

108 年通訊傳播產業匯流發展趨勢

調查分析委託研究案

案號：NCCT107042

# 108 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 109 年 2 月



108 年委託研究報告

案號：NCCT107042

**通訊傳播產業匯流發展趨勢  
調查分析委託研究案  
廣電市場調查結果報告**

**計畫主持人**

王怡惠博士

**研究人員**

劉柏立、陳思豪、陳萱、曾筱媛、  
鄭椀予、梁曼嫻、鄭雅心、周佳穎

**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 109 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 .....	12
四、研究限制 .....	15
參、廣電市場調查結果 .....	17
一、視聽媒介使用行為 .....	17
二、電視與廣播收視聽行為與感受 .....	46
三、電視廣播廣告 .....	60
四、電視/廣播節目管理 .....	64
五、隱私保護 .....	81
肆、廣電市場問卷調查專家焦點座談 .....	90
一、專家焦點座談會目的與討論議題 .....	90
二、專家焦點座談會重點 .....	91
伍、結論與綜合建議 .....	96
一、結論 .....	96
二、綜合建議 .....	97

附件一 廣電市場調查問卷 .....	99
【電視廣播使用行為】 .....	100
【家中電視使用情形及收視來源】 .....	100
【有線電視收看行為】 .....	101
【MOD 收看行為】 .....	103
【家中可連網設備擁有及使用情形】 .....	105
【家中智慧電視擁有及使用情形】 .....	106
【視聽媒介使用情形】 .....	107
【電視收看行為與感受】 .....	111
【廣播收聽行為與感受】 .....	114
【電視廣告】 .....	119
【電視/廣播節目管理與消費者/兒少保護】 .....	121
【隱私保護】 .....	127
【基本資料】 .....	131

## 圖目錄

圖 1 是否收看電視或收聽廣播 .....	17
圖 2 家中擁有的電視機數量 .....	18
圖 3 家中過去 12 個月內有沒有使用電視機 .....	18
圖 4 家中未來 12 個月內會不會繼續使用電視機 .....	19
圖 5 家中電視機收看之電視節目平臺 .....	21
圖 6 最主要收視來源 .....	21
圖 7 有沒有加購有線電視服務其他頻道 .....	23
圖 8 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 9 使用過家中有線電視哪些功能 .....	23
圖 10 會不會考慮停止訂閱有線電視服務 .....	25
圖 11 考慮停止訂閱有線電視服務之主要原因 .....	25
圖 12 停訂後會考慮改用哪些其他服務 .....	26
圖 13 所在區域有沒有新的有線電視業者加入競爭 .....	27
圖 14 有沒有改用新業者的有線電視服務 .....	27
圖 15 訂閱的中華電信 MOD 服務 .....	29
圖 16 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.....	29

圖 17 使用過中華電信 MOD 哪些功能.....	29
圖 18 未來一年內會不會考慮停止訂閱中華電信 MOD 服務.....	31
圖 19 考慮停止訂閱中華電信 MOD 服務之主要原因.....	31
圖 20 停訂中華電信 MOD 服務後考慮改用哪些其他服務.....	32
圖 21 家中有哪些可連網設備 .....	33
圖 22 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.....	34
圖 23 家中有沒有智慧電視 .....	35
圖 24 家中智慧電視有沒有連結家中寬頻網路 .....	35
圖 25 家中智慧電視沒有連結寬頻網路之主要原因 .....	35
圖 26 過去 12 個月內曾使用智慧電視從事哪些活動 .....	36
圖 27 過去 12 個月內，透過藍光播放器從事之活動 .....	38
圖 28 過去 12 個月內，透過有線電視機上盒從事之活動 .....	38
圖 29 過去 12 個月內，透過中華電信 MOD 從事之活動.....	39
圖 30 過去 12 個月內，透過多媒體播放器從事之活動 .....	40
圖 31 過去 12 個月內，透過可連網遊戲機從事之活動 .....	41
圖 32 過去 12 個月內，透過智慧型手機連結電視機從事之活動 ....	42
圖 33 過去 12 個月內，透過筆記型電腦連結電視機從事之活動 ....	43
圖 34 過去 12 個月內，透過平板連結電視機從事之活動 .....	44

圖 35	過去 12 個月內，透過桌上型電腦連結電視機從事之活動	44
圖 36	最常收看電視時段	46
圖 37	時常收看的電視節目類型（前十名）	47
圖 38	過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進	48
圖 39	電視節目在過去 12 個月內改進之處	48
圖 40	電視節目在過去 12 個月內更糟之處（前十名）	49
圖 41	平常透過哪些設備收聽廣播節目	50
圖 42	家中有幾台收音機	50
圖 43	個人較常使用的收音機有幾台	51
圖 44	收聽的廣播頻段	51
圖 45	使用連網設備收聽廣播方式	53
圖 46	收聽廣播頻率	54
圖 47	最常收聽廣播時段	54
圖 48	最常收聽的廣播電臺	55
圖 49	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	58
圖 50	哪些電視廣告播出情形對您造成困擾	60
圖 51	哪些電視廣告類型對您造成困擾	60
圖 52	電視頻道 1 小時內出現廣告的次數是否合宜	61
圖 53	電視頻道廣告播出長度是否合宜	62

圖 54 廣播節目 1 小時內出現的廣告次數是否合宜 .....	63
圖 55 廣播節目廣告播出長度是否合宜 .....	63
圖 56 知不知道電視節目有相關規範 .....	65
圖 57 民眾認為電視節目規範合適度 .....	65
圖 58 民眾對於哪個單位負責管理電視節目的認知 .....	65
圖 59 知不知道廣播節目有相關規範 .....	67
圖 60 民眾認為廣播節目規範合適度 .....	68
圖 61 民眾對於哪個單位負責管理廣播節目的認知 .....	68
圖 62 民眾認為電視節目有規範之原因 .....	70
圖 63 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.....	71
圖 64 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.....	72
圖 65 哪些類型內容讓您覺得討厭（前十名） .....	72
圖 66 讓您覺得厭惡的節目（前十名） .....	72
圖 67 當電視播出令您覺得反感或厭惡的節目內容會如何反應 .....	73
圖 68 電視節目有關「性」出現頻率的合適度 .....	74
圖 69 電視節目有關「暴力」出現頻率的合適度 .....	76
圖 70 電視節目有關「髒話」出現頻率 .....	77

圖 71 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.....	78
圖 72 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 .....	79
圖 73 民眾認為有害的電視節目內容（前十名） .....	80
圖 74 看到有害電視節目內容後會如何回應 .....	80
圖 75 對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私之態度 .....	81
圖 76 對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私之態度 .....	82
圖 77 最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道 .....	83
圖 78 第二常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道 .....	84
圖 79 第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道 .....	85
圖 80 最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道 .....	86
圖 81 第二常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道 .....	87
圖 82 第三常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道 .....	88

## 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 .....	9
表 6 廣電市場調查地點完成數加權前代表性檢定 .....	11
表 7 廣電市場調查樣本檢定表 .....	14
表 8 各年齡層樣本加權後之膨脹倍數 .....	15
表 9 每週透過電視機收看電視節目時間（區域別） .....	20
表 10 透過不同設備收聽廣播之頻率比較 .....	52
表 11 從最常收聽廣播電臺獲取資訊之仰賴程度 .....	56
表 12 民眾對最常收聽的廣播電臺滿意度（區域別） .....	59
表 13 最常收聽之電臺所提供服務的重要性（區域別） .....	59



# 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，除與整體通傳產業之商業經營、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傳使用行為，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前年起，進行我國首次通傳市場調查，今年為第三年執行。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，以提供未來擘劃通傳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 92 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。

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

層別 代碼	鄉鎮市區名稱
	<p>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</p>
6	<p>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</p>

層別代碼	鄉鎮市區名稱
	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

地理區	層別代碼	合併層別代碼
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 107 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 107 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<sup>1</sup>。

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%。

<sup>1</sup> 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	1,229,181	18.98%	67	3	2	11	6
	第2層	3,193,854	49.32%	174	7	2	12	14
	第3層	1,648,552	25.46%	90	4	2	11	8
	第4層	404,406	6.24%	22	1	2	11	2
	小計	6,475,993	32.10%	353	14			30
桃竹苗	第1層	1,157,116	36.61%	63	3	2	11	6
	第2層	1,480,087	46.83%	81	3	2	13	6
	第3層	523,555	16.56%	29	1	2	14	2
	小計	3,160,758	15.67%	172	7			14
中彰投	第1層	914,020	23.40%	50	2	2	12	4
	第2層	1,276,263	32.68%	70	3	2	12	6
	第3層	1,278,250	32.73%	70	3	2	12	6
	第4層	437,235	11.19%	24	1	2	12	2
	小計	3,905,768	19.36%	213	9			18
雲嘉南	第1層	926,449	31.73%	51	2	2	13	4
	第2層	1,215,361	41.63%	66	2	2	17	4
	第3層	777,832	26.64%	42	2	2	11	4
	小計	2,919,642	14.47%	159	6			12
高屏澎	第1層	1,132,289	34.97%	62	2	2	15	4
	第2層	989,921	30.57%	54	2	2	13	4
	第3層	1,115,675	34.46%	61	2	2	15	4
	小計	3,237,885	16.05%	177	6			12
花東	第1層	251,882	52.86%	14	1	1	14	1
	第2層	224,652	47.14%	12	1	1	12	1
	小計	476,534	2.36%	26	2			2
<b>總數</b>		<b>20,176,580</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,100</b>	<b>44</b>			<b>88</b>

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，另因今年度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				原始調查地點預計完成之樣本配置					第一次初步調整	
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	調查地點 各層 預計完成數	調查地點 各層 預計完成數
北北基宜	第1層	1,229,181	18.98%	67	3	2	11	6	66	66
	第2層	3,193,854	49.32%	174	7	2	12	14	168	170
	第3層	1,648,552	25.46%	90	4	2	11	8	88	88
	第4層	404,406	6.24%	22	1	2	11	2	22	24
	小計	6,475,993	32.10%	353	14			30	344	348
桃竹苗	第1層	1,157,116	36.61%	63	3	2	11	6	66	66
	第2層	1,480,087	46.83%	81	3	2	13	6	78	78
	第3層	523,555	16.56%	29	1	2	14	2	28	28
	小計	3,160,758	15.67%	172	7			14	172	172
中彰投	第1層	914,020	23.40%	50	2	2	12	4	48	48
	第2層	1,276,263	32.68%	70	3	2	12	6	72	72
	第3層	1,278,250	32.73%	70	3	2	12	6	72	72
	第4層	437,235	11.19%	24	1	2	12	2	24	24
	小計	3,905,768	19.36%	213	9			18	216	216
雲嘉南	第1層	926,449	31.73%	51	2	2	13	4	52	52
	第2層	1,215,361	41.63%	66	2	2	17	4	68	68
	第3層	777,832	26.64%	42	2	2	11	4	44	44
	小計	2,919,642	14.47%	159	6			12	164	164
高屏澎	第1層	1,132,289	34.97%	62	2	2	15	4	60	60
	第2層	989,921	30.57%	54	2	2	13	4	52	54
	第3層	1,115,675	34.46%	61	2	2	15	4	60	60
	小計	3,237,885	16.05%	177	6			12	172	174
花東	第1層	251,882	52.86%	14	1	1	14	1	14	14
	第2層	224,652	47.14%	12	1	1	12	1	12	12
	小計	476,534	2.36%	26	2			2	26	26
<b>總數</b>		<b>20,176,580</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,100</b>	<b>44</b>			<b>88</b>	<b>1,094</b>	<b>1,100</b>

註：總村里抽取數=調查地點鄉鎮市區抽取數×調查地點村里抽取數，調查地點各層應完成數=總村里抽取數×調查地點各村里應完成數。

表 4 各調查地點樣本依年齡層調整後之配置計畫表 (續)

調查地點抽樣架構				第一次初步調整		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 預計完成數	調查地點 各層 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	1,229,181	18.98%	66	66	1	2	2	2	2	2	11	66
	第2層	3,193,854	49.32%	168	170	2	2	2	2	2	2	12	168
	第3層	1,648,552	25.46%	88	88	2	2	2	2	2	1	11	88
	第4層	404,406	6.24%	22	24	2	2	2	3	2	1	12	24
	小計	6,475,993	32.10%	344	348								346
桃竹苗	第1層	1,157,116	36.61%	66	66	2	2	2	2	2	1	11	66
	第2層	1,480,087	46.83%	78	78	3	3	2	2	2	1	13	78
	第3層	523,555	16.56%	28	28	3	3	2	3	2	1	14	28
	小計	3,160,758	15.67%	172	172								172
中彰投	第1層	914,020	23.40%	48	48	2	2	2	3	2	1	12	48
	第2層	1,276,263	32.68%	72	72	2	2	2	2	2	2	12	72
	第3層	1,278,250	32.73%	72	72	2	2	2	2	2	2	12	72
	第4層	437,235	11.19%	24	24	2	3	2	2	2	1	12	24
	小計	3,905,768	19.36%	216	216								216
雲嘉南	第1層	926,449	31.73%	52	52	3	3	2	2	2	1	13	52
	第2層	1,215,361	41.63%	68	68	2	3	3	3	3	3	17	68
	第3層	777,832	26.64%	44	44	1	1	2	3	2	2	11	44
	小計	2,919,642	14.47%	164	164								164
高屏澎	第1層	1,132,289	34.97%	60	60	3	3	2	3	2	2	15	60
	第2層	989,921	30.57%	52	54	2	3	3	2	2	2	14	56
	第3層	1,115,675	34.46%	60	60	3	3	3	2	2	2	15	60
	小計	3,237,885	16.05%	172	174								176
花東	第1層	251,882	52.86%	14	14	2	3	3	3	2	1	14	14
	第2層	224,652	47.14%	12	12	2	3	2	2	2	1	12	12
	小計	476,534	2.36%	26	26								26
<b>總數</b>		<b>20,176,580</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,094</b>	<b>1,100</b>								<b>1,100</b>

註：調查地點各村里預計完成數=調查地點 16-65 歲以上預計完成數加總，依年齡層調查地點各層預計完成數=總村里抽取數×調查地點各村里預計完成數。

### (三) 調查時間

自 108 年 6 月 1 日至 7 月 31 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	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 1,160 份)
北北基宜	第一層	新北市永和區	22	21
		臺北市萬華區	22	22
		臺北市松山區	22	22
	第二層	新北市三重區	24	25
		新北市板橋區	24	24
		臺北市北投區	24	24
		臺北市內湖區	24	24
		臺北市士林區	24	26
		新北市中和區	24	24
		臺北市中山區	24	26
	第三層	基隆市仁愛區	22	22
		新北市八里區	22	22
		基隆市信義區	22	25
		新北市新店區	22	23
第四層	宜蘭縣冬山鄉	24	23	
		小計	346	353
桃竹苗	第一層	新竹縣竹北市	22	23
		桃園市中壢區	22	22
		桃園市桃園區	22	23
	第二層	桃園市八德區	26	26
		新竹市香山區	26	26
		新竹縣竹東鎮	26	26
	第三層	苗栗縣獅潭鄉	28	30
		小計	172	176
中彰投	第一層	臺中市西屯區	24	23
		臺中市西區	24	23
	第二層	臺中市大里區	24	22
		臺中市豐原區	24	22
		臺中市大雅區	24	27
	第三層	彰化縣福興鄉	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 1,160 份)
		臺中市神岡區	24	17
		彰化縣線西鄉	24	25
	第四層	南投縣魚池鄉	24	23
	小計		216	206
雲嘉南	第一層	臺南市安平區	26	28
		臺南市東區	26	24
	第二層	嘉義市東區	34	34
		雲林縣斗南鎮	34	34
	第三層	嘉義縣大林鎮	22	22
		雲林縣西螺鎮	22	22
	小計		164	164
高屏澎	第一層	高雄市前鎮區	30	30
		高雄市左營區	30	30
	第二層	高雄市仁武區	28	28
		高雄市鳥松區	28	27
	第三層	屏東縣潮州鎮	30	30
		澎湖縣馬公鄉	30	30
	小計		176	175
花東	第一層	花蓮縣花蓮市	14	14
	第二層	臺東縣鹿野鄉	12	12
	小計		26	26
金馬	金門縣		30	30
	連江縣		30	30
	小計		60	60
合計			1,160	1,160

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%	1,100	100.0%	
調查地點					卡方值為0.000， <i>p</i> -value=0.983，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	346	31.5%	353	32.1%	
桃竹苗	172	15.6%	176	16.0%	
中彰投	216	19.6%	206	18.7%	
雲嘉南	164	14.9%	164	14.9%	
高屏澎	176	16.0%	175	15.9%	
花東	26	2.4%	26	2.4%	

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 108 年 4 月著手問卷相關準備工作，108 年 5 月 20 日至 108 年 5 月 23 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 108 年 6 月 1 日正式開始執行調查，實施期程說明如下：

1. 準備期：自 108 年 4 月 1 日至 5 月 24 日。
2. 調查期：第一階段調查期自 108 年 5 月 20 日至 5 月 23 日  
第二階段調查期自 108 年 6 月 1 日至 7 月 31 日。
3. 核閱期：自 108 年 7 月 30 日至 8 月 4 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， $\frac{N_i}{N} / \frac{n'_i}{n}$ ， $N_i$  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  $\alpha$  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  $\alpha$  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 (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：

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

$O_{ij}$  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 136,729 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 108 年 8 月 4 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 1,105 個<sup>2</sup>有效樣本，調查樣本結構如表 7。

表 7 廣電市場調查樣本檢定表

人口變數	母體		加權前		加權後		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	20,176,580	100.0%	1,105	100.0%	1,105	100.0%		
性別							卡方值為0.391， $p$ -value=0.532，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	9,940,336	49.3%	534	48.3%	544	49.3%		
女	10,236,244	50.7%	571	51.7%	561	50.7%		
年齡							卡方值為12.879， $p$ -value=0.025，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	2,946,481	14.6%	183	16.6%	161	14.6%		
26-35歲	3,281,796	16.3%	195	17.6%	180	16.3%		
36-45歲	3,877,239	19.2%	211	19.1%	212	19.2%		
46-55歲	3,618,661	17.9%	196	17.7%	198	17.9%		
56-65歲	3,326,481	16.5%	187	16.9%	182	16.5%		
66歲及以上	3,125,922	15.5%	133	12.0%	171	15.5%		
縣市別							卡方值為266.060， $p$ -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	3,468,998	17.2%	158	14.3%	190	17.2%		
臺北市	2,282,576	11.3%	131	11.9%	125	11.3%		
桃園市	1,862,558	9.2%	69	6.2%	102	9.2%		
臺中市	2,369,481	11.7%	121	11.0%	130	11.7%		
臺南市	1,636,231	8.1%	49	4.4%	90	8.1%		
高雄市	2,415,699	12.0%	122	11.0%	132	12.0%		
宜蘭縣	396,388	2.0%	26	2.4%	22	2.0%		
新竹縣	459,988	2.3%	39	3.5%	25	2.3%		
苗栗縣	474,519	2.4%	34	3.1%	26	2.4%		
彰化縣	1,097,895	5.4%	51	4.6%	60	5.4%		
南投縣	438,392	2.2%	25	2.3%	24	2.2%		
雲林縣	600,275	3.0%	57	5.2%	33	3.0%		
嘉義縣	454,426	2.3%	35	3.2%	25	2.3%		
屏東縣	729,662	3.6%	35	3.2%	40	3.6%		
臺東縣	191,014	0.9%	12	1.1%	10	0.9%		
花蓮縣	285,520	1.4%	17	1.5%	16	1.4%		
澎湖縣	92,524	0.5%	32	2.9%	5	0.5%		
基隆市	328,031	1.6%	45	4.1%	18	1.6%		
新竹市	363,693	1.8%	23	2.1%	20	1.8%		
嘉義市	228,710	1.1%	24	2.2%	13	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10712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。

<sup>2</sup> 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「調查地點」整理的完成數有些微差異。

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±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	1,105	100.0%	1,105	100.0%	
年齡					
16-25歲	183	16.6%	161	14.6%	0.88
26-35歲	195	17.6%	180	16.3%	0.92
36-45歲	211	19.1%	212	19.2%	1.01
46-55歲	196	17.7%	198	17.9%	1.01
56-65歲	187	16.9%	182	16.5%	0.97
66歲及以上	133	12.0%	171	15.5%	1.29

## 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 92 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 101 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 8.93 次，其中 55 歲以上樣本的平均拒訪率約達 9.89 次，較年輕民眾樣本的完訪困難度大為提高。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，使得整體樣本各年齡層加權後皆未超過原樣本數的±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 0.88 倍；26-35 歲被放大 0.92 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 0.97 倍；66 歲及以上則約被放大 1.29 倍左右。本次研究計畫為非機率抽樣之調查結果，因此在後續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 63.3% 僅收看電視<sup>3</sup>，27.3% 有看電視也聽廣播，1.5% 僅收聽廣播，8% 則是既不看電視也不聽廣播【參照圖 1】。

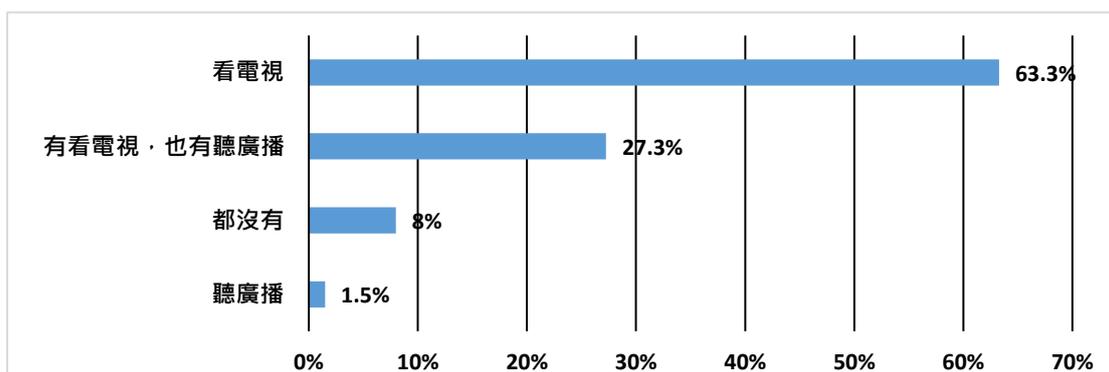


圖 1 是否收看電視或收聽廣播

Base : N=1,105, 單選

#### 2. 比較分析

##### (1) 區域差異分析

交叉分析發現，除高屏澎地區（48.1%）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，其中又以宜花東地區的 77.5% 最高、中彰投地區的 56.3% 最低。

##### (2) 基本差異分析

依性別區分，男性（60.8%）和女性（65.6%）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 16-25 歲（71.4%）比例最高、46-55 歲（55.5%）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，其中又以未婚者（67.1%）比例最高、已婚者（60.4%）比例最低。

##### (3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定<sup>4</sup>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（62.8%）和租屋者（64.3%）皆以僅看電視為

<sup>3</sup> 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。

<sup>4</sup> 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。

多數，而自有房屋者（29.4%）有看電視也有聽廣播的比例明顯高於租屋者（19.8%）。

## （二）電視設備及使用情形 Q4 Q5 Q7

### 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 93.9%，其中又以擁有 1 臺電視機的比例最高（50.9%），其次為 2 臺（26.5%）【參照圖 2】。

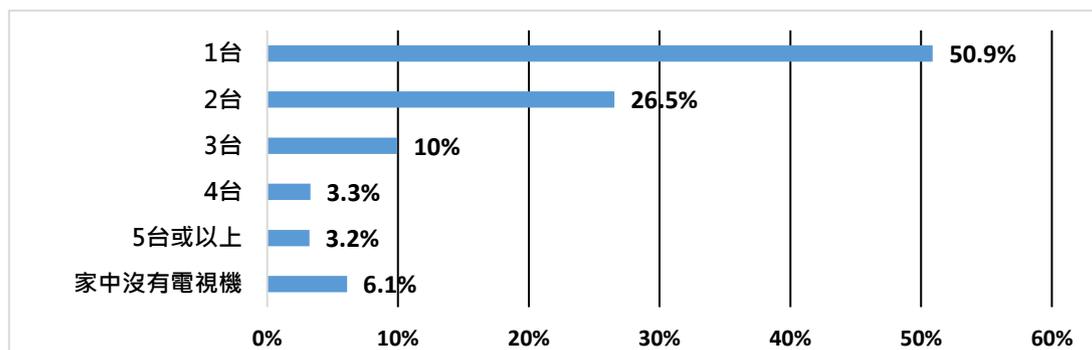


圖 2 家中擁有的電視機數量

Base：N=1105，單選

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 95.6%，僅有 4.4%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 96.4%表示會繼續使用，僅有 3.6%表示不會再使用【參照圖 4】。

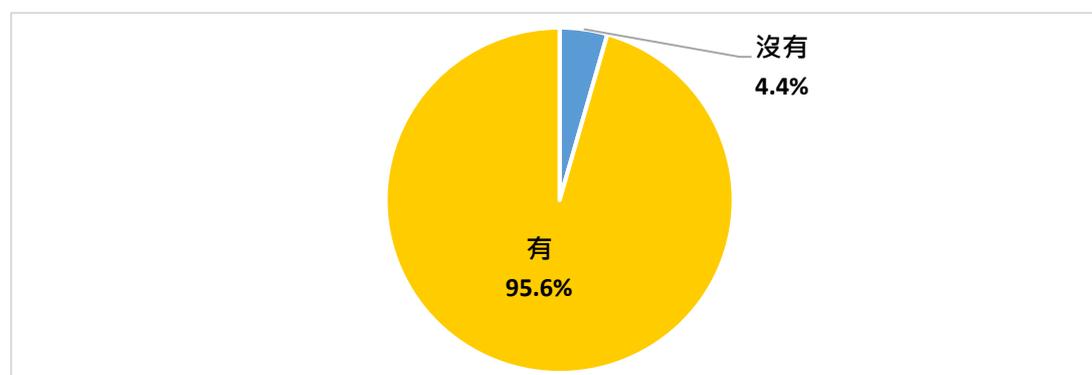


圖 3 家中過去 12 個月內有沒有使用電視機

Base：N=1,038，單選（家中有電視機者）

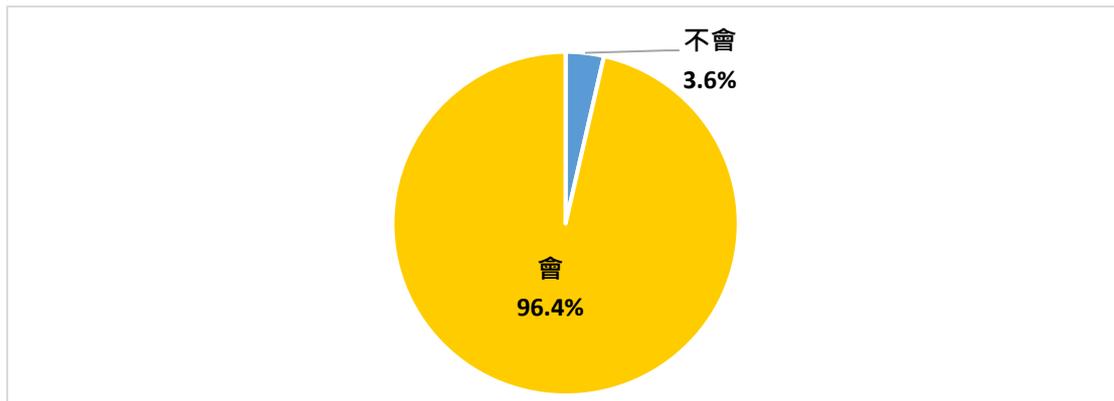


圖 4 家中未來 12 個月內會不會繼續使用電視機

Base : N=1,038 , 單選 (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

卡方檢定結果顯示，民眾家中擁有電視機數量、家中過去 12 個月內有沒有使用電視機，皆於居住地區達顯著差異。

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 58.8% 最高、宜花東地區的 36.2% 最低；但宜花東地區家中擁有 4 台電視機的比例明顯高於其他地區，達 16.3%。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，其中又以雲嘉南地區的 98% 最高、高屏澎地區的 92.4% 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 (98.4%) 比例最高、宜花東地區 (92.2%) 比例最低。

### (2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾家中過去 12 個月內有沒有使用電視機，於年齡、婚姻狀況達顯著差異；家中未來 12 個月內會不會繼續使用電視機，於婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性 (49.4%) 和女性 (52.3%) 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，並以女性 (96.5%) 比例略高於男性 (94.6%)。不論男性 (96.5%) 或女性 (96.4%) 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 36-45 歲 (54.3%) 比例最高、66 歲及以上 (44.5%) 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 46-55 歲的 97.8% 最高、16-25 歲的 91.5% 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 56-65 歲 (98.3%) 比例最高、16-25 歲 (93.4%) 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，其中又以已婚者 (51.4%) 比例最高、鰥寡/分居者 (49.4%) 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 97.7%最高、未婚者的 92.6%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（97.7%）比例最高、鰥寡/分居者（92.6%）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、家中未來 12 個月內會不會繼續使用電視機，皆於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（47.9%）和租屋者（60.6%）家中擁有電視機數量皆以 1 臺為主，而自有房屋者（28.8%）擁有 2 臺的比例明顯高於租屋者（18.2%）。關於家中未來 12 個月內會不會繼續使用電視機，自有房屋者（97.7%）和租屋者（92%）皆以會繼續使用的比例較高。

## （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 17.51 小時（N=992，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，以宜花東地區的 26.26 小時最長、高屏澎地區的 15.98 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	16.21
桃竹苗	20.8
中彰投	16.75
雲嘉南	17.01
高屏澎	15.98
宜花東	26.26
<b>總平均</b>	<b>17.51</b>

資料來源：本研究彙整

#### （2）基本差異分析

依性別區分，女性（17.89 小時）平均每週透過電視機收看電視節目的時間較男性（17.12 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 25.06 小時最長、16-25 歲的 12.08 小時最短。

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，以鰥寡/

分居者的 23.66 小時最長、未婚者的 14.92 小時最短。

#### (四) 家中電視機收視平臺與最主要收視來源 Q8 Q9

##### 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(64.6%)占比最高，其次為無線電視臺(35.2%)、中華電信 MOD(25%)，而線上串流影音(OTT TV)僅占 11.6%【參照圖 5】。進一步詢問 16 歲以上民眾最主要的收視來源為何，仍以有線電視為多數，達 56.1%，其次為無線電視臺(16.7%)、中華電信 MOD(14.3%)【參照圖 6】。

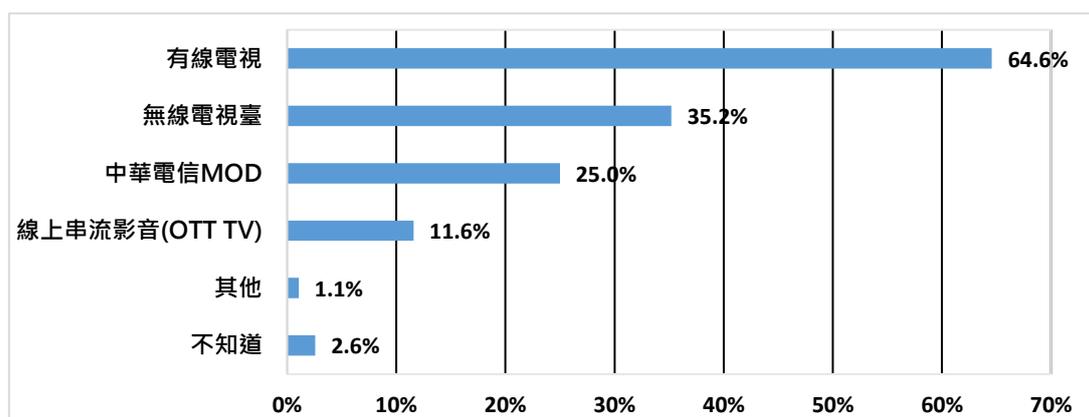


圖 5 家中電視機收看之電視節目平臺

Base：N=1,036，複選（家中有電視機者）

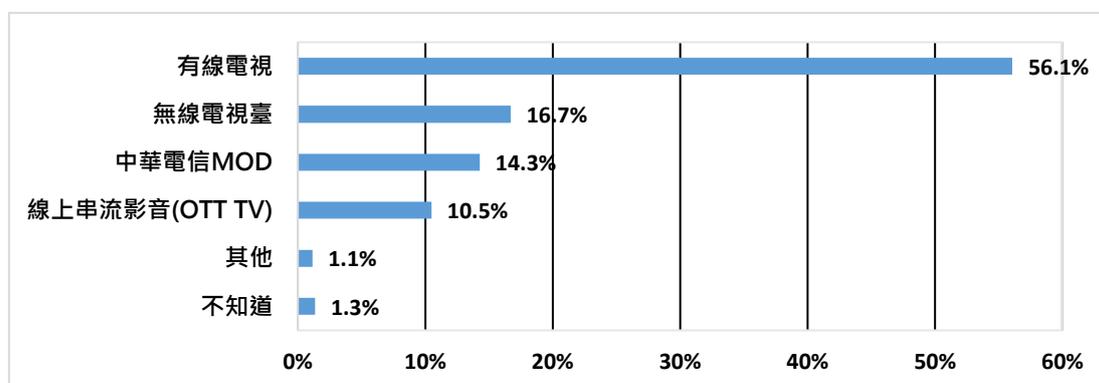


圖 6 最主要收視來源

Base：N=1,025，單選（除不知道家中收視系統者）

##### 2. 比較分析

###### (1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾最主要的收視來源，於居住地區達顯著差異。

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 72.5% 最高、中彰投地區的 61.3% 最低。各地區最主要的收視來源仍以有線電視為多數，其中又以高屏澎地區（63.4%）比例最高、桃竹苗地區（47.4%）比例最低；但桃竹苗地區（24.7%）以無線電視臺作為最主

