



台灣寬頻網路使用調查報告出爐 2011年台灣地區上網人口增加73萬人創歷年新高

(台北訊-5月24日)自2002年起台灣網路資訊中心持續進行「台灣寬頻網路使用調查」，至2011年已是第10年進行本項調查。今日公布2011年「台灣寬頻網路使用調查」報告，截至2011年3月4日為止，台灣地區上網人口約有1,695萬人，較2010年之1,622萬人，增加約73萬人；12歲以上之曾經上網人口有1,539萬人，曾經上網比例為75.69%，較2010年增加了3.13個百分點，其中曾經使用寬頻網路人數為1,435萬人，寬頻使用普及率為70.58%，相較於2010年增加3.37個百分點。值得一提的是，曾經使用行動上網的人口已達382萬人，較去年增加2.61個百分點；此外，已有3%~9%的網友將行動上網當作固定的連網方式。

就個人上網部份來看，台灣地區12歲以上民眾有70.58%曾經使用寬頻上網，35.88%曾經使用無線上網，18.82%曾經使用過行動上網。就個人上網受訪民眾中，發現男性較女性比例為高；以年齡層來看，依序為15-19歲(100.00%)、12-14歲(99.90%)、及20-24歲(99.60%)，而55歲以上之年齡層上網比例最低(32.94%)；就地區分布來看，以台北市為最高，高雄市居次。

從此次調查發現，台灣地區12歲以上曾使用寬頻網路之受訪者中，以ADSL為主要的上網方式，其次為光纖到府。使用行動上網方式則以3.5G最多，其次為3G。47.08%的寬頻上網者，完全不會因為擔心發生網路安全問題而減少或沒有在網路上活動；使用無線上網之受訪者中，每月無線上網費用以免費為最多，占35.13%，其次為751~1,000元，占13.67%；使用行動上網之受訪者中，每月行動上網費用以751~1,000元最高，占21.13%，其次為1~250元，占16.36%。另外，59.05%的行動上網受訪者，不會因為行動上網而減少寬頻使用，只是增加行動上網的時數。

本調查除了針對個人使用網路進行調查外，每年亦針對台灣地區的家庭上網戶數及比例進行調查，2011年台灣地區家戶上網比例達到79.77%；近七成三(569萬戶)的家庭已使用寬頻。台灣地區家庭寬頻使用比例，依家庭平均月收入來看，以「100,000元以上」的比例最高，上網率達90.30%(84萬戶)；家庭經濟戶長的教育程度來，以大學學歷者上網率最高，達85.79%；在家中仍是以個人桌上型電腦為主要上網設備(89.72%)。家戶的連線方式，仍是以ADSL連網的62.40%為最高。在上網費用來分，以每月751~1,000元之支出最多，達28.01%。

有鑒於網路社群服務的快速興起，已受到廣大網友的使用；因此，為瞭解台灣民眾對於網路社群服務的使用狀況，今年度調查針對網路社群網路服務使用狀況進行調查訪問發現，在台灣地區12歲以上且曾經有上網的民眾中，有使用過網路社群服務的比例為



56.30%；在有使用網路社群服務之受訪者中，「因為朋友在使用，所以跟著使用」為最主要的使用原因，其次為「社群間的成員互動性高」、「即時分享，抒發心情」及「休閒娛樂」。平均每天使用網路社群服務之時間，則以「1小時以上，未滿2小時」為最多，為19.89%，較去年「半小時以上，未滿1小時」使用時間有增長趨勢。另外，94.42%受訪者沒有使用付費的升級服務，85.61%在未來亦沒有付費升級的意願；76.50%不同意因為使用網路社群服務而減少日常生活中與人接觸。

在台灣地區12歲以上且曾經有上網的受訪者中，有玩過線上遊戲之比例為49.20%；玩付費的線上遊戲為28.86%，在沒有玩付費線上遊戲之受訪者中，未來有意願付費之比則為12.01%；單次付費最高金額以「301~450元」最多，為24.05%，其次為「1,501元以上」及「151~300元」，分別為15.59%及15.33%。玩線上遊戲之原因，以「打發時間」(58.99%)最多，其次為「休閒娛樂」(18.22%)，再其次為「增進同學與朋友的感情」(16.72%)。線上遊戲類型以玩「角色扮演」類型之比例最高，為34.10%；其次為「益智類」，比例為20.70%。平均每天玩線上遊戲之時間，以「極少使用」為最多，占19.78%，「1小時以上，未滿2小時」其次，為19.68%。53.71%的線上遊戲玩家不同意因玩線上遊戲而減少在網路裡其他活動。

在台灣地區12歲以上且曾經有上網受訪者中，有網路購物經驗之比例為61.23%。使用網路購物的主要因為「價格因素」及「時間因素」，在價格因素之下，又以「方便搜尋比價」為主，由此可知，「價格優惠」與「時效性」是促使宅經濟崛起之主因。有網路購物經驗的受訪者中，以「每一季至少有一次」網路購物之比例最高，占20.85%，其中以購買「服裝配件」最高，占32.31%，在服裝配件中又以「衣著飾品」為主，占32.04%。網路購物單次最高金額以「2,001~5,000元」最多，為25.33%，其次為「1,001~2,000元」，為22.39%。50.79%表示不同意因網路購物而減少在實體店家消費次數之比例，與同意之比例(47.46%)差異並不明顯。

本次電話訪問時間為2011年2月7日至3月4日，調查對象為台灣地區各縣市電話住宅用戶家中年滿12歲成員，有效樣本數為3,062份，採用台灣地區家用電信戶為抽樣母體，利用電腦輔助電話調查系統(CATI)電話訪問，在95%信心水準之下，誤差為±1.5%。如需進一步取得本次調查報告，歡迎到TWNIC網站<http://stat.twmic.net.tw>下載。

###

媒體聯絡人：吳沛真

財團法人台灣網路資訊中心

電話：(02) 2341-1313 分機 701

傳真：(02) 2396-8832

電子郵件：sylvia@twmic.net.tw

如欲知更多相關消息，煩請上網站 www.twmic.net.tw