



前言

數位經濟時代，消費者在通訊傳播市場使用行為，猶如匯流所需活水，牽動通傳產業的商業經營、科技發展，並已逐漸擴展到其他產業，而通傳產業的發展與國家整體經濟走向，更是緊密難分。

此次調查主要參酌英國通訊傳播主管機關Ofcom，長年調查消費者在通訊傳播市場之使用行為及其趨勢，規劃通訊市場、廣電市場、寬頻使用及匯流發展等市場調查與分析。

匯流發展調查針對民眾匯流媒體使用行為趨勢走向之意見，掌握最新資訊，從客觀數據研判各項消費行為、創新應用等重要發展動態，透過調查結果可進一步瞭解我國匯流發展現況，以及作為研擬相關法規與政策之參考。

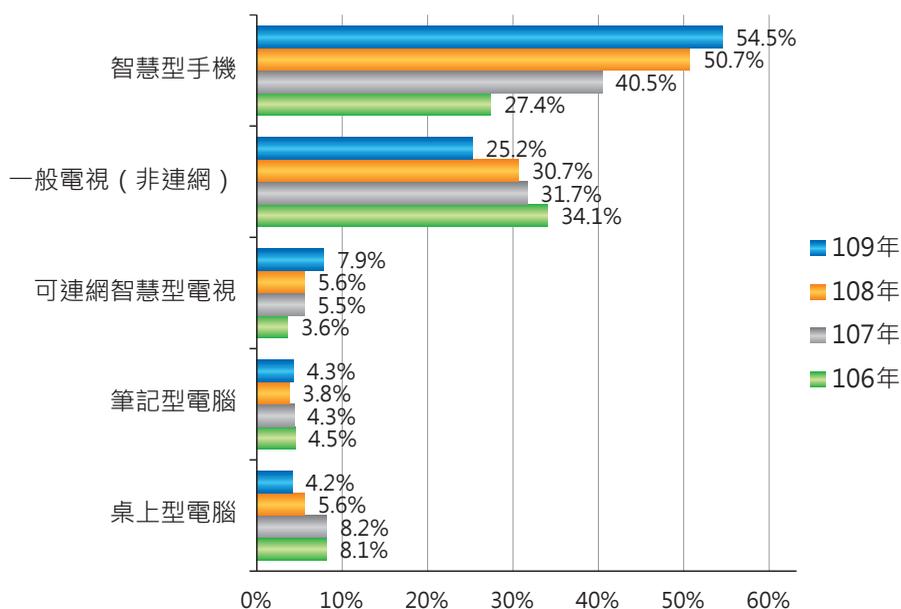
- 調查名稱：109年匯流發展調查
- 調查對象：16歲及以上民眾（民國93年12月31日以前出生）
- 調查方式：面訪調查
- 調查時間：109年4月15日至6月5日
- 樣本規模：1,103份有效樣本
- 抽樣誤差：在95%信心水準下，抽樣誤差 $\pm 3\%$



● 超過半數民眾最常使用智慧型手機觀看視訊內容

關於我國16歲以上民眾觀看視訊內容時最常使用之設備，智慧型手機占比自106年的27.4%大幅上升至107年的40.5%，取代原於106年位居第一的一般電視（非連網）後，持續逐年成長至109年的54.5%；一般電視（非連網）占比則自106年的34.1%逐年下降至109年的25.2%，自107年起落居第二。

106-109年觀看視訊內容時最常使用之設備（前五名）



Base：106年N=1,088；107年N=1,069；108年N=1,092；109年N=1,040（有填答觀看視訊內容時有使用的設備者）

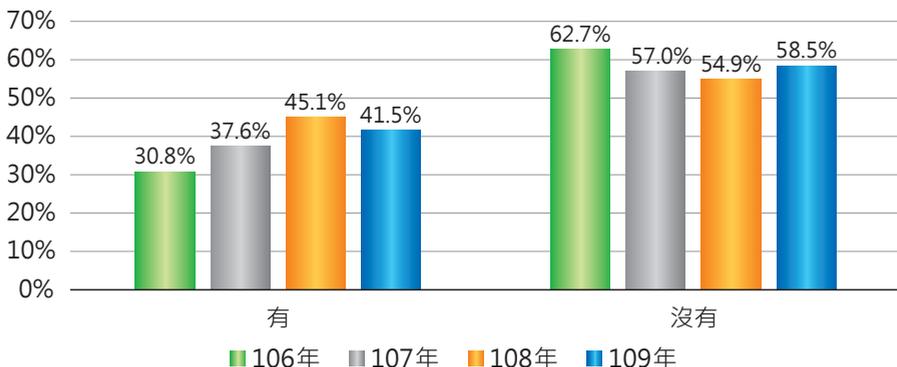
註：107年不知道0.7%、拒答0.2%；108年不知道0.6%；109年不知道0.9%



