



Our Mobile Planet : 台灣

瞭解行動上網的消費者

2013 年 5 月



Ipsos MediaCT
The Media, Content and Technology Research Specialists

內容重點摘要



智慧型手機已成為我們日常生活中不可或缺的一部份。智慧型手機普及率佔了總人口的 **51%**，而這群智慧型手機的使用者對這類裝置的依賴程度也越來越高。在這些人當中，有 **69%** 每天使用智慧型手機上網，並且出門一定不忘隨身攜帶。**影響：**商家可以在行銷策略中主打行動廣告，趁機吸引更多使用多螢幕上網的新客戶。



智慧型手機改變了消費者行為。行動使用者的主要目的是搜尋、收看影片、使用應用程式和社交網路。智慧型手機使用者會同時使用多種媒體，有 **78%** 的使用者會同時做其他事情，其中 **40%** 的人是在看電視。**影響：**在廣告策略加入行動服務，並開發整合式的跨媒體廣告活動，可讓您更有效地觸及時下的消費者。



智慧型手機可讓使用者掌握來自世界各地的資訊。在智慧型手機上打廣告，是當地商家成功的關鍵。有 **95%** 的智慧型手機使用者會在手機上搜尋當地資訊，有 **83%** 會在取得結果後採取行動，例如購買或與商家聯絡。**影響：**在當地結果中顯示可點擊的電話號碼，並善用手機的定位服務，方便消費者直接與商家聯絡。



智慧型手機改變了消費者的購買方式。智慧型手機是重要的購買工具，有 **87%** 的使用者會在自己的裝置上研究產品或服務，而研究結果對買方在各管道的決定和購買內容都有影響。有 **37%** 的智慧型手機使用者曾使用手機購物。**影響：**製作行動專用網站是成功的關鍵，此外還必須擬定跨管道策略，才能在購買程序中的不同路徑吸引消費者。



智慧型手機可讓廣告客戶接觸消費者。**90%** 的智慧型手機使用者會留意行動廣告。智慧型手機也是傳統廣告不可或缺的一部份；有 **83%** 的使用者在看到離線廣告後，會用自己的智慧型手機搜尋相關資訊。**影響：**在整合式行銷策略中加入行動廣告可打響知名度並提高消費者參與度。

瞭解行動上網的消費者

這份問卷調查是為了深入瞭解消費者如何使用智慧型手機上網

詳細介紹：

- 有關智慧型手機普及率和使用情況的資料和數據。
- 在智慧型手機上進行的一般上網、搜尋、觀看影片、使用社交網路、行動廣告和行動商務行為。
- 這份國家/地區報表取自針對多個國家/地區進行的全球智慧型手機研究。如需額外的工具和資料，請前往 thinkwithgoogle.com/mobileplanet。



智慧型手機如何應用於
日常生活中？



消費者如何使用智慧型手機同時處理
多項工作？



消費者可以在智慧型手機上進行哪些
活動？



智慧型手機在
購買程序中扮演了什麼角色？



消費者對
離線廣告和行動廣告分別有什麼反應？

簡報大綱

- 1 智慧型手機是日常生活不可或缺的一部份

- 2 智慧型手機改變了消費者行為

- 3 智慧型手機可讓使用者掌握來自世界各地的資訊

- 4 智慧型手機改變了消費者的購買方式

- 5 智慧型手機可讓廣告客戶接觸消費者

智慧型手機是
日常生活不可或缺的一部份



智慧型手機的普及率正在上升

26%

Q1 2011

32%

Q1 2012

51%

Q1 2013

智慧型手機已成了我們的生活重心

69%

最近 7 天內每天都使用
智慧型手機

取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，智慧型手機 n= 1,000
問題 18：請回想一下最近 7 天內，您有幾天使用智慧型手機上網？

