

「澳門互聯網研究計劃」(2001-2023)

第二十一一次澳門居民互聯網使用調查： 澳門居民互聯網使用趨勢報告 2023

澳門互聯網研究學會
2023年1月19日



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」第二十一一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2022年12月進行，成功訪問了1,506名6-84歲合資格的澳門居民。
- 調查結果對照官方公佈的人口數據，經過性別及年齡作加權處理。
- 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。

調查時期

2022年
12月

樣本量

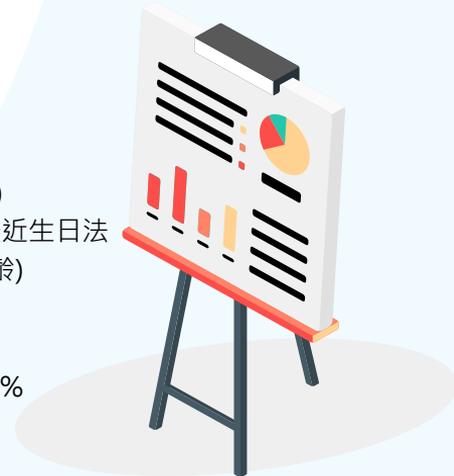
1,506

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)：30.0%
合作率(AAPOR-CR3)：67.0%
95%信心水準下的抽樣誤差：±2.58%

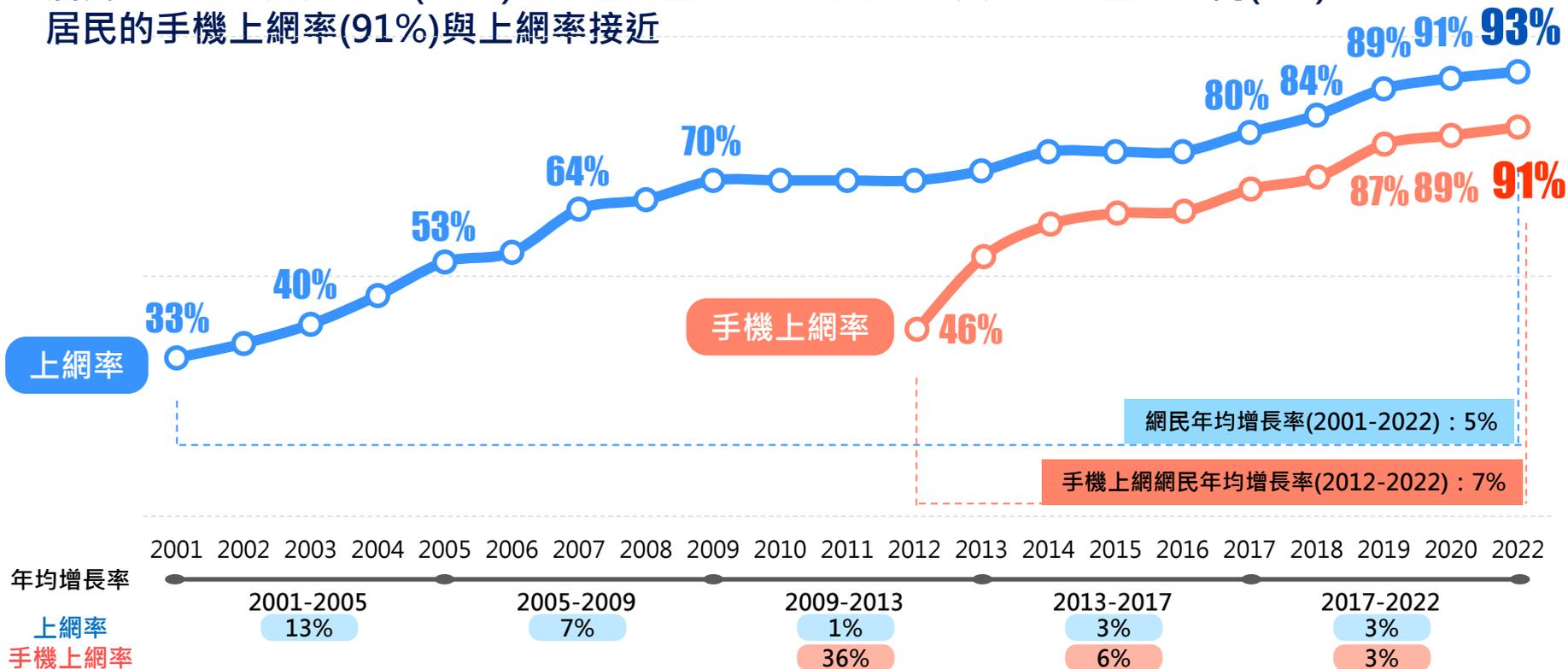


01 互聯網使用



上網率：93%

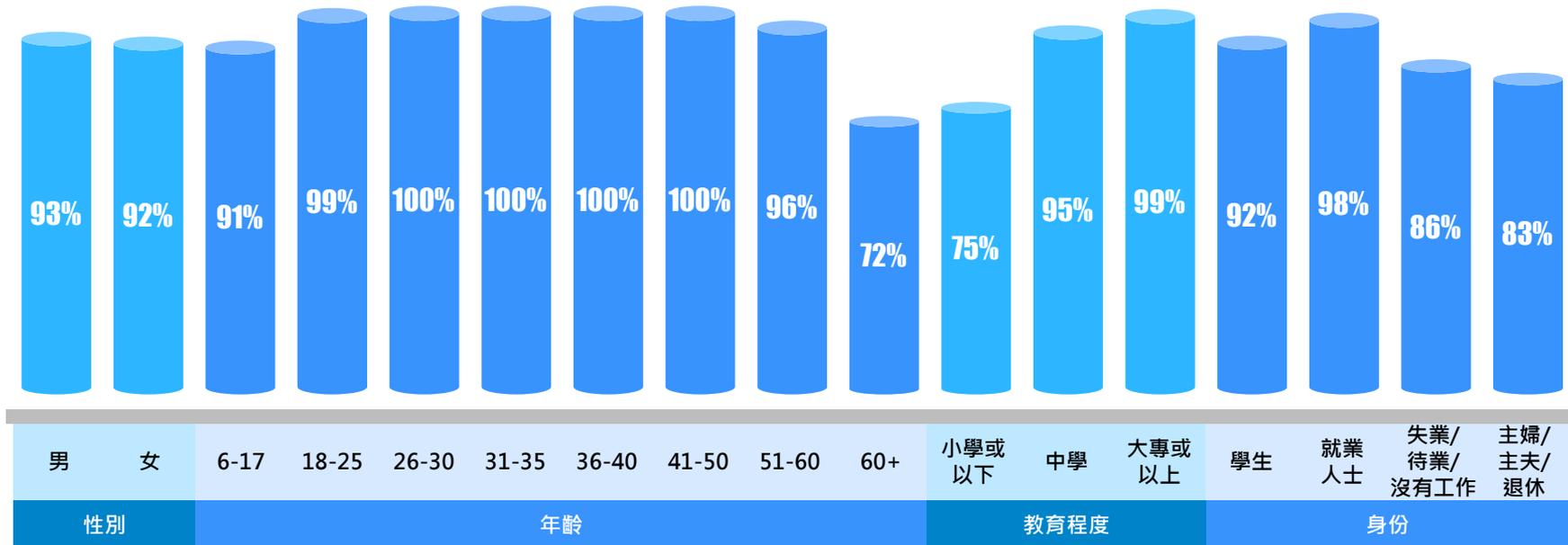
居民的上網率達九成三(93%)。第五個五年的年均增長率與第四個五年相同(3%)
居民的手機上網率(91%)與上網率接近



