

擁抱教育新常態！

數位學習現正夯

E-Newsletter | Aug. 2021



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

後疫情時代，無論在生活或工作上都產生了巨大轉變，從Google Trend在2020年搜尋關鍵字看來，「線上課程」的搜尋次數成長200%，由此顯示線上學習搜尋熱度持續成長中。

伴隨網路科技的進步，在這變動迅速的時代，大眾對於線上學習的接受度越來越高，需求也隨之提升，2020年間的COVID-19疫情更凸顯了線上自我學習的重要性，知識產業因而加速轉型。

大眾線上學習的形式為何？都參與哪些課程類型？數位學習平台需具備哪些功能？數位教育市場對於知識的選擇已從供給轉為需求導向，如何貼近個人化需求將成未來致勝關鍵。

GO SURVEY本次將透過各世代的線上學習使用行為，與你一同掌握這個未來發展不容小覷的數位學習新市場。

於2021/5/17 — 2021/6/2期間，在GO SURVEY 平台上執行線上網路調查。
總共回收 4,595 份樣本，受訪者條件為18~70歲的 HAPPY GO 卡友。



科技加速線上學習成長，教育轉型時代來臨！

線上學習現況概要

使用概況

- 62% 民眾使用過線上學習平台，平均每周花費3.3小時
(含33%公司 · 23%學校 · 25%市面上平台)
- 影音課程 (80%) 是民眾線上學習的主要形式，其次是線上直播 (36%)

課程類型

- 20世代學技術
(語言/軟體程式/藝術設計)
- 30/40世代重職場
(語言/財務會計)
- 50+世代主打多采生活
(投資理財、生活品味及音樂)

曾用平台

- TutorABC/天下/Google數位學程是前三大曾用的線上學習平台！
- 商業雜誌類及各大學開放課程平台使用亦是名列前茅

需具備功能

- 前三大功能：
離線播放、查詢學習進度、手機隨時觀看
- 40世代以下期望更多元
50世代重視便利性

付費意願

- 年輕世代 (20/30世代)
線上學習
付費意願較高
- 組合/套裝價為最受青睞的付費方式

優勢及方向

- 時間/環境彈性及重複觀看為線上學習平台強大優勢
- 滿足多元選擇、專屬個人化學習及使用習慣的培養推廣

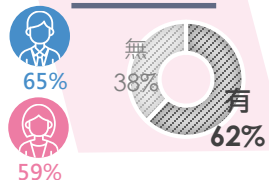


62%民眾使用過線上學習平台，平均每周花費3.3小時！

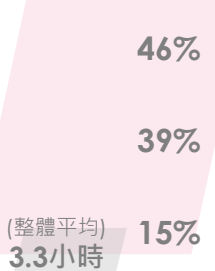
年輕世代曾使用過線上學習平台者佔67-77%，且每周花費時間在3.4小時以上；30/40世代每周花費時間在5小時以上者明顯高於平均(18-19% vs 整體15%)；50世代使用經驗則較少(53%)，花費時間多在3.2小時以內

線上學習平台使用經驗 & 每周花費時間

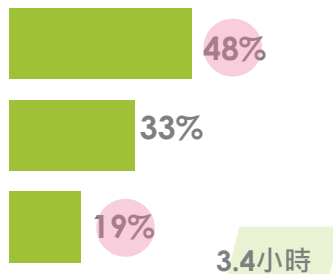
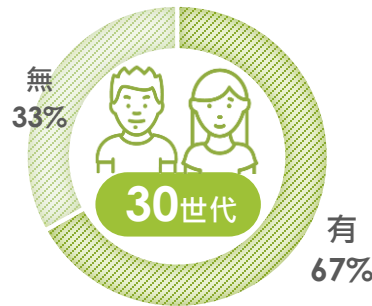
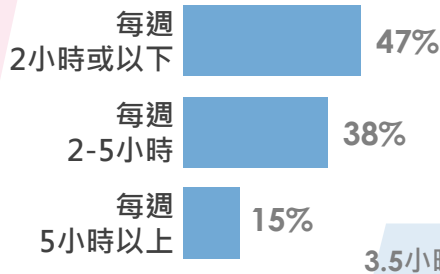
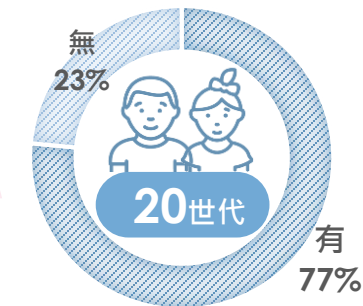
有無使用過
線上學習平台
(整體占比)