● 超過4成民眾看過OTT TV，逾3成有付費訂閱

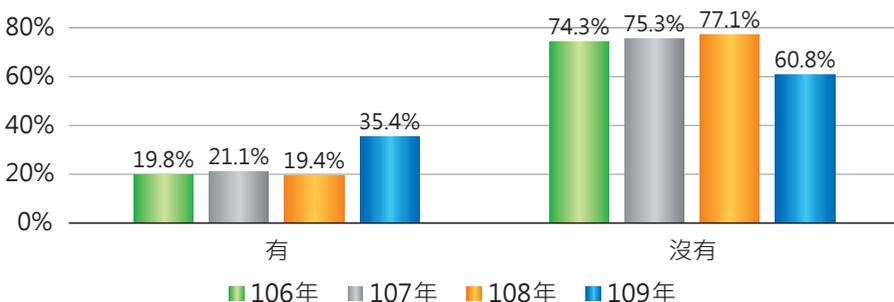
我國16歲以上民眾有看過線上串流影音（OTT TV）的比例，自106年的30.8%逐年提升至108年的45.1%後，於109年略微下降至41.5%。有看過OTT TV者，家中或個人目前有付費訂閱線上串流影音服務的比例於106至108年間維持2成左右，但於109年明顯上升至35.4%。

106-109年有沒有看過線上串流影音



Base：106年N=1,137；107年N=1,069；108年N=1,115；109年N=1,103（所有受訪者）
 註：106年不知道5.9%、拒答0.6%；107年不知道4.9%、拒答0.4%

106-109年民眾家中或個人目前有沒有付費訂閱線上串流影音服務



Base：106年N=350；107年N=402；108年N=502；109年N=458（有看過線上串流影音者）
 註：106年不知道5.6%、拒答0.3%；107年不知道3.2%、拒答0.4%；108年不知道3.6%；109年不知道3.9%

Netflix超越愛奇藝成民眾OTT TV服務首選

關於有付費訂閱線上串流影音服務者，所訂閱的服務為何，106至108年皆以愛奇藝位居第一，但其占比呈現波動趨勢，自106年的64.9%下降至107年的47.4%後，於108年上升至54.8%，並於109年再度下降至42.4%；反觀Netflix，其占比自106年的19.4%提升至107年的27.1%後，於108年大幅上升至50.2%，並持續上升至109年的61.9%，取代愛奇藝成為第一。

106-109年民眾家中或個人目前所訂閱的付費線上串流影音服務（前十名）

| | 106年 | 107年 | 108年 | 109年 |
|------------|-------|-------|-------|-------|
| Netflix | 19.4% | 27.1% | 50.2% | 61.9% |
| 愛奇藝 | 64.9% | 47.4% | 54.8% | 42.4% |
| KKTV | 19.6% | 7.8% | 6.1% | 5.8% |
| friDay影音 | - | - | 4.5% | 4.1% |
| FOX+ | - | - | 10.1% | 3.8% |
| LINE TV | - | - | 7.7% | 3.3% |
| Hami Video | - | - | 3.3% | 2.8% |
| 公視+ | - | - | 5.3% | 2.5% |
| myVideo | - | - | 9.2% | 2.2% |
| WeTV (騰訊) | - | - | - | 2.2% |