* 6-84歲居民。2021年之調查從缺

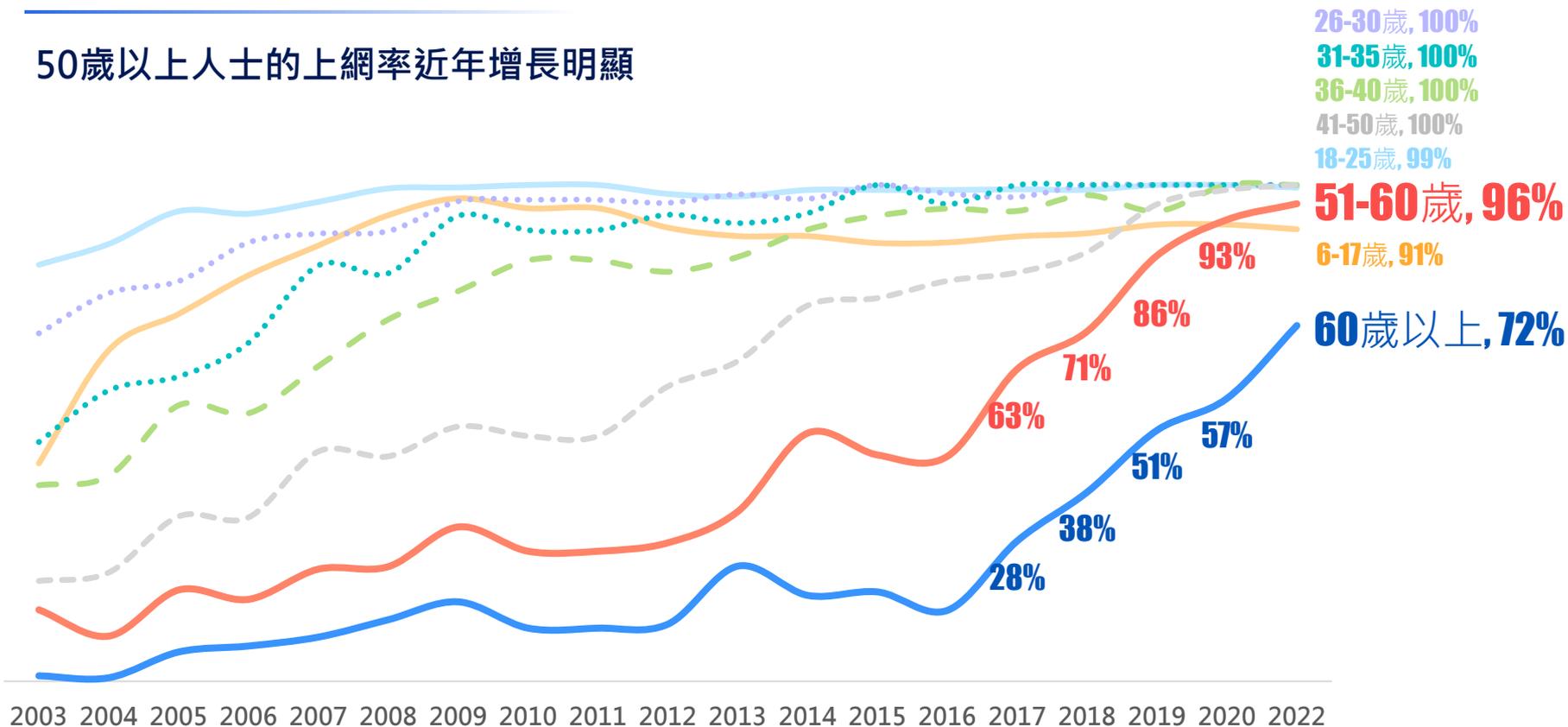
上網率：93%

50歲或以下的成年網民、高學歷者及就業人士接近全員上網



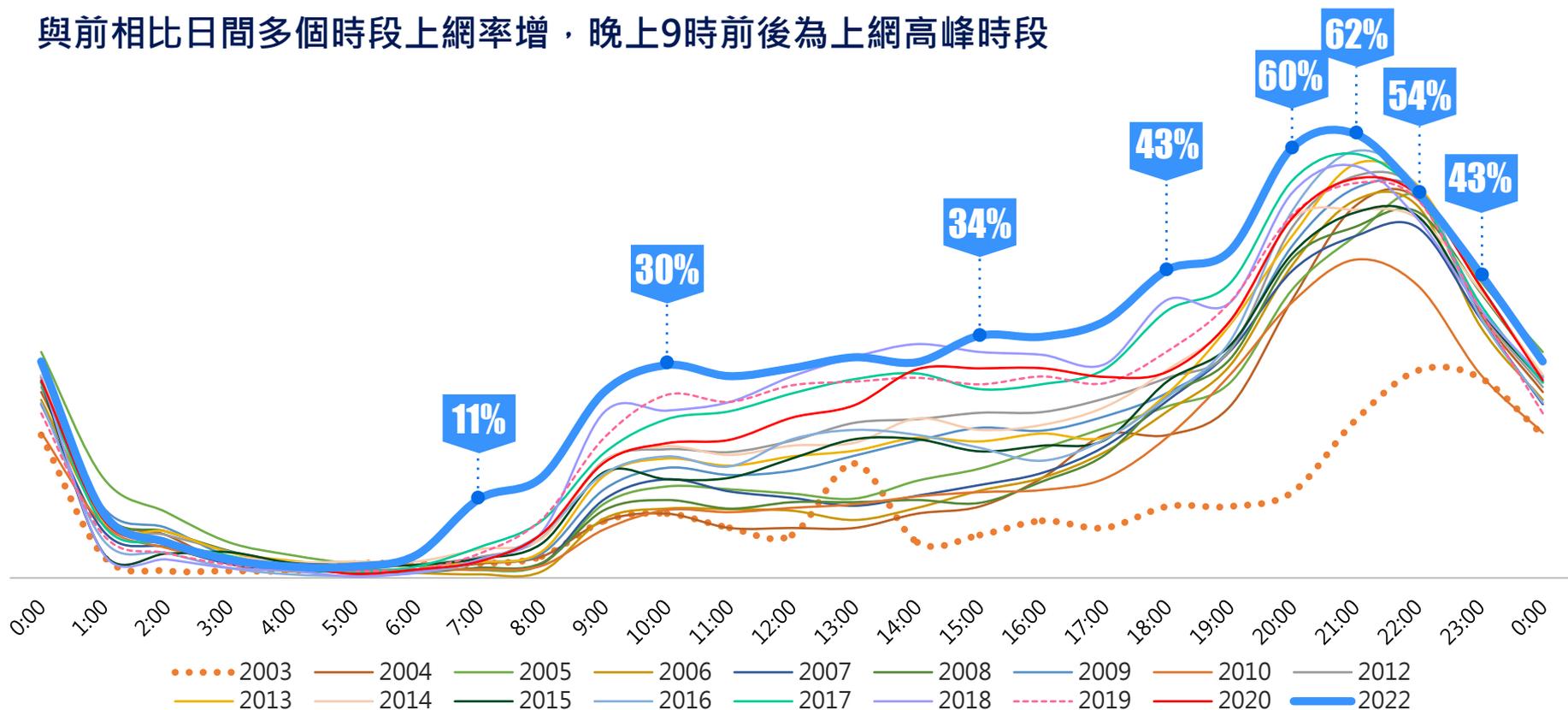
上網率：93%

50歲以上人士的上網率近年增長明顯



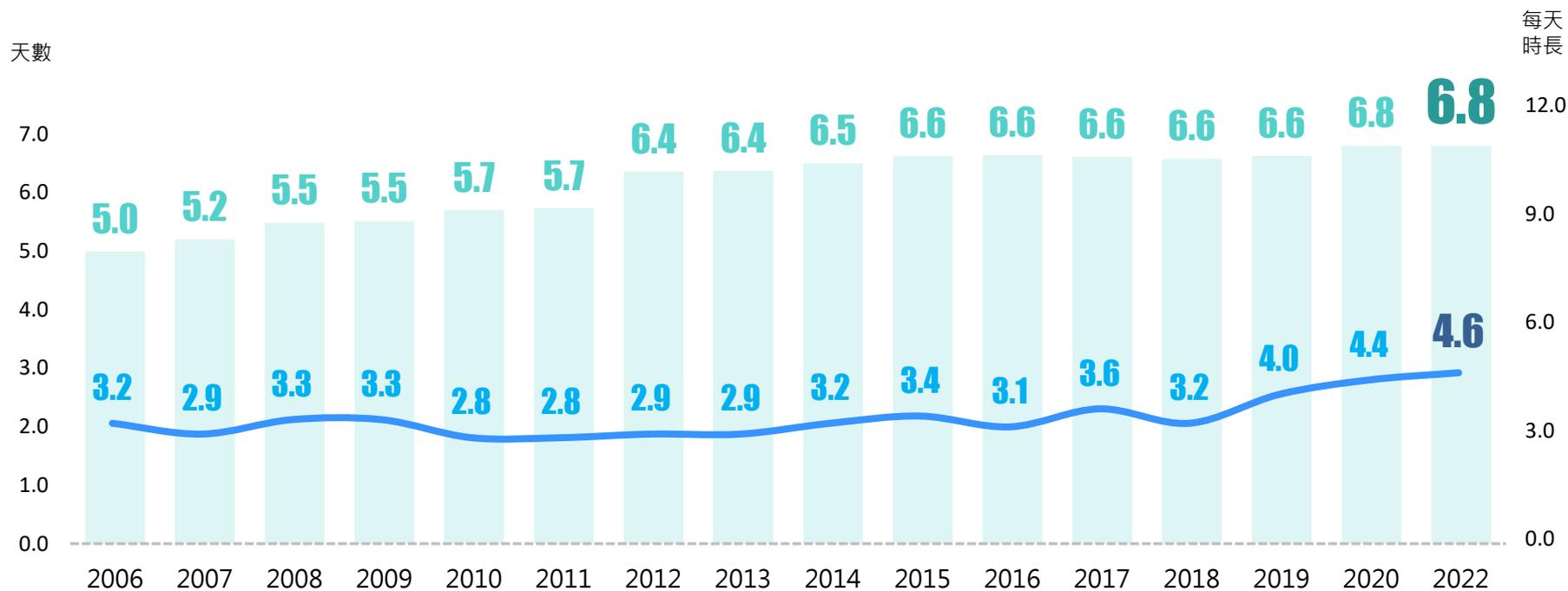
上網時間

與前相比日間多個時段上網率增，晚上9時前後為上網高峰時段



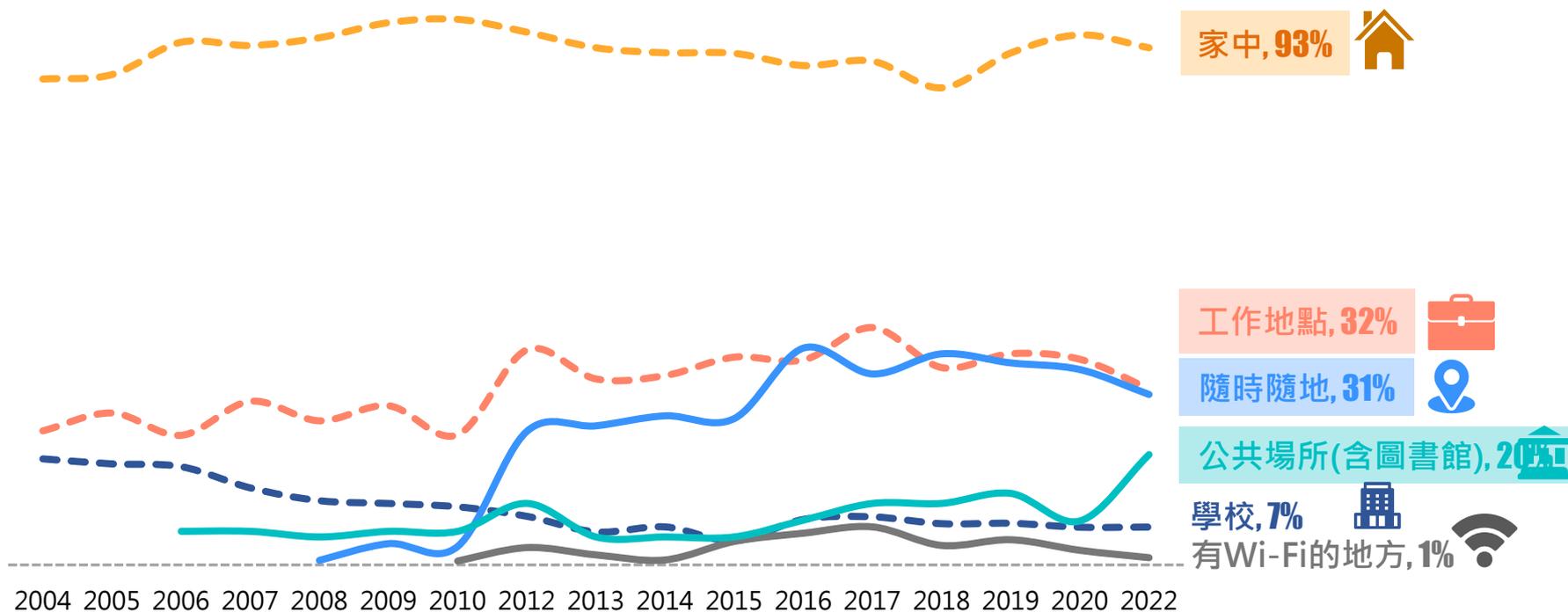
上網時長

網民的上網時長近年持續增長
平均每周上網6.8天、每天上網4.6小時



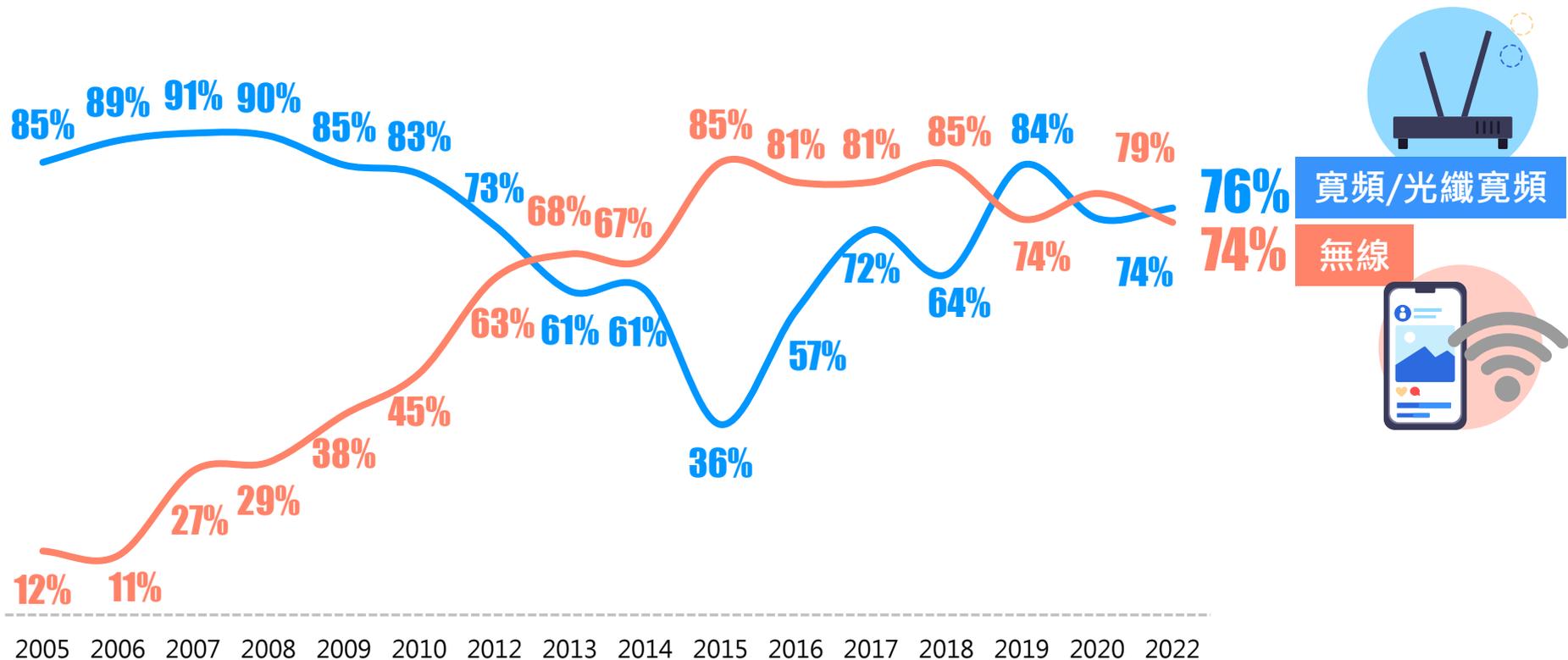
上網地點

家中為網民主要的上網場所，於公共場所上網的比率增長明顯



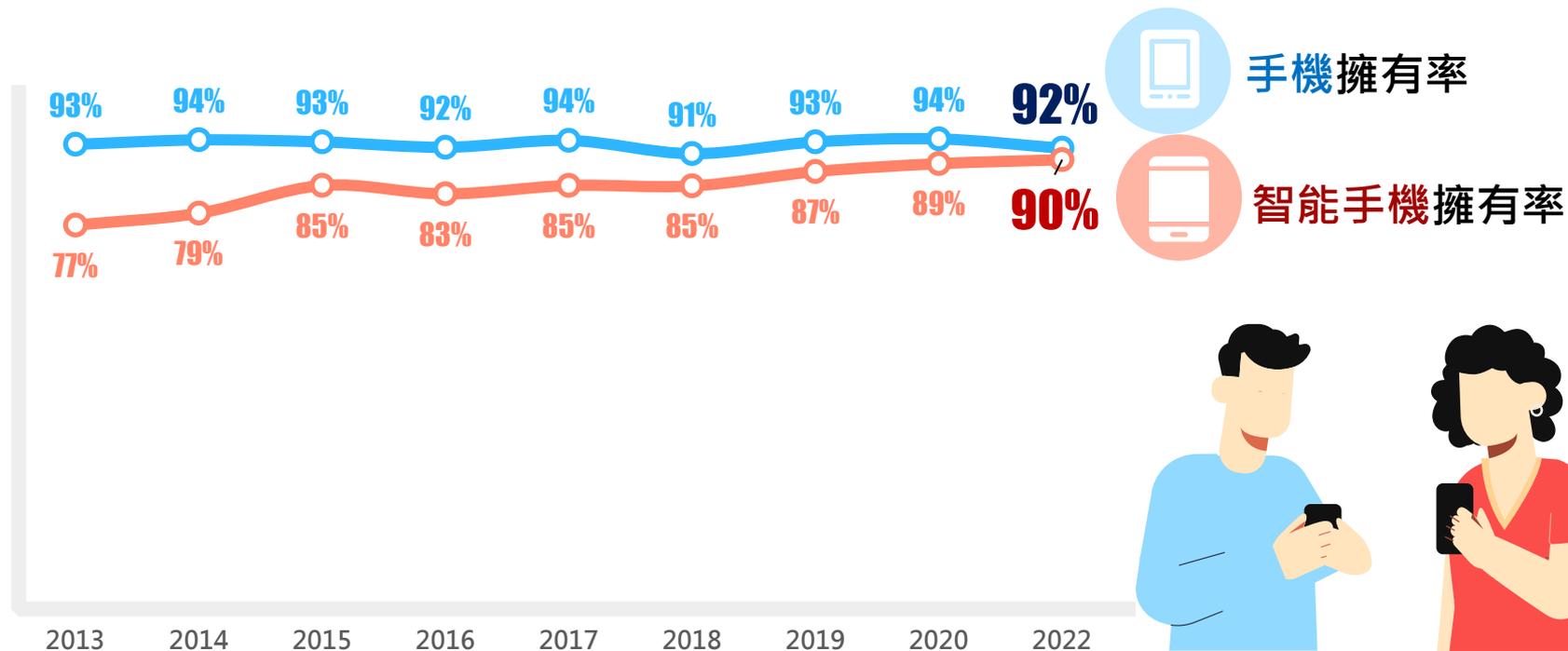
連接互聯網方式

網民以無線、寬頻/光纖寬頻的連網方式比率較高且相近



手機擁有

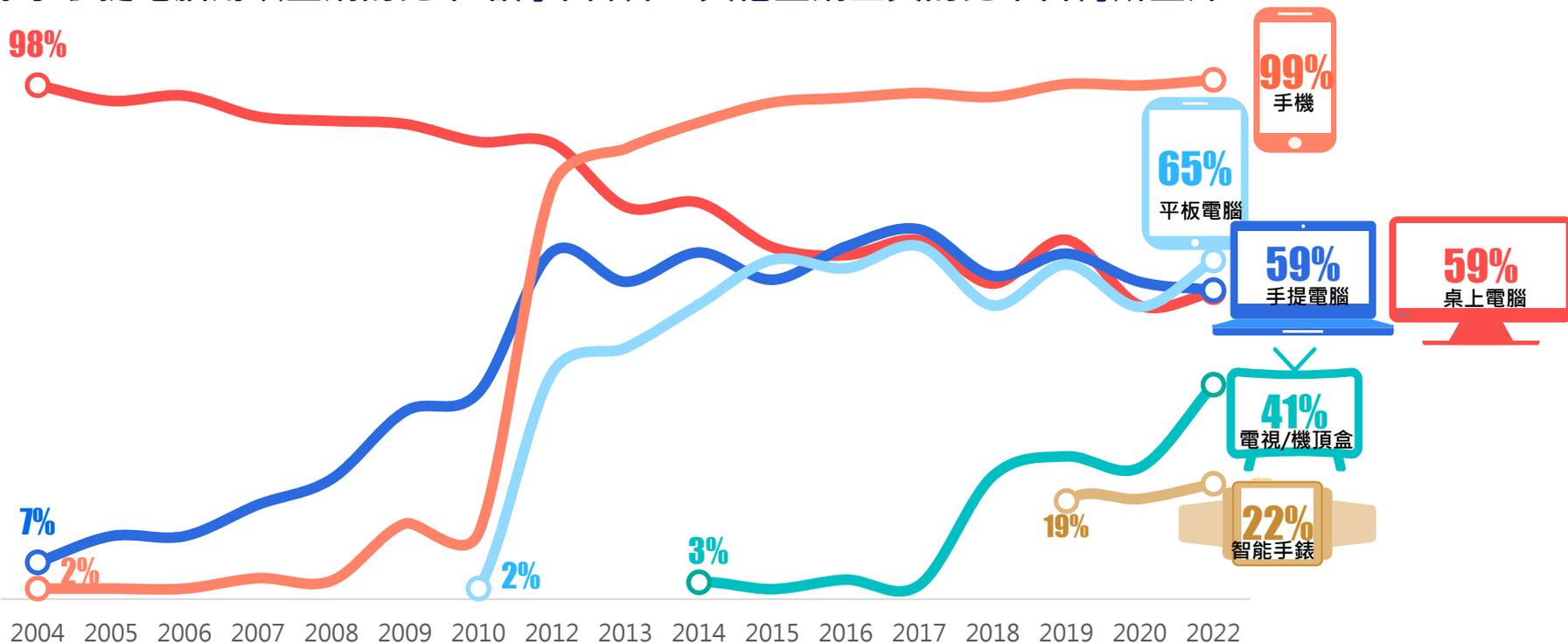
92%居民擁有手機、90%居民擁有智能手機



