

105年臺灣縣市數位機會發展現況

Taiwan Go

大家e起來
縣市零距離



前言

關懷弱勢族群及落實公平數位機會一直是政府推動資通建設及普及政府服務的施政重點。自民國93年起，我國陸續推動「縮減數位落差」、「創造公平數位機會」、「深耕數位關懷」等政策計畫，正是希望運用政府及民間資源，關懷所有地區、族群和產業平等的數位機會，全民共享資訊社會效益。

為了掌握我國數位發展情形，國家發展委員會每年定期辦理個人家戶數位機會調查，由賦能、融入與摒除切入瞭解資訊社會帶來的數位機會與危機，據以作為照顧弱勢族群、深耕數位關懷政策的依據。本冊為105年個人家戶數位機會調查報告的摘要說明。

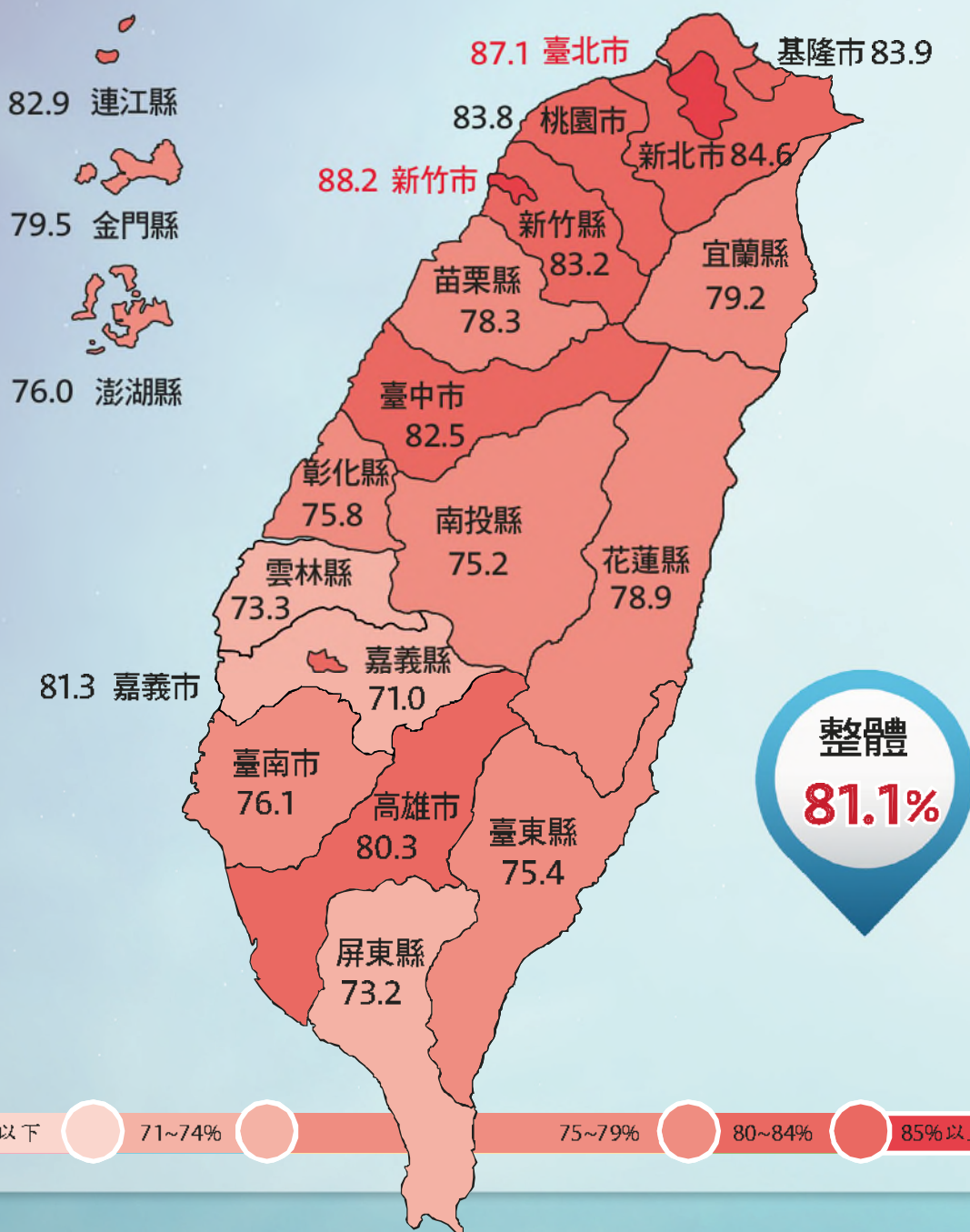
調查方法

- 調查對象：居住在臺灣22縣市，年滿12歲以上民眾
- 調查方式：電話訪問調查
- 調查日期：105年6月16日至105年8月14日晚間進行
- 樣本規模：臺灣地區12歲以上民眾共23,465人
- 抽樣誤差：百分之九十五信心水準下，全體樣本抽樣誤差在 $\pm 0.6\%$ 以內。
- 調查報告全文請至 www.ndc.gov.tw 查詢



