第二十三次
澳門居民互聯網使用
年度調查報告

澳門互聯網研究學會

2025年6月25日

發佈單位：

支持單位：

©2025 澳門互聯網研究學會

「澳門互聯網研究計劃」第23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2025年3-4月進行，成功訪問了1,213名6-84歲的澳門居民。
- 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2025年的調查結果。

調查時期

2025年
3-4月

樣本量

1,213

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)：38.0%
合作率(AAPOR-CR3)：80.0%
95%信心水準下的抽樣誤差：±2.87%

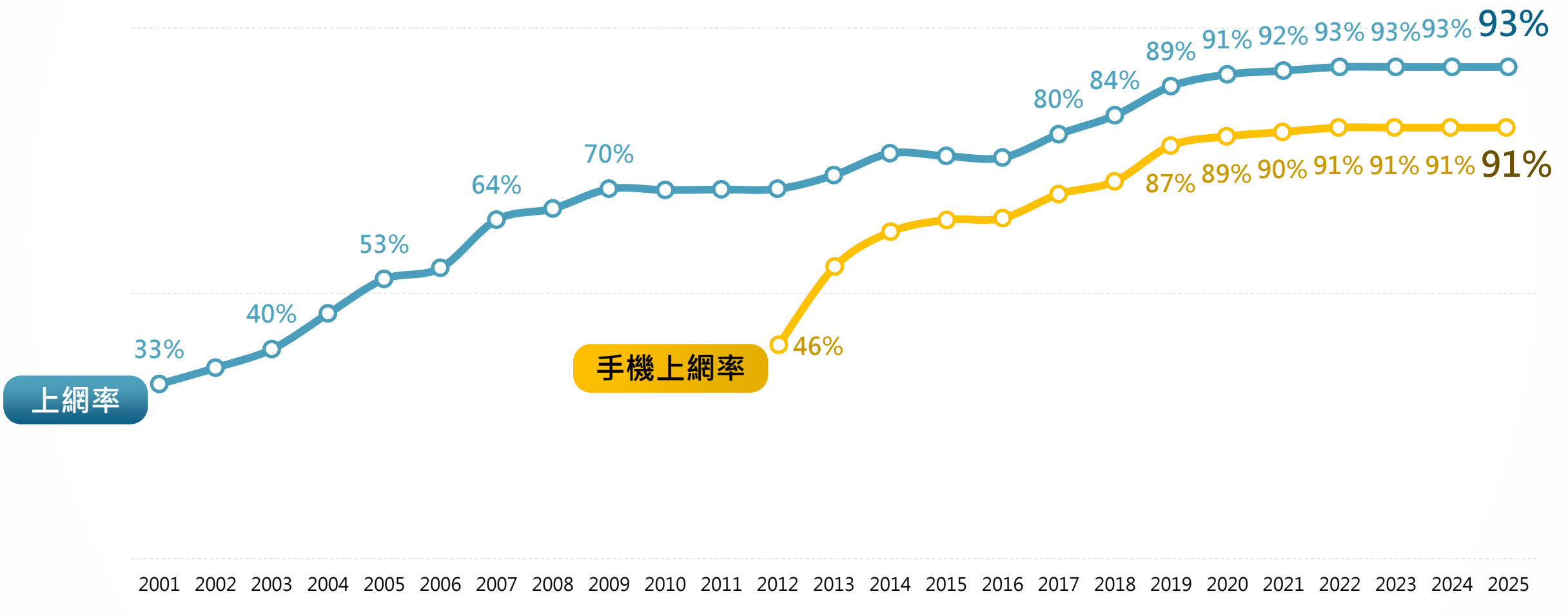
如需引用本報告之調研結果，請按以下方式作註明：
澳門互聯網研究學會(2025)。《 澳門居民互聯網使用趨勢報告2025》。澳門：澳門互聯網研究學會。