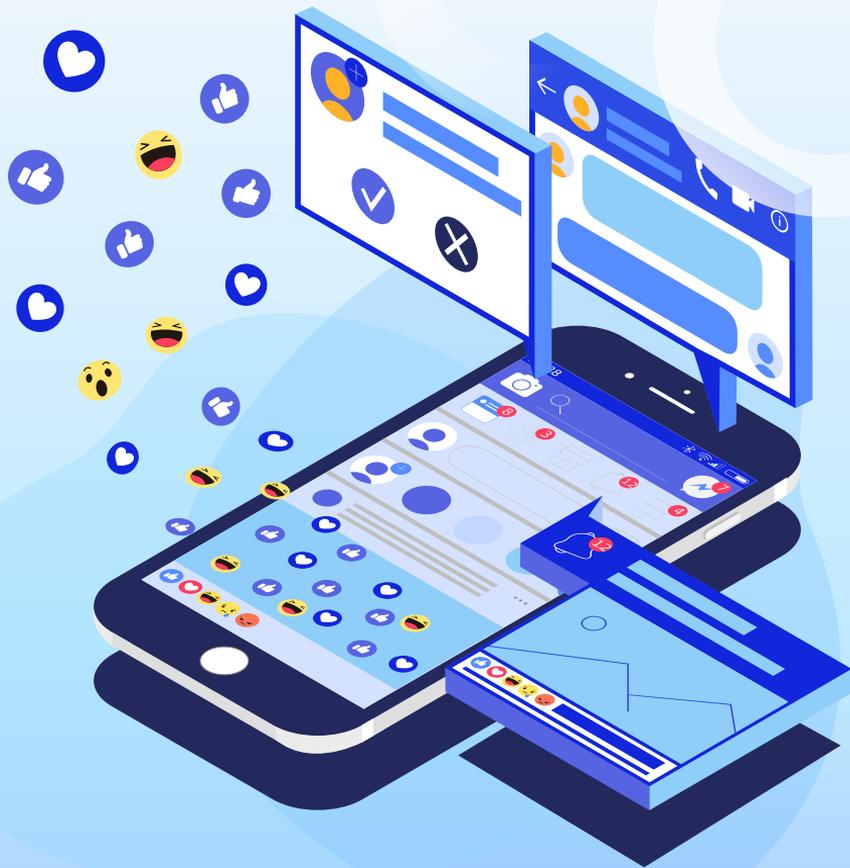
上網工具

幾乎所有網民均使用手機上網

除了手提電腦用以上網的比率略有下降外，其他上網工具的比率皆有所上升

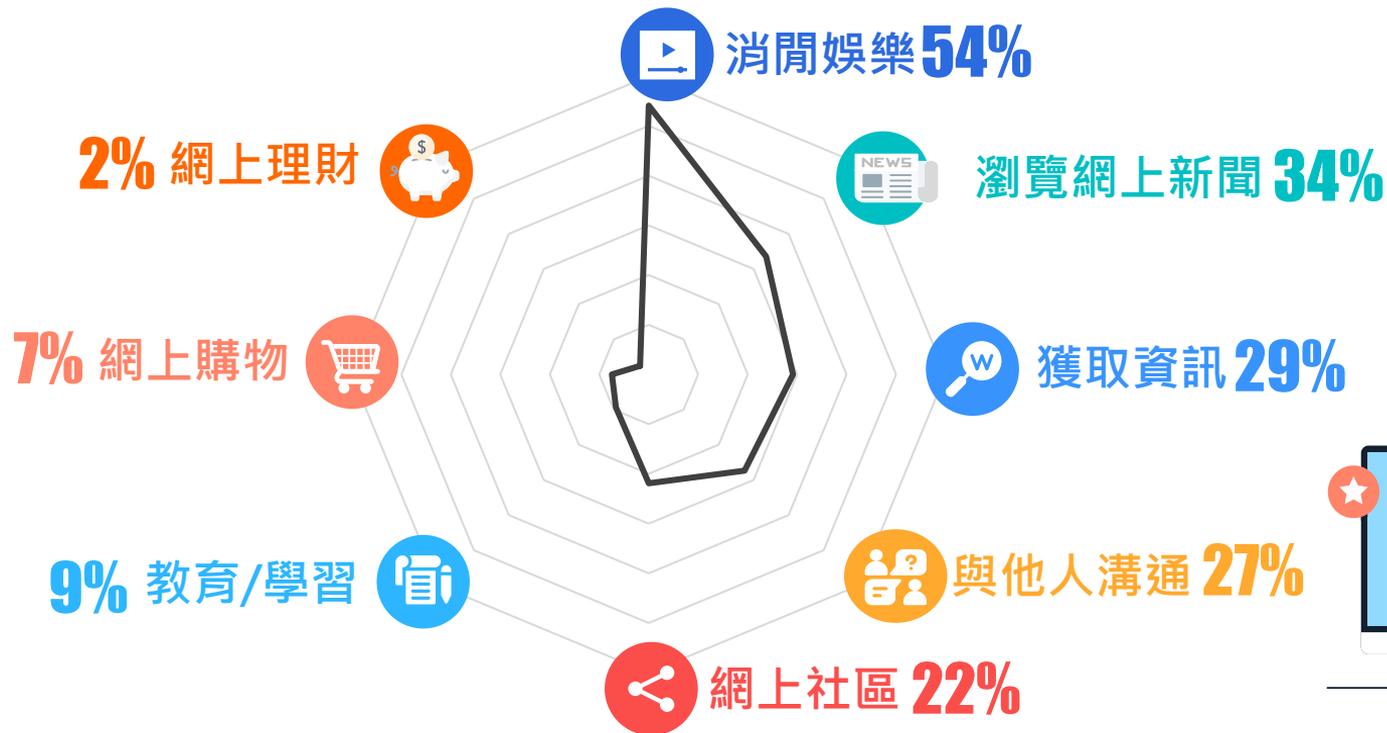


02 網上活動



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

八成七網民在網上瀏覽視頻或影片、八成聽歌



影音與娛樂類

瀏覽網上視頻/影片

87%

網上聽歌

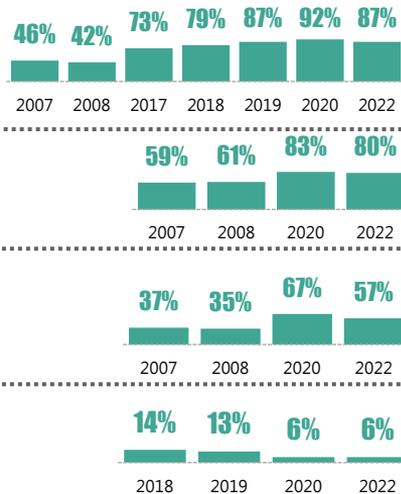
80%

玩網絡/手機遊戲

57%

網上直播使用

6%



網上活動：資訊

約八成網民在網上瀏覽新聞

除了瀏覽，六成一網民於社交群組發表評論/與他人討論、四成六於網上轉載新聞/評論/資訊



資訊類

網上瀏覽新聞

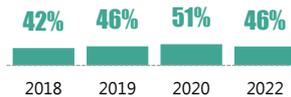
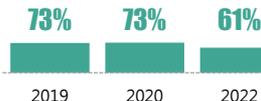
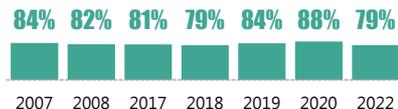
79%

社交群組發表評論/與他人討論

61%

網上轉載新聞/評論/資訊

