106 年通訊傳播產業匯流

發展趨勢與調查委託研究案

案號：NCC-Y106-014

106 年匯流發展調查結果摘要報告

委辦單位：國家通訊傳播委員會

提案單位：財團法人台灣經濟研究院

中華民國 107 年 1 月

106 年委託研究報告

案號：NCC-Y106-014

通訊傳播產業匯流發展趨勢與調查委託研究案
匯流發展調查結果摘要報告

計畫主持人

王怡惠博士

研究人員

劉柏立、白卿芬、陳思豪、陳彥宇、

鄭椀予、梁曼嫻、徐千惠、汪瑤葳、鄭雅心、施翔云

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 107 年 1 月

目錄

圖目錄.....3

表目錄.....5

壹、 調查目的.....2

貳、 調查方法.....2

一、問卷設計.....2

二、調查對象與方法.....2

三、調查執行情形.....9

四、研究限制.....12

參、 匯流發展調查結果.....14

一、家中設備擁有情形.....14

二、主要收視來源與收看時數.....16

三、線上串流影音收看行為.....18

四、通訊傳播使用行為.....24

五、網路與共享創作影音平臺使用.....28

六、網路廣播收聽行為.....33

七、APP 使用行為.....35

八、行動支付使用行為.....37

九、新聞資訊獲取.....44

圖目錄

圖 1 在家中擁有那些設備.....14

圖 2 最主要的收視來源.....16

圖 3 每週透過電視機收視電視時數.....17

圖 4 是否觀看過線上串流影音.....18

圖 5 觀看線上串流影音之原因.....19

圖 6 是否訂閱付費線上串流影音.....19

圖 7 考慮停止訂閱付費線上串流影音服務.....22

圖 8 從事過的傳播活動（前十名）.....24

圖 9 一邊使用電視機、一邊使用其他終端收看電視節目資訊頻率25

圖 10 一邊用電視機觀看電視、一邊使用其他終端上網.....25

圖 11 家中由同一業者提供，同時購買享有優惠折扣的服務組合為何.....27

圖 12 是否曾觀賞線上共享創作影音平臺之內容.....28

圖 13 觀賞線上共享創作影音平臺之類型.....29

圖 14 哪一種說法最符合您對網路廣告的想法.....31

圖 15 避免看到網路廣告所採取步驟.....32

圖 16 民眾知悉可收聽網路即時廣播之方式.....33

圖 17 民眾收聽網路即時廣播的方式.....34

圖 18 應用程式使用情形（前十名）.....35
圖 19 最近 12 個月下載 APP 狀況.....36
圖 20 行動支付使用情形.....37
圖 21 使用行動支付服務類型.....39
圖 22 使用行動支付情境.....40
圖 23 行動支付使用原因.....41
圖 24 未使用行動支付的原因.....42
圖 25 行動支付的重要性.....43
圖 26 新聞資訊獲取之主要管道.....44
圖 27 認為最準確的新聞資訊管道.....45

表目錄

表 1 樣本配置 4

表 2 正式樣本執行狀況 5

表 3 匯流調查樣本檢定表 11

表 4 新聞來源公正重要性 46

表 5 不同新聞來源之公正程度 48

壹、 調查目的

數位經濟時代，消費者在通訊傳播市場之使用行為，除攸關整體通傳產業之商業經營、科技發展外，並已逐漸擴展與深化影響眾多其他產業，因此通傳產業之發展與國家整體經濟走向亦將愈加緊密難分，此由其他國家如英國通訊傳播局(Office of Communications，Ofcom)、日本總務省、韓國放送通訊委員會(Korea Communications Commission, KCC)與新加坡資通訊媒體發展管理局(Info-communications Media Development Authority of Singapore, IMDA)等亦長期辦理此類消費者端定期追蹤調查，而更顯示此類資訊之重要性。

本調查研究目的在於藉由全面性且深入之需求面調查，獲取細緻客觀描繪消費者行為偏好圖像之資訊，以掌握數位經濟時代下之各項消費行為、創新應用等重要發展動態，作為擘劃通傳市場及法規政策走向評估之量化參考數據。

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，並配合國內匯流發展現況予以調整設計問卷。

二、 調查對象與方法

（一） 調查對象

以臺灣本島（不含金門縣及連江縣）為訪問區域。並以年齡在 16 歲及以上（民國 90 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)[1]抽樣法，於第一及第二階段依照各區域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。

[1]抽取率與單位大小成比例 (probabilities proportional to size, PPS)

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，使原來的七個分層合併為五個分層[2]。實際成功樣本數為 30 人。

2. 正式調查

正式面訪調查採分層三階段 PPS 抽樣法，使母體中的每個人都有一個不為零（non-zero）的中選機會，預計完成 1,100 份樣本。採用的抽樣分層，是依據人文區位的人口結構及經濟變項，將臺灣 358 個鄉鎮市區分為七個層級。為求實務調查之便利性，在抽樣執行時，合併了都市化層級最低的第六層與第七層，而以六個層級作為本次調查的抽樣分層架構[3]。

各階段的抽樣單位，茲說明如下：第一抽出單位：鄉鎮市區；第二抽出單位：村里或集群村里；最後則將於抽出村里的人口聚集處設置訪問點。實際抽樣執行時亦利用分層三階段 PPS 抽樣法進行抽樣。第一階段抽樣是依照 PPS 之原則抽出中選鄉鎮。惟在此階段抽樣時，考量第四層至第六層地屬偏遠，常致召募訪員不易及訪員流動大之問題，故在本階段抽出鄉鎮後，即在中選鄉鎮內合併數個村里為單一集群村里，成為新抽取單位[4]。第二階段抽樣則是在每一中選鄉鎮市區內，依循 PPS 原則抽取村里或集群村里。最後，第三階段在每中選一村里中再採用便利抽樣完成受訪樣本，預計抽得 1,100 份樣本。

在所有正式訪問的受訪個案完訪後，即利用內政部所提供之 106 年度 08 月份的人口統計資料進行樣本代表性檢定，查核中選樣本的個人人口特徵分佈與母體人口結構的一致性。檢定項目包括：（1）性別，（2）年齡層，（3）戶籍地。

---

[2] 預試調查先以侯佩君等人(2008)建立的七個鄉鎮市區發展類型作為抽樣分層的分類基礎，分別是：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，並將後面三層即「第五層、第六層及第七層」合併為一層。地區定義-北部： 台北市、新北市、基隆市、桃園縣、新竹縣市、苗栗縣、宜蘭縣；中部：台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣市；南部：台南市、 高雄市、屏東縣。第一、二層訪問北部地區；第三、四層訪問南部地區；第五層訪問中部地區。

[3] 正式調查同樣是採用侯佩君等人（2008）建立的七個鄉鎮市區發展類型作為抽樣分層的分類基礎

[4] 為有效降低訪員流動率、提升訪問資料的品質，本面訪調查的抽樣設計是採單一年度面訪調查固定初抽單位（primany sampling units）制度。依此制度的設計，當年度所有橫斷式（cross-sectional）面訪調查的第一初抽單位都採用同一中選鄉鎮，而第四層至第六層也採用相同的集群村里進行訪問

3. 樣本配置

依委託單位需求，問卷至少完成 1,100 份有效樣本，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 1 樣本配置

地理分層	分層	16 歲以上人口	人口比例（%）	樣本配置
北北基宜	第 1 層	1,239,417	19.20	69
	第 2 層	3,174,497	49.18	177
	第 3 層	1,636,963	25.36	91
	第 4 層	404,452	6.27	23
	小計	6,455,329	32.71	360
桃竹苗	第 1 層	1,123,077	36.74	63
	第 2 層	1,410,463	46.15	78
	第 3 層	523,045	17.11	29
	小計	3,056,585	15.49	170
中彰投	第 1 層	897,458	23.18	50
	第 2 層	1,260,111	32.55	70
	第 3 層	1,274,413	32.92	71
	第 4 層	439,835	11.36	25
	小計	3,871,817	19.62	216
雲嘉南	第 1 層	918,945	31.49	51
	第 2 層	1,215,305	41.65	68
	第 3 層	783,996	26.87	44
	小計	2,918,246	14.79	163
高屏澎	第 1 層	858,291	29.01	48
	第 2 層	983,770	33.25	55
	第 3 層	1,116,511	37.74	62
	小計	2,958,572	14.99	165
花東	第 1 層	252,539	52.97	14
	第 2 層	224,240	47.03	13
	小計	476,779	2.42	27
總數		19,737,328	100.00	1,100

（三） 調查時間

自民國 106 年 08 月 17 日至 10 月 05 日於抽出之訪問區域進行訪問。

表 2 正式樣本執行狀況

中選的鄉鎮市區	每單位預計完成數（共 1,100 份）	實際完成數(1,140 份)
新北市永和區	18	21
臺北市大安區	18	18
臺北市松山區	16	16
臺北市萬華區	16	16
新北市三重區	20	20
新北市中和區	20	20
新北市新莊區	20	20
新北市蘆洲區	20	20
臺北市中山區	20	20
臺北市內湖區	20	20
臺北市文山區	20	20
臺北市北投區	20	20
臺北市南港區	20	20
宜蘭縣羅東鎮	18	18
基隆市七堵區	18	18
基隆市中正區	18	18
新北市五股區	18	18
新北市汐止區	18	18
宜蘭縣冬山鄉	22	23
桃園市中壢區	22	22
桃園市桃園區	22	21
新竹市東區	22	22
桃園市平鎮區	20	20
桃園市蘆竹區	20	22
新竹縣新豐鄉	20	20
新竹縣湖口鄉	20	20
苗栗縣通霄鎮	14	14
苗栗縣後龍鎮	14	14
臺中市西屯區	16	16

中選的鄉鎮市區	每單位預計完成數（共 1,100 份）	實際完成數(1,140 份)
臺中市北屯區	16	16
臺中市西區	16	16
彰化縣員林鎮	18	18
彰化縣彰化市	18	18
臺中市豐原區	18	18
臺中市太平區	18	18
南投縣草屯鎮	18	18
南投縣南投市	18	18
彰化縣鹿港鎮	18	18
臺中市霧峰區	18	18
南投縣竹山鎮	24	24
臺南市仁德區	18	18
臺南市善化區	18	18
臺南市北區	18	18
雲林縣斗六市	16	20
嘉義市東區	16	17
雲林縣虎尾鎮	16	16
嘉義縣水上鄉	16	17
臺南市白河區	22	22
雲林縣莿桐鄉	22	22
高雄市苓雅區	16	16
高雄市三民區	16	16
高雄市鳳山區	16	16
屏東縣屏東市	18	18
高雄市大社區	18	18
高雄市岡山區	18	18
屏東縣鹽埔鄉	20	20
屏東縣里港鄉	20	38
高雄市大樹區	20	21
臺東縣臺東市	7	9
花蓮縣花蓮市	7	10
臺東縣卑南鄉	6	8
臺東縣太麻里鄉	6	9

中選的鄉鎮市區	每單位預計完成數（共 1,100 份）	實際完成數（1,131 份）
新北市永和區	18	21
臺北市大安區	18	18
臺北市松山區	16	16
臺北市萬華區	16	16
新北市三重區	20	20
新北市中和區	20	20
新北市新莊區	20	20
新北市蘆洲區	20	20
臺北市中山區	20	20
臺北市內湖區	20	20
臺北市文山區	20	20
臺北市北投區	20	20
臺北市南港區	20	20
宜蘭縣羅東鎮	18	18
基隆市七堵區	18	18
基隆市中正區	18	18
新北市五股區	18	18
新北市汐止區	18	18
宜蘭縣冬山鄉	22	23
桃園市中壢區	22	22
桃園市桃園區	22	21
新竹市東區	22	22
桃園市平鎮區	20	20
桃園市蘆竹區	20	22
新竹縣新豐鄉	20	20
新竹縣湖口鄉	20	20
苗栗縣通霄鎮	14	14
苗栗縣後龍鎮	14	14
臺中市西屯區	16	16
臺中市北屯區	16	16
臺中市西區	16	16
彰化縣員林鎮	18	18
彰化縣彰化市	18	18
臺中市豐原區	18	18

中選的鄉鎮市區	每單位預計完成數（共 1,100 份）	實際完成數(1,140 份)
臺中市太平區	18	18
南投縣草屯鎮	18	18
南投縣南投市	18	18
彰化縣鹿港鎮	18	18
臺中市霧峰區	18	18
南投縣竹山鎮	24	24
臺南市仁德區	18	18
臺南市善化區	18	18
臺南市北區	18	18
雲林縣斗六市	16	20
嘉義市東區	16	17
雲林縣虎尾鎮	16	16
嘉義縣水上鄉	16	17
臺南市白河區	22	22
雲林縣莿桐鄉	22	22
高雄市苓雅區	16	16
高雄市三民區	16	16
高雄市鳳山區	16	16
屏東縣屏東市	18	18
高雄市大社區	18	18
高雄市岡山區	18	18
屏東縣鹽埔鄉	20	20
屏東縣里港鄉	20	38
高雄市大樹區	20	21
臺東縣臺東市	7	9
花蓮縣花蓮市	7	10
臺東縣卑南鄉	6	8
臺東縣太麻里鄉	6	9

三、 調查執行情形

（一） 調查說明

在正式執行前，於 106 年 7 月著手問卷相關準備工作，106 年 7 月 27 日至 106 年 7 月 31 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 106 年 8 月 17 日正式開始執行調查，實施期程說明如下：

1. 準備期：自 106 年 7 月 1 日至 7 月 31 日。
2. 調查期：第一階段調查期自 106 年 7 月 27 日至 7 月 31 日
   第二階段調查期自 106 年 8 月 17 日至 9 月 30 日。
3. 核閱期：自 106 年 10 月 1 日至 10 月 05 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。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，$\frac{N_i}{N}\Big/\frac{n_i'}{n}$，$N_i$ 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. 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。

3. 交叉分析及卡方檢定（Cross Analysis & 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：

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

4. 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，

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

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

（四） 調查樣本結構

截至 106 年 10 月 5 日止，已完成本案調查之執行與核閱，匯流發展調查共完成 1,140 個有效樣本，調查樣本結構如表。

表 3 匯流調查樣本檢定表

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	**20,065,531**	**100.0%**	**1,140**	**100.0%**	**1,140**	**100.0%**		
性別							卡方值為0.07，p-value=0.78，在5%顯著水準下，樣本與母體性別分配無顯著差異。	卡方值為0.000，p-value=0.999，在5%顯著水準下，樣本與母體性別分配無顯著差異。
男	9,902,186	49.3%	558	48.9%	563	49.3%		
女	10,163,345	50.7%	582	51.1%	577	50.7%		
年齡								
16-24歲	2,731,710	13.6%	317	27.8%	155	13.6%	卡方值為340.488，p-value=0.000，在5%顯著水準下，樣本與母體年齡分配有顯著差異。	卡方值為0.015，p-value=0.999，在5%顯著水準下，樣本與母體年齡分配無顯著差異。
25-34歲	3,311,796	16.5%	277	24.3%	190	16.6%		
35-44歲	3,864,576	19.3%	211	18.5%	219	19.2%		
45-54歲	3,640,882	18.1%	181	15.9%	206	18.1%		
55歲以上	6,516,567	32.5%	154	13.5%	369	32.4%		
縣市別								
新北市	3,442,652	17.2%	157	13.8%	195	17.1%	卡方值為201.825，p-value=0.000，在5%顯著水準下，樣本與母體縣市別分配有顯著差異。	卡方值為1.666，p-value=.999，在5%顯著水準下，樣本與母體縣市別分配無顯著差異。
臺北市	2,290,072	11.4%	136	11.9%	134	11.8%		
桃園市	1,817,866	9.1%	81	7.1%	97	8.5%		
臺中市	2,339,571	11.7%	82	7.2%	133	11.6%		
臺南市	1,632,805	8.1%	76	6.7%	97	8.5%		
高雄市	2,409,968	12.0%	105	9.2%	131	11.5%		
宜蘭縣	395,981	2.0%	39	3.4%	25	2.2%		
新竹縣	452,493	2.3%	43	3.8%	27	2.4%		
苗栗縣	475,781	2.4%	29	2.5%	28	2.4%		
彰化縣	1,096,957	5.5%	61	5.4%	63	5.5%		
南投縣	440,276	2.2%	63	5.5%	26	2.3%		
雲林縣	601,478	3.0%	52	4.6%	34	3.0%		
嘉義縣	456,056	2.3%	20	1.8%	25	2.2%		
屏東縣	731,356	3.6%	79	6.9%	42	3.7%		
臺東縣	190,803	1.0%	23	2.0%	11	1.0%		
花蓮縣	285,751	1.4%	13	1.1%	15	1.4%		
澎湖縣	91,128	0.5%	2	0.2%	4	0.4%		
基隆市	328,159	1.6%	32	2.8%	20	1.7%		
新竹市	358,228	1.8%	25	2.2%	20	1.8%		
嘉義市	228,150	1.1%	22	1.9%	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10608各村（里）戶籍人口結構資料。

