

109 年通訊傳播市場發展概況
與趨勢調查分析委託研究案
案號：NCCT109008

109 年廣電市場調查結果報告

委託單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

中華民國 110 年 2 月

109 年委託研究報告

案號：NCCT109008

**通訊傳播市場發展概況
與趨勢調查分析委託研究案
廣電市場調查結果報告**

計畫主持人

鍾銘泰博士

研究人員

劉柏立、陳思豪、王怡惠、陳萱、

曾筱媛、陳勁碩、蔡孟珂、蘇秋惠

委託單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

本報告不必然代表國家通訊傳播委員會意見

中華民國 110 年 2 月

目錄

壹、調查目的	1
貳、調查方法	1
一、問卷設計	1
二、調查對象與方法	1
三、調查執行情形	10
四、研究限制	14
參、廣電市場調查結果	15
一、視聽媒介使用行為	15
二、電視與廣播收視聽行為與感受	52
三、電視廣播廣告	70
四、電視/廣播節目管理與消費者/兒少保護	76
五、隱私保護	95
肆、廣電市場問卷調查專家焦點座談	101
一、專家焦點座談會目的與討論議題	101
二、專家焦點座談會重點摘要	102
伍、結論與綜合建議	108
一、結論	108
二、綜合建議	109

參考文獻.....	111
附件一 廣電市場調查問卷	112
【電視廣播使用行為】	113
【家中電視使用情形及收視來源】	113
【有線電視收看行為】	115
【MOD 收看行為】	117
【家中可連網設備擁有及使用情形】	119
【家中智慧電視擁有及使用情形】	120
【視聽媒介使用情形】	121
【電視收看行為與感受】	126
【廣播收聽行為與感受】	129
【電視廣告】	135
【電視/廣播節目管理與消費者/兒少保護】	137
【隱私保護】	143
【基本資料】	146

圖目錄

圖 1	是否收看電視或收聽廣播.....	15
圖 2	家中擁有的電視機數量.....	16
圖 3	家中過去 12 個月內有沒有使用電視機.....	16
圖 4	家中未來 12 個月內會不會繼續使用電視機.....	17
圖 5	如何選擇觀看於固定時段播出的電視節目或電影.....	19
圖 6	家中電視機收看之電視節目平臺.....	20
圖 7	最主要收視來源.....	21
圖 8	有沒有加購有線電視服務其他頻道.....	23
圖 9	知不知道家中有線電視可以付費使用錄製、暫停、回播電視節目功能..	23
圖 10	使用過家中有線電視哪些功能.....	23
圖 11	家中透過有線電視系統加購哪些線上串流影音服務.....	26
圖 12	會不會考慮停止訂閱有線電視服務.....	27
圖 13	考慮停止訂閱有線電視服務之主要原因.....	27
圖 14	停訂後會考慮改用哪些其他服務.....	28
圖 15	知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭.....	29
圖 16	有沒有改用新業者的有線電視服務.....	29
圖 17	訂閱的中華電信 MOD 服務	31
圖 18	知不知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能	32
圖 19	使用過中華電信 MOD 哪些功能	32
圖 20	家中透過中華電信 MOD 加購的線上串流影音服務	34
圖 21	未來一年內會不會考慮停止訂閱中華電信 MOD 服務	35
圖 22	考慮停止訂閱中華電信 MOD 服務之主要原因	35
圖 23	停訂中華電信 MOD 服務後考慮改用哪些其他服務	36
圖 24	家中有哪些可連網設備.....	37
圖 25	過去 12 個月透過哪些連網設備連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容	38
圖 26	家中有沒有智慧電視.....	39
圖 27	家中智慧電視有沒有連結家中寬頻網路.....	40

圖 28	家中智慧電視沒有連結寬頻網路之主要原因.....	40
圖 29	過去 12 個月內曾使用智慧電視從事哪些活動.....	41
圖 30	過去 12 個月內，透過有線電視機上盒從事之活動.....	43
圖 31	過去 12 個月內，透過中華電信 MOD 從事之活動	44
圖 32	過去 12 個月內，透過多媒體播放器從事之活動.....	46
圖 33	過去 12 個月內，透過可連網電視遊戲機從事之活動.....	46
圖 34	過去 12 個月內，透過智慧型手機連結電視機從事之活動.....	48
圖 35	過去 12 個月內，透過筆記型電腦連結電視機從事之活動.....	49
圖 36	過去 12 個月內，透過平板連結電視機從事之活動.....	50
圖 37	過去 12 個月內，透過桌上型電腦連結電視機從事之活動.....	50
圖 38	最常收看電視時段.....	53
圖 39	時常收看的電視節目類型（前十名）	54
圖 40	過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進.....	55
圖 41	電視節目在過去 12 個月內改進之處.....	55
圖 42	電視節目在過去 12 個月內更糟之處（前十名）	56
圖 43	平常透過哪些設備收聽廣播節目	58
圖 44	家中有幾台收音機.....	58
圖 45	個人較常使用的收音機有幾台	58
圖 46	收聽的廣播頻段.....	59
圖 47	使用連網設備收聽廣播方式.....	61
圖 48	收聽廣播頻率.....	62
圖 49	最常收聽廣播時段.....	63
圖 50	最常收聽的廣播電臺.....	65
圖 51	過去 12 個月內收聽廣播節目有沒有聽到令人反感或厭惡內容.....	68
圖 52	哪些電視廣告播出情形對您造成困擾.....	71
圖 53	哪些電視廣告類型對您造成困擾.....	71
圖 54	電視頻道 1 小時內出現廣告的次數是否合宜.....	72
圖 55	電視頻道廣告播出長度是否合宜.....	73
圖 56	廣播節目 1 小時內出現的廣告次數是否合宜.....	75
圖 57	廣播節目廣告播出長度是否合宜.....	75

圖 58	知不知道電視節目有相關規範.....	77
圖 59	民眾認為電視節目規範合適度.....	77
圖 60	民眾對於哪個單位負責管理電視節目的認知.....	77
圖 61	知不知道廣播節目有相關規範.....	80
圖 62	民眾認為廣播節目規範合適度.....	80
圖 63	民眾對於哪個單位負責管理廣播節目的認知.....	80
圖 64	民眾認為電視節目有規範之原因.....	83
圖 65	民眾認為誰該負主責來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容....	84
圖 66	過去 12 個月觀看電視節目時，有沒有看到令人反感或厭惡的內容.....	85
圖 67	哪些播送內容讓您覺得討厭（前十名）.....	85
圖 68	讓您覺得厭惡的節目（前十名）.....	86
圖 69	當電視播出令您覺得反感或厭惡的節目內容會如何反應.....	86
圖 70	電視節目有關「性」出現頻率的合適度.....	88
圖 71	電視節目有關「暴力」出現頻率的合適度.....	89
圖 72	電視節目有關「髒話」出現頻率.....	90
圖 73	是否同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出	91
圖 74	是否同意「色情」或「暴力」節目可置於免付費成人觀看區，由收視者 自行決定封鎖之.....	92
圖 75	民眾認為有害的電視節目內容.....	94
圖 76	看到有害電視節目內容後會如何回應.....	94
圖 77	對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私之態度.....	95
圖 78	對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私之態度.....	97
圖 79	最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道.....	98
圖 80	最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道.....	99

表目錄

表 1	各層別鄉鎮市區列表.....	2
表 2	地理分層設計表.....	4
表 3	各調查地點樣本配置計畫表.....	6
表 4	各調查地點樣本依年齡層調整後之配置計畫表.....	7
表 5	正式樣本實際執行狀況.....	8
表 6	廣電市場調查地點完成數加權前代表性檢定.....	10
表 7	廣電市場調查樣本檢定表.....	13
表 8	各年齡層樣本加權後之膨脹倍數.....	13
表 9	每週透過電視機收看電視節目時間（區域別）.....	18
表 10	透過不同設備收聽廣播之頻率比較.....	61
表 11	從最常收聽廣播電臺獲取資訊之仰賴程度.....	66
表 12	民眾對最常收聽的廣播電臺滿意度（區域別）.....	69
表 13	最常收聽之電臺所提供服務的重要性（區域別）.....	69

壹、調查目的

資通訊科技發展迅速，帶動整體數位經濟蓬勃發展。在匯流趨勢下，通訊傳播產業攸關國家經濟與發展，特別是消費者在通訊傳播市場的使用行為，除與整體通訊傳播產業之商業經營、科技發展息息相關外，更逐漸擴大影響多元產業。

透過通訊傳播統計調查，可確實掌握國家發展與民眾使用情形。目前在世界許多主要先進國家，已建立長期通訊傳播市場與消費行為之調查機制，舉凡如英國通訊傳播主管機關 Ofcom、日本總務省、韓國 KCC 與新加坡 IMDA 等，均固定彙蒐並累積相關資訊，以作為國家通訊傳播產業之重要統計數據。而上述定期調查機制，一方面可作為了解國家整體發展的重要指標，再則可藉由消費者的通訊傳播使用行為，完整呈現需求面的消費態樣與市場資訊。

國家通訊傳播委員會自 106 年起，進行我國首次通訊傳播市場調查，今年為第四年執行。調查目的在於透過全面且深入之需求面調查，掌握第一手消費者行為與創新應用現況，除此之外，經由調查所得客觀與細緻的消費者行為資訊，亦可作為觀察我國數位經濟發展依據，以提供未來擘劃通訊傳播市場政策與法規之重要參考。

貳、調查方法

一、問卷設計

本調查主要參酌英國通訊傳播主管機關 Ofcom 調查消費者在通訊傳播市場之使用行為及其趨勢，並配合國內廣電市場現況予以調整設計問卷。

二、調查對象與方法

（一）調查對象

以臺澎金馬為訪問區域。並以年齡在 16 歲及以上（民國 93 年 12 月 31 日以前出生）的民眾為調查對象。

（二）抽樣方法

本調查在抽樣設計方面係依分層三階段抽取率與單位大小成比例（Stratified

Three-Stage Probabilities Proportional To Size Sampling，PPS）抽樣法，於第一及第二階段依照各地區人口等比例分配樣本，第三階段則採便利抽樣完成受訪樣本。

本研究的抽樣參考侯佩君等人（2008）建立的七個鄉鎮市區發展類型做為抽樣分層的基礎，將台灣地區 358 個鄉鎮市區劃分成七個層級（如表 1），包含：都會核心、工商市區、新興市鎮、傳統產業市鎮、低度發展鄉鎮、高齡化鄉鎮、偏遠鄉鎮等七個階層。第一階段的抽出單位為鄉鎮市區，第二階段抽出單位為村里，第三階段則於抽出村里的人口聚集處設置訪問點，供民眾填答。

表 1 各層別鄉鎮市區列表

層別代碼	鄉鎮市區名稱
1	臺北市松山區、臺北市信義區、臺北市大安區、臺北市中正區、臺北市大同區、臺北市萬華區、新北市永和區、臺中市西區、臺中市北區、臺南市東區、臺南市中西區、高雄市鹽埕區、高雄市三民區、高雄市新興區、高雄市前金區、高雄市苓雅區
2	臺北市中山區、臺北市文山區、臺北市南港區、臺北市內湖區、臺北市士林區、臺北市北投區、新北市板橋區、新北市三重區、新北市中和區、新北市新莊區、新北市淡水區、新北市蘆洲區、新北市林口區、桃園縣桃園市、桃園縣中壢市、新竹縣竹北市、新竹市東區、新竹市北區、臺中市南區、臺中市西屯區、臺中市南屯區、臺中市北屯區、臺南市北區、高雄市鼓山區、高雄市左營區、高雄市鳳山區
3	新北市新店區、新北市樹林區、新北市鶯歌區、新北市三峽區、新北市汐止區、新北市土城區、新北市泰山區、桃園縣楊梅市、桃園縣蘆竹鄉、桃園縣大園鄉、桃園縣龜山鄉、桃園縣八德市、桃園縣龍潭鄉、桃園縣平鎮市、新竹縣竹東鎮、新竹縣湖口鄉、新竹縣新豐鄉、新竹縣芎林鄉、新竹縣寶山鄉、新竹市香山區、苗栗縣竹南鎮、苗栗縣頭份鎮、臺中市豐原區、臺中市沙鹿區、臺中市梧棲區、臺中市潭子區、臺中市大雅區、臺中市烏日區、臺中市龍井區、臺中市太平區、臺中市大里區、臺南市善化區、臺南市仁德區、臺南市歸仁區、臺南市永康區、臺南市安南區、臺南市安平區、高雄市楠梓區、高雄市小港區、高雄市大寮區、高雄市大社區、高雄市仁武區、高雄市鳥松區、高雄市岡山區
4	基隆市中正區、基隆市七堵區、基隆市暖暖區、基隆市仁愛區、基隆市中山區、基隆市安樂區、基隆市信義區、新北市五股區、新北市深坑區、新北市八里區、苗栗縣苗栗市、臺中市東區、彰化縣彰化市、彰化縣員林鎮、雲林縣斗六市、嘉義市東區、嘉義市西區、臺南市新營區、臺南市南區、高雄市前鎮區、高雄市旗津區、屏東縣屏東市、宜蘭縣宜蘭市、宜蘭縣羅東鎮、花蓮縣花蓮市、花蓮縣吉安鄉
5	新北市瑞芳區、新北市三芝區、新北市石門區、新北市金山區、新北市萬里區、桃園縣大溪鎮、桃園縣新屋鄉、桃園縣觀音鄉、新竹縣新埔鎮、新竹縣關西鎮、新竹縣橫山鄉、新竹縣北埔鄉、苗栗縣苑裡鎮、苗

層別 代碼	鄉鎮市區名稱
	栗縣通霄鎮、苗栗縣後龍鎮、 苗栗縣公館鄉、苗栗縣銅鑼鄉、苗栗縣頭屋鄉、苗栗縣三義鄉、苗栗縣造橋鄉、 苗栗縣三灣鄉、臺中市大甲區、臺中市清水區、臺中市后里區、臺中市神岡區、 臺中市石岡區、臺中市外埔區、臺中市大安區、臺中市大肚區、臺中市霧峰區、 彰化縣鹿港鎮、彰化縣和美鎮、彰化縣線西鄉、彰化縣伸港鄉、彰化縣福興鄉、 彰化縣秀水鄉、彰化縣花壇鄉、彰化縣芬園鄉、彰化縣溪湖鎮、彰化縣田中鎮、 彰化縣大村鄉、彰化縣埔鹽鄉、彰化縣埔心鄉、彰化縣永靖鄉、彰化縣社頭鄉、 彰化縣北斗鎮、彰化縣埤頭鄉、南投縣南投市、南投縣埔里鎮、南投縣草屯鎮、 雲林縣斗南鎮、雲林縣虎尾鎮、雲林縣林內鄉、嘉義縣太保市、嘉義縣民雄鄉、 嘉義縣水上鄉、嘉義縣中埔鄉、臺南市鹽水區、臺南市柳營區、臺南市麻豆區、臺南市下營區、臺南市六甲區、臺南市官田區、臺南市佳里區、臺南市學甲區、 臺南市西港區、臺南市七股區、臺南市將軍區、臺南市北門區、臺南市新化區、 臺南市新市區、臺南市安定區、臺南市山上區、臺南市關廟區、高雄市林園區、 高雄市大樹區、高雄市橋頭區、高雄市燕巢區、高雄市阿蓮區、高雄市路竹區、 高雄市湖內區、高雄市茄苳區、高雄市永安區、高雄市彌陀區、高雄市梓官區、 屏東縣潮州鎮、屏東縣東港鎮、屏東縣恆春鎮、屏東縣萬丹鄉、屏東縣長治鄉、 屏東縣麟洛鄉、屏東縣九如鄉、屏東縣內埔鄉、屏東縣新園鄉、宜蘭縣蘇澳鎮、 宜蘭縣頭城鎮、宜蘭縣礁溪鄉、宜蘭縣壯圍鄉、宜蘭縣員山鄉、宜蘭縣冬山鄉、 宜蘭縣五結鄉、臺東縣臺東市
6	新北市石碇區、新北市坪林區、新北市平溪區、新北市雙溪區、新北市貢寮區、 新竹縣峨眉鄉、苗栗縣卓蘭鎮、苗栗縣大湖鄉、苗栗縣南庄鄉、苗栗縣西湖鄉、 苗栗縣獅潭鄉、苗栗縣泰安鄉、臺中市東勢區、臺中市新社區、臺中市和平區、 彰化縣二水鄉、彰化縣二林鎮、彰化縣田尾鄉、彰化縣芳苑鄉、彰化縣大城鄉、 彰化縣竹塘鄉、彰化縣溪州鄉、南投縣竹山鎮、南投縣集集鎮、南投縣名間鄉、 南投縣鹿谷鄉、南投縣中寮鄉、南投縣魚池鄉、南投縣國姓鄉、南投縣水里鄉、 南投縣信義鄉、雲林縣西螺鎮、雲林縣土庫鎮、雲林縣北港鎮、雲林縣古坑鄉、 雲林縣大埤鄉、雲林縣莿桐鄉、雲林縣二崙鄉、雲林縣崙背鄉、雲林縣東勢鄉、 雲林縣褒忠鄉、雲林縣臺西鄉、雲林縣元長鄉、雲林縣四湖鄉、雲林縣口湖鄉、 雲林縣水林鄉、嘉義縣朴子市、嘉義縣布袋鎮、嘉義縣大林鎮、嘉義縣溪口鄉、 嘉義縣新港鄉、嘉義縣六腳鄉、嘉義縣東石鄉、嘉義縣義竹鄉、嘉義縣鹿草鄉、 嘉義縣竹崎鄉、嘉義縣梅山鄉、嘉義縣番路鄉、臺南市白河區、臺南市後壁區、 臺南市東山區、臺南市大內區、臺南市玉井區、臺南市楠西區、臺南市南化區、 臺南市左鎮區、臺南市龍崎區、高雄市田寮區、高雄市旗山區、高雄市美濃區、 高雄市六龜區、高雄市甲仙區、高雄市杉林區、高雄市內門區、屏東縣里港鄉、 屏東縣鹽埔鄉、屏東縣高樹鄉、屏東縣萬巒鄉、屏東縣竹田鄉、屏東縣新埤鄉、 屏東縣枋寮鄉、屏東縣崁頂鄉、屏東縣林邊鄉、屏東縣南州鄉、屏東縣佳冬鄉、 屏東縣車城鄉、屏東縣滿州鄉、屏東縣枋山鄉、澎湖縣湖西鄉、澎湖縣白沙鄉、 澎湖縣西嶼鄉、澎湖縣望安鄉、澎湖縣

層別代碼	鄉鎮市區名稱
	七美鄉、宜蘭縣三星鄉、花蓮縣鳳林鎮、花蓮縣玉里鎮、花蓮縣壽豐鄉、花蓮縣光復鄉、花蓮縣豐濱鄉、花蓮縣瑞穗鄉、花蓮縣富里鄉、臺東縣成功鎮、臺東縣關山鎮、臺東縣卑南鄉、臺東縣鹿野鄉、臺東縣池上鄉、臺東縣東河鄉、臺東縣長濱鄉、臺東縣太麻里鄉
7	新北市烏來區、桃園縣復興鄉、新竹縣尖石鄉、新竹縣五峰鄉、南投縣仁愛鄉、雲林縣麥寮鄉、嘉義縣大埔鄉、嘉義縣阿里山鄉、高雄市茂林區、高雄市桃源區、高雄市那瑪夏區、屏東縣琉球鄉、屏東縣三地門鄉、屏東縣霧臺鄉、屏東縣瑪家鄉、屏東縣泰武鄉、屏東縣來義鄉、屏東縣春日鄉、屏東縣獅子鄉、屏東縣牡丹鄉、澎湖縣馬公市、宜蘭縣大同鄉、宜蘭縣南澳鄉、花蓮縣新城鄉、花蓮縣秀林鄉、花蓮縣萬榮鄉、花蓮縣卓溪鄉、臺東縣大武鄉、臺東縣綠島鄉、臺東縣海端鄉、臺東縣延平鄉、臺東縣金峰鄉、臺東縣達仁鄉、臺東縣蘭嶼鄉

表 2 地理分層設計表

地理區	層別代碼	合併層別代碼
北北基宜	1	1
	2	2
	3、4	3
	5、6、7	4
桃竹苗	1、2	1
	3、4	2
	5、6、7	3
中彰投	1、2	1
	3、4	2
	5	3
	6、7	4
雲嘉南	1、2、3	1
	4、5	2
	6、7	3
高屏澎	1、2	1
	3、4	2
	5、6、7	3
花東	4、5	1
	6、7	2

1. 前測試訪調查

前測試訪調查採分層三階段 PPS 抽樣法，由於預試預計完成案數不多，在顧及後續調查時程規劃、考量調查成本的前提之下，將本計畫正式調查所使用的抽樣分層加以調整，排除花蓮與台東地區，以五個「地理區」依序北北基宜、桃竹苗、中彰投、雲嘉南與高屏澎，僅各抽取一個地理分層進行調查。先依據內政部戶政司所提供民國 108 年 12 月底人口統計資料計算各地理區的人口比例，再依所計算出的人口比例計算各地理區所需抽取的鄉鎮市區數，並調整抽取村里數與各村里應完成數。實際成功樣本數為 30 人。

2. 正式調查

正式面訪調查依據內政部戶政司所提供民國 108 年 12 月底的人口統計資料計算各地理區的人口比例，再依所計算出的人口比例計算各地理區所需抽取的鄉鎮市區數，並調整抽取村里數與各村里應完成數，使得臺灣本島（含澎湖）問卷應完成樣本數為 1,100 案，金馬地區問卷應完成樣本數各為 30 案。鑒於花東及金馬地區人口數過少及人口密度分佈極不平均，為了確保取樣能充分代表該地區，在實際執行抽樣時，採用分層二階段 PPS 抽樣法，其他地區仍採用分層三階段 PPS 抽樣法：第一階段共抽取 44 個鄉鎮市區，第二階段共抽取 88 個村里（參見表 3），第三階段則於中選村里的人口聚集處（如：公園、繁華的街口等）設置訪問點，供民眾填答問卷¹。

各階段的抽樣單位，茲說明如下：

- (1) 二階段抽樣：第一階段的單位為「村里」，接著抽出「人」。該地理分層之「鄉鎮市區」全部涵蓋在內；
- (2) 三階段抽樣：第一階段的單位為「鄉鎮市區」，其次抽出「村里」，最後抽出「人」。

調查執行時，亦將根據性別與年齡結構進行嚴格控管，以期調查結果能夠趨近母體結構，若調查所得樣本與母體不一致，則依據性別、年齡、縣市別變數進行加權，而各年齡層加權後之樣本數不得超過原樣本數±60%。

¹ 在選定的訪問點，請訪員以男女間隔的方式邀請民眾參與問卷填答。

3. 樣本配置

依委託單位需求，本次調查問卷至少完成 1,160 份有效樣本（含金馬地區），在 95% 的信心水準下，抽樣誤差介於正負 3.0 個百分點以內。

表 3 各調查地點樣本配置計畫表

調查地點抽樣架構				原始調查地點預計完成之樣本配置				
調查地點 地理分層	層級	16歲以上 人口數	人口比例	調查地點 預計樣本配置	調查地點 鄉鎮市區 抽取數	調查地點 村里 抽取數	調查地點 各村里 預計完成數	調查地點 總村里數 抽取數
北北基宜	第1層	1,221,392	18.82%	66	3	2	11	6
	第2層	3,205,432	49.40%	174	7	2	12	14
	第3層	1,658,774	25.56%	90	4	2	11	8
	第4層	403,164	6.21%	22	1	2	11	2
	小計	6,488,762	32.06%	353	14			30
桃竹苗	第1層	1,176,640	36.79%	64	3	2	11	6
	第2層	1,499,522	46.89%	82	3	2	14	6
	第3層	521,746	16.32%	28	1	2	14	2
	小計	3,197,908	15.80%	174	7			14
中彰投	第1層	923,773	23.57%	50	2	2	13	4
	第2層	1,283,279	32.74%	70	3	2	12	6
	第3層	1,279,001	32.63%	70	3	2	12	6
	第4層	433,564	11.06%	24	1	2	12	2
	小計	3,919,617	19.37%	213	9			18
雲嘉南	第1層	930,101	31.90%	51	2	2	13	4
	第2層	1,214,657	41.65%	66	2	2	17	4
	第3層	771,364	26.45%	42	2	2	10	4
	小計	2,916,122	14.41%	159	6			12
高屏澎	第1層	1,134,075	35.00%	62	2	2	15	4
	第2層	993,762	30.67%	54	2	2	14	4
	第3層	1,111,938	34.32%	60	2	2	15	4
	小計	3,239,775	16.01%	176	6			12
花東	第1層	251,969	53.14%	14	1	1	14	1
	第2層	222,160	46.86%	12	1	1	12	1
	小計	474,129	2.34%	26	2			2
總數		20,236,313	100.00%	1,100	44			88

表 3 為各調查地點樣本配置計畫表，先依各層級人口比例計算出調查地點預計樣本配額後，以 30 個樣本數為一單位決定調查地點鄉鎮市區抽取數。其中除了花東地區人口較少，直接採各抽取 1 個村里外，其他縣市皆採每鄉鎮市區抽取 2 個村里。

因原調查地點樣本配置是以母體人口之比例計算而出，於實際執行時分配樣本之數量配額，可能因無法整除而有做些微調整，另因針對年齡層調查有特別要求各年齡層加權後之樣本數不得超過原樣本數±60%，因此針對此項目於後續執行樣本配額時也一併納入考量進行配額之調整。調整後之調查地點樣本配額請參見表 4。

表 4 各調查地點樣本依年齡層調整後之配置計畫表

調查地點抽樣架構					依母體年齡層調整調查地點配額(單一點位預計完成數)							
調查地點 地理分層	層級	16歲以上 人口數	人口比例	調查地點 各層原始 預計完成數	調查地點 16-25歲 預計完成 數	調查地點 26-35歲 預計完成 數	調查地點 36-45歲 預計完成數	調查地點 46-55歲 預計完成 數	調查地點 56-65歲 預計完成數	調查地點 65歲以上 預計完成數	調查地點 各村里 預計完成數	依年齡層 調查地點各 層 預計完成數
北北基宜	第1層	1,221,392	18.82%	66	1	2	2	2	2	2	11	66
	第2層	3,205,432	49.40%	168	2	2	2	2	2	2	12	168
	第3層	1,658,774	25.56%	88	2	2	2	2	2	1	11	88
	第4層	403,164	6.21%	22	2	2	2	2	2	1	11	22
	小計	6,488,762	32.06%	344	7	8	8	8	8	6	45	344
桃竹苗	第1層	1,176,640	36.79%	66	2	2	2	2	2	1	11	66
	第2層	1,499,522	46.89%	84	3	3	2	2	2	2	14	84
	第3層	521,746	16.32%	28	2	2	2	3	2	1	12	24
	小計	3,197,908	15.80%	178	7	7	6	7	6	4	37	174
中彰投	第1層	923,773	23.57%	52	2	2	2	3	2	2	13	52
	第2層	1,283,279	32.74%	72	2	2	2	2	2	2	12	72
	第3層	1,279,001	32.63%	72	2	2	2	2	2	2	12	72
	第4層	433,564	11.06%	24	2	3	2	2	2	1	12	24
	小計	3,919,617	19.37%	220	8	9	8	9	8	7	49	220
雲嘉南	第1層	930,101	31.90%	52	3	3	2	2	2	1	13	52
	第2層	1,214,657	41.65%	68	2	3	3	3	3	3	17	68
	第3層	771,364	26.45%	40	1	1	2	2	2	2	10	40
	小計	2,916,122	14.41%	160	6	7	7	7	7	6	40	160
高屏澎	第1層	1,134,075	35.00%	60	3	3	2	3	2	2	15	60
	第2層	993,762	30.67%	56	2	3	3	2	2	2	14	56
	第3層	1,111,938	34.32%	60	3	3	3	2	2	2	15	60
	小計	3,239,775	16.01%	176	8	9	8	7	6	6	44	176
花東	第1層	251,969	53.14%	14	2	3	3	3	2	1	14	14
	第2層	222,160	46.86%	12	2	3	2	2	2	1	12	12
	小計	474,129	2.34%	26	4	6	5	5	4	2	26	26
總數		20,236,313	100.00%	1,104							0	1,100

(三) 調查時間

自民國 109 年 4 月 15 日至 6 月 5 日於抽出之訪問區域進行訪問。

表 5 正式樣本實際執行狀況

抽樣架構		中選訪問之	各訪問地點	
地區	分層	鄉鎮市區	預計配額（共 1,160 份）	實際完成數（共 1,166 份）
北北基宜	第一層	臺北市信義區	22	22
		臺北市中正區	22	22
		臺北市大同區	22	22
	第二層	臺北市文山區	24	24
		新北市板橋區	24	24
		新北市新莊區	24	24
		臺北市南港區	24	24
		新北市淡水區	24	24
		新北市蘆洲區	24	24
		新北市林口區	24	24
	第三層	新北市新店區	22	22
		基隆市仁愛區	22	22
		基隆市中山區	22	22
		宜蘭縣宜蘭市	22	22
	第四層	宜蘭縣員山鄉	22	22
	小計		344	344
桃竹苗	第一層	桃園市桃園區	22	22
		新竹市東區	22	23
		新竹市北區	22	22
	第二層	新竹縣湖口鄉	28	28
		桃園市龍潭區	28	28
		桃園市八德區	28	28
	第三層	苗栗縣大湖鄉	24	24
	小計		174	175
中彰投	第一層	臺中市西屯區	26	26
		臺中市南區	26	26
	第二層	彰化縣彰化市	24	24
		臺中市太平區	24	24
		臺中市龍井區	24	24
	第三層	南投縣南投市	24	25
		彰化縣埔心鄉	24	24
		南投縣埔里鎮	24	24

抽樣架構		中選訪問之	各訪問地點	各訪問地點
地區	分層	鄉鎮市區	預計配額（共 1,160 份）	實際完成數（共 1,166 份）
	第四層	南投縣名間鄉	24	24
	小計		220	221
雲嘉南	第一層	臺南市永康區	26	26
		臺南市中西區	26	27
	第二層	嘉義市西區	34	34
		雲林縣斗六市	34	34
	第三層	嘉義縣新港鄉	20	20
		嘉義縣朴子市	20	20
	小計		160	161
高屏澎	第一層	高雄市鹽埕區	30	30
		高雄市鼓山區	30	30
	第二層	高雄市小港區	28	29
		屏東縣屏東市	28	28
	第三層	高雄市美濃區	30	30
		澎湖縣白沙鄉	30	30
	小計		176	177
花東	第一層	花蓮縣吉安鄉	14	14
	第二層	臺東縣成功鎮	12	14
	小計		26	28
金馬	金門縣		30	30
	連江縣		30	30
	小計		60	60
合計			1,160	1,166

調查地點實際完成數與原先配置各調查地點預計完成之樣本數落差說明：

1. 本調查於執行過程中均按照企劃書所訂的點位及配額進行訪問，惟因樣本年齡控制及各點位民眾受訪意願不一等因素，故部分調查點位未能如預期規劃完成預定之調查樣本配置數。
2. 雖然部分調查點位的完成樣本數未如企劃書內所規劃，但在各調查地區點位之完成樣本於加權前的檢定均符合原調查地點之樣本配置的分布（參見表 6）。
3. 表 6 為呈現原始調查地點配置之完成數與最終訪員於各調查地點實際執行完成之有效樣本數於加權前即具代表性，而後續於本報告內呈現之調查分析結果係依據受訪對象之戶籍地進行樣本與人口母體資料之檢定與加權處理。

由於本問卷設計上並未加以限制合格受訪對象的戶籍地僅能以訪員執行訪問當下之縣市地點作為篩選依據，且今年採同步於臺灣本島和金馬地區進行面訪調查，因此最終資料的整併、檢定、加權係以受訪者的戶籍地做進一步的劃分呈現。

表 6 廣電市場調查地點完成數加權前代表性檢定

調查地點 數量配置	配置		加權前		加權前 卡方檢定
	人數	百分比	人數	百分比	
總計	1,100	100.0%	1,106	100.0%	
調查地點					卡方值為0.359，p-value=0.996，在5%顯著水準下，樣本與當初樣本配置分配沒有顯著差異。
北北基宜	344	31.5%	344	31.1%	
桃竹苗	174	15.6%	175	15.8%	
中彰投	220	19.6%	221	20.0%	
雲嘉南	160	14.9%	161	14.6%	
高屏澎	176	16.0%	177	16.0%	
花東	26	2.4%	28	2.5%	

註：表 6 係針對樣本配置和加權前之樣本數作一致性檢定。

三、 調查執行情形

（一） 調查說明

在正式執行前，於 109 年 2 月著手問卷相關準備工作，109 年 4 月 2 日至 109 年 4 月 10 日進行前測試訪調查，經與委託單位開會討論修正問卷後，自 109 年 4 月 15 日正式開始執行調查，實施期程說明如下：

1. 準備期：自 109 年 2 月 20 日至 4 月 14 日。
2. 調查期：第一階段調查期自 109 年 4 月 2 日至 4 月 10 日
第二階段調查期自 109 年 4 月 15 日至 6 月 5 日。
3. 核閱期：自 109 年 6 月 5 日至 6 月 14 日。

（二） 輔助調查工具

在調查方法上，以面訪調查方式進行，並採「電腦輔助面訪調查系統」輔以紙本問卷來進行。

(三) 統計分析方式

1. 樣本代表性與加權

本研究的調查結果在經由複查機制的查核後，為使樣本能充分反映母體結構，增加樣本的代表性及可靠性，本研究以無母數卡方檢定方式（NPAR Chi-square Test）逐一檢視樣本年齡、性別、及縣市人口比例等分配與母體結構之間的差異檢定²。檢定結果若發現樣本與母體結構產生顯著差異，則以加權方式處理，使樣本結構與母體產生一致。

加權方式採用「多變項反覆多重加權」(Raking)，依序以性別、年齡、戶籍地區變項進行調整，如此反覆進行，直到每一變數的樣本分配與母體分配已無顯著差異，才停止 raking。

調查結果每一筆資料都乘以調整權數， $\frac{N_i}{N} / \frac{n'_i}{n}$ ， N_i 和 n'_i 是第 i 交叉組的母體人數和樣本加權人數，而 N 和 n 是母體總人數和樣本加權總人數，這樣使樣本與母體的分配在調整後完全一致。最後的權數是各步調整權數累乘。

2. 信度分析

信度是指可靠性或一致性，在同樣或類似的條件下重複操作，可以得到一致或穩定的結果。Cronbach (1951) 所提出之 α 信賴係數，是目前行為研究最常使用之信度指標。Nunnally (1967) 建議 Cronbach α 值在 0.7 以上時為可接受範圍，亦得稱為高信度。

3. 次數分配 (Frequency)

藉由各題項之次數分配及百分比所呈現之數據，瞭解民眾對各主題內容的認知情形及評價。

4. 交叉分析及卡方檢定 (a Cross Analysis & a Chi-Square Test)

以「各項議題」對基本資料做交叉分析表，以瞭解不同背景的受訪者在各議題方面是否具有差異性。交叉表並採用 Pearson 卡方檢定分析法，卡方檢定統計值 (W) 定義如下：

² 本研究採用 SPSS 統計分析軟體。

$$W = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2((r-1)(c-1)), \text{ 其中}$$

O_{ij} 為第 i 列第 j 欄位之觀察次數，

E_{ij} 為第 i 列第 j 欄位之理論次數。

當卡方檢定統計值的 p -value 小於 0.05 時，表示在 95% 的信心水準下，兩變數間並非獨立，亦即，不同背景的受訪者在該題項中達到統計上的顯著差異。

5. ANOVA 變異數分析

變異數分析係將總變異分解為組間變異、組內變異兩個來源，其分析原理即在求取組間及組內變異的比例，如果組間變異數明顯大於組內變異數，則顯示各組的平均數中，至少有兩組以上具有顯著差異，如果無顯著差異，則各組的平均數亦無顯著不同。變異數分析 F 值計算方式如下所示：

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} = \frac{SS_b / k - 1}{SS_w / n - k}$$

其中， n 為樣本數， k 為組別數目，

$$SS_b = n \sum_{i=1}^k (\bar{X}_i - \bar{X})^2, \text{ 是各組平均數對總平均數差量的平方和，}$$

$$SS_w = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (X_{ij} - \bar{X}_i)^2, \text{ 是各組分數對本組平均數差量的平方和。}$$

(四) 調查樣本結構

本次調查訪問區域包含臺澎金馬，惟因金馬地區母體人口數過少，16 歲及以上總人口數為 137,933 人，於整體 22 縣市一起進行加權分析時，金馬地區樣本數將被壓縮為 8 筆，且為利進行年度資料之比較，故將臺灣本島（含澎湖）與金馬地區分開檢視。

截至 109 年 6 月 14 日止，研究團隊已完成本案調查之執行與核閱，廣電市場問卷調查共完成 1,104 個³有效樣本，調查樣本結構如表 7。

³ 本次調查訪問區域為臺澎金馬，惟在進行分析時因金馬地區人口數過少，故將臺灣本島（含澎湖）與金馬地區分開檢視，且為進行縣市別加權調整，亦依據受訪者的戶籍地重新分類（即在臺灣本島訪問到戶籍地為金馬地區者，將其歸類為金馬地區有效樣本；在金馬地區訪問到戶籍地為臺灣本島者，將其歸類為臺灣本島有效樣本），導致最終有效樣本數與表 5、表 6 中依據「調查

表 7 廣電市場調查樣本檢定表

人口變數	母體		加權前樣本數		加權後樣本數		加權前 卡方檢定	加權後 卡方檢定
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比		
總計	20,236,313	100.0%	1,104	100.0%	1,104	100.0%		
性別							卡方值為2.492， p -value=0.114， 在5%顯著水準下，樣本與母體分 配沒有顯著差異。	卡方值為0.000， p -value=0.999， 在5%顯著水準下，樣本與母體分 配沒有顯著差異。
男	9,957,272	49.2%	517	46.8%	543	49.2%		
女	10,279,041	50.8%	587	53.2%	561	50.8%		
年齡							卡方值為14.050， p -value=0.015， 在5%顯著水準下，樣本與母體分 配有顯著差異。	卡方值為0.000， p -value=1.000， 在5%顯著水準下，樣本與母體分 配沒有顯著差異。
16-25歲	2,848,953	14.1%	185	16.8%	155	14.1%		
26-35歲	3,226,276	15.9%	195	17.7%	176	15.9%		
36-45歲	3,901,910	19.3%	211	19.1%	213	19.3%		
46-55歲	3,581,873	17.7%	194	17.6%	195	17.7%		
56-65歲	3,389,119	16.7%	170	15.4%	185	16.7%		
66歲及以上	3,288,182	16.2%	149	13.5%	179	16.2%		
縣市別							卡方值為310444， p -value=0.000， 在5%顯著水準下，樣本與母體分 配有顯著差異。	卡方值為0.000， p -value=1.000， 在5%顯著水準下，樣本與母體分 配沒有顯著差異。
新北市	3,496,771	17.3%	164	14.9%	191	17.3%		
臺北市	2,268,067	11.2%	116	10.5%	124	11.2%		
桃園市	1,891,291	9.3%	90	8.2%	103	9.3%		
臺中市	2,386,347	11.8%	83	7.5%	130	11.8%		
臺南市	1,637,097	8.1%	64	5.8%	89	8.1%		
高雄市	2,420,482	12.0%	99	9.0%	132	12.0%		
宜蘭縣	396,287	2.0%	44	4.0%	22	2.0%		
新竹縣	466,323	2.3%	31	2.8%	25	2.3%		
苗栗縣	473,111	2.3%	24	2.2%	26	2.3%		
彰化縣	1,096,893	5.4%	68	6.2%	60	5.4%		
南投縣	436,377	2.2%	64	5.8%	24	2.2%		
雲林縣	597,967	3.0%	46	4.2%	33	3.0%		
嘉義縣	452,239	2.2%	43	3.9%	25	2.2%		
屏東縣	725,792	3.6%	25	2.3%	40	3.6%		
臺東縣	189,642	0.9%	28	2.5%	10	0.9%		
花蓮縣	284,487	1.4%	14	1.3%	16	1.4%		
澎湖縣	93,501	0.5%	28	2.5%	5	0.5%		
基隆市	327,637	1.6%	17	1.5%	18	1.6%		
新竹市	367,183	1.8%	29	2.6%	20	1.8%		
嘉義市	228,819	1.1%	27	2.4%	12	1.1%		

註：母體人口資料來源為內政部內政資料開放平台所提供之10812各村（里）戶籍人口結構資料。

註：表 7 中縣市別之樣本數係依據戶籍地做加權調整，並針對加權前後之樣本數作一致性檢定。

另各年齡層樣本加權後之膨脹倍數如表 8 所示，皆符合「各年齡層加權後之樣本數不得超過原樣本數 $\pm 60\%$ 」之規定。

表 8 各年齡層樣本加權後之膨脹倍數

人口變數	加權前		加權後		年齡層加權前後比例 (占原樣本之倍數)
	人數	百分比	人數	百分比	
總計	1,104	100.0%	1,104	100.0%	
年齡					
16-25歲	185	16.8%	155	14.1%	0.84
26-35歲	195	17.7%	176	15.9%	0.90
36-45歲	211	19.1%	213	19.3%	1.01
46-55歲	194	17.6%	195	17.7%	1.01
56-65歲	170	15.4%	185	16.7%	1.09
66歲及以上	149	13.5%	179	16.2%	1.20

地點」整理的完成數有些微差異。

四、 研究限制

為掌握我國民眾於數位經濟時代下之通訊傳播使用行為，國家通訊傳播委員會規劃辦理通訊傳播產業匯流發展趨勢調查，調查採取面訪方式，以臺澎金馬為訪問區域，並以年齡在 16 歲及以上（民國 93 年 12 月 31 日以前出生）的民眾為調查對象。惟在實際調查執行作業時，仍面臨研究限制如下：

（一） 抽樣架構之限制

按本年度通傳會標規需求，本次調查臺灣地區（含澎湖）需完成 1,100 份以上成功樣本，並按各縣市母體比例進行樣本配置。

為求抽樣嚴謹性，本研究參考中央研究院「台灣社會變遷基本調查計畫」之抽樣架構，進行本次面訪調查抽樣。但本研究與「台灣社會變遷基本調查計畫」以戶籍資料作為抽樣清冊為前提之調查不同，因本研究受限於無法取得全臺灣地區戶籍資料作為抽樣清冊，故無法採取入戶方式的調查，而採取於挑選之鄉鎮市人口聚集處進行訪問。

（二） 樣本回收之限制

本調查問卷題數 100 題，為期達成問卷成功回收樣本數至少 1,100 份之計畫要求，本研究於挑選的各鄉鎮市村里，安排兩人一組之面訪訪問員，在其較熱鬧、人潮較多之據點，如公園、繁華的街口等，進行本次面訪調查。

本次調查平均拒訪人次為 7.98 次，其中 55 歲以上樣本的平均拒訪率約達 9.53 次，較年輕民眾樣本的完訪困難度高。即便不易完訪，但本調查今年度在執行初期便強烈要求執行訪員遵照各點位需完成的性別、年齡樣本數進行訪問，使得整體樣本的各年齡層加權後皆未超過原樣本數的 $\pm 60\%$ 。

（三） 樣本推論之限制

樣本經加權後，年輕樣本如 16-25 歲被放大 0.84 倍；26-35 歲被放大 0.9 倍；36-45 歲被放大 1.01 倍；中壯年樣本如 46-55 歲被放大 1.01 倍；56-65 歲被放大 1.09 倍；66 歲及以上則約被放大 1.2 倍左右。本次研究計畫為非機率抽樣之調查結果，因此各界在統計推論使用上須謹慎小心。

