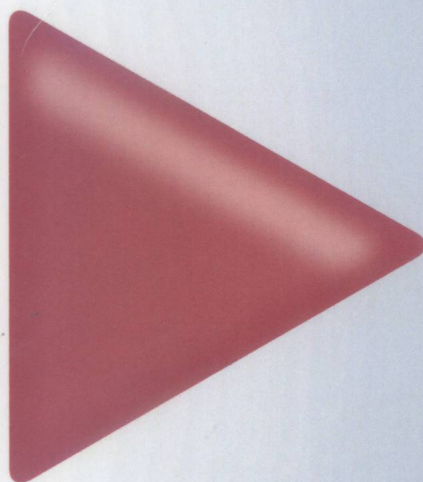


2010

台灣十大行動廣告效益指標 調查分析報告

出版單位：財團法人資訊工業策進會



Play.

若對本研究報告內容有任何疑問，請洽研究人員

黃競樺 · (02)6607-2606 · chhuang@iii.org.tw

©Institute for Information Industry. All rights reserved.

版權所有，翻印必究

資策會創新應用服務研究所(III-FIND)

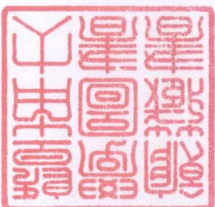
台北市105松山區民生東路四段133號8樓

TEL:(02)6607-2149

<http://www.find.org.tw/>



2010台灣十大行動廣告 效益指標調查分析報告



資策會FIND
消費研究與市場預測組
2010.09

關於 FIND

©Institute for Information Industry. All rights reserved.

版權所有，翻印必究

資策會創新應用服務研究所(III-FIND)


FIND
Foreseeing Innovative New Digiservices

台北市105松山區民生東路四段133號8樓

TEL:(02)6607-2149

<http://www.find.org.tw/>

■ FIND (Foreseeing Innovative New Digiservices)成立於1996年，專注於網際網路與創新服務研究，透過指標數據、消費行為研究、需求預測、新興政策、技術應用與服務模式設計，協助業者制訂相關市場行銷策略、投資決策評估、設計商業與服務模式等。服務範圍涵蓋電信業、網路服務業、金融與創投、資訊服務、製造業、媒體廣告、流通服務、餐飲業、...等超過千家的企業。

■ FIND累積超過15年在網際網路、科技應用與服務創新的研究基礎，在電信服務、上網服務、流通服務業、製造業、資訊服務等超過10個領域、跨10個不同國家的競爭力指標、消費行為、服務創新模式研究，是台灣最完備的科技應用與服務創新的知識庫。

■ FIND主要提供服務有三：研究報告、Databank、客製化研究專案：

■ 研究報告：FIND每年定期出版超過50份相關主題研究報告與年鑑，揭露市場商機與趨勢。

■ Databank：FIND鎖定企業上網、民眾上網、行動通訊、行動廣告、...等超過10個主題的資料庫，每雙週定期提供各類案例趨勢與議題趨勢分析報告。

■ 客製化專案：依據客戶需求設計專屬研究方法，並展開各類調查、案例、決策分析、服務洞察與模式設計，為降低顧客的成本，我們也開放每季定期調查中，配合提供20-40%納行業者關心的議題。

■ FIND：超過60個來自資訊管理、社會學系、商業、統計與工業設計等不同領域的英雄好漢，一股腦地栽進了創新趨勢研究領域；過去10年，我們堅持於網際網路與創新服務的研究，締造了輝煌的研究成果與價值，未來10年我們將因這個共通的理想：「用服務設計，撼動世界！」而更見發光發熱。

前言

■ NCC公佈2010年Q1開通行動上網功能的用戶數已佔整體手機的62.99%，而根據資策會FIND(2010)調查結果顯示，有實際使用行動上網的比例已達31.3%，說明消費者對於非語音服務的需求已逐年攀升；而國內電信業者於今年紛紛加碼採購智慧型手機，預計將達手機總出貨量的3成，2010年可說是智慧型手機爆發性成長的一年，而一批手機黏著度高的消費群應運而生，他們將是帶動行動廣告商機成長的關鍵族群！

