

消費者使用生成式 AI 工具 之行為問卷調查

公平交易委員會
中華民國 115 年 10 月

目次

摘要.....	4
壹、前言.....	5
貳、樣本分析.....	6
參、整體受訪者使用生成式 AI 工具之情形	10
一、問卷結果.....	10
二、交叉分析.....	15
肆、付費使用者使用生成式 AI 工具之情形	17
一、問卷結果.....	17
二、交叉分析.....	20
伍、免費使用者使用生成式 AI 工具之情形	22
一、問卷結果.....	22
二、交叉分析.....	24
陸、結論.....	25

圖目錄

圖 1 性別分析圖.....	6
圖 2 年齡分析圖.....	7
圖 3 教育程度.....	7
圖 4 居住地區分析圖.....	8
圖 5 居住區域分析圖.....	8
圖 6 職業分析圖.....	9
圖 7 最主要使用(單選)的生成式 AI 工具分析圖	13
圖 8 使用生成式 AI 工具的天數與次數分析圖	14
圖 9 生成式 AI 工具(複選)屬於付費版本的情形分析圖	17
圖 10 最主要使用(單選)的生成式 AI 工具付費情形分析圖	18
圖 11 每個月自己支付的費用分析圖	19
圖 12 一次性漲價 10%後的決策情形分析圖	20
圖 13 服務品質下降後的決策情形分析圖	23
圖 14 改用 AI 工具(免費版本)分析圖	23
圖 15 每月願意支付金額分析圖	24

表目錄

表 1 最近 6 個月曾使用過的生成式 AI 工具分析表.....	10
表 2 使用生成式 AI 工具的主要目的分析表	12
表 3 成為最主要使用生成式 AI 工具之原因分析表.....	13
表 4 使用者自行支付的費用與性別、年齡交叉分析.....	16
表 5 付費版本的費用支付者分析表	18
表 6 沒有使用付費版本的原因分析表	22

摘要

近年來生成式 AI (Generative Artificial Intelligence) 工具 (例如：ChatGPT、Claude 及 Gemini 等) 快速興起，逐漸為國內民眾與事業所採用，公平交易委員會為瞭解消費者選擇使用生成式 AI 工具之概況，以及其需求替代情形，爰辦理消費者問卷調查。

本案調查期間為 115 年 5 月 6 日至 28 日，並以全國之 22 縣市、年滿 18 歲且過去 6 個月曾使用生成式 AI 工具之民眾為對象，共完成有效樣本 1,079 份。調查結果顯示，我國生成式 AI 工具整體使用率約 50.5%，以整體受訪者使用情形觀之，最常使用之生成式 AI 工具前三名為「ChatGPT」(87.9%)、「Gemini」(67.8%)、「Claude」(8.9%)。若限定「最主要使用」(單選)工具，ChatGPT(56.6%)與 Gemini(34.6%)合計達 9 成。另外，使用動機以「獲取或學習知識」(56.5%)與「工作處理」(55%)為主；選擇特定品牌主要因為「服務/功能符合個人需求」(47.2%)，其次為「習慣使用」(25.1%)。

在使用生成式 AI 工具的受訪者中，付費使用比例約 39.8%(另有 60.2%之受訪者使用免費版本)，付費費用以「自己支付」(69.7%)為主，每月花費以「新臺幣(以下同)500 元以上至未滿 1,000 元」(50.2%)居多。在假設主要使用工具一次性漲價 10%情形下，逾 7 成(76.3%)受訪者不會改變現有使用工具。

以免費版本受訪者使用情形觀之，其未付費之主要因為「免費額度已足夠」(89.5%)。在假設主要使用工具服務品質下降情形下，逾 7 成(76.7%)之免費使用者選擇改用其他免費工具，僅 15.5%選擇升級為付費版本，且願付金額多集中於「未滿 500 元」(69.6%)。

壹、前言

近年來生成式人工智慧(Generative Artificial Intelligence，下稱生成式 AI)快速興起，逐漸為國內民眾與企業所採用。針對此一新興數位工具之發展趨勢，公平交易委員會(下稱公平會)於 115 年 3 月發布「生成式人工智慧相關競爭法議題徵詢公眾意見彙整報告與政策聲明」¹，就現階段生成式 AI 相關競爭法議題之輪廓及公平會之執法政策立場，從我國 AI 相關產業供應鏈狀況與競爭動態角度加以闡述。

公平會為進一步從消費者選擇行為與需求替代角度掌握市場狀況，於 115 年 4 月另委由市調公司進行消費者問卷調查。有別於前揭政策聲明著重 AI 產業供給面之分析，本調查聚焦於消費者實際使用生成式 AI 行為、付費意願及替代選擇等需求面資訊之蒐集。

本行為問卷調查訪問時間為 115 年 5 月 6 日至 28 日，以全國之 22 縣市為調查範圍，並以年滿 18 歲且過去 6 個月曾經使用過生成式 AI 之民眾為調查對象，採「簡單隨機抽樣法」進行，並就問卷調查結果逐一檢定抽樣樣本與母體結構之性別、年齡與居住地區是否有顯著差異，以確保推論之有效性。若經檢定後發現抽樣樣本與母體結構達顯著差異，後續則採用多重反覆加權(Raking)進行樣本加權處理，以使抽樣樣本結構符合母體結構。

另有鑑於生成式 AI 工具多有提供「免費版」使用，為分析消費者於不同情境下之替代行為，本行為問卷調查分別就付費使用者面對價格上升，以及免費使用者面對品質下降時之替代情形逐一進行問卷調查與結果分析。

¹ 可參考公平交易委員會關於生成式 AI 公眾意見彙整與政策聲明專區網頁相關說明，<https://www.ftc.gov.tw/upload/45596340-1d2a-4755-bf86-fee8c55da19a.pdf>。

貳、樣本分析

- 一、調查範圍：以全國之 22 縣市為調查範圍
- 二、調查時間：115 年 5 月 6 日至同年月 28 日，於下午 1 點至 5 點，以及晚間 6 點至 10 點進行訪問。
- 三、調查對象：以全國年滿 18 歲且過去 6 個月曾經使用過生成式 AI 之民眾為調查對象
- 四、受訪率：撥出 21,967 通電話(手機)，完成受訪 2,136 位，受訪率 9.7%。
- 五、使用情形：2,136 位完成受訪者中，過去 6 個月曾使用過生成式 AI 工具者計 1,079 位(有效樣本數為 1,079 位)，使用率約 50.5%。使用過生成式 AI 工具者計 1,079 位中，付費用戶(及比例)為 429 人(39.8%)，免費用戶(及比例)為 650 人(60.2%)。
- 六、性別、年齡、教育程度、居住地區、職業：在 1,079 位過去 6 個月曾使用過生成式 AI 工具之受訪者中：
 - (一)性別：男性的比例(51.1%)略高於女性(48.9%)。