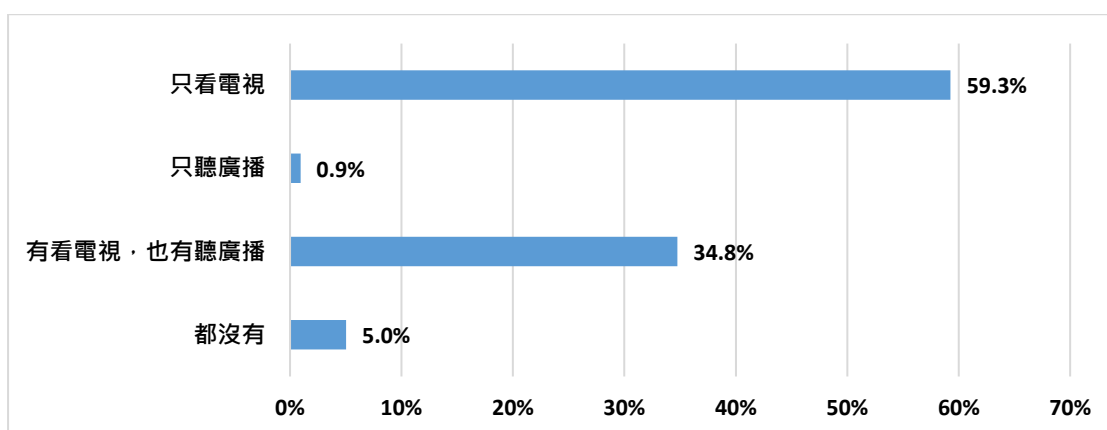
參、廣電市場調查結果

一、視聽媒介使用行為

(一) 是否收看電視或聽廣播 Q3

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾有 59.3% 僅收看電視⁴，34.8% 有看電視也聽廣播，0.9% 僅收聽廣播，5% 則是既不看電視也不聽廣播【參照圖 1】。



Base：N=1,104，單選

圖 1 是否收看電視或收聽廣播

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，除高屏澎地區（59.8%）以有看電視也有聽廣播為多數外，其餘地區皆以僅收看電視為主，其中又以北北基地區的 70.4% 最高、雲嘉南地區的 58.7% 最低。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性（56.9%）和女性（61.6%）皆以僅收看電視為多數。

依年齡區分，各年齡層皆以僅收看電視為主，其中又以 66 歲及以上（69%）比例最高、36-45 歲（48.6%）比例最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以僅收看電視為主，其中又以鰥寡/分居者（63.8%）比例最高、未婚者（58.4%）比例最低。

⁴ 收看電視係指透過電視機收看視聽內容，包含有線電視、無線電視、中華電信 MOD 及線上串流影音等平臺，後續內容所提之「電視」亦同。

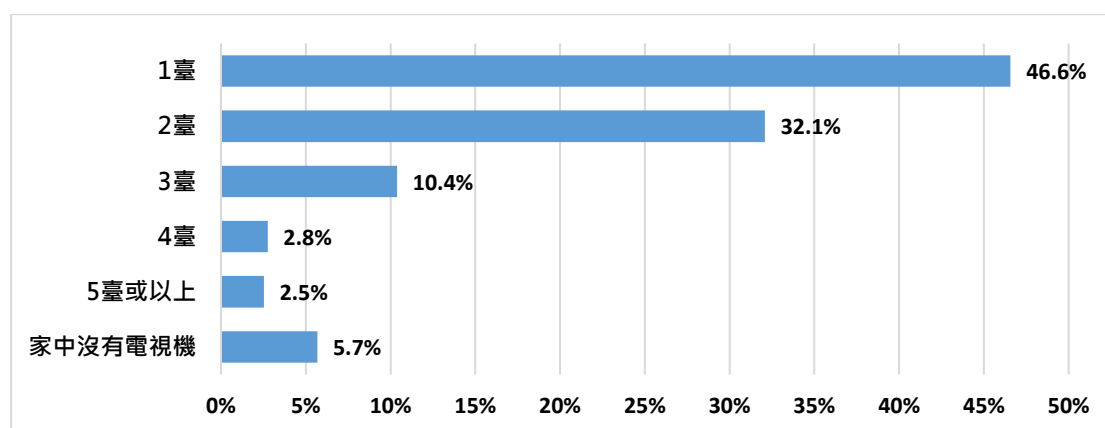
(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定⁵結果顯示，民眾是否有收看電視或聽廣播，於居住狀況達顯著差異。依居住狀況區分，自有房屋者（59.7%）和租屋者（59.2%）皆以僅看電視為多數。

(二) 電視設備及使用情形 Q4 Q5 Q8

1. 整體分析

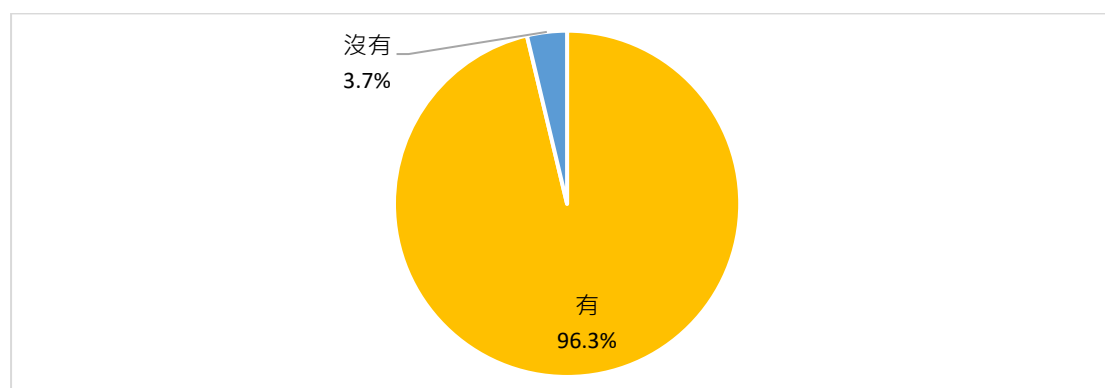
我國 16 歲以上民眾家中擁有電視機的比例高達 94.3%，其中又以擁有 1 臺電視機的比例最高（46.6%），其次為 2 臺（32.1%）【參照圖 2】。



Base：N=1104，單選

圖 2 家中擁有的電視機數量

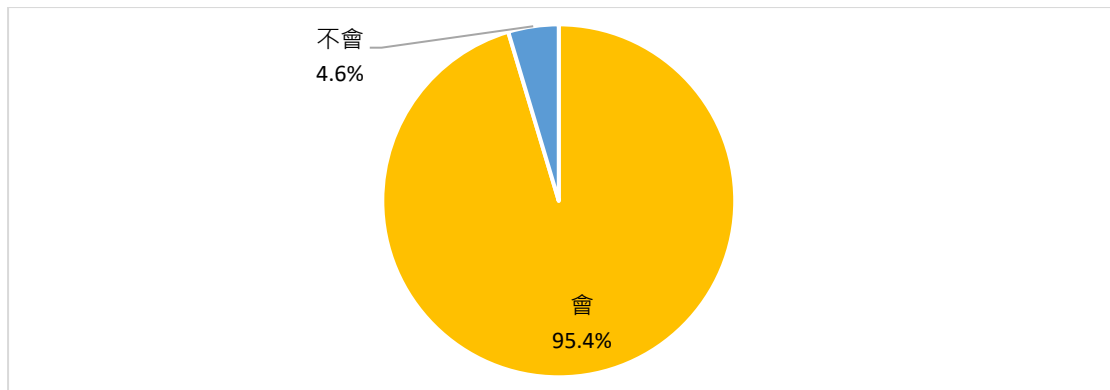
我國 16 歲以上民眾家中過去 12 個月內有使用電視機的比例為 96.3%，僅有 3.7%未使用【參照圖 3】。關於家中未來 12 個月內會不會繼續使用電視機，有 95.4%表示會繼續使用，僅有 4.6%表示不會再使用【參照圖 4】。



Base：N=1,041，單選（家中有電視機者）

圖 3 家中過去 12 個月內有沒有使用電視機

⁵ 第參章調查分析中之卡方檢定皆係針對題項進行獨立性檢定。



Base：N=1,041，單選（家中過去 12 個月內有使用電視機者）

圖 4 家中未來 12 個月內會不會繼續使用電視機

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，各地區家中擁有的電視機數量皆以 1 臺的比例最高，其中又以北北基地區的 53.5%最高、雲嘉南地區的 39.6%最低；關於家中過去 12 個月內有沒有使用電視機，各地區皆以有為多數，且比例皆達 9 成以上，其中又以桃竹苗地區的 98.4%最高、宜花東地區的 90.6%最低；至於家中未來 12 個月內會不會繼續使用電視機，各地區同樣以有為多數，其中又以雲嘉南地區（97.8%）比例最高、宜花東地區（85.9%）比例最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾家中擁有電視機的比例，於婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（47%）和女性（46.1%）家中擁有的電視機數量皆以 1 臺為多數，且兩者家中過去 12 個月內皆有使用過電視機，並以男性（97.2%）比例略高於女性（95.4%）。不論男性（94.6%）或女性（96.1%）家中未來 12 個月內皆以會繼續使用電視機者為多數。

依年齡區分，各年齡層家中擁有的電視機數量皆以 1 臺為主，其中又以 56-65 歲（51.6%）比例最高、16-25 歲（43.8%）比例最低。各年齡層家中過去 12 個月內皆以有使用過電視機為多數，且比例皆達 9 成以上，其中又以 66 歲及以上（98.1%）比例最高、16-25 歲（93.8%）比例最低；各年齡層家中未來 12 個月皆以會繼續使用電視機者為主，其中以 26-35 歲（96.3%）比例最高、16-25 歲（93.2%）比例最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況家中擁有的電視機數量皆以 1 臺為主，其中又

以鰥寡/分居者（53.4%）比例最高、未婚者（44.6%）比例最低。各婚姻狀況家中過去 12 個月內皆以有使用過電視機者為多數，其中又以已婚者的 97% 最高、未婚者的 95.1% 最低；各婚姻狀況家中未來 12 個月皆以會繼續使用電視機者為主，其中又以已婚者（96.3%）比例最高、鰥寡/分居者（91%）比例最低。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾家中擁有電視機數量，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（44.3%）和租屋者（53%）家中擁有電視機數量皆以 1 臺為主，而自有房屋者（34.6%）擁有 2 臺的比例明顯高於租屋者（25.7%）。

（三）每週透過電視機收看電視節目時間 Q6

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾平均每週透過電視機收看電視節目的時間為 20.69 小時（N=1002，家中過去 12 個月內有使用電視機者）。

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依居住地區區分，民眾平均每週透過電視機收看電視節目的時間，以北北基地區的 27.62 小時最長、桃竹苗地區的 15.5 小時最短【參照表 9】。

表 9 每週透過電視機收看電視節目時間（區域別）

單位：小時

居住地區	平均時數
北北基	27.62
桃竹苗	15.50
中彰投	16.91
雲嘉南	25.00
高屏澎	18.30
宜花東	20.29
總平均	20.69

資料來源：本研究彙整

（2）基本差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾平均每週透過電視機收看電視節目的時間於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，女性（21.21 小時）平均每週透過電視機收看電視節目的時間

較男性（20.16 小時）長。

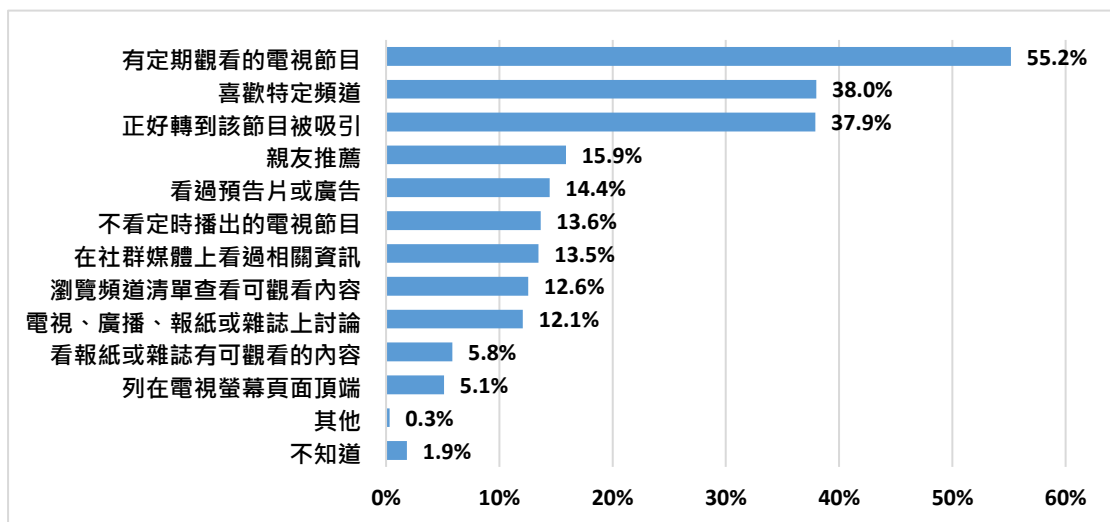
依年齡區分，民眾平均每週透過電視機收看電視節目的時間，以 66 歲及以上的 27.63 小時最長、16-25 歲的 13.15 小時最短，收看電視節目的時間隨年齡遞增。

依婚姻狀況區分，民眾平均每週透過電視機收看電視節目的時間，以已婚者的 23 小時最長、未婚者的 16.4 小時最短。

（四）如何選擇觀看於固定時段播出的電視節目或電影 Q7

1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾如何選擇觀看於固定時段播出的電視節目或電影，以有定期觀看的電視節目（55.2%）占比最高，其次為喜歡特定頻道（38%）以及正好轉到該節目被吸引（37.9%）【參照圖 5】。



Base：N=1,002，複選（家中過去 12 個月內有使用電視機者）

圖 5 如何選擇觀看於固定時段播出的電視節目或電影

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，關於民眾如何選擇觀看於固定時段播出的電視節目或電影，各地區皆以有定期觀看的電視節目占比最高，其中又以中彰投地區的 65% 最高、北北基地區的 49.5% 最低。

（2）基本差異分析

依性別區分，關於民眾如何選擇觀看於固定時段播出的電視節目或電影，男性（51.9%）和女性（58.4%）皆以有定期觀看的電視節目占比最高。

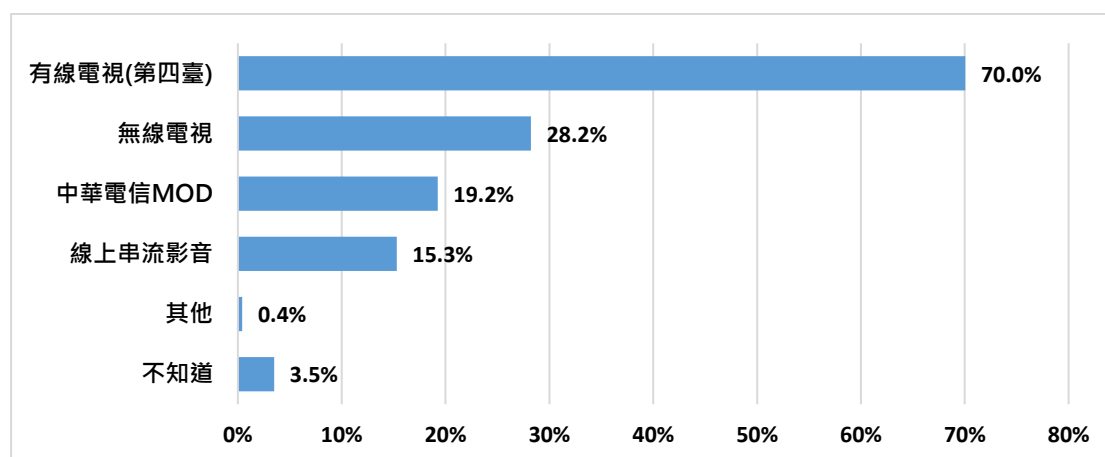
依年齡區分，關於民眾如何選擇觀看於固定時段播出的電視節目或電影，除 16-25 歲（45.5%）、26-35 歲（45.5%）以正好轉到該節目被吸引的比例最高外，其餘年齡層皆以有定期觀看的電視節目為主，其中又以 66 歲及以上（65%）的比例最高，36-45 歲（52.7%）的比例最低。

依婚姻狀況區分，關於民眾如何選擇觀看於固定時段播出的電視節目或電影，各婚姻狀況皆以有定期觀看的電視節目占比最高，其中又以已婚者的 59.5% 最高，未婚者的 48.3% 最低。

（五）家中電視機收視平臺與最主要收視來源 Q9 Q10

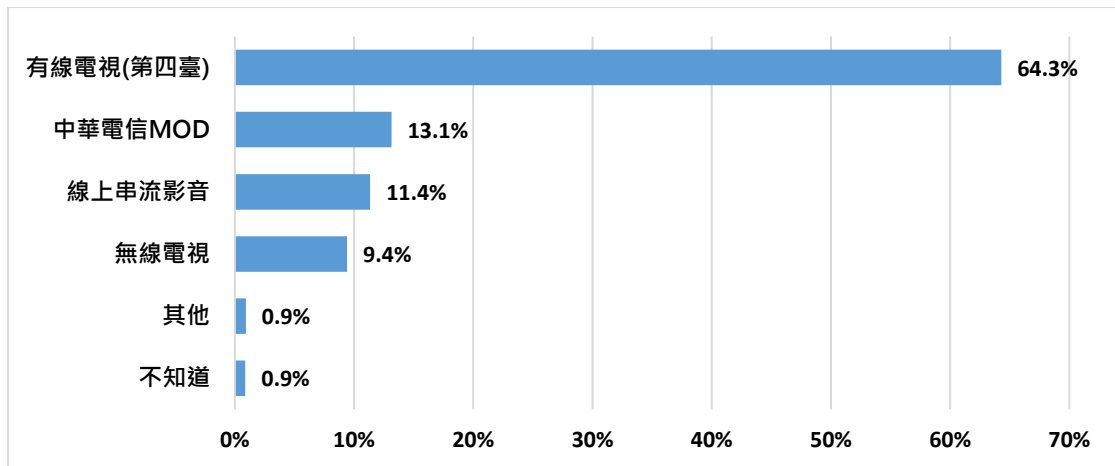
1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾有收看的電視節目平臺，以有線電視（70%）占比最高，其次為無線電視臺（28.2%）、中華電信 MOD（19.2%），而線上串流影音（OTT TV）僅占 15.3%【參照圖 6】。進一步詢問最主要的收視來源為何，仍以有線電視為多數，達 64.3%，其次為中華電信 MOD（13.1%）、線上串流影音（OTT TV）（11.4%）【參照圖 7】。



Base：N=1,041，複選（家中有電視機者）

圖 6 家中電視機收看之電視節目平臺



Base：N=1,032，單選（除不知道家中收視系統者）

圖 7 最主要收視來源

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，各地區家中電視機收看之電視節目平臺皆以有線電視比例最高，其中又以高屏澎地區的 74.4% 最高、中彰投地區的 67.5% 最低。各地區最主要的收視來源仍以有線電視為多數，其中又以宜花東地區（69.4%）比例最高、雲嘉南地區（58.4%）比例最低；但桃竹苗地區（18.6%）以線上串流影音（OTT TV）作為最主要收視來源的比例相對較高。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾最主要的收視來源，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（68.9%）和女性（71.1%）家中電視機收看之電視節目平臺皆以有線電視占比最高，而兩者最主要的收視來源皆以有線電視為多數，分別為 63.7% 和 64.9%。

依年齡區分，各年齡層家中電視機收看之電視節目平臺皆以有線電視為多數，其中又以 56-65 歲（72.6%）比例最高、16-25 歲（65.5%）比例最低。各年齡層最主要的收視來源皆以有線電視占比最高，其中又以 66 歲及以上的 77.6% 最高、16-25 歲的 50.7% 最低；而民眾以線上串流影音（OTT TV）作為最主要收視來源的比例幾乎隨年齡遞減，以 16-25 歲的 24.5% 最高、66 歲及以上的 2.5% 最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況家中電視機收看之電視節目平臺皆以有線電視為主，其中又以未婚者（70.4%）和已婚者（70.4%）比例較高，鰥寡/分居者（65.7%）比例較低。各婚姻狀況最主要的收視來源皆以有線電視為多數，其中又以鰥寡/

分居者（68.6%）比例最高、未婚者（58.1%）比例最低；但未婚者（20.3%）以線上串流影音（OTT TV）作為最主要收視來源的比例明顯高於已婚者和鰥寡/分居者，鰥寡/分居者（14.5%）則是以無線電視臺作為最主要收視來源的比例相對較高。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾最主要的收視來源，於居住狀況、教育程度、個人平均月收入達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（67.6%）和租屋者（51.1%）最主要的收視來源皆以有線電視為主，但租屋者（21.4%）以線上串流影音為最主要收視來源的比例高於自有房屋者（8.9%）。

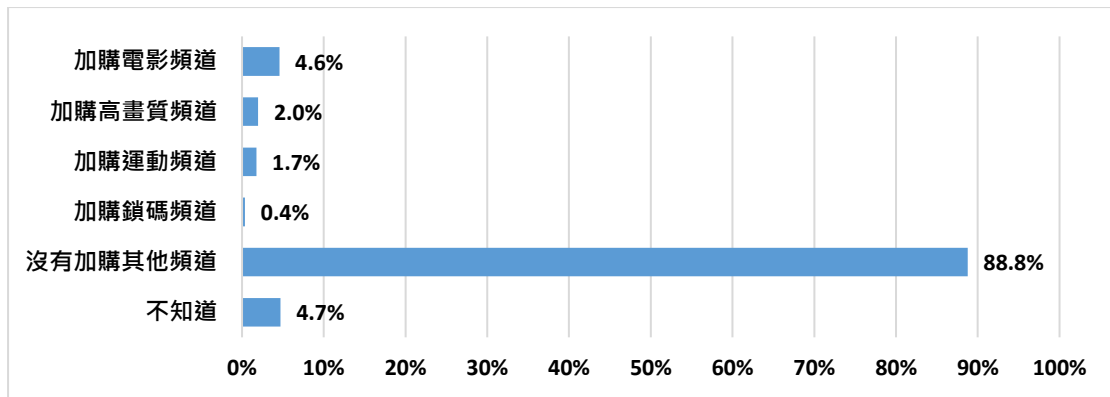
依教育程度區分，各教育程度最主要的收視來源皆以有線電視占比最高，其中又以小學及以下程度者的 77.8%最高、碩士及以上程度者的 55.2%最低。

依個人平均月收入區分，各收入水準最主要的收視來源皆以有線電視占比最高，其中又以 1 萬-未滿 2 萬元收入者的 75.4%最高、3 萬-未滿 4 萬元收入者的 57%最低。

（六）有線電視服務訂閱情形 Q11 Q13 Q14

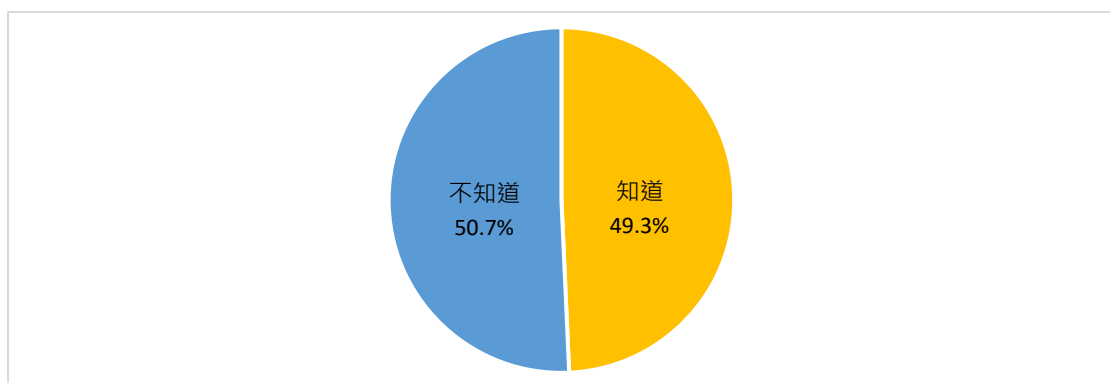
1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾家中有訂閱有線電視服務者，除了基本頻道外，沒有加購其他頻道的比例達 88.8%【參照圖 8】。關於是否知道家中有線電視除看電視和免費使用資訊查詢外，還可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能，知道（49.3%）和不知道（50.7%）的比例相差不大【參照圖 9】。進一步詢問民眾使用過家中有線電視哪些加值功能，以都沒有使用過（69.7%）的比例最高，而有使用者，則以購物（14.4%）、回播電視節目（12.2%）占比較高【參照圖 10】。



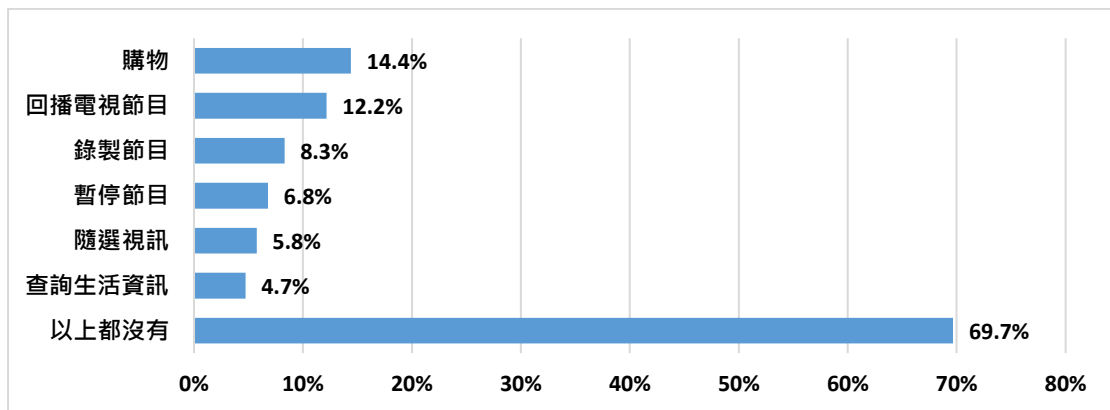
Base: N=729，複選（用家中電視機所收看電視節目之系統為有線電視者）

圖 8 有沒有加購有線電視服務其他頻道



Base: N=729，單選（用家中電視機所收看電視節目之系統為有線電視者）

圖 9 知不知道家中有線電視可以付費使用錄製、暫停、回播電視節目功能



Base: N=359，複選（知道家中有線電視可以付費使用錄製、暫停、回播電視節目功能者）

圖 10 使用過家中有線電視哪些功能

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，家中有訂閱有線電視服務者，除了基本頻道外，各地區皆以

沒有加購其他頻道的比例最高，其中又以桃竹苗地區的 90.3%最高、雲嘉南的 83.6%最低。關於民眾知不知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能，除了桃竹苗地區（68.2%）以知道的比例較高外，其餘地區皆以不知道為多數，其中又以高屏澎地區的 57.1%最高、雲嘉南地區的 51%最低。而關於民眾使用過家中有線電視哪些功能，各地區皆以都沒有使用過的占比最高，其中又以宜花東地區的 81.7%最高、高屏澎地區的 58.5%最低。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，家中有訂閱有線電視服務者，除了基本頻道外，男性（87%）和女性（90.4%）皆以沒有加購其他頻道為主；關於民眾知不知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能，男性（52.2%）以知道的比例較高，女性（53.5%）則以不知道的比例較高。而關於民眾使用過家中有線電視哪些功能，男性（71.1%）和女性（68.2%）皆以都沒有使用過為多數。

依年齡區分，家中有訂閱有線電視服務者，除了基本頻道外，各年齡層皆以沒有加購其他頻道為多數，其中又以 46-55 歲(93.8%)比例最高、16-25 歲(77.2%)比例最低。關於民眾知不知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能，16-25 歲（58.4%）、26-35 歲（56.6%）、36-45 歲（55.1%）以知道的比例較高，46-55 歲（53.4%）、56-65 歲（54.8%）、66 歲及以上（63.3%）則以不知道的比例較高。而關於民眾使用過家中有線電視哪些功能，各年齡層皆以都沒有使用過為多數，其中又以 26-35 歲的 80.9%最高、46-55 歲的 58.3%最低。

依婚姻狀況區分，家中有訂閱有線電視服務者，除了基本頻道外，各婚姻狀況皆以沒有加購其他頻道為主，其中又以鰥寡/分居者（92.6%）比例最高、未婚者（85%）比例最低。關於民眾知不知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能，除未婚者（62.8%）以知道為多數外，已婚者（56.6%）、鰥寡/分居者（65.6%）皆以不知道占比最高。而關於民眾使用過家中有線電視哪些功能，各婚姻狀況以都沒有使用過為多數，其中又以鰥寡/分居者的 72.7%最高、未婚者的 68.8%最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回

播節目等功能，於教育程度、職業、個人平均月收入達顯著差異。

依教育程度區分，關於民眾知不知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能，小學及以下程度者（72.8%）、國中或初中程度者（67.6%）、高中職程度者（51%）以不知道的比例較高，專科程度者（53.6%）、大學程度者（57.5%）、碩士及以上程度者（65.1%）則以知道的比例較高。

依職業區分，關於民眾知不知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能，農/林/漁/牧業（84%）、批發及零售業（54.4%）、運輸及倉儲業（77.6%）、住宿及餐飲業（56.7%）、不動產業（69.1%）、支援服務業（51%）、藝術/娛樂及休閒服務業（57.5%）、家管（66%）、退休（57.4%）以不知道的比例較高，其餘職業皆以知道為多數，其中又以公共行政及國防/強制性社會安全（91.2%）最高、製造業（51.7%）和醫療保健及社會工作服務業（51.7%）較低。

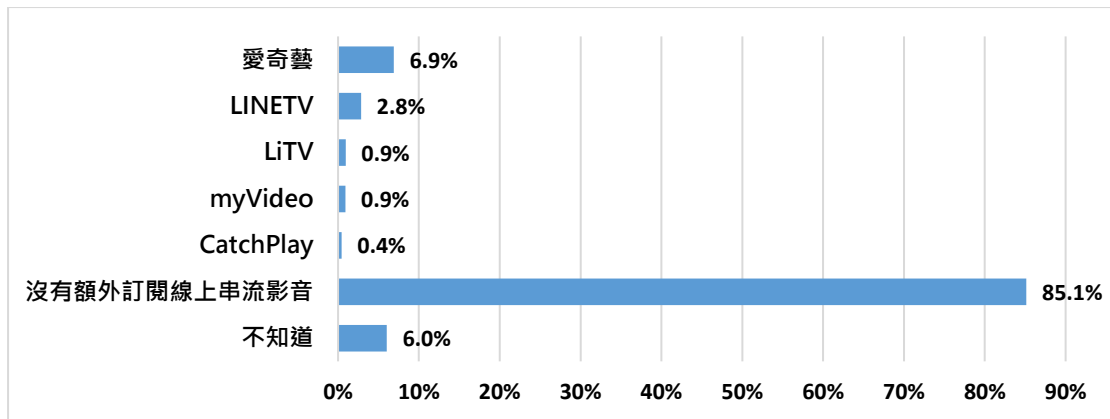
依個人平均月收入區分，關於民眾知不知道家中有線電視可付費使用錄製、暫停、回播節目等功能，未滿 1 萬元收入者（55.5%）、1 萬-未滿 2 萬元收入者（63.9%）、2 萬-未滿 3 萬元收入者（52.2%）、3 萬-未滿 4 萬元收入者（50.4%）以不知道的比例較高，無收入者（55.9%）、4 萬-未滿 5 萬元收入者（50.2%）、5 萬-未滿 6 萬元收入者（70.9%）、6 萬元以上收入者（57.8%）則以知道的比例較高。

（七）家中透過有線電視系統加購哪些線上串流影音服務 Q12

1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾家中透過有線電視（第四臺）系統加購（非透過中華電信 MOD 或其他管道購買）哪些線上串流影音服務（OTT TV），高達 85.1% 沒有額外訂閱；有加購線上串流影音服務者，以訂閱愛奇藝⁶（6.9%）的比例最高，其次為 LINE TV（2.8%）、LiTV（0.9%）及 myVideo（0.9%）【參照圖 11】。

⁶ 國內多家有線電視業者於 2020 年 5 月底陸續取消「愛奇藝」與「WeTV」等 OTT TV 服務，但本案今年度調查係於 2020 年 6 月 5 日完成，故不影響調查結果。



Base: N=729，複選（用家中電視機所收看電視節目之系統為有線電視者）

圖 11 家中透過有線電視系統加購哪些線上串流影音服務

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，關於民眾家中透過有線電視系統加購哪些串流影音服務，各地區皆以沒有額外訂閱為多數，其中又以宜花東地區的 95.8% 最高，雲嘉南地區的 74.6% 最低。有加購線上串流影音服務者，除宜花東地區（2.9%）以訂閱 LiTV 的比例最高外，其餘地區皆以訂閱愛奇藝為多數，其中又以雲嘉南地區的 9.9% 最高，北北基地區的 4% 最低。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（82.8%）和女性（87.3%）皆以沒有額外透過有線電視系統訂閱線上串流影音為多數。有加購線上串流影音服務者，男性（8.7%）和女性（5.2%）皆以訂閱愛奇藝的比例最高。

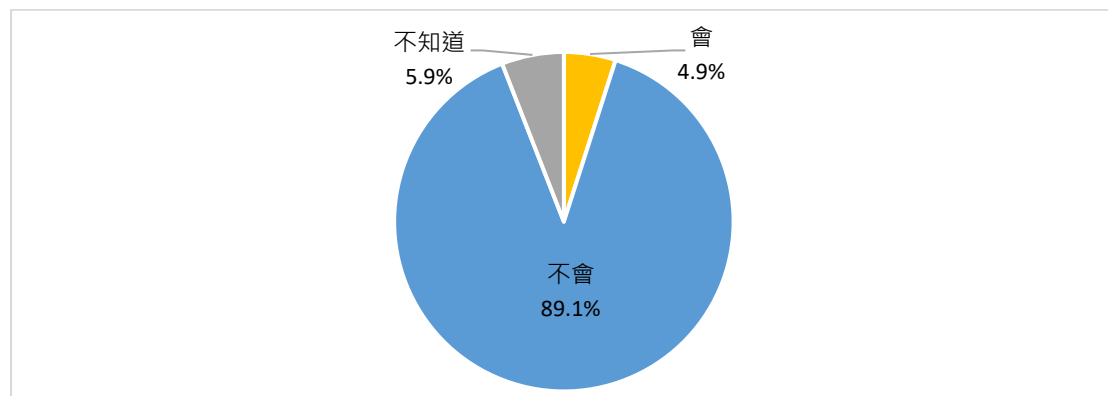
依年齡區分，各年齡層皆以沒有額外透過有線電視系統訂閱線上串流影音為多數，其中又以 46-55 歲的 89.6% 最高，16-25 歲的 74.4% 最低。有加購線上串流影音服務者，各年齡層皆以訂閱愛奇藝的比例最高，其中又以 16-25 歲的 16.1% 最高，66 歲及以上的 2.4% 最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以沒有額外透過有線電視系統訂閱線上串流影音為多數，其中又以鰥寡/分居者（93.6%）的比例最高，未婚者（81.1%）的比例最低。有加購線上串流影音服務者，未婚者（10.2%）、已婚者（5.6%）皆以訂閱愛奇藝的比例最高，鰥寡/分居者則以訂閱愛奇藝（2.3%）與 LINE TV（2.3%）為多數。

（八） 是否考慮停止訂閱有線電視服務 Q15 Q16 Q17

1. 整體分析

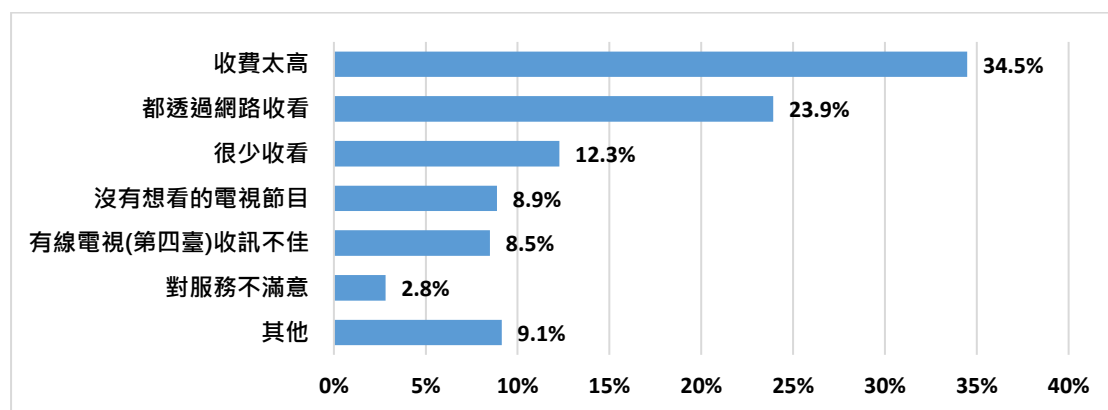
調查結果顯示有線電視為我國 16 歲以上民眾最主要之收視來源，詢問目前有訂閱有線電視服務者，未來 12 個月內會不會考慮停止訂閱，高達 89.1% 表示不會考慮，僅有 4.9% 考慮停訂【參照圖 12】。



Base: N=729，單選（用家中電視機所收看電視節目之系統為有線電視者）

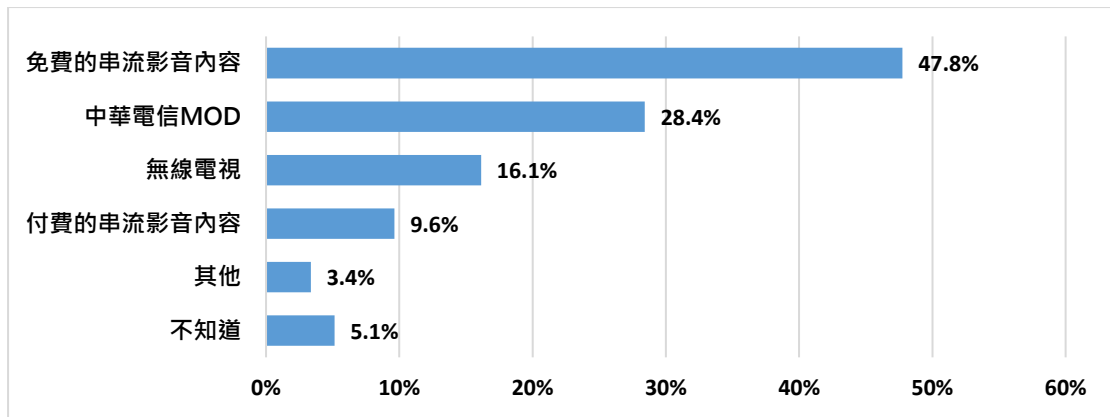
圖 12 會不會考慮停止訂閱有線電視服務

進一步詢問考慮停止訂閱的主要因素，以收費太高（34.5%）所占比例最高，其次為都透過網路收看（23.9%）、很少收看（12.3%）【參照圖 13】；而停止訂閱後會考慮改用之其他服務，以免費的串流影音內容（47.8%）為多數，其次為中華電信 MOD（28.4%）【參照圖 14】。



Base：N=36（未來 12 個月內會考慮停止訂閱有線電視服務者）

圖 13 考慮停止訂閱有線電視服務之主要原因



Base：N=36，複選（未來 12 個月內會考慮停止訂閱有線電視服務者）

圖 14 停訂後會考慮改用哪些其他服務

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，各地區未來 12 個月皆以不會考慮停止訂閱有線電視服務為多數，其中又高屏澎地區（93.7%）比例最高、桃竹苗地區（85.2%）比例最低。考慮停止訂閱有線電視的主要原因，桃竹苗地區以很少收看（32.8%）為多數，高屏澎地區以都透過網路收看（42.7%）為多數，中彰投地區（59.9%）以收費太高為主。停止訂閱後會考慮改用之其他服務，各地區皆以免費的串流影音內容為主，其中又以中彰投地區（63.3%）比例最高，高屏澎地區（41.2%）比例最低，部分地區則因樣本數過少不予分析。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（88.5%）和女性（89.8%）未來 12 個月皆以不會考慮停止訂閱有線電視服務為多數。考慮停止訂閱有線電視的主要原因，男性以很少收看（21.6%）為多數，女性則以收費太高（52%）為多數。而停止訂閱有線電視後會考慮改用的其他服務，男性以免費的串流影音內容（64.1%）為多數，女性則以無線電視（37.5%）和中華電信 MOD（37.4%）占比相當。

依年齡區分，各年齡層未來 12 個月皆以不會考慮停止訂閱有線電視服務為多數，其中又以 66 歲及以上（95.7%）比例最高、16-25 歲（72.5%）比例最低。考慮停止訂閱有線電視的主要原因，除 46-55 歲以都透過網路收看（29.2%）為多數外，其餘年齡層皆以收費太高為主，其中又以 56-65 歲（61%）比例較高，16-25 歲（35.7%）比例較低。而停止訂閱有線電視後會考慮改用的其他服務，16-25 歲（46%）以中華電信 MOD 比例最高，46-55 歲（57.6%）、56-65 歲（53.3%）

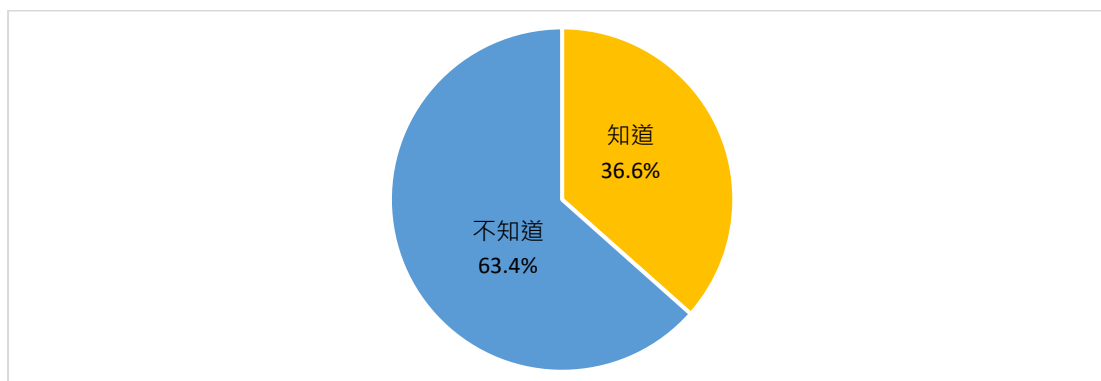
以免費的串流影音內容為主。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況未來 12 個月皆以不會考慮停止訂閱有線電視服務為多數，其中又以已婚者（93.2%）比例最高、未婚者（81.3%）比例最低。考慮停止訂閱有線電視的主要原因，未婚者（25.7%）以都透過網路收看為多數，已婚者（49.1%）則以收費太高占比最高。而停止訂閱有線電視後會考慮改用的其他服務，未婚者（58.4%）和已婚者（35%）皆以免費的串流影音內容為主，而鰥寡/分居者則因樣本數過少不予分析。

（九）有線電視跨區經營 Q18 Q19

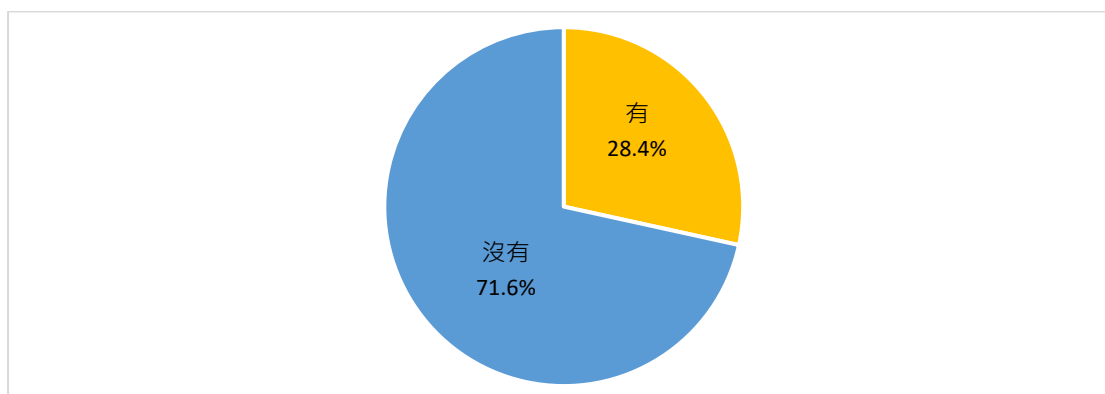
1. 整體分析

詢問我國 16 歲以上民眾知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭，回答知道的比例為 36.6%、不知道的比例為 63.4%【參照圖 15】。而回答居住地有新進業者加入者中，多數沒有改用新業者的有線電視服務（71.6%），有改用者僅占 28.4%【參照圖 16】。



Base: N=500，單選（位於有新進有線電視業者加入之縣市者）

圖 15 知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭



Base: N=183，單選（知道有新進有線電視業者加入所在縣市者）

圖 16 有沒有改用新業者的有線電視服務

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭、有沒有改用新業者的有線電視服務，皆於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，在有新進業者（新北市、臺北市、高雄市、彰化縣）加入的縣市中，關於知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭，各地區皆以不知道為多數，其中又以新北市（77.2%）比例最高，臺北市（50.5%）比例最低。回答居住地有新進業者加入者，除彰化縣（50.8%）以有改用的比例較高，其餘地區皆以沒有改用新進業者的有線電視服務為主，其中以高雄市（82.8%）比例最高，新北市（66.3%）比例最低。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭，於年齡達顯著差異。

