

第三章 有線電視收視戶電話訪問結果分析

第一節 調查研究過程說明

- 一、調查方法：電腦輔助電話訪問法(CATI, computer-assisted telephone interviewing)。
- 二、調查地區：台閩地區 25 縣市。
- 三、調查對象：居住在台閩地區、家中裝置有線電視，且年滿 15 歲以上的民眾。
- 四、調查時間：95 年 11 月 27 日至 12 月 11 日執行完成，每日晚間訪問時間為 18:20-22:00，周末及假日早上訪問時間為 9:00-12:00，下午訪問時間為 14:00-17:00。
- 五、抽樣架構：以台灣地區各縣市電話住宅用戶為抽樣母體。
- 六、抽樣方式：採分層比例隨機抽樣法進行。
- 七、樣本規模：本調查成功訪問 12,890 人（含收視戶民眾：10,355 人、非收視戶民眾：2,535 人）。
- 八、抽樣誤差：在信心水準 95% 下，抽樣誤差在 $\pm 0.9\%$ 間。

九、電話接觸狀況：

本調查共撥出 61,791 通電話，成功訪問 12,890 位有效樣本，其中有線電視收視民眾為 10,326 位，非有線電視收視民眾為 2,564 位(95% 信心水準下，抽樣誤差約為 $\pm 0.9\%$)，扣除無人接聽、公司行號、電話故障、空號、及傳真機號碼，此次調查之成功訪問率為 51.4% (41.2%+10.2%)。

表 3-1 電話訪問接觸狀況表

電話接觸狀況	次數	百分比	扣除無效樣本後 百分比
成功訪問（收視民眾）	10,355	16.8%	41.3%
成功訪問（非收視民眾）	2,535	4.1%	10.1%
忙線	4,146	6.7%	16.6%
接電話者拒訪	7,087	11.5%	28.3%
中途拒訪	927	1.5%	3.7%
無人接聽	11,246	18.2%	
公司行號	3,942	6.4%	
電話故障	1,127	1.8%	
住宅答錄機	116	0.2%	
空號	18,047	29.2%	
傳真機	2,263	3.7%	
合計	61,791	100.0%	

第二節 資料處理與分析方法

一、資料處理方式

資料分析以 SPSS 專業統計套裝軟體(SPSS for Windows)進行原始資料的各項處理程序。資料分析步驟如下。

- (一) 整理開放題或題目中的開放選項(如：「其他」)並賦予代碼後，直接在原始資料中進行編碼。
- (二) 檢查原始資料(先執行次數分配，濾出具有疑問的原始資料)。
- (三) 檢視選項重新編碼(recode)之需求，如重新歸類、反向計分：為方便民眾瞭解題意，增加問卷之效度及信度，同時配合歷年調查實施之問卷，所以設計問卷時，關於有線電視滿意度的題項，並非直接詢問其滿意與否，而是藉由詢問民眾對相關說法的同意與否，間接測量民眾對該項目之滿意度；然為了比較的基礎一致，先行考量各題意之正、負面向，再將原題項之「同意程度」重新歸為「滿意程度」。
- (四) 檢查調查樣本特性及其代表性，視代表性檢定結果考慮加權處理的必要性。

二、統計分析方法

- (一) 藉由次數分配及百分比，對各題目暨受訪者基本資料加以歸納描述，換言之，這是針對單一變項的分析方法之一。
- (二) 透過兩變項間的交叉分析與 χ^2 檢定，由樣本推論其在母群體的真實情況，此是對兩變項間關聯性強弱的測量方式之一；本調查所附之交叉分析表的結構皆僅為零次(zero-order)。
- (三) 單因子變異數分析(One-Way ANOVA)：本調查將民眾的滿意度選項—「非常滿意」、「滿意」、「有點滿意」、「普通」、「有點不滿意」、「不滿意」、「非常不滿意」，分別以「7」、「6」、「5」、「4」、「3」、

「2」、「1」量化後計算滿意度平均分數，比較各項評價指標的綜合表現，得知滿意度平均數的高低；再透過 ANOVA 分析，進一步檢定不同屬性的受訪民眾之間是否存在顯著性差異。而在轉換量化尺度的過程，「不知道/未回答」者則不納入滿意度平均分數的計算。

- (四) 單一樣本 t 檢定：將民眾的滿意度分數與「普通=4 分」以「單一樣本 t 檢定」來檢視是否有顯著的滿意或不滿意。另外，有關 93、94 年調查結果的趨勢比較，同樣以「單一樣本 t 檢定」檢視兩次調查間的差異是否顯著。
- (五) 特別說明的是，所有回答「普通」的意見，電訪督導都嚴格要求訪員進行追問，先詢問受訪者的方向再接續問強弱度，追問之後受訪者仍維持「普通」時，則以「普通」為受訪者最後意見。

第三節 本調查之樣本代表性與特性分析

一、樣本代表性分析

本次調查樣本（收視戶+非收視戶）共計 12,890 位，以性別、年齡、居住縣市、教育程度等項，進行母體代表性統計檢定如表 3-2 至 3-5，由檢定結果發現樣本之性別、年齡、居住縣市、教育程度的分佈，樣本與母體結構不一致，需對調查樣本進行加權處理，使調查樣本能具有母體代表性，才能以調查數據解釋母體。

加權處理方式採用多變數的「反覆加權比例估計法」(raking ratio estimation)，亦即先調整樣本性別結構與母體結構相符，然後依序調整年齡、居住縣市、教育程度等變數結構，使調查樣本在這些變數的分布與母體分布相似。加權時各變數的分層方式如下：

- (一) 性別：分為男性及女性。
- (二) 年齡：分為 15-19 歲、20-24 歲、25-29 歲、30-34 歲、35-39 歲、40-44 歲、45-49 歲、50-54 歲、55-59 歲、60-64 歲及 65 歲以上。
- (三) 居住縣市：分為台閩地區 25 個縣市。
- (四) 教育程度：不識字及未入學、國小、國初中、高中職、專科、大學、研究所及以上。

經過加權處理之後，12,890 位樣本中包含收視戶樣本數為 10,354 位（若扣除 28 位家中電視可看 16 個以上頻道但每天完全不看電視者，為 10,326 位）；非收視戶為 2,564 位。

表 3-2 性別樣本分配檢定結果

單位：人；%

性別	母體結構		有效樣本分配 (加權後)		卡方檢定
	期望值	百分比	樣本數	百分比	
總計	12,890	100.0	12,890	100.0	卡方值為 0.0061，小於 2.6789(自由度 1，顯著水準 5%)，在 5%顯著水準下，樣本與母體性別分配無顯著差異。
男性	6,492	50.4	6,497	50.4	
女性	6,398	49.6	6,393	49.6	

資料來源：依據內政部 95 年 10 月戶籍人口統計月報。

表 3-3 年齡樣本分配檢定結果

單位：人；%

年齡層	母體結構		有效樣本分配(加權後)		卡方檢定
	期望值	百分比	樣本數	百分比	
總計	12,890	100.0	12,890	100.0	卡方值為 5.1716，小於 18.3070(自由度 10，顯著水準 5%)，在 5%顯著水準下，樣本與母體性別分配無顯著差異。
15-19 歲	1,104	8.6	1,097	8.5	
20-24 歲	1,228	9.5	1,198	9.3	
25-29 歲	1,383	10.7	1,353	10.5	
30-34 歲	1,256	9.7	1,237	9.6	
35-39 歲	1,283	10.0	1,264	9.8	
40-44 歲	1,326	10.3	1,316	10.2	
45-49 歲	1,257	9.8	1,254	9.7	
50-54 歲	1,135	8.8	1,151	8.9	
55-59 歲	822	6.4	840	6.5	
60-64 歲	528	4.1	543	4.2	
65 歲以上	1,568	12.2	1,624	12.6	
未回答	-	-	14	0.1	

資料來源：依據內政部 95 年 10 月戶籍人口統計月報。

表 3-4 縣市樣本分配檢定結果 (隨機樣本)

單位：人；%

縣市別	母體結構		有效樣本分配(加權後)		卡方檢定
	期望值	百分比	樣本數	百分比	
總計	12,890	100.0	12,890	100.0	卡方值為 0.7270，小於 36.4151 (自由度 24，顯著水準 5%) 在 5% 顯著水準下，有效樣本與母體結構的縣市別分配無顯著差異。
台北縣	2,132	16.5	2,118	16.4	
宜蘭縣	260	2.0	262	2.0	
桃園縣	1,037	8.0	1,033	8.0	
新竹縣	264	2.0	263	2.0	
苗栗縣	315	2.4	315	2.4	
台中縣	852	6.6	854	6.6	
彰化縣	737	5.7	740	5.7	
南投縣	304	2.4	308	2.4	
雲林縣	416	3.2	421	3.3	
嘉義縣	319	2.5	322	2.5	
台南縣	637	4.9	643	5.0	
高雄縣	712	5.5	716	5.6	
屏東縣	509	4.0	513	4.0	
台東縣	134	1.0	136	1.1	
花蓮縣	196	1.5	197	1.5	
澎湖縣	53	0.4	54	0.4	
基隆市	223	1.7	223	1.7	
新竹市	215	1.7	214	1.7	
台中市	571	4.4	567	4.4	
嘉義市	151	1.2	151	1.2	
台南市	430	3.3	430	3.3	
金門縣	44	0.3	45	0.3	
連江縣	6	0.0	6	0.0	
台北市	1,512	11.7	1,494	11.6	
高雄市	863	6.7	862	6.7	

資料來源：依據內政部 95 年 10 月戶籍人口統計月報。

表 3-5 教育程度樣本分配檢定結果

單位：人；%

年齡層	母體結構		有效樣本分配（加權後）		卡方檢定
	期望值	百分比	樣本數	百分比	
總計	12,890	100.0	12,890	100.0	卡方值為 0.0000，小於 12.5916(自由度 6，顯著水準 5%)，在 5%顯著水準下，樣本與母體性別分配無顯著差異。
不識字及未入學	407	3.2	403	3.1	
國小	2,145	16.6	2,127	16.5	
國初中	1,947	15.1	1,931	15.0	
高中職	4,251	33.0	4,216	32.7	
專科	1,773	13.8	1,758	13.6	
大學	1,968	15.3	1,951	15.1	
研究所+	400	3.1	397	3.1	
未回答	-	-	106	0.8	

資料來源：內政部統計網站：內政統計年報(94 年底)

二、收視民眾樣本特性分析

本研究 10,326 位收視戶樣本的受訪者基本資料，包括性別、年齡、教育程度、居住地區、職業與家中收視之系統等項，各項組成類屬人數與百分比統計如下表所示。

表 3-6 本研究電話訪問之收視戶民眾樣本組成（加權後）

單位：人；%

項目	94 年		95 年	
	人數	百分比	人數	百分比
合計	10,000	100.0	10,326	100.0
性別				
男性	5,057	50.6	5,203	50.4
女性	4,943	49.4	5,124	49.6
年齡				
15 至 19 歲	876	8.8	809	7.8
20 至 24 歲	1,028	10.3	994	9.6
25 至 29 歲	1,162	11.6	1,181	11.4
30 至 34 歲	1,006	10.1	1,040	10.1
35 至 39 歲	1,009	10.1	1,025	9.9
40 至 44 歲	1,005	10.0	1,026	9.9
45 至 49 歲	976	9.8	1,040	10.1
50 至 54 歲	892	8.9	949	9.2
55 至 59 歲	605	6.1	694	6.7
60 至 64 歲	435	4.3	450	4.4
65 歲以上	970	9.7	1,104	10.7
未回答	36	0.4	14	0.1
教育程度				
不識字及未入學	176	1.8	187	1.8
國小	1,466	14.7	1,556	15.1
國中、初中	1,528	15.3	1,460	14.1
高中、高職	3,393	33.9	3,511	34.0
專科	1,533	15.3	1,528	14.8
大學	1,521	15.2	1,674	16.2
研究所以上	307	3.1	348	3.4
未回答	76	0.8	63	0.6

表 3-6 本研究電話訪問之收視戶民眾樣本組成 (加權後) (續 1)

項目	94 年		95 年	
	人數	百分比	人數	百分比
合計	10,000	100.0	10,326	100.0
居住縣市				
台北縣	1,801	18.0	1,860	18.0
宜蘭縣	172	1.7	183	1.8
桃園縣	873	8.7	865	8.4
新竹縣	203	2.0	216	2.1
苗栗縣	264	2.6	230	2.2
台中縣	678	6.8	677	6.6
彰化縣	467	4.7	529	5.1
南投縣	212	2.1	206	2.0
雲林縣	258	2.6	263	2.5
嘉義縣	199	2.0	220	2.1
台南縣	425	4.2	453	4.4
高雄縣	577	5.8	587	5.7
屏東縣	310	3.1	328	3.2
台東縣	78	0.8	91	0.9
花蓮縣	112	1.1	134	1.3
澎湖縣	41	0.4	39	0.4
基隆市	206	2.1	192	1.9
新竹市	184	1.8	170	1.7
台中市	457	4.6	473	4.6
嘉義市	128	1.3	114	1.1
台南市	378	3.8	378	3.7
金門縣	25	0.3	28	0.3
連江縣	6	0.1	4	0.0
台北市	1,206	12.1	1,308	12.7
高雄市	734	7.3	779	7.5
未回答	5	0.0	-	-
地區				
北部地區	4,479	44.8	4,616	44.7
中部地區	2,664	26.6	2,709	26.2
南部地區	2,491	24.9	2,593	25.1
東部地區	362	3.6	408	3.9
未回答	5	0.0	-	-

表 3-6 本研究電話訪問之收視戶民眾樣本組成 (加權後) (續 2)

項目	單位：人；%			
	94 年		95 年	
	人數	百分比	人數	百分比
合計	10,000	100.0	10,326	100.0
職業				
民意代表、行政主管、企業 主管、經理人員及自營商	1,077	10.8	704	6.8
專業人士	84	0.8	347	3.4
技術員	482	4.8	526	5.1
事務工作人員	1,080	10.8	649	6.3
服務工作人員及售貨員	954	9.5	1,615	15.6
農林漁牧工作人員	249	2.5	210	2.0
技術工	696	7.0	850	8.2
體力工	708	7.1	307	3.0
軍警	72	0.7	56	0.5
公務員、教師	413	4.1	450	4.4
家庭主婦	1,665	16.6	1,969	19.1
學生	1,228	12.3	1,256	12.2
退休、無業或待業中	1,219	12.2	1,325	12.8
個人工作室	17	0.2	-	-
其他	-	-	29	0.3
未回答	57	0.6	34	0.3

表 3-7 本研究電話訪問之收視戶民眾樣本組成 (家中收視之系統)

系統業者	%	人數	系統業者	%	人數
吉隆	1.7	171	海線	0.1	3
大世界	0.2	20	豐盟	2.4	252
長德	1.0	108	大屯	1.4	147
金頻道	0.9	95	威達	0.7	74
大安文山	1.6	170	新頻道	3.1	324
萬象	1.0	101	三大	2.0	207
寶福	0.3	35	佳聯	1.9	201
聯維	1.3	139	北港	0.6	64
陽明山	2.8	292	世新	1.8	186
新台北	1.6	162	國聲	0.2	21
麗冠	0.9	95	大揚	1.2	123
新和	0.4	36	三冠王	1.9	197
永佳樂	2.1	216	雙子星	1.6	167
大豐	1.9	198	新永安	2.4	250
海山	2.3	235	南天	1.7	179
興雙和	1.3	131	慶聯	3.4	356
新視波	2.2	226	大信	0.7	74
全聯	2.0	205	港都	2.4	250
天外天	1.2	126	大高雄	0.8	84
紅樹林	0.6	60	中投	2.0	206
北海岸	0.2	21	南國	2.3	235
大新店民主	0.5	53	鳳信	3.3	342
新唐城	0.9	95	觀昇	2.4	244
觀天下	0.7	69	屏南	0.7	77
家和	1.3	132	東台	0.8	82
北桃園	2.2	228	聯禾	1.8	183
北健	1.7	174	洄瀾	1.2	126
南桃園	4.4	460	東亞	0.1	9
新竹振道	1.7	180	澎湖	0.4	39
北視	2.0	206	東台有線播送系統	0.1	10
信和	0.9	96	名城事業股份有限公司	0.3	28
吉元	1.4	140	祥通有線播送系統	0.0	4
群健	4.7	482	不知道/未回答	2.6	266
西海岸	1.8	187			
			總計	100.0	10,354

註：含 28 位家中電視可看 16 個以上頻道，但每天完全不看電視者

第四節 調查結果分析

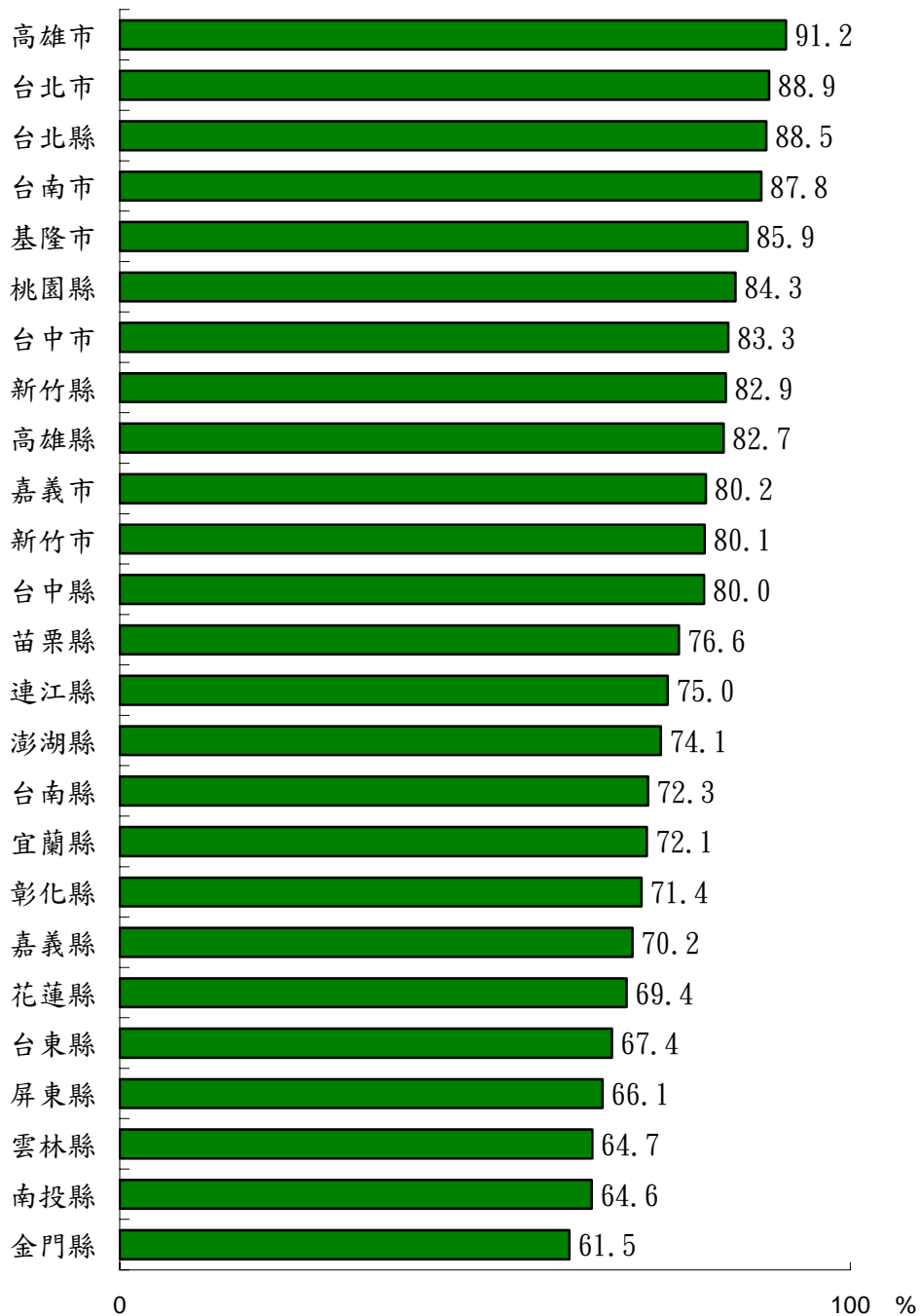
一、收視行為分析

(一) 有線電視普及率

本研究調查顯示，目前有線電視的普及率為 81.6%，以北部地區（87.1%）最高，南部地區（81.2%）次之。中部地區（74.9%）與東部地區（70.1%）都在八成以下、七成以上，較北部地區與南部地區都低。

各縣市以高雄市普及率（91.2%）最高，其次依序是台北市（88.9%）、台北縣（88.5%）、台南市（87.8%）等，普及率最低的是金門縣（61.5%），南投縣（64.6%）及雲林縣（64.7%）次之，從數字顯示，花蓮縣（69.4%）、台東縣（67.4%）、屏東縣（66.1%）、雲林縣（64.7%）、南投縣（64.6%）與金門縣（61.5%）普及率都未達七成。

需特別說明的是，本研究之「有線電視普及率」是以回答至「有無裝設有線電視」題項的所有受訪者（共 13,397 人）估算，並以內政部統計資訊服務網戶籍人口統計月報，95 年 10 月台閩地區各縣市戶數進行加權處理後所得比例。



註：「有線電視普及率」以回答至「有無裝設有線電視」題項的所有受訪者（共 13,397 人），並以內政部統計資訊服務網戶籍人口統計月報，95 年 10 月台閩地區各縣市戶數加權處理。

圖 3-1 各縣市有線電視普及率

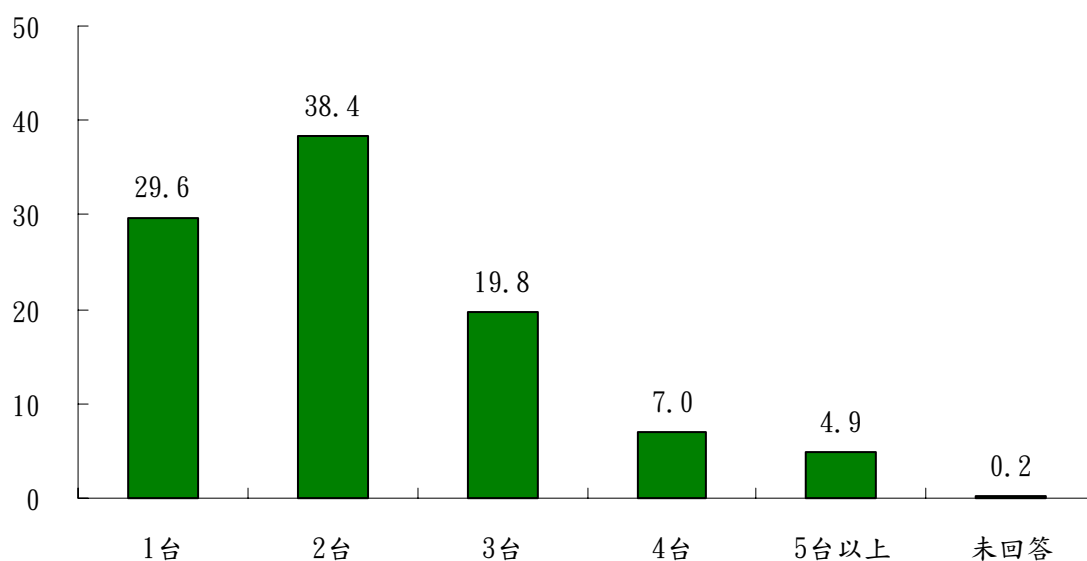
表 3-8 各縣市有線電視普及率

地區	有線電視收視戶		非有線電視收視戶		總計 人數
	百分比	回答人數	百分比	回答人數	
全體	81.6	10,938	18.4	2,459	13,397
台北縣	88.5	2,054	11.5	267	2,321
宜蘭縣	72.1	189	27.9	73	262
桃園縣	84.3	922	15.7	172	1,094
新竹縣	82.9	214	17.1	44	258
苗栗縣	76.6	222	23.4	68	290
台中縣	80.0	631	20.0	158	789
彰化縣	71.4	445	28.6	178	623
南投縣	64.6	190	35.4	104	294
雲林縣	64.7	253	35.3	138	391
嘉義縣	70.2	212	29.8	90	302
台南縣	72.3	457	27.7	175	632
高雄縣	82.7	615	17.3	129	744
屏東縣	66.1	318	33.9	163	481
台東縣	67.4	95	32.6	46	141
花蓮縣	69.4	145	30.6	64	209
澎湖縣	74.1	40	25.9	14	54
基隆市	85.9	220	14.1	36	256
新竹市	80.1	185	19.9	46	231
台中市	83.3	534	16.7	107	641
嘉義市	80.2	130	19.8	32	162
台南市	87.8	403	12.2	56	459
金門縣	61.5	32	38.5	20	52
連江縣	75.0	3	25.0	1	4
台北市	88.9	1,518	11.1	190	1,708
高雄市	91.2	911	8.8	88	999

註：「有線電視普及率」以回答至「有無裝設有線電視」題項的所有受訪者（共 13,397 人），並以內政部統計資訊服務網戶籍人口統計月報，95 年 10 月台閩地區各縣市戶數加權處理。

(二) 有線電視收視戶家中電視數量

調查結果顯示，有線電視收視戶家中擁有的電視數以「2 台」者居多，占 38.4%，其次為有「1 台」者，占 29.6%，家中有「3 台」電視者為 19.8%，家中有「4 台」電視者為 7.0%，家中有「5 台以上」的有 4.9%。平均每戶擁有 2.2 台電視機。由此數字可知我國七成的家庭電視機數量是超過一台的。



註：能收看電視訊號的螢幕都包括，如電腦螢幕外接電視訊號也包括。

圖 3-2 有線電視收視戶家中電視數量(n=10,423)

(三) 有線電視付費情形

調查結果顯示，有 9.5% 的收視民眾表示每個月收看有線電視的費用為「499 元以下」，14.1% 表示為「500-549 元」，22.3% 表示為「550-599 元」，17.6% 表示「600 元」，6.0% 表示每月付費在「601 元以上」，另有 30.0% 的受訪者「不知道」每個月付費金額，0.3%「未回答」。有 0.3% 的受訪民眾表示「不用付錢」，不用付錢收看有線電視的原因，部份是有線電視系統商的公關戶、私接有線電視或是住在宿舍的收視民眾。

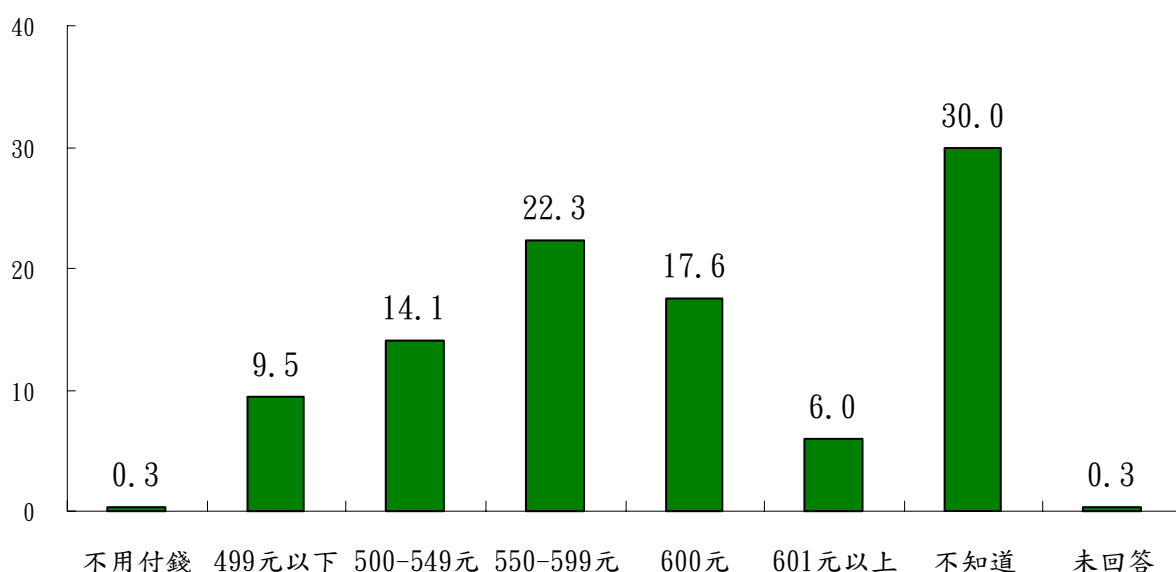


圖 3-3 收視戶有線電視付費情形(n=10,354)

整體而言，收視民眾每個月收看有線電視的付費金額平均為 564 元，以地區與居住縣市進行單因子變異數分析發現：

- 1、東部地區（586 元）及中部地區（582 元）較高，北部地區次之（568 元），南部地區（538 元）最低。
- 2、新竹縣（602 元）及連江縣（641 元）每月付費金額較高，在 600 元以上；高雄市（518 元）、高雄縣（526 元）、屏東縣（538 元）、基隆市（542 元）及台南市（544 元）較低，均在 550 元以下。

由於有線電視收費標準上限為 600 元，針對每月需支付 601 元以上的收視民眾 (n=617) 與有線電視系統交叉如表 3-9。此外，可能由於收視戶家中數位電視機上盒收費與收視費一同收費 (見表 3-9-1)，也可能部分收視戶有收看付費頻道，或是使用有線電視系統的寬頻上網，因此收視費用超過每個月 600 元以上。由於問卷未詢問每月支付 600 元以上收視戶原因，無法確實探知情況，建議未來問卷增加題目追問原因。

表 3-9 每月支付 601 元以上的受訪民眾家中裝設的有線電視系統

系統業者	n	%	系統業者	n	%	系統業者	n	%
南桃園	55	8.9	聯禾	8	1.3	大高雄	4	0.7
群健	42	6.8	吉元	8	1.3	北港	4	0.6
豐盟	36	5.9	港都	8	1.3	鳳信	4	0.6
北視	35	5.7	吉隆	8	1.3	興雙和	4	0.6
大豐	30	4.9	新台北	8	1.2	名城事業股份有限公司	3	0.5
海山	25	4.0	萬象	7	1.2	慶聯	3	0.5
陽明山	24	3.9	雙子星	7	1.1	大新店民主	3	0.5
北健	24	3.8	長德	7	1.1	金頻道	3	0.5
北桃園	22	3.5	中投	6	1.0	天外天	3	0.5
新視波	21	3.3	三大	6	1.0	新和	3	0.4
聯維	17	2.7	威達	6	0.9	洄瀾	3	0.4
家和	15	2.4	南天	5	0.9	南國	2	0.4
大屯	13	2.2	寶福	5	0.8	東亞	2	0.3
新竹振道	11	1.8	北海岸	5	0.8	大世界	2	0.3
新永安	10	1.6	全聯	5	0.8	東台	2	0.2
新唐城	10	1.6	信和	5	0.7	大揚	1	0.2
西海岸	9	1.5	三冠王	4	0.7	澎湖	1	0.2
大安文山	9	1.5	觀天下	4	0.7	世新	1	0.1
永佳樂	9	1.5	佳聯	4	0.7	祥通有線播送系統	1	0.1
麗冠	9	1.5	觀昇	4	0.7	不知道/未回答	10	1.7
新頻道	9	1.4	紅樹林	4	0.7	總計	617	100.0

