

音樂人人愛！

世代音樂生活大解析

E-Newsletter | Aug. 2019

GO SURVEY
市場研究顧問

鼎鼎聯合行銷股份有限公司

顧客經營業務部 / 顧客洞察分析暨市調處



HAPPYGO

現代人的生活與音樂已密不可分，快速的科技發展也改變了民眾「聽」的行為及需求！在現今蓬勃發展的音樂市場，民眾都使用什麼裝置聽音樂？聽音樂的管道從何而來？音樂串流平台發展為何？

GO SURVEY 此次透過各世代的音樂偏好，與你一同分享現代人的音樂生活新趨勢。

於**2019/7/16 — 2019/7/26**期間，在 **GO SURVEY** 平台上執行線上網路調查。

總共回收了 **1,000** 份樣本，受訪者條件為**18~59歲**的 **HAPPY GO** 卡友。



音樂在生活中不可或缺!

聽音樂花費時間&情境

聽音樂已成各世代在家中休息時的消遣活動(5-6成)；每天平均花費1.7小時在聽音樂；

年輕世代較常在通勤及學校/公司的休息時間聽音樂，20世代聽音樂所花費的時間最長(平均2.2小時/天)；

成熟世代則多在工作時或家中享受音樂

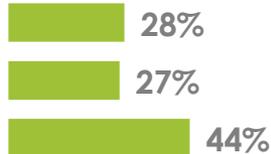
年輕世代



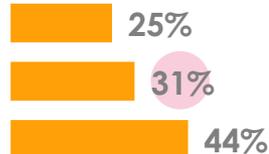
2.2小時



1.7小時



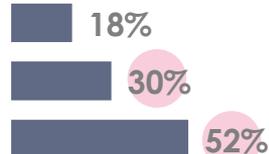
1.7小時



成熟世代



1.4小時



聽音樂
每天平均花費時間

No1

在家中休息時間 (58%)

走路、搭車的通勤時間

晚上睡前

做家事時

開車/騎車時

上課或工作中時間

No7

學校或公司的休息時間

在家中休息時間 (49%)

走路、搭車的通勤時間

晚上睡前

開車/騎車時

做家事時

上課或工作中時間

吃飯/聚餐的時間

在家中休息時間 (60%)

開車/騎車時

做家事時

晚上睡前

走路、搭車的通勤時間

上課或工作中時間

早上起床

在家中休息時間(62%)

做家事時

晚上睡前

開車/騎車時

走路、搭車的通勤時間

早上起床

吃飯/聚餐的時間

聽音樂情境

音樂類型年輕世代瘋國外，成熟世代愛華語！

年輕世代多喜愛西洋、日韓語及饒舌等外國音樂，成熟世代喜愛華語、台語及輕音樂較多；
男性偏好台、日語及電音、搖滾風格音樂，女性則喜愛韓語音樂

喜愛音樂類型

年輕世代

成熟世代



20
世代



30
世代



40
世代



50
世代

華語流行	華語流行	華語流行	華語流行
西洋流行	西洋流行	西洋流行	西洋流行
韓語流行	日語流行	輕音樂	輕音樂
日語流行	輕音樂	古典音樂	古典音樂
輕音樂	韓語流行	台語流行	台語流行
古典音樂	台語流行	日語流行	日語流行
台語流行	古典音樂	韓語流行	韓語流行
饒舌說唱(Rap)	電子音樂	搖滾樂	電子音樂
電子音樂	搖滾樂	電子音樂	搖滾樂
搖滾樂	饒舌說唱(Rap)	饒舌說唱(Rap)	饒舌說唱(Rap)