46%



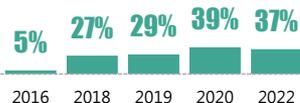
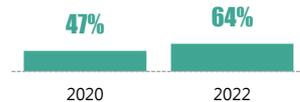
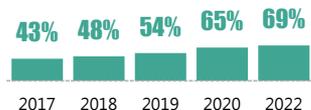
網上活動：服務

電子政府的使用率續升，69%成年網民使用過電子政務

網上理財/銀行服務、網絡訂餐的使用率有所上升。網絡預約、網上叫車的比率與前相若



服務類



政府電子政務(成年網民) **69%**

網上理財/銀行服務 **67%**

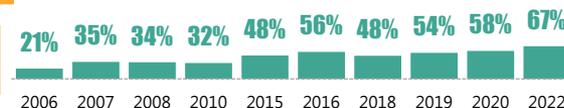
網絡訂餐 **64%**

網上預約服務 **61%**

網上預訂旅遊服務 **45%**

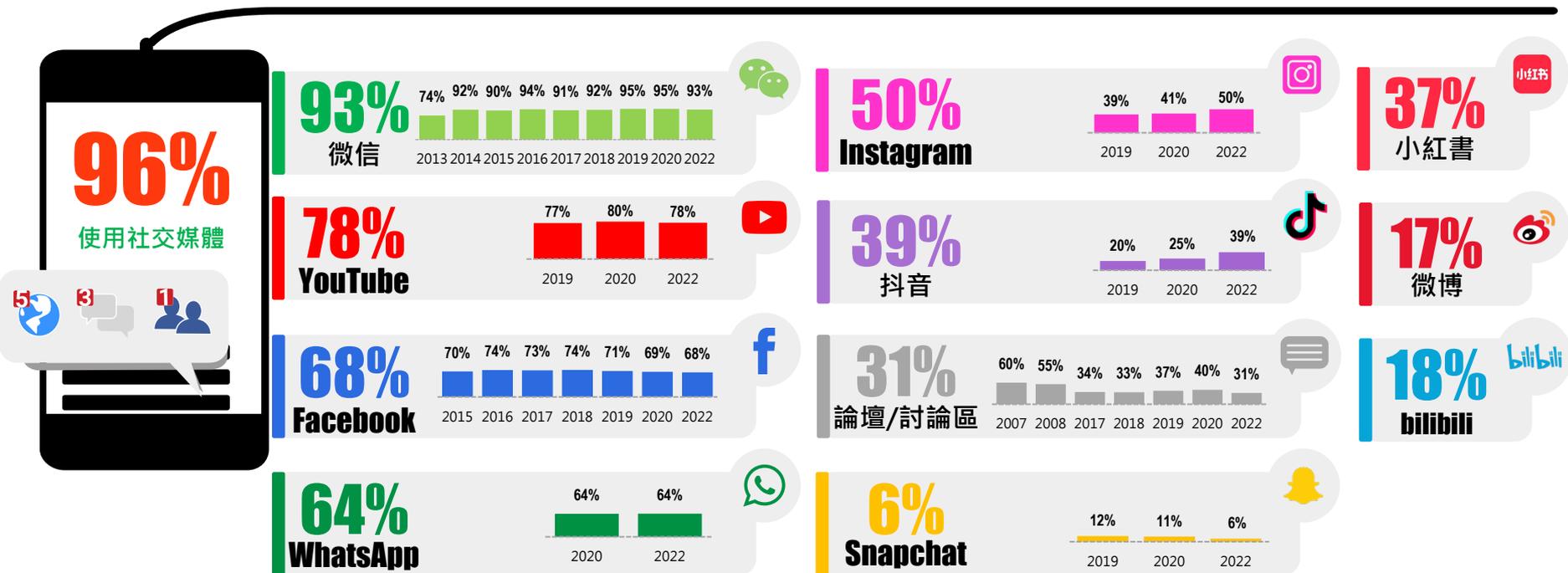
網上開會/視像會議 **42%**

網上叫車服務 **37%**



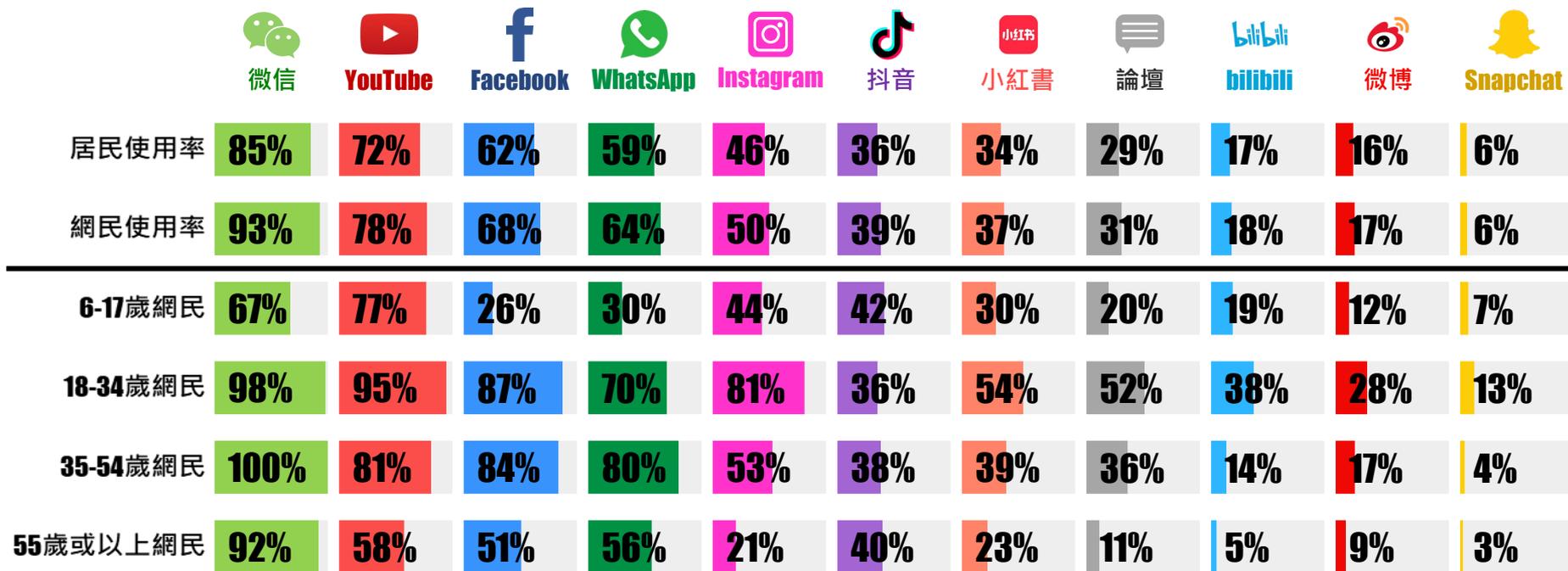
網上活動：社交媒體使用

九成六網民使用社交媒體。當中最多網民使用微信，手機網民中的使用率達九成三
微信、YouTube、Facebook的使用率高且保持穩定，使用Instagram、抖音的比率有所上升



