



# 108 寬頻使用調查

寬頻普及 · 匯流躍升





## 前言

數位經濟時代，消費者在通訊傳播市場使用行為，猶如匯流所需活水，牽動通傳產業的商業經營、科技發展，並已逐漸擴展到其他產業，而通傳產業的發展與國家整體經濟走向，更是緊密難分。

此次調查主要參酌英國通訊傳播主管機關Ofcom，長年調查消費者在通訊傳播市場之使用行為及其趨勢，規劃通訊市場、廣電市場、寬頻使用及匯流發展等市場調查與分析。

寬頻使用調查針對民眾上網行為及對網路上相關應用之看法進行調查，以客觀數字掌握數位時代下民眾對網路創新應用服務之偏好動態，透過調查結果可進一步瞭解我國寬頻市場發展現況，以及作為研擬相關法規與政策之參考。

- 調查名稱：108年寬頻使用調查
- 調查對象：16歲及以上之民眾
- 調查方式：面訪調查
- 調查時間：108年6月1日至7月31日
- 樣本規模：1,129份有效樣本
- 抽樣誤差：在95%信心水準下，抽樣誤差 $\pm 3\%$



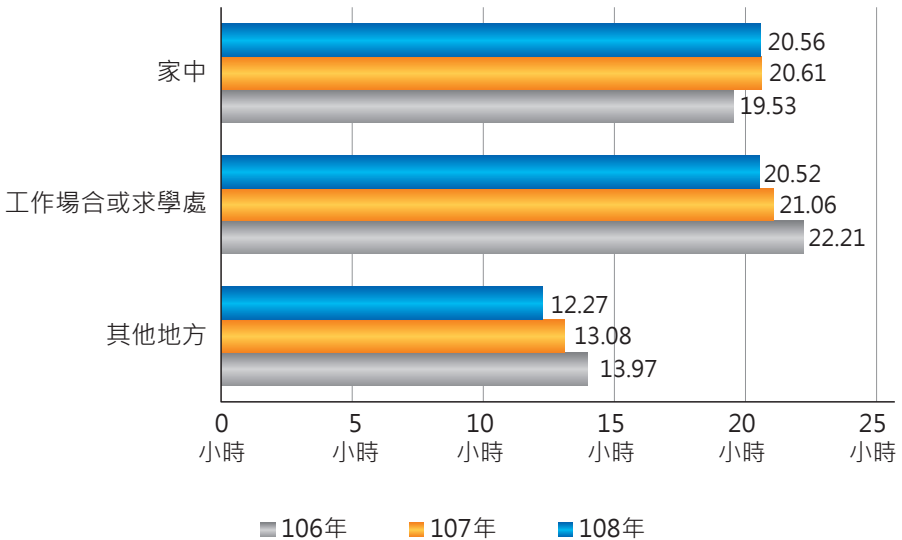


## 108年寬頻使用調查

### 在家中以外地點上網時數減少

108年我國16歲以上民眾平均每週在不同地點的上網時數以家中的20.56小時最高，其次為工作場合或求學處（20.52小時）、其他地方（12.27小時），且民眾平均每週在工作場合或求學處、其他地方上網時數有逐年遞減之趨勢。

