說明如下。

1. 多位與會專家皆肯定本次調查意義，深入調查消費者對通訊市場的認知有其必要性。
2. 與會專家建議可進一步調查有線電視開放網路跨區後，對業者造成的衝擊以及民眾滿意度的影響。未來建議委辦單位可將特定政策滿意度納入問卷中，供主管機關做為參考。
3. 與會專家建議可分析新舊世代對於調查結果有無差異，因座談會舉行時受限於時間因素，無法將完整的調查結果提供給專家。完整的調查結果已就居住地、性別、年齡層、……等，做交叉分析及差異檢定（卡方檢定及單因子變異數分析），以統計的方式呈現其差異性。
4. 與會專家提及希望了解本次調查知研究方法，本調查在抽樣設計方面係依分層三階段「抽取率與單位大小成比例」(Probabilities proportional to size, PPS) 抽樣的精神，於第一及第二階段依照各區域人口等比例分配樣本，第三階段則採便利抽樣完成受訪樣本。面訪過程經過培訓的面訪員手持平板電腦，向受訪者進行面訪調查。調查問卷事先已經存放在電腦內，調查員按照屏幕上所顯示的問答題的順序和指導逐題提問。而調查完成之問卷能及時回傳調查中心伺服器，以利研究團隊可快速的進行資料分析，瞭解最新的調查狀況。
5. 與會專家及學者皆建議主管機關適度地鬆綁電信的相關法規，過度的管制將造成業者沒有發揮的空間，且業者沒有誘因建置基礎建設，導致創新服務及應用無法蓬勃發展。
6. 與會專家表示整個電信產業營收是下滑的趨勢，但頻譜的使用費及標金仍偏高，造成營運上的壓力，因此專家也建議適度地調降頻譜的使用費及標金，讓業者有更多發展及競爭的空間。
7. 與會專家指出，吃到飽也許是一種活絡市場的手段，年輕人利用行動寬頻觀賞影片及社交已成習慣，代表許多服務可以透過手機傳遞到消費端。
8. 因應 5G 發展，目前臺灣低費率的 IoT 價格偏高，產業服務也無法成長；IoT 應用服務一開始不會太大，業者成本不能負擔，投資意願也就偏低。因此主

管機關需要創造誘因，使電信業者願意投入建置成本，並發展創新應用服務，真正提升 5G 的應用。

(二) 座談會未來規劃建議

1. 由於本次座談會舉行時，調查尚未完成，故專家無法準確針對完整調查內容提出具體建議。未來座談會舉行之時間點，應迨有完整調查數據後，再邀請專家學者針對數據提供意見。
2. 座談會若時間充裕，建議可分為兩輪發言，第一輪針對調查結果進行討論，第二輪針對政策建議進行討論。
3. 由於本次座談會專家學者人數約 8 位，而會議時間有限，每位專家學者的發言時間略顯不足，或無法聚焦於主題，建議未來座談會邀請的專家學者人數約在 4-6 位，使每位專家有更充裕的時間，針對主題提出更具體的意見。
4. 根據本案規劃契約，舉行之 4 場座談會專家學者不得重複邀請，但各座談會部分議題有高度共通性，造成專家學者僅能針對特定議題發言。為能對通訊傳播市場之現況與發展趨勢，提出更全面、完整之未來政策建議，故未來舉行座談會時，建議得依據專業領域邀請各專家學者，參加不同場次之座談會議。

伍、綜合結論

觀察本次調查結果，我國僅使用行動電話比例達 17.7%，家中無安裝市內電話者未來不可能或不會安裝市內電話比例高達 82.7%，原因又以行動電話取代市內電話即可的 63.7%（複選）最高，市內電話不再是民眾必備的聯繫工具。我國行動寬頻 4G 服務於 103 年 5 月推出以來，民眾樂於享受高速穩定的上網體驗，104 年底用戶數即突破 1,157 萬，並於 105 年底成長至 1,807 萬戶。呼應本次調查結果，智慧型手機使用民眾（93.5%）在家外使用的上網服務以行動寬頻為主，4G 服務（86.5%）與 3G 服務（7%）分別排名前兩名，店家或政府提供的免費 Wifi 服務則僅占 2.7%；且吃到飽比例達 63.6%。而民眾最常使用的智慧型手機連網地點則以家中（46.5%）最高，其次為工作地點（27.2%）。

行動寬頻已然是現代生活所不可或缺，即使家戶上網普及率達 89.9%，但民眾於家中最常使用的上網方式仍以行動寬頻服務的 54.8%，高於固網寬頻的 43.8%。智慧型手機上網活動則以瀏覽網頁/查詢最高（68%），其次為使用社群網路（65.9%）與撥打語音網路電話（44.6%）（複選）；而在有使用網路語音民眾（88.2%）以 line 為主（97.1%），其次為 Facebook Messenger（54.7%），其他類型網路語音電話服務則皆低於 20%（複選）。

我國電信市場競爭激烈，分析最常使用行動電話門號的原因，以親友都使用現在這家業者（33.5%）最高，其次為習慣使用這家業者服務（25.7%）與通訊品質較佳（24%）；更換最常使用門號的主要原因為原業者費用較貴（21.6%），其次為攜碼更優惠（19.9%）。

我國通訊產業發展與成熟，亦反映在民眾對電信服務之滿意度（1 分表示非常不滿意，10 分表示非常滿意）。本次調查以市內電話通話品質滿意度（7.47 分）最高，其次為行動電話語音品質滿意度（7.22 分）、行動電話上網品質滿意度（6.93 分）與固網上網品質滿意度（6.87 分）。

附件一 通訊市場調查問卷

【開場白】

您好，我是台灣經濟研究院的訪問員，我們是接受國家通訊傳播委員會(NCC)的委託，正在進行有關全國通訊傳播產業跟匯流發展趨勢的訪問工作，想請教您一些問題，填完問卷後我們會致贈禮券以答謝您的幫忙。

您的寶貴意見對我國通訊傳播產業發展具有非常重要的意義，所有訪問資料都只作為整體分析之用，絕不會將您個人資料洩漏給他人，請您放心作答，謝謝！

查證電話：國家通訊傳播委員會(02)3343-8152 高小姐
台灣經濟研究院(02)2586-5000分機388 陳先生

(系統設定紀錄項目)

訪問地點	訪問日期	訪問開始時間	訪問結束時間	訪員編號
_____縣市_____鄉鎮市區 _____村里	106 年____月____日	____時____分	____時____分	

(請紀錄受訪者的稱呼方式：_____)

(訪問開始前，訪員務必唸出本句)我們想先請教您一些問題

S1. 請問您的居住地？_____ (過濾題，由訪員確認)

S2. 請問您的戶籍地？_____ (過濾題，由訪員確認)

1. 請問您的出生年次是？ (過濾題，由訪員確認)

民國_____年 (98)拒答

2. 請問您的性別是？ [請訪員自行記錄]

(01)男 (02)女

3. 請問您與家中成員於家中的電話使用情形？(單選)

(01)僅有市內電話 【續問 Q4】

(02)僅有行動電話 【跳問 Q12】

(03)有市內電話，也有行動電話 【續問 Q4】

(90)都沒有 【跳問 Q11】

(96)不知道 【跳問 Q11】

(98)拒答 【跳問 Q11】

【市內電話使用情形】

【限 Q3 有回答(01)、(03)者回答】

4. 請問您家中市內電話線的使用功能?(單選)

(01)打電話 (02)上網 (03)二者兼具 (96)不知道 (98)拒答

【Q4 回答 03 者詢問 Q5，】

5. 您覺得家中市內電話線的使用功能哪一個較重要?(單選)

(01)打電話 (02)上網 (96)不知道 (98)拒答

6. 請問您家中每月市內電話帳單總共約多少錢?

