

第二十二次 澳門居民互聯網使用 年度調查報告 (2024)

澳門互聯網研究學會

發佈單位：



支持單位：



亞太傳播交流協會
Asia-Pacific Communication Exchange Association

「澳門互聯網研究計劃」第22次年度調查研究方法



本報告之數據來自澳門互聯網研究學會及易研網絡研究實驗室共同執行之「澳門互聯網研究計劃」，從2001年起累積的研究成果。

- 調查以隨機抽樣電話調查(CATI)方式進行。
- 最近一次調查於2024年1月進行，成功訪問了1,502名6-84歲的澳門居民。本報告於2024年4月30日發佈。
- 調查結果對照官方公布的人口數據，經過性別及年齡作加權處理，以增加樣本的代表性。
- 本報告中「居民」指6-84歲居民；「網民」指透過電腦、手機、平板電腦等任何設備上網的居民。
- 本報告中2002、2011、2021及2023年的結果為推估值。如沒有注明調查年期，代表為2024年的調查結果。



調查時期

2024年
1月



樣本量

1,502



調查對象

6-84歲澳門居民



調查方法

調查方法：隨機抽樣電話調查(CATI)
抽樣方法：隨機號碼撥號(RDD)、最近生日法
加權方法：官方公佈數據(性別 x 年齡)
回應率(AAPOR-RR3)：34.0%
合作率(AAPOR-CR3)：71.0%
95%信心水準下的抽樣誤差：±2.58%

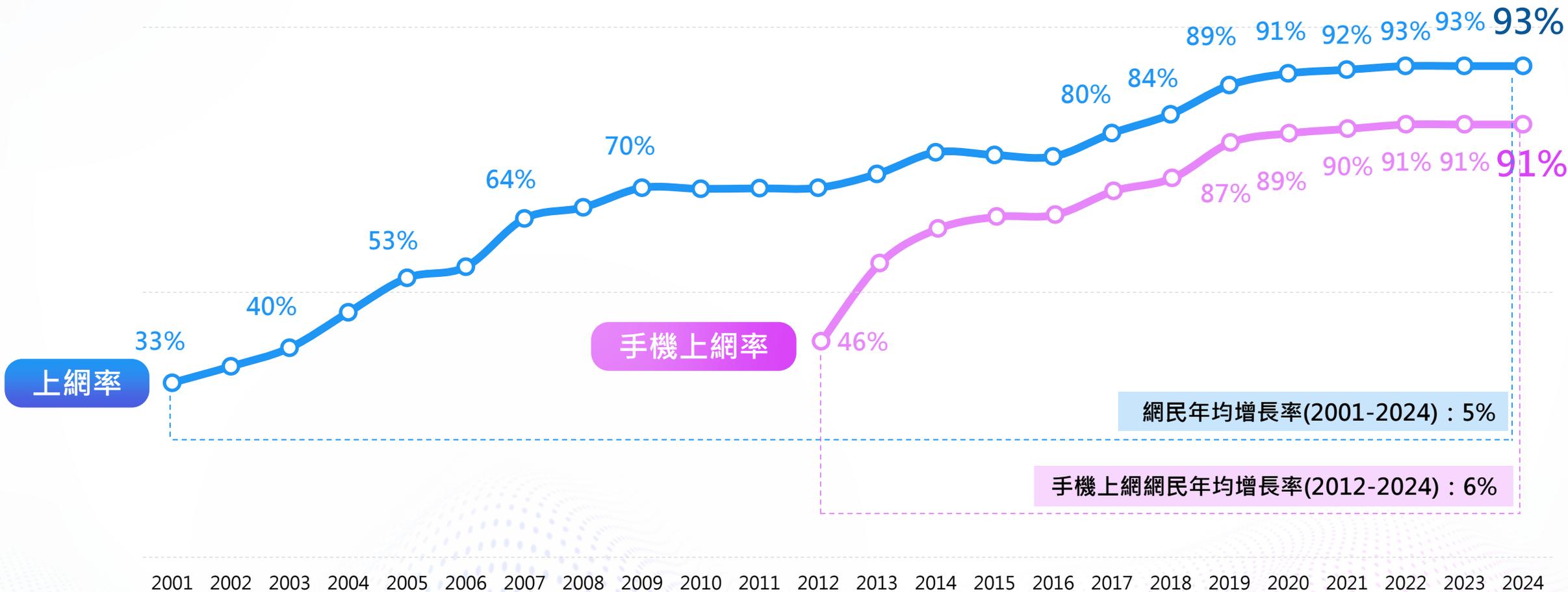
01

互聯網使用



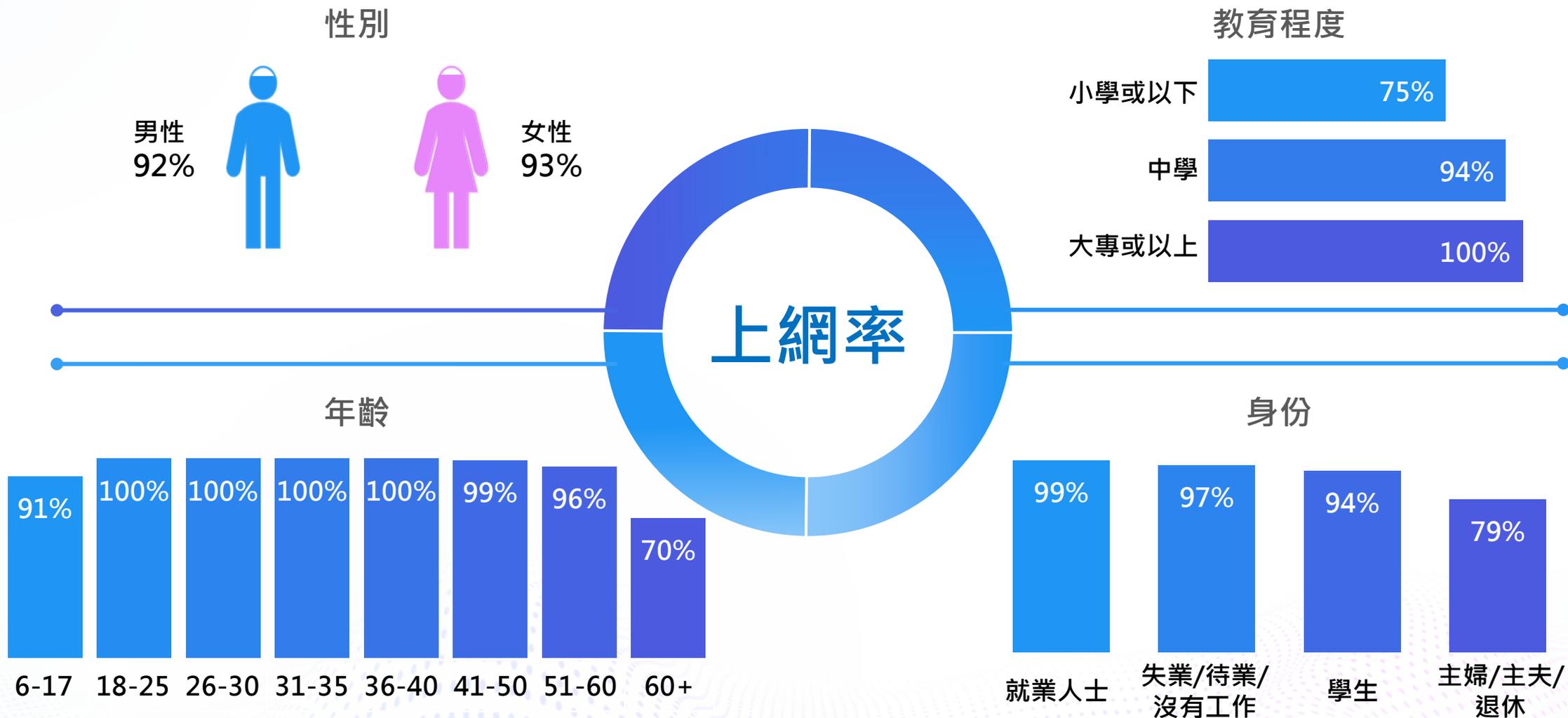
上網率：93%

居民的上網率近三年穩定在九成三(93%)
居民的手機上網率(91%)與上網率接近



上網率：93%

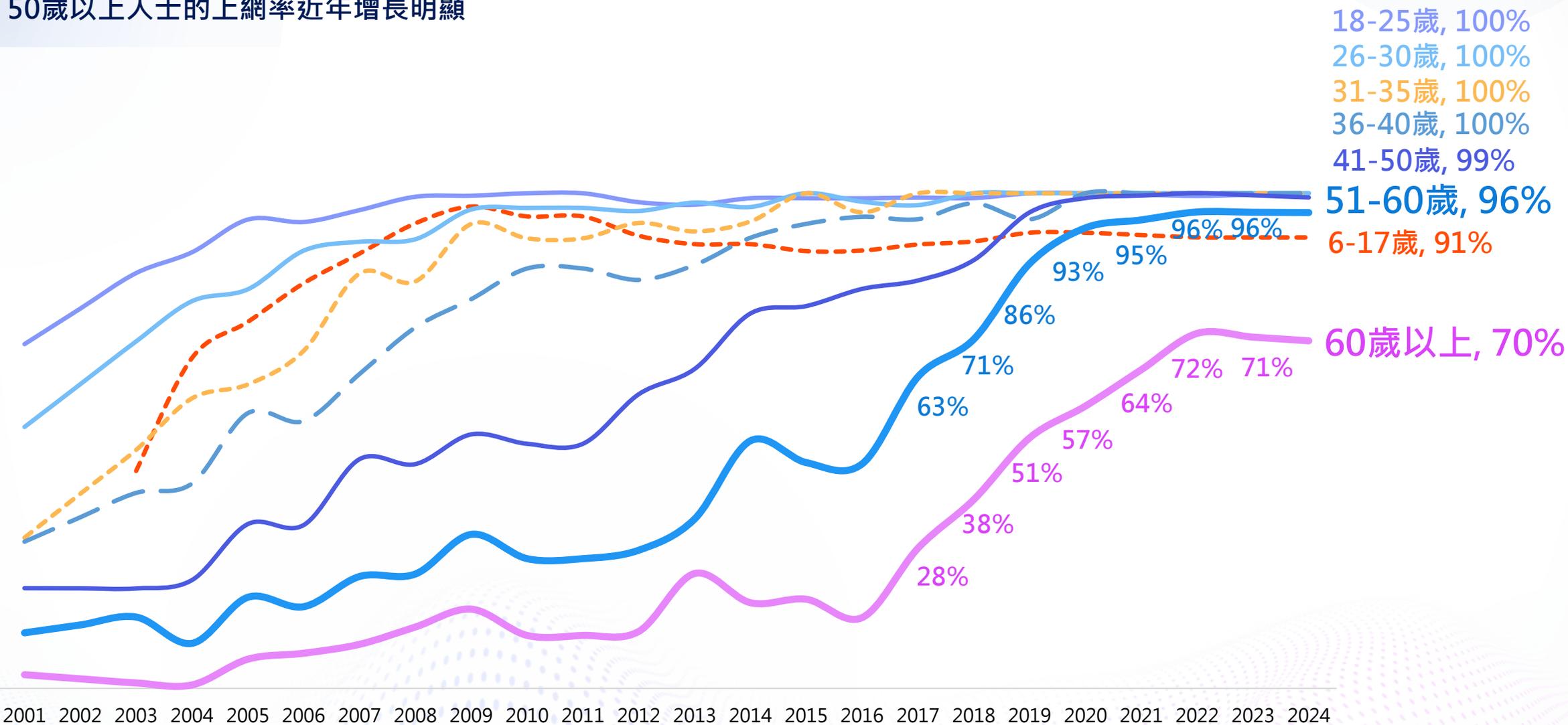
50歲或以下的成年人、高學歷者及就業人士接近全員上網



* 6-84歲居民

上網率：93%

50歲以上人士的上網率近年增長明顯



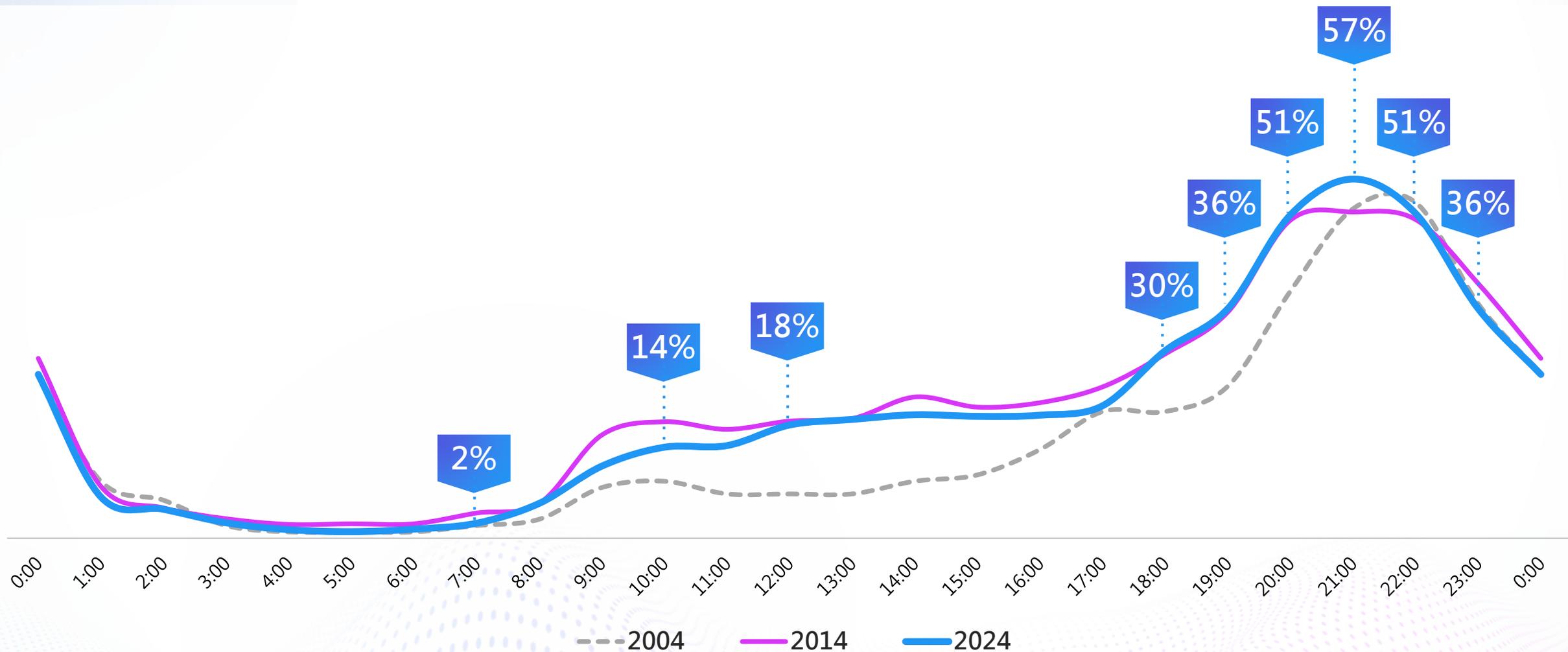
18-25歲, 100%
26-30歲, 100%
31-35歲, 100%
36-40歲, 100%
41-50歲, 99%
51-60歲, 96%
6-17歲, 91%
60歲以上, 70%