智慧型手機永不關機、如影隨形



81%

出門一定會帶智慧型手機

取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，智慧型手機 n= 1,000

問題 52：您對下列每一項陳述的同意程度為何？最上方的兩個方塊；以 1 到 5 表示 (5 – 完全同意，1 – 完全不同意)。我出門一定會帶智慧型手機

隨時隨地都可以使用智慧型手機



使用地點

95%

家裡



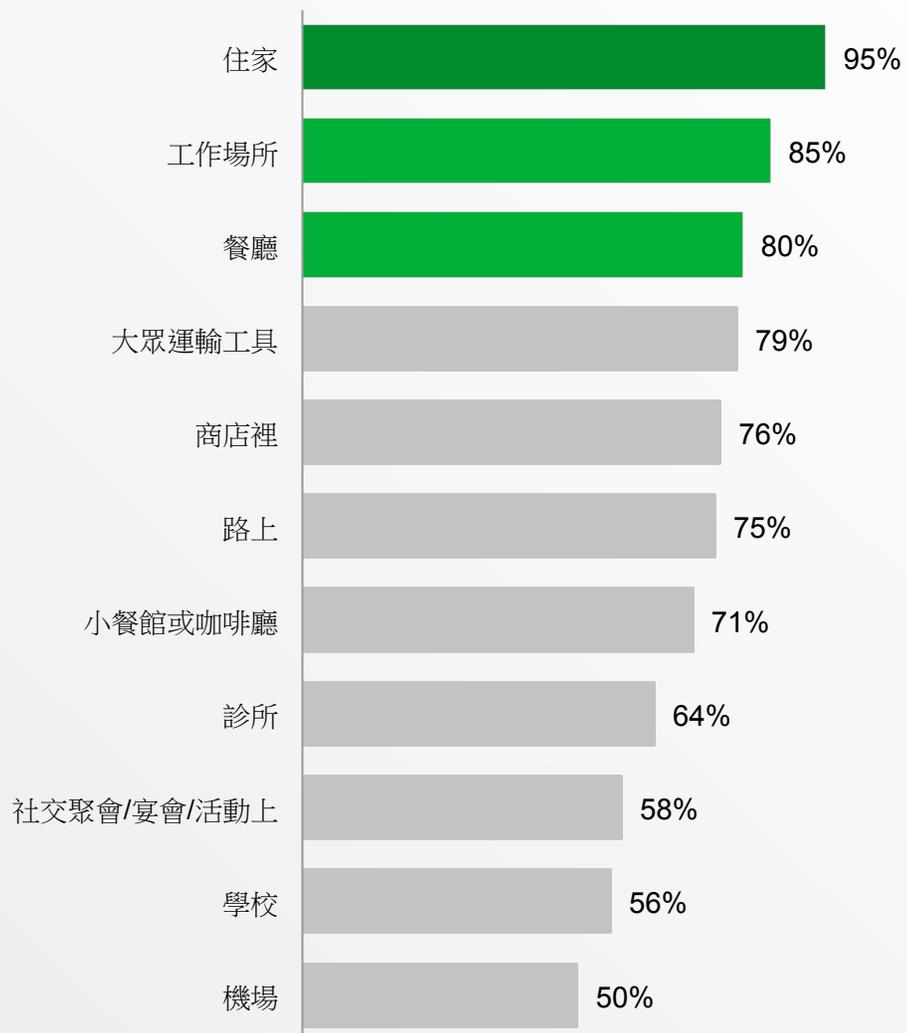
75%

路上



76%

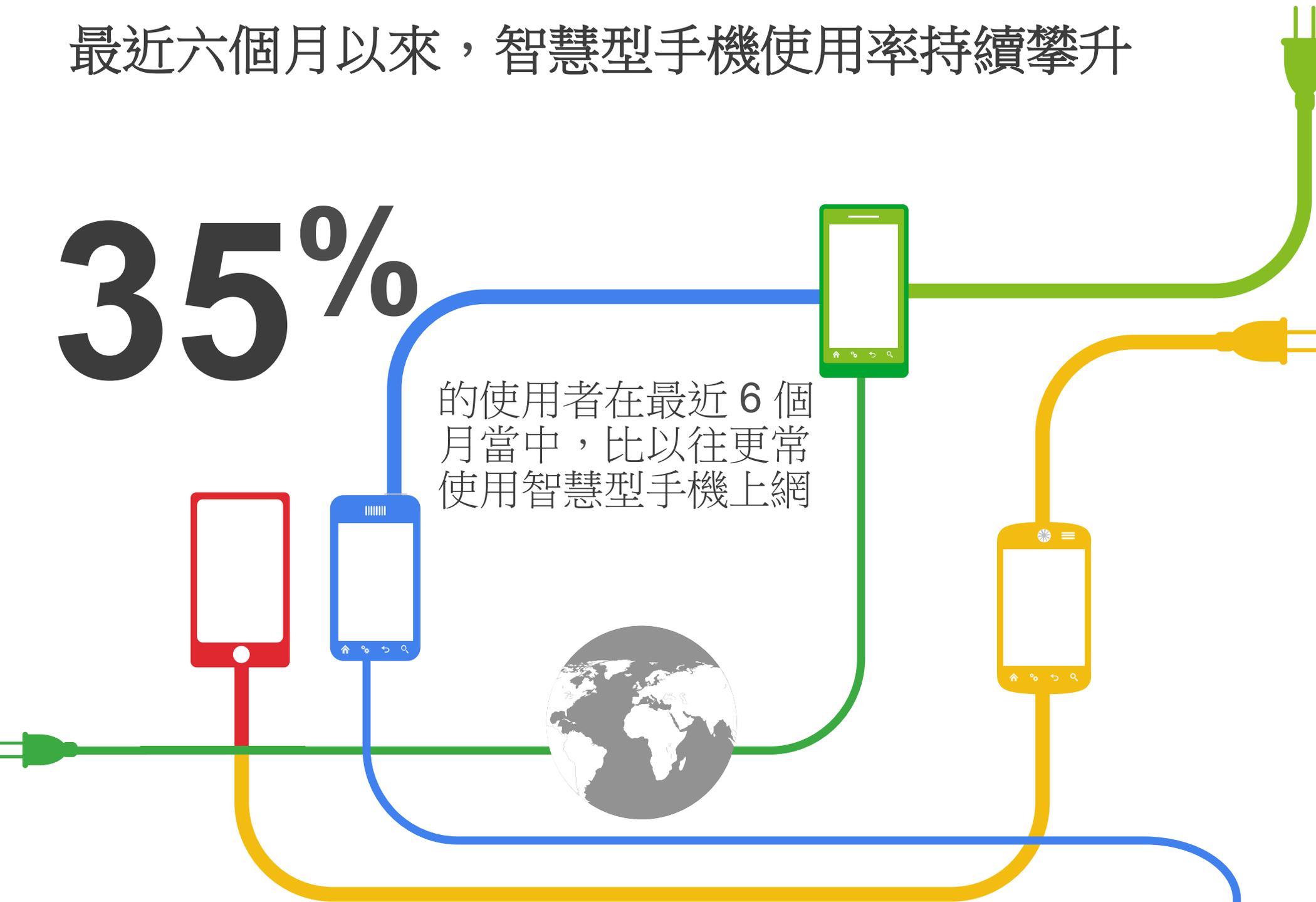
商店裡



最近六個月以來，智慧型手機使用率持續攀升

35%

的使用者在最近 6 個月當中，比以往更常使用智慧型手機上網



取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，智慧型手機 n= 1,000
問題 21：試著回想一下，最近 6 個月以來，您更常或更不常使用自己的智慧型手機上網？

消費者越來越仰賴智慧型手機，因此...

16%

寧可不要電視，
也不能沒有智慧型手機



取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，智慧型手機 n=1,000

問題 52：您對下列每一項陳述的同意程度為何？最上方的兩個方塊以 1 到 5 表示 (5 = 完全同意，1 = 完全不同意)