平均每週在不同地點上網時數



平均每週在家中上網時數Base：知道在家中使用網路頻率者（106年N=1,067；107年N=937；108年N=888）

平均每週在工作場合或求學處上網時數Base：有在家中以外地方上網者（106年N=865；107年N=827；108年N=785）

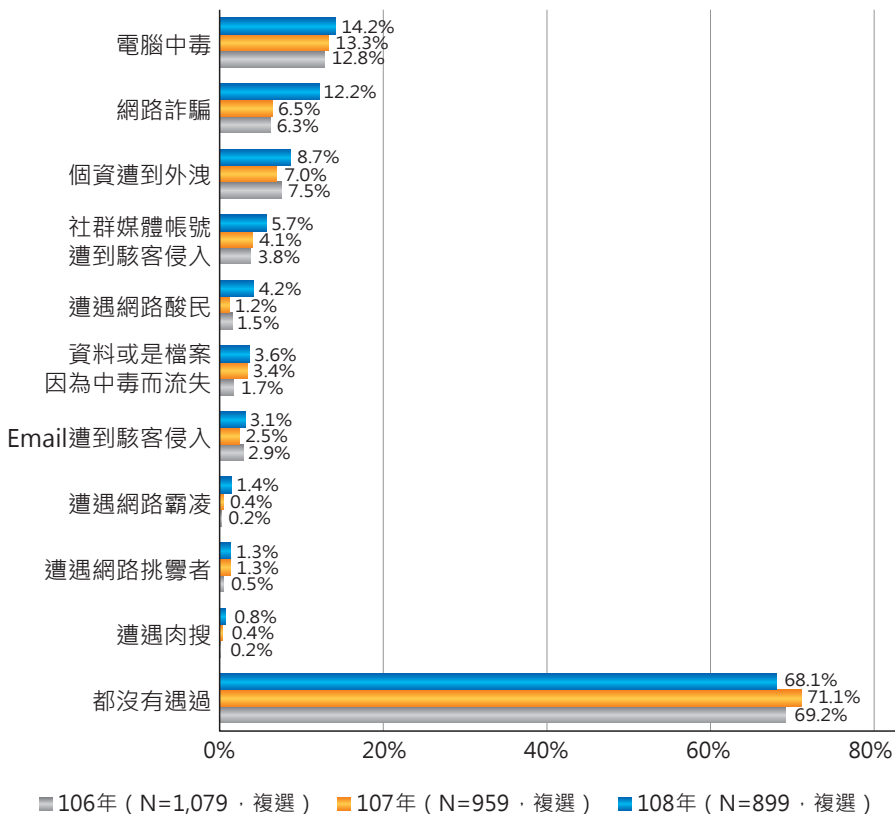
平均每週在其他地方（非在家、工作場合或求學處）上網時數Base：有在家中以外地方上網者（106年N=865；107年N=827；108年N=785）



## 約7成民眾沒有遇過網路狀況

108年我國16歲以上民眾近7成（68.1%）在過去12個月內都沒有遇過任何網路狀況，較107年（71.1%）略為下降；有遇過者則以電腦中毒、網路詐騙為多數。

過去12個月內曾遇到哪些網路狀況



Base：上網年齡大於0者

註：106年其他0.4%、不知道3.1%；107年不知道3.5%、拒答0.2%；108年不知道0.8%

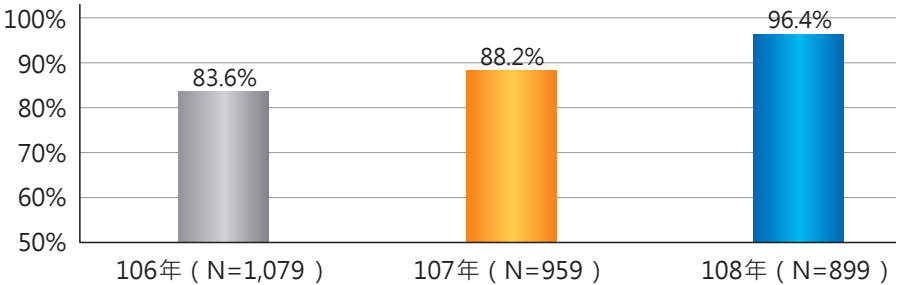


## 108年寬頻使用調查

### 民眾最愛使用LINE

我國16歲以上民眾擁有社群媒體或即時通訊帳號的比例，自106年的83.6%大幅提升至108年的96.4%，且民眾最常使用的社群媒體或即時通訊以LINE為主，占比亦逐年增加，次之的Facebook則有比例下降趨勢。

