

# 100 年個人家戶數位機會調查報告

## 中文摘要

(一〇〇年十一月)

委託單位：行政院研究發展考核委員會

執行單位：聯合行銷研究股份有限公司

## 目錄

A、100 年個人/家戶數位機會調查分析報告摘要	1
壹、緒論	1
貳、研究方法	2
參、研究架構與調查項目	4
肆、個人數位能力	5
伍、家戶數位環境	13
陸、未上網民眾分析	16
柒、跨年度調查結果的趨勢比較	29
B、100 年手機族數位機會調查分析報告摘要	1

# 100 年個人/家戶數位機會調查分析報告摘要

## 壹、緒論

網際網路發展之初，由於具有無遠弗屆的資訊穿透能力，所以一直被認為是一個自由、公開、自主性強、不受威權控制的公共領域。各界期待著，透過網路流通，應該能消弭更多現實社會中的不公平現象，實現更多的社會公益，如網際網路協會(Internet Society, ISOC)綱要即開宗明義指出：「網際網路的使用權，不因種族、膚色、性別、語言、宗教、政治與其他立場、國家、階級、財富或其他地位，而有所區別」。

只是，網路世界所建構的理想性，在現實世界的發展上很快泡沫化。這主要是因為網路世界想要深入各種不同族群中，需仰賴資訊通信科技的進步與普及，但在資訊通信科技擴散過程中，隨著不同族群導入時間不同，無法避免會產生數位化時間差現象。數位化時間差的結果是，網路非但沒有消弭社會不公平，反而產生新的差距，這種現象一般稱為「數位落差」。

隨著時代移轉，儘管包含歐盟在內的國際社會仍承認民眾會因為資訊獲取能力的不平衡出現數位落差現象，但近年來已減少使用「數位落差」的陳述，而是更積極地以「數位包容」或「數位機會」等概念為名，強調要創造為全民所共享之資訊社會，並重申需透過更強而有利的公共政策方案，以減少特定群體之間的數位機會差異。

國內有關數位落差現象的論述轉移，大致也符合以上趨勢。如 2004 年「數位臺灣(e-Taiwan)」子計畫仍以「縮減數位落差計畫」命名，但接續的「國家資通訊發展方案(2007-2011)」與「新世紀第三期國家建設計畫(2009-2012年)」，相關計畫皆更名為「創造公平數位機會」，目標仍是希望運用政府及民間資源，提供所有地區、族群和產業平等的數位機會，分享優質網路社會的效益。

與此潮流相符的是，行政院研考會自 90 年起每年定期辦理的「個人家戶數位落差調查」，也於今年正式更名為「個人家戶數位機會調查」。

今年調查中，研究除了延續歷年精神，希望透過調查找出數位能力發展較待協助的弱勢群體，據以作為後續深耕數位關懷政策的依據，也首度納入數位機會及資訊採納因素評估題組，期能進一步評估數位發展為個人帶來的影響模式，並探索阻礙民眾參與資訊社會的可能因素。

## 貳、研究方法

「100年個人/家戶數位機會調查」延續過往調查目的與精神，特委託聯合行銷研究股份有限公司於100年7至8月間，採用電腦輔助電話訪問系統(CATI)，針對22縣市家戶內年滿12歲之本國籍人口進行電話隨機抽樣訪問。

本調查週一至週日晚間六點後進行訪問，調查合計完成13,272份有效隨機樣本，完訪率69.4%，拒訪率30.6%。各縣市預定及實際完成的隨機樣本數配置如表1所示。

表1 個人/家戶電訪調查樣本抽樣配置及實際訪問數

縣市別	12歲以上人口數	估計誤差	配置樣本數	實際完成樣本數
總計	20,530,133	±0.9%	13,200	13,272
臺北市	2,348,277	±4.0%	600	604
新北市	3,474,139	±4.0%	600	603
基隆市	343,751	±4.0%	600	600
桃園縣	1,740,127	±4.0%	600	601
新竹縣	441,165	±4.0%	600	602
新竹市	356,119	±4.0%	600	602
苗栗縣	495,497	±4.0%	600	603
臺中市	2,324,776	±4.0%	600	601
彰化縣	1,148,048	±4.0%	600	607
南投縣	468,417	±4.0%	600	601
雲林縣	635,669	±4.0%	600	606
嘉義縣	484,982	±4.0%	600	605
嘉義市	238,404	±4.0%	600	606
臺南市	1,676,550	±4.0%	600	601
高雄市	2,475,467	±4.0%	600	602
屏東縣	778,933	±4.0%	600	601
澎湖縣	86,982	±4.0%	600	601
宜蘭縣	409,362	±4.0%	600	603
花蓮縣	301,004	±4.0%	600	601
臺東縣	203,567	±4.0%	600	602
金門縣	90,038	±4.0%	600	602
連江縣	8,859	±4.0%	600	618

註：母體資料來源為內政部統計處，100年7月。

為使調查得以推論我國 12 歲以上全體民眾的意見，樣本資料需經加權處理，使與母體資料一致。本調查的樣本結構係按內政部公佈之 100 年 7 月各縣市 12 歲以上人口的性別、年齡比例進行加權。

除了進行縣市內樣本結構加權外，本案另依據各縣市 12 歲以上人口占全國 12 歲以上人口比例進行第二階段加權還原。這主要是因為本案抽樣設計係以個別縣市抽樣誤差不超過正負 4.0 個百分點來配置樣本，確保人數少、無法在隨機抽樣中取得足夠推論樣本的縣市，也有可供推論的樣本數。只是，這個做法雖具有縣市比較基礎一致的優點，卻因此產生部份縣市樣本「過度代表」，難以直接推論我國 12 歲以上民眾「整體」意見的缺點。是以，除單純縣市比較外，以下涉及不同群體「整體」數位落差情形的比較分析，須依各縣市 12 歲以上人口占全國 12 歲以上人口比例再進行加權，方能確保調查結果的正確性。加權前後樣本之性別及年齡配置如表 2 所示

表 2 個人/家戶電訪調查樣本之性別與年齡配置

項目別	實際訪問數	加權前百分比	加權後百分比
性別			
男	6214	46.8	49.9
女	7058	53.2	50.1
年齡			
12-14 歲	583	4.4	4.4
15-20 歲	1402	10.6	9.4
21-30 歲	1503	11.3	17.1
31-40 歲	2198	16.6	18.5
41-50 歲	2603	19.6	18.3
51-60 歲	2542	19.2	16.1
61-64 歲	653	4.9	4.0
65 歲以上	1788	13.5	12.2

### 參、研究架構與調查項目

「100年數位機會調查」主要包含三部分內容，第一部分是從「資訊近用」、「資訊素養」與「資訊應用」三個面向探討國人的資訊近用機會及數位應用的差異情形，第二部分旨在探討網路發展對於個人生活機會產生的影響，第三部分則是評估尚未參與資訊社會民眾對於網路的認知及態度。

具體來說，問卷由個人電腦及網路使用概況、數位機會、數位排除、家戶資訊環境與成員素養、個人基本資料及家戶基本資料等六部分構成。題組流程如圖1所示，指標架構如表3、4及5所示。

