

108 年度委託研究報告

2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查

研究報告附錄

計畫委託機關：國家通訊傳播委員會

中華民國 108 年 11 月

目 錄

附錄一、正式調查問卷-電話調查版本.....	1
附錄二、正式調查問卷-網路調查版本.....	12
附錄三、電台代號一覽表	23
附錄四、調查交叉報表	27
附錄五、焦點座談會逐字稿	144
附錄六、深度訪談逐字稿	224

表 目 錄

附表 1：Q6.請問您為什麼會收聽廣播？(不提示，可複選).....	28
附表 2：Q6.請問您為什麼會收聽廣播？(不提示，可複選)(網路).....	30
附表 3：Q7.請問您通常會在哪些地方收聽廣播？(不提示，可複選).....	32
附表 4：Q7.請問您通常會在哪些地方收聽廣播？(不提示，可複選)(網路).....	34
附表 5：Q8.請問您通常會在什麼狀況下收聽廣播？(請問您通常在收聽廣播時， 會同時做哪些事情)(不提示，可複選).....	36
附表 6：Q8.請問您通常會在什麼狀況下收聽廣播？(請問您通常在收聽廣播時， 會同時做哪些事情)(不提示，可複選)(網路).....	38
附表 7：Q9.請問您通常是透過哪些設備收聽廣播？(不提示，可複選).....	40
附表 8：Q9.請問您通常是透過哪些設備收聽廣播？(不提示，可複選)(網路)...	42
附表 9：Q10-1.請問您使用「一般收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(不 提示，可複選).....	44
附表 10：Q10-1.請問您使用「一般收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(不 提示，可複選)(網路).....	46
附表 11：Q10-2.請問您使用「車用收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(不 提示，可複選).....	48
附表 12：Q10-2.請問您使用「車用收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(不 提示，可複選)(網路).....	50
附表 13：Q10-3.請問您使用「手機/平板」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示， 可複選).....	52
附表 14：Q10-3.請問您使用「手機/平板」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示， 可複選)(網路).....	54
附表 15：Q10-4.請問您使用「電腦(桌上型/筆記型)」收聽廣播的主要原因有哪些？ (不提示，可複選).....	56
附表 16：Q10-4.請問您使用「電腦(桌上型/筆記型)」收聽廣播的主要原因有哪些？ (不提示，可複選)(網路).....	58
附表 17：Q11.請問您主要是透過哪些方式收聽廣播？(提示，可複選).....	60
附表 18：Q11.請問您主要是透過哪些方式收聽廣播？(提示，可複選)(網路)...	62
附表 19：Q12.請問您的手機目前有下載哪些收聽廣播的 APP？(提示，可複選)	64
附表 20：Q12.請問您的手機目前有下載哪些收聽廣播的 APP？(提示，可複選)(網 路).....	66
附表 21：Q1.請問您通常一個禮拜大約收聽幾天廣播？ 天 (輸入整數).....	68
附表 22：Q2.平日(週一到週五)，您通常在哪些時段收聽廣播？(不提示，可複選)	70

附表 23：Q4.假日(週六日)，您通常在哪些時段收聽廣播？(不提示，可複選).	72
附表 24：各功率之聽眾特性.....	74
附表 25：Q15.您為什麼最常收聽(Q14-1 名稱)電台？(不提示，可複選).....	76
附表 26：Q15.您為什麼最常收聽(Q14-1 名稱)電台？(不提示，可複選)(網路).78	
附表 27：Q16.您為什麼也常收聽(Q14-2 名稱)電台？(不提示，可複選).....	80
附表 28：Q17.請問您比較常收聽哪些節目類型？(不提示，可複選).....	82
附表 29：Q17.請問您比較常收聽哪些節目類型？(不提示，可複選)(網路).....	84
附表 30：Q18.請問您比較常收聽哪些方面的新聞報導？(不提示，可複選，最多 選五項).....	86
附表 31：Q18.請問您比較常收聽哪些方面的新聞報導？(不提示，可複選，最多 選五項).....	88
附表 32：Q19.請問您比較常收聽哪些類型的音樂節目？(不提示，可複選，最多 選五項).....	90
附表 33：Q19.請問您比較常收聽哪些類型的音樂節目？(不提示，可複選，最多 選五項)(網路).....	92
附表 34：Q20.請問您認為目前的電台節目類型或內容，有哪些不足之處？(不提示， 可複選).....	94
附表 35：Q41.請問您沒有收聽廣播的最主要原因是？(不提示，可複選).....	96
附表 36：Q42.目前透過電腦/手機等媒體平台也能收聽廣播，請問會增加您收聽 廣播的意願嗎？.....	98
附表 37：Q43.您比較可能會透過下列哪些設備來收聽廣播？(逐項提示，可複選)	100
附表 38：Q44.目前電台提供線上與實體多元的服務活動，請問會增加您收聽廣 播的意願嗎？.....	102
附表 39：Q45.比較吸引您的服務或活動有哪些？(隨機提示前五項，可複選)	104
附表 40：Q21.請問您參加過哪些電台實體活動？(隨機提示前三項，可複選)	106
附表 41：Q22.收聽廣播時，請問您有沒有 CALL-IN 過呢？.....	108
附表 42：Q23.請問您 CALL-IN 的主要原因有哪些？(不提示，可複選).....	110
附表 43：Q24.請問您有加入廣播電台、節目或主持人的粉絲團(FB)嗎？(不提示， 可複選).....	112
附表 44：Q25.請問您在粉絲團裡面，與電台、節目或主持人有哪些互動？(不提示， 可複選).....	114
附表 45：Q26.請問您有沒有看過電台節目的網路直播呢？.....	116
附表 46：Q27.請問您會從哪些管道收看電台節目的網路直播？.....	118
附表 47：Q28.請問您會收看電台節目網路直播的主要原因是？(不提示，可複選)	120
附表 48：Q29.就您收看的經驗來說，請問您喜不喜歡電台節目進行網路直播？	122

附表 49：Q30.針對您較常收看的電台節目網路直播，您有哪些建議？(不提示，可複選).....	124
附表 50：Q31.請問您最喜歡的電台服務項目是？(單選).....	126
附表 51：Q32.請問您希望電臺增加或加強哪些服務？(隨機提示，可複選)....	128
附表 52：Q33.請問最近半年內，您有買過廣播節目中介紹的產品或服務嗎？	130
附表 53：Q34.最近半年內，您買過哪些產品或服務？(可複選).....	132
附表 54：Q35.購買產品或服務後，請問您有沒有不滿意的經驗？(不提示，可複選).....	134
附表 55：Q36.在廣播節目中有時會介紹到由廠商贊助的商品訊息，請問您的接受程度？	136
附表 56：Q37.如果廣播節目中的商品介紹訊息聽起來跟廣告差不多，請問您的接受程度？	138
附表 57：Q38.按照政府規定，目前 1 小時的廣播節目可播出 9 分鐘的廣告，請問您認為廣告時間長度？	140
附表 58：Q40.根據 NCC 規定，接受廠商冠名贊助的節目，應在節目開始與結束時，告知聽眾贊助廠商的名稱或是商標，播放時間不得超過四十五秒，請問您的接受程度？	142
場次 1：一般民眾座談會	144
場次 2：電台業者座談會	171
場次 3：專家學者座談會	197
第 1 家：國立教育廣播電臺	224
第 2 家：寶島客家廣播電臺	243
第 3 家：綠川之聲廣播股份有限公司籌備處	260
第 4 家：每日廣播事業股份有限公司	273
第 5 家：亞洲電臺	290
第 6 家：主人廣播電臺	307
第 7 家：大溪廣播電臺	333
第 8 家：大眾廣播股份有限公司	342
第 9 家：全球之聲廣播	354

附錄一、正式調查問卷-電話調查版本

2019年廣播收聽行為調查問卷-市話調查版本

您好，這裡是國家通訊傳播委員會委託的執行單位(華威行銷研究公司)，目前正在進行一項有關「廣播收聽行為」的研究，耽誤您的時間請教一些問題，您的意見無對與錯之分。經統計分析後將作為未來政策修訂的參考，因此不會對外公開或進行任何推銷活動。

****這份問卷是受政府機關委託執行，您的意見將成為政府決策時的重要參考，並且所有資料與意見都將受到最嚴密的保護，請您放心。****

若受訪者有任何疑問，查詢電話為NCC(國家通訊傳播委員會)02-00000000或上網查詢最新公告。

過濾題

S1.請問您目前住在哪一個縣市？

- | | | | | | |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1.臺北市 | 2.新北市 | 3.基隆市 | 4.桃園市 | 5.新竹縣 | 6.新竹市 |
| 7.苗栗縣 | 8.臺中市 | 9.彰化縣 | 10.南投縣 | 11.雲林縣 | 12.嘉義縣 |
| 13.嘉義市 | 14.臺南市 | 15.高雄市 | 16.屏東縣 | 17.澎湖縣 | 18.宜蘭縣 |
| 19.臺東縣 | 20.花蓮縣 | | | | |

S2.性別(訪員自行點選)

- | | |
|------|------|
| 1.男性 | 2.女性 |
|------|------|

S3.請問您現在幾歲？

0. 12 歲及以下→**訪問結束並記錄**

- | | | | | |
|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 1. 13-15 歲 | 2. 16-19 歲 | 3. 20-24 歲 | 4. 25-29 歲 | 5. 30-34 歲 |
| 6. 35-39 歲 | 7. 40-44 歲 | 8. 45-49 歲 | 9. 50-54 歲 | 10. 55-59 歲 |
| 11. 60-64 歲 | 12. 65-69 歲 | 13. 70 歲及以上 | | |

S4.請問您最近半年內，有收聽過任何廣播節目嗎？(提示選項，單選)

訪員請說明：網路收聽(含手機/平板電腦/桌上型電腦)、車用廣播(含自己開車/計程車/公車)、家中收錄音機、工作地點或公共場所...等都算。

1.最近 6 個月內沒有收聽→跳答第六部份未來收聽廣播意願

2.最近 3 個月內沒有收聽→跳答第六部份未來收聽廣播意願

3.最近 1 個月內沒有收聽→跳答第六部份未來收聽廣播意願

4.最近 1 週內沒有收聽→跳答第六部份未來收聽廣播意願

5.最近 1 天內沒有收聽→跳答第六部份未來收聽廣播意願

6.最近 1 天內有收聽→續問 S5

S5.請問您有連續收聽最少5分鐘以上嗎？

1.有 →跳問 Q1

2.沒有→跳答第六部份未來收聽廣播意願

正式問卷

第一部份廣播收聽行為與動機

Q1.請問您通常一個禮拜大約收聽幾天廣播？_____天 (輸入整數)

Q2.平日(週一到週五)，您通常在哪些時段收聽廣播？(不提示，可複選)

- | | | | |
|----|-------------------|-------------------|-------------------|
| 凌晨 | 1.凌晨 12:00-12:59 | 2.凌晨 1:00-1:59 | 3.凌晨 2:00-2:59 |
| | 4.凌晨 3:00-3:59 | 5.凌晨 4:00-4:59 | 6.凌晨 5:00-5:59 |
| | 7.上午 6:00-6:59 | 8.上午 7:00-7:59 | 9.上午 8:00-8:59 |
| | 10.上午 9:00-9:59 | 11.上午 10:00-10:59 | 12.上午 11:00-11:59 |
| | 13.中午 12:00-12:59 | 14.中午 1:00-1:59 | 15.下午 2:00-2:59 |
| | 16.下午 3:00-3:59 | 17.下午 4:00-4:59 | 18.下午 5:00-5:59 |
| | 19.晚上 6:00-6:59 | 20.晚上 7:00-7:59 | 21.晚上 8:00-8:59 |
| | 22.晚上 9:00-9:59 | 23.晚上 10:00-10:59 | 24.晚上 11:00-11:59 |

97.不一定 (追問通常是早上、下午、還是晚上?)

98.平日(週一到週五)沒有收聽→跳答 Q4

99.不知道/忘記了

Q3.請問平日(週一到週五)，您平均每天收聽幾小時的廣播？_____小時_____分
(訪員直接輸入整數)

Q4.假日(週六日)，您通常在哪些時段收聽廣播？(不提示，可複選)

- | | | | |
|----|-------------------|-------------------|-------------------|
| 凌晨 | 1.凌晨 12:00-12:59 | 2.凌晨 1:00-1:59 | 3.凌晨 2:00-2:59 |
| | 4.凌晨 3:00-3:59 | 5.凌晨 4:00-4:59 | 6.凌晨 5:00-5:59 |
| 上午 | 7.上午 6:00-6:59 | 8.上午 7:00-7:59 | 9.上午 8:00-8:59 |
| | 10.上午 9:00-9:59 | 11.上午 10:00-10:59 | 12.上午 11:00-11:59 |
| 下午 | 13.中午 12:00-12:59 | 14.中午 1:00-1:59 | 15.下午 2:00-2:59 |
| | 16.下午 3:00-3:59 | 17.下午 4:00-4:59 | 18.下午 5:00-5:59 |
| 晚上 | 19.晚上 6:00-6:59 | 20.晚上 7:00-7:59 | 21.晚上 8:00-8:59 |
| | 22.晚上 9:00-9:59 | 23.晚上 10:00-10:59 | 24.晚上 11:00-11:59 |

97.不一定 (追問通常是早上、下午、還是晚上?)

98.假日(週六日)沒有收聽→**跳答 Q6**

99.不知道/忘記了

Q5.請問假日(週六日)，您平均每天收聽幾小時的廣播？_____小時_____分
(訪員直接輸入整數)

Q6.請問您為什麼會收聽廣播？(不提示，可複選)

- | | | | |
|----------|-------------|---------------------|----------|
| 1.有聲音陪伴 | 2.可以跟著唱歌/聽歌 | 3.call-in、跟主持人互動/聊天 | |
| 4.學習語言 | 5.知道商品資訊 | 6.有固定喜歡的節目 | 7.收聽即時新聞 |
| 8.收聽路況報導 | 9.無聊/打發時間 | 10.跟家人一起收聽 | 11.吸收新知 |
| 12.放鬆心情 | 98.其他(請註明) | | |

Q7.請問您通常會在哪些地方收聽廣播？(不提示，可複選)

- | | | |
|------------|-------------------------|---------|
| 1.家中/宿舍 | 2.工作場所 | 3.商店/超市 |
| 4.自用車/貨運車 | 5.大眾運輸交通工具(捷運/公車/客運遊覽車) | |
| 6.計程車 | 7.運動場所/戶外/公園 | |
| 98.其他(請註明) | | |

Q8.請問您通常會在什麼狀況下收聽廣播？(請問您通常在收聽廣播時，會同時做哪些事情)(不提示，可複選)

- | | | | |
|---------------|------------|-------|-----------------|
| 1.走路(行進中) | 2.運動 | 3.唸書 | 4.上網 |
| 5.開車 | 6.務農中 | 7.做家事 | 8.工廠/辦公室工作中 |
| 9.純粹聽節目/不做其他事 | 10.用餐 | 11.睡覺 | 12.休息時/有空閒時/無聊時 |
| 13.乘車/搭車 | 98.其他(請註明) | | |

第二部份廣播收聽設備

Q9.請問您通常是透過哪些設備收聽廣播？(不提示，可複選)

- 1.一般收音機/音響
- 2.車用收音機/音響
- 3.手機/平板
- 4.電腦(桌上型/筆記型)
- 98.其他(請註明)

****Q10-1~Q10-4 以Q9有回答收聽設備回答****

Q10-1.請問您使用「一般收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示，可複選)

- 1.在家中或工作場所收聽方便
- 2.比較省電
- 3.操作比較方便
- 98.其他(請註明)

Q10-2.請問您使用「車用收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示，可複選)

- 1.邊開車邊收聽比較方便
- 2.可同步收聽路況
- 98.其他(請註明)

Q10-3.請問您使用「手機/平板」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示，可複選)

- 1.可彈性時間收聽(隨選節目)
- 2.可隨身攜帶
- 3.工作/讀書使用上比較方便
- 4.同時可上網與收聽網路廣播
- 98.其他(請註明)

Q10-4.請問您使用「電腦(桌上型/筆記型)」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示，可複選)

- 1.可彈性時間收聽(隨選節目)
- 2.可隨身攜帶
- 3.工作/讀書使用上比較方便
- 4.同時可上網與收聽網路廣播
- 98.其他(請註明)

****回答選項10-3、10-4者續答Q11，其餘選項跳答Q14****

Q11.請問您主要是透過哪些方式收聽廣播？(提示，可複選)

- 1.手機 APP 程式收聽
- 2.手機內建收音機頻道
- 3.電台官方網站即時收聽(不含 hichannel 收聽平台)
- 4.hichannel 線上即時收聽
- 5.KKBOX 網路平台即時收聽
- 6.網際網路隨選收聽(AOD；不包含播客(Podcast)節目下載)
- 98.其他(請註明)

****回答選項1者續答Q12，其餘選項跳答Q13****

Q12.請問您的手機目前有下載哪些收聽廣播的 APP ? (提示，可複選)

1. 電台官方 APP
2. 集合型廣播 APP：例如「TuneIn」、「聽廣播啦」、「RadioSure」、「TapinRadio」、「MyRadioBox」、「台灣廣播」
3. 播客(Podcast)節目 APP
98. 其他(請註明)

Q13.針對您使用網路廣播的經驗，請教您的意見，5 分表示非常滿意，4 分表示滿意，3 分表示無意見，2 分表示不滿意，1 分表示非常不滿意。

項目	非常滿意	滿意	無意見	不滿意	非常不滿意
1. 點選/蒐尋網址方便性	5	4	3	2	1
2. 點選/蒐尋節目方便性	5	4	3	2	1
3. 網站連線速度穩定	5	4	3	2	1
4. 網站介面設計風格佳	5	4	3	2	1
5. 網站即時互動性功能佳	5	4	3	2	1
6. 網站收聽品質佳(聲音不會忽大忽小)	5	4	3	2	1
7. 不受廣告干擾/沒有廣告	5	4	3	2	1

第三部份收聽電台與節目類型

Q14.請問您比較常收聽哪些廣播電台？(依最常收聽順序填入代碼，最多回答五項)

1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____

Q15.您為什麼最常收聽(Q14-1 名稱)電台？(不提示，可複選)

1. 收訊品質因素
2. 主持人因素
3. 整體節目內容因素
4. 新聞因素
5. 路況報導因素
6. 生活資訊因素
7. 語言(學習)因素
8. 音樂因素
9. 商品資訊因素
10. 時段因素
11. 聽眾參與互動因素
12. 習慣性收聽
13. 他人(家人、朋友)或是工作場所播放，便跟著收聽
14. 無特別原因(不含習慣性收聽)
98. 其他(請註明)
99. 不知道/忘記了

Q16.您為什麼也常收聽(Q14-2 名稱)電台？(不提示，可複選)

1. 收訊品質因素
2. 主持人因素
3. 整體節目內容因素
4. 新聞因素
5. 路況報導因素
6. 生活資訊因素
7. 語言(學習)因素
8. 音樂因素
9. 商品資訊因素
10. 時段因素
11. 聽眾參與互動因素
12. 習慣性收聽
13. 他人(家人、朋友)或是工作場所播放，便跟著收聽
14. 無特別原因(不含習慣性收聽)
98. 其他(請註明)
99. 不知道/忘記了

Q17.請問您比較常收聽哪些節目類型？(不提示，可複選)

- | | | | |
|-----------------------|---------------------|------------|------------|
| 1.新聞類(含路況報導) | 2.音樂類 | 3.生活資訊類 | 4.藝術文化類 |
| 5.旅遊美食類 | 6.社教類(含公共服務) | 7.運動/體育類 | 8.投資理財類 |
| 9.傳統戲曲類(京劇、歌仔戲、客家大戲等) | 10.戲劇類(廣播劇) | 11.影劇娛樂類 | |
| 12.時事評論(政論性談話)類 | 13.一般談話性(除時事評論以外)節目 | 14.兒少節目 | |
| 15.宗教與人生哲理(心靈)類 | 16.醫學健康與養生類 | 17.語言教學節目 | 18.新住民服務節目 |
| 19.不一定/播什麼聽什麼 | 98.其他(請註明) | 99.不知道/忘記了 | |

****回答選項1者續答Q18，回答選項2者續答Q19，其餘選項跳答Q20****

Q18.請問您比較常收聽哪些方面的新聞報導？(不提示，可複選，最多選五項)

- | | | | |
|--------------------|------------|---------------|--------|
| 1.社會新聞 | 2.國內政治新聞 | 3.財經股市 | 4.影劇娛樂 |
| 5.體育競賽 | 6.藝文科學 | 7.氣象報導 | 8.國際新聞 |
| 9.民生消費 | 10.路況報導 | 11.兩岸新聞【大陸新聞】 | |
| 12.不一定/播什麼聽什麼(都喜歡) | 98.其他(請註明) | 99.不知道/忘記了 | |

Q19.請問您比較常收聽哪些類型的音樂節目？(不提示，可複選，最多選五項)

- | | | | |
|------------|--------------------|------------------------|----------|
| 1.流行歌曲 | 2.搖滾歌曲 | 3.舞曲 | 4.演歌 |
| 5.經典老歌 | 6.演奏曲或輕音樂 | 7.爵士歌曲 | 8.節奏藍調 |
| 9.校園歌曲 | 10.古典音樂 | 11.傳統民謠 | 12.新世紀音樂 |
| 13.西洋歌曲 | 14.世界音樂【西洋歌曲以外】 | 15.台語歌曲 | 16.客語歌曲 |
| 17.宗教音樂 | 18.不一定/播什麼聽什麼(都喜歡) | 19.原住民音樂 | |
| 20.日語歌曲 | 21.韓語歌曲 | 22.新住民音樂(印尼、越南、泰國...等) | |
| 98.其他(請註明) | 99.不知道/忘記了 | | |

Q20.請問您認為目前的電台節目類型或內容，有哪些不足之處？(不提示，可複選)

- | | | |
|------------|--------------------|---------------------------|
| 1.廣告時間太長 | 2.節目經常聽到主持人介紹或推銷商品 | 3.販售商品無查證 |
| 4.同樣廣告重覆多次 | 5.談話性節目內容太多 | 6.主持人口條不佳 |
| 7.播放音樂不吸引人 | 98.其他(請註明) | 99.沒有不足的地方→ 跳答 Q21 |

Q20-1.請問您認為應該如何加強或改進？

第四部份電台活動與聽眾互動經驗

Q21.請問您參加過哪些電台實體活動？(隨機提示前三項，可複選)

- 1.旅遊活動
- 2.聽友會
- 3.公益活動
- 4.各項競賽(含歌唱/語言)
- 5.各類課程
- 6.寒暑假營隊
- 7.演唱會(音樂活動)
- 8.參加抽獎活動
- 9.參加票選活動
- 10.參加網購或團購活動
- 98.其他(請註明)
- 99.都沒有

Q22.收聽廣播時，請問您有沒有 call-in 過呢？

- 1.有
- 2.沒有→**跳答 Q24**

Q23.請問您 call-in 的主要原因有哪些？(不提示，可複選)

- 1.表達意見
- 2.想跟主持人或來賓聊天
- 3.想拿獎品
- 4.回報路況
- 5.點播歌曲
- 6.詢問節目或活動相關資訊
- 7.諮詢(有專業來賓可詢問問題)
- 98.其他(請註明)

Q24.請問您有加入廣播電台、節目或主持人的粉絲團(FB)嗎？(不提示，可複選)

- 1.電台 FB
- 2.節目 FB
- 3.主持人 FB
- 98.其他(請註明)
- 99.都沒有→**跳答 26**

Q25.請問您在粉絲團裡面，與電台、節目或主持人有哪些互動？(不提示，可複選)

- 1.點播歌曲
- 2.留言/聊天
- 3.打卡按讚
- 4.分享資訊
- 5.參加票選活動
- 6.參加抽獎活動
- 7.參加網購或團購活動
- 98.其他(請註明)

Q26.請問您有沒有看過電台節目的網路直播呢？

- 1.有
- 2.沒有→**跳答 Q31**

Q27.請問您會從哪些管道收看電台節目的網路直播？

- 1.youtube 直播頻道
- 2.臉書(FB)直播
- 3.電台 APP 直播
- 98.其他(請註明)

Q28.請問您會收看電台節目網路直播的主要原因是？(不提示，可複選)

- 1.可以看到主持人或來賓
- 2.可以直接跟主持人或來賓互動
- 3.喜歡/認同主持人(主持風格/外型)
- 4.可以看到更多畫面(像看電視節目)
- 5.主持人或來賓宣傳鼓勵觀看
- 98.其他(請註明)

Q29.就您收看的經驗來說，請問您喜不喜歡電台節目進行網路直播？

- 1.非常不喜歡
- 2.不太喜歡
- 3.普通
- 4.喜歡
- 5.非常喜歡
- 99.不知道/無意見

Q30.針對您較常收看的電台節目網路直播，您有哪些建議？(不提示，可複選)

- 1.希望有更多節目開放直播
- 2.希望邀請更多不同專業領域的來賓上節目
- 3.希望網路直播的背景畫面可以更多元(不要過於單調)
- 4.訊號更穩定
- 98.其他(請註明)

Q31.請問您最喜歡的電台服務項目是？(單選)

- 1.線上即時收聽服務
- 2.線上隨選收聽服務
- 3.線上節目資訊公佈/曲目查詢
- 4.節目前短暫新聞資訊播報
- 5.線上即時互動(如點歌、聊天等)
- 6.電台 call-in 點歌、諮詢、聊天互動
- 7.電台主辦或協辦之專案活動，如旅遊活動、聽友會、公益活動、各項競賽等
- 8.各類商品、旅遊服務介紹及販售
- 9.整點報時(台呼)
- 10.廣告播出(含節目冠名贊助、廣播廣告等)
- 11.都喜歡
- 98.其他(請註明)

Q32.請問您希望電臺增加或加強哪些服務？(隨機提示，可複選)

- 1.聽眾服務(email 和電話諮詢、臉書粉絲頁留言及 Line@留言等)
- 2.廣播即時收聽節目
- 3.線上隨選收聽節目
- 4.網路直播節目
- 5.客製化廣播節目(例如參加活動，廣播節目中會播出)
- 6.提供數位廣播服務(例如廣播 APP、播客下載等)
- 7.聽眾相關活動(電臺參訪、聽友會、遊學活動、廣播營等)
- 8.節目電話 call-in
- 98.其他(請註明)

第五部份節目冠名贊助與商品訊息意見

Q33.請問最近半年內，您有買過廣播節目中介紹的產品或服務嗎？

- 1.有
- 2.沒有 → **跳答 Q36**

Q34.最近半年內，您買過哪些產品或服務？(可複選)

- 1.一般食品
- 2.健康/養生食品
- 3.藥品
- 4.美容/塑身產品
- 5.休閒旅遊行程
- 6.家電產品
- 7.3C 產品(手機/相機)
- 8.書籍/文具
- 9.玩具/童裝
- 10.音樂/VCD/DVD
- 11.傢俱/寢俱
- 12.服飾
- 13.鞋子/包包/配件
- 14.餐飲美食/飯店
- 15.語言/才藝/健身等各類課程
- 16.農產品
- 17.保險產品
- 18.生活用品(含百貨/汽車/清潔用品)
- 98.其他(請註明)
- 99.不知道/忘記了

Q35.購買產品或服務後，請問您有沒有不滿意的經驗？(不提示，可複選)

- 1.產品/服務有問題
- 2.產品/服務無法退貨
- 3.產品/服務不符合預期
- 4.產品/服務找不到諮詢管道
- 98.其他(請註明)
- 99.都沒有

Q36.在廣播節目中有時會介紹到由廠商贊助的商品訊息，請問您的接受程度？

- 1.非常不能接受 2.不太能接受 3.無意見 4.還算能接受 5.非常能接受 99.拒答

Q37.如果廣播節目中的商品介紹訊息聽起來跟廣告差不多，請問您的接受程度？

- 1.非常不能接受 2.不太能接受 3.無意見 4.還算能接受 5.非常能接受 99.拒答

Q38.按照政府規定，目前1小時的廣播節目可播出9分鐘的廣告，請問您認為廣告時間長度？

- 1.太多 2.有點多 3.剛好 4.有點少 5.太少 98.無意見 99.拒答

Q39.請問您可以接受，1小時的廣播節目最多能播出_____分鐘的廣告？(請填入整數)

Q40.根據NCC規定，接受廠商冠名贊助的節目，應在節目開始與結束時，告知聽眾贊助廠商的名稱或是商標，播放時間不得超過四十五秒，請問您的接受程度？

- 1.非常不能接受 2.不太能接受 3.無意見 4.還算能接受 5.非常能接受 99.拒答

本題填寫完畢後，跳答基本資料

第六部份未來收聽廣播意願

Q41.請問您沒有收聽廣播的最主要原因是？(不提示，可複選)

- 1.對廣播節目沒興趣 2.沒空收聽 3.工作場所(環境)不允許
4.廣播收訊不佳 5.廣播節目內容不佳 6.沒有固定收聽習慣
7.沒有收聽工具 8.看電視/電腦等其他媒體 9.只有開車(搭車)時才聽
98.其他(請註明)

Q42.目前透過電腦/手機等媒體平台也能收聽廣播，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？

- 1.一定不會 2.可能不會 3.不一定(不提示) 4.可能會 5.一定會 99.拒答

回答3、4、5者續答Q43，其餘選項跳答Q44

Q43.您比較可能會透過下列哪些設備來收聽廣播？(逐項提示，可複選)

- 1.一般收音機/音響 2.車用收音機/音響 3.手機 4.電腦
98.其他(請註明)

Q44.目前電台提供線上與實體多元的服務活動，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？

- 1.一定不會 2.可能不會 3.不一定(不提示) 4.可能會 5.一定會 99.拒答

回答3、4、5者續答Q45，其餘選項跳答基本資料

Q45.比較吸引您的服務或活動有哪些？(隨機提示前五項，可複選)

- 1.旅遊活動
- 2.聽友會
- 3.公益活動
- 4.各項競賽(含歌唱/語言)
- 5.各類課程
- 6.寒暑假營隊
- 7.演唱會(音樂活動)
- 8.電話 call-in(含點歌/諮詢)
- 9.官網點歌/討論區留言
- 10.FB 粉絲團打卡按讚/點歌/聊天
- 11.APP 點歌/留言/聊天
- 12.微博點歌/留言/聊天
- 13.網路直播節目
- 98.其他(請註明)

基本資料

****以下我們想請問您一些個人基本資料，作為研究分析之用****

D1.請問您的教育程度是？

- 1.國小及以下
- 2.國/初中
- 3.高中/職
- 4.專科
- 5.大學
- 6.研究所及以上
- 99.拒答

D2.請問您的職業是？

- 1.自營商、雇主、企業家、民意代表
- 2.高階主管及經理人員
- 3.專業人員 (律師、醫師、會計師、建築師等)
- 4.技術員及助理專業人員
- 5.事務支援人員 (郵局銀行行員、辦公室事務工作、公司櫃台接待、總機等)
- 6.服務及銷售工作人員 (空服員、保全、褓母、看護、攤販等)
- 7.技藝、機械設備操作及體力技術工 (司機、水電工、油漆工、清潔工等)
- 8.農、林、漁、牧、礦業生產人員
- 9.軍警公教
- 10.家庭主婦
- 11.學生
- 12.自由業
- 13.退休
- 14.待業中/無業
- 98.其他(請註明)
- 99.拒答

D3.請問您平常跟家人溝通，主要使用的語言有哪些？(可複選)

- 1.國語
- 2.閩南語
- 3.客家話
- 4.原住民語言
- 5.英語
- 6.印尼語
- 7.越南語
- 8.泰國語
- 98.其他(請註明)
- 99.拒答

D4.請問您個人平均月收入大約多少？

- 1.不足二萬元
- 2.二萬~不足四萬
- 3.四萬~不足六萬
- 4.六萬~不足八萬
- 5.八萬~不足十萬
- 6.十萬~不足十二萬
- 7.十二萬~不足十四萬
- 8.十四萬~不足十六萬
- 9.十六萬~不足十八萬
- 10.十八萬~不足二十萬
- 11.二十萬及以上
- 98.無收入
- 99.拒答

D5.為了更加瞭解民眾收聽廣播的各項服務需求，我們將於○~○月舉辦民眾收聽廣播經驗分享的座談會，會提供車馬費給您，請問您願意參加嗎？

1.願意【記錄姓名(全名)、電話】 2.不願意

姓名：_____方便連絡電話：

我們的訪問到此結束，謝謝您!!

附錄二、正式調查問卷-網路調查版本

2019年廣播收聽行為調查問卷-網路調查版本

您好，這裡是國家通訊傳播委員會委託的執行單位(華威行銷研究公司)，目前正在進行一項有關「廣播收聽行為」的研究，耽誤您的時間請教一些問題，您的意見無對與錯之分。經統計分析後將作為未來政策修訂的參考，因此不會對外公開或進行任何推銷活動。

****這份問卷是受政府機關委託執行，您的意見將成為政府決策時的重要參考，並且所有資料與意見都將受到最嚴密的保護，請您放心。****

若受訪者有任何疑問，查詢電話為NCC(國家通訊傳播委員會)02-○○○○○○○○或上網查詢最新公告。

過濾題

S1.請問您目前住在哪一個縣市？

- | | | | | | |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1.臺北市 | 2.新北市 | 3.基隆市 | 4.桃園市 | 5.新竹縣 | 6.新竹市 |
| 7.苗栗縣 | 8.臺中市 | 9.彰化縣 | 10.南投縣 | 11.雲林縣 | 12.嘉義縣 |
| 13.嘉義市 | 14.臺南市 | 15.高雄市 | 16.屏東縣 | 17.澎湖縣 | 18.宜蘭縣 |
| 19.臺東縣 | 20.花蓮縣 | | | | |

S2.性別(訪員自行點選)

- | | |
|------|------|
| 1.男性 | 2.女性 |
|------|------|

S3.請問您現在幾歲？

0. 12 歲及以下 → **訪問結束並記錄**
- | | | | | |
|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 1. 13-15 歲 | 2. 16-19 歲 | 3. 20-24 歲 | 4. 25-29 歲 | 5. 30-34 歲 |
| 6. 35-39 歲 | 7. 40-44 歲 | 8. 45-49 歲 | 9. 50-54 歲 | 10. 55-59 歲 |
| 11. 60-64 歲 | 12. 65-69 歲 | 13. 70 歲及以上 | | |

S4.請問您最近半年內，有收聽過任何廣播節目嗎？(提示選項，單選)

訪員請說明：網路收聽(含手機/平板電腦/桌上型電腦)、車用廣播(含自己開車/計程車/公車)、家中收錄音機、工作地點或公共場所...等都算。

- 1.最近 6 個月內沒有收聽→跳答第六部份未來收聽廣播意願
- 2.最近 3 個月內沒有收聽→跳答第六部份未來收聽廣播意願
- 3.最近 1 個月內沒有收聽→跳答第六部份未來收聽廣播意願
- 4.最近 1 週內沒有收聽→跳答第六部份未來收聽廣播意願
- 5.最近 1 天內沒有收聽→跳答第六部份未來收聽廣播意願
- 6.最近 1 天內有收聽→續問 S5

S5.請問您有連續收聽最少5分鐘以上嗎？

- 1.有 →跳問 Q1
- 2.沒有→跳答第六部份未來收聽廣播意願

正式問卷

第一部份廣播收聽行為與動機

Q1.請問您通常一個禮拜大約收聽幾天廣播？_____天 (輸入整數)

Q2.平日(週一到週五)，您通常在哪些時段收聽廣播？(可複選)

- | | | | |
|----|-------------------|-------------------|-------------------|
| 凌晨 | 1.凌晨 12:00-12:59 | 2.凌晨 1:00-1:59 | 3.凌晨 2:00-2:59 |
| | 4.凌晨 3:00-3:59 | 5.凌晨 4:00-4:59 | 6.凌晨 5:00-5:59 |
| 上午 | 7.上午 6:00-6:59 | 8.上午 7:00-7:59 | 9.上午 8:00-8:59 |
| | 10.上午 9:00-9:59 | 11.上午 10:00-10:59 | 12.上午 11:00-11:59 |
| 下午 | 13.中午 12:00-12:59 | 14.中午 1:00-1:59 | 15.下午 2:00-2:59 |
| | 16.下午 3:00-3:59 | 17.下午 4:00-4:59 | 18.下午 5:00-5:59 |
| 晚上 | 19.晚上 6:00-6:59 | 20.晚上 7:00-7:59 | 21.晚上 8:00-8:59 |
| | 22.晚上 9:00-9:59 | 23.晚上 10:00-10:59 | 24.晚上 11:00-11:59 |

97.不一定 (追問通常是早上、下午、還是晚上?)

98.平日(週一到週五)沒有收聽→跳答 Q4

99.不知道/忘記了

Q3.請問平日(週一到週五)，您平均每天收聽幾小時的廣播？_____小時_____分
(訪員直接輸入整數)

Q4.假日(週六日)，您通常在哪些時段收聽廣播？(可複選)

- | | | | |
|----|-------------------|-------------------|-------------------|
| 凌晨 | 1.凌晨 12:00-12:59 | 2.凌晨 1:00-1:59 | 3.凌晨 2:00-2:59 |
| | 4.凌晨 3:00-3:59 | 5.凌晨 4:00-4:59 | 6.凌晨 5:00-5:59 |
| 上午 | 7.上午 6:00-6:59 | 8.上午 7:00-7:59 | 9.上午 8:00-8:59 |
| | 10.上午 9:00-9:59 | 11.上午 10:00-10:59 | 12.上午 11:00-11:59 |
| 下午 | 13.中午 12:00-12:59 | 14.中午 1:00-1:59 | 15.下午 2:00-2:59 |
| | 16.下午 3:00-3:59 | 17.下午 4:00-4:59 | 18.下午 5:00-5:59 |
| 晚上 | 19.晚上 6:00-6:59 | 20.晚上 7:00-7:59 | 21.晚上 8:00-8:59 |
| | 22.晚上 9:00-9:59 | 23.晚上 10:00-10:59 | 24.晚上 11:00-11:59 |

97.不一定 (追問通常是早上、下午、還是晚上?)

98.假日(週六日)沒有收聽→**跳答 Q6**

99.不知道/忘記了

Q5.請問假日(週六日)，您平均每天收聽幾小時的廣播？_____小時_____分
(訪員直接輸入整數)

Q6.請問您為什麼會收聽廣播？(可複選)

- | | | | |
|----------|-------------|---------------------|----------|
| 1.有聲音陪伴 | 2.可以跟著唱歌/聽歌 | 3.call-in、跟主持人互動/聊天 | |
| 4.學習語言 | 5.知道商品資訊 | 6.有固定喜歡的節目 | 7.收聽即時新聞 |
| 8.收聽路況報導 | 9.無聊/打發時間 | 10.跟家人一起收聽 | 11.吸收新知 |
| 12.放鬆心情 | 98.其他(請註明) | | |

Q7.請問您通常會在哪些地方收聽廣播？(可複選)

- | | | |
|------------|-------------------------|---------|
| 1.家中/宿舍 | 2.工作場所 | 3.商店/超市 |
| 4.自用車/貨運車 | 5.大眾運輸交通工具(捷運/公車/客運遊覽車) | |
| 6.計程車 | 7.運動場所/戶外/公園 | |
| 98.其他(請註明) | | |

Q8.請問您通常會在什麼狀況下收聽廣播？(請問您通常在收聽廣播時，會同時做哪些事情)(可複選)

- | | | | |
|---------------|------------|-------|-----------------|
| 1.走路(行進中) | 2.運動 | 3.唸書 | 4.上網 |
| 5.開車 | 6.務農中 | 7.做家事 | 8.工廠/辦公室工作中 |
| 9.純粹聽節目/不做其他事 | 10.用餐 | 11.睡覺 | 12.休息時/有空閒時/無聊時 |
| 13.乘車/搭車 | 98.其他(請註明) | | |

第二部份廣播收聽設備

Q9.請問您通常是透過哪些設備收聽廣播？(可複選)

- 1.一般收音機/音響
- 2.車用收音機/音響
- 3.手機/平板
- 4.電腦(桌上型/筆記型)
- 98.其他(請註明)

****Q10-1~Q10-4 以Q9有回答收聽設備回答****

Q10-1.請問您使用「一般收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(可複選)

- 1.在家中或工作場所收聽方便
- 2.比較省電
- 3.操作比較方便
- 98.其他(請註明)

Q10-2.請問您使用「車用收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(可複選)

- 1.邊開車邊收聽比較方便
- 2.可同步收聽路況
- 98.其他(請註明)

Q10-3.請問您使用「手機/平板」收聽廣播的主要原因有哪些？(可複選)

- 1.可彈性時間收聽(隨選節目)
- 2.可隨身攜帶
- 3.工作/讀書使用上比較方便
- 4.同時可上網與收聽網路廣播
- 98.其他(請註明)

Q10-4.請問您使用「電腦(桌上型/筆記型)」收聽廣播的主要原因有哪些？(可複選)

- 1.可彈性時間收聽(隨選節目)
- 2.可隨身攜帶
- 3.工作/讀書使用上比較方便
- 4.同時可上網與收聽網路廣播
- 98.其他(請註明)

****回答選項10-3、10-4者續答Q11，其餘選項跳答Q14****

Q11.請問您主要是透過哪些方式收聽廣播？(提示，可複選)

- 1.手機 APP 程式收聽
- 2.手機內建收音機頻道
- 3.電台官方網站即時收聽(不含 hichannel 收聽平台)
- 4.hichannel 線上即時收聽
- 5.KKBOX 網路平台即時收聽
- 6.網際網路隨選收聽(AOD；不包含播客(Podcast)節目下載)
- 98.其他(請註明)

****回答選項1者續答Q12，其餘選項跳答Q13****

Q12.請問您的手機目前有下載哪些收聽廣播的 APP ? (提示，可複選)

- 1.電台官方 APP
- 2.集合型廣播 APP：例如「TuneIn」、「聽廣播啦」、「RadioSure」、「TapinRadio」、「MyRadioBox」、「台灣廣播」
- 3.播客(Podcast)節目 APP
- 98.其他(請註明)

Q13.針對您使用網路廣播的經驗，請教您的意見，5 分表示非常滿意，4 分表示滿意，3 分表示無意見，2 分表示不滿意，1 分表示非常不滿意。

項目	非常滿意	滿意	無意見	不滿意	非常不滿意
1.點選/蒐尋網址方便性	5	4	3	2	1
2.點選/蒐尋節目方便性	5	4	3	2	1
3.網站連線速度穩定	5	4	3	2	1
4.網站介面設計風格佳	5	4	3	2	1
5.網站即時互動性功能佳	5	4	3	2	1
6.網站收聽品質佳(聲音不會忽大忽小)	5	4	3	2	1
7.不受廣告干擾/沒有廣告	5	4	3	2	1

第三部份收聽電台與節目類型

Q14.請問您比較常收聽哪些廣播電台？(依最常收聽順序填入代碼，最多回答五項)

1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____

1.HitFm 聯播網 Taipei 北部	2.A-LINE 廣播電台	3.中廣流行網 i like
4.飛碟電台	5.中廣 i radio 線上聽	6. BestRadio 台北好事
7. Classical Taiwan 愛樂電台	8.中廣新聞網	9. NEWS98 新聞網
10. HitFm 聯播網 中部	11. POP Radio 台北流行廣播電台	12. BestRadio 高雄港都
13. KISS RADIO 大眾廣播	14. BestRadio 台中好事	15. ICRT
16. Flyradio 飛揚調頻	17. HitFm 聯播網 南部	18.寶島新聲廣播電台
19. Pulse FM 心動音樂電台	20. Classical 台中古典音樂台	21. 綠色和平電台
22. 全國廣播	23. BravoFM 台北都會音樂台	24. 警廣 全國交通網
25. ASIAFM 衛星音樂台	26. 大千電台	27. ASIAFM 亞太電台
28. ASIAFM 亞洲電台	29. IC 之音	30.警廣 高雄分臺
98.其他(請註明_____)		

註：上述選項為 HiNet hichannel 網站收聽排名前 30。

Q15.您為什麼最常收聽(Q14-1 名稱)電台?(可複選)

- | | | | |
|----------------------------|------------|-------------------|----------|
| 1.收訊品質因素 | 2.主持人因素 | 3.整體節目內容因素 | 4.新聞因素 |
| 5.路況報導因素 | 6.生活資訊因素 | 7.語言(學習)因素 | 8.音樂因素 |
| 9.商品資訊因素 | 10.時段因素 | 11.聽眾參與互動因素 | 12.習慣性收聽 |
| 13.他人(家人、朋友)或是工作場所播放，便跟著收聽 | | 14.無特別原因(不含習慣性收聽) | |
| 98.其他(請註明) | 99.不知道/忘記了 | | |

Q16.您為什麼也常收聽(Q14-2 名稱)電台?(可複選)

- | | | | |
|----------------------------|------------|-------------------|----------|
| 1.收訊品質因素 | 2.主持人因素 | 3.整體節目內容因素 | 4.新聞因素 |
| 5.路況報導因素 | 6.生活資訊因素 | 7.語言(學習)因素 | 8.音樂因素 |
| 9.商品資訊因素 | 10.時段因素 | 11.聽眾參與互動因素 | 12.習慣性收聽 |
| 13.他人(家人、朋友)或是工作場所播放，便跟著收聽 | | 14.無特別原因(不含習慣性收聽) | |
| 98.其他(請註明) | 99.不知道/忘記了 | | |

Q17.請問您比較常收聽哪些節目類型?(可複選)

- | | | | |
|-----------------------|---------------------|------------|------------|
| 1.新聞類(含路況報導) | 2.音樂類 | 3.生活資訊類 | 4.藝術文化類 |
| 5.旅遊美食類 | 6.社教類(含公共服務) | 7.運動/體育類 | 8.投資理財類 |
| 9.傳統戲曲類(京劇、歌仔戲、客家大戲等) | 10.戲劇類(廣播劇) | 11.影劇娛樂類 | |
| 12.時事評論(政論性談話)類 | 13.一般談話性(除時事評論以外)節目 | 14.兒少節目 | |
| 15.宗教與人生哲理(心靈)類 | 16.醫學健康與養生類 | 17.語言教學節目 | 18.新住民服務節目 |
| 19.不一定/播什麼聽什麼 | 98.其他(請註明) | 99.不知道/忘記了 | |

****回答選項1者續答Q18，回答選項2者續答Q19，其餘選項跳答Q20****

Q18.請問您比較常收聽哪些方面的新聞報導?(可複選，最多選五項)

- | | | | |
|--------------------|------------|---------------|--------|
| 1.社會新聞 | 2.國內政治新聞 | 3.財經股市 | 4.影劇娛樂 |
| 5.體育競賽 | 6.藝文科學 | 7.氣象報導 | 8.國際新聞 |
| 9.民生消費 | 10.路況報導 | 11.兩岸新聞【大陸新聞】 | |
| 12.不一定/播什麼聽什麼(都喜歡) | 98.其他(請註明) | 99.不知道/忘記了 | |

Q19.請問您比較常收聽哪些類型的音樂節目?(可複選，最多選五項)

- | | | | |
|------------|--------------------|------------------------|----------|
| 1.流行歌曲 | 2.搖滾歌曲 | 3.舞曲 | 4.演歌 |
| 5.經典老歌 | 6.演奏曲或輕音樂 | 7.爵士歌曲 | 8.節奏藍調 |
| 9.校園歌曲 | 10.古典音樂 | 11.傳統民謠 | 12.新世紀音樂 |
| 13.西洋歌曲 | 14.世界音樂【西洋歌曲以外】 | 15.台語歌曲 | 16.客語歌曲 |
| 17.宗教音樂 | 18.不一定/播什麼聽什麼(都喜歡) | 19.原住民音樂 | |
| 20.日語歌曲 | 21.韓語歌曲 | 22.新住民音樂(印尼、越南、泰國...等) | |
| 98.其他(請註明) | 99.不知道/忘記了 | | |

Q20.請問您認為目前的電台節目類型或內容，有哪些不足之處？(可複選)

- 1.廣告時間太長 2.節目經常聽到主持人介紹或推銷商品 3.販售商品無查證
4.同樣廣告重覆多次 5.談話性節目內容太多 6.主持人口條不佳
7.播放音樂不吸引人 98.其他(請註明) 99.沒有不足的地方→**跳答 Q21**

Q20-1.請問您認為應該如何加強或改進？

第四部份電台活動與聽眾互動經驗

Q21.請問您參加過哪些電台實體活動？(隨機提示前三項，可複選)

- 1.旅遊活動 2.聽友會 3.公益活動 4.各項競賽(含歌唱/語言)
5.各類課程 6.寒暑假營隊 7.演唱會(音樂活動) 8.參加抽獎活動
9.參加票選活動 10.參加網購或團購活動
98.其他(請註明) 99.都沒有

Q22.收聽廣播時，請問您有沒有 call-in 過呢？

- 1.有 2.沒有→**跳答 Q24**

Q23.請問您 call-in 的主要原因有哪些？(可複選)

- 1.表達意見 2.想跟主持人或來賓聊天 3.想拿獎品 4.回報路況 5.點播歌曲
6.詢問節目或活動相關資訊 7.諮詢(有專業來賓可詢問問題)
98.其他(請註明)

Q24.請問您有加入廣播電台、節目或主持人的粉絲團(FB)嗎？(可複選)

- 1.電台 FB 2.節目 FB 3.主持人 FB 98.其他(請註明)
99.都沒有→**跳答 26**

Q25.請問您在粉絲團裡面，與電台、節目或主持人有哪些互動？(可複選)

- 1.點播歌曲 2.留言/聊天 3.打卡按讚 4.分享資訊 5.參加票選活動
6.參加抽獎活動 7.參加網購或團購活動 98.其他(請註明)

Q26.請問您有沒有看過電台節目的網路直播呢？

- 1.有 2.沒有→**跳答 Q31**

Q27.請問您會從哪些管道收看電台節目的網路直播？

- 1.youtube 直播頻道 2.臉書(FB)直播 3.電台 APP 直播 98.其他(請註明)

Q28.請問您會收看電台節目網路直播的主要原因是？(可複選)

- 1.可以看到主持人或來賓
- 2.可以直接跟主持人或來賓互動
- 3.喜歡/認同主持人(主持風格/外型)
- 4.可以看到更多畫面(像看電視節目)
- 5.主持人或來賓宣傳鼓勵觀看
- 98.其他(請註明)

Q29.就您收看的經驗來說，請問您喜不喜歡電台節目進行網路直播？

- 1.非常不喜歡
- 2.不太喜歡
- 3.普通
- 4.喜歡
- 5.非常喜歡
- 99.不知道/無意見

Q30.針對您較常收看的電台節目網路直播，您有哪些建議？(可複選)

- 1.希望有更多節目開放直播
- 2.希望邀請更多不同專業領域的來賓上節目
- 3.希望網路直播的背景畫面可以更多元(不要過於單調)
- 4.訊號更穩定
- 98.其他(請註明)

Q31.請問您最喜歡的電台服務項目是？(單選)

- 1.線上即時收聽服務
- 2.線上隨選收聽服務
- 3.線上節目資訊公佈/曲目查詢
- 4.節目前短暫新聞資訊播報
- 5.線上即時互動(如點歌、聊天等)
- 6.電台 call-in 點歌、諮詢、聊天互動
- 7.電台主辦或協辦之專案活動，如旅遊活動、聽友會、公益活動、各項競賽等
- 8.各類商品、旅遊服務介紹及販售
- 9.整點報時(台呼)
- 10.廣告播出(含節目冠名贊助、廣播廣告等)
- 11.都喜歡
- 98.其他(請註明)

Q32.請問您希望電臺增加或加強哪些服務？(隨機提示，可複選)

- 1.聽眾服務(email 和電話諮詢、臉書粉絲頁留言及 Line@留言等)
- 2.廣播即時收聽節目
- 3.線上隨選收聽節目
- 4.網路直播節目
- 5.客製化廣播節目(例如參加活動，廣播節目中會播出)
- 6.提供數位廣播服務(例如廣播 APP、播客下載等)
- 7.聽眾相關活動(電臺參訪、聽友會、遊學活動、廣播營等)
- 8.節目電話 call-in
- 98.其他(請註明)

第五部份節目冠名贊助與商品訊息意見

Q33.請問最近半年內，您有買過廣播節目中介紹的產品或服務嗎？

- 1.有
- 2.沒有 → **跳答 Q36**

Q34.最近半年內，您買過哪些產品或服務？(可複選)

- | | | | |
|-------------|---------------|----------------------|-----------|
| 1.一般食品 | 2.健康/養生食品 | 3.藥品 | 4.美容/塑身產品 |
| 5.休閒旅遊行程 | 6.家電產品 | 7.3C 產品(手機/相機) | 8.書籍/文具 |
| 9.玩具/童裝 | 10.音樂/VCD/DVD | 11.傢俱/寢俱 | 12.服飾 |
| 13.鞋子/包包/配件 | 14.餐飲美食/飯店 | 15.語言/才藝/健身等各類課程 | |
| 16.農產品 | 17.保險產品 | 18.生活用品(含百貨/汽車/清潔用品) | |
| 98.其他(請註明) | 99.不知道/忘記了 | | |

Q35.購買產品或服務後，請問您有沒有不滿意的經驗？(可複選)

- 1.產品/服務有問題 2.產品/服務無法退貨 3.產品/服務不符合預期
4.產品/服務找不到諮詢管道 98.其他(請註明) 99.都沒有

Q36.在廣播節目中有時會介紹到由廠商贊助的商品訊息，請問您的接受程度？

- 1.非常不能接受 2.不太能接受 3.無意見 4.還算能接受 5.非常能接受 99.拒答

Q37.如果廣播節目中的商品介紹訊息聽起來跟廣告差不多，請問您的接受程度？

- 1.非常不能接受 2.不太能接受 3.無意見 4.還算能接受 5.非常能接受 99.拒答

Q38.按照政府規定，目前 1 小時的廣播節目可播出 9 分鐘的廣告，請問您認為廣告時間長度？

- 1.太多 2.有點多 3.剛好 4.有點少 5.太少 98.無意見 99.拒答

Q39.請問您可以接受，1 小時的廣播節目最多能播出_____分鐘的廣告？(請填入整數)

Q40.根據 NCC 規定，接受廠商冠名贊助的節目，應在節目開始與結束時，告知聽眾贊助廠商的名稱或是商標，播放時間不得超過四十五秒，請問您的接受程度？

- 1.非常不能接受 2.不太能接受 3.無意見 4.還算能接受 5.非常能接受 99.拒答

本題填寫完畢後，跳答基本資料

第六部份未來收聽廣播意願

Q41.請問您沒有收聽廣播的最主要原因是？(可複選)

- | | | |
|------------|---------------|---------------|
| 1.對廣播節目沒興趣 | 2.沒空收聽 | 3.工作場所(環境)不允許 |
| 4.廣播收訊不佳 | 5.廣播節目內容不佳 | 6.沒有固定收聽習慣 |
| 7.沒有收聽工具 | 8.看電視/電腦等其他媒體 | 9.只有開車(搭車)時才聽 |
| 98.其他(請註明) | | |

Q42.目前透過電腦/手機等媒體平台也能收聽廣播，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？

- 1.一定不會 2.可能不會 3.不一定(不提示) 4.可能會 5.一定會 99.拒答

****回答3、4、5者續答Q43，其餘選項跳答Q44****

Q43.您比較可能會透過下列哪些設備來收聽廣播？(逐項提示，可複選)

- 1.一般收音機/音響 2.車用收音機/音響 3.手機 4.電腦

98.其他(請註明)

Q44.目前電台提供線上與實體多元的服務活動，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？

- 1.一定不會 2.可能不會 3.不一定(不提示) 4.可能會 5.一定會 99.拒答

****回答3、4、5者續答Q45，其餘選項跳答基本資料****

Q45.比較吸引您的服務或活動有哪些？(隨機提示前五項，可複選)

- 1.旅遊活動 2.聽友會 3.公益活動 4.各項競賽(含歌唱/語言)
5.各類課程 6.寒暑假營隊 7.演唱會(音樂活動) 8.電話 call-in(含點歌/諮詢)
9.官網點歌/討論區留言 10.FB 粉絲團打卡按讚/點歌/聊天
11. APP 點歌/留言/聊天 12.微博點歌/留言/聊天 13.網路直播節目

98.其他(請註明)

基本資料

****以下我們想請問您一些個人基本資料，作為研究分析之用****

D1.請問您的教育程度是？

- 1.國小及以下 2.國/初中 3.高中/職 4.專科 5.大學
6.研究所及以上 99.拒答

D2.請問您的職業是？

- 1.自營商、雇主、企業家、民意代表
2.高階主管及經理人員
3.專業人員 (律師、醫師、會計師、建築師等)
4.技術員及助理專業人員
5.事務支援人員 (郵局銀行行員、辦公室事務工作、公司櫃台接待、總機等)
6.服務及銷售工作人員 (空服員、保全、裸母、看護、攤販等)
7.技藝、機械設備操作及體力技術工 (司機、水電工、油漆工、清潔工等)
8.農、林、漁、牧、礦業生產人員
9.軍警公教 10.家庭主婦 11.學生
12.自由業 13.退休 14.待業中/無業
98.其他(請註明) 99.拒答

D3.請問您平常跟家人溝通，主要使用的語言有哪些？(可複選)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|------------|-------|
| 1.國語 | 2.閩南語 | 3.客家話 | 4.原住民語言 | 5.英語 |
| 6.印尼語 | 7.越南語 | 8.泰國語 | 98.其他(請註明) | 99.拒答 |

D4.請問您個人平均月收入大約多少？

- | | | |
|--------------|-------------|-------------|
| 1.不足二萬元 | 2.二萬~不足四萬 | 3.四萬~不足六萬 |
| 4.六萬~不足八萬 | 5.八萬~不足十萬 | 6.十萬~不足十二萬 |
| 7.十二萬~不足十四萬 | 8.十四萬~不足十六萬 | 9.十六萬~不足十八萬 |
| 10.十八萬~不足二十萬 | 11.二十萬及以上 | 98.無收入 |
| 99.拒答 | | |

D5.為了更加瞭解民眾收聽廣播的各項服務需求，我們將於 8~9 月舉辦民眾收聽廣播經驗分享的座談會，會提供車馬費給您，請問您願意參加嗎？

- 1.願意【記錄姓名(全名)、電話】 2.不願意

姓名：_____方便連絡電話：

我們的訪問到此結束，謝謝您!!

附錄三、電台代號一覽表

【中廣】

- (0101) 中廣流行網/FM103.3 (0102) 中廣新聞網/AM657
(0103) 中廣鄉親網/AM954 (0104) 中廣客家頻道/AM747
(0105) 中廣

【警廣】

- (0201) 警廣全國交通網/FM104.9 (0202) 警廣地區交通台/FM94.3
(0203) 警廣長青網/AM1260 (0204) 警廣

【原住民族廣播電臺】

- (0301) Alian /FM96.3

【講客廣播電臺】

- (0401) 北北基高屏/FM105.9 (0402) 桃竹FM105.7
(0403) 苗中彰投FM101.5 (0404) 雲嘉南FM104.3
(0405) 花東/FM106.9 (0406) 宜蘭FM102.9
(0407) 講客廣播電臺

【ICRT】

- (1020) ICRT/FM100.7

【漢聲】

- (1021) 漢聲調頻/FM106.5 (1022) 漢聲調幅/AM684(AM1116) (1023) 漢聲

【教育】

- (1024) 教育調頻/FM101.7 (1025) 教育調幅/AM1494 (1026) 教育

【正聲】

- (1027) 正聲調頻/FM104.1 (1028) 正聲調幅/AM819 (1029) 正聲

【復興】

- (1030) 復興/AM558(AM594/AM909/AM1089) (1031) 復興

【臺灣】

- (1032) 臺灣一台/AM1323 (1033) 臺灣二台/AM1188
(1034) 大溪轉播站/AM621 (1035) 關西轉播站/AM1170

【漁業】

- (1036) 漁業廣播電臺/AM738(AM1143) (1037) 宜蘭轉播站AM1593

【北基】

- (2001) 北部調頻/FM88.9 (2002) 台灣聲音/FM97.7
(2003) 寶島新聲/FM98.5 (2004) 全景社區/FM89.3
(2005) 淡水河/FM89.7 (2006) 健康/FM90.1
(2007) 大樹下/FM90.5 (2008) 佳音/FM90.9
(2009) 台北勞工/FM91.3 (2010) 台北流行音樂/FM91.7
(2011) 飛碟/FM92.1 (2012) 寶島客家/FM93.7

(2013) 綠色和平/FM97.3 (2014) 台灣全民/FM98.1
(2015) 人人/FM98.9 (2016) 愛樂/FM99.7
(2017) 台北之音/FM107.7 (2018) 淡江之聲/FM88.7
(2019) 政大之聲/FM88.7 (2020) 輔大之聲/FM88.5
(2021) 華岡電台/FM88.5 (2022) 銘傳電台/FM88.3
(2023) 台藝之聲/FM88.3 (2024) 世新/FM88.1
(2025) 台北廣播/FM93.1/AM1134 (2026) 基隆/AM792 19 3
(2027) 中華/AM1026(AM1233/AM1350)
(2028) 益世/AM1404 (2029) 民本/AM855(AM1296)
(2030) 華聲/AM1152/AM1224 (2031) 天南/AM999

【桃竹苗】

(3001) 飛揚/FM89.5 (3002) 大溪/FM91.1
(3003) 美聲/FM91.5 (3004) 鄉親/FM91.9
(3005) 亞洲/FM92.7 (3006) 新客家/FM93.5
(3007) 桃園/FM106.9 (3008) 新農/FM89.1
(3009) 心動廣播/FM89.9 (3010) 竹塹/FM90.3
(3011) 大新竹/FM90.7 (3012) 環宇/FM96.7
(3013) 竹科/FM97.5 (3014) 新聲/FM99.3
(3015) 苗栗正義/FM88.9 (3016) 奇峰/FM90.5
(3017) 貓狸/FM90.9 (3018) 中港溪/FM91.3
(3019) 苗栗客家/FM91.7 (3020) 亞太/FM92.3
(3021) 大漢之聲/FM97.1 (3022) 天聲/AM1314(AM1026/AM1215)
(3023) 先聲/AM774
(3024) 愛苗/FM102.3

【雲嘉南】

(5001) 新雲林之聲/FM89.3 (5002) 草嶺之聲/FM89.7
(5003) 濁水溪/FM90.1 (5004) 民生展望/FM90.5
(5005) 神農/FM99.5 (5006) 紫色姐妹/FM105.7
(5007) 嘉雲工商/FM88.9 (5008) 蘭潭之聲/FM90.9
(5009) 嘉義之音/FM91.3 (5010) 北回/FM91.7
(5011) 嘉樂/FM92.3 (5012) 雲嘉/FM93.3
(5013) 正港/FM98.9 (5014) 寶島/FM100.3
(5015) 嘉義環球/FM107.1 (5016) 南都/FM89.1
(5017) 人生/FM89.5 (5018) 曾文溪/FM89.9
(5019) 新營之聲/FM90.3 (5020) 愛鄉之聲/FM90.7
(5021) 府城之聲/FM91.1 (5022) 自由之聲/FM91.5
(5023) 嘉南/FM91.9 (5024) 台南之聲/FM92.7
(5025) 凱旋/FM97.9 (5026) 青春/FM98.7

- (5027) 古都/FM102.5 (5028) 指南/FM106.5
(5029) 領袖/FM93.7 (5030) 台南知音/FM97.1
(5031) 勝利之聲/AM756(AM774/AM1188)
(5032) 電聲/AM1071 (5033) 建國/AM954(AM801/AM1422)

【中彰投】

- (4001) 太陽/FM89.1 (4002) 望春風/FM89.5
(4003) 真善美/FM89.9 (4004) 山海屯/FM90.3
(4005) 中台灣/FM91.5 (4006) 全球之聲/FM92.5
(4007) 天天 (Sky Radio) /FM96.9 (4008) 好家庭/FM97.7 19 4
(4009) 大千/FM99.1 (4010) 台中/FM100.7
(4011) 歡喜之聲/FM105.5 (4012) 全國 (M-radio) /FM106.1
(4013) 關懷/FM91.1 (4014) 中部調頻/FM91.9
(4015) 城市/FM92.9 (4016) 靄友之聲/FM97.3
(4017) 每日/FM98.7 (4018) 山城/FM90.7
(4019) 省都/FM93.7 (4020) 南投/FM99.7
(4021) 青山/FM101.1 (4022) 中聲/AM864
(4023) 國聲/AM810(AM1179)

【高屏】

- (6001) 民生之聲/FM89.7 (6002) 高屏/FM90.1
(6003) 下港之聲/FM90.5 (6004) 金聲/FM92.1
(6005) 快樂/FM97.5 (6006) 港都電台/FM98.3
(6007) 陽光/FM99.1 (6008) 大眾 (Kiss Radio) /FM99.9
(6009) 南台灣之聲/FM103.9 (6010) 高屏溪/FM106.7
(6011) 金台灣/FM88.9 (6012) 南方之音/FM89.3
(6013) 潮州之聲/FM90.9 (6014) 大武山/FM91.3
(6015) 鄉土之聲/FM91.7 (6016) 屏東之聲/FM92.5
(6017) 主人/FM96.9 (6018) 高雄廣播/FM94.3(AM1089)
(6019) 金禧/AM1368 (6020) 成功廣播電臺/AM1044
(6021) 民立/AM1062(AM1287) (6022) 燕聲/AM1044(AM1242)
(6023) 鳳鳴/AM882(AM981/AM1161)

【澎湖】

- (8001) 澎湖社區/FM89.7 (8002) 澎湖風聲/FM91.3
(8003) 澎湖廣播/FM96.7 (8004) 大地之聲/FM93.9
(8005) 西瀛之聲/FM90.5 (8006) 金馬之聲/FM91.7
(8007) 太武之春/FM92.9 (8008) 非凡音廣/FM98.5
(8009) 中央廣播電台

【東部地區】

- (7001) 蘭陽/FM107.3 (7002) 宜蘭之聲/FM90.7

(7003) 宜蘭鄉親熱線/FM92.3 (7004) 北宜產業/FM89.9
(7005) 冬山河/FM105.5 (7006) 太竹洋/FM91.5
(7007) 中原/FM89.1 (7008) 蘭嶼/FM99.5
(7009) 羅東/FM90.3 (7010) 蘭友/FM91.9
(7011) 噶瑪蘭/FM97.9 (7012) 東方/FM99.5
(7013) 後山/FM89.7 (7014) 豐蓮/FM90.1
(7015) 花蓮希望之聲/FM90.5 (7016) 蓮友/FM92.5
(7017) 連花/FM93.5 (7018) 歡樂/FM98.3
(7019) 東台灣/FM107.7 (7020) 太魯閣之音/FM91.3
(7021) 花蓮之聲/FM91.7 (7022) 台東之聲/FM89.7 19 5
(7023) 台東知本/FM91.3 (7024) 大寶桑/FM92.5
(7025) 東民/FM98.7 (7026) 燕聲/AM1044(AM1242)
(9998)不知道/忘記了
(9999)拒答

附錄四、調查交叉報表

統計交叉分析選項合併說明

- 說明一：縣市之選項「臺北市」、「新北市」、「基隆市」、「桃園市」、「新竹縣」與「新竹市」合併為北部地區；「苗栗縣」、「臺中市」、「彰化縣」與「南投縣」合併為中部地區；「雲林縣」、「嘉義縣」、「嘉義市」、「臺南市」、「高雄市」、「屏東縣」與「澎湖縣」合併為南部地區；「宜蘭縣」、「臺東縣」與「花蓮縣」合併為東部及其他地區。
- 說明二：年齡之選項「13-15歲」與「16-19歲」合併為13-19歲；「20-24歲」與「25-29歲」合併為20-29歲；「30-34歲」與「35-39歲」合併為30-39歲；「40-44歲」與「45-49歲」合併為40-49歲；「50-54歲」與「55-59歲」合併為50-59歲；「60-64歲」、「65-69歲」與「70歲及以上」合併為60歲以上。
- 說明三：個人平均月收入之選項「八萬~不足十萬」、「十萬~不足十二萬」、「十二萬~不足十四萬」、「十四萬~不足十六萬」、「十六萬~不足十八萬」、「十八萬~不足二十萬」、「二十萬及以上」合併為八萬以上。
- 說明四：一週內收聽廣播天數之選項「7天」為固定收聽；「6天」與「5天」合併為經常收聽；「4天」與「3天」合併為偶而收聽；「2天」與「1天」合併為很少收聽。
- 說明五：平日和假日收聽廣播時段之選項「凌晨 12:00-12:59」、「凌晨 1:00-1:59」、「凌晨 2:00-2:59」、「凌晨 3:00-3:59」、「凌晨 4:00-4:59」、「凌晨 5:00-5:59」合併為凌晨(12:00-6:00)；「上午 6:00-6:59」、「上午 7:00-7:59」、「上午 8:00-8:59」、「上午 9:00-9:59」、「上午 10:00-10:59」、「上午 11:00-11:59」、「中午 12:00-12:59」合併為上午(6:01-12:00)；「中午 1:00-1:59」、「下午 2:00-2:59」、「下午 3:00-3:59」、「下午 4:00-4:59」、「下午 5:00-5:59」合併為下午(12:01-18:00)；「晚上 6:00-6:59」、「晚上 7:00-7:59」、「晚上 8:00-8:59」、「晚上 9:00-9:59」、「晚上 10:00-10:59」、「晚上 11:00-11:59」合併為晚上(18:01-24:00)。
- 說明六：滿意之選項「非常喜歡」與「喜歡」合併為喜歡；「非常不喜歡」、「不喜歡」合併為不喜歡。
- 說明七：喜歡之選項「非常滿意」與「滿意」合併為滿意；「非常不滿意」、「不滿意」合併為不滿意。
- 說明八：接受之選項「非常能接受」、「還算能接受」合併為能接受；「非常不能接受」、「不太能接受」合併為不能接受。
- 說明九：長度之選項「太多」、「有點多」合併為多；「有點少」、「太少」合併為少。
- 說明十：意願之選項「一定會」、「可能會」合併為會；「一定不會」、「可能不會」合併為不會。
- 說明十一：若為複選題，加總會超過百分之百，僅列出百分比較高的因素於表中。
- 說明十二：若為單選題，「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。(*=P<0.05, **=P<0.01, ***=P<0.001)；「#」表示該變項之交叉結果，不符合統計基本假設(期望值低於5之比例不得大於25%)；平時使用語言為複選題，不進行卡方檢定。

附表 1：Q6.請問您為什麼會收聽廣播？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	有聲音陪伴	無聊／打發時間	可以跟著唱歌／聽歌	收聽即時新聞	收聽路況報導	有固定喜歡的節目
整體		2,406	128.2	36.1	32.5	14.1	13.1	11.5	7.2
性別	男	1,166	125.8	32.9	33.6	13.0	14.7	15.6	6.2
	女	1,240	130.4	39.0	31.5	15.2	11.5	7.7	8.2
年齡	13-19 歲	131	115.3	21.4	39.7	20.6	8.4	0.8	1.5
	20-29 歲	184	121.7	39.1	29.9	15.8	6.5	13.6	3.3
	30-39 歲	197	122.4	41.1	23.9	19.3	9.1	11.7	5.6
	40-49 歲	318	128.0	37.7	34.6	12.6	17.6	11.9	4.4
	50-59 歲	628	127.4	36.6	32.0	10.2	12.9	17.4	6.2
	60 歲及以上	948	133.0	35.5	33.4	15.0	14.3	8.5	10.8
教育程度	國小及以下	181	135.8	34.8	43.6	13.8	9.9	1.7	11.0
	國/初中	192	134.2	31.2	39.1	13.5	14.6	9.4	9.9
	高中/職	597	127.7	39.9	31.5	14.6	14.2	7.0	6.5
	專科	340	124.8	33.8	28.5	14.1	11.5	16.2	7.4
	大學	815	125.2	35.2	31.7	13.1	12.8	13.4	6.4
	研究所及以上	234	136.7	36.8	32.5	17.9	15.4	18.4	6.4
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	120.1	36.1	29.4	15.1	7.6	14.3	5.9
	高階主管及經理人員	24	129.2	58.3	8.3	16.7	12.5	29.2	-
	專業人員	112	125.1	42.9	29.5	14.3	13.4	11.6	4.5
	技術員及助理專業人員	94	124.5	34.0	37.2	9.6	18.1	14.9	1.1
	事務支援人員	136	136.1	42.6	27.9	14.0	16.2	22.1	3.7
	服務及銷售工作人員	207	128.6	44.0	32.4	13.0	8.7	15.0	5.8
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	118.2	34.1	41.5	9.1	8.5	13.1	5.7
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	116.3	43.6	27.3	12.7	7.3	12.7	3.6
	軍警公教	173	139.9	34.7	40.5	11.6	17.3	15.6	5.2
	家庭主婦	291	125.8	36.1	27.8	14.8	8.2	7.9	10.0
	學生	182	116.3	22.0	36.8	19.2	9.3	3.3	2.2
	自由業	90	132.3	38.9	31.1	16.7	10.0	15.6	7.8
	退休	616	134.8	33.1	34.1	15.7	18.2	7.6	11.4
待業中／無業	62	117.5	41.9	29.0	4.8	8.1	3.2	14.5	
平時使用語言	國語	2,046	128.7	36.9	30.9	13.8	13.9	12.3	7.1
	閩南語	1,586	129.1	35.9	33.2	14.5	12.5	12.1	6.6
	客家話	227	135.2	33.0	40.1	11.9	14.5	11.9	11.0
	英語	49	144.9	24.5	30.6	18.4	36.7	14.3	4.1
	其他	5	240.0	60.0	20.0	20.0	20.0	-	40.0

基本資料		樣本數	總計	有聲音 音陪伴	無聊/ 打發時 間	可以跟著 唱歌/ 聽歌	收聽即 時新聞	收聽路 況報導	有固定 喜歡的 節目
整體		2,406	128.2	36.1	32.5	14.1	13.1	11.5	7.2
居住 縣市	臺北市	272	125.2	39.0	27.9	12.1	15.4	5.5	8.8
	新北市	402	123.5	31.8	28.6	15.7	14.7	12.7	7.5
	基隆市	40	130.0	45.0	15.0	15.0	10.0	15.0	22.5
	桃園縣	226	131.9	33.6	34.5	16.4	13.3	13.7	7.1
	新竹縣	55	134.7	27.3	36.4	12.7	21.8	18.2	5.5
	新竹市	44	143.3	27.3	31.8	15.9	11.4	11.4	18.2
	苗栗縣	54	122.2	33.3	33.3	18.5	24.1	7.4	3.7
	臺中市	285	125.8	35.4	32.3	13.7	10.2	12.3	6.0
	彰化縣	133	122.0	40.6	44.4	8.3	5.3	3.8	4.5
	南投縣	52	149.8	36.5	53.8	11.5	7.7	15.4	11.5
	雲林縣	72	152.7	47.2	48.6	19.4	6.9	4.2	1.4
	嘉義縣	54	120.5	31.5	48.1	3.7	14.8	7.4	5.6
	嘉義市	36	111.2	38.9	25.0	11.1	16.7	5.6	8.3
	臺南市	194	127.2	41.2	37.6	10.8	9.3	10.8	6.7
	高雄市	285	136.3	38.2	26.0	19.6	16.5	18.6	7.7
	屏東縣	88	112.6	37.5	31.8	3.4	8.0	19.3	2.3
	澎湖縣	11	100.1	-	9.1	18.2	27.3	-	-
宜蘭縣	46	134.7	43.5	23.9	21.7	6.5	10.9	13.0	
臺東縣	23	139.0	17.4	56.5	21.7	26.1	-	4.3	
花蓮縣	34	123.5	29.4	17.6	11.8	17.6	5.9	5.9	
地區	北部地區	1,039	127.6	34.2	29.7	14.7	14.6	11.4	8.7
	中部地區	524	126.7	36.6	37.6	12.6	10.1	9.9	5.9
	南部地區	740	129.7	38.8	33.2	13.8	12.7	13.5	5.9
	東部地區	103	131.9	33.0	29.1	18.4	14.6	6.8	8.7
平均 月收入	不足二萬元	97	153.6	42.3	29.9	18.6	15.5	8.2	11.3
	二萬~不足四萬	332	128.1	40.4	33.4	12.3	9.6	11.1	8.1
	四萬~不足六萬	287	130.6	35.9	27.9	17.1	16.0	18.5	5.2
	六萬~不足八萬	146	141.1	38.4	39.0	15.1	21.2	18.5	2.7
	八萬及以上	139	133.9	38.8	32.4	9.4	19.4	15.1	6.5
	無收入	842	125.8	34.1	35.7	14.7	11.8	5.2	8.6
收聽 頻率	固定收聽	707	134.4	38.8	30.8	14.9	15.7	7.5	10.9
	經常收聽	676	128.3	41.1	29.6	14.3	12.9	8.6	9.8
	偶而收聽	522	126.3	32.8	33.1	14.6	13.6	14.8	4.0
	很少收聽	501	121.6	28.9	38.1	12.4	9.0	17.8	2.0

附表 2：Q6.請問您為什麼會收聽廣播？(不提示，可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	有聲音 陪伴	收聽即 時新聞	放鬆心 情	可以跟著 唱歌/聽 歌	無聊/ 打發時 間	收聽路 況報導
整體		817	326.3	64.5	43.2	39.7	39.5	35.0	31.0
性別	男	424	335.0	65.6	43.9	37.3	41.0	33.7	36.8
	女	393	317.0	63.4	42.5	42.2	37.9	36.4	24.7
年齡	13-19 歲	6	433.4	66.7	33.3	66.7	66.7	66.7	-
	20-29 歲	85	313.0	69.4	31.8	35.3	40.0	32.9	22.4
	30-39 歲	393	311.2	62.1	37.4	38.2	40.5	34.1	24.9
	40-49 歲	250	350.8	69.6	50.0	42.4	39.6	33.2	38.8
	50-59 歲	65	336.9	53.8	60.0	41.5	32.3	50.8	44.6
	60 歲及以上	18	305.5	61.1	72.2	38.9	33.3	22.2	55.6
教育 程度	國小及以下	2	300.0	100.0	100.0	-	-	100.0	-
	國/初中	6	299.9	33.3	-	66.7	33.3	33.3	-
	高中/職 專科	82	304.9	45.1	51.2	34.1	39.0	37.8	36.6
	大學	115	309.5	69.6	37.4	43.5	50.4	40.9	28.7
	大學	472	333.6	64.2	45.6	40.0	39.2	35.4	30.7
	研究所及以上	140	329.1	73.6	36.4	37.9	32.9	26.4	32.1
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	36	289.1	55.6	38.9	13.9	41.7	30.6	44.4
	高階主管及經理人員	56	450.0	73.2	60.7	37.5	39.3	37.5	57.1
	專業人員	76	347.4	68.4	36.8	55.3	46.1	31.6	34.2
	技術員及助理專業人員	135	308.9	78.5	43.7	37.0	38.5	32.6	19.3
	事務支援人員	235	303.3	65.5	48.9	37.4	37.9	23.8	28.1
	服務及銷售工作人員	69	312.8	53.6	29.0	30.4	40.6	47.8	23.2
	技藝、機械設備操作及體力技術工	50	348.0	60.0	40.0	32.0	50.0	50.0	38.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	5	300.0	40.0	100.0	40.0	-	-	-
	軍警公教	70	360.1	55.7	51.4	44.3	41.4	45.7	54.3
	家庭主婦	21	376.1	57.1	42.9	81.0	42.9	47.6	9.5
	學生	18	294.5	55.6	22.2	55.6	33.3	55.6	-
	自由業	29	255.2	58.6	20.7	41.4	20.7	51.7	20.7
	退休	11	300.2	27.3	27.3	45.5	45.5	27.3	54.5
待業中/無業	6	333.3	66.7	-	66.7	33.3	33.3	-	
平時 使用 語言	國語	764	334.1	65.7	44.2	40.8	41.0	36.3	32.2
	閩南語	556	340.5	65.6	46.9	41.4	43.3	36.5	32.7
	客家話	37	307.9	48.6	78.4	21.6	32.4	5.4	43.2
	英語	49	334.8	63.3	34.7	34.7	38.8	24.5	26.5
	其他	4	300.0	50.0	-	-	50.0	-	50.0

基本資料		樣本數	總計	有聲音 陪伴	收聽即 時新聞	放鬆心 情	可以跟著 唱歌/聽 歌	無聊/ 打發時 間	收聽路 況報導
整體		817	326.3	64.5	43.2	39.7	39.5	35.0	31.0
居住 縣市	臺北市	101	319.7	47.5	46.5	36.6	31.7	44.6	38.6
	新北市	205	341.6	71.2	41.0	43.4	39.5	33.7	26.8
	基隆市	5	280.0	100.0	60.0	60.0	-	60.0	-
	桃園縣	66	330.2	69.7	37.9	36.4	40.9	33.3	40.9
	新竹縣	20	235.0	45.0	35.0	25.0	25.0	25.0	25.0
	新竹市	12	366.9	66.7	33.3	66.7	66.7	16.7	16.7
	苗栗縣	17	317.7	64.7	58.8	29.4	47.1	23.5	47.1
	臺中市	140	329.9	72.9	45.7	36.4	35.7	37.1	20.7
	彰化縣	30	383.4	76.7	76.7	56.7	43.3	43.3	40.0
	南投縣	6	199.9	33.3	-	-	33.3	-	66.7
	雲林縣	13	384.9	76.9	46.2	38.5	46.2	30.8	23.1
	嘉義縣	9	255.4	33.3	22.2	-	33.3	100.0	22.2
	嘉義市	17	341.2	64.7	64.7	76.5	58.8	11.8	29.4
	臺南市	39	289.7	51.3	17.9	25.6	51.3	51.3	15.4
	高雄市	108	301.0	67.6	38.9	39.8	38.0	25.9	42.6
	屏東縣	12	275.2	16.7	41.7	41.7	16.7	33.3	33.3
	澎湖縣	-	-	-	-	-	-	-	-
宜蘭縣	9	433.3	44.4	77.8	55.6	100.0	-	44.4	
臺東縣	4	750.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-	
花蓮縣	4	150.0	-	50.0	-	50.0	-	50.0	
地區	北部地區	409	329.0	64.1	41.6	40.6	37.4	35.7	31.3
	中部地區	193	333.2	71.5	50.3	37.8	37.8	35.8	27.5
	南部地區	198	304.1	60.1	36.9	38.4	41.4	33.8	33.3
	東部地區	17	441.1	47.1	76.5	52.9	88.2	23.5	35.3
平均 月收入	不足二萬元	49	273.6	44.9	24.5	49.0	24.5	40.8	8.2
	二萬~不足四萬	308	313.2	61.0	45.5	39.9	39.6	30.8	33.4
	四萬~不足六萬	250	318.4	69.6	42.4	42.0	39.2	40.0	28.4
	六萬~不足八萬	94	396.7	78.7	47.9	29.8	43.6	43.6	28.7
	八萬及以上	102	335.3	57.8	45.1	31.4	41.2	21.6	47.1
	無收入	14	400.0	71.4	28.6	85.7	57.1	57.1	-
收聽 頻率	固定收聽	129	382.3	56.6	53.5	52.7	48.1	35.7	31.0
	經常收聽	305	328.6	71.5	49.2	42.0	37.0	31.1	22.0
	偶而收聽	155	357.5	63.9	41.3	38.1	42.6	45.8	37.4
	很少收聽	228	270.7	60.1	30.7	30.3	36.0	32.5	38.6

附表 3：Q7.請問您通常會在哪些地方收聽廣播？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	自用車/ 貨運車	家中/宿舍	工作場所	運動場所/ 戶外/公園
整體		2,406	108.5	50.5	41.2	12.8	2.1
性別	男	1,166	108.3	58.0	35.2	11.8	1.9
	女	1,240	108.6	43.5	46.8	13.6	2.3
年齡	13-19 歲	131	107.7	62.6	35.9	0.8	2.3
	20-29 歲	184	103.3	65.2	24.5	8.2	0.5
	30-39 歲	197	111.1	60.4	18.3	28.4	2.0
	40-49 歲	318	108.2	64.2	21.1	21.1	0.6
	50-59 歲	628	111.2	64.0	29.8	13.9	1.6
	60 歲及以上	948	107.3	30.5	64.2	8.5	3.2
教育程度	國小及以下	181	104.3	9.9	77.3	12.7	3.3
	國/初中	192	110.4	32.8	53.6	18.8	2.6
	高中/職	597	110.6	43.4	43.9	18.6	3.2
	專科	340	109.4	58.5	34.7	12.6	2.4
	大學	815	106.6	60.1	34.0	9.0	1.2
	研究所及以上	234	109.4	72.2	26.9	7.3	0.9
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	112.6	59.7	29.4	22.7	0.8
	高階主管及經理人員	24	108.4	91.7	12.5	4.2	-
	專業人員	112	112.5	66.1	19.6	24.1	-
	技術員及助理專業人員	94	106.3	69.1	16.0	17.0	-
	事務支援人員	136	110.3	69.9	16.9	19.1	2.2
	服務及銷售工作人員	207	111.6	61.8	22.7	23.2	1.0
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	107.3	51.1	14.2	40.9	-
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	105.4	32.7	21.8	47.3	3.6
	軍警公教	173	108.1	79.2	25.4	3.5	-
	家庭主婦	291	109.3	33.3	66.0	5.2	2.7
	學生	182	106.0	61.0	34.1	2.2	2.2
	自由業	90	108.9	56.7	37.8	10.0	-
	退休	616	106.8	31.2	68.5	1.9	4.9
	待業中／無業	62	106.4	48.4	51.6	3.2	-
平時使用語言	國語	2,046	108.7	53.6	39.1	12.1	1.8
	閩南語	1,586	108.5	48.6	42.0	14.4	2.2
	客家話	227	108.8	50.7	42.3	11.0	4.4
	英語	49	114.3	69.4	40.8	4.1	-
	其他	5	140.0	40.0	60.0	-	-

基本資料		樣本數	總計	自用車/ 貨運車	家中/宿舍	工作場所	運動場所/ 戶外/公園
整體		2,406	108.5	50.5	41.2	12.8	2.1
居住 縣市	臺北市	272	109.1	39.7	54.0	11.4	2.2
	新北市	402	108.4	52.5	43.8	9.2	2.0
	基隆市	40	100.0	45.0	50.0	2.5	-
	桃園縣	226	104.7	54.4	36.7	11.9	-
	新竹縣	55	112.7	69.1	32.7	3.6	-
	新竹市	44	111.4	52.3	45.5	6.8	-
	苗栗縣	54	105.5	48.1	37.0	16.7	3.7
	臺中市	285	107.8	56.5	31.9	14.4	1.8
	彰化縣	133	109.8	57.1	28.6	18.8	3.8
	南投縣	52	109.5	57.7	36.5	9.6	3.8
	雲林縣	72	113.9	56.9	37.5	15.3	4.2
	嘉義縣	54	114.8	40.7	31.5	24.1	11.1
	嘉義市	36	105.6	41.7	55.6	8.3	-
	臺南市	194	112.4	39.7	47.9	22.7	-
	高雄市	285	106.7	53.3	38.2	10.9	2.5
	屏東縣	88	105.6	53.4	35.2	13.6	3.4
	澎湖縣	11	109.2	45.5	45.5	18.2	-
宜蘭縣	46	108.7	45.7	56.5	6.5	-	
臺東縣	23	117.3	26.1	56.5	30.4	4.3	
花蓮縣	34	105.9	47.1	52.9	-	5.9	
地區	北部地區	1,039	107.8	50.1	44.7	9.7	1.3
	中部地區	524	108.3	55.9	32.1	15.3	2.7
	南部地區	740	109.4	48.5	40.8	15.7	2.6
	東部地區	103	109.6	41.7	55.3	9.7	2.9
平均 月收入	不足二萬元	97	112.4	29.9	62.9	13.4	3.1
	二萬~不足四萬	332	109.3	52.4	28.0	24.4	2.7
	四萬~不足六萬	287	112.5	71.8	22.3	16.0	-
	六萬~不足八萬	146	109.5	80.1	16.4	6.8	2.1
	八萬及以上	139	104.9	70.5	15.8	16.5	0.7
	無收入	842	107.1	37.9	60.8	3.3	3.1
收聽 頻率	固定收聽	707	111.0	34.5	61.2	11.3	3.5
	經常收聽	676	108.7	46.7	34.2	24.7	1.6
	偶而收聽	522	107.0	58.0	37.7	7.9	1.9
	很少收聽	501	105.8	70.5	25.9	3.8	0.8

附表 4：Q7.請問您通常會在哪些地方收聽廣播？(不提示，可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	自用車/ 貨運車	家中/宿舍	工作 場所	大眾運輸 交通工具	運動場所/ 戶外/公園
整體		817	178.6	65.5	45.7	34.6	16.4	9.2
性別	男	424	186.6	73.6	45.3	32.5	16.0	10.4
	女	393	170.0	56.7	46.1	36.9	16.8	7.9
年齡	13-19 歲	6	166.6	100.0	-	-	-	-
	20-29 歲	85	178.7	49.4	49.4	43.5	18.8	14.1
	30-39 歲	393	180.9	59.8	51.9	35.9	16.8	9.9
	40-49 歲	250	180.4	75.2	37.2	34.0	17.6	7.6
	50-59 歲	65	152.3	76.9	40.0	21.5	6.2	4.6
	60 歲及以上	18	199.9	77.8	44.4	33.3	22.2	11.1
教育 程度	國小及以下	2	100.0	-	100.0	-	-	-
	國/初中	6	133.2	33.3	33.3	33.3	-	-
	高中/職	82	175.5	74.4	43.9	34.1	13.4	4.9
	專科	115	174.9	63.5	40.9	47.0	10.4	7.0
	大學	472	181.6	63.6	47.5	34.3	18.2	10.0
	研究所及以上	140	176.4	70.7	44.3	26.4	17.9	11.4
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	36	172.3	88.9	27.8	27.8	5.6	11.1
	高階主管及經理人員	56	257.2	92.9	50.0	39.3	33.9	28.6
	專業人員	76	172.4	65.8	39.5	35.5	21.1	6.6
	技術員及助理專業人員	135	188.3	71.9	46.7	34.8	15.6	10.4
	事務支援人員	235	170.7	54.0	44.3	43.0	17.0	7.7
	服務及銷售工作人員	69	169.6	55.1	33.3	40.6	26.1	5.8
	技藝、機械設備操作及體力技術工	50	166.0	60.0	48.0	36.0	8.0	4.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	5	140.0	40.0	60.0	40.0	-	-
	軍警公教	70	165.7	80.0	40.0	22.9	11.4	7.1
	家庭主婦	21	171.4	61.9	81.0	9.5	9.5	-
	學生	18	133.3	33.3	66.7	-	11.1	-
	自由業	29	175.9	65.5	69.0	20.7	6.9	13.8
	退休	11	209.2	100.0	45.5	18.2	-	27.3
待業中／無業	6	166.6	33.3	100.0	33.3	-	-	
平時 使用 語言	國語	764	183.1	65.1	47.3	36.1	17.3	9.8
	閩南語	556	175.7	70.1	42.3	32.7	14.2	9.4
	客家話	37	181.0	48.6	51.4	40.5	18.9	16.2
	英語	49	204.0	85.7	36.7	22.4	32.7	10.2
	其他	4	250.0	50.0	50.0	50.0	-	50.0

基本資料		樣本數	總計	自用車/ 貨運車	家中/宿舍	工作 場所	大眾運輸 交通工具	運動場所/ 戶外/公園
整體		817	178.6	65.5	45.7	34.6	16.4	9.2
居住 縣市	臺北市	101	182.2	65.3	52.5	27.7	20.8	13.9
	新北市	205	199.0	57.1	54.1	43.9	20.5	10.7
	基隆市	5	100.0	-	60.0	40.0	-	-
	桃園縣	66	175.7	71.2	42.4	28.8	15.2	9.1
	新竹縣	20	155.0	70.0	30.0	-	15.0	15.0
	新竹市	12	250.0	66.7	83.3	33.3	33.3	16.7
	苗栗縣	17	123.6	35.3	52.9	11.8	11.8	11.8
	臺中市	140	175.0	57.1	45.0	51.4	12.9	5.0
	彰化縣	30	160.1	86.7	26.7	26.7	10.0	10.0
	南投縣	6	100.0	100.0	-	-	-	-
	雲林縣	13	169.2	61.5	61.5	-	23.1	23.1
	嘉義縣	9	188.8	77.8	44.4	33.3	33.3	-
	嘉義市	17	170.6	100.0	11.8	35.3	23.5	-
	臺南市	39	179.5	79.5	41.0	30.8	12.8	5.1
	高雄市	108	167.5	75.9	36.1	25.9	14.8	8.3
	屏東縣	12	133.4	41.7	50.0	41.7	-	-
	澎湖縣	-	-	-	-	-	-	-
宜蘭縣	9	200.0	100.0	55.6	22.2	-	22.2	
臺東縣	4	150.0	100.0	-	-	-	-	
花蓮縣	4	150.0	50.0	50.0	50.0	-	-	
地區	北部地區	409	189.3	61.6	51.6	35.0	19.6	11.5
	中部地區	193	165.8	61.1	41.5	42.5	11.9	6.2
	南部地區	198	169.3	75.8	37.9	27.3	15.7	7.1
	東部地區	17	176.5	88.2	41.2	23.5	-	11.8
平均 月收入	不足二萬元	49	159.3	28.6	87.8	24.5	4.1	10.2
	二萬~不足四萬	308	172.1	61.4	39.9	40.9	13.0	8.1
	四萬~不足六萬	250	171.6	66.8	43.6	32.0	16.0	6.4
	六萬~不足八萬	94	209.6	74.5	54.3	31.9	28.7	17.0
	八萬及以上	102	197.0	83.3	38.2	32.4	22.5	12.7
	無收入	14	171.4	71.4	57.1	14.3	14.3	-
收聽 頻率	固定收聽	129	219.5	55.8	81.4	40.3	17.1	14.0
	經常收聽	305	176.7	61.0	35.4	48.5	18.4	8.5
	偶而收聽	155	187.1	62.6	60.0	27.1	14.8	12.9
	很少收聽	228	152.2	78.9	29.4	18.0	14.5	4.8

附表 5：Q8.請問您通常會在什麼狀況下收聽廣播？(請問您通常在收聽廣播時，會同時做哪些事情)(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	開車	休息時/有空 閒時/無聊時	工廠/辦公 室工作中	做家 事	純粹聽節目/ 不做其他事	乘車/ 搭車
整體		2,406	115.7	45.1	20.3	13.7	13.0	5.7	5.1
性別	男	1,166	112.7	55.6	19.6	12.3	4.6	5.7	2.9
	女	1,240	118.5	35.2	21.0	15.0	20.9	5.6	7.2
年齡	13-19 歲	131	110.7	20.6	31.3	-	1.5	3.1	33.6
	20-29 歲	184	104.4	58.2	10.3	10.3	3.8	3.3	8.7
	30-39 歲	197	113.2	57.9	9.1	26.9	3.6	2.5	4.6
	40-49 歲	318	110.2	58.8	10.1	21.7	8.2	1.9	3.5
	50-59 歲	628	115.3	59.6	13.4	14.5	12.1	3.3	4.1
	60 歲及以上	948	121.3	29.0	31.0	10.3	20.6	9.9	1.8
教育 程度	國小及以下	181	127.3	8.3	46.4	16.0	21.5	12.2	0.6
	國/初中	192	116.7	25.0	22.9	17.2	18.8	12.5	4.7
	高中/職	597	117.0	35.2	21.4	20.4	15.6	5.5	7.7
	專科	340	118.2	54.4	15.0	13.5	10.9	6.5	3.5
	大學	815	111.8	54.5	16.8	9.6	10.1	2.9	5.8
	研究所及以上	234	112.9	71.4	12.8	7.7	6.8	2.6	3.0
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	113.3	57.1	10.9	29.4	2.5	3.4	2.5
	高階主管及經理人員	24	100.0	70.8	4.2	4.2	-	8.3	8.3
	專業人員	112	111.6	61.6	8.9	23.2	6.2	2.7	4.5
	技術員及助理專業人員	94	109.7	64.9	8.5	17.0	2.1	4.3	4.3
	事務支援人員	136	109.6	61.8	7.4	20.6	5.9	2.2	4.4
	服務及銷售工作人員	207	111.0	61.8	8.7	25.1	6.8	1.4	2.4
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	107.4	47.7	8.5	40.9	4.0	-	3.4
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	105.4	32.7	7.3	32.7	1.8	-	1.8
	軍警公教	173	116.9	79.8	13.3	4.6	9.8	1.2	0.6
	家庭主婦	291	121.2	27.5	23.0	7.9	34.0	5.2	3.8
	學生	182	109.1	26.4	28.6	1.6	2.2	2.7	29.7
	自由業	90	116.6	57.8	16.7	12.2	17.8	2.2	4.4
	退休	616	123.0	29.5	35.1	3.2	19.2	13.5	2.4
	待業中/無業	62	122.6	40.3	35.5	3.2	11.3	11.3	6.5
平時 使用 語言	國語	2,046	115.6	47.6	20.1	12.9	12.8	4.6	5.7
	閩南語	1,586	116.0	43.4	20.9	15.5	13.6	5.7	5.0
	客家話	227	119.0	47.1	18.1	15.0	11.9	9.7	2.2
	英語	49	116.3	53.1	30.6	4.1	2.0	2.0	10.2
	其他	5	200.0	60.0	40.0	-	40.0	20.0	20.0

基本資料		樣本數	總計	開車	休息時/有空 閒時/無聊時	工廠/辦公 室工作中	做家 事	純粹聽節目/ 不做其他事	乘車/ 搭車
整體		2,406	115.7	45.1	20.3	13.7	13.0	5.7	5.1
居住 縣市	臺北市	272	119.1	32.0	20.2	11.4	22.1	12.1	2.2
	新北市	402	115.3	45.3	24.6	10.9	12.9	3.0	5.7
	基隆市	40	105.0	45.0	12.5	2.5	10.0	15.0	2.5
	桃園縣	226	112.4	53.1	20.8	11.9	9.7	2.7	2.2
	新竹縣	55	112.7	67.3	16.4	1.8	12.7	3.6	9.1
	新竹市	44	113.5	54.5	18.2	9.1	9.1	4.5	4.5
	苗栗縣	54	107.6	48.1	3.7	16.7	14.8	7.4	-
	臺中市	285	118.2	50.2	17.9	14.4	14.0	2.5	7.0
	彰化縣	133	112.9	42.9	19.5	18.0	6.0	1.5	12.8
	南投縣	52	122.9	53.8	17.3	9.6	5.8	11.5	1.9
	雲林縣	72	133.6	52.8	25.0	15.3	13.9	5.6	5.6
	嘉義縣	54	113.1	38.9	14.8	22.2	3.7	5.6	7.4
	嘉義市	36	108.4	41.7	11.1	11.1	13.9	16.7	-
	臺南市	194	118.6	36.6	28.9	26.8	11.3	4.1	5.2
	高雄市	285	114.5	46.7	19.3	14.0	10.5	8.4	4.6
	地區	屏東縣	88	107.9	52.3	6.8	11.4	20.5	4.5
澎湖縣		11	100.1	36.4	36.4	18.2	-	-	9.1
宜蘭縣		46	113.0	41.3	32.6	10.9	13.0	8.7	2.2
臺東縣		23	117.1	13.0	21.7	21.7	17.4	4.3	21.7
花蓮縣		34	123.6	35.3	17.6	5.9	23.5	5.9	11.8
北部地區		1,039	115.2	45.0	21.5	10.4	14.3	5.9	4.0
平均 月收入	中部地區	524	116.1	48.5	16.8	15.1	11.3	3.6	7.3
	南部地區	740	116.0	44.3	20.4	17.7	11.8	6.6	4.5
	東部地區	103	117.5	33.0	25.2	11.7	17.5	6.8	9.7
	不足二萬元	97	124.9	22.7	32.0	12.4	27.8	7.2	6.2
	二萬~不足四萬	332	112.2	48.8	10.2	28.0	6.6	4.8	3.0
	四萬~不足六萬	287	116.0	65.9	14.3	17.4	7.0	0.7	5.9
收聽 頻率	六萬~不足八萬	146	117.4	82.2	13.7	6.2	4.8	0.7	1.4
	八萬及以上	139	108.6	71.9	5.0	15.1	4.3	1.4	2.2
	無收入	842	121.2	28.1	33.1	4.4	19.2	8.4	8.1
	固定收聽	707	123.0	33.2	27.0	11.6	19.4	9.2	1.3
經常收聽	676	116.2	43.6	13.5	27.1	15.1	4.1	3.8	
偶而收聽	522	112.1	51.1	22.6	8.4	8.4	4.6	5.4	
很少收聽	501	108.1	57.3	17.6	4.2	6.0	3.8	12.0	

附表 6：Q8.請問您通常會在什麼狀況下收聽廣播？(請問您通常在收聽廣播時，會同時做哪些事情)(不提示，可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	開車	休息時/有空閒時/無聊時	工廠/辦公室 工作中	上網	乘車/ 搭車	做家事
整體		817	234.5	57.5	31.0	27.1	26.6	25.6	19.6
性別	男	424	227.3	69.8	30.2	21.9	27.4	18.4	17.2
	女	393	241.9	44.3	31.8	32.6	25.7	33.3	22.1
年齡	13-19 歲	6	166.6	33.3	-	-	-	100.0	-
	20-29 歲	85	258.8	43.5	34.1	30.6	34.1	28.2	18.8
	30-39 歲	393	243.1	52.2	34.9	29.5	34.6	24.9	20.9
	40-49 歲	250	217.2	66.8	27.2	26.8	13.2	26.0	14.4
	50-59 歲	65	212.4	69.2	23.1	12.3	26.2	16.9	27.7
	60 歲及以上	18	272.1	77.8	22.2	22.2	11.1	27.8	44.4
教育程度	國小及以下	2	300.0	-	100.0	-	-	-	100.0
	國/初中	6	166.5	33.3	33.3	33.3	-	33.3	33.3
	高中/職	82	224.4	64.6	26.8	29.3	23.2	30.5	14.6
	專科	115	201.7	55.7	20.0	38.3	17.4	16.5	18.3
	大學	472	247.3	55.3	33.3	27.8	31.6	25.6	20.8
	研究所及以上	140	225.8	64.3	33.6	14.3	20.7	30.0	17.9
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	36	200.1	77.8	11.1	16.7	11.1	22.2	5.6
	高階主管及經理人員	56	334.1	83.9	33.9	26.8	39.3	26.8	26.8
	專業人員	76	256.6	63.2	36.8	30.3	27.6	21.1	26.3
	技術員及助理專業人員	135	223.8	66.7	34.8	21.5	29.6	25.2	17.8
	事務支援人員	235	227.0	46.0	27.2	39.6	20.0	25.5	20.9
	服務及銷售工作人員	69	227.5	49.3	20.3	37.7	36.2	36.2	8.7
	技藝、機械設備操作及體力技術工	50	212.0	54.0	32.0	32.0	24.0	26.0	10.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	5	140.0	40.0	60.0	-	-	-	-
	軍警公教	70	201.3	67.1	28.6	12.9	27.1	17.1	10.0
	家庭主婦	21	304.8	52.4	71.4	-	28.6	38.1	38.1
	學生	18	222.1	11.1	33.3	-	33.3	44.4	27.8
	自由業	29	210.4	55.2	27.6	13.8	27.6	24.1	34.5
	退休	11	272.9	72.7	27.3	-	27.3	27.3	45.5
	待業中/無業	6	333.3	33.3	100.0	-	66.7	-	66.7
平時使用語言	國語	764	242.3	57.1	32.5	28.3	28.1	26.6	20.0
	閩南語	556	232.0	63.1	30.0	26.6	26.1	25.7	18.7
	客家話	37	229.5	48.6	16.2	24.3	29.7	16.2	10.8
	英語	49	261.2	79.6	34.7	12.2	22.4	28.6	28.6
	其他	4	250.0	50.0	-	-	50.0	-	-

基本資料		樣本數	總計	開車	休息時/有空 閒時/無聊時	工廠/辦公室 工作中	上網	乘車/ 搭車	做家 事
整體		817	234.5	57.5	31.0	27.1	26.6	25.6	19.6
居住 縣市	臺北市	101	274.4	58.4	37.6	21.8	32.7	24.8	34.7
	新北市	205	257.3	51.7	36.6	31.7	31.2	32.7	19.0
	基隆市	5	260.0	-	60.0	-	-	-	-
	桃園縣	66	272.9	71.2	37.9	28.8	28.8	15.2	19.7
	新竹縣	20	145.0	55.0	15.0	-	15.0	30.0	15.0
	新竹市	12	316.9	50.0	50.0	16.7	50.0	16.7	66.7
	苗栗縣	17	147.2	23.5	11.8	11.8	11.8	23.5	11.8
	臺中市	140	212.9	41.4	33.6	39.3	22.9	28.6	12.1
	彰化縣	30	246.7	73.3	33.3	26.7	36.7	30.0	13.3
	南投縣	6	133.3	100.0	-	-	-	33.3	-
	雲林縣	13	254.0	38.5	61.5	-	38.5	23.1	23.1
	嘉義縣	9	177.7	77.8	-	33.3	-	-	44.4
	嘉義市	17	211.9	100.0	11.8	35.3	11.8	41.2	11.8
	臺南市	39	210.2	74.4	17.9	30.8	17.9	23.1	15.4
	高雄市	108	203.9	71.3	20.4	18.5	24.1	17.6	18.5
	屏東縣	12	175.1	41.7	16.7	25.0	41.7	16.7	33.3
澎湖縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-
宜蘭縣	9	266.5	100.0	33.3	22.2	22.2	-	-	
臺東縣	4	200.0	-	-	-	-	100.0	-	
花蓮縣	4	150.0	50.0	-	50.0	-	-	-	
地區	北部地區	409	260.3	56.0	36.7	26.4	30.6	26.9	24.0
	中部地區	193	209.9	46.6	30.6	33.7	23.3	28.5	11.9
	南部地區	198	206.0	70.7	20.7	22.2	22.7	20.2	19.7
	東部地區	17	223.4	64.7	17.6	23.5	11.8	23.5	-
平均 月收入	不足二萬元	49	242.9	18.4	49.0	12.2	44.9	18.4	40.8
	二萬~不足四萬	308	221.7	51.0	25.3	37.0	23.7	26.3	14.9
	四萬~不足六萬	250	230.8	61.2	30.8	25.6	26.8	25.6	20.8
	六萬~不足八萬	94	270.2	63.8	41.5	19.1	27.7	34.0	25.5
	八萬及以上	102	233.3	83.3	26.5	18.6	22.5	14.7	11.8
	無收入	14	314.4	42.9	57.1	-	42.9	57.1	42.9
收聽 頻率	固定收聽	129	326.3	48.8	50.4	24.8	50.4	24.8	37.2
	經常收聽	305	227.2	58.0	29.8	43.0	22.3	23.6	14.4
	偶而收聽	155	243.8	53.5	34.8	17.4	26.5	25.8	20.0
	很少收聽	228	185.6	64.5	18.9	13.6	18.9	28.5	16.2

附表 7：Q9.請問您通常是透過哪些設備收聽廣播？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	車用收音機/ 音響	一般收音機/ 音響	手機/平板	電腦(桌上型/ 筆記型)
整體		2,406	106.7	50.5	44.1	8.9	3.2
性別	男	1,166	107.5	58.1	39.0	7.1	3.3
	女	1,240	106.0	43.3	49.0	10.6	3.1
年齡	13-19 歲	131	106.9	64.1	29.0	10.7	3.1
	20-29 歲	184	105.4	67.4	16.8	15.8	5.4
	30-39 歲	197	108.2	58.4	27.9	11.2	10.7
	40-49 歲	318	106.3	62.9	31.4	8.2	3.8
	50-59 歲	628	108.7	62.6	35.7	8.3	2.1
	60 歲及以上	948	105.6	31.4	64.8	7.6	1.8
教育程度	國小及以下	181	100.0	9.9	89.0	1.1	-
	國/初中	192	103.6	32.8	64.1	6.2	0.5
	高中/職	597	108.1	43.0	52.9	10.2	2.0
	專科	340	107.6	56.8	37.9	10.0	2.9
	大學	815	107.0	60.6	31.2	10.7	4.5
	研究所及以上	234	108.5	73.5	21.8	6.8	6.4
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	105.8	57.1	44.5	3.4	0.8
	高階主管及經理人員	24	108.4	91.7	12.5	4.2	-
	專業人員	112	112.5	63.4	25.0	8.9	15.2
	技術員及助理專業人員	94	106.3	69.1	28.7	7.4	1.1
	事務支援人員	136	106.7	68.4	22.8	8.1	7.4
	服務及銷售工作人員	207	108.8	64.3	26.6	12.1	5.8
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	105.7	48.9	50.0	5.7	1.1
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	103.6	32.7	70.9	-	-
	軍警公教	173	109.2	79.8	17.3	7.5	4.6
	家庭主婦	291	106.5	32.6	60.1	11.7	2.1
	學生	182	105.5	63.2	26.4	13.7	2.2
	自由業	90	108.9	58.9	38.9	7.8	3.3
	退休	616	105.6	31.3	63.5	9.3	1.5
	待業中／無業	62	103.2	48.4	43.5	11.3	-
平時使用語言	國語	2,046	107.1	53.6	40.8	9.1	3.6
	閩南語	1,586	106.5	47.9	46.8	8.6	3.2
	客家話	227	108.0	49.8	49.8	6.6	1.8
	英語	49	110.2	69.4	30.6	10.2	-
	其他	5	100.0	40.0	20.0	40.0	-

基本資料		樣本數	總計	車用收音機/ 音響	一般收音機/ 音響	手機/平板	電腦(桌上型/ 筆記型)
整體		2,406	106.7	50.5	44.1	8.9	3.2
居住 縣市	臺北市	272	108.1	39.7	52.2	12.5	3.7
	新北市	402	106.9	50.7	42.3	11.4	2.5
	基隆市	40	100.0	45.0	50.0	5.0	-
	桃園縣	226	105.3	53.5	42.5	6.2	3.1
	新竹縣	55	110.9	72.7	32.7	5.5	-
	新竹市	44	106.7	54.5	43.2	4.5	4.5
	苗栗縣	54	107.5	48.1	51.9	5.6	1.9
	臺中市	285	107.7	57.9	34.0	10.5	5.3
	彰化縣	133	104.5	56.4	42.1	4.5	1.5
	南投縣	52	107.6	59.6	42.3	1.9	3.8
	雲林縣	72	105.5	52.8	44.4	8.3	-
	嘉義縣	54	103.8	50.0	51.9	-	1.9
	嘉義市	36	102.8	38.9	50.0	13.9	-
	臺南市	194	106.2	39.2	57.7	6.7	2.6
	高雄市	285	106.0	52.3	40.0	10.2	3.5
	屏東縣	88	108.0	54.5	39.8	5.7	8.0
	澎湖縣	11	109.2	45.5	45.5	18.2	-
宜蘭縣	46	108.8	45.7	60.9	2.2	-	
臺東縣	23	121.7	34.8	60.9	13.0	13.0	
花蓮縣	34	105.9	47.1	23.5	29.4	5.9	
地區	北部地區	1,039	106.9	49.6	44.8	9.7	2.8
	中部地區	524	106.8	56.7	38.7	7.6	3.8
	南部地區	740	105.9	48.2	46.5	8.1	3.1
	東部地區	103	110.7	43.7	48.5	13.6	4.9
平均 月收入	不足二萬元	97	106.2	28.9	62.9	14.4	-
	二萬~不足四萬	332	107.2	51.5	39.8	10.8	5.1
	四萬~不足六萬	287	110.8	71.1	26.1	8.7	4.9
	六萬~不足八萬	146	109.6	82.2	14.4	10.3	2.7
	八萬及以上	139	103.6	72.7	23.0	3.6	4.3
	無收入	842	105.0	37.9	56.2	9.0	1.9
收聽 頻率	固定收聽	707	108.4	34.1	61.4	9.9	3.0
	經常收聽	676	107.2	46.3	46.7	10.1	4.1
	偶而收聽	522	105.6	56.3	37.5	8.4	3.4
	很少收聽	501	104.9	73.1	23.2	6.6	2.0

附表 8：Q9.請問您通常是透過哪些設備收聽廣播？(不提示，可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	車用收音機/ 音響	一般收音機/ 音響	手機/平板	電腦(桌上型/ 筆記型)
整體		817	153.0	64.0	34.6	32.6	21.8
性別	男	424	157.3	71.2	34.2	29.5	22.4
	女	393	148.3	56.2	35.1	35.9	21.1
年齡	13-19 歲	6	133.3	100.0	33.3	-	-
	20-29 歲	85	145.9	51.8	18.8	43.5	31.8
	30-39 歲	393	154.9	56.7	33.3	37.7	27.2
	40-49 歲	250	155.6	74.8	42.4	24.0	14.4
	50-59 歲	65	135.5	75.4	30.8	23.1	6.2
	60 歲及以上	18	177.7	77.8	44.4	33.3	22.2
教育程度	國小及以下	2	100.0	-	100.0	-	-
	國/初中	6	166.6	33.3	100.0	33.3	-
	高中/職	82	150.0	74.4	31.7	30.5	13.4
	專科	115	146.9	61.7	49.6	24.3	11.3
	大學	472	154.9	61.2	33.1	34.3	26.3
	研究所及以上	140	153.5	71.4	25.7	35.0	21.4
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	36	133.3	100.0	22.2	11.1	-
	高階主管及經理人員	56	207.1	87.5	35.7	48.2	35.7
	專業人員	76	155.3	65.8	32.9	32.9	23.7
	技術員及助理專業人員	135	145.3	66.7	34.1	28.9	15.6
	事務支援人員	235	147.7	52.8	40.0	31.9	23.0
	服務及銷售工作人員	69	152.1	56.5	34.8	36.2	24.6
	技藝、機械設備操作及體力技術工	50	190.0	64.0	40.0	42.0	44.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	5	140.0	40.0	60.0	40.0	-
	軍警公教	70	132.8	75.7	20.0	21.4	15.7
	家庭主婦	21	171.4	71.4	28.6	52.4	19.0
	學生	18	122.2	33.3	22.2	50.0	16.7
	自由業	29	134.5	65.5	27.6	27.6	13.8
	退休	11	127.3	54.5	45.5	27.3	-
	待業中／無業	6	233.3	33.3	100.0	33.3	66.7
平時使用語言	國語	764	155.4	63.7	35.2	33.9	22.6
	閩南語	556	151.7	68.3	35.6	29.1	18.7
	客家話	37	154.0	59.5	35.1	32.4	27.0
	英語	49	165.4	79.6	28.6	42.9	14.3
	其他	4	150.0	100.0	50.0	-	-

基本資料		樣本數	總計	車用收音機/ 音響	一般收音機/ 音響	手機/平板	電腦(桌上型/ 筆記型)
整體		817	153.0	64.0	34.6	32.6	21.8
居住 縣市	臺北市	101	166.3	63.4	28.7	46.5	27.7
	新北市	205	157.6	55.1	37.6	36.6	28.3
	基隆市	5	160.0	-	60.0	100.0	-
	桃園縣	66	154.6	66.7	39.4	33.3	15.2
	新竹縣	20	100.0	70.0	15.0	15.0	-
	新竹市	12	183.4	50.0	50.0	66.7	16.7
	苗栗縣	17	135.3	47.1	29.4	35.3	23.5
	臺中市	140	156.4	62.1	45.7	24.3	24.3
	彰化縣	30	143.3	70.0	33.3	26.7	13.3
	南投縣	6	100.0	100.0	-	-	-
	雲林縣	13	123.2	38.5	23.1	23.1	38.5
	嘉義縣	9	155.5	77.8	22.2	22.2	33.3
	嘉義市	17	147.1	88.2	11.8	35.3	11.8
	臺南市	39	161.6	87.2	15.4	35.9	23.1
	高雄市	108	148.1	73.1	38.0	25.9	11.1
	屏東縣	12	116.7	41.7	33.3	-	41.7
	澎湖縣	-	-	-	-	-	-
宜蘭縣	9	177.8	100.0	-	55.6	22.2	
臺東縣	4	100.0	100.0	-	-	-	
花蓮縣	4	100.0	50.0	50.0	-	-	
地區	北部地區	409	157.2	58.9	35.2	39.1	24.0
	中部地區	193	150.8	63.2	40.9	24.9	21.8
	南部地區	198	147.5	73.2	29.3	26.8	18.2
	東部地區	17	141.2	88.2	11.8	29.4	11.8
平均 月收入	不足二萬元	49	138.8	26.5	34.7	44.9	32.7
	二萬~不足四萬	308	142.2	56.8	34.1	28.9	22.4
	四萬~不足六萬	250	149.6	64.8	34.8	30.8	19.2
	六萬~不足八萬	94	177.6	74.5	34.0	43.6	25.5
	八萬及以上	102	173.6	91.2	33.3	32.4	16.7
	無收入	14	185.7	71.4	57.1	28.6	28.6
收聽 頻率	固定收聽	129	183.7	47.3	58.1	48.1	30.2
	經常收聽	305	153.1	59.7	41.0	33.1	19.3
	偶而收聽	155	158.8	63.9	29.7	36.8	28.4
	很少收聽	228	131.6	79.4	16.2	20.2	15.8