Base：106年N=69；107年N=85；108年N=97；109年N=162（複選；目前有付費訂閱線上串流影音服務者）

註1：friDay影音、FOX+、LINE TV、Hami Video、公視+、myVideo為108年新增選項；WeTV（騰訊）為109年新增選項。

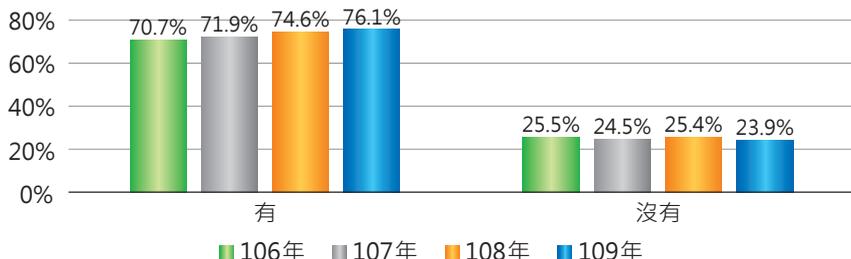
註2：國內多家有線電視業者於2020年5月底陸續取消「愛奇藝」與「WeTV」等OTT TV服務，但本案今年度調查係於2020年6月5日完成，故不影響調查結果。



觀賞線上共享創作影音平臺日益普及

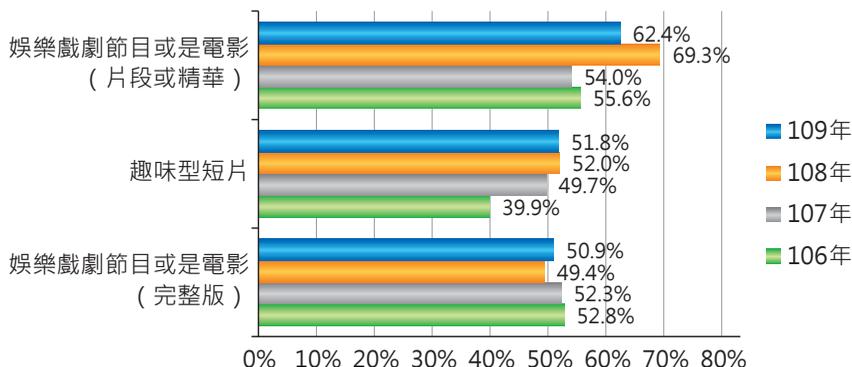
我國16歲以上民眾超過7成有觀賞過線上共享創作影音平臺內容，且比例自106年的70.7%逐年提升至109年的76.1%。民眾所觀賞之影片類型，連續4年皆以娛樂戲劇節目或是電影（片段或精華）占比最高，但比例自108年的69.3%下降至109年的62.4%；而娛樂戲劇節目或是電影（完整版）原於106、107年位居第二，但占比於108年被趣味型短片超越，成為第三。

106-109年有沒有觀賞過線上共享創作影音平臺內容



Base：106年N=1,140；107年N=1,069；108年N=1,115；109年N=1,103（所有受訪者）
 註：106年不知道3.4%、拒答0.4%；107年不知道3%、拒答0.6%

106-109年觀賞線上共享創作影音平臺之影片類型（前三名）

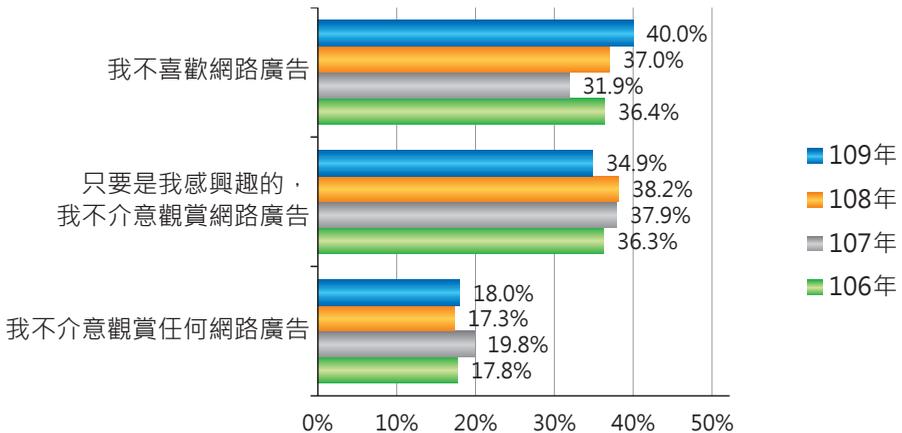


Base：106年N=807；107年N=769；108年N=831；109年N=839（複選；觀賞過線上共享創作影音平臺內容者）
 註：106年其他1%、不知道2.1%、拒答0.3%；107年其他2.3%、不知道0.5%、拒答0.5%；
 108年其他3%、不知道0.5%；109年其他2.4%、不知道2.5%

