

114 通訊市場 調查結果摘要

前言

在數位匯流快速變化的時代下，消費者在通訊傳播市場之使用行為日益重要，對於通傳產業經營模式，帶動科技發展，更擴展至其他產業領域，於國家整體經濟之趨勢更是密不可分。

本調查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，搭配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之偏好意向，同時掌握市場發展趨勢，提供調查與分析結果作為研擬相關法規與政策之參考。

今（114）年度調查摘要係綜整 106 至 109 年、112 年至 114 年相同問卷題項進行跨年度分析，並摘錄 114 年所新增之重要題項；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，惟調查方法與歷年有所不同，故 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¹。

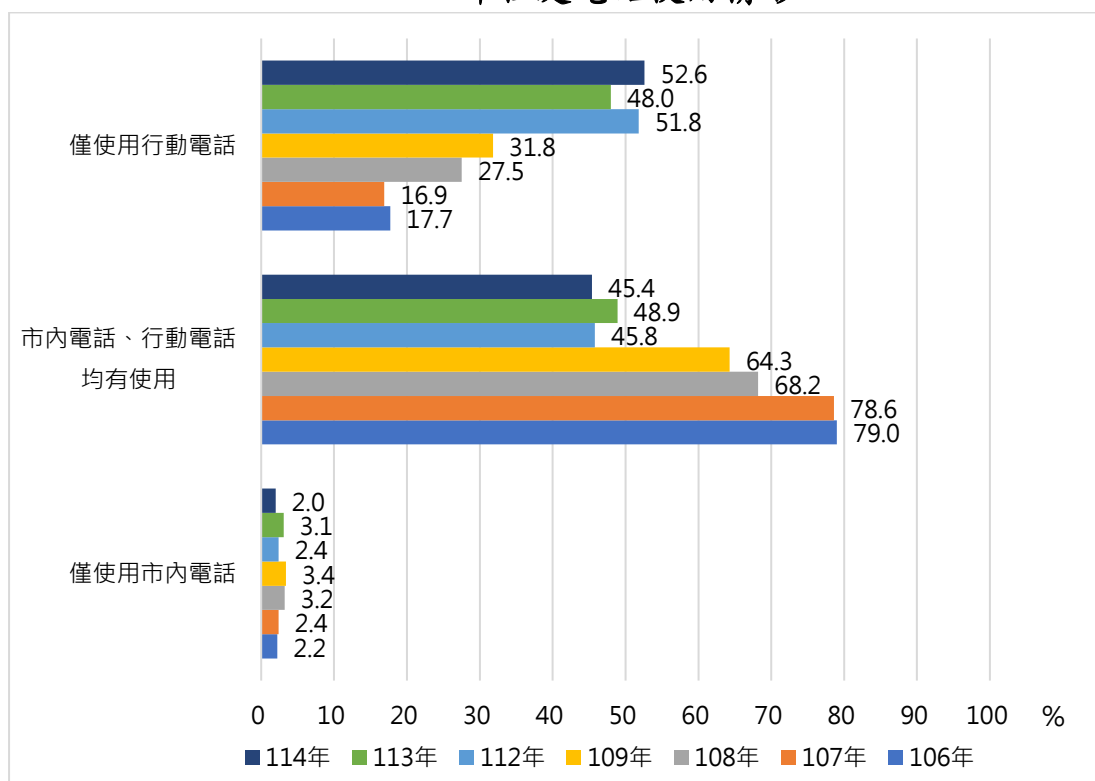
- 調查名稱：114 年通訊市場調查
- 調查對象：我國 16 歲及以上民眾（民國 98 年 12 月 31 日以前出生）
- 調查方式：面訪調查
- 調查時間：114 年 3 月 22 日至 4 月 25 日
- 樣本規模：1,222 份有效樣本（不包含金馬地區）
- 抽樣誤差：95%的信賴水準下，抽樣誤差不超過±3%

¹ 問卷調查結果平均值於誤差+3%為誤差範圍內。

民眾住處中僅使用行動電話之比例提升

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%，逐年上升至114年至52.6%，超越「市內電話、行動電話均有使用者」。「市內電話、行動電話均有使用者」比例自106年的79.0%，逐年下降至114年的45.4%。「僅使用市內電話者」則於106年2.2%微幅下降至114年2.0%，顯示民眾於住處中以使用行動電話為主流習慣。

106-114 年住處電話使用情形



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；113 年 N=1,145；114 年 N=1,222（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%。

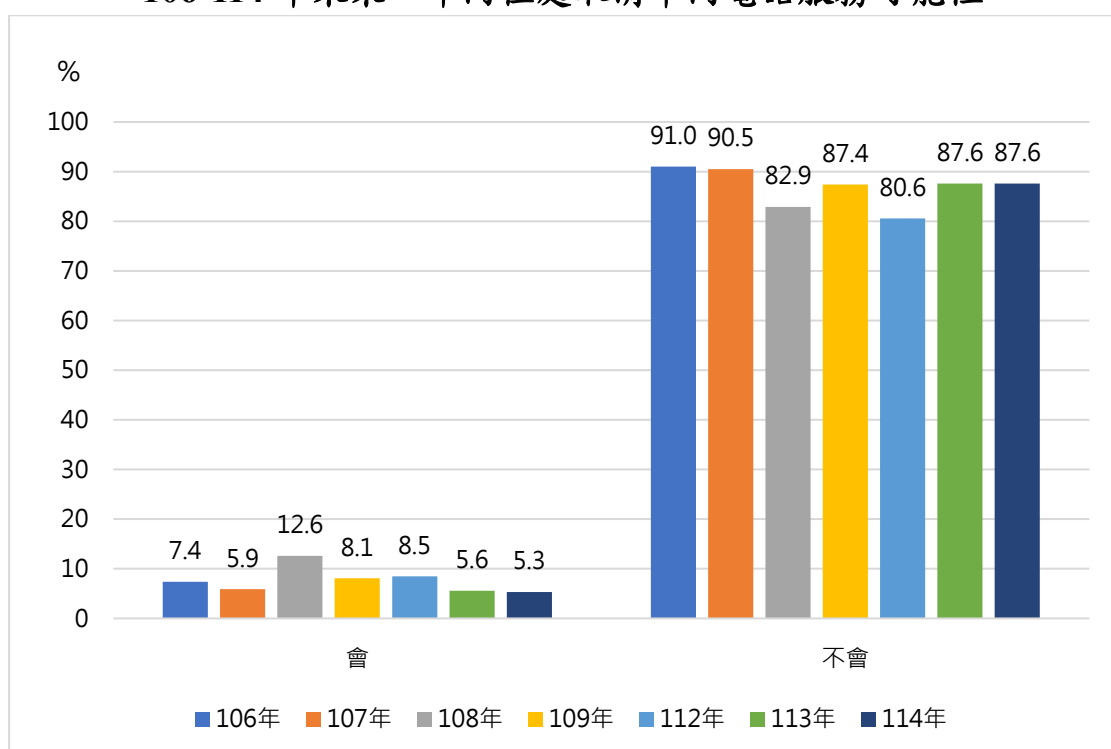
註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