2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024

* 6-84歲居民

上網時間

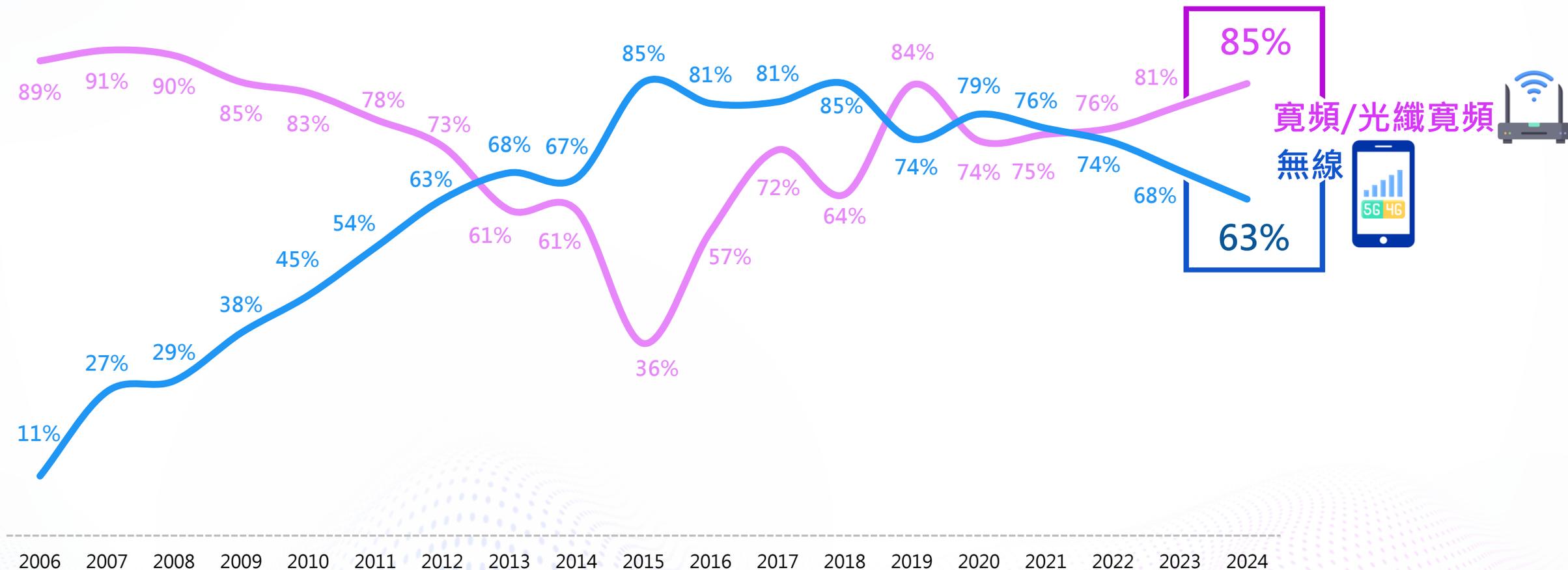
與十年前的2014年相比，網民各個時間段的上網率有升有降，其中在晚上9時的上網率上升較為明顯，晚上9時前後為上網高峰期



連接互聯網方式

網民主要通過寬頻/光纖寬頻(85%)上網

網民無線上網的比率從2006年的11%，波動上升至2024年的63%



寬頻/光纖寬頻

無線

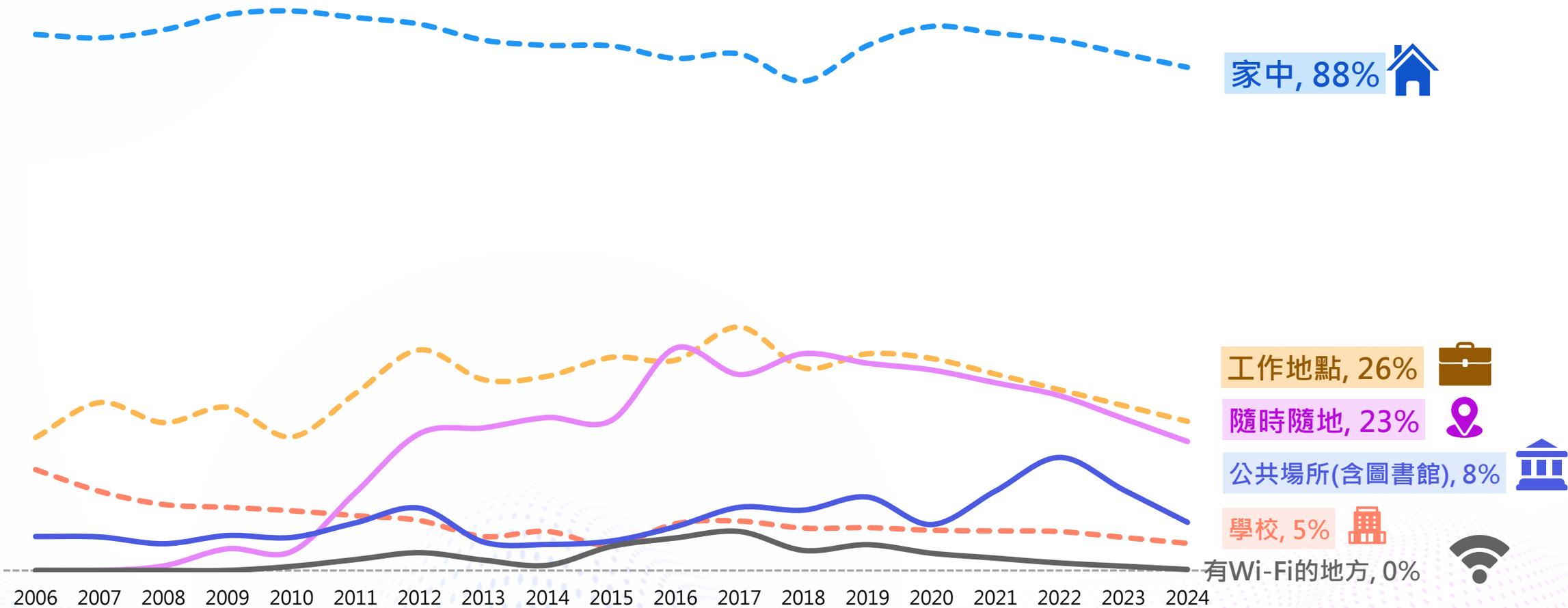


63%

85%

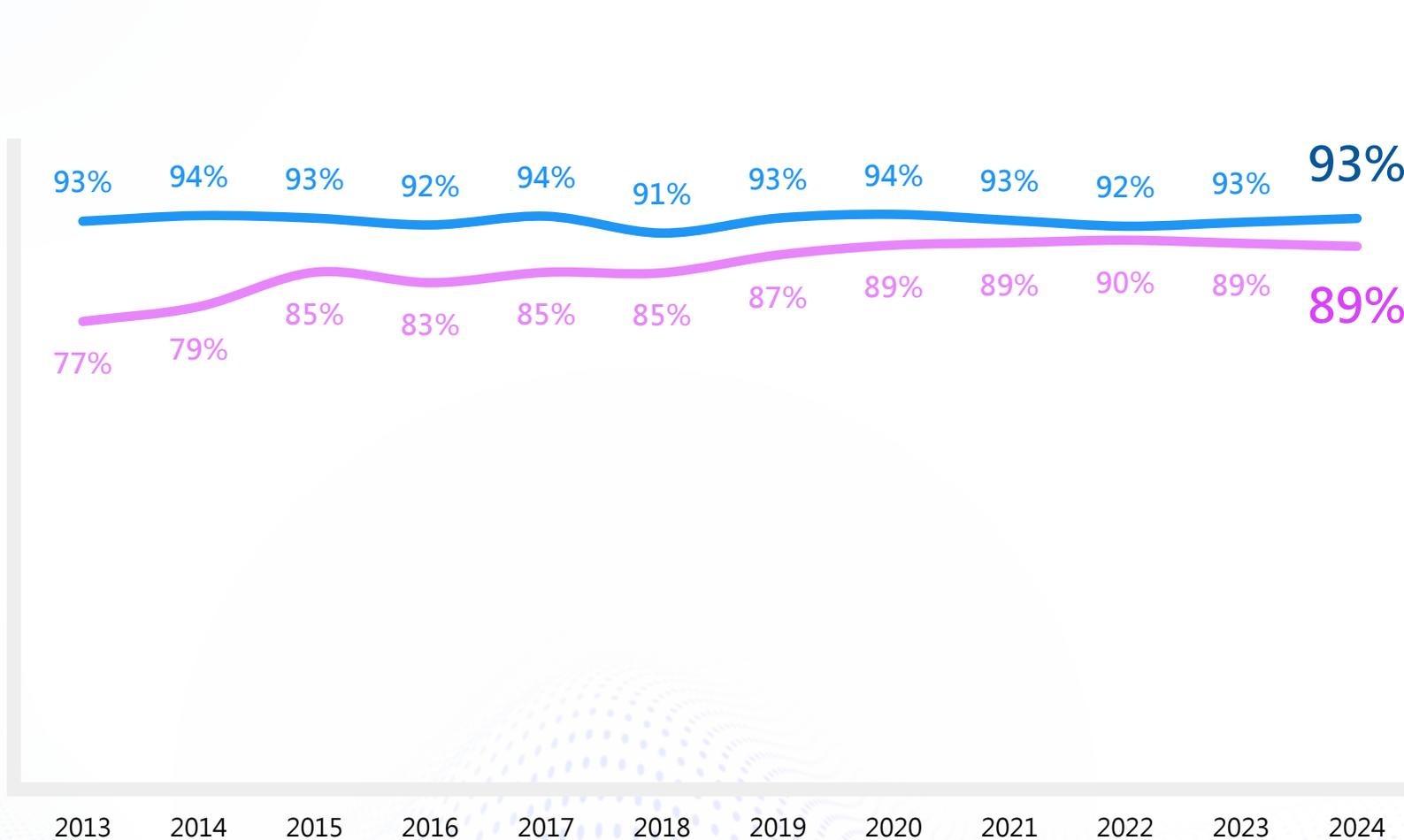
上網地點

家中為網民主要的上網場所，其他固定地點還包括工作地點、學校
此外，23%網民表示隨時隨地上網



手機擁有

93%居民擁有手機、89%居民擁有智能手機



手機擁有率

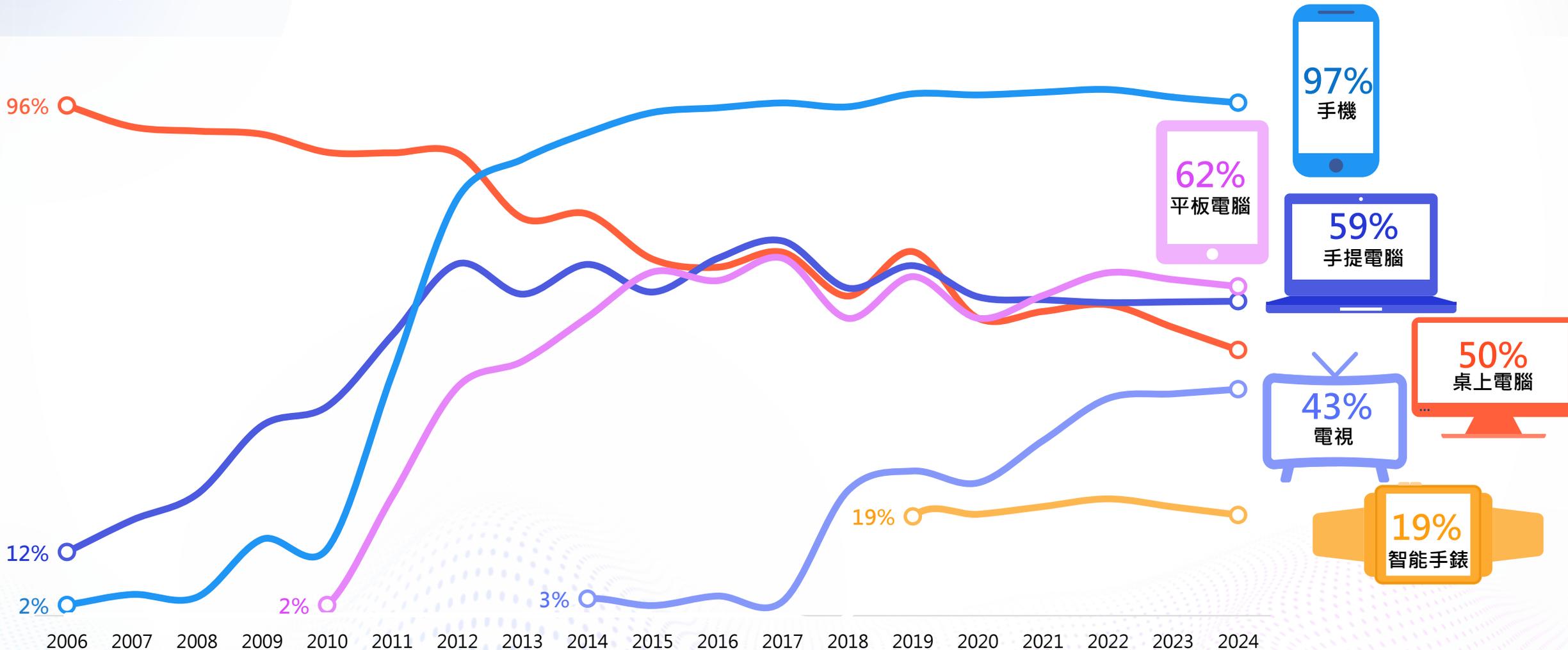


智能手機擁有率



上網工具

手機是網民上網的主要工具，網民近年使用移動設備上網的趨勢明顯，使用手機上網的比率近年皆維持在九成五以上。近三年使用手機、平板電腦、手提電腦、智能手錶及電視上網的比率皆維持平穩，使用桌上電腦上網的比率有下跌趨勢。

