

第三節 有線電視訂戶面訪

本研究電訪分為兩階段。第一階段是為電訪提供修正問卷題目的參考。第二階段目的乃為電訪調查之研究分析提供深入解釋，以訂戶在深度訪談中所提出之意見，配合電訪所得之量化資料進行分析。針對訂戶進行之面訪主題為有線電視收視滿意度，包括有線電視之節目內容、服務品質、社區參與、收費制度之意見，以及訂戶對有線電視數位服務、分組付費制度的意見。

壹、研究設計

一、樣本選擇

訂戶面訪調查將台灣區分為北中南東四區作為調查範圍，調查對象為家中有裝設有線電視之家庭。訂戶面訪委託政治大學民調中心執行，採取立意抽樣，依據受訪者年齡、職業、教育程度及性別等基本資料，皆避免集中在某一年齡層、職業別、教育程度或性別，並以配額抽樣方式進行北中南東四區的訂戶面訪，北區以大台北區為主、中區以台中縣市為主、南區以台南縣市、東區以花蓮縣市為主。本研究之訂戶面訪第一階段共選取 41 位戶，包括 2 戶使用機上盒之訂戶。

第二階段共選取 42 戶（表 5-3-1），其中包括 4 戶使用機上盒之訂戶，由於機上盒尚未普及，故機上盒訂戶名單由東森與中嘉透過旗下系統業者由訂戶篩選而出。

二、研究概述

本研究委託政治大學民調中心進行訂戶面訪，第一階段面訪主要目的提供電訪修正問卷題目之參考，在 92 年 8 月下旬完成。第二階段面訪亦經開放結構式問卷討論確定、訪員訓練等過程，於 92 年 11 月上旬始進行面訪，參與訪員 9 位，

北區 3 位、中區 2 位、南區 2 位、東區 2 位，面訪過程並以錄音記錄，以利資料整理。本章節考量第一階段面訪在問卷內容、題項規劃上屬於研究案初期設計，在整體研究設計上僅作為研究初期電訪問卷修正之用。故本章節以第二階段面訪研究內容為主要分析。

表 5-3-1 面訪訂戶基本資料

編號	受訪人	性別	年齡	學歷	職業	區域	機上盒用戶
01	廖素貞	女	55	專科	家管	台北市內湖區	否
02	陳張眺	女	54	大學	商	台北市松山路	否
03	黎安莉	女	30	碩士	壽險	台北市金龍路	是（東森）
04	尤維蘭	女	36	專科	護士	台北縣三重市	否
05	俞玉潔	女	39	大學	研究助理	台北市寧安街	否
06	陳柏蓉	女	37	大學	自由	台北縣汐止市	否
07	李霖	男	42	高職	司機	台北市康寧路	否
08	朱再福	男	64	小學	退休	台北市富陽街	否
09	林麗梅	女	27	大學	研究助理	台北縣中和市	否
10	黃亮勛	男	28	國中	汽修	台北市社中街	否
11	黃啓榮	男	26	專科	程式設計師	台北市南港區	否
12	黃國松	男	49	高中	會計	台北市南港區	否
13	蕭佩玲	女	37	高中	服務業	台北市南港區	否
14	潘儀青	女	28	碩士	企劃	台北市北投區	是（東森）
15	王秀卿	女	35	大專	公關	桃園縣蘆竹鄉	是（中嘉）

16	施秀慧	女	40	大學	電子	桃園縣蘆竹鄉	是（中嘉）
17	梁雪吟	女	37	高職	家管	台中市玉門路	否
18	謝武進	男	40	碩士	教師	台中縣太平市	否
19	王筱菁	女	20	大學	學生	台中市崇德二路	否
20	吳賢文	男	58	碩士	教授	台中市河北路	否
21	王海燕	女	33	高職	服務	台中縣霧峰鄉	否
22	林枝顏	男	39	高中	業務員	台中縣霧峰鄉	否
23	林若梅	女	22	大學	學生	台中縣和平鄉	否
24	莊朝記	男	52	高中	工	台中縣大里市	否
25	李世辰	男	23	大學	學生	台南市中華東路	否
26	賴怡利	男	30	碩士	工程師	台南市東寧路西段	否
27	柯貞仔	女	20	大學	學生	台南市協和街	否
28	林育霖	女	26	大專	小吃	台南縣永康市	否
29	鄭世杰	男	22	大學	學生	台南市忠義路	否
30	莊宜靜	女	22	專科	商	台南市前鋒路	否
31	郭紋秀	女	45	大學	家管	台南市怡東路	否
32	陳玳瑜	女	18	大學	學生	台南市成大勝八舍	否
33	陳進正	男	50	國中	商	台南市裕農路	否
34	張凱東	男	49	大學	公	台南市大同路	否
35	張鴻隆	男	50	高職	公司負責人	花蓮縣吉安鄉	否
36	吳墉輝	男	44	高中	金融	花蓮市中山路	否