1

互聯網使用

上網率：93%

上網率維持九成三高位，手機上網率接近上網率



* 6-84歲居民

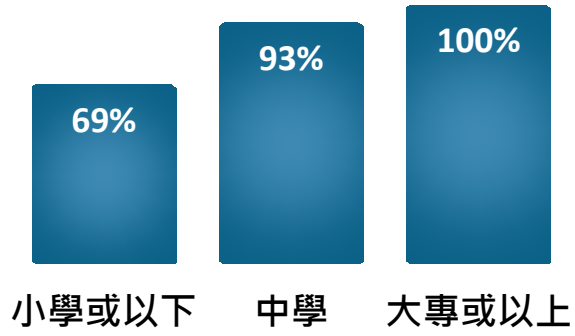
©2025 澳門互聯網研究學會

上網率：93%

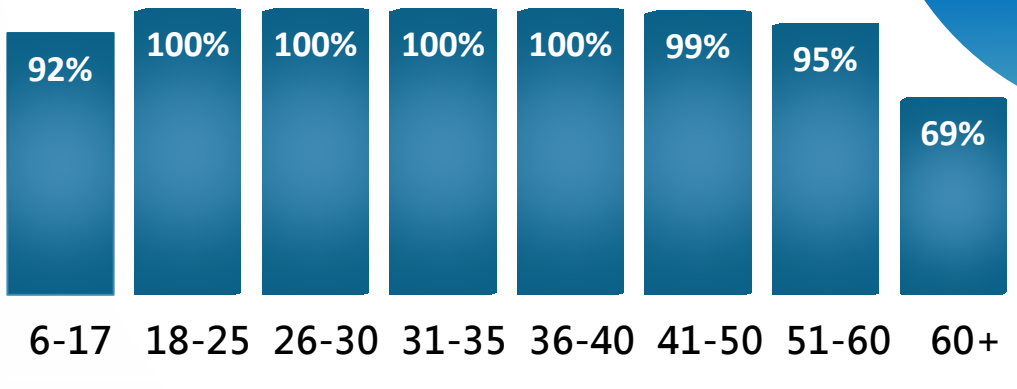
50歲或以下的成年人、高學歷者及就業人士接近全員上網

性別

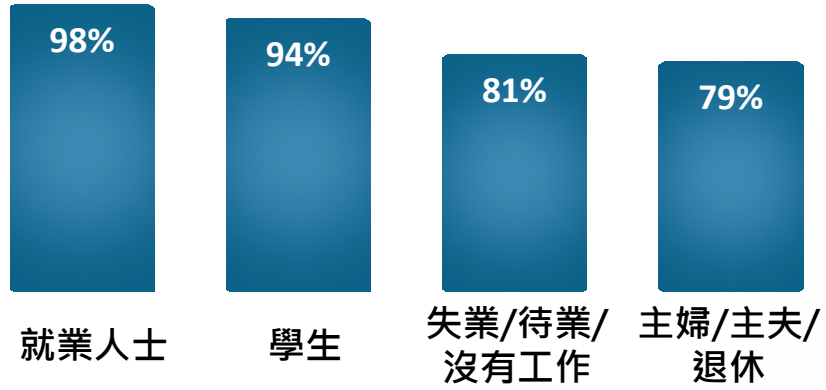
教育程度



年齡



身份

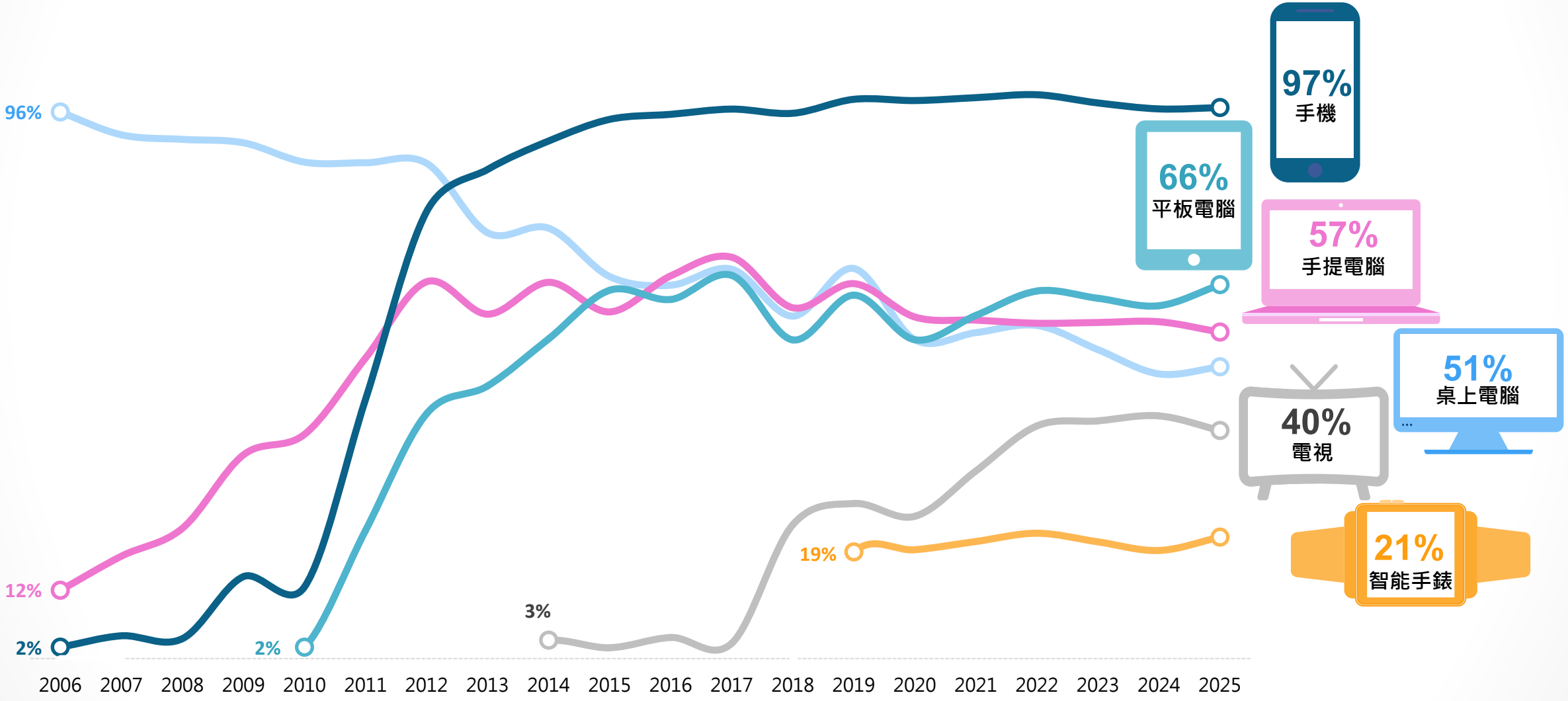


* 6-84歲居民

©2025 澳門互聯網研究學會

上網設備

手機為網民最主要的上網設備，移動化上網趨勢明顯

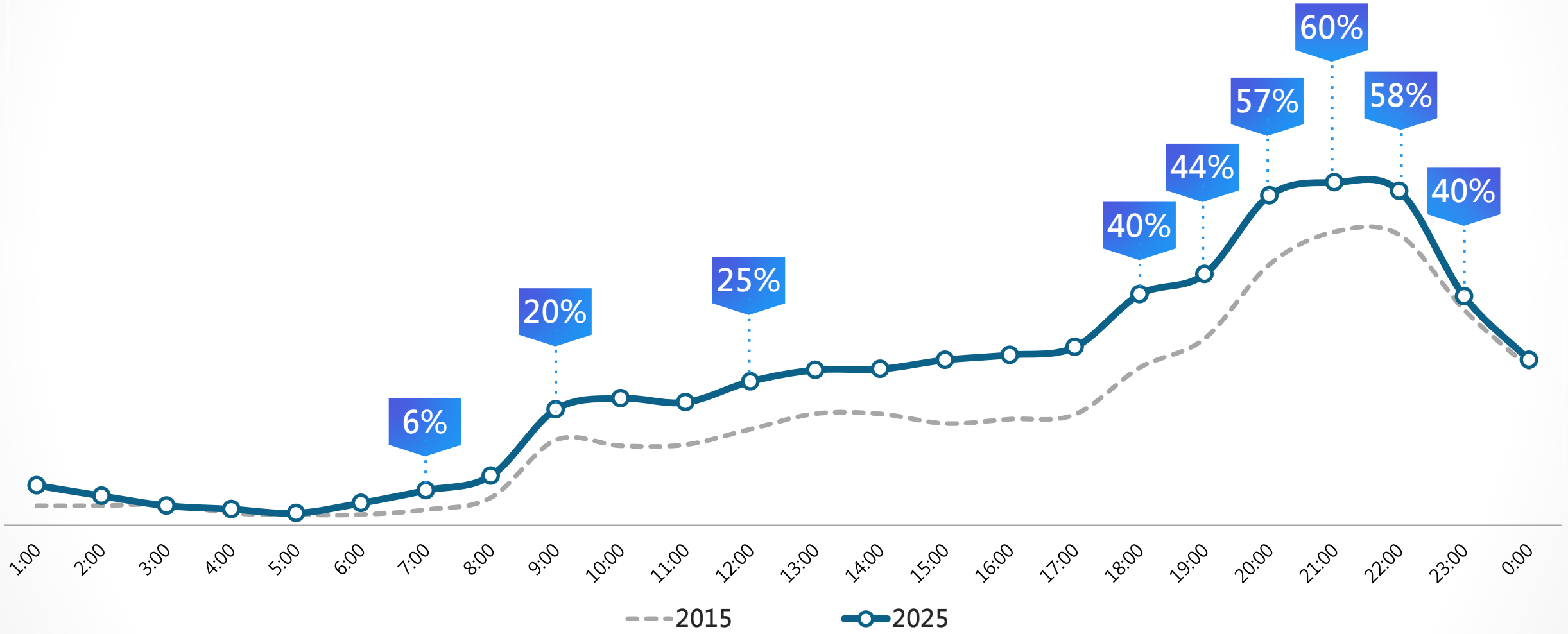


* 6-84歲網民

©2025 澳門互聯網研究學會

上網時間

各時段上網率較十年前上升，晚上9時前後為上網高峰期

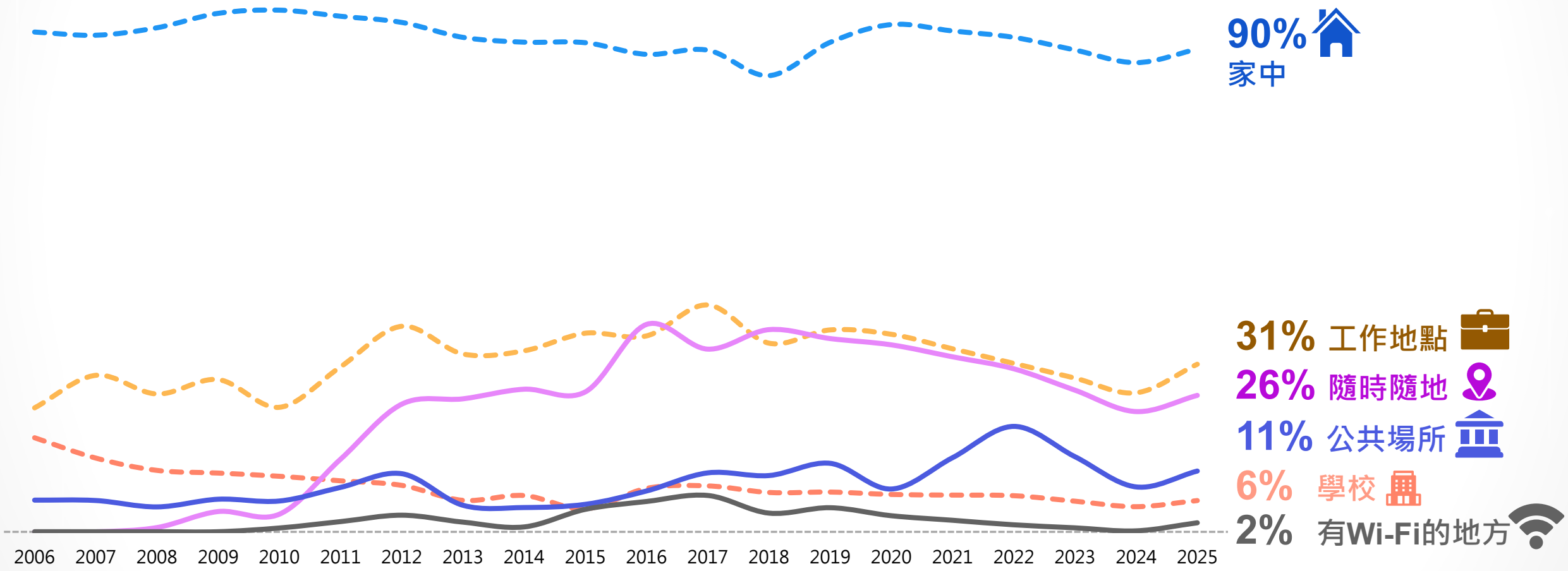


* 6-84歲居民

©2025 澳門互聯網研究學會

上網地點

網民的上網地點多元，包括家中、工作地點、隨時隨地、公共場所、學校或有Wi-Fi的地方



* 6-84歲居民

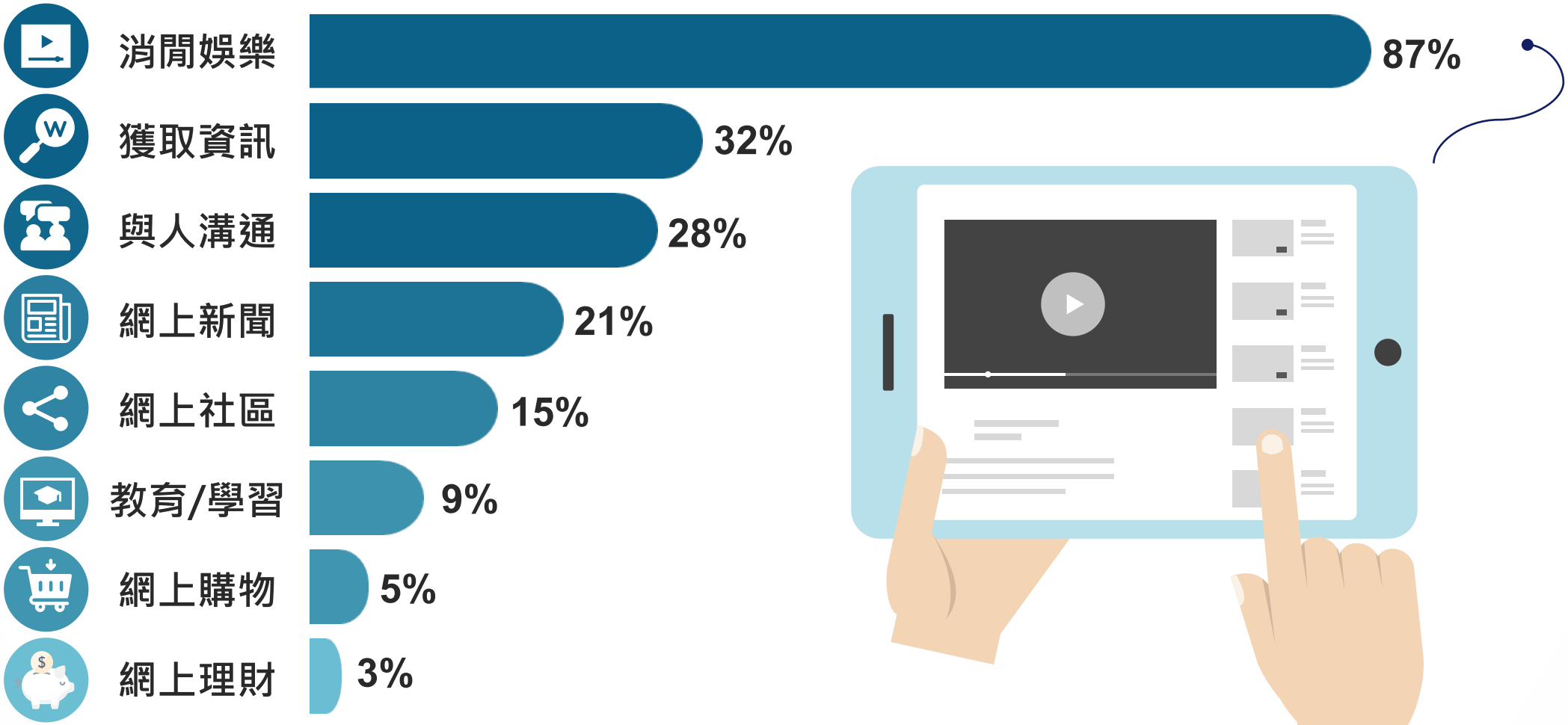
©2025 澳門互聯網研究學會

2

網上活動

上網目的

