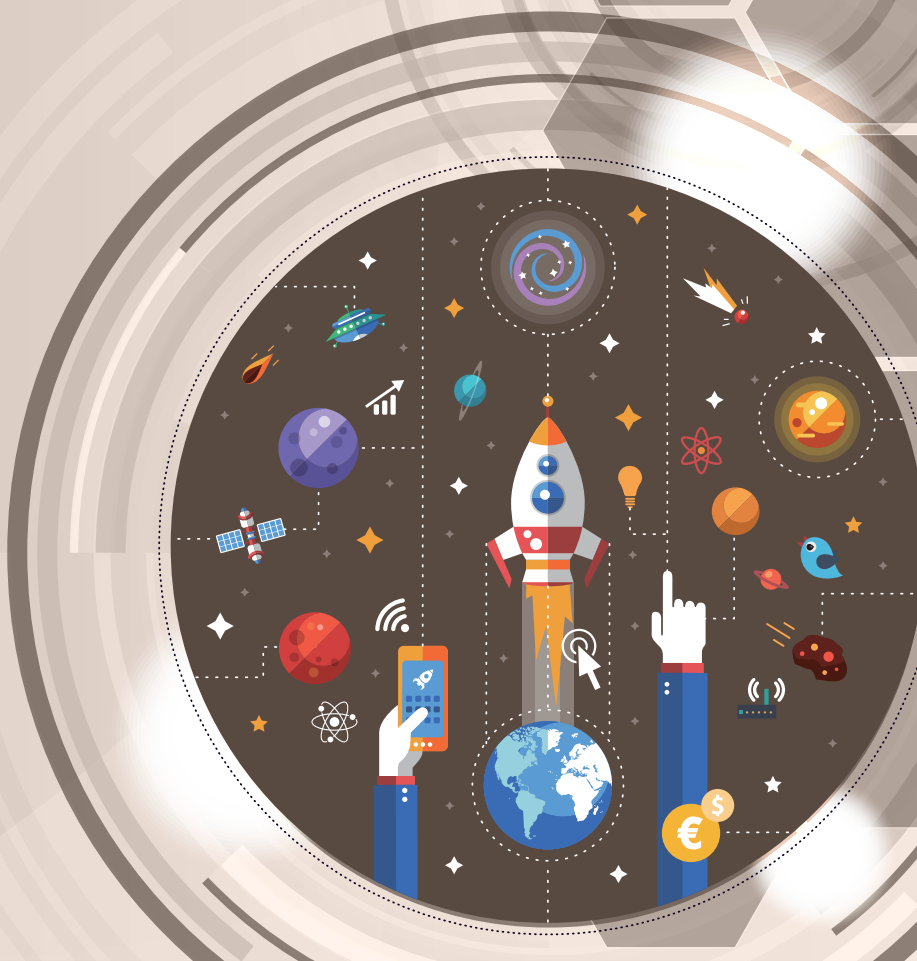




國家通訊傳播委員會
National Communications Commission



109 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。

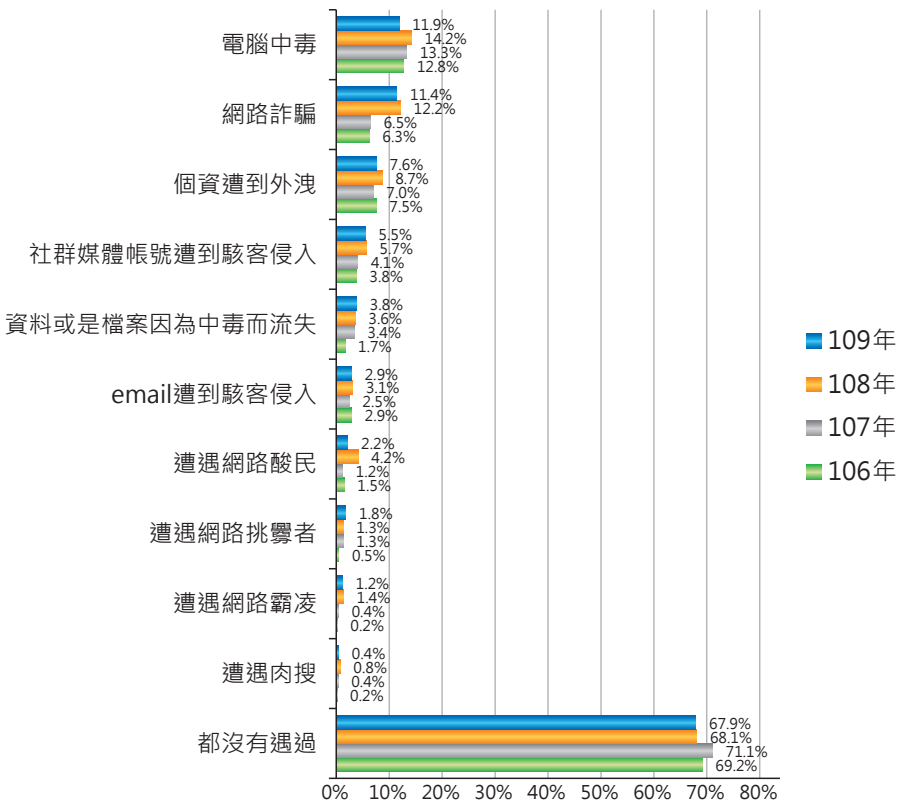
- 調查名稱：109年寬頻使用調查
- 調查對象：16歲及以上民眾（民國93年12月31日以前出生）
- 調查方式：面訪調查
- 調查時間：109年4月15日至6月5日
- 樣本規模：1,105份有效樣本
- 抽樣誤差：在95%信心水準下，抽樣誤差 $\pm 3\%$