要收視來源的比例明顯高於其他地區，北北基地區（7.6%）則是以線上串流影音（OTT TV）作為最主要收視來源的比例相對較低。

## （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（64.5%）和女性（64.6%）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 57.3% 和 54.9%。

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 66 歲及以上（74.4%）比例最高、16-25 歲（51.6%）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 56-65 歲的 66.7% 最高、16-25 歲的 39% 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 23.3% 最高、56-65 歲的 2.2% 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，其中又以已婚者的 72.6% 最高、未婚者的 55.6% 最低。各婚姻狀況最主要的收視來源皆以有線電視為多數，其中又以已婚者（65.2%）比例最高、未婚者（44.1%）比例最低；但未婚者（17.5%）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（27.4%）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、教育程度達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（58.4%）和租屋者（49.6%）最主要的收視來源皆以有線電視為主，但租屋者（18.8%）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（7.9%）。

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，其中又以國中或初中程度者的 70.5% 最高、碩士及以上程度者的 46% 最低。

## （五）有線電視服務訂閱情形 Q10 Q11 Q12

### 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 90.4%【參照圖 7】。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（50.8%）和不知道（49.2%）的比例相差不大【參照圖 8】。進一步詢問我國 16 歲以上民眾使用過家中有線電視哪些增值功能，以都沒有使用過（66.7%）的比例最高，而有使用者，則以購物（14.3%）、錄製節目（11.8%）占比較高【參照圖 9】。

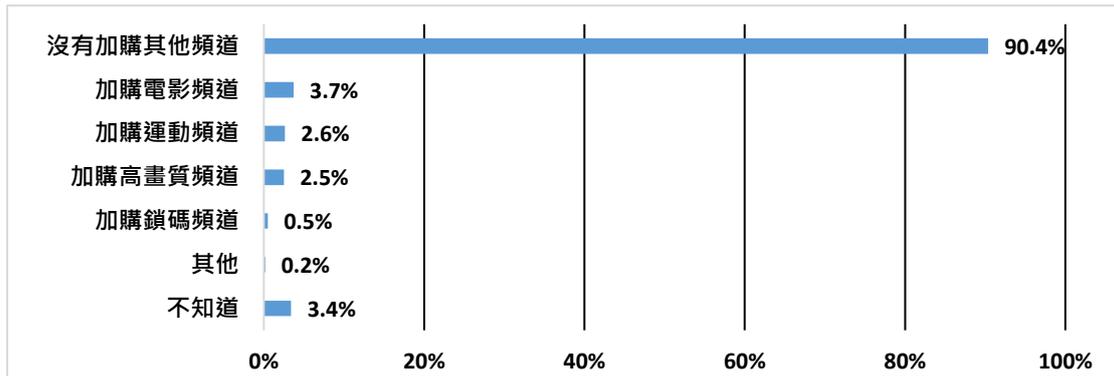


圖 7 有沒有加購有線電視服務其他頻道

Base: N=669，複選（用家中電視機所收看電視節目之系統為有線電視者）

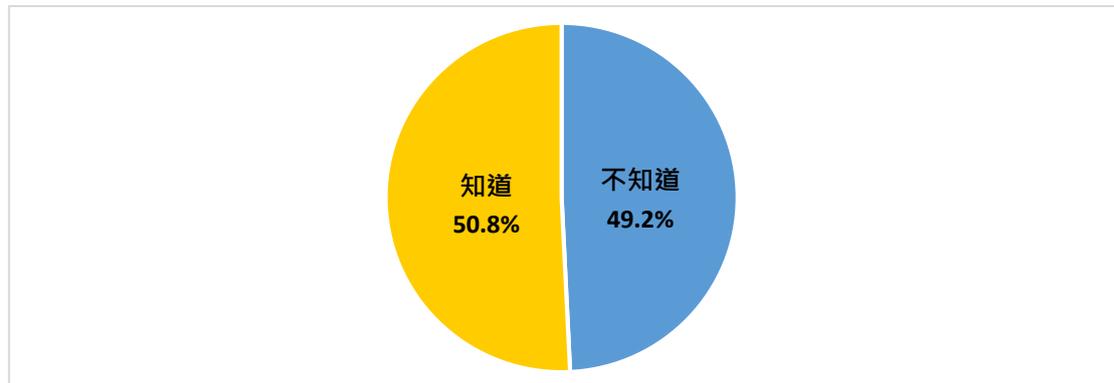


圖 8 知不知道家中有線電視可以付費使用錄製、暫停、回播電視節目功能

Base: N=669，單選（用家中電視機所收看電視節目之系統為有線電視者）

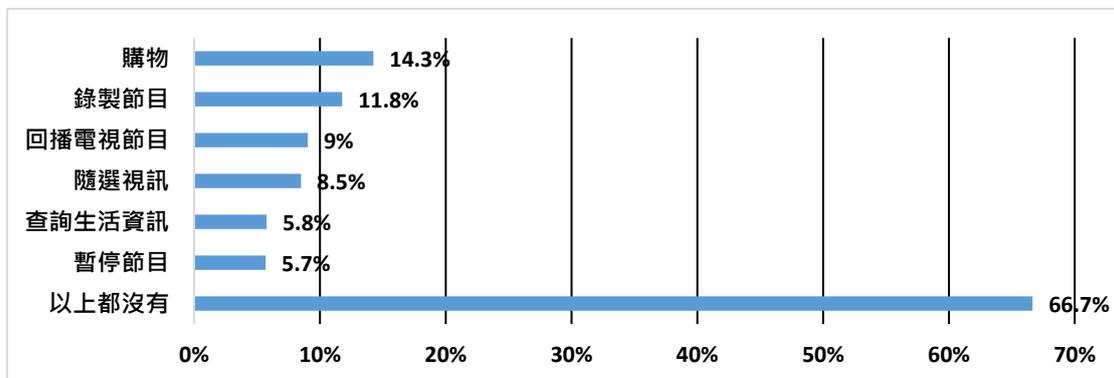


圖 9 使用過家中有線電視哪些功能

Base: N=340，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）

## 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，其中又以雲嘉南地區的比例最高，其中又以雲嘉南地區的 95.1%最高、中彰投的 86.3%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（55.2%）、高屏澎地區（70.4%）以知道的比例較高外，其餘地區皆以不知道為多數，其中又以宜花東地區的 67.4%最高、北北基地區的 51.3%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，其中又以北北基地區的 76.1%最高、高屏澎地區的 52.3%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（91.8%）和女性（89.1%）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（53.6%）以知道的比例較高，女性（51.9%）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（70.5%）和女性（62.5%）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 56-65 歲（95.7%）比例最高、26-35 歲（83.7%）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（61.7%）、26-35 歲（60.3%）、36-45 歲（58.1%）以知道的比例較高，46-55 歲（53.7%）、56-65 歲（60.6%）、66 歲及以上（58.4%）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 16-25 歲的 75.5%最高、26-35 歲的 61.5%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（93.7%）比例最高、未婚者（85.2%）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，除了未婚者（63.6%）以知道為多數外，已婚者（54.6%）、鰥寡/分居者（56.5%）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 70.7%最高、已婚者的 64.6%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，除小學及以下程度者（72.7%）、國中或初中程度者（82.7%）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 75.4%最高、專科程度者的 54.2%最低。

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，除農/林/漁/牧業（69.9%）、營建工程業（71.3%）、住宿及餐飲業（54.2%）、公共行政及國防/強制性社會安全（56.1%）、家管（58.8%）以不知道的比例較高，其餘職業皆以知道為多數，其中又以出版/影音製作/傳播及資通訊服務業的 88.8%最高、其他服務業的 51.5%最低。

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，除無收入者(56.9%)、1萬-未滿2萬元收入者(62.2%)及2萬-未滿3萬元收入者(63.9%)以不知道的比例較高外，其餘收入水準皆以知道為多數，其中又以6萬元以上收入者的65.6%最高、未滿1萬元收入者的52.5%最低。

## (六) 是否考慮停止訂閱有線電視服務 Q13 Q14 Q15

### 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85%表示不會考慮，僅有8.1%考慮停訂【參照圖10】。

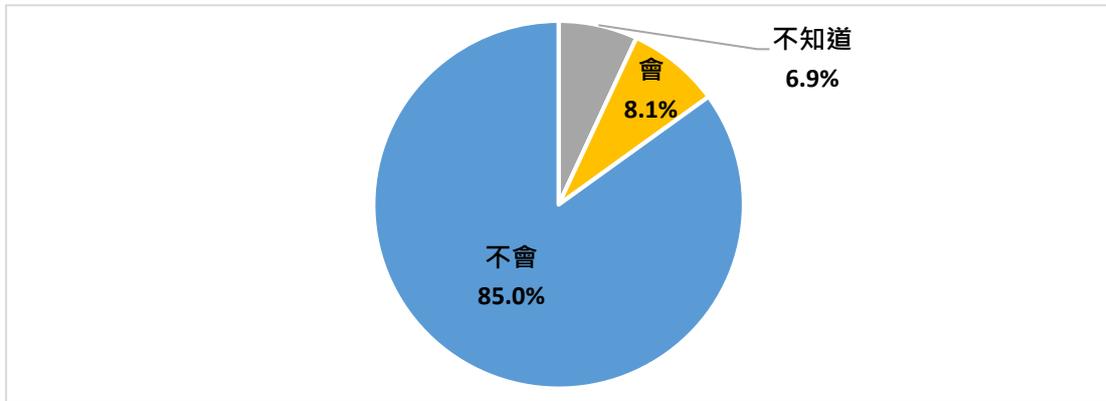


圖 10 會不會考慮停止訂閱有線電視服務

Base: N=669，單選（用家中電視機所收看電視節目之系統為有線電視者）

進一步詢問考慮停止訂閱的主要因素，以都透過網路收看(36.7%)所占比例最高，其次為沒有想看的電視節目(26.7%)、很少收看(18.6%)【參照圖11】；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(43.7%)為多數，其次為中華電信MOD(22%)【參照圖12】。

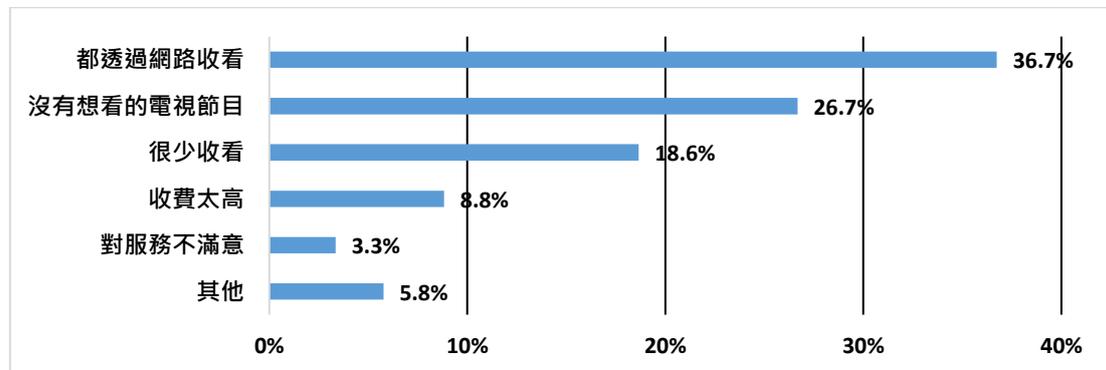


圖 11 考慮停止訂閱有線電視服務之主要原因

Base: N=54（未來12個月內會考慮停止訂閱有線電視服務者）

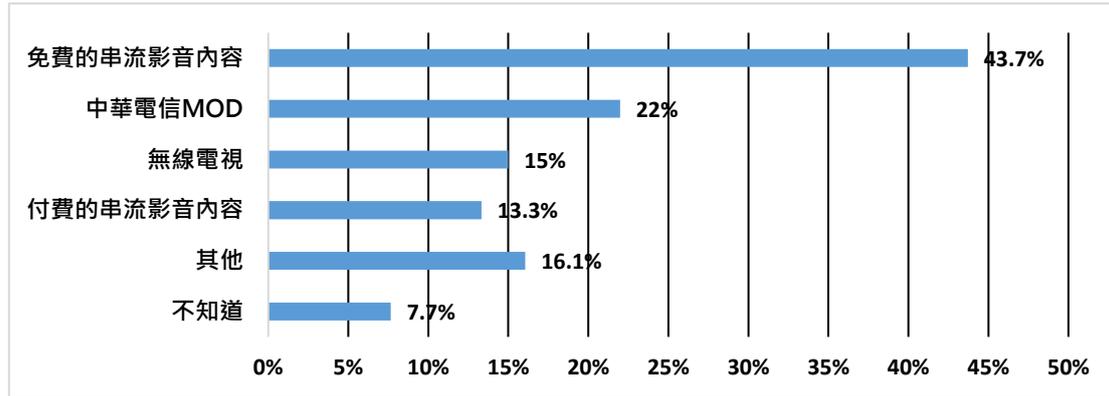


圖 12 停訂後會考慮改用哪些其他服務

Base：N=54，複選（未來 12 個月內會考慮停止訂閱有線電視服務者）

## 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，其中又以宜花東地區（91.8%）比例最高、桃竹苗地區（79.1%）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（46.3%）為多數，高屏澎地區（50.7%）以都透過網路收看占比最高，北北基地區（47.3%）、中彰投地區（44.1%）、雲嘉南地區（34.6%）則皆以沒有想看的電視節目為主。停止訂閱後會考慮改用之其他服務，桃竹苗地區（38.1%）、中彰投地區（58.1%）以中華電信 MOD 為多數，雲嘉南地區（28.6%）以無線電視占比最高，北北基地區（40.7%）、高屏澎地區（66.4%）則皆以免費的串流影音內容為主。

### (2) 基本差異分析

依性別區分，男性（84.5%）和女性（85.4%）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，兩者皆以都透過網路收看占比最高，分別為 42.9% 和 30.1%。而停止訂閱有線電視後會考慮改用的其他服務，男性（57.1%）和女性（29.5%）皆以免費的串流影音內容為多數。

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 56-65 歲（88.7%）比例最高、26-35 歲（79.9%）比例最低。考慮停止訂閱有線電視的主要原因，66 歲及以上（49.2%）以沒有想看的電視節目為多數，16-25 歲（31.1%）、56-65 歲（34%）以很少收看的占比最高，其餘年齡層則皆以都透過網路收看為主，其中又以 46-55 歲的 67% 最高、26-35 歲的 41.4% 最低。而停止訂閱有線電視後會考慮改用的其他服務，除了 66 歲及以上（47.5%）以無線電視比例最高外，其餘年齡層皆以免費的串流影音內容為主，其中又以 36-45 歲的 59.6% 最高、56-65 歲的 40% 最低。

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，其中又以鰥寡/分居者（95.8%）比例最高、未婚者（81.7%）比例最低。考慮停止訂閱有線電視的主要原因，未婚者（41.7%）以沒有想看的電視節目為多數，已婚者（33.9%）則以都透過網路收看占比最高。而停止訂閱有線電

視後會考慮改用的其他服務，未婚者（55.1%）和已婚者（34.4%）皆以免費的串流影音內容為主。

## （七）有線電視跨區經營 Q16 Q17

### 1. 整體分析

詢問我國 16 歲以上民眾所在區域有沒有新的有線電視業者加入競爭，回答有的比例為 38%、沒有的比例為 28.4%，而達 33.6% 表示不知道【參照圖 13】。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（77.1%），有改用者僅占 22.9%【參照圖 14】。

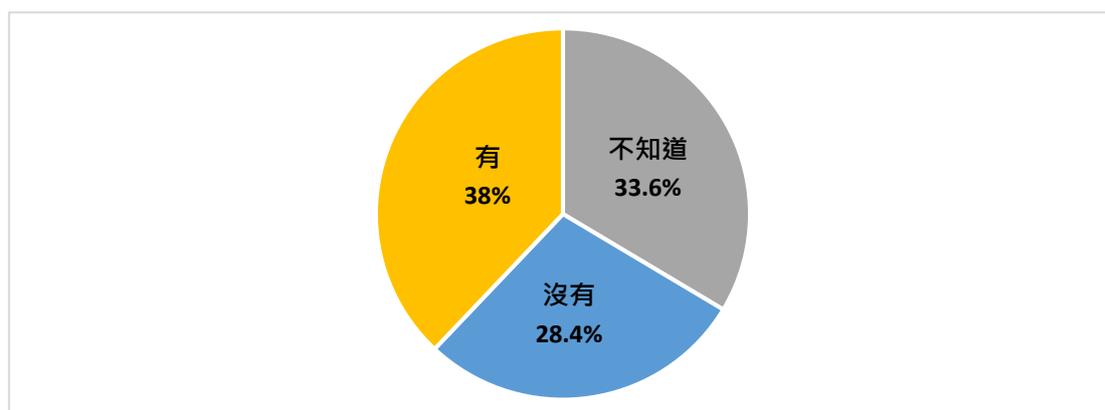


圖 13 所在區域有沒有新的有線電視業者加入競爭

Base: N=500，單選（位於有新進有線電視業者加入之縣市者）

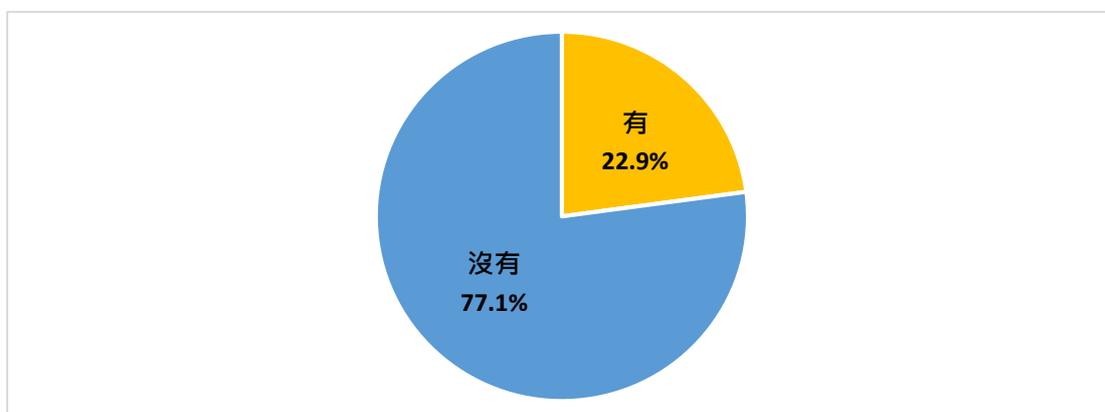


圖 14 有沒有改用新業者的有線電視服務

Base: N=190，單選（知道有新進有線電視業者加入所在縣市者）

### 2. 比較分析

#### （1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，所在區域有沒有新的有線電視業者加入競爭，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，關於所在區域有沒有新的有線電視業者加入競爭，新北市（44.6%）和

臺北市(50.9%)以回答有為多數，高雄市(41.7%)以回答沒有的比例較高，彰化縣(47%)則以不知道為主。回答居住地有新進業者加入者，新北市(73.4%)、臺北市(82.1%)、高雄市(83.7%)、彰化縣(62.4%)皆以沒有改用新進業者的有線電視服務為主。

## (2) 基本差異分析

依性別區分，關於所在區域有沒有新的有線電視業者加入競爭，男性(37.8%)和女性(38.1%)皆以回答有的比例較高；回答居住地有新進業者加入者，男性(74.8%)和女性(79.4%)皆以沒有改用新進業者的有線電視服務為主。

依年齡區分，關於所在區域有沒有新的有線電視業者加入競爭，16-25歲(53.1%)以不知道為主，56-65歲(37.4%)以回答沒有為多數，其餘年齡層則皆以回答有的比例較高，其中又以46-55歲的44.9%最高、26-35歲的36.9%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，且比例皆達7成以上，其中又以46-55歲的87.3%最高、56-65歲的71.2%最低。

依婚姻狀況區分，關於所在區域有沒有新的有線電視業者加入競爭，除已婚者(46.1%)以回答有為多數外，未婚者(44.8%)和鰥寡/分居者(39.8%)皆以不知道的占比最高。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，其中鰥寡/分居者的比例更達100%，已婚者的75.3%則相對最低。

## (3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，所在區域有沒有新的有線電視業者加入競爭，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，關於所在區域有沒有新的有線電視業者加入競爭，關於所在區域有沒有新的有線電視業者加入競爭，自有房屋者(35.8%)和租屋者(44.4%)皆以回答有的比例較高。

## (八) MOD 服務訂閱情形及使用功能 Q18 Q19 Q20

### 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21.7%，其次為組合頻道套餐(101-200元)(15.4%)、僅支付平臺服務費未作任何加購(13.2%)，但有高達28.2%表示不知道【參照圖15】。

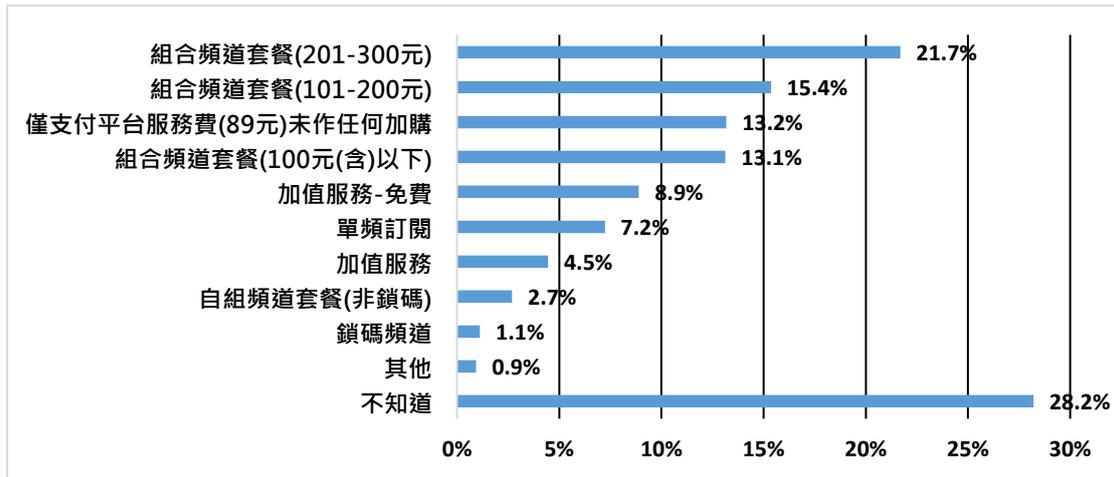


圖 15 訂閱的中華電信 MOD 服務

Base: N=259, 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)

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 (65.9%) 表示知道、34.1% 表示不知道【參照圖 16】；其中知道有上述功能者，高達 52.2% 都沒有使用這些功能，而使用過回播電視節目占 23.4%、隨選視訊占 19.8%【參照圖 17】。

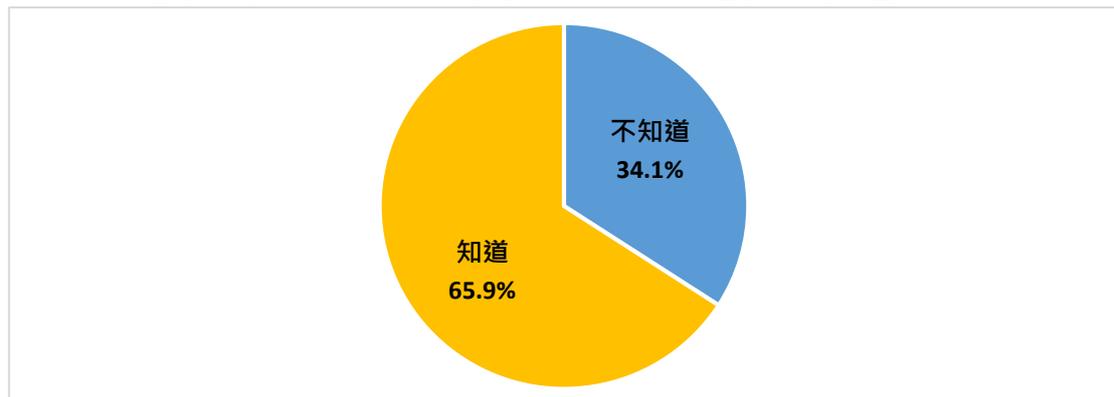


圖 16 知不知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能

Base: N=259, 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)

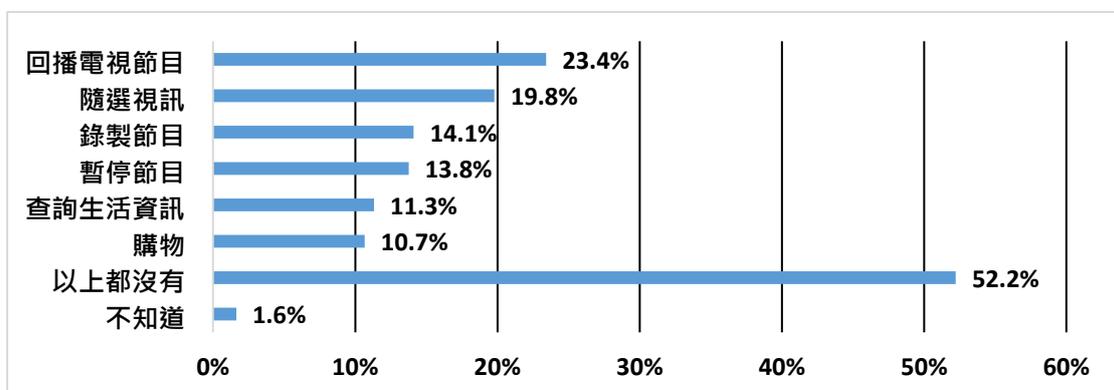


圖 17 使用過中華電信 MOD 哪些功能

Base: N=171, 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)

## 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，除北北基地區（29.7%）、桃竹苗地區（26.9%）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，而雲嘉南地區（27.7%）、宜花東地區（26.8%）僅支付平臺服務費未作任何加購的占比相對較高。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，其中又以北北基地區的 79.1% 最高、桃竹苗地區和宜花東地區的 56% 最低；但知道有這些功能者，各地區皆以都沒有使用的比例最高，其中又以中彰投地區的 64.7% 最高、高屏澎地區的 38.7% 最低。

### (2) 基本差異分析

依性別區分，關於民眾所訂閱的中華電信 MOD 服務，男性（25.6%）和女性（30.7%）皆以不知道占比最高，而組合頻道套餐（201-300 元）次之，分別占 21.4% 和 21.9%。男性（66.6%）和女性（65.2%）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，並以女性（56.3%）比例高於男性（48%）。

依年齡區分，關於民眾所訂閱的中華電信 MOD 服務，除 36-45 歲（33.6%）以組合頻道套餐（201-300 元）為主、46-55 歲（22.7%）以僅支付平臺服務費未作任何加購為多數外，其餘年齡層皆以不知道的比例最高，但 56-65 歲（25.9%）訂閱組合頻道套餐（100 元（含）以下）、36-45 歲（28.2%）訂閱組合頻道套餐（101-200 元）、66 歲及以上（25.1%）單頻訂閱的比例皆相對其他年齡層高。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（53.1%）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 74.1% 最高、16-25 歲的 63.3% 最低。但知道有這些功能者，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 67.2% 最高、36-45 歲的 36.5% 最低，而 26-35 歲（35.3%）使用過隨選視訊、36-45 歲（23.9%）使用過查詢生活資訊、66 歲及以上（32.8%）使用過購物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（33.1%）以不知道的比例最高，已婚者（26.9%）以組合頻道套餐（201-300 元）為多數，鰥寡/分居者（24.6%）則以組合頻道套餐（100 元（含）以下）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，其中又以鰥寡/分居者的 81.5% 最高、已婚者的 62.9% 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，其中又以鰥寡/分居者的 62% 最高、未婚者的 45.5% 最低。

### (3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能，於教育程度、個人平均月收入達顯著差異。

依教育程度區分，各教育程度皆以知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播

節目、資訊查詢等功能為多數，其中又以專科程度者的 86.2%最高、高中職程度者的 53.3%最低。

依個人平均月收入區分，除 1 萬-未滿 2 萬元收入者 (62.6%) 以不知道的比例較高外，其餘收入水準皆以知道中華電信 MOD 有錄製、暫停、回播節目、資訊查詢等功能為多數，其中又以 6 萬元以上收入者的 84.3%最高、無收入者的 53.6%最低。

## (九) 是否考慮停止訂閱中華電信 MOD 服務 Q21 Q22 Q23

### 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 71%表示不會考慮，僅有 13.8%考慮停訂【參照圖 18】。

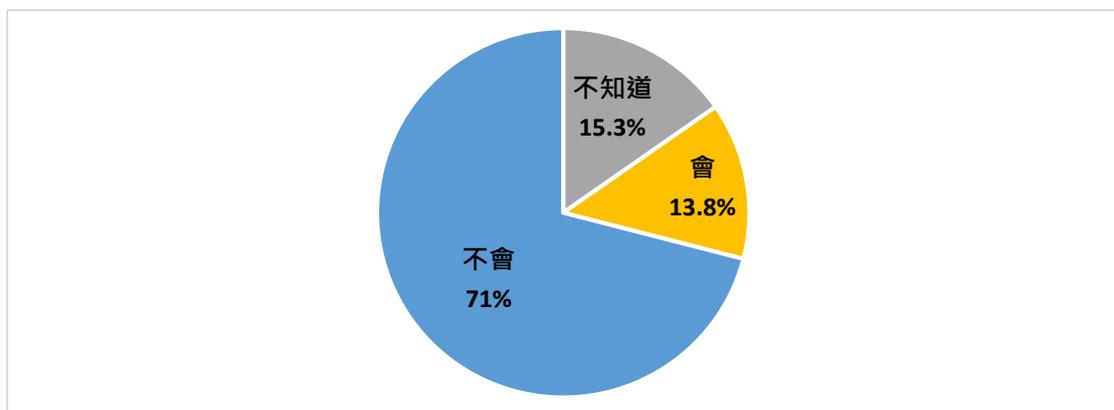


圖 18 未來一年內會不會考慮停止訂閱中華電信 MOD 服務

Base: N= 259，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）

進一步詢問考慮停止訂閱中華電信 MOD 的主要原因，以很少收看(42.2%) 占比最高，其次為收費太高 (19.2%)【參照圖 19】；而停訂中華電信 MOD 後考慮改用的其他服務，以有線電視(60.4%)為多數，免費的串流影音內容(43.6%) 次之【參照圖 20】。

