



國家通訊傳播委員會  
National Communications Commission



# 112 通訊市場調查結果摘要

通訊開步走·匯流新紀元



# 前言

數位經濟時代，消費者在通訊傳播市場之使用行為快速轉變，牽動通傳產業的商業經營模式、科技發展，乃至其他產業領域，與國家整體經濟走向更是緊密難分。

本調查主要參酌英國通訊傳播主管機關 Ofcom 關於通訊傳播市場消費者使用行為調查架構，並配合國內通傳產業發展現況，規劃通訊市場及傳播市場等 2 類產業調查，希冀透過具廣度、深度之調查與分析，客觀獲取消費者於通傳市場行為偏好意向，掌握市場發展動態，提供調查與分析結果作為相關法規與政策研擬參考。

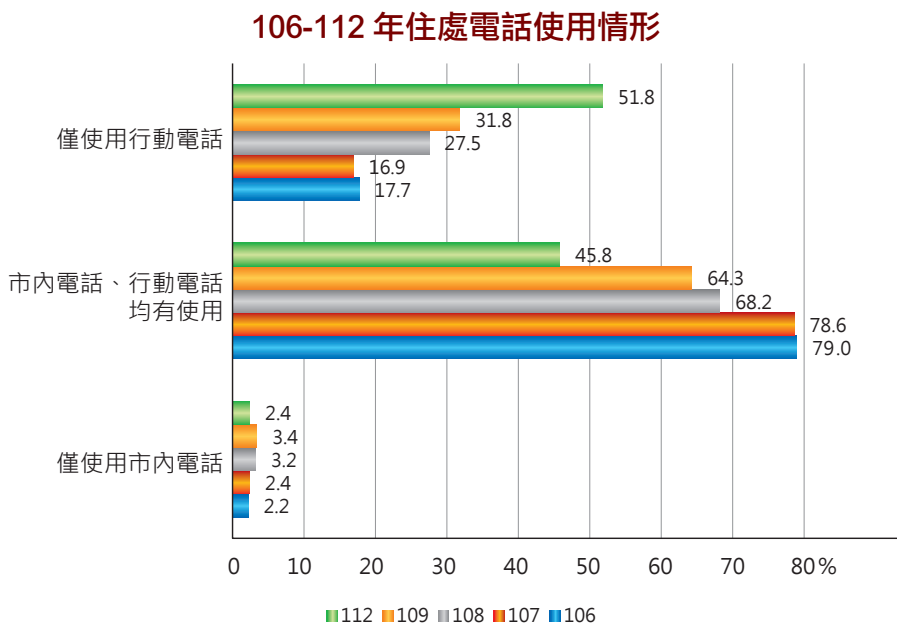
今 ( 112 ) 年度調查摘要係綜整 106 至 109 年、112 年相同問卷題項進行跨年度分析，並摘錄 112 年新增之重要題項；110 年因疫情影響暫停調查一次，故無調查數據；111 年採電話訪查法，因調查方法與歷年有所不同，111 年調查數據不宜直接與歷年數據進行比較，爰以註解形式補充說明之。

- 調查名稱：112 年通訊市場調查
- 調查對象：我國 16 歲及以上民眾 ( 民國 96 年 12 月 31 日以前出生 )
- 調查方式：面訪調查
- 調查時間：112 年 4 月 1 日至 5 月 15 日
- 樣本規模：1,113 份有效樣本
- 抽樣誤差：95% 的信賴水準下，抽樣誤差不超過  $\pm 3\%$



## 住處中僅使用行動電話比例躍升第一

關於我國 16 歲以上民眾住處電話使用情形，「僅使用行動電話者」比例自 106 年的 17.7%，逐年成長至 112 年的 51.8%，並首次超越「市內電話、行動電話均有使用者」，成為住處中主要的電話使用方式。而「市內電話、行動電話均有使用者」占比從 106 年的 79% 逐年下降至 112 年的 45.8%，「僅使用市內電話者」變化較小，112 年占比為 2.4%。