註：收視費用超過每個月 600 元以上的原因，可能由於數位電視機上盒收費與收視費一同收費，也可能部分收視戶收看付費頻道，或使用有線電視系統的寬頻上網。

表 3-9-1 每月支付 601 元以上的受訪民眾家中裝設數位機上盒情形

有無裝設數位機上盒	n	%
有	82	13.2
沒有	526	85.2
未回答	10	1.6
總計	617	100.0

(四) 收視民眾每日收看電視時間

調查顯示，有線電視收視戶的受訪民眾，其每天收看電視的時數，以「2-3 小時」最多 (24.9%)，「5 小時以上」次之 (20.3%)，「1-2 小時」者也有 19.2%。收視民眾每日收看電視時間與 94 年調查結果相比較，甚為相似，都有約回答者五分之一的比例屬於「重度收視群」(heavy viewers)。

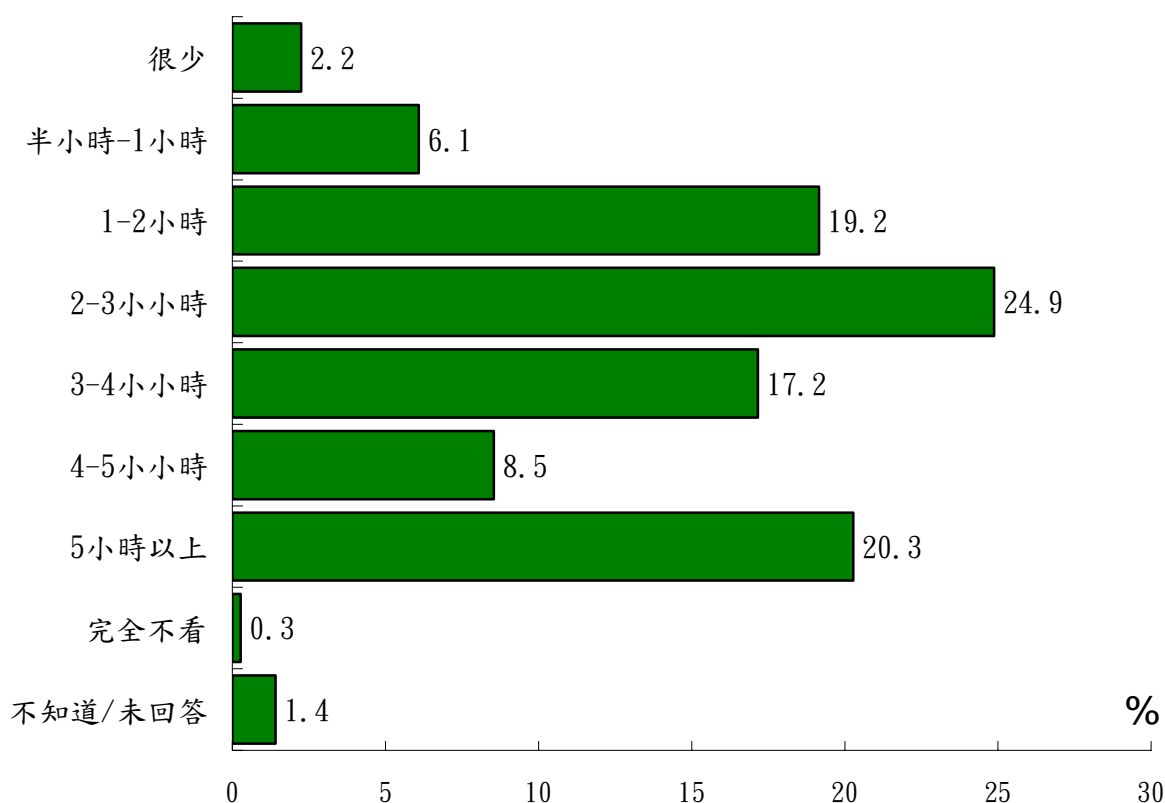


圖 3-4 有線電視收視民眾每日收看電視時間(n=10,354)

(五) 受訪收視民眾最常收看的電視頻道

1、公益頻道

中央主管機關自 94 年起開始宣導各地區系統業者配合，將第 2-17 頻道設為公益頻道區塊（公益頻道播出之節目內容須符合公益性、社教性、藝文性之內涵，並以公共利益及縣民服務為優先，不得有涉及商業、政治或圖利私人之內容）。收視民眾最常收看的前五名公益頻道，依序為民視、中視、台視、華視及慈濟大愛台；5 家無線電視台排名皆在前 6 名之內；針對特別族群觀眾的客家電視台與原住民頻道則分列第 7 名與第 11 名（詳見表 3-10）。華視在 94 年調查中位於第 5 名，今年提升為第 4 名，其餘順序與去年調查非常相似。

表 3-10 受訪民眾最常收看的公益頻道排行

排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	民視	1,578	2.42	15.28
2	中視	1,315	2.02	12.73
3	台視	1,077	1.65	10.43
4	華視	884	1.36	8.56
5	慈濟大愛	632	0.97	6.12
6	公視	257	0.39	2.49
7	客家電視台	67	0.10	0.65
8	人間衛視	54	0.08	0.52
9	好消息	53	0.08	0.51
10	CNN International	44	0.07	0.43
11	原住民頻道	12	0.02	0.12

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

2、闔家觀賞頻道

中央主管機關也在 94 年開始，將第 18-25 頻道設為闔家觀賞頻道區塊（為維護兒童及青少年身心健康、彰顯媒體之社會責任，闔家觀賞頻道應播送教育新知類、卡通兒童類、旅遊類或全頻道為普級節目等適合闔家觀賞的頻道），收視民眾最常收看的前 3 名闔家觀賞頻道，依序為 DISCOVERY、國家地理頻道及動物星球頻道，旅遊生活頻道名列第 4 名，幼兒頻道的東森幼幼台則排名第 5（詳見表 3-11）。迪士尼頻道排名較去年上升，今年又增加了 momo 兒童台、緯來兒童台與亞洲旅遊台闔家觀賞頻道。

表 3-11 受訪民眾最常收看的闔家觀賞頻道排行

排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	DISCOVERY 探索頻道	1,644	2.52	15.92
2	國家地理頻道	1,098	1.69	10.63
3	動物星球頻道	700	1.08	6.78
4	旅遊生活頻道	453	0.70	4.39
5	東森幼幼台	337	0.52	3.26
6	迪士尼頻道	254	0.39	2.46
7	NHK	179	0.27	1.73
8	CartoonNetwork	132	0.20	1.28
9	momo 兒童台	56	0.09	0.54
10	緯來兒童台	49	0.08	0.47
11	亞洲旅遊台	25	0.04	0.24

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

3、商業頻道

除了第 2-25 頻道之外的公益與闔家觀賞頻道，其餘頻道可以被劃歸為商業性頻道。收視民眾最常收看的前 5 名商業頻道依序為三立新聞台、東森新聞台、民視新聞台、中天新聞台及 HBO。

整體來看，收視民眾最常收看的前 10 名頻道以新聞與電影頻道為主，各頻道排名有所變動，6 個全天候新聞頻道全部名列在前 10 名以內，與去年的狀況相類似。其他有 3 個頻道為電影類頻道，HBO、東森洋片台與衛視西片台。此外，三立台灣台排名第七，則是前十名中唯一的綜合頻道。

體育類頻道的緯來體育台和 ESPN 分別為第 12 和第 18 名，衛視體育台排名第 19 名，排名較去年進步；日本頻道的緯來日本台、國興衛視及 JET TV 均在 40 名之內；音樂頻道的 Channel V 台列於第 32 名（詳見下頁表 3-12）。

表 3-12 受訪民眾最常收看的商業頻道排行

排名	頻道名稱	n	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	三立新聞台	4,103	6.30	39.73	36	緯來綜合台	362	0.56	3.51
2	東森新聞台	3,867	5.94	37.45	37	JET TV	309	0.47	2.99
3	民視新聞台	3,544	5.44	34.32	38	超視	305	0.47	2.95
4	中天新聞台	3,271	5.02	31.68	39	環球新聞財經台	287	0.44	2.78
5	HBO	3,158	4.85	30.58	40	TVBS-G	258	0.40	2.50
6	TVBS-N	3,149	4.84	30.50	41	東森購物台 1 台	199	0.31	1.93
7	年代新聞台	2,916	4.48	28.24	42	非凡商業台	168	0.26	1.63
8	三立台灣台	2,294	3.52	22.22	43	東森購物台 2 台	161	0.25	1.56
9	東森洋片台	1,510	2.32	14.62	44	東森購物台 3 台	148	0.23	1.43
10	衛視西片台	1,478	2.27	14.31	45	東森購物 5 台	139	0.21	1.35
11	三立都會台	1,399	2.15	13.55	46	東風衛視台	136	0.21	1.32
12	緯來體育台	1,349	2.07	13.06	47	龍祥電影台	107	0.16	1.04
13	緯來電影台	1,286	1.97	12.45	48	霹靂台灣台	102	0.16	0.99
14	非凡新聞台	1,255	1.93	12.15	49	MUCH TV	77	0.12	0.75
15	東森電影台	1,231	1.89	11.92	50	民視綜合台	74	0.11	0.72
16	好萊塢電影台	1,202	1.85	11.64	51	華人戲劇台	72	0.11	0.70
17	衛視電影台	1,119	1.72	10.84	52	緯來育樂台	70	0.11	0.68
18	ESPN	987	1.52	9.56	53	全日通 Z 頻道	69	0.11	0.67
19	衛視體育台	879	1.35	8.51	54	其他頻道	66	0.10	0.64
20	八大綜合台	874	1.34	8.46	55	法界弘法電視台	65	0.10	0.63
21	CINEMAX	838	1.29	8.12	56	中華財經台	64	0.10	0.62
22	TVBS	783	1.20	7.58	57	富邦電視購物	61	0.09	0.59
23	AXN 動作台	760	1.17	7.36	58	年代產經台	59	0.09	0.57
24	緯來日本台	732	1.12	7.09	58	華藏衛視台	59	0.09	0.57
25	中天綜合台	665	1.02	6.44	60	LS TIME 電影台	53	0.08	0.51
26	八大戲劇台	643	0.99	6.23	61	ANIMAX	52	0.08	0.50
27	東森綜合台	632	0.97	6.12	62	viva 購物台	51	0.08	0.49
28	東森戲劇台	595	0.91	5.76	63	衛視合家歡台	48	0.07	0.46
29	八大第一台	578	0.89	5.60	64	知識頻道	46	0.07	0.45
30	衛視中文台	549	0.84	5.32	65	東森娛樂台	34	0.05	0.33
31	緯來戲劇台	506	0.78	4.90	66	東森幼幼英語教學 頻道-YOYOA	33	0.05	0.32
32	Channel V	459	0.70	4.45	67	台灣藝術	32	0.05	0.31
33	中天娛樂台	453	0.70	4.39	68	民視戲劇台	31	0.05	0.30
34	國興衛視	417	0.64	4.04	69	東森新聞 S 頻道	30	0.05	0.29
35	MTV 音樂頻道	408	0.63	3.95	70	阿里山台灣音樂台	27	0.04	0.26

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

4、整體頻道比較

整體而言，民眾最常收看的電視頻道，前5名依序為三立新聞台、東森新聞台、民視新聞台、中天新聞台及HBO。

排名在前20名的頻道主要以新聞頻道、電影頻道及綜合頻道較多。對照AGB尼爾森媒體研究收視率調查資料發現，整體新聞頻道94年全年平均收視率為1.56，而95年前11個月的平均收視率為1.75，顯示民眾對於新聞頻道的熱衷程度有增無減，而三立新聞台94年平均收視率為0.24，95年前11個月收視率為0.32，收視率上升幅度更為明顯。

無線電視台中除公視排名在第51名，其餘無線電視台民視、中視、台視及華視均在前24名之內，但是整體的排名較去年稍微下降，以民視為例，95年全年的平均收視率為1.02，但是95年前11個月的平均收視率下降為0.84。

主題頻道（含旅遊、新知）類的DISCOVERY排名在第9名，國家地理頻道排名在21名，動物星球頻道排名亦在31名。體育頻道的緯來體育台、ESPN及衛視體育台均在25名之內，其中緯來體育台進入前五名之列。幼兒類頻道的東森幼幼台列於第46名。宗教頻道的慈濟大愛台列於34名，較去年明顯下滑（詳見下頁表3-13）。

表 3-13 受訪民眾最常收看的前七十個頻道排行【台灣地區】

排名	頻道名稱	N	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	三立新聞台	4,103	6.30	39.73	36	東森戲劇台	595	0.91	5.76
2	東森新聞台	3,867	5.94	37.45	37	八大第一台	578	0.89	5.60
3	民視新聞台	3,544	5.44	34.32	38	衛視中文台	549	0.84	5.32
4	中天新聞台	3,271	5.02	31.68	39	緯來戲劇台	506	0.78	4.90
5	HBO	3,158	4.85	30.58	40	Channel V	459	0.70	4.45
6	TVBS-N	3,149	4.84	30.50	41	旅遊生活頻道	453	0.70	4.39
7	年代新聞台	2,916	4.48	28.24	41	中天娛樂台	453	0.70	4.39
8	三立台灣台	2,294	3.52	22.22	43	國興衛視	417	0.64	4.04
9	DISCOVERY	1,644	2.52	15.92	44	MTV 音樂頻道	408	0.63	3.95
10	民視	1,578	2.42	15.28	45	緯來綜合台	362	0.56	3.51
11	東森洋片台	1,510	2.32	14.62	46	東森幼幼台	337	0.52	3.26
12	衛視西片台	1,478	2.27	14.31	47	JET TV	309	0.47	2.99
13	三立都會台	1,399	2.15	13.55	48	超視	305	0.47	2.95
14	緯來體育台	1,349	2.07	13.06	48	環球新聞財經台	287	0.44	2.78
15	中視	1,315	2.02	12.73	50	TVBS-G	258	0.40	2.50
16	緯來電影台	1,286	1.97	12.45	51	公視	257	0.39	2.49
17	非凡新聞台	1,255	1.93	12.15	52	迪士尼頻道	254	0.39	2.46
18	東森電影台	1,231	1.89	11.92	53	東森購物台 1 台	199	0.31	1.93
19	好萊塢電影台	1,202	1.85	11.64	54	NHK	179	0.27	1.73
20	衛視電影台	1,119	1.72	10.84	55	非凡商業台	168	0.26	1.63
21	國家地理頻道	1,098	1.69	10.63	56	東森購物台 2 台	161	0.25	1.56
22	台視	1,077	1.65	10.43	57	東森購物台 3 台	148	0.23	1.43
23	ESPN	987	1.52	9.56	58	東森購物 5 台	139	0.21	1.35
24	華視	884	1.36	8.56	59	東風衛視台	136	0.21	1.32
25	衛視體育台	879	1.35	8.51	60	CartoonNetwork	132	0.20	1.28
26	八大綜合台	874	1.34	8.46	61	龍祥電影台	107	0.16	1.04
27	CINEMAX	838	1.29	8.12	62	霹靂台灣台	102	0.16	0.99
28	TVBS	783	1.20	7.58	63	MUCH TV	77	0.12	0.75
29	AXN 動作台	760	1.17	7.36	64	民視綜合台	74	0.11	0.72
30	緯來日本台	732	1.12	7.09	65	華人戲劇台	72	0.11	0.70
31	動物星球頻道	700	1.08	6.78	66	緯來育樂台	70	0.11	0.68
32	中天綜合台	665	1.02	6.44	67	全日通 Z 頻道	69	0.11	0.67
32	八大戲劇台	643	0.99	6.23	68	客家電視台	67	0.10	0.65
34	慈濟大愛	632	0.97	6.12	69	法界弘法電視台	65	0.10	0.63
34	東森綜合台	632	0.97	6.12	70	中華財經台	64	0.10	0.62

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

表 3-14 受訪民眾最常收看的前七十個頻道排行【北部地區】

排名	頻道名稱	n	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	三立新聞台	1,777	17.21	38.50	36	慈濟大愛台	244	2.36	5.28
2	東森新聞台	1,776	17.20	38.48	37	東森戲劇台	241	2.33	5.21
3	中天新聞台	1,512	14.64	32.75	38	衛視中文台	239	2.32	5.18
4	HBO	1,500	14.52	32.48	39	國興衛視	234	2.27	5.08
5	TVBS-N	1,491	14.44	32.31	40	中天娛樂台	224	2.17	4.84
6	民視新聞台	1,468	14.22	31.81	41	八大第一台	208	2.02	4.52
7	年代新聞台	1,367	13.24	29.62	42	Channel V	207	2.01	4.49
8	DISCOVERY	799	7.73	17.30	43	緯來戲劇台	207	2.00	4.48
9	三立台灣台	781	7.56	16.92	44	JET TV	181	1.75	3.91
10	衛視西片台	750	7.27	16.25	45	MTV 音樂頻道	178	1.72	3.85
11	東森洋片台	722	6.99	15.63	46	東森幼幼台	172	1.66	3.72
12	非凡新聞台	654	6.33	14.17	47	緯來綜合台	167	1.62	3.62
13	緯來電影台	649	6.29	14.07	48	環球新聞財經台	152	1.47	3.30
14	緯來體育台	642	6.22	13.90	49	超視	133	1.29	2.89
15	好萊塢電影台	617	5.98	13.37	50	迪士尼頻道	131	1.27	2.84
16	中視	592	5.74	12.83	51	公視	127	1.23	2.75
17	東森電影台	592	5.73	12.82	52	TVBS-G	107	1.03	2.31
18	民視	579	5.61	12.55	53	NHK	80	0.77	1.73
19	衛視電影台	539	5.22	11.67	54	東森購物台 1 台	77	0.74	1.67
20	三立都會台	530	5.13	11.48	55	非凡商業台	77	0.74	1.66
21	國家地理頻道	526	5.09	11.39	56	東風衛視台	68	0.66	1.47
22	ESPN	498	4.82	10.78	57	東森購物台 2 台	66	0.63	1.42
23	CINEMAX	484	4.68	10.48	58	東森購物台 3 台	64	0.62	1.39
24	台視	479	4.64	10.37	59	東森購物台 5 台	62	0.60	1.35
25	AXN 動作台	435	4.21	9.42	60	CartoonNetwork	54	0.52	1.16
26	衛視體育台	427	4.14	9.25	61	龍祥電影台	51	0.49	1.11
27	華視	403	3.91	8.74	62	MUCH TV	45	0.44	0.98
27	緯來日本台	383	3.71	8.29	63	客家電視台	41	0.40	0.89
29	TVBS	360	3.48	7.79	64	緯來兒童台	36	0.35	0.79
30	八大綜合台	344	3.33	7.44	65	緯來育樂台	35	0.33	0.75
31	中天綜合台	338	3.27	7.32	66	momo 兒童台	33	0.32	0.72
32	動物星球頻道	330	3.20	7.16	67	華人戲劇台	32	0.31	0.69
33	東森綜合台	285	2.76	6.18	68	富邦電視購物	31	0.30	0.66
34	八大戲劇台	281	2.72	6.09	69	全日通 Z 頻道	30	0.29	0.66
35	旅遊生活頻道	262	2.53	5.67	70	viva 購物台	30	0.29	0.65

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

表 3-15 受訪民眾最常收看的前七十個頻道排行【中部地區】

排名	頻道名稱	n	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	三立新聞台	1,121	10.86	41.39	36	衛視中文台	15	1.48	5.66
2	東森新聞台	1,046	10.13	38.61	37	八大戲劇台	14	1.43	5.46
3	民視新聞台	967	9.36	35.69	38	緯來日本台	14	1.42	5.43
4	HBO	855	8.28	31.54	39	緯來戲劇台	13	1.26	4.79
5	中天新聞台	848	8.21	31.31	40	中天娛樂台	12	1.18	4.49
6	TVBS-N	816	7.90	30.10	41	MTV 音樂頻道	11	1.08	4.11
7	年代新聞台	768	7.44	28.35	42	Channel V	11	1.06	4.05
8	三立台灣台	731	7.08	26.99	43	緯來綜合台	10	0.99	3.79
9	民視	482	4.67	17.78	44	旅遊生活頻道	93	0.90	3.43
10	三立都會台	443	4.29	16.35	44	國興衛視	81	0.78	2.99
11	DISCOVERY	416	4.03	15.35	46	環球新聞財經台	75	0.73	2.77
12	中視	413	4.00	15.24	47	超視	74	0.72	2.74
13	東森洋片台	410	3.97	15.14	48	東森幼幼台	71	0.69	2.64
14	衛視西片台	394	3.82	14.56	49	公視	63	0.61	2.34
15	緯來體育台	350	3.39	12.90	50	TVBS-G	63	0.61	2.33
16	東森電影台	342	3.31	12.63	51	JET TV	60	0.58	2.22
17	緯來電影台	339	3.28	12.51	52	迪士尼頻道	60	0.58	2.21
18	台視	331	3.21	12.22	53	東森購物台 1 台	52	0.50	1.91
19	好萊塢電影台	321	3.10	11.83	54	東森購物台 2 台	42	0.41	1.55
20	非凡新聞台	302	2.93	11.15	55	NHK	39	0.38	1.43
21	國家地理頻道	301	2.91	11.11	56	非凡商業台	38	0.37	1.40
21	衛視電影台	301	2.91	11.11	57	CartoonNetwork	38	0.37	1.39
23	華視	278	2.69	10.27	58	東森購物台 3 台	36	0.35	1.33
24	八大綜合台	269	2.61	9.95	59	東風衛視台	32	0.31	1.17
25	ESPN	242	2.34	8.92	59	東森購物台 5 台	32	0.31	1.17
26	衛視體育台	228	2.21	8.43	61	霹靂衛星電視	29	0.28	1.05
27	CINEMAX	206	2.00	7.60	62	民視綜合台	24	0.24	0.90
28	TVBS	203	1.97	7.50	63	龍祥電影台	23	0.22	0.84
28	八大第一台	198	1.92	7.32	64	緯來育樂台	22	0.22	0.82
30	動物星球頻道	188	1.82	6.93	65	法界弘法電視台	22	0.21	0.80
31	東森綜合台	178	1.73	6.59	66	中華財經台	21	0.21	0.78
32	AXN 動作台	173	1.67	6.38	67	華人戲劇台	21	0.20	0.77
33	東森戲劇台	168	1.62	6.19	68	全日通 Z 頻道	20	0.20	0.75
34	慈濟大愛台	167	1.62	6.18	69	MUCH TV	17	0.17	0.65
34	中天綜合台	165	1.60	6.09	70	年代產經台	15	0.15	0.57

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

表 3-16 受訪民眾最常收看的前七十個頻道排行【南部地區】

排名	頻道名稱	n	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	三立新聞台	1,032	10.00	39.82	36	中天綜合台	141	1.37	5.45
2	民視新聞台	958	9.27	36.94	37	衛視中文台	136	1.32	5.24
3	東森新聞台	874	8.46	33.71	38	CINEMAX	127	1.23	4.90
4	中天新聞台	763	7.39	29.44	39	AXN 動作台	127	1.23	4.89
5	TVBS-N	743	7.20	28.67	40	Channel V	122	1.18	4.71
6	HBO	695	6.73	26.79	41	MTV 音樂頻道	99	0.95	3.80
7	三立台灣台	692	6.70	26.70	42	中天娛樂台	92	0.90	3.57
8	年代新聞台	659	6.38	25.42	43	國興衛視	90	0.87	3.47
9	民視	424	4.11	16.37	44	東森幼幼台	84	0.81	3.23
10	三立都會台	392	3.80	15.12	45	旅遊生活頻道	83	0.80	3.19
11	DISCOVERY	369	3.57	14.21	46	緯來綜合台	81	0.78	3.11
12	東森洋片台	311	3.01	12.00	47	超視	80	0.78	3.10
13	緯來體育台	310	3.00	11.95	48	TVBS-G	78	0.76	3.02
14	衛視西片台	265	2.56	10.21	49	東森購物台 1 台	61	0.59	2.34
15	非凡新聞台	255	2.47	9.82	50	迪士尼頻道	57	0.55	2.18
16	中視	245	2.38	9.46	51	JET TV	56	0.54	2.16
17	東森電影台	244	2.37	9.42	52	環球新聞財經台	54	0.52	2.07
18	緯來電影台	240	2.33	9.27	53	NHK	52	0.50	2.00
19	國家地理頻道	236	2.29	9.11	54	非凡商業台	48	0.46	1.84
20	八大綜合台	235	2.27	9.05	55	民視綜合台	47	0.45	1.81
21	衛視電影台	232	2.24	8.93	56	公視	45	0.44	1.74
22	ESPN	215	2.08	8.30	57	東森購物台 2 台	44	0.42	1.69
23	好萊塢電影台	214	2.07	8.25	58	東森購物台 3 台	40	0.39	1.55
24	台視	210	2.04	8.12	59	霹靂衛星電視	37	0.36	1.44
25	慈濟大愛台	193	1.87	7.45	59	CartoonNetwork	37	0.36	1.44
26	衛視體育台	192	1.86	7.42	61	東森購物台 5 台	35	0.34	1.36
27	TVBS	188	1.82	7.26	62	東風衛視台	33	0.32	1.28
27	八大戲劇台	180	1.74	6.93	63	龍祥電影台	26	0.25	1.01
29	緯來日本台	170	1.65	6.56	64	人間衛視	25	0.24	0.95
30	東森戲劇台	163	1.58	6.30	65	知識頻道	21	0.21	0.82
31	八大第一台	158	1.53	6.10	66	華藏衛視台	20	0.20	0.79
32	動物星球頻道	156	1.51	6.03	67	法界弘法電視台	20	0.20	0.78
33	華視	156	1.51	6.00	68	中華財經台	19	0.18	0.73
34	緯來戲劇台	151	1.46	5.82	69	CNN International	15	0.15	0.59
35	東森綜合台	146	1.42	5.64	70	華人戲劇台	14	0.14	0.56

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

表 3-17 受訪民眾最常收看的前七十個頻道排行【東部地區】

排名	頻道名稱	n	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	三立新聞台	172	1.67	42.20	36	公視	21	0.20	5.17
2	東森新聞台	170	1.65	41.80	37	MTV 音樂頻道	21	0.20	5.06
3	民視新聞台	151	1.46	36.92	38	衛視中文台	20	0.20	5.02
4	中天新聞台	147	1.42	36.08	39	中天綜合台	20	0.20	4.99
5	年代新聞台	121	1.17	29.69	40	Channel V	20	0.19	4.86
6	HBO	110	1.06	26.91	41	緯來戲劇台	19	0.18	4.62
7	TVBS-N	99	0.96	24.26	42	超視	18	0.17	4.33
8	民視	92	0.89	22.64	43	旅遊生活頻道	16	0.15	3.92
9	三立台灣台	90	0.87	22.04	44	中天娛樂台	15	0.15	3.73
10	衛視西片台	68	0.66	16.73	45	八大第一台	13	0.13	3.27
11	東森洋片台	67	0.65	16.44	46	JET TV	13	0.12	3.13
12	中視	65	0.63	15.87	47	國興衛視	12	0.11	2.86
13	DISCOVERY	62	0.60	15.10	48	緯來綜合台	11	0.11	2.81
14	緯來電影台	57	0.55	13.97	48	TVBS-G	10	0.10	2.48
15	台視	56	0.54	13.76	50	東森幼幼台	10	0.09	2.40
16	東森電影台	53	0.51	12.89	51	東森購物台 1 台	10	0.09	2.36
17	好萊塢電影台	50	0.49	12.36	52	東森購物台 5 台	10	0.09	2.35
18	緯來體育台	48	0.46	11.68	53	東森購物台 2 台	10	0.09	2.34
18	衛視電影台	48	0.46	11.68	54	NHK	9	0.08	2.12
20	華視	47	0.45	11.44	55	東森購物台 3 台	8	0.08	2.00
21	非凡新聞台	44	0.43	10.79	56	霹靂衛星電視	7	0.07	1.81
22	國家地理頻道	35	0.34	8.51	57	龍祥電影台	7	0.07	1.76
23	三立都會台	34	0.33	8.43	58	迪士尼頻道	7	0.06	1.60
24	八大戲劇台	34	0.33	8.32	59	環球新聞財經台	6	0.06	1.46
25	ESPN	33	0.32	8.02	60	非凡商業台	5	0.05	1.32
26	TVBS	32	0.31	7.86	61	全日通 Z 頻道	5	0.05	1.20
27	緯來日本台	32	0.31	7.85	62	華人戲劇台	5	0.05	1.17
28	衛視體育台	31	0.30	7.58	63	momo 兒童台	4	0.04	1.03
29	慈濟大愛台	27	0.27	6.74	64	富邦電視購物	4	0.04	0.97
30	八大綜合台	26	0.25	6.44	65	阿里山台灣音樂台	4	0.04	0.94
31	AXN 動作台	26	0.25	6.36	66	東風衛視台	3	0.03	0.78
32	動物星球頻道	25	0.24	6.20	67	CartoonNetwork	3	0.03	0.77
33	東森戲劇台	24	0.23	5.79	68	MEGA 電影台	3	0.03	0.73
34	東森綜合台	23	0.22	5.54	69	人間衛視	3	0.03	0.68
35	CINEMAX	22	0.21	5.35	69	ANIMAX 卡通台	3	0.03	0.68