37	何玫芹	女	25	高商	會計	花蓮市自強路	否
38	邱禕凡	男	25	大學	學生	花蓮縣壽豐鄉	否
39	劉家珍	女	45	高職	服務	花蓮市富國路	否
40	李茂勳	男	28	國中	服務	花蓮縣新城鄉	否
41	紅家羽	女	20	大學	學生	花蓮市富裕十街	否
42	高于婷	女	36	大學	行政	花蓮縣吉安鄉	否

貳、面訪研究分析

訂戶面訪在全省北中南東選定的 42 位受訪者，包括一般訂戶以及使用機上盒訂戶，經過訪員至該戶深度訪談後，分別就收視滿意度、分組付費與數位服務等議題整理結論如下（詳細面訪答案請見電子資料庫及另一本單獨的附錄）：

一、滿意度

（一）對訊號品質、頻道定位多數予以肯定

不論北中南東區，對此二項的相關意見多屬正面態度。少部分訂戶認為有時訊號不佳是由於天候不良導致，或者認為與家中電視品質有關連。但部分訂戶指出深夜間（凌晨 12 點之後）短時間斷訊機率高，認為可能是有線電視業者利用夜間進行線路工程，訂戶並希望業者進行此類工程時能事先告知。

（二）認為頻道廣告過多，多數訂戶遇到廣告會轉台

多數訪戶同意廣告數目多，而進一步表現負面態度較多，不滿意者認為廣告時段過長，會影響收視連慣性，遇到廣告會立即轉台。部分受訪者認為廣告雖多，

但不會嚴重影響收視，因為廣告會轉台收視，亦已經習慣目前廣告數量。少數訂戶認為有些廣告在創意表現或內容品質佳，亦是收視內容的一部份。

對於地方廣告，訂戶認為品質較差，另有部分廣告涉及性暗示，希望能嚴格管制時間播出。

（三）認同新聞頻道以跑馬燈告知重大訊息，但頻率不要過高

訂戶認知的跑馬燈多數定義為新聞頻道畫面兩側的跑馬燈訊息，多數對新聞頻道的跑馬燈訊息表示可接受，訂戶表示跑馬燈對重大消息或颱風等及時資訊告知有助益。但部分意見指出新聞頻道的跑馬燈有濫用之嫌，有時會造成收視上的困擾，應該有真正重大新聞再使用跑馬燈。

部分意見認為系統業者也會使用跑馬燈告知收費、頻道異動或工程等消息的方式影，但對收視影響不大。極少數意見提到有以跑馬燈方式進行當地的餐廳廣告情形，並對此感到反感。

（四）對購物頻道多數認為還可接受，部分訂戶有使用電視購物行為

對於購物頻道，多數意見持中立或正面態度，不認為購物頻道會影響整體收視行為，部分家庭也有使用電視購物習慣，但對電視購物持不信賴態度者仍多。而有部分訂戶表示會偶而收視購物頻道，以瞭解流行商品資訊，但並不會購買。至於訂戶對衛星購物頻道的印象明顯比地方購物頻道深刻且佳，有使用東森購物頻道者表示使用滿意度佳。

（五）同意頻道數量多，但認為類型不均且主要收視頻道有限

頻道數目眾多獲得一致認同，但是進一步表現的滿意度卻不高，部分訂戶雖然認為頻道數目雖多卻不代表優質或喜好節目足夠，部分意見認為節目類型分佈

不均，如新聞類頻道過多，內容重複性高。

部分訂戶會將收視費過高的議題連結到頻道數眾多，認為提供過多不必要頻道導致收費過高，希望減少頻道數目而獲得收視費用降低。因此，頻道數量雖多，所得到反應卻並非全然正面回應。