台語、日語、
電音、搖滾



韓語

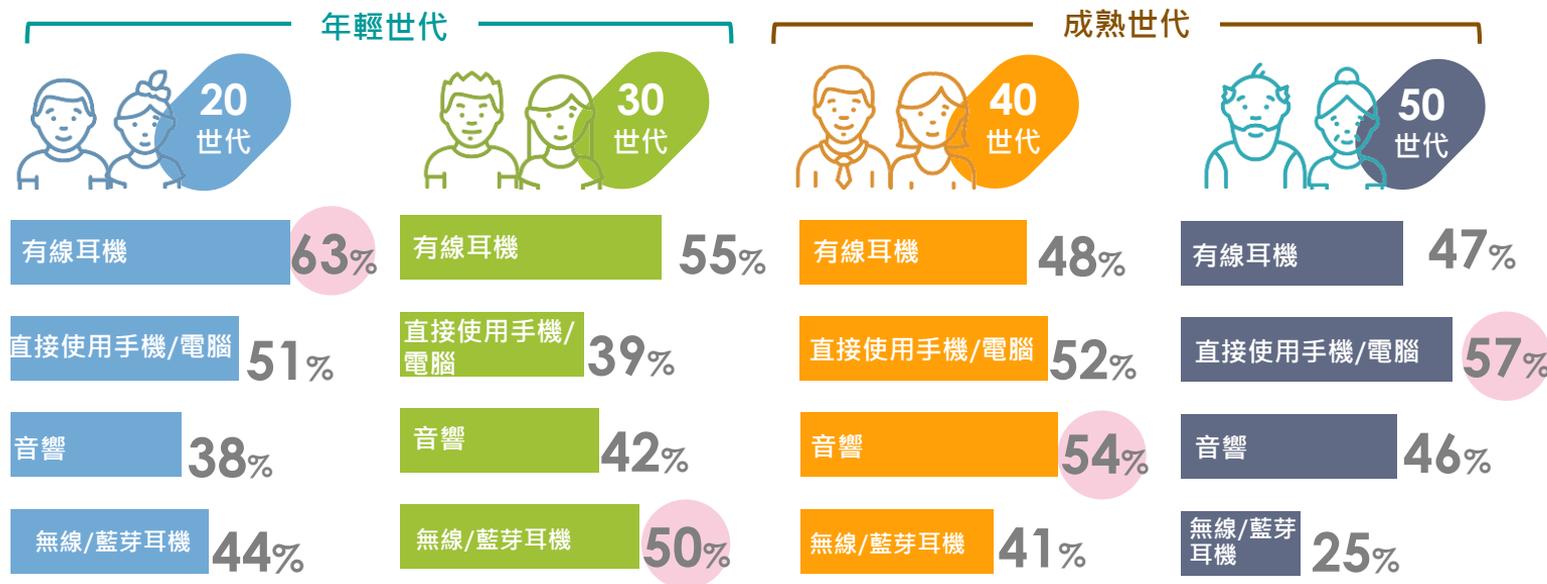
整體排名

華語流行	81%
西洋流行	54%
輕音樂	36%
古典音樂	27%
日語流行	26%
台語流行	26%
韓語流行	25%
電子音樂	9%
搖滾樂	8%
饒舌說唱(Rap)	7%

年輕世代喜獨樂樂，成熟世代則愛眾樂樂！

年輕世代多以耳機聆聽音樂，其中30世代更為無線耳機高度使用族群；
成熟世代則偏愛直接使用手機/電腦或音響播放音樂，顯示偏好開放空間的音樂享受

聽音樂使用配備



整體排名

有線耳機	53%
直接使用手機/電腦	50%
音響	45%
無線耳機/藍芽耳機	40%

[註] ● 表顯著高於其他群 [註] 調查樣本數：各世代250人

年輕世代愛線上，成熟世代喜線下！

聽音樂裝置

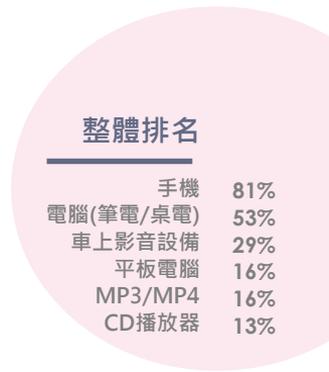
最多人使用手機及電腦聽音樂，其中年輕世代明顯更多，Music On-The-Go的需求較高；