■ 行動廣告在發展初期，無論廣告類型或遞送方式都很多元，使得行動廣告的效益指標亦相當分歧，有鑑於此，資策會FIND遂於今年(2010年)針對國內12歲以上持有手機的民眾展開大規模調查，為了解消費者接觸行動廣告的經驗和態度，並著手建立一套廣泛適用的效益評估指標，從消費者接觸到行動廣告的流程和互動深度，將效益指標分為「接觸率→閱讀率→回應率→推薦度→購買率；喜愛度」，——了解消費者對於目前十大行動廣告的接觸情況和態度；接著，本研究指出行動廣告目前現有和未來潛在的關鍵族群，並釐清他們的輪廓、樣貌和生活型態，以協助相關業者掌握目標客群，洞燭先機和需求，以及早佈局行動廣告商機。

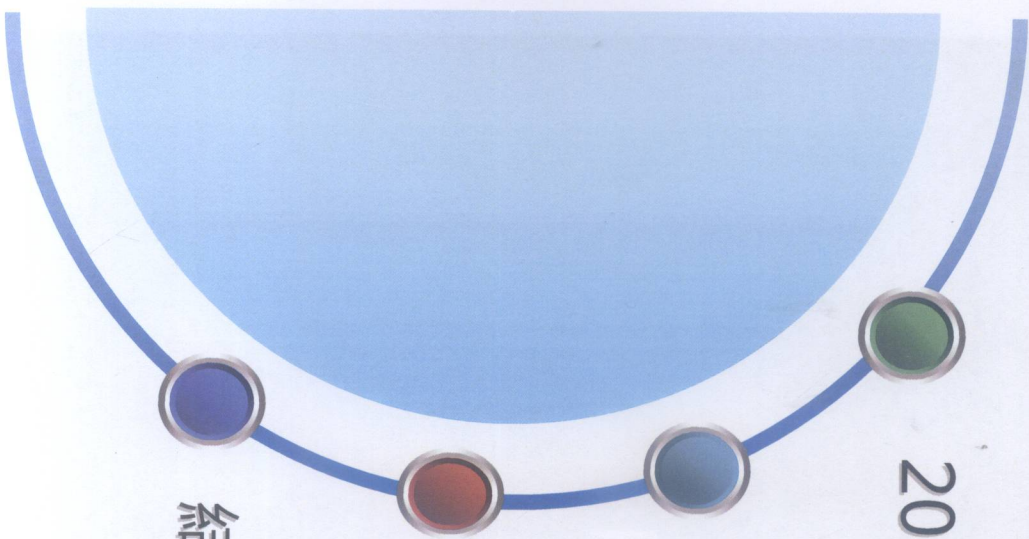
研究方法與設計

調查範圍	台灣本島等22縣市
調查期間	2010/6/14—2010/6/27
調查方法	電腦輔助電話訪問(Web-CATI)
抽樣方法	電話隨機抽樣；依據各縣市居住人口、年齡、性別的母體比例進行分層抽樣；50歲以上樣本比例調降為10%，其餘樣本數平均分配至50歲以下各年齡層。
受訪對象	12歲以上有使用手機的用戶
樣本數	1,173份

受訪者輪廓

手機類型	性別	工作狀況	職業職稱
一般3G手機	男	有全職工作	主管及經理
智慧型手機	女	有兼職工作	專業人員
		已退休	技術員及助理專業人員
		待業中	事務工作人員
		家庭主婦	服務工作人員及售貨員
		學生	農、林、漁、牧工作人員
			技術工及有關工作人員
			機械設備操作工及組裝工
			非技術工及體力工
年齡	教育程度		
12-19歲	小學/國中		
20-29歲	高中(職)		
30-39歲	專科		
40-49歲	大學		
50歲以上	研究所以上		
地區	平均月收入		
北部	無收入/無經常性收入		
中部	3萬元以下		
南部	3萬以上不到4萬		
東部	4萬以上不到6萬		
臺北市	6萬以上不到10萬		
高雄市	10萬以上		
	不知道/拒答		

所有受訪者 (1,173)