「我寧可不要電視，也不能沒有智慧型手機」。

智慧型手機改變了
消費者行為

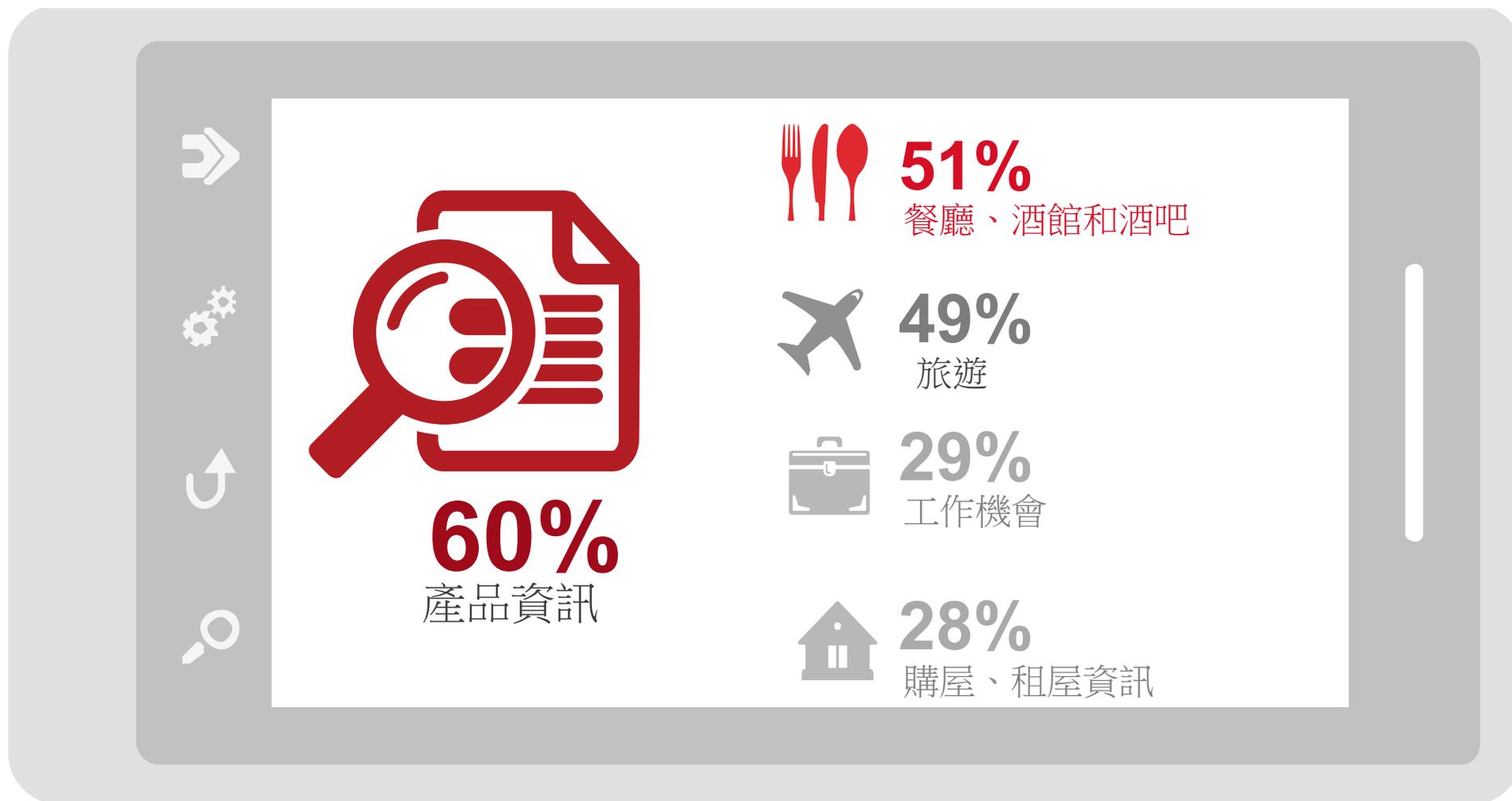


智慧型手機是搜尋服務的主要存取點

60%

每天都使用
智慧型手機搜尋

智慧型手機讓我們的日常生活更充實



智慧型手機可讓您集中處理多項活動



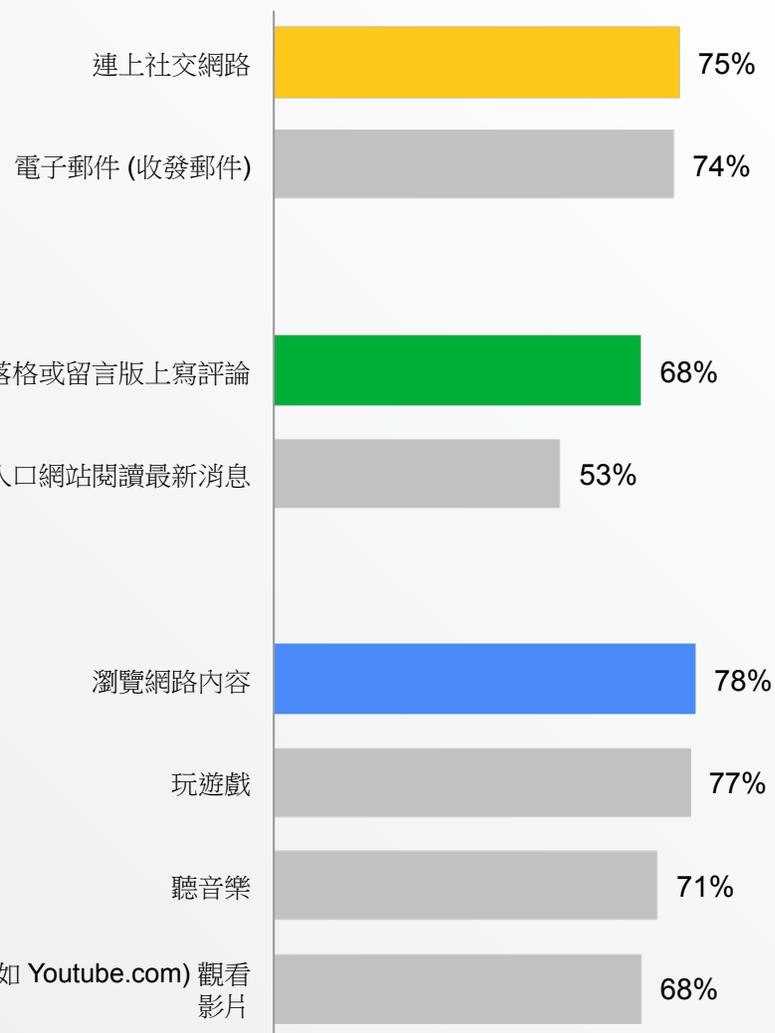
86%
溝通



75%
掌握新知



94%
娛樂



應用程式使用率也很高



30

個已安裝的應用程式 (平均值)

9

個應用程式
於最近 30 天內使用過

8

個已安裝的付費應用程式 (平均值)