（六）認為重播情形略多，但正負面評價皆有

多數訂戶認為頻道節目重播率高，尤其是電影、戲劇、新聞等頻道。但進一步表示個人態度卻是正反各半，傾向滿意者認為重播提供不同時段的收視需求，而有部分訂戶表示有些經典或個人極喜好的電影、戲劇節目會重複收視，或者前次收視不完整也會持續收視。

傾向反對者認為重播率過高會影響收視意願，不希望頻道內容一直重複缺乏新片，尤其針對電影、國片頻道。亦有訂戶認為新聞頻道不斷重播，某些社會事件不斷強化觀眾印象有害於社會治安。

（七）節目內容品質參差不齊

多數訂戶認為節目品質差異大，表示境外的電影、資訊類頻道品質普遍較佳，本土頻道好壞落差極大。部分受訪者對宗教、算命、股票等節目表現強烈不滿意，認為有濫竽充數之嫌。亦有意見認為新聞頻道部分內容過於煽動。

（八）對客服維修速度滿意

多數訂戶對有線電視客服的印象不深，在客服人員（包括維修人員）專業性或態度以及服務種類上，因為較少接觸也沒有深刻印象或回應。唯對有線電視的維修速度多數予以肯定，顯示有線電視業者在工程維護上有一定之水準。而少部分指出接聽客訴電話的客服人員應對態度不佳，或客服人員服務態度參差不齊，此方面應是部分有線電視業者在服務品質尚未達到要求統一之水準，而有客服人

員個人的差異表現。

（九）需更瞭解訂戶需求，如以電話、問卷調查方式

多數意見認為有線電視業者不瞭解訂戶想法，亦缺乏意見回饋機制，如應以電話或有線電視月刊附意見回函等方式進行調查，以瞭解客戶並改進。

（十）對地方新聞頻道印象不深

多數受訪訂戶很少收看地方新聞頻道，理由包括：沒有印象有此頻道（頻道常調動）、頻道內容不吸引人（地方議會等開會實況錄影不斷重播）、製作專業水準不佳、沒有興趣等。顯示有線電視的自製地方新聞頻道滿意度不高，影響性亦低，部分訂戶建議應更專注在地方或社區的民生議題上有系統報導。

（十一）對有線電視在社區服務、公益投入印象不深

多數訂戶不瞭解或對目前有線電視投入的社區或公益服務沒有印象，部分訂戶建議有線電視應扮演地方媒體角色，如對社區活動或地方上舉行的公益活動加以報導。另有訂戶認為里長或社區總幹事對社區的需求很清楚，有線電視業者應該多與聯繫。亦有建議，目前各社區都有維護治安的社區監視器，有線電視業者可提供一個專門頻道供以播出，讓社區監視器發揮更大功能。

二、分組付費制度

（一）對有線電視收費普遍認為偏高，因為使用有限

根據訪談所談所得訂戶對有線電視收費看法，多數意見認為以使用量（包括收視時間與收視頻道）來考量，所付收視費用偏高。而認為價格可接受者，亦希望有線電視業者能對半年或一年繳予之部分優惠。另外，部分訂戶認為該區只有

一家系統，即使對費率不滿亦沒有選擇，也因此該訂戶影響對有線電視的各項滿意度。

（二）多數贊成分組付費，但希望有頻道組合選擇權

多數意見贊成或同意分組付費制度，認為依收視使用程度調整收視費用是很合理的觀念，希望分組後收視費用會因此降低。但部分訂戶同時希望分組制度實施後，能擁有基本頻道的頻道組合選擇權力，亦即能自行決定哪些頻道屬於基本頻道的第一級，以保障能繼續現有喜好頻道。

對分組制度持觀望或負面態度者則擔慮新制度實行後，業者會有技巧將現有頻道表重新包裝，反而使想收視到現有頻道的訂戶需付出更高的收視費。或者認為家庭成員多，喜好頻道不一，分組後仍需要選擇收視多數頻道。也有意見認為現行一次付費全部收視的方式已經習慣也很好，不希望改變。

（三）多數傾向贊成付費頻道方式，但價格要有競爭優勢

在整體態度上，受訪訂戶傾向支持付費頻道方式，表示有可能採用付費頻道，但訂戶表示需要更清楚瞭解詳細的付費頻道價格與內容，方能真正決定使用意願。

在分析社經地位因素，發現影響不明顯，唯認為現行有線電視收費過高者與自認為電視使用量較低者明顯傾向認為不需要付費頻道，基本頻道已足夠收視。部分不贊同或覺得不需要付費頻道者則認為租借錄影帶、VCD、DVD 等方式，足以滿足收看新檔電影之需求。觀望意見者最主要則要視價錢而定。