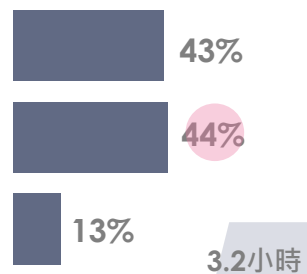
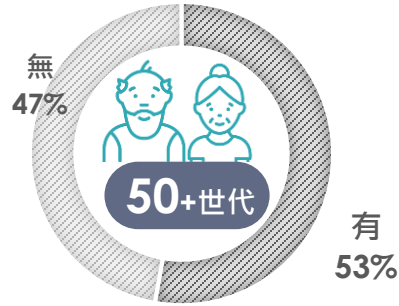
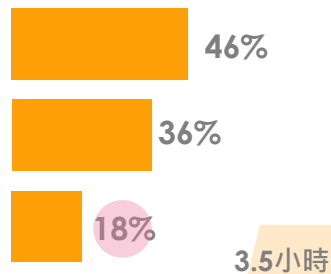
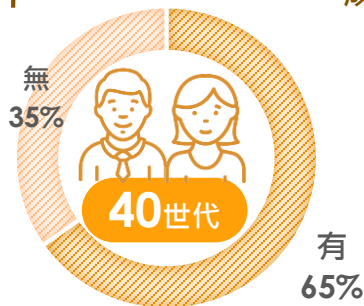
線上學習
每周花費時間
(整體占比)