(94)約新台幣_____ (請直接填寫金額)元

(96)不知道

(98)拒答

7. 除電話費外還有哪些費用?(複選)

(01) 市內電話基本型月租費

(02) 市內電話上網型月租費

(03) 建築物屋內配線月維費

(04) 建築物屋內配線維護費

(05) 市內電話特別業務(例如話中插接)月租費

(06) 市內電話電話機月租費

(07) 市內電話來電答鈴月租費

(08) 市內電話來話過濾月租費市內電話附件費(如分鈴開關)

(09) 市話受託代銷電子商務使用費

(96) 不知道

(98)拒答

8. 您家中市內電話最常使用的付費方式?(單選)

(01) 電信櫃檯繳款

(02) 超商繳款

(03) 金融機構繳款

(04) 自動扣款(銀行帳戶自動轉帳)

(05) 自動扣款(信用卡自動轉帳)

(06) 線上繳款

(07) ATM 繳款

(94)其他_____ (訪員記錄)

(96)不知道 (98)拒答

【Q4 回答 01,03 者詢問 Q9】

9. 您對家中市內電話通話品質滿意度? _____(請填等距尺度 1-10, 1 非常不滿意—10 非常滿意) (96)不知道 (98)拒答

【Q4 回答 02,03 者詢問 Q10】

10. 您對家中市內網路整體滿意度? _____(請填等距尺度 1-10, 1 非常不滿意—10 非常滿意) (96)不知道 (98)拒答

【Q4 回答 01,02,03 者詢問 Q11,】

11. 您對家中市內電話業者整體滿意度? _____(請填等距尺度 1-10, 1 非常不滿意—10 非常滿意) (96)不知道 (98)拒答

【限 Q3 回答(02)、(90)者】

12. 請問在未來 12 個月內您家中安裝市內電話的可能性?(單選)

(01)一定會 (02)非常有可能 (03)有可能 (04)不太可能 (05)非常不可能
(06)一定不會 (96)不知道 (98)拒答

【Q12 回答(04)-(06)者, 續問 Q13】

13. 請問在未來 12 個月內, 您為什麼不打算在家中安裝市內電話?(複選)

(01)以行動電話取代即可
(02)並不需要市內電話
(03)市內電話月租費太高
(04)市內電話費率太高
(05)整體而言, 費用太高
(06)超過生活開支, 無法負擔
(07)避免不明來電(unsolicited call)
(08)不方便/幾乎不會在家裡使用
(09)沒有撥打電話的需求
(10)安裝費太昂貴(connection charge)
(11)不想被連絡上
(12)居住地點是租的, 不想另外申辦市內電話
(13)與人分租, 非我能決定的是否安裝
(14)市內電話線被斷線了
(90)沒有原因
(94)其他_____
(96)不知道
(98)拒答

【限 Q3 回答(01)、(03)者】

14. 請問在未來 12 個月內您家中取消市內電話服務的可能性？(單選)

- (01)一定會 (02)非常有可能 (03)有可能 (04)不太可能 (05)非常不可能
(06)一定不會(96)不知道 (98)拒答

【Q14 回答(01)-(03)者，續問 Q15】

15. 請問在未來 12 個月內，您為什麼打算取消家中的市內電話服務？(複選)

- (01)以行動電話取代即可
(02)並不需要市內電話
(03)市內電話月租費太高
(04)市內電話費率太高
(05)整體而言，費用太高
(06)超過生活開支，無法負擔
(07)避免不明來電(unsolicited call)
(08)不方便/幾乎不會在家裡使用
(09)沒有撥打電話的需求
(10)安裝費太昂貴(connection charge)
(11)不想被連絡上
(12)居住地點是租的，不想另外申辦市內電話
(13)與人分租，非我能決定的是否安裝
(14)市內電話線被斷線了
(90)沒有原因
(94)其他_____
- (96)不知道
(98)拒答

【行動電話使用情形】

【限 Q3 有回答(02)、(03)者回答】

16. 您與家中成員現在共有多少支使用中的手機？

- (94)_____支(請直接填寫數量) (96)不知道 (98)拒答

17. 您主要使用的手機是智慧型手機嗎？(單選)

- (01)是【續問 Q18】
(02)否【跳問 Q22】
(96)不知道【跳問 Q22】
(98)拒答【跳問 Q22】

18. 請問您在家以外是使用以下哪些行動上網服務?(複選)

- (01)3G
- (02)4G
- (03)PWLAN(電信業者提供之公共場合 Wifi 服務)
- (04)iTaiwan 等政府提供之 Wifi 服務
- (05)點選廣告即可使用之免費 wifi 服務
- (06)店家提供之免費 Wifi 服務
- (07)親友分享之行動網路
- (90)未使用網路
- (94)其他_____
- (96)不知道 (98)拒答

19. 請問您在家以外最常使用下列何種行動上網服務?(單選)

- (01)3G
- (02)4G
- (03)PWLAN(電信業者提供之公共場合 Wifi 服務)
- (04)iTaiwan 等政府提供之 Wifi 服務
- (05)點選廣告即可使用之免費 wifi 服務
- (06)店家提供之免費 Wifi 服務
- (07)親友分享之行動網路
- (94)其他_____
- (96)不知道
- (98)拒答

20. 您最常使用手機的連網地點?(單選)

- (01)工作地點
- (02)乘坐交通工具或行走時
- (03)在別人家裡
- (04)學校
- (05)圖書館
- (06)網咖
- (07)室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)
- (08)便利商店
- (09)政府機關等公共場所
- (10)家中
- (94)其他_____
- (96)不知道 (98)拒答

【Q20 選(10)者，方問 Q21】

21. 在家中以外，您最常使用手機的連網地點?(單選)

- (01)工作地點
- (02)乘坐交通工具或行走時
- (03)在別人家裡
- (04)學校
- (05)圖書館
- (06)網咖
- (07)室內的公共場所(餐廳,電影院,購物中心等)
- (08)便利商店
- (09)政府機關等公共場所
- (94)其他_____
- (96)不知道
- (98)拒答

22. 請問您有多少個使用的手機門號(包括工作用或是其他目的之手機)?

- (94)_____個(請直接填寫數量) (96)不知道 (98)拒答

【Q22 回答 2 個以上門號者，方問 Q23】

23. 請問您有 2 個以上的使用門號，原因是甚麼?(複選)

- (01)親友有不同家業者門號，撥打費用較便宜
- (02)自己本身門號與公司提供門號
- (03)語音與上網服務分別選擇較便宜的業者
- (04)申辦時業者贈送門號
- (05)參加促銷優惠活動
- (94)其他_____
- (96)不知道
- (98)拒答

【Q3 回答(02)-(03)者，續問 Q24-Q26】

24. 請問您最常用是哪一家電信業者的手機門號？ (單選)

(01)中華電信

(02)台灣大哥大

(03)遠傳電信

(04)亞太電信

(05)台灣之星

(94)其他_____

(96)不知道

(98)拒答

25. 請問您使用這家業者門號的原因是甚麼？(複選)

(01)通訊品質較佳 (02)費用較便宜 (03)服務較佳 (04)資費方案吸引人

(05)親友都使用現在這家業者 (06)家人決定的 (7)習慣使用這家業者服務

(94)其他_____ (96)不知道 (98)拒答

26. 請問您是否有換過最常使用的行動電話業者？若有，前一家業者為？ (單選)

(01)中華電信(02)台灣大哥大(03)遠傳電信(04)亞太電信(05)台灣之星

(90)沒有更換過行動電話業者 (94)其他_____ (96)不知道 (98)拒答

【Q26 回答(01)-(05), (94)者，續問 Q27】

27. 請問您更換最常使用的行動電話門號業者的原因是甚麼？(複選)

(01)原業者通訊品質不佳 (02)原業者費用較貴 (03)原業者服務太差 (04)現在這家業者的資費方案較吸引人 (05)攜碼更優惠 (06)親友都使用現在這家業者 (07)家人決定的(94)其他_____ (96)不知道 (98)拒答

28. 請問您更換最常使用的行動電話門號業者的最主要原因是甚麼？(單選)

(01)原業者通訊品質不佳 (02)原業者費用較貴 (03)原業者服務太差 (04)現在這家業者的資費方案較吸引人 (05)攜碼更優惠 (06)親友都使用現在這家業者 (07)家人決定的(94)其他_____ (96)不知道 (98)拒答