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。111 年調查結果顯示，僅使用行動電話 51.7%；市內電話、行動電話均有使用 40.5%；僅使用市內電話 7.8%（N=1,309，單選，所有受訪者）。

多數民眾不會取消市內電話；以行動電話取代為取消主因

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，歷年超過 8 成皆表示不會取消，惟比例自 106 年的 91.0%微幅減少至 114 年的 87.6%。進一步分析未來一年內打算取消住處市內電話服務的原因，「以行動電話取代即可」雖自 109 年的 85.9%大幅下降至 112 年的 38.0%，但於 114 年成長至 67.0%，仍為取消主因；而「不需要市內電話」比例自 106 年的 22.4%成長至 114 年的 35.0%；「避免詐騙電話」比例則自 112 年的 14.4%上升至 114 年的 20.8%。

106-114 年未來一年內住處取消市內電話服務可能性



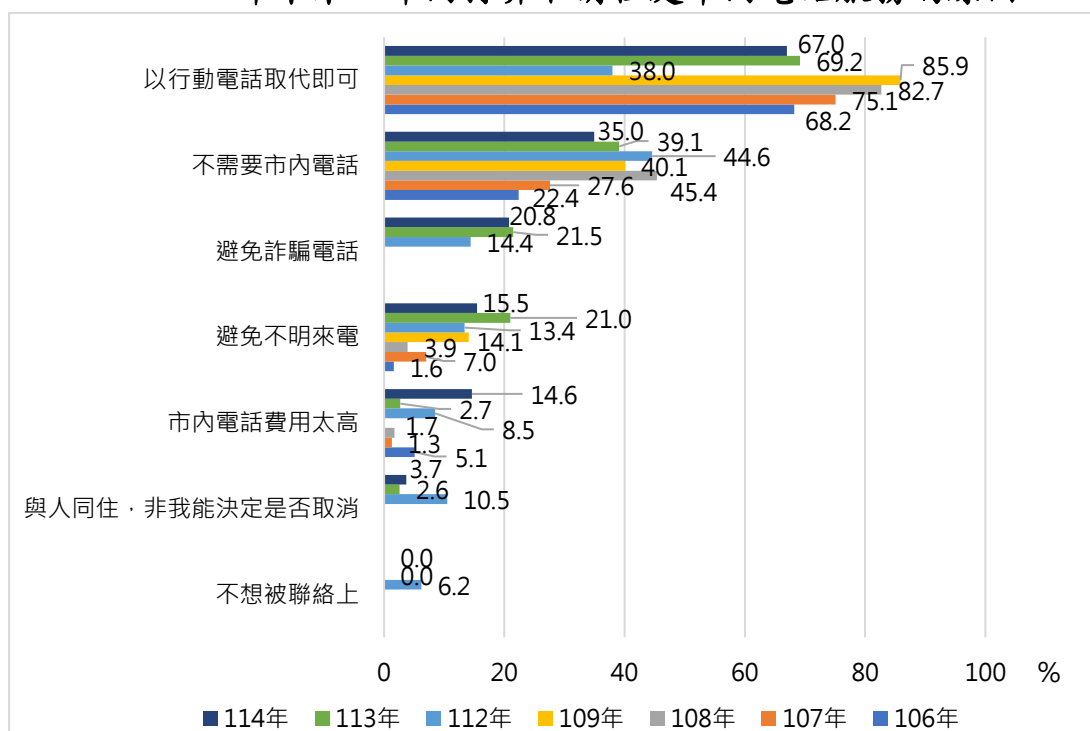
Base：106 年 N=919；107 年 N=865；108 年 N=796；109 年 N=747；112 年 N=508；113 年 N=595；114 年 N=579（單選，有使用市內電話者）。

註 1：106 年不知道 1.5%、拒答 0.1%；107 年不知道 3.4%、拒答 0.2%；108 年不知道 4.4%；109 年不知道 4.5%；112 年不知道 2.6%；113 年不知道 1.0%；114 年不知道 1.7%。

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。111 年調查結果顯示，會 4.2%、不會 92.5%、不知道 3.3%（N=632，單選，有使用市內電話者）。

106-114 年未來一年內打算取消住處市內電話服務的原因



Base：106 年 N=68；107 年 N=51；108 年 N=100；109 年 N=60；112 年 N=43；113 年 N=33；114 年 N=31（複選，有使用市內電話，且未來一年內打算取消者）。

註 1：106 年其他 1.0%；107 年其他 1.0%、不知道 2.6%；108 年其他 1.2%；109 年其他 6.0%；112 年不知道 3.9%；113 年不知道 0.0%；114 年不知道 0.0%。

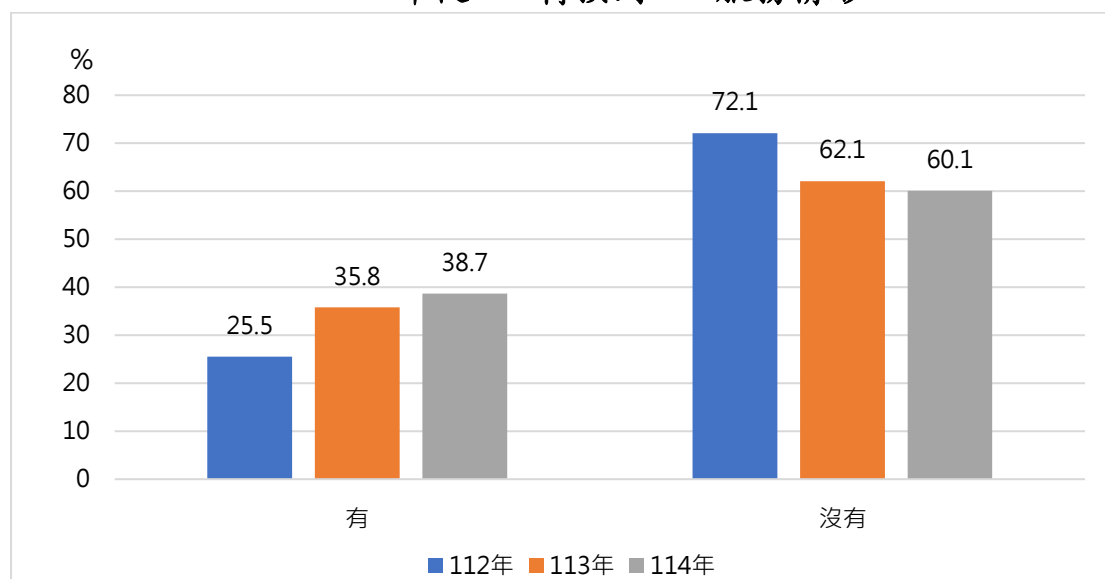
註 2：112 年新增選項「避免詐騙電話」、「與人同住，非我能決定是否取消」、「不想被聯絡上」，故無 106-109 年數據。110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