年輕世代



成熟世代

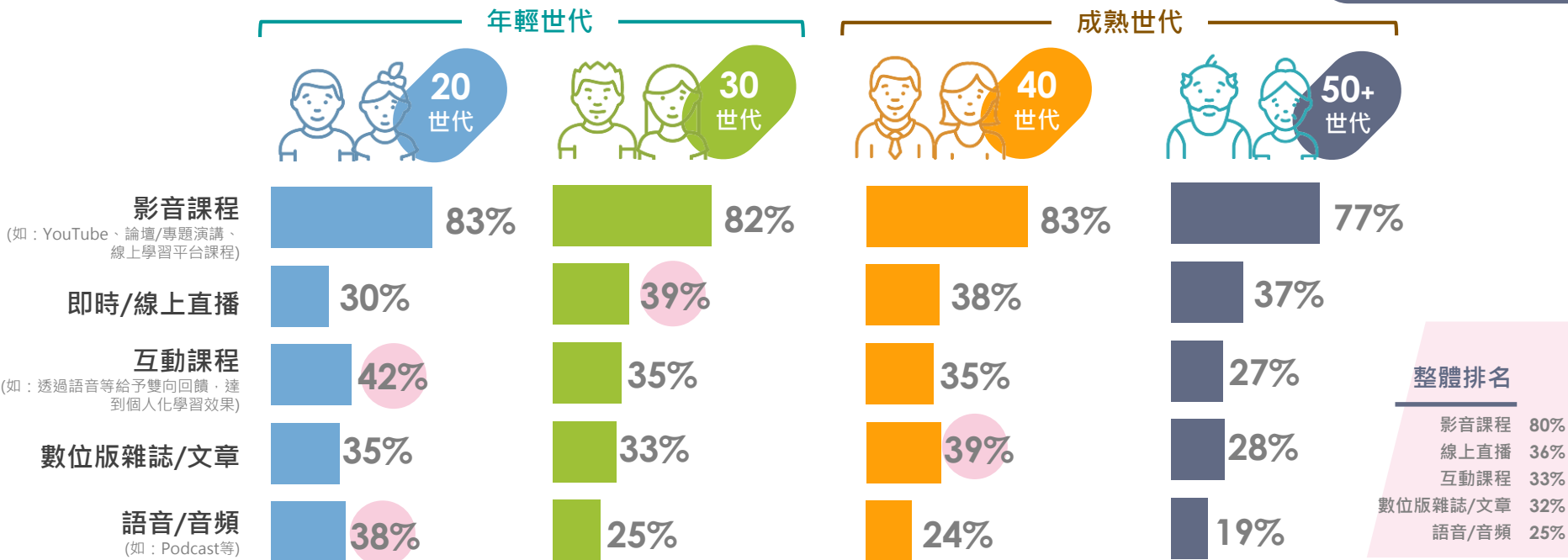


[註] ● 表占比高於整體3%含以上

年輕世代接受更加新穎的課程形式！

20世代以互動課程及語音/音頻這些新穎形式進行線上學習偏多，其中30世代較會使用即時/線上直播，40世代則偏愛閱讀數位版雜誌/文章

線上學習形式



[註] ● 表占比高於整體3%含以上

晚間8點過後是線上學習的黃金時段！

各世代希望的線上學習時段與自身空閒時間有關，**年輕世代**明顯偏好晚間及假日中午過後進行線上學習，其中**30/40世代**更以8點為其擁護者，平日早上9點前則為**50世代**所喜愛

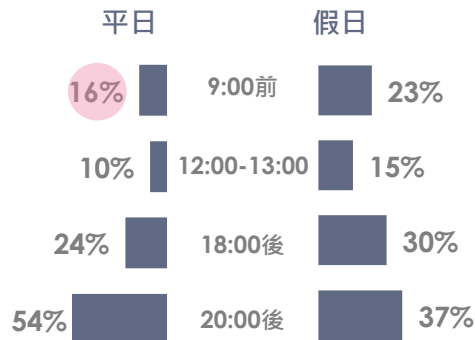
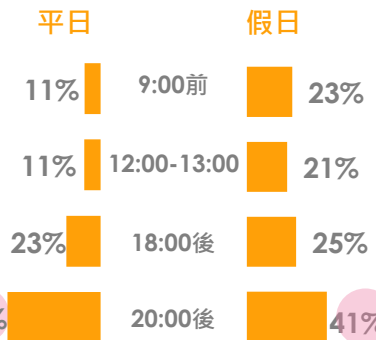
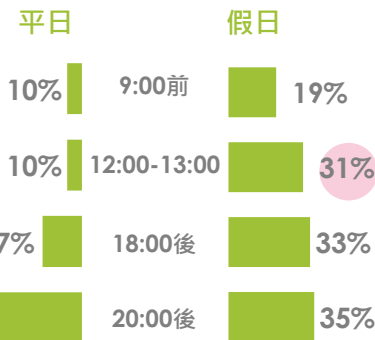
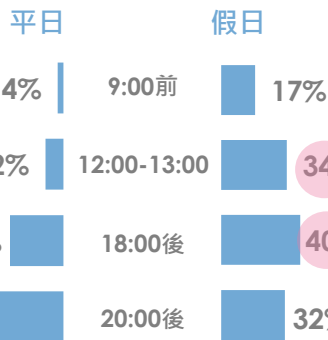
整體占比

	平日	假日
9:00前	11%	21%
12:00-13:00	11%	23%
18:00後	27%	32%
20:00後	60%	36%

線上學習理想時段

年輕世代

成熟世代



[註] ● 表占比高於整體3%含以上

滿足工作及個人多元化需求為平台發展重點！

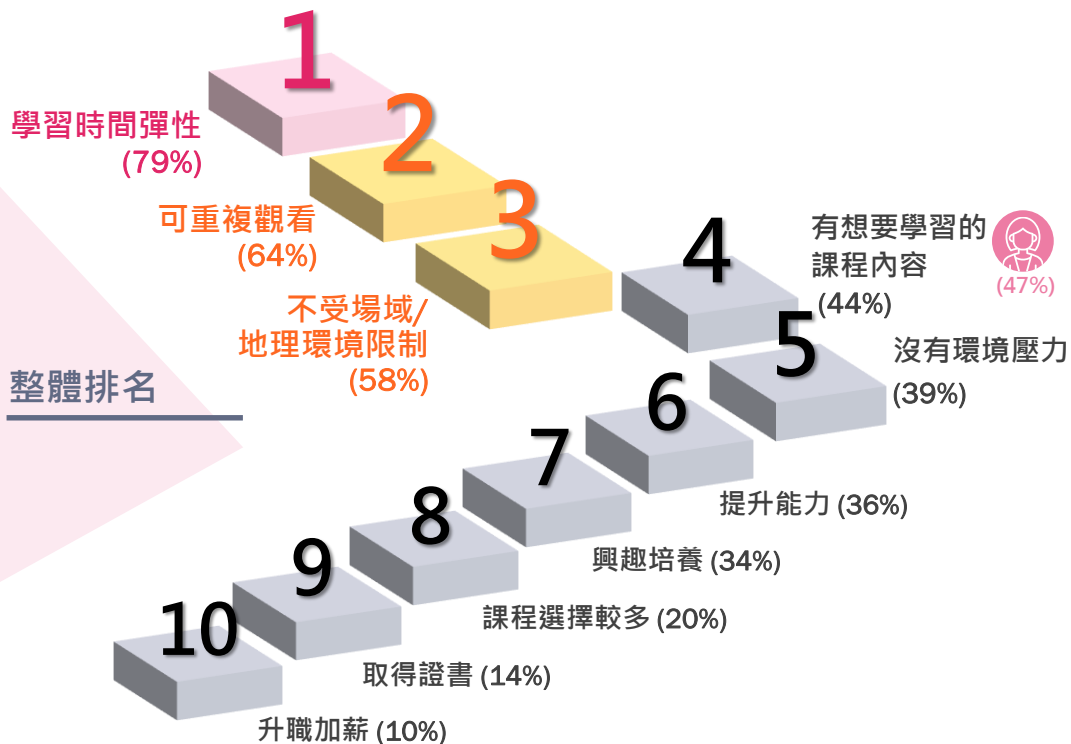
20世代多因課程內容及選擇性多元而使用線上學習平台，30世代則在升職加薪明顯較高，其中50世代則會為提升能力及興趣培養而線上學習