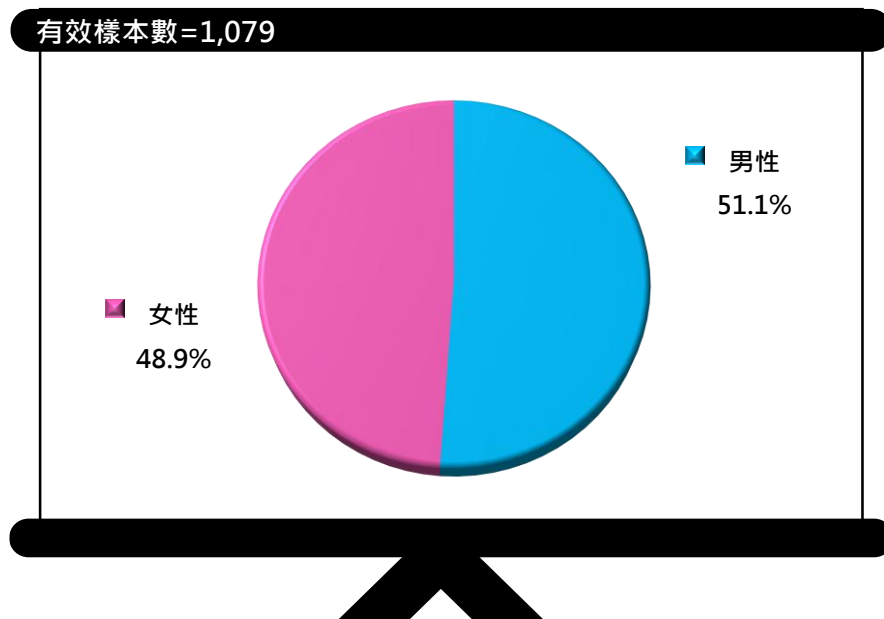


圖 1 性別分析圖

(二) 年齡：以 18 歲以上，每 5 歲為年齡區間。50 歲以下各年齡區間人數，占總有效樣本數之比例差距不大(11.6%至 13.2%)。另 50 歲以上之比例則逐漸遞減。



