



112 傳播市場調查結果摘要

通訊開步走·匯流新紀元

前言

數位經濟時代，消費者在通訊傳播市場之使用行為快速轉變，牽動通傳產業的商業經營模式、科技發展，乃至其他產業領域，與國家整體經濟走向更是緊密難分。

本調查主要參酌英國通訊傳播主管機關 Ofcom 關於通訊傳播市場消費者使用行為調查架構，並配合國內通傳產業發展現況，規劃通訊市場及傳播市場等 2 類產業調查，希冀透過具廣度、深度之調查與分析，客觀獲取消費者於通傳市場行為偏好意向，掌握市場發展動態，提供調查與分析結果作為相關法規與政策研擬參考。

今 (112) 年度調查摘要係綜整 106 至 109 年、112 年相同問卷題項進行跨年度分析，並摘錄 112 年新增之重要題項；110 年因疫情影響暫停調查一次，故無調查數據；111 年採電話訪查法，因調查方法與歷年有所不同，111 年調查數據不宜直接與歷年數據進行比較，爰以註解形式補充說明之。

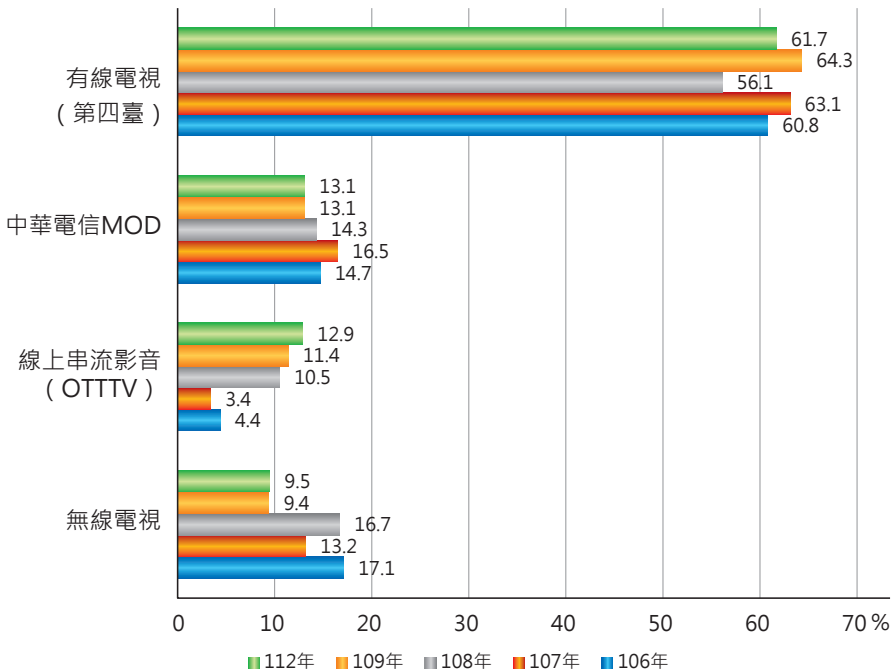
- 調查名稱：112 年傳播市場調查
- 調查對象：我國 16 歲及以上民眾 (民國 96 年 12 月 31 日以前出生)
- 調查方式：面訪調查
- 調查時間：112 年 4 月 1 日至 5 月 15 日
- 樣本規模：1,106 份有效樣本
- 抽樣誤差：95% 的信賴水準下，抽樣誤差不超過 $\pm 3\%$



有線電視為最主要收視來源

我國 16 歲以上民眾最主要的收視來源，仍以「有線電視」為主，比例自 109 年的 64.3% 微幅下降至 112 年的 61.7%；「中華電信 MOD」呈穩定態勢；OTT TV 呈成長趨勢，自 106 年的 4.4% 提升至 112 年的 12.9%，超越「無線電視」位居第三；「無線電視」則自 106 年的 17.1% 下滑至 112 年的 9.5%。

106-112 年最主要收視來源



Base: 106年N=1,105; 107年N=1,041; 108年N=1,025; 109年N=1,032; 112年N=949(單選，可以收看任何電視節目系統或平臺者)。