● 多數民眾不喜歡網路廣告

關於我國16歲以上民眾對網路廣告的想法，106年「我不喜歡網路廣告」和「只要是我感興趣的，我不介意觀賞網路廣告」的比例相近，107、108年以「只要是我感興趣的，我不介意觀賞網路廣告」占比最高，109年則由「我不喜歡網路廣告」居冠。

106-109年民眾對網路廣告的想法



Base：106年N=1,140；107年N=1,069；108年N=1,115；109年N=1,103（所有受訪者）

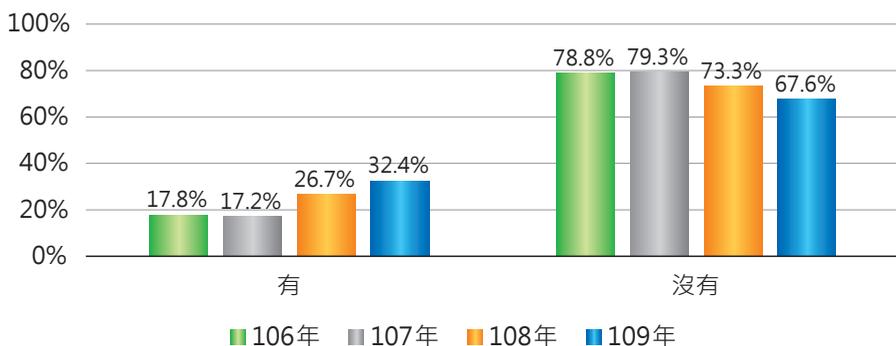
註：106年不知道8.9%、拒答0.7%；107年不知道9.6%、拒答0.7%；108年其他1.7%、不知道5.8%；109年其他1%、不知道6.1%



● 超過3成民眾使用行動支付

我國16歲以上民眾有使用行動支付的比例，自106年的17.8%上升至109年的32.4%。詢問有使用行動支付的民眾，所使用的服務為何，除106年以Apple Pay占比最高外，107至109年皆以LINE Pay居冠。

106-109年有沒有使用行動支付



Base：106年N=1,140；107年N=1,069；108年N=1,115；109年N=1,103（所有受訪者）
 註：106年不知道2.8%、拒答0.6%；107年不知道2.7%、拒答0.8%

106-109年民眾使用哪些行動支付服務（前十名）

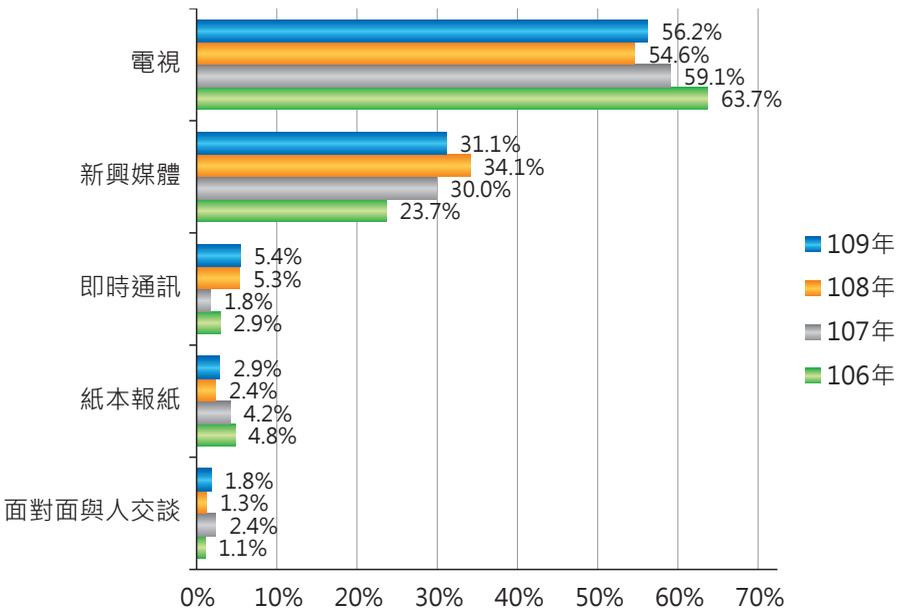
| | 106年 | 107年 | 108年 | 109年 |
|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|
| LINE Pay | 14.6% | 39.6% | 53.4% | 48.3% |
| Apple Pay | 25.9% | 19.4% | 44.2% | 35.0% |
| 街口支付 | 4.9% | 13.9% | 15.6% | 17.2% |
| 各銀行行動支付 | - | - | 15.5% | 17.1% |
| 全聯PX Pay | - | - | - | 16.2% |
| 使用行動裝置線上刷卡 | 14.1% | 17.5% | 13.7% | 11.9% |
| 台灣Pay (twallet、twallet+) | 2.1% | 2.1% | 11.1% | 11.7% |
| 手機悠遊卡或信用卡-需更換SIM卡 | 9.9% | 7.8% | 6.6% | 10.3% |
| Pi拍錢包 | 8.0% | 4.0% | 8.2% | 8.8% |
| Google Pay (原Android Pay) | 2.6% | 3.2% | 8.7% | 8.3% |