家戶連網率 新竹市、臺北市居首

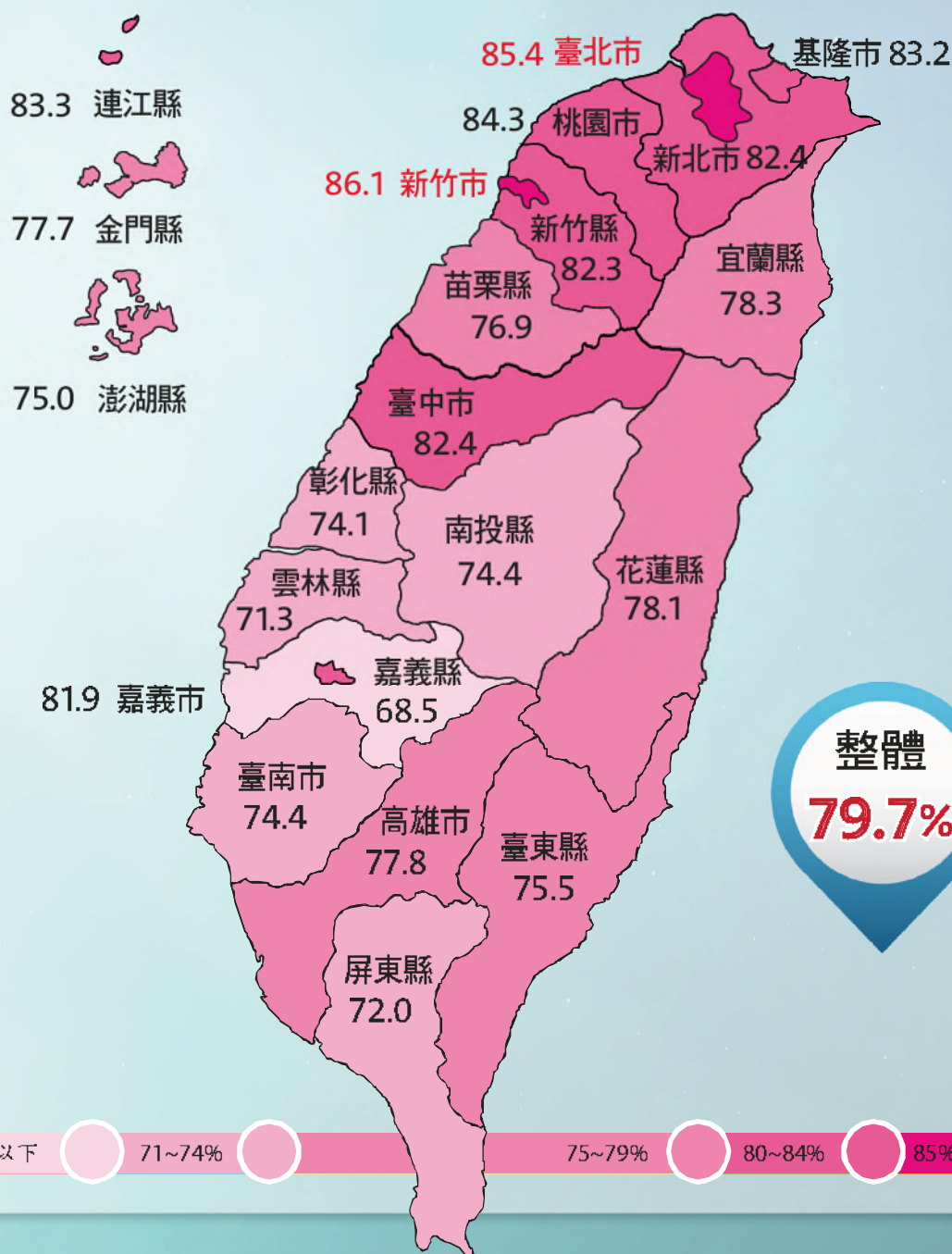
22縣市中，有10個縣市家戶可在家中上網比率超過八成，以新竹市及臺北市居首，雲林縣、屏東縣及嘉義縣只有不到七成五家戶可上網。





新竹市、臺北市民最e化 上網率逾八成五

都市發展程度越高，民眾使用網路比率也越高。22縣市中，新竹市民上網率最高，臺北市第二，每一百位民眾就有超過85人使用網路。相較之下，嘉義縣民眾不到七成上網，相對偏低。