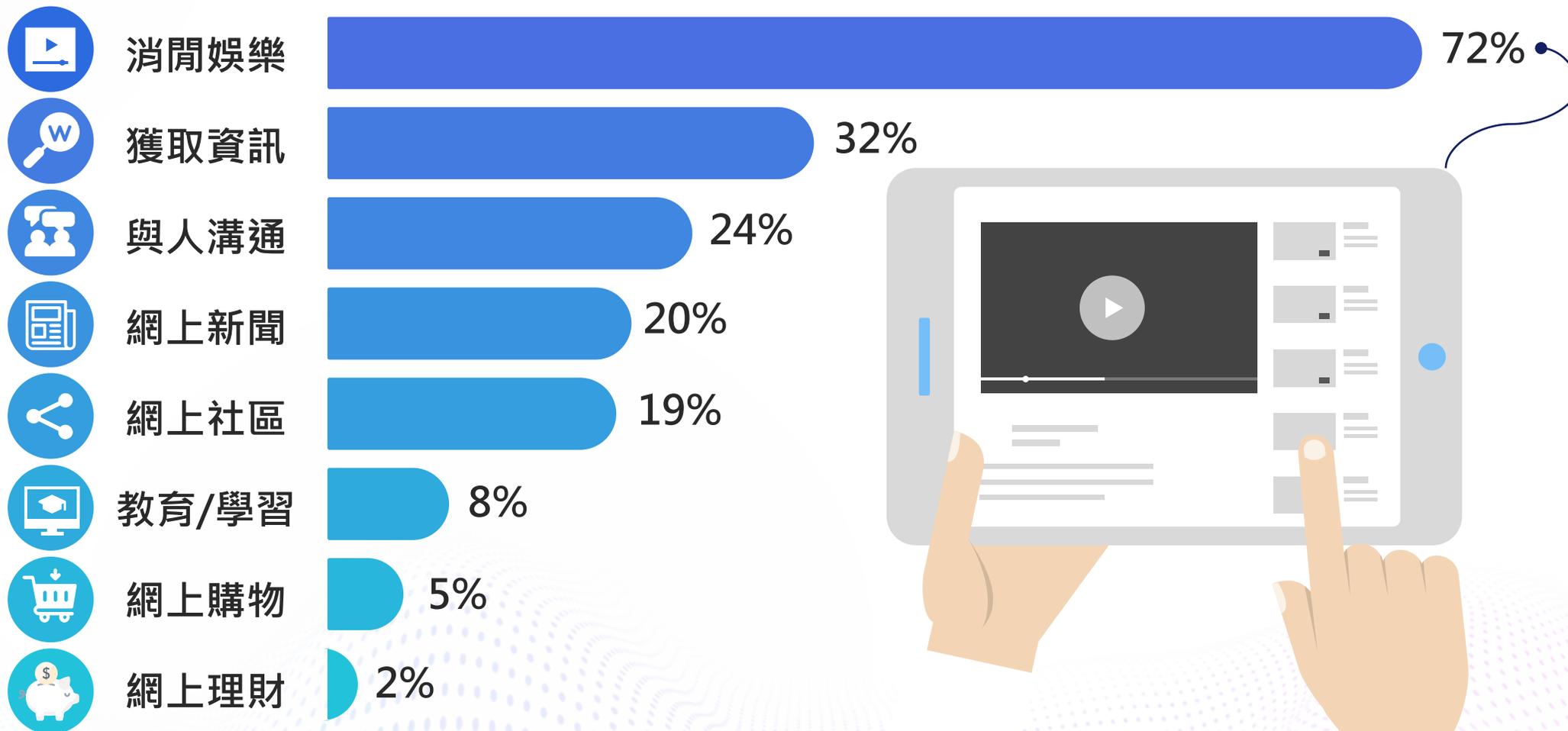


02 網上活動



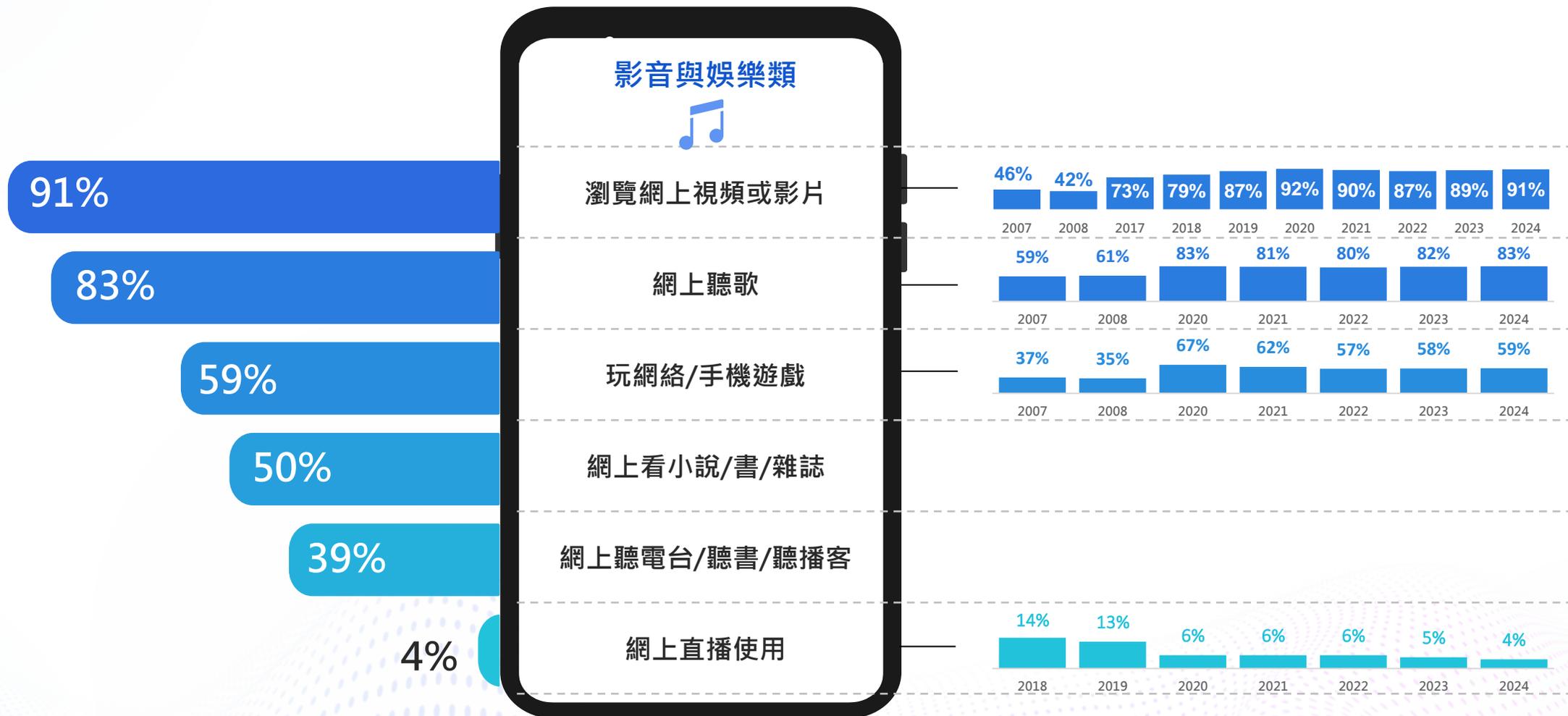
上網主要目的

網民上網的主要目的為「消閒娛樂」、「獲取資訊」及「社交溝通」



網上活動：影音/娛樂

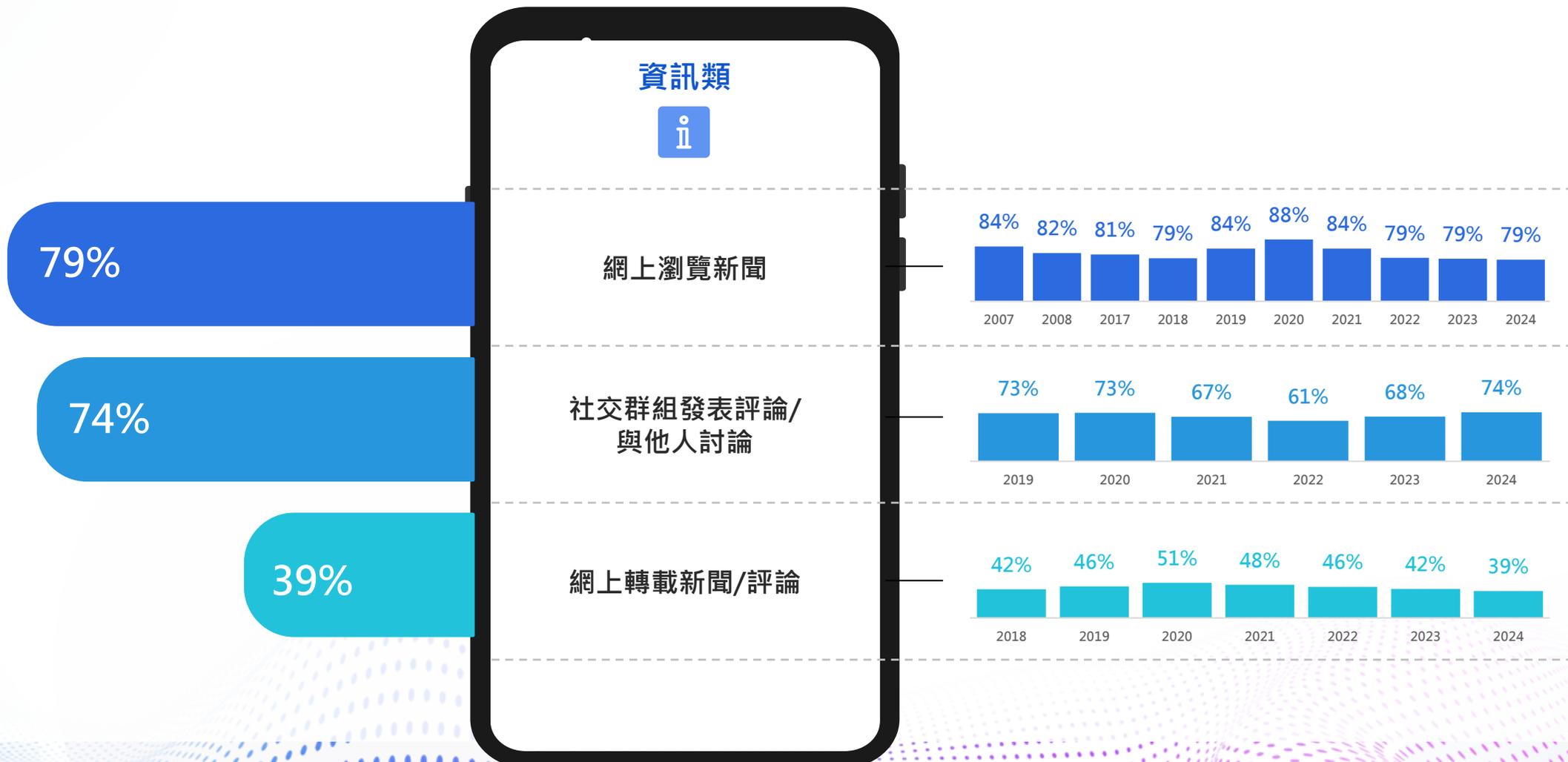
九成一網民在網上瀏覽視頻或影片、八成三聽歌



網上活動：資訊

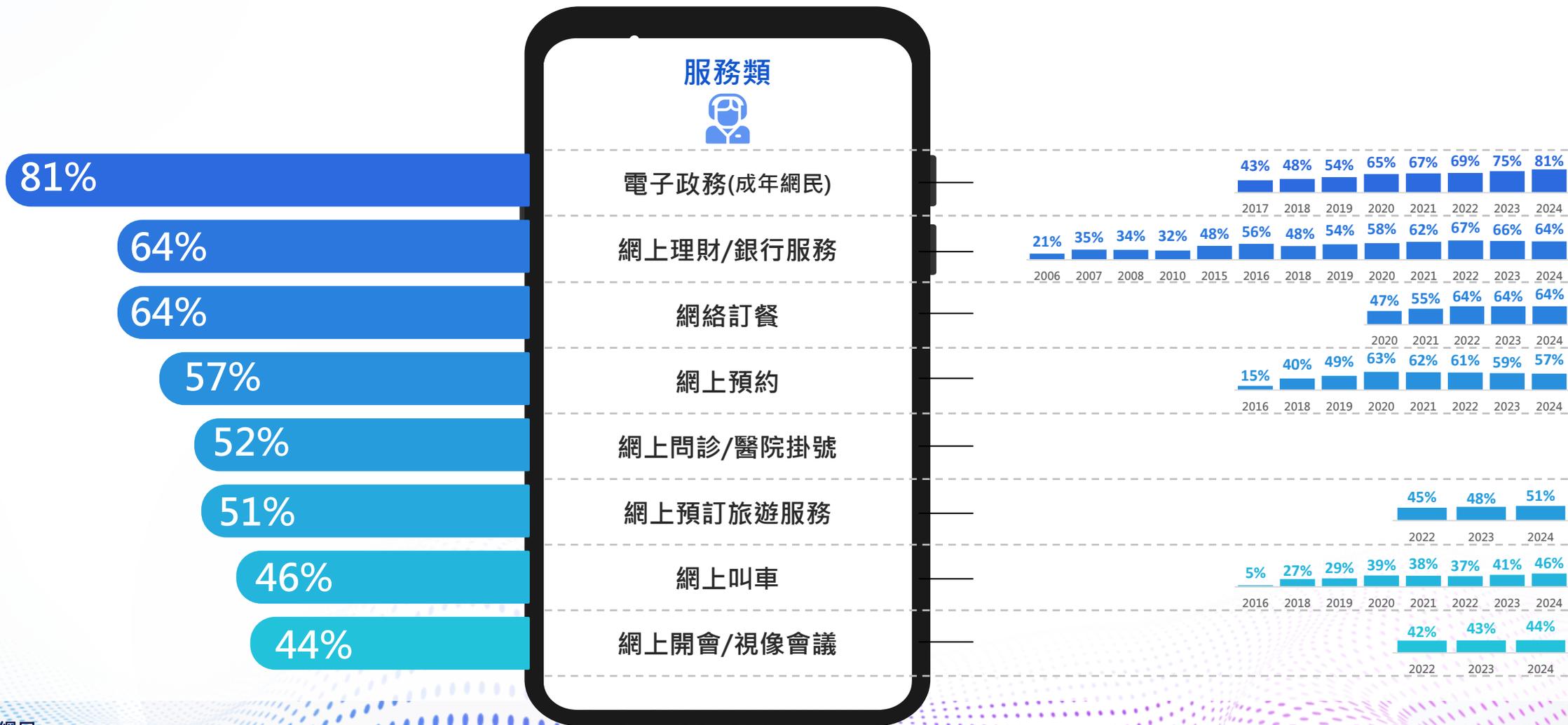
約八成網民在網上瀏覽新聞(79%)

除了瀏覽，74%網民于社交群組發表評論/與他人討論、39%於網上轉載新聞/評論



網上活動：服務

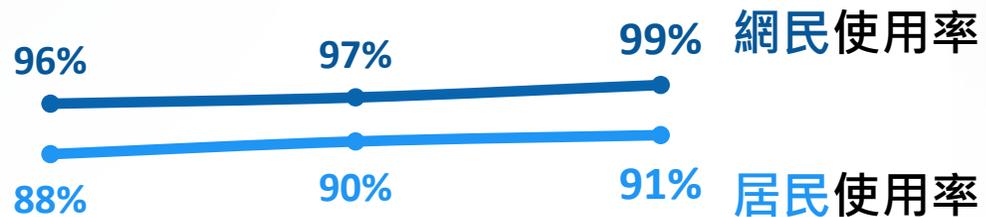
電子政務的使用率續升，81%成年網民使用
 網上叫車、預訂旅遊服務的使用率有所上升。網上理財/銀行服務、網絡預約、網絡訂餐的比率與前相若



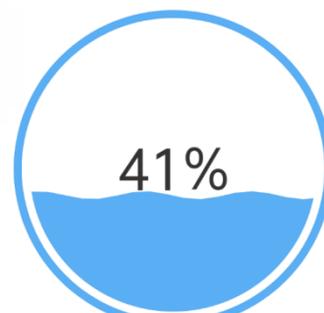
* 6-84歲網民

網上活動：社交媒體使用

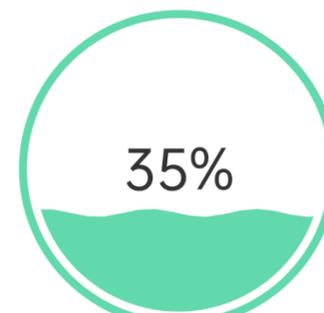
幾乎所有網民都使用社交媒體，主要用於與朋友交流、看直播/影片



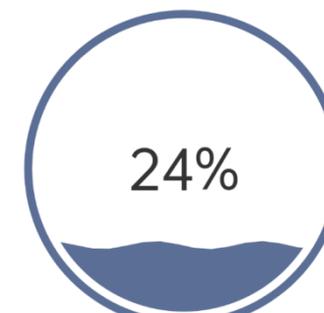
在社交媒體的主要行為



與朋友交流



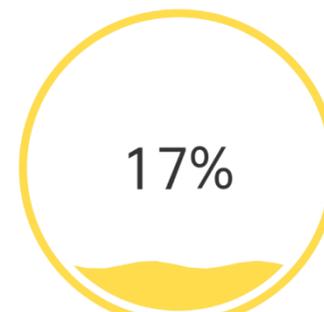