成熟世代偏愛使用車上影音設備、MP3/MP4、CD播放器聽音樂，顯示較會投資在音樂播放裝置的未來商機

年輕世代



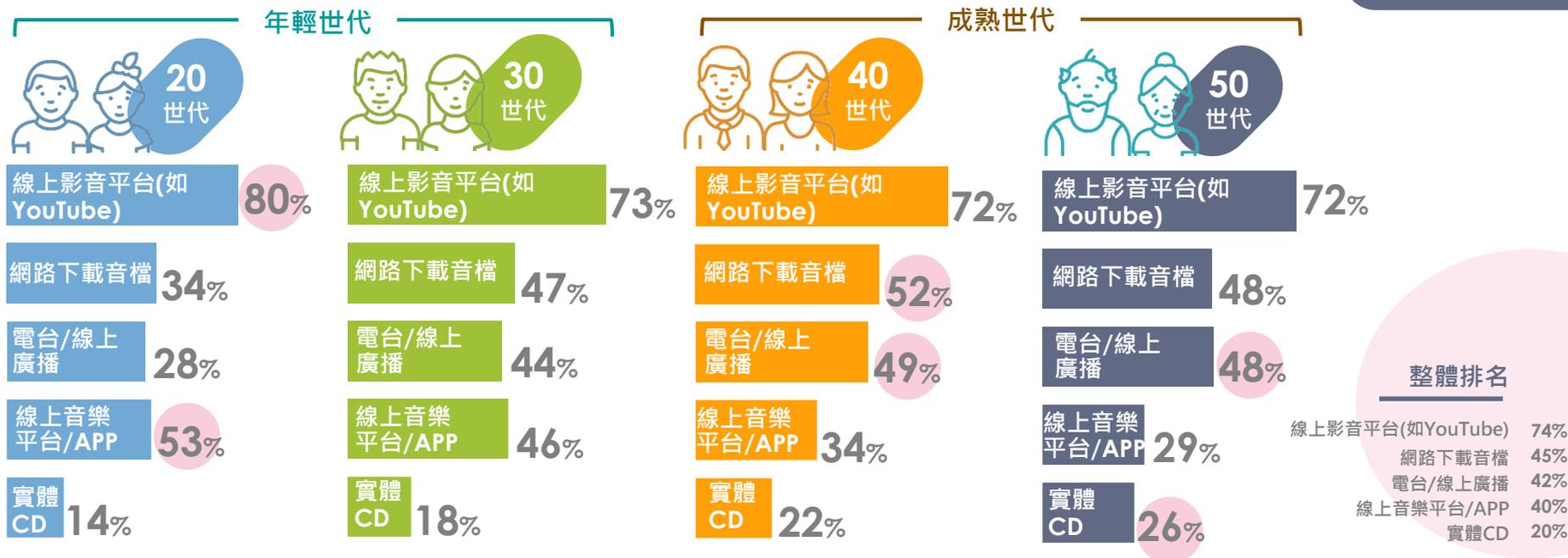
成熟世代



線上平台多年輕世代，傳統管道多成熟世代！

線上影音平台為最多人聽音樂的管道(74%)，**線上音樂平台**(40%)使用上也超越實體CD，並接近廣播；**年輕世代**使用線上**音樂平台/APP**比例最高，**成熟世代**則多以**網路音檔**、**廣播**及**CD**聽音樂

聽音樂管道



年輕 Spotify vs. 40世代 KKBOX !