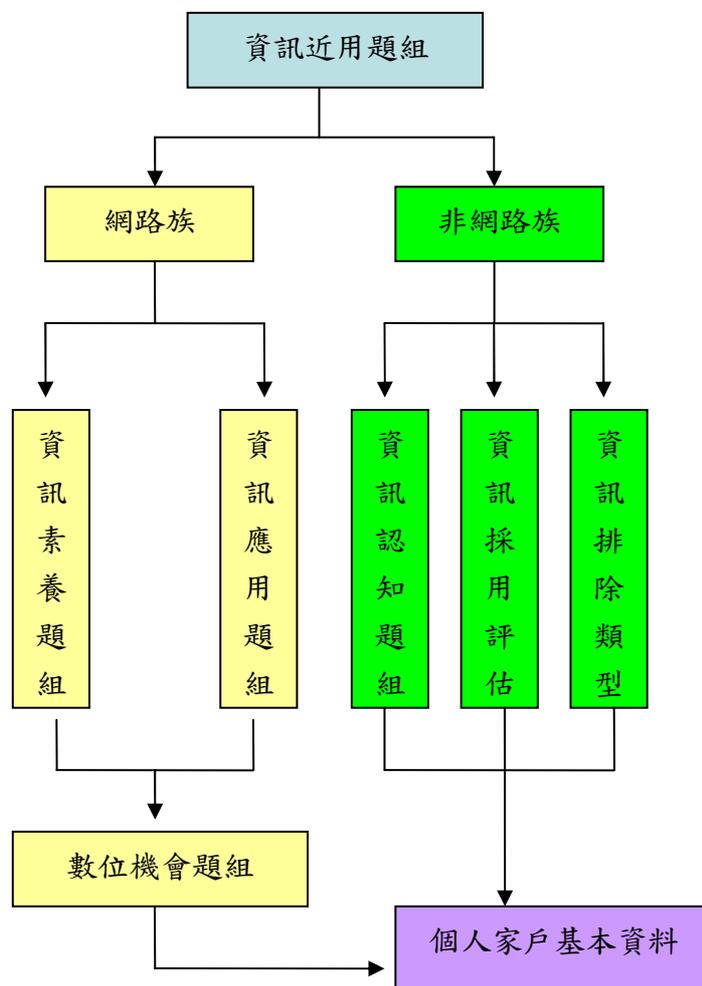


圖1 個人家戶數位機會調查題組流程

表 3 數位能力衡量指標

主構面	次構面	第三構面	指標層(各構面涵蓋內容)	說明
個人數位程度	資訊近用	資訊設備近用	1. 曾否使用電腦 2. 曾否使用網路 3. 曾否使用行動上網	衡量電腦及行動裝置的使用狀況
	資訊素養	資訊基礎素養	1. 申請帳號密碼能力 2. 文書編輯能力 3. 上傳或下載檔案 4. 專有名詞認知	衡量使用數位應用服務能力及專有名詞認知
	資訊應用	公民行為	1. 透過網路查詢政府公告之經驗 2. 透過政府網站線上申請之經驗 3. 透過網路發表政策看法之經驗	衡量電子化政府認知與使用狀況。
		生活應用	1. 網路購物 2. 線上金融 3. e-mail 使用 4. 資訊搜尋 5. 線上傳呼 6. 網路電話 7. 線上休閒 8. 線上學習	衡量網路搜尋資訊的經驗及情形，及其他應用服務的使用情況
		社群分享	1. 社群網站參與 2. 部落格或網頁經營	衡量 web2.0 應用狀況
家戶數位程度	家庭資訊設備環境	資訊設備	1. 家戶電腦有無 2. 家庭成員手機持有比率	衡量家戶擁有電腦和手機的狀況
		網路環境	1. 家戶連網狀況 2. 家戶電腦連網方式	衡量家戶連網狀況及連網方式
	家庭成員資訊素養		1. 家戶中上網人口比率	衡量家戶中上網的成員數(比率)

表 4 數位機會衡量指標

主構面	指標層(各構面涵蓋內容)	說明
個人數位機會	1. 擴大社會網絡 2. 提升學習機會 3. 增加就業機會 4. 提升所得 5. 提升取得生活有用訊息機會 6. 豐富休閒生活 7. 提升政府資訊掌握度 8. 串聯相同政治意見網友	衡量連上網路後，個人生活各面相的變化

表 5 數位採納因素衡量指標

主構面	次構面	指標層(各構面涵蓋內容)	說明
數位包容	資訊排除類型	1. 未上網原因及主觀學習意願 2. 資訊代理人有無	透過確認數位排除者的不同類型，以及瞭解他們對於資訊科技用途認知與採用障礙評估，以充份瞭解對於不同群體的主要障礙及可能解決方案
	資訊科技認知	1. 資訊科技用途認知	
	資訊採用影響因素	1. 難易認知 2. 效益認知 3. 成本認知 4. 社群影響 5. 娛樂享受認知	

## 肆、個人數位能力

### (一) 資訊近用與退用

1. 我國 12 歲以上民眾中有 77.4% 曾經使用電腦，72.0% 曾經使用網路。換算為人數，我國 12 歲以上網路使用人口約有 1,478 萬人。

- 比較各縣市民眾的網路使用情形，臺北市上網率首度突破八成(80.1%)，新竹市(78.0%)、新北市(77.0%)與連江縣(75.8%)上網率也逾七成五；相對來說，嘉義縣(59.5%)、雲林縣(61.0%)、澎湖縣(61.2%)及屏東縣(61.9%)上網率則約為六成，差距近廿個百分點。
- 兩性網路近用率存在顯著差異的縣市共 6 個，其中，嘉義縣是女性網路近用情形明顯優於男性，新北市、臺北市、花蓮縣、金門縣與連江縣是男性網路使用率高於女性。
- 不論是偏遠鄉鎮或原住民鄉鎮，居民曾上網比率都低於非偏遠鄉鎮與非原住民鄉鎮，其中又以高偏遠鄉鎮(53.4%)與山地原住民鄉鎮(50.1%)的網路近用機會最低。
- 兩性上網率是在 50 歲以上民眾中特別明顯，51-60 歲女性上網率較同年齡男性少了 5.3 個百分點，61 歲以上女性上網率少 7.2 個百分點。
- 中高齡民眾使用網路比率偏低，51-60 歲民眾只有 49.0% 使用網路，61-64 歲僅 34.0% 曾上網，65 歲以上年民眾上網率再降至 13.3%。相對來說，40 歲以下民眾上網率已達九成二以上。
- 民眾網路近用程度基本上和學歷成正比，專科以上學歷民眾曾使用網路比率超過九成，國小或國小以下學歷民眾的網路使用率只有 14.3%。
- 各行業中，以資訊及通訊傳播業與學生的上網率最高，達 99.0% 以上，農林漁牧工作者最低(21.1%)。
- 各職業別中，現役軍人、專業人士、事務支援人員及技術員及助理專業人員

的上網率是各職業從業者中最高者，逾九成三曾悠遊網路。

- 政府部門受雇者高達 93.5%曾經上網，比率遠高於受私人企業雇用 (85.2%)、雇主(75.6%)與自營作業者(46.8%)。
- 原住民上網率 68.9%，略低於客家族群(72.1%)及非原客族群 (71.7%)。
- 身心障礙者的數位發展明顯居於弱勢，本人為身心障礙者僅 32.1%會使用網路，本人與家人皆為身心障礙者，則是 49.6%懂網路，網路使用率遠低於非身心障礙民眾(逾七成三)。

圖2 12歲以上民眾的資訊近用狀況

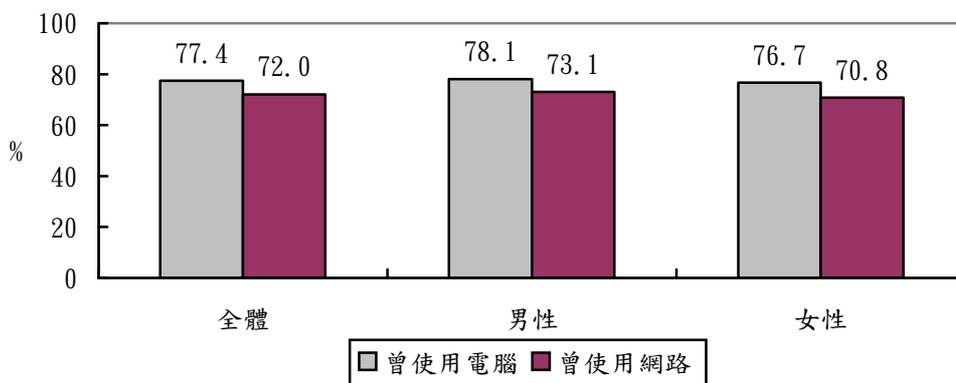
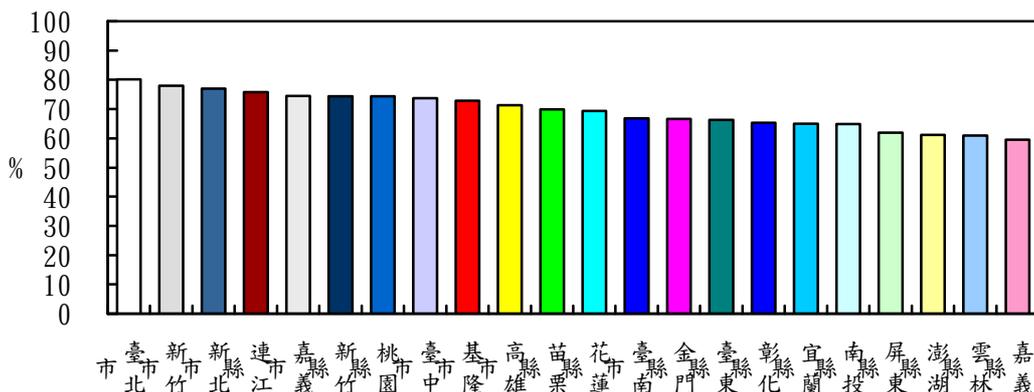