（四）計次付費制度支持度持平，多數認為需求不高

相較於付費頻道，受訪訂戶對計次付費制度的認同度較低，不支持或觀望意

見居多。傾向不贊成者所持理由包括多種制度使收視行為變得過於複雜，以及認為有線電視收費已經偏高，擔憂計次付費的價格問題。東區的受訪訂戶傾向不贊成比例比北中南三區的明顯為高，但整體來看社經地位影響似乎不是主要因素，亦有社經地位高者認為沒有使用計次付費的需要。態度傾向贊成者則認為如果提供內容足以吸引人會有意願採用，如剛下檔或院線的電影，並有贊成者認為會計次付費比租借錄影帶、VCD、DVD 便利。

三、數位服務

（一）傾向以押借方式使用機上盒

多數受訪訂戶考慮四種機上盒收費方式時傾向支持第三種，以押借方式向業者租借，若不看後可將押金退還。主要考量為機上盒費用高，以買斷方式花費過高，而自行購買又擔心後續的機上盒維修、更新問題，故多數選擇押借方式，其次選擇為第二種的租借方式。

部分受訪訂戶雖然傾向選擇以押借方式，但也進一步表示機上盒不應收費，認為將來的付費頻道與計次付費節目都是另外收費服務，業者應該吸收機上盒成本。另有建議認為業者可參照手機促銷模式，以 2-3 年的保證繼續使用該系統的租約簽訂來提供免費的機上盒。

（二）家中兩台電視以上者，希望裝一台機上盒即可

考量機上盒價格，家中兩台以上的電視的受訪者不認同需要每台電視都需裝設機上盒，希望第二台電視的機上盒價錢有所彈性，或將僅以一台電視（主要收視用）裝設機上盒。

（三）多數對機上盒及其服務有採用意願

在暫不考量機上盒的收費之下，傾向對機上盒及其服務採用意願者稍高，但受訪訂戶進一步表示還要需要以價錢與所提供的內容而定。顯示就機上盒與數位服務本身而言，有線電視訂戶有一定的接受度，唯價錢與內容會影響真正的使用意願。部分態度持平者則指出，一旦機上盒成為多數趨勢，或是業者強力推廣，雖然需求不高也會使用。

（四）機上盒訂戶認為目前機上盒使用介面不夠友善

根據已使用機上盒訂戶意見，四戶機上盒訂戶中有兩戶對機上盒功能還不是完全熟悉，且表示功能很多，但操作上不是非常簡單。訂戶建議機上盒使用介面應朝向更簡易設計，尤其老人與小孩會對機上盒的使用還不熟悉有部分障礙。另有機上盒訂戶認為使用機上盒收視後，需要使用兩隻遙控器也造成一些收視行為上的困擾。

（五）機上盒訂戶認同部分現有部分服務，但希望節目內容與數位服務加強

機上盒訂戶對於現有的加值數位服務滿意度持平，傾向正面態度者滿意部分功能，如機上盒提供的數位音樂可作為背景音樂使用，對互動服務滿意。

但亦有機上盒訂戶指出現有機上盒能收視的頻道與一般有線電視提供的頻道差異不大，數量上也沒有明顯增加，至於數位服務方面則認為互動性還不強，而且電腦網路上有許多可替代性互動服務。

（六）多數對及時資訊、文化教育、金融理財類型數位服務感興趣

多數受訪訂戶認為及時資訊的數位服務將使生活更便利，而英語教學等教育文化類以及金融理財亦為訂戶較感興趣的數位服務類型。

部分傾向認為不需要機上盒提供數位服務者，可再區分為兩類意見，一類為

擁有完善電腦寬頻環境或習慣電腦介面者，認為電腦寬頻環境已經提供類似功能。另一類為年紀較長或社經地位較低者，認為生活中無使用數位服務之必要。

參、小結

一、關於滿意度

綜合上述分析，就滿意度方面而言，訂戶對於有線電視在畫面品質、頻道定位的滿意度高。而針對頻道內容等議題則呈現不同意見，包括對節目廣告、節目重播、節目內容等，顯然多數訂戶對有線電視業者的硬體服務提供呈現滿意情形，但對軟體服務的節目內容提供呈現較不滿意，由於有線電視的內容牽涉到頻道業者，但頻道業者並不會直接與訂戶接觸，因此訂戶的意見不容易被傳達、回饋，也無法對訂戶的不滿意部分加以改善。