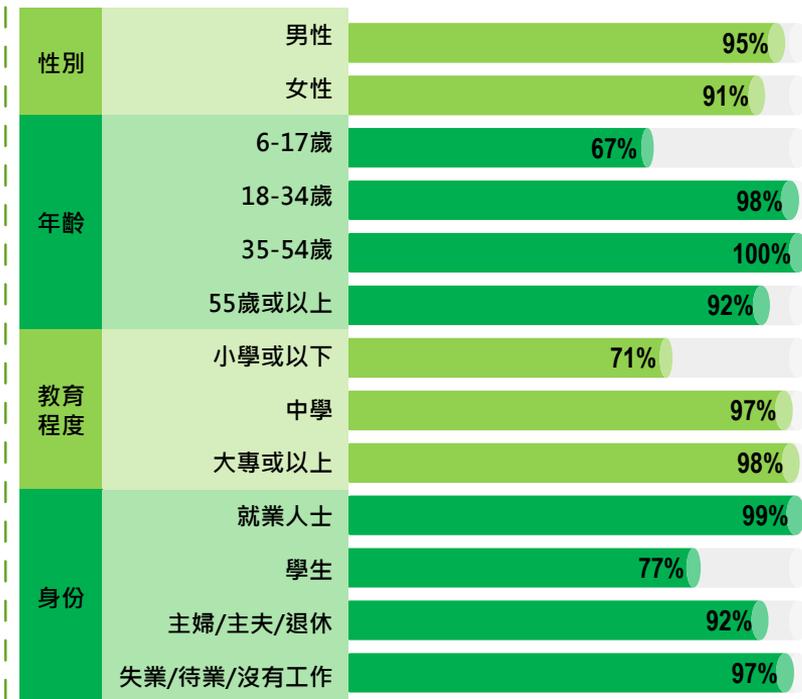
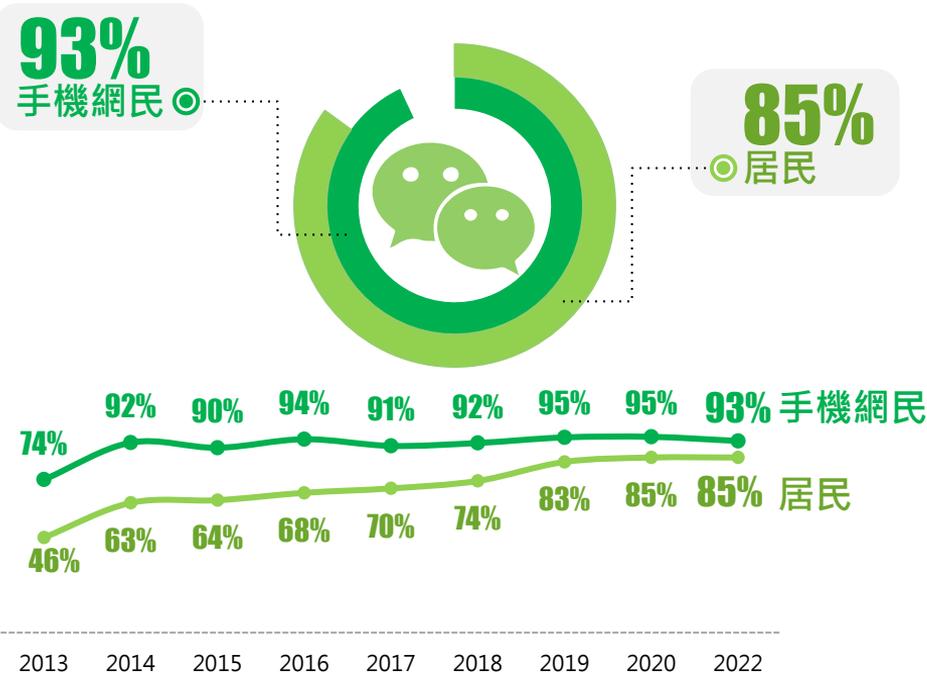
網上活動：社交媒體使用

按年齡層比較，18-34歲網民對YouTube、Instagram、小紅書及bilibili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使用率最高、55歲或以上的網民以微信的使用率最高。



網上活動：微信使用

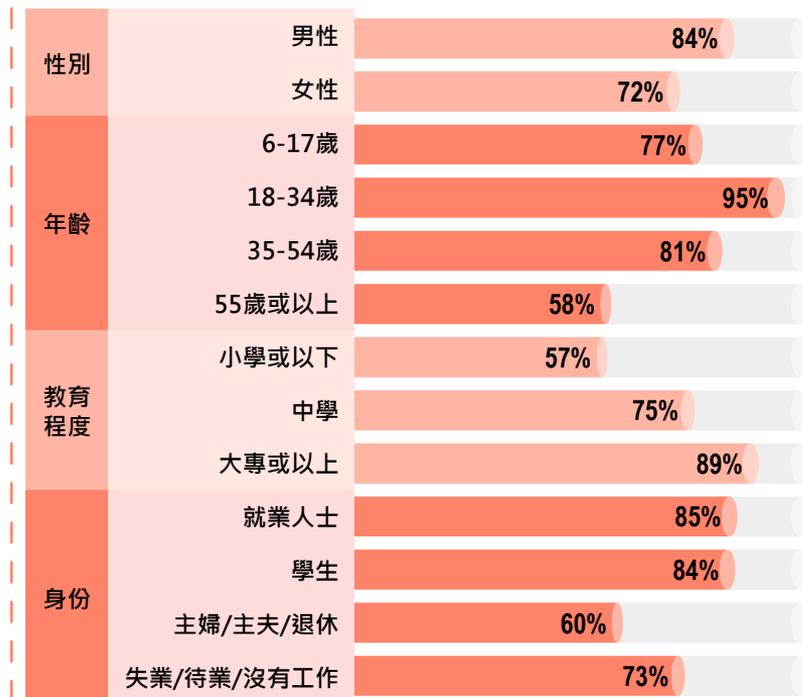
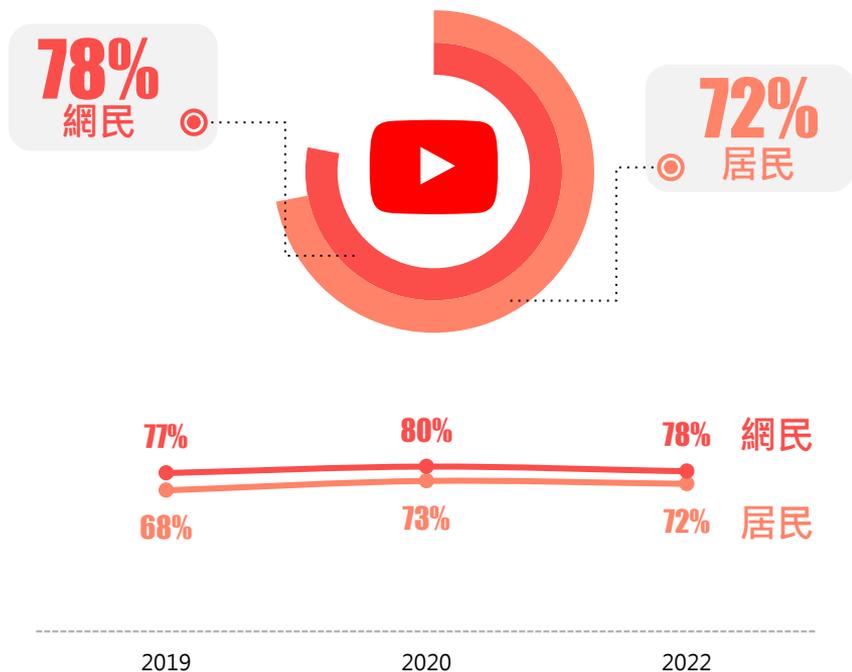
手機網民的微信使用率為九成三，居民中的使用率為八成五
 手機網民中，35-54歲全員使用微信，55歲或以上的使用率亦達九成二



* 6-84歲手機網民

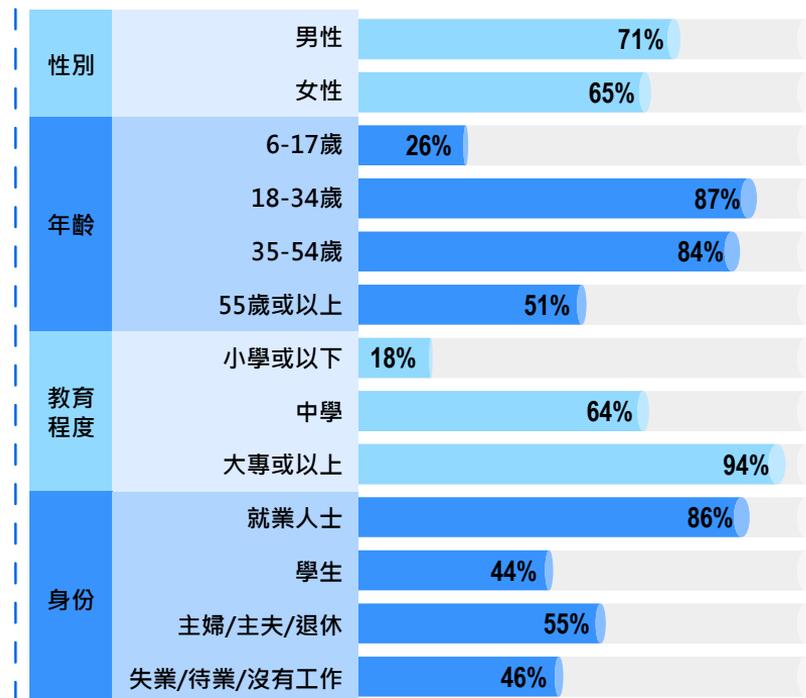
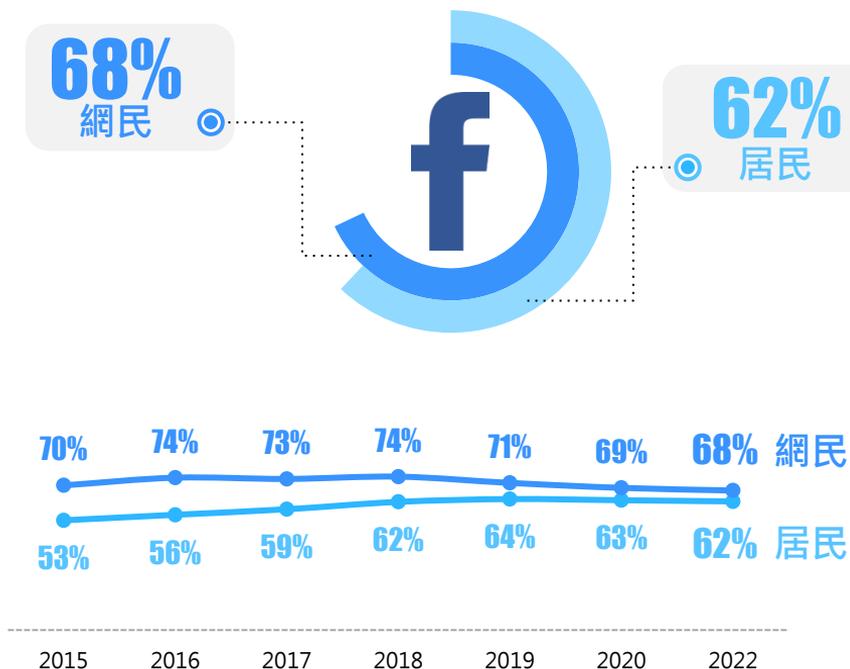
網上活動：YouTube使用