圖3 22縣市12歲以上民眾上網率比較

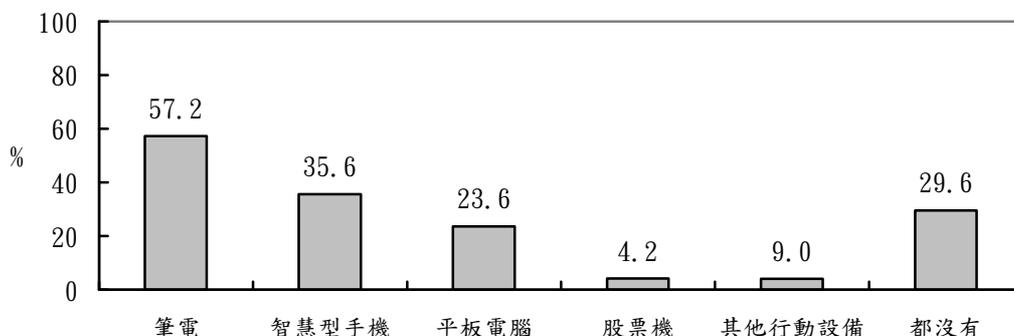


2. 臺灣網路族接觸網路年數為 9.2 年。瞭解接觸網路少於或約 1 年的新進網路族上網動機，在可複選的情形下，以學習新知或跟上時代(18.1%)的比率最高，其次是查詢資料(17.4%)、打發時間(13.1%)、工作需要(11.7%)與陪小孩學習(8.8%)。

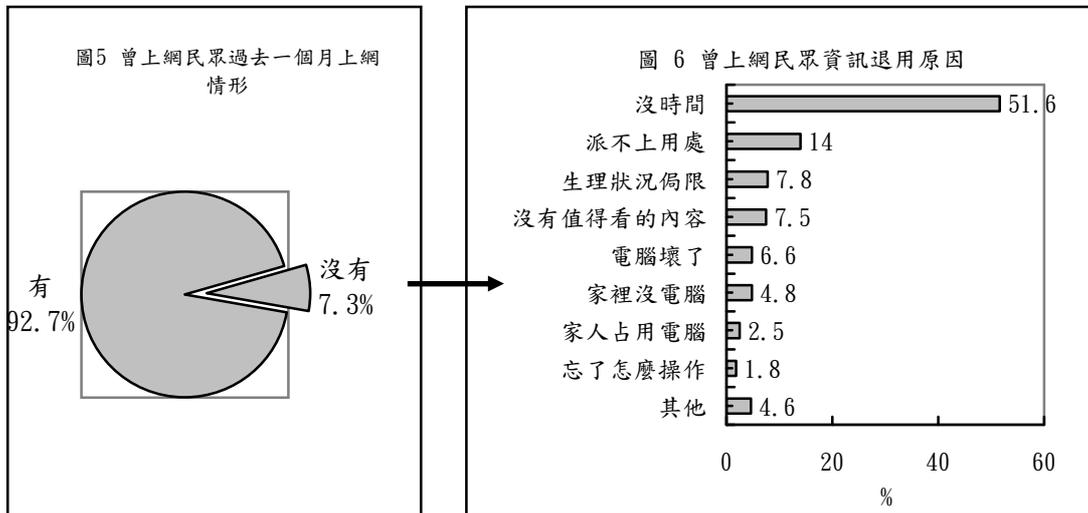
3. 全臺接觸過網路的 12 歲以上民眾中，有 45.4%目前擁有筆電，39.7%持有智慧型手機，21.0%擁有平板電腦，合計持有任一項可行動上網設備比率為 65.5%。從實際行動上網經驗來看，曾使用筆電、手機、平板電腦或是其他設備行動上網的網路族比率合計達 70.4%，若以全體 12 歲以上民眾為計算分母，我國行動上網使用率由 99 年的 37.6%上升為 100 年的 50.7%。

- 臺北市民眾持有行動上網設備的比率最高（72.8%），行動上網率則是新竹市（76.9%）與臺北市居首（76.3%）。相對來說，嘉義縣只有 54.2%網路族持有行動上網設備，60.6%曾經行動上網，比率相對較低
- 女性網路族中，65.8%持有任一項行動上網設備，70.0%曾使用行動上網，兩項比率都已和男性網路族相仿
- 我國行動上網風潮主要始於青壯及年輕族群。各年齡層中，以 31-40 歲民眾持有行動設備比率最高（74.2%），行動上網率則是 21-30 歲網路族最高（81.8%）。不過，50 歲以上網路族行動上網經驗雖然較少，但也有將近半數曾體驗行動上網
- 教育程度較高者，持有行動設備與使用行動上網的機會明顯較多，大學以上學歷網路族，持有任一項行動設備比率達 75.8%以上，曾行動上網比率也超過八成
- 專業、科學及技術服務業和資訊及通訊傳播業從業者是行動化程度最高的行業，八成五以上有行動上網經驗
- 專業人士有 84.1%持有行動上網設備，87.0%曾行動上網，兩項比率都居各項職業從業者之冠
- 政府部門受雇者的 e 化程度雖然優於其他身分，但就行動設備持有及行動上網使用經驗來說，普及程度則與私人企業受雇者及雇主相去不遠
- 原住民持有行動設備（71.1%）與行動上網（73.3%）比率都略高於客家及非原客族群

圖 4 12歲以上網路族使用各項行動載具上網經驗



4. 以最近一個月上網行為定義「資訊退用」，調查發現，國內 12 歲以上曾上網民眾中，有 7.3% 過去一個月沒有上網，其中又以 65 歲以上網路族資訊退用率最高(26.9%)。沒時間(51.6%)和派不上用處(14.0%)是沒有繼續上網的主因，不過，68.2% 不排除未來再使用網路的可能性。

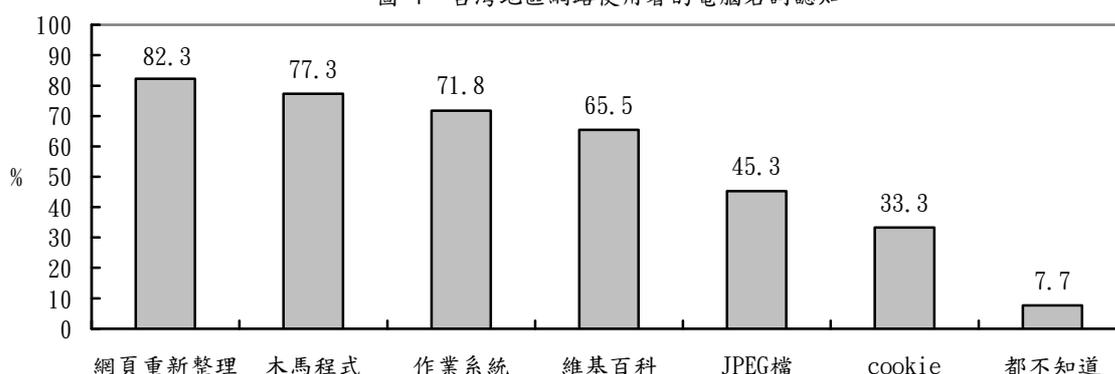


## (二) 資訊素養

1. 從線上申請帳號密碼、文書軟體使用及上傳下載檔案等三項能力來觀察民眾的資訊技術素養，結果顯示，有 77.6% 網路族具備申請帳號密碼成為特定網站會員的能力，83.5% 會使用任一種文書軟體，82.9% 知道如何上傳及下載檔案照片
2. 透過電腦名詞認知觀察國內 12 歲以上網路族的資訊接觸情形，結果顯示，82.3% 知道網路重新整理的意義，77.3% 知道木馬程式，71.8% 知道「作業系統」所指為何，65.5% 聽過維基百科，45.3% 知道 jpeg 檔，33.3% 知道 cookie；此外，有 7.7% 網路族對於上述六個電腦名詞一無所悉。

— 女性資訊近用機會已大致趕上男性，不過，女性網路族的電腦認知顯然不如男性。除了網頁重新整理之外，包含木馬程式、作業系統、維基百科、cookie 及 JPEG 檔的知悉比率都低於男性 7-11 個百分點。

圖 7 台灣地區網路使用者的電腦名詞認知



### (三) 資訊應用

1. 可複選三項的前提下，調查顯示，網路族最常透過網路搜尋的前六大資料類型依序是新聞 (29.9%)、娛樂 (23.3%)、消費 (14.4%)、工作相關 (12.6%)、旅遊 (10.4%)及股票財經 (10.1%)，比率高於 5%的還包括社群網站 (9.0%)、生活 (8.9%)、課業相關 (8.3%)及音樂 (6.2%)。