29. 您家中使用行動電話服務的主要業者(單選)(家中多數人使用的業者)

(01)中華電信

(02)台灣大哥大

(03)遠傳電信

(04)亞太電信

(05)台灣之星

(90)沒有特別主要的業者

(94)其他_____

(96)不知道

(98)拒答

【手機申辦及資費情形】

【Q3 回答(02),(03)者，續問 Q32】

30. 請問您最常使用的手機資費方(案)式為何?(單選)

(01)預付型 (02)月租型 (03)兩者同時使用 (96)不知道 (98)拒答

【Q30 回答(01),(03)者，續問 Q31】

31. 您的預付型使用方案為?(單選)

(01)純語音(撥打電話) (02)純上網 (03)語音及上網 (同業者)

(04)語音及上網 (不同業者) (96)不知道 (98)拒答

【Q30 回答(02),(03)者，續問 Q32】

32. 您的月租型使用方案為?(單選)

(01)純語音(撥打電話) (02)純上網 (03)語音及上網不同方案(可為不同業者)

(04)語音上網組合方案 (96)不知道 (98)拒答

【Q30 回答(02),(03)者，續問 Q33】

33. 請問您每月行動電話帳單約多少錢?

(94)約新台幣_____元(直接填答費用)

(96)不知道

(98)拒答

【Q30 回答(02),(03)者，續問 Q34】

34. 您家的行動電話帳單最常使用的付費方式? (單選)

- (01) 電信櫃檯繳款
- (02) 超商繳款
- (03) 金融機構繳款
- (04) 自動扣款(銀行帳戶自動轉帳)
- (05) 自動扣款(信用卡自動轉帳)
- (06) 線上繳款
- (07) ATM 繳款
- (08) 其他_____ (訪員記錄)
- (96)不知道
- (98)拒答

【Q30 回答(01)-(03)者，續問 Q35】

35. 請問您目前的門號是採行下列何種方案? (單選)

- (01)購機綁約的方案(02)門號綁約的方案(03)無綁約僅申請 sim 卡門號(96)不知道
- (98)拒答

【Q35 回答(01)者，續答 Q36】

36. 您現在仍在購機綁約期間內嗎? (單選)

- (1)是(2)否 (96)不知道 (98)拒答

【Q35 回答(01)者，續答 Q37】

37. 您的合約期間多長? _____(請訪員紀錄)

- (96)不知道 (98)拒答

【Q35 回答(01)者，續答 Q38】

38. 您的合約還有多久到期?

_____(請訪員紀錄) (跳答 Q41) (96)不知道 (98)拒答

【Q35 回答(02)者，續答 Q39】

39. 您現在仍在門號綁約期間內嗎? (單選)

- (1)是(2)否(96)不知道 (98)拒答

【Q35 回答(02)者，續答 Q40】

40. 您的行動電話門號合約期間多長?

_____(請訪員紀錄) (96)不知道 (98)拒答

【Q35 回答(02)者，續答 Q41】

41. 您的行動電話門號合約還有多久到期?

_____ (請訪員紀錄) (續答 Q41) (96)不知道 (98)拒答

【所有受訪者】

42. 請問在(未來)申辦新門號或續約時，您會採取下列何種方案? (單選)

(01)購機綁約的方案 (02) 門號綁約的方案 (3)僅購買 sim 卡門號(96)不知道 (98)拒答

【Q30 回答(01)-(03)者，續問 Q73】

43. 請問您是否有語音熱線或網內互打免費的服務? (單選)

(01)有語音熱線 (02)有網內互打免費 (03)兩者都有 (90)都沒有 (96)不知道 (98)拒答

【Q43 回答(01)、(03)者，續答 Q44】

44. 語音熱線

(94)共_____支號碼 (96)不知道 (98)拒答

【Q43 回答(02)、(03)者，續答 Q45】

45. 網內互打免費

(94)共_____分鐘(請直接填寫分鐘數，可填選無上限)

(95)每通前_____分鐘免費 (96)不知道 (98)拒答

【手機使用情形】

【Q31、Q32 回答(02)-(04)者，續問 Q46】

46. 請問您的行動上網是下列何種流量方案?(單選)

- (01)<500MB
- (02)500MB 到 1G 間(不包含 1G)
- (03)1G 到 5G 間(不包含 5G)
- (04)5G 到 10G 間(不包含 10G)
- (05)10G 到 20G 間(不包含 20G)
- (06)20G 到 30G 間(不包含 30G)
- (07)30G(含以上，非吃到飽)
- (08)限量，但不清楚流量是多少
- (09)吃到飽(不限速)
- (10)吃到飽(限速)
- (11)吃到飽，但不清楚是否限速
- (94)其他_____
- (96)不知道
- (98)拒答

【Q31、Q32 回答(01),(03),(04)者，續問 Q47】

47. 您對目前最常用的行動電話語音品質滿意度?

_____ (請填等距尺度 1-10，1 非常不滿意—10 非常滿意)

- (96)不知道
- (98)拒答

【Q31、Q32 回答(02)-(04)者，續問 Q48】

48. 您對目前最常用的行動電話上網品質滿意度?

_____ (請填等距尺度 1-10，1 非常不滿意—10 非常滿意)

- (96)不知道 (98)拒答

【所有受訪者】

49. 您知道如何測行動網路速度嗎?(單選)

- (01)知道 (02)不知道 (98)拒答

【Q31、Q32 回答(02)-(04)者，Q49 回答(01)者，續問 Q50】

50. 您使用的行動網路實際速率是多少?

- (94)_____ Mbps(訪員紀錄) (96)不知道 (98)拒答

【Q50 回答(94)者，續問 Q50】

51. 您使用的行動網路實際速率比您預期的快嗎?(單選)

(01)比預期快 (02)比預期慢 (03)差不多 (96)不知道 (98)拒答

【限 Q3 有回答(02)、(03)者回答】

52. 請問您目前使用的手機是從下列哪個地方購買?(單選)

(01)實體店面(非電信業者門市) (02)線上零售商 (03)您常使用的電信業者門市
(04)前一個使用的電信業者門市 (05)直接跟手機廠商購買(如 HTC, Apple,三星,
華碩門市) (06)受贈禮物 (94)其他_____ (96)不知道 (98)拒答

【限 Q3 有回答(02)、(03)者回答】

53. 除了撥打和接聽電話外，您還會用手機進行下列哪些非透過網際網路的活動
(複選)

(01)傳送或接收簡訊 (02)拍照(03)傳送或接收包含相片或影像簡訊(藍芽傳輸等)
(04)錄影 (05)觀賞已下載的短片(如 YouTube, 臉書等) (06)玩不連網遊戲
(07)傳送或接收影片(藍芽傳輸等) (08)聆聽儲存於手機內的音樂
(09)利用手機進行行動支付(藍芽,NFC 等) (10)鬧鈴 (11)計算機 (12)手電筒
(90)未使用手機進行任何非連網活動 (94)其他_____ (96)不知道 (98)拒答

【Q53 回答(01)-(12),(94)者回答】

54. 承上題，您在 7 天內有用手機進行下列哪些非透過網際網路的活動 (複選)

(01)傳送或接收簡訊 (02)拍照 (03)傳送或接收包含相片或影像簡訊(藍芽傳輸等)
(04)錄影 (05)觀賞已下載的短片(如 YouTube, 臉書等) (06)玩不連網遊戲
(07)傳送或接收影片(藍芽傳輸等) (08)聆聽儲存於手機內的音樂
(09)利用手機進行行動支付(藍芽,NFC 等) (10)鬧鈴 (11)計算機 (12)手電筒
(90)上周末使用手機進行任何非連網活動 (94)其他_____ (96)不知道 (98)拒答

【Q17 回答(01)者回答】

55. 除了撥打和接聽電話外，您還會使用手機做下列哪些連網活動 (複選)