註 1: 106 年其他 1.4%、不知道 1.5%、拒答 0.1%; 107 年其他 0.6%、不知道 2.9%、拒答 0.3%; 108 年其他 1.1%、不知道 1.3%; 109 年其他 0.9%、不知道 0.9%; 112 年其他 1.9%、不知道 0.9%。

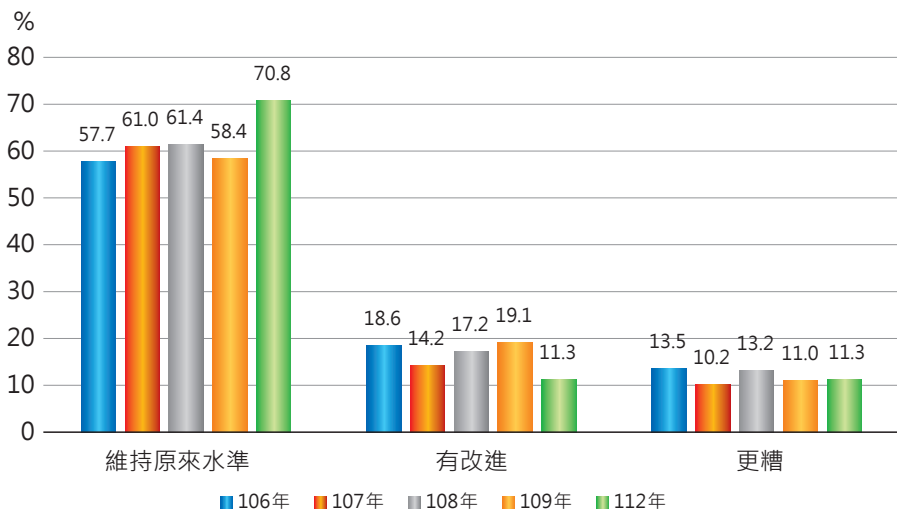
註 2: 110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註 3: 111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

改善節目多樣性最有感；不滿意節目重播率者比例減少

我國有收看無線電視、有線電視或中華電信 MOD 的民眾多數認為過去一年內電視節目品質「維持原來水準」；認為「有改進」的比例自 106 年的 18.6% 下降至 107 年的 14.2% 後，逐年提升至 109 年的 19.1%，112 年再度下滑至 11.3%；而認為變「更糟」者則自 108 年的 13.2% 略微減少至 109 年的 11%，112 年再次上升至 11.3%。

106-112 年過去一年內收看的節目品質有沒有改進



Base：106年 N=1,007；107年 N=994；108年 N=1,000；109年 N=1,038；112年 N=871（單選，有收看無線電視、有線電視或中華電信 MOD 者）。

註 1：106年不知道 10.2%；107年不知道 14.6%；108年不知道 8.2%；109年不知道 11.5%；112年不知道 6.5%。

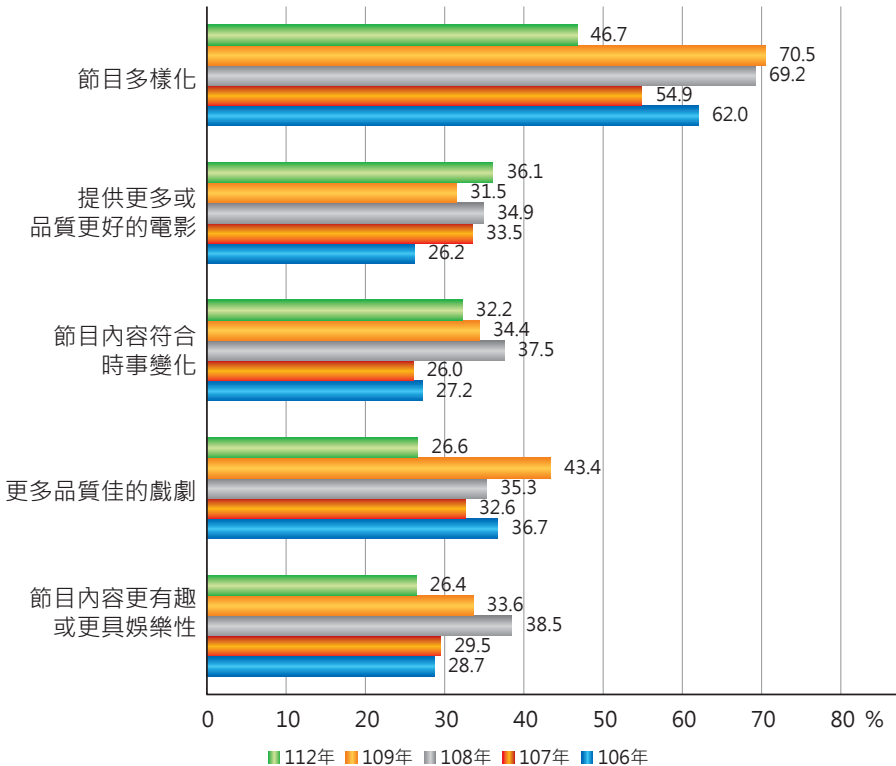
註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註 3：111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