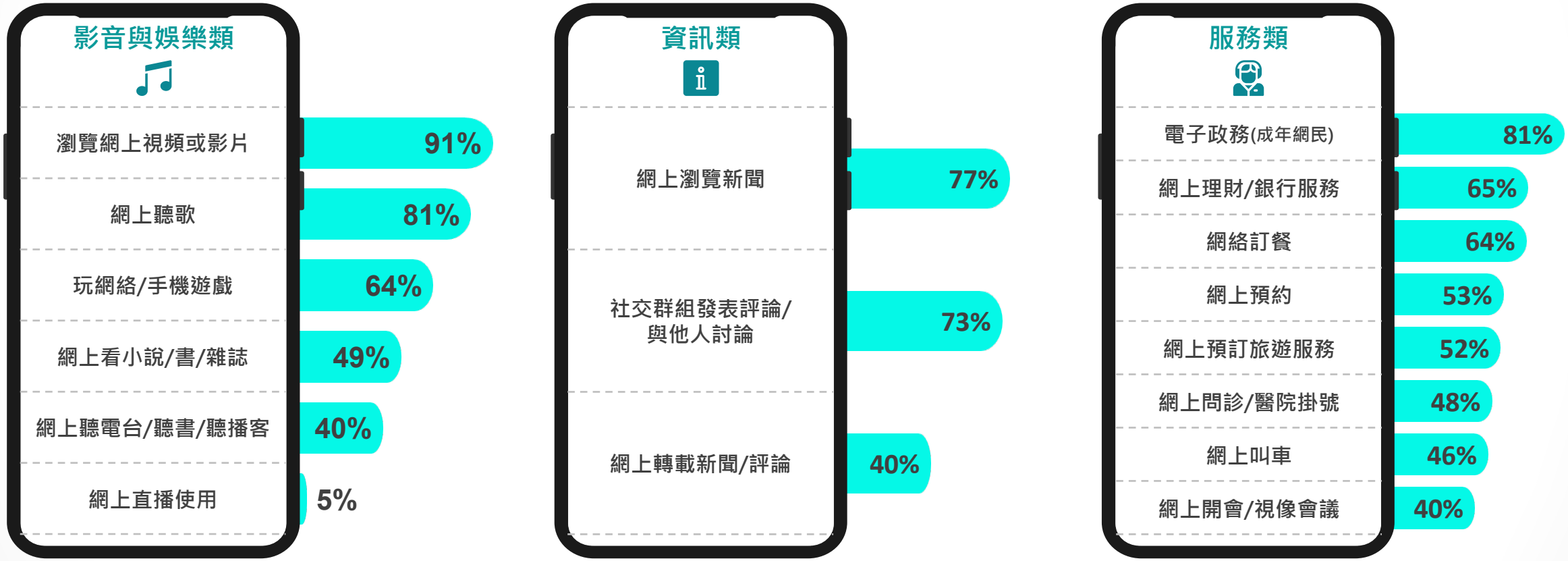
消閒娛樂是網民最主要的上網目的



* 6-84歲網民

網上活動

網民最多在網上瀏覽視頻或影片，各類生活服務逐步轉向線上

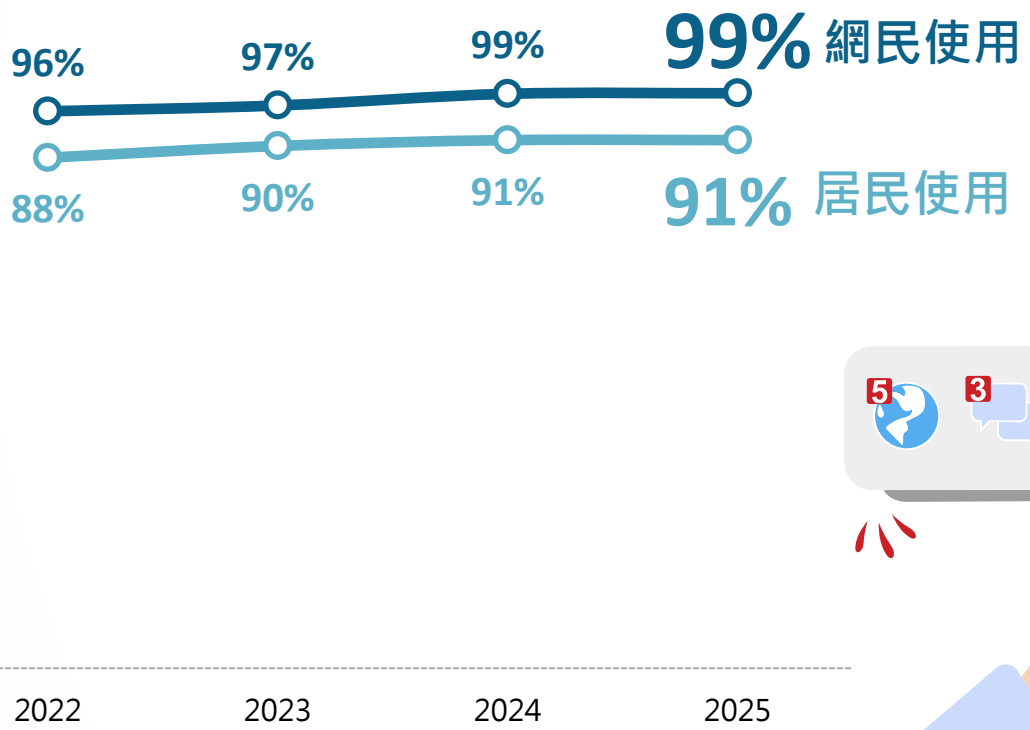


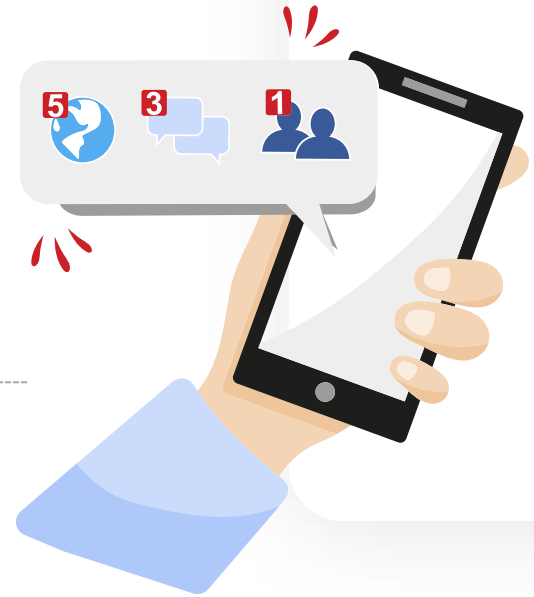
* 6-84歲網民

©2025 澳門互聯網研究學會

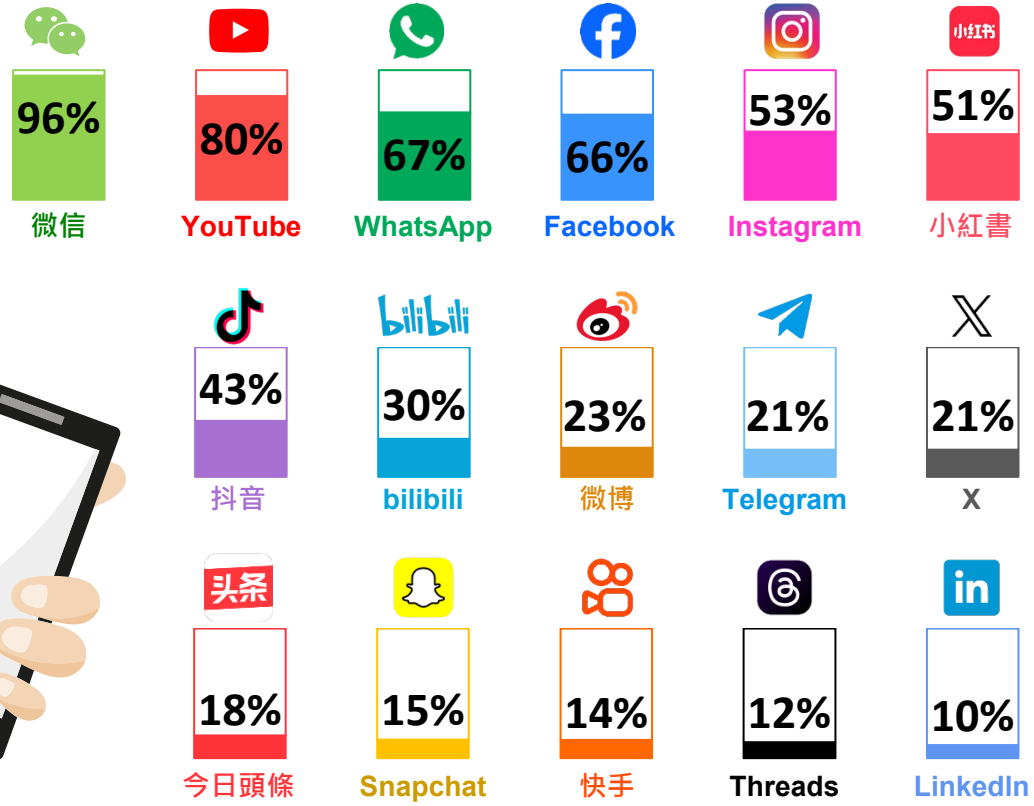
社交媒體

社交媒體應用呈多元化
微信接近全民使用、小紅書和Bilibili近年的使用率持續上升





網民各社交媒體平台使用率



* 6-84歲網民，微信、WhatsApp為6-84歲手機網民

社交媒體

未成年網民較多使用YouTube
女性網民較多使用小紅書
年青、高學歷人群偏好Instagram、抖音、Bilibili、Threads及Telegram等新興平台

	微信	YouTube	WhatsApp	Facebook	Instagram	小紅書	抖音	bilibili	微博	Telegram	X	今日頭條	Snapchat	快手	Threads	LinkedIn
網民使用率	96%	80%	67%	66%	53%	51%	43%	30%	23%	21%	21%	18%	15%	14%	12%	10%
男性	96%	83%	65%	67%	51%	43%	47%	30%	19%	26%	27%	18%	14%	16%	13%	11%
