

2005 年網際網路媒體回顧

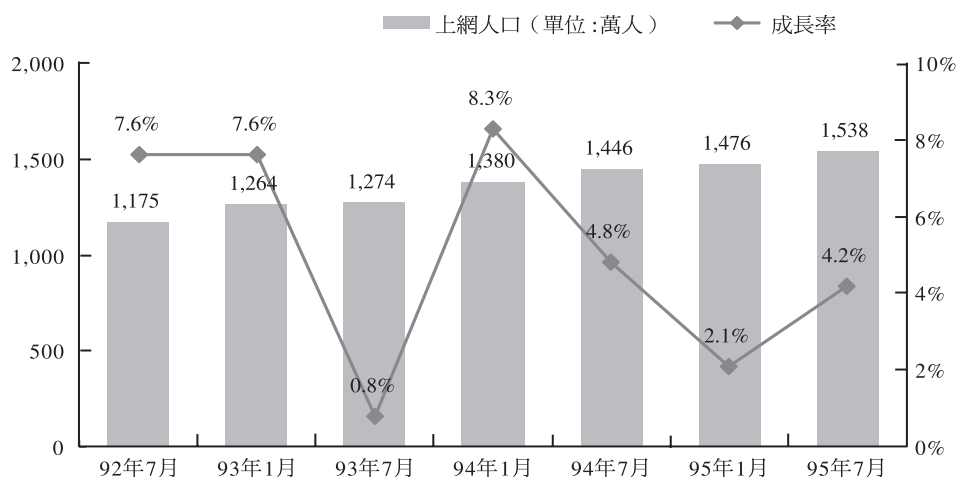
■ 香港商傳立媒體有限公司台灣分公司

壹、台灣上網人口分析

隨著國內網路人口與市場的大幅成長，進行網路使用者調查的機構/單位也愈來愈多，在此所採用的數據資料，除了Nielsen的媒體大調查之外，還包含台灣網路資訊中心（TWNIC）於

2006年5~8月所完成的3,192份電話訪問。根據TWNIC從歷年調查結果對母體的推估，截至95年7月止，台灣地區上網人口已達1,538萬人，與今年年初相較成長4.2%。

圖 1：台灣歷年上網人數推估



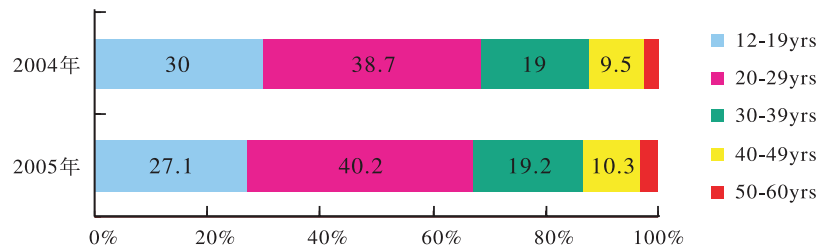
資料來源：台灣網路資訊中心（TWNIC）

從尼爾森過去兩年媒體大調查的結果，顯示網路的使用族群在年齡層的分佈上並無太大變化。每個年齡層的昨天上網率皆增加，但因為20歲以上增加的幅度大於12~19歲，所以在使用者輪廓上，20~60歲在佔比上的成長明顯增高。（請見圖2、3）

至於上網地點的分佈，「家中」仍高居第一，根據台灣網路資訊中心95年7月份的調查，寬頻的個人使用率已達62.9%，因為寬頻的普及率提高，所以在家中上網的比例增加了3.5%，而網咖則下跌了2%。（請見圖4）

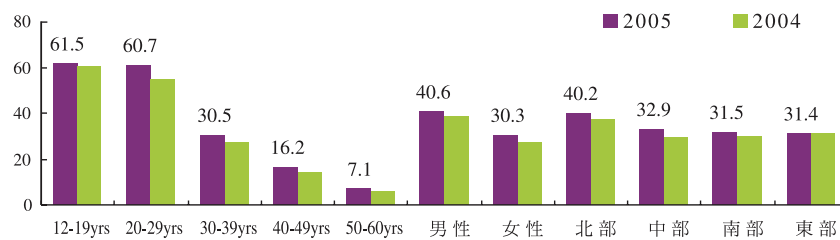
上網主要從事的活動除了收發郵件及蒐集資料外，使用「即時通訊」較2004年增加了7.9%，同屬於「集群」活動的「BBS/討論區/社群」也是以12~29歲的使用率特別高；「線上」活動，如線上遊戲、萬人遊戲及聽音樂等，12~19歲參與的比率更明顯的偏高；20~29歲透過網路「閱讀新聞」及「拍賣」、「購物」的比例是各年齡層中最高的。（請見圖5）

圖 2：昨天上網年齡分佈



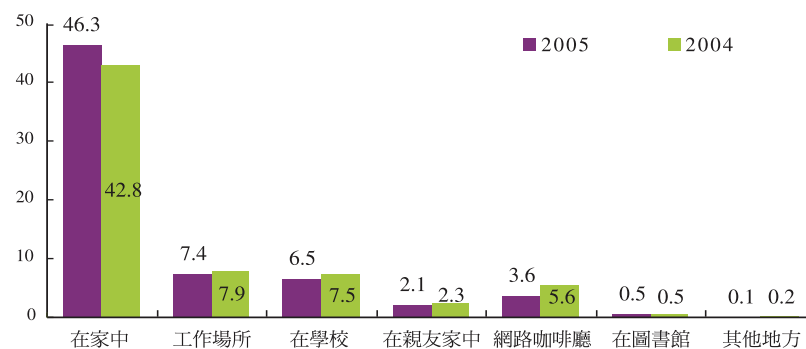
資料來源：Nielsen Media Index

圖 3：昨天上網率 (%)



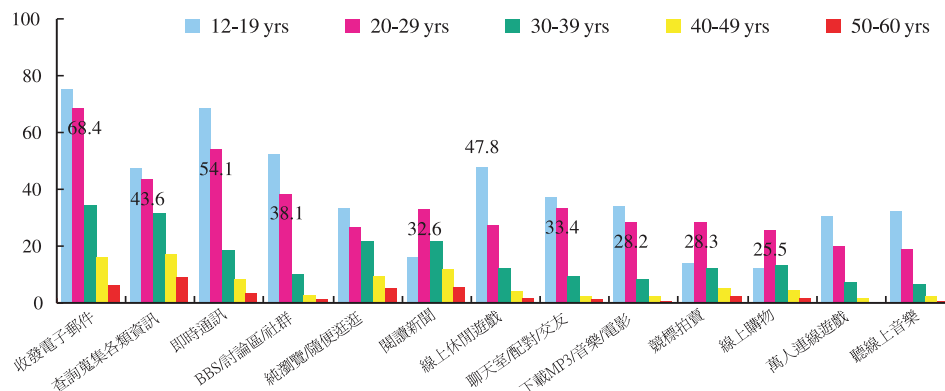
資料來源：Nielsen Media Index

圖 4：上網的場所 (%)



資料來源：Nielsen Media Index

圖 5：使用網路目的 (%)



資料來源：Nielsen Media Index (2005年)