使用線上學習平台的原因

各世代排名

	20世代	30世代	40世代	50+世代
學習時間彈性	81%	81%	78%	78%
可以重複觀看	63%	64%	66%	63%
不受場域/地理環境限制	58%	64%	59%	55%
有想要學習的課程內容	51%	45%	39%	41%
沒有環境壓力	44%	40%	37%	38%
提升能力	31%	35%	34%	39%
興趣培養	32%	30%	31%	38%
課程選擇較多	25%	22%	21%	17%
取得證書	16%	13%	13%	14%
升職加薪	12%	14%	13%	7%

※順序依整體排名



[註] ● 及粗體表占比高於整體3%含以上

前三大具備功能：離線播放/查詢學習進度/手機隨時觀看！

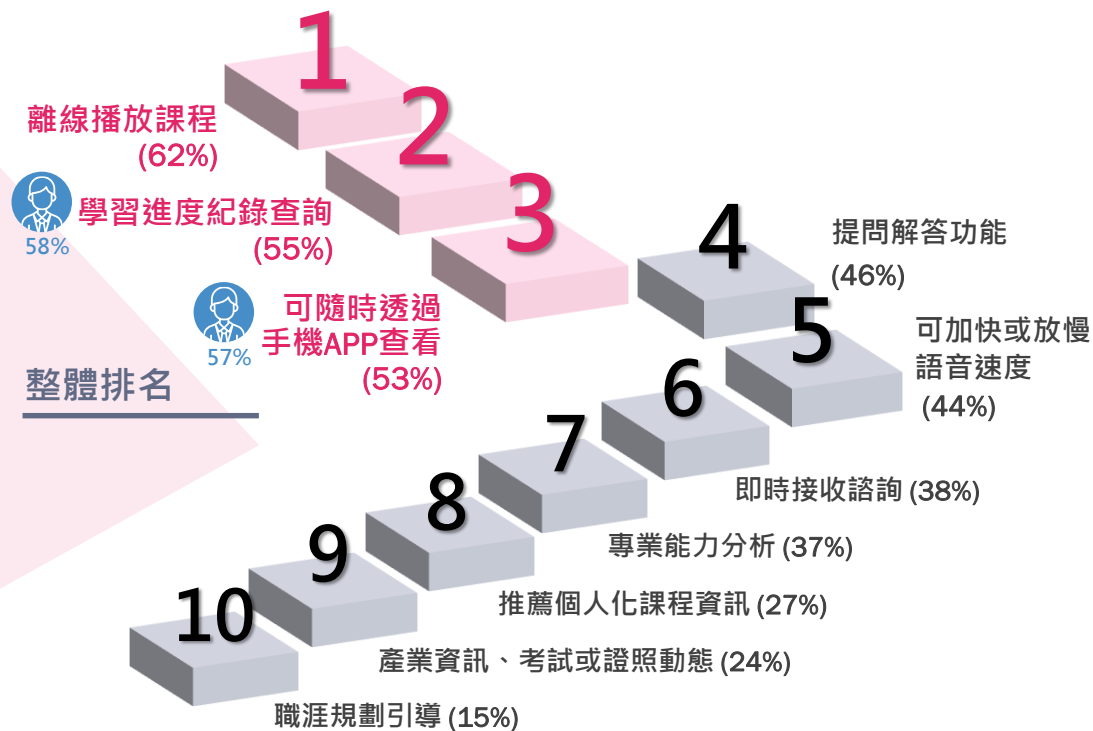
年輕世代(20/30世代)也重視語音速度調整功能，其中20世代也期待有提問解答功能及個人化課程推薦，40世代則希望有即時諮詢、產業資訊及證照動態，50世代則相對重視便利性功能