112 傳播市場調查結果摘要

進一步調查，民眾認為過去一年內電視節目品質改進之處，歷年皆以「節目多樣化」比例最高，112年另以「提供更多或品質更好的電影」、「節目內容符合時勢變化」居第二、第三名，比例分別為 36.1%、32.2%。

106-112 年節目品質在過去一年內改進之處（前五名）



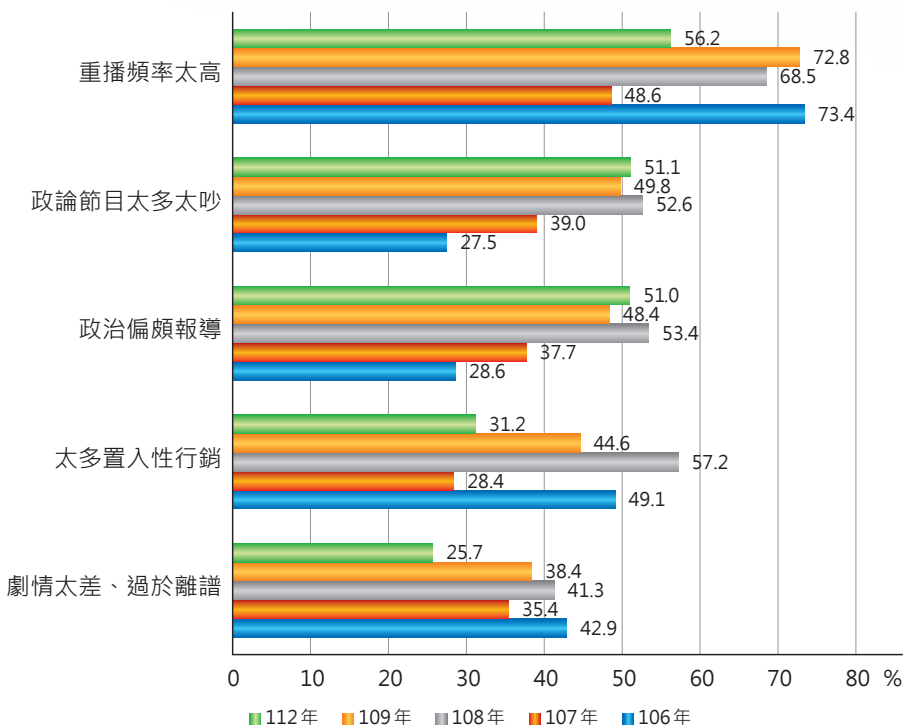
Base：106年N=187；107年N=141；108年N=172；109年N=198；112年N=99（複選，認為收看的節目品質在過去一年內有改進者）。

註1：110年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註2：111年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

另一方面，認為過去一年內電視節目品質變更糟之處，歷年皆以「重播頻率太高」占比最高，然而比例自 106 年的 73.4% 減少至 112 年的 56.2%。112 年另以「政論節目太多太吵」、「政治偏頗報導」為第二與第三不滿之處，比例分別為 51.1%、51%。

106-112 年節目品質在過去一年內更糟之原因（前五名）



Base：106 年 N=136；107 年 N=102；108 年 N=132；109 年 N=114；112 年 N=99（複選，認為收看的節目品質在過去一年內變更糟者）。