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消費行為，我國首次由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與調查，規劃採取面訪方式，以臺灣本島（不含金門縣及連江縣）為訪問區域，並以年齡在 16 歲及以上（民國 90 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，本調查需完成 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台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） 樣本回收限制

本調查問卷題數 107 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。同時考量調查期間正值夏季、且問卷題數多，故又選擇有冷氣的場所進行訪問。

然而此次問卷調查內容相當專業，年紀較大受訪者不易理解，即便訪員花更多時間與心力不斷重複進行說明，仍無法增加其受訪意願，與其他年紀較輕族群相較，年紀較大的受訪者拒訪機率高，或是中途拒訪的情況相對較嚴重。故本次調查 55 歲以下成功受訪者的比例較高。

（三） 樣本推論之限制

如前述，本次調查願意回答受訪者以 55 歲以下占大多數，而就目前 55 歲以上之台灣民眾占總人口數比約為 32%，故加權後，55 歲以上樣本的權數放大約 2.4 倍，惟超過一定年齡之長者族群，對於匯流新媒體之看法與熟悉度意見較一致，即便權數增大仍能反映該群體之整體意見，權數放大倍數後獲致結果仍屬合理。雖然團隊已盡力控樣，但受限於時間，此次樣本年齡控制仍未盡完善，故整體而言，此次調查於資料解讀上宜為意向性分析。

參、匯流發展調查結果

一、　家中設備擁有情形

（一）家中設備擁有情形

1. 整體分析

調查顯示，我國 16 歲以上民眾中有 79.6%家中擁有智慧型手機，擁有一般電視為 63.3%，擁有桌上型電腦為 52.0%，擁有數位電視機上盒占 40.9%，持有筆記型電腦及平板電腦的民眾分別各占 39.3%及 31.4%。

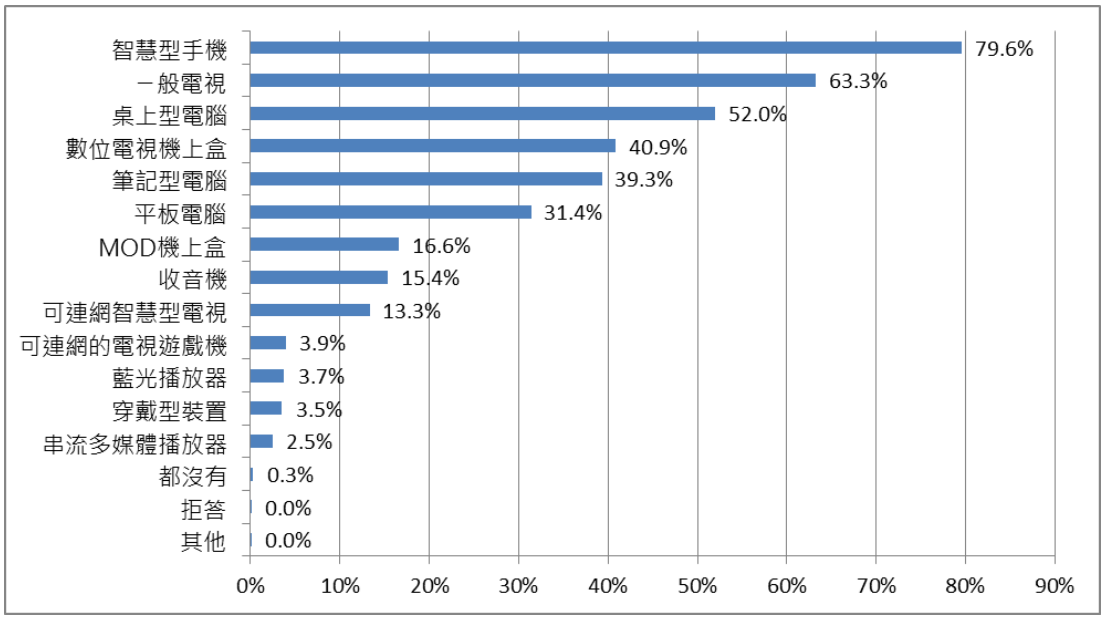

圖 1 在家中擁有那些設備

Base：（N= 1,140，複選）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，智慧型手機的擁有率，宜花東（83.3%）、中彰投（82.8%）、雲嘉南（82.2%）以及桃竹苗（81.4%）已有高達 8 成以上的民眾持有；一般電視持有率方面，以中彰投（69.9%）、雲嘉南（69.6%）、北北基（61.5%）、桃竹苗（61.2%）較高；擁有桌上型電腦以雲嘉南（61.9%）、桃竹苗（57.1%）、高屏澎（51.7%）的民眾較高。

家中使用設備的情形，智慧型手機的使用率以雲嘉南（77.8%）、宜花東（77.4%）、中彰投（76.6%）為高；一般電視方面，以雲嘉南（63.0%）、中彰投（60.1%）、北北基（54.6%）地區民眾的使用率較高；桌上型電腦使用率較高的地區分別為桃竹苗（46.4%）、雲嘉南（44.8%）、北北基（36.0%）。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，在智慧型手機的擁有率，男性為 79.8%、女性為 79.3%；一般電視持有率方面，男性為 65.2%、女性為 61.4%；擁有桌上型電腦的民眾，男性為 49.8%、女性為 54.1%。

家中使用設備的情形，智慧型手機的使用率，男性為 75.2%、女性為 75.2%；一般電視方面，男性為 57.1%、女性為 54.7%；桌上型電腦使用率，男性為 38.4%、女性為 36%。

依各**年齡層**區分，在智慧型手機的擁有率，以 35-44 歲（89.1%）、16-24 歲（83.8%）、25-34 歲（82.8%）的民眾較高；一般電視持有率方面，以 55 歲以上（74.1%）、45-54 歲（61.2%）、25-34 歲（58.7%）較高；擁有桌上型電腦以 16-24 歲（63.4%）、25-34 歲（56.8%）、35-44 歲（52.8%）的民眾較高。

各年齡層家中使用設備的情形，智慧型手機的使用率以 35-44 歲(86.4%)、16-24 歲(82.3%)、45-54 歲(80.4%)為高；一般電視方面，以 55 歲以上(66.7%)、45-54 歲（52.6%)、25-34 歲（51.9%）民眾的使用率較高；桌上型電腦使用率較高的民眾分別為 16-24 歲（53.1%）、35-44 歲（48.2%）、25-34 歲（46.2%）。

依**婚姻狀況**區分，在家中擁有的設備，智慧型手機的擁有率為未婚者 81.5%、已婚者 80.1%、鰥寡/分居者 69.2%；一般電視方面，為未婚者 54.7%、已婚者 68.7%、鰥寡/分居者 70.7%；桌上型電腦持有率為未婚者 53.9%、已婚者 51.7%、鰥寡/分居者 46.0%。

家中使用設備的情形，智慧型手機的使用率為未婚者 78.8%、已婚者 74.7%、鰥寡/分居者 64.1%；一般電視方面，為未婚者 47.1%、已婚者 62%、鰥寡/分居者 58.3%；桌上型電腦使用率為未婚者 44.0%、已婚者 34.4%、鰥寡/分居者 28.9%。

二、　主要收視來源與收看時數

（一）收視的主要來源

1.整體分析

最主要的收視來源方面，以有線電視占 64.4%為最高，其次為中華電信 MOD 占 16.9%，以及無線電視占 15.3%。

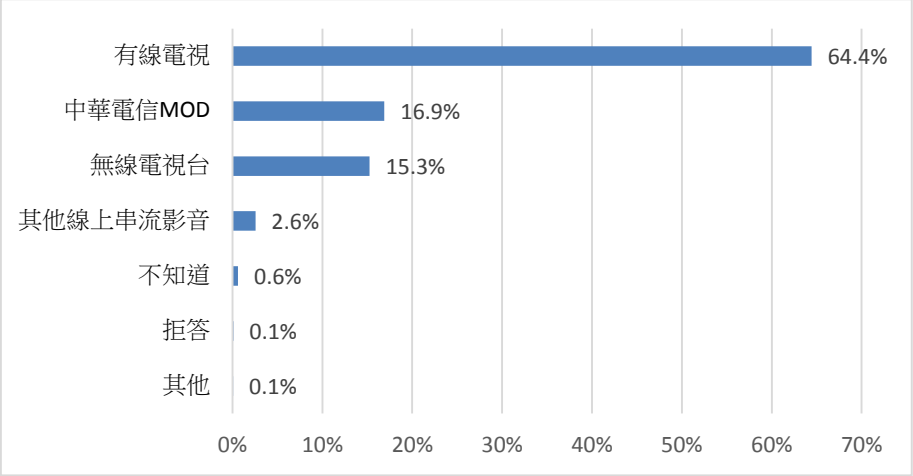

圖 2 最主要的收視來源

Base：（N=880）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，最主要收視來源方面，有線電視以宜花東（78.6%）、雲嘉南（68.2%）、桃竹苗（67.6%）為高；中華電信 MOD 以桃竹苗（25.4%）、中彰投（18.8%）、雲嘉南（16.4%）地區民眾較高；無線電視較高地區分別為高屏澎(33.4%)、北北基（16.4%）、中彰投（13.7%）。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，以有線電視為最主要收視來源，男性為 62.2%、女性為 66.6%；中華電信 MOD 男性為 19.0%、女性為 14.9%；無線電視男性為 15.6%、女性為 14.9%。

依各**年齡層**區分，以有線電視為最主要收視來源，25 歲以上均達 6 成以上，55 歲以上（71.2%）最高，45-54 歲為 68.8%、35-44 歲 61.8%；中華電信 MOD 以 16-24 歲（36.4%）最高，其次為 35-44 歲（18.5%）及 25-34 歲（16.9%）；無線電視分別為 55 歲以上 19.3%、25-34 歲 15.0%、35-44 歲 13.9%。

依**婚姻**狀況區分，比較不同婚姻狀況最主要收視來源，有線電視為未婚者（57.4%）、已婚者（66.2%），鰥寡/分居者（91.0%）最高；中華電信 MOD 為未婚者 22.6%、已婚者 14.3%、鰥寡/分居者 3.9%；無線電視為未婚者 15.6%、已婚者 16.6%、鰥寡/分居者 5.1%。

（二）每週透過電視收看電視時數

1. 整體分析

調查結果顯示，民眾每週透過電視機收看電視節目時間，以 14 小時為最多，占 10.1%，21 小時占 9.2%，20 小時則占了 7.5%。平均為 19.11 小時。

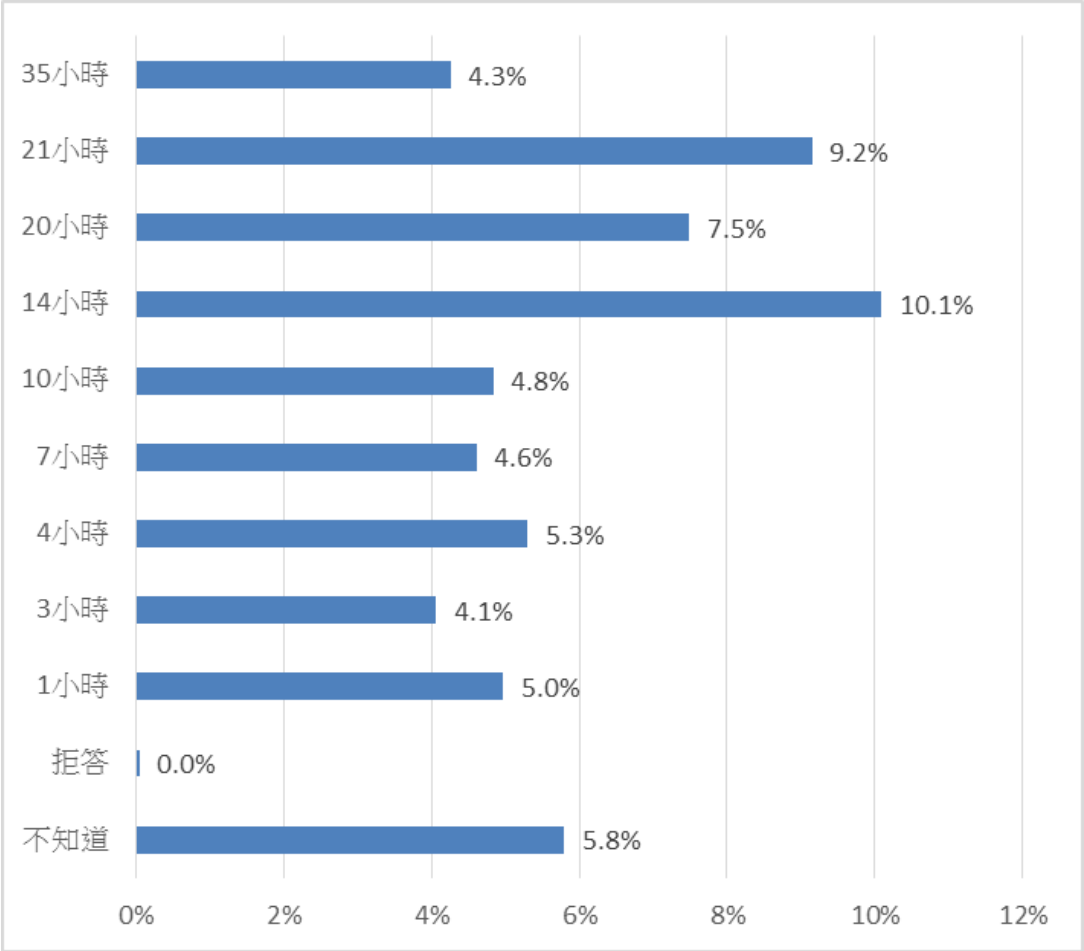

圖 3 每週透過電視機收視電視時數

Base: (N=880)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

不同區域每週看電視節目的時間，雲嘉南（22.52 小時）及宜花東（22.98 小時）地區的民眾平均每週皆超過 20 小時，而中彰投（15.70 小時）地區的民眾平均每週觀看電視節目的時間則最少。

（2）基本差異分析

不同性別每週看電視節目的時間，女性（19.38 小時）平均每週觀看的時間高於男性（18.82 小時）。

不同年齡每週看電視節目的時間，以 55 歲以上的民眾最高（24.94 小時），而 16-24 歲的民眾平均每週觀看電視節目的時間則最少（10.72 小時）。

不同婚姻狀況每週看電視節目的時間，未婚者、已婚者及鰥寡/分居者平均每週分別觀看 13.5 小時、21.68 小時、31.84 小時。

三、 線上串流影音收看行為

（一） 看過線上串流影音之民眾，線上串流影音收視情形

1. 整體分析

我國有 30.8%的民眾曾收視過線上串流影音（含付費、免付費之視訊服務），願意觀賞的原因主要為收看時間較具彈性（55.6%）、錯過電視首播（27.2%）、家人或朋友推薦（27.0%）。民眾平均每週觀看線上串流影音時間為 13.60 小時。另外，我國有 19.8%訂閱付費的線上串流影音。

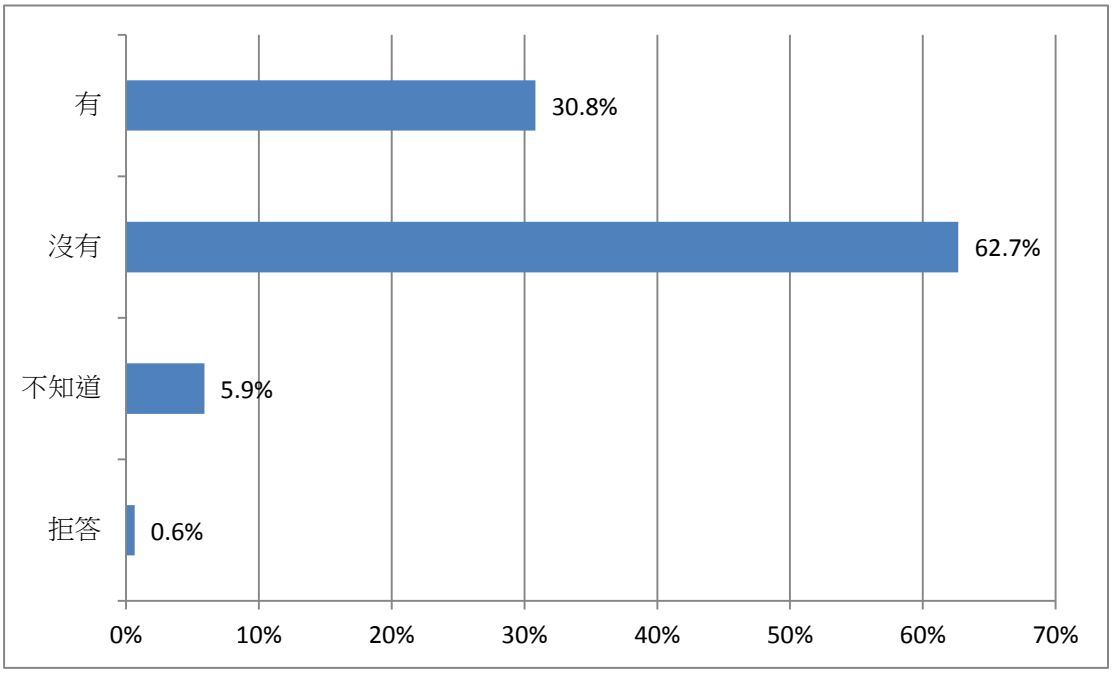

圖 4 是否觀看過線上串流影音

Base: (N=1,137)