依性別區分，關於知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭，男性（64.4%）和女性（62.5%）皆以回答不知道的比例較高；回答居住地有新進業者加入者，男性（71.6%）和女性（71.5%）皆以沒有改用新進業者的有線電視服務為主。

依年齡區分，關於知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭，除 56-65 歲（51.4%）以知道為多數，其餘年齡層則皆以回答不知道的比例較高，其中又以 16-25 歲的 78.2% 最高、46-55 歲的 59.9% 最低。回答居住地有新進業者加入者，各年齡層皆以沒有改用新進業者的有線電視服務為多數，其中又以 66 歲及以上的 87.6% 最高、36-45 歲的 62.2% 最低。

依婚姻狀況區分，關於知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭，皆以回答不知道的比例較高，其中又以鰥寡/分居者（72%）比例最高，已婚者（60%）比例最低。回答居住地有新進業者加入者，各婚姻狀況皆以沒有改用新進業者的有線電視服務為主，其中又以鰥寡/分居者（87.8%）比例最高，已婚者（67.2%）比例最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭，於教育程度、個人平均月收入達顯著差異。

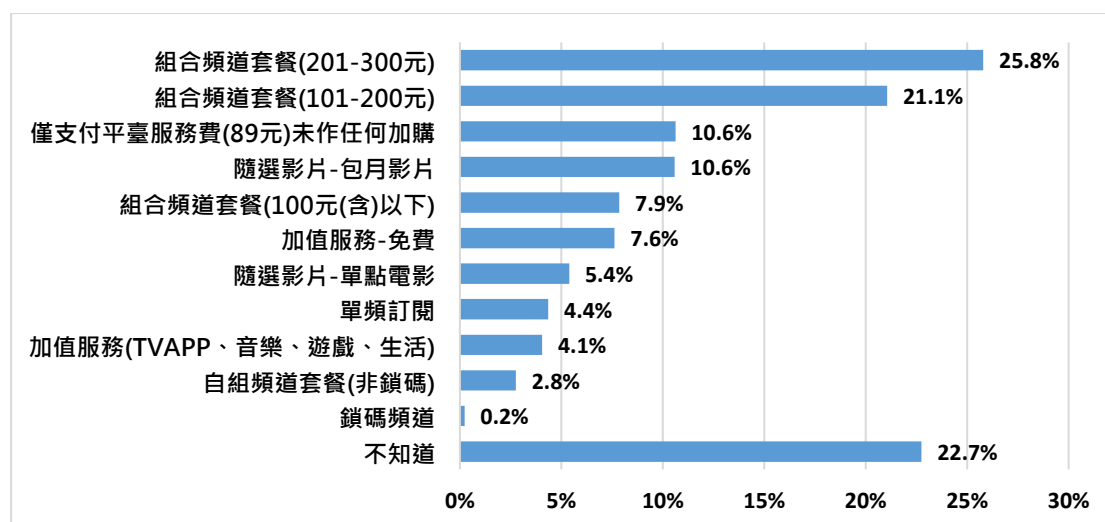
依教育程度區分，關於知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭，各教育程度者皆以回答不知道為多數，其中又以大學程度者（72.7%）比例最高，碩士及以上程度者（53.7%）比例最低。

依個人平均月收入區分，關於知不知道所在區域有新的有線電視業者加入競爭，除 6 萬元以上收入者（57.3%）以回答知道為多數外，其餘收入水準皆以回答不知道為主，其中又以無收入（76.8%）比例最高，1 萬-未滿 2 萬元收入者（53.8%）比例最低。

（十）MOD 服務訂閱情形及使用功能 Q20 Q22 Q23

1. 整體分析

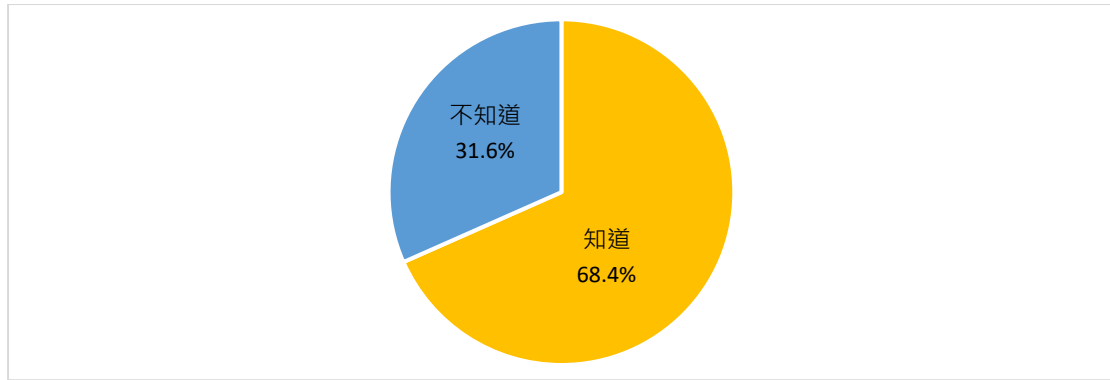
我國 16 歲以上民眾有訂閱中華電信 MOD 者，以訂閱組合頻道套餐（201-300 元）的比例最高，達 25.8%，其次為組合頻道套餐（101-200 元）（21.1%），但有高達 22.7% 表示不知道【參照圖 17】。



Base: N=200，複選（用家中電視機所收看電視節目之系統為中華電信 MOD 者）

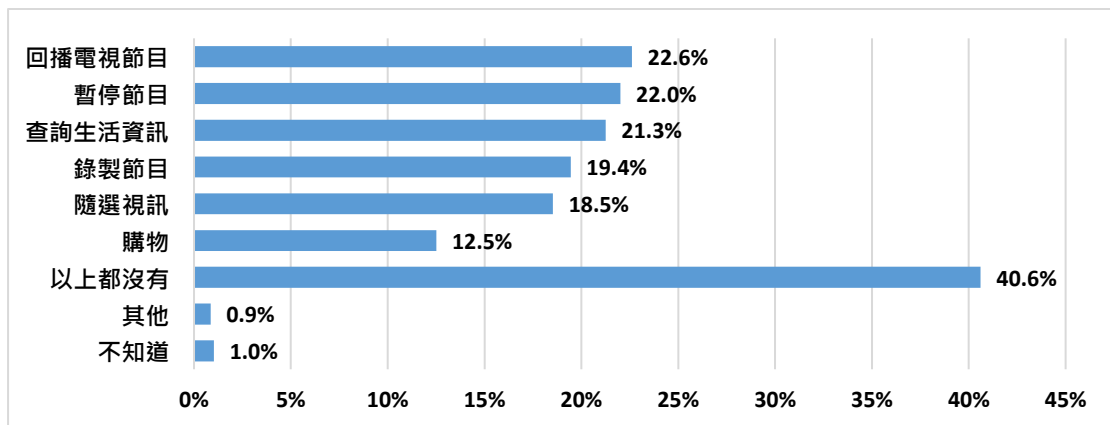
圖 17 訂閱的中華電信 MOD 服務

進一步詢問有訂閱中華電信 MOD 者，知不知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能，超過 6 成（68.4%）表示知道、31.6% 表示不知道【參照圖 18】；其中知道有上述功能者，高達 40.6% 都沒有使用這些功能，而使用過回播電視節目占 22.6%、暫停節目占 22%、查詢生活資訊 21.3%【參照圖 19】。



Base：N=200，單選（用家中電視機所收看電視節目之系統為中華電信 MOD 者）

圖 18 知不知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能



Base: N=137，複選（知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能者）

圖 19 使用過中華電信 MOD 哪些功能

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，關於民眾所訂閱的中華電信 MOD 服務，除中彰投地區（28.4%）、高屏澎地區（40.7%）以組合頻道套餐（201-300 元）的比例最高外，其餘地區皆以不知道為多數。各地區皆以知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能為主，其中又以高屏澎地區的 85.8% 最高、雲嘉南地區的 55.7% 最低；但知道有這些功能者，除高屏澎地區以查詢生活資訊（36.2%）為多數，其餘地區皆以都沒有使用的比例最高，其中又以宜花東地區的 51.8% 最高、雲嘉南地區的 38.4% 最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能，於性別、年齡達顯著差異。

依性別區分，關於民眾所訂閱的中華電信 MOD 服務，男性以不知道（24.7%）

占比最高，組合頻道套餐（201-300 元）（24.1%）次之，女性則以組合頻道套餐（201-300 元）（28%）占比最高。男性（74.7%）和女性（60.1%）皆以知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能為多數，但知道有這些功能的民眾，兩者皆以都沒有使用為主，並以男性（42.4%）比例高於女性（37.7%）。

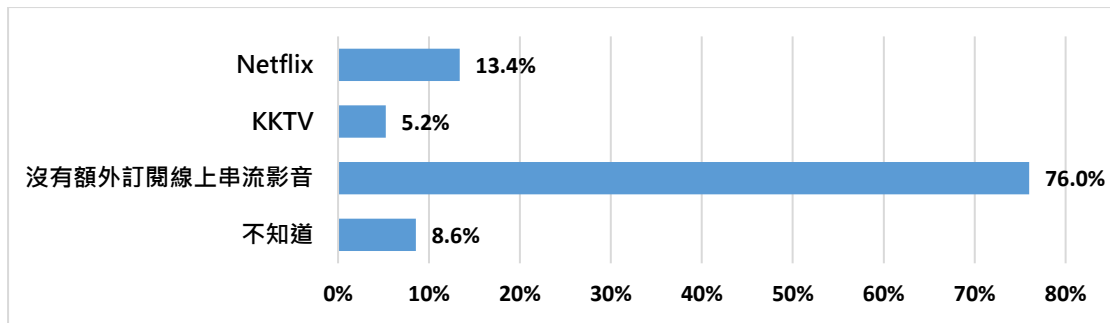
依年齡區分，關於民眾所訂閱的中華電信 MOD 服務，16-25 歲（37.6%）、56-65 歲（22.6%）以組合頻道套餐（201-300 元）為主，26-35 歲（25.3%）以組合頻道套餐（101-200 元）為主，46-55 歲（22.5%）以僅支付平臺服務費未作任何加購為主，36-45 歲（25.4%）、66 歲及以上（46.7%）則以不知道的比例最高。關於民眾知不知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能，除了 56-65 歲（54.8%）以不知道的比例較高外，其餘年齡層皆以知道為多數，其中又以 36-45 歲的 80.3%最高、66 歲及以上的 61.8%最低。但知道有這些功能者，除了 56-65 歲（49.7%）使用過隨選視訊的比例較高外，各年齡皆以都沒有使用的占比最高，其中又以 66 歲及以上的 67.1%最高、46-55 歲的 32.9%最低，而 16-25 歲（34.8%）使用過暫停節目的比例相對其他年齡層為高。

依婚姻狀況區分，關於民眾所訂閱的中華電信 MOD 服務，未婚者（30.1%）以組合頻道套餐（201-300 元）的比例最高，已婚者（22.6%）以不知道的為多數，鰥寡/分居者（34.8%）則以僅支付平臺服務費未作任何加購為主。各婚姻狀況皆以知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能為主，其中又以未婚者的 74.4%最高、已婚者的 63.9%最低。但知道有這些功能者，各婚姻狀況皆以都沒有使用過為多數，其中又以已婚者的 44.9%最高、未婚者的 35.8%最低。

（十一） 家中透過中華電信 MOD 加購的線上串流影音服務 Q21

1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾家中透過中華電信 MOD 加購哪些線上串流影音服務（OTT TV），高達 76%沒有額外訂閱；有加購線上串流影音服務者，以 Netflix（13.4%）的訂閱比例較高，其次為 KKTV（5.2%）【參照圖 20】。



Base: N= 200，單選（用家中電視機所收看電視節目之系統為中華電信 MOD 者）

圖 20 家中透過中華電信 MOD 加購的線上串流影音服務

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，關於民眾家中透過中華電信 MOD 加購哪些串流影音服務，各地區皆以沒有額外訂閱為多數，其中又以中彰投地區的 85.5% 最高，宜花東地區的 62.2% 最低。有加購線上串流影音服務者，各地區皆以訂閱 Netflix 的比例較高、KKTV 較低，其中訂閱 Netflix 的比例，以宜花東地區的 27.6% 最高，中彰投地區的 5% 最低；訂閱 KKTV 的比例，以桃竹苗地區的 18.6% 最高，而中彰投地區及宜花東地區民眾皆未訂閱 KKTV。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性(73.9%)和女性(78.7%)皆以沒有額外透過中華電信 MOD 訂閱線上串流影音為多數。有加購線上串流影音服務者，男性（13.1%）和女性（13.7%）皆以訂閱 Netflix 的比例較高。

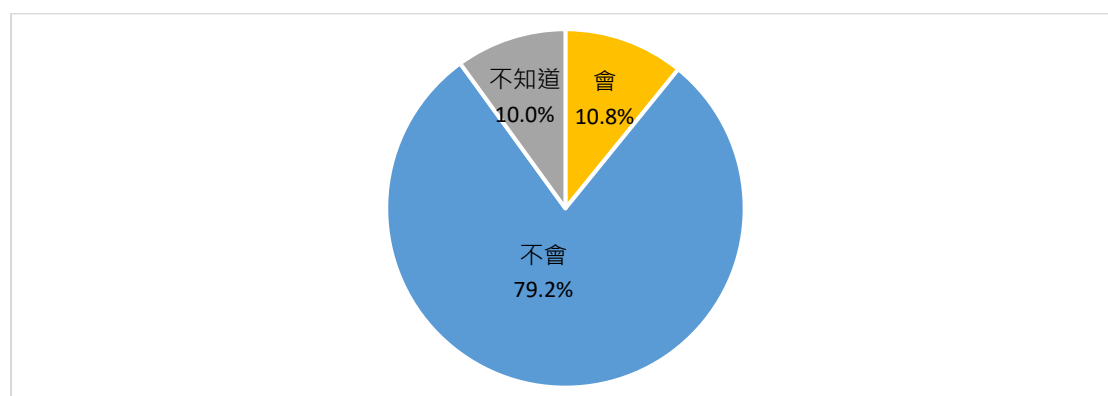
依年齡區分，各年齡層皆以沒有額外透過中華電信 MOD 訂閱線上串流影音為多數，其中又以 36-45 歲的 87.3% 最高，16-25 歲的 63.8% 最低。有加購線上串流影音服務者，除 66 歲及以上（7.6%）以訂閱 KKTV 的比例較高外，其餘年齡層皆以訂閱 Netflix 的比例較高，其中又以 16-25 歲的 29.1% 最高，36-45 歲的 5.6% 最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以沒有額外透過中華電信 MOD 訂閱線上串流影音為多數，其中又以鰥寡/分居者（85.5%）的比例最高，未婚者（67.3%）的比例最低。有加購線上串流影音服務者，未婚者（20.8%）、已婚者（7.3%）、鰥寡/分居者（14.5%）皆以訂閱 Netflix 的比例較高。

（十二） 是否考慮停止訂閱中華電信 MOD 服務 Q24 Q25 Q26

1. 整體分析

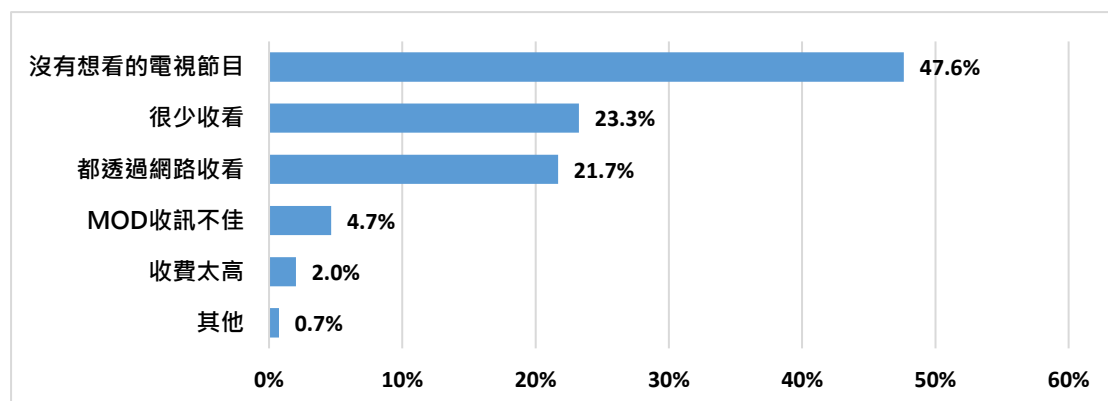
關於我國 16 歲以上民眾有訂閱中華電信 MOD 者未來一年內會不會考慮停止訂閱，高達 79.2%表示不會考慮，僅有 10.8%考慮停訂【參照圖 21】。



Base: N= 200，單選（用家中電視機所收看電視節目之系統為中華電信 MOD 者）

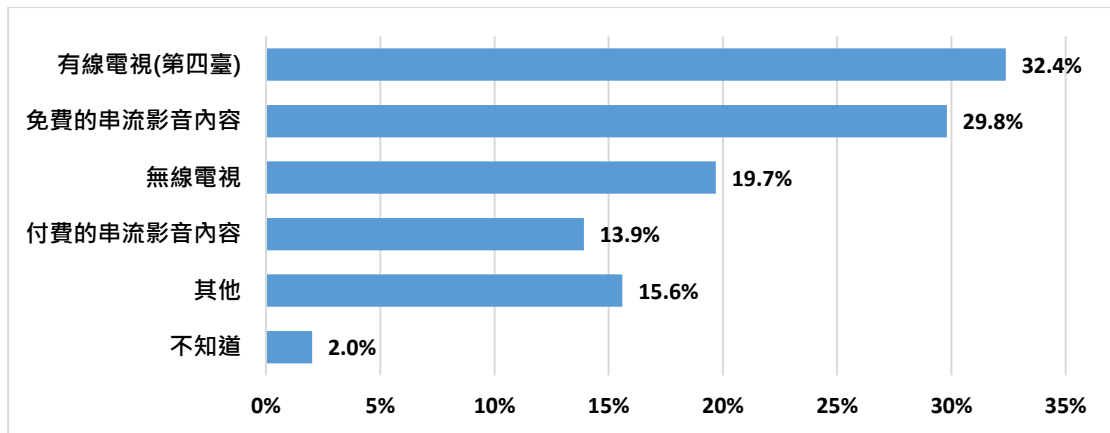
圖 21 未來一年內會不會考慮停止訂閱中華電信 MOD 服務

進一步詢問考慮停止訂閱中華電信 MOD 的主要原因，以沒有想看的電視節目（47.6%）占比最高，其次為很少收看（23.3%）【參照圖 22】；而停訂中華電信 MOD 後考慮改用的其他服務，以有線電視（32.4%）為多數，免費的串流影音內容（29.8%）次之【參照圖 23】。



Base: N= 22，複選（未來一年內會考慮停止訂閱 MOD 服務者）

圖 22 考慮停止訂閱中華電信 MOD 服務之主要原因



Base: N= 22，複選（未來一年內會考慮停止訂閱 MOD 服務者）

圖 23 停訂中華電信 MOD 服務後考慮改用哪些其他服務

2. 比較分析

（3）區域差異分析

交叉分析發現，各地區未來一年內皆以不會考慮停止訂閱 MOD 服務的占比最高，其中又以高屏澎地區的 97.8% 最高，中彰投地區的 63.6% 最低。

關於考慮停止訂閱 MOD 服務的主要原因以及停訂中華電信 MOD 後考慮改用的其他服務，由於回答此兩題的樣本數僅有 22，若進一步依照各類別區分將導致諸多細項的樣本數小於等於 5，故不適合進行比較分析。

考慮停止訂閱 MOD 服務的主要原因，中彰投地區（71.5%）以沒有想看的電視節目為多數，其餘地區則因樣本數過少不予分析。而停訂中華電信 MOD 後考慮改用的其他服務，中彰投地區（44.5%）以有線電視的比例最高，其餘地區則因樣本數過少不予分析。

（4）基本差異分析

依性別區分，男性（73.6%）和女性（86.4%）未來一年內皆以不會考慮停止訂閱 MOD 服務為多數。考慮停止訂閱 MOD 服務的主要原因，男性（43.9%）和女性（57.4%）皆以沒有想看的電視節目的占比最高；而停訂中華電信 MOD 後考慮改用的其他服務，男性（35%）以免費的串流影音內容為主，女性（41.1%）則以有線電視為主。

依年齡區分，各年齡層未來一年內皆以不會考慮停止訂閱 MOD 服務為主，其中又以 56-65 歲（98%）比例最高、46-55 歲（70.7%）比例最低。考慮停止訂閱 MOD 服務的主要原因，26-35 歲（54.8%）以沒有想看的電視節目占比最高，其餘年齡層則因樣本數過少不予分析。而停訂中華電信 MOD 後考慮改用的其他

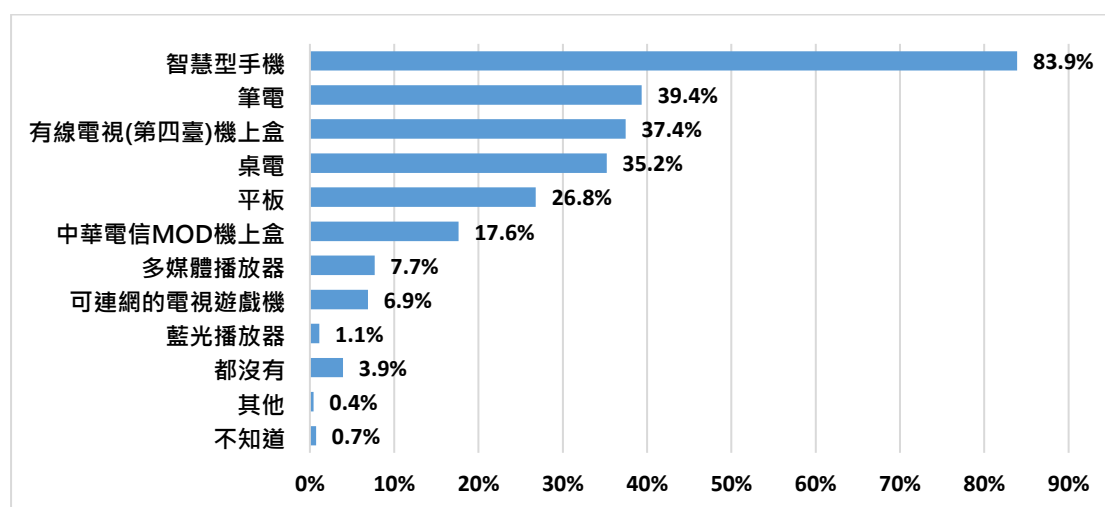
服務，26-35 歲（38%）以免費的串流影音內容占比最高，其餘年齡層則因樣本數過少不予分析。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況未來一年內皆以不會考慮停止訂閱 MOD 服務為主，其中又以鰥寡/分居者的 84.9%最高、未婚者的 75.3%最低。考慮停止訂閱 MOD 服務的主要原因，未婚者（34.7%）以都透過網路收看為多數，已婚者（56.8%）以沒有想看的電視節目的比例最高，鰥寡/分居者則因樣本數過少不予分析。而停訂中華電信 MOD 後考慮改用的其他服務，未婚者（34.6%）以免費的串流影音內容為多數，已婚者（43.7%）以有線電視為主，鰥寡/分居者則因樣本數過少不予分析。

（十三） 家中擁有之可連網設備 Q27

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾家中擁有的可連網設備，以智慧型手機（83.9%）所占比例最高，其次為筆記型電腦（39.4%）、有線電視機上盒（37.4%）【參照圖 24】。



Base: N= 1,104，複選

圖 24 家中有哪些可連網設備

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾家中擁有的可連網設備，各地區皆以智慧型手機占比最高，其中又以桃竹苗地區的 88.8%最高、中彰投地區的 80.1%最低。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（81.8%）和女性（86%）家中擁有的可連網設備皆以智慧

型手機為主。

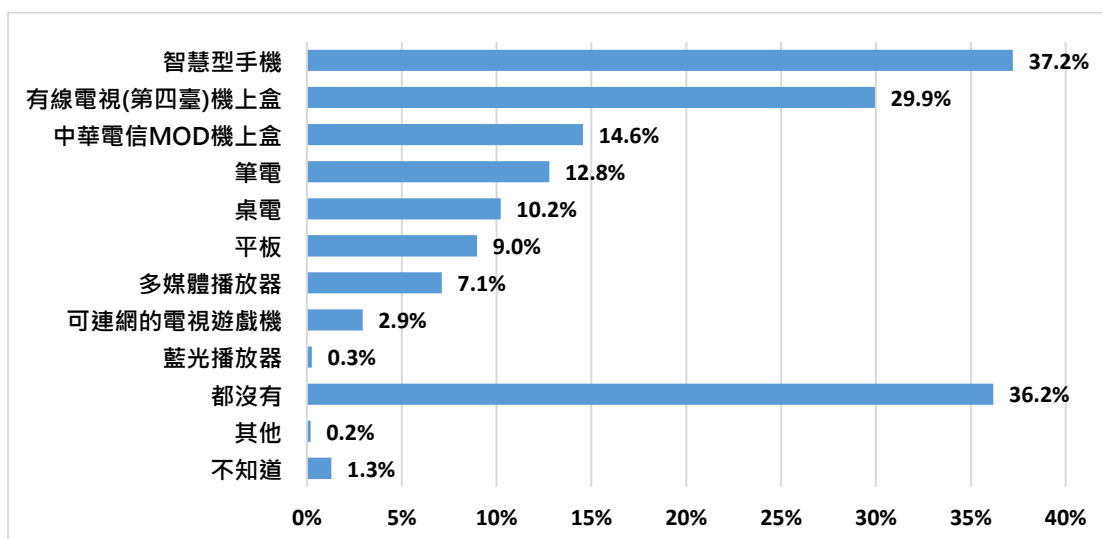
依年齡區分，民眾家中擁有的可連網設備，各年齡層皆以智慧型手機為多數，其中又以 36-45 歲（89.8%）比例最高、66 歲及以上（70.6%）比例最低；而 66 歲及以上（14.7%）都沒有可連網設備的占比明顯高於其他年齡層。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況家中擁有的可連網設備皆以智慧型手機為主，其中又以已婚者的 85% 最高、鰥寡/分居者的 79.4% 最低。

（十四）透過連網設備連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容 Q28

1. 整體分析

在過去 12 個月內，我國 16 歲以上民眾透過連網設備連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容，以透過智慧型手機（37.2%）的比例最高，其次為有線電視機上盒（29.9%），但都沒有使用的比例達 36.2%【參照圖 25】。



Base: N= 1,053，複選（家中有可以用來連網之設備者）

圖 25 過去 12 個月透過哪些連網設備連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾透過連網設備連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容，中彰投地區（45.2%）、雲嘉南地區（41.6%）、宜花東地區（41.7%）皆以透過智慧型手機為多數，北北基地區（40.8%）、高屏澎地區（45.7%）以都沒有使用為多數，桃竹苗地區（49.4%）則以有線電視機上盒比例最高。

（2）基本差異分析

依性別區分，民眾透過連網設備連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容，男性（37.8%）以透過智慧型手機的比例最高，女性（38.2%）則以都沒有使用為多數。

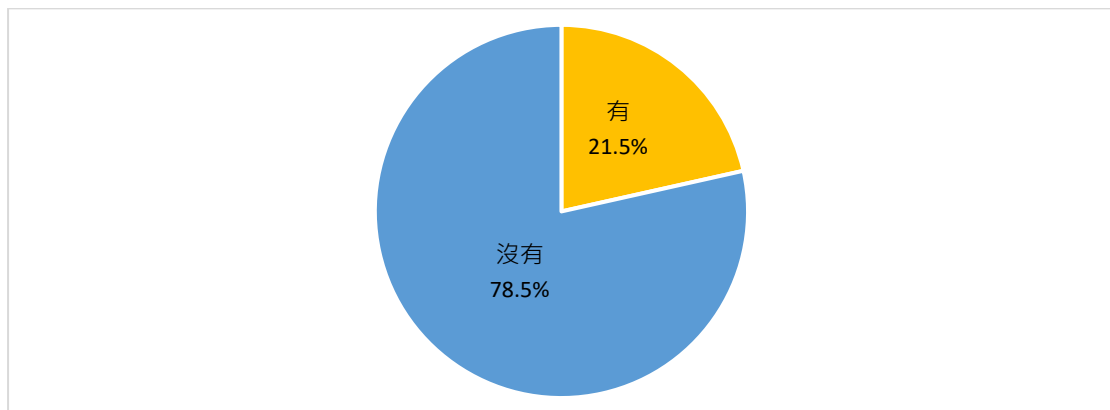
依年齡區分，民眾透過連網設備連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容，除 56-65 歲（45.8%）、66 歲及以上（48.8%）以都沒有使用為主外，其餘年齡層皆以透過智慧型手機為多數，其中又以 16-25 歲（45.8%）比例最高、46-55 歲（39.2%）比例最低。

依婚姻狀況區分，民眾透過連網設備連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容，除未婚者（43.5%）以透過智慧型手機為多數外，已婚者（41.2%）和鰥寡/分居者（38.3%）皆以都沒有使用的比例最高。

（十五）家中智慧電視擁有與使用情形 Q29 Q30 Q31 Q32

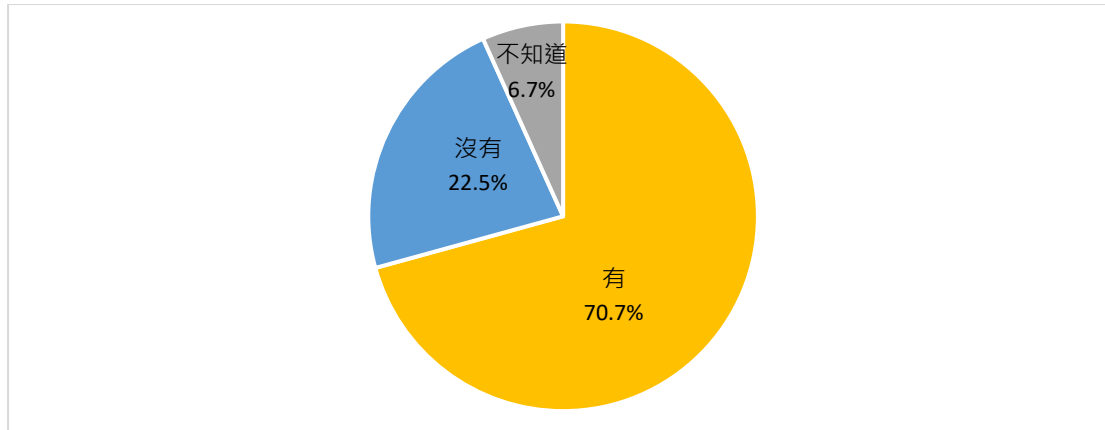
1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾多數家中沒有智慧電視，比例達 78.5%，有智慧電視者僅占 21.5%【參照圖 26】。家中有智慧電視者，70.7%有連結家中寬頻網路【參照圖 27】；至於沒有連結家中寬頻網路者，主要原因以沒有習慣使用（66.6%）占比最高，其次為不想使用（13.1%）【參照圖 28】。



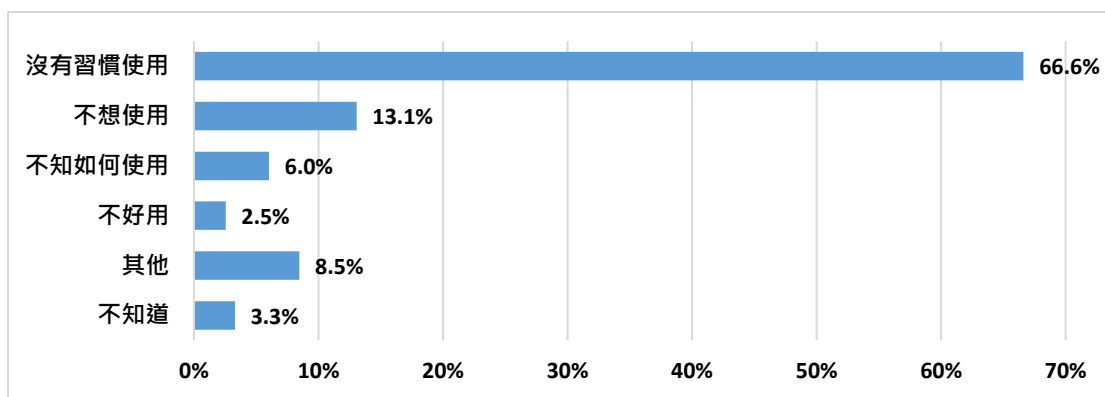
Base：N= 1,041，單選（家中有電視機者）

圖 26 家中有沒有智慧電視



Base：N= 224，單選（家中有智慧電視者）

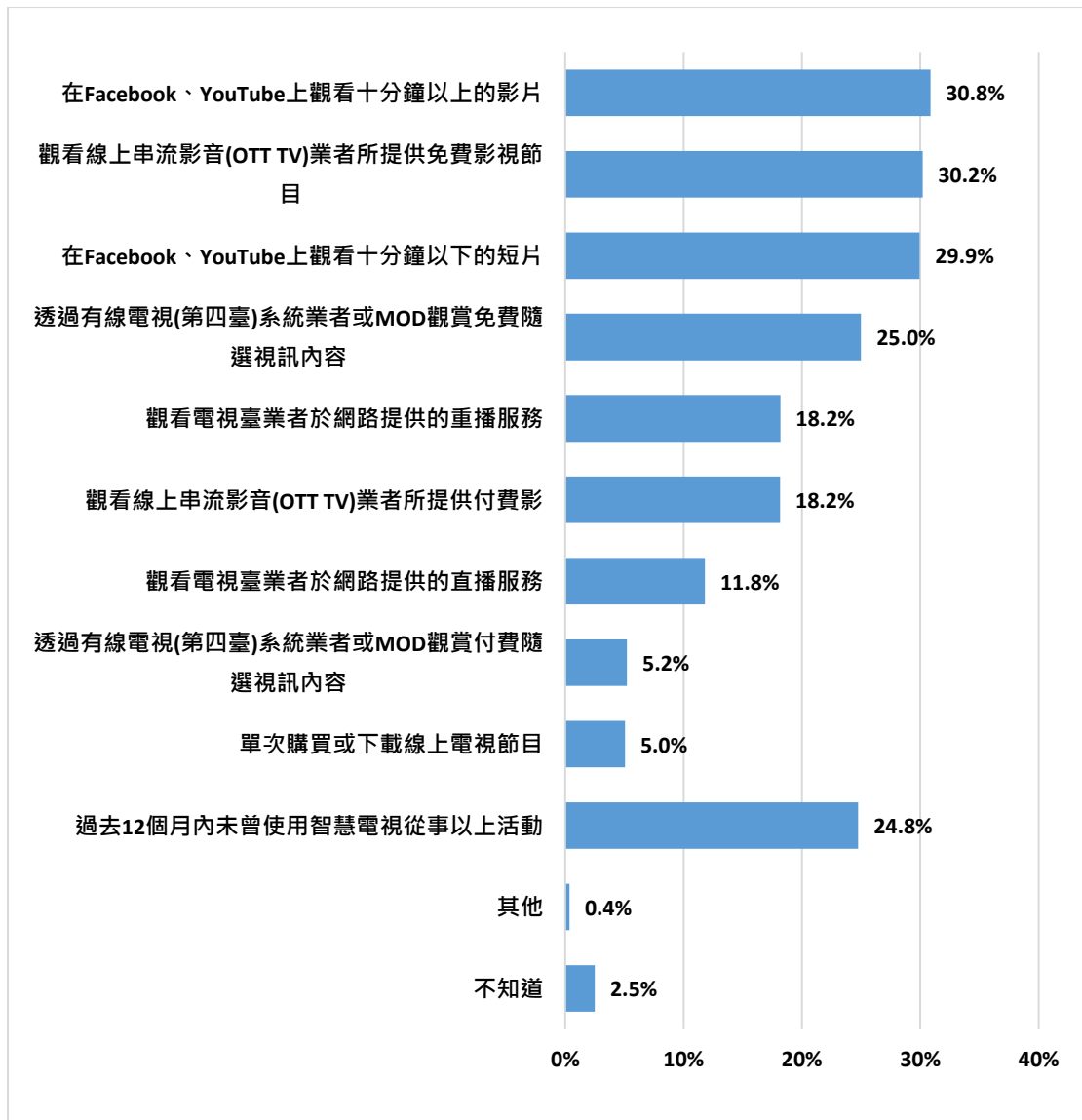
圖 27 家中智慧電視有沒有連結家中寬頻網路



Base：N= 50，單選（家中智慧電視沒有連接寬頻網路者）

圖 28 家中智慧電視沒有連結寬頻網路之主要原因

進一步詢問家中有智慧電視的民眾，過去 12 個月內曾使用智慧電視從事的活動，以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片（30.8%）為主，其次為觀看線上串流影音(OTT TV)業者所提供免費影視節目(30.2%)、在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片（29.9%）【參照圖 29】。



Base：N= 224，複選（家中有智慧電視者）

圖 29 過去 12 個月內曾使用智慧電視從事哪些活動

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾家中有沒有智慧電視，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各地區皆以家中沒有智慧電視為主，其中又以高屏澎地區（85.3%）比例最高、宜花東地區（60.1%）比例最低。家中有智慧電視者，各地區皆以有連結家中寬頻網路為多數，其中又以桃竹苗地區的 85.6%最高、宜花東地區的 49.7%最低。至於沒有連結家中寬頻網路的主要原因，除宜花東地區（73.5%）以不想使用為多數外，北北基地區（87.6%）、桃竹苗地區（47.6%）、高屏澎地區（65.6%）皆以沒有習慣使用的占比最高。

在過去 12 個月內，民眾曾使用智慧電視從事的活動，北北基地區（47.1%）以未曾使用智慧電視從事該等活動的占比最高，桃竹苗地區（38.3%）、中彰投地區（53.2%）皆以觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目為多數，雲嘉南地區（46.1%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，高屏澎地區（39.9%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，而宜花東地區（56.3%）則以觀看電視臺業者於網路提供的重播服務占比最高。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾家中有沒有智慧電視，於婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（79.4%）和女性（77.7%）皆以家中沒有智慧電視為主。家中有智慧電視的民眾，兩者皆以有連結家中寬頻網路為多數，分別占 68.3% 和 72.9%。至於沒有連結家中寬頻網路者的主要原因，男性（71.7%）和女性（62.4%）皆以沒有習慣使用的占比最高。在過去 12 個月內，民眾曾使用智慧電視從事的活動，男性（34.5%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，女性（34.5%）則以觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目為主。

依年齡區分，各年齡層皆以家中沒有智慧電視為主，其中又以 66 歲及以上（86.4%）比例最高、16-25 歲（72.2%）比例最低。家中有智慧電視者，各年齡層皆以有連結家中寬頻網路的占比最高，其中又以 56-65 歲的 85.4% 最高、66 歲及以上的 60.7% 最低。至於沒有連結家中寬頻網路的主要原因，除 66 歲及以上（40.4%）以不想使用為主外，其餘年齡層皆以沒有習慣使用為主，其中又以 16-25 歲（96.4%）比例最高、46-55 歲（48.1%）比例最低。在過去 12 個月內，民眾曾使用智慧電視從事的活動，16-25 歲（36.3%）、56-65 歲（34%）以透過有線電視系統業者或 MOD 觀賞免費隨選視訊內容為主，26-35 歲（41.2%）、36-45 歲（40.9%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片占比最高，46-55 歲（40%）以觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目為多數，66 歲及以上（62.2%）則以過去 12 個月內未曾使用智慧電視從事該等活動的比例最高。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以家中沒有智慧電視為多數，其中又以鰥寡/分居者的 82% 最高、未婚者的 74.1% 最低。家中有智慧電視者，各婚姻狀況皆以有連結家中寬頻網路為主，其中又以已婚者（72.4%）比例最高、鰥寡/分居者（63%）比例最低。至於沒有連結家中寬頻網路者的主要原因，各婚姻狀況皆以沒有習慣

使用的占比最高，其中又以未婚者（72.5%）比例最高、已婚者（62.1%）比例最低。在過去 12 個月內，民眾曾使用智慧電視從事的活動，未婚者（39%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，已婚者（32.7%）、鰥寡/分居者（32.9%）則以未曾使用智慧電視從事該等活動的占比最高。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾家中有沒有智慧電視，於教育程度達顯著差異。

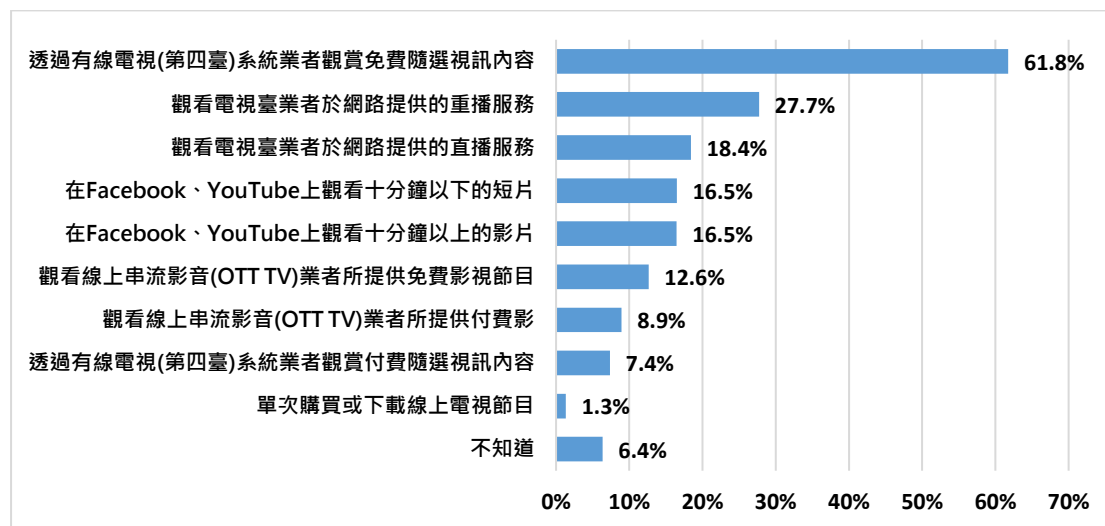
依教育程度區分，各教育程度家中皆以沒有智慧電視為多數，且比例隨教育程度遞減，其中又以小學及以下程度者的 88.5% 最高、碩士及以上程度者的 65.3% 最低。

（十六）有線電視機上盒使用情形 Q34

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾過去 12 個月內透過有線電視機上盒連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，以透過有線電視系統業者觀賞免費隨選視訊內容（61.8%）占比最高，其次為觀看電視臺業者於網路提供的重播服務（27.7%）

【參照圖 30】。



Base: N= 315，複選（過去 12 個月內曾透過有線電視機上盒連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容者）

圖 30 過去 12 個月內，透過有線電視機上盒從事之活動

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，過去 12 個月內透過有線電視機上盒連結電視機，並以電視

螢幕觀看線上內容所從事之活動，各地區皆以透過有線電視系統業者觀賞免費隨選視訊內容為主，其中又以宜花東地區的 83% 最高、高屏澎地區的 48.9% 最低。

（2）基本差異分析

依性別區分，過去 12 個月內透過有線電視機上盒連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，男性（55.4%）和女性（67.9%）皆以透過有線電視系統業者觀賞免費隨選視訊內容為主。