圖 2 年齡分析圖

(三) 教育程度：以大學(54.7%)的比例相對較高。

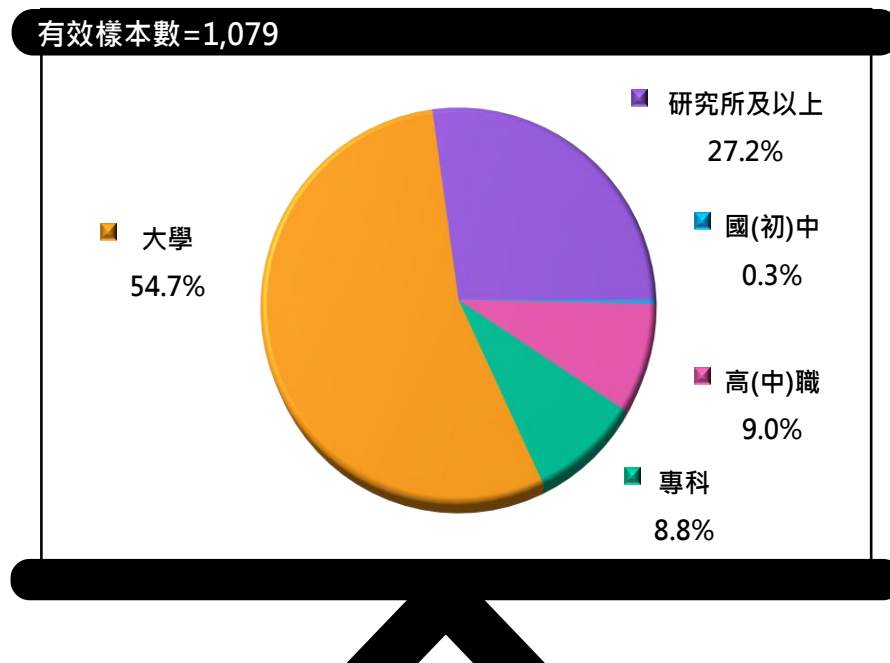


圖 3 教育程度

(四) 居住地區：以新北市(19%)比例最高，倘以區域層面(北、中、南、東、離島)則為北部區域(48.3%)最高。

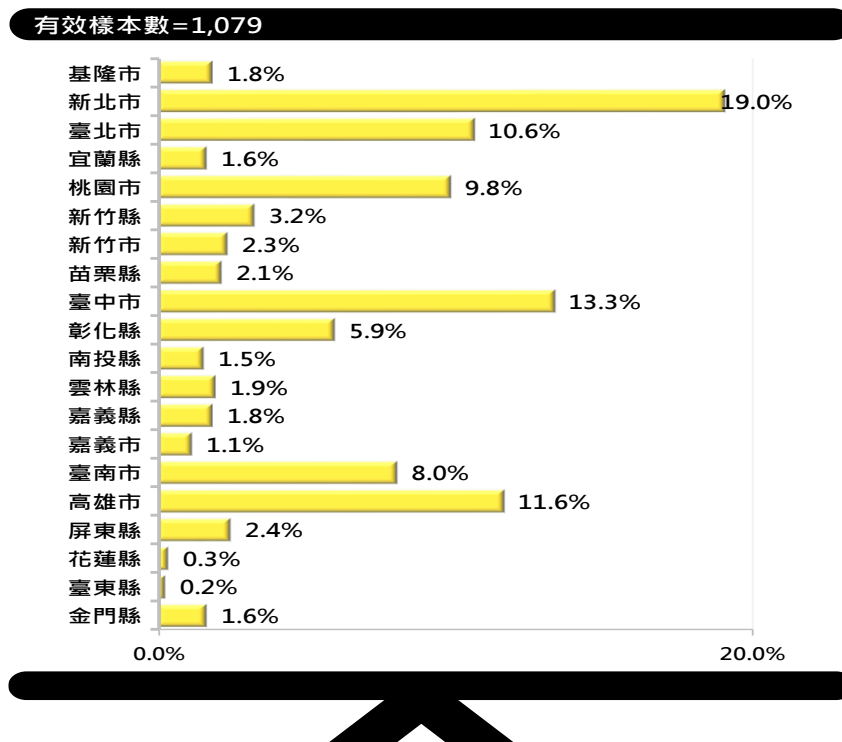


圖 4 居住地區分析圖

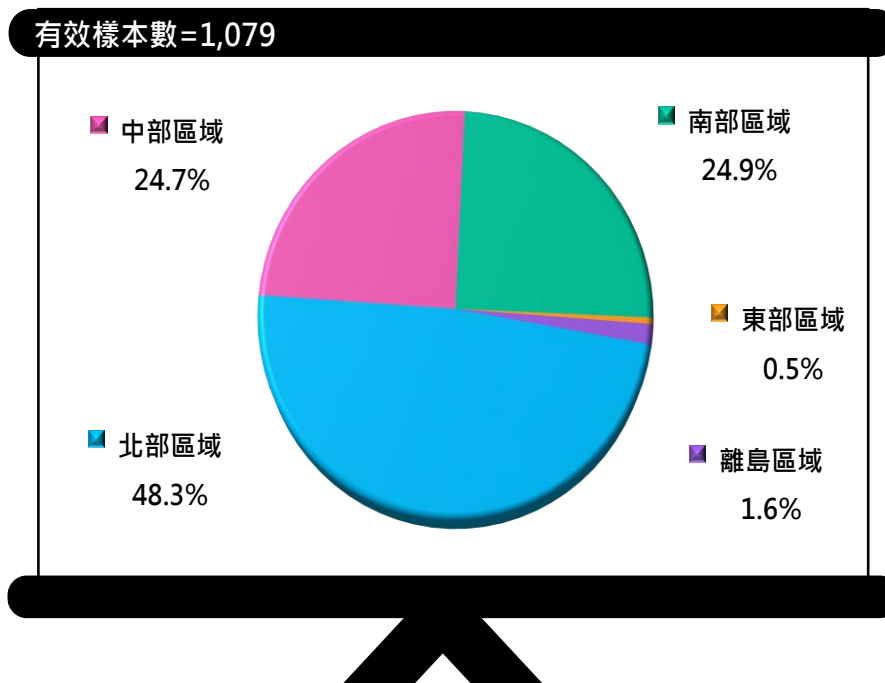


圖 5 居住區域分析圖

(五) 職業：以受僱人員(64%)比例最高，其次為家管/無(待)業/退休(11%)、軍公教人員(10%)與學生(9.8%)等。

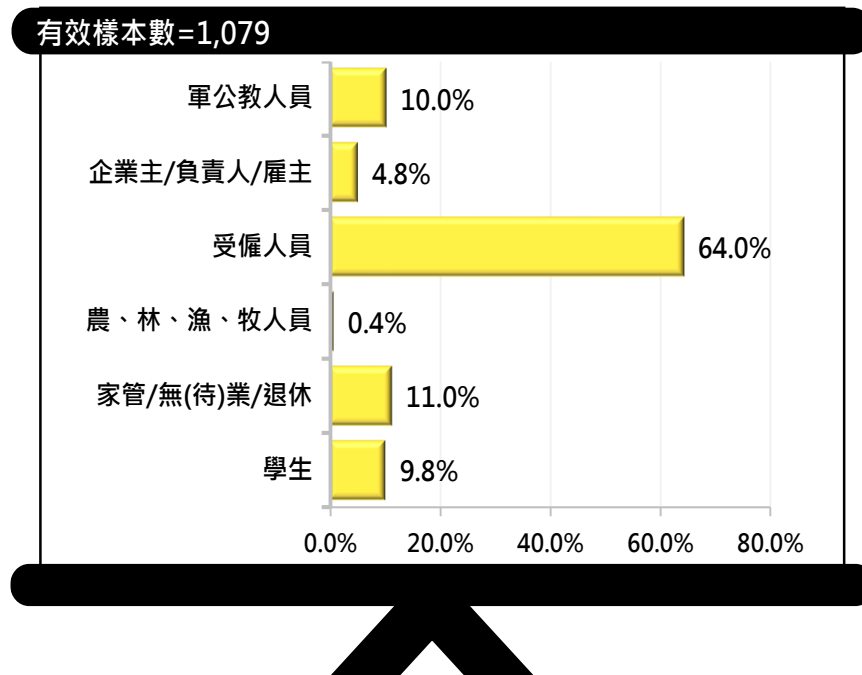


圖 6 職業分析圖

參、整體受訪者使用生成式 AI 工具之情形

一、問卷結果

(一) 過去 6 個月內曾經使用過哪些生成式 AI 工具？(複選)

以「ChatGPT」比例最高(87.9%)、其次為「Gemini」(67.8%)、「Claude」(8.9%)與「NotebookLM」(8.1%)。其餘占比達1%以上之工具依序為「Copilot」(5.1%)、「Grok」(4.5%)、「DeepSeek」(3.8%)、「Perplexity AI」(3.6%)、「Canva」(2.9%)、「Gamma」(1%)。

表 1 最近 6 個月曾使用過的生成式 AI 工具分析表

項目	次數	百分比
ChatGPT	949	87.9%
Gemini	732	67.8%
Claude	96	8.9%
NotebookLM	87	8.1%
Copilot	55	5.1%
Grok	49	4.5%
DeepSeek	41	3.8%
Perplexity AI	39	3.6%
Canva	31	2.9%
Gamma	11	1.0%
豆包	10	0.9%
CapCut	7	0.7%
Suno	6	0.6%
千問	6	0.6%
DeeVid AI(即夢)	6	0.6%
Xmind	6	0.6%
Manus	6	0.6%
Midjourney	4	0.4%
Kuse	4	0.4%
Kimi AI	4	0.4%