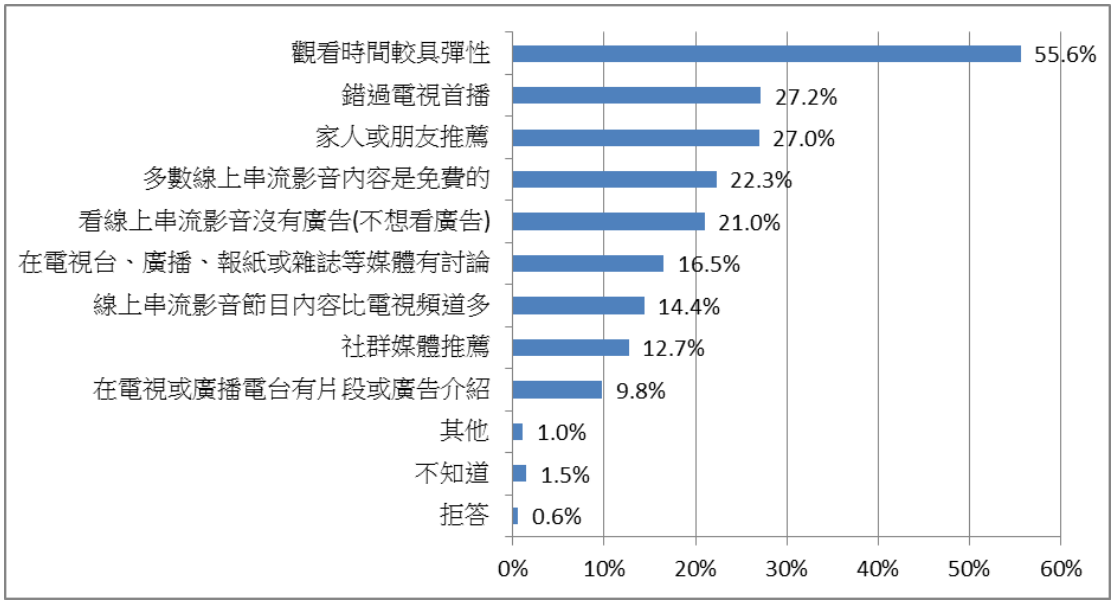

圖 5 觀看線上串流影音之原因

Base: (N=350，複選)

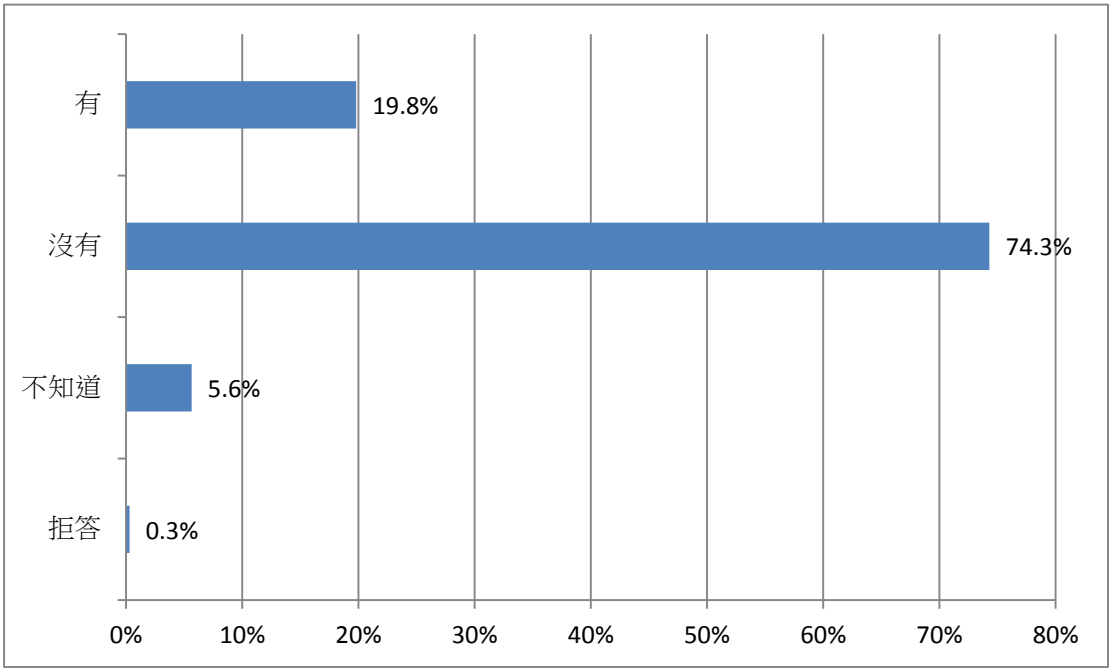

圖 6 是否訂閱付費線上串流影音

Base: (N=350)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，是否曾觀看及訂閱線上付費的串流影音，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，桃竹苗（40.4%）、高屏澎（33.7%）及宜花東（33.4%）地區的民眾曾收視過線上串流影音的比例最高。各區域願意觀賞的原因，皆以觀看時間較具彈性為主。

進一步分析，時間較具彈性以宜花東(65.2%)、北北基(59.5%)、高屏澎(55.4%)為高；錯過電視首播以雲嘉南（36.8%）、高屏澎（34.2%）、桃竹苗（33.6%）地區民眾較高；家人或朋友推薦較高的地區為高屏澎（48.4%）、北北基（29.9%）、雲嘉南（21.5%）。不同區域平均每週觀看時間，以宜花東地區的民眾最高（25.02小時），其次為高屏澎地區的民眾（16.6 小時）。

各區域訂閱付費線上串流影音，桃竹苗地區的民眾訂閱的比例最高(29.6%)，其次為高屏澎地區的民眾（22.8%）。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，是否曾觀看線上串流影音，於年齡層及婚姻狀況達顯著差異。

依**性別**區分，收視線上串流影音，男性曾收視過線上串流影音的比例(31.6%)略高於女性（30.0%）。

無論男性或女性願意觀賞的原因，皆為觀看的時間較具彈性為主（分別為53.0%及 58.3%）；進一步分析，錯過電視首播在男性為 20.3%、女性為 34.3%，家人或朋友推薦在男性為 26.2%、女性為 27.9%。平均每週觀看時間，男性觀看線上串流影音的時間（14.80 小時）高於女性（12.29 小時）。

訂閱付費線上串流影音，男性或女性並無太大差異，其比例男性為 19.7%、女性為 19.9%。

依各**年齡層**區分，收視線上串流影音，25-34 歲曾收視過的比例最高(50.4%)。觀賞的原因，各年齡皆以觀看的時間較具彈性為主；進一步分析，時間較具彈性以 25-34 歲（62.1%）、55 歲以上（55.6%）、35-44 歲（54.5%）為高；錯過電視首播以 35-44 歲（36.6%)、16-24 歲(31.9%)、25-34 歲（25.5%）民眾較高；家人或朋友推薦較高的民眾為 25-34 歲（29.7%）、55 歲以上（28.7%）、35-44 歲（28.4%）。

不同年齡平均每週觀看時間，以 55 歲以上的民眾觀看線上串流影音的時間最高（20.91 小時），其次為 16-24 歲的民眾（14.03 小時）。另外，各年齡訂閱付費線上串流影音，在表示有訂閱方面以 25-34 歲（24.6%）、35-44 歲（24.3%）較高。

依**婚姻**狀況區分，收視線上串流影音，表示收視過方面，未婚者（47.9%）高於已婚者（21.6%）及鰥寡/分居者（10.1%）。

不同婚姻狀況願意觀賞的原因，未婚者（56.4%）及已婚者（54.8%）皆以觀

看的時間較具彈性為主，而鰥寡/分居者則是因為內容多為免費；此外，錯過電視首播在未婚者、已婚者及鰥寡分居者的比例分別為 26.9%、29.4%及 15.4%；而家人或朋友推薦則分別為 29.5%、25.1%及 15.4%。

不同婚姻狀況平均每週觀看時間，已婚者觀看線上串流影音的時間（15.13 小時）高於未婚者（13.05 小時）及鰥寡/分居者（8.38 小時）。另外，不同婚姻狀況訂閱付費線上串流影音，表示有訂閱方面，未婚者(24.0%)高於已婚者(11.5%)及鰥寡/分居者（15.4%）。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾是否曾觀看線上串流影音，於個人平均月收入、教育程度、職業達顯著差異；觀看線上串流影音的時數，於居住狀況及達顯著差異。

依**個人平均月收入**區分，收視線上串流影音，以 3 萬-未滿 4 萬元的民眾比例最高（42.7%）。無論收入高低願意觀賞的原因，皆以觀看時間具彈性為主，其中月收入 6 萬元以上的民眾比例最高（70.1%）；進一步分析，錯過電視首播以 2 萬-未滿 3 萬元（36.7%）、1 元-未滿 2 萬元（33.8%）、6 萬元以上（27.9%）較高；家人或朋友推薦較高的民眾為 3 萬-未滿 4 萬元(34.3%)，1 元-未滿 2 萬元(33.6%)、6 萬元以上（31.0%）。

不同個人平均月收入平均每週觀看時間，個人月收入 2 萬-未滿 3 萬元的民眾觀看線上串流影音的時數最高（16.83 小時），其次為月收入 1 元-未滿 2 萬元的民眾（16.38 小時）。另外，不同個人平均月收入訂閱付費線上串流影音，表示有訂閱方面，以 6 萬元以上（30.9%）的民眾比例較高。

依**教育程度**區分，收視線上串流影音，表示有收視者，以大學程度的民眾比例最高，達 46.8%。

各教育程度觀賞的原因，除小學以下程度的民眾主要為線上串流影音沒有廣告（80.1%），國中程度民眾以錯過電視首播為主外（57.0%），其他民眾主要為觀看時間較具彈性，其中又以大學程度的民眾比例最高（63.0%）。不同教育程度平均每週觀看時間，小學以下觀看線上串流影音的時數最高（24.03 小時），其次為高中職程度的民眾（15.22 小時）。另外，各教育程度訂閱付費線上串流影音，表示有訂閱方面，以碩士以上程度的民眾比例最高（40.2%）。

依**職業**區分，收視線上串流影音，表示曾收視過民眾，以出版、影音製作、傳播及資通訊服務（64.4%）和藝術、娛樂及休閒服務業（54.0%）、運輸及倉儲業（52.1%）較高。

觀賞的原因，除營建工程業以錯過電視首播為主(43.2%)，出版、影音製作、傳播及資通訊服務業（68.2%）及支援服務業（46.5%）家人或朋友推薦為主外，其他民眾皆主要為觀看時間較具彈性。

平均每週觀看時間，不動產業、公共行政及國防業、家管、學生、支援服務業、營建工程業與待業者觀看線上串流影音的時數較高，皆高於 15 小時。另外，不同職業訂閱付費線上串流影音，表示有訂閱方面，以醫療保健及社會工作服務業（40.6%）、製造業（37.5%）和專業、科學及技術服務業（34.0%）較高。

（二）未來 12 個月是否考慮停止訂閱付費線上串流影音服務

1. 整體分析

在是否考慮停止訂閱付費線上串流影音服務方面，表示不考慮者為 53.1%較高，考慮者則為 13.6%。

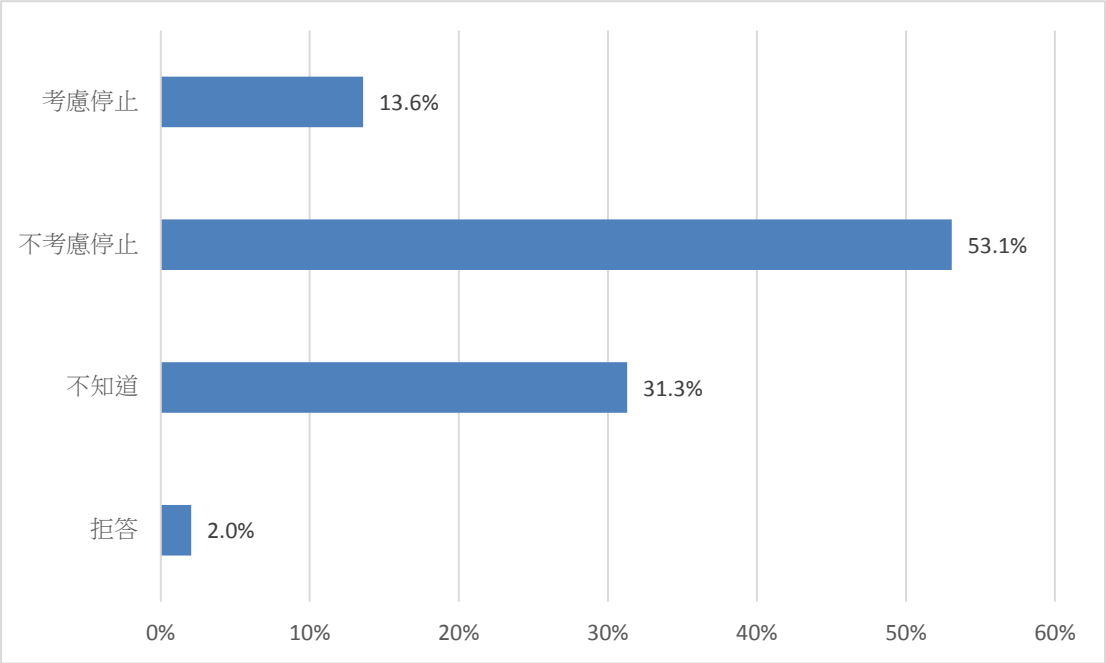

圖 7 考慮停止訂閱付費線上串流影音服務

Base: (N=268)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

比較各區域是否考慮停止訂閱付費線上串流影音服務，桃竹苗（66.4%）、北北基（57.0%）、中彰投（50.5%）的民眾表示不考慮停訂較高；受訪者表示會考慮，以雲嘉南（(20.3%）、高屏澎（17.7%）、桃竹苗（15.3%）較高。

（2）基本差異分析

比較不同性別考慮停止訂閱付費線上串流影音服務，表示不會考慮者，男性為 55.1%、女性為 50.7%；表示會考慮者，男性為 13.6%、女性亦為 13.6%。

各年齡層考慮停止訂閱付費線上串流影音服務，在表示不會方面，以 55 歲以上（69.4%)、35-44 歲（62.5%）、25-34 歲（52.0%）的民眾較高；在表示會考慮方面，以 45-54 歲（20.8%）、16-24 歲（15.9%）、35-44 歲（15.7%）較高。

不同婚姻狀況考慮是否停止訂閱付費線上串流影音服務，表示不會者為未婚者 54.9%、已婚者 51.7%、鰥寡/分居者 22.4%；表示會考慮方面，為未婚者 12.1%、已婚者 15.4%、鰥寡/分居者 27.3%。

（3）社會經濟身分差異分析

依個人平均月收入分析是否考慮停止訂閱付費線上串流影音服務，在表示不會方面，以 5 萬-未滿 6 萬元（72.8%）、6 萬元以上（62.2%）、2 萬-未滿 3 萬元（59.4%）的民眾較高；表示會考慮方面，以 5 萬-未滿 6 萬元（21.5%）、4 萬-未滿 5 萬元（16.4%）、3 萬-未滿 4 萬元（16.0%）較高。

比較各居住狀況考慮停止訂閱付費線上串流影音服務，在表示不會方面，租屋者為 52.0%、自有房屋者為 53.9%；表示會考慮方面，租屋者為 15.7%、自有房屋者為 13.5%。

各教育程度考慮停止訂閱付費線上串流影音服務，在表示不會方面，以國中或初中（84.2%）、專科(63.4%）的民眾較高；表示會考慮方面，以碩士及以上（18.7%）、專科（16.6%）、大學（11.5%）較高。

比較各職業考慮停止訂閱付費線上串流影音服務，在表示不會方面，以出版/影音製作/傳播及資通訊服務（100.0%）、退休（100.0%）、支援服務業（91.9%）的民眾較高；而表示會考慮停訂比例高於不會停訂者，為農、林、漁、牧業（81.5%）和電力及燃氣供應業（33.7%）、金融及保險業（30.2%）。