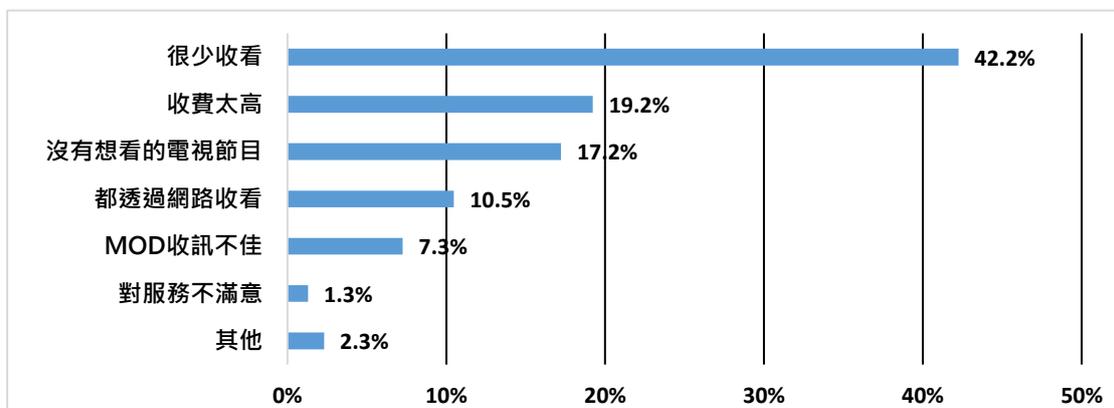


圖 19 考慮停止訂閱中華電信 MOD 服務之主要原因

Base: N= 36，複選（未來一年內會考慮停止訂閱 MOD 服務者）

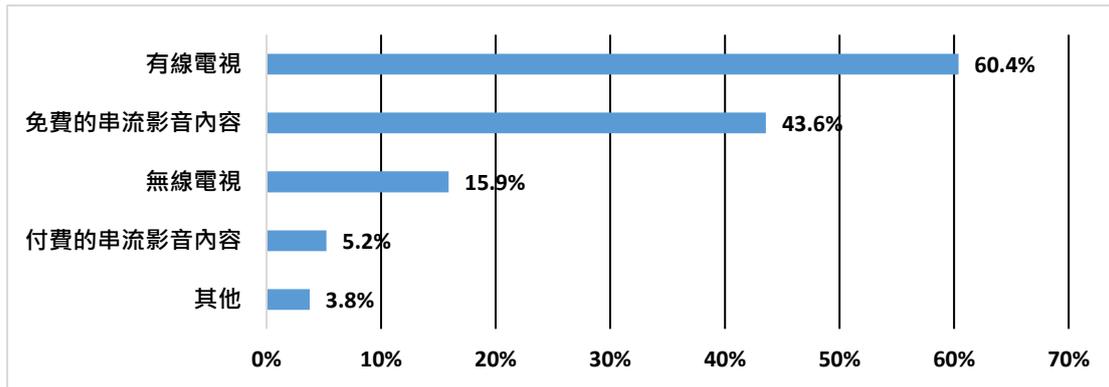


圖 20 停訂中華電信 MOD 服務後考慮改用哪些其他服務

Base: N= 36，複選（未來一年內會考慮停止訂閱 MOD 服務者）

## 2. 比較分析

### (1) 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 服務的占比較高，其中又以北北基地區和雲嘉南地區的 74.3% 最高、高屏澎地區的 65.7% 最低。考慮停止訂閱 MOD 服務的主要原因，北北基地區（24.2%）以收費太高為多數，中彰投地區（75.2%）以很少收看為主，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，北北基地區（55.3%）和中彰投地區（89.4%）皆以有線電視的比例最高。

### (2) 基本差異分析

依性別區分，男性（65.1%）和女性（76.6%）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（38.1%）和女性（46.1%）皆以很少收看的占比最高；而停訂中華電信 MOD 後考慮改用的其他服務，兩者皆以有線電視為主，分別占 59.4% 和 61.3%。

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（85.9%）比例最高、16-25 歲（58.9%）比例最低。考慮停止訂閱 MOD 服務的主要原因，46-55 歲（45.9%）以沒有想看的電視節目占比最高，16-25 歲（46%）、26-35 歲（54.1%）、36-45 歲（60.6%）皆以很少收看為多數。而停訂中華電信 MOD 後考慮改用的其他服務，16-25 歲（54.7%）、26-35 歲（74.5%）皆以免費的串流影音內容為主，36-45 歲（55.8%）、46-55 歲（79.8%）則以有線電視為多數。

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 93.6% 最高、未婚者的 65.8% 最低。考慮停止訂閱 MOD 服務的主要原因，未婚者（46.6%）和已婚者（40.4%）皆以很少收看的比例最高。而停訂中華電信 MOD 後考慮改用的其他服務，未婚者（60.7%）以免費的串流影音內容為多數，已婚者（71.4%）則以有線電視為主。

## (十) 家中擁有之可連網設備 Q24

### 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 (85.5%) 所占比例最高，其次為筆記型電腦 (42.8%)、桌上型電腦 (41%) 【參照圖 21】。

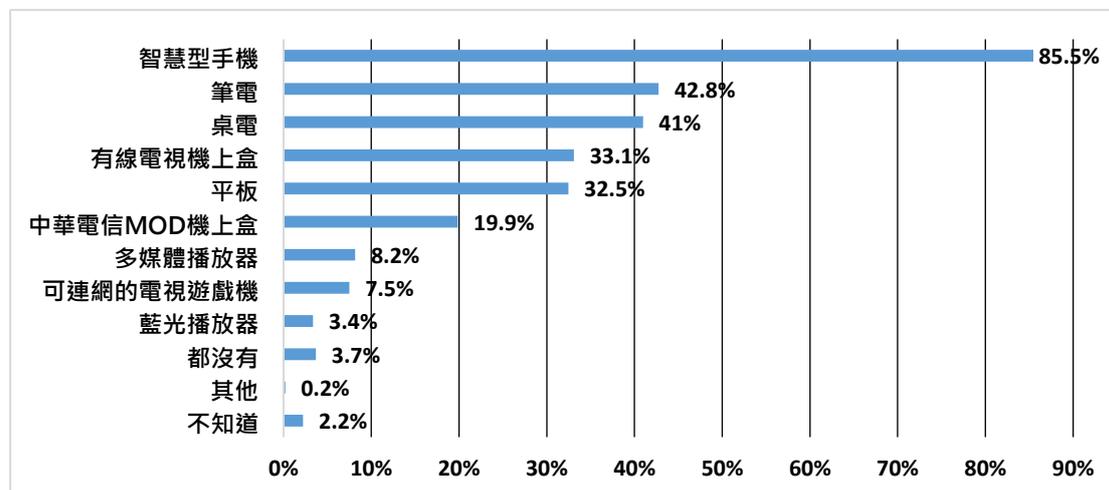


圖 21 家中有哪些可連網設備

Base: N= 1,105，複選

### 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，其中又以北北基地區的 90.7% 最高、宜花東地區的 79.8% 最低。

#### (2) 基本差異分析

依性別區分，男性 (85.3%) 和女性 (85.6%) 家中擁有的可連網設備皆以智慧型手機為主，且除了智慧型手機和筆記型電腦外，男性擁有其他可連網設備的比例皆略高於女性。

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 (91.1%) 比例最高、66 歲及以上 (65%) 比例最低；而 66 歲及以上 (17.9%) 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，其中又以未婚者的 88.9% 最高、鰥寡/分居者的 80.8% 最低；而除了有線電視機上盒以外，未婚者擁有各項可連網設備的比例皆最高，鰥寡/分居者則皆最低。

## (十一) 透過連網設備連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容 Q25

### 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 (37.1%) 的比例最高，其次為有線電視

機上盒 (28.1%)，但都沒有使用的比例達 33.9%【參照圖 22】。

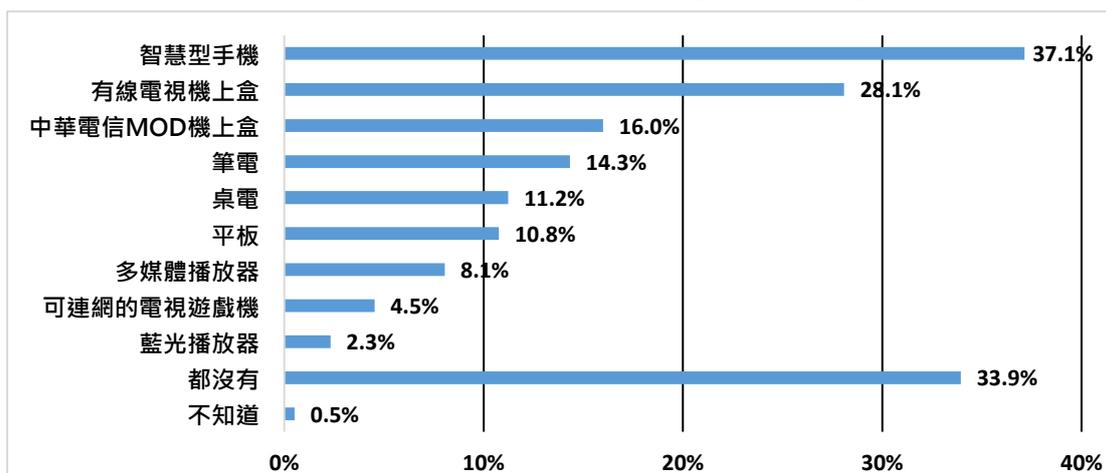


圖 22 過去 12 個月透過哪些連網設備連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容  
Base: N=1,040，複選（家中有可以用來連網之設備者）

## 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，桃竹苗地區 (43.7%)、中彰投地區 (35.6%)、高屏澎地區 (52.9%) 皆以透過智慧型手機為多數，北北基地區 (39.8%)、雲嘉南地區 (45%)、宜花東地區 (44.3%) 則以都沒有使用的比例最高。

### (2) 基本差異分析

依性別區分，男性 (37.4%) 和女性 (36.9%) 皆以透過智慧型手機連結電視機，並以電視螢幕觀看線上內容的比例最高。

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，16-25 歲 (46.2%)、26-35 歲 (41.2%)、36-45 歲 (44.6%) 皆以透過智慧型手機為多數，46-55 歲 (40.2%)、56-65 歲 (43.4%)、66 歲及以上 (43.2%) 則以都沒有使用為主。

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 (43.2%) 以透過智慧型手機為多數外，已婚者 (37.3%) 和鰥寡/分居者 (40.6%) 皆以都沒有使用的比例最高。

## (十二) 家中智慧電視擁有與使用情形 Q26 Q27 Q28 Q29

### 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 76.9%，有智慧電視者僅占 23.1%【參照圖 23】。家中有智慧電視者，60.7% 有連結家中寬頻網路【參照圖 24】；至於沒有連結家中寬頻網路者，主要原因以沒有習慣使用 (62.9%) 占比最高，其次為不想使用 (13.8%)【參照圖 25】。

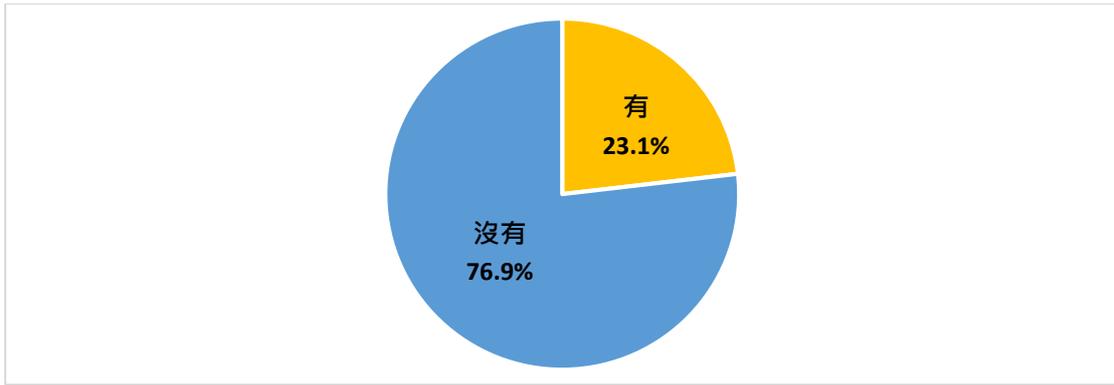


圖 23 家中有沒有智慧電視

Base : N= 1,036，單選（家中有電視機者）

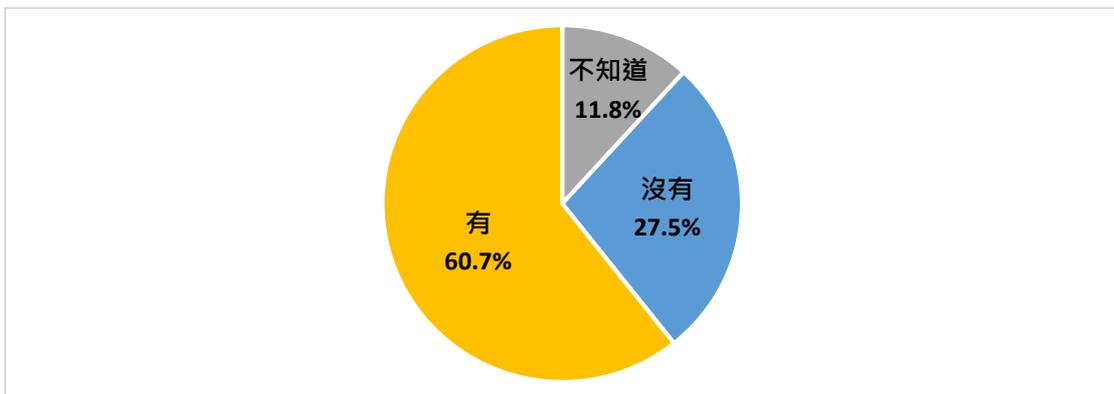


圖 24 家中智慧電視有沒有連結家中寬頻網路

Base : N= 240，單選（家中有智慧電視者）

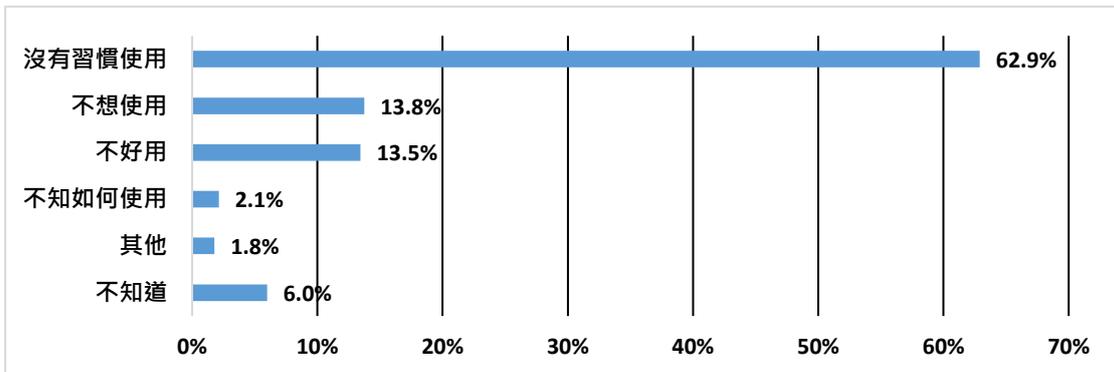


圖 25 家中智慧電視沒有連結寬頻網路之主要原因

Base : N= 66，單選（家中智慧電視沒有連接寬頻網路者）

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(35.8%)和在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片(35.8%)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(30.3%)【參照圖 26】。

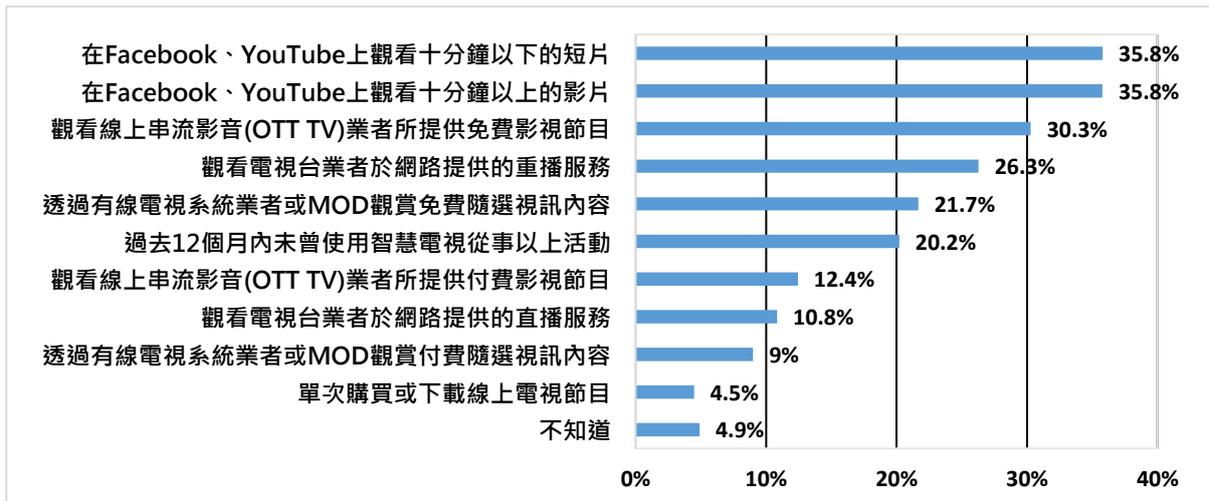


圖 26 過去 12 個月內曾使用智慧電視從事哪些活動

Base：N= 240，複選（家中有智慧電視者）

## 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，各地區皆以家中皆沒有智慧電視為主，其中又以宜花東地區（87.4%）比例最高、桃竹苗地區（66.2%）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，其中又以高屏澎地區的 71.8%最高、雲嘉南地區的 53.3%最低。至於沒有連結家中寬頻網路的主要原因，各地區皆以沒有習慣使用的占比最高，其中又以雲嘉南地區的 79.9%最高、高屏澎地區的 47.1%最低。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（38.1%）、桃竹苗地區（41.9%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，中彰投地區（34.2%）、高屏澎地區（27.8%）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（54.1%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為主，而宜花東地區（42.9%）則以未曾使用智慧電視從事以上活動的占比最高。

### (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，於年齡達顯著差異。

依性別區分，男性（74.5%）和女性（79.1%）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 57%和 64.9%。至於沒有連結家中寬頻網路者的主要原因，男性（71.4%）和女性（49.8%）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（37.4%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為多數，女性（36.5%）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 56-65 歲（89.5%）比例最高、36-45 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 16-25 歲的 65.1%最高、46-55

歲的 52.7%最低。至於沒有連結家中寬頻網路的主要原因，各年齡層皆以沒有習慣使用為主，其中 56-65 歲和 66 歲及以上更高達 100%，46-55 歲（39.2%）比例相對最低。在過去 12 個月內，民眾曾使用智慧電視從事的活動，36-45 歲（38.9%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為主，46-55 歲（32.9%）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（39.4%）以觀看電視台業者於網路提供的重播服務為主，而 16-25 歲（48.6%）、26-35 歲（41.9%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片占比最高。

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 85%最高、未婚者的 74.7%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，其中又以未婚者（62.4%）比例最高、鰥寡/分居者（34.2%）比例最低。至於沒有連結家中寬頻網路者的主要原因，未婚者（56.8%）和已婚者（70.6%）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，未婚者（41.7%）和已婚者（33.1%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，鰥寡/分居者（34.3%）則以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片占比最高。

### （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，於居住狀況、教育程度、職業、個人平均月收入達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（75.2%）和租屋者（83%）皆以家中沒有智慧電視為主。

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，其中又以小學及以下程度者的 93.3%最高、碩士及以上程度者的 60.5%最低。

依職業區分，除了不動產業（50.7%）以家中有智慧電視的比例較高外，其餘職業皆以沒有智慧電視為多數，其中又以公共行政及國防/強制性社會安全的 94.9%最高，專業/科學及技術服務業的 56.9%最低。

依個人平均月收入區分，各收入水準皆以家中沒有智慧電視為主，其中又以未滿 1 萬元收入者的 86.2%最高、6 萬元以上收入者的 63.1%比例最低。

## （十三）藍光播放器使用情形 Q30

### 1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾過去 12 個月內透過藍光播放器連結電視機，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（67.3%）占比最高，其次為觀看電視台業者於網路提供的重播服務（58.7%）、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（48.2%）【參照圖 27】。

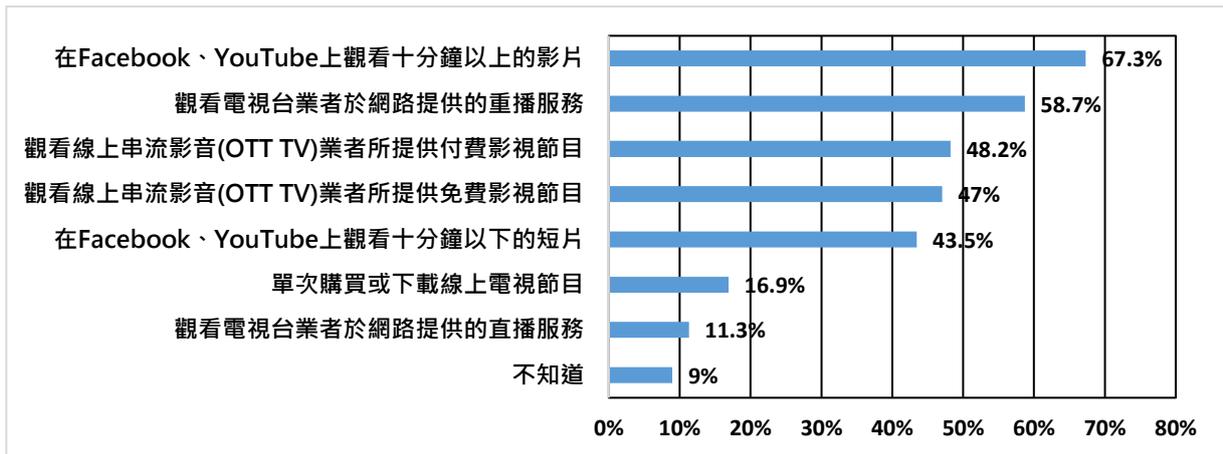


圖 27 過去 12 個月內，透過藍光播放器從事之活動

Base: N= 24，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）

## 2. 比較分析

由於回答本題的樣本數僅有 24，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。

## （十四）有線電視機上盒使用情形 Q31

### 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(46.9%)占比最高，其次為觀看電視台業者於網路提供的重播服務(38.6%)、觀看電視台業者於網路提供的直播服務（27.6%）【參照圖 28】。

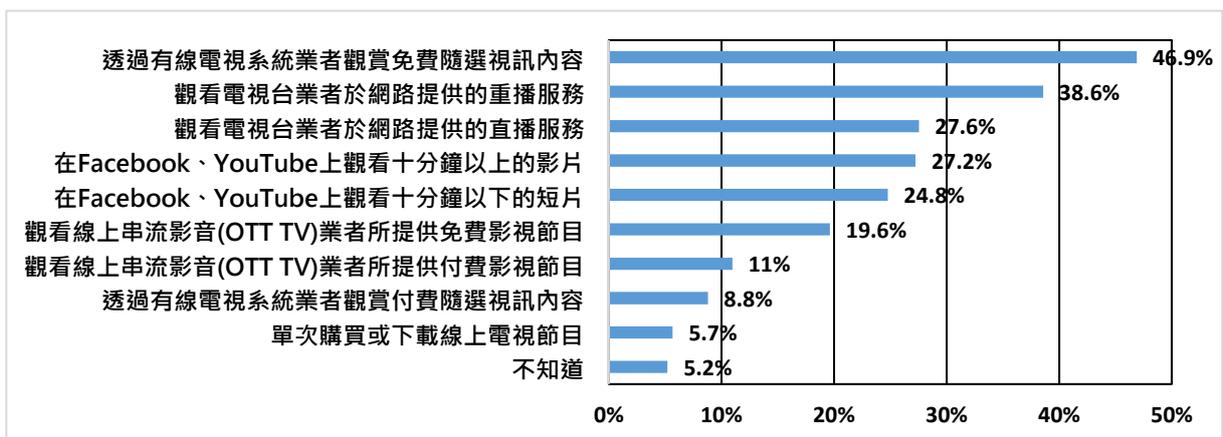


圖 28 過去 12 個月內，透過有線電視機上盒從事之活動

Base: N= 292，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）

## 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，除高屏澎地區（35.8%）以觀看電視台業者於網路提供的直播服務占比最高外，其餘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 72.1% 最高、中彰投地區的 34.1% 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（48.1%）和女性（45.7%）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，16-25 歲（48.3%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為多數，26-45 歲（40.6%）以觀看電視台業者於網路提供的重播服務占比最高，其餘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 56-65 歲（57.1%）比例最高、36-45 歲（42.8%）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，其中又以鰥寡/分居者的 57.4% 最高、未婚者的 40.1% 最低。

## (十五) 中華電信 MOD 使用情形 Q32

### 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，以觀看 MOD 所提供的免費隨選視訊內容（90.8%）為主，觀賞 MOD 所提供的付費隨選視訊內容僅占 21.5%【參照圖 29】。

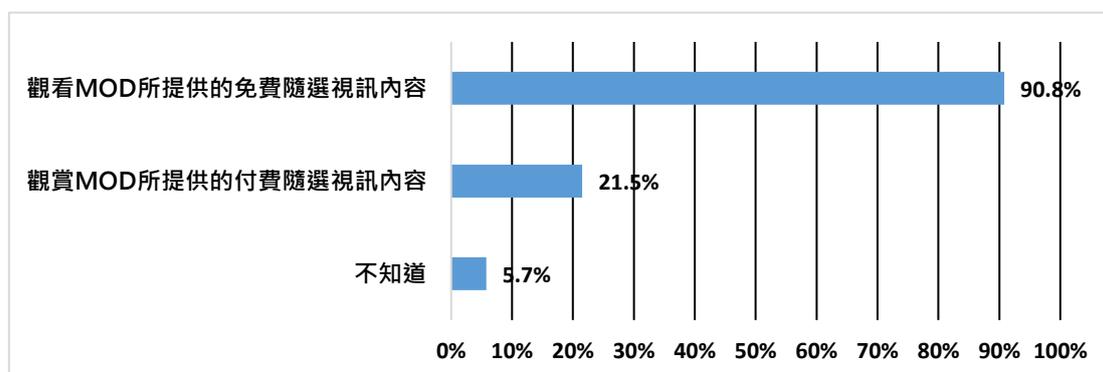


圖 29 過去 12 個月內，透過中華電信 MOD 從事之活動

Base: N=166，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）

## 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，各地區皆以觀看 MOD 所提供的免費隨選視訊內容為主，其中又以宜花東地區的 100%最高、雲嘉南地區的 82.1%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（89.9%）和女性（91.8%）皆以觀看 MOD 所提供的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，各年齡層皆以觀看 MOD 所提供的免費隨選視訊內容為主，其中又以 66 歲及以上的 100%最高、26-35 歲的 84.3%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，各婚姻狀況皆以觀看 MOD 所提供的免費隨選視訊內容為主，其中又以鰥寡/分居者的 100%最高、未婚者的 86.4%最低。

## (十六) 多媒體播放器、可連網遊戲機使用情形 Q33 Q34

### 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，以觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目（65.2%）為多數，其次為在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片（56.2%）及在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片（45.5%）

【參照圖 30】。

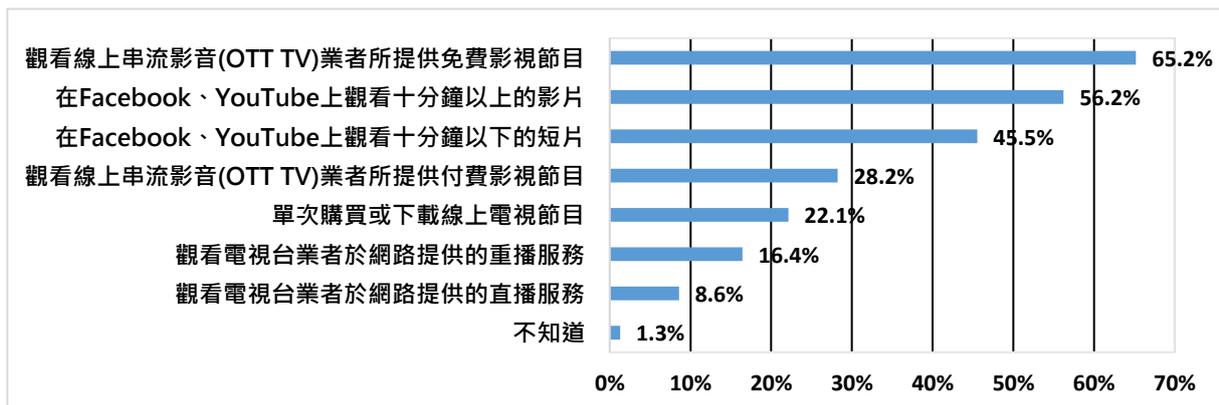


圖 30 過去 12 個月內，透過多媒體播放器從事之活動

Base: N= 84，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）

至於我國 16 歲以上民眾過去 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，則以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片（62.3%）比例最高，在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影

片 (45.5%) 次之【參照圖 31】。

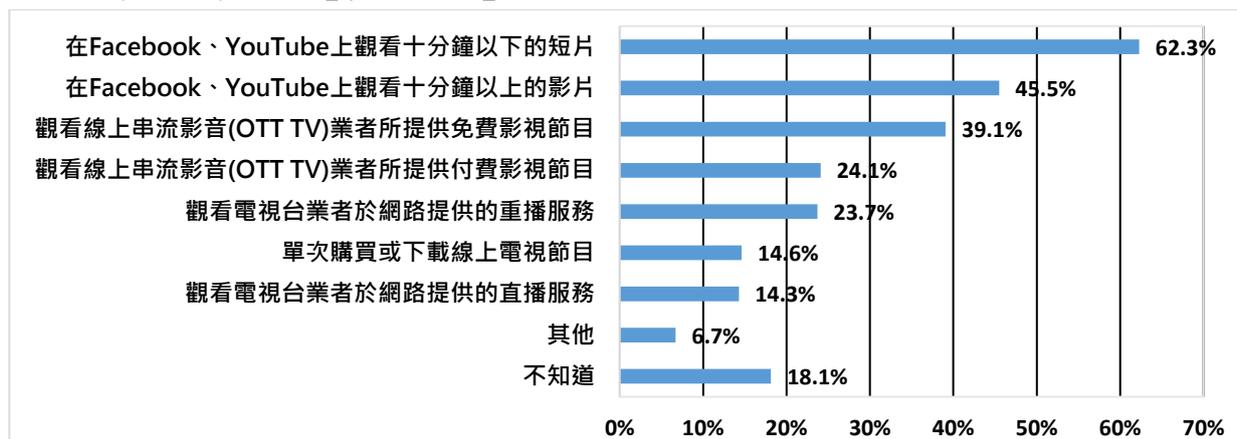


圖 31 過去 12 個月內，透過可連網遊戲機從事之活動

Base: N= 47，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）

## 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，北北基地區 (60.5%)、中彰投地區 (78.9%)、高屏澎地區 (56.2%) 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，桃竹苗地區 (93.5%)、雲嘉南地區 (66.5%) 則皆以在 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，除雲嘉南地區以觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者所提供免費影視節目 (64.6%) 和在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片 (64.6%) 所占比例最高外，其餘地區皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為主，其中又以桃竹苗地區的 89.9% 最高、中彰投地區的 42% 最低。

### (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 (68.7%) 以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，女性 (81%) 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 (66%) 和女性 (53.2%) 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 (61.2%)、26-35 歲 (68.5%)、56-65 歲 (76.2%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，36-45 歲 (70.5%)、46-55 歲 (72.4%) 則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。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，除 46-55 歲 (37.7%) 以不知道的比例最高

外，16-25 歲（66%）、26-35 歲（46.5%）、36-45 歲（100%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為主。

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（65.1%）和已婚者（66.5%）皆以觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目占比最高。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，未婚者（69.7%）和已婚者（53.4%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數。

## （十七）智慧型手機連結電視使用情形 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 上觀看十分鐘以下的短片（51.3%）比例最高，其次為在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片（49.5%）及觀看線上串流影音（OTT TV）業者所提供免費影視節目（31.7%）【參照圖 32】。