2010年台灣消費者行動上網及服務行為分析

2010年台灣十大行動廣告效益指標分析

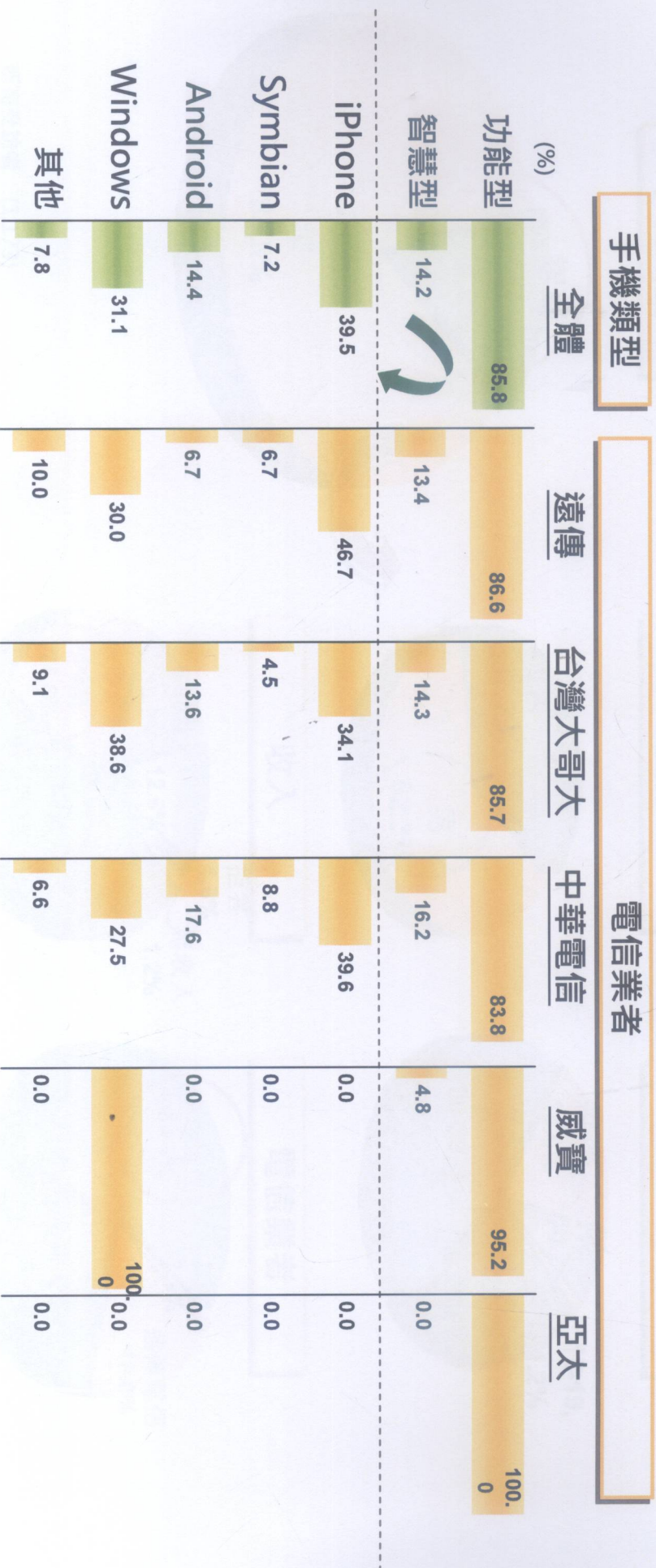
2010年台灣行動廣告關鍵族群行為分析

結論與建議

Part 1. 2010年台灣消費者行 動上網及服務行為分析

台灣消費者持有手機分布情況-整體

智慧型手機滲透率已達14.2%，其中以iPhone持有率最高；各大電信業者中，中華電信持有智慧型手機比例略高於台哥大和遠傳。

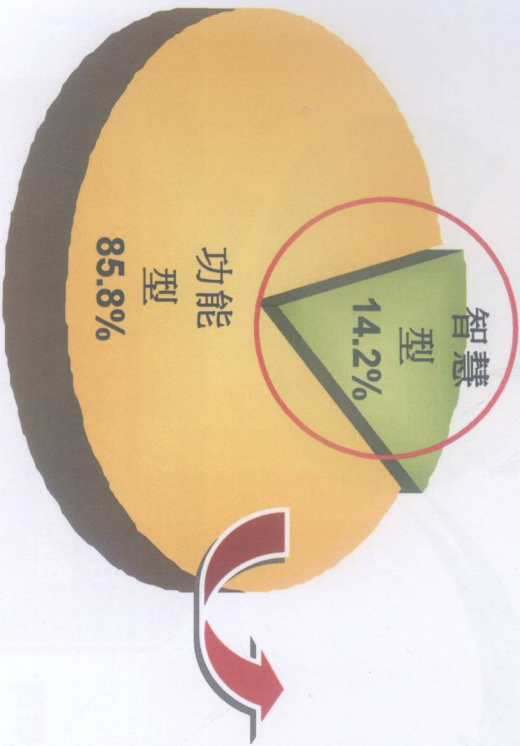


所有受訪者 (1,173)
智慧型手機 (167)
請問，您目前主要使用的手機是屬於哪一種類型？(單選)