看直播/影片



看新聞以外的
其他資訊



看新聞



追蹤親友的
動態



追蹤公眾人物的
動態



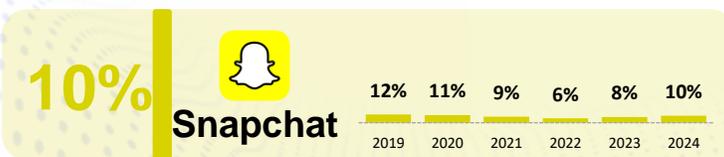
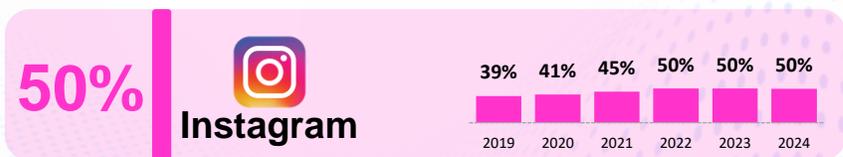
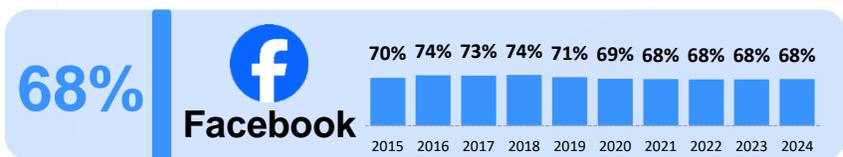
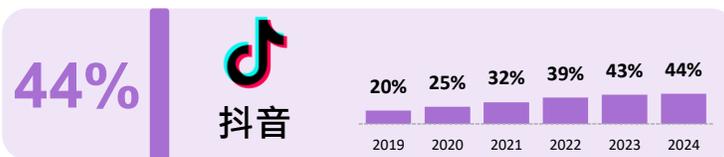
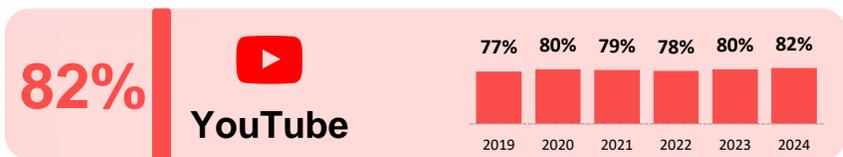
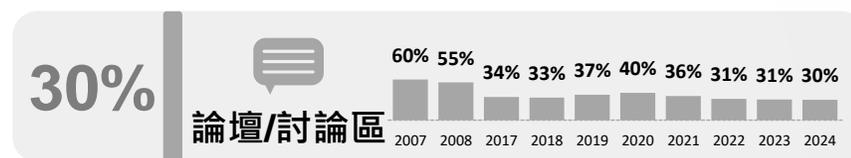
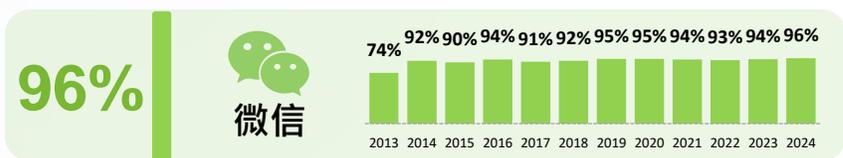
2022

2023

2024

網上活動：社交媒體使用

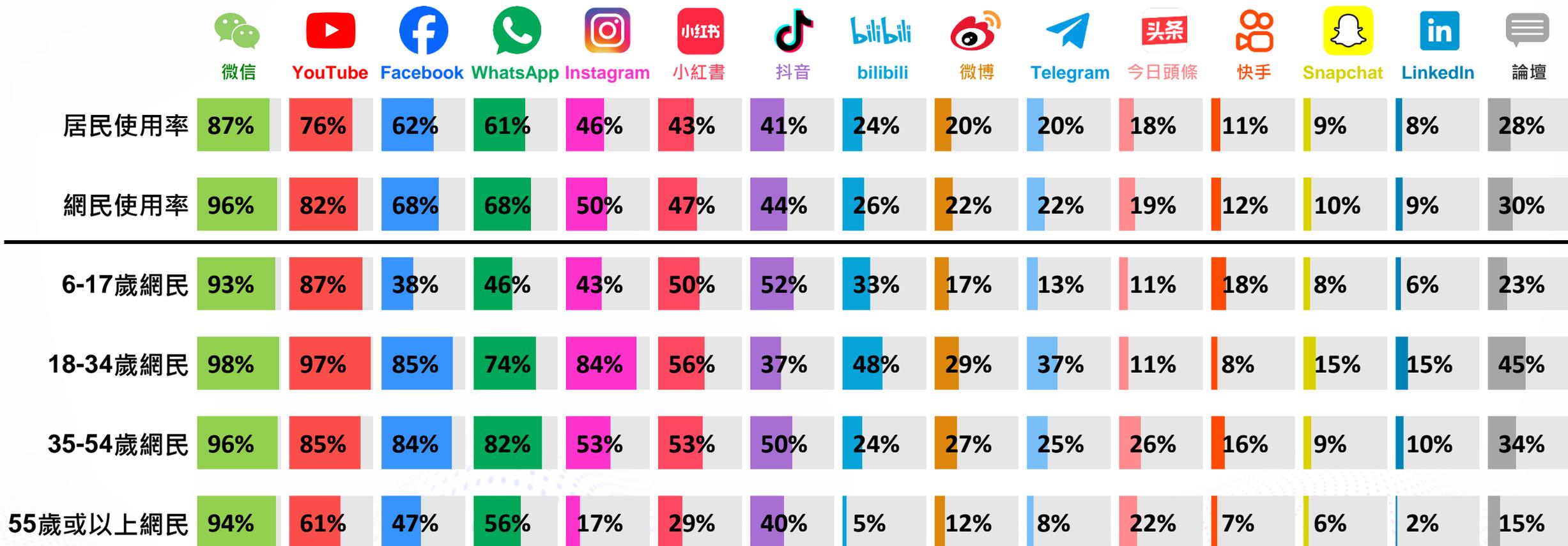
九成九網民使用社交媒體。當中最多網民使用微信，手機網民中的使用率達九成六。微信、YouTube、Facebook的使用率高且保持穩定，網民使用小紅書、抖音、bilibili的比率近年有所上升。



* 6-84歲網民，微信、WhatsApp為6-84歲手機網民

網上活動：社交媒體使用

按年齡層比較，18-34歲網民對YouTube、Instagram、小紅書、bilibili及Telegram的使用率分別高於其他年齡層且差距相對較大。各社交媒體中，6-17歲未成年網民的YouTube使用率較高、55歲或以上的網民以微信的使用率最高。