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。111 年調查結果顯示，不需要市內電話 52.2%、以行動電話取代即可 56.4%、避免不明來電 1.3%、市內電話費用太高 5.2%、不知道 4.6%（N=27，複選，有使用市內電話，且未來一年內打算取消者）。

超過 35%之民眾已自 4G 轉換至 5G 服務

關於我國 16 歲以上民眾自 4G 轉換到 5G 服務情形，於 111 年新增題項調查。民眾「有」從 4G 轉換到 5G 服務比例自 112 年 25.5% 逐年上升至 114 年 38.7%，未轉換比例則自 112 年 72.1% 下降至 114 年 60.1%，顯示民眾自 4G 轉換至 5G 之意願已逐漸提升。

112-114 年從 4G 轉換到 5G 服務情形



Base：112 年 N=1,037；113 年 N=1,129；114 年 N=1,205（單選，有使用手機者）。

註 1：112 年不知道 2.4%；113 年不知道 2.1%；114 年不知道 1.2%。

註 2：本題為 111 年新增題項，故無 107-109 年數據。

註 3：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

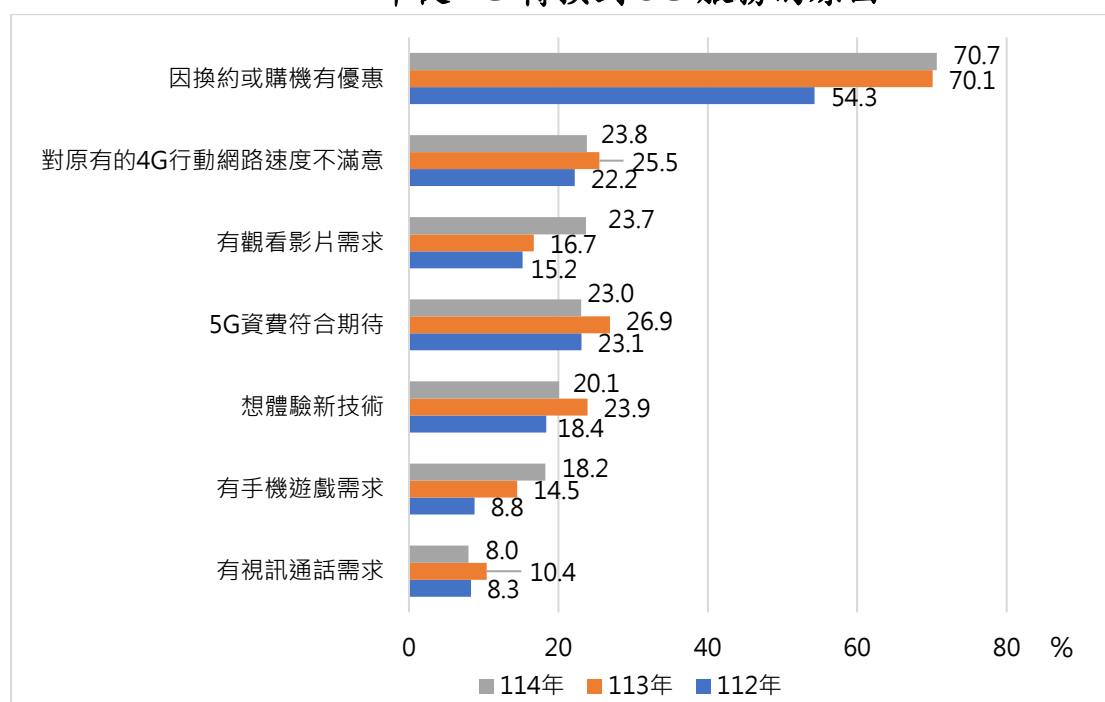
註 4：111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。111 年調查結果顯示，有 27%、沒有 71.4%、不知道 1.6%（N=1,106，單選，有使用手機，且有在上網者）。

多數民眾轉換至 5G 服務主因係為換約或購機優惠

進一步調查民眾自 4G 轉換到 5G 服務之原因，於 112 年至 114 年，民眾轉換至 5G 的原因皆以「因換約或購機有優惠」為主，比例自 54.3% 上升至 70.7%，其次為「對原有的 4G 行動網路速度不滿意」，比例自 112 年的 22.2% 上升至 23.8%。

另一方面，民眾尚未自 4G 轉換到 5G 服務之原因，於 112 年至 114 年皆以「目前使用的 4G 服務已足夠滿足需求」為主要原因，比例自 112 年的 70.8% 微幅上升至 114 年的 74.0%，其次為「5G 資費較 4G 高」，比例自 112 年的 31.0% 上升至 114 年的 48.5%。