Base：106年N=202；107年N=183；108年N=297；109年N=358（複選；有使用行動支付者）
 註：各銀行行動支付為108年新增選項，全聯PX Pay為109年新增選項。

● 民眾最仰賴透過電視獲取新聞資訊

關於我國16歲以上民眾主要獲取新聞資訊之管道，連續4年皆以電視占比最高，且占比自106年的63.7%逐年下降至108年的54.6%後，於109年提升至56.2%；其次為新興媒體，其占比自106年的23.7%逐年上升至108年的34.1%後，於109年下降至31.1%。

106-109年主要透過哪個管道獲取新聞資訊（前五名）



Base：106年N=1,123；107年N=1,040；108年N=1,081；109年N=1,050（有看/讀新聞者）

註1：106年不知道0.6%、拒答0.2%；107年其他0.2%、不知道0.2%、拒答0.1%；108年不知道0.6%；109年其他0.1%、不知道1.3%

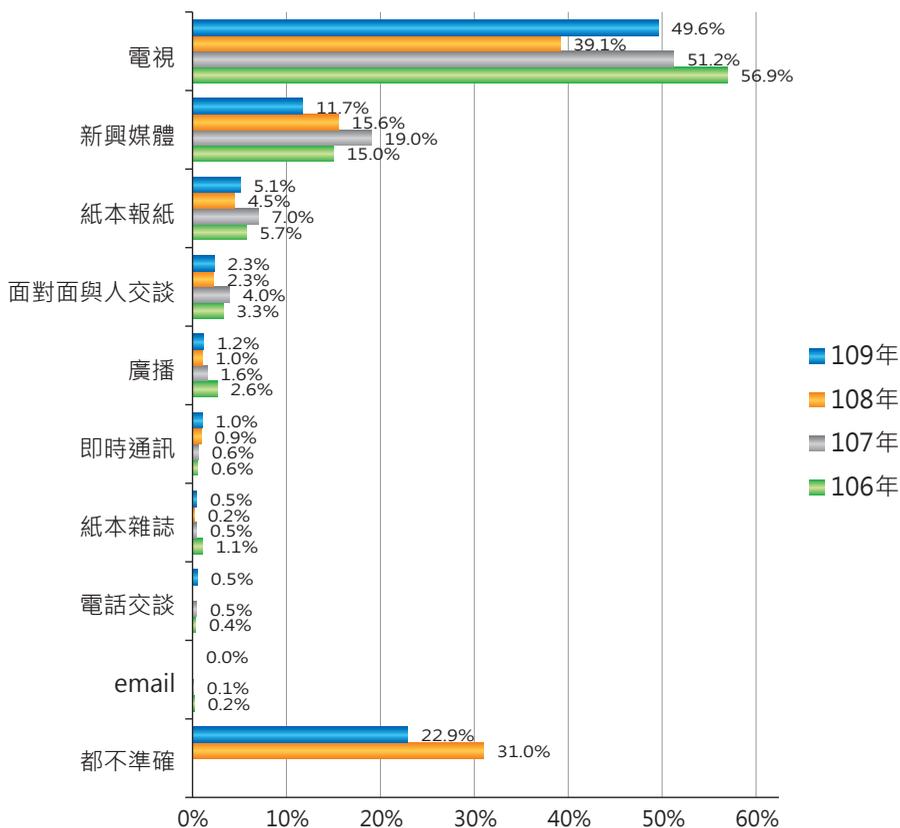
註2：新興媒體為「廣播電臺網站/App」、「網路入口網站/App」、「網路新聞媒體所經營網站/App」、「社群媒體/網路論壇」、「網路其他網站/App」合計。