* 6-84歲網民，微信、WhatsApp為6-84歲手機網民

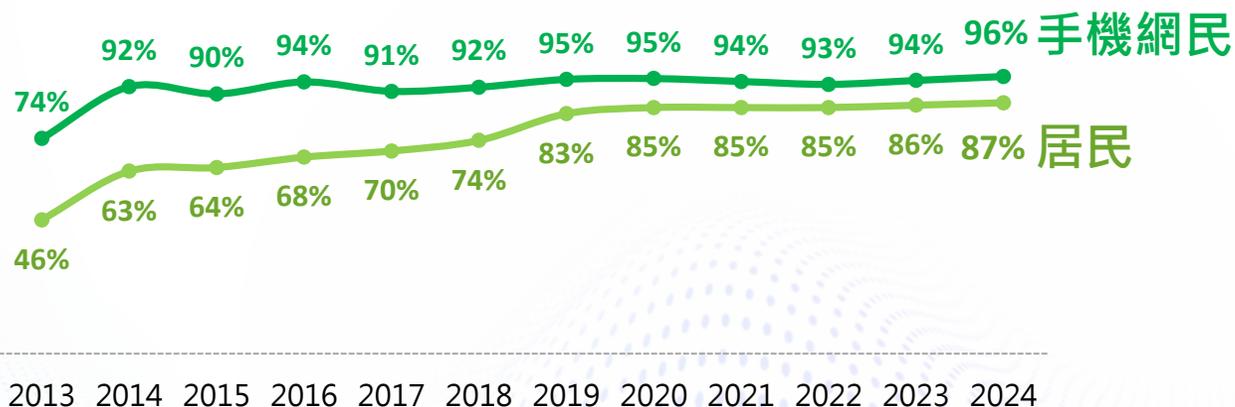
網上活動：微信使用

手機網民的微信使用率為九成六，居民中的使用率為八成七
 手機網民中，不同人口特徵的使用率皆在九成以上

96%
 手機網民



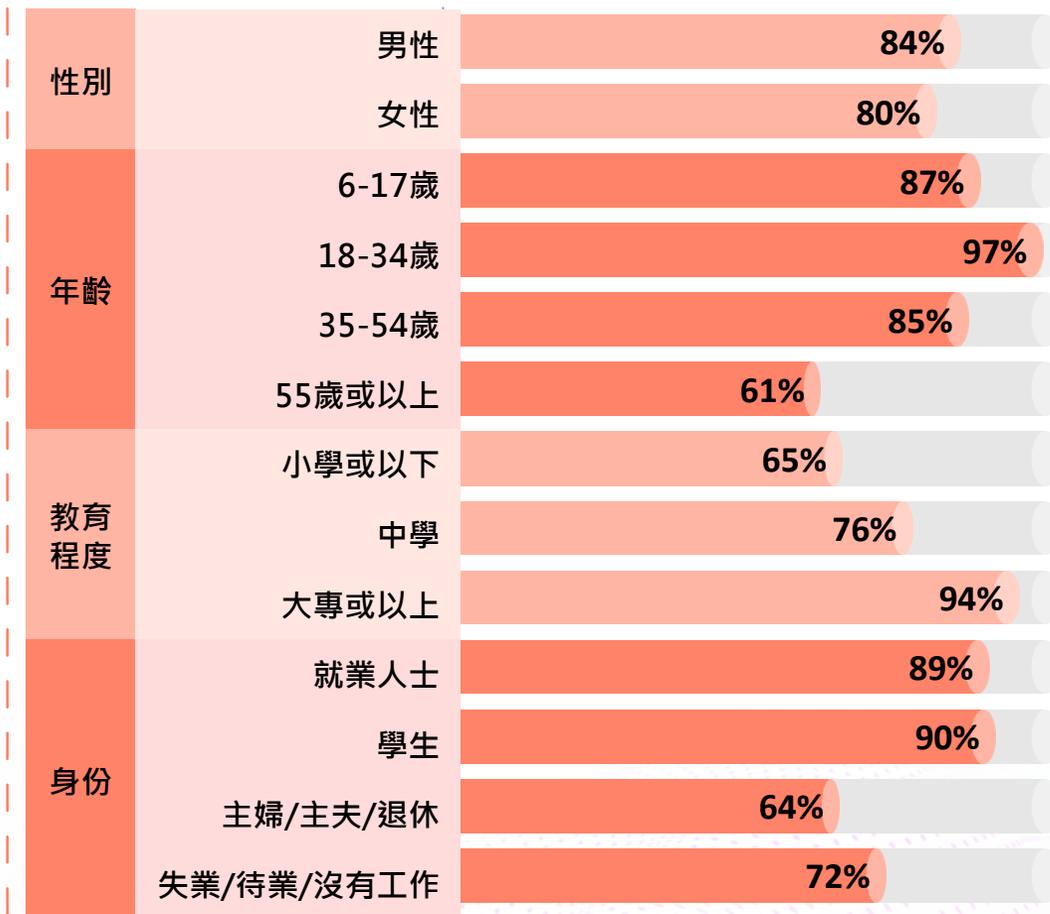
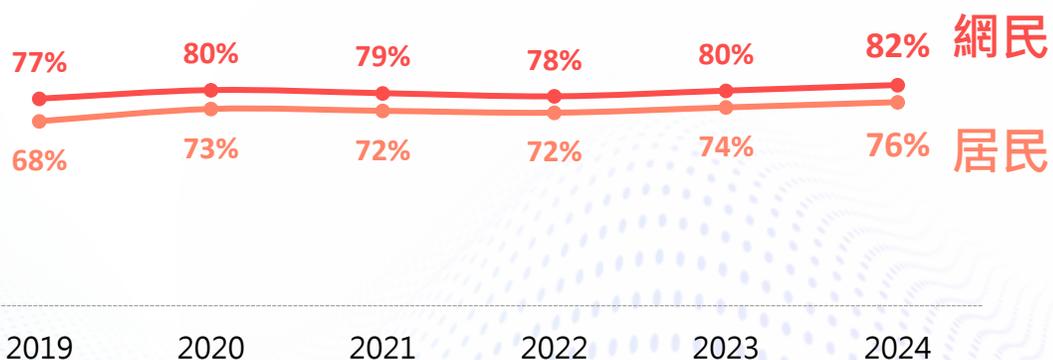
87%
 居民



性別	男性	95%
	女性	96%
年齡	6-17歲	93%
	18-34歲	98%
	35-54歲	96%
	55歲或以上	94%
教育程度	小學或以下	93%
	中學	95%
	大專或以上	97%
身份	就業人士	96%
	學生	96%
	主婦/主夫/退休	95%
	失業/待業/沒有工作	96%

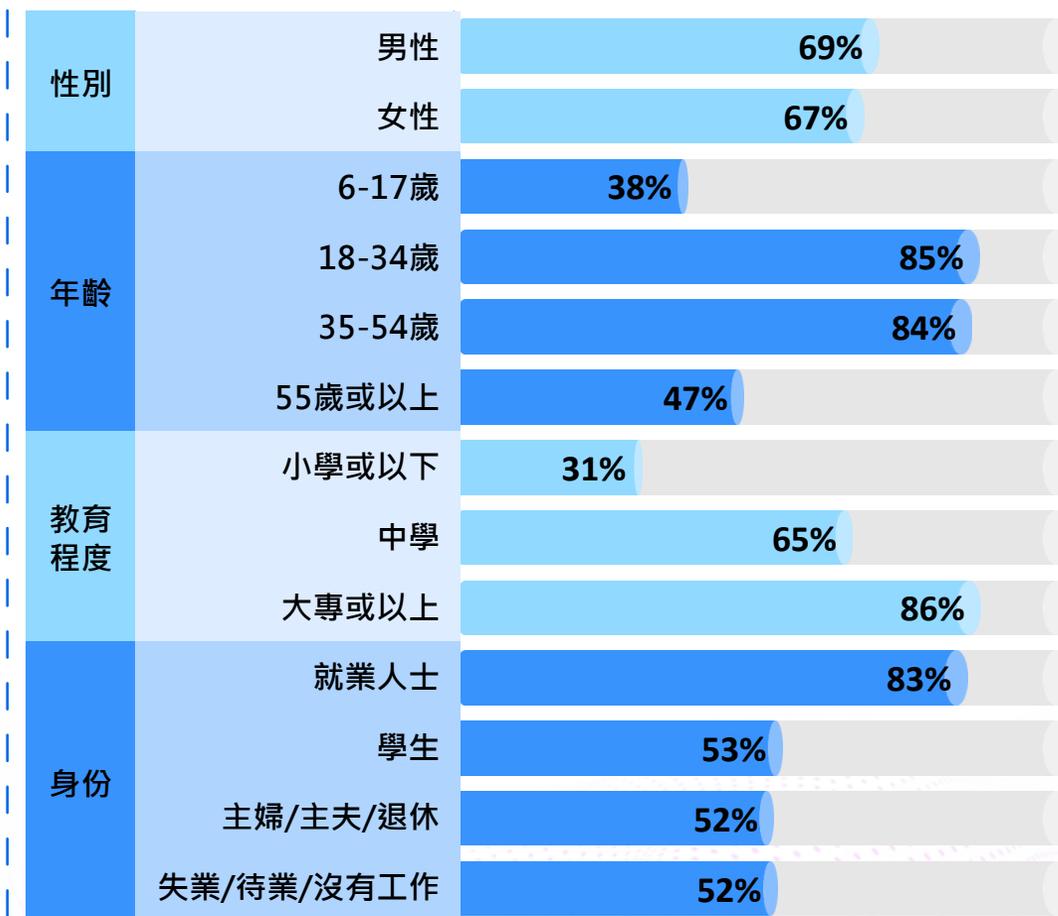
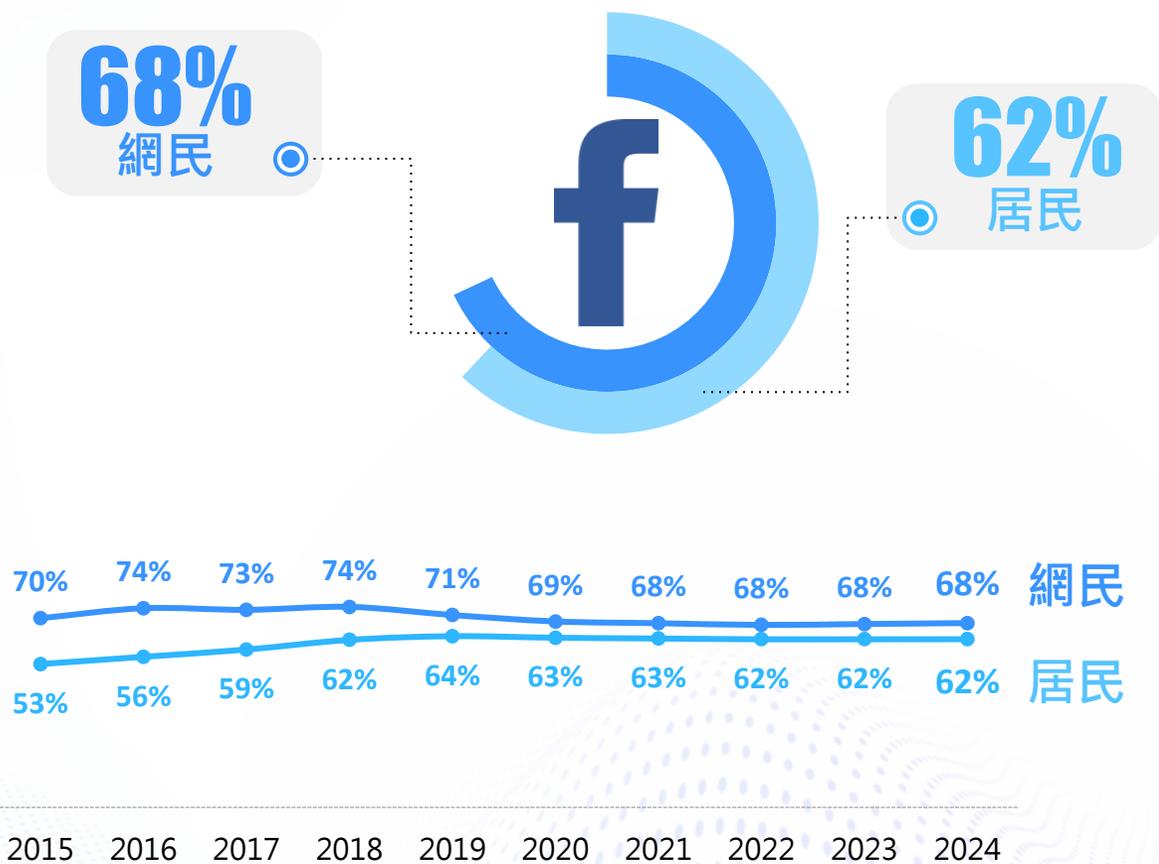
網上活動：YouTube使用

YouTube的使用率保持穩定，八成二網民使用YouTube，居民中的使用率為七成六
各個人口特徵網民的使用率均超過六成，55歲以下及高學歷者的YouTube使用率較高



網上活動：Facebook使用

Facebook的使用率保持穩定，六成八網民使用YouTube，居民中的使用率為六成二
18-34歲及35-54歲網民的Facebook使用率皆超過八成，相對較高