附表 9：Q10-1.請問您使用「一般收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	在家中或工作場所收聽方便	操作比較方便	比較省電
整體		1,062	104.3	92.5	9.8	2.0
性別	男	455	104.3	93.0	9.5	1.8
	女	607	104.2	92.1	10.0	2.1
年齡	13-19 歲	38	102.7	97.4	5.3	-
	20-29 歲	31	103.2	90.3	12.9	-
	30-39 歲	55	101.8	92.7	7.3	1.8
	40-49 歲	100	103.0	92.0	11.0	-
	50-59 歲	224	104.5	92.4	7.6	4.5
	60 歲及以上	614	104.6	92.3	10.7	1.6
教育程度	國小及以下	161	106.8	90.7	12.4	3.7
	國/初中	123	106.6	91.9	11.4	3.3
	高中/職	316	100.7	92.4	7.0	1.3
	專科	129	106.2	96.1	8.5	1.6
	大學	254	105.5	92.5	12.2	0.8
	研究所及以上	51	103.9	94.1	3.9	5.9
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	53	101.8	94.3	7.5	-
	高階主管及經理人員	3	100.0	66.7	33.3	-
	專業人員	28	107.2	92.9	10.7	3.6
	技術員及助理專業人員	27	100.0	81.5	18.5	-
	事務支援人員	31	109.7	96.8	9.7	3.2
	服務及銷售工作人員	55	103.7	96.4	5.5	1.8
	技藝、機械設備操作及體力技術工	88	101.2	95.5	5.7	-
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	39	100.0	92.3	7.7	-
	軍警公教	30	100.0	96.7	3.3	-
	家庭主婦	175	101.7	92.0	9.7	-
	學生	48	102.1	93.8	8.3	-
	自由業	35	111.4	97.1	8.6	5.7
	退休	391	107.2	92.1	11.0	4.1
	待業中／無業	27	100.0	77.8	22.2	-
平時使用語言	國語	834	105.0	92.8	10.2	2.0
	閩南語	742	103.3	91.5	9.8	2.0
	客家話	113	103.6	94.7	8.0	0.9
	英語	15	100.0	100.0	-	-
	其他	1	200.0	100.0	100.0	-

基本資料		樣本數	總計	在家中或工作場所收聽方便	操作比較方便	比較省電
整體		1,062	104.3	92.5	9.8	2.0
居住縣市	臺北市	142	107.1	95.1	10.6	1.4
	新北市	170	105.2	92.9	7.6	4.7
	基隆市	20	110.0	100.0	5.0	5.0
	桃園縣	96	104.1	92.7	10.4	1.0
	新竹縣	18	100.0	100.0	-	-
	新竹市	19	100.0	89.5	10.5	-
	苗栗縣	28	103.6	89.3	10.7	3.6
	臺中市	97	104.1	96.9	6.2	1.0
	彰化縣	56	101.8	98.2	3.6	-
	南投縣	22	109.1	95.5	13.6	-
	雲林縣	32	112.5	87.5	18.8	6.2
	嘉義縣	28	100.0	85.7	14.3	-
	嘉義市	18	100.0	94.4	5.6	-
	臺南市	112	106.3	87.5	16.1	2.7
	高雄市	114	100.9	88.6	11.4	0.9
	屏東縣	35	100.0	88.6	11.4	-
	地區	澎湖縣	5	100.0	100.0	-
宜蘭縣		28	100.0	89.3	10.7	-
臺東縣		14	100.0	92.9	-	7.1
花蓮縣		8	100.0	100.0	-	-
平均 月收入	北部地區	465	105.4	94.0	8.8	2.6
	中部地區	203	104.0	96.1	6.9	1.0
	南部地區	344	103.5	88.4	13.4	1.7
	東部地區	50	100.0	92.0	6.0	2.0
	不足二萬元	61	103.3	85.2	14.8	3.3
	二萬~不足四萬	132	102.3	93.9	7.6	0.8
收聽 頻率	四萬~不足六萬	75	106.6	97.3	8.0	1.3
	六萬~不足八萬	21	114.3	90.5	14.3	9.5
	八萬及以上	32	103.2	93.8	9.4	-
	無收入	473	105.7	92.4	10.8	2.5
收聽 頻率	固定收聽	434	106.0	92.9	9.9	3.2
	經常收聽	316	104.5	93.4	9.8	1.3
	偶而收聽	196	102.0	92.3	8.7	1.0
	很少收聽	116	100.9	88.8	11.2	0.9

附表 10：Q10-1.請問您使用「一般收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示，可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	在家中或工作場所收聽方便	操作比較方便	比較省電
整體		283	152.9	95.4	36.7	20.8
性別	男	145	153.1	97.2	33.8	22.1
	女	138	153.0	93.5	39.9	19.6
年齡	13-19 歲	2	100.0	100.0	-	-
	20-29 歲	16	156.2	100.0	25.0	31.2
	30-39 歲	131	149.7	94.7	33.6	21.4
	40-49 歲	106	155.7	98.1	43.4	14.2
	50-59 歲	20	165.0	100.0	30.0	35.0
	60 歲及以上	8	150.0	50.0	50.0	50.0
教育程度	國小及以下	2	100.0	100.0	-	-
	國/初中	6	133.3	100.0	33.3	-
	高中/職	26	165.4	92.3	50.0	23.1
	專科	57	145.6	100.0	28.1	17.5
	大學	156	156.4	92.9	37.2	26.3
	研究所及以上	36	147.3	100.0	41.7	5.6
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	8	150.0	75.0	50.0	25.0
	高階主管及經理人員	20	170.0	100.0	60.0	10.0
	專業人員	25	116.0	100.0	16.0	-
	技術員及助理專業人員	46	156.5	100.0	30.4	26.1
	事務支援人員	94	154.3	92.6	37.2	24.5
	服務及銷售工作人員	24	187.5	100.0	54.2	33.3
	技藝、機械設備操作及體力技術工	20	150.0	90.0	45.0	15.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	3	100.0	100.0	-	-
	軍警公教	14	135.7	100.0	35.7	-
	家庭主婦	6	166.6	100.0	33.3	33.3
	學生	4	100.0	100.0	-	-
	自由業	8	150.0	100.0	50.0	-
	退休	5	160.0	60.0	-	100.0
	待業中／無業	6	166.6	100.0	33.3	33.3
平時使用語言	國語	269	154.3	95.2	37.2	21.9
	閩南語	198	149.4	94.4	34.8	20.2
	客家話	13	169.2	100.0	53.8	15.4
	英語	14	142.9	100.0	28.6	14.3
	其他	2	200.0	100.0	-	100.0

基本資料		樣本數	總計	在家中或工作場所收聽方便	操作比較方便	比較省電
整體		283	152.9	95.4	36.7	20.8
居住縣市	臺北市	29	134.5	100.0	27.6	6.9
	新北市	77	171.5	97.4	49.4	24.7
	基隆市	3	300.0	100.0	100.0	100.0
	桃園縣	26	177.0	100.0	46.2	30.8
	新竹縣	3	100.0	100.0	-	-
	新竹市	6	100.0	66.7	-	33.3
	苗栗縣	5	100.0	100.0	-	-
	臺中市	64	153.1	96.9	31.2	25.0
	彰化縣	10	120.0	100.0	20.0	-
	南投縣	-	-	-	-	-
	雲林縣	3	100.0	100.0	-	-
	嘉義縣	2	100.0	100.0	-	-
	嘉義市	2	100.0	100.0	-	-
	臺南市	6	133.3	100.0	33.3	-
	高雄市	41	146.4	82.9	41.5	22.0
	屏東縣	4	100.0	100.0	-	-
	澎湖縣	-	-	-	-	-
宜蘭縣	-	-	-	-	-	
臺東縣	-	-	-	-	-	
花蓮縣	2	200.0	100.0	100.0	-	
地區	北部地區	144	163.2	97.2	42.4	23.6
	中部地區	79	145.6	97.5	27.8	20.3
	南部地區	58	136.2	87.9	32.8	15.5
	東部地區	2	200.0	100.0	100.0	-
平均 月收入	不足二萬元	17	152.9	100.0	23.5	29.4
	二萬~不足四萬	105	148.6	94.3	34.3	20.0
	四萬~不足六萬	87	154.0	94.3	35.6	24.1
	六萬~不足八萬	32	159.4	100.0	59.4	-
	八萬及以上	34	158.8	94.1	35.3	29.4
	無收入	8	150.0	100.0	25.0	25.0
收聽 頻率	固定收聽	75	170.7	94.7	45.3	30.7
	經常收聽	125	140.8	96.8	29.6	14.4
	偶而收聽	46	152.2	100.0	34.8	17.4
	很少收聽	37	159.4	86.5	45.9	27.0

附表 11：Q10-2.請問您使用「車用收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	邊開車邊收聽 比較方便	可同步 收聽路況
整體		1,214	114.5	90.4	24.1
性別	男	677	117.3	90.0	27.3
	女	537	111.0	91.1	19.9
年齡	13-19 歲	84	102.4	85.7	16.7
	20-29 歲	124	110.5	89.5	21.0
	30-39 歲	115	117.4	97.4	20.0
	40-49 歲	200	114.0	90.0	24.0
	50-59 歲	393	116.5	90.8	25.7
	60 歲及以上	298	116.1	89.3	26.8
教育 程度	國小及以下	18	100.0	77.8	22.2
	國/初中	63	114.3	87.3	27.0
	高中/職	257	115.2	89.5	25.7
	專科	193	111.9	87.0	24.9
	大學	494	116.2	94.3	21.9
	研究所及以上	172	112.8	87.8	25.0
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	68	126.4	88.2	38.2
	高階主管及經理人員	22	118.2	95.5	22.7
	專業人員	71	112.7	98.6	14.1
	技術員及助理專業人員	65	107.7	90.8	16.9
	事務支援人員	93	129.1	96.8	32.3
	服務及銷售工作人員	133	117.3	93.2	24.1
	技藝、機械設備操作及體力技術工	86	110.4	86.0	24.4
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	18	105.6	77.8	27.8
	軍警公教	138	113.0	89.1	23.9
	家庭主婦	95	109.5	86.3	23.2
	學生	115	103.5	85.2	18.3
	自由業	53	111.3	86.8	24.5
	退休	193	116.0	92.2	23.8
	待業中／無業	30	113.4	96.7	16.7
平時 使用 語言	國語	1,096	114.9	90.5	24.4
	閩南語	759	117.4	88.9	28.5
	客家話	113	114.2	89.4	24.8
	英語	34	108.8	91.2	17.6
	其他	2	100.0	100.0	-

基本資料		樣本數	總計	邊開車邊收聽 比較方便	可同步 收聽路況
整體		1,214	114.5	90.4	24.1
居住 縣市	臺北市	108	104.6	93.5	11.1
	新北市	204	120.1	91.2	28.9
	基隆市	18	105.6	66.7	38.9
	桃園縣	121	120.6	95.0	25.6
	新竹縣	40	110.0	95.0	15.0
	新竹市	24	129.2	100.0	29.2
	苗栗縣	26	100.0	100.0	-
	臺中市	165	112.1	87.3	24.8
	彰化縣	75	106.7	94.7	12.0
	南投縣	31	122.6	96.8	25.8
	雲林縣	38	105.2	94.7	10.5
	嘉義縣	27	125.9	100.0	25.9
	嘉義市	14	100.0	100.0	-
	臺南市	76	125.0	89.5	35.5
	高雄市	149	114.8	82.6	32.2
	地區	屏東縣	48	116.6	85.4
澎湖縣		5	100.0	80.0	20.0
宜蘭縣		21	109.5	85.7	23.8
臺東縣		8	112.5	100.0	12.5
花蓮縣		16	100.0	75.0	25.0
北部地區		515	116.1	92.4	23.7
中部地區		297	110.7	91.2	19.5
南部地區		357	116.3	87.7	28.6
平均 月收入	東部地區	45	106.6	84.4	22.2
	不足二萬元	28	114.3	96.4	17.9
	二萬~不足四萬	171	116.9	91.8	25.1
	四萬~不足六萬	204	119.1	94.6	24.5
	六萬~不足八萬	120	115.0	93.3	21.7
	八萬及以上	101	108.9	95.0	13.9
收聽 頻率	無收入	319	109.1	88.1	21.0
	固定收聽	241	114.9	92.9	22.0
	經常收聽	313	112.4	93.6	18.8
	偶而收聽	294	118.7	93.2	25.5
	很少收聽	366	112.6	83.9	28.7

附表 12：Q10-2.請問您使用「車用收音機/音響」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示，可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	邊開車邊收聽 比較方便	可同步 收聽路況
整體		523	152.5	94.5	57.2
性別	男	302	153.0	91.7	59.9
	女	221	151.6	98.2	53.4
年齡	13-19 歲	6	133.3	100.0	33.3
	20-29 歲	44	159.1	93.2	65.9
	30-39 歲	223	149.8	96.0	53.8
	40-49 歲	187	157.8	94.7	62.0
	50-59 歲	49	146.9	91.8	51.0
	60 歲及以上	14	128.6	78.6	50.0
教育 程度	國小及以下	-	-	-	-
	國/初中	2	100.0	100.0	-
	高中/職	61	142.6	93.4	49.2
	專科	71	145.1	94.4	47.9
	大學	289	155.3	95.8	58.8
	研究所及以上	100	156.0	91.0	65.0
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	36	133.3	83.3	50.0
	高階主管及經理人員	49	165.4	87.8	69.4
	專業人員	50	154.0	100.0	54.0
	技術員及助理專業人員	90	144.5	96.7	47.8
	事務支援人員	124	162.9	98.4	64.5
	服務及銷售工作人員	39	128.3	82.1	46.2
	技藝、機械設備操作及體力技術工	32	159.4	100.0	59.4
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	2	200.0	100.0	100.0
	軍警公教	53	152.8	100.0	52.8
	家庭主婦	15	160.0	100.0	60.0
	學生	6	133.3	100.0	33.3
	自由業	19	147.4	89.5	57.9
	退休	6	150.0	50.0	100.0
	待業中／無業	2	200.0	100.0	100.0
平時 使用 語言	國語	487	154.4	94.5	59.1
	閩南語	380	153.7	94.5	58.2
	客家話	22	181.8	100.0	81.8
	英語	39	151.3	94.9	56.4
	其他	4	150.0	100.0	50.0

基本資料		樣本數	總計	邊開車邊收聽 比較方便	可同步 收聽路況
整體		523	152.5	94.5	57.2
居住 縣市	臺北市	64	164.1	93.8	70.3
	新北市	113	159.4	94.7	61.1
	基隆市	-	-	-	-
	桃園縣	44	159.1	93.2	65.9
	新竹縣	14	128.6	78.6	50.0
	新竹市	6	133.3	100.0	33.3
	苗栗縣	8	150.0	75.0	75.0
	臺中市	87	162.1	100.0	62.1
	彰化縣	21	123.8	100.0	23.8
	南投縣	6	133.3	100.0	33.3
	雲林縣	5	200.0	100.0	100.0
	嘉義縣	7	100.0	100.0	-
	嘉義市	15	140.0	100.0	40.0
	臺南市	34	135.3	91.2	44.1
	高雄市	79	135.5	89.9	45.6
	屏東縣	5	200.0	100.0	100.0
	澎湖縣	-	-	-	-
宜蘭縣	9	177.8	100.0	77.8	
臺東縣	4	200.0	100.0	100.0	
花蓮縣	2	200.0	100.0	100.0	
地區	北部地區	241	158.1	93.4	63.1
	中部地區	122	153.3	98.4	54.9
	南部地區	145	138.6	92.4	46.2
	東部地區	15	186.7	100.0	86.7
平均 月收入	不足二萬元	13	169.2	100.0	69.2
	二萬~不足四萬	175	146.3	92.6	53.7
	四萬~不足六萬	162	153.0	97.5	54.3
	六萬~不足八萬	70	157.2	94.3	60.0
	八萬及以上	93	155.9	91.4	64.5
	無收入	10	160.0	100.0	60.0
收聽 頻率	固定收聽	61	163.9	96.7	67.2
	經常收聽	182	156.0	96.7	58.2
	偶而收聽	99	149.5	90.9	58.6
	很少收聽	181	146.4	93.4	51.9

附表 13：Q10-3.請問您使用「手機/平板」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	可隨身攜帶	可彈性時間收聽(隨選節目)	工作/讀書使用上比較方便	同時可上網與收聽網路廣播
整體		215	103.3	47.4	21.9	21.9	12.1
性別	男	83	100.0	45.8	20.5	22.9	10.8
	女	132	105.3	48.5	22.7	21.2	12.9
年齡	13-19 歲	14	100.0	35.7	-	64.3	-
	20-29 歲	29	100.0	55.2	13.8	27.6	3.4
	30-39 歲	22	127.4	45.5	36.4	27.3	18.2
	40-49 歲	26	100.0	30.8	26.9	26.9	15.4
	50-59 歲	52	100.0	50.0	15.4	15.4	19.2
	60 歲及以上	72	101.4	51.4	27.8	12.5	9.7
教育程度	國小及以下	2	100.0	50.0	-	-	50.0
	國/初中	12	100.0	58.3	16.7	25.0	-
	高中/職	61	109.8	47.5	21.3	27.9	13.1
	專科	34	100.0	47.1	20.6	23.5	8.8
	大學	87	100.0	42.5	24.1	20.7	12.6
	研究所及以上	16	106.2	56.2	25.0	6.2	18.8
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	4	100.0	75.0	-	25.0	-
	高階主管及經理人員	1	100.0	-	-	100.0	-
	專業人員	10	100.0	-	40.0	30.0	30.0
	技術員及助理專業人員	7	100.0	85.7	-	14.3	-
	事務支援人員	11	100.0	54.5	18.2	9.1	18.2
	服務及銷售工作人員	25	124.0	60.0	20.0	32.0	12.0
	技藝、機械設備操作及體力技術工	10	100.0	40.0	30.0	-	30.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	-	-	-	-	-	-
	軍警公教	13	100.0	53.8	15.4	23.1	7.7
	家庭主婦	34	100.0	35.3	29.4	11.8	23.5
	學生	25	100.0	44.0	4.0	52.0	-
	自由業	7	100.1	28.6	28.6	28.6	14.3
	退休	57	101.8	56.1	28.1	8.8	8.8
	待業中/無業	7	100.0	14.3	28.6	57.1	-
平時使用語言	國語	187	103.9	45.5	20.9	24.1	13.4
	閩南語	137	105.2	43.1	24.8	21.2	16.1
	客家話	15	106.7	46.7	40.0	13.3	6.7
	英語	5	100.0	-	20.0	80.0	-
	其他	2	100.0	50.0	-	50.0	-

基本資料		樣本數	總計	可隨身攜帶	可彈性時間收聽(隨選節目)	工作/讀書使用上比較方便	同時可上網與收聽網路廣播
整體		215	103.3	47.4	21.9	21.9	12.1
居住縣市	臺北市	34	100.0	58.8	8.8	8.8	23.5
	新北市	46	100.0	28.3	21.7	41.3	8.7
	基隆市	2	100.0	100.0	-	-	-
	桃園縣	14	100.0	78.6	14.3	-	7.1
	新竹縣	3	100.0	100.0	-	-	-
	新竹市	2	100.0	50.0	50.0	-	-
	苗栗縣	3	100.0	66.7	33.3	-	-
	臺中市	30	100.0	43.3	26.7	10.0	20.0
	彰化縣	6	100.0	66.7	-	33.3	-
	南投縣	1	100.0	-	-	100.0	-
	雲林縣	6	199.9	83.3	33.3	50.0	33.3
	嘉義縣	-	-	-	-	-	-
	嘉義市	5	100.0	40.0	40.0	20.0	-
	臺南市	13	100.0	53.8	7.7	38.5	-
	高雄市	29	100.0	27.6	37.9	24.1	10.3
	屏東縣	5	100.0	40.0	40.0	-	20.0
	澎湖縣	2	100.0	-	-	100.0	-
宜蘭縣	1	100.0	-	-	100.0	-	
臺東縣	3	133.3	100.0	-	-	33.3	
花蓮縣	10	100.0	60.0	40.0	-	-	
地區	北部地區	101	100.0	49.5	15.8	21.8	12.9
	中部地區	40	100.0	47.5	22.5	15.0	15.0
	南部地區	60	110.0	40.0	30.0	30.0	10.0
	東部地區	14	107.1	64.3	28.6	7.1	7.1
平均 月收入	不足二萬元	14	100.1	42.9	28.6	14.3	14.3
	二萬~不足四萬	36	116.6	69.4	19.4	13.9	13.9
	四萬~不足六萬	25	100.0	52.0	20.0	24.0	4.0
	六萬~不足八萬	15	106.7	26.7	33.3	6.7	40.0
	八萬及以上	5	100.0	40.0	-	40.0	20.0
	無收入	76	100.0	38.2	26.3	26.3	9.2
收聽 頻率	固定收聽	70	100.0	38.6	32.9	17.1	11.4
	經常收聽	68	110.2	52.9	26.5	13.2	17.6
	偶而收聽	44	100.0	45.5	4.5	36.4	13.6
	很少收聽	33	100.0	57.6	12.1	30.3	-

附表 14: Q10-3. 請問您使用「手機/平板」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示, 可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	可隨身攜帶	可彈性時間收聽(隨選節目)	同時可上網與收聽網路廣播	工作/讀書使用上比較方便
整體		266	236.1	85.0	66.9	51.9	32.3
性別	男	125	244.0	77.6	68.0	58.4	40.0
	女	141	229.1	91.5	66.0	46.1	25.5
年齡	13-19 歲	-	-	-	-	-	-
	20-29 歲	37	235.2	70.3	73.0	51.4	40.5
	30-39 歲	148	231.9	86.5	62.2	54.1	29.1
	40-49 歲	60	238.4	91.7	70.0	40.0	36.7
	50-59 歲	15	246.6	86.7	73.3	73.3	13.3
	60 歲及以上	6	300.1	66.7	100.0	66.7	66.7
教育程度	國小及以下	-	-	-	-	-	-
	國/初中	2	100.0	-	-	100.0	-
	高中/職	25	220.0	92.0	60.0	44.0	24.0
	專科	28	200.0	85.7	64.3	28.6	21.4
	大學	162	246.4	84.0	71.0	55.6	35.8
	研究所及以上	49	236.8	87.8	61.2	55.1	32.7
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	4	250.0	50.0	50.0	100.0	50.0
	高階主管及經理人員	27	296.4	81.5	85.2	66.7	63.0
	專業人員	25	236.0	76.0	80.0	56.0	24.0
	技術員及助理專業人員	39	228.2	87.2	53.8	56.4	30.8
	事務支援人員	75	217.3	89.3	70.7	37.3	20.0
	服務及銷售工作人員	25	252.0	92.0	48.0	64.0	48.0
	技藝、機械設備操作及體力技術工	21	190.5	66.7	42.9	47.6	33.3
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	2	300.0	100.0	100.0	-	100.0
	軍警公教	15	286.7	86.7	100.0	66.7	33.3
	家庭主婦	11	245.4	100.0	81.8	63.6	-
	學生	9	166.6	66.7	33.3	22.2	44.4
	自由業	8	250.0	100.0	50.0	50.0	50.0
	退休	3	300.0	100.0	100.0	100.0	-
	待業中/無業	2	200.0	100.0	100.0	-	-
平時使用語言	國語	259	238.3	84.6	68.0	53.3	32.4
	閩南語	162	238.8	87.0	64.2	58.0	29.6
	客家話	12	216.7	58.3	100.0	16.7	41.7
	英語	21	223.8	85.7	76.2	33.3	28.6
	其他	-	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	可隨身攜帶	可彈性時間收聽(隨選節目)	同時可上網與收聽網路廣播	工作/讀書使用上比較方便
整體		266	236.1	85.0	66.9	51.9	32.3
居住縣市	臺北市	47	225.5	78.7	61.7	48.9	36.2
	新北市	75	253.4	84.0	76.0	54.7	38.7
	基隆市	5	160.0	100.0	60.0	-	-
	桃園縣	22	295.5	90.9	59.1	68.2	77.3
	新竹縣	3	100.0	100.0	-	-	-
	新竹市	8	250.0	100.0	100.0	50.0	-
	苗栗縣	6	233.4	66.7	100.0	66.7	-
	臺中市	34	226.5	88.2	64.7	47.1	26.5
	彰化縣	8	250.0	62.5	62.5	100.0	25.0
	南投縣	-	-	-	-	-	-
	雲林縣	3	200.0	100.0	100.0	-	-
	嘉義縣	2	100.0	100.0	-	-	-
	嘉義市	6	266.7	100.0	66.7	66.7	33.3
	臺南市	14	200.0	64.3	71.4	50.0	14.3
	高雄市	28	214.3	92.9	46.4	46.4	28.6
	屏東縣	-	-	-	-	-	-
澎湖縣	-	-	-	-	-	-	
宜蘭縣	5	260.0	100.0	100.0	60.0	-	
臺東縣	-	-	-	-	-	-	
花蓮縣	-	-	-	-	-	-	
地區	北部地區	160	245.1	85.0	68.8	51.9	39.4
	中部地區	48	231.2	81.2	68.8	58.3	22.9
	南部地區	53	211.3	86.8	56.6	45.3	22.6
	東部地區	5	260.0	100.0	100.0	60.0	-
平均月收入	不足二萬元	22	209.1	77.3	59.1	54.5	18.2
	二萬~不足四萬	89	217.9	91.0	62.9	40.4	23.6
	四萬~不足六萬	77	239.0	84.4	75.3	49.4	29.9
	六萬~不足八萬	41	241.5	80.5	56.1	68.3	36.6
	八萬及以上	33	294.0	78.8	78.8	66.7	69.7
	無收入	4	200.0	100.0	50.0	50.0	-
收聽頻率	固定收聽	62	290.2	91.9	79.0	64.5	54.8
	經常收聽	101	235.6	87.1	66.3	50.5	31.7
	偶而收聽	57	205.3	68.4	68.4	47.4	21.1
	很少收聽	46	202.2	91.3	50.0	43.5	17.4

附表 15：Q10-4.請問您使用「電腦(桌上型/筆記型)」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	工作/讀書使用上比較方便	同時可上網與收聽網路廣播	可彈性時間收聽(隨選節目)	可隨身攜帶
整體		77	111.7	58.4	28.6	22.1	2.6
性別	男	38	115.8	42.1	39.5	34.2	-
	女	39	107.7	74.4	17.9	10.3	5.1
年齡	13-19 歲	4	100.0	100.0	-	-	-
	20-29 歲	10	100.0	50.0	20.0	30.0	-
	30-39 歲	21	104.7	71.4	14.3	9.5	9.5
	40-49 歲	12	133.3	83.3	33.3	16.7	-
	50-59 歲	13	107.8	46.2	30.8	30.8	-
	60 歲及以上	17	117.6	29.4	52.9	35.3	-
教育程度	國小及以下	-	-	-	-	-	-
	國/初中	1	100.0	100.0	-	-	-
	高中/職	12	116.6	33.3	50.0	33.3	-
	專科	10	110.0	60.0	40.0	10.0	-
	大學	37	100.0	64.9	13.5	21.6	-
	研究所及以上	15	140.0	66.7	33.3	26.7	13.3
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	1	200.0	100.0	100.0	-	-
	高階主管及經理人員	-	-	-	-	-	-
	專業人員	17	100.0	64.7	5.9	17.6	11.8
	技術員及助理專業人員	1	100.0	100.0	-	-	-
	事務支援人員	10	110.0	80.0	20.0	10.0	-
	服務及銷售工作人員	12	100.0	50.0	25.0	25.0	-
	技藝、機械設備操作及體力技術工	2	100.0	-	100.0	-	-
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	-	-	-	-	-	-
	軍警公教	8	125.0	50.0	62.5	12.5	-
	家庭主婦	6	100.0	83.3	-	16.7	-
	學生	4	100.0	100.0	-	-	-
	自由業	3	166.7	33.3	66.7	66.7	-
	退休	9	133.3	22.2	44.4	66.7	-
	待業中/無業	-	-	-	-	-	-
平時使用語言	國語	74	112.2	59.5	27.0	23.0	2.7
	閩南語	51	111.8	54.9	31.4	25.5	-
	客家話	4	100.0	-	-	100.0	-
	英語	-	-	-	-	-	-
	其他	-	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	工作/讀書使 用上比較方便	同時可上網與 收聽網路廣播	可彈性時間收 聽(隨選節目)	可隨身 攜帶
整體		77	111.7	58.4	28.6	22.1	2.6
居住 縣市	臺北市	10	100.0	70.0	30.0	-	-
	新北市	10	120.0	40.0	30.0	50.0	-
	基隆市	-	-	-	-	-	-
	桃園縣	7	128.6	57.1	28.6	42.9	-
	新竹縣	-	-	-	-	-	-
	新竹市	2	200.0	-	100.0	100.0	-
	苗栗縣	1	100.0	100.0	-	-	-
	臺中市	15	106.6	73.3	20.0	13.3	-
	彰化縣	2	100.0	50.0	-	50.0	-
	南投縣	2	100.0	50.0	50.0	-	-
	雲林縣	-	-	-	-	-	-
	嘉義縣	1	100.0	-	100.0	-	-
	嘉義市	-	-	-	-	-	-
	臺南市	5	100.0	20.0	-	40.0	40.0
	高雄市	10	120.0	70.0	50.0	-	-
	屏東縣	7	100.0	71.4	-	28.6	-
	地區	澎湖縣	-	-	-	-	-
宜蘭縣		-	-	-	-	-	-
臺東縣		3	100.0	100.0	-	-	-
花蓮縣		2	100.0	-	100.0	-	-
北部地區	北部地區	29	120.7	51.7	34.5	34.5	-
	中部地區	20	105.0	70.0	20.0	15.0	-
	南部地區	23	108.7	56.5	26.1	17.4	8.7
	東部地區	5	100.0	60.0	40.0	-	-
平均 月收入	不足二萬元	-	-	-	-	-	-
	二萬~不足四萬	17	105.9	76.5	23.5	5.9	-
	四萬~不足六萬	14	107.2	64.3	14.3	28.6	-
	六萬~不足八萬	4	150.0	100.0	50.0	-	-
	八萬及以上	6	100.0	33.3	16.7	50.0	-
	無收入	16	118.8	68.8	12.5	37.5	-
收聽 頻率	固定收聽	21	119.0	33.3	38.1	38.1	9.5
	經常收聽	28	110.7	71.4	21.4	17.9	-
	偶而收聽	18	100.0	72.2	11.1	16.7	-
	很少收聽	10	120.0	50.0	60.0	10.0	-

附表 16：Q10-4.請問您使用「電腦(桌上型/筆記型)」收聽廣播的主要原因有哪些？(不提示，可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	同時可上網與收聽網路廣播	工作/讀書使用上比較方便	可彈性時間收聽(隨選節目)	可隨身攜帶
整體		178	189.3	82.6	50.0	45.5	11.2
性別	男	95	183.2	87.4	44.2	37.9	13.7
	女	83	196.3	77.1	56.6	54.2	8.4
年齡	13-19 歲	-	-	-	-	-	-
	20-29 歲	27	192.7	59.3	55.6	51.9	25.9
	30-39 歲	107	185.9	85.0	49.5	43.9	7.5
	40-49 歲	36	188.8	94.4	47.2	38.9	8.3
	50-59 歲	4	150.0	50.0	-	100.0	-
	60 歲及以上	4	300.0	100.0	100.0	50.0	50.0
教育程度	國小及以下	-	-	-	-	-	-
	國/初中	-	-	-	-	-	-
	高中/職	11	200.0	72.7	45.5	63.6	18.2
	專科	13	169.3	100.0	30.8	38.5	-
	大學	124	200.7	80.6	55.6	51.6	12.9
	研究所及以上	30	146.8	86.7	36.7	16.7	6.7
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	-	-	-	-	-	-
	高階主管及經理人員	20	250.0	80.0	80.0	55.0	35.0
	專業人員	18	199.9	83.3	44.4	44.4	27.8
	技術員及助理專業人員	21	209.5	90.5	57.1	61.9	-
	事務支援人員	54	172.3	70.4	59.3	38.9	3.7
	服務及銷售工作人員	17	200.0	76.5	52.9	47.1	23.5
	技藝、機械設備操作及體力技術工	22	181.9	90.9	36.4	45.5	9.1
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	-	-	-	-	-	-
	軍警公教	11	154.6	100.0	18.2	36.4	-
	家庭主婦	4	150.0	100.0	-	50.0	-
	學生	3	100.0	100.0	-	-	-
	自由業	4	200.0	100.0	50.0	50.0	-
	退休	-	-	-	-	-	-
	待業中/無業	4	150.0	100.0	-	50.0	-
平時使用語言	國語	173	190.2	82.1	49.7	46.8	11.6
	閩南語	104	172.2	83.7	46.2	35.6	6.7
	客家話	10	180.0	100.0	60.0	20.0	-
	英語	7	242.9	100.0	42.9	28.6	71.4
	其他	-	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	同時可上網與 收聽網路廣播	工作/讀書使用 上比較方便	可彈性時間收 聽(隨選節目)	可隨身 攜帶
整體		178	189.3	82.6	50.0	45.5	11.2
居住 縣市	臺北市	28	217.9	92.9	60.7	42.9	21.4
	新北市	58	193.1	81.0	53.4	46.6	12.1
	基隆市	-	-	-	-	-	-
	桃園縣	10	290.0	100.0	80.0	80.0	30.0
	新竹縣	-	-	-	-	-	-
	新竹市	2	200.0	100.0	100.0	-	-
	苗栗縣	4	250.0	100.0	100.0	50.0	-
	臺中市	34	170.6	76.5	29.4	52.9	11.8
	彰化縣	4	150.0	100.0	50.0	-	-
	南投縣	-	-	-	-	-	-
	雲林縣	5	220.0	100.0	60.0	60.0	-
	嘉義縣	3	100.0	100.0	-	-	-
	嘉義市	2	100.0	100.0	-	-	-
	臺南市	9	177.8	44.4	77.8	55.6	-
	高雄市	12	116.6	83.3	-	33.3	-
	屏東縣	5	100.0	40.0	60.0	-	-
	澎湖縣	-	-	-	-	-	-
宜蘭縣	2	300.0	100.0	100.0	100.0	-	
臺東縣	-	-	-	-	-	-	
花蓮縣	-	-	-	-	-	-	
地區	北部地區	98	210.2	86.7	59.2	48.0	16.3
	中部地區	42	176.2	81.0	38.1	47.6	9.5
	南部地區	36	141.6	72.2	36.1	33.3	-
	東部地區	2	300.0	100.0	100.0	100.0	-
平均 月收入	不足二萬元	16	156.2	100.0	31.2	25.0	-
	二萬~不足四萬	69	171.0	81.2	42.0	47.8	-
	四萬~不足六萬	48	185.5	75.0	52.1	43.8	14.6
	六萬~不足八萬	24	225.0	83.3	70.8	41.7	29.2
	八萬及以上	17	264.7	88.2	76.5	64.7	35.3
	無收入	4	150.0	100.0	-	50.0	-
收聽 頻率	固定收聽	39	223.1	94.9	61.5	51.3	15.4
	經常收聽	59	183.1	79.7	45.8	50.8	6.8
	偶而收聽	44	209.1	90.9	54.5	45.5	18.2
	很少收聽	36	139.0	63.9	38.9	30.6	5.6

附表 17：Q11.請問您主要是透過哪些方式收聽廣播？(提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	手機 APP 程式收聽	電台官方網 站即時收聽	手機內建收 音機頻道	網際網路 隨選收聽	hichannel 線 上即時收聽
整體		281	108.9	42.7	25.6	19.6	9.3	7.5
性別	男	117	111.1	43.6	24.8	26.5	9.4	5.1
	女	164	107.2	42.1	26.2	14.6	9.1	9.1
年齡	13-19 歲	18	105.6	22.2	16.7	44.4	-	5.6
	20-29 歲	34	100.1	47.1	11.8	20.6	11.8	5.9
	30-39 歲	40	117.5	32.5	37.5	7.5	15.0	20.0
	40-49 歲	37	102.7	54.1	24.3	5.4	5.4	13.5
	50-59 歲	64	112.5	46.9	21.9	25.0	10.9	3.1
	60 歲及以上	88	109.1	42.0	30.7	21.6	8.0	3.4
教育 程度	國小及以下	2	100.0	50.0	-	50.0	-	-
	國/初中	13	100.1	15.4	23.1	46.2	7.7	-
	高中/職	72	107.0	45.8	23.6	25.0	1.4	1.4
	專科	42	104.9	42.9	21.4	16.7	16.7	4.8
	大學	116	112.9	42.2	29.3	18.1	9.5	11.2
	研究所及以上	31	109.7	48.4	22.6	6.5	16.1	16.1
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	5	100.0	20.0	40.0	20.0	20.0	-
	高階主管及經理人員	1	100.0	100.0	-	-	-	-
	專業人員	25	108.0	28.0	12.0	8.0	24.0	36.0
	技術員及助理專業人員	8	112.5	62.5	25.0	25.0	-	-
	事務支援人員	20	110.0	35.0	60.0	-	5.0	-
	服務及銷售工作人員	32	106.3	43.8	21.9	18.8	6.2	15.6
	技藝、機械設備操作及體力技術工	12	100.0	41.7	25.0	33.3	-	-
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	-	-	-	-	-	-	-
	軍警公教	20	135.0	45.0	35.0	15.0	20.0	15.0
	家庭主婦	40	115.0	45.0	25.0	17.5	15.0	2.5
	學生	29	103.2	37.9	10.3	37.9	3.4	3.4
	自由業	10	100.0	40.0	30.0	10.0	-	-
	退休	65	106.2	46.2	24.6	24.6	7.7	3.1
待業中／無業	7	100.0	71.4	14.3	14.3	-	-	
平時 使用 語言	國語	250	109.2	41.6	25.2	20.0	10.4	8.4
	閩南語	180	110.6	40.0	27.8	22.8	8.9	7.8
	客家話	19	100.1	47.4	5.3	21.1	15.8	10.5
	英語	5	100.0	20.0	40.0	40.0	-	-
	其他	2	100.0	50.0	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	手機 APP 程式收聽	電台官方網 站即時收聽	手機內建收 音機頻道	網際網路 隨選收聽	hichannel 線 上即時收聽
整體		281	108.9	42.7	25.6	19.6	9.3	7.5
居住 縣市	臺北市	44	113.6	47.7	29.5	25.0	2.3	9.1
	新北市	53	113.2	49.1	26.4	22.6	5.7	7.5
	基隆市	2	100.0	-	100.0	-	-	-
	桃園縣	20	100.0	50.0	30.0	15.0	5.0	-
	新竹縣	3	100.0	100.0	-	-	-	-
	新竹市	4	100.0	25.0	50.0	-	-	-
	苗栗縣	4	100.0	50.0	50.0	-	-	-
	臺中市	44	111.4	36.4	31.8	11.4	13.6	11.4
	彰化縣	8	100.0	62.5	12.5	12.5	12.5	-
	南投縣	3	100.0	-	66.7	33.3	-	-
	雲林縣	6	150.0	83.3	33.3	16.7	-	-
	嘉義縣	1	100.0	-	100.0	-	-	-
	嘉義市	5	100.0	60.0	-	40.0	-	-
	臺南市	18	100.0	44.4	5.6	27.8	11.1	11.1
	高雄市	39	110.3	38.5	17.9	23.1	10.3	5.1
	屏東縣	10	100.0	10.0	10.0	10.0	30.0	40.0
	地區	澎湖縣	2	100.0	100.0	-	-	-
宜蘭縣		1	100.0	-	-	-	100.0	-
臺東縣		4	100.0	-	50.0	-	50.0	-
花蓮縣		10	100.0	20.0	20.0	40.0	20.0	-
地區	北部地區	126	110.3	48.4	29.4	20.6	4.0	6.3
	中部地區	59	108.6	39.0	32.2	11.9	11.9	8.5
	南部地區	81	108.6	42.0	14.8	22.2	11.1	9.9
	東部地區	15	100.0	13.3	26.7	26.7	33.3	-
平均 月收入	不足二萬元	14	100.1	28.6	14.3	14.3	28.6	14.3
	二萬~不足四萬	50	106.0	38.0	36.0	14.0	6.0	10.0
	四萬~不足六萬	37	102.6	37.8	35.1	5.4	8.1	10.8
	六萬~不足八萬	19	131.6	63.2	10.5	26.3	15.8	15.8
	八萬及以上	11	109.2	27.3	27.3	-	27.3	18.2
	無收入	91	105.6	44.0	16.5	27.5	7.7	2.2
收聽 頻率	固定收聽	88	105.7	44.3	25.0	15.9	10.2	5.7
	經常收聽	95	110.4	46.3	30.5	18.9	6.3	8.4
	偶而收聽	56	108.9	33.9	17.9	21.4	16.1	5.4
	很少收聽	42	112.0	42.9	26.2	26.2	4.8	11.9

附表 18：Q11.請問您主要是透過哪些方式收聽廣播？(提示，可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	手機 APP 程式收聽	電台官方網 站即時收聽	手機內建收 音機頻道	網際網路 隨選收聽	hichannel 線 上即時收聽
整體		352	186.1	49.7	46.9	33.8	21.9	21.6
性別	男	167	197.1	50.3	49.1	40.1	24.6	22.8
	女	185	176.3	49.2	44.9	28.1	19.5	20.5
年齡	13-19 歲	-	-	-	-	-	-	-
	20-29 歲	52	161.6	48.1	42.3	30.8	11.5	15.4
	30-39 歲	202	184.8	50.0	42.6	33.2	21.8	24.8
	40-49 歲	75	209.2	48.0	64.0	33.3	33.3	21.3
	50-59 歲	17	182.5	64.7	41.2	41.2	11.8	-
	60 歲及以上	6	166.6	33.3	33.3	66.7	-	33.3
教育程度	國小及以下	-	-	-	-	-	-	-
	國/初中	2	100.0	100.0	-	-	-	-
	高中/職	29	158.6	58.6	37.9	20.7	20.7	6.9
	專科	35	140.0	34.3	57.1	28.6	14.3	5.7
	大學	221	199.0	49.3	46.6	38.0	22.6	26.2
	研究所及以上	65	181.4	53.8	47.7	29.2	24.6	21.5
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	4	150.0	50.0	-	100.0	-	-
	高階主管及經理人員	29	296.5	93.1	69.0	44.8	37.9	31.0
	專業人員	37	197.2	40.5	51.4	45.9	13.5	32.4
	技術員及助理專業人員	46	182.5	63.0	45.7	39.1	17.4	13.0
	事務支援人員	107	178.6	50.5	44.9	25.2	20.6	19.6
	服務及銷售工作人員	31	190.5	32.3	58.1	35.5	32.3	25.8
	技藝、機械設備操作及體力技術工	26	173.0	26.9	34.6	53.8	38.5	19.2
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	2	100.0	100.0	-	-	-	-
	軍警公教	26	165.3	19.2	46.2	19.2	26.9	42.3
	家庭主婦	13	130.8	69.2	15.4	-	15.4	15.4
	學生	12	150.0	50.0	41.7	25.0	-	-
	自由業	12	150.0	50.0	50.0	33.3	-	16.7
	退休	3	300.0	100.0	100.0	100.0	-	-
待業中／無業	4	100.0	-	50.0	-	50.0	-	
平時 使用 語言	國語	345	186.2	49.3	47.8	33.0	21.7	22.0
	閩南語	211	190.0	48.8	47.9	41.2	22.3	18.5
	客家話	18	150.0	55.6	50.0	11.1	-	33.3
	英語	23	200.0	91.3	52.2	39.1	8.7	8.7
	其他	-	-	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	手機 APP 程式收聽	電台官方網 站即時收聽	手機內建收 音機頻道	網際網路 隨選收聽	hichannel 線 上即時收聽
整體		352	186.1	49.7	46.9	33.8	21.9	21.6
居住 縣市	臺北市	53	201.8	50.9	54.7	35.8	20.8	28.3
	新北市	98	196.0	64.3	38.8	33.7	24.5	21.4
	基隆市	5	160.0	-	100.0	-	60.0	-
	桃園縣	24	287.5	50.0	62.5	75.0	29.2	20.8
	新竹縣	3	100.0	100.0	-	-	-	-
	新竹市	8	175.0	100.0	25.0	50.0	-	-
	苗栗縣	8	200.0	25.0	75.0	50.0	25.0	25.0
	臺中市	61	159.1	41.0	47.5	13.1	19.7	27.9
	彰化縣	12	116.7	16.7	16.7	50.0	-	33.3
	南投縣	-	-	-	-	-	-	-
	雲林縣	5	220.0	-	60.0	60.0	-	100.0
	嘉義縣	5	100.0	-	-	-	-	60.0
	嘉義市	8	175.0	75.0	75.0	-	25.0	-
	臺南市	18	200.0	66.7	50.0	38.9	22.2	11.1
	高雄市	34	167.7	35.3	41.2	44.1	35.3	5.9
	屏東縣	5	100.0	-	100.0	-	-	-
	澎湖縣	-	-	-	-	-	-	-
宜蘭縣	5	140.0	60.0	40.0	40.0	-	-	
臺東縣	-	-	-	-	-	-	-	
花蓮縣	-	-	-	-	-	-	-	
地區	北部地區	191	205.8	59.2	46.6	38.7	23.6	21.5
	中部地區	81	156.8	35.8	45.7	22.2	17.3	28.4
	南部地區	75	170.6	40.0	49.3	33.3	24.0	16.0
	東部地區	5	140.0	60.0	40.0	40.0	-	-
平均 月收入	不足二萬元	33	151.6	48.5	30.3	18.2	15.2	27.3
	二萬~不足四萬	127	166.9	35.4	48.8	33.9	18.1	18.1
	四萬~不足六萬	102	173.5	48.0	50.0	28.4	16.7	19.6
	六萬~不足八萬	47	244.8	76.6	44.7	42.6	44.7	19.1
	八萬及以上	37	251.3	73.0	45.9	56.8	24.3	40.5
	無收入	6	133.3	33.3	66.7	-	33.3	-
收聽 頻率	固定收聽	75	230.6	64.0	61.3	40.0	17.3	30.7
	經常收聽	126	177.7	59.5	38.1	32.5	19.8	22.2
	偶而收聽	78	184.6	37.2	38.5	42.3	34.6	20.5
	很少收聽	73	156.0	31.5	56.2	20.5	16.4	12.3

附表 19：Q12.請問您的手機目前有下載哪些收聽廣播的 APP？(提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	電台官方 APP	集合型廣播 APP	播客(Podcast) 節目 APP	不清楚
整體		120	109.9	58.3	45.0	3.3	3.3
性別	男	51	109.8	54.9	52.9	-	2.0
	女	69	110.1	60.9	39.1	5.8	4.3
年齡	13-19 歲	4	100.0	50.0	50.0	-	-
	20-29 歲	16	100.0	75.0	12.5	12.5	-
	30-39 歲	13	115.4	69.2	46.2	-	-
	40-49 歲	20	105.0	50.0	45.0	-	10.0
	50-59 歲	30	110.0	63.3	40.0	6.7	-
	60 歲及以上	37	116.2	48.6	62.2	-	5.4
教育程度	國小及以下	1	100.0	-	-	-	100.0
	國/初中	2	100.0	100.0	-	-	-
	高中/職	33	121.2	69.7	51.5	-	-
	專科	18	100.1	27.8	66.7	-	5.6
	大學	49	104.1	65.3	34.7	4.1	-
	研究所及以上	15	119.9	40.0	53.3	13.3	13.3
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	1	100.0	-	100.0	-	-
	高階主管及經理人員	1	100.0	100.0	-	-	-
	專業人員	7	100.0	42.9	57.1	-	-
	技術員及助理專業人員	5	100.0	100.0	-	-	-
	事務支援人員	7	100.0	28.6	71.4	-	-
	服務及銷售工作人員	14	114.3	64.3	50.0	-	-
	技藝、機械設備操作及體力技術工	5	100.0	80.0	-	-	20.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	-	-	-	-	-	-
	軍警公教	9	111.1	33.3	55.6	22.2	-
	家庭主婦	18	111.1	50.0	38.9	11.1	11.1
	學生	11	100.0	72.7	27.3	-	-
	自由業	4	125.0	75.0	50.0	-	-
	退休	30	120.0	50.0	66.7	-	3.3
待業中／無業	5	100.0	100.0	-	-	-	
平時使用語言	國語	104	111.5	60.6	43.3	3.8	3.8
	閩南語	72	115.3	62.5	48.6	-	4.2
	客家話	9	100.0	66.7	33.3	-	-
	英語	1	100.0	100.0	-	-	-
	其他	1	100.0	-	100.0	-	-

基本資料		樣本數	總計	電台官方 APP	集合型廣播 APP	播客(Podcast) 節目 APP	不清楚
整體		120	109.9	58.3	45.0	3.3	3.3
居住 縣市	臺北市	21	119.1	66.7	47.6	-	4.8
	新北市	26	103.8	46.2	53.8	-	3.8
	基隆市	-	-	-	-	-	-
	桃園縣	10	130.0	60.0	50.0	20.0	-
	新竹縣	3	100.0	66.7	33.3	-	-
	新竹市	1	100.0	100.0	-	-	-
	苗栗縣	2	100.0	100.0	-	-	-
	臺中市	16	112.6	68.8	43.8	-	-
	彰化縣	5	100.0	60.0	-	40.0	-
	南投縣	-	-	-	-	-	-
	雲林縣	5	140.0	80.0	60.0	-	-
	嘉義縣	-	-	-	-	-	-
	嘉義市	3	100.0	66.7	33.3	-	-
	臺南市	8	100.0	37.5	62.5	-	-
	高雄市	15	100.0	40.0	46.7	-	13.3
	屏東縣	1	100.0	-	100.0	-	-
	澎湖縣	2	100.0	100.0	-	-	-
宜蘭縣	-	-	-	-	-	-	
臺東縣	-	-	-	-	-	-	
花蓮縣	2	100.0	100.0	-	-	-	
地區	北部地區	61	113.2	57.4	49.2	3.3	3.3
	中部地區	23	108.7	69.6	30.4	8.7	-
	南部地區	34	105.9	50.0	50.0	-	5.9
	東部地區	2	100.0	100.0	-	-	-
平均 月收入	不足二萬元	4	100.0	25.0	75.0	-	-
	二萬~不足四萬	19	115.7	78.9	26.3	10.5	-
	四萬~不足六萬	14	100.0	57.1	42.9	-	-
	六萬~不足八萬	12	133.3	66.7	58.3	-	8.3
	八萬及以上	3	100.0	33.3	66.7	-	-
	無收入	40	107.5	60.0	40.0	-	7.5
收聽 頻率	固定收聽	39	112.8	43.6	59.0	5.1	5.1
	經常收聽	44	111.4	70.5	36.4	-	4.5
	偶而收聽	19	100.0	47.4	42.1	10.5	-
	很少收聽	18	111.1	72.2	38.9	-	-

附表 20：Q12.請問您的手機目前有下載哪些收聽廣播的 APP？(提示，可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	電台官方 APP	集合型廣播 APP	播客(Podcast) 節目 APP	Youtube
整體		175	150.7	77.1	59.4	13.1	1.1
性別	男	84	172.7	88.1	67.9	16.7	-
	女	91	130.7	67.0	51.6	9.9	2.2
年齡	13-19 歲	-	-	-	-	-	-
	20-29 歲	25	160.0	76.0	72.0	12.0	-
	30-39 歲	101	150.5	76.2	52.5	19.8	2.0
	40-49 歲	36	150.0	77.8	72.2	-	-
	50-59 歲	11	127.3	81.8	45.5	-	-
	60 歲及以上	2	200.0	100.0	100.0	-	-
教育程度	國小及以下	-	-	-	-	-	-
	國/初中	2	100.0	100.0	-	-	-
	高中/職	17	164.7	100.0	64.7	-	-
	專科	12	100.0	66.7	33.3	-	-
	大學	109	156.0	71.6	67.0	15.6	1.8
	研究所及以上	35	148.5	85.7	45.7	17.1	-
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	2	100.0	100.0	-	-	-
	高階主管及經理人員	27	207.4	100.0	77.8	29.6	-
	專業人員	15	100.0	86.7	13.3	-	-
	技術員及助理專業人員	29	148.3	93.1	55.2	-	-
	事務支援人員	54	133.3	68.5	53.7	11.1	-
	服務及銷售工作人員	10	180.0	80.0	60.0	40.0	-
	技藝、機械設備操作及體力技術工	7	200.0	100.0	100.0	-	-
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	2	100.0	-	100.0	-	-
	軍警公教	5	160.0	40.0	60.0	60.0	-
	家庭主婦	9	155.6	55.6	55.6	22.2	22.2
	學生	6	133.3	33.3	100.0	-	-
	自由業	6	100.0	33.3	66.7	-	-
	退休	3	200.0	100.0	100.0	-	-
待業中／無業	-	-	-	-	-	-	
平時使用語言	國語	170	152.3	79.4	58.2	13.5	1.2
	閩南語	103	150.5	80.6	56.3	13.6	-
	客家話	10	130.0	80.0	50.0	-	-
	英語	21	152.4	81.0	57.1	14.3	-
	其他	-	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	電台官方 APP	集合型廣播 APP	播客(Podcast) 節目 APP	Youtube
整體		175	150.7	77.1	59.4	13.1	1.1
居住 縣市	臺北市	27	163.0	92.6	55.6	14.8	-
	新北市	63	165.1	82.5	66.7	12.7	3.2
	基隆市	-	-	-	-	-	-
	桃園縣	12	158.4	66.7	75.0	16.7	-
	新竹縣	3	100.0	100.0	-	-	-
	新竹市	8	100.0	75.0	25.0	-	-
	苗栗縣	2	100.0	-	100.0	-	-
	臺中市	25	144.0	80.0	36.0	28.0	-
	彰化縣	2	100.0	-	100.0	-	-
	南投縣	-	-	-	-	-	-
	雲林縣	-	-	-	-	-	-
	嘉義縣	-	-	-	-	-	-
	嘉義市	6	100.0	33.3	66.7	-	-
	臺南市	12	158.3	83.3	58.3	16.7	-
	高雄市	12	125.0	50.0	75.0	-	-
	屏東縣	-	-	-	-	-	-
澎湖縣	-	-	-	-	-	-	
宜蘭縣	3	200.0	100.0	100.0	-	-	
臺東縣	-	-	-	-	-	-	
花蓮縣	-	-	-	-	-	-	
地區	北部地區	113	157.6	83.2	60.2	12.4	1.8
	中部地區	29	137.9	69.0	44.8	24.1	-
	南部地區	30	133.4	60.0	66.7	6.7	-
	東部地區	3	200.0	100.0	100.0	-	-
平均 月收入	不足二萬元	16	137.5	50.0	75.0	-	12.5
	二萬~不足四萬	45	137.7	71.1	53.3	13.3	-
	四萬~不足六萬	49	124.5	75.5	49.0	-	-
	六萬~不足八萬	36	175.1	91.7	55.6	27.8	-
	八萬及以上	27	192.6	85.2	81.5	25.9	-
	無收入	2	200.0	100.0	100.0	-	-
收聽 頻率	固定收聽	48	177.1	77.1	79.2	20.8	-
	經常收聽	75	146.6	85.3	45.3	13.3	2.7
	偶而收聽	29	158.6	86.2	62.1	10.3	-
	很少收聽	23	100.0	39.1	60.9	-	-

附表 21：Q1.請問您通常一個禮拜大約收聽幾天廣播？ 天 (輸入整數)

基本資料		樣本數	總計	固定收聽	經常收聽	偶而收聽	很少收聽
整體		2,406	100.0	29.4	28.1	21.7	20.8
性別 **	男	1,166	100.0	30.5	27.5	23.8	18.2
	女	1,240	100.0	28.3	28.6	19.8	23.3
年齡 ***	13-19 歲	131	100.0	7.6	8.4	32.1	51.9
	20-29 歲	184	100.0	10.3	22.8	24.5	42.4
	30-39 歲	197	100.0	19.8	34.5	22.3	23.4
	40-49 歲	318	100.0	24.8	37.1	20.1	17.9
	50-59 歲	628	100.0	27.1	33.9	21.0	18.0
	60 歲及以上	948	100.0	41.1	23.6	20.6	14.7
教育程度 ***	國小及以下	181	100.0	39.2	26.0	23.2	11.6
	國/初中	192	100.0	32.8	25.0	20.8	21.4
	高中/職	597	100.0	28.1	30.8	22.3	18.8
	專科	340	100.0	29.1	29.7	23.8	17.4
	大學	815	100.0	26.1	26.4	20.9	26.6
	研究所及以上	234	100.0	31.2	29.9	19.2	19.7
職業 ***	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	100.0	29.4	30.3	27.7	12.6
	高階主管及經理人員	24	100.0	20.8	25.0	29.2	25.0
	專業人員	112	100.0	25.0	38.4	17.9	18.8
	技術員及助理專業人員	94	100.0	21.3	36.2	9.6	33.0
	事務支援人員	136	100.0	18.4	37.5	13.2	30.9
	服務及銷售工作人員	207	100.0	24.6	36.7	22.7	15.9
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	100.0	18.2	45.5	21.6	14.8
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	100.0	36.4	25.5	27.3	10.9
	軍警公教	173	100.0	30.1	31.8	21.4	16.8
	家庭主婦	291	100.0	34.0	22.3	21.3	22.3
	學生	182	100.0	11.0	9.9	29.7	49.5
	自由業	90	100.0	27.8	32.2	23.3	16.7
	退休	616	100.0	42.0	22.1	21.6	14.3
待業中／無業	62	100.0	27.4	11.3	24.2	37.1	
平時 使用 語言	國語	2,046	100.0	27.7	28.3	22.2	21.8
	閩南語	1,586	100.0	29.4	28.8	21.8	19.9
	客家話	227	100.0	37.4	21.1	24.7	16.7
	英語	49	100.0	30.6	20.4	28.6	20.4
	其他	5	100.0	60.0	20.0	20.0	-

基本資料		樣本數	總計	固定收聽	經常收聽	偶而收聽	很少收聽
整體		2,406	100.0	29.4	28.1	21.7	20.8
居住縣市*	臺北市	272	100.0	33.8	27.9	19.1	19.1
	新北市	402	100.0	30.3	24.6	20.1	24.9
	基隆市	40	100.0	30.0	37.5	12.5	20.0
	桃園縣	226	100.0	31.4	25.2	19.9	23.5
	新竹縣	55	100.0	40.0	16.4	23.6	20.0
	新竹市	44	100.0	22.7	34.1	15.9	27.3
	苗栗縣	54	100.0	24.1	25.9	24.1	25.9
	臺中市	285	100.0	29.5	28.4	24.2	17.9
	彰化縣	133	100.0	22.6	27.8	17.3	32.3
	南投縣	52	100.0	34.6	23.1	21.2	21.2
	雲林縣	72	100.0	25.0	25.0	30.6	19.4
	嘉義縣	54	100.0	29.6	22.2	29.6	18.5
	嘉義市	36	100.0	44.4	27.8	11.1	16.7
	臺南市	194	100.0	25.3	31.4	22.7	20.6
	高雄市	285	100.0	28.8	32.3	23.5	15.4
	屏東縣	88	100.0	28.4	37.5	23.9	10.2
	澎湖縣	11	100.0	27.3	45.5	9.1	18.2
宜蘭縣	46	100.0	23.9	21.7	26.1	28.3	
臺東縣	23	100.0	21.7	43.5	8.7	26.1	
花蓮縣	34	100.0	23.5	29.4	41.2	5.9	
地區*	北部地區	1,039	100.0	31.7	26.1	19.5	22.7
	中部地區	524	100.0	27.7	27.5	22.1	22.7
	南部地區	740	100.0	28.2	31.2	23.6	16.9
	東部地區	103	100.0	23.3	29.1	27.2	20.4
平均月收入	不足二萬元	97	100.0	34.0	25.8	21.6	18.6
	二萬~不足四萬	332	100.0	18.7	37.3	22.6	21.4
	四萬~不足六萬	287	100.0	24.4	33.1	24.7	17.8
	六萬~不足八萬	146	100.0	24.7	37.7	19.2	18.5
	八萬及以上	139	100.0	30.9	35.3	18.7	15.1
	無收入	842	100.0	34.2	17.2	22.7	25.9

附表 22：Q2.平日(週一到週五)，您通常在哪些時段收聽廣播？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	清晨	上午	下午	晚上
整體		1,934	151.1	3.9	73.2	47.0	27.0
性別	男	928	152.1	3.8	73.9	46.4	28.0
	女	1,006	150.1	4.0	72.5	47.5	26.1
年齡	13-19 歲	101	114.9	2.0	33.7	29.7	49.5
	20-29 歲	135	138.5	5.9	48.1	46.7	37.8
	30-39 歲	160	163.1	2.5	78.1	58.1	24.4
	40-49 歲	267	155.1	2.6	82.8	44.2	25.5
	50-59 歲	511	154.4	2.9	77.7	49.9	23.9
	60 歲及以上	760	152.0	5.1	75.4	46.1	25.4
教育程度	國小及以下	145	153.1	6.9	67.6	43.4	35.2
	國/初中	150	152.0	4.0	68.0	54.0	26.0
	高中/職	491	153.4	4.7	77.0	48.1	23.6
	專科	271	145.8	3.0	79.3	42.1	21.4
	大學	661	149.4	3.6	69.1	47.8	28.9
	研究所及以上	189	153.0	1.1	76.2	45.5	30.2
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	99	156.5	2.0	73.7	56.6	24.2
	高階主管及經理人員	21	171.4	9.5	81.0	47.6	33.3
	專業人員	87	177.1	4.6	80.5	57.5	34.5
	技術員及助理專業人員	81	146.9	3.7	81.5	48.1	13.6
	事務支援人員	102	162.7	2.9	85.3	53.9	20.6
	服務及銷售工作人員	175	161.2	4.0	80.6	46.9	29.7
	技藝、機械設備操作及體力技術工	149	166.4	6.0	81.2	58.4	20.8
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	44	179.5	11.4	88.6	54.5	25.0
	軍警公教	149	161.7	1.3	80.5	51.7	28.2
	家庭主婦	231	136.4	2.6	67.5	42.9	23.4
	學生	140	118.5	1.4	35.0	35.7	46.4
	自由業	72	141.7	1.4	79.2	44.4	16.7
	退休	498	146.8	5.0	72.9	41.8	27.1
	待業中／無業	46	130.4	4.3	50.0	45.7	30.4
平時使用語言	國語	1,651	150.9	3.7	72.9	47.2	27.1
	閩南語	1,274	153.5	3.9	72.0	50.5	27.1
	客家話	191	155.0	4.2	74.9	55.0	20.9
	英語	43	137.2	9.3	62.8	37.2	27.9
	其他	4	150.0	-	100.0	25.0	25.0

基本資料		樣本數	總計	清晨	上午	下午	晚上
整體		1,934	151.1	3.9	73.2	47.0	27.0
居住縣市	臺北市	227	152.9	7.5	67.0	48.0	30.4
	新北市	320	153.4	4.1	73.4	45.9	30.0
	基隆市	38	144.7	7.9	84.2	26.3	26.3
	桃園縣	174	152.9	3.4	80.5	46.0	23.0
	新竹縣	36	158.3	8.3	80.6	58.3	11.1
	新竹市	30	160.0	-	73.3	50.0	36.7
	苗栗縣	49	136.7	4.1	67.3	42.9	22.4
	臺中市	242	152.0	-	76.0	50.4	25.6
	彰化縣	116	150.0	4.3	68.1	44.0	33.6
	南投縣	47	134.0	-	72.3	51.1	10.6
	雲林縣	58	158.6	6.9	72.4	62.1	17.2
	嘉義縣	42	157.1	9.5	73.8	50.0	23.8
	嘉義市	30	130.0	-	66.7	33.3	30.0
	臺南市	143	158.0	4.2	74.8	54.5	24.5
	高雄市	217	156.2	4.6	76.0	45.6	30.0
	屏東縣	72	145.9	-	68.1	47.2	30.6
	澎湖縣	11	136.4	-	63.6	36.4	36.4
	宜蘭縣	36	130.6	-	66.7	47.2	16.7
	臺東縣	18	127.8	-	66.7	22.2	38.9
	花蓮縣	28	121.4	7.1	64.3	21.4	28.6
地區	北部地區	825	153.2	5.1	73.9	46.3	27.9
	中部地區	454	148.0	1.5	72.7	48.0	25.8
	南部地區	573	154.0	4.2	73.5	49.2	27.1
	東部地區	82	126.8	2.4	65.9	32.9	25.6
平均月收入	不足二萬元	87	156.2	3.4	67.8	44.8	40.2
	二萬~不足四萬	280	161.1	1.8	80.4	55.0	23.9
	四萬~不足六萬	247	153.9	2.0	83.0	47.8	21.1
	六萬~不足八萬	127	160.6	0.8	87.4	48.0	24.4
	八萬及以上	119	163.0	6.7	74.8	56.3	25.2
	無收入	649	137.5	4.9	62.4	40.5	29.7
收聽頻率	固定收聽	616	160.8	5.8	73.5	46.9	34.6
	經常收聽	616	161.5	3.9	86.0	52.3	19.3
	偶而收聽	412	141.5	2.9	67.5	43.4	27.7
	很少收聽	290	121.7	1.0	53.1	41.0	26.6

附表 23：Q4.假日(週六日)，您通常在哪些時段收聽廣播？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	清晨	上午	下午	晚上
整體		856	146.9	7.9	59.8	47.0	32.2
性別	男	388	147.9	7.5	63.1	45.1	32.2
	女	468	146.2	8.3	57.1	48.5	32.3
年齡	13-19 歲	64	123.5	4.7	25.0	54.7	39.1
	20-29 歲	76	134.2	5.3	43.4	57.9	27.6
	30-39 歲	50	162.0	14.0	58.0	52.0	38.0
	40-49 歲	96	139.6	3.1	62.5	46.9	27.1
	50-59 歲	202	146.6	4.5	59.9	50.5	31.7
	60 歲及以上	368	153.9	11.4	68.8	40.8	32.9
教育程度	國小及以下	71	153.5	5.6	67.6	35.2	45.1
	國/初中	62	159.7	12.9	64.5	45.2	37.1
	高中/職	217	148.4	8.3	56.7	56.2	27.2
	專科	132	138.6	5.3	68.9	42.4	22.0
	大學	295	149.5	8.1	56.6	49.2	35.6
	研究所及以上	64	129.6	7.8	53.1	35.9	32.8
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	42	173.8	-	59.5	76.2	38.1
	高階主管及經理人員	2	100.0	-	-	-	100.0
	專業人員	34	141.2	5.9	58.8	44.1	32.4
	技術員及助理專業人員	34	123.5	-	64.7	44.1	14.7
	事務支援人員	46	143.5	2.2	58.7	58.7	23.9
	服務及銷售工作人員	70	145.7	14.3	55.7	41.4	34.3
	技藝、機械設備操作及體力技術工	34	152.9	8.8	58.8	50.0	35.3
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	19	226.3	31.6	89.5	68.4	36.8
	軍警公教	50	134.0	2.0	58.0	36.0	38.0
	家庭主婦	109	141.4	3.7	60.6	45.0	32.1
	學生	87	126.4	4.6	28.7	56.3	36.8
	自由業	31	174.2	6.5	80.6	41.9	45.2
	退休	260	153.0	12.7	68.8	41.9	29.6
	待業中／無業	21	114.3	-	33.3	66.7	14.3
平時使用語言	國語	718	147.6	7.9	59.5	46.9	33.3
	閩南語	557	147.0	6.1	57.6	49.9	33.4
	客家話	79	155.7	10.1	63.3	59.5	22.8
	英語	15	120.0	20.0	20.0	26.7	53.3
	其他	-	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	清晨	上午	下午	晚上
整體		856	146.9	7.9	59.8	47.0	32.2
居住 縣市	臺北市	94	147.9	14.9	50.0	46.8	36.2
	新北市	149	150.3	6.0	63.1	48.3	32.9
	基隆市	21	119.1	9.5	52.4	14.3	42.9
	桃園縣	79	141.9	7.6	72.2	41.8	20.3
	新竹縣	12	133.3	-	50.0	83.3	-
	新竹市	15	126.7	-	33.3	26.7	66.7
	苗栗縣	18	194.5	16.7	83.3	66.7	27.8
	臺中市	100	158.0	7.0	55.0	55.0	41.0
	彰化縣	58	141.3	10.3	53.4	43.1	34.5
	南投縣	20	120.0	-	55.0	50.0	15.0
	雲林縣	33	133.3	3.0	57.6	48.5	24.2
	嘉義縣	17	158.8	23.5	64.7	47.1	23.5
	嘉義市	19	131.6	10.5	57.9	31.6	31.6
	臺南市	63	152.4	3.2	69.8	54.0	25.4
	高雄市	97	155.6	9.3	64.9	47.4	34.0
	屏東縣	23	152.2	-	60.9	52.2	39.1
	澎湖縣	2	150.0	-	-	100.0	50.0
	宜蘭縣	16	131.1	6.2	62.5	31.2	31.2
	臺東縣	6	133.3	33.3	33.3	16.7	50.0
	花蓮縣	14	100.1	-	42.9	28.6	28.6
地區	北部地區	370	144.7	8.4	59.5	44.9	31.9
	中部地區	196	152.5	8.2	57.1	52.0	35.2
	南部地區	254	150.0	7.1	63.8	48.8	30.3
	東部地區	36	119.4	8.3	50.0	27.8	33.3
平均 月收入	不足二萬元	46	156.5	6.5	56.5	52.2	41.3
	二萬~不足四萬	126	152.5	5.6	63.5	55.6	27.8
	四萬~不足六萬	85	161.3	7.1	70.6	47.1	36.5
	六萬~不足八萬	40	147.5	2.5	57.5	55.0	32.5
	八萬及以上	41	141.4	7.3	58.5	41.5	34.1
	無收入	354	142.4	9.9	54.8	46.3	31.4
收聽 頻率	固定收聽	418	159.8	9.8	69.1	43.3	37.6
	經常收聽	121	142.2	8.3	63.6	45.5	24.8
	偶而收聽	142	133.8	7.7	43.0	48.6	34.5
	很少收聽	175	130.3	3.4	48.6	55.4	22.9

附表 24：各功率之聽眾特性

基本資料		樣本數	總計	調幅	大功率	中功率	小功率
整體		2,195	132.9	2.5	57.1	52.3	21.0
性別	男	1,067	134.6	1.8	60.6	50.8	21.4
	女	1,128	131.2	3.1	53.8	53.7	20.6
年齡	13-19 歲	119	119.3	0.8	35.3	63.0	20.2
	20-29 歲	167	125.8	-	38.9	62.3	24.6
	30-39 歲	186	132.3	1.1	43.5	66.7	21.0
	40-49 歲	303	139.9	0.3	56.4	60.4	22.8
	50-59 歲	581	138.4	1.7	65.9	52.7	18.1
	60 歲及以上	839	129.9	4.8	61.0	42.4	21.7
教育程度	國小及以下	142	116.2	14.8	33.8	31.0	36.6
	國/初中	172	128.4	4.1	45.3	45.9	33.1
	高中/職	541	131.4	2.4	57.3	51.2	20.5
	專科	322	134.4	-	65.5	53.4	15.5
	大學	757	136.4	1.2	57.9	57.7	19.6
	研究所及以上	229	135.3	1.3	64.6	52.4	17.0
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	111	138.8	0.9	57.7	54.1	26.1
	高階主管及經理人員	24	137.5	-	75.0	50.0	12.5
	專業人員	105	131.3	1.9	57.1	57.1	15.2
	技術員及助理專業人員	91	141.7	-	52.7	59.3	29.7
	事務支援人員	128	135.9	-	64.8	51.6	19.5
	服務及銷售工作人員	196	134.7	2.0	54.1	54.6	24.0
	技藝、機械設備操作及體力技術工	161	133.0	2.5	41.6	60.9	28.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	49	114.3	4.1	38.8	51.0	20.4
	軍警公教	164	132.8	2.4	69.5	52.4	8.5
	家庭主婦	254	126.3	5.5	48.0	49.6	23.2
	學生	163	121.5	0.6	36.8	63.2	20.9
	自由業	82	141.5	-	69.5	50.0	22.0
	退休	553	136.2	3.6	66.2	45.4	21.0
	待業中／無業	58	131.0	3.4	62.1	44.8	20.7
平時使用語言	國語	1,885	134.0	1.8	59.6	52.5	20.1
	閩南語	1,449	131.4	3.4	56.5	50.9	20.6
	客家話	215	131.6	0.9	63.7	40.0	27.0
	英語	41	131.7	-	68.3	43.9	19.5
	其他	5	140.0	-	40.0	80.0	20.0

基本資料		樣本數	總計	調幅	大功率	中功率	小功率
整體		2,195	132.9	2.5	57.1	52.3	21.0
居住 縣市	臺北市	240	135.8	2.5	64.6	52.5	16.2
	新北市	368	138.6	2.2	68.2	51.9	16.3
	基隆市	37	154.0	5.4	70.3	43.2	35.1
	桃園縣	205	139.5	1.0	55.1	46.8	36.6
	新竹縣	49	128.5	-	55.1	26.5	46.9
	新竹市	40	125.0	-	62.5	42.5	20.0
	苗栗縣	52	128.8	3.8	42.3	46.2	36.5
	臺中市	267	139.0	1.9	59.2	50.2	27.7
	彰化縣	129	128.0	4.7	40.3	66.7	16.3
	南投縣	50	128.0	-	52.0	46.0	30.0
	雲林縣	63	120.7	-	34.9	68.3	17.5
	嘉義縣	49	122.4	-	65.3	51.0	6.1
	嘉義市	33	118.2	3.0	63.6	36.4	15.2
	臺南市	161	126.6	6.8	48.4	50.3	21.1
	高雄市	265	131.3	3.4	52.5	67.5	7.9
	屏東縣	84	116.7	-	54.8	50.0	11.9
	澎湖縣	11	127.3	-	9.1	72.7	45.5
宜蘭縣	40	132.5	-	80.0	30.0	22.5	
臺東縣	18	127.7	-	44.4	33.3	50.0	
花蓮縣	34	123.5	5.9	58.8	41.2	17.6	
地區	北部地區	939	137.6	1.9	63.6	48.9	23.2
	中部地區	498	133.9	2.6	51.8	53.6	25.9
	南部地區	666	126.1	3.2	50.9	58.6	13.4
	東部地區	92	128.3	2.2	65.2	34.8	26.1
平均 月收入	不足二萬元	89	121.4	6.7	50.6	36.0	28.1
	二萬~不足四萬	314	129.2	2.5	49.0	55.7	22.0
	四萬~不足六萬	272	139.3	-	60.7	56.2	22.4
	六萬~不足八萬	142	142.3	2.1	64.1	50.0	26.1
	八萬及以上	134	153.0	-	75.4	57.5	20.1
	無收入	734	129.8	4.2	53.0	51.5	21.1
收聽 頻率	固定收聽	653	134.8	4.0	57.3	50.2	23.3
	經常收聽	632	134.0	1.4	54.0	57.1	21.5
	偶而收聽	454	133.9	2.6	59.5	52.0	19.8
	很少收聽	456	127.4	1.5	59.0	48.9	18.0

附表 25：Q15.您為什麼最常收聽(Q14-1 名稱)電台？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	習慣性收聽	音樂因素	整體節目內容因素	路況報導因素	新聞因素	不知道/忘記了
整體		2,406	116.4	18.3	17.7	13.3	11.2	8.9	20.4
性別	男	1,166	115.2	16.9	17.8	12.4	14.8	11.5	18.9
	女	1,240	117.8	19.7	17.5	14.2	7.9	6.5	21.8
年齡	13-19 歲	131	103.2	17.6	24.4	5.3	2.3	0.8	21.4
	20-29 歲	184	106.9	14.1	23.4	6.0	12.5	1.6	27.7
	30-39 歲	197	116.2	10.2	29.4	6.1	13.7	6.6	20.8
	40-49 歲	318	113.9	18.6	16.4	14.8	14.8	11.0	19.5
	50-59 歲	628	117.9	20.1	16.4	14.0	13.9	8.3	18.3
	60 歲及以上	948	120.3	19.7	14.5	16.5	8.8	11.7	20.4
教育程度	國小及以下	181	117.8	22.1	9.9	8.8	1.7	6.1	23.2
	國/初中	192	121.4	22.4	13.0	15.1	7.3	8.3	24.5
	高中/職	597	119.1	20.6	14.9	16.2	12.1	9.0	17.6
	專科	340	119.7	21.5	18.5	12.9	15.9	7.1	21.5
	大學	815	113.3	15.2	20.6	12.1	10.1	9.6	20.0
	研究所及以上	234	113.5	13.2	23.9	14.1	17.5	11.1	17.1
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	122.5	23.5	27.7	11.8	12.6	5.0	13.4
	高階主管及經理人員	24	112.5	25.0	12.5	4.2	20.8	12.5	4.2
	專業人員	112	113.4	14.3	17.9	11.6	11.6	13.4	13.4
	技術員及助理專業人員	94	124.6	18.1	19.1	11.7	11.7	11.7	11.7
	事務支援人員	136	124.9	18.4	14.0	14.7	23.5	8.1	21.3
	服務及銷售工作人員	207	114.7	16.9	19.3	7.2	13.0	8.7	16.4
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	110.6	14.2	19.3	11.4	13.6	5.1	27.8
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	119.9	34.5	9.1	21.8	12.7	7.3	10.9
	軍警公教	173	121.2	17.9	19.1	17.3	15.0	12.1	17.3
	家庭主婦	291	117.3	19.6	18.6	14.4	4.5	4.8	23.7
	學生	182	103.5	16.5	22.5	6.6	4.9	1.6	24.7
	自由業	90	112.1	15.6	11.1	10.0	21.1	8.9	21.1
	退休	616	119.3	20.8	14.9	18.3	8.3	13.6	19.0
待業中／無業	62	108.0	6.5	21.0	8.1	17.7	3.2	24.2	
平時使用語言	國語	2,046	116.0	17.8	17.6	13.3	12.2	9.1	20.4
	閩南語	1,586	117.1	17.5	18.0	13.5	12.4	8.8	20.7
	客家話	227	127.7	24.7	15.4	18.1	10.6	9.7	10.1
	英語	49	110.1	16.3	14.3	12.2	18.4	6.1	18.4
	其他	5	180.0	20.0	60.0	20.0	20.0	20.0	-

基本資料		樣本數	總計	習慣性收聽	音樂因素	整體節目內容因素	路況報導因素	新聞因素	不知道/忘記了
整體		2,406	116.4	18.3	17.7	13.3	11.2	8.9	20.4
居住縣市	臺北市	272	112.7	22.4	15.8	16.5	7.0	11.4	22.1
	新北市	402	115.8	14.7	18.9	11.7	15.2	10.4	16.7
	基隆市	40	120.0	12.5	15.0	22.5	17.5	17.5	10.0
	桃園縣	226	125.2	20.8	20.4	9.3	11.5	11.1	25.2
	新竹縣	55	105.3	12.7	14.5	18.2	16.4	-	12.7
	新竹市	44	120.5	11.4	27.3	22.7	20.5	4.5	11.4
	苗栗縣	54	115.1	25.9	14.8	16.7	9.3	5.6	7.4
	臺中市	285	119.0	22.5	20.7	16.1	12.6	10.5	8.8
	彰化縣	133	119.1	15.8	21.1	21.1	5.3	3.8	9.8
	南投縣	52	123.0	28.8	21.2	7.7	5.8	3.8	26.9
	雲林縣	72	129.1	22.2	22.2	16.7	2.8	2.8	33.3
	嘉義縣	54	111.3	24.1	11.1	7.4	9.3	16.7	14.8
	嘉義市	36	100.1	11.1	22.2	5.6	-	2.8	44.4
	臺南市	194	112.8	16.0	12.9	9.3	6.7	6.2	41.2
	高雄市	285	114.6	17.9	15.4	10.9	15.1	7.7	21.1
	地區	屏東縣	88	117.0	10.2	20.5	5.7	21.6	13.6
澎湖縣		11	100.1	9.1	-	9.1	-	-	36.4
宜蘭縣		46	117.3	21.7	10.9	15.2	10.9	13.0	17.4
臺東縣		23	112.9	17.4	17.4	17.4	4.3	8.7	26.1
花蓮縣		34	111.9	11.8	5.9	23.5	-	5.9	35.3
北部地區		1,039	116.9	17.7	18.4	13.7	12.6	10.3	19.2
中部地區		524	118.9	21.8	20.2	16.6	9.7	7.6	10.7
南部地區		740	114.4	16.9	15.8	9.9	11.1	7.8	28.1
平均月收入	東部地區	103	114.4	17.5	10.7	18.4	5.8	9.7	25.2
	不足二萬元	97	126.8	22.7	11.3	16.5	10.3	12.4	12.4
	二萬~不足四萬	332	118.5	21.7	18.1	11.4	11.4	8.7	20.2
	四萬~不足六萬	287	117.3	12.2	25.1	15.0	13.9	10.5	14.6
	六萬~不足八萬	146	126.1	24.7	21.9	11.0	14.4	16.4	10.3
	八萬及以上	139	128.2	18.0	22.3	14.4	20.9	13.7	9.4
收聽頻率	無收入	842	114.8	19.1	17.0	12.5	7.4	7.5	23.0
	固定收聽	707	122.7	20.2	20.1	15.1	8.6	12.4	17.4
	經常收聽	676	119.5	18.6	16.7	15.8	8.3	10.2	21.4
	偶而收聽	522	109.4	19.5	16.3	12.3	10.9	5.6	21.3
	很少收聽	501	111.6	14.0	17.0	8.6	19.2	5.8	22.2

附表 26：Q15.您為什麼最常收聽(Q14-1 名稱)電台？(不提示，可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	習慣性 收聽	整體節目 內容因素	音樂 因素	收訊品 質因素	主持人 因素	路況報 導因素
整體		817	223.8	44.1	31.8	26.6	20.7	20.0	16.8
性別	男	424	225.4	45.5	29.5	25.2	20.0	18.2	22.6
	女	393	221.8	42.5	34.4	28.0	21.4	21.9	10.4
年齡	13-19 歲	6	333.2	33.3	33.3	66.7	66.7	-	-
	20-29 歲	85	220.2	47.1	30.6	20.0	24.7	20.0	22.4
	30-39 歲	393	219.5	44.8	31.3	27.7	18.8	21.1	14.2
	40-49 歲	250	225.2	44.0	32.0	25.6	19.6	19.2	16.0
	50-59 歲	65	252.4	49.2	44.6	29.2	26.2	20.0	23.1
	60 歲及以上	18	166.6	-	-	22.2	22.2	11.1	38.9
教育 程度	國小及以下	2	200.0	-	-	-	-	-	-
	國/初中	6	166.7	-	33.3	66.7	-	66.7	-
	高中/職 專科	82	220.7	39.0	29.3	20.7	28.0	25.6	22.0
	大學	115	191.2	39.1	20.9	22.6	14.8	18.3	23.5
	大學	472	234.7	45.6	34.1	28.4	21.8	19.7	17.2
	研究所及以上	140	217.1	48.6	35.0	25.7	18.6	17.1	7.9
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	36	191.7	36.1	16.7	19.4	19.4	16.7	22.2
	高階主管及經理人員	56	294.5	50.0	48.2	48.2	12.5	30.4	23.2
	專業人員	76	197.2	31.6	18.4	28.9	21.1	18.4	13.2
	技術員及助理專業人員	135	214.8	56.3	29.6	25.9	19.3	26.7	10.4
	事務支援人員	235	229.5	39.6	34.9	22.6	26.8	23.0	14.5
	服務及銷售工作人員	69	182.4	40.6	15.9	24.6	17.4	8.7	13.0
	技藝、機械設備操作及體力技術工	50	248.0	46.0	42.0	30.0	24.0	16.0	28.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	5	100.0	40.0	-	-	-	-	-
	軍警公教	70	271.7	52.9	40.0	18.6	18.6	14.3	32.9
	家庭主婦	21	242.7	52.4	38.1	61.9	9.5	14.3	19.0
	學生	18	177.6	44.4	44.4	22.2	22.2	-	-
	自由業	29	134.5	34.5	27.6	20.7	13.8	6.9	-
	退休	11	300.2	27.3	27.3	45.5	27.3	27.3	72.7
待業中／無業	6	233.4	66.7	66.7	-	-	66.7	-	
平時 使用 語言	國語	764	228.4	45.0	32.9	27.2	21.2	21.1	17.3
	閩南語	556	234.4	44.8	33.8	30.2	23.2	20.3	18.0
	客家話	37	202.5	45.9	24.3	5.4	21.6	18.9	29.7
	英語	49	230.4	44.9	22.4	20.4	22.4	12.2	26.5
	其他	4	150.0	-	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	習慣性收聽	整體節目內容因素	音樂因素	收訊品質因素	主持人因素	路況報導因素
整體		817	223.8	44.1	31.8	26.6	20.7	20.0	16.8
居住縣市	臺北市	101	237.6	43.6	44.6	28.7	21.8	17.8	25.7
	新北市	205	236.1	38.5	39.0	30.7	20.5	24.9	13.2
	基隆市	5	220.0	60.0	-	-	-	40.0	-
	桃園縣	66	228.7	54.5	24.2	10.6	24.2	13.6	30.3
	新竹縣	20	140.0	50.0	-	20.0	10.0	-	15.0
	新竹市	12	216.7	66.7	-	16.7	-	16.7	33.3
	苗栗縣	17	205.8	58.8	41.2	17.6	52.9	-	23.5
	臺中市	140	212.8	35.7	27.1	27.1	15.7	26.4	8.6
	彰化縣	30	166.7	40.0	30.0	16.7	6.7	23.3	13.3
	南投縣	6	166.6	33.3	-	33.3	66.7	33.3	-
	雲林縣	13	269.3	76.9	23.1	53.8	23.1	23.1	-
	嘉義縣	9	233.2	44.4	44.4	-	22.2	-	-
	嘉義市	17	182.4	47.1	11.8	35.3	23.5	23.5	-
	臺南市	39	241.0	51.3	28.2	38.5	30.8	28.2	7.7
	高雄市	108	205.6	44.4	32.4	21.3	21.3	11.1	27.8
	屏東縣	12	200.2	75.0	16.7	-	-	16.7	-
澎湖縣	-	-	-	-	-	-	-	-	
宜蘭縣	9	322.1	77.8	22.2	55.6	22.2	33.3	22.2	
臺東縣	4	700.0	-	100.0	100.0	100.0	-	-	
花蓮縣	4	250.0	-	50.0	100.0	-	-	50.0	
地區	北部地區	409	229.9	44.0	34.5	25.7	20.0	20.0	19.6
	中部地區	193	203.7	38.3	28.0	24.9	19.2	23.8	10.4
	南部地區	198	215.8	50.0	28.8	25.8	22.2	16.2	16.7
	東部地區	17	394.2	41.2	47.1	76.5	35.3	17.6	23.5
平均 月收入	不足二萬元	49	183.7	42.9	36.7	28.6	10.2	20.4	-
	二萬~不足四萬	308	225.3	43.2	33.1	21.4	18.2	20.5	21.4
	四萬~不足六萬	250	213.6	46.0	25.6	29.2	22.4	18.4	12.8
	六萬~不足八萬	94	249.8	51.1	40.4	31.9	25.5	25.5	11.7
	八萬及以上	102	231.5	34.3	31.4	29.4	21.6	17.6	25.5
	無收入	14	271.6	57.1	42.9	28.6	42.9	14.3	14.3
收聽 頻率	固定收聽	129	289.4	48.1	38.8	35.7	30.2	25.6	20.2
	經常收聽	305	221.9	40.0	31.8	24.9	16.4	26.6	10.2
	偶而收聽	155	224.1	43.9	39.4	23.9	18.1	20.0	16.8
	很少收聽	228	189.0	47.4	22.8	25.4	22.8	7.9	23.7

附表 27：Q16.您為什麼也常收聽(Q14-2 名稱)電台？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	音樂因素	習慣性收聽	整體節目內容因素	路況報導因素	新聞因素	主持人因素
整體		1,085	114.8	28.7	18.4	15.2	12.4	7.6	7.3
性別	男	567	112.3	29.5	17.6	11.8	15.2	9.3	5.1
	女	518	117.5	27.8	19.3	18.9	9.5	5.6	9.7
年齡	13-19 歲	33	103.1	36.4	18.2	12.1	-	-	-
	20-29 歲	65	110.8	58.5	9.2	6.2	12.3	-	1.5
	30-39 歲	94	112.8	47.9	14.9	6.4	7.4	2.1	5.3
	40-49 歲	176	111.2	38.1	14.2	13.1	13.6	1.7	7.4
	50-59 歲	324	115.1	21.9	20.4	13.6	17.0	9.9	6.8
	60 歲及以上	393	117.8	19.8	21.1	21.4	10.4	11.5	9.7
教育程度	國小及以下	35	123.0	5.7	28.6	31.4	2.9	22.9	11.4
	國/初中	75	125.4	20.0	30.7	10.7	12.0	10.7	14.7
	高中/職	278	114.5	24.8	21.2	15.5	11.9	8.3	9.0
	專科	168	117.3	31.5	12.5	13.7	13.1	6.0	10.1
	大學	381	112.1	34.1	17.1	16.3	12.9	5.2	4.5
	研究所及以上	134	111.3	27.6	14.9	11.2	15.7	9.0	3.7
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	64	126.5	31.2	28.1	9.4	18.8	7.8	3.1
	高階主管及經理人員	14	114.2	21.4	21.4	14.3	14.3	14.3	-
	專業人員	63	109.5	41.3	7.9	9.5	14.3	11.1	7.9
	技術員及助理專業人員	53	102.0	32.1	5.7	15.1	24.5	1.9	-
	事務支援人員	63	114.2	39.7	20.6	9.5	11.1	6.3	7.9
	服務及銷售工作人員	100	109.0	30.0	22.0	11.0	14.0	4.0	9.0
	技藝、機械設備操作及體力技術工	79	113.0	34.2	11.4	12.7	16.5	5.1	11.4
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	19	110.7	21.1	36.8	15.8	-	-	15.8
	軍警公教	95	119.1	27.4	21.1	17.9	18.9	7.4	2.1
	家庭主婦	111	116.1	22.5	19.8	16.2	8.1	9.0	16.2
	學生	48	104.2	43.8	12.5	14.6	4.2	-	-
	自由業	43	109.6	32.6	9.3	16.3	9.3	4.7	9.3
	退休	285	119.7	18.2	22.1	20.7	10.9	11.2	7.7
待業中／無業	25	116.0	52.0	16.0	4.0	-	8.0	-	
平時使用語言	國語	941	114.4	29.8	18.3	15.0	13.4	6.9	6.5
	閩南語	722	115.6	27.4	17.0	16.3	12.9	8.6	7.5
	客家話	122	128.8	18.9	27.9	16.4	19.7	9.8	9.8
	英語	21	104.9	23.8	4.8	23.8	-	14.3	4.8
	其他	3	100.0	66.7	-	-	-	33.3	-

基本資料		樣本數	總計	音樂因素	習慣性收聽	整體節目內容因素	路況報導因素	新聞因素	主持人因素
整體		1,085	114.8	28.7	18.4	15.2	12.4	7.6	7.3
居住縣市	臺北市	129	109.5	20.2	22.5	25.6	13.2	3.9	5.4
	新北市	194	107.6	30.4	12.4	10.8	14.9	9.3	6.2
	基隆市	25	124.0	12.0	4.0	20.0	16.0	20.0	16.0
	桃園縣	104	115.4	39.4	19.2	9.6	13.5	6.7	1.9
	新竹縣	24	112.5	50.0	8.3	8.3	4.2	4.2	8.3
	新竹市	18	100.2	44.4	16.7	16.7	-	5.6	-
	苗栗縣	24	108.4	12.5	16.7	25.0	-	-	12.5
	臺中市	154	112.9	30.5	22.1	11.0	14.3	9.1	11.7
	彰化縣	51	115.8	31.4	15.7	15.7	5.9	-	5.9
	南投縣	26	150.0	23.1	30.8	23.1	23.1	7.7	7.7
	雲林縣	21	152.5	28.6	28.6	38.1	9.5	9.5	14.3
	嘉義縣	28	107.1	7.1	21.4	14.3	42.9	-	-
	嘉義市	7	114.4	42.9	-	14.3	28.6	14.3	-
	臺南市	62	109.7	19.4	16.1	12.9	8.1	9.7	11.3
	高雄市	133	122.7	32.3	24.1	12.0	9.8	6.8	7.5
	地區	屏東縣	39	117.9	51.3	15.4	10.3	5.1	5.1
澎湖縣		4	100.0	-	-	-	-	-	-
宜蘭縣		24	112.4	8.3	20.8	25.0	4.2	33.3	-
臺東縣		8	100.0	-	-	12.5	-	12.5	12.5
花蓮縣		10	140.0	20.0	20.0	60.0	20.0	-	-
北部地區		494	110.6	30.2	16.0	15.0	13.2	7.5	5.5
中部地區		255	116.9	28.2	21.2	14.5	12.2	6.3	10.2
南部地區		294	119.3	29.3	20.4	13.9	12.2	6.8	8.5
平均月收入	東部地區	42	116.7	9.5	16.7	31.0	7.1	21.4	2.4
	不足二萬元	42	138.1	19.0	28.6	14.3	19.0	4.8	11.9
	二萬~不足四萬	155	115.5	27.7	23.9	16.1	12.3	3.2	6.5
	四萬~不足六萬	156	109.4	40.4	7.1	11.5	20.5	6.4	5.8
	六萬~不足八萬	92	128.3	37.0	20.7	13.0	16.3	9.8	5.4
	八萬及以上	88	112.6	33.0	21.6	6.8	11.4	9.1	8.0
收聽頻率	無收入	318	116.2	24.8	19.2	15.4	8.5	10.4	10.1
	固定收聽	344	116.0	24.7	20.3	16.9	11.6	10.5	10.2
	經常收聽	311	113.5	28.3	17.4	17.7	11.9	7.1	6.8
	偶而收聽	228	114.5	28.5	19.7	13.6	13.2	7.0	8.3
	很少收聽	202	114.5	36.1	15.3	10.4	13.9	4.0	2.0

附表 28：Q17.請問您比較常收聽哪些節目類型？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	音樂類	新聞類 (含路況報導)	不一定/ 播什麼聽什麼	一般談話性 (除時事評論以外)節目	時事評論 (政論性談話)類	生活資訊類
整體		2,406	138.1	52.0	37.7	17.7	10.6	6.5	3.4
性別	男	1,166	138.0	50.3	41.8	18.7	10.5	6.7	2.7
	女	1,240	138.1	53.6	33.8	16.8	10.7	6.4	4.1
年齡	13-19 歲	131	115.3	64.9	15.3	13.7	6.1	0.8	1.5
	20-29 歲	184	124.5	74.5	25.0	9.8	7.1	1.6	3.3
	30-39 歲	197	126.8	68.5	26.4	18.3	5.6	1.5	1.5
	40-49 歲	318	137.0	56.6	44.0	14.5	8.8	4.4	3.8
	50-59 歲	628	141.6	47.0	43.2	16.9	11.0	8.1	3.8
	60 歲及以上	948	144.1	44.3	39.8	21.3	13.3	9.0	3.8
教育程度	國小及以下	181	138.3	44.2	27.1	29.3	16.0	6.1	2.8
	國/初中	192	148.3	49.0	47.4	14.1	16.1	6.8	2.1
	高中/職	597	141.3	47.9	37.9	21.4	10.7	6.2	5.2
	專科	340	143.4	47.6	37.9	20.0	13.8	9.1	2.9
	大學	815	130.6	56.8	36.6	13.7	7.7	6.0	2.6
	研究所及以上	234	140.7	60.7	41.9	11.1	8.1	6.0	4.3
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	145.3	51.3	40.3	19.3	12.6	10.9	1.7
	高階主管及經理人員	24	133.4	50.0	45.8	29.2	4.2	-	-
	專業人員	112	128.7	55.4	32.1	13.4	12.5	5.4	2.7
	技術員及助理專業人員	94	135.1	66.0	30.9	20.2	6.4	-	5.3
	事務支援人員	136	140.4	59.6	39.7	17.6	9.6	2.9	1.5
	服務及銷售工作人員	207	140.6	55.1	38.2	16.9	11.6	6.3	3.4
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	137.4	56.2	38.6	17.6	12.5	5.7	2.3
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	141.8	45.5	36.4	21.8	7.3	3.6	10.9
	軍警公教	173	142.2	56.6	49.1	12.7	7.5	5.8	2.9
	家庭主婦	291	135.7	48.8	31.3	16.5	12.0	7.2	5.8
	學生	182	115.2	65.9	17.6	12.6	6.6	0.5	2.2
	自由業	90	140.0	46.7	45.6	15.6	6.7	3.3	5.6
	退休	616	146.4	41.6	42.5	22.1	13.8	10.6	3.1
待業中/無業	62	121.0	67.7	33.9	8.1	3.2	8.1	-	
平時使用語言	國語	2,046	137.5	52.9	37.8	17.6	9.4	6.9	3.3
	閩南語	1,586	141.2	51.8	39.2	18.3	11.4	6.7	3.8
	客家話	227	140.9	42.3	37.0	23.3	11.5	7.9	3.5
	英語	49	151.0	61.2	42.9	12.2	8.2	12.2	4.1
	其他	5	180.0	40.0	40.0	40.0	-	20.0	-

基本資料		樣本數	總計	音樂類	新聞類 (含路況報導)	不一定／ 播什麼聽 什麼	一般談話 性(除時 事評論以 外)節目	時事評論 (政論性談 話)類	生活 資訊 類
整體		2,406	138.1	52.0	37.7	17.7	10.6	6.5	3.4
居住 縣市	臺北市	272	159.9	54.0	47.1	13.2	13.2	11.8	4.8
	新北市	402	130.3	46.8	39.8	17.7	8.2	7.5	1.7
	基隆市	40	135.0	42.5	32.5	20.0	22.5	5.0	2.5
	桃園縣	226	138.0	59.3	38.5	13.3	10.2	5.8	4.9
	新竹縣	55	134.5	50.9	25.5	36.4	9.1	1.8	3.6
	新竹市	44	143.2	84.1	22.7	6.8	15.9	4.5	-
	苗栗縣	54	131.7	57.4	42.6	14.8	9.3	-	1.9
	臺中市	285	141.5	50.5	37.5	16.5	12.3	7.0	4.9
	彰化縣	133	121.4	54.1	23.3	21.1	9.0	3.0	0.8
	南投縣	52	136.3	61.5	26.9	26.9	7.7	3.8	1.9
	雲林縣	72	141.6	63.9	29.2	22.2	8.3	9.7	6.9
	嘉義縣	54	135.4	51.9	46.3	9.3	11.1	-	5.6
	嘉義市	36	130.7	58.3	47.2	5.6	5.6	-	2.8
	臺南市	194	139.0	50.5	39.2	19.6	13.9	3.6	1.5
	高雄市	285	140.3	44.6	39.6	22.5	8.4	7.4	5.6
	屏東縣	88	126.1	52.3	40.9	13.6	5.7	9.1	3.4
	澎湖縣	11	118.2	54.5	36.4	9.1	9.1	-	-
	宜蘭縣	46	141.2	58.7	17.4	39.1	8.7	2.2	2.2
臺東縣	23	138.8	47.8	21.7	13.0	21.7	21.7	-	
花蓮縣	34	117.7	35.3	41.2	5.9	17.6	5.9	-	
地區	北部地區	1,039	141.0	53.0	39.7	16.2	10.9	7.7	3.3
	中部地區	524	134.9	53.2	33.4	18.5	10.7	5.0	3.2
	南部地區	740	137.1	50.3	39.5	18.6	9.6	5.8	4.2
	東部地區	103	133.0	48.5	26.2	22.3	14.6	7.8	1.0
平均 月收入	不足二萬元	97	158.9	43.3	32.0	19.6	19.6	6.2	10.3
	二萬~不足四萬	332	136.9	58.1	31.0	22.0	10.2	3.9	2.7
	四萬~不足六萬	287	145.6	54.0	47.4	16.7	9.1	7.7	3.8
	六萬~不足八萬	146	139.1	51.4	37.7	17.8	8.2	6.8	5.5
	八萬及以上	139	138.9	54.7	44.6	13.7	10.1	5.0	2.2
	無收入	842	130.5	47.6	31.2	19.6	11.2	6.5	3.2
收聽 頻率	固定收聽	707	143.0	49.9	41.0	17.3	11.3	7.9	3.8
	經常收聽	676	139.5	47.3	36.1	19.4	12.7	8.7	4.9
	偶而收聽	522	136.3	53.6	38.1	17.4	11.1	5.9	2.9
	很少收聽	501	130.4	59.7	34.5	16.4	6.2	2.2	1.6

附表 29：Q17.請問您比較常收聽哪些節目類型？(不提示，可複選)(網路)

基本資料		樣本數	總計	音樂類	新聞類 (含路況報導)	生活資訊類	旅遊美食類	一般談話性 (除時事評論以外)節目	不一定播什麼聽什麼
整體		817	250.7	65.7	45.5	32.2	14.9	13.7	17.7
性別	男	424	258.0	65.6	51.2	30.0	13.7	15.8	13.7
	女	393	242.9	65.9	39.4	34.6	16.3	11.5	22.1
年齡	13-19 歲	6	333.1	100.0	33.3	33.3	33.3	-	-
	20-29 歲	85	248.4	78.8	42.4	25.9	21.2	14.1	4.7
	30-39 歲	393	234.5	65.6	39.2	33.1	14.5	11.7	12.7
	40-49 歲	250	276.8	63.2	53.2	32.4	15.2	16.4	27.6
	50-59 歲	65	249.4	58.5	58.5	40.0	7.7	16.9	27.7
	60 歲及以上	18	233.3	55.6	50.0	11.1	11.1	11.1	22.2
教育程度	國小及以下	2	100.0	-	-	-	-	-	100.0
	國/初中	6	266.6	100.0	66.7	33.3	-	-	-
	高中/職	82	235.4	63.4	50.0	43.9	18.3	11.0	18.3
	專科	115	252.3	68.7	46.1	34.8	14.8	9.6	28.7
	大學	472	256.0	66.9	44.1	30.5	15.9	15.0	16.3
	研究所及以上	140	242.0	60.0	47.1	29.3	10.7	15.0	12.9
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	36	214.1	47.2	66.7	33.3	5.6	11.1	11.1
	高階主管及經理人員	56	366.1	76.8	75.0	46.4	19.6	25.0	3.6
	專業人員	76	202.7	75.0	40.8	23.7	7.9	7.9	6.6
	技術員及助理專業人員	135	260.1	68.9	41.5	39.3	12.6	13.3	13.3
	事務支援人員	235	252.1	57.9	42.6	37.0	18.3	10.2	31.1
	服務及銷售工作人員	69	227.5	66.7	24.6	17.4	14.5	20.3	17.4
	技藝、機械設備操作及體力技術工	50	224.0	70.0	48.0	18.0	16.0	16.0	32.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	5	140.0	40.0	40.0	60.0	-	-	-
	軍警公教	70	287.3	62.9	71.4	30.0	17.1	15.7	12.9
	家庭主婦	21	209.4	71.4	38.1	14.3	14.3	9.5	9.5
	學生	18	199.9	83.3	11.1	11.1	11.1	-	-
	自由業	29	206.9	65.5	27.6	34.5	10.3	27.6	13.8
	退休	11	354.7	81.8	54.5	27.3	45.5	27.3	-
	待業中/無業	6	233.3	100.0	33.3	66.7	-	-	-
平時使用語言	國語	764	255.3	67.4	45.9	32.5	16.0	13.5	17.8
	閩南語	556	257.4	66.9	48.9	35.4	14.4	15.5	18.2
	客家話	37	243.1	78.4	45.9	27.0	13.5	5.4	16.2
	英語	49	304.2	51.0	42.9	46.9	22.4	18.4	8.2
	其他	4	150.0	50.0	50.0	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	音樂類	新聞類 (含路況報導)	生活資訊類	旅遊美食類	一般談話性 (除時事評論以外)節目	不一定播什麼聽什麼
整體		817	250.7	65.7	45.5	32.2	14.9	13.7	17.7
居住縣市	臺北市	101	259.6	68.3	53.5	17.8	11.9	11.9	5.9
	新北市	205	261.5	59.5	42.4	35.1	17.6	13.2	22.9
	基隆市	5	160.0	40.0	60.0	-	-	-	60.0
	桃園縣	66	248.3	80.3	54.5	18.2	9.1	13.6	28.8
	新竹縣	20	200.0	60.0	55.0	40.0	-	10.0	-
	新竹市	12	216.7	16.7	50.0	50.0	16.7	-	33.3
	苗栗縣	17	229.6	76.5	47.1	23.5	-	23.5	11.8
	臺中市	140	229.9	62.1	38.6	34.3	12.1	20.0	11.4
	彰化縣	30	266.6	56.7	56.7	53.3	13.3	13.3	30.0
	南投縣	6	233.2	100.0	33.3	33.3	33.3	33.3	-
	雲林縣	13	230.8	76.9	76.9	23.1	23.1	15.4	-
	嘉義縣	9	200.0	77.8	77.8	44.4	-	-	-
	嘉義市	17	253.0	88.2	23.5	47.1	35.3	-	11.8
	臺南市	39	276.8	76.9	48.7	28.2	20.5	25.6	10.3
	高雄市	108	242.9	62.0	42.6	34.3	13.9	9.3	25.0
	地區	屏東縣	12	225.2	83.3	-	25.0	16.7	16.7
澎湖縣		-	-	-	-	-	-	-	-
宜蘭縣		9	377.8	100.0	44.4	77.8	55.6	-	-
臺東縣		4	750.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-
花蓮縣		4	150.0	50.0	-	-	-	-	100.0
北部地區		409	253.3	63.6	48.2	28.4	13.7	12.2	19.3
平均 月收入	中部地區	193	235.7	63.7	42.0	36.3	11.9	19.7	14.0
	南部地區	198	246.3	70.2	43.4	33.3	17.2	12.1	17.7
	東部地區	17	411.6	88.2	47.1	64.7	52.9	-	23.5
	不足二萬元	49	202.0	69.4	28.6	20.4	12.2	10.2	12.2
	二萬~不足四萬	308	266.0	62.7	42.5	34.4	21.1	15.3	20.5
	四萬~不足六萬	250	223.6	66.8	46.8	29.6	10.4	9.2	22.4
收聽 頻率	六萬~不足八萬	94	302.2	73.4	62.8	39.4	13.8	26.6	6.4
	八萬及以上	102	253.1	58.8	46.1	31.4	9.8	11.8	13.7
	無收入	14	214.4	100.0	28.6	28.6	14.3	-	-
	固定收聽	129	278.5	60.5	53.5	40.3	17.8	17.1	17.8
經常收聽	305	253.1	63.3	40.3	37.4	14.1	15.4	17.7	
偶而收聽	155	271.1	64.5	52.3	23.2	19.4	22.6	12.3	
很少收聽	228	218.5	72.8	43.4	26.8	11.4	3.5	21.5	

附表 30：Q18.請問您比較常收聽哪些方面的新聞報導？(不提示，可複選，最多選五項)

基本資料		樣本數	總計	不一定／播 什麼聽什麼	路況報導	社會新聞	國內政治 新聞	不知道/ 忘記了
整體		906	125.4	34.8	23.3	17.4	11.9	28.0
性別	男	487	133.2	35.3	28.5	21.4	16.2	23.4
	女	419	116.5	34.1	17.2	12.9	6.9	33.4
年齡	13-19 歲	20	110.0	50.0	15.0	-	-	45.0
	20-29 歲	46	119.6	15.2	34.8	19.6	6.5	34.8
	30-39 歲	52	117.3	30.8	23.1	13.5	7.7	36.5
	40-49 歲	140	121.5	44.3	27.1	13.6	3.6	20.0
	50-59 歲	271	130.1	36.5	29.9	18.5	12.9	22.1
	60 歲及以上	377	126.4	32.1	16.2	19.4	16.2	32.4
教育 程度	國小及以下	49	118.5	14.3	4.1	18.4	12.2	53.1
	國/初中	91	128.7	26.4	18.7	23.1	19.8	35.2
	高中/職	226	125.2	32.3	22.6	21.2	9.3	30.5
	專科	129	125.1	32.6	32.6	14.0	11.6	23.3
	大學	298	125.1	43.6	21.8	13.1	14.1	22.8
	研究所及以上	98	129.5	36.7	32.7	19.4	5.1	24.5
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	48	137.6	18.8	41.7	22.9	22.9	27.1
	高階主管及經理人員	11	118.3	45.5	9.1	27.3	18.2	9.1
	專業人員	36	133.3	52.8	13.9	22.2	19.4	11.1
	技術員及助理專業人員	29	141.4	41.4	34.5	27.6	10.3	20.7
	事務支援人員	54	138.9	42.6	40.7	18.5	11.1	5.6
	服務及銷售工作人員	79	120.3	41.8	25.3	15.2	8.9	25.3
	技藝、機械設備操作及體力技術工	68	123.6	25.0	35.3	16.2	10.3	30.9
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	20	135.0	50.0	20.0	15.0	5.0	25.0
	軍警公教	85	132.0	42.4	31.8	16.5	3.5	25.9
	家庭主婦	91	105.6	25.3	11.0	17.6	4.4	38.5
	學生	32	112.5	40.6	21.9	6.2	-	43.8
	自由業	41	144.0	41.5	24.4	19.5	17.1	22.0
	退休	262	124.4	34.7	14.5	16.8	17.2	30.2
	待業中／無業	21	123.8	4.8	33.3	9.5	14.3	47.6
平時 使用 語言	國語	773	126.1	36.6	25.4	16.7	11.9	26.4
	閩南語	622	129.7	31.5	26.7	19.8	13.3	28.0
	客家話	84	126.2	46.4	26.2	16.7	10.7	19.0
	英語	21	143.0	14.3	47.6	28.6	4.8	38.1
	其他	2	150.0	50.0	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	不一定／播 什麼聽什麼	路況報導	社會新聞	國內政治 新聞	不知道/ 忘記了
整體		906	125.4	34.8	23.3	17.4	11.9	28.0
居住 縣市	臺北市	128	126.7	46.1	19.5	10.2	7.0	25.8
	新北市	160	131.9	36.9	31.2	22.5	16.9	18.1
	基隆市	13	130.7	53.8	53.8	-	-	15.4
	桃園縣	87	127.3	14.9	19.5	24.1	20.7	40.2
	新竹縣	14	107.1	64.3	21.4	14.3	-	7.1
	新竹市	10	100.0	20.0	10.0	-	-	40.0
	苗栗縣	23	108.7	47.8	8.7	8.7	-	34.8
	臺中市	107	123.5	43.0	24.3	13.1	10.3	26.2
	彰化縣	31	122.6	32.3	9.7	29.0	9.7	29.0
	南投縣	14	178.5	78.6	57.1	21.4	7.1	-
	雲林縣	21	114.3	47.6	14.3	-	4.8	38.1
	嘉義縣	25	108.0	64.0	4.0	16.0	-	8.0
	嘉義市	17	111.8	17.6	11.8	17.6	5.9	47.1
	臺南市	76	122.3	23.7	18.4	17.1	18.4	32.9
	高雄市	113	128.4	25.7	29.2	23.9	12.4	28.3
	屏東縣	36	113.9	11.1	27.8	19.4	5.6	44.4
	澎湖縣	4	100.0	50.0	-	-	-	50.0
	宜蘭縣	8	162.5	37.5	50.0	-	12.5	50.0
臺東縣	5	100.0	20.0	-	-	40.0	40.0	
花蓮縣	14	143.0	14.3	14.3	28.6	28.6	42.9	
地區	北部地區	412	127.6	36.2	25.0	17.5	13.1	25.2
	中部地區	175	125.8	44.6	22.3	16.0	8.6	25.7
	南部地區	292	121.0	28.1	21.6	18.5	11.0	31.8
	東部地區	27	140.6	22.2	22.2	14.8	25.9	44.4
平均 月收入	不足二萬元	31	171.3	35.5	32.3	32.3	25.8	19.4
	二萬~不足四萬	103	121.3	36.9	29.1	15.5	6.8	26.2
	四萬~不足六萬	136	130.2	32.4	28.7	20.6	16.9	24.3
	六萬~不足八萬	55	138.0	47.3	32.7	14.5	10.9	14.5
	八萬及以上	62	129.0	53.2	32.3	16.1	11.3	9.7
	無收入	263	124.1	29.7	14.1	19.4	15.2	33.5
收聽 頻率	固定收聽	290	126.1	37.6	15.2	17.9	12.8	30.7
	經常收聽	244	128.5	35.2	21.3	22.1	13.9	23.4
	偶而收聽	199	119.2	30.7	25.6	15.6	10.1	32.2
	很少收聽	173	127.1	34.1	37.0	12.1	9.8	25.4

附表 31：Q18.請問您比較常收聽哪些方面的新聞報導？(不提示，可複選，最多選五項)

基本資料		樣本數	總計	社會新聞	氣象報導	國內政治新聞	路況報導	不一定／播什麼聽什麼(都喜歡)
整體		372	301.2	50.8	38.7	36.6	35.5	30.6
性別	男	217	296.2	48.8	34.1	41.5	37.3	31.8
	女	155	307.7	53.5	45.2	29.7	32.9	29.0
年齡	13-19 歲	2	500.0	100.0	100.0	100.0	-	-
	20-29 歲	36	288.8	58.3	30.6	52.8	33.3	19.4
	30-39 歲	154	299.9	55.8	38.3	28.6	33.1	28.6
	40-49 歲	133	307.6	42.9	44.4	38.3	45.1	30.1
	50-59 歲	38	279.0	42.1	21.1	47.4	15.8	47.4
	60 歲及以上	9	322.3	77.8	55.6	22.2	33.3	55.6
教育程度	國小及以下	-	-	-	-	-	-	-
	國/初中	4	300.0	100.0	50.0	50.0	-	-
	高中/職	41	280.6	61.0	31.7	41.5	36.6	26.8
	專科	53	273.5	54.7	39.6	35.8	26.4	26.4
	大學	208	302.6	50.5	38.0	32.7	40.9	34.6
	研究所及以上	66	331.9	39.4	43.9	45.5	27.3	25.8
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	24	241.6	45.8	8.3	25.0	41.7	41.7
	高階主管及經理人員	42	388.1	42.9	31.0	61.9	50.0	23.8
	專業人員	31	322.6	61.3	38.7	41.9	38.7	16.1
	技術員及助理專業人員	56	251.7	44.6	35.7	25.0	14.3	37.5
	事務支援人員	100	287.0	45.0	42.0	24.0	34.0	31.0
	服務及銷售工作人員	17	276.5	58.8	35.3	23.5	47.1	41.2
	技藝、機械設備操作及體力技術工	24	345.8	79.2	50.0	54.2	45.8	20.8
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	2	300.0	-	100.0	100.0	100.0	-
	軍警公教	50	314.0	54.0	44.0	48.0	30.0	30.0
	家庭主婦	8	275.0	50.0	25.0	50.0	50.0	25.0
	學生	2	500.0	100.0	100.0	100.0	-	-
	自由業	8	225.0	50.0	50.0	25.0	50.0	25.0
	退休	6	300.0	50.0	50.0	-	50.0	100.0
	待業中／無業	2	500.0	100.0	100.0	100.0	-	-
平時使用語言	國語	351	305.2	51.3	39.3	36.5	35.6	30.8
	閩南語	272	295.3	51.1	37.5	35.7	35.3	27.9
	客家話	17	264.7	41.2	41.2	52.9	23.5	35.3
	英語	21	390.5	47.6	33.3	52.4	28.6	-
	其他	2	200.0	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	社會新聞	氣象報導	國內政治新聞	路況報導	不一定／播什麼聽什麼(都喜歡)
整體		372	301.2	50.8	38.7	36.6	35.5	30.6
居住縣市	臺北市	54	296.3	38.9	29.6	42.6	40.7	29.6
	新北市	87	342.5	62.1	33.3	36.8	33.3	25.3
	基隆市	3	500.0	-	100.0	-	100.0	100.0
	桃園縣	36	313.8	55.6	47.2	36.1	38.9	58.3
	新竹縣	11	209.2	27.3	18.2	45.5	-	72.7
	新竹市	6	233.4	-	-	66.7	-	33.3
	苗栗縣	8	225.0	75.0	-	25.0	75.0	25.0
	臺中市	54	292.7	51.9	46.3	42.6	25.9	20.4
	彰化縣	17	306.0	76.5	35.3	41.2	11.8	23.5
	南投縣	2	200.0	-	-	-	100.0	100.0
	雲林縣	10	220.0	30.0	60.0	-	30.0	40.0
	嘉義縣	7	214.5	28.6	42.9	28.6	-	-
	嘉義市	4	200.0	-	100.0	-	-	-
	臺南市	19	263.1	68.4	47.4	36.8	42.1	10.5
	高雄市	46	286.8	39.1	34.8	30.4	54.3	37.0
	屏東縣	-	-	-	-	-	-	-
	澎湖縣	-	-	-	-	-	-	-
宜蘭縣	4	450.0	100.0	100.0	-	100.0	-	
臺東縣	4	500.0	100.0	100.0	100.0	-	-	
花蓮縣	-	-	-	-	-	-	-	
地區	北部地區	197	316.1	49.7	34.0	39.1	34.5	36.5
	中部地區	81	286.4	58.0	38.3	39.5	29.6	23.5
	南部地區	86	263.9	41.9	44.2	26.7	41.9	26.7
	東部地區	8	475.0	100.0	100.0	50.0	50.0	-
平均 月收入	不足二萬元	14	243.1	42.9	28.6	28.6	14.3	42.9
	二萬~不足四萬	131	316.9	63.4	53.4	35.9	33.6	24.4
	四萬~不足六萬	117	264.1	38.5	31.6	28.2	38.5	38.5
	六萬~不足八萬	59	340.6	55.9	30.5	47.5	37.3	28.8
	八萬及以上	47	300.1	38.3	23.4	42.6	36.2	29.8
	無收入	4	500.0	100.0	100.0	100.0	50.0	-
收聽 頻率	固定收聽	69	359.3	55.1	55.1	40.6	37.7	29.0
	經常收聽	123	291.9	48.8	36.6	39.8	24.4	27.6
	偶而收聽	81	293.7	54.3	25.9	48.1	32.1	37.0
	很少收聽	99	277.8	47.5	40.4	20.2	50.5	30.3