Base：106 年 N=1,131；107 年 N=1,068；108 年 N=1,115；109 年 N=1,103；112 年 N=1,053（單選，所有受訪者）。

註 1：106 年不知道 0.7%、拒答 0.3%；107 年不知道 0.7%、拒答 0.1%。

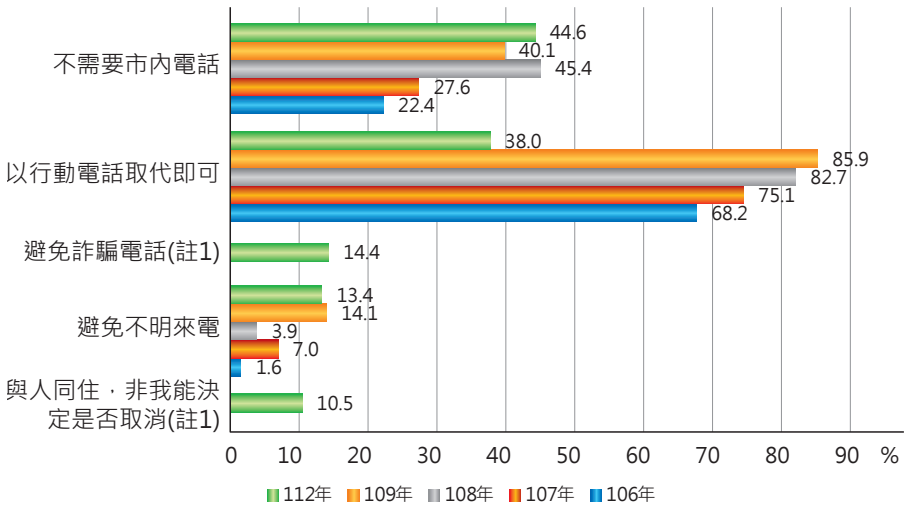
註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註 3：111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

## ■ 多數民眾未來一年不會取消市內電話

我國 16 歲以上民眾未來一年內取消住處市內電話的可能性，多數表示不會取消，然而比例自 106 年的 91% 微幅減少至 112 年的 80.6%。進一步調查未來一年內打算取消住處市內電話服務的原因，「不需要市內電話」比例自 106 年的 22.4% 成長至 112 年的 44.6%；而「以行動電話取代即可」從 109 年的 85.9% 大幅下降至 112 年的 38%；「避免不明電話」則自 106 年的 1.6% 上升至 112 年的 13.4%。

### 106-112 年未來一年內打算取消住處市內電話服務的原因（前五名）



Base：106 年 N=68；107 年 N=51；108 年 N=100；109 年 N=60；112 年 N=43  
（複選，有使用市內電話，且未來一年內打算取消者）。

註 1：112 年新增選項「避免詐騙電話」、「與人同住，非我能決定是否取消」，故無 106-109 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

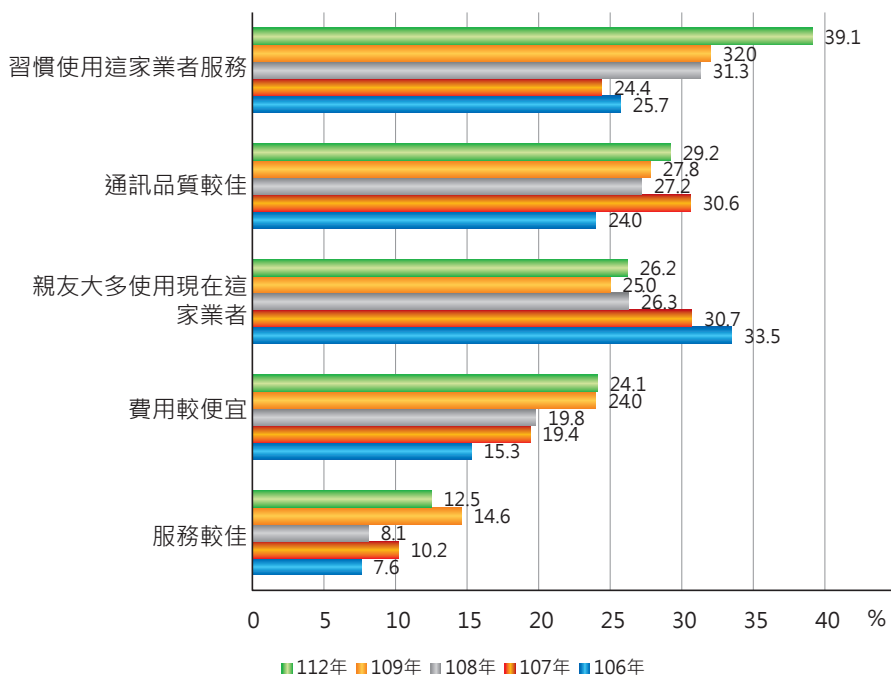
註 3：111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