Notion AI	3	0.3%
Beyond AI	3	0.3%
ito AI	3	0.3%
Cursor AI	3	0.3%
Meta AI	3	0.3%
Monica AI	3	0.3%
Character.ai	2	0.2%
HeyGen	2	0.2%
Lightroom	2	0.2%
Windsurf AI	2	0.2%
Proactor AI	2	0.2%
Sora	2	0.2%
Janitor AI	1	0.1%
Remove.bg	1	0.1%
Apple Intelligence	1	0.1%
Mureka AI	1	0.1%
StableAudio	1	0.1%
Seesaw	1	0.1%
Chatart AI	1	0.1%
Illoca AI	1	0.1%
Tripo3D	1	0.1%
Codia AI	1	0.1%
Genspark AI	1	0.1%
Vide AI	1	0.1%
Lovable AI	1	0.1%
RooCode	1	0.1%
Prome AI	1	0.1%
OpenCode	1	0.1%
Codex	1	0.1%
Seedance	1	0.1%

(二) 請問您使用生成式 AI 工具的主要目的是什麼？(複選)

「獲取或學習知識」(56.5%)與「工作處理」(55%)為最主要的使用動機；其次為「資料彙整」(34.4%)；再其次是「生活規劃管理」(25.6%)；最後依序為「創意發想」(17.1%)、「娛樂聊天」(17%)與「課業學習」(10.5%)。

表 2 使用生成式 AI 工具的主要目的分析表

項目	次數	百分比
獲取或學習知識	610	56.5%
工作處理	593	55.0%
資料彙整	371	34.4%
生活規劃管理	276	25.6%
創意發想	185	17.1%
娛樂聊天	183	17.0%
課業學習	113	10.5%

(三) 過去 6 個月使用過的生成式 AI 工具中，請問您最主要使用的生成式 AI 工具是哪一個？(單選)

受訪者最主要使用工具以「ChatGPT」比例最高(56.6%)、其次為「Gemini」(34.6%)、「Claude」(2.6%)與「Copilot」(1.6%)，其他比例皆不到 1%。

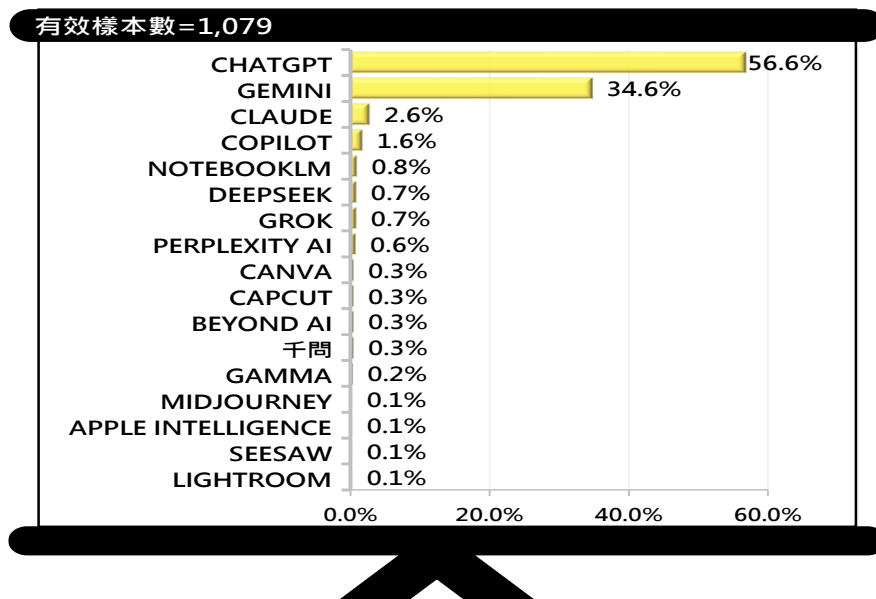


圖 7 最主要使用(單選)的生成式 AI 工具分析圖

(四) 承上題，成為您最主要使用生成式 AI 工具的原因？(複選)

以提供的服務/功能符合個人需求(47.2%)為主；其次是「最早接觸的生成式 AI 工具，已習慣使用」(25.1%)；再其次是「準確率高」(15.8%)與「生成能力強」(13.7%)。

表 3 成為最主要使用生成式 AI 工具之原因分析表

原因	次數	百分比
提供的服務/功能符合個人需求	509	47.2%
最早接觸的生成式 AI 工具，已習慣使用	271	25.1%
準確率高	170	15.8%
生成能力強	148	13.7%
操作簡單方便	92	8.5%
親友推薦	68	6.3%
與數位帳號整合度高，使用上非常便利	47	4.4%
統整資料的能力較好	47	4.4%
公司/雇主提供的	44	4.1%
口碑較好	36	3.3%

手機內原生 APP，使用上非常便利	31	2.9%
回覆/回應速度較快	27	2.5%
價格合理	26	2.4%
可使用的詞元(Token)/額度/次數較多	25	2.3%
親友提供的	23	2.1%
該應用程式(APP)取得/下載方便	23	2.1%
有網頁版可以使用，不需要額外下載專用 APP	20	1.9%
機構/學校/政府單位提供的	6	0.6%
資料輸出格式有較多選擇	3	0.3%
資訊安全等級較高	3	0.3%