女性	95%	77%	70%	65%	54%	57%	40%	29%	26%	17%	16%	17%	15%	12%	12%	9%
6-17歲	91%	91%	36%	21%	43%	41%	35%	33%	14%	5%	10%	2%	9%	18%	6%	2%
18-34歲	96%	94%	77%	91%	85%	64%	44%	62%	36%	33%	47%	18%	29%	15%	22%	20%
35-54歲	98%	86%	82%	82%	59%	60%	51%	23%	24%	28%	19%	23%	13%	19%	13%	11%
55歲或以上	95%	54%	54%	46%	19%	32%	37%	5%	13%	10%	5%	19%	5%	6%	5%	5%
小學或以下	90%	60%	21%	15%	16%	26%	33%	12%	8%	1%	3%	4%	3%	11%	3%	1%
中學	97%	74%	62%	60%	47%	45%	49%	21%	17%	13%	14%	18%	15%	16%	9%	5%
大專或以上	97%	91%	86%	89%	70%	64%	43%	42%	32%	35%	33%	22%	18%	15%	18%	17%

* 6-84歲網民，微信、WhatsApp為6-84歲手機網民

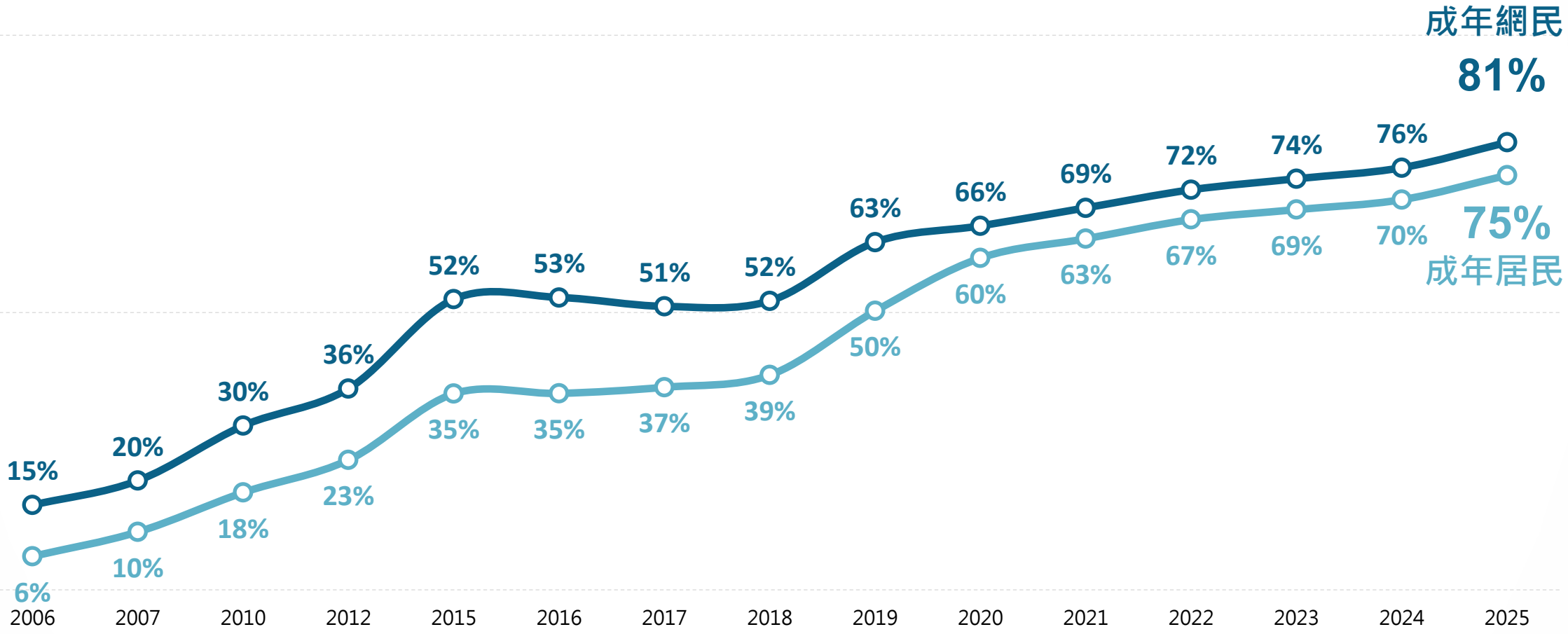
©2025 澳門互聯網研究學會

3

網上購物及支付

網上購物：81%(成年網民)