A、查詢

(01) 瀏覽網頁/查詢
(02) 線上查詢商品或服務資訊
(03) 取得新聞資訊
(04) 尋找或下載與工作/學業相關的資訊
(05) 搜尋與健康相關的資訊
(06) 查詢政府相關資訊
(07) 查詢維基百科或其他網站資訊

B、社交/溝通

- (08) 傳送或接收電子郵件
- (09) 使用社群網路(臉書,Line, Twitter, LinkedIn, Snapchat 等瀏覽/閱讀/留言/按讚/發文)
- (10) 經營個人網頁部落格
- (11) 使用或瀏覽網路相簿
- (12) 使用或瀏覽論壇,留言版
- (13) 在別人的部落格上留言
- (14) 在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見
- (15) 透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype 聊天室等)
- (16) 撥打視訊電話(FaceTime, Line, Facebook Messenger, Skype 等)
- (17) 撥打語音網路電話(FaceTime, Line, Facebook Messenger, Skype 等)
- (18) 進行視訊會議

C、工具

- (19) 銀行金融服務
- (20) 透過網路進行醫療服務預約
- (21) 使用電子政府網站服務(如報稅等)
- (22) 使用正式線上課程
- (23) 參加專業社群團體
- (24) 於雲端服務接取檔案(Dropbox, Google Drive, Microsoft Onedrive, Apple iCloud 等)
- (25) 使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯

D、生活

- (26) 線上購物(購買商品,服務或票券)
- (27) 購買數位內容
- (28) 線上銷售商品或服務
- (29) 線上拍賣(eBay,Yahoo 商城等)
- (30) 使用旅遊或旅遊相關住宿服務
- (31) 看影音短片(YouTube,臉書等)
- (32) 照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)
- (33) 觀賞電視節目或線上電影
- (34) 線上音樂串流
- (35) 閱讀線上報紙、雜誌或電子書
- (36) 上傳與下載檔案 (P2P, FTP 等)
- (37) 玩線上遊戲
- (38) 聽廣播

- (39) 免費線上音樂串流(Spotify 等)
- (40) 付費線上音樂串流(Spotify Premium, iTunes, KKBOX 等)
- (41) 使用手機連網操作可連網的家用電視
- (42) 使用手機連網操作可連網的家用電器

E、其他

- (43) 未使用手機進行任何連網活動
- (94) 其他_____
- (96)不知道
- (98)拒答

56. 您在 7 天內有用手機進行哪些連網活動(複選)

A、查詢

- (01) 瀏覽網頁/查詢
- (02) 線上查詢商品或服務資訊
- (03) 取得新聞資訊
- (04) 尋找或下載與工作/學業相關的資訊
- (05) 搜尋與健康相關的資訊
- (06) 查詢政府相關資訊
- (07) 查詢維基百科或其他網站資訊

B、社交/溝通

- (08) 傳送或接收電子郵件
- (09) 使用社群網路(臉書,Line, Twitter, LinkedIn, Snapchat 等瀏覽/閱讀/留言/按讚/發文)
- (10) 經營個人網頁部落格
- (11) 使用或瀏覽網路相簿
- (12) 使用或瀏覽論壇,留言版
- (13) 在別人的部落格上留言
- (14) 在網站上發表與公共事務或政治相關議題意見
- (15) 透過即時通訊進行溝通(臉書聊天室,Skype 聊天室等)
- (16) 撥打視訊電話(FaceTime, Line, Facebook Messenger, Skype 等)
- (17) 撥打語音網路電話(FaceTime, Line, Facebook Messenger, Skype 等)
- (18) 進行視訊會議

C、工具

- (19) 銀行金融服務
- (20) 透過網路進行醫療服務預約
- (21) 使用電子政府網站服務(如報稅等)
- (22) 使用正式線上課程
- (23) 參加專業社群團體
- (24) 於雲端服務接取檔案(Dropbox, Google Drive, Microsoft Onedrive, Apple iCloud 等)
- (25) 使用雲端軟體進行文字、表格、簡報等編輯

D、生活

- (26) 線上購物(購買商品,服務或票券)
- (27) 購買數位內容
- (28) 線上銷售商品或服務
- (29) 線上拍賣(eBay,Yahoo 商城等)
- (30) 使用旅遊或旅遊相關住宿服務
- (31) 看影音短片(YouTube,臉書等)
- (32) 照片或影片上傳或分享(YouTube,臉書等)
- (33) 觀賞電視節目或線上電影
- (34) 線上音樂串流
- (35) 閱讀線上報紙、雜誌或電子書
- (36) 上傳與下載檔案 (P2P, FTP 等)
- (37) 玩線上遊戲
- (38) 聽廣播
- (39) 免費線上音樂串流(Spotify 等)
- (40) 付費線上音樂串流(Spotify Premium, iTunes, KKBOX 等)
- (41) 使用手機連網操作可連網的家用電視
- (42) 使用手機連網操作可連網的家用電器

E、其他

- (43) 未使用手機進行任何連網活動
- (94) 其他_____
- (96)不知道
- (98)拒答

【家中上網使用情形】

[所有受訪者]

57. 請問您在家中可否上網?(單選)

(01)可以上網 (02)不能上網 (96)不知道 (98)拒答

[Q57 回答(01)者，續答 Q58]

58. 請問您家中有沒有固定網路(ADSL、光纖、有線寬頻網路 Cable Modem) (單選)

(01)有 (跳答 Q61) (02)沒有 (96)不知道 (98)拒答

[Q57 回答(02)者，續答 Q59]

59. 在接下來 12 個月您有可能在家中上網嗎(不能在家上網者)(單選)

(01)一定會

(02)非常有可能

(03)有可能

(04)不太可能

(05)非常不可能

(06)一定不會

(96)不知道

(98)拒答

[Q59 回答(04)-(06)者，續答 Q60]

60. 未來 12 個月您不會在家中上網的原因(複選)

(01)不需要

(02)不想要電腦

(03)年紀太大，以致不使用網路

(04)不知道怎麼用電腦

(05)安裝費用太高

(06)親友會幫我從網路找所需資訊

(07)擔心安全/詐騙

(08)上網費用太高

(09)電腦太貴

(10)擔心/顧慮個資問題

(11)在其他地方使用網路已足夠

(12)在工作時使用網路已足夠

(13)健康問題(如視力等)

(14)電腦過於老舊

(94)其他_____

(96)不知道 (98)拒答

[Q58 回答(01)者，續答 Q61]

61. 請問您家中是使用下列哪一種固網服務?(單選)

(01)ADSL

(02)FTTX(光纖)

(03)Cable Modem(有線寬頻網路)

(94)其他_____

(96)不知道 (98)拒答

[Q57 回答(01)者，續答 Q58]

62. 您在家可以使用下列何者上網方式(複選)

(01)使用行動寬頻上網(3G、4G)

(02)他人免費熱點分享

(03)透過電信業者的 ADSL，以 wifi 分享器發送訊號上網

(04)透過電信業者的光纖網路，以 wifi 分享器發送訊號上網

(05)透過有線電視業者網路，以 wifi 分享器發送訊號上網

(94)其他_____

(96)不知道

(98)拒答

63. 您在家最常使用下列何者上網方式(單選)

(01)使用行動寬頻上網(3G、4G)

(02)他人免費熱點分享

(03)透過電信業者的 ADSL，以 wifi 分享器發送訊號上網

(04)透過電信業者的光纖網路，以 wifi 分享器發送訊號上網

(05)透過有線電視業者網路，以 wifi 分享器發送訊號上網

(94)其他_____

(96)不知道

(98)拒答

【所有受訪者】

64. 請問您多常使用網路(包括家中及其他任何地點)? (如開啟網頁、網路應用程式、手機應用程式/App 等)(單選)

- (01)每天超過 50 次
- (02)每天超過 10 次
- (03)每天至少一次
- (04)每週至少一次
- (05)每 2 週至少一次
- (06)每月至少一次
- (07)一個月用不到一次
- (90)沒有使用網路
- (96)不知道
- (98)拒答

【Q18 回答(01)-(07),(94)者或 Q62 回答(01),(02),(94)者，續答 Q65】

65. 您使用行動上網服務的方式?(複選)

- (01)使用手機上網
- (02)平板的內建 sim 卡，可以連結行動網路
- (03)外接式 USB 網卡，可以接在電腦或平板上，以連結行動網路
- (04)獨立的行動寬頻分享器
- (94)其他_____
- (96)不知道
- (98)拒答

[Q57 回答(01)者，續答 Q66]

66. 您家中連您在內的所有成員，會在家中上網的人有_____人?