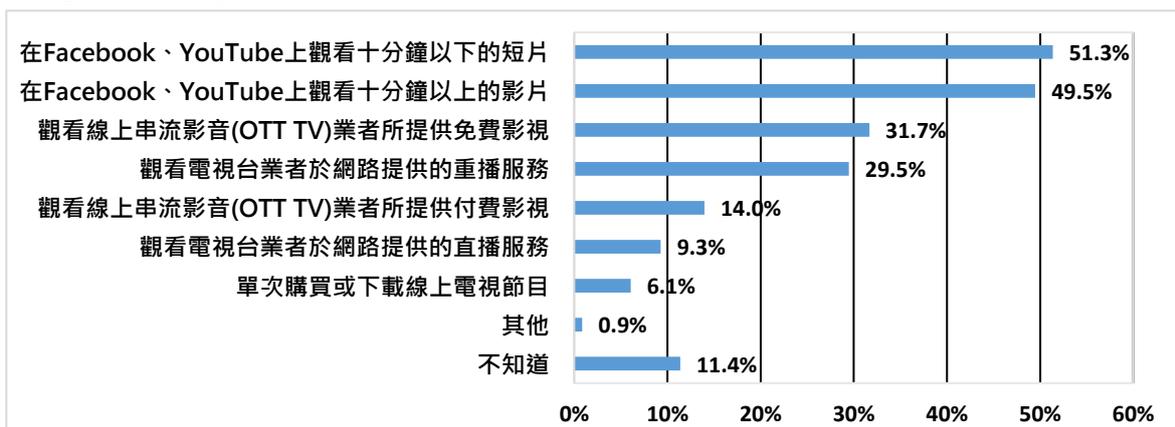


圖 32 過去 12 個月內，透過智慧型手機連結電視機從事之活動

Base: N=386，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）

### 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（63.6%）、中彰投地區（50.4%）以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為多數，桃竹苗地區（51.2%）、雲嘉南地區（53.6%）、高屏澎地區（47.4%）皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片占比最高，宜花東地區（55.3%）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。

#### （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(58%)和女性(44.6%)皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數。

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，16-25 歲 (79.3%) 以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，26-35 歲 (54.1%)、36-45 歲 (60.8%)、46-55 歲 (46.1%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片占比最高，56-65 歲(48.1%) 以觀看電視台業者於網路提供的重播服務為多數，而 66 歲及以上 (35.4%) 則以不知道的比例最高。

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 (62.4%) 以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為多數，已婚者 (51.4%) 和鰥寡/分居者 (32.4%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片占比最高。

## (十八) 筆記型電腦、平板與桌上型電腦連結電視機從事之活動

### Q36 Q37 Q38

#### 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 上觀看十分鐘以下的短片為多數，達 62.1%，其次為在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片 (60.8%) 及觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者所提供免費影視節目 (42.7%) 【參照圖 33】。

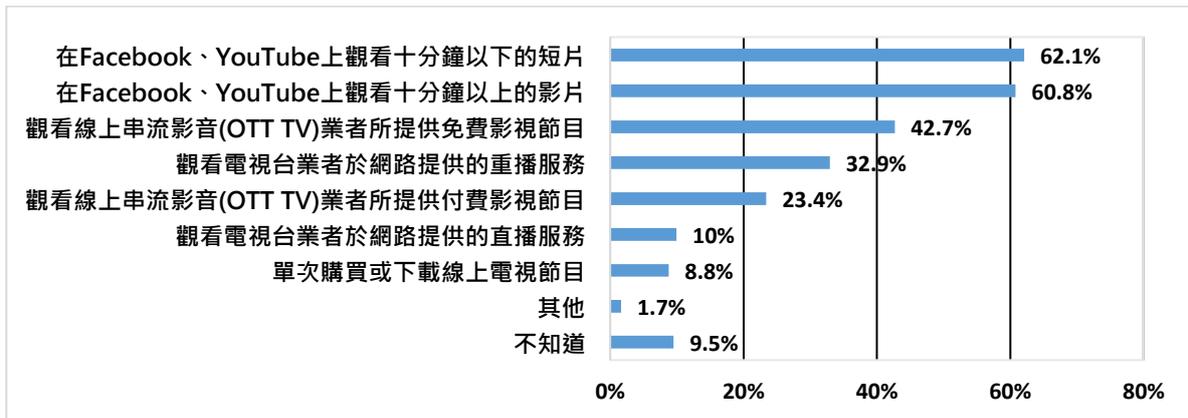


圖 33 過去 12 個月內，透過筆記型電腦連結電視機從事之活動

Base: N=149，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)

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 64.5%，其次為在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片 (63.9%) 及觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者所提供免費影視節目 (45.5%) 【參照圖 34】。

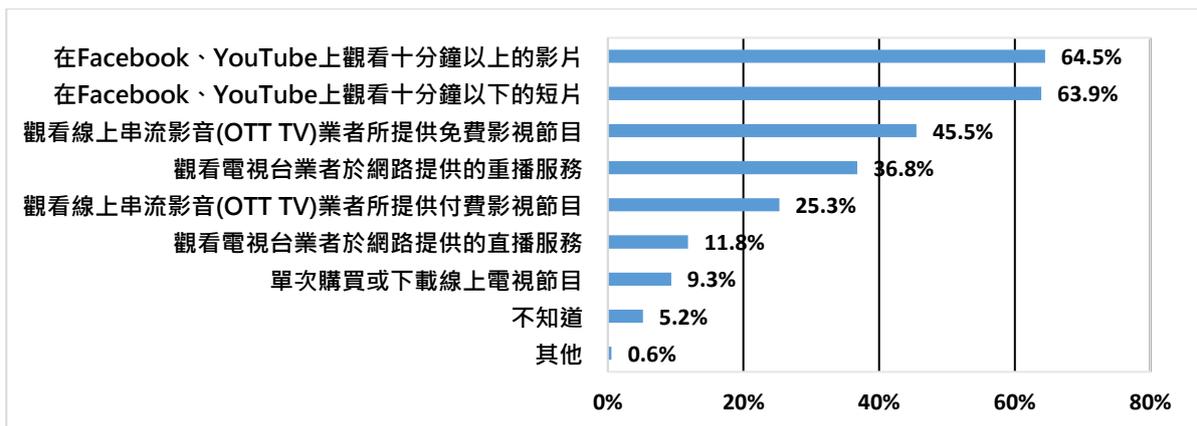


圖 34 過去 12 個月內，透過平板連結電視機從事之活動

Base: N= 112，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）

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 上觀看十分鐘以下的短片(67.5%)為主，其次為在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片(60.5%)及觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者所提供免費影視節目 (41%)【參照圖 35】。

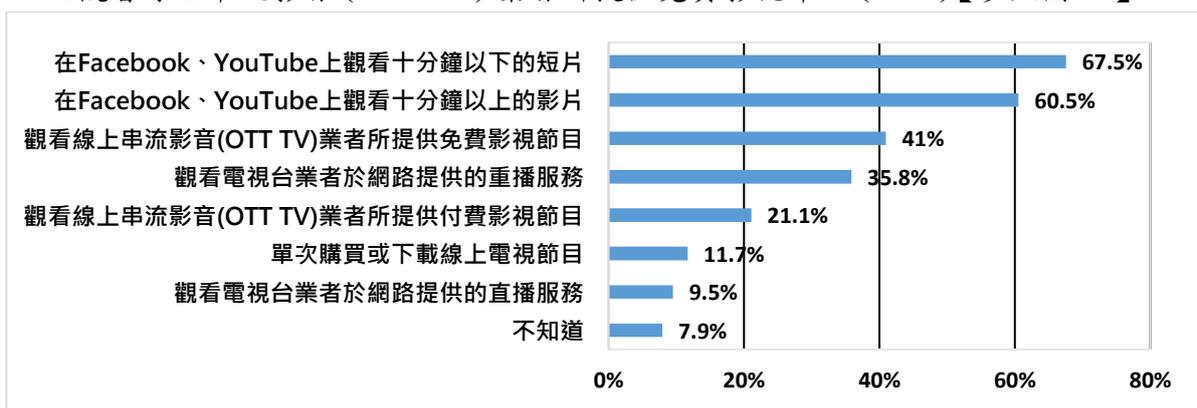


圖 35 過去 12 個月內，透過桌上型電腦連結電視機從事之活動

Base: N= 117，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）

## 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，北北基地區 (68.3%)、桃竹苗地區 (73.9%)、中彰投地區 (62.9%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片占比最高，雲嘉南地區 (74.9%)、高屏澎地區 (53.9%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，宜花東地區 (80.8%) 則以觀看線上串流 (OTT TV) 業者所提供免費影視節目為主。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，北北基地區 (72.2%)、桃竹苗地區 (81.6%)、中彰投地區 (49.1%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，而雲嘉南地區 (77.4%)、高屏澎地區 (46.9%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數。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，各地區皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，其中又以雲嘉南地區的 86.4%最高、中彰投地區的 49.1%最低。

## (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 (77.2%) 以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為主，女性 (57.1%) 則以在 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 (74.1%) 以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為主，女性 (60.9%) 則以在 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 (77.2%) 和女性 (58.4%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片占比最高。

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，16-25 歲 (75.1%)、26-35 歲 (67.7%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，而 36-45 歲 (64.6%)、46-55 歲 (69.8%)、56-65 歲 (56%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片占比最高。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，16-25 歲 (73.5%)、26-35 歲 (80.4%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，36-45 歲 (67%) 以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，46-55 歲 (61.9%) 以觀看線上串流影音 (OTT TV) 業者所提供免費影視節目占比最高，56-65 歲 (53.1%) 則以觀看電視台業者於網路提供的重播服務為多數。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，16-25 歲 (89.5%) 以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，26-35 歲 (75.8%)、36-45 歲 (66.7%)、46-55 歲 (72.7%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，56-65 歲 (48.1%) 則以觀看電視台業者於網路提供的重播服務占比最高。

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 (75.5%) 和已婚者 (45.8%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片占比最高，鰥寡/分居者 (38.7%) 則以觀看電視台業者於網路提供的重播服務為多數。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，未婚者 (72.4%) 和已婚者 (56.9%) 皆以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為主，鰥寡/分居者 (69.1%) 則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。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，未婚者 (83%) 以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以上的影片為主，已婚者 (64.2%) 以在 Facebook、YouTube 上觀看十分鐘以下的短片為多數，鰥寡/分居者 (45.5%) 則以觀看電視台業者於網路提供的重播服務占比最高。

## 二、 電視與廣播收視聽行為與感受

### (一) 最常收看電視時段 Q39

#### 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 46.8%，其次為 21 至 22 時 (39.6%)、19 至 20 時 (38.3%)，顯示 19 至 22 時為我國民眾主要收視時段【參照圖 36】。

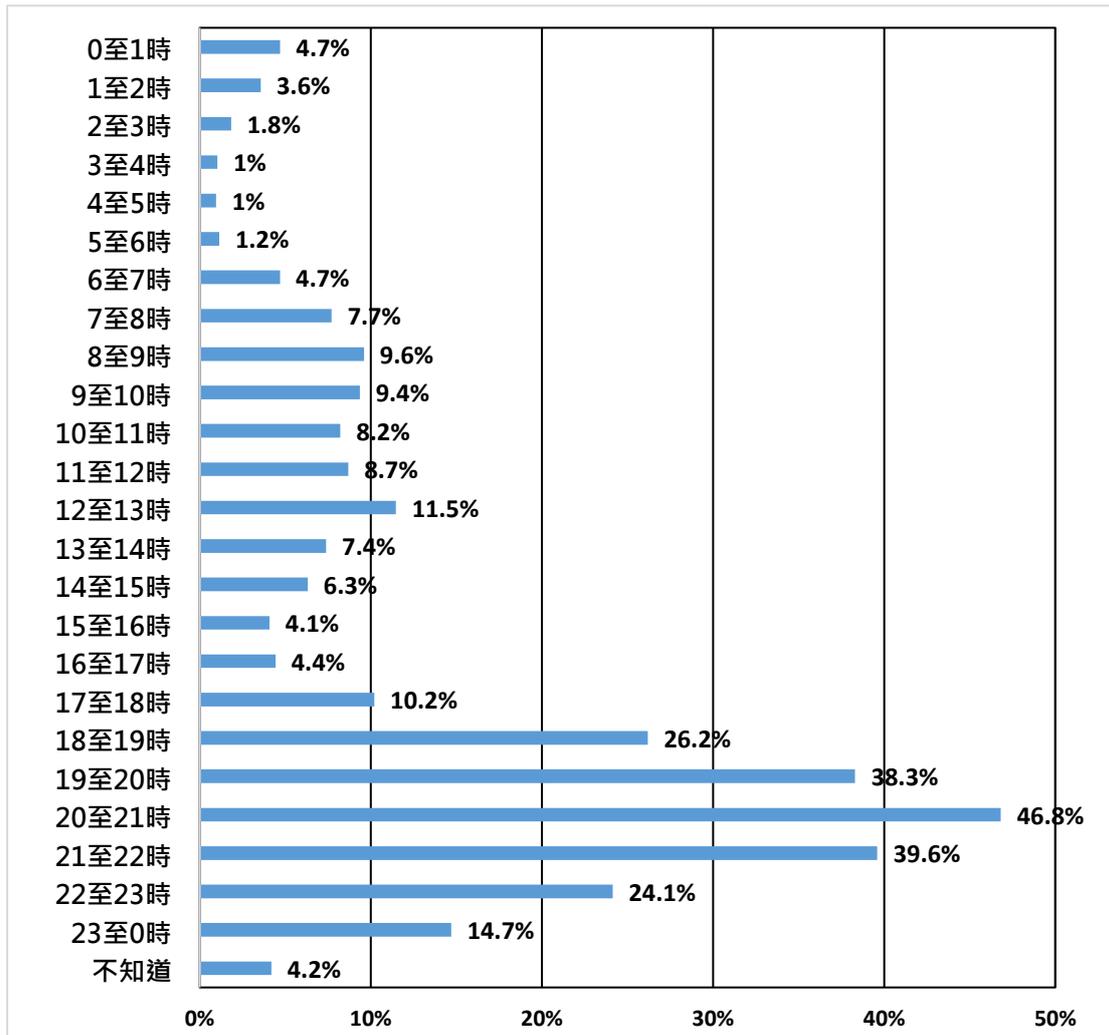


圖 36 最常收看電視時段

Base : N=1,000，複選（有看電視者）

#### 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，除了桃竹苗地區 (42.8%) 以 19 至 20 時為多數外，其餘地區皆以 20 至 21 點占比最高，其中又以中彰投地區的 51.5% 最高、雲嘉南地區和宜花東地區的 45.6% 最低。

## (2) 基本差異分析

依性別區分，男性（44.5%）和女性（49%）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，各年齡層最常收看電視的時段皆以 20 至 21 點為主，其中又以 66 歲及以上（57.1%）比例最高、16-25 歲（39.5%）比例最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況最常收看電視的時段皆以 20 至 21 點占比最高，其中又以已婚者的 51% 最高、未婚者的 41.1% 最低。

## (二) 常收看的電視節目類型 Q40

### 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 70.9%，其次為氣象和國際新聞，分別占 49.8% 和 45.1%【參照圖 37】。

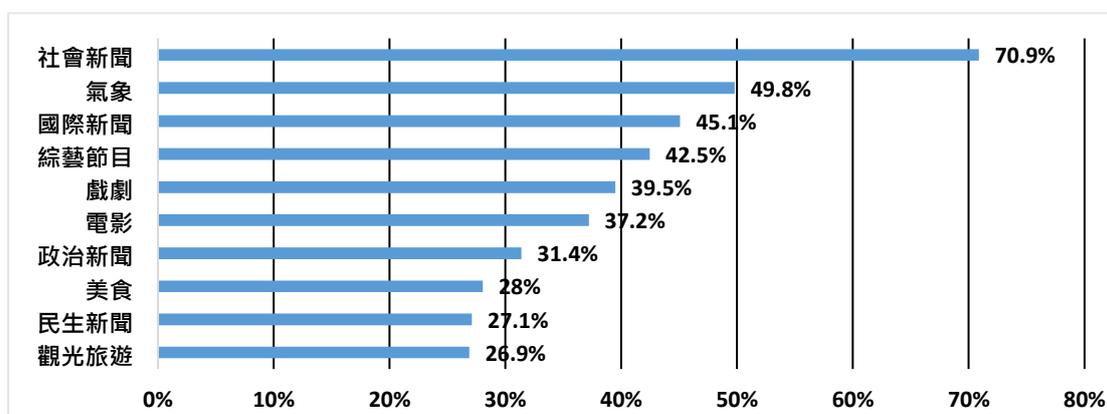


圖 37 時常收看的電視節目類型（前十名）

Base：N=1,000，複選（有看電視者）

### 2. 比較分析

#### (1) 區域差異分析

交叉分析發現，各地區時常收看的電視節目類型，皆以社會新聞為多數，其中又以雲嘉南地區（82.9%）比例最高、桃竹苗地區（64.5%）比例最低。

#### (2) 基本差異分析

依性別區分，男性（73.1%）和女性（68.8%）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、時事評論、政治新聞、體育節目等節目的比例明顯高於女性，女性則是收看戲劇、醫療衛生保健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，其中又以 46-55 歲的 78.2% 最高、16-25 歲的 53.3% 最低。

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，其中又以已婚者的 76.3% 最高、未婚者的 61.9% 最低。

### (三) 電視節目的品質 Q41 Q42 Q43

#### 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 歲以上民眾超過 6 成 (61.4%) 認為維持原來水準，僅有 17.2% 認為有改進，13.2% 認為更糟【參照圖 38】。

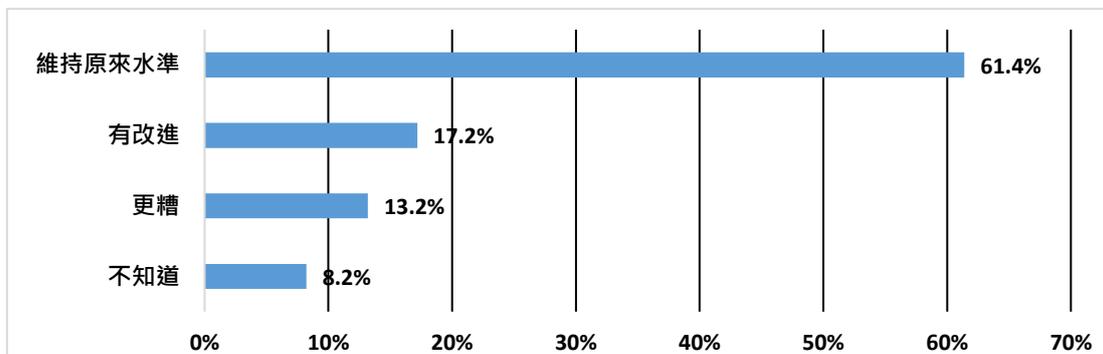


圖 38 過去 12 個月內電視節目的品質有沒有改進

Base: N=1,000，單選 (有看電視者)

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 (69.2%) 占比最高，其次為節目內容更有趣或更具娛樂性 (38.5%)、節目內容跟得上潮流 (37.5%)【參照圖 39】。認為電視節目品質更糟者，則主要對重播頻率太高 (68.5%)、太多置入性行銷 (57.2%)、政治偏頗報導 (53.4%) 等感到不滿【參照圖 40】。

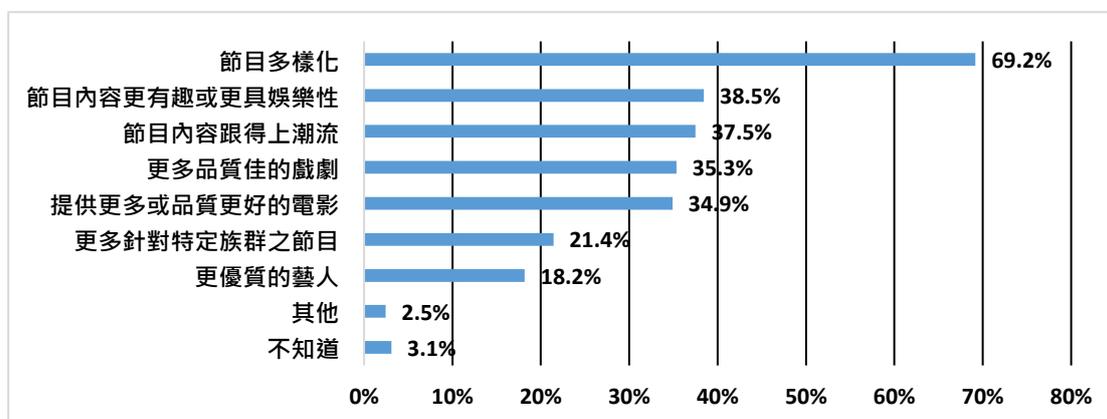


圖 39 電視節目在過去 12 個月內改進之處

Base: N=172，複選 (認為過去 12 個月內電視節目品質有改進者)

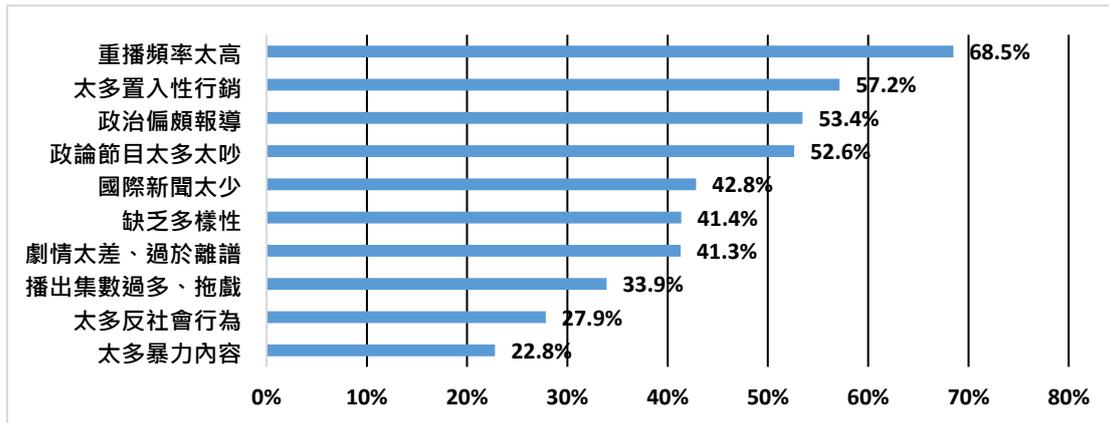


圖 40 電視節目在過去 12 個月內更糟之處 (前十名)

Base: N=132, 複選 (認為過去 12 個月內電視節目品質變得更糟者)

## 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 70.9% 最高、高屏澎地區的 50.8% 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，其中又以高屏澎地區的 75.3% 最高、桃竹苗地區的 62.9% 最低。認為電視節目品質更糟者，北北基地區 (71.6%)、桃竹苗地區 (74.2%) 以太多置入性行銷為主要不滿之處，中彰投地區 (70.5%)、雲嘉南地區 (91%) 以不滿重播頻率太高為主，高屏澎地區 (69.7%) 則以不滿國際新聞太少為多數。

### (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，於婚姻狀況達顯著差異。

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 (59.8%) 和女性 (62.9%) 皆以維持原來水準為多數。認為電視節目品質有改進者，男性 (65.5%) 和女性 (73.9%) 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 66.1% 和 70.4%。

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 66 歲及以上的 70.4% 最高、16-25 歲的 56.2% 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 56-65 歲 (81.8%) 比例最高、16-25 歲 (61.7%) 比例最低。認為電視節目品質更糟者，16-25 歲 (82.5%) 以政治偏頗報導為主要不滿之處，26-35 歲 (66.7%) 以不滿政論節目太多太吵為主，46-55 歲 (73.8%) 以不滿太多置入性行銷的占比最高，36-45 歲 (80.1%)、56-65 歲 (73.1%)、66 歲及以上 (66.6%) 則皆以不滿重播頻率太高為主。

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 65.4%最高、鰥寡/分居者的 55.3%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，其中又以鰥寡/分居者（80.2%）比例最高、未婚者（64%）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，其中又以已婚者（74.5%）比例最高、未婚者（64.9%）比例最低。

#### （四）廣播收聽設備 Q44 Q45 Q46 Q47

##### 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(61.1%)為多數，其次為手機（32.4%）、收音機（31.9%）【參照圖 41】。

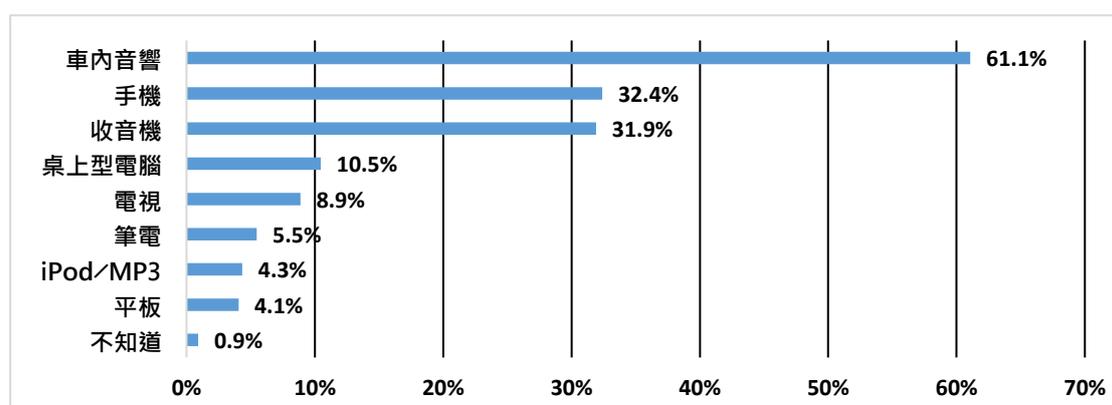


圖 41 平常透過哪些設備收聽廣播節目

Base: N=318，複選（有聽廣播者）

我國 16 歲以上民眾有近 7 成（74.4%）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），有收音機者則以一台為多數（20%）【參照圖 42】；至於個人較常使用的收音機數量，同樣以一台所占比例最高（90.1%）【參照圖 43】。

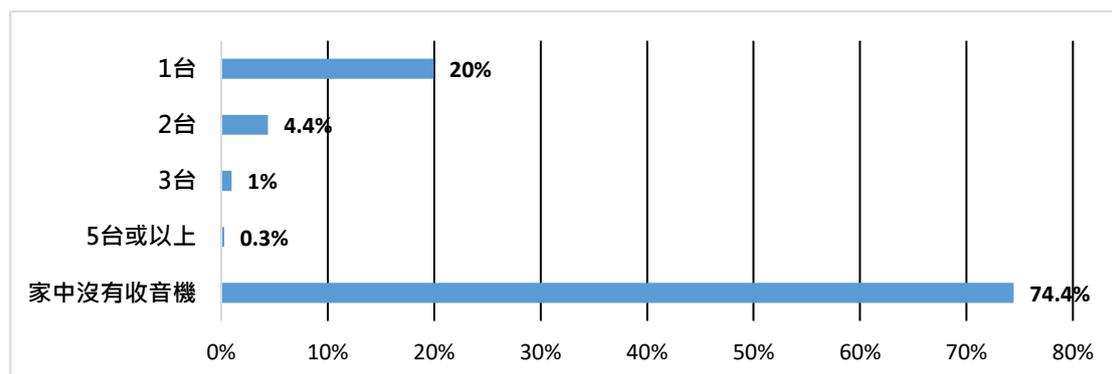


圖 42 家中有幾台收音機

Base: N=1,105

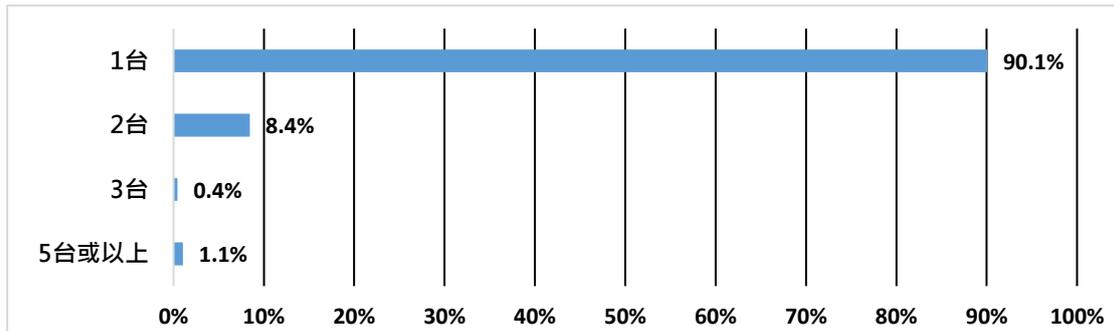


圖 43 個人較常使用的收音機有幾台

Base: N=90 (平常會透過收音機收聽廣播節目者)

關於所收聽的廣播頻段，我國 16 歲以上民眾超過 8 成(88.1%)會收聽 FM，遠高於收聽 AM 者 (14.8%)【參照圖 44】。

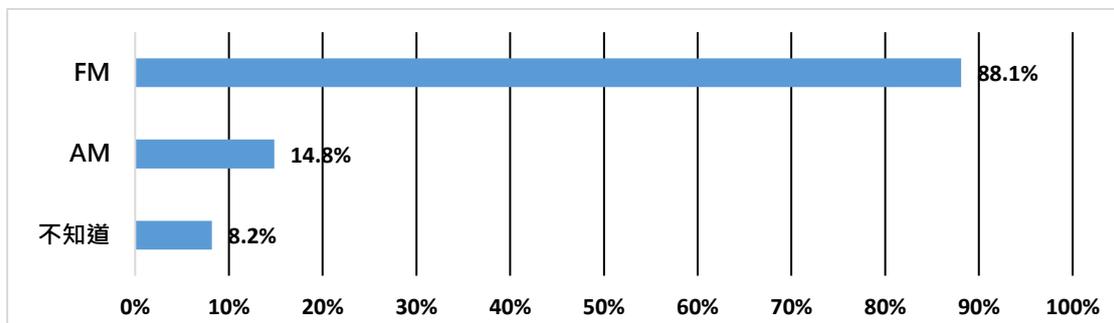


圖 44 收聽的廣播頻段

Base: N=318，複選 (有聽廣播者)

## 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，除了宜花東地區 (44%) 以手機為多數外，其餘地區皆以車內音響占比最高，其中又以高屏澎地區的 74.4% 最高、北北基地區的 45.2% 最低。各地區家中皆以家中沒有收音機為主，其中又以北北基地區 (77.9%) 比例最高，高屏澎地區和宜花東地區 (66.7%) 比例最低；至於個人較常使用的收音機數量，各地區皆以 1 台為多數，其中又以雲嘉南地區的 100% 最高、北北基地區的 74.2% 最低。關於民眾所收聽的廣播頻段，各地區皆以 FM 的占比最高，其中又以高屏澎地區 (93%) 比例最高、宜花東地區 (79.3%) 比例最低。

### (2) 基本差異分析

依性別區分，男性 (65.7%) 和女性 (56.3%) 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 76.7% 和 72.2%；至於個人較常使用的收音機數量，男性 (95%) 和女性 (86.1%) 皆以 1 台的占比最高。而關於民眾所收聽的廣播頻段，男性 (87.9%) 和女性 (88.4%) 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 66 歲及以上 (62.2%) 以收音機占比最高外，其餘年齡層皆以車內音響為主，其中又以 46-55 歲的 77.3%

最高、16-25 歲的 52.5%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（80%）比例最高、66 歲及以上（63.3%）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 台的比例最高，其中又以 16-25 歲的 100%最高、55-65 歲的 79.3%最低。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（93%）比例最高、56-65 歲（83.8%）比例最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況收聽廣播節目所透過的設備皆以車內音響為主，其中又以已婚者（65%）比例最高、未婚者（53.4%）比例最低。各婚姻狀況家中皆以沒有收音機占比最高，其中又以未婚者的 77.2%最高、已婚者的 72.5%最低；至於個人較常使用的收音機數量，各婚姻狀況皆以 1 台為多數，其中又以未婚者（92.2%）比例最高、已婚者（88.9%）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，其中又以已婚者的 88.9%最高、鰥寡/分居者的 86.8%最低。

## （五）透過不同設備收聽廣播之頻率比較 Q48~Q55

### 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 iPod/MP3（60.3%）、手機（41.2%）、筆記型電腦（39.9%）收聽者，收聽頻率以每週幾次為主；透過其餘設備收聽廣播者，收聽頻率則以每天至少一次為多數【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	194	46.2%	34.9%	15.9%	1.8%	1.1%
手機	103	31.1%	41.2%	9.7%	4.8%	11.5%
收音機	101	56.9%	27.7%	7.7%	2.3%	4.3%
桌上型電腦	33	33.5%	24.1%	26.9%	7%	8.5%
電視	28	33%	25.9%	9.2%	-	28.4%
筆記型電腦	17	28.1%	39.9%	14.2%	-	17.7%
iPod/MP3	14	18.1%	60.3%	14.1%	-	7.5%
平板	13	47.5%	15.4%	13.2%	16.3%	7.5%