網上購物比率持續上升，八成一成年網民於網上購物



* 成年網民

©2025 澳門互聯網研究學會

網上購物

網購的網民每月網購金額佔總支出一成三，護膚/日用品/保健品/化妝品為最常購買物品

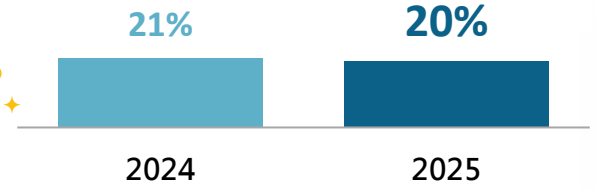
* 6-84歲有網購的網民

©2025 澳門互聯網研究學會

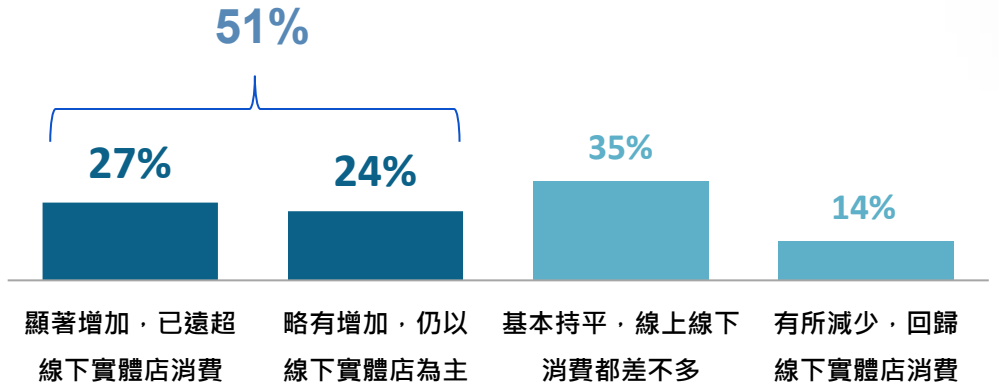
網上購物

兩成網購者透過直播購物，五成一近三年網購頻率增加
兩成一的網民表示自己在網購時易產生即興消費

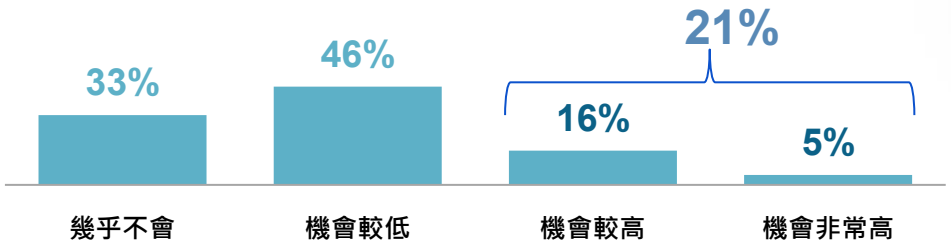
網購的網民透過直播購物的比率



近三年實體店與網購頻率變化



在網購時產生即興消費的可能性

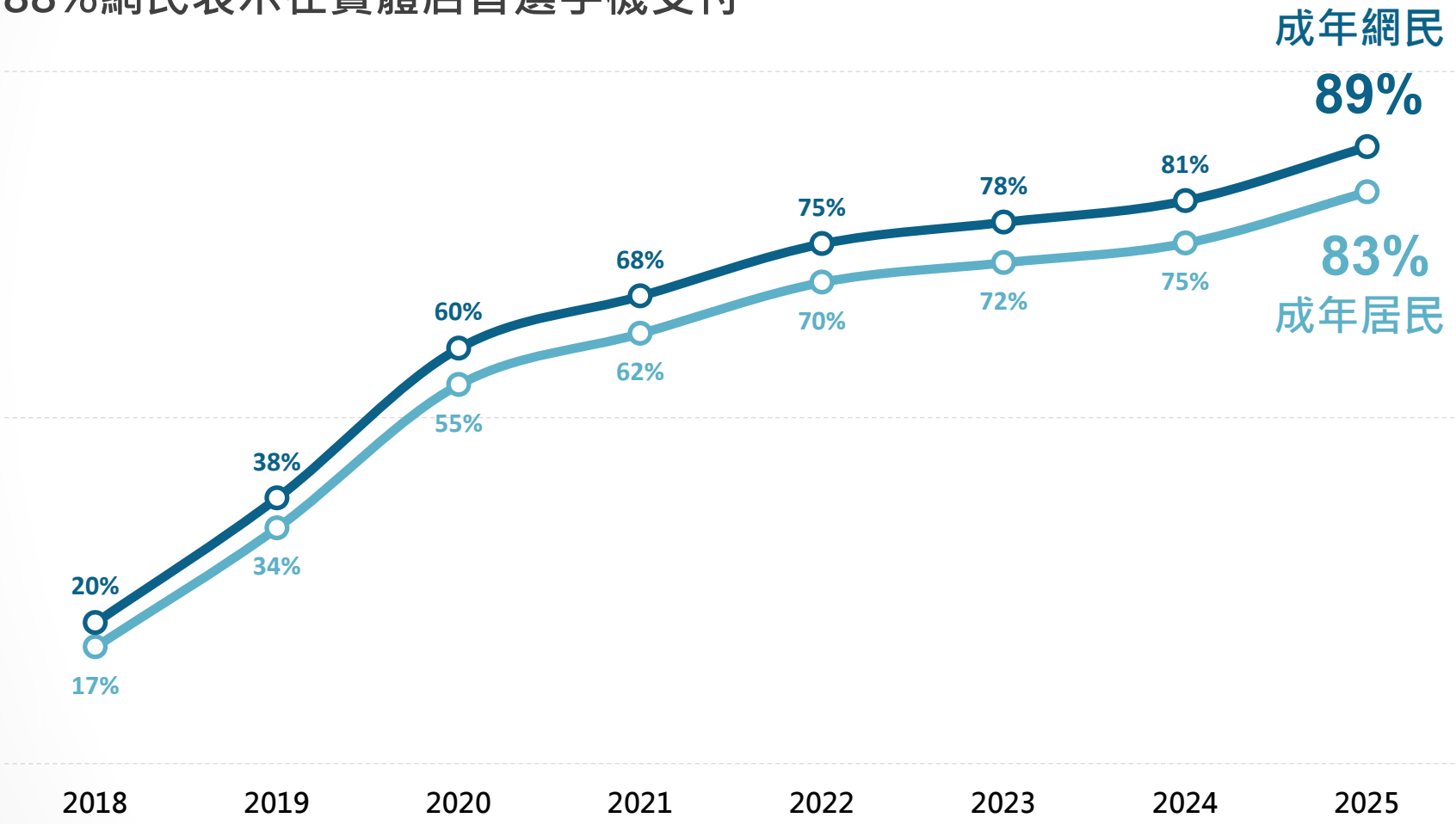


* 6-84歲有網購的網民

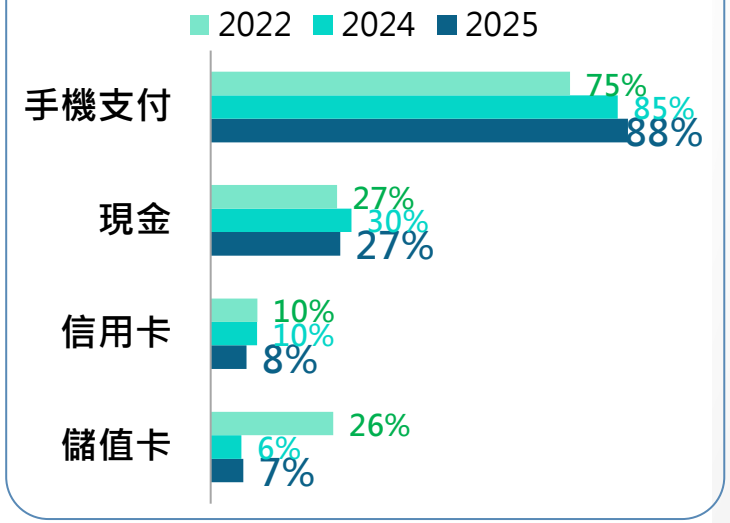
©2025 澳門互聯網研究學會

手機支付：89%(成年網民)