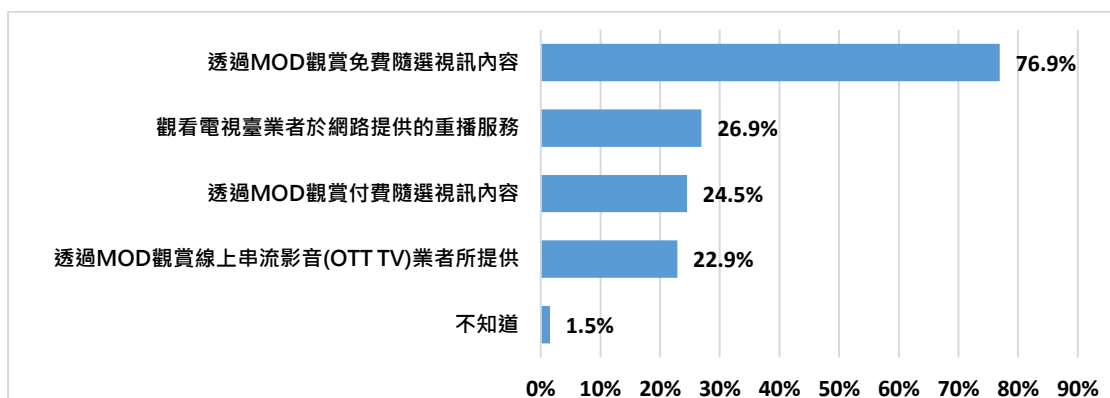
依年齡區分，過去 12 個月內透過有線電視機上盒連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，各年齡層皆以透過有線電視系統業者觀賞免費隨選視訊內容為主，其中又以 46-55 歲（68.2%）比例最高、16-25 歲（51.4%）比例最低。

依婚姻狀況區分，過去 12 個月內透過有線電視機上盒連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，各婚姻狀況皆以透過有線電視系統業者觀賞免費隨選視訊內容占比最高，其中已婚者（64.2%）和鰥寡/分居者（64.3%）比例相近，未婚者的 57.3% 相對最低。

（十七）中華電信 MOD 使用情形 Q35

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾過去 12 個月內透過中華電信 MOD 連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，以透過 MOD 觀賞免費隨選視訊內容（76.9%）為主，其次為觀看電視臺業者於網路提供的重播服務（26.9%）、透過 MOD 觀賞付費隨選視訊內容（24.5%）、透過 MOD 觀賞線上串流影音(OTT TV)業者所提供（22.9%）【參照圖 31】。



Base: N= 153，複選（過去 12 個月內曾透過中華電信 MOD 機上盒連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容者）

圖 31 過去 12 個月內，透過中華電信 MOD 從事之活動

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，過去 12 個月內透過中華電信 MOD 連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，各地區皆以透過 MOD 觀賞免費隨選視訊內容為主，其中又以宜花東地區的 87.8%最高、北北基地區的 69.7%最低。

(2) 基本差異分析

依性別區分，過去 12 個月內透過中華電信 MOD 連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，男性（77.4%）和女性（76.4%）皆以透過 MOD 觀賞免費隨選視訊內容為主。

依年齡區分，過去 12 個月內透過中華電信 MOD 連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，各年齡層皆以透過 MOD 觀賞免費隨選視訊內容為主，其中又以 36-45 歲的 88.3%最高、66 歲及以上的 62.1%最低。

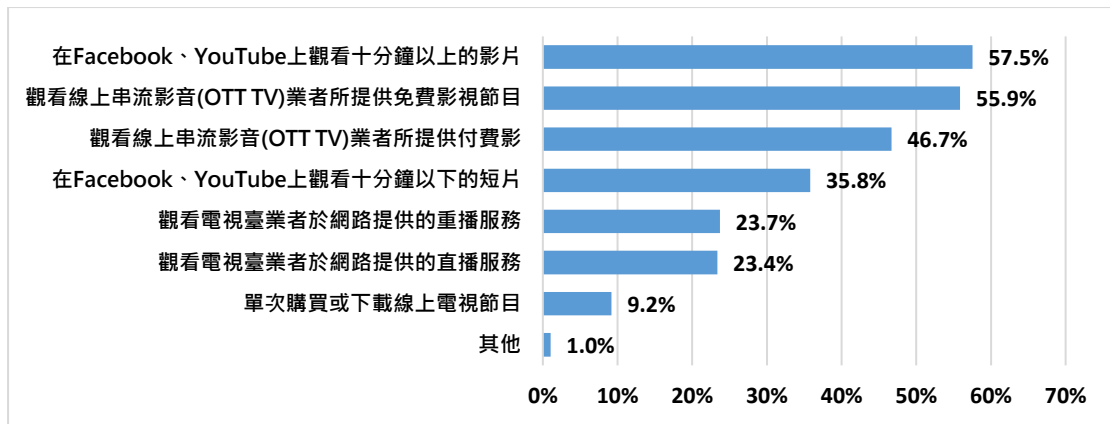
依婚姻狀況區分，過去 12 個月內透過中華電信 MOD 連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，各婚姻狀況皆以透過 MOD 觀賞免費隨選視訊內容為主，其中又以鰥寡/分居者的 81%最高、已婚者的 74.7%最低。

(十八) 多媒體播放器、可連網遊戲機使用情形 Q36 Q37

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾過去 12 個月內透過多媒體播放器連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片（57.5%）為多數，其次為觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目（55.9%）、觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供付費影視節目（46.7%）

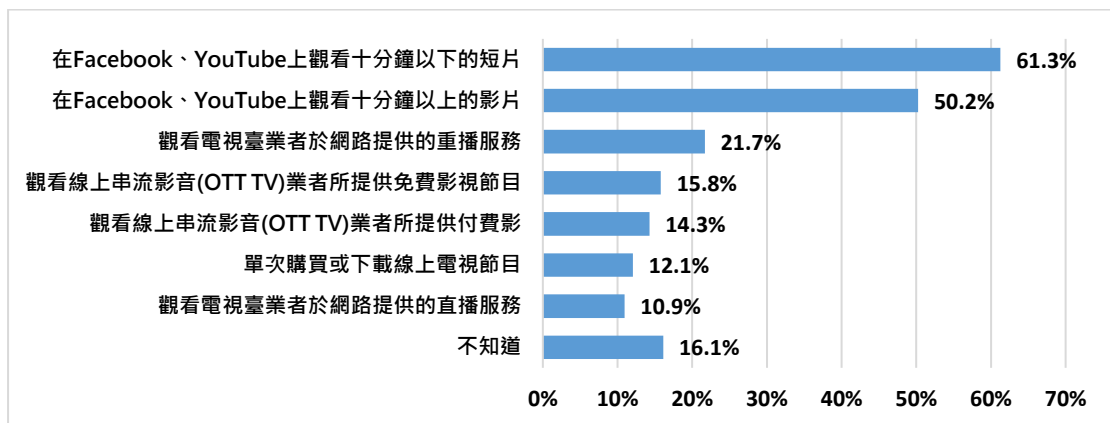
【參照圖 32】。



Base: N= 75，複選（過去 12 個月內曾透過多媒體播放器連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容者）

圖 32 過去 12 個月內，透過多媒體播放器從事之活動

至於我國 16 歲以上民眾過去 12 個月內透過可連網的電視遊戲機連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，則以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片（61.3%）比例最高，在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片（50.2%）次之【參照圖 33】。



Base: N= 31，複選（過去 12 個月內曾透過可連網遊戲機連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容者）

圖 33 過去 12 個月內，透過可連網電視遊戲機從事之活動

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，過去 12 個月內透過多媒體播放器連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，除桃竹苗地區(47.6%)以觀看線上串流影音(OTT TV)業者所提供付費影視節目為多數外，其餘地區皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，其中又以高屏澎地區（84.9%）比例最高、雲嘉南地區（56.7%）比例最低，宜花東地區則因樣本數過少不予分析。而過去 12 個月

內透過可連網遊戲機連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，中彰投地區（43.7%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為多數，雲嘉南（73.9%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，其餘地區則因樣本數過少不予分析。

（2）基本差異分析

依性別區分，過去 12 個月內透過多媒體播放器連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，男性（62.6%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，女性（56.7%）則以觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目的占比最高。而過去 12 個月內透過可連網遊戲機連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，男性（62.4%）和女性（59.1%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為主。

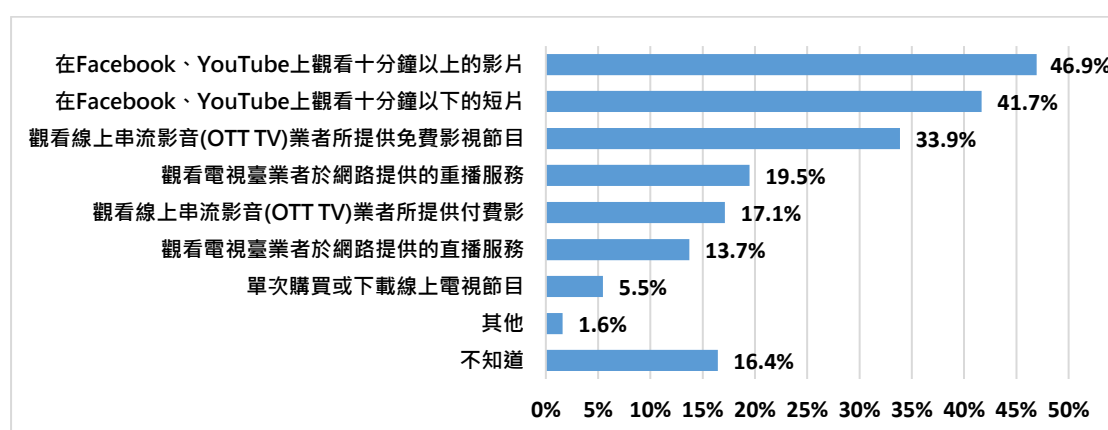
依年齡區分，過去 12 個月內透過多媒體播放器連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，16-25 歲（70.4%）、36-45 歲（75.2%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，26-35 歲（77.2%）、46-55 歲（78.3%）皆以觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目為多數，56-65 歲（48.8%）以觀看電視臺業者於網路提供的直播服務的占比最高，66 歲及以上（68.6%）則以觀看電視臺業者於網路提供的重播服務為主。而過去 12 個月內透過可連網遊戲機連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，36-45 歲（86%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為主，16-25 歲（49.2%）、26-35 歲（78%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為多數，其餘年齡層則因樣本數過少不予分析。

依婚姻狀況區分，過去 12 個月內透過多媒體播放器連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，未婚者（66.5%）以觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目為主，已婚者（56.8%）則以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主。而過去 12 個月內透過可連網遊戲機連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，未婚者（60.1%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為多數，已婚者（81.5%）則以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為主。

（十九）智慧型手機連結電視使用情形 Q38

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾過去 12 個月內透過智慧型手機連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片（46.9%）比例最高，其次為在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片（41.7%）及觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目（33.9%）【參照圖 34】。



Base: N= 392，複選（過去 12 個月內曾透過智慧型手機連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容者）

圖 34 過去 12 個月內，透過智慧型手機連結電視機從事之活動

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，過去 12 個月內透過智慧型手機連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，北北基地區（32.6%）以不知道的比例最高，中彰投地區（56.5%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，桃竹苗地區（57.6%）、雲嘉南地區（66.8%）、高屏澎地區（47.1%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片占比最高，宜花東地區則以觀看電視臺業者於網路提供的重播服務（28.3%）和觀看電視臺業者於網路提供的直播服務（28.3%）占比較高。

（2）基本差異分析

依性別區分，過去 12 個月內透過智慧型手機連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，男性（50%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，女性（46.4%）則以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以

上的影片為多數。

依年齡區分，過去 12 個月內透過智慧型手機連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，26-35 歲（51.1%）、66 歲及以上（38.3%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，16-25 歲（52%）、36-45 歲（55.3%）、46-55 歲（40.5%）、56-65 歲（47.8%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主。

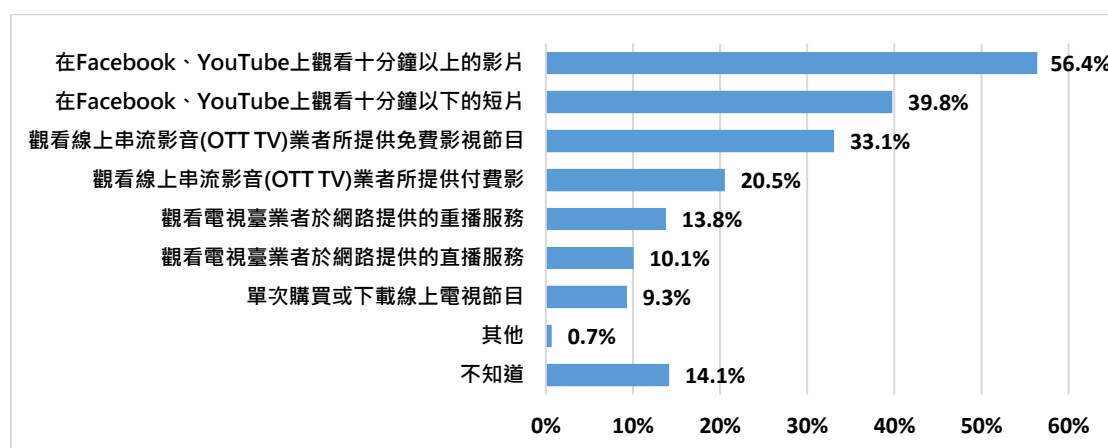
依婚姻狀況區分，過去 12 個月內透過智慧型手機連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，未婚者以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片（50.9%）和在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片（50.9%）為多數，已婚者（43.4%）和鰥寡/分居者（48.9%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片占比最高。

（二十）筆記型電腦、平板與桌上型電腦連結電視機從事之活動

Q39 Q40 Q41

1. 整體分析

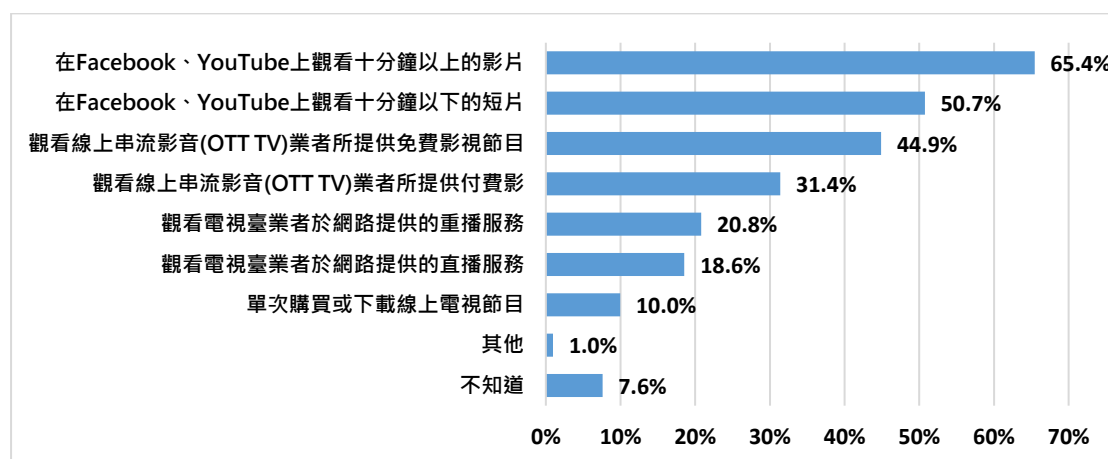
我國 16 歲以上民眾過去 12 個月內透過筆記型電腦連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為多數，達 56.4%，其次為在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片（39.8%）及觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目（33.1%）【參照圖 35】。



Base: N= 134，複選（過去 12 個月內曾透過筆記型電腦連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容者）

圖 35 過去 12 個月內，透過筆記型電腦連結電視機從事之活動

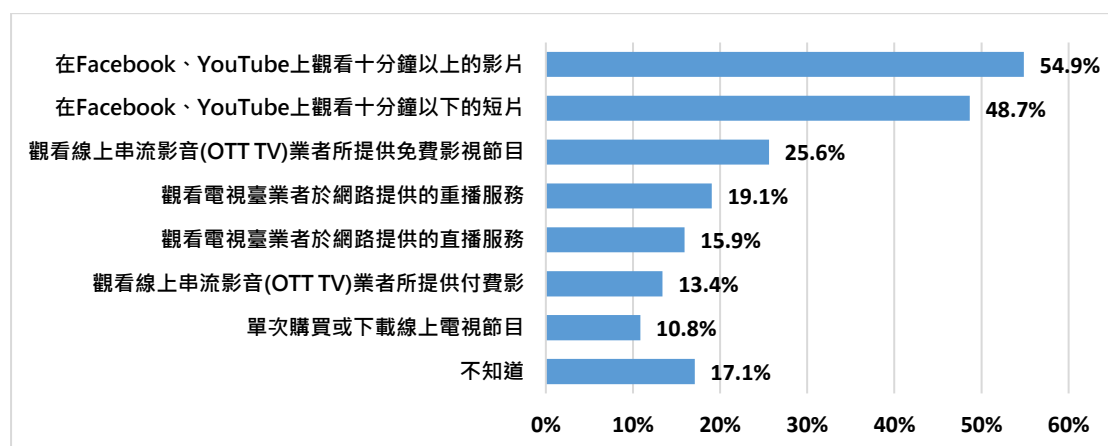
我國 16 歲以上民眾過去 12 個月內透過平板連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片所占比例最高，達 65.4%，其次為在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片（50.7%）及觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目（44.9%）【參照圖 36】。



Base: N= 94，複選（過去 12 個月內曾透過平板連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容者）

圖 36 過去 12 個月內，透過平板連結電視機從事之活動

我國 16 歲以上民眾過去 12 個月內透過桌上型電腦連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片（54.9%）為主，其次為在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片（48.7%）及觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目（25.6%）【參照圖 37】。



Base: N= 108，複選（過去 12 個月內曾透過桌上型電腦連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容者）

圖 37 過去 12 個月內，透過桌上型電腦連結電視機從事之活動

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，過去 12 個月內透過筆記型電腦連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，除北北基地區（28.4%）以不知道占比最高外，其餘地區皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為多數，其中又以桃園竹苗地區的 84.4%最高、雲嘉南地區的 56.2%最低。過去 12 個月內透過平板連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，除北北基地區（44%）以觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目為多數外，其餘地區皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片占比最高，其中又以雲嘉南地區的 80%最高、中彰投地區的 65.2%最低，宜花東地區則因樣本數過少不予分析。過去 12 個月內透過桌上型電腦連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，除高屏澎地區（54.2%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數外，其餘地區皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，其中又以中彰投地區的 72.6%最高、北北基地區的 31.4%最低，宜花東地區則因樣本數過少不予分析。

(2) 基本差異分析

依性別區分，過去 12 個月內透過筆記型電腦連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，男性（59.6%）和女性（52.8%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為多數。過去 12 個月內透過平板連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，男性（69.1%）和女性（60.8%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主。而過去 12 個月內透過桌上型電腦連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，男性（57.6%）和女性（48.5%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片占比最高。

依年齡區分，過去 12 個月內透過筆記型電腦連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，除 56-65 歲（37%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數外，其餘年齡層皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，其中又以 36-45 歲（73.3%）比例最高、46-55 歲（48.6%）比例最低，而 66 歲及以上則因樣本數過少不予分析。過去 12 個月內透過平板連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，除 56-65 歲（50%）以觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供付費影視節目為多數外，其餘年齡層皆

以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，其中又以 16-25 歲的 82.4%最高、26-35 歲的 55.2%最低，而 66 歲及以上則因樣本數過少不予分析。過去 12 個月內透過桌上型電腦連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，除 66 歲及以上(44.8%)以不知道為多數外，其餘年齡層皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，其中又以 36-45 歲(73.3%) 占比最高、46-55 歲(36.1%) 占比最低；此外，56-65 歲(50.9%) 觀看電視臺業者於網路提供的重播服務占比明顯高於其他年齡層。

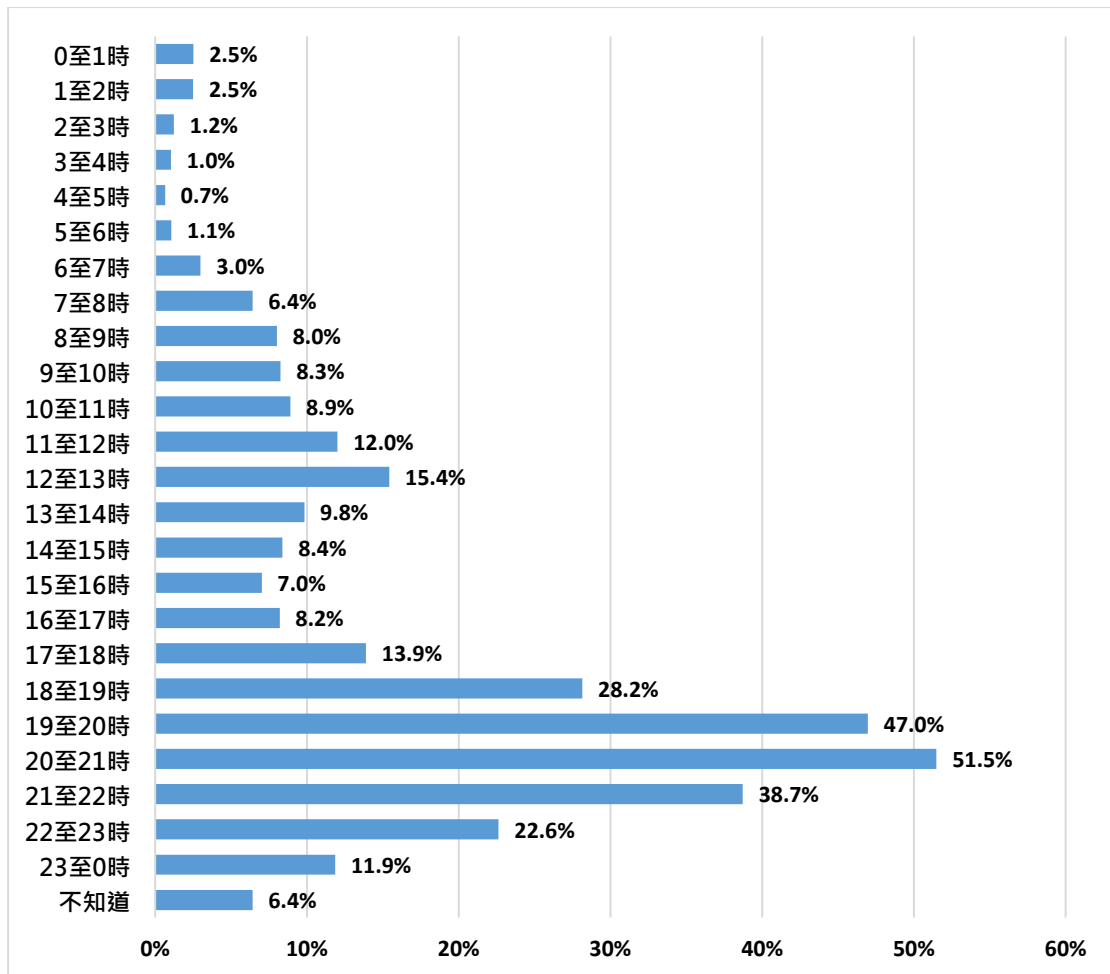
依婚姻狀況區分，過去 12 個月內透過筆記型電腦連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，未婚者(64.2%)和已婚者(45.7%)皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片占比最高，鰥寡/分居者則因樣本數過少不予分析。過去 12 個月內透過平板連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，各婚姻狀況皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片占比最高，其中又以未婚者的 69.2%最高、鰥寡/分居者的 60.8%最低。過去 12 個月內透過桌上型電腦連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容所從事之活動，各婚姻狀況皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為多數，其中又以未婚者(63.5%) 占比最高、已婚者(45.2%) 占比最低。

二、 電視與廣播收視聽行為與感受

(一) 最常收看電視時段 Q42

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾最常收看電視的時段，以 20 至 21 時所占比例最高，達 51.5%，其次為 19 至 20 時(47%)、21 至 22 時(38.7%)，顯示 19 至 22 時為我國民眾主要收視時段【參照圖 38】。



Base：N=1,038，複選（有看電視者）

圖 38 最常收看電視時段

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾最常收看電視的時段，除宜花東地區（54.3%）以 19 至 20 時為多數外，其餘地區皆以 20 至 21 點占比最高，其中又以高屏澎地區的 56.7%最高、桃竹苗地區的 45.7%最低。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（50.5%）和女性（52.4%）最常收看電視的時段皆以 20 至 21 點的比例最高。

依年齡區分，除 66 歲及以上（60.4%）以 19 至 20 時占比最高外，其餘年齡層最常收看電視的時段皆以 20 至 21 點為主，其中又以 46-55 歲（60.9%）比例最高、16-25 歲（43.2%）比例最低。

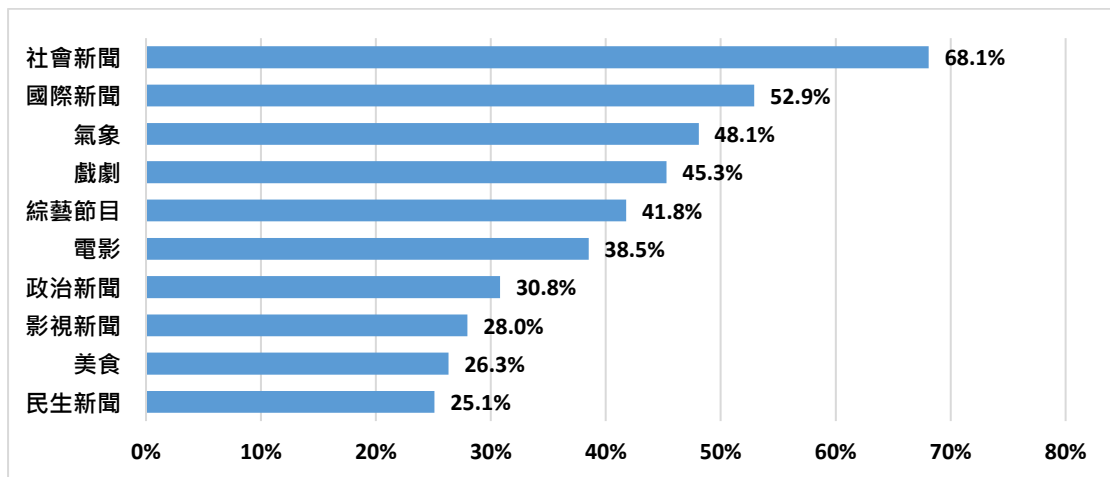
依婚姻狀況區分，除鰥寡/分居者（53.8%）以 19 至 20 時占比最高外，未

婚者（46%）和已婚者（55.2%）最常收看電視的時段皆以 20 至 21 點為主。

（二）常收看的電視節目類型 Q43

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾時常收看的電視節目類型以社會新聞為主，達 68.1%，其次為國際新聞和氣象，分別占 52.9%和 48.1%【參照圖 39】。



Base：N=1,038，複選（有看電視者）

圖 39 時常收看的電視節目類型（前十名）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾時常收看的電視節目類型，除北北基地區（60.2%）以國際新聞為主以外，其餘地區皆以社會新聞為多數，其中又以宜花東地區（83%）比例最高、高屏澎地區（71.9%）比例最低。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（69.7%）和女性（66.5%）時常收看的電視節目類型，皆以社會新聞占比最高，而男性收看國際新聞、政治新聞、體育節目等節目的比例明顯高於女性，女性則是收看美食、戲劇、家庭生活等節目的比例明顯較高。

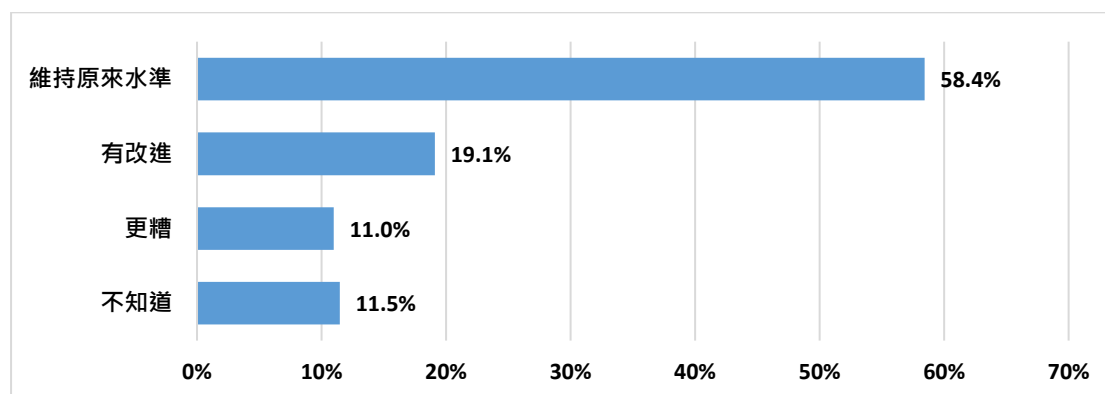
依年齡區分，各年齡層時常收看的電視節目類型皆以社會新聞為主，且比例隨年齡遞增，以 16-25 歲的 52.7%最低、66 歲及以上的 79%最高。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況時常收看的電視節目類型皆以社會新聞占比最高，其中又以鰥寡/分居者的 77.6%最高、未婚者的 60.8%最低。

（三）電視節目的品質 Q44 Q45 Q46

1. 整體分析

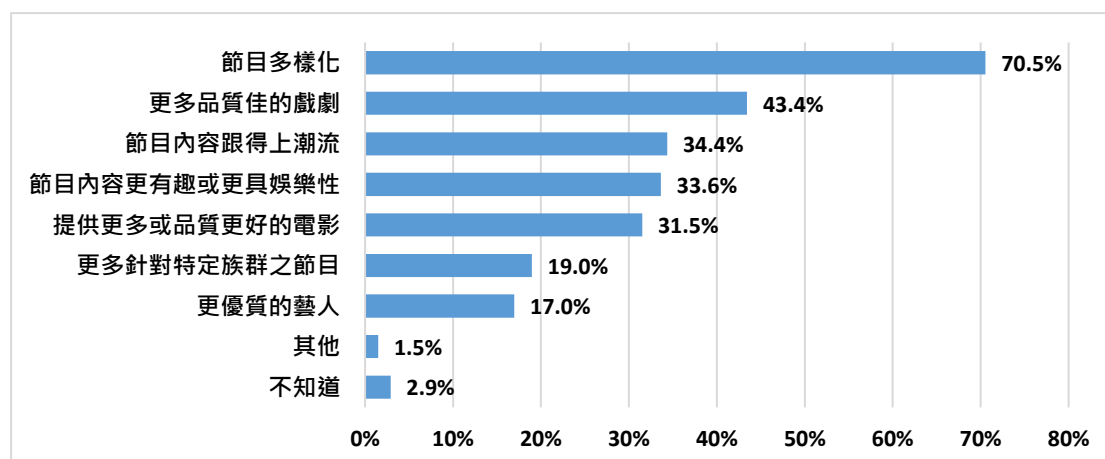
對於過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進，我國 16 歲以上民眾有 58.4%認為維持原來水準，僅有 19.1%認為有改進，11%認為更糟【參照圖 40】。



Base: N=1,038，單選（有看電視者）

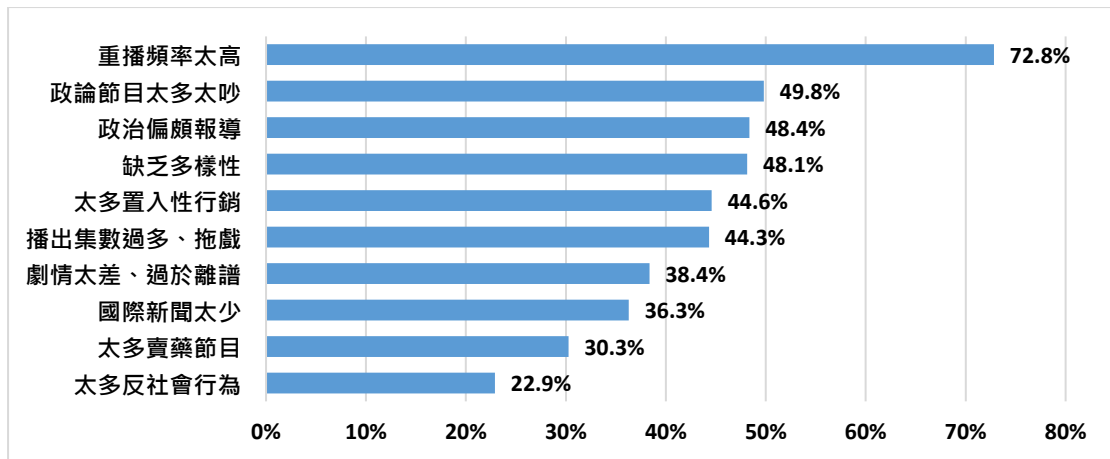
圖 40 過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進

進一步詢問，認為電視節目品質有改進者，有改進之處以節目多樣化(70.5%)占比最高，其次為更多品質佳的戲劇(43.4%)、節目內容跟得上潮流(34.4%)【參照圖 41】。認為電視節目品質更糟者，則主要對重播頻率太高(72.8%)、政論節目太多太吵(49.8%)、政治偏頗報導(48.4%)等感到不滿【參照圖 42】。



Base: N=198，複選（認為過去 12 個月內電視節目品質有改進者）

圖 41 電視節目在過去 12 個月內改進之處



Base: N=114，複選（認為過去 12 個月內電視節目品質變得更糟者）

圖 42 電視節目在過去 12 個月內更糟之處（前十名）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，對於過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進，各地區皆以維持原來水準的占比最高，其中又以宜花東地區的 63% 最高、桃竹苗地區的 51.1% 最低；認為有改進者以高屏澎地區（28.4%）比例最高、雲嘉南地區（11.2%）比例最低；認為更糟者則以桃竹苗地區（15%）比例最高、北北基地區（8.5%）比例最低。認為電視節目品質有改進者，各地區皆以節目多樣化為主要改進之處，其中又以雲嘉南地區的 82.5% 最高、桃竹苗地區的 62.6% 最低。認為電視節目品質更糟者，各地區皆以不滿重播頻率太高為主，其中又以中彰投地區（85.1%）比例最高、北北基地區（61.2%）比例最低，而宜花東地區則因樣本數過少不予分析。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進，於性別達顯著差異。

依性別區分，對於過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進，男性（56.4%）和女性（60.4%）皆以維持原來水準為多數，但男性（22.2%）認為有改進的比例明顯高於女性（16%）。認為電視節目品質有改進者，男性（72.9%）和女性（67.3%）皆以節目多樣化為主要改進之處；認為電視節目品質更糟者，兩者皆以重播頻率

太高為主要不滿之處，分別占 66.7%和 78.3%。

依年齡區分，對於過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進，各年齡層皆以維持原來水準的比例最高，其中又以 56-65 歲的 61%最高、66 歲及以上的 54.6%最低。認為電視節目品質有改進者，各年齡層皆以節目多樣化為主要改進之處，其中又以 16-25 歲（75.5%）比例最高、46-55 歲（63.5%）比例最低。認為電視節目品質更糟者，除 56-65 歲（82.3%）以政論節目太多太吵為主要不滿之處以外，其餘年齡層皆以不滿重播頻率太高為主，其中又以 26-35 歲（84.9%）比例最高、16-25 歲（63.5%）比例最低。

依婚姻狀況區分，對於過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進，各婚姻狀況皆以維持原來水準為多數，其中又以已婚者的 61%最高、未婚者的 55.2%最低。認為電視節目品質有改進者，各婚姻狀況皆以節目多樣化為主要改進之處，其中又以未婚者（74.5%）比例最高、鰥寡/分居者（63.8%）比例最低。認為電視節目品質更糟者，各婚姻狀況皆以重播頻率太高為主要不滿之處，其中又以鰥寡/分居者（100%）比例最高、已婚者（68.5%）比例最低。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進，於居住狀況、個人平均月收入達顯著差異。

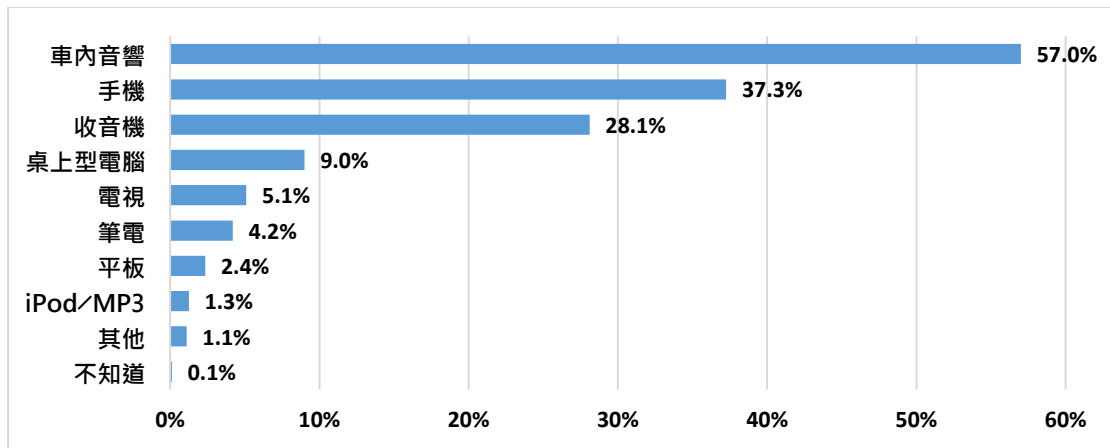
依居住狀況區分，關於過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進，自有房屋者（59.5%）和租屋者（55.7%）皆以維持原來水準為多數，但租屋者（26.2%）認為有改進的比例明顯高於自有房屋者（17.6%）。

依個人平均月收入區分，關於過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進，各收入水準皆以維持原來水準為多數，其中又以 1 萬-未滿 2 萬元收入者（67%）比例最高、未滿 1 萬元收入者（50.1%）比例最低。

（四）廣播收聽設備 Q47 Q48 Q49 Q50

1. 整體分析

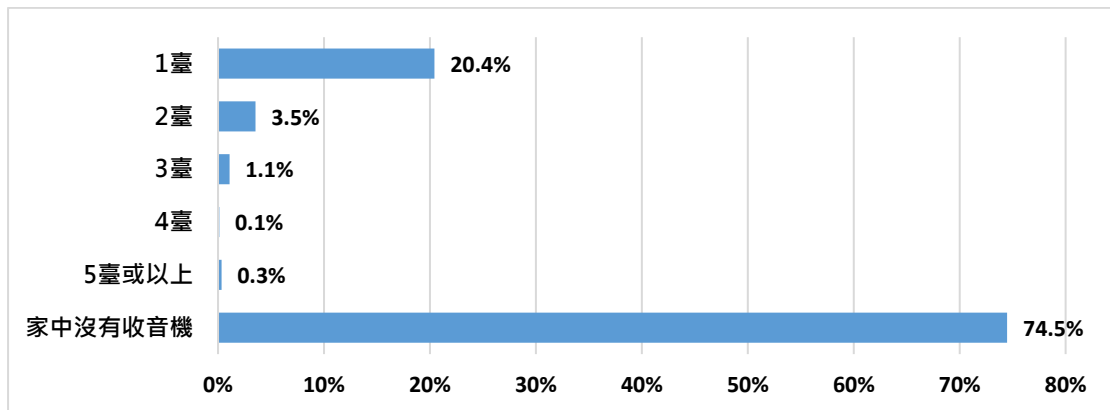
我國 16 歲以上民眾有收聽廣播節目者，其所透過的設備，以車內音響（57%）為多數，其次為手機（37.3%）、收音機（28.1%）【參照圖 43】。



Base: N=394，複選（有聽廣播者）

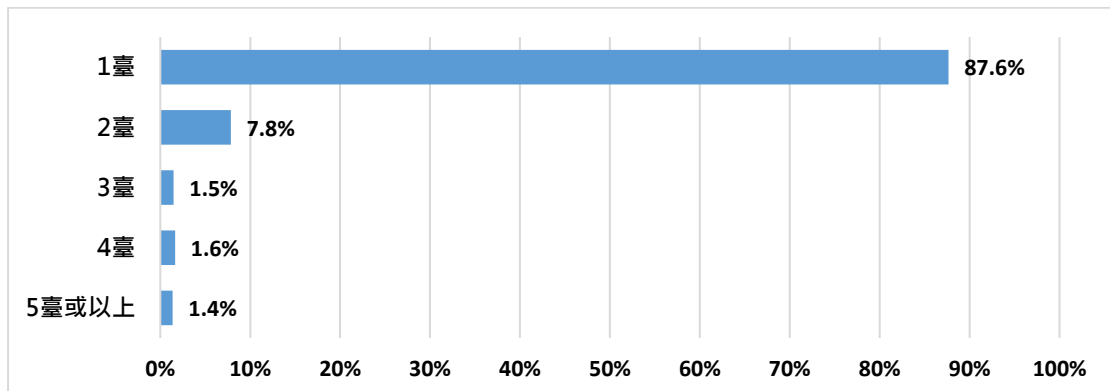
圖 43 平常透過哪些設備收聽廣播節目

我國 16 歲以上民眾有超過 7 成（74.5%）家中沒有收音機（不包括車內音響、電腦、電視或手機的收音機），有收音機者則以一臺為多數（20.4%）【參照圖 44】；至於個人較常使用的收音機數量，同樣以一臺所占比例最高（87.6%）【參照圖 45】。



Base: N=1,104

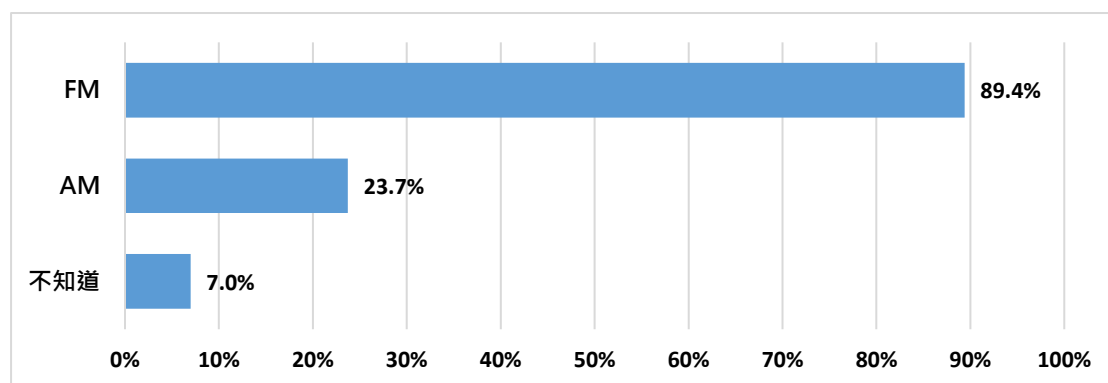
圖 44 家中有幾台收音機



Base: N=111（平常會透過收音機收聽廣播節目者）

圖 45 個人較常使用的收音機有幾台

關於所收聽的廣播頻段，我國 16 歲以上民眾近 9 成（89.4%）會收聽 FM，遠高於收聽 AM 者（23.7%）【參照圖 46】。



Base: N=394，複選（有聽廣播者）

圖 46 收聽的廣播頻段

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾收聽廣播節目所透過的設備，除宜花東地區（38.1%）以手機為多數外，其餘地區皆以車內音響占比最高，其中又以北北基地區的 64% 最高、中彰投地區的 53.4% 最低。各地區家中皆以沒有收音機為主，其中又以北北基地區（85.1%）比例最高、中彰投地區（65.7%）比例最低；至於個人較常使用的收音機數量，各地區皆以 1 臺為多數，其中又以高屏澎地區的 100% 最高、中彰投地區的 68% 最低，宜花東地區則因樣本數過少不予分析。關於民眾所收聽的廣播頻段，各地區皆以 FM 為多數，其中又以中彰投地區（94.7%）比例最高、北北基地區（84.2%）比例最低；但北北基地區（48.9%）收聽 AM 的比例明顯高於其他地區。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（59.2%）和女性（54.4%）收聽廣播節目所透過的設備皆以車內音響為多數。兩者家中皆以沒有收音機為主，分別占 73.4% 和 75.5%；至於個人較常使用的收音機數量，男性（89.7%）和女性（85.5%）皆以 1 臺的占比最高。而關於民眾所收聽的廣播頻段，男性（87.9%）和女性（91.2%）皆以 FM 為主。

依年齡區分，民眾收聽廣播節目所透過的設備，除 16-25 歲（62.1%）以手機為主、66 歲及以上（59.3%）以收音機為主外，其餘年齡層皆以車內音響為多數，其中又以 36-45 歲的 71.4% 最高、46-55 歲的 60.2% 最低。

各年齡層家中皆以沒有收音機為多數，其中又以 26-35 歲（84.5%）比例最高、66 歲及以上（65%）比例最低；至於個人較常使用的收音機數量，各年齡層皆以 1 臺的比例最高，其中又以 26-35 歲的 100% 最高、55-65 歲的 69.4% 最低，但 55-65 歲（24.5%）使用 2 臺的比例明顯高於其他年齡層，而 16-25 歲則因樣本數過少不予分析。關於民眾所收聽的廣播頻段，各年齡層皆以 FM 為多數，其中又以 36-45 歲（94.7%）比例最高、66 歲及以上（77.8%）比例最低，但 55-65 歲（38.5%）收聽 AM 的比例明顯高於其他年齡層。