(五) 請問您平均每週使用生成式 AI 工具的天數大約幾天？

以「每天使用」的比例最高，占 32.4%；其次是「每週 2 天」與「每週 3 天」，各占 14.2%與 14.1%。

(六) 請問您平均每天使用生成式 AI 工具的次數大約幾次？

以「每天 6 次以上」(21.8%) 及「每天 3 次」(21.7%) 的比例最高。整體來看，受訪者每週平均使用天數約 4 天，而每天平均使用次數為約 8 次。

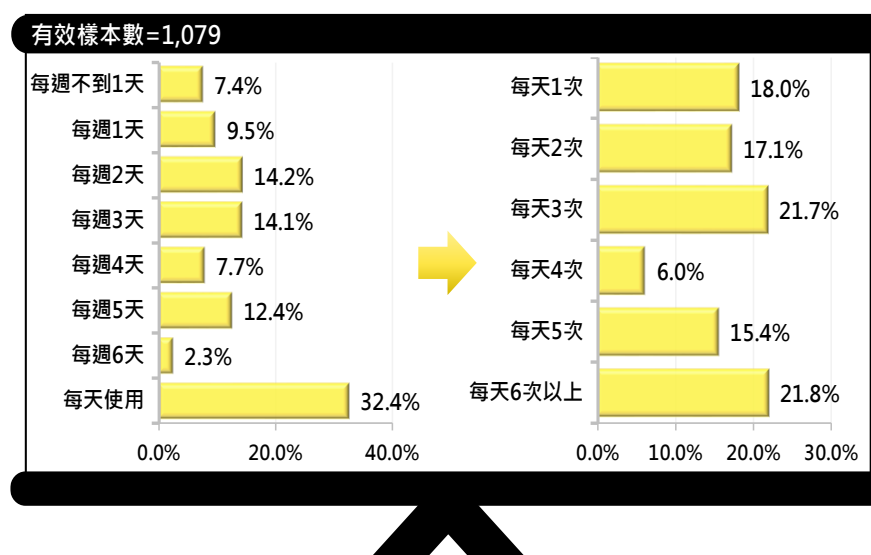


圖 8 使用生成式 AI 工具的天數與次數分析圖

二、交叉分析

(一) 性別與最常使用工具：

1. 男性在 Gemini、Claude、及 Copilot 的使用比例上高於女性(依序分別為 71.8%對 63.6%、11.3%對 6.5%及 7.2%對 2.9%)。
2. 女性在 ChatGPT、NotebookLM 的使用比例上高於男性(依序分別為 91.8%對 84.2%、10.7%對 5.6%)。

(二) 年齡與最常使用工具：

1. 18 歲至 39 歲使用者是 ChatGPT 的核心用戶，使用率皆超過 90%。而 50 歲至 59 歲雖然在 ChatGPT 的使用上略低(86.6%)於前者，但對於 NotebookLM 的偏好度為所有年齡層最高，達到 12.1%。
2. 70 歲以上使用者，於 Gemini 使用率達 86.6%，而 ChatGPT 為 25%，與其他年齡相反(其他年齡皆為使用 ChatGPT 高於 Gemini)。

(三) 高學歷者(研究所及以上)最常使用工具：

1. 在頻率部分，高學歷者「每天使用」與「每天 6 次以上」的比例達 40.7%與 29.7%，均高於平均(32.4%與 21.8%)。
2. 在單選情形下，高學歷者使用 ChatGPT 為 44.6%、Gemini 為 42.8%、而 Claude 為 5.7%，其中使用 Claude 之 5.7%為不同學歷下最高；而在雙棲情形下，高學歷者使用 Claude 的比例亦達 17.1%，高於平均(8.9%)約 2 倍。

(四) 性別、年齡與每月總花費費用(表 4)：

1. 男、女性每月花費費用皆集中在 500 元至 1,000 元，在花費超過 1,000 元以上之比例，男性略高於女性(23.1%對 17.6%)。
2. 除 60 歲至 69 歲區間(未滿 500 元)外，各年齡層每月花費費用集中在 500 元至 1,000 元。

表 4 使用者自行支付的費用與性別、年齡交叉分析

		請問您自己目前每月總共花費多少錢訂閱生成式 AI 工具？						
		橫列%	未滿 500 元	500– 1,000 元	1,000– 1,500 元	1,500– 2,000 元	2,000– 2,500 元	2,500– 3,000 元
總和		26.3%	50.2%	11.7%	5.8%	0.8%	1.9%	0.6%
性別	男性	25.8%	46.6%	13.6%	6.2%	1.4%	0.9%	1.0%
	女性	27.2%	55.2%	8.8%	5.3%		3.5%	
年齡	18-29 歲	27.1%	54.2%	13.5%	4.3%			
	30-39 歲	19.9%	52.3%	10.3%	6.6%	1.6%	2.4%	0.8%
	40-49 歲	26.5%	48.8%	13.2%	5.0%	1.0%	3.9%	
	50-59 歲	33.5%	44.6%	8.5%	10.0%			3.4%
	60-69 歲	100.0%	0.0%					

肆、付費使用者使用生成式 AI 工具之情形

一、問卷結果

(一) 在過去 6 個月您使用過的生成式 AI 工具(複選)中，屬於付費版本的有幾個？

在過去 6 個月使用過(複選)的情形下，有 39.8%的受訪者使用付費版本，其中付費訂閱數量包括「1 個」(25.6%)，「2 個」(10.7%)、「3 個」(2.1%)等²。

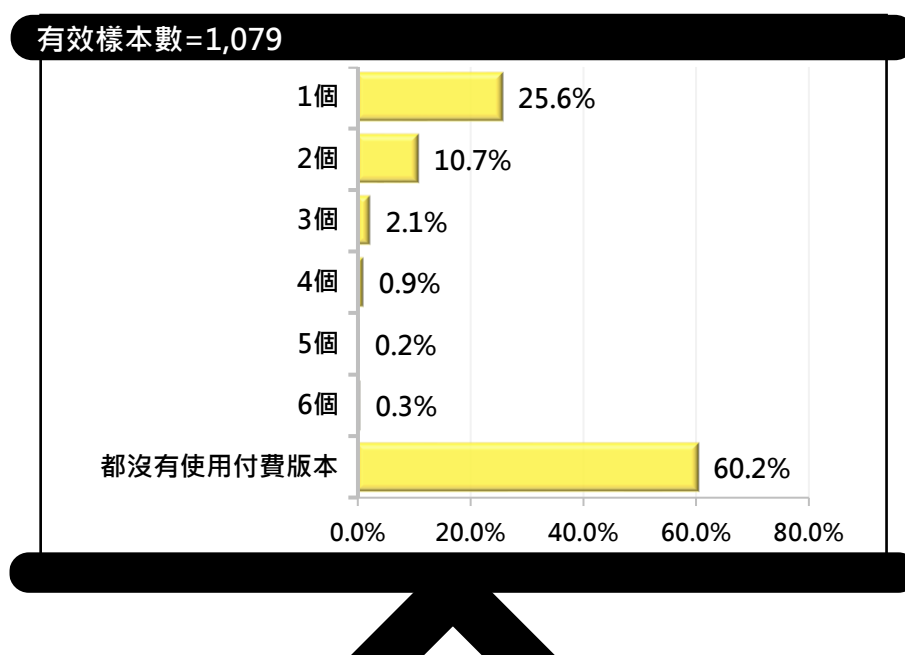


圖 9 生成式 AI 工具(複選)屬於付費版本的情形分析圖

(二) 請問您最主要使用生成式 AI 工具(單選)是不是付費版本？
屬於付費版本的有幾個？

倘限定最主要使用生成式 AI 工具(單選)下，則有 35.7%的受訪者使用付費版本。

² 本文的「1 個」(25.6%)、「2 個」(10.7%)、「3 個」(2.1%)是以整體使用者為分母計算比例。倘以付費使用者為分母，則為 64.3%(25.6%/39.8%)、26.9%(10.7%/39.8%)及 5.3%(2.1%/39.8%)。