* 6-84歲網民

03

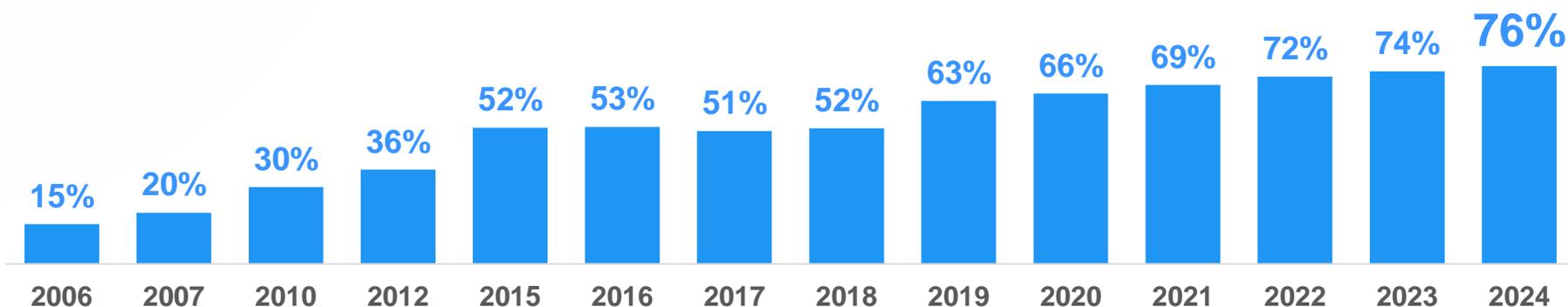
網上購物及 支付



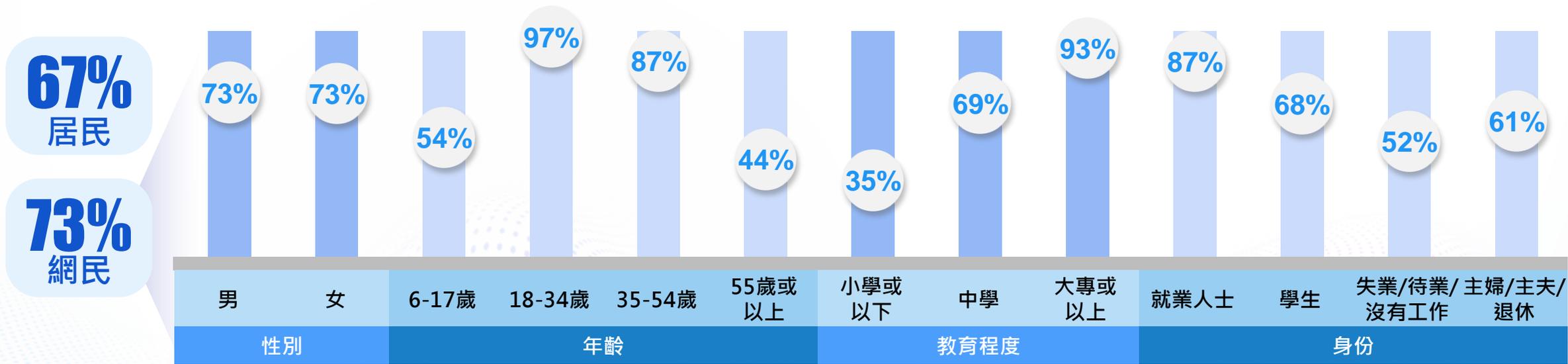
網上購物比率：76% (成年網民)

網民的網上購物比率近年持續上升，七成六的成年網民曾經網購

6-84歲的網民中，73%曾經網購：18-34歲、大專或以上、就業的網民網上購物比率相對較高



* 成年網民



* 6-84歲網民

網上購物類別

網購的網民最多在網上購買護膚/日用品，其次是購買紡織品/服裝/衫褲鞋襪
網購者每月網購的金額平均為1,383澳門元(中位數1,000)，最多網購者每月平均花1,000元網購



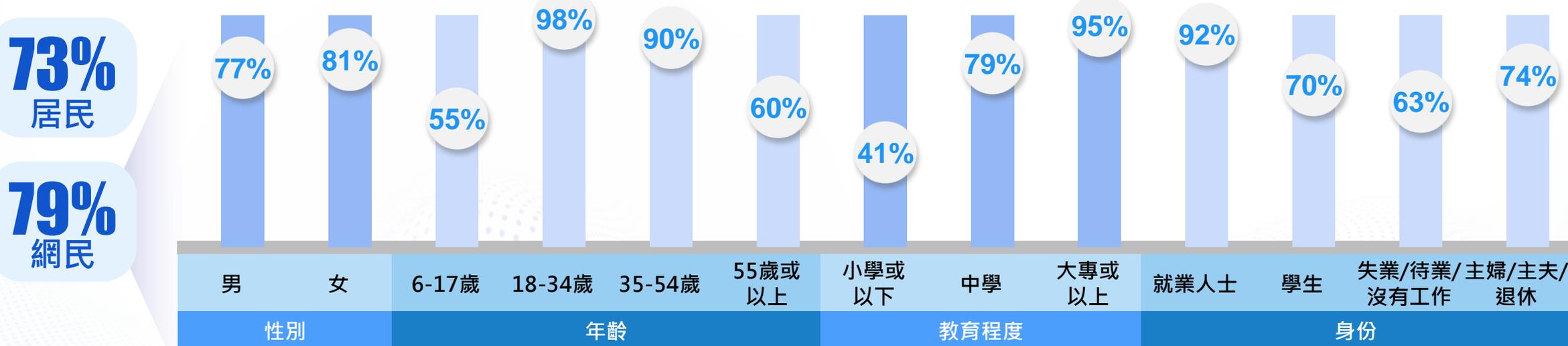
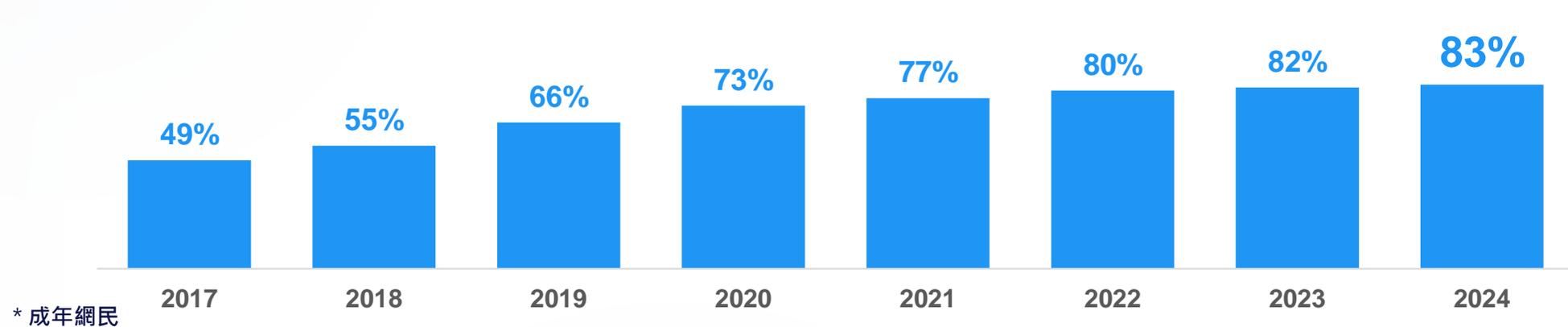
網上購物平臺

近八成曾網購的網民表示主要在淘寶/天貓進行網購



網上支付比率：83% (成年網民)

網民于網上支付的比率近年持續上升，八成三的成年網民曾于網上支付
6-84歲的網民中，79%曾經網上支付：年輕、高學歷、就業的網民的網上支付比率較高

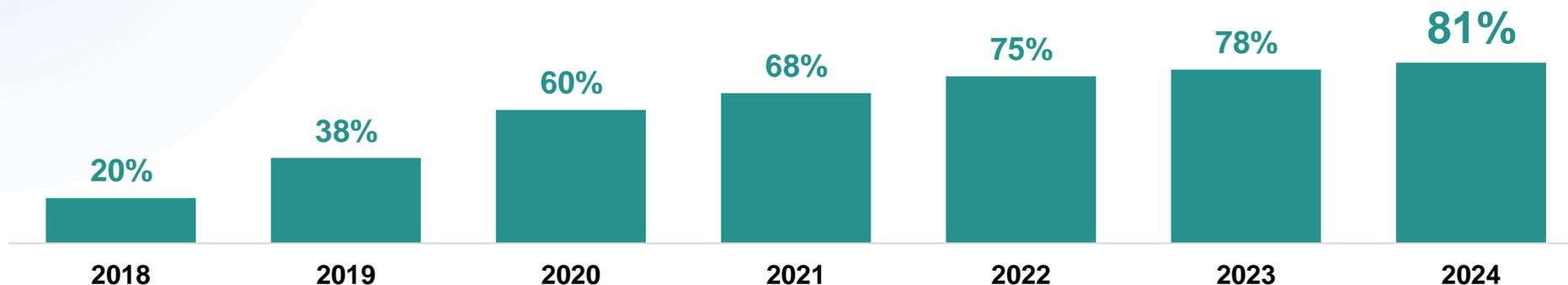


* 6-84歲網民

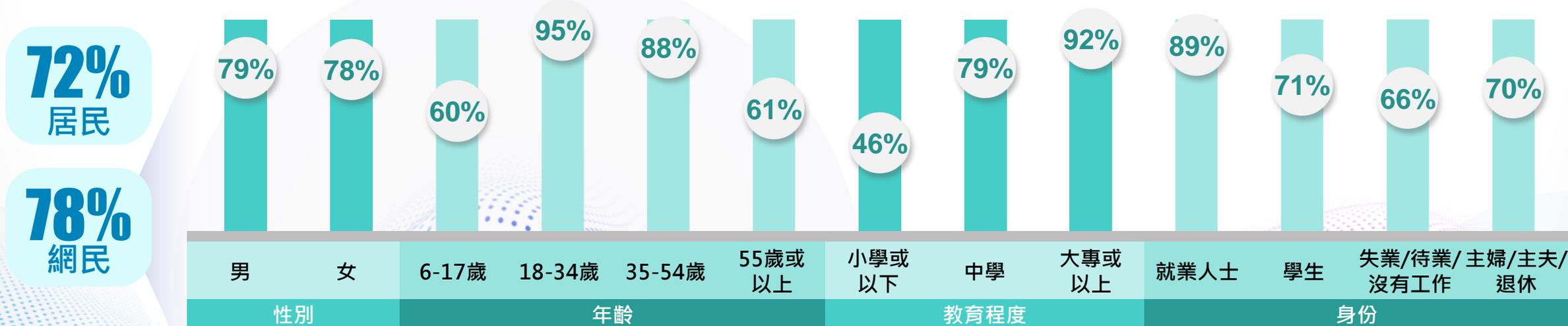
手機支付比率：81% (成年網民)

成年網民手機移動支付比率持續上升，突破八成(81%)