多數民眾都沒有遇過網路狀況

關於我國16歲以上民眾在過去12個月內使用網路時，曾遇過哪些狀況，約7成皆表示都沒有遇過；有遇過者，連續4年皆以電腦中毒占比最高，而網路詐騙比例自108年有較明顯提升後，於108、109年位居第二。

106-109年過去12個月內曾遇到哪些網路狀況



Base：106年N=1,079；107年N=959；108年N=899；109年N=932（複選；上網網齡大於0者）

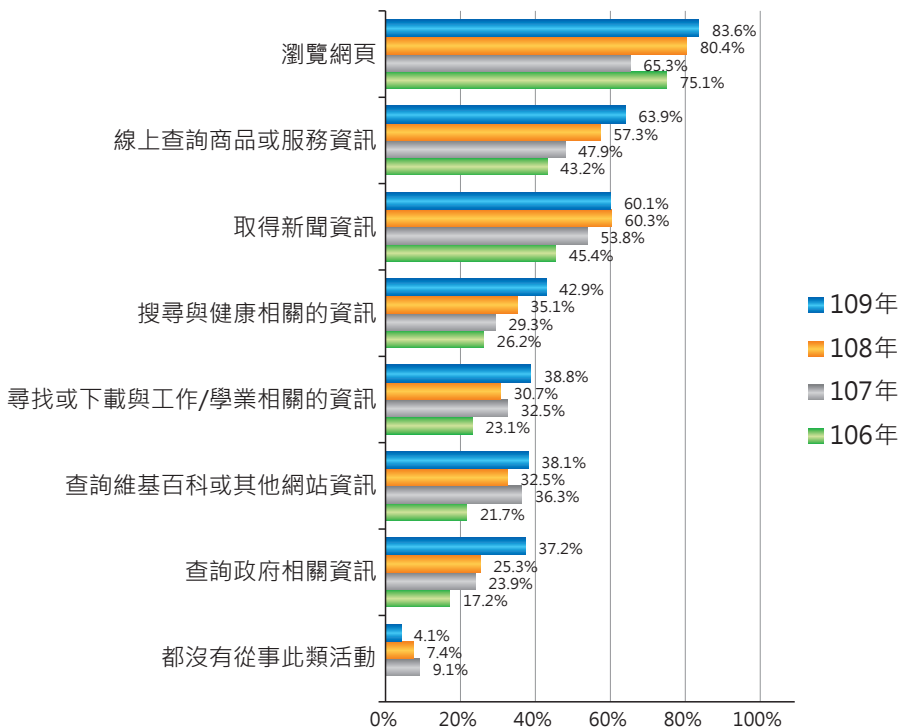
註：106年其他0.4%、不知道3.1%；107年不知道3.5%、拒答0.2%；108年不知道0.8%；109年其他0.2%、不知道2.1%