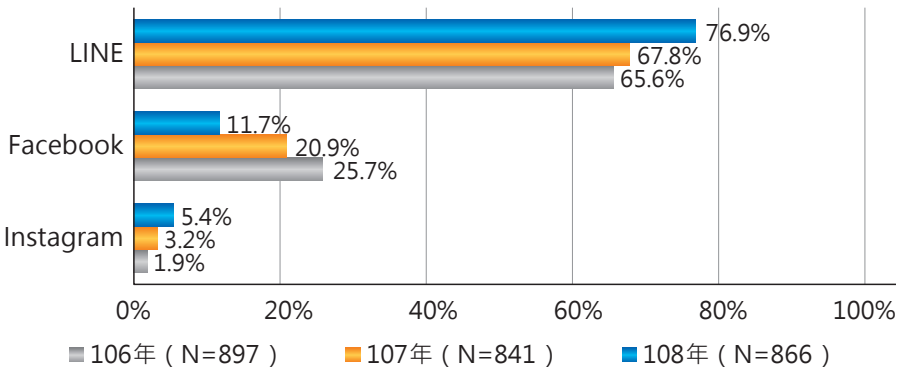
#### 擁有社群媒體或即時通訊帳號之比例



Base：上網網齡大於0者

註：106年不知道1.6%、拒答0.6%；107年不知道1.9%、拒答1.6%；108年不知道0.7%

#### 最常使用的社群媒體或即時通訊（前三名）



Base：有回答仍在使用之社群媒體或即時通訊帳號者

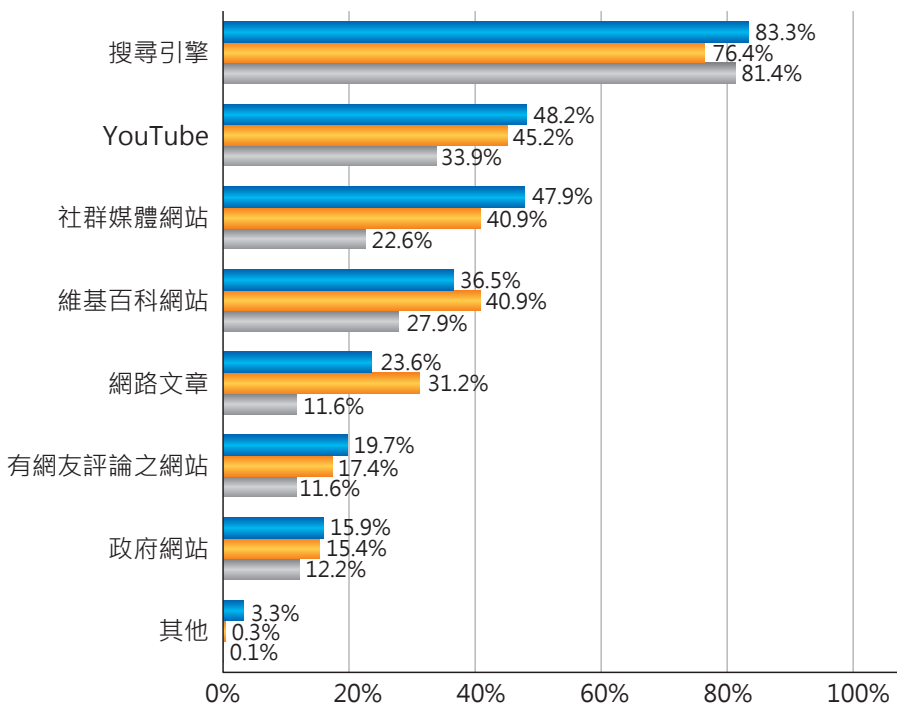
註：106年不知道0.9%；107年不知道0.2%、拒答0.1%；108年不知道0.1%



## 從社群媒體網站獲取資訊比例大幅提升

每當想要在網路上搜尋資訊時，我國16歲以上民眾曾透過的方式，連續三年皆以搜尋引擎為主，108年占比達83.3%；其次為YouTube、社群媒體網站，比例皆較前兩年提升，且108年民眾會從社群媒體網站獲取資訊的比例（47.9%）與106年（22.6%）相比，成長幅度更達2倍之多。

每當想要在網路上搜尋資訊時，曾透過哪些方式來搜尋資訊



■ 106年 (N=1,024 · 複選) ■ 107年 (N=560 · 複選) ■ 108年 (N=899 · 複選)