依婚姻狀況區分，民眾收聽廣播節目所透過的設備，除未婚者（52.5%）以手機占比最高外，已婚者（62.3%）和鰥寡/分居者（52.5%）皆以車內音響為主。各婚姻狀況家中皆以沒有收音機為多數，其中又以未婚者的 75.6% 最高、鰥寡/分居者的 73.4% 最低；至於個人較常使用的收音機數量，各婚姻狀況皆以 1 臺為多數，其中又以鰥寡/分居者（100%）比例最高、已婚者（82.7%）比例最低。

關於民眾所收聽的廣播頻段，各婚姻狀況皆以 FM 為主，其中又以未婚者的 90.9% 最高、鰥寡/分居者的 82.6% 最低，但已婚者（29.5%）收聽 AM 的比例明顯高於未婚者（16.4%）和鰥寡/分居者（14.4%）。

（五）透過不同設備收聽廣播之頻率比較 Q51～Q58

1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾透過不同設備收聽廣播的頻率，透過車內音響（40.6%）、手機（39.9%）、筆記型電腦（44%）收聽廣播者，收聽頻率以每週幾次為主；透過收音機（53.1%）、桌上型電腦（45.5%）、電視（39.2%）收聽者，收聽頻率以每天至少一次為多數；透過平板收聽者，則以幾乎不用（51.8%）的占比最高【參照表 10】。

表 10 透過不同設備收聽廣播之頻率比較

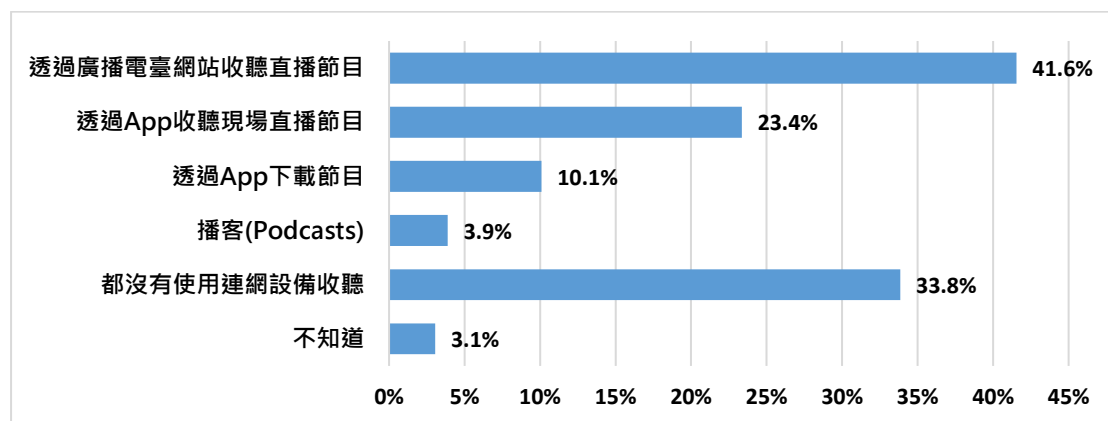
設備	個數	每天至少一次	每週幾次	每月幾次	每年幾次	幾乎不用
車內音響	225	40.4%	40.6%	14.2%	2.7%	0.5%
手機	147	25.3%	39.9%	16.0%	6.5%	11.6%
收音機	111	53.1%	32.0%	9.4%	2.2%	3.4%
桌上型電腦	35	45.5%	27.0%	3.9%	9.5%	14.1%
電視	20	39.2%	14.7%	12.2%	-	34.0%
筆記型電腦	17	-	44.0%	38.8%	-	17.2%
iPod/MP3	5	14.4%	40.3%	45.3%	-	-
平板	9	-	19.1%	29.1%	-	51.8%

資料來源：本研究彙整。

(六) 使用連網設備收聽廣播方式 Q59

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾使用連網設備收聽廣播的方式，以透過廣播電臺網站收聽直播節目（41.6%）占比最高，其次為透過 App 收聽現場直播節目（23.4%），但都沒有使用連網設備收聽的比例達 33.8%【參照圖 47】。



Base: N=394，複選（透過設備收聽廣播節目者）

圖 47 使用連網設備收聽廣播方式

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，民眾使用連網設備收聽廣播方式，北北基地區（46.2%）、中彰投地區（36.9%）、高屏澎地區（50.6%）以透過廣播電臺網站收聽直播節目為主，桃竹苗地區（34.6%）、雲嘉南地區（42.4%）、宜花東地區（46.2%）則以都沒有使用連網設備收聽占比最高。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（40.4%）和女性（42.9%）使用連網設備收聽廣播方式皆以透過廣播電臺網站收聽直播節目為主。

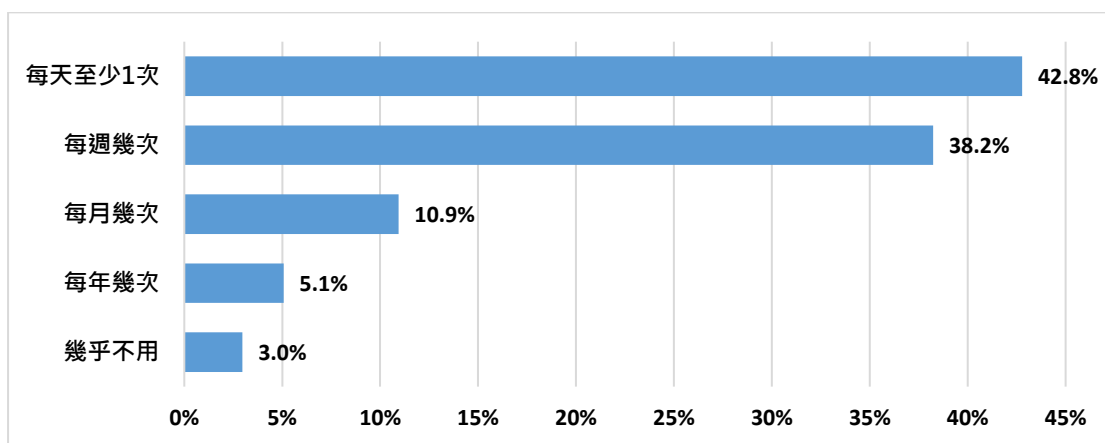
依年齡區分，除 56-65 歲（43.9%）、66 歲及以上（55.6%）以都沒有使用連網設備收聽的比例最高外，其餘年齡層皆以透過廣播電臺網站收聽直播節目為主，其中又以 26-35 歲的 49.3% 最高、46-55 歲的 38.1% 最低。

依婚姻狀況區分，除鰥寡/分居者（44.4%）以都沒有使用連網設備收聽的比例最高外，未婚者（39.3%）和已婚者（42.7%）皆以透過廣播電臺網站收聽直播節目為主；但未婚者（33.2%）透過 App 收聽現場直播的比例明顯高於已婚者（18%）和鰥寡/分居者（17%）。

（七）廣播收聽行為 Q60 Q61

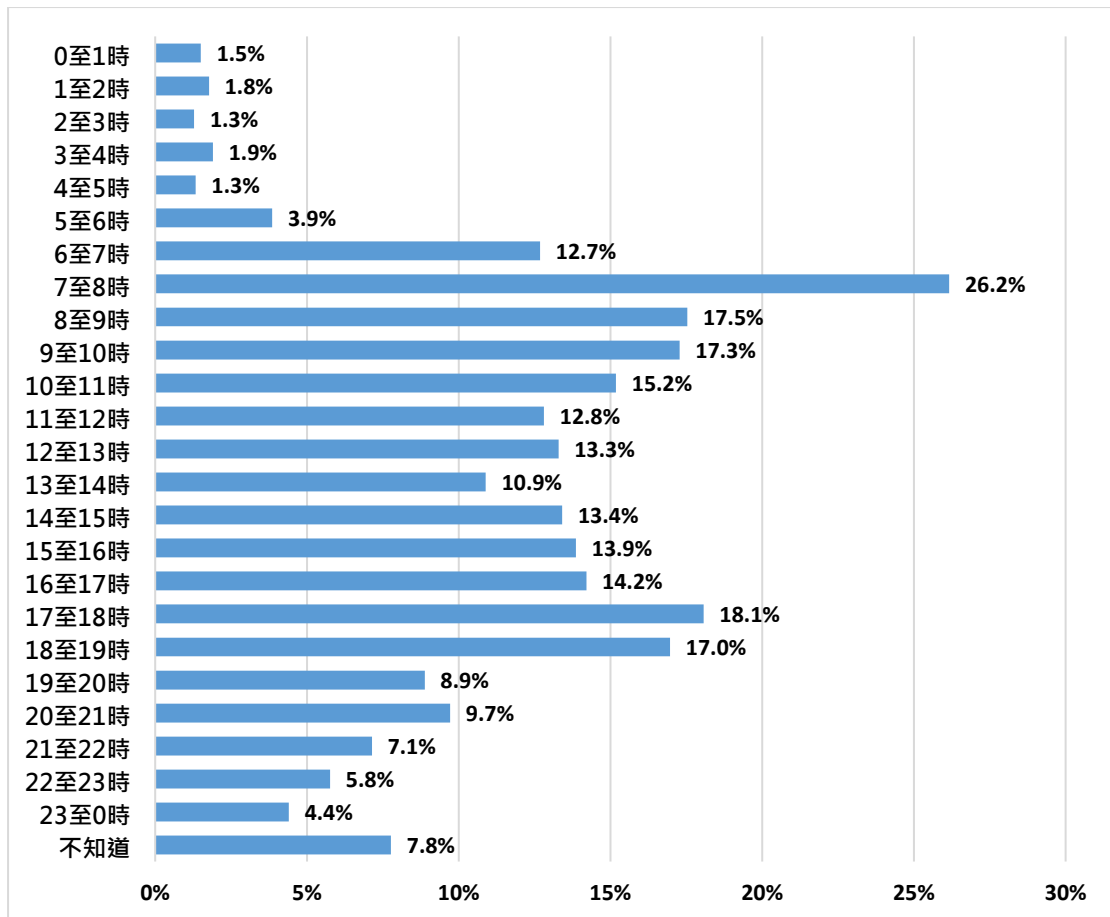
1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾收聽廣播的頻率以每天至少 1 次所佔比例最高，達 42.8%，其次為每週幾次，占 38.2%【參照圖 48】。而最常收聽廣播的時段，以 7 至 8 時（26.2%）為多數，其次為 17 至 18 時（18.1%）、8 至 9 時（17.5%）、9 至 10 時（17.3%），顯示我國 16 歲以上民眾最常在早上 7 至 10 時的上班途中收聽廣播【參照圖 49】。



Base：N=394，單選（有聽廣播者）

圖 48 收聽廣播頻率



Base：N=394，複選（有聽廣播者）

圖 49 最常收聽廣播時段

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾收聽廣播的頻率，北北基地區（45%）、桃竹苗地區（50.9%）、中彰投地區（42.1%）以每週幾次為主；雲嘉南地區（39.1%）、高屏澎地區（59.5%）、宜花東地區（49.1%）則以每天至少一次的比例最高。而最常收聽廣播的時段，北北基地區（37.2%）、中彰投地區（29.5%）、高屏澎地區（27.7%）以 7 至 8 時為主，桃竹苗地區（21.5%）以 16 至 17 時為主，雲嘉南地區（18.8%）以 12 至 13 時占比最高，宜花東地區則以 8 至 9 時（35.6%）和 9 至 10 時（35.5%）的比例相近。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（42.6%）和女性（42.9%）收聽廣播的頻率皆以每天至少一次為主；而最常收聽廣播的時段，男性（25.9%）和女性（26.5%）皆以 7 至 8 時的占比最高。

依年齡區分，民眾收聽廣播的頻率，16-25 歲（41.3%）、26-35 歲（46.9%）以每週幾次為主，36-45 歲（49.5%）、46-55 歲（50.6%）、66 歲及以上（56.1%）以每天至少一次的比例最高，56-65 歲則以每週幾次（44.7%）和每天至少一次（44%）的比例相近。而最常收聽廣播的時段，除了 16-25 歲（27.1%）以 18 至 19 時的比例最高，其餘年齡層皆以 7 至 8 時為主，其中又以 56-65 歲（31.5%）占比最高、66 歲及以上（20.6%）占比最低。

依婚姻狀況區分，民眾收聽廣播的頻率，除未婚者（37.5%）以每週幾次為主外，已婚者（46.4%）和鰥寡/分居者（58.2%）皆以每天至少一次為多數。而最常收聽廣播的時段，除鰥寡/分居者（25.3%）以 14 至 15 時占比最高外，未婚者（25.5%）和已婚者（28.4%）皆以 7 至 8 時為主。

（3）社會經濟身分差異分析

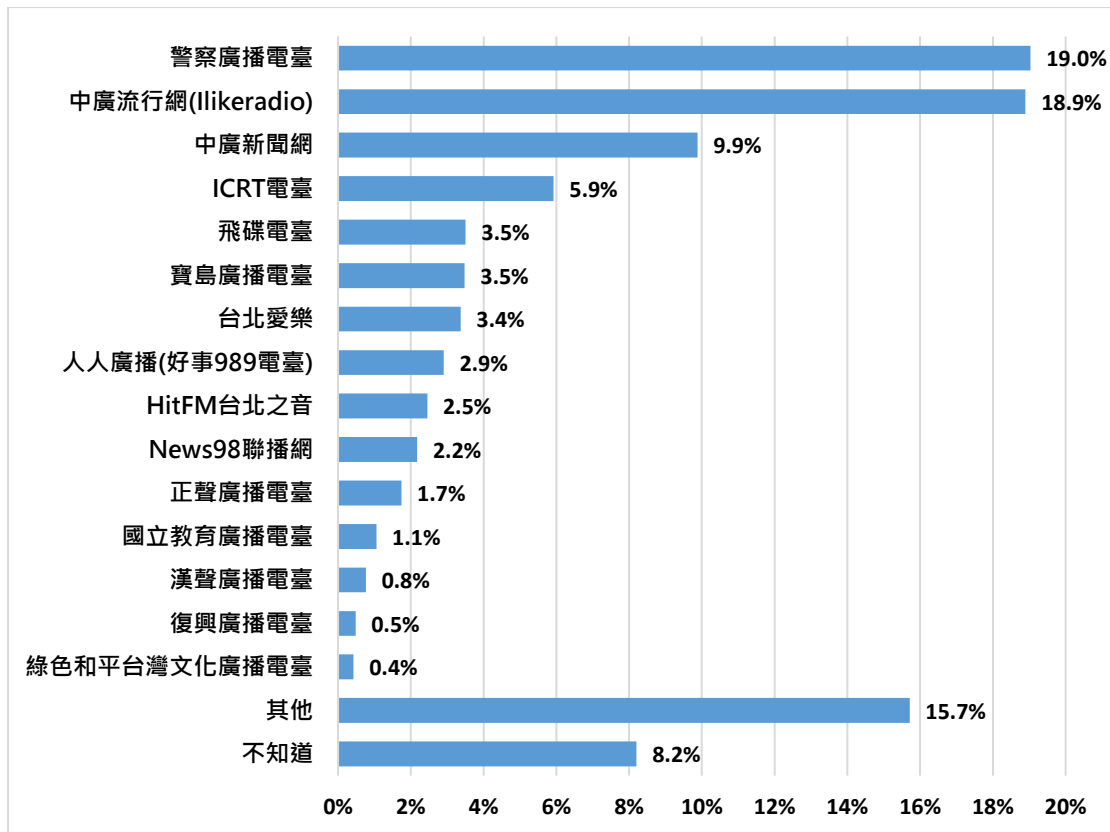
卡方檢定結果顯示，民眾收聽廣播的頻率，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（45%）收聽廣播的頻率以每天至少一次為主，租屋者（38.2%）則以每週幾次占比較高。

（八）最常收聽之廣播電臺 Q62

1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾最常收聽的廣播電臺，以警察廣播電臺的比例最高，占 19%，其次為中廣流行網（18.9%），其他則占 15.7%【參照圖 50】。



Base: N=394，單選（有聽廣播者）

圖 50 最常收聽的廣播電臺

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾最常收聽的廣播電臺，北北基地區（34.9%）、桃竹苗地區（21.2%）、雲嘉南地區（20.1%）以中廣流行網為多數，高屏澎地區（26.8%）以警察廣播電臺為主，中彰投地區（20.1%）、宜花東地區（54.5%）以其他的比例最高。

（2）基本差異分析

依性別區分，民眾最常收聽的廣播電臺，男性（23%）以警察廣播電臺為多數，女性（22.1%）則以中廣流行網占比最高。

依年齡區分，民眾最常收聽的廣播電臺，36-45 歲（25%）、46-55 歲（30.9%）、56-65 歲（22%）以警察廣播電臺為多數，26-35 歲（26.5%）以中廣流行網為多數，66 歲及以上（19.7%）以中廣新聞網占比最高，而 16-25 歲（20.3%）則以其他為多數。

依婚姻狀況區分，民眾最常收聽的廣播電臺，已婚者（23.4%）以警察廣播

電臺為主，鰥寡/分居者（19.3%）以中廣流行網為多數，而未婚者（20.5%）則以其他的占比最高。

（九）廣播收聽資訊仰賴程度 Q63～Q68

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾從最常收聽的廣播電臺獲取資訊之仰賴程度，以收聽音樂（6.07 分）的平均分數最高，其次為獲知新聞資訊（5.09 分）、獲知旅遊與氣象資訊（4.83 分），而獲知推薦產品（3.41 分）的仰賴程度最低【參照表 11】。

表 11 從最常收聽廣播電臺獲取資訊之仰賴程度

從廣播電臺獲取之資訊	仰賴程度（平均分數）
收聽音樂	6.07
獲知新聞資訊	5.09
獲知旅遊與氣象資訊	4.83
獲知災難資訊（如水災、颱風、地震）	4.80
獲取其他生活資訊	4.69
獲知推薦產品	3.41

Base：N=394（有聽廣播者）

資料來源：本研究彙整。

2. 比較分析

（1）區域差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾從最常收聽的廣播電臺收聽音樂的仰賴程度，於居住地區達顯著差異。

依居住地區區分，民眾從最常收聽的廣播電臺獲知新聞資訊的仰賴程度，以高屏澎地區的 6.01 分最高、桃竹苗地區的 4.31 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲知旅遊與氣象資訊的仰賴程度，以高屏澎地區的 5.96 分最高、北北基地區的 4.2 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲知災難資訊的仰賴程度，以高屏澎地區 5.83 分最高、桃竹苗地區的 3.98 分最低；從最常收聽的廣播電臺收聽音樂的仰賴程度，以高屏澎地區的 6.84 分最高、宜花東地區的 5.28 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲取其他生活資訊的仰賴程度，以高屏澎地區的 5.51 分最高、北北基地區（4.09 分）、桃竹苗地區（4.09 分）最低；從最常收聽的廣播電臺獲知推薦產品的仰賴程度，以高屏澎地區的 3.76 分最高、桃竹苗地區的 2.81 分最低。

(2) 基本差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾從最常收聽的廣播電臺收聽音樂的仰賴程度，於婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，除了從最常收聽的廣播電臺獲知推薦產品，以男性仰賴程度（3.44 分）高於女性（3.36 分）外，女性從最常收聽的廣播電臺獲知新聞資訊（5.23 分）、獲知旅遊與氣象資訊（4.86 分）、獲知災難資訊（4.91 分）、收聽音樂（6.36 分）和獲取其他生活資訊（4.89 分）的仰賴程度，皆高於男性（分別為 4.96 分、4.8 分、4.7 分、5.83 分和 4.52 分）。

依年齡區分，民眾從最常收聽的廣播電臺獲知新聞資訊的仰賴程度，以 66 歲及以上的 5.3 分最高、26-35 歲的 4.83 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲知旅遊與氣象資訊的仰賴程度，以 66 歲及以上的 5.2 分最高、26-35 歲的 4.56 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲知災難資訊的仰賴程度，以 36-45 歲的 5.08 分最高、26-35 歲的 4.29 分最低；從最常收聽的廣播電臺收聽音樂的仰賴程度，以 36-45 歲的 6.43 分最高、56-65 歲的 5.61 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲取其他生活資訊的仰賴程度，以 66 歲及以上的 5.06 分最高、26-35 歲的 4.4 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲知推薦產品的仰賴程度，以 66 歲及以上的 3.84 分最高、16-25 歲的 2.97 分最低。

依婚姻狀況區分，民眾從最常收聽的廣播電臺獲知新聞資訊的仰賴程度，以 鰥寡/分居者的 5.18 分最高、未婚者的 5.04 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲知旅遊與氣象資訊的仰賴程度，以 鰥寡/分居者的 4.93 分最高、已婚者的 4.76 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲知災難資訊的仰賴程度，以 鰥寡/分居者的 5.05 分最高、未婚者的 4.66 分最低；從最常收聽的廣播電臺收聽音樂的仰賴程度，以 未婚者的 6.67 分最高、已婚者的 5.67 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲取其他生活資訊的仰賴程度，以 鰥寡/分居者的 4.85 分最高、未婚者的 4.62 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲知推薦產品的仰賴程度，以 已婚者的 3.42 分最高、未婚者的 3.36 分最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾從最常收聽的廣播電臺獲知旅遊與氣象資訊的仰賴程度，於職業、個人平均月收入達顯著差異；從最常收聽的廣播電臺獲取災難資訊、其他生活資訊的仰賴程度，於個人平均月收入達顯著差異。

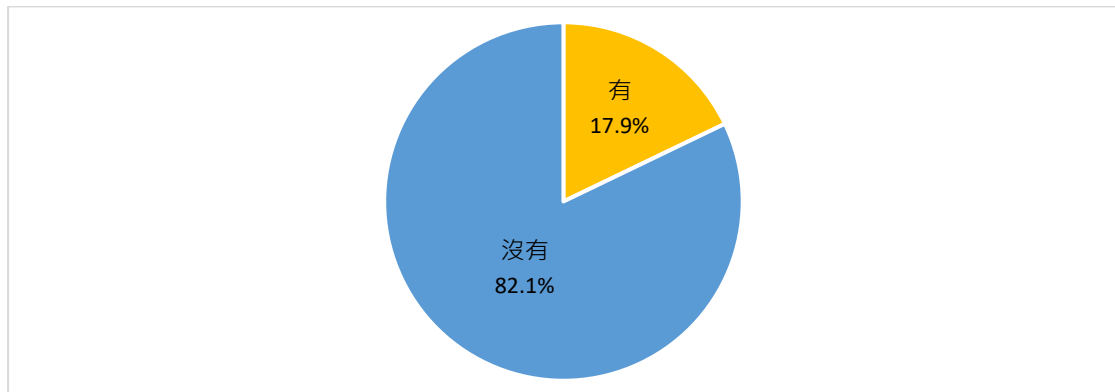
依職業區分，民眾從最常收聽的廣播電臺獲知旅遊與氣象資訊的仰賴程度，以農/林/漁/牧業（7.77 分）最高、藝術/娛樂及休閒服務業（2.22 分）最低。

依個人平均月收入來區分，民眾從最常收聽的廣播電臺獲取旅遊與氣象資訊的仰賴程度，以 3 萬-未滿 4 萬元收入者的 5.65 分最高、無收入者的 3.53 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲取災難資訊的仰賴程度，以 2 萬-未滿 3 萬元收入者的 5.47 分最高、6 萬元以上收入者的 3.84 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲取其他生活資訊的仰賴程度，以 3 萬-未滿 4 萬元收入者的 5.47 分最高、無收入者的 3.83 分最低。

（十）廣播滿意程度、重要性與內容 Q69~Q71

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾對最常收聽之廣播電臺的滿意度，平均為 6.82 分（N=394，有聽廣播者）；民眾認為最常收聽電臺所提供服務的重要性，則平均為 5.75 分（N=394，有聽廣播者）。關於過去 12 個月內收聽廣播節目時，民眾有沒有聽到令人反感或厭惡內容，多數表示沒有聽到（82.1%），但有 17.9% 表示有聽到【參照圖 51】。



Base: N=394，單選（有聽廣播者）

圖 51 過去 12 個月內收聽廣播節目有沒有聽到令人反感或厭惡內容

2. 比較分析

（1）區域差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾對最常收聽之廣播電臺的滿意度，於居住地區達顯著差異；卡方檢定結果顯示，關於過去 12 個月內收聽廣播節目時，民眾有沒有聽到令人反感或厭惡內容，於居住地區達顯著差異。

依居住地區區分，民眾對最常收聽的廣播電臺滿意度，以高屏澎地區的 7.61

分最高、北北基地區的 5.99 分最低【參照表 12】；民眾認為最常收聽的電臺所提供之服務的重要性，以高屏澎地區的 6.88 分最高、桃竹苗地區的 5.11 分最低【參照表 13】。至於過去 12 個月內收聽廣播節目時，民眾有沒有聽到令人反感或厭惡內容，各地區皆以沒有聽到為主，而有聽到者以中彰投地區（29%）比例最高、宜花東地區（3.4%）比例最低。

表 12 民眾對最常收聽的廣播電臺滿意度（區域別）

居住地區	平均分數
北北基	5.99
桃竹苗	6.50
中彰投	6.86
雲嘉南	6.58
高屏澎	7.61
宜花東	7.23
總平均	6.82

資料來源：本研究彙整

表 13 最常收聽之電臺所提供服務的重要性（區域別）

居住地區	平均分數
北北基	5.25
桃竹苗	5.11
中彰投	5.52
雲嘉南	5.29
高屏澎	6.88
宜花東	5.45
總平均	5.75

資料來源：本研究彙整

（2）基本差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾對最常收聽的廣播電臺之滿意度，於婚姻狀況達顯著差異；卡方檢定結果顯示，關於過去 12 個月內收聽廣播節目時，民眾有沒有聽到令人反感或厭惡內容，於性別、年齡達顯著差異。

依性別區分，女性對最常收聽的廣播電臺滿意度（6.97 分）和認為最常收聽之電臺所提供服務的重要性（5.76 分），皆高於男性（分別為 6.7 分和 5.74 分）。至於過去 12 個月內收聽廣播節目時，男性（77.7%）和女性（87.3%）皆以沒有聽到令人反感或厭惡內容為主。

依年齡區分，民眾對最常收聽的廣播電臺之滿意度，以 36-45 歲（7.32 分）最高、56-65 歲（6.42 分）最低；民眾對最常收聽之電臺所提供服務的重要性，

以 36-45 歲（6.29 分）最高、26-35 歲（5.2 分）最低。至於過去 12 個月內收聽廣播節目時，民眾有沒有聽到令人反感或厭惡內容，各年齡層皆以沒有聽到為主，有聽到者則以 56-65 歲（29.2%）比例最高、16-25 歲（0%）比例最低。

依婚姻狀況區分，民眾對最常收聽的廣播電臺滿意度，以鰥寡/分居者的 7.41 分最高、已婚者的 6.54 分最低；最常收聽之電臺所提供服務的重要性，以鰥寡/分居者的 6.15 分最高、已婚者的 5.61 分最低。至於過去 12 個月內收聽廣播節目時，民眾有沒有聽到令人反感或厭惡內容，各婚姻狀況皆以沒有聽到為多數，有聽到者則以已婚者（21.1%）比例最高、鰥寡/分居者（12.1%）比例最低。

（3）社會經濟身分差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾認為最常收聽的電臺所提供之服務的重要性，於職業達顯著差異；卡方檢定結果顯示，關於過去 12 個月內收聽廣播節目時，民眾有沒有聽到令人反感或厭惡內容，於教育程度達顯著差異。

依職業區分，民眾認為最常收聽的電臺所提供之服務的重要性，以農/林/漁/牧業（8.56 分）最高、藝術/娛樂及休閒服務業（4.28 分）最低。

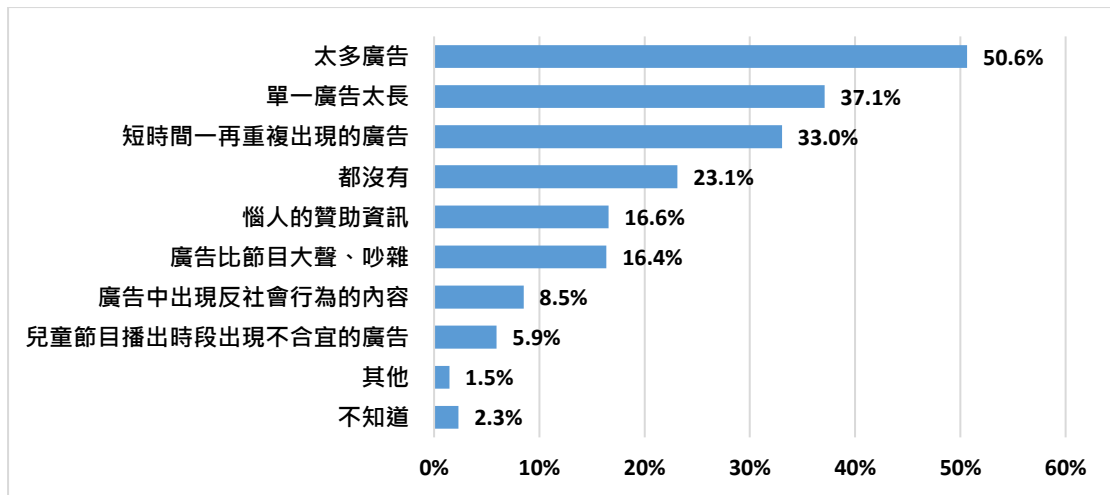
依教育程度區分，關於過去 12 個月內收聽廣播節目時，民眾有沒有聽到令人反感或厭惡內容，各教育程度者皆以沒有聽到為主，有聽到者則以碩士及以上程度者（39%）比例最高、國中或初中程度者（9%）比例最低。

三、 電視廣播廣告

（一） 對電視廣告觀感 Q72 Q73

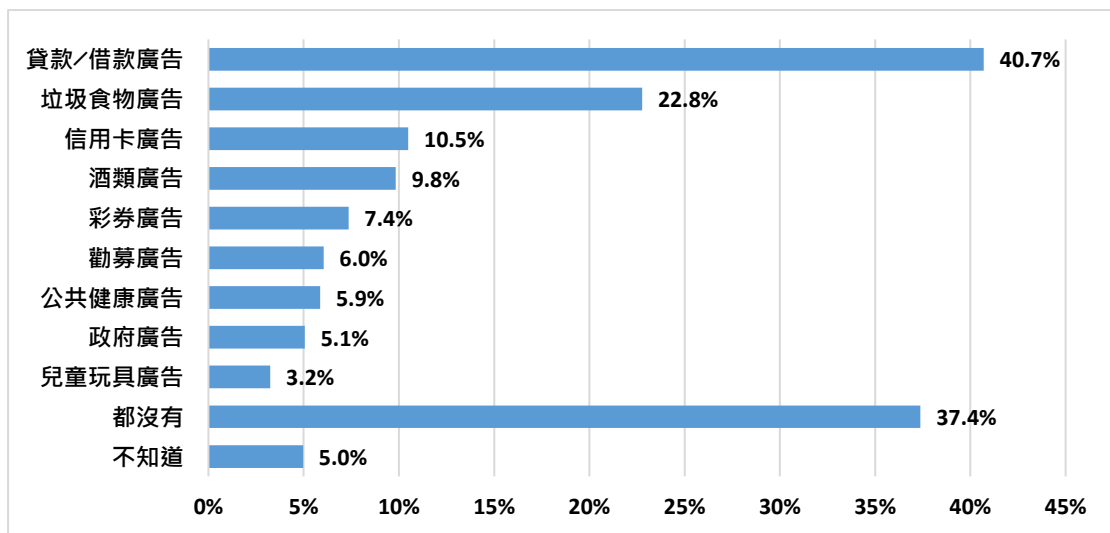
1. 整體分析

電視廣告播出對我國 16 歲以上民眾造成困擾的情形，以太多廣告（50.6%）所占比例最高，其次為單一廣告太長（37.1%）、短時間一再重複出現的廣告（33%）【參照圖 52】；而造成困擾的電視廣告類型，則以貸款/借款廣告（40.7%）為主，其次為垃圾食物廣告（22.8%）、信用卡廣告（10.5%），但都沒有的比例高達 37.4%【參照圖 53】。



Base: N=1,038，複選（有看電視者）

圖 52 哪些電視廣告播出情形對您造成困擾



Base: N=1,038，複選（有看電視者）

圖 53 哪些電視廣告類型對您造成困擾

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，電視廣告播出對民眾造成困擾的情形，各地區皆以太多廣告所占比例最高，其中又以中彰投地區的 60% 最高、桃竹苗地區的 43.3% 最低。會對民眾造成困擾的電視廣告類型，除北北基地區（45%）、宜花東地區（53.6%）以都沒有為多數外，其餘地區皆以貸款/借款廣告為主，其中又以雲嘉南地區（47%）比例最高、高屏澎地區（42.6%）比例最低。

（2）基本差異分析

依性別區分，電視廣告播出對民眾造成困擾的情形，男性（49.2%）和女性

(52.1%)皆以太多廣告為主；會對民眾造成困擾的電視廣告類型，女性(41.7%)以貸款/借款廣告為多數，男性則以貸款/借款廣告(39.7%)和都沒有(39.6%)的比例相近。

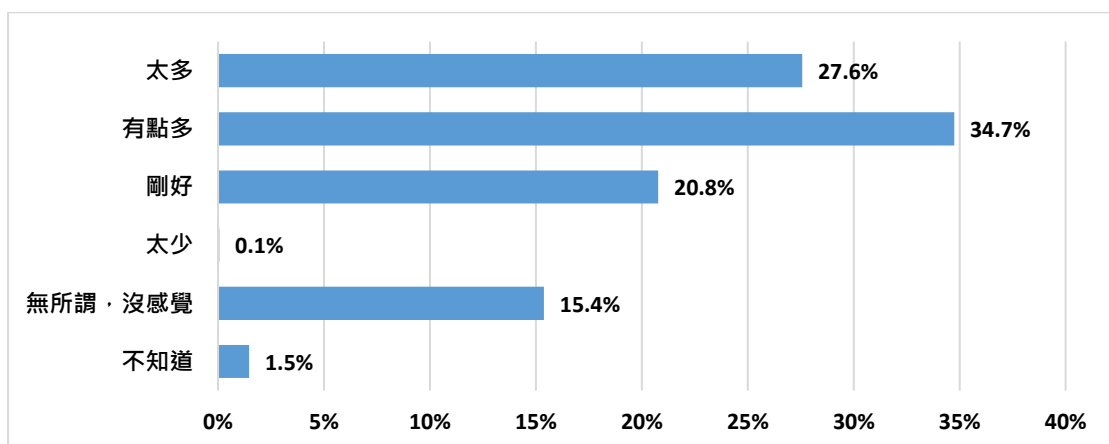
依年齡區分，電視廣告播出對民眾造成困擾的情形，各年齡層皆以太多廣告的比例最高，其中又以66歲及以上的54.9%最高、36-45歲的46.5%最低。會對民眾造成困擾的電視廣告類型，16-25歲(46%)、26-35歲(46.7%)、36-45歲(45.6%)、46-55歲(40.2%)皆以貸款/借款廣告為主，56-65歲(42.9%)、66歲及以上(43.1%)則皆以都沒有占比最高。

依婚姻狀況區分，電視廣告播出對民眾造成困擾的情形，各婚姻狀況皆以太多廣告的占比最高，其中又以未婚者的52.3%最高、鰥寡/分居者的48.7%最低。會對民眾造成困擾的電視廣告類型，未婚者(48.1%)以貸款/借款廣告為多數，已婚者(38.2%)、鰥寡/分居者(42.3%)則皆以都沒有的比例最高。

(二) 電視頻道廣告頻率與播出長度 Q74 Q75

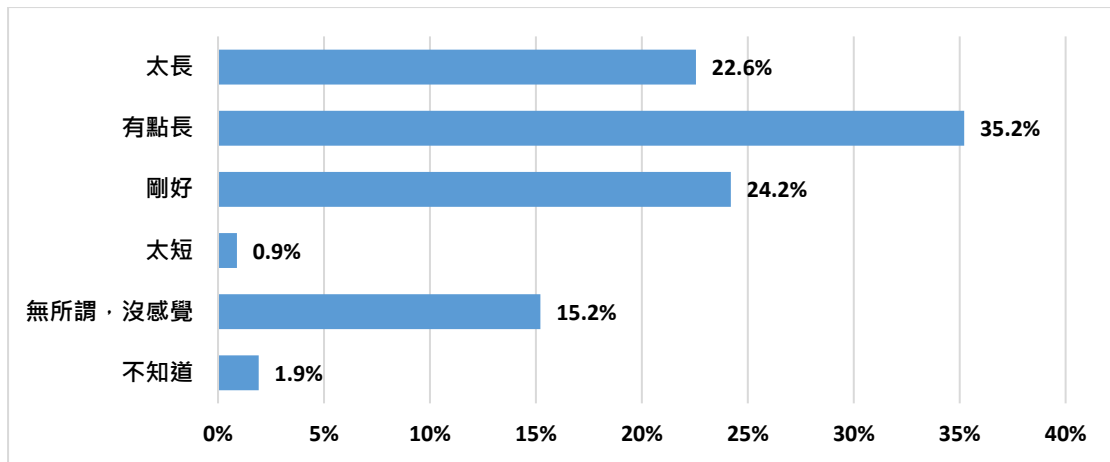
1. 整體分析

關於電視頻道1小時內出現廣告的次數是否合宜，我國16歲以上民眾認為有點多(34.7%)的比例最高，其次為認為太多(27.6%)、認為剛好(20.8%)【參照圖54】。關於電視頻道廣告播出長度是否合宜，我國16歲以上民眾認為有點長(35.2%)的比例最高，其次為認為剛好(24.2%)、認為太長(22.6%)【參照圖55】。



Base: N=1,038，單選（有看電視者）

圖 54 電視頻道1小時內出現廣告的次數是否合宜



Base: N=1,038，單選（有看電視者）

圖 55 電視頻道廣告播出長度是否合宜

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為電視頻道 1 小時內出現廣告的次數是否合宜、電視頻道廣告播出長度是否合宜，皆於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，關於電視頻道 1 小時內出現廣告的次數是否合宜，高屏澎地區（34.3%）以認為剛好為多數，桃竹苗地區（35.4%）以認為太多為主，其餘地區則皆以認為有點多的占比最高，其中又以雲嘉南地區的 42.4% 最高、宜花東地區的 30.9% 最低。關於電視頻道廣告播出長度是否合宜，高屏澎地區（39%）認為剛好，宜花東地區（29.9%）認為太長，其餘地區皆以認為有點長為主，其中又以中彰投地區（45.2%）比例最高、北北基地區（32.1%）比例最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為電視頻道廣告播出長度是否合宜，於性別、年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，對於電視頻道 1 小時內出現廣告的次數是否合宜，男性（31.3%）和女性（38.1%）皆以認為有點多的比例最高；關於電視頻道廣告播出長度是否合宜，男性（31.8%）和女性（38.6%）皆以認為有點長為多數。

依年齡區分，對於電視頻道 1 小時內出現廣告的次數是否合宜，除了 56-65 歲（36.4%）以認為太多的比例最高外，其餘年齡層皆以認為有點多為主，其中又以 36-45 歲的 37.4% 最高、66 歲及以上的 33.5% 最低。關於電視頻道廣告播出長度是否合宜，各年齡層皆以認為有點長為多數，其中又以 36-45 歲（38.6%）

比例最高、16-25 歲（30.1%）比例最低。

依婚姻狀況區分，對於電視頻道 1 小時內出現廣告的次數是否合宜，各婚姻狀況皆以認為有點多的占比最高，其中又以未婚者的 37.4% 最高、鰥寡/分居者的 30.3% 最低。關於電視頻道廣告播出長度是否合宜，各婚姻狀況皆以認為有點長的占比最高，其中又以鰥寡/分居者（42.3%）比例最高、已婚者（34.1%）比例最低。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為電視頻道 1 小時內出現廣告的次數是否合宜、電視頻道廣告播出長度是否合宜，皆於個人平均月收入達顯著差異。

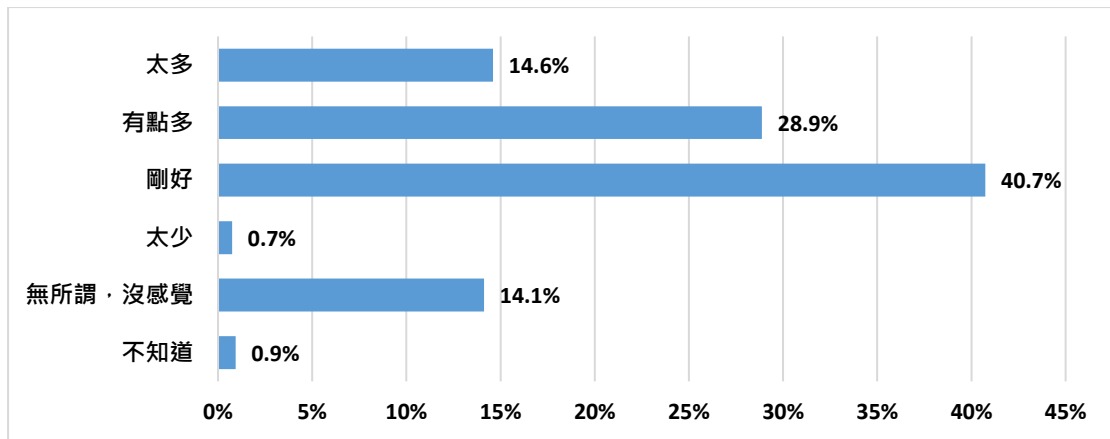
依個人平均月收入區分，對於電視頻道 1 小時內出現廣告的次數是否合宜，除未滿 1 萬元收入者（28.6%）認為剛好、6 萬元以上收入者（43.2%）認為太多的比例最高外，其餘收入水準皆以認為有點多為多數，其中又以 1 萬-未滿 2 萬元收入者（45%）比例最高、2 萬-未滿 3 萬元收入者（29.7%）比例最低。

關於電視頻道廣告播出長度是否合宜，除 2 萬-未滿 3 萬元收入者認為有點長（29%）和剛好（29.7%）、5 萬-未滿 6 萬元收入者認為太長（34.6%）和有點長（34.3%）的比例相近外，其餘收入水準皆以認為有點長為多數，其中又以 1 萬-未滿 2 萬元收入者（47.7%）比例最高、未滿 1 萬元收入者（31.7%）比例最低。

（四）廣播節目廣告頻率與播出長度 Q76 Q77

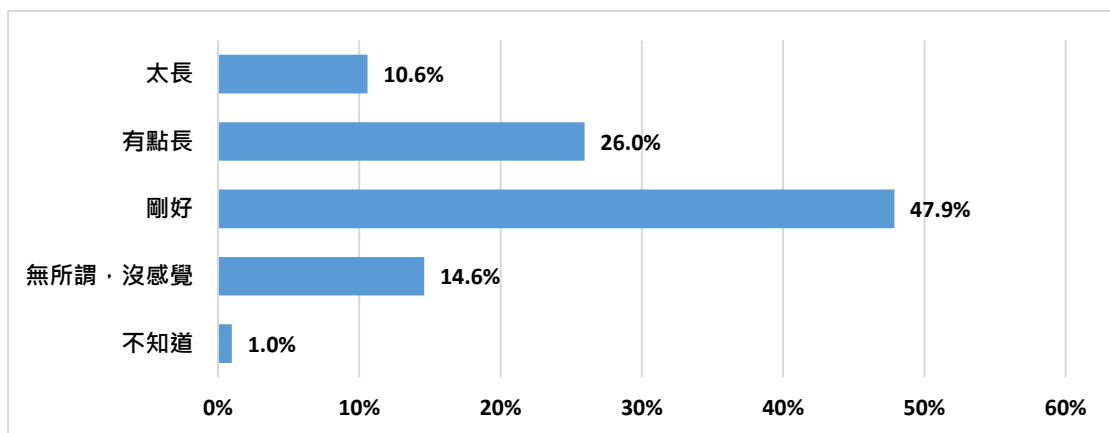
1. 整體分析

關於廣播節目 1 小時內出現廣告的次數是否合宜，我國 16 歲以上民眾以認為剛好（40.7%）的比例最高，其次為認為有點多（28.9%）、太多（14.6%）【參照圖 56】。關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，我國 16 歲以上民眾同樣以認為剛好（47.9%）的比例最高，其次為認為有點長（26%）、無所謂/沒感覺（14.6%）【參照圖 57】。