註 1：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

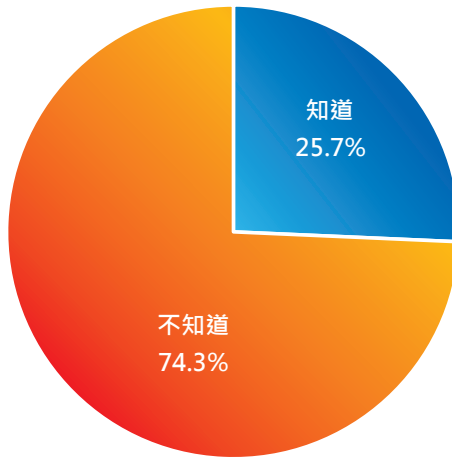
註 2：111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

■ 逾七成民眾不知道新聞節目不可包含置入性行銷

111 年新增題項調查我國 16 歲以上民眾是否知道電視節目內容可能包含置入性行銷、贊助或冠名贊助，111 年電訪結果顯示知道的民眾占比為 70.6%，而不知道占比為 29.4%；112 年面訪調查結果，知道的民眾比例為 80.4%，不知道者則為 19.6%。

我國《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》中，規範新聞節目不可包含置入性行銷，112 年新增題項，調查民眾是否知道新聞節目不可包含置入性行銷，超過 7 成（74.3%）民眾表示不知道，知道者占比為 25.7%。

112 年是否知道新聞節目不可包含置入性行銷



Base：N=701（單選，知道電視節目內容可能包含置入性行銷、贊助或冠名贊助者）。

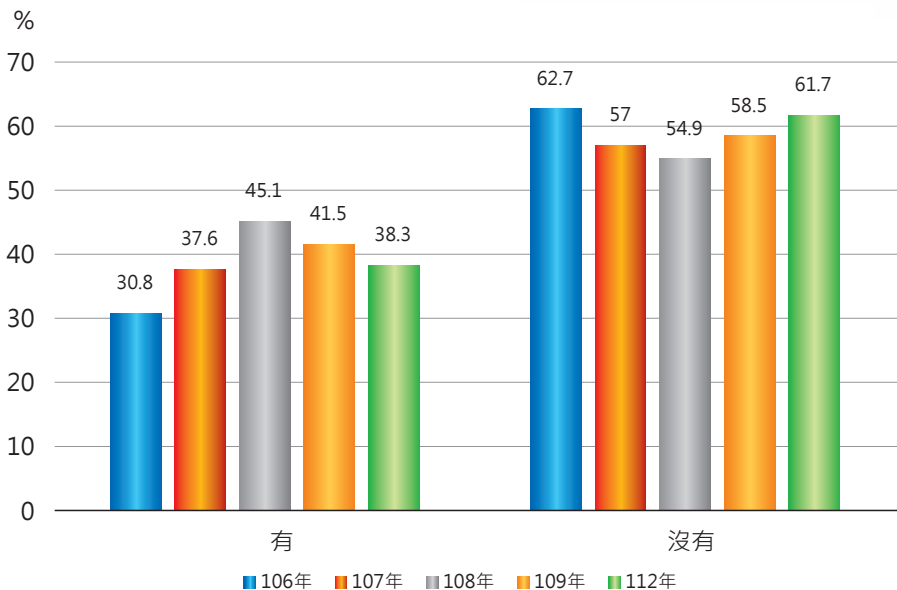
註 1：本題為 112 年新增題項，故無 106-109 年、111 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

■ 付費訂閱OTT TV服務比例超過五成

調查我國 16 歲以上民眾有沒有看過線上串流影音 (OTT TV) · 歷年沒有看過的民眾皆超過 5 成 · 112 年比例為 61.7% ; 有看過的的比例自 106 年的 30.8% 逐年提升至 108 年的 45.1% 後 · 又再次減少至 112 年的 38.3% 。

106-112 年有沒有看過 OTT TV



Base : 106 年 N=1,137 ; 107 年 N=1,069 ; 108 年 N=1,115 ; 109 年 N=1,103 ; 112 年 N=1,046 (單選 · 所有受訪者) 。