比較值得注意的是頻道數目與跑馬燈廣告與購物頻道三個議題。在頻道數目上，受訪的訂戶雖然同意頻道數目眾多，但進一步瞭解態度時卻發現訂戶認為超過 70、80 個頻道是過多，而且類型分佈不均，真正優質頻道有限。甚至進一步認為業者刻意以眾多頻道數目來要求過高的收視費用。

至於跑馬燈，雖然多數覺得跑馬燈數量多、常出現，進一步探討受訪訂戶態度時卻發現真正不滿意者不多，多數認為還可以接受新聞頻道以跑馬燈告知訊息方式，而部分意見則指出希望新聞頻道跑馬燈頻率不要過高，一直重複會有反效果。而購物頻道議題上，受訪訂戶的意見呈現兩極，反對者表現極為不滿，認為電視購物不值得信賴，也不喜歡看到購物頻道。然而，卻也有部分訂戶有收視購物頻道，甚至進一步有電視購物行為。對於購物頻道業者，多數訂戶傾向信賴衛星頻道的電視購物頻道，如東森購物台。

而在相關客戶服務滿意度上，只有維修速度獲得肯定，顯示有線電視系統業者在服務上仍以硬體維護為重點。訂戶認為業者不夠瞭解客戶需求，以及客服人員素質不整齊，亦顯示有線電視業者需要進一步提升對整體客服的要求，而不僅

在工程、硬體的服務。

在地方新聞頻道、社區與公益投入，多數訂戶對此不甚滿意或沒有印象。綜合訂戶意見可以發現，地方新聞頻道與社區、公益投入是緊密相關，部分意見希望有線電視系統業者扮演地方媒體角色，對社區活動、地方公益多加報導，此意見事實上也在地方新聞議題上出現，顯見訂戶對業者的期許是能發揮地方媒體功能，而達成社區與公益上的投入。

二、關於分組付費

分組付費制度的相關議題上，多數訂戶認為現行有線電視收費偏高，主要意見為收視頻道與收視時間的使用量不高，相較於有線電視提供的 24 小時、眾多頻道數，訂戶因此認為付出的收視費用過高。部分訂戶質疑業者擁有眾多訂戶數目，成本應該會逐年降低，但過去（有線電視系統競爭時期）常有對訂戶優惠，現在則極少有費用上優惠。在訂戶多數認為有線電視費用偏高的態度之下，受訪訂戶原則上皆支持分組付費制度，希望看少一點的使用者收少一點錢。但基本頻道的頻道組合與收費價格等細節尚未清楚告知，使部分訂戶因此有所擔慮。而亦有意見為滿意現行制度，不願意變化，或者認為家庭成員收視喜好不一，亦難以選擇基本頻道以減少費用。

至於付費頻道與計次付費節目，主要考量因素仍是內容與價格，由於訂戶對現有的頻道內容並非全然滿意，相形之下，多數訂戶對另外付費收看頻道的意願也有所觀望，同時不少訂戶會以競爭性商品，如錄影帶、VCD、DVD 的租借方式，用以和付費頻道與計次付費節目比較，因此在未來付費頻道與計次付費節目在價錢與內容需有勝出之處，方能吸引訂戶消費。

三、機上盒與數位服務

在機上盒以及數位服務方面，機上盒價格仍是影響使用意願主因，進一步瞭

解訂戶意願，發現若無價格顧慮，多數訂戶願意嘗試機上盒以及數位服務。至於機上盒提供方式，多數傾向以押借方式，但亦有訂戶強烈認為機上盒成本不應由消費者負擔。在考量機上盒價錢影響之下，擁有第二台以上電視的受訪訂戶不願意在每台電視加裝機上盒。對於數位服務而言，多數訂戶同樣有採用意願，在及時資訊、文化教育與金融理財類向呈現較高認同。亦有意見指出電腦環境已提供類似數位服務，機上盒的內容與服務有替代取得管道。

而以使用機上盒的訂戶對目前機上盒滿意度持平，認為機上盒在使用介面有改進空間，使用上應該更便利使用，至於數位服務也仍有開發空間。亦有使用機上盒訂戶認為現有機上盒提供之服務已經很多，對部分提供的數位服務感到滿意。