- (96)不知道 (98)拒答

[Q57 回答(01)者，續答 Q67]

67. 您家中 16 歲(含)以下會在家中上網的人有_____人?

- (96)不知道 (98)拒答

【Q58 回答(01)者，續答 Q68】

68. 您家中主要使用的固網服務為哪個業者提供(單選)(家中可上網者)

- (01)中華電信 (02)台灣大寬頻 (03)遠傳大寬頻 (04)亞太電信
- (05)凱擘大寬頻 (06)中嘉寬頻 (07)台灣碩網 (08)台灣寬頻通訊
- (09)台灣數位光訊 (10)北都數位 (11)全國數位 (12)大豐媒體
- (94)其他_____
- (96)不知道
- (98)拒答

69. 您家中是否有換過固網服務類型?若是，前一種類型為?(單選)

(01)撥接

(02)ADSL

(03)FTTX(光纖)

(04)Cable Modem(有線寬頻網路)

(90)未曾更換過固網服務類型

(94)其他_____

(96)不知道

(98)拒答

70. 承上題，若您家中有換過固網服務類型，更換的原因為何?(單選)

(01)原服務常斷線 (02)原服務速度太慢 (03)原服務費用較貴

(04)業者建議或促銷 (05)家長或家中決策者決定的 (06)本身租房子，不是我決定的 (94)其他_____ (96)不知道 (98)拒答

71. 您家中是否有換過固網服務業者?若是，前一家業者為? (單選)

(01)中華電信 (02)台灣大寬頻 (03)遠傳大寬頻 (04)亞太電信

(05)凱擘大寬頻 (06)中嘉寬頻 (07)台灣碩網 (08)台灣寬頻通訊

(09)台灣數位光訊 (10)北都數位 (11)全國數位 (12)大豐媒體

(90)未曾更換過固網服務業者

(94)其他_____ (訪員協助歸類)

(96)不知道 (98)拒答

72. 承上題，若您家中有換過固網服務業者，更換的原因為何?(複選)

(01)原業者通訊品質不佳 (02)原業者費用較貴 (03)原業者服務太差 (04)家長或家中決策者決定的 (05)本身租房子，不是我決定的

(94)其他_____ (96)不知道 (98)拒答

73. 請問您家中申裝的固網速率是多少?(單選)

(01) 20Mbps 以下 (02)20-60Mbps (03)60-100Mbps (04)100Mbps 以上

(96)不知道 (98)拒答

【所有受訪者】

74. 您知道如何測固網網路速度嗎? (單選)

(01)知道 (02)不知道 (98)拒答

[Q58 回答(01)者，續答 Q75；Q74 回答 01 者]

75. 您家中使用的固網實際速率是多少?

(94)_____Mbps(訪員紀錄) (96)不知道 (98)拒答

[Q75 回答(94)者，續答 Q76]

76. 您家中使用的固網速率比您預期的快嗎?(單選)

(01)比預期快 (02)比預期慢 (03)差不多 (96)不知道 (98)拒答

[Q58 回答(01)者，續答 Q77]

77. 您家中每月固網寬頻電信費用約多少錢?

(94)新台幣_____元(請直接填寫金額)

(96)不知道

(98)拒答

[Q58 回答(01)者，續答 Q77]

78. 您對家中固網使用品質滿意度?

_____(請填等距尺度 1-10，1 非常不滿意—10 非常滿意) (96)不知道 (98)拒答

[所有受訪者]

79. 您是否知道網路可進行語音通話(如 Skype、Line、臉書、Facebook Messenger、WeChat、Facetime、Juiker 等服務)?(單選)

(01)知道 (02)不知道 (98)拒答

[Q79 回答(01)者，續答 Q80]

80. 您或您家中成員是否有使用網路進行語音通話?(單選)

(01)有(02)從未使用 (96)不知道 (98)拒答

[Q80 回答(01)者，續答 Q81]

81. 您或您家人有使用哪些網路電話服務?(複選)

(01)Skype (02)Line (03)臉書 (04)Facebook Messenger (05)WeChat (06)Facetime
(07)Juiker (94)其他_____(訪員紀錄) (96)不知道 (98)拒答

[Q80 回答(01)者，續答 Q82]

82. 您或您家人多久使用一次這項服務?(有使用網路語音通話者)(單選)

(01)每天超過 50 次

(02)每天超過 10 次

(03)每天至少一次

(04)每週至少一次

(05)每 2 週至少一次

(06)每月至少一次

(07)一個月用不到一次

(96)不知道

(98)拒答

【基本資料】

S3. 請問您現在的婚姻狀況？

- (01)未婚 (02)已婚 (03)同居 (04)已離婚/分居 (05)配偶去世 (06)其他
(96)不知道 (98)拒答

S4. 請問您和家中同住家人的月收入(稅前)？_____

- (01) 無收入
(02) 未滿 1 萬元
(03) 1 萬-未滿 2 萬元
(04) 2 萬-未滿 3 萬元
(05) 3 萬-未滿 4 萬元
(06) 4 萬-未滿 5 萬元
(07) 5 萬-未滿 6 萬元
(08) 6 萬-未滿 7 萬元
(09) 7 萬-未滿 8 萬元
(10) 8 萬-未滿 9 萬元
(11) 9 萬-未滿 10 萬元
(12) 10 萬-未滿 11 萬元
(13) 11 萬-未滿 12 萬元
(14) 12 萬-未滿 13 萬元
(15) 13 萬-未滿 14 萬元
(16) 14 萬-未滿 15 萬元
(17) 15 萬-未滿 16 萬元
(18) 16 萬-未滿 17 萬元
(19) 17 萬-未滿 18 萬元
(20) 18 萬-未滿 19 萬元
(21) 19 萬-未滿 20 萬元
(22) 20 萬-未滿 30 萬元
(23) 30 萬元以上
(96) 不知道
(98) 拒答

S5. 請問您的居住狀況？

- (01)自有房屋 (02)租屋 (96)不知道 (98)拒答

S6. 請問您的聯絡電話？

(委託單位 NCC 確認受訪用)_____

S7. 請問您的教育程度是？

- (01)不識字 (02)自修 (03)小學
(04)國中或初中 (05)高中職（含五專前三年） (06)專科
(07)大學 (08)碩士以上 (96)不知道
(98)拒答

S8. 請問您的職業是？

- (01)農、林、漁、牧業 (02)礦業及土石採取業
(03)製造業 (04)電力及燃氣供應業
(05)用水供應及污染整治業 (06)營建工程業
(07)批發及零售業 (08)運輸及倉儲業
(09)住宿及餐飲業 (10)出版、影音製作、傳播及資通訊服務
(11)金融及保險業 (12)不動產業
(13)專業、科學及技術服務業 (14)支援服務業
(15)教育業 (16)公共行政及國防；強制性社會安全
(17)醫療保健及社會工作服務業 (18)藝術、娛樂及休閒服務業
(19)其他服務業 (20)家管【跳答 Q88】
(21)學生【跳答 Q88】 (22)退休【跳答 Q88】
(23)在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者【跳答 Q88】
(94)其他_____ (96)不知道
(98)拒答

S9. 擔任什麼樣的職務？

- (01)軍人 (02)民意代表、主管及經理人員
(03)專業人員 (04)技術員及助理專業人員
(05)事務支援人員 (06)服務及銷售工作人員
(07)技藝有關工作人員 (08)農、林、漁、牧業生產人員
(09)機械設備操作及組裝人員 (10)基層技術工及勞力工
(94)其他_____ (96)不知道
(98)拒答