● 民眾從事各類查詢活動比例增加

我國16歲以上民眾曾使用網路從事的查詢活動，連續4年皆以「瀏覽網頁」占比最高，「取得新聞資訊」原於106至108年連續3年位居第二，但109年「線上查詢商品或服務資訊」超越其占比成為第二。此外，除「瀏覽網頁」於107年、「尋找或下載與工作/學業相關的資訊」和「查詢維基百科或其他網站資訊」於108年的比例出現下降外，其餘查詢活動占比皆有逐年上升趨勢。

106-109年曾使用網路從事哪些查詢活動



Base : 106年N=1,079 ; 107年N=959 ; 108年N=899 ; 109年N=932 (複選 ; 上網網齡大於0者)

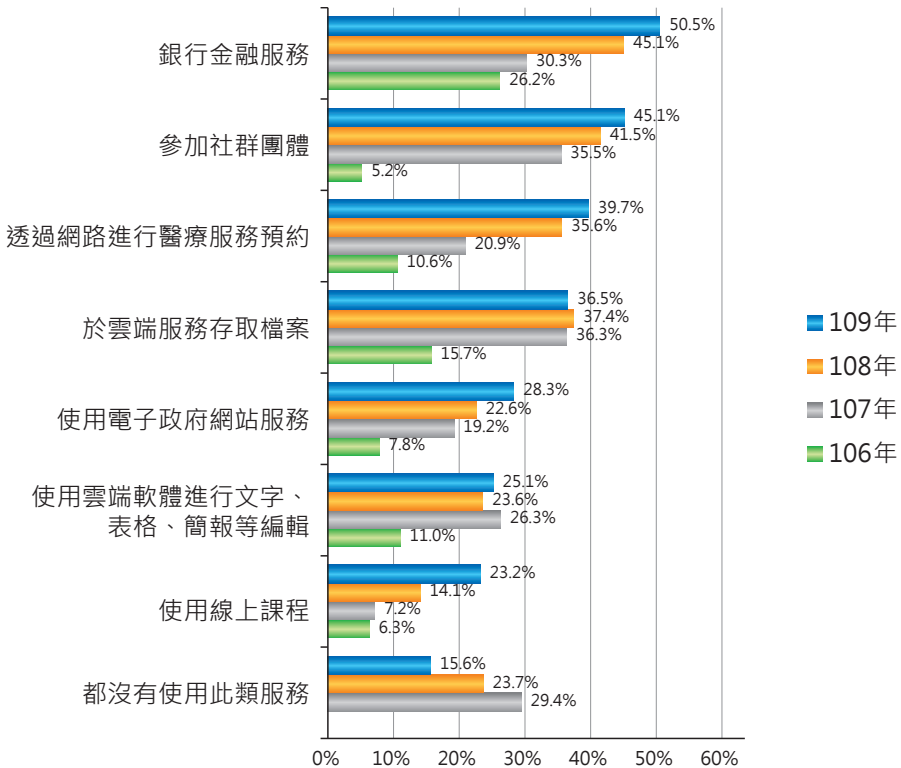
註1 : 107年拒答0.7% ; 108年不知道0.1% ; 109年不知道0.2%

註2 : 「都沒有從事此類活動」為107年新增選項。

● 使用銀行金融服務比例已成長逾半數

我國16歲以上民眾曾使用的網路服務，除107年以「於雲端服務存取檔案」占比最高外，106、108和109年皆以「銀行金融服務」居冠，且其占比自106年的26.2%逐年上升至109年的50.5%；「參加社群團體」占比自106年的5.2%躍升至107年的35.5%後持續上升，於108、109年位居第二。