四、 通訊傳播使用行為

（一）從事通訊傳播活動

1. 整體分析

有關民眾從事之通訊傳播活動，以使用社群媒體（77.6%）、講電話（75.8%）、看電視（63.5%）為最多。

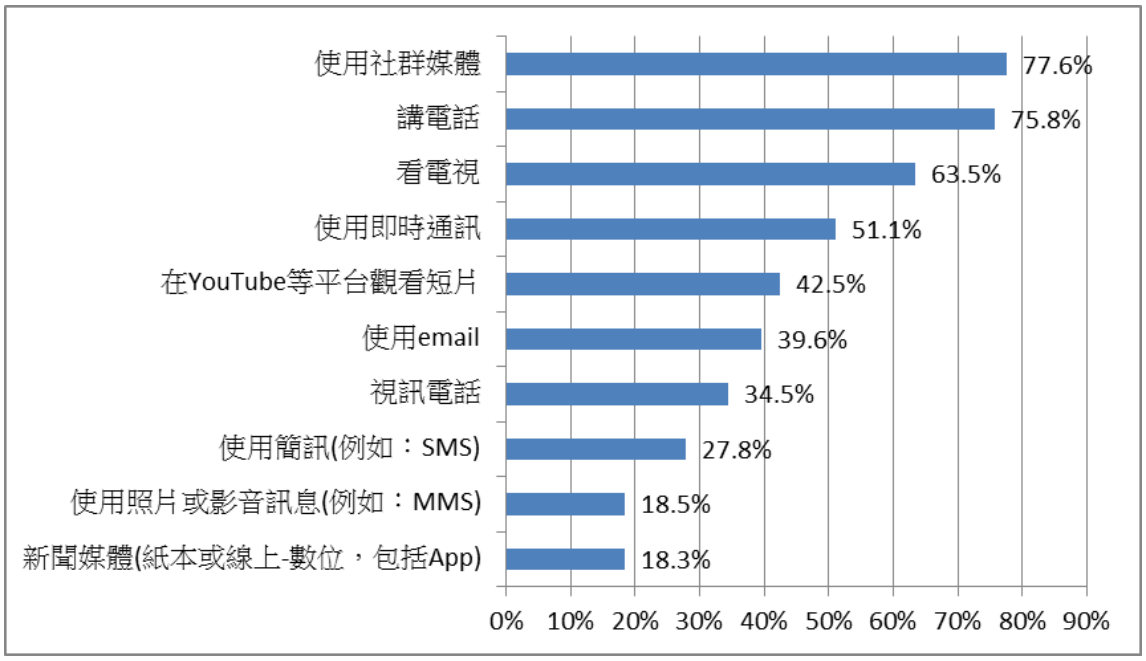

圖 8 從事過的通訊傳播活動（前十名）

Base: (N=1,140，複選)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾從事之通訊傳播活動，高屏澎（81.5%）、北北基（80.4%）、桃竹苗（74.4%）及中彰投（72.5%）的民眾以使用社群媒體為主；雲嘉南（88.6%）及宜花東（78.6%）地區的民眾以講電話為主。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，民眾從事之通訊傳播活動，無論男性或女性，皆以使用社群媒體為主（分別為 74.6%及 80.6%）

依各**年齡層**區分，民眾從事之通訊傳播活動，除 55 歲以上的民眾以講電話為主外（73.5%），其他年齡層的民眾皆主要為使用社群媒體，其中 16-24 歲的民眾比例最高（94.0%）。

依**婚姻**狀況區分，民眾從事之通訊傳播活動，未婚者及鰥寡/分居者主要為使用社群媒體，其比例分別為 87.7%及 70.0%；已婚者主要為講電話，比例為 76.8%。

（二）觀看電視同時使用其他終端設備收視節目資訊/上網

1. 整體分析

民眾一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備觀看節目資訊的頻率，以每天至少 1 次（28.9%）的民眾為最高。一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備上網的頻率，以每天至少 1 次（41.7%）為最高。

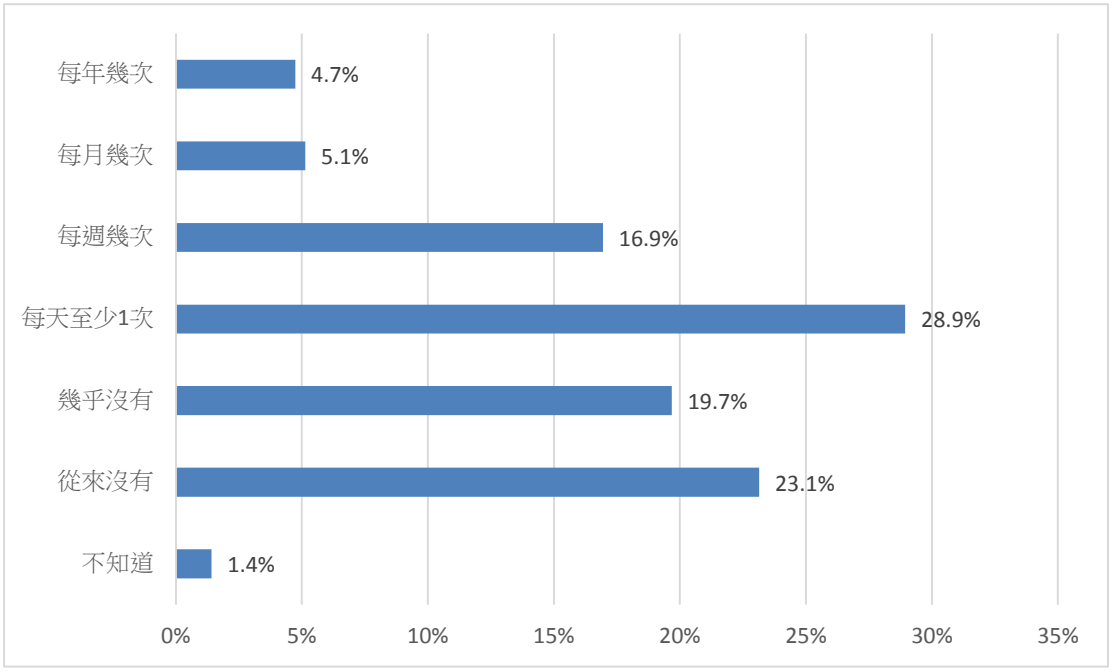

圖 9 一邊使用電視機、一邊使用其他終端收看電視節目資訊頻率

Base: (N=740)

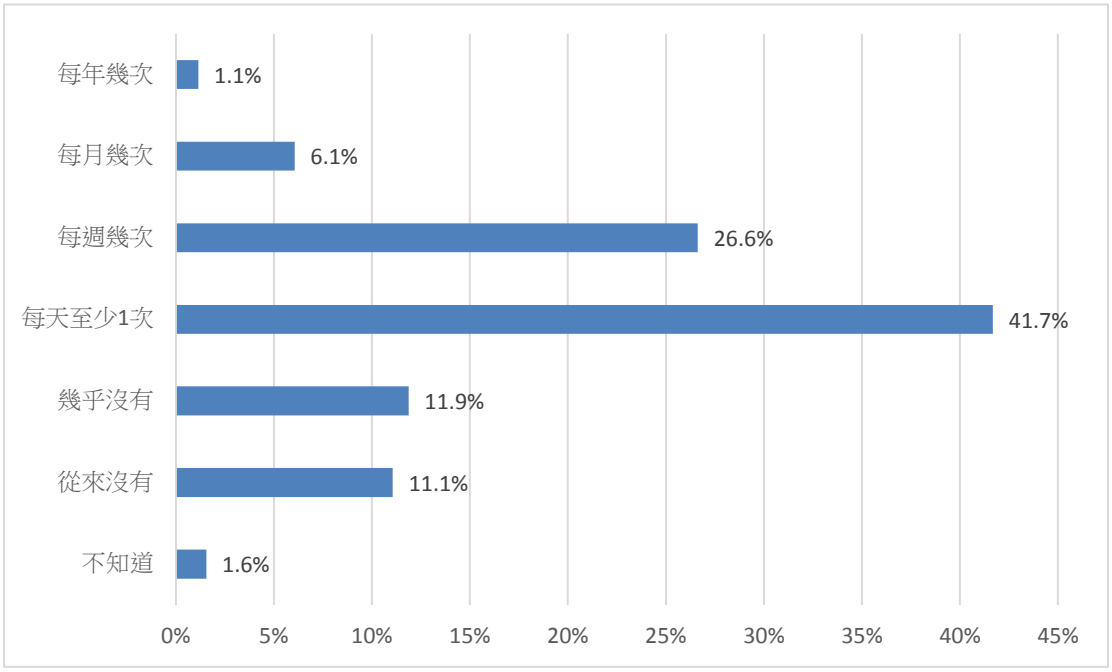

圖 10 一邊用電視機觀看電視、一邊使用其他終端上網

Base: (N=740)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定分析結果顯示，一邊用電視機觀看電視，一邊使用其他終端設備觀看節目資訊的頻率，在居住地區呈現顯著差異，以高屏澎（44.9%）的民眾每天至少 1 次最高；從來沒有以雲嘉南（34.4%）最高；幾乎沒有以桃竹苗（26.0%）的民眾為最高。

各區域一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備上網的頻率方面，每天至少 1 次以高屏澎（55.9%）的民眾為最高；從來沒有以宜花東（25.9%）最高；幾乎沒有的地區以中彰投(17.8%)的民眾為最高。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾在一邊用電視觀看電視，一邊使用其他終端觀看節目資訊，於年齡上達顯著差異。比較各年齡民眾一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備觀看節目資訊的頻率，在每天至少 1 次，以 25-34 歲（39.2%）的民眾為最高；從來沒有方面，以 55 歲以上（39.3%）的民眾為最高；幾乎沒有亦以 55 歲以上（24.1%）的民眾為最高。一邊以電視觀看電視、一邊使用其他終端設備上網的頻率，經卡方檢定結果在年齡部分呈現顯著差異，每天至少 1 次以 25-34 歲（62.8%）的民眾為最高；從來沒有及幾乎沒有皆以 55 歲以上（23.5%、15.1%）的民眾為最高。

（3）社會經濟身分差異分析

以卡方檢定分析，一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備觀看節目資訊，在居住狀況與收入上達顯著差異。進一步檢視各居住狀況，每天至少 1 次上，租屋者為 31.5%、自有房屋者為 26.4%；從來沒有方面，租屋者為 22.0%、自有房屋者為 24.0%；幾乎沒有的租屋者為 19.4%、自有房屋者為 20.4%。比較個人平均月收入民眾，在每天至少 1 次，以 2 萬-未滿 3 萬元（35.5%）的民眾為最高；從來沒有方面，以無收入（37.1%）的民眾為最高；幾乎沒有以 4 萬-未滿 5 萬元（24.6%）的民眾為最高。

（三）服務組合選擇情形

1. 整體分析

關於同一業者提供的服務組合方面，以沒有同時購買（33.1%）最高，固網寬頻+MOD 為 24.1%，有線電視+Cable 上網則為 14.1%。

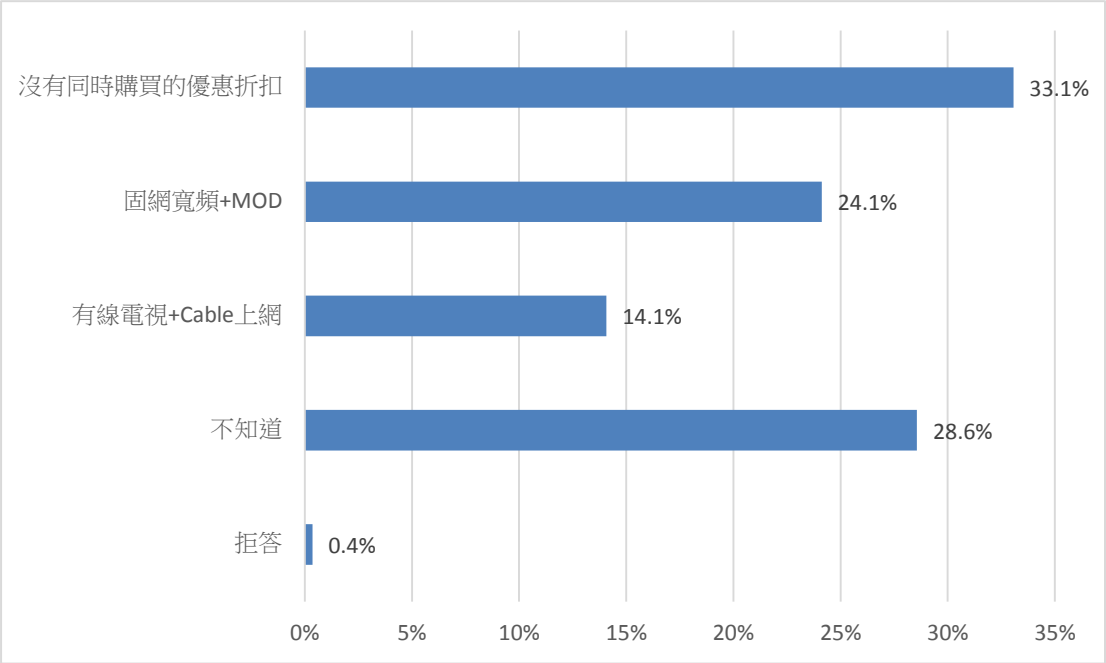

圖 11 家中由同一業者提供，同時購買享有優惠折扣的服務組合為何

Base: (N=418，複選)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

比較各區域同一業者提供的服務組合，宜花東（51.1%）、桃竹苗（46.8%）、北北基（36.3%)的民眾沒有同時購買較高；固網寬頻+MOD，以中彰投（32.7%）、高屏澎（24.6%）、北北基（24.5%）較高；同時使用有線電視+Cable 上網以北北基（21.3%）、宜花東(17.2%）、中彰投（16.8%）的民眾較高。

（2）基本差異分析

依照**性別**區分，同一業者提供的服務組合，在沒有同時購買，男性為 34.4%、女性為 31.4%；固網寬頻+MOD 方面，男性為 23.0%、女性為 25.5%；使用有線電視+Cable 上網的民眾，男性為 12.1%、女性為 16.5%。

在**年齡**部份，同一業者提供的服務組合，沒有同時購買，以 45-54 歲（48.0%）、55 歲以上（33.0%）、35-44 歲（30.8%）的民眾較高；固網寬頻+MOD 方面，以 35-44 歲（40%）、16-24 歲（27.2%）、25-34 歲（24.6%)較高；使用有線電視+Cable 上網以 45-54 歲(19.0%)、55 歲以上（17.2%）、25-34 歲（13.6%）的民眾較高。

至於**婚姻狀況**，於同一業者提供的服務組合，沒有同時購買以未婚者(34.9%)最高；固網寬頻+MOD 方面，以鰥寡/分居者（43.1%）最高；有線電視+Cable上網則為已婚者（19.9%）最高。

五、 網路與共享創作影音平臺使用

（一）民眾線上共享創作平臺觀賞行為，及觀賞過線上共享創作影音平臺內容之民眾的收視情形

1. 整體分析

關於是否觀賞過線上共用創作影音平臺的內容，有 70.7%的民眾表示曾觀賞過。觀賞的影片類型，以娛樂戲劇節目或是電影（片段或精華）(55.6%)、娛樂戲劇節目或是電影（完整版）(52.8%)、趣味型短片（39.9%）為主。

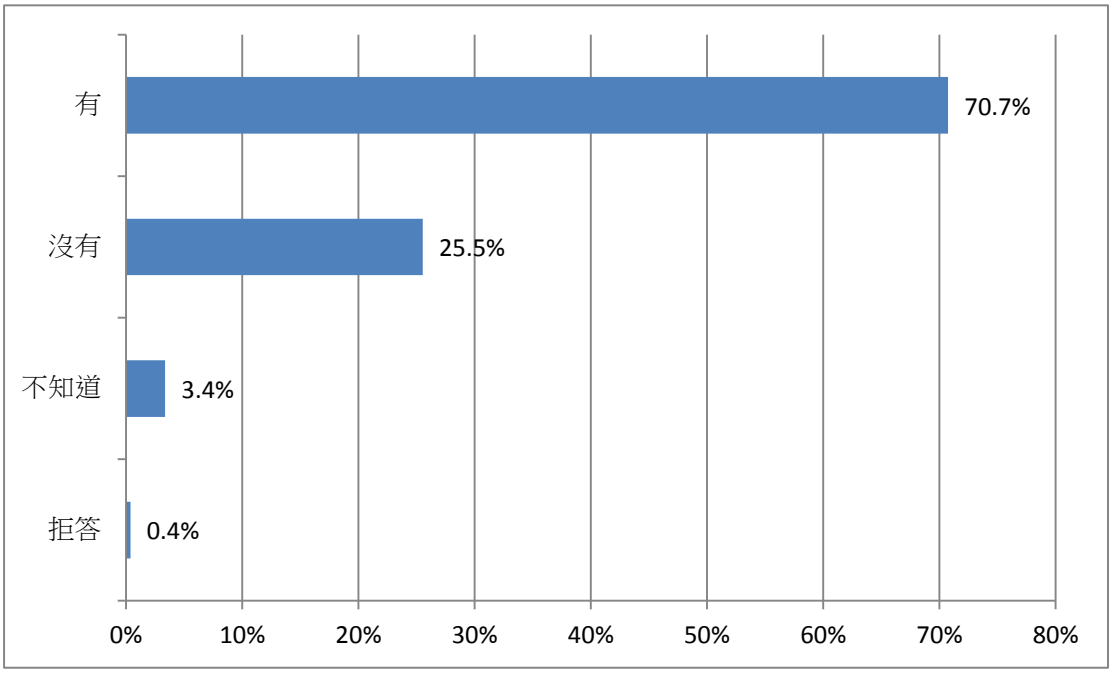

圖 12 是否曾觀賞線上共享創作影音平臺之內容

Base: (N=1,140)