手機支付越趨普及，八成九成年網民使用手機支付
88%網民表示在實體店首選手機支付



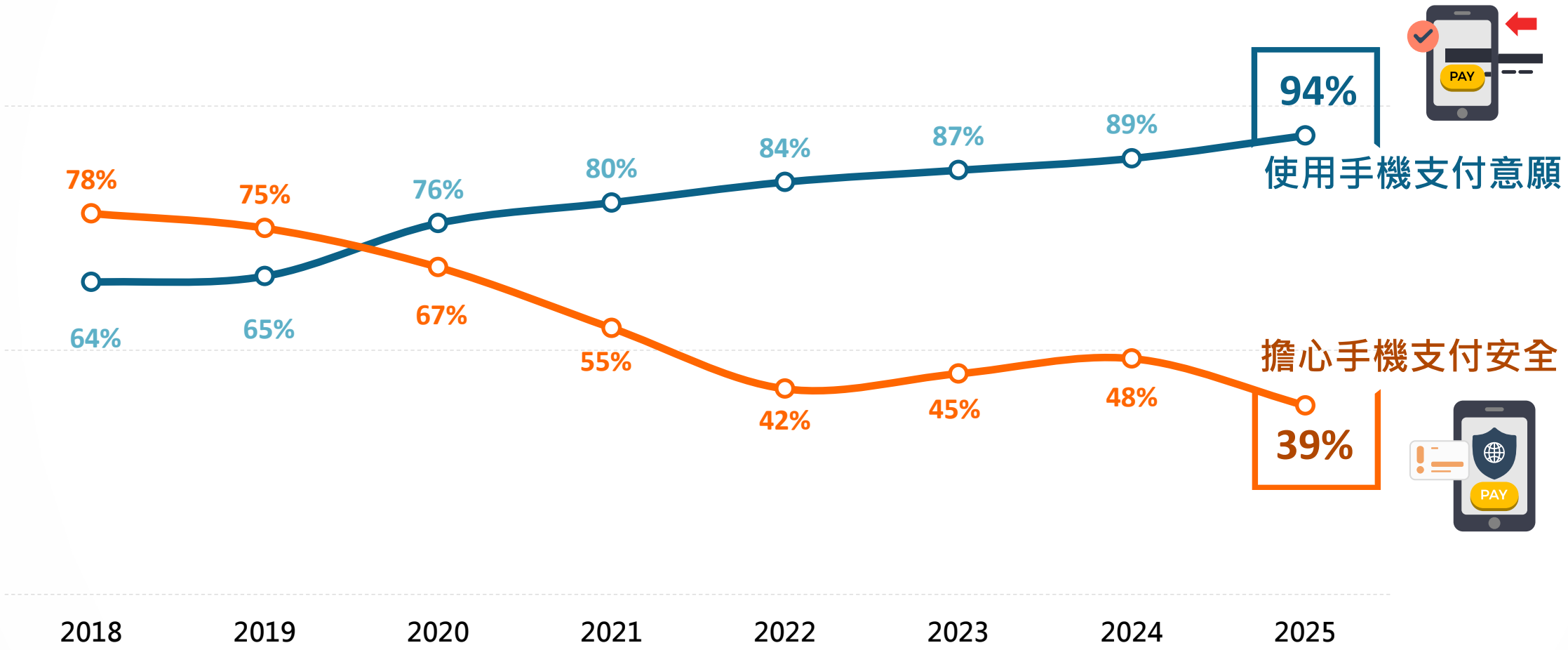
在實體店購物的網民：實體店購物主要的支付方式



* 成年網民

手機支付：89%(成年網民)