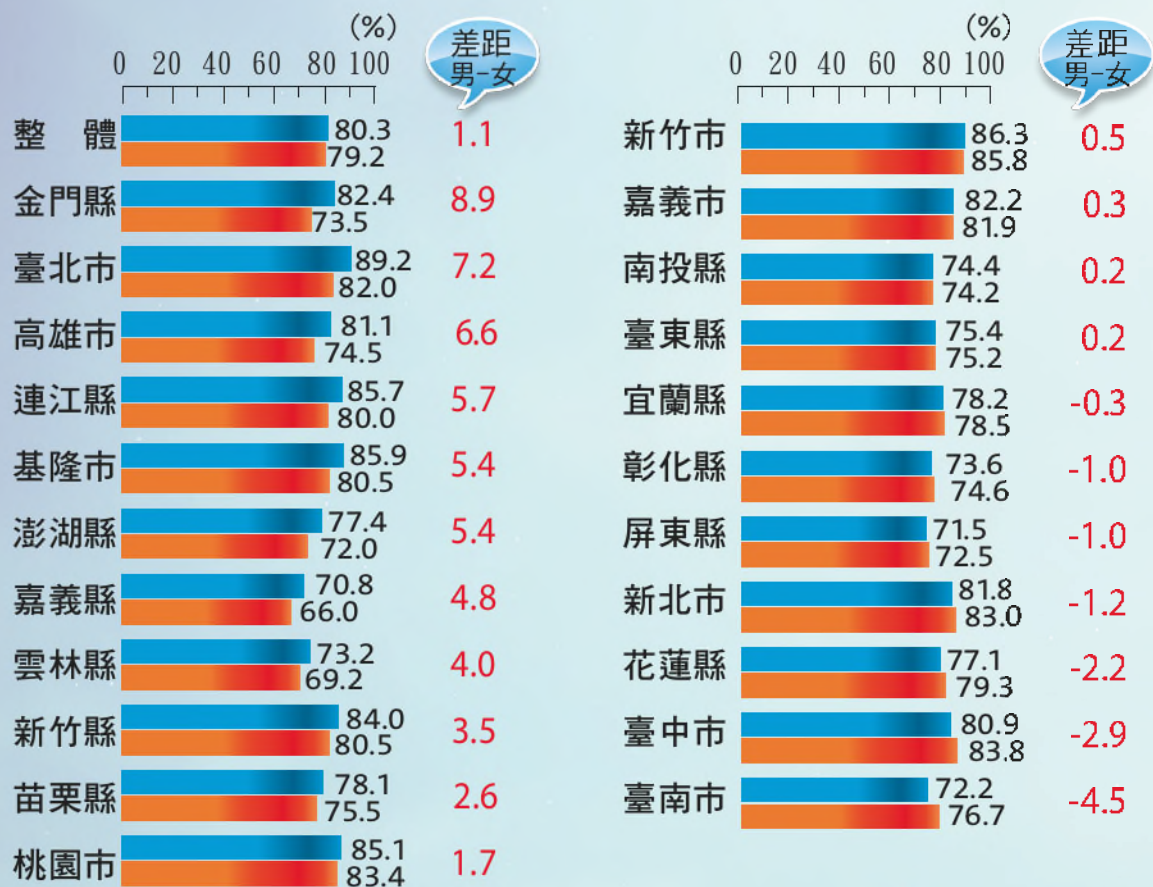




新竹市兩性上網率皆高 e化發展最均衡

22縣市中以臺北市的男性網路使用率最高(89.2%)，新竹市(86.3%)及基隆市(85.9%)居次，女性網路使用率則以新竹市最高(85.8%)、臺中市居次(83.8%)。

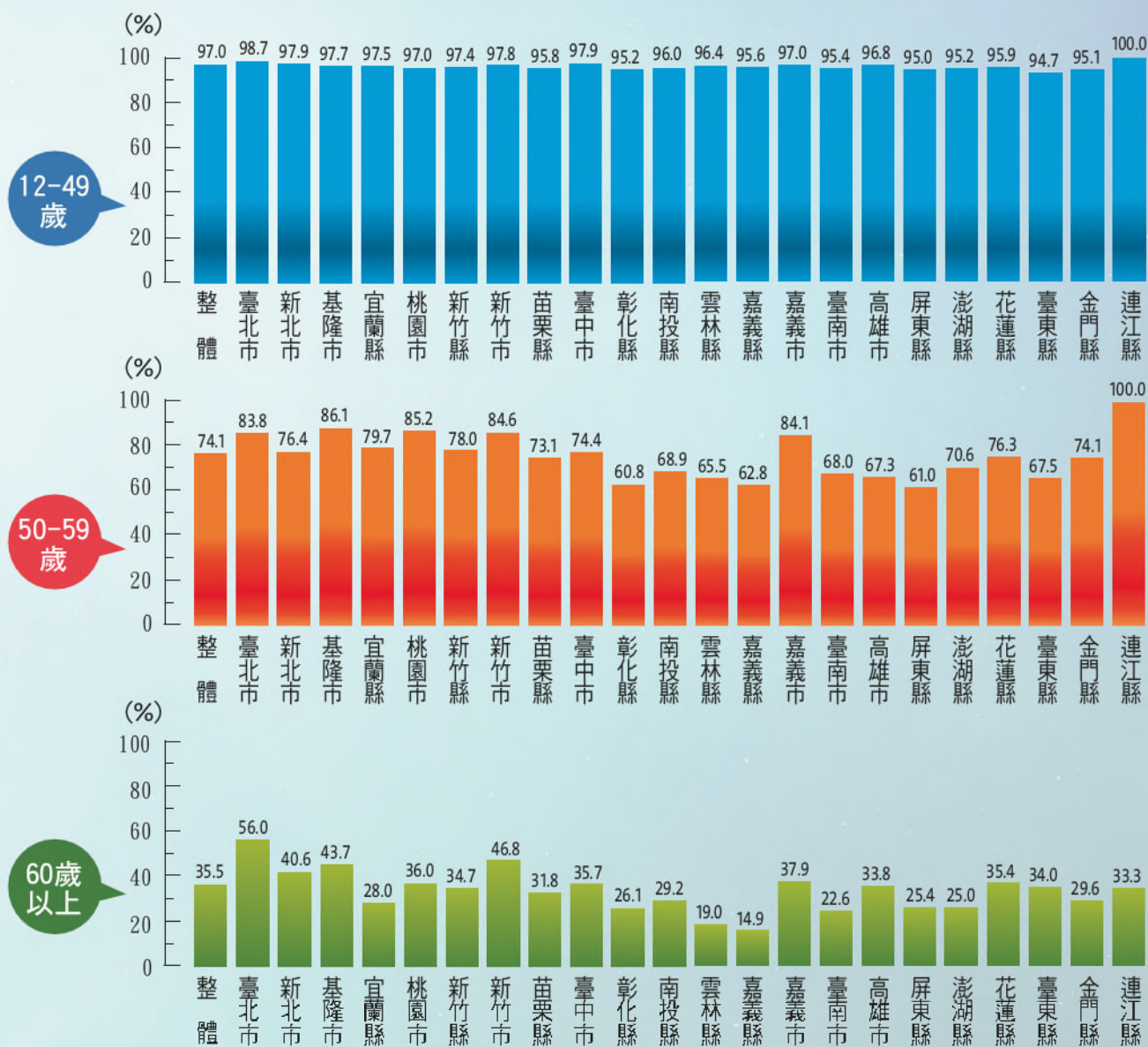
從性別落差來看，男性高於女性差距最高的為金門縣，其次依序為臺北市、高雄市、連江縣、澎湖縣、基隆市。相對的，女性高於男性的縣市有臺南市、臺中市、花蓮縣及新北市。