YouTube的使用率保持穩定，七成八網民使用YouTube，居民中的使用率為七成二
18-34歲網民的YouTube使用率達九成五最高，35-54歲及6-17歲未成年網民的使用率亦較高



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



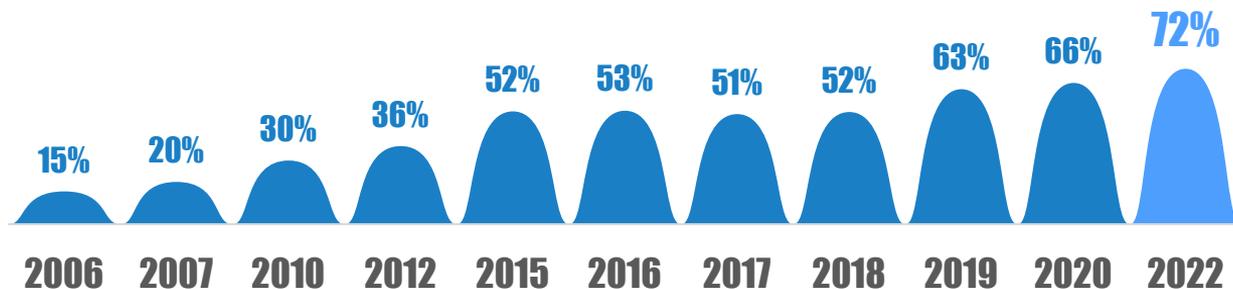
03

網上購物及 支付

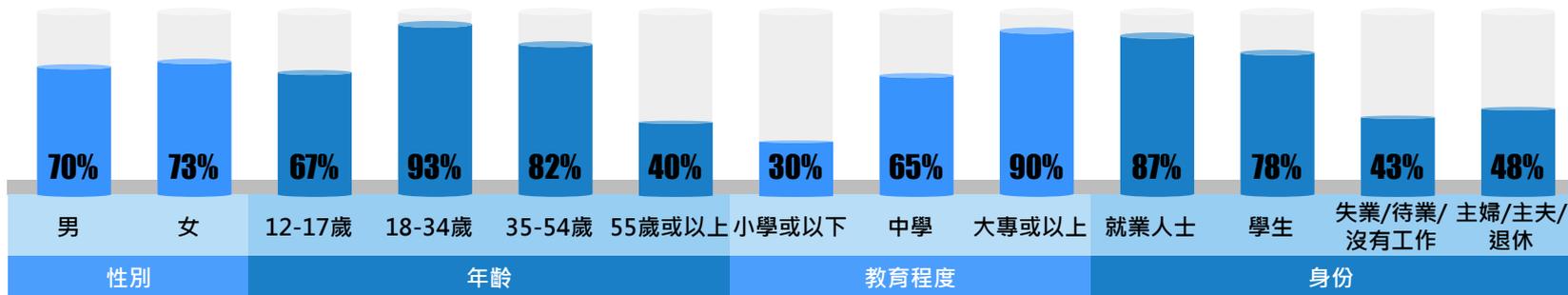


網上購物比率：72%

網民於網上購物比率近年持續上升，七成二的成年網民曾經網購
 12歲或以上的網民中，72%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

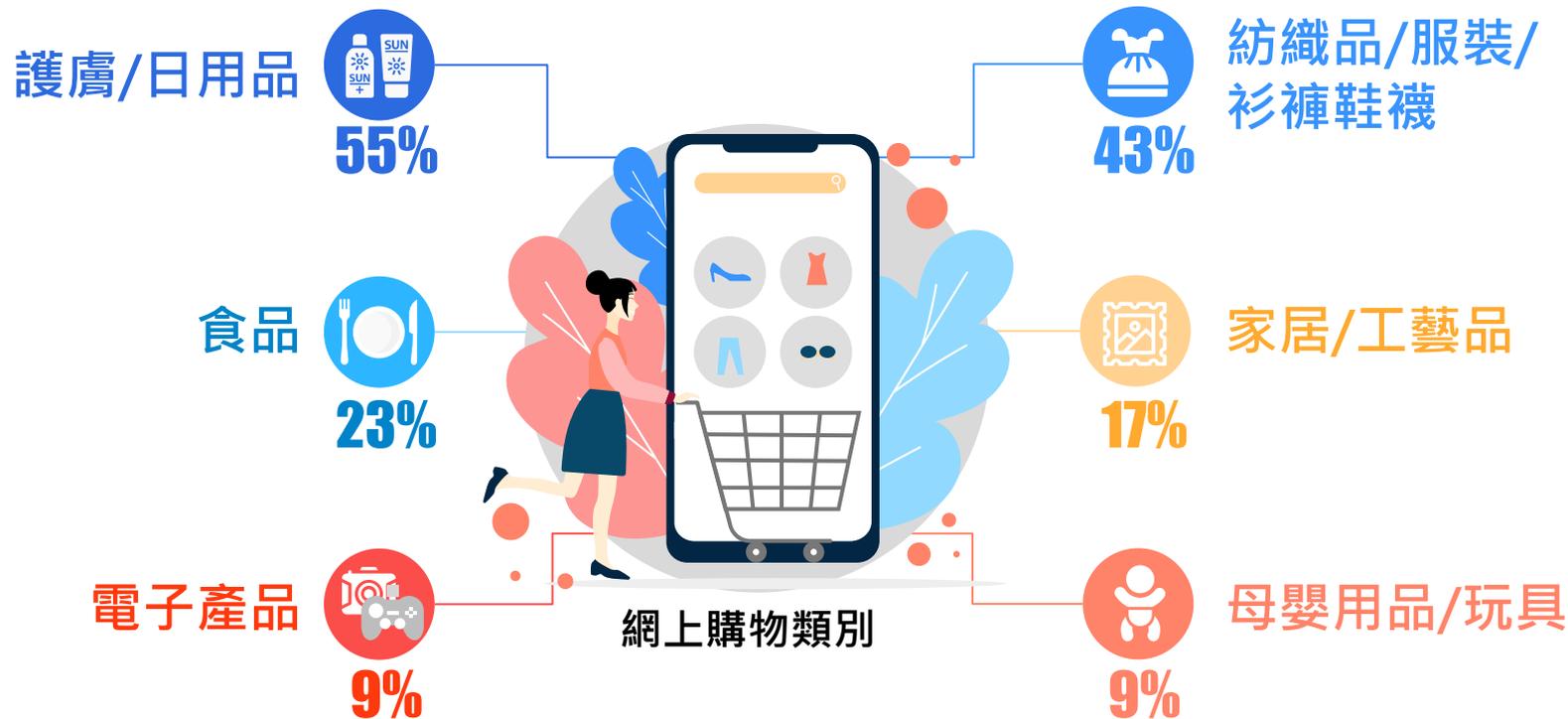


* 12歲或以上網民

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1,438澳門元(中位數1,000)，最多網購者每月平均花1,000元網購



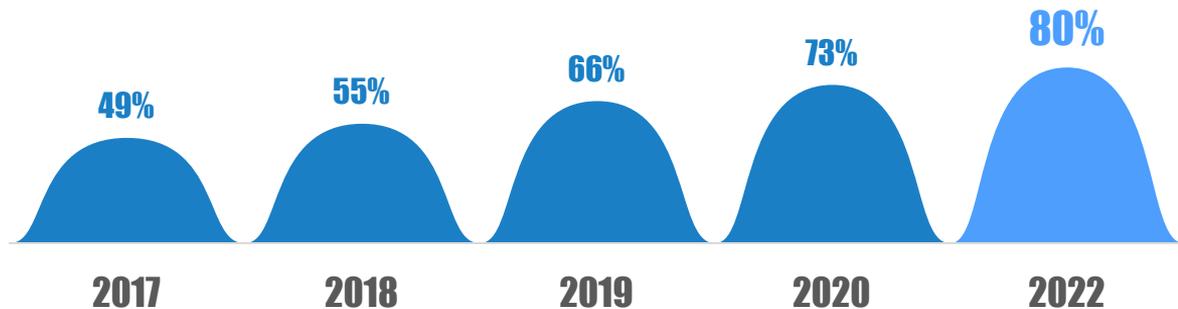
網上購物平台

八成半曾網購的網民表示主要的網購平台是淘寶/天貓
其他網購平台的使用率在一成上下

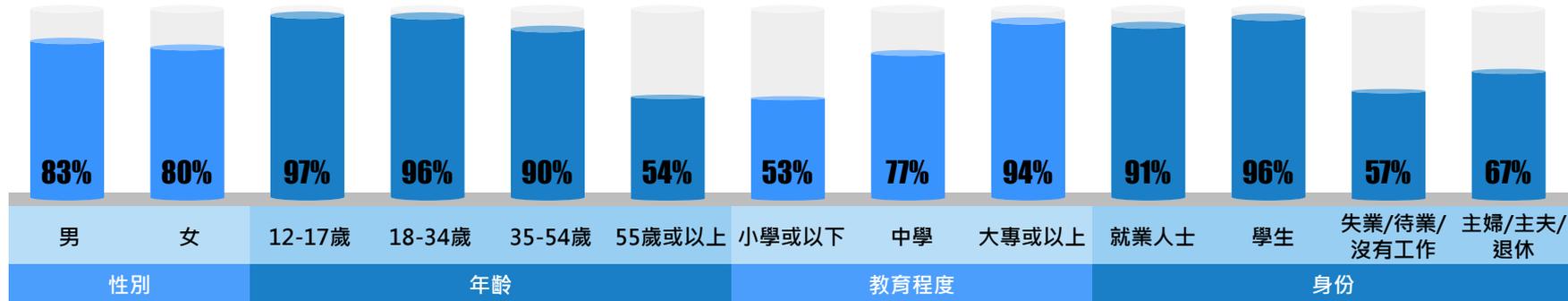


網上支付比率：80%

網民於網上支付的比率近年持續上升，八成的成年網民曾於網上支付
12歲或以上的網民中，81%於網上支付：年輕、高學歷、學生網上支付的比率較高



* 成年網民



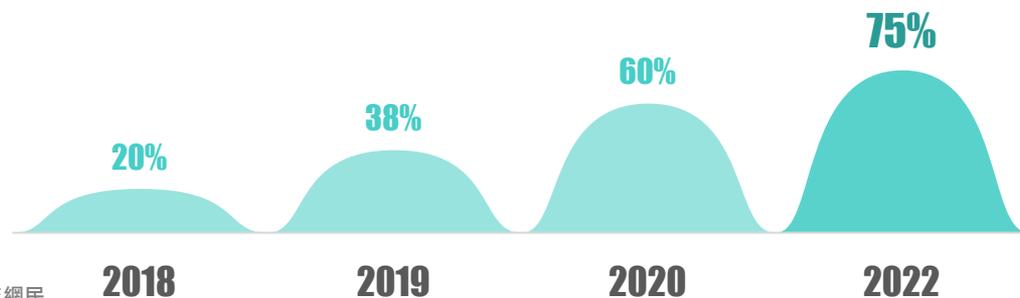
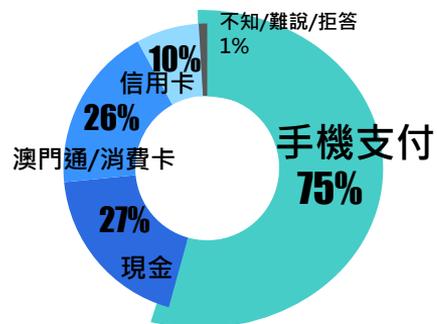
* 12歲或以上網民

