

111 年委託研究報告

**111 年廣播電臺收聽行為調查
研究報告**

計畫委託機關：國家通訊傳播委員會

中華民國 112 年 4 月

111 年委託研究報告

PG11107-0250

111 年廣播電臺收聽行為調查 研究報告

受委託單位

循證民調有限公司

計畫主持人

賴祥蔚 教授

協同主持人

吳立婷 總經理

研究人員

王嘉如、林倫廷、李旻芳、巫鴻意、尹琦

研究期程：中華民國 111 年 8 月至 112 年 4 月

研究經費：新臺幣 90 萬 1,500 元

本報告不必然代表國家通訊傳播委員會意見

中華民國 112 年 4 月

目次

表次 III

圖次 V

摘要 VII

第一章 緒論	1
第一節 研究緣起及背景	1
第二節 研究目的	3
第二章 文獻探討	5
第一節 臺灣廣播市場相關研究	5
第二節 英美廣播市場研究	14
第三節 廣播政策與管理	34
第四節 聯播網與節目廣告、置入行銷及冠名贊助相關議題	54
第三章 研究方法	62
第一節 量化調查	62
第二節 質化調查	74
第三節 研究時程	79
第四章 廣播收聽行為調查結果	81
第一節 聽眾輪廓描述	81
第二節 廣播電臺收聽設備	84
第三節 廣播電臺收聽行為與動機	102
第四節 廣播電臺收聽偏好	119
第五節 聽眾對廣播媒體信任程度	136
第六節 電臺與聽眾互動體驗	146
第七節 購買電臺推介之商品	159
第八節 Podcast 使用情形	170
第九節 未來收聽廣播意願	179
第五章 綜合分析	191
第一節 收聽廣播或 Podcast 之族群比較	191
第二節 不同收聽裝置收聽選擇差異比較	199
第三節 不同收聽頻率聽眾收聽行為差異	208
第四節 不同族群聽眾收聽行為	214
第五節 不同收聽裝置及 Podcast 聽眾之差異比較	227
第六章 廣播經營與相關政策	230

第一節	焦點座談會調查結果-廣播聽眾場	230
第二節	焦點座談會調查結果-電臺業者場	236
第三節	焦點座談會調查結果-專家學者場	244
第七章	結論與建議	250
第一節	結論	250
第二節	建議	269
參考文獻		277

附 錄

附錄 I	廣播電臺收聽行為調查問卷	附錄 I_1
附錄 II	調查選項報表	附錄 II_1
附錄 III	調查交叉報表	附錄 III_1
附錄 IV	焦點座談會題綱逐字稿(聽眾場)	附錄 IV_1
附錄 V	焦點座談會題綱逐字稿(業者場)	附錄 V_1
附錄 VI	焦點座談會題綱逐字稿(專家學者場)	附錄 VI_1
附錄 VII	問卷研商會議記錄及簽到表	附錄 VII_1

表次

表 2-1-1 2021 年臺灣主要媒體使用者輪廓表	6
表 2-1-2 廣播收聽人口比例表	7
表 2-1-3 廣播收聽率與電臺收聽排名表	8
表 2-3-1 非商業電臺資訊表	34
表 2-4-1 2018 年「節目聯播」但非聯播網之電臺群資訊表	54
表 2-4-2 2022 年臺灣聯播電臺資訊表	55
表 2-4-3 2022 vs 2021 年 6 月臺灣各媒體廣告量調查表	56
表 2-4-4 2020 年 6 月各媒體廣告量排名前 10 類別表	57
表 2-4-5 2017 vs 2020 年廣播廣告量前十大品類表	58
表 2-4-6 2019 年聽眾 call-in 之原因	59
表 2-4-7 2019 年告知聽眾贊助廠商的名稱或是商標播放時間之接受度	61
表 3-1-1 電話樣本配置表	65
表 3-1-2 樣本代表性檢定-加權前	66
表 3-1-3 樣本代表性檢定-加權後	67
表 3-1-4 專家效度會議參與名單	68
表 3-3-1 研究時程表	79
表 4-1-1 收聽人口比例	82
表 4-1-2 不同收聽情形聽眾之輪廓表	83
表 4-2-1 收聽廣播之設備歷年比較表	84
表 4-2-2 使用車用收音機/音響收聽廣播原因歷年比較表	86
表 4-2-3 使用一般收音機/音響收聽廣播原因歷年比較表	88
表 4-2-4 使用手機/平板收聽廣播原因歷年比較表	90
表 4-2-5 使用電腦收聽廣播原因歷年比較表	92
表 4-2-6 網路收聽廣播方式歷年比較表	94
表 4-2-7 手機收聽廣播 APP 歷年比較表	97
表 4-2-8 網路收聽廣播使用感受滿意度歷年比較表	100
表 4-3-1 平均一週收聽天數歷年比較表	102
表 4-3-2 平日主要收聽時段及平均收聽時數歷年比較表	105
表 4-3-3 假日主要收聽時段與平均收聽時數歷年比較表	108
表 4-3-4 收聽廣播節目原因歷年比較表	111
表 4-3-5 收聽廣播節目地點歷年比較表	114
表 4-3-6 收聽廣播節目情境歷年比較表	117
表 4-4-1-1 較常收聽廣播電臺歷年比較表	119
表 4-4-2 最常收聽廣播電臺調查結果表	120
表 4-4-3 最常收聽之原因歷年比較表	121
表 4-4-4 較常收聽廣播節目類型歷年比較表	124
表 4-4-5 較常收聽廣播節目之收聽原因(動機)	127
表 4-4-6 較常收聽新聞報導類型歷年比較表	128
表 4-4-7 較常收聽音樂節目類型歷年比較表	131
表 4-4-8 廣播電臺節目內容需改進之處調查結果表	134
表 4-5-1 節目對時事評論、資訊發布內容信任度調查結果表	136
表 4-5-2 節目報導議題立場的公正程度調查結果表	138
表 4-5-3 新聞評論是否影響民眾看法調查結果表	140
表 4-5-4 廣播節目傳播中國大陸資訊之情況調查結果表	142
表 4-5-5 節目傳播中國大陸資訊內容是否影響民眾看法調查結果表	144
表 4-6-1 參加電臺活動類型歷年比較表	146
表 4-6-2 參與 Call-in 之原因歷年比較表	148
表 4-6-3 加入粉絲團經驗歷年比較表	150
表 4-6-4 與電臺、節目或主持人互動方式歷年比較表	152
表 4-6-5 收看網路直播經驗歷年比較表	154