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

表 3-18 受訪民眾最常收看「前七十個頻道排行」各區比較表

全區 排名	頻道名稱	回答 次數	%	北區 排名	回答 次數	%	中區 排名	回答 次數	%	南區 排名	回答 次數	%	東區 排名	回答 次數	%
1	三立新聞台	4,103	6.30	1	1,777	17.21	1	1,121	10.86	1	1,032	10.00	1	172	1.67
2	東森新聞台	3,867	5.94	2	1,776	17.20	2	1,046	10.13	3	874	8.46	2	170	1.65
3	民視新聞台	3,544	5.44	6	1,468	14.22	3	967	9.36	2	958	9.27	3	151	1.46
4	中天新聞台	3,271	5.02	3	1,512	14.64	5	848	8.21	4	763	7.39	4	147	1.42
5	HBO	3,158	4.85	4	1,500	14.52	4	855	8.28	6	695	6.73	6	110	1.06
6	TVBS-N	3,149	4.84	5	1,491	14.44	6	816	7.90	5	743	7.20	7	99	0.96
7	年代新聞台	2,916	4.48	7	1,367	13.24	7	768	7.44	8	659	6.38	5	121	1.17
8	三立台灣台	2,294	3.52	9	781	7.56	8	731	7.08	7	692	6.70	9	90	0.87
9	DISCOVERY	1,644	2.52	8	799	7.73	11	416	4.03	11	369	3.57	13	62	0.60
10	民視	1,578	2.42	18	579	5.61	9	482	4.67	9	424	4.11	8	92	0.89
11	東森洋片台	1,510	2.32	11	722	6.99	13	410	3.97	12	311	3.01	11	67	0.65
12	衛視西片台	1,478	2.27	10	750	7.27	14	394	3.82	14	265	2.56	10	68	0.66
13	三立都會台	1,399	2.15	20	530	5.13	10	443	4.29	10	392	3.80	23	34	0.33
14	緯來體育台	1,349	2.07	14	642	6.22	15	350	3.39	13	310	3.00	18	48	0.46
15	中視	1,315	2.02	16	592	5.74	12	413	4.00	16	245	2.38	12	65	0.63
16	緯來電影台	1,286	1.97	13	649	6.29	17	339	3.28	18	240	2.33	14	57	0.55
17	非凡新聞台	1,255	1.93	12	654	6.33	20	302	2.93	15	255	2.47	21	44	0.43
18	東森電影台	1,231	1.89	17	592	5.73	16	342	3.31	17	244	2.37	16	53	0.51
19	好萊塢電影台	1,202	1.85	15	617	5.98	19	321	3.10	23	214	2.07	17	50	0.49
20	衛視電影台	1,119	1.72	19	539	5.22	21	301	2.91	21	232	2.24	18	48	0.46
21	國家地理頻道	1,098	1.69	21	526	5.09	21	301	2.91	19	236	2.29	22	35	0.34
22	台視	1,077	1.65	24	479	4.64	18	331	3.21	24	210	2.04	15	56	0.54
23	ESPN	987	1.52	22	498	4.82	25	242	2.34	22	215	2.08	25	33	0.32
24	華視	884	1.36	27	403	3.91	23	278	2.69	33	156	1.51	20	47	0.45
25	衛視體育台	879	1.35	26	427	4.14	26	228	2.21	26	192	1.86	28	31	0.30
26	八大綜合台	874	1.34	30	344	3.33	24	269	2.61	20	235	2.27	30	26	0.25
27	CINEMAX	838	1.29	23	484	4.68	27	206	2.00	38	127	1.23	35	22	0.21
28	TVBS	783	1.20	29	360	3.48	28	203	1.97	27	188	1.82	26	32	0.31
29	AXN 動作台	760	1.17	25	435	4.21	32	173	1.67	39	127	1.23	31	26	0.25
30	緯來日本台	732	1.12	27	383	3.71	38	147	1.42	29	170	1.65	27	32	0.31
31	動物星球頻道	700	1.08	32	330	3.20	30	188	1.82	32	156	1.51	32	25	0.24
32	中天綜合台	665	1.02	31	338	3.27	34	165	1.60	36	141	1.37	39	20	0.20
32	八大戲劇台	643	0.99	34	281	2.72	37	148	1.43	27	180	1.74	24	34	0.33
34	慈濟大愛	632	0.97	33	285	2.76	31	178	1.73	35	146	1.42	34	23	0.22
34	東森綜合台	632	0.97	36	244	2.36	34	167	1.62	25	193	1.87	29	27	0.27

表 3-18 受訪民眾最常收看「前七十個頻道排行」各區比較表 (續)

全區 排名	頻道名稱	回答 次數	%	北區 排名	回答 次數	%	中區 排名	回答 次數	%	南區 排名	回答 次數	%	東區 排名	回答 次數	%
36	東森戲劇台	595	0.91	37	241	2.33	33	168	1.62	30	163	1.58	33	24	0.23
37	八大第一台	578	0.89	41	208	2.02	28	198	1.92	31	158	1.53	45	13	0.13
38	衛視中文台	549	0.84	38	239	2.32	36	153	1.48	37	136	1.32	38	20	0.20
39	緯來戲劇台	506	0.78	43	207	2.00	39	130	1.26	34	151	1.46	41	19	0.18
40	Channel V	459	0.70	42	207	2.01	42	110	1.06	40	122	1.18	40	20	0.19
41	旅遊生活頻道	453	0.70	35	262	2.53	44	93	0.90	45	83	0.80	43	16	0.15
41	中天娛樂台	453	0.70	40	224	2.17	40	122	1.18	42	92	0.90	44	15	0.15
43	國興衛視	417	0.64	39	234	2.27	44	81	0.78	43	90	0.87	47	12	0.11
44	MTV 音樂頻道	408	0.63	45	178	1.72	41	111	1.08	41	99	0.95	37	21	0.20
45	緯來綜合台	362	0.56	47	167	1.62	43	103	0.99	46	81	0.78	48	11	0.11
46	東森幼幼台	337	0.52	46	172	1.66	48	71	0.69	44	84	0.81	50	10	0.09
47	JET TV	309	0.47	44	181	1.75	51	60	0.58	51	56	0.54	46	13	0.12
48	超視	305	0.47	49	133	1.29	47	74	0.72	47	80	0.78	42	18	0.17
48	環球新聞財經台	287	0.44	48	152	1.47	46	75	0.73	52	54	0.52	59	6	0.06
50	TVBS-G	258	0.40	52	107	1.03	50	63	0.61	48	78	0.76	48	10	0.10
51	公視	257	0.39	51	127	1.23	49	63	0.61	56	45	0.44	36	21	0.20
52	迪士尼頻道	254	0.39	50	131	1.27	52	60	0.58	50	57	0.55	58	7	0.06
53	東森購物台 1 台	199	0.31	54	77	0.74	53	52	0.50	49	61	0.59	51	10	0.09
54	NHK	179	0.27	53	80	0.77	55	39	0.38	53	52	0.50	54	9	0.08
55	非凡商業台	168	0.26	55	77	0.74	56	38	0.37	54	48	0.46	60	5	0.05
56	東森購物台 2 台	161	0.25	57	66	0.63	54	42	0.41	57	44	0.42	53	10	0.09
57	東森購物台 3 台	148	0.23	58	64	0.62	58	36	0.35	58	40	0.39	55	8	0.08
58	東森購物 5 台	139	0.21	59	62	0.60	59	32	0.31	61	35	0.34	52	10	0.09
59	東風衛視台	136	0.21	56	68	0.66	59	32	0.31	62	33	0.32	66	3	0.03
60	CartoonNetwork	132	0.20	60	54	0.52	57	38	0.37	59	37	0.36	67	3	0.03
61	龍祥電影台	107	0.16	61	51	0.49	63	23	0.22	63	26	0.25	57	7	0.07
62	霹靂台灣台	102	0.16	72	28	0.28	61	29	0.28	59	37	0.36	56	7	0.07
63	MUCH TV	77	0.12	62	45	0.44	69	17	0.17	72	14	0.13	-	1	0.01
64	民視綜合台	74	0.11	-	3	0.03	62	24	0.24	55	47	0.45	-	-	-
65	華人戲劇台	72	0.11	67	32	0.31	67	21	0.20	70	14	0.14	62	5	0.05
66	緯來育樂台	70	0.11	65	35	0.33	64	22	0.22	77	11	0.11	71	2	0.02
67	全日通 Z 頻道	69	0.11	69	30	0.29	68	20	0.20	72	13	0.13	61	5	0.05
68	客家電視台	65	0.10	63	41	0.40	72	14	0.14	-	9	0.09	-	-	-
69	法界弘法電視台	65	0.10	79	21	0.20	65	22	0.21	67	20	0.20	71	2	0.02
70	中華財經台	64	0.10	77	24	0.23	66	21	0.21	68	19	0.18	-	-	-

由表 3-18 顯示各地區收視民眾最常收看的頻道有所差異：三立新聞台在各地區的排名皆是第 1 名，本年度的整體收視表現最為突出；東森新聞台整體的排名為第 2 名，但是在南部地區排名第 3 名，民視新聞台在北區排名較後（第 6 名），但是在南部地區則超越東森新聞台名列第 2 名。HBO 在北部與中部排名第 4 名，但是在南部地區與東部地區則排名第 6 名。

除了新聞頻道以外，HBO 電影頻道在北部地區的收視表現優於南部與東部地區，DISCOVERY 則是在北部地區表現最好；三立台灣台在南部地區的表現優於其他地區。無線台的民視在北部地區的收視落後同為無線台的中視，但是在中南部的收視情況較好，整體排名在第 10 名，較去年的第 3 名滑落許多。

(四) 受訪收視民眾最喜歡的頻道

1、公益頻道

收視民眾最喜歡看的頻道前五名與最常看的頻道排序大致相當，依序為民視、中視、慈濟大愛、台視及華視，5 家無線電視台的排名都在前 6 名以內；此外，客家電視台排名位居第 8 名，原住民頻道排名第 11 名（詳見表 3-19）。

表 3-19 受訪民眾最喜歡的公益頻道排行

排名	頻道名稱	n	%*	**
1	民視	1,069	2.82	10.35
2	中視	642	1.69	6.22
3	慈濟大愛	517	1.36	5.01
4	台視	505	1.33	4.89
5	華視	333	0.88	3.22
6	公視	172	0.45	1.67
7	人間衛視	53	0.14	0.51
8	客家電視台	42	0.11	0.41
9	好消息	41	0.11	0.40
10	CNN International	24	0.06	0.23
11	原住民頻道	9	0.02	0.09

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

2、闔家觀賞頻道

收視民眾最喜歡收看的前 3 名闔家觀賞頻道依序為 DISCOVERY、國家地理頻道、動物星球頻道及旅遊生活頻道，排名前 4 名頻道與去年調查結果非常一致，而排名前 5 名頻道當中除東森幼幼台為幼兒頻道之外，其餘皆都是主題類頻道。

表 3-20 受訪民眾最喜歡的闔家觀賞頻道排行

排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	DISCOVERY	1,188	3.13	11.50
2	國家地理頻道	751	1.98	7.27
3	動物星球頻道	490	1.29	4.75
4	旅遊生活頻道	346	0.91	3.35
5	東森幼幼台	198	0.52	1.92
6	迪士尼頻道	164	0.43	1.59
7	NHK	130	0.34	1.26
8	CartoonNetwork	87	0.23	0.84
9	momo 兒童台	31	0.08	0.30
10	緯來兒童台	30	0.08	0.29
11	亞洲旅遊台	13	0.03	0.13

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

3、商業頻道

民眾最喜歡收看的頻道排名與最常收看的排名類似，新聞頻道排名位置非常的前面，前五名頻道依序為 HBO、三立新聞台、東森新聞台、三立台灣台及民視新聞台。HBO 連續 3 年蟬聯收視民眾最喜歡收看的頻道第 1 名。

與 94 年調查結果不同的是，三立新聞台受民眾歡迎的排名大幅往前提升為第 2 名，已經威脅到 HBO 第 1 名的排名，並且擠掉原來 TVBS-N 的排名位置，而中天、年代新聞台的受歡迎排名也都往前躍升為第 7 名、第 8 名，前 10 名中有 6 台視新聞台，顯示國人對新聞台的熱衷。非凡新聞台受歡迎的排名也從去年的第 39 名躍升至第 20 名，可見區位調整及經營者努力是被觀眾肯定的。

三立電視頻道受歡迎的排名結果與去年相類似，除三立新聞台排名大幅往前上升到位居第 2 名外，綜合頻道的三立台灣台與三立都會台也在受歡迎排名的前 10 名以內，其中三立台灣台位居第 4 名、三立都會台位居第 9 名。

受民眾歡迎頻道排名前半段以新聞類、綜合頻道和電影頻道為主；體育頻道的緯來體育台位居第 9 名，ESPN 排名為第 13 名，衛視體育台則為第 17 名。(詳見表 3-21)。

表 3-21 受訪民眾最喜歡的商業頻道排行

排名	頻道名稱	n	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	HBO	2,224	5.86	21.54	36	緯來綜合台	228	0.60	2.21
2	三立新聞台	2,021	5.33	19.57	37	超視	210	0.55	2.03
3	東森新聞台	1,718	4.53	16.64	38	JET TV	203	0.54	1.97
4	三立台灣台	1,674	4.41	16.21	39	TVBS-G	169	0.45	1.64
5	民視新聞台	1,672	4.41	16.19	40	非凡商業台	123	0.32	1.19
6	TVBS-N	1,475	3.89	14.28	41	東風衛視台	97	0.26	0.94
7	中天新聞台	1,413	3.72	13.68	42	環球新聞財經台	86	0.23	0.83
8	年代新聞台	1,181	3.11	11.44	43	東森購物台 1 台	85	0.22	0.82
9	三立都會台	931	2.45	9.02	44	霹靂台灣台	71	0.19	0.69
10	緯來體育台	923	2.43	8.94	45	東森購物台 2 台	69	0.18	0.67
11	東森洋片台	799	2.11	7.74	46	全日通 Z 頻道	56	0.15	0.54
12	衛視西片台	781	2.06	7.56	46	東森購物台 3 台	56	0.15	0.54
13	ESPN	707	1.86	6.85	48	MUCH TV	54	0.14	0.52
14	東森電影台	654	1.72	6.33	49	法界弘法電視台	50	0.13	0.48
15	緯來電影台	631	1.66	6.11	50	民視綜合台	49	0.13	0.47
16	衛視電影台	610	1.61	5.91	50	東森購物 5 台	49	0.13	0.47
17	衛視體育台	585	1.54	5.67	52	華藏衛視台	44	0.12	0.43
18	八大綜合台	564	1.49	5.46	53	年代產經台	42	0.11	0.41
19	好萊塢電影台	557	1.47	5.39	53	龍祥電影台	42	0.11	0.41
20	非凡新聞台	549	1.45	5.32	55	緯來育樂台	36	0.09	0.35
21	緯來日本台	506	1.33	4.90	56	中華財經台	35	0.09	0.34
22	中天綜合台	468	1.23	4.53	57	Animax	34	0.09	0.33
23	TVBS	422	1.11	4.09	58	知識頻道	33	0.09	0.32
23	八大戲劇台	422	1.11	4.09	59	衛視合家歡台	30	0.08	0.29
25	AXN 動作台	407	1.07	3.94	60	民視戲劇台	29	0.08	0.28
26	CINEMAX	392	1.03	3.80	61	華人戲劇台	25	0.07	0.24
27	東森綜合台	379	1.00	3.67	62	富邦電視購物	21	0.06	0.20
28	衛視中文台	371	0.98	3.59	63	台灣藝術	20	0.05	0.19
29	東森戲劇台	367	0.97	3.55	64	LS TIME 電影台	19	0.05	0.18
30	Channel V	357	0.94	3.46	65	viva 購物台	15	0.04	0.15
30	八大第一台	357	0.94	3.46	65	生命電視台	15	0.04	0.15
32	中天娛樂台	320	0.84	3.10	67	東森新聞 S 頻道	14	0.04	0.14
33	緯來戲劇台	314	0.83	3.04	68	阿里山台灣音樂台	14	0.04	0.14
34	國興衛視	299	0.79	2.90	69	東森幼幼英語教學 頻道-YOYOA	12	0.03	0.12
35	MTV 音樂頻道	291	0.77	2.82	69	運通財經台	12	0.03	0.12

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

4、整體頻道比較

民眾最喜愛電視頻道，前 5 名依序為 HBO、三立新聞台、東森新聞台、三立台灣台及民視新聞台。排名前 70 名的頻道以新聞頻道、電影頻道及綜合頻道居多。HBO 連續 3 年蟬聯收視民眾最喜歡收看的頻道第 1 名。

5 家無線電視台受喜愛的排名都較去年滑落不少，民視排名第 10 名（去年第 2 名）、中視排名第 18 名（去年 14 名）、台視排名第 27 名（去年 18 名）；華視排名第 40 名，公視排名第 49 名，這對所有無線頻道的電視台而言，是很大地警訊，如果不在未來在節目內容、形象、行銷各方面加強，無線台的未來頗值得擔憂。

主題頻道（含旅遊、新知）類的 DISCOVERY、國家地理頻道、動物星球頻道及旅遊生活頻道受喜愛的排名均在 39 名之內。幼兒頻道的東森幼幼台列於 48 名；體育頻道的緯來體育台、ESPN 及衛視體育台均在 21 名之內；宗教頻道則有慈濟大愛台列於第 25 名，較去年排名（第 7 名）明顯下滑（詳見下頁表 3-22）。

表 3-22 受訪民眾最喜歡的前七十個頻道排行【台灣地區】

排名	頻道名稱	N	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	HBO	2,224	5.86	21.54	36	東森戲劇台	367	0.97	3.55
2	三立新聞台	2,021	5.33	19.57	37	Channel V	357	0.94	3.46
3	東森新聞台	1,718	4.53	16.64	37	八大第一台	357	0.94	3.46
4	三立台灣台	1,674	4.41	16.21	39	旅遊生活頻道	346	0.91	3.35
5	民視新聞台	1,672	4.41	16.19	40	華視	333	0.88	3.22
6	TVBS-N	1,475	3.89	14.28	41	中天娛樂台	320	0.84	3.10
7	中天新聞台	1,413	3.72	13.68	42	緯來戲劇台	314	0.83	3.04
8	DISCOVERY	1,188	3.13	11.50	43	國興衛視	299	0.79	2.90
9	年代新聞台	1,181	3.11	11.44	44	MTV 音樂頻道	291	0.77	2.82
10	民視	1,069	2.82	10.35	45	緯來綜合台	228	0.60	2.21
11	三立都會台	931	2.45	9.02	46	超視	210	0.55	2.03
12	緯來體育台	923	2.43	8.94	47	JET TV	203	0.54	1.97
13	東森洋片台	799	2.11	7.74	48	東森幼幼台	198	0.52	1.92
14	衛視西片台	781	2.06	7.56	49	公視	172	0.45	1.67
15	國家地理頻道	751	1.98	7.27	50	TVBS-G	169	0.45	1.64
16	ESPN	707	1.86	6.85	51	迪士尼頻道	164	0.43	1.59
17	東森電影台	654	1.72	6.33	52	NHK	130	0.34	1.26
18	中視	642	1.69	6.22	53	非凡商業台	123	0.32	1.19
19	緯來電影台	631	1.66	6.11	54	東風衛視台	97	0.26	0.94
20	衛視電影台	610	1.61	5.91	55	CartoonNetwork	87	0.23	0.84
21	衛視體育台	585	1.54	5.67	56	環球新聞財經台	86	0.23	0.83
22	八大綜合台	564	1.49	5.46	57	東森購物台 1 台	85	0.22	0.82
23	好萊塢電影台	557	1.47	5.39	58	霹靂台灣台	71	0.19	0.69
24	非凡新聞台	549	1.45	5.32	59	東森購物台 2 台	69	0.18	0.67
25	慈濟大愛	517	1.36	5.01	60	全日通 Z 頻道	56	0.15	0.54
26	緯來日本台	506	1.33	4.90	61	東森購物台 3 台	56	0.15	0.54
27	台視	505	1.33	4.89	62	MUCH TV	54	0.14	0.52
28	動物星球頻道	490	1.29	4.75	63	人間衛視	53	0.14	0.51
29	中天綜合台	468	1.23	4.53	64	法界弘法電視台	50	0.13	0.48
30	TVBS	422	1.11	4.09	65	民視綜合台	49	0.13	0.47
30	八大戲劇台	422	1.11	4.09	65	東森購物 5 台	49	0.13	0.47
32	AXN 動作台	407	1.07	3.94	67	華藏衛視台	44	0.12	0.43
33	CINEMAX	392	1.03	3.80	68	客家電視台	42	0.11	0.41
34	東森綜合台	379	1.00	3.67	68	年代產經台	42	0.11	0.41
35	衛視中文台	371	0.98	3.59	68	龍祥電影台	42	0.11	0.41

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

表 3-23 受訪民眾最喜歡的前七十個頻道排行【北部地區】

排名	頻道名稱	n	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	HBO	1,094	10.60	23.71	36	國興衛視	169	1.64	3.66
2	三立新聞台	819	7.93	17.74	37	衛視中文台	166	1.60	3.59
3	東森新聞台	757	7.33	16.39	38	中天娛樂台	164	1.59	3.55
4	TVBS-N	677	6.55	14.66	39	東森戲劇台	159	1.54	3.45
5	民視新聞台	656	6.35	14.21	40	Channel V	152	1.47	3.28
6	中天新聞台	640	6.20	13.86	41	華視	140	1.36	3.04
7	DISCOVERY	584	5.65	12.65	42	緯來戲劇台	133	1.29	2.88
8	三立台灣台	557	5.40	12.07	43	八大第一台	131	1.27	2.84
9	年代新聞台	536	5.19	11.60	44	MTV 音樂頻道	129	1.25	2.80
10	緯來體育台	450	4.36	9.75	45	JET TV	115	1.11	2.49
11	衛視西片台	417	4.04	9.03	46	東森幼幼台	109	1.06	2.37
12	民視	397	3.85	8.61	47	緯來綜合台	106	1.03	2.30
13	東森洋片台	366	3.55	7.93	48	迪士尼頻道	93	0.90	2.00
14	ESPN	361	3.49	7.82	49	超視	88	0.86	1.92
15	三立都會台	359	3.48	7.78	50	公視	85	0.82	1.84
16	國家地理頻道	350	3.39	7.58	51	NHK	64	0.62	1.39
17	緯來電影台	321	3.11	6.96	52	TVBS-G	61	0.59	1.32
18	東森電影台	314	3.04	6.80	53	非凡商業台	54	0.52	1.16
19	衛視電影台	304	2.94	6.58	54	環球新聞財經台	48	0.46	1.03
20	非凡新聞台	297	2.88	6.43	55	東風衛視台	47	0.46	1.02
21	衛視體育台	288	2.79	6.23	56	CartoonNetwork	38	0.37	0.83
22	中視	280	2.71	6.07	57	東森購物台 1 台	34	0.33	0.74
23	好萊塢電影台	274	2.65	5.93	58	東森購物台 2 台	33	0.32	0.70
24	緯來日本台	271	2.62	5.86	59	MUCH TV	30	0.29	0.64
25	中天綜合台	255	2.47	5.53	60	東森購物台 3 台	29	0.28	0.63
26	動物星球頻道	252	2.44	5.46	61	東森購物 5 台	29	0.28	0.62
27	CINEMAX	241	2.33	5.21	62	客家電視台	27	0.26	0.59
28	AXN 動作台	237	2.30	5.14	63	緯來兒童台	26	0.25	0.57
29	八大綜合台	237	2.29	5.12	64	好消息	25	0.24	0.53
30	台視	222	2.15	4.81	65	momo 兒童台	24	0.23	0.52
31	TVBS	210	2.04	4.55	66	霹靂台灣台	22	0.21	0.48
32	慈濟大愛	192	1.86	4.16	67	全日通 Z 頻道	21	0.20	0.45
33	旅遊生活頻道	191	1.85	4.14	67	ANIMAX	21	0.20	0.45
34	東森綜合台	184	1.79	4.00	69	緯來育樂台	20	0.19	0.43
35	八大戲劇台	175	1.69	3.79	69	龍祥電影台	20	0.19	0.43

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

表 3-24 受訪民眾最喜歡的前七十個頻道排行【中部地區】

排名	頻道名稱	n	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	HBO	559	5.41	20.61	36	八大戲劇台	87	0.84	3.22
2	三立新聞台	539	5.22	19.89	37	旅遊生活頻道	84	0.81	3.10
3	三立台灣台	528	5.12	19.50	38	東森戲劇台	82	0.79	3.02
4	東森新聞台	468	4.53	17.26	39	AXN 動作台	79	0.76	2.90
5	民視新聞台	434	4.20	16.02	40	CINEMAX	78	0.75	2.87
6	TVBS-N	364	3.53	13.44	41	中天娛樂台	77	0.75	2.86
7	中天新聞台	354	3.43	13.06	42	MTV 音樂頻道	75	0.72	2.75
8	民視	314	3.04	11.59	43	緯來戲劇台	71	0.69	2.63
9	年代新聞台	294	2.85	10.86	44	緯來綜合台	66	0.64	2.44
10	DISCOVERY	278	2.70	10.27	45	國興衛視	60	0.58	2.20
11	三立都會台	276	2.67	10.17	46	超視	50	0.48	1.83
12	緯來體育台	230	2.22	8.47	47	TVBS-G	46	0.45	1.70
13	東森洋片台	228	2.21	8.42	48	JET TV	40	0.39	1.49
14	國家地理頻道	200	1.94	7.38	49	迪士尼頻道	33	0.32	1.23
15	中視	195	1.89	7.21	50	東森幼幼台	33	0.32	1.22
16	衛視西片台	182	1.76	6.70	51	非凡商業台	31	0.30	1.14
17	東森電影台	177	1.72	6.55	52	公視	29	0.28	1.08
18	ESPN	164	1.59	6.07	53	NHK	27	0.26	1.01
19	緯來電影台	155	1.50	5.71	54	東風衛視台	19	0.19	0.72
20	衛視電影台	152	1.47	5.60	55	環球新聞財經台	19	0.18	0.70
21	衛視體育台	150	1.46	5.55	55	全日通 Z 頻道	19	0.18	0.70
22	好萊塢電影台	147	1.42	5.43	57	東森購物台 1 台	18	0.18	0.68
23	台視	143	1.38	5.26	58	法界弘法電視台	18	0.18	0.67
24	八大綜合台	140	1.35	5.16	59	人間衛視	17	0.16	0.62
25	慈濟大愛	138	1.33	5.08	59	CartoonNetwork	17	0.16	0.62
26	非凡新聞台	119	1.15	4.40	61	霹靂台灣台	15	0.15	0.56
27	動物星球頻道	118	1.14	4.34	62	華藏衛視台	14	0.13	0.50
28	八大第一台	109	1.06	4.02	63	民視綜合台	13	0.13	0.49
29	TVBS	105	1.02	3.88	64	年代產經台	13	0.13	0.49
30	華視	103	1.00	3.80	64	中華財經台	12	0.12	0.46
31	中天綜合台	102	0.99	3.78	66	MUCH TV	12	0.11	0.44
32	衛視中文台	97	0.94	3.58	67	東森購物台 2 台	11	0.11	0.42
33	緯來日本台	97	0.93	3.56	68	龍祥電影台	10	0.10	0.38
34	Channel V	94	0.91	3.47	69	知識頻道	9	0.09	0.34
35	東森綜合台	94	0.91	3.46	70	華人戲劇台	9	0.09	0.34

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

表 3-25 受訪民眾最喜歡的前七十個頻道排行【南部地區】

排名	頻道名稱	n	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	三立新聞台	574	5.56	22.14	36	東森綜合台	92	0.90	3.57
2	三立台灣台	524	5.08	20.21	37	TVBS	90	0.87	3.48
3	民視新聞台	518	5.02	20.00	38	AXN 動作台	76	0.74	2.94
4	HBO	502	4.86	19.36	39	MTV 音樂頻道	71	0.68	2.72
5	東森新聞台	415	4.02	16.00	40	華視	66	0.64	2.53
6	TVBS-N	386	3.73	14.87	41	中天娛樂台	63	0.61	2.42
7	中天新聞台	358	3.46	13.80	42	CINEMAX	60	0.58	2.33
8	年代新聞台	312	3.02	12.03	43	國興衛視	60	0.58	2.31
9	民視	298	2.89	11.50	43	旅遊生活頻道	60	0.58	2.31
10	DISCOVERY	279	2.70	10.77	45	超視	58	0.56	2.25
11	三立都會台	272	2.63	10.49	46	TVBS-G	54	0.52	2.07
12	緯來體育台	213	2.06	8.20	47	東森幼幼台	51	0.50	1.98
13	東森洋片台	176	1.70	6.78	48	公視	48	0.46	1.83
14	八大綜合台	173	1.68	6.67	49	緯來綜合台	47	0.45	1.80
14	國家地理頻道	173	1.67	6.67	50	JET TV	38	0.37	1.47
16	慈濟大愛	163	1.58	6.30	51	非凡商業台	36	0.35	1.38
17	ESPN	161	1.56	6.20	52	迪士尼頻道	34	0.33	1.30
18	衛視西片台	153	1.48	5.89	52	民視綜合台	33	0.32	1.27
19	八大戲劇台	137	1.33	5.30	54	NHK	31	0.30	1.20
20	東森電影台	136	1.31	5.23	55	CartoonNetwork	27	0.27	1.06
21	衛視電影台	135	1.31	5.22	55	東風衛視台	27	0.27	1.06
22	中視	134	1.30	5.18	57	東森購物台 1 台	27	0.26	1.04
23	緯來電影台	125	1.21	4.81	57	霹靂台灣台	27	0.26	1.04
24	衛視體育台	124	1.20	4.79	59	人間衛視	21	0.20	0.81
25	非凡新聞台	118	1.14	4.53	60	東森購物台 2 台	20	0.19	0.76
26	緯來日本台	116	1.12	4.46	61	法界弘法電視台	17	0.16	0.66
27	好萊塢電影台	111	1.08	4.29	62	華藏衛視台	14	0.14	0.55
28	東森戲劇台	111	1.07	4.27	63	環球新聞財經台	14	0.13	0.54
28	台視	111	1.07	4.27	64	東森購物台 3 台	14	0.13	0.53
30	八大第一台	110	1.07	4.25	65	全日通 Z 頻道	12	0.12	0.48
31	動物星球頻道	101	0.97	3.88	65	MUCH TV	12	0.12	0.47
32	緯來戲劇台	99	0.96	3.84	67	知識頻道	12	0.11	0.45
33	中天綜合台	96	0.93	3.72	68	年代產經台	11	0.11	0.43
34	衛視中文台	94	0.91	3.63	69	客家電視台	11	0.11	0.42
35	Channel V	94	0.91	3.62	70	龍祥電影台	11	0.11	0.41