S10. 請問您個人平均每個月所有的(稅前)收入差不多有多少？(包括薪資、年終獎金、年節分紅、加班費、執行業務收入、自營收入、投資利息、房租、退休金、或父母/小孩給予的生活費等收入)

- (01) 無收入
- (02) 未滿 1 萬元
- (03) 1 萬-未滿 2 萬元
- (04) 2 萬-未滿 3 萬元
- (05) 3 萬-未滿 4 萬元
- (06) 4 萬-未滿 5 萬元
- (07) 5 萬-未滿 6 萬元
- (08) 6 萬-未滿 7 萬元
- (09) 7 萬-未滿 8 萬元
- (10) 8 萬-未滿 9 萬元
- (11) 9 萬-未滿 10 萬元
- (12) 10 萬-未滿 11 萬元
- (13) 11 萬-未滿 12 萬元
- (14) 12 萬-未滿 13 萬元
- (15) 13 萬-未滿 14 萬元
- (16) 14 萬-未滿 15 萬元
- (17) 15 萬-未滿 16 萬元
- (18) 16 萬-未滿 17 萬元
- (19) 17 萬-未滿 18 萬元
- (20) 18 萬-未滿 19 萬元
- (21) 19 萬-未滿 20 萬元
- (22) 20 萬-未滿 30 萬元
- (23) 30 萬元以上
- (96) 不知道
- (98) 拒答

S11. 請問您和家中同住家人的成員數（包含受訪者與兒童）？

- (01)1 人 (02)2 人 (03)3 人
- (04)4 人 (05)5 人以上 (96)不知道
- (98)拒答

S12. 您和家中同住家人的 16 歲以下成員數

- (01)1 人 (02)2 人 (03)3 人
- (04)4 人 (05)5 人以上 (96)沒有

(96)不知道 (98)拒答

S13. 請問您或家中同住家人，有沒有領有身心障礙者手冊？

(01)「本人」領有身心障礙手冊 (02)「家人」領有身心障礙手冊

(03)本人與家人皆領有身心障礙手冊 (04)本人與家人皆無

(96)不知道 (98)拒答

S14. 請問您家中的設備擁有情形？(若有則在該選項前面打勾，並填上數量)

打勾	題號	設備名稱	數量	打勾	題號	設備名稱	數量
	13-1	市內電話			13-2	傳真	
	13-3	傳統手機（非智慧型手機）			13-4	智慧型手機	
	13-5	平板設備（Ipad、GalaxyTab）			13-6	非連網電視	
	13-7	連網電視			13-8	桌上型電腦	
	13-9	筆記型電腦			13-10	配戴式終端（智慧型眼鏡、手錶等）	
	13-11	可連網的電視遊樂器材（Wii、PlayStation 等）			13-12	可連網的掌上型遊樂器材（任天堂 3DS、PSP 等）	
	13-13	可連網的攜帶型音樂播放器（iPod 等）			13-14	可連網的家用電器（電視以外）	
	13-15	其他_____					

(96)不知道【結束訪問】

(98)拒答【結束訪問】

S15. 承上題，請問您使用過的設備（可複選）？

- (01)市內電話 (02)傳真 (03)傳統手機（非智慧型手機）
(04)智慧型手機 (05)平板設備（Ipad、GalaxyTab）(06)非連網電視
(07)連網電視 (08)桌上型電腦 (09)筆記型電腦
(10)配戴式終端（智慧型眼鏡、手錶等）
(11)可連網的電視遊樂器材（Wii、PlayStation 等）
(12)可連網的掌上型遊樂器材（任天堂 3DS、PSP 等）
(13)可連網的攜帶型音樂播放器（iPod 等）
(14)可連網的家用電器（電視以外）
(90)都沒有使用過
(94)其他_____
- (96)不知道【結束訪問】
(98)拒答 【結束訪問】

S16. 承上題，請問您於最近 7 天曾使用過的設備？（可複選）

- (01)市內電話 (02)傳真 (03)傳統手機（非智慧型手機）
(04)智慧型手機 (05)平板設備（Ipad、GalaxyTab）(06)非連網電視
(07)連網電視 (08)桌上型電腦 (09)筆記型電腦
(10)配戴式終端（智慧型眼鏡、手錶等）
(11)可連網的電視遊樂器材（Wii、PlayStation 等）
(12)可連網的掌上型遊樂器材（任天堂 3DS、PSP 等）
(13)可連網的攜帶型音樂播放器（iPod 等）
(14)可連網的家用電器（電視以外）
(90)最近七天都沒有使用過
(94)其他_____
- (96)不知道
(98)拒答

附件二 通訊市場問卷調查專家焦點座談會議紀錄

會議時間：106 年 9 月 28 日（四）09:30-12:00

會議地點：台灣經濟研究院 208 會議室

與會人員：（詳參附件四-一）

會議說明：

台灣經濟研究院（以下簡稱本院）執行國家通訊傳播委員會委託之「通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查」研究案，就我國「通訊市場」、「廣電市場」、「寬頻使用」及「匯流發展」等 4 大面向進行調查與分析。該調查研究目的在於藉由全面性且深入之需求面調查，獲取消費者行為偏好相關資訊，以掌握數位經濟時代下之各項消費行為、創新應用等重要發展動態。

針對「通訊市場」問卷調查初步研究結果，本院擬邀請相關領域之產學專家舉辦焦點座談會，深入探討其所得數據之意涵、產業現況與發展趨勢及未來政策建議，作為擘劃通傳市場及法規政策走向評估之參考。

會議議程：

9:15~9:30	❖ 報到
9:30~9:45	❖ 引言報告-「通訊市場」問卷調查初步成果報告
9:45~12:00	❖ 議題討論 1. 如何促進我國通訊基礎建設發展? 2. 因應 5G，如何促進電信產業發展? 3. 如何健全我國通訊市場發展環境?

會議紀錄：陳助理研究員思豪

會議內容：

(一) 開場致詞

● 台灣經濟研究院 劉所長柏立

- 首先非常感謝各位專家學者先進，撥冗參加通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查研究案的專家焦點座談會。台經院四所很榮幸承接本次通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查研究，進行我國通訊傳播產業消費面的調查分析，也藉由今天座談會邀請各位先進對我們研究方法與內容進行指教。有關相關研究方法及初步研究結果，稍後將由本所王計劃主持人怡惠進行說明，個人僅代表本所表達感謝之意，王博士簡報前有請通傳會長官先為我們致詞指導。

● 通傳會 陳慧慧科長致詞

- 劉所長、王博士及各位與會專家、學者、來賓大家好。很感謝台經院這次受通傳會委託進行通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查研究，本案共包含 4 份問卷調查與結果分析，主要針對我國消費者使用通訊傳播之行為與態度。希望藉此收集比較細緻的消費者端資訊，結合通傳會長期累積的供給面資訊，對我國通訊傳播市場有更精確的了解，也有助於通傳會政策擬定之參考。今天座談會主要針對通訊市場調查結果，本案調查即將完成，故先彙整初步結果，再請各位專家學者提供專業建議，使調查在質量上更加精進。今天也代表通傳會謝謝大家參與，祝福大家順利，謝謝。

—

（二） 通訊市場調查結果報告

● 台經院 王計劃主持人怡惠簡報（略）

（三） 議題討論

● 臺灣大學 鐘教授嘉德

臺灣過去通訊傳播產業統計以供給面為主，本次需求面調查整體方向正確，將使通傳產業面貌更加健全完整。

臺灣行動通訊使用不亞於中國大陸，只是環境可能使創新服務不易發展。國外報告顯示臺灣平均每月行動寬頻使用量為 20G，遠高於韓國的 4G 及日本的 3G。而日本、韓國同樣有吃到飽，所以我認為臺灣吃到飽或許是一種活絡市場的手段，年輕人利用行動寬頻觀賞影片，看手機已成為習慣，尤其在臺北。這樣的現象可能也是因為我們吃到飽費率較低，但也代表許多服務是透過手機傳遞到全臺的消費者。