112-114 年從 4G 轉換到 5G 服務的原因



Base：112 年 N=264；113 年 N=404；114 年 N=466（複選，有使用手機，且有從 4G 轉換到 5G 服務者）。

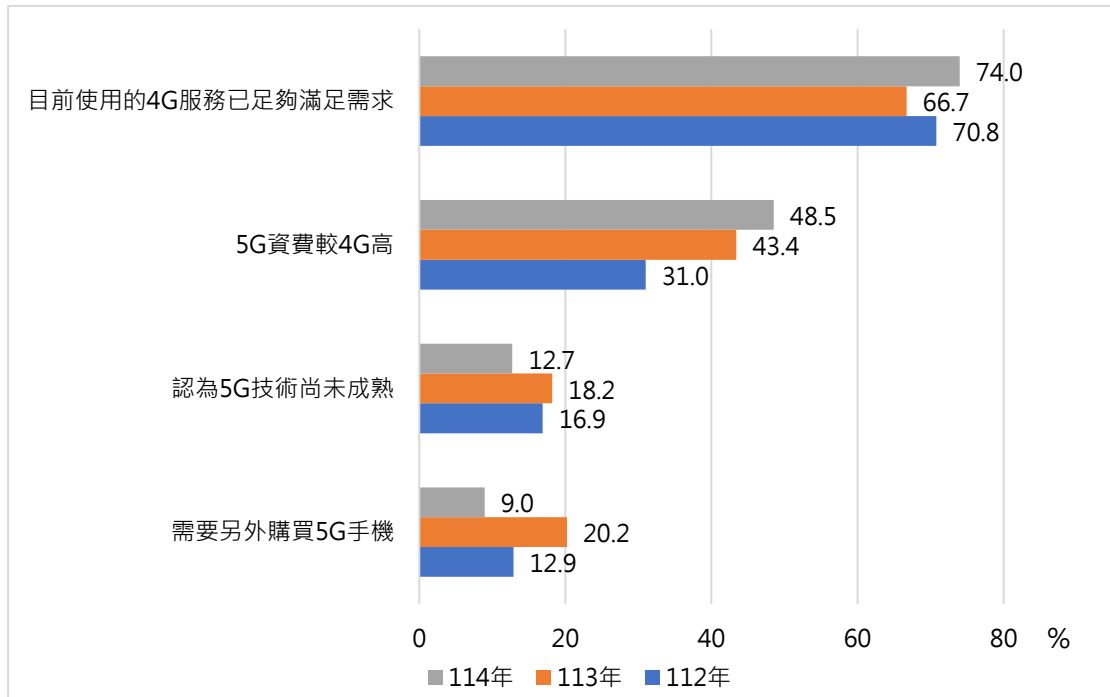
註 1：112 年不知道 1.7%；113 年其他 1.3%、不知道 1.8%；114 年其他 0.2%、不知道 1.0%。

註 2：本題為 111 年新增題項，故無 106-109 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。111 年調查結果顯示，對原有的 4G 行動網路速度不滿意 33.8%、合約換約需求 15.5%、想體驗新技術 14.8%、業者提供促銷方案 8.2%、有觀看影片需求 2.8%、不知道 10.9%（N=299，複選，有使用手機，且有在上網，並有從 4G 轉換到 5G 服務者）。

112-114 年尚未從 4G 轉換到 5G 服務的原因



Base：112 年 N=748；113 年 N=702；114 年 N=725（複選，有使用手機，且尚未從 4G 轉換到 5G 服務者）。

註 1：112 年其他 1.1%、不知道 1.9%；113 年其他 1%、不知道 1.2%；114 年其他 0.3%、不知道 0.9%。

註 2：本題為 111 年新增題項，故無 106-109 年數據。

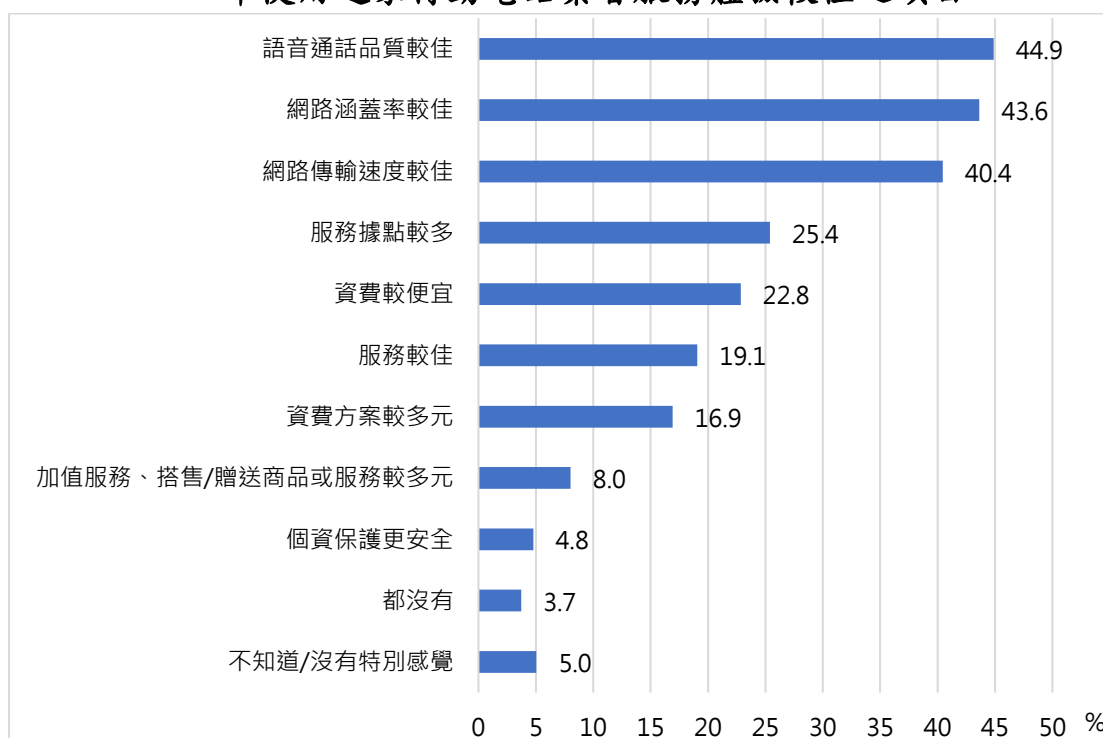
註 3：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

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。111 年調查結果顯示，目前使用的 4G 服務已足夠滿足需求 60.5%、5G 資費較 4G 高 7.9%、認為 5G 技術尚未成熟 16.9%、需要另外購買 5G 手機 10.8%、不知道 4.3%（N=790，複選，有使用手機，且有在上網，但沒有從 4G 轉換到 5G 服務者）。

多數民眾認為目前使用的行動電話業者服務體驗較佳的項目以語音通話品質較佳為主

114 年新增題項，調查我國 16 歲以上民眾使用目前這家行動電話業者之服務體驗情形，其認為服務體驗較佳之項目，以「語音通話品質較佳」(44.9%) 比例最高，其次為「網路涵蓋率較佳」(43.6%)；另一方面，認為服務體驗較糟之項目，多數民眾表示都沒有(39.2%)，其次為「不知道或沒有特別感覺」(17.2%)，而認為服務項目可再加強者，則以「網路涵蓋率較差（所到之處是否都有網路）」(12.9%) 為主)。