註：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

表 3-26 受訪民眾最喜歡的前七十個頻道排行【東部地區】

排名	頻道名稱	n	%*	%**	排名	頻道名稱	n	%*	%**
1	三立新聞台	90	0.87	21.96	36	八大綜合台	14	0.14	3.54
2	東森新聞台	79	0.76	19.32	37	衛視中文台	14	0.14	3.51
3	HBO	69	0.67	16.85	38	中天綜合台	14	0.14	3.43
4	三立台灣台	64	0.62	15.73	39	超視	14	0.13	3.41
5	民視新聞台	64	0.62	15.68	40	CINEMAX	13	0.12	3.14
6	中天新聞台	62	0.60	15.15	41	旅遊生活頻道	11	0.11	2.79
7	民視	59	0.57	14.50	42	國興衛視	11	0.10	2.59
8	TVBS-N	48	0.47	11.83	43	緯來戲劇台	11	0.10	2.58
9	DISCOVERY	46	0.45	11.39	44	公視	10	0.10	2.46
10	年代新聞台	39	0.38	9.52	45	JET TV	9	0.09	2.22
11	中視	32	0.31	7.82	46	TVBS-G	8	0.08	2.07
12	緯來體育台	31	0.30	7.67	46	緯來綜合台	8	0.08	2.07
13	緯來電影台	30	0.29	7.40	48	東森綜合台	8	0.08	2.02
14	衛視西片台	30	0.29	7.35	49	NHK	7	0.07	1.78
15	台視	30	0.29	7.29	50	八大第一台	7	0.07	1.66
16	東森洋片台	29	0.28	7.08	51	霹靂台灣台	7	0.07	1.65
17	國家地理頻道	28	0.27	6.78	52	東森購物台 3 台	6	0.06	1.47
18	東森電影台	27	0.26	6.56	53	東森購物台 2 台	6	0.06	1.42
19	好萊塢電影台	25	0.24	6.14	54	環球新聞財經台	5	0.05	1.34
20	三立都會台	25	0.24	6.10	55	東森購物台 1 台	5	0.05	1.27
21	華視	24	0.23	5.82	56	東森購物 5 台	5	0.05	1.22
22	慈濟大愛	24	0.23	5.81	57	迪士尼頻道	5	0.05	1.15
23	緯來日本台	23	0.23	5.71	58	東森幼幼台	4	0.04	1.10
24	衛視體育台	23	0.22	5.52	59	CartoonNetwork	4	0.04	1.09
25	八大戲劇台	22	0.22	5.51	60	全日通 Z 頻道	4	0.04	1.03
26	ESPN	21	0.20	5.15	61	ANIMAX	3	0.03	0.77
27	衛視電影台	20	0.19	4.85	62	非凡商業台	3	0.03	0.71
28	動物星球頻道	20	0.19	4.82	63	阿里山台灣音樂	3	0.03	0.68
29	Channel V	17	0.17	4.26	64	東風衛視台	3	0.03	0.64
30	MTV 音樂頻道	16	0.16	3.96	65	富邦電視購物	2	0.02	0.57
31	TVBS	16	0.15	3.88	66	法界弘法電視台	2	0.02	0.51
32	中天娛樂台	16	0.15	3.85	67	人間衛視	2	0.02	0.48
33	非凡新聞台	15	0.15	3.79	68	好消息	2	0.02	0.46
34	AXN 動作台	15	0.14	3.66	69	原住民頻道	2	0.02	0.40
35	東森戲劇台	15	0.14	3.63	70	龍祥電影台	1	0.01	0.20

註 1：%*之百分比計算以回答「次數」為分母，%**之百分比計算以回答「人數」為分母。

表 3-27 受訪民眾最喜歡的「前七十個頻道排行」各區比較表

全區 排名	頻道名稱	回答 次數	%	北區 排名	回答 次數	%	中區 排名	回答 次數	%	南區 排名	回答 次數	%	東區 排名	回答 次數	%
1	HBO	2,224	5.86	1	1094	10.60	1	559	5.41	4	502	4.86	3	69	0.67
2	三立新聞台	2,021	5.33	2	819	7.93	2	539	5.22	1	574	5.56	1	90	0.87
3	東森新聞台	1,718	4.53	3	757	7.33	4	468	4.53	5	415	4.02	2	79	0.76
4	三立台灣台	1,674	4.41	8	557	5.40	3	528	5.12	2	524	5.08	4	64	0.62
5	民視新聞台	1,672	4.41	5	656	6.35	5	434	4.20	3	518	5.02	5	64	0.62
6	TVBS-N	1,475	3.89	4	677	6.55	6	364	3.53	6	386	3.73	8	48	0.47
7	中天新聞台	1,413	3.72	6	640	6.20	7	354	3.43	7	358	3.46	6	62	0.60
8	DISCOVERY	1,188	3.13	7	584	5.65	10	278	2.70	10	279	2.70	9	46	0.45
9	年代新聞台	1,181	3.11	9	536	5.19	9	294	2.85	8	312	3.02	10	39	0.38
10	民視	1,069	2.82	12	397	3.85	8	314	3.04	9	298	2.89	7	59	0.57
11	三立都會台	931	2.45	15	359	3.48	11	276	2.67	11	272	2.63	20	25	0.24
12	緯來體育台	923	2.43	10	450	4.36	12	230	2.22	12	213	2.06	12	31	0.30
13	東森洋片台	799	2.11	13	366	3.55	13	228	2.21	13	176	1.70	16	29	0.28
14	衛視西片台	781	2.06	11	417	4.04	16	182	1.76	18	153	1.48	14	30	0.29
15	國家地理頻道	751	1.98	16	350	3.39	14	200	1.94	14	173	1.67	17	28	0.27
16	ESPN	707	1.86	14	361	3.49	18	164	1.59	17	161	1.56	26	21	0.20
17	東森電影台	654	1.72	18	314	3.04	17	177	1.72	20	136	1.31	18	27	0.26
18	中視	642	1.69	22	280	2.71	15	195	1.89	22	134	1.30	11	32	0.31
19	緯來電影台	631	1.66	17	321	3.11	19	155	1.50	23	125	1.21	13	30	0.29
20	衛視電影台	610	1.61	19	304	2.94	20	152	1.47	21	135	1.31	27	20	0.19
21	衛視體育台	585	1.54	21	288	2.79	21	150	1.46	24	124	1.20	24	23	0.22
22	八大綜合台	564	1.49	29	237	2.29	24	140	1.35	14	173	1.68	36	14	0.14
23	好萊塢電影台	557	1.47	23	274	2.65	22	147	1.42	27	111	1.08	19	25	0.24
24	非凡新聞台	549	1.45	20	297	2.88	26	119	1.15	25	118	1.14	33	15	0.15
25	慈濟大愛	517	1.36	32	192	1.86	25	138	1.33	16	163	1.58	22	24	0.23
26	緯來日本台	506	1.33	24	271	2.62	33	97	0.93	26	116	1.12	23	23	0.23
27	台視	505	1.33	30	222	2.15	23	143	1.38	28	111	1.07	15	30	0.29
28	動物星球頻道	490	1.29	26	252	2.44	27	118	1.14	31	101	0.97	28	20	0.19
29	中天綜合台	468	1.23	25	255	2.47	31	102	0.99	33	96	0.93	38	14	0.14
30	TVBS	422	1.11	35	175	1.69	36	87	0.84	19	137	1.33	25	22	0.22
30	八大戲劇台	422	1.11	31	210	2.04	29	105	1.02	37	90	0.87	31	16	0.15
32	AXN 動作台	407	1.07	28	237	2.30	39	79	0.76	38	76	0.74	34	15	0.14
33	CINEMAX	392	1.03	27	241	2.33	40	78	0.75	42	60	0.58	40	13	0.12
34	東森綜合台	379	1.00	34	184	1.79	35	94	0.91	36	92	0.90	48	8	0.08
35	衛視中文台	371	0.98	37	166	1.60	32	97	0.94	34	94	0.91	37	14	0.14

表 3-27 受訪民眾最喜歡的「前七十個頻道排行」各區比較表（續）

全區 排名	頻道名稱	回答 次數	%	北區 排名	回答 次數	%	中區 排名	回答 次數	%	南區 排名	回答 次數	%	東區 排名	回答 次數	%
36	東森戲劇台	367	0.97	39	159	1.54	38	82	0.79	28	111	1.07	35	15	0.14
37	Channel V	357	0.94	43	131	1.27	28	109	1.06	30	110	1.07	50	7	0.07
37	八大第一台	357	0.94	40	152	1.47	34	94	0.91	35	94	0.91	29	17	0.17
39	旅遊生活頻道	346	0.91	33	191	1.85	37	84	0.81	43	60	0.58	41	11	0.11
40	華視	333	0.88	41	140	1.36	30	103	1.00	40	66	0.64	21	24	0.23
41	中天娛樂台	320	0.84	38	164	1.59	41	77	0.75	41	63	0.61	32	16	0.15
42	緯來戲劇台	314	0.83	42	133	1.29	43	71	0.69	32	99	0.96	43	11	0.10
43	國興衛視	299	0.79	36	169	1.64	45	60	0.58	43	60	0.58	42	11	0.10
44	MTV 音樂頻道	291	0.77	44	129	1.25	42	75	0.72	39	71	0.68	30	16	0.16
45	緯來綜合台	228	0.60	47	106	1.03	44	66	0.64	49	47	0.45	46	8	0.08
46	超視	210	0.55	49	88	0.86	46	50	0.48	45	58	0.56	39	14	0.13
47	JET TV	203	0.54	45	115	1.11	48	40	0.39	50	38	0.37	45	9	0.09
48	東森幼幼台	198	0.52	46	109	1.06	50	33	0.32	47	51	0.50	58	4	0.04
49	公視	172	0.45	50	85	0.82	52	29	0.28	48	48	0.46	44	10	0.10
50	TVBS-G	169	0.45	52	61	0.59	47	46	0.45	46	54	0.52	46	8	0.08
51	迪士尼頻道	164	0.43	48	93	0.90	49	33	0.32	52	34	0.33	57	5	0.05
52	NHK	130	0.34	51	64	0.62	53	27	0.26	54	31	0.30	49	7	0.07
53	非凡商業台	123	0.32	53	54	0.52	51	31	0.30	51	36	0.35	63	3	0.03
54	東風衛視台	97	0.26	55	47	0.46	54	19	0.19	55	27	0.27	65	3	0.03
55	CartoonNetwork	87	0.23	56	38	0.37	59	17	0.16	55	27	0.27	59	4	0.04
56	環球新聞財經台	86	0.23	54	48	0.46	55	19	0.18	63	14	0.13	54	5	0.05
57	東森購物台 1 台	85	0.22	57	34	0.33	57	18	0.18	57	27	0.26	55	5	0.05
58	霹靂台灣台	71	0.19	66	22	0.21	61	15	0.15	57	27	0.26	51	7	0.07
59	東森購物台 2 台	69	0.18	58	33	0.32	68	11	0.11	60	20	0.19	53	6	0.06
60	全日通 Z 頻道	56	0.15	67	21	0.20	55	19	0.18	65	12	0.12	60	4	0.04
61	東森購物台 3 台	56	0.15	60	29	0.28	73	8	0.07	64	14	0.13	52	6	0.06
62	MUCH TV	54	0.14	59	30	0.29	67	12	0.11	67	12	0.12	-	1	0.00
63	人間衛視	53	0.14	74	13	0.13	59	17	0.16	59	21	0.20	68	2	0.02
64	法界弘法電視台	50	0.13	74	13	0.13	58	18	0.18	61	17	0.16	67	2	0.02
65	民視綜合台	49	0.13	61	29	0.28	78	6	0.05	72	10	0.10	56	5	0.05
65	東森購物 5 台	49	0.13	-	2	0.02	64	13	0.13	52	33	0.32	-	-	-
67	華藏衛視台	44	0.12	72	15	0.15	62	14	0.13	62	14	0.14	80	1	0.01
68	客家電視台	42	0.11	69	20	0.19	69	10	0.10	71	11	0.10	71	1	0.01
68	年代產經台	42	0.11	70	18	0.17	64	13	0.13	69	11	0.11	-	-	-
68	龍祥電影台	42	0.11	62	27	0.26	85	3	0.03	70	11	0.11	-	1	0.01

表 3-27 顯示各地區民眾最喜歡的頻道有比較大的差異：HBO 在北部地區與中部地區排名第 1 名，但是在南部地區與東部地區排名位居第 4 名與第 3 名。中部地區與東部地區收視民眾最喜歡的頻道第 1 名是三立新聞台。三立台灣台在北部地區的排名並不突出（第 8 名），但是在中部地區與南部地區的排名位居第 4 名以內。

二、有線電視整體表現評價

調查結果顯示，收視民眾對於「有線電視的整體表現」，評價以 70-79 分的比例最高，占 27.6%；80-89 分的比例占 25.0%，60-69 分占 23.0%，90-100 分占 6.5%，合計有八成二（82.1%）的收視民眾給分超過及格的 60 分。評價在 59 分及以下者則有一成三（13.2%），另有 4.7% 的受訪者未評分。

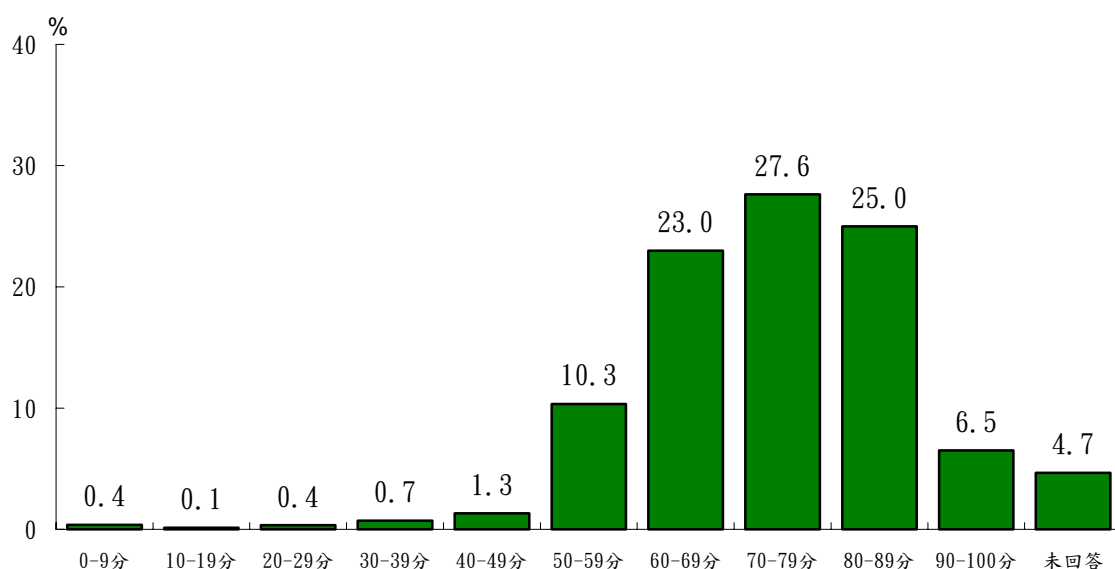


圖 3-5 收視民眾對有線電視整體表現評分(n=10,326)

整體而言，受訪民眾對「有線電視整體表現評分」的平均分數為 69.43 分（標準差=13.41），較之去年的 68.14 分小有進步，但仍未達到 70 分。進一步以單因子變異數分析發現：地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業與家中人數等項在「有線電視整體表現評分」有顯著差異：

- 1、以地區來看：北部地區收視民眾的整體評價（70.15）最高，中部地區（68.74）最低。
- 2、以縣市來看：台南市（70.92）、金門縣（70.90）收視民眾評價最高，各地區收視民眾的評價都在 66 分以上，僅有連江縣收視民眾的評價在及格邊緣（60.96）。

- 3、以年齡來看：年齡越高的收視民眾評價越低，其中以 50-59 歲收視民眾的評價（65.79）最低。
- 4、以教育程度來看：教育程度越高的收視民眾評分越高，其中以大學及以上教育程度評價最高（71.20）最高。
- 5、以職業來看：學生（76.21）、軍警（74.88）評價最高，農林漁牧工作人員評價（63.70）最低。
- 6、以家中人數來看：家中人數為 4 人家庭的收視民眾評價最高（69.96）。

三、收視民眾對有線電視系統業者之滿意度分析

此次調查沿用去年調查架構，主要係參考國內外學者之相關研究以及國內有線電視使用的情況，將收視民眾對有線電視系統業者的滿意度，區分為硬體服務、節目服務、客戶服務、收費合理性、社區服務等五大構面，以下針對五大構面逐項逐題進行深入剖析，以瞭解民眾對有線電視系統業者之滿意度：

(一) 硬體服務構面：硬體服務構面由 2 個題目構成，分別為「畫面品質」及「訊號穩定度」。

1、畫面品質

收視民眾表示滿意有線電視畫面品質的比例有 73.5% (非常滿意+滿意+有點滿意)，表示不滿意的比例則有 17.7% (非常不滿意+不滿意+有點不滿意)，表示普通者有 8.8%。

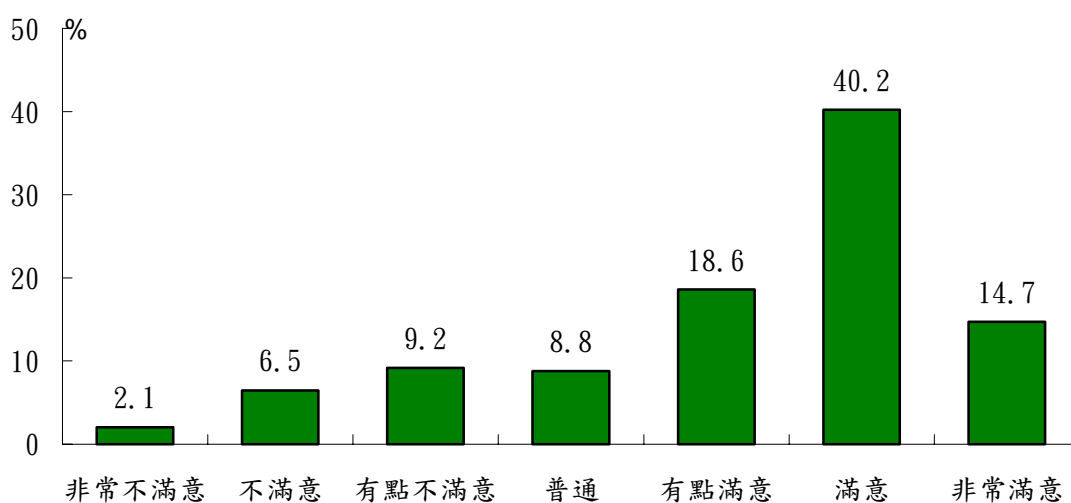


圖 3-6 畫面品質的滿意度(n=10,251)

整體而言，收視民眾對「畫面品質」的滿意度平均分數為 5.15 (標準差=1.53)。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示收視民眾在此題項偏向於滿意)，經由單因子變異數分析發現：居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中電視數目及每日收視時間等項在「畫面品質」滿意度有顯著差異：

- (1) 居住地區部分，居住在南部地區的收視民眾滿意度(5.21)最高，中部地區(5.09)最低。
- (2) 縣市別方面，台南市收視民眾滿意度(5.43)及花蓮縣(5.32)較高，金門縣(4.64)及連江縣(3.19)較低。
- (3) 年齡部分，15-19 歲 (5.43) 最高，30-39 歲及 40-49 歲 (5.03) 最低。
- (4) 教育程度部分，國(初)中(5.24)歷者較高，高中職(5.09)較低。
- (5) 職業別方面，學生 (5.41)、軍警(5.35)較高，技術員 (4.98) 較低。
- (6) 家中電視數目 1 台 (5.25) 最高，有 4 台電視者 (4.91) 最低。
- (7) 在每日收視時間方面，很少收看電視者(5.44)較高，每日收看 4-5 小時者(5.09)較低。

2、訊號穩定度

收視民眾表示滿意家中有線電視訊號穩定度的受訪民眾有 66.2% (非常滿意+滿意+有點滿意)，表示不滿意的則有 25.9% (非常不滿意+不滿意+有點不滿意)，表示普通者有 7.8%。

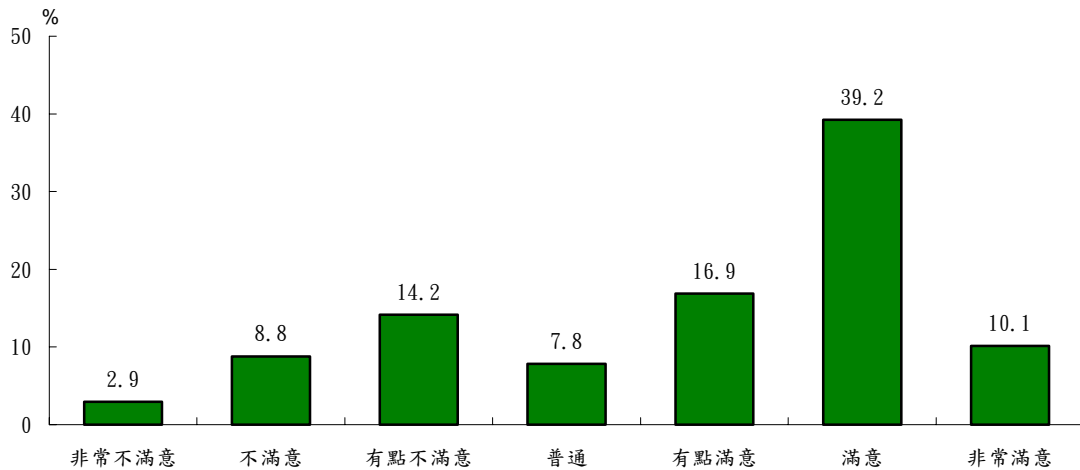


圖 3-7 訊號穩定度的滿意度(n=10,180)

整體而言，受訪民眾對「訊號穩定度」的滿意度平均分數為 4.85 (標準差=1.64)。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示民眾在此題項滿意)，經由單因子變異數分析發現：性別、居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、每日收視時間等項在「訊號穩定度」滿意度上有顯著差異：

- (1)性別方面，男性滿意度 (4.94) 高於女性 (4.76)。
- (2)居住地區部分，北部地區滿意度 (5.03) 最高，南部地區 (4.67) 最低。
- (3)縣市別部分，台北市 (5.14)、台北縣 (5.07) 及台南市 (5.05) 較高，連江縣 (2.46) 最低。
- (4)年齡部分，隨著年齡的增加，收視民眾的滿意度越低。60 歲以上收視民眾滿意度為 4.64 最低。

(5)教育程度方面，教育程度越高的收視民眾，滿意度越高。大學以上教育程度者滿意度為 5.10 最高。

(6)職業別方面，學生(5.16)及軍警(5.06)最高，農林漁牧業者(4.44)最低。

(7)每日收視時間部分，每天很少看電視者(5.17)最高，一天看 5 小時以上者(4.72)最低。

3、硬體服務構面整體滿意度

硬體服務構面的兩項指標：就收視「畫面品質」及「訊號穩定度」而言，收視民眾對有線電視的「畫面品質」較為滿意，約有七成四的滿意度，對「訊號穩定度」的滿意度相對較低，但是滿意度也達六成六。

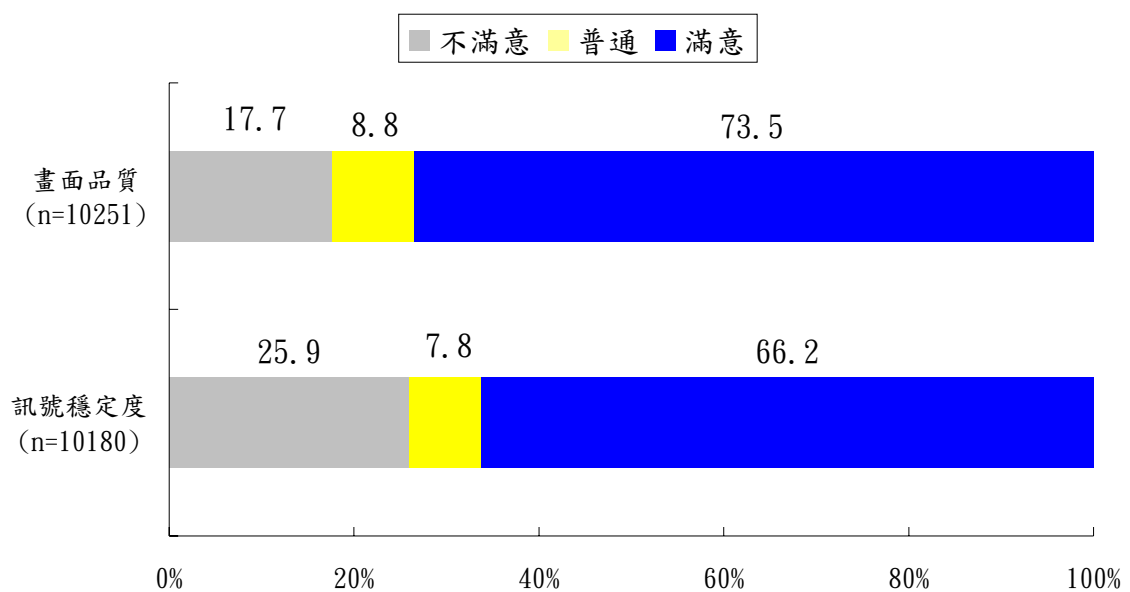


圖 3-8 硬體服務構面整體滿意度

整體而言，收視民眾對「硬體服務構面」整體的滿意度平均分數為 5.00（標準差=1.27。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示民眾對有線電視「硬體服務構面」感到滿意），經由單因子變異數分析發現：性別、地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中電視數目等項在「硬體服務構面」有顯著差異：

- (1) 男性滿意度 (5.04) 高於女性 (4.96)。
- (2) 居住在北部地區的收視民眾滿意度(5.08)最高，中部地區(4.91)最低。
- (3) 台南市的收視民眾滿意度 (5.23) 最高，其次是台北市 (5.19)；連江縣滿意度 (2.83) 最低。
- (4) 15-19 歲收視民眾滿意度(5.29)最高，50-59 歲及 40-49 歲(4.90)最低。
- (5) 教育程度越高的收視民眾滿意度越高，其中以大學及以上教育程度 (5.13) 最高，國小以下 (4.95) 最低。
- (6) 學生 (5.29)、軍警 (5.20) 滿意度最高，農林漁牧工作者滿意度 (4.83) 最低。
- (7) 家中電視 1 台電視機的收視民眾滿意度 (5.06) 最高。
- (8) 每日看電視時間越久者滿意度越低。

(二) 節目服務構面

節目服務構面由 2 個題目構成，分別為「頻道數量」、「節目內容水準與多樣性」。

1、頻道數量

對有線電視頻道數量的滿意度上，表示滿意的收視民眾有 84.1%(非常滿意+滿意+有點滿意)，表示不滿意的則有 10.3%(非常不滿意+不滿意+有點不滿意)，表示普通者有 5.6%。

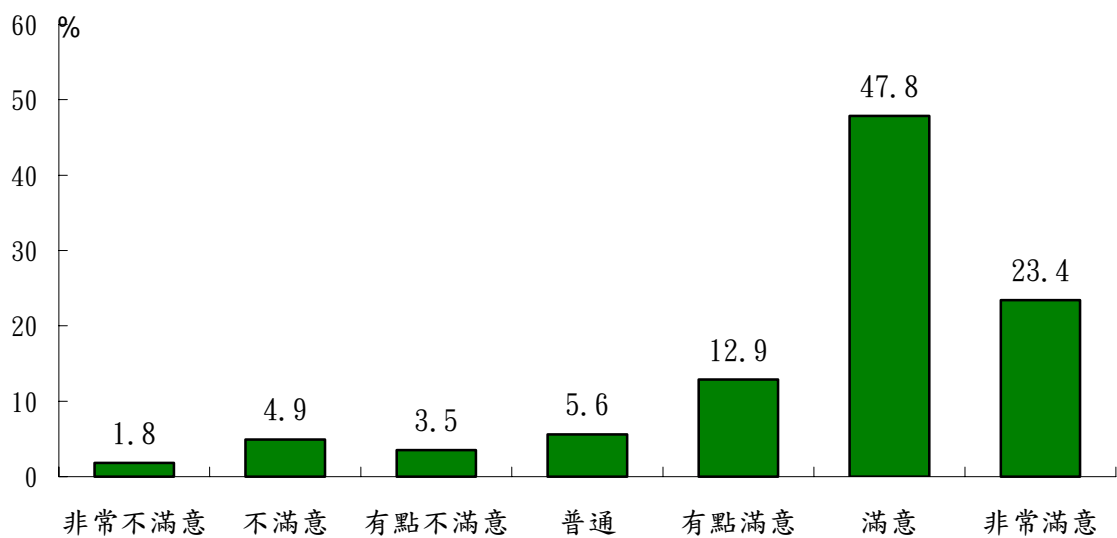


圖 3-9 頻道數量的滿意度(n=9,988)

整體而言，收視民眾對「頻道數量夠多」的滿意度平均分數為 5.60 (標準差=1.41。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示收視民眾對有線電視頻道數量滿意)，經由單因子變異數分析發現：地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業及家中人數等項在「頻道數量夠多」滿意度上有顯著差異：

- (1) 居住地區部分，北部地區 (5.69) 最高，東部地區 (5.41) 最低。
- (2) 縣市別方面，新竹市 (5.84) 及台南市 (5.75) 最高，澎湖縣 (5.13) 及連江縣 (4.23) 最低。
- (3) 年齡部分，15-19 歲 (5.85) 最高，50-59 歲 (5.48) 最低。

(4)教育程度方面，大學及以上教育程度(5.70)較高，國小及以下教育程度(5.47)較低。

(5)職業別，學生(5.80)及專業人士(5.74)較高，農林漁牧工作人員(5.45)較低。

(6)家中人數為4人者(5.66)較高，一個人住者(5.35)滿意度最低。

2、節目內容水準與多樣性

對於有線電視節目內容水準與多樣性上，表示滿意的收視民眾有50.1%（非常滿意+滿意+有點滿意），表示不滿意的則有34.1%（非常不滿意+不滿意+有點不滿意），表示普通者有15.8%，與94年資料相比較，滿意的比例都剛過半數，今年表示普通的比例則較去年增加許多，而不滿意的比例則是減少了。

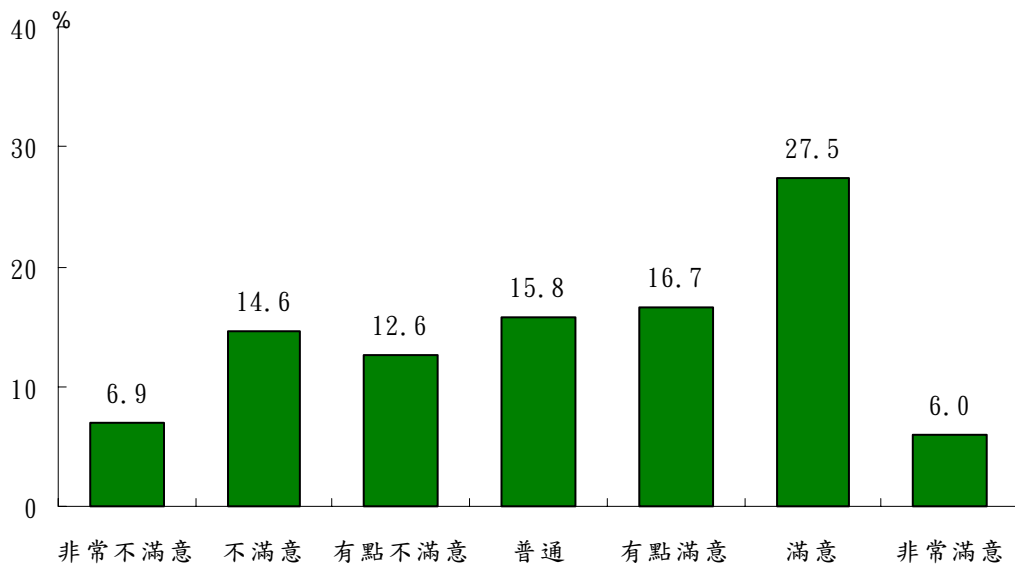


圖 3-10 節目內容水準與多樣性滿意度(n=9,726)

整體而言，收視民眾對「節目內容水準與多樣性」的滿意度平均分數為4.27（標準差=1.75。經單一樣本t檢定，與普通：4有顯著差異，

表示收視民眾對有線電視節目內容水準與多樣性滿意)，經由單因子變異數分析發現：地區、縣市、年齡、教育程度、職業與家中人數等項在「節目內容水準與多樣性」滿意度上有顯著差異：