Base: N=394，單選（有聽廣播者）

圖 56 廣播節目 1 小時內出現的廣告次數是否合宜



Base: N=394，單選（有聽廣播者）

圖 57 廣播節目廣告播出長度是否合宜

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，對於廣播節目 1 小時內出現廣告的次數是否合宜，除中彰投地區（42.9%）、雲嘉南地區（34.3%）以認為有點多為主外，其餘地區皆以認為剛好為多數，其中又以高屏澎地區（57.4%）比例最高、北北基地區（29.9%）比例最低。關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，除雲嘉南地區（38%）以認為有點長的比例最高外，其餘地區皆以認為剛好為主，其中又以高屏澎地區的 68.3% 最高、北北基地區的 31.5% 最低。

（2）基本差異分析

依性別區分，對於廣播節目 1 小時內出現廣告的次數是否合宜，男性（40%）

和女性（41.6%）皆以認為剛好為多數；關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，兩者同樣皆以認為剛好的占比最高，分別為 45.1%和 51.2%。

依年齡區分，對於廣播節目 1 小時內出現廣告的次數是否合宜，除 26-35 歲以有點多（37.2%）和剛好（37.3%）的比例相近外，其餘年齡層皆以認為剛好為主，其中又以 16-25 歲（49%）比例最高、46-55 歲（34.9%）比例最低。關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，各年齡層皆以認為剛好為多數，其中又以 36-45 歲（55.6%）比例最高、66 歲及以上（41.2%）比例最低。

依婚姻狀況區分，對於廣播節目 1 小時內出現廣告的次數是否合宜，各婚姻狀況皆以認為剛好為主，其中又以鰥寡/分居者（41.6%）比例最高、未婚者（39.6%）比例最低。關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，各婚姻狀況同樣皆以認為剛好為多數，其中又以未婚者（52.3%）比例最高、已婚者（44.7%）比例最低。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，於居住狀況、個人平均月收入達顯著差異。

依居住狀況區分，關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，自有房屋者（45.9%）和租屋者（59.3%）皆以認為剛好為主，但後者比例明顯較高，且自有房屋者認為太長（12.3%）和無所謂沒感覺（15.1%）的比例皆高於租屋者（分別為 2.9%和 9.6%）。

依個人平均月收入區分，關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，除無收入者（42.4%）、5 萬-未滿 6 萬元收入者（31.7%）以認為有點長為主，其餘收入水準皆以認為剛好為多數，其中又以 2 萬-未滿 3 萬元收入者（58.9%）比例最高、4 萬-未滿 5 萬元收入者（43.1%）比例最低。

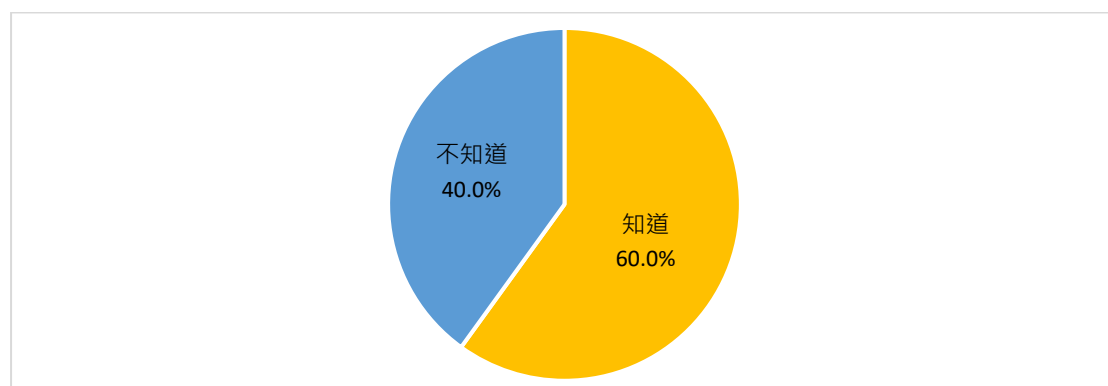
四、 電視/廣播節目管理與消費者/兒少保護

（一） 電視節目管理規範 Q78 Q79 Q80

1. 整體分析

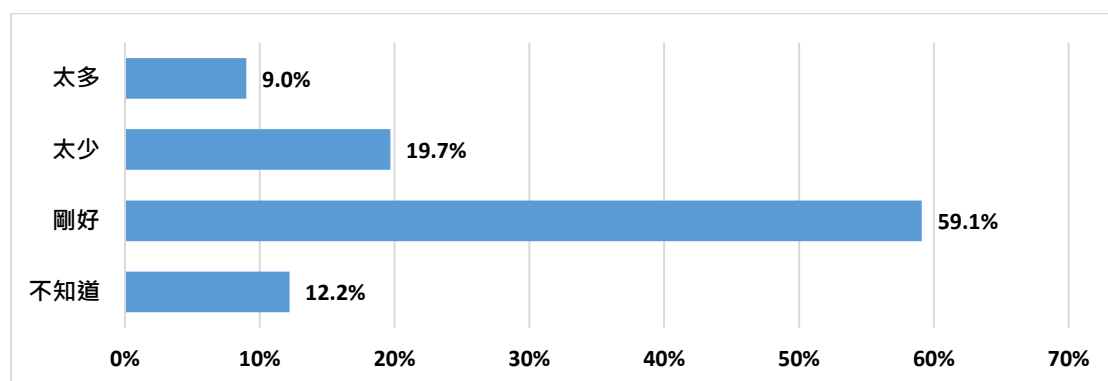
關於我國 16 歲以上民眾知不知道電視節目有相關規範（決定哪些可播出、哪些無法播出），以知道（60%）的比例較高，不知道者僅占 40%【參照圖 58】。知道電視節目有相關規範者，認為電視節目規範剛好的比例最高，達 59.1%，認

為太少和認為太多則分別占 19.7%和 9%【參照圖 59】。民眾對於是哪個單位負責管理電視節目的認知，以回答國家通訊傳播委員會（NCC）的占比最高，達 63.8%，而回答不知道的比例高達 26.7%【參照圖 60】。



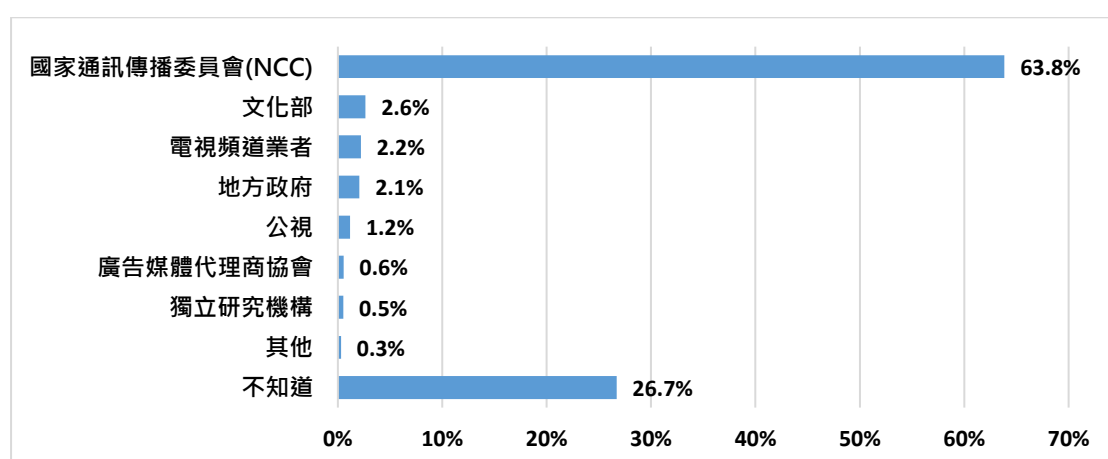
Base: N=1,104，單選

圖 58 知不知道電視節目有相關規範



Base: N=662，單選（知道電視節目有相關規範者）

圖 59 民眾認為電視節目規範合適度



Base: N=1,104，單選

圖 60 民眾對於哪個單位負責管理電視節目的認知

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道電視節目有相關規範、認為電視節目規範合適度，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，關於民眾知不知道電視節目有相關規範，各地區皆以知道為主，其中又以高屏澎地區（68.7%）比例最高、北北基地區（51.9%）比例最低。知道電視節目有相關規範者，各地區皆以認為規範剛好的占比較高，其中又以高屏澎地區的 73.1%最高、中彰投地區的 45.2%最低。而對於是哪個單位負責管理電視節目的認知，各地區皆以回答國家通訊傳播委員會（NCC）為主，其中又以高屏澎地區（78%）比例最高、宜花東地區（53.3%）比例最低，而宜花東地區（43.4%）不知道的比例明顯高於其他地區。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道電視節目有相關規範、認為電視節目規範合適度，皆於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，關於民眾知不知道電視節目有相關規範，男性（60.9%）和女性（59%）皆以知道的比例較高；知道電視節目有相關規範者，不論性別皆以認為規範剛好為多數，分別占 61.9%和 56.3%。而對於是哪個單位負責管理電視節目的認知，兩者皆以回答國家通訊傳播委員會（NCC）為主，但男性（68.5%）比例明顯高於女性（59.3%）。

依年齡區分，關於民眾知不知道電視節目有相關規範，除了 66 歲及以上（56.2%）以不知道的比例較高外，其餘年齡層皆以知道為多數，其中又以 16-25 歲的 64.6%最高、46-55 歲的 61.2%最低。知道電視節目有相關規範者，各年齡層皆以認為規範剛好的占比較高，其中又以 16-25 歲的 67.2%最高、56-65 歲的 51.8%最低。而對於是哪個單位負責管理電視節目的認知，各年齡層皆以回答國家通訊傳播委員會（NCC）為主，其中又以 26-35 歲（72.1%）比例最高、66 歲及以上（44.9%）比例最低，而 66 歲及以上（43.9%）不知道的比例明顯高於其他年齡層。

依婚姻狀況區分，關於民眾知不知道電視節目有相關規範，除了鰥寡/分居者（54%）以不知道的比例較高外，未婚者（67%）和已婚者（57.9%）皆以知道為多數。知道電視節目有相關規範者，各婚姻狀況皆以認為規範剛好的占比最高，

其中又以鰥寡/分居者的 71%最高、已婚者的 53.3%最低。而對於是哪個單位負責管理電視節目的認知，除了鰥寡/分居者（48.9%）以不知道的比例較高外，未婚者（73.3%）、已婚者（61%）皆以回答國家通訊傳播委員會（NCC）為主。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道電視節目有相關規範，於教育程度、職業達顯著差異；認為電視節目規範合適度，於居住狀況、個人平均月收入達顯著差異。

依居住狀況區分，關於民眾認為電視節目規範合適度，自有房屋者（55.6%）和租屋者（73%）皆以認為剛好為多數，但後者比例明顯較高。

依教育程度區分，關於民眾知不知道電視節目有相關規範，除了小學及以下程度者（60.5%）、國中或初中程度者（51.2%）以不知道的比例較高外，其餘教育程度皆以知道為多數，其中又以碩士及以上程度者的 73.9%最高、高中職程度者的 58.2%最低。

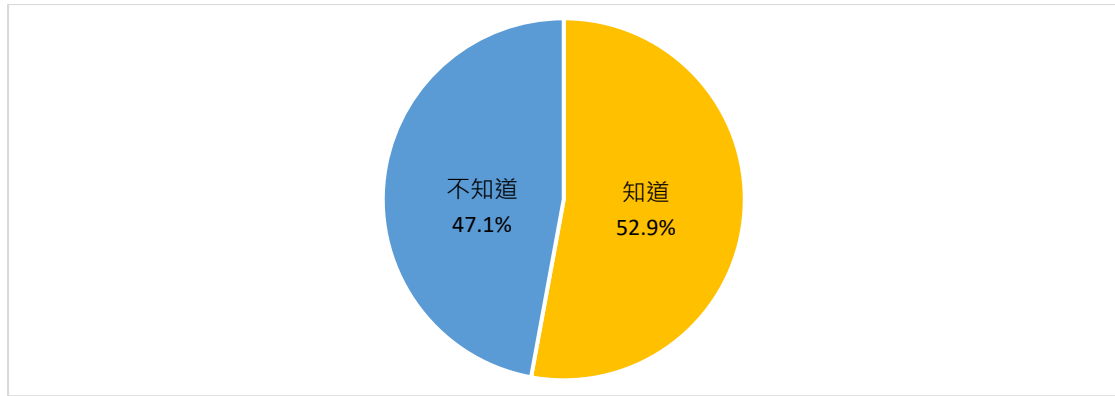
依職業區分，關於民眾知不知道電視節目有相關規範，除了農/林/漁/牧業（58.4%）、家管（50.7%）、退休（54.8%）以不知道的比例較高外，其餘職業皆以知道為主，其中又以公共行政及國防/強制性社會安全的 74.1%最高、運輸及倉儲業的 52.3%最低。

依個人平均月收入區分，關於民眾認為電視節目規範合適度，各收入水準皆以認為規範剛好為多數，其中又以 2 萬-未滿 3 萬元收入者的 66.6%最高、5 萬-未滿 6 萬元收入者的 44.2%最低。

（二）廣播節目規範 Q81 Q82 Q83

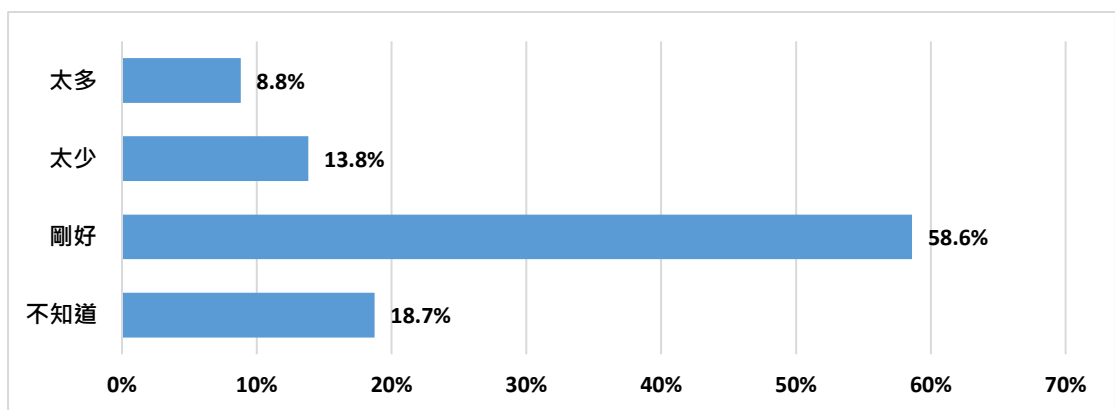
1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾知不知道廣播節目有相關規範（決定哪些可播出、哪些無法播出），以知道（52.9%）的比例較高，不知道者占 47.1%【參照圖 61】。知道廣播節目有相關規範者，認為廣播節目規範剛好的比例最高，達 58.6%，認為太少和認為太多則分別占 13.8%和 8.8%【參照圖 62】。民眾對於是哪個單位負責管理廣播節目的認知，以回答國家通訊傳播委員會（NCC）的占比最高，達 56.4%，而回答不知道的比例高達 32.4%【參照圖 63】。



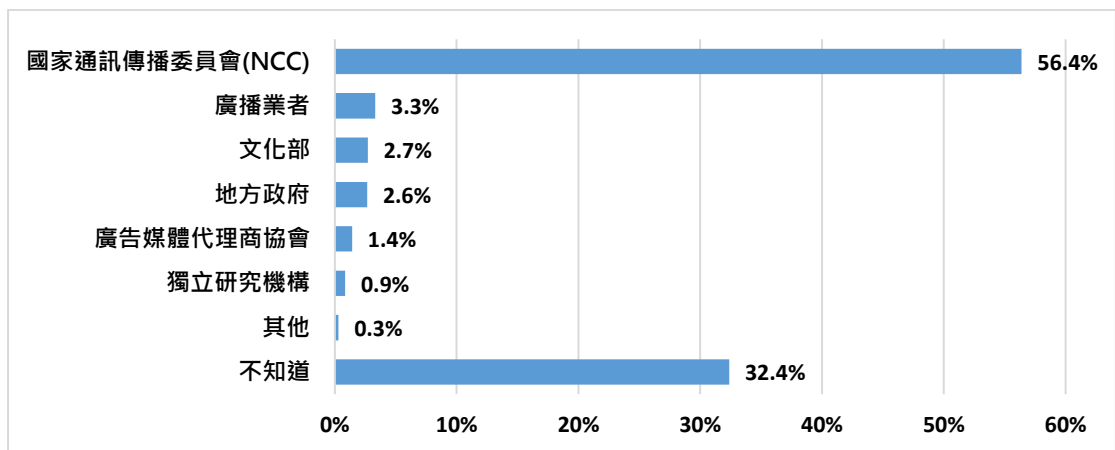
Base: N=1,104，單選

圖 61 知不知道廣播節目有相關規範



Base: N=584，單選（知道廣播節目有相關規範者）

圖 62 民眾認為廣播節目規範合適度



Base: N=1,104，單選

圖 63 民眾對於哪個單位負責管理廣播節目的認知

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道廣播節目有相關規範、認為廣播節目規範合適度，皆於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，關於民眾知不知道廣播節目有相關規範，桃竹苗地區(58.6%)、雲嘉南地區(54.2%)、高屏澎地區(63.2%)以知道的比例較高，北北基地區(52.3%)、中彰投地區(51.4%)、宜花東地區(53.8%)則以不知道為多數。知道廣播節目有相關規範者，各地區皆以認為規範剛好的占比最高，其中又以宜花東地區的76.1%最高、北北基地區的45.4%最低。而對於是哪個單位負責管理廣播節目的認知，各地區皆以回答國家通訊傳播委員會(NCC)為主，其中又以高屏澎地區(66%)比例最高、北北基地區(48.3%)比例最低，而宜花東地區(46.3%)又以不知道的比例明顯高於其他地區。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道廣播節目有相關規範，於年齡、婚姻狀況達顯著差異；認為廣播節目規範合適度，於年齡達顯著差異。

依性別區分，關於民眾知不知道廣播節目有相關規範，男性(54.3%)和女性(51.5%)皆以知道為多數。知道廣播節目有相關規範者，男性(61.5%)和女性(55.7%)皆以認為規範剛好為主。而對於是哪個單位負責管理廣播節目的認知，兩者皆以回答國家通訊傳播委員會(NCC)的占比最高，且男性(60.3%)比例明顯高於女性(52.6%)。

依年齡區分，關於民眾知不知道廣播節目有相關規範，除了66歲及以上(61.7%)以不知道為多數外，其餘年齡層皆以知道為多數，其中又以16-25歲(58.3%)比例最高、36-45歲(54.2%)比例最低。知道廣播節目有相關規範者，各年齡層皆以認為規範剛好的占比最高，其中又以16-25歲的64.7%最高、66歲及以上的46.2%最低。而對於是哪個單位負責管理廣播節目的認知，除了66歲及以上(48.7%)以不知道的比例較高外，其餘年齡層皆以回答國家通訊傳播委員會(NCC)為主，其中又以36-45歲(62.1%)比例最高、56-65歲(55.9%)比例最低。

依婚姻狀況區分，關於民眾知不知道廣播節目有相關規範，除了鰥寡/分居者(62.8%)以不知道的比例較高外，未婚者(59.4%)、已婚者(51.3%)皆以知道為多數。知道廣播節目有相關規範者，各婚姻狀況皆以認為規範剛好為主，其中又以未婚者的62.6%最高、已婚者的55.3%最低。而對於是哪個單位負責管理廣播節目的認知，除了鰥寡/分居者(55.2%)以不知道的比例較高外，未婚者(64.5%)、已婚者(53.9%)皆以回答國家通訊傳播委員會(NCC)的比例最高。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道廣播節目有相關規範，於教育程度、職業達顯著差異；認為廣播節目規範合適度，於居住狀況、個人平均月收入達顯著差異。

依居住狀況區分，關於民眾認為廣播節目規範的合適度，自有房屋者(56.9%)和租屋者(65.5%)皆以認為剛好為多數。

依教育程度區分，關於民眾知不知道廣播節目有相關規範，除了小學及以下程度者(69.3%)、國中或初中程度者(59.2%)以不知道的比例較高外，其餘教育程度皆以知道為主，其中又以碩士及以上程度者的70.7%最高、高中職程度者的53.4%最低。

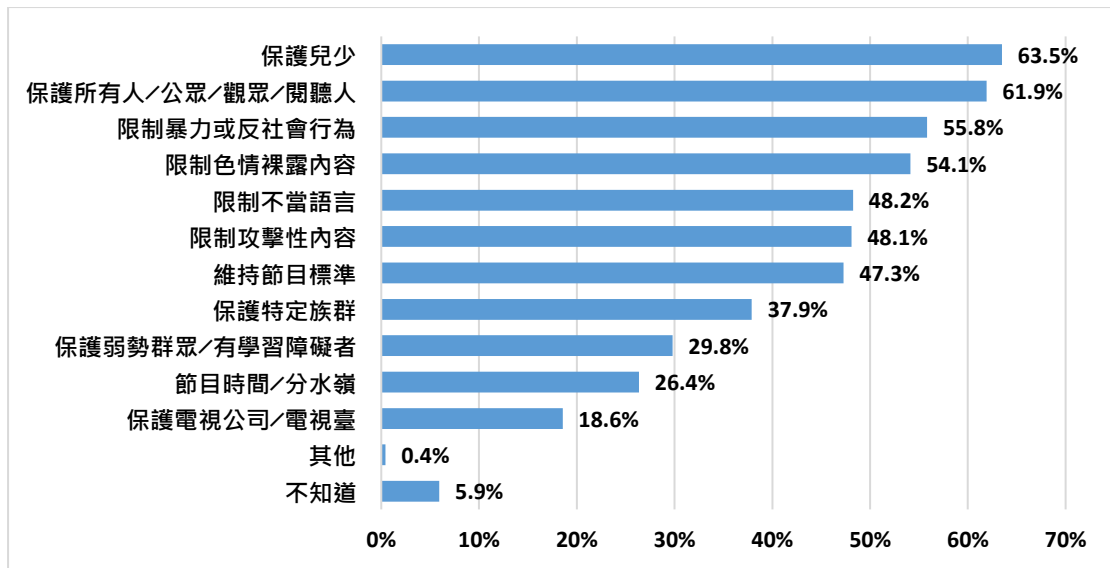
依職業區分，關於民眾知不知道廣播節目有相關規範，除農/林/漁/牧業(53.8%)、製造業(54.7%)、營建工程業(56.7%)、運輸及倉儲業(71.1%)、住宿及餐飲業(53.3%)、藝術/娛樂及休閒服務業(50.6%)、家管(60%)、退休(54.4%)、以不知道的比例較高外，其餘職業皆以知道為多數。

依個人平均月收入區分，關於民眾認為廣播節目規範的合適度，各個人平均月收入皆以認為剛好為多數，其中又以3萬-未滿4萬元收入者的68.5%最高、6萬元以上收入者的44.4%最低。

(三) 若所有電視節目均須遵守播出之規定，民眾認為有這些規範的原因 Q84

1. 整體分析

若所有電視節目均須遵守播出之規定，我國16歲以上民眾認為有這些規範的原因以保護兒少(63.5%)的比例最高，其次為保護所有人/公眾/觀眾/閱聽人(61.9%)、限制暴力或反社會行為(55.8%)、限制色情裸露內容(54.1%)【參照圖64】。



Base: N=1,104，複選

圖 64 民眾認為電視節目有規範之原因

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

交叉分析發現，民眾認為所有電視節目均有規範之原因，北北基地區（61.7%）、中彰投地區（61.6%）、高屏澎地區（59.4%）以保護所有人/公眾/觀眾/閱聽人為主要，桃竹苗地區（73.8%）、雲嘉南地區（77.2%）、宜花東地區（79.2%）則以保護兒少的比例最高。

(2) 基本差異分析

依性別區分，民眾認為所有電視節目均有規範之原因，男性（61.9%）和女性（65.1%）皆以保護兒少為主。

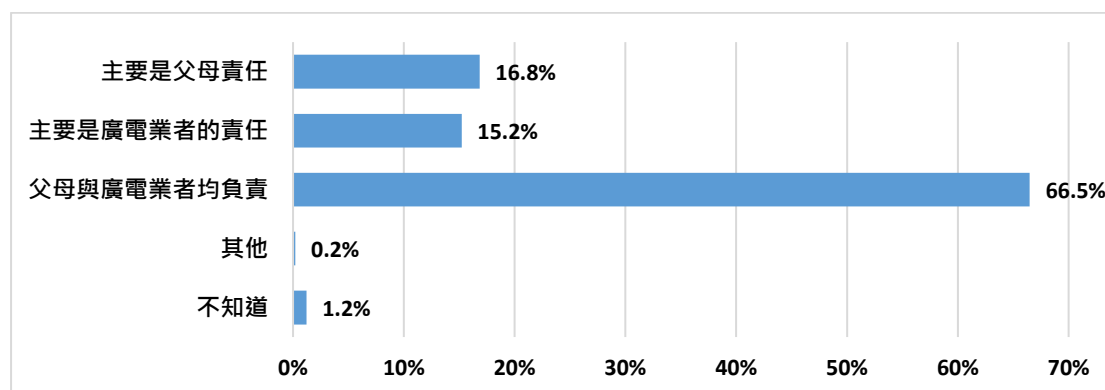
依年齡區分，民眾認為所有電視節目均有規範之原因，除了 46-55 歲（64.8%）、66 歲及以上（54.1%）以保護所有人/公眾/觀眾/閱聽人為多數外，其餘年齡層皆以保護兒少為主，其中又以 36-45 歲（68.8%）比例最高、56-65 歲（62.7%）比例最低。

依婚姻狀況區分，民眾認為所有電視節目均有規範之原因，除了鰥寡/分居者（63.9%）以保護所有人/公眾/觀眾/閱聽人比例最高外，未婚者（70%）和已婚者（61%）皆以保護兒少為多數。

（四）確保孩童不會看到不好的電視節目內容 Q85

1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾認為誰該負主責來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容，以父母與廣電業者均負責（66.5%）比例最高，其次為主要是父母的責任（16.8%）、主要是廣電業者責任（15.2%）、【參照圖 65】。



Base：N=1,104，單選

圖 65 民眾認為誰該負主責來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，關於民眾認為誰該負主責來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容，各地區皆以父母與廣電業者均需負責為多數，其中又以高屏澎地區（82.3%）比例最高、北北基地區（59.1%）比例最低。

（2）基本差異分析

依性別區分，關於民眾認為誰該負主責來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容，男性（62.7%）和女性（70.2%）皆以父母與廣電業者均需負責的比例最高。

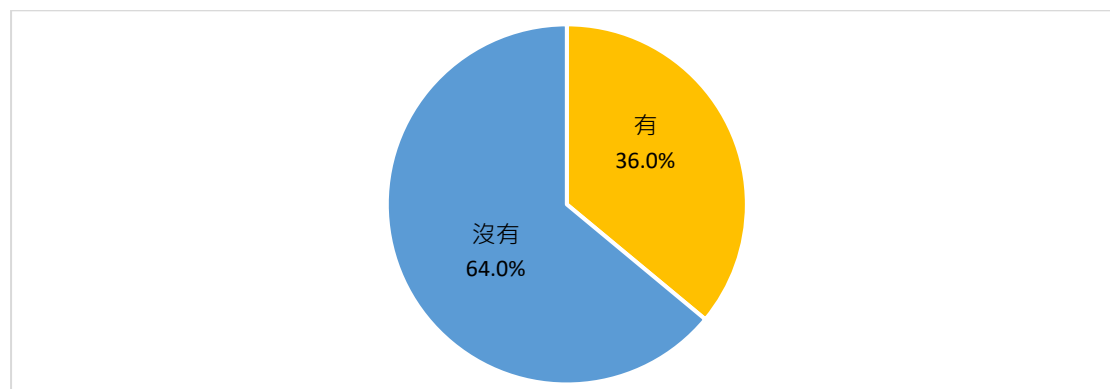
依年齡區分，關於民眾認為誰該負主責來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容，各年齡層皆以父母與廣電業者均需負責為主，其中又以 36-45 歲（70.1%）比例最高、66 歲及以上（64%）比例最低。

依婚姻狀況區分，關於民眾認為誰該負主責來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容，各婚姻狀況皆以父母與廣電業者均需負責為多數，其中又以已婚者（67.4%）比例最高、鰥寡/分居者（65.3%）比例最低。

（五）令人反感或厭惡之節目內容 Q86～Q89

1. 整體分析

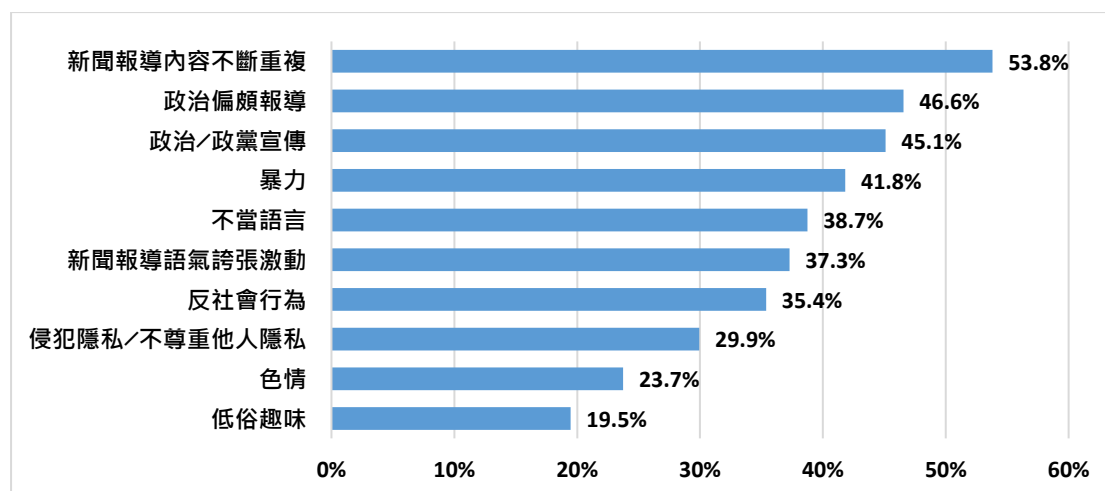
我國 16 歲以上民眾在過去 12 個月觀看電視節目時，有沒有看到令人反感或厭惡的內容，多數（64%）表示沒有看到，有看到者則占 36%【參照圖 66】。



Base: N=1,038，單選（有看電視者）

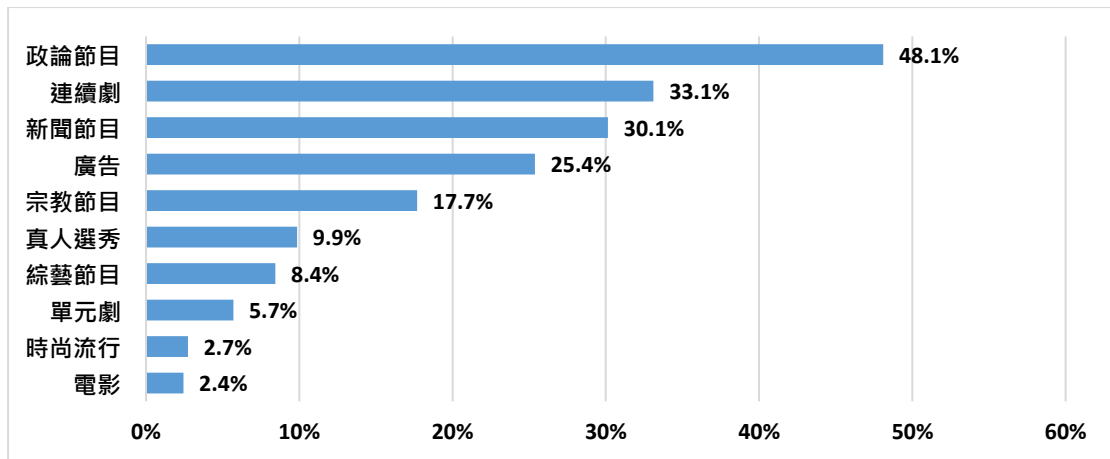
圖 66 過去 12 個月觀看電視節目時，有沒有看到令人反感或厭惡的內容

民眾覺得討厭的播送內容，以新聞報導內容不斷重複（53.8%）所占比例最高，其次為政治偏頗報導（46.6%）、政治/政黨宣傳（45.1%）【參照圖 67】。而覺得厭惡的節目，以政論節目（48.1%）為主，連續劇（33.1%）、新聞節目（30.1%）次之【參照圖 68】。



Base: N=374，複選（過去 12 個月觀看電視節目時，有看到令人反感或厭惡之內容者）

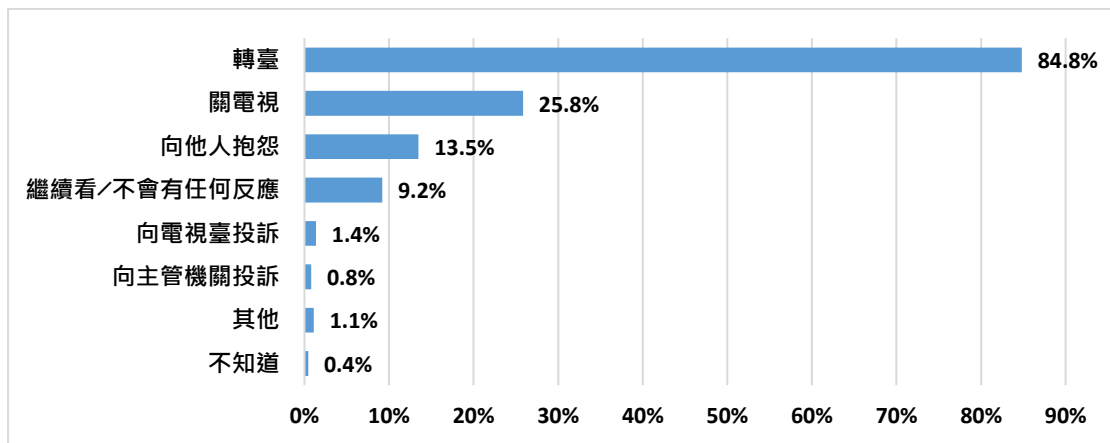
圖 67 哪些播送內容讓您覺得討厭（前十名）



Base: N=374，複選（過去 12 個月觀看電視節目時，有看到令人反感或厭惡之內容者）

圖 68 讓您覺得厭惡的節目（前十名）

當電視播出令人覺得反感或厭惡的節目內容，高達 84.8% 民眾反應為轉臺，其次為關電視（25.8%）、向他人抱怨（13.5%）【參照圖 69】。



Base: N=374，複選（過去 12 個月觀看電視節目時，有看到令人反感或厭惡之內容者）

圖 69 當電視播出令您覺得反感或厭惡的節目內容會如何反應

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾在過去 12 個月觀看電視節目時有沒有看到令人反感或厭惡的內容，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各地區在過去 12 個月觀看電視節目時，各地區皆以沒看到令人反感或厭惡的內容為主，其中又以宜花東地區（72.2%）比例最高、中彰投地區（53.1%）比例最低。民眾觀看電視節目時覺得討厭的類型內容，除了高屏澎地區（62.1%）以暴力的比例最高外，其餘地區皆以新聞報導內容不斷重複為主，其中又以宜花東地區的 66.3% 最高、桃竹苗地區的 50.1% 最低。關於民眾覺

得厭惡的節目，除了高屏澎地區（50.2%）、宜花東地區（44.8%）以新聞節目占比最高外，其餘地區皆以政論節目為主，其中又以北北基地區的 56.2%最高、桃竹苗地區的 43.7%最低。當電視播出令民眾覺得反感或厭惡的節目內容，各地區的反應皆以轉臺為主，其中又以高屏澎地區的 97.2%最高、北北基地區的 78%最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾在過去 12 個月觀看電視節目時有沒有看到令人反感或厭惡的內容，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（65.6%）和女性（62.4%）在過去 12 個月觀看電視節目時，皆以沒有看到令人反感或厭惡的內容為多數。民眾觀看電視節目時覺得討厭的類型內容，男性（52.6%）和女性（54.8%）皆以新聞報導內容不斷重複為主。關於民眾覺得厭惡的節目，男性（48.2%）和女性（48%）皆以政論節目為多數。當電視播出令民眾覺得反感或厭惡的節目內容，兩者的反應皆以轉臺為主，分別占 87.1%和 82.7%。

依年齡區分，各年齡層在過去 12 個月觀看電視節目時，皆以沒有看到令人反感或厭惡的內容為多數，其中又以 16-25 歲(79.9%)比例最高、56-65 歲（54.6%）比例最低。民眾觀看電視節目時覺得討厭的類型內容，除了 56-65 歲（56.5%）、66 歲及以上（50.9%）以政治偏頗報導的占比最高外，其餘年齡層皆以新聞報導內容不斷重複為主，其中又以 36-45 歲的 69%最高、46-55 歲的 49.3%最低。關於民眾覺得厭惡的節目，各年齡層皆以政論節目占比最高，其中又以 56-65 歲的 55.5%最高、26-35 歲的 39.9%最低。當電視播出令民眾覺得反感或厭惡的節目內容，各年齡層的反應皆以轉臺為主，其中又以 66 歲及以上（87%）比例最高、16-25 歲（82.9%）比例最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況在過去 12 個月觀看電視節目時，皆以沒有看到令人反感或厭惡的內容為多數，其中又以鰥寡/分居者（74.5%）比例最高、已婚者（59.4%）最低。民眾觀看電視節目時覺得討厭的類型內容，未婚者（54.2%）和已婚者（54.6%）皆以新聞報導內容不斷重複為多數，鰥寡/分居者（49.9%）則以政治偏頗報導為主。關於民眾覺得厭惡的節目，各婚姻狀況皆以政論節目的比例最高，其中又以鰥寡/分居者的 49.6%最高、未婚者的 44.4%最低。當電視播出令民眾覺得反感或厭惡的節目內容，各婚姻狀況的反應皆以轉臺為主，其中又以

已婚者（86.4%）比例最高、鰥寡/分居者（76.5%）比例最低。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾在過去 12 個月觀看電視節目時有沒有看到令人反感或厭惡的內容，於居住狀況、職業達顯著差異。

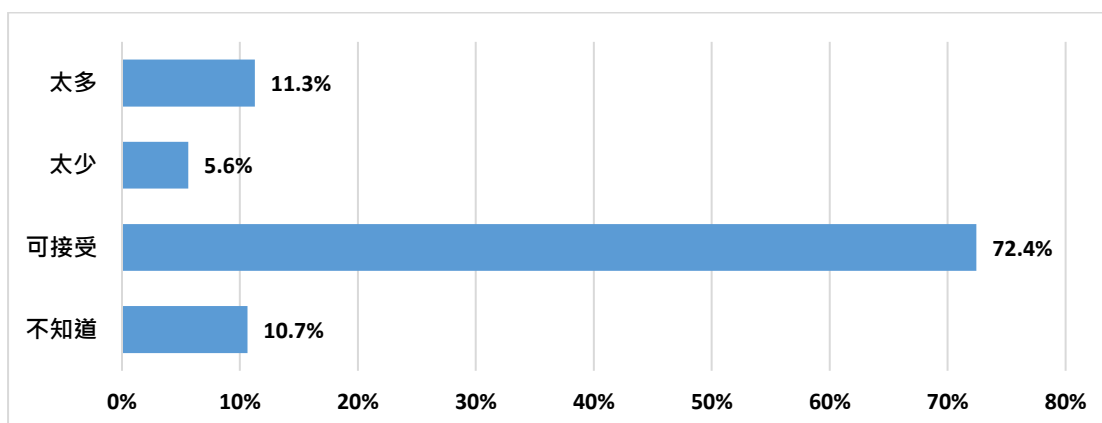
依居住狀況區分，民眾在過去 12 個月觀看電視節目時，自有房屋者（61.7%）、租屋者（71.6%）皆以沒有看到令人反感或厭惡的內容為主。

依職業區分，民眾在過去 12 個月觀看電視節目時，有沒有看到令人反感或厭惡的內容，除了教育業（52.5%）、醫療保健及社會工作服務業（53.3%）以有看到的比例較高外，其餘職業皆以沒有看到為多數。

（六）電視節目有關「性」出現頻率的合適度 Q90

1. 整體分析

電視節目有關「性」出現頻率的合適度，我國 16 歲以上民眾認為可接受（72.4%）的比例最高，認為太多和太少分別占 11.3%和 5.6%【參照圖 70】。



Base：N=1,038，單選（有看電視者）

圖 70 電視節目有關「性」出現頻率的合適度

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，各地區對於電視節目有關「性」出現頻率，皆以認為可接受的比例最高，其中又以宜花東地區的 77.1%最高、中彰投地區的 65.3%最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，電視節目有關「性」出現頻率的合適度，於性別、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（76.2%）和女性（68.7%）對於電視節目有關「性」出現頻率，皆以認為可接受的比例最高。

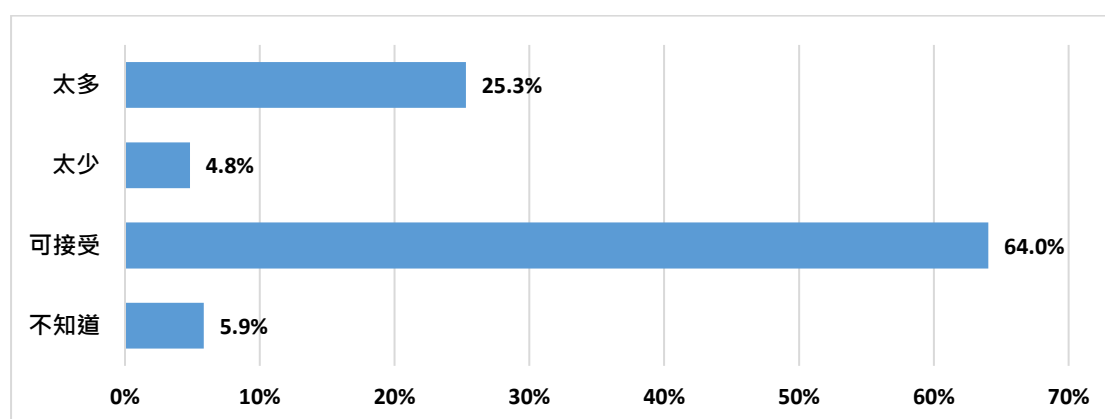
依年齡區分，各年齡層對於電視節目有關「性」出現頻率，皆以認為可接受為多數，其中又以 26-35 歲的 76.7% 最高、66 歲及以上的 67.1% 最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況對於電視節目有關「性」出現頻率，皆以認為可接受為主，其中又以未婚者的 73.7% 最高、鰥寡/分居者的 69.5% 最低；而已婚者（14%）認為太多的比例相對較高。

（七）電視節目有關「暴力」出現頻率的合適度 Q91

1. 整體分析

電視節目有關「暴力」出現頻率的合適度，我國 16 歲以上民眾認為可接受（64%）的比例最高，認為太多和太少分別占 25.3% 和 4.8%【參照圖 71】。



Base：N=1,038，單選（有看電視者）

圖 71 電視節目有關「暴力」出現頻率的合適度

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，電視節目有關「暴力」出現頻率的合適度，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各地區對於電視節目有關「暴力」出現頻率，皆以認為可接受的比例最高，其中又以高屏澎地區的 73.1% 最高、雲嘉南地區的 52.3% 最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，電視節目有關「暴力」出現頻率的合適度，於性別、年齡達顯著差異。