線上學習平台需具備功能

各世代排名

	20世代	30世代	40世代	50+世代
離線播放課程	62%	58%	60%	66%
學習進度紀錄查詢	62%	62%	62%	37%
可隨時透過手機APP查看	52%	54%	52%	57%
提問解答功能	55%	46%	45%	38%
可加快或放慢語音速度	59%	50%	41%	33%
即時接收諮詢	33%	35%	42%	37%
專業能力分析	39%	34%	37%	35%
推薦個人化課程資訊	36%	27%	27%	20%
產業資訊、考試或證照動態	26%	21%	28%	21%
職涯規劃引導	14%	15%	14%	14%

※順序依整體排名



[註] ●及粗體表高於整體3%含以上

TutorABC/天下/Google數位學程是前三大曾用的線上學習平台！

除了專辦線上課程的平台外，**商業雜誌型**及**各大學開放課程**的線上平台使用率也名列前茅，顯示大學平台不單只有學生使用，也提供了各年齡層民眾除了各式商業平台外，另一學習線上課程的重要管道；

另一方面，**年輕世代**(20/30世代)平台使用多元，**成熟世代**(40/50+世代)偏好商業雜誌專題講堂



各世代排名

	20世代	30世代	40世代	50+世代
TutorABC	25%	29%	27%	20%
天下	13%	16%	22%	31%
Google數位學程	16%	21%	20%	25%
遠見	17%	17%	19%	21%
商周	9%	15%	18%	22%
台灣大學開放課程	15%	17%	14%	15%
均一教育平台	14%	10%	18%	15%
VoiceTube	18%	18%	11%	11%
Hahow 好學校	25%	14%	12%	6%
交通大學開放課程	10%	13%	8%	10%
磨課師MOOCs	14%	9%	9%	7%
清華大學開放課程	13%	9%	6%	8%