表 4-6-6 收看網路直播主要原因歷年比較表.....	156
表 4-7-1 購買廣播介紹產品/服務經驗歷年比較表	159
表 4-7-2 購買產品/服務經驗不滿意原因歷年比較表.....	161
表 4-7-3 電臺廣告時間長度感受情形歷年比較表	163
表 4-7-4 廣播節目中介紹商品訊息接受度歷年比較表	165
表 4-7-5 節目冠名贊助提供訊息播出時間長度的接受度歷年比較表	168
表 4-8-1 Podcast 經驗及收聽時段調查結果表.....	170
表 4-8-2 平均收聽 Podcast 時數調查結果表	172
表 4-8-3 較常收聽的 Podcast 節目類型調查結果表	174
表 4-8-4 收聽 Podcast 之原因調查結果表	176
表 4-9-1 沒有收聽廣播主要原因歷年比較表.....	179
表 4-9-2 透過電腦/手機收聽廣播增加收聽意願度歷年比較表	182
表 4-9-3 電臺提供多元服務活動增加收聽意願度歷年比較表	185
表 4-9-4 較具吸引力的電臺服務或活動歷年比較表.....	188
表 5-1-1 收聽廣播或 Podcast 之族群輪廓比較表	192
表 5-1-2 不同族群之收聽廣播設備交叉表	193
表 5-1-3 不同族群之收聽廣播頻率交叉表	193
表 5-1-4 不同族群之收聽廣播地點比較表	194
表 5-1-5 不同族群之收聽廣播情境比較表	195
表 5-1-6 不同族群之較常收聽的廣播節目類型比較表	196
表 5-1-7 不同族群 Podcast 收聽時段交叉表.....	197
表 5-1-8 收聽廣播或 Podcast 之族群輪廓比較表	198
表 5-2-1 不同收聽裝置之族群輪廓比較表	200
表 5-2-2 不同收聽裝置之收聽廣播設備交叉表	201
表 5-2-3 不同收聽裝置之收聽廣播頻率交叉表	201
表 5-2-4 不同收聽裝置之收聽時段與時數(平日)交叉表	202
表 5-2-5 不同收聽裝置之收聽時段與時數(假日)交叉表	202
表 5-2-6 不同收聽裝置之收聽時段與時數(平日)交叉表	203
表 5-2-7 不同收聽裝置之收聽廣播地點比較表	204
表 5-2-8 不同收聽裝置之收聽廣播情境比較表	205
表 5-2-9 不同收聽裝置之較常收聽的廣播電臺比較表	206
表 5-2-10 不同收聽裝置之較常收聽的廣播節目類型比較表	207
表 5-3-1 不同收聽頻率聽眾輪廓比較表	209
表 5-3-2 不同收聽頻率之較常收聽的廣播電臺比較表	210
表 5-3-3 不同收聽頻率之較常收聽節目類型比較表	211
表 5-3-4 不同收聽頻率之較常收聽新聞報導類型比較表	212
表 5-3-5 不同收聽頻率之較常收聽音樂節目類型比較表	213
表 5-4-1 不同族群收聽廣播方式交叉表	214
表 5-4-2 不同族群透過手機/電腦收聽廣播方式交叉表	215
表 5-4-3 不同族群收聽廣播頻率交叉表	215
表 5-4-4 不同族群收聽廣播原因比較表	216
表 5-4-5 不同族群收聽廣播地點比較表	217
表 5-4-6 不同族群收聽廣播情境比較表	217
表 5-4-7 不同族群較常收聽的廣播電臺比較表	218
表 5-4-8 不同族群較常收聽廣播電臺的原因比較表	219
表 5-4-9 不同族群較常收聽的廣播節目類型比較表	220
表 5-4-10 不同族群對時事評論/資訊發布信任度情形交叉表	221
表 5-4-11 不同族群對節目報導議題立場看法交叉表	222
表 5-4-12 不同族群對新聞評論是否影響看法交叉表	222
表 5-4-13 不同族群電臺廣告時間長度感受情形交叉表	223
表 5-4-14 不同族群廣播節目中介紹商品訊息接受度交叉表	223
表 5-4-15 不同族群節目冠名贊助訊息播出時間接受度交叉表	224
表 5-4-16 不同族群收聽 Podcast 時段及時數交叉表.....	225

表 5-4-17 不同族群收聽 Podcast 節目類型比較表	226
表 5-4-18 不同族群收聽 Podcast 原因比較表	226
表 5-5-1 不同收聽裝置及 Podcast 聽眾之收聽時段與時數交叉表	227
表 5-5-2 不同收聽裝置及 Podcast 聽眾之較常收聽的節目類型比較表	228
表 5-5-3 不同收聽裝置及 Podcast 聽眾之收聽原因比較表	229
表 6-1-1 廣播聽眾場與會名單	230
表 6-1-2 廣播聽眾場座談會大綱	231
表 6-2-1 電臺業者場與會名單	236
表 6-2-2 電臺業者場座談會大綱	237
表 6-3-1 專家學者場與會名單	244
表 6-3-2 專家學者場座談會大綱	245