附表 32：Q19.請問您比較常收聽哪些類型的音樂節目？(不提示，可複選，最多選五項)

基本資料		樣本數	總計	不一定／ 播什麼聽 什麼	流行 歌曲	古典 音樂	經典 老歌	新世紀 音樂	不知道 ／忘記 了
整體		1,252	115.0	31.2	21.2	8.6	6.5	4.5	30.4
性別	男	587	116.8	34.6	21.1	8.3	6.5	4.8	28.1
	女	665	113.6	28.1	21.4	8.9	6.6	4.2	32.5
年齡	13-19 歲	85	102.5	7.1	28.2	2.4	-	2.4	55.3
	20-29 歲	137	106.4	28.5	27.7	4.4	0.7	3.6	36.5
	30-39 歲	135	111.8	26.7	23.7	12.6	2.2	3.0	34.1
	40-49 歲	180	112.2	38.3	25.0	8.3	4.4	2.8	26.1
	50-59 歲	295	117.8	37.6	22.0	10.8	6.8	5.1	22.0
	60 歲及以上	420	120.4	30.7	14.8	8.6	11.9	6.0	30.0
教育 程度	國小及以下	80	112.4	16.2	10.0	1.2	15.0	6.2	50.0
	國/初中	94	116.2	36.2	18.1	-	9.6	6.4	30.9
	高中/職	286	112.4	33.2	19.6	4.5	8.7	4.9	29.4
	專科	162	113.6	30.9	22.8	9.3	6.8	4.3	27.8
	大學	463	115.0	33.5	23.5	9.1	4.3	4.3	30.2
	研究所及以上	142	123.9	26.8	25.4	24.6	3.5	2.8	21.1
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	61	124.6	31.1	23.0	8.2	8.2	6.6	29.5
	高階主管及經理人員	12	100.0	58.3	16.7	-	-	8.3	16.7
	專業人員	62	109.5	40.3	17.7	16.1	1.6	1.6	25.8
	技術員及助理專業人員	62	116.1	35.5	25.8	16.1	3.2	1.6	21.0
	事務支援人員	81	112.2	45.7	22.2	3.7	1.2	1.2	25.9
	服務及銷售工作人員	114	117.6	35.1	29.8	4.4	7.0	0.9	28.1
	技藝、機械設備操作及體力技術工	99	103.0	30.3	21.2	1.0	4.0	8.1	26.3
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	25	104.0	52.0	20.0	-	-	-	20.0
	軍警公教	98	121.5	28.6	26.5	19.4	4.1	8.2	23.5
	家庭主婦	142	109.0	35.9	11.3	4.9	7.0	6.3	37.3
	學生	120	104.0	13.3	25.8	5.0	0.8	2.5	50.0
	自由業	42	116.7	26.2	26.2	7.1	7.1	2.4	35.7
	退休	256	125.9	29.3	15.6	12.9	16.4	7.0	24.6
	待業中／無業	42	123.8	19.0	42.9	7.1	2.4	-	33.3
平時 使用 語言	國語	1,082	115.8	32.2	21.9	9.2	6.4	4.0	29.9
	閩南語	822	116.2	30.9	21.2	7.8	7.7	4.9	30.3
	客家話	96	129.1	52.1	14.6	8.3	11.5	3.1	18.8
	英語	30	133.3	16.7	26.7	26.7	10.0	13.3	20.0
	其他	2	100.0	-	-	-	-	-	50.0

基本資料		樣本數	總計	不一定／ 播什麼聽 什麼	流行 歌曲	古典 音樂	經典 老歌	新世紀 音樂	不知道 /忘記 了
整體		1,252	115.0	31.2	21.2	8.6	6.5	4.5	30.4
居住 縣市	臺北市	147	125.8	34.0	21.1	17.7	6.8	9.5	19.7
	新北市	188	114.9	26.1	25.5	8.5	8.0	2.1	33.5
	基隆市	17	129.5	23.5	11.8	17.6	11.8	-	41.2
	桃園縣	134	115.5	31.3	17.2	5.2	8.2	6.7	38.8
	新竹縣	28	103.5	57.1	10.7	3.6	7.1	3.6	10.7
	新竹市	37	121.5	2.7	24.3	24.3	2.7	-	32.4
	苗栗縣	31	103.4	32.3	16.1	3.2	-	6.5	25.8
	臺中市	144	119.5	34.0	20.1	16.0	7.6	4.2	22.2
	彰化縣	72	111.2	29.2	31.9	-	5.6	-	36.1
	南投縣	32	140.6	46.9	18.8	3.1	12.5	-	31.2
	雲林縣	46	117.5	17.4	17.4	-	10.9	-	60.9
	嘉義縣	28	114.1	46.4	32.1	-	7.1	-	14.3
	嘉義市	21	104.8	38.1	4.8	14.3	-	14.3	33.3
	臺南市	98	109.2	35.7	20.4	7.1	8.2	3.1	26.5
	高雄市	127	105.7	33.9	20.5	3.9	2.4	7.1	31.5
	屏東縣	46	106.5	34.8	17.4	8.7	4.3	4.3	26.1
	澎湖縣	6	100.0	66.7	-	-	-	-	33.3
	宜蘭縣	27	103.6	-	48.1	7.4	3.7	11.1	29.6
臺東縣	11	127.3	18.2	-	-	9.1	-	54.5	
花蓮縣	12	100.0	33.3	16.7	-	-	-	50.0	
地區	北部地區	551	118.4	29.4	21.1	11.3	7.4	5.1	30.1
	中部地區	279	118.3	34.1	22.6	9.0	6.8	2.9	27.2
	南部地區	372	108.6	34.1	19.4	5.1	5.4	4.6	32.0
	東部地區	50	108.0	12.0	30.0	4.0	4.0	6.0	40.0
平均 月收入	不足二萬元	42	119.0	28.6	14.3	7.1	9.5	4.8	33.3
	二萬~不足四萬	193	109.9	28.5	21.8	6.2	4.7	3.6	33.2
	四萬~不足六萬	155	119.2	33.5	35.5	11.6	7.7	3.9	19.4
	六萬~不足八萬	75	136.1	38.7	20.0	17.3	6.7	2.7	20.0
	八萬及以上	76	123.5	43.4	25.0	10.5	1.3	2.6	18.4
	無收入	401	113.3	25.4	18.2	5.5	10.0	4.7	38.4
收聽 頻率	固定收聽	353	119.1	29.2	19.8	11.9	8.8	6.2	28.9
	經常收聽	320	116.3	35.9	20.0	6.6	5.3	3.8	31.2
	偶而收聽	280	117.2	31.8	16.8	10.0	9.6	6.4	29.6
	很少收聽	299	106.2	27.8	28.4	5.7	2.3	1.3	32.1

附表 33：Q19.請問您比較常收聽哪些類型的音樂節目？(不提示，可複選，最多選五項)(網路)

基本資料		樣本數	總計	流行歌曲	西洋歌曲	經典老歌	搖滾歌曲	不一定／播什麼聽什麼(都喜歡)
整體		537	266.0	77.1	26.6	25.5	17.3	25.3
性別	男	278	245.8	75.5	20.1	20.5	20.1	24.5
	女	259	288.2	78.8	33.6	30.9	14.3	26.3
年齡	13-19 歲	6	400.0	100.0	-	66.7	-	33.3
	20-29 歲	67	303.1	74.6	40.3	23.9	23.9	20.9
	30-39 歲	258	244.6	81.8	22.1	17.8	18.2	25.2
	40-49 歲	158	294.3	76.6	32.9	33.5	17.7	25.3
	50-59 歲	38	215.9	55.3	10.5	34.2	5.3	39.5
	60 歲及以上	10	240.0	50.0	30.0	50.0	-	-
教育程度	國小及以下	-	-	-	-	-	-	-
	國/初中	6	299.9	100.0	33.3	33.3	-	33.3
	高中/職	52	309.5	88.5	25.0	32.7	17.3	25.0
	專科	79	223.9	69.6	17.7	21.5	13.9	32.9
	大學	316	274.8	77.2	32.6	24.1	17.4	25.3
	研究所及以上	84	244.1	75.0	13.1	29.8	21.4	17.9
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	17	288.1	76.5	23.5	35.3	52.9	35.3
	高階主管及經理人員	43	332.7	58.1	37.2	18.6	32.6	18.6
	專業人員	57	206.9	73.7	7.0	14.0	19.3	36.8
	技術員及助理專業人員	93	217.4	71.0	20.4	20.4	17.2	20.4
	事務支援人員	136	278.0	85.3	39.7	30.9	7.4	22.1
	服務及銷售工作人員	46	234.6	69.6	23.9	19.6	4.3	28.3
	技藝、機械設備操作及體力技術工	35	248.5	82.9	11.4	17.1	31.4	20.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	2	200.0	100.0	-	100.0	-	-
	軍警公教	44	315.8	86.4	31.8	34.1	25.0	25.0
	家庭主婦	15	286.4	73.3	33.3	13.3	33.3	46.7
	學生	15	366.7	100.0	40.0	53.3	-	13.3
	自由業	19	262.9	68.4	10.5	10.5	10.5	36.8
	退休	9	299.9	66.7	-	66.7	-	33.3
	待業中／無業	6	433.3	100.0	66.7	66.7	33.3	33.3
平時使用語言	國語	515	268.4	77.9	27.4	25.2	17.7	25.0
	閩南語	372	279.9	78.8	29.6	25.3	17.2	26.6
	客家話	29	237.7	75.9	6.9	58.6	24.1	24.1
	英語	25	332.0	56.0	32.0	8.0	52.0	16.0
	其他	2	200.0	100.0	-	-	100.0	-

基本資料		樣本數	總計	流行歌曲	西洋歌曲	經典老歌	搖滾歌曲	不一定／播什麼聽什麼(都喜歡)
整體		537	266.0	77.1	26.6	25.5	17.3	25.3
居住縣市	臺北市	69	300.0	78.3	39.1	17.4	29.0	20.3
	新北市	122	260.7	73.8	25.4	20.5	18.0	25.4
	基隆市	2	100.0	-	-	-	-	-
	桃園縣	53	237.7	58.5	17.0	41.5	18.9	35.8
	新竹縣	12	283.3	58.3	25.0	33.3	-	58.3
	新竹市	2	100.0	100.0	-	-	-	-
	苗栗縣	13	177.0	61.5	15.4	30.8	-	23.1
	臺中市	87	260.5	88.5	31.0	21.8	14.9	21.8
	彰化縣	17	282.3	100.0	35.3	35.3	11.8	17.6
	南投縣	6	199.9	33.3	33.3	-	-	66.7
	雲林縣	10	280.0	80.0	30.0	-	-	50.0
	嘉義縣	7	128.6	71.4	-	-	-	-
	嘉義市	15	299.9	66.7	73.3	13.3	13.3	13.3
	臺南市	30	260.0	73.3	23.3	20.0	20.0	26.7
	高雄市	67	289.7	88.1	14.9	40.3	16.4	14.9
	屏東縣	10	190.0	70.0	-	20.0	-	60.0
	澎湖縣	-	-	-	-	-	-	-
宜蘭縣	9	344.4	100.0	55.6	22.2	55.6	33.3	
臺東縣	4	500.0	100.0	-	100.0	50.0	-	
花蓮縣	2	300.0	100.0	-	100.0	-	100.0	
地區	北部地區	260	265.1	70.8	26.9	24.2	20.0	27.3
	中部地區	123	252.2	84.6	30.1	23.6	12.2	23.6
	南部地區	139	268.3	79.9	22.3	26.6	13.7	22.3
	東部地區	15	379.9	100.0	33.3	53.3	46.7	33.3
平均 月收入	不足二萬元	34	300.0	88.2	38.2	32.4	8.8	20.6
	二萬~不足四萬	193	259.8	78.2	24.9	31.1	13.0	30.6
	四萬~不足六萬	167	248.1	73.7	26.9	20.4	16.8	25.7
	六萬~不足八萬	69	280.9	79.7	27.5	20.3	23.2	15.9
	八萬及以上	60	263.0	68.3	23.3	16.7	28.3	20.0
	無收入	14	428.7	100.0	28.6	57.1	28.6	28.6
收聽 頻率	固定收聽	78	294.9	73.1	19.2	26.9	20.5	21.8
	經常收聽	193	248.9	80.3	28.0	25.4	19.2	24.9
	偶而收聽	100	248.0	70.0	23.0	18.0	14.0	24.0
	很少收聽	166	283.5	79.5	30.7	29.5	15.7	28.3

附表 34：Q20.請問您認為目前的電台節目類型或內容，有哪些不足之處？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	沒有不足的地方	廣告時間太長	同樣廣告重覆多次	增加優質節目	政論節目內容太偏頗	節目經常聽到主持人介紹或推銷商品
整體		2,406	101.7	83.5	4.0	2.2	1.7	1.6	1.5
性別	男	1,166	101.9	82.5	4.0	2.2	2.1	2.1	1.5
	女	1,240	101.4	84.4	4.0	2.2	1.2	1.1	1.5
年齡	13-19 歲	131	100.0	90.8	3.1	0.8	-	1.5	-
	20-29 歲	184	100.5	77.2	6.0	3.3	2.2	1.6	1.6
	30-39 歲	197	101.4	82.2	4.1	3.6	2.0	1.0	2.0
	40-49 歲	318	101.8	83.3	3.8	1.3	1.6	2.5	0.6
	50-59 歲	628	102.4	82.8	4.0	1.8	1.9	1.0	1.8
	60 歲及以上	948	101.6	84.4	3.9	2.5	1.6	1.8	1.8
教育程度	國小及以下	181	100.8	92.3	1.1	2.2	0.6	1.7	0.6
	國/初中	192	102.3	85.4	5.2	3.1	1.0	1.0	0.5
	高中/職	597	101.7	88.8	2.5	1.5	1.5	1.2	1.7
	專科	340	102.0	81.8	3.8	3.8	0.6	1.5	1.5
	大學	815	101.5	80.2	5.0	2.0	1.8	2.5	2.3
	研究所及以上	234	103.1	74.4	4.7	2.1	4.7	0.4	0.4
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	102.5	82.4	0.8	4.2	3.4	0.8	0.8
	高階主管及經理人員	24	100.0	70.8	16.7	-	-	-	-
	專業人員	112	100.1	83.9	2.7	0.9	0.9	-	-
	技術員及助理專業人員	94	102.3	86.2	1.1	3.2	2.1	-	4.3
	事務支援人員	136	102.0	77.2	6.6	4.4	-	2.2	0.7
	服務及銷售工作人員	207	100.5	86.5	4.3	0.5	2.4	1.0	2.4
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	103.4	86.4	4.5	2.8	-	1.7	1.1
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	105.3	89.1	1.8	1.8	-	1.8	1.8
	軍警公教	173	101.8	80.9	3.5	1.2	3.5	1.7	1.7
	家庭主婦	291	102.6	85.6	2.7	4.1	0.3	0.7	1.4
	學生	182	100.0	87.9	2.7	0.5	0.5	1.6	0.5
	自由業	90	100.0	84.4	4.4	2.2	1.1	1.1	-
	退休	616	101.9	80.8	4.7	2.1	2.8	2.6	2.1
	待業中／無業	62	100.0	83.9	4.8	1.6	3.2	3.2	-
平時使用語言	國語	2,046	101.6	83.0	3.9	2.1	1.7	1.7	1.7
	閩南語	1,586	102.0	84.6	3.8	2.5	1.3	1.7	1.8
	客家話	227	103.4	81.5	3.5	2.2	4.4	1.8	2.2
	英語	49	106.1	77.6	-	2.0	8.2	4.1	-
	其他	5	160.0	60.0	40.0	40.0	-	-	20.0

基本資料		樣本數	總計	沒有不足的地方	廣告時間太長	同樣廣告重覆多次	增加優質節目	政論節目內容太偏頗	節目經常聽到主持人介紹或推銷商品
整體		2,406	101.7	83.5	4.0	2.2	1.7	1.6	1.5
居住縣市	臺北市	272	102.2	84.6	2.6	2.9	2.2	2.6	0.7
	新北市	402	101.5	86.6	2.5	2.5	0.5	1.2	2.7
	基隆市	40	100.0	77.5	5.0	5.0	2.5	-	-
	桃園縣	226	103.0	75.7	8.0	3.1	6.6	0.4	3.5
	新竹縣	55	100.1	85.5	7.3	-	-	-	-
	新竹市	44	106.8	65.9	15.9	6.8	2.3	-	-
	苗栗縣	54	103.8	85.2	11.1	3.7	-	-	-
	臺中市	285	102.2	82.8	2.8	4.6	2.1	0.7	2.1
	彰化縣	133	100.4	87.2	3.8	0.8	0.8	0.8	1.5
	南投縣	52	100.0	86.5	1.9	-	3.8	1.9	-
	雲林縣	72	102.9	87.5	-	1.4	4.2	-	-
	嘉義縣	54	103.7	83.3	-	-	3.7	11.1	-
	嘉義市	36	102.8	72.2	16.7	-	-	-	8.3
	臺南市	194	100.3	84.5	4.6	0.5	-	3.6	1.0
	高雄市	285	100.7	85.6	2.5	1.1	0.4	2.1	0.7
	屏東縣	88	102.2	85.2	4.5	-	-	-	-
澎湖縣	11	100.0	100.0	-	-	-	-	-	
宜蘭縣	46	100.0	87.0	4.3	-	-	-	-	
臺東縣	23	104.2	73.9	4.3	8.7	-	-	4.3	
花蓮縣	34	100.1	70.6	-	-	-	5.9	-	
地區	北部地區	1,039	102.4	82.4	4.6	2.9	2.4	1.3	2.0
	中部地區	524	101.7	84.5	3.8	3.1	1.7	0.8	1.5
	南部地區	740	101.3	84.9	3.5	0.7	0.8	2.6	0.9
	東部地區	103	100.9	78.6	2.9	1.9	-	1.9	1.0
平均 月收入	不足二萬元	97	101.9	81.4	3.1	6.2	1.0	-	1.0
	二萬~不足四萬	332	102.0	78.9	5.7	2.4	2.1	3.0	1.5
	四萬~不足六萬	287	101.4	84.3	3.1	2.1	1.7	1.7	1.7
	六萬~不足八萬	146	101.4	78.1	6.8	2.1	4.1	-	2.7
	八萬及以上	139	104.2	78.4	4.3	3.6	4.3	0.7	-
	無收入	842	101.7	85.0	3.7	1.8	1.2	2.1	1.4
收聽 頻率	固定收聽	707	101.9	80.5	4.4	2.4	2.0	1.4	2.5
	經常收聽	676	101.7	83.3	3.8	1.9	1.5	2.2	1.5
	偶而收聽	522	101.5	84.3	3.8	2.9	2.1	1.3	1.0
	很少收聽	501	101.4	87.0	4.0	1.6	1.0	1.2	0.8

附表 35：Q41.請問您沒有收聽廣播的最主要原因是？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	沒空收聽	只有開車 (搭車)時才 聽	沒有固定 收聽習慣	對廣播節 目沒興趣	工作場所 (環境)不允 許
整體		2,446	133.0	37.6	27.4	17.7	17.5	13.0
性別	男	1,152	135.0	37.8	29.0	16.6	17.8	15.3
	女	1,294	131.0	37.4	25.9	18.7	17.2	10.9
年齡	13-19 歲	519	131.2	16.2	56.8	12.9	33.1	1.2
	20-29 歲	473	136.2	47.8	15.9	17.5	21.4	23.5
	30-39 歲	451	134.1	43.5	22.0	16.0	14.0	18.4
	40-49 歲	377	153.2	50.4	21.8	30.5	10.6	18.8
	50-59 歲	333	126.3	37.2	28.8	17.4	10.2	11.4
	60 歲及以上	293	110.2	33.8	7.5	13.0	6.1	2.7
教育 程度	國小及以下	49	108.3	38.8	4.1	8.2	8.2	4.1
	國/初中	344	119.1	23.5	45.9	9.6	25.0	0.6
	高中/職	821	134.8	33.3	28.7	19.1	23.3	10.5
	專科	268	141.0	44.8	23.5	20.9	9.7	19.0
	大學	880	135.7	45.3	21.5	19.4	12.8	19.2
	研究所及以上	61	127.9	26.2	31.1	16.4	13.1	3.3
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	72	130.8	38.9	18.1	25.0	5.6	5.6
	高階主管及經理人員	13	100.1	-	46.2	15.4	15.4	-
	專業人員	69	114.5	40.6	17.4	11.6	8.7	11.6
	技術員及助理專業人員	206	157.1	55.3	18.4	21.4	18.9	23.8
	事務支援人員	252	128.7	43.7	28.2	20.6	9.5	18.7
	服務及銷售工作人員	309	136.9	44.7	20.7	17.8	10.4	22.0
	技藝、機械設備操作及體力技術工	141	148.2	50.4	19.1	18.4	17.7	18.4
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	27	129.6	51.9	7.4	14.8	14.8	7.4
	軍警公教	49	134.7	32.7	26.5	20.4	4.1	12.2
	家庭主婦	227	116.8	37.4	12.3	18.5	13.7	0.9
	學生	757	134.1	26.6	43.6	14.3	31.0	9.0
	自由業	113	151.1	50.4	33.6	28.3	3.5	26.5
	退休	159	105.0	22.6	12.6	13.8	7.5	-
	待業中/無業	-	-	-	-	-	-	-
平時 使用 語言	國語	2,385	133.5	37.9	27.9	17.9	17.7	13.1
	閩南語	1,743	138.5	40.3	30.2	19.6	15.3	15.1
	客家話	183	142.8	33.9	37.2	20.8	17.5	12.0
	英語	2	100.0	100.0	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	沒空收聽	只有開車 (搭車)時才 聽	沒有固定 收聽習慣	對廣播節 目沒興趣	工作場所 (環境)不允 許
整體		2,446	133.0	37.6	27.4	17.7	17.5	13.0
	其他	4	100.0	-	-	50.0	50.0	-
居住 縣市	臺北市	207	143.4	38.6	22.2	28.5	15.5	11.1
	新北市	373	115.0	27.1	13.7	14.5	19.8	6.4
	基隆市	163	140.0	46.0	36.2	16.0	17.8	7.4
	桃園縣	153	131.4	44.4	34.0	17.0	14.4	13.1
	新竹縣	209	129.7	35.4	28.7	11.5	17.2	17.2
	新竹市	123	150.4	34.1	30.1	19.5	24.4	17.9
	苗栗縣	109	144.0	27.5	37.6	20.2	29.4	22.0
	臺中市	142	143.6	36.6	31.0	25.4	16.9	18.3
	彰化縣	158	135.5	39.2	21.5	13.9	24.1	16.5
	南投縣	106	144.5	42.5	34.0	9.4	20.8	27.4
	雲林縣	41	114.8	31.7	29.3	9.8	4.9	14.6
	嘉義縣	50	116.0	30.0	30.0	-	8.0	12.0
	嘉義市	34	117.6	35.3	35.3	11.8	17.6	-
	臺南市	84	111.9	47.6	16.7	14.3	7.1	9.5
	高雄市	54	125.8	37.0	22.2	14.8	22.2	11.1
	屏東縣	52	142.1	50.0	34.6	11.5	15.4	11.5
	澎湖縣	140	121.4	46.4	29.3	12.9	11.4	10.0
宜蘭縣	73	154.8	30.1	41.1	32.9	11.0	15.1	
臺東縣	57	164.9	42.1	42.1	40.4	17.5	15.8	
花蓮縣	118	129.7	44.9	26.3	26.3	14.4	7.6	
地區	北部地區	1,228	131.1	35.8	24.8	17.3	18.2	11.2
	中部地區	515	141.3	36.7	30.1	17.5	22.5	20.4
	南部地區	455	121.2	42.0	27.3	11.4	11.9	10.1
	東部地區	248	145.2	39.9	34.3	31.5	14.1	11.7
平均 月收入	不足二萬元	181	133.7	50.3	11.6	16.6	14.9	23.8
	二萬~不足四萬	648	130.8	41.5	23.9	15.1	13.3	21.6
	四萬~不足六萬	342	151.9	52.9	21.9	30.1	9.6	14.0
	六萬~不足八萬	66	130.4	28.8	31.8	18.2	3.0	9.1
	八萬及以上	20	130.0	-	30.0	30.0	30.0	-
	無收入	883	125.0	23.3	38.8	13.5	27.2	1.9

附表 36：Q42.目前透過電腦/手機等媒體平台也能收聽廣播，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？

基本資料		樣本數	總計	不會	不一定	會	拒答
整體		1,068	100.0	53.8	27.9	15.7	2.6
性別 *	男	485	100.0	55.4	28.2	13.9	2.5
	女	583	100.0	52.3	27.6	17.5	2.6
年齡 ***	13-19 歲	181	100.0	64.7	25.2	9.6	0.5
	20-29 歲	242	100.0	48.8	31.7	19.5	-
	30-39 歲	242	100.0	46.3	33.7	20.0	-
	40-49 歲	193	100.0	45.4	33.7	17.5	3.4
	50-59 歲	143	100.0	54.1	27.3	15.6	3.0
	60 歲及以上	67	100.0	64.2	10.6	12.3	12.9
教育 程度 ***	國小及以下	4	100.0	83.7	-	8.2	8.1
	國/初中	94	100.0	68.0	19.5	7.8	4.7
	高中/職	322	100.0	57.0	26.9	12.3	3.8
	專科	131	100.0	48.9	33.2	15.7	2.2
	大學	480	100.0	44.8	33.4	21.1	0.7
	研究所及以上	28	100.0	54.1	14.8	31.1	-
職業 ***	自營商、雇主、企業家、民意代表	26	100.0	54.2	22.2	13.9	9.7
	高階主管及經理人員	2	100.0	84.6	15.4	-	-
	專業人員	28	100.0	59.4	18.9	21.7	-
	技術員及助理專業人員	104	100.0	48.5	34.5	16.0	1.0
	事務支援人員	134	100.0	46.8	34.5	18.7	-
	服務及銷售工作人員	181	100.0	41.4	34.7	23.9	-
	技藝、機械設備操作及體力技術工	62	100.0	53.2	33.4	10.6	2.8
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	10	100.0	48.1	22.3	14.8	14.8
	軍警公教	27	100.0	44.9	22.4	32.7	-
	家庭主婦	60	100.0	64.8	14.9	11.5	8.8
	學生	301	100.0	60.0	27.3	12.4	0.3
	自由業	67	100.0	35.4	48.7	10.6	5.3
	退休	40	100.0	63.5	10.1	15.1	11.3
	待業中/無業	-	-	-	-	-	-
平時 使用 語言	國語	1,059	100.0	53.0	28.4	16.0	2.6
	閩南語	881	100.0	46.6	33.4	17.2	2.8
	客家話	74	100.0	54.1	27.3	13.1	5.5
	英語	2	100.0	-	-	100.0	-
	其他	-	100.0	50.0	-	-	50.0

基本資料		樣本數	總計	不會	不一定	會	拒答
整體		1,068	100.0	53.8	27.9	15.7	2.6
居住 縣市 ***	臺北市	85	100.0	53.1	28.1	13.0	5.8
	新北市	149	100.0	55.8	12.8	27.1	4.3
	基隆市	77	100.0	49.1	38.6	8.6	3.7
	桃園縣	64	100.0	54.2	32.1	9.8	3.9
	新竹縣	67	100.0	64.1	24.9	7.2	3.8
	新竹市	39	100.0	68.3	30.1	1.6	-
	苗栗縣	39	100.0	64.2	28.5	7.3	-
	臺中市	70	100.0	50.7	32.4	16.9	-
	彰化縣	68	100.0	57.0	27.8	15.2	-
	南投縣	49	100.0	53.8	30.2	16.0	-
	雲林縣	25	100.0	39.0	19.5	41.5	-
	嘉義縣	16	100.0	68.0	20.0	12.0	-
	嘉義市	16	100.0	52.9	29.5	17.6	-
	臺南市	30	100.0	64.3	19.0	16.7	-
	高雄市	22	100.0	59.3	29.6	11.1	-
	屏東縣	38	100.0	26.9	53.9	19.2	-
	澎湖縣	65	100.0	48.6	27.1	19.3	5.0
	宜蘭縣	43	100.0	38.4	38.4	20.5	2.7
臺東縣	44	100.0	22.8	40.4	36.8	-	
花蓮縣	62	100.0	42.4	38.1	14.4	5.1	
地區 ***	北部地區	481	100.0	56.9	25.0	14.2	3.9
	中部地區	226	100.0	56.1	29.7	14.2	-
	南部地區	212	100.0	51.9	27.7	18.9	1.5
	東部地區	149	100.0	36.7	38.7	21.4	3.2
平均 月收入 ***	不足二萬元	81	100.0	54.1	27.1	17.7	1.1
	二萬~不足四萬	334	100.0	47.2	36.0	15.6	1.2
	四萬~不足六萬	189	100.0	42.4	32.8	22.5	2.3
	六萬~不足八萬	35	100.0	42.4	18.3	34.8	4.5
	八萬及以上	10	100.0	50.0	20.0	30.0	-
	無收入	275	100.0	66.4	20.2	10.9	2.5

附表 37：Q43.您比較可能會透過下列哪些設備來收聽廣播？(逐項提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	手機	車用收音機/ 音響	電腦	一般收音機/ 音響
整體		2,446	171.5	75.9	70.1	16.6	8.9
性別	男	1,152	182.1	78.4	78.8	16.7	8.2
	女	1,294	162.8	73.9	63.0	16.5	9.4
年齡	13-19 歲	519	181.8	82.9	81.2	17.7	-
	20-29 歲	473	180.9	90.9	59.5	26.4	4.1
	30-39 歲	451	175.2	71.9	78.1	13.2	12.0
	40-49 歲	377	174.7	73.6	80.3	10.4	10.4
	50-59 歲	333	158.7	59.4	71.3	14.7	13.3
	60 歲及以上	293	114.9	59.7	17.9	11.9	25.4
教育程度	國小及以下	49	100.0	100.0	-	-	-
	國/初中	344	174.5	76.6	79.8	12.8	5.3
	高中/職	821	170.5	70.8	73.3	13.0	13.4
	專科	268	158.1	69.5	67.2	10.7	10.7
	大學	880	177.7	80.4	68.1	22.3	6.9
	研究所及以上	61	146.4	82.1	64.3	-	-
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	72	146.1	69.2	69.2	-	7.7
	高階主管及經理人員	13	100.0	-	100.0	-	-
	專業人員	69	171.4	71.4	64.3	14.3	21.4
	技術員及助理專業人員	206	190.4	71.2	89.4	9.6	20.2
	事務支援人員	252	159.0	69.4	65.7	17.9	6.0
	服務及銷售工作人員	309	172.9	81.2	72.9	12.2	6.6
	技藝、機械設備操作及體力技術工	141	167.7	64.5	90.3	3.2	9.7
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	27	180.0	80.0	80.0	20.0	-
	軍警公教	49	140.7	70.4	48.1	22.2	-
	家庭主婦	227	144.9	58.3	38.3	20.0	28.3
	學生	757	187.0	88.4	69.4	27.2	2.0
	自由業	113	179.1	64.2	97.0	4.5	13.4
	退休	159	110.0	65.0	15.0	15.0	15.0
	待業中／無業	-	-	-	-	-	-
平時使用語言	國語	2,385	171.9	76.0	70.5	16.7	8.7
	閩南語	1,743	176.4	75.3	73.7	17.6	9.8
	客家話	183	175.7	83.8	73.0	16.2	2.7
	英語	2	100.0	-	-	100.0	-
	其他	4	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	手機	車用收音機/ 音響	電腦	一般收音機/ 音響
整體		2,446	171.5	75.9	70.1	16.6	8.9
居住 縣市	臺北市	207	157.6	63.5	51.8	23.5	18.8
	新北市	373	144.3	73.8	38.3	17.4	14.8
	基隆市	163	170.1	81.8	67.5	18.2	2.6
	桃園縣	153	171.9	75.0	71.9	18.8	6.2
	新竹縣	209	177.6	77.6	79.1	14.9	6.0
	新竹市	123	215.4	84.6	100.0	10.3	20.5
	苗栗縣	109	197.4	87.2	79.5	25.6	5.1
	臺中市	142	171.4	65.7	71.4	28.6	5.7
	彰化縣	158	176.4	73.5	91.2	8.8	2.9
	南投縣	106	183.7	79.6	91.8	8.2	4.1
	雲林縣	41	164.0	56.0	92.0	8.0	8.0
	嘉義縣	50	193.7	81.2	87.5	25.0	-
	嘉義市	34	212.5	100.0	100.0	12.5	-
	臺南市	84	146.7	80.0	46.7	20.0	-
	高雄市	54	163.6	81.8	72.7	9.1	-
	屏東縣	52	178.9	89.5	78.9	10.5	-
	澎湖縣	140	144.5	61.5	61.5	9.2	12.3
宜蘭縣	73	197.7	79.1	90.7	18.6	9.3	
臺東縣	57	186.4	88.6	86.4	11.4	-	
花蓮縣	118	188.7	80.6	64.5	19.4	24.2	
地區	北部地區	1,228	164.8	74.8	60.5	17.9	11.6
	中部地區	515	180.1	74.8	83.2	17.7	4.4
	南部地區	455	164.2	75.0	72.2	12.3	4.7
	東部地區	248	190.7	82.6	78.5	16.8	12.8
平均 月收入	不足二萬元	181	182.7	90.1	43.2	39.5	9.9
	二萬~不足四萬	648	166.9	70.7	70.1	15.0	11.1
	四萬~不足六萬	342	179.4	74.1	86.8	11.1	7.4
	六萬~不足八萬	66	134.3	68.6	40.0	11.4	14.3
	八萬及以上	20	180.0	100.0	80.0	-	-
	無收入	883	170.2	78.9	66.9	18.9	5.5

附表 38：Q44.目前電台提供線上與實體多元的服務活動，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？

基本資料		樣本數	總計	不會	不一定	會	拒答
整體		786	100.0	62.1	16.6	15.5	5.8
性別 ***	男	337	100.0	64.6	16.5	12.7	6.2
	女	449	100.0	59.9	16.7	18.0	5.4
年齡 ***	13-19 歲	138	100.0	70.7	15.0	11.6	2.7
	20-29 歲	206	100.0	54.3	18.7	24.9	2.1
	30-39 歲	150	100.0	59.9	19.9	13.3	6.9
	40-49 歲	127	100.0	58.6	17.8	15.9	7.7
	50-59 歲	102	100.0	65.8	14.7	15.9	3.6
	60 歲及以上	63	100.0	63.1	11.9	9.6	15.4
教育 程度 ***	國小及以下	8	100.0	65.3	8.1	8.2	18.4
	國/初中	76	100.0	71.5	10.5	11.6	6.4
	高中/職	267	100.0	61.5	18.9	13.6	6.0
	專科	101	100.0	60.1	23.1	14.6	2.2
	大學	310	100.0	60.0	15.8	19.4	4.8
	研究所及以上	13	100.0	60.7	3.3	18.0	18.0
職業 ***	自營商、雇主、企業家、民意代表	8	100.0	62.5	2.8	8.3	26.4
	高階主管及經理人員	0	100.0	100.0	-	-	-
	專業人員	18	100.0	62.3	10.2	15.9	11.6
	技術員及助理專業人員	62	100.0	65.5	19.4	10.7	4.4
	事務支援人員	88	100.0	60.7	16.2	18.7	4.4
	服務及銷售工作人員	139	100.0	52.4	23.3	21.7	2.6
	技藝、機械設備操作及體力技術工	44	100.0	63.1	14.2	17.0	5.7
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	6	100.0	55.6	14.8	7.4	22.2
	軍警公教	10	100.0	69.4	-	20.4	10.2
	家庭主婦	52	100.0	65.2	10.6	12.3	11.9
	學生	248	100.0	65.1	16.8	16.0	2.1
	自由業	37	100.0	60.2	23.9	8.8	7.1
	退休	40	100.0	64.8	13.8	11.3	10.1
待業中／無業	0	-	-	-	-	-	
平時 使用 語言	國語	780	100.0	61.5	17.0	15.7	5.8
	閩南語	631	100.0	57.7	19.1	17.1	6.1
	客家話	44	100.0	63.9	14.3	9.8	12.0
	英語	2	100.0	-	-	100.0	-
	其他	0	100.0	50.0	-	-	50.0

基本資料		樣本數	總計	不會	不一定	會	拒答
整體		786	100.0	62.1	16.6	15.5	5.8
居住 縣市 ***	臺北市	61	100.0	58.5	13.5	15.9	12.1
	新北市	117	100.0	62.7	8.9	22.5	5.9
	基隆市	57	100.0	51.5	19.7	15.3	13.5
	桃園縣	35	100.0	66.7	15.0	7.8	10.5
	新竹縣	47	100.0	67.0	13.4	9.1	10.5
	新竹市	25	100.0	78.0	18.8	1.6	1.6
	苗栗縣	24	100.0	78.0	16.5	5.5	-
	臺中市	54	100.0	62.0	23.9	14.1	-
	彰化縣	52	100.0	65.8	20.2	12.7	1.3
	南投縣	39	100.0	63.2	23.6	13.2	-
	雲林縣	25	100.0	39.0	4.9	56.1	-
	嘉義縣	13	100.0	74.0	10.0	16.0	-
	嘉義市	18	100.0	47.1	35.3	17.6	-
	臺南市	30	100.0	61.9	11.9	23.8	2.4
	高雄市	22	100.0	55.6	22.2	18.5	3.7
	屏東縣	22	100.0	53.8	27.0	15.4	3.8
	澎湖縣	47	100.0	53.6	11.4	22.1	12.9
	宜蘭縣	28	100.0	58.9	19.2	19.2	2.7
臺東縣	32	100.0	43.9	28.0	28.1	-	
花蓮縣	38	100.0	64.4	25.4	6.8	3.4	
地區 ***	北部地區	342	100.0	63.3	13.5	14.3	8.9
	中部地區	169	100.0	66.8	21.1	11.7	0.4
	南部地區	177	100.0	55.8	15.6	23.3	5.3
	東部地區	98	100.0	58.1	24.2	15.3	2.4
平均 月收入 ***	不足二萬元	71	100.0	58.6	12.1	27.1	2.2
	二萬~不足四萬	256	100.0	56.3	20.5	19.0	4.2
	四萬~不足六萬	110	100.0	62.0	16.1	16.1	5.8
	六萬~不足八萬	14	100.0	59.1	3.0	18.2	19.7
	八萬及以上	0	100.0	50.0	-	-	50.0
	無收入	230	100.0	70.1	14.7	11.3	3.9

附表 39：Q45.比較吸引您的服務或活動有哪些？(隨機提示前五項，可複選)

基本資料		樣本數	總計	演唱會	公益活動	旅遊活動	FB 粉絲團打卡 按讚/點歌/聊天	各類 課程
整體		2,446	163.2	37.7	31.2	20.4	15.0	8.3
性別	男	1,152	156.3	48.1	29.4	15.4	9.5	5.6
	女	1,294	168.0	29.8	32.5	24.1	19.2	10.2
年齡	13-19 歲	519	167.3	58.0	4.3	8.7	17.4	11.6
	20-29 歲	473	182.0	50.5	29.1	14.6	22.3	12.1
	30-39 歲	451	160.1	28.0	34.7	30.7	12.7	6.0
	40-49 歲	377	158.1	37.0	41.7	24.4	11.8	4.7
	50-59 歲	333	162.7	22.5	51.0	31.4	5.9	6.9
	60 歲及以上	293	109.5	-	34.9	14.3	12.7	3.2
教育 程度	國小及以下	49	100.0	-	-	25.0	-	-
	國/初中	344	156.6	57.9	7.9	10.5	10.5	2.6
	高中/職	821	156.5	28.5	28.8	18.7	17.6	7.5
	專科	268	158.6	23.8	42.6	30.7	13.9	4.0
	大學	880	176.0	47.4	36.1	21.0	14.8	12.6
	研究所及以上	61	100.1	-	-	15.4	23.1	-
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	72	125.0	-	25.0	50.0	-	-
	高階主管及經理人員	13	-	-	-	-	-	-
	專業人員	69	122.2	22.2	11.1	33.3	16.7	-
	技術員及助理專業人員	206	164.6	25.8	54.8	12.9	19.4	6.5
	事務支援人員	252	164.9	39.8	34.1	33.0	15.9	9.1
	服務及銷售工作人員	309	161.9	28.8	30.9	29.5	15.1	4.3
	技藝、機械設備操作及體力技術工	141	154.5	22.7	56.8	13.6	4.5	-
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	27	166.5	33.3	-	-	33.3	-
	軍警公教	49	200.0	20.0	60.0	60.0	-	20.0
	家庭主婦	227	126.8	7.7	30.8	28.8	7.7	9.6
	學生	757	180.9	63.3	17.7	9.7	18.5	13.3
	自由業	113	186.5	51.4	51.4	10.8	10.8	13.5
	退休	159	110.0	-	30.0	10.0	20.0	5.0
待業中／無業	-	-	-	-	-	-	-	
平時 使用 語言	國語	2,385	163.4	37.9	31.2	20.3	15.1	8.3
	閩南語	1,743	166.9	38.7	33.4	19.8	13.5	9.7
	客家話	183	181.7	59.1	36.4	36.4	4.5	-
	英語	2	100.0	-	-	100.0	-	-
	其他	4	-	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	演唱會	公益活動	旅遊活動	FB 粉絲團打卡 按讚/點歌/聊天	各類 課程
整體		2,446	163.2	37.7	31.2	20.4	15.0	8.3
居住 縣市	臺北市	207	160.8	32.8	27.9	24.6	14.8	11.5
	新北市	373	139.0	23.9	25.6	31.6	6.8	8.5
	基隆市	163	171.8	38.6	19.3	14.0	24.6	10.5
	桃園縣	153	157.1	31.4	34.3	22.9	28.6	-
	新竹縣	209	185.3	68.1	46.8	29.8	19.1	4.3
	新竹市	123	228.0	52.0	68.0	24.0	8.0	16.0
	苗栗縣	109	208.2	66.7	33.3	8.3	8.3	-
	臺中市	142	159.1	33.3	33.3	14.8	25.9	14.8
	彰化縣	158	188.4	46.2	46.2	26.9	19.2	3.8
	南投縣	106	169.2	59.0	38.5	10.3	20.5	5.1
	雲林縣	41	172.0	32.0	48.0	16.0	8.0	8.0
	嘉義縣	50	146.3	46.2	15.4	-	30.8	-
	嘉義市	34	199.9	77.8	11.1	33.3	33.3	-
	臺南市	84	133.5	20.0	26.7	20.0	6.7	6.7
	高雄市	54	145.5	54.5	18.2	9.1	-	9.1
	屏東縣	52	209.1	63.6	22.7	18.2	9.1	27.3
	澎湖縣	140	119.1	8.5	19.1	23.4	17.0	-
宜蘭縣	73	171.3	21.4	57.1	10.7	7.1	10.7	
臺東縣	57	181.2	34.4	21.9	18.8	12.5	15.6	
花蓮縣	118	121.2	21.1	15.8	5.3	5.3	10.5	
地區	北部地區	1,228	163.2	36.8	31.9	25.7	15.2	8.5
	中部地區	515	177.5	47.9	38.5	16.6	20.1	7.1
	南部地區	455	153.5	36.2	23.7	18.6	13.6	6.8
	東部地區	248	154.9	25.5	29.6	11.2	8.2	12.2
平均 月收入	不足二萬元	181	186.0	56.3	43.7	8.5	14.1	15.5
	二萬~不足四萬	648	161.8	28.5	34.4	27.0	20.3	7.0
	四萬~不足六萬	342	167.2	37.3	41.8	21.8	9.1	4.5
	六萬~不足八萬	66	100.1	-	14.3	28.6	-	-
	八萬及以上	20	-	-	-	-	-	-
	無收入	883	151.6	44.3	14.8	15.2	12.2	10.0

附表 40：Q21.請問您參加過哪些電台實體活動？(隨機提示前三項，可複選)

基本資料		樣本數	總計	都沒有	參加抽獎活動	旅遊活動	公益活動	參加票選活動	各類課程
整體		2,406	100.3	95.4	0.9	0.7	0.6	0.6	0.5
性別	男	1,166	100.5	96.2	0.5	0.9	0.6	0.4	0.6
	女	1,240	100.3	94.6	1.2	0.6	0.6	0.7	0.4
年齡	13-19 歲	131	100.0	96.9	-	-	-	-	3.1
	20-29 歲	184	100.5	93.5	1.6	-	1.1	0.5	1.1
	30-39 歲	197	100.0	93.4	1.5	0.5	2.0	0.5	-
	40-49 歲	318	100.2	93.1	1.6	0.6	0.3	1.9	0.3
	50-59 歲	628	100.6	95.9	0.6	0.8	0.3	0.5	0.3
	60 歲及以上	948	100.1	96.4	0.6	0.9	0.6	0.3	0.3
教育程度	國小及以下	181	100.1	96.7	-	1.7	1.7	-	-
	國/初中	192	100.0	95.8	-	1.0	-	1.0	0.5
	高中/職	597	100.2	96.6	0.7	0.5	0.8	-	0.5
	專科	340	100.0	97.6	0.3	0.3	0.3	0.9	-
	大學	815	100.1	93.7	1.3	0.6	0.4	0.9	0.9
	研究所及以上	234	101.7	94.0	2.1	1.3	0.4	0.9	0.4
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	100.0	95.0	2.5	-	-	-	-
	高階主管及經理人員	24	100.0	95.8	-	-	-	-	-
	專業人員	112	100.9	95.5	2.7	-	-	0.9	1.8
	技術員及助理專業人員	94	100.0	95.7	2.1	-	2.1	-	-
	事務支援人員	136	100.7	93.4	1.5	0.7	-	2.9	1.5
	服務及銷售工作人員	207	100.5	96.1	1.0	-	0.5	1.4	-
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	100.0	96.6	-	0.6	-	1.1	-
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	103.5	94.5	1.8	3.6	-	-	-
	軍警公教	173	100.1	95.4	0.6	0.6	-	1.2	-
	家庭主婦	291	100.0	95.5	1.0	0.3	0.3	0.3	-
	學生	182	100.0	96.7	-	-	-	-	2.7
	自由業	90	100.0	91.1	-	2.2	3.3	-	-
	退休	616	100.4	96.1	0.5	1.3	0.6	0.2	0.5
待業中／無業	62	100.0	88.7	1.6	1.6	3.2	-	-	
平時使用語言	國語	2,046	100.0	95.3	1.0	0.5	0.6	0.7	0.5
	閩南語	1,586	100.2	95.7	0.9	0.8	0.4	0.8	0.2
	客家話	227	100.8	95.6	-	1.8	0.9	0.4	-
	英語	49	101.9	91.8	2.0	2.0	2.0	4.1	-
	其他	5	100.0	80.0	-	-	-	-	20.0

基本資料		樣本數	總計	都沒有	參加抽獎活動	旅遊活動	公益活動	參加票選活動	各類課程
整體		2,406	100.3	95.4	0.9	0.7	0.6	0.6	0.5
居住縣市	臺北市	272	100.4	94.9	1.5	0.7	0.7	0.7	1.5
	新北市	402	100.5	94.5	1.5	0.2	1.2	0.7	0.5
	基隆市	40	100.0	87.5	-	-	5.0	5.0	-
	桃園縣	226	100.2	94.2	0.4	0.9	-	0.9	1.3
	新竹縣	55	100.0	92.7	3.6	-	1.8	-	-
	新竹市	44	100.1	95.5	-	-	-	-	2.3
	苗栗縣	54	102.0	96.3	-	1.9	-	-	-
	臺中市	285	100.1	94.4	0.7	2.1	1.8	0.7	-
	彰化縣	133	100.1	98.5	0.8	-	-	-	-
	南投縣	52	100.0	100.0	-	-	-	-	-
	雲林縣	72	102.8	95.8	-	2.8	-	-	-
	嘉義縣	54	100.0	94.4	1.9	-	-	-	-
	嘉義市	36	100.0	94.4	-	-	-	2.8	-
	臺南市	194	100.0	94.3	0.5	1.5	-	0.5	-
	高雄市	285	100.1	97.9	0.7	-	-	-	-
	屏東縣	88	100.0	98.9	-	-	-	-	-
澎湖縣	11	100.0	100.0	-	-	-	-	-	
宜蘭縣	46	100.0	100.0	-	-	-	-	-	
臺東縣	23	100.0	87.0	4.3	-	-	4.3	-	
花蓮縣	34	100.0	94.1	-	-	-	-	5.9	
地區	北部地區	1,039	100.7	94.2	1.3	0.5	1.0	0.9	1.0
	中部地區	524	100.3	96.2	0.6	1.3	1.0	0.4	-
	南部地區	740	100.4	96.5	0.5	0.7	-	0.3	-
	東部地區	103	100.0	95.1	1.0	-	-	1.0	1.9
平均 月收入	不足二萬元	97	100.1	91.8	1.0	2.1	2.1	-	-
	二萬~不足四萬	332	100.3	95.2	0.6	1.2	0.9	0.3	-
	四萬~不足六萬	287	100.1	95.8	1.7	0.3	0.3	1.7	-
	六萬~不足八萬	146	100.8	94.5	1.4	0.7	-	0.7	2.1
	八萬及以上	139	101.3	95.7	0.7	1.4	-	0.7	0.7
	無收入	842	100.0	95.1	1.0	0.8	0.6	0.2	0.8
收聽 頻率	固定收聽	707	100.5	94.6	1.1	1.3	0.7	0.6	0.3
	經常收聽	676	100.2	95.9	0.6	0.7	0.6	0.9	0.4
	偶而收聽	522	100.2	95.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
	很少收聽	501	100.4	95.6	1.2	-	0.6	0.2	0.8

附表 41：Q22.收聽廣播時，請問您有沒有 call-in 過呢？

基本資料		樣本數	總計	有	沒有
整體		2,406	100.0	7.8	92.2
性別	男	1,166	100.0	8.1	91.9
	女	1,240	100.0	7.5	92.5
年齡 *	13-19 歲	131	100.0	2.3	97.7
	20-29 歲	184	100.0	4.9	95.1
	30-39 歲	197	100.0	9.6	90.4
	40-49 歲	318	100.0	9.7	90.3
	50-59 歲	628	100.0	9.1	90.9
	60 歲及以上	948	100.0	7.2	92.8
教育 程度 *	國小及以下	181	100.0	13.3	86.7
	國/初中	192	100.0	10.4	89.6
	高中/職	597	100.0	8.2	91.8
	專科	340	100.0	5.0	95.0
	大學	815	100.0	7.1	92.9
	研究所及以上	234	100.0	6.4	93.6
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	100.0	4.2	95.8
	高階主管及經理人員	24	100.0	8.3	91.7
	專業人員	112	100.0	4.5	95.5
	技術員及助理專業人員	94	100.0	7.4	92.6
	事務支援人員	136	100.0	7.4	92.6
	服務及銷售工作人員	207	100.0	9.7	90.3
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	100.0	11.4	88.6
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	100.0	14.5	85.5
	軍警公教	173	100.0	5.2	94.8
	家庭主婦	291	100.0	8.9	91.1
	學生	182	100.0	2.2	97.8
	自由業	90	100.0	7.8	92.2
	退休	616	100.0	8.1	91.9
	待業中／無業	62	100.0	8.1	91.9
平時 使用 語言	國語	2,046	100.0	7.1	92.9
	閩南語	1,586	100.0	8.8	91.2
	客家話	227	100.0	9.7	90.3
	英語	49	100.0	6.1	93.9
	其他	5	100.0	-	100.0

基本資料		樣本數	總計	有	沒有
整體		2,406	100.0	7.8	92.2
居住縣市#	臺北市	272	100.0	10.3	89.7
	新北市	402	100.0	7.2	92.8
	基隆市	40	100.0	7.5	92.5
	桃園縣	226	100.0	8.0	92.0
	新竹縣	55	100.0	7.3	92.7
	新竹市	44	100.0	-	100.0
	苗栗縣	54	100.0	7.4	92.6
	臺中市	285	100.0	8.1	91.9
	彰化縣	133	100.0	7.5	92.5
	南投縣	52	100.0	3.8	96.2
	雲林縣	72	100.0	9.7	90.3
	嘉義縣	54	100.0	18.5	81.5
	嘉義市	36	100.0	2.8	97.2
	臺南市	194	100.0	6.2	93.8
	高雄市	285	100.0	8.1	91.9
	屏東縣	88	100.0	6.8	93.2
	澎湖縣	11	100.0	36.4	63.6
	宜蘭縣	46	100.0	-	100.0
臺東縣	23	100.0	4.3	95.7	
花蓮縣	34	100.0	5.9	94.1	
地區	北部地區	1,039	100.0	7.9	92.1
	中部地區	524	100.0	7.4	92.6
	南部地區	740	100.0	8.5	91.5
	東部地區	103	100.0	2.9	97.1
平均月收入***	不足二萬元	97	100.0	17.5	82.5
	二萬~不足四萬	332	100.0	8.4	91.6
	四萬~不足六萬	287	100.0	13.2	86.8
	六萬~不足八萬	146	100.0	2.7	97.3
	八萬及以上	139	100.0	11.5	88.5
	無收入	842	100.0	6.4	93.6
收聽頻率**	固定收聽	707	100.0	9.9	90.1
	經常收聽	676	100.0	9.0	91.0
	偶而收聽	522	100.0	6.5	93.5
	很少收聽	501	100.0	4.4	95.6

附表 42：Q23.請問您 call-in 的主要原因有哪些？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	點播歌曲	表達意見	想跟主持人或來賓聊天	想拿獎品	回報路況	諮詢(有專業來賓可詢問問題)
整體		187	113.3	26.2	24.6	15.5	15.5	9.6	9.6
性別	男	94	108.5	18.1	28.7	12.8	10.6	16.0	6.4
	女	93	118.3	34.4	20.4	18.3	20.4	3.2	12.9
年齡	13-19 歲	3	166.5	-	33.3	33.3	33.3	-	33.3
	20-29 歲	9	111.1	77.8	11.1	-	-	22.2	-
	30-39 歲	19	105.4	21.1	15.8	31.6	31.6	5.3	-
	40-49 歲	31	112.9	29.0	9.7	12.9	35.5	12.9	3.2
	50-59 歲	57	115.9	19.3	36.8	19.3	8.8	12.3	5.3
	60 歲及以上	68	111.8	26.5	25.0	10.3	8.8	5.9	19.1
教育程度	國小及以下	24	112.6	45.8	4.2	16.7	4.2	4.2	25.0
	國/初中	20	105.0	15.0	40.0	20.0	5.0	5.0	10.0
	高中/職	49	110.2	18.4	20.4	22.4	16.3	8.2	4.1
	專科	17	105.9	29.4	29.4	-	11.8	17.6	-
	大學	58	113.7	31.0	27.6	13.8	22.4	8.6	10.3
	研究所及以上	15	139.9	6.7	33.3	13.3	26.7	13.3	13.3
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	5	100.0	-	40.0	-	-	20.0	-
	高階主管及經理人員	2	100.0	-	100.0	-	-	-	-
	專業人員	5	100.0	20.0	-	-	-	40.0	20.0
	技術員及助理專業人員	7	114.4	14.3	14.3	14.3	42.9	14.3	-
	事務支援人員	10	100.0	30.0	-	20.0	-	30.0	20.0
	服務及銷售工作人員	20	105.0	30.0	25.0	-	35.0	5.0	-
	技藝、機械設備操作及體力技術工	20	105.0	30.0	25.0	20.0	10.0	10.0	5.0
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	8	150.0	25.0	25.0	50.0	12.5	12.5	25.0
	軍警公教	9	122.1	11.1	33.3	11.1	33.3	11.1	-
	家庭主婦	26	123.0	38.5	19.2	34.6	23.1	-	3.8
	學生	4	150.0	25.0	25.0	25.0	25.0	-	25.0
	自由業	7	100.1	-	42.9	14.3	-	-	14.3
	退休	50	114.0	22.0	32.0	8.0	10.0	4.0	18.0
待業中/無業	5	100.0	40.0	-	40.0	20.0	-	-	
平時使用語言	國語	146	111.7	24.0	24.7	11.6	16.4	11.0	11.0
	閩南語	140	113.5	25.0	25.0	16.4	15.7	10.0	9.3
	客家話	22	118.0	27.3	50.0	9.1	4.5	13.6	4.5
	英語	3	100.0	-	-	100.0	-	-	-
	其他	-	-	-	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	點播歌曲	表達意見	想跟主持人或來賓聊天	想拿獎品	回報路況	諮詢(有專業來賓可詢問問題)
整體		187	113.3	26.2	24.6	15.5	15.5	9.6	9.6
居住縣市	臺北市	28	110.6	32.1	21.4	21.4	10.7	-	21.4
	新北市	29	106.8	10.3	34.5	-	17.2	20.7	10.3
	基隆市	3	133.3	-	-	-	-	100.0	33.3
	桃園縣	18	105.7	44.4	16.7	16.7	11.1	-	5.6
	新竹縣	4	100.0	-	-	-	-	-	-
	新竹市	-	-	-	-	-	-	-	-
	苗栗縣	4	125.0	50.0	50.0	-	25.0	-	-
	臺中市	23	112.9	39.1	34.8	21.7	8.7	-	-
	彰化縣	10	100.0	-	30.0	30.0	20.0	-	10.0
	南投縣	2	200.0	100.0	100.0	-	-	-	-
	雲林縣	7	157.2	28.6	42.9	57.1	-	-	28.6
	嘉義縣	10	100.0	20.0	50.0	-	10.0	20.0	-
	嘉義市	1	100.0	-	-	100.0	-	-	-
	臺南市	12	116.7	16.7	-	-	25.0	33.3	25.0
	高雄市	23	121.5	21.7	13.0	26.1	30.4	13.0	-
	屏東縣	6	116.8	16.7	-	16.7	16.7	-	16.7
澎湖縣	4	100.0	50.0	-	-	50.0	-	-	
宜蘭縣	-	-	-	-	-	-	-	-	
臺東縣	1	100.0	-	100.0	-	-	-	-	
花蓮縣	2	100.0	100.0	-	-	-	-	-	
地區	北部地區	82	108.7	24.4	23.2	11.0	12.2	11.0	13.4
	中部地區	39	115.4	33.3	38.5	20.5	12.8	-	2.6
	南部地區	63	119.0	22.2	17.5	19.0	22.2	14.3	9.5
	東部地區	3	100.0	66.7	33.3	-	-	-	-
平均 月收入	不足二萬元	17	117.6	70.6	17.6	23.5	-	-	5.9
	二萬~不足四萬	28	110.7	25.0	14.3	10.7	25.0	17.9	7.1
	四萬~不足六萬	38	105.3	21.1	28.9	7.9	21.1	7.9	7.9
	六萬~不足八萬	4	100.0	-	75.0	-	25.0	-	-
	八萬及以上	16	124.9	6.2	56.2	18.8	-	6.2	25.0
	無收入	54	118.6	25.9	22.2	16.7	16.7	3.7	13.0
收聽 頻率	固定收聽	70	121.5	27.1	20.0	18.6	20.0	8.6	10.0
	經常收聽	61	111.5	29.5	23.0	16.4	14.8	3.3	13.1
	偶而收聽	34	105.7	17.6	35.3	17.6	8.8	5.9	8.8
	很少收聽	22	104.6	27.3	27.3	-	13.6	36.4	-

附表 43：Q24.請問您有加入廣播電台、節目或主持人的粉絲團(FB)嗎？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	主持人 FB	電台 FB	節目 FB	都沒有
整體		2,406	101.3	3.5	2.5	1.4	93.9
性別	男	1,166	101.3	3.2	2.8	1.1	94.2
	女	1,240	101.3	3.9	2.1	1.7	93.6
年齡	13-19 歲	131	103.0	6.1	6.1	2.3	88.5
	20-29 歲	184	102.2	8.2	6.0	3.8	84.2
	30-39 歲	197	105.5	7.6	5.6	2.5	89.8
	40-49 歲	318	101.3	5.3	3.8	1.3	90.9
	50-59 歲	628	101.2	3.5	1.8	1.3	94.6
	60 歲及以上	948	100.0	0.8	0.6	0.7	97.9
教育程度	國小及以下	181	100.0	-	-	-	100.0
	國/初中	192	101.0	1.0	1.6	0.5	97.9
	高中/職	597	101.1	3.0	2.8	0.8	94.5
	專科	340	100.5	2.9	3.2	0.9	93.5
	大學	815	101.3	4.8	2.5	2.3	91.7
	研究所及以上	234	104.3	6.0	3.0	2.6	92.7
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	100.9	3.4	1.7	-	95.8
	高階主管及經理人員	24	108.4	4.2	4.2	4.2	95.8
	專業人員	112	101.9	4.5	2.7	2.7	92.0
	技術員及助理專業人員	94	100.1	9.6	1.1	-	89.4
	事務支援人員	136	100.0	2.2	5.1	2.2	90.4
	服務及銷售工作人員	207	102.0	4.3	3.9	1.0	92.8
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	100.0	2.8	1.1	0.6	95.5
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	100.0	3.6	3.6	-	92.7
	軍警公教	173	104.0	6.4	4.0	4.0	89.6
	家庭主婦	291	103.1	4.1	2.1	2.4	94.5
	學生	182	102.2	6.6	5.5	2.7	87.4
	自由業	90	100.0	2.2	1.1	-	96.7
	退休	616	100.0	0.5	0.8	0.5	98.2
	待業中／無業	62	103.2	8.1	4.8	1.6	88.7
平時使用語言	國語	2,046	101.5	3.7	2.6	1.6	93.6
	閩南語	1,586	101.2	3.8	2.3	1.1	94.0
	客家話	227	100.0	1.3	0.9	0.9	96.9
	英語	49	100.0	-	-	-	100.0
	其他	5	100.0	-	20.0	20.0	60.0

基本資料		樣本數	總計	主持人 FB	電台 FB	節目 FB	都沒有
整體		2,406	101.3	3.5	2.5	1.4	93.9
居住 縣市	臺北市	272	100.0	1.8	0.7	1.1	96.3
	新北市	402	100.0	2.2	1.5	1.0	95.3
	基隆市	40	100.0	5.0	-	-	95.0
	桃園縣	226	101.3	1.3	3.1	2.7	94.2
	新竹縣	55	103.6	1.8	1.8	1.8	98.2
	新竹市	44	100.0	-	2.3	-	97.7
	苗栗縣	54	100.1	1.9	1.9	-	96.3
	臺中市	285	100.8	3.5	2.5	1.8	93.0
	彰化縣	133	104.5	10.5	6.8	3.0	84.2
	南投縣	52	100.0	-	-	-	100.0
	雲林縣	72	100.0	6.9	8.3	-	84.7
	嘉義縣	54	100.0	1.9	-	-	98.1
	嘉義市	36	105.6	8.3	5.6	2.8	88.9
	臺南市	194	100.0	3.1	1.5	1.0	94.3
	高雄市	285	104.7	6.0	3.9	2.5	92.3
	屏東縣	88	102.3	2.3	2.3	1.1	96.6
	澎湖縣	11	100.0	-	-	-	100.0
宜蘭縣	46	100.0	2.2	-	-	97.8	
臺東縣	23	104.3	4.3	4.3	-	95.7	
花蓮縣	34	100.0	11.8	-	-	88.2	
地區	北部地區	1,039	100.4	1.9	1.6	1.3	95.6
	中部地區	524	101.5	4.8	3.2	1.7	91.8
	南部地區	740	102.3	4.6	3.2	1.5	93.0
	東部地區	103	101.0	5.8	1.0	-	94.2
平均 月收入	不足二萬元	97	100.0	-	1.0	-	99.0
	二萬~不足四萬	332	100.3	2.7	3.0	1.2	93.4
	四萬~不足六萬	287	101.4	5.9	4.2	1.4	89.9
	六萬~不足八萬	146	102.1	3.4	2.1	3.4	93.2
	八萬及以上	139	102.2	5.8	2.9	1.4	92.1
	無收入	842	101.6	3.4	2.1	1.4	94.7
收聽 頻率	固定收聽	707	102.5	3.4	2.4	2.4	94.3
	經常收聽	676	100.5	4.0	3.4	0.9	92.2
	偶而收聽	522	101.5	4.0	2.1	1.5	93.9
	很少收聽	501	100.4	2.6	1.6	0.6	95.6

附表 44：Q25.請問您在粉絲團裡面，與電台、節目或主持人有哪些互動？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	打卡按讚	留言/聊天	分享資訊	沒有互動	點播歌曲
整體		147	119.7	60.5	27.2	10.2	10.2	6.8
性別	男	68	114.7	45.6	38.2	10.3	13.2	4.4
	女	79	124.1	73.4	17.7	10.1	7.6	8.9
年齡	13-19 歲	15	106.7	46.7	26.7	-	13.3	20.0
	20-29 歲	29	110.2	72.4	13.8	6.9	3.4	3.4
	30-39 歲	20	130.0	55.0	35.0	10.0	20.0	10.0
	40-49 歲	29	120.6	55.2	37.9	3.4	13.8	10.3
	50-59 歲	34	126.4	64.7	26.5	20.6	5.9	2.9
	60 歲及以上	20	120.0	60.0	25.0	15.0	10.0	-
教育程度	國小及以下	-	-	-	-	-	-	-
	國/初中	4	125.0	100.0	25.0	-	-	-
	高中/職	33	127.1	63.6	33.3	3.0	12.1	9.1
	專科	22	113.6	59.1	31.8	9.1	13.6	-
	大學	68	114.8	66.2	17.6	7.4	7.4	8.8
	研究所及以上	17	135.2	29.4	52.9	29.4	17.6	5.9
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	5	160.0	60.0	60.0	-	-	-
	高階主管及經理人員	1	100.0	-	-	-	-	100.0
	專業人員	9	133.3	66.7	22.2	11.1	-	-
	技術員及助理專業人員	10	140.0	80.0	30.0	10.0	10.0	10.0
	事務支援人員	13	100.0	69.2	15.4	-	7.7	7.7
	服務及銷售工作人員	15	106.7	53.3	20.0	6.7	26.7	-
	技藝、機械設備操作及體力技術工	8	125.0	62.5	37.5	12.5	-	12.5
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	4	150.0	-	100.0	50.0	-	-
	軍警公教	18	116.8	50.0	27.8	16.7	16.7	5.6
	家庭主婦	16	124.9	75.0	31.2	12.5	-	6.2
	學生	23	104.3	52.2	17.4	-	13.0	13.0
	自由業	3	100.0	66.7	-	-	33.3	-
	退休	11	118.2	54.5	27.3	18.2	18.2	-
	待業中/無業	7	157.2	100.0	42.9	-	-	14.3
平時使用語言	國語	130	120.0	62.3	25.4	8.5	10.8	7.7
	閩南語	95	123.1	58.9	36.8	6.3	7.4	7.4
	客家話	7	100.0	71.4	14.3	-	14.3	-
	英語	-	-	-	-	-	-	-
	其他	2	100.0	100.0	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	打卡按讚	留言/聊天	分享資訊	沒有互動	點播歌曲	
整體		147	119.7	60.5	27.2	10.2	10.2	6.8	
居住縣市	臺北市	10	140.0	90.0	10.0	30.0	10.0	-	
	新北市	19	115.9	68.4	21.1	5.3	10.5	-	
	基隆市	2	100.0	-	-	100.0	-	-	
	桃園縣	13	123.1	53.8	15.4	15.4	15.4	15.4	
	新竹縣	1	100.0	100.0	-	-	-	-	
	新竹市	1	100.0	100.0	-	-	-	-	
	苗栗縣	2	100.0	100.0	-	-	-	-	
	臺中市	20	110.0	75.0	10.0	20.0	5.0	-	
	彰化縣	21	119.0	57.1	38.1	4.8	9.5	9.5	
	南投縣	-	-	-	-	-	-	-	-
	雲林縣	11	145.6	45.5	45.5	18.2	18.2	-	
	嘉義縣	1	100.0	-	-	-	100.0	-	
	嘉義市	4	100.0	50.0	25.0	-	-	25.0	
	臺南市	11	109.2	18.2	45.5	-	-	27.3	
	高雄市	22	113.7	50.0	36.4	-	18.2	9.1	
	屏東縣	3	133.3	100.0	33.3	-	-	-	
	澎湖縣	-	-	-	-	-	-	-	-
宜蘭縣	1	100.0	100.0	-	-	-	-		
臺東縣	1	200.0	100.0	100.0	-	-	-		
花蓮縣	4	150.0	100.0	50.0	-	-	-		
地區	北部地區	46	121.7	67.4	15.2	17.4	10.9	4.3	
	中部地區	43	114.0	67.4	23.3	11.6	7.0	4.7	
	南部地區	52	119.2	44.2	38.5	3.8	13.5	11.5	
	東部地區	6	150.0	100.0	50.0	-	-	-	
平均 月收入	不足二萬元	1	100.0	100.0	-	-	-	-	
	二萬~不足四萬	22	104.5	50.0	27.3	4.5	18.2	4.5	
	四萬~不足六萬	29	113.7	58.6	31.0	13.8	6.9	-	
	六萬~不足八萬	10	110.0	40.0	30.0	-	30.0	10.0	
	八萬及以上	11	172.8	54.5	45.5	36.4	-	-	
	無收入	45	119.9	71.1	22.2	4.4	6.7	11.1	
收聽 頻率	固定收聽	40	140.0	62.5	47.5	12.5	2.5	10.0	
	經常收聽	53	118.9	54.7	26.4	15.1	11.3	5.7	
	偶而收聽	32	109.3	68.8	12.5	6.2	15.6	-	
	很少收聽	22	100.0	59.1	13.6	-	13.6	13.6	

附表 45：Q26.請問您有沒有看過電台節目的網路直播呢？

基本資料		樣本數	總計	有	沒有
整體		2,406	100.0	16.3	83.7
性別	男	1,166	100.0	16.3	83.7
	女	1,240	100.0	16.3	83.7
年齡 ***	13-19 歲	131	100.0	22.1	77.9
	20-29 歲	184	100.0	21.7	78.3
	30-39 歲	197	100.0	18.8	81.2
	40-49 歲	318	100.0	19.8	80.2
	50-59 歲	628	100.0	18.3	81.7
	60 歲及以上	948	100.0	11.4	88.6
教育 程度 ***	國小及以下	181	100.0	4.4	95.6
	國/初中	192	100.0	11.5	88.5
	高中/職	597	100.0	16.4	83.6
	專科	340	100.0	15.9	84.1
	大學	815	100.0	20.4	79.6
	研究所及以上	234	100.0	16.7	83.3
職業 **	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	100.0	19.3	80.7
	高階主管及經理人員	24	100.0	12.5	87.5
	專業人員	112	100.0	22.3	77.7
	技術員及助理專業人員	94	100.0	12.8	87.2
	事務支援人員	136	100.0	21.3	78.7
	服務及銷售工作人員	207	100.0	19.8	80.2
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	100.0	18.2	81.8
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	100.0	12.7	87.3
	軍警公教	173	100.0	21.4	78.6
	家庭主婦	291	100.0	13.7	86.3
	學生	182	100.0	20.3	79.7
	自由業	90	100.0	12.2	87.8
	退休	616	100.0	12.2	87.8
待業中／無業	62	100.0	21.0	79.0	
平時 使用 語言	國語	2,046	100.0	17.4	82.6
	閩南語	1,586	100.0	16.1	83.9
	客家話	227	100.0	17.6	82.4
	英語	49	100.0	26.5	73.5
	其他	5	100.0	20.0	80.0

基本資料		樣本數	總計	有	沒有
整體		2,406	100.0	16.3	83.7
居住縣市 **	臺北市	272	100.0	20.6	79.4
	新北市	402	100.0	18.7	81.3
	基隆市	40	100.0	10.0	90.0
	桃園縣	226	100.0	13.3	86.7
	新竹縣	55	100.0	12.7	87.3
	新竹市	44	100.0	22.7	77.3
	苗栗縣	54	100.0	13.0	87.0
	臺中市	285	100.0	17.2	82.8
	彰化縣	133	100.0	22.6	77.4
	南投縣	52	100.0	19.2	80.8
	雲林縣	72	100.0	12.5	87.5
	嘉義縣	54	100.0	14.8	85.2
	嘉義市	36	100.0	27.8	72.2
	臺南市	194	100.0	9.3	90.7
	高雄市	285	100.0	15.4	84.6
	屏東縣	88	100.0	8.0	92.0
	澎湖縣	11	100.0	18.2	81.8
宜蘭縣	46	100.0	13.0	87.0	
臺東縣	23	100.0	8.7	91.3	
花蓮縣	34	100.0	23.5	76.5	
地區	北部地區	1,039	100.0	17.5	82.5
	中部地區	524	100.0	18.3	81.7
	南部地區	740	100.0	13.2	86.8
	東部地區	103	100.0	15.5	84.5
平均 月收入 *	不足二萬元	97	100.0	8.2	91.8
	二萬~不足四萬	332	100.0	21.7	78.3
	四萬~不足六萬	287	100.0	17.8	82.2
	六萬~不足八萬	146	100.0	16.4	83.6
	八萬及以上	139	100.0	19.4	80.6
	無收入	842	100.0	14.6	85.4
收聽 頻率 **	固定收聽	707	100.0	16.3	83.7
	經常收聽	676	100.0	20.0	80.0
	偶而收聽	522	100.0	15.5	84.5
	很少收聽	501	100.0	12.2	87.8

附表 46：Q27.請問您會從哪些管道收看電台節目的網路直播？

基本資料		樣本數	總計	Youtube 直播頻道	臉書(FB) 直播	電台 APP 直播
整體		392	100.0	48.2	39.0	11.5
性別	男	190	100.0	47.9	38.9	11.6
	女	202	100.0	48.5	39.1	11.4
年齡	13-19 歲	29	100.0	48.3	44.8	6.9
	20-29 歲	40	100.0	40.0	55.0	5.0
	30-39 歲	37	100.0	40.5	37.8	16.2
	40-49 歲	63	100.0	60.3	25.4	12.7
	50-59 歲	115	100.0	46.1	44.3	8.7
	60 歲及以上	108	100.0	49.1	34.3	15.7
教育 程度	國小及以下	8	100.0	37.5	50.0	12.5
	國/初中	22	100.0	63.6	31.8	4.5
	高中/職	98	100.0	40.8	49.0	9.2
	專科	54	100.0	51.9	29.6	16.7
	大學	166	100.0	51.2	38.6	9.6
	研究所及以上	39	100.0	46.2	28.2	20.5
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	23	100.0	30.4	52.2	17.4
	高階主管及經理人員	3	100.0	33.3	66.7	-
	專業人員	25	100.0	68.0	24.0	4.0
	技術員及助理專業人員	12	100.0	50.0	50.0	-
	事務支援人員	29	100.0	44.8	34.5	13.8
	服務及銷售工作人員	41	100.0	58.5	31.7	9.8
	技藝、機械設備操作及體力技術工	32	100.0	40.6	40.6	18.8
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	7	100.0	28.6	28.6	42.9
	軍警公教	37	100.0	43.2	40.5	13.5
	家庭主婦	40	100.0	37.5	50.0	10.0
	學生	37	100.0	43.2	51.4	5.4
	自由業	11	100.0	45.5	36.4	18.2
	退休	75	100.0	60.0	28.0	12.0
	待業中／無業	13	100.0	53.8	38.5	7.7
平時 使用 語言	國語	355	100.0	50.7	38.3	9.6
	閩南語	256	100.0	42.6	43.8	12.9
	客家話	40	100.0	60.0	37.5	2.5
	英語	13	100.0	46.2	38.5	15.4
	其他	1	100.0	100.0	-	-

基本資料		樣本數	總計	Youtube 直播頻道	臉書(FB) 直播	電台 APP 直播
整體		392	100.0	48.2	39.0	11.5
居住 縣市	臺北市	56	100.0	51.8	32.1	16.1
	新北市	75	100.0	52.0	32.0	14.7
	基隆市	4	100.0	25.0	75.0	-
	桃園縣	30	100.0	50.0	43.3	6.7
	新竹縣	7	100.0	57.1	28.6	14.3
	新竹市	10	100.0	30.0	40.0	30.0
	苗栗縣	7	100.0	14.3	71.4	14.3
	臺中市	49	100.0	44.9	40.8	12.2
	彰化縣	30	100.0	23.3	63.3	13.3
	南投縣	10	100.0	60.0	20.0	20.0
	雲林縣	9	100.0	33.3	44.4	22.2
	嘉義縣	8	100.0	75.0	25.0	-
	嘉義市	10	100.0	50.0	50.0	-
	臺南市	18	100.0	33.3	61.1	5.6
	高雄市	44	100.0	63.6	29.5	4.5
	屏東縣	7	100.0	42.9	42.9	14.3
	澎湖縣	2	100.0	100.0	-	-
	宜蘭縣	6	100.0	66.7	-	-
臺東縣	2	100.0	50.0	50.0	-	
花蓮縣	8	100.0	50.0	50.0	-	
地區	北部地區	182	100.0	50.0	35.2	14.3
	中部地區	96	100.0	37.5	47.9	13.5
	南部地區	98	100.0	54.1	38.8	6.1
	東部地區	16	100.0	56.2	31.2	-
平均 月收入	不足二萬元	8	100.0	62.5	12.5	25.0
	二萬~不足四萬	72	100.0	43.1	41.7	12.5
	四萬~不足六萬	51	100.0	49.0	37.3	11.8
	六萬~不足八萬	24	100.0	62.5	25.0	12.5
	八萬及以上	27	100.0	37.0	48.1	14.8
	無收入	123	100.0	51.2	39.8	8.1
收聽 頻率	固定收聽	115	100.0	49.6	36.5	13.0
	經常收聽	135	100.0	48.1	41.5	10.4
	偶而收聽	81	100.0	44.4	42.0	9.9
	很少收聽	61	100.0	50.8	34.4	13.1

附表 47：Q28.請問您會收看電台節目網路直播的主要原因是？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	可以看到更多畫面(像看電視節目)	可以看到主持人或來賓	喜歡/認同主持人(主持風格/外型)	可以直接跟主持人或來賓互動	主持人或來賓宣傳鼓勵觀看	剛好看到
整體		392	108.7	36.5	30.9	12.8	10.5	7.7	4.6
性別	男	190	108.5	38.9	26.3	16.3	9.5	5.3	4.2
	女	202	108.5	34.2	35.1	9.4	11.4	9.9	5.0
年齡	13-19 歲	29	110.2	34.5	31.0	3.4	20.7	10.3	10.3
	20-29 歲	40	107.5	15.0	42.5	17.5	5.0	10.0	10.0
	30-39 歲	37	116.1	35.1	24.3	27.0	21.6	2.7	5.4
	40-49 歲	63	109.5	49.2	22.2	14.3	9.5	9.5	4.8
	50-59 歲	115	105.3	29.6	38.3	9.6	7.8	7.0	0.9
	60 歲及以上	108	108.3	45.4	25.9	11.1	9.3	7.4	4.6
教育程度	國小及以下	8	125.0	25.0	25.0	37.5	-	12.5	25.0
	國/初中	22	109.1	59.1	18.2	-	-	22.7	9.1
	高中/職	98	107.2	33.7	33.7	10.2	11.2	4.1	4.1
	專科	54	109.5	38.9	44.4	9.3	5.6	5.6	1.9
	大學	166	109.0	34.9	27.7	13.3	14.5	9.6	3.6
	研究所及以上	39	102.7	38.5	28.2	20.5	2.6	2.6	7.7
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	23	112.8	39.1	30.4	4.3	13.0	4.3	13.0
	高階主管及經理人員	3	133.3	-	33.3	33.3	-	66.7	-
	專業人員	25	112.0	40.0	20.0	16.0	20.0	8.0	-
	技術員及助理專業人員	12	108.3	33.3	25.0	25.0	-	8.3	16.7
	事務支援人員	29	110.2	37.9	51.7	6.9	10.3	3.4	-
	服務及銷售工作人員	41	105.0	41.5	22.0	9.8	9.8	2.4	2.4
	技藝、機械設備操作及體力技術工	32	103.0	37.5	25.0	15.6	6.2	9.4	3.1
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	7	100.1	28.6	14.3	28.6	-	-	28.6
	軍警公教	37	100.0	45.9	27.0	13.5	2.7	5.4	2.7
	家庭主婦	40	107.5	27.5	35.0	15.0	12.5	7.5	-
	學生	37	110.7	29.7	37.8	5.4	16.2	10.8	10.8
	自由業	11	100.1	18.2	18.2	9.1	9.1	-	18.2
	退休	75	112.0	44.0	32.0	13.3	9.3	10.7	2.7
待業中/無業	13	115.5	15.4	46.2	15.4	15.4	15.4	-	
平時使用語言	國語	355	108.7	35.8	30.7	12.1	10.4	8.2	5.1
	閩南語	256	106.3	35.2	31.2	10.9	9.8	8.6	5.9
	客家話	40	110.0	42.5	20.0	5.0	15.0	12.5	-
	英語	13	100.0	61.5	23.1	-	-	-	15.4
	其他	1	200.0	100.0	-	-	100.0	-	-

基本資料		樣本數	總計	可以看到更多畫面(像看電視節目)	可以看到主持人或來賓	喜歡/認同主持人(主持風格/外型)	可以直接跟主持人或來賓互動	主持人或來賓宣傳鼓勵觀看	剛好看到
整體		392	108.7	36.5	30.9	12.8	10.5	7.7	4.6
居住縣市	臺北市	56	112.5	57.1	21.4	8.9	3.6	14.3	5.4
	新北市	75	109.3	24.0	34.7	16.0	20.0	4.0	5.3
	基隆市	4	125.0	-	25.0	75.0	25.0	-	-
	桃園縣	30	110.2	36.7	26.7	6.7	20.0	6.7	6.7
	新竹縣	7	114.4	42.9	42.9	14.3	-	14.3	-
	新竹市	10	100.0	20.0	50.0	30.0	-	-	-
	苗栗縣	7	100.1	14.3	42.9	14.3	-	-	-
	臺中市	49	108.2	32.7	26.5	10.2	8.2	10.2	6.1
	彰化縣	30	100.1	16.7	56.7	6.7	6.7	13.3	-
	南投縣	10	100.0	20.0	20.0	20.0	-	40.0	-
	雲林縣	9	133.2	44.4	44.4	11.1	11.1	22.2	-
	嘉義縣	8	100.0	75.0	-	-	-	-	25.0
	嘉義市	10	100.0	30.0	40.0	10.0	10.0	-	10.0
	臺南市	18	100.1	38.9	27.8	11.1	5.6	-	11.1
	高雄市	44	115.9	61.4	22.7	15.9	6.8	2.3	-
	屏東縣	7	100.1	42.9	42.9	14.3	-	-	-
澎湖縣	2	100.0	-	100.0	-	-	-	-	
宜蘭縣	6	100.0	-	33.3	33.3	16.7	-	16.7	
臺東縣	2	100.0	50.0	50.0	-	-	-	-	
花蓮縣	8	100.0	25.0	-	-	50.0	-	-	
地區	北部地區	182	110.4	36.3	30.2	14.3	13.2	7.7	4.9
	中部地區	96	104.1	25.0	36.5	10.4	6.2	13.5	3.1
	南部地區	98	110.2	51.0	28.6	12.2	6.1	3.1	5.1
	東部地區	16	100.0	18.8	18.8	12.5	31.2	-	6.2
平均月收入	不足二萬元	8	125.0	75.0	12.5	-	12.5	25.0	-
	二萬~不足四萬	72	116.7	37.5	26.4	13.9	19.4	8.3	5.6
	四萬~不足六萬	51	103.9	37.3	39.2	3.9	3.9	5.9	7.8
	六萬~不足八萬	24	108.3	33.3	29.2	20.8	8.3	8.3	4.2
	八萬及以上	27	107.3	29.6	25.9	18.5	18.5	-	-
	無收入	123	108.1	26.8	42.3	15.4	10.6	5.7	4.1
收聽頻率	固定收聽	115	113.1	42.6	33.9	8.7	10.4	9.6	0.9
	經常收聽	135	105.9	33.3	34.8	12.6	10.4	8.9	3.7
	偶而收聽	81	106.2	38.3	16.0	23.5	7.4	3.7	7.4
	很少收聽	61	108.3	29.5	36.1	6.6	14.8	6.6	9.8

附表 48：Q29.就您收看的經驗來說，請問您喜不喜歡電台節目進行網路直播？

基本資料		樣本數	總計	不喜歡	普通	喜歡	不知道/ 無意見
整體		392	100.0	8.0	22.7	57.6	11.7
性別	男	190	100.0	7.9	22.6	58.9	10.5
	女	202	100.0	7.9	22.8	56.4	12.9
年齡 #	13-19 歲	29	100.0	-	13.8	86.2	-
	20-29 歲	40	100.0	10.0	7.5	80.0	2.5
	30-39 歲	37	100.0	2.7	29.7	56.8	10.8
	40-49 歲	63	100.0	11.1	23.8	58.7	6.3
	50-59 歲	115	100.0	9.6	29.6	45.2	15.7
	60 歲及以上	108	100.0	7.4	20.4	54.6	17.6
教育 程度 #	國小及以下	8	100.0	-	25.0	37.5	37.5
	國/初中	22	100.0	-	18.2	72.7	9.1
	高中/職	98	100.0	7.1	28.6	56.1	8.2
	專科	54	100.0	5.6	31.5	53.7	9.3
	大學	166	100.0	6.0	15.7	63.9	14.5
	研究所及以上	39	100.0	20.5	30.8	38.5	10.3
職業 #	自營商、雇主、企業家、民意代表	23	100.0	4.3	26.1	47.8	21.7
	高階主管及經理人員	3	100.0	-	-	100.0	-
	專業人員	25	100.0	28.0	16.0	48.0	8.0
	技術員及助理專業人員	12	100.0	8.3	-	75.0	16.7
	事務支援人員	29	100.0	10.3	24.1	55.2	10.3
	服務及銷售工作人員	41	100.0	-	26.8	68.3	4.9
	技藝、機械設備操作及體力技術工	32	100.0	3.1	21.9	65.6	9.4
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	7	100.0	-	-	57.1	42.9
	軍警公教	37	100.0	13.5	35.1	40.5	10.8
	家庭主婦	40	100.0	5.0	40.0	42.5	12.5
	學生	37	100.0	2.7	10.8	83.8	2.7
	自由業	11	100.0	9.1	36.4	27.3	27.3
	退休	75	100.0	8.0	20.0	54.7	17.3
	待業中／無業	13	100.0	-	7.7	92.3	-
平時 使用 語言	國語	355	100.0	8.2	22.0	58.0	11.8
	閩南語	256	100.0	7.8	22.7	56.2	13.3
	客家話	40	100.0	-	25.0	65.0	10.0
	英語	13	100.0	7.7	30.8	53.8	7.7
	其他	1	100.0	-	-	100.0	-

基本資料		樣本數	總計	不喜歡	普通	喜歡	不知道/ 無意見
整體		392	100.0	8.0	22.7	57.6	11.7
居住 縣市 #	臺北市	56	100.0	8.9	25.0	57.1	8.9
	新北市	75	100.0	6.7	21.3	53.3	18.7
	基隆市	4	100.0	75.0	-	25.0	-
	桃園縣	30	100.0	-	33.3	50.0	16.7
	新竹縣	7	100.0	-	14.3	71.4	14.3
	新竹市	10	100.0	30.0	-	50.0	20.0
	苗栗縣	7	100.0	14.3	28.6	42.9	14.3
	臺中市	49	100.0	6.1	18.4	65.3	10.2
	彰化縣	30	100.0	3.3	16.7	63.3	16.7
	南投縣	10	100.0	20.0	40.0	40.0	-
	雲林縣	9	100.0	-	33.3	66.7	-
	嘉義縣	8	100.0	25.0	25.0	25.0	25.0
	嘉義市	10	100.0	10.0	20.0	60.0	10.0
	臺南市	18	100.0	5.6	27.8	55.6	11.1
	高雄市	44	100.0	4.5	22.7	68.2	4.5
	屏東縣	7	100.0	-	28.6	57.1	14.3
	澎湖縣	2	100.0	-	-	100.0	-
宜蘭縣	6	100.0	33.3	33.3	33.3	-	
臺東縣	2	100.0	-	-	100.0	-	
花蓮縣	8	100.0	-	25.0	75.0	-	
地區	北部地區	182	100.0	8.8	22.5	53.8	14.8
	中部地區	96	100.0	7.3	20.8	60.4	11.5
	南部地區	98	100.0	6.1	24.5	61.2	8.2
	東部地區	16	100.0	12.5	25.0	62.5	-
平均 月收入 #	不足二萬元	8	100.0	12.5	37.5	37.5	12.5
	二萬~不足四萬	72	100.0	5.6	20.8	61.1	12.5
	四萬~不足六萬	51	100.0	3.9	33.3	52.9	9.8
	六萬~不足八萬	24	100.0	33.3	8.3	37.5	20.8
	八萬及以上	27	100.0	11.1	22.2	51.9	14.8
	無收入	123	100.0	4.9	17.9	65.9	11.4
收聽 頻率 *	固定收聽	115	100.0	6.1	28.7	53.0	12.2
	經常收聽	135	100.0	14.8	17.0	54.8	13.3
	偶而收聽	81	100.0	3.7	25.9	61.7	8.6
	很少收聽	61	100.0	1.6	19.7	67.2	11.5

附表 49：Q30.針對您較常收看的電台節目網路直播，您有哪些建議？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	不知道/ 無意見	希望邀請更多不 同專業領域的來 賓上節目	訊號 更穩定	希望有更 多節目開 放直播	希望網路直播的背 景畫面可以更多元 (不要過於單調)
整體		392	101.9	65.6	11.2	8.2	6.6	6.1
性別	男	190	101.6	61.1	10.5	9.5	10.5	4.2
	女	202	102.0	69.8	11.9	6.9	3.0	7.9
年齡	13-19 歲	29	103.4	55.2	31.0	-	10.3	6.9
	20-29 歲	40	105.0	65.0	5.0	2.5	12.5	17.5
	30-39 歲	37	100.0	54.1	5.4	16.2	8.1	10.8
	40-49 歲	63	100.0	71.4	6.3	6.3	7.9	-
	50-59 歲	115	101.7	60.9	13.9	10.4	4.3	5.2
	60 歲及以上	108	101.8	74.1	10.2	8.3	4.6	4.6
教育程度	國小及以下	8	100.0	87.5	12.5	-	-	-
	國/初中	22	100.0	90.9	-	4.5	-	4.5
	高中/職	98	101.0	62.2	18.4	3.1	8.2	5.1
	專科	54	100.1	74.1	9.3	3.7	7.4	3.7
	大學	166	103.5	57.8	11.4	14.5	7.8	7.8
	研究所及以上	39	100.0	76.9	2.6	5.1	2.6	2.6
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	23	100.0	52.2	13.0	17.4	8.7	-
	高階主管及經理人員	3	100.0	100.0	-	-	-	-
	專業人員	25	100.0	68.0	-	8.0	8.0	-
	技術員及助理專業人員	12	116.7	41.7	8.3	8.3	41.7	16.7
	事務支援人員	29	100.0	69.0	3.4	13.8	-	6.9
	服務及銷售工作人員	41	100.0	63.4	9.8	12.2	12.2	2.4
	技藝、機械設備操作及體力技術工	32	100.0	59.4	18.8	6.2	6.2	6.2
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	7	100.0	71.4	28.6	-	-	-
	軍警公教	37	105.4	75.7	5.4	5.4	5.4	5.4
	家庭主婦	40	100.0	72.5	12.5	2.5	-	12.5
	學生	37	102.7	62.2	24.3	-	8.1	5.4
	自由業	11	100.0	81.8	-	-	9.1	9.1
	退休	75	102.7	69.3	13.3	12.0	2.7	2.7
待業中/無業	13	100.1	46.2	-	15.4	15.4	23.1	
平時 使用 語言	國語	355	102.1	65.6	11.8	7.3	6.5	6.2
	閩南語	256	102.0	65.6	11.7	8.2	8.6	4.7
	客家話	40	100.0	60.0	10.0	5.0	7.5	7.5
	英語	13	100.0	61.5	-	-	7.7	23.1
	其他	1	100.0	-	-	100.0	-	-

基本資料		樣本數	總計	不知道/ 無意見	希望邀請更多不 同專業領域的來 賓上節目	訊號 更穩定	希望有更 多節目開 放直播	希望網路直播的背 景畫面可以更多元 (不要過於單調)
整體		392	101.9	65.6	11.2	8.2	6.6	6.1
居住 縣市	臺北市	56	103.6	83.9	5.4	7.1	-	3.6
	新北市	75	104.1	54.7	22.7	8.0	9.3	6.7
	基隆市	4	100.0	25.0	-	-	-	50.0
	桃園縣	30	100.0	60.0	13.3	3.3	16.7	3.3
	新竹縣	7	100.0	57.1	14.3	14.3	14.3	-
	新竹市	10	100.0	70.0	30.0	-	-	-
	苗栗縣	7	100.1	42.9	28.6	14.3	-	-
	臺中市	49	100.1	73.5	4.1	8.2	-	8.2
	彰化縣	30	100.0	43.3	23.3	13.3	13.3	3.3
	南投縣	10	100.0	60.0	-	-	-	-
	雲林縣	9	100.0	77.8	-	-	11.1	11.1
	嘉義縣	8	100.0	75.0	-	25.0	-	-
	嘉義市	10	100.0	80.0	10.0	10.0	-	-
	臺南市	18	100.1	88.9	5.6	5.6	-	-
	高雄市	44	100.0	68.2	2.3	6.8	9.1	13.6
	屏東縣	7	100.0	71.4	-	-	14.3	-
	澎湖縣	2	100.0	100.0	-	-	-	-
宜蘭縣	6	100.0	100.0	-	-	-	-	
臺東縣	2	100.0	50.0	-	-	50.0	-	
花蓮縣	8	125.0	-	25.0	50.0	25.0	25.0	
地區	北部地區	182	102.7	64.8	15.4	6.6	7.1	5.5
	中部地區	96	100.0	60.4	11.5	9.4	4.2	5.2
	南部地區	98	100.0	75.5	3.1	7.1	6.1	7.1
	東部地區	16	112.6	43.8	12.5	25.0	18.8	12.5
平均 月收入	不足二萬元	8	100.0	75.0	25.0	-	-	-
	二萬~不足四萬	72	104.1	56.9	12.5	13.9	11.1	8.3
	四萬~不足六萬	51	103.9	54.9	11.8	13.7	7.8	5.9
	六萬~不足八萬	24	100.1	70.8	4.2	12.5	4.2	-
	八萬及以上	27	100.0	81.5	7.4	-	7.4	-
	無收入	123	101.6	62.6	14.6	8.1	4.9	9.8
收聽 頻率	固定收聽	115	102.6	66.1	9.6	12.2	6.1	4.3
	經常收聽	135	100.0	69.6	9.6	8.1	4.4	3.0
	偶而收聽	81	105.0	55.6	13.6	3.7	12.3	14.8
	很少收聽	61	100.1	68.9	14.8	6.6	4.9	4.9

附表 50：Q31.請問您最喜歡的電台服務項目是？(單選)

基本資料		樣本數	總計	線上即時收聽服務	都喜歡	節目前短暫新聞資訊播報	電台 call-in 點歌、諮詢、聊天互動	線上即時互動	線上隨選收聽服務
整體		2,406	100.0	48.9	15.8	14.0	7.2	5.1	2.9
性別	男	1,166	100.0	50.9	14.4	16.3	6.5	4.0	2.3
	女	1,240	100.0	47.0	17.2	11.8	7.8	6.1	3.4
年齡	13-19 歲	131	100.0	30.5	17.6	6.9	18.3	14.5	1.5
	20-29 歲	184	100.0	50.0	14.1	12.0	9.2	7.6	1.1
	30-39 歲	197	100.0	42.1	12.7	10.7	9.1	14.7	4.6
	40-49 歲	318	100.0	48.7	16.4	12.6	9.1	3.1	4.1
	50-59 歲	628	100.0	52.4	16.6	15.0	6.1	2.9	2.4
	60 歲及以上	948	100.0	50.4	15.9	15.8	5.0	3.5	3.0
教育程度	國小及以下	181	100.0	54.1	17.1	8.3	7.7	3.3	3.3
	國/初中	192	100.0	43.8	22.4	15.6	6.8	3.1	4.2
	高中/職	597	100.0	44.6	17.6	15.2	8.0	4.5	3.2
	專科	340	100.0	52.4	16.5	11.8	4.7	5.0	2.9
	大學	815	100.0	48.2	14.4	14.6	8.3	6.7	2.7
	研究所及以上	234	100.0	56.8	8.5	15.0	6.0	4.3	1.7
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	100.0	37.8	24.4	16.8	3.4	10.9	3.4
	高階主管及經理人員	24	100.0	66.7	12.5	8.3	4.2	-	8.3
	專業人員	112	100.0	57.1	8.0	15.2	8.0	4.5	1.8
	技術員及助理專業人員	94	100.0	50.0	18.1	17.0	5.3	4.3	2.1
	事務支援人員	136	100.0	48.5	18.4	13.2	5.9	6.6	2.9
	服務及銷售工作人員	207	100.0	47.3	17.4	12.6	10.6	5.3	1.9
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	100.0	43.2	18.2	14.2	8.0	4.5	5.1
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	100.0	49.1	16.4	12.7	14.5	1.8	1.8
	軍警公教	173	100.0	60.1	9.8	12.7	3.5	2.3	3.5
	家庭主婦	291	100.0	53.6	13.1	7.6	9.3	4.5	5.8
	學生	182	100.0	34.1	19.8	7.7	15.4	14.3	1.1
	自由業	90	100.0	48.9	18.9	11.1	10.0	5.6	-
	退休	616	100.0	48.9	15.4	20.0	3.9	1.9	2.4
待業中/無業	62	100.0	56.5	3.2	6.5	9.7	14.5	1.6	
平時使用語言	國語	2,046	100.0	48.7	15.7	14.5	7.3	4.9	2.8
	閩南語	1,586	100.0	47.4	15.1	15.2	7.9	5.2	3.3
	客家話	227	100.0	52.0	15.9	15.4	6.2	2.6	1.3
	英語	49	100.0	53.1	22.4	8.2	8.2	-	2.0
	其他	5	100.0	20.0	-	-	20.0	60.0	-

基本資料		樣本數	總計	線上即時收聽服務	都喜歡	節目前短暫新聞資訊播報	電台 call-in 點歌、諮詢、聊天互動	線上即時互動	線上隨選收聽服務
整體		2,406	100.0	48.9	15.8	14.0	7.2	5.1	2.9
居住縣市	臺北市	272	100.0	54.8	8.1	14.0	4.4	3.7	4.4
	新北市	402	100.0	40.5	18.4	18.4	7.5	5.7	2.5
	基隆市	40	100.0	50.0	10.0	12.5	5.0	10.0	7.5
	桃園縣	226	100.0	46.0	23.0	11.9	7.1	4.9	2.2
	新竹縣	55	100.0	43.6	20.0	18.2	3.6	1.8	-
	新竹市	44	100.0	72.7	4.5	6.8	9.1	6.8	-
	苗栗縣	54	100.0	64.8	11.1	7.4	13.0	1.9	-
	臺中市	285	100.0	61.8	10.9	10.5	4.9	4.2	1.8
	彰化縣	133	100.0	30.1	18.0	17.3	11.3	9.8	4.5
	南投縣	52	100.0	51.9	5.8	9.6	11.5	11.5	-
	雲林縣	72	100.0	41.7	13.9	11.1	8.3	5.6	8.3
	嘉義縣	54	100.0	57.4	5.6	22.2	11.1	3.7	-
	嘉義市	36	100.0	63.9	11.1	8.3	5.6	-	11.1
	臺南市	194	100.0	42.8	22.7	12.4	8.8	3.6	5.2
	高雄市	285	100.0	48.1	18.6	16.1	5.3	5.6	2.1
	屏東縣	88	100.0	62.5	18.2	5.7	8.0	2.3	1.1
澎湖縣	11	100.0	45.5	45.5	-	-	-	9.1	
宜蘭縣	46	100.0	28.3	23.9	17.4	8.7	13.0	-	
臺東縣	23	100.0	52.2	8.7	30.4	8.7	-	-	
花蓮縣	34	100.0	52.9	11.8	11.8	17.6	5.9	-	
地區	北部地區	1,039	100.0	47.4	15.9	15.1	6.4	5.0	2.9
	中部地區	524	100.0	53.1	12.2	11.8	8.0	6.1	2.1
	南部地區	740	100.0	49.2	18.2	13.2	7.2	4.2	3.8
	東部地區	103	100.0	41.7	16.5	18.4	11.7	7.8	-
平均月收入	不足二萬元	97	100.0	64.9	11.3	7.2	5.2	2.1	2.1
	二萬~不足四萬	332	100.0	47.3	13.3	13.6	11.7	7.5	2.4
	四萬~不足六萬	287	100.0	45.3	16.0	16.4	5.9	5.6	3.1
	六萬~不足八萬	146	100.0	56.8	10.3	13.0	6.2	4.1	4.8
	八萬及以上	139	100.0	55.4	12.2	17.3	4.3	5.0	2.2
	無收入	842	100.0	44.3	17.0	12.6	8.8	7.0	3.1
收聽頻率	固定收聽	707	100.0	49.5	14.1	15.4	6.1	4.2	3.4
	經常收聽	676	100.0	52.4	16.0	13.5	7.5	2.8	2.8
	偶而收聽	522	100.0	45.0	18.4	12.5	7.3	6.7	3.3
	很少收聽	501	100.0	47.5	15.4	14.2	8.2	7.8	1.8

附表 51：Q32.請問您希望電臺增加或加強哪些服務？(隨機提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	無	廣播即時收聽節目	提供數位廣播服務	線上隨選收聽節目	客製化廣播節目	聽眾服務
整體		2,406	102.1	63.1	6.1	5.6	5.2	3.8	3.7
性別	男	1,166	101.8	64.2	6.9	5.1	4.1	3.7	3.2
	女	1,240	102.2	62.0	5.2	6.0	6.3	3.9	4.3
年齡	13-19 歲	131	103.7	51.1	6.1	7.6	4.6	6.1	1.5
	20-29 歲	184	103.0	48.4	5.4	11.4	7.6	7.6	3.8
	30-39 歲	197	100.5	58.4	5.1	7.1	8.1	1.0	6.1
	40-49 歲	318	101.6	64.5	3.5	6.6	6.0	3.8	6.3
	50-59 歲	628	102.0	62.4	6.8	6.7	4.5	4.6	3.3
	60 歲及以上	948	101.8	68.6	6.8	2.8	4.5	2.7	3.0
教育程度	國小及以下	181	102.4	77.9	5.0	2.2	1.7	2.2	1.1
	國/初中	192	105.0	68.2	6.2	7.3	3.6	2.1	3.1
	高中/職	597	102.2	60.3	7.9	5.0	5.0	4.2	4.5
	專科	340	100.9	61.8	5.9	6.5	4.4	3.2	3.5
	大學	815	101.9	60.2	5.9	6.1	6.5	5.0	3.4
	研究所及以上	234	100.0	64.1	3.4	6.0	7.7	2.6	5.1
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	103.4	56.3	4.2	10.9	2.5	3.4	6.7
	高階主管及經理人員	24	112.6	66.7	-	4.2	4.2	8.3	12.5
	專業人員	112	100.2	52.7	3.6	12.5	11.6	4.5	5.4
	技術員及助理專業人員	94	104.3	53.2	10.6	4.3	9.6	5.3	5.3
	事務支援人員	136	100.6	55.1	5.1	5.9	13.2	2.9	5.9
	服務及銷售工作人員	207	101.4	59.9	4.8	2.9	4.8	6.3	6.8
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	102.7	67.0	10.8	6.8	1.1	2.3	2.8
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	101.7	78.2	10.9	1.8	3.6	-	1.8
	軍警公教	173	100.6	65.9	4.6	5.8	5.2	6.4	1.7
	家庭主婦	291	100.8	72.9	3.8	5.2	4.8	0.3	2.4
	學生	182	103.7	53.8	4.4	9.9	4.9	4.9	2.2
	自由業	90	104.4	55.6	6.7	4.4	11.1	6.7	2.2
	退休	616	101.9	67.0	7.0	3.4	4.2	3.1	2.1
待業中／無業	62	103.2	56.5	11.3	6.5	-	3.2	11.3	
平時使用語言	國語	2,046	102.0	62.2	5.9	6.1	5.6	3.9	3.5
	閩南語	1,586	102.4	60.2	6.5	6.8	5.2	3.9	4.2
	客家話	227	104.4	63.9	10.1	2.2	4.4	4.4	2.2
	英語	49	102.1	59.2	4.1	2.0	4.1	8.2	4.1
	其他	5	100.0	80.0	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	無	廣播即時收聽節目	提供數位廣播服務	線上隨選收聽節目	客製化廣播節目	聽眾服務
整體		2,406	102.1	63.1	6.1	5.6	5.2	3.8	3.7
居住縣市	臺北市	272	100.0	71.3	3.3	2.6	5.9	3.3	3.7
	新北市	402	101.1	66.4	4.0	9.0	3.7	3.2	1.0
	基隆市	40	100.0	77.5	5.0	2.5	-	-	-
	桃園縣	226	105.2	58.0	8.8	6.2	5.3	4.4	5.3
	新竹縣	55	101.8	78.2	7.3	-	7.3	1.8	3.6
	新竹市	44	100.0	65.9	9.1	2.3	9.1	-	-
	苗栗縣	54	102.0	63.0	20.4	-	5.6	3.7	-
	臺中市	285	102.9	59.3	7.0	6.3	6.7	3.2	3.5
	彰化縣	133	101.5	53.4	7.5	7.5	5.3	6.0	4.5
	南投縣	52	103.6	78.8	-	3.8	3.8	9.6	1.9
	雲林縣	72	101.5	77.8	4.2	4.2	1.4	1.4	6.9
	嘉義縣	54	107.6	59.3	1.9	14.8	1.9	13.0	-
	嘉義市	36	105.6	47.2	22.2	5.6	8.3	5.6	2.8
	臺南市	194	101.0	58.8	5.2	3.6	4.1	4.1	6.7
	高雄市	285	102.4	61.1	3.9	7.0	3.9	2.8	5.3
	地區	屏東縣	88	103.4	52.3	8.0	1.1	11.4	4.5
澎湖縣		11	100.0	63.6	-	-	18.2	-	-
宜蘭縣		46	100.1	65.2	8.7	-	8.7	2.2	8.7
臺東縣		23	100.0	78.3	-	4.3	-	4.3	-
花蓮縣		34	100.1	41.2	17.6	11.8	11.8	5.9	5.9
北部地區		1,039	101.8	66.9	5.3	5.7	4.9	3.2	2.7
中部地區		524	102.5	60.1	7.8	5.7	5.9	4.6	3.2
南部地區		740	102.6	60.3	5.4	5.5	4.9	4.1	5.3
平均月收入	東部地區	103	100.1	60.2	9.7	4.9	7.8	3.9	5.8
	不足二萬元	97	104.1	74.2	8.2	2.1	4.1	2.1	-
	二萬~不足四萬	332	101.6	58.1	6.9	6.9	8.4	3.3	6.6
	四萬~不足六萬	287	102.4	58.9	10.1	5.9	6.6	4.2	2.1
	六萬~不足八萬	146	100.2	69.9	5.5	4.8	0.7	5.5	-
	八萬及以上	139	100.0	66.2	5.8	3.6	4.3	1.4	4.3
收聽頻率	無收入	842	102.3	61.9	5.3	5.8	5.0	3.4	3.2
	固定收聽	707	102.1	64.6	7.2	5.7	4.2	2.8	3.1
	經常收聽	676	101.1	62.6	4.6	3.8	6.8	4.6	3.6
	偶而收聽	522	102.8	66.1	5.4	7.1	4.6	4.6	3.4
	很少收聽	501	102.3	58.5	7.2	6.4	5.2	3.2	5.2

附表 52：Q33.請問最近半年內，您有買過廣播節目中介紹的產品或服務嗎？

基本資料		樣本數	總計	有	沒有
整體		2,406	100.0	7.6	92.4
性別	男	1,166	100.0	7.5	92.5
	女	1,240	100.0	7.6	92.4
年齡 ***	13-19 歲	131	100.0	0.8	99.2
	20-29 歲	184	100.0	1.6	98.4
	30-39 歲	197	100.0	4.1	95.9
	40-49 歲	318	100.0	7.5	92.5
	50-59 歲	628	100.0	8.9	91.1
	60 歲及以上	948	100.0	9.5	90.5
教育 程度 ***	國小及以下	181	100.0	17.1	82.9
	國/初中	192	100.0	15.6	84.4
	高中/職	597	100.0	6.2	93.8
	專科	340	100.0	5.0	95.0
	大學	815	100.0	5.3	94.7
	研究所及以上	234	100.0	9.0	91.0
職業 ***	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	100.0	6.7	93.3
	高階主管及經理人員	24	100.0	-	100.0
	專業人員	112	100.0	7.1	92.9
	技術員及助理專業人員	94	100.0	2.1	97.9
	事務支援人員	136	100.0	0.7	99.3
	服務及銷售工作人員	207	100.0	7.2	92.8
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	100.0	11.9	88.1
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	100.0	16.4	83.6
	軍警公教	173	100.0	4.6	95.4
	家庭主婦	291	100.0	10.0	90.0
	學生	182	100.0	0.5	99.5
	自由業	90	100.0	10.0	90.0
	退休	616	100.0	10.7	89.3
待業中／無業	62	100.0	1.6	98.4	
平時 使用 語言	國語	2,046	100.0	7.3	92.7
	閩南語	1,586	100.0	9.0	91.0
	客家話	227	100.0	11.0	89.0
	英語	49	100.0	6.1	93.9
	其他	5	100.0	-	100.0

基本資料		樣本數	總計	有	沒有
整體		2,406	100.0	7.6	92.4
居住縣市#	臺北市	272	100.0	6.2	93.8
	新北市	402	100.0	4.5	95.5
	基隆市	40	100.0	2.5	97.5
	桃園縣	226	100.0	8.0	92.0
	新竹縣	55	100.0	5.5	94.5
	新竹市	44	100.0	4.5	95.5
	苗栗縣	54	100.0	13.0	87.0
	臺中市	285	100.0	8.1	91.9
	彰化縣	133	100.0	6.8	93.2
	南投縣	52	100.0	25.0	75.0
	雲林縣	72	100.0	16.7	83.3
	嘉義縣	54	100.0	16.7	83.3
	嘉義市	36	100.0	8.3	91.7
	臺南市	194	100.0	7.2	92.8
	高雄市	285	100.0	4.9	95.1
	屏東縣	88	100.0	9.1	90.9
	澎湖縣	11	100.0	9.1	90.9
	宜蘭縣	46	100.0	4.3	95.7
臺東縣	23	100.0	8.7	91.3	
花蓮縣	34	100.0	17.6	82.4	
地區*	北部地區	1,039	100.0	5.7	94.3
	中部地區	524	100.0	9.9	90.1
	南部地區	740	100.0	8.2	91.8
	東部地區	103	100.0	9.7	90.3
平均月收入	不足二萬元	97	100.0	13.4	86.6
	二萬~不足四萬	332	100.0	7.5	92.5
	四萬~不足六萬	287	100.0	7.0	93.0
	六萬~不足八萬	146	100.0	8.9	91.1
	八萬及以上	139	100.0	10.1	89.9
	無收入	842	100.0	6.8	93.2
收聽頻率***	固定收聽	707	100.0	12.2	87.8
	經常收聽	676	100.0	9.2	90.8
	偶而收聽	522	100.0	4.8	95.2
	很少收聽	501	100.0	1.8	98.2

附表 53：Q34.最近半年內，您買過哪些產品或服務？(可複選)

