

YouTube 是台灣人最愛的影音觀賞平台

當台灣使用者想尋找線上影片時, 第一個想到的就是 YouTube。不論是為了休閒娛樂、產品資訊或學習新知, YouTube 都是使用者們的優先選擇, 這使它成為品牌與消費者溝通的最好管道。您的品牌是否已經在 YouTube 上亮相了呢?



58% 的台灣使用者選擇 YouTube 作為他們觀賞線上影片的首要平台, 而相較之下只有 22% 選擇其他平台¹

台灣使用者透過 YouTube 尋找喜愛的影片

69%

認為 YouTube 擁有高品質的影片內容²

55%

表示許多影片只在 YouTube 才有²

57%

同意看電視能被觀賞 YouTube 影片取代²

YouTube 使用者在觀看影片時展現高度專注

2倍

多於其他平台的廣告觀看時間³

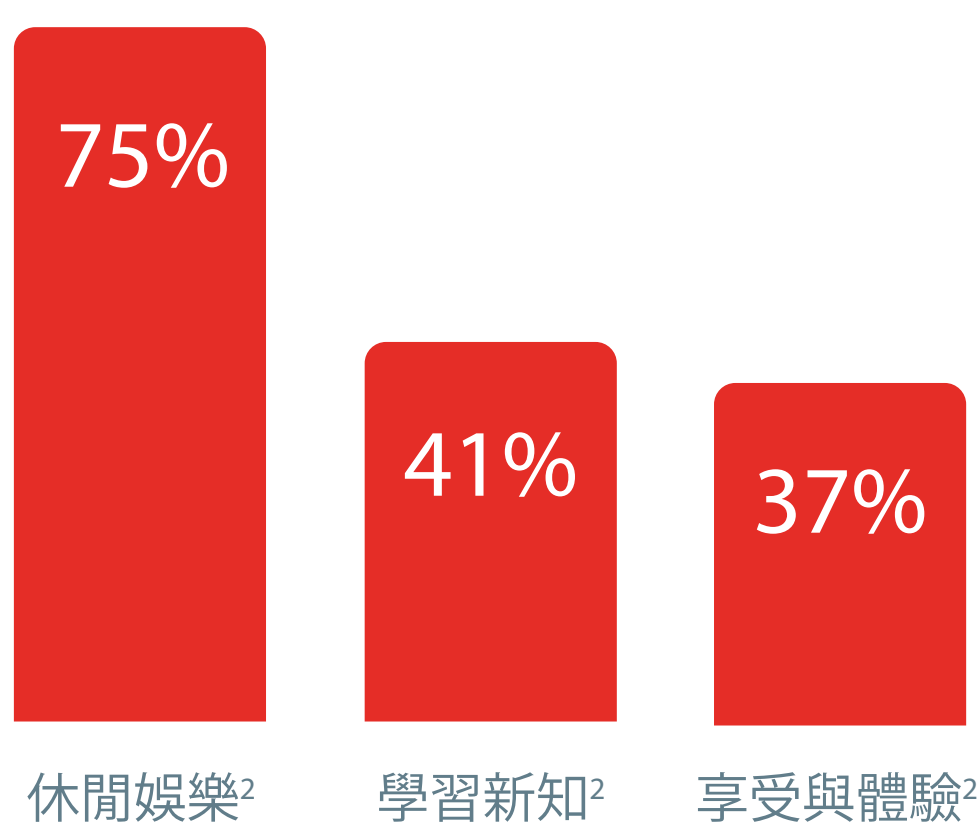
65%

觀看廣告的時間達 5 秒或更多⁴

83%

在 YouTube 每次停留 11 分鐘以上²

YouTube 使用者觀看影片是為了：



YouTube 大大地影響使用者的整個購買歷程

75% 使用者透過 YouTube 搜尋心得、評價、或產品資訊⁵

83% 使用者在觀看 YouTube 後決定購買或是選購更多產品⁵

資料來源

- 1 Google/Ipsos, 量化研究, 由桌機與行動裝置進行之線上訪談, n=1809, 代表過去一個月曾瀏覽不同網站的台灣網路使用者 (16-54 歲) 樣本, 2015 年 9 月。
- 2 Google/Ipsos, 量化研究, 由桌機與行動裝置進行之線上訪談, n=1037, 曾在過去一個月瀏覽 YouTube / 其他影音平台的受訪者, 2015 年 9 月。
- 3 Google/Ipsos, 質量研究 (包含眼動觀察及深度訪談), n5=20, 過去一個星期內使用 YouTube 及其他影音平台的 18-49 歲男性/女性。觀看時間是根據 57 則 YouTube 廣告曝光 (桌機及行動裝置) 與 67 則其他影音平台廣告 (桌機及行動裝置) 進行統計, 考察時間為 2015 年 6 - 7 月。
- 4 Google/Ipsos, 量化研究, 由桌機與行動裝置進行之線上訪談, n=674, 過去一天內使用 YouTube 且未阻擋廣告之受訪者, 2015 年 9 月。
- 5 Google/Ipsos, 量化研究, 由桌機與行動裝置進行之線上訪談, n=114, 選擇 YouTube 作為購買決策訊息來源的受訪者, 2015 年 9 月。