106-109年曾使用哪些網路服務



Base：106年N=1,079；107年N=959；108年N=899；109年N=932（複選；上網網齡大於0者）

註1：107年拒答0.6%；108年不知道0.8%；109年不知道0.5%

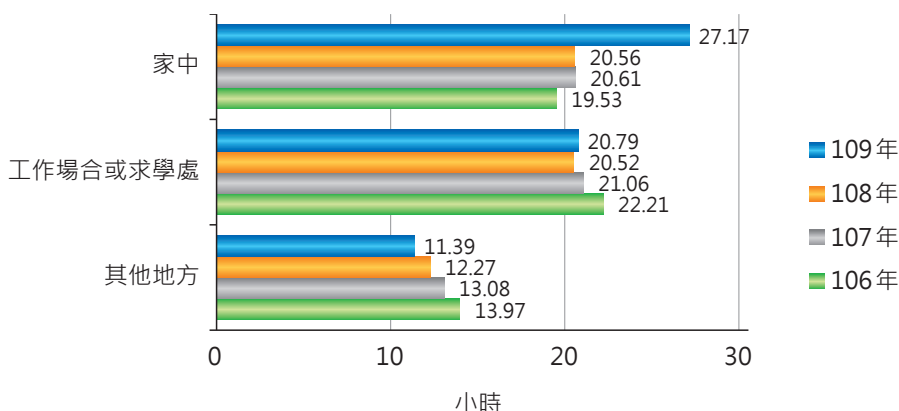
註2：「都沒有使用此類服務」為107年新增選項。



● 在家中上網時數明顯增加

關於我國16歲以上民眾平均一週在不同地方上網的時數，在家中上網方面，平均時數自106年的19.53小時增加至107年的20.61小時後，108年維持在20小時左右，但109年明顯增加至27.17小時；在工作場合或求學處上網方面，平均時數自106年的22.21小時逐年減少至108年的20.52小時後，109年微幅增加至20.79小時；在其他地方上網方面，平均時數則自106年的13.97小時逐年減少至109年的11.39小時。

106-109年平均一週在不同地方上網時數



平均一週在家中上網時數Base：106年N=1,067；107年N=937；108年N=888；109年N=924
 (知道在家中使用網路頻率者)

平均一週在工作場合或是求學處上網時數Base：106年N=865；107年N=827；108年N=785；
 109年N=855 (有在家中以外地方上網者)

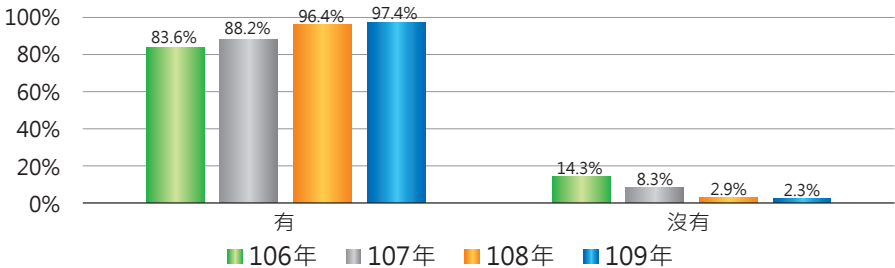
平均一週在其他地方上網時數Base：106年N=865；107年N=827；108年N=785；
 109年N=855 (有在家中以外地方上網者)

109年寬頻使用調查

● 我國大多數民眾皆擁有社群媒體或即時通訊帳號

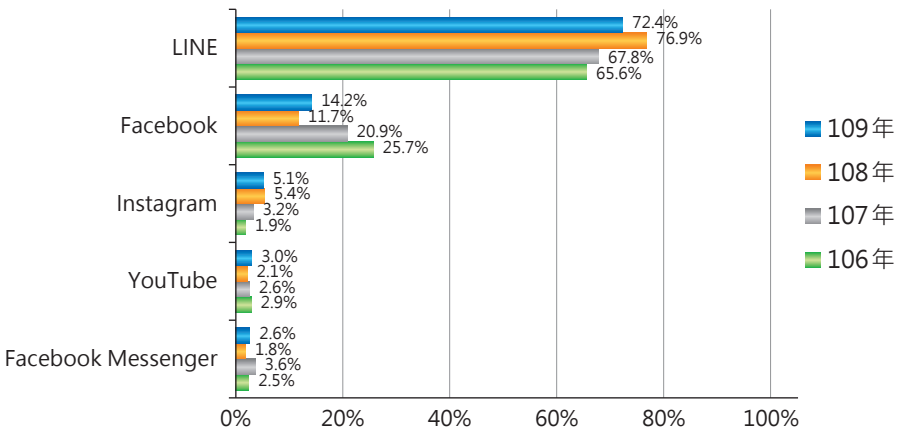
我國16歲以上民眾擁有任何社群媒體或即時通訊帳號的比例，自106年的83.6%逐年上升至109年的97.4%。而民眾最常使用的社群媒體或即時通訊，連續4年皆以LINE居冠、Facebook次之。

106-109年是否擁有任何社群媒體或即時通訊帳號



Base：106年N=1,079；107年N=959；108年N=899；109年N=932（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%；109年不知道0.3%