依性別區分，男性（68.4%）和女性（59.7%）對於電視節目有關「暴力」出現頻率，皆以認為可接受的比例最高。

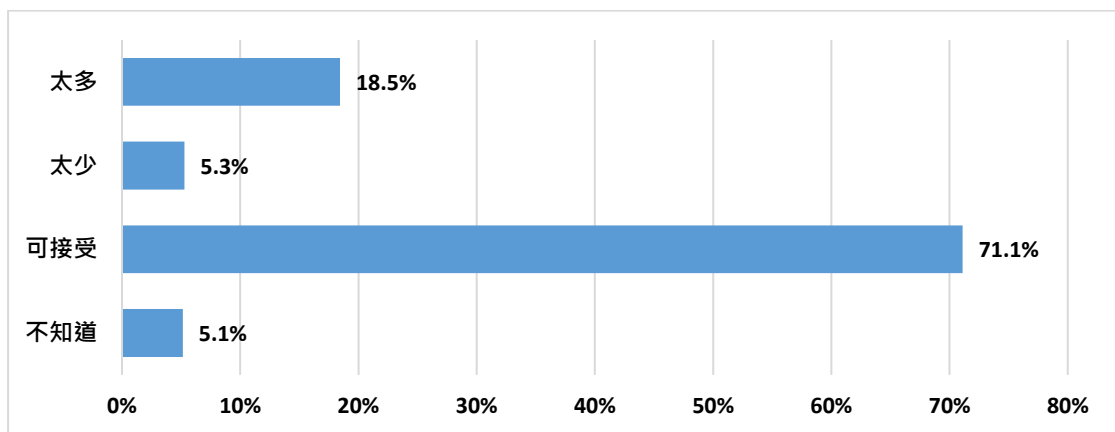
依年齡區分，各年齡層對於電視節目有關「暴力」出現頻率，皆以認為可接受為多數，其中以 16-25 歲（73.3%）比例最高、36-45 歲（60.8%）和 46-55 歲（60.8%）比例最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況對於電視節目有關「暴力」出現頻率，皆以認為可接受為主，其中又以未婚者（67.9%）比例最高、已婚者（61.6%）比例最低。

（八）電視節目有關「髒話」出現頻率的合適度 Q92

1. 整體分析

電視節目有關「髒話」出現頻率的合適度，我國 16 歲以上民眾認為可接受（71.1%）的比例最高，認為太多和太少分別占 18.5%和 5.3%【參照圖 72】。



Base：N=1,038，單選（有看電視者）

圖 72 電視節目有關「髒話」出現頻率

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，各地區對於電視節目有關「髒話」出現頻率，皆以認為可接受的比例最高，其中又以高屏澎地區的 78.9%最高、宜花東地區的 61.9%最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，電視節目有關「髒話」出現頻率的合適度，於性別、年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（75%）和女性（67.3%）對於電視節目有關「髒話」出現頻率，皆以認為可接受為主。

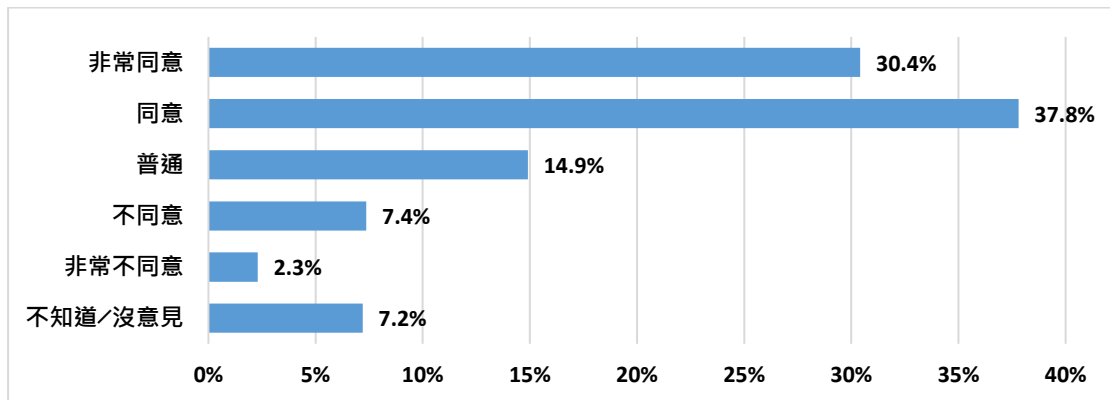
依年齡區分，各年齡層對於電視節目有關「髒話」出現頻率，皆以認為可接受為多數，其中又以 26-35 歲的 77.3%最高、46-55 歲的 65.8%最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況對於電視節目有關「髒話」出現頻率，皆以認為可接受為主，其中又以鰥寡/分居者的 72.5%最高、未婚者的 70.8%最低。

（九）若想觀看「色情」或「暴力」電視節目，是否同意應只在成人付費訂閱頻道播出 Q93

1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾是否同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出，以同意的比例較高，達 68.2%（合計非常同意和同意，以下同），而不同意者占 9.7%（合計非常不同意和不同意，以下同）【參照圖 73】。



Base：N=1,038，單選（有看電視者）

圖 73 是否同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾是否同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各地區皆同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出，其中又以桃竹苗地區（73.6%）比例最高、宜花東地區（59.8%）比例最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾是否同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出，於性別、年齡達顯著差異。

依性別區分，男性（64.2%）和女性（72.1%）皆同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出。

依年齡區分，各年齡層皆同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出，其中又以 36-45 歲（73%）比例最高、16-25 歲（55.3%）比例最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出，其中又以鰥寡/分居（73.1%）比例最高、未婚者（61.9%）比例最低。

（3）社會經濟身分差異分析

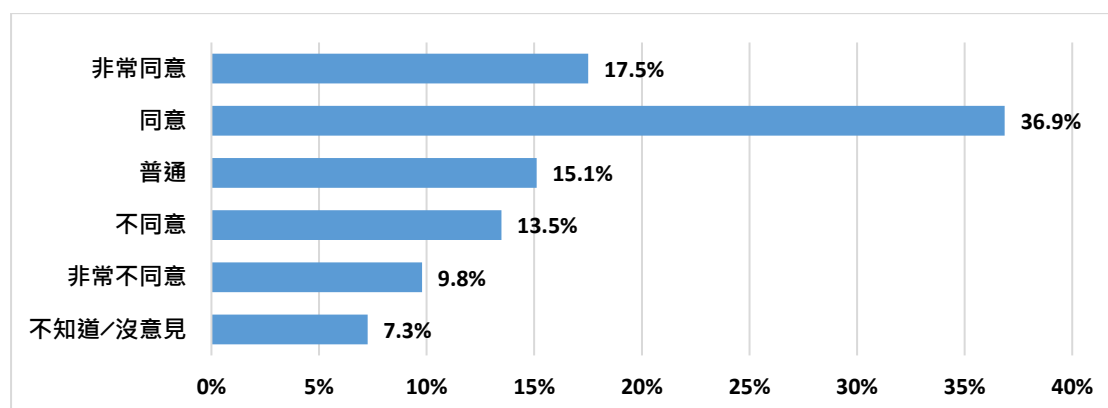
卡方檢定結果顯示，民眾是否同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（70.5%）、租屋者（60.5%）皆同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出。

（十）是否同意「色情」或「暴力」節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之 Q94

1. 整體分析

關於我國 16 歲以上民眾是否同意「色情」或「暴力」節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之，以同意的比例較高，達 54.4%（合計非常同意和同意，以下同），而不同意者占 23.3%（合計非常不同意和不同意，以下同）【參照圖 74】。



Base: N=1,038，單選（有看電視者）

圖 74 是否同意「色情」或「暴力」節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾是否同意「色情」或「暴力」電視節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，各地區皆同意「色情」或「暴力」電視節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之，其中又以雲嘉南地區（67.3%）比例最高、桃竹苗地區（46%）比例最低。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾是否同意「色情」或「暴力」電視節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之，於性別、年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（55.6%）和女性（53.1%）皆同意「色情」或「暴力」電視節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之。

依年齡區分，各年齡層皆同意「色情」或「暴力」電視節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之，其中又以 26-35 歲（62%）比例最高、46-55 歲（51.5%）比例最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆同意「色情」或「暴力」電視節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之，其中又以未婚者（56%）比例最高、鰥寡/分居者（50%）比例最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

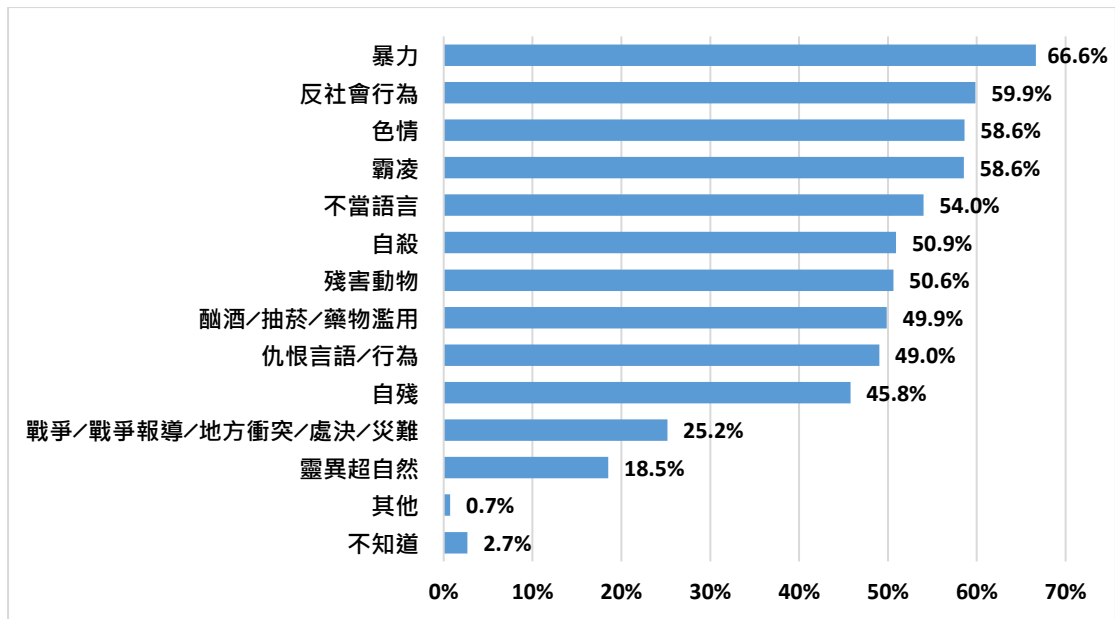
卡方檢定結果顯示，民眾是否同意「色情」或「暴力」電視節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（53.6%）、租屋者（56.3%）皆同意「色情」或「暴力」電視節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之。

(十一) 有害的電視內容及回應方式 Q95 Q96

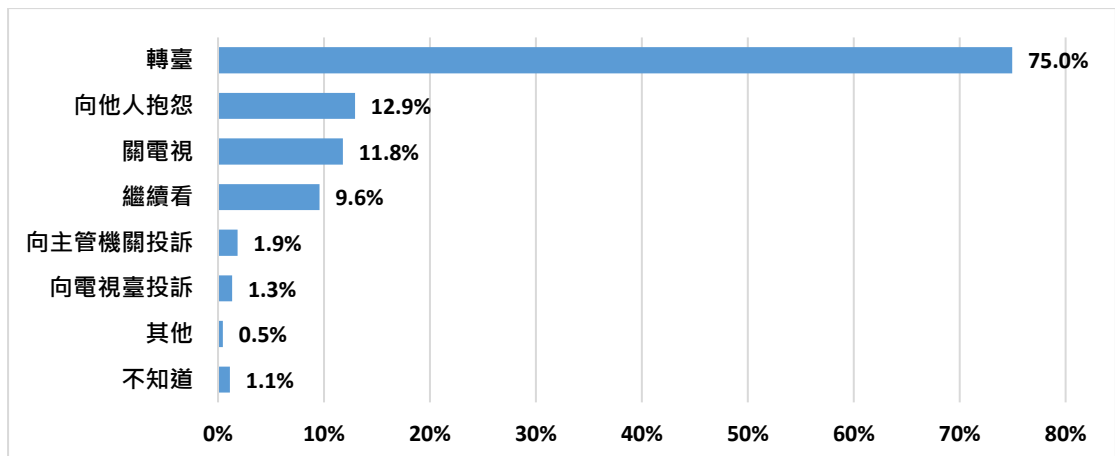
1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾認為有害的電視節目內容，以暴力（66.6%）所占比例最高，其次為反社會行為（59.9%）、色情（58.6%）、霸凌（58.6%）【參照圖 75】；而看到有害電視節目內容後的反應，高達 75%選擇轉臺，其次為向他人抱怨（12.9%）、關電視（11.8%）【參照圖 76】。



Base：N=1,038，複選（有看電視者）

圖 75 民眾認為有害的電視節目內容



Base：N=1,010，複選（填答認為有害的電視節目內容為何者）

圖 76 看到有害電視節目內容後會如何回應

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾認為有害的電視節目內容，除了北北基地區（57.9%）以反社會行為所占比例最高外，其餘地區皆以暴力為多數，其中又以雲嘉南地區的 81.6% 最高、高屏澎地區的 66% 最低。各地區看到有害電視節目內容後的反應，皆以轉臺為主，其中又以雲嘉南地區（82%）比例最高、北北基地區（67.5%）最低；而北北基地區（22.8%）以向他人抱怨的比例明顯高於其他地區。

（2）基本差異分析

依性別區分，民眾認為有害的電視節目內容，男性（62.1%）、女性（71.2%）皆以暴力所占比例最高；兩者看到有害電視節目內容後的反應，皆以轉臺為主，分別占 72.9%和 76.9%。

依年齡區分，民眾認為有害的電視節目內容，各年齡層皆以暴力為多數，其中又以 36-45 歲的 74.2%最高、16-25 歲的 58.6%最低。各年齡層看到有害電視節目內容後的反應，皆以轉臺為主，其中又以 26-35 歲（78.1%）比例最高、16-25 歲（68.2%）比例最低。

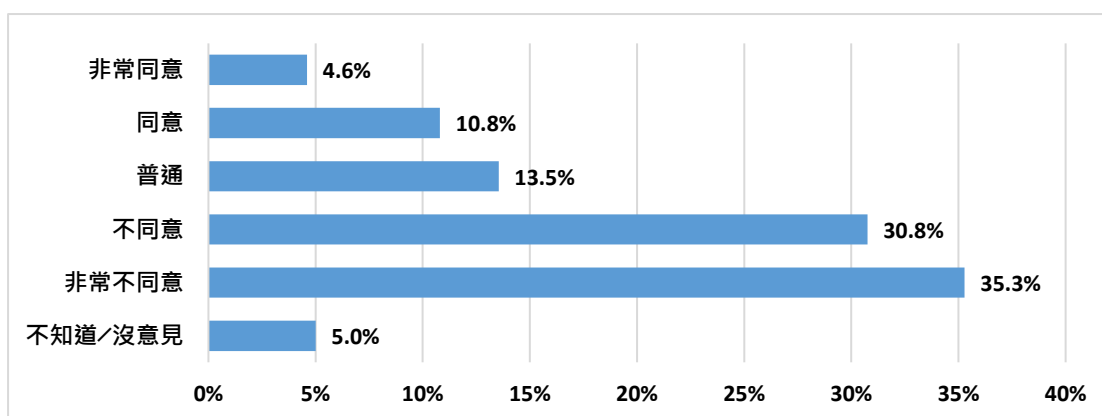
依婚姻狀況區分，民眾認為有害的電視節目內容，各婚姻狀況皆以暴力為多數，其中又以鰥寡/分居者（74.4%）比例最高、未婚者（63.8%）比例最低。各婚姻狀況看到有害電視節目內容後的反應，皆以轉臺為主，其中又以未婚者（76.3%）和鰥寡/分居者（76.3%）比例較高、已婚者（73.9%）比例較低。

五、 隱私保護

（一） 揭露公眾人物隱私之態度 Q97

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私的態度，高達 66.1%表示不同意（合計非常不同意和不同意，以下同），同意者僅占 15.4%（合計非常同意和同意，以下同）【參照圖 77】。



Base: N=1,104，單選

圖 77 對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私之態度

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私的態度，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私，各地區皆以不同意為多數，其中又以中彰投地區（80%）比例最高、北北基地區（56.1%）比例最低。

(2) 基本差異分析

依性別區分，對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私，男性（62.6%）和女性（69.4%）皆以不同意的占比較高。

依年齡區分，對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私，各年齡層皆以不同意為主，其中又以 16-25 歲（69.8%）比例最高、36-45 歲（63.6%）比例最低。

依婚姻狀況區分，對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私，各婚姻狀況皆以不同意為多數，其中又以鰥寡/分居者（70%）比例最高、已婚者（64.3%）比例最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

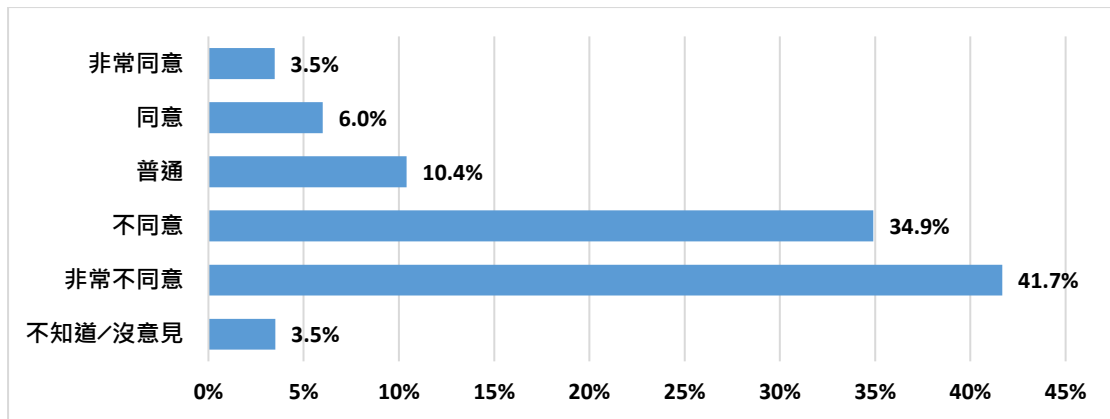
卡方檢定結果顯示，民眾對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私的態度，於個人平均月收入達顯著差異。

依個人平均月收入區分，對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私，各收入水準皆以不同意的比例較高，其中又以 1 萬-未滿 2 萬元收入者的 76.1% 最高、3 萬-未滿 4 萬元收入者的 59.5% 最低。

(二) 揭露一般人隱私之態度 Q98

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私的態度，高達 76.6% 表示不同意（合計非常不同意和不同意，以下同），同意者僅占 9.5%（合計非常同意和同意，以下同）【參照圖 78】。



Base: N=1,104, 單選

圖 78 對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私之態度

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私的態度，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私，各地區皆以不同意為多數，其中又以宜花東地區（90.8%）比例最高、北北基地區（62.9%）比例最低。

(2) 基本差異分析

依性別區分，對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私，男性（75.4%）和女性（77.7%）皆以不同意的占比較高。

依年齡區分，對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私，各年齡層皆以不同意為主，其中又以 16-25 歲（77.8%）比例最高、66 歲及以上（74.5%）比例最低。

依婚姻狀況區分，對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私，各婚姻狀況皆以不同意為多數，其中又以鰥寡/分居者（84.3%）比例最高、已婚者（75%）比例最低。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私的態度，於教育程度、個人平均月收入達顯著差異。

依教育程度區分，對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私，各教育程度皆以不同意的比例較高，其中又以大學程度者（79.2%）比例最高、國中或初

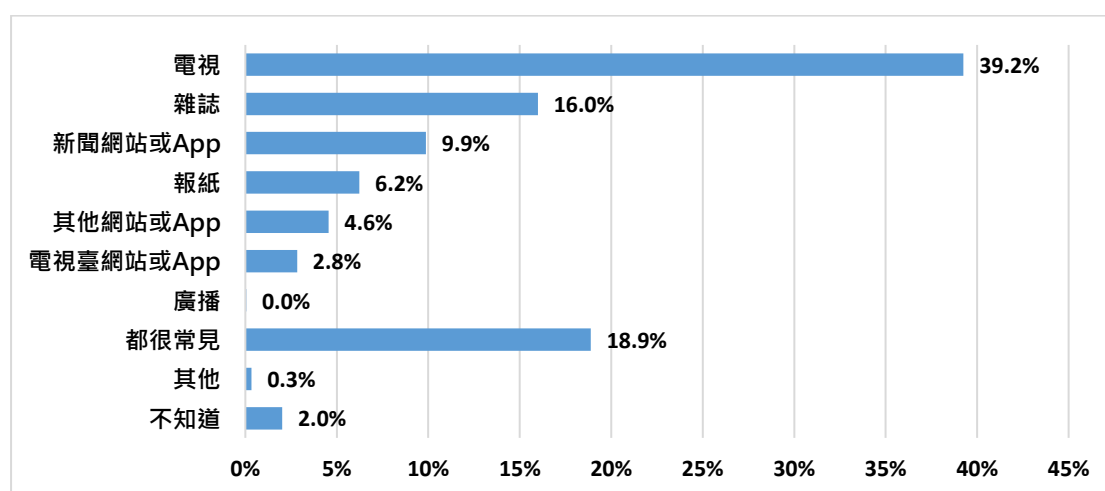
中程度者（73.2%）比例最低。

依個人平均月收入區分，對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私，各收入水準皆以不同意的比例較高，其中又以未滿 1 萬元收入者的 84.8% 最高、5 萬-未滿 6 萬元收入者的 68.7% 最低。

（三）最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道 Q99

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾認為最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，以電視（39.2%）的比例最高，其次為雜誌（16%）、新聞網站或 App（9.9%），但有近 2 成（18.9%）認為所有管道都很常見。此外，若將新媒體（新聞網站或 App、其他網站或 App、電視臺網站或 App）占比加總，則新媒體（17.3%）比例超過第二名的雜誌【參照圖 79】。



Base: N=1,104，單選

圖 79 最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾認為最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，各地區皆以電視為主，其中又以高屏澎地區的 48.3% 最高、雲嘉南地區的 33.4% 最低。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（38.1%）和女性（40.4%）認為最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道皆以電視為主。

依年齡區分，各年齡層認為最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道皆以

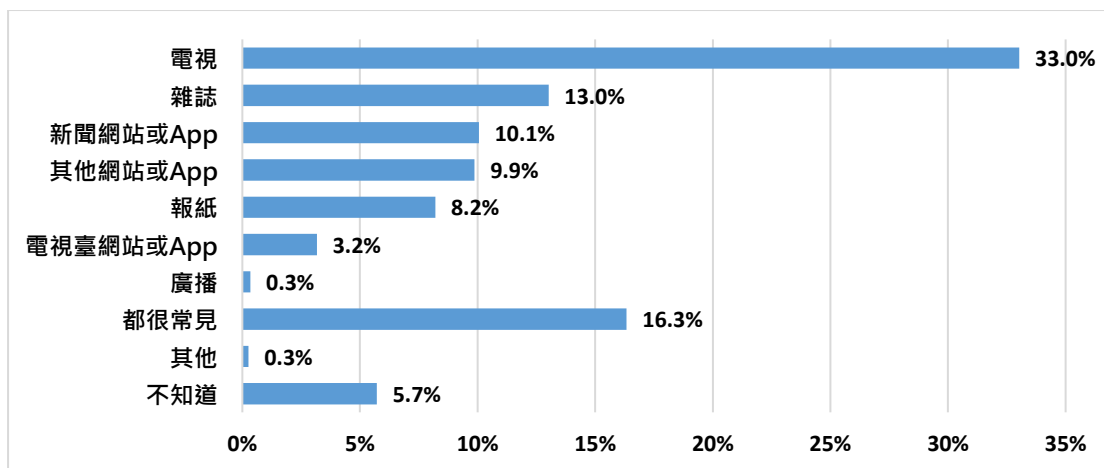
電視為多數，其中又以 66 歲及以上（50.5%）比例最高、16-25 歲（28.3%）比例最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況認為最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道皆以電視為主，其中又以鰥寡/分居者（45.2%）比例最高、未婚者（30.1%）比例最低。

（四）最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道 Q100

1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾認為最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，同樣以電視（33%）的比例最高，其次為雜誌（13%）、新聞網站或 App（10.1%），但有 16.3%認為所有管道都很常見。此外，若將新媒體（新聞網站或 App、其他網站或 App、電視臺網站或 App）占比加總，則新媒體（23.2%）比例超過第二名的雜誌【參照圖 80】。



Base: N=1,104，單選

圖 80 最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾認為最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，除了北北基地區（27.7%）以都很常見的占比最高外，其餘地區皆以電視為主，其中又以高屏澎地區的 44.9%最高、雲嘉南地區的 32.7%最低。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，於年齡達顯著差異。

依性別區分，男性（33%）和女性（33.1%）認為最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道皆以電視為主。

依年齡區分，各年齡層認為最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道皆以電視為多數，其中又以 66 歲及以上的 41.9% 最高、26-35 歲的 27.3% 最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況認為最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道皆以電視為主，其中又以鰥寡/分居者（38.1%）比例最高、未婚者（28.4%）比例最低。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾對於最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（34.7%）和租屋者（29.3%）認為最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道皆以電視為多數，但前者比例相對較高。

肆、廣電市場問卷調查專家焦點座談

一、專家焦點座談會目的與討論議題

本研究於完成「廣電市場」問卷分析後，根據研究發現彙整重要議題，邀請相關領域之產學專家舉辦焦點座談會，以深入探討所得數據意涵，並對產業現況與發展趨勢提出相關建議，作為擘劃通傳市場及法規政策走向評估之參考。

研究發現與討論議題歸納如下：

（一）有線電視競爭市場認定與頻道授權

根據 109 年廣電市場調查結果，我國民眾家中電視機有收看之系統或平臺以有線電視（70%）為主，其次為無線電視（28.2%）、中華電信 MOD（19.2%）和線上串流影音（15.3%）。進一步分析民眾訂閱有線電視和 MOD 的情形，只訂閱有線電視的比例達 60.9%，只訂閱中華電信 MOD 的比例為 13%，同時訂閱有線電視和中華電信 MOD 的比例則占 5.2%（前述比例皆不考慮是否有同時收看無線電視或 OTT TV）。在最主要收視來源部分，同樣以有線電視居冠，且比例自 108 年的 56.1% 提升至 64.3%，中華電信 MOD（13.1%）、線上串流影音（11.4%）則位居二、三。

- **討論議題一：**檢視過去連續四年的廣電市場調查結果，雖然有線電視和 MOD 的使用比例仍有相當差距，但亦有意見認為兩者具競爭替代關係。有線電視與 MOD 市場是否具競爭替代關係，法規管制之前瞻做法為何？另不論有線電視或 MOD，應如何面對 OTT TV 的競爭？
- **討論議題二：**現行於有線電視頻道上下架上，有維持既有「最低簽約戶數（Minimum Guarantee, MG）」之建議，亦有希望建立分潤機制之作法，對於頻道上下架爭議之建議作法為何？

（二）新聞媒體監理

根據 109 年廣電市場調查結果，我國 16 歲以上民眾有 36% 過去 12 個月觀看電視節目時，有看到令人反感或厭惡的內容，其中又以討厭新聞報導內容不斷重複（53.8%）的比例最高，而民眾覺得厭惡的節目則以政論節目（48.1%）、連續劇（33.1%）和新聞節目（30.1%）分居前三名。另根據 109 年匯流發展調查結果，民眾認為各新聞來源公正的比例介於 47.5% 至 63.9% 之間，以紙本報紙和電視的公正程度最高；至於民眾認為最準確之新聞來源，則以電視（49.6%）居冠，但有 22.9% 認為所有新聞來源皆不準確。

- **討論議題三：**路透社於今年 6 月發布針對各國新聞媒體所做的調查報告，其中我國新聞媒體可信度較去年下降了 4%，TVBS 新聞則是民眾最常收看之新聞媒體。TVBS 於去年 8 月提出董事長變更一案，通傳會於今年 7 月以附附款方式許可，要求 TVBS 落實公司治理，在 1 個月內補實具媒體專業的

總經理、6 個月內遴選具新聞專業背景的自然人士董事。對於我國新聞媒體之監理議題，政府應如何妥善處理，以提升民眾對於新聞媒體的可信度？

二、 專家焦點座談會重點摘要

(一) 座談會資訊

- 會議時間：109 年 9 月 1 日 (二) 14:00-16:30
- 會議地點：台灣經濟研究院本棟 208 會議室
- 與會人員/單位：世新大學廣播電視電影學系何吉森教授
世新大學廣播電視電影學系蔡念中教授
政治大學傳播學院許瓊文教授
政治大學傳播學院劉慧雯教授
海洋大學共同教育中心許文宜教授
台灣經濟研究院
趨勢民意調查公司

列席單位：國家通訊傳播委員會

- 會議議程：

13:45~14:00	❖ 報到
14:00~14:20	❖ 引言報告—「廣電市場」問卷調查初步成果報告
14:20~16:30	❖ 議題討論

(二) 專家意見

本研究根據各項討論議題，彙整與會專家學者重點及建議如下。

1. 有線電視競爭市場認定與頻道授權

根據 109 年廣電市場調查結果，我國民眾家中電視機有收看之系統或平臺以有線電視 (70%) 為主，其次為無線電視 (28.2%)、中華電信 MOD (19.2%) 和線上串流影音 (15.3%)。進一步分析民眾訂閱有線電視和 MOD 的情形，只訂閱有線電視的比例達 60.9%，只訂閱中華電信 MOD 的比例為 13%，同時訂閱有線電視和中華電信 MOD 的比例則占 5.2% (前述比例皆不考慮是否有同時收看無線電視或 OTT TV)。在最主要收視來源部分，同樣以有線電視居冠，且比例自 108 年的 56.1% 提升至 64.3%，中華電信 MOD (13.1%)、線上串流影音 (11.4%) 則位居二、三。

- 議題一：檢視過去連續四年的廣電市場調查結果，雖然有線電視和 MOD 的使用比例仍有相當差距，但亦有意見認為兩者具競爭替代關係。有線電視與 MOD 市場是否具競爭替代關係，法規管制之前瞻做法為何？另不論有線電視或 MOD，應如何面對 OTT TV 的競爭？

專家學者	重點摘要
劉教授慧雯	● 進入 MOD 後第一個頁面即可加購其他頻道，但有 88% 消費者不加購，消費者加購電影頻道比例都很少，此現象說明消費者通常都傾向免費使用。 ● 數位化的一個特色是消費者從過去的被動變成主動，消費者要選擇服務內容，但重複的節目內容導致其選擇空間有限，因此消費者改從可看到較新內容之串流平臺尋找喜歡節目的機率提高。 ● 從調查數據可以發現有線電視的訂戶最多，但 MOD 與有線電視的訂戶比例加起來將近百分之百，表示 MOD 與有線電視之間是替代、競爭市場關係。 ● 廣播非以訂閱機制付費，現在還是開車族主要收聽國內廣播。 ● 關於 OTT TV 收視情形，大部分民眾手機上網都是吃到飽，所以可以用吃到飽分享給家中其他裝置，而是否會觀看或誰會觀看 OTT TV，可能與幾件事有關，第一件事為手機網路在家族成員間的分享情況，例如年幼的小朋友自己不會需要一支手機，而大一點的孩子可能自己會有一支手機，所以可以觀察家中分享手機吃到飽的人是誰；第二件事為家中分享手機網路吃到飽的人數，以及分享吃到飽之網路速度或服務是否受到相當之影響。
何教授吉森	● 由於多數消費者有手機網路吃到飽，若不選擇 MOD 或有線電視，仍可在網路上看 OTT 之新聞頻道或愛奇藝，且很多業者皆將節目放到網路上，消費者選擇眾多。而有線電視存在費用太高的問題，故 CATV 必然受 OTT 影響。 ● 依據調查結果，雖然民眾最討厭的電視節目是新聞，但新聞也是民眾最想迅速從中獲取資訊的來源；民眾不想訂閱中華電信 MOD 第一名的理由是沒有想看的電視節目，這也給 MOD 與有線電視一個警訊，有線電視業者需要認真思考分組付費與訂閱方式。 ● 有線電視跟 MOD 為替代市場，但因為可以從網路上看到更多節目，故有線電視跟 MOD 共同的敵人為 OTT。 ● 手機上網服務會衝擊固網寬頻使用比例，由於 MOD 係在 Hinet 基準上提供服務，因此假設固網寬頻用戶減少，MOD 用戶也會減少。
蔡教授念中	● 個人認為 OTT 技術屬於原生種，內容屬於外來種，

	MOD 是有線電視轉換到 OTT 的暫時性緩衝。
許教授文宜	● 現在面臨 OTT 的衝擊，最大的癥結點在有廣法，有廣法太落後導致業者很難因應，此問題表現在 OTT 如何衝擊臺灣的有線電視業者，而 OTT 專法的強度是否要跟有廣法同等強度，還是 OTT 專法要鬆綁，是有待討論的議題。 ● 臺灣的 OTT 業者不強，營運上是有負擔的，臺灣 OTT 產業並未良好發展，因此國內業者必須互相合作以加強 OTT。 ● 當有線電視面對境外 OTT 偌大的競爭者，有線電視可透過 OTT、提供固網寬頻與無線網路服務，作為有線電視的能量。面對境外激烈的競爭，國內其實可強化固網和無線服務，但國內並未將這部分做強做大。 ● 經濟部宣布中國大陸 OTT 不是臺灣允許的營業項目，故無法對愛奇藝課稅；抓大放小的管制問題很重要，故須制定後續的法律管制措施。
許教授瓊文	● 若缺乏消費者加購的情形與方式，在看問卷結果時會產生對於加購到底是較便宜或較貴的疑問，而影響對於問卷結果的解釋。 ● 除強調業者彼此之間激烈競爭外，應鼓勵平臺業者設計上的競爭，做差別化的服務設計。

- **議題二：**現行於有線電視頻道上下架上，有維持既有「最低簽約戶數（Minimum Guarantee, MG）」之建議，亦有希望建立分潤機制之作法，對於頻道上下架爭議之建議作法為何？

專家學者	重點摘要
蔡教授念中	● 關於頻道代理最低戶數的問題，建議回歸市場機制，若一開始就要求最低簽約數，會不利新進業者。
許教授文宜	● 在節目上下架方面，新進業者和頻道業者仍在爭論最低訂戶數的問題，而授權最大爭議在於訂戶數如何計算（請見有廣法第 36 條）。 ● NCC 介入處理關於頻道上下架授權時，主要處理臺灣的有線電視市場是否符合公平競爭、無差別、消費者權益、公共利益問題，而其他的事情由市場機制會自動解決。 ● 有線機上盒可以雙向，數位化後節目回播、收視率等資料會記錄在裡面，且此數據是很好的收視戶衡量依據，並可藉此數據處理分組付費、授權費等問題。

許教授瓊文	● 若要了解適於我國有線電視環境發展之頻道數量，須獲得足夠研究基礎資訊才能得知；若沒有研究基礎資訊，欲探討上下架問題是遠超過標規範圍。
-------	---

2. 新聞媒體監理

根據 109 年廣電市場調查結果，我國 16 歲以上民眾有 36% 過去 12 個月觀看電視節目時，有看到令人反感或厭惡的內容，其中又以討厭新聞報導內容不斷重複（53.8%）的比例最高，而民眾覺得厭惡的節目則以政論節目（48.1%）、連續劇（33.1%）和新聞節目（30.1%）分居前三名。另根據 109 年匯流發展調查結果，民眾認為各新聞來源公正的比例介於 47.5% 至 63.9% 之間，以紙本報紙和電視的公正程度最高；至於民眾認為最準確之新聞來源，則以電視（49.6%）居冠，但有 22.9% 認為所有新聞來源皆不準確。

- **議題三：**路透社於今年 6 月發布針對各國新聞媒體所做的調查報告，其中我國新聞媒體可信度較去年下降了 4%，TVBS 新聞則是民眾最常收看之新聞媒體。TVBS 於去年 8 月提出董事長變更一案，通傳會於今年 7 月以附附款方式許可，要求 TVBS 落實公司治理，在 1 個月內補實具媒體專業的總經理、6 個月內遴選具新聞專業背景的自然人董事。對於我國新聞媒體之監理議題，政府應如何妥善處理，以提升民眾對於新聞媒體的可信度？

專家學者	重點摘要
劉教授慧雯	● 由於新聞內容不斷重複導致一天內獲取的資訊量減少，造成消費者對新聞節目厭惡之問題。另除厭惡新聞節目重複之外，影視節目重複也是國內一直被詬病之處；調查題項的「重複」不確定是否為開放性作答，若為開放性，消費者所講的是新聞重複，那顯然係因資訊量與多樣性較少，但若是因題目設計而無法選戲劇重複，代表消費市場認為戲劇重複的這件事是沒有辦法反映出來的。 ● 目前新聞媒體監理主要係以倫理委員會或自律委員會處理，由於可能產生言論自由的問題，個人不認為 NCC 應該對內容進行干涉，但可討論倫理委員會的組成、會議方式、處理規模或程序，以及因應觀眾反應的處理程度。
何教授吉森	● 廣電媒體業者應負責之兒少保護責任最低，而父母應負責之兒少保護責任最高，通傳會不須對業者管制太多，但須要求業者提供更多資訊（例如分級資訊），讓父母得在家中自行決定如何指導小孩，讓兒少保護的責任慢慢轉移至家庭。

	● 主管機關不應隨便介入新聞媒體監理，且介入的時機點應在於其對公共利益造成很大危害時，若主管機關隨便介入，會牽涉到言論自由、新聞自由、節目規劃和專業自主等問題。
蔡教授念中	● 新聞節目泛政治化，傳播市場影響力太大，臺灣可選擇是否要回歸過去新聞客觀報導或是順應市場機制。 ● NCC 針對頻道監理係以換照作為最後把關，不論有線、無線新聞頻道每隔幾年即需更換執照，此為蠻好的做法，且換照時須考量以何作為是否給照的標準，需保障業者之言論自由、新聞自主性，才能提供閱聽眾更好的服務。此外，新聞頻道和人民皆有言論自由之權利，但要拿捏好言論自由的範圍。 ● 要仔細思考現行制度是否公平公正，好的自律委員會具有導正新聞媒體之作用，但若金主過於強勢，主導新聞以及經營之細部過程，會導致自律委員會無法落實其功能。
許教授文宜	● 一般電視台的倫理委員會係獨立於該公司，倫理委員會若領所監督之公司薪水，就難以維持中立。 ● 電視台董監事人選要回歸到法律層面探討，而新聞自由和媒體專業義理對消費者而言，屬於公共利益、消費者權益。 ● 個人認為問題在於是否每間民營媒體都有相同標準，亦即董監事會，新聞專業能力代表性（包括有廣法、公共電視法所管轄之有新聞部門的電視媒體）是否有相同標準，若各家皆為相同標準，僅有 TVBS 之董監事會組成不相同，或是無新聞專業人士而要兼任總經理職位，以致目前需指定董監事會當中必須包含一席具專業背景人士。不論組織法授權或公司治理，以上選擇可供主管機關與國內媒體思考。此外，若回到法規、制度、公司治理、新聞專業、新聞自由、新聞自主的方向討論，較不會落入個別公司或主觀意識，將會較好分析。
許教授瓊文	● 建議從結構面處理，例如董事會如何承諾對待新聞編輯室的方式與保持新聞編輯室的獨立。 ● 應要求每個媒體公司都必須提出如何跟新聞編輯室溝通，而非針對特定公司規範。 ● 可透過請自律委員會對電視臺內部進行教育課程的方式，來提升內容品質，可能會比政府單向更具效果。

3. 其他建議及補充

專家學者	重點摘要
蔡教授念中	● 趨勢調查很有意義，綜合量化調查、質化調查，提供給 NCC 作為政策參考的重要性更大，但建議要 NCC 可增加經費深化研究能量。
許教授文宜	● 在研究方法方面，當使用者以質化的「自我表達式回答」來回答量化問卷時，可能會產生矛盾的問題，因此可以在量化（問卷）設計上設一些互斥的檢查性題目，以避免主觀影響而得出矛盾的答案。

伍、結論與綜合建議

一、結論

我國 16 歲以上民眾高達 94.1% 有收看電視，家中擁有電視機的比例亦超過 9 成（94.4%），但智慧電視擁有率僅占 21.5%。關於民眾最主要的收視來源，仍以有線電視（64.3%）占比最高，且比例較 108 年（56.1%）提升，其次為中華電信 MOD（13.1%），線上串流影音（OTT TV）（11.4%）上升至第三名，無線電視（9.4%）則占比下降落居最後。目前有訂閱有線電視和中華電信 MOD 者，未來 12 個月內會考慮停止訂閱的比例分別為 4.9% 和 10.8%，占比皆較 108 年下降。其中民眾考慮停止訂閱有線電視的主要原因，以收費太高（34.5%）占比最高；考慮停止訂閱中華電信 MOD 的主要原因，則以沒有想看的電視節目（47.6%）為多數。

民眾最常收看電視的時段，以 19-22 時的黃金時段為主，依序為 20-21 時（51.5%）、19-20 時（47%）和 21-22 時（38.7%）。時常收看的電視節目類型，以社會新聞（68.1%）居冠，而國際新聞占比自 108 年的 45.1% 提升至 109 年的 52.9% 後，取代氣象（48.1%）成為第二。

對於過去 12 個月內的電視節目品質，近 6 成（58.4%）民眾認為維持原來水準，認為有改進的比例自 107 年的 14.2% 逐年提升至 109 年的 19.1%，而 11% 認為變得更糟。認為電視節目品質有改進者，主要肯定節目多樣化（70.5%）、更多品質佳的戲劇（43.4%）；認為品質變得更糟者，主要對重播頻率太高（72.8%）、政論節目太多太吵（49.8%）、政治偏頗報導（48.4%）和缺乏多樣性（48.1%）感到不滿，且民眾認為重播頻率太高的比例雖自 106 年的 73.4% 下降至 107 年的 48.6%，但自 107 年起逐年提升至 109 年的 72.8%。

超過 3 成（36%）民眾表示在過去 12 個月內觀看電視節目時，有看到令人反感或厭惡的內容，其中覺得討厭的播送內容，以新聞報導內容不斷重複（53.8%）、政治偏頗報導（46.6%）、政治/政黨宣傳（45.1%）為主，但占比較 108 年下降；所厭惡的節目類型，則以政論節目（48.1%）、連續劇（33.1%）和新聞節目（30.1%）最讓民眾反感。

在廣播收聽方面，我國 16 歲以上民眾會收聽廣播的比例自 106 年的 36.8% 逐年下降至 108 年的 28.8% 後，於 109 年提升至 35.7%，其中近 6 成（57%）皆

為透過車內音響收聽，而透過手機收聽的比例自 106 年的 25.9%逐年上升至 109 年的 37.3%，且已於 108 年取代收音機位居第二。民眾最常收聽廣播的時段，以 7 至 8 時 (26.2%) 為多數，其次為 17 至 18 時 (18.1%)、8 至 9 時 (17.5%)、9 至 10 時 (17.3%)。對於從最常收聽廣播電臺獲知資訊，以收聽音樂 (6.07 分) 的仰賴程度最高，其次依序為獲知新聞資訊 (5.09 分)、旅遊與氣象資訊 (4.83 分)、災難資訊 (4.8 分)、其他生活資訊 (4.69 分) 及推薦產品 (3.41 分)。

對於電視與廣播節目，我國 16 歲以上民眾有 6 成知道電視節目有相關規範，52.9%知道廣播節目有相關規範，儘管民眾對廣播節目的熟悉度相對較低，但兩者皆呈現穩定上升趨勢。

在隱私保護部分，多數民眾皆認為不該未經公眾人物 (66%) 或一般大眾 (76.6%) 同意便揭露其隱私，且電視被視為最常見未經同意便揭露他人隱私的管道，占比達 3 成以上。然而在數位匯流時代，新興媒體的隱私揭露問題亦值得重視，就本次調查結果，民眾認為最常見未經公眾人物同意便揭露其隱私的管道，新興媒體 (合計新聞網站/App、電視臺網站/App 和其他網站/App) 占比為 17.3%，僅次於電視 (39.2%)，但有 18.9%認為所有管道都很常見；而民眾認為最常見未經一般大眾同意便揭露其隱私的管道，新興媒體更以 23.2%位居第二，但亦有 16.3%認為所有管道都很常見。

二、 綜合建議

本章節彙整調查結果、國際趨勢與專家焦點座談意見，提出具體建議如下。

(一) 鼓勵平臺發展差別化節目內容，新聞媒體監理要求業者落實自律規範

數位匯流時代下，民眾的收視管道多元，不再侷限於無線電視及有線電視系統，且消費者從過去的被動接收變成主動選擇服務內容，更凸顯傳統線性服務之劣勢。依據廣電市場調查結果，我國 16 歲以上民眾最主要的收視來源雖仍以有線電視為大宗，但 OTTV 占比有逐年增加之趨勢，且民眾主要收看有線電視的比例隨年齡遞增、主要收看 OTTV 的比例隨年齡遞減，年輕族群與年長族群之收視選擇具明顯差異。儘管有線電視訂戶黏著度高，短期內大多不考慮停止訂閱該服務，但近兩年調查結果也顯示，都透過網路收看、沒有想看的電視節目或收費太高等因素，皆可能導致原有線電視訂戶選擇改用其他影視服務。因此，在面

臨 OTTV 強勢威脅下，應鼓勵傳統付費電視業者除考慮改採分組付費與多元訂閱方式外，針對服務內容做差別化設計，透過提供多樣頻道節目吸引民眾訂閱，避免淪至削價競爭。

在新聞媒體監理方面，我國新聞節目最受民眾詬病之處即為內容不斷重複及泛政治化問題，但主管機關在新聞媒體監理上係尊重言論自由及新聞自由，由閱聽眾自行選擇收視頻道，除非涉及損害公共利益，否則係避免對內容進行干涉，交由各家業者之倫理委員會或自律委員會把關。然而，一旦新聞媒體業者自律失靈時，主管機關則應介入進行行政調查，依法並為必要之處置，以維護媒體專業自主及保障消費者權益。

(二) 專案成果倍受產官學研各界關注，未來持續因應我國通訊傳播發展趨勢，滾動式調整問卷

本案自 106 年執行至今，累計 4 年度調查資料，含括通訊傳播、網際網路、創新應用等各層面，數萬筆調查數據與分析成果產出豐碩，廣受各界肯定，亦常接獲來自各產業，甚至國外機構對調查結果之詢問，顯示各類問卷對通訊傳播、數位經濟產業發展與重要議題之掌握。有鑑於此，在通傳會支持下本案於 108 年特別製作專屬視覺化網站將歷年調查結果、分析報告等成果彙整上網供各界參酌利用，上開網站可自通傳會官網點選連結檢視。此外，於本案歷年四大類市場座談會中，產官學研專家皆表示研究成果完整且實據重要參考意義，建議未來持續執行調查，並同過去每年檢視調整問卷題項，納入重要議題，以掌握市場消費面最新動向，並提供政策監理機關施政參考，通傳會或各界亦可依據本案調查結果，進一步針對各議題深入進行研究分析。

參考文獻

中文文獻

1. 侯佩君、杜素豪、廖培珊、洪永泰、章英華（2008）。台灣鄉鎮市區類型之研究：台灣社會變遷基本調查第五期計畫之抽樣分層效果分析。

外文文獻

1. Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, vol. 16, issue 3, 297-334.
2. Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric Theory*, 1st Edition, McGraw-Hill, New York.