Base：上網網齡大於0者

註：106年不知道6.1%、拒答0.7%；107年不知道2.8%；108年不知道1%

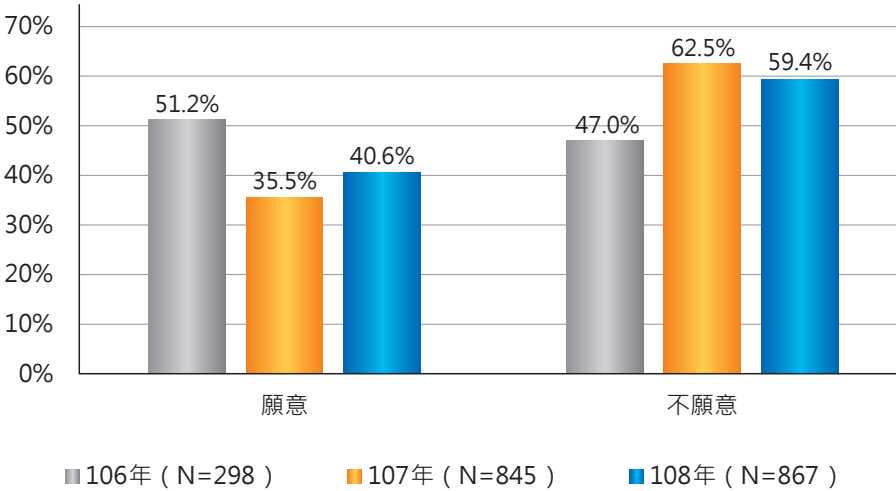


## 108年寬頻使用調查

### 多數民眾不願意以真名分享意見

詢問我國16歲以上民眾，當有選擇時願不願意以真名分享意見，108年有近6成（59.4%）皆表示不願意，但願意（40.6%）的比例較107年（35.5%）增加。

當有選擇時願不願意以真名分享意見



Base：擁有社群媒體或即時通訊帳號者  
註：106年拒答1.8%；107年拒答2.1%

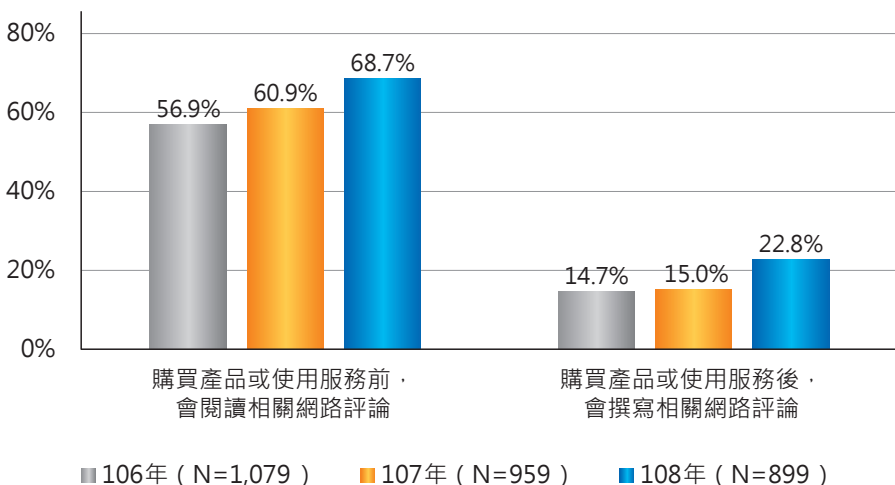




## 網路評論依賴度提高，閱讀或撰寫比例皆上升

108年我國16歲以上民眾在購買產品或使用服務前，有近7成（68.7%）會先閱讀相關網路評論；而在購買產品或使用服務後，僅有22.8%會撰寫相關網路評論。但兩者比例皆有逐年提升之趨勢。