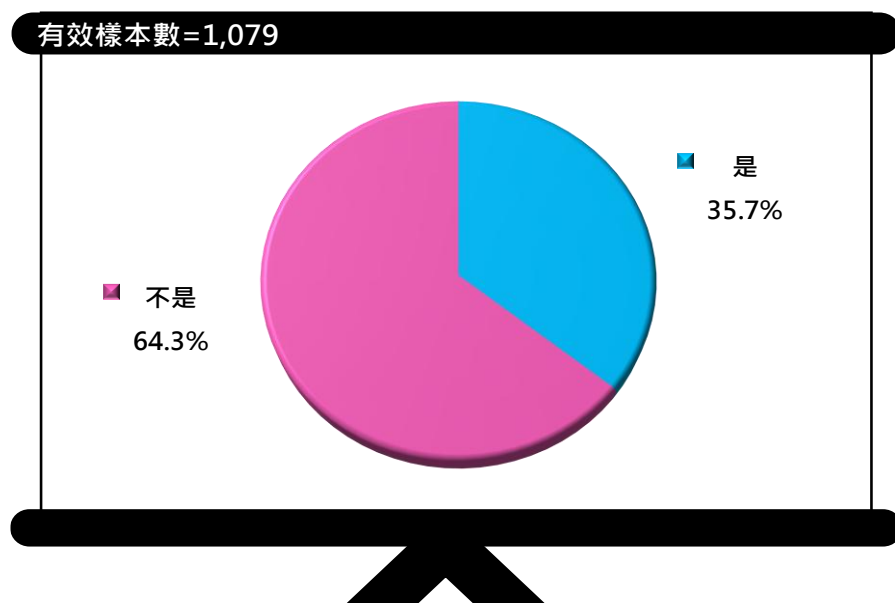


圖 10 最主要使用(單選)的生成式 AI 工具付費情形分析圖

(三) 請問您所使用的付費版本生成式 AI 工具是由誰來支付相關費用？(複選)

費用主要由「自己支付」(69.7%)；其次是「公司/雇主付費」(23.5%)；再其次依序是「親人/朋友/同學支付」(14.5%)與「機構/學校/政府單位支付」(4.9%)。

表 5 付費版本的費用支付者分析表

項目	次數	百分比
自己支付	299	69.7%
公司/雇主付費	101	23.5%
親人/朋友/同學支付	62	14.5%
機構/學校/政府單位支付	21	4.9%

(四) 請問您自己目前每月總共花費多少錢訂閱生成式 AI 工具？

以「500 元以上至未滿 1,000 元」(50.2%)居多，其次是「未滿 500 元」(26.3%)，再其次是「1,000 元以上至未滿 1,500 元」(11.7%)。

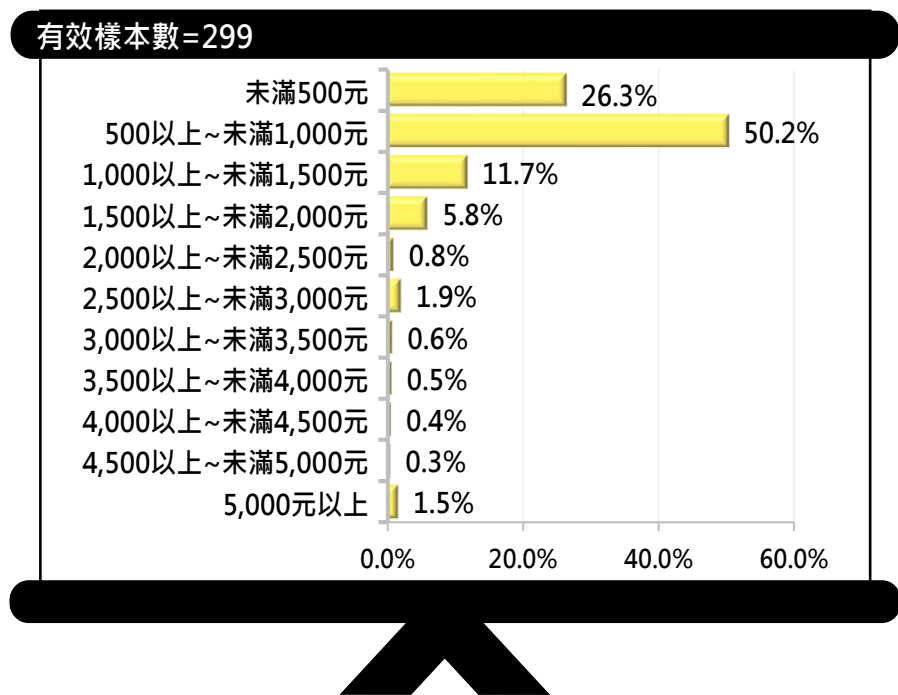


圖 11 每個月自己支付的費用分析圖

(五) 假設您付費訂閱的主要使用生成式 AI 工具一次性漲價 10%(例如：600 元漲價為 660 元)，請問您會不會改變現有方案？ 請問您會如何改變？(單選)

當最主要使用的付費版本價格漲價 10%時，76.3%的受訪者不會改變現有方案。23.7%的受訪者會改變現有方案。包括：

1. 改付費其他生成式 AI 工具(占整體比例為 8.5%)。
2. 改用其他免費版本的生成式 AI 工具(占整體比例為 4.7%)。
3. 使用原工具的免費版本(占整體比例則為 4.1%)。
4. 改用其他已付費的生成式 AI 工具(占整體比例為 3.1%)。
5. 使用原工具，但改付費次級方案(占整體比例為 3%)。
6. 取消使用所有生成式 AI 工具訂閱(占整體比例為 0.3%)