- (1)地區部分，南部地區(4.43)最高，東部地區(4.16)最低。
- (2)縣市別方面，金門縣(4.55)、南投縣(4.54)及屏東縣(4.53)較高，彰化縣(3.99)、新竹市(3.98)及宜蘭縣(3.93)最低。
- (3)年齡部分，15-19歲(5.28)最高，40-49歲(3.78)最低。
- (2)教育程度方面，國(初)中教育程度(4.39)最高，專科(4.18)最低。
- (3)職業別部分，軍警(5.25)與學生(5.03)最高，民意代表、行政主管、企業主管、經理人員及自營商(3.87)最低。
- (4)家中人數為6人以上(4.38)較高，3人(4.14)較低。

3、「節目服務構面整體滿意度」：

就節目服務構面的兩項指標而言，受訪民眾對「頻道數量夠多」較為滿意，滿意度達八成四；反之，對「節目內容夠水準且多樣」較為不滿意，滿意度約五成。

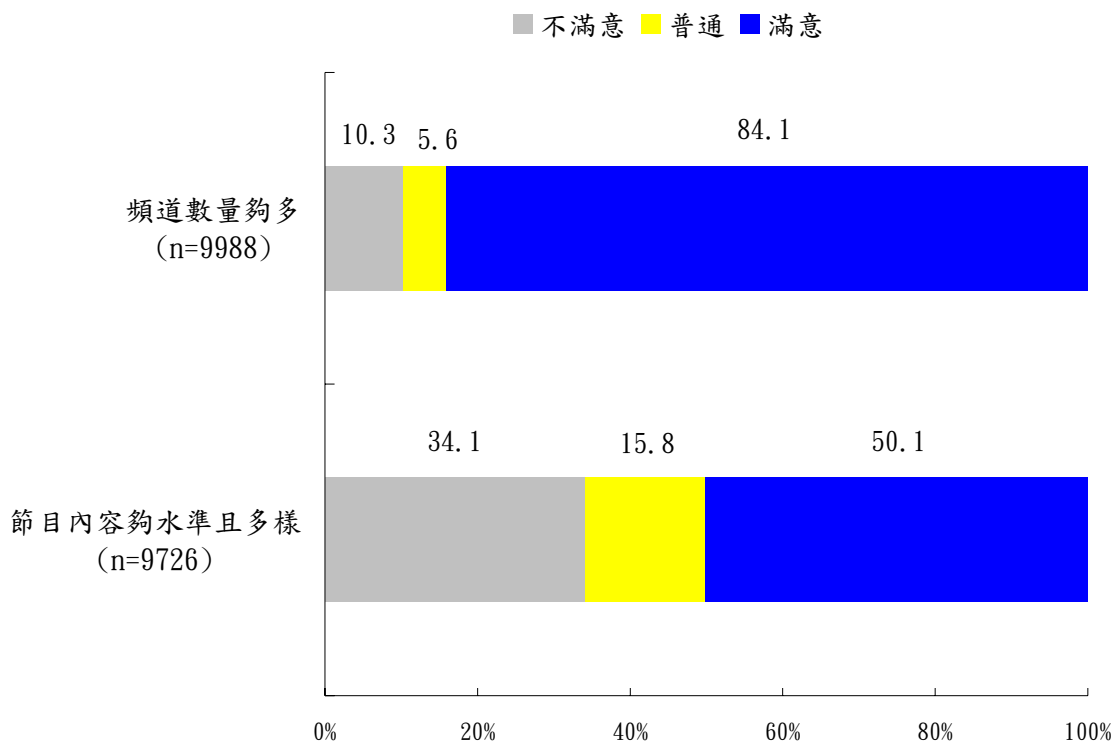


圖 3-11 收視節目服務構面滿意度

整體而言，收視民眾對「節目服務構面」的滿意度平均分數為 4.95（標準差=1.27。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示收視民眾對有線電視節目服務感到滿意），經由單因子變異數分析發現：地區、居住縣市、年齡、職業等項在「節目服務構面」有顯著差異：

- (1) 南部地區 (5.02) 收視民眾滿意度最高，東部地區 (4.81) 最低。
- (2) 屏東縣 (5.17)、台南市 (5.14) 較高，連江縣 (4.34) 最低。
- (3) 15-19 歲 (5.56) 滿意度最高，40-49 歲 (4.68) 及 50-59 歲 (4.70) 滿意度較低。
- (4) 學生 (5.42) 及軍警 (5.38) 滿意度較高，企業主管與經理人士滿意度 (4.71) 最低。

(三) 客戶服務構面

節目服務構面由 3 個題目構成，分別為有線電視系統「人員專業程度」、「人員服務態度」、及「叫修速度」。

1、人員專業程度

對有線電視系統人員專業程度上，表示滿意的收視民眾有 57.5%(非常滿意+滿意+有點滿意)，表示不滿意的收視民眾有 24.0%(非常不滿意+不滿意+有點不滿意)，表示普通的有 18.6%。

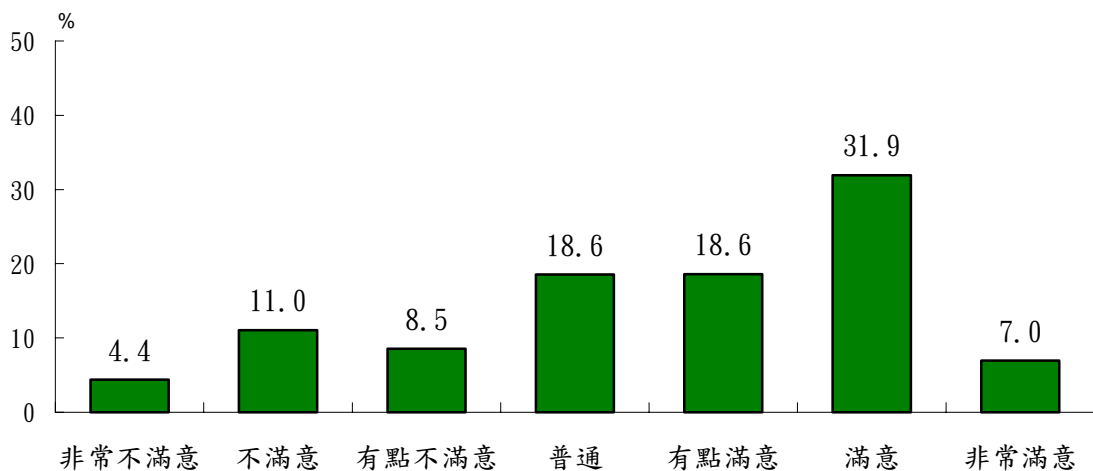


圖 3-12 對有線電視系統人員專業程度滿意度(n=6,014)

整體而言，收視民眾對有線電視系統「人員專業程度」的滿意度平均分數為 4.60 (標準差=1.63。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示收視民眾對有線電視系統業者人員專業程度感到滿意)，經由單因子變異數分析發現：性別、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中人數等項在「人員專業程度」滿意度有顯著差異：

(1)性別部分，男性 (4.65) 高於女性 (4.54)。

(2)縣市別方面，台南市(4.95)及金門縣(4.91)最高，新竹市(4.05)及連江縣(3.11)最低。

(3)15-19 歲 (5.31) 較高，30-39 歲及 40-49 歲 (4.30) 較低。

(4)教育程度部分，隨著教育程度的降低，民眾滿意度越高。

(5)職業別方面，軍警(5.10)、學生(5.05)及農林漁牧業者(5.02)最高，專業人士(4.00)最低。

(6)家中人數6人以上(4.66)最高，3人(4.50)最低。

2、人員服務態度

對有線電視系統人員服務態度滿意度上，表示滿意的收視民眾有64.2%（非常滿意+滿意+有點滿意），表示不滿意的比例為17.9%（非常不滿意+不滿意+有點不滿意），表示普通的有17.9%。

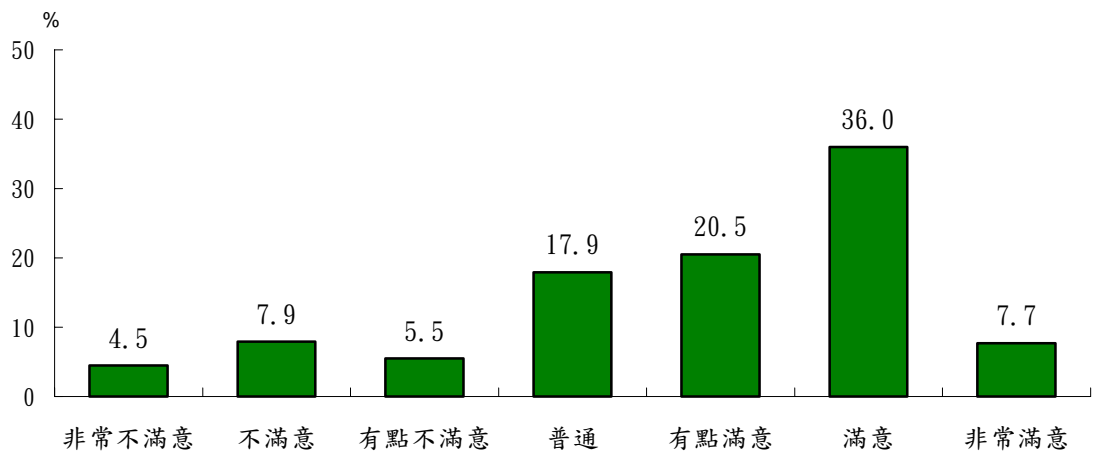


圖 3-13 對有線電視系統人員服務態度滿意度(n=6,722)

整體而言，收視民眾對有線電視系統「人員服務態度」的滿意度平均分數為4.81（標準差=1.57。經單一樣本t檢定，與普通：4有顯著差異，表示收視民眾對有線電視系統業者人員服務態度感到滿意），經由單因子變異數分析發現：居住地區、居住縣市、年齡、教育程度及職業等項在有線電視系統「人員服務態度」滿意度有顯著差異：

(1)居住地區部分，東部地區(4.95)最高，北部地區(4.75)最低。

(2)縣市別方面，金門縣(5.30)及台東縣(5.10)最高，嘉義縣(4.55)與新竹市(4.40)最低。

(3)年齡部分，15-19歲(5.46)最高，40-49歲(4.55)最低。

(4)教育程度方面，隨著教育程度越低，滿意度越高。

(5)職業別部分，學生(5.21)、軍警(5.14)最高，民意代表、行政企業主管、經理人員及自營商(4.51)及專業人士(4.44)等白領階級民眾較低。

3、叫修速度

有線電視有問題時，系統業者叫修速度是否令收視戶滿意，調查發現，表示滿意的收視民眾有61.0%（非常滿意+滿意+有點滿意），表示不滿意的民眾為26.9%（非常不滿意+不滿意+有點不滿意），表示普通的有12.1%。

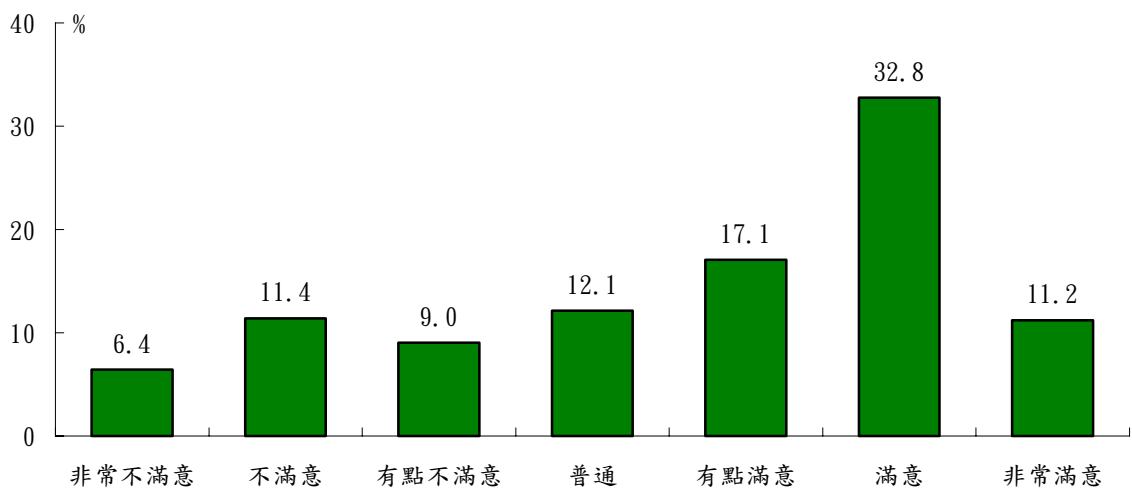


圖 3-14 叫修速度滿意度(n=7,547)

整體而言，收視民眾對有線電視有問題時的「叫修速度」滿意度平均分數為4.65（標準差=1.79。經單一樣本t檢定，與普通：4有顯著差異，表示收視民眾對叫修速度滿意），經由單因子變異數分析發現：性別、居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中電視數目及家中人數等項在「叫修速度」滿意度有顯著差異：

- (1)性別部分，女性(4.69)高於男性(4.61)。
- (2)居住地區方面，北部地區(4.71)最高，東部地區(4.35)最低。
- (3)縣市別部分，台南市(4.93)、台北縣(4.89)及嘉義縣(4.84)最高，連江縣(2.90)最低。
- (4)年齡方面，60歲以上(5.07)較高，30-39歲(4.45)較低。
- (5)國小及以下教育程度(5.02)最高，專科(4.39)最低。
- (6)職業別部分，退休、無業或待業中者(4.93)較高，技術員、民意代表、行政企業主管、經理人員及自營商(4.40)及專業人士(4.39)較低。
- (7)家中電視數目1台(4.76)最高，4台(4.44)最低。
- (8)家中人數2人者(4.82)最高，6人及以上者(4.57)最低。

4、客戶服務構面整體滿意度

就客戶服務構面的三項指標而言，以「人員服務態度」六成四的滿意度最高；對「人員專業程度」五成八的滿意度較低。

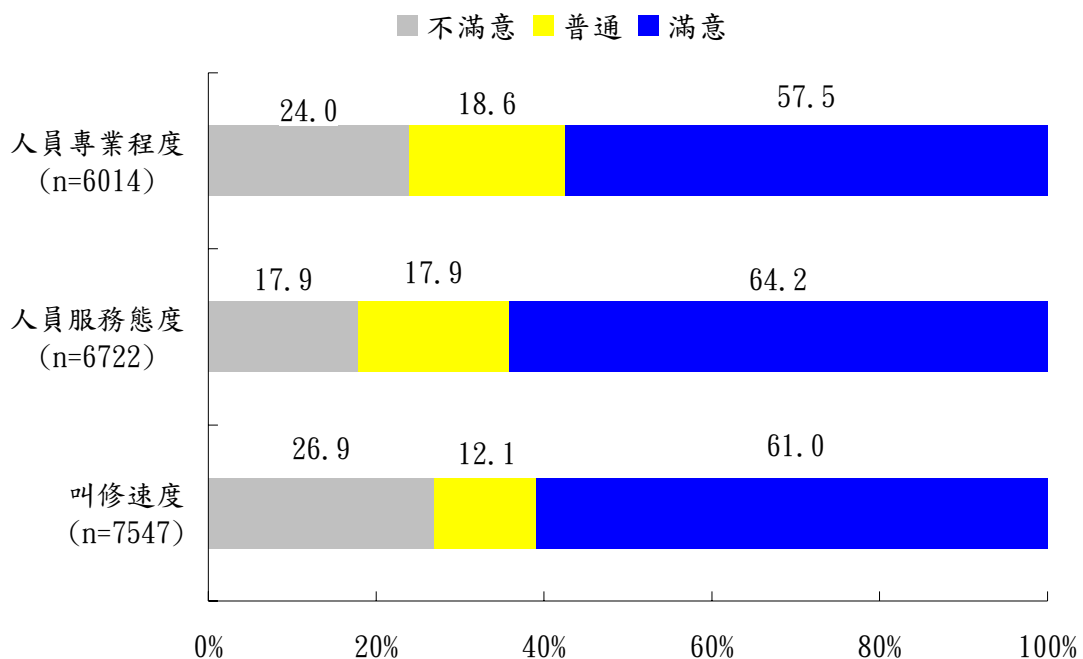


圖 3-15 客戶服務構面滿意度

整體而言，收視民眾對「客戶服務構面」的滿意度平均分數為 4.68（標準差=1.47。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示民眾對有線電視系統業者的客戶服務感到滿意），經由單因子變異數分析發現：居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中電視數目等項在「客戶服務構面」有顯著差異：

- (1) 台南市 (4.95)、屏東縣 (4.89)、金門縣 (4.84) 與嘉義縣 (4.82) 的滿意度較高，連江縣 (3.62) 最低。
- (2) 15-19 歲 (5.11) 滿意度最高，30-39 歲 (4.48) 最低。
- (3) 教育程度越高的收視民眾滿意度越低，其中以國小及以下教育程度滿意度 (4.99) 最高，專科教育程度 (4.47) 最低。
- (4) 學生 (4.97) 與軍警人員 (4.95) 滿意度較高，專業人士 (4.34) 滿意度最低。
- (5) 家中電視機數目越多者滿意度越低，家中有 1 台電視機者滿意度 (4.75) 最高。

(四) 收費合理性構面

收費情形由 2 個題目構成，分別為「收費合理性」與「合理的基本頻道收費價格」。

1、收費合理性

目前有線電視的收費標準以最低每個月 500 元，最高不得超過每個月 600 元，由各地方主管機關核定收費標準。調查結果發現，多數收視民眾認為目前有線電視的收費價格並不合理，認為收費過高的比例為 53.1%，與去年的 53.2% 幾乎一樣，僅有 0.1% 收視戶認為收費過低；此外認為目前收視費用合理的比例為 32.5%。另有 14.2% 未表示具體意見。

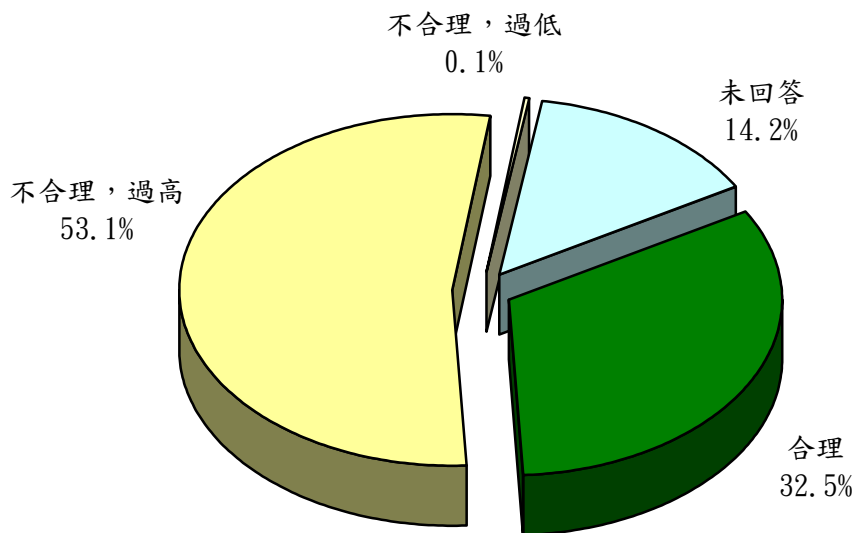


圖 3-16 民眾對有線電視收費合理性看法(n=10,326)

交叉分析發現，女性收視民眾認為收費不合理的比例高於男性；北部地區收視民眾認為收費合理的比例較其他地區收視民眾高，東部地區收視民眾認為不合理的比例最高；大學以上高教育程度者認為收費合理的比例較其他教育程度收視民眾高；每日收看電視時間較長者認為收費不合理的比例高於其他收視民眾。

2、合理的基本頻道收費價格

進一步詢問認為目前收費價格不合理的受訪者，得知其平均的合理收費價格為 306 元，其中有 2.6%認為應在「100 元以下」，6.7%認為「101-200 元」，39.2%的認為「201-300 元」，26.7%認為「301-400 元」，15.1%認為「401-500 元」，1.1%認為「501-600 元」，0.3%認為「601 元以上」；表示「不知道/未回答」者則有 8.3%。

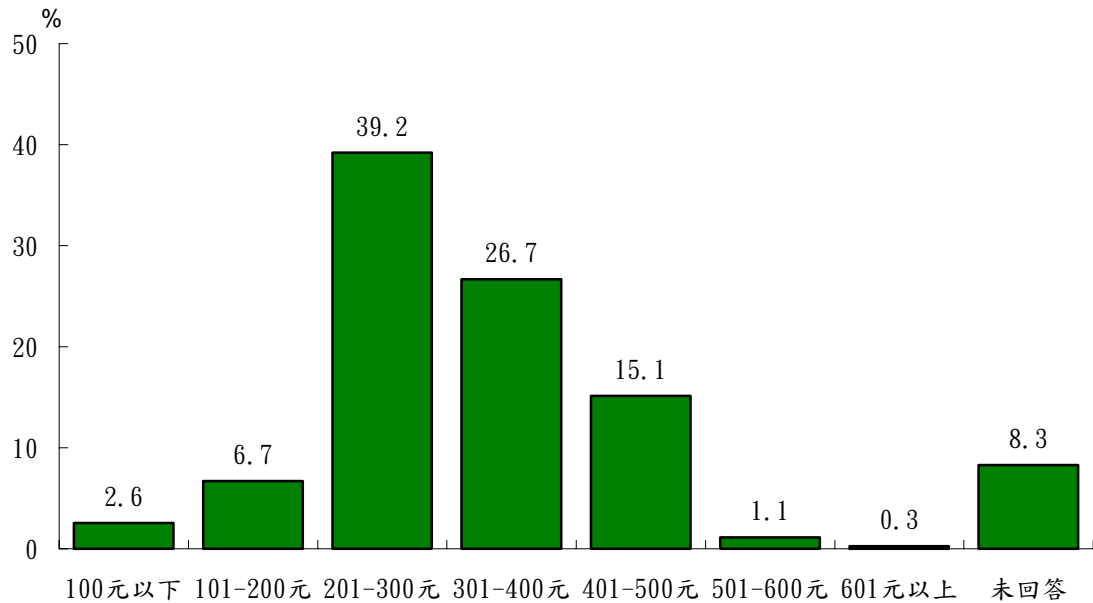


圖 3-17 收視民眾認為合理的頻道收費價格(n=5, 497)

由收視民眾認為合理的價格來看，男性可以接受的收費價格（310 元）高於女性（302 元），東部地區收視民眾可以接受的合理收費最高（334 元），南部地區最低（289 元）；農林漁牧工作人員可接受的收費價格（321 元）高於其他職業，軍警人員可以接受的金額最低（296 元）。

(五) 社區服務構面

社區服務構面由 4 個題目構成，分別為「自製頻道經營情況」、「自製頻道水準」、「公益/公用頻道經營情況」及「公益/公用頻道水準」等。

1、有線電視系統自製頻道經營情況

表示家中安裝的有線電視系統業者有推出自製頻道的比例為 51.1%，表示沒有的有 25.3%，另外有 23.6%表示「不知道/未回答」，比例與去年相同。

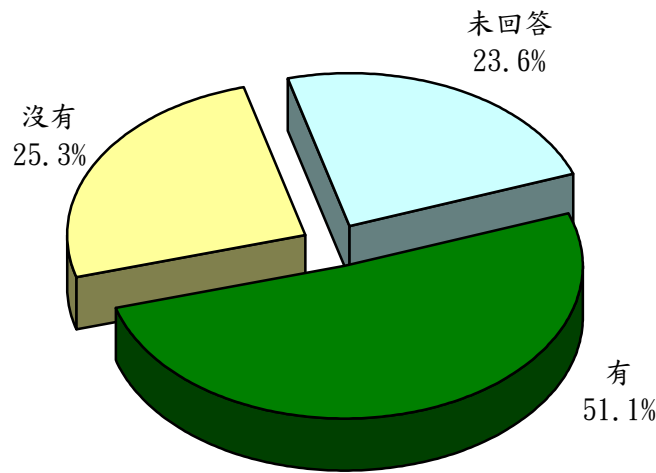


圖 3-18 有線電視系統自製頻道經營情況(n=10,326)

與收視戶居住地區交叉分析發現，居住在東部地區（73.2%）的收視民眾家中有線電視有推出自製頻道的比例最高，中部地區（64.3%）次之，南部地區（47.3%）再次之，北部地區（43.4%）最低；若以各縣市區分，發現以外島離島縣市有自製頻道的比例較高，其中以澎湖縣（82.8%）與金門縣（81.7%）最高，台北市（15.9%）最低。

2、有線電視系統自製頻道水準

此次調查，針對表示所收視的有線電視系統業者「有」推出自製頻

道的受訪者，詢問其對於該「自製頻道整體水準」的滿意程度，表示滿意的受訪民眾有 44.2%（非常滿意+滿意+有點滿意），表示不滿意的受訪民眾有 34.8%（非常不滿意+不滿意+有點不滿意），表示普通的有 21.1%。

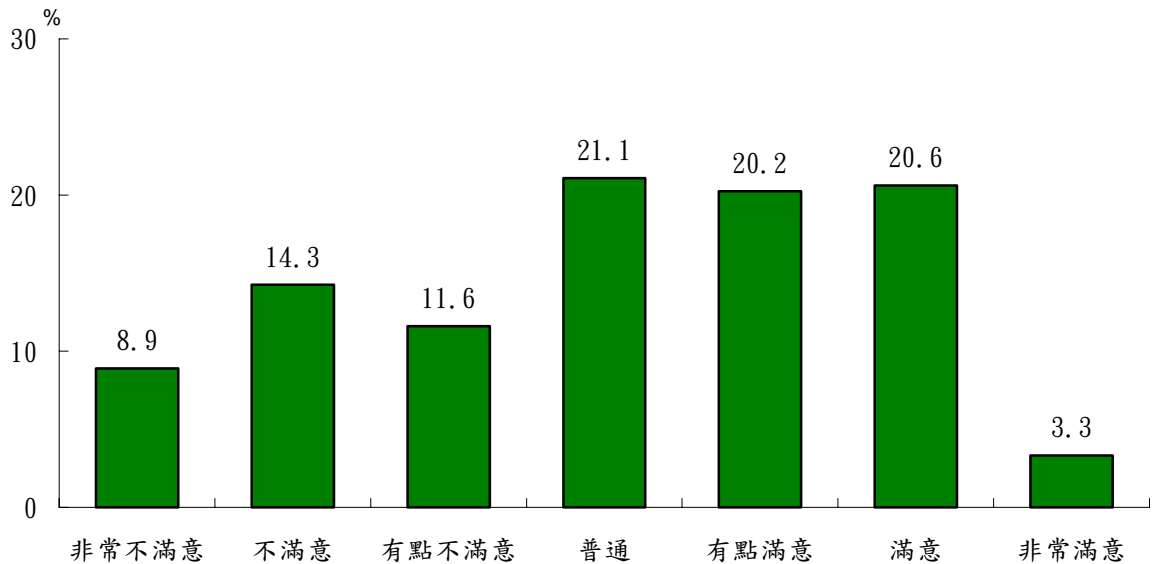


圖 3-19 對有線電視系統自製頻道水準滿意度(n=3,898)

整體而言，收視民眾對有線電視系統「自製頻道水準」的滿意度平均分數為 4.05（標準差=1.68。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 無顯著差異，也就是收視民眾對自製頻道的水準看法感到普通），經由單因子變異數分析發現：居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中人數等項在「自製頻道水準」有顯著差異：

- (1) 居住地區部分，中部地區（4.21）最高，東部地區（3.93）最低。
- (2) 縣市別方面，嘉義縣（4.58）、宜蘭縣（4.48）最高，花蓮縣（3.52）、台東縣（3.44）及連江縣（1.00）最低。
- (3) 年齡方面，15-19 歲（4.62）較高，40-49 歲（3.80）較低。
- (4) 教育程度部分，國（初）中（4.58）較高，大學及以上（3.59）較低。
- (5) 職業別方面，農林漁牧工作人員（4.49）及體力工（4.35）等藍領

工作者高於專業人士(3.58)、公務員/教師(3.51)等白領工作者。

(6)家中人數6人及以上(4.19)最高，4人(3.94)最低。

3、有線電視系統公益/公用頻道經營情況

目前公用頻道定頻在第3頻道，調查發現，受訪民眾表示家中收視的有線電視系統業者有推出公益/公用頻道的比例為21.3%，比例較去年下降不少，表示沒有為35.4%，另外有43.3%表示「不知道/未回答」。顯示公益頻道在本年度中成果不彰，未來公益頻道的行銷有待加強。

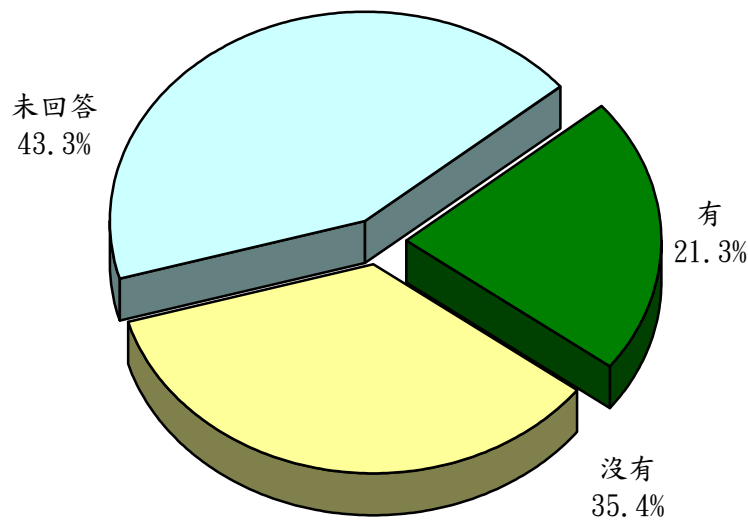


圖 3-20 有線電視系統公益/公用頻道經營情況(n=10,326)

與收視戶居住地區交叉分析發現，居住在中部地區的收視民眾家中收視的有線電視有公益/公用頻道的比例最高(27.5%)，東部地區(22.4%)次之，南部地區(19.8%)再次之，北部地區(18.3%)最低；若以各縣市區分，則以彰化縣(33.9%)與台中縣(30.8%)較高，台北市(11.6%)最低。

4、有線電視系統公益/公用頻道水準

針對表示所收視的有線電視系統業者「有」推出公益/公用頻道的受訪者，詢問其對於該「公益/公用頻道水準」的滿意程度，表示滿意的受訪民眾有 56.5%（非常滿意+滿意+有點滿意），表示不滿意的受訪民眾有 21.2%（非常不滿意+不滿意+有點不滿意），表示普通的有 22.3%。