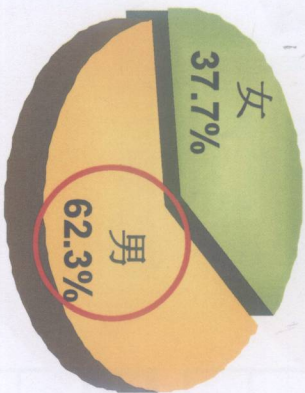
台灣消費者持有手機分布情況-智慧型手機消費者輪廓

智慧型手機用戶以**男性**,**30-39歲**,**收入偏高**,**中華電信**用戶為主。

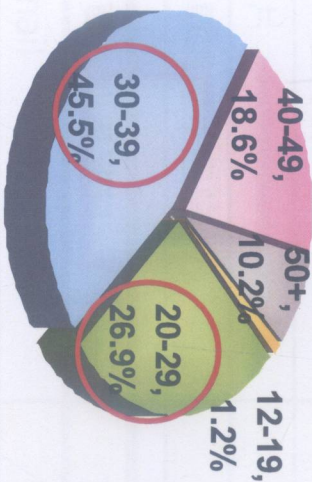
手機類型



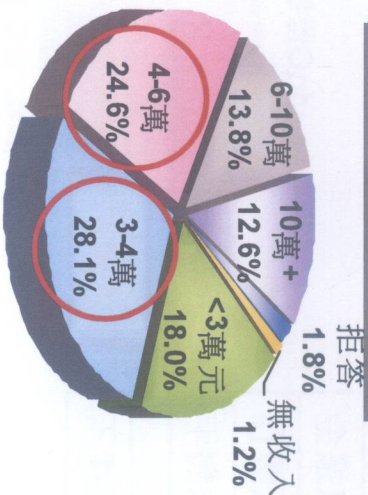
性別



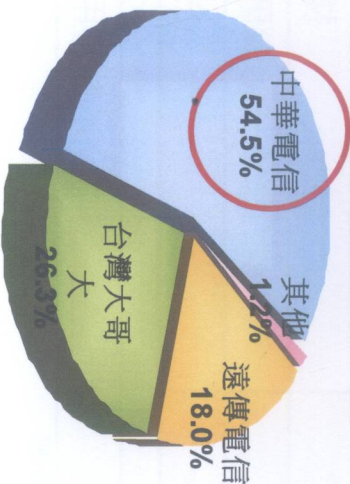
年齡



收入



電信業者



所有受訪者 (1,173)
 智慧型手機 (167)
 請問，您目前**主要使用**的手機是屬於哪一種類型？(單選)