6-84歲的網民中，78%曾經使用手機支付：年輕、高學歷、就業人士的使用率較高



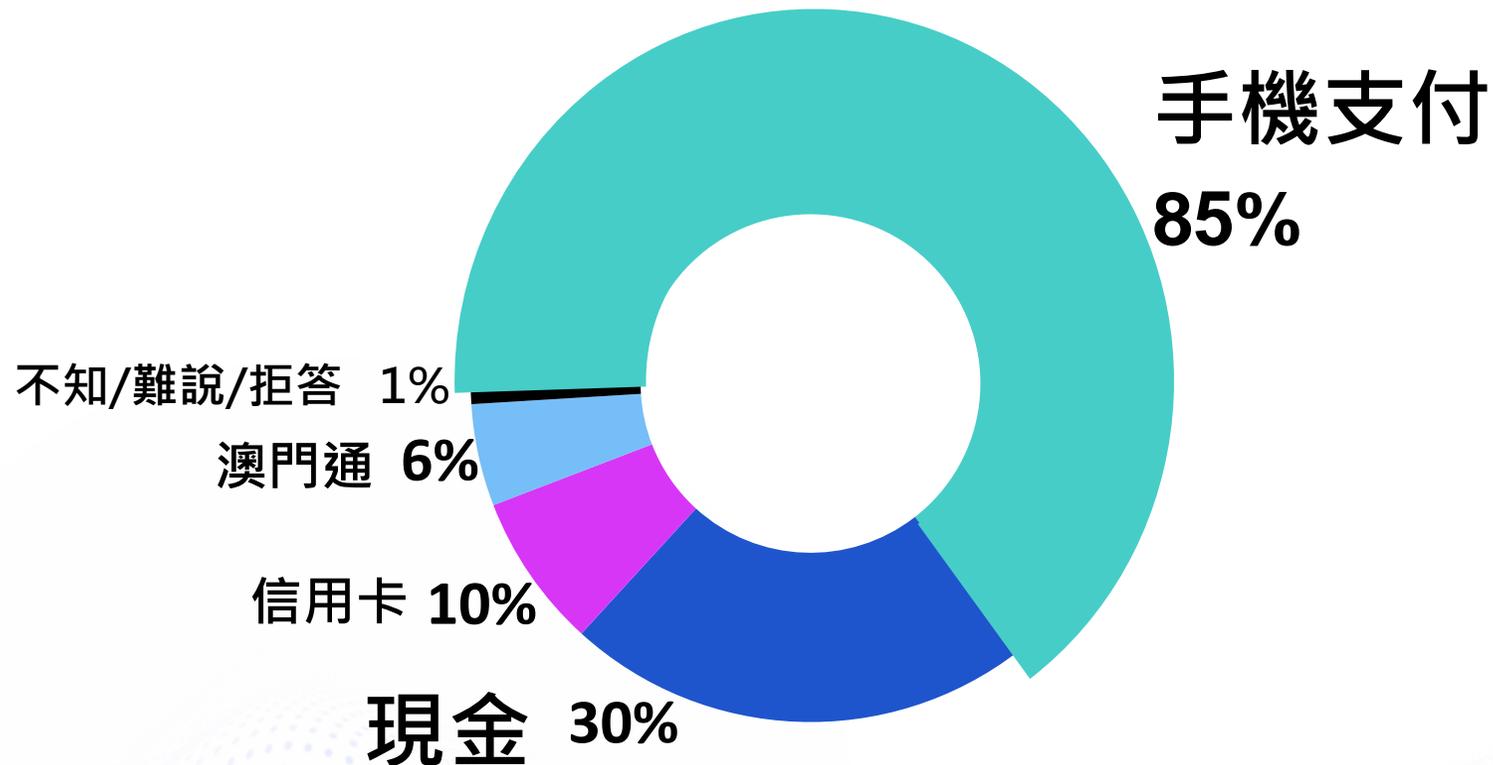
* 成年網民



* 6-84歲網民

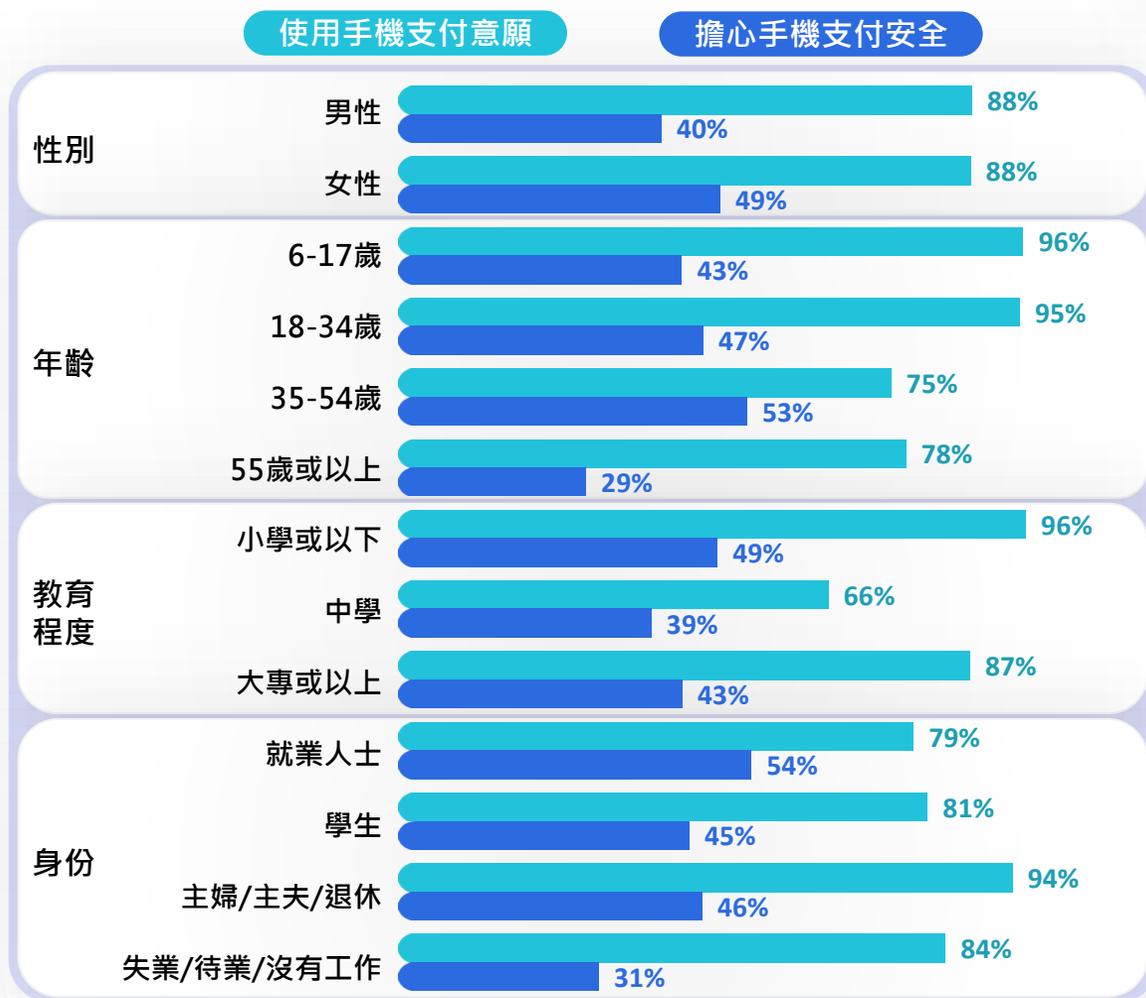
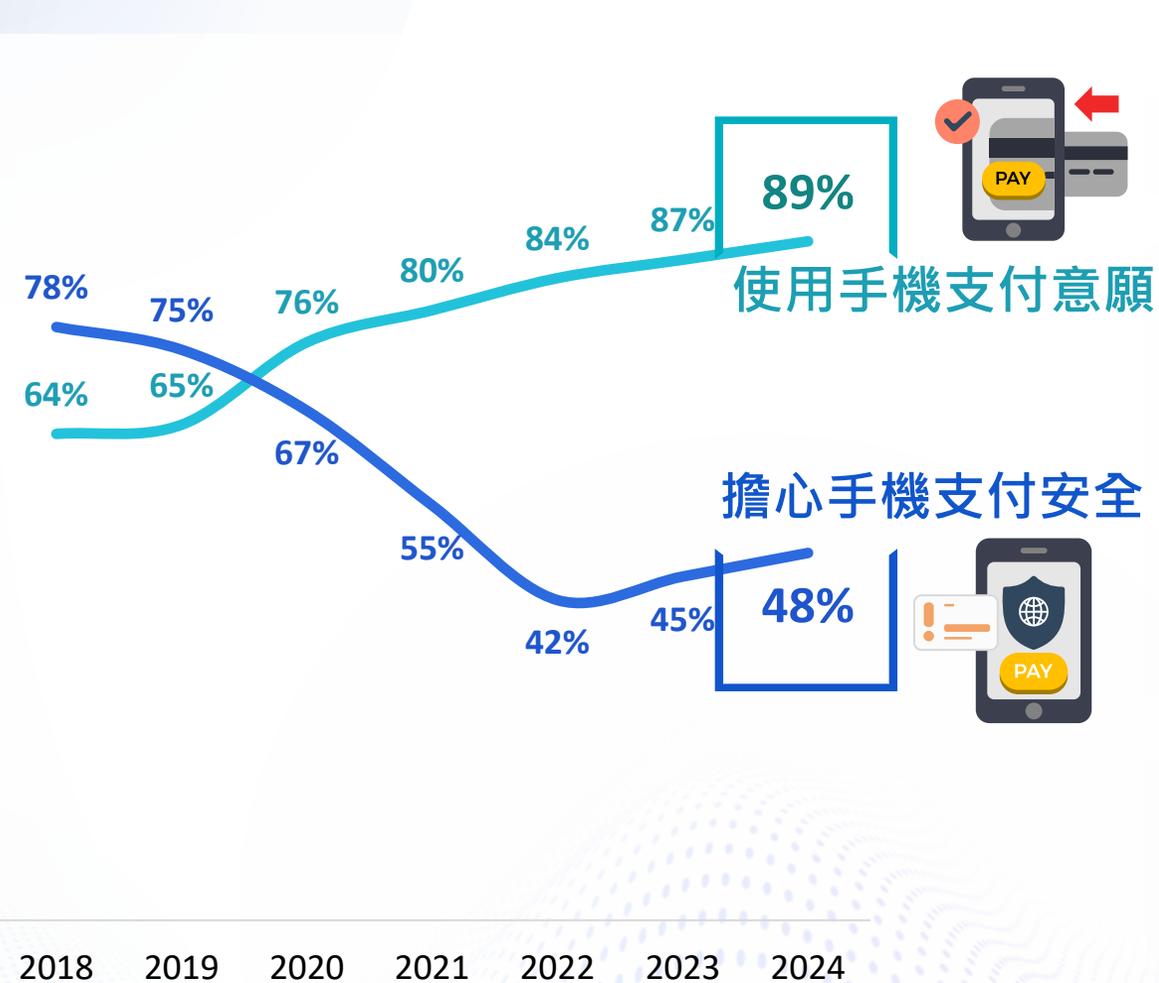
手機支付已成為實體店購物支付的主要方式

網民於實體店購物時主要使用手機支付(85%)，其次是現金(30%)



手機支付使用意願持續上升

成年網民表示未來願意使用手機支付的比率為89%，呈持續上升趨勢，而擔心手機支付安全的比率持續下降至2022年的42%後略有回升，2024年為48%



近半網民曾遭遇網絡隱私及安全問題

49%網民表示自己曾遭遇網絡隱私及安全問題，其中最多網民遭遇網絡詐騙(31%)，兩成遭遇設備中毒或中木馬(20%)，一成七遭遇賬戶或密碼被盜(17%)，一成三遭遇個人隱私被侵犯(13%)，另外有51%網民表示沒有遭遇以上提及的網絡隱私及安全問題。

網民遭遇網絡隱私
及安全問題的情況



49%
曾遭遇網絡隱私
及安全問題

31%
網絡詐騙

20%
設備中毒或中木馬

17%
賬戶或密碼被盜

13%
個人隱私被侵犯

51%
沒有遭遇網絡隱私
及安全問題

04

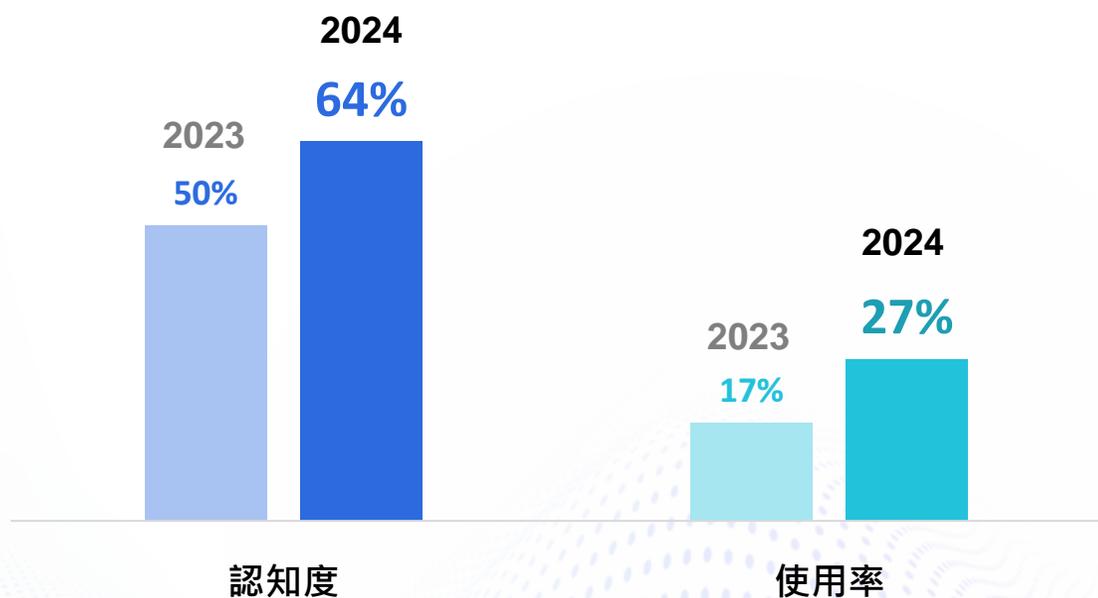
生成式AI的 認知與期待



對「生成式AI」的認知和使用

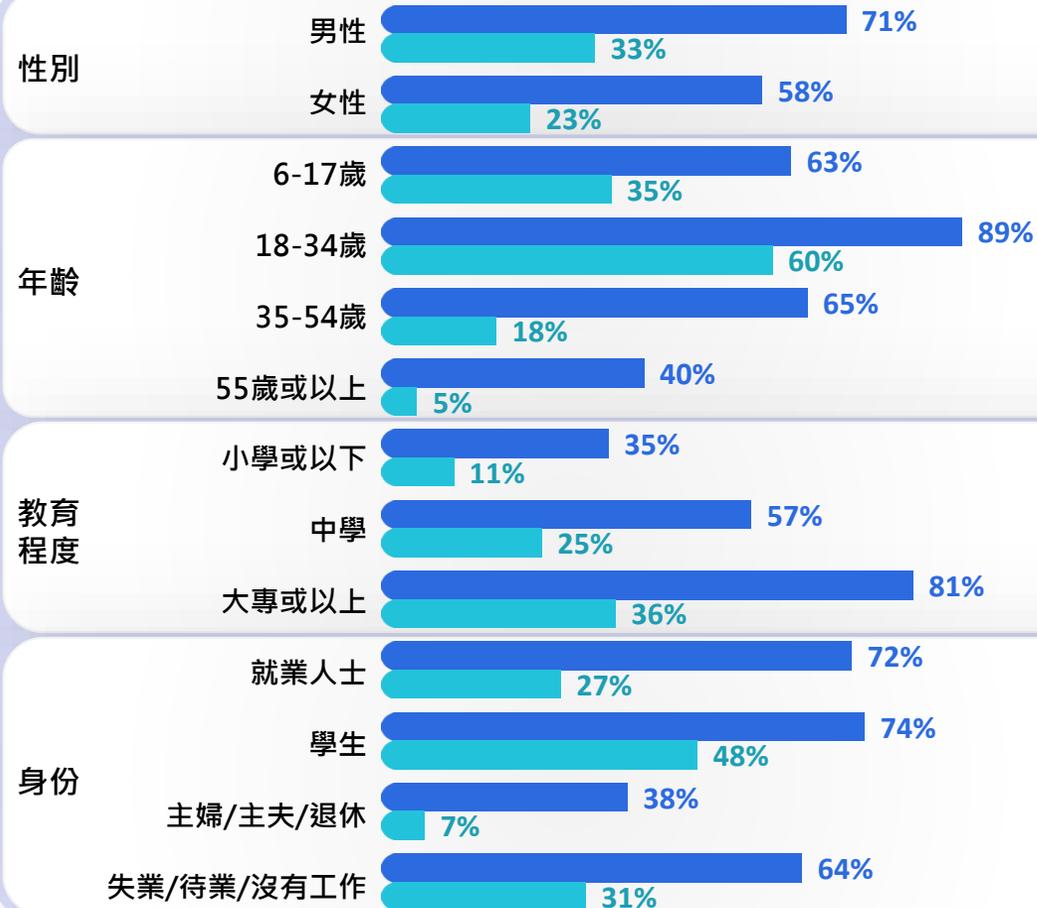
64%網民表示知道「生成式AI」，27%網民使用過，比率均較2023年有所上升
年青及學生群體的使用率較高