圖 次

圖 2-1-1 臺灣廣播產業產值歷年變化	5
圖 2-1-2 2020 年 Podcast 收聽族群-性別	9
圖 2-1-3 2020 年 Podcast 收聽族群-年齡	10
圖 2-1-4 2020-2021 年 Podcast 收聽率	10
圖 2-1-5 2020 年 Podcast 收聽設備	11
圖 2-1-6 2021 年 Podcast 收聽平台	11
圖 2-1-7 2020-2021 年 Podcast 收聽原因	12
圖 2-1-8 2020-2021 年 Podcast 收聽時機	12
圖 2-1-9 2020 年 Podcast 收聽節目主題	13
圖 2-1-10 2020 年 Podcast 偏好節目類型	13
圖 2-2-1 2022 年各類媒體平台觸及率-美國	14
圖 2-2-2 2022 年不同年齡層收聽廣播節目類型-美國	15
圖 2-2-3 2022 年 18 歲以上成人收聽廣播節目類型-美國	16
圖 2-2-4 2022 年各類型節目每月觸及人數排名-美國	16
圖 2-2-5 2022 年收聽廣播時段-美國	17
圖 2-2-6 2020 年各裝置時間使用長度-美國	18
圖 2-2-7 2020 年不同年齡層收聽廣播時間長度-美國	19
圖 2-2-8 2020 年不同種族收聽廣播時間長度-美國	20
圖 2-2-9 2022 年收聽廣播地點-美國	20
圖 2-2-10 2022 年通勤時間與購物過程收聽廣播-美國	21
圖 2-2-11 2008-2022 年每個月 Podcast 收聽率-美國	21
圖 2-2-12 2022 年 Podcast 收聽族群-美國	22
圖 2-2-13 2022 年 Podcast 收聽節目-美國	22
圖 2-2-14 2022 年 Podcast 收聽地點-美國	23
圖 2-2-15 2022 年在車上收聽音頻的載具-美國	23
圖 2-2-16 2022 年每週收聽廣播觸及率-英國	24
圖 2-2-17 2022 年不同收聽類型每週收聽廣播觸及率-英國	25
圖 2-2-18 2021 年廣播收聽類型與各年齡收聽族群分佈-英國	25
圖 2-2-19 2021 年收聽廣播時段分佈-英國	26
圖 2-2-20 2022 年收聽廣播地點-英國	26
圖 2-2-21 2021 年現場廣播收聽廣播地點-英國	27
圖 2-2-22 2022 年車上收聽的裝置-英國	27
圖 2-2-23 2021 年收聽廣播載具-英國	28
圖 2-2-24 2021 年各裝置的接觸率-英國	28
圖 2-2-25 2022 年在平板或智慧型手機收聽直播廣播-英國	29
圖 2-2-26 2021 年收聽直播廣播情境-英國	29
圖 2-2-27 2022 年透過數位平台收聽廣播比例-英國	30
圖 2-2-28 2022 年數位廣播收聽平台與時間-英國	30
圖 2-2-29 2021 年每月 Podcast 收聽率-英國 vs 美國	31

圖 2-2-30 2022 年 Podcast 收聽族群-英國	31
圖 2-2-31 2022 年 Podcast 聽眾之收聽地點、裝置與習慣-英國	32
圖 2-2-32 2022 年 Podcast 聽眾收聽時從事活動與特性-英國	32
圖 2-2-33 2022 年 Podcast 收聽節目-英國	33
圖 2-4-1 2020 年廣播產業各類型營收占比	56
圖 2-4-2 2016 vs 2019 年近半年內聽眾購買之產品或服務	59
圖 2-4-3 2016 vs 2019 年聽眾對廣播節目商品資訊介紹之接受度	60
圖 2-4-4 2016 vs 2019 年聽眾對廣告時間接受度	60
圖 3-2-1 焦點座談會執行流程	77
圖 4-2-1 收聽廣播之設備歷年數據圖	85
圖 4-2-2 使用車用收音機/音響收聽廣播原因歷年數據圖	87
圖 4-2-3 使用一般收音機/音響收聽廣播原因歷年數據圖	89
圖 4-2-4 使用手機/平板收聽廣播原因歷年數據圖	91
圖 4-2-5 使用電腦收聽廣播原因歷年數據圖	93
圖 4-2-6 網路收聽廣播方式歷年數據圖	95
圖 4-2-7 手機收聽廣播 APP 歷年數據圖	97
圖 4-2-8 網路收聽廣播使用感受滿意度歷年數據圖	101
圖 4-3-1 平均一週收聽天數歷年數據圖	103
圖 4-3-2 平日主要收聽時段歷年數據圖	106
圖 4-3-3 假日主要收聽時段歷年數據圖	109
圖 4-3-4 收聽廣播節目原因歷年數據圖	112
圖 4-3-5 收聽廣播節目地點歷年數據圖	115
圖 4-3-6 收聽廣播節目情境歷年數據圖	118
圖 4-4-1 最常收聽之原因歷年數據圖	122
圖 4-4-2 較常收聽廣播節目類型歷年數據圖	125
圖 4-4-3 較常收聽新聞報導類型歷年數據圖	129
圖 4-4-4 較常收聽音樂節目類型歷年數據圖	132
圖 4-5-1 節目對時事評論、資訊發布內容信任度數據圖	136
圖 4-5-2 節目報導議題立場的公正程度數據圖	138
圖 4-5-3 新聞評論是否影響民眾看法數據圖	140
圖 4-5-4 廣播節目傳播中國大陸資訊之情況數據圖	142
圖 4-5-5 節目傳播中國大陸資訊內容是否影響民眾看法數據圖	144
圖 4-6-1 參加電臺活動類型數據圖	147
圖 4-6-2 參與 Call-in 之原因歷年數據圖	149
圖 4-6-3 加入粉絲團經驗歷年數據圖	151
圖 4-6-4 與電臺、節目或主持人互動方式歷年數據圖	153
圖 4-6-5 收看網路直播經驗歷年數據圖	154
圖 4-6-6 收看網路直播主要原因歷年數據圖	157
圖 4-7-1 購買廣播介紹產品/服務經驗歷年數據圖	159
圖 4-7-2 購買產品/服務經驗不滿意原因歷年數據圖	162
圖 4-7-3 電臺廣告時間長度感受情形歷年數據圖	164
圖 4-7-4 廣播節目中介紹商品訊息接受度歷年數據圖	166
圖 4-7-5 節目冠名贊助提供訊息播出時間長度的接受度歷年數據圖	169
圖 4-8-1 Podcast 經驗及收聽時段數據圖	170
圖 4-8-2 平均收聽 Podcast 時數數據圖	172
圖 4-8-3 較常收聽的 Podcast 節目類型數據圖	174
圖 4-8-4 收聽 Podcast 之原因數據圖	177
圖 4-9-1 沒有收聽廣播主要原因歷年數據圖	180
圖 4-9-2 透過電腦/手機收聽廣播增加收聽意願度歷年數據圖	183
圖 4-9-3 電臺提供多元服務活動增加收聽意願度歷年數據圖	186
圖 4-9-4 較具吸引力的電臺服務或活動歷年數據圖	189