台灣消費者行動上網服務使用行為

根據NCC公佈2010Q1已開通行動上網功能的手機已達**68.2%**(註1)·
而本調查結果顯示有實際使用手機上網的比例達**31.3%**。



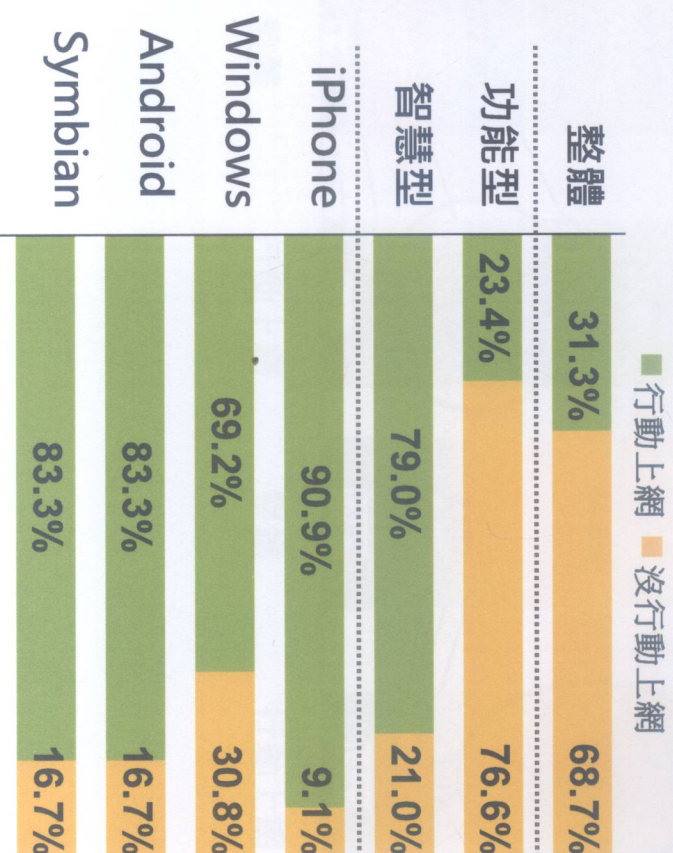
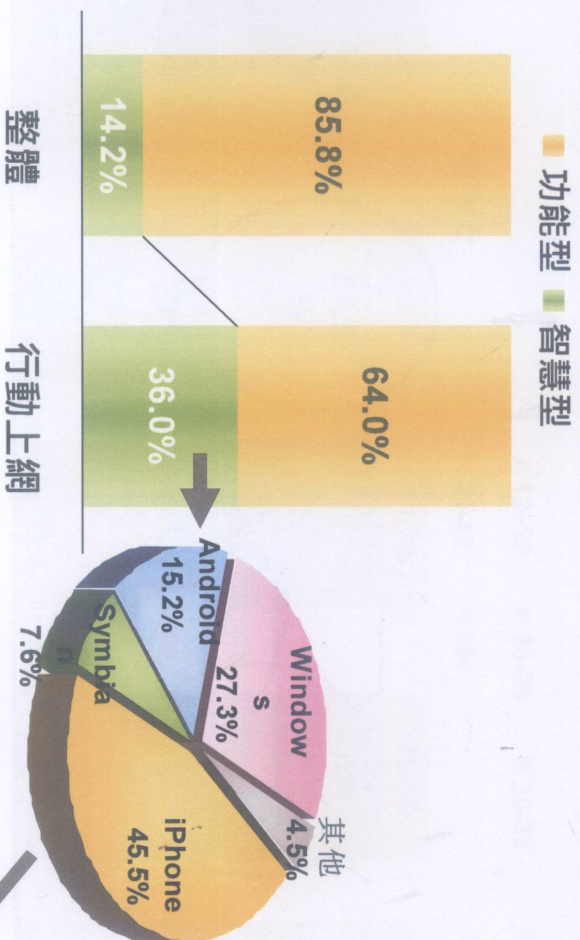
行動上網定義：透過手機進行數據資料下載和使用，或透過手機上網從事網路活動者
沒有行動上網：完全沒有使用加值服務，或者只使用過SMS