106-109年最常使用的社群媒體或即時通訊（前五名）



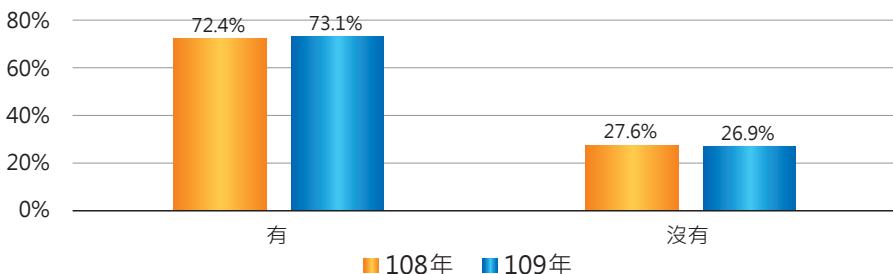
Base：106年N=897；107年N=841；108年N=866；109年N=907（有回答仍在使用的社群媒體或即時通訊帳號者）
註：106年不知道0.9%；107年不知道0.2%、拒答0.1%；108年不知道0.1%；109年不知道0.6%



民眾對社群媒體上訊息之真實性大多持保留態度

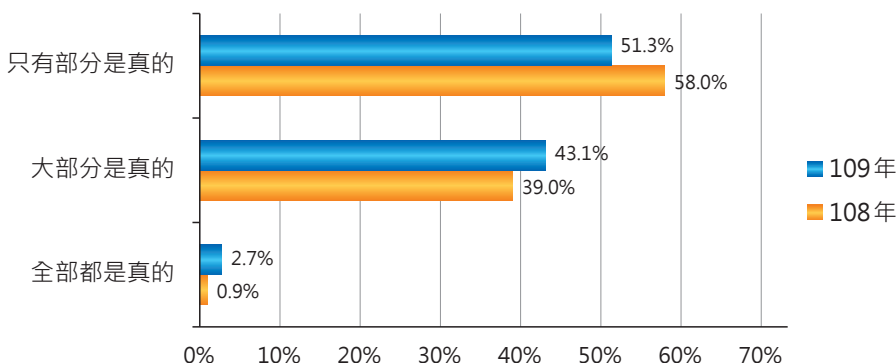
我國16歲以上民眾使用社群媒體時，超過7成有想過該網站或App上所發布訊息之真實性，且比例自108年的72.4%略微提升至109年的73.1%。詢問民眾認為在該網站或App上所看到訊息之真實程度，超過半數皆認為只有部分是真實的，但比例自108年的58%下降至109年的51.3%，認為大部分是真實的占比則自108年的39%提升至109年的43.1%。