手機支付使用意願持續上升，擔心手機支付安全的比率持續下降



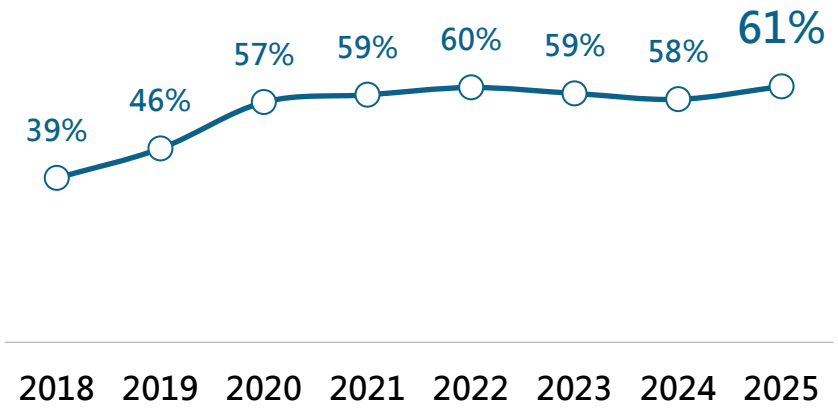
* 成年網民

©2025 澳門互聯網研究學會

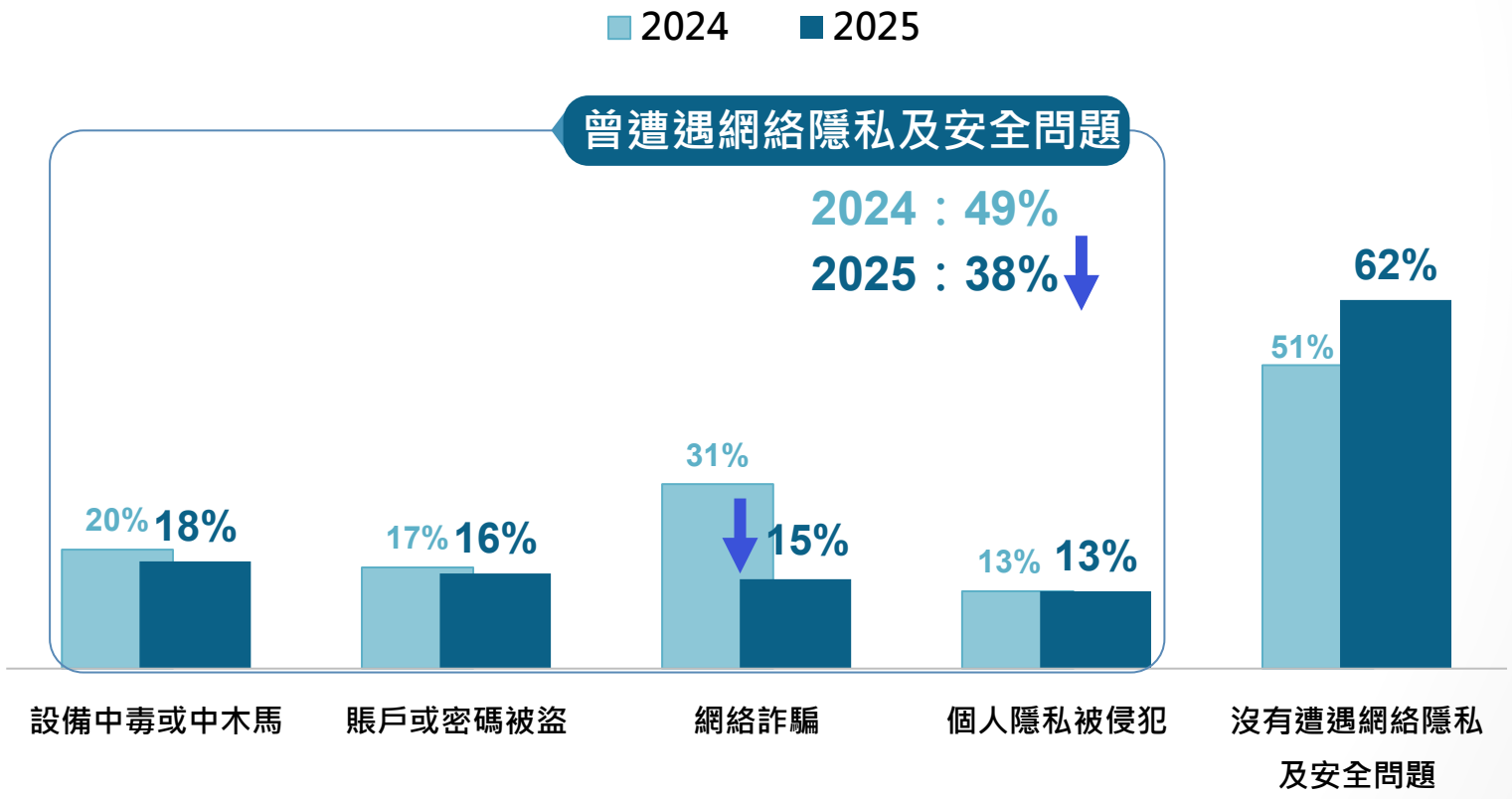
網絡隱私與安全

評價現狀安全比率提升，遭遇相關問題比率下降

網民認為本澳網絡隱私現狀安全的比率



網民遭遇網絡隱私及安全問題的情況



* 6-84歲網民

©2025 澳門互聯網研究學會

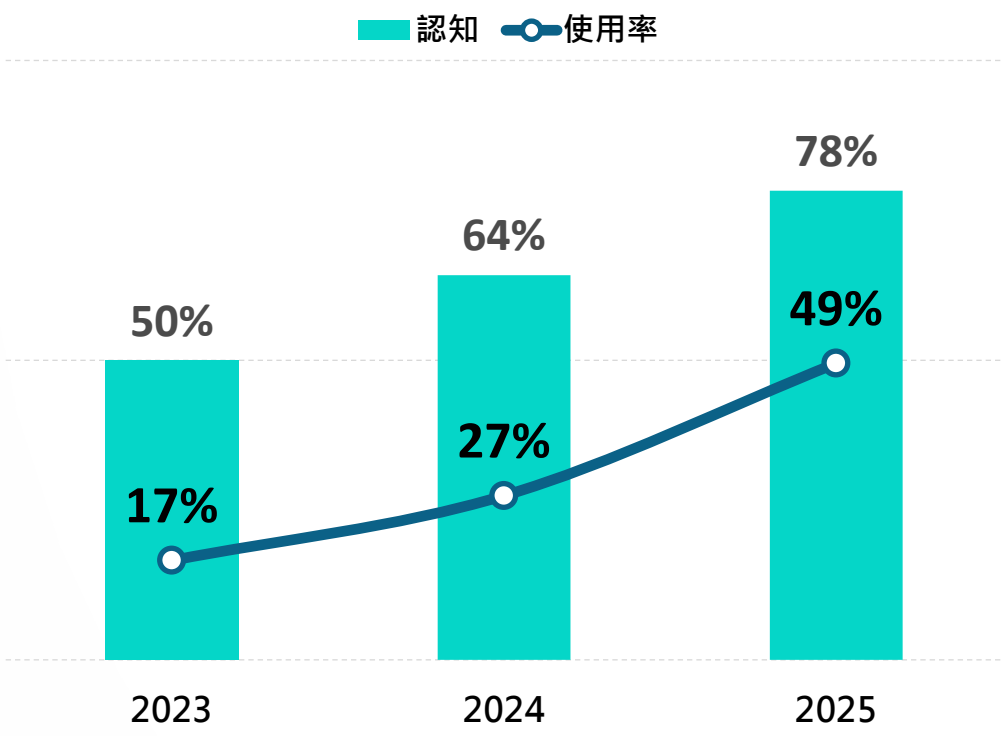
4

對「生成式AI」的認知與期待

生成式AI

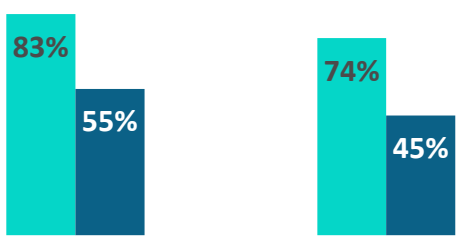
認知率與使用率均大幅上升，年青、高學歷者、就業及學生群體使用率高

網民對「生成式AI」的認知及使用率

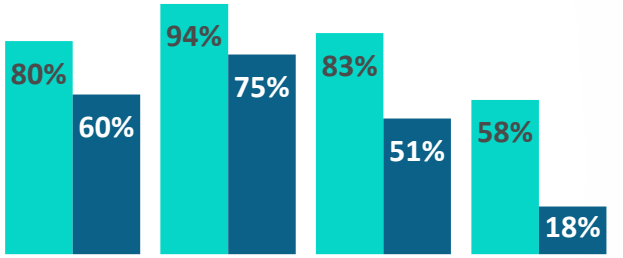


認知度　使用率

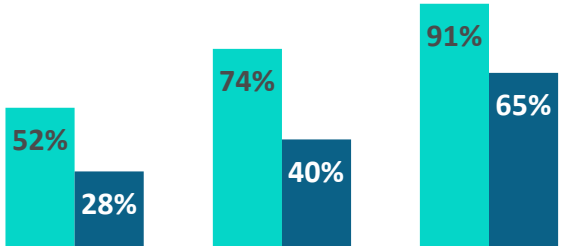
性別



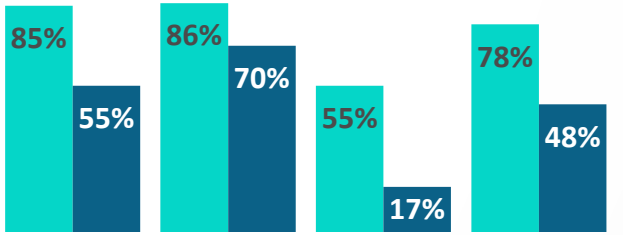
年齡



教育程度



身份



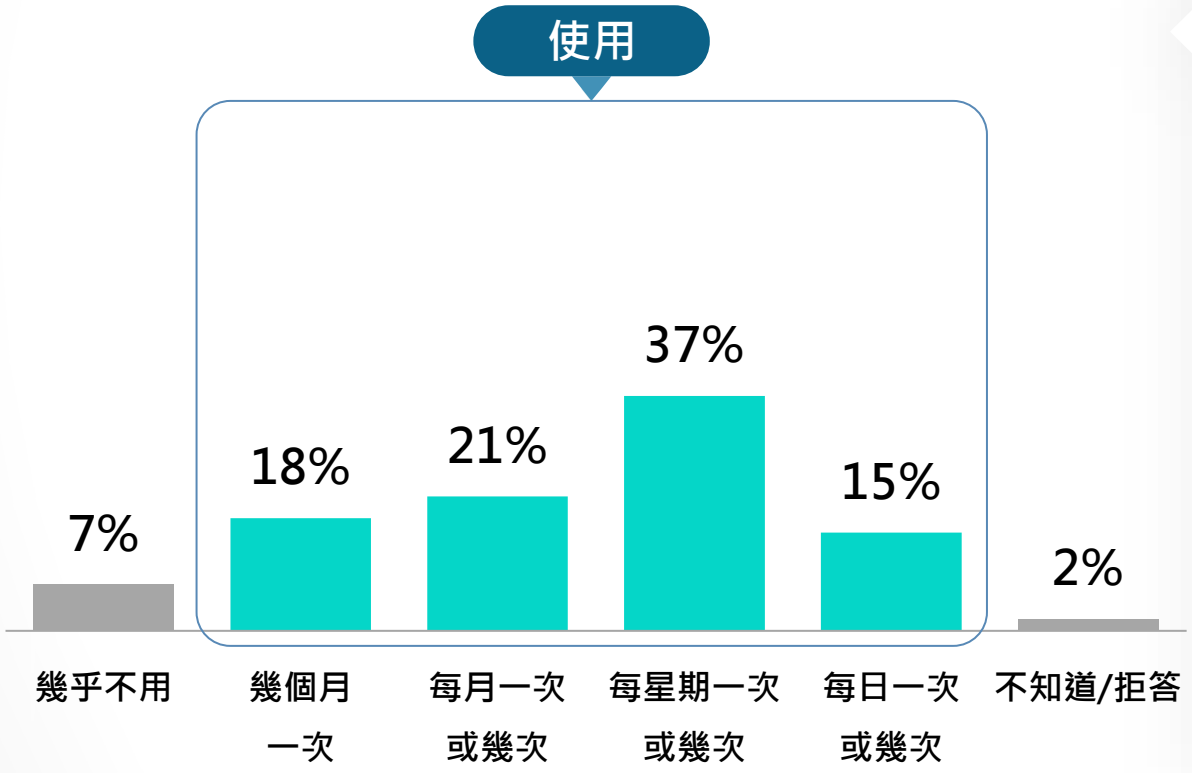
* 6-84歲網民

©2025 澳門互聯網研究學會

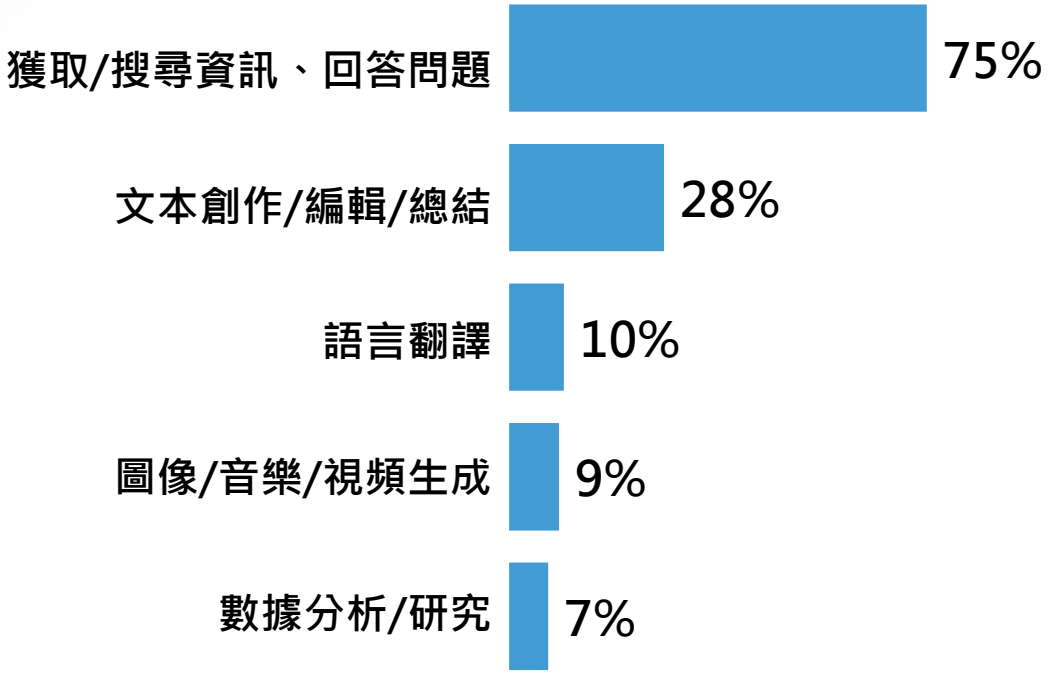
生成式AI

使用頻率多為每星期一次或幾次，最多使用AI以獲取/搜尋資訊、回答問題

使用「生成式AI」的頻率



使用「生成式AI」的網民：主要使用的功能(前五位)