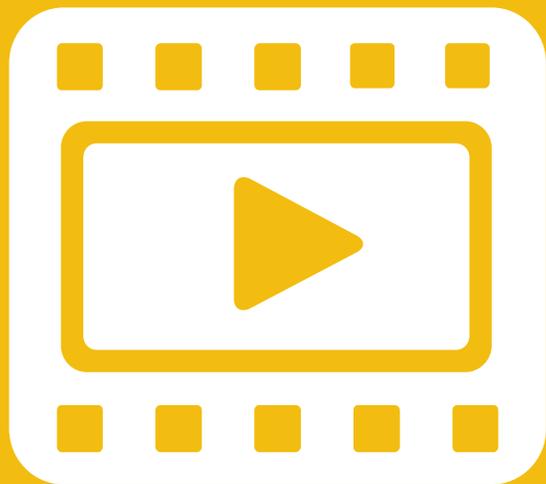
取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，智慧型手機 n= 1.000

取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網，且手機上有至少一個應用程式的使用者，n= 998

問題 25：您的智慧型手機上目前安裝的應用程式中，有幾個是您最近 30 天內經常使用的？

問題 26：您的智慧型手機上目前安裝的應用程式中，有幾個是您在應用程式散佈平台中付費購買的？

智慧型手機使用者通常都愛看電影



按一下以收看影片

90%

觀看影片

31%

每天使用影片功能至少一次

智慧型手機使用者通常活躍於社交網路上

93%

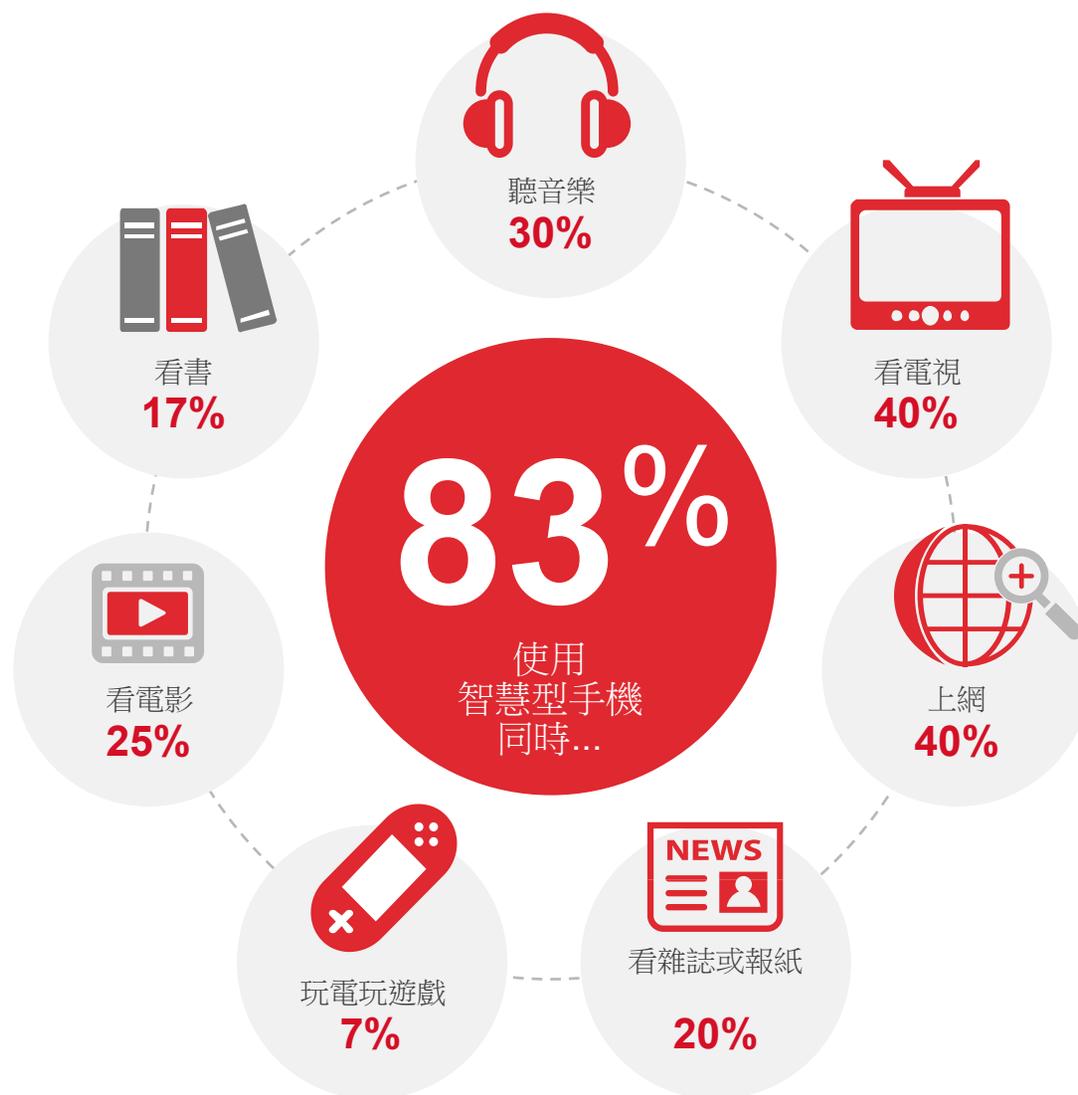
會連上社交網路

61%

每天至少會連結一次

取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，智慧型手機 n= 1,000。
問題 38：您每隔多久會使用智慧型手機連上社交網路 (透過網站或應用程式)？

使用其他媒體時，手機也總是隨侍在側



取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網，且昨天就用它來上網的使用者，智慧型手機 n= 1000
問題 22：使用智慧型手機上網時，您會同時進行下列哪些工作？

智慧型手機可讓使用者
掌握來自世界各地的資訊





95%

的智慧型手機使用者曾經
搜尋過當地資訊

83%

曾在取得結果後採取行動

取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，智慧型手機 n= 1,000

問題 33：您每隔多久會使用智慧型手機搜尋當地商家或服務相關資訊？(有這類經驗的話)

取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網，且每個月用它來搜尋資訊至少一次的使用者，
智慧型手機 n= 945

問題 34：查看這類資訊 (您所在地附近的商家或服務) 後，您採取了下列哪些動作？

智慧型手機常用來搜尋當地資訊



63%

每週至少會搜尋一次當地資訊



33%

每天都會搜尋當地資訊

使用者在取得所需當地資訊後會採取行動



47%

與商家聯絡



40%

光顧商家



20%

與他人分享



46%

購買

在地圖上查詢商家或服務的位置，或搜尋
前往商家或服務地點的路線

42%

打電話給商家或服務

15%

前往商家 (譬如商店或餐廳)