—除了嘉義縣、雲林縣及彰化縣是以娛樂資訊居首外，其餘 19 縣市都是以新聞資訊最為熱門。

—都市化程度越高，越常搜尋新聞資訊，至於高偏遠、山地原住民或是傳產、高齡化鄉鎮等，娛樂資訊重要性就可能超越或與新聞資訊並駕齊驅。

—不同世代網路的需求各異，20 歲以下網路族以搜尋娛樂及課業資訊為主，社群網站與音樂也雙雙入榜；20 歲以上網路族，最常搜尋資訊雖然都以「新聞」居冠，但次要偏好則不盡相同，21-30 歲以娛樂、社群網站、消費與工作為重心，對於 31-40 歲民眾來說，消費、工作、娛樂與旅遊資訊更能滿足需求；40 歲以上民眾，財經股票及生活訊息變得重要，對於 65 歲以上網路族來說，健康資訊也是關注重點。

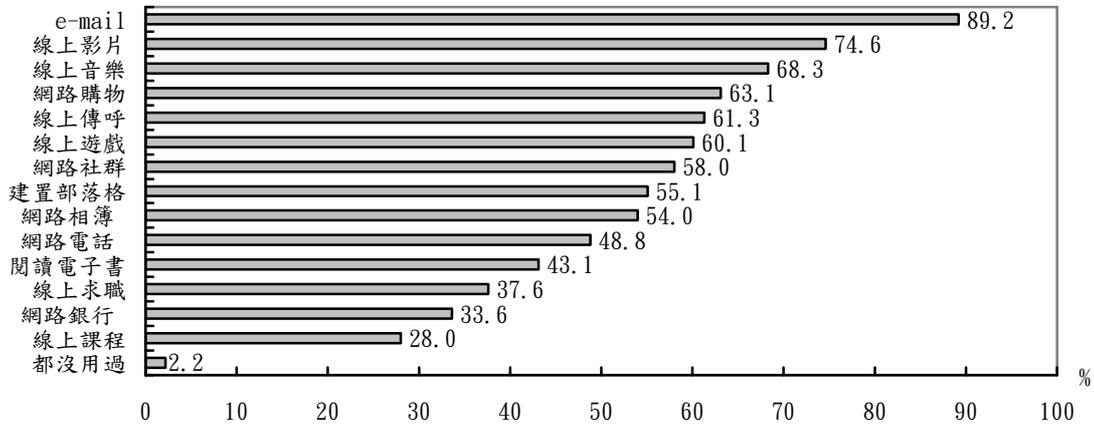
—原住民族的資訊搜尋需求相對比較特別，透過網路找娛樂或是社群網站資訊的比例明顯高於客家及非原客族群。

2. 調查顯示，網路族曾使用的網路應用功能以收發 e-mail 最高 (89.2%)，其次是線上影片 (74.6%)，第三是線上音樂 (68.3%)。使用率介於五成至七成的網路應用還包括線上購物 (63.1%)、線上傳呼 (61.3%)、線上遊戲 (60.1%)、網路社群 (58.0)、建置部落格或網頁 (55.1%)與網路相簿 (54.0%)。

—兩性在 e-mail、線上影片、線上音樂、線上傳呼、部落格或網頁建置等功

能的使用並沒有顯著性別差異，不過，女性網路購物比率 68.3%，較男性高出 10.3 個百分點，男性則是線上遊戲(66.2%)參與率顯著高於女性。

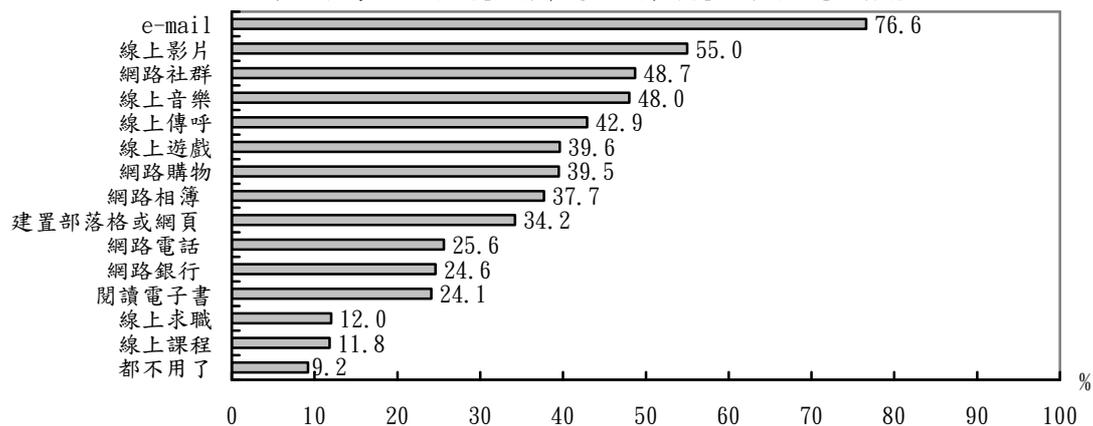
圖 8 台灣地區12歲以上網路使用者曾使用的網路應用功能



3. 至於各項網路應用活動最近一個月使用情形，調查顯示，網路族最近一個月使用的網路應用功能仍以收發 e-mail 比例最高(76.6%)，其次是線上影片(55.0%)，第三是網路社群(48.7%)。

一兩性最近一個月使用 e-mail、部落格或網頁建置、網路相簿與線上課程等四項功能的使用率相仿；男性網路族的線上影片、線上音樂、線上傳呼、線上遊戲、網路社群、網路電話及電子書使用率略高於女性；網路購物、線上求職與網路銀行則是女性使用率略高。

圖 9 台灣地區網路使用者最近一個月仍使用的網路應用功能



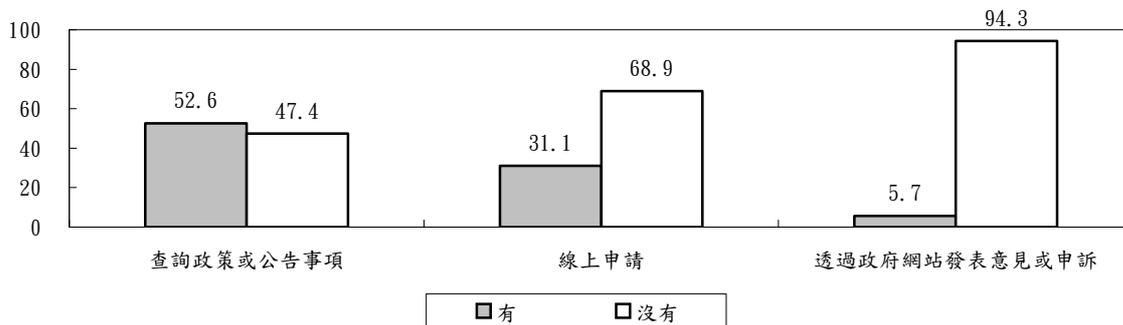
4. 以最近一個月使用率除以曾使用率定義為各項網路功能的黏著度，結果顯示，e-mail 與網路社群是最容易持續的網路功能，逾八成使用者沒有放棄使用；黏著率高於七成的還包括線上影片、線上銀行、網路相簿、線上傳呼與線上音樂。

5. 臺灣網路使用者中，52.6%過去一年曾透過網路查詢政府政策或公告事項，31.1%過去一年曾透過政府網站從事線上申請，也有 5.7% 網路族透過政府行政機關網站發表意見或是申訴。

—比較各縣市民眾透過網路參與公民行為的情形，以臺北市(62.7%)及金門縣(61.0%)民眾透過網路查詢政府政策或公告事項的比率最高；透過政府網路從事線上申請等作業的比率以臺北市(39.2%)及連江縣(37.4%)最高；線上發表意見或申訴則以金門縣比率最高(8.0%)。

—31-50 歲網路族是網路公民參與最活躍的一群，查詢政府公告的比率介於 60.6%~60.8%，從事線上申請的比率介於 41.2%~43.0%，線上發表意見或申訴比率介於 6.8%~7.8%。

圖 10 網路族利用網路參與公民行為情形



6. 若是政府欲透過社群網站與網路族互動，曾經使用網路社群(如臉書、推特)的網路族中，有 45.1%願意接受政府加入社群朋友。以全體受訪者換算，政府透過社群網站約可接觸 18.8%之 12 歲以上民眾。