108-109年使用社群媒體時，有沒有想過該網站或App上所發布訊息之真實性



Base：108年N=867；109年N=908（擁有社群媒體或即時通訊帳號者）
 註：本題為108年新增題目。

108-109年認為在該網站或App上所看到訊息之真實程度

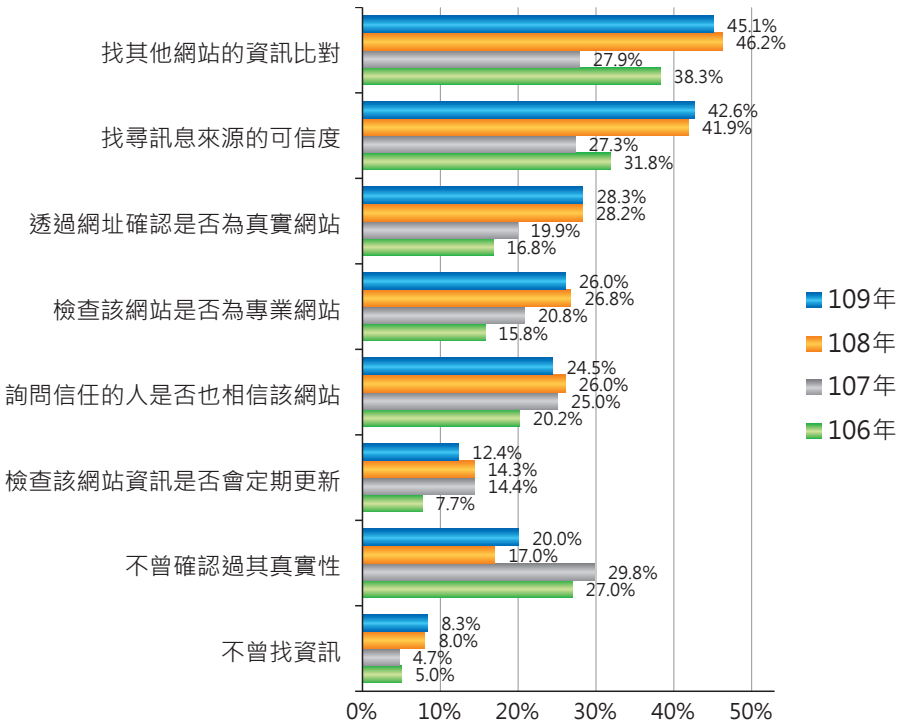


Base：108年N=628；109年N=663（有想過在這些網站或App上發布訊息之真實性者）
 註：本題為108年新增題目。

民眾主要透過資訊比對、找尋可信度確認網路資訊真實性

關於民眾在網路上找到資訊時，曾透過哪些方式確認其真實性，除107年以不曾確認過其真實性的比例最高外，106、108和109年皆以「找其他網站的資訊比對」居冠、「找尋訊息來源的可信度」次之，且兩者自108年起占比皆超過4成。

106-109年在網路上找到資訊時，曾透過哪些方式確認其真實性



Base：106年N=1,079；107年N=959；108年N=899；109年N=932（複選；上網網齡大於0者）

註：106年其他0.9%、不知道2.1%、拒答0.5%；107年不知道5.8%、拒答1.5%；

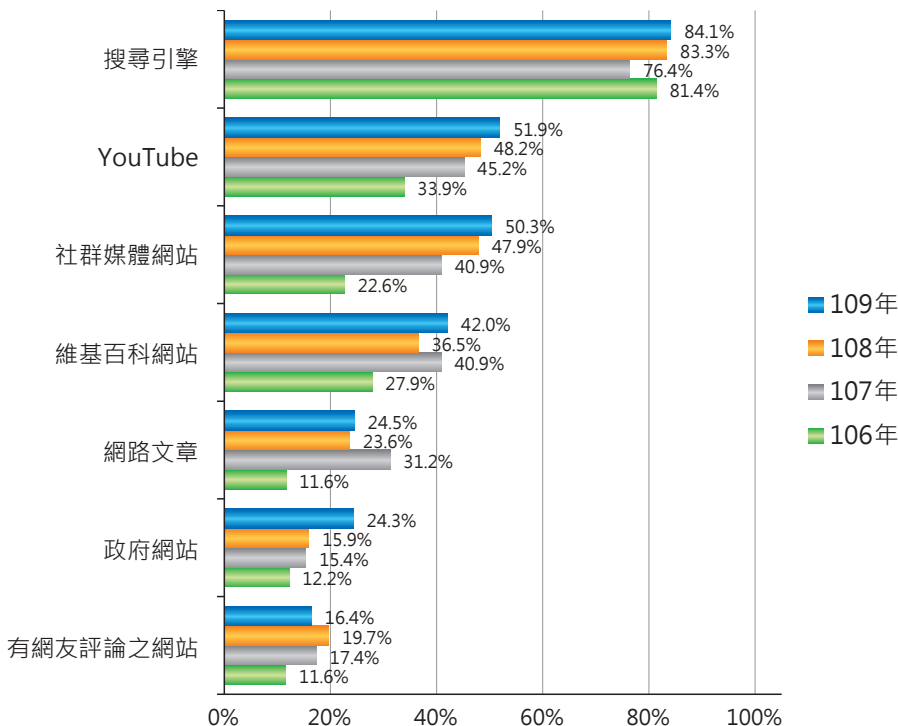
108年其他0.2%、不知道2.4%；109年其他0.1%、不知道1.3%



最主要透過搜尋引擎尋找資訊，但YouTube和社群媒體占比已逾半數

關於我國16歲以上民眾曾透過哪些方式在網路上搜尋資訊，連續4年皆以搜尋引擎為主，且除107年外，106、108和109年占比皆達8成以上；另民眾透過YouTube和社群媒體網站搜尋資訊的比例呈現逐年上升趨勢，109年兩者占比皆已超過5成，分居二、三名。