# 112 通訊市場調查結果摘要

## 「習慣性」為選用行動電話業者的主要原因

民眾選用行動電話業者之原因，「習慣使用這家業者服務」比例自 106 年的 25.7% 上升至 112 年的 39.1%；「通訊品質較佳」自 106 年的 24% 成長到 112 年的 29.2%；因為親友大多使用特定行動電話業者而選用目前業者的比例則位居第三，比例自 106 年的 33.5% 微幅減少至 112 年的 26.2%；「費用較便宜」於 106 至 112 年則大致呈逐年增加趨勢。

### 106-112 年選用行動電話業者的原因（前五名）



Base：106 年 N=1,093；107 年 N=1,009；108 年 N=1,070；109 年 N=1,045；112 年 N=1,025（複選，有使用手機，且知道由哪家業者提供服務者）。

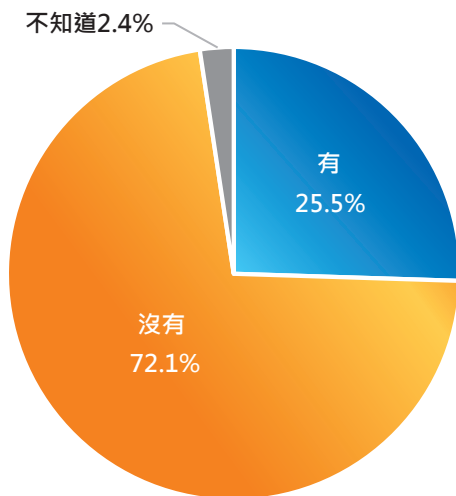
註 1：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註 2：111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

## ■ 僅二成五民眾自4G轉換至5G服務

111 年新增題項調查我國 16 歲以上民眾自 4G 轉換到 5G 服務情形，111 年電訪調查結果顯示，民眾自 4G 轉換至 5G 服務比例為 27%，尚未轉換者比例超過 7 成（71.4%）；112 年面訪調查結果，有轉換至 5G 比例為 25.5%，未轉換比例為 72.1%。

### 112 年從 4G 轉換到 5G 服務情形



Base：N=1,037（單選，有使用手機者）。

註 1：本題為 111 年新增題項，故無 106-109 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

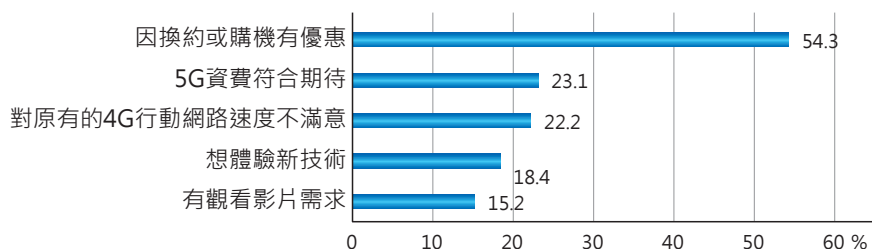
註 3：111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