註 1 : 106 年不知道 5.9%、拒答 0.6% ; 107 年不知道 4.9%、拒答 0.4% 。

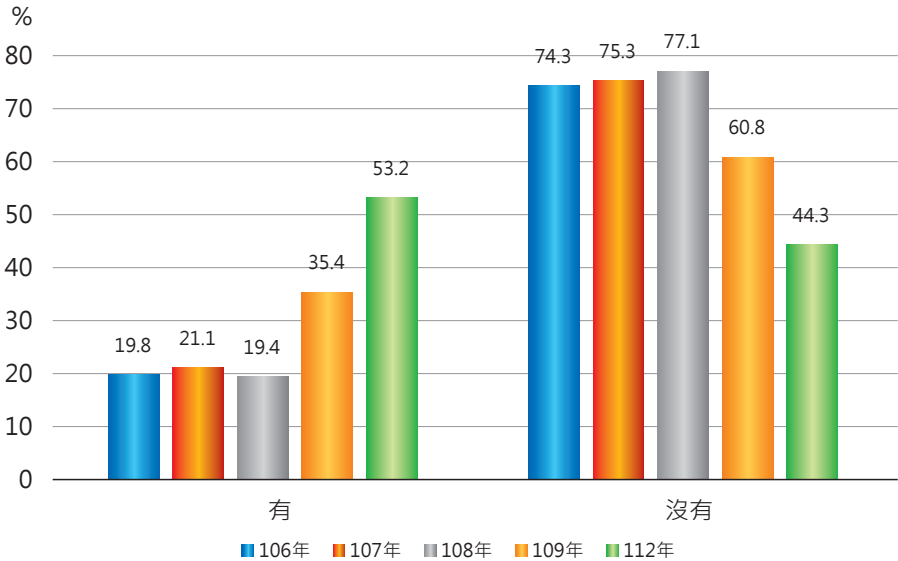
註 2 : 110 年因疫情影響暫停調查 · 故無數據 。

註 3 : 111 年調查採電話訪查 · 因調查方法不同 · 無法與歷年面訪調查進行數據比較 。

112 傳播市場調查結果摘要

進一步調查我國有看過 OTT TV 者付費訂閱 OTT TV 服務情形，有付費訂閱之比例自 106 年的 19.8% 大幅攀升至 112 年的 53.2%。

106-112 年付費訂閱 OTT TV 情形



Base：106年 N=350；107年 N=402；108年 N=502；109年 N=458；112年 N=401（單選，有看過線上串流影音者）。

註 1：106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%；112年不知 2.5%。

註 2：110年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註 3：111年問卷整併部分題目，故無數據。

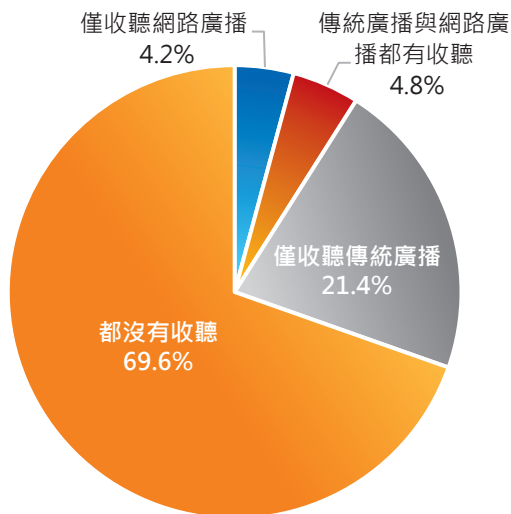


近七成民眾沒有收聽廣播

112 年新增題項調查我國 16 歲以上民眾收聽傳統廣播或網路廣播情形。調查結果顯示，近 7 成（69.6%）民眾「都沒有收聽」傳統廣播或網路廣播，「僅收聽傳統廣播」者占 21.4%，「傳統廣播與網路廣播都有收聽」比例為 4.8%，而「僅收聽網路廣播」占比則為 4.2%。