50歲以下世代齊上網 縣市零距離

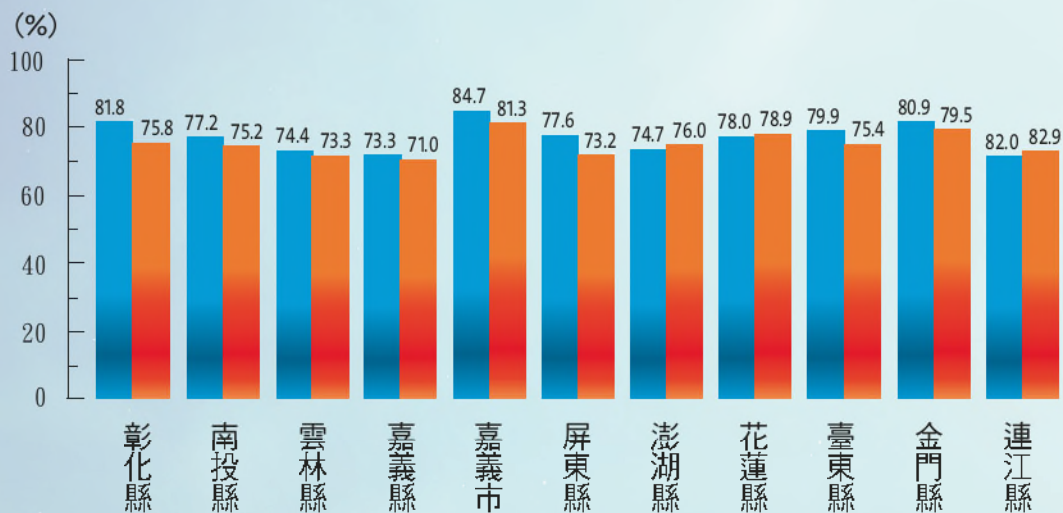
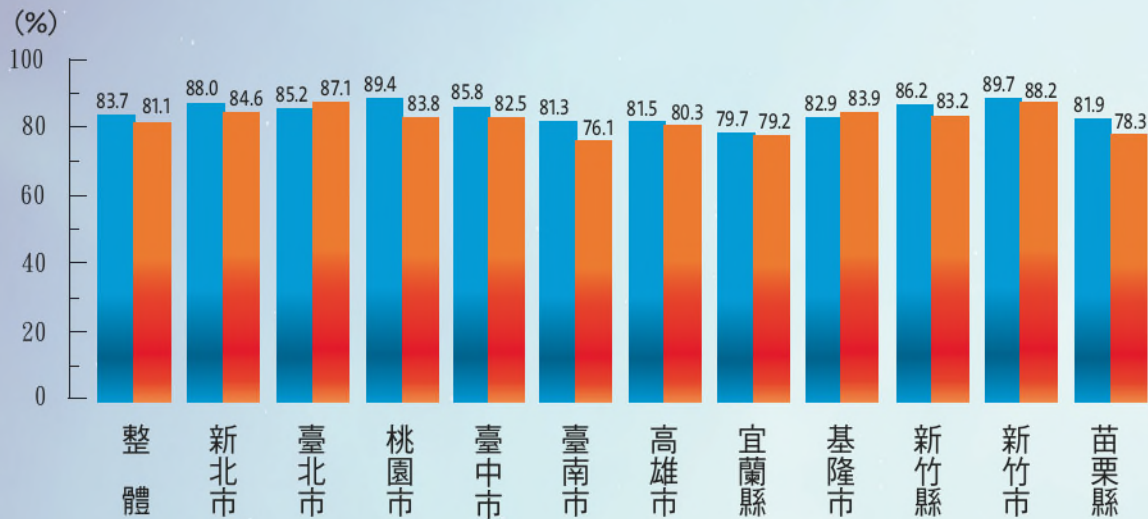
臺灣各縣市50歲以下民眾的上網率介於94.7%至98.7%，縣市間並無顯著差異，不過，到了50歲以上世代，縣市間的發展差距拉大，網路使用率最高的連江縣、基隆市，超前彰化縣、屏東縣及嘉義縣達23個百分點以上；至於60歲以上世代，以臺北市老人網路使用率最高、嘉義縣最低，落差超過40個百分點。