資料來源：本研究彙整。

## （六）使用連網設備收聽廣播方式 Q56

### 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（44.9%）占比最高，其次為透過 App 收聽現場直播節目（22.7%），但都沒有使用連網設備收聽的比例達 32.4%【參照圖 45】。

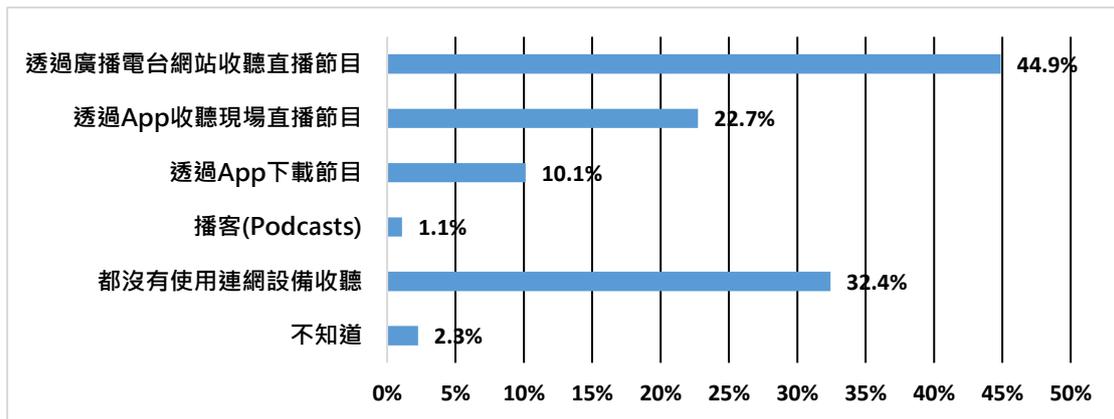


圖 45 使用連網設備收聽廣播方式

Base: N=318，複選（透過設備收聽廣播節目者）

## 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，除了雲嘉南地區以都沒有使用連網設備收聽（39.2%）為多數外，其餘地區皆以透過廣播電台網站收聽直播節目為主，其中又以高屏澎地區（51%）比例最高、桃竹苗地區（40.5%）比例最低。

### (2) 基本差異分析

依性別區分，男性（44.8%）和女性（45%）使用連網設備收聽廣播方式皆以透過廣播電台網站收聽直播節目為主。

依年齡區分，除了46-55歲（41.9%）、66歲及以上（59.5%）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台網站收聽直播節目為主，其中又以36-45歲的52.2%最高、16-25歲的43.6%最低。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況使用連網設備收聽廣播方式皆以透過廣播電台網站收聽直播節目為主，其中又以鰥寡/分居者（61.2%）比例最高、未婚者（43.1%）比例最低；但未婚者（38.8%）透過App收聽現場直播的比例明顯高於已婚者（15.6%）和鰥寡/分居者（11.7%）。

## (七) 廣播收聽行為 Q57 Q58

### 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次所占比例最高，達48.9%，其次為每週幾次，占34.4%【參照圖46】。而最常收聽廣播的時段，以8至9時（25.7%）為多數，其次為7至8時（23.8%）、9至10時（20.2%），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47】。

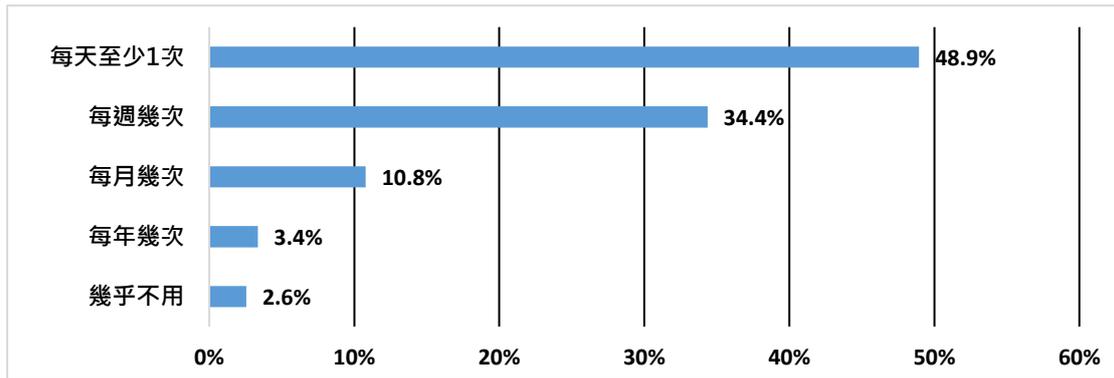


圖 46 收聽廣播頻率

Base：N=318，單選（有聽廣播者）

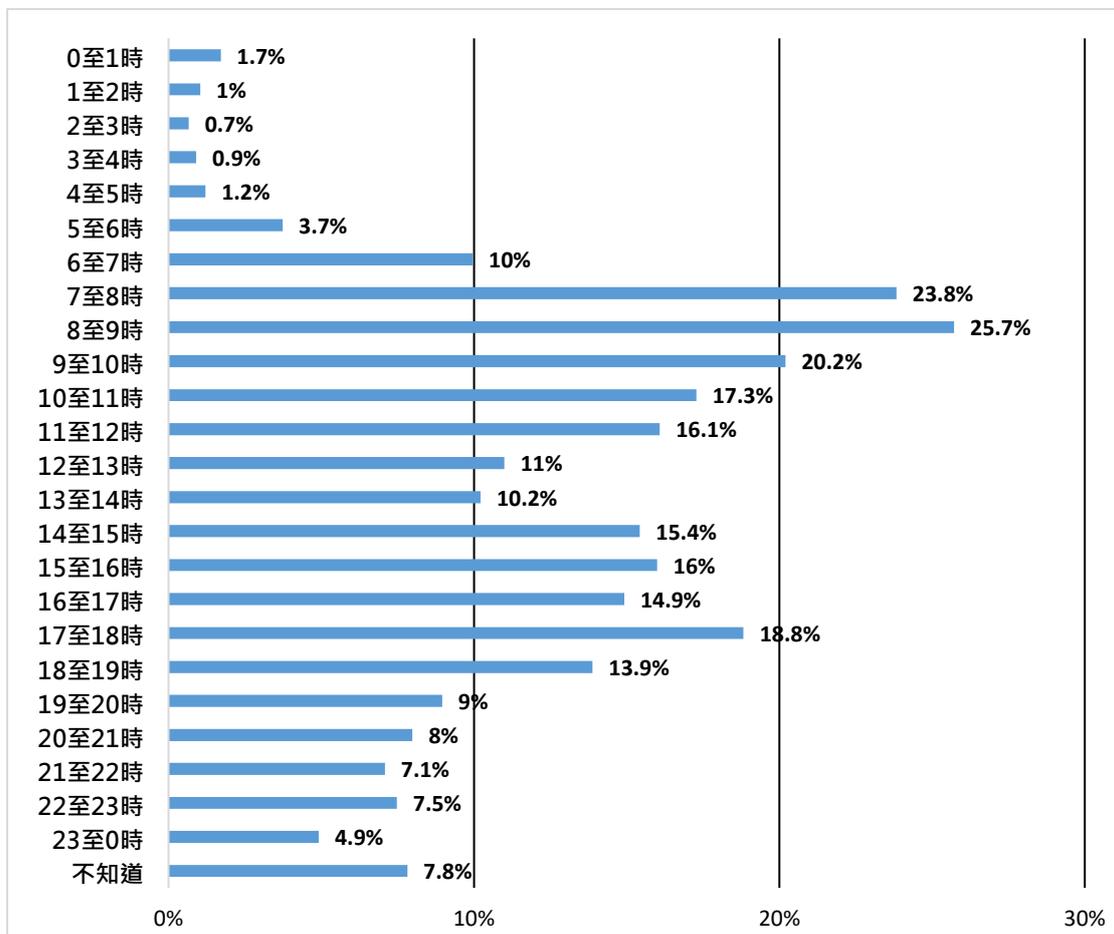


圖 47 最常收聽廣播時段

Base：N=318，複選（有聽廣播者）

## 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，除了北北基地區以每週幾次（45%）的比例最高外，其餘地區皆以每天至少一次為主，其中又以高屏澎地區的最高、宜花東地區的35.8%最低。而最常收聽廣播的時段，北北基地區（27%）以7至8時為主，桃竹苗地區（20.4%）、雲嘉南地區（31.5%）以8至9時占比最

高，中彰投地區（29.6%）、宜花東地區（27.4%）以 9 至 10 時為多數，高屏澎地區（24.4%）則以 17 至 18 時的比例最高。

## （2）基本差異分析

依性別區分，男性（55.2%）和女性（42.5%）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（32.6%）以 8 至 9 時為多數，女性（21.7%）則以 7 至 8 時的占比最高。

依年齡區分，民眾收聽廣播的頻率，除 16-25 歲（36.5%）以每週幾次為主外，其餘年齡層皆以每天至少一次的比例最高，其中又以 66 歲及以上的 67.2% 最高、26-35 歲的 41.9% 最低。而最常收聽廣播的時段，16-25 歲（21.9%）以不知道的比例最高，26-35 歲（22.4%）以 17 至 18 時為多數，36-45 歲（29.8%）以 7 至 8 時為主，46-55 歲（33.1%）、56-65 歲（28.1%）、66 歲及以上（46.2%）則皆以 8 至 9 時占比最高。

依婚姻狀況區分，民眾收聽廣播的頻率，除未婚者（39.2%）以每週幾次為主外，已婚者（55.6%）和鰥寡/分居者（60%）皆以每天至少一次為多數。而最常收聽廣播的時段，未婚者（22%）以 14 至 15 時為多數，已婚者（27.6%）以 8 至 9 時為主，鰥寡/分居者（49.2%）則以 7 至 8 時占比最高。

## （八）最常收聽之廣播電臺 Q59

### 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 16.6%，其次為中廣流行網（15.4%）、中廣新聞網（9.1%）【參照圖 48】。

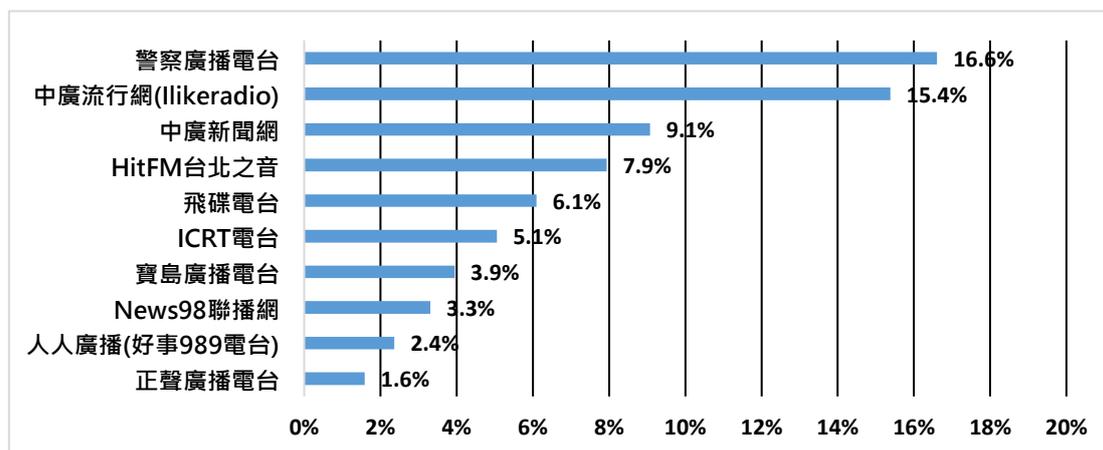


圖 48 最常收聽的廣播電臺

Base: N=318，單選（有聽廣播者）

### 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（21.3%）以中廣流行網為多數，中彰投地區（20%）以 HitFM 台北之音占比最高，高屏澎地區（31.2%）

以警察廣播電臺為主，宜花東地區（35%）以飛碟電臺為多數，而桃竹苗地區（31.9%）、雲嘉南地區（32.6%）則以其他的比例最高。

## （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（22.9%）以警察廣播電臺為多數，女性（21.1%）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，16-25 歲（26%）、46-55 歲（23.7%）以中廣流行網為多數，26-35 歲（21.2%）以 HitFM 台北之音為主，56-65 歲（29%）、66 歲及以上（24%）以警察廣播電臺占比最高，而 36-45 歲（20.5%）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，未婚者（18.3%）以中廣流行網為多數，鰥寡/分居者（23.1%）以警察廣播電臺為主，而已婚者（21%）則以其他的占比最高。

## （九）廣播收聽資訊仰賴程度 Q60~Q65

### 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（6.71 分）的平均分數最高，其次為獲知新聞資訊（5.14 分）、獲知災難資訊（5.13 分），而獲知推薦產品（3.18 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	6.71
獲知新聞資訊	5.14
獲知災難資訊（如水災、颱風、地震）	5.13
獲知旅遊與氣象資訊	4.89
獲取其他生活資訊	4.83
獲知推薦產品	3.18

Base：N=318（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獲知新聞資訊、災難資訊、其他生活資訊的仰賴程度，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 5.94 分最高、桃竹苗地區的 4.41 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，以宜花東地區的 5.64 分最高、桃竹苗地區的 3.77 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲知災難資訊的仰賴程度，以宜花東地區的

6.1 分最高、北北基地區的 4.43 分最低；從最常收聽的廣播電臺收聽音樂的仰賴程度，以宜花東地區的 7.38 分最高、北北基地區的 6.24 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 5.52 分最高、桃竹苗地區的 3.9 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 3.88 分最高、北北基地區的 2.05 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獲知新聞資訊的仰賴程度，於婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，女性從最常收聽的廣播電臺獲知新聞資訊（5.35 分）、獲知旅遊與氣象資訊（5.19 分）、獲知災難資訊（5.3 分）、收聽音樂（7 分）、獲取其他生活資訊（5.11 分）和獲知推薦產品（3.23 分）的仰賴程度，皆高於男性（分別為 4.94 分、4.61 分、4.97 分、6.44 分、4.56 分和 3.13 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 6.18 分最高、26-35 歲的 4.64 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 56-65 歲的 5.07 分最高、26-35 歲的 4.66 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 66 歲及以上的 5.7 分最高、26-35 歲的 4.85 分最低；從最常收聽的廣播電臺收聽音樂的仰賴程度，以 16-25 歲的 7.24 分最高、66 歲及以上的 6.23 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 36-45 歲和 46-55 歲的 4.99 分最高、66 歲及以上的 4.37 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 36-45 歲的 3.43 分最高、26-35 歲的 2.75 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 6.24 分最高、未婚者的 4.69 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，以已婚者的 5.2 分最高、未婚者的 4.46 分最低；從最常收聽的廣播電臺獲知災難資訊的仰賴程度，以已婚者的 5.38 分最高、未婚者的 4.78 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 7.14 分最高、鰥寡/分居者的 6.33 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，以已婚者的 4.96 分最高、鰥寡/分居者的 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，以已婚者的 3.4 分最高、未婚者的 2.74 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新聞資訊的仰賴程度，於教育程度達顯著差異；從最常收聽的廣播電臺獲取其他生活資訊的仰賴程度，於個人平均月收入達顯著差異。

依教育程度區分，民眾從最常收聽的廣播電臺獲知新聞資訊的仰賴程度，以小學及以下程度者的 6.06 分最高、國中或初中程度者的 4.35 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其他生活資訊的仰賴程度，以 3 萬-未滿 4 萬元收入者的 5.9 分最高、6 萬元以上收入者的 3.89 分

最低。

## （十）廣播滿意程度、重要性與內容 Q66~Q68

### 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 6.95 分(N=318, 有聽廣播者)；而民眾認為最常收聽電臺所提供服務的重要性，則平均為 5.64 分(N=318, 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(82.7%)，但有 17.3% 表示有聽到【參照圖 49】。

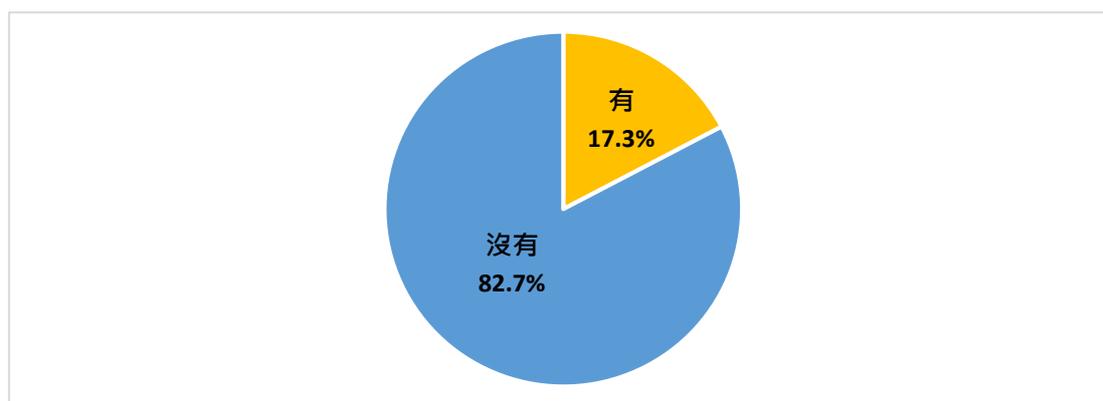


圖 49 過去 12 個月內收聽廣播節目有沒有聽到令人反感或厭惡內容  
Base: N=318, 單選(有聽廣播者)

### 2. 比較分析

#### (1) 區域差異分析

單因子變異數分析結果顯示，民眾認為最常收聽電臺所提供服務的重要性，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 7.11 分最高、宜花東地區的 6.25 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 6.22 分最高、北北基地區的 4.84 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，而有聽到者以宜花東地區(27.4%)比例最高、雲嘉南地區(8.1%)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	6.76
桃竹苗	6.79
中彰投	7.10
雲嘉南	6.86
高屏澎	7.11
宜花東	6.25
<b>總平均</b>	<b>6.95</b>

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	4.84
桃竹苗	5.02
中彰投	6.05
雲嘉南	5.41
高屏澎	6.22
宜花東	5.04
<b>總平均</b>	<b>5.64</b>

資料來源：本研究彙整

## （2）基本差異分析

依性別區分，女性對最常收聽的廣播電臺滿意度（7.08分）和最常收聽之電臺所提供服務的重要性（5.70分），皆高於男性（分別為6.82分和5.58分）。至於過去12個月內收聽廣播節目時，男性（78.5%）和女性（87%）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滿意度和最常收聽之電臺所提供服務的重要性，皆以66歲及以上（分別為7.5分和6.06分）最高、16-25歲（分別為6.51分和5.27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66歲及以上（24%）比例最高、16-25歲（10.6%）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7.13分最高、未婚者的6.66分最低；最常收聽之電臺所提供服務的重要性，以已婚者的5.89分最高、未婚者的5.25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，有聽到者則以鰥寡/分居者（33.3%）比例最高、未婚者（15.1%）比例最低。

### 三、 電視廣播廣告

#### (一) 對電視廣告觀感 Q69 Q70

##### 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（48.3%）所占比例最高，其次為短時間一再重複出現的廣告（34.3%）、廣告太長（30.5%）【參照圖 50】；而造成困擾的電視廣告類型，則以貸款/借款廣告（44.1%）為主，其次為垃圾食品廣告（22.6%）、信用卡廣告（15.4%）【參照圖 51】。

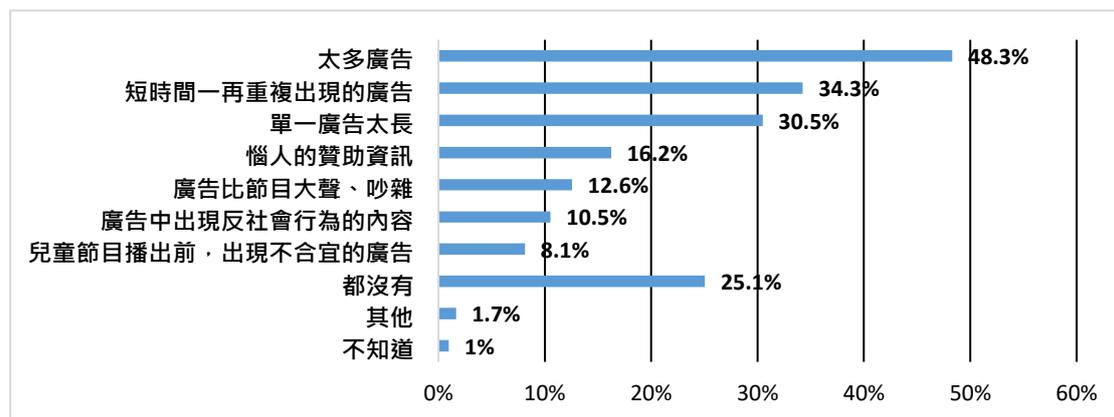


圖 50 哪些電視廣告播出情形對您造成困擾

Base: N=1,000，複選（有看電視者）

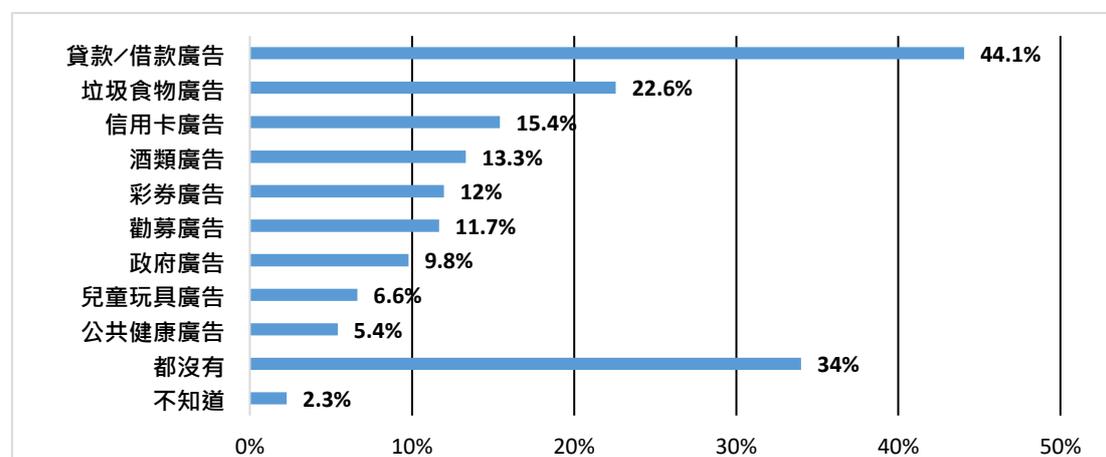


圖 51 哪些電視廣告類型對您造成困擾

Base: N=1,000，複選（有看電視者）

##### 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 53.6%最高、高屏澎地區的 44.7%最低。會對民眾造成困擾的電視廣告類型，除北北基地區（40.6%）以都沒有為多數外，其餘地區皆以貸款/借款廣告為主，其中又以中彰投地區（56.8%）比例最高、高

屏澎地區（42.2%）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（50%）和女性（46.7%）皆以太多廣告為主；會對民眾造成困擾的電視廣告類型，兩者皆以貸款/借款廣告為多數，分別占 44.3%和 43.9%。

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 16-25 歲的 58.1%最高、56-65 歲的 37.1%最低。會對民眾造成困擾的電視廣告類型，16-25 歲(53.8%)、26-35 歲(58.9%)、36-45 歲(53.6%) 皆以貸款/借款廣告為主，46-55 歲（39.2%）、56-65 歲（46.4%）、66 歲及以上（47.9%）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 53.9%最高、鰥寡/分居者的 42.4%最低。會對民眾造成困擾的電視廣告類型，未婚者（55.7%）以貸款/借款廣告為多數，已婚者（41%）、鰥寡/分居者（40.6%）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 Q71 Q72

### 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（36.5%）的比例最高，其次為認為剛好（25.5%）、認為太多（24.8%）【參照圖 52】。關於電視頻道廣告播出長度是否合宜，我國 16 歲以上民眾認為剛好（33.8%）的比例最高，其次為認為有點長（32.4%）、認為太長（19.6%）【參照圖 53】。

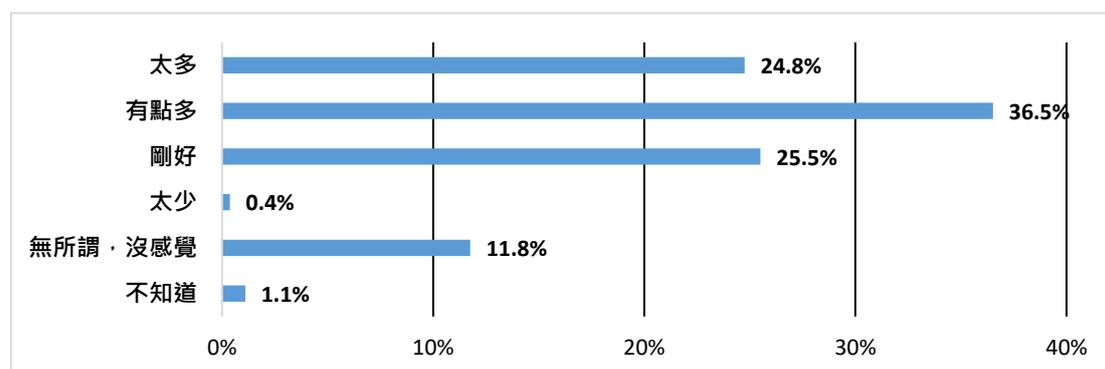


圖 52 電視頻道 1 小時內出現廣告的次數是否合宜

Base: N=1,000，單選（有看電視者）

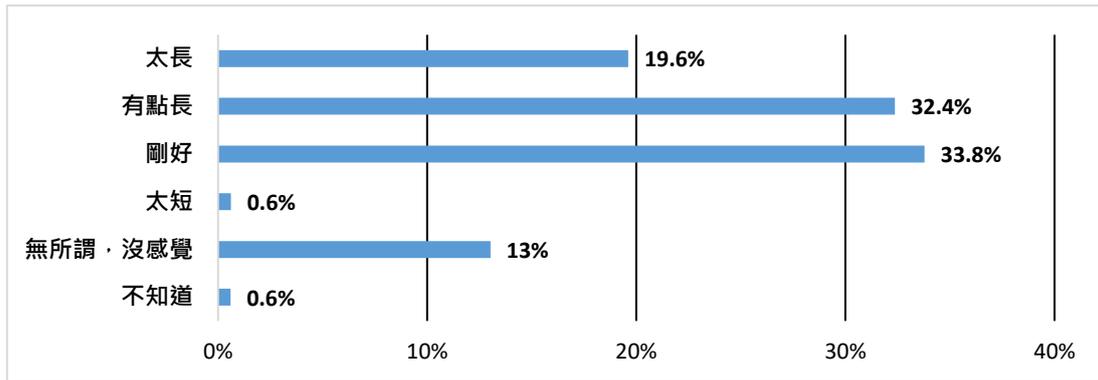


圖 53 電視頻道廣告播出長度是否合宜

Base: N=1,000，單選（有看電視者）

## 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（35.7%）以認為剛好為多數，宜花東地區（33%）以認為太多為主，其餘地區則皆以認為有點多的占比最高，其中又以中彰投地區的 43.3% 最高、雲嘉南地區的 29.9% 最低。關於電視頻道廣告播出長度是否合宜，除了雲嘉南地區（34.3%）、高屏澎地區（46.3%）認為剛好為多數外，其餘地區皆以認為有點長為主，其中又以北北基地區（39.1%）比例最高、宜花東地區（32.5%）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（35.7%）和女性（37.3%）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（34.4%）以認為有點長為多數，女性（34.4%）則以認為剛好為主。

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 66 歲及以上（31.6%）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 26-35 歲的 40% 最高、16-25 歲的 36.7% 最低。關於電視頻道廣告播出長度是否合宜，16-25 歲（37%）、26-35 歲（36.6%）、46-55 歲（37.3%）皆以認為剛好為主，36-45 歲（35.8%）、56-65 歲（32.5%）、66 歲及以上（27.6%）則皆以認為有點長為多數。

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，其中又以鰥寡/分居者的 39.4% 最高、已婚者的 35% 最低。關於電視頻道廣告播出長度是否合宜，除已婚者（36%）以認為剛好為多數外，未婚者（35.1%）和鰥寡/分居者（45.3%）皆以認為有點長的占比最高。

### (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，皆於教育程度達顯著差異。

依教育程度區分，對於電視頻道 1 小時內出現廣告的次數是否合宜，除小學及以下程度者（29.1%）以認為剛好的比例最高外，其餘教育程度皆以認為有點多為主，其中又以碩士及以上的 45.8% 最高、國中或初中程度者的 32.4% 最低。關於電視頻道廣告播出長度是否合宜，小學及以下程度者（30.8%）以無所謂沒感覺的占比最高，國中或初中程度者（33.4%）、高中職程度者（38.9%）、大學程度者（34.7%）皆以認為剛好為多數，專科程度者（33.2%）、碩士及以上程度者（46.8%）則以認為有點長為主。

### (四) 廣播節目廣告頻率與播出長度 Q73 Q74

#### 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 歲以上民眾認為剛好（42.6%）的比例最高，其次為認為有點多（31.3%）、太多（13.5%）【參照圖 54】。關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，我國 16 歲以上民眾認為剛好（51.1%）的比例最高，其次為認為有點長（24.6%）、太長（11.9%）【參照圖 55】。

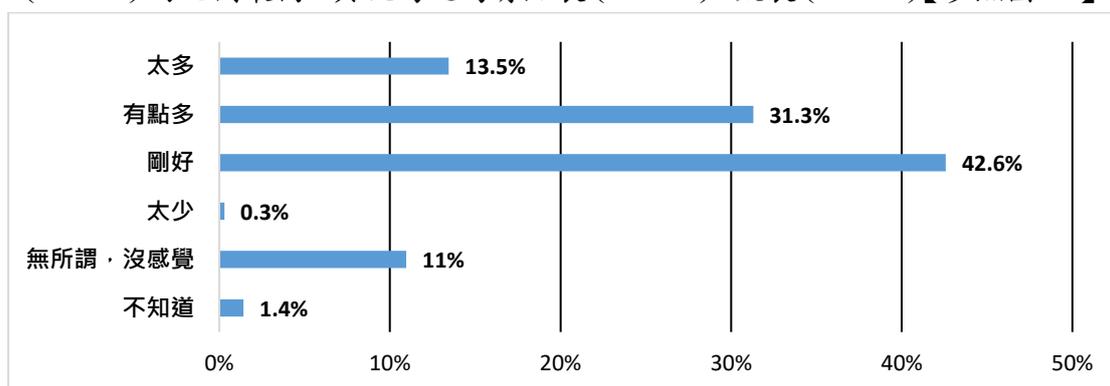


圖 54 廣播節目 1 小時內出現的廣告次數是否合宜

Base: N=318，單選（有聽廣播者）

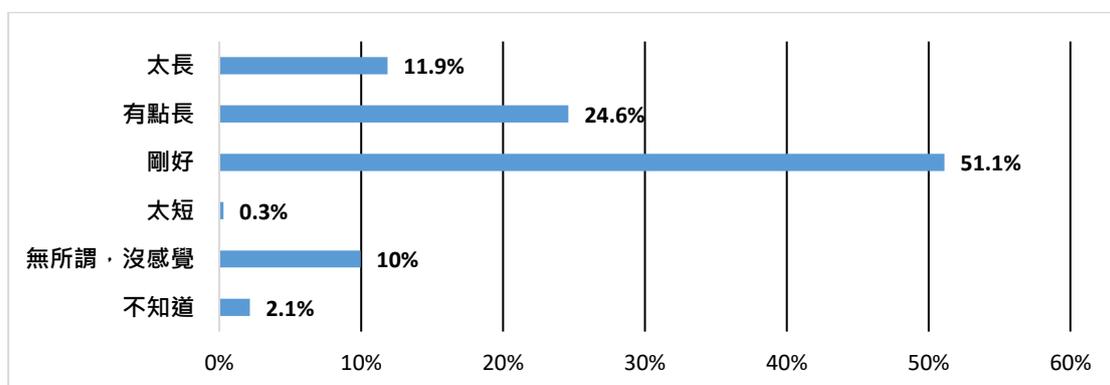


圖 55 廣播節目廣告播出長度是否合宜

Base: N=318，單選（有聽廣播者）

## 2. 比較分析

### (1) 區域差異分析

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，北北基地區 (41.1%)、桃竹苗地區 (49.2%)、宜花東地區 (44.9%) 皆以認為有點多為主，中彰投地區 (48.9%)、雲嘉南地區 (47.3%)、高屏澎地區 (53.6%) 則以認為剛好為多數。關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，除了桃竹苗地區 (41.6%) 和宜花東地區 (45.2%) 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 61.5% 最高、北北基地區的 39.6% 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 (43.5%) 和女性 (41.7%) 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 49.5% 和 52.8%。