## ■ 多數民眾認為4G服務已足夠滿足需求

進一步詢問民眾自 4G 轉換到 5G 服務之原因，111 年電訪調查結果顯示，「對原有的 4G 行動網路速度不滿意」( 33.8% ) 占比最高，其次為「合約換約需求」( 15.5% )；112 年面訪調查結果，民眾轉換至 5G 的原因以「因換約或購機有優惠」( 54.3% ) 為主，其次為「5G 資費符合期待」( 23.1% )。

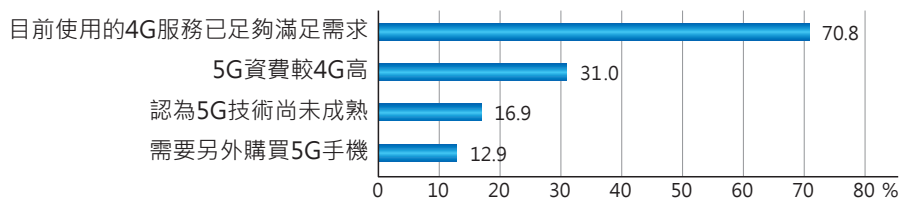
另一方面，民眾尚未自 4G 轉換到 5G 服務之原因，根據 111 年電訪調查，以「目前使用的 4G 服務已足夠滿足需求」( 60.5% ) 為多數，其次為「認為 5G 技術尚未成熟」( 16.9% )；112 年面訪調查顯示，「目前使用的 4G 服務已足夠滿足需求」為主要原因，比例達 70.8%，其次為「5G 資費較 4G 高」( 31% )。

### 112 年從 4G 轉換到 5G 服務的原因



Base : N=264 ( 複選，有使用手機，且有從 4G 轉換到 5G 服務者 )。

### 112 年尚未從 4G 轉換到 5G 服務的原因



Base : N=748 ( 複選，有使用手機，且尚未從 4G 轉換到 5G 服務者 )。

註 1：本題組為 111 年新增題項，故無 106-109 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

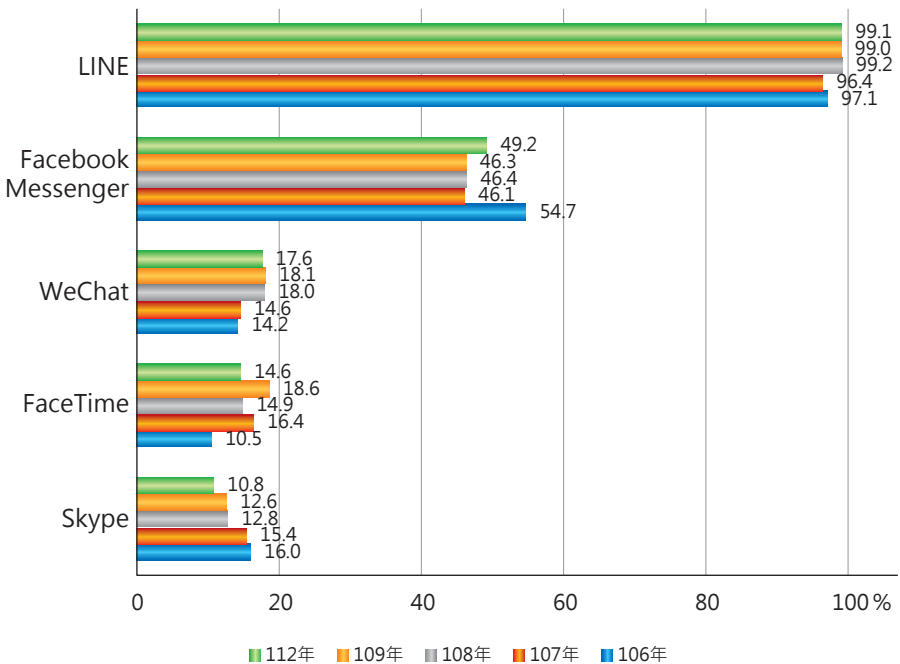
註 3：111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。