行動網路夯 家戶連網率降

受到個人化行動連網影響，家戶為單位的連網設備利用率逐年下滑，由101年每百戶有84戶可連網降為每百戶有81戶可連網。22縣市中，以桃園市、臺南市、臺東縣及屏東縣的降幅較大，超過四個百分點。

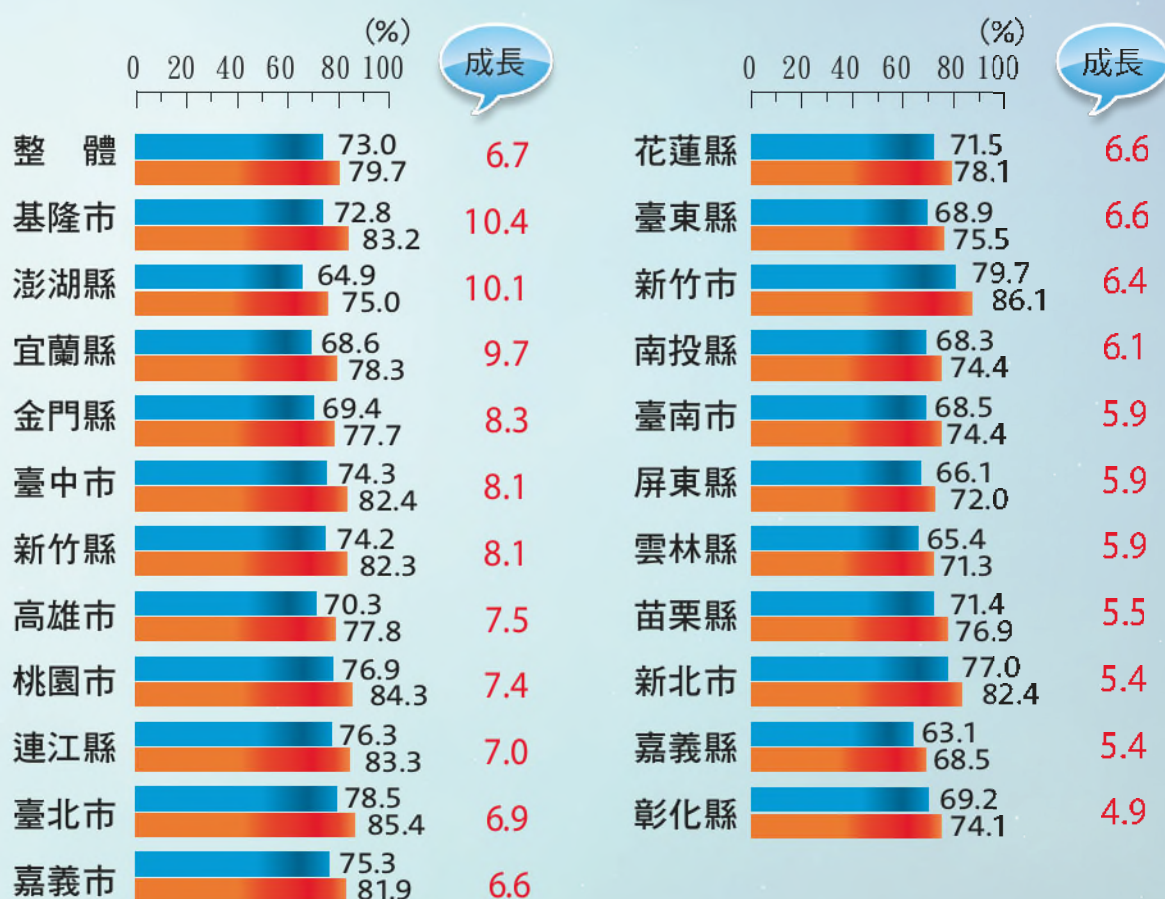


101年 105年



澎縣、基市e化成長快 上網率增加十個百分點

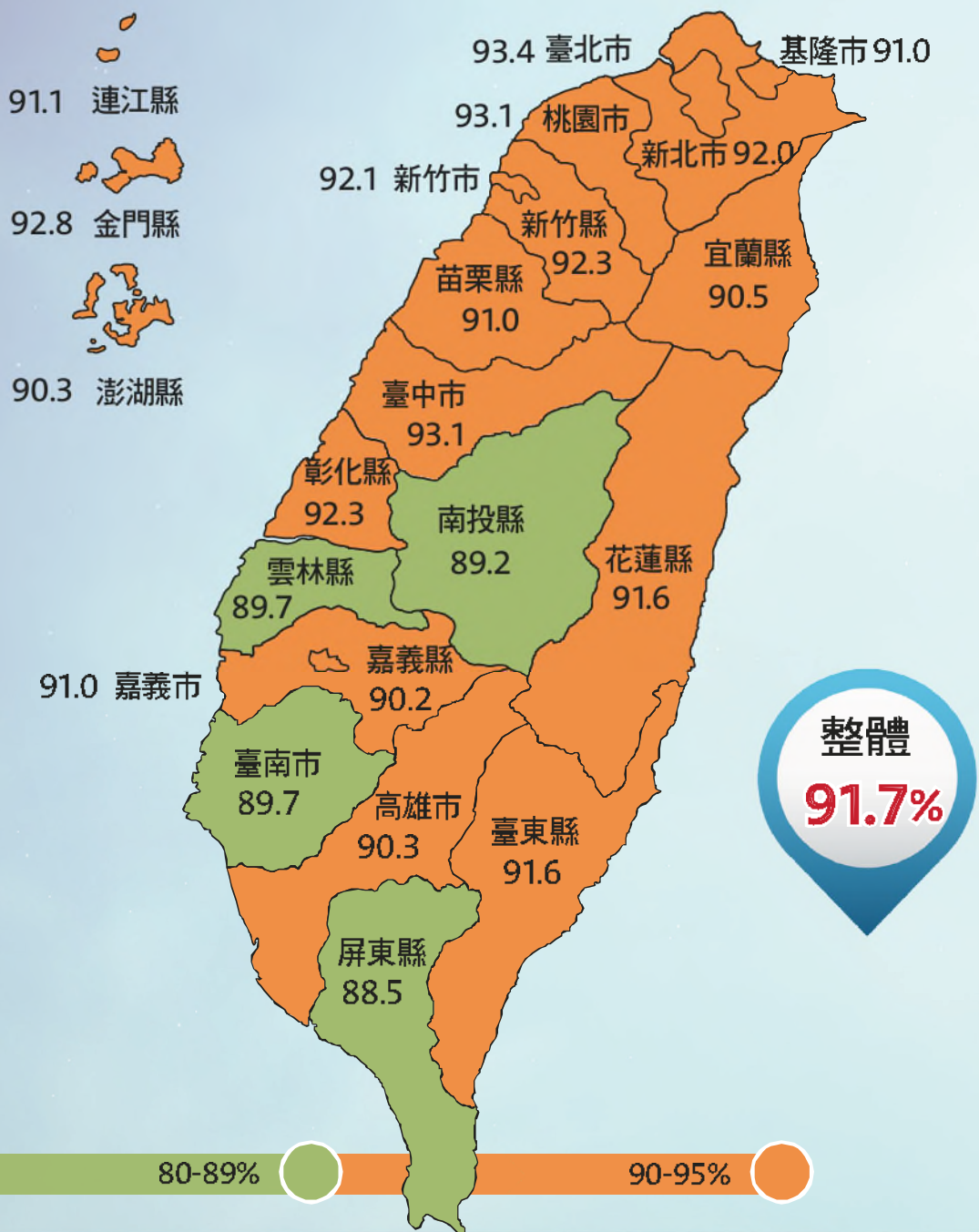