● 民眾認為各新聞來源都不準確之比例下降

我國16歲以上民眾認為最準確之新聞來源，連續4年皆以電視位居第一，且比例自108年的39.1%大幅提升至49.6%；而認為各新聞來源都不準確的比例，則自108年的31%下降至109年的22.9%。

106-109年民眾認為最準確之新聞來源

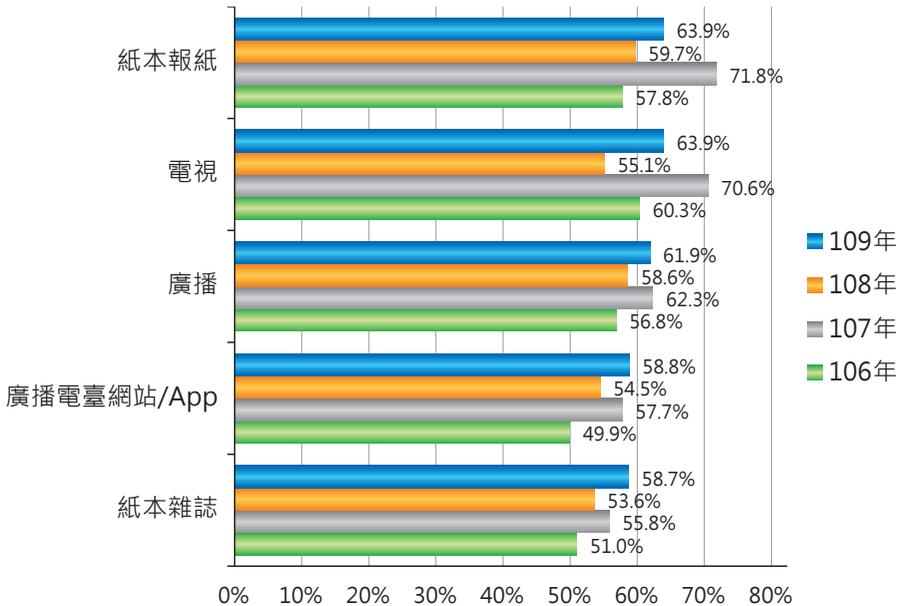


Base：106年N=1,140；107年N=1,069；108年N=1,115；109年N=1,103（所有受訪者）
 註1：106年其他1.2%、不知道11.9%、拒答1.1%；107年其他1%、不知道13.6%、拒答0.9%；
 108年其他0.3%、不知道5%；109年其他0.5%、不知道4.5%
 註2：新興媒體為「廣播電臺網站/App」、「網路入口網站/App」、「網路新聞媒體所經營網站/App」、「社群媒體/網路論壇」、「網路其他網站/App」合計。
 註3：「都不準確」為108年新增選項。

● 紙本報紙和電視為最公正之新聞來源

關於我國16歲以上民眾認為各新聞來源公正的比例，106年以電視最高、紙本報紙次之，107、108年紙本報紙占比超越電視居冠，109年則是兩者比例相同並列第一。此外，民眾對於各新聞來源公正與否的態度呈現同向波動，即認為各新聞來源公正的比例皆於107年上升、於108年下降，並於109年再度上升。

106-109年民眾認為各新聞來源公正之比例（前五名）



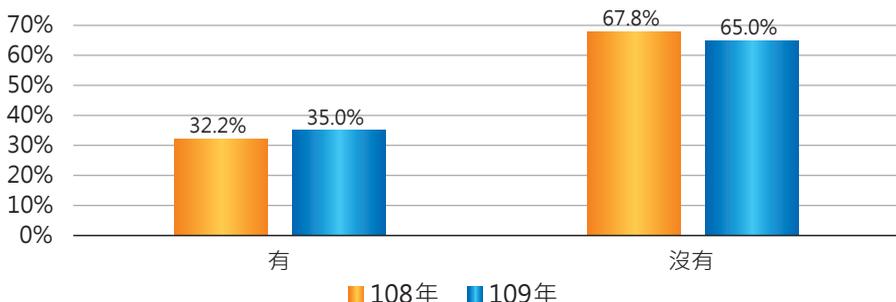
Base：106年N=1,140；107年N=1,069；108年N=1,115；109年N=1,103（所有受訪者）
 註：圖中各項新聞來源之公正比例，皆係個別詢問受訪者認為每項新聞來源之公正程度（非常公正、還算公正、不太公正、非常不公正）後，再進行公正（合計非常公正和還算公正）比例比較。