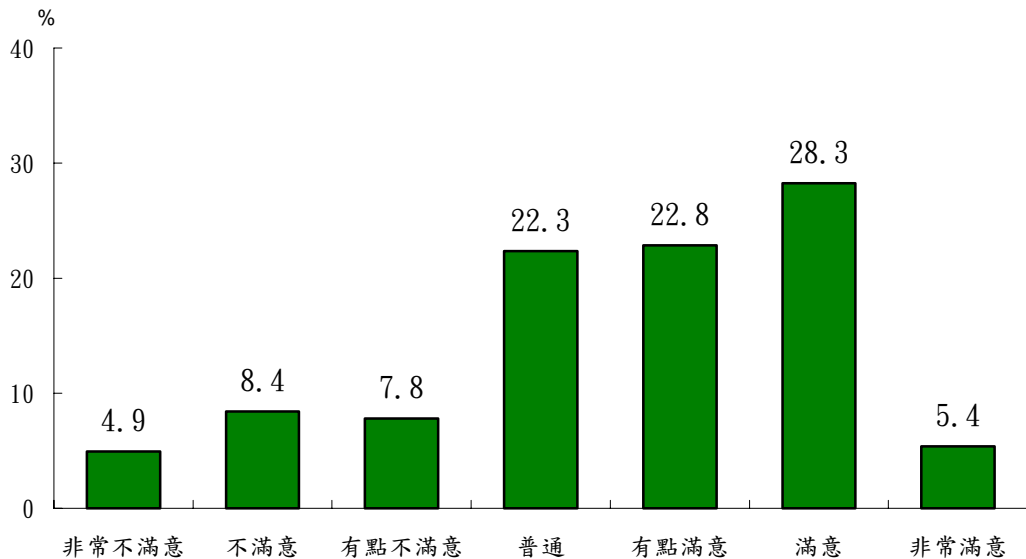


圖 3-21 對有線電視系統公益/公用頻道水準滿意度(n=1,730)

整體而言，受訪民眾對有線電視系統「公益/公用頻道水準」的滿意度平均分數為 4.56（標準差=1.55。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示民眾在此題項滿意），經由單因子變異數分析發現：居住縣市、年齡、教育程度、職業及家中人數等項在「公益/公用頻道水準」有顯著差異：

- (1)縣市別方面，連江縣（6.00）、金門縣（5.72）及新竹市（5.55）最高，台南縣及台東縣（4.19）與台北市（4.18）最低。
- (2)年齡部分，15-19 歲（5.27）較高，40-49 歲（4.26）及 30-39 歲（4.24）較低。
- (3)教育程度部分，國（初）中（5.08）教育程度較高，大學及以上（4.12）較低。

(4)職業別方面，農林漁牧工作人員(5.19)及軍警(5.15)較高，專業人士(4.08)及技術員(4.07)較低。

(5)家中人數6人及以上者(4.78)最高，3人(4.16)最低。

5、社區服務構面整體滿意度

就社區服務構面的兩項指標而言，受訪民眾對「公益/公用頻道水準」的滿意度較高，約五成七；對「自製頻道水準」較不滿意，滿意度為四成四。

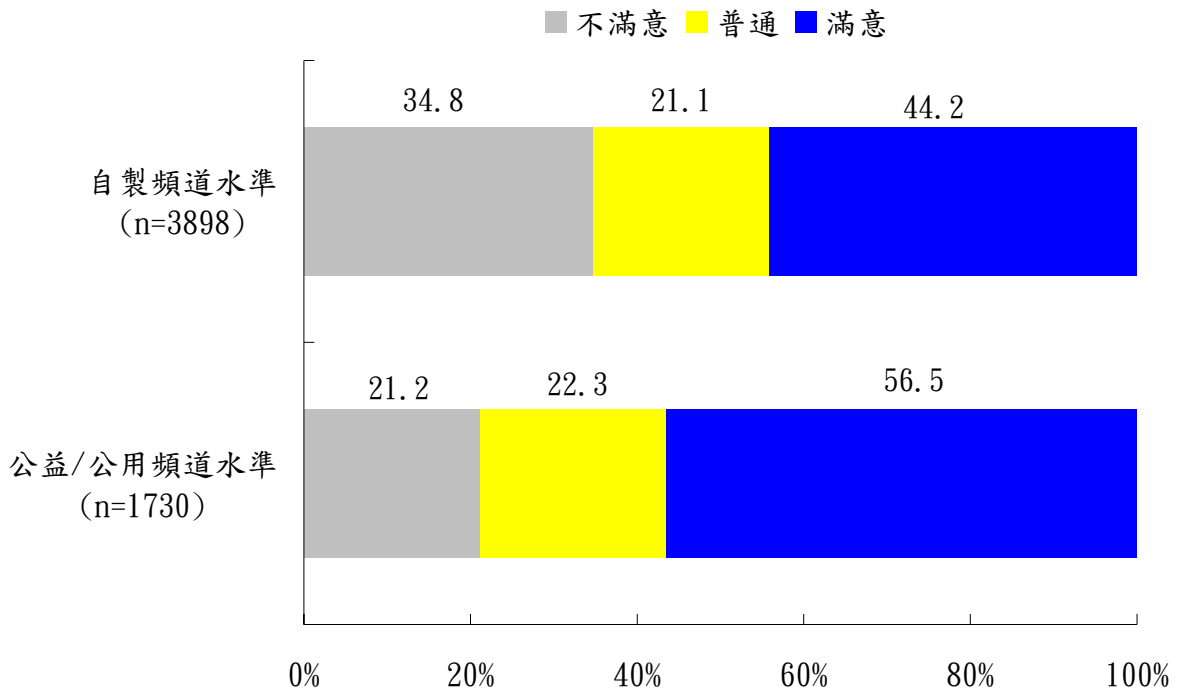


圖 3-22 社區服務構面滿意度

整體而言，受訪者對「社區服務構面」的滿意度平均分數為 4.16 (標準差=1.61)。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示收視民眾對有線電視系統業者社區服務感到滿意)，經由單因子變異數分析發現：地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業與家中人數等項在「社區服務構面」有顯著差異：

- (1) 中部地區滿意度最高 (4.29)，東部地區 (4.01) 最低。
- (2) 嘉義縣滿意度 (4.73) 最高，連江縣 (2.16) 最低。
- (3) 15-19 歲 (4.82) 最高，40-49 歲 (3.91) 最低。
- (4) 教育程度越高的收視民眾滿意度越低，大學及以上 (3.69) 及專科教育 (3.87) 最低。
- (5) 農林漁牧工作者 (4.64) 及學生 (4.48) 最高，專業人士 (3.67) 與公務員、教師 (3.69) 最低。
- (6) 家中人數 6 人及以上 (4.37) 最高，3 人 (4.01) 最低。

四、收視民眾對縣市政府在管理有線電視業務之滿意度

收視民眾對縣市政府在節目與廣告管理的滿意度，有 37.2%的受訪民眾表示滿意（非常滿意+滿意+有點滿意），43.5%的受訪民眾表示不滿意（非常不滿意+不滿意+有點不滿意），另有 19.3%的受訪民眾表示普通。收視民眾不滿意縣市政府管理的比例高於滿意的比例。

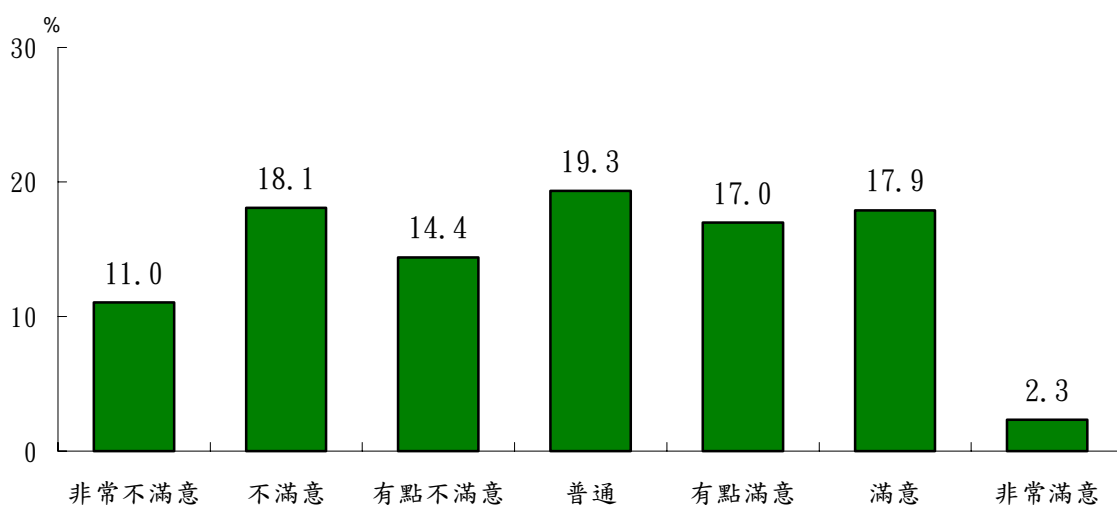


圖 3-23 對縣市政府在節目與廣告管理滿意度(n=8,548)

整體來說，受訪民眾對「縣市政府在節目與廣告管理」的滿意度平均分數為 3.76（標準差=1.70。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，顯示民眾對於縣市政府管理有線電視業務感到不滿意），經由單因子變異數分析發現：居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、每日收視時間、家中人數等項在「地方縣市政府節目與廣告管理」滿意度有顯著差異：

- (1)居住地區部分，東部地區（4.08）最高，北部地區（3.66）。
- (2)縣市別方面，台東縣(4.25)及嘉義縣(4.22)較高，嘉義市(3.37)較低。
- (3)年齡部分，15-19 歲（4.51）最高，40-49 歲（3.47）最低。

(4)教育程度方面，國(初)中(4.07)較高，大學及以上(3.52)較低。

(5)職業別方面，學生(4.31)及軍警(3.91)最高，民意代表、行政企業主管、經理人員及自營商(3.40)、專業人士(3.28)最低。

(6)每日收視時間半小時-1 小時者(4.03)最高，3-4 小時者(3.70)最低。

(7)家中人數6人及以上(3.84)較高，1人(3.66)最低。

五、收視民眾對有線電視節目與廣告管理之滿意度

(一) 對地方廣告蓋台的想法

目前法令規定地方合法的蓋台為，一小時節目可插播一分鐘廣告，但是超過一分鐘則為非法蓋台，調查結果發現，收視民眾對於現在地方廣告蓋台的情形，有 50.8% 表示嚴重（非常嚴重+嚴重+有點嚴重），38.7% 收視民眾認為不嚴重（非常不嚴重+不嚴重+有點不嚴重），10.6% 表示普通。

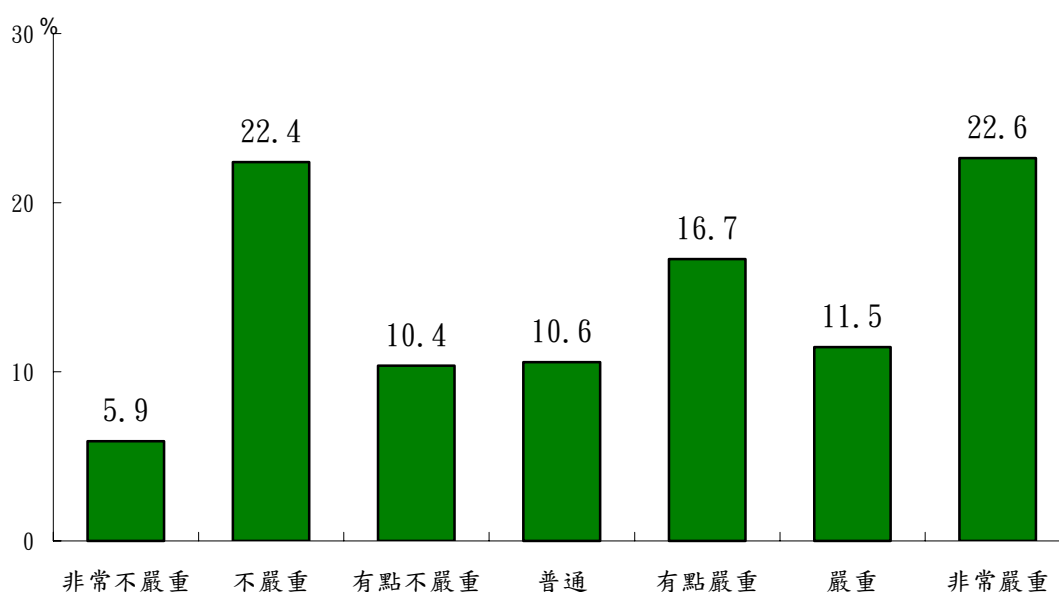


圖 3-24 地方廣告蓋台情況看法(n=8,864)

如果以滿意度來看收視民眾對地方廣告蓋台的情況，「非常不嚴重」的滿意程度為「非常滿意」並且以 7 分表示、「非常嚴重」的滿意程度為「非常不滿意」並且以 1 分表示。整體來說，受訪民眾對於現在「地方廣告蓋台」的滿意度平均分數為 3.65（標準差=2.02。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示民眾對於現在地方廣告蓋台情況不滿意，也就是認為目前地方廣告蓋台嚴重），經由單因子變異數分析發現：地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、每日收看電視時間與家中人數等項在「地方廣告蓋台」有顯著差異：

- (1)居住地區部分，東部地區收視民眾滿意度最高(3.92)最高，中部地區滿意度最低(3.41)。
- (2)縣市別方面，以澎湖縣(4.82)及台東縣(4.61)滿意度較高，南投縣(3.07)與嘉義市(3.12)滿意度較低。
- (3)年齡部分，60歲以上(3.92)及50-59歲者(3.91)滿意度較低，20-29歲(3.41)滿意度較低，
- (4)教育程度方面，教育程度越高的收視民眾滿意度越低，大學及以上教育程度滿意度為3.23最低。
- (5)職業別方面，體力工(4.10)及退休、無業或待業者(3.9)滿意度較高，軍警(3.28)與專業人士(3.43)滿意度最低，。
- (6)每日收看電視時間5小時以上的收視民眾滿意度(3.81)最高。
- (7)家中人數為4人家庭的收視民眾滿意度(3.56)最低。

(二) 對購物頻道品質的滿意度

調查結果發現，受訪民眾對購物頻道整體品質的滿意度，有48.9%的受訪者表示滿意(非常滿意+滿意+有點滿意)，27.4%的受訪者表示不滿意(非常不滿意+不滿意+有點不滿意)，表示普通的有23.7%。

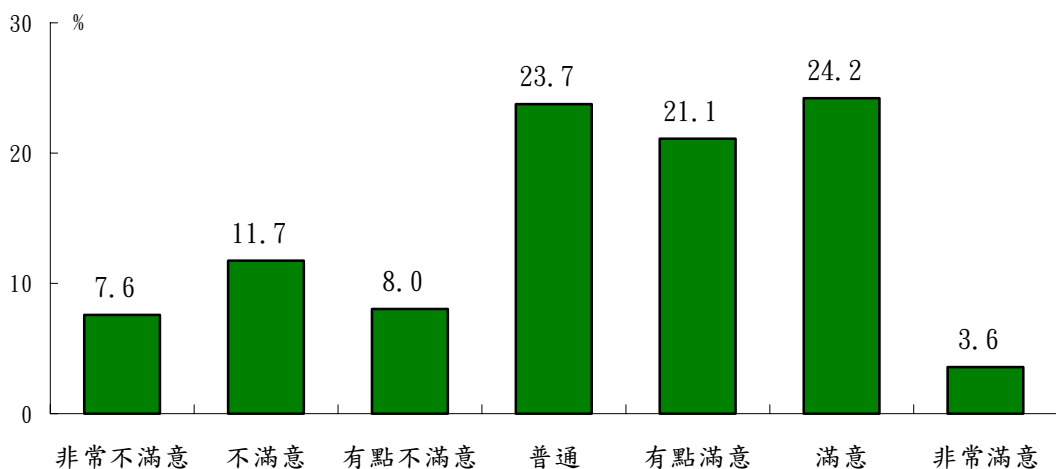


圖 3-25 購物頻道品質的滿意度(n=6,449)

整體來說，受訪民眾對「購物頻道品質」的滿意度平均分數為 4.26 (標準差=1.63。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異)，經由單因子變異數分析發現：性別、居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中電視數目等項在「購物頻道品質」滿意度上有顯著差異：

(1)性別部分，女性(4.31)高於男性(4.20)。

(2)居住地區部分，東部地區(4.52)最高，北部地區(4.19)最低。

(3)縣市別方面，金門縣(4.98)與澎湖縣(4.90)最高，台南縣(4.13)及台北市(4.08)最低。

(4)年齡部分，15-19 歲 (5.10) 最高，50-59 歲 (3.68) 最低。

(5)教育程度部分，國(初)中 (4.43) 最高，國小及以下 (4.03) 最低。

(6)職業別方面，學生 (4.89) 及軍警 (4.67) 最高，民意代表、行政主管、企業主管、經理人員及自營商 (3.81)、農林漁牧工作者(3.74) 最低。

(7)家中電視數目 2 台者(4.33)較高，5 台以上(4.04)較低。

(三) 對公益及闔家觀賞、兒少頻道集中規劃於前面頻道的滿意度

1. 滿意度方面

調查結果發現，受訪民眾對於「將公益及闔家觀賞、兒少頻道集中規劃於前面頻道播送」的滿意度，表示滿意的受訪民眾有 82.5%（非常滿意+滿意+有點滿意），僅有 4.6% 的受訪民眾表示不滿意（非常不滿意+不滿意+有點不滿意），有 12.8% 的受訪民眾表示普通。

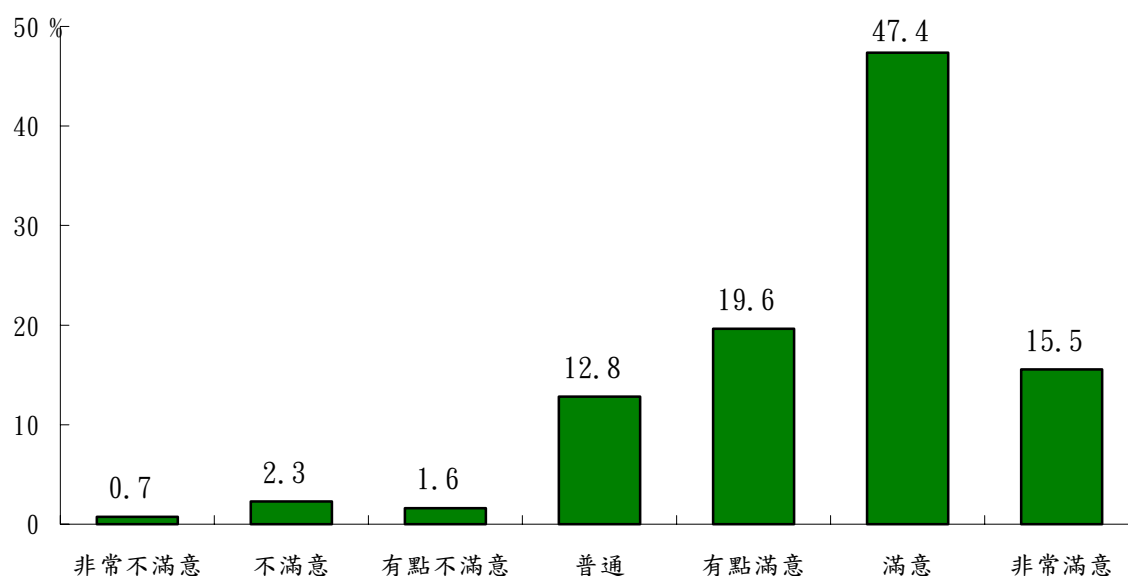


圖 3-26 對公益及闔家觀賞、兒少頻道集中前段設置的滿意度(n=9,165)

整體來說，受訪民眾對公益及闔家觀賞、兒少頻道集中於前段的滿意度平均分數為 5.53（標準差=1.16。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異），經由單因子變異數分析發現：居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中電視數目等項在對該類頻道集中於前段的滿意度上有顯著差異：

- (1) 居住地區部分，東部地區(5.70)最高，北部地區(5.48)最低。
- (2) 縣市別方面，嘉義市(5.95)及台東縣(5.85)最高，連江縣(5.13)最低。
- (3) 年齡方面，30-39 歲 (5.60) 及 20-29 歲(5.59)較高，60 歲以上

(5.38) 較低。

(4)教育程度部分，大學及以上者(5.60)較高，國小以下(5.40)較低。

(5)職業別方面，事務工作人員(5.65)及軍警(5.63)較高，退休、無業或待業中者(5.38)較低。。

(6)家中電視數目5台以上(5.59)最高，1台(5.47)最低。

2. 不滿意的原因

詢問民眾不滿意「將公益及闔家觀賞、兒少頻道集中規劃於前面頻道播送」之原因，29.2%表示「頻道號碼更改造成收視不方便」，16.0%表示「轉台方便不需要特別做區隔」，其它如「闔家觀賞的機會很少不需特別設置」(8.3%)、「有些頻道不適合闔家觀賞」(7.9%)、「不知道這樣規劃的目的」(7.2%)、「公益及闔家觀賞頻道節目類型沒有統一」(6.9%)、「部分頻道內容不夠好」(3.6%)、「公益及闔家觀賞頻道設置太多台」(2.5%)等也是讓民眾不滿意公益及闔家觀賞、兒少頻道集中前段播出的原因。

(四) 對購物頻道集中區塊的意見及對購物頻道數量的滿意度

1. 民眾是否認為購物頻道應集中區塊

詢問民眾對於「購物頻道集中區塊」的看法，民眾回答「是」的比例達 79.2%，表示「否」的比例為 6.4%，14.3%的民眾「未回答」。

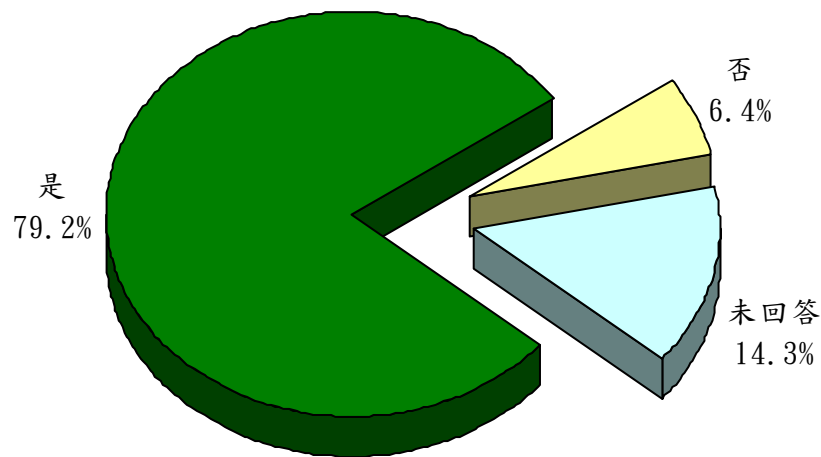


圖 3-27 購物頻道集中區塊看法(n=10,326)

交叉分析顯示，性別、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中電視數目、每日收視時間、家中人數等項在「購物頻道集中區塊」的看法上有顯著差異：

- (1)性別部分，男性（80.1%）認為應該集中區塊的比例高過女性（78.3%）。
- (2)縣市別方面，屏東縣（84.5%）、雲林縣（81.9%）及台中市（81.7%）認為購物頻道應集中區塊的比例最高，嘉義市（70.4%）、基隆市（70.2%）及金門縣（67.8%）最低。
- (3)年齡方面，20-29 歲認為應該的比例最高，達 90.8%，60 歲以上（56.6%）最低。
- (4)教育程度部分，專科及大學及以上者（87.8%）認為應該的比例較高，國小以下為 56.7%較低。

- (5)職業別方面，事務工作人員及學生認為應該的比例為 88.8%較高，退休、無業或待業中者 62.6%的比例較低。
- (6)家中電視數目為 4 台者(82.3%)認為應該集中區塊的比例最高，最低的是家中有一台電視者，為 78.2%。
- (7)每日收視時間 4-5 小時者認為應該的比例為 84.0%最高，很少看電視者最低，為 63.9%。
- (8)家中人數為 4 人者(83.4%)認為應該的比例較高，1 人者(70.5%)較低。

2. 對購物頻道數量的滿意度看法

調查結果顯示，有 40.0%的受訪民眾對目前購物頻道數量表示「滿意，數量適中」，35.6%表示「不滿意，數量過多」，1.3%表示「不滿意，數量過少」，23.0%的民眾則是「不知道/未回答」。

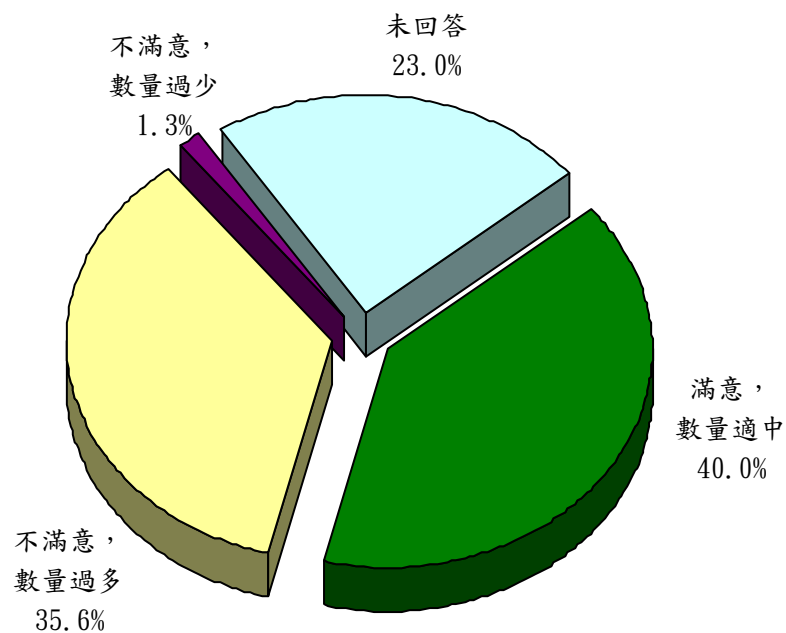


圖 3-28 對購物頻道數量的滿意度(n=10,326)

交叉分析顯示，性別、居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中電視數目、每日收視時間、家中人數等項在「購物頻道數量的滿意度」上有顯著差異：

- (1)性別部分，男性(41.2%)滿意的比例高過女性(38.9%)。
- (2)居住地區部分，東部地區(29.9%)不滿意購物頻道數量過多的比例最低。
- (3)縣市別方面，金門縣(50.3%)、澎湖縣(49.7%)及新竹縣(48.5%)及金門縣(48.3%)滿意的比例最高，台南縣(32.5%)及嘉義市(30.1%)最低。
- (4)年齡方面，15-19歲(69.7%)滿意的比例較高，50-59歲(24.3%)較低。
- (5)教育程度部分，高中職(44.2%)滿意的比例較高，國小以下為26.6%較低。
- (6)職業別方面，學生(64.8%)及軍警(62.4%)表示滿意的比例較高，退休、無業或待業者(29.5%)與農林漁牧業者(23.2%)較低。
- (7)家中電視數目為4台者(45.7%)滿意的比例最高，最低的是家中有一台電視者，為37.2%。
- (8)每日很少看電視者不滿意數量過多的比例最低，為23.2%。
- (9)家中人數為5人者(43.4%)滿意的比例較高，2人者(34.5%)較低。

(五) 對電視新聞報導內容的滿意度

在「電視新聞報導內容」滿意度方面，本年度調查結果發現，有線電視收視戶對於現在電視台整體提供的新聞報導內容，僅有 34.3%的受訪收視戶表示滿意（非常滿意+滿意+有點滿意），與去年的資料非常接近，54.0%的受訪收視戶表示不滿意（非常不滿意+不滿意+有點不滿意），表示普通的有 11.7%。

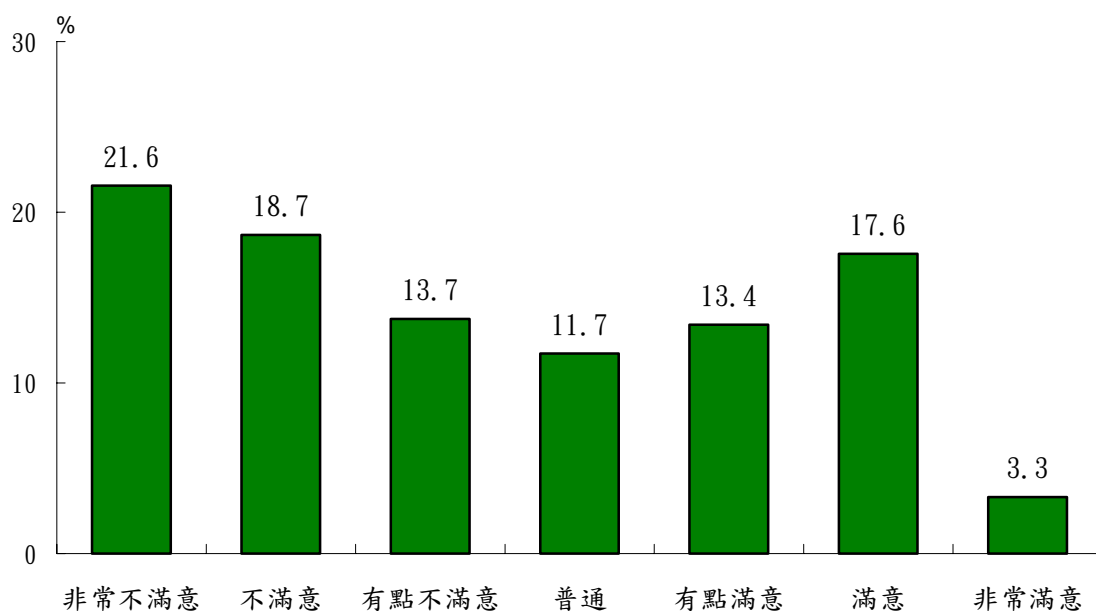


圖 3-29 電視新聞報導內容滿意度(n=9,903)

整體來說，受訪民眾對「電視新聞報導內容」的滿意度平均分數為 3.43（標準差=1.91。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示民眾在此題項不滿意），經由單因子變異數分析發現：性別、居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中人數等項在「電視新聞報導內容」滿意度上有顯著差異：

- (1)性別部分，男性(3.51)高於女性(3.35)。
- (2)居住地區部分，南部地區(3.63)最高，北部地區(3.24)最低。
- (3)縣市別方面，金門縣(4.57)與澎湖縣(4.04)最高，台北市(2.99)

及連江縣(2.90)最低。

(4)年齡部分，15-19歲(4.44)最高，40-49歲(2.98)最低。

(5)教育程度部分，國(初)中(3.74)最高，大學及以上(3.03)最低。

(6)職業別方面，學生(4.06)最高，專業人士(2.89)與企業主管、經理人員及自營商(2.84)等白領工作者最低。

(7)家中人數6人及以上者(3.58)較高，3人者(3.27)較低。

(六) 對改善「新聞及節目維護人權隱私」的需求

在「新聞及節目維護人權隱私」方面，本年度調查結果發現，有線電視收視戶對於現在新聞及節目在個人隱私的維護上，高達81.6%的受訪收視戶表示需要改善(非常需要+需要+有點需要)，12.0%的受訪收視民眾認為不需要改善(非常不需要+不需要+有點不需要)，表示普通的有6.4%。