手機支付比率：75%

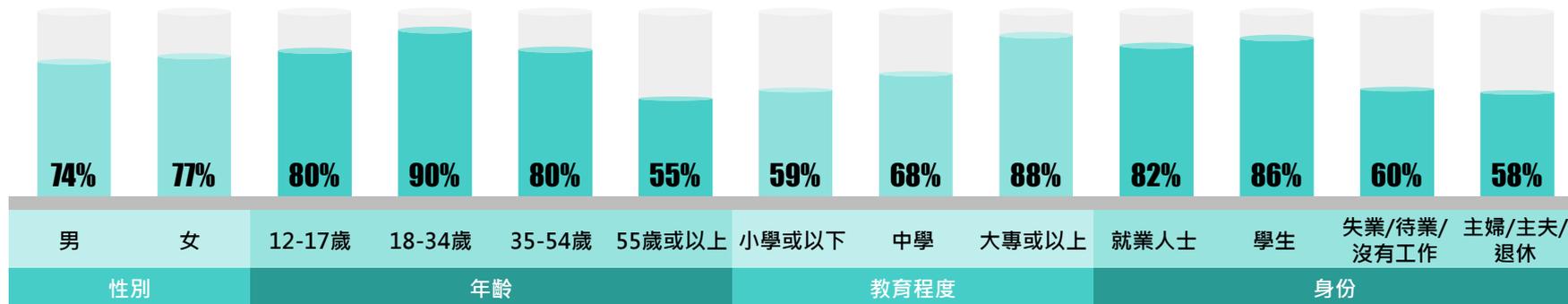
網民於實體店購物時主要使用手機支付(75%)，其次是現金(27%)

手機移動支付比率持續上升，七成半的成年網民使用

12歲或以上的網民中，75%使用手機支付：較年輕、高學歷、學生/就業人士的使用率較高



* 成年網民

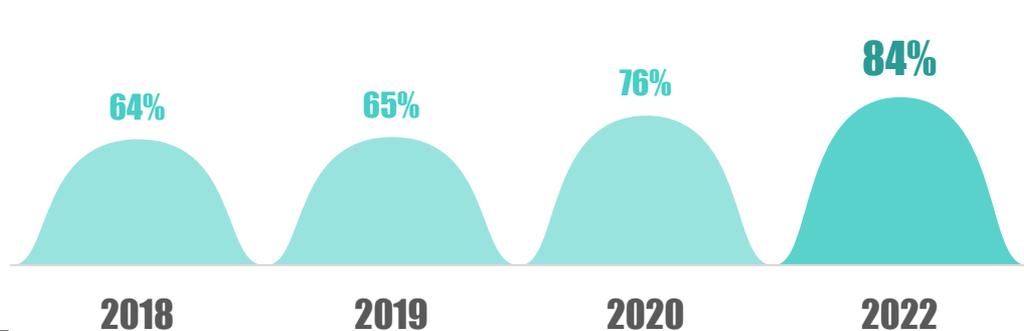


* 12歲或以上網民

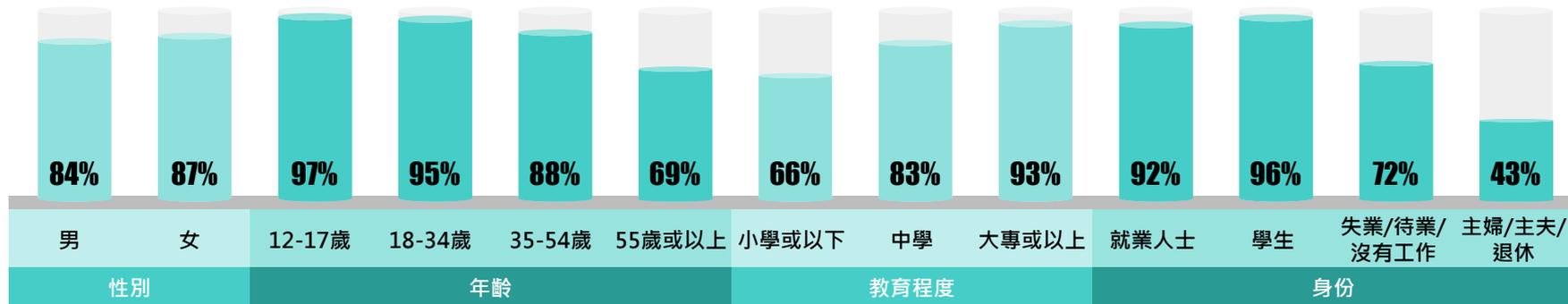
手機支付使用意願比率：84%

手機支付的使用意願持續上升，八成四成年網民願意使用手機支付

12歲或以上的網民中，85%願意使用手機支付：青年和中年、高學歷、學生、就業人士的使用意願較高



* 成年網民

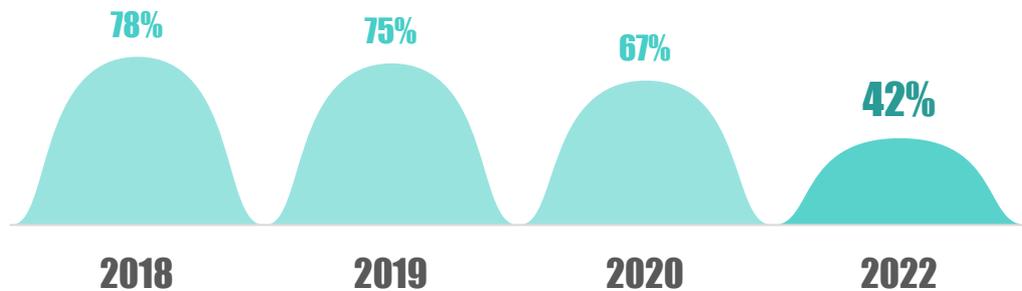


*12歲或以上網民

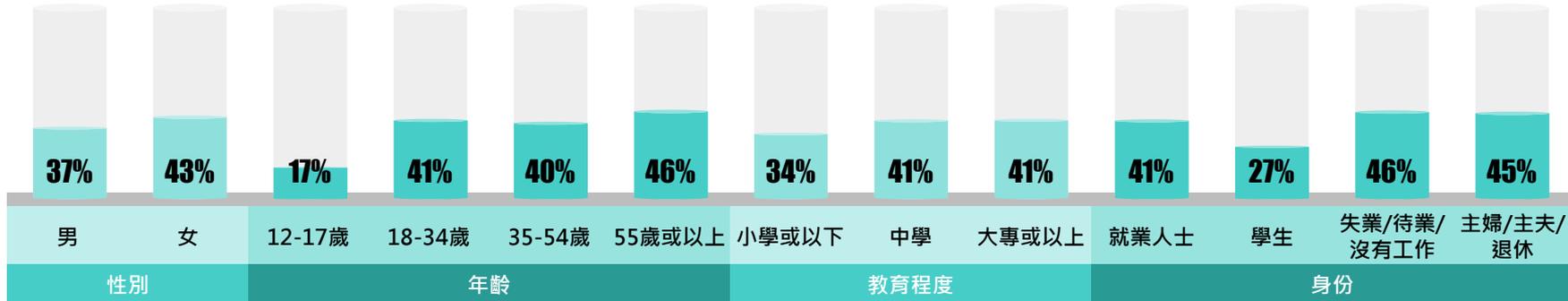
手機支付安全感受

四成二的成年網民表示擔心手機支付的安全問題，比率持續下降

12歲或以上的網民中40%擔心：女性、較年長、失業/待業/沒有工作的網民表示擔心的比率相對較高



* 成年網民



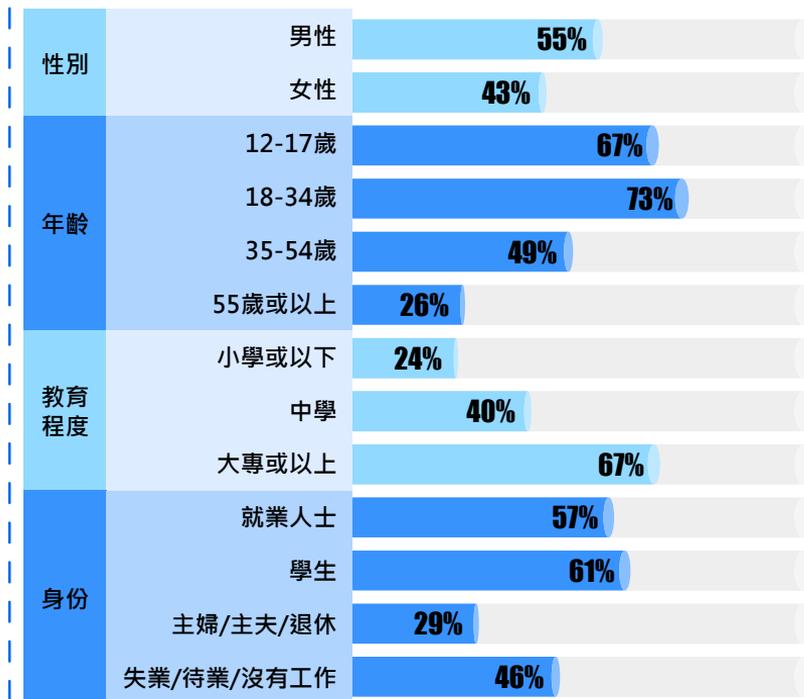
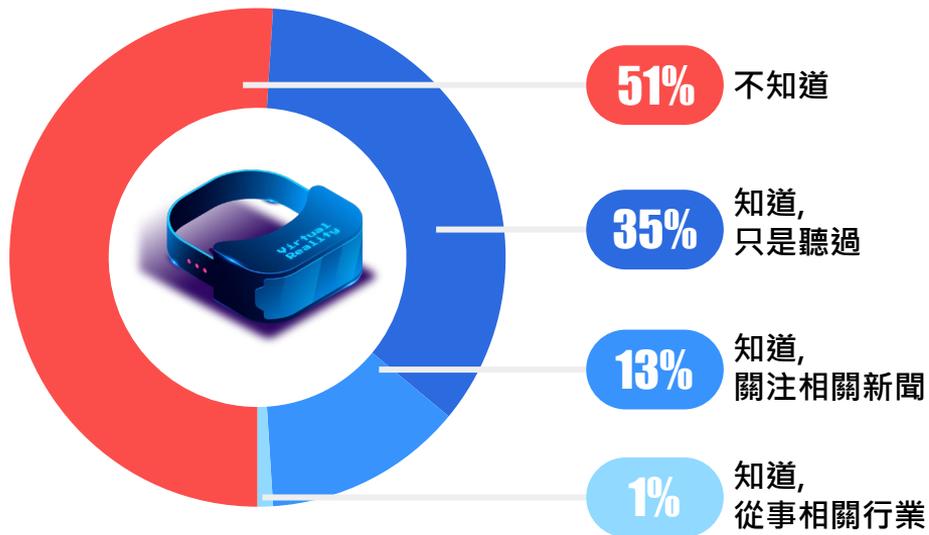
*12歲或以上網民