7. 我國就業民眾中，58.3%的人在工作時會用到電腦，也有 47.1%在工作中需要上網功能。和 99 年相比，比率幾乎沒有變動。

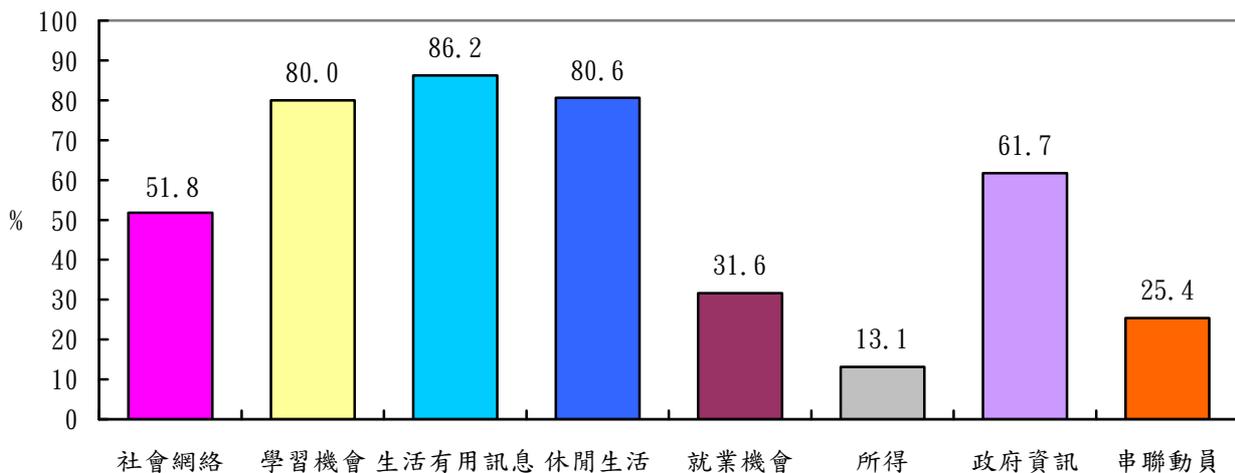
#### (四) 數位機會

1. 研究從八個指標觀察接觸網路對於提昇生活機會的效益，結果顯示，86.2%認生活中有用資訊因此變多，80.6%認為休閒生活因為上網變的較為豐富，80.0%肯定使用網路對於提升學習機會產生助益，是新進網路族感受較深的三

大機會；此外，也有超過半數網路族表示社會網絡因此擴大（51.8%）。

2. 相對來說，網路族較少感受政治與社會機會，四項指標中，以肯定使用網路讓政府資訊取得變容易的比率最高（61.7%），其次是 31.6% 表示使用網路有助於提升個人就業機會，25.4% 認為自己可以在網路上串聯具有相當政治立場的網友，僅 13.1% 表示所得因此提升。

圖11 12歲以上網路族對於各式數位機會的感受程度



#### (五) 個人數位能力分數

1. 綜合評量個人使用電腦及網路情形，並經專家 AHP 分析所得出的各指標相對重要性加權後，整體而言，我國 12 歲以上民眾數位表現分數為 50.5 分。
2. 分析整體數位表現分數的組成結構可發現，我國 12 歲以上民眾在資訊近用構面的表現分數最高（69.0 分）、其次是資訊素養（49.5 分）與資訊應用（40.7 分），顯示民眾接觸過電腦及網路的機會不少，但操作電腦能力及資訊應用能力都則仍有努力空間。

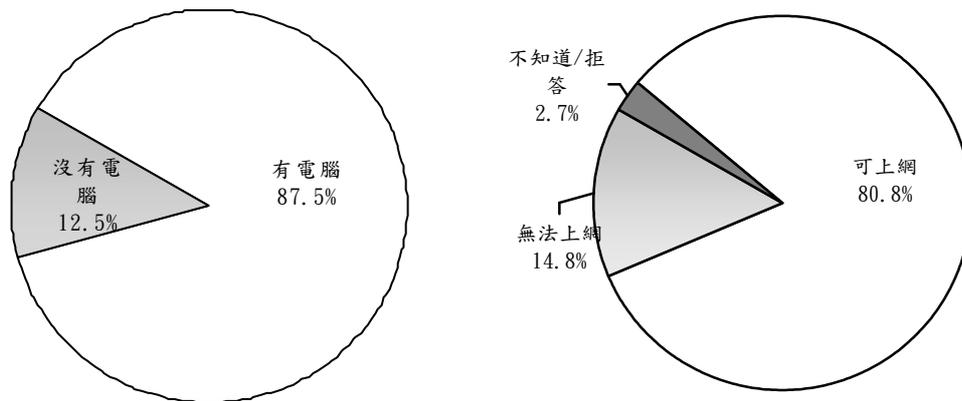
### 伍、家戶數位環境

#### (一) 家戶資訊環境與成員素養

1. 我國家戶中高達 87.5% 擁有電腦設備，82.5% 能夠上網。這些可上網的家戶，79.3% 透過寬頻上網，仍使用窄頻撥接上網的家戶只剩 1.7%，8.7% 主要透過 3G 等無線傳輸上網，另有 15.0% 受訪者不清楚家中的連網頻寬。

- 22 縣市中，新竹市(89.69%)與臺北市(89.1%)家戶的連網比率都將近九成；相對於上述縣市的高連網率，嘉義縣(68.5%)、屏東縣(70.7%)、雲林縣(70.7%)和澎湖縣(71.4%)只有約七成家戶可以上網，縣市間的差異不小。
- 比起直轄市有 86.8%家戶可以上網，省轄市與縣轄市家戶連網率毫不遜色，各占 85.5%和 84.8%；相對來說，鎮、鄉家戶上網較不普遍，比率分別降為 78.1%與 76.8%
- 地區越偏遠家戶連網比率越低，其中，非偏遠鄉鎮家戶可上網比率為 83.9%，但高偏遠鄉鎮家戶可上網比率只有 65.0%，低偏遠鄉鎮可上網的比率也僅有 71.7%
- 家戶經濟來源者從事經理主管、專業工作、技術員或事務工作等白領工作者及現役軍人，明顯提高家戶擁有網路設備的可能性，超過九成家中有連網
- 家庭月收入不到 2 萬的家戶，連網率不到五成一，月收入 2 萬至 3 萬元家戶連網率提高為 68.8%。家戶月收入 5 萬以上者，超過九成家戶可以上網

圖 12 臺灣家戶資訊設備擁有情形



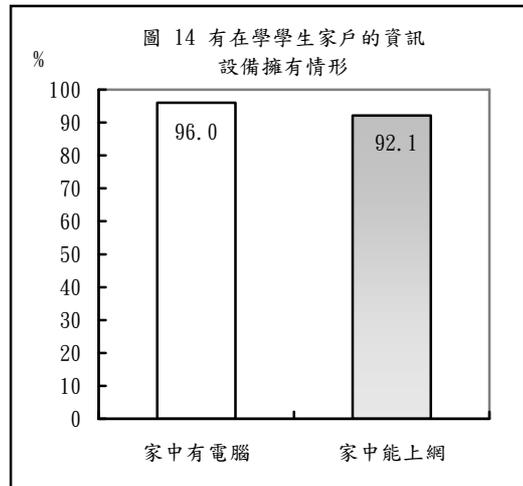
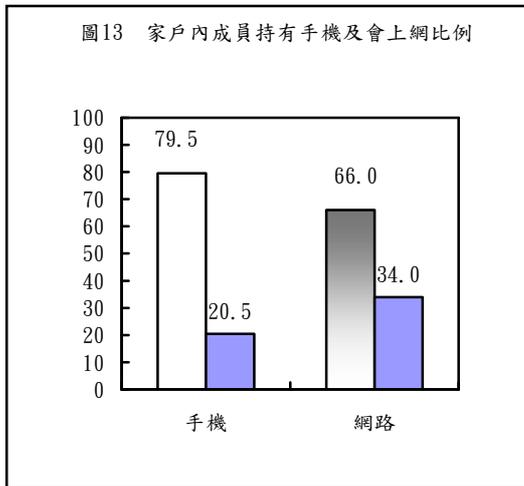
2. 調查發現，臺灣家戶中，戶內平均有 79.5% 家人擁有手機，66.0% 具備網路使用能力。換句話說，五口之家約是有四位有手機，三位懂上網操作。