基本資料		樣本數	總計	健康/ 養生食品	書籍/文具	一般食品	生活用品 (含百貨/汽車/ 清潔用品)	藥品
整體		182	113.2	51.6	11.5	11.0	8.2	7.7
性別	男	88	121.4	59.1	10.2	11.4	10.2	10.2
	女	94	106.6	44.7	12.8	10.6	6.4	5.3
年齡	13-19 歲	1	100.0	-	-	-	100.0	-
	20-29 歲	3	100.0	-	-	-	-	66.7
	30-39 歲	8	100.0	25.0	-	-	12.5	12.5
	40-49 歲	24	100.2	29.2	25.0	4.2	16.7	-
	50-59 歲	56	110.7	51.8	10.7	7.1	7.1	3.6
	60 歲及以上	90	121.1	62.2	10.0	16.7	5.6	10.0
教育程度	國小及以下	31	125.8	64.5	3.2	9.7	6.5	25.8
	國/初中	30	113.1	63.3	-	3.3	6.7	3.3
	高中/職	37	108.0	45.9	13.5	24.3	2.7	5.4
	專科	17	106.0	35.3	5.9	5.9	23.5	-
	大學	43	109.4	44.2	25.6	9.3	7.0	4.7
	研究所及以上	21	119.1	57.1	14.3	9.5	14.3	-
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	8	100.0	50.0	-	12.5	25.0	-
	高階主管及經理人員	-	-	-	-	-	-	-
	專業人員	8	125.0	37.5	-	25.0	-	-
	技術員及助理專業人員	2	100.0	-	100.0	-	-	-
	事務支援人員	1	100.0	100.0	-	-	-	-
	服務及銷售工作人員	15	100.0	33.3	13.3	-	26.7	6.7
	技藝、機械設備操作及體力技術工	21	105.0	52.4	-	4.8	9.5	14.3
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	9	100.0	55.6	-	11.1	-	-
	軍警公教	8	100.0	12.5	25.0	-	37.5	-
	家庭主婦	29	113.5	51.7	10.3	20.7	-	-
	學生	1	100.0	-	-	-	100.0	-
	自由業	9	144.4	77.8	22.2	-	22.2	-
	退休	66	119.6	57.6	15.2	13.6	1.5	15.2
待業中/無業	1	100.0	100.0	-	-	-	-	
平時 使用 語言	國語	149	111.4	49.7	14.1	11.4	6.7	6.0
	閩南語	143	114.7	55.2	8.4	9.8	9.8	9.8
	客家話	25	112.0	64.0	-	12.0	12.0	-
	英語	3	166.6	-	-	-	66.7	-
	其他	-	-	-	-	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	健康/ 養生食品	書籍/文具	一般食品	生活用品 (含百貨/汽車/ 清潔用品)	藥品
整體		182	113.2	51.6	11.5	11.0	8.2	7.7
居住 縣市	臺北市	17	117.7	41.2	11.8	23.5	-	29.4
	新北市	18	122.4	50.0	22.2	5.6	-	11.1
	基隆市	1	100.0	100.0	-	-	-	-
	桃園縣	18	111.3	50.0	-	27.8	5.6	-
	新竹縣	3	166.7	100.0	-	66.7	-	-
	新竹市	2	100.0	-	100.0	-	-	-
	苗栗縣	7	100.1	42.9	-	28.6	28.6	-
	臺中市	23	108.5	60.9	4.3	8.7	13.0	-
	彰化縣	9	100.0	44.4	-	-	33.3	11.1
	南投縣	13	115.4	69.2	7.7	-	15.4	-
	雲林縣	12	100.1	50.0	-	-	-	16.7
	嘉義縣	9	111.0	44.4	22.2	-	-	-
	嘉義市	3	100.0	33.3	66.7	-	-	-
	臺南市	14	150.0	85.7	-	-	14.3	28.6
	高雄市	14	114.2	35.7	14.3	28.6	14.3	-
	屏東縣	8	100.0	37.5	-	-	-	-
	澎湖縣	1	100.0	100.0	-	-	-	-
宜蘭縣	2	100.0	50.0	50.0	-	-	-	
臺東縣	2	100.0	100.0	-	-	-	-	
花蓮縣	6	100.0	-	66.7	-	-	-	
地區	北部地區	59	118.8	49.2	13.6	20.3	1.7	11.9
	中部地區	52	107.4	57.7	3.8	7.7	19.2	1.9
	南部地區	61	116.4	52.5	9.8	6.6	6.6	9.8
	東部地區	10	100.0	30.0	50.0	-	-	-
平均 月收入	不足二萬元	13	115.4	61.5	-	7.7	-	-
	二萬~不足四萬	25	100.0	32.0	12.0	12.0	16.0	-
	四萬~不足六萬	20	100.0	45.0	30.0	5.0	10.0	5.0
	六萬~不足八萬	13	115.5	46.2	7.7	15.4	23.1	-
	八萬及以上	14	107.1	50.0	-	7.1	14.3	7.1
	無收入	57	128.2	61.4	8.8	19.3	7.0	15.8
收聽 頻率	固定收聽	86	122.4	51.2	10.5	14.0	9.3	10.5
	經常收聽	62	104.8	56.5	14.5	9.7	3.2	6.5
	偶而收聽	25	108.0	48.0	4.0	4.0	12.0	4.0
	很少收聽	9	111.0	33.3	22.2	11.1	22.2	-

附表 54：Q35.購買產品或服務後，請問您有沒有不滿意的經驗？(不提示，可複選)

基本資料		樣本數	總計	產品/服務有問題	產品/服務 不符合預期	都沒有
整體		182	100.0	1.1	8.8	90.1
性別	男	88	100.0	1.1	10.2	88.6
	女	94	100.0	1.1	7.4	91.5
年齡	13-19 歲	1	100.0	-	-	100.0
	20-29 歲	3	100.0	-	-	100.0
	30-39 歲	8	100.0	-	-	100.0
	40-49 歲	24	100.0	-	12.5	87.5
	50-59 歲	56	100.0	1.8	14.3	83.9
	60 歲及以上	90	100.0	1.1	5.6	93.3
教育 程度	國小及以下	31	100.0	-	-	100.0
	國/初中	30	100.0	3.3	16.7	80.0
	高中/職	37	100.0	-	8.1	91.9
	專科	17	100.0	-	17.6	82.4
	大學	43	100.0	2.3	11.6	86.0
	研究所及以上	21	100.0	-	-	100.0
職業	自營商、雇主、企業家、民意代表	8	100.0	-	25.0	75.0
	高階主管及經理人員	-	100.0	-	-	-
	專業人員	8	100.0	12.5	-	87.5
	技術員及助理專業人員	2	100.0	-	-	100.0
	事務支援人員	1	100.0	-	-	100.0
	服務及銷售工作人員	15	100.0	-	13.3	86.7
	技藝、機械設備操作及體力技術工	21	100.0	4.8	-	95.2
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	9	100.0	-	-	100.0
	軍警公教	8	100.0	-	-	100.0
	家庭主婦	29	100.0	-	10.3	89.7
	學生	1	100.0	-	-	100.0
	自由業	9	100.0	-	-	100.0
	退休	66	100.0	-	13.6	86.4
	待業中／無業	1	100.0	-	-	100.0
平時 使用 語言	國語	149	100.0	1.3	9.4	89.3
	閩南語	143	100.0	-	9.1	90.9
	客家話	25	100.0	-	16.0	84.0
	英語	3	100.0	-	-	100.0
	其他	-	100.0	-	-	-

基本資料		樣本數	總計	產品/服務有問題	產品/服務 不符合預期	都沒有
整體		182	100.0	1.1	8.8	90.1
居住 縣市	臺北市	17	100.0	-	11.8	88.2
	新北市	18	100.0	11.1	16.7	72.2
	基隆市	1	100.0	-	-	100.0
	桃園縣	18	100.0	-	-	100.0
	新竹縣	3	100.0	-	-	100.0
	新竹市	2	100.0	-	-	100.0
	苗栗縣	7	100.0	-	-	100.0
	臺中市	23	100.0	-	21.7	78.3
	彰化縣	9	100.0	-	-	100.0
	南投縣	13	100.0	-	15.4	84.6
	雲林縣	12	100.0	-	-	100.0
	嘉義縣	9	100.0	-	-	100.0
	嘉義市	3	100.0	-	-	100.0
	臺南市	14	100.0	-	-	100.0
	高雄市	14	100.0	-	7.1	92.9
	屏東縣	8	100.0	-	12.5	87.5
	澎湖縣	1	100.0	-	-	100.0
宜蘭縣	2	100.0	-	-	100.0	
臺東縣	2	100.0	-	-	100.0	
花蓮縣	6	100.0	-	33.3	66.7	
地區	北部地區	59	100.0	3.4	8.5	88.1
	中部地區	52	100.0	-	13.5	86.5
	南部地區	61	100.0	-	3.3	96.7
	東部地區	10	100.0	-	20.0	80.0
平均 月收入	不足二萬元	13	100.0	-	38.5	61.5
	二萬~不足四萬	25	100.0	4.0	-	96.0
	四萬~不足六萬	20	100.0	-	5.0	95.0
	六萬~不足八萬	13	100.0	-	-	100.0
	八萬及以上	14	100.0	-	21.4	78.6
	無收入	57	100.0	-	8.8	91.2
收聽 頻率	固定收聽	86	100.0	-	9.3	90.7
	經常收聽	62	100.0	3.2	6.5	90.3
	偶而收聽	25	100.0	-	12.0	88.0
	很少收聽	9	100.0	-	11.1	88.9

附表 55：Q36.在廣播節目中有時會介紹到由廠商贊助的商品訊息，請問您的接受程度？

基本資料		樣本數	總計	不能接受	無意見	能接受	拒答
整體		2,406	100.0	23.4	27.2	48.3	1.1
性別	男	1,166	100.0	24.1	26.6	48.4	0.9
	女	1,240	100.0	22.7	27.7	48.3	1.3
年齡 ***	13-19 歲	131	100.0	16.8	29.8	52.7	0.8
	20-29 歲	184	100.0	17.4	27.7	54.9	-
	30-39 歲	197	100.0	15.2	22.3	61.9	0.5
	40-49 歲	318	100.0	19.5	19.8	60.4	0.3
	50-59 歲	628	100.0	23.2	26.0	49.0	1.8
	60 歲及以上	948	100.0	28.5	31.0	39.1	1.4
教育 程度	國小及以下	181	100.0	23.2	34.8	40.3	1.7
	國/初中	192	100.0	24.0	26.0	49.0	1.0
	高中/職	597	100.0	23.3	24.1	51.1	1.5
	專科	340	100.0	26.2	25.0	48.5	0.3
	大學	815	100.0	21.1	29.6	49.0	0.4
	研究所及以上	234	100.0	25.2	25.6	47.4	1.7
職業 #	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	100.0	24.4	18.5	57.1	-
	高階主管及經理人員	24	100.0	29.2	37.5	33.3	-
	專業人員	112	100.0	20.5	28.6	50.9	-
	技術員及助理專業人員	94	100.0	22.3	20.2	57.4	-
	事務支援人員	136	100.0	24.3	16.2	59.6	-
	服務及銷售工作人員	207	100.0	15.0	30.0	54.6	0.5
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	100.0	19.3	20.5	59.7	0.6
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	100.0	23.6	29.1	45.5	1.8
	軍警公教	173	100.0	27.2	21.4	49.7	1.7
	家庭主婦	291	100.0	21.0	28.5	49.1	1.4
	學生	182	100.0	20.3	25.8	53.3	0.5
	自由業	90	100.0	23.3	28.9	47.8	-
	退休	616	100.0	29.1	32.6	36.9	1.5
待業中／無業	62	100.0	14.5	32.3	53.2	-	
平時 使用 語言	國語	2,046	100.0	22.1	27.7	49.2	0.9
	閩南語	1,586	100.0	24.1	26.9	47.9	1.1
	客家話	227	100.0	22.0	31.7	46.3	-
	英語	49	100.0	14.3	32.7	53.1	-
	其他	5	100.0	-	40.0	60.0	-

基本資料		樣本數	總計	不能接受	無意見	能接受	拒答
整體		2,406	100.0	23.4	27.2	48.3	1.1
居住 縣市	臺北市	272	100.0	25.0	24.6	48.2	2.2
	新北市	402	100.0	25.1	28.6	44.8	1.5
	基隆市	40	100.0	30.0	25.0	45.0	-
	桃園縣	226	100.0	20.8	32.7	44.7	1.8
	新竹縣	55	100.0	20.0	40.0	40.0	-
	新竹市	44	100.0	20.5	18.2	61.4	-
	苗栗縣	54	100.0	18.5	22.2	59.3	-
	臺中市	285	100.0	23.5	26.0	49.5	1.1
	彰化縣	133	100.0	23.3	21.8	53.4	1.5
	南投縣	52	100.0	15.4	30.8	51.9	1.9
	雲林縣	72	100.0	22.2	26.4	50.0	1.4
	嘉義縣	54	100.0	22.2	16.7	61.1	-
	嘉義市	36	100.0	16.7	33.3	50.0	-
	臺南市	194	100.0	22.7	21.6	54.1	1.5
	高雄市	285	100.0	27.0	30.9	42.1	-
	屏東縣	88	100.0	20.5	30.7	48.9	-
	澎湖縣	11	100.0	45.5	-	54.5	-
	宜蘭縣	46	100.0	15.2	32.6	50.0	2.2
臺東縣	23	100.0	30.4	21.7	47.8	-	
花蓮縣	34	100.0	17.6	29.4	52.9	-	
地區	北部地區	1,039	100.0	23.9	28.5	46.1	1.5
	中部地區	524	100.0	22.1	25.0	51.7	1.1
	南部地區	740	100.0	24.1	26.6	48.8	0.5
	東部地區	103	100.0	19.4	29.1	50.5	1.0
平均 月收入	不足二萬元	97	100.0	18.6	28.9	52.6	-
	二萬~不足四萬	332	100.0	20.2	22.6	57.2	-
	四萬~不足六萬	287	100.0	20.2	20.9	58.2	0.7
	六萬~不足八萬	146	100.0	28.8	24.0	45.9	1.4
	八萬及以上	139	100.0	22.3	23.0	53.2	1.4
	無收入	842	100.0	25.2	31.2	42.3	1.3
收聽 頻率	固定收聽	707	100.0	24.2	26.4	47.7	1.7
	經常收聽	676	100.0	21.6	25.9	51.3	1.2
	偶而收聽	522	100.0	22.2	26.4	50.6	0.8
	很少收聽	501	100.0	25.7	30.7	42.9	0.6

附表 56：Q37.如果廣播節目中的商品介紹訊息聽起來跟廣告差不多，請問您的接受程度？

基本資料		樣本數	總計	不能接受	無意見	能接受	拒答
整體		2,406	100.0	27.3	23.0	48.9	0.8
性別	男	1,166	100.0	27.6	20.7	50.8	0.9
	女	1,240	100.0	26.9	25.2	47.2	0.7
年齡 ***	13-19 歲	131	100.0	12.2	30.5	56.5	0.8
	20-29 歲	184	100.0	17.9	20.7	61.4	-
	30-39 歲	197	100.0	20.8	17.3	60.9	1.0
	40-49 歲	318	100.0	26.1	17.9	55.3	0.6
	50-59 歲	628	100.0	27.5	19.9	51.4	1.1
	60 歲及以上	948	100.0	32.6	27.4	39.1	0.8
教育 程度	國小及以下	181	100.0	21.5	28.7	48.1	1.7
	國/初中	192	100.0	28.1	24.0	46.9	1.0
	高中/職	597	100.0	28.0	22.9	48.4	0.7
	專科	340	100.0	29.7	22.4	47.4	0.6
	大學	815	100.0	25.5	22.2	51.9	0.4
	研究所及以上	234	100.0	30.8	20.9	47.4	0.9
職業 #	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	100.0	26.9	19.3	53.8	-
	高階主管及經理人員	24	100.0	37.5	29.2	33.3	-
	專業人員	112	100.0	27.7	21.4	50.9	-
	技術員及助理專業人員	94	100.0	23.4	19.1	57.4	-
	事務支援人員	136	100.0	25.0	10.3	64.0	0.7
	服務及銷售工作人員	207	100.0	24.6	18.4	56.5	0.5
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	100.0	19.3	15.9	64.2	0.6
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	100.0	27.3	18.2	54.5	-
	軍警公教	173	100.0	35.3	22.0	41.0	1.7
	家庭主婦	291	100.0	26.1	24.4	48.5	1.0
	學生	182	100.0	15.4	26.9	57.1	0.5
	自由業	90	100.0	20.0	28.9	51.1	-
	退休	616	100.0	34.7	27.6	36.7	1.0
	待業中／無業	62	100.0	19.4	32.3	48.4	-
平時 使用 語言	國語	2,046	100.0	26.7	23.3	49.4	0.7
	閩南語	1,586	100.0	26.5	23.0	49.7	0.8
	客家話	227	100.0	26.9	22.9	50.2	-
	英語	49	100.0	22.4	34.7	42.9	-
	其他	5	100.0	40.0	40.0	20.0	-

基本資料		樣本數	總計	不能接受	無意見	能接受	拒答
整體		2,406	100.0	27.3	23.0	48.9	0.8
居住縣市	臺北市	272	100.0	33.8	27.6	37.5	1.1
	新北市	402	100.0	29.4	22.4	46.8	1.5
	基隆市	40	100.0	22.5	22.5	55.0	-
	桃園縣	226	100.0	22.1	27.0	49.6	1.3
	新竹縣	55	100.0	14.5	23.6	61.8	-
	新竹市	44	100.0	11.4	15.9	72.7	-
	苗栗縣	54	100.0	31.5	11.1	57.4	-
	臺中市	285	100.0	28.4	21.4	49.8	0.4
	彰化縣	133	100.0	24.1	18.8	57.1	-
	南投縣	52	100.0	23.1	13.5	59.6	3.8
	雲林縣	72	100.0	22.2	30.6	47.2	-
	嘉義縣	54	100.0	25.9	9.3	64.8	-
	嘉義市	36	100.0	25.0	33.3	41.7	-
	臺南市	194	100.0	23.2	23.7	51.0	2.1
	高雄市	285	100.0	34.4	21.8	43.9	-
	屏東縣	88	100.0	18.2	28.4	53.4	-
	澎湖縣	11	100.0	36.4	9.1	54.5	-
宜蘭縣	46	100.0	21.7	30.4	45.7	2.2	
臺東縣	23	100.0	13.0	21.7	65.2	-	
花蓮縣	34	100.0	47.1	23.5	29.4	-	
地區	北部地區	1,039	100.0	27.1	24.5	47.2	1.2
	中部地區	524	100.0	27.1	18.9	53.4	0.6
	南部地區	740	100.0	27.3	23.4	48.8	0.5
	東部地區	103	100.0	28.2	26.2	44.7	1.0
平均 月收入 #	不足二萬元	97	100.0	21.6	26.8	50.5	1.0
	二萬~不足四萬	332	100.0	20.8	19.0	59.9	0.3
	四萬~不足六萬	287	100.0	23.7	18.1	56.8	1.4
	六萬~不足八萬	146	100.0	34.2	19.9	45.9	-
	八萬及以上	139	100.0	29.5	15.8	54.0	0.7
	無收入	842	100.0	27.4	26.5	45.2	0.8
收聽 頻率	固定收聽	707	100.0	28.7	23.9	46.5	0.8
	經常收聽	676	100.0	23.8	22.8	52.2	1.2
	偶而收聽	522	100.0	28.5	21.8	49.2	0.4
	很少收聽	501	100.0	28.3	23.4	47.5	0.8

附表 57：Q38.按照政府規定，目前 1 小時的廣播節目可播出 9 分鐘的廣告，請問您認為廣告時間長度？

基本資料		樣本數	總計	多	剛好	少	無意見	拒答
整體		2,406	100.0	26.7	57.1	0.9	14.5	0.8
性別 **	男	1,166	100.0	23.3	59.8	1.4	14.8	0.8
	女	1,240	100.0	29.7	54.5	0.6	14.4	0.9
年齡 #	13-19 歲	131	100.0	32.1	61.1	1.5	5.3	-
	20-29 歲	184	100.0	29.3	60.3	2.2	8.2	-
	30-39 歲	197	100.0	30.5	65.0	1.0	3.0	0.5
	40-49 歲	318	100.0	28.3	60.7	0.3	10.7	-
	50-59 歲	628	100.0	25.5	59.2	1.3	12.9	1.1
	60 歲及以上	948	100.0	24.7	51.6	0.6	21.8	1.3
教育 程度 #	國小及以下	181	100.0	16.6	50.3	-	30.4	2.8
	國/初中	192	100.0	27.1	51.0	1.0	20.3	0.5
	高中/職	597	100.0	26.3	57.5	0.7	15.1	0.5
	專科	340	100.0	25.9	60.0	1.2	11.8	1.2
	大學	815	100.0	30.2	57.1	1.3	11.2	0.2
	研究所及以上	234	100.0	25.2	65.4	-	9.4	-
職業 #	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	100.0	29.4	51.3	-	18.5	0.8
	高階主管及經理人員	24	100.0	45.8	45.8	-	4.2	4.2
	專業人員	112	100.0	22.3	60.7	2.7	14.3	-
	技術員及助理專業人員	94	100.0	27.7	59.6	1.1	11.7	-
	事務支援人員	136	100.0	32.4	57.4	0.7	8.1	1.5
	服務及銷售工作人員	207	100.0	30.0	61.4	-	8.7	-
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	100.0	19.9	69.3	0.6	9.1	1.1
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	100.0	16.4	60.0	-	23.6	-
	軍警公教	173	100.0	28.3	61.3	0.6	9.8	-
	家庭主婦	291	100.0	31.3	48.1	1.0	17.5	2.1
	學生	182	100.0	32.4	59.3	1.1	7.1	-
	自由業	90	100.0	24.4	65.6	1.1	8.9	-
	退休	616	100.0	23.1	54.2	1.0	21.3	0.5
	待業中/無業	62	100.0	22.6	59.7	-	17.7	-
平時 使用 語言	國語	2,046	100.0	27.8	56.9	0.9	13.8	0.5
	閩南語	1,586	100.0	26.4	56.7	1.1	15.1	0.8
	客家話	227	100.0	24.2	55.5	1.3	18.9	-
	英語	49	100.0	32.7	51.0	-	16.3	-
	其他	5	100.0	-	80.0	-	20.0	-

基本資料		樣本數	總計	多	剛好	少	無意見	拒答
整體		2,406	100.0	26.7	57.1	0.9	14.5	0.8
居住縣市 #	臺北市	272	100.0	28.7	46.7	-	23.9	0.7
	新北市	402	100.0	22.1	60.0	0.7	15.7	1.5
	基隆市	40	100.0	17.5	60.0	5.0	17.5	-
	桃園縣	226	100.0	27.9	57.5	1.8	11.9	0.9
	新竹縣	55	100.0	21.8	56.4	-	21.8	-
	新竹市	44	100.0	29.5	61.4	-	9.1	-
	苗栗縣	54	100.0	27.8	57.4	1.9	13.0	-
	臺中市	285	100.0	28.8	58.6	1.1	10.9	0.7
	彰化縣	133	100.0	30.8	63.2	-	6.0	-
	南投縣	52	100.0	21.2	67.3	-	11.5	-
	雲林縣	72	100.0	26.4	51.4	2.8	19.4	-
	嘉義縣	54	100.0	27.8	53.7	1.9	16.7	-
	嘉義市	36	100.0	30.6	58.3	-	11.1	-
	臺南市	194	100.0	25.3	56.2	2.1	14.9	1.5
	高雄市	285	100.0	27.7	56.5	1.1	14.0	0.7
	屏東縣	88	100.0	22.7	64.8	-	11.4	1.1
	澎湖縣	11	100.0	18.2	81.8	-	-	-
	宜蘭縣	46	100.0	28.3	43.5	-	23.9	4.3
臺東縣	23	100.0	47.8	47.8	-	4.3	-	
花蓮縣	34	100.0	29.4	64.7	-	5.9	-	
地區 #	北部地區	1,039	100.0	25.2	55.8	0.9	17.1	1.0
	中部地區	524	100.0	28.4	60.5	0.8	9.9	0.4
	南部地區	740	100.0	26.4	57.2	1.4	14.3	0.8
	東部地區	103	100.0	33.0	51.5	-	13.6	1.9
平均月收入 #	不足二萬元	97	100.0	26.8	53.6	-	19.6	-
	二萬~不足四萬	332	100.0	29.2	59.6	1.2	9.9	-
	四萬~不足六萬	287	100.0	26.5	65.5	2.1	5.6	0.3
	六萬~不足八萬	146	100.0	24.7	68.5	-	6.8	-
	八萬及以上	139	100.0	20.9	66.9	0.7	10.8	0.7
	無收入	842	100.0	26.0	55.2	0.6	17.1	1.1
收聽頻率 #	固定收聽	707	100.0	24.3	53.9	0.8	20.2	0.7
	經常收聽	676	100.0	27.8	58.6	0.7	12.1	0.7
	偶而收聽	522	100.0	25.9	59.4	1.9	12.3	0.6
	很少收聽	501	100.0	28.9	57.1	0.4	12.2	1.4

附表 58：Q40.根據 NCC 規定，接受廠商冠名贊助的節目，應在節目開始與結束時，告知聽眾贊助廠商的名稱或是商標，播放時間不得超過四十五秒，請問您的接受程度？

基本資料		樣本數	總計	不能接受	無意見	能接受	拒答
整體		2,406	100.0	7.5	13.2	77.2	2.1
性別	男	1,166	100.0	7.7	13.1	77.2	2.0
	女	1,240	100.0	7.3	13.3	77.2	2.3
年齡 ***	13-19 歲	131	100.0	3.1	10.7	86.3	-
	20-29 歲	184	100.0	8.2	14.1	75.5	2.2
	30-39 歲	197	100.0	6.1	4.6	88.8	0.5
	40-49 歲	318	100.0	11.3	6.3	81.8	0.6
	50-59 歲	628	100.0	7.3	10.0	80.7	1.9
	60 歲及以上	948	100.0	7.1	19.6	69.9	3.4
教育 程度 ***	國小及以下	181	100.0	2.2	28.2	66.3	3.3
	國/初中	192	100.0	1.0	21.9	74.5	2.6
	高中/職	597	100.0	8.0	13.4	78.2	0.3
	專科	340	100.0	8.8	10.9	78.2	2.1
	大學	815	100.0	8.6	10.2	80.5	0.7
	研究所及以上	234	100.0	9.8	7.7	81.6	0.9
職業 #	自營商、雇主、企業家、民意代表	119	100.0	5.9	10.1	82.4	1.7
	高階主管及經理人員	24	100.0	25.0	16.7	54.2	4.2
	專業人員	112	100.0	6.2	9.8	83.9	-
	技術員及助理專業人員	94	100.0	14.9	5.3	78.7	1.1
	事務支援人員	136	100.0	5.9	8.1	86.0	-
	服務及銷售工作人員	207	100.0	8.2	13.5	76.3	1.9
	技藝、機械設備操作及體力技術工	176	100.0	3.4	5.7	88.1	2.8
	農、林、漁、牧、礦業生產人員	55	100.0	7.3	16.4	72.7	3.6
	軍警公教	173	100.0	9.2	8.7	82.1	-
	家庭主婦	291	100.0	7.9	16.5	75.3	0.3
	學生	182	100.0	4.4	11.5	84.1	-
	自由業	90	100.0	13.3	12.2	74.4	-
	退休	616	100.0	6.7	18.8	72.9	1.6
	待業中／無業	62	100.0	12.9	8.1	75.8	3.2
平時 使用 語言	國語	2,046	100.0	7.8	12.0	79.2	1.0
	閩南語	1,586	100.0	7.7	13.5	77.3	1.5
	客家話	227	100.0	5.7	14.5	78.0	1.8
	英語	49	100.0	18.4	18.4	61.2	2.0
	其他	5	100.0	-	20.0	80.0	-

基本資料		樣本數	總計	不能接受	無意見	能接受	拒答
整體		2,406	100.0	7.5	13.2	77.2	2.1
居住縣市 #	臺北市	272	100.0	6.6	12.9	79.0	1.5
	新北市	402	100.0	8.2	8.0	81.6	2.2
	基隆市	40	100.0	7.5	15.0	67.5	10.0
	桃園縣	226	100.0	6.6	15.9	74.8	2.7
	新竹縣	55	100.0	7.3	20.0	69.1	3.6
	新竹市	44	100.0	6.8	6.8	86.4	-
	苗栗縣	54	100.0	1.9	20.4	72.2	5.6
	臺中市	285	100.0	7.7	11.2	78.6	2.5
	彰化縣	133	100.0	8.3	12.8	78.2	0.8
	南投縣	52	100.0	7.7	3.8	88.5	-
	雲林縣	72	100.0	9.7	12.5	76.4	1.4
	嘉義縣	54	100.0	7.4	5.6	87.0	-
	嘉義市	36	100.0	11.1	16.7	72.2	-
	臺南市	194	100.0	5.7	12.4	80.9	1.0
	高雄市	285	100.0	8.8	17.2	70.9	3.2
	屏東縣	88	100.0	5.7	23.9	68.2	2.3
	澎湖縣	11	100.0	-	18.2	81.8	-
宜蘭縣	46	100.0	2.2	26.1	71.7	-	
臺東縣	23	100.0	4.3	13.0	78.3	4.3	
花蓮縣	34	100.0	23.5	11.8	64.7	-	
地區	北部地區	1,039	100.0	7.3	11.8	78.4	2.4
	中部地區	524	100.0	7.3	11.8	78.8	2.1
	南部地區	740	100.0	7.6	15.4	75.1	1.9
	東部地區	103	100.0	9.7	18.4	70.9	1.0
平均月收入 #	不足二萬元	97	100.0	7.2	18.6	72.2	2.1
	二萬~不足四萬	332	100.0	6.0	9.3	84.3	0.3
	四萬~不足六萬	287	100.0	6.6	5.6	87.1	0.7
	六萬~不足八萬	146	100.0	8.9	4.1	87.0	-
	八萬及以上	139	100.0	7.9	13.7	78.4	-
	無收入	842	100.0	7.7	17.6	74.0	0.7
收聽頻率 *	固定收聽	707	100.0	8.3	16.5	72.6	2.5
	經常收聽	676	100.0	7.0	10.8	80.2	2.1
	偶而收聽	522	100.0	6.3	11.5	80.8	1.3
	很少收聽	501	100.0	8.2	13.6	75.8	2.4

附錄五、焦點座談會逐字稿

場次 1：一般民眾座談會

編號	廣播收聽天數	廣播收聽時數	聯絡人	性別	年齡	使用設備	備註
A01	4-5 天	4-5 小時	許○○	女	36	車用收音機.手機.電腦	臺北.桃園
A02	5-6 天	2-3 小時	趙○○	女	40	車用收音機.手機.電腦	臺北
A03	4-5 天	2-3 小時	張○○	女	37	車用收音機.手機	臺中
A04	2-3 天	2-3 小時	楊○○	女	26	手機.車用收音機	臺中
A05	5-6 天	5-6 小時	林○○	女	28	一般收音機.電腦.手機	臺中
A06	2-3 天	2-3 小時	陳○○	男	27	手機.車用收音機.電腦	臺中
A07	3-4 天	2-3 小時	陳○○	男	33	車用收音機.手機	高雄
A08	每天	4-5 小時	李○○	男	41	車用收音機.手機	屏東
A09	3-4 天	2-3 小時	宋○○	男	20	車用收音機.手機	彰化

主持人	受訪者
一開始請大家簡單自我介紹，告訴我你從事的工作，跟你從哪邊來，廣播的相關情形等下再說就好。	<p>A09：大家好，我來自彰化，我目前是學生，就讀東海大學政治系二年級。</p> <p>A08：大家好，我是從屏東來的，因為我的工作是在夜間值班的工作，所以聽廣播年齡大概從學生時代到現在工作都是聽廣播。</p> <p>A07：大家好，我來自高雄，我公司的業務是百貨服務業，我是擔任後勤行政的總務部份。</p> <p>A06：大家好，我叫陳高偉，我的工作是在金融業上班。</p> <p>A05：大家好，我是林宥如，我是行政助理，我公司都會聽廣播。</p>
是強迫還是自己喜歡的?呵呵。	<p>A04：大家好，我叫楊婉琦，我住在台中，我是行銷公司的財務部。</p> <p>A03：大家好，我在高雄的兵營的團膳公司上班。</p>
可是你住在台中?	<p>A03：對，因為我媽在台中。</p> <p>A02：大家好，我從桃園來，我是鋼琴老師，謝謝大家。</p> <p>A01：大家好，我叫曼妹，我也是從桃園過來，我也是老師。</p>
歡迎大家，第一個部分想瞭解大家收聽廣播的情形，你大概會用什麼方式聽?聽多久?在什麼場合聽?	<p>A05：我是公司上班的時候聽。</p>

你自己有選擇嗎?	A05：有時候公司會選哪一台就聽，有時候用電腦聽，用桌機聽。
桌上型電腦，你戴耳機聽?	A05：對，可能公司雜音太多就會自己戴耳機聽。
公司放哪一台?	A05：放 90.3 聯播網。
公司沒得選就統一放?	A05：對。
為什麼公司會放廣播?	A05：因為我們公司同仁都不太講話，太安靜，老闆就說好乾喔，呵呵，想說要讓大家開心一下，放了之後有同事會唱歌，我打字打一打我同事就開始唱歌，我就嚇到。
因為有的公司不會做這樣的事情?	A05：因為我們公司都是女生，都不講話，太安靜，你咳嗽或者寫字就會聽到，老闆覺得很尷尬就放收音機給大家聽。
所以公司有收音機?	A05：有。
因為現在有收音機滿少的。	A05：對，有時候覺得太吵我就會聽我自己的。
你都聽什麼?	A05：也是聽 90.3 不然就是 91.5
可是你跟公司聽一樣的還要聽自己的?	A05：對，因為有時候雜音很多，可能下雨天就會雜音多。
你覺得透過網路聽，品質比較好?	A05：對，他就不會斷斷續續，因為用收音機他的雜音真的很多。
你會聽 90.3 還有你聽的 91.5 那是什麼?	A05：91.5 我比較少聽，有時候會聽 KISS RADIO 的 99.9，有時候聽 91.5，因為他之前有抽門票，我是抽門票的時候才聽得。
所以有行銷活動你被吸引過去?	A05：對。
偶爾會轉過去聽?	A05：對。
你什麼時候會轉過去聽?	A05：因為公司有兩層樓，我主要聽 90.3，那 91.5 他們是，我們公司有兩層樓，我在七樓，我都聽 90.3，那九樓都聽 91.5，我是行政會跑來跑去，所以我也會在那邊聽一下。
你們公司分成兩派?	A05：對，因為 91.5 會有惹惹早餐很吵就不喜歡聽，呵呵。
所以不喜歡政論性的?	A05：對，我也不喜歡聽政論性的，因為七樓不喜歡政論性的，同事說不想要聽 91.5 才轉掉的。
那層樓有男生嗎?	A05：我們公司都是女生耶。
喔，還分成兩派。	A05：對，呵呵。
婉琦呢?	A04：因為我們平常上班是會播音樂的，但是我們那間會隔開就聽不太到，所以我會聽廣播或音樂，廣播的話，因為有時候主管很吵，我會想說自己聽我的，有其他談話聲音比較悅耳。

你怎麼聽?	A04：我用手機。
有加耳機嗎?	A04：會。
你的手機是採用什麼 APP 或上官網聽?	A04：用一個 APP 他有很多可以選，RADIO.TW 的，他有很多頻道可以選，看是要聽音樂或者新聞，我聽音樂比較多，有時候會聽新聞，不然有時候會聽到政治，聽到民眾 CALL IN 進來，聽到他們吵架就覺得不錯，呵呵。
所以你是透過手機聽?	A04：對。
上班時候聽而已?	A04：對。
下班呢?	A04：下班比較少聽，因為上班八小時都坐在辦公室就聽一下。
那你下班會聽嗎?	A05：下班不會聽。
所以四、五號兩位都是上班的時候邊聽音樂或者一些資訊或者聲音，陪伴你上班?	A04：對。
你呢?	A03：因為我在高雄團膳，我們兵營有分兩部分，看情況有時候一千多人，你們當兵會有一千多人的新兵訓練就看主廚，有時候主廚會聽一般的 RADIO，看他的心情，有時候主廚要聽比較激烈一點，炒菜可以快一點，有時候調單位會變到高級主管那一區，就會聽比較優雅的，就看主持，我們現場可能比較吵雜，備料的時候會比較安靜，但是太安靜，你剛睡醒去，都還沒有醒，那有時候洗菜一樣的动作一直做也是滿無聊的，應該說一千多人那邊的廚房人員比較多，主廚比較多，如果一百多人可能三、四個人，但是三、四個人聊天好像對主廚不太有禮貌，音樂就會讓他們去播，有的用手機有的用一般的那個。
就看主廚怎麼使用?	A03：對，因為他們最大，我們就是幫忙，就看他們今天的狀況。
你自己會聽什麼?	A03：我比較喜歡聽純音樂的，因為你在高雄如果聽一些政治性的東西，滿多會有偏綠或者偏藍的，我們主廚自己知道要中立立場，就放純音樂比較多。
你會聽哪種類型的音樂比較多?流行音樂古典音樂啊?音樂有很多類型。	A03：古典可能不是很適合喔，呵呵，早上要看情況，要有點 HIGH 但是不能太 HIGH 那種。
所以是流行音樂那種?	A03：對。
你呢?	A02：我在工作場合跟下班後我會聽，我的工作場合就是音樂教室，所以我們一定放古典音樂，

	他可能用筆電放吧。
你都聽愛樂電台?	A02：對，那我下班後我也不想聽到聲音，應該說我不想聽到其他的，我就會聽古典樂，然後用手機播放，下班後我就會用手機播放，上他的官網這樣。
所以上班就是他們播放?	A02：對，應該說行政櫃檯就會播放，教室都可以聽到，走廊上這個氛圍都是古典音樂，愛樂的這樣。
有聽過轉台的嗎?	A02：我有聽過轉台的，早上吧，我忘記了，桃園有一個候選人叫做謝美英，但是他聲音滿悅耳的，也不會很，就是說，他有時候也是會針對一些事情去做評論，但是我很少聽，只是有時候會想聽一下時事。
所以大部分是聽古典的。	A02：百分之九十九都是。
偶爾會有一些新聞資訊相關的?	A02：對。
你呢?	A01：我通常是下了班之後一個人聽。
通常是晚上的時候嗎?	A01：對，晚上的時候，我之前聽 ICRT，沒有，我聽竹科之音，然後剛開始的時候用收音機聽，之後用電腦，再來用車用的，我們家先生聽台北愛樂。
你做他的車子就會聽台北愛樂?	A01：對。
你自己就會用手機或者收音機?	A01：對，或者用電腦，現在用電腦，就聽竹科。
你都聽哪一類型?	A01：我幾乎古典音樂，因為教學生幾乎就是要聽。
你交音樂有關的嗎?	A01：對。
所以跟工作性質有關係?	A01：對。
你呢?	A09：我聽 92.9 跟 106.1，用車用收音機聽。
你知道電台名稱嗎?	A09：106.1 是全國廣播，92.9 我有點忘記了，然後因為一開始在車上聽。
你開車或者坐車?	坐車，坐家人的車，剛開始高中的時候，大學讀政治，我需要常常聽一些政治頻道，但是因為我可能要做事情，沒辦法常常看手機或者看電視，我只能用聽的，所以我後來會用網路直播，也有開車戴耳機這樣聽。
你都聽誰的?	A09：蔻蔻早餐，呵呵，還有王偉漢的(14"21)。
還有嗎?	A09：我都聽他們兩個人的。
每個人喜好不一樣。	A09：我應該算滿中立的，呵呵。
這跟立場沒有關係，呵呵。你呢?	A08：我的話因為是大夜班居多，所以我愛聽什

	麼就聽什麼，有時候聽廣播，有時候接公司大放送都可以，半夜會聽比較有人聲的，像是中廣 XX 或者飛碟的青春點點點，我發現深夜的節目越來越少，因為半夜幾乎沒有廣告收益。
重播比較多	A08：對，所以這種廣播就會慢慢比較少，晚上我想要有人聲，我就會轉到國外的頻道，像是 BBC。
這是手機才可以?	A08：對，手機才可以，傳統收音機不行。
你公司的是傳統收音機?	A08：對，所以我會把我的手機轉過去。
國外會聽 BBC 之類的，聽談話或者音樂性?	A08：都有，如果到早上就會有 NEWS 98 的新聞可以聽。
六點之後就會聽一下新聞?	A08：對，看今天發生什麼事情。 A07：我是車用廣播為主，因為我的工作每天上午大概一到兩個小時跟下午一兩個小時要到公司總部，我開車就會聽廣播，那以輕音樂為主，不然就是 98.3 還有 99.9 大眾，我會用區域性去選，高雄區，因為收訊會比較好，最近以 98.3 為主要的部分，現在有的廣播公司會出自己的 APP，像港都 98.3 電台有他自己的，我下午出去兩點多到三點，那時間剛好是一個 DJ 叫做小 D(16'53)他配合 APP 的部分，他會有一個互動的感覺，類似播歌，前十秒二十秒，類似遊戲的部分去猜這是什麼歌，有一個互動，另外聽就是晚上，隔天要休息的話，我有時候睡不著我會用手機聽廣播，像我常聽的 99.9 晚上十二點過後，像你說的睡不著壓力大，會想要有人的聲音，但是現在都純音樂，聽一兩個小時下來發現都沒有人在講話，之後就發現說不聽也沒關係，可以看手機 YOUTUBE。 A06：我自己是因為從是金融業，常常跑業務，要往外地區跑，在車上會聽廣播，有時候常常聽自己喜好的音樂，重複性太高，每次就聽那幾首，我就喜歡透過廣播去聽 DJ 播放的音樂，讓我自己接觸到我沒有聽的音樂，他都是流行樂，但是可能會加入藍調元素，我就滿喜歡的，最常聽 92.9，因為他很常播放音樂，比較少去談論，我比較喜歡這樣子的東西。
你的 92.9 是哪一台?	A06：城市廣播。
每個人喜好不一樣，聽起來大家都有兩種以上	A07：不怕大家笑，我有專門去買一個播放器專

收聽的平台跟裝置，手機越來越普及，也有桌機或者電腦等等，你比較喜歡那種方式，比較起來有哪邊不一樣？	門聽電台的，他有一個多合一，也有 FM，收音機內建可以有藍芽跟插卡片的，就是播放器，把他想成就是一個播放器，因為手機我的手機不一定吃到飽，APP 我在公司或者外面可以播，但是回到家裡我的手機不會一直都有網路，我就會透過傳統的收音機去聽。
所以他也可以接收無線的訊息，有頻譜的部分？	A07：對。
那台公用還可以做什麼	A07：有點像是自己抓 MP3 的歌。
所以像是 PODCAST 的歌？	A07：對。
那你聽起來覺得品質跟傳輸速率清晰度呢？	A07：我反而用手機比較會有 BUG，現在 YOUTUBE 上面自己電台也有自己設網路電台，那個 BUG 會更嚴重，反而手機 APP 還更穩定一點，客人自己感覺啦，我覺得透過網路會有電磁波，所以我沒有很喜歡用，如果可以透過設備收到無線的我會比較喜歡用。
如果你在家裡就會用 PODCAST 的概念，盡量不要用手機？	A07：對。
開車當然就用車用沒有問題？	A07：對。
所以會擔心電磁波的問題，每個人都不一樣，沒關係。你呢？	A06：有手機、開車還有電腦播放，但是我最喜歡還是在車上，因為有一種就是回到小時候爸爸媽媽年代的感覺，因為以前是放卡帶或者廣播，我喜歡那種，回憶懷舊東西的感覺，所以我基本上都是在車上才聽廣播，私下用手機跟電腦比較少，因為我懶得去下載 APP，所以我會從網頁上去登錄去聽。
從官網登錄？	A06：對，但是不會聽很久就會關掉，因為在家裡太多事情可以做就會關掉，可以打電動，看書或者看電影，接觸廣播反而比較少，在車上因為專心開車就會想要有一個 RADIO 去聽。 A05：我是公司用收音機，有時候會用電腦，之前下載手機，但是因為我容量不足我就移除了，車用的話我朋友開車我會跟著聽。我比較喜歡電腦的，因為他比較清楚，收音機常常有雜音，車用的過隧道就沒有聲音，我們兩個開一開就會覺得很乾很安靜，他就會開始找他的手機其他播放軟體播放音樂。那我比較習慣用電腦，因為我的工作是在跑來跑去，所以我不能一直帶著耳機聽電

	腦，就還是聽收音機，公司主要聽收音機。
你電腦是透過官網進去嗎?	A06：對，官網，我就直接打，進去之後按播放聽。
你呢?	A04：我平常因為公司電腦，如果用電腦聽就要連耳機的線，我有時候要出去拿影印的東西，所以耳機就要拔來拔去，所以我會用手機，然後我帶藍芽耳機，我可能走去哪邊都還可以收到。
你覺得品質跟穩定性呢?	A04：我不知道是不是因為我手機的網路關係，我覺得我點的時候連線會有點久，不知道是不是因為 APP 的問題，換下一個頻道的時候要連個十幾秒。
這麼久喔?	A04：有時候拉，可是有時候又滿快的。
可是你是用集合式的，RADIO.TW 的?	A04：對，他就是很多頻道都有，有時候這個頻道我聽到不想聽的話題我就會轉別的。
你呢?	A03：我是公司的部分，我們有個主廚用手機聽，我覺得手機聽起來訊息比較穩定，因為一般收音機雜訊比較多，我覺得他用手機聽還不錯，我就問他下載什麼 APP，我就跟著用。在家裡的話，比較聽純音樂，我喜歡回去的時候休息或者洗澡的時候聽，有聲音陪你啦。
你那個是可以聽很多廣播的 APP，集合式的那種?	A03：對。
不是廣播公司自己單一的?	A03：不是，不然以前有用電腦的時候，桌上型電腦的時候我會去官網連結，就是有個聲音，也有去 YOUTUBE 那邊看，但是我覺得他花的時間會比較久，可能還有影像的問題，所以我覺得純音樂好像比較方便，我就從主廚那邊要 APP 下載比較方便。
你呢?	A02：我是比較固定用手機播放，我只有聽台北愛樂，所以我就是從我的手機裡面直接播放就可以了，我在家裡面，走到哪邊手機就跟我到哪邊，收訊上好像也沒有中斷之類的問題，我就比較習慣用手機。
對音樂來說他的音樂品質 OK 嗎?	A02：OK，我覺得是 OK 的。
你呢?	A01：我早期用收音機，只要一起床就打開做自己的事情，現在比較多用電腦，上官網。
他的播出效果?	A01：我覺得還不錯。
你剛剛說用官網?	A02：我是用官網的。

看起來大家對使用 APP 或者網路虛擬的觀念都滿多的，看起來你們都是比較年輕的世代。年長一點的都會用傳統的，還會問說去哪邊買收音機。	A05：我們公司那是很舊的，要請工程師，之前壞掉一次，他說沒辦法修，太舊了，公司說沒辦法太安靜了，需要收音機，結果找了十幾間店才找到收音機放給我們聽，呵呵。
有人用過智慧音箱嗎？	A08：有用過小米的智慧音箱，你可以用手機去控制，裡面已經有很多集合式的廣播電台，你可以去點選，手機跟音箱的控制是分開的，你點選之後他就會 REPLAY 播放，當然他是要在有 WIFI 的情況下才有辦法做。
他跟其他的有什麼不同？	A08：因為他是走網路的，音質一定會比較好，你只要 WIFI 訊號穩定的話，基本上就播放不會有中斷，再來看廣播公司提供幾 K 的音質，如果他是高音質像是愛樂這種的話，音質真的超棒的。
他在誘惑你，呵呵。	A08：呵呵。
因為音質還是有差？	A08：對，FM 好像才十六位元吧。
但是智慧音箱應該還有其他功能，只是廣播是這樣子，他也不只是限台灣地區的吧？	A08：就是全球的。
所以他的選單你都可以去選。那你覺得他在台灣會流行嗎？	A08：不會，呵呵。
為什麼？	A08：以台灣來說，YOUTUBE 出來之後，廣播就少很多，我看公司比較年輕一輩的沒有人聽廣播，有玩 FB 或者看 YOUTUBE 的，就是沒有聽廣播
你怎麼會接觸或者使用到智慧音箱？	A08：因為那時候手機 APP 還很好，或者幾乎還沒有吃到飽的時候，用智慧音箱會比較方便。
你用好幾年了？	A08：對，而且我在南部，我又喜歡聽北部電台就要用網路收聽。
你也是突破了地域的限制？	A08：對。
以上是使用的狀況，也都很有趣。接下來我想瞭解跟電台互動的情形，你有使用過互動，你有用過嗎？	A07：他其實就是像一般的訊息對話，我也不知道這有沒有別的，其實也還好，他就是要註冊完之後，他的互動就像我說的，因為那時間只知道這個，當初我會下載這個 APP 是因為要猜歌就是要透過這個 APP，我就下載來玩。你所謂互動，你是指，我講白一點，如果你搶到頭香第一個，他就會說誰誰誰答對這個問題，他們也會衍伸出找合作廠商，就會有贈品的部分，第一個答對的人會有一個東西。
你有搶進去玩過？	A07：有。

你有拿過贈品嗎?	A07：沒有，因為開車還是，呵呵。我是覺得有趣，像我說的每天我都會回公司總部所以要開車，他說要猜歌，我會想說要在哪邊猜，他就會說透過他們公司去手機市集下載APP就可以參加活動。
但是你有註冊了?	A07：對。
他會很清楚知道你是誰?	A07：對，但是他也有命名。
但是你有註冊你也會提供一些代號跟資料，不管你命名是誰，他就會知道你這個人的一些收聽行為?	A07：對。
所以你就會偶爾，會去參加他的互動遊戲，猜歌遊戲?	A07：對。
還有嗎?	A07：沒有了，然後晚上就是單純聽音樂。
所以你不會傳訊息跟他聊天?	A07：他算是一個開放式平台，別人丟的訊息也可以看到，你不是跟他很熟的朋友也不會在上面聊天。
但是也有人會在上面聊?	A07：對，但是確實也是有人開始會在上面開始有文字仗。
不管辯論或者聊天，表示你會看，所以你才會看一下。	A07：對，但是已經偏離猜歌的主題，就是看什麼議題這樣。剛剛高偉也有提到，有些電台播的歌重複，有時候歌好聽重複無所謂，有時候看到留言，你說會爭吵就是會有人留言說，怎麼老是播一樣的歌，你有沒有更新之類的，就開始批，或許這個DJ有人喜歡，他就會覺得你不喜歡不一定要聽，在互動留言訊息裡面也是會看到這些。
某種程度來說你也是參加粉絲團的部分?	A07：對，有粉絲。
節目或者主持人。	A07：主持人的。
不是跟節目?	A07：不是。
跟那個DJ的?	A07：對，因為就剛好是那個時段就聽他的。
還有註冊其他的嗎?	A07：沒有耶，就是聽到這個註冊而已。
你有跟電台或者節目、主持人互動過嗎?	A06：都沒有。
雖然你有下載APP但是?	A06：都沒有在互動，因為都會聽阿，比如說抽獎或者剛剛講的猜歌的部分，都會請人上去留言，或者你可以CALL IN 你要點那些歌，我都沒有做過，我純粹當聽眾。
你會看那些訊息嗎?	A06：不會。
所以你就是純聽眾?	A06：對。
你呢?	A05：他有辦抽門票的時候我才會聽。

什麼樣的門票?	A05：五、六月的時候，我忘記叫做什麼名字，就是 91.5 那個電台，他就會說抽門票，會在台北巨蛋那邊，他早上跟下午會有通關密語，他很笨都會告訴你答案。
他不是很笨，他就是要告訴你答案，呵呵。	A05：他告訴你答案，我們就傳簡訊給他看有沒有抽中。
所以你會參加抽獎抽門票，怎樣的門票會吸引你?	A05：他會有很多大咖，周興哲那些，像是演唱會那種很多大咖唱歌那種。
或許是電台辦或者誰辦的?	A05：他就是電台辦的，如果有的想去就會買門票，但是門票太貴了，我就會跟我朋友一直傳簡訊，然後他問我有沒有抽到，我說沒有，我們就很難過。
所以你會自己傳簡訊過去?	A05：對。
因為那簡訊要錢的，一通兩塊?	A05：對。
你會傳很多封嗎?	A05：不會啊，我一天只有傳一封，剩下的就叫我朋友傳，很壞，呵呵。
但是沒有中獎過?	A05：沒有。
還有其他互動嗎?	A05：沒有，有時候 91.5 會送東西，但是他會送米那一些，我才不要，呵呵。
送的不是你要的，你要演唱會的門票這種瞭解。你呢?	A05：對，其他的就不會去留言。
	A04：因為我通常只有聽，比較不會去看 APP 互動，音樂台我就只會聽比較少去看，政論節目的話我會喜歡聽民眾 CALL IN 進去聊天，看他們的互動會想說他們在講什麼啊，但是我都不會打進去。
你就是純聽眾而已?	A04：對。
有參加過抽獎贈獎的活動嗎?	A04：都沒有耶。
你有嗎?	A03：沒有耶，因為都跟主廚聽阿，我們都在忙阿，哪裡有空。中午休息會討論一下好笑的東西，如果政論上的東西就不能跟他那個阿。
對啊，但是這是跟旁邊的人討論，有的人真的會打電話進去。	A03：我們上班真的沒辦法打電話，下班就純音樂阿。
愛樂比較少對不對?	A02：我大學的時候喜歡過一個女生，林昀柔 (37"37)他有主持過節目，我真的有 CALL IN 進去。
中廣的?	A02：他是談話性的，那時候他算是比較前衛的女生吧，會說很前衛的話題，他覺得年輕人才會打電話進去。

好像是晚上七到九?	A02：好像再更晚一些些的樣子，我播過這個，愛樂當然沒有，但是我下載過一個 LINE，好像 93 點幾，他是古典居多的，他有一個 LINE 的帳號，也有贈獎活動，你只要複製，下面寫一個什麼東西，也只有那個 LINE 帳號可以看到你的東西，也有電影票，通常是比較文藝性的，也不是商業電影，或者演奏門票會比較吸引我，如果是送書或者 CD，因為那個我自己也可以買到就沒有很吸引，我也真的有抽到過，他會說三日後會再公佈，我沒有去領，因為那時間我不能去，但是我曾經有過，如果我有空我有興趣就會去參與。
但是演奏會門票你沒有拿到過?	A02：沒有耶，但是如果 FACEBOOK 的活動，我也有留言過，某個演藝團體，我那個有抽獎過，那機率滿高的，很久很久以前這樣。
你呢?	A01：我就沒有，只有純聽。
哪種類型的電台互動方式會比較吸引你?現在電台要經營聽友互動，一般聊天功能也有，有些辦抽獎活動或者見面會也有旅遊團的。	A07：不知道是不是因為資訊不對稱，這個聽比較少。
也有競賽活動，針對親子小朋友這類型的，每家手法不太一樣，就你們會比較喜歡怎樣子的?現在講的是實體的活動，也有線上活動。	A05：實體應該不會想參加，因為還要出門，呵呵。
所以實體沒有吸引力?要贈獎抽獎活動?	A02：有的會有演奏會前面的導聆，那我會有興趣。
那是什麼意思?	A02：比如說某個主持人，可能我記得楊照之前有導聆，你抽獎好了，可是你又剛好可以參與，演奏會前的曲目或者作曲，這我會有興趣，演奏會以外的東西，我可以吸收一些節目單以外的東西我會比較有興趣。
這比較專業拉，不過這也是一種作法。那有幾位有加入粉絲團，其他都沒有，你們會常常收到他的行銷訊息嗎?APP 裡面也會有。	A06：搖頭。 A07：APP 會，頻率算到，主持人也不諱言，電台來說像是有時候互動也會被寫說為什麼這個要有廣告?但是電台主持人有時候也會明講，一個電台來說他不是無成本的收入，他也是要透過這部分，置入行銷這種部分。
你會常收到工商服務?	A07：不會，像你說的開車的部分，但是類似電視播放的時候會有廣告。
因為你有加入粉絲團，有註冊，他會問你要不要接收到訊息啊?	A07：我其實會把它擋掉，不然我加入很多自己的東西，每天收到訊息很多，如果他可以讓我自

	己勾選我會選不要收到，但是有些不會有這個選項，我就會變成滑過而已。
你有用 APP 的應該或多或少會收到一些?	A05：不會。 A08：因為用集合式的 APP 就比較不會收到這種訊息。
檔案：VTS_01_2	
你的官網呢?愛樂沒有做這些?	A02：他在談話，節目內容會帶到。
但是你在 APP 畫面內容上不會出現?	A02：坦白說我沒有注意看那個，他對我來說只有播放耳朵聽的。
所以沒有特別注意到 APP 行銷活動?	A02：對。
所以我為什麼一定要在節目裡面嵌入了就是這樣子。那你們會排斥在節目中聽到相關廣告訊息嗎?	A07：其實會，呵呵。
這樣問好了，在節目中你可以忍受他播多久的廣告?	A09：三分鐘。
你是說一次的長度嗎?	A09：一小時，因為他廣播中也會有。
所以 OVERALL 你大概三分鐘左右?	A09：對。
單一個廣告可以聽多久?	A09：大概四十五秒。
在廣播上應該算滿長的，但是大致上你聽廣播的廣告應該是不算長的。你呢?	A08：基本上如果沒有廣播的廣告當然是最好的。
假設這是不可能的選項，你可以忍受多久?接受多久?	A08：單次不要超過一分鐘。
總長度呢?一小時的節目?	A08：不要超過五分鐘吧。 A07：我也差不多，如果開車或者心裡的一個時間值，我覺得一分鐘是我的極限，然後一小時的節目確實也像剛剛講的，沒有什麼概念，一分鐘如果是我的極限，五分鐘表示你這一小時插播了五次的廣告，對我來說有點多，所以大概就是五分鐘以內的東西是我的極限。 A08：而且廣播廣告的重複性很高。
你呢?	A06：比較可以接受單次十到十五秒，比如說放兩首歌的中間，插一個小廣告，我覺得可以接受，因為有時候需要舒緩一下，聽人家講講話，可以聽十到十五秒再繼續放歌，我覺得這個我可以接受。
所以你只要不要太長就好了?	A06：對，有時候不管講米或者講餐具，反正多少吸收一些東西，有些餐具可能媽媽會知道一些知名的品牌，但是對我是比較沒有接觸過的，我

	就可以順便收集一些資訊這樣。
並沒有很排斥，只要他不是太長就好了？	A06：對。
你呢？	A05：我應該也是五分鐘左右，但是單次不要超過二十秒，不然太長。
所以廣告不希望他太長？	A05：對。
你呢？	A04：應該也是二十秒以內，像 YOUTUBE 也會跑廣告，大概八、九秒就會想按掉了，我覺得聽的會覺得更久，所以二十秒以內。
那十五秒呢？像高偉不太介意，只要不是太長就可以？	A06：對。
那如果下一首歌來又給你十五秒，下一首歌又十五秒呢？	A04：這樣頻率有點太頻繁，我覺得兩三首之後有一個廣告還可以接受。
你呢？	A03：因為我們都在忙，時間上可以長一點沒有差別，因為都在專心做自己的事情，他剛講的也對，聽歌聽一聽，突然來一個講話也是不錯，避開主持的叨唸，這樣的感覺也是不錯的，所以我應該可以接受一分鐘到一分半，一次單次的話，一小時如果十五分鐘來一次的話，應該六、七分鐘可以拉，我們拉，呵呵。 A02：我大概二十秒，因為愛樂的口氣比較緩和，塑造起來比較不會是叨念的，但是我聽過賣房子的廣告，我就覺得那很虛假，商業化太重了，而且塑造出小孩子的聲音很美好這樣，我就會受不了，或者有的廣告在講貸款，非常快，我不曉得在唸什麼東西，我就會覺得吵死了，忍不住就會想關掉的感覺。我並不喜歡聽很多人聲，喜歡純音樂，但是如果人聲是舒服的可以接受，像是愛樂的那種可以，但是叨念的我受不了。
你是說速度很快這樣？	A02：對，我受不了。
你呢？	A01：我還可以接受的是十到二十秒。
也是短秒數的，單次的。	A01：對，如果一小時的不要超過五次，因為廣告都一模一樣。
有些拉，因為大部分廣告買是一個月的，他不像電視廣告算天或者次的，有的買秒數的，雖然他買秒數，但是廣播大部分都是點狀或者帶狀節目，所謂點狀是一個禮拜播出一次的，那叫做點狀，帶狀就是一到五或者固定周六日會連續幾天播的概念，所以他們買大部分以一個	A04：賣蝦紅素就會賣超久的。 A07：還有鱒龍魚阿，呵呵。

<p>月為計算單位，所以你會常聽到是因為這樣。目前規定一小時可以播放九分鐘的廣告，對廣播業者來說會覺得太少，因為他覺得要播多一點才會有一些收入，你可以說他是必要之惡，但是有人嫌多有人嫌少，三年他委託我們調查的時候也都會請我們問，但是大家對於九分鐘或者五分鐘、六分鐘，沒有太多的概念，不要形成干擾，但這很模糊，因為播放的頻率跟次數，聽起來大家都不喜歡太長的單次廣告，你看電視專輯，有看到五分鐘都是那廣告的。</p>	
<p>但是他就是一個小的專題報導概念，就是廣告，他把三十分鐘可以分五分鐘，一小時放十分鐘，在電視上來說，他就吃掉一半的廣告時間。</p>	A01：那很久。
<p>對，那休息時間很長，有看過吧？</p>	A06：對，就直接轉台。
<p>他不會在黃金時段，因為太浪費了，通常是在下午或者早上時段，大概六點以前的，廣播比較少這樣集合，但是有些也會長一點點，所以大家不想要太長太頻繁，但是適當的廣告可以接受？</p>	A07：對。
<p>你可以接受他在節目中有商品訊息嗎？有些會說現在進入工商時間，有些會在節目中做一些置入行銷，有人有參與過嗎？在節目中買過東西，接受過他的服務？</p>	A01：我婆婆算嗎？
<p>你分享看看，呵呵。</p>	一；就是龜鹿雙寶。
<p>他透過 CALL IN 去買的吗？</p>	A01：對，他們公司聽 AM，常常有很多賣藥的。
<p>他就打電話進去，問一問就買了？</p>	A01：對阿。
<p>所以老人家比較多，但是也不一定拉，有的人也會對某個議題有興趣就會打電話去問了，你可以說他是聽友服務，但是某些會是做商業置入的概念。但是大家都沒有？沒有在節目或者網路上買過商品？</p>	A02：可是我好像以前聽過類似音樂，好比說他是大提琴家，說穿了他要推廣他的音樂會，他去一個節目做一個小小的專訪，主持人會說歡迎朋友有什麼問題可以打電話，那我可以接受，我可能對什麼樂器或者問題不瞭解的，那樣子我可以接受。
<p>就是不是很銷售性質，而是諮詢性質，有些是打電話去問粗淺的可以，但是進一步要付費的，就像穿對什麼顏色的衣服，你打電話去做簡單的諮詢可以，但是如果要做進一步的塔羅牌諮詢他就要跟你收費，那是不一樣的</p>	A05：用聽的算塔羅牌？

你沒有聽過嗎?	A05：沒有，呵呵。
中廣在下午三點到五點之間，吳若權的。	A05：你有算過嗎?呵呵。
他就會有一個專家，我忘記名字，你可以打電話進來問一個數字，可能這段感情如何或者問下半年的工作，他就會問號碼抽數字，看他出現哪一張牌。	A05：好酷，呵呵。 A07：他也是互動式的。
就會有人 CALL IN 進去。	A07：會有人想 CALL IN 嗎? A05：他講了大家就會聽到阿。
會啊，反正也不知道誰是誰。	A05：如果認識的聽到怎麼辦，呵呵。 A02：我聽過一個故事，我不能說那個人是誰，他出很多書，也是知名的廣播人兼主持人，也是明星，有人說他出書是把他聽過的女性坎坷故事寫出來，其實那並不是，他只是把別人的故事像心情小語這樣寫出來，我有聽過某位。
這種都算在裡面，他就會告訴你說如果有興趣，就可以參加中廣的塔羅牌班之類的。	A08：如果他像股市，把整個都包起來那種呢?像 NEWS 98 以前就有。
因為景氣不好，所以他一大半都賣給股市了。	A08：就一大半都賣給股票了。
你有聽嗎?	A08：轉台，呵呵。
你可以接受節目像中國好聲音那樣，有廠商冠名贊助嗎?蕾妮雅武力全開，那是廠商冠名的，電視節目就會一直出現那個 LOGO，廣播就會三不五時講一下，本節目由誰獨家贊助，這可以接受嗎?	A07：可以，因為這不影響我。
你會覺得說，因為他贊助就會講廠商名稱，你會覺得他是一個干擾嗎?	A06：會好奇，想說不瞭解這是什麼廠商，為什麼他要冠名，這家公司的背景是什麼這樣子，我比較好奇一點。
所以有人引起過你的好奇?	A06：對，現在電視也常常有冠名贊助，比較常聽到是中國好聲音那邊，大陸節目，應該說大陸節目比較早出現冠名贊助。
比較早開放。	A06：對，台灣漸漸就有，我聽到就會滿好奇的，而且這樣也可以認識到比較多公司，可以幫公司打出知名度拉，在我們這邊可以瞭解很多不一樣的公司。
你基本上不排斥還會進一步去看?	A06：對。
還有嗎?所以大家基本上不會排斥?	A06：對。
如果節目還沒有開始就講一次，中間講一次，一個節目裡面講十幾次可以接受嗎?	A05：太頻繁。 A07：節目開始跟結束，不影響我中間的過程，你要怎麼講無所謂。

每一段休息，下一段節目起來都會講一次?	A07：那有點多了，呵呵，我剛剛說頭尾兩次而已。 A06：如果跟電視一樣可以接受，如果開頭講，中間講，主持人講，然後誰又講，再來結束又講這就不太行。
長度呢?現在簡單說他是誰，幾秒就講完了，有人還會簡短介紹一下呢?	A06：不行，就念名字，呵呵。 A07：念名字極限。 A05：他只要講快一點我可以接受。
但是你不是不想要叨念。	A02：他已經損害到我聽得品質了，我就會想把他關掉了。
現在法規規定可以做四十五秒。	A02：整段節目四十五秒或者一次?
他只是寫說播放時間四十五秒的概念，但是如果他連在一起，現在沒有看過連在一起的啦，但就是說節目播放時間是四十五秒，看他分段，有時候他會做一點介紹，你有聽過有介紹的嗎?	A06：我沒有聽過介紹的，只有聽過念他的公司名，冠名贊助播出這樣而已。
所以對大家來講不排斥，但是不要形成收聽干擾就可以?	大家：對。
也不要秒數太長?	大家：對。
也不要超級頻繁?	大家：對。
節目中如果聽到介紹商品訊息你不會排斥?	A05：不要太長。
有時候很難講，整個節目都是耶。	A08：但看主持人怎麼 PROMOTE 這個商品，有的人技巧就很好，可能是某部電影想做置入性行銷，他就會在裡面介紹說這電影怎樣，又送票，我就會欣然接受。
就像他介紹某一個演奏會?	A02：但是他有包裝好。
就是介紹內容相關的，告訴聽眾有興趣的話可以去聽。	A07：對，如果有興趣的話怎樣怎樣，我可以接受，但是他不要像藥品廣告，他講東西就不停不停介紹，像是教科書念經的。
強力銷售的你不喜歡?	A07：不喜歡。
你呢?	A03：剛剛你說他是多次一直講，冠名贊助一直講的話，大概第五、六次我們主廚就會先念了，他可能本來心情很好，但是被你點一點他火就上來了，就把他切台了，就完蛋了，呵呵。 A02：那天菜會煮的不好吃。 A03：不要這樣比較好，因為有時候他們情緒會影響到我們其他人，我覺得這樣不是很好，在工作場所來講的話，當然也要看商品，可能餐具或

	者米，跟他們工作相關的，可能他們會分心，要看狀況。
你們覺得什麼樣商品不能接受在節目裡面談?	A05：賣藥的。 A06：恩。
藥品是一個模糊的概念，基本上他可以在節目播，他不可能是藥品而是保健食品，因為他不可以違反藥事法或者食品衛生管理法的概念，所以你的龜鹿雙寶算是保健食品，不是藥品的概念，因為藥品不可以賣，那保健食品補充鈣的可以嗎?	A05：我就吃不到，就覺得他很吵。
如果賣五穀雜糧粉?	A02：不行。 A05：不行。
你是個人喜好吧，呵呵。	A02：好像是防彈咖啡，他就說他的咖啡怎樣怎樣，我就覺得聽起來很舒服，我就不會想要轉台。 A07：有經過包裝，不是強力放送的。
所以廣播裡面不適合強力放送的?	A02：對。 A07：高雄有說過一家但是我還沒有去吃過，他是西餐的高分子料理，他在說一家餐聽。
牛排嗎?	A07：夢時代那邊，成功路，他在園區那邊，他是有經過包裝的，我也算是學知識，第一次聽到高分子料理，我就會想說那是什麼，他就是先跟你解釋什麼是高分子料理，然後接下來他會說我們請有得獎的廚師來介紹什麼是高分子料理，接下來才帶到他們餐聽，其實這是一個方式。
專訪的方式	A07：對，他也是在行銷廣告，但是不會反感。
可以當作某種程度的知識學習，商品知識保健養生的學習，但是不要單純強力的推銷?	A07：對。
告訴你理財投資要注意的事項這樣可，但是不要賣東西?	A07：投資報酬率二十%，最好有，呵呵。
好，聽起來都沒有說很排斥，只是看他怎麼包裝跟從資訊提供的角度出發，不是商品銷售，雖然銷售是他最終的目的，但是這是大家可以接受的?	大家：恩。
然後你們有看過直播嗎?廣播現在有直播	A05：我有聽到他們有時候有藝人來，我之前在樓上的時候，有聽到他們有在那邊唱歌，但是我沒有看，因為我怕上班看等下被老闆罵死。
所以你有聽到?	A09：那是台北之音，我剛剛說的蔻蔻早餐，因為我早上才看黃暉瀚(24'16)，直播他會錄下來，

	有時候你沒有聽到會想要去聽。
所以就會看他的直播?	A09：對。
那為什麼會想看他的直播，一般不是聽一聽就好了?	A09：因為方便阿，手機有時候滑一滑你就點進去看到。
你就同時會看到畫面?	A09：對。
你除了看兩個人講話外，你會去看觀眾留言嗎?	A09：我有時候會去看有時候不會，有時候我就聽而已。
但是你不加入?	A09：恩。
那為什麼你會想要看那個畫面?	A09：因為就方便阿，有時候閒的時候就會去看。
那他會吸引你嗎?比如說假設是你喜歡的明星。	A05：可是在上班?
下班以後呢，會吸引你去聽嗎?	A05：還好耶。
真的嗎?你欣賞哪個偶像講一下。	A05：周興哲，呵呵。
假設周興哲他現在在線上跟你互動，唱歌給你聽喔。	A05：那就聽聲音就好啦，我之前有聽過主持人講瘦身的，就說快點轉來直播看喔，我不知道大家有沒有轉去看，他可能在那邊做瑜珈。
類似這樣，我教你一套養生的什麼。	A05：他就會說大家趕快來看直播，你才可以學到瘦身，你這樣聽會聽不出來什麼的，一直叫我轉去看。
如果不是在上班你會去看嗎?	A05：不會，那個我沒興趣。
還有人會看直播嗎?	A08：因為直播就是真的要你剛好工作不忙的時候才有辦法看，你卡一個畫面在那邊，比如說有喜歡的藝人的時候，看到喜歡藝人的長相，就比較像看電視的感覺，不像聽廣播，再來直播比較不會有廣告時間，他們廣告，FM 廣告的時候他們一樣在那邊聊天，這是可以多獲得的部分。
你喜歡看一下他的直播嗎?	A07：不會，像他說的或許空閒之餘才會，再來好像有聽過節目說有直播，但是像你說的，可能會在上班時間，我不可能特別去看，但是知道這訊息，如果有空閒的話，老實說，我除了聽廣播外，我現在花比較多時間看影集，用 YOUTUBE，如果他有直播，我不排斥會去看，像剛才說的歌手，有時候光聽聲音跟影像互動，我自己個人的喜歡會想要有互動，因為你自己想像的畫面跟實際影像呈現的不一樣，我會好奇，像我今天知道，我之後有時間會去留意這幾塊，如果是我喜歡的歌手，像是 XXX(27''39) 如果他有唱歌，或許我會把他卡掉，我聽聲音就好，我不需要看影像，

	我只是單純喜歡聲音，但是互動等等，如果有機會，或許我會去看看。
你有看過直播嗎?	A06：沒有，但是我應該也不會去看直播，因為其他節目可能更有吸引力，呵呵。
你呢?	A04：我是沒有看過直播，但是現在知道了，如果我覺得有的主持人聲音很好聽，我會想像他長什麼樣子。 A05：真的差很多，呵呵。
你有看過誰打壞你的想像嗎?	A05：有的我會查一下，想說聲音好好聽喔，結果人長這樣，呵呵。 A04：因為心裡會想說聲音很有磁性，想說是不是長的很帥之類的，可能會好奇想看一下。
你感覺常常幻滅，呵呵。	A05：就聽就好，呵呵。 A03：我是沒有看，但是像剛剛說的，我會想說看了會不會幻滅。
但是也許你很期待。	A03：對。 A07：然後你就會加入他的粉絲團，呵呵。 A02：應該說我沒有看過廣播的直播，但是我看過韓貨女生買衣服的直播。
網紅的直播?	A02：也不是，就他們可能有衣服上架，他會告訴你，比如說晚上八點他要直播，他會穿哪幾件衣服，這會吸引我，因為我沒有空去買衣服，這是一個買商品的方式，我會看說原來可以，這會吸引我。
你有從上面買過嗎?	A02：我有買過。
所以他會吸引你，只要你有興趣的?	A02：是。
他的確會帶有一部份，在廣播以外的部分來說，比如說教你穿衣服的哲學，現場教你怎麼穿衣服，專家教你怎麼穿衣服。	A02：是。
對談之餘，他就會當場示範給你看，教你穿搭的哲學，你看這些女生都點頭，呵呵。	A07：應該是販售商品而已吧? A02：他有包裝，你會覺得說很賞心悅目，我們女生會希望自己更好，即便今天不買沒有關係，但是我們也努力學到另外一個搭配的哲學。
只是你有進一步興趣的話，上面就會有，可以上去買，直播不是傻傻的兩個人在那邊講，他可以透過一些示範教學或者互動方式，像是跟你說高分子料理多好吃你也看不到，要現場給你看一下，煮菜的教學節目有沒有興趣?至少	A07：恩恩

知道他煮起來是什麼樣子，怎樣用出高分子。	
你呢?	A01：通常看 YOUTUBE，有的會用廣播的方式來做直播，像禮拜四的 XX(31”33)，他就會講一些事情播音樂。
那是自媒體，所謂的網紅，他是自己做自己經營的，電台比較不一樣，但是電台也會慢慢走向主持人這樣的方向進行。XX(31”50)，他就是靠廣大的鄉民，他沒有做任何競選廣告，就是靠廣大的鄉民投票給他的。	A01：我今天早上聽他有一萬多票。 A05：這麼厲害。 A09：而且他算新生代，他四十歲第一次參選。
你看現在網紅的力量，現在的自媒體越來越多，某種程度來說，你們會跟 DJ 會跟主持人。	A07：像剛才講說，因為我知道節目的 DJ，他也有提到節目一定要有廣告，因為這是公司的收益來源，但是我知道的那個 DJ，他自己塑造出自己的品牌，可能就這樣子，我知道他有代言，他就在節目上講，那是算他個人嗎?
要看他跟電台的簽約。	A07：因為他有講，這樣聽就不知道，他有講說代言人是他，利用公司的平台做自己的事情。
要看廣播電台跟他怎麼簽約，有的是簽約的有的是兼職的，簽約的他可能在很多廣播電台都有，在這個節目也有，但是別台也有，只是節目名稱有時候會不一樣，但是其實是同一個人，有的連名稱都沒有換，電台可以接受，因為電台只有付他的主持費用而已，有的是專屬簽約的人，有的甚至進一步是編制內，就看電台規模不一樣，所以現在廣播會經營電台、節目跟主持人，不同層次的經營，所以就看他怎麼樣去做。但是現在直播也越來越明顯運用，因為發現 YOUTUBE 很多，廣播只有聽到聲音，會受侷限，他就加入直播的功能，現在都走網路，你開影像跟開聲音不會差太遠，流量不會影響太多，現在資訊流量很大很快。如果是那種可以增長知識或者做教學或者示範性直播你就不會排斥?	大家：是
你還有加入實質的，呵呵。	A02：他就是一個網路購買平台，還有一個頻道，我就會看這樣子。 A01：有的網紅賣口紅的，他只要一講 OH MY GOD 口紅就馬上賣掉，呵呵。
因為我不是女生就沒有注意這麼多，呵呵。但是你會發現現在已經越來越多，隨網路化越來	A05：你說的是重播嗎?

<p>越多，再來線上隨選，以往是他播什麼你聽什麼，進去不能選節目，或者進一步選你喜歡的類型或者你關心的題材，現在慢慢隨數位匯流他都可以做到，你現在只要進到官網隨時都可以聽，不一定只有現在的節目，以前播的也可以選阿。</p>	
<p>當然你講的是某種程度上的重播概念，但是你可以打破他的播出時間，這叫做隨選節目的概念，有使用過嗎？</p>	<p>A01：有，因為有時候上面會有附他的曲目表。</p>
<p>所以在預約節目裡面會有單曲的概念？</p>	<p>A01：對。 A02：有用過，就很棒，可能你對某個節目有興趣的時候，但是剛好那時間點你聽不到，比如說他跟某個人專訪你聽不到，如果有這樣的服務我覺得很好，在別的時段我也可以收聽。</p>
<p>你也可以點選來聽，而且不受限於全部聽完，你可以選單曲哪一段。</p>	<p>A02：對，我記得好像可以快轉。</p>
<p>對啊，他就像播放電影，你可以快轉到你要聽的那段。其他人用過嗎？</p>	<p>A07：今天聽到。 A08：我聽到的不是官方的，而是熱心的民眾把他錄下來，放在 YOUTUBE 上讓大家收聽。</p>
<p>那是擷取一段的，現在很多官網已經在建置這個功能。</p>	<p>A07：對。</p>
<p>因為集合式的你只能選頻道，但是你沒辦法說隨選哪一個節目，這就是關根集合式的差異，官網可以儲存很多可以選，你不但可以選還可以做搜尋的動作，現在慢慢會有發展資料庫的概念，像是 DATABASE，你可以打關鍵字，假設我對哪一段，可能我對藍調歌曲有興趣你就打上去，會全部出來讓你選，像是節目隨選的功能，這個現在網路世界可以做到，這樣你們會有興趣嗎？</p>	<p>A07：有。</p>
<p>但是現在還是屬於免付費的狀態，慢慢會開發成不同會員的等級，可能 MARKETING MODEL 裡面會去做，有一些會有普通會員可以選，但是你選的會有點限制。各位有加入 ET TODAY 或者 UTN 的會員嗎？</p>	<p>A07：現在好像都要加入。</p>
<p>蘋果也是，他本來不用錢但是現在要錢你才可以看到一些內容，如果你是付費越高級的，每天就會有相關的服務送給你，他慢慢會有這樣</p>	<p>A06：搖頭。 A07：搖頭，中華贈送。</p>

的概念出來。就像 MOD 一樣，家裡有用嗎?	
MOD 就是這樣，你要看最新的電影就要付費，這是隨選的概念，但是如果是你有興趣的題材或者話題，你就會有興趣對不對?	A09：恩。
比起集合式的這種，你現在知道可以這樣選你會進去用嗎?	A04：會，因為會聽得就那些。 A08：就可以自己挑。
你就會去挑他的節目，不一定說只有受到他播出時間的限制?	A07：點頭。
另外一個議題就是說，現在很多新的通路平台，有的從網路或者社群推過來，你的 FB 或者 LINE 也會推播，有的透過微信或者智慧音箱，越來越多元，對各位會形成干擾嗎?	A07：只要他不是手機的 APP 應該干擾不太到，手機才可能比較會，畢竟現在人手不離機就會看到。
你為什麼手機會下載到爆?	A05：因為我容量不夠阿，而且假日比較少聽。
表示你下載很多東西嗎?	A05：因為我容量本來就很小了，就把不常用的移除掉。
所以你不是吃到飽?	A05：對。
就會受到限制?	A05：對，因為我的上網容量很少，我要聽的話就想說算了，把它移除掉，我的手機容量也不夠，如果坐車就聽別人車上的就好了。
因為現在行銷越來越多元，而且比較年輕的世代用手機越來越多，不管聽不聽廣播都是這樣的概念。以後使用的方式會越來越普及，我剛說的直播或者節目隨選，更多的串流在一起的網紅自媒體也會越來越多，這是新一代的趨勢，但是廣播會想說他怎樣可以吸引你聽?	A07：我有興趣的就會，所以才會回到自選的部分。
比如說你會喜歡喜歡某一些音樂但是不一定會在廣播聽阿。	A06：如果說怎樣會更增加我聽得話，我覺得因為以現在 YOUTUBE 崛起後，我覺得可以跟 YOUTUBE 合作，他會有一定的粉絲量，如果 YOUTUBE 可以跟 DJ 做合作的話，我覺得是一個不錯的點，可以吸引人家去看
檔案：VTS_01_3	
所以 YOUTUBE 加上 DJ，也是走向特定人的概念?	A06：恩。
還有嗎?	A01：有些是大數據，有時候我們手機會習慣性點開，臉書上全部都會類似那個類型的。
是阿，現在凡走過必留下痕跡，後臺都會留下痕跡，一種是系統業者的後台，一種是看他開放的權限到哪裡，假設你用 GOOGLE，大家	A01：那網路公司可以利用他這樣得到的數據，去設計節目。

<p>應該都有用，你們所有人都有被搜尋。現在假設 NEWS 98 跟 GOOGLE 合作，透過 GOOGLE 平台可以播，接下來就會跟他談說，我有多少後台管理的權限，如果沒有的話就是 GOOGLE 定期告訴你，你的會員有多少，你的瀏覽者點閱的資料有什麼，但是如果我有進一步的後台權限，我就可以針對某個節目某個主持人，在哪個梗裡面，大家進來瀏覽點閱的行為，有沒有做什麼動作，跟他的我們講說 PROFILE，輪廓結構做結合，我就會知道我的使用者是誰，在什麼地方會做出回應，現在大數據就是在做這個，我們也在學這個，大家都可以掌握的到。</p>	
<p>對，另外就是說會增加你的誘因。舉例我現在覺得二號對服飾穿著有興趣，對音樂演出有興趣，只要他下次進來，我就會推給他，最新韓劇裡面的服裝服飾，化妝保養品，然後你喜歡的某個藝人，他的展示或者展演，你會不會看？</p>	<p>A02：我覺得會耶，有吸引我。</p>
<p>他就可以慢慢做一些個人化的服務，這個它的影片庫裡面有，或者可以導引到那個主持人或者網紅，或者網頁或者粉絲團裡面，它可以做串聯，我現在說的是已經在進行了，只是用的多寡而已，有的廣播公司用的很快很廣，有的因為小公司他比較不能做到，每個人做的程度不一樣，但是你不會排斥？</p>	<p>A01：我不會排斥。</p>
<p>你會想說為什麼他會一直推你要的東西，而且越推越精準。</p>	<p>A01：因為你會一直 GOOGLE，他下一次就會跳出來提醒你。</p>
<p>所以廣播業者現在是，雖然你進去他的官網，但是他大數據的技巧還沒有學會，所以他還不會客製化連結後面的動作，他還不成熟，等到他後面那塊成熟起來，他就可以即時回應你的訊息，大家可以理解嗎？</p>	<p>大家：恩</p>
<p>你們都不會排斥？</p>	<p>大家：恩。 A05：有時候會覺得好可怕喔，他都知道我要什麼。</p>
<p>這很早就有了，我在美國唸書的時候常常在亞馬遜買東西，你只要買過什麼樣的書，你下次一點進去他就會告訴你同類型的誰點過，瀏覽</p>	<p>A01：博客來也有。</p>

的人同時瀏覽什麼，這類型有什麼新書，你慢慢點就會縮小範圍。	
大概二十年前我就用過了，好老，呵呵，他就可以告訴你了，那是很可怕的。信用卡行銷公司，他可以精準到我每三個月要去車子保養一次，我快要到三個月的帳單，他就會寄給我，我家一公里範圍內的保養廠，換油維修車子的折價券，他知道你會用，這是客製化，廣播也在做這一塊，只是掌握的技巧好或壞。	A07：像剛剛平台，大家聽下來不外乎就是車上、手機或者串連的方式，像今天跟大家討論，有學習到另外一個點，不管直播或者選播，都要透過官網，如果他官網沒有推好，這些也都一樣永遠推不出去，像你說的，我車上收音機就這個功能，他可以怎麼去做。
廣大的匿名者它就無法掌握，像是收音機或者開車的他就不知道，但是如果你透過 APP，尤其透過官網 APP 他一定可以掌握到，只是他現在還不太會用那塊的數據而已，他現在會進來歡迎你，呵呵，現在還有聊天機器人。	A01：我知道，之前就有了。
前幾天剛去，我不能講拉，他有點像科博館這樣子，他現在推的是，你是他的會員，你的資料輸入進去，他可以知道高偉你好，因為他從臉部辨識認出你，你從去年九月十號來看了什麼展，今年有什麼展你要不要去看一下，可以跟你對話，現在 AI 科技越來越先進，你就會跟著機器人走。	A06：會問他有什麼推薦的。
但是科技的進步上會增加聽眾的管道跟服務，就會慢慢做到越來越客製化，各位聽起來都沒有排斥，雖然你覺得可怕，但是你會用？	A04：算是方便，因為你會找的就是那些。
方便省時可以得到進一步的資訊，針對個人需要，所以很期待可以嘗試看看，這樣會增加對廣播的黏著度。	大家：恩。
我會這樣問是因為我要透過你們的答案去訪問業者，他其實是一個 MARKETING 的 MODEL，BUSINESS MODEL，只是他們還沒有連在一起而已，傳統業者還沒有想到這一塊。	A07：會到電台本質，這就是一個 AI 科技，大數據我都可以理解，但是像你說的，今天大家討論，這也是討論拉，我當初只是單純想聽電台抒發時間，回到這個點，商品我要買什麼，我會有自己的方向去搜尋等等，電台給我的感覺，如果他們導向這個，我就會覺得是不是失去本質，你就是以商業賺錢為最終考量，那是否會是當初的。
商業電台都會有阿，你有聽過中廣嚴選嗎？	A07：沒有，呵呵。 A08：他們自己官網推的東西啊。
好物市集，你有去逛過嗎？	A04：聽過而已。 A01：有去點。

買過嗎?	A01：沒有。
你為什麼會上去看?	A01：就剛好看到。
他一定有引起你興趣的，你是在廣播聽到的嗎?	A01：在網路上先看到，連過去的時候他就有類似的東西。
類似網路商城的概念，聽在廣播就是跟他做結合，可能現在中秋快到了，他就會說中秋有柚子或應景商品，大開蟹阿，他廣播裡面就會告訴你有中廣嚴選，有興趣就到好物市集去選，某種程度上他算是聽眾服務阿。你有上去看過嗎?	A08：完全沒有，應該是因為他的行銷方式太偏向長輩的方式，像中廣好物市集賣的是傳統收音機或者賣米，比較不是我們這個世代會去看的，我今天購物網站會有我習慣的 YAHOO 或者 PC HOME，你的東西絕對不會比那邊的網站東西多。
年輕世代還沒有開發出新的，你會覺得偏長輩?	A08：對。
有加廣播業者，連電視都可以賣，不要小看他，一年可以賣好幾百台，還有賣車。	A05：車子有賣出去嗎?
有，還有一百台。	A05：一年嗎?
對。	A04：聽一聽就買車喔。
你很難想像喔，但是他的對象不是你，大家就是會買，他就是透過網路商城的概念，可以導引你，他會有專人幫你，你有興趣就會有人幫你服務，像是你婆婆那種，他不會只有聽廣播就買，他會是起了一個點，後面有一連串導引活動跟服務，一對一的服務，完全不用擔心。類似這樣是商城的做法，所以你也是一樣，只要你對某個東西有興趣，他後面就會接手。	A02：他可以留言回復。
如果後面有進一步資訊，他也會直接跟你聯繫。	A02：那好像沒有耶。
因為那都是透過現在而已，沒有電話接觸?	A02：還沒有。
因為可能還有點戒心，但是慢慢會有阿，廣播裡面的經營也會慢慢出現這一塊，他沒有干預節目本身，只是提供你很多額外的訊息跟服務阿。你剛說的是你不感興趣的商品，如果你感興趣可能會進去看。	A08：就會點進去，對。
如果他介紹高分子呢?	A06：不會啊，像有的電台的東西我會覺得干擾，我就都不感興趣阿，像你說的 3C 產品能賣，對我來說不一定選擇。
對拉，每個人接受的範圍不一樣，就看他怎麼賣，對電台來說尤其商業電台，慢慢會形成他的財源。大家在廣播使用上還有什麼經驗跟想	A05：我會聽的就那幾個阿，大概聽音樂而已，沒有什麼想法，音樂性很多台阿，如果新增的話也聽不完。

法?你會希望它增加哪一類型的節目或者電台嗎?	A09：知識吧，比如說一些歷史什麼的，有的人不喜歡音樂或者政論節目，這是另外一個市場，有人會看 DISCOVERY 地理頻道，可以轉換成廣播這樣聽會多一個客群。
你會有興趣聽張大千說書嗎?	A09：我是不會。
知道這節目嗎?	A05：他是念故事書給大家聽嗎? A09：我想應該會有一群人有興趣這樣的節目。一；我聽過一個老師它有放 YOUTUBE 上。
廣播也有，張曼娟也有講，以前我們比較知道的像是司馬中原講鬼，你是喜歡他講歷史。	A09：應該有一群人會喜歡講這種。
還有你覺得現在廣播無法滿足你的嗎?	A02：好比說童書，零到三或者他要設定年紀，或者他可以介紹奇幻科學，他可以介紹這一期，比如說這個月初好多新書，都是針對奇幻的，我覺得這樣的主題很棒，我可以很快知道有什麼書，我也不用再去點選，我也不用去誠品點選內容，我很快可以知道我感興趣的，可以去圖書館借或者我就可以直接購買，但是張大千的我不知道是不是很老派。
我只是舉例。	A02：可以說書活潑一點的我會感興趣，我也有聽過旅遊節目說去哪裡旅遊，但是我腦中有出現畫面的感覺，那也會引起我的興趣。
你有小孩嗎?	A02：我有一個小孩。
舉例有床邊說故事?	A02：我會感興趣，他可能每天給你不一樣的故事書我會覺得那很棒。
不是只有朗讀，他就是有說故事的概念?	A02：對，我覺得那我會很感興趣。
聽起來我們家小朋友年齡差不多，我很晚才有小朋友，有段時間我會在車上放兒童廣播劇，小朋友都喜歡，很早就會學。	A01：台北愛樂九點有床邊故事，假日早上會有兒童節目，故事跟音樂。
巧虎也是這樣推，他不是廣播但是一片 CD 或者 DVD 版，你訂閱他就每個月給你。所以你會希望他多一些類似主題性，包含親子或者主題單元的介紹。	A02：對，學齡前的孩子也是一個觀眾群，媽媽也可以聽，闔家可以欣賞。
教育廣播電台也有那個方向，我剛談完而已。還有其他建議嗎?	A01：有些廣告的語氣很 HIGH 很激動，放在深夜會嚇到。
可以舉例嗎?	A01：我那時候聽 XX 廣播(19'42)，之前還沒有廣告，這幾年發現他們越來越多賣房子廣告。
他們成長很快。	A01：有的主持人就會化身成為賣房子的聲音，講的很激動，可是有時候你半夜聽，我有習慣半

	夜聽廣播。
他應該是重播的。	A01：對，但是明明很安靜但是冒出一個很激動的聲音會被嚇到。
等於重播節目要注意到他相關的屬性啦。	A01：對。
還有什麼建議？	A07：我前陣子看過一個，我換手機的時候，聽大家下來，大家會透過集合式 APP 的部分，以前的手機收音機是內建的，現在的中高階手機或者旗艦機已經把這功能給移除掉，這只是我那時候在看，回到我的原始點，我的網路不是吃到飽，我的手機也是旗艦機，所以我沒有這個我要額外去安裝，那時候我選的手機，我不知道為什麼歐美國家，他寫道好像也把 FM 收音機拿掉，但是發生重大災難的時候他會強調使用，所以我知道歐美他說好像這東西之後要強行安裝回去。
所以手機強制安裝收音系統是否成為一個法令規定的必要選項？	A07：這只是我好奇。
做為緊急廣播用。	A07：那緊急廣播又會回到一個點，既然電台很多，當真正發生災難之時，他是不是有專門對應可以用，就算有收音機可以聽，他也是一般節目，幫助不了，我也會好奇這新聞，那時候我看，我只會好奇為什麼歐美強制要裝，有什麼對應的方式。
這可以瞭解看看，現在官方的不多，但是像警廣、教育廣播電台、央廣是，有一些將來提供重大緊急事故的時候，現在越來越少收音機，如果斷訊，手機可以成為對外聯絡外，他可以成為訊息提供的部分。	A07：對，不過我開車有時候去宜蘭雪隧，你進去隧道會統一蓋頻，在車上就可以聽到，這只是單純那時候好奇，如果 APP 要上網，不是官網的話，APP 只是一個串流集合，當然我知道手機，這是業者有他的考量，機身移除不必要跟使用率，這是他的考量，我只是好奇那時候選手機有看到歐美這個有感興趣。
今天座談會到這邊，謝謝。	

場次 2：電台業者座談會

編號	單位
B01	綠色和平廣播電台
B02	ICRT
B03	全國廣播電台
B04	天南電台
B05	復興廣播電台
B06	飛碟電台
B07	警察廣播電台

主持人	受訪者
<p>主：大家好，歡迎大家今天參加我們座談會。首先我介紹我自己，我叫徐振興，我在文化大學新聞系任教。座談會是承接 NCC 委託的全國民眾收聽廣播行為的研究的一部份。NCC 大概每隔三年左右會委託研究單位來做這樣的廣播收聽行為跟產業的調查。我們今年二零一九年也承接這個研究計畫，這個研究計畫的前半段完成了聽眾的收聽行為電話調查的部分，正在處理結果。在過去的兩個月裡，針對大中小功率、公營和民營的電台，來進行經營者深度訪談的部分，瞭解經營者對整個廣播產業的看法，還有經營方向理念。還有因應數位匯流，到底廣播產業到底何去何從。和各位報告一下，雖然調查結果還沒有出來，但是有一些結果了。第一個就是在廣播收聽的聽眾年齡往上調了十歲，那年輕世代它不是不聽廣播，他不再用廣播的載具去聽廣播，而是收聽影音形的內容，這內容是用網路行動載具去收聽，所以往下退到二十五歲以下的時代，尤其是十來歲世代，已經不太熟悉廣播的概念，他聽的就是所謂的 youtube 或是其他載具平台的方式。過去我們觀察瞭解也發現，大家對這塊因應方式也不太一樣，有的電台比較著重在經營所謂的中老年的聽友。所以我們就是透過這樣的方式進行，目前瞭解聽眾的收聽行為已經走向多元載具的概念，所以對新世代來說他競爭的可能不</p>	<p>B05：其實我們復興廣播電台算公營電台的小眾電台，目前頻率大多以 AM 為主，然後北中南。我想公營電台和民營電台的存續和行銷，可能民營電台裡面會需要努力一點才能。公營電台除了考量到他自己的形象還有本身任務之外，還有預算。當然以廣播電台經營下去還是有個努力方向，只是說復興電台在這方便做的可能就沒有像其他公營電台或民營電台的那麼用心和努力。其實我們也是有在想說，但考量到設備、預算等，也想說在網路的部分，我看到很多公營或民營電台他有結合網路直播或是臉書的粉絲團，諸如此類等等的，那我們也在跨入這領域，也在努力當中，大概簡單是這樣。</p>

<p>是收聽的節目是哪一部份，其實在所有的平台上和所有的競爭者競爭。剛剛說到有些電台經營還是著重在原有的忠實聽友的部分，所以它意識到有些新科技變化，那他在做調整是比較緩慢往這個部分在嘗試與進行。但有些電台可能目標對象的聽友是比較年輕的，可是他也著重在這塊。所以在網路上或直播相關的部分，他其實策略走得很快，而且開始在發展一些商業模式。接下來請各位在這部分做相關的討論。我先介紹一下大家，首先在我左手邊是綠色和平電台的高主任，接著是 ICRT 的楊副理，然後是全國廣播，接著是天南廣播節目部的楊主任，接著有兩位警廣的朋友，然後是飛碟電台的楊先生，然後復興廣播電台是節目科劉先生。那我們進行迪一部分，對廣播電台來說不管是模式經營或節目安排，其實都牽涉到對聽友的掌握跟瞭解，尤其是在做節目規畫這塊。那對電台來講怎麼樣去安排那個節目，這節目裡頭在比較新的科技時代裡頭含有互動、經營跟民族很重要。不知道你們在節目安排或聽友瞭解這塊大概是怎麼樣來進行的。那我們先從復興開始和我們說一說。</p>	
<p>主：那復興有塊他不是在台灣市場，是什麼樣子？</p>	<p>B05：我們的短播，那我們的短播和央廣又有點不一樣。我們的短播，基本短播的存續可能有另外的用途，只是說在目前的憑證權轉換的上面，那我們的短播、我們的節目就維持一定的能量。當然我們也有在國際短播上做短播聽友的回饋跟互動，大概簡單是這樣子。</p>
<p>主：也有過網路這塊？</p>	<p>B05：我們都有像公營電台一樣，上架到 HI CHANNEL 上面。因為最主要就是在提供聽眾收聽品質上，還有收聽人習慣上的轉變，我們也有做這樣的服務。</p>
<p>主：那怎麼知道聽友的回饋？</p>	<p>B05：一樣透過電台的臉書活動，還有可能我們會比較挑戰一點，就是聽眾的電話互動，可能有一些固定的收聽群或怎麼樣，他對某段節目有意見或建議，就直接打電話到節目科來，做意見反映。甚至說有的主持人匯流自己的電話，就是做直接式的互動，然後信件啊，電子</p>

	郵件或臉書的留言，諸如此類。
主：那復興還是著重在關心兩岸議題嗎？	B05：我們自許啦，就我們給自己的期許是做一個兩岸資訊的專業電台。最主要也是我們是公營電台，本身也有一直任務賦予之類的。
主：所以聽友部分應該有一大塊從對岸過來？	B05：坦白說不管說兩岸的聽眾或台灣自己的聽眾上面，我們聽眾族群可能比普遍做的電話量化結果可能要再高一點點。
主：所有些可能沒有辦法在這裡面反應出來，但你們自己本身應該可以反應出來，有些部分不只是台灣地區的聽友。在飛碟部分，你們怎麼去瞭解聽友和做聽友經營？	B06：其實我們家飛碟聯播網，其實我們算台灣的電台聯播網在執行。主要是台北主播，那我們聽眾其實分成兩個區塊，一個就是政治評論，就是早餐午餐晚餐的部分，這個年齡層大概會落在三十九歲到六十九歲之間。
主：你怎麼知道？	B06：這個是根據尼爾森的調查。然後我們另外一個群眾就是上班族群和學生族群的部分，這個比重會落在早上九點到晚上九點這區塊。除了早餐午餐晚餐的收聽群眾年紀比較高一點，其他收聽群眾就落在上班族群和學生族群。
主：所以你看族群這樣的觀念去做，所以中間這塊就是給一般上班和學生族群，分別在早中晚，尤其是在下午的部分，看起來都是針對關心時事議題的安排為主。	B06：所以我們主要在分眾的部分，還是考量到因為我們是民營電台所以我們會有廣告營收的部分，主要的部分會落在價錢的分析上，其實我們也會把三餐的部分畫出來，就是那售價會高一些。所以我們在掌握群眾分眾時，就是還是會和我們廣告營收有結合。
主：那你怎麼經營聽友這塊？	B06：其實和復興差不多，我們現階段和聽眾的互動還是以 CALL IN 為主，然後我們有線上直播，就是我們早餐午餐有同步臉書跟 YOUTUBE 直播，其實就和聽眾上的留言然後分享。當然現階段可能有另外一個群眾的互動是 DONATE，就是在 YOUTUBE 上面 DONATE 的部分，這個也是。
主：那怎麼用，你可以分享一下？	B06：其實現在階段是 YOUTUBE 流量的部分，流量到多少才會有多少分紅，這部分還算可以。
主：已經有流量了，那有嘗試透過後臺管理的機制給你們一些 PROFILE 嗎？	B06：還是有，我們這塊族群主要來自於海外，就是台灣以外的地方。分眾的族群大概以大陸為主，美加甚至其他地區聽眾還是有，但是台灣以外聽眾是主要的收支來源。
主：所以它突破台灣區域上的限制，幾乎都在網路上？	B06：目前是這樣。然後我們家也有自己的官方 APP，這也是打破了區域限制，其實我們發現，

	來自於海外聽眾還是有佔一定比例。
主：所以這個都是以關心時事議題為主的聽友嗎？	B06：也有一些是追星族。
主：那是怎麼樣的追星？	B06：我們家除了三餐以外，主要還是以歌手專訪為主。有些聽眾會來自於喜歡個歌手，然後他來聽這個節目，這個一定會有，鎖定歌手的部分。就是如果他喜歡的歌手，他就會利用各種收聽方式收聽到這個節目。
主：所以這個收聽是網路，然後大致上是搭配直播的概念。所以這個就會掌握的得到？	B06：我們會有節目預告，會 PO 在臉書上面，他們就會透過分享轉達到各個粉絲團。
主：那警廣的性質不太一樣。	B07：那我就從三個重點來談，第一個談警廣的節目經營，第二個節目經營，第三個講數位匯流。第一個在警廣的節目經營上面大家都知道我們以資安交通為主，所以交通是大家最熟悉，打開警廣都會聽況。事實上路況只是我們重複性的工作，我們在節目上這區塊做很大了經營。我們有九個頻道，北中南都有。在節目的經營這區塊，我們除了路況以外，在異業、資安還有很多大家比較沒聽過的比如監獄、司法這區塊，還有一些藝文，歌手專訪，幾乎可以做到的全部都做到了，在這九個頻道裡面。所以我們的節目很多，主要原因是因為我們或許和有些民營電台它的屬性定位比較明確，可能它是屬於音樂電台或是什麼，我們會比較空泛一點。所以我們的聽友群很難去掌握說是哪一個區塊比較多。所以回歸到重點就是我們的聽友在哪裡，我們聽友會大家不一樣，或許各位是在某個時段某個主持人聽眾特別多，那我們剛好是哪個時段的路況是最需要時候人最多。所以原則上如果以一天來說大概就是上班跟下班，如果是年度來說的話，就是過年春節還有一些連續假期，那個收聽率只要去做常常是飆很高的。所以聽友顯然對我們節目的屬性不是在於主持人的個人特色，而是在於交通原因，這是我們對聽眾的分析。那我們聽眾大概和飛碟一樣，都是屬於比較偏年長的。這些年長的大概就是三十歲、三十五歲以上到五十幾歲，那這些調查哪裡來，我們警政署本身每

年會做資安滿意度調查，這個區塊裡面有個題目就是主要針對警廣的收聽，所以我們是最全國性的普查。那我們也發現，全國性普查人數推估，和臉書上的經營是相反的。我們臉書其實也是因應時代潮流做一些臉書，或者 YOUTUBE，包括 IG。那這些人數並沒有很高，但在一些其他的傳統調查理面它又很高，所以顯然說在這個地方我們會思考到一個問題就是說，究竟，看臉書的聽眾和看廣播的聽眾是不是會互相對流？其實它不是劃等號的，看你臉書的不代表會收聽你的節目，收聽節目也不代表會看你臉書。所以一直在強調數位匯流對於廣播的收聽究竟能有多大的影響力，我覺得它只是開拓客源的方向，不代表是必然的方面，這是我們目前看到。其實我們在聽友經營上，我們還是由一部份延續過去的傳統，因為我的聽友比較年長，所以我們會辦的活動比如說音樂會，這些可能比較傳統收聽的聽友會過來，這是第一個。第二個我們會做一些關懷弱勢的活動，再來還有就是每個月九個單位一定會做捐血活動。這是固定的，一定會去做這些事來鞏固我們這些比較傳統的聽友群。那新生代的聽友群要怎麼做，我們也是一直在思考。我們大概做的方向大家都有手機，所以這些孩子我們在這區塊大概做的就是剛剛說臉書、YOUTUBE、IG，這區塊是我們在做，但是在事實上除了這個以外，它的點閱率，其實看了之後有沒有真正 CATCH 到那些年輕人，其實也沒有。我們曾經也在這區塊，就是說又回歸到節目這區塊思考，要怎麼去加強。第一個，我們的歌曲盡可能年輕化，以前景廣播的歌可能就是夜上海之類的，現在已經走到很前端了。再來就說，我們會把現在獨立歌手幾乎可以專訪都做了。再來就是，希望我們音樂區塊不是只有在年輕，我們也做了比較本土化的音樂，最近我們也和灣聲樂團做一個台灣音樂古典化、古典音樂台灣化類似這樣，我們盡可能去思考這區塊，除了鞏固既有比較年長，新的區塊我

<p>主：它有沒有可能是一個狀況，剛你提到它有的時候搞不好不見得全完是 CONTENT 的部分，而是整個平台之間流動的議題，你可能這是針對它比較年輕的歌曲或者是相關部分，但對社群這塊，它獲取的資訊或者是理解的狀況，所以它不會連結到你那邊去，但它對這議題有興趣時，它會在原來網路社群平台上做搜尋或音樂收聽。所以它不見得會是可靠的概念。然後收聽行為在做調查的時候發現，大家可能認識這節目，但是不見得認識警廣。因為目前在網路平台上面，我們說四個叫輕薄短小的概念，民眾的心態也不是那麼在意，他對這個歌手就聽這個歌手抓這段就好，會有這樣的特性。</p>	<p>們還在持續努力。</p> <p>B07：因為我個人覺得，如果要在臉書上或是透過這些數據瞭解這些聽眾特性有多少，這數量一定要大到像問卷調查一樣，可能要到多少樣本以上，才會是比較穩定。所以如果說我們可能幾個幾萬幾千個，事實上在數據的參考上，還有很大的空間。像我們高雄市警察局它做的和我們差不多，後來是全國，但有些片子上去是幾百萬人點閱，就是要專門將警察值勤放上，後來就做一個控制所以讓你們下班看警匪追逐片。所以它已經經營到就是現在我們說的粉絲集團幾乎沒有辦法，很少遇到，後面再怎麼學習，再怎麼模仿，包括署長室再怎麼做事實上很難超它，因為題材能夠取得就不一樣。我的意思就是說，我們在這做這區塊也一直不斷在思考該怎麼做。</p>
<p>主：謝謝。</p>	<p>B04：主持人好，大家好。我是天南廣播，我們是 AM 電台，是民營電台，經營上面當然要自給自足。那我們節目型態上面就是內外製，大概在內製部分會走比較公益，外製的話，基本上它們也有經營的考量，所以做商業的部分比較多。</p>
<p>主：你們比重分配的部分？</p>	<p>B04：目前大概四十六十，內製四十，外製六十，大概這樣。可是因為整個廣播環境來說，甚至 AM 環境還說經營很困難。所以其實很多外製作的節目它以前來說比較會是長期經營，但是像我們電台的節目大概也有三四十年很多，但是有一些比較短時間進來的節目就是來來去去，比較頻繁。所以這個我們是希望能夠維持在這樣的比例，可是以後的發展其實有點困難。那我們的聽眾基本是以工商，比如說職場或者是勞工，還有家庭主婦。我們曾經透過商業做精選活動，或者是辦一些餐會，或者是旅遊，然後和聽眾比較有近距離的接觸。我剛剛有說其實 AM 電台的聽眾他們，蠻死忠。也因為可能是常期收聽的關係，所以他們推薦函支持度也蠻高的。那我們大概在兩三年，因為聽眾一直反應在台北 AM 電台受到環境干擾很嚴重，收</p>

	聽狀況越來越不好，所以那時候我們就開始有線上收聽。當然年齡高一點的聽眾他們對線上收聽的接受度不是很高，儘管說他的收訊不好，那我們建議他，他還是不是很習慣用手機聽。所以線上收聽到現在來說並沒有很明顯的程度功效，大概都是十幾二十人在聽而已。
主：這塊算是對小功率電台來說的確蠻辛苦的，但有時候花不少成本，然後協助技術上的克服。可是老實說，經營之下就知道，會是最大的挑戰。	B04：所以他們基本上大概還是常常反應收訊不好。那我們現在也嘗試就是說，請他們帶著手機到電台，我們幫他做設定。
主：是聽友經營做到這塊？	B04：對。
主：尤其是一些比較年長的。那應該也有一大塊可能透過和主持人的互動，用 CALL-IN 方式來做經營？	B04：對。在外製作的節目來說，CALL-IN 比較多。那我們內製作比例沒有那麼高，還是有人在做。那我們有一個節目他是直接開直播，感覺上反應蠻不錯的。可是事實上，感覺上收看他的直播的和他收聽廣播的比例還是沒有那麼高。儘管說，收看他的直播的觀眾不多，但事實上，就我們瞭解他們基本上收聽收音機的也不多，所以他好像感覺是變成兩塊在經營。
主：他們怎麼知道直播的訊息？或句話說你的訊息怎麼傳遞的？	B04：因為它原來就是從廣播節目去宣導，然後因為有些聽眾他們會加 LINE，就會大家互相傳，慢慢越來越多，就去看他的直播。
主：那我可以問一下，這個開直播的主持人他是屬於哪一個年齡層？	B04：七十三歲，他的節目也做了四十三年。
主：他是全部都開直播嗎？還是有些特定的節目才開始播？	B04：他的節目就開始播。
主：所以他是全程 ON？	B04：對，因為他的節目在我們電台是做現場，所以他的節目就是開直播。
主：是什麼樣的性質？	B04：基本上就是聊天，多方音樂，但是它自己本身主持人的魅力還蠻足的，所以他累積了很多聽眾。
主：OK，這蠻有趣的，看起來像是比較少數年長直播主的概念，謝謝。那我們全國？	B03：大家早，我想我最害怕的事情就是和聽眾朋友一直成長，哈哈。講到怎麼樣去經營臉書，我們都覺得要用廣播去推有點，它們就是兩個不一樣的感覺。我舉我們自己台內的例子，我有員工，員工你叫他去開直播、去經營臉書，那是完全不符合的事情，不需要。我有天氣小

	<p>編，他有八十萬人次，我沒有必要再去廣播裡面再去幫宣傳。所以我覺得對我來說它會是比較是分開的。我在看收聽率的時候，我們也看流量。開始有網路的時候，我們也在流量上面可能牽扯到一些商業模式，業配或客戶端的成效。所以我覺得有時候要是分開的，它不是要馬上拿起來一起做比較。之前我找空姐來做節目，那它就不太有可能 CALL IN，因為是預錄的，他會飛來飛去，經營 FACEBOOK 對他可能相對比較重要，它可以從上面流量導成它的節目粉絲，可是有些主持人就覺得不太好。那我早上第一次節目它講這個詞，我們也是開 YOUTUBE，就像剛剛飛碟說的，效果都蠻好的，也是讓主持人有另外一個平台去做。二十九到六十九，因為其實本來大家的平均壽命就是延長，有聽眾年齡層的變化，不見得只是變老。那我們在台中，其實大部分的時候去年 NCC 有做調查，就是手機、行動載具做這些收聽的狀況，其實也和跟我們做的差不多。</p>
<p>主：那我好奇，在概念上有沒有考慮走兩軌？就是說我在傳統載具上是這樣的結果，可是我在網路世界裡可以玩不一樣，有沒有這可能說我從網路節目走的是完全不同，不一定要在載具裡面播？</p>	<p>B03：所以我們有一些節目，它是另外找時間開直播，它不是在現場開直播。因為現場開直播會有太多斷訊，有開車的聽眾打電話進來罵我，我們又不看直播，你和我說斷訊要幹嘛。所以其實把它分開，有些節目的確是節目時候開直播，可是我大部分另外找時間開直播。</p>
<p>主：但這一塊某種程度上來說受到法律的限制比較少？</p>	<p>B03：之前更少。</p>
<p>主：對，所以這塊看起來可以發揮的自由度可以更大一些。所以它的 BUSINESS MODEL 可能和頻譜不見得會完全一樣機制？</p>	<p>B03：可以如果講到 BUSINESS MODEL，其實平台的它們也會要有什麼的，我覺得限制不會更少。有時候我在頻道裡面，因為我本來就是以廣電法，其實我覺得反而對我來說其實是比較有保障的。網路平台其實反倒是銷售方面其實有些音樂我們都要付費，可是如果在 YOUTUBE 上面可能撥一首歌不到一分鐘就被切斷了，因為版權問題，所以其實對我來說是更不方便，所以我都避掉這些，我的節目直播會避掉東西。</p>
<p>主：所以它是不同考量？</p>	<p>B03：對，它是要有不同考量。那我講的廣播是</p>

	以廣播為主。
主：所以他們有一套不同的經營方式，雙軌的概念了，我目前這樣稱呼，那 ICRT?	B02：像我們也深切地感受到，ON AIR 的聽眾年齡的增長，我們跟全國一樣就是在臉書跟 ON AIR 是分開經營的，在 SOCIAL MEDIA 我們就多放一點目標在年輕人身上，希望能夠多一點互動。如果我們一直在預告節目，我們節目要送什麼，這樣的互動率很低，所以在 FACEBOOK、INSTAGRAM 上創造新的內容，來盡量拉攏一下年輕的族群。另一方面也是在充實自我廣播跟接合臉書直播的節目，就是還在籌劃，可能會比較像網路節目的形式，才不會影響到廣播出去的內容。
主：所以還在嘗試就對了？	B02：已經有在企劃了。
主：但還沒有正式開始就對了。那你們這樣有點像是兩軌的，這種情況之下，那這樣比較年輕的 SOCIAL MEDIA 這一塊要怎麼反應呢？	B02：對，還沒有正式開始。如果抓到時事梗的話，他們互動就會比較熱烈。
主：所以是那個議題的點。	B02：對對，所以我們的小編要很快的去抓他們興趣的點，那當然也會遇到臉書直播音樂很麻煩，所以我們也是只能走比較談話性的節目來做，或是有另外的安排這樣子。
主：對，的確我們在做經營者的訪談，因為公播的部分是走音樂搜尋器這個部分，那就是四大團體，那如果走匯流這一塊，他是另外收費的機制，而且他授權的範圍不一樣，我們以前有叫溢播，就是出去這個範圍幫你卡掉，有些部分也會這樣一個限制。	B02：因為他們現在機制管得很嚴，你甚至是台灣分公司，唱片公司也不能在臉書上播出。
主：他不只牽扯到版權問題，播出的形式跟播出的區域範圍，但你們看起來也是走這樣的一個部分再做調整。	B02：像是聯播，我們也是不停的鼓勵聽眾使用我們的 APP。
主：所以你們目前以 APP 為主，而且聽起來有一塊學生族群的概念。	B02：還是有很大一部分是，振興英文，所以我們也有很多做英文教學的部分。
主：所以某種程度上你們聽眾比較年輕？	B02：某種程度上是。

<p>主：綠色和平廣播電台呢？</p>	<p>B01：還是有很多名嘴政治傾向，我們也有一些天然好朋友，不外乎要賣一些健康食品、保健食品，也會遇到上級長官也對於罰款這部分，因為現在一點點瑕疵就會被罰款檢舉，CALL-IN 部分就是名嘴會跟民眾最後變成謾罵，由於立場不一樣，然後向我們也有在做 FACEBOOK 這一部分，但本電台年長者比較多，還有一些計程車司機，所以他們對於臉書以及社群媒體比較沒有這麼熟悉，然後我們最近也有在做網站更新，我們有些主持人會帶團去國外旅遊輕鬆做互動，像有些電台有在做 APP 這部分，我們也有想要做 APP 這方面，因為 APP 就是比較年輕化，但想要增加聽眾方面比較困難一點，畢竟夕陽了。</p>
<p>主：這個聽起來就是聽眾有固定的習慣，然後都是關心特定類型的節目，某種程度上來說，各地區其實有特別的焦點，但看起來就是說每個人因為電台法的原因，每個人經營的方式就是不太一樣，但每個人都對於自己基本的型態都掌握得不錯，都經營得不錯，就是看要不要走年輕人這一塊。聽友對於你們節目的期許或是電台的反應，你覺得那些是他們關切的點，請大家說說看。</p>	<p>B05：我們不應該第一個說，因為我們輕鬆的部分、互動的部分，聽眾可能是我們必須在乎的面向，但我們電台的製作營運上，都是受到政策的考量，復興對於我們聽眾的互動，都是聽聽眾對我們主持人的評論，因為我們講兩岸資訊，由於我們聽眾年紀比較大的關係，會有些根深蒂固的想法，過程中就是不認同哪個觀點就反駁也好，或是建議也好，那我們也是我們的節目也多樣化，我們覺得我們有個天使 DJ，找這些肢體有殘障的人士，也許同是天涯淪落人，有些聽眾會心心相惜，這是我們當初執行天使 DJ 意想不到的收穫。</p>
<p>主：所以按照主持人所談論的議題，大部分的聽友都是在這個部分作互動比較多，那飛碟呢？可能會更多。</p>	<p>B06：我們家可能跟綠色一樣，政治拚火上會有固定的旅社，當然所有的聽眾裏頭，不單一只，像我們講的也許我們主持人是深藍，但又偏好特定的政治人物，所有的人我們搭可能全然都是一樣，所以這個既受反應上可能會有比較激烈的部分，這個反應的部分就是所謂的謾罵，這個一定會有的，所以我們盡可能的請主持人要和緩一些，我們會以電台的立場告訴主持人盡量公正一些些。</p>
<p>主：那其他部分呢？早餐午餐。</p>	<p>B06：其他大部分都還好，也有一些藝文或者喜歡舞台劇的部分，喜歡藝文的人就會去鎖定收聽這個部分，那其他像是相同的生活部分，例</p>