KKBOX、Spotify及Apple MUSIC為最常被使用的三大音樂串流平台；

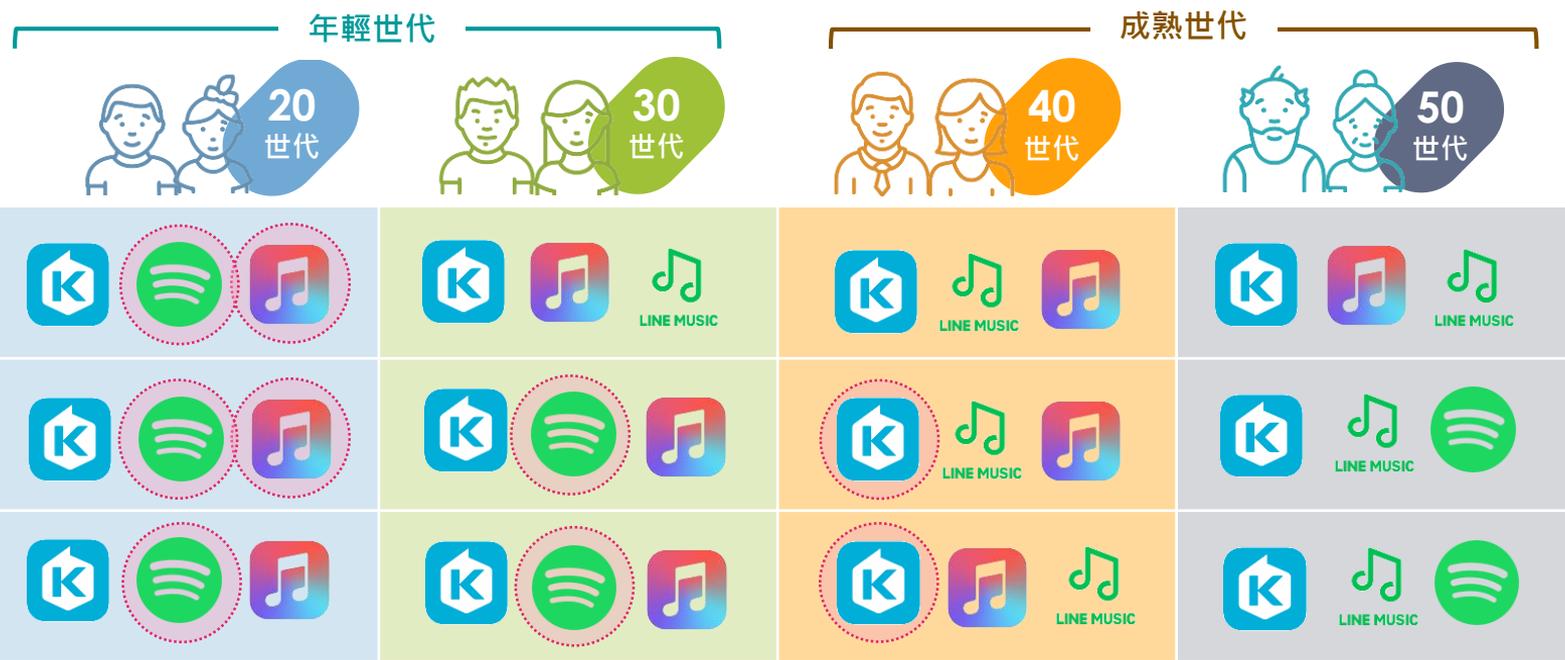
另外，Spotify的知曉度及使用度上，年輕世代較成熟世代高；

而KKBOX在40世代的使用度上明顯較多，50世代使用LINE MUSIC則略高

付費音樂串流平台

最常使用

- KKBOX 56%
- Spotify 19%
- Apple MUSIC 15%
- LINE MUSIC 12%



[註] 粗體表該題前三高 [註] 表顯著高於其他群 [註] 調查樣本數：各世代250人

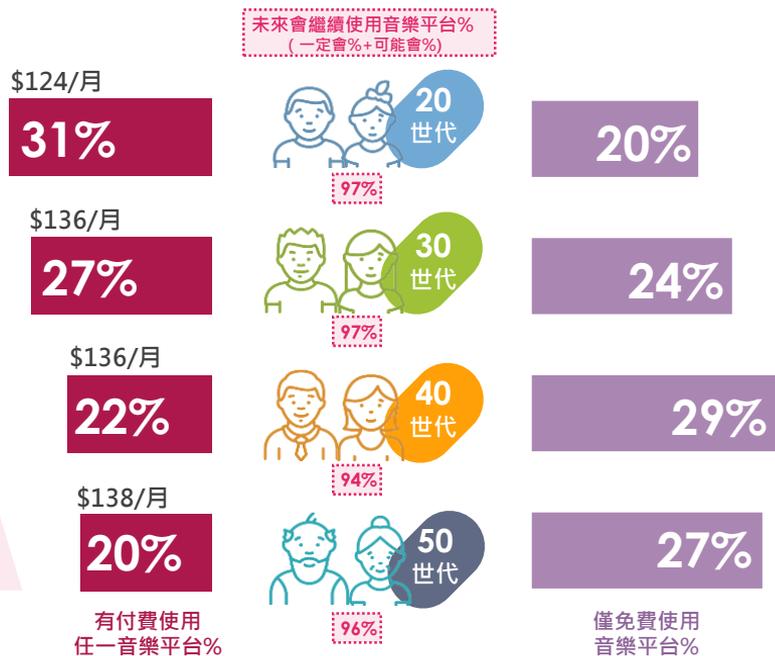
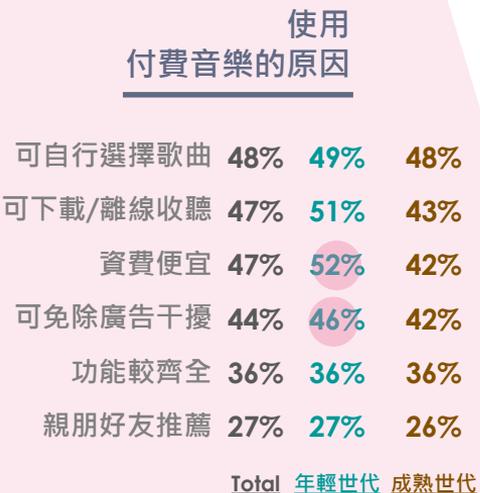
付費音樂平台未來無可限量！

年輕世代(20-30世代)的影音付費會員多(近六成)，成熟世代(40/50世代)的音樂付費金額高(\$136以上/月)；各世代曾使用過音樂串流平台且未來會繼續使用者高達九成四以上，顯示線上音樂已成未來趨勢；

線上免費音樂為付費音樂平台不可抗之對手，可利用個人化操作、自主功能面(選曲/下載/離線收聽)、無廣告來表現差異化

音樂串流平台付費情形

沒有成為付費音樂會員的原因



[註1] 年輕世代表20/30世代；成熟世代表40/50世代