附件一 廣電市場調查問卷

【開場白】

您好，我是台灣經濟研究院的訪問員，我們是接受國家通訊傳播委員會(NCC)的委託，正在進行有關全國通訊傳播市場發展概況與趨勢的訪問工作，想請教您一些問題，若填答不知道或拒答達一定比例，則終止訪問，完整填完問卷後我們會致贈 100 元禮券以答謝您的幫忙。

您的寶貴意見對我國通訊傳播產業發展具有非常重要的意義，所有訪問資料都只作為整體分析之用，絕不會將您個人資料洩漏給他人，請您放心作答，謝謝！

查證電話：國家通訊傳播委員會 (02) 3343-8153 鄭小姐

台灣經濟研究院 (02) 2586-5000 分機 143 蕭先生

(系統設定紀錄項目)

訪問地點	訪問日期	訪問開始時間	訪問結束時間	訪員編號
縣市 鄉鎮市區 村里	109 年 月 日	時 分	時 分	

(請紀錄受訪者的稱呼方式：_____)

(訪問開始前，訪員務必唸出本句) 我們想先請教您一些問題

S1. 請問您的居住地？_____ (過濾題，由訪員確認)

S2. 請問您的戶籍地？_____ (過濾題，由訪員確認)

Q1. 請問您的出生年次是？(過濾題，由訪員確認，拒答其中則終止訪問)

民國_____年 (98) 拒答

Q2. 請問您的性別是？(請訪員自行記錄)

(01) 男 (02) 女

【電視廣播使用行為】

【所有受訪者】

Q3. 請問您有看電視或聽廣播嗎？（單選）

- (01) 只看電視
- (02) 只聽廣播
- (03) 有看電視，也有聽廣播
- (90) 都沒有

【家中電視使用情形及收視來源】

【所有受訪者】

Q4. 請問您家中有幾臺電視機？（單選）

- (01) 1臺 (02) 2臺 (03) 3臺
- (04) 4臺 (05) 5臺或以上
- (90) 家中沒有電視機【跳題Q10】

【Q4 選 (01) ～ (05) 者】

Q5. 請問您家中過去12個月內有沒有使用電視機？（單選）

- (01) 有 (02) 沒有

【Q5 選 (01) 者】

Q6. 請問您平均每週透過電視機看電視節目的時間大約是幾小時？

- (94) _____（輸入0~168數值）
- (96) 不知道

【Q5 選 (01) 者】

Q7. 請問您如何選擇觀看於固定時段播出的電視節目或電影？（複選）

- (01) 有定期觀看的電視節目
- (02) 瀏覽頻道清單查看可觀看內容
- (03) 親友推薦
- (04) 喜歡特定頻道

- (05) 看過預告片或廣告
- (06) 看報紙或雜誌有可觀看的內容
- (07) 在社群媒體上看過相關資訊
- (08) 電視、廣播、報紙或雜誌上討論
- (09) 列在電視螢幕頁面頂端
- (10) 正好轉到該節目被吸引
- (90) 不看定時播出的電視節目
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

【Q4 選 (01) ~ (05) 者】

Q8. 請問您家中未來12個月內還會不會使用電視機？（單選）

- (01) 會
- (02) 不會

【Q4 選 (01) ~ (05) 者】

Q9. 請問您家中電視機有收看哪些電視節目系統/平臺？（複選）

- (01) 無線電視
- (02) 有線電視（第四臺）
- (03) 中華電信MOD
- (04) 線上串流影音（OTT TV，如YouTube、Netflix、愛奇藝等）
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

【Q4 選 (90) 或 Q9 選 (01) ~ (94) 者且 Q3 有選 (01) 或 (03) 者回答 Q10】

Q10. 請問您最主要的收視來源？（單選）

- (01) 無線電視
- (02) 有線電視（第四臺）
- (03) 中華電信MOD
- (04) 線上串流影音（OTT TV，如YouTube、Netflix、愛奇藝等）
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）

(96) 不知道

【有線電視收看行為】

【Q9 選 (02) 者】

Q11. 請問您家中除了訂閱有線電視 (第四臺) 服務的基本頻道外, 有沒有加購下列哪些頻道? (複選)

(01) 加購運動頻道

(02) 加購電影頻道

(03) 加購高畫質頻道

(04) 加購鎖碼頻道

(90) 沒有加購其他頻道

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

【Q9 選 (02) 者】

Q12. 請問您家中透過有線電視 (第四臺) 系統加購哪些線上串流影音服務 (OTT TV) (非指透過中華電信MOD加購或其他管道訂閱)? (複選)

(01) 愛奇藝

(02) myVideo

(03) LiTV

(04) CatchPlay

(05) LINE TV

(90) 沒有額外訂閱線上串流影音

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

註：於前測時檢視是否有其他選項，並確認該選項是否得於有線電視系統加購。

【Q9 選 (02) 者】

Q13. 請問您知道家中有線電視 (第四臺) 除了看電視和免費使用資訊查詢外, 還可以付費使用錄製節目、暫停節目、回播電視節目等功能嗎? (單選)

(01) 知道

(02) 不知道

【Q13 選 (01) 者】

Q14. 請問您使用過家中有線電視 (第四臺) 以下哪些功能? (複選)

- (01) 錄製節目 (02) 暫停節目 (03) 回播電視節目
(04) 購物 (05) 隨選視訊 (06) 查詢生活資訊
(90) 以上都沒有
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

【Q9 選 (02) 者】

Q15. 未來12個月內您會不會考慮停止訂閱有線電視(第四臺)服務?(單選)

- (01) 會 (02) 不會 (96) 不知道

【Q15 選 (01) 者】

Q16. 您會考慮停止訂閱有線電視 (第四臺) 的主要原因為何? (單選)

- (01) 都透過網路收看
(02) 有線電視 (第四臺) 收訊不佳
(03) 沒有想看的電視節目
(04) 收費太高
(05) 對服務不滿意
(06) 很少收看
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)
(96) 不知道

【Q15 選 (01) 者】

Q17. 會考慮改用以下哪些其他服務? (複選)

- (01) 中華電信MOD (02) 付費的串流影音內容
(03) 免費的串流影音內容 (04) 無線電視
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)
(96) 不知道

【居住地有特定業者加入之縣市】

Q18. 您知不知道居住地有下列有線電視(第四臺)業者加入競爭?【新北市：全國數位、大豐(原僅經營板橋區)、新北市、數位天空服務；臺北市：北都數位；高雄市：新高雄及彰化縣：新彰數位】

- (01) 知道 (02) 不知道

【Q18 選 (01) 者】

Q19. 開放有線電視(第四臺)跨區經營後，您有沒有改用(過)下列業者的有線電視(第四臺)服務?【新北市：全國數位、大豐(原僅經營板橋區)、新北市、數位天空服務；臺北市：北都數位；高雄市：新高雄及彰化縣：新彰數位】

- (01) 有
(02) 沒有

【MOD 收看行為】

【Q9 選 (03) 者】

Q20. 請問您有訂閱中華電信MOD的哪些服務?(複選)

- (01) 組合頻道套餐(100元(含)以下)，如：熱播新聞餐、壹電視活力餐。
- (02) 組合頻道套餐(101-200元)，如：家庭特選餐、精選餐、B餐等。
- (03) 組合頻道套餐(201-300元)，如：家庭豪華餐、人氣餐、超值餐等。
- (04) 單頻訂閱
- (05) 自組頻道套餐(非鎖碼)
- (06) 鎖碼頻道
- (07) 隨選影片-包月影片
- (08) 隨選影片-單點電影
- (09) 加值服務(TV APP、音樂、遊戲、生活)
- (10) 加值服務-免費(免費電影、英語城、國際村、咱ㄟ故鄉、樂活農

村)

(11) 僅支付平臺服務費(89元)未作任何加購

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

【Q9 選(03)者】

Q21.請問您家中透過中華電信MOD加購哪些線上串流影音服務(OTT TV)?

(複選)

(01) Netflix (02) KKTV

(90) 沒有額外訂閱線上串流影音

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

【Q9 選(03)者】

**Q22.請問您知不知道中華電信MOD有錄製節目、暫停節目、回播電視節目、
資訊查詢等功能?(單選)**

(01) 知道 (02) 不知道

【Q22 選(01)者】

Q23.請問您使用過中華電信MOD哪些功能?(複選)

(01) 錄製節目 (02) 暫停節目 (03) 回播電視節目

(04) 購物 (05) 隨選視訊 (06) 查詢生活資訊

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(90) 以上都沒有

(96) 不知道

【Q9 選(03)者】

Q24.未來12個月內您會不會考慮停止訂閱MOD服務?(單選)

(01) 會 (02) 不會 (96) 不知道

【Q24 選（01）者】

Q25. 您會考慮停止訂閱MOD服務的主要原因為何？（單選）

- （01）都透過網路收看
- （02）MOD收訊不佳
- （03）沒有想看的電視節目
- （04）收費太高
- （05）對服務不滿意
- （06）很少收看
- （94）其他_____（訪員請紀錄）
- （96）不知道

【Q24 選（01）者】

Q26. 您會考慮改用以下哪些其他服務？（複選）

- （01）有線電視（第四臺） （02）付費的串流影音內容
- （03）免費的串流影音內容 （04）無線電視
- （94）其他_____（訪員請紀錄）
- （96）不知道

【家中可連網設備擁有及使用情形】

【所有受訪者】

Q27. 請問您家中有哪些可以用來連網的設備？（複選）

- （01）藍光播放器
- （02）有線電視（第四臺）機上盒
- （03）中華電信MOD機上盒
- （04）多媒體播放器（如Apple TV、小米盒子、Chromecast多媒體播放器等）
- （05）可連網的電視遊戲機
- （06）智慧型手機
- （07）筆電
- （08）平板

- (09) 桌電
- (90) 都沒有
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

【Q27 選 (01) ~ (09) 、 (94) 者】

Q28. 請問您在過去12個月內，曾透過哪些連網設備連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容？ (複選)

- (01) 藍光播放器
- (02) 有線電視 (第四臺) 機上盒
- (03) 中華電信MOD機上盒
- (04) 多媒體播放器 (如Apple TV、小米盒子、Chromecast多媒體播放器等)
- (05) 可連網的電視遊戲機
- (06) 智慧型手機
- (07) 筆電
- (08) 平板
- (09) 桌電
- (90) 都沒有
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

【家中智慧電視擁有及使用情形】

【Q4 選 (01) ~ (05) 者】

Q29. 請問您家中有沒有智慧電視？ (不須透過桌上型電腦、機上盒或遊戲機，即可連結網路上網) (單選)

- (01) 有
- (02) 沒有

【Q29 選 (01) 者】

Q30. 請問您家中的智慧電視有沒有連結家中寬頻網路？ (單選)

(01) 有 (02) 沒有 (96) 不知道

【Q30 選 (02) 者】

Q31. 承上題，沒有連結家中寬頻網路的主要原因？（單選）

- (01) 沒有習慣使用 (02) 不好用
(03) 不知如何使用 (04) 不想使用
(94) 其他_____（訪員請紀錄）
(96) 不知道

【Q29 選 (01) 者】

Q32. 請問在過去12個月內，您曾使用智慧電視從事哪些活動？（複選）

- (01) 觀看電視臺業者於網路提供的重播服務
(02) 觀看線上串流影音（OTT TV）業者（如愛奇藝等）所提供免費影視節目
(03) 觀看線上串流影音（OTT TV）業者（如Netflix、愛奇藝等）所提供付費影視節目
(04) 透過有線電視（第四臺）系統業者或MOD觀賞免費隨選視訊內容
(05) 透過有線電視（第四臺）系統業者或MOD觀賞付費隨選視訊內容
(06) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以下的短片
(07) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以上的影片
(08) 透過如Google Play、iTunes store等，單次購買或下載線上電視節目或電影
(09) 觀看電視臺業者於網路提供的直播服務
(90) 過去12個月內未曾使用智慧電視從事以上活動
(94) 其他_____（訪員請紀錄）
(96) 不知道

【視聽媒介使用情形】

【Q28 選 (01) 者】

Q33. 請問您在過去12個月內，透過藍光播放器（Blue-ray Player）連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容，從事過下列哪些活動？（複選）

- (01) 觀看電視臺業者於網路提供的重播服務
- (02) 觀看線上串流影音（OTT TV）業者（如愛奇藝等）所提供免費影視節目
- (03) 觀看線上串流影音（OTT TV）業者（如Netflix、愛奇藝等）所提供付費影視節目
- (04) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以下的短片
- (05) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以上的影片
- (06) 透過如Google Play、iTunes store等，單次購買或下載線上電視節目或電影
- (07) 觀看電視臺業者於網路提供的直播服務
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

【Q28 選（02）者】

Q34. 請問您在過去12個月內，透過有線電視（第四臺）機上盒連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容，從事過下列哪些活動？（複選）

- (01) 觀看電視臺業者於網路提供的重播服務
- (02) 觀看線上串流影音（OTT TV）業者（如愛奇藝等）所提供免費影視節目
- (03) 觀看線上串流影音（OTT TV）業者（如Netflix、愛奇藝等）所提供付費影視節目
- (04) 透過有線電視（第四臺）系統業者觀賞免費隨選視訊內容
- (05) 透過有線電視（第四臺）系統業者觀賞付費隨選視訊內容
- (06) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以下的短片
- (07) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以上的影片
- (08) 透過如Google Play、iTunes store等，單次購買或下載線上電視節目或電影
- (09) 觀看電視臺業者於網路提供的直播服務

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

【Q28 選 (03) 者】

Q35. 請問您在過去12個月內，透過中華電信MOD連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容，從事過下列哪些活動？(複選)

(01) 觀看電視臺業者於網路提供的重播服務

(02) 透過MOD觀賞免費隨選視訊內容

(03) 透過MOD觀賞付費隨選視訊內容

(04) 透過MOD觀賞線上串流影音 (OTT TV) 業者 (如Netflix、KKTV等) 所提供的影視節目

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

【Q28 選 (04) 者】

Q36. 請問您在過去12個月內，透過多媒體播放器 (如Apple TV、小米盒子、Chromecast多媒體播放器等) 連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容，從事過下列哪些活動？(複選)

(01) 觀看電視臺業者於網路提供的重播服務

(02) 觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者 (如愛奇藝等) 所提供免費影視節目

(03) 觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者 (如Netflix、愛奇藝等) 所提供付費影視節目

(04) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以下的短片

(05) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以上的影片

(06) 透過如Google Play、iTunes store等，單次購買或下載線上電視節目或電影

(07) 觀看電視臺業者於網路提供的直播服務

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

【Q28 選（05）者】

Q37. 請問您在過去12個月內，透過可連網的電視遊戲機連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容，從事過下列哪些活動？（複選）

- （01）觀看電視臺業者於網路提供的重播服務
- （02）觀看線上串流影音（OTT TV）業者（如愛奇藝等）所提供免費影視節目
- （03）觀看線上串流影音（OTT TV）業者（如Netflix、愛奇藝等）所提供付費影視節目
- （04）在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以下的短片
- （05）在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以上的影片
- （06）透過如Google Play、iTunes store等，單次購買或下載線上電視節目或電影
- （07）觀看電視臺業者於網路提供的直播服務
- （94）其他_____（訪員請紀錄）
- （96）不知道

【Q28 選（06）者】

Q38. 請問您在過去12個月內，透過智慧型手機連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容，從事過下列哪些活動？（複選）

- （01）觀看電視臺業者於網路提供的重播服務
- （02）觀看線上串流影音（OTT TV）業者（如愛奇藝等）所提供免費影視節目
- （03）觀看線上串流影音（OTT TV）業者（如Netflix、愛奇藝等）所提供付費影視節目
- （04）在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以下的短片
- （05）在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以上的影片
- （06）透過如Google Play、iTunes store等，單次購買或下載線上電視節目或電影
- （07）觀看電視臺業者於網路提供的直播服務

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

【Q28 選 (07) 者】

Q39. 請問您在過去12個月內，透過筆記型電腦連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容，從事過下列哪些活動？(複選)

(01) 觀看電視臺業者於網路提供的重播服務

(02) 觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者 (如愛奇藝等) 所提供免費影視節目

(03) 觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者 (如Netflix、愛奇藝等) 所提供付費影視節目

(04) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以下的短片

(05) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以上的影片

(06) 透過如Google Play、iTunes store等，單次購買或下載線上電視節目或電影

(07) 觀看電視臺業者於網路提供的直播服務

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

【Q28 選 (08) 者】

Q40. 請問您在過去12個月內，透過平板連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容，從事過下列哪些活動？(複選)

(01) 觀看電視臺業者於網路提供的重播服務

(02) 觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者 (如愛奇藝等) 所提供免費影視節目

(03) 觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者 (如Netflix、愛奇藝等) 所提供付費影視節目

(04) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以下的短片

(05) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以上的影片

(06) 透過如Google Play、iTunes store等，單次購買或下載線上電視節目

目或電影

(07) 觀看電視臺業者於網路提供的直播服務

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

【Q28 選 (09) 者】

Q41. 請問您在過去12個月內，透過桌上型電腦連結電視機，並透過電視螢幕觀看線上內容，從事過下列哪些活動？(複選)

(01) 觀看電視臺業者於網路提供的重播服務

(02) 觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者 (如愛奇藝等) 所提供免費影視節目

(03) 觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者 (如Netflix、愛奇藝等) 所提供付費影視節目

(04) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以下的短片

(05) 在Facebook、YouTube上觀看十分鐘以上的影片

(06) 透過如Google Play、iTunes store等，單次購買或下載線上電視節目或電影

(07) 觀看電視臺業者於網路提供的直播服務

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

【電視收看行為與感受】

【Q3 選 (01)、(03) 者】

Q42. 請問您最常收看電視的時段是什麼時候？(複選)

(01) 0至1時

(02) 1至2時

(03) 2至3時

(04) 3至4時

(05) 4至5時

(06) 5至6時

(07) 6至7時

(08) 7至8時

(09) 8至9時

(10) 9至10時

(11) 10至11時

(12) 11至12時

- | | |
|-------------|-------------|
| (13) 12至13時 | (14) 13至14時 |
| (15) 14至15時 | (16) 15至16時 |
| (17) 16至17時 | (18) 17至18時 |
| (19) 18至19時 | (20) 19至20時 |
| (21) 20至21時 | (22) 21至22時 |
| (23) 22至23時 | (24) 23至0時 |
| (96) 不知道 | |

【Q3 選 (01)、(03) 者】

Q43. 請問您時常收看的電視節目類型為何？(複選)

100.新聞類

- | | | |
|-------------------------|------------|------------|
| (101) 社會新聞 | (102) 國際新聞 | (103) 氣象 |
| (104) 時事評論 (含call-in節目) | | |
| (105) 交通服務 | (106) 政治新聞 | (107) 文化新聞 |
| (108) 民生新聞 | (109) 影視新聞 | |

200.財經消費類

- | | | |
|------------|------------|------------|
| (201) 消費購物 | (202) 觀光旅遊 | (203) 財經股市 |
| (204) 美食 | | |

300.綜藝娛樂類

- | | | |
|-------------------------|------------|------------|
| (301) 藝人訪談 | (302) 綜藝節目 | (303) 音樂歌唱 |
| (304) 戲劇 (如單元劇、連續劇、影集等) | | |
| (305) 益智競賽 | (306) 電影 | |

400.家庭體育醫藥

- | | |
|------------|---------------|
| (401) 家庭生活 | (402) 卡通、兒童節目 |
| (403) 體育節目 | (404) 醫療衛生保健 |

500.文化藝術類

- | | | |
|--------------------------------|------------|----------|
| (501) 藝術文化 | (502) 文學小說 | (503) 宗教 |
| (504) 命理風水占卜 (505) 古典音樂 | | |
| (506) 傳統藝術 (如國劇/國樂/民俗藝術/表演藝術等) | | |

600.知識教育類

(601) 資訊科技 (602) 知識 (如國家地理雜誌、探索頻道等)

(603) 學術思想 (604) 教學節目

(605) 社教節目/政令宣傳/公共事務 (606) 法令服務

700.其他

(701) 求職 (702) 企管行銷

(940) 其他_____ (訪員請紀錄)

(960) 不知道

【Q3 選 (01)、(03) 者】

Q44. 就您的看法，在過去12個月內，電視節目的品質有沒有改進？(單選)

(01) 有改進 (02) 更糟 (03) 維持原來水準

(96) 不知道

【Q44 選 (01) 者】

Q45. 您覺得電視節目在過去12個月內哪些地方有改進？(複選)

(01) 節目多樣化

(02) 更多品質佳的戲劇

(03) 節目內容更有趣或更具娛樂性

(04) 提供更多或品質更好的電影

(05) 節目內容跟得上潮流

(06) 更多針對特定族群之節目 (如兒童、年輕人或不同族群等)

(07) 更優質的藝人 (包含主持人、戲劇演員等)

(94) 其他_____ (訪員請紀錄)

(96) 不知道

【Q44 選 (02) 者】

Q46. 您覺得電視節目在過去12個月內哪些地方變得更糟？(複選)

(01) 重播頻率太高 (02) 缺乏多樣性

(03) 播出集數過多、拖戲 (04) 太多置入性行銷

(05) 國際新聞太少 (06) 太多不雅的語言

- (07) 太多與性相關的內容
- (08) 太多賣藥節目
- (09) 劇情太差、過於離譜
- (10) 太多暴力內容
- (11) 太多反社會行為
- (12) 太多裸露鏡頭
- (13) 太少運動節目
- (14) 政論節目太多太吵
- (15) 侵犯隱私
- (16) 音質太差
- (17) 政治偏頗報導
- (18) 性別歧視
- (19) 年齡歧視
- (20) 種族歧視
- (21) 宗教歧視
- (22) 太多運動內容
- (23) 性向的歧視
- (24) 身障歧視
- (25) 太多實境節目
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

【廣播收聽行為與感受】

【Q3 選 (02)、(03) 者】

Q47. 請問您平常透過哪些設備收聽廣播節目？(複選)

- (01) 桌上型電腦
- (02) 平板
- (03) 筆電
- (04) 手機
- (05) 收音機
- (06) iPod/MP3
- (07) 電視
- (08) 車內音響
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

【所有受訪者】

Q48. 請問您家中有幾臺收音機？(不包括車內、電腦、電視或手機的收音機)

(單選)

- (01) 1臺
- (02) 2臺
- (03) 3臺
- (04) 4臺
- (05) 5臺或以上
- (90) 家中沒有收音機
- (96) 不知道

【Q47 選 (05) 者】

Q49. 請問您個人較常使用的收音機有幾臺？（不包括車內、電腦、電視或手機的收音機）（單選）

- (01) 1臺 (02) 2臺 (03) 3臺
(04) 4臺 (05) 5臺或以上

【Q3 選 (02)、(03) 者】

Q50. 請問您是收聽AM或FM？（複選）

- (01) AM (02) FM
(96) 不知道

【Q47 選 (01) 者】

Q51. 請問您多常透過桌上型電腦收聽廣播？（單選）

- (01) 每天至少1次 (02) 每週幾次
(03) 每月幾次 (04) 每年幾次
(05) 幾乎不用
(96) 不知道

【Q47 選 (02) 者】

Q52. 請問您多常透過平板收聽廣播？（單選）

- (01) 每天至少1次 (02) 每週幾次
(03) 每月幾次 (04) 每年幾次
(05) 幾乎不用
(96) 不知道

【Q47 選 (03) 者】

Q53. 請問您多常透過筆記型電腦收聽廣播？（單選）

- (01) 每天至少1次 (02) 每週幾次
(03) 每月幾次 (04) 每年幾次
(05) 幾乎不用

(96) 不知道

【Q47 選 (04) 者】

Q54. 請問您多常透過手機收聽廣播？(單選)

- (01) 每天至少1次 (02) 每週幾次
- (03) 每月幾次 (04) 每年幾次
- (05) 幾乎不用
- (96) 不知道

【Q47 選 (05) 者】

Q55. 請問您多常透過收音機收聽廣播？(單選)

- (01) 每天至少1次 (02) 每週幾次
- (03) 每月幾次 (04) 每年幾次
- (05) 幾乎不用
- (96) 不知道

【Q47 選 (06) 者】

Q56. 請問您多常透過iPod/MP3收聽廣播？(單選)

- (01) 每天至少1次 (02) 每週幾次
- (03) 每月幾次 (04) 每年幾次
- (05) 幾乎不用
- (96) 不知道

【Q47 選 (07) 者】

Q57. 請問您多常透過電視收聽廣播？(單選)

- (01) 每天至少1次 (02) 每週幾次
- (03) 每月幾次 (04) 每年幾次
- (05) 幾乎不用
- (96) 不知道

【Q47 選 (08) 者】

Q58. 請問您多常透過車內音響收聽廣播？(單選)

- (01) 每天至少1次 (02) 每週幾次
- (03) 每月幾次 (04) 每年幾次
- (05) 幾乎不用
- (96) 不知道

【Q3 選 (02)、(03) 者】

Q59. 若您使用連網設備(如手機等)收聽廣播，請問您透過下列哪些方式收聽？(複選)

- (01) 透過廣播電臺網站收聽直播節目
- (02) 透過App收聽現場直播節目
- (03) 透過App下載節目
- (04) 播客(Podcasts)
- (90) 都沒有使用連網設備收聽
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

【Q3 選 (02)、(03) 者】

Q60. 請問您多常收聽廣播？(單選)

- (01) 每天至少1次 (02) 每週幾次
- (03) 每月幾次 (04) 每年幾次
- (05) 幾乎不用

【Q3 選 (02)、(03) 者】

Q61. 請問您最常收聽廣播的時段有哪些？(複選)

- (01) 0至1時 (02) 1至2時
- (03) 2至3時 (04) 3至4時
- (05) 4至5時 (06) 5至6時
- (07) 6至7時 (08) 7至8時

- (09) 8至9時 (10) 9至10時
- (11) 10至11時 (12) 11至12時
- (13) 12至13時 (14) 13至14時
- (15) 14至15時 (16) 15至16時
- (17) 16至17時 (18) 17至18時
- (19) 18至19時 (20) 19至20時
- (21) 20至21時 (22) 21至22時
- (23) 22至23時 (24) 23至0時
- (96) 不知道

【Q3 選 (02)、(03) 者】

Q62. 請問您最常收聽哪一個廣播電臺？(單選)(下列選項為隨機出現)

- (01) 佳音廣播電臺 (02) 飛碟電臺
- (03) 寶島廣播電臺 (04) 綠色和平台灣文化廣播電臺
- (05) News98聯播網 (06) 人人廣播(好事989電臺)
- (07) ICRT電臺 (08) 國立教育廣播電臺
- (09) 中廣新聞網 (10) 中廣流行網(I like radio)
- (11) 正聲廣播電臺 (12) 警察廣播電臺
- (13) 漢聲廣播電臺 (14) 復興廣播電臺
- (15) 台北愛樂 (16) HitFM台北之音
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

【Q3 選 (02)、(03) 者】

Q63. 請問您從最常收聽的廣播電臺獲知新聞資訊的仰賴程度？

_____ (請填等距尺度1-10, 1不曾如此—10總是如此)

- (96) 不知道 (98) 拒答

【Q3 選 (02)、(03) 者】

Q64. 請問您從最常收聽的廣播電臺獲知旅遊與氣象資訊的仰賴程度？

_____（請填等距尺度1-10，1不曾如此—10總是如此）

（96）不知道 （98）拒答

【Q3 選（02）、（03）者】

Q65.請問您從最常收聽的廣播電臺獲知災難資訊（如水災、颱風、地震）的仰賴程度？

_____（請填等距尺度1-10，1不曾如此—10總是如此）

（96）不知道 （98）拒答

【Q3 選（02）、（03）者】

Q66.請問您從最常收聽的廣播電臺收聽音樂的仰賴程度？

_____（請填等距尺度1-10，1不曾如此—10總是如此）

（96）不知道 （98）拒答

【Q3 選（02）、（03）者】

Q67.請問您從最常收聽的廣播電臺獲取其他生活資訊的仰賴程度？

_____（請填等距尺度1-10，1不曾如此—10總是如此）

（96）不知道 （98）拒答

【Q3 選（02）、（03）者】

Q68.請問您從最常收聽的廣播電臺獲知推薦產品的仰賴程度？

_____（請填等距尺度1-10，1不曾如此—10總是如此）

（96）不知道 （98）拒答

【Q3 選（02）、（03）者】

Q69.請問您對最常收聽的廣播電臺滿意度？

_____（請填等距尺度1-10，1非常不滿意—10非常滿意）

（96）不知道 （98）拒答

【Q3 選（02）、（03）者】

Q70.請問您覺得最常收聽的廣播電臺所提供服務對您的重要性？

_____（請填等距尺度1-10，1完全不重要—10非常重要）

（96）不知道 （98）拒答

【Q3 選（02）、（03）者】

Q71.請問在過去12個月收聽廣播節目時，有沒有聽到令人反感或厭惡內容？

（單選）

（01）有 （02）沒有

【電視廣告】

【Q3 選（01）、（03）者】

Q72.請問您覺得以下哪些電視廣告播出情形對您造成困擾？（複選）

（01）太多廣告

（02）單一廣告太長

（03）兒童節目播出時段出現不合宜的廣告

（04）廣告比節目大聲、吵雜

（05）短時間一再重複出現的廣告

（06）惱人的贊助資訊

（07）廣告中出現反社會行為的內容

（94）其他_____（訪員請紀錄）

（90）都沒有

（96）不知道

【Q3 選（01）、（03）者】

Q73.請問您覺得以下哪些電視廣告類型對您造成困擾？（複選）

（01）貸款/借款廣告

（02）彩券廣告

（03）垃圾食物廣告

（04）酒類廣告

（05）勸募廣告

- (06) 信用卡廣告
- (07) 兒童玩具廣告
- (08) 政府廣告
- (09) 公共健康廣告
- (90) 都沒有
- (96) 不知道

【Q3 選 (01)、(03) 者】

Q74. 您認為電視頻道1小時內出現廣告的次數是否恰當？（單選）

- (01) 太多
- (02) 有點多
- (03) 剛好
- (04) 太少
- (05) 無所謂，沒感覺
- (96) 不知道

【Q3 選 (01)、(03) 者】

Q75. 您認為電視頻道廣告播出長度（電視節目播出過程中的插播廣告長度）是否合宜？（單選）

- (01) 太長
- (02) 有點長
- (03) 剛好
- (04) 太短
- (05) 無所謂，沒感覺
- (96) 不知道

【Q3 選 (02)、(03) 者】

Q76. 您認為廣播節目1小時內出現廣告的次數是否合宜？（單選）

- (01) 太多
- (02) 有點多

- (03) 剛好
- (04) 太少
- (05) 無所謂，沒感覺
- (96) 不知道

【Q3 選 (02)、(03) 者】

Q77. 您認為廣播節目廣告播出長度是否合宜？（單選）

- (01) 太長
- (02) 有點長
- (03) 剛好
- (04) 太短
- (05) 無所謂，沒感覺
- (96) 不知道

【電視/廣播節目管理與消費者/兒少保護】

【所有受訪者】

Q78. 請問您知不知道電視節目有相關規範？（決定哪些可播出、哪些無法播出）（單選）

- (01) 知道
- (02) 不知道

【Q78 選 (01) 者】

Q79. 整體而言您認為對電視節目的規範太多、太少或剛好？（單選）

- (01) 太多
- (02) 太少
- (03) 剛好
- (96) 不知道

【所有受訪者】

Q80. 您知道是哪個單位負責監理電視節目？（單選）

- (01) 國家通訊傳播委員會（NCC）
- (02) 文化部
- (03) 地方政府

- (04) 公視
- (05) 電視頻道業者
- (06) 廣告媒體代理商協會
- (07) 獨立研究機構
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

【所有受訪者】

Q81. 請問您知不知道廣播節目有相關規範？(決定哪些可播出、哪些無法播出) (單選)

- (01) 知道
- (02) 不知道

【Q81 選 (01) 者】

Q82. 整體而言您認為對廣播節目的規範太多、太少或剛好？(單選)

- (01) 太多
- (02) 太少
- (03) 剛好
- (96) 不知道

【所有受訪者】

Q83. 您知道是哪個單位負責監理廣播節目？(單選)

- (01) 國家通訊傳播委員會 (NCC)
- (02) 文化部
- (03) 地方政府
- (04) 廣播業者
- (05) 廣告媒體代理商協會
- (06) 獨立研究機構
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

【所有受訪者】

Q84. 若所有電視節目均須遵守播出之規定，您認為為何有這些規範？(複選)

- (01) 保護兒少
- (02) 保護所有人/公眾/觀眾/閱聽人
- (03) 維持節目標準
- (04) 限制攻擊性內容
- (05) 保護特定族群（年齡、性別、性向）
- (06) 限制暴力或反社會行為
- (07) 限制不當語言
- (08) 限制色情裸露內容
- (09) 節目時間/分水嶺
- (10) 保護弱勢群眾/有學習障礙者
- (11) 保護電視公司/電視臺
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

【所有受訪者】

Q85. 請問您認為下列何者該負主責，來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容？（單選）

- (01) 主要是父母責任
- (02) 主要是廣電業者的責任
- (03) 父母與廣電業者均負責
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

【Q3 選（01）、（03）者】

Q86. 請問在過去12個月觀看電視節目時，有沒有看到令人反感或厭惡的內容？（單選）

- (01) 有
- (02) 沒有

【Q86 選（01）者】

Q87. 是哪些類型內容讓您覺得討厭？（複選）

- (01) 色情
- (02) 暴力
- (03) 不當語言
- (04) 反社會行為
- (05) 裸露/秀出身體
- (06) 侵犯隱私/不尊重他人隱私
- (07) 種族歧視
- (08) 新聞報導內容不斷重複
- (09) 新聞報導語氣誇張激動
- (10) 性傾向歧視
- (11) 宗教歧視
- (12) 性別歧視
- (13) 政治/政黨宣傳
- (14) 身障歧視
- (15) 年齡歧視
- (16) 醜化補助金請領者
- (17) 低俗趣味
- (18) 殘害動物
- (19) 政治偏頗報導
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

【Q86 選（01）者】

Q88. 請指出讓您覺得厭惡的節目？（複選）

- (01) 連續劇
- (02) 單元劇
- (03) 紀錄片
- (04) 新聞節目
- (05) 電影

- (06) 時尚流行
- (07) 喜劇
- (08) 真人選秀
- (09) 廣告
- (10) 音樂MV
- (11) 兒童節目
- (12) 益智節目
- (13) 宗教節目
- (14) 運動節目
- (15) 政論節目
- (16) 綜藝節目
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

【Q86 選 (01) 者】

Q89. 當電視播出讓您覺得反感或厭惡的節目內容您會如何反應？(複選)

- (01) 轉臺
- (02) 關電視
- (03) 繼續看/不會有任何反應
- (04) 向他人抱怨
- (05) 向主管機關投訴 (信件/電話/e-mail/網路)
- (06) 向電視臺投訴 (信件/電話/e-mail/網路)
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

【Q3 選 (01)、(03) 者】

Q90. 電視節目關於「性」出現頻率，太多？太少？或可接受？(單選)

- (01) 太多 (02) 太少 (03) 可接受
- (96) 不知道

【Q3 選 (01)、(03) 者】

Q91. 電視節目有關「暴力」出現頻率，太多？太少？或可接受？（單選）

- (01) 太多 (02) 太少 (03) 可接受
- (96) 不知道

【Q3 選 (01)、(03) 者】

Q92. 電視節目有關「髒話」出現頻率，太多？太少？或可接受？（單選）

- (01) 太多 (02) 太少 (03) 可接受
- (96) 不知道

【Q3 選 (01)、(03) 者】

Q93. 如果您想觀看「色情」或「暴力」電視節目，您同意應只在成人付費訂閱頻道播出嗎？（單選）

- (01) 非常同意
- (02) 同意
- (03) 普通
- (04) 不同意
- (05) 非常不同意
- (96) 不知道/沒意見

【Q3 選 (01)、(03) 者】

Q94. 「色情」或「暴力」節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之，您同意嗎？（單選）

- (01) 非常同意
- (02) 同意
- (03) 普通
- (04) 不同意
- (05) 非常不同意
- (96) 不知道/沒意見

【Q3 選 (01)、(03) 者】

Q95.就您認為有害的電視節目內容有哪些？（複選）

- (01) 暴力
- (02) 色情
- (03) 不當語言
- (04) 反社會行為
- (05) 霸凌
- (06) 酗酒/抽菸/藥物濫用
- (07) 仇恨言語/行為
- (08) 自殘
- (09) 戰爭/戰爭報導/地方衝突/處決/災難
- (10) 自殺
- (11) 靈異超自然
- (12) 殘害動物
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

【Q95 選 (01)～(94) 者】

Q96.承上題，您看到後會如何回應？（複選）

- (01) 轉臺
- (02) 關電視
- (03) 繼續看
- (04) 向他人抱怨
- (05) 向主管機關投訴
- (06) 向電視臺投訴
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

【隱私保護】

【所有受訪者】

Q97.媒體不用經過公眾人物的同意就揭露他的隱私，您的看法？（單選）

- (01) 非常同意
- (02) 同意
- (03) 普通
- (04) 不同意
- (05) 非常不同意
- (96) 不知道/沒意見

【所有受訪者】

Q98.媒體不用經過一般人的同意就揭露他的隱私，您的看法？（單選）

- (01) 非常同意
- (02) 同意
- (03) 普通
- (04) 不同意
- (05) 非常不同意
- (96) 不知道/沒意見

【所有受訪者】

Q99.請問您認為下列何種管道，最常見未經同意揭露公眾人物隱私？（單選）

- (01) 報紙
- (02) 電視
- (03) 雜誌
- (04) 新聞網站或App
- (05) 電視臺網站或App
- (06) 其他網站或App
- (07) 廣播
- (08) 都很常見
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

【所有受訪者】

Q100. 請問您認為下列何種管道，最常見未經同意揭露一般大眾隱私？（單選）

（01）報紙

（02）電視

（03）雜誌

（04）新聞網站或App

（05）電視臺網站或App

（06）其他網站或App

（07）廣播

（08）都很常見

（94）其他_____（訪員請紀錄）

（96）不知道

【基本資料】

S3. 請問您現在的婚姻狀況？

- (01) 未婚 (02) 已婚 (03) 同居
(04) 已離婚/分居 (05) 配偶去世
(94) 其他
(96) 不知道
(98) 拒答

S4. 請問您的居住狀況？

- (01) 自有房屋 (02) 租屋 (96) 不知道 (98) 拒答

S5. 請問您的聯絡電話？

(委託單位NCC確認受訪用) _____

S6. 請問您的教育程度是？

- (01) 不識字 (02) 自修 (03) 小學
(04) 國中或初中 (05) 高中職(含五專前三年) (06) 專科
(07) 大學 (08) 碩士(及以上)
(96) 不知道 (98) 拒答

S7. 請問您的職業是？

- (01) 農、林、漁、牧業 (02) 礦業及土石採取業
(03) 製造業 (04) 電力及燃氣供應業
(05) 用水供應及污染整治業 (06) 營建工程業
(07) 批發及零售業 (08) 運輸及倉儲業
(09) 住宿及餐飲業
(10) 出版、影音製作、傳播及資通訊服務
(11) 金融及保險業 (12) 不動產業
(13) 專業、科學及技術服務業 (14) 支援服務業
(15) 教育業

- (16) 公共行政及國防/強制性社會安全
- (17) 醫療保健及社會工作服務業
- (18) 藝術、娛樂及休閒服務業
- (19) 其他服務業 (20) 家管
- (21) 學生 (22) 退休
- (23) 在找尋工作或等待恢復工作者
- (94) 其他_____
- (96) 不知道
- (98) 拒答

S8. 請問您個人平均每個月所有的（稅前）收入差不多有多少？（包括薪資、年終獎金、年節分紅、加班費、執行業務收入、自營收入、投資利息、房租、退休金、或父母/小孩給予的生活費等收入）

- (01) 無收入
- (02) 未滿1萬元
- (03) 1萬-未滿2萬元
- (04) 2萬-未滿3萬元
- (05) 3萬-未滿4萬元
- (06) 4萬-未滿5萬元
- (07) 5萬-未滿6萬元
- (08) 6萬-未滿7萬元
- (09) 7萬-未滿8萬元
- (10) 8萬-未滿9萬元
- (11) 9萬-未滿10萬元
- (12) 10萬-未滿11萬元
- (13) 11萬-未滿12萬元
- (14) 12萬-未滿13萬元
- (15) 13萬-未滿14萬元
- (16) 14萬-未滿15萬元
- (17) 15萬-未滿16萬元

- (18) 16萬-未滿17萬元
- (19) 17萬-未滿18萬元
- (20) 18萬-未滿19萬元
- (21) 19萬-未滿20萬元
- (22) 20萬-未滿30萬元
- (23) 30萬元及以上
- (96) 不知道
- (98) 拒答

S9. 請問您和家中同住家人的成員數（包含受訪者與兒童）？

- (94) _____人（訪員請記錄）
- (96) 不知道
- (98) 拒答

S10. 您和家中同住家人的16歲以下成員數？

- (94) _____人（訪員請記錄）
- (96) 不知道
- (98) 拒答

S11. 請問您或家中同住家人，有沒有領有身心障礙者手冊？

- (01) 「本人」領有身心障礙手冊
- (02) 「家人」領有身心障礙手冊
- (03) 本人與家人皆領有身心障礙手冊
- (04) 本人與家人皆無
- (96) 不知道
- (98) 拒答

S12. 請問您家中的設備擁有情形？（若有則在該選項前面打勾，並填上數量）

打勾	題號	設備名稱	數量	打勾	題號	設備名稱	數量
	13-1	市內電話			13-2	收音機	
	13-3	傳統手機(非智慧型手機)			13-4	智慧型手機	
	13-5	平板設備 (Ipad、GalaxyTab)			13-6	非連網電視	
	13-7	連網電視			13-8	桌上型電腦	
	13-9	筆記型電腦			13-10	配戴式終端(智慧型眼鏡、手錶等)	
	13-11	可連網的電視遊樂器材 (Wii、PlayStation 等)			13-12	可連網的掌上型遊樂器材 (任天堂 3DS、PSP 等)	
	13-13	可連網的攜帶型音樂播放器 (iPod 等)			13-14	可連網的家用電器 (電視以外如智慧冷氣、冰箱、掃地機器人等)	
	13-15	智慧音箱 (Google Home、Amazon Echo、小米小愛音箱、遠傳問問音箱等)			13-16	其他_____	

(96) 不知道【結束訪問】