經常玩線上遊戲比例略增

我國16歲以上民眾經常玩線上遊戲的比例，自108年的32.2%略微提升至109年的35%。進一步觀察，有經常玩線上遊戲的比例呈現隨年齡遞減趨勢，且除66歲及以上之年長者外，109年其餘年齡層占比皆較108年提升。

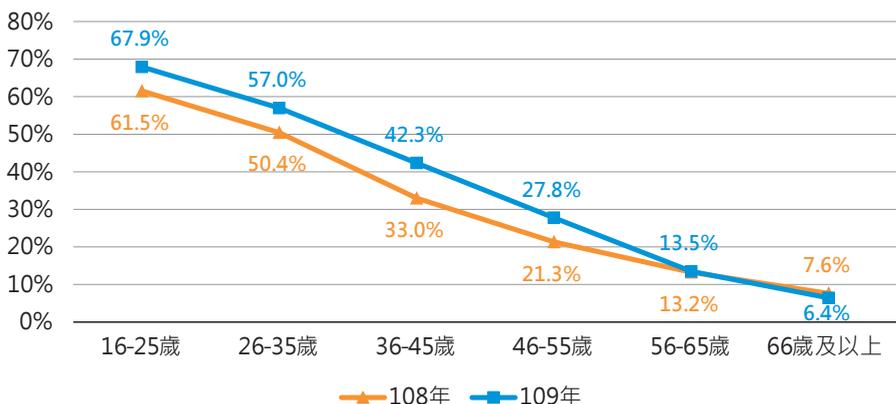
108-109年有沒有經常玩線上遊戲



Base : 108年N=1,115 ; 109年N=1,103 (所有受訪者)

註：本題為108年新增題目。

108-109年有經常玩線上遊戲之年齡比較

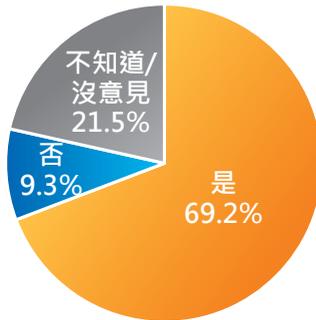


Base : 108年N=1,115 ; 109年N=1,103

近7成OTT TV收視者認為應適度規管之

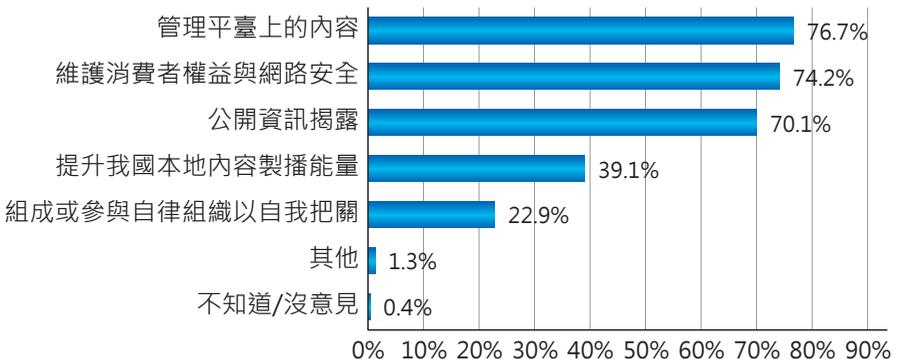
109年針對有看過OTT TV的民眾，詢問對於OTT TV監管的看法，其中近7成（69.2%）認為OTT TV應適度規管，而政府可採取之規管做法，則以管理平臺上的內容（76.7%）、維護消費者權益與網路安全（74.2%）以及公開資訊揭露（70.1%）為主。

109年是否認為OTT TV應適度規定管制



Base : N=458 · 單選
(有看過線上串流影音者)

109年認為政府可採取哪些規定管制做法



Base : N=317 · 複選
(認為OTT TV應適度規定管制者)



www.ncc.gov.tw



國家通訊傳播委員會
National Communications Commission