* 6-84歲網民

©2025 澳門互聯網研究學會

生成式AI

DeepSeek為最常使用的AI產品

13%

豆包

47%

ChatGPT

67%

DeepSeek

20%

POE

7%

Kimi

* 6-84歲網民

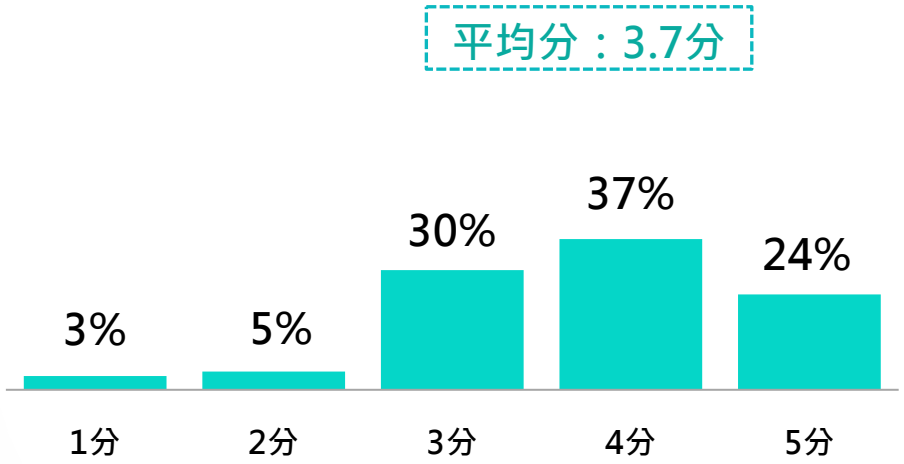
©2025 澳門互聯網研究學會

生成式AI

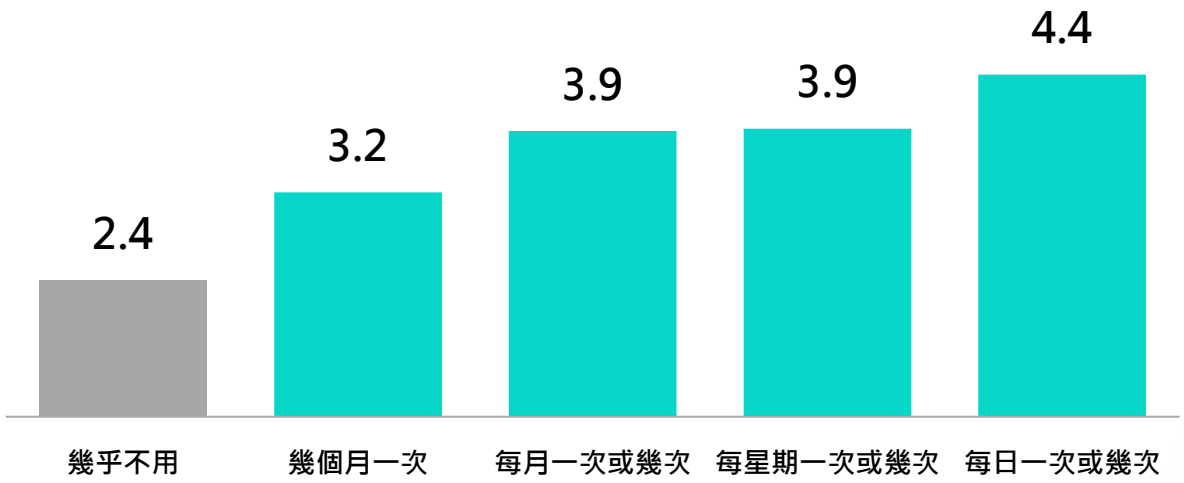
較多認為對學習/工作有幫助，使用越頻繁評價越高

使用「生成式AI」的網民：「生成式AI」對學習/工作的幫助程度評價

以1-5分計算，分數越高代表幫助程度評價越高



不同「生成式AI」使用頻率的網民：評價「生成式AI」對學習/工作的幫助程度

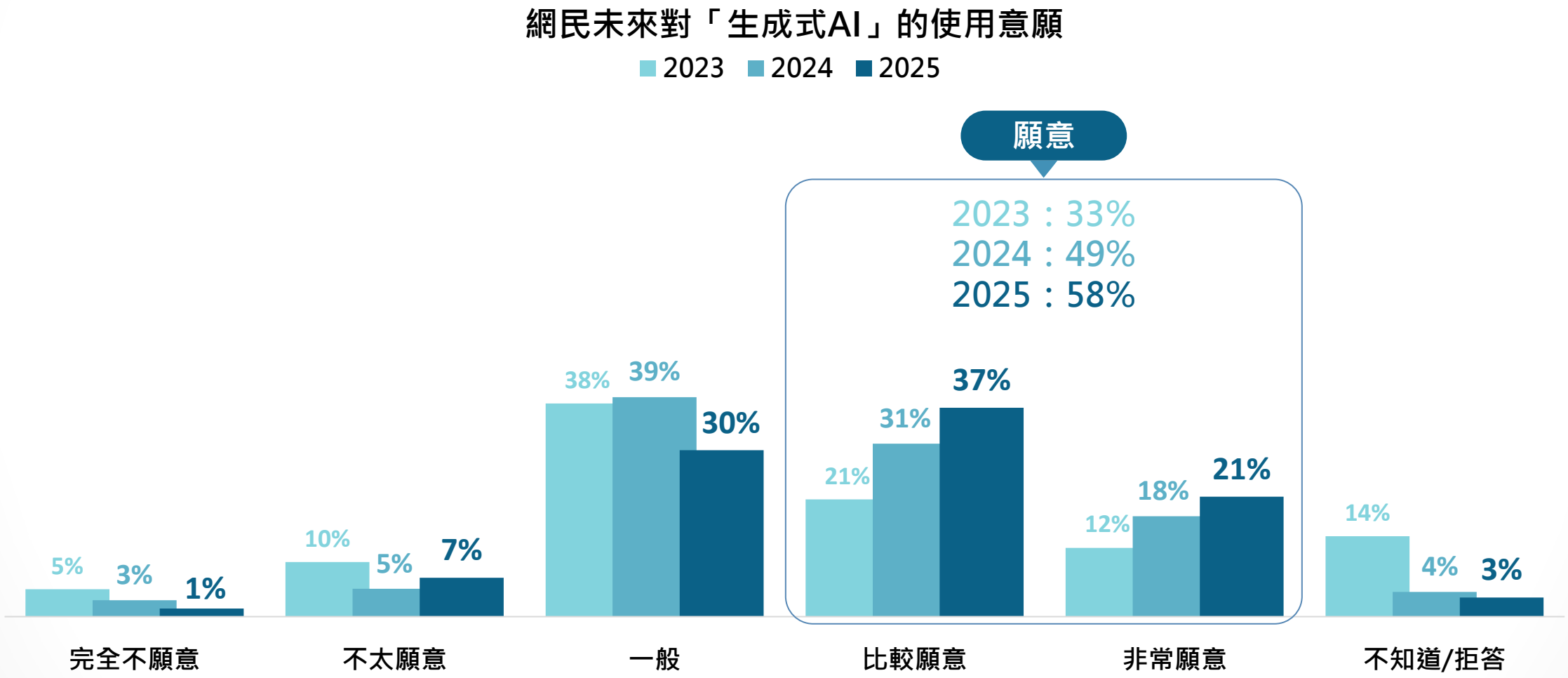


* 6-84歲網民

©2025 澳門互聯網研究學會

生成式AI

使用意願持續上升，近六成未來願意使用



* 6-84歲網民

5

總結及啟示

總結及啟示

1. 上網率維持九成三高位，
遭遇網絡安全相關問題比率下降

強化數字包容環境，關注青少年網絡素養培養
加強網絡安全教育，構建網絡安全防護體系

2. 社交媒體應用呈多元化，
性別/年齡/學歷影響社交媒體使用偏好

深化社交智能應用，制定差異化內容傳播方案
善用社交媒體作為流量入口，提升公共服務效能

3. 網購及手機支付持續普及，
民生服務持續轉向線上

推動線上線下服務深度融合，持續提升服務品質
持續創新商業模式，將數據洞察轉化為精準營銷

4. 「生成式AI」快速普及，
使用體驗驅動持續應用

「生成式AI」推動數字經濟發展，
協作營造AI落地應用環境

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
Macao Association for Internet Research

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