114 年使用這家行動電話業者服務體驗較佳之項目

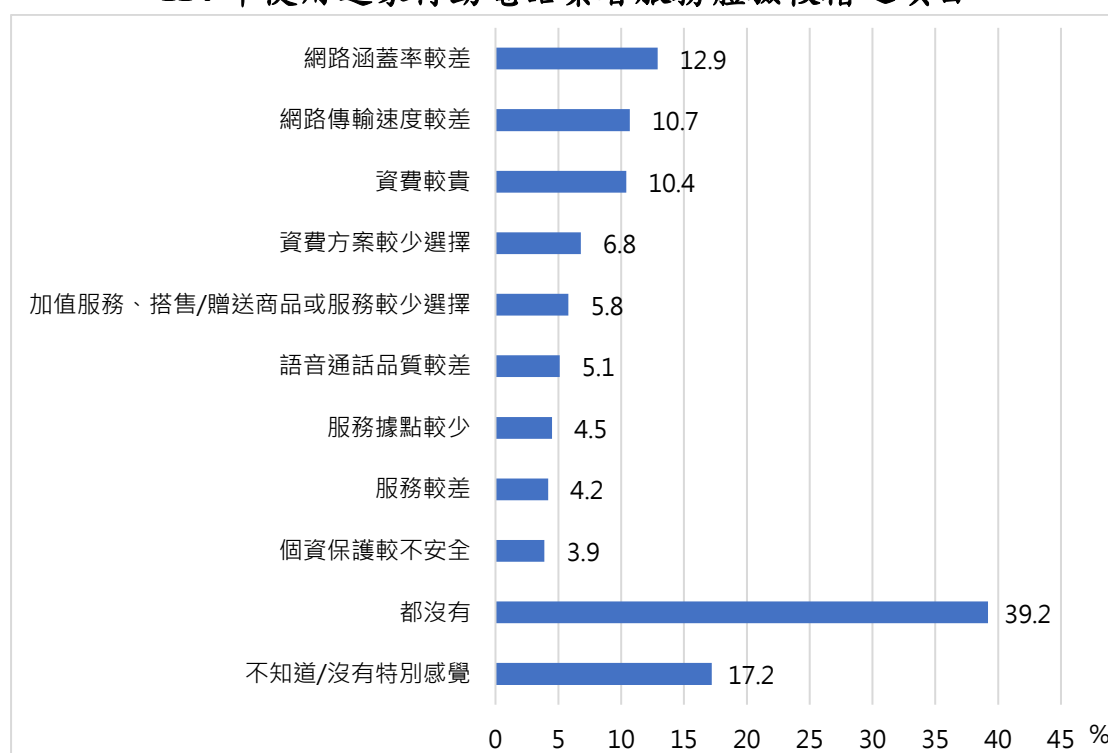


Base：N=1,200（複選，有使用手機，且知道由哪家業者提供服務者）。

註 1：本題為 114 年新增題項，故無 106-109 年、111-113 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

114 年使用這家行動電話業者服務體驗較糟之項目



Base：N=1,200（複選，有使用手機，且知道由哪家業者提供服務者）。

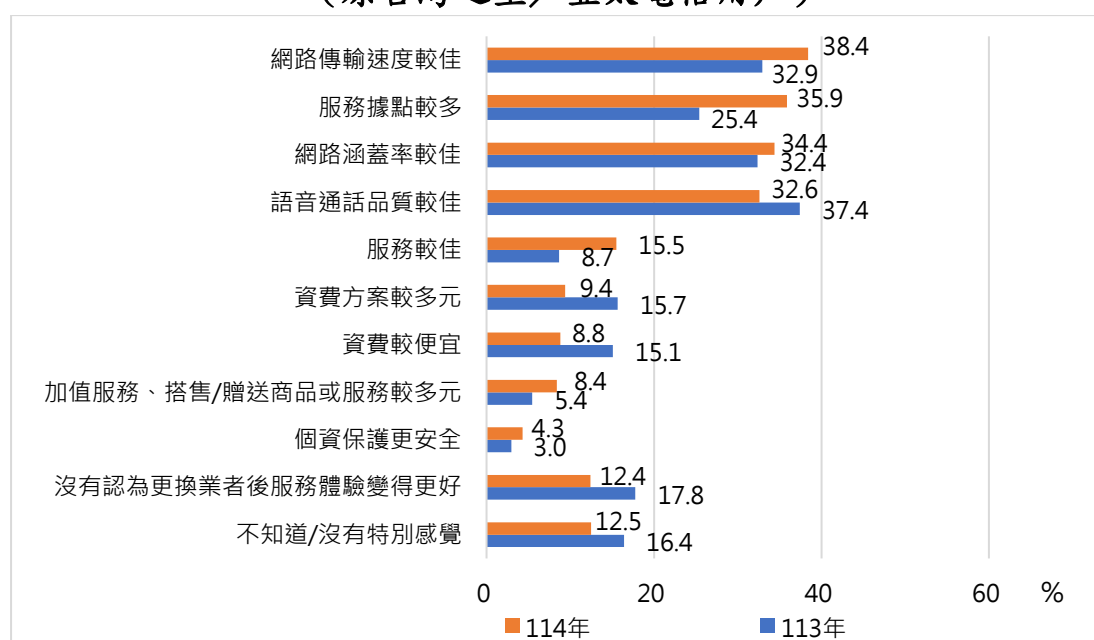
註 1：本題為 114 年新增題項，故無 106-109 年、111-113 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

電信合併為三大業者後，多數民眾認為服務體驗維持原有品質

於113年新增題項，調查我國16歲以上民眾原為台灣之星/亞太電信用戶轉換到台灣大哥大/遠傳電信後服務體驗情形。觀察113年至114年調查結果，民眾認為變得更佳的服務項目，以「網路傳輸速度較佳」為主，比例自113年32.9%提升至114年38.4%，其次為「服務據點較多」，比例自113年25.4%提升至114年35.9%；認為變得更糟的服務項目，多數民眾表示「沒有認為更換業者後服務體驗變得更糟」，比例自113年27.8%提升至114年37.8%，其次為不知道或沒有特別感覺（25.9%），而認為服務項目可再加強者，以「資費較貴」為主，比例自113年13.3%提升至114年22.9%。

113-114 年更換行動電話業者後變得更佳的服務項目
(原台灣之星/亞太電信用戶)