進一步分析民眾最常收聽的廣播時段，以「8 至 9 時」比例最高，占比為 22.7%，其次為「9 至 10 時」（21.8%）、「15 到 16 時」（21.3%）。最常收聽的傳統廣播或網路廣播頻道，以「警察廣播電台交通網」為多數，比例為 27.7%，次者為「中國廣播公司流行網」（20%）、「中國廣播公司音樂網」（17.9%）。

112 年收聽傳統廣播或網路廣播情形



Base：N=1,046（複選，所有受訪者）。

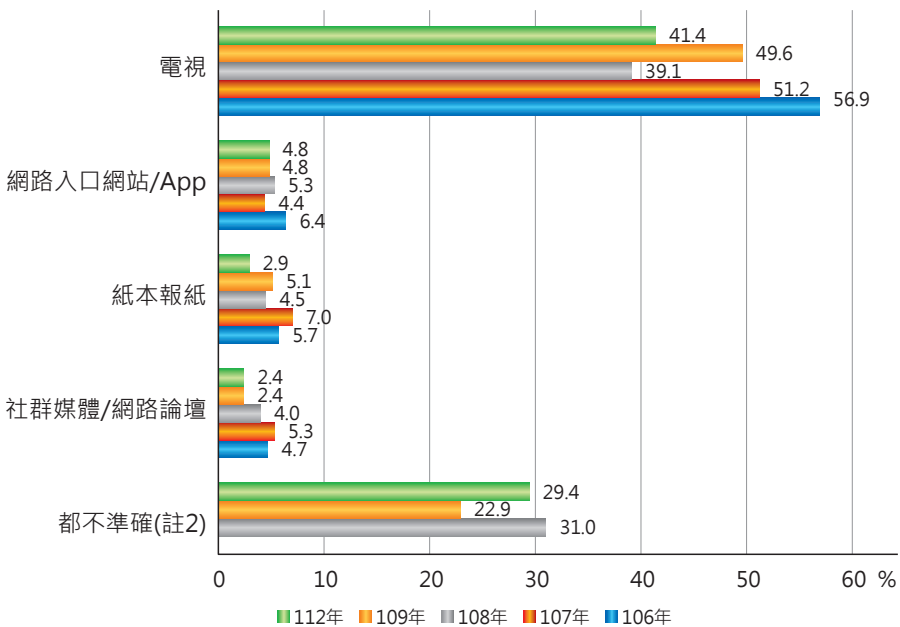
註 1：本題為 112 年新增題項，故無 106-109 年、111 年數據。

註 2：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

■ 多數民眾認為電視為最準確及公正的新聞來源

我國 16 歲以上民眾認為最準確的新聞來源皆以「電視」占比最高，然而比例自 106 年的 56.9% 下降至 112 的 41.4%；而認為各新聞來源「都不準確」的比例，歷年皆高於其餘新聞來源，比例自 108 年的 31% 微幅下降至 109 年的 22.9% 後，於 112 年再次提高至 29.4%。

106-112 年最準確的新聞來源（前五名）



Base：106 年 N=1,140；107 年 N=1,069；108 年 N=1,115；109 年 N=1,103；112 年 N=1,046（單選，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；112 年不知道 2.1%。