22縣市中，以澎湖縣及基隆市的e化成長最快，個人上網率較五年前增加逾10個百分點；屏東縣、雲林縣及嘉義縣的上網率雖然相對還是處於弱勢，但也比五年前增加至少5個百分點。





行動上網普及 各縣市網路族約九成曾使用

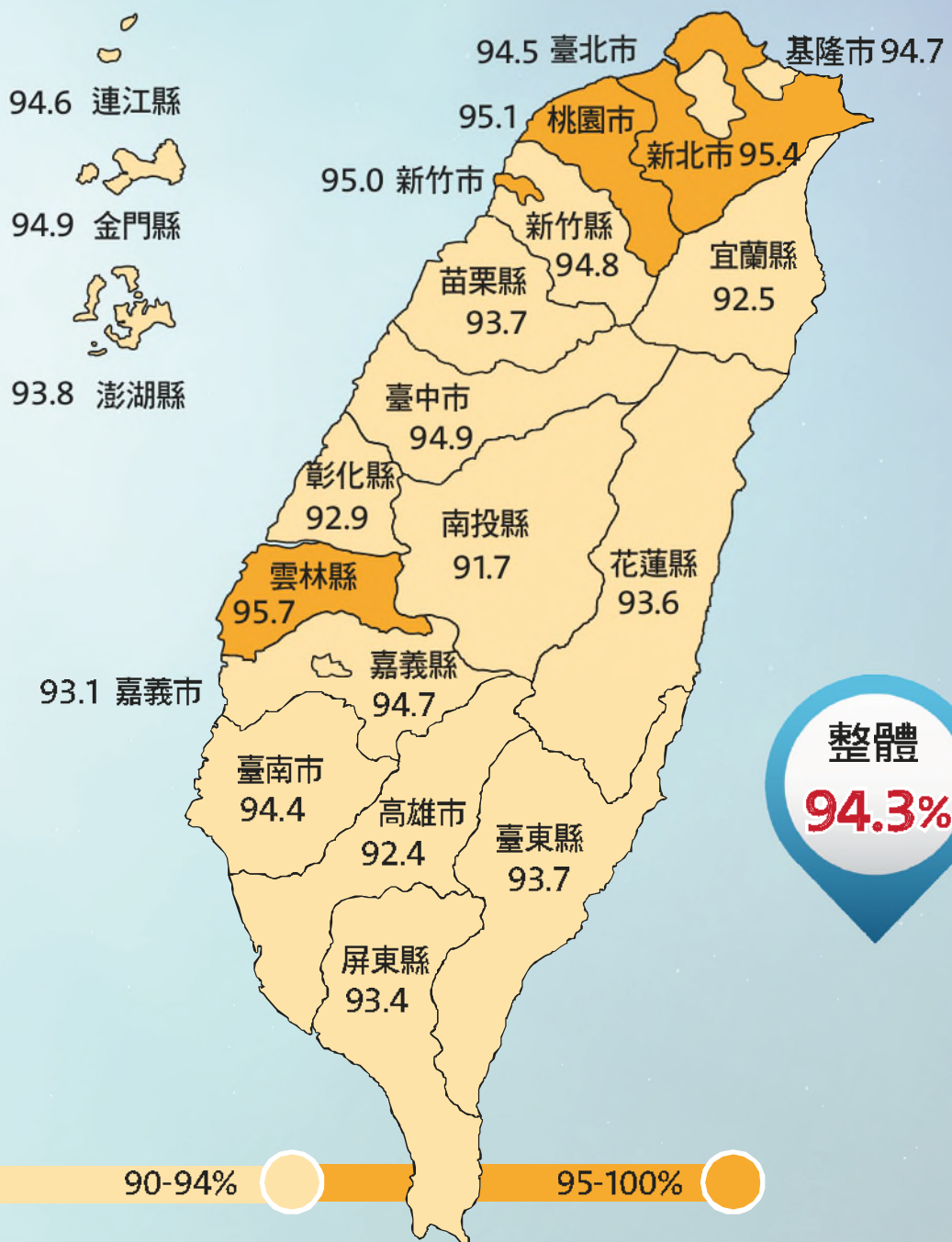
行動上網已成為臺灣網路族的普遍經驗，各縣市網路族曾透過手機、筆電等行動載具上網的比率無顯著差異，介於八成八至九成三。