### 購買產品或使用服務前後之行為



Base：上網網齡大於0者

註：購買產品或使用服務前會不會閱讀相關網路評論：106年拒答1.8%；107年拒答3.3%

購買產品或使用服務後會不會撰寫相關網路評論：106年拒答1%；107年拒答3%

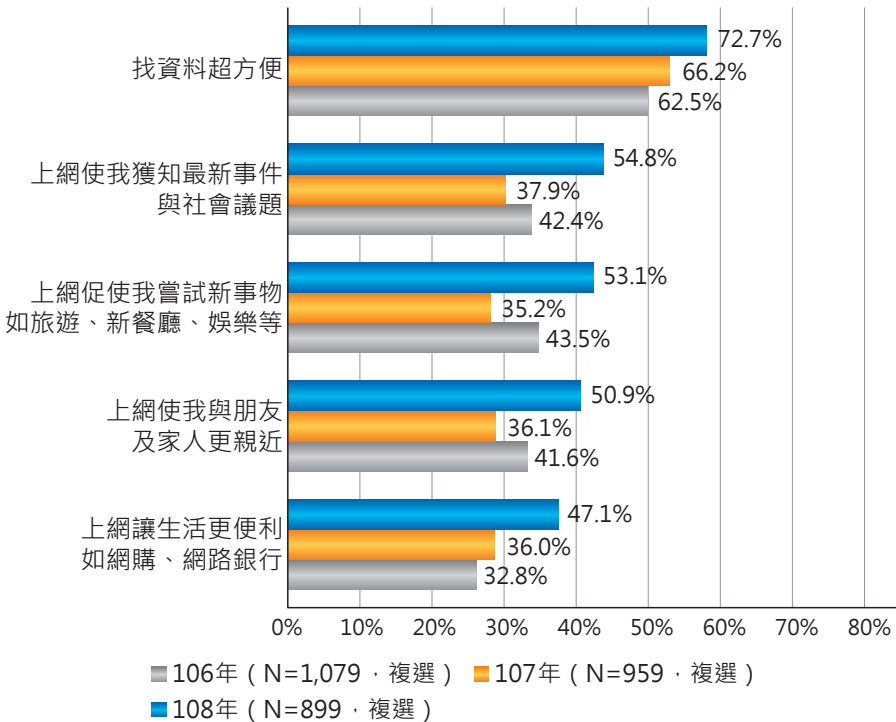


## 108年寬頻使用調查

### 網路使用益處多

我國16歲以上民眾認為網路使用，對工作或日常生活造成之正面影響，連續三年皆以「找資料超方便」的占比最高，且自106年的62.5%逐年上升至108年的72.7%；而108年「上網使我獲知最新事件與社會議題」（54.8%）、「上網促使我嘗試新事物如旅遊、新餐廳、娛樂等」（53.1%）比例亦較前兩年有明顯提升，位居二、三名。

#### 網路使用對工作或日常生活造成之正面影響（前五名）



Base：上網網齡大於0者

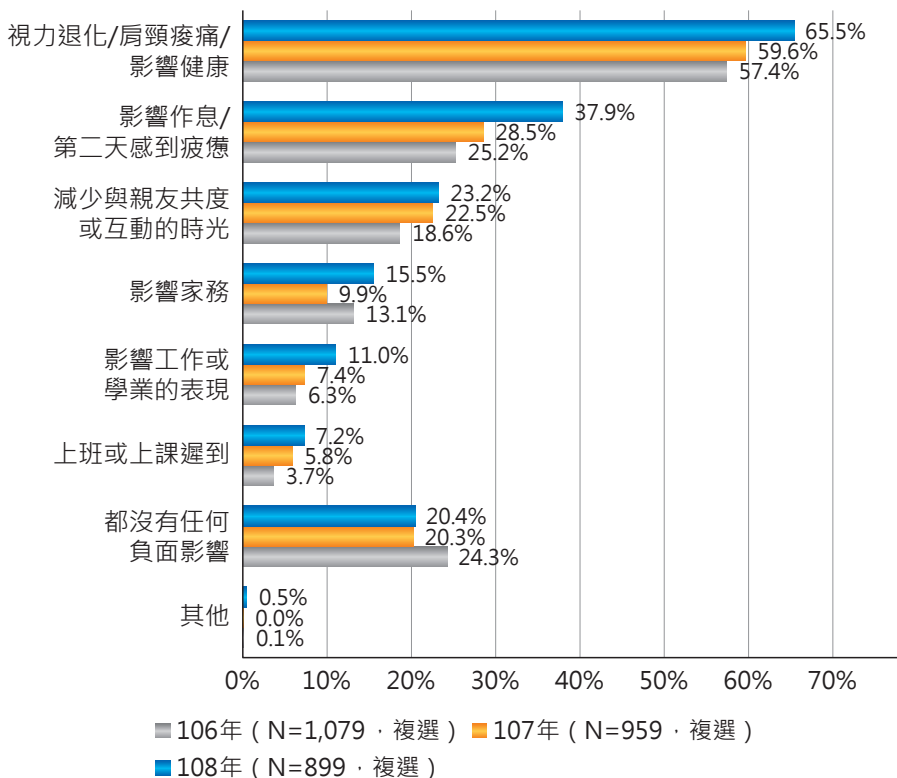
註：106年不知道3.1%、拒答0.7%；107年不知道3.5%、拒答2.4%；108年不知道0.4%