摘要

關鍵詞：廣播電臺、收聽行為、Podcast

一、研究緣起

為瞭解分析聽眾收聽廣播電臺行為及對廣播媒體運用與態度，國家通訊傳播委員會前於 2010、2013、2016 及 2019 年進行調查，為累積廣播收聽行為長期演變趨勢，並掌握聽眾形貌，協助廣播產業在變動不居的時代潮流下得以健全發展，擬延續先前電臺收聽行為調查研究，針對聽眾收聽廣播電臺之收聽行為及對節目與廣告的滿意度、期望或建議等進行分析，期許透過結果可提供國家通訊傳播委員會瞭解於新媒體崛起之環境下，聽眾收聽廣播電臺之方式是否有所變化，並與收聽 Podcast 原生內容之收聽族群輪廓比較，及探討近年廣播新聞評論節目型態對民眾之影響，以作為未來修訂相關法令之參考，使法規更可與時俱進。分析結果並可供廣播業者據以審視並規劃電臺未來的內容走向，促進廣播的內容更符合社會需求。

二、研究方法及過程

調查的方式有兩種，一是透過電話訪問聽眾進行量化調查，二是以焦點團體座談會的方式，整合量化調查結果，邀請聽眾、專家學者和廣播業者提出相關看法和建議。

三、重要發現

(一) 聽眾輪廓¹

1. 調查結果顯示，111 年度「廣播聽眾觸及率」約為 38.0%；若以年齡層面來看，「40~49 歲」及「50~59 歲」的民眾觸及率分別為 26.6%及 21.1%，而「20~39 歲」及「60~69 歲」則分別為 11.1%及 13.2%，20 歲以下及 70 歲以上則落在 5.0%左右。
2. 本次調查廣義聽眾佔整體 38.0%，相較於 108 年調查之 41.4%，下降 3.4%，而自 99 年調查起，逐次調查皆呈現下降趨勢，相較於 99 年，共下降 25.8%(99 年：63.8%、111 年：38.0%)，其中平常聽眾至 108 年呈現下降趨勢，111 年度則略微上升 5.6%(108 年：24.1%、111 年：29.7%)，有效聽眾則自 102 年起逐年下降，共下

¹ 廣義聽眾-最近半年有收聽廣播、平常聽眾-最近一周內有收聽廣播、有效聽眾-最近 24 小時內有收聽廣播且超過 5 分鐘

降 15.3%(102 年：34.4%、111 年：19.1%)。另外，非聽眾則自 99 年起逐年上升，共上升 25.8%(99 年：36.2%、111 年：62.0%)。

3. 本次調查僅收聽廣播的聽眾共佔 33.2%、僅收聽 Podcast 的聽眾佔 4.5%、兩者皆有收聽則佔 4.8%，而選擇收聽廣播或 Podcast 的族群，最大區分點在年齡變項，選擇收聽廣播的聽眾年齡層普遍較高，而收聽 Podcast 則年齡層普遍較低。

(二) 廣播收聽設備使用情形

1. 收聽設備以「車用收音機/音響」和「一般收音機/音響」為主，但「一般收音機/音響」使用比例下降 16.2%(108 年：44.1%、111 年：27.9%)。聽眾在選擇設備時，以「便利性」為主要考量因素。
2. 使用網路收聽方式的聽眾通常使用「手機 APP 程式」、「電臺官方網站即時收聽」和「手機內建收音機頻道」三種方式比例較高，而「APP 程式」方面以「電臺官方 APP」的比例最高；另外，聽眾對於網路收聽使用感受方面，各項感受滿意度皆超過 6 成。

(三) 廣播收聽行為與動機

1. 相較於 108 年，固定收聽(每天聽)的比例略為減少(108 年：29.4%、111 年：28.1%)，經常收聽(每週 5-6 天)則增加 12.9%(108 年：28.1%、111 年：41.0%)。不論平假日皆以上午收聽比例最高，皆呈現上升趨勢；另外，平均收聽時數方面，平假日皆為增加情形，其中假日收聽時數增加幅度較大，為 0.74 小時。
2. 收聽廣播節目原因，以「無聊/打發時間」、「有聲音陪伴」兩原因比例相對較高，與 108 年調查差距不大。收聽廣播節目地點及情境則以「自用車/工作使用的車」及「開車/搭車/乘車」的比例相對較高。