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，各年齡層皆以認為剛好為主，其中又以 16-25 歲 (49.8%) 比例最高、66 歲及以上 (37.2%) 比例最低。關於廣播節目廣告播出長度是否合宜，各年齡層同樣皆以認為剛好為多數，並以 16-25 歲 (58.4%) 比例最高、66 歲及以上 (43.3%) 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，其中又以未婚者 (43.7%) 比例最高、鰥寡/分居者 (41.8%) 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，其中又以鰥寡/分居者 (59.6%) 比例最高、未婚者 (47.3%) 比例最低。

## 四、 電視/廣播節目管理

### (一) 電視節目管理規範 Q75 Q76 Q77

#### 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 (56.8%) 的比例較高，不知道者僅占 43.2%【參照圖 56】。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 53.6%，認為太少和認為太多則分別占 28.6% 和 9.2%【參照圖 57】。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 67.8%，而回答不知道的比例高達 23%【參照圖 58】。

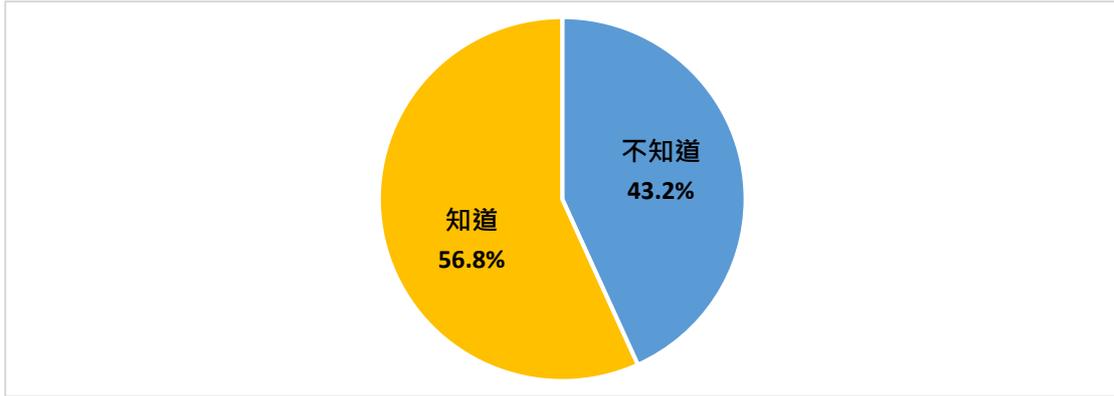


圖 56 知不知道電視節目有相關規範

Base: N=1,105，單選

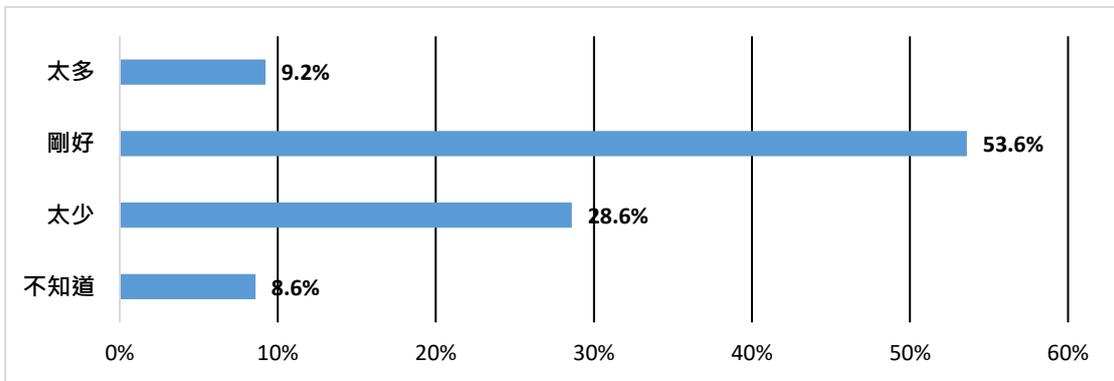


圖 57 民眾認為電視節目規範合適度

Base: N=627，單選（知道電視節目有相關規範者）

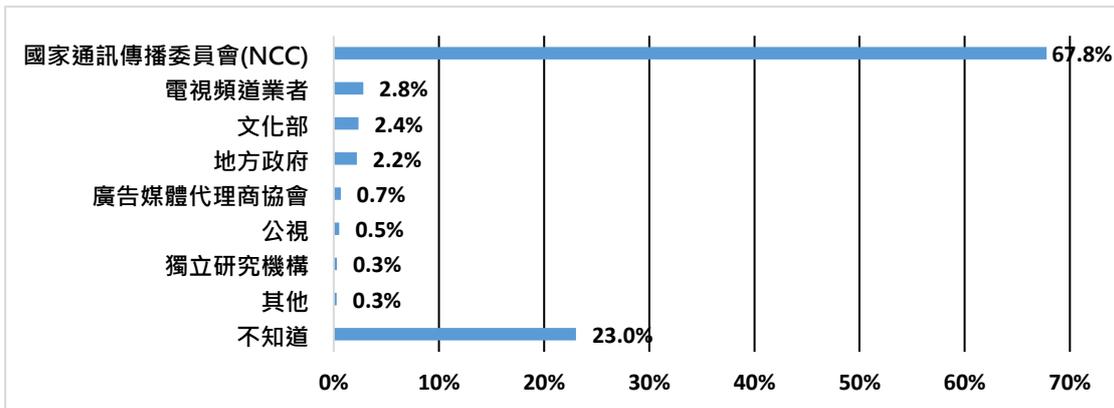


圖 58 民眾對於哪個單位負責管理電視節目的認知

Base: N=1,105，單選

## 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，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，北北基地區(68.5%)、

中彰投地區（50.7%）、高屏澎地區（70.4%）以知道的比例較高，而桃竹苗地區（51.2%）、雲嘉南地區（58.4%）、宜花東地區（68.5%）則以不知道為主。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62.3%最高、宜花東地區的43.6%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，其中又以北北基地區（75.5%）比例最高、宜花東地區（56.9%）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（57.4%）和女性（56.2%）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54.6%和52.6%。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（71.9%）比例明顯高於女性（63.8%）。

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（63.7%）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67.5%最高、16-25歲的50.2%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58.2%最高、36-45歲的45.5%最低。而對於是哪個單位負責管理電視節目的認知，除了66歲及以上（45.5%）以不知道為多數外，其餘年齡層皆以知道為主，其中又以36-45歲（80.6%）比例最高、56-65歲（62.9%）比例最低。

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（55%）以不知道的比例較高，未婚者（59.3%）和已婚者（57.6%）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61.5%最高、未婚者的47.8%最低。而對於是哪個單位負責管理電視節目的認知，各婚姻狀況皆以回答國家通訊傳播委員會（NCC）為主，其中又以未婚者的72%最高、鰥寡/分居者的59.6%最低。

## （3）社會經濟身分差異分析

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

依居住狀況區分，關於民眾知不知道電視節目有相關規範，自有房屋者（55.5%）和租屋者（65.1%）皆以知道的比例較高。

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（69.8%）、國中或初中程度者（66.6%）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78.6%最高、高中職程度者的56%最低。知道電視節目有相關規範者，除了碩士及以上程度者（46.4%）以認為規範太少為多數外，其餘教育程度皆以認為規範剛好為主，其中又以小學

及以下程度者的 90%最高、大學程度者的 51.8%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（50.7%）、運輸及倉儲業（50.7%）、退休者（52.6%）、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者（53%）以不知道的比例較高外，其餘職業皆以知道為主，其中又以教育業的 81.7%最高、學生的 50.5%最低。

依個人平均月收入區分，關於民眾知不知道電視節目有相關規範，3 萬元以下收入者以不知道為多數，其中又以未滿 1 萬元收入者的 56.4%最高、2 萬-未滿 3 萬元收入者的 53.3%最低；而 3 萬元以上收入者以知道的比例較高，其中又以 4 萬-未滿 5 萬元收入者的 71.9%最高、3 萬-未滿 4 萬元收入者的 65.3%最低。知道電視節目有相關規範者，各收入水準皆以認為規範剛好為多數，其中又以 1 萬-未滿 2 萬元收入者的 70.7%最高、6 萬元以上收入者的 36.6%最低。

## （二）廣播節目規範 Q78 Q79 Q80

### 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），以不知道（51.7%）的比例較高，知道者占 48.3%【參照圖 59】。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 47.7%，認為太少和認為太多則分別占 24.1%和 8.5%，但不知道比例高達 19.8%【參照圖 60】。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 59.4%，而回答不知道的比例高達 31.4%【參照圖 61】。

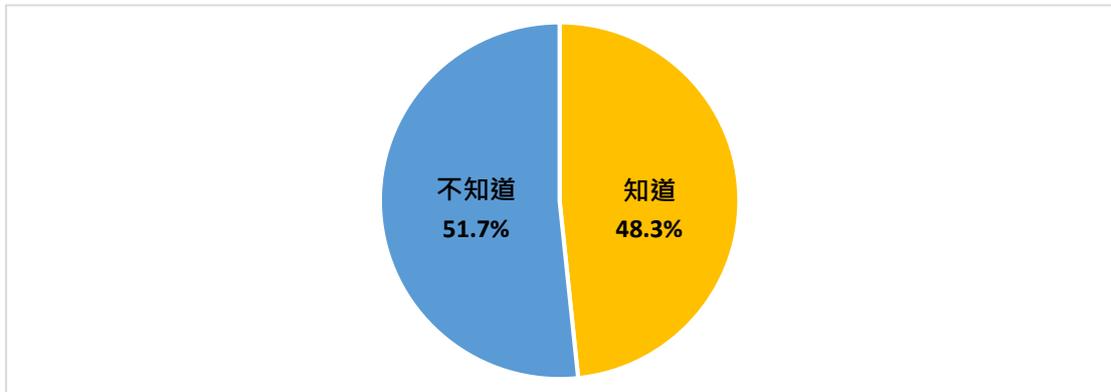


圖 59 知不知道廣播節目有相關規範

Base: N=1,105，單選

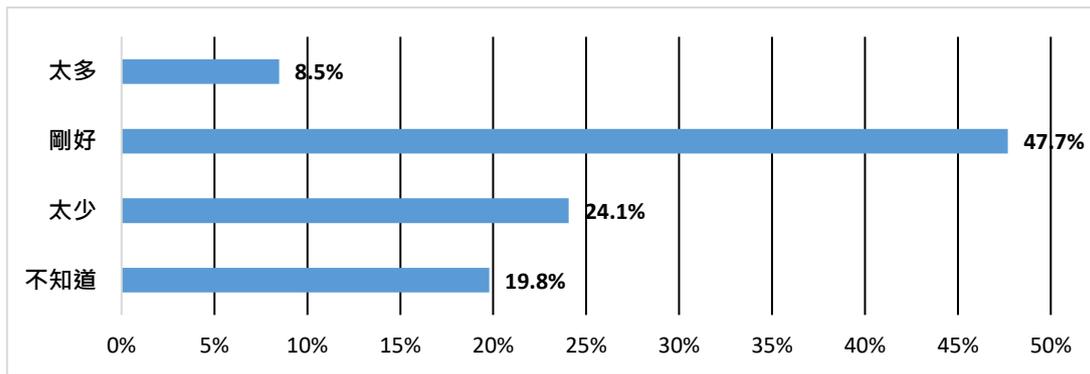


圖 60 民眾認為廣播節目規範合適度

Base: N=534，單選（知道廣播節目有相關規範者）

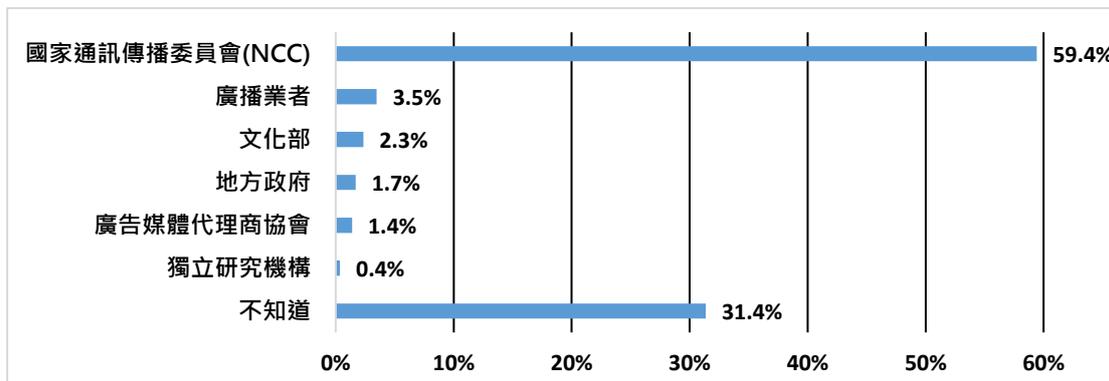


圖 61 民眾對於哪個單位負責管理廣播節目的認知

Base: N=1,105，單選

## 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，除北北基地區（54.8%）、高屏澎地區（59.7%）以知道的比例較高外，其餘地區皆以不知道為多數，其中又以宜花東地區的 73.1%最高、中彰投地區的 54%最低。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，其中又以高屏澎地區的 66.9%最高、桃竹苗地區的 38.6%最低。而對於是哪個單位負責管理廣播節目的認知，除了宜花東地區（47.5%）以不知道為多數外，其餘地區皆以回答國家通訊傳播委員會（NCC）為主，其中又以北北基地區（65%）比例最高、桃竹苗地區（54%）比例最低。

### (2) 基本差異分析

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

依性別區分，關於民眾知不知道廣播節目有相關規範，男性（50.5%）以知道的比例較高，而女性（53.8%）則以不知道為多數。知道廣播節目有相關規範者，男性（50.7%）和女性（44.4%）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（64.7%）比例明顯高於女性（54.3%）。

依年齡區分，關於民眾知不知道廣播節目有相關規範，16-25 歲（55.2%）、56-65 歲（52.7%）、66 歲及以上（69.1%）以不知道為多數，而 26-35 歲（53.5%）、36-45 歲（56.5%）、46-55 歲（51.5%）則以知道為主。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 26-35 歲的 59.7%最高、66 歲及以上的 32.6%最低。而對於是哪個單位負責管理廣播節目的認知，除了 66 歲以上（50.4%）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（69.5%）比例最高、56-65 歲（54.7%）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，除了已婚者（50.3%）以知道的比例較高外，未婚者（52.6%）和鰥寡/分居者（57.8%）皆以不知道為多數。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，其中又以鰥寡/分居者的 53%最高、未婚者的 45.4%最低。而對於是哪個單位負責管理廣播節目的認知，各婚姻狀況皆以回答國家通訊傳播委員會（NCC）的比例最高，其中又以未婚者的 61.7%最高、鰥寡/分居者的 55.6%最低。

### （3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾知不知道廣播節目有相關規範，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，關於民眾知不知道廣播節目有相關規範，除了小學及以下程度者（81.4%）、國中或初中程度者（79%）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 66.5%最高、高中職程度者的 50.9%最低。

依職業區分，關於民眾知不知道廣播節目有相關規範，除製造業（52.4%）、批發及零售業（57.7%）、出版/影音製作/傳播及資通訊服務業（66.2%）、金融及保險業（58.8%）、專業/科學及技術服務業（61.8%）、支援服務業（57.9%）、教育業（64%）、公共行政及國防/強制性社會安全（58.9%）、醫療保健及社會工作服務業（52.9%）以知道的比例較高外，其餘職業皆以不知道為多數。

依個人平均月收入區分，關於民眾知不知道廣播節目有相關規範，4 萬元以下收入者皆以不知道的占比較高，其中又以未滿 1 萬元收入者的 69.6%最高、3 萬-未滿 4 萬元收入者的 50.5%最低；4 萬元以上收入者皆以知道為多數，其中又以 6 萬元以上收入者的 62.3%最高、5 萬-未滿 6 萬元收入者的 58.3%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 Q81

### 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（71.8%）的比例最高，其次為限制暴力或反社會行為（61%）、保護所有人/公眾/觀眾/閱聽人（59.7%）【參照圖 62】。

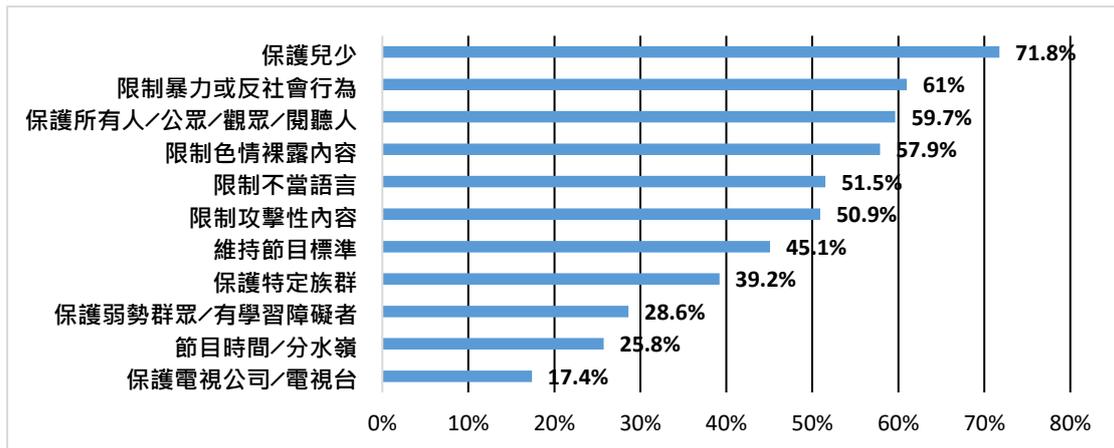


圖 62 民眾認為電視節目有規範之原因

Base: N=1,105，複選

## 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，各地區皆以保護兒少的比例最高，其中又以中彰投地區的 76.1% 最高、高屏澎地區的 64.6% 最低。

### (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（70.2%）和女性（73.3%）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 56-65 歲（67.2%）以限制暴力或反社會行為的占比最高外，其餘年齡層皆以保護兒少為主，其中又以 36-45 歲（78%）比例最高、66 歲及以上（59.5%）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，各婚姻狀況皆以保護兒少為多數，其中又以未婚者（74.4%）比例最高、鰥寡/分居者（65.5%）比例最低。

## (四) 確保孩童不會看到不好的電視節目內容 Q82

### 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（64.9%）比例最高，其次為主要是廣電業者責任（16.9%）、主要是父母的責任（16%）【參照圖 63】。

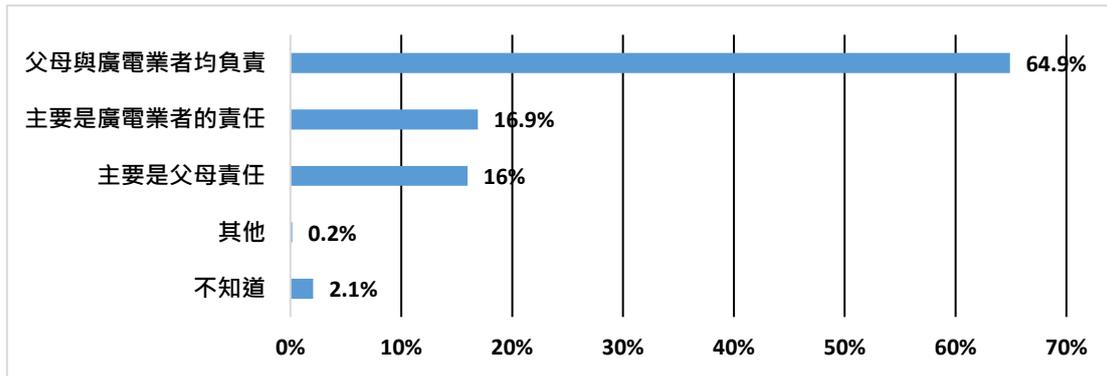


圖 63 民眾認為誰該負主責來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容  
Base：N=1,105，單選

## 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，其中又以宜花東地區（72.6%）比例最高、桃竹苗地區（59.2%）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（64%）和女性（65.8%）皆以父母與廣電業者均需負責的比例最高。

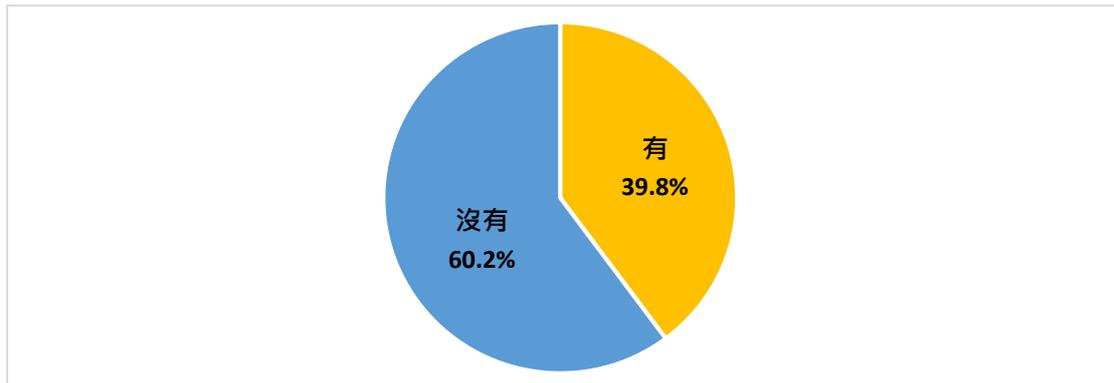
依年齡區分，關於民眾認為誰該負主責來確保孩童不會看到任何不好的電視節目內容，各年齡層皆以父母與廣電業者均需負責為主，其中又以 26-35 歲（74.2%）比例最高、66 歲及以上（51.3%）比例最低。

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（66.7%）比例最高、鰥寡/分居者（60.4%）比例最低。

## (五) 令人反感或厭惡之節目內容 Q83~Q86

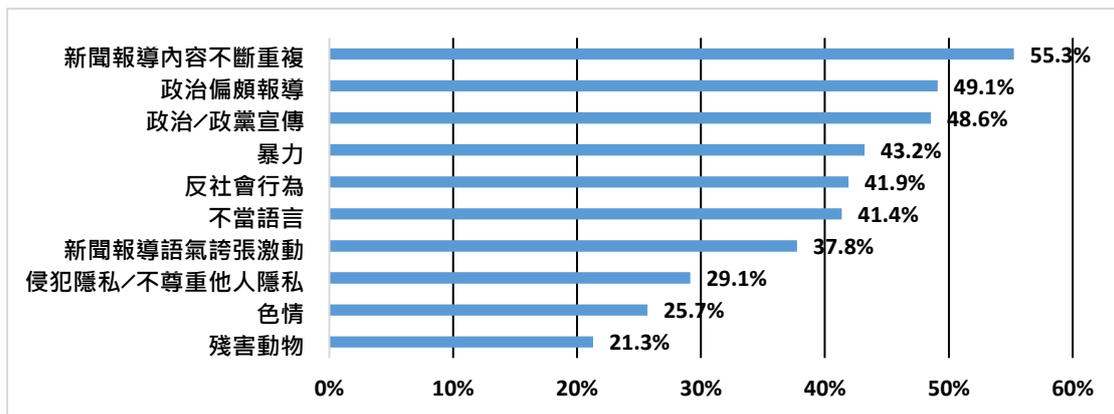
### 1. 整體分析

關於我國 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（60.2%）表示沒有看到，有看到者則占 39.8%【參照圖 64】。



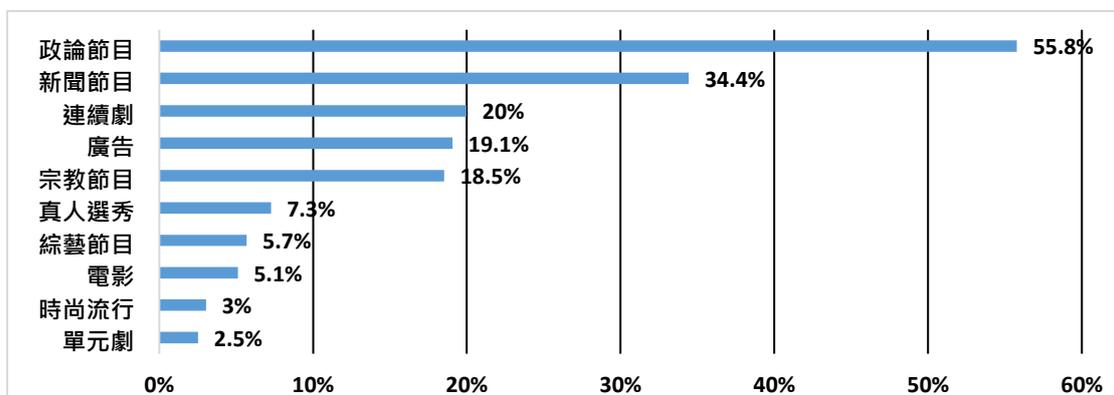
**圖 64 過去 12 個月觀看電視節目時，有沒有看到令人反感或厭惡的內容**  
Base: N=1,000，單選（有看電視者）

我國 16 歲以上民眾覺得討厭的類型內容，以新聞報導內容不斷重複(55.3%) 所占比例最高，其次為政治偏頗報導（49.1%）、政治/政黨宣傳（48.6%）【參照圖 65】。而覺得厭惡的節目，以政論節目（55.8%）為主，新聞節目（34.4%）、連續劇（20%）次之【參照圖 66】。



**圖 65 哪些類型內容讓您覺得討厭（前十名）**

Base: N=398，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 66 讓您覺得厭惡的節目（前十名）**

Base: N=398，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）

當電視播出令人覺得反感或厭惡的節目內容，我國 16 歲以上民眾高達 90.8%

的反應為轉台，其次為關電視（31.5%）、向他人抱怨（12.1%）【參照圖 67】。

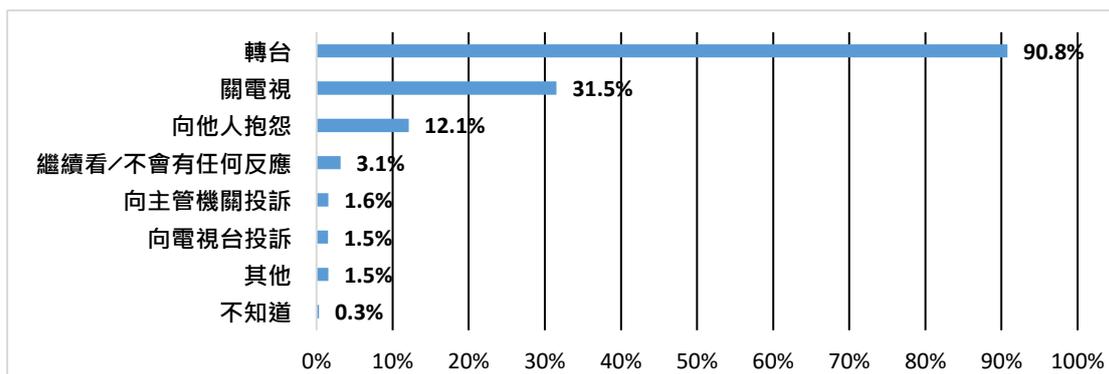


圖 67 當電視播出令您覺得反感或厭惡的節目內容會如何反應

Base: N=398，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）

## 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，除高屏澎地區有看到（50%）和沒看到（50%）占比相同外，其餘地區皆以沒有看到令人反感或厭惡的內容為主，其中又以北北基地區（67%）比例最高。民眾觀看電視節目時覺得討厭的類型內容，除高屏澎地區（53.5%）以不當語言、宜花東地區（50.4%）以反社會行為的比例最高外，其餘地區皆以新聞報導內容不斷重複為主，其中又以雲嘉南地區的 60.9% 最高、中彰投地區的 54.6% 最低。關於民眾覺得厭惡的節目，除了高屏澎地區（42%）以新聞節目占比最高外，其餘地區皆以政論節目為主，其中又以雲嘉南地區的 67.9% 最高、宜花東地區的 49.9% 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台為主，且比例皆達 8 成以上，其中又以雲嘉南地區的 94.2% 最高、宜花東地區的 84.6% 最低。

### (2) 基本差異分析

依性別區分，男性（57.6%）和女性（62.6%）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（57%）以新聞報導內容不斷重複為主，女性（54%）則以暴力的占比最高。關於民眾覺得厭惡的節目，男性（58.6%）和女性（52.8%）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，兩者的反應皆以轉台為主，分別占 91.2% 和 90.4%。

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 66 歲及以上（66.3%）比例最高、36-45 歲（54.8%）比例最低。民眾觀看電視節目時覺得討厭的類型內容，除 56-65 歲民眾（53.3%）以政治/政黨宣傳、66 歲及以上（58.5%）以不當語言的占比最高外，其餘年齡層皆以新聞報導內容不斷重複為主，其中又以 16-25 歲的 70.9% 最高、26-35 歲的 54.5% 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 16-25 歲的 68.9% 最高、46-55 歲的 40% 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台為主，其中又以 56-65 歲（95.5%）比例最高、66 歲及以上（81.8%）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（69.8%）比例最高、未婚者（57.3%）最低。民眾觀看電視節目時覺得討厭的類型內容，未婚者（58.6%）和已婚者（51.8%）皆以新聞報導內容不斷重複為多數，鰥寡/分居者（63.5%）則以政治/政黨宣傳為主。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，其中又以未婚者的 63.3% 最高、已婚者的 50% 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台為主，其中又以鰥寡/分居者（92.7%）比例最高、已婚者（89.5%）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，於教育程度、職業達顯著差異。

依教育程度區分，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，除了碩士及以上程度者（58.4%）以有看到的比例較高外，其餘教育程度皆以沒有看到為多數，其中又以小學及以下程度者的 80.6% 最高、專科程度者的 55.6% 最低。

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，除農/林/漁/牧業（50.4%）、專業/科學及技術服務業（68.1%）、公共行政及國防/強制性社會安全（66.3%）、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者（57.3%）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 Q87

### 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（73.9%）的比例最高，認為太多和太少分別占 10.1% 和 4.1%，而不知道的比例達 12%【參照圖 68】。

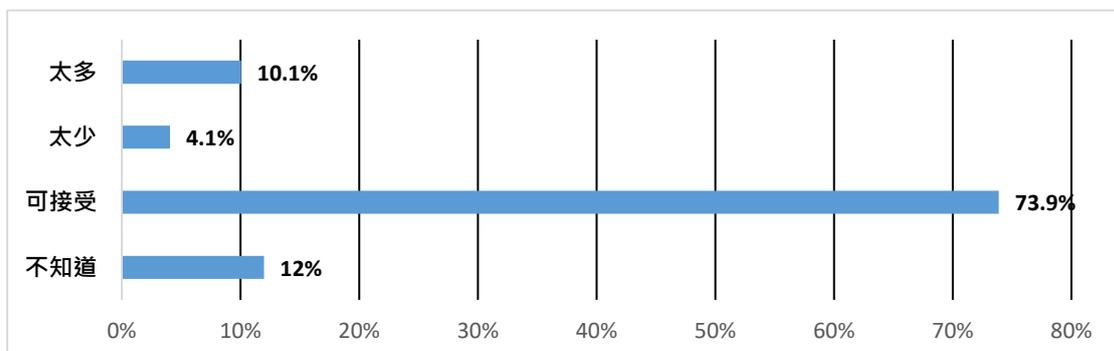


圖 68 電視節目有關「性」出現頻率的合適度

Base：N=1,000，單選（有看電視者）

## 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「性」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「性」出現頻率，皆以認為可接受的比例最高，其中又以北北基地區的 80.2% 最高、雲嘉南地區的 56.7% 最低；但雲嘉南地區（9.6%）認為太少的比例相對其他地區為高。

### (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、年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（77.6%）和女性（70.4%）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 46-55 歲的 79.7% 最高、66 歲及以上的 68.2% 最低；而 26-35 歲（8.1%）認為太少的比例相對較高。