基本上手機已不僅是通訊平臺，而是基本社會平臺。透過電商等提供服務，手機扮演社交平臺，透過社群、社交精準行銷產生商機，行動廣告也逐漸普及。同時手機做為娛樂與個人消費平臺也是商機所在，手機與行動寬頻已成為生活中不可或缺的工具。

- 如何促進我國通訊基礎建設發展？

頻率使用費太高，將造成電信業者布建基礎建設較為保守。業者根據需求布建網路，若使用者較少，可能就會造成很多地方訊號不佳的情形發生。頻率使用費對國庫有幫助，但不能幫助行動通訊市場的活絡。基礎建設很重要，但標金降低才能促進電信業者競爭，進而提高基礎服務品質。

- 因應 5G，如何促進電信產業發展？

監理與治理面要盡量放寬。5G 發展目標包含增強型行動寬頻 (Enhanced mobile broadband)、超可靠且低延遲通訊 (Ultra-reliable and low latency communications) 與大規模機器通訊 (Massive machine type communications)。但我國目前現況在 2020 年以前，主要提供 4G 更大頻寬的增強型行動寬頻，以及一半的超可靠且低延遲物聯網通訊服務，但目前物聯網技術標準尚未一致。不完整的基礎建設會產生落後的服務，尤其對整體產業發展。例如行動支付市場，對消費者而言，僅是較晚享受到服務，但對其他產業進入國際則有很大的影響。

不論是技術規範、服務規範都應該要盡量鬆綁，不要太僵化思考；這不僅是技術層面是否可達成的問題，而是我們在管理規範如何跟上快速的時代發展潮流。

— **如何健全我國通訊市場發展環境？**

現在累積的經驗，將反映在 2-3 年後的 5G 商用系統。但目前累積的經驗在未來可能只有一半有用，除了行動寬頻經驗外，我國其他部分經驗是不足的，是該積極布局的。在一些技術測試上，其他國家都已經測試 2 年以上並且進入服務測試了，但我國的各家業者好像在今年下半年才要開始進行。或許是因為管理規範限制了服務測試，政府應該思考是想要管好產業，還是發展成為具國際競爭力的產業。除了技術治理外，還有服務治理，這部分是要有人出來整合的，而我認為通傳會可作為協調整合的角色，詹主委也很有服務推動的概念，可積極進行協調整合的角色。

● **經濟部技術處新世代通訊技術推進辦公室 柯主任秀民**

我國固網服務在開放有線電視業者可跨區經營後，中華電信與有線電視系統業者競爭激烈，許多問題如內容使用等，皆逐漸浮現。因此建議未來本調查可以進一步分析或調查在政策下造成的衝擊，及對民眾滿意度影響。

— **如何促進我國通訊基礎建設發展？**

根據過去我國 WiMAX 發展的失敗經驗，若沒有誘因、通訊與產業政策沒有一致性，WiMAX 的問題就會再現。真正問題是 3G 投資還沒回收時，就要電信業者開始投資 4G；市場的 pool 是一樣的，因此現在也面臨同樣情形，在 4G 才剛投資完，就要業者開始投入 5G。基本上我國 4G 基礎建設滿意度反映是高的，但在 4G 還沒有回收的情況下，提早發放 5G 執照進行建設是不可能的。

另外我認為降低頻譜建設費影響不大，五家業者吃到飽的方式造成 ARPU 降低，但使用者有誘因願多繳一些，讓電信業者 APRU 有增加空間，我想電信業者是可以接受的。但一方面吃到飽價格競爭激烈，但目前低費率的 IoT 價格偏高，產業服務也無法成長；IoT 應用服務一開始不會太大，業者成本不能負擔，投資意願也就偏低了。

— **因應 5G，如何促進電信產業發展？**

科技快速變遷的時代下，環境是非常複雜的，5G 是有機會帶來改變的，但要看政策怎麼統合。如果要促進基礎建設，中華電信或某一家公司帶頭先做，產生競爭效果；政策則要有誘因，不然臺灣過去都是等全世界設備最完整時才開始投入。

- **大同大學 許教授超雲**

這份報告的執行不容易，議題部分我以使用者經驗說明。

- **如何促進我國通訊基礎建設發展？**

在我用 4G 吃到飽後，可能因為我的辦公室 4G 服務優先於 3G 服務，3G 搶不到訊號，3G、4G、5G comparability 的問題是很嚴肅的。像是 2G 服務終止後，使用者需要更換新手機才能使用 3G、4G 服務。另外像是 VoLTE 服務，電信業者間網內服務已開通，但網外服務卻尚未完成；韓國在政策引導下通訊業者間的 VoLTE 服務已實現了。

- **因應 5G，如何促進電信產業發展？**

要讓電信業者發展 5G，我的看法與鐘政委（鐘教授嘉德）一致，頻譜使用費調降，讓電信業者擺脫笨水管，有更多競爭的空間。

- **如何健全我國通訊市場發展環境？**

我覺得政府永遠不要忘記，環境越來越複雜，政府的手要伸進去多深多淺，重點應該要擺在使用者上。在資費問題上，我有另外的想法，臺灣既然是 ICT 很成熟的國家，我們的熱點是不是適當的布建，配合市政府學校布建，讓熱點多一點，消費者吃到飽的需求或許就會降低一些。

- **台灣電信產業發展協會 劉副秘書長莉秋**

過去相關調查研究案主要是以電訪為主，本次調查以電腦輔助面訪進行，因此我對研究方法產生極高的興趣，怎麼抽樣、面訪等。且對於比較會主動接受訪問的新世代與比較被動的舊世代，兩個世代產生的數據與意涵的差異是我很想了解的。

一直很感謝台經院研究四所對產業發展不遺餘力，本次討論議題為如何促進產業的發展，我覺得是非常好的。過去參加的許多座談會，議題總是如何促進產業競爭或消費者權益，很少有人是以討論產業發展為出發點。健全產業發展，才能使產業創新應用蓬勃發展，健康的環境才能使投入的參與者更願意放手一搏，而最後也使服務更加多元與消費者利益更加完善。臺灣有很多討論是逆向的，我們應如何保護消費者跟如何讓消費者獲得完善保護？

產業競爭讓消費者權益得到保護容易產生誤差。是要管制業者來保護消費者？還是輔導業者來保護消費者？這次題目設計，是一種轉向過程，讓我們思考產業多元蓬勃發展。

- **如何促進電信產業發展？**

分享我昨天的經驗，昨天我與業者到 NCC 進行陳情，包含行動支付的電

子身分識別與IoT物聯網政策鬆綁。但其實陳情的內容與6月23日完全一致，當時答應的鬆綁，卻尚未有任何進展。最後我只請求詢問臺灣到底還要不要做創新應用。商業週刊中主委訪談報導提到，只有一個觀念，對於任何創新應用，容錯比管制的精神重要。

- **亞太電信 李副理明峰**

- **如何促進我國通訊基礎建設發展？**

亞太電信 3G 系統是比較舊型的系統，我們的 3G 用戶也比較少，今年 3 月已跟主管機關申請提早關閉，感謝長官的支持與指導。在審查過程中，也感覺得到主管機關對消費者保護的重視，例如我們所舉行的北中南說明會，都是要讓消費者平順移轉到 4G 服務，保障消費者權益而進行，也呼應今天的討論議題。希望主管機關對業者不論是治理或監理都可以進一步寬鬆處理。而如所有業者所呼籲主管機關的頻率使用費調降等相關事宜，將有助於我國行動寬頻建設發展。

- **台灣之星 丁副總憲文**

這是一份非常完整的報告，且以使用者角度觀察，研究成果與資料豐碩。我在產業十多年，也看到產業的進步。1997 年臺灣電信自由化後，幾個業者出現、退出到後來台灣之星出現；有線電視業者加入固網競爭。但中華電信在整個批發價或 peering 上也有許多配合競爭的做為，整個臺灣在通信市場是充分競爭的。從消費者利益角度是好的，例如通信服務覆蓋率、吃到飽等。