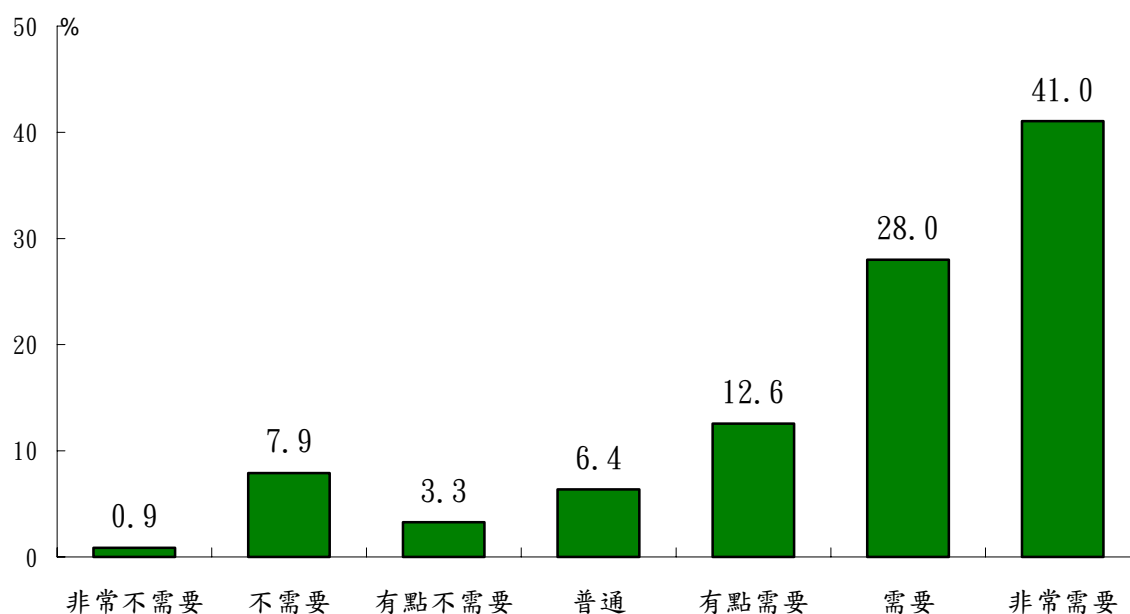


圖 3-30 新聞及節目維護人權隱私改善需求度(n=9,431)

如果以滿意度來看收視民眾對改善「新聞及節目維護人權隱私」的情況，「非常不需要」的滿意程度為「非常滿意」並且以 7 分表示、「非常需要」的滿意程度為「非常不滿意」並且以 1 分表示。整體來說，收視民眾對改善「新聞及節目維護人權隱私」的滿意度平均分數為 2.30(標準差=1.57。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示民眾對於新聞及節目改善對人權隱私的維護需求程度高)，經由單因子變異數分析發現：性別、居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、每日收視時間等項在「新聞及節目維護人權隱私」的滿意度上有顯著差異：

- (1)在性別部分，男性的滿意度(2.38)高於女性(2.21)。
- (2)居住地區部分，南部地區收視民眾滿意度較高(2.37)較高，東部地區(2.20)最低。
- (3)縣市別方面，澎湖縣收視民眾滿意度最高(2.74)，嘉義市(2.04)與台北市(2.06)最低。
- (4)年齡部分，15-19 歲滿意度最高(3.28)，40-49 歲及 50-59 歲(2.06)最低。
- (5)教育程度部分，高教育程度的大學及以上滿意度(1.97)最低，而國初中收視民眾滿意度(2.70)最高。
- (6)職業別方面，學生(2.89)與體力工(2.64)滿意度最高，公務員/教師(1.84)及專業人士(1.87)等白領工作者最低。
- (7)每日收視時間 2-3 小時者(2.22)最低。

(七) 對國內新聞頻道數量的滿意度及對新聞頻道集中區塊的意見

1. 對「國內新聞頻道數量」的滿意度

在「國內新聞頻道數量」方面，調查結果顯示，有 58.0% 的受訪民眾表示「滿意，數量適中」，35.4% 表示「不滿意，數量過多」，2.1% 表示「不滿意，數量過少」，4.5% 的民眾則是「不知道/未回答」。

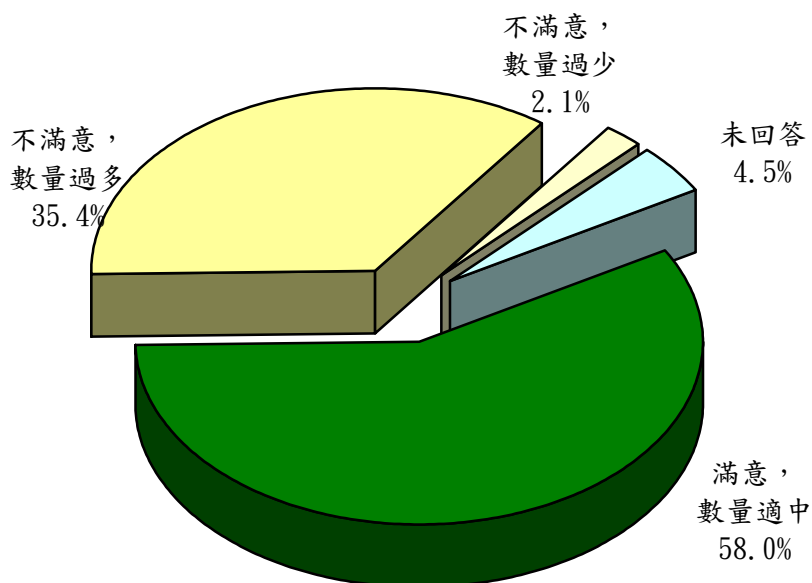


圖 3-31 對國內新聞頻道數量的滿意度(n=10,326)

交叉分析顯示，性別、居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中電視數目、每日收視時間、家中人數等項在「國內新聞頻道數量」滿意度上有顯著差異：

- (1) 性別部分，男性 (58.7%) 滿意的比例略高於女性(57.2%)。
- (2) 居住地區部分，北部地區(37.1%)不滿意新聞頻道數量過多的比例最高，東部地區(30.5%)則較低。
- (3) 縣市別方面，嘉義市 (40.7%)、台北市(40.0%)不滿意新聞頻道數量過多的比例最高，離島地區澎湖縣(18.7%)、金門縣(18.1%)及連江縣 (16.6%) 不滿意新聞頻道數量過多的比例最低。

- (4)年齡方面，15-19 歲滿意的比例最高，為 81.6%，50-59 歲(48.1%)最低。
- (5)教育程度部分，國(初)中(60.9%)及高中職(60.8%)滿意的比例較高，國小以下(52.9%)較低。
- (6)職業別方面，學生(76.9%)和軍警(63.8%)滿意新聞頻道的數量之比例最高，民意代表、行政企業主管、經理人員及自營商(46.8%)較低。
- (7)家中電視數目為 4 台者(63.3%)滿意的比例最高，最低的是家中有一台電視者，為 56.8%。
- (8)每日收視時間 3-4 小時者(59.7%)滿意的比例最高，很少看電視者滿意的比例最低，為 53.7%。
- (9)家中人數為 6 人及以上者(59.5%)滿意的比例較高，2 人者(54.4%)較低。

2. 民眾是否認為新聞頻道應集中於同一個區塊

詢問民眾是否認為「新聞頻道應集中於同一個區塊」，回答「是」的民眾比例達 77.9%，「否」的比例為 12.5%，9.6%的民眾則是「不知道/未回答」。

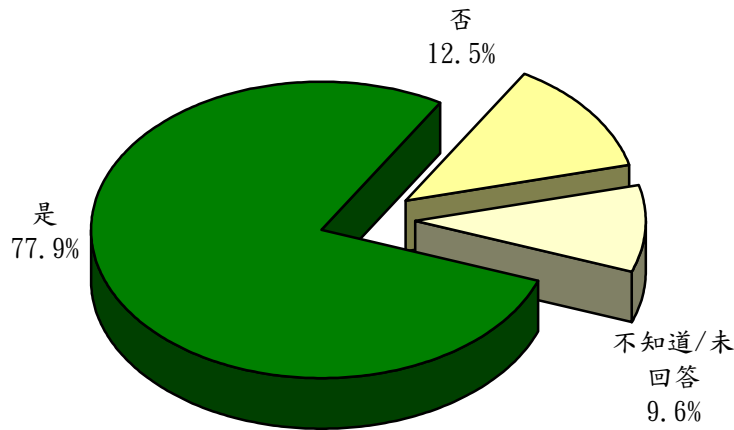


圖 3-32 新聞頻道是否應集中區塊看法(n=10,326)

交叉分析顯示，性別、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中電視數目、每日收視時間、家中人數等項與「新聞頻道是否應集中區塊」的看法上有顯著差異：

- (1)性別部分，男性（79.0%）認為應該集中區塊的比例高過女性（76.9%）。
- (2)縣市別方面，屏東縣（84.9%）、澎湖縣（83.8%）及嘉義市（82.5%）認為新聞頻道應集中區塊的比例最高，金門縣（69.9%）及連江縣（61.1%）最低。
- (3)年齡方面，20-29 歲認為應該集中區塊比例最高，達 84.5%，60 歲以上（63.2%）最低。
- (4)教育程度部分，大學及以上者（87.4%）認為應該的比例最高，國小以下為 61.1% 最低。
- (5)職業別方面，專業人士（87.8%）及公務員/教師（87.4%）表示應該

集中區塊的比例較高，退休、無業或待業中者(70.1%)及體力工(69.0%)的比例較低。。

(6)隨著家中電視數目的增加，認為新聞頻道應集中區塊的比例就越高。

(7)每日收視時間 4-5 小時者認為應該的比例為 81.0%較高，很少看電視者較低，為 71.4%。

(8)家中人數為 4 人者(80.1%)認為應該的比例較高，1 人者(70.8%)較低。

六、78 頻道以前同屬性頻道區塊化贊同程度看法

對於區塊頻道配置的看法，本次調查以「78 頻道以前同屬性頻道區塊化」贊同程度與「當地系統依民眾收視習慣編排」滿意程度 2 個題目來觀察。

(一) 對 78 頻道以前同屬性頻道區塊化的贊同程度

對 78 頻道以前同屬性頻道配置在同一個區塊，78 頻道以後可以部分區塊化頻道規劃的看法上，多數有線電視收視戶表示贊同，贊同的比例為 88.6% (非常贊成+贊成+有點贊成)，此不贊成的比例僅有 4.7% (非常不贊成+不贊成+有點不贊成)。6.7% 收視戶表示普通。

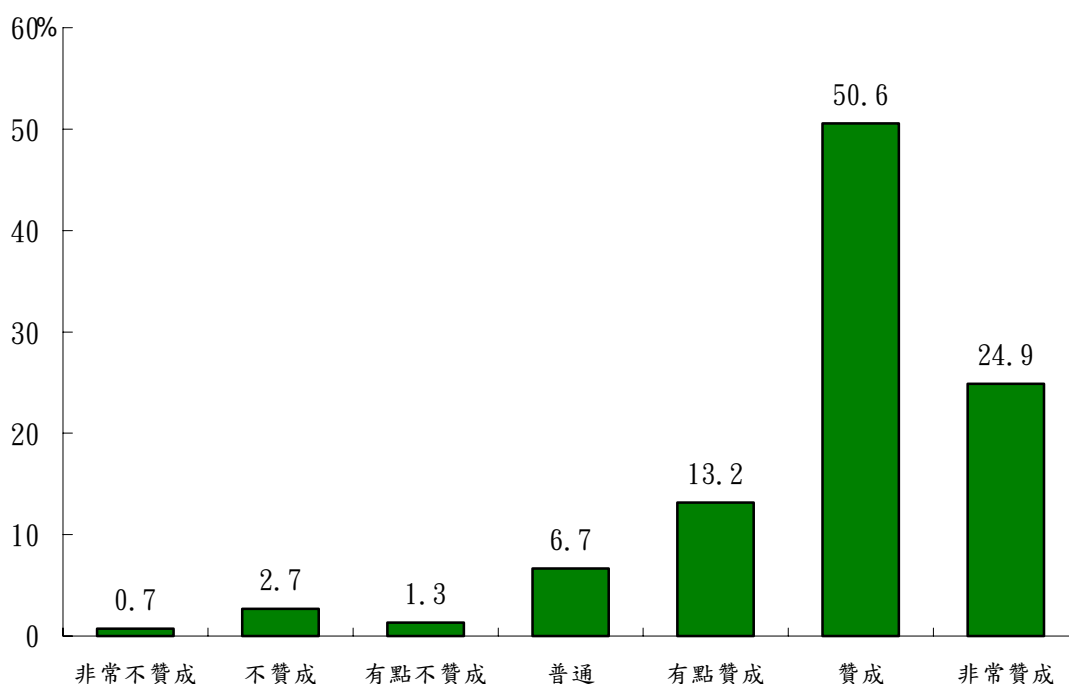


圖 3-33 對 78 頻道以前同屬性頻道區塊化贊同程度(n=9, 225)

整體來說，收視戶對 78 頻道以前同屬性「頻道區塊化」的贊同程度平均分數為 5.80 (標準差=1.16。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示收視戶對於頻道區塊化抱持贊同的態度)。經由單因子變異數分析發現：性別、居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中

電視數目與家中人數等項目在 78 頻道以前同屬性「頻道區塊化」贊同度上有顯著差異：

- 1、男性贊同的程度（5.83）高於女性（5.77）。
- 2、居住在東部地區的收視戶贊同的程度最高（5.97），南部地區收視戶贊同程度最低（5.77）。
- 3、花蓮縣收視戶贊同程度最高（6.08），其次是台東縣收視戶贊同程度（6.06），桃園縣收視戶贊同程度最低（5.70）。
- 4、20-29 歲及 40-49 歲收視戶贊同程度最高（5.88），60 歲以上者贊同程度最低（5.57）。
- 5、高教育程度者贊同的比例較高，其中以專科教育程度者贊同的程度最高（6.01），國小及以下者贊同程度最低（5.53）。
- 6、民意代表、行政企業主管、經理人員及自營商贊同程度最高（6.04）最高，退休無業者贊同程度最低（5.66）。
- 7、家中電視數目 4 台贊同程度最高（5.86），1 台者贊同程度最低（5.74）。
- 8、家中人數為 5 人的家庭贊同程度最高（5.86），而家中只有 1 人者贊同程度最低（5.67）。

(二) 對當地系統依民眾收視習慣編排頻道順序滿意度

收視戶對當地有線電視系統業者依民眾收視習慣編排頻道順序的滿意程度上，調查結果發現，多數有線電視收視戶表示滿意（非常滿意+滿意+有點滿意），比例為 60.4%，不滿意（非常不滿意+不滿意+有點不滿意）的比例為 21.3%。18.2%表示普通。

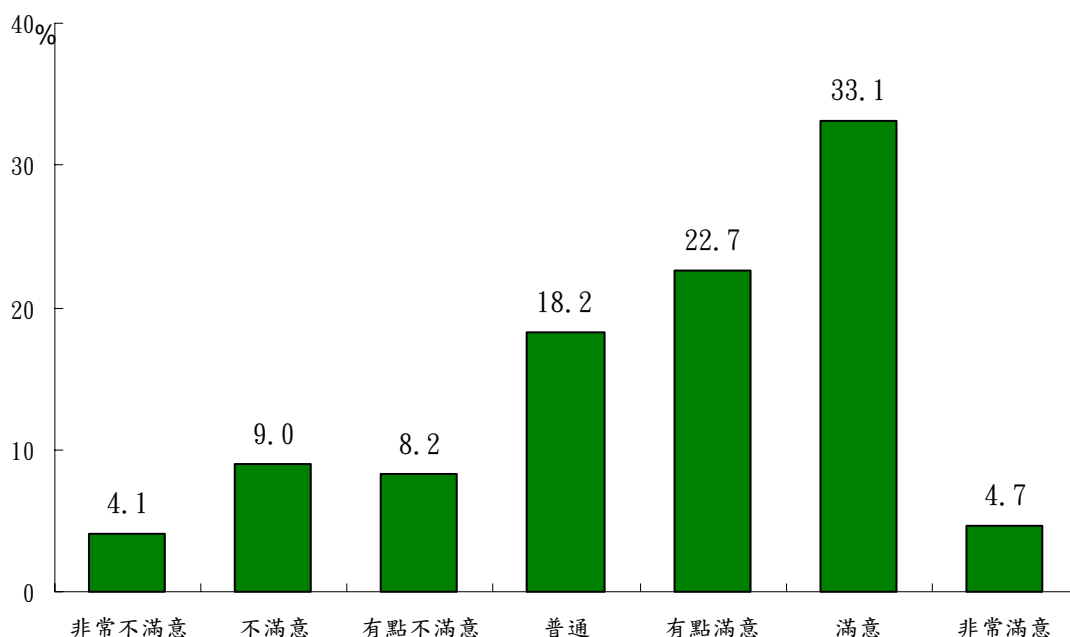


圖 3-34 對當地系統依民眾收視習慣編排頻道的滿意度(n=9, 292)

整體來說，收視戶對當地系統業者依民眾收視習慣編排頻道的滿意程度平均分數為 4.64（標準差=1.54。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示收視戶對系統業者的編排感到滿意）。經由單因子變異數分析發現：居住地區、居住縣市、年齡、教育程度與職業等項目有顯著差異：

- 1、居住在東部地區收視戶的滿意程度最高（4.86），北部地區收視戶的滿意程度最低（4.58）。
- 2、花蓮縣與苗栗縣收視戶的滿意程度最高（5.00）最高，其次是居住在台東縣收視戶的滿意程度（4.97）；金門縣收視戶的滿意程

度最低 (4.36)，次低是嘉義市收視戶的滿意度 (4.39)。

3、15-19 歲收視戶滿意程度最高 (5.18)，30-39 歲者滿意程度最低 (4.42)。

4、教育程度越高的收視戶滿意程度越低，其中以大學及以上教育程度者滿意程度最低 (4.39)，而國小及以下者滿意程度最高 (4.93)，其次是國初中者的滿意程度 (4.92)。

5、軍警人員的滿意程度最高 (5.21) 最高，專業人士滿意程度最低 (4.26)。

七、收視民眾對付費頻道的收看意願與需求

收視戶對於付費頻道的看法以「收看意願」與「分組付費」需求度 2 個題目來觀察。

(一) 付費頻道收看意願

在有線電視付費頻道的收看意願方面，本年度調查結果發現，有線電視收視戶對「付費頻道」的收看意願偏低，僅有 13.6%的收視戶表示願意（非常願意+願意+有點願意）另外付費收看特定頻道，83.5%的收視戶並不願意（非常不願意+不願意+有點不願意）收看。2.9%表示普通。

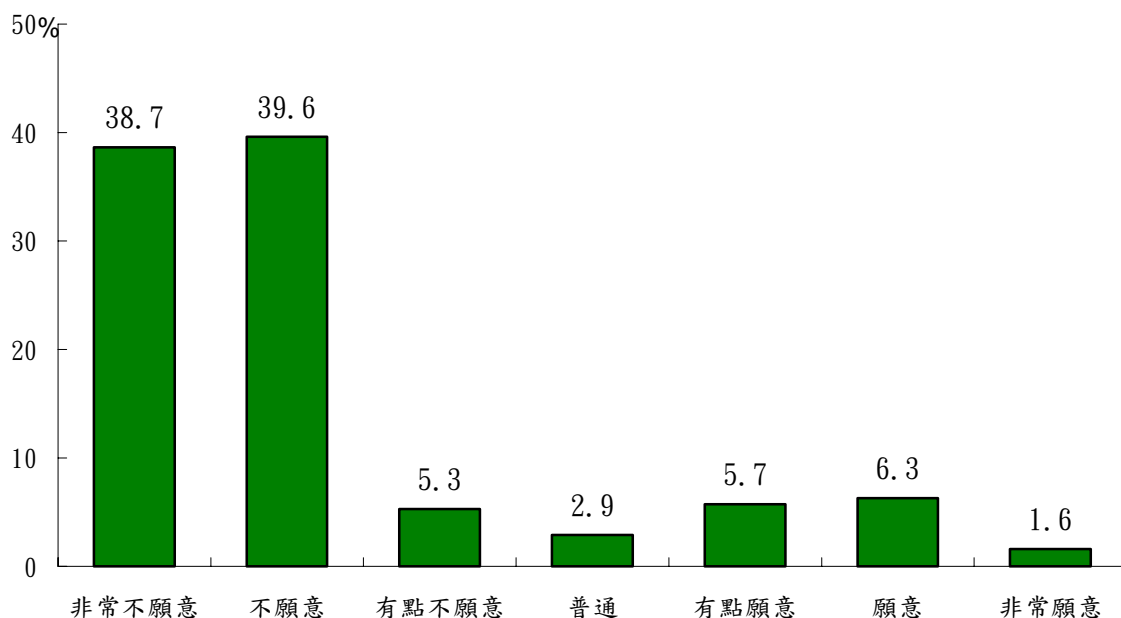


圖 3-35 付費頻道的收看意願(n=9,816)

整體來說，收視戶對「付費頻道收看意願」的平均分數為 2.23（標準差=1.56。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示收視戶不願意另外付費收看付費頻道）。經由單因子變異數分析發現：性別、居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、家中電視數目與每日收看電視時間等項目在「付費頻道收看意願」上有顯著差異：

- 1、男性 (2.43) 收看意願高於女性 (2.02)。
- 2、居住在北部地區與南部地區收視戶收看的意願較高 (2.27)，中部與東部地區收視戶的收看意願較低 (2.13、2.12)。
- 3、連江縣收視戶的收看意願最高 (3.71) 最高，台東縣收視戶意願最低 (1.86)。
- 4、15-19 歲收視戶意願最高 (2.33)，60 歲以上者收看意願最低 (2.13)。
- 5、教育程度越高的收視戶收看的意願越高，其中以大學及以上教育程度收看意願最高 (2.54)，國小及以下意願最低 (2.02)。
- 6、企業主管經理人員收看意願最高 (2.55) 最高，家庭主婦收看意願最低 (1.95)。
- 7、家中電視數目越多的收視戶收看意願越高。
- 8、每日收看電視時間半小時-1 小時者收看意願最高 (2.33)，很少看電視者收看意願最低 (2.12)。

(二) 有線電視頻道分組付費制度需求度

在「有線電視頻道分組付費制度」的需求度方面，結果發現，有線電視收視戶對「分組付費制度」的需求程度（非常需要+需要+有點需要）為 43.7%，不需要的程度（非常不需要+不需要+有點不需要）為 50.5%，收視戶對於「分組付費制度」的需求程度雖然低於不需要的程度，但是明顯高於「付費頻道」的收看意願。

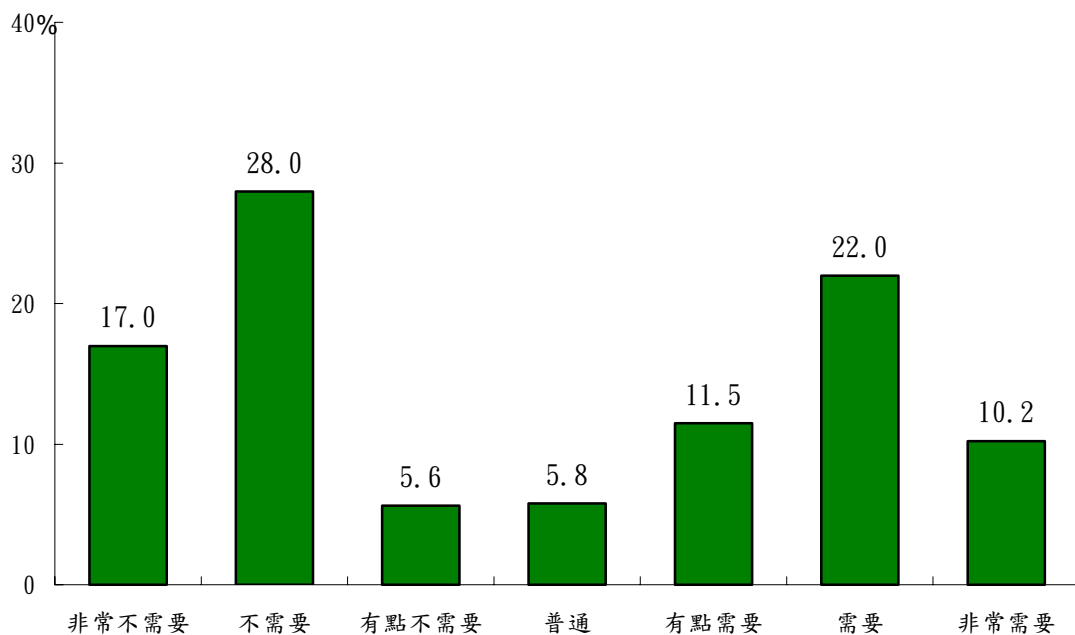


圖 3-36 收視戶對分組付費制度的需求度(n=9, 383)

整體來說，收視戶對「分組付費制度需求度」的平均分數為 3.74(標準差=2.13)。經單一樣本 t 檢定，與普通：4 有顯著差異，表示收視戶對於分組付費制度的需求程度不高)。經由單因子變異數分析發現：性別、居住地區、居住縣市、年齡、教育程度、職業、每日收看電視時間與家中人數等項目在「分組付費制度需求度」上有顯著差異：

1、男性收視戶的需求度 (3.93) 高於女性 (3.54)。

2、居住在中部地區收視戶需求程度最高 (3.84)，南部地區收視戶

的需求程度最低 (3.56)。

- 3、嘉義縣收視戶的需求程度最高 (4.23) 最高，其次是居住在連江縣收視戶的需求程度 (4.15)，台東縣收視戶需求程度最低 (3.14)。
- 4、40-49 歲收視戶需求程度最高 (3.97)，15-19 歲者需求程度最低 (3.48)。
- 5、教育程度越高的收視戶需求程度越高，其中以大學及以上教育程度者需求程度最高 (4.00)，國小及以下最低 (3.39)。
- 6、企業主管經理人員需求程度最高 (4.19) 最高，軍警人員與家庭主婦需求程度最低 (3.48)。
- 7、每日收看電視時間 2-3 小時者需求程度最高 (3.92)，5 小時以上者需求程度最低 (3.50)。
- 8、家中人數 4 人的家庭需求程度最高 (3.87)，2 人家庭需求程度最低 (3.65)。

八、數位機上盒之安裝情形及相關意見

(一) 數位機上盒安裝情形

調查結果發現，收視戶安裝「數位機上盒」的情形並不普遍，不到一成（8.1%）的收視戶表示家中安裝有「數位機上盒」，但較去年 5.3% 有明顯增加，89.2%的收視戶表示家中未安裝，另外有 2.8%的民眾不知道家中有否安裝。與去年相比較有安裝的比例增加 2.8%。

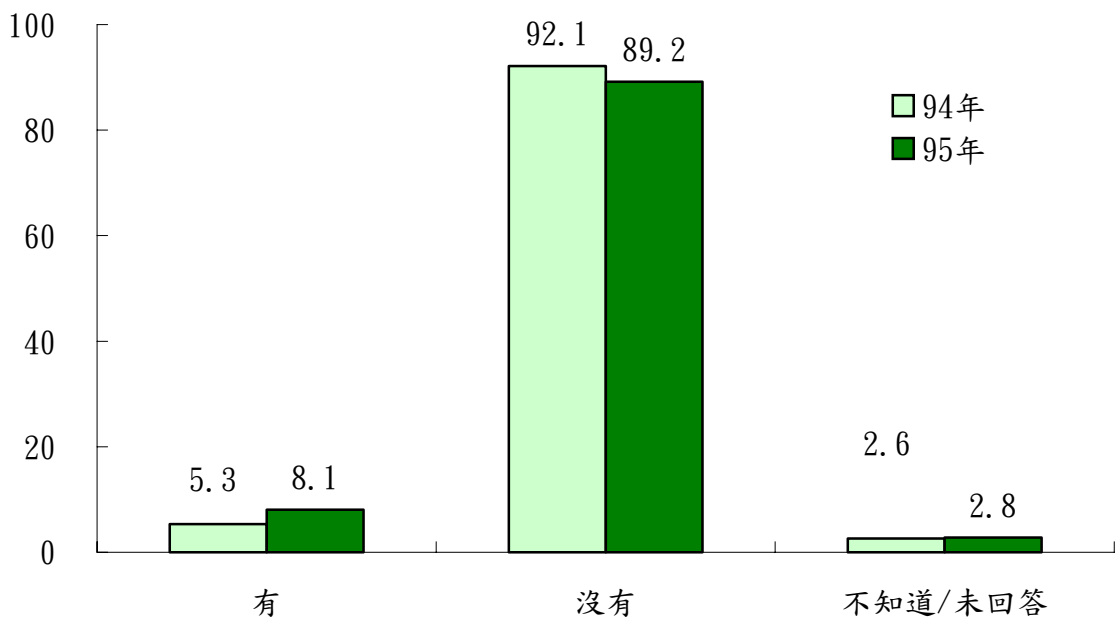


圖 3-37 數位機上盒安裝比率(n=10,326)

進一步交叉分析發現，居住在北部地區的收視戶家中安裝「數位機上盒」的比例最高（10.6%），南部地區收視戶（5.6%）安裝比例最低；年齡分布以 30-39 歲收視戶（9.5%）家中安裝「數位機上盒」的比例最高；專科教育程度收視戶（10.4%）安裝比例最高；職業以軍警（12.5%）與企業主管、經理人員（11.4%）安裝的比例最高；此外，家中電視數量越多者，有安裝的比例也越高，其中以家中有 5 台及以上的電視者安裝的比例最高（14.5%）。

(二) 數位機上盒安裝比率與安裝種類

估算目前主要三種「數位機上盒」的安裝率，有線電視收視戶中以安裝「中華電信 MOD 機上盒」最高，安裝比率為 2.8%，其次是「有線電視機上盒」，安裝率為 2.1%，再其次為「無線電視機上盒」，安裝率為 1.5%，另外有 1.7%不知道家中安裝機上盒種類，92.0%有線電視收視戶沒有安裝機上盒，也就是說目前有線電視用戶中，每 100 戶中只有 8 戶收視戶有安裝使用數位機上盒。

若以有安裝機上盒的收視民眾來估算，安裝比率最高的是「中華電信 MOD 機上盒」(34.4%)，其次是「有線電視機上盒」(占 26.3%)，再其次是「無線電視機上盒」(18.2%)，另外有 0.8%安裝其他類型的「數位機上盒」；21.2%表示不知道家中機上盒的種類。

進一步與收視戶特性交叉分析發現，在地區分布上，北部地區收視戶安裝的數位機上盒以「中華電信 MOD 機上盒」(35.7%)為主，其次是「有線電視機上盒」(占 29.1%)；中部地區收視戶安裝的數位機上盒以「有線電視機上盒」(占 31.1%)為主；南部地區收視以安裝「中華電信 MOD 機上盒」(45.2%)為主；東部地區收視戶則是以安裝「無線電視機上盒」(占 37.3%)與「中華電信 MOD 機上盒」(35.4%)為主。