	<p>如親子生活之類的，所以我們節目內容其實已經定調了，每天主持些什麼都是固定的，所以他會有固定的聽眾部分。</p>
<p>主：那他們不會希望電台針對製作什麼的部分給建議嗎？</p>	<p>B06：我覺得我們聽眾還好，這部分並沒有這麼明顯，就是收聽時段的問題。</p>
<p>主：警廣這邊？</p>	<p>B07：我們大概就是 CALL-IN 的部分，大概是交通的，比如說我邀請分局長參加 CALL-IN，原則上裡面如果有被開單的或者是 XX(聽不清楚：00:14:42)會特別去注意這個區塊。另外一種就是說，他可能反應哪個路段有問題，交通比較多，反應的部分可能就是我們講話太快，原則上我們主持人訓練中規中矩，在節目上講話也會比較平和一點，所以反應的部分就比較少，收到我們都會盡快解決，那第三種就是直接打電話過來，這種狀況比較嚴重一點，他可能要政治或國語全部換台語，一定要講道他滿意，但我們對於聽眾都很認識，所以也都知道提這個問題的是誰是誰，原則上我們遇到比較正常的就會照行政流程上，很快的改掉，但也有遇到比較特別的要借錢或者鬧自殺的，要警察趕快來救他。這部分就會請專人處理。</p>
<p>主：就變成社區大小事。那天南呢？</p>	<p>B04：我們這邊聽眾就是長時間收聽，然後把收聽當作一種陪伴，所以他們的反應都沒有太過，都透過 CALL-IN 點歌或者是希望主持人能多講一點養生、保健的議題，可能像是老師講的隨著年齡層慢慢提高有關，然後也發現他們想要聽到的節目是偏向輕鬆一點的，然後大家心情可以好一點的。有些主持人可能政治色彩比較明顯的，就會打電話進來不要談政治，我們生活快樂一點就好，不要管政治，可能年齡層高一點，對於自己生活快不快樂比較重視吧。</p>

<p>主：可能聚焦的點不太一樣，就是不要政治議題的。全國呢，看起來比較不一樣。</p>	<p>B03：對，我們的主持人比較直接，我所謂的直接倒不是政治立場，就是如果聽眾想要怎樣，我都跟主持人說，就維持這樣子這樣主持就好，也因為這樣也可以養出一些有品質的聽眾，但是也有一些特別的就是每天罵然後每天聽，每天罵的內容也都是不痛不癢。我講一些比較可愛的，像是送東西，我剛來的路上的計程車他也是不收錢，我的意思是有些人的確變成電台的粉絲，或是喜歡主持人，就會支持，畢竟我們是商業電台，我會花比較多時間在這部分，因為不同節目屬性會吸引到的觀眾就是不一樣，我們也做體育節目，但我們不做轉播，因為轉不贏別人，那我們就訪問郭婞淳，但這一塊就是平常廣播比較不會關注到的一塊。</p>
<p>主：那反應好嗎？</p>	<p>B03：主持人面向變多，聽眾面向也變多，對我們而言就是反應好。</p>
<p>主：那就是嘗試一些新的部分要開出來，然後反應還不錯這樣？</p>	<p>B03：是，不錯，就各種類型這樣。</p>
<p>主：那你們不見得都是 CALL-IN 的形式就對了。</p>	<p>B03：我們比較不太喜歡 CALL-IN 的形式，因為我覺得 CALL-IN 有時候在拖時間。</p>
<p>主：那節目內容就是從臉書上反應過來的？</p>	<p>B03：不只，你一定會有跟客戶或聽眾接觸的活動，因為其實那個就是一個大數據，都可以瞭解，或是到處宣傳。</p>
<p>主：你們聽眾喜歡什麼類型的活動或提供哪些類型的服務？</p>	<p>B03：我們的聽眾還蠻特別的，有些會直接過來跟我們說他們想要買什麼，那有些是我們沒有的，所以像我前面說的，反行銷是個不錯的方式。</p>
<p>主：那你們在電商這一塊有什麼感覺呢？</p>	<p>B03：電商也是大數據阿。除了設備樣貌，你才會更瞭解他們的購買習慣，還有他們的年齡層跟他們的消費額。</p>

<p>主：以全國來說電商其實發展不錯，而且經營的還不錯，目前看起來只有全國有做這一塊。三年前我去訪全國的時候，老闆好像有說過，我記得電視劇賣的都還不錯，還有汽車。但我覺得唯一缺點就是看不到。那這個是內製的部分可以做得好，那如果外景怎麼辦？這個是全國比較特別的地方，有一塊是生活或商品需求的地方，他們會跟你們做互動，也會跟消費者做反應這樣。</p>	<p>B03：對，有很多客戶會選擇廣播更勝於上電視，上廣播做宣傳對客戶而言是比較便宜的，效果也比較好，但有主持人可以彌補。我們家做的很明確，要開始介紹時候就會按一個廣告開始的鈕，我覺得要守法規則。我們幾乎都是內製，很少外景，假日才有。</p>
<p>主：ICRT？</p>	<p>B02：我們台完全不談政治，所以比較沒有這種謾罵，我們現在就是會透過 APP 給主持人一點零星的，意見回饋，但太零星了我不會太認真看他，像是有人說主持人講話很吵，但只有一個人提出，我就覺得還好。</p>
<p>主：那有沒有希望可以更多做更多進步的部分？或是其他相關的部分？</p>	<p>B02：最常接受到的就是來詢問哪個時段會有英語教學的部分。</p>
<p>主：針對節目內容的諮詢部分。</p>	<p>B02：或是有些聽眾會期望可以聽些老歌阿，比較年長一點的聽眾，比較會給建議，年輕人倒是不太會給想法。</p>
<p>主：有時候我們很好奇，你們 ICRT 在語言學習這一塊，跟語言學習的機構合作開發出來的節目，我可以這樣講嗎？那他們會搭配教材或是相關的一個部分。</p>	<p>B02：這個部分我們算在業務。</p>
<p>主：可是有一些部分，聽友應該會有好奇說，因為不是跟他們這種既成的語言學習的機構所做的，像我老婆是客家人聽到時也會跟著學，他就會問我說有沒有集合式的出租教材或是其他等等。</p>	<p>B02：有耶，客家人的部分還真的有，我們還有另外發展一套英語聽力的教材，就是我們自己在賣。</p>
<p>主：那就是沒有其他的聽友服務，這算是一個經營。</p>	<p>B02：除了這個以外，我們每年固定辦幾個活動跟聽眾見面，或是跟 DJ 一起騎腳踏車，可以跟他們多聊一點。</p>

<p>主：我只是建議，可以一起出去就是用英語導遊去做相關這樣子。那工時真的蠻長的，那是限於人力上面的限制。</p>	<p>B02：以前我們嘗試做過帶團出去出國遊學，但這個案子最近就比較沒有看到，然後我們 DJ 人手真的是太少了，他們一天要做四個小時。</p>
<p>主：那綠色這邊有沒有什麼樣的建議或者？</p>	<p>綠色：比如說聽友打電話來說，為什麼你訪問他不訪問我。</p>
<p>主：時事議題相關，顏色色彩就會很大。</p>	<p>B01：對，那主持人就要從中協調，再安排時間，親友服務就是像我們有辦國內外旅遊，或是下午茶茶會，那我們就會找一些比較知名的外籍的主持人，有些可能是歌手，就會跟他們做互動，保持之間的情誼。</p>
<p>主：那也是主持人帶出去旅遊嗎？</p>	<p>B01：對，就像今年是某個人帶，明天換某個人，然後一年大概兩三次，就會用一些台慶，做一些活動。</p>
<p>主：那雖然大家都有體會到，就是透過這樣的方式，那這對年輕的這一塊，你們怎麼看？對新鮮的這一塊，我不知道你們怎麼想，每個電台可能不一樣，但會做出一些創新或變動，連帶影響是一連串的，我們請綠色先。所以沒有在嘗試這一塊。</p>	<p>B01：我們電台在經營年輕人這一塊是比較困難的，因為年輕人都聽不懂台語，然後比較年長者才會聽懂，我們的主持人都蠻久的了，都習慣主持人的口吻或語氣，所以我們在年輕人這一塊真的還蠻難打進去的，就是比較四十以上的計程車司機。</p>
<p>主：所以中年以上的族群？</p>	<p>B01：因為大家說年輕人對政治比較有在關注，但是好像也還好而已。</p>
<p>主：目前就不是你們電台的主力目標。</p>	<p>B01：對，也沒有說放棄，但就是沒有聚焦在上。</p>
<p>主：再來 ICRT。然後再社群交友上會比較多對不對？</p>	<p>B02：就像我們早點講的，我們還是自學、流行音樂的電台，所以我們在每個小時的編排都會顧到大家，比較新的也會多播一點點，選在下午的時段會比較多，我們調查是比較多學生在聽的時候，或是晚上，會在音樂上面做調整。</p>
<p>主：在 SOCIAL MEDIA 裡面比較多？</p>	<p>B02：對，IG 跟 FB 固定的在跟聽眾做多一點互動。</p>

<p>主：但是在這些連結過來或者連過去，或是 SOCIAL MEDIA 過去？</p>	<p>B02：從 SOCIAL MEDIA 過去沒有看到很大的差別，大家都知道好像要怎麼做，但都不是很確定怎麼做真的戳到那個點，我們也都還在嘗試。</p>
<p>主：這是大家都還在思考的地方，那你們從 SOCIAL MEDIA 去經營年輕族群，這是非常明確的，但這一塊裡面你們會為了這一塊經營跟互動，特別為這一塊節目嗎？</p>	<p>B02：會啊，像我們每個主持人都會給固定的篇幅給大家知道節目以外的東西，年輕人也喜歡跟著追著劇什麼的。</p>
<p>主：那有些部分可以做到說，比說我對於這個學習的議題有興趣，主持人在節目裡頭會開搜尋的專區，或可以深入瞭解的部分，比如說我對某一個法令的議題是有興趣的，我想要更多的瞭解，那他是可以進來做互動學習跟查詢的，這是往下走的方向。</p>	<p>B02：我們還沒有這樣子的經濟。</p>
<p>主：因為我有看到企業，有用這種方式往下走，電台本身機制的方式是透過包括，主持人在做自己的經營，你就是慢慢的在導回來，所以他是不同的經營的概念。</p>	<p>B02：不是，社會旅遊是下午有一段時間，主持人會找一個新聞主播進來，其實這個時間是要教英文的，他們就是找今天比較有趣的實務或話題，然後來聊天教這個單字，教完之後，然後我們 INSTGRAM 會透漏這個單字怎麼用這樣子，回去教大家分享。</p>
<p>主：但只有這樣子，所以沒有建一個區域，可以到什麼地方，但這個相關的議題或目標，可以在這裡面有一系列的類似的可以搜尋到。</p>	<p>B02：現在我們只有新聞的部分有做到這樣的事情。新聞就是有上傳幾個新聞稿，然後挑幾個單字出來，也可以再上面再聽一次。</p>

<p>主：我為什麼會這麼說，是因為之前在做座談，聽友有在反應這一塊，我只到第一層，但我其實是對這個很有興趣的，所以這樣沒辦法做經營的互動，甚至有時候你可以 TOPIC 這個的概念時候，其實對他們來講很方便，可以進行瞭解或更深的互動，所以我才會這樣說。但當然他需要花一些部分，有些可以做得很快，或許累積一段時間可以嘗試往下走，這是傳統方式用不到，是在網路上的一個區域才能用到。</p>	<p>B02：這也是一個功夫啊！</p>
<p>主：請全國。</p>	<p>B03：吸引年輕族群，我想電台都會想一個問題，吸引年輕族群的目的是什麼？多小的年輕族群？或者是對我們有影響力的年輕族群，或是怎麼樣的年輕族群，操作上我們有做的大概是，會在那個時段，會安排年輕的主持人，我放一些年輕人的歌曲這樣，我覺得這是一個手段，就是會較相近，我覺得在場同業也都會想要經營這一塊，但我比重可能沒有這麼高這樣，因為有更多其他事情，那年輕人生活方式也不一樣了，就像剛提到的，他們使用行動載具等等，所以應該去思考更深層的問題，這樣回到第一個問題了，你如果一個網紅那就不用擔心這些問題了，你找一些主持人講年輕議題，他也講不出來，他講出來的東西是年輕人喜歡的。</p> <p>不一定，有些他本來就是想要當個 DJ。</p> <p>現在也許他跟你說，因為我跟你講的合約費用，就會有夠多的合約內容讓你沒辦法發展其他的。網紅我很少看到不是年輕人，所以我想用這一塊來做會比較快。</p>

<p>主：所以你們直接用名人或年輕人的偶像，但這樣是背景不一樣。所以反過來想，他也不想利用傳統的媒體。或許它就是個平台，也許這樣講比較快，他想要他的品牌露出，在不同的媒體，他用這個方式也壯大了他的舞台，所以變成互相合作。那你們有選擇合作的依據或者是標準嗎？因為其實網路分很多不同類型。</p>	<p>B03：對，因為我們是廣播媒體，很多網紅訪問他之後你就會傻眼，怎麼形象破滅的感覺，因為可能口頭不好。跟他們配合，因為影片有字幕，可以做一系列時事相關的東西。</p>
<p>主：除了這個之外呢？有沒有配合哪種類型你們會優先的？</p>	<p>B03：其實不一定，我覺得都有，現在網紅說話直白大家比較喜歡這樣，我們針對議題去找，我們會找小資族或者網紅來當配合代言人，壯大之後不一定他可以獨立做這類型的事情這樣子。</p>
<p>主：天南？</p>	<p>B04：現在年輕人收音機的利用對我們尤其是AM 電台非常的不利，第一個他們不用收音機聽，另外收音機要聽到 AM 還要特意做調整，所以我們要吸引到年輕族群真的是不容易，曾經我們有想用比較年輕的新進主持人去做節目，當然他們方式跟我們傳統的節目步調是不一樣的，結果沒有吸引到年輕的族群，反而老人家打電話說講話太快，不要放我們聽不懂的歌拉，所以是有困難度的，但有一個算是意外的收穫，收聽的年紀都比較長，有些是阿公阿嬤帶孫子，小孫子就跟阿公阿嬤在聽節目，所以有一些小聽眾，那有曾經打電話來，因為我們節目有做節目存檔，然後阿公阿媽就是說小孫子上課回來，會跟他們說想要聽這個節目，然後也是變成一種習慣。</p>
<p>主：所以目前有想要開一條親子線嗎？</p>	<p>B04：目前只有這個節目有這樣的紀錄拉。</p>
<p>主：警廣一直有在嘗試年輕化這一塊？</p>	<p>B07：我們啊，在年輕化這一塊我們其實有在努力，究竟年輕化要到多年輕，三十歲以下還是二十五歲以下，甚至國小階段的小朋友，但以我們電台是沒辦法做到這裏的區塊的，因為我們做很可愛的說故事的東西，我們聽眾會受不了，因為太幼稚了。所以你要在節目現場找十五到二十分鐘播這種話劇，我的聽眾是無法接受的，所以在小學生這個區塊，我們曾經有做</p>

	<p>一個點，然後收掉了，然後再來是有辦一些暑期的新聞，小小廣播這樣子，不然我們年輕族群是鎖定在中學或是大學生，那在這些區塊我究竟怎麼區分，因為我的節目是二十四小時，我的白日沒辦法做尤其是上下班時間，那我只能挑選在晚上十點到一點、一點到四點，那為什麼會設定在凌晨，因為這些人大部分在補習班打工，然後我們首先鎖定在年輕族群的開頭，那就是播放線上最流行的歌，他不要太多的政治議題，他就是要播放歌曲，那這個區塊有沒有效？有效，第二個也要求這個主持人在這個時段做一個直播，但直播遇到一個瓶頸，因為在做直播的過程，一下臨時刑事局又交代什麼議題要在節目插播，要給一個交代，例如什麼八仙塵爆，只要有事故，我說的節目通通切回那個緊急插播，所以我們在節目製作的上面有這樣的困難，所以原則上回過頭看最基本的，就是用科學的方法去抓這群，可能目前我們想開發的，那回過頭來想這個問題，我們花這麼多人力去開發年輕族群這個區塊，因為畢竟使用的載具不一樣，我們是不是也可以花這樣的力氣去開發，中年以上沒有被我們開發出來的這個區塊，警政署的調查裡面，一百個聽眾，大概有二十到三十個在聽警廣，但回去推估那個人數其實很多，那一百個有七十個在哪裡，其實用等同的力氣去開發年輕族群，也可以換個思考去開發這些習慣使用，傳統載具的聽眾。</p>
<p>主：所以現在兩個個方向在思考這樣。來飛碟？</p>	<p>B06：我們家其實有跟全國一樣的問題，就是年輕人差不多就等同於消費品(00:47:36)，所以我們做給年輕人聽的節目，廣告商不愛，我們不針對這個區塊去開發，所以剛剛警廣提到就是說，為什麼不把時間花在開發一些銀髮族上，可能是我們現階段想去做的，就是說我們年齡層在增長，這一群忠實的聽眾他一定要用傳統廣播收音機收聽，但他的需求可能不一樣了，所以我們投播的廣告這一塊，商品可能來自銀髮族這一塊，可能行動輔具阿，或是衛生局的</p>

	<p>資訊投放這一塊，那年輕人我們也做，我們跟警廣一樣把時間放在晚上十點以後，到凌晨可能四點這個區塊，可是因為我們民電台，所以我們要晚上要有主持人要有電，有這些營運成本的支出，所以這個部分對我們家而言，是個成本不等同於收入的時段，所以我們把這個區塊挪到下午來做，但下午又不能可能做一些給年輕人的節目，擔心原本收聽的上班族群，太新了我不喜歡，然後他們就走了，我們會考量目前年輕族群聽的東西，一般聽眾能不能接受，這也是一個考量，把年輕人這一塊就放在歌曲這一塊，比如說找歌手專訪，就把他放在下午這一塊時間播出，可是歌曲部分又不能直播，因為一播就會關掉。所以這也是目前我考量的制度。</p>
<p>主：所以走一個偶像歌手的專訪來吸引他們這樣。但是歌曲播出是一個問題，看起來是這樣。這就是另外一個直播帶來的議題，所以或許我們能一起找解。</p>	<p>B06：就是目前我播歌，就不能直播。對這可能是大家普遍會遇到的問題，從今年的某一個月分開始，要開始收公播的部分，我們家已經下架了，我們有提供反應說要利用線上收聽的方式，去收聽，突然沒有辦法在那個平台上，所以很困擾，所以中華電信去談下架的部分，我們家是聯播網性質，他們要跟我們收九倍的錢，我們沒辦法，我們即便只有上傳飛碟的主播，但我們做的東西都要比別人多，所以我們不考慮，我們就研發另外一套線上收聽的網站，但根深蒂固的就是原有的中華電信收聽的群眾，這樣變成他們之後不知道要怎麼收聽，這也是問題之一。</p>
<p>主：對於電台來說如果自己開發，如果是成立一個 APP 或是另外的方式，那就一定要去負責平台的開發這部分，而且要跟既定的平台去做競爭，會有產生這樣的部分。那我這邊有幾個建議，在主管機關這邊來講，協助大家解決，走民間化走數位這一塊是必然的趨勢，因為已經不是公播的這一塊去聽了，他是屬於新的部分，所以要解決頻寬，跟 CHANNEL 類似像這樣的部分，因為每一個人人都去開發一個 APP 那有多少個 APP。有沒有可能協助去開發一個可</p>	<p>B06：現在我們唯一能做的就是繳錢跟不繳錢，我們做的是不繳錢這個部分，我們要自己去開，而且我們也開發出來了，不過你要說聽眾的收聽沒有受影響，他一定有受到部分的影響，他原本的通路被斬斷，但是他不會想要去利用其他方式去找回那個根，所以他可能點一個其他現在上面有的來聽聽看，然後可能就走了，所以我們現在遇到的問題是，我們要妥協付不付費嗎？其實有很多聽眾的反應是，他們還是喜歡原本的管道去做線上收聽，所以就是</p>

<p>以獨立使用的屬於大家集合式的平台，這樣應該可以節省很多開發成本，不知道各位的反應如何？如果是這樣的概念。有些國家已經在走去掉 FM 電波傳統走電波的概念，因為 5G 出來以後他太方便了，所以剛好飛碟有這個困擾，那以你來看呢？</p>	<p>我們也在跟中華電信在做合約上面的協調，所以如果說未來，如果政府願意開發一個新個平台來給業者運用，其實很多人收聽廣播是因為他不用花錢，收音機打開就只要付電費，第四台還要付第四台費用，但廣播根本不用付費，我們提供他們不用付費的東西，反而很多授權公司跟音樂版權公司都要額外跟我們收這些費用，而且這些費用並不是幾千塊或是幾萬塊，因為我們家的東西都分很多種類來看，所以我們要付的東西都比別人高，所以我們錙銖必較了一些些。</p>
<p>主：這是一個很現實考量的部分，但聯播也會產生一個衝擊的部分，跟競爭。</p>	<p>B06：這個就是工程面的部份，我們現在合作的電台都跟中廣共用，都付一點點的使用費的部分，因為我們飛碟又有另外一間子公司，衛星廣播的部分，如果開放衛星部分我們家又會比別人來的快上一些些，但是因為我們現在沒有做，他也有另外一個成本的考量在，所以我們如果打破傳統去做要花更多的錢。</p>
<p>主：那如果協助你們打破那一塊你講的是當事者獨立打破？</p>	<p>B06：如果政府協助我們花一點點錢在建置上，我想業者都會蠻喜歡的。如果說這是大家都是一樣的，那就是大家一起共享。</p>
<p>主：那會不會影響到你們的聯播？</p>	<p>B06：因為廣播大家都還是有固定的頻道在，講說會不會影響到我們這個因為未見，我們沒辦法說會或不會，但畢竟大家都還在，走到哪裡什麼電台都還是固定，所以這個問題應該比較小一些些。</p>
<p>主：主：所以你們目前看起來是樂觀其成，因為遇到一點台商的牽制。</p>	<p>B06：所以有一個公共的平台給大家做使用，對於廣播業者不用花錢大家就會比較喜歡。</p>

<p>主：或者說這是一個合理的機制，的確像現在我們也在反應這一塊。</p>	<p>B06：因為我們也跟中華電信承租頻寬拉，但是他對外收聽的這個平台，他又要另外收公播的費用，其實很多業者使用 YOUTUBE 的直播，可是這個部分就是不用錢，但又繞回版權的問題，我們不想要走這個灰色的地帶，所以現在沒有朝那一塊去著墨，那當然我們如果看法規而言，他來收公共費用是合理的，但是以前沒有收，憑什麼現在開始要收，這個有模糊地帶是我們業者想要去釐清的。</p>
<p>主：連帶來講，平台的費用，最近串聯的崛起，版權的問題，跟發展合理的收費機制，這些是希望協助的地方。復興呢？</p>	<p>B05：今年年初我們也有遇到這個狀況，其實他是聽眾的反比，他是要求因為我們在 HI CHANNEL 平台上面播出，他希望我們加上原來簽約金價百分之十，那我們審視合約，呼應了即便政府提供了一個平台，他的概念還是跟 ICHANNEL 一樣，你就多一個廣告但多我一個音樂人關係這樣，其實那時候我們有報自裁權，自裁權就是核備之後他就有這種權力，但是他找我們電台來要求索取這個費用的時候，那自裁決說如果你要調高這個費用的話，是要找 HI CHANNEL，後面才跟飛碟下架這些東西什麼，才有這些影響，諸如此類後續的影響，其實我覺得公權力介入或協調以後，他接受了音樂創作人的委託，但以最大利益化，只是我們跟電視或是音樂使用的平台跟我們廣播還是不太一樣，那是不是給予一些優惠或者鼓勵，或是什麼等等，這是將來有這個平台或怎樣，即便我們是公營電台，我們還是有預算使用的問題，就會有比較好的走向。</p>
<p>主：其實我這樣子訪問下來，大家也是支持這個使用者付費的概念，只是這個付費是要合理大家負擔的起的這個機制，第二個他可不可以隨著不同的平台在做不同的索取，因為好像一頭驢會拔一層皮的那種感覺。</p>	<p>B07：我現在請教一下，剛剛提到那個 APP 的部分，如果說政府的平台可以建置起來，那現在就請教一下，那個像車上那個收聽的，政府未來會把 FM 跟 AM 的區塊拿掉？</p>
<p>主：我不能代表 NCC 的聲音，但我的確聽到說這種科技上的開發，在傳統產區車用上的收音機還會不會做，還在進行協調，現在把 FM、</p>	<p>B07：其實 APP 開發的，那個應該也只是所謂介面開發的，其實也只是過渡性。</p>

<p>AM 拿掉是不是把基本盤全部拿掉，因為開車收聽是最大的族群，那這個部分也還在反應，如果之後改成衛星，側插手機才能聽，而影音的部分裝的越多，也會讓駕駛有交通安全上面的考量，只是我會反應大家的意見，會在這個時機產生比較大的衝擊，那這個衝擊會有什麼措施或者是緩衝的部分。</p>	
<p>主：對，其實我也是把大家提到的想法跟可行的方式，讓主管機關在做政策考量時，可以做某種程度的參考，那我想跟大家詢問的是，有一塊大概是跟商業有關，對於一個電台來講非常的關鍵，那目前在使用上面有些法規，監理機關也慢慢他其實某種程度來講，也慢慢走向比較彈性的概念。因為有很多民意的要求等等，目前節目的製錄還有廣告的時間，在這個部分，不知道各位有沒有什麼樣的看法或是建議，或是那些在運作上滿意度的地方，我們都可以再提出來做個整理，然後可以跟主管機關做法應。</p>	<p>B01：其實我們電台也是蠻遵守法規的，太龜毛的事情別抓太緊。</p>
<p>主：那目前經營方面，有什麼時間長度廣告時間廣告長度等等，有沒有什麼。</p>	<p>B01：因為我們比較 FREE，但是都有按照那個法規時間。</p>
<p>主：我們都相信大家有按照法規，但就想知道目前法規大家有沒有什麼建議或意見。</p>	<p>B01：可能不要抓太緊。</p>

<p>主：我們在做訪談的時候，對調查聽眾來講他是沒有這麼大的感覺，他也知道這是你的 MUST BE 必須要有一些廣告，只要不要進去全都是廣告，他就覺得很爽快，對經營者來說，他是按照每個時段五個小時最多二十九分鐘這一個，還是要用一整天來算，還是有需要一些彈性，還是希望別 BY 時段，想要改什麼依據，諸如此類的，在說明都很清楚，但有沒有在實際運作上希望可以更有些彈性等等。</p>	<p>B01：我們廣告比較多都集中在某幾個月，或某幾個季節，我們有反應過在某些季節。</p>
<p>主：那 ICRT 你們通常會有那些需要協調的地方？</p>	<p>B02：我這邊也還好耶，我們節目跟我們的業務是分開的，所以這個我們一天到晚在吵架，這些問題可能他們比較有意見，對我們 DJ 來說我們，如果需要有一個片頭進廣告，那我們就做。</p>
<p>主：看起來節目部跟經營者跟業務部觀念不太一樣，通常會是哪些點？</p>	<p>B02：通常都是決定置入的部分，他們想要做更多，我們不想要做這麼多。因為我們也要服務我們的客戶，業務部的看法就是已經符合法規了，但我們還是會多切一點，多保留一點節目的品質，所以我們節目部對這個東西有堅持。</p>
<p>主：那全國？</p>	<p>B03：我們想說節目組永遠在跟業務組協調，他們是希望長一點，因為主持人鵲果超過時會有罰則。也是，站在我們節目組，我覺得我們想法會差不多，我們會希望主持人自己多發揮一點，我這邊沒有太大的意見。</p>

<p>主：但是在實務上到有一個時間點他必須這樣子放，比如說一小時裡面就是只能放九分鐘，而且一定要在這一個小時裡面去消化，去播，你是收聽眾，他是業績嗎，可是如果按照經營者提出的想法，如果是放寬成，可以彈性的運用，你覺得會更好嗎？比如三個小時的時間不用在每個小時九分鐘，而是三個小時二十七分鐘，但我意思就是更彈性的運用不用綁在那裏。</p>	<p>B03：我自己的意見是，我寧願是一個小時九分鐘這個比較清楚，反而我會比較想要有更明確的規範。</p>
<p>主：那對於外製來講，某種程度上，會不會打破這個限制，對於他們來講運用或更廣一些？</p>	<p>B03：可是我們都是自製，沒有這個問題。</p>
<p>主：那綠色呢？所以外製會在廣告這塊</p>	<p>B01：我們跟外製就是講好一個期間的破口占%數幾%，就沒問題。</p>
<p>主：那我想問這個提案你們會支持嗎？打破時段的限制讓時間更彈性的部分。好，讓民營電台來說。</p>	<p>B04：我會支持這樣的方式，因為對於節目來講可以安排比較彈性，也不會因為我在一個小時九分鐘裡面，因為很多次在連線節目，雖然沒有在現場，透過網路連線，但變成他在講一個話題，為了配合這九分鐘，他話要切好幾段，我們會比較傾向以節目的總長度來換算廣告比較適合。另外我還一個我個人想法，現在規定節目廣播要明顯區隔，這部分對我們外製作節目來說，我們現在就是很強制性的要主持人講，現在要來進廣告了，我覺得這句話對節目氣氛破壞力很大，也許他現在闡述一件事情，為了進廣告「啊我們現在來做廣告」，就把收聽情緒切斷了。有些主持人可能會轉化一個方式說「現在好啦好啦，照過來、照過來」就是有一個比較明顯的，他也要說，他沒有很強制切入說我現在要來進廣告。所以節目廣告明顯區隔，除了用「進廣告」這三個字去切分，不能夠語氣的轉化，因為基本上廣播沒有畫面，沒有貼一個進廣告。如果說在語氣上明顯轉換，那這樣算不算是明顯區隔？</p>
<p>主：就是廣告與節目明顯區分方式，是不是要明確口白講說進廣告，或者是說進工商服務時</p>	<p>B04：是 B07：我想請問一下一小時九分鐘，是怎麼換算</p>

<p>間，類似像這樣子以外有沒有其他一種方式可以被認定，是不是在這部分可以做些放寬，或者彈性的運用，但是他還是做區隔，怎麼被認定？</p>	<p>出來的？</p>
<p>主：他是按照比例算的。</p>	<p>B07：剛剛提到說，不要用一小時去計算，因為一個節目是三個小時，或者甚是甚至是白天跟深夜，其實深夜沒人在聽廣告，如果你時間切隔成這樣，我覺得這部分可再放寬。另外針對廣告的定義，老師這邊對於廣告的定義是什麼？因為現在好像所有任何東西，你都一定要說以上廣告誰提供的，像我們刑事局做防治宣導，要打一二五，以上廣告。叫人家不要陷入犯罪陷阱，他一定會在最下面一定要加以上廣告，這個就讓人家覺得很 CONFUSE 很奇怪。所以有時候我們對廣告這兩個字的定義是什麼，或者就我的業務屬性來說會覺得比較奇怪一點。</p>
<p>主：那個是，預算法六十二之一所來的。對我們傳播的專業來說較多此一舉，因為聽眾都分不出來現在在說什麼。但是會計部門、審計部門它就是這樣子。因為你們的，他們的是民生用的，可能比較不會有這樣更多的情形。但是你們是很多政令，各單位做政策的宣導。所以即使是說你們沒有商業那個，但是也希望說在整個運用上面跟彈性部分，比較不會那麼僵硬，這是第一個。第二個部分，那就是預算法的部分，是不是所有的都要強調廣告兩個字，才可以讓大家知道是廣告。所以我們或許不要強調，就放寬來說，廣告和節目區分不可有些彈性機制在，而不要都硬綁綁的。那飛碟這邊？</p>	<p>B06：我們這邊和其他電台其實大部分都是差不多的，都是守在法規裡頭。我想在這種景氣下，應該賣不多九分鐘那麼多的廣告，這個和我們其實沒有差。</p>
<p>主：假設，你也不能太誇張，你可能是業務量最大的時候，可是你其他時段可能是補滿。但是如果照規定，你塞不下去也不能塞。</p>	<p>B06：現在遇到的問題就是這樣，可能我們在選舉的時間，或者是過年的時間，這段可能五百四十秒一定用不夠，所以變成說，如果可以放寬有點彈性，可能五百四秒到七百二十秒這個之間，這個範圍，對大家來說會比較好調整。那如果說，以一整天來說，可能對於台語電台可能在前面兒少的時候我們算輔導級，所以它</p>

	<p>一定不夠用。但是因為我們民營電台就是進廣告就是廣告時間，所以其實我是覺得說一天而已，秒數固定下來能賣得當然都要把它賣出去。如果說開放越多當然是更好，如果說總長度可以放寬一些些，當然是最好。如果它不限制在九分鐘，也許它可能一整天多少時間，或者是它一個小時可以九分到十二分之間，我覺得也許會更好。</p>
<p>主：復興？</p>	<p>B05：復興這邊公營電台，基於看到這種我個人意願支持，電台就是表達支持。</p>
<p>主：你們好像比較沒有負責？</p>	<p>B05：我們當然政令比較多。</p>
<p>主：但是那是義務配合的部分，而不是有業務關係？</p>	<p>B05：我們會計做帳，或者是預算部門也不希望稅入庫(01:21:40)。有些時候公營電台考量和民營電台不一樣。</p>
<p>主：所以其實聽起來當然對於節目的品質和收聽都是非常重要，而不是拍了廣告但是廣告的方式呈現不好，造成影響收聽的品質或者收聽率的下降。但如果對電台經營上某種程度上來說，或許希望能夠讓它有更多的發揮的空間，或許某種程度上來說它會是需求的聲音。不知道最後部分大家還有什麼樣的建議？針對我們今天談到廣播產業或者是節目經營上面有沒有大家想要建議的？</p>	<p>B07：老師研究寫出來可不可以給我一份？</p>
<p>主：NCC 一定會上網，但因為這個違反規範，所以我們基本上沒有辦法私底下給你們一本。因為他們有付錢，所以要以它們公告出來，公告出來就會放在網路上。我們也不需要藏私，但是基本上是由它們那邊，沒有辦法私底下，不好意思。或是來不及講的，歡迎和我們聯絡，大概在十月份會寫結論和整合資料。今天也謝謝大家。</p>	

場次 3：專家學者座談會

編號	單位
C01	何吉森 老師
C02	陳炳宏 老師
C03	李文齡 秘書長
C04	陳宏津 理事長
C05	原住民族廣播電台
C06	新客家廣播電台

主持人	受訪者
<p>主：希望對這個產業做深入的訪談和瞭解，所以在這兩個月中我們去訪問業者，瞭解業者對產業現在所面臨的挑戰和未來趨勢。除了這個之外我們也開了節目相關策略的編播，在一個月前也開了焦點團體。今天這個希望透過學界和產業界做一個對談，瞭解在這樣的多元本來的衝擊下對廣播產業的衝擊、未來發展的因應之道，或者是有哪些挑戰，請大家集思廣益。歡迎大家參加，我是計畫主持人徐振興，我們團隊是華威行銷公司。我先介紹一下與會先進，從左手邊開始介紹，第一位是何吉森老師，他也是傳內處處長，對這個議題也相當瞭解，歡迎何吉森老師。接下來是陳宏津陳理事長，理事長也代表公會非常感謝。另外一位是李文齡秘書長，代表廣播公司的部分，謝謝。那我們新客家劉董事長，還有羅聖昱特助。接著是原住民族廣播電台。另外一位是陳炳宏老師。接下來大家手上有一份上調查報告的摘要，但有些數據還沒有完整的呈現出來，因為數據還在變，但是根據我們初步瞭解，網路市場上來說聽友習慣在二十五歲以下的在這三年來產生非常大的變化，他們基本不再透過傳統平台收聽廣播，甚至對廣播的認知不見得是我們所謂的廣播，他只認知影音內容而不是廣播的概念。所以依照這個情況來看的話，平均往上推十歲這個年齡層，比較年輕這塊在行動載具上接收影音狀況越來越普及，透過這樣的部分。</p>	<p>C02：主持人，大家好。我不敢說對廣播非常瞭解，剛好參加一些廣播的生意，所以對廣播有一些接觸。大家都知道最近廣播剛開放，目前好像十六個，有十個是小功率、六個是中功率。可是這中間很讓我意外的是有一百六十六家申請，所以大家覺得說廣播已經沒有未來了，那為什麼還有那麼多人申請？其實到後來是用標的，我相信應該不會是沒有未來，因為我們從傳播的角度來看，新媒體出現永遠沒有讓舊媒體消失，那時候廣播出現就說報紙沒有了，電視出現就說廣播了沒有，大家都活得好好的，當然面臨不同的挑戰。從上次新設第十一梯我就看到一個狀況，廣播已經跳脫傳統只是一個聽覺媒體的概念。現在其實很多廣播會去開發出來線上線下甚至多元的平台想像，我覺得這個會比較像是廣播的未來。可是在未來趨勢之下，可是我又相對從廣播上這樣的多元平台線上線下、虛擬和實體的這樣的一個概念。另外一面是，我從我家裡長輩的觀念，我覺得廣播一直扮演很好的陪伴角色，那個陪伴其實我當初只有注意到老人家的事，如果大家瞭解一些廣播那是很多國高中生甚至大學生會聽廣播，剛剛主持人談到平台的問題，我覺得也是另外一種程度的在做陪伴。如果我們把廣播兩大功能陪伴或者是資訊，可是資訊的提供從交通的概念其實也是一種資訊提供，比如把路況算成新聞，我覺得這是廣播可以發展的。至於在年齡的兩極化，我總認為在年輕世代那頭，甚至比</p>

所以他們認知的不再是所謂的廣播概念，認知的影音內容，不只是聲音，結合聲音和影像。這是第一個發現出來的特色，第二個部分是我們發現我們的業者對這樣的傳統那塊，比較年長的部分他們經營得還不錯，所以有一些業者雖然理解到在這目前市場上有在年輕這一塊有越來越的平台競爭，他們不見得會進來到廣播這塊。他們嘗試要跨足到也運用網路載具跟影音串連的部分，但是也有一些挑戰，還面臨到投資成本，所以在這個情況下，我們訪問發現到按照廣播公司規模大小，定位不同，所以在光譜上轉動的很快，尤其針對年輕市場那塊，調整的很多，有個就照既有方式在經營，甚是在網站跟相關線上機制上都還不是那個完備。其他我們有些調查的數據部分已經出來了，請大家參考。第一個部分，我想問大家現在市場看到是這樣的狀況，也就是說廣播不再是傳統那樣，是在多元載具進行，要在多元平台競爭，這是普遍現象。不知道大家怎麼樣去看廣播現在所面臨到的發展，以及如何在這樣的市場去開創自己特色和經營策略，不知道各位先進這邊有什麼想法和特色？

大學小一點，到底二十五到五十這樣的年齡層要怎麼增加收聽率，這是不瞭解的，等等聽大家一件。但是兩極化我自己在看，我發現，大家寫年齡層都會非常大，可是各位如果去瞭解年輕和年長的部分，整個經營策略是不一樣的，可是當你的經營策略要包山包海，就會不知道要走什麼樣的定位。可是另外一個廣播者困境，它是相對小眾的媒體，如果再去切更小，那他根本不知道獲利可能在這裡，這是我現在自己看整個廣播的困境。如果照這個提綱來，所以我想先大致的談。這是我明確看到陪伴的功能，不管是年輕或年長的，在這個功能下你要做很清楚 TA 的定位，又導致你所有獲利來源的阻礙。可是我看到另外一面，一百六十幾家的廣播他們都會想到線上和線下，不管是做 APP 的狀況或者是線上收聽，甚至我知道很多業者我在廣播的時候我不講商標品牌，可是網路上看得清清楚楚，因為他在做直播。當然我把它說的比較負面，類似置入性行銷。可是很多人做廣播就是不願意讓別人看到啊！其實以前在 DAB 的年代，如果 DAB 整個發展了，那廣播變成電視了，那是什麼？如果廣播也可以用看的，那是什麼？我相信 NCC 都很難去解釋這樣的廣播發展。我比較在意的是關於媒體壟斷和多元產權的問題，那個會是整個政策面，題綱第四點的交叉持股和股權分散。過去在這樣的廣電法裡面用聯播網的概念解決這樣的問題，可是將來多元平台的複雜化，就像現在 NCC 一直做不了反黑金壟斷那個法，因為你怎麼算什麼叫媒體，媒體的影響力，報紙、雜誌、廣播、電視，他有平台他有網路，你怎麼算他叫做五權，多元尺度是什麼，我覺得還是非常難解。因為我不清楚這個調查或者是 NCC 委託這個案子到底為什麼要談一個要持股和股權，可能還是在想媒體法、反媒體壟斷那個立法問題。前瞻性的修法我倒不敢說，可是在整個廣告時間規範我就想到卸任的蘇蘅蘇主委，我們一起做過廣播電視的廣告調查，等一下何老師在分析裡面可以做補充。後來都沒有做，原本是希望說以二十

四小時為單位去計算十五%或者是六分之一，因為法不一樣，可以都沒有推。現在是以每小時為單位，或者以節目為單位，我知道廣電法雖然現在都規定十五%，可以都會有彈性到十分鐘。可是那時候我如果沒有記錯，我和蘇蘅蘇主委在做研究的時候，是希望用二十四小時為單位，只規範黃金時段。電視很清楚，就規範六到十或七到九，那個黃金概念很清楚。可是廣播的概念不會和電視一樣，那時候我們沒有做聽廣播。目前我也是比較建議以二十四小時為單位，但是不限制黃金。可是黃金應該是早上七到九，跟中午十二到十四，跟十七到十九，說不定業者在這樣的立法過程，如果廣播時間放寬，恐怕不會到二十四小時都不管，也就是可能夜裡四個小時你都播廣告，然後白天都不播廣告，或者是全部是廣告，天氣音樂，這個可能必須有個規範。恐怕將近十年，做那個調查，我還是覺得NCC可以試試看用個比較彈性的廣告時間其實這過程我都不曉得政策方面搭到底是怎麼做的。最後一個就是說，當然要符合廣播發展的趨勢，和業者朋友在聊天的時候我們在看廣播的案子的時候，包含參與過交通部的補助，因為已經有原住民廣播電台跟有講客廣播電台，整個這兩個族群機關的所有過去對廣播的補助大量減少。但是我覺得廣播特別是保存文化很重要的工具，因為它發揮很大的功能。雖然我很不喜歡政府對媒體做太多補助，把手伸到媒體去，可是在保存文化這個面向，我覺得政府在政策上是在一種什麼樣的形式下，應該可以多元提供族群的廣播電台，對於保存文化這一塊。因為將來可能原住民族群就有很多不管是九族、十四、十六，我覺得未來發展說不定廣播客家也可以發展出來四線海陸，他們家我叫四海大平安。我覺得在語言的保存上廣播特別的重要。所以如果在政策調整上我覺得我對廣告、對產權、對文化保存那部分，我覺得是關於廣播政策三個可以去做調整或做修法的方向，我覺得這三個部分對未來的廣播發展蠻重要的。至於我剛剛說的陪伴、特色化或者是定位是目前廣播的困

	<p>境。就是不敢提太多意見，因為我不在第一線，在做廣播先進可能比我有更多的瞭解，謝謝。</p>
<p>主：謝謝炳宏老師幫我們起了一個頭，但是我們要先回應到到底電台要怎麼去做開創自己的特色和經營策略和怎麼看到這個市場，我們請理事長。</p>	<p>C04：我先自我介紹，我不是科班出身的。在民國六十二年我就進入中華電台，那時候中華電台是很有名氣的，因為鳳飛飛和鄧麗君都是從這個電台參加歌場比賽出來的。我覺得傳統電台的經營就是賣時段，賣時段有它的特色在，除了賣時段它會保留內製時間，那內製時間一定合乎比例，那內製會做很優質的節目，可以參加金鐘獎，那我個人就得過金鐘獎。也就是說過去經營時代，到了民國八十二年開始開放那些電台之後，有FM電台。我從民國八十八年就在台藝大兼課，一直間到一百零五年，所以在學校和實務方面都有在一起。然後在八十八年八十九年，我有機會到台中去創外籍資深電台，所以對AM、FM電台我大概有涉略，在這當中有在很多公營電台做過節目，漢聲，教育幾個的台都做過。我要說的是，過去我們都從學校學的是說我們要公司電台的經營一定要有專業的特色，但是我發覺實務和理論是有差距的。我那時候我記得的第一梯次有婦女電台，後來也有親子電台，但是這些電台後來都死掉了。因為你以對象來分類的電台一定會死掉，只有在節目上來強調才有生存，這是過去的例子。剛剛陳老師提到說，新電台開放十六家，十六家加入以後，本來一百七十家，大概兩百家左右。那這麼多家電台你會覺得現在都很難經營了，那未來怎麼辦。當然，我們都會嫌自己說生意不好，但是總是都會有一些路出現。甚至第二題我們談到有些異業結盟的，我知道像在做的全國電台就曾經和餐飲業結合，還有和旅遊業結合的像台中廣播。當然現在跟一些食品公司、食品工廠結合的也有，尤其最近亞洲電台和宮廟結合，全台灣一兩萬的宮廟，它們每天都做不完。那這個異業結合，也許是未來也可以繼續走的一條路。不敢說未來怎麼樣，但是我覺得傳統廣播有關單位要多多關注我們，因為未來五G馬上來臨，車聯網跟五G來臨的時候，我們去瞭解過，科技部已經把車聯網的裡面的列管把</p>

	<p>FM 和 AM 去除了。這個問題我跟前主委、現任主委都談過了，每次開會我都要提，因為無論如何傳統廣播還是要存在，所以未來很難經營是業者的事，但是科技方面的因應應該是主管方面要替我們處理的。所以我們一直在建議說，未來在車裡希望不管是進口車或者是國產車都應該保留 AM 和 FM 的接受器。我問過專家，不是困難的事情，很簡單。另外，因為網路是必須要走的，所以每個電台底層都有一個網路，那網路大家有一陣子都兩邊在播，但是後來發生一件事情，大家都把網路收回了。就是廣播電台在網路上播的時候，因為無遠弗屆，所以衛福部法管就說為什麼澎湖的電台跑到台北來，好奇怪他聽不到我的節目啊，他用網路聽的，所以大家都把網路收回來。現在有所謂直播的東西，直播大部分都是主持人自己去做，在廣播電台來說，老闆不太願意支持直播，因為直播以後對電台生意沒什麼效用，就是主持人利用他的時間直播，多收一些聽眾，但是在實際上對現在人來說好像網路上得到的效益也不高。我一直拜託人家說，你們做網路的，你們知道廣播方可以從哪個方法得到效益的話拜託你告訴我，因為現在做的話讓一些廣告主，我網路也可以播，傳統廣播也就這樣而已，不會增加效益，我先談到這裡，等下繼續談。</p>
<p>主：謝謝理事長幫我們開了很多點，科技的進步所產生的接收管道，隨著五 G 車聯網而來馬上就有的衝擊。還有在走網路的時候有一些超出原區域，然後在這部分有一些法規的運用，以及透過網路直播的效益，對電台和節目主持人有些看法上的不同。</p>	<p>C02：不好意思插句話，如果它這個時段賣給它都賣很好，收入很多，沒有抽成？ C04：沒有抽成。 C02：我以為有耶。 C04：經營有兩種方式，一種是電台把時間租出去，像開店面一樣，那店裡經營是你的時間，如果賺很多錢只要繳店租就好。另外一種方式，我是老闆，我手底下有十幾個主持人幫你做節目，主持人我給他薪水、給他抽成，其他歸電台，有這兩種方式。</p>
	<p>C03：大家午安，我今天有兩個身分過來，一個是代表中華民國廣播事業協會，理事長沒辦法過來就代表他出來，另一個我本身是全國廣播的副總經理。我大概介紹自己的背景，我在進全國廣</p>

播之前我在公營電台待了很多年時間，那全國廣播開台籌備期很幸運我就近到全國廣播，所以在民營電台待了有二十年的時間。所以我這邊馬上來回應剛剛陳老師提到的，很多廣播人不想讓別人看到自己長什麼樣子，但是現在的趨勢直播等等什麼都來，事實上，我二十五年進到全國廣播我就受到很大衝擊，因為會進到民營電台很大部分都是公營電台轉過來，可是一到民營電台的一件事情就是要找我們拋頭露面。那拋頭露面我當時也很不習慣啊，以前都是人家講的，躲在一個黑色的方盒子裡面，幻想你的長相跟聲音，見不到本人，相見不如懷念。所以我講個很實際的話，在我們電台也真的發生過，就是從公營電台來的後來他離開，我說如果你沒有辦法接受這樣的一個環境改變的時候，你就要被淘汰，這是我覺得講得很現實面的部份。像我明天要去參加一個活動，我要現場和聽眾互動，我要示範一道菜。在以前我們怎麼會想到要跟業者跟我們的客戶做結合，然後我要去下廚呢？如果我今天沒有辦法接受這樣的環境，我還要繼續在這個方盒子裡面，在麥克風裡面，我就是躲得很安全，那你沒有辦法來適應這個環境。所以老師設計的第一個題目說電台經營如果開創特色，我認為是要創造需要，聽眾要什麼，我們給什麼。老師一開始就破了很重要的題，現在二十五歲以下的年輕人他現在只認識影音他不認廣播，好，那我就連影音。那我可以從很多部分連影音，直播的部分，我們電台的主持人是時尚他們已經可以從直播獲利。他的直播不只是說和 ECU 跟 MINI 的直播，而是在 youtube 的直播，我節目在進行的時候我就直接開 LIVE，它已經可以為主持人創造收益。而我們電台本身所做的是都讓主持人獲利，我們沒有抽成，因為我們認為說這也是讓主持人可以有不同展現的機會。所以影音的部分我們去滿足他，當然我們還有很多可以呈現的方式。像剛剛理事長幫我們提到說，我們自己也有做餐飲，我們其實是去賣便當，我們主持人包含我自己。我們事實上在十幾年前我們都認為說，

廣播如果再繼續這樣走下去，它的路會越走越窄。因為我們看到說媒體的投放量在二零一七年它進入死亡交叉，五大傳統媒體和數位媒體它接近三百三十一左右，但是在去年二零一八年，數位媒體的投放量已經大幅躍進，超過五大傳統媒體了。所以在十五年前我們就已經感受到說，除了廣播之外我們還可以再為這個環境再創造些什麼樣的奇蹟。所以我們今天不只是代表廣播協會的會員，我們也用自己本身，也希望能給業者一些不同的等於我們走在前面。比如說剛剛講的賣便當，是因為我們去代理了悟饕池上飯包，中部地區五十二家直營店是我們幫它開出來的。但是我怎麼開，我自己是主持人，本身也是主管，但是我卻到宜蘭的總部去學習怎麼畫雞腿和炒高麗菜。當然我在實習的過程中會覺得說奇怪，我進全國廣播明明是主持人為什麼要來拿菜刀。所以也是要和陳老師呼應說，如果你沒有辦法跟著環境去改變的時候，那不然你就選擇離開。我們事實上也有同仁離開之後，他在公營電台也做得很好，我覺得這是一個人的規劃、他適合的路。我覺得民營電台是走另外一條路，例如我們在十五年前我們創立了電商平台，這是一個走出台北之外中南部最大的電商平台，我們不是只是賣商品，還賣車子，我們現在還賣房子。歡迎各位有機會到我們電台走走看看，我們的珠寶可以創下十分鐘兩百五十萬的銷售量，所以我們一直會覺得說，誰說電台已經是無效媒體了，我們在投放媒體不是只有投放我們自己，也買了其他同業，當然我們也嘗試不同的媒體。可是我們自己很深刻的感受到說，如果你不利用電台就是浪費，可是如果只靠電台就是吃毒藥。所以我會覺得同業在很多經營上來說，可以有多角化的經營，讓我們同仁有很多不同的嘗試。你會發現，其實這些同仁進來他不只是可以拿麥克風，它可以拿菜刀，他可以拿筆、拿電腦，然後在這個過程中去創造很多機會。而且我覺得業者自己本身，不管說是廣告的規範、時間上等等，我覺得業者都是很自律的，因為我們每幾年都是要面臨

	<p>到換照這件事情，我們也不希望被記點或是真的換不成。可是我們總是希望可以做模範生，拿獎狀，然後能夠成為業者大家彼此互相觀摩跟學習的對象，我就先簡短報告，謝謝。</p>
<p>主：謝謝秘書長。從秘書長這邊就是回歸到經營模式很重要，也就是說不管說是廣播或者是網路上就是一個平台，那要怎麼利用這個平台去擴大你的效益是很重要的。有的人就是很快會去運用不同的東西，增加不同空間可以運用，但不見得有些不能讓人家看到，或有些東西不能講那麼白白。但我們話都講講完了，也沒有被規範，網路是這樣的，開了不同的路經。但是，同樣也有人對於傳統的播音室裡頭，就是那個畫面。你有不同影音呈現的方式，但是要怎麼呈現才能轉化成一個經營模式。我這次訪問，我們看到不同的因應方式，要怎麼用你的 KNOW-HOW 是很重要的。謝謝全國的分享，我們請劉副總這邊幫我們分享一下。</p>	<p>C06：徐教授還有兩位教授，各位廣播先進大家好。新客家廣播電台是 FM93.5，在桃園平鎮，今年是第二十二年，我們董事長是劉能平，這位是羅聖昱。我們董事長很堅持做客家文化，也很感謝陳教授提到我們多元那方面。我們在前幾年已經有講客電台出來，其實說合作也是競爭，會讓我們越來越沒有辦法生存。我講得就是說，我們現在雖然是二十三年，這幾年中我們當然是以前經營比較好經營，以前早期說如果賣餐券也是因為購物電台起來也不好賣了。我們一直都是類似的節目，但是為什麼這幾年快不能生存，所以我們賣了蠻多的時段出去，本來堅持不賣還是賣了。所以在這裡就是說我們電台面臨講客電台也是很需要政府給我們一些關懷，像有些客委會有些節目或是講客電台的我們合作。因為現在有和他們做節目的合作，也希望有些節目的合作。那我們目前是比較弱勢電台，講客語的，所以廣告比較不好拉，大家知道現在經濟不好。所以我們也有些節目和客委會合作還有講客電台，還有一些標案，但是剛剛有和聊到，早期我們申請到比較多的，可是現在我們用客語已經申請不到。為什麼，因為我們發現都給大電台，小電台都要不到，所以這是政府要注意的一些地方。然後剛剛李秘書長說的，你很厲害多才多藝。如果這樣講的話，我們的 LIVE 可能都不行了、都沒有創意了，因為我們剛剛經理講說像我們這樣子的話就要開除了。就不行啦，去哪裡找會講客家話的主持人，這也是政府要幫我們的，因為會講客家話的主持人不多，而且我們又是在中低頻的地區。今天我看到大綱提一下，我今天主要要聽聽大家的指導，因為我們也是比較弱勢的地台，我們也是講講看而已。創新嘛，我沒有創新，這是經理來才有那些 FB 和網路，因為我們沒有那種，有機會聽經理說說看。我們早期會有客家研講比</p>

	<p>賽，我們自己辦的，我們真的是全台灣唯一客家商業性電台，我們全部都靠自己。我們辦客語演講比賽，獎金都是我們自己提供。客語演講比賽其實大部分都是阿嬤阿公帶孫子來比賽，所以慢慢的我們能夠發掘說，小朋友或家長因為他們孩子參加比賽他就會聽這個電台，我們主要也是要拉這樣子，看有沒有辦法吸引一些小孩子比較年輕的來聽，不然我們的聽眾年齡比較大。再來是聽友聯誼會，像我們之前就開了二十周年周年慶，可是我們是賣餐券的，餐券賣得很便宜，比如說一張快一百多。然後我們會提供節目、提供摸彩，想說這樣子會吸引聽眾繼續聽我們電台。那異業結盟要和各位學習，因為我們比較沒有這方面。其他我想說看各位先進有什麼見解，我們來做學習。那這邊的話我想提一下第七點，這是我們家董事長交代要提出來的。就是NCC不是有規定股份的多寡嗎？說股東一個人不能超過10%，這已經很多年就提了。因為你限制10%，真的好像讓我們在經營上很不好經營，因為我們也是商業電台，然後你又規定說總共三等親不能超過10%。真的很難經營，因為你每次決策都超過一半怎麼去做出決策，根本沒有半進行。那10%不超過，有時候人家賣股又沒有要股，好像我們這個大股東有能力去買股，可是我們又不能買了，我們超過10%了，那怎麼辦，所以我在這邊提出來請徐教授反應給NCC看能不能夠修法。</p>
<p>主：是，謝謝。</p>	<p>C02：對不起我又要插話，我要補充一下，我剛剛忘記說，除了我剛剛所知道的除了交通部跟文化部兩個，原民跟客家委員會，還有教育部，教育部還有終身教育的廣播補助。</p> <p>C06：教育部我們有去，可是就一點點錢而已。</p> <p>C02：那個大概就是一二十萬。</p> <p>C06：我們沒有，他給我們很少，有時候連十萬都沒有。</p> <p>C02：那要看你們申請節目是一個禮拜一次或每天它有不同的。</p> <p>C06：每天啊，都半小時，那就一點點錢。</p>
<p>主：我想我本身也是客家人，有很深的感受。</p>	<p>C05：徐老師跟先進業者還有客家電台的董事長</p>

我這邊瞭解其實因為聽眾朋友的流失，這也是沒有辦法的現象。雖然現在客委會很努力的客家語言文化的復興，基本上有稍微減緩流失的速度，但它還是一個流失的狀況。所以對客語為主要溝通語言的部分其實會蠻辛苦的，這是可以想像得到的。但是其實客家這邊，和我們去訪問很多項比較傳統的廣播公司處境都很像，尤其是說在這種環境裏頭，在經營的方式還是強調和聽友的互動，做這樣的直接接觸，大部分都是從自己經營的概念，比較少透過擴大和異業結盟的多角化經營，這是可以看得到比較少在這塊部分，所以在這部分某種程度上來說會很吃力。這也代表另外一種需要被關懷的部分，怎麼樣去協助做拓展或轉型，某種程度，我用那兩個詞，不一定是大尺度，但是事實上至少要做調整。那第二個提到是說原來持股的部分，那有很多聲音都是希望回歸公司法的規定，而不是特別針對說當然媒體有不同的特殊狀況，可是廣播現在已經越來越看到這個產業上和過去不太一樣也需要做一些調整的時候，是不是也還要被特別的管理呢，這是另外一個議題的考量。是不是可以開放一些彈性的應用，尤其是很多廣播公司的股東組成大部分都是大家彼此互相關心，有些很多都是家族起來的，在這樣的情況下因為這樣的部份的確有些相關的限制，這也代表另外一個聲音存在，這個副董事長提到的部分，謝謝。那我們原民也特別一起，算是剛成立，新進業者，所以其實也多的部分。那原民其實也有語言的挑戰，那原則上來說它語言語系太多了，所以在後來溝通的狀況下，使用華語的比例就很高，有些折衷的部分，就新興業者來看，針對這樣的部份怎樣去開創你的特色，和聽友市場的拓展，你們會怎麼樣去處理？

主：我也很好奇，因為原住民族除了部落之外，其實很多地方是很分散的。那你怎麼知道你的聽友，怎麼去做這一部份的瞭解？因為要做一些研究調查，它很廣泛，是一件很困難的事情。

好。因為我們並不是商業性電台，所以在增加收入這部分，因為我們主要都是從原住民族委員會、政府捐助的預算。所以其實這個對我們來說也是一個蠻大的挑戰，我們就是每年編列預算和國家要預算，所以有些節目上的製作相對來說就我看來會比較框架住，也是我們還在摸索中，從一百零六年開台到現在，其實都還在這過程中我們都還在摸索怎麼去發展出我們的定位。在特色這部分，因為我們是原住民族電台，後來因為原發法通過後，依照原發法的規定族語的比例要達百分之五十，所以這是我們主要的特色，就是我們在節目的製作上我們一定會考慮到族語的部分，因為我們服務的主要是原住民族的族人。就我這兩年看得報告，其實聽原住民族廣播電台大部分的聽眾都還是以原住民族為主，這是一個屬於我們自己的特色。但是其實在平地跟比較漢人聽眾的比例我們還在調查中，因為報告還沒有出來，就是在看說我們要怎麼樣吸引非原住民族聽眾的聽眾。在異業結盟或是行銷方面，因為我們沒有販售廣告，所以這個就我們來說也沒有辦法做這樣的方式。曾經有主管們在討論這個，但是怎麼樣我並不清楚。但就是主要就受說我們還在摸索中，因為剛開台不久，我們也一直在摸索說除了服務族人、原住民族的特色以外，我們是不是可以再開創另外一個特色，其實這是會內的主管在思考這個問題說，不要一直定位只是單一的服務原住民族，雖然是一個特色，可是相對地還是把自己的視野去框架在那個地方。當然今天主要是聽聽各位先進有沒有其他想法可以激發一下。

C02：因為像我們收聽行為的調查，主要因為有要調查原住民族在聽的比例，所以會深入到部落裡面去。

<p>主：所以是以部落為主？</p>	<p>C02：對，像每一族的每年的豐年祭它的月份不一樣，像阿美族在六七月就辦了，那布農族可能在八九月，那最直接的方法就是你要最快收集到這些資料就是在豐年祭的時候，因為大家都會回去參加他們的豐年祭。直接在那個地方進一步到部落去收集這些資料。發現在部落他們聽原住民族廣播電台的比例還算蠻高的。</p>
<p>主：所以就是在母語這樣的一個概念，裡面再做相關的瞭解。我想原民不太一樣，就語言文化發展這部分來進行的，所以比較沒有商業經營那塊的壓力，但它有另外一個服務族群文化這一塊。當然，客家也有，但是客家有另外一塊產業經濟的那塊，也嘗試走那塊的概念。但原民這邊好像還沒有產業經濟的概念，比較偏重在語言文化的部分。所以某種程度來說，原民在問題上面，或許在產業經濟納進來考量之後，可能有些東西就不太一樣，那是另外一個不同的視野。那何老師可不可就你過去經驗，可以給我們一些指導？</p>	<p>C01：我沒有在廣播電台工作過，但是我這輩子幾乎都是在做跟傳播政策和規範的事情，所以這樣跟廣播的這塊都有些關係，至少瞭解主管機關在看這個產業，尤其廣播的產業有將近四十年，所以可以和大家分享。我在新聞局二十五年，在這研究籌備大概十幾年，然後退休下來。所以剛剛客家廣播電台提到股權分散的問題，我想大家應該知道這個問題是民國六十五年廣播電視法的時候就有這個，而且分為自然人和法人的區分。主要就是剛剛主持人提到的，是因為當初看到很多廣播電台是因為家族企業的方式。那個是怎麼樣通過的，你看到現在法律通過四十幾年了，那我們現在看到已經都是主管機關通常會，你會看到五、六年前，匯流法案的時候，把廣播電視電台放到一個法案，就是說主管機關已經有點想把無線的廣播電視電台，因為尤其廣播這一塊是只有一個頻道，不像無線電視可以加裝，也就是說把它當作一個提供聲音節目的一個頻道。那你們也很多的傳播公司提供給你們或者你們賣時段，反正原則上你們去控管節目的品質，所以你們是一個聲音的。那理論上主管機關是應該要在這邊鼓勵各種的聲音，尤其是應該看你的服務屬性如果社區小眾電台，我們是希望當初你的影音計畫是你的，就要照你和政府訂的行政契約，行政契約就是你訂的影音計畫，那我們就依照影音計畫來看你是不是有按照這樣的方式來去訂做。可是你看經過四十幾年，產業變化，變化到一年多前，整個執照制度已經產生變了，變成電台現在是要拍賣了。也就是現在的產業是有兩種型態，未來會有一批是拿拍賣不是永遠拿到耶，等到期限完了以後它又要重新拍耶，它要取</p>

得耶，它未來不一定就能夠拍耶。可是以前沒有拍了，那是不是依照換照永遠這樣換下去等等。所以你看整個產業結構變化，而且就如剛剛提到的，在二零零七年後的，我們五大民眾接收訊息，我們五大媒體裡面可以看到，雖然廣播一直都是五大媒體裡面得最後一名，現在網路已經一直走到第一名，但是雖然廣播一直都是最後的第五名，但是廣播不會隨著比如說二零零八、二零零九整個經濟不景氣，其他媒體都掉得很厲害除了網路以外，但是廣播永遠都是在那個地方，也不會上也不會下，就是說廣播有它一定的價值存在。它的重要是它的 CONTENT，就像剛剛部長提到的它的 CONTENT 是不可以取代的，它的陪伴性至少在主管機關看到這個問題。可是我們現在面臨到現在是一個新媒體的出現，整個網路平台的發展，那主管機關看到的是什麼樣問題點。我今天早上才去 NCC 開一個現在未來的 XX 書(00:59:30)轉成白皮書，然後其中一個問題也提到廣播的問題。NCC 在談廣播的問題是什麼，無線廣播的未來想像是什麼？也就是說，可能你們要注意一下未來大概幾個月可能到年底的時候通常會丟出一個未來五到十年的傳播情況，其中會有一題就是無線廣播的未來想像是什麼？那我們可以看看包括最近日本，比如說日本有個很認真地思考，要把 AM 關掉。那這個是什麼，這主要是因為各個國家看到監理者看到未來廣播發展的變的因素，比如說像日本少子化，台灣也是，台灣在明年這幾年就會到達超高齡的社會。然後人口結構的變化對廣播到底是有利還是不利？有利的地方，像我這種以前在大學的時候天然廣播電台陪著我大學四年。然後你看這樣的因素是比較難，但是廣播的聲音節目不用擔心，因為你如果是一個出色的節目，不管你在哪一個平台或者是新的手機四 G 平台，串流的部分，聲音永遠都會存在，他也不一定要看，他也可以透過轉播的情況，所以也有一些人不要露臉，真的要露臉也戴個假面具。所以主管機關在看到這個產業除了這個之外，也看到全球經濟環

境底下，廣播尤其在地域化的在地化的情形跟全球化的部分，廣播永遠有一定的韌性存在。所以你會看到這個多年，第五個地位，一直不會變，沒有往上走也沒有往下降，它永遠存在。然後再來你會看得到它是網路化 IP，這個部分如果可以去整合反而是比較重要的地方。還有剛剛提到為什麼日本會考量到 AM 關，可能會跟所謂的環保能源的效率這個有關。大家應該知道 AM 傳播的方式、利用的資源等等。但是我會覺得這種東西，你要業者把你們真正的需求提出來。今天很高興陳理事長在，因為我在新聞局時代，我離開新聞局的時候是廣電處的副處長，到 NCC 就是內容處處長當了快七年多，後來又去網路處當主秘，最後兩年是 NCC 委員退下來。但是我一直最關心的還是 CONTENT 這塊，廣播對我來講聲音的那種方便是絕對不可被取代的，你會覺得看到現在網路很發達，但是你會看得到它的聲音的質，內容的質覺得比不上廣播這一塊。那我會覺得說很多的廣播同業都是想要去做一些事，但是因為你們要活下去，所以有時候你們要去和當地的生活產業結合在一起，可能要與當地的經濟結合在一起，這是無可厚非，主管機關也都非常瞭解。所以我會覺得說如果你們有一些政策的想法，可能透過工會產業或者協會、或由我們工會這邊整個成為有個對話的聲音，這個是非常有必要的。我回到剛剛我提到的那個，主管機關來看這個當然是當初為了不希望家族可是現在產業已經變了，所以你會看得到主管機關之前在議題書的時候，他們也有提到說有沒有可能去鼓勵整合，所以說有沒有可能未來在政策上，你們提出一些好的建議和意見，然後來去鼓勵主管機關來去廢掉。比如說你們會認為說 OK 如果當初擔心家族的或是家族都是這樣一直下來，那可能主管機關或許有它政策的考量。但是如果你會說你主管機關要鼓勵整併，那我們每一個電台要整合在一起，然後那個規模要大出來的時候是不是這個政策要有所調整。甚至於之前 NCC 還在認真考量說要不要讓有一些外製有一

定的比例能夠進來的什麼的。像這些都不是不可以考慮的，但是現在這個情形是不是政府可以用一個政策，比如說如果你們願意整合，然後它願意在股權分散這部分有所調整。然後你會看得到最近的拍賣為什麼 NCC 都一下子拍到七億多，你會看到整個產業結構產生什麼問題，NCC 都看在眼裡，事實上都會知道那個要怎麼做，所以理論上是鼓勵產業整併那個規定出來。再來就是今天剛好很高興原住民廣播電台，然後雖然不是所謂的講客，那主管機關在面對這種所謂的公營廣播電台，理論上當來要好好支援有些民營電台沒辦法做好，然後政府有一些好的策略，所以你會看到內政部的警察廣播電台、教育廣播電台，它們有一些政府要做的不是不好，是可以做好。但是這也是公營廣播電台你們要編一個更大的更大的那種所以我們之前在做研究的時候曾經要求說，包括原民會、客委會、原民台、講客那種所謂的球員兼裁判，然後我們要求能夠是不是原住民廣播電台比照公共電視，公共媒體的那種情況，這就獨立自主，我們絕對全力支持，一個全民的電台。因為原來的指定廣播電台，剛剛提到要一定比例的語言，在那個時候已經發現不可能達到，政策沒辦法做好，所以這也是主管機關後來乾脆就提供廣播電台要求更多。所以說，甚至於之前有人說如果公營廣播電台要求你們去做，什麼功能性沒辦法發揮，甚至於有人認為說事實上我們看到很多民營的廣播電台，它們哪種更有彈性、更有創意，搞不好哪天主管機關不一定到時候政策可以重新再去思考。剛剛聽到有人抱怨說，那些公營廣播電台包括警察廣播電台常常去和你們競標那些政府公共政策宣導的標案，這個是法律有規定的，因為你們也是要跟主管機關可以做廣告，縱使是公共政策宣導也是屬於廣告這塊，只是說還要跟大家競爭。未來這一塊，可能你們在業界的聲音，是不是在這種公營廣播電台可以和民營來競逐這塊，要不要有一定的規範，我們要看看產業的影響什麼的。我會覺得理事長在，這邊大家的聲音對於這一個聲音把

它表達出來。再來我蠻有趣的是，今天很高興看到這個產業的調查，因為它做這個是我在當內容處處長的時候我決定要做的。因為文化部沒有做這個，文化部幾乎對廣播連這個產業調查都沒有做。那我要求是NCC每兩年做適性的使用滿意度調查，我要求廣播沒有辦法做兩年至少三年，所以現在會有這個產業資料是有這個情形，而且我希望是個有未來這種趨勢的出來。我覺得蠻有趣的是，我看到大家對於那個廣告分鐘九分鐘好像蠻有趣的，其他我看沒有太大的區別，反而對於說廣告九分鐘還有一些人認為廣告九分鐘太多啦，還有十一、十五，認為剛好的是最多十七點一啦。現在我可以和大家說，我剛剛說彈性，它就只彈性到十分鐘，因為有一分鐘是因為你們有在幫政府做政策宣導，所以那一分鐘本來就應該要給你們，已經放在執行細則裡面。但是我可以和你們提，這個就是大家關起門來，所謂的彈性，你問一下NCC真的管的那些同仁，你真的多到十二分鐘都還不會有任何事啦！但是你真的多到十五分鐘你真的太有意思了。所以真的可以給你到三分鐘的準備，因為你播到十絕對還是在轉化的那個，播到十以上是有點但是就好像你去高速公路超速大家都知道，九十你開到一百大概不會有事，一百開到也不要一百二也不會有事，它會有一個範圍啦！我會覺得九分鐘這個情形未來是用一整天的，的確都會拖到，然後黃金時段怎麼做的情況。我個人認為是像英國、歐盟，英國算管制比較嚴嘍！它有法定的十二分鐘。所以我會認為在廣告，尤其是廣播用這種聲音，說真的，那個廣告到底是主持人是要說節目還是要介紹這個產品，有時候真的很難區分出來。所以我是認為這部分，主管機關本身絕對不是一個說真個我們那些同仁，有些甚至拿到博士學位，不想管太多。所以只要不要太離譜，還不要去違背到衛福部的規定，說真的對廣播的管制應該是NCC並沒有讓我恐怖。所以我會覺得這一塊都是可以討論的，尤其是大家看到廣播電台常常配合政府政策，在這一塊能夠願意更多的

配合。對於未來產業怎麼樣去面臨，可能我會覺得說產業不斷提出你們的想法，然後包括你們是不是還要這種小規模，還是你們得到最近一梯次的公益電台，你會看得到一些產業就像剛剛題目問到集團化的交叉持股，這個問題到底會對你們產業有什麼影響。還有你們面臨數位化的平台，你們是要天真以為你們就是一個平台，還是你們要符合在一個這種的匯流的平台，然後你們在這個平台裡面創造自己的品牌的純粹的聲音節目，啊你們這個聲音節目是有內涵的，是有想像空間的，是他可以多聽這個後又可以做其他適性的這種陪伴電台乖乖存在。但是你平台可以在手機，可以在任何的傳統的 radio station 或者是其他介面平台出現等。至於政府的政策，我去年年底、今年年初做過一個研究，有人認為說要求政府是不是多聽聽產業的聲音，比如說看到未來 OPP 的平台或者廣播雲，把未來廣播聲音透過網路，然後可以順利傳達出去。不知道哪一天，我記得前陣子去搭郵輪，我在郵輪上很高興，我利用網路竟然可以在阿拉伯海聽到台灣廣播電台的情形所以你會看得到這樣的情形，那我們台灣的這種創意、聲音的內容，然後我們這些又可結合。所以比如說在內容製作上，可以結合我跟當地生活產業在一起。可能包括當地的基金發展，語言發展，像原民、客家那一塊結合在一起，比如說客家我們知道也有各種客家語言的部分。所以之前也有一些老師建議說，主管機關未來在一種執照上，是不是產業整併就讓業者提去做，然後主管機關特別照顧真正需要的，比如說一個社區的一個非常少的，然後就給它一個大的，不一定要非常大的，純粹照顧當地那種。然後那個執照就用抽籤的，像潛在的一定的審查然後就用抽籤，然後盡量這種頻率。然後它們就怎麼營運，主管機關不用管，管那麼多。然後就讓你們真正去照顧，然後你們可以跟當地的產業做結合，主管機關也不用管你說去賣什麼產品。管那麼多，只要你真正去照顧當地，真正的跟當地生活、當地文結合，說真的主管機關只要能夠做

	<p>到這樣就夠了。所以可能是主管機關要往哪邊走，你們不要沒有聲音，未來更加期望工會的理事長以及協會把這些聲音結合，然後你們一個聲音一起跟主管機關去要求，你們想要整合，還是想要去轉型，要怎麼做。然後你們再找一些學者，給你一些政策的建議。我今天很高興因為一直都在 NCC 做政策訪問，所以有些業者看到法規，來不及等 NCC 修大法，說要修小法。比如說最近有人認為說購物頻道的執照管太多，然後就要我們建議寫一個條文給他們去修。然後有人認為 OTT 都不管不對，他們拿到這一兩條條款幹嘛，他們不是給 NCC，因為很慢，直接給立法委員去單獨修。當然，我也不希望這樣，我覺得工會、協會可以扮演這樣的角色，產業真正要怎麼定位，是要整合還是要轉型。整合的部分是不是就要求 NCC 不要管太多，鼓勵結合。鼓勵結合就要有一些政策的鬆綁，用這種方式不知道可不可行。我看到有一些大家產業調查資訊出來，我覺得說無線廣播的未來想像是怎麼樣。主管機關畢竟就像我，說真的我並不是像副總這種直接做節目，可能你們要有你們。但是你們有時候不瞭解政策和規範，可以透過這樣的機會或把一些政策整合起來，未來除了這個也一樣，一點點問題透過工會反應，可能這樣比較實際，也不要讓主管機關把廣播好像認為它是一個雞肋，我認為是不對，而且我認為主管機關也不是這樣心態，那我們應該讓主管機關幫我們正視廣播未來的發展。</p>
<p>主：謝謝何老師。我想呼應何老師剛剛提到，我們這次去訪問很多業者，也針對各部分，結合起來，其實對業者來說他現在看到的就是這麼多的平台，那網路世界裡頭。另外一個部分，就是說也一直有些國家媒體，他們也開始把股份拿掉、AM 拿掉，走串聯那塊。在這部分聽到有些業者就說有沒有可能，它們在這串聯的部份讓世界都聽到它們的聲音。可是有幾個部分還是要解決的，公司的共同的基礎設施要上來，就是廣播園的概念或是集合式的公共平</p>	<p>C04：謝謝何老師。其實廣播園我早就提過，我在文化部提過、也在 NCC 提過，會放進未來。我的概念是廣播園放在空中，大家全都上，要找我們國內電台很好找。另外，國家遇到重大災難要徵用的時候，馬上一個聲令下去，所有聽收音機節目聽到國家的聲音。這個我會去拜託警廣總台，告訴他如果這個出來之後希望他支持，他說他一定支持。藉著機會也談一下股權的問題。股權像現在小功率電台，設立電台三百萬而已，你要有十一個股東，每個人不到三十萬。所以未來</p>

台。那大家各自發展你的 IP 或 APP，其實都是成本，也分散。那可以從集合式的概念裡面，甚至上網、上衛星，這一塊也可透過政策支持的力量加以解決，讓廣播的世界打破地域的概念可以出得來。那往下走，我們會用不管是合作或相關的讓遊戲規模可以大一些。當然怎麼樣考慮到在地化，和每個人的需要，但是他可能需要從不同的平台來做這個部分，而不是傳統只是靠電波這樣的概念。另外一個部分，要打破區域的限制，不管在串流的部分，還牽涉到版權的問題。現在是目前其他公營團體是收公播，如果上 YOUTUBE 還是 VChannel，相關的名稱有一點點意思到就把你斷掉，所以也造成一些相關的困難。在這個部分都有一些實質上、技術上跟法規上有可能會產生的衝擊。那理事長或協會那邊，對於這個部分的呼應或需求是不是可以給我們一些想法。

小電台比較難經營，要聯營化，可能我們會給 NCC 一個方向。向中功率三千萬也不多，一樣十一個。當然現在的政策希望我們用法人，但是法人裡頭我那天告訴業者，業者就有很多聲音出來，我法人至少也是要至少幾人。但是法人在運作的時候，你不能說都沒有運作，不然被收回去，所以還是要有營運內容。這邊又要做稅法，財務方面一定要報，所以這樣還是不方便。所以現在目前有個狀況是我是走中規的，我把股份釋放出去，大家來認股。第二個就是說，我是老闆，我找很多人頭。現在實務上就是這樣做，那我們希望說讓它合法化，我們希望說做聯合網。就拿廣告時間來說，廣告時間以前是和廣電處有一個默契，所以我記得我以前在做電台的時候很有趣，那時候就放寬很多。但是當初把廣播和電視綁在一起，是絕對不對。我們最近有個廣告一個里長他在打飛靶，然後他不必講，我們就知道他眼睛很利。這樣就講我們如果用廣播的畫面來形容，至少要五倍的時間，那長度差很多。所以廣播的廣告，我一直也提出要怎麼樣管制。目前我看施行細則應該是以一個禮拜為單位，看總量。那我如果深夜時段播，廣播沒有效果，把廣播的廣告那些時間拿到白天來。那白天我們就肯定會說白天整個都是廣告，不可能的。因為這個現象在民國六十幾年七十幾年，六十五年廣電法公布以後，但是沒有馬上實施。所以那時候廣播電台的廣播無法無天，我十二點開始，我電台差播五分鐘，十分鐘，然後交給主持人，主持人做了以後裡頭也有廣告，然後再二十五分鐘交給電台，電台有插播十分鐘，所以很多廣播。但是這樣子以後聽眾會主動打電話來說，你廣告太多了，自然會有市場的機制。所以我們建議晚上不要用時段，用報備的方式，把他挪到白天。在節目裡頭一天多播一分鐘、兩分鐘，不會差太多，差太多聽眾不喜歡聽廣告，有些真的講不夠。如果電視的話還好，電視還有畫面、字幕，什麼都有，廣播就是告一張嘴在說，很難把那完整的音樂說完。所以廣告其實我們覺得十二分鐘到十五分鐘

一個小時，比較合理。如果不行的話，現在用用總量管制的方式，將晚上不用的廣告，挪一點到白天，用報備的方式，看哪個節目、幾分鐘。我相信電台業者也會自律，如果說主管機關和廣播業者沒有建立的互信也很難。所以以前處長的時候都一直講要自律，但是到現在還不敢讓我們自律。我也是廣播工會自律委員會的委員，我做自律委員沒有工作，因為沒有來自律。所以像新聞局這方面應該也有自律，好比廣告超秒，節目廣告名稱公開，這很好自律，大家都開始建立共識了。那如果是衛生福利部的，大概就比較難，但是我要說衛生福利部抓我們抓的太兇、太超過了。因為我們政府的政策是這樣做，我們要發展生物科技靠電台在行銷很多，所以一邊要電台行銷生物科技，然後另外一邊就抓我們抓得很兇，有點矛盾。那在談到廣播什麼政策瞭解，剛剛我聽講有人直接去找立法委員，我覺得這好像比較快。另外，最近大概有個問題，因為提到要上網去登錄，這個造成大家很大的困擾。過去就是電子檔交出去，紙本交出去，就好了。我本來就有繳電子檔，現在又要上網登錄，又有一段間限制，每個單位有節目部、有工務部、有業務部，還有財務部，每個部門都各司一職，它要整個整合起來才是完整的評鑑。但是你要叫它上網去，它一個節目可能要用一個禮拜，公文用一個禮拜。我知道現在那個系統沒辦法給你那麼久讓你做，可能一段時間就沒有了。所以這個我最近還要再溝通一下，因為有問題。另外還有一個建議說，申訴案件現在需要大家把它分類來做，當然對業者來講是有幫助，很好。但是也有人反應說我申訴案件我很緊張一定把它處理很好，何必要把這個東西再重新報一次？那我曉得，現在聽眾動不動就和檢察機關去申訴、NCC 也有，衛福部也有，也有業者大家檢舉來檢舉去的。以後的話，變成說如果自己申訴問題都在處理以後，還要再報，還要幹嘛，確實是有點重複的味道。所以好像這裡有一條未來政策整麼樣，這個我覺得是說少管，少管其實就是讓電台去自律，讓工

	<p>會去管理自律的話，可能會比較好。因為現在網路這種無法可管，我相信未來會有很多業者變成網路廣播電台，因為不受法律限制。當然現在我們做廣播守那個約束不會中斷，但是我覺得你這樣做網路的話，如果未來傳統的廣播它的收音機不存在的話，那當然就是網路，或者是每個電台都設網路平台，那對廣播來說會很亂。我們還是建議說，廣播還是只有廣播。然後我本來今天要送出去，就是未來廣播園那件事，大概等一下就送出去了。好像是下禮拜十月初有委員會議，可能會討論，以上跟大家報告，謝謝。</p>
	<p>C01：我回應一下，剛剛提到的自律很有趣。的確，因為我們現在談自律，事實上是我當初提出來的。我會覺得說有時候常常看到台灣產業業者跟主管機關的互動，說實在國外產業，反而你會看得到說為什麼他們政府會一直相信讓業者自己去自律，因為國外產業等主管機關跳出來說要管定法規的時候一定很嚴格，他們真的很怕政府亂搞，所以剛剛意思是說他們真的願意，而且願意站在政府角度想問題，那這個時候也希望政府站在產業角度想問題。如果你們可以看到時候，我剛剛也提到，那個時候的確是你說，那時候工會剛成立，我要求工會成立自律委員會，及果那時候不曉得是誰提出說工會對於說廣告的時候，節目廣告的認定，說真的，我那時候給我們課長說，他直接說這樣不可能。我會覺得說，如果可能大家互相站在對方角度想問題的時候，就會比較好點。如果說工會這邊願意站在一種產業、一種大家共同的秩序維護，而且主要是避免政府為了管而管，反而到時候管到已經超出比例原則了，可能這樣會比較好。</p>
<p>主：我想如果從這樣子討論可以明確看到產業的需求跟大家的聲音，在廣告的管理上希望是比較彈性的作法。那個這個彈性做法不要放在時段這概念而是可以放到節目、一整天或者是一個禮拜也好。但對聽眾來說，也不希望廣告被集中在某一部份。所以某種程度來說，在工時也規定某個部分比如說某個時段裡頭可能他</p>	<p>C01：像你們現在調查出來，民眾主要收聽的時間，主管機關在參考要不要定黃金時段就會參考這個。他會認為民眾比較常聽的時候，就要求那部分的廣告要求百分之十。</p>

<p>可能不要超過百分二十或二十五的概念，換算下來就差不多是十五分鐘。建議說，要把彈性放寬，可是也不能單一集中在某個時段裡頭。當然每個感受不一樣，有的人忍難度比較低，有的人忍耐度比較高，這沒有什麼。</p>	
<p>主：對，所以原則上我們就是說我當然也會嘗試這樣建議，比如說採取比較彈性的統量管制的概念，但是也保障聽眾的權益，有些比例的限制。透過這樣交叉的運用，而且可以做彈性的調度和使用，我們大概會用朝這樣的概念。</p>	<p>C01：如果有可能用整個一天總量管制，未來就可能出現每集希望比照電視，一段都是廣告，但是你就需要有一段時間全部都沒有廣告，因為要做總量。但是一定是你可以做都是廣告的就絕對不能放在黃金時段。</p>
<p>主：所以我們要規定某些特性的時段，要有一定的比例，因為這樣聽眾會受不了。所以我想這個概念應該大家聽起來可以接受。另外一塊就是，還有一個聲音是說，現在廣播本身媒體來說，其實有很多做法是被規管的，可是在網路它又沒有相對應的管制強制，好像是一套兩制。可是因應之後，它有很多地方會從網路廣播的概念，現在在載具是越來越多這樣的趨勢，所以有些部分，比如說廣告怎麼和節目做明顯的區分，它很硬，整個節目的氣氛會不見了。所以這塊在訪問的時候也有提到，是不是在某些程度上有些彈性可以運用，要嘛連網路就要管，那連網路的是不是都管得到，這不可能。所以是不是在這塊地方，是不是可以回歸到業者從自律角度上當然會規範其他法規，不是它原本的法去規範而是其他的單位去做。但是至少在主管機關角度上來說在這塊地方有些部分也做適度彈性的運用，某種程度也可以讓民意匯流的部分在這個的地方會實踐更好一些。這就會提到說下面一樣包含贊助或置入或相關部分，在做法上是不是做合理適度的調整。現在網路上就看得見，比如說它講拌麵，但是我在畫面上已經出現了，沒有違反相關規則，但是業者還是希望依循一個合法合理的規範。事實上，還是需要明確的在政策制度上的開放。大家對這部分有沒有要建議的部分？</p>	<p>C03：我先呼應一下就是說，因為在冠名贊助的部分，好像之前研議過一個小時只能有四十五秒的路上，坦白說，如果用電視角度來看我覺得這樣根本找不到冠名贊助。同樣，呼應理事長提的，其實讓業者自己來自律，因為它贊助會有會金額的不同，所以我覺得應該看它的金額規模大小決定它在這個小時的節目裡面露出幾次。每個電台有它自己銷售的三十秒、六十秒的價格。所以我們會看，比如說它贊助多少金額來決定。那我們讓它在節目裡面露出，也不是用置入，而是用廣告方式呈現。剛徐老師提到說，怎麼讓節目和廣告做區隔，現在大電台大部分都用 Jingle 去做區隔，所以我覺得不會有節目廣告化的問題。像這部分我覺得就是開放，跟剛剛我們所講到說在一個小時的節目可以播九分鐘廣告的時候。也很謝謝何老師，我聽到一位學者可以對電台那麼的支持，尤其像我們從事廣播這麼久的時間，大家都覺得廣播好像越來越沒有機會，可是聽到學者這麼支持我們，我們自己會覺得很感動。我相信將近一百九十家的業者，未來會很努力持續的做。九二一剛好到現在二十年，我到現在每次到九二一我真的沒有辦法忘記二十年前九二一發生的時候在台中的狀況。當時，只要一塊空地，全部都是搭帳篷，連在台中市都是這樣。沒有水電、瓦斯的情形下，即便是現在你怎麼透過手機，手機沒有辦法充電。我記得當時有做調查，當時廣播的收聽率超過百分之七十以上，所有的人要知道你的好朋友這些災區安不安全都是要</p>

透過廣播來收聽。所以我認為說，廣播不死，它不會消失。它再最差，其實就是現在這個狀況而已。所以我覺得不管是理事長講的工會用廣播園的方式，我想其實業者其實都是會非常支持。但是我們希望在政策的鬆綁上面，真的是不要管太多。其實當業者有很多方向去做很多的發揮和發展。像剛剛說調查中民眾覺得九分鐘差不多是極限，我們也都是觀眾、也都是聽眾，我看電視你最好都不要給我廣播。所以我覺得在做調查時候，這些聽眾本身沒有替我們想到說我們是營利電台，廣告是我們的衣食父母，但是我們也不會讓廣告無極限，無限上綱。因為如果廣告太多把聽眾趕走不是自找苦吃，但是我們也需要廣告者的支持，我才有辦法讓這家電台維持下去，我才可以找更多人才讓這個產業更蓬勃發展。我覺得這個彼此是唇齒相依的，它的概念是來自這個地方，所以我們希望法規上面可以再放寬一些。另外我要再提另外一個議題，就是說收聽率調查這件事情。我想對於中小功率電台來講，它很辛苦的一點就是，現在全台灣唯一有做廣播調查就是尼爾森公司。我們每次在做焦點團體，總是要提醒這件事情，你不買，它就不做你電台調查。可是問題是我們做政府標案的時候它要看收聽率，那我的小功率電台、有些中功率電台我都買不起，因為它真的太貴了。那它太貴這個狀況下，請問我怎麼樣去爭取這筆預算？然後這些電台就永遠沒有拿到政府的標案，這個不行啊！所以我們希望說 NCC 可以常態的公布你們做的市場的收聽率的調查，即便我沒有尼爾森的收聽率調查，我至少還有一份 NCC 調查可以來佐證。可以讓所有中小功率業者，他們也可以有這樣一份資料可以使用，這是第一個部分。那第二個部分是說，其實政府在分配預算的時候，例如說我在中波好了，可能這個標案一百萬，那均分每家，大概十家，可是它不分大中小功率，通通都是十萬。我要提到的就是說，其實事實上每家電台營運基礎成本狀況是不一樣的，服務族群也不同。今天不是說小功率不能拿十萬，而是希望政

	<p>府可以多利用一些你當時既然做中小功率其實就是有一個族群要照顧。很可能今天新客家電台願意給它十五、二十萬啊，或者是給原住民族電台。他們要找這些主持人太難了，應該給他們高一點預算。或者是小功率在哪一個社區的社區整體營造做得非常好，應該要給他多一些。我覺得政府在做這些標案的時候應該是要再多一些心思，然後我也相信每家電台都會很用心的，我們通常是十萬預算都執行到五十萬的規模去了。我是覺得說在這個標案的部分能夠朝這個方向來做規劃，也希望說可以把這個部分提供給 NCC 參考，讓我們整個環境做個更大些。</p>
	<p>C01：政府在做宣導政策、廣告的時候，是放在預算法的。現在預算法規定，政府在做宣導廣告只有規定不能做置入性行銷，其他並沒有規定。以前一開始警政署比如說給警廣一千萬的時候，後來發現警廣生意做很好，結果警政署本來應該給一千萬就給它七百萬，意思是說其他你就努力，結果就變成它和民營電台搶，所以這種情形到你是好或不好。如果說你們去建立說有沒有可能在預算法裡面，要求政府在做公共政策宣導的時候，當然可以給公營的廣播電台做，但是要求要一定比例，應該有些比例要釋出。至於說調查那塊，你們要求通常會做三年，那個可能太過粗的。不過這個東西和民意調查公平會有關切這個。</p> <p>C04：應該要做質的，量化有時候會得罪人。</p> <p>C01：另外，剛提到你們要政府開放鬆綁，我會覺得公會協會有些力量是，你們有沒有這樣的能力去整合說，我們自己做好管理，再把你們管理情形去和政府談判，談判說你們不要管，鬆手讓我們來，這也是這麼多年為什麼自律政府一直不敢鬆手。所以我剛剛說的，站在政府的角度，要讓它把手放開一點的時候，你要讓它相信說，你們工會可以替代它。如果願意你們會讓政府相信公會、協會，然後 empower 一些力量給你們，可能這才是走到實例。很多我們現在談到管太多都是這個因素。</p>

C06：大家好，我是新客家廣播電台，感謝李秘書長為中小公共電台講這些話，像剛剛您提到的問題是我們一定會遇到的，現在遇到這種收聽調查的狀況，我曾經有跟公司提出這樣的要求，因為我們在遇到標案的時候每次去做簡報的時候就常被吐槽「你們就沒有收聽率啊！」之類的。跟成本過高，成本花下去之後你未必會有成效，原因是因為樣本數太低，我相信以前在做客委會的一些相關收視率調查，就是在做客家的這種調查非常的困難，等於是花錢買一個不及格的成績單去給廠商看，這是一個蠻悲慘的狀況。我有一個像剛剛提到政府標案的預算或是補助，我會覺得剛剛的想法很好，就有點按照比例原則的概念。像現在政府在提供人民的一些補助狀況也不會齊頭式平等，也是會按照低收入戶優先提供，我覺得我們其實就是低收入戶啊，有點像排富原則啦！讓真的需要，我們通常做文化性母語電台，基本上在 BUSINESS MODEL 很難去做相關的擴展，所以才會發現到可能近幾年來，民營做客家的電台都不見了，都被聯播網拿去做了。甚至有公營的原住民廣播電台，但是卻沒有民營的廣播電台，因為根本做不下去，這一樣的概念。現在我們就面臨到政府也有一樣像講客廣播電台，對於民營就像在整個產業期望下，有點在鼓勵我們不要去做語言電台這種概念。因為其實我反而是一直在慫恿自己董事長不要做客家，所以其實真的是我們電台本身董事長在整個台灣的文化上非常堅持。所以我也會曾經想過說，看到這些政策或是既定的一些規範，是否有可能不會是統一的原則，就有點像對於低收入戶的規範有不一樣稍微輕鬆的方式。就像可能今天對於公共電台並不會跟像聯播的狀況是一樣的標準去執行換照或是廣告規範，我每次看到這種就是說一個小時九分鐘到十二分鐘，就覺得好羨慕，我一個小時有九分鐘的廣告多好，就是你在做語言電台，一個小時要做到九分鐘廣告根本不可能。那其實這份報告我看到後來覺得還蠻驚奇的，這只是一個疑問，因為原住民廣播電台跟客委會相關

	<p>廣播電台是同年一起出來的，相對於民營電台你們都有蠻大的一個預算去經營，可以看到 A-LINE 九點三跟講客廣播電台，在經營二零一九的一個數據來講就有不一樣的狀況 A-LINE 上面的收聽次數可能相對就比講客還高。那對於我而言我蠻意外會有這個狀況的，因為在經營廣播電台的狀況，以流行音樂電台，或是從我們這種經營母語文化電台的狀況，可以說是完全不同的經營方式因為你的 TA 是完全不一樣的，當然有些地方是一樣的，但整個狀況會有點難去相提並論。我個人會覺得說講客廣播電台，因為他是公營的客委會直接有預算給它，所以它會有很多成本去做他們想要做的一些事情，基本上他們把我想做的一些方向都做出來只是我礙於沒有成本，可能像是收聽率啊、直播啊或甚至是舉辦聽友會等等，因為這些都是要花很多預算去進行地方上的一些活動。基本上把我想做的都做的的情況下，其實在收聽率只有三，以這個數字來講，反而相對我們竟然還比他們稍高，也會讓我覺得可能在習慣性收聽或是地方上面其實還是佔蠻重要的因素。我覺得這份資料對我而言是非常重要的，我自己也有在思考說其實我們花很多成本，像剛剛講到在直播上面你要怎樣去創造真的有達到一些效益，在經濟規模上比較有限的情況下，我們就會做比較多這方面的思考，所以像我看到同時期出來的講客跟 A-LINE(電台名稱，00:23:22)，它們在收聽的規模上面相對來說比較好一點，我可能也會想說是否也有我值得學習的地方，以上謝謝大家。</p>
<p>主：有關怎麼樣持續瞭解聽眾收聽廣播的行為，也作為發展廣播政策和產業需求的部分，其實這塊它不一定要三年，它也不一定每次都這要這麼大規模，因為這很彈性。所以其實我們看到這份資料，次數是一定 OK 但是如果我們放在區域上來看，它會有不一樣的感覺，因為全國在同個基礎上不太合理，因為他就是全區性的照理說它的量就比較高。可是如果放在客語的區域上來看，雖然只是小小的次數，可</p>	<p>C04：你的獎勵是政府單位獎勵？</p>

<p>是可能百分比會放大，會有不一樣的情況。所以這個部分可能在寫出來的時候要考慮到這個部分，做一個重新的分配。不知道大家在今天這個主題上面，尤其是針對相關希望我們單位可以協助的在政策方面這邊還有什麼樣的建議或者是我們另外思考一下，有沒有什麼可以來獎勵業者，走向進一步的調整跟創新？我稍微理一下，我們在訪問的時候，會在串流那塊可能走向影音的部分，比如像直播，像是經營 FB 經營 APP，可是也需要人才的培訓。所以換句話說如果在傳統商業在經營上該怎麼做廣播類似像這樣，尤其像是對廣播業者來說，它其實已經很在乎這一塊了，可是它需要的是另外一個部分，在數位時代它要去做類似一個小編的經營或是相關的，那是不是可以透過政策的力量協助這方面的人才培養或是在職進修。第二個部分剛剛提到是一些標案，如果標案對 NCC 來講，有些地方可能沒有實務上的處理。但是可以它有沒有可能在獎勵措施的部分，現在只有這個廣播金鐘的獎，這個獎榮譽性質居多，但既然我們鼓勵創新有沒有可能在一些節目上的創新，這節目上的創新不僅僅是形式上內容要怎麼創新，而是我們鼓勵他們在不同的平台上可以去 TRY，那我們的經費也可以補助到說它在不同平台裡面 TRY 的時候，去獎勵它去走出去，去運用不同平台，而是透過這個部分在這塊領域是可以實質經濟上的益處或獎勵，用鼓勵的方式讓它去開創一個新的天地，業者在分散風險的情況下能夠努力去做這塊地創新。這只是我們在這次訪談得到的一些想法，不知道在這個基礎上面大家還有沒有建議機關獎勵上，因為我們也是要回應他們，希望說有這樣的聲音或需求。獎勵上的一些措施或者是有些困難的地方希望可以協助？</p>	
<p>主：就 NCC 的建議角度說、經營角度上來說</p>	<p>C04：文化部整年給廣播預算只有九百五，給一張唱片可能給三百萬。</p>
<p>主：什麼意思？</p>	<p>C04：給電台的，講過很多次。給電台做節目 C03：條件越來越苛，好難做！</p>

	<p>C04：徐老師說創新的部分，在文化部一直都有，但是規定越來越嚴格。</p> <p>C03：這個和何老師報告一下，它一千八百分鐘，然後要執行一集四十分鐘，在民營電台來講，然後它做的類型可能是藝術文化，那個東西你做調查的時候民眾說我想聽，但你真的做的時候它就轉走了，真的很現實。一做做四十分鐘，告訴你傳統戲曲，很有內容，然後你好不容易請這些很特別的文化工作者，但是對於民營電台來講，它很困難執行，因為我們有做，我們也很有心想要好好做，可是規定在四十分鐘的基礎，每一家電台四十分鐘基礎是不一樣的，這家電台四十分鐘它的成本說不定是要十幾萬，可是有的電台它可能很簡單，所以我覺得說很難，剛理事長說九百萬我差點暈倒。</p>
<p>主：我瞭解，但是有些話要你們說，我不能說。</p>	<p>C01：通傳會從監理上就可以創造一些，比如剛剛提到我現在把廣告時間改為總量管制，事實上就會間接引起未來有三十分鐘、四十分鐘都是播廣告，也就是說那個政策就會變成這樣，然後那個時候就會影響到產業的變化，還有到底廣告要不要說甚至有人認為廣告時間全部鬆綁，但我之前做過研究有一些業者是反對的，因為它怕一下子讓廣告市場崩盤都沒有，所以這個你們在做一些東西，或者有時候你們要什麼都不管，你們要自己去思考到底會對產業產生什麼利弊。理論上我通常會在這麼多的產業上，廣播業者跟政府的配合主管機關是看在心裡感受在心理，所以說都真的願意去多做一點配合。比如說剛剛我提到的公營廣播電台大家一直說有沒有跟民營廣播電台在商業基礎上，有沒有可能，如果有可能，你們也可以直接要求在預算法裡面，政府做公共政策宣導的時候你的預算分配要以一定比例的限制，你可以給公營廣播電台，可以因為公營廣播電台收聽率好，就全部都壓在這，你要求要有一定比例。像這種如果有規定政府跟會計單位預算死死的這時候就保留一個空間至少給優良的。</p> <p>C03：有一定比例給社區型電台。</p>
<p>主：今天訪問到這邊，謝謝大家。</p>	

附錄六、深度訪談逐字稿

第 1 家：國立教育廣播電臺

主持人	受訪者
NCC 每隔兩、三年會做廣播大調查，今年希望做深訪電台，我們依照電台性質不同，分大中小功率外，也有分公營、民營電台等，主要瞭解產業市場的狀況，同時也做聽眾調查。	受訪者 A：你的公營電台找那些？
目前還在預約，有些願意有些不願意，還有喬時間。	受訪者 A：還有不願意的喔？
有阿，有的很忙不願意受訪或者有業務機密。	受訪者 A：軍方可能會比較拒絕你？
不一定耶，漢聲以前是比較願意的。像我有在學校接課，所以有幾位學生就到漢聲去。	受訪者 A：原來可以不願意喔，呵呵。
他也沒有強制，只有說希望配合辦理。私立比較不願意，收補助的拒絕率比較低。廣播電台，以前我一度擔任系主任的時候，學生有來參加金聲獎，有得獎過，我也有來參加，辦的很好，我想廣播電台的定位也不太一樣，不知道副座你怎麼看待自己在這市場裡面？	受訪者 A：因為我們是非常特殊的電台，雖然我們也是公營電台，但是我覺得我們在公營電台中，定位算很清楚，警廣後來走交通，他的收聽率是很高，創造他的市場需求率，但是我覺得，我不知道，這是我個人覺得，交通的東西各電台都可以做，那也很簡單做，撇開這個我覺得我們在公營電台裡面，功能跟任務跟定位算是最明確的。
當然有很多部分，不管推廣知識或者關注教育議題，還有更廣泛的公共議題，其實也滿廣泛的。就您所說，可能跟警察廣播電台不一樣，之前中廣有一度還是公立的時候，有些地方會跟你們 OVERLAP。	受訪者 A：對，因為他有國外部，還有語言教學，外語的那一塊阿。
對，有推廣教育的，但是現在他就完全民營性質，現在除了特定單位外，公營的電台不多了，跟軍方又不一樣，當然軍方有一點在轉型，像是復興、漢聲，尤其漢聲轉型比較快一點。	受訪者 A：對，因為以前他們早期對海外，特別是 XX 那一塊(04'48)，你說軍人、軍眷，我覺得他們找不到定位，我們後來發現他們也跟我們雷同，他們也找不到定位，自己也渾沌一段時間，我們雖然跟中廣有一些教育節目一樣，但是他們是對那邊，我們是對這邊，他對海外懂這些語言的人，畢竟他偏國際廣播，那時候我們轉型，我們就真的是對台灣本島這樣子，所以還是有一些區隔，就跟我們現在跟央廣一樣，他們的外語教學節目也是做給那邊，國外那邊，也是有些區隔。
對，而且他有轉播的那一塊。那如果從這樣的	受訪者 A：其實我們很早期，那時候我來電台，

<p>角度看，你會怎麼期待你的聽眾結構?</p>	<p>我覺得我們可能那時候，感覺就是任務導向，做一些補充教學節目，輔助一些教學節目的例子，因為我來電台很久了，那時候以教學節目為主，後來慢慢轉型做很多社教節目佔大宗，那時候就要開始清楚定位到底這些東西要做給誰聽，我們一開始教育電台，本來目標就是設定青、師、生，這幾年就更清楚去定義我們的青、師、生，因為你如果講青、師、生的話，我們幾乎都是，那我覺得我們沒有辦法做到真正定位那一塊，所以大概把青、師、生做一些簡單定義，青就是家裡有學生的家長，如果是師就是幼稚園到研究所的老師，生通常會定義國中以上的學生，但是如果我們做聽眾調查的時候，這也是滿廣的，我們有再定義一個核心聽眾，會針對家裡有高中職，含以下的家長，高中職以下的學生家長還有高中職以下的老師，做聽眾調查，像今年就鎖定這樣的聽眾群在做，這其實也回歸到我們做歷年聽眾調查的發現，發現我們聽眾群的結構大概偏這部分，就會去定義核心目標，以後就扣緊這些聽眾去做聽眾調查，然後可能就會逐年針對這些核心聽眾，這樣才可以看一些趨勢。</p>
<p>副總或者副座有觀察到這幾年隨著數位化的轉變，聽眾的結構或者聽眾樣貌有一些變化嗎?或者有一些趨勢?</p>	<p>受訪者 B：應該說我覺得聽眾本來就是一個無限大的目標群，根本不知道，沒辦法用任何的調查找出他真正的樣貌，就我們這幾年調查下來，他使用收聽的載具確實有在變化，從最早接觸，103、104 年左右，使用數位載具的聽眾可能成長一倍，過去可能兩成，現在是四成左右，也不是說他用單一工具，就是有用數位的手機或者電腦，有用這樣的管道接觸到我們廣播節目的，這些人確實多很多，也是因為有這樣的工具，我們可以倒過來，透過這樣子，因為這些人我們比較可以掌握他們的樣貌，像是 GOOGLE 或者什麼樣的工具去分析他，也幫助我們認識一下使用數位廣播收聽我們廣播的這群民眾，讓我們可能回頭來確認，我們二十五歲到四十五歲的區間是最多的，使用數位工具來收聽廣播的，我們的聽眾群，這是一個過程。</p>

<p>那我繼續追問，你當時使用 GOOGLE，你怎麼透過他分析？</p>	<p>受訪者 B：就是 GOOGLE ANALYSIS，我們有買 CODE，應該做了三年，觀察三年。</p>
<p>所以凡是有在 GOOGLE 裡面 SEARCH 或者有透過官方連結的都會被你們收集下來？</p>	<p>受訪者 B：對，到官方裡面，或者網站裡面做一些動作，收聽這些東西，透過 GOOGLE 大數據去看使用群眾的樣貌。</p>
<p>但是如果不是透過官方網站或者 APP，而是廣播電台 GENERAL 相關的，你們也有辦法知道那塊嗎？</p>	<p>受訪者 B：因為他們最終也是導到我們的電台，我們沒辦法知道從那邊進來有多少，但是會知道使用我們電台網路媒體的有多少，他們也是一個連結建置。</p>
<p>對，但是你知道一個整體的 PROFILE，但是從不同 LINK 進來的數據還不容易掌握的到？</p>	<p>受訪者 A：應該說最大宗，以 HICHANNEL 來講，我們好像沒有讓他上架。除非像其他的 XX(11”20)或者其他 APP。因為那牽涉到音樂使用版權的問題很麻煩，後來就沒有。</p>
<p>所以副總提到是一個議題，很多廣播電台面臨數位化跟載具多元化的時候，他一方面傳統市場的確逐漸老化，傳統收音機的形式，所以他會應用這種，但是因為收聽廣播通常是免費的概念，所以他的 SOURCE 會越來越多，可以聽的節目也越來越多，他也需要競爭，對業者來說他也不想當實驗性質或者免費的節目來源這樣的概念而已，我不知道你們是不是也有同樣的考量？所以在 BUSINESS MODEL 裡面，他這一塊很被 CONCERN，那業者也希望發展出一個對電台永續經營的 MODEL，不知道你們怎麼看待？</p>	<p>受訪者 B：回到我們是公營電台的角色，我們內容都是 FOR 大眾，比較沒有那方面的考量。 受訪者 A：我們就是常態性用這個。 受訪者 B：我們認為我們是公共財的概念，政府預算進來我們去發展這一塊，就是希望給大部分民眾去利用的。</p>
<p>你們會考慮未來使用的智慧音箱嗎？尤其亞馬遜帶起來之後，台灣進很多智慧音箱，我們自己有買，但是我聽廣播其實很多電台聽不到，你們有考慮跟他們合作嗎？</p>	<p>受訪者 A：目前還沒有思考到這一塊，還是用我們的網站。</p>
<p>所以如果他來跟你們合作你們會願意？</p>	<p>受訪者 A：當然願意阿。</p>
<p>因為看現在很多趨勢都使用這個，很多電信公司也推這一塊。所以剛剛要問的原因是因為，現在越來越多，不管他是 FOR 什麼目的成立的，一方面靠連結一方面靠授權，他就會導引到這邊或者取得這邊的內容，讓 USER 或者聽眾去聽，去使用，大概是這樣的概念。對電台來說一方面想知道可不可以這樣拓展，另一方面的議題就是做一個轉型，在使用在利用，因</p>	<p>受訪者 A：這不是我們授權不授權，這是音樂的問題，HICHANNEL 跟那些仲介團體有問題，避免這些我們就沒有這個，因為他要跟我們簽約等等。所以未來智能音箱我們也會考慮到很多，當然這是一個非常好的另外一個通路，但是也要看，我們基本的立場就是公益性質，那個還要收費。 受訪者 B：像 MOD 也放很多廣告。</p>

為他集合很多廣告的 BENEFIT 平台。剛剛副總提到有些你們並沒有開放授權，有些開放，你們考量的點是？	
對，他也有 RADIO。	受訪者 B：他不會幫我們差廣告在裡面。
對，他不會插入。	受訪者 B：別的平台可能會插入他們的廣告。
他可能是你們播放一陣子之後，他再插入他自己的廣告。	受訪者 A：這樣子的話我們就會有些顧慮，就會有考量，但是這是未來的問題，要看怎麼解決，NCC 之前也有說，公營電台是不是可以播廣告阿，如果這些法規都解決了，也許大家都 OK。
你會希望 NCC 開放你們做廣告嗎？只是聊一聊而已。	受訪者 A：放廣告喔，基本上還是會希望，如果跟頻道屬性一致的 OK，商品廣告基本上都可能。
但是目前沒有？	受訪者 A：目前沒有。
像公共電視，當然不同性質，但是他做的是所謂的形象概念，或者公益的概念，他在 MODEL 裡面也沒有收費，但是目前是因為法規。	受訪者 A：我們以前也是做很多非商品廣告，政府很多單位，但是現在會被要求說廣告有什麼。
要註明啦。去年做聽眾收聽的時候，聽眾會覺得這對他們是很大的困擾，他不斷被提醒，他知道這是廣告，但是你不要一直 REPEAT 告訴他，這是多餘的，他覺得這是干擾收聽。但是這是政策有時候也不太容易。會到聽眾那一塊，現在也因為這樣子，聽眾除了走數位化越來越年輕，怎麼增加黏著度也是一個考量，因為現在要經營粉絲或者做互動，對這塊電台有什麼因應方式或者什麼做法？	受訪者 A：我們也是有官方粉絲，常常做一些活動什麼的。 受訪者 B：我們有粉絲專頁，差不多經營了三、五年，目前還不錯拉，六萬多，就電台來說還不錯，就正常來說也還不錯，互動情形也還不錯，當然因為你經營這東西，有點被他的政策帶走，他前兩年希望越多影響越好，再來希望直播，這些我們也嘗試去做啊，除了一般節目資訊，最簡單就是照片加上一段文，還有連結，連結可以收聽，一天大概兩到三則這樣的露出，再來搭配影片的節目預告，做成小影片，後來更誇張就是做直播，現在一年做二十次都有可能，可能一個禮拜有一次直播活動，但我們很堅持要跟節目相關，要跟節目的議題或者找節目主持人來做直播。
有特定節目概念或者說你怎麼挑直播節目或者怎麼進行？	受訪者 B：我們會去安排整年度的走向，搭配一個是教育活動的時程，一個是搭配節慶，母親節，教師節或者像這樣的，比如說九月到了就是教師，師鐸獎或者教育政策，會找教育節目去做，六月可能是青年畢業找工作，我們會找職涯搭配這樣去做，我們本來就有這些節目

	的內容，但是做一個包裝，在節目的時候，比如說兒童節我們就找好幾個兒童節目主持人，好幾個禮拜都來做節目，讓這議題可以曝光或者讓大家關注議題的時候，大家也會比較想要收看。
很多受訪者說，你們直播會先預告嗎?因為他們會想要有預告再去聽。	受訪者 B：會啊，我們前一天會先預告。通常是前一天啦，因為社群的東西，前一個禮拜預告早就不知道收到哪裡去。
你們有進一步分析，有直播跟沒有直播的節目，有沒有明顯的效果?	受訪者 B：好像沒辦法直接回饋到節目收聽那件事情上，但是節目曝光或者節目粉絲團有沒有做活動，你說連結到節目後的收聽還看不出來。
現在 YOUTUBE 有看到節目後的訂閱，看訂閱人數有沒有增加，可以有一些鈴鐺或者推送，你們也可以用訂閱來知道人數。	受訪者 B：我們用 FACEBOOK 沒有這個功能，我們是按讚跟加入。
現在很多單位都在 YOUTUB 上直播。	受訪者 B：我們不是打造一個新平台或者創造新節目，我們最終目的就是要推原本的節目，我們節目就是有一兩百個節目吧，我們也不是特定推某幾個節目，可能今年有幾個重點或者本來就重點的節目出現頻率比較高，但是也不會完全主打某些明星或者特定的狀況，也是以整個品牌，教育電台的概念在經營粉絲團。
這樣對整個組織結構會有衝擊嗎?你要這樣推，要增加小編功能，網路那塊要增加某些能力，某些原本的主持人不一定可以 CATCH UP。	受訪者 A：我們的分工從那時候，大概直播就在他們那邊，我自己覺得這應該是節目要自己做，假如我要每天節目在上面直播，那我就是主持人的這個團隊自己去做這東西，但是現在把這些東西算推廣，所以會在我們主持這樣子。所以目前的想法還是以廣播為本業，這些只是輔助推節目，我們做的目的大家是要回來收聽我們的廣播節目，不是以影像的廣播為主，我們目前是這樣做。
但是不可否認你們也因應很早，因為三、五年了，也已經累積一段 DATA 跟相關經驗。有些細部資料我們看不到，你們主持人是特約為主或者編制內?	受訪者 A：編制內的，編制內比較少。
那編制內或特約主持人，會不會在這塊看法上不同?	受訪者 A：我們有些主持人自己也會做直播阿，他們有經營粉絲頁的自己也會做。
他在教育電台主持節目可以直接直播嗎?	受訪者 A：大部分都是 FB。

我是說他上你們節目的時候可以同時在別的平台播這節目嗎?他可能不是編制內，而是特約主持人，他會有一些節目在別的電台。他用你們的資源放你們的節目。	受訪者 A：他是我們的主持人就 OK，他上我們的節目，應該也有授權。
所以你們也會贊成他這樣推廣節目?	受訪者 A：OK 阿，我們節目本來就希望越多人聽越好。
今天也希望代表業者聲音跟官方的調整，你們有遇到什麼困難或者需要什麼協助?法規面或者技術政策都可以。	受訪者 A：聽說他們要取消以後車上的收音機，聽說已經定案，就是以後備配不會有收音機。
這算 NCC 管轄範圍?	受訪者 A：是阿。
我們滿驚訝的，還不知道這消息。現在是標準備配?	受訪者 A：對，現在還是，以後就不是了。
理由是?	受訪者 A：我們也不知道，很奇怪。
因為開車聽廣播是一個很大的族群。	受訪者 A：對，廣播已經很式微了，我們幾個業者，跟友台在討論這件事情，因為聽說已經定案。
他會不會說是影像的，不是單純聲音的，因為現在很多不是單純收音機的概念，他是可以看影像的，可以看節目或者相關的，會不會說的是影像不是聲音這一塊?	受訪者 A：我不知道耶，反正就是聽同業講的，所以大家在討論這一塊。
假設未來法規上禁止車上裝有視聽設備的話。	受訪者 A：應該還是要保留廣播這一塊啦。
推廣數位化或者增加更多線上收聽的概念，有需要政策做哪方面調整或者協助嗎?	受訪者 A：數位化現在大家走網路也沒有差了，其他我覺得他們一直在釋放頻道，我們公營電台不受影響，但是民營電台經營非常辛苦，他們不斷開放頻道，廣播市場就已經很萎縮了，讓民間經營滿辛苦的。
但是有些政策考量也不一樣，所以去年做的時候也有民營業者反彈。	受訪者 A：他們反彈很兇喔。
當然有一些不一樣的考量。	受訪者 A：對，還有政府要退出那個。
政府要退出媒體?	受訪者 A：對啊，這我也是覺得很誇張。
有時候政策走向。	受訪者 A：對阿，所以我也不懂為什麼要做廣播業者大調查。
我們也努力拉，當然我們代表中介的團體。	受訪者 A：我們是 OK 但是你看到同業真的經營很辛苦。
去年做聽眾座談的時候，很多聽眾反應說，對你們來講，有些地方也要配合官方政策，要做節目調整，在你們台裡面想法是什麼?或者聽眾的反應，新住民節目的增加，語言的增加，那	受訪者 A：這就是我們的任務，我們欣然接受任務，只是希望說，其實我們有些節目，這些政策性節目不是真的這麼乏問，但是碰到語種不同的時候，你真的就會跳出收聽，因為你肯