有效樣本數=386

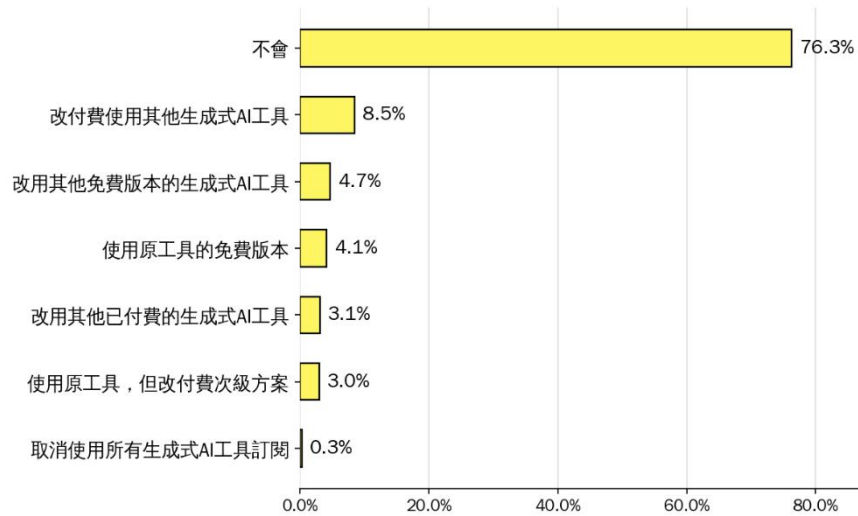


圖 12 一次性漲價 10%後的決策情形分析圖

二、交叉分析

(一) 單選與雙棲的付費使用者比例：

在過去 6 個月使用過(複選)生成式 AI 工具的情形下，有 39.8%的受訪者使用付費版本；而在最主要使用(單選)情形下，有 35.7%的受訪者為付費版本，差距不大。

(二) 性別與成為最主要使用工具原因：

男性在「準確率高」的考量上高於女性(19%對 12.4%)；而女性在「親友推薦」(9.7%對 3%)與「已習慣使用」(27%對 23.4%)的比例高於男性。

(三) 年齡與成為最主要使用工具原因：

1. 各年齡層均以「提供的服務/功能符合個人需求」為最主要原因。
2. 18 歲至 29 歲者因為「最早接觸的生成式 AI 工具，已習慣使用」(31.4%)而持續使用的比例較高。此外，該年齡層對於「準確率」(19.2%)與「生成能力」(15.4%)的要求也高於其他年齡層。

3. 50 歲至 59 歲者集中於「符合個人需求」(51.5%)，且在「親友推薦」(13.3%)與「統整資料能力」(9%)的表現高於整體平均。
4. 至於 70 歲以上者，與其他年齡層相同係以「提供的服務/功能符合個人需求」的選擇為主因，但達 75%屬各年齡層中最高。

伍、免費使用者使用生成式 AI 工具之情形

一、問卷結果

(一) 請問您沒有使用付費版本生成式 AI 工具的原因是什麼？ (複選)？

以「免費額度已足夠」(89.5%)為大宗，顯示現有免費版功能已能滿足多數免費使用受訪者的基礎需求；其次是「不願意自己付費」(12.6%)。

表 6 沒有使用付費版本的原因分析表

項目	次數	百分比
免費額度已足夠	582	89.5%
不願意自己付費	82	12.6%
費用太貴	35	5.4%
想嘗試更多的生成式 AI 工具後，再決定是否付費	17	2.6%
公司/學校未提供付費版	8	1.2%
不知道如何付費	5	0.8%
付費版本需填寫個資，不想提供	4	0.6%
AI 幻覺嚴重	4	0.6%

(二) 假設您最主要使用(只能單選)的生成式 AI 工具服務品質下降(如免費額度下降、回應速度變慢等)，請問您會不會改成付費版本，還是會改用其他免費版本的生成式 AI 工具？

當最主要使用(單選)的免費版本遇到品質下降時，仍維持使用原工具之免費版本僅 2.1%。其他替代方式包括

1. 改用其他免費版本的生成式 AI 工具(76.7%)，
2. 維持原工具但「改成付費版本」(15.5%)。
3. 取消使用所有生成式 AI 工具(5.7%)。

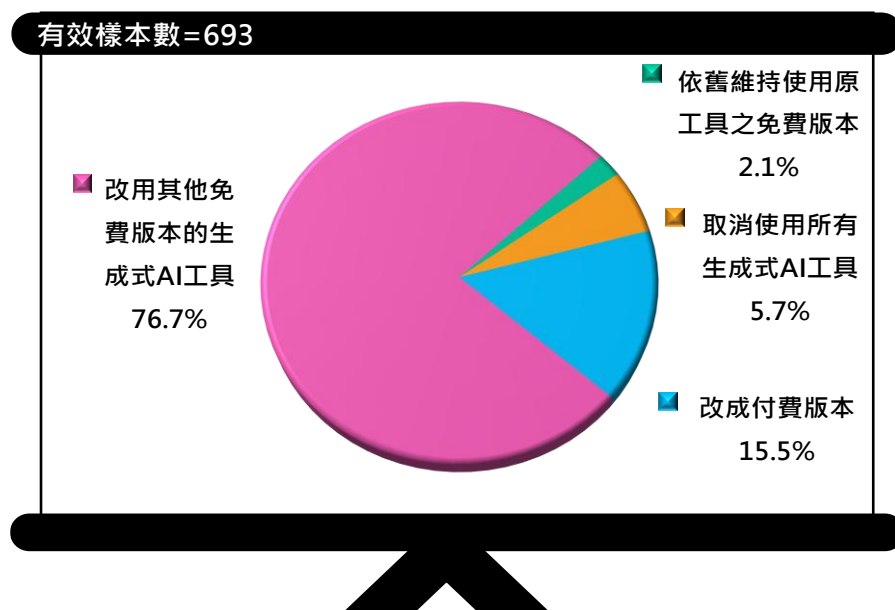


圖 13 服務品質下降後的決策情形分析圖

(三) 承上題，請問您會改用哪一個免費版本的生成式 AI 工具？
改用的 AI 工具大多為「Gemini」(31.8%)與「ChatGPT」(15.0%)。另外，約 40.9%的受訪者「尚未決定」