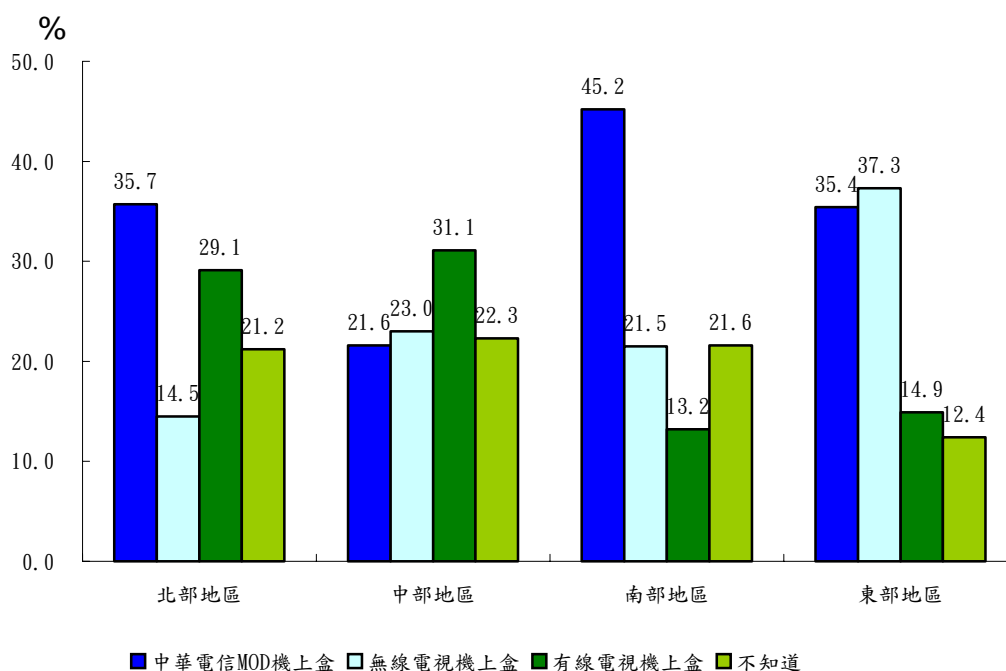


圖 3-38 各地區收視戶數位機上盒安裝種類(n=832)

(三) 收視戶對安裝的數位機上盒發揮功能滿意度

收視戶對所安裝的「數位機上盒」所發揮功能的滿意度方面，調查結果發現，在三種主要的「數位機上盒」中，以「有線電視機上盒」所獲得的滿意度最高，52.0%使用者抱持肯定態度（非常滿意+滿意+有點滿意），其次是「無線電視機上盒」，有 40.3%的使用者表示肯定（非常滿意+滿意+有點滿意），「中華電信 MOD 機上盒」所獲滿意度較低，僅有 33.5%的使用者表示肯定（非常滿意+滿意+有點滿意）。不清楚家中機上盒種類的使用者，有 22.0%對於家中機上盒功能持肯定態度（非常滿意+滿意+有點滿意）。

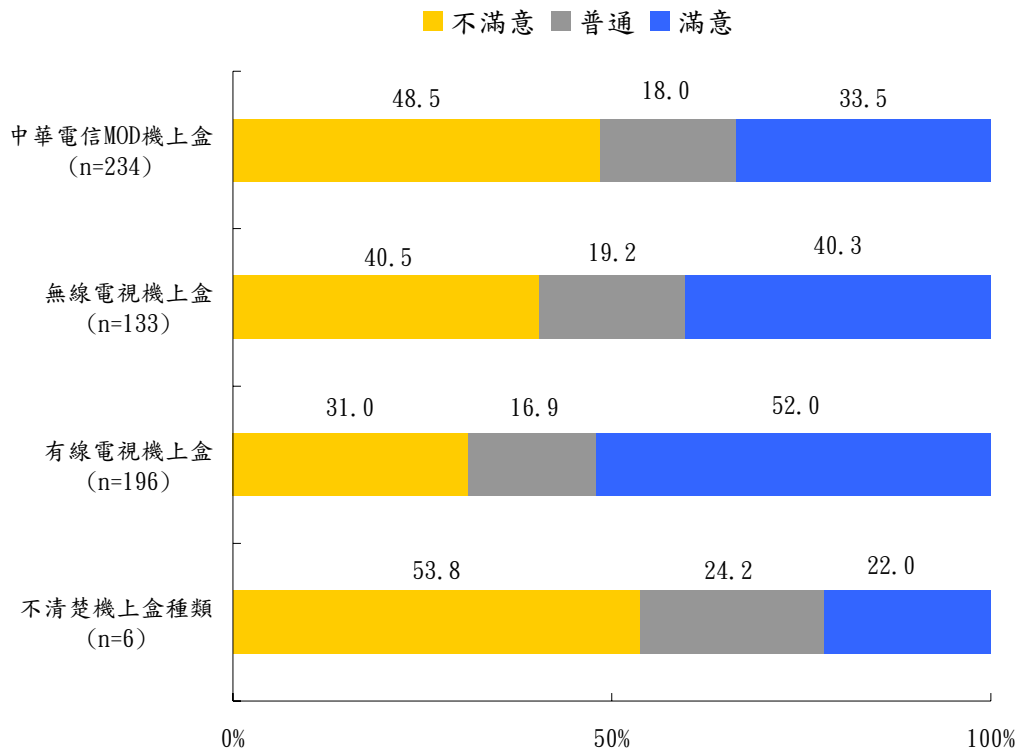


圖 3-39 對數位機上盒發揮功能的滿意度

(四) 有線電視機上盒收視戶的付費方式

針對家中裝設「有線電視機上盒」的收視戶，進一步詢問其「有線電視機上盒」付費方式。調查結果發現，31.7%的「有線電視機上盒」收視戶表示是「免費使用、借用」。25.2%表示採用「月租」方式(n=55)，每月平均要支付月租費 325 元。20.9%是「買斷」(n=46)，平均買斷的價格為 3,207 元。6.3%是「押借」方式(n=14)，平均需支付的可退還之押金為 1,992 元。採用其他方式有 1.0%，另有 14.9%不知道付費方式。

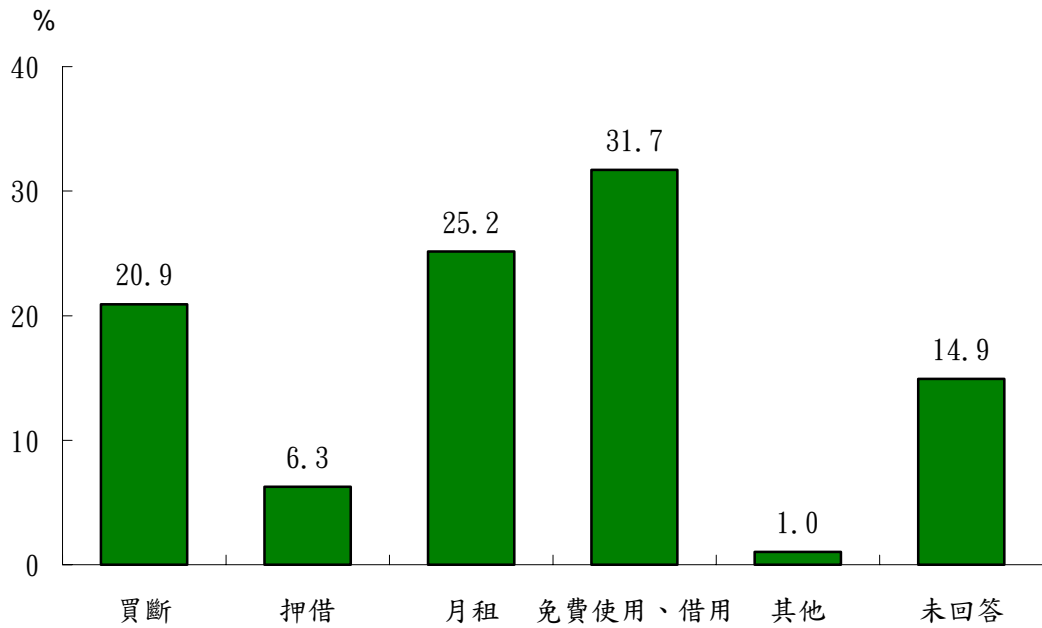


圖 3-40 裝設有線電視數位機上盒的付費方式(n=219)

(五) 第二台以上數位機上盒收費方式看法

如果政府要求系統業者免費提供收視戶第一台數位機上盒，對於第二台以上之數位機上盒的收費方式，收視戶的看法是如何？調查結果發現，多數收視戶認為第二台以上「數位機上盒」應該也要採取「免費使用、借用」的方式，占 56.4%，其次有 12.6% 的收視戶表示「沒有需要」第二台以上的「數位機上盒」。

此外，有 7.9% 的收視戶表示希望採用「月租」的方式，每個月願意負擔的月租費平均是 372 元；其次，有 6.2% 的收視戶表示希望採用「買斷」的方式，而願意負擔買斷機上盒的平均費用為 1,561 元；希望採用「押借」的收視戶比例為 4.0%，願意支付的可退還之押金為 1,060 元。由調查結果顯示，收視戶對於第二台以上的「數位機上盒」比較能接受採用「月租」的方式，並且可以承擔的月租費略高於現行費用（現行月

租費約平均 325 元，第二台以上數位機上盒可以接受的月租費約為 372 元)，而採用買斷或是押借的方式不僅接受的比例較低，收視戶可以接受的金額也相對較現行費用為低。

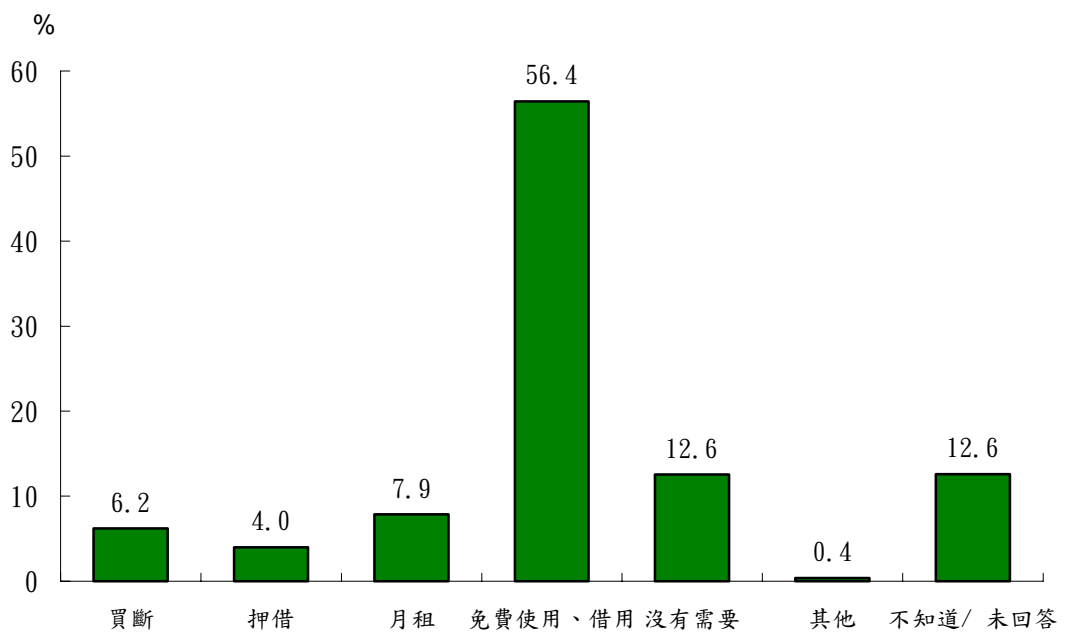


圖 3-41 第二台以上數位機上盒收費方式看法(n=10,325)

第五節 量化調查主要發現

(一) 有線電視服務普及程度及收費情形

- 1、有線電視普及率：目前國內有線電視的普及率為 81.6%，以北部地區 (87.1%) 最高，南部地區 (81.1%) 次之，中部地區 (74.9%) 再次之，東部地區 (70.1%) 最低。
- 2、有線電視平均收費以東部地區 (586 元) 及中部地區 (582 元) 較高，北部地區次之 (568 元)，南部地區 (538 元) 最低。

(二) 收視行為

- 1、有七成一 (70.9%) 的民眾每日收看電視的時數在 2 小時以上，每天收看 5 小時以上的民眾也有二成 (20.3%)。
- 2、民眾最常收看的電視頻道，前 5 名依序為三立新聞台、東森新聞台、民視新聞台、中天新聞台及 HBO；排名在前 70 名的頻道主要以新聞頻道、電影頻道及綜合頻道較多。除了公視排名在第 51 名，其餘無線電視台民視、中視、台視及華視均在前 24 名之內，但是排名較去年稍微下降。主題頻道 (含旅遊、新知) 類的 DISCOVERY 排名在第 9 名，國家地理頻道排名在 21 名，動物星球頻道排名亦在 31 名。體育頻道的緯來體育台、ESPN 及衛視體育台均在 25 名之內，其中緯來體育台進入前五名之列。幼兒類頻道的東森幼幼台列於第 46 名。宗教頻道的慈濟大愛台列於 34 名，較去年明顯下滑。
- 3、民眾最喜愛電視頻道，前 5 名依序為 HBO、三立新聞台、東森新聞台、三立台灣台及民視新聞台。排名前 70 名的頻道以新聞頻道、電影頻道及綜合頻道居多。5 家無線電視台的排名都較去年滑落不少，民視排名第 10 名 (去年第 2 名)、中視排名第 18 名 (去年 14 名)、台視排名第 27 名 (去年 18 名)；華視排名第 40 名，公視排名第 49 名。主題頻道 (含旅遊、新知) 類的 DISCOVERY、

國家地理頻道、動物星球頻道及旅遊生活頻道均在 39 名之內。幼兒頻道的東森幼幼台列於 48 名；體育頻道的緯來體育台、ESPN 及衛視體育台均在 21 名之內；宗教頻道則有慈濟大愛台列於第 25 名，較去年排名（第 7 名）明顯下滑。

（三）有線電視整體表現

對有線電視整體表現看法，有八成二的民眾給分超過 60 分，給分低於 60 分則有一成三，平均分數為 69.43 分。

（四）有線電視收視戶滿意度

- 1、整體而言，民眾對有線電視最滿意的部分為「硬體服務構面」（滿意度平均分數：5.00）、其次是「節目服務構面」（4.95），再其次則為「客戶服務構面」（4.68）及「社區服務構面」（4.16）。
- 2、就「硬體服務構面」來看：收視民眾對有線電視的「畫面品質」較為滿意，約有七成四的滿意度，對「訊號穩定度」的滿意度相對較低，但是滿意度也達六成六。
- 3、就「節目服務構面」來看：收視民眾對「頻道數量夠多」較為滿意，滿意度達八成四；反之，對「節目內容夠水準且多樣」較為不滿意，滿意度約五成。
- 4、就「客戶服務構面」的三項指標而言，以「人員服務態度」的六成四滿意度最高；而對「人員專業程度」五成八的滿意度較低。
- 5、就「收費合理性」而言：表示合理的民眾有三成三，表示不合理的比率有五成三。
- 6、就「社區服務構面」的兩項指標而言，受訪民眾對有線電視系統「公益/公用頻道水準」的滿意度較高，約五成七；對有線電視系統「自製頻道水準」較不滿意，滿意度為四成四。

（五）對節目與廣告管理之滿意度

- 1、對地方廣告蓋台的想法：五成一收視民眾認為地方廣告蓋台嚴

重，也有近四成認為不嚴重。

- 2、對購物頻道品質的滿意度：近五成滿意，二成七表示不滿意。
- 3、對公益及闔家觀賞、兒少頻道集中於前段的滿意度：八成三收視民眾表示滿意，僅有 4.6%不滿意。不滿意的原因以「頻道號碼更改造造成收視不方便」與「轉台方便不需要特別做區隔」。
- 4、對購物頻道數量的滿意度及集中區塊意見：八成收視民眾認為應該集中；三成六認為購物頻道數量過多，四成認為數量剛好。
- 5、對電視新聞報導內容滿意度：五成四收視民眾不滿意，三成四表示滿意。
- 6、對改善新聞及節目維護人權隱私的需求：八成二多數收視戶認為需要改善，一成二認為不需要。
- 7、對國內新聞頻道數量滿意度及新聞頻道集中區塊意見：近六成收視民眾認為新聞頻道數量適中，三成五認為新聞頻道過多。七成八認為新聞頻道應該集中。

(六) 對縣市政府管理有線電視業務之滿意度：有三成七的受訪民眾表示滿意，不滿意的比率有四成三。收視民眾不滿意縣市政府管理的比例高於滿意的比例。

(七) 民眾對「有線電視」各項目之滿意度比較

比較民眾對「有線電視」各項目之滿意度，其中滿意度超過六成的有頻道數量夠多、畫面品質、訊號穩定度、有線電視系統人員服務態度、叫修速度。

收視民眾比較不滿意的項目則為地方廣告蓋台、節目內容水準與多樣性、有線電視系統自製頻道水準、縣市政府在節目與廣告管理、電視新聞報導內容與電視新聞及節目對人權隱私的維護等，其不滿意程度都在三成以上。

表 3-28 有線電視各項滿意度比較

項 目	滿意(%)	普通(%)	不滿意(%)	滿意度 平均分數
頻道數量夠多	84.1	5.6	10.3	5.60***
畫面品質	73.5	8.8	17.7	5.15***
訊號穩定度	66.2	7.8	25.9	4.85***
人員服務態度	64.2	17.9	17.9	4.81***
叫修速度	61.0	12.1	26.9	4.65***
人員專業程度	57.5	18.6	24.0	4.60***
公益/公用頻道水準	56.5	22.3	21.2	4.56***
節目內容水準與多樣性	50.1	15.8	34.1	4.27***
購物頻道品質	48.9	23.7	27.4	4.26***
自製頻道水準	44.2	21.1	34.8	4.05
地方廣告蓋台	38.7	10.6	50.8	3.65***
縣市政府在節目與廣告管理	37.2	19.3	43.2	3.76***
電視新聞報導內容	34.3	11.7	54.0	3.43***
電視新聞及節目對人權隱私的維護	12.0	6.4	81.6	2.30***

註 1：滿意度平均分數計算方式，是將「非常滿意」、「滿意」、「有點滿意」、「普通」、「有點不滿意」、「不滿意」、「非常不滿意」，分別以「7」、「6」、「5」、「4」、「3」、「2」、「1」量化後計算滿意度平均分數。

註 2：將各題滿意度平均分數與「普通：4 分」進行單一樣本 t 檢定，若達顯著水準 $p < 0.05$ 則在表中以 ' * ' 表之，若檢定結果 $p < 0.01$ 即以 ' ** ' 表之，' *** ' 則表示 $p < 0.001$ 。

(八) 對 78 頻道以前同屬性「頻道區塊化」的看法

- 1、近九成收視民眾贊成 78 頻道以前同屬性頻道配置在同一個區塊的規劃。
- 2、六成收視民眾滿意當地有線電視系統業者依民眾收視習慣編排頻道順序的做法，二成一不滿意。

(九) 對「付費頻道」的看法

- 1、僅有一成四的收視民眾願意另外付費收看「付費頻道」，特別是：男性、居住在北部地區、15-19 歲、高教育程度者、或職業為企業主管經理人士、或家中電視機數量高者，收看付費頻道的意願較高。
- 2、四成四的收視民眾對「分組付費制度」有需求，五成一沒有需求，比較有需求者的類型與收看付費頻道意願高者特性相當一致。

(十) 「數位機上盒」之安裝情形及相關意見

- 1、有線電視收視戶家中安裝「數位機上盒」的比率為 8.1%，較去年 5.3% 微幅成長。居住在北部地區的收視民眾，安裝的比率最高 (10.6%)，南部地區 (5.6%) 最低。
- 2、收視民眾以安裝「中華電信 MOD 機上盒」居多，其次是「有線電視機上盒」及「無線電視機上盒」。
- 3、各種類數位機上盒使用者之滿意度，則以「有線電視機上盒」所獲滿意度最高，「中華電信 MOD 機上盒」所獲滿意度較低。
- 4、裝設「有線電視機上盒」的收視戶，多數是「免費使用、借用」，其次是採用「月租」方式，再其次是「買斷」與「押借」方式。
- 5、對於第二台以上的「有線電視機上盒」，多數收視戶認為應該也要採取「免費使用、借用」方式。如果需要採用收費方式，則收視戶對於第二台以上的「數位機上盒」比較能接受採用月租的方式，並且可以承擔的月租費比現行為高 (現行月租費約平均 325 元，第二台以上數位機上盒可以接受的月租費約為 372 元)，而採用買斷或是押借的方式不僅接受的比例較低，可以接受的金額也相對較現行費用為低。

第六節 歷年（92-95 年）調查趨勢比較

（一）有線電視服務普及程度：本年度調查發現有線電視普及率較歷年為高，但是其他相關研究結果的結果普及率相符。

表 3-29 有線電視普及率歷次調查趨勢比較

項目	92 年	93 年	94 年	95 年
有線電視普及率 (%)	76.2	77.0	75.2	81.6

（二）收視行為

1、每日收看電視時間：歷次調查結果發現，民眾每日收看電視的時數均以 2~3 小時最多，1~2 小時次之。

表 3-30 每日收視時間歷次調查趨勢比較

每日收視時間 (%)	92 年	93 年	94 年	95 年
完全不看	1.3	0.2	0.0	0.3
半小時以下	4.1	1.6	2.4	2.2
半小時~1 小時	6.5	7.5	8.3	6.1
1~2 小時	20.6	20.2	22.0	19.2
2~3 小時	23.7	24.0	24.3	24.9
3~4 小時	13.4	16.7	16.2	17.2
4~5 小時	8.5	8.8	7.8	8.5
5 小時以上	19.9	19.3	17.3	20.3
不知道/未回答	2.1	1.5	1.7	1.4

2、民眾最常收看的頻道：歷年調查發現，民眾最常收看頻道以全天候新聞頻道為主，如三立新聞台、東森新聞台、民視新聞台與中天新聞台。所有新聞頻道的收視率由 94 年的 1.56 上升至 95 年前 11 個月的 1.75。三立新聞台 94 年全年平均收視率為 0.24，95 年前 11 個月平均收視率為 0.32；東森新聞台滑落為第 2 名，中天新聞台從第 6 名上升到第 4 名。

HBO 電影頻道今年收視呈現下滑現象，由歷年第 2 名滑落到第 5 名，94 年平均收視率為 0.16，但是 95 年前 11 個月滑落至 0.03；但同屬電影頻道的東森洋片台與衛視西片台排名則有明顯提升。DISCOVERY 的收視每年皆有所提升，今年為第 9 名。三立台灣台與三立都會台排名與去年相同，

無線電視台收視的排名皆呈現明顯下滑，民視從去年的第 3 名滑落到第 10 名，收視率由 1.02 滑落至 0.84；中視下滑到第 15 名。

表 3-31 最常收看頻道歷次調查趨勢比較

最常收看 頻道排名	92 年	93 年	94 年	95 年
1	東森新聞台	東森新聞台	東森新聞台	三立新聞台
2	HBO	HBO	HBO	東森新聞台
3	民視	中天新聞台	民視	民視新聞台
4	TVBS-N	TVBS-N	民視新聞台	中天新聞台
5	中天新聞台	民視	三立新聞台	HBO
6	三立新聞台	三立台灣台	中天新聞台	TVBS-N
7	中視	民視新聞台	TVBS-N	年代新聞台
8	民視新聞台	中視	三立台灣台	三立台灣台
9	華視	三立新聞台	TVBS	DISCOVERY
10	台視	TVBS	中視	民視
11	三立台灣台	華視	DISCOVERY	東森洋片台
12	三立都會台	台視	年代新聞台	衛視西片台
13	TVBS	DISCOVERY	三立都會台	三立都會台
14	DISCOVERY	緯來體育台	緯來體育台	緯來體育台
15	東森電影台	三立都會台	台視	中視

3、民眾最喜歡的電視頻道：HBO 電影頻道仍是有線電視收視民眾最喜歡的頻道；新聞台排名皆有所提升，如三立新聞台提升最明顯；DISCOVER 頻道呈現下滑趨勢；慈濟大愛台今年排名較去年滑落；衛視西片台明顯提升。無線電視台的喜好度明顯呈現下滑趨勢。

表 3-32 最喜歡的頻道歷次調查趨勢比較

最喜歡看 頻道排名	93 年	94 年	95
1	HBO	HBO	HBO
2	三立台灣台	民視	三立新聞台
3	民視	三立台灣台	東森新聞台
4	東森新聞台	DISCOVERY	三立台灣台
5	DISCOVERY	東森新聞台	民視新聞台
6	中視	TVBS-N	TVBS-N
7	民視新聞台	慈濟大愛台	中天新聞台
8	中天新聞台	民視新聞台	DISCOVERY
9	TVBS-N	TVBS	年代新聞台
10	三立新聞台	三立新聞台	民視
11	緯來體育台	緯來體育台	三立都會台
12	TVBS	中天新聞台	緯來體育台
13	台視	三立都會台	東森洋片台
14	華視	中視	衛視西片台
15	國家地理頻道	國家地理頻道	國家地理頻道

以下針對各項表現與收視民眾滿意度進行單一樣本 t 檢定，與前一年調查結果進行檢定，如 93 年與 92 年進行比較（以前一年度調查資料為基準），檢定達顯著水準 $p < 0.05$ 則在 93 年度的格中以「*」表示，若檢定結果 $p < 0.01$ 即以「**」表示，「***」則表示 $p < 0.001$ 。

此外，由於政府主管機關政策與宣導略有變動，因此每年皆會針對研究問卷內容進行修訂，部分趨勢調查題目已經不再列入問卷內，或是增加新的題目問項等，為求完整呈現歷年趨勢比較結果，仍呈現最完整的項目內容，無資料部份以「—」替代。

（三）有線電視整體表現

95 年調查結果發現，有線電視收視民眾對有線電視整體評價高於 94 年。

表 3-33 有線電視整體表現歷次調查趨勢比較

項目	92 年	93 年	94 年	95 年
有線電視整體評分	63.09	65.89***	68.14***	69.43***

（四）有線電視收視戶滿意度

1、「硬體服務構面」

95 年調查結果發現，有線電視收視民眾對於有線電視的畫面品質及訊號穩定度之滿意度，皆較 94 年的滿意度為高。

表 3-34 硬體服務構面滿意度歷次調查趨勢比較

項目	92 年	93 年	94 年	95 年
畫面品質	4.81	4.96***	4.99*	5.15***
訊號穩定度	4.61	4.41***	4.48***	4.85***

2、「節目服務構面」

95 年收視民眾對於頻道數量與節目內容水準與多樣性的節目服務構面滿意度較 94 年為高。

表 3-35 節目服務構面滿意度歷次調查趨勢比較

項目	92 年	93 年	94 年	95 年
頻道數量夠多	5.43	5.15***	5.29***	5.60***
節目多樣性*	4.88	4.74***	4.05***	4.27***

*註：95 年將節目「夠水準」與「多樣性」問題合併。

3、「客戶服務構面」

95 年調查發現有線電視收視民眾，在人員專業程度、服務態度與叫修速度的客戶服務構面各項滿意度，皆高於 94 年。

表 3-36 客戶服務構面滿意度歷次調查趨勢比較

項目	92 年	93 年	94 年	95 年
人員專業程度	4.18	3.83***	4.07***	4.60***
人員服務態度	4.47	4.53**	4.70***	4.81***
叫修速度	4.43	4.23***	4.33***	4.65***

4、「自製頻道與公益/公用頻道推出情形」

95 年調查結果顯示，有線電視推出自製頻道的比例與 94 年相當；有推出公益/公用頻道的比例則低於 94 年。

表 3-37 自製頻道與公益/公用頻道推出情形歷次調查趨勢比較

項目	92 年	93 年	94 年	95 年
有推出自製頻道 (%)	29.8	56.0	51.1	51.1
有推出公益/公用頻道 (%)	—	25.9	32.6	21.3

5、「社區服務構面」

95 年調查發現，收視民眾對社區服務構面中的公益頻道水準滿意度較 94 年為低，對自製頻道水準滿意度沒有明顯改變。

表 3-38 社區服務構面滿意度歷次調查趨勢比較

項目	92 年	93 年	94 年	95 年
公益/公用頻道水準	—	4.73	5.08***	4.56***
自製頻道水準	3.66	4.07***	4.03	4.05

(五) 對縣市政府管理業務的看法

95 年調查發現，受訪民眾對縣市政府管理有線電視業務的滿意度與 94 年比較沒有明顯改變。

表 3-39 縣市政府管理滿意度歷次調查趨勢比較

項目	93 年	94 年	95 年
縣市政府管理有線電視業務滿意度	3.50	3.74***	3.76

(六) 對電視台節目與廣告管理的看法

95 年的調查結果發現，受訪收視民眾對電視新聞節目對人權隱私的維護的滿意度較 94 年為高。此外，對於地方有線電視系統廣告蓋台情況的滿意度也較前一年為高。

表 3-40 電視台節目管理滿意度歷次調查趨勢比較

項目	93 年	94 年	95 年
電視新聞及節目對人權隱私的維護滿意度	2.03	2.25***	2.30**
地方廣告蓋台滿意度	—	3.36	3.65***

(七) 對付費頻道的看法

95年調查發現，收視民眾收看付費頻道的意願與94年調查結果沒有明顯改變，並且民眾的收看意願不高。分組付費制度為今年度新增題目，缺少歷年比較資料。

表 3-41 收看付費頻道意願歷次調查趨勢比較

項目	92年	93年	94年	95年
收看付費頻道的意願	3.09	3.50***	2.23***	2.23
有線電視分組付費制度*	—	—	—	3.74

*註：分組赴費制度為95年新增題目。

(八) 「數位機上盒」安裝情形及相關意見

1、安裝「數位機上盒」的比率

95年調查結果發現，國內有線電視收視戶安裝「數位機上盒」的比率並不高，為8.1%，但是從歷年比較的趨勢發現，每年安裝的比例皆有所提升，95年安裝比率較前一年提高2.8%（5.3%：8.1%）。

表 3-42 數位機上盒安裝比率歷次調查趨勢比較

項目	92年	93年	94年	95年
安裝「數位機上盒」比率(%)	2.2	4.1	5.3	8.1

2、對數位機上盒之滿意度

95 年調查發現，有安裝數位機上的收視民眾，對機上盒目前所能發揮的功能整體滿意度與 94 年沒有明顯改變。中華電信 MOD 機上盒滿意度下滑，有線電視機上盒的滿意度則是上升。

表 3-43 對數位機上盒滿意度歷次調查趨勢比較

項目	92 年	93 年		94 年		95 年		
滿意度	3.76	4.17	中華電信 MOD	4.34*	3.89**	4.15	3.86	3.50***
			無線電視機上盒	4.25		4.05		3.90
			有線電視機上盒	3.83		3.54		4.29***
			不知種類	4.44***		4.14		3.68