※順序依整體排名

20世代學技術，30/40世代重職場，50+世代主打多采生活！

20世代學習語言、軟體程式及藝術設計，30/40年代特別偏好職場相關(如: 語言/財務會計)，50世代則喜愛投資理財、生活品味及音樂等生活類；

男性學習職場技能、投資理財、程式語言、軟體開發，女性則偏好生活品味及藝術

近一年曾參與課程類型

年輕世代



語言學習
職場技能
程式語言、軟體開發
健康、運動健身
生活品味
投資理財
市場行銷
藝術
辦公室生產力
設計
財務與會計
攝影與影片
教學與學術
音樂



語言學習
職場技能
投資理財
健康、運動健身
生活品味
程式語言、軟體開發
市場行銷
辦公室生產力
財務與會計
教學與學術
藝術
設計
音樂
攝影與影片

成熟世代



語言學習
職場技能
投資理財
健康、運動健身
生活品味
教學與學術
辦公室生產力
財務與會計
市場行銷
音樂
程式語言、軟體開發
攝影與影片
設計
藝術



語言學習
投資理財
健康、運動健身
職場技能
生活品味
教學與學術
音樂
市場行銷
辦公室生產力
攝影與影片
程式語言、軟體開發
藝術
財務與會計
設計



職場技能、
投資理財、
程式語言、
軟體開發



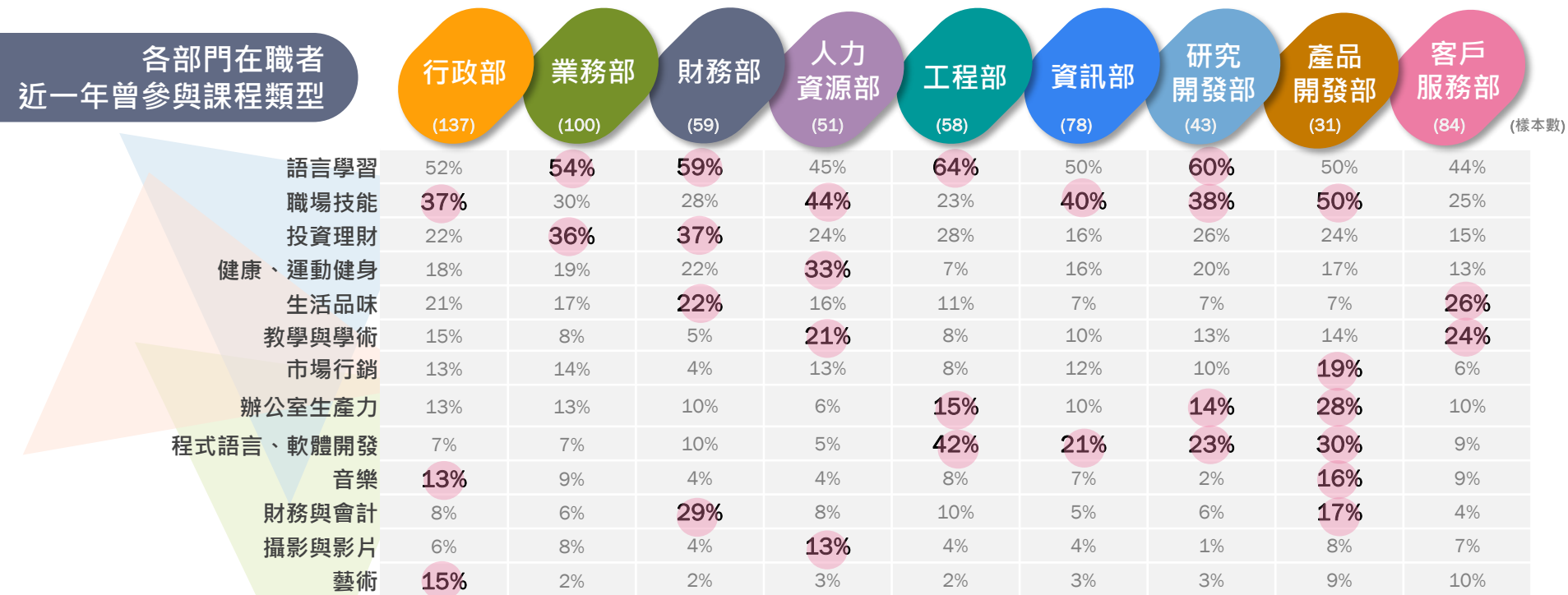
生活品味、
藝術

整體排名

語言學習	49%
職場技能	29%
投資理財	26%
健康、運動健身	23%
生活品味	19%
教學與學術	12%
市場行銷	11%
辦公室生產力	11%
程式語言、軟體開發	11%
音樂	8%
財務與會計	8%
攝影與影片	8%
藝術	8%
設計	6%

除了世代及性別外，在職者的部門別也會影響其課程偏好！

財務部及業務部較會學習投資理財，其中財務部在生活品味類及財務會計也較為突出；工程/資訊/研究開發部多參與軟體開發，產品開發部會學習的類型較多元；行政/人力資源/客戶服務部則對於教學學術、音樂及藝術等人文類型的學習特別偏好



[註] ●及粗體表高於整體3%含以上，部門僅列出樣本達30筆以上者

鼎鼎聯合行銷(股)公司版權所有 Copyright 2021 All Right Reserved by DDIM

課程內容與價格相互平衡及習慣培養成關鍵！

20世代會付費購買線上課程占比相對較多(25%)，且單堂花費金額也較高(\$1,113/單堂)；

課程內容及價格折扣相關為願意付費上課的兩大原因；另一方面，沒有習慣為不曾使用數位學習的主要因素

會付費使用/購買 線上課程的原因

有想要學習的課程內容	60%	59%	60%
有優惠折扣	52%	51%	52%
課程價格不高	44%	42%	46%
學習資源更豐富	43%	35%	47%
課程評價/評語高	23%	23%	23%
享有更多/更好的師資	22%	23%	20%
該類別實體課程費用較高	15%	15%	15%
可取得證照/證書/學位	14%	14%	14%
Total	年輕世代	成熟世代	