106-109年曾透過哪些方式在網路上搜尋資訊



Base：106年N=1,024；107年N=560；108年N=899；109年N=932（複選；上網網齡大於0者）

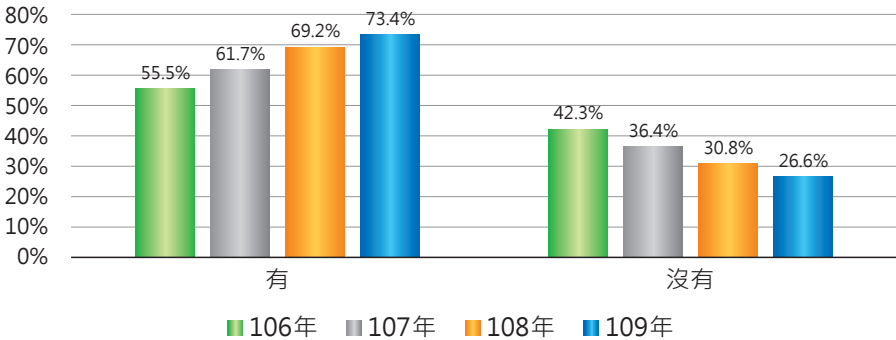
註：106年其他0.1%、不知道6.1%、拒答0.7%；107年其他0.3%、不知道2.8%；

108年其他3.3%、不知道1%；109年其他1.5%、不知道1.7%

● 網路購物盛行，民眾購買次數逐年提升

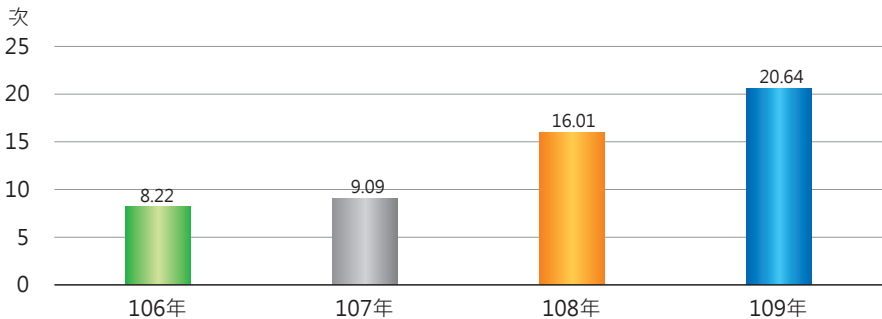
我國16歲以上民眾有在網路上購物的比例，自106年的55.5%逐年上升至109年的73.4%。有網路購物經驗者，最近12個月內於網路上購物的次數逐年提升，106、107年平均購買次數仍在10次以下，但於108年躍升至16.01次，並於109年上升至20.64次。

106-109年有沒有在網路上購物的經驗



Base：106年N=1,079；107年N=959；108年N=899；109年N=932（上網年齡大於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%

106-109年最近12個月內於網路上購物之次數



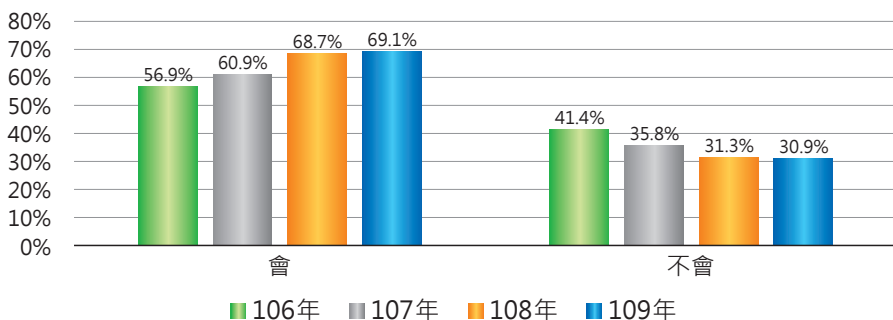
Base：106年N=599；107年N=592；108年N=623；109年N=684（有在網路上購物經驗者）