## 網路使用負面影響亦與日俱增

我國16歲以上民眾認為網路使用對工作、學習或日常生活造成之負面影響，連續三年皆以「視力退化/肩頸痠痛/影響健康」、「影響作息/第二天感到疲憊」、「減少與親友共度或互動的時光」位居前三名，且108年各項比例亦較前兩年有明顯提升，但仍有約2成民眾認為都沒有任何負面影響。

網路使用對工作、學習或日常生活造成之負面影響



Base：上網網齡大於0者

註：106年不知道3.1%、拒答0.7%；107年不知道5.1%、拒答1.8%；108年不知道1.4%

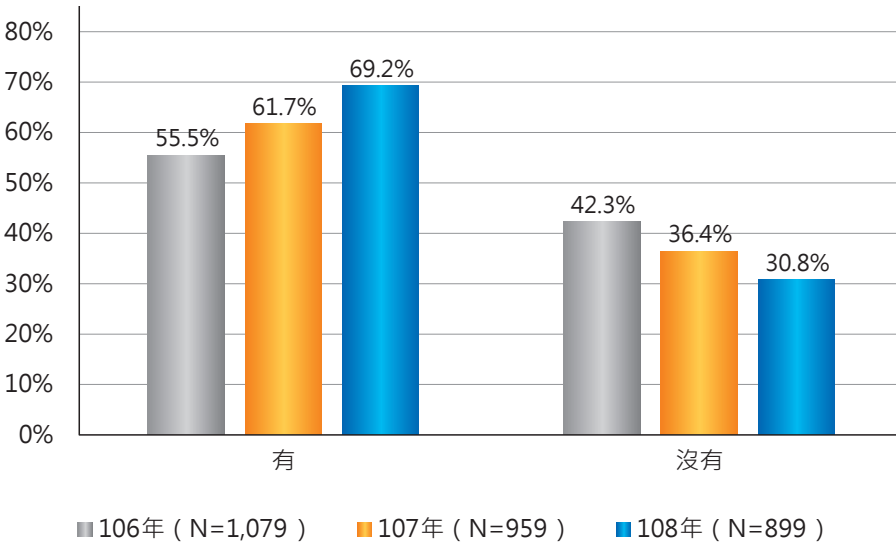


## 108年寬頻使用調查

### 網購趨勢無法擋

我國16歲以上上網民眾中，有網路購物經驗的比例，自106年的55.5%逐年提升至108年的69.2%。

有沒有在網路上購物的經驗



Base：上網網齡大於0者

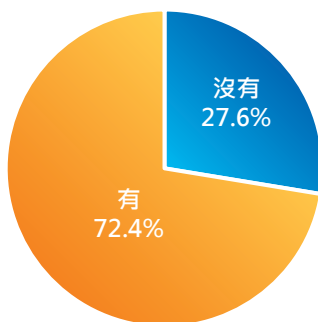
註：106年不知道1.5%、拒答0.7%；107年不知道0.9%、拒答0.9%



## 多數民眾曾想過社群媒體訊息真實性

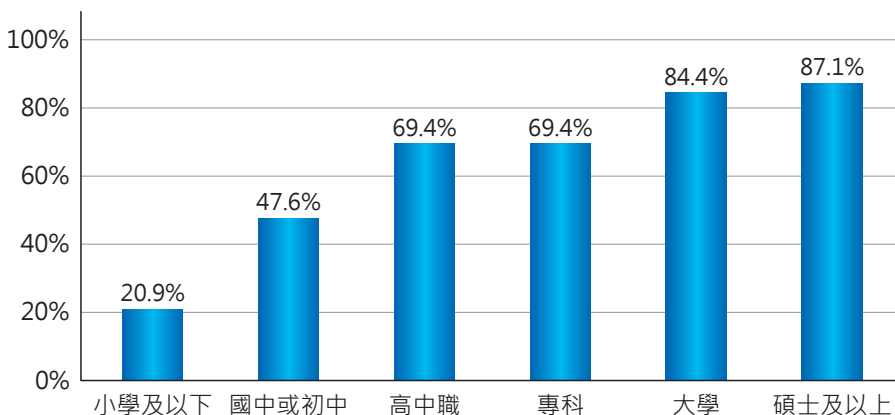