會付費購買線上課程%

通常線上學習花費 \$1,113/單堂

25%



\$831/單堂

20%



\$1,087/單堂

19%



\$691/單堂

50世代

16%

60+世代

20%

\$486/單堂



不曾使用線上課程%

19%

16%

18%

16% 50世代

32% 60+世代

線上學習平台付費情形

不曾使用 線上學習平台的原因

沒有線上學習的習慣	60%	62%	60%
沒有閒暇的時間	15%	19%	14%
沒有適合的裝置、或軟硬體設備	15%	14%	16%
課程費用太貴	14%	21%	12%
習慣與人直接交流	13%	8%	14%
沒有上課氣氛	11%	8%	12%
沒有免費體驗課程	11%	13%	10%
Total	年輕世代	成熟世代	

[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3%含以上

組合/套裝價為整體最受青睞的線上學習平台付費方式！

20世代四成二明顯偏好組合/套裝價，而30世代對於單堂/單則收費及每月訂購制接受程度明顯較整體高；

另外，由不青睞任何支付方案的占比可看出，年齡層越低越能接受付費使用線上學習平台(20世代僅11%不青睞任何支付方案 vs. 整體20%)

受吸引的線上平台付費形式

40世代

① 組合價/套裝價	31%	-1%
② 單堂/單則收費	26%	
③ 每月訂購制	14%	-2%
④ 年訂購制	7%	+1%

*任何支付方案皆不青睞 22%

30世代

① 組合價/套裝價	32%	
② 單堂/單則收費	30%	+4%
③ 每月訂購制	19%	+3%
④ 年訂購制	5%	-1%

*任何支付方案皆不青睞 15%

50+世代

① 組合價/套裝價	26%	-5%
② 單堂/單則收費	26%	-1%
③ 每月訂購制	15%	-1%
④ 年訂購制	7%	+1%

*任何支付方案皆不青睞 26%

20世代

① 組合價/套裝價	42%	+10%
② 單堂/單則收費	25%	-1%
③ 每月訂購制	17%	+1%
④ 年訂購制	6%	-1%

*任何支付方案皆不青睞 11%

整體占比

- ① 組合價/套裝價 (32%)
② 單堂/單則收費 (26%)
③ 每月訂購制 (16%)
④ 年訂購制 (6%)
任何支付方案皆不青睞 (20%)

註：表與整體占比差距(+/-)

小結 Summary

線上學習打破時間及場地框架，自由學習個人化，豐富平台功能及培養使用習慣成重要關鍵！

年輕世代

線上學習參與率高、數位形式及使用平台多元、重技術及職場技能、付費接受度高、偏好組合/套裝價、課程內容及個人化推薦增黏著度

- 線上學習使用占比高(達67-77%)，每周花費時間長(平均3.4-3.5小時)
- 使用形式多元：影音課程、即時/線上直播、互動課程及語音/音頻
- 期望具備功能：學習進度查詢、提問解答、語音速度調整功能
- 20世代曾使用過平台多元，如Hahow好學校/VoiceTube/摩課師，30世代也會使用遠見
- 20世代會學習語言、軟體程式及藝術設計，30年代特別偏好職場相關

成熟世代

線上學習新鮮人、喜專題講堂類平台、40為職場/50+為豐富生活、主打豐富學習資源增吸引、培養使用習慣提升接受度

- 線上學習使用占五成三以上，每周花費3.2-3.5小時(40世代3.2小時/50+世代3.5小時)
- 40世代偏愛數位版雜誌/文章的線上學習形式，並期待即時諮詢、產業資訊及證照動態等功能
- 50世代偏愛天下/商周等專題論壇類平台
- 40世代偏好學習職場相關，50世代則喜愛投資理財、生活品味及音樂等生活類的線上學習

洞察1

掌握晚間8點黃金學習時段，提供體驗平台功能及課程試上機會，降低使用門檻及疑慮，提升未來持續使用意願

洞察2

離線播放/查詢學習進度/手機隨時觀看已是基本配備，既有功能持續優化，強化平台自身特色優點，增進使用體驗

洞察3

職場技能搭配興趣課程，依在職部門打造專屬黃金套裝組合，讓線上學習更加自主及個人化增添吸引度及使用率

洞察4

學習歷程數據化，追蹤學習紀錄與提供個人學習建議，打造專屬個人化推薦，提升黏著度

洞察5

組合套裝付費制為必備線上學習付費形式，單堂/單則收費亦有所好，課程內容與價格相互搭配平衡搶佔線上學習商機



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