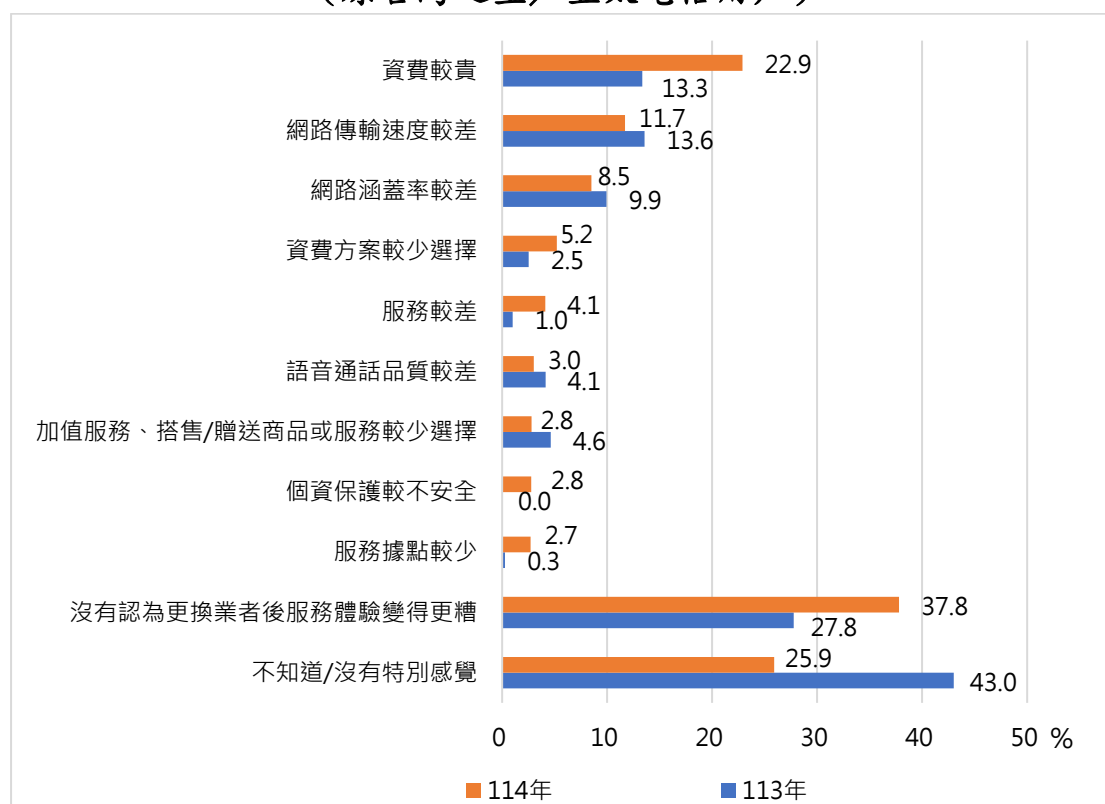


Base：113 年 N=87；114 年 N=114（複選，有使用手機、知道由哪家業者提供服務，且因台灣之星或亞太電信併入台灣大哥大或遠傳電信而轉換業者）。

註 1：本題為 113 年新增題項，故無 106-109 年、111-112 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

113-114 年更換行動電話業者後變得更糟的服務項目 (原台灣之星／亞太電信用戶)



Base：113 年 N=87；114 年 N=114（複選，有使用手機、知道由哪家業者提供服務，且因台灣之星或亞太電信併入台灣大哥大或遠傳電信而轉換業者）。

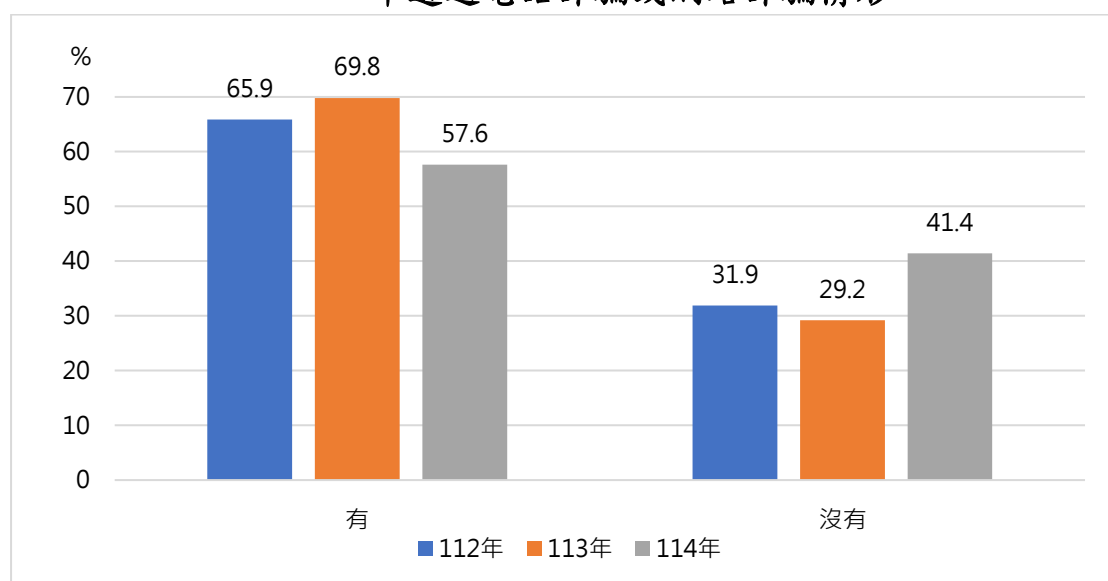
註 1：本題為 113 年新增題項，故無 106-109 年、111-112 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

民眾曾經遭遇電信或網路詐騙之比例下降

112年新增題項，調查我國16歲以上民眾是否曾經遭遇電話詐騙或網路詐騙情形，歷年有遇過的比例自112年的65.9%下降至114年的57.6%，沒有遇過電話詐騙或網路詐騙比例，自112年31.9%上升至114年的41.1%，顯見於打詐政策推動下，民眾遇到電話詐騙或網路詐騙比例有所下降。