## ■ 民眾最常使用LINE撥打網路語音服務

我國 16 歲以上民眾使用網路語音通話服務占比逐年提升，比例自 106 年的 88.2% 增加至 112 年的 98.9%。而民眾使用過的網路語音通話服務，以使用「LINE」為主，歷年占比皆達 90% 以上，且比例持續成長，自 106 年的 97.1% 增加至 112 年的 99.1%；其次為「Facebook Messenger」，比例從 109 年的 54.7% 微幅下降至 112 年的 49.2%；「WeChat」與「FaceTime」比例呈微幅成長趨勢，「Skype」則呈逐年下滑。

### 106-112 年使用過的網路語音通話服務（前五名）



Base：106年N=858；107年N=847；108年N=971；109年N=946；112年N=970（複選，有使用過網路語音通話服務者）。

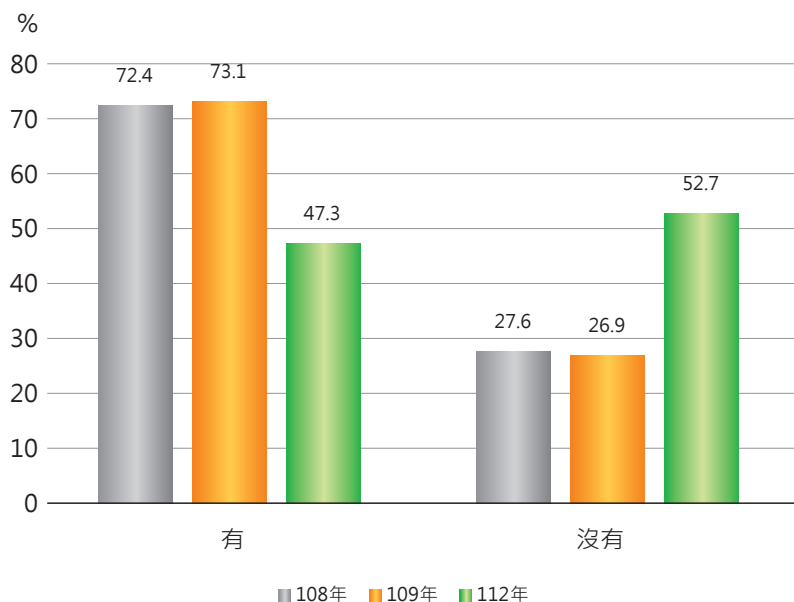
註 1：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註 2：111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

## ■ 超過半數民眾沒有想過社群媒體上的訊息真實性

調查我國 16 歲以上民眾使用社群媒體時，有沒有想過該網站或 App 上所發布訊息之真實性，108 至 109 年有想過的比例皆超過 7 成，然而於 112 年大幅下滑至 47.3%，逾半數的民眾（52.7%）沒有想過社群媒體的資訊真實性。

### 108-112 年有沒有想過社群媒體或 App 上所發布訊息之真實性



Base：108 年 N=867；109 年 N=908；112 年 N=976（單選，有社群媒體或即時通訊帳號者）。

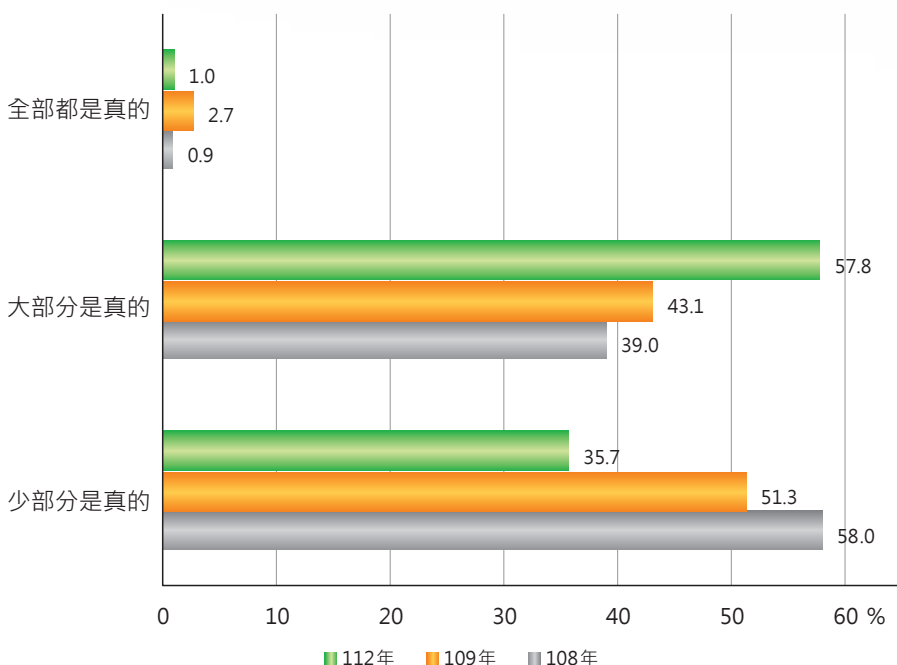
註 1：本題為 108 年新增題目，故無 106-107 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註 3：111 年間卷整併部分題目，故無數據。