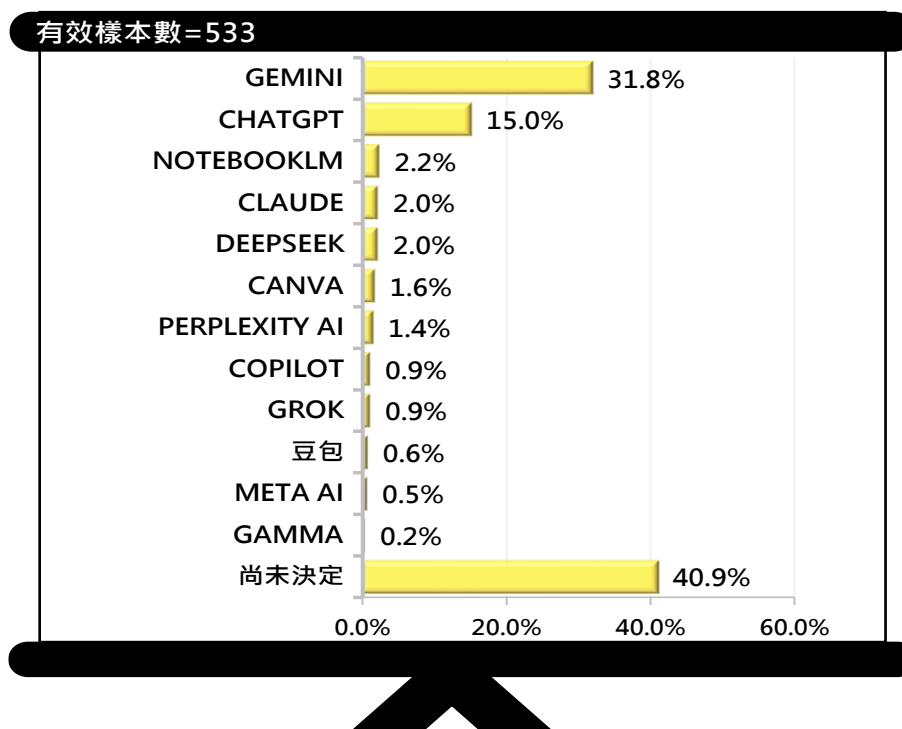


圖 14 改用 AI 工具(免費版本)分析圖

(四) 承前，改成付費版本下，請問您每個月最多願意付多少費用來訂閱(單選)。

以「未滿 500 元」(69.6%)的比例較高；其次是「500 以上~未滿 1,000 元」(25.5%)。其他金額之比例均未達一成。

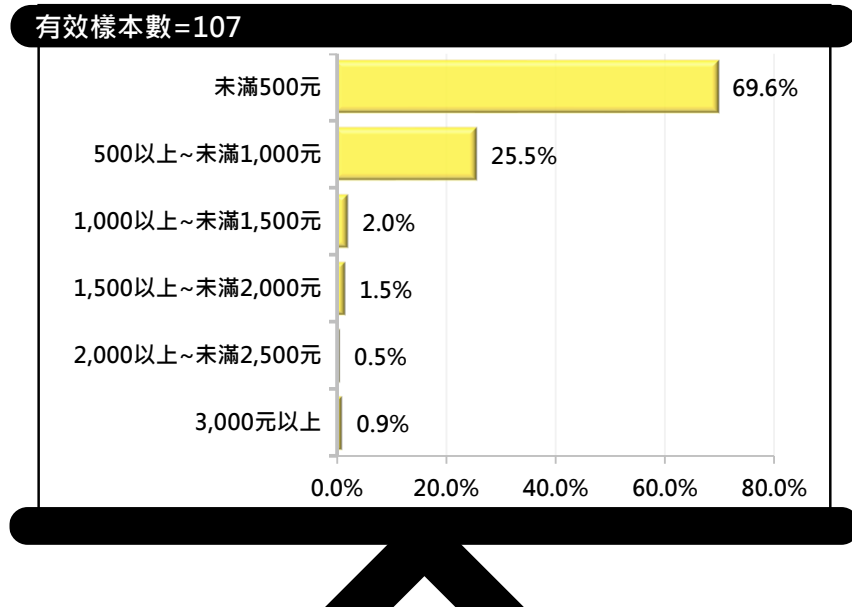


圖 15 每月願意支付金額分析圖

二、交叉分析

(一) 單選與雙棲的免費使用者比例：

在過去 6 個月使用過(複選)情形下，有 60.2%的受訪者使用免費版本；而在最主要使用(單選)情形下，有 64.3%的受訪者為免費版本，差距不大。

(二) 年齡與沒有使用付費版本的原因：

各年齡「免費額度已足夠」均高於 80%。18 歲至 29 歲者認為「費用太貴」的比例(11%)高於整體平均(5.4%)。而 50 歲至 59 歲者在「付費版本需填寫個資，不想提供」(2.6%)及「AI 幻覺嚴重」(1.9%)的比例上相對較高。至於 60 歲至 69 歲者，「不知道如何付費」的比例為 4.6%。

陸、結論

- 一、本行為問卷調查以消費者選擇行為與需求替代角度，瞭解國內消費者使用生成式 AI 工具之情形，調查期間為 115 年 5 月 6 日至 28 日，相關數據僅反映該期間之調查結果。
- 二、就整體使用情形而言，受訪者最常使用之生成式 AI 工具以「ChatGPT」(87.9%)居冠，其次為「Gemini」(67.8%)及「Claude」(8.9%)；若僅計最主要使用（單選）工具，ChatGPT (56.6%) 與 Gemini (34.6%) 合計達 9 成。受訪者多有同時使用或嘗試多款生成式 AI 工具之經驗，「多棲」使用已為普遍現象；使用動機以「獲取或學習知識」(56.5%) 與「工作處理」(55%) 為主，選擇特定工具之主因則為「服務/功能符合個人需求」(47.2%)。
- 三、就付費使用情形而言，受訪者曾使用付費版本之比例約 39.8%，其中以「自己支付」(69.7%) 為主，每月花費以「500 元以上至未滿 1,000 元」(50.2%) 居多。在假設主力工具一次性漲價 10% 之情形下，76.3%受訪者選擇不改變現有方案，其餘 23.7%受訪者則分別轉為其他付費品牌、降回免費版本或取消訂閱等因應方式。
- 四、就免費使用情形而言，受訪者曾使用免費版本之比例約 60.2%，未付費之主要原因為「免費額度已足夠」(89.5%)。在假設主力工具服務品質下降之情形下，多數 (76.7%) 受訪者選擇改用其他免費版本之生成式 AI 工具，僅 15.5%選擇升級為付費版本，願付金額則多集中於「未滿 500 元」(69.6%)。