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，其中又以鰥寡/分居者的 76.9% 最高、未婚者的 73.4% 最低；而已婚者（13.3%）認為太多的比例相對較高。

### (3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，電視節目有關「性」出現頻率的合適度，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（72.4%）和租屋者（82.8%）對於電視節目有關「性」出現頻率，皆以認為可接受為主，但自有房屋者（11.3%）認為太多的比例明顯高於租屋者（4.2%）。

## (七) 電視節目有關「暴力」出現頻率的合適度 Q88

### 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（62.6%）的比例最高，認為太多和太少分別占 28.4% 和 2.5%，而不知道的比例達 6.5%【參照圖 69】。

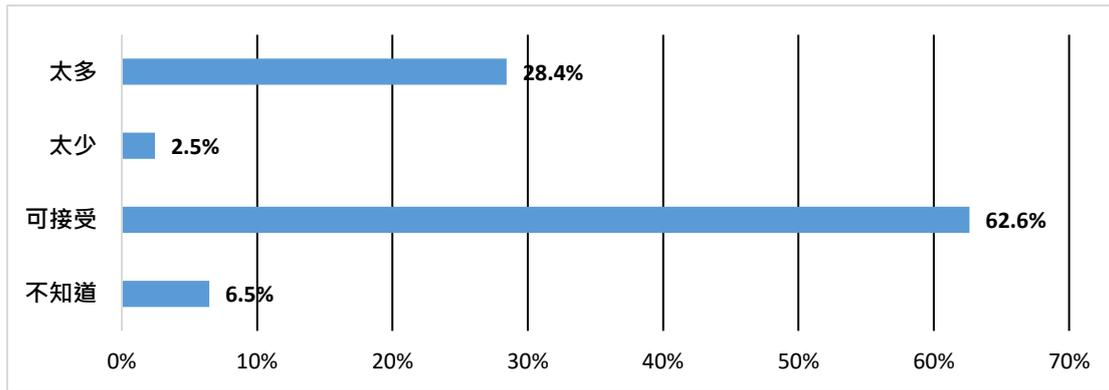


圖 69 電視節目有關「暴力」出現頻率的合適度

Base：N=1,000，單選（有看電視者）

## 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「暴力」出現頻率，皆以認為可接受的比例最高，其中又以北北基地區的 70.5% 最高、雲嘉南地區的 51.1% 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、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（69.5%）和女性（56.2%）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（68.2%）比例最高、36-45 歲（58.6%）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（63.4%）比例最高、已婚者（62.1%）比例最低。

## (八) 電視節目有關「髒話」出現頻率的合適度 Q89

### 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（71.7%）的比例最高，認為太多和太少分別占 19.9% 和 3%，而不知道的比例達 5.4%【參照圖 70】。

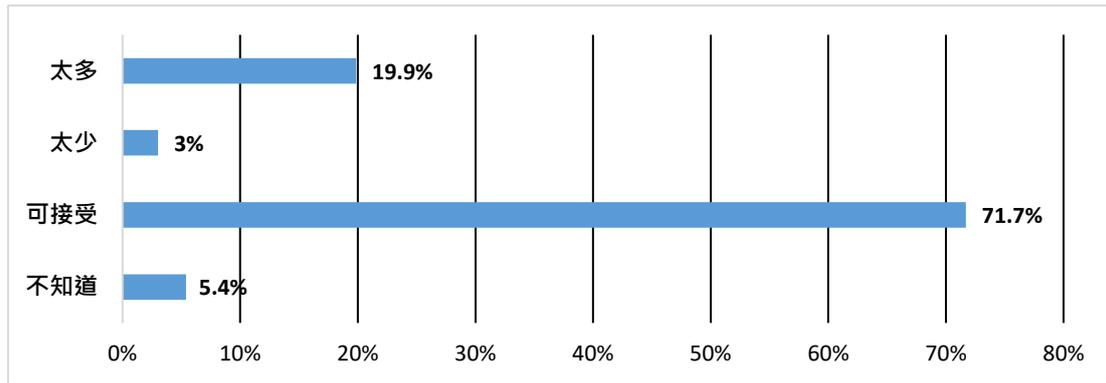


圖 70 電視節目有關「髒話」出現頻率

Base：N=1,000，單選（有看電視者）

## 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「髒話」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「髒話」出現頻率，皆以認為可接受的比例最高，其中又以北北基地區的 79.9% 最高、雲嘉南地區和宜花東地區的 58.9% 最低；而宜花東地區（30.6%）認為太多的比例相對較高。

### (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（74.1%）和女性（69.4%）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 16-25 歲的 80.4% 最高、66 歲及以上的 65.3% 最低；而 16-25 歲（7.5%）認為太多的比例相對較低。

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，其中又以未婚者的 76.9% 最高、鰥寡/分居者的 64.3% 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 Q90

### 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 71.7%（合計非常同意和同意，以下同），而不同意者占 6.5%（合計非常不同意和不同意，以下同）【參照圖 71】。

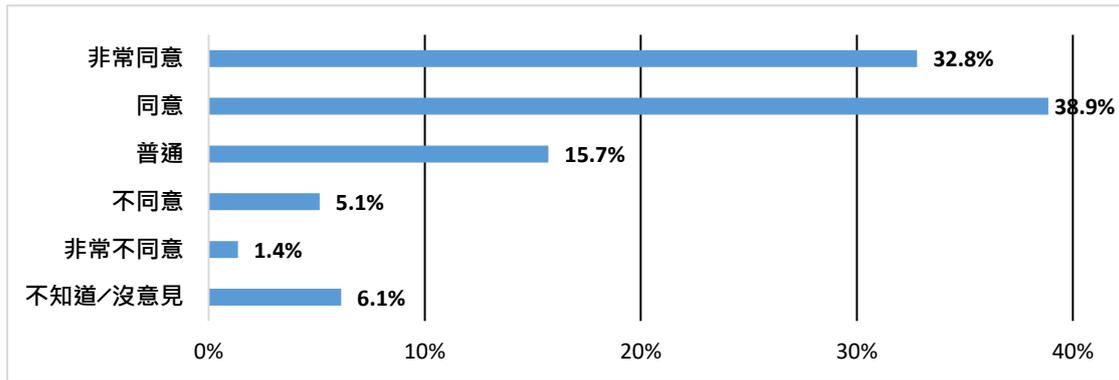


圖 71 是否同意「色情」或「暴力」電視節目應只在成人付費訂閱頻道播出  
Base：N=1,000，單選（有看電視者）

## 2. 比較分析

### (1) 區域差異分析

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，其中又以北北基地區（76.2%）比例最高、桃竹苗地區（67.9%）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、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（76.6%）和女性（66.4%）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 46-55 歲（80.2%）比例最高、16-25 歲（53.6%）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，其中又以已婚者（77.2%）比例最高、未婚者（63.3%）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，於個人平均月收入達顯著差異。

依個人平均月收入區分，各收入水準皆同意「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 4 萬-未滿 5 萬元收入者（78.9%）比例最高、未滿 1 萬元收入者（55.4%）比例最低；但無收入者（11.4%）不同意的比例最高。

## (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 Q91

### 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 56.5%（合計非常同意和同意，以下同），而不同意者占 21.6%（合計非常不同意和不同意，以下同）【參照圖 72】。

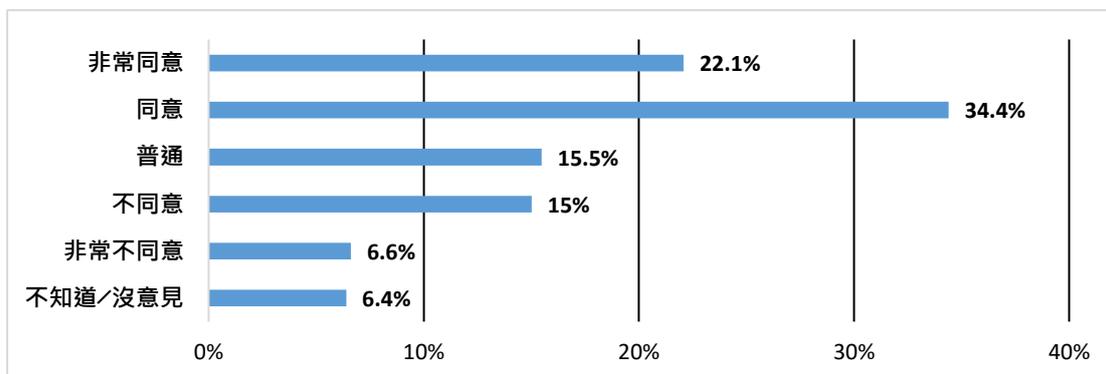


圖 72 是否同意「色情」或「暴力」節目可置於免付費成人觀看區，由收視者自行決定封鎖之

Base: N=1,000，單選（有看電視者）

## 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，其中又以桃竹苗地區（66.8%）比例最高、宜花東地區（48.2%）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，於性別達顯著差異。

依性別區分，男性（56.4%）和女性（56.6%）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 46-55 歲（61.9%）比例最高、66 歲及以上（46.2%）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（58.3%）比例最高、鰥寡/分居者（49%）比例最低。

## （十一） 有害的電視內容及回應方式 Q92 Q93

### 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（70.2%）所占比例最高，其次為霸凌（66.7%）、色情（65.6%）【參照圖 73】；而看到有害電視節目

內容後的反應，高達 84.6% 選擇轉台，其次為關電視(32.8%)、向他人抱怨(12.3%)  
【參照圖 74】。

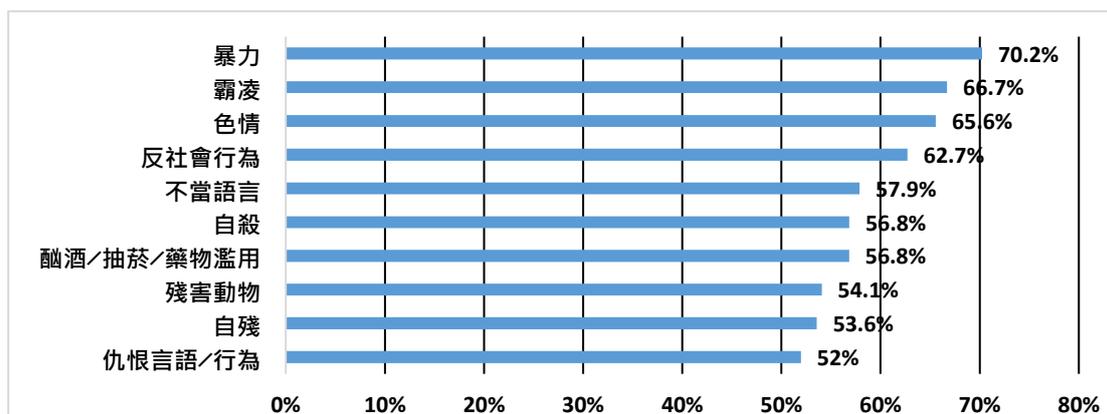


圖 73 民眾認為有害的電視節目內容（前十名）

Base：N=1,000，複選（有看電視者）

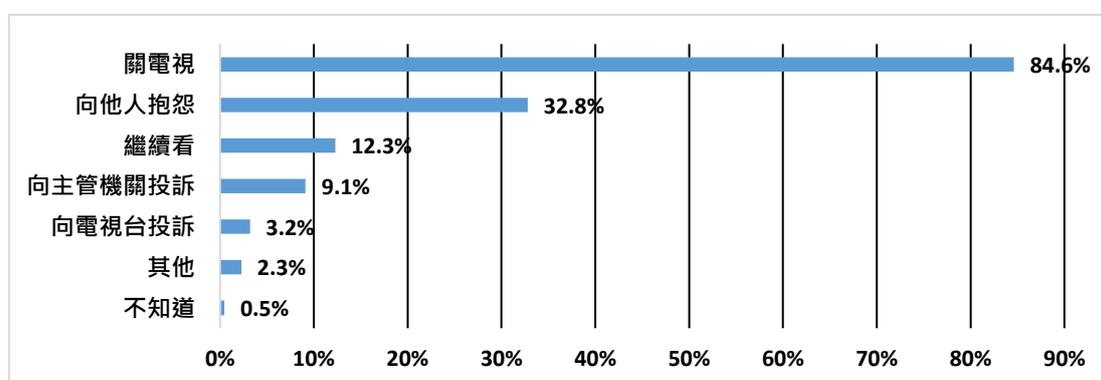


圖 74 看到有害電視節目內容後會如何回應

Base：N=971，複選（填答認為有害的電視節目內容為何者）

## 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(72.8%)、中彰投地區(70%)以霸凌所占比例最高外，其餘地區皆以暴力為多數，其中又以雲嘉南地區的 70.2% 最高、桃竹苗地區的 66.6% 最低。各地區看到有害電視節目內容後的反應，皆以轉台為主，其中又以北北基地區(89.1%) 比例最高、桃竹苗(79.9%) 最低。

### (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(65.4%)以霸凌為多數，女性(76.8%)則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，皆以轉台為主，分別占 81.9% 和 87.2%。

依年齡區分，民眾認為有害的電視節目內容，除 16-25 歲(60.7%)以反社會行為、26-35 歲(76.1%)以霸凌的占比最高外，其餘年齡層皆以暴力為多數，其中又以 66 歲及以上的 75.7% 最高、46-55 歲的 71.4% 最低。各年齡層看到有害電視節目內容後的反應，皆以轉台為主，其中又以 26-35 歲(88.7%) 比例最高、

56-65 歲 (82.5%) 比例最低。

依婚姻狀況區分，民眾認為有害的電視節目內容，未婚者 (66%) 以霸凌所占比例最高，已婚者 (76.8%) 和鰥寡/分居者 (67.7%) 則以暴力為多數。各婚姻狀況看到有害電視節目內容後的反應，皆以轉台為主，其中又以已婚者 (86.3%) 比例最高、未婚者 (81.9%) 比例最低。

## 五、 隱私保護

### (一) 揭露公眾人物隱私之態度 Q94

#### 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 72.3% 表示不同意 (合計非常不同意和不同意，以下同)，同意者僅占 9.2% (合計非常同意和同意，以下同)【參照圖 75】。

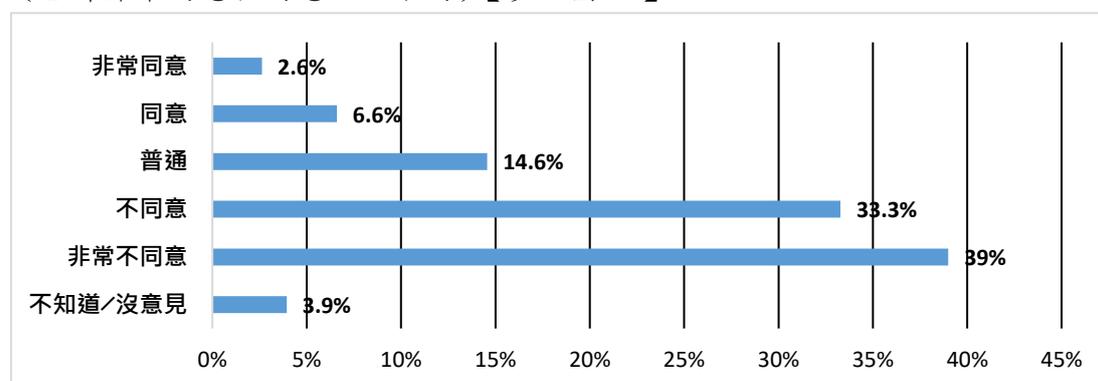


圖 75 對於媒體不用經過公眾人物同意便揭露其隱私之態度

Base: N=1,105，單選

#### 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 (79.3%) 比例最高、高屏澎地區 (66.5%) 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 (69.7%) 和女性 (74.8%) 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 26-35 歲 (76%) 比例最高、66 歲及以上 (69.2%) 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，其中又以未婚者(73.9%)比例最高、鰥寡/分居者(64.4%)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6萬元以上收入者的78.1%最高、未滿1萬元收入者的64.9%最低。

## (二) 揭露一般人隱私之態度 Q95

### 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81.6%表示不同意(合計非常不同意和不同意，以下同)，同意者僅占3.9%(合計非常同意和同意，以下同)【參照圖76】。

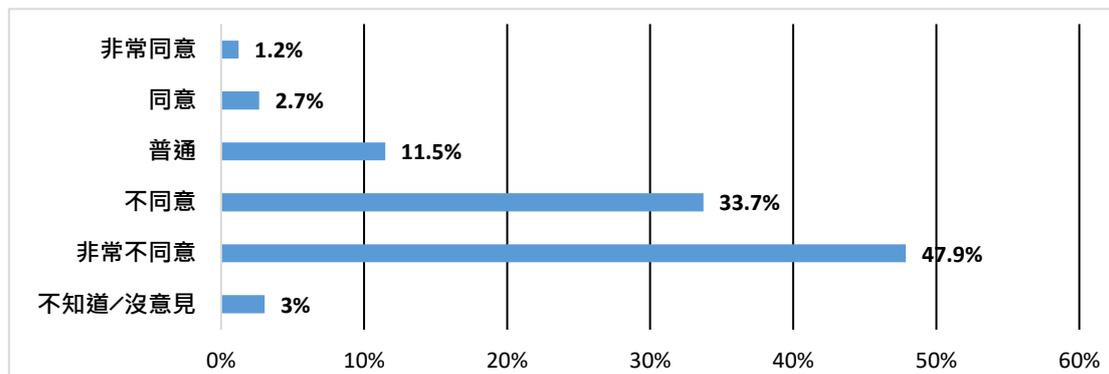


圖 76 對於媒體不用經過一般人同意便揭露其隱私之態度

Base: N=1,105，單選

### 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，其中又以北北基地區(86.3%)比例最高、高屏澎地區(73.8%)比例最低。

#### (2) 基本差異分析

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，於性別達顯著差異。

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(78.3%)和女性(84.8%)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 46-55 歲（86.3%）比例最高、66 歲及以上（74.9%）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，其中又以未婚者（83.9%）比例最高、鰥寡/分居者（76.8%）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 6 萬元以上收入者的 90.9% 最高、未滿 1 萬元收入者的 73.9% 最低。

## （三）最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道 Q96

### 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（35.8%）的比例最高，其次為都很常見（19.8%）、雜誌（14.3%）。若將新媒體（新聞網站或 App、其他網站或 App、電視台網站或 App）占比加總，則新媒體比例（16%）超過第三名的雜誌【參照圖 77】。

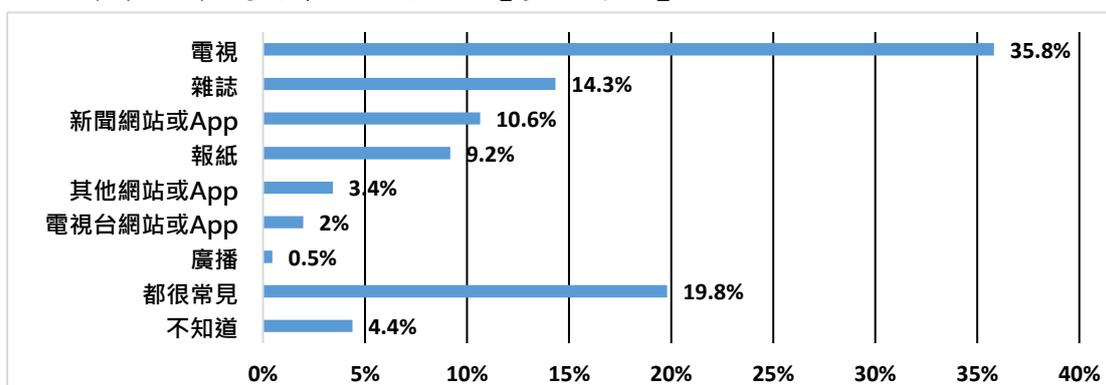


圖 77 最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道

Base: N=1,105，單選

### 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，除了北北基地區（43.5%）以都很常見的占比最高外，其餘地區皆以電視為主，其中又以雲嘉南地區的 46.3% 最高、桃竹苗地區的 37.4% 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公眾人物隱私之管道，於婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性（35.1%）和女性（36.6%）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（44.4%）比例最高、16-25 歲（27.2%）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（40%）比例最高、未婚者（30.3%）比例最低。

### （3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為最常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（36.9%）和租屋者（33.6%）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；但租屋者（26.8%）認為都很常見的比例明顯高於自有房屋者（17.5%）。

## （四）第二常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道 Q97

### 1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾認為第二常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，以報紙（26.5%）所占比例最高，其次為電視（20.3%）、雜誌（18.1%）。值得注意的是，若將新媒體（新聞網站或 App、其他網站或 App、電視台網站或 App）占比加總，則新媒體比例（30.1%）超過第一名的報紙【參照圖 78】。

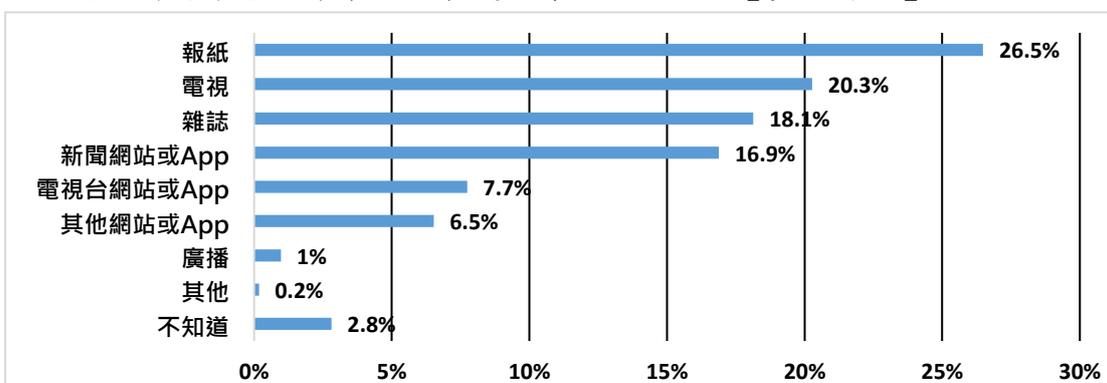


圖 78 第二常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道

Base: N=838，單選

### 2. 比較分析

#### （1）區域差異分析

交叉分析發現，民眾認為第二常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，除了北北基地區（20.7%）以雜誌所占比例最高外，其餘地區皆以報紙為多數，其中又以雲嘉南地區的 37.7% 最高、宜花東地區的 20.5% 最低。

#### （2）基本差異分析

依性別區分，男性（29.4%）和女性（23.6%）認為第二常見未經同意便揭露

公眾人物隱私之管道皆以報紙為主。

依年齡區分，民眾認為第二常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，16-25 歲 (29.1%) 以電視為主，26-35 歲 (25.5%) 以新聞網站或 App 的占比最高，36-45 歲 (23.9%) 以雜誌為多數，46-55 歲 (32%)、56-65 歲 (40.5%)、66 歲及以上 (41.4%) 則皆以報紙的比例最高。

依婚姻狀況區分，民眾認為第二常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，除未婚者 (24.2%) 以電視為多數外，已婚者 (29.2%) 和鰥寡/分居者 (42.5%) 皆以報紙所占比例最高。

## (五) 第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道 Q98

### 1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾認為第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，以雜誌 (20.4%) 的比例最高，其次為報紙 (19.1%)、新聞網站或 App (14.8%)。若將新媒體 (新聞網站或 App、其他網站或 App、電視台網站或 App) 占比加總，則新媒體比例 (35.7%) 超過第一名的雜誌【參照圖 79】。

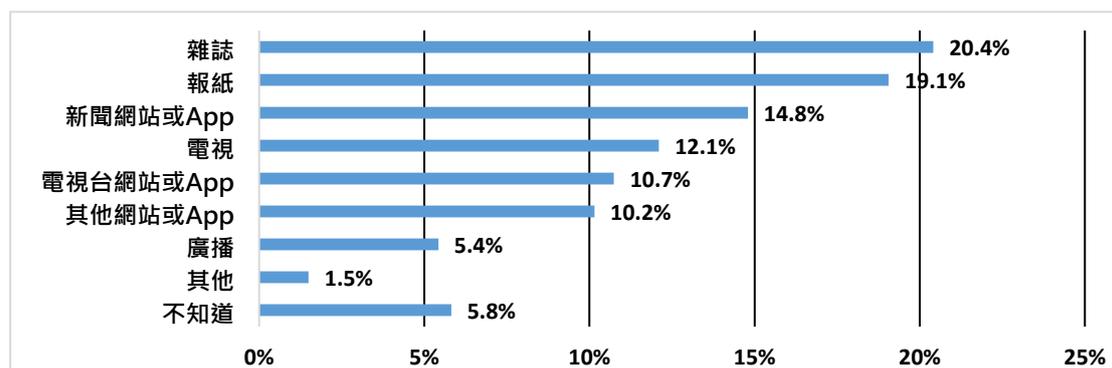


圖 79 第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道

Base: N=815，單選

### 2. 比較分析

#### (1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，民眾認為第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，除了中彰投地區 (22%) 以報紙、宜花東地區 (22.6%) 以電視台網站或 App 所占比例最高外，其餘地區皆以雜誌為多數，其中又以雲嘉南地區的 25.7% 最高、北北基地區的 19.8% 最低。

#### (2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，於年齡、婚姻狀況達顯著差異。

依性別區分，男性 (20.8%) 和女性 (20%) 認為第三常見未經同意便揭露公

眾人物隱私之管道皆以雜誌為主。

依年齡區分，民眾認為第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，除 26-35 歲 (19.9%)、36-45 歲 (25%) 以報紙的占比最高外，其餘年齡層皆以雜誌為多數，其中又以 66 歲及以上的 34.1% 最高、16-25 歲的 18.9% 最低。

依婚姻狀況區分，民眾認為第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，除未婚者 (18.6%) 以報紙為多數外，已婚者 (21%) 和鰥寡/分居者 (28.2%) 皆以雜誌所占比例最高。

### (3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，於居住狀況、個人平均月收入達顯著差異。

依居住狀況區分，民眾認為第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，自有房屋者 (22.1%) 以雜誌為多數，而租屋者 (22.3%) 以新聞網站或 App 占比最高。

依個人平均月收入區分，民眾認為第三常見未經同意便揭露公眾人物隱私之管道，未滿 1 萬元收入者 (18.5%)、4 萬-未滿 5 萬元收入者 (19%) 皆以新聞網站或 App 為多數，3 萬-未滿 4 萬元收入者 (30.5%)、6 萬元以上收入者 (20.6%) 皆以報紙為主，無收入者 (24.2%)、1 萬-未滿 2 萬元收入者 (29.1%)、2 萬-未滿 3 萬元收入者 (23.1%)、5 萬-未滿 6 萬元收入者 (28.1%) 則皆以雜誌所占比例最高。

## (六) 最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道 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一般大眾隱私之管道，以電視 (36.3%) 的比例最高，其次為都很常見 (16.6%)、新聞網站或 App (9.9%)。若將新媒體 (新聞網站或 App、其他網站或 App、電視台網站或 App) 占比加總，則新媒體比例 (20.1%) 超過第二名的都很常見【參照圖 80】。

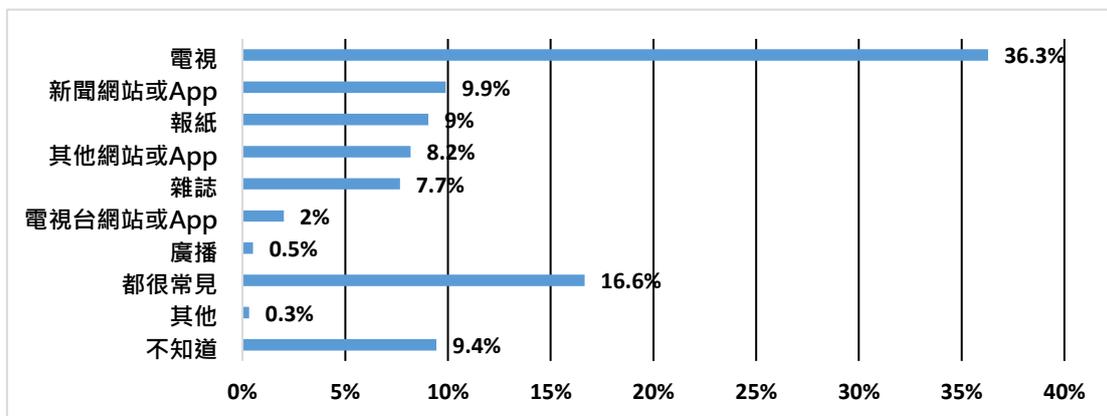


圖 80 最常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道

Base: N=1,105, 單選

## 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（34.1%）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43%最高、桃竹苗地區的33.7%最低。

### (2) 基本差異分析

依性別區分，男性（36.9%）和女性（35.6%）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，且比例隨年齡遞增，其中以66歲及以上的45.9%最高、16-25歲的26.6%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（40.3%）比例最高、未婚者（31%）比例最低。

## (七) 第二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歲以上民眾認為第二常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，以報紙（25.5%）所占比例最高，其次為新聞網站或App（18.3%）、電視（18%）。若將新媒體（新聞網站或App、其他網站或App、電視台網站或App）占比加總，則新媒體比例（35.2%）超過第一名的報紙【參照圖81】。

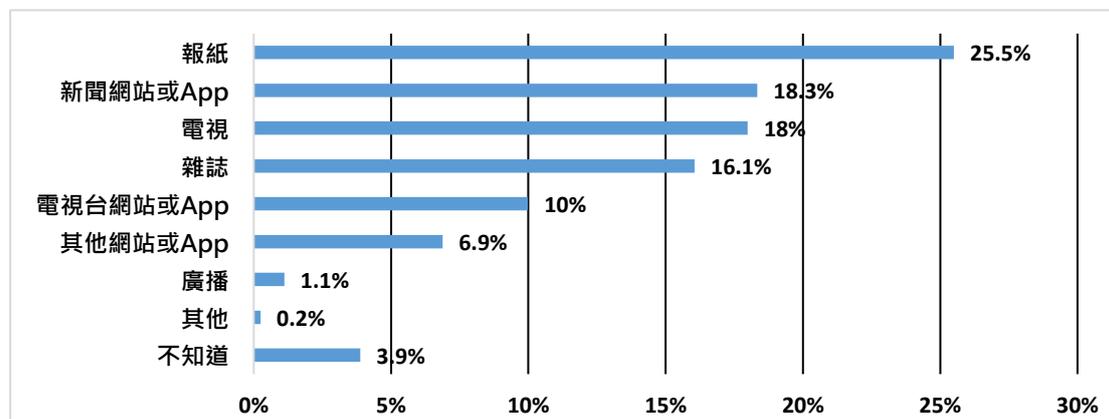


圖 81 第二常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道

Base: N=818, 單選

## 2. 比較分析

### (1) 區域差異分析

交叉分析發現，民眾認為第二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（24.2%）以新聞網站或App所占比例最高外，其餘地區皆以報紙為多數，其中又以雲嘉南地區和高屏澎地區的31.5%最高、桃竹苗地區的23.2%

最低。

## (2) 基本差異分析

依性別區分，男性（29.4%）和女性（21.7%）認為第二常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道皆以報紙為主。

依年齡區分，民眾認為第二常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，16-25 歲（25.3%）、26-35 歲（24.2%）、36-45 歲（27.6%）皆以新聞網站或 App 為多數，46-55 歲（28.7%）、56-65 歲（37.3%）、66 歲及以上（38.8%）則皆以報紙的比例最高。

依婚姻狀況區分，民眾認為第二常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，除未婚者（22.9%）以新聞網站或 App 為多數外，已婚者（27.3%）和鰥寡/分居者（34.7%）皆以報紙所占比例最高。

## (八) 第三常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道 Q101

### 1. 整體分析

我國 16 歲以上民眾認為第三常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，以雜誌（22.1%）的比例最高，其次為報紙（20.9%）、新聞網站或 App（14.5%）。若將新媒體（新聞網站或 App、其他網站或 App、電視台網站或 App）占比加總，則新媒體比例（34%）超過第一名的雜誌【參照圖 82】。