- **如何促進電信產業發展？**

基礎建設可不可以促進產業的發展？我認為有關係但還是提出兩個觀點，我們看到新創服務或內容服務的發展，臺灣基本上主要使用中國大陸與美國的產品，他們的基礎建設未必是比臺灣好。騰訊、阿里巴巴是從固網發跡，那時後中國固網普及率與上網速率皆未發展完成。產業發展有許多環境，基礎建設僅是其中之一。雖然通傳會對頻率使用費的結構有進行調整，但標金仍偏高，對業者來說仍有著沉重的壓力。

- **台灣大哥大 林副理瀚杰**

如前面幾位專家學者先進所述，對業者而言，基礎建設方面希望頻率使用費可以參考國際。消費者滿意度部分，語音分數大於行動，還是要回歸到基地臺布建的問題，業者常常面臨的是要我們去做，但是沒地方蓋，在地方政府方面也常常會面臨到雜項執照取得等問題，這些是業者比較困擾之處。

- **如何促進電信產業發展？**

健全通訊產業發展環境上，關於現行法規，有些條文看不出管制的目的，

管制確保市場充分競爭，但我們在發展時，也會考慮服務是不是會被做為犯罪的工具使用等先天性假設問題，這些也是業者在實施創新上的困擾。

監管部分一直有些爭議是關於網際網路，今年我國 IP 語音話務量已經超越行動電話話務量，但同樣是語音服務，VoIP 可以不受管轄蓬勃發展，但行動電話業者受到法規監管或義務要求與消費者保護等，語音營收逐年下滑。我們認為這個部分是否要進一步規範，一起管理或一起鬆綁，讓業者可以因應市場發展。

● 遠傳電信 蕭協理景騰

誠如方才劉副秘書長（劉副秘書長莉秋）所言，很高興能夠看到這次的調查研究，以前 NCC 績效報告中也有使用者行為的相關分析，但本次直接從消費者角度而不是供給面資料觀察，以更貼近消費者的角度來看，隱含的意義與匯流的趨勢結果都是對整個產業發展很有幫助的。

－ 如何促進電信產業發展？

針對電信展業的發展，要先知道問題的核心點是什麼，最近有件事情想跟大家分享。2007 年、2008 年我國電信產業與中國大陸對接，帶了很多新服務去中國大陸進行交流；但現在去的時候，我們已不知道有什麼是我們有他們沒有的服務了。從這次的調查結果可以看到，行動寬頻服務的 ARPU 約為 670 元左右，固網寬頻 500 多元，但有很多消費者使用吃到飽的方案。

整個電信產業是下滑的趨勢，電信產業面臨的問題如經營成本，頻譜標金雖有微調，但在執照到期前，整個產業要付一千多億的頻率使用費。在消費者可負擔金額減少的同時，要如何從消費者需求平衡產業需求，做出數位基盤建設，讓未來產業發展。

從這個問題往下發展，4G 滲透率很高，新的應用服務也多，許教授（許教授超雲）也有提到 VoLTE 的部分，業者 VoLTE 服務是可以提供的，可是 VoLTE 消費者設備沒有普及、4G 服務尚未有 VoLTE、互連拆帳等，都還是待解的問題。內容產業涉及跨部會，如行動支付等，如何以整體角度針對行動支付的規劃，並建構一個好的平臺，跨部會協商非常重要。

● 中華電信 鐘協理國強

這份報告很完整，數據提供也很用心。94%的人使用智慧型手機、一半以上的消費者使用吃到飽服務，國內民眾對寬頻需求很大。不管行動或固網滿意度都很高，也是因為電信業者長期以來的建設結果，但也仍有改善的空間。不論是 4G 或 5G，當我們要談建設的時候，先看看 4G ARPU 較兩年前減少 16.6%；需要電信業者進行建設，可是市場飽和、營收下降，這樣的機制在資本主義社會下是無法成立的。

我們面臨很嚴重的問題，國家一直講說基礎建設非常重要，但經營環境

是很艱難的，當我們努力建設的時候，營收卻被沒有建置網路的人拿走了。使用電信服務的人不用建設網路，網路語音代替電信業者的傳統語音，而簡訊服務早已消失。電信營收減少了，還能期待網路越來越好嗎？

網路建設是非常辛苦的，政府應該要鼓勵業者建設網路，而不是對建設網路的人進行管制，以獎勵取代管制。主管機關也有體驗到這個精神，在電信管理法做鬆綁，但我們覺得還不夠，若以建多少網路區分市場主導者，業者建設完成還沒有消費者，就開始被管制。現在電信法裡面有很多協助電信業者建設的法，電信網路要普及建設，勢必要用到一些私人土地空間，有保障條款。但新法都把協助建設的部分取代，未來電信業者網路建設將會更加困難。政府希望業者完善建設，但給電信業這協助建設的權利拿走了。

- 如何促進我國通訊基礎建設發展？

如何達到建構完善寬頻網路的目的，國內講數位匯流已經很久了，數位匯流在講幾件事情，通訊傳播匯流、基礎網路與寬頻網路的布建。昨天 momo 臺換照，因違反黨政軍退出媒體條款，雖同意換照，但還是做處置。另外新聞指出臺中市計劃 4 年投入五百萬執行路平專案，臺灣民國 90 幾年就已經開始路平專案了，這兩個新聞有很深感觸。數位匯流就是電信進軍廣電，廣電提供電信服務，可是我們電信背後都有間接的政府持股，就因為黨政軍而不能進入廣電事業。民國 90 幾年開始談數位匯流到現在，但黨政軍條款到現在還沒辦法處理。政府要我們進行寬頻建設，銅絞線換光纖網路要埋到地下十公分；但路平專案執行，短期寬頻網路就不能建設。想要有路平專案，就不能建設寬頻；想要寬頻，就不能有路平專案。以上兩點想要表達的是，以前到現在的意見一直沒有被解決，如果政府真的需要基盤建設以創新匯流發展環境，這些問題必須先面對處理。

● 經濟部技術處新世代通訊技術推進辦公室 柯主任秀民

大家意見已充分表達了，我就方法論的問題再提供些建議參考，像行動語音服務，2G 語音大於 3G 語音，3G 又優於 VoLTE 語音，服務的終止與延續議題，或未來 4G 與 5G 的使用者分析等都是值得持續關注的。呼應鐘政委（鐘教授嘉德）所說，要創新發展，電信監理還是低度管制好，限制創新讓業者反彈，環境變化快且廣泛，很難管理。先試先行，不行的再停止。如現在詹主委也有談到沙盒機制，有這樣的味道了。

第二個是關於提升電信產業發展，但談到創新，業者誘因是什麼？不只是 NCC 鬆綁，若地方政府有智慧城市的需求，業者可以提出相關方案，在 4G 普及計畫上浪費錢，不是真的在因應 5G 發展，什麼需求是業者覺得最有機會的，向地方政府提出要求開放。

5 年前與劉所長（劉所長柏立）一起推動行動支付，誘因是說大陸成立鐵塔公司，大家有意願的話不用花錢，節省的錢就可以維運了。聯合的 MOU，讓電信業者整合自負盈虧，有誘因、創新以創造活水，5 家業者合作處理問

題如基地臺，會更有力量。

● **台灣電信產業發展協會 劉副秘書長莉秋**

詹主委說容錯比管制重要，主委的宣示如果可以延伸到所有事務官的話，對通訊傳播產業發展是很有幫助的。而非等到像 Apple Pay 來臺時，才意識到被國際入侵，而思考臺灣行動支付。國際 OTT 來臺，而數位內容辦公室成立 20 年但仍無力抵抗，還有網路中立性議題等等。

十幾年來電信服務業一直是一個火車頭的產業，可以帶動內容服務的發展。曾經的優勢現在已經沒有了，是不是放開我們的手腳，讓我們在當產業的火車頭，以帶出上位的內容應用服務。

(四) 會議照片



圖 58 通訊市場問卷調查專家焦點座談會議照片 I



圖 59 通訊市場問卷調查專家焦點座談會議照片 II



圖 60 通訊市場問卷調查專家焦點座談會議照片 III



圖 61 通訊市場問卷調查專家焦點座談會議照片 IX