(四) 廣播電臺收聽偏好情形

1. 最常收聽電臺以「中廣流行網」比例最高，其次則為「警廣全國交通網」，收聽的主因為「音樂好聽」、「收聽路況」。此外，較常收聽的類型以「音樂類」及「新聞類」比例相對較高，其中以「流行音樂」為主，新聞類型則為「社會新聞」、「路況報導」及「國內政治新聞」。

2. 聽眾對於廣播節目內容方面，大部份聽眾表示「沒有需要改進的地方」，僅不到 15.0%的聽眾有改進建議。

(五) 對廣播媒體信任程度

1. 聽眾收聽廣播節目時，有 69.1%表示信任時事評論和內容發布，而有 58.8%認為節目立場是中立的。此外，有 66.7%的聽眾表示節目對時事探討內容對他們的看法沒有影響。
2. 根據聽眾回饋，發現廣播中介紹中國大陸相關資訊的節目比例不高，有 45.4%的聽眾表示沒有這類節目，而另外有 41.8%的聽眾表示有一些這樣的節目。此外，有 64.5%的表示節目內容不會影響他們對中國大陸的看法。

(六) 電臺與聽眾互動體驗

1. 93.3%的聽眾表示「都沒有參加過」電臺活動，有參加的以「電話 call-in」的比例最高，主要原因為「點播歌曲」；另外，有 91.4%的聽眾「都沒有加入」任何粉絲團，有加入的聽眾，與其互動方式以「打卡按讚」比例最高。
2. 網路直播經驗方面，僅 18.2%的聽眾有看過，其中有看過的聽眾會收看的原因以「可以看到更多畫面」、「可以看到主持人或來賓」、「節目內容有興趣」三項比例相對較高。

(七) 購買電臺商品經驗及廣告/冠名贊助接受度情形

1. 有 94.1%的聽眾沒有購買廣播介紹產品/服務的經驗，有購買經驗的聽眾也有 78.2%表示沒有不滿意經驗；另外，不滿意經驗則以「產品/服務不符合預期」比例最高。
2. 廣播廣告時間長度規定，56.5%的聽眾表示「剛好」，僅 29.1%表示算「多」，與 108 年相比略微上升(108 年：26.7%、111 年：29.1%)；廣播節目有商品訊息介紹，有 76.4%表示「接受」，與 108 年相比上升達 27.5%(108 年：48.9%、111 年：76.4%)；另外，冠名贊助訊息播出時間長度規定有 88.9%表示接受，與 108 年相比上升 11.7%(108 年：77.2%、111 年：88.9%)。

(八) Podcast使用情形

1. 87.9%的受訪者沒有收聽 Podcast 經驗，有收聽的聽眾最常收聽時段為「晚上」，其次為「上午」；另外，每天收聽時數以「1 小時(含)以內」比例最高，平均收聽時數約為 1.26 小時。
2. Podcast 聽眾較常收聽的節目類型為「閒聊趣味類」、「知識說書類」、「商業與個人理財類」；此外，會收聽的原因則以「喜歡節目風格」、「收聽便利性」比例較高，皆超過 3 成。

(九) 未來收聽廣播意願情形

1. 沒收聽主因以「沒有收聽習慣」、「習慣看電視或手機」、「沒空收聽」、「對廣播節目沒興趣」比例較高。不論是透過電腦/手機收聽廣播或電臺提供多元服務活動，皆有 25.0%上下表示會增加收聽意願。
2. 電臺提供多元服務活動會增加收聽意願的聽眾，表示較具吸引力的服務/活動以「抽獎活動」、「演唱會」、「線上抽獎/兌換」、「官網點播歌曲」、「電話 call-in」比例較高。

四、主要建議事項

(一) 立即可行之建議

1. 建議主管機關可邀請各電臺業者、廣播公會等舉行座談會，針對廣告時間或製作模式進行討論，研擬可解決業者經營困境的方式，可使廣播能在跨平台競爭中更具競爭力。
2. 在保障言論自由的條件下，對業者製播中國元素內容節目可能造成的影響尚無定論，建議主管機關可做例行性調查研究，持續探討是否有所影響，觀察其變化，此外可進一步探討如何加強廣播媒體素養，業者對節目播放內容需制定審查機制，不應傳播錯誤資訊。

(二) 中長期性建議

1. 建議主管機關可審視廣播節目類型播送佔比是否有調整必要性，可讓廣播業者在製作節目上更具備彈性，可以讓聯播業者間降低自身營運成本，也可讓廣播業者增加聯播合作的意願度。

2. 建議文化內容產業輔導獎勵機關可邀請相關領域專家及業者，協助共同開發廣播 App 或雲端廣播網，以增加民眾收聽便利性外，並有助於節目推廣及業者拓展市場。
3. 建議文化內容產業輔導獎勵機關可鼓勵業者節目製播上，研擬適合多元平台播放的內容及類型，並協助業者舉辦與聽眾或民眾接觸之相關廣播活動，期許能增加民眾收聽廣播之意願。
4. 建議主管機關可審視合併之相關規定，討論能否在避免壟斷等條件下放寬規範，並鼓勵業者可透過整併方式來進行資源整合，透過更多元的節目類型，期許能帶來更多的廣告及贊助商的投入；另外，建議也可參考美國 FCC 對於經營困難或瀕臨退場廣播業者之作法，提供輔導作為，若仍無法改善則協助業者退場，避免造成持續經營發生節目製播紊亂的情形。

Summary

Keywords : Radio Stations 、 Listening Behavior 、 Podcasts

1. Research Background

To understand and analyze audience listening behavior toward radio stations and their attitudes toward using broadcast media, the National Communications Commission conducted surveys in 2010, 2013, 2016, and 2019. These surveys aimed to accumulate long-term trends in radio listening behavior, grasp the audience demographics, assist the radio industry in adapting to evolving trends, and contribute to the healthy development of the industry. This study continues the previous research on radio listening behavior, analyzing audience listening behavior towards radio stations, satisfaction with programs and advertisements, expectations, and suggestions. The goal is to provide insights for the National Communication Commission to understand changes in audience radio listening behavior in the context of the rise of new media and to compare such behavior with listeners of native podcast content. Additionally, the study explores the impact of recent radio news and commentary programs on the public. It serves as a reference for future revisions of relevant regulations to ensure they stay current. The results will also help radio broadcasters assess and plan the future direction of their content to better align with societal demands.