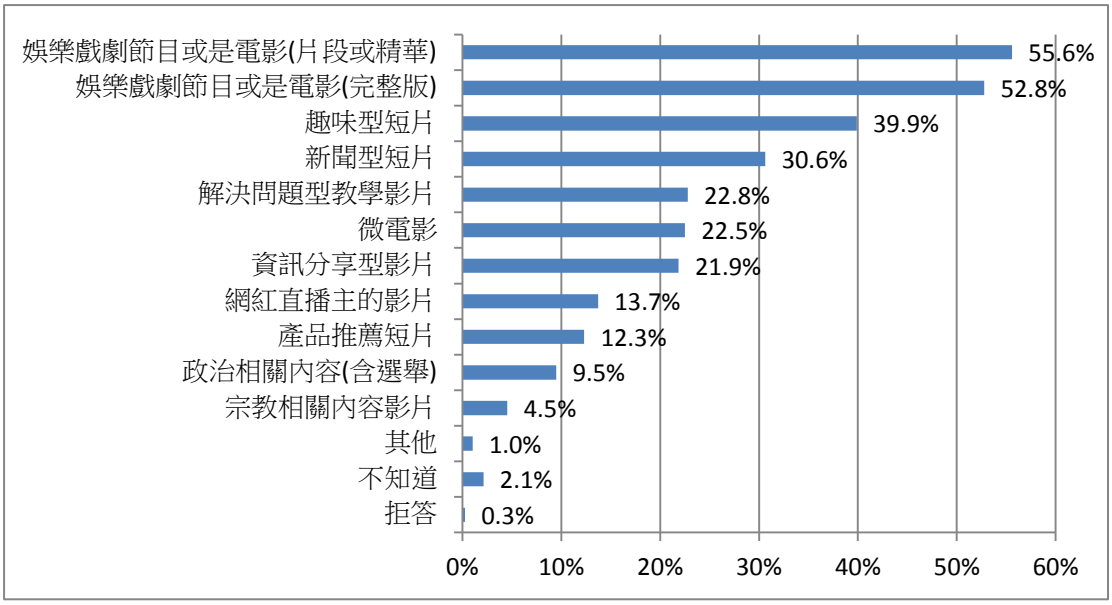

圖 13 觀賞線上共享創作影音平臺之類型

Base: (N=807，複選)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，是否曾觀看線上共享創作影音平臺，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，觀賞線上共用創作影音平臺的內容，桃竹苗（79.7%）、北北基（73.0%）、中彰投（70.8%）的民眾表示看過比例較高。觀賞的影片類型，宜花東地區的民眾主要觀賞趣味型短片(68.3%)，高屏澎(73.8%)、中彰投(63.8%)、雲嘉南(52.0%)地區的民眾主要觀賞片段娛樂戲劇節目或電影，而桃竹苗(58.8%)及北北基（53.6%）的民眾則以觀賞完整娛樂戲劇節目或電影為主。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，是否曾觀看線上共享創作影音平臺，於年齡層及婚姻狀況達顯著差異。

依**性別**區分，觀賞線上共用創作影音平臺的內容，在表示看過的民眾，男性為 69.7%、女性為 71.8%。觀賞的影片類型，不同性別皆以觀賞片段娛樂戲劇節目或電影為主，其比例男性為 51.6%、女性為 59.4%。

依各**年齡層**區分，觀賞線上共用創作影音平臺的內容，在表示看過的民眾，以 16-24 歲（92.4%）、25-34 歲（89.4%）、35-44 歲（83.0%）的比例較高，且依年齡層增加而遞減。

各年齡觀賞的影片類型，除 45-54 歲以上的民眾主要觀賞完整娛樂戲劇節目或電影外(47.8%)，其他民眾則以觀賞片段娛樂戲劇節目或電影為主，其中 16-24 歲民眾的比例最高（65.7%）。另外，16-24 歲觀看趣味型短片的比例為所有年齡層中最高（51.4%）。

依**婚姻**狀況區分，觀賞線上共用創作影音平臺的內容，在表示看過的比例，未婚者（83.3%）高於已婚者（64.8%）及鰥寡/分居者（53.4%）。

觀賞的影片類型，未婚者（63.5%）及鰥寡/分居者（50.7%）主要觀賞片段娛樂戲劇節目或電影，已婚者則以完整娛樂戲劇節目或電影為主（50.0%）。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，是否曾觀看線上共享創作影音平臺，於個人平均月收入、教育程度及職業達顯著差異。

依**個人平均月收入**區分，觀賞線上共用創作影音平臺的內容，在表示看過的民眾，以 6 萬元以上（83.0%）、3 萬-未滿 4 萬元（79.4%）、2 萬-未滿 3 萬元（75.6%）的比例較高。

觀賞的影片類型，個人月收入 4 萬-未滿 5 萬（57.8%）及 6 萬元以上（56.1%）的民眾主要觀賞完整版娛樂戲劇節目或電影，其他則以觀賞片段版娛樂戲劇節目或電影為主，其中月收入 2 萬-未滿 3 萬元的民眾比例最高（66.6%）。

依**教育程度**區分，觀賞線上共用創作影音平臺的內容，在表示看過的民眾，以碩士及以上（87.5%）、專科（87.1%）、大學（85.7%）的比例較高。

各教育程度觀賞的影片類型，除小學程度以下的民眾以觀賞趣味型短片為主外（86.8%），其他民眾則主要觀賞娛樂戲劇節目或電影，其中國中（51.4%）、專科（51.9%）及碩士以上（65.0%）程度的民眾主要觀賞片段版，高中職（58.0%）及大學（58.0%）程度的民眾則以完整版為主。

依**職業**區分，觀賞線上共用創作影音平臺的內容，在表示看過的民眾，以教育業（94.6%）和藝術、娛樂及休閒服務業（94.1%）、學生（92.4%）的比例較高。

各職業觀賞的影片類型，除教育業主要觀賞趣味型短片（65.5%），營建工程業（75.3%）與運輸及倉儲業（49.6%）以觀賞新聞型短片為主外，其他民眾則主要觀賞娛樂戲劇節目或電影，其中片段版以醫療保健及社會工作服務業（81.5%）、公共行政及國防（70.7%）和藝術、娛樂及休閒服務業（69.9%）較高，完整版以在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者（79.4%）和專業、科學及技術服務業（63.5%）民眾較高。

（二）網路廣告收視情形

1.整體分析

民眾對於網路廣告的想法，分別為不喜歡網路廣告占 36.4%，只要是我感興趣的我不介意觀賞占 36.3%，以及我不介意觀賞占 17.8%。

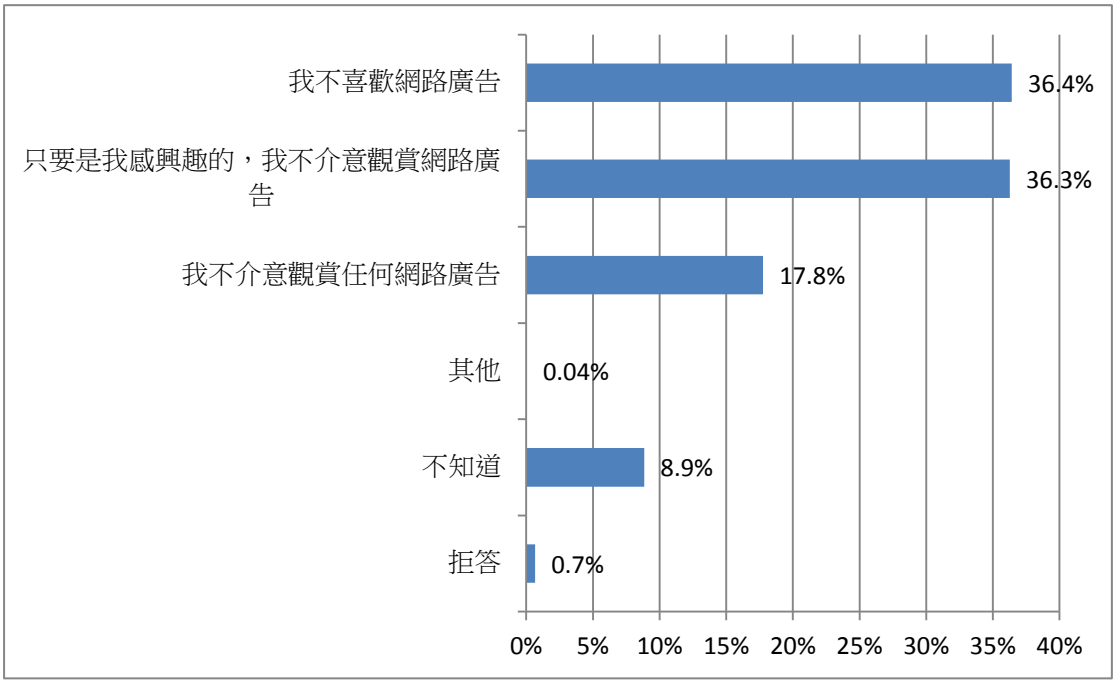

圖 14 哪一種說法最符合您對網路廣告的想法

Base: (N=1,140)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，對於網路廣告的想法，宜花東（50.0%）、雲嘉南（42.5%）、北北基（38.9%）的民眾不喜歡網路廣告較高；感興趣的不介意觀賞網路廣告，以中彰投（42.7%）、桃竹苗（39.7%）、高屏澎（39.5%）較高。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，對於網路廣告的想法，在不喜歡網路廣告，男性為 36.2%、女性為 36.7%；感興趣的不介意觀賞網路廣告，男性為 32.3%、女性為 40.1%；不介意觀賞網路廣告的民眾，男性為 21%、女性為 14.6%。

依**年齡層**區分，對於網路廣告的想法，在不喜歡網路廣告，以 16-24 歲（46.1%）、25-34 歲（36.9%）、55 歲以上（36.0%）的民眾較高；感興趣的不介意觀賞網路廣告，以 25-34 歲（42.5%）、35-44 歲（42.3%）、45-54 歲（38.2%）較高；不介意觀賞網路廣告以 45-54 歲（22.1%）、25-34 歲（17.9%）、35-44 歲（16.9%）的民眾較高。

依**婚姻**狀況區分，對於網路廣告的想法，在不喜歡網路廣告為未婚者 38.9%、已婚者 35.1%、鰥寡/分居者 33.0%；感興趣的不介意觀賞網路廣告為未婚者 39.7%、

已婚者 33.4%、鰥寡/分居者 44.0%；不介意觀賞網路廣告為未婚者 17.3%、已婚者 20.1%、鰥寡/分居者 6.1%。

（三）採取避免看到網路廣告步驟 Q59

1. 整體分析

在民眾對於網路廣告的想法，採取避免看到網路廣告步驟，以勾選不觀看或不允許傳送該資訊（41.8%）、不會採取任何防止措施（35.8%）、使用免費廣告過濾軟體（10.1%）為主。

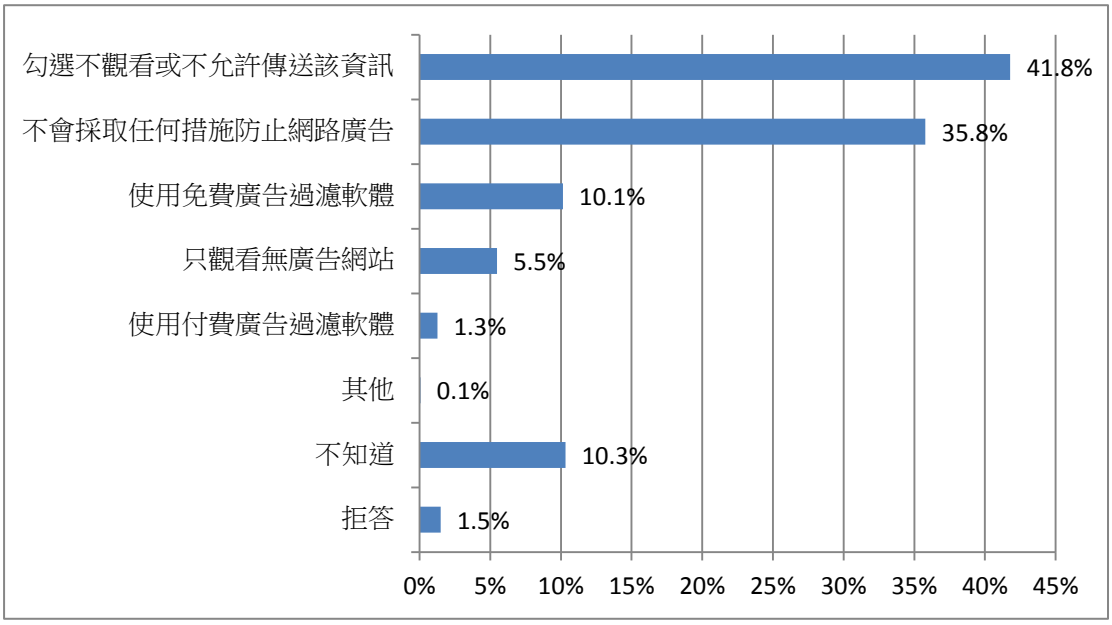

圖 15 避免看到網路廣告所採取步驟

Base: (N=1140)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

比較各區域對於網路廣告的想法，採取避免看到網路廣告步驟，勾選不觀看或不允許傳送以高屏澎（47.8%）、北北基（43.0%）、桃竹苗（42.8%）為高；不採取任何措施，以北北基（48.1%）、雲嘉南（40.4%）、宜花東（35.1%）地區民眾較高；使用免費廣告過濾軟體較高的地區分別為高屏澎（19.5%）、桃竹苗（11.2%）、雲嘉南（9.1%）。

（2）基本差異分析

依照性別區分，對於網路廣告的想法，採取避免看到網路廣告步驟，勾選不觀看或不允許傳送，男性為 47.1%、女性為 36.6%；不採取任何措施，男性為 28.2%、女性為 43.2%；使用免費廣告過濾軟體，男性為 14.2%、女性為 6.1%。

比較各年齡對於網路廣告的想法，採取避免看到網路廣告步驟，勾選不觀看或不允許傳送以 25-34 歲（60.0%）、16-24 歲（48.4%）、35-44 歲（45.7%）為高；不採取任何措施以 45-54 歲（43.1%）、55 歲以上（42.7%）、35-44 歲（37.2%）

民眾較高；使用免費廣告過濾軟體較高的民眾分別為 16-24 歲（22.7%）、25-34 歲（19.6%）、35-44 歲（9.1%）。

至於比較不同婚姻狀況狀態對於網路廣告的想法，採取避免看到網路廣告步驟，勾選不觀看或不允許傳送為未婚者 51.3%、已婚者 35.7%、鰥寡/分居者 40.6%；不採取任何措施為未婚者 29.6%、已婚者 41.0%、鰥寡/分居者 30.9%；使用免費廣告過濾軟體為未婚者 16.5%、已婚者 6.1%、鰥寡/分居者 8.0%。

六、 網路廣播收聽行為

（一）民眾是否知道可以透過電視、電腦連接網路、手機、MP3、iPod 收聽網路即時廣播及收聽行為

1. 整體分析

民眾知悉可收聽網路即時廣播方式以可透過手機（52.5%）、電腦連接網路（25.2%）及 MP3、ipod（14.5%）為主，而有 31.1%的民眾不知道可以透過這些方式收聽網路即時廣播。收聽網路即時廣播的方式，以手機（44.0%）、電腦連接網路（19.8%）及電視服務（9.9%）為主，而有 34.6%的民眾知道但沒有收聽網路即時廣播。

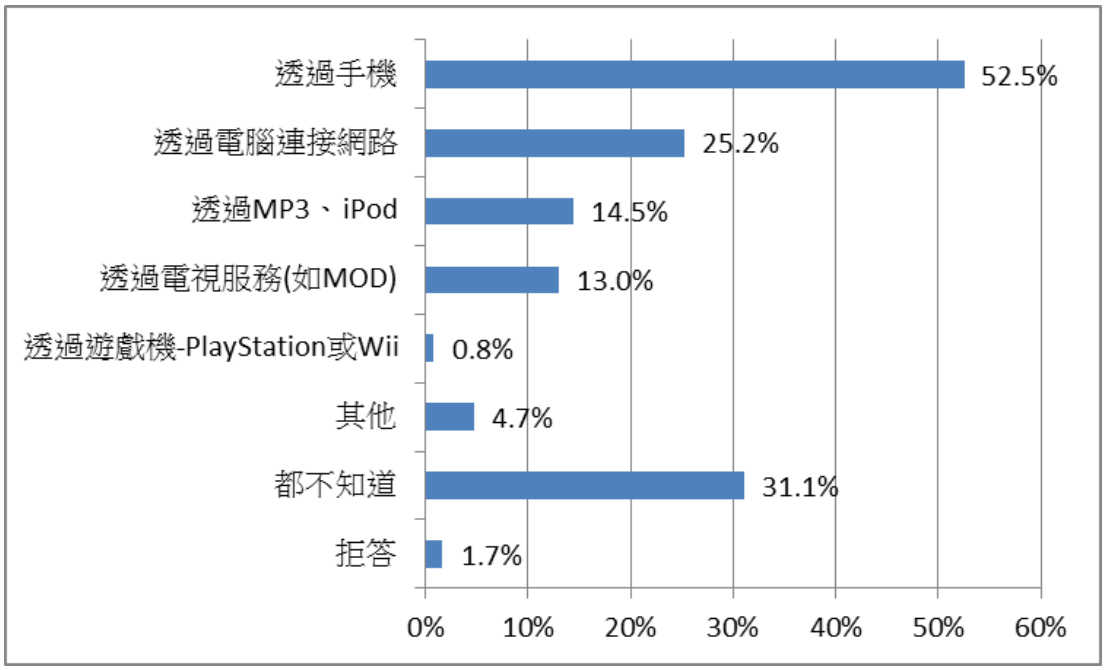

圖 16 民眾知悉可收聽網路即時廣播之方式

Base: (N=1,140，複選)