28%

瀏覽商家或服務的網站

19%

閱讀或撰寫對商家或服務的評論

16%

向其他人推薦商家或服務

7%

到實體商店購物

30%

到線上商家購買

29%

智慧型手機
改變了消費者的購買方式



智慧型手機方便使用者隨時隨地研究產品資訊

搜尋地點



57%

家裡



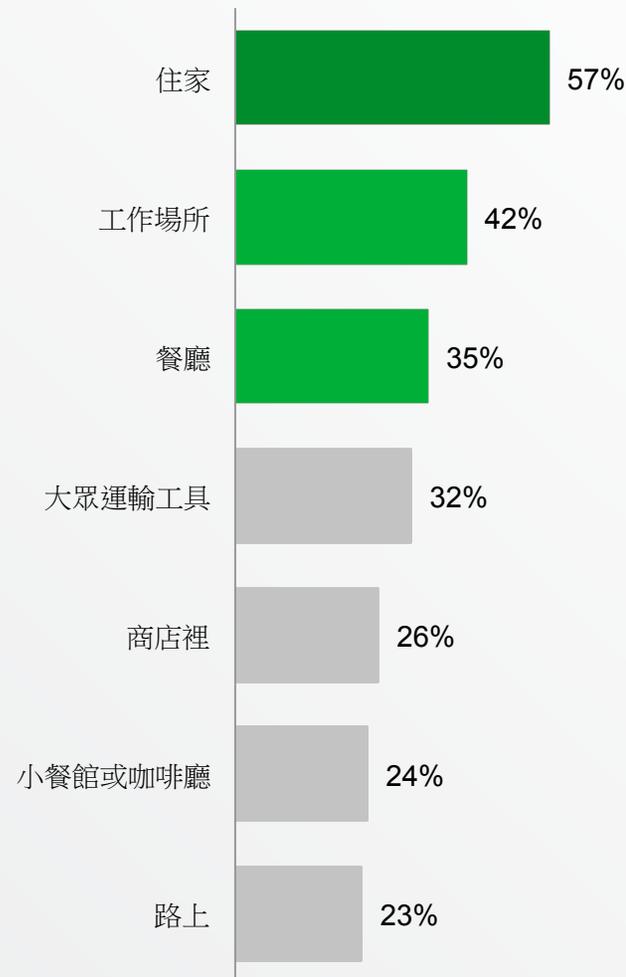
23%

路上



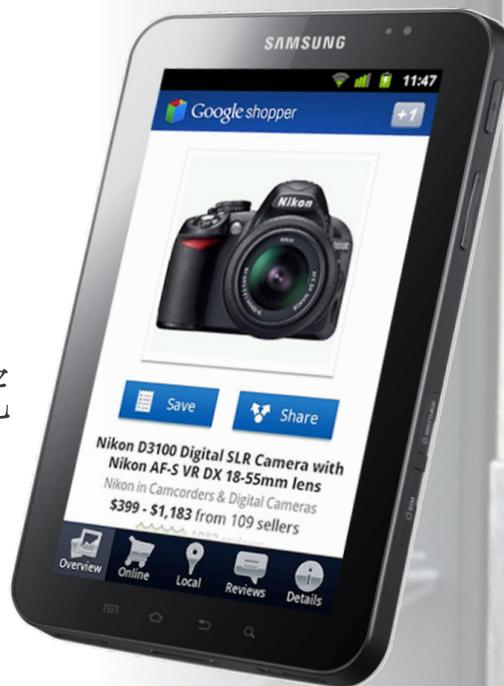
26%

商店裡



87%

曾使用自己的手機研究
產品或服務



智慧型手機是購物時的好幫手

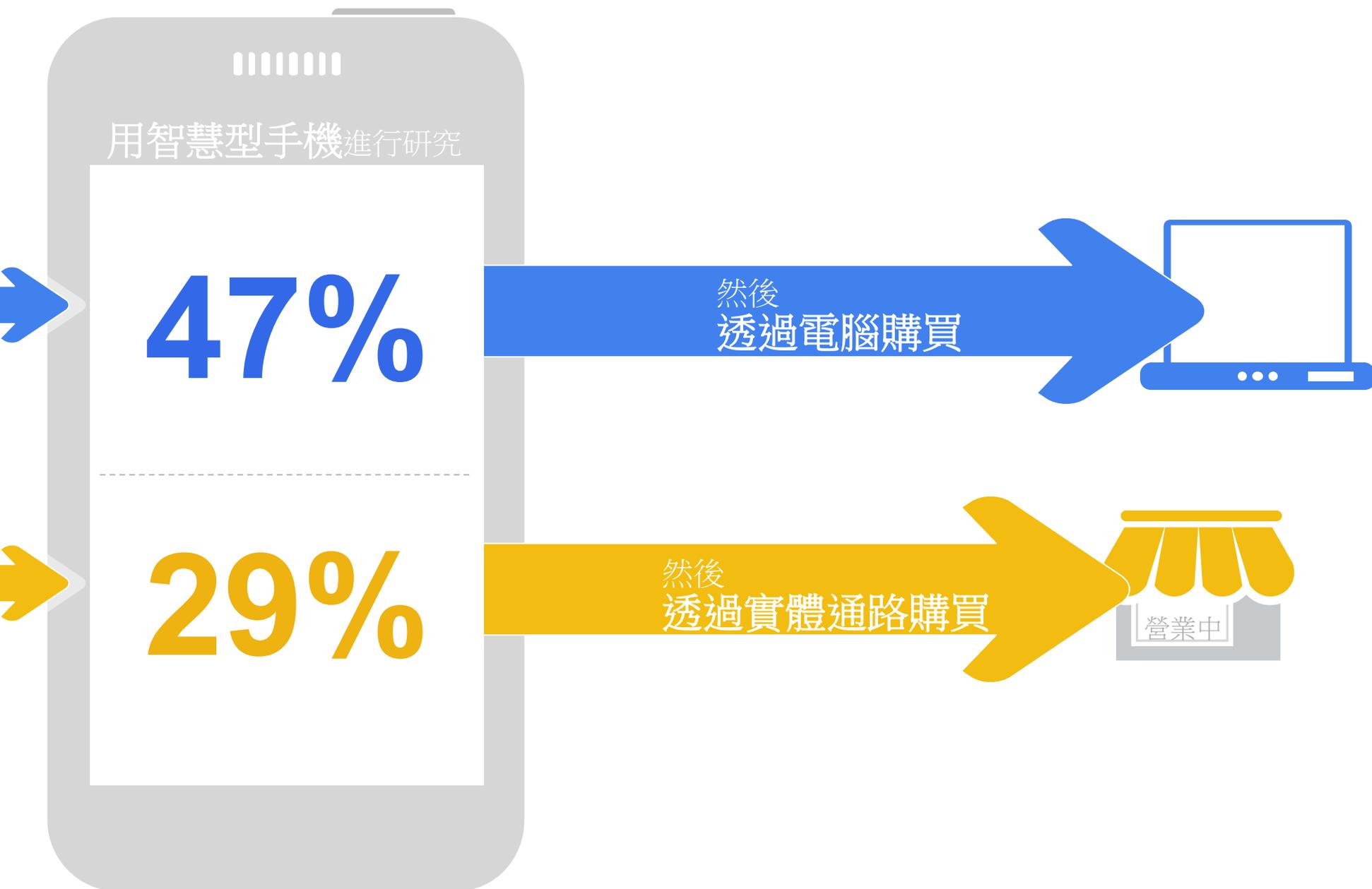
我曾經因為從智慧型手機收集到的資訊，
而打消了**在店內購買**
某項產品或服務的念頭