註：開通行動上網功能之用戶數不表示為實際使用行動上網的用戶數，此純為有能力進行行動數據傳輸的門號數。數字中包含WAP、GPRS、3G數據與PHS用戶。

台灣消費者行動上網服務使用行為-行動上網比例

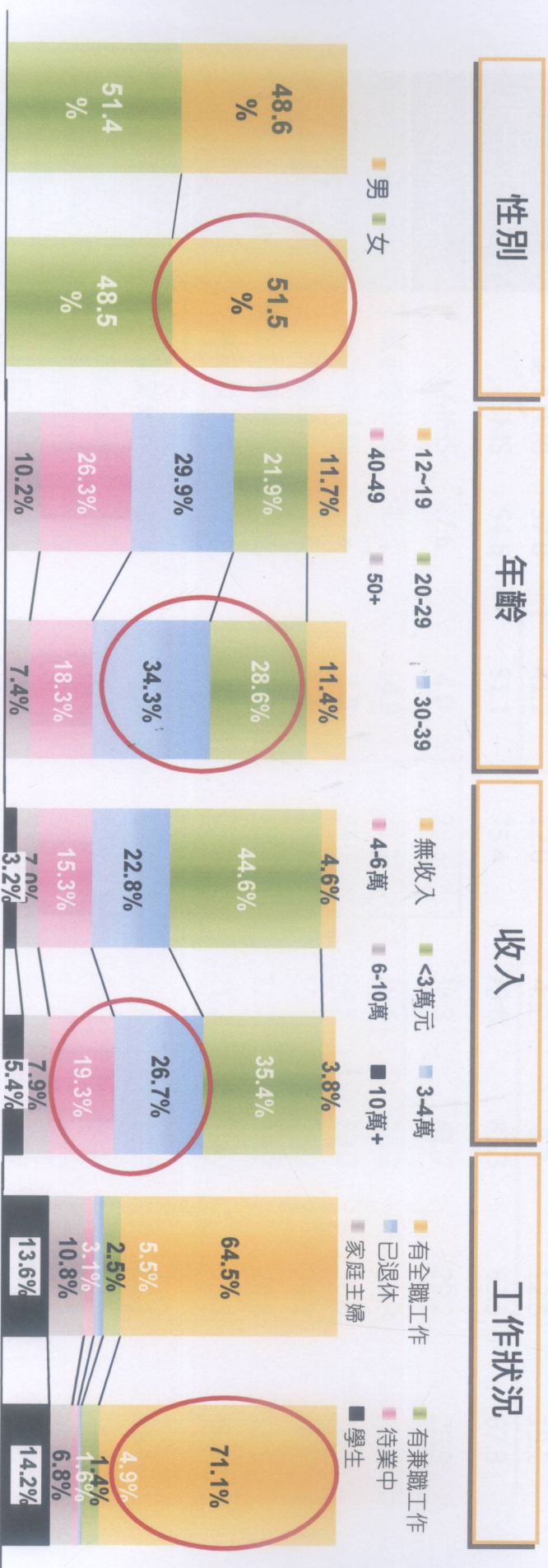
- 行動上網使用者中的**智慧型手機**佔了36%。
- 智慧型手機上網比例為功能型**3.4倍**。
- iPhone用戶達**9成以上**使用行動上網；Windows用戶上網比例最低



使用行動上網者 (367)
請問，您最近三個月內，曾使用過以下哪些手機加值服務？(複選；輪詢)

台灣消費者行動上網服務使用行為-使用者輪廓

行動上網的使用者**男性**略高於女性；介於**20-39**歲的年輕族群；**收入偏高**；有**全職工作者**佔七成以上。



使用行動上網者 (367)
請問，您最近三個月內，曾使用過以下哪些手機加值服務？(複選，輪詢)

台灣消費者行動上網服務使用行為-從事活動(I)

智慧型手機平均從事**4項**上網活動(功能型為**0.4項**)
 最常從事SMS,網頁瀏覽,收發email,導航,下載手機遊戲和音樂

	整體	功能型手機	智慧型手機	iPhone	Symbian	Android	Windows
非上網活動							
完全不使用	37.0	41.2	12.0	4.5	8.3	12.5	19.2
SMS	54.6	51.1	75.4	78.8	83.3	83.3	67.3
發送MMS	MMS 7.6	4.0	29.3	33.3	41.7	29.2	26.9
數據服務的 傳輸或下載	下載手機音樂	17.2	14.9	31.1	39.4	33.3	23.1
	下載手機遊戲	7.5	3.0	34.7	54.5	33.3	11.5
	下載圖片	3.6	1.4	16.8	19.7	33.3	7.7
	下載多媒體影音	3.6	1.2	18.0	22.7	33.3	11.5
手機上網從 事網路活動	訂閱文章或電子書	2.7	0.7	15.0	21.2	-	5.8
	瀏覽網頁	12.5	4.2	62.9	78.8	83.3	48.1
	收發email	9.5	3.4	46.1	60.6	50.0	30.8
	導航或LBS	7.0	0.6	45.5	53.0	50.0	38.5
開放作業系統	社群網站或即時通	4.4	0.8	26.3	33.3	41.7	11.5
	金融理財	3.8	0.9	21.0	25.8	8.3	15.4
	訂票及預約服務	2.1	0.6	11.4	16.7	-	13.5
	手機購物	1.2	0.5	5.4	7.6	-	-
下載應用程式	6.8	1.1	41.3	59.1	58.3	62.5	15.4

樣本數 (1,173) (1,006) (167) (66) (12) (24) (52)
 單位：%

請問，您最近三個月內，曾使用過以下哪些手機加值服務？(複選，輪詢)

台灣消費者行動上網服務使用行為-從事活動(II)