112-114 年遭遇電話詐騙或網路詐騙情形



Base：112 年 N=1,053；113 年 N=1,145；114 年 N=1,222（單選，所有受訪者）。

註 1：112 年不知道 2.1%；113 年不知道 1.0%；114 年不知道 1.3%。

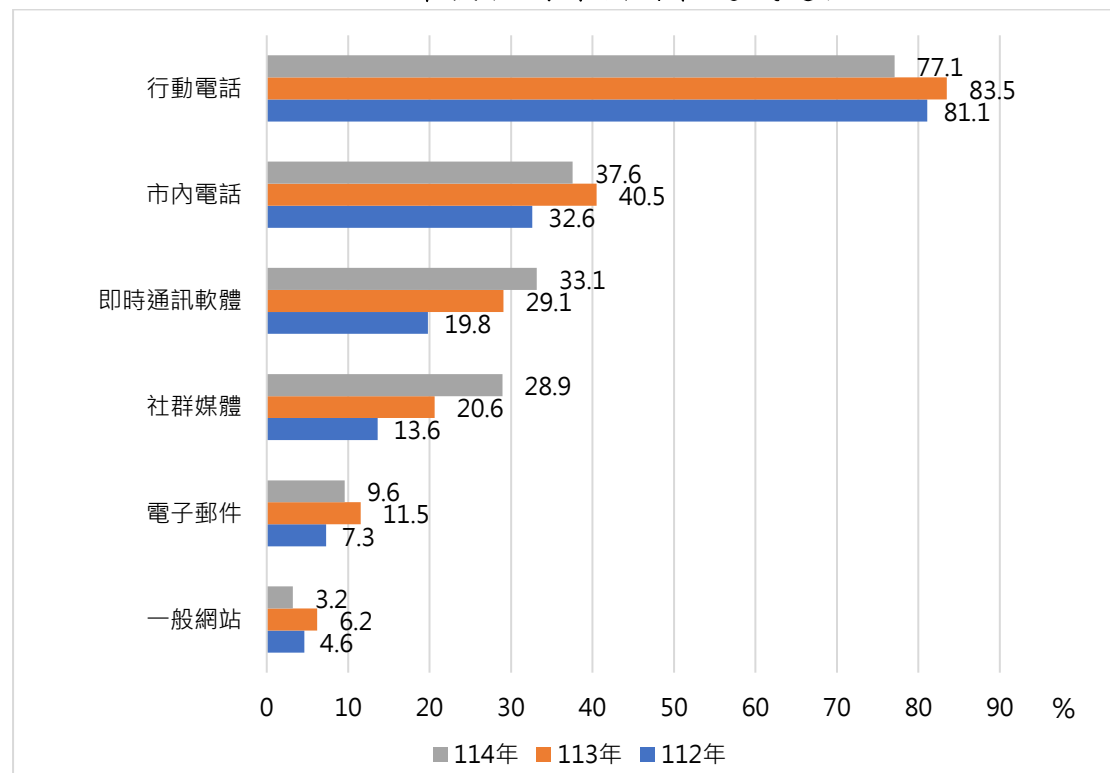
註 2：本題為 112 年新增題項，故無 106-109 年、111 年數據。

註 3：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

民眾接收詐騙之管道或途徑以行動電話為主

承前項調查，進一步詢問有遇過電話詐騙或網路詐騙者對接受的管道或途徑，係透過「行動電話」接收為主，惟比例自112年的81.1%下降至114年的77.1%，其次則為「市內電話」，而「即時通訊軟體」及「社群媒體」占比皆有上升趨勢，「即時通訊軟體」比例自112年19.8%提升至114年33.1%；「社群媒體」比例亦自112年13.6%提升至114年28.9%。

112-114 年接收到詐騙的管道或途徑



Base：112 年 N=694；113 年 N=799；114 年 N=704（複選，有遇過電話詐騙或網路詐騙者）。

註 1：112 年不知道 0.3%；113 年不知道 0.1%；114 年不知道 0%。

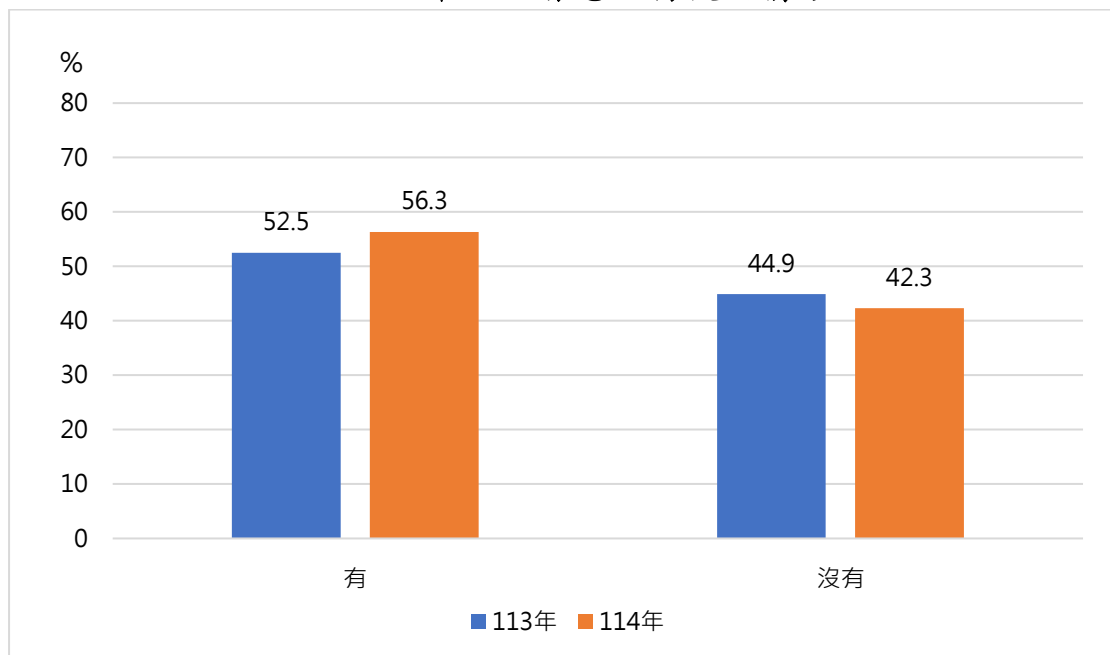
註 2：本題為 112 年新增題項，故無 106-109 年、111 年數據。

註 3：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

民眾有使用過人工智慧（AI）服務比例略升

113 年新增題項，調查我國民眾人工智慧（AI）服務（例如智慧導航、生物辨識解鎖、聊天機器人、語音輸入打字、語言翻譯、ChatGPT、AI 生成圖片等）使用情形，民眾有使用過人工智慧（AI）服務比例自 113 年 52.5% 上升至 114 年 56.3%，114 年未使用過比例為 42.3%，顯示 AI 日益發展下，民眾使用 AI 服務之比例有逐年上升趨勢。