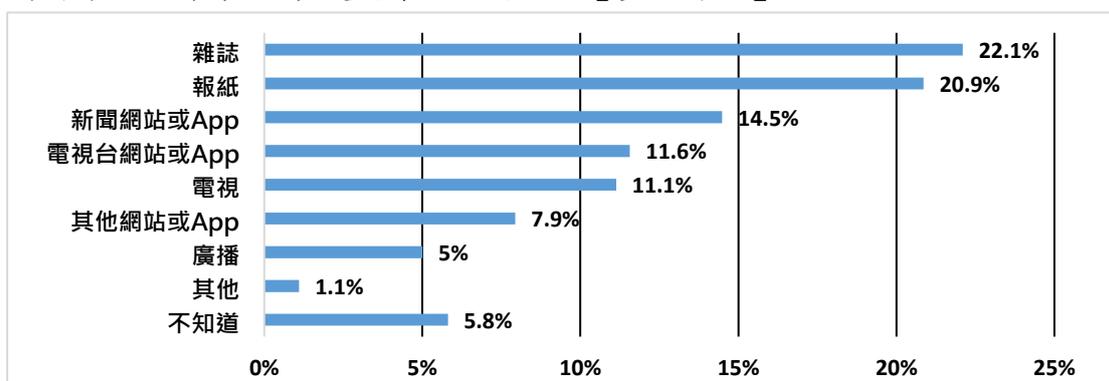


圖 82 第三常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道

Base: N=786，單選

### 2. 比較分析

#### (1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為第三常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，於居住地區達顯著差異。

交叉分析發現，民眾認為第三常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，北北基地區（23.5%）、桃竹苗地區（21%）、中彰投地區（26.1%）皆以報紙為多數，而雲嘉南地區（24.1%）、高屏澎地區（30.9%）、宜花東地區（33.2%）則皆以雜誌為主。

## **(2) 基本差異分析**

卡方檢定結果顯示，民眾認為第三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（21.3%）和女性（22.9%）認為第三常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道皆以雜誌的占比最高。

依年齡區分，民眾認為第三常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，除 26-35 歲（25.3%）、36-45 歲（22.8%）皆以報紙為多數外，其餘年齡層皆以雜誌為主，其中又以 66 歲及以上（34.2%）比例最高、16-25 歲（19.4%）比例最低。

依婚姻狀況區分，民眾認為第三常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，除未婚者（20.8%）以報紙占比最高外，已婚者（23.6%）和鰥寡/分居者（26.6%）皆以雜誌為主。

## **(3) 社會經濟身分差異分析**

卡方檢定結果顯示，民眾認為第三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，民眾認為第三常見未經同意便揭露一般大眾隱私之管道，自有房屋者（22.4%）以雜誌為多數，租屋者（23.4%）則以報紙的比例最高。

# 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）市場競爭秩序

根據本研究調查結果，有線電視（56.1%）依舊是我國民眾最主要的收視來源，且有超過8成（85%）民眾不考慮停止訂閱有線電視，但考慮停訂之比例較前兩年提升，占8.1%。

- **討論議題一：**我國消費者訂閱有線電視的比例仍舊很高，但歷年來有線電視產業也常因為頻道授權爭議等問題而引發節目內容斷訊、業者之間授權金意見分歧等市場秩序問題。對於目前我國有線電視之頻道授權問題，政府與產業間應如何因應？有何建議？
- **討論議題二：**儘管有線電視目前仍是我國民眾最主要的收視來源，但相較於前兩年其占比出現下降，反觀民眾訂閱MOD及OTT串流影音服務的比例皆有所提升，以OTT作為最主要收視來源之占比更首度超過1成（10.5%）。面對傳統廣播電視服務與新興服務之間的競合關係，政府應如何有效促進並維護市場秩序？對於監理法規差別管制之爭議問題該如何妥善解決？

### （二）電視節目內容

根據本研究調查結果，對於過去12個月內電視節目的整體品質有沒有改進，約6成（61.4%）民眾認為維持原來水準，17.2%認為有改進，而13.2%認為更糟，和前兩年的比例相差不大。但認為電視節目品質更糟者，民眾對於重播頻率太高之觀感較去年增加。

- **討論議題三：**我國政府自106年已推動本國自製相關節目辦法，要求我國衛星頻道和無線電視頻道應播放一定比例之本國自製和新播節目。本國自製節目管理辦法實施後，去年民眾不滿重播頻率太高之比例已從73.4%大幅下降至48.6%，然而今年該比例再度上升至68.5%。對於我國廣電節目之品質與數量，該如何有效提升？對於相關部會和產業推動單位有何建議？

### （三）新聞頻道之監理

根據廣電市場調查結果，有近5成（49.1%）民眾對於電視節目之政治偏頗報導感到反感，且有達55.8%民眾厭惡政論節目，其次為新聞節目（34.4%）。另根據匯流發展調查結果，我國多數民眾（54.6%）仍是以電視作為主要獲取新

聞資訊管道，廣播電視為民眾獲取新聞資訊的重要來源，但新聞報導品質與問題亦是民眾關注的重點。

- **討論議題四：**我國衛星廣播電視法規定，製播新聞及評論應注意事實查證及公平原則，英國亦特別針對選舉期間之新聞報導，訂定馬錶式的公平計算方式，即各黨的競選廣告均會被報導。對於我國新聞頻道於選舉期間之監理措施，有何政策建議？政府與產業間應如何妥善因應？

## 二、專家焦點座談會重點

(一) **會議時間：**108年10月2日(三) 9:30-12:00

(二) **會議地點：**台泥大樓 T401 會議室

(三) **與會人員：**文化大學新聞系莊伯仲教授

世新大學廣播電視電影系蔡念中教授

世新大學廣播電視電影系何吉森教授

海洋大學共同教育中心許文宜教授

國家通訊傳播委員會

台灣經濟研究院

趨勢民意調查公司

(四) **會議議程：**

9:15~9:30	❖ 報到
9:30~9:50	❖ 引言報告—「廣電市場」問卷調查初步成果報告
9:50~12:00	❖ 議題討論

(五) **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表，詳細會議記錄請參見附件二。

### 1. 市場競爭秩序

根據本研究調查結果，有線電視(56.1%)依舊是我國民眾最主要的收視來源，且有超過8成(85%)民眾不考慮停止訂閱有線電視，但考慮停訂之比例較前兩年提升，占8.1%。

- **議題一：**我國消費者訂閱有線電視的比例仍舊很高，但歷年來有線電視產業也常因為頻道授權爭議等問題而引發節目內容斷訊、業者之間授權金意見分歧等市場秩序問題。對於目前我國有線電視之頻道授權問題，政府與產業間應如何因應？有何建議？

專家學者	重點摘要
何教授吉森	● 確保節目內容不斷訊，是為保護消費者，但保護消費者是讓消費者能享受到更好的服務，並不代表一定要保

	<p>護產業中相互競爭之特定業者。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 現在通傳會在處理頻道授權問題，除非有積極證據能證明說這些新進業者確實是因為頻道代理商和系統業者結合來做不公平的差別待遇，否則授權的供需自有他的市場機制存在，我個人認為政府應該要尊重市場機制，若業者沒有濫用市場地位，政府應該讓市場機制自行運作。</li> </ul>
許教授文宜	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 政府保護消費者的權益並不等於保護市場新進業者，除非能保證新進業者的生存會對消費者真正有保障，否則這兩者沒有等號，因此主管機關只需依法處理，不需要過於涉入處理。</li> </ul>

- **議題二：**儘管有線電視目前仍是我國民眾最主要的收視來源，但相較於前兩年其占比出現下降，反觀民眾訂閱 MOD 及 OTT 串流影音服務的比例皆有所提升，以 OTT 作為最主要收視來源之占比更首度超過 1 成（10.5%）。面對傳統廣播電視服務與新興服務之間的競合關係，政府應如何有效促進並維護市場秩序？對於監理法規差別管制之爭議問題該如何妥善解決？

專家學者	重點摘要
莊教授伯仲	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 一年前 OTT 業者宣稱他們的市占率至少有 15%，但本調查透過全國性面訪所統計的數據卻不到一成，與業者的數據有明顯差距。加上目前調查選項中的串流影音有包括 YouTube 等網路影音，若再將其扣除，恐怕 OTT 的占比會更低，如此可以省思市場的結構面是否真如同某些業者所宣稱的如此蓬勃。</li> </ul>
蔡教授念中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 很多關於數位匯流跟電視互相影響的研究皆發現改變並不大，但不代表它沒有在改變，是如同溫水煮青蛙般慢慢逐年改變，因此我國到目前為止並不像歐美國家有明顯的剪線潮。</li> <li>● 台灣沒有明顯剪線潮的最主要原因就是費率太過便宜，因此消費者沒有理由剪線，但若是一直維持低價無法漲價，整個產業就不會快速改變、成長。</li> </ul>
何教授吉森	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 我國民眾沒有加購有線電視其他頻道的比例高達九成之多，政府早在 1997、1998 年左右就說要有線電視數位化、加值應用，但到目前為止民眾竟然都不知道有這些服務，可見有線電視的潛在能力並沒有發揮出來。</li> <li>● 估計在五年內數位匯流的演變會越來越加劇，純粹用有線電視看視訊內容的比例會下降，因此目前凱擘也在做自己的轉型，跟其他電信業者或 OTT 業者做整合，</li> </ul>

	<p>所以這五年會是有線電視重要的轉型期。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 對於上述情形未來監理該如何因應，政府的管制一定要是基於公共利益，即新的媒體、新的演變已出現需要管制的必要性，若產業仍在發展中，且並非全國性、是由民眾隨選的，則管制度就會相對較低。未來對於不同平臺之間競爭的問題，政府要如何介入，則要看每一個媒體的屬性演變以及市場的演變。</li> </ul>
許教授文宜	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 調查結果顯示有線電視仍為民眾最主要收視來源，大家一直在關切有線電視普及率高低，但相較於有線電視，串流影音普及率的數據反而更為重要，數位廣告和電視平臺廣告已出現死亡交叉，可看出電視業者現今的主流地位已大不如前。</li> <li>● 隨著科技進步，媒體的使用已不再局限於看電視，消費者使用網路並不純粹為了看影音電視，還有其他目的如線上購物，因此在消費者行為已經改變的情況下，不論是有線電視或 MOD 都不會是民眾的選擇。</li> </ul>

## 2. 電視節目內容

根據本研究調查結果，對於過去 12 個月內電視節目的整體品質有沒有改進，約 6 成（61.4%）民眾認為維持原來水準，17.2%認為有改進，而 13.2%認為更糟，和前兩年的比例相差不大。但認為電視節目品質更糟者，民眾對於重播頻率太高之觀感較去年增加。

- **議題三：**我國政府自 106 年已推動本國自製相關節目辦法，要求我國衛星頻道和無線電視頻道應播放一定比例之本國自製和新播節目。本國自製節目管理辦法實施後，去年民眾不滿重播頻率太高之比例已從 73.4%大幅下降至 48.6%，然而今年該比例再度上升至 68.5%。對於我國廣電節目之品質與數量，該如何有效提升？對於相關部會和產業推動單位有何建議？

專家學者	重點摘要
莊教授伯仲	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 重播頻率太高的問題，還是應回歸到市場機制，即便電影台重播比例過高，但業者願意下廣告應代表有一定的收視率，亦不會影響其他頻道的發揮，若抱持重播頻率太高就要予以設限，意義不大。</li> </ul>
何教授吉森	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 政府兩年前修廣電三法，尤其是衛星電視法和無線電視法，首次要求提升自製節目比例，但節目內容有它的產業生態問題，即業者有沒有那麼大的產製能量，而產製能量又取決於資金的多寡。台灣國內市場小，中國大陸的外銷市場又幾乎被阻斷，如果資金活水沒辦法進來，然後要求要改善重播率太高的問題、提高本國節目</li> </ul>

	<p>自製率，再業者不堪負荷下，只會有短暫的政策效果。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 對於節目內容品質的提升，重點在於資金活水能否到位、相關制度能否健全，而我國的內容製作產能是否足以供應。</li> </ul>
許教授文宜	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 有線電視和 MOD 業者在內容上面臨最大的競爭者，不是國內 OTT TV 業者而是境外，境外 OTT TV 業者造成的最大困境在於它們進來這個市場後，把節目授權費用給架高了，導致國內業者以前買得起的版權現在買不起。</li> <li>● 主管機關規範業者新播及重播節目比例，這會牽涉到成本問題，由於在整個大環境下拍戲、做節目不再賺錢，業者為了節省成本選擇製作最省錢的談話性節目以符合規定，但談話性節目大多在談論國內議題無法外銷出口，賺不了授權費用，是我國廣電產業現在最大的困境。</li> <li>● 相較於直接補助給業者錢，政府應制定能夠幫助它們發展的政策，實際利益本國業者。</li> </ul>

### 3. 新聞頻道之監理

根據廣電市場調查結果，有近 5 成（49.1%）民眾對於電視節目之政治偏頗報導感到反感，且有達 55.8% 民眾厭惡政論節目，其次為新聞節目（34.4%）。另根據匯流發展調查結果，我國多數民眾（54.6%）仍是以電視作為主要獲取新聞資訊管道，廣播電視為民眾獲取新聞資訊的重要來源，但新聞報導品質與問題亦是民眾關注的重點。

- **議題四：**我國衛星廣播電視法規定，製播新聞及評論應注意事實查證及公平原則，英國亦特別針對選舉期間之新聞報導，訂定馬錶式的公平計算方式，即各黨的競選廣告均會被報導。對於我國新聞頻道於選舉期間之監理措施，有何政策建議？政府與產業間應如何妥善因應？

專家學者	重點摘要
莊教授伯仲	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 以馬錶式公平計算方式計算候選人在電視上出現的時間長短沒有意義，對於公平原則，我認為應追求的是立足點的平等，而不是齊頭式的平等。</li> </ul>
蔡教授念中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新聞知識式查證現在的做法是交由各個頻道的自律委員會來自我審視，當然自律委員是外部聘請，照理講較能客觀。但各個頻道在做相關說明時可能會避重就輕，然後自律委員會再將評議結果送交 NCC 節目及廣告諮詢委員會，由它們開會認定是否合宜。</li> <li>● 過去會有公平原則是因為無線頻道電視太少、不夠多</li> </ul>

	<p>元，但隨時空變遷及科技進步已不再需要。其實現在還是有「更正答辯權」，但真正在執行面非常有限，即要更正的話必須先證明有錯，而很多事情都是在灰色地帶難以證明，導致各頻道帶有不同政治色彩。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 台灣的民主素養跟媒體素養仍有待加強。</li> <li>● 現在很多新聞頻道都被政黨視為是發聲筒，加上背後有選民的支持，若隨意開鋤頻道便會得罪他們。監理政策如何不泛政治化，值得思考。</li> </ul>
何教授吉森	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 民眾觀看新聞節目的比例很高，但最不滿意的也是新聞節目。</li> <li>● 現在的情形是新聞收視率很高，但不代表民眾信任度也很高，這就是社會現象，無法單靠主管機關人為的制度去扭轉。我認為要回到業者自律的機制，包括納入第三方、獨立的董事制度等，並賦權給自律委員會產出報告，NCC 要盡量先尊重這些機制。</li> <li>● NCC 從第一屆開始強調自律、他律、法律，到第二屆談到問責 (accountability)、第三屆談到社會自律制度，我認為這些機制大多是對的，但是要靠時間不斷強化，靠這些機制去扭轉新聞媒體公正性。一個獨立管制機關要強力介入新聞頻道要非常小心，否則到時候會有事倍功半的情形。</li> </ul>
許教授文宜	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 英國會在選舉期間訂定馬錶式公平競爭是因為其產業結構，就像德國一樣，此規定是針對公營電視台，政府不會去規範私營電視台。但台灣的產業情況不一樣，因此不適合採用此規範。</li> <li>● 新聞講求的是事實，要有法去管他，但政論節目不能像管新聞一樣去規範，因為是代表這個電視台的言論主張，只能看它是否有明顯不正確或訊息偏差 (bias)。</li> <li>● 對於民營媒體的 bias，可要求提供 reasonable access，像美國會取消「公平原則 (fairness doctrine)」即是擔心會產生寒蟬效應，而後來出現的「機會平等 (equal opportunities)」原則就是合理的規定，讓競選陣營有權主張要求提供同等播出的機會。</li> </ul>

## 伍、結論與綜合建議

### 一、結論

我國 16 歲以上民眾有 90.6% 收看電視，家中擁有電視機的比例達 93.9%，但智慧電視擁有率僅占 23.1%。關於民眾最主要的收視來源，仍以有線電視（56.1%）占比最高，但比例較 107 年（63.1%）下降，其次為無線電視（16.7%）、中華電信 MOD（14.3%），而線上串流影音雖位居第四，但占比自 107 年的 3.4% 明顯上升至 108 年的 10.5%。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 8.1% 和 13.8%，皆較前兩年增加。而民眾考慮停止訂閱有線電視的原因，以都透過網路收看（36.7%）占比最高；考慮停止訂閱中華電信 MOD 的原因，則以很少收看（42.2%）為主。

民眾最常收看電視的時段，以 20-21 時（46.8%）為主，21-22 時（39.6%）、19-20 時（38.3%）次之；時常收看的電視節目類型，以社會新聞占比最高，達 70.9%，其次為氣象（49.8%）、國際新聞（45.1%）。

對於過去 12 個月內的電視節目品質，超過 6 成（61.4%）民眾認為維持原來水準，17.2% 認為有改進，13.2% 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（69.2%）、節目內容更有趣或更具娛樂性（38.5%）、節目內容跟得上潮流（37.5%）；認為品質變得更糟者，主要對重播頻率太高（68.5%）、太多置入性行銷（57.2%）、政治偏頗報導（53.4%）感到不滿，且民眾認為重播頻率太高的比例自 106 年的 73.4% 下降至 107 年的 48.6% 後，再度上升至 108 年的 68.5%，其餘選項占比亦有明顯提升。

近 4 成（39.8%）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，比例較前兩年提升；令民眾覺得討厭的內容類型，以新聞報導內容不斷重複（55.3%）、政治偏頗報導（49.1%）、政治/政黨宣傳（48.6%）為主，占比亦較前兩年增加；所厭惡的節目類型，則以政論節目（55.8%）、新聞節目（34.4%）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%，其中超過 6 成（61.1%）皆透過車內音響收聽，而透過手機收聽的比例成長至 32.4%，取代收音機（31.9%）位居第二。民眾最常收聽廣播的時段，以 8-9 時（25.7%）為多數，其次為 7-8 時（23.8%）、9-10 時（20.2%）。對於從最常收聽廣播電臺獲取資訊，以收聽音樂（6.71 分）的仰賴程度最高，其次依序為獲知新聞資訊（5.14 分）、災難資訊（5.13 分）、旅遊與氣象資訊（4.89 分）、其他生活資訊（4.83 分）及推薦產品（3.18 分）。

對於電視與廣播節目，我國 16 歲以上民眾有 56.8% 知道電視節目有相關規範，知道廣播節目有相關規範者則占 48.3%，顯示民眾對廣播節目的熟悉度相對較低，但兩者皆呈現穩定成長趨勢。

在隱私保護部分，多數民眾皆認為不該未經公眾人物（72.3%）或一般大眾

(81.6%) 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、其他網站/App 等)占比為 16%，僅次於電視(35.8%)，但有 19.8%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 20.1%位居第二，但亦有 16.6%認為所有管道都很常見。

## 二、綜合建議

本章節彙整調查結果、國際趨勢與專家座談意見，提出具體建議如下。

### (一) 提升電視節目品質產製能量，建立新聞頻道自律機制

我國政府自 106 年已推動本國自製相關節目辦法，要求我國衛星頻道和無線電視頻道應播放一定比例之本國自製和新播節目。本國自製節目管理辦法實施後，107 年民眾不滿重播頻率太高之比例已從 73.4%大幅下降至 48.6%，然而今年該比例再度上升至 68.5%。分析重播率的議題，仍應回歸產業生態與市場機制，與業者產製能量及資金有密切關係，政策面或可加強相關制度建立、引入資金活水、促進與國外業者平臺之合作，促進內容產製。

通傳會規定自 2018 年 11 月起有線電視系統經營者與頻道供應事業應於 2019 年底以前，將基本頻道節目全面以高畫質播出。而隨著寬頻網路與 5G 發展，為讓經營業者的頻寬能作最佳的運用，或可將有線電視基金用於節目品質與畫質提昇，除高畫質部分外，另可擴大範圍至 4K，或是未來之 8K。國際上，加拿大設置基金的做法，體系完整，且近年「Let's Talk TV 計畫」將規範重點轉移到對製作加拿大內容節目支出的監管，雖有降低本國自製播映要求之趨勢，但仍確保大多數電視臺和 VOD 業者將其部分收入再投資於加拿大內容的創作，提升影音品質。另於鬆綁對業者的要求，同時使業者獲得更多製作資金方面，韓國亦同時採文化扶植與自製節目管制，且管制結構與我國相似。而較值得我國參考者係韓國兼顧文化扶植與網際網路產業的政策，包括提撥 9,000 億韓元至「振興國內節目產業計畫」，以及為配合 5G 商轉時代，預計至 2020 年為止提撥共 2,400 億韓元至「影像投影產業發展策略」基金。

在新聞頻道監理方面，我國廣電市場調查顯示，有近 5 成(49.1%) 民眾對於電視節目之政治偏頗報導感到反感，且有達 55.8% 民眾厭惡政論節目，其次為新聞節目(34.4%)。另根據匯流發展調查結果，我國多數民眾(54.6%) 仍是以電視作為主要獲取新聞資訊管道，廣播電視為民眾獲取新聞資訊的重要來源，但新聞報導品質與問題亦是民眾關注的重點。

我國衛星廣播電視法規定，製播新聞及評論應注意事實查證及公平原則，英國亦特別針對選舉期間之新聞報導，訂定馬錶式的公平計算方式，即各黨的競選

廣告均會被報導。本研究認為新聞頻道品質，仍因回歸到業者自律機制，包括納入第三方、獨立董事制度等，並賦權自律委員會產出報告，供各界審視。

## **(二) 滾動檢討調查內容，強化專屬網站通傳資訊**

本案過去執行成果廣受各界肯定，且有來自產官學研對問卷結果與細節之詢問，顯示各類問卷對通訊傳播產業發展與重要議題之掌握。因此，於通傳會支持下，今年特別製作專屬視覺化網站供各界參酌利用，上開網站可自通傳會官網點選連結檢視。自 106 年執行至今，已累計 3 年度調查結果資料，得觀察通訊傳播消費面趨勢年度變化，實據重要參考意義，未來建議持續進行調查，並如過去每年檢視問卷內容，適時調整已不符現況之問項，並納入重要議題，以掌握市場消費面發展趨勢，與國際接軌，並提供政策監理機關施政參考。

## 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產業匯流發展趨勢的訪問工作，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 黃先生

台灣經濟研究院 (02) 2586-5000 分機141 陳小姐

### (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	108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，拒答此題則終止訪問)

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) 看電視
- (02) 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. 請問您家中有幾台電視機？（單選）

- (01) 1台                      (02) 2台                      (03) 3台
- (04) 4台                      (05) 5台或以上
- (90) 家中沒有電視機【跳題Q9】

### 【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？

- (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

### 【Q4選(01)～(05)者】

Q7. 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】

**Q8. 請問您家中電視機有收看哪些電視節目系統？（複選）**

- (01) 無線電視台
- (02) 有線電視
- (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 Q8 選 (01) ~ (94) 者且 Q3 有選 (01) 或 (03) 者回答 Q9】**

**Q9. 請問您最主要的收視來源？（單選）**

- (01) 無線電視台
- (02) 有線電視
- (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】**

**【Q8 選 (02) 者】**

**Q10. 請問您家中除了訂閱有線電視服務的基本頻道外，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

**【Q8 選 (02) 者】**

**Q11. 請問您知道家中有線電視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

**【Q11 選 (01) 者】**

Q12. 請問您使用過家中有線電視以下哪些功能？(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)

**【Q8 選 (02) 者】**

Q13. 未來12個月內您會不會考慮停止訂閱有線電視服務？(單選)

- (01) 會                (02) 不會                (96) 不知道

**【Q13 選 (01) 者】**

Q14. 您會考慮停止訂閱有線電視的主要原因為何？(單選)

- (01) 都透過網路收看  
(02) 有線電視收訊不佳  
(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

**【Q13 選 (01) 者】**

Q15. 您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

**【居住地有新進業者加入之縣市】**

**Q16.您所在的區域有無新的有線電視業者加入競爭？【有新進業者加入之縣市為：新北市、臺北市、高雄市及彰化縣】**

- (01) 有            (02) 沒有            (96) 不知道

**【Q16 選 (01) 者】**

**Q17.開放有線電視跨區經營後，您有沒有改用(過)新進業者的有線電視服務？(以字卡提示新進業者有哪幾家)**

- (01) 有  
(02) 沒有

**【MOD 收看行為】**

**【Q8 選 (03) 者】**

**Q18.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) 加值服務(TV APP、音樂、遊戲、生活)  
(08) 加值服務-免費(免費電影、英語城、國際村、咱ㄟ故鄉、樂活農村)  
(09) 僅支付平台服務費(89元)未作任何加購  
(94) 其他\_\_\_\_\_ (訪員請紀錄)  
(96) 不知道

**【Q8 選 (03) 者】**

**Q19.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

**【Q19 選 (01) 者】**

**Q20. 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

**【Q8 選 (03) 者】**

**Q21. 未來一年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

**【Q21 選 (01) 者】**

**Q22. 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

**【Q21 選 (01) 者】**

**Q23. 您會考慮改用以下哪些其他服務？ (複選)**

- (01) 有線電視                            (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】

Q24. 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

### 【Q24 選 (01) ~ (09)、(94) 者】

Q25. 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】

Q26. 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

#### 【Q26 選 (01) 者】

Q27. 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

#### 【Q27 選 (02) 者】

Q28. 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

#### 【Q26 選 (01) 者】

Q29. 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) 觀看電視台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Netflix、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) 透過有線電視系統業者或MOD觀賞免費隨選視訊內容
- (05) 透過有線電視系統業者或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) 觀看電視台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】**

#### **【Q25 選 (01) 者】**

**Q30. 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) 觀看電視台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Netflix、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) 觀看電視台業者於網路提供的直播服務
- (94) 其他\_\_\_\_\_ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

#### **【Q25 選 (02) 者】**

**Q31. 請問您在過去12個月內，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，從事過下列哪些活動？(複選)**

- (01) 觀看電視台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Netflix、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) 透過有線電視系統業者觀賞免費隨選視訊內容

- (05) 透過有線電視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) 觀看電視台業者於網路提供的直播服務
- (94) 其他\_\_\_\_\_（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

**【Q25 選 (03) 者】**

**Q32. 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MOD所提供的免費隨選視訊內容
- (02) 觀賞MOD所提供的付費隨選視訊內容
- (94) 其他\_\_\_\_\_（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

**【Q25 選 (04) 者】**

**Q33. 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) 觀看電視台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Netflix、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) 觀看電視台業者於網路提供的直播服務
- (94) 其他\_\_\_\_\_（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

**【Q25 選 (05) 者】**

**Q34. 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) 觀看電視台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Netflix、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) 觀看電視台業者於網路提供的直播服務
- (94) 其他\_\_\_\_\_（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

**【Q25 選 (06) 者】**

**Q35. 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) 觀看電視台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Netflix、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) 觀看電視台業者於網路提供的直播服務
- (94) 其他\_\_\_\_\_（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

**【Q25 選 (07) 者】**

**Q36. 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) 觀看電視台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Netflix、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) 觀看電視台業者於網路提供的直播服務
- (94) 其他\_\_\_\_\_ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

**【Q25 選 (08) 者】**

**Q37. 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) 觀看電視台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Netflix、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) 觀看電視台業者於網路提供的直播服務
- (94) 其他\_\_\_\_\_ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

**【Q25 選 (09) 者】**

**Q38. 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) 觀看電視台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Netflix、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) 觀看電視台業者於網路提供的直播服務
- (04) 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】**

**Q39. 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】**

**Q40. 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】**

**Q41. 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

**【Q41 選 (01) 者】**

**Q42. 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)
- (09) 其他\_\_\_\_\_ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

**【Q41 選 (02) 者】**

**Q43. 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) 太多不雅的语言
- (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】

Q44. 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】

Q45. 請問您家中有幾台收音機？(不包括車內、電腦、電視或手機的收音機)

(單選)

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

### 【Q44 選 (05) 者】

Q46. 請問您個人較常使用的收音機有幾台？(不包括車內、電腦、電視或手機的收音機) (單選)

- (01) 1台      (02) 2台      (03) 3台  
(04) 4台      (05) 5台或以上

### 【Q3 選 (02)、(03) 者】

Q47. 請問您是收聽AM或FM？(複選)

- (01) AM      (02) FM  
(96) 不知道

### 【Q44 選 (01) 者】

Q48. 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

**【Q44 選 (02) 者】**

**Q49. 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

**【Q44 選 (03) 者】**

**Q50. 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

**【Q44 選 (04) 者】**

**Q51. 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

**【Q44 選 (05) 者】**

**Q52. 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

**【Q44 選 (06) 者】**

**Q53. 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

**【Q44 選 (07) 者】**

**Q54. 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

**【Q44 選 (08) 者】**

**Q55. 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】**

**Q56. 若您使用連網設備(如手機等)收聽廣播，請問您透過下列何種方式收聽？(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】**

**Q57. 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】**

**Q58. 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】**

**Q59. 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】**

- Q60. 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】**

- Q61. 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】**

- Q62. 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】**

- Q63. 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】**

- Q64. 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】**

- Q65. 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】**

**Q66. 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】**

**Q67. 請問您覺得最常收聽的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】**

**Q68. 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】**

**Q69. 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) 兒童節目播出前, 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】**

**Q70. 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】**

**Q71. 您認為電視頻道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 (01)、(03) 者】**

**Q72. 您認為電視頻道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

**【Q3 選 (02)、(03) 者】**

**Q73. 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】**

**Q74. 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】**

**Q75. 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

**【Q75 選 (01) 者】**

**Q76. 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】**

**Q77. 您知道是哪個單位負責管理電視節目？（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】**

**Q78. 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

**【Q78 選 (01) 者】**

**Q79. 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】**

**Q80. 您知道是哪個單位負責管理廣播節目？(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】**

**Q81. 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/電視台
- (94) 其他\_\_\_\_\_（訪員請紀錄）
- (96) 不知道

**【所有受訪者】**

**Q82. 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】**

**Q83. 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

**【Q83 選 (01) 者】**

**Q84. 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

**【Q83 選 (01) 者】**

**Q85. 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

**【Q83 選 (01) 者】**

**Q86. 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) 轉台
- (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) 向電視台投訴 (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】**

**Q87. 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】**

**Q88. 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】**

**Q89. 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】**

**Q90.**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】**

**Q91.**「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】**

**Q92.**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

**【Q92 選 (01) ~ (94) 者】**

**Q93. 承上題，您看到後會如何回應？(複選)**

- (01) 轉台
- (02) 關電視
- (03) 繼續看
- (04) 向他人抱怨
- (05) 向主管機關投訴
- (06) 向電視台投訴
- (94) 其他\_\_\_\_\_ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

**【隱私保護】**

**【所有受訪者】**

**Q94. 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】**

**Q95. 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】**

**Q96. 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) 電視台網站或App
- (06) 其他網站或App
- (07) 廣播
- (08) 都很常見【跳答Q99】
- (94) 其他\_\_\_\_\_ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

**【Q96 選 (01) ~ (07)、(94) 者】**

**Q97. 請問您認為下列何種管道，第二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) 電視台網站或App
- (06) 其他網站或App
- (07) 廣播
- (94) 其他\_\_\_\_\_ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

**【Q97 選 (01) ~ (07)、(94) 者】**

**Q98. 請問您認為下列何種管道，第三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) 電視台網站或App
- (06) 其他網站或App
- (07) 廣播
- (94) 其他\_\_\_\_\_ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

**【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) 電視台網站或App
- (06) 其他網站或App
- (07) 廣播
- (08) 都很常見【跳答基本資料】
- (94) 其他\_\_\_\_\_ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

**【Q99 選 (01) ~ (07)、(94) 者】**

**Q100. 請問您認為下列何種管道，第二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) 電視台網站或App

- (06) 其他網站或App
- (07) 廣播
- (94) 其他\_\_\_\_\_ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道

**【Q100 選 (01) ~ (07) 、 (94) 者】**

**Q101. 請問您認為下列何種管道，第三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) 電視台網站或App
- (06) 其他網站或App
- (07) 廣播
- (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	

打勾	題號	設備名稱	數量	打勾	題號	設備名稱	數量
	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】