<p>些相關的宣導，配合相關議題，這也許是公營電台宿命那兩個字，你們有什麼因應或者策略？</p>	<p>定聽不懂，而且你有這種需求的時候，我們沒辦法像一般電台，可能鎖定音樂，就一直做下去讓他不轉台，我們可能沒辦法讓我們聽眾聽一整天不轉台，但是聽一下新的未來就愈趨勢，在專業這一塊我們可能是最專業最即時的，比較正確的一些資訊，還有其他教育資訊我們也做的很新阿，比方說我們很早就開始做職人的節目，我就發現別的電台也有跟進做一些職人的東西，或者我們很早就有一些生態保育的，後來很多人也都跟進，就覺得其實有時候聽眾的想法是可以去引導的。</p>
<p>聽眾會想說瞭解或者知道你們政策的關係，但是某種程度會想說這種宣導可不可以做的活潑一點，符合聽眾一點，INFORMATION 是需要的，但是呈現的方式跟節目的編排是可以做一些內容不太一樣，你們怎麼看待聽眾的需求？</p>	<p>受訪者 A：做活潑一點是之前我們希望努力的方向，比方說有節目需求出來我們會慎選主持人，但是我覺得主持培訓方面，主持人真的有點難，因為我覺得廣播節目主持人有時候也是天賦，雖然說他有專業，但他的傳播的天賦就不是很夠，或者創意宣導可能就不夠，有時候你要找到有專業又有創意不是很多，但是我們會對外徵案，每年我們有徵案會在網站上公告，讓所有有興趣的有資格的都列進來，也是有經過一個評選的工作進來，所以每年會有一些新血加入我們，也是希望可以把頻道做的更活潑一點，還有聽眾另外一個選擇，除了收音機之後我們還有一個 CHANNEL PLUS 在網站上，我們把所有節目覺得比較精彩或者精華的部分，去做分類做片段保存，聽眾上平台可以自己選要聽的節目，我們在上面也創一個親子頻道，那一連串都適合去做一個親子收聽，等於可以自己選擇，一個客製化的平台，裡面提供很多資源，讓聽眾自己篩選收聽，他選擇方法也滿多的，希望用這種方式彌補說，中間被一些其他節目或者客家節目打斷的。</p>
<p>隨選視訊的觀念。</p>	<p>受訪者 A：對。</p>
<p>剛剛副座提到會用你們會用聽眾需求去做節目，你們怎麼知道現在聽眾需要什麼類型的節目，或者他們關心什麼議題？你要怎麼發現？</p>	<p>受訪者 A：我們年度規劃第一個先配合政策，再來第二個我們每年也會做聽眾調查，瞭解聽眾需求做節目安排。</p>
<p>所以你們每年也會固定做聽友的調查？</p>	<p>受訪者 A：一到兩年一定做一次。</p>
<p>他怎麼進行？</p>	<p>受訪者 B：每年規畫不太一樣，第一個會做網</p>

	<p>站數位收聽那塊，去做數位分析，包含我們官網還有 CHANNEL PLUS 還有 APP，會把今年度的所有節目做一個分析。</p>
<p>你講的是點閱率嗎?</p>	<p>受訪者 B：不只阿，還有 GOOGLE 後台，使用線上行為分析一定會做，再來做收聽調查，這幾年我們做過質化也做過量化，一開始量化可能著重在收聽率的部分，反正現在就是那幾家在做，等於加買我們電台收聽率，但是我們買過幾次發現對我們幫助真的不大，因為他們數據非常非常小，拿出來分析提供的數據，就是太少數了，不知道到底有沒有辦法代表我們聽眾，再來我們我們有自己的目標，所以我們去比對收聽率，對我們來講沒有優勢，後來就會採取一些質化方式去補充，像是去年忠實聽眾，我們就是 FOCUS 對我們有黏著度的那群聽友去瞭解他們的狀況，或者之前去比較我們自己電台節目跟競品，外面同質性的，可能都是教育電台的節目，讓聽眾幫我們比較，他們喜歡什麼樣的類型，針對教育類跟教學類的節目，拿兩個幫我們比較，他們告訴我們他們的需求是什麼，或者他們不同做法的話，他們喜歡跟不喜歡的是什麼，類似這樣的質性研究去補充收聽率。</p>
<p>這會做為明後年接下來節目規劃的部份?</p>	<p>受訪者 B：對。</p>
<p>這兩、三年有明顯感受到哪方面節目增加嗎?或者有什麼重點?</p>	<p>受訪者 B：應該說他的做法可以針對聽眾的回饋去做調整，比如說剛剛提到，我們做競品比較，新舊節目，教學節目的比較，我們發現現在人喜歡的教學節目型態可能是輕薄短小的，十分鐘、五分鐘的學習，不是要坐在那邊聽你半小時的教學那種心態，像今年就規劃新的語言教學節目，去發展比較符合現代人喜好的節目，舊的也是會保存，但是如果要做新的教學節目的時候，就會去考量這樣去做調整，發展聽眾說的新形態的節目，會做這樣的應用拉，配合調查結果去做調整，你說整體大方向有沒有辦法因為幾年的聽眾調查去做推翻也是比較難的任務。</p> <p>受訪者 A：因為有的聽眾會想聽音樂有關的東</p>

	西，但是我們不可能全部都做音樂，我們不會去大翻轉，還是以我們的任務跟目標優先，其他的再去做一些調整。
我們調查裡面，音樂類型的確是聽眾收聽的大宗，還有新聞資訊或者關注的生活資訊議題，類似這樣子。剛剛的確像是各位說的，要輕薄短小，彈性化針對不同 TOPIC 分眾的概念，這樣的節目編排在過去會造成一些困擾，現在網路時代，他不一定要固定收聽的概念，我也可以做合輯或者切割使用，你們有做這一塊嗎？	受訪者 A：我們會放在 CHANNEL PLUS 裡面，我們會把不同節目裡面，相同類似的主題放在一個類別裡面，已經放棄過去節目的概念。
那塊也是保留六十天嗎？	受訪者 A：那是永久的。
所以是做節目保留六十天？	受訪者 A：對，這也是我們的優勢，我們本來就不是一個帶狀打到底的型態，本來就有不同節目，加上節目裡面做單元的規劃，單元跟單元之間就很容易抽出來重組再利用，也是可以符合現在型態收聽的人可以使用，隊我們來說本來就做這件事情，只是更系統性的區分單元拿出來用。
剛也有提到互動的部分，有一些是線上互動，對傳統線下互動或者實體互動，你們怎麼做經營？	受訪者 A：傳統你說 CALL IN 嗎？
有些甚至有實體見面會或者相關的。	受訪者 B：都還是有。 受訪者 A：CALL IN 比較沒有這麼多，地方台做的非常多，總台做的沒有這麼多，總台有時候偶爾會預錄，比較不會開 CALL IN，但是我們分台，尤其台東，整個下午都是開 CALL IN 的，那個量非常多，也有聽眾會寫到我們信箱來，跟我們說節目有什麼意見阿，我們也是會處理，只是數量不是這麼多，大部分還是用網路。 受訪者 B：現在大家有問題就會直接找小編，後台就會私訊。
這三年的數位，會不會讓你們人力大增？這跟以前不太一樣的領域。	受訪者 A：應該說他們工作以前是接電話或者傳真之類，就轉型成網路小編，我們是還好。
有電台說他們沒有人力做網路這一塊。	受訪者 A：因為我們還有一個數位資訊組。
以前就有編制嗎？	受訪者 A：二零二年之後，以前就是資訊組，後來配合數位就改成數位資訊組，會建網站之類的。

<p>所以都自己人做的?</p>	<p>受訪者 B：也是有委外的，但是主要的資訊那些，我們要的需求都是自己可以掌握的。</p> <p>受訪者 A：而且我們跟一些學校會去做研發，我們跟北科大會做屬於自己的影音資料庫，以後主持人的影音節目透過那個介面，文字就出來了，我們也希望說這個部分以後可以跟我們網站結合，所以我們會做一些比較另類的研發，所以我才說我們跟別人比較不一樣的優勢在這邊。</p>
<p>所以我才說聽起來你們孕育很快，也有做一些耕耘了，很多電台還在轉型數位這塊做一些掙扎，他其實知道這很重要，但是還要找一些門路跟方法，在技術跟資源上還是有受到限制。</p>	<p>受訪者 A：從一百零三年開始，我們台長就非常重視這一塊，走在前面的，那時候大家就有這概念一定要轉。</p>
<p>可是總台的腳步好像跟各分台不一樣耶?</p>	<p>受訪者 A：為什麼?</p>
<p>看起來總台這邊的轉化相關的數位這一塊，或者多元形式上走比較多，但是地方各分台，還是有些比較傳統的分台有 CALL IN 或者聽友經營的部分。</p>	<p>受訪者 A：因為比方台東來講，台東的電台數不會太多，他們希望跟當地人做一些密切的結合，會比較親密一點，所以會透過 CALL IN 知道你在做什麼之類的，那台北這邊都會競爭非常激烈，而且我覺得台北的人可能不像台東 CALL IN。</p>
<p>現在會用網路在旁邊 KEY，應該是 KEY IN 不是 CALL IN 了。所以還是有城鄉的差異。</p>	<p>受訪者 A：對，有差異，特別是台東。</p>
<p>地方電台節目會放在網站上隨選嗎?</p>	<p>受訪者 A：會，我們網站上有九套節目，再加上一個 CHANNEL PLUS 的頻道，甚至我們課程還有跟一些大學通識課程做結合，變成他們通識課程學生就來聽。</p>
<p>類似線上學習課程?</p>	<p>受訪者 A：對，主要也是推廣我們節目，主要目的在這邊。</p>
<p>副總你怎麼看待目前家數越來越多，載具越來越多元的市場，有的人持比較悲觀，覺得市場越來越萎縮，有人不會這樣認為，但是我想你們預算也不會每年有大筆預算在電台的經營，尤其很多公部門的預算也在縮減當中，你會怎麼看待這樣的狀況?</p>	<p>受訪者 A：其實我覺得身為廣播人，第一個對廣播要有信念有堅持，而且廣播是有未來的，像大家如果整天盯著電腦，視力都會越來越不好，我現在手機越來越不愛看，以前剛開始 LINE 或者 FB 很愛看，現在根本懶得看，因為太多了，所以我就回歸到用聽的就好。到現在早上叫醒我的還是收音機，我還是用收音機當我的鬧鐘，我覺得廣播人基本上就是要有這樣的信念。你說怎麼做呢?回歸到本業，我們把聲音的本業做好，也回歸到時事的需求，我們把</p>

	<p>節目碎片化，做很多單元，儲存起來，累積我們的資料庫，我覺得這就變成電台以後很大的利基，變成資訊有聲的資料庫概念，我們隨時要怎麼用就怎麼用，要怎麼結合就結合，談合作比較方便，以我們電台來說，只要做好準備不怕以後用不到，因為我們一直在累積，一直在做，所以我們資源會越來越多，這一點我們還好耶，不是這麼擔心。</p>
<p>剛剛副總提到跟外面結合作，有哪些成功或者失敗的案例，向外拓展或者異業結盟這一塊。</p>	<p>受訪者 A：我們跟很多學校，實習的電台或者公部門，他們都會要我們節目去播給他們同仁聽等等，因為有些節目有些口碑，很多人都會來跟我們要，但是我們也都不收費，收費的就不做這些考慮，因為我們也是要做一些推廣。那大學那一塊是我們比較弱的，所以也一直希望可以推導到大學，我們也推好幾個大學，跟他們通識課程合作，現在是在中部，北部跟南部也都在談我們大概也是做這樣的合作。那教育部原本的一些社交單位，我們也是本來就在合作。除了他們的人上我們節目或者當我們主持人，這是比較基本的合作拉，還有其他就是希望透過學校，我們最主要就是希望可以推到學校。</p>
<p>對阿，副座提到跟大學相關的通識課程或者合作，有些節目可以透過這樣變成另外的學習方式或者平台。</p>	<p>受訪者 A：對，像我們有很多節目也前進校園，我們到學校做廣播節目，還有走到社區去做節目等等。</p>
<p>你說大學比較困難是在哪邊？</p>	<p>受訪者 A：因為學生不愛聽廣播。</p>
<p>所以大學不是困難，但是學生不愛聽廣播？</p>	<p>受訪者 A：對啊。</p>
<p>APP 他願意下載使用是他們最大的門檻，要下載去聽，你們有什麼策略去突破這一塊，學生不願意聽廣播的這部分。</p>	<p>受訪者 A：我們 APP 還要再改版，目前 APP 大概有四萬多人下載，人次，我們為了要讓大家有趣，還有在 APP 上面開放搖一搖，比方說我現在有十分鐘或者三十分鐘有空的時間，他就可以幫我搖一搖，組合成三十分鐘可以聽的節目，去拼湊，我們還會去開發類似這樣子有趣的東西，我們應該明年或者後年，應該是明年會再改版再進化，希望讓他們聽。</p>
<p>對，讓學生來用。</p>	<p>受訪者 A：因為每年大學暑假我們都會接觸到實習生，實習生進來我們電台之後發現我們很多節目都很棒，可是都沒有聽。你去做宣傳，</p>

	<p>大學生很難宣傳吧，就是要讓他們可以接觸到，當然通識課程要比較有內容的，你說有趣就不一定，因為通識課程也是老師去挑選的，可能跟他的領域專長有一些相關，你說要怎麼樣推，我們還會再努力一下，所以我們會辦金聲獎，希望學生認識廣播認識電台，去做一些推廣。所以我們想法是從高中開始推了，不要等到大學，因為高中以後會升上大學，就從高中開始推。</p>
<p>這樣也滿有趣的，有很多挑戰。</p>	<p>受訪者 A：我們也希望教育電台把學校這一塊打好。</p>
<p>教育很多也是終身學習的概念，他有很多也不是針對學齡兒童的概念。目前數位匯流的趨勢裡面，門檻越來越低，過去講的是非法電台很多，現在也是有，但是或許在網路流串的時候，他不是叫做非法電台的概念，你覺得對廣播會有什麼衝擊嗎？或者整個產業市場。</p>	<p>受訪者 A：我覺得對產業市場當然會，這些自媒體他出來的東西到底可用不可用，或者是他的正確性如何，他確實會打亂媒體一些視讀的那個，對我們來講比較不受影響，因為我們不太會去用自媒體出來的東西，像新聞一定是自己的記者做的，不會委外都自己做，來自部裡面一些相關單位，經過編輯台上稿發出去，這部分比較沒有問題，我們節目也是經過把關的，對我們比較 OK，這對現在的媒體的確會造成一些亂象。</p>
<p>公營電台又不太一樣，公營電台可能比較沒有營收的考量或者壓力，民營電台非常 CARE 這一點。</p>	<p>受訪者 A：對，他可以提供就可以提供一筆錢。</p>
<p>在廣告市場也會呈現一個瓜分的現象，所以我才會說那個 BUSINESS MODEL 他其實是非常 CARE 這一塊。那你們電台最大的對手或者勁敵是誰？不只電台，只要是你們認為競爭性的選擇，什麼樣的平台或者對手是你們目前比較困境的？還是沒有，你覺得你們很獨特？</p>	<p>受訪者 A：以廣播來講，我們跟中央有點雷同，跟央廣雷同，其他就不太一樣，可以做一些區隔。以其他來講，我們要把一些數位介面做的更吸睛，更吸引人家來聽我們。</p>
<p>所以滿有趣的，聽起來你覺得不是做節目本身的競爭而是平台的競爭。</p>	<p>受訪者 A：節目還好，因為我們節目滿特殊的。</p>
<p>所以就是平台通路的競爭，不是節目競爭的概念。如何在通路中，把人進來廣播聽你們的節目。</p>	<p>受訪者 A：對，主要是廣播這一塊要怎麼吸引更多人的目光注意我們。</p>
<p>剛提到第 11 梯次廣播執照釋照，NCC 也很關心，做了就做了，但是對產業結構有沒有什麼看法或者建議？</p>	<p>受訪者 A：他的 11 梯好像偏向社區電台，我覺得是有必要拉，但是他可能要整個考量一下，廣播生態是不是真的很飽和，飽和到不行，我</p>

	覺得這是他要去思考的部分。
那他要怎麼做呢?他也不能去收大家的電台啊?	受訪者 A：對啊，所以我也覺得很奇怪啊，被大家念，呵呵。
副座講話很委婉喔。	受訪者 A：對啊，因為我們都是公務員，我們常常會說錯誤的政策比什麼都恐怖，所以你要做一個決定的時候應該要評估一下市場。
可是申請很多耶，一百六十二家申請。	受訪者 A：我不懂為什麼這麼多人，怎麼這麼容易，就是很容易阿，廣告置入阿，輔導經營。
他費用也不便宜，要有一筆資本。	受訪者 A：對啊，所以我也覺得滿不可思議的。
台灣市場這麼小居然可以容納一百多家。	受訪者 A：對，呵呵，我對這個也滿有興趣的。
我那時候去審查的時候快要昏倒，因為要看企劃書跟開會，我想說怎麼這麼多家，你看他營運目的跟相關規劃，很多是不可行或者跟他的政策有 AGANST。	受訪者 B：都是些什麼樣的人去申請?他是人或者集團下面?
很多都是代寫的。	受訪者 A：那很多錢耶。
五萬、十萬。	受訪者 A：早期更貴，我知道有人在幫忙寫。
因為很多地方雷同阿，但是不可否認就是這麼多家，他這次不是用擇優，因為很難擇優，你很難說他做的跟後面有沒有一樣，所以有沒有通過門檻會用抽籤去決定，會不會進來。	受訪者 A：那現在換掉到底真的在落實嗎?
RNC003	
不會固定，因為我們習慣就是會轉轉轉，聽聽看哪一段節目長什麼樣子，我有兩個來源，一個是開車就一定會聽，我有設定幾個，中廣我會聽，客家我會聽，因為我有關注這一塊，警廣有時候聽，ICRT 有時候聽音樂部分，還有 NEWS 廣播電台跟台北廣播電台。	受訪者 A：沒有我們，因為有點枯燥對不對?
也不會，但是有時候 SEARCH 會聽，那就是議題導向。因為做你們調查之後才知道你們電台這麼好聽，本來不知道，是做了調查才聽你們電台。而且我們做很多受訪者深度調查，他覺得他們沒有知音，今天有知音很開心，我們做了座談會他們會有一個 LINE 群組交換好聽的節目，他對你們活動有興趣，會覺得去了可以看到喜歡的人，又可以有同好，像是粉絲團的同好，但是他們找不到喜好的人，很可惜啦。再介紹兩個，很多人會像我這種，可能會有固定收聽習慣，但是我隨機搜尋的時候，我不見	受訪者 A：我也常常思考，以我來說，像是教育政策以我這種我已經不關心了，我已經過了這個年齡已經不關心了，我就不會想要聽，就很麻煩。

得會搜尋的到你們的節目，我們發現，現在的視聽，不管電視或者廣播，現在節目的品牌越來越模糊，一個他是跟主持人，另外一種情形就是 BY CHANCE 聽，但是我會 SEARCH 某一塊關鍵或者領域，對你們要怎麼去做？	
像我們這個年齡層，家裡有小小孩的，就會想要有親子教育或者有幼兒托育保育政策或者教養問題，或者暑假有什麼親子活動有助於孩子學習，我會關心這些，但是我不見得知道去哪邊找相關資源，或者找這樣的節目。	受訪者 A：像我們就有做非營利，遇見幸福幼兒園。 受訪者 B：現在很多是新的，像公托會搞不懂。 受訪者 A：我們的記者會親自去跑耶。
可是很多人不知道你們有這樣的節目就很可惜。	受訪者 A：對，我們這節目就做的非常好。
我還有聽到你們一個節目做營養跟養生，北中南我都有聽到他們說這節目很好聽。	受訪者 A：而且我們兒童節目真的做的都很好，歡迎老師聽，你把推薦節目單，親子頻道。
有六歲以下的嗎？	受訪者 A：都有，我們每年有得獎。
還有睡覺前可以聽的嗎？現在睡覺前就很 HIGH，呵呵。這也是另外一個，爭取不同通路間宣傳。	受訪者 A：就是要曝光。
還有很多人會在網路搜尋，像我小孩現在是聽蘇菲說故事，直接查睡前故事，可是就不會跳出教育電台，而是其他的，這部會找電台的節目。還有很多網站會直接播那些節目，我就不用搜尋可以直接聽到。我覺得也是推廣問題。	受訪者 A：對，我覺得是推廣問題。
這樣對主任會不會造成很大的壓力，呵呵。	受訪者 A：不會，我覺得大家一起討論有一些想法這樣很好，我覺得像是非營利幼兒園，遇見幸福幼兒園真的很棒，全省都搜尋不到這樣的東西。
所以假設我對幼兒園有問題，家長怎麼找到你們？不管你們怎麼推廣，他們怎麼找到你們節目？因為我們不會找說電台有什麼節目，而是從需求來找，你們有這樣推廣的方式嗎？	受訪者 A：有阿，所以我們有從幼兒老師那邊，有一些專案，老師要跟家長講說我們有這個。
我只是開玩笑找一下說，因為我們大部分人會用 GOOGLE SEARCH 或者相關的。如果我打幸福幼兒園，跑出全省的幸福幼兒園，這是幼兒園名稱。關鍵字要精準，現在有人做 SEO，就是把你的名字，不是買，他的 SEO 就是讓他自然跑到比較前面去。	受訪者 A：這樣花錢的啦。
對啊，一個關鍵字，一個月一、兩萬塊阿。	受訪者 A：YAHOO 上面的點的。

<p>你說的是點擊廣告，GOOGLE 是越多人用的，有人會覺得廣告我不要買，因為人家會覺得是廣告，就不願意點，有些人故意，有的公司他用排序往前推的，他就不是用廣告處理，他是用 SEO 或者聲量，有一部分要去創造聲量，對民營來說就是要去創造議題聲量，所以有的是主持人去做或者針對議題去操作，透過像這樣子，比如說啦，公視的我們與惡的距離，他會紅不只是節目紅，他在前置做很多議題操作還有推播，還沒有播的時候已經在創造聲量，到了播放的時候，推波助瀾的效果就會更大。海角七號也是這樣，我拍的時候就跟你說拍攝花絮再一直推，雖然他是 FOR 影視產業，但廣播這一塊，我們做過很多聽眾，對一般聽眾來說他有沒有前面的 INFORMATION 或者有沒有聽過就很重要，那一塊他怎麼會知道關注，最近被討論或有人介紹，這類型的議題不斷被推播出來，他就會去看到。</p>	<p>受訪者 A：我們努力，構思一下。</p>
<p>你們有很多聽起來不錯的議題或者關心的，只是要增加曝光或者聲量。</p>	<p>受訪者 A：其實每個來我們電台的都說節目很好，但是宣傳不夠好，沒有人知道。</p>
<p>另外一個就是說，像我不斷搜尋，這也有牽涉到我所在的地區搜尋狀況良好與否，我現在也會用手機 APP 去聽，可能音頻或者穩定度會好一點，但是也是會有一些限制，所以現在努力推線上收聽比較不會受到影響。但是線上收聽怎麼創造說要被看到，像我們名單裡面，我把他打開，有這麼多，我也是隨選來聽，我現在看到有興趣就會點開聽，我們問聽眾也大部分都是這樣。</p>	<p>受訪者 A：這是像 PODCAST 嗎？</p>
<p>RADIO.TV。很多這種電台的頻道可以搜尋，他這是集合式的，但是講白一點，一百多個，除非我聽習慣，不然不會這樣做搜尋的動作。</p>	<p>受訪者 A：他的排序是用筆畫，我們教會有很多筆畫排很後面。</p>
<p>警廣也很後面阿，但是他名聲很大，呵呵。也有人提到說教育電台聽起來很教育，沒有育樂姓，甚至有受訪者建議說教育電台可以改名，不要這麼教育。</p>	<p>受訪者 A：對，以前我就覺得我們要改一個簡單的英文名字比較好叫。</p>
<p>品牌會有老化的問題，就會覺得這不適合我聽這樣子。</p>	<p>受訪者 A：我以前會想說把我們改成 E RADIO。</p>

可能有人取到這名字。	受訪者 A：我不知道耶，很早以前就有想說要把他改掉。
有受訪者提到可以改成更 FASHION 的名字。中文不改變，加一個英文的名字不錯。	受訪者 A：對啊，比較好叫阿。
最後想問一下副座，對 NCC 有沒有一些建議？	受訪者 A：沒有拉，呵呵。
我們不會直接放，但是整體寫報告的時候會有一些可以著墨的地方。	受訪者 A：我覺得 NCC，他的角色可不可以放在，就是管理部分可以少一點，現在廣播的產業在變化，他是不是應該出來幫廣播業者想一想，多跟大家親近，看怎樣幫助大家，他協助的角色應該多餘管理，既然他對頻道的態度是這麼開放跟自由。我覺得他以前可能補助比較多吧，現在我不知道，因為公營電台已經排除掉了，我不知道民營的多不多，可以有一些輔導跟獎勵。 受訪者 B：可能有訓練什麼的。
你會希望有什麼樣的訓練？	受訪者 B：我不知道，因為我真的從來沒有從 NCC 得到過任何，你說數位轉型的東西，小編每個電台都需要，碰到這種時代下的電台要怎麼因應這趨勢。 受訪者 A：如果他辦課程應該務實一點，你要怎麼做網路行銷，不要辦傳統的播音節目，那都不需要了，以前有辦這個，但是我不知道現在有辦什麼。但是我覺得應該務實，也不要再去討論數位匯流下的廣播未來，大家都已經這樣了應該去面對，你要辦說怎麼去面對因應，你要做什麼，那些基本功是未來你必備的技能，要務實一點。
尤其針對廣播類可以有小編訓練班。	受訪者 B：不管做什麼都要，還有行銷阿。 受訪者 A：對，我覺得這塊很好，不管是不是廣播業者，大家都可以去聽，都很棒
或者可以增加一些，怎麼做後台管理分析，因為你有流量，但是我不一定知道後端要怎麼做大數據分析，類似這樣聽眾行為的研究。	受訪者 A：對，或者找經營這一塊做的不錯有特色的，可以分享一下。
應該可以找你們吧，你們算是很先進的電台。	受訪者 A：我們是得天獨厚，有教育部幫我們，這樣人家會太羨慕，呵呵。
因為很多東西你們現在還是做不出來的。	受訪者 A：對，應該說我們還是很努力做一些，跨出公營電台本來的範疇，伸手伸腳，伸出去比較多。

<p>你覺得獎勵這一塊要怎麼獎勵?</p>	<p>受訪者 A：獎勵我覺得現在已經不錯啦，金鐘獎獎勵很多都給民營電台，但是我覺得實質上可能，不過這牽涉到品質，但是可以多給他們肯定，畢竟他們都做現場，我覺得可以多給一些鼓勵，讓廣播市場可以更多元，大家更有熱情。</p>
<p>對自媒體現象或者現在越來越多，不能稱為電台，就是現場廣播的概念，因為門檻越來越低，那你希望 NCC 管嗎?</p>	<p>受訪者 A：這可能沒辦法管，你管不了，這些東西如果要成氣候的話，他會牽扯到很多東西，光音樂就很難解決，所以我覺得自媒體的東西，可能一時的亂象，就是這樣，參差不齊。</p>
<p>可是現在 YOUTUBE 有一個功能就是關起來，跟廣播很像，你可以關起來直接聽他的音樂，這種作法如果未來做大，YOUTUBER 是自媒體很大的一種，如果又在國外管不到的話，你們會不會擔心他?</p>	<p>受訪者 A：我們不擔心阿，呵呵，別人可能會擔心，我們不擔心阿。</p>
<p>業者最擔心什麼?一樣都是做廣告功能，我是被管的，我有些做法被限制，但是對那些來說，NCC 無法管，變成形成一國好幾制的概念。</p>	<p>受訪者 A：對阿，立案的要管，沒有立案的管不到。但是他也抓不到，沒有辦法。</p>
<p>他是可以申訴拉，但是你很難那個，假設自媒體超過十萬人，GOOGLE 還會給你分紅阿，所以他們還會有鼓勵阿。</p>	<p>受訪者 A：但是要做音樂就很難啦。</p>
<p>現在有阿。</p>	<p>受訪者 A：他的音樂哪裡來?</p>
<p>就市政府國家管不到，他放了你也不能告他阿，他 IP 放在境外，怎麼抓他，跟我們無關，像是 TWIST(18"45)，很多人會自己開音樂頻道，他就是在放音樂，你抓不到他。</p>	<p>受訪者 B：FACEBOOK 就是把你切掉。</p>
<p>對，還有一些大平台，像是 YOUTUBE 可以切，你只要申訴他。</p>	<p>受訪者 A：FACEBOOK 現在不管你，你只要放他就先切了。</p>
<p>對，但是我講的是像有一些，TWITTER 他有直播頻道，他就開一個頻道讓你放音樂，你就很難管，他在美國上市，除非你跟美國打交道阿，你手機放著他就播音樂給你聽，不過那是國外的。現在講的是境外，但是境外會繞一圈進來，現在大陸很多都是台灣音樂，他要在那邊播放也沒轍，現在還有限台灣地區播放的卡拉 OK，他也是播放阿，還有 APP，你要付錢的。</p>	<p>受訪者 A：這沒辦法管吧。</p>
<p>像副座說的，合法的拼命管，不合法的管不到阿。</p>	<p>受訪者 A：所以我就說不要管這麼多了，你輔導這些可以生存下去，在你底下立案的。</p>

<p>所以希望你把餅做大這樣的概念。在請教一下，歌曲會有版權，這會不會造成你們播歌的影響？</p>	<p>受訪者 A：會，這意見很多。</p>
<p>我可以錄吧，可以。我們也是有很多不好的經驗，呵呵。</p>	<p>受訪者 A：你版權費收什麼東西，然後你給我收什麼東西，我都看不到，但是你說要收多少錢就多少錢。</p>
<p>我們有請 NCC 解釋過，我們有實習廣播電台，之前剛開始我擔任主任，就收到文，要求我們要付錢，還要兩種，一種是無線廣播，一種是網路上串流的要另外收錢，我們就跟他說我們沒有營利阿。</p>	<p>受訪者 A：你要跟智財局說阿。</p>
<p>講了阿，他不管阿，他解釋這是商業行為，我們跟教育部說，他說這不是他們的管轄，我們跟 NCC 說，他說這應該是雙方議定。</p>	<p>受訪者 A：我覺得這實在很誇張，我對音樂團體意見很大。</p>
<p>而且他還漲價。</p>	<p>受訪者 A：他就地起價阿，沒有什麼道理或者標準，我跟你談一談就變這樣。</p>
<p>因為他好像每年談一次。</p>	<p>受訪者 A：現在還有新的一家要出來，當你有新的要出來的時候，他就為開始來談，像我們早期收費多就是 ARCO，我們以前有跟警廣，幾個公營電台有聯合起來，跟智財局去談，一起去 COMPLAIN，我覺得智財局要擔負一些責任拉，就是說這些音樂，我覺得他有本事就是把這些建立成一個資料庫，我們用多少就按那個收費，你情我願。</p>
<p>有明確的收費機制。</p>	<p>受訪者 A：對，他什麼都沒有，就包裹式說要收多少，東加西加，到底這些人有沒有拿到錢你怎麼知道。</p>
<p>你們有幾間會來談？</p>	<p>受訪者 A：有四間，有 ARCO 還有忘記名字。</p>
<p>你們一年所謂的音樂版權費大概多少？</p>	<p>受訪者 A：六、七十萬，算少了，因為我們算公營電台已經算少了。</p>
<p>我們有時候聽到就會覺得這音樂好舊喔，很久的音樂。</p>	<p>受訪者 A：有一陣子大家抵制阿，像警廣就播聽眾幫他們做的曲子。</p>
<p>對，音樂比較舊一點啦，所以我們也被整的很慘。桃園有一家叫飛揚電台，他是桃園第一名，因為他都播六、七十年代的歌曲，他反而評鑑是第一名，因為我們這年紀的反而想聽那時候的，他幾乎整個時段都播那個音樂，他就走出一條，不播新的音樂阿。</p>	<p>受訪者 A：有，他是亞洲飛揚。</p>

對，我覺得他滿聰明的。	受訪者 A：亞洲就做比較流行的音樂，飛揚就做那個。
或許某種程度上來說，不完全 NCC，還有智財局那邊要發展版權異業的收費機制，更明確或者定型化契約。	受訪者 A：對阿，NCC 可以幫忙協調處理阿。
發展一套更符合使用者付費的概念，或許計次或者怎樣的計價方式。	受訪者 A：我覺得你幫民營電台省下這部分的錢是好的，也是幫助大家。
這是可以做的	受訪者 A：他應該要出力幫大家解決一些問題。
那還有牽扯到文化部，不是只有 NCC 跟智財局。之前在文化部開會，詞曲創作跟表演者，其實錢也不多，到那邊也很少。客家那些人也這樣說。	受訪者 A：對，那些平台也是中間抽走了阿。 受訪者 B：他到底做了什麼事情？
他不斷去簽授權，但是授權之後可以拿到的費用不多，但是對創作者來說他沒有其他平台可以收錢，所以這種中間有很多資訊壟斷跟分配不均的問題。還有我們可以協助的地方嗎？	受訪者 A：應該沒有，呵呵。
好，謝謝。	

第 2 家：寶島客家廣播電臺

主持人	受訪者
<p>台長，寶島客家是客語的指定電台之一，不知道您怎麼看待自己在這個廣播市場中，會是什麼樣性質的電台？他走什麼樣的路？</p>	<p>我們電台到今天二十五年，三十年前的母語運動，你也知道是大家捐款，一塊錢一塊錢堆積出來，四千多萬做一個電台，當年是一股熱情，把這個殼子硬體做出來，當初的節目主持人也是義工，大家輪班一小時一小時主持，但是這些人會老，熱情會沒有，電台到目前為止，以前捐款是一箱一箱的，現在捐款一個月不知道有沒有幾千塊，呵呵，因為差別性很大的，如果要用以前的方式經營完全行不通，因為資金來源完全不一樣。剛剛跟教授講過，現在廣播是完全被稀釋掉了，現在年輕人幾乎不聽廣播，現在連收音機都很難買的到，有的聽眾會打來問我們哪邊可以買收音機，連燦坤都不賣了，我們就會說你只能用電腦或者手機去收聽，這樣的情況下表示他沒有市場，沒有人聽廣播，所以沒有人賣收音機，這樣情況下你要怎麼活下去，全台灣省一百七十多家的廣播電台，這是全世界密度最高的國家，沒有國家有這麼多電台，尤其又開放了八家，一年有十三億的廣播吧，除下來一家才多少錢？一兩百萬，一年喔一、兩百萬喔，比一家超商還不如的營收入，這樣是不是夕陽產業？夕陽產業的時候我就不知道政府的態度在哪裡？他怎麼看待這樣的問題。我就覺得說現在真的要靠自己，我們又不是商業電台，又不能去拉很多廣告，很多節目找我，命理或者賣藥的，這是我們章程規定不能做這些。</p>
<p>這不是 NCC 說的，而是你們自己決定的？</p>	<p>對，自己章程說的，因為我們是公益電台，賣藥算怪力亂神的我們絕對不做，但這些廠商特別多，我們常常接到電話要買時段，但是我們沒辦法做啊，撇除賣藥不做之後我們也只剩下一條路，就是我們都是去跟公單位爭取補助經費。</p>
<p>保健食品也不行嗎？</p>	<p>我們覺得保健食品他有一個很詭異的地方，他的證明很容易取得，我們也不知道他吃久了會</p>

	<p>不會有問題啊，台灣洗腎的這麼多，我們懂事會就覺得說，我們好不容易爭取到一個頻道，為什麼要做這件事情，我們只是要銷售客家文化，所以我們完全看不到這些節目在這邊，我們也不賣，所以經營起來格外辛苦。現在任何公單位有節目補助案，或者跟廣播有相關補助案，我們都會去爭取去丟案子，當然客委會是主要的案子之一，客委會有中央的，北市的，新北市的，還有文化部，像我剛剛說客委會分會比較親一點是因為他以客語為主，客語是我們強項，所以我們去爭取的時候就為佔五分，就是一半以上，但是文化部的就很難，他的廣播案子是跟所有主流媒體競爭，我看了這兩年所有客家電台也只有我們拿到案子，真的不容易拿。像這個客家家族(客語 05'47)，這就是文化部的，但是我們也只有拿到一個阿，像佳音，我這樣會不會攻擊到別人?</p>
<p>沒關係，我們會再取消。</p>	<p>很多電台已經很有錢了，有的公營單位電台也去爭取補助我覺得很奇怪，像教育電台，你的補助經費已經這麼多了，你怎麼還可以來爭取補助，我不懂這一塊的東西，應該官單位的要剔除，像央廣，你一年有幾億的補助金額，你還在競爭案子我覺得很奇怪。</p>
<p>看起來你們很清楚你們寶島客家的定位跟方向，你們會定義在傳承跟發揚客家的語言跟文化，也把自己定位屬於公益電台的概念，跟主流商業電台有區隔，但是你們也不是公營電台，你們很清楚你們是民營，所以會在公營跟主流之間有一個夾縫?</p>	<p>你講的很對，就是這樣。</p>
<p>很辛苦要在夾縫中求生存，又有使命感，也希望在母語跟文化的可以延續下去。</p>	<p>對，但是要有支撐延續的能量。</p>
<p>所有電台都會面臨這樣的問題，我們要去抓清楚自己的定位，下一步就是要去抓說我們聽眾在哪裡?然後我們怎麼知道我們的聽眾?對寶島客家來說，聽眾應該是廣大的客家鄉親，但是也不限於客家鄉親，因為還是有很多人想要認識跟瞭解客家語言文化。但是寶島客家怎麼抓到這群人，或者你怎麼知道你的聽眾在哪裡?</p>	<p>其實我們現在一直有個問題，像剛成立的時候，會很在意客語的比例，八二或者多少，但是我覺得我是反對的，因為這樣會把客家窄化，像是人豪好了，你完全聽不懂客家話，我不相信你轉到客家台的時候，會有耐心聽下去。</p>

<p>如果是歌的話，好聽的會聽一下。</p>	<p>對，可是聽完你就會轉了。</p>
<p>沒錯。</p>	<p>這次我也做一個實驗，禮拜天我有做一個座談會，我們談傳統的客家男人女人跟現代的男人女人差別在哪裡，結果我邀請六位 XX 國小的老師(11'07)都是年輕的，八字頭的，他們完全聽不懂客家話，我就請他們來聽。剛開始第一個講的是純客家話的他完全聽不懂在幹嘛，到第三位我們穎珍，比較年輕的主持人的時候，我就安排他華客各半，他們居然聽懂了，然後他們慢慢發現一件事情，就是客語沒有這麼難，很多客家話跟國語是相似的，他們就坐了整個早上，因為聽懂了，所以我是想用這個證實一個理論，你的客語節目，你不講客家話怎麼叫客語電台?不是這樣，你應該要讓非客籍的，我們客家人本來就聽得懂客家話，你只要把節目做的精采，他們自動就會來聽，現在問題是非客籍的人你要怎麼接觸客家文化，利用華客參半，節目設計生動他們自然就會進來，像我們最近設計很多節目，就是用這種方式，吸引年輕人進來。比如我們會設計 XX 歐吉桑(客語 12'29)，用兩個年輕的小女生，搭配五位資深熟男，我們單位一個叫做 XX 跟 XX，XX 是(客語 12'45)讓這五位老先生，瞭解現在八字頭的在想什麼，後來他們參與這個節目之後有很大的化學效應，他們覺得自己變年輕了，把這節目當成診療室，因為他們平常碰到很多疑問，在家裡跟小孩碰到問題，跟小孩不會談，他會來這邊跟他們談，得到解答，第二段單元 XX(客語 13'07)就是跟老先生學習跟他們致敬，這就是很好的一個交流，我們也會設計 XX(客語 13'14)，我們用客家的話，客家的耳朵來聽不是客家音樂，所有流行跟爵士樂都可以介紹，年輕人都會進來。像是最近有一個魯開朗(13'30)我不知道你們知道不知道，WTO 韓國人，我們就會設計歐巴學客話，我們用客語跟韓語作交流，我們學韓語他學客語，同時他也會講一些韓國時尚，因為現在哈韓很嚴重，也會帶一些哈韓時尚在裡面，我們是這樣設計節</p>

	目讓年輕人可以進入。如果你一直講 XX(客語 14'06)已經講了三十年，還不夠嗎?講了三十年你的聽眾越來越少阿，為什麼要這樣做呢?
台長的觀念很新穎，你會去抓，XX(客語 14'28)就是指年輕人的意思，歐吉桑就是台語、閩南語的。	他是客家話，就是屬於外來語。
直接翻來的語言，他就是一個融合，也考慮到現狀的確不斷流失，越來越年輕的世代裡面對於母語的概念很薄弱，如果一直固守母語教育，用語言教學，傳統的概念來說，他形成一個進入的障礙，不管對年輕的世代或者對非客家，有興趣的來說都會形成這樣概念，我想台裡面也體認到這樣的趨勢，所以會把自己當作一個乘載語言文化的平台，但是不是族群的廣播電台的概念。族群的廣播電台就是指針對我的族群做服務，但是我現在是乘載語言文化的平台，誰都可以進來，只要你有興趣都可以進來。但是我為了要讓你瞭解不同的語言文化，我會用不同的方式去呈現，在這裡面，只要你有興趣，慢慢願意學習，一起成長就可以了。我這樣詮釋可以嗎?	老師這樣說很棒，我下次就可以吸收過再這樣說出去。
像您這樣的方法對客委會或者文化部?	我覺得文化部很站在這邊，他覺得很棒。客委會一開始很反彈，但是我漸進式，一次鬆一點，客委會現在也不會一直抗拒。最近有一句話叫做客粹，如果你覺得我們是被人家這樣子，你何必這樣去對待人家，這樣很 OK 阿。
當然這沒有對錯，但是有一些客家意識比較強烈的人，他會比較強烈主張說，要純客語，可以比例很高，這不論再廣播、電視都會遇到的問題，但是這樣他只會固守族群凋零的區塊。	沒有新血進入。
或者客語能力不好的就不能進來，加上客家如果南北四線的話就有六腔，六個腔調又更多不同腔調。對一個廣播電台來說他是很難承受的。	沒錯，沒錯。
聽起來台長很瞭解這樣的部分，所以再節目規劃裡面或者語言各種走向裡面，很明顯地一個走向世代共處的概念，走向年輕化，採用自然腔調，多語同時並進，嘗試用活潑的方式去讓這個語言可以自然的被呈現，在這情形中去輕	我覺得老師好棒喔。

鬆的學習。	
你可以看逐字稿把老師的話再轉化一次。	老師好厲害，我的想法完全講出來，就是這樣。
<p>可以看出這是很好的方向。但是現在我們的觀察，一部分發現會被稀釋，是因為載具越來越多元，他不只是用收音機聽廣播，還有行動載具或者很多平台去收聽，所以他的資訊接收來源是多的。所以我們競爭的可能不是廣播本身，而是跟很多平台去搶，我們所謂的閱聽人這個市場，所以我們就要配合平台，或者在這平台去做露出，裡面就會包含要怎麼處理掌握這一塊。現在網路線上收聽越來越多，不再只是用無線的去收聽，線上可以做互動，可以做聽眾經營，另外他有很多不同的經營模式，在這塊裡面，不知道寶島客家這邊有什麼樣的作法或者因應方式？</p>	<p>老師講這塊，我們最近很努力做這件事情，但是也很沮喪，我常常不懂，蔡依林擺一個姿勢就有幾十萬人按讚，小朋友設計好多 KUSO 的故事在那邊，只有幾十人按讚。</p>
<p>在哪邊？</p>	<p>我們 FB 上面，現在我們 FB 很努力經營節目預告或者節目直撥都有，但是節目預告是經過設計剪接，都會有很多好玩的梗放裡面，像是我們有請一個徐世勳主委來，他以前是飯店經理人，我會請他扮演一個飯店經理人，我們有一個客家的歐巴桑住到飯店裡面不會講英文，然後就有人翻譯，我們會有一個劇滿好笑的，但是看的也才十幾個人啊，不如蔡依林抱一個貓就幾十萬人，我就覺得說我們閱聽眾到底怎麼了，我也不知道耶，到底要怎麼做才可以讓點閱率增加，我也不想去買，因為買了沒有意義，你一買就一個晚上幾千個出來了，可是我覺得那不實在，不管怎麼樣，時代走在這邊就會這樣做，現在幾乎補助的節目，會自己在企劃書上寫說做節目預告，那節目預告不管是演的或好玩的方式去呈現他，我們自己看都很有趣，會請局長辦一些角色，但是他的點閱率就是很少，我也覺得像這部分老師能不能教一點撇步，我覺得很難耶。</p>
<p>聽起來你們對網路行銷這塊，會希望有類似互相的交流，或者上課的方式來講這一塊？</p>	<p>對啊。</p>
<p>如果 NCC 可以補助的話可以講這一塊，現在也很多廣播在 YOUTUBE 上播放。</p>	<p>你說網紅，那看起來很簡單，但是坐起來很難耶。</p>

<p>沒錯啊。</p>	<p>我們不太可能像網紅那樣經營 YOUTUBE，但是我們有在累積資源，但是我們沒有辦法，老師也知道我們主持人都是義工，也沒有主持費，有錢的都不見得可以做了，更何況是這些，只能靠我們小朋友，有時候他在路上想到，就會拿起手機，嚇我一下抓那個瞬間的 MOMENT，一些好玩的東西，做宣傳。可是點閱率，EVEN 講客電台的點閱率也不高，只有幾十個，他們那麼大的機器在用，是怎樣?除了那天罵客家的影片衝到那個以外，很少有那個數字阿。</p>
<p>這裡面透漏一個現象，這個叫做自媒體或者準媒體裡面，不管是 YOUTUBE 或者網紅，他現在都是有名人效應跟議題擴散的概念，這塊裡面對於整個電台節目跟主持人來說，他辛苦的不在於節目做的好，節目製作技巧都很好，但是問題是怎麼樣在網路的平台裡面去做行銷，去做議題創造，可不可以搭上所謂的名人效應的概念。</p>	<p>所以還是要搭上名人。</p>
<p>名人是最快的拉，但是名人也是有策略性操作，不是說做就做，有的是既成的大明星，背後有團隊去幫他 RUN。</p>	<p>所以他背後也不簡單。</p>
<p>對，還有經紀公司，像是網紅背後已經有經紀公司在安排網紅了，他不是只有一個名人而已，當然對於一般的中小功率的電台來說是更辛苦的，因為沒有這麼多資源去做，還有考慮一個，我花很大的力氣去做，但是得到的 FEEDBACK 不佳，CP 值不佳，同時也面臨聽眾老化的市場，這一塊也已經成形了，我們要搭上這樣的趨勢可是又怕投入不見的看的到成效，到底可不可以撐過這一塊是電台會考慮的點跟面臨的難題。</p>	<p>對，我們要怎麼辦?呵呵。</p>
<p>現在的難題好像不是節目製作品質。</p>	<p>現在那個好像不是很絕對唯一。</p>
<p>而是在資訊海裡面怎麼創造議題跟吸睛，因為沒有吸睛跟接觸就談不上好不好的概念，所以這就是為什麼現在很多年輕人投入自媒體跟當網紅，他們不斷找出一個讓人家會按讚跟隨追蹤，去衝高他的粉絲數，他的粉絲數是他用來</p>	<p>其實直播也很難耶，不是只有你坐在那邊這樣子。</p>

<p>交換商業機制的本錢，FACEBOOK 已經認為是老化的一個，還有 IG 跟 YOUTUBE，現在還有 ET 什麼的直播，好像大陸更誇張，他直播我只要吸引你五分鐘就好，他有 KEY TALK，只要吸引你三十秒就好了，很多人都會跟隨他，在大陸做這一塊比台灣更快速先進，就是為了吸引這些商業進來。</p>	
<p>當然，沒有吸引力不會有人進來。</p>	<p>反而自曝其短，乾燥，自己坐在那邊講話。</p>
<p>這跟三年前我們做的時候完全不一樣，三年前這一塊還沒有這麼清晰，現在這已經是不可否認的事實了。</p>	<p>我覺得現在可以開課教我們怎麼做這件事情。</p>
<p>所以電台也希望將來可能的話在 NCC 裡面有一些，他不再教傳統廣播節目的製作，那對於線上業者已經很熟練了，但是需要告訴電台，怎麼在資訊海中，在不同平台中去獲得議題製造跟吸睛的能力。</p>	<p>我覺得這很重要，對。</p>
<p>接下來是怎麼建立粉絲跟扮演小編的概念，運用社群跟自媒體的力量去為節目或者為廣播電台找到一條路，比較需要這方面的協助。</p>	<p>沒錯，現在好像都走到這邊來了。</p>
<p>我半接著你的話啦，是不是把它講得比較完整一點。</p>	<p>你就說我講的就好啦，老師都比我清楚拉，呵呵。</p>
<p>這是大陸的 KEY TALK 他來台灣的時候也找我們做一些市場研究，他們在大陸是非常紅的，而且是 YOUTUBE 前幾名，他們研究認為吸引人的眼球大概三十秒以內，會看就看了，不會看就離開了。</p>	<p>他們更殘酷，我們還認為三分鐘，他認為三十秒。</p>
<p>對，他認為只有三十秒，人家跟隨你的話就會慢慢看久了，如果你一開始沒辦法吸引人家就沒辦法。所以就四個字，輕薄短小，吸引年輕人拉。</p>	<p>現在年輕人真的是過動兒耶，完全沒辦法專心超過一分鐘，沒辦法超過三行字、四行字。</p>
<p>這就是大量被資訊轟炸所產生的結果，他就是在這個世代裡面長大，對語言文化的沉澱跟學習，對他們都是很沉重的負擔，在這種情況下，資訊快速流動，他還是有很多有興趣的議題，對他們來講廣播不見得完全陌生，只是他在線上聽，而且隨選隨聽，他是快速的瀏覽點閱或跟著推播，或者跟隨特定名人的概念而已。</p>	<p>我覺得是這樣，沒錯，所以要讓他追隨的動作很重要，他要去 FOLLOW 你。</p>
<p>去挖掘或者 CATCH 到哪一個議題，在不同平台</p>	<p>對阿，會希望他們可以教我們這個 SKILL，這</p>

<p>的呈現方式可以吸引他，所以你們會希望在一塊裡面有可以學習協助的地方。</p>	<p>有很大的開發空間。</p>
<p>其實他們空間很大，因為很多年輕人他找不到一個平台可以讓他表演或者 SHOW，搞不好他客家的也願意上，要打知名度的時候啊，但是要篩選過。</p>	<p>但是你點閱率要高阿，不然他為什麼要選你，這是相對的，如果我可以有幾十萬粉絲的話他們就會願意阿。</p>
<p>台長聽過台灣 X(31'05)嗎?</p>	<p>有阿</p>
<p>所以客委會就跟他們合作，介紹三個，我剛幫他們做測試，有一個小小的案子就幫他測試，年輕人很喜歡。 主持人 B：你覺得他們喜歡嗎? 他覺得很輕鬆，三、四分鐘他就瞭解了三個，你灌輸他兩、三個簡短的觀念就 OK 了。</p>	<p>你這樣問是覺得他不 OK 嗎?</p>
<p>我們調查發現說現在不是沒有時間，只是大家時間零碎化，破碎化，大家沒有這麼多時間去聽東西，所以會有很多媒體的時間用短短的，讓你不花很多時間在那邊聽，時間是已經破碎化了。</p>	<p>以後我們不是以一個小時的節目為單元。</p>
<p>應該說節目可以有很多形式去組成一盤菜，我的搭法可以有很多形式，我的三杯雞不一定永遠都長那個樣子，我可以有不同形式，創新合併的，他都叫做三杯雞，但是他不一定要用九層塔跟薑片的方式去做，我可能可以做成義大利形式的三杯雞，但是我有不同組合方式，這個深一點或者淺一點，以前一個節目裡面固定三、四段，一段二十、三十分鐘，但是對他們來說會太長，我可能只需要三分鐘或者幾分鐘，我就品嚐一道菜，但是我要有一點新鮮感，刺激感，所以在組合裡面我搭的方式是這樣，單元我可能要重組。</p>	<p>要輕薄短小。</p>
<p>對，然後 PROMOTE 的時候我不一定都要，重點是把這個人，這個主持人或者這招牌擦亮，他三不五時就會來聽，我聽到有興趣了，以後我就會自己來聽，串成一串。</p>	<p>對，他們現在都這樣子。</p>
<p>主要是年輕人，年紀大還好，還是比較傳統的。所以電台裡面，他固有經營的這塊基本盤，可能有所謂傳統廣播的忠實聽眾，我以無線載播為主，可能是比較傳統的節目編排方式，但是</p>	<p>聽不過癮總比聽不下去好，呵呵。</p>

<p>要開發新市場或者進入年輕市場這塊，就要在數位匯流或時代裡面，要走向輕薄短小的趨勢。因為我們做電台，雖然說短，但是有的年紀大的會覺得太短，只有五分鐘、十分鐘結束，他覺得不過癮。</p>	
<p>年紀比較大的會有這種傾向，所以應該是兩個族群。</p>	<p>這倒是我沒有想過的輕薄短小單元。</p>
<p>等於說現在節目錄製完播出，在你的節目 RUNDOWN 裡面是一個部分，但是完整的區塊對線上來說是一個沉重的負擔，所以還有一塊要訓練的是，我有人可以把這塊東西抽出來，重新去做一個新東西，我小塊小塊丟，讓你可以看到我，覺得丟得不錯，像是餵餌一樣，越吃越重他就會進來，不好意思都是我在說。</p>	<p>不會不會，這很受益耶，所以這時候小編就很重要了，我覺得這可能比較符合年輕人的 TEMPO 跟習慣。</p>
<p>現在四十歲是一個明顯的區隔，四十歲以上對傳統的方式比較依賴，四十歲以下尤其越往下走就越明顯，他就不再傳統載具的世代裡面出生。二十五歲以下，二十歲以下的是最流行的這個，其他還是傳統的東西，所以越年輕對時間破碎性越明顯。</p>	<p>這樣是好不好？</p>
<p>他就是這個世代的。</p>	<p>這個人的心態不知道怎麼樣的，破碎性的感覺人活的好急促。</p>
<p>某種程度上他對於有興趣的東西會涉獵很深。我舉例我的小孩一個五歲快要滿六歲，一個兩歲快要滿三歲，但是我們家是聯網電視，手機、平板都有。我從來沒有告訴他我的手機密碼，但是老大他五歲就會解開我的手機，自己上 YOUTUBE，去看他要看的佩佩豬跟瑪莎與熊，他會知道哪邊可以看到瀏覽紀錄，進去看推播，會越推播越多，等於東西都是他要的東西，他不會打字，這麼小他不認識字，但是他會圖像化學習，聯網電視也是，他知道既定的頻道二十二到二十五是卡通台，但是不見得都好看，不見得都是他要看的，但是他知道有一個按鍵會跳出 YOUTUBE 以前我給他看過的頻道。</p>	<p>怎麼這麼厲害啊。</p>
<p>所以要買比較複雜的電視，呵呵。比如說我要看瑪莎與熊，他後面就會跳出來更多，我只是</p>	<p>但是電台的因應沒辦法快速準確到這一塊阿。像是要跟 FB 互動好了，你還要跟年輕一點的</p>

<p>要舉例現在的世代非常習慣數位的內容，所以有點像這個，針對不同的議題，我有興趣的就會繼續往下丟，他就會一串在那邊。</p> <p>主持人 B：我的小孩比你小一點，兩歲多不到三歲，我家有一個智慧音箱，他是可以說，小愛同學幫我播放什麼歌，他會自己講，音樂自己播給他聽，就像 IPHONE 可以說 SIRI，但是他沒有手機就會叫智慧音箱播給他聽。我那時候就問說，智慧音箱是目前流行的趨勢，美國已經很紅，台灣還好，因為很多廣播因為版權問題還沒辦法跟他連結，這是另外一個議題。這是面臨到完全跟傳統廣播不一樣的，他會用 FB、社群、APP、YOUTUBE，但是電台要因應阿。</p>	<p>持人，稍微年紀大一點的人，他沒辦法跟你同時看文字又講話，他說他沒辦法這樣主持耶。</p>
<p>不是，我看他們是主持完一段，他就會說現在來看留言，我們來回答留言的問題，你說要同時看很累啦。</p>	<p>像是很有名飛碟那個男的，光禹，他就是這樣看阿，誰又留言了。</p>
<p>其實我講的是，當他留言的時候他有一個 MARK 出來，他會有畫面出來，針對贊助或贈送禮物，贊助費用的，他可能是我贊助你了，針對贊助比較明顯的，我講的不是光禹，而是有的直播主持人會這樣做，他不是每個人都看，而是會看他覺得比較重要的人，或者他熟悉的某個人，有的人有 FOLLOW 你，名字就會一直上去，你就會知道他，這也是留言的好處，你就會知道你的重度使用者是誰。</p>	<p>但是我們主持人一半一半，有一半還六、七十歲，他完全無法感覺這一塊。</p>
<p>所以傳統跟創新之間還在做磨合跟交替。</p>	<p>應該說還在這樣的狀態中。</p>
<p>而且現在有的電視台的節目專門只做網路，他不上電視了。</p>	<p>對，有的廣播也是了，瑪麗跟什麼的。</p>
<p>現在不只，還有觀點那些廣播，只有在網路上播放，而且他的點閱率很高，像是觀點他有二十萬人跟播，然後有三萬人，我有觀察他們人數，他們一個月增加三到五萬人，因為他們有主持人不斷推說要 FOLLOW 我們的 YOUTUBE 頻道，那知道的人去跟隨，手機就會跳出說，現在有新的節目出來了，手機會跟你說，YOUTUBE 的部分，所以紅的頻道其實紅很快，而且 YOUTUBE 又會給你一些費用補助，</p>	<p>叫做什麼金，DONATE 啦。</p>

還有聽廣播的聽眾贊助，他們很多來源。	
大陸的那個 DONATE。	對
所以在這裡面有越來越多的形式跟商業機制在裡面，看起來已經是一個不可避免的趨勢，在年輕的區塊來說。	但是不變的是，他都是商業的環節在旁邊支撐，不同形式而已。
當然內容也是很重要，但是這內容同時透過這樣的機制，不斷做再製跟呈現，也可以跟聽眾互動，而且是深度的互動。有的人只要一打字，他就知道這是常來聽的聽眾。	對，可以直接唸出他名字。
這跟傳統有一些 CALL OUT 的，一聽也知道是誰，線上跟線下有做聽友互動，甚至有些會拜訪，那是實體的，現在走向空中虛擬的。	我覺得我們都老了跟不上了，太可怕，六歲小孩都這樣子了。
變化很快，所以我想這對廣播電台也增添經營的困難。	而且好像每個動作都要錢。
但是這些經費不知道有多少 CP 值，等於是一個賭注。	你如果去挖一個名人來的費用，我培養一個又不知道時間要多長，都是一個未知數。
所以要想辦法獲得關注跟瀏覽量。	像我們沒有名就要製造議題，但是又不要是負面的，我覺得負面的都傳的很快。
但是不見得是好事，對品牌來講。	在這個二十一世紀，還有人這麼偏狹也很奇怪，客家人就是怎麼樣，這也很奇怪。
在網路的世界，龐大的鄉民或者網民。	像韓國瑜的那些，不知道理性在哪邊，也很莫名，不管他怎樣都 OK。
剛提到寶島客家，有嘗試做？	網路直播 FB 我們一直在做
網路直播已經在做了？	一直在做。
那主持人本身？	可以。
能夠互動嗎？	像我剛剛說的，其實可以互動，但是主持人本身說，我無法一心二用，有人留言但是我沒有辦法看，我要一直講我的話。
他就是主持的 TEMPO 要改變。	像年輕族群就是可以放一台他的 NOTEBOOK 在旁邊，邊主持邊看，老一代的就無法。
現在直播有旁邊可以切割畫面的，他就是主持一段再去回答問題，光禹那是很厲害但是很多人是主持一段，講一段這樣。	我們很多老主持人都是閉著眼睛。
就可以講很多啊。	或者他是很鬆散的，根本不想讓你直撥。
就跟以前電視他會不會講話，很早以前的差異，有時候適應不適應媒體的這個播放方式阿。	對阿，所以有時候是你要說服他。
但是另外一個，後面還有大數據的應用在裡面，所謂大數據就是我怎麼知道誰上來，哪一	什麼叫做瀏覽以外的？

<p>段比較多人，不是點閱最高，而是黏著度最高，這塊不管在電視或者廣播都慢慢被重視，我要知道流量進來的人是誰，他在裡面做什麼，對哪個梗有反應，什麼情況會按讚，做出瀏覽以外的動作。</p>	
<p>PO 文，留言，贈禮，打賞。我不知道 FB 會不會但是 GOOGLE 他是會，他會有整個時間的分析。這牽扯到後台管理跟數據分析的部分。</p>	<p>對，那更精細了，真的要做的事情很多。今天像是跟老師上課一樣，我不用付學費就可以上一堂課，多好。</p>
<p>台長會認為說現在廣播市場呈現太飽合的狀態，因為有一百七十多家，很多新興業者進來，這個市場沒有這麼大。</p>	<p>根本沒有啊，像我剛剛說十三億，一家除下來不到兩百萬，到底怎麼做</p>
<p>如果要縮小，你認為要怎麼縮小或者有淘汰的機制嗎?</p>	<p>我覺得在自由的情況下，你經營不下去自然就會收阿，至少政府不要做開放的動作阿，現在縮到幾十家都不會太少阿。</p>
<p>你會希望有什麼樣的補助或者協助機制?</p>	<p>像剛剛老師說的，我覺得我們需要他開課程長期培訓的，不是久久一次的，那根本無法累積，你要設計課程是有計畫性，上個半年，要我們相對付一點費用都 OK，半年性的，技術人員，剪輯或者音效之類的，像是要拿金鐘獎這都很重要阿，還有怎麼經營 FB 跟直播，還有流量後面的那一塊東西。</p>
<p>後台數據分析。</p>	<p>那對廣告一定是很重要的事情，這是經營裡面很重要的環節，我覺得反而是 NCC 要幫業者，他們現在能做的是這一塊東西，我覺得很重要阿。</p>
<p>各類型的人才培育跟相關課程，這不局限於傳統節目製作，還要擴及社群行銷，在數位裡面怎麼做粉絲線上現下的經營，以及後來管理跟數據分析，可以精準掌握聽眾動態興趣跟有趣的點，可以進一步做運用，類似這樣一整套系列的課程。</p>	<p>長期性的，半年這樣子，我覺得老師每次總結都好好。</p>
<p>老師都會把台長的話再總結一次。</p>	<p>你根本不用來都知道答案了，呵呵。</p>
<p>再請教一下，你說你本身有做直播，聽眾反應如何?</p>	<p>就幾十個而已。</p>
<p>他們有發問或者有什麼問題嗎?</p>	<p>也是會問相關的問題，但是我們主持人根本來不及看，也是要事後回覆才有辦法，沒辦法當下。</p>
<p>連線上聽的人也不多?</p>	<p>很少，幾十個這樣而已，頂多四、五十個，所</p>

	以有時候主持人做了會很懶，用老半天才四、五十個人。
但是口碑的經營很重要，他的確是需要累積的，第二個就是說在這過程中，互動跟黏著的深度需要去強化，如果我只是一個直播，我就用 CAMERA 看著臉就好啦，但是他不是阿，他其實是看到你要跟你對談跟你 TALK，變成 TALK 很重要。	對，開直播就是要互動，不然光看有什麼好看的。
網路電台很多廣播開直播，會靠這個吸引聽眾。像我說的觀點的廣播，幾乎都是二、三十萬人的點閱率，算是很高的，他們也是兩個主持人聊天，沒有什麼表演但是就聊天，也是會吸引你阿，但是他們比較新聞性，比較政論性的，所以不準。你說廣播育樂性的還是需要電台的做法跟努力吧。	我想我們可以用客家的角度去經營這一塊。
剛說五個老男人的，我覺得滿有趣的，開直播滿有趣的。	搞不好可以。
所以要找有趣的內容跟話題去聊聊，類似這樣的概念。電台現在還有做那些行銷推廣活動或者異業結盟?比如傳統會辦客家比賽。	我們固定會辦座談會，像我剛剛說的傳與承座談會，今年已經辦到第四年了，標題會不一樣，客家文化傳與承，像今年講傳統男人跟現代男人的差異性，去年說現代音樂跟傳統音樂的差異性，每年的內容不一樣，但是主軸都在傳與承，還有我們辦了十幾年的寶溫盃，溫老贊助的，我們辦寶溫盃的內容也很多樣化，有運動小主播，我們找小朋友去找一些運動題材，像小主播一樣，今年我們辦的是扶輪盃，讓他讀廣播劇，我們寫廣播讓他讀，小朋友不僅要學客家話，還要學聲音角色扮演，這樣會比較有趣，不要每次都是朗讀演講，在那邊晃來晃去，就沒有什麼意思，辦了十幾年，我們每次開放報名就會秒殺，就爆滿這樣子，那寶溫盃、扶輪盃座談會是固定會辦了。之前會辦夏令營，但是現在不辦了，以前辦很好招生，我們是三天兩夜，每個小朋友要三千塊，後來客委會辦七天六夜 LONG STAY, NO MONEY, 你說我們怎麼辦？因為都在暑假阿，大家都跑過去了阿，我們招不到人，像台北市客委會也是阿，好像只有工本費幾百塊，因為會參加的就是那

	些人。
在這資源裡面要怎麼做到共享而不是競爭。	就像他說對我們不會有影響，可能嗎?其實影響很大，你說主持人好了，像我們這邊都是義工，他只要給一點點費用，主持人就跑光了阿，我培養半天的主持人就全部跑掉了阿，怎麼會沒有影響，因為在台北市會講客家話的主持人就這些而已。你說客委會都不摸著良心講話，他說我們出來絕對不會影響你們在地電台，你覺得有可能嗎?
他有沒有可能有聯合策略可以進行?	我總不能把他的節目拿來播吧，我主持人跑掉之後，其實主持人就是廣播裡面的最重要的資產，他都跑掉我剩下什麼?這些錄音設備阿，他不用多很多錢，只要一個人多五百塊就跑光了阿。
你現在有多少比例的主持人跑去那邊?	目前是沒有原因是什麼，因為他基金會還沒有成立，他委外給四家做，我們是其中一家，等於我們現在的主持人還在我這邊做他們的節目，等到基金會成立後，這些人還會留著嗎?不可能阿。每次開會都說你們不用擔心，我覺得你今天坐在我的角色說這句話我就會覺得你很讚，怎麼可能。
RNC005	
訪問別家的時候大家還有提到一個議題，關於音樂版權的付費跟使用機制。	真的是很大的負擔，每年沒有什麼都要幾十萬，因為我們中功率，還有我們是公益電台，跟他談了好久，我都不知道談了幾次，底下到上面，還幾十萬，還要付四家。
加起來幾十萬嗎?	沒有，光 MÜST 的幾十萬，其他家沒有到幾十萬，他幾乎百分之八、九十都在那邊。
客家音樂嗎?	不是，他客家音樂非常少，但是我還是要放，因為主持人會播放到阿，他是包裹式的，單一歌的很麻煩，其他也是至少八、九萬阿。都要錢啊，我們還跟客委會說可不可以補助這一塊，他根本不理我們這個問題啊。
當初有建議這個。	他根本不理你啊，後來他自己講課才知道這一塊也是要處理的。
客委會自己沒辦法處理，要跟智慧財產局合作。	因為我是建議他，我們四家廣播電台，他跟另外三家一起談，這樣可以比較便宜，這樣不願意阿。

可是你談了，別家客家電台就不開心了吧，為什麼你們可以談?就是別家更小功率的客家電台。	按比率阿，因為客委會他主要去談，按比例比較合理阿。
就是所謂的共同協商授權，然後經費按比例分攤的概念，希望可以一起談不用各別去擊破。	對，然後我們也希望客委會集體做行銷，比如說廣播他是龍頭，我們三家廣播業者一起來做一個廣播行銷，他也不肯阿，以他的力量要做一個廣播頻道，像 Selina 或者 Hebe 這些人我們請不起阿，我覺得官方他可以做的事情他也不肯做阿。
可以協助把餅做大，大家共同去分擔分享。	對，我們搶不了他的市場，但是需要他的幫忙。
這個 NCC 沒辦法幫忙但是客委會可以幫忙。	對拉。
某種程度上對 NCC 也可以考量，不是針對客家，而是所有廣播業者。	也是可以阿。
廣播業者都會用到音樂，如果大家可以合理的使用者付費，大家可以在合理的機制下去分擔費用，這是比較合理的費用費率，大家可以使用，共同享用這樣的音樂著作。	但是他也不敢碰這一塊阿，他嚇死了，因為這些業者都不好惹，他們都不敢碰，當初客委會也是不敢，後來做講課不得不碰。
但是至少這是一個聲音也是一個需求，除了剛剛講的人才跟相關課程，可不可以有更有效更合理的狀況下去取得音樂版權授權跟應用音樂資料庫這樣的部分。	他開過幾次會，後來就無疾而終，我覺得那開會也是被要求的拉，這不能寫喔，呵呵。
你希望 NCC 提供什麼樣的政策或者法規修改嗎?針對廣播部分。	其實我就希望他可以開放廣播可以冠名阿，我覺得整個節目冠名，我們也不會太多商業。
電視台已經有開放節目冠名。	因為現在商業廣告也不會太多，那比如說我有這個政論性節目，民進黨來冠名或者國民黨也可以啊。
廣播某個節目，像蕾妮亞火力全開，冠名贊助。	我覺得這樣會比較有幫忙有助益。
在某些商業贊助可以更彈性一些，讓廣播業者製作節目的時候可以有一個財源，藉這個財源本身可以回歸到節目製作。	電視這麼寬，如果開放藥商可能就會吃不消了。
如果可以開放，接下來就會採取一些配套措施，但是要鼓勵這個大方向可以針對廣播解除限制，但這樣開放，要怎麼做有效的管理治理。	他不可以為了防堵就所有人都不可以，如果這個可以做，我還可以去找一些客家的企業家，因為這對他們來說錢也不多。
慢慢開放節目冠名跟贊助，只是說如何可以確保聽眾權益跟不違背相關法令，有些可能有藥師法或者醫療衛生保健法，在許可範圍內做調整跟運用。	冠名我發現大陸做的很寬，開場結束主持人都會在那邊一直講。但是購物台就很離譜，有時候他講了藥效也沒事耶。
那是要看衛福部的。	他們會講的很誇張可是也沒有事情耶。

他們有的願意被罰錢來 COVER，我讓你罰沒關係，但是我賺的錢可以 COVER 就好。	現在電視就靠購物在撐，你坐在家裡就可以買到所有東西。
那廣播可能嗎?	看不到東西怎麼賣?
可是中廣賣的很好，他的好物市集，你一開始說的收音機，他一千塊也賣阿。	中廣真的很厲害耶。
他很早就看到這一塊，我們叫做空中商城，網路商城的概念。他後來變成自己的網路平台，他變成電商了。	他要有庫存嗎?
也是要，有些需要庫存有的不用，如果有庫存變成送到消費者手上很快阿，如果沒有庫存出貨會比較慢。	還有牽涉到物流問題。
一般都會跟台灣幾個大的物流廠商坐，如果量大就會自己搞一個。	我今天如果搞一個物流廠，客家電台也不用做了，呵呵。
那是量夠大的話，我們訪問中也有訪問到一家，他做聽友服務跟電友商城作的很好，電視都賣過，連汽車都可以買，我們都覺得不可能，但是他說他一年可以賣一兩百台。	哇，好想聽他怎麼賣喔。
他就是結合一般電視購物的概念，只是他不是看的而是聽的。主持人的關係，他可以黏著，就跟賣藥一樣，只是賣藥更高端。我剛講到觀點的節目，他主持人在這邊，後面就是廣告，房子的廣告，主持人就會開始說他是誰贊助的。	網路線在無法可以管嗎?
對，而且他是 GOOGLE 怎麼管?他在美國耶。這也是另外一個議題，有些業者或者學會，他也會說網路上無奇不有，個人廣播不再是一個問題，合法會被管的死死的。	對，永遠都是這樣，以前地下電台也是這樣啊，所以合法永遠倒楣。
他要怎麼導向更正歸或者合法合理化的商業運作。(出示影像)他這邊有很多主持人，廣告會放後面，會講說他的贊助商是誰，想說很誇張怎麼可以這樣搞，但是無法可管，這台很多節目主持人後面都有贊助。	他們自從裁員後要自己另尋出路。
不知道幾萬人的 YOUTUBE 就會給你補助阿。	因為他們本身有自己一群粉絲阿。
對，我是說他們慢慢的來源不只是自己本身觀眾，還有很多來源跟廣告商進來。	我也想辦法來用一下，有商機啦。
不只是對寶島客家，還有所有的民營廣播，要怎麼適度放寬商業機制，讓這些節目可以獲得活水拉，我們用這樣子來講，在不違背節目品質或者節目自主性的情況下可以有更多元的形	老師又做一次總結。

式呈現，例如節目冠名贊助或者適當的節目置入，商品置入，也要確保觀眾權益跟揭露資訊的概念下，可以朝這方面做某種程度的開放。	
而且冠名根本還沒有開放，他就開始廣告了。政策根本就無關阿，他也不用冠名阿。	他等於是冠名阿。
我看很多主持人會有很多不同廣告出來。	還是差在一個名人，客家怎麼沒有名人阿。
慢慢這也是一個危機，我坐客家電視台長期的調查，如果大家只會回答小鐘、胡瓜、羅時豐阿，就沒有新的人進來，表示他出現了斷層。	是這樣阿。
如果慢慢有多一些新的就會是好的。阿弟仔最近金鐘獎有提名。	我們去年有拿到金鐘獎你知道嗎?你該不會是評審吧，呵呵。
不是，呵呵。所以我現在才會跟你說在某種程度上要怎麼樣去擴散效應。	那節目做的滿辛苦的，真的很好聽。
沒關係，第一個把品牌做出來，在來做適當的行銷，就可以成為一個吸睛，成為母雞帶小雞的角色。	老師其實都非常瞭解廣播，你有主持節目嗎?
沒有耶。	有沒有興趣，呵呵。你又會講客家會。
這要謝謝我媽媽。	如果用客家話講行銷滿好的。
沒有試過耶，這真的是另外一件事情。(會議結束)	

第 3 家：綠川之聲廣播股份有限公司籌備處

主持人	受訪者
<p>對一個新的電台來講，其實在籌備期有很多要做的工作，第一個想要問的就是說，一般新的電台都會對自己有一個預訂在這個廣播的市場當中有自己的定位，然後你怎麼樣去打入到現有的廣播市場，那預期的觀眾聽眾是誰？那怎麼去開拓？</p>	<p>我們預期的聽眾年紀會比較大一點，我們預計在 35 到 65 歲。</p>
<p>為什麼？</p>	<p>嗯，因為這個應該是因為跟我們整個的台中市場有關。</p> <p>其實我們不是只有定位這個年紀，我們想要推廣就是台中的文化，那通常比較年輕一點的話可能對文化這種東西，可能他的感受就沒有那麼強，要有一點點年紀之後，才會去注意到一些傳統的東西，所以我們定位的年紀會稍微拉大一點這樣子。</p> <p>然後不是只有台中的一些傳統文化，有一些比較重視心靈層面的，還有我們是社區電台，我們也是希望能夠往社區來走，這些都是跟年紀有關，還有比較重視他會希望能夠去愛護這塊土地，然後例如比較會重視環保的這群人，通常也是要有有一定的年紀以上，所以整合定位之後，我們的年齡層會稍微拉高一下。</p>
<p>所以這是跟廣播收聽的習慣有關係。</p>	<p>對。</p>
<p>所以大概也是結合一些需求的概念，所以像是一些電台想要找年輕的年齡層這一塊不太一樣。</p>	<p>不太一樣，我們要的會是要有一點年紀，收聽率的話會有一點年紀的會比較穩定一點。</p>
<p>所以要走社區電台，希望走跟地方文化，環保，或者是公共事務做結合。</p>	<p>對，還有就是公益方面，因為其實我們的台長，就是老闆。他以前就是有在做節目，節目比較優質，不是那一種有就好的，所以基本上開這一個電台，希望可以走公益方面，所以我們現在的節目，已經有在規劃公益方面的，之後我們會邀請一些公益團來上節目，就是小單元。</p> <p>還有就是我們在周日，也會開闢節目讓公益團體的人，然後來為這個公益團體，可能她們公益團體有什麼樣的東西，或者是有什麼樣的形象，或者是推廣他們的公益理念，就是讓他們來節目，</p>

	負責節目的進行。
這樣問你一個問題，就是在地方做比較大的連結，某種程度上來說，有些公益團體來說，雖然他的理念也是很好，或者是相關的，但是做到廣播的節目或者是吸引力來說，他其實是有一段距離的，中間會有一些障礙，需要怎麼去克服？	剛開始的話，他們如果來上小單元的話，節目主持人會帶，這個是沒有問題的，如果是像我們周日會規劃公益的節目，雖然是請他們來，但是我們在初期的時候，我們也是會跟他們講說，也會教需要怎麼樣做，然後在初期的時候我們也會搭配主持人，慢慢的帶，帶到一個程度，覺得他們可以的時候就會放手了，讓他們來接手。
另外在廣播的收聽結構裡頭，聽眾是比較喜歡音樂性，但是這樣子你的新聞跟談話性的比重就會拉高。	如果要拉低也可以，因為這樣子就變成要切塊，因為原本我們就規劃我們有訪談，這樣子才能夠讓聽眾會增長知識，就是要一個區塊，一個區塊，例如我可能要 7~10 分鐘一個講話，之後就是歌曲，不是一整個小時。 除了公益節目之外，不是一整個小時都在講話，然後一點點歌曲，我們還是會有其他的單元，所以比重基本上也不會差太多。
等於說你可能在訪談中的政策上面不會那麼的明顯。	我們還是有新聞，還有政策宣導，還有人文，還有教育文化，我們都有，這些的比重會比大眾娛樂方面還要多一些，會超過法令規定。
他並沒有禁止，這些都很好，他只是怕你有一些商業性質的節目太多，他不會擔心你一般的公益，或者是文化類型的節目過多，所以很好沒有什麼問題。	我們基本上會有很多的知識，所以剛剛有提到，我們會比較去重視內容方面。
那你怎麼樣去掌握你的聽眾？或者是怎麼去瞭解你的聽眾，尤其是對於新設立的廣播電台來講。	我們會有 CALLIN，除了線上 CALLIN，我們還會留我們的行動電話，那他如果願意在下了節目，還是隨時都可以打電話來。 其實我們對於聽友，我們的方式會用聊天或者關懷的方式跟他們來作互動，當然從這些互動當中我們可以知道，這個人他住在什麼樣的地區，他們的生活型態或是他們的喜好是什麼，這個我們也會問。
所以聽起來比較像是，一般過去一直在使用，對聽友服務的概念。	會，但是我覺得我們會再加一些，可能關懷層面的話。
除了這個之外，雖然你們制定的是在 35 歲以上的，不過現在就是除了使用傳統的收音機的概念之外，其實聽眾很多都是使用手機的平臺，或者是使用相關的軟體來做收聽，所以現在我們在講說線上的新聞其實是很重要的，這	我們有規劃，現在是在籌備期，所以還不能夠做，但是如果我們開台之後我們會成立 FB 的粉絲頁，我們也會成立 LINE@ (Line 生活圈)，然後我們在初期或者是在以後我們也會上 YouTube，可能開始會拍一些簡介我們電台，然後我們會介

<p>個的部分跟傳統的互動之外，還多了一塊新的部份，希望可以增加一個黏著度，對於這個部份你們有規劃嗎?或者是說你們打算怎麼做?</p>	<p>紹主持人，可能未來我們的節目，會放在 YouTube 或者是 FB 的直播上面，當然所有的聽眾願意上 LINE@給我建議或者是上 FB 來跟我們分享或者是建議，其實這些意見我們都會納入參考，例如他對於我們的節目，他想要怎麼樣或者是說希望怎麼樣，我們是有預計大概每半年，會因為聽友他的喜好建議，來更改我們的節目內容，包含如果大方向很好的話就更改，有可能半年小方向，然後一年就大方向的更改，就是希望符合聽眾的需求。</p>
<p>你們有打算試試看使用 APP 嗎?</p>	<p>初期的話，因為 APP 的話需要百萬，我之前有問過 30~40 萬可以開，但是不知道那個會不會太陽春，2 年前有問過，那個大概需要到百萬，因為那個費用會比較高，現在電台才剛開始營運，目前是還沒有那一筆預算，那這個就會納入我們考慮，但是我們只要我們節目有開播，我們會上中華電信跟 HINET，他有一個頻道，就是我們會把節目放到上面。</p>
<p>所以你們會上 HINET?</p>	<p>對，所以全台灣，花東，南部或者是北部，願意聽都可以來聽，都可以來聽。</p>
<p>所以就是這種集合式的 CHANNAL，我們通常把他稱為集合式，因為他在所有的 I-CHANNAL 裡面電台都收的到，所以是你官方專屬的，就是你們自己開發的，然後再去播放。</p>	<p>因為目前我們電台才剛開始營運。</p>
<p>請問一下，你們電台剛開始營運的時候，在一開始，如何讓聽眾知道你們電台要開始了?因為新電台都有一個習慣。</p>	<p>就是固定頻道，不好去移動。</p>
<p>你們的頻道是哪一個?</p>	<p>92.1FM。</p>
<p>9 2.1 FM，如何讓聽眾知道你們有個新電台要在開播，如何讓他們知道，目前做了什麼方式來推廣?</p>	<p>我們目前因為都還在籌備，目前都還沒有做，但是我們開播，執照拿到之後開播，我們就是會去做一些行銷宣傳，例如我們會去做一些羅馬旗幟，或者是跟公車業者，計程車業者，這個有可能會跟他們合作，或者是直接找廣告行銷公司，還有就是做一些看板這樣子。</p>
<p>因為剛開始怎麼去打響其實很重要。</p>	<p>對，聽眾來源很重要，當然包含我們邀訪的來賓，那個也都是我們的一個宗旨。</p>
<p>你們的邀訪來賓是你們的宗旨，是所謂的公益行為?還是說是什麼原因?</p>	<p>我們的節目內容，到時會邀請很多人，譬如說社區型的，因為我們是社區型的電台，我們到時候</p>

	<p>會著重在我們收聽範圍的這一個範圍裡面，我們提供的資訊，也會大致上以這個區塊為主，所以邀訪的有一些來賓，也不一定是完全同樣類型的，邀訪的來賓也會著重在社區方面的，在未來他也就會成為我們宣傳方面的一個人，他也會把我們的這個訊息給帶出去，然後拓散開來。</p>
<p>所以希望透過，跟地方結合，讓地方的一些地方領袖，或者是相關人士，帶出他們的知名度。</p>	<p>對，讓他們知道知名度，也可以讓這些人來聽我們的電台。</p>
<p>然後搭配一些行銷活動是嗎？</p>	<p>會，而且我們已經有在規劃一些公益的活動，已經有在談了。</p>
<p>有打算什麼時候正式開播嗎？</p>	<p>我原本預計是今年的8月份，就可以開播了，剛剛有聊過，我們之前有打過一場戰，就是我們為了8月份開播，以為8月份就可以開播了，因為8月份要開播，所以我們的主持人，我們都有找，我們的節目在那時候，就已經開始在籌備，就NCC這部分，也不曉得，為什麼他們的時程，就感覺上沒有很快，我們最近，上個禮拜才送我們電台執照的申請書上去，那這件事我們也不知道他什麼時候可以申請下來，我們需要拿到電台執照之後，才能夠再去申請廣播執照，但是我們也不知道，我們送上去之後，這個時間需要多久，我們這些新進電台我們的心目中，有一個好大的問號，到底什麼時候可以，所以就變成我們這個時候找人，在徵才方面。</p>
<p>會變成沒有一個確切的時程？</p>	<p>對，就變成我們也沒有辦法，跟那個來應徵的人，我們之前也很多人來應徵，我們也沒有辦法告訴他們，不要說到幾號，連到幾月份，什麼時候來上班，都沒辦法告知應徵的人，我們只能跟他們講說，我們預計，可能的時間，還要詢問他們是否願意，但是我覺得，這樣不確定的時間性，對我們未來或者是對來面試的人，這個問題都是一個蠻大的問號。</p>
<p>很多對於新興業者來講，他有一個不確定感，來自於行政作業程式所需要多久的時間。</p>	<p>對，所以我們也很希望，他們可以給我們一個很明確的日期。</p>
<p>NCC 他們沒有辦法跟你們講嗎？還是說他們也不知道？</p>	<p>好像看起來沒有辦法跟我們講，所以這件事我們真的是超納悶，而且這件事，是我們電台卡到最重大的原因，因為像我們的這個租金都要錢，我</p>

	們同事們的薪水也要錢，而且我們現在的水電費，我們已經算是半營運了，只是我們沒有聲音，這些都是成本。
初期的投入成本，或者是籌備期投入的成本，期間越縮短，電台能夠正式開播，他才能夠有收入的來源。	對，好像是我們這一間，在去年年底的時候，就已經全部裝潢好了，而且機器設備也在半年前都應該已經有了，那我們的人員在幾個月前都已經進駐了，所以這個部分的開銷其實還蠻大的，但是我們現在的收入是 0。
就是籌備期間。	對，就是在籌備期間。
也不能試播就是了?	沒有辦法，我們現在有聲音，但是只能有聲音，有歌曲，但是不能夠有任何的主持人上去 做任何的事情。
廣告也不行嗎?	那更不行。
所謂試播的概念，就只是不會讓頻道空著而以。	對。
但是他不是正式營運的概念。	所以如果能夠見到 NCC 的話，也請告知他們，讓我們等待的期間，能夠時程縮短一點，然後能夠更明確的告訴我們，我們需要做什麼事情，因為我們有 3 張執照需要拿到，然後每一張我們需要做什麼事，會希望說我們能夠更明確的知道。
或許是說對於新進的業者來講，即便像是今天的業者來說，他如何明確的知道行政的程式之外，可能針對一些他所必備的，所需要的一些軟硬體，或是文件，怎麼樣給予一些相關的紙本說明，或者是某種程度的輔導。	文件要明確，像是廣播執照，我們沒有很明確，他們之前也有問過，因為他也是十幾年沒有人申請，所以他們也不知道，NCC 他們自己也不知道了，那我怎麼可能知道呢? 所以我只能夠就我的認知裡面，我就只能寫一本計畫書，但是我不知道，但是到時候是不是就是那一本，還是說需要改或者是怎麼樣，可是我已經盡力的在準備了。
因為一段時間已經沒有新興的業者申請了，都只有換照，但是他是要比照換照，還是要針對新興的業者去做新執照的發給，或是給不同的市場標準。	如果要建議的話，就是建議說，時程縮短，然後給我們比較明確的做法。
就是需要用標準化來做。	要告訴我內容要比較明確的，那我就符合規定，一步一步來。
我們沒有代表 NCC，我們只是接受他們的委託來做訪查。	
所以你們沒有辦法開播，所以.就沒有辦法進行你們的行銷，跟推廣活動是嗎?	對，就是剛剛所講的。

<p>如果撇開申請上面的問題，有沒有理想中預計要什麼樣，或是什麼時候開播？</p> <p>因為要開播，通常也會找一個好的時間，好的季節，或是好的話題，所以他們的行銷都會搭配。</p>	<p>我，所以我們現在就是不敢講，原本我們預計是八八節，應該是8月可以的，所以我們就預計在八八節 想說是在那之前就會有了，所以我們想那個節慶的事，然後之前我們的主持人都到到位，之前事實上我們也都開始，有在做什麼了，可是因為一個問號，這個問號也不知道是到今年年底，還是要到明年的年初，所以變成在行銷這個區塊，我們也就只能夠，想說我們大概要這樣做，實際上我們也不敢找廠商來配合，因為廠商也會詢問我們，到底什麼時候開播，但是我們自己也不知道什麼時候，所以才會現在都卡在這裡，我們也不知道了。</p>
<p>所以難怪你剛剛一直問到底我什麼時候，也不是問這個議題，人家也只是在籌備期。</p>	<p>我們是一直跑。</p>
<p>所以是希望越快越好。</p>	<p>對，因為像我們這邊的租金，非常的高價。</p>
<p>所有的東西都在燒錢，看的到的都在燒錢。</p>	<p>所有的點點滴滴，像是我們的冷氣，在機房裡面，冷氣都需要開著，在都開著的狀況之下，這樣子我們的電費最少都要3萬塊了，而且冷度要恒定，不然的話機器會過熱壞掉，還有很多的問題，所以我們希望時間上能夠快一點，在行銷部份的話，剛剛協理所說的，我們只能說接下來在未來，我們可能會搭配行銷公司，或者可能會做一些看板，或者是用車子，或者是宣傳，預計的時辰是什麼時候，我們不知道，我們是希望趕快，快一點。</p>
<p>現在其實是一個數位化的平臺，他的難處是說並不是廣播公司自己人的競爭，然後現在會越來越多的是跨平臺去展現，不管在YouTube，I-CHANNEL，現在YouTube頻道也開播了越來越多直播的功能，這就牽涉到說電台主持人願不願意經營直播的這一塊，那麼你們有做這樣的一個想法跟打算嗎？</p>	<p>通常傳統電台，對於直播這個區塊，尤其是年紀比較大的主持人，他們的接受度不會很高，就我目前這樣同行看起來，因為顏值的問題，大部份會喜歡年輕，帥氣，要很漂亮的。</p> <p>數位平臺，如果是專門去經營數位平臺這件事情的話，我們可能會在兩三年後，目前我們還是廣播電台，我們希望說把我們的根，給紮穩了，而且我們的定位，是年紀稍微大，這一群人他們使用手機，有一部分的人，他們還是不太會用，所以這一兩年，我們還是先紮穩我們自己本身電台的腳步，先穩穩的做。</p> <p>當然數位這種東西，是一個趨勢，我們不能夠去排斥他，所以我們可能會在2~3年後，我們才會</p>

	來做這個區塊，但是我們沒有排斥，因為他本來就是一個時代的產物，我們必須得要去接受他，甚至未來數位這個區塊會發展成為某一種內容或者是某一種形式，他事實上是很受歡迎大家歡迎的，未來我們可能也會朝向那樣的方向去做。
所以看起來，現在規劃還是比較按照過去既有的經驗，嘗試穩紮穩打的方式，一步一步去開拓市場，先把預期目標，中上年齡層的聽眾先掌握到，然後再嘗試做往下開發的概念。	對。
電台來講，營運模式其實很重要，什麼時候能達到損益平衡，你們有沒有嘗試開發什麼樣的商業模式嗎？	這個長遠很重要，因為有長遠的電台才能生存下去，在廣告方面來講，我們目前，我們公司其實有業務部門，那我們的業務們會去尋找合作的廠商，剛開始的話，我們目前已經有談妥了，3家的公司，已經談妥了，這3家公司在未來他們會投廣告費在我們這裡，還有一個廣播的節目我們也談妥了，那未來也是會在我們這邊進廣告，剛開始的初期，我們可能會往市府，各局，各室，還有可能政府的一些單位，因為他們也必須要做一些行銷方面的事情。
公共政策宣導一部份。	對，我們會盡量跟他們爭取這一方面的預算。廣告方面的話，我們也是會把關，在廣告方面，並不是說任何人都可以來，事實上現在已經有一些廣告商跟我們接觸了，因為他們的東西，可能比較沒有那麼的正派，我們就不想要。
什麼意思，可以舉個例子嗎？ 像是哪些種類的廠商會讓你有疑慮，我們只是想要知道你的疑慮是哪些。	像是有些產品，他可能沒有辦法跟我講出，比較明確的東西，我覺得我就不會考慮。
那些東西是在說來源方面嗎？	是，來源，品質。
或者是有沒有合格證號？	對，這些。
所以是需要有合格證書就是了？	對，我會想要看。
所以就是那些檢驗的部分？	對，就是檢驗的部分，我會想要看。
有沒有明確的，例如他會很明確的知道說，什麼樣的商品類型，或者是什麼樣的廣告類型適合大眾，比如說有些人他就專門做保健食品類的，有些人的目標可能是3C的產品，假設有些人他的可能是當地的房地產，諸如此類。那麼有哪些是我們確定，有哪些我們是不要的？	確定不要的話，就是來源不確定。

是說像是食品類來源不確定就不要嗎?還是食品類會比較多。	我覺得不只是食品，是所有東西，如果他的來源不確定，而且聽起來，他好像會危害社會的，在這一點上面，我們就不考慮了，基本上我們會有食品。
這一個應該不會有藥品，只有保健食品。	對，是保健食品。
藥品是違法的，會受到藥師法的規範。	對，所以也會有民生用品，民生用品到時候我們都會進來，這些東西都是要合格，GMP 認證，現在是用更高一級。
那個是屬於豬肉嗎? 優良廠商標章。	之前是 GMP 廠商，現在是用 TQF，就是他那個工廠規範比 GMP 來的還要嚴格，那我們現在傾向於要找哪一類型的廠商，現在我們的電台，品質方面會比較嚴格，要做一個把關，如果他的產品不合格，沒有經過認證標章我們也不會要，還有工廠需要認證，剛剛提到，像是市府的公益，還有市府的宣傳廣告，還有像是在地的，譬如說，有哪一些鄉鎮有什麼在地節慶，這個我們也都會去談業務，或者談行銷，會去想跟他們合作一下。
聽起來是不管任何的類別的來源跟品質，跟有沒有認證是很重要?所以不會受限於類別就是了。	對，類別的話目前還不會受限，但是品質的話，因為這個東西是關係到良心的問題，因為我們不是跟早期那種隨便亂說台一樣，我們會比較著重在品質方面。
那你們有嘗試要發展電商嗎?	這個部分的話，未來有可能，但是目前還是先暫時把我們廣播聽眾，先鞏固聽眾。
所以包含在初期裡頭比較不會先走到電視商的那一塊。	目前初期不會。
所以不會像中廣一樣，有網路跟自己的網站，現在還是以董事為主。	初期還不會，以後的話有可能，因為聽眾年紀會越來越大，但是年輕的也會上來，而且所有的人接受資訊科技的東西會越來越廣，這東西也許十年後，有更先進的一個上網的方式，也許到時候譬如現在的 60 歲他不會上網，但是到了 10 年後 70 歲，也許會上網了，這個都是有可能的。
你看資策會，他們 87% 的人都在上網了，所以老人上網人數，沒有想像的那麼低，而是很高，現在幾乎全台灣都在上網。	因為我覺得我們的聽眾年紀是比較大一點點。
所以是在初期設立一個目標。	對，所以初期的話，電商是不考慮，以後的話，就幾年後再說。
剛開始的時候不想投入太多點，主要是因為成本考量。	對，而且也是一個風險，而且說到電商，很多人都在做電商，我們有什麼東西，可以比別人更吸

	引人的。
所以聽起來，還是主持人跟聽眾的互動，還有播節目跟主持人的互動，去做行銷的模式，就是這樣的概念。	對。
想請問一下，我們在做別的電台的時候，發現他們主持人，如果跟聽眾互動的時候，他們會將節目送到雲端，說老實話在雲端觀看人數大概 100 人到 200 人，人數沒有很多，所以他們的擴展性在雲端沒有那麼的廣。 那你們未來有沒有想到什麼樣的擴展，因為如果一個節目是 100 人到 200 人的聽眾，可能會覺得很多人，但是追溯回來他的聽眾就只有這麼多人。	他有可能就是 50 個 100 個後面增加到 200 個。
所以這一部分的話，你們有沒有什麼樣的計畫，可以幫你們推廣。 在新電台裡面最主要的就是一個聽眾的來源，跟拓展，你們除了計畫這些之外還有沒有什麼比較新的想法，或者是說比較跟別的部電台不一樣的想法，因為大家聽起來會跟別的電台比較類似，有沒有什麼更不一樣的，因為現在的選擇性就會很多，我們叫這個叫替代性的選擇。	我們就是一樣，就是用節目的主持人跟節目的內容，然後來吸引聽眾。
那你們有編制內的主持人嗎？還是大部分都是用簽約？	我們的主持人跟別的電台是不一樣的，全部都是內制，所以我剛剛一直強調，我們的品質，剛好我們的節目主持人，都是我們自己聘請來的，所以你就只能做我們電台，不能到別台去主持。
所以就等於是編制制內的專屬主持人？	對，而且現在像是政府有一個法律規定，(受訪者的意指:如果有政府的法令規定或國家政策等需要播報,外製主持人可能會不願配合播報,所以我們傾向有自己的主持人)如果不是我們編制內的人，他也不照做，但是如果我們編制內的，需求每個小時要播放一次，那我們就會限定每一個主持人每一個小時都要播一次，所以在這種編制內的主持人，他的支持性會比較強，我們目前也不接受所謂的來買時段，我們就是要維持我們電台的獨立品質。
所以你們節目內制的比例要很高，要到 100%。	要到 100%。
所以你們主持人的費用應該會很高吧？	會，我們剛開始開台。

你的計畫書有寫。	對有寫，我們自製的比例很高，但是第一年還沒有到達百分百，但是靠近了，還是很高。
所以在3年之內要達到60%，然後80%以上，	我們大概在在第二年，或者第三年，會達到百分百，但是第一年的話還沒有。
沒有我只是很好奇說，原本聽起來跟別的電台差異像沒有不一樣，剛剛瞭解以後，知道這個差異性是不同的，因為這樣子的作法他的差異性就出來了，因為你們沒有很多那種，別的節目的頻道，不會像是有聯播之類的，或是一些其他的節目。	我們目前沒有聯播，而且我們想要控管我們的品質，我們想要在地性，而且聯播如果是從臺北來的，從高雄來的，他講的東西，就沒有在地性，所以我們為了要讓我們的聽眾群，聽到跟他們自己本身的生活，所有的都比較要相關，所以我們沒辦法，只好投入重資，就是我們的主持人，就要變成內制。
所以你們的編制，就要超過11到13個人以上了對嗎？	如果有包含主持的，總數會。
所以是會嘛，因為你們還有行銷，業務，還有做節目，那些都是編制內的，然後廠商管理跟採購。 但是這樣的人數會夠嗎？ 有些只要1~2個人就可以了。	我們目前會傾向於說要兼職，而且傾向於說每一個人，要學很多東西，就是說我是主持，但是我並不是只有出一張嘴，也要會操作機器，因為我沒有人。
所以也是要導播。	全部都自己導，然後資料全部自己找，然後什麼都是要自己來，然後如果電腦有問題，機器有問題，就要會一點機務。
就是需要會維護？	我們就是希望我們能夠，我們自己大家的能力要夠，就是主持他可以做，然後到後來的時候，他可以兼一些其他職務，可能是策劃行銷之類，所以就是大家要會多做一些事。
所以說算一算下來11~13個人是跑不掉的，所以你們初期的投入成本，是需要很高的，因為你的人力跟節目製作的成本，就非常的高，這個也需要老闆願意投資，才可以禁得起前面的燒錢。	對。
一個月上百萬應該跑不掉吧，應該是快到了吧，如果正式開始播放的時候。	一個月上百萬的話，應該還沒那麼多。
應該不用那麼多，但是幾十萬是跑不掉。	幾十萬的話，跑不掉，因為現在已經是幾十萬了，現在收入零的時候，剛好因為我們有股東會，就是我們的老闆，就是我們的董事長，他也是願意去做這些，就是真的願意管控品質。
這樣會讀會燒掉一個資本額？	其實現在我們資本額，已經很重比了，所以我們希望NCC可以趕快，執照讓我們拿到，然後趕快

	營運。
那你們的主持人，是都比較沒有經驗，須要重新訓練的人，還是已經有在做訓練的？	有兩個方向，我們現在都有在徵才在人力銀行面，都有在徵才，我們有兩個區塊，就是一個是已經會的節目主持人，像是我們，另外一個就是說，我們願意讓對於主持有熱情有心的人，然後他也來我們會培育他，所以兩個方向。
這個是很難得，因為現在大部分都是簽約主持人，而不是編制內的主持人的一個概念，然後節目主持人就四處遊走。	沒有，我們不想這樣子，因為這樣子很難控制。
但是你們就要承受很大的，就是什麼都要做，然後他做他學會了，就會很容易跳槽到別的電台去了。	這個部分我們可能就需要做一些限制。
敬業條款嗎？	就是面試的人，來的時候就要談妥條件，不要說我今天栽培你了，然後你會了，你就跑掉了。
所以在別地方，就只需要出一張嘴，然後不用去學電腦，還需要會做很多事情。 所以這就是條件要低，跟營運方式的概念不一樣。	這部分是需要到時候談妥。
所以說初期的人事成本，就佔了很高。	很高，現在就是在燒錢。
這是一個很有勇氣的嘗試。	我知道別家，就如同你剛剛提到的，可能雖然得到一個新電台，可能機器進駐，但是原本就一家電台了，就只是人員跟節目主持人不夠，這樣子的話，就會變成很省錢。
就可以快速的成立。	我們的這個是老闆有願景。
所以老闆的願景是什麼？	他想要做公益，他一直就是想要做公益。
所以現在為什麼要財源就是這樣子。	但是資金見底也不行。
所以聽起來他的壓力很大。	壓力很大，壓力非常的大，這一點我知道瞭解，我個人是覺得他也是做節目，他之前在中廣，做節目起家，所以基本上節目品質一定。 然後他吃素，通常吃素會比較有愛心，所以也是想要往公益方面，這是之前從我進來他就不斷跟我講他要做公益。
所以聽起來跟中廣不是在同一條路。	不同，因為中廣要求的是品質。
中廣是屬於比較商業性，這邊是很公益性質的電台。	也不是很公益性，因為我們也是要有財源。
有財源才能夠支持。	只是說可能別的電台，不會去開關時段講公益，但是我們會，因為我們覺得說，這個是社會上其

	實需要幫忙的人很多，而且廣播電台就是一個算是特許行業，一個特許的頻道，我們也很幸運的，剛好有這個頻道，先讓我們做一些事，對這個社會上是有幫助的，只要公益團體好，那整個社會就會好起來，你不能說很多人都在那挨餓，但是很多人無感，那社會就會亂了。
另外一個就是，其實節目裡頭有用到很多音樂，那你們怎麼開始去取得授權相關的部分，有沒有什麼樣的問題，或者是難度。	這個我們該給這些的部分。
音樂授權書。	音樂版權，該給的我們還是會給。
還是會通過，這種使用者付費的機制，去做簽約的動作？	會。
那你們現在已經開始有在付費了嗎？	這一個部分我目前比較不瞭解，所以我沒有辦法回答你，但是我們該付費的，我們還是會付費。
在費用上面，會有個底嗎？你們老闆會有底說，一年大概需要付多少的費用嗎？	這個我也沒有辦法回答你，因為目前我沒有跟老闆詢問過這件事情，因為這個部分的話，可能是老闆他們在負責。
因為這一部分，也是會佔成本的一個很大的考量。	那個也是成本，因為歌一首一首的出去。
因為我們去別的電台訪問的時候，別的電台針對這個部份，希望相關單位可以協助建立一個比較合理的授權使用的費用。	希望他的價碼不要那麼高，因為電台這個東西，使用歌曲的量很多，我們也就希望說我們量多，你的價格方面也就便宜一點。
那還有沒有碰到什麼樣的困難，包括在法律政策這一塊，需要協助的嗎，或是有什麼想要建議的嗎？	其實最重要的就是剛剛有聊的，希望 NCC 可以讓我們知道說，我們在申請執照的時候，我們要準備哪些資料，尤其我們最近申請的這個電台執照，也是因為有一些有機器的，他們早期的經驗可以幫助，但是接下來的這一個廣播執照，這個就是一個非常大的問題，因為就是我打電話去 NCC 問，他們也不知道，就變成沒有人知道。我們希望，就是有人可以告訴我們，我們要做哪件事，我們要準備哪些文件，然後我不該怎麼樣，什麼不該做，該做的我們就遵照他們的指示，還有規定我們就走這一條路去做。會希望說我們都弄好之後，送上去，執照要趕快下來，因為剛剛有提過我們家一直在燒錢，這個也不是辦法，如果再這樣燒下去，而且你看到的不只是我們，目前裡面也是有些主持人，我們會希望說他們未來是我們的，雖然我們現在沒有正

	<p>式有節目可以出去，可是老闆已經在留著他們了，但是留著他們，也要有一筆錢，這些全部都在燒錢。</p> <p>所以會希望 NCC 能夠在，就像剛所講的，廣播執照，我們需要準備哪些資料，然後協助我們，讓我們趕快送審，然後讓我們盡快通過，我們會依照他的法令規定，會依照他希望我們做什麼事情，我們會很願意去配合他，就遵照法令，讓我們趕快通過，這樣子我們才能夠趕快營運，不然其實像是所有的機器設備，不是說只有一套，還有像是我們還有基地台，那些都不是 100 萬以下，都是超過的，希望能夠盡快讓我們開始，而且公益團體的部分，我們本身也在談公益團體，來上節目，他們都在問我們，到底什麼時候要上。老師我有個學妹，也是剛好在做這個區塊的，那時候他有來上過老師的課，叫鄭小姐，剛好是在做這個區塊，是我想說剛好可以互相，他本來預計是在中秋節，因為他們那些弱勢團體，都有做一些中秋節的產品，然後也希望我們電台能夠幫忙，當時是覺得好像是可以，但是到現在八月底，然後你就也等在那邊，哪邊也是去跟人家講好了，我之前想說來上一下節目，結果又耽擱了，現在變成說很多的東西都再在耽擱，到現在就不知道該怎麼辦。</p>
<p>有一些也希望說，能夠準備就緒，然後可以再縮短開播的時間，現在有些做法是說，因為現在的自媒體是很興盛，有些節目可能有籌備，事實上或許在比較確定，情況比較晴朗的情況下，就可以開始做節目的制播的概念，所以我們也是可以透過這些。</p>	

第 4 家：每日廣播事業股份有限公司

主持人	受訪者
我們這是 NCC 委託案，每二到三年會進行一次台灣地區聽眾的收聽行為研究，我們剛好得到這個標案，這也是我們第三次進行，今年指定希望做業者深訪，過去是讓業者來座談會。	受訪者 A：我比較好奇，他來公文的時候，來了幾十家的業者，這名單是 NCC 那邊？
不是，他只有說按照大中小的功率，還有公民營電台有一些代表。	受訪者 A：所以是你們調查的？
對，我們按照一些來選取。	受訪者 A：這樣我們也滿榮幸的，呵呵。
除了按照大中小功率等，也按照地區差異去做選擇，這也要花你們的時間，不好意思。	受訪者 A：其實是交換一下意見，就這題目來說我們可以講得有限，中功率的民營部份喔，真的。
因為現在整個環境不是很佳，廣播看起來萎縮，但是也不見得，聽眾還是有需求只是轉為不同平台，在這裡面不同的 CONTENT 在做競爭，比如說他在 YOUTUBE 裡面可以看可以聽，越年輕的世代就越明顯，NCC 也希望瞭解業者怎麼因應，有什麼需求，也希望在我們調查裡面，知道希望他們做什麼。我們也會綜合大家意見，大家最想反應或者希望他調整的地方。那想先問一下您，因為在廣播裡面，瞭解整個市場很重要，所以對櫃電台來說，你們的聽眾結構怎麼掌握？怎麼知道你們聽眾在哪裡？	受訪者 A：基本上我們會內部做聽眾意見調查，根據調查得到的部份去知道基本資料，依照前一次做的聽眾資料來看，我們年齡層是偏高的，這也不可避免，因為節目屬性跟定位的確是這樣子。
你們會定期做聽友調查？	受訪者 A：對，我們會定期做。
透過隨節目主持人或者電台官網或者電話等？	受訪者 A：我們是用郵寄問卷的方式，但是說實在這樣的方式越來越難做，尤其最近一次做回收率很低，以前不會，定期三年做一次，剛開始回收率滿高的，但這次回收率很低，我們也會想說取樣性跟做出來的正確性對不對，但是做出來跟之前沒有很大的差別，所謂年齡偏高，我們五十一歲到六十歲的聽眾占二十八多，六十一歲歲以上八十一多。也就是六十一歲以上佔了八十九點七，加起來是將近百分之九十。
你們的名單怎麼來的？	受訪者 A：聽眾來索取的。
所以你們發出去的名單就已經是這樣了。	受訪者 A：對，但是我們要瞭解我們的聽眾阿，我們不是做中部地區的，所以你問我說我們聽

	眾的基本資料，也是由原本聽眾去問，聽眾取得是這樣，不是從電話去取得。
既有的聽友資料庫。	受訪者 A：對，既有的，或者參加過活動，從裡面資料庫去做出來。所謂的教育程度也不高，最高就是高中職，還有國中比例多一點，國中就四十四，高中職三十八，加起來就多少了，年齡層偏高，教育程度不高，然後男女比例一比一，職業狀況來看，其實是退休的最多，佔了三成，再來有一些自己做生意的，商業、自由業、服務業大概佔了百分之二十，家管也很高，百分之十七。
你是在廣播說我們要做一個調查，歡迎索取問卷，然後寄過去。那你們用網路人多嗎？	受訪者 A：那時候做的時候還沒有，三年前。
因為我知道有的電台是用網路做的，就很快。	受訪者 A：我們有考慮要用網路了，但是有的問題，這些受眾對網路的接觸性，你用 GOOGLE 表單去回饋很快但是他不會用啊，這是另外一個問題，現在碰到就是這樣的問題點。因為聽眾結構是這樣，說到第二個，整個節目定位幾乎都是台語電台，百分之九十六都是台語。
應該說台語為主，不一定都台語。	受訪者 A：對，等於我們是提供地方綜合性電台，我們也只能這樣定位自己，就是新聞，生活資訊，公共服務，社區關懷還有社區文化，所以音樂的部份不是在我們這一塊。
可能就 CALL-IN 或者稍微放歌一下而已。	受訪者 A：當然我們有一些節目，有些自製節目比較輕鬆，以歌曲安排為主，但是比例上不是很高。
所以你們有自製、外製，那你們有參加聯播嗎？	受訪者 A：我們沒有聯播。
自製、外製比例上呢？	受訪者 A：自製比例百分之六十，最近報了一次節目的，因為每個月要報一次。
這自製裡面是編制內的主持人或者簽約主持人？	受訪者 A：都有，編制內主持人比較不高拉，大部份都簽約的。
音樂會話跟新聞的比例大概多少？	受訪者 A：音樂部份大概百分之三點五七，其他大概談話節目，九十六點四三，新聞節目依照我們報出去的，大概是十四點二九。
但是你的新聞是固定新聞部同仁播嗎？	受訪者 A：主持人在節目中，他的節目型態主要就是報新聞，可能早上八到十點，報當天早上報紙最新的新聞，下午有一個主持人，報近一點的可能網路新聞，但是他的節目很清楚就

	是報新聞為主，所以這樣的節目我們就定位在新聞的節目。
所以這是整個公司的節目規劃。你們調查回來的結果，他們想聽的是談話性節目嗎?因為百分之九十幾很高了。	受訪者 A：我們沒有調查他想聽什麼類型的節目，但是我們有調查他想聽什麼內容，內容部份第一個新聞氣象比例最高，他們對於即時新聞氣象的需求性很高，第二個地方新聞，地方消息拉，也是地方一些新聞，大小事情，再來所謂的醫療保健，因為比較年長的，再來生活資訊比例也很高，再來鄉土文化類，前五大類大概是這樣，就定位在這樣的節目類型去做
你們有針對銀髮族去做養生保健的節目嗎?	受訪者 A：我們會在節目中講到健康保健的單元。
看起來對聽眾掌握狀況還不錯。	受訪者 A：要瞭解聽眾的需求啦。
一般對聽眾經營也很重要，你們會怎麼經營聽友?	受訪者 A：我們活動性沒有很強，但是前幾年有跟 NCC 拿經費，他們有一個媒體識讀的補助活動，補助的經費。
NCC 或者教育部?	受訪者 A：NCC 的，就跟他申請經費，用那樣的經費辦一個媒體識讀的活動，有補助拉，我們自己負擔一些去做這樣的活動。另外主要是跟地方上的公益團體合作，因為他們可能會需要做一些大型活動，我們會用媒體結伴的部份去做。
轉化成部份節目內容，也幫他們宣傳?	受訪者 A：對。
你們辦媒體識讀，民眾參與熱烈嗎?什麼樣的對象的媒體識讀?	受訪者 A：我其實是依照我們聽眾的，就是我依照我們聽眾結構去做的，到後來辦，透過社群軟體發佈媒體識讀的訊息，報名程度比較高。 受訪者 B：因為我們有 LINE@他一個一個轉比較快一點。
你們也有 LINE@?	受訪者 B：有。
你們有專屬網頁或者 FB?	受訪者 A：專屬網頁或者 FB 都有拉，只是說資源分配上，沒有很多資源放在上面，基本上有一些節目預告或者參訪完，跟某些來賓專訪後，有 PO 訊息或者照片。
可以線上收聽嗎?	受訪者 A：有，我們把訊號送到 YOUTUBE 上去，直接打每日廣播就可以聽到了。
YOUTUBE 上也可以做簡單的聽眾分析嗎?	受訪者 A：目前沒有做那一步。
所以只有連到他們上面去，那邊沒有回饋說可以做一些掌握?	受訪者 A：沒有。

剛剛說還是會辦一些活動，聽友這一塊，還會做什麼互動聯繫跟聽友經營?	受訪者 A：大概這樣子為主。 受訪者 B：我們會在 LINE@ 上邀請他們來聽節目，然後跟他們說可能會辦抽獎活動，就是聽節目有辦抽獎活動，他們可以在 LINE@ 上做抽獎。
你怎麼確認他有聽到你們節目?	受訪者 B：因為我們要做抽獎的活動。
回傳號碼之類的?	受訪者 B：類似這樣子的。
現在 LINE@ 人多嗎?	受訪者 B：還好啦，因為剛辦不久，就慢慢累積好友人數。
為什麼想用 LINE@ 或者 YOUTUBE?	受訪者 A：YOUTUBE 因為直播需求而已，找一個成本比較低的方式去處理。LINE@ 部份因為，大概是出去外面上課或者看同業一些做法，我們其實也想朝社群軟體這部份，去跟我們受眾觸達，就想說去申請一下 LINE@。
你說有上課，是哪一些課程講這個?	受訪者 A：NCC 課程。
他有說到這個?	受訪者 A：沒有說啦，但是去上課的時候，老師有說到同業有用這個的狀況。
所以不是 NCC 特別上這個課?	受訪者 A：不是特別上這個課，就可能講一些目前廣播現況，把一些同業的狀況，也是業者拉，把他們目前 FB 上怎麼運用的狀況去分享。
你剛提到直播，你們平常有做直播嗎?	受訪者 A：我們沒有做，YOUTUBE 我們只是幫聲音送上去而已，有關直播那一塊我們現在是完全沒有做的。
我是要事後聽到廣播或者線上可以聽?	受訪者 A：線上可以直接聽，會有秒差的問題，但是所謂直播是可以看到人那種，那個沒有。
為什麼不這樣做? 因為成本或者人的問題?	受訪者 A：我們看不出那個需求性在哪邊，因為不是所有廣播人都要拋頭露面，他們也不想阿。 受訪者 B：保持神秘感。 受訪者 A：尤其這種型態的。
審美的落差，想像的落差會出來。聽起來你們有自己評估看看不管 LINE@ 或只 YOUTUBE 裡面流量，點閱或者收聽狀況好嗎?	受訪者 A：還好耶。 受訪者 B：畢竟我們聽友年齡層是比較長一點的，他們使用這一些所謂社群軟體這塊比例不高，但是有沒有人用? 有人用，如果不小心我們 YOUTUBE 斷線就會有人打電話來了。友的聽友，他可能聽習慣了，他突然到異地去就會想說有什麼方法可以聽到你們節目，我聽習慣了，但是我今天到高雄玩，就聽不到，所以公