2. Research Methods and Process

The research employed two methods: quantitative surveys conducted through telephone interviews with listeners and qualitative focus group discussions. These methods allowed for integrating quantitative survey results and insights from listeners, experts, scholars, and industry professionals.

3. Key Findings

(I) Audience Profile²

1. The survey results indicate that the "Radio Audience Reach Rate" for 2022 is approximately 38.0%. When broken down by age groups, the reach rates for "40-49 years" and "50-59 years" are 26.6% and 21.1%, respectively, while the rates for "20-39 years" and "60-69 years" are 11.1% and 13.2%, and those below 20 and above 70 years are around 5.0%.

²General Listeners - Those who have listened to the radio in the past six months. Regular Listeners - Those who have listened to the radio within the past week. Active Listeners - Those who have listened to the radio in the last 24 hours for more than 5 minutes.

2. In this survey, the proportion of general radio listeners is 38.0%, a decrease of 3.4% compared to the 2019 survey's 41.4%. Since the 2010 survey, there has been a continuous downward trend. Compared to 2010, there is a total decrease of 25.8% (2010: 63.8%, 2022: 38.0%). Regular listeners showed a downward trend until 2019 but slightly increased by 5.6% in 2022 (2019: 24.1%, 2022: 29.7%). Effective listeners have been declining yearly since 2013, with a total decrease of 15.3% (2013: 34.4%, 2022: 19.1%). On the other hand, non-listeners have been increasing yearly since 2010, with a total increase of 25.8% (2010: 36.2%, 2022: 62.0%).
3. In this survey, listeners who listen to radio account for 33.2%, those who listen to podcasts account for 4.5%, and those who listen to both account for 4.8%. The most significant differentiation point between those who choose radio or podcasts is age, as radio listeners tend to be older, while podcast listeners are generally younger.

(II) Radio Listening Device Usage

1. The primary listening devices are "Car Radios/Stereos" and "General Radios/Stereos," but the usage of "General Radios/Stereos" has decreased by 16.2% (2019: 44.1%, 2022: 27.9%). Listeners prioritize "convenience" when selecting devices.
2. Among internet-based listening methods, listeners primarily use "Mobile App," "Real-time Listening on Official Radio Websites," and "Built-in Mobile Radio Channels." The highest proportion is through the "Official Radio App." Moreover, listeners are generally satisfied with their internet-based listening experiences, with over 60% satisfaction rates for various aspects.

(III) Radio Listening Behavior and Motivations

1. Compared to 2019, there is a slight decrease in the proportion of "Fixed Listeners" (listening daily) (2019: 29.4%, 2022: 28.1%) and a 12.9% increase in "Frequent Listeners" (listening 5-6 days a week) (2019: 28.1%, 2022: 41.0%). Regardless of weekdays or weekends, listeners' highest listening rates are during the morning, with an upward trend. Additionally, average listening times have increased, especially on holidays, which increased by 0.74 hours.
2. Reasons for listening to radio programs include "Boredom/Passing Time" and "Having Company." Listening usually occurs in "Personal Car/Work Vehicle" and "Driving/Commute/Travel."

(IV) Radio Station Preferences

1. The most frequently listened-to station is "I Like Radio," followed by "Police Broadcasting Service National Traffic Network." Listeners choose these stations primarily for "Enjoyable Music" and "Traffic Information." Among frequently listened-to types, "Music" and "News" have the highest proportions, with "Pop Music" and news types like "Social News," "Traffic Reports," and "Domestic Political News."
2. Regarding radio program content, most listeners (over 85%) say there is "no need for improvement." Only less than 15% provide suggestions for improvement.

(V) Trust in Radio Media

1. While listening to radio programs, 69.1% express trust in news commentaries and content broadcasts, and 58.8% believe the program's stance to be neutral. Furthermore, 66.7% of listeners believe program content does not influence their views on current events.
2. Listener feedback indicates a low proportion of programs introducing information related to mainland China, with 45.4% of listeners stating no such programs exist, while 41.8% mention having encountered some. Additionally, 64.5% believe program content does not affect their views on mainland China.

(VI) Radio-Listener Interaction Experience

1. 93.3% of listeners have not participated in radio activities. Among those who have, the highest participation is through "Call-ins," mainly for requesting songs. Furthermore, 91.4% have not joined any fan groups. Among those who did, "Check-ins/Likes" are the most common forms of interaction.
2. Only 18.2% have experience with online live broadcasts. Among those who have, the most common reasons for watching are "Seeing More Visuals," "Seeing Hosts or Guests," and "Interest in Program Content."

(VII) Experience with Purchasing Goods and Acceptance of Advertisements/Sponsorships

1. 94.1% of listeners have not purchased products/services introduced on the radio. Among those who have purchased, 78.2% are satisfied. Unsatisfactory experiences are primarily due to "Products/Services Not Meeting Expectations."
2. Regarding ad length regulations, 56.5% find them "Just Right," and only 29.1% consider them "Too Long." Acceptance rates for program-integrated advertisements have increased by 27.5% compared to 2019 (2019: 48.9%, 2022: 76.4%). Moreover, acceptance of named sponsorship message broadcast time length regulations has risen by 11.7% (2019: 77.2%, 2022: 88.9%).