網民對「生成式AI」的認知及使用率



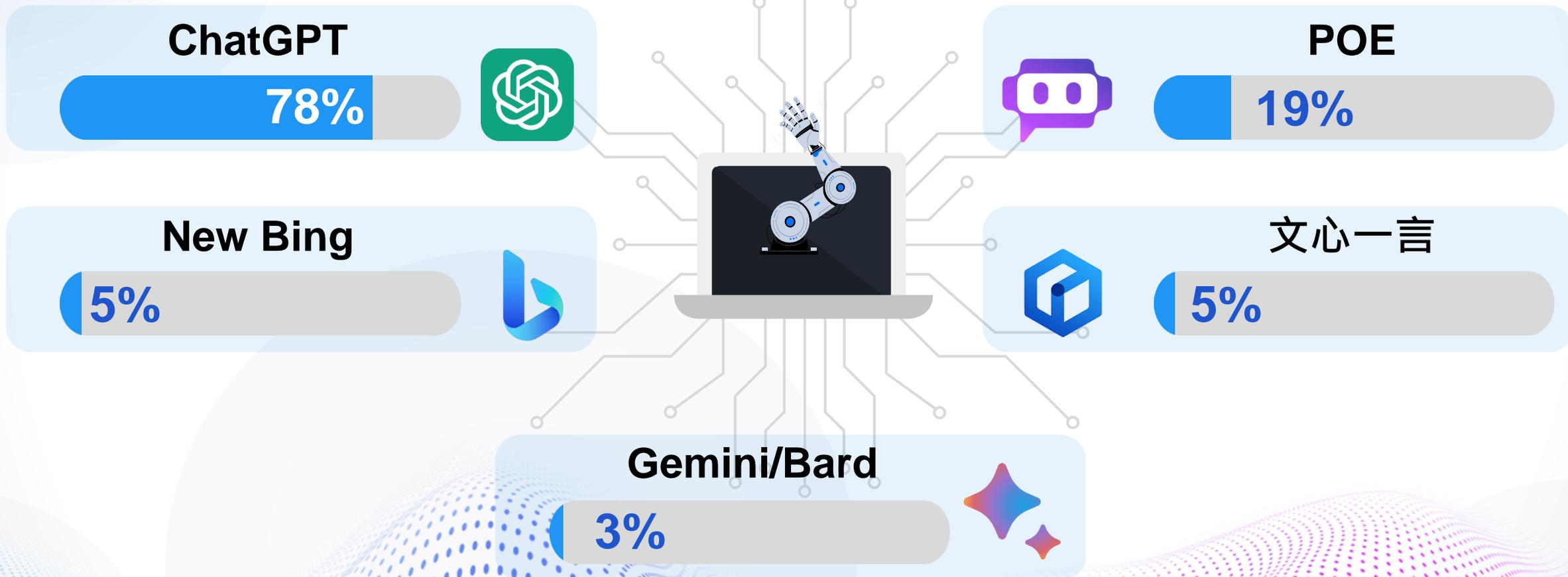
認知度

使用率



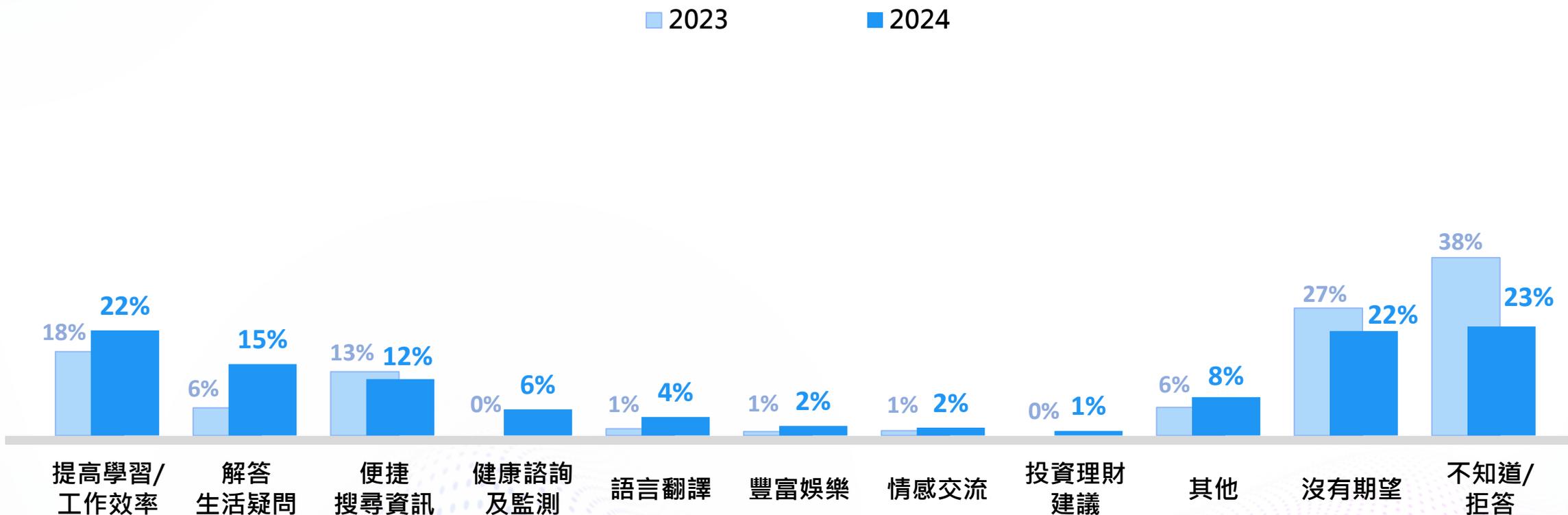
使用「生成式AI」的產品或服務

使用「生成式AI」的網民中，最多使用過OpenAI的ChatGPT(78%)，其次為Poe(19%)



對「生成式AI」的期待

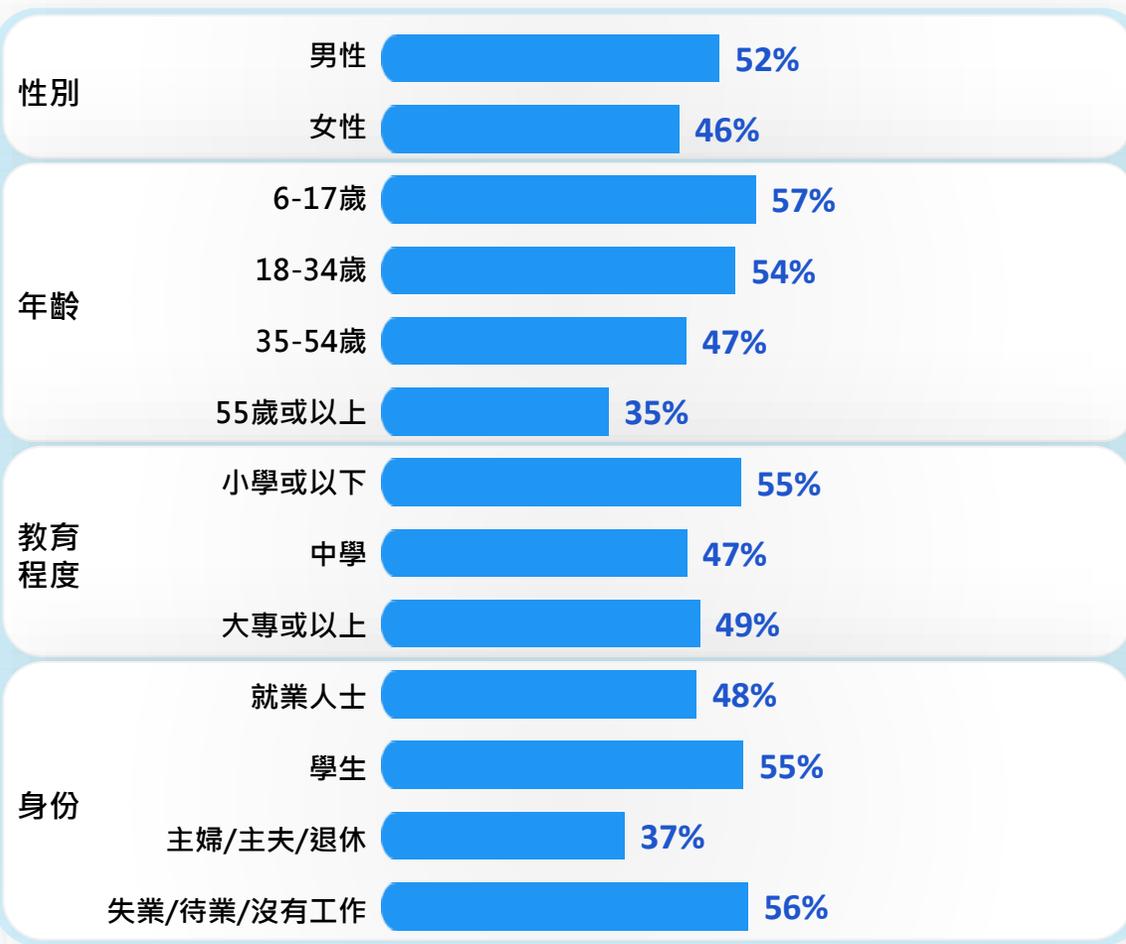
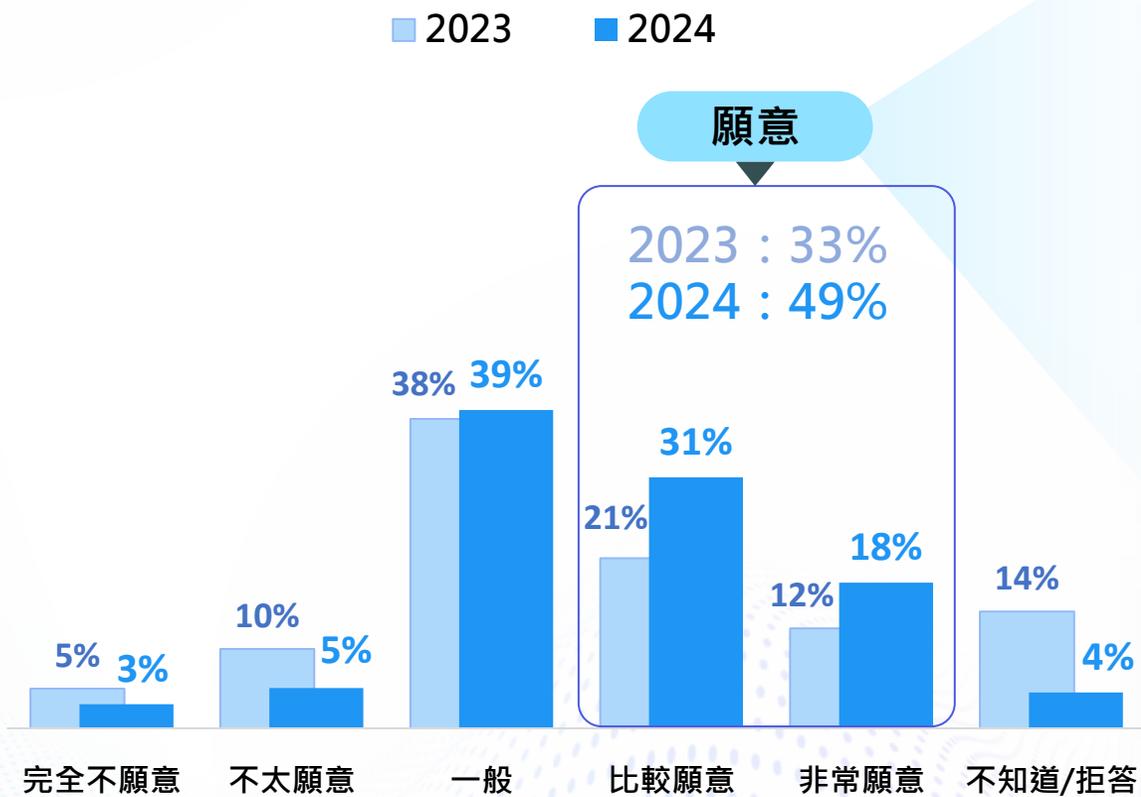
使用「生成式AI」的網民中，最多期望「生成式AI」能提高學習/工作效率(22%)、解答生活疑問(15%)及便捷搜尋資訊(12%)
與2023年相比，對「生成式AI」表達各種期望的比率大部分有所上升



使用「生成式AI」的意願

知道「生成式AI」的網民中，近半網民未來願意使用「生成式AI」(49%)，比率較2023年(33%)上升
男性(52%)、6-17歲(57%)、小學或以下(55%)、學生(55%)、失業/待業/沒有工作(56%)的網民願意使用的比率分別皆較高

網民未來對「生成式AI」的使用意願



* 6-84歲網民

05

總結及啟示



總結及啟示

澳門互聯網應用普及，
助促社會經濟創新發展

01

中老年人上網率近年增長較快，
宜持續推動數字包容

02

未成年人網絡應用集中消閒娛樂，
需關注網絡素養培養

03

互聯網應用深入日常生活，
用戶使用體驗需重視

04

社交媒體接近全員使用，
助力完善本地化服務

05

善用社交智能掌握民情商情，
降低虛假資訊影響

06

網絡隱私與安全受關注，
相關宣傳與教育需持續

07

生成式AI認知與使用逐漸增長，
落地應用潛力巨大

08

感謝您的大力支持和參與！

歡迎關注「澳門互聯網研究計劃」的公眾號或瀏覽澳門互聯網研究學會的網站，隨時獲取有關澳門互聯網使用的資訊：



www.macaointernetproject.net



微信公眾號：澳門互聯網研究計劃
ID：macaointernetproject



澳門互聯網研究學會乃一非牟利研究學會
致力於互聯網研究、推動研究成果及科學普及化

www.macaointernetproject.net