[註2] ● 表占比高於整體 [註] 調查樣本數：各世代250人

小結 Summary

音樂串流平台未來趨勢不可擋!

年輕
世代

通勤&工事休憩
喜愛線上獨樂樂
崇尚國外音樂
音樂付費者多

偏好國外平台及音樂，易接收新事物，持續提供更多元及個人化功能，創黏著度商機

- 耳機為音樂必要配備
- 多使用音樂平台APP
- 音樂類型廣，偏愛西洋、日韓外國音樂
- Spotify知曉及使用度在年輕世代高
- 音樂付費會員多，資費、自主功能、無廣告為付費主因

成熟
世代

工作時刻&家中
偏愛線下眾樂樂
國內影音愛用者
音樂付費金額高

偏好華語音樂及開放裝置享受音樂，音樂播放裝置及平台功能為關鍵，開拓聆聽新藍海

- 使用手機、電腦、音響及車用設備享受音樂
- 音樂來源為網路音檔、CD及廣播
- 喜愛華語、台語及輕音樂
- 成熟世代多使用KKBOX
- 音樂付費金額高，自主功能成使用關鍵



THANKS!



HAPPYGO
快樂多一點

GO SURVEY
市場研究顧問

分析調研內容主編

Tina Liu

顧客洞察分析暨市調處

分析調研業務聯絡人

Krysten Lu

顧客洞察分析暨市調處 市調主任

Tel +886 2 7711-3636 #533

Email krystenlu@ddim.com.tw