04 元宇宙



對「元宇宙」概念的認知度

近半居民表示聽過(35%)或關注相關新聞(13%)而知道「元宇宙」
男性、34歲或以下、高學歷、就業人士、學生對「元宇宙」概念表示知道的比率相對較高



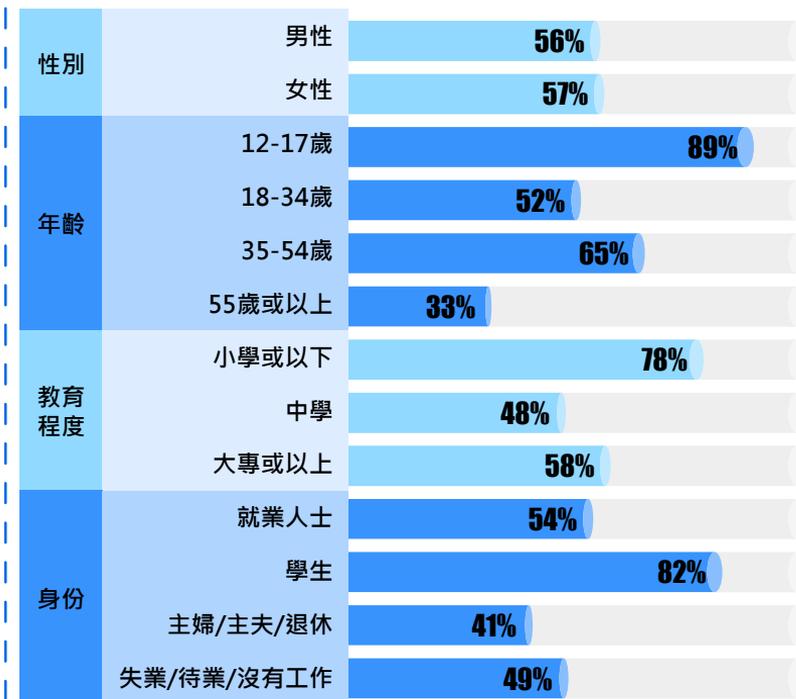
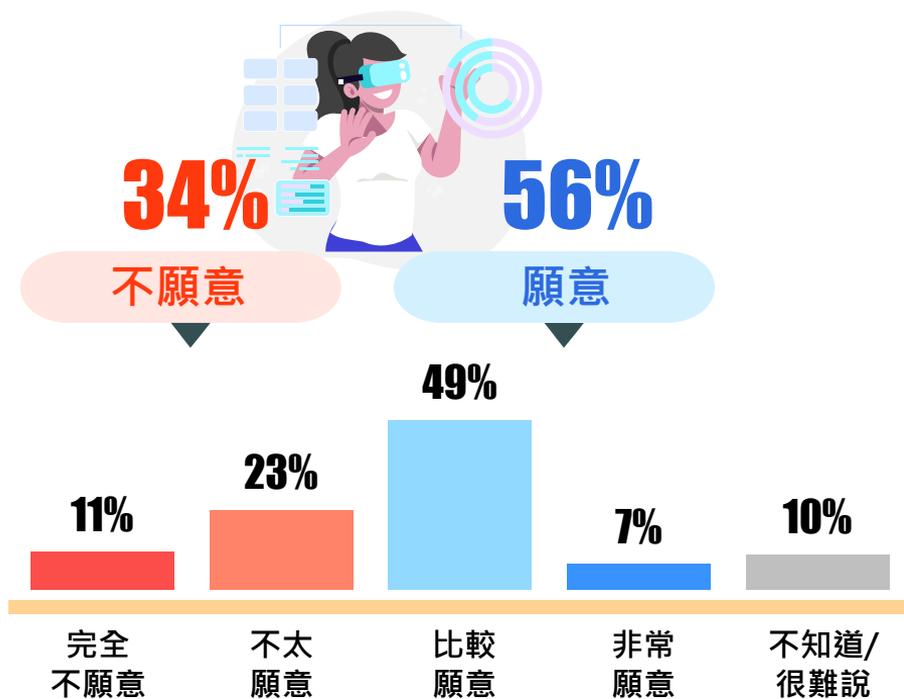
期望通過「元宇宙」實現的現實活動

知道「元宇宙」概念的居民中，希望通過「元宇宙」實現的現實活動主要為娛樂及社交
其次為教育、展覽、藝術等活動



使用「元宇宙」相關產品和服務的意願

知道「元宇宙」概念的居民中，超過一半表示願意使用「元宇宙」相關產品和服務，約三成不願意
12-17歲年青人、學生使用「元宇宙」相關產品和服務的意願相對較高



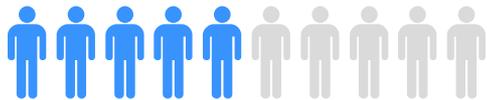
對澳門成功發展「元宇宙」相關產業信心

12歲或以上的居民對澳門成功發展「元宇宙」相關產業的信心程度評分為4.5分，最多居民評5.0分
12-17歲年青人、學生對澳門成功發展「元宇宙」相關產業的信心相對較高

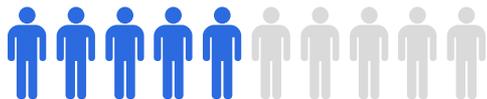
以0-10分計算，12歲或以上的居民
對澳門成功發展「元宇宙」相關產業的信心程度評分



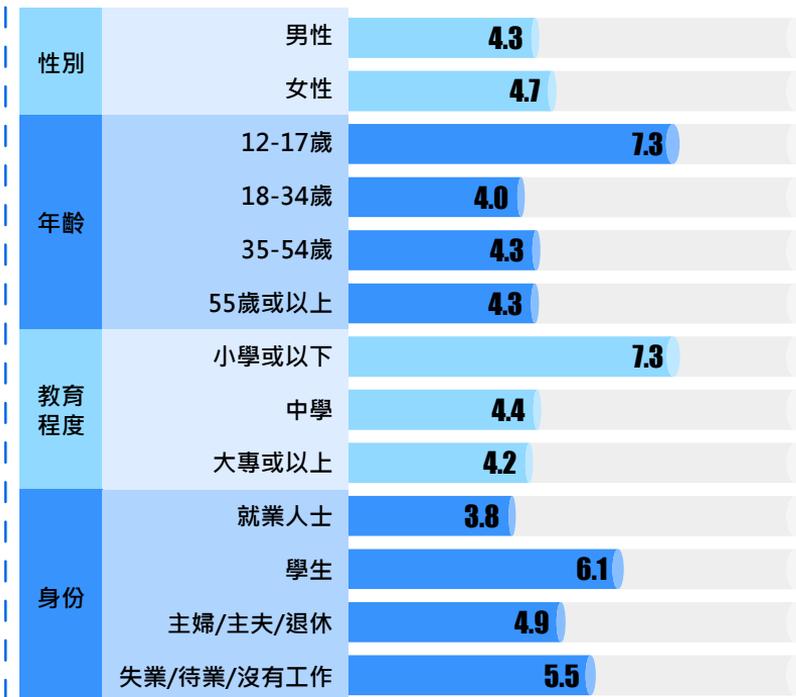
平均數 **4.5**分



中位數 **5.0**分



眾數 **5.0**分



05

總結及啟示



總結及啟示

1

銀髮族為新增網民主力軍，未成年人的網絡素養值得重點關注

澳門居民的上網率持續上升至九成三，手機上網率接近上網率，不同人口特徵的居民上網率均在持續上升，銀髮族為新增網民主力軍，未來需要持續打造適老化的互聯網環境，幫助長者增進數碼技能，以提高他們的生活質量。

消閒娛樂為網民的最主要上網目的，各類上網活動中，網民在網上瀏覽視頻或影片、網上聽歌的比率最高，未成年網民在網上的活動亦集中於與消閒娛樂相關，未來需要關注未成年人的網絡素養培養。

2

重視網絡民意，助力科學施政、商業決策和危機管理

網民幾乎全部都使用社交媒體，社交媒體已成公眾意見發表的重要平台，政府及企業宜重視網絡民意，通過科學的方法及時掌握民情及商情，既有助於聽取更廣泛的意見以實現科學施政及進行危機管理，亦有助於作出適當的商業決策，在面對企業營運和品牌危機時作出有效管理。



3

疫情加速線下服務轉向線上，視像會議助力線上辦公及教育

網民移動化上網趨勢明顯，幾乎所有網民均通過手機上網，網民每日上網的時間持續增多，且上網較過往更不易受時間和地點的限制，疫情期間各類線下服務加快轉向線上，視像會議得到廣泛應用，電子政務的使用率亦不斷上升。社會和政府部門宜加速線上服務發展，增加服務使用的便利水平，加強與服務使用者的互動，進一步提升用戶使用體驗。學校和教育機構可考慮靈活應用互聯網工具，部分課程實行線下+線上的混合模式，通過智能化教學提高教學效率，讓學生獲得更便捷、更優質的學習體驗。

4

網購成疫後新常態，宜重視並推動本地企業在電商中的優勢發展

網民的網上購物率持續上升突破七成，淘寶為網民最主要的網購平台，持續數年的疫情讓部分居民減少了線下社交和消費，或一定程度導致網購比率上升。網上支付率和手機支付率持續上升，分別達八成和七成五，手機支付已成為網民在實體店購物的最主要支付方式，且網民對手機支付的使用意願持續上升，安全擔憂則漸降。商界宜調整營商策略，發展線上業務和加強數碼化營銷，政府宜重視推動本地企業在電商中的優勢發展，引入數據管理思維，例如對企業內部和外部數據進行數據挖掘及顧客分析，幫助本地企業提升競爭力。

5

「元宇宙」認知有待提升，智慧城市建設需持續優化

「元宇宙」是世界科技未來發展的潮流與重點方向之一，目前居民對「元宇宙」的認知仍較低，娛樂及社交為居民對「元宇宙」的主要應用期待，年青人及學生群體對「元宇宙」相關產品和服務的嘗鮮意願較高，政府未來若考慮推動「元宇宙」產業發展，則需要在社會認知和商業應用方面，作出更大的推廣，創造本地企業參與的機會，帶動澳門經濟發展；並持續優化智慧城市的基礎設施建設，進一步推動數字經濟發展。



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
致力於互聯網研究及推動研究成功普及化
www.macaointernetproject.net