	司才去用這個。
他們會來問要怎麼樣聽到你們節目?	受訪者 B：對，他們會問說還有什麼方法可以聽到你們節目。
我們這次會針對這個來問，剛說 2013、2016 都有做，我們慢慢發現，針對聽眾做訪談的時候，或者調查數據顯示現在多元的運用越來越廣泛，尤其年輕的世代已經不再依照傳統的收音機方式，而且傳統收音機也越來越難買，也不一定可以買到。	受訪者 A：所以我們自己也有賣收音機，呵呵。
對啊，中廣也有賣。	受訪者 A：聽眾真的會來買，呵呵。我們還自己把收音機賣出去，讓他可以聽到我們節目。 受訪者 B：或者現在手機也很方便，也可以聽。
你們知道 HI CHANNEL 也有嗎?你們有上嗎?	受訪者 A：我們沒有上。
他不是按下去大家就可以聽到你們節目了?	受訪者 A：第一個上那個會有費用的問題，還有去年開始，好像有音樂版權的問題，有去找 HI CHANNEL，好像找 HI CHANNEL 還有找業者，我聽說有些業者就直接從那邊離開。
因為他授權你的是經過頻譜播出的，如果你用線上串流的他會有另外一筆收費。	受訪者 A：對，那是公播，但是那部份等於是傳輸那一塊不一樣。
我們也會被收阿，學校有實體廣播電台，學生都收，扒好幾層皮，很不合理，而且他三不五時就會漲價一下。	受訪者 A：公播那一塊，真的是業者大家的痛，好幾層皮但是也沒辦法解決阿。
我們這次也有反應在這部份，希望說 NCC 或者什麼，有可能。	受訪者 A：NCC 說不是他主管的東西，他不敢碰拉，IPO 的部份，其實去開幾次會，很明顯拉，我們也可以理解拉，他不是說站在集團團體那邊，他是照顧所謂詞曲創作人啦。
但是弔詭的是這不一定回到詞曲創作人啦。	受訪者 A：對，因為這團體裡面其實是一個黑箱，他到底進去之後怎麼分配?他收多少管理費，這不是我們知道的，IPO 應該知道這部份。
他會說這是簽約行為阿，他跟創作人簽了，回饋就是這樣，可能他收到一塊錢，只有回給他零點零幾塊。	受訪者 A：簽約一般會說這是私權，他沒辦法干涉阿。
對啊，但是對創作人來說，他某種程度是弱勢阿，他需要一個平台去幫他做這件事情。	受訪者 A：幫他收錢的窗口，但是最後回到詞曲創作人，有比例的問題。
你們一年大約花多少在版權費上?	受訪者 A：有阿，我們現在跟四家簽，差不多二十萬吧。
但是這還沒有上網的部份，只有公播，沒有傳輸的部份?	受訪者 A：對。

<p>如果加上網路直播會有另外的費用，但是好像沒有這麼貴。</p>	<p>受訪者 A：他好像會有一個比例吧，說最少收多少。公家的、民營的，還有學校的又不一樣。</p>
<p>我們是四萬加上五千，算很便宜嗎?呵呵。那是因為學校跟他對抗很多。</p>	<p>受訪者 A：那是學校，呵呵。</p>
<p>像剛剛說的，講起來都是痛啊，呵呵。</p>	<p>受訪者 A：因為不是不用，但是我們不知道把聲音送到網路那一塊到底誰在聽，我們不知道效果，像剛剛主任提到，我們在 YOUTUBE 上的網路有時候會沒有訊號，斷掉，會有人打電話來說聽不到，但是也沒有很多人打來啊，你上去 YOUTUBE 看有多少人連線?也沒有很多人連阿，你說有拉，但是有沒有那個效果是另外一個問題。</p>
<p>換一個角度問，前面我們問的時候，也有人提到說，他們知道這是未來的趨勢，也有想做這一塊，可是也碰到幾個議題，有一個部份就是主持人或者既有製播的人員不見得可以瞭解或者掌握這部份，會希望 NCC 提供相關課程，這課程不是只有簡單節目製播，因為那你們都很上手，但是利用新的數位平台，開設直播或者做一些線上線下的互動，或者做社群行銷，類似這樣的課程，你覺得會對你們有幫助嗎?</p>	<p>受訪者 A：應該這樣說，如果要做那一塊，我不太贊同把同一套內容，放在不同的載體上，因為其實廣播這一塊，受限法規的限制，用舊的法規在管理這樣的內容，你把這樣的東西放在另外一個平台上，在網路上可以發揮更自由更多，為什麼要把這樣的東西放進去呢?我的想法是這樣。而且我不太願意去把聽眾跑到網路平台上，因為他在那邊可以找到更多內容豐富的東西，不一定會聽我們的，所以我會希望他繼續留在我們平台上，我如果要朝所謂的數位平台去做，我覺得我有能力，我會做另外一套內容出來。</p>
<p>瞭解，所以目前貴公司的策略上，希望可以在原本的平台上做更深度的經營?</p>	<p>受訪者 A：對，我們做這些都是輔助性的去瞭解嘗試看看，是不是有多少效果，沒辦法繼續投入資源的原因，就像雞生蛋，蛋生雞的問題，或許沒有很大的效果，我們沒有繼續投入資源，或者說你也沒有投入很大的資源阿，所以也不會有效果。你看很多同業從一開始的直播，網路廣播出來，直播出來，我真的不知道有哪個同業投了資源下去，從那邊獲得實質的效益。</p>
<p>通常不會單純這樣投，還會發展電商。</p>	<p>受訪者 A：對拉，我只有發展電商的這一塊部份，他們從電商去獲得利益，目前做的最好聽說是全國，聽說已經超過廣播的部份。</p>
<p>對拉，民營的裡面，也不能這樣講，中廣也是，只是他是全區。</p>	<p>受訪者 A：對，全區就是中廣。</p>

<p>貴公司沒有想走這一塊嗎?</p>	<p>受訪者 A：沒有耶，我們走比較傳統通路，呵呵。</p>
<p>你的傳統通路是怎麼說?</p>	<p>我們客戶跟大部份的東西，因為廣告商品的關係，主要是藥房通路拉，保健品的部份他們還是走這一塊通路。</p>
<p>所謂藥房跟保健品通路，他的業績是持平或者慢慢下降或者一樣的水準?</p>	<p>受訪者 A：這我不曉得，因為那一塊這我們沒辦法真正知道業績上是什麼樣的狀況，當然我們有一些客戶會跟電台反應說一年比一年差，但是你還是繼續做啊。</p>
<p>他不作也不行阿，還是得做啊，他的業務會下的比較少嗎?</p>	<p>受訪者 A：差不多拉，好像沒有很大的變化。</p>
<p>所以貴公司在這一塊，傳統的聽友服務裡面，透過一些結盟的，不管是藥房或者相關的專賣店的概念。</p>	<p>受訪者 A：其實不是我們，而是客戶維持原本的體系，電台是廣告，他們來這邊上廣告，告訴聽眾可以去哪邊買東西，他的通路還是藥房，他既有的通路就對了，他們是不是只有發展到電商這一塊，目前看是沒有，你說我們有沒有，目前投入行銷銷售這一塊，沒有很多，所以我們也沒有發展到電商這一塊。</p>
<p>在這些裡面，節目內容規畫或相關的，你們會怎麼處理?我的意思是說，當然法規有一些相關規定，不管贊助或者置入會越來越放寬，或者聽友服務也會越來越多元，那電台這邊在節目裡面應該也會做某種程度上的宣傳，你們大概是怎樣子來做?</p>	<p>受訪者 A：第一個回答老師，現在贊助或者冠名，都用不到，在電台這邊實務上，操作上都滿困難的，雖然 NCC 都說我們幫電台這邊，因為看電視那邊，就說幫電台開一扇門，我們看他規定的，我們上課會上這些東西，但是實務上操作會有困難性，你要跟客戶說，我跟你提案，你要用這樣的方式去做，他直接廣告就好了。</p>
<p>所以節目說這是誰贊助沒有效果?</p>	<p>受訪者 A：沒有阿，他又不像電視放一個 LOGO 在那邊，你看就好，廣播要用聽的，他還有規定講多久，他那個十秒，秒數都限制很嚴格，你講贊助不可以講商品內容，沒有比較好。</p>
<p>就你們角度上，你會希望開放你們怎麼做?</p>	<p>受訪者 A：我覺得廣告時間限制部份應該做一個調整，不過這是在最後面，政策修改的部份。</p>
<p>我們可以直接談沒關係。</p>	<p>受訪者 A：我覺得廣告時間應該要鬆綁，目前是百分之十五，因為其實以前也有機會，其實大家都會反應這個問題，我是留日的，我們看日本法規對日本的限制，我們現在是廣告時間百分之十五，按照比例，是按照節目時段，比如說一個小時，百分之十五就是九分鐘，兩個</p>

	<p>小時，百分之十五就是十八分鐘，日本也是按照比例，但是他是一個很長的 RANGE，一個禮拜一個月，在這很長的時間裡面，媒體可以去調整，他在黃金時段的部份，他可以把廣告賣得更好啊，他可以把廣告時數賣在所謂的黃金時段，他把晚上廣告時間減少，主管機關或者消費者保護團體就會說，你裡面做沒有多久都在廣告，其實這不可能，這是一個市場機制的問題，你在一個小時的節目內，你超過一個廣告時間，聽眾聽不下去啊，不會有人去做這樣的事情拉，所以我覺得，你沒有錯，按照比例去限制，但是你何苦把廣告時間做的這麼非常沒有彈性，因為不只是我們，我們也有看過其他國家這樣處理廣告時間，所以會提出這樣的想法。</p>
<p>日本有每個電台都這樣做嗎?</p>	<p>受訪者 A：他們是法規，放送法上就是這樣規定。</p>
<p>您提到這個概念我們也不是第一次聽到，這也是很好，我們也可以朝這方向去做一些論述跟說明，當然政策修改是他們的事情，但是我們就做我們的建議，這的確是業者的心聲，就保護所謂的聽眾概念上來說，某種程度上要去規範廣告所播放的時間，但是可不可以不要用每個時段的概念，可以用總量管制，看每日、每周或者每月就可以去討論，讓電台更彈性調整他的廣告運用的概念?</p>	<p>沒錯，就是這樣的概念，我們可以更有彈性去做這樣的東西，但是要主管機關同意。</p>
<p>但是現在也很多，我不見得這麼明確，做廣義的聽友服務，他就是牽扯到置入服務的概念，這部份不知道你們這邊有什麼看法?</p>	<p>受訪者 A：我們這一塊也涉入比較少啦。</p>
<p>當然有些電台在這一塊也會做一些經營，保護聽友的時候他也會做某種資訊揭露，也會呼籲說這部份是不是可以做一些調整空間。</p>	<p>受訪者 A：應該說 NCC 做這東西，以前會卡到所謂節目跟廣告的問題，你按照他的遊戲規則就可以去避開這樣的問題。但實務上現行來看，我們對這個的確著墨不深，還是按照傳統方式，該廣告的時候就廣告，至於廣告跟節目內容部份，有時候會有比較曖昧的狀況，那就那個。</p>
<p>你們內製的可能有一些管控，外製的呢?貴電台不知道有沒有外包時段的狀況。</p>	<p>受訪者 A：我們會跟他說遊戲規則是怎麼樣，紅線不要去踩。</p>

<p>因為有些業者的確有被罰的現象。</p>	<p>受訪者 A：NCC 每個月都會公佈被罰的名單，只是看到完之後，比如說某個節目在我們這邊也有做，去跟他溝通一下，這是沒有辦法的。</p>
<p>貴公司覺得在現有形態裡面，你們遇到最大的困擾是什麼？或者你會遇到什麼困擾跟挑戰？</p>	<p>競爭吧，現實狀況就是這樣，不只是同業競爭，現在電台開放的數量已經超過台灣的最適量，這東西 NCC 自己都已經委託過學者做過研究報告，大概只有一百台是最適量的，現在超過一百八十六台了，我覺得這種開放政策跟當初政府開放銀行、大學、電視、廣播都是一樣的東西，單一地方性的電台已經不具規模，這是現實的狀況，不管檯面上或者檯面下，幾乎都是聯播網，聯播網大概拿了前百分之，至少超過百分之六十的廣告量拉，剩下百分之三、四十是剩下的單一電台分食。</p>
<p>因為他佔的區域廣泛，形成的策略結果，不管搶公單位宣傳標案或者跟商業機制談都有優勢阿。</p>	<p>受訪者 A：對阿，他買一台送三台，呵呵。</p>
<p>那你為什麼不想加入呢？</p>	<p>受訪者 A：不只是加入問題啊，就是賣掉了，他們沒有加入的問題啊，你要就是賣給他們了，這是最大的問題啦。</p>
<p>有什麼可以因應的方式或者有什麼可以調整？</p>	<p>受訪者 A：自立自強阿。</p>
<p>你對於 NCC 這次的釋照，會覺得市場已經很飽和了嗎？</p>	<p>受訪者 A：這個從剛開始講釋照部份，這個議案，我們不知道去 NCC 開了幾次會，最後定案的遊戲規則跟他一開始提出的版本是完全不一樣的，呵呵。後來開始執行，釋照從執行到結果，我都不知道怎麼講。</p>
<p>可是他開放社區電台，對你們影響大嗎？</p>	<p>受訪者 A：他們有開放中功率跟社區的阿，其實我們不是既有業者反對新業者進入市場，大部份的既有電台都是反對繼續開放的，可是政府有他的政策，不管他是所謂媒體近用或者頻譜的有效運用，政策上需要再開放。但是說真的，開放的結果，我們說市場上謠傳，其實中功率的部份，絕大部份好像都是既有業者標走的。</p>
<p>背後啦。</p>	<p>受訪者 A：對，背後就是好像同一個集團業者標走，社區電臺部份，有些也是同一個背後。</p>
<p>但是 NCC 某種程度上，我不是替他講話拉，但是他的遊戲規則也會很難去防堵新設立的人，</p>	<p>受訪者 A：合乎擬訂出來的遊戲規則，我送案進去，但是結果有比較好嗎？違規媒體近用，但</p>

<p>他就是掛人頭也好，但是他就是跟現有的，看起來合法啦。</p>	<p>是就算有新的業者進來，在這狀況下，我們已經苦哈哈，你進來之後，開個頭錄，三年後才可以正式開播，經營市場之後，中功率的標金這麼高，NCC 都要求你們去改財務計畫，聽說用了很久，你說有可能回的來嗎?</p>
<p>所以這也是另外一個問題，那時候也質疑很多。</p>	<p>受訪者 A：問題是他標到了，我實際上已經標到，但是我要改財務計畫，我送件完之後你可以取消我得標的資格嗎?不可能啊。</p>
<p>對啊，所以到時候市場規則裡面各憑本事，看他可不可以生存，怎麼去 RUN。</p>	<p>受訪者 A：這樣的開放真的比較好嗎?就目前看到的狀況來說有比較好嗎?我不覺得阿，一剛開始我們持反對，就是說，我們並不是反對新業者進來，但是其實已經很競爭了，妳不要說同業競爭，很多客戶跑去有線電視，做同樣的，他本來在廣播做的類型節目或者唱歌，後面很多台阿。</p>
<p>所以你的客戶跑到有線電視比較多嗎?</p>	<p>受訪者 A：一剛開始的時候，剛開始有線電視這波出來的時候，有些客戶他不看好，他覺得說這邊沒有生意要跑去那邊做，但是現在那邊也沒有比較好。</p>
<p>因為現在看電視也變少了，而且比較貴阿，那邊貴很多吧?</p>	<p>受訪者 A：成本比較高啦。</p>
<p>看起來對每日來講，目前的經營方式，您覺得還算可以維持?</p>	<p>受訪者 A：維持。</p>
<p>算不錯的?</p>	<p>受訪者 A：沒有不錯，就盡量開源節流，我比較悲觀拉，就是維持，但是我也不知道可以維持多久，因為我也真的看不出廣播的未來在哪裡啊，你要問我的話我是很悲觀的。</p>
<p>的確，因為整個聽眾的收聽行為產生很多差異性。我們做這個調查三、六、九，一晃就好幾年了，他真的變化的很快，然後我禮拜六也來台中開一場聽友的座談，年齡大概都在六十以下拉，二十到六十都有，你可以看到三十五以下的。</p>	<p>受訪者 A：他們不聽收音機阿。</p>
<p>他不聽收音機，但是他聽廣播，他聽音樂，他聽資訊，不是說不聽廣播，因為那是模糊，他不知道那是廣播，我從手機從網路，就可以聽到資訊可以聽到音樂。有的叫做播客，直接聽文字這樣。或者 YOUTUBE 他抓一段，他不見</p>	<p>受訪者 A：對阿，這是我們比較矛盾的地方，我們也想開發新的聽眾，但是年輕的族群不是我們目前可以銜接上來的，這是很大的一個，所以我才會說維持。</p>

<p>得看到人，他眼睛不一定有空去看東西，可能因為工作的關係，他也不只是要陪伴的概念，他也需要有些資訊對他是有用的，只是這型態的變化跟多元，所以我們才會好奇。當然對每日來說，我們設定的聽友群比較高齡，但是會凋零阿。</p>	
<p>就商業來說他的確是一個賭注，要不要投資下去，有沒有可以看到成果的確是一個風險。</p>	<p>受訪者 A：摸索拉，只是摸索速度比較慢，也需要多方面瞭解，因為這東西不是只有台灣這樣。</p>
<p>歐美有研究，原本是慢慢凋零，但是因為網路直播的關係帶起來，廣播就沒有一直往下降，反而慢慢持平，等於直播跟廣播已經混在一起，電台也慢慢在做這東西，還有美國智慧音箱的興起，因為我們調查發現，用一班傳統收音機越來越少，但是你用網路反而可以找到那些人在哪裡，這是我們調查結果的發現。用這種心態在接觸資訊的人來說，他多了很多互動機會，在這互動機會他可以上去跟主持人或直播主對談，跟聽友之間互相分享串聯，某種程度上商品訊息分享也很快，事實上他是一個新的形態，比如說你贊成就打一或者二、三，聽眾可以直接他出他的看法，他不只是廣播，而是一群。</p>	<p>受訪者 A：所以這跟現行我們做的廣播不太一樣，重點就是這個，台灣未來發展數位廣播，我覺得要先定義你要發展什麼樣的數位廣播，如果你是要發展數位廣播應該就朝網路上去做就好，剛剛講那塊都是數位廣播的應用。台灣要發展數位廣播還有規格問題啊，Eureka 147 歐規的數位廣播部份，我們有參與試播，結束的時候是十一家，每一家賠了一百多萬阿。</p>
<p>為什麼?多久以前做的?</p>	<p>受訪者 A：十幾年前。</p>
<p>對阿，中廣當領頭羊做的，我們是 13、16 跟 19，你看 13、16，13 我們調查結果是電訪還可以找到人，到了 16 就要網路才可以找到人，這是很大的 GAP 過去了，你看十幾年前的。</p>	<p>受訪者 A：第一個因為，那時候的概念，他是歐規 Eureka 147 的規格，他是不同頻段，你需要一個全新的數位接收器，那接收器很貴阿，根本沒有人推接收器，而且剛開始只是試播而已，後來正式釋照的時候已經來不及了，因為智慧型手機已經出來了，拖太久了。</p>
<p>而且智慧型手機一、兩年就是一個世代。</p>	<p>受訪者 A：現在台灣推數位廣播你到底要走哪個規格，美國的 RADIO 什麼的，台灣的蘋果現在這個樣子，哪有可能在你身邊有個兩百 K 的東西可以應用，放那種資訊上去。</p>
<p>或許不是頻譜的問題，現在網路免費太多了，像以前網路很貴，吃到飽很貴，現在吃到飽四九九、二九九都有，他們不是 CARE 頻譜的問題，而是網路。</p>	<p>受訪者 A：你問既有的廣播業者，你說台灣未來要發展數位廣播，第一個我根本不曉得你要用哪一套規格，第二個是你用不同的規格，請問接收機誰要付錢阿，剛剛所講的，你乾脆發</p>

	展數位廣播，在網路上用，把你的平台載具的問題都處理完了，內容部份絕對不是我們現在所做的這套內容可以移過去的。
這的確是不同的思維。	受訪者 A：你說主管機關問我台灣的數位廣播，他也想說廣播不要只有現在類比的方式，我們只想說未來的數位廣播可以留給我們這些類比的數位業者可以有一條路，讓我們可以上去拉，真的拉，跟數位電視的部份，所謂的無線，有必載的問題一樣阿，因為你上去完之後就是必載阿。
可是必載之後很競爭，因為大家都想上去啊。我不能代表 NCC 拉，說實話我們就是一個研究單位，只能就現有的業者裡面來瞭解業者的看法。那如果從這樣子來看，目前聽友這一塊，朝他們想要多一些的內容來看，還是在資訊的內容比較多？	受訪者 A：對，其實他們目前聽得就是即時性的，資訊內容。
包含地方大小事，或者時事議題或者養生資訊。貴公司除了節目的規劃上有一些配合調整外，相對在你的 BUSINESS 商業發展模式裡面，你會特別注重這一塊嗎？	受訪者 A：我們有記者出去採訪回來的東西，除了電台播之後，現在變成用手機錄，錄回來剪接成兩分鐘的新聞片段，會上傳到 YOUTUBE 上，你看我們每日廣播裡面會有這樣的部份，希望透過 FB 或一些社群軟體增加我們的觸擊率。所以這東西是我們想做的，但是你說這東西會不會去多著力跟加強，在現有的狀況下，你要多做要花很多錢，這不是一個地方電台可以做的起的。
是拉，或者說他需要某一個程度的財力應用，可能對不同規模的廣播公司來講，可以應用或者承受的範圍不一樣。	受訪者 A：我們會鼓勵同仁出去，你收音回來，多一些影像的東西去做，影像沒辦法在廣播裡面看，你就去可以看到的地方去看這樣的影響。
所以對開拓新的聽眾來講，有嘗試用什麼做法？守成是重要但是還是要有一些。	受訪者 A：我說真的，我們這樣的節目屬性跟電台定位，應該說是不是在這一塊聽眾，在這樣的聽眾群裡面，把別台的聽眾拉進來啦。
你是說同一群人？	受訪者 A：對，同一群人就這麼多電台搶來搶去，其實很明顯，有些聽眾會跟著主持人跑。我們有個主持人在別台，早上兩小時的節目，下午兩小時節目，他會接電話 CALL IN，他會說這個早上聽兩小時，下午又回來了。應該說我們怎麼安排節目內容，對於核心的目標聽眾來說是有吸引力的。

除了主持人外還有什麼方法吸引他過來?	我覺得主持人是最重要的因素，其實就主持人、資訊跟音樂這三個而已啊。在我們這樣的定位跟節目定位下，主持人所佔的個人魅力因素滿強的
大部份是簽約主持人，他遊走各台的狀態會很明顯阿。那對電台來說，你要去經營自己的品牌就不容易?	受訪者 A：對，所以我們也希望可以培養新血，但是現在實際上碰到的問題是斷層。
斷層是語言斷層或者廣播斷層?	受訪者 A：主持人能力的斷層，你要培養到自己可以獨當一面的主持人不容易拉，這中間已經斷層有一個 GAP 了。
或者投入很多心血，養完又被別人用，呵呵。	受訪者 A：對，他覺得他差不多了，他會覺得說我可以到別的地方有更好的發展性或者人家願意提供他更好的條件阿，你在這邊做為什麼不在聯播台做。
更多人聽到你，但這樣是一個惡性的循環阿。	受訪者 A：對啊，這業界就是這樣，惡性競爭，惡性循環阿。你跟他簽約也是簽幾年而已，約到了也是要讓他走阿，你不能綁他一輩子阿，除非說這間電台我的。
讓他入股這樣嗎?呵呵。	受訪者 A：老師聽了很好笑，我們講很多實務上的。
這是很務實的，我們也在想說有沒有什麼解套的方法。	受訪者 A：我們也希望跟老師談談看，能不能給我們一些意見。
因為大家的顧慮都一樣，我是不是願意投入這麼多資源去做開拓，這是不是我可以產生新的商業模式運用，某種程度上就是我有辦法去做，整個財務的營收跟管控。	受訪者 A：所以滿難的，就是嘗試的階段拉，只是腳步比較慢。
也沒有拉，可能你們自有的經營不錯，就會謹慎評估改變這樣的模式。那這樣還有沒有希望說，除了廣告時段放寬，做彈性運用外，還有希望政策上做調整嗎?	受訪者 A：我覺得都老生常談了，開會都在講這些東西。
對主管單位來說，有時候要變不是很那個。	受訪者 A：我們講這些東西都涉及到法規問題，你講到修法，NCC 也有自己一套說詞，都很兩難拉，這私底下講，沒關係，一點點而已。他會說要去找立法委員，這怎麼會是負責任的說法。
這個我們 KEY 的時候會把他排除。	受訪者 A：第一個電台持股比例的修正，我想有牽扯到法規，一定會提到這問題，依照現行對於個人持股，每個人持股百分之九，的確不

	合現在法規，我覺得回歸公司法規定就好了拉，現在不太可能會有媒體壟斷的問題，實務上人頭的問題應該這是大家普遍心知肚明的狀況，何必呢?都知道是這個狀況。
表面上持股比例沒辦法管拉，是不是有某種程度上的放寬或者調整。	受訪者 A：你的持股方式，怎麼當初會說有壟斷的問題。第二個就是廣告時間比例鬆綁問題，第三個我大概看一下，因為廣電法裡面他有一個專章，第五張，他講獎勵跟輔導的部份，這部份 NCC 從來不認為他是他應該要做的，我們會希望他應該要擴大去執行對業者的獎勵跟輔導，而不是他只是一個具有監理功能的主管機關，我覺得這滿重要的，像現在廣播金鐘獎是文化部辦的，以前是新聞局阿，我覺得除了這個以外，獎勵輔導裡面還有很多，當然就法規部份他寫的非常籠統，實務上 NCC 他覺得這不是他的。
你會希望怎麼做獎勵輔導?可以舉一個具體的例子或者對你們比較有幫助的?	受訪者 A：在這一章裡面，他寫的都很舊，但是我覺得 NCC 應該不要把他自己定位成監理機構，對媒體只是做監理工作，他要擴大這部份。
也希望是扶植產業的火車頭嗎?	受訪者 A：他一方面又希望業者過的好，但是又不給我們蘿蔔，只是給我們鞭子而已。
感覺文化部才是廣播、電視、媒體，呵呵。	受訪者 A：文化部一年編給廣播補助座節目的經費一千萬吧，大概是他們的零頭，因為廣播這塊他沒有看在眼裡，他主要是電視、電影。在文化部的影視局裡面，去爭取但是預算沒有增加阿，加一加就是這樣的錢而已。
這也是一個議題，NCC 的確會想說，如果這塊跳下來做，好像會跟文化部現有的一點那個。我拋磚引玉一下，如果我做新的那一塊，在數位網路或者行動上去做的，他需要花成本，大家都有一些考量，他是實驗性質，大家覺得應該要往新的聽友，符合新的形態上，會不會對 NCC 來講，他不再是監理的概念，他可以協助或者補助開發一些新的節目，是針對數位平台來的，那由他來做某種程度的分擔成本概念當作獎勵措施，你會認同這個方向嗎?	受訪者 A：我認同這個方向阿，現在很多政府單位，他們會針對某個特定議題，你製播節目去爭取，教育部每年有終身學習的部份，就會定義很清楚，針對終身學習的議題去提案，他們就是看到你所提的內容部份去給你額度。文化部的概念也一樣，針對某幾個類型節目去給補助，我覺得 NCC 如果願意輔導，我覺得他願意輔導既有業者，朝網路數位去做，他把遊戲規則訂出來，比如說你就硬體設備補助或者節目內容或者人事，我覺得那是一個實質上的輔導。
或者他不是照經常門或者資本門的概念裡面，	受訪者 A：協助阿，因為你用那東西會有設備。

<p>有沒有可能嘗試說，NCC 管的是平台，當然他也管內容，但是這牽扯到自主跟言論自由，他不能牽涉太多，某種程度上，可能這議題是別人經營，但是某種程度鼓勵你做平台創新跟流通，你在這多元運用需要的成本，我這邊下去協助。</p>	
<p>或者 IPO。</p>	<p>受訪者 A：甚至網路公播都會有一些相對費用出來，其實這是一個誘因，老師提到的部份，建立適當的東西，他們或許沒有這概念拉，老師可以當作業者意見。</p>
<p>因為有些不能由我講，所以要講出來大家看，的確我們去訪問幾家都有這個考量，大家要投這麼大的成本，某種程度上，產業創新跟轉型，如果公部門願意花一些錢去協助業者創新跟轉型，分攤一些必要支出，那在流量，傳輸速率或者平台管道的協助，讓業者比較願意把他既有的節目做再製或者重新製造，放到平台上去擴展平台市場，這概念可以嗎？</p>	<p>受訪者 A：可以，這比較像是數位轉型這一塊。因為節目做再製或者再上去的時候可以用會員方式，會員的點閱方式就會有收費機制，這樣電台就會願意去做，你把東西放平台上面，但是你的內容要先吸引所謂的視聽眾，他願意去聽去看，之後你要從那邊獲得利益或者 YOUTUBER，也是獲得相對的回饋，業者才願意投入。但這過程中，第一個我們找不到方向去做，因為我們還是很傳統這一塊，新的部份要有一個新的方向之後，老闆看到這個錢喔，不然我們再想看看。</p>
<p>這是一塊拉，平台取得或者鼓勵創新多元平台運用上有一些著墨，有一些獎勵機制或者我們說，講白就是有補助的機制。另外一塊技術或者應用層面，可能他不能直接補助你的人員編制，可是某種程度上他可以提供一些人才訓練的部份，例如小編的養成。</p>	<p>受訪者 A：NCC 這一塊完全沒有在做啊，都說他預算很少，每年只有內容數，會出來做一次研習會，北中南或者北中南東，一年就一次，他也會說我們沒有錢。</p>
<p>這是他們的事情，看起來產業的需求上，我們覺得該講就講，聽起來大家有這個需求。一個是講白了，經費的補助，還有多元創新跟平台的運用，讓經費可以有效的分攤，還有解決人才問題，有社群經營的需求，還有時尚流行直播主或網路上叫做網紅，明星主持人培養或者技巧相關運用，可以在這部份做一些著墨。</p>	<p>受訪者 A：可以從這邊去做一些獎勵跟輔導，這是一個概念，不是只有侷限上面所寫的。我想要表達就是他不要把自己定義為監理機構而已，這很重要，所謂的獎勵輔導是文化部的。再來對於評鑑跟換照的程序可以適度簡化，三年一次還是太短了啦。我們同業有討論過，委員好像四年，配合的委員任期慢慢調整，配合他們四年，呵呵。</p>
<p>他也沒有全部換，他是一半一半換。</p>	<p>受訪者 A：對，然後其實還是要講拉，有一個所謂，有關業者，比如說業者的違規事項我覺得還是回歸廣電法規定就好，不要把客戶違反</p>

	衛生法規的案件，評鑑換照的時候加諸在業者身上。
但這是一個兩難的議題，一般民眾不會分辨清楚的時候，通常抱怨會抱怨到他那邊去，他會成為質詢的重點。	受訪者 A：應該說，因為其實，恩，比如說他們所講的產品部份，廣告內容違反衛生相關法規，其實是這些廣告主在衛生機關那邊受罰，但是現在所有案件副本都會給 NCC，他會知道哪個節目什麼產品，在哪個電台播出，他們會有紀錄，但是在現行規定裡面，這東西不在換照跟評鑑的審核項目，這幾年換的東西，所有同業為了這東西，不是寫改善計畫就是去面談，你只要廣告違規或者客戶違反衛生法規超過一定比例的話就會去面談，他就要你提改善計畫，要你去管控加強，但是實務上沒有這一塊阿，你應該要回歸廣電法，你是因為廣告時間超秒或者廣告跟節目沒有區隔，這才是廣電法的東西，你不可以說因為客戶做的東西，有關衛生法規的部份，你要輔導我們成為那方面的專家嗎？我們要去分辨說他的食品廣告違規或者藥品廣告違規，所以他做的時候我們要跟他說這違規不能播，把他停止嗎？術有專攻，我們本來就是做傳媒這一塊，做節目內容部份，你怎麼可以因為這樣的東西要我們去面談，本末倒置阿。
這也是一個不容易解決的問題，我完全可以認同理解你提出這個議題。我不是要幫 NCC 講話，但是對他們來說，這就是傳播的內容，當他們被民怨的時候就會被 K，反過來他就會覺得要下手管這一塊，不然就是怠忽職守，成為難以解套的東西會出來，我們上一波也有跟他們提到，但上一波提的是廣告內容來看。在這部份我還在想有什麼說法是對外他可以接受，某種程度上他比較不會被質詢被 K 到的。但是你提的概念很好，但是怕對他們來講太直接了，等於放手不管的意思。	受訪者 A：他沒有放手不管，這個我們私底下講。
RNC008	
按照廣電法規，只管裡廣告時段跟型態，對內容部份就是不受管轄拉，就他主管業務來看的，牽涉到相關法規的就由相關法規去認定，	受訪者 A：對，不能做換照或者評鑑要求業者改善的依據啦，這東西的比重上，而且就我們來講，這東西沒有在上面，但是到最後都是為

但這不再列入評鑑的部份，不能做換照的依據。	了這東西去面談。比例上我講比較誇張，百分之一的東西我沒有做好，你抹煞我百分之九十九的努力耶。
但是這思維要放開不容易。	受訪者 A：只是我們要適當的反應。時間差不多了吧，最後一個想講的就是電波管理的合理性，但是這會涉及工程技術那一塊，在這邊講不完，簡單來講一個，現在目前有所謂的甲乙丙，中功率跟小功率電台來說，這兩個服務範圍，故事不講，講現實的狀況，他們會有一個合併功率的問題，現實狀況是小功率電台合併的功率會比中功率合併功率大，我們有業者合併功率十四幾瓦的，十幾瓦怎麼開始，比計程車還要小，他開始就是十幾瓦，一百多瓦。
他就是過去想要避免域波干擾的現象。	受訪者 A：問題是類比的電波，受到地形影響。
播放跟實際接收，中間落差很大阿。	受訪者 A：對阿，目前現行這一套，產生這樣的現象，小功率的合併功率比中功率大阿，你合併只有十幾瓦、一百多瓦，跟現實狀況差異太大，這實在不合理，這點到為止，因為牽涉東西太大。
我可以舉我們學校的例子，我們文化在山上，之前有一個管制站很近。	受訪者 A：知道，很近。
這說起來也是一個笑話，的確是事實，我們只要功率開大一點，系上可以開到五十瓦，我們是實習電台，但是因為地形關係，我們只要稍微開大一點，在某一面就可以收到，我們就會收到國防部的電話說那會干擾我們，只好某種程度上我們縮小，但是出校園之後就會聽不到，但是出校園會開車，我常常聽到是非法電台在上面賣藥，他開很大，我就被蓋掉了，事實上我只侷限在校園，但是我們是實習電台，事實上在社區是可以經營的，有一些就是像這樣子。	受訪者 A：你有用實習電台就有一些切身的。
NCC 會說我核給你的功率應該是夠的，你應該不是牽涉到那個單位，而是地形、地勢或者一些現象影響，會出現奇特的現況，但這是一個限制，就是放鬆功率的問題。	受訪者 A：對，我們講電波管理就好了，因為功率那個太敏感了，帶到就好了，這東西要講的話可以再講一小時，呵呵。
會議結束。	

第 5 家：亞洲電臺

主持人	受訪者
我們這是 NCC 委託案，每二到三年會進行一次台灣地區聽眾的收聽行為研究，我們剛好得到這個標案，這也是我們第三次進行，今年指定希望做業者深訪，過去是讓業者來座談會。	受訪者 A：我比較好奇，他來公文的時候，來了幾十家的業者，這名單是 NCC 那邊？
不是，他只有說按照大中小的功率，還有公民營電台有一些代表。	受訪者 A：所以是你們調查的？
對，我們按照一些來選取。	受訪者 A：這樣我們也滿榮幸的，呵呵。
除了按照大中小功率等，也按照地區差異去做選擇，這也要花你們的時間，不好意思。	受訪者 A：其實是交換一下意見，就這題目來說我們可以講得有限，中功率的民營部份喔，真的。
因為現在整個環境不是很佳，廣播看起來萎縮，但是也不見得，聽眾還是有需求只是轉為不同平台，在這裡面不同的 CONTENT 在做競爭，比如說他在 YOUTUBE 裡面可以看可以聽，越年輕的世代就越明顯，NCC 也希望瞭解業者怎麼因應，有什麼需求，也希望在我們調查裡面，知道希望他們做什麼。我們也會綜合大家意見，大家最想反應或者希望他調整的地方。那想先問一下您，因為在廣播裡面，瞭解整個市場很重要，所以對櫃電台來說，你們的聽眾結構怎麼掌握？怎麼知道你們聽眾在哪裡？	受訪者 A：基本上我們會內部做聽眾意見調查，根據調查得到的部份去知道基本資料，依照前一次做的聽眾資料來看，我們年齡層是偏高的，這也不可避免，因為節目屬性跟定位的確是這樣子。
你們會定期做聽友調查？	受訪者 A：對，我們會定期做。
透過隨節目主持人或者電台官網或者電話等？	受訪者 A：我們是用郵寄問卷的方式，但是說實在這樣的方式越來越難做，尤其最近一次做回收率很低，以前不會，定期三年做一次，剛開始回收率滿高的，但這次回收率很低，我們也會想說取樣性跟做出來的正確性對不對，但是做出來跟之前沒有很大的差別，所謂年齡偏高，我們五十一歲到六十歲的聽眾占二十八多，六十一歲歲以上八十一多。也就是六十一歲以上佔了八十九點七，加起來是將近百分之九十。
你們的名單怎麼來的？	受訪者 A：聽眾來索取的。
所以你們發出去的名單就已經是這樣了。	受訪者 A：對，但是我們要瞭解我們的聽眾阿，我們不是做中部地區的，所以你問我說我們聽

	眾的基本資料，也是由原本聽眾去問，聽眾取得是這樣，不是從電話去取得。
既有的聽友資料庫。	受訪者 A：對，既有的，或者參加過活動，從裡面資料庫去做出來。所謂的教育程度也不高，最高就是高中職，還有國中比例多一點，國中就四十四，高中職三十八，加起來就多少了，年齡層偏高，教育程度不高，然後男女比例一比一，職業狀況來看，其實是退休的最多，佔了三成，再來有一些自己做生意的，商業、自由業、服務業大概佔了百分之二十，家管也很高，百分之十七。
你是在廣播說我們要做一個調查，歡迎索取問卷，然後寄過去。那你們用網路人多嗎？	受訪者 A：那時候做的時候還沒有，三年前。
因為我知道有的電台是用網路做的，就很快。	受訪者 A：我們有考慮要用網路了，但是有的問題，這些受眾對網路的接觸性，你用 GOOGLE 表單去回饋很快但是他不會用啊，這是另外一個問題，現在碰到就是這樣的問題點。因為聽眾結構是這樣，說到第二個，整個節目定位幾乎都是台語電台，百分之九十六都是台語。
應該說台語為主，不一定都台語。	受訪者 A：對，等於我們是提供地方綜合性電台，我們也只能這樣定位自己，就是新聞，生活資訊，公共服務，社區關懷還有社區文化，所以音樂的部份不是在我們這一塊。
可能就 CALL-IN 或者稍微放歌一下而已。	受訪者 A：當然我們有一些節目，有些自製節目比較輕鬆，以歌曲安排為主，但是比例上不是很高。
所以你們有自製、外製，那你們有參加聯播嗎？	受訪者 A：我們沒有聯播。
自製、外製比例上呢？	受訪者 A：自製比例百分之六十，最近報了一次節目的，因為每個月要報一次。
這自製裡面是編制內的主持人或者簽約主持人？	受訪者 A：都有，編制內主持人比較不高拉，大部份都簽約的。
音樂會話跟新聞的比例大概多少？	受訪者 A：音樂部份大概百分之三點五七，其他大概談話節目，九十六點四三，新聞節目依照我們報出去的，大概是十四點二九。
但是你的新聞是固定新聞部同仁播嗎？	受訪者 A：主持人在節目中，他的節目型態主要就是報新聞，可能早上八到十點，報當天早上報紙最新的新聞，下午有一個主持人，報近一點的可能網路新聞，但是他的節目很清楚就

	是報新聞為主，所以這樣的節目我們就定位在新聞的節目。
所以這是整個公司的節目規劃。你們調查回來的結果，他們想聽的是談話性節目嗎?因為百分之九十幾很高了。	受訪者 A：我們沒有調查他想聽什麼類型的節目，但是我們有調查他想聽什麼內容，內容部份第一個新聞氣象比例最高，他們對於即時新聞氣象的需求性很高，第二個地方新聞，地方消息拉，也是地方一些新聞，大小事情，再來所謂的醫療保健，因為比較年長的，再來生活資訊比例也很高，再來鄉土文化類，前五大類大概是這樣，就定位在這樣的節目類型去做
你們有針對銀髮族去做養生保健的節目嗎?	受訪者 A：我們會在節目中講到健康保健的單元。
看起來對聽眾掌握狀況還不錯。	受訪者 A：要瞭解聽眾的需求啦。
一般對聽眾經營也很重要，你們會怎麼經營聽友?	受訪者 A：我們活動性沒有很強，但是前幾年有跟 NCC 拿經費，他們有一個媒體識讀的補助活動，補助的經費。
NCC 或者教育部?	受訪者 A：NCC 的，就跟他申請經費，用那樣的經費辦一個媒體識讀的活動，有補助拉，我們自己負擔一些去做這樣的活動。另外主要是跟地方上的公益團體合作，因為他們可能會需要做一些大型活動，我們會用媒體結伴的部份去做。
轉化成部份節目內容，也幫他們宣傳?	受訪者 A：對。
你們辦媒體識讀，民眾參與熱烈嗎?什麼樣的對象的媒體識讀?	受訪者 A：我其實是依照我們聽眾的，就是我依照我們聽眾結構去做的，到後來辦，透過社群軟體發佈媒體識讀的訊息，報名程度比較高。 受訪者 B：因為我們有 LINE@他一個一個轉比較快一點。
你們也有 LINE@?	受訪者 B：有。
你們有專屬網頁或者 FB?	受訪者 A：專屬網頁或者 FB 都有拉，只是說資源分配上，沒有很多資源放在上面，基本上有一些節目預告或者參訪完，跟某些來賓專訪後，有 PO 訊息或者照片。
可以線上收聽嗎?	受訪者 A：有，我們把訊號送到 YOUTUBE 上去，直接打每日廣播就可以聽到了。
YOUTUBE 上也可以做簡單的聽眾分析嗎?	受訪者 A：目前沒有做那一步。
所以只有連到他們上面去，那邊沒有回饋說可以做一些掌握?	受訪者 A：沒有。

剛剛說還是會辦一些活動，聽友這一塊，還會做什麼互動聯繫跟聽友經營?	受訪者 A：大概這樣子為主。 受訪者 B：我們會在 LINE@ 上邀請他們來聽節目，然後跟他們說可能會辦抽獎活動，就是聽節目有辦抽獎活動，他們可以在 LINE@ 上做抽獎。
你怎麼確認他有聽到你們節目?	受訪者 B：因為我們要做抽獎的活動。
回傳號碼之類的?	受訪者 B：類似這樣子的。
現在 LINE@ 人多嗎?	受訪者 B：還好啦，因為剛辦不久，就慢慢累積好友人數。
為什麼想用 LINE@ 或者 YOUTUBE?	受訪者 A：YOUTUBE 因為直播需求而已，找一個成本比較低的方式去處理。LINE@ 部份因為，大概是出去外面上課或者看同業一些做法，我們其實也想朝社群軟體這部份，去跟我們受眾觸達，就想說去申請一下 LINE@。
你說有上課，是哪一些課程講這個?	受訪者 A：NCC 課程。
他有說到這個?	受訪者 A：沒有說啦，但是去上課的時候，老師有說到同業有用這個的狀況。
所以不是 NCC 特別上這個課?	受訪者 A：不是特別上這個課，就可能講一些目前廣播現況，把一些同業的狀況，也是業者拉，把他們目前 FB 上怎麼運用的狀況去分享。
你剛提到直播，你們平常有做直播嗎?	受訪者 A：我們沒有做，YOUTUBE 我們只是幫聲音送上去而已，有關直播那一塊我們現在是完全沒有做的。
我是要事後聽到廣播或者線上可以聽?	受訪者 A：線上可以直接聽，會有秒差的問題，但是所謂直播是可以看到人那種，那個沒有。
為什麼不這樣做? 因為成本或者人的問題?	受訪者 A：我們看不出那個需求性在哪邊，因為不是所有廣播人都要拋頭露面，他們也不想阿。 受訪者 B：保持神秘感。 受訪者 A：尤其這種型態的。
審美的落差，想像的落差會出來。聽起來你們有自己評估看看不管 LINE@ 或只 YOUTUBE 裡面流量，點閱或者收聽狀況好嗎?	受訪者 A：還好耶。 受訪者 B：畢竟我們聽友年齡層是比較長一點的，他們使用這一些所謂社群軟體這塊比例不高，但是有沒有人用? 有人用，如果不小心我們 YOUTUBE 斷線就會有人打電話來了。友的聽友，他可能聽習慣了，他突然到異地去就會想說有什麼方法可以聽到你們節目，我聽習慣了，但是我今天到高雄玩，就聽不到，所以公

	司才去用這個。
他們會來問要怎麼樣聽到你們節目?	受訪者 B：對，他們會問說還有什麼方法可以聽到你們節目。
我們這次會針對這個來問，剛說 2013、2016 都有做，我們慢慢發現，針對聽眾做訪談的時候，或者調查數據顯示現在多元的運用越來越廣泛，尤其年輕的世代已經不再依照傳統的收音機方式，而且傳統收音機也越來越難買，也不一定可以買到。	受訪者 A：所以我們自己也有賣收音機，呵呵。
對啊，中廣也有賣。	受訪者 A：聽眾真的會來買，呵呵。我們還自己把收音機賣出去，讓他可以聽到我們節目。 受訪者 B：或者現在手機也很方便，也可以聽。
你們知道 HI CHANNEL 也有嗎?你們有上嗎?	受訪者 A：我們沒有上。
他不是按下去大家就可以聽到你們節目了?	受訪者 A：第一個上那個會有費用的問題，還有去年開始，好像有音樂版權的問題，有去找 HI CHANNEL，好像找 HI CHANNEL 還有找業者，我聽說有些業者就直接從那邊離開。
因為他授權你的是經過頻譜播出的，如果你用線上串流的他會有另外一筆收費。	受訪者 A：對，那是公播，但是那部份等於是傳輸那一塊不一樣。
我們也會被收阿，學校有實體廣播電台，學生都收，扒好幾層皮，很不合理，而且他三不五時就會漲價一下。	受訪者 A：公播那一塊，真的是業者大家的痛，好幾層皮但是也沒辦法解決阿。
我們這次也有反應在這部份，希望說 NCC 或者什麼，有可能。	受訪者 A：NCC 說不是他主管的東西，他不敢碰拉，IPO 的部份，其實去開幾次會，很明顯拉，我們也可以理解拉，他不是說站在集團團體那邊，他是照顧所謂詞曲創作人啦。
但是弔詭的是這不一定回到詞曲創作人啦。	受訪者 A：對，因為這團體裡面其實是一個黑箱，他到底進去之後怎麼分配?他收多少管理費，這不是我們知道的，IPO 應該知道這部份。
他會說這是簽約行為阿，他跟創作人簽了，回饋就是這樣，可能他收到一塊錢，只有回給他零點零幾塊。	受訪者 A：簽約一般會說這是私權，他沒辦法干涉阿。
對啊，但是對創作人來說，他某種程度是弱勢阿，他需要一個平台去幫他做這件事情。	受訪者 A：幫他收錢的窗口，但是最後回到詞曲創作人，有比例的問題。
你們一年大約花多少在版權費上?	受訪者 A：有阿，我們現在跟四家簽，差不多二十萬吧。
但是這還沒有上網的部份，只有公播，沒有傳輸的部份?	受訪者 A：對。

<p>如果加上網路直播會有另外的費用，但是好像沒有這麼貴。</p>	<p>受訪者 A：他好像會有一個比例吧，說最少收多少。公家的、民營的，還有學校的又不一樣。</p>
<p>我們是四萬加上五千，算很便宜嗎?呵呵。那是因為學校跟他對抗很多。</p>	<p>受訪者 A：那是學校，呵呵。</p>
<p>像剛剛說的，講起來都是痛啊，呵呵。</p>	<p>受訪者 A：因為不是不用，但是我們不知道把聲音送到網路那一塊到底誰在聽，我們不知道效果，像剛剛主任提到，我們在 YOUTUBE 上的網路有時候會沒有訊號，斷掉，會有人打電話來說聽不到，但是也沒有很多人打來啊，你上去 YOUTUBE 看有多少人連線?也沒有很多人連阿，你說有拉，但是有沒有那個效果是另外一個問題。</p>
<p>換一個角度問，前面我們問的時候，也有人提到說，他們知道這是未來的趨勢，也有想做這一塊，可是也碰到幾個議題，有一個部份就是主持人或者既有製播的人員不見得可以瞭解或者掌握這部份，會希望 NCC 提供相關課程，這課程不是只有簡單節目製播，因為那你們都很上手，但是利用新的數位平台，開設直播或者做一些線上線下的互動，或者做社群行銷，類似這樣的課程，你覺得會對你們有幫助嗎?</p>	<p>受訪者 A：應該這樣說，如果要做那一塊，我不太贊同把同一套內容，放在不同的載體上，因為其實廣播這一塊，受限法規的限制，用舊的法規在管理這樣的內容，你把這樣的東西放在另外一個平台上，在網路上可以發揮更自由更多，為什麼要把這樣的東西放進去呢?我的想法是這樣。而且我不太願意去把聽眾跑到網路平台上，因為他在那邊可以找到更多內容豐富的東西，不一定會聽我們的，所以我會希望他繼續留在我們平台上，我如果要朝所謂的數位平台去做，我覺得我有能力，我會做另外一套內容出來。</p>
<p>瞭解，所以目前貴公司的策略上，希望可以在原本的平台上做更深度的經營?</p>	<p>受訪者 A：對，我們做這些都是輔助性的去瞭解嘗試看看，是不是有多少效果，沒辦法繼續投入資源的原因，就像雞生蛋，蛋生雞的問題，或許沒有很大的效果，我們沒有繼續投入資源，或者說你也沒有投入很大的資源阿，所以也不會有效果。你看很多同業從一開始的直播，網路廣播出來，直播出來，我真的不知道有哪個同業投了資源下去，從那邊獲得實質的效益。</p>
<p>通常不會單純這樣投，還會發展電商。</p>	<p>受訪者 A：對拉，我只有發展電商的這一塊部份，他們從電商去獲得利益，目前做的最好聽說是全國，聽說已經超過廣播的部份。</p>
<p>對拉，民營的裡面，也不能這樣講，中廣也是，只是他是全區。</p>	<p>受訪者 A：對，全區就是中廣。</p>

<p>貴公司沒有想走這一塊嗎?</p>	<p>受訪者 A：沒有耶，我們走比較傳統通路，呵呵。</p>
<p>你的傳統通路是怎麼說?</p>	<p>我們客戶跟大部份的東西，因為廣告商品的關係，主要是藥房通路拉，保健品的部份他們還是走這一塊通路。</p>
<p>所謂藥房跟保健品通路，他的業績是持平或者慢慢下降或者一樣的水準?</p>	<p>受訪者 A：這我不曉得，因為那一塊這我們沒辦法真正知道業績上是什麼樣的狀況，當然我們有一些客戶會跟電台反應說一年比一年差，但是你還是繼續做啊。</p>
<p>他不作也不行阿，還是得做啊，他的業務會下的比較少嗎?</p>	<p>受訪者 A：差不多拉，好像沒有很大的變化。</p>
<p>所以貴公司在這一塊，傳統的聽友服務裡面，透過一些結盟的，不管是藥房或者相關的專賣店的概念。</p>	<p>受訪者 A：其實不是我們，而是客戶維持原本的體系，電台是廣告，他們來這邊上廣告，告訴聽眾可以去哪邊買東西，他的通路還是藥房，他既有的通路就對了，他們是不是只有發展到電商這一塊，目前看是沒有，你說我們有沒有，目前投入行銷銷售這一塊，沒有很多，所以我們也沒有發展到電商這一塊。</p>
<p>在這些裡面，節目內容規畫或相關的，你們會怎麼處理?我的意思是說，當然法規有一些相關規定，不管贊助或者置入會越來越放寬，或者聽友服務也會越來越多元，那電台這邊在節目裡面應該也會做某種程度上的宣傳，你們大概是怎樣子來做?</p>	<p>受訪者 A：第一個回答老師，現在贊助或者冠名，都用不到，在電台這邊實務上，操作上都滿困難的，雖然 NCC 都說我們幫電台這邊，因為看電視那邊，就說幫電台開一扇門，我們看他規定的，我們上課會上這些東西，但是實務上操作會有困難性，你要跟客戶說，我跟你提案，你要用這樣的方式去做，他直接廣告就好了。</p>
<p>所以節目說這是誰贊助沒有效果?</p>	<p>受訪者 A：沒有阿，他又不像電視放一個 LOGO 在那邊，你看就好，廣播要用聽的，他還有規定講多久，他那個十秒，秒數都限制很嚴格，你講贊助不可以講商品內容，沒有比較好。</p>
<p>就你們角度上，你會希望開放你們怎麼做?</p>	<p>受訪者 A：我覺得廣告時間限制部份應該做一個調整，不過這是在最後面，政策修改的部份。</p>
<p>我們可以直接談沒關係。</p>	<p>受訪者 A：我覺得廣告時間應該要鬆綁，目前是百分之十五，因為其實以前也有機會，其實大家都會反應這個問題，我是留日的，我們看日本法規對日本的限制，我們現在是廣告時間百分之十五，按照比例，是按照節目時段，比如說一個小時，百分之十五就是九分鐘，兩個</p>

	<p>小時，百分之十五就是十八分鐘，日本也是按照比例，但是他是一個很長的 RANGE，一個禮拜一個月，在這很長的時間裡面，媒體可以去調整，他在黃金時段的部份，他可以把廣告賣得更好啊，他可以把廣告時數賣在所謂的黃金時段，他把晚上廣告時間減少，主管機關或者消費者保護團體就會說，你裡面做沒有多久都在廣告，其實這不可能，這是一個市場機制的問題，你在一個小時的節目內，你超過一個廣告時間，聽眾聽不下去啊，不會有人去做這樣的事情拉，所以我覺得，你沒有錯，按照比例去限制，但是你何苦把廣告時間做的這麼非常沒有彈性，因為不只是我們，我們也有看過其他國家這樣處理廣告時間，所以會提出這樣的想法。</p>
<p>日本有每個電台都這樣做嗎?</p>	<p>受訪者 A：他們是法規，放送法上就是這樣規定。</p>
<p>您提到這個概念我們也不是第一次聽到，這也是很好，我們也可以朝這方向去做一些論述跟說明，當然政策修改是他們的事情，但是我們就做我們的建議，這的確是業者的心聲，就保護所謂的聽眾概念上來說，某種程度上要去規範廣告所播放的時間，但是可不可以不要用每個時段的概念，可以用總量管制，看每日、每周或者每月就可以去討論，讓電台更彈性調整他的廣告運用的概念?</p>	<p>沒錯，就是這樣的概念，我們可以更有彈性去做這樣的東西，但是要主管機關同意。</p>
<p>但是現在也很多，我不見得這麼明確，做廣義的聽友服務，他就是牽扯到置入服務的概念，這部份不知道你們這邊有什麼看法?</p>	<p>受訪者 A：我們這一塊也涉入比較少啦。</p>
<p>當然有些電台在這一塊也會做一些經營，保護聽友的時候他也會做某種資訊揭露，也會呼籲說這部份是不是可以做一些調整空間。</p>	<p>受訪者 A：應該說 NCC 做這東西，以前會卡到所謂節目跟廣告的問題，你按照他的遊戲規則就可以去避開這樣的問題。但實務上現行來看，我們對這個的確著墨不深，還是按照傳統方式，該廣告的時候就廣告，至於廣告跟節目內容部份，有時候會有比較曖昧的狀況，那就那個。</p>
<p>你們內製的可能有一些管控，外製的呢?貴電台不知道有沒有外包時段的狀況。</p>	<p>受訪者 A：我們會跟他說遊戲規則是怎麼樣，紅線不要去踩。</p>

<p>因為有些業者的確有被罰的現象。</p>	<p>受訪者 A：NCC 每個月都會公佈被罰的名單，只是看到完之後，比如說某個節目在我們這邊也有做，去跟他溝通一下，這是沒有辦法的。</p>
<p>貴公司覺得在現有形態裡面，你們遇到最大的困擾是什麼？或者你會遇到什麼困擾跟挑戰？</p>	<p>競爭吧，現實狀況就是這樣，不只是同業競爭，現在電台開放的數量已經超過台灣的最適量，這東西 NCC 自己都已經委託過學者做過研究報告，大概只有一百台是最適量的，現在超過一百八十六台了，我覺得這種開放政策跟當初政府開放銀行、大學、電視、廣播都是一樣的東西，單一地方性的電台已經不具規模，這是現實的狀況，不管檯面上或者檯面下，幾乎都是聯播網，聯播網大概拿了前百分之，至少超過百分之六十的廣告量拉，剩下百分之三、四十是剩下的單一電台分食。</p>
<p>因為他佔的區域廣泛，形成的策略結果，不管搶公單位宣傳標案或者跟商業機制談都有優勢阿。</p>	<p>受訪者 A：對阿，他買一台送三台，呵呵。</p>
<p>那你為什麼不想加入呢？</p>	<p>受訪者 A：不只是加入問題啊，就是賣掉了，他們沒有加入的問題啊，你要就是賣給他們了，這是最大的問題啦。</p>
<p>有什麼可以因應的方式或者有什麼可以調整？</p>	<p>受訪者 A：自立自強阿。</p>
<p>你對於 NCC 這次的釋照，會覺得市場已經很飽和了嗎？</p>	<p>受訪者 A：這個從剛開始講釋照部份，這個議案，我們不知道去 NCC 開了幾次會，最後定案的遊戲規則跟他一開始提出的版本是完全不一樣的，呵呵。後來開始執行，釋照從執行到結果，我都不知道怎麼講。</p>
<p>可是他開放社區電台，對你們影響大嗎？</p>	<p>受訪者 A：他們有開放中功率跟社區的阿，其實我們不是既有業者反對新業者進入市場，大部份的既有電台都是反對繼續開放的，可是政府有他的政策，不管他是所謂媒體近用或者頻譜的有效運用，政策上需要再開放。但是說真的，開放的結果，我們說市場上謠傳，其實中功率的部份，絕大部份好像都是既有業者標走的。</p>
<p>背後啦。</p>	<p>受訪者 A：對，背後就是好像同一個集團業者標走，社區電臺部份，有些也是同一個背後。</p>
<p>但是 NCC 某種程度上，我不是替他講話拉，但是他的遊戲規則也會很難去防堵新設立的人，</p>	<p>受訪者 A：合乎擬訂出來的遊戲規則，我送案進去，但是結果有比較好嗎？違規媒體近用，但</p>

<p>他就是掛人頭也好，但是他就是跟現有的，看起來合法啦。</p>	<p>是就算有新的業者進來，在這狀況下，我們已經苦哈哈，你進來之後，開個頭錄，三年後才可以正式開播，經營市場之後，中功率的標金這麼高，NCC 都要求你們去改財務計畫，聽說用了很久，你說有可能回的來嗎?</p>
<p>所以這也是另外一個問題，那時候也質疑很多。</p>	<p>受訪者 A：問題是他標到了，我實際上已經標到，但是我要改財務計畫，我送件完之後你可以取消我得標的資格嗎?不可能啊。</p>
<p>對啊，所以到時候市場規則裡面各憑本事，看他可不可以生存，怎麼去 RUN。</p>	<p>受訪者 A：這樣的開放真的比較好嗎?就目前看到的狀況來說有比較好嗎?我不覺得阿，一剛開始我們持反對，就是說，我們並不是反對新業者進來，但是其實已經很競爭了，妳不要說同業競爭，很多客戶跑去有線電視，做同樣的，他本來在廣播做的類型節目或者唱歌，後面很多台阿。</p>
<p>所以你的客戶跑到有線電視比較多嗎?</p>	<p>受訪者 A：一剛開始的時候，剛開始有線電視這波出來的時候，有些客戶他不看好，他覺得說這邊沒有生意要跑去那邊做，但是現在那邊也沒有比較好。</p>
<p>因為現在看電視也變少了，而且比較貴阿，那邊貴很多吧?</p>	<p>受訪者 A：成本比較高啦。</p>
<p>看起來對每日來講，目前的經營方式，您覺得還算可以維持?</p>	<p>受訪者 A：維持。</p>
<p>算不錯的?</p>	<p>受訪者 A：沒有不錯，就盡量開源節流，我比較悲觀拉，就是維持，但是我也不知道可以維持多久，因為我也真的看不出廣播的未來在哪裡啊，你要問我的話我是很悲觀的。</p>
<p>的確，因為整個聽眾的收聽行為產生很多差異性。我們做這個調查三、六、九，一晃就好幾年了，他真的變化的很快，然後我禮拜六也來台中開一場聽友的座談，年齡大概都在六十以下拉，二十到六十都有，你可以看到三十五以下的。</p>	<p>受訪者 A：他們不聽收音機阿。</p>
<p>他不聽收音機，但是他聽廣播，他聽音樂，他聽資訊，不是說不聽廣播，因為那是模糊，他不知道那是廣播，我從手機從網路，就可以聽到資訊可以聽到音樂。有的叫做播客，直接聽文字這樣。或者 YOUTUBE 他抓一段，他不見</p>	<p>受訪者 A：對阿，這是我們比較矛盾的地方，我們也想開發新的聽眾，但是年輕的族群不是我們目前可以銜接上來的，這是很大的一個，所以我才會說維持。</p>

<p>得看到人，他眼睛不一定有空去看東西，可能因為工作的關係，他也不只是要陪伴的概念，他也需要有些資訊對他是有用的，只是這型態的變化跟多元，所以我們才會好奇。當然對每日來說，我們設定的聽友群比較高齡，但是會凋零阿。</p>	
<p>就商業來說他的確是一個賭注，要不要投資下去，有沒有可以看到成果的確是一個風險。</p>	<p>受訪者 A：摸索拉，只是摸索速度比較慢，也需要多方面瞭解，因為這東西不是只有台灣這樣。</p>
<p>歐美有研究，原本是慢慢凋零，但是因為網路直播的關係帶起來，廣播就沒有一直往下降，反而慢慢持平，等於直播跟廣播已經混在一起，電台也慢慢在做這東西，還有美國智慧音箱的興起，因為我們調查發現，用一班傳統收音機越來越少，但是你用網路反而可以找到那些人在哪裡，這是我們調查結果的發現。用這種心態在接觸資訊的人來說，他多了很多互動機會，在這互動機會他可以上去跟主持人或直播主對談，跟聽友之間互相分享串聯，某種程度上商品訊息分享也很快，事實上他是一個新的形態，比如說你贊成就打一或者二、三，聽眾可以直接他出他的看法，他不只是廣播，而是一群。</p>	<p>受訪者 A：所以這跟現行我們做的廣播不太一樣，重點就是這個，台灣未來發展數位廣播，我覺得要先定義你要發展什麼樣的數位廣播，如果你是要發展數位廣播應該就朝網路上去做就好，剛剛講那塊都是數位廣播的應用。台灣要發展數位廣播還有規格問題啊，Eureka 147 歐規的數位廣播部份，我們有參與試播，結束的時候是十一家，每一家賠了一百多萬阿。</p>
<p>為什麼?多久以前做的?</p>	<p>受訪者 A：十幾年前。</p>
<p>對阿，中廣當領頭羊做的，我們是 13、16 跟 19，你看 13、16，13 我們調查結果是電訪還可以找到人，到了 16 就要網路才可以找到人，這是很大的 GAP 過去了，你看十幾年前的。</p>	<p>受訪者 A：第一個因為，那時候的概念，他是歐規 Eureka 147 的規格，他是不同頻段，你需要一個全新的數位接收器，那接收器很貴阿，根本沒有人推接收器，而且剛開始只是試播而已，後來正式釋照的時候已經來不及了，因為智慧型手機已經出來了，拖太久了。</p>
<p>而且智慧型手機一、兩年就是一個世代。</p>	<p>受訪者 A：現在台灣推數位廣播你到底要走哪個規格，美國的 RADIO 什麼的，台灣的蘋果現在這個樣子，哪有可能在你身邊有個兩百 K 的東西可以應用，放那種資訊上去。</p>
<p>或許不是頻譜的問題，現在網路免費太多了，像以前網路很貴，吃到飽很貴，現在吃到飽四九九、二九九都有，他們不是 CARE 頻譜的問題，而是網路。</p>	<p>受訪者 A：你問既有的廣播業者，你說台灣未來要發展數位廣播，第一個我根本不曉得你要用哪一套規格，第二個是你用不同的規格，請問接收機誰要付錢阿，剛剛所講的，你乾脆發</p>

	展數位廣播，在網路上用，把你的平台載具的問題都處理完了，內容部份絕對不是我們現在所做的這套內容可以移過去的。
這的確是不同的思維。	受訪者 A：你說主管機關問我台灣的數位廣播，他也想說廣播不要只有現在類比的方式，我們只想說未來的數位廣播可以留給我們這些類比的數位業者可以有一條路，讓我們可以上去拉，真的拉，跟數位電視的部份，所謂的無線，有必載的問題一樣阿，因為你上去完之後就是必載阿。
可是必載之後很競爭，因為大家都想上去啊。我不能代表 NCC 拉，說實話我們就是一個研究單位，只能就現有的業者裡面來瞭解業者的看法。那如果從這樣子來看，目前聽友這一塊，朝他們想要多一些的內容來看，還是在資訊的內容比較多？	受訪者 A：對，其實他們目前聽得就是即時性的，資訊內容。
包含地方大小事，或者時事議題或者養生資訊。貴公司除了節目的規劃上有一些配合調整外，相對在你的 BUSINESS 商業發展模式裡面，你會特別注重這一塊嗎？	受訪者 A：我們有記者出去採訪回來的東西，除了電台播之後，現在變成用手機錄，錄回來剪接成兩分鐘的新聞片段，會上傳到 YOUTUBE 上，你看我們每日廣播裡面會有這樣的部份，希望透過 FB 或一些社群軟體增加我們的觸擊率。所以這東西是我們想做的，但是你說這東西會不會去多著力跟加強，在現有的狀況下，你要多做要花很多錢，這不是一個地方電台可以做的起的。
是拉，或者說他需要某一個程度的財力應用，可能對不同規模的廣播公司來講，可以應用或者承受的範圍不一樣。	受訪者 A：我們會鼓勵同仁出去，你收音回來，多一些影像的東西去做，影像沒辦法在廣播裡面看，你就去可以看到的地方去看這樣的影響。
所以對開拓新的聽眾來講，有嘗試用什麼做法？守成是重要但是還是要有一些。	受訪者 A：我說真的，我們這樣的節目屬性跟電台定位，應該說是不是在這一塊聽眾，在這樣的聽眾群裡面，把別台的聽眾拉進來啦。
你是說同一群人？	受訪者 A：對，同一群人就這麼多電台搶來搶去，其實很明顯，有些聽眾會跟著主持人跑。我們有個主持人在別台，早上兩小時的節目，下午兩小時節目，他會接電話 CALL IN，他會說這個早上聽兩小時，下午又回來了。應該說我們怎麼安排節目內容，對於核心的目標聽眾來說是有吸引力的。

除了主持人外還有什麼方法吸引他過來?	我覺得主持人是最重要的因素，其實就主持人、資訊跟音樂這三個而已啊。在我們這樣的定位跟節目定位下，主持人所佔的個人魅力因素滿強的
大部份是簽約主持人，他遊走各台的狀態會很明顯阿。那對電台來說，你要去經營自己的品牌就不容易?	受訪者 A：對，所以我們也希望可以培養新血，但是現在實際上碰到的問題是斷層。
斷層是語言斷層或者廣播斷層?	受訪者 A：主持人能力的斷層，你要培養到自己可以獨當一面的主持人不容易拉，這中間已經斷層有一個 GAP 了。
或者投入很多心血，養完又被別人用，呵呵。	受訪者 A：對，他覺得他差不多了，他會覺得說我可以到別的地方有更好的發展性或者人家願意提供他更好的條件阿，你在這邊做為什麼不在聯播台做。
更多人聽到你，但這樣是一個惡性的循環阿。	受訪者 A：對啊，這業界就是這樣，惡性競爭，惡性循環阿。你跟他簽約也是簽幾年而已，約到了也是要讓他走阿，你不能綁他一輩子阿，除非說這間電台我的。
讓他入股這樣嗎?呵呵。	受訪者 A：老師聽了很好笑，我們講很多實務上的。
這是很務實的，我們也在想說有沒有什麼解套的方法。	受訪者 A：我們也希望跟老師談談看，能不能給我們一些意見。
因為大家的顧慮都一樣，我是不是願意投入這麼多資源去做開拓，這是不是我可以產生新的商業模式運用，某種程度上就是我有辦法去做，整個財務的營收跟管控。	受訪者 A：所以滿難的，就是嘗試的階段拉，只是腳步比較慢。
也沒有拉，可能你們自有的經營不錯，就會謹慎評估改變這樣的模式。那這樣還有沒有希望說，除了廣告時段放寬，做彈性運用外，還有希望政策上做調整嗎?	受訪者 A：我覺得都老生常談了，開會都在講這些東西。
對主管單位來說，有時候要變不是很那個。	受訪者 A：我們講這些東西都涉及到法規問題，你講到修法，NCC 也有自己一套說詞，都很兩難拉，這私底下講，沒關係，一點點而已。他會說要去找立法委員，這怎麼會是負責任的說法。
這個我們 KEY 的時候會把他排除。	受訪者 A：第一個電台持股比例的修正，我想有牽扯到法規，一定會提到這問題，依照現行對於個人持股，每個人持股百分之九，的確不

	合現在法規，我覺得回歸公司法規定就好了拉，現在不太可能會有媒體壟斷的問題，實務上人頭的問題應該這是大家普遍心知肚明的狀況，何必呢?都知道是這個狀況。
表面上持股比例沒辦法管拉，是不是有某種程度上的放寬或者調整。	受訪者 A：你的持股方式，怎麼當初會說有壟斷的問題。第二個就是廣告時間比例鬆綁問題，第三個我大概看一下，因為廣電法裡面他有一個專章，第五張，他講獎勵跟輔導的部份，這部份 NCC 從來不認為他是他應該要做的，我們會希望他應該要擴大去執行對業者的獎勵跟輔導，而不是他只是一個具有監理功能的主管機關，我覺得這滿重要的，像現在廣播金鐘獎是文化部辦的，以前是新聞局阿，我覺得除了這個以外，獎勵輔導裡面還有很多，當然就法規部份他寫的非常籠統，實務上 NCC 他覺得這不是他的。
你會希望怎麼做獎勵輔導?可以舉一個具體的例子或者對你們比較有幫助的?	受訪者 A：在這一章裡面，他寫的都很舊，但是我覺得 NCC 應該不要把他自己定位成監理機構，對媒體只是做監理工作，他要擴大這部份。
也希望是扶植產業的火車頭嗎?	受訪者 A：他一方面又希望業者過的好，但是又不給我們蘿蔔，只是給我們鞭子而已。
感覺文化部才是廣播、電視、媒體，呵呵。	受訪者 A：文化部一年編給廣播補助座節目的經費一千萬吧，大概是他們的零頭，因為廣播這塊他沒有看在眼裡，他主要是電視、電影。在文化部的影視局裡面，去爭取但是預算沒有增加阿，加一加就是這樣的錢而已。
這也是一個議題，NCC 的確會想說，如果這塊跳下來做，好像會跟文化部現有的一點那個。我拋磚引玉一下，如果我做新的那一塊，在數位網路或者行動上去做的，他需要花成本，大家都有一些考量，他是實驗性質，大家覺得應該要往新的聽友，符合新的形態上，會不會對 NCC 來講，他不再是監理的概念，他可以協助或者補助開發一些新的節目，是針對數位平台來的，那由他來做某種程度的分擔成本概念當作獎勵措施，你會認同這個方向嗎?	受訪者 A：我認同這個方向阿，現在很多政府單位，他們會針對某個特定議題，你製播節目去爭取，教育部每年有終身學習的部份，就會定義很清楚，針對終身學習的議題去提案，他們就是看到你所提的內容部份去給你額度。文化部的概念也一樣，針對某幾個類型節目去給補助，我覺得 NCC 如果願意輔導，我覺得他願意輔導既有業者，朝網路數位去做，他把遊戲規則訂出來，比如說你就硬體設備補助或者節目內容或者人事，我覺得那是一個實質上的輔導。
或者他不是照經常門或者資本門的概念裡面，	受訪者 A：協助阿，因為你用那東西會有設備。

<p>有沒有可能嘗試說，NCC 管的是平台，當然他也管內容，但是這牽扯到自主跟言論自由，他不能牽涉太多，某種程度上，可能這議題是別人經營，但是某種程度鼓勵你做平台創新跟流通，你在這多元運用需要的成本，我這邊下去協助。</p>	
<p>或者 IPO。</p>	<p>受訪者 A：甚至網路公播都會有一些相對費用出來，其實這是一個誘因，老師提到的部份，建立適當的東西，他們或許沒有這概念拉，老師可以當作業意見。</p>
<p>因為有些不能由我講，所以要講出來大家看，的確我們去訪問幾家都有這個考量，大家要投這麼大的成本，某種程度上，產業創新跟轉型，如果公部門願意花一些錢去協助業者創新跟轉型，分攤一些必要支出，那在流量，傳輸速率或者平台管道的協助，讓業者比較願意把他既有的節目做再製或者重新製造，放到平台上去擴展平台市場，這概念可以嗎？</p>	<p>受訪者 A：可以，這比較像是數位轉型這一塊。因為節目做再製或者再上去的時候可以用會員方式，會員的點閱方式就會有收費機制，這樣電台就會願意去做，你把東西放平台上面，但是你的內容要先吸引所謂的視聽眾，他願意去聽去看，之後你要從那邊獲得利益或者 YOUTUBER，也是獲得相對的回饋，業者才願意投入。但這過程中，第一個我們找不到方向去做，因為我們還是很傳統這一塊，新的部份要有一個新的方向之後，老闆看到這個錢喔，不然我們再想看看。</p>
<p>這是一塊拉，平台取得或者鼓勵創新多元平台運用上有一些著墨，有一些獎勵機制或者我們說，講白就是有補助的機制。另外一塊技術或者應用層面，可能他不能直接補助你的人員編制，可是某種程度上他可以提供一些人才訓練的部份，例如小編的養成。</p>	<p>受訪者 A：NCC 這一塊完全沒有在做啊，都說他預算很少，每年只有內容數，會出來做一次研習會，北中南或者北中南東，一年就一次，他也會說我們沒有錢。</p>
<p>這是他們的事情，看起來產業的需求上，我們覺得該講就講，聽起來大家有這個需求。一個是講白了，經費的補助，還有多元創新跟平台的運用，讓經費可以有效的分攤，還有解決人才問題，有社群經營的需求，還有時尚流行直播主或網路上叫做網紅，明星主持人培養或者技巧相關運用，可以在這部份做一些著墨。</p>	<p>受訪者 A：可以從這邊去做一些獎勵跟輔導，這是一個概念，不是只有侷限上面所寫的。我想要表達就是他不要把自己定義為監理機構而已，這很重要，所謂的獎勵輔導是文化部的。再來對於評鑑跟換照的程序可以適度簡化，三年一次還是太短了啦。我們同業有討論過，委員好像四年，配合的委員任期慢慢調整，配合他們四年，呵呵。</p>
<p>他也沒有全部換，他是一半一半換。</p>	<p>受訪者 A：對，然後其實還是要講拉，有一個所謂，有關業者，比如說業者的違規事項我覺得還是回歸廣電法規定就好，不要把客戶違反</p>

	衛生法規的案件，評鑑換照的時候加諸在業者身上。
但這是一個兩難的議題，一般民眾不會分辨清楚的時候，通常抱怨會抱怨到他那邊去，他會成為質詢的重點。	受訪者 A：應該說，因為其實，恩，比如說他們所講的產品部份，廣告內容違反衛生相關法規，其實是這些廣告主在衛生機關那邊受罰，但是現在所有案件副本都會給 NCC，他會知道哪個節目什麼產品，在哪個電台播出，他們會有紀錄，但是在現行規定裡面，這東西不在換照跟評鑑的審核項目，這幾年換的東西，所有同業為了這東西，不是寫改善計畫就是去面談，你只要廣告違規或者客戶違反衛生法規超過一定比例的話就會去面談，他就要你提改善計畫，要你去管控加強，但是實務上沒有這一塊阿，你應該要回歸廣電法，你是因為廣告時間超秒或者廣告跟節目沒有區隔，這才是廣電法的東西，你不可以說因為客戶做的東西，有關衛生法規的部份，你要輔導我們成為那方面的專家嗎？我們要去分辨說他的食品廣告違規或者藥品廣告違規，所以他做的時候我們要跟他說這違規不能播，把他停止嗎？術有專攻，我們本來就是做傳媒這一塊，做節目內容部份，你怎麼可以因為這樣的東西要我們去面談，本末倒置阿。
這也是一個不容易解決的問題，我完全可以認同理解你提出這個議題。我不是要幫 NCC 講話，但是對他們來說，這就是傳播的內容，當他們被民怨的時候就會被 K，反過來他就會覺得要下手管這一塊，不然就是怠忽職守，成為難以解套的東西會出來，我們上一波也有跟他們提到，但上一波提的是廣告內容來看。在這部份我還在想有什麼說法是對外他可以接受，某種程度上他比較不會被質詢被 K 到的。但是你提的概念很好，但是怕對他們來講太直接了，等於放手不管的意思。	受訪者 A：他沒有放手不管，這個我們私底下講。
RNC008	
按照廣電法規，只管裡廣告時段跟型態，對內容部份就是不受管轄拉，就他主管業務來看的，牽涉到相關法規的就由相關法規去認定，	受訪者 A：對，不能做換照或者評鑑要求業者改善的依據啦，這東西的比重上，而且就我們來講，這東西沒有在上面，但是到最後都是為

<p>但這不再列入評鑑的部份，不能做換照的依據。</p>	<p>了這東西去面談。比例上我講比較誇張，百分之十的東西我沒有做好，你抹煞我百分之九十九的努力耶。</p>
<p>但是這思維要放開不容易。</p>	<p>受訪者 A：只是我們要適當的反應。時間差不多了吧，最後一個想講的就是電波管理的合理性，但是這會涉及工程技術那一塊，在這邊講不完，簡單來講一個，現在目前有所謂的甲乙丙，中功率跟小功率電台來說，這兩個服務範圍，故事不講，講現實的狀況，他們會有一個合併功率的問題，現實狀況是小功率電台合併的功率會比中功率合併功率大，我們有業者合併功率十四幾瓦的，十幾瓦怎麼開始，比計程車還要小，他開始就是十幾瓦，一百多瓦。</p>
<p>他就是過去想要避免域波干擾的現象。</p>	<p>受訪者 A：問題是類比的電波，受到地形影響。</p>
<p>播放跟實際接收，中間落差很大阿。</p>	<p>受訪者 A：對阿，目前現行這一套，產生這樣的現象，小功率的合併功率比中功率大阿，你合併只有十幾瓦、一百多瓦，跟現實狀況差異太大，這實在不合理，這點到為止，因為牽涉東西太大。</p>
<p>我可以舉我們學校的例子，我們文化在山上，之前有一個管制站很近。</p>	<p>受訪者 A：知道，很近。</p>
<p>這說起來也是一個笑話，的確是事實，我們只要功率開大一點，系上可以開到五十瓦，我們是實習電台，但是因為地形關係，我們只要稍微開大一點，在某一面就可以收到，我們就會收到國防部的電話說那會干擾我們，只好某種程度上我們縮小，但是出校園之後就會聽不到，但是出校園會開車，我常常聽到是非法電台在上面賣藥，他開很大，我就被蓋掉了，事實上我只侷限在校園，但是我們是實習電台，事實上在社區是可以經營的，有一些就是像這樣子。</p>	<p>受訪者 A：你有用實習電台就有一些切身的。</p>
<p>NCC 會說我核給你的功率應該是夠的，你應該不是牽涉到那個單位，而是地形、地勢或者一些現象影響，會出現奇特的現況，但這是一個限制，就是放鬆功率的問題。</p>	<p>受訪者 A：對，我們講電波管理就好了，因為功率那個太敏感了，帶到就好了，這東西要講的話可以再講一小時，呵呵。</p>
<p>會議結束。</p>	

第 6 家：主人廣播電臺

主持人	受訪者
<p>我們想要了解，對於廣播電台來講，就是現在這個時候，在多個品牌的競爭情況之下，你們怎麼看待廣播產業，你們怎麼定位你們主人廣播電台，在高雄個地區，因為你們主要是在高雄地區，你們怎麼定位自己？</p>	<p>主人廣播電台，創立到現在有 20 多年的時間，一開始我們是從地下爬到地上，所以我們主要原本的聽眾族群，就是以高年齡為主，一路到現在我們大概在 105 年的時候，我們開始有在做轉型的動作，那時候我們就開始，有招募一些比較新進的人員，比較年輕的人員來一起制播一些節目。</p> <p>在目前我們的比例上，我們還是維持中上的年齡層，所以大概比例上有大概 50% 左右有外制，外制的部份都是我們以前有合作的廠商，然後本身就是比較對於中上年齡層的的議題是比較照顧的。</p> <p>那對我們年輕的人員來講，我們制播一些網路的聽眾，我們也針對年輕人制播像是有電影的節目，所以我們跟蠻多地電影廠商，公司來合作，然後有些贈票的活動，是以網路的族群，來知道我們主人電台。</p> <p>另外的我們會有針對，像是跟其他的，現在很紅的像是路跑活動，所以我們有跟路跑活動做異業的結合，或是有做些曝光地露出，或是展覽，像是現在很多毛小孩的主人，所以我們有參加狗狗貓貓的展覽的活動，所以有做我們的曝光，然後另外我們也會針對地區，這邊是高雄，屏東，還有台南，所以我們有特別照顧，南部的像是一些育幼院，然後還有喜憨兒之類的單位，我們還有幾乎每年暑假地時候，帶他們作一些活動，然後帶他們去看電影，或是看什麼樣的活動，因為這樣可以曝光我們的方式，然後也是跟電影公司或者是企業，作互相地露出，去幫他們作露出，然後我們也做這些活動。</p> <p>另外我們有跟在地社團作互動，互動像是詩班... 等等，這個就是我們在地地方，直接呈現的方式。剛在網路上有說到電影公司，因為我們本身是台語電台，是以台語為主，所以有 80% 的時段都是講台語的，然後我們就是以新台語流行音樂，當</p>

	<p>作我們的主軸，那些台語的部分已經有電台在做，然後中文流行的音樂也已經很多了，所以我們就想說我們要走新台語，包括現在很流行的，像是茄子蛋，或是可能現在比較紅的許富凱等等的這些，或者是說盧廣仲，這些有唱台語歌的，我們都特別去抓這些人來當作是我們電台的主軸，所以是以新台語的流行音樂出發，所以網路上的聽眾，當然年齡層就是比較年輕的就會進來，然後也會跟原本傳統的台語有做一些區隔，這是目前我們針對以電影，新台語流行音樂，然後另外我們以談話為主，我們跟其他的音樂電台類型不同，就是我們是很愛講話的電台，所以我們講話的比例，會比音樂的類型會重一些些，所以大概是這樣。</p> <p>那如果是針對說剛剛所提到，很多不同平台的競爭，這一個是蠻有感的，包括說像是 YouTube 的新起，其實在 3 年前 NCC 有到南部，做那個廣播業者座談會，然後每年次的，那時候我就有提出來說，那時候 YouTube 的興起還沒有那麼興盛，大概是 4 年前，那時候已經有起來，然後當時我就發現，例如 YouTube 這樣子的平台，我覺得他可以當作是一個，網路產業當中的一個很重要的平台，然後我就提出說像是 YouTube 可能這樣的直播的現象，它可能裡面有很多像是廣電法規範我們這些傳統業者的，在網路上並沒有規</p>
<p>他都能夠做。</p>	<p>對，他都能做，相對的那個競爭是無形的，對我們來講是競爭，但是當時 NCC 的科長回答是說，他還不是，他覺得他不能跟我們廣播業者來做比較，是因為你在網路上，隨便你去搜尋，你不一定會搜尋到，就是在 YouTube 你不一定可以搜尋到某一個人，或者是說 YouTube 講什麼，但是我覺得比較來講，沒有那麼的深刻，是因為 YouTube 頻道，已經很興起了，所以大家可能想要看什麼樣的議題，就直接去 YouTube 上面搜尋，他其實跟廣播業者一樣，像是我今天想要聽某一個中文歌，就是直接搜尋關鍵字，因為觀眾已經有印像，我要去搜尋那個資訊，我就是往那個方向去，所以那時候回答，我覺得不是很滿</p>

意，是說他並沒有觀察到，網路業者已經興起，不能說因為網路平台，數位平台，就跟我們傳統平台是分開得，現在各家都是在打各家的，我們也會受到電視的網路購物影響，也會受到直播的影響，像是現在的 FB 直播，其實直播主都超厲害的，但是他們並沒有受到我剛所講的相關的規範，變成說我們有既有的法規，在規範著我們。然後呢，這是一個問題，但是我們自己要努力，我覺得主管或是業管單位，覺得我們自己能夠要怎麼樣生存，要怎樣的去改善，要怎樣提升，這些我們都知道，所以我們也很努力在每一個平台，所以包括我們電台，有 FB，有官網，有 YouTube，有 IG，有 Instagram，然後有 LINE@，我們都有付錢，然後還有上 APP，這些平台我們都有了，但是那個效益出不來，是因為這個需要花時間，而且需要有人力，還有需要硬體，軟體的支持，這些不是說半年或者一年就做起來，這個不可能，尤其我們是要轉型的，而不是像那些已經既有的中文流行頻道，他們的收聽族群都很年輕，所以他們能夠跳脫到數位網路平台很快，但是像我們這種要轉型的，需要加倍的時間跟金錢，所以一方面是規範的導致，然後另一方面，還有我們內容的轉型，然後還有硬體的轉型。那我覺得政府單位可以給我們的幫助，是對於廣播產業的保護，其實我們看，假設以補助這東西來講的話，我就觀察到像是電視產業，還有網路平台，然後像是其他，像是網路上的流行音樂對數位平台的補助，我先以文化部來講，因為文化部是補助內容產業，我們廣播業一年只有一個補助案，大概每一年就只有 1 仟萬，他還要分給全台這麼多的廣播業者，得到的人其實就只有那幾個，其實大家都很清楚，然後其他的獎項，都沒有屬於廣播產業，但是像電視，他就有補助出國，然後補助行銷，又補助製作，也補助跨媒體，就是節目製作跨媒體的補助，然後居然還有字幕，翻譯字幕，配音費都有補助，然後一個補助，文化部可能就可以補助時尚產業，一年大概我就看到至少有 5~6 個，發給時尚產業的補助，然後

給予數位製作的補助，流行音樂也是超多的，大概 10 多個。

但是對於廣播業者來講，就只有一個補助，這個是內容部份，然後在 NCC 內部，我印象中知道的，是只有媒體識讀有補助，然後其他的補助，他並沒有很明確的補助方案給你，他只有在某方面講，如果你這個電台，你這個業者是有對於廣播產業，是有幫助或說你跟國外的有什麼交流等等，才會有獎勵，但是這個也沒有什麼特別的名目，也不知道你要怎樣去努力，或者是達標。

所以我覺得光是經費的部分，就有很大的落差，我覺得不公平，不是說廣播業者，都不自己好好努力，我們也想，但是我覺得在起跑點就落差了，而且廣播產業，大家都知道他是勢微，其實 NCC 他也感覺業者有想要努力，想要幫看看廣播產業，日後要怎麼走，但是我覺得他並沒有提出一個方案，他只是一直在聽廣播業者希望怎麼樣，但是廣播業者就只能一直講，想要怎麼樣，但是沒有人跳出來，去做一個主導式，告訴我們該怎麼做，所以我剛講到，在經費上就已經看得出來，跟其他產業來講很不公平的地方，然後另外，我覺得可以試著去吵，怎麼樣保護廣播產業發展，而不是期待我們這些業者要怎麼樣去做，廣播未來趨勢的發展，我們都知道我們要走不同的數位平台，但是這是有困難，有難度的，然後因為我們原本的成本，就是在廣播產業，不會像現在新的公司出來，他直接投可能先 10 幾萬，購買一些穩定他的網路，然後購買一些直播的器材，他就能夠發展，他一開始投入的經費，是從小在慢慢的增長，但是我們一開始成本就那麼大了，所以其實我們要做回收，然後再去做投資，其實對我們來講起步也會很慢，因為現在時代變化又很快，所以變成說起步慢，又要因應時代的變化快，所以說我們的速度會真的有點慢。

另外還有，剛有講到保護廣播產業，譬如說工業，那些製造業，他們出口外銷，真的出口外銷了，好像政府有那個退稅，你有出口，就會退稅回來給這個公司，

	<p>其實對於製造業來講，他們拿到的，他們出去的金額很大，得到退稅金額的補助就更大了，但是對於我們廣播業者來講，什麼都沒有，然後就是諸如此類的這些保障或者是方案，沒有針對我們。</p> <p>像是去年那個陳亭妃立委，還有召集各部會，去到台南幫助鞋業，鞋業是傳統產業，很多都外移了，不願意在台灣落地生根，所以他們也針對這個產業要去保護他，所以他們想一些方法，例如稅制方面去做改善，當然我們廣播的廣告，是免稅的，之前就有既定的，但是其他像是硬體設備的升級，其實我覺得可以針對這方面可以去做幫忙，硬體設備的話就包括，我們要怎麼跨到網路數位的時代，可能有一些方式須要來幫忙，我覺得這方面可以用鼓勵的方式，既然你有那麼多補助方案給各個產業了，為什麼不針對廣播，也有點方案是說補助我們的，你願意要來去做升級聲，願意來做加值得人，我們可以願意給你些，可能是精神上，或是財務上面的幫忙，讓我們更能夠跳高一點。</p> <p>因為像是其他的，像經發局或是經濟部，他們有很多中小企業補助方案，但是其實我去看那些資料，他們對於廣播產業，他認為是傳統產業，那由於現在政府是非常鼓勵創新跟新的產業，所以他們對於廣播產業，他會對你有很大懷疑，然後又很多覺得你這樣子做，你想要制作創新，他並不會把太大機會給你。</p> <p>我曾經有去上過課後，問過這樣的方案，他們就會質疑很多，然後發現那個門檻來講，我覺得也是不公平，即便說可能你會覺得，你可能可以去爭取別的補助，別的方案，但是就我去實際接觸過的經驗，其實是蠻難的，主要是這樣子。</p>
<p>越講越實在，聽起來你們自己也了解，所以其實也在轉型的一個過程階段，所以有新舊混合的概念，所以一方面去鞏固你既有的年長的那個聽眾群，所以在節目型態跟語言上面，可能就比較偏重，養生，保健，類似健康資訊的分享這一塊，搭配上台語跟可能比較經典的歌曲</p>	<p>就是要有 RAP 的想法，我們的定義是以音樂類型，他是比較跳脫台語的方式，所以他可能融合很多不同的音樂曲風，不同於然台語音樂。</p>

<p>概念，但你們另外一方面，也是想說年長的人口凋零，所以也可能想開拓，也因此也會融入到新的平台裡面，然後想要去掌握比較年輕那一塊的族群，所以你們想要走一個新台語流行音樂這樣的概念，雖然不知道到你們怎麼定義新台語流行音樂，因為他很明顯的，像是許副凱的話，應該老一點的可能可以接受。</p>	
<p>所以是要有比較年輕一點的，像是用 RAP，他用 RAP 的方式呈現，舉例是這樣子。 只是舉例，類似像這樣子的概念，然後嘗試去掌握年輕人比較喜歡談的議題，或是的類似娛樂節目。</p>	<p>對。</p>
<p>都是使用台語發音嗎？</p>	<p>年輕的話都是以中文為主。</p>
<p>他就應該是穿插了。</p>	<p>對，中台語。</p>
<p>就是使用自然腔調，就是有點像是這樣子的味道，我應該是沒有說錯，就是透過這種方式去做。</p>	<p>對。</p>
<p>但是你們會面臨的挑戰就是說，這個議題，你們怎麼知道這樣子做有沒有效果，你的聽眾群，你怎麼知道，有沒有抓到一些新的人，可以從哪裡去看得出來？</p>	<p>有沒有抓到新的人，我們可以從網路數據來看，像是 FB 的留言，按讚人數跟 YouTube 的點閱人數，就是以這樣子的平台，上面的反應，再來做效果。 因為我們剛剛講到，我們年輕的節目，對年輕族群所做的節目，我們都是所有的露出方式，除了原本的頻道 96.9 之外，我們全部都會在放，原本的東西在網路平台，所以他就可以直接去反應說，這些人對於原本製作節目的感覺是怎麼樣，目前我們每一天的，如果相關這樣子的節目，在 FB 的 CHANNAL，大概都有上百人去做回應，YouTube 在開始一年多左右，破 1 千人了，還在持續增長，所以在這件事上，我們覺得，我們有看到在成長了。 但只不過剛剛老師有講到，就是說他那個效果，覺得還不夠，我自己認為還不夠是因為，大家除了從這些節目認識到我們的電台，但是他沒有辦法，再去認識其他電台，就是我們電台其他的方向，就例如說他就只會專注在這一個節目，或者是哪一個節目，但是其他的節目他可能就不太認同，是因為感覺那些都是給老人聽的，就不願意</p>

	去接受。
這個很合理，年輕人不可能。	對，不可能，所以就變成我們要轉，但是轉不過去，卡在那邊，所以這個效應很大，我必須這樣講。
你們網路上好像只有電台聲音上去沒有人，就只有聲音上去而以，你們那個是只有聲音而以。	對，人的話是偶爾會有一個小單元，可能拍跟歌手的互動，可能會有幾分鐘。
所以不會持續這樣，像是 Hitoradio 一樣，整個幾乎都是直播，不會這樣子嗎？	沒有，因為一方面我們在想說如果開個直播，還是要考量主持人，因為有些還是覺得不想要露臉，就只想要露聲音，之前露臉的直播，一個小時的，我們有試過。
反應好嗎？	因為那時候也是剛開始，所以我們那時候剛開始累積人氣，所以可能上線的人就是個位數，那時候是在磨合時期，主持人就覺得成就感沒有那麼多，又沒有想到什麼梗。 一方面我們又想要做一些那種影片式的，像是現在的 YouTube 有很多的影片式，或者是互動式的，但是又覺得那個需要人力或者是制作成本，又需要後制，對我們來講就會有點負擔。
Hitoradio 其實很簡單，他就是一個主持人在那邊，他沒有什麼影片或者是說沒有什麼互動。	Hitoradio 主要是以名主持人。
就是比較知名的主持人。	所以一上去，他的線就很快了。
他有主持人既定的粉絲，所以他用主持人那一塊去做相關的經營，大概是這樣子。 但是你現在得需要重新培養一批新的人，就是你們自己台內的比較多，所以你的內制就是這一塊比較多，然後自己去陪有自己的人，等於是重新去經營這一塊的部份，聽起來是一個方向，可是你有幾個會產生出來的部份就是說，第一個你知道現在是一個大數據的概念，但是聽起來你們現在只掌握傳統的，像是點擊率，然後他有沒有 PO 文有沒有按讚這樣的部份，但是你怎麼知道這些人的 profile，來自哪裡，然後什麼樣子。	來自哪裡，然後年齡層，職業。
然後他在你這裡的收聽的行為，你知道他背後有一塊要做數據的分析，然後去做客制化，這個數據分析是一個基礎，那接下來想要做的是說，數據串流裡頭，他其實會針對這一塊，做	對，這也是我們一直跳過去那一塊，我也想說是內容產生的問題，因為像是我們現有的能力，只能先做好原本的廣播節目，然後只能複製到各個平台去經營，因為經營，公司經營，你說要過去

某一種程度的再制重整，單元不同的混合，再去增加開拓他的黏著度，

比如說，假設有人喜歡看電影，喜歡電影的節目，但是我可能不需要這樣子被動，他就好像你進到裡面，他建置了一個小型電影櫥窗的概念，這裡面他可以有興趣的去搜尋經典的譬如說電影名曲，假設我想要知道這一類型的系列電影，譬如說我想要看講愛情故事的，或者是說有些電影之後的小知識我要去查，或者是說互動，他其實在某一個程度，某一些東西他是可以被丟出來做不同的整合，這裡面的整合，就是他不但是一個小型的線上搜尋引擎，或者是線上主持人的一個概念，那你們的優勢是說，我不是只有顯示名字，他還有一些小單元的介紹，然後他不需要是整合大塊的節目，他是切割出來，然後做密集式的包裝，然後在那裡面慢慢去做這樣，假如果有人喜歡這一塊，有人會互動這一塊，那我就可以串流這一塊，線上的經營有個好處，就是我要去發展

Business Model 的時候，他是有可能可以做的，譬如說我們有一個電影金曲的收藏，或者是電影經驗之旅，諸如此類的，或者是相關的紀念商品，他可能不是市面上的，而是做某一種的文創開發，他其實可以走不同的路線，有些可以在這方面。

我現在講的，是說我們去訪問別人，其實慢慢有些人已經開始一大塊在做這樣的概念，因為這樣的市場，由不一樣的平台播出原來的節目而已，你只是做節目的轉載，做轉播，那是初步的第一塊，可是這是大塊的，但你在網路的行為裡頭，他是算輕薄短小，他是有變化的，所以他不需要這麼的沉重，那麼那一塊就要看你是怎麼重組的能力，而目前現在比較傳統的一般轉型的廣播電台，他其實在這一塊都比較缺，因為他還沒有開始進這一塊。

經營是需要花很多時間的，所以我之前一直想要去找，一些可能比較專職的人，去做這些內容跟我們的生產，但是到這邊的時候就是我們的能力跟時間的增加，這是我們面臨到的一個問題，不知道要怎麼跨出去那一塊。

所以現在大家的形式就已經侷限在只是用聲音，或者只是用文字，他其實是一個多媒體整

另外很想問老師說，剛剛所講到的這些，他比較像是內容產制，因為我覺得他們是要用影像的方

合的概念，他就是一個展示互動平台。	式，還是用網站文字。
老師所講的是屬於再制的概念，你可能整段 40 分鐘的電影中，你把其中擷取一段出來，就是比較精華的那一段，就是說你不需要整段都放上去，就是做到切割分段。	把精華的分開。
譬如說看到電影，整理出來有 101 種的求婚方式，精彩的求婚片段，我要講的時候就是放一小塊給你。 可以劃分一個月給你。	就是分類總類的概念。
其實你透過這樣的方式，其實可以切割出非常多的東西出來。 當然就像你講的，他需要一點能力，需要一點人去作這這樣的經營，再慢慢的修正，但是比較資深的主持人可能比較沒有辦法做這樣的方式，除非是有一個團隊去支援他。	
但是只要年輕的進來，現在的這些慢慢的，因為他們都是在多媒體的世界長大，就是可以多工切換板塊。 就像是多屏，多元的時代，他會開電視又看手機。	
所以他會有點像是這種概念。 所以廣播不一定要侷限在只有聲音，或是上節目，打個文字，因為傳統的廣播就是這樣子了，那就不好玩。 可是如果你去把他想成，將來要做成智慧型的部落格或者是 YouTuber 的概念，他就是用這樣子。 他的這一段，其實是有點東西，甚至可以搭配點文字介紹，在下面還可以做點商品的推薦。	對。
像是有些網站，是介紹遊戲的網站，他也在電視上播出，就是名字叫巴哈姆特，他也是可以播出 20 分鐘的節目，導播就切成 1 分鐘到 3 分鐘的影片。	原本的那個節目？
對，切成那麼多，切成那麼細，然後每個影片再搭配他自己本身的標題，整個節目就整成很多標題，只要有興趣才在點進去，看到有人在玩這個遊戲，看到有興趣才點進去這個標題，而不會說需要重頭到尾在那聽完，或者是看	

完，這個講的就是再制的觀念。	
就是重組再制。	
而且看 YouTube 在做那些影片，他們大概只要花一天的時間，如果需要快速的話，這影片就可以剪出 10 幾分鐘，他們自己氛圍的影片的介紹，時間方面我覺得是快速的，不會花非常多的人力或時間在做這一塊。	
他就是慢慢熟悉慢慢熟悉的方式，嘗試試水溫，就丟一個議題在一個平台看點擊率，點閱率，收聽率，會不會有增加，然後互動的情形會不會有增加，然後看他們回文的狀況，還有 PO 文的狀況，還有關注的是不是對的。現在越來越多的影視產業者，他們都是用這樣的方式，就是這樣的丟，都是用這樣的概念，我們去訪問過很多，都是這樣子，慢慢的從議題，從節慶，從被關注的話題，就丟一些東西進來，我們開始的時候不需要全面性，然後慢慢的開始去跨足這個，去試試看。	要有方式，也要嘗試。
線在南部在高雄，不是有什麼六龜，有蝴蝶季，然後他們就會開始找一些慶典，然後去搭配慶典的一些介紹。	
這些不需要整塊，只要找有興趣的，跟我們的屬性比較相近的，或者是跟年輕人比較感興趣的。	
像是豐年祭，或者是泛舟之類的。	
不一樣的玩法，像祕境諸如此類的。 可以試水溫看看，但是不一定只有聽聲音，可以描速，有時候丟一兩個畫面進來，那些畫面搞不好不是你去的，雖然有著作權的問題須要小心，但你可能有一些族群，可以去拍一些。	
或者是跟學校合作，或者是用 Gopro，現在有 4K 畫質可以拍到很漂亮，就是運動攝影機，像是有些人就是用運動攝影機直接拍攝然後放上 YouTube 直接觀看，或者是說學生作品，請他們去幫你拍，其實也是一個方式，可以搭配你們的廣播的人員的話。	
其實你們反映的就是傳統的廣播業者，其實再做轉型的時候，所面臨的困境，像我們聽起來	

<p>都是這樣就是，我知道這是一個趨勢，我們需要往下走，可是我不知道需要丟多少成本下去，我不知道怎麼去丟這個成本做相關的經營，</p>	
<p>可是如果只是把節目搬過來，那就是只有原封不動的丟到不同的點來，但是忘記說不同的平台的特性，他的聽眾他的族群本來就不一樣，那他的行為應該也不一樣，所以應該要嘗試去融入到這個頻道裡頭，去符合他的屬性，而不是把他原來的東西只是丟過來，那這樣的影響就不會那麼大。</p>	<p>這是一個很好的方式，可以讓我們去做嘗試。</p>
<p>但是現在也是會有競爭，我們叫做行銷的替代性選擇。</p>	<p>另外，老師你們覺得在廣播產業來講，如果我們的廣播，原本的廣播這些人，用這樣的方式進入到了，所謂的南部的平台，相對的他的競爭也非常非常的多。</p>
<p>他是接到一個浩瀚的海洋的入口來，其實就是說，假設你現在就是停留在原點，那你就是只有經營傳統的這一塊，那就是靠比較傳統的方式，他就是傳統的收聽行為，現在或許他可以用手機收聽，但是他還是傳統的收聽行為，但是現在的收聽，並不像過去，一個收音機就可能是只有在地收聽的範圍，現在是全台灣，全世界他都聽得到，因為已經不是在傳統收音機，而是網路收音機，它的功能是很強大的，所以他並不只限定與這個地區。</p> <p>那不用講說，手機裡面可以上 YouTube，可以上其他的，他其實本來就是會再多元的平台裡面競爭，所以現在對於每一個都是這個樣子，他並不是只有內容 COUNTER 的競爭，其實也是一個平台的競爭，那電台之間就要去抓流量，要靠什麼抓，就是要靠內容為本，然後去講故事，然後去用不同的行銷，然後去嘗試包裝之後，可以拉人進來。</p> <p>或許剛開始的困難是還不知道怎麼樣子出去，別人也不知道我們，可是如果你一次兩次，慢慢的試水溫，然後再一次兩次 他只要一個議題，兩個議題，靠著社群轉載，轉貼，或者分享的力量，那他擴散的就很快。</p>	<p>他就會有另外一種方式給予廣播人。</p>
<p>我們在做很多調查的時候，有幾個可以提供參考，第一個就是網路的廣告量，在 2016 年，2017 年已經超越了電視，就是已經比電視還要多了，他的費</p>	<p>這好像就是增加另外一個方式方法，幫助廣播業者，有另外一個平台可以露出。</p> <p>但是現在基本上是會越來越習慣，我只想要接收比較</p>

<p>用已經超越了，在 2016 年，2017 年的時候超越，第二個就是說，我們的調查經驗，就是在 2016 年我們在做這個調查的時候，電話還可以找到收聽廣播的，還有一群人，慢慢的就找不到了，大家都是轉到網路上面去聽，就是廣播的人很少了，所以是兩個，一個是我們自己的體會，一個是數值的資料。</p>	<p>短的，有整理式的內容，因為像是廣播，他就一直跑一直循環，這樣的方式，他就越來越會被改變，或者是不被喜歡。</p>
<p>而且 13 年的時候還沒有，16 年的時候慢慢有，很明顯直播開始有影視進來，那是現在影視已經非常普遍了，現在已經沒有辦法單純定義，只是有聲音定義的概念了，所以我在講，現在就是一個多媒融合的時代，現在就是聲光，影像，聲音必須要吻合，所以他慢慢會走出那個部分，因為想想看家裡有 3 歲，5 歲的小朋友，我們家是快滿 6 歲，3，我們家用的是網路電視，就是他是可以連網的電視，他就已經會自己將遙控器拿起來，進入 YouTube 上面去看，他要看的，不管是卡通的波麗士大人，他就已經知道，他可以點一些按鍵，就可以瀏覽，然後他怎麼選新的影片來看，然後他不要看傳統的電視，因為傳統電視看不到。</p>	<p>就是看他想要看的。</p>
<p>還有今年最新的，就是像美國有做一個置入的影響，那些也是透過網路，因為其實像是台灣，電信也有在推，但是其實廣播業者幾乎沒有什麼人，他們其實因為有版權問題所以沒有辦法進來，可是像我們還有 1~2 台跟廣播電台合作，但是他沒有辦法跟很多的結合，聽說他因為是在談什麼問題，還被卡住，他是前年，去年，美國聖誕節，第一名的產品，台灣其實進來很多，但是廣播的部分，就是要靠網路，所以你講的沒錯就是平台跟傳播方式，其實網路已經勝過廣播了，只是載具不同而已。</p>	
<p>不管他是平板，不管他是手機，或者他是桌機，不管他是電視，為電視就是螢幕，所以他現在挑戰的就是說，我們要把廣播電台，還是視為透過電波的一個產業，還是說把他擴展無限延伸，深入到日常生活中必須的，因為聽還是有人聽，還是需要音樂，還是有人需要分享訊息，跟我講講話，類似這樣子，很多人在工作，他還是聽音樂，或者是談話的議題，只要不干擾他的工作，所以那個</p>	<p>怎麼擴大。</p>

<p>COUNTER 的需求還是存在，擴散在不同的平台裡頭，問題是你怎麼去把他抓進來，類似像這樣子，而且大家都很忙的情況，所以他不要太沉重，所以你看現在的網路劇，都很短，他不需要長，也不需要到 100~200 集，只要 10 集~20 集，就這樣子直接追劇剛剛好就已經演完了，他就紅的跟什麼樣子，所以這個就是一個趨勢。</p>	
<p>不過我們互動過程裡面，其實也是那些問題，我只是從你的問題裡面延伸出來說，可能換個方向或者是角度來想，有某種程度上，反映出來就是你們的需求，他並不是需要 NCC，只是在獎勵上的概念，他可能要協助你們在觀念上的轉型，或者是說，有這樣的一個相關的課程，所以現在如果假設他有這樣的課程可以開做為你們在職或者是人員的培訓的時候，他不見得，需要再去教你們怎麼制做節目，因為這個部份你們已經很熟了。</p>	<p>其實那些也是裡面的問題。</p>
<p>他應該是要在你們的轉型的過程裡面，怎麼去做社群的行銷，怎麼去做不同的語音平台，他的串流的運用，類似像這樣子的，可能你們都還沒有機會體驗過，這是我所看到的一個情形，有些業者做得很成功，你們也可以去觀摩，然後做不同的交流，然後提供經驗的分享，透過這些步驟然後，某種程度他來說可以幫助最培訓。</p>	<p>當做人才的培訓。</p>
<p>他獎勵的部分，可能不是補助你去做節目，而是可以考慮說，再創新的部份可不可以鼓勵你去做不同平台的串流應用，在這個串流平台的應用裡面去協助解決你頻寬的問題，或者是說不管是說頻寬，或者是串流費用，或者是在某一種程度上來說，轉型投入的成本，做一些創新應用的理念，他是可以被核銷的某一種經費的項目，也是可以被獎勵的，然後透過這樣子，看看可不可以讓你有機會跨出這一步，跨出一步，一次，兩次，在嘗試的經驗裡頭，讓你去做累積成功的經驗，他也是一種鼓勵的方式。</p>	<p>對。</p>
<p>像他們有很多的訂閱者。</p>	<p>今年我就有特別去跟他們拜訪，他有帶我去了解他們的運作方式。</p>
<p>他們可以做後台的分析，不管是性別，男女，職業，收入，其實 Google 裡面都有收集到，所以你們是</p>	

<p>要買，還是需要其他的，一般人的資料都會有，那你在聽的人的分佈，你就會知道得很清楚，他們應該都會有這一種分析。</p>	
<p>舉例來說，我們有訪問過其他的，他是有一些可以應用到更廣，比如說，我們不能講是誰，有些電台可以做到說，像是宮廟的文化，他是在傳統地方跑，他可以做到說，在宮廟裡頭，舉例你沒有辦法跟大甲馬祖去繞境，但是他沿路在做直播的同時，他可以開到另外的一個商成裡頭，結合線上點光明燈的概念，他可以線上去捐獻，就可以去有鮮花，素果，上香，這個就是一種 business mode，人家可以完成這個部分。</p>	
<p>這個線上媽祖，已經是一個流行的風潮。</p>	
<p>這就是一個創意，線上點光明燈也是一個創意，但是他就是被開發出來的，所以我常說，你把他想成網路的世界裡頭，你不要把自己只是侷限在廣播裡頭，那反而就有很多無限的想像，跟不同的開發應用，那這一次是跟上一次，非常大不同的差別，我們不要講電商，就是網路商城的概念，或者是說數位商城的概念，已經越來越成熟了，他的一些應用，也是越來越好用，他只是沒有想到，原來我們是可以這樣做連結的。</p>	<p>真的有人可以在線上，裡面捐獻，點燈，拜拜是嗎？</p>
<p>是已經有了，他們只是買版型出來用而已。</p>	<p>原本想說，是只有跟神明見到面，才有身心奉獻的感覺，因為沒有想到信仰當中他們覺得...</p>
<p>這就是為什麼會有哪些產業，那麼盛行，像是現在有的，線上點光明燈，這些都是商機，而且都是通路業者聯手去做的。</p>	<p>所以現在也都是隨時可以去做這些事情。</p>
<p>在東海有個宮廟，不是也有個 APP 可以直接在線上直接抽籤，或者是解籤都有。</p>	
<p>類似這個樣子，只是說我們嘗試將廣播，融入到我們的生活當中，我如果在這個議題裡頭，如果有興趣在這一塊，去想去開發出來，看有什麼樣的方式，可以融入到這裡，然後搭配我在做粉絲的經營，直播的經營，去融入到，現在你有有商品推薦，但是他是分開的，他並沒有並在裡面。</p>	
<p>想請問一下，你們剛說的 50% 是年紀大的，50% 是年輕人，你們年紀大的定義是在幾歲？</p>	<p>是屬於節目裡面。 節目的話年紀是由 40 到 80 歲。</p>
<p>那你們怎麼知道，他的年紀是 40 歲到 80 歲的？</p>	<p>我們沒有做收聽調查，我們只是依照聽友的回 call，</p>

	然後我們有做聽友紀錄。
所以是以 40 歲到 80 歲左右的範圍就是了。	是的，所以把他定位在這個年齡上下。
所以你們剛剛講的，年紀偏長的節目以外包為主？	對，就大概 50%，但是我們內制的一些節目，也是有給年紀大的。
也是有一些年輕人都是以內制為主就是了？	大概就各半，就是 25 是年輕，25 是老的，我們找的都是比較年長的主持人。
所以現在的年輕人，大部分是比較喜歡談話性的節目嗎？	年輕人的話，會比較喜歡以議題為主，然後再來就是音樂，電影，比較輕鬆的。
所以是比較有主題性的東西。	比較以輕鬆的議題為主。
比較年紀大的呢？	喜歡政論節目，南部的喜歡政論，然後再來就是健康訊息。
但是你們怎麼還有機會，像是 power radio 那個節目現在政論目不是一堆嗎？	有想過，在南部再開一個政論節目，因為大家都會想到台北，所以要培養一些南部的這些人才。
但是我覺得，他們就是一個電腦，然後主持人在那邊講話，然後收視率就 9 萬多人 點閱，因為那個節目就很多人點閱。	
但是他是一個名人效應。	
所以你們需要再找，再培養就是了。	南部的比較難開發。
所以也是嘗試做一些異業的結盟，做像是電台的行銷。	然後訪談來賓。
剛剛所說的異業結盟，是例如說公益活動，毛小孩，那是你們主動去參與，還是他們來邀你們的，還是說你們合作，還是你們主辦。	我們是合作。
所以是他們主動來找你們，還是你們主動去處理這個？	都有，像是有一些展覽，他們可能要到南部做展覽，會找當地的電台，就會問我們願不願意，幫他們做。
所以就是幫他們做宣傳。	對，做宣傳，然後也露出我們的 logo，還有我們的電台。
是在現場幫你們露出你們的 logo 嗎？	對，另外像是我們去辦一些公益活動，那些就是我們主動去尋找的。
那想請問一下，那這種方法，就是你們露出根，與異業結盟的方式，效果好嗎？ 就是倒回來的效果？	會有人有增加的，我覺得不管任何一種的行銷方式，都會有他的效益，那個效率大或小就不一定。
所以說是要看對嗎。	對，但是如果你有持續性的去做這樣子的露出，是會有幫助的。
所以你們說用數位化來調整，來吸引年輕人的部分，是用比較新的新台語來吸引他們，就是老師所講的用國台語交雜來吸引他們。	還有包括新的節目，就像我剛剛所講的那幾個節目，像是我們的春節，每年過年春節的時候，我們都會制播一個節目，然後都會找，比較有知名度，來唱台語歌的歌手。

所以音樂還是以台語歌為主，不會是以國語。	對，是以台語。
雖然在訪談是以國台語交談，但是你們的音樂，還是以台語為主。	對。
會有那麼多的台語歌?因為以我的印象，對台語的印象來說，他都是比較苦情，悲情，以快樂部分會比較少一點點。	這兩年新台語非常的多，包括有一些比較老一點的歌手，會願意嘗試新台語的曲風，還有很多中文歌或者是年輕歌手，出片的話，都是選擇新台語曲風。
所以不是像以前印象中那麼的苦情，那些元素都比較少了。	對。
那對於你們音樂版權的授權，取得還好嗎?	Ok。
MUST?	我們有分著作權利權，都是以音樂唱片公司來做。 對，MUST，中華音樂著作權協會。
就是以台語的記憶庫為主，像是客語的那些部分，你們有把他們一起納進來嗎?就是不同語系的音樂庫。	客語的部分，我們播放的比較少，在去年我有制播的客語節目，有使用到稍微多一點點之外，但是其他的還好。
你制播客語的部分，是因為有補助你們，還是因為?	對。
是因為補助的原因，你們才製播嗎?	應該是我想要製作節目，才去申請補助。 像是原住民，我們也會特別去找義守大學原住民專班，找這些學生做合作，今年我們也有跟高科大，廣電系的同學，然後我們有跟在地學校的學生做互動。因為我們也希望拉年輕人進來我們電台，所以特別是用節目去跟他們做合作。
算是異業結盟的一種。	對，就是跟學校。
因為跟學校的部分，學校可以走政府的補助路線。	對，這是另外一個做申請的。
所以對於我們台灣未來的數位廣播，你覺得看好嗎?未來廣播的前景嗎?	所以想要跟你們請教，數位廣播他指的是什麼?是說像我們講的是上到這些網路平台，還是指說，像是好幾年前 NCC 做哪一個 DAV。
是指 2000 年的那一次是嗎?	對，失敗的那個。 因為像是現在的挪威，他們的 FM 都取消了，那我就想知道，他們是換到什麼樣的方式，去做數位廣播，所以講的這一個數位廣播我並不確定方向。
那你認為是什麼?那你認為未來的數位廣播未來是什麼?	我認為，第一印象看到你們，覺得 NCC 所指的是，有另外一種形式的數位廣播出來，去做這樣子的平台，去做播送。
是用另外一種儀器，來聽廣播的意思是嗎?	對，之類。
好像是可以把類比，做成數位訊號，所以你所指的是這個部分是嗎。	對，我原本想到的是這一個，所以我覺得他的可行性感，覺要推可能要花很久的時間，因為現在會聽的人，他們的使用方式，已經直接跳到網路了，所以如果你要叫他們接受另外的方式，那我不知道要怎麼