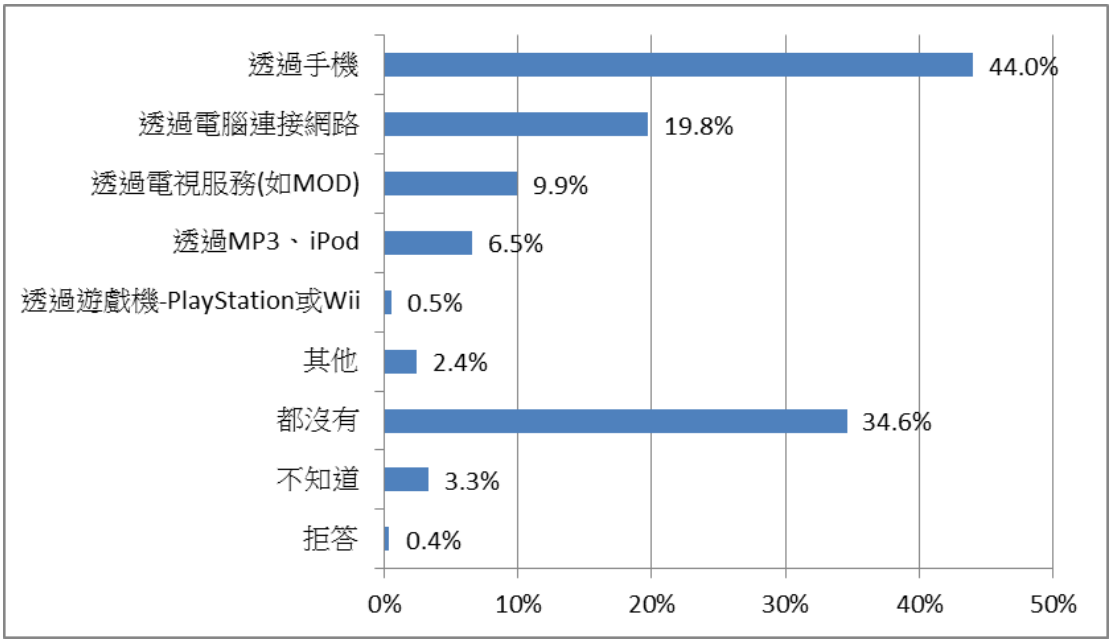

圖 17 民眾收聽網路即時廣播的方式

Base: (N=766，複選)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾知道收聽網路即時廣播的方式，皆透過手機為主，其中桃竹苗地區的民眾比例最高（61.7%），其次為高屏澎地區的民眾（59.2%）；透過電腦連接網路以桃竹苗（31.0%）的民眾較高。各區域主要的收聽網路即時廣播的方式方面，仍透過手機為主，其中中彰投（64.2%）及高屏澎（56.4%）地區的民眾比例較高；另外，電腦連接網路使用率較高的地區為高屏澎（23.3%），而桃竹苗（52.8%）及宜花東（49.2%）地區的民眾沒有收聽即時廣播的比例較高。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，民眾知道收聽網路即時廣播的方式，無論男性或女性，主要皆透過手機，其中男性為 55.2%、女性為 49.9%；透過電腦連接網路方式，男性為 25.6%、女性為 24.9%。

收聽網路即時廣播的方式，無論男性或女性，仍透過手機為主，其中男性為 47.9%、女性為 40.0%。

依**年齡層**區分，民眾知道收聽網路即時廣播的方式，主要皆透過手機，其中 25-34 歲民眾的比例最高（74.4%）；另外，55 歲以上的民眾，有 49.5%不知道可以透過這些方式收聽網路即時廣播。

各年齡層收聽網路即時廣播的方式，仍透過手機為主，其中 25-34 歲的民眾比例最高（57.7%）；另外，55 歲以上的民眾，都沒有收聽網路即時廣播的比例達 38.2%。

依**婚姻**狀況區分，民眾知道收聽網路即時廣播的方式，無論未婚者（67.2%）、已婚者（44.5%）及鰥寡/分居者（43.2%）主要皆透過手機。另外，鰥寡/分居者，有 41.1 不知道可以透過這些方式收聽網路即時廣播。

依婚姻狀況區分，收聽網路即時廣播的方式，無論何種婚姻狀況，仍以透過手機為主，其中未婚者的比例達 52.6%；另外，已婚者及鰥寡/分居者沒有收聽網路即時廣播的比例分別為 36.9%及 41.9%。

七、 APP 使用行為

（一）曾經下載過 APP 之民眾，使用 APP 情形

1. 整體分析

有關受訪者常使用的APP類型，以娛樂類的遊戲（47.8%）、美食餐飲（21.2%）、新聞（20.6%）為最多。

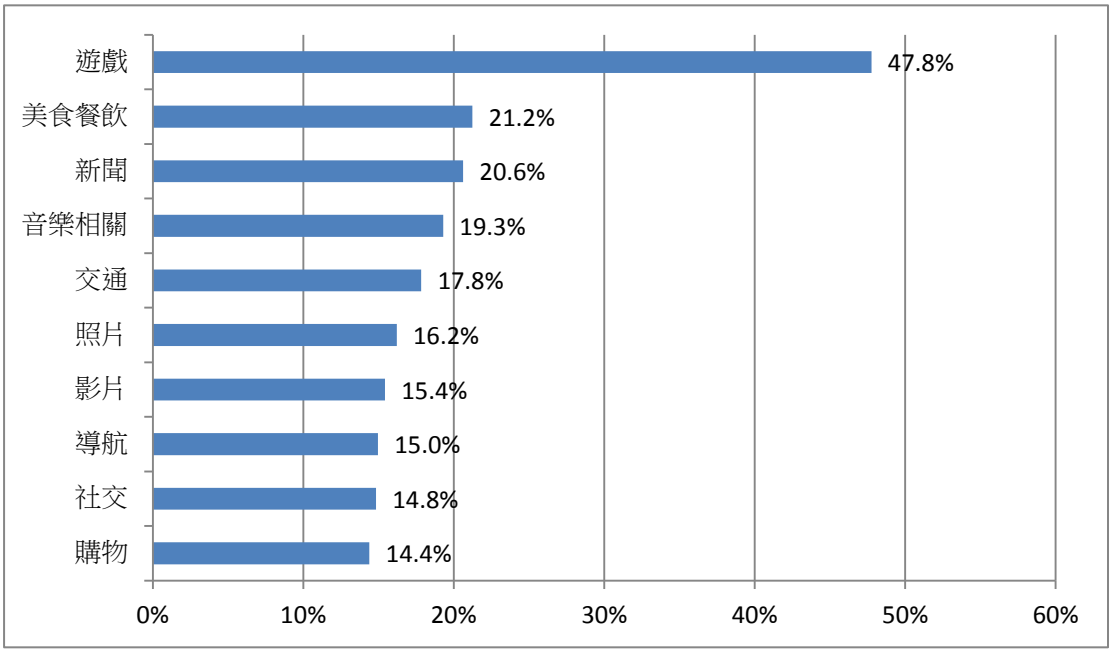

圖 18 應用程式使用情形（前十名）

Base: (N=769，複選)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，常使用的 APP 類型方面，皆以遊戲類應用程式為主，其使用率以中彰投（57.6%）為最高；而在美食餐飲方面，以高屏澎（26.8%）地區的民眾使用率最高；新聞使用率最高的地區為北北基（26.7%）。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，常使用的 APP 類型方面，皆以遊戲類應用程式為主，其使用率，男性為 55.9%、女性為 39.5%；美食餐飲方面，男性為 14.9%、女性為 27.7%；新聞方面，男性為 24.2%、女性為 16.9%。

依各**年齡層**區分，常使用的 APP 類型方面，皆以遊戲類應用程式為主，使用率以 16-24 歲（60.1%）為最高；美食餐飲方面，以 35-44 歲（29.7%）的民眾使用率最高；新聞使用率最高的民眾為 55 歲以上（27.3%）。

依**婚姻狀況**區分，常使用的 APP 類型方面，除鰥寡分居者（50.8%）最常使用新聞應用程式外，未婚者（55.9%）及已婚者（41.9%）皆最常使用遊戲類應用程式。

（二）近 12 個月下載 APP 狀況 Q68

1. 整體分析

民眾使用手機系統，在近 12 個月下載 APP 的狀況，以都是免費應用程式（77.1%）為主。

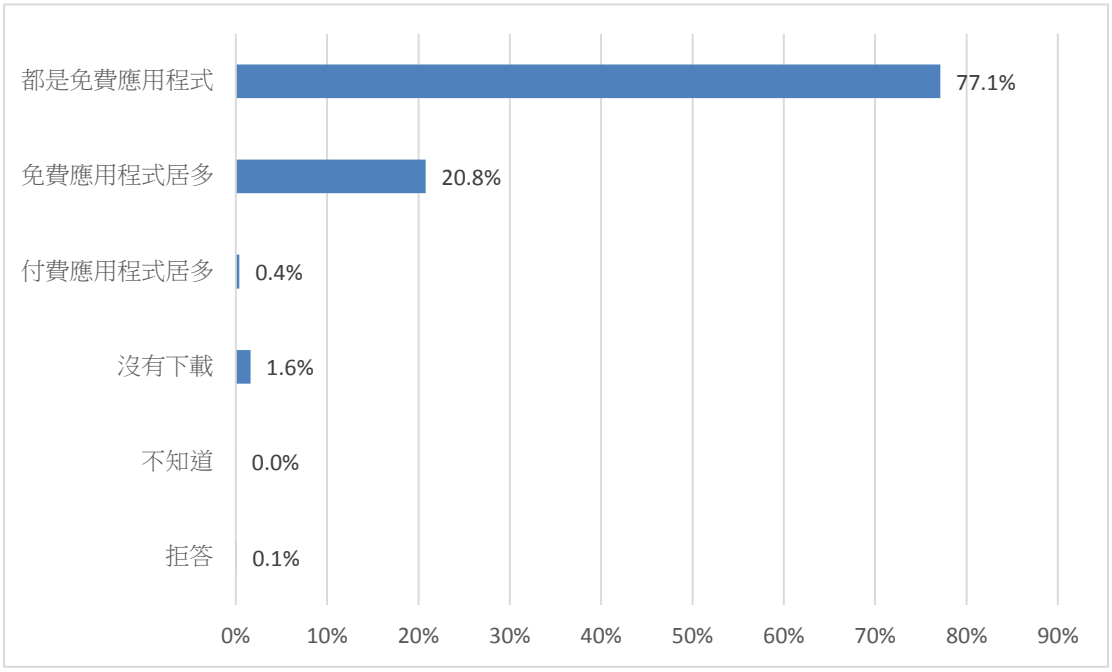

圖 19 最近 12 個月下載 APP 狀況

Base: (N=793)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

比較各區域民眾使用手機系統，不同區域近 12 個月下載 APP 的狀況，都是以免費應用程式為主，又以中彰投（81.9%）、宜花東（79.8%）、雲嘉南（78.9%）

較高；免費應用程式居多以高屏澎（26.3%）、北北基（22.9%）、桃竹苗（20.3%）較高；沒有下載分別為中彰投（3.6%）、雲嘉南（1.7%）、宜花東（1.7%）。

（2）基本差異分析

依照性別區分，不論男性或是女性，近 12 個月下載 APP 的狀況，都是免費應用程式為最高，其中男性為 75%、女性為 79.3%；免費應用程式居多方面，男性為 22.5%、女性為 19%；沒有下載的男性為 2.1%、女性為 1.1%。

比較各年齡民眾使用手機系統，不同年齡近 12 個月下載 APP 的狀況，都是免費應用程式為主，以 55 歲以上（93.5%）、16-24 歲（80%)、45-54 歲（73%）較高；免費應用程式居多以 25-34 歲（28.9%）、35-44 歲（27%）、45-54 歲（24.3%）民眾較高；沒有下載分別為 55 歲以上 3.3%、45-54 歲 2.3%、25-34 歲 1.9%。

依照婚姻狀況區分，民眾在使用手機系統方面，不同婚姻狀況狀況民眾近 12 個月下載 APP 的狀況，都是免費應用程式為主，已婚者 83.2%、鰥寡/分居者 74.5%、未婚者 71.8%；免費應用程式居多為未婚者 26.9%、已婚者 15%、鰥寡/分居者 9.9%；沒有下載的民眾為鰥寡/分居者 15.6%、已婚者 1.4%、未婚者 0.7%。

八、 行動支付使用行為

（一）行動支付使用情形

1. 整體分析

民眾使用行動支付者，占 17.8%，未使用者則占 78.8%。

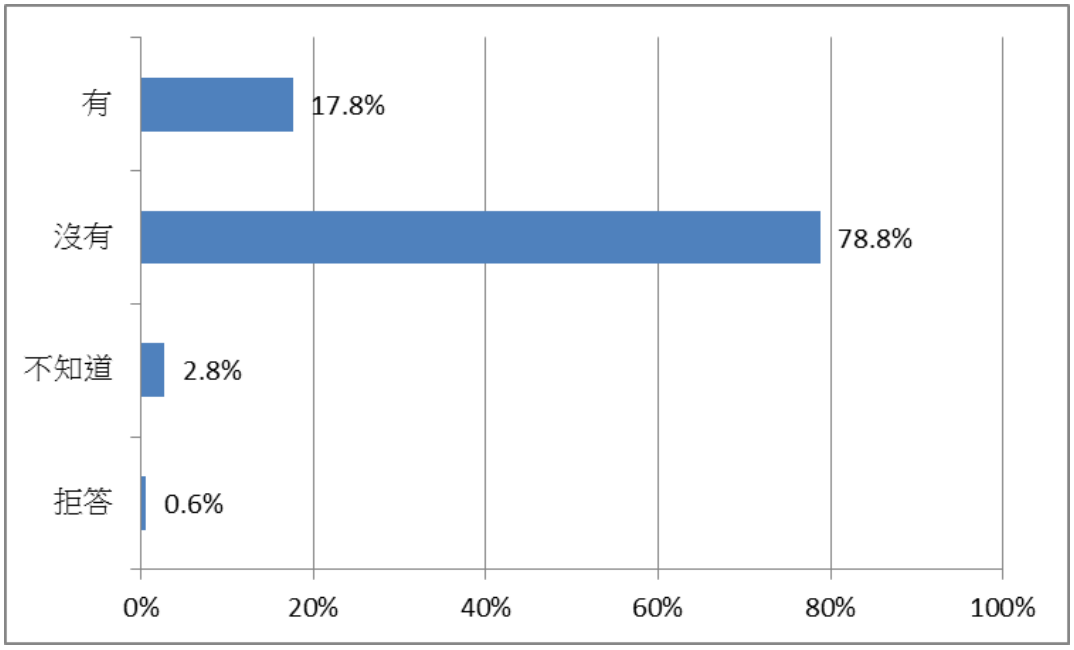

圖 20 行動支付使用情形

Base: (N=1,140)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，是否有使用行動支付，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，民眾使用行動支付者，以高屏澎（23.0%）、桃竹苗（22.7%）、中彰投（22.0%）的比例較高。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，是否有使用行動支付，於性別、年齡及婚姻狀況達顯著差異。

依**性別**區分，民眾使用行動支付者，男性使用行動支付的比例（21.0%）高於女性（14.6%）。

依**年齡層**區分，民眾使用行動支付者，以 25-34 歲（34.4%）、16-24 歲（27.2%）、35-44 歲（20.9%）的使用率較高。

依**婚姻**狀況區分，民眾使用行動支付者，以未婚者（27.7%）最高，其次為已婚者（13.0%）。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，是否有使用行動支付，於個人平均月收入、教育程度及職業達顯著差異。

依**個人平均月收入**區分，民眾使用行動支付者，以 6 萬元以上（36.8%）、5 萬-未滿 6 萬元（29.8%）、3 萬-未滿 4 萬元（23.7%）的民眾較高。