針對有想過訊息真實性者，進一步調查其認為在社群媒體或即時通訊上所看到訊息的真實程度，認為「大部分是真的」比例，自 108 年的 39% 持續上升至 112 年的 57.8%。

## 108-112 年認為在社群媒體或即時通訊上所看到訊息的真實程度



Base：108 年 N=628；109 年 N=663；112 年 N=462（單選，有想過在社群媒體或即時通訊上所發布訊息真實性者）。

註 1：108 年不知道 2.1%；109 年不知道 2.9%；112 年不知道 5.6%。

註 2：本題為 108 年新增題目，故無 106-107 年數據。

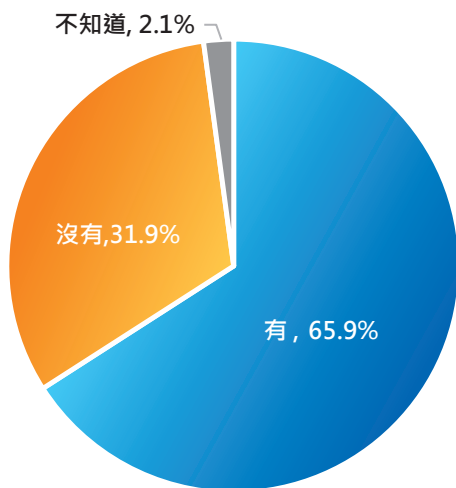
註 3：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註 4：111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

## ■ 逾六成民眾遇過電信網路詐騙

112 年新增題項調查我國民眾遭遇電話詐騙或網路詐騙情形，超過 6 成（65.9%）有遇過電話詐騙或網路詐騙，僅約 3 成（31.9%）沒有遇過。

### 112 年遭遇電信網路詐騙情形



Base : N=1,053 ( 單選 · 所有受訪者 ) 。

註 1 : 本題為 112 年新增題項，故無 106-109 年、111 年數據。

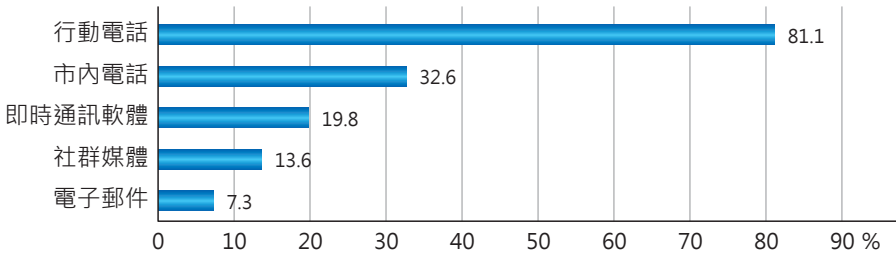
註 2 : 110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。