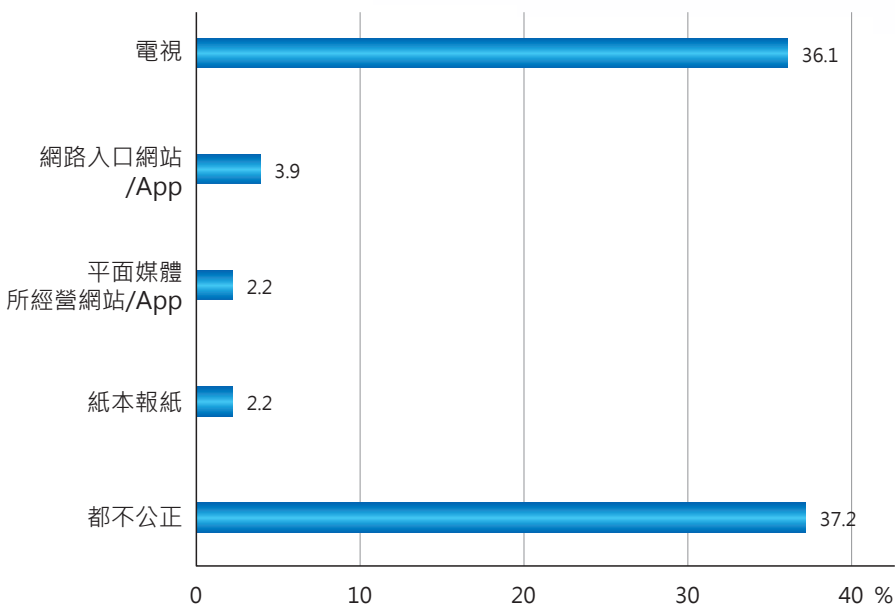
註 2：108 年新增選項「都不準確」，故無 106-107 年數據。

註 3：110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註 4：111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

111 年新增題項調查我國民眾認為最公正的新聞來源，111 年電話訪查結果顯示，認為「都不公正」的比例最高，比例為 23.3%，其次為「電視」(19.7%)、「網路入口網站 /App」(4.3%)、「廣電媒體網站 /App」(2.2%)；112 年結果顯示，「電視」為民眾認為最公正新聞來源，占比為 36.1%，然而認為「都不公正」的比例達 37.2%，高於所有新聞來源。

112 年最公正的新聞來源（前五名）



Base : N=1,046 (單選 · 所有受訪者) 。

註 1 : 本題為 111 年新增題項，故無 106-109 年數據。

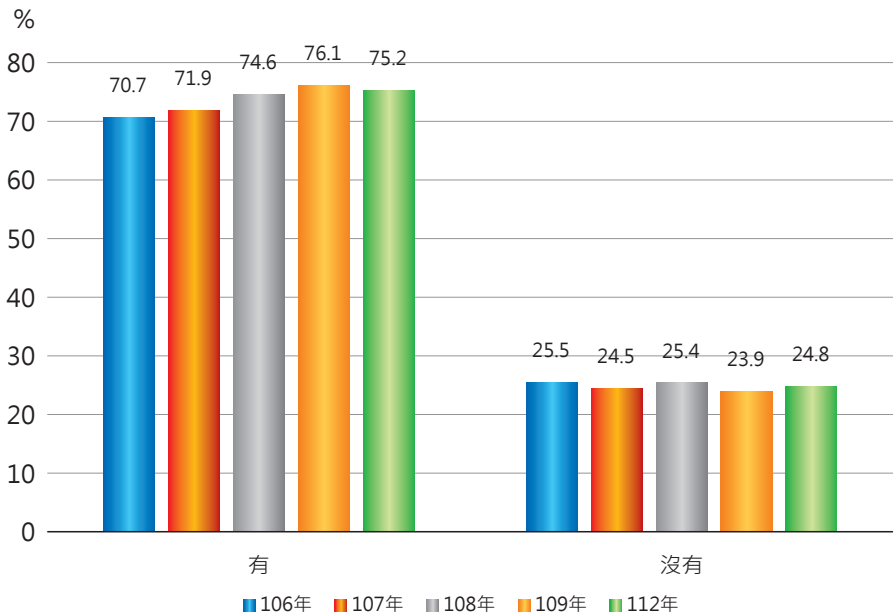
註 2 : 110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註 3 : 111 年調查採電話訪查，因調查方法不同，無法與歷年面訪調查進行數據比較。

■ 近乎所有民眾看過YouTube，抖音觀看比例逐年增加

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，112 年比例達 75.2%。民眾觀看過的線上共享創作影音平臺，有看過「YouTube」比例歷年皆超過 9 成，觀看「抖音 (TikTok)」的比例則逐年成長，自 108 年的 18.7% 大幅提升至 112 年的 42%。

106-112 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 ; 112 年 N=1,046 (單選，所有受訪者)。

註 1 : 106 年不知道 3.4%、拒答 0.4% ; 107 年不知道 3.0%、拒答 0.6%。

註 2 : 110 年因疫情影響暫停調查，故無數據。

註 3 : 111 年問卷整併部分題目，故無數據。



www.ncc.gov.tw



國家通訊傳播委員會
National Communications Commission