- 22 縣市以臺北市家戶 e 化程度最高，家戶成員有 86.1% 持有手機，75.8% 具備上網能力

3. 有在學學生的家戶是最可能擁有電腦設備者，有學生家戶的電腦設備持有率為 96.0%，連網率也達到 92.1%。

- 各縣市家戶對於就學子女的數位資訊投資都不少，22 縣市學生家戶目前可

上網率都超過八成。其中以臺北市(97.5%)居全臺之冠，屏東縣(84.8%)與雲林縣(84.9%)學生家戶上網比率較低。



4. 有外籍配偶的家戶中，56.6%表示外籍配偶家人平常有使用網路；至於有身心障礙者家人的家戶，則是只有 24.8%表示身心障礙家人平常有使用網路

## (二) 家戶資訊分數

1. 加權加總家戶資訊環境及資訊素養的得分，整體而言，我國家戶數位表現分數為 71.2 分。
2. 分析顯示，家庭經濟狀況會影響該家戶成員整體的數位學習與應用程度，月收入在 5 萬元以上的家戶，其分數都超過 80 分，屬於第一領先群；家戶月收入在 3 萬至 5 萬元之間者，得分在 67.4 分至 74.7 分，居第二領先群；家戶月收入介於 2 萬至 3 萬元者，家戶數位分數降至 59.5 分，至於家戶月收入不滿 2 萬元者，數位化程度明顯居於弱勢，得分低於 45 分。

## 陸、未上網民眾分析

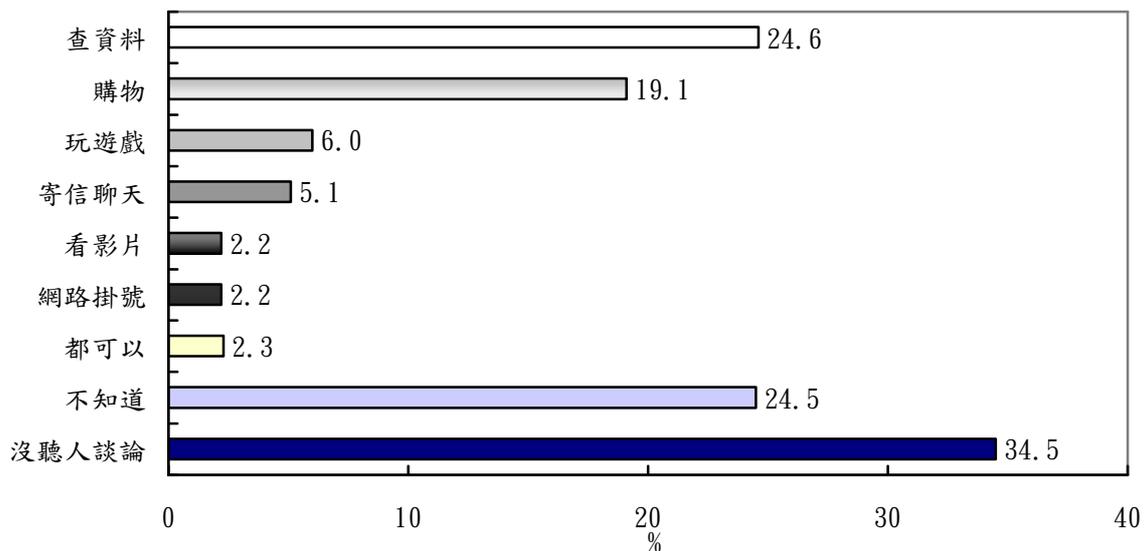
1. 詢問未上網民眾沒有上網的原因，調查發現，民眾不上網的主因以覺得沒有需求(24.5%)及不知道怎麼上網(24.1%)居多，其次是沒時間(20.0%)和生理因素不便上網(10.1%)。

— 不需要或不知如何上網是男性未參與網路社會的主要原因，女性則以「沒時間」(23.3%)所占比率最高

一年齡層越高的非網路使用者，因不知道如何上網、不需要或生理因素等原因而沒有上網的比率隨之提昇；年輕層較輕的非網路使用者，因沒時間而沒有上網比率則相對較高。

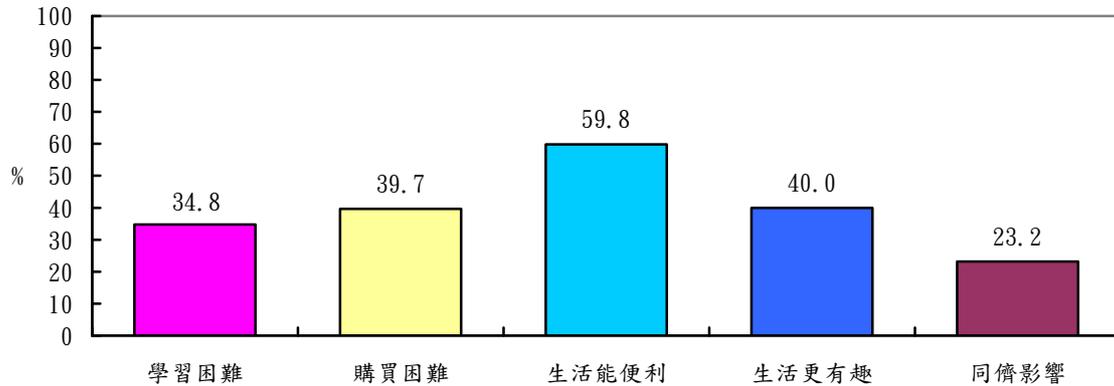
2. 未上網民眾能否在日常生活中透過他人瞭解資訊科技發展狀況，進而形成正向認知，是影響使用意願的可能關鍵。不過，調查發現，從來不曾上網的民眾中，僅 65.5%曾在日常生活中看過別人用電腦或聽人談論電腦。
3. 對這些有接觸機會的民眾來說，各 24.6%與 19.1%民眾將網路與「查資料」和「買東西」畫上等號，6.0%覺得電腦是玩遊戲用的，5.1%認為網路可以寄信聊天，另有 2.3%覺得電腦或網路無所不能。值得注意的是，即便日常生活中曾聽人談論或接觸電腦，還是有 24.5%的未上網民眾無法說出任一項電腦或網路功能。

圖 15 未上網民眾對於電腦用途的主要認知



4. 瞭解未上網民眾對於電腦學習難易、成本、效益、社群影響及娛樂效用等認知，結果發現，負面因素中，34.8%覺得學電腦困難，39.7%表示花錢購買電腦及支付上網費用對他們來說會形成經濟壓力；正向因素中，59.8%覺得生活如果能夠上網應該會比較便利，40.0%覺得生活如果能夠上網應該會比較有樂趣，也有 23.2%不會上網民眾表示若同齡朋友都會上網，確實會刺激他們想要學習。

圖16 未上網民對於電腦的態度與認知



- 迄今未上網的民眾中，合計有 24.9%曾透過家人或親友查詢網路資訊或使用相關服務。
- 如果有免費的上網課程，不懂不懂上網民眾中，有 21.5%表示想參加。分析有意願參加免費上網課程的非網路使用者的人口結構分布，以女性 (58.7%)、50 歲以上 (68.2%) 和高中職或國初中學歷者 (61.9%) 占多數
- 民眾學習意願的多變量分析顯示，影響民眾學習意願的關鍵因素是接觸機會與正向認知。當民眾日常生活中有機會看到他人使用或聽到他人談論電腦、或是有越來越多同齡親友上網，都會對於對他們形成鼓勵。此外，若是觀念上相信資訊社會可以帶來樂趣，錢或是學習難度也不再是阻礙因素。

### 柒、跨年度調查結果的趨勢比較

- 全臺 12 歲以上民眾曾經使用電腦的比率為 77.4%，曾經上網者為 72.0%；資訊近用比率分別較 99 年提升 1.8 及 1.1 個百分點。

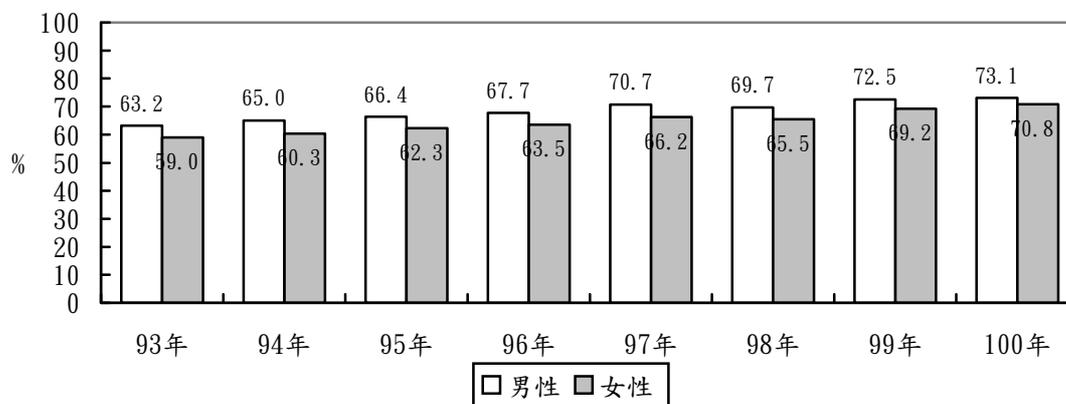
表 6 臺灣 12 歲以上民眾資訊近用情形的跨年度比較

單位：人，%

	93 年	94 年	95 年	96 年	97 年	98 年	99 年	100 年
樣本數	14,120	26,622	26,702	15,007	16,131	16,133	16,008	13,272
電腦使用率	68.2	66.8	70.1	71.0	73.4	72.6	75.6	77.4
網路使用率	61.1	62.7	64.4	65.6	68.5	67.6	70.9	72.0