	推，但是如果是以網路數位，這樣的的方式，其實大家也都是在進行當中。
那你覺得怎麼樣，如果未來是以網路的方式的話，廣播的未來在網路上，你覺得是怎麼樣？	就是看各家怎麼努力，才能取得網路的那一席地位，就像是跟很多網路的紅人，他們也是跳上去，然後怎麼幫自己爭取曝光，原本的廣播那一塊，可能就像是老師剛講的，他還是有他的聽眾在，只不過或多，或少，有沒有這樣子，因為有時候會出現很多，有時候會出現很少，所以看大家，可能用戶的使用方式。
所以你自己覺得可能沒有老師那麼清楚，但是你自己的看法是什麼？	
我先跟你講下 NCC 的看法，他就是說現在他在這一塊裡頭，應該講說，我們原先都是認為，他只是電波行動載具上面的不同，這樣的概念去做區分。	
就是類比變數位就是了。	
就像是我剛剛取得的，你進入到數位匯流這個平台裡頭，你一直想要把它，用不同的載具這樣子變過來，其實他不是這樣的概念，當我可以做這樣子不同的，再制，重組，應用的時候，同樣的電波，可能在這個波頻裡頭，你所看到的只是一波，譬如你們家的電台頻道是？	96.9
譬如說，今天 96.9 所代表的是 100 個頻譜呢？	100 個頻譜是說，他上了 100 個，還是說出現在 100 個不同的地方？
我可以同時打 100 個這樣的概念，這 100 個他是同時繞著這個節目，去產生副加不同的部分，而且我不一定只有剩下電波這個概念，去做成長，我要講的意思是說...	所以就像以前，他可能是書面紙面的行銷方式，所以又透過不同的方式...
所以原始的，如果你比較接近想像的，就是想說現在的數位電視，所以你會公視一台，公視二台，公視三台，他會有不同的主頻，相關的副頻道去做，但是我們現在只是用了一點點，你知道現在的數位電視打開，他的後面有廣播，他的後面其實有 300~400 台或者 400~500 台，並不是只有 100 多台的概念，他後面有包括廣播，不同的聲波進來，他其實是隨著頻寬跟匯流的速度，他其實不是只有乘載，單獨去分派相關影像，他其實是都可以容納進來，然後他可以走向更高的畫質，音質的一個部分，然後他可以去不同的切割，就不用大家都擠	數位電視，他也算是這樣的一個概念。

<p>在這一邊打架，是這樣的一個概念。</p>	
<p>但是數位廣播，他可以慢慢在這一塊裡頭，做更多的升級，所以 DAV 只是他的一個原型，在那個時候 DAV 大家就想說，只是把他轉化，當然有些部分是要花一些成本。</p>	<p>但是他是有一個硬體的出現。</p>
<p>為什麼國外他開始把 FM 這邊，慢慢的取消，因為他們發現，現在的傳統並不需要靠頻譜，他只要走手機就可以了。</p>	<p>對。</p>
<p>而且不會受限於中功率，大功率，小功率，只要是手機就可以了，你可以設定一個電台，讓全台灣都可以聽得到。</p>	<p>不會有地區性的影響。</p>
<p>你的部分就是在高雄，屏東，南部這一塊跟小港地區，因為你受到，你發射功率的影響，因為你走的是傳統電波的概念，但是手機，沒有受地區性的影響。</p>	<p>那我另外想問的是，他比較的是硬體設備，譬如說後來我們現在所發射的器具，都是使用網路去串聯，去連線，去做傳輸，但是如果有一天，他的網路是有問題的，是有狀況的，那會不會全部，所有的通訊都斷掉。</p>
<p>因為你現在所講的是，他可能走了是一個...</p>	<p>因為現在的數位廣播，他到底會走的是網路端。</p>
<p>是的，所以他是可以跟電信端做結合，是關於他的傳輸效率。 我們去訪問的時候，也有人對這個比較了解，提到說，有沒有可能透過 NCC 在做，然後在這一快把他做集合發射，用 uplink 的方式，他甚至可以打衛星，打其他不同的方式。</p>	
<p>就算他沒有訊號也可以接收的到你的東西。</p>	
<p>就是說，我如果只是 local，即使我全部都是 local，只要上到集合的平台，然後 NCC 來解決發射的問題，我們叫上鏈 uplink，只要到這個點，他幫我上鍊，讓他訊號打下來，他就可以下來了，你就不再受區域的限制而已。 那我的內容，可以在節目裡頭可以就區域這一塊，不管他是開車族也好，或者是手機族也好，他不會有跑出了這個區域，就收不到你的訊號的問題，諸如此類，類似像這樣子的。</p>	<p>這個的觀念也是不錯。</p>
<p>就像是 Android car，就是 Android 跟 iPhone 都有車子系統，都是用網路，就是廣播用上去，就不會有這種的問題了，就也不會有蓋台的問題，就是他們可以聽你的頻道，也不會有蓋台，很多問題都解決了。</p>	<p>之前有些業者，在推車用網播，他也有來找到我們，就不知道他的車用廣播，跟我們傳統的電台有什麼差。</p>

他的那一種，就是有點像是集合式的。	
他就類似使用手機的 4G，因為台灣的 4G 很便宜，就是透過 4G 連線，來連線你的 4G，然後透過網路來接收訊號。	就是把所有的東西，都直接集合起來。
以後就會走到 5G 系統。	
Android 跟 iPhone 的車上系統，裡面都有這個東西。	
所以現在都是這樣子的聽。	所以是算 APP，還是算什麼？
他就是 APP，就是透過網路，像是 HiChannel 就是這種觀念。	哪一個部分我們也是有上，所以他的車用廣播，就是這種概念就是了？
他的部分，他還是可以看影像的，並不是只有聲音。	
他的車上就有這樣的系統了，就是不是走手機，而是車用的廣播系統，現在很多比較新的車就會有了，像是這兩年的車，他就會有慢慢搭載這種系統。	所以他是另外的系統？
他是 Android 系統或是 iPhone 系統之一的，像是他們是為了電視，去開了一個系統一樣，基礎架構是他們的東西，但是會有不同的控制，有些會有一點不太一樣，但是他們就是給電視或者是給車子來做，應該是要這樣形容才對。	
使用簡單的例子，不用複雜的學理去說，所以我現在講這樣子，你會理解那個概念吧，他現在就是說不會受現在傳統的電波收訊，他並不是只有方式上面的不同，他整個的並不是只因為傳輸，不只是因為速率，因為平台，所產生的差異，他其實是整個概念都不太一樣了，而是看你怎麼去利用他，他有一點像這樣子。	去理解。 有脈絡了。
想請教一個問題，目前你們自己本身經營，你覺得你們經營的，因為對於數位串流你們還是在開始而已，那你們現在目前經營的方式，你們覺得目前整個經營的方向，跟營收控管跟成本，在目前是怎麼進行的，就是說你們的營收的最多來源是什麼？	營收的最主要來源。
是產品，購物嗎？	我們電台沒有產品。
那是什麼？	廣告，節目。
節目是說，讓人上來你們的時段嗎？	
哪部分算是異業結盟，算是時段的部分。	算是時段的部分，算是外制，還有自己台內有廣告，還有外面的廣告。
那你覺得，現在你自己的廣告收入，有慢慢往下的趨勢嗎？或是持平，或是往上嗎？	今年有好一點點，不知道是不是因為大選的關係，今年整個南部的市場，有比較熱絡一點，如果是以前幾年來比，今年有比前幾年好一歇歇。

前幾年有比較差就是了?	對，就是大家不太想要下廣告，尤其是在廣播下廣告，這是大家的觀念。
為什麼?	因為第一網路崛起，他們可能覺得下在網路，可能會比較好一點，而且看得到，然後第二次廣播的，他們自己也是知道，聽廣播的人沒有那麼多。 但是有很多，還有不少是曾經有下過電台廣告的人，他還是持續會在不會離開。
為什麼?	就我接觸他會是覺得，廣告的效益有在，但是他自己也是同時去打很多不同平台的廣告，但是只是沒有放廣播，意思是說就曾經有下過廣播的人，他還是會存在，但是可能就沒有新的人進來，因為他以前沒有試過，然後現在又看廣播的市場，有有式微，所以他是不願意相信進來。
沒有哪些經驗的人。	對，就是說廣播的廣告市場，沒有增加，就是因為沒有新的，沒有人進來。
所以現在就是說，在做轉型相關的部分的時候，他其實就會發展相關的商業模式的一個概念，在某種程度上來說幫助了節目，跟店台，還有電台主持人的點閱跟流量，但是人流，就要等於錢流，就要等於金流，你怎麼把人流導向金流的一個概念裡頭，那他也就是一個商業的經營模式，不管是直接的銷售商品，或者是間接的透過這樣子產生廣告的效益。	對，就像是我補一個，我們現在面臨到的一個問題，是我現在靠這些網路的這些節目，有稍微集合一些新的聽眾，我在思考的部分，就是我不知道怎樣把這些人，讓他倒入說我可以有更多的廣告資源進來，或者是我要賣什麼樣的商品，給這些人去吸收。
就等於是你不知道，怎麼去建立那些商業模式。	對，這些我不知道，還在思考。
所以下一步協助裡面，他有是在這個部分，他怎麼樣去產生...	商業利益嗎?
我們不要講商業利益，就是說新的一種經營的模式。	
因為一般，在於我們做行銷的來說，如果是廣告業主，就會很想知道說，像是你們說，你們有很多的聽眾，但是你的聽眾長什麼樣子，你需要跟我講，因為你說年輕人多，但是大概是男或是女，哪一個比較多，這樣我才知道，我下的廣告有沒有效果，所以說為什麼有時候我們會接受到很多，因為我們幫 NCC 調查很多年，他們想要看他們自己的 profile 長的什麼樣子，他們希望知道一下，因為廣告主也想要知道說，你們到底給我下的對象，對不對，我們說 Google 或是 YouTube 不錯，YouTube 可以使	FB 也有。

<p>用的原因在於說，他有大數據分析，可以讓你 知道，你的回饋是什麼人，或是什麼樣的狀態，或是 說誰在哪裡，</p>	
<p>FB 好像最近被盯得很慘，所以他們最近會鎖的比較 嚴格，因為 FB 他們的紀錄，最近太不良了，他們 比較有點問題。</p>	<p>對，但是就變成說現在我們是需要主動去找客戶，還 是... 因為說我也不太知道網路上面的人，他接收到這些商 業訊息，他的反應會怎麼樣，因為就我之前，就有試 過，我在我的節目當中插播一些商業廣告，效益沒有 大，就是我的那些聽眾，那些的年輕聽眾，他不想聽， 不理智。</p>
<p>這個部分的話有幾個問題，有可能是廣告做得不 好，一般在我們這邊會有做一個廣告效果測試，有 些是因為腳本寫的很差， 所以在那邊罵說，有些會覺得廣告很爛，因為有些 年輕人會覺得說，這個廣告做的很差，我沒有興 趣，或者是怎麼樣，在一般的時候，我們會做行銷 廣告效果測試，才知道說到底是誰的問題，而且 才知道你們的對像到底對不對。</p>	<p>因為以前聽那麼久，都沒有廣告出來，怎麼突然間有 廣告出來，讓他們不知道會不會覺得反感或者是幹 嘛。</p>
<p>其實這個部分，就是看你怎麼應用的問題，但是並 沒有說，要去產生違法，現在 NCC 也慢慢開放， 在所謂的節目置入，或者是說冠名贊助，或者是說 有很多的 不同的應用，類似像這樣子。</p>	
<p>你們會想要嗎?你會覺得有用嗎?對你們而言?節目 置入，冠名置入的部分?</p>	<p>冠名贊助沒有什麼效果，因為他只能出現在前跟尾， 出現那個廠商名字，所有的廣告訊息，都不能在那個 節目出現，或者是前後的廣告時段，都不能出現，但 是我覺得對業主來講，他會覺得好像效益沒有那麼 大。</p>
<p>那你覺得怎麼樣的廣告效果，會比較大?</p>	<p>我也不知道，所以我也在思考這個問題，只不過覺 得，現在目前現有的廣電法，相關的規定，是除了他 有這樣的規範，然後他有針對時間，我是覺得可以規 範，totale 的廣告時間在節目露出的時間，但是他好 像還有規範就是說，一個小時只能露出幾次，只能在 15 分鐘，30 分鐘，45 分鐘，那個就是時間的 totale， 現在他好像放寬到 10 分鐘，但是他又會針對，一個 小時只能出現 2 次或 3 次，就變成是說，好像會有點 綁手綁腳，所以就變成，不知道怎麼去規範。</p>
<p>所以換句話說，他們的議題或問題，常常來自說， 在目前的現行的法規裡頭，針對廣告的時段，廣告</p>	

<p>的佔比，跟呈現的方式，都有比較細微的規定，對於在某種程度上來說，對業者在應用的時候，他會有比較多的束縛，或許在某一種程度上來說，他是不是可以考慮，在針對這個產業裡頭，開放更多自主的應用，然後讓他們可以做一些彈性的應用，那可以產生更多的多元的組合。</p>	
<p>或者是提到說，做總量的控管，是以一天，一周，或者是一個月，來做管控。</p>	<p>所以我說時間上的限制，是沒有問題，只不過是說，不要去規定說一個小時只能播幾次，然後每一次要幾分鐘，感覺很緊張，讓我們在做節目都要一直看時間。</p>
<p>所以你覺得總量控管是可以的？</p>	<p>可以。</p>
<p>你認為是一個禮拜，一周，還是一個月，比較適合？以你們作業流程的方式的話。</p>	<p>我覺得是慢慢，可能可以先開放一週，然後再一個月，因為我現在看網路平台，像是 youtuber，他們也是蠻自主的，他們也會插播說，以下是工商服務，會說有廣告了，會跟他的閱聽的聽眾講。</p>
<p>不只是這個，Google 他們還有他們自己的廣告下去。</p>	<p>所以我覺得說這這也是一個模式。</p>
<p>你講的是說，他們直接廣告了，他根本沒有任何的限制，他並不是整體的廣告，像是理科媽媽，她的那一整集都是廣告了。</p>	<p>他雖然有講，告訴你這個是廣告，但是他可以講不限時間。</p>
<p>對他沒有任何限制的時間，整集都可以廣告。</p>	<p>那我就會覺得，那你至少要各個平台的標準，都要一樣，我覺得是要公平，我覺得有限制是可以，但是要公平。</p>
<p>聽起來基本上，目前業者在這一塊，希望能夠做適度的放鬆，那在適度的放鬆裡面，做一些大方向的規範，而不是做細節的規範，當然他必須建立在，一個聽眾的保障機制，聽眾的保障裡頭，也會受到市場，收聽習慣的決定。</p>	
<p>剛剛有提到音樂版權的部分，我再請教一下，這樣子的一年的版權費，大概要花多少錢，在版權費上，聽起來你們只要針對一間到兩間就可以了。</p>	<p>因為我們是以音樂類型為主。</p>
<p>像是你們放在 YouTube 上面，你們還要付給他對嗎？</p>	<p>沒有，因為如果需要有版權的話，他就會直接幫我們下掉。</p>
<p>所以他們可以這樣子做是嗎？</p>	<p>對，因為我們也知道，所以我們會把有音樂的部分會剪掉。</p>
<p>所以你們的廣播，在網路上面是沒有音樂的是嗎？是沒有放版權的音樂是嗎？</p>	<p>其實是有，我們是會先放上去讓他審核，如果他覺得有版權問題他就只會直接下掉，或者是他會有一個方式，就是可以把那段音樂 直接切掉，他在線上可以直接作業，他也可以幫我們直接切掉那個音樂。</p>

所以你們的直播也結束了，所以切掉也就沒有差了對嗎？	直播的話，他不會特別限制。
看你們在直播的時候，你們在網路上也是直接直播對嗎？	對，直播的部分，他反而不會抓。
不會抓嗎？	不會即刻，他有一些會，因為像是我們的直播，我們會斷，我們大概一天會斷個三次，因為我們的頻寬，並不是像是很專業的機房，所以我們為了他的順暢，所以就自己內部設定，我們就是一天三班，就是休息一下，然後再重新上架，所以在直播的方面好像還好。
所以你們網路那邊的版權業者，只收你們廣播的費用而已對嗎？	對。
就是公播費而已，但是在串流的那塊沒有收對嗎？	對，串流的沒有，但是串流的話他會是指網路平台的那一些嗎？
就是網路上去，他還要一筆費用。	目前沒有。
這樣應該會是在 10 萬塊錢以內嗎？	一家，只有對一家業者來講的話。
所以如果一兩家的話，1~20 萬裡面，應該就夠了對嗎？	對。
以前學校也是有在收。	對，因為是廣播電台。
那你覺得現在政府開放了第 11 梯次的廣播釋照，那他們都還沒有開始進來正式營運，那你覺得他們正式營運以後，會對這個市場產生影響嗎？	因為就我知道第 11 梯次，他們好像在徵選的過程當中，好像有指定需要有一些創新的方式，去經營這個廣播電台，所以他們可能有比較多這部分，我也不知道。
他們有資格審核之後，應該就是不需要了吧。	我不知道。
沒有那樣子多限制。	
你有預期會遇到，還是說還沒有遇到？	因為我知道的是高雄，南部地區，中功率的沒有開放，只有小功率的，好像又是 AM 的，所以對我們南部來講，好像沒有那麼大的影響，但是如果有同性質的，出現在我的播送範圍，我覺得會是有影響的。
如果未來 NCC 假設有受到某些壓力或者是政府要開放第 12 梯次，又是在南部的話，你會贊同嗎？	當然不贊同，希望他們不要再來了，因為大家也知道就廣播這個市場，如果我們不討論數位，就廣播這個頻道，就以一個架上就那麼多的頻道，他本身的市場就已經很小了，就收聽習慣來講，能夠收聽這個廣播的人，就是 100 個人好了，他就這麼 100 人，但是你又多那麼多，當然有新的加入會刺激你去成長，但是我們就有的業者，已經很想成長了，並沒有不成長，我們很想要成長，然後你又一下子又開放，你看如果第 12 梯次明年如果又來，那我就覺得蠻扯的，因為這個市場，你又還沒把他建制的更好一點，然後

	你又開放那麼多人進來，那新的人進來，他也是跳火坑，我並不是保守的態度，就我的了解目前的廣播市場...
你覺得是個火坑就是了?	不是火坑，其實我對廣播的市場，是覺得很有信心的，我很有正面的觀念，我很有信心，只不過說我們需要用怎麼樣現有的資源去掙扎爬出來，這真的需要一點旁邊的資源，或者是輔導，才有機會，有一個新的方向。
那目前就你們，在商業機密的部分不用講那麼詳細沒有關係，但是目前對公司的經營上來講，覺得還是可以達到損益兩平以上的獲利階段嗎?	目前是有平，我剛剛也是有講，我們從 105 年，這個也是我進來的時候，我們做了很多的轉型的事情，還包括設備有一些舊的設備，原本的廣播設備，就要汰換，光是成本，這些成本應該要支出的，就其實是有在增加，相對我們的收益，雖然剛剛有講說我們今年說有稍微好一點點，但是那個還不夠獲益很多。
所以做了哪些的設備的更新，升級，還有未來想要發展的一個做法?	現在的嗎?
就是你進來之後，你未來你幫助這個電台做了哪些，有可能會對你未來發展，比較有相關的作法。	應該就是網路數位那一塊。
您做了哪些改進的動作。	就是增加很多電腦的設備，直播器材，直播設備，包括還有燈光的部分，直播鏡頭。
所以有特別為了直播這一塊，來做設備的更新就是了?	對，就是有去購入這些東西，但是我們也是還在摸索，還在嘗試，所以我有做，這些設備都有購入，還有攝影器材，收音的器材，都有去做購入，然後網路的平台，我們有升級，但是並不是說有像是大機房的那一種，是都有去做這些東西。
就是效果沒有很明顯的呈現就是了，還是你們的節目也沒有很明顯的上去?	我們之前有在想制做自己的 App，但是我們也是想說，我們還沒有走到哪一步，在內容上面或者是裡面。
是內容還不夠多。	所以這一部分我們有暫緩，今年的話我們有在一直詢問這方面的事情。
你們說的 APP，就是 30 到 100 是嗎?	對。
可是內容很重要，如果內容不夠的話，其實 APP 做出來就可惜了。	對，所以我們也是在暫緩，而且如果 APP 要做的話，我希望達到什麼樣的效應，要怎麼樣的成效。
你們目前的觀眾回應，是以 FB 比較多，還是以你們聽眾的打電話過去的比較多?就是你們聽眾回應的部分?	應該是各半。
以數量來講的話。	數量的話，FB 比較多，因為那個部分比較直接，因為我們的電台，本身的回應會透過電話。
那打電話進來的人會很多嗎?	不會少，但是就是固定那些。

就是固定那些聽眾就是了?	對，或者是說有什麼，我們會讓他們線下打進來。
就是等廣播完之後在打進來。	對，可以打行政電話，所以這些的回饋都還是有。
那麼的話，回饋主要是什麼?	就是以詢問產品，或者是反應訊號的問題。
就是在另外一邊聽不到的情況?	對，或者是說剛剛主持人，講過了什麼樣的話。
產品，你們不是沒有產品的部分?	我們自己內制，有 1~2 項的產品。
所以是你們自己去制做的?	對，自己的產品。
所以你在電台上面，會銷售就是了?	對，但是那一個，也就只有在 1~2 個時段，所以就是固定那一些。
這也是你們一個的營業項目收入，這個多嗎?	這個部分的話不多，因為只有 1~2 兩項產品而已。
所以是 1~2 項兩項產品而已是嗎?	對，因為我們沒有整天去打這個產品，就是可能在一個時段。
請問一下，很多電台他會販售保健食品，那個部分的話，你們沒有考慮嗎?	我不想，像是之前就有推出小農產品。
所以你講的是農產品。	對，所以想說保健食品，就已經有那麼多人在買了，所以在我台內的話，我之前就推出農產品，希望大家吃健康一點，從飲食方面去改善。
反應好嗎?	推的很辛苦，所以做了一季以後我就下掉。
為什麼	因為沒有成就感，因為可能是那個習慣，聽我們的人，他可能習慣是吃保健食品。
所以你覺得他們喜歡聽保健食品，所以會覺得聽你們的聽眾也是這一群就是了?	因為原本的台信就是如此，我們中間沒有任何去翻轉的東西。 因為像是我自己的節目，我也沒有在賣東西，所以我又特別推出了一個單元，去做推廣小農產品，有訂單但是真的是蠻少的，所以推了一季之後我就放掉了。
有個問題在農業區推農產品會不會比較?	我也是有這個想法。
就是有可能是消費的族群不太一樣，如果你是安心的話，直接賣到台北去，可能會很多人想買，因為搞不好吃自家種的東西會覺得更安心。	對。
所以在意見方面，你們還沒有什麼要反應的嗎?或是要讓 NCC 幫你改進的?	像是剛剛提到的一些獎勵方法的方式，還有老師剛剛講的那些方案覺得很好，就可能包括一些人才培訓的，我們是把資源用在這些可以真的幫助我們進步的地方，然後人才培訓，還有一些網數位轉型方向的的過程當中，可以幫助我們的。 其實 NCC 之前他也是問說，你們業者希望我們幫助你們上什麼課，或者是什麼的，但是我覺得他們有在做，像是前年廣播的座談會，他們就有請數位業者，App 業者來幫我們上課，但是那個課程上面，又覺得像是那個業者在推銷他們的東西，並沒有實質上，或

	者是觀念上，或者是在方式上面，可以去動作的。
就是沒有感覺到，有什麼可以把雙方串聯起來的，缺的是那一塊。	因為業者他也是要賺錢，但是我們也是不希望多花錢。
並不是只有介紹平台，而是要介紹他可以怎麼應用，那樣的一個概念。	
我覺得也有可能是 NCC 開錯標了，有可能是規格開錯標了，他們可能應該找的是老師的部分，但是他們找的是業者來。	所以想說為什麼找的是業者，你要幫助這個數位平台的業者，那也來幫助我們，你可能可以拿一點點的費用，去做這些事情。
就是媒合或者是做其他的方式。	對，幫忙媒合。
最需要雙方有一點點了解，才有辦法去做什麼樣子的媒合，或者是說怎麼去幫他們做串聯在一起。	
所以在投標的時候，當初所寫的標案就會變成很重要。	應該是要以我們為主，然後才去找其他的來幫忙。

第 7 家：大溪廣播電臺

主持人	受訪者
<p>剛跟您提到我們有大中小功率，也有不同區域的涵蓋，大溪算桃園這一帶，我們訪問的時候目前是針對大溪，你要講台灣聲音也沒問題，但是我們會以這個角度來說，你代表小功率電台的聲音啦。</p>	<p>我也做過小功率理事長六年。</p>
<p>是，所以訪問您最適合，呵呵。以現在廣播電台開放後，這樣的市場結構你怎麼看這產業，有人很悲觀，覺得市場競爭很激烈，但也有人很樂觀，覺得說其實本業顧的很好，還是有賺錢，有人搭上網路世界，可以做不同的變化，看起來有人樂觀有人悲觀，有人積極轉型，也有人固守他的那一塊。</p>	<p>整個大環境有在變化拉，傳統的方式會越來越萎縮，我們 5G 明年要出來了，他的功率功能更大，而且很多產業都會在 5G 上發揮它的效用，我以前也寫過文章，台灣用網路，包含手機，全世界最多，我那篇報告裡面，大概一天用了一百九十幾分鐘，全世界來說，現在我們一天裡面除了上班工作以外，剩下時間扣掉睡覺，有空的時間不是看電視就是上網，現在民眾間已經被網路佔用了，剩下可以聽廣播的時間，變成有的在工作聽，有的上下班聽，聽的總秒數越來越萎縮了，那聽眾流失，收聽時間減少，廣告效用就會降低，變成傳統經營方式越來越困難，未來可以走的路就是電台聯合經營或者賣時段。</p>
<p>有點像聯播的概念，或者外包外製了。</p>	<p>對，以前找店家廣告，這個路越來越難走，花一筆錢，廣告效用越來越差，可能我花十萬塊廣告費，增加的生意不到十萬塊，效用看不出來，廣告商的廣告意願越來越降低，相對他不在廣播電台廣告，他會轉到網路上各種方式廣告，也就是說整個廣告市場沒有萎縮，但是因為廣播萎縮，只是廣告量放在廣播越來越減少，所以也就是說，為了電台的生存，只能說聯合經營或者賣時段的方式，一個時段可以連五台連十台，只要花一點點時段費。</p>
<p>聯合的策略很好啦，但是有時候也會引起一些拆帳或者廣告營收部分的一些糾紛，或者在這部分的機制。</p>	<p>你講的很有道理，比如說我一個插播廣告下來，我要給這個電台多少錢，那個電台多少錢，如何去分配，這很難讓大家滿意拉，也就是說也許我就把廣告時間讓出來，讓廣告公司去經營，反正我幾秒鐘的廣告時間，我要賣多少錢，你能不能接受，接受就成交阿，未來廣播沒辦法單獨經營自己的廣告啦。</p>

<p>所以不只是節目聯播，還有營收的方式都可能採用聯合的部分，就是看大家說好，雖然不滿意但是可以接受的拆帳的方式。</p>	<p>比如說 XX 傳播(06'08)，他自己找廣告投放電台，每個電台要多少錢，他可以接受就投放，不能接受就找別台阿。這個價格不是幾個同業間協調的，而是由另外一個廣告公司去界定，電台要去談價格的空間已經越來越沒有了，狀況就是說，會去找廣告的業務，找回來的廣告很辛苦，因為可能沒三個月就沒了，他還要找新的廣告主換來換去，還有他抽傭滿意不滿意，因為廣告收的話，他能抓到的廣告量有限阿，業務都是獎金制，他的業務量少的話，當然獎金就低阿。所以影響到我們廣告業務的生存，當然也影響到電台的生存，還有一個，被接廣告的同業挖腳。</p>
<p>超級業務員，大家都想挖。</p>	<p>對，也就是同業間挖人才的風氣越來越盛，現在電台越來越難經營，挖人才的方式就越來越多，這就是惡性循環，我培養一個人才出來可以開始幫我賺錢，也不一定賺錢，就是有營收拉，但是人家就挖走了，那這樣培養人幹什麼，同業誰狠誰就可以挖走。也就是說賣時段，廣告有廣告公司經營。</p>
<p>等於節目跟廣告都外包的味道?</p>	<p>對。</p>
<p>當然這問題有點商業機密，您可以斟酌，以大溪或者台灣聲音來說，他的聯播所佔的比例跟時段，就是講外製佔的比例大概是什麼樣的情形?你們也有內製。</p>	<p>我的經營方式也是同業比較特殊的，我都在自己電台的 GROUP，沒有去外面買時段，但是人員共用，資源共用，這是我的方式，然後時段廣告部份我另外還有一個公司來承做廣告，因為過去看廣告公司不穩，自己請業務也有剛剛講的問題，後來就自己找產品，自己廣告自己產品的方式。這樣也就是說產品人家拿不走，生意都掌握在自己手裡，這樣免得業務變動影響很大，這種方式到現在是比較穩定的方式。</p>
<p>等於採用一條鞭的方式都涵蓋。</p>	<p>對，不要靠別人。</p>
<p>對電台來說，你怎麼知道你的聽眾是誰?這也會影響到你後面節目的安排。</p>	<p>很簡單，你請誰來當主持人，放什麼歌，講什麼話，就像磁鐵一樣會吸引聽眾，你不用問聽眾是誰，我的 STYLE 就是會有這樣的聽眾近來，聽不習慣的就不會再這邊，我們要在意的是 STYLE 不要變來變去，這是一個型態，廣播也是一個陪伴的媒體，每天陪伴大家生活，講一些資訊給大家。</p>
<p>RADIO，邊說邊聊，像是朋友。</p>	<p>對，所以廣播是一個陪伴媒體，很多人比如說在</p>

	生產線上，我只要動手就好，腦袋空空，空空很無聊，整天工作很疲乏，就聽一下收音機，不影響工作狀況下，聽聽音樂也不會孤單，腦袋不會說，我這個腦袋要放在哪裡，腦袋沒有地方放的時候，想這個想那個很無聊，如果跟著電台節目走，腦袋就會跟著走。
現在看起來就是跟著主持人跟節目屬性去收聽。	對，但是電台定位要定位好。
你怎麼定位大溪跟台灣聲音？	反正我們從小就聽收音機了，我們要聽這樣的STYLE，你就做這樣的出來就好。
所以本土一點？	對，有溫暖的，說的話題也差不多圍繞在這個地方。
等於本土關懷，比較像是好鄰居好朋友的感覺。	對，我們也做一些社區關懷的活動，我們每年十一月有一個叫做寒冬送暖，這個方式就是說請我們聽眾幫我們舉報，你的身邊有沒有生活比較苦的，需要關懷的，我們去送棉被，因為以前我們看過，有的人因為錢有限，冬天又下雨，濕濕冷冷的睡不暖，如果可以換個棉被睡，暖和多少，但是我們有心，只是不知道送誰，因為有需要的人不一定會聽收音機阿，所以我們會拜託聽友，聽友知道隔壁的很可憐，就通報一下，打電話來電台我們就會過去，我們也不會直接過去，會請打來的人幫我們帶路，有人住在資源回收，也有人住貨櫃屋，也有人屋子旁邊，鄉下的房子在旁邊搭一個鐵皮屋，讓那個人住，冬天鐵皮屋你會知道有風會進來，他會說那個人很可憐，簡單的給他一點溫暖，我們拜託他帶路他就會很開心。
就是走關懷，也結合地方，也可以把聽友拉近，聽友也可以一起參與公益活動。	對，主要也是讓他們關懷身邊的人，這也是我們媒體可以做的社會關懷。
所以大溪電台跟台灣聲音屬於生活節目比較多，然後放一些音樂，有其他類型不一樣的節目嗎？	沒有，都差不多這個型態，我們也有做母親節。
節慶專案。	對，有的人沒有人關心，活到六、七十歲，身邊沒有人，一個孤單老人，我們會帶個慰問品，牛奶或者麥片，帶一下康乃馨。
博士你也很有愛心喔。	像是這樣，另外也有做愛心代用餐，方式就是我們主持人看到澳洲，西班牙有一個溫暖的方式，我去喝咖啡，我不是付一杯錢，我付兩杯，記在

	<p>那邊，要吃的人我就幫他付錢，用這種互相關懷的方式。他就想說生活變動有困難的人，我們去找一些自助餐配合，由自己開始寄一些錢，一、兩萬塊給他，空中我們會報導，你生活真的困難的人可以去那邊吃飯。經過這樣報導，很多聽友過去捐給慈濟的，現在會轉到這邊，慈濟現在有一些雜音，現在做這個，不是說老人家做，有的老爸老媽帶小孩，這邊三百塊，一人一百你們去捐錢，小孩捐的很開心，也培養小孩佈施的心，用這樣的方式我們會定期瞭解店家做的如何，如果有人捐錢，你用一本本子紀錄，放在店內掛著，人家要查都可以隨時來查。</p>
<p>以昭公信。</p>	<p>我們做這個公信很重要，差不多八成的店家都可以做好幾年，也有些做不下去看不下去，也有人賺小便宜，呵呵。</p>
<p>不過這就是一個很好的出發點。</p>	<p>也就是說有這個媒體才可以去做這些工作。</p>
<p>理事長，那像你這樣說，一班聽起來，我們聽友應該是比較有年紀的，你會不會擔心慢慢這些人會凋零，電台有想說要從比較年輕的聽友去開拓嗎？</p>	<p>我剛剛說，什麼樣的主持人吸引什麼樣的聽眾，我們聽友會凋零，主持人也會退休，新進來的想法就會不一樣，與時俱進阿，年輕人做的話題也會變化。以前會報導，像是唱歌的某個人，那個文夏的哥拉，現在不一樣了，比較少報了，會報江蕙等等。這表示什麼，表示連主持人也不認識，洪一峰是誰，他們所認識的洪榮宏、江蕙，尤其年輕一點的會報比較年輕的歌，這是與時俱進。因為生活背景不一樣，你談話要現在的主持人去講以前的事情也講不來啊，要說犁田也沒有做過啊，你要現在的主持人來說上網經驗跟網路詐騙，他可以，這是與時俱進，你說聽友會不見，主持人會隨著年代，想法做法不同，但是聽眾漸量會減少，要聽的人，有，但是會越來越少，時間都被這邊分走，再來聽廣告也不一定用廣播電台，現在有四家無線電視台，大家也不是用無線收，都是用有線的，還有網路，現在電視可以上網都設定好你要看哪一台，像遙控器這樣設定就好。所以廣播透過網路需要許可，對廣播電台來講效果都一樣，但是廣電法規，針對廣播管理，NCC 要瞭解產業變化，前幾天我看一個報導，陳昭榮賣鯖魚</p>

	<p>一點五噸，你廣播電台有這麼多規定，類似賣化妝品、保健品，網路也很多啊，相對分散市場，方式又越來越多，網路還可以看到人看到商品，廣播沒有影響，要靠嘴巴講，公信力越來越差，尤其過去有地下電台，對廣播造成很大的傷害，過去我們都走過這個時代，到民國一百年左右，地下電台才不見，為什麼不見？吳敦義的時代才不見，吳敦義對台灣的最大貢獻就是把地下電台收掉，他為什麼決心這麼大，因為他過去跟謝長廷選高雄市長，你記得嗎？</p>
<p>我瞭解。</p>	<p>選舉前有一個錄音帶，在地下電台到處放送，好像說吳敦義那時候候選人欺負人家，現在地下電台報出來，就整個翻盤。</p>
<p>沒有到千票。</p>	<p>八百三十幾票，輸謝長廷八百多票而已，如果沒有地下電台影響他絕對營的，所以他就記在心裡，過去電信總局、電信警察，地下廣播業者，地下電台業者，大家都是混成一團，要抄，一個月用兩台給人家看一下，台北有五十幾間，桃園四十幾間，合法電台不敢惹他，現在民眾聽到就去投書，你們廣播電台這種藥品怎麼連癌症都可以治療，人家就去舉報，舉報立法委員，原本的新聞局，後來 NCC，衛生署那時候去執行，他們就開始抄，這權力就放到各地衛生局，他就開始抓，抓誰。</p>
<p>賣藥的？</p>	<p>合法電台，合法電台已經沒有路了，吃鈣說可以幫忙你走路，說這個叫誇大，我說這本來就是嘗試了，你說吃鈣可以幫助走路不對嗎？他就說這是影射療效，說吃鈣好像效果很好，結果合法電台就不敢做，地下電台他沒辦法去抓，因為不知道這是誰的，而且有的都有背景阿，誰的背景你也知道，一個在高雄一個在新竹，高雄的就是錢丟到水裡面的，新竹就是前幾日錢放在高鐵。</p>
<p>那是嘉義啦。</p>	<p>喔，對，另外一個，所以就是說，因為這樣，還有衛生署做一些廣告出來，不要聽信電台廣告，有病要看醫師，這樣你廣告有效嗎？而且在電梯，到處都貼，叫人家不要聽電台，所以民眾已經灌輸很深的印象，不要跟電台買東西，但是其實電台的東西各地藥房都有，衛生局也常常去買</p>

	<p>回來抽驗，如果不合格，比如說裡面含有西藥，他就會送調查局，我們這個機制有，但是過去地下電台的傷害已經灌輸民眾很深的印象，這也間接影像到現在聽眾的購買意願很差。</p>
<p>博士你聽起來對 NCC 有一些期許，希望政策或者法規有些調整空間，你有什麼建議？</p>	<p>說實在我也感謝 NCC 把我之前做理事長做的建議都有檢討跟改進，對於廣告比如說節目廣告化，這部分以前認定很嚴謹，嚴謹到什麼樣的程度呢，你同一個人要做廣告一定要講進廣告，否則會把廣告內容當做節目，人家每個聽眾都知道這是廣告，但是 NCC 認定你沒有宣告，你是節目主持人做廣告，你要宣告讓聽眾知道，我們本來法規就是節目要跟廣告區隔，區隔的意思是說，我不要做一個旅行團廣告，把旅遊景點，哪邊很好玩，我要帶你們去玩，團費多少，搞在一起，變成節目跟廣告的秒數混在一起沒辦法算，本來意思是這樣，那我們廣播電台已經執行到，我播放音樂完之後我就廣告，但是我不一定要說進廣告，廣告完我就再播音樂，這樣用音樂區隔，但是 NCC 就不認為音樂有區隔功能，一定要我們說進廣告，當然進廣告的意思表達方式，做一個工商物，類似的詞句表達。但是做節目的人會有一個很大的盲點，我現在播歌，歌放完了，現在要回到現場，他就開始做廣告，忘記說要宣告進廣告。前面可能腦袋想什麼，我開 MIC 要講什麼話，他腦筋組織，可是你 MIC 一開就接了。有一個笑話，廣播節目理事長，進廣告三個字寫很大放前面，等麥克風開也是忘記講，呵呵。</p>
<p>看習慣就忘記。</p>	<p>對，所以不要像剛剛說的，那個連我自己都說不過去，不要把旅遊節目好的景點，有價錢、電話跟公司名字，你不要混在裡面，你要做就區隔開，旅遊的部分就單獨做一個三十秒的廣告，跟剛剛說好玩的介紹，你把它區隔開就好，如果沒有這樣混在一起，我覺得不一定要用進廣告，你可以用音樂區隔。</p>
<p>有區隔這你支持，但是不一定要用宣告的方式。</p>	<p>對阿，常常會忘記。</p>
<p>只要聽友可以瞭解區分，可以是歌曲或者其他的。</p>	<p>讓他們知道你現在說的節目單元跟產品沒有相關，因為 NCC 以前我跟何處長研究的時候，他</p>

	就講了幾個廣告元素，公司名字、產品名稱、功能、電話、價錢，這是廣告元素，你如果說節目單元裡面沒有這些，兩個或者三個以上的廣告元素，你就不要當做廣告，比如說有的是講，我的產品健康常識的報導，他又沒有說產品名稱，比如我剛剛說補鈣質對身體有什麼幫助？一個嘗試也沒有價錢或者商品。
有時候只是一個養生資訊，也沒有商品資訊，應該說在節目廣告化的認定上要適度放寬一點。還有其他政策上要注意的嗎？	那時候我們常常反應股權問題，我想也很多人說拉，現在一個電台資本額幾百萬，還要十一個股東，誰願意經營，而且不是很賺錢，甚至於要賠錢。
百分之九。	九點九拉，十以下，所以說以前也建議過，小功率電台大概可以，最少三個或四個股東拉，中功率最少四個到五個股東就好了。至於幾等親以內，媒體的，都可以拿掉了，因為網路的影響力，我剛剛說陳昭榮的例子，他有多少粉絲？一定比廣播多啊，不然他怎麼一天賣一點五噸的鯖魚，也就是說廣播電台影響力這麼小，以前反壟斷的規定可以漸漸拿掉。
有人建議回歸公司法就好，不用廣電法去限制他。	可是公司法，一個人也可以做一個公司啊。
對啊，會太寬。	所以我剛剛說小功率可以三個或者三個以上。
但是不要這麼零碎了，十一個會太零碎。	他又會限制家族不可以超過百分之五十，希望我那本廣播電台有效聽眾，這麼微量，可以在這方面多著墨一點。
那剛說的是管制，也適度做一些調整，有沒有希望政府多那些獎勵或者鼓勵措施？	鼓勵喔，以前金鐘獎，我們一直很詬病，怎麼說，金鐘獎可以說是漢聲、復興、教育，這些公營單位還有警廣，公營單位拿到下一年聘書的保證，所以他們吃飽閒閒沒有業績壓力，他們就拼命在節目上下功夫，但是我們想一想，他們這些單位，電台收聽率，是不是很重要，因為他們的從業人員很有時間，沒有業績壓力，為了拿下一年度，因為他們都是約聘，如果金鐘獎入圍的話，下一年合約就沒有問題了，所以每個主持人有空就思考節目怎麼做，尤其要評審的單元怎麼做到最精緻，所以變成所有獎項，一半以上就是少數幾個電台拿走。
這跟電視的金鐘獎也是大部分由公共電視拿走	對。

一樣的道理。	
我是覺得說，獎項或者獎勵方式，可能公民營，不處於公平地條件下，不辦在同一個條件下來做。	最好是這樣啦，就是說公營一個獎項，民營一個獎項，當然現在民營佔了百分之九十，台語電台大概佔百分之七十，給獎的話當然不是完全照這個比例，但是也不要偏離太多。找評審就很重要，因為聽國語電台的老師，他評審對台語電台就不會滿意。就是說，這個評審，像以前新聞局時代，我做社區電台協會理事長，我就找，那時候好像也是張崇仁的樣子，我忘了，他是廣電處不曉得二科或者幾科。
我如果沒有記錯是二科。	我跟他談說金鐘獎都公營電台拿去了，可不可以有個比例，我建議一個方法，評審對哪一類型的節目或者哪一類型的電台，就要找那一類型的主持人出來評審。當然裡面有學者也有資深從業人員，這樣是不是評出來比較像這種，我們廣播結構的生態。因為人都有自己的看法，我喜歡聽西洋歌，我對這些台語歌就不滿意，講台語的節目台語的話題就不會喜歡聽。所以說這種評審決定要不要給獎，很重要的要件，當然學者、專家、資深從業人員都要有，但是我們資深從業人員，以前很欠缺，後來建立之後有，但是都偏向國語台，不容易啦。
剛剛你提到現在走網路很多，現在越來越多電台會去結合新社群的媒體，去 FB 或 IG 甚至會做直播，你怎麼去看這部分？電台會嘗試要這樣做嗎？	說一個笑話，以前我是廣播工程背景出生，以前我在洋洋電台上班(47"46)，然後去教育電台裝機器，從他們監聽的喇叭聽出來，一個小姐播報新聞聲音很好聽，後來探頭進去看，唉呦怎麼長這樣，呵呵。所以也就是說，廣播從業人員，因為靠聲音，聲音美不一定人長得美，人美不一定腦袋美，所以不適合每個人都來當直播，但是漸漸會走到這條路，就是說這方面可行，但是我們電台定位要考慮到，你靠什麼維生。我賣這種產品，我的聽眾群在這裡，你去抓一個這方面的聽眾群幹什麼，他也不會買你的東西啊。
比較會用網路或者直播是年輕世代比較多，你們服務比較年長聽友的會不太一樣。	對，像我剛剛說的，隨世代的轉變還是會走到這條路，只是時間早或者晚，但節目主持人改變也是會改變節目生態，不一定老的就會守在老的節目方式，你看現在老的也會 LINE，也就是說，我們還是會走到這條路，只是時間快慢，也許

	<p>三、五年，六、七年，也許不會隨著年齡的變化這麼慢。</p>
<p>你會希望 NCC 站在主管機關的立場上，你們碰到什麼困難，會希望有些協助嗎？</p>	<p>我們走到這條路，你看我們競爭對手，以前廣播是特許的，競爭對象有限，走到這條路來，競爭的對象非常非常多，但是如果你廣播電台跟網路上連接在一起，人家網路上都可以講的廣告，你廣播不能講，尤其你同步播出的時候，人家就會質疑，他講這麼好，他講產品這麼有效，為什麼你講不出來？是不是你的效果沒有這麼好，是不是這樣？這就是以前地下電台的時候，聽眾對我們的質疑。我說我們講出來，人家就會說我們涉及誇大效果，就要被罰。未來有線跟無線，對聽眾消費者來說都是一樣的效果，這法規怎麼適應是 NCC 很傷腦筋的問題。網路上你怎麼規範，他們在哪裡？不需要申請他就可以賣東西，有誰管？公平會、衛福部、NCC 阿，也就是同樣的利基，不同的傳輸方式，管制要不要把他一致化，一致化也就是因為廣播聽眾群少，是不是用基本一般的法律管就好，不用廣電特殊法規管理這一塊，也許有一天會走到這樣的地步。</p>
<p>其實這也是一個挑戰，也不算新興議題，好幾年了，網路尤其現在自媒體很發達，網紅就是在賣節目阿，他就是有推銷很多商品阿，有些部分在廣播裡面反而受到管轄，這些沒有被有效管轄，怎樣是合理，大家可以接受，不要看起來兩套不同的執法標準。</p>	<p>你用有線電視來跟無線來的，兩套管理標準不一樣，這樣怎麼做？現在廣播方式，網路方式也包含電視，這部分管制標準不一樣，如果還是用廣電法管的話，當然沒辦法跟他們競爭。</p>
<p>這部分大家都要傷腦筋。</p>	<p>對，但是這條路以後都要走的。</p>
<p>對，必然的趨勢。博士，謝謝你。 會議結束</p>	

第 8 家：大眾廣播股份有限公司

主持人	受訪者
	<p>我先簡單自我介紹，黃文定，其實我跟電台淵源很深，開台第一批員工到現在。中間有離開一小段時間，去年才回來，開台前十幾年我都有參與到。</p>
<p>有主持節目嗎?</p>	<p>最早最早的時候，聯播網，KISS 最早，我想老師也知道，之前最鼎盛的時候，全省包含高雄、台南、台中、苗栗、台北，最早有五個台，現在因為策略聯盟大家的想法，沒關係。現在我們的聯播網只剩下高雄跟南投這兩個台，雖然只有這兩台，但是因為剛剛提到這幾年轉變，網路興起，APP 興起，社群的出現，把我們早期從官網裡面的線上收聽，HI CHANNEL 收聽，早就打破區域的限制，所以我們高雄以外的聽友一直以來都非常的多，這是我們跟其他電台的經營模式不太一樣，可能過去早期，包含我們也一樣，只有透過相互策略聯盟聯播的做法，現在早就打破這個圍牆了，這是第一個先補充。第二個我們的受眾，從電台一成立，包含我們的營運計畫，最早是十五到三十四歲。</p>
<p>對，比較年輕的。</p>	<p>那時候大家也知道，聽的大部分是學生，上班族反而比較沒有那個。現在整個顛倒過來，主要是上班族跟開車族，學生也有，但是不瞞二位講，真的衰退太多了，這是整個廣播收聽族群的轉變，不只是我們家轉變，因應這部分也讓我們不得不在整個廣播的主力收聽，剛剛也說了，二十五到四十九，但是有些網路社群經營還是比較年輕，十五到三十四到三十九，這還是我們在網路平台，社群平台去攻的，但廣播部分攻二十五到四十九，大概差十歲，這部分還是會有小小差異。</p>
<p>請問你們廣播跟網路節目是一樣的嗎?</p>	<p>基本上都是一樣的，那網路部分有一小部分直播節目，包含剛剛提到的 KISS 一把罩或者我的臉書直播，有些一樣，有些不一樣，我會看情況，但是聲音呈現的廣播部分，線上收聽都一樣，有段時間我們做了網路音樂台，後來為什</p>

	<p>麼停掉，因為效益實在太低了，很多電台這樣做，我知道部分還有這樣做，但是商業效益太低了，包含剛剛看的數位廣播，早期投入很大的，現階段都沒有太大意義了。</p>
<p>我想協理也很清楚整個廣播產業，我們從 2013 年承接 NCC 這個專案，他大概三年左右，廣播跟電視輪著做，看電視收視行為跟廣播收聽行為，我們 2013 得標開始做，中間有 2016、2019，這幾年轉變很大所以我們每次關懷的主題也不一樣。像協理說的，這幾年廣播產業有很大的變化，MOBILE 還有 APP 興起，也很高興看到你們把聽眾年齡往上，應該說擺的重心不一樣，還有載具的衝擊，簡單來說你們還是定位在當代的流行歡樂，塑造起 NO.1 的品牌，這是很鮮明的部分。</p>	<p>剛剛定位的部分我把一些基本資料，這也是我們基本定位，提供給你們參考。</p>
<p>這是一個品牌經營，這二十年也經營的非常好，這是非常鮮明的。那現在運用這樣的方式，這十歲的差距也呼應這十年來世代的變化，對於廣播電台未來的看法，即使說現在不完全主力在年輕這一塊，但是歲月的推演聽眾還是會慢慢走出這個範圍，年輕的會上來，協理怎麼看這一塊？</p>	<p>一個是大環境變化還有廣播，一個是整個市場大環境，一個是廣播聽眾的大環境，這幾年變化太大了，你說接下來怎麼變？接下來的環境我們沒有太樂觀，但是廣播這產業是不是就沒有機會沒有希望？我們還是充滿希望，只是說接下來的做法，這十年來，我們電台算是，我講比較不要臉的，我們算是走比較快的，而且我們是第一個成立影音小組的，其他電台十幾年前沒有看到，董事長很早看到這樣的趨勢，我們也先做了，也應證這幾年的變化，包含明年影響可能更大，包含 5G 出來，現在的 4G 很多聽眾已經被這個影音，我覺得多少都影響到了，你說接下來怎麼因應這部分，這幾年網路社群的經營，就是一個大方向繼續 FOLLOW，以大陸的說法是融媒體，我們這邊更多是整合行銷整合資源，把網路整合在一起，大家第一個做的是直播，剛說的臉書，還有 LINE@，反正社群跟影音這一塊，我們現在比重上有放比較重，一個是聽眾喜好，一方面希望把現有聽眾 HOLD 住，還有把過往我們覺得很棒的年輕族群，透過這樣的方式喚一些回來，這是我們在做的，第二部分，你說直播或者臉書營運，既然是大趨勢，我們會把廣播部分，新的，也許</p>

	<p>接下來有新的東西也是再彙整進來，如果不這樣做，我們也擔心廣播被邊緣化，我在大陸也待一段時間，車聯網，剛剛說的融媒體等等，現在聽眾收聽廣播已經碎片化，這是一個趨勢，我們也要跟上，如何做新的媒體整合，我們也正在做這樣的事情，從你剛剛看我們的簡介，我們一直努力在做這件事情，還有直播部分我們現在也放的越來越大。</p>
<p>你們直播是放 FACEBOOK 還是 YOUTUBE 還是 TWIST，你們直播平台主力在哪個方向？</p>	<p>臉書現在放比較多，YOUTUBE 也會有，TWIST 也會有，但是 TWIST 那時候因為我們有開一個比較年輕族群的節目，電競玩的瘋我覺得這是一個趨勢，透過一個視覺要在廣播不好呈現，所以透過電競這次的實驗結果，我們也慢慢有些新的，現在做直播我們也慢慢有些變化，以前會做錄音室直播，但是現在慢慢切開，雖然還是有像專訪的錄音室直播，但是也會有針對主持人本身的群眾魅力，跟他本身的專長，我結合時下媒體，跟廣播相輔相成，新的直播，叫做影音節目好了。</p>
<p>有點像自媒體的概念。</p>	<p>對，可以是這樣的說法，這塊也是我們現在繼續 FOLLOW 的事情，你說做到很起色嗎？我們還在 TRY，但是效果還不錯。</p>
<p>所以看起來你現在走向 DJ 概念，主持人 DJ 個人化的概念，透過活動議題包裝，用這樣的策略去發展一個社群時代的 BUSINESS MODEL，我大概用這樣去說明。</p>	<p>沒錯。</p>
<p>在社群時代裡面，議題擴散跟黏著度是會被關注的，我問的比較深，你怎麼知道現在進來的這些人是誰？還有我怎麼在議題擴散跟黏著度更深去經營他？</p>	<p>從幾個層面來說，我們為什麼會慢慢往社群也好，或者影音繼續深耕，一方面聽眾需求，再來客戶需求上也是強大需求，過去廣播廣告可以滿足他，現在沒辦法。所以我剛剛強調，所謂整合性行銷，一方面滿足我的聽眾需求，二方面也有我客戶的需求。</p>
<p>這些聽眾你怎麼經營他？</p>	<p>之前我們會跟尼爾森買數據的時候會看到一些相關的，但是這段時間沒有繼續合作，因為很多沒辦法想像，其實我們長期都第一，照道理繼續採用他的數據是 OK 的，跟你分享一下，如果我沒有繼續跟他買，其實我們在收聽率上的數據是看不到的。</p>

<p>反而入不了他的評鑑?</p>	<p>這是很奇怪的，等於其他電台秀出來的收聽率就失真，因為這台就從台灣市場不見了，這是不合理的。再來像剛剛說的，現在收聽不只是高雄，還有透過 APP 的收聽，那份數據我們這樣觀察已經不夠客觀，之前還有採購他的數據的時候，從他的分析裡面，我廣播受眾會比我網路族群年輕一點，他的數據會提供一點參考，第二部分，從我們不管 LINE@ 或者臉書後端的相關數據，我們的發文或者做直播，還有臉書平台做的互動東西，也會做基本分析，雖然分析數字很有限，但是還是可以看出一些端倪，一些效果，這塊跟廣播比起來是另外的效果。這些網路平台有更直接的東西過去廣播有收聽率調查，他的實際反饋一個是慢，一個不是很精準。</p>
<p>因為聽眾願意打回去的就是一群人。</p>	<p>我覺得新的網路社群給網路一些不同的刺激點，我們會透過後端數據分析，輔助我們修正方向，去年做電競玩的瘋，我們先暫停是因為發現現在的做法可能不太 OK，我線上，我的廣播版跟影音版做同步了，但是我發現這樣不行，因為在電競的部分更多的是視覺內容，如果沒有切割開來做，對玩家聽起來無趣，我要顧到原本廣播電台定位，這部分就會融不起來，像我剛剛說的，如果沒有去嘗試也不知道，所以我們要加快腳步不斷去 TRY，因為聽眾變化太大。</p>
<p>我覺得你們也調整的很好，很快速，畢竟從聽覺到視聽整合不是容易的事情，不只是畫面轉播的概念，還有世代的因應跟議題。</p>	<p>這部分我們幾年前，裡面好像也有一個問題是異業結盟，一個是跟廣播結合，我們現在跟南投廣播結合，另外一部分，其實我們很早以前，跟電視或者其他媒體合作就很密切，早期中天，現在公視、台視還有天下雜誌、親子天下，跨媒體的合作跟大家資源的整合，我們一直在做，這塊也是過去的經驗傳承過來，到現在因應大環境變化，現在有新的媒體社群出來，我們可能會比別人動的更快一點。</p>
<p>這是很不容易的。接下來碰到下一個議題，在這樣的過程中，你們成立新的組織，像是數位影音小組，去做相關的因應，但是節目轉型或</p>	<p>第一個部分確實有世代問題，絕對有，我待了二十五年發現，新一輩的主持人或者 DJ 們，想法跟過去確實會有很大的差別。我回答第一</p>

<p>者電台轉型的時候，會碰到新舊主持人可能不一定在一樣的腳步，KISS 會碰到那些議題？或者你覺得哪些是更重要的挑戰？</p>	<p>個，我們會不斷做教育訓練，拉近彼此的共識，這是內部的教育訓練，當然外部的教育訓練，各單位舉辦的，包含 NCC 辦的這些我們也會讓同仁出去學習。還有剛剛提到的影音小組，他不是單純一兩個人的小組，他會納編所有節目人員跟跨部門整合，這單位已經是核心單位的發展，不是兩三個人做這件事情，而是大家共同完成這個新概念。包含剛剛說的社群，我不是一個小編做所有事情，他會跟所有節目相關聯，跟業務相關聯，所以我們是採這樣跨部門的變形蟲組織來因應這部分。</p>
<p>因為我們在別的廣播會遇到，你們發展網路社群媒體跟直播，會不會有些主持人不太願意露臉，有的節目會不會在網路上只有音樂或者白板節目這樣？</p>	<p>我們倒不會這樣，第一個我覺得把適合的人放在適合的位置，這是我們要思考的。那些人適合做直播，也有人適合做小編，我們會把人放在適當的位置上，你說他真的很抗拒的部分，你硬逼他去做這件事情效果也不好，這是原本人的部分。再來新招募的時候我們也會去做這樣的要求，告訴他未來會做這樣的事情，這個減低了剛說的，他的抗拒感。</p>
<p>那舊有的抗拒感多嗎？</p>	<p>還好，因為我們會去溝通，看看你適合不適合做這樣的事情，所謂的影音社群，這種新媒體運營，我覺得角色很多元，不一定大家都透過露臉，也不一定帥的美的就會有效果，也不是耶。</p>
<p>沒錯，要有特色。</p>	<p>對，要有特色。</p>
<p>這樣發展下來，就 KISS 本身來講，這也是 NCC 委託，他也想瞭解說可以提供給業者什麼幫助？對您覺得您會需要什麼協助？</p>	<p>講幾個比較困難的，大環境 NCC 可能幫不了忙，這幾年衝擊比較大的是一例一休，不瞞二位說，過去很多代溝也是因素之一，過去哪有這樣的問題，加班跟補休，因為在媒體行業裡面，算是比較機動跟彈性的行業，一例一休之後我們經營管理上會比較綁手綁腳，那也許當初這立意是好的，但是現在很多行業在執行上會比較辛苦，如果未來可以多一點彈性，我想媒體算是一個比較特定的行業，你說颱風或者天災的狀況，我們會是在第一線幫聽眾服務的，但是受限於這個，有時候人力的安排上，說真的還滿吃力的，這是第一個部分。</p>
<p>希望在一例一休部分，有行業特殊性考量，適</p>	<p>對，應該說彈性運用，該讓員工休息我也是支</p>

<p>度做彈性運用，不要說放寬，而是彈性運用。</p>	<p>持，KISS 一直都照法規走，這我們也支持，只是可能多一點彈性，剛教授您說的。第二個大環境部分，可能政府也不能，但是有些實際的部分，這是我個人觀點，你們可以列或者不列，包含有些補助案，反而我們這種大眾喜歡的，我們會比較吃力，我看有些補助案會偏重特定的。</p>
<p>可以舉例哪一類型的案子?</p>	<p>我覺得有各種類型，因為這些都是公部門，如果可以讓經營績效更好的可以有多一點的，可能我們期待的呈現方式跟他的呈現方式不一樣，我覺得很多的這種評審觀點，說真的我還是覺得偏重在那個，鼓勵一些比較特別或者特殊的一些，我們也可以往這邊靠。</p>
<p>因為公部門是一個攏統的說法，還有牽涉到各級單位，包含中央或者縣市政府或者很多，包含主管的監理機關或文化部，每個策略上看起來都不太一樣，我們去訪問也針對監理機關，看起來目前補助部分，像媒體識讀相關的方式，可能對產業本身或對廣播本身發展助益比較不大，有人會提到補助部分，有沒有可能調整補助項目或重點，協理覺得?</p>	<p>也是這個意思。</p>
<p>有沒有希望他做什麼方面的調整?</p>	<p>這說不上來。</p>
<p>協理，你們去申請補助的時候有沒有遇到覺得不公平，或者說偏心?</p>	<p>應該說這層面可以看更廣一點，我們常看到的補助案就是偏鄉地區，那些單位確實要關注，像我在高雄，每次做這種補助案我們也很吃力，既然他有特殊的目的我們也可以理解，既然他知道現在廣播生存比較辛苦，是不是可以有不同的鼓勵機制。</p>
<p>或者說，我們綜合訪問，比如說現在是一個轉型的時候，鼓勵做數位匯流，創新的觀念。對 NCC 來說，監理機構來說，他有些是鼓勵創新的，走向跨平台運用，走向年輕世代的耕耘，不管在節目創新或者整個平台或者技術創新，這案子可以協助業者做嘗試性，協助他取得部分資金去克服人員跟技術上的困難。</p>	<p>教授解釋的非常好，我大概就這個意思，我舉一個比較具體的，每年我們會辦聖誕有愛~ 美夢成真這個公益活動，那其實我們辦的活動很多，不瞞二位說近年的活動越來越少，以前我們活動很多，一年三百六十五天就超過三百六十五場，現在真的沒辦法，像剛剛說大環境轉變，客戶都不一樣的，你說像這樣有意義的活動，我可以跟政府拿錢嗎?沒有辦法，但是我們覺得有意義就持續在做，反而這樣的活動，政府機關看不到，他要我們去做關注特殊族群，</p>

	<p>我們這樣也是關注特殊，但是我們是號召普羅大眾來，但是我們可能沒辦法獲得一些鼓勵，可能就參加金鐘獎這一些，如果可以實質上更多補助去做這些好事，公義的事情，會更有機會。</p>
<p>所以沒辦法申請活動的一些東西?</p>	<p>沒辦法。</p>
<p>所以就申請一些企業的補助?</p>	<p>我是舉這樣的例子，所以說大環境不好，贊助又越來越少。</p>
<p>剛剛說要補助具體或者特定活動，可能會有綁手綁腳的限制，如果思維或者方向來考慮，包含創新，結合平台，或者某種程度是鼓勵做產業的整個翻新創新跟改變，從這角度上思維，或許可以把角度放寬一點。</p>	<p>我再舉一個例子，也是希望政府或者 NCC 可以把廣播的推廣，透過各種形式怎樣做的更多元，剛剛提到電台運營的微調，除了透過廣播廣告辦活動，包含這幾年，這兩三年，這成效也做的很好，小小廣播員的培訓，這活動也很有意義，一方面讓小朋友做很好的素質培養，也讓他從小開始扎根，讓他接觸廣播，不瞞二位說，很多小朋友也搞不懂什麼是廣播，因為家裡都沒有在聽，所以也會慢慢有代溝，斷層，我們辦這樣的活動，如果政府覺得讓我們有可以申請的機會，大家一起來發揚光大廣播的事業也是很有意義的事情，我們自己也是有在做了，除了辦小小廣播營，跟聽眾做直接的互動，服務家長也加強對小朋友對廣播的認識，今年做了一個很好的嘗試，我們跟市政府的衛生局結合來辦廣播營，他可以把衛生局今天要做的拒菸宣導，置入到廣播的課程裡面，像我要辦廣播營，我也是要教這些小朋友去錄音，這些錄音的內容我把他換成宣導的內容，這部分的結合，我覺得如果有更多政府可以協助我們一些費用的支持，我想我們辦的成效會更好，這也是從原始廣播，透過原本廣告慢慢轉型，我們既不賣藥，也不去做奇怪的廣告，甚至廣告不好的我們也篩選掉，你說台灣有幾家這樣的電台，這部分我們一直在找出路，但是我們感受不到政府在這部份其他的支持，可能他現在所謂的支持部分是用比較傳統的思維，一些比較創新，像是社群或者 APP 跨領域的收聽，他不是頻率的推廣，但是他是整個台灣廣播發展重點的推廣東西，他應該有不同思維協助業</p>

	者，不是讓業者現在就靠自己的力量求生存，說白是這樣。
聽起來我們訪問下來有很大的感觸，現在對廣播業者來講，他不是只有節目上去爭取聽眾，他是在整個影音平台去爭取聽眾。	包含各種平台，有影音有社群，還有各種活動的舉辦。
實際上是不容易的，所以監理機購在做獎勵補助的時候，不再只是補助節目本身的概念，他其實要鼓勵業者在創新，跨不同平台去做整合，協助這一塊，透過適當的獎勵補助政策，讓業者去做這部份發展。第二個部分，音樂是貴台的 NO.1，就是台灣流行音樂在整個華人的市場。	影響好大。
所以 KISS 也引導了流行音樂某種程度的風潮，音樂其實無國界，但是我們常常會碰到音樂著作權的問題。	這也需要政府幫我們好好反應，這收費太不合理了，一首歌剝這麼多層皮，我想你們都知道，不管 APPLE NEWS。
四、五間吧。	這真的 NCC 如果重視廣播未來發展，他早就該出手協助。
公司法也有自己的規定。	要收幾十萬，現在的業績真的很痛的。
其實某種程度上，可以協助發展一個，收費是合理的，發展合理收費機制，可以是整合性的，不是各自索價的概念。	一家一家來，說白就是這樣。
你們一年要收多少版權費？	我們都是上百萬的。
你們使用量大。	我們都是乖乖繳的。
所以我剛剛特地問你，你們很有代表性。網路會收你們這一塊嗎？	去年開始在吵這件事情，但是我真的覺得沒有道理拉，我都是傳輸到節目。
傳輸的方式不同而已。	一首歌已經剝很多層皮，有音樂著作權，演唱著作權，詞曲著作權，我都是同一個東西，就不合理阿，現在不管透過什麼，協會透過智財局也沒有用啊。
對拉，他都會說是不介入商業，尤其智財他會希望雙方協商，呵呵。	這點確實謝謝教授提醒，要幫我們反應。
我們上次也有寫，我們做客家電台的時候他們有提出這個問題，因為這問題也滿嚴重的，我說實話，對你們來說就是必要元素不能排除在外的，尤其你們音樂性越強，在這種情況下如果他們沒有合理的使用機制，對你們是沉重的負擔。	謝謝，這一定要幫我們反應，因為非常的沉重，這非常有必要。
除了這個之外，你們是音樂性為主，一方面要	我從幾個面向來回答這問題，數位化之後，包

<p>帶動音樂風潮，不管音樂創作或者行銷，你們都走在很前面也走的很好，對音樂的資料庫 DATABASE，在數位資料裡面，你們嘗試怎麼去做或者調整？</p>	<p>含我們音樂資料庫，從一開始就以電腦輔助系統去做，簡稱他叫做數位化做法，包含我的每首歌，不管他有沒有灌到我的主播出，我都會把他轉成數位化檔案，所以 CD 慢慢就是封存的概念，包含有的唱片公司不發實體 CD，而是數位化的部分。音樂發展我剛剛有提到變化非常大，其實我們電台在這部分，也必須跟聽眾市場轉變，從最早所謂當代流行樂電台，當代是各自可以解讀的，其實我也是在跟著變動，從以前年輕族群多的時候，我肯定新的會放比較多，現在比較流行比較 POPULAR，或者大家比較熟悉的東西，我放的比重比較多，剛好一個是聽眾族群轉變，因為我剛說到設定族群不同，二十五到四十九跟年輕人聽的會不一樣，還有唱片環境，新歌出來的量少很多，數位化的情況，整個唱片發展也影響很大，我也沒有這麼多新的東西去滿足我的聽友，新的東西現在這群主力聽眾他的接受度也是比較低的。</p>
<p>你們會聽大陸歌曲嗎？如果新歌很少的話。</p>	<p>我們沒有排斥哪個區域的歌曲，你說學貓叫我們也播阿。</p>
<p>某種程度上，音樂授權使用，隨著節目影響，不只是台灣地區，還有在整個華人區域，甚至全世界都可能，藝術的範圍外就會牽涉到音樂使用的問題。</p>	<p>我只能說我們家是樹大招風，其實包含 HI CHANNEL，他本身就寫的很嚴謹，台澎金馬，上去的話就是只有台澎金馬可以聽，你說藝術劇，別人家的東西上去就沒有事情，但是我們就會被停掉，好像是點閱數的問題，我們家確實點閱率很高，我的側面瞭解有 AI 機制，只要跨了領域就會那個，基本上主攻還是台澎金馬，其他跨了也只能移出去，撿到了，不然怎麼辦，我的版權授權，這幾家音樂著作也是台澎金馬，把我上到 HI CHANNEL 的也是台澎金馬。APP 只能說碰運氣，有些地方沒問題，有些聽不了。</p>
<p>GOOGLE 會抓出去的部分嗎？APP 或者 ANDROID，會抓 IP 同的位置嗎？</p>	<p>目前不會，但是 YOUTUBE 會，但是這主管機關應該也沒辦法，因為被授權就是台澎金馬。</p>
<p>因為有時候版權授權是 WORLD WILD，他不是只有版權問題，如果上一端在授權的部分解決，下一端也可以考慮到授權以外的。</p>	<p>對啊，如果那可以解決，當然全世界的發展對我們最有利阿，因為現在也是會受限。</p>
<p>其實那影響力就會增加很多，就是影響力的問</p>	<p>對啊，但是這我就不知道是不是授權的單位上</p>

題。	那個。
現在雖然是數位化的概念，但是 5G 的時代馬上來臨，下一個傳輸世代又會改變，也有人提到說，貴公司因應很快，是不是會希望監理機構裡面，未來傳輸相關的部分，不用各家去各顯神通，而是協助集合力量裡面，協助業者解決這一塊，你可以在本業裡面去盡更大的能力做的更好，不知道協理你覺得？	當然如果有最好阿，如果能夠有這樣的服務做這樣的整合肯定更好的，像教授說的，現在的通路跟平台，我們都一家一家處理，如果政府單位可以統一幫我們有機制出來更好，甚至收費部分，比方說 HI CHANNEL 有一定的上架費，如果有一個機制在肯定更好。
或許他不能介入你們個別的議價，但是可以結合大家的力量，因為有公協會，可以解決傳輸問題，平台收費問題，協助音樂授權相關部分，在這幾個環節裡面，某種程度上可以有一個比較透明或者比較好的協商機制，對整個廣播發展也可以突破廣播本身的概念。上一次 2016 就在針對十一梯次的部分，因為這是政策，協理怎麼看待釋照，怎麼看待這個產業？	已經夠辛苦了，大家會更辛苦，我個人感覺就是加油吧，大家加油吧，像教授講的，既定的事實了，整個大環境就是這麼糟糕的狀況下，還要面對接下來的 5G 跟新媒體競爭，這樣下去大家只會更辛苦，所以我才會說大家加油，各自努力。
可是 5G 的影響，4G 的影響，主要是影音上去的速度加快。	應該說會把聽眾的使用習慣更顛覆的改變，現在已經改變，只是改變更大，比如說我們有暑期實習生，我們也做了簡單的市調，聽廣播的時間跟聽廣播的人，急速在下降，他們在幹嘛？就是看影片的東西。
YOUTUBE 那些東西。	對，當這些東西越來越快，他們接收的就更多，就會剝奪更多聽廣播的時間，對我們影響就會越來越大。
其實每個媒體都會受到影響，電視也會影響到看電視的時間。	對，都一樣，報紙也是一樣，對傳統媒體確實很大。
那就是要跨出去，傳統媒體發展成，按照不同社群不同議題，轉化成不同自媒體的集合。	對，所謂融媒體的概念。
現在美國很流行，亞馬遜流行智慧音箱，台灣也慢慢發展，我們也有去看智慧音箱，但是他好像很少廣播可以上去，因為正在談授權，這塊你們有考慮試試看智慧音箱這塊嗎？	現在確實還沒有想到這塊，但是我知道這塊發展很快也是未來趨勢，我剛剛說現在收聽廣播碎片化，因為我也在內地待一段時間，他們現在廣播衰退很多，一方面有新媒體，二方面有多少喜馬拉雅，把幾個那種。
唱片公司嗎？	不是唱片公司，而是音檔的 APP 他們發展非常好，這種東西更適合去智慧音箱。
你講的是像 KKBOX 的東西？	對，比方說我剛剛說的喜馬拉雅，他一個 APP 裡面，有成千上萬，數百萬的來源跟音檔，這樣的東西，包含內地有很多這種數位音檔，他

	就放幾個在上面，這種選擇性可多了，你說我以現在一家廣播電台的力量，參與到這個，第一個台灣市場這麼有限的狀況下，我要投入的人力跟物力。
你是覺得市場性不足?	對。
這樣聽起來，數位音箱以 KKBOX，他有最大的能力在數位音箱上可以獲利的樣子?	我覺得這很難講，這也是我個人看法，我發現大家收聽音樂來說，廣播是一個渠道，KKBOX 來說，YOUTUBE 也可以看阿，現在渠道太多元了。
KKBOX 在辦自媒體耶，他也有 KKTv，他在擴平台。其實就是渠道的整合應用的部分。	對，所以數位音箱部分，我們可能現在沒有能力去做，說白是這樣，但是他是一個趨勢。
有些國家慢慢退掉 FM，像是挪威沒有 FM 跟 AM，我們訪問也會發現有些業者的恐慌，下一步呢?	其實就看台灣接下來的發展拉，我們也遇到這個危機，但是我們會找其他轉機，我覺得 FM 會再生存一段時間，會不會像報紙這麼劇烈，也很難講，我常跟比較年輕的夥伴講，很多人還沒有聽過民生報，我們應該是看民生報長大的，你說廣播會不會到那一天，我覺得短時間不會，因為他還有他的既定陪伴跟他的功能在，但是你說廢掉他，像剛剛聊的，我現在就算沒有 FM 頻道，我有一個 APP 也是可以生存阿。
就完全走串流的部分。	對啊，就算這塊，你說會不會某一天到來，你說國外或者內地，現在多少車子不一定有 FM 廣播，他整合到 APP 裡面或者播放平台。
應該是 ICAR 這種東西。	這也是間接 FM 頻道不見，你也可以這樣定義他，所以我們不斷讓自己可以永久生存，透過各種新的形態跟平台，我們再找尋讓自己活得更久。
剛剛講的會是傳輸跟渠道跟平台的議題。接下來兩部份我想請教，對業者來說 BUSINESS MODEL 很重要，目前台灣再廣播的部分，在 COMMERCIAL 這部分，廣告或者他可以運用的贊助冠名，還是有一些條文限制，不知道協理覺得?	對我們來說這塊困擾還好，因為我剛剛說我們就是一個守法，政府的規範，包含自己的品質，對聽眾品質的要求上，甚至客戶篩選上我們一直採很高的標準，現在法規的限制上沒有太大的困擾，第一個減肥瘦身這種廣告，我們基本上就不承接，基本上會有比較大爭議的都是這些，你說藥品銷售或者保健品銷售，這種他需要放寬的那個，第二個節目廣告化，我也不是購物台，我不是賣東西的台，沒有這種困擾。
你有想發展商城，電商嗎?	就算有店商也不會打破現在的營運型態，至於

	未來的趨勢，要看我們能不能活下去。
所以我們想請教你電商失敗的原因是什麼?現在中廣發展的不錯啊。	應該說我們走太快了。
消費者還沒有出來，呵呵。	對，如果那時候跟現在，我們可能就 OK，那時候大家沒有這習慣，你說現在出來，最近有討論，現在的市場情況，我這樣的人力物力，我到底要去做哪一個經營策略，對我生存更有機會，你說電商，我跟大的電商平台怎麼去做，他可能會影響我的收入，但是會不會影響到我現在既有的廣播，聽眾對我的喜好跟習慣，我可以去做這件事情，所以很多人去賣時段或者大區塊的廣告時間，但這也是我們必須要去衡量的，如果哪一天廣播廣告不見了，那怎麼辦?未來很難講，會不會做這塊很難說，總要先生存，這一定站在合法跟聽眾可以接受。
有些業者希望他放寬，可能每小時有一些，不要用時段 BY 節目，可以是談性總量的運用，或者相關的運用部分。	不外乎就是節目廣告化的問題，剛我說我沒有這種困擾是因為經營型態不一樣，如果我是那種型態，我也會大力的說，希望衛生局不要刁難，可是這一塊站在我們行業道德立場，我是支持的。
對於時間限制，目前的法規覺得 OK?	我覺得一定的要求規範是必要的，對於審核不是壞事，我覺得幫聽眾把關是需要的。
另外一個我們最近訪談裡面也常常被提到，股權的問題，目前廣播運用再特許行業，所以他不是公司法規定的規定而已，可能這部分牽涉到股權持有分散，相關不可以是家族或者近親，有一些特別限制，這部分不知道協理有什麼看法?甚至有的會做媒體策略聯合。	這部份我個人涉獵不多啦，也不太清楚，所以我可能比較沒辦法回答你，沒什麼想法，不好意思。
剛剛我聽協理說你們節目慢慢再縮小碎片化。	目前大板塊還沒有做這麼大。
可是你們那些比較小的節目已經慢慢產生嗎?時間沒有很長的，兩三分鐘的	我們從開台到現在，也是我們的定位，也算國內第一家這樣做，我們資訊都是採短小精幹，輕薄短小，我都大概兩三分鐘，主持人的話也是兩三分鐘裡面。
妳覺得你的經驗，聽眾會比較想聽哪方面的知識?	這也是電台定位問題，有的聽眾喜歡談話性的，我覺得對我們電台定位是當代流行音樂類型化電台，我們是一個類型化的電台，聽眾喜歡我這樣類型的歡迎你加入，但是我不能貪心，你說電視有新聞台，有以前的 MTV，有綜

	合、娛樂、電影台，廣播可能沒辦法這麼細，但是我以音樂為主，我的話就不要多，因為這群聽友，我們也是做過市調說，大家對於主持人的談話，他不太感興趣，我要做到的是這群人，當初的調查研究跟我實際的聽眾也是屬實的，但是有些聽眾他希望談話多一點，那我們在這部分也不是說做一個微調，但是我策略安排上也是有點不一樣，比方說早上七到九或者下午的五到七，我話的比例會比其他時段略多，因為開車通勤時段，對於資訊滿足是比較大的，不管新聞路況或者其他生活資訊，他的需求量比較大，所以我在這部分有做微調
所以其他時段就不會?	對，其他就是精簡的，但是當初電台定位就是長這樣。
會議結束	

第 9 家：全球之聲廣播

主持人	受訪者
現在聽廣播的聽眾越來越少，他們聽音樂或者廣播內容，但是不是純粹從廣播聽，也可能不僅限於聲音的部分，他也可能有影視的匯流，這是我們在這次前面的電話調查中，可以看到明顯的現象，現在對貴台來講，你怎麼去定位自己的電台，以及你怎麼去瞭解你們的聽眾，你們聽眾大概會是怎樣的對象為主?	受訪者 A：老師您好，目前聽眾的結構，從民國九十年開台到現在來講，普遍年齡層偏高，原本預計三十五歲到六十五歲，現在不可能了，變成四十五歲到七十歲的對象。
差不多往後推了十年。	受訪者 A：對，那因為我們地區涵蓋了山海屯，以台中市的區塊來講，涵蓋了這個區塊，所以說我們服務的對象，農民居多，勞工也有，還有漁民，因為海線也有我們的聽眾，聽眾的服務來講，我們透過活動協辦去瞭解聽眾，比如說地方上的活動，比如說東勢的丁版節，另外石岡的那部分也有一個學習單，那邊也有課，台中市客家事務委員會有一個據點，我們會跟他配合做協辦，活動大的話，也許我們會申請一個攤位，掛電台的布條，電台的員工當作志工，穿電台背心穿梭在活動當中，去介紹我們電台可以收聽，目前聽眾結構是這樣子。至於

	<p>會員資料庫，可能要提一下就是說，因為我們電台開台之初，有申請之初有申請直銷，像公平委員會還有經濟部申請直銷，到後來因為業務萎縮，所累積的會員資料有，我們也知道我們聽眾在哪裡，但是個資法的關係，我們想說沒有設定個資法的辦法，政府又要求你的個資法要保護的非常好，所以那時候我們就想說，那從直銷得來的會員資料，我們就用碎紙機把他碎掉，目前是這樣子。</p>
<p>可惜喔，呵呵。</p>	<p>受訪者 A：對。</p>
<p>大致上來說，會透過活動。</p>	<p>受訪者 A：活動居多。</p>
<p>或者節目中跟聽友互動，來瞭解聽友結構。透過這樣參與的情況，目前推出你們的聽友是比較中高年齡層的。</p>	<p>受訪者 A：對，像老師說的，往後推十年。</p>
<p>我知道全球之聲是客家語用途電台之一，你怎麼看待自己，定位自己?服務對象跟內容?</p>	<p>受訪者 B：當初申辦這個電台，是以客家族群為我們主要的族群，我們最重要的任務就是傳承客家文化，這是責無旁貸的，再來就是希望針對客家族群需求製作節目，也希望以客家人的喜好，跟他們的觀點來去看待這些他們關心的議題，目前因為我們編制的關係，我們是小功率電台，人員非常有限，我們電台並沒有成立所謂的新聞部，但是新聞議題的提供，我們都是用短檔的方式，用每天二十四檔的插播時間，不管是熱門議題或者某些重要專題，就用精簡的方式幫助民眾瞭解，關於市政方面，或者交通或者生活的議題，都由我們製作來呈現，我們有跟客家電視台合作，很長一段時間，現在每天有十檔新聞，其中五檔用客家電視台的，其他五檔由我們內部專輯人員去蒐集相關資料，當作我們跟當地民眾，或者當地社區的結合，大概都是朝這樣的方向，因為這樣簡單講是比較節省成本，一開始剛成立的時候可以請副台長講一下，我們節目的定位。</p> <p>受訪者 A：當初申請電台，之所以會成立是因為九二一的關係，現在已經二十年了，當初當地沒有屬於山城的電台，就核准我們來經營，當初透過地方上的居民來連署，大概五千名連署，再透過地方社團或者領導人，還有地方的</p>

仕紳來做一個資訊。所以定位上，很清楚的是剛剛郭副總提到在服務客家的部分佔很大的比例，也就是因為這樣，在我們招商的過程中非常非常困難，一般客戶聽到我們是客家電台就說不需要，因為我們受眾，聽眾太少。找贊助又來了，講說你這個是客家電台，找資金來源還有廣告收入遇到很大的困難，所以後來我們的定位，想說不如把客語元素放到國台語的節目裡面，滲透進去，讓這節目可以活絡起來，變成三語播出，所以後來就在國台語裡面穿插客語的元素，包含文化元素還有地方經濟，農產品銷售，都可以滲透到裡面，所以非常受到我們當地的方社團的好評。目前定位不變，宗旨跟經營計畫也不變，但是在政府可以鬆綁的情況下，希望可以讓電台好好經營下去，剛我們提到說這廣播已經不再這麼搶手，已經變成弱勢的媒體，節目的型態也需要改變，符合現在聽眾的需求，地方社團的需求如何，到節目中訪談，或者地方音樂，能夠演奏出傳統音樂的老人家，我們也邀請到節目來演出。緊密的跟地方連結，跟台中市政府客家事務委員會連結，不論辦活動，協辦來講，地方上基本上都是認識我們的，所以這定位基本上不變。

受訪者 B：我做一個補充，我們現在的負責人陳總，他接手經營這家電台後，他一直有個理念，希望讓聽不懂客語的人也可以接受客家電台，所以他上來後一直費盡心思想我怎麼去製播一個各種族群都可以接觸的節目，以我們這家電台涵蓋的發射範圍，比較集中在東勢、石岡、新社這一帶，這帶就我瞭解，老師您是客家人應該瞭解，這邊大部分講大埔腔，這是比較少數的，如果用客家族群劃分的話，用大埔腔製作節目，其他族群會聽不懂，對我們來說會去想如何兼顧跟平衡，既能夠服務在地聽眾，還可以擴大收聽群，我覺得任何一家電台必須要有市場很重要，畢竟我們是私人電台，當初費盡心思想的辦法就是在我們六十%的節目用，用國台客語的方式注入節目裡面，讓所

	<p>有聽眾群都可以接受，當初這樣也經過一番掙扎跟拉扯，因為主管機關不認為這叫做客語電台，客語的比例，如果說以電台發射的涵蓋範圍，傳統桃竹苗，本來就是客家族群為主，我們台中又在豐原，豐原也算一個滿熱鬧的地方，其實我們發射的範圍內也佔很大一部分是比較市中心的聽眾，所以當初要經營這家電台真的是兩難，我們非常瞭解自己的使命在哪裡，但是你要經營一個電台一定要想到我怎麼樣面面兼顧到，所以我們很長一段時間採取這樣的經營方式，也跟主管機關拉扯很長一段時間，他們一直覺得說我們好像比例都不夠，一直到一百零六年，剛好可能講客語電台成立在即，他特別把七家特殊用途電台找到 NCC 去瞭解，處長特別跟這七家指定特殊用途電台聊天，希望講出我們的難處，當然不管是原住民電台或者指定特殊用途電台，共同的心聲都是希望可以鬆綁，最好把六十%比例推掉，處長也講很清楚，因為涉及到修法，他也不能當下答應我們，除了他還有一些承辦人員也都列席，他就告訴我們說，我們可以採取一個折衷方式，你只要在節目裡面可以播三首以上的客語音樂就可以認定我們是客語節目，經過他這樣的承諾，他還特別強調說我不列入會議記錄，但是以後你們朝這方是我們就會認定是客語節目，所以那次之後我們就是這樣來經營我們的六十%部分，因為音樂畢竟沒有國界，你任何一個族群的人，只要好聽的東西大家都可以接受，這樣接受度比較高，跟我們合作的客戶也比較可以接受，所以我們就往這個方向。新聞的部分，我也做一個說明，因為編制有限，我們人非常少，我們新聞用短打的模式，所謂短打就是每天有五檔，剪接至客家電視台的新聞外，我們分不同單元，雖然都是用全球即時新聞，但是有分為人物專訪，人物專題的製作，也有一些生活層面，醫療方面，用兩、三分來呈現，滲透到每個節目中，目前是朝這方向。</p>
我打斷一下，剛剛郭副總說的三首客語音樂那	受訪者 B：我們在講客語電台還沒有成立之前都

<p>段不要打出來，呵呵。如果綜合裡來就是說，全球之聲是客家指定用途電台之一，他的使命就希望傳承客家語言文化，第一個不可否認，新生代客語的能力越來越不佳，傳承的確有障礙，還有市場變化的趨勢，我們或許可以擴大成為說，不是只有族群廣播電台的概念，而是乘載族群文化，傳播族群文化的電台，透過這樣擴大服務對象，除了客家族群，凡是對客家文化有興趣的族群都可以進來收聽廣播節目，或許可以朝這方向進行。這不要講喔，放寬部分聽起來有點奇怪，但是你從服務對象跟使命上來說，他是可以說的通的部分，就會朝這方式去做，看起來跟地方事務的結合也很深，會有地方事務的消息動態報導跟活動承辦，跟服務的聽友做互動，透過這樣去行銷推廣。有些小功率電台要關注的議題很多，他有一部分會採用聯播概念，有段時間很紅，但是現在好像也不是這樣子了，過去也涵蓋到區域的限制，現在可以匯流了，所以有些聯播也不會這麼那個，電台有考慮過加入聯播或者策略性異業結盟嗎？</p>	<p>是七家電台。</p>
<p>互相交換？</p>	<p>受訪者 B：都是每年都會有固定的聯播時間，客委會他播一筆經費，希望七家客家電台，可以在某些時段，事前徵求我們有那些時段可以釋放，有哪些電台可以承攬去製播，如果我們沒有製播的人才就可以聯播這樣的節目，講客電台成立之後，客委會好像也比較沒有這樣的經費了，所以我們也沒有這樣的機會了。</p> <p>受訪者 A：現在也沒有聯播了。</p>
<p>對，所以我們才會這樣問，我們也發現因為時代的考量，聯播這塊只有少數幾家，越來越少。但是另外一部分就是說，大概廣播業者都會面臨到一樣的問題，年輕這代的收聽方式跟媒體都不太一樣，但是舊的聽友年齡層會不斷往上推，大概都有十歲左右，一個世代，可是這對全球之聲來講，你要繼續守比較中高年齡層的或者開拓新的？</p>	<p>受訪者 C：在數位匯流趨勢這塊，因為我們知道網路打破地域的限制，廣播他在不同區域有不同收聽頻率，剛剛老師也講到，目前年輕人聽廣播比較少的，因為他的習慣不是這個，打開手機他可以聽到各式各樣他想聽的，但是廣播比較限制，我打開就不明確知道我會在這邊聽到什麼，加上收聽器具，手機的載具不一樣。所以我會希望在數位匯流的趨勢下的想法，看主管機關單位可不可以給我們一些方式，讓電</p>

台業者可以根據數位匯流給一些指引去做。現在目前我們有思考兩個方向，第一個就是目前既有的廣播電台經營模式跟理念推廣，繼續推廣他，再來就是幫助節目跟主持人，創立他們節目 POST 到網路上，像是有聲書的概念，但是這部分遇到一個最大的問題，誰要去執行，假如我們跟這些主持人或者廣告商說，你要撥一筆預算，讓你的節目在網路上可以聽到，你就不是侷限在這區域，甚至你的文化傳承就不是侷限在這邊，全世界都可以聽到客語的文化，但是他們會想說即時的效益是什麼？我在電台上播出可以得到聽眾反饋，不管 CALL IN 或者做活動，但是在網路上是一個不確定的東西，在這部分我會希望主管機關單位是不是可以幫助業者，甚至幫助節目主持人推廣文化的部分，幫助他們來去做這樣的事情，數位匯流趨勢的方面。還有現在是一個滿大的衝擊，網路時代，不管電視或者廣播，希望 NCC 可以給我們一個明確的方向。

受訪者 D：我們電台目前因應數位匯流的部分，我們目前有想到就是希望可以做一些官網的部分，但是剛剛卡到目前我們部門有討論，希望我們電台不僅僅限制在廣播頻率的問題，可能在中部聽，希望可以擴大我們的聽眾範圍，官方網站目前也在著手，希望可以進行。目前是以這樣的方式，希望可以讓更多聽眾，去認識我們電台，不僅僅是在地區域，當然這是目前小功率電台希望作的整合拉，說老實話，之前提到 FACEBOOK 或者 APP，這部份我們比較難去進行，因為像剛剛副總說的，我們年齡層比較高，但是我們也是希望不放棄這一塊，與時俱進，畢竟電台的陪伴性還是很夠的，不會被淘汰，我們希望經營上可以讓電台永久繼續。今年度我們電台有一個比較新的規劃是要做一個官方網站，現在已經在著手當中。

受訪者 C：我做一個補充，我有去觀察國外的一些網路電台，他們其實都有去做 FACEBOOK 或者社群媒體，也有創立官方網站，甚至在台

灣，飛碟聯播網、好事 989，他們都是比較大的集團可以去做這些事情，因為第一個他們廣告量大，聯播數多，對我們來說，我們就是一個社區型電台，我們也希望可以朝這方向進行，但是很大的問題是經費，還有我們不知道如何跟現有的廣告主，跟他說我們把你的東西放到網路上，他第一個會回說，效益在哪裡，這部分希望主管機關可以去協助。

受訪者 D：他可以協助去推廣，一家電台要去做這些事情的能力有限，但是如果，當然政策如果有一些協助，我相信對廣播主持人或廣播業者絕對是加分的，我相信老師有去聯訪這麼多家電台，現在還有非常多台灣的廣播電台沒有官網，也沒有做線上收聽系統，原因是我十幾年來就是這樣做，我們也會希望說，是不是可以藉由政府的手，做一些 SUPPORT，把這些廣播未來跟數位匯流做結合，以學校來說好了，不是大者恆大，小的就放水流，因為聽眾還是在，現在說老實話，老一輩也是越來越長壽，也是有媒體的需求，現在老一輩的也是有手機，我們是不是可以在政策上去做一些，可能大家一起集思廣益拉，政策一起去推播做這件事情，讓廣播業者或者主持人也好，讓他們知道廣播這市場也是可以朝數位化去做的，不會讓他們覺得說，我做這個投資是不是浪費我的錢，最實在去做這件事情。剛剛我們也在想，最近 Podcast 在國外是非常流行的，當然我們在上禮拜有去參加一個 APP 媒體發佈會。他說他想做一個華人最大 Podcast 品牌，其實我們也很希望在台灣政府可以在這個政策，對廣播媒體很加分的狀態，不管用 APPLE 手機或者國外媒體，現在都是可以免費 UPLOAD 上去，但是在於廣播電台經營來說，我們也希望 NCC 可以做個整合。

受訪者 C：做一個小小的補充，剛剛說要怎麼吸引年輕族群，現在年輕族群就是用手機，不會用 RADIO，收音機去收聽，但是像剛剛提到，社區型要去架設網站，這是一個成本在，假設

	<p>要做就需要一些協助，才可以架設網站做線上收聽，才可以將收音機轉接到手機上，這是第一個數位匯流下我們可以先製作的。關於 FACEBOOK、社群還有 APP 直播，他是一個平台在這邊，平台假如只有一家電台去放內容的話就會略顯單薄，是不是政府可以認播一個平台，集合廣播電台的資源，像剛剛提到 Podcast 的東西，每家電台都有值得被留存下來的聲音，如果做這樣的平台可以去收集也是很好的一件事情。</p>
<p>聽起來對全球之聲來說，也有體會到數位匯流的時代，還有年輕世代的轉移，其實也想做一些調整，但是這裡面會牽涉到一些挑戰。我用這樣比較直接，對小功率的傳統電台來說，他其實需要做一個創新投資，這裡面會牽涉到幾個部分，一個是 KNOW HOW 的技術，另外一個是新的電台也需要成本，這樣投資下去之後，不知道他可以獲得的 BUSINESS MODEL 或者資金收益是多少，就變成一個賭注，這是業界共同面臨的問題，我好不容易開一個 FB 或者開一個網路直播，他可能被點閱的很少，這裡面會牽涉到他不是單純把節目放到網路的概念而已，跨出這一步就需要很多，比如說我們的主持人要做相關配合等等，因為原來節目群就是年紀比較長的，中老年人，所以可能我們的主持人族群也不是太年輕，有些結構上也需要時間去做調整，就會碰到上面說的困難，也需要監理單位去做一些協助。而這個協助不可能是給你一筆錢去做</p> <p>設備上的轉換，這樣聽起來他師出無名，但是可以考慮的點是說，一個在 KNOW HOW 部分可以做一些協助，KNOW HOW 是說傳統上做節目對業者來說沒有問題，因為你們本來就很在行，本來就很熟這一塊，但是怎麼轉換成網路上會被搜尋或者收聽，點閱的 CONTENT 需要一些技術，包含社群經營，包含小編，還有相關的運用，在這不同的平台裡面可以做競爭，所以這些 KNOW HOW 技術不在教你傳統</p>	<p>受訪者 B：商機無限，呵呵，我覺得宗教很可怕。</p>

製播，而是做社群行銷，小編養成跟所謂的聽友互動，線上聽友互動，以及怎麼做大數據分析跟研判，或許轉化成這樣會對 KNOW HOW 比較有幫助，這是第一塊。第二塊是原先可能做政策上獎勵的時候，傳統上會是做媒體識讀跟素養有獎補助的措施，可以因應時代趨勢，轉化成鼓勵創新，鼓勵創新是說可能節目內容不錯，可以開拓年輕族群在不同平台上做串流，鼓勵傳統廣播業者走出來，在這部分協助做節目創新跟轉型的部分，可以把這些必要支出涵蓋在所謂的獎勵創新範圍裏面，尤其針對中小型功率，比較沒有這麼大資金來源，在創新可以做看看，在這邊獲得協助，這是另外一塊，從各位提出的問題裡面我們想到的部分，這樣會比較具體一點。另外一塊，對整體業者來說，即使載具已經不一樣了，當然還是用傳統收音機越來越少，都是透過手機，如果每家業者都開一個官方 APP，但是會變成太多的狀態，所以現在開始有一些集合式的部分，比方說台灣 RADIO 或者 HI CHANNEL 這些都是，那可是畢竟不是一個整合的狀態，或者政府有沒有可能在這部分協助開發作集合式的廣播平台，甚至可以發展成到達，像全球發聲，透過衛星傳輸的方式，讓廣播節目電台可以在這裡面做互相交流，讓閱聽人，聽眾可以明確知道所有的廣播電台，也解決小型廣播電台上不去的困擾，聽起來是這樣的概念，需求上比較像是這樣的部分。另外一塊我們繼續問，每家都會有些不一樣，現在不只是聲音，包含直播那塊，有的人不是很可以接受，有的人應用很多，我舉個例子，不能說是誰，但是我們有遇到某家業者會做宮廟文化，也跟地方做結合，但是他可以直播做到大甲媽祖上香，轉換成一個經營的模式，媽祖上香需要拜拜燒香相關的，但是不是所有人都會到現場，可以結合好神公仔或者線上安太歲，你可以進貢跟獻奉，他可以獲得物流跟金流。

類似這樣，反正他可以透過串流做轉型，不只

受訪者 C：就會覺得我們明明是電台，也有繳

<p>是聲音，還有結合影像，用講的沒有臨場感，他就透過這方式去做，但是這需要 KNOW HOW，需要資金跟相關成本，對小型業者來說他的確是一個沉重的壓力，但是如果透過 KNOW HOW 去做課程或者技術上的協助，集合起來大家都有這樣的需求，一個方面也是透過鼓勵創新解決平台問題，透過這一塊不同或許也可以提供某種程度協助。另外我們詢問也會有個問題，有的突破區域之後會遇到音樂授權的問題，有的上去到 YOUTUBE 或者廣播裡面，基本上超過授權區你會被卡掉，還有現在的供協會，像是 NEWS 那些，他其實現在收公播費，但是匯流的費用那塊還沒有明確的遊戲規則，不管怎麼樣，有的人會說一頭牛被剝好幾層皮這部分你們有什麼想法？</p>	<p>ARCO 或 MÜST 的錢，大小中功率，我們有繳這個錢，但是你丟到 YOUTUBE 上面去又被禁止，會有音樂版權的問題，我們就會想說我們有繳錢啊，只是原本是在電台播出，現在因為數位匯流關係，在各地都可以聽到，當然也會希望有個明確的東西讓我們知道要怎麼去做音樂授權的部分，其實現在不是很明確。</p>
<p>應該說隨著平台擴展，音樂著作權的範圍也會受到某種程度的影響，傳統上用電波公播的概念，去做使用者付費，當然我們也尊重著作權，使用者付費是很好的概念，只是說這個授權範圍跟費率是不是可以在合理負擔的範圍，這部分也期待政府提供一個相關的度或者協調整個業者的的心聲，那能夠有一個比較公平合理的付費機制。</p>	<p>受訪者 C：其實教授整合的才是我們的心聲，NCC 才會聽得懂，我們講的你幫我們統整這樣才可以聽懂。</p> <p>受訪者 A：剛剛提到社群媒體形象那塊也很重要，很多業者，尤其小功率電台，小編的養成，怎麼養成他根本搞不清楚。</p> <p>受訪者 C：還有你說現在全球的節目，可能主持人現在有興趣要做，或者你覺得應該全部都用到網路上，但是做這一件事情，他需要經費需要人，需要協助，至少需要人去做，人就需要經費去做，剛剛講到電台可能沒有這樣的資金去投入，甚至他們是主持人或者廣告商也沒有人願意去投入，就變成一個死胡同，沒有人願意去做這件事情，但是又知道他是未來的趨勢，你的閱聽人口已經從一開始的三十五歲到六十歲，現在變成四十五歲到六十歲，以後會變成五十五歲到六十歲，還是怎麼樣，就越來越低，我們沒辦法吸引年輕族群來收聽，慢慢會找到一個沒辦法創新，或者十年後會是怎樣的方式，甚至現在都還沒有開始去做，這就很需要讓政府去著手這件事情，幫助這件事情。</p>
<p>其實我剛剛只是簡單的說社群行銷的人才，他其實有一套，一系列專業的知識，KNOW HOW</p>	<p>受訪者 C：這也是大多數人的心聲。</p>

<p>在裡面，我節目不管透過社群或者種種方式出去了，我怎麼知道迴響的狀況，傳統上會按照點閱率跟按讚，但是後面還有牽涉到一台後台管理機制，他做比較完善的不只是只有知道聽友，進來的網友，我們說鄉民的 PROFILE，他還可以知道停留時間，哪一個梗是比較引起注意，還有更細緻點閱行為的分析，這對經營黏著度會更有幫助，這是一整串的，這的確是一個挑戰，對於要轉型的業者來說也會不知所措，目前訪問起來，聽到大概就是這樣子居多。</p>	
<p>大中小功率業者大概都會這樣，大家也不想坐以待斃，但是有點無力跟束手無策，都知道要投入大量的資金成本，但是誰願意去做。</p>	<p>受訪者 C：對，一個看不到有反饋的。</p>
<p>或者他不知道怎麼去發展成一個 BUSINESS MODEL，他不只是單純把 CONTENT 內容丟上去網路的概念而已，還有包含後面一整串商業運作的模式，所以我剛剛講，社群行銷不是只有推廣節目內容跟電台概念，還有怎麼透過社群去推廣 BUSINESS MODEL，他也是一套經營模式。這些都可以做一些，某種程度上做在職訓練部分。</p>	<p>受訪者 C：可是現在中小功率都沒有做到這件事情，有沒有可能就是，比如說主管機關單位做一個整合，甚至有一個公司幫助這些人，收集這些資料、聲音，收集這些 TARGET，收集這些節目內容，幫他們去做一個整合到一個平台上，統一力量去做社群經營，分析數據的感覺。</p>
<p>我猜不太可能，呵呵，太分散了，而且對監理單位的業務沒辦法做到這麼多。</p>	<p>受訪者 C：但是排課程他有可能。</p>
<p>對，在職訓練他可以提供，有些共同的地方他或許可以整合，在課程或者相關的裡面，協助開發一個 MODEL，大家可以套用，各家自己運用，比如說我怎麼從無到有去開發一個 APP，這在課程設計是一個 OUTCOME，你們參加的人可以去 COPY，回來做一個改版或者相關運用，或許他某些部分可以。</p>	<p>受訪者 C：其實我們現在有做一個網站。 受訪者 D：我們希望因應廣播有一些新的發展。 受訪者 C：對，比如說這是我們全球之聲廣播公司的網站，按下這地方之後，因為現在還沒有做好，你按下去他就可以直接聽到節目上的串流，現在全球播什麼你就可以聽什麼。</p>
<p>就是主持人個人的紛絲。</p>	<p>受訪者 C：對，或者現在這是台灣廣播公司的，他播放什麼就有什麼，下面會有關於這個頻道的宗旨或者背景概念，已經他們主持人，幾點到幾點都可以去呈現，還有經典文章跟產品部分，甚至昨天或者前天節目都可以放這邊，我目前有開發這個，但是會遇到網站開發的 KNOW HOW，還有我要怎麼推行這平台就會遇到滿大的問題，也許網站的 CODING 已經寫差</p>

	不多了，但是我們要如何去集合內容也是很大的問題。
我這樣講，這只是初階的概念?	受訪者 C：對。
<p>有的人他可以經營到什麼程度呢?因為你知道現在網路的形態出現幾個現象，他越來越無法辨認節目跟頻道的概念，因為他只記得 CONTENT，大部分都是被推播或者點閱率最高或者相關人得來的，他的品牌忠誠度越來越少，第二個呈現就是輕薄短小，我不需要花一個小時或者半小時坐下來聽，他會受不了，他聽完喜歡的一首歌或者 TOPIC 就好，但是他有興趣可以去做無限的搜尋瞭解。換句話說，最近社群他其實不再是品牌化的概念，品牌化可能是著名的名人、藝人或者 DJ，這是個人化的，下一塊是他提供的內容裡面會做議題導向，或者現在做數位匯流的 DATABASE 裡面，他可以不斷的被再製或者重組。比如書我在經營某個法律議題，你對這有興趣的，我下面有很多你可以點進來瞭解每一個議題，每個都不是很長，所以換句話說，我只要被這個議題導流進來，我後面有一個 DATABASE，類似一個小型圖書館我可以去做搜尋，其實每個都是節目 CONTENT 的重組，不是把完整廣播節目放上來的概念。</p>	受訪者 C：而是切割成小東西你覺得有用的，讓你自己去選擇。
對，而且這東西可以嘗試去 TRY 不同的平台，希望吸引的人進來之後可以在這裡面停留跟黏著，跟傳統的廣播不太一樣的概念。	受訪者 C：可是這前提好像還是需要有一個官方網站。
<p>有一個入口平台拉，這平台會在哪裡的概念，像剛剛講的，每個業者都有這個需求，鼓勵大家建置自己的，但是會很分散，另外一個就是集合式的平台或者怎麼產生，讓大家可以再廣播部分，跟其他媒體包含自媒體或者入口網站去做一些結合跟競爭，這或許是可以協助的部分。</p>	<p>受訪者 B：老師我個人有些看法，剛剛提到怎麼吸引年輕族群，我想在座我的年齡最大，我來做一個發生。我想現在電台很多，但是分眾沒有很落實，以我們自己本身電台來說，剛剛老師也提到，收聽年齡已經逐年增高，台灣已經是一個高齡化的社會，你反而更需要花更多時間，去經營銀髮族需求節目才對，以小型電台來說，數位匯流先不提，都會型電台需求度更高，而且效果更好，以我們年長銀髮族型態的電台來說，分眾非常重要，你怎麼樣去吸收年輕族群?應該說你怎麼製造一個年輕的環</p>

	<p>境，讓他去拉他的夥伴進來才對，我想這是效果比較大的，早期的電台，我想現在也是一樣，會把平日節目跟假日節目切割經營，可以試著從禮拜天的節目來講，我先以客語指定用途電台來講，沒有錯，現在留在客家庄的一些聽眾可能都是年長偏多，但是現在學校有很多社團，剛剛老師提到，可以去找一些社團，對客家文化特別投入的社團，藉由社團同學去經營他們喜歡的節目類型，這樣子我覺得如果學校可以跟電台結合，我們也不會有很難去找年輕主持人，因為這也是我們頭痛的地方，聽眾會慢慢流失，年輕這一塊也是要慢慢補上來，年輕也會變老，你如果在既有的環境裡面，你希望年輕族群進來是很困難的，不如由年輕族群的環境找他們的同伴進來。講到這邊我要講另外一個炒作的話題，新聞常常說台北年輕人買不起房子，我每次看到這新聞我都覺得很好笑，不要講年輕人買不起房子，連現在四、五十歲的人要在台北買房子也會很困難，絕對是三千萬起跳，你對一個年輕人要多久才可以累積這樣的財富，絕對不可能的，你要從周邊的城市開始，現在來說可能是苗栗、桃園、基隆，慢慢往核心的地方才有能力，所以我覺得像是我們在媒體工作很久的人來說，我們看新聞的角度跟一般人會不一樣，都會覺得他只是一個製造紛亂，無謂的紛爭，年輕人會買到台北的房子嗎？根本不可能，要有環境讓他慢慢經營。或許也有客家的第幾代，他想去傳承這些文化，但是他沒有管道跟路徑，這部分不管由主管機關或者跟學校連結，這部分應該對客家指定用途電台來講比較有幫助。</p>
<p>對，不過這會偏向客委會的角色，對廣播監理單位 NCC 來講，他比較沒有辦法兼顧到這一塊。不過副總提到一個很好的概念，不是只有高齡化社會的來臨，廣播有別於視聽媒體的部分，有時候現在國人視力也越來越不好，所以有的人也不喜歡整天看手機，所以節目也會走向輕薄短小，聲音的陪伴或者聲音獲得的資</p>	<p>受訪者 C：感覺這方向是 Podcast 的概念，我們現在有跟一些人聊 Podcast 這東西，他們都說這是副業，因為沒有人會正職做這件事情，第一個夜店完全收不到，Podcast 在台灣經營的人本來就少，但是用廣播公司的資源去做 Podcast 這一塊，反而比一般素人快一點，第一個錄音師不用說，我們有專業錄音師，還有製作節目我</p>

<p>訊，休閒的需求一直都在，只是怎麼因應趨勢可以產生雙方對於閱聽人跟廣播業者都好的正面發展，可以朝這邊去做一些協助跟努力。</p>	<p>們會比較明確知道怎麼製作比較快，所以我覺得在廣播數位匯流的未來會跟Podcast輕薄短小這件事情，我會希望 NCC 有一些協助或者他當一個帶領的人去做這件事情，因為沒有這個公權力的話，由某一家電台去做，其他電台會覺得這是我的東西為什麼要 SHARE 給你，我覺得集合起來成功率本來就比較大，既然要創新，那就一起來做，完成這塊餅的感覺。</p>
<p>像特助來說，國外不只是 Podcast 還有智慧音箱，他發展越來越多元，其實就是在科技進步，載具不同，還有使用平台不一樣，但是我可以得到的資訊內容越來越多，音質效果也越來越好，他也不受頻譜的影響，也不受區域限制，當你發展 DAB 雖然他沒有成功，現在也不是談 DAB 的需求，而是另外的概念，這概念裡面，可能當初的語音模式或者執行需求比較高，現在或許入門的障礙比較少了。</p>	<p>受訪者 C：比起 DAB 來說。</p>
<p>或許可以用這樣的方式去開展，也不一定，但是至少要經過某種程度的輔導，才可以談到下一步，因應 5G 時代的來臨，是不是廣播頻譜，FM 相關的地方，還有車用收音機載具不再使用，才會提到，這是下一塊的部分，但至少可以幫助現有的業者開拓現在的市場。</p>	<p>受訪者 C：老實說這還沒有一個很明確的方向，你也不知道未來怎麼走，如果 FM 拿掉，AM 拿掉，車用主至少損失將近兩、三成，以買新車的比例來說，所以會想知道我們應該怎麼做的方向。</p>
<p>所以我剛剛說匯流的速度越快，因應方式越多，你就會突破載具上的限制，但是要全部不採用傳統的概念裡面，他一定要可以讓業者轉型到新的收聽方式。另外我們也想瞭解，包含廣告規管或者相關部分，不知道台裡面有沒有政策上的建議或者發表的意見？</p>	<p>受訪者 B：針對廣告的部分，我想現在 NCC 他們也明顯感覺的到，上有政策下有對策，現在幾乎所有節目，尤其外製型節目，商業製作的節目，通常都是用廣告去做包裝，所以 NCC 開罰，主管機關開罰包含衛生單位開罰，通常都是節目廣告化佔大宗。</p>
<p>或者違反食品醫藥管理法。</p>	<p>受訪者 B：節目廣告化真的佔大宗，以業者立場，他會覺得說只有用這樣的包裝方式，才會讓聽眾接受，效果比較好，礙於廣告跟節目不分，造成很多被罰的現象，站在廣播業者立場也很無奈，現在目前可以在廣播電台佔有一席之地，也是要財力雄厚才有辦法，如果是個別的個體戶，幾乎一個節目在一個電台可以生存三個月也差不多了，還算是長的喔，以我們平常接觸到的客戶反應，可以三個月也了不起</p>

	<p>了，這樣很自然聽眾留不住，客戶也留不住，這問題滿嚴重的，如果你的客戶不能在你的頻道賺到錢，很自然你也找不到客戶來做，相對你也找不到客戶來做，電台也經營不下去，站在業者立場，會希望 NCC 可以做一點鬆綁，不要這麼嚴格去規定節目到底應該要怎麼樣才可以把節目跟廣告切割開，以目前聽眾的程度會非常清楚這就是廣告，由市場自己去決定，我覺得這樣子應該會比較好生存一點，如果你硬要說這節目整個都是廣告化不行，外製不能生存也會造成電台經營者的危機，也是滿頭痛的問題。</p>
<p>聽起來內製比較不會發生這樣的問題，因為是台內製作的，在法規上會比較小心，但是在外製，所謂的時段外包部份來講，因為是客戶，他可能從行銷角度著手，比較不會考慮到節目製播的法規，但是這有點尺度的拿捏，希望在這部分做適度的調整，但是他的精神上還是要兼顧到電台語音模式跟聽友權益，有些部分，包含產品項目內容還是要受到法規限制，比如說菸或者藥品或者醫療行為，這不是 NCC 的部分，但是我們去訪問也有業者覺得說，既然是別人的，那 NCC 不要管這一塊，由相關的主管機關去做，比如說你違反藥事法，那就不是廣播電台本身，那電台本身應該去看廣播內容裁處這一塊，這也是另外反應出來的聲音。</p>	<p>受訪者 B：我們有另外一個感覺，不管 NCC 也好，衛生單位也好，他們人力也非常有限，目前有一種情況，大家心知肚明，以他們法規標準去看這些節目，百分之九十九都不合格，那有很多業者，他們都是做全省性的，你會發現說某時間他會鎖定中部電台監聽來抓，某時間又在北部，會有投機的心態在，所以這段時間台北比較沒有問題，我就拼命做，免得到時候被罰沒得罰，可是這樣子你已經失去他的用意，所以我覺得你有可能一個業者在台北節目，他全省都播，但是被抓的時候在台中，你不能讓他全省一起罰。</p>
<p>應該說是裁罰的對象跟主體還有內容，不是只有一家業者在這時段，因為他是外製統包，也會產生因時因地不同標準的情況，回過頭來，他在管理的部分是不是要因應產業需求，還是需要這麼嚴格的管理，或者某種程度可以做一些調整，但是要怎麼保障聽友的權利也是要去拿捏。現在電視也可以做置入，他就放一個 P，置入概念的 MARK，但是廣播裡面沒辦法放，但是可以有些地方提醒聽友，可能說接下來要做工商服務時間，可以接受前面有個提醒，大家可以接受這樣的想法，這是目前產業反應的需求。</p>	<p>受訪者 B：我覺得你一下子說是工商服務，那種反而大家覺得不痛不癢的東西，反而置入性行銷的效果比較強而有力，這部分好像沒有真的達到作用。</p>

<p>因為他現在採取某一塊地方被檢舉，就會集中在那邊，有時候不見得是聽友投訴，他的投訴來源很多，但這的確是一個議題，他怎麼做尺度調整因應產業需求，又不會是針對廣告化這塊完全撤守，在這政策裡面可以去思考的。另外一部分是開放贊助還有置入部分，因為電視已經開放，廣播應該要適度開放，還有廣告時間跟時段強度的部分管制。</p>	<p>受訪者 C：其實我最希望就 NCC 可以給一些協助，不管技術也好，經費也好，讓現有的廣播主持人節目可以上到網路上，第一個讓聽眾可以轉型，在來網路上可以找到越冷門的東西都可以找到，搞不好有人就是喜歡聽布袋戲，說書這一塊，但是他在高雄，說書的人在台中的電台，我可能是早上凌晨的節目，這個年輕人我喜歡聽布袋戲，我住高雄每天九點起床就聽不到，這樣子在網路就可以幫助到這個人。但是這需要成本，需要 KNOW HOW 還有需要人去幫他做這件事情，這是一個轉型的推進期，當然看到商機就會想投資，但是目前還沒有很明確，所以才會停滯不前，不然數位串流也不是這一兩年了。</p>
<p>這三年來我們發現他的需求越來越迫切了。</p>	<p>受訪者 C：連政府都發現了，呵呵。</p>
<p>只是說大家在苦思怎麼樣可以因應這趨勢的轉變，真的很不容易，我們訪問下來發現，有的人走的很前面，有一種是公營的，沒有業務上的壓力，他們實驗性就做很多，項是我們訪問教育電台就做很多在這一塊。</p> <p>會議結束</p>	