108年我國16歲以上民眾，超過7成（72.4%）表示使用社群媒體時，有想過在這些網站或App上發布訊息的真實性，且比例隨教育程度遞增，以小學及以下程度者的20.9%最低、碩士及以上程度者的87.1%最高。

108年使用社群媒體時有沒有想過在這些網站或App上發布訊息的真實性



Base：擁有社群媒體或即時通訊帳號者（N=867）

108年有想過訊息真實性之民眾教育程度比較



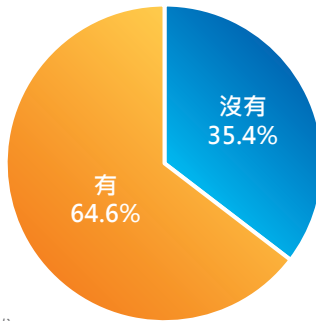


## 108年寬頻使用調查

### 超過6成民眾曾在Facebook上看過不適宜內容

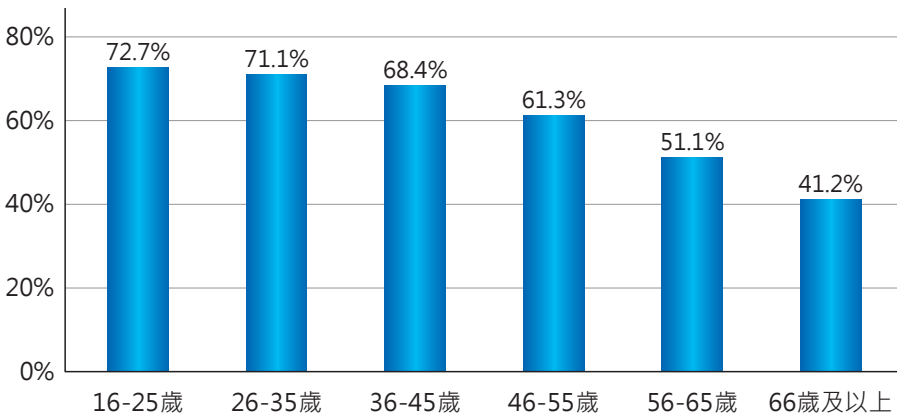
108年我國16歲以上民眾超過6成（64.6%）表示，曾在Facebook上看過認為不適宜的內容，且比例隨年齡遞減，以16-25歲的72.7%最高、66歲及以上的41.2%最低。

108年有沒有在Facebook上看過認為不適宜之內容



Base：仍在使用Facebook或Facebook Messenger帳號者（N=728）

108年有在Facebook上看過不適宜內容之年齡層比較







[www.ncc.gov.tw](http://www.ncc.gov.tw)



國家通訊傳播委員會  
National Communications Commission