社群聯繫夯 各縣市使用率皆超過九成

各縣市都有高達九成網路族最近一年使用即時通訊或社群網站，是縣市間差異最小的資訊應用項目。



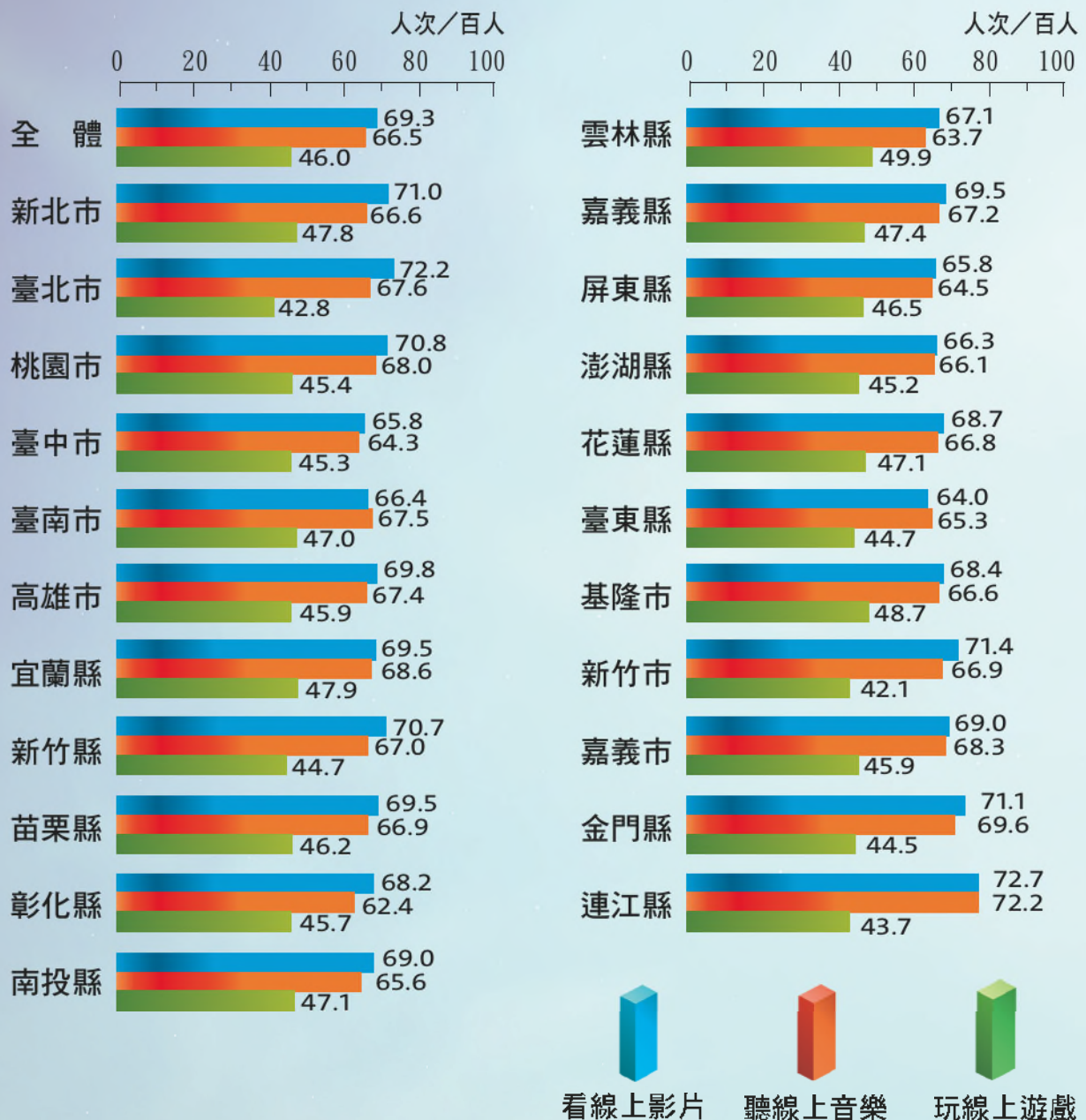
90-94%

95-100%



線上影音活動 連江縣網路族參與率最高

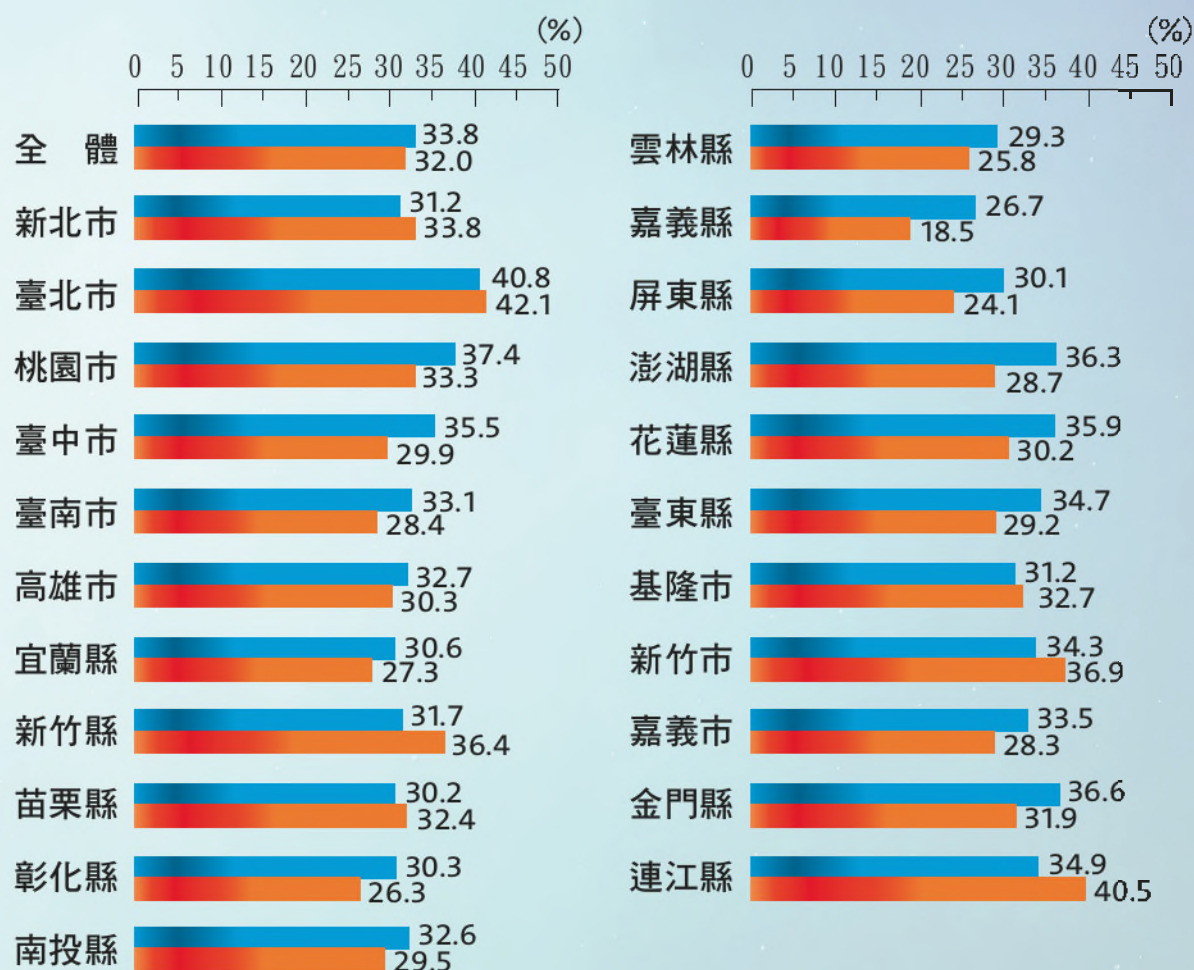
22縣市中，以連江縣網路族線上收視與收聽音樂的比率最高，線上遊戲則是雲林縣網路族略高一些。各項線上娛樂應用率的縣市差距介於七至十個百分點，使用行為類似。





電子化政府利用率 臺北市最高

22縣市中，以臺北市網路族最常透過電子化政府查詢資訊，線上申請則以臺北市及連江縣網路族的使用率最高；嘉義縣網路族不論是查詢政府資訊或是線上申請比率都是各縣市相對較低者。



查詢政府公告或政策 (%)



線上申請 (%)



電子商務應用 臺北市居首、連江居次

網路購物及線上金融的普及化，幫民眾節省許多時間。22縣市中，臺北市網路族使用線上金融的比例居全臺之冠，其次是新竹市及連江縣；網路購物部分，也以臺北市網路族線上購物比率最高，其次是連江縣。



105年臺灣縣市數位機會發展現況

大家e起來 縣市零距離



國家發展委員會 中華民國105年12月12日