(VIII) Podcast Usage

1. 87.9% of respondents have no experience listening to podcasts. The most common listening times among podcast listeners are in the "Evening" followed by the "Morning." The most common daily listening duration is "Within 1 hour," with an average listening time of about 1.26 hours.
2. The most frequently listened-to podcast genres are "Casual Conversations," "Educational/Storytelling," and "Business and Personal Finance." Reasons for listening include "Liking the Program Style" and "Convenience of Listening," both exceeding 30%.

(IX) Future Radio Listening Intentions

1. The main reasons for not listening include "Lack of Habit," "Habit of Watching TV or Using Phones," "No Time," and "Lack of Interest in Radio Programs." About 25.0% express an increased willingness to listen through computer/mobile or diversified service activities provided by radio stations.
2. Listeners who find diversified service activities attractive are most interested in "Raffles," "Concerts," "Online Raffles/Redemptions," "Requesting Songs on Official Websites," and "Call-ins."

4. Key Recommendations

(I) Immediate-Action Recommendations

1. The regulatory body is suggested to host discussions with radio operators and broadcasting associations to address issues related to advertisement time or production models. This would help solve operational challenges and increase radio's competitiveness in the cross-platform competition.
2. While safeguarding freedom of speech, the impact of Chinese content on programs remains inconclusive. The regulatory body should conduct routine investigations to assess potential effects and changes continuously. Additionally, it should consider strengthening media literacy in radio by implementing content review mechanisms to prevent the spread of misinformation.

(II) Medium- to Long-Term Recommendations

1. The regulatory body should review the proportions of different program types to assess the necessity for adjustments. This would provide flexibility for broadcasters in program production, reduce operational costs, and foster collaboration among radio operators.
2. Support from cultural content development institutions could be sought to develop radio apps or cloud-based radio networks jointly. This would enhance accessibility for listeners and facilitate program promotion, benefiting listeners and expanding market reach.

3. Cultural content development institutions are recommended to encourage broadcasters to develop content suitable for multi-platform distribution. They could assist in organizing radio events for interactions with listeners or the public, enhancing radio's appeal.
4. The regulatory body should review merger-related regulations to explore whether adjustments can be made under non-monopoly conditions. Encouraging resource integration through mergers and offering a diverse range of program types could attract more advertising and sponsor investments. Additionally, the approach of the US FCC towards struggling or exiting broadcasters could serve as a reference, providing guidance and support to improve operations or assisting in an orderly exit to avoid disruption to program production.

第一章 緒論

第一節 研究緣起及背景

隨著時序邁入 21 世紀，傳播科技日新月異，各種傳播媒體之間界線變得相對模糊但更有彈性，人們可以透過不同的載具接收不同媒體的內容。尤其在行動通訊的蓬勃發展、推波助瀾之下，使用網路及行動裝置收看電視節目或收聽廣播，已逐漸成為日常；然而，傳統廣播媒體因為可達到廣泛的覆蓋率，特別是在偏遠地區或人口密度較低的地區，廣播依然是最主要的傳媒方式之一，其所具備的即時性、傳播成本低...等特點，仍然能夠滿足不同類型用戶的需求。

但從商業化的角度來看，隨著網際網路的普及，許多數位媒體平台如社群媒體、網路影片等開始挑戰傳統廣播市場的地位。這些平台可以為用戶提供個性化、多樣化的內容，讓廣告主更有針對性地進行廣告投放。因此，廣播市場在數位媒體的競爭下，面臨著市場佔有率的下降和廣告收益的減少。根據國家通訊傳播委員會 2010 年、2013 年、2016 年及 2019 年 4 次調查發現，廣義聽眾(最近半年內有收聽過廣播節目)和平常聽眾(最近一週內有收聽過廣播節目)有減少之趨勢。面對新媒體的崛起，以及廣播收聽人口的下降，廣播廣告量日漸萎縮，依據國家通訊傳播委員會無線廣播事業年度產值表統計(依各電臺報會之年度財務報表所列營收資料)，廣播營業收入已從 2016 年 33.06 億元下降至 2021 年的 30.52 億元，降幅為 7.68%。另據文化部 2018 年影視廣播產業趨勢研究調查報告顯示，近五年廣播產業總產值 2014 年為 70.26 億元，2018 年則為 62.37 億元，從以上兩者之統計數據相較，廣播產業確實面對總體產值下滑之態勢。自 1993 年廣播頻率開放申設，至 2020 年陸續核發第 11 梯次電臺之廣播執照後，全臺現已有 186 家廣播事業。廣播產業如何在瞬息萬變的環境中，製作其所喜愛的節目，吸引更多聽眾收聽，並達到長遠經營的目標，應為廣播業者所關切。

為瞭解分析聽眾收聽廣播電臺行為及對廣播媒體運用與態度，國家通

訊傳播委員會前於 2010 年、2013、2016 及 2019 年進行調查，而為累積廣播收聽行為長期演變趨勢，並掌握聽眾形貌，以協助廣播產業在變動不居的時代潮流下得以健全發展，擬延續先前廣播電臺收聽行為調查研究，針對聽眾收聽無線廣播電臺之收聽行為（包括收聽的電臺、收聽的時段、時間長短、收聽動機、收聽情境、收聽工具、收聽節目的偏好等），及對節目與廣告的滿意度、期望或建議等面向，進行分析。

調查結果除可提供國家通訊傳播委員會瞭解於新媒體崛起之環境下，聽眾收聽廣播電臺(指取得廣播執照者)之方式是否有所變化，例如除藉由收音機或車用收音機收聽外，是否亦藉由新興廣播收聽平臺 Podcast 收聽，並與收聽 Podcast 原生內容之收聽族群輪廓比較，及探討近年廣播新聞評論節目型態對民眾之影響，以作為未來修訂相關法令之參考，使法規更可與時俱進。分析結果亦可供廣播業者據以審視並規劃電臺未來的內容走向，促進廣播的內容更符合社會需求。