113-114 年人工智慧服務使用情形



Base：113 年 N=1,145；114 年 N=1,222（單選，所有受訪者）。

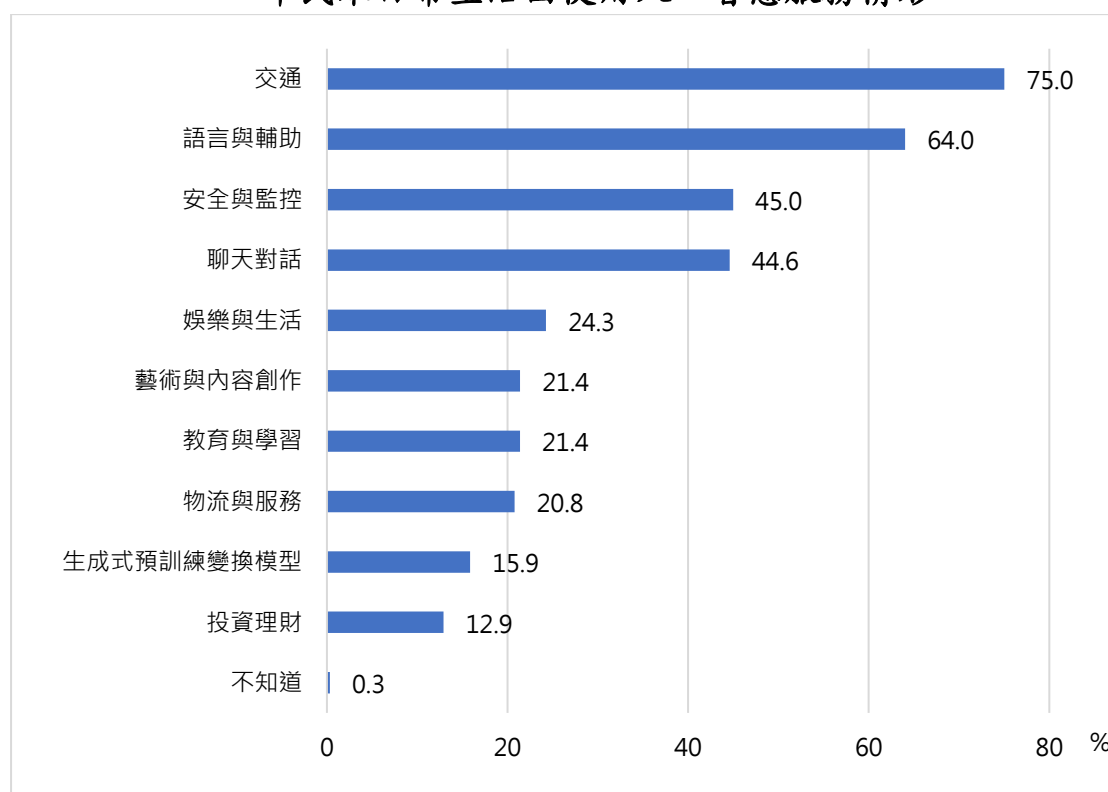
註 1：本題為 113 年新增題項，故無 106-109 年、111-112 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

民眾使用人工智慧(AI)服務著重於交通應用與資料文書處理

114 年調整題項，進一步詢問民眾於日常生活面使用過的人工智慧(AI)服務，以「交通(如智慧導航、車牌辨識、自動駕駛)」(75.0%)為主，其次為「語音輸入(語音輸入、語音操控、語言翻譯、文字語音轉換工具)」(64.0%)、「安全與監控(如智慧保全、生物辨識解鎖/驗證(如人臉、指紋、人聲辨識/驗證))」(45.0%);於工作面，使用過的服務以「資料查詢、處理及分析」(41.0%)比例最高，其次為「通訊、網路流量管理」(25.6%)和「藝術、內容創作(如生成圖片、文章、繪圖、影音動畫、劇本)」(16.6%)。

114 年民眾日常生活面使用人工智慧服務情形

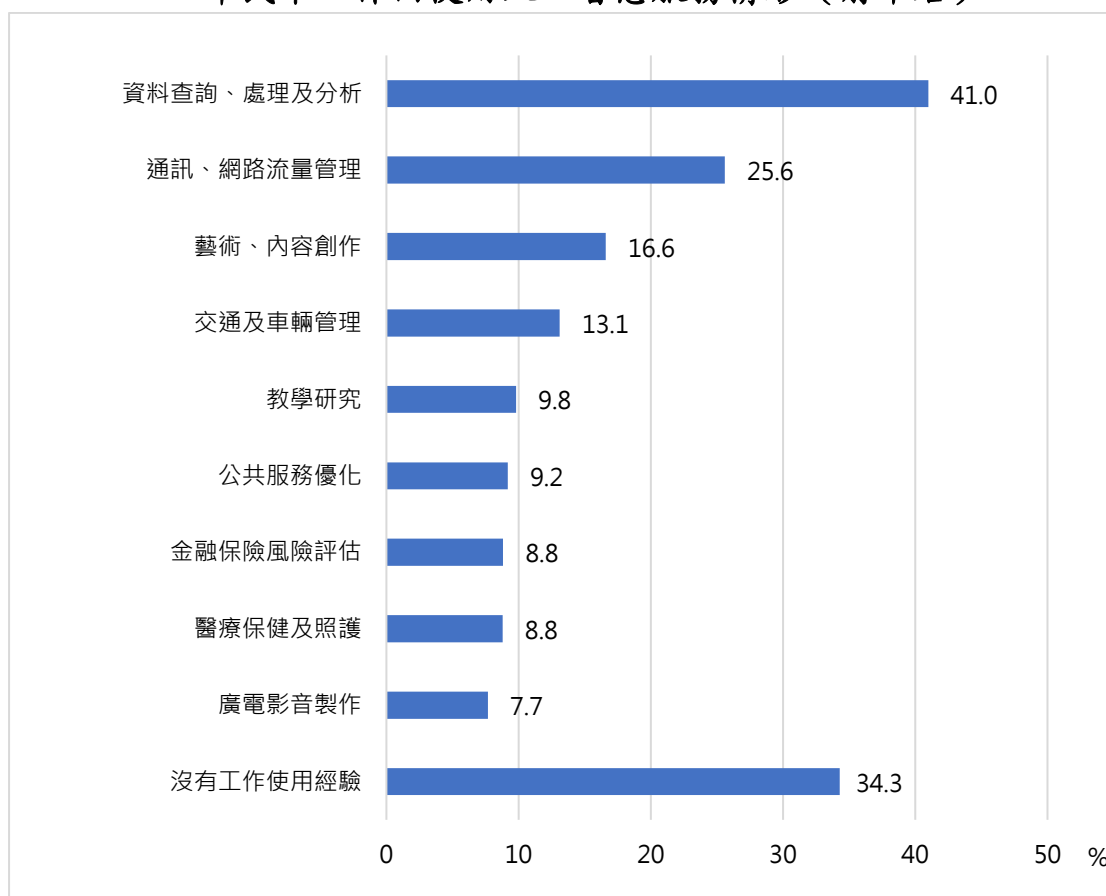


Base：N=688（複選，有使用過人工智慧服務使用者）。

註 1：本題為 114 年調整選項，故無 106-109 年、111-113 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

114 年民眾工作面使用人工智慧服務情形（前十名）



Base：N=688（複選，有使用過人工智慧服務使用者）。

註 1：本題為 114 年整併題項，故無 106-109 年、111-113 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。。