● 民眾消費愈加依賴網路評論

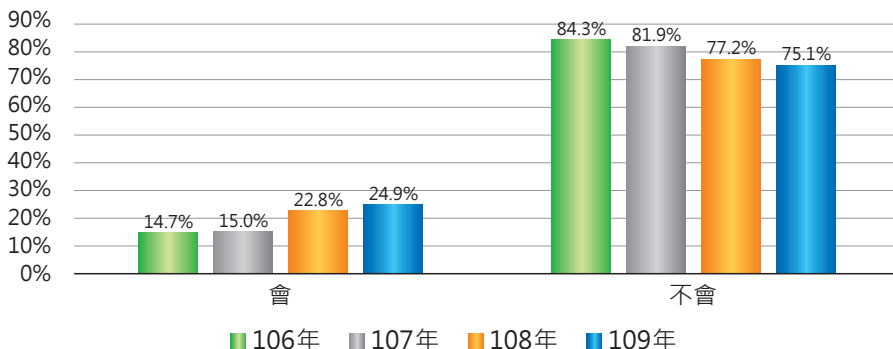
關於我國16歲以上民眾於購買產品或使用服務前後，會不會先閱讀和撰寫相關網路評論，會先閱讀的比例自106年的56.9%逐年上升至109年的69.1%，會撰寫的比例亦自106年的14.7%逐年提升至109年的24.9%。

106-109年購買產品或使用服務前，會不會先閱讀其他人在網路上撰寫或發表之相關評論



Base : 106年N=1,079 ; 107年N=959 ; 108年N=899 ; 109年N=932 (上網網齡大於0者)
 註 : 106年拒答1.8% ; 107年拒答3.3%

106-109年購買產品或使用服務後，會不會撰寫相關評論

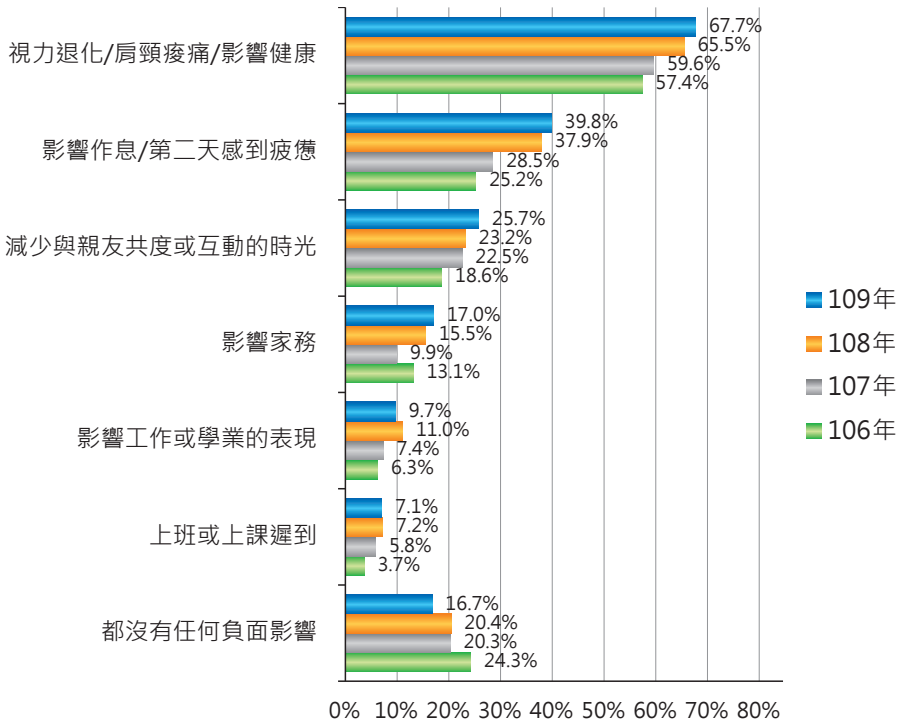


Base : 106年N=1,079 ; 107年N=959 ; 108年N=899 ; 109年N=932 (上網網齡大於0者)
 註 : 106年拒答1% ; 107年拒答3%

● 民眾對網路使用造成之負面影響愈加有感

我國16歲以上民眾認為網路使用對工作、學習或日常生活會造成之負面影響，連續4年皆以「視力退化/肩頸痠痛/影響健康」居冠、「影響作息/第二天感到疲憊」次之，且占比皆逐年上升，而認為都沒有任何負面影響的比例，則自106年的24.3%下降至109年的16.7%。

106-109年網路使用對工作、學習或日常生活造成哪些負面影響



Base：106年N=1,079；107年N=959；108年N=899；109年N=932（複選；上網網齡大於0者）

註：106年其他0.1%、不知道3.1%、拒答0.7%；107年不知道5.1%、拒答1.8%；108年其他0.5%、不知道1.4%；109年其他0.1%、不知道0.9%



www.ncc.gov.tw



國家通訊傳播委員會
National Communications Commission