27%

我曾經因為從智慧型手機收集到的資訊，
而打消了**上網購買**
某項產品或服務的念頭

25%

使用智慧型手機進行的研究會促成跨管道購買



取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，智慧型手機 n= 1,000
問題 48：下面列出多種產品或服務。請針對每一項產品或服務，指出哪一項陳述最符合您的情況。

智慧型手機是新興購買管道



按一下以進行購買

37%

的智慧型手機使用者
曾用自己的智慧型手機
購買產品或服務

73%

使用智慧型手機的消費者
上個月曾用它來購物

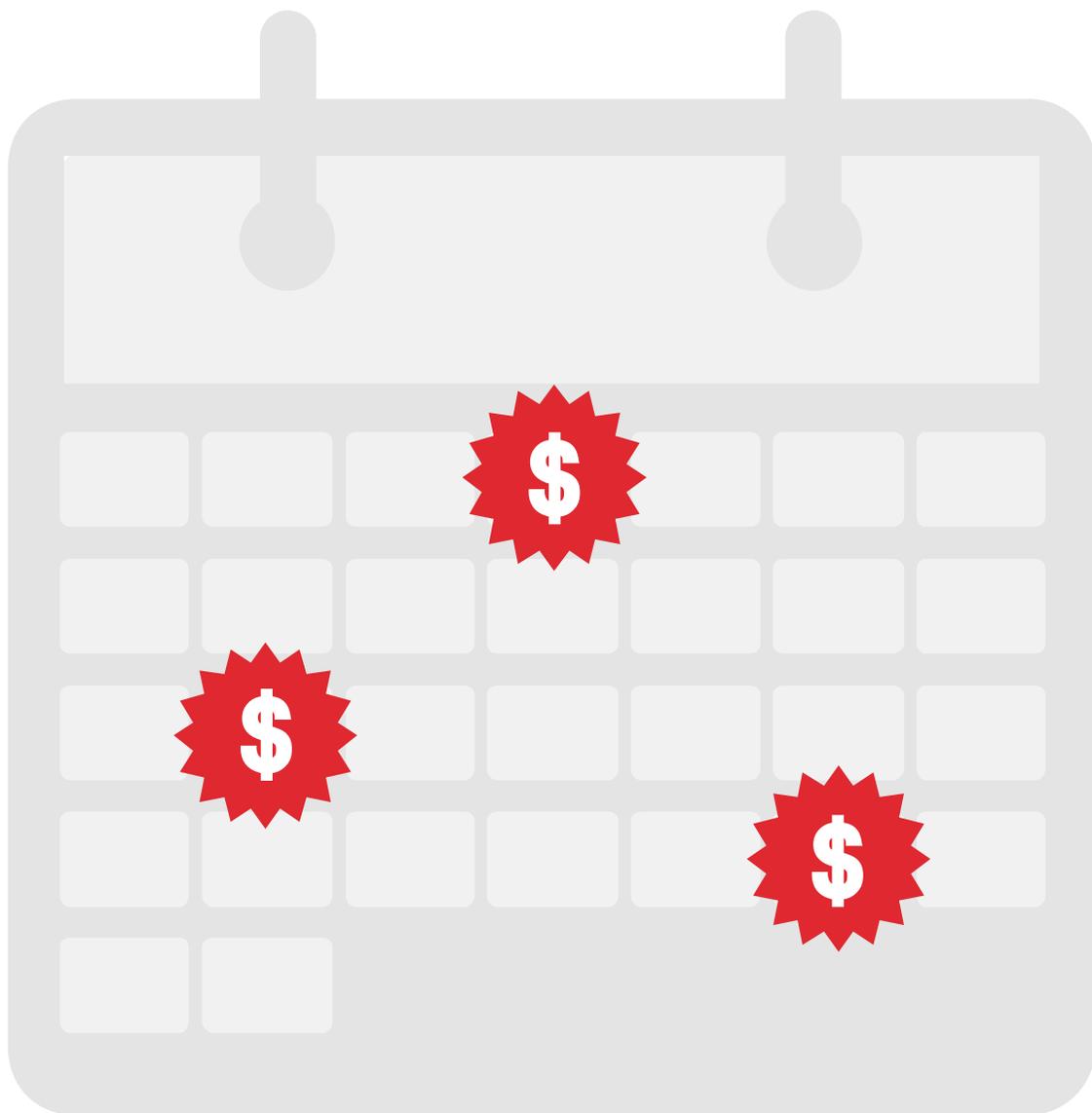
取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，智慧型手機 n= 1,000