男性使用手機瀏覽器比例均較高；20-39歲行動上網服務涉入程度深

		整體	男	女	12-19歲	20-29歲	30-39歲	40-49歲	50歲以上
非上網活動	完全不使用	37.0	36.0	38.0	20.4	24.5	31.9	52.3	58.3
	SMS	54.6	54.0	55.1	73.0	67.3	58.4	40.6	30.8
	MMS	7.6	7.2	8.0	9.5	14.8	6.6	3.9	2.5
發送MMS	下載手機音樂	17.2	16.1	18.2	16.1	23.3	16.8	14.6	13.3
	下載手機遊戲	7.5	9.5	5.6	7.3	12.8	9.1	3.2	2.5
	下載圖片	3.6	4.7	2.5	3.6	5.8	4.0	2.3	0.8
	下載多媒體影音	3.6	4.9	2.3	2.2	5.1	4.6	2.9	0.8
	訂閱文章或電子書	2.7	3.9	1.7	0.7	4.7	2.6	2.3	2.5
數據服務的傳輸或下載	瀏覽網頁	12.5	16.3	9.0	7.3	17.9	17.4	7.8	5.0
	收發email	9.5	13.0	6.1	5.8	13.2	11.4	6.5	7.5
	導航或LBS	7.0	11.1	3.2	0.7	9.7	11.4	3.6	4.2
	社群網站或即時通	4.4	5.4	3.5	1.5	7.8	7.1	1.0	1.7
	金融理財	3.8	6.3	1.3	0.7	3.9	6.3	2.9	1.7
	訂票及預約服務	2.1	3.5	0.8	-	2.3	2.8	2.3	1.7
手機上網從事網路活動	手機購物	1.2	1.4	1.0	-	2.3	1.1	1.3	-
	下載應用程式	6.8	9.5	4.3	1.5	10.9	9.4	3.9	4.2
	所有受訪者	(1,173)	(570)	(603)	(137)	(257)	(351)	(308)	(120)
單位：%									

請問，您最近三個月內，曾使用過以下哪些手機加值服務？(複選，輪詢)

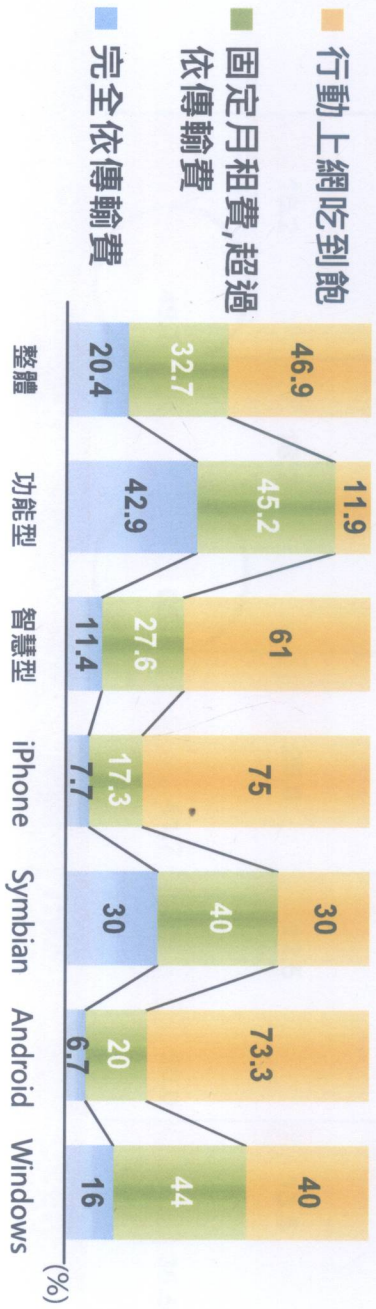
台灣消費者行動上網服務使用行為-使用量

行動上網每次平均時間



- 智慧型手機上網時間為功能型**2倍**(智慧型手機平均20mins；功能行為9.3mins)
- iPhone, Windows, Android 上網時間都在20mins上下，而Symbian最低，平均為15.5mins。

行動上網費率



- 而智慧型手機有超過**6成以上**採吃到飽費率，其中又以iPhone和Android用戶的7成最高。

使用手機瀏覽網頁者(147)
請問您用手機上網平均一次花多久時間？請問您用手機上網的費率是如何計費？