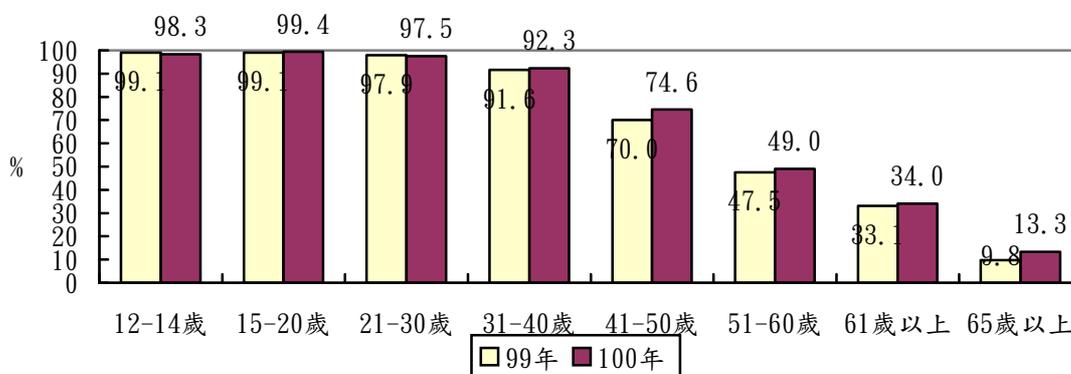
2. 不論是男性或女性民眾，曾經使用電腦及網路的比率都持續成長，其中又以女性資訊近用比率的增幅較大，女性網路使用率落後男性幅度由 99 年的 3.3 再縮小為 2.3 個百分點。

圖17 兩性上網率之歷年變化情形



3. 和 99 年相比，40 歲以上中高齡民眾資訊近用率已逐年顯著提升，其中，41-50 歲及 65 歲以上民眾的電腦及網路使用率都有 3-4 個百分點的增幅，成長最為明顯。

圖 18 各年齡層民眾上網率變化狀況



4. 各縣市資訊近用率普遍較 99 年提升，其中，電腦使用率以南投縣、雲林縣及嘉義縣成長最突出，電腦使用率成長接近或超過 4 個百分點；網路使用率則以苗栗縣及嘉義縣成長相對較多，上網率增加近 3 個百分點。

5. 過去一年有 52.6% 網路族透過電子化政府查詢政策或公告事項，31.1% 過去一年透過網路從事線上申請的人，使用率不僅回復 98 年水準，也是為歷年最高。

6. 近五年來，12 歲以上原住民曾經使用電腦的比率年年上升，由 95 年的 62.7%

提升為 100 年的 73.9%；曾使用網路的比率由 95 年的 55.4% 上升為 68.9%，目前原住民資訊近用機會已經和非原住民族群接近。

7. 相較於 99 年調查結果，只有低偏遠鄉鎮民眾的資訊近用機會有所提升，高偏遠地區則未見顯著成長。

8. 家戶電腦擁有率由 99 年的 86.4% 略增為 87.5%，連網率也從 80.8% 上升為 82.5%。此外，有在學學生家戶的電腦擁有率維持 99 年的高水準，每一百戶學生家戶就有 96 戶有電腦設備(95.8%)。

表 7 臺灣家戶資訊環境的跨年度比較

單位：%

	95 年	96 年	97 年	98 年	99 年	100 年
電腦擁有率	81.6	82.6	84.6	84.1	86.4	87.5
家戶連網率	74.5	74.7	77.5	78.1	80.8	82.5
有學生家戶電腦擁有率	92.2	93.1	94.1	94.7	95.8	96.0

## B、持有手機民眾數位機會調查調查報告摘要

受惠於資訊科技的進步，手機除了語音通訊，另一項重要的功能則為行動上網。不論官方統計或調查數據均顯示，有越來越多手機族加入行動上網的行列，手機使用行為的本身甚至隱然形成一種文化。行政院研考會特於 100 年規劃國內首次辦理的手機抽樣調查，藉由本項針對持有手機民眾的調查，深入了解手機族的數位活動參與情形。

### 壹、研究方法

#### 一、調查範圍及對象

「持有手機民眾數位機會調查」是以年滿 12 歲及擁有手機者(含智慧型行動載具)為訪問對象，樣本涵蓋國內各通信公司用戶。

#### 二、抽樣設計

根據國家通訊傳播委員會(NCC)公佈的資料，2010 年底我國行動通信用戶數已達 2,784 萬戶。調查以國家通訊傳播委員會公佈的行動通信網路業務用戶號碼核配資料抽出樣本電話門號(即前 4 碼)，之後再以隨機方式產生後 6 位元電話號碼，抽樣即可涵蓋國內所有行動電話門號。

#### 三、調查實施期程及接觸情形說明

本調查於 100 年 9 月 5 日執行訪員訓練，100 年 9 月 5 日至 100 年 9 月 14 日晚間執行電話訪問調查作業，合計完成 2003 份有效樣本。

#### 四、調查問卷內容說明

「持有手機民眾數位機會調查」問卷經專家學者座談會審查後，奉行政院研考會修正核定後執行，調查架構如表 8 所示。

表 8 持有手機民眾數位機會調查研究架構及主要調查項目

構面	指標	調查項目
資訊近用	1. 個人網路近用	1. 曾否透過電腦上網 2. 曾否透過手機上網/使用動機及未使用原因 3. 目前是否使用手機上網/退用原因
手機使用型態	1. 持有門號數 2. 手機開機型態	1. 個人擁有手機門號數 2. 手機開機型態
手機上網行為	1. 連網方式 2. 使用時間 3. 上網費用 4. 上網活動 5. 應用程式	1. 以 Wifi 或 3.5G/3G/2G 連網 2. 每日使用手機行動上網時間 3. 每月手機行動上網費用 4. 透過手機從事活動類型 5. 是否下載免費及付費之應用程式(App)
手機上網滿意度	1. 上網品質 2. 連網費用	1. 是否滿意手機行動上網連線品質 2. 是否滿意手機行動上網費用
家戶資訊環境	1. 家戶資訊設備 2. 家戶網路環境 3. 市內電話申裝	1. 家中是否有電腦 2. 家中是否能上網 3. 手機上網與家用連網替代性
受訪者基本資料	1. 性別 2. 年齡 3. 教育程度 4. 族群別 5. 居住縣市	

## 貳、調查結果摘要

### 一、手機族以男性、21-40 歲及高學歷偏多為特徵，資訊近用率優於全國平均

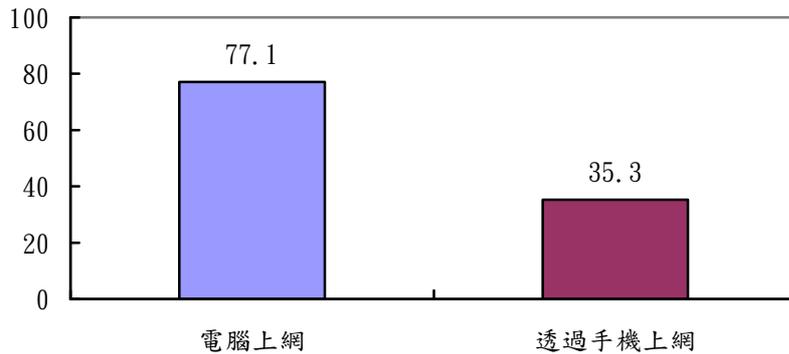
和 100 年個人家戶數位機會調查加權後之全國 12 歲以上樣本結構相比，手機族樣本結構呈現「男性、21-40 歲、大學學歷民眾偏多」現象，這指向手機重度使用者有一定人口特色，透過手機進行調查應瞭解此研究限制。

而此人口特色也使兩項資訊進用比率估計都較全國平均值高出約 5 個百分點，目前國內 12 歲以上手機使用者中，92.6%家中擁有電腦設備，77.1%曾使用電腦上網。

### 二、約 1/3 手機族曾體驗手機行動上網，但家戶上網仍以固網為主

臺灣 12 歲以上手機族，35.3%曾使用手機行動上網。不過，手機上網難以取代固網服務，可在家中上網的 82.1%手機族，80.3%申裝固網服務，僅 1.9%單純仰賴手機上網。