依**教育程度**區分，民眾使用行動支付者，以碩士及以上（36.4%）、大學（25.6%）、專科（24.9%）的民眾較高。

依**職業**區分，民眾使用行動支付者，以金融及保險業、不動產業、醫療保健及社會工作服務業、公共行政及國防業與專業、科學及技術服務業的比例較高，皆高於 36%。

（二）使用行動支付服務項目

1. 整體分析

使用行動支付的服務，以使用 Apple Pay（25.9%）、LINE Pay（14.6%）、行動裝置線上刷卡（14.1%）為最多。

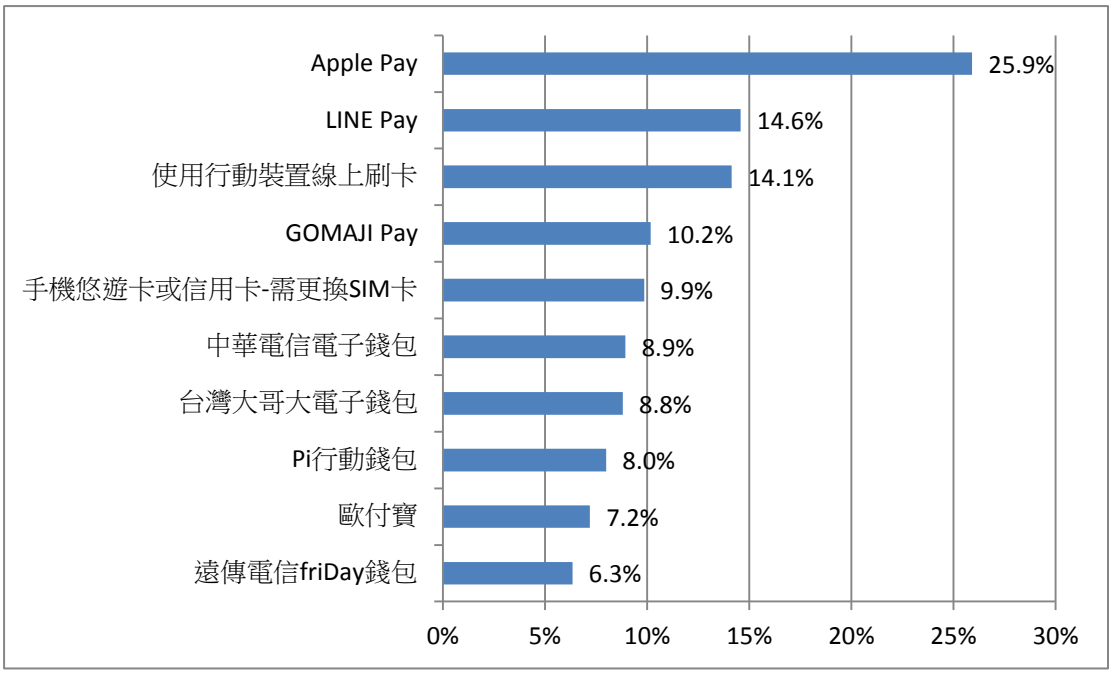

圖 21 使用行動支付服務類型

Base: (N=202，複選)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

各區域使用行動支付的服務，Apple Pay 的使用率以中彰投（32.5%）、雲嘉南（27.1%）、桃竹苗（24.9%）較高；LINE Pay 方面，以高屏澎（20.3%）、宜花東（17.8%）、北北基（15.9%）地區民眾的使用率較高；行動裝置線上刷卡使用率較高的地區分別為中彰投（24.5%）、高屏澎（16.1%）、北北基（12.9%）。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，Apple Pay 的使用率，男性為 35.2%、女性為 12.9%；LINE Pay 方面，男性為 12.0%、女性為 18.2%；行動裝置線上刷卡使用率，男性為 15.4%、女性為 12.4%。

依**年齡層**區分，各年齡使用行動支付的服務方面，Apple Pay 的使用率以 55 歲以上（37.0%）、25-34 歲（32.6%）、35-44 歲（27.9%）為高；LINE Pay 方面，以 16-24 歲（28.0%）、25-34 歲（18.1%）、35-44 歲（12.8%）民眾的使用率較高；行動裝置線上刷卡使用率較高的民眾分別為 55 歲以上（28.6%）、25-34 歲（18.0%）、16-24 歲（16.4%）。

依**婚姻**狀況區分，民眾使用行動支付者，未婚者 27.7%、已婚者 13.0%、鰥寡/分居者 2.1%；未使用者方面，為未婚(70.4%、已婚者 82.1%、鰥寡/分居者 97.9%。比較不同婚姻狀況使用行動支付的服務方面，Apple Pay 的使用率為未婚者 26.4%、已婚者 26.9%；LINE Pay 方面，為未婚者 20.5%、已婚者 6.1%、鰥寡/分居者 14.4%；行動裝置線上刷卡使用率未婚者 15.7%、已婚者 12.7%。

（三）使用行動支付情境

1. 整體分析

使用行動支付的情境，以使用生活用品（40.7%）、Line 貼圖（40.1%）、遊戲（29.2%）為最多。

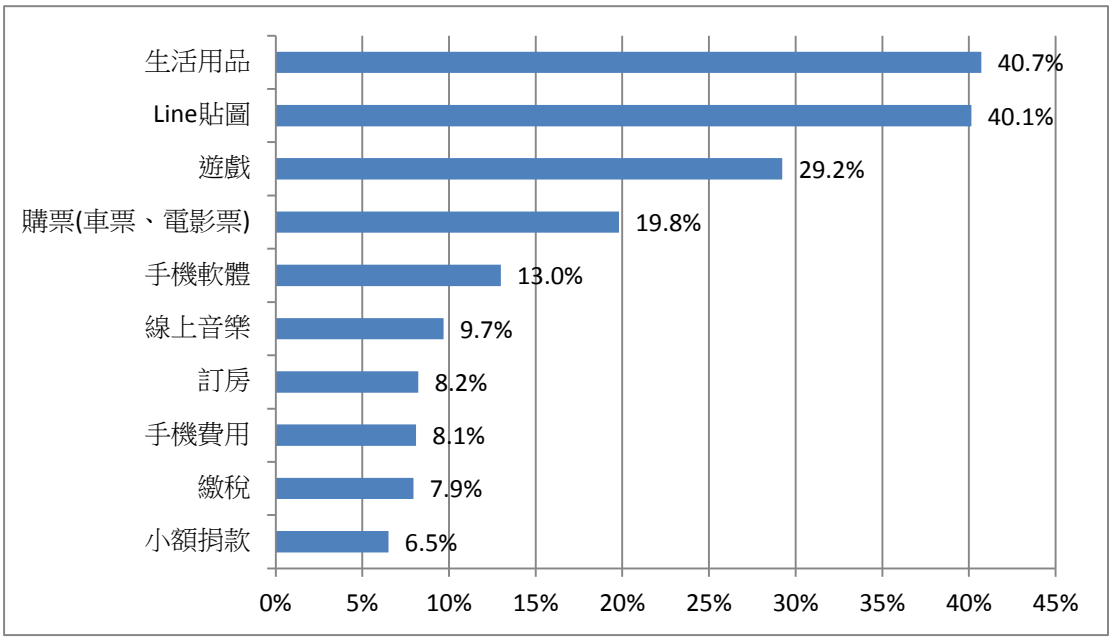

圖 22 使用行動支付情境

Base: (N=202，複選)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

各區域行動支付用於生活用品以中彰投（48.8%）、北北基（46.9%）、桃竹苗（44.0%）為高；Line 貼圖以高屏澎（56.7%）、宜花東（48.3%）、雲嘉南（43.1%）較高；遊戲分別為宜花東（41.0%）、高屏澎（35.5%）、桃竹苗（34.5%）較高。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，行動支付用於生活用品的男性為 43.1%、女性為 37.4%；Line 貼圖方面，男性為 36.5%、女性為 45.2%；遊戲則男性為 35.7%、女性為 20.1%。

依**年齡層**區分，行動支付用於生活用品以 55 歲以上（57.2%）、25-34 歲（49.7%）、35-44 歲（39.9%）為高；Line 貼圖方面以 16-24 歲（53.2%）、25-34 歲（48.0%）、35-44 歲（44.0%）民眾較高；遊戲分別為 16-24 歲 32.0%、25-34 歲 31.8%、35-44 歲 30.1%。

依**婚姻**狀況區分，用於生活用品為未婚者 35.3%、已婚者 50.7%；Line 貼圖為未婚者 48.1%)、已婚者 29.7%；遊戲則為未婚者 32.3%、已婚者 26.5%。

（四）民眾使用或未使用行動支付之原因

1. 整體分析

使用行動支付的原因，以方便（84.3%）、手機有此功能（22.3%）、有很多優惠（18.1%）為最多。未使用行動支付的原因，以不需要（61.8%）、擔心它不安全（26.6%）、不知如何使用（21.2%）為最多。

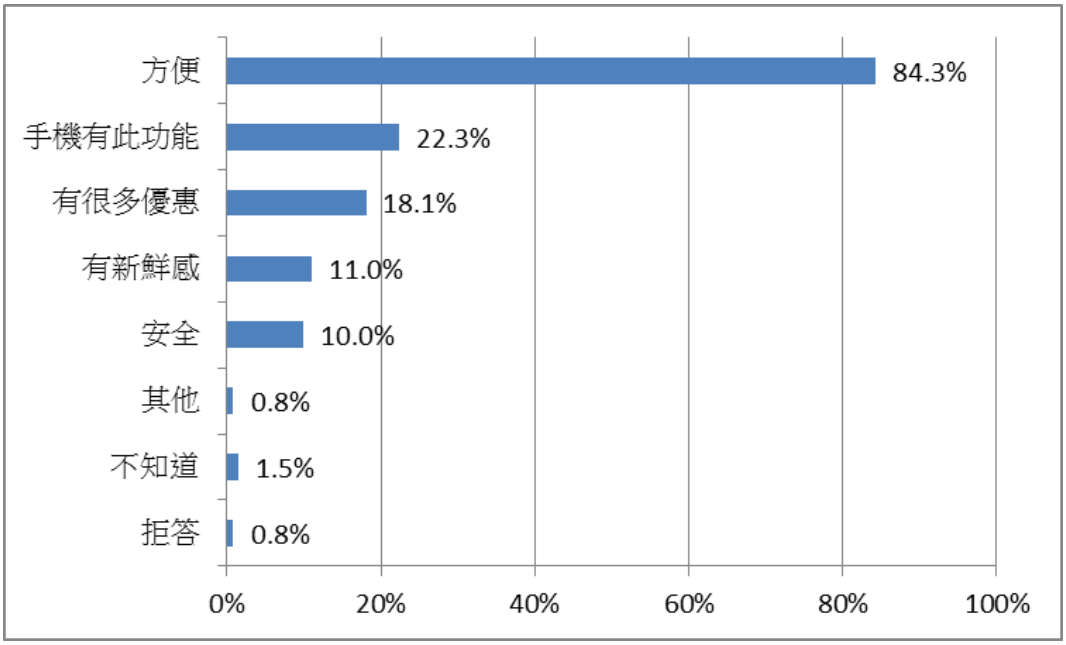

圖 23 行動支付使用原因

Base: (N=202，複選)

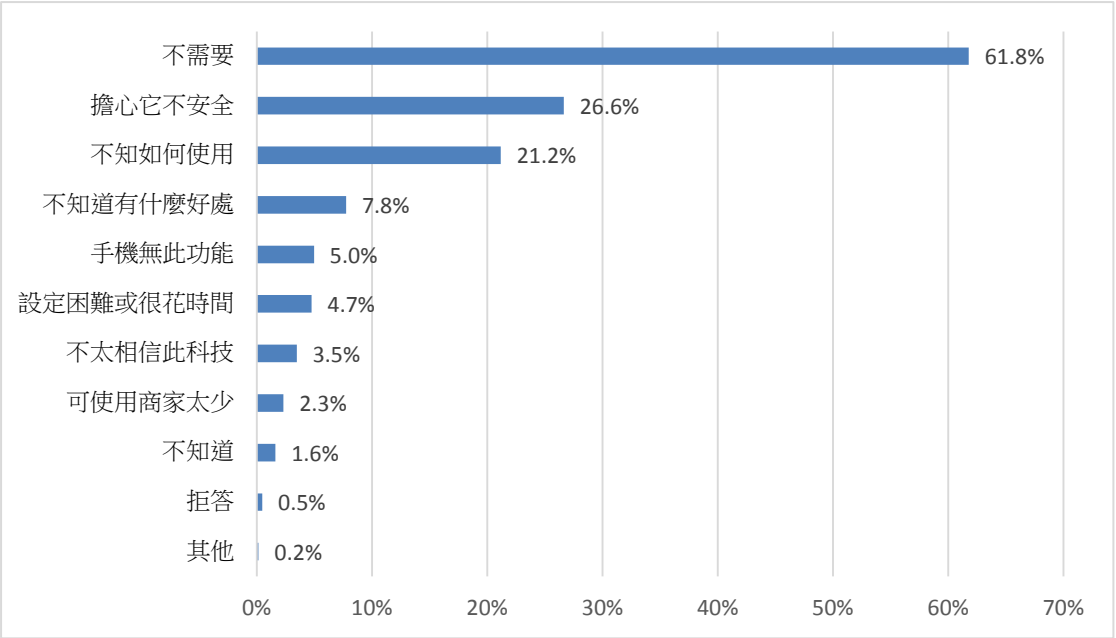

圖 24 未使用行動支付的原因

Base: (N=899，複選)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現使用行動支付的原因，桃竹苗（95.3%）、高屏澎（91.7%）、雲嘉南（84.7%）的民眾以方便較高；手機有此功能，以宜花東（50.2%）、雲嘉南（44.4%）、中彰投（29.5%）較高；有很多優惠以北北基（39.1%）、桃竹苗（17.1%）、雲嘉南（12.9%）的民眾較高。

各區域未使用行動支付的原因，不需要以中彰投（75.9%）、北北基（62.9%）、高屏澎（58.7%）為高；擔心它不安全，以北北基（32.2%）、桃竹苗（28.9%）、雲嘉南（26.1%）地區民眾較高；不知如何使用較高的地區分別為雲嘉南（34%）、宜花東（29.5%）、桃竹苗（23.5%）。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，使用行動支付的原因，以方便為原因，男性為 88.6%、女性為 78.3%；手機有此功能方面，男性為 24.8%、女性為 18.8%；有很多優惠，男性為 18.4%、女性為 17.6%。

未使用行動支付的原因，選擇不需要的民眾，男性為 66.9%、女性為 57.2%；擔心它不安全，男性為 24.4%、女性為 28.6%；不知如何使用，男性為 15.6%、女性為 26.1%。

依**年齡層**區分，使用行動支付的原因，以方便為原因，以 35-44 歲（87.0%、16-24 歲（85.4%）、25-34 歲（84.8%）的民眾較高；手機有此功能方面，以 45-54 歲（36.4%）、16-24 歲（23.9%）、25-34 歲（21.2%）較高；有很多優惠以 25-34 歲（23.2%）、45-54 歲（21.1%）、35-44 歲（20.7%）的民眾較高。

未使用行動支付的原因，不需要的民眾，以 25-34 歲（71.7%）、16-24 歲（67.4%）、55 歲以上（63.6%）為高；擔心它不安全，以 35-44 歲（37.4%）、45-54 歲（32.9%）、25-34 歲（22.7%）民眾較高；不知如何使用的民眾分別為 55 歲以上 30.6%、45-54 歲 26.2%、35-44 歲 15.4%。

依**婚姻**狀況區分，使用行動支付的原因，以方便為原因的民眾未婚者 85.9%、已婚者 82.6%；手機有此功能方面，為未婚者 22.3%、已婚者 23.1%；有很多優惠為未婚者 14.5%、已婚者 22.2%。

比較依婚姻狀況區分，未使用行動支付的原因，不需要的民眾，為未婚者 68.5%、已婚者 57.2%、鰥寡/分居者 67.3%；擔心它不安全方面，為未婚者 22.7%、已婚者 31.8%、鰥寡/分居者 16.1%；不知如何使用的民眾為未婚者 9.4%、已婚者 28.3%、鰥寡/分居者 20.9%。

（五）行動支付的重要性

1. 整體分析

行動支付的重要性，覺得重要（合計非常重要及還算重要）為 69.3%，不重要（合計不太重要及非常不重要）為 29.8%。

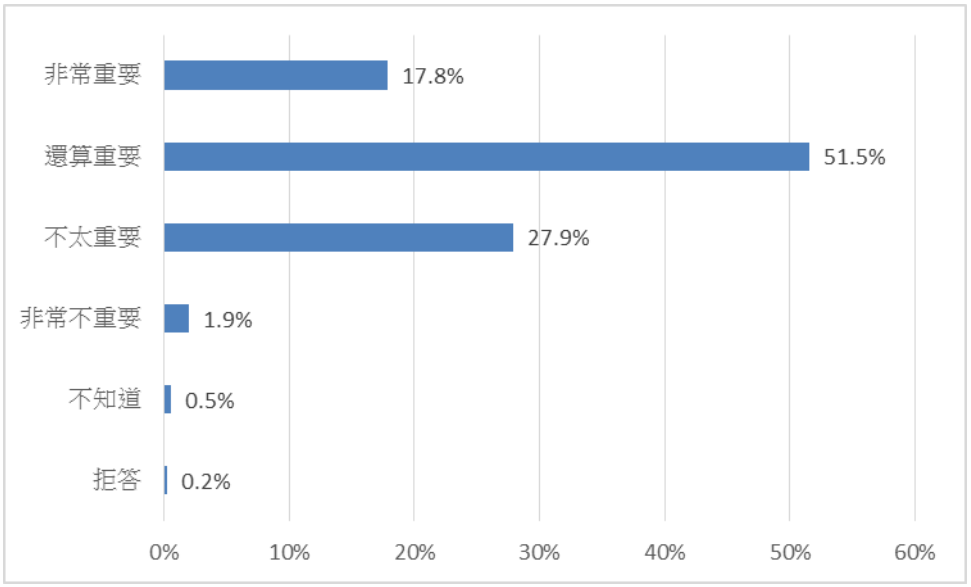

圖 25 行動支付的重要性

Base: (N=202)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依照區域分析，行動支付的重要性，重要以高屏澎（82.1%）、北北基(79.6%)、桃竹苗（71.8%）為高；不重要以中彰投(48.5%)、宜花東（44.4%）、雲嘉南（31.7%）較高。