## 主要透過行動電話接收詐騙訊息

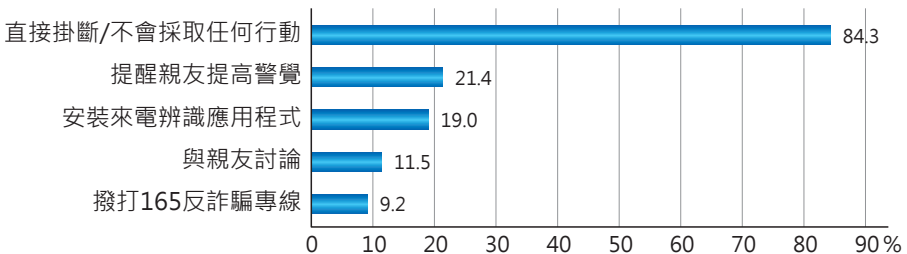
有遇過電話詐騙或網路詐騙者，達 8 成（81.1%）係透過「行動電話」接收到詐騙，其次為「市內電話」（32.6%）、「即時通訊軟體」（19.8%），「社群媒體」占比亦超過 1 成（13.6%）。在接觸到詐騙後所採取的行動，超過 8 成（84.3%）會「直接掛斷/不會採取任何行動」，其次為「提醒親友提高警覺」（21.4%）、「安裝來電辨識應用程式」（19%）。

### 112 年接收到詐騙的管道（前五名）



Base：N=694（複選，有遇過電話詐騙或網路詐騙者）。

### 112 年接觸到詐騙後所採取的行動（前五名）



Base：N=694（複選，有遇過電話詐騙或網路詐騙者）。

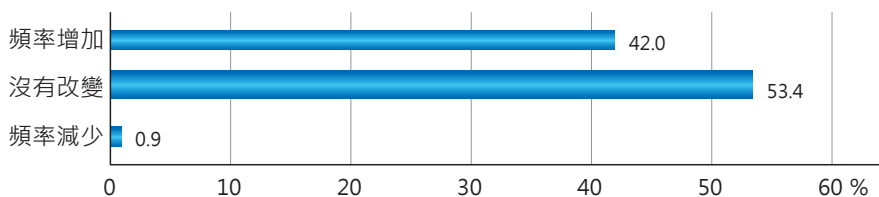
註 1：本題組為 112 年新增題項，故無 106-109 年、111 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

## COVID-19後約四成民眾使用數位服務頻率增加

112 年新增題項，調查自嚴重特殊傳染性肺炎（COVID-19）爆發後至今，我國 16 歲以上民眾使用數位服務（如視訊會議、線上學習、網路購物）的頻率變化，結果顯示超過半數民眾（53.4%）使用數位服務的頻率「沒有改變」，而「頻率增加者」占 42%，僅有 0.9% 使用數位服務的「頻率減少」。詢問民眾因疫情而增加使用頻率的數位服務，以「網路購物/外送服務」（64.9%）為主，其次為「視訊會議」（47.4%）、「線上學習」（40.2%），而「線上繳費」（35.9%）、「線上串流影音」（35.2%）等服務占比亦超過 3 成。

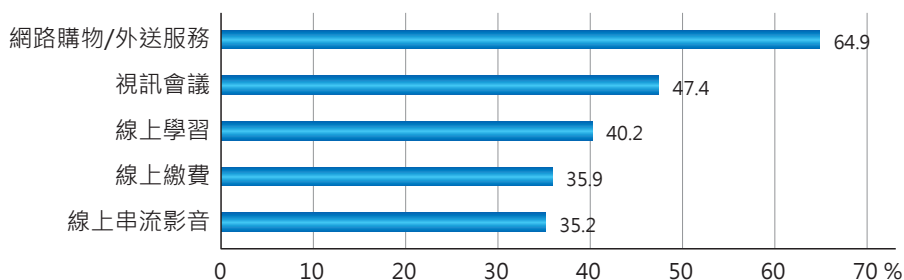
### 112 年疫情爆發後至今數位服務使用頻率變化



Base：N=1,053（單選，所有受訪者）。

註 1：不知道 3.7%。

### 112 年因疫情增加使用頻率的數位服務



Base：N=442（複選，因疫情使用數位服務頻率增加者）。

註 1：本題組為 112 年新增題項，故無 106-109 年、111 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。





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



國家通訊傳播委員會  
National Communications Commission