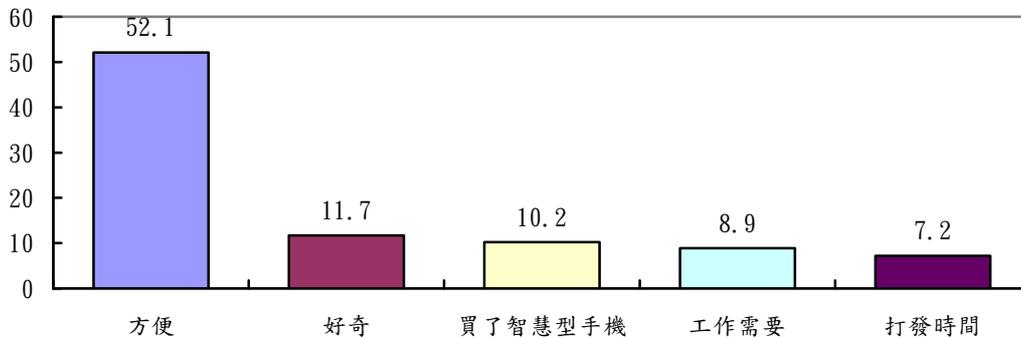
圖19 12歲以上手機族上網情形



### 三、方便是體驗手機行動上網的主因，惟退用率也高，曾使用者有三成已不用

臺灣手機族透過手機行動上網族的主要動機是基於「方便」考慮(52.1%)，其次是因為好奇(11.7%)、買了智慧型手機(10.2%)、工作需要(8.9%)及打發時間(7.2%)。

圖20 手機行動上網族透過手機上網的主要動機



不過，手機行動上網退用率高，曾使用者有 29.7% 已不再使用。「連線費用太貴」(35.2%)及「不需要」(35.2%)是行動上網族退用的兩大主因，13.3% 抱怨透過手機介面上網不方便，10.5% 是因為手機連網品質不佳故停用。

圖21 手機行動上網族目前連網狀況

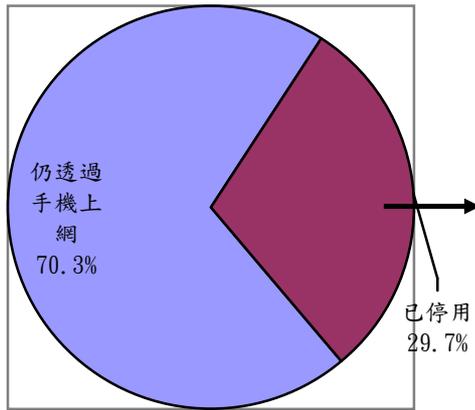
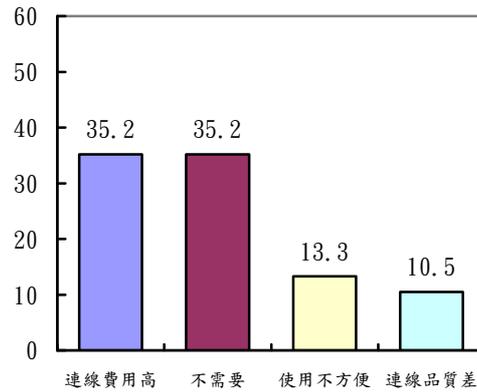


圖22 手機行動上網族退用原因

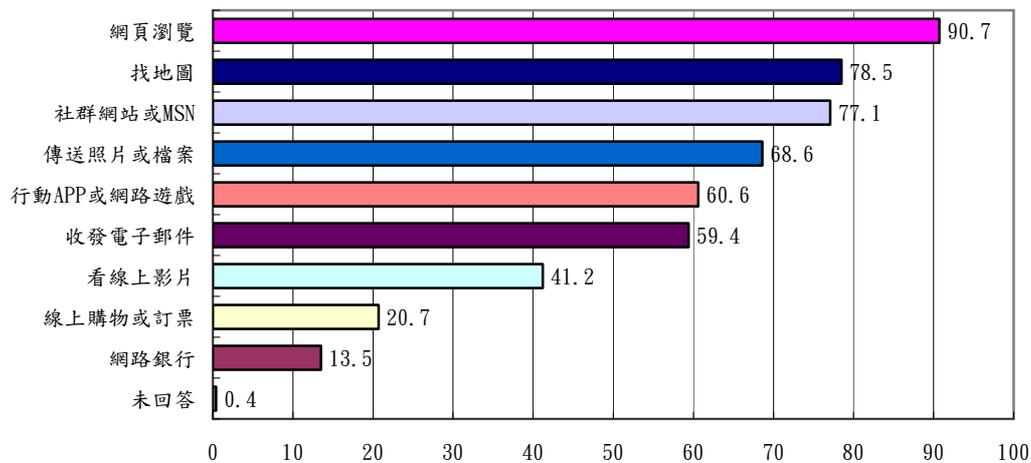


**四、手機上網侷限在特定活動，電子商務應用較不普遍；APP 下載情形普遍**

國內目前手機行動上網人口中，曾透過手機從事的活動依序是網頁瀏覽或找資料（90.7%）、找地圖（78.5%）、參與社群網站或 MSN（77.1%）、傳送照片或檔案（68.6%）、玩行動 APP 或網路遊戲（60.6%）與收發電子郵件（59.4%），相對來說，只有 41.2%透過手機看影片，20.7%從事線上購物或購票，13.5%透過手機使用網路銀行。

此外，調查也發現，下載 APP 微型應用程式在手機行動上網族中相當普遍，平均每四人就有三人是使用者（74.7%）。曾下載者，以免費軟體為主，僅 28.8%曾下載付費軟體。

圖23 手機行動上網族曾使用的手機應用功能(複選)



## 五、電信公司吃到飽方案為主流，平均每月支出 727 元，每日連網 92 分鐘

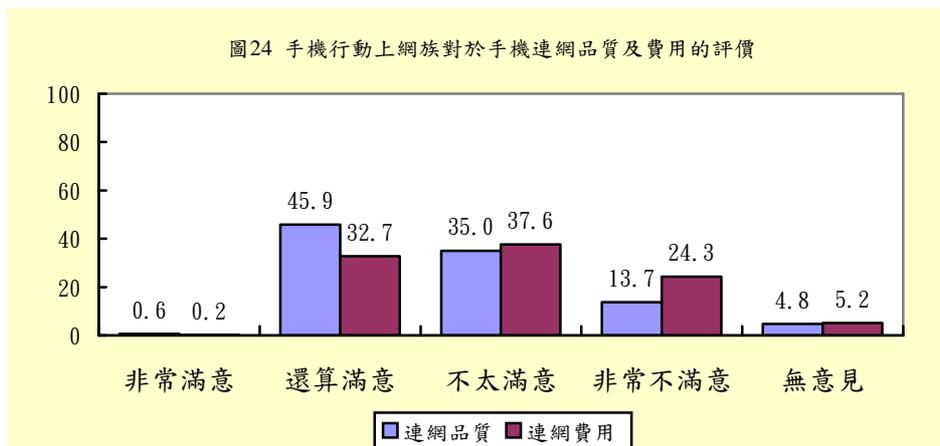
手機行動上網族以採用電信公司吃到飽方案為最普遍的方式(62.6%)，其次是透過wifi連網(22.9%)，另有12.9%採用電信公司非吃到飽方案。費用部分，11.9%只透過免費wifi資源連線，15.2%每月費用低於500元，19.7%花費金額介於501-700元，24.5%每月連線費用介於701-1000元，14.3%每月上網費用超過1000元，另有14.3%手機行動上網族沒有注意帳單金額。平均每月費用為727元。

手機行動上網族每日透過手機上網的時間以31-60分鐘所占比率最高(19.9%)，其次是15-30分鐘(16.3%)、61-120分鐘(15.9%)與1-15分鐘(13.7%)，另有17.1%每天透過手機上網超過2小時。手機行動上網時間中位數為60分鐘，平均值92分鐘。

## 六、連線品質評價兩極，逾六成不滿意費率

調查發現，手機行動上網族對於連線品質評價兩極，46.5%滿意，48.7%不滿意。差異檢定發現，透過WIFI連網者，對於連線品質的好評最高(56.2%)，透過3G/3.5G等電信公司提供吃到飽方案連線者的評價最低，54.0%不滿意，好評合計僅41.5%。

至於連線費用，手機行動上網族對於連線費率以不滿意者居多(61.9%)，較好評高出近卅個百分點。



## 七、未曾體驗手機上網者，21.3%未來一年有興趣嘗試

詢問未曾透過手機行動上網者的未來使用意願，有21.3%表示未來一年可能使用手機上網，75.9%明確表達無此意願，2.8%未回答。