問題 44：您曾使用自己的智慧型手機上網購買產品或服務嗎？這裡指的是任何產品或服務，但應用程式例外。

取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網，且曾經用它上網購物的使用者，n= 365

問題 45：您上個月是否曾使用自己的智慧型手機購物？

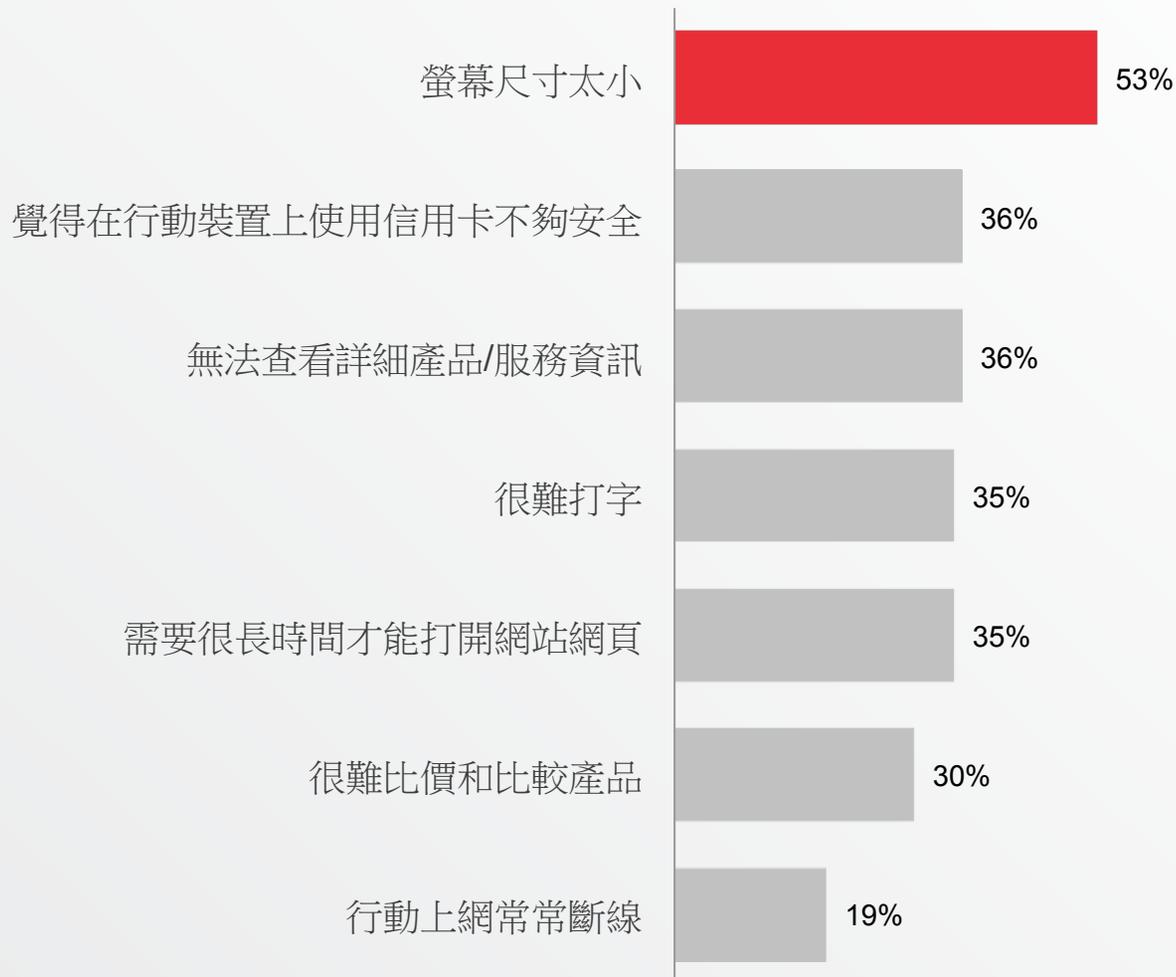
智慧型手機使用者經常上網消費



70%

每個月至少透過手機購物一次

行動商務還是有缺點



智慧型手機
可讓廣告客戶接觸消費者



離線廣告會促成行動搜尋



83%

的使用者在看到廣告後，
會用手機搜尋相關資訊

廣告地點



電視
77%



商店
77%



雜誌
67%



海報/看板
63%



90%

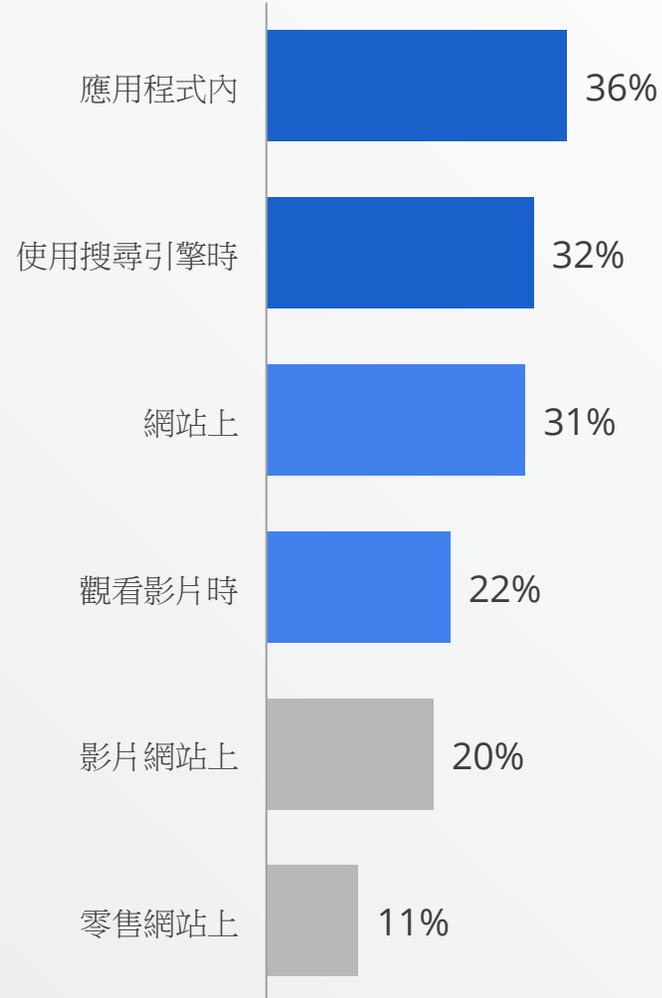
的智慧型手機使用者會
留意行動廣告

取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，智慧型手機 n= 1,000
問題 41：在智慧型手機上使用瀏覽器或應用程式時，您有多常注意到廣告？(有這類經驗的話)