（2）基本差異分析

就性別而言，行動支付重要性，認為重要的男性為 67.5%、女性為 72%；不重要方面，男性為 31.6%、女性為 27.4%。

依照年齡層區分，重要以 45-54 歲（85.1%）、25-34 歲（76.4%）、35-44 歲（69.6%）較高；不重要以 55 歲以上（57.2%）、16-24 歲（40.3%）、35-44 歲（30.4%）民眾較高。

依照婚姻狀況區分，重要為未婚者 72.2%、已婚者 64.4%；不重要為已婚者 34.2%、未婚者 27.8%。

九、 新聞資訊獲取

（一）透過電視、廣播、紙本報紙、紙本雜誌、廣播電台網站、網路入口網站等方式，獲取新聞資訊之民眾，主要新聞資訊獲取管道

1. 整體分析

受訪者主要獲得新聞資訊之管道，以電視（63.7%）最高，其次為網路社群網站/APP（11.9%）及網路入口網站/APP（9.4%）。

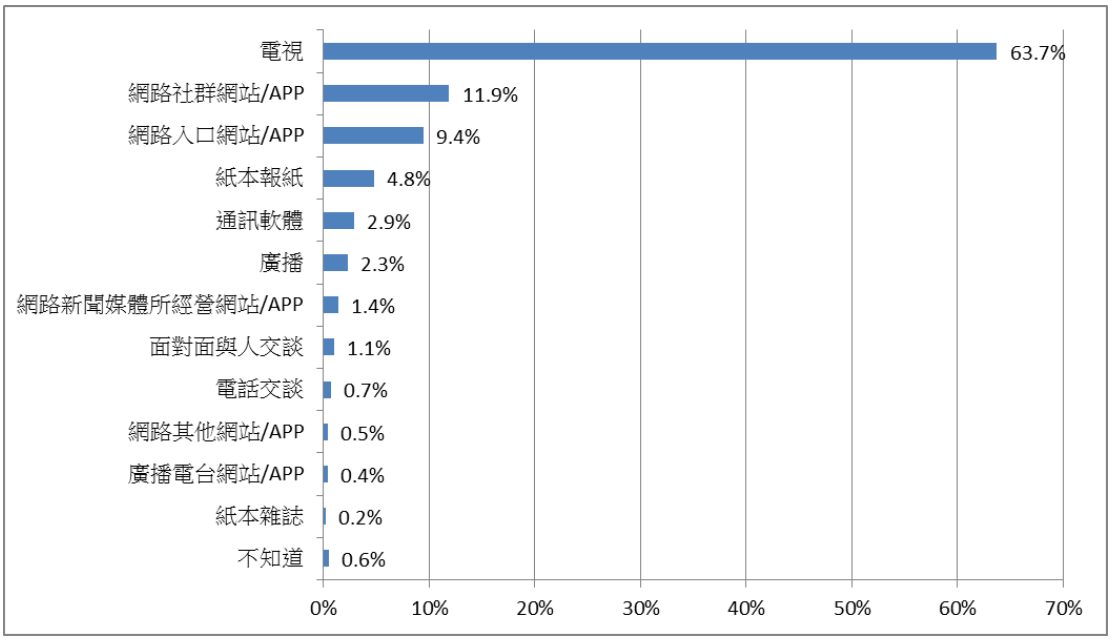

圖 26 新聞資訊獲取之主要管道

Base: (N=1,123)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，主要獲得新聞資訊之管道，民眾多以電視為主，其比例以宜花東(76.1%)地區的民眾最高；另外，網路社群網站/APP 方面，以高屏澎(22.3%)地區民眾的使用率最高；而網路入口網站/APP 使用率仍以高屏澎（12.7%）地區最高。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，主要獲得新聞資訊之管道，皆以電視為主，其比例男性為 63.2%，女性為 64.2%；另外，網路社群網站/APP 方面，男性為 12.1%，女性為 11.8%；而網路入口網站/APP 使用率，男性為 10.0%，女性為 8.9%。

依**年齡層**區分，主要獲得新聞資訊之管道，民眾皆以電視為主，其中以 55 歲以上（79.4%）民眾的比例最高；另外，網路社群網站/APP 方面，以 25-34 歲（27.3%）民眾的使用率最高；而網路入口網站/APP 使用率最高的民眾為 16-24 歲（16.1%）。

依**婚姻**狀況區分，主要獲得新聞資訊之管道，皆以電視為主，未婚者、已婚者及鰥寡/分居者比例分別為 46.6%、75.4%以及 66.3%；另外，網路社群網站/APP 方面，以未婚者（21.2%）比例最高。

（二）新聞資訊獲取管道的準確性

1. 整體分析

受訪者認為最準確的新聞資訊管道，依序為電視（56.9%）、網路入口網站/APP（6.4%）、報紙（5.7%）。

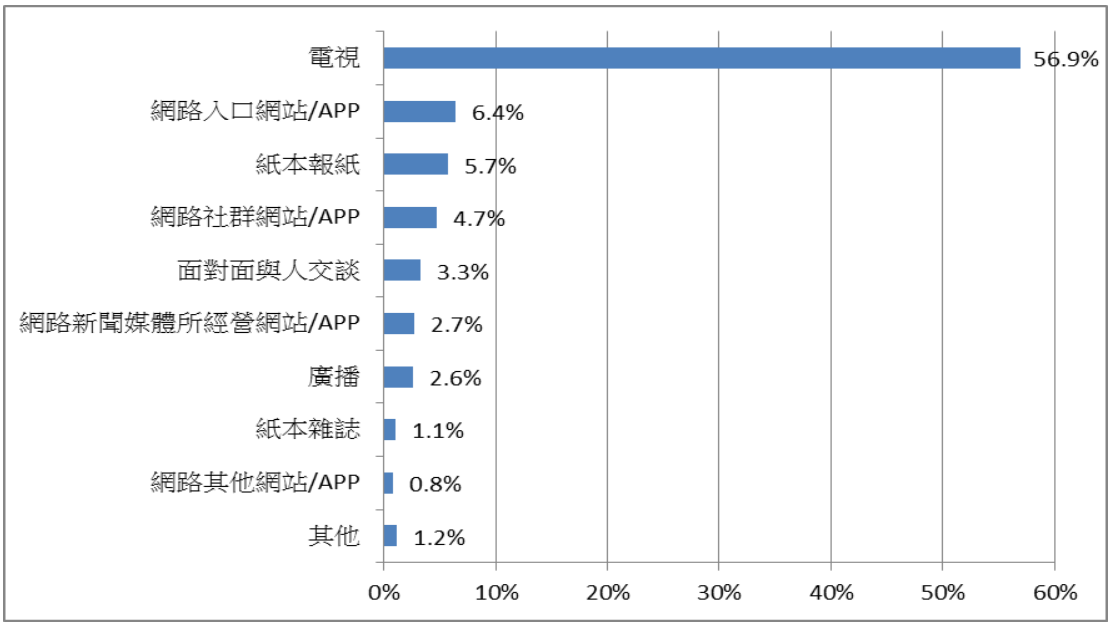

圖 27 認為最準確的新聞資訊管道

Base: (N=1,140)

2. 比較分析

（1）區域差異分析

交叉分析發現，最準確的新聞資訊管道為電視者，以中彰投（66.5%）、雲嘉南（61.6%）、宜花東（60%）比例較高；網路入口網站/APP，以北北基（11.1%）、雲嘉南（7.2%）、宜花東（4.8%）較高；紙本報紙以北北基（7.4%）、桃竹苗（7.4%）、雲嘉南(6.0%）的民眾較高。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，認為最準確的新聞資訊管道，在電視方面，男性為 54.9%、女性為 58.9%；網路入口網站/APP 方面，男性為 7.1%、女性為 5.8%；紙本報紙，男性為 6.3%、女性為 5.2%。

依**年齡層**區分，認為最準確的新聞資訊管道，在電視，以 55 歲以上（67.7%）、35-44 歲（59.4%）、45-54 歲（57.1%）的民眾較高；網路入口網站/APP 方面，以 45-54 歲（8.6%）、25-34 歲（8.5%）、16-24 歲（7.8%）較高；報紙，以 45-54 歲（7.9%）、25-34 歲（6.9%）、55 歲以上（6.4%）的民眾較高。

依**婚姻**狀況區分，認為最準確的新聞資訊管道，在電視方面，未婚者 45.0%、已婚者 65.3%、鰥寡/分居者 56.4%；網路入口網站/APP 方面，未婚者 8%、已婚者 4.5%、鰥寡/分居者 12.0%；報紙方面，未婚者 5.6%、已婚者 5.5%、鰥寡/分居者 8.7%。

（三）新聞來源公正重要性

1. 整體分析

關於民眾認知新聞資訊來源公正的重要程度，在電視方面，重要（合計非常重要與有點重要，以下同）占 85.1%、不重要（合計不太重要與非常不重要，以下同）占 8.1%。在廣播方面，重要占 78.5%、不重要占 13.9%。在報紙方面，重要占 80.1%、不重要占 12.1%。

表 4 新聞來源公正重要性

新聞來源	公正程度重要性	百分比
電視	非常重要	47.2
	有點重要	37.9
	不太重要	5.8
	非常不重要	2.3
廣播	非常重要	43.6
	有點重要	34.9
	不太重要	11.5
	非常不重要	2.4
報紙	非常重要	47.0
	有點重要	33.1
	不太重要	9.3
	非常不重要	2.8

2. 比較分析

（1）區域差異分析

比較各區域認知新聞資訊來源公正的重要程度，在電視方面，認為重要以高屏彭（88.2%）為最高；在廣播方面，以雲嘉南（83.5%）民眾認為重要為最高。不重要以高屏澎（19.5%）所占比例最高。在報紙方面，認為重要比例最高者為桃竹苗（83.8%），不重要以高屏澎（19.1%）比例高於其他地區。

（2）基本差異分析

對於電視新聞來源公正程度，無分男女皆以重要所占比例為最高，男性為85.3%，女性為 84.9%。對於廣播新聞來源公正程度，男、女均以重要最高，男性為 79.8%，女性為 77.3%。對於報紙新聞來源公正之重要程度，男女性皆以重要為最高，男性為 81.8%，女性為 78.6%。

不同年齡層對電視新聞、廣播新聞與報紙新聞來源公正程度重要性之認知上，在電視新聞部分，重要以 35-44 歲（87.5%）為最高，不重要以 25-34 歲（10.7%）為最高。對於廣播新聞公正性重要程度認知上，以 25-34 歲（83.4%）認為重要高於其他年齡層，不重要以 35-44 歲（17.4%）為最高。報紙新聞來源公正性上，以 25-34 歲（86.5%）為最高，不重要以 45-54 歲（14.3%）為最高。

（3）社會經濟身分差異分析

就電視新聞來源公正重要程度上，經卡方檢定結果於教育程度呈現顯著差異。認為重要者以碩士以上（94.9%）為最高。

廣播新聞來源公正重要程度，卡方檢定分析結果顯示，在居住狀況、教育程度、個人平均月收入上呈現顯著差異。不同居住狀況以租屋者比例（82.1%）認為重要者高於自有房屋者（77.8%）。教育程度以碩士以上（94.9%）認為重要比例高於其他教育程度者。個人平均月收入部分認為重要者以 1 元-未滿 2 萬（88.3%）為最高。

報紙新聞來源公正重要程度，經卡方分析於居住狀況、教育程度與個人平均月收入上達顯著差異；居住狀況上，租屋者（84.2%）高於自有房屋者（79.4%）；教育程度上，認為重要者以碩士以上（95.5%）為最高。個人平均月收入部分，認為重要者，以 6 萬元以上（94.5%）為最高。

（四）新聞資訊來源公正程度

1. 整體分析

關於民眾認知新聞資訊來源的公正性，在電視方面，有 60.3%的民眾認為公正（合計非常公正與還算公正，以下同），有 29.7%的民眾認為不公正（合計不太公正與非常不公正，以下同）。在廣播方面，有 56.9%的民眾認為公正，有 27.1%的民眾認為不公正。在報紙方面，有 57.8%的民眾認為公正，有 29.6%的民眾認為不公正。

表 5 不同新聞來源之公正程度

新聞來源	公正程度	百分比
電視	非常公正	11.5
	還算公正	48.8
	不太公正	24.8
	非常不公正	4.9
廣播	非常公正	8.5
	還算公正	48.4
	不太公正	23.7
	非常不公正	3.4
報紙	非常公正	11.8
	還算公正	46.0
	不太公正	25.4
	非常不公正	4.2

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，認為電視、廣播及報紙新聞來源的公正程度，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，民眾認知新聞資訊來源的公正性，無論在電視、廣播及報紙方面，高屏澎地區的民眾認為公正的比例皆最高，分別達 73.1%、70.4%及 73.3%；此外，上述三種新聞來源，宜花東地區認為不公正（合計不太公正與非常不公正，以下同）的比例皆最高，分別達 48.7%、48.9%及 47.2%。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，認為電視新聞來源的公正程度，於婚姻狀況達顯著差異。

依**性別**區分，民眾認知新聞資訊來源的公正性，在電視方面，男性認為公正的比例為 59.8%、女性為 60.8%。

在廣播方面，男性認為公正的比例為 59.0%、女性為 54.7%。

在報紙方面，男性認為公正的比例為 57.5%、女性為 58.0 %。

依各**年齡層**區分，認為新聞資訊來源的公正性，在電視與報紙方面，45-55 歲的民眾認為公正的比例最高，分別達 70.9%及 65.5%。

在廣播方面，16-24 歲民眾認為公正的比例最高（63.4%）。

依**婚姻**狀況區分，認為新聞資訊來源公正性，在電視方面，已婚者認為公正的比例（61.4%）高於未婚者（58.9%）及鰥寡/分居者（56.5%）。

在廣播及報紙方面，未婚者認為公正的比例（59.0%及 59.3%）高於已婚者（58.3%及 58%）及鰥寡/分居者（38.2%及 48.6%）。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為電視新聞來源的公正程度，於個人平均月收入、教育程度、職業達顯著差異；認為廣播新聞來源的公正程度，於教育程度及職業達顯著差異；認為紙本報紙新聞來源的公正程度，於職業達顯著差異。

依**個人平均月收入**區分，認為新聞資訊來源公正性，無論在電視、廣播及報紙方面，個人月收入 4 萬-未滿 5 萬元的民眾認為公正的比例皆最高，(76.1%、65.2%及 69.2%)；而在上述三種新聞來源中，個人月收入 5 萬-未滿 6 萬元的民眾認為報紙不公正的比例最高(43.0%)，月收入 6 萬元以上的民眾認為電視及廣播不公正的比例最高（43.7%及 41.7%)。

依**教育程度**區分，認為新聞資訊來源公正性，在電視及報紙方面，專科認為公正的比例為所有族群中最高（67.2%及 62.2%)；而在廣播方面，高中職認為公正的比例為所有族群中最高（61.9%)。此外，碩士以上認為電視、廣播及紙本報紙不公正的比例為所有族群中最高（48.6%、43.7%及 41.6%)。

依**職業**區分，認為新聞資訊來源公正性，在電視方面，製造業、電力及燃氣供應業、營建工程業、運輸及倉儲業、金融及保險業、不動產業、支援服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、醫療保健及社會工作服務業與待業者認為公正的比例較高，皆高於 65%；此外，出版、影音製作、傳播及資通訊服務業、專業、科學及技術服務業、與從事其他職業者，認為不公正的比例較高，皆高於 60%。在廣播方面，電力及燃氣供應業、營建工程業、運輸及倉儲業、金融及保險業、公共行政及國防業與藝術、娛樂及休閒服務業認為公正的比例較高，皆高於 69%；此外，出版、影音製作、傳播及資通訊服務業認為不公正的比例最高，達 57.8%。在報紙方面，製造業、電力及燃氣供應業、營建工程業、運輸及倉儲業、金融及保險業、支援服務業、藝術、娛樂及休閒服務業認為公正的比例較高，皆高於 65%；此外農、林、漁、牧業、出版、影音製作、傳播及資通訊服務業、專業、科學及技術服務業認為不公正的比例較高，皆高於 56%。