行動廣告讓人印象深刻



行動廣告獲得注意的位置



背景



研究方法

- 在一次與 Ipsos MediaCT 合作進行的研究中，我們訪談了台灣境內 1,000 名使用智慧型手機上網的成年人 (18 到 64 歲)。
- 這項分佈研究的基礎是來自一項具有全國代表性的研究；並使用年齡、性別、地區、智慧型手機品牌、行動網路使用頻率和平板電腦使用狀況來加權計算數據資料。
- 智慧型手機是指「提供進階功能的手機，其功能通常與個人電腦類似，或是能下載應用程式」。
- 我們請受訪者回答多個有關裝置使用情況、行動搜尋、影片、社交、網路和商務行為以及行動廣告的問題。
- 訪談是在 2013 年第一季進行的。

客層



性別



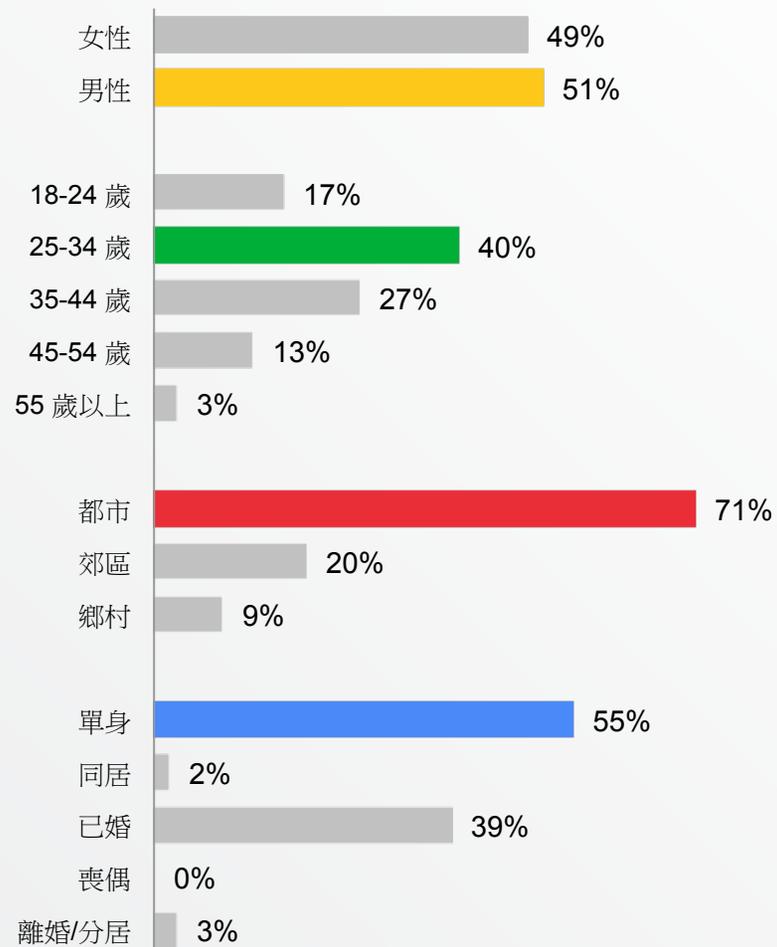
年齡



地區



婚姻狀態



取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，n= 1,000

S2. 請問您的性別是？ S1. 請問您今年幾歲？ D3. 您住在哪一帶？ D2. 您的婚姻狀態是？

客層



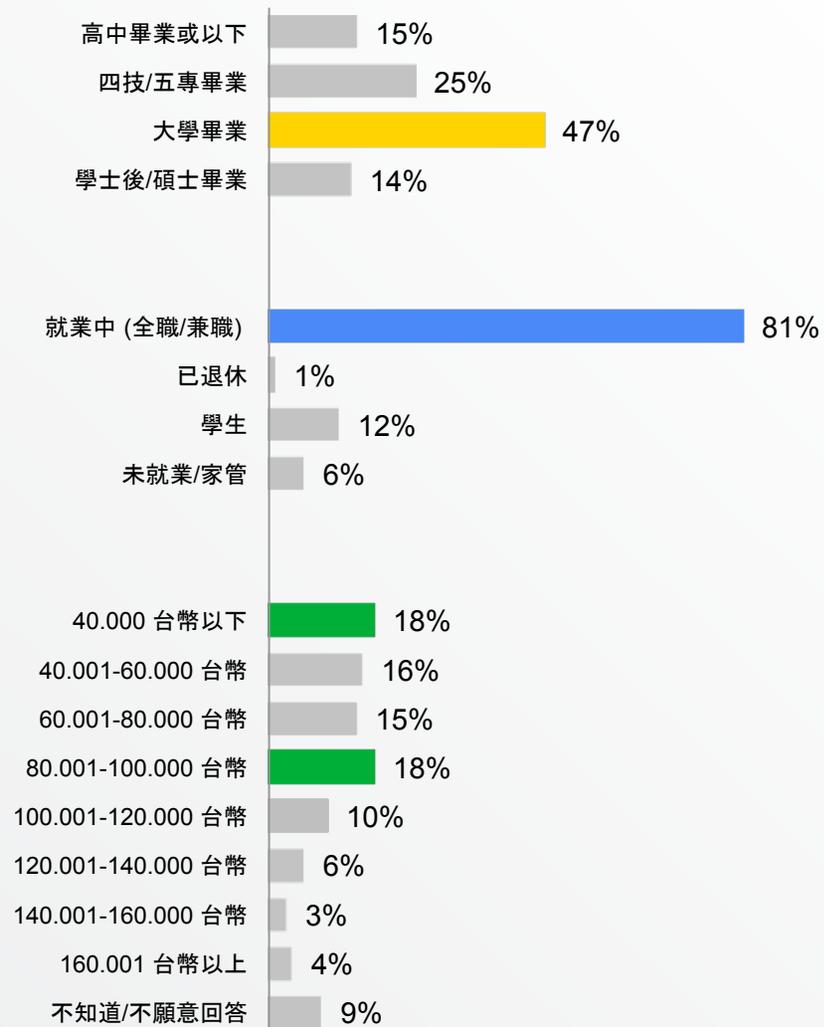
教育程度



工作狀態



收入



取樣基礎：平常使用自有智慧型手機上網的使用者，n= 1,000

D4. 您的最高學歷是？D5. 以下哪一項最能說明您的工作狀態？D8. 下列哪個範圍最接近扣除國家保險 (社會安全) 補給計劃等稅金之前，您的家庭總收入 (年收入)？