第二節 研究目的

本研究調查目的依據委託機構之標規如下：

- (一)分析不同變項聽眾收聽行為：包括收聽頻率(每天收聽/每週收聽等)、收聽電臺、收聽的時段、時間長短、收聽動機、收聽情境、收聽工具(如收音機/車用收音機/電腦等)、收聽節目類型(含若以收聽音樂類型節目為主者，其收聽音樂類型)、收聽節目的偏好、個別節目類型之收聽動機(含是否因喜好新聞評論、介紹中國大陸相關風土民情、新聞、政策、音樂、文化等內容而收聽)等面向，以供廣播事業參考。
- (二)調查聽眾使用行動裝置或音頻（如Podcast）收聽廣播情況：包括使用行動裝置或音頻（如Podcast）收聽廣播電臺之節目、使用原因、使用情形及滿意度等。
- (三)針對未收聽廣播電臺節目之聽眾，調查是否收聽Podcast原生內容之基本資料（人口變項、喜好Podcast頻道、節目類型等），並進行收聽族群之輪廓比較。
- (四)分析不同變項聽眾對廣播媒體運用及態度：對於廣播媒體的信任程度、喜歡的電臺主持人、喜歡之節目進行方式、是否認為廣播媒體內容(含新聞評論、介紹中國大陸相關風土民情、新聞、政策、音樂、文化等)足以影響民眾的認知判斷(含影響自己的認知判斷)、是否會與電臺主持人互動、參與Call-in、購買推介之商品、現行廣告時間長度以及對節目中資訊提供之接受程度(從單純資訊提供、節目內含置入訊息，到節目未與廣告明顯區分等內容呈現差異)等，以及是否具備了解、判斷節目資訊之妥適性等媒體素養。
- (五)分析不同行動裝置〔收音機(含車用收音機)、新興收聽平臺、收聽Podcast原生內容〕聽眾族群輪廓，以及廣播收聽行為及運用態度是否呈現差異；分析重度、輕中度聽眾族群輪廓，在收聽電

臺、節目偏好是否存有差異等。

(六)未來節目規劃與聽眾需求：聽眾對廣播電臺節目及Podcast原生內容之收聽情形，以及對電臺服務或播出節目之相關建議。

(七)廣播節目內容與廣告規範：瞭解廣播新聞時事評論節目帶風向問題、聽眾看法與建議，並探討廣播「廣告節目化」與「節目廣告化」現象，以及對現行廣播節目開放置入性行銷及贊助後相關反應與建議。

(八)廣播產業營運策略：瞭解廣播電臺收聽時段及廣告時間之變化及未來趨勢，探討聯播節目情形及合作方式，以及業者對媒介匯流、社群媒體、Podcast對電臺影響之看法及因應之道。

(九)累積廣播收聽行為資料，瞭解廣播收聽行為長期演變趨勢。

(十)綜整以上研究成果，研擬作為廣播電臺節目及廣告內容監理政策建議，並提供未來法令修訂及廣播業者規劃內容之參據。

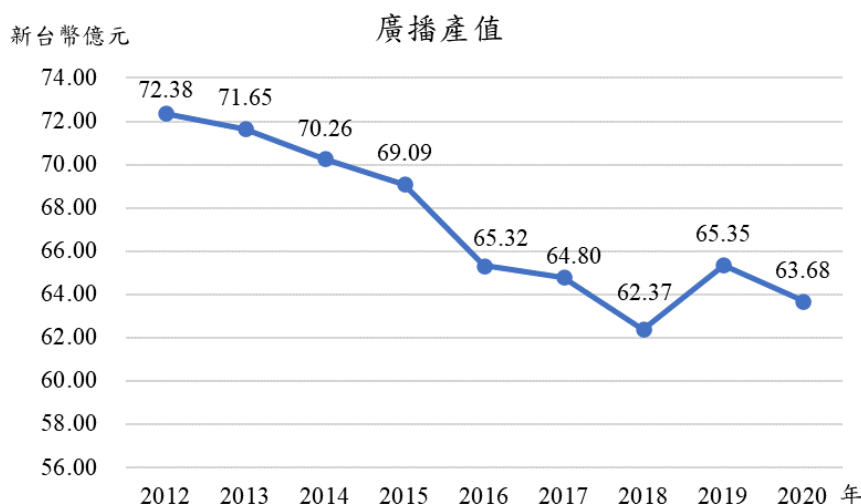
第二章 文獻探討

第一節 臺灣廣播市場相關研究

一、臺灣廣播產業產值現況

依據文化部委託臺灣經濟研究院於「2021台灣文化內容產業調查報告」³(2022年5月底發佈)資料顯示，我國2020年底持有廣播執照業者共計有185家，公營電臺為10家〔其中包含國際廣播電臺1家及2017年6月加入講客廣播電臺（由財團法人客家公共傳播基金會經營）、2017年8月加入原住民族廣播電臺（由財團法人原住民族文化事業基金會經營）〕，民營的調幅電臺17家，跨區及大功率電臺4家，中功率及小功率電臺分別為69及85家。根據國家通訊傳播委員會統計⁴，2018年起陸續核發第11梯次電臺之廣播執照後，2022年第2季國內無線廣播電臺家數已達186家。

廣播產業2020年總產值推估為63.68億元，較2019年減少2.55%，2019年雖遭遇廣播廣告收益衰退，但因業者積極開發新商業模式，如數位管道開發、擴大廣播聽眾觸及率等，而使2019年之產值呈成長型態，但綜觀近幾年之產業產值仍呈下滑態勢，反映整體廣播產業的萎縮現象。



資料來源：整理自文化內容策進院(2022)，2021台灣文化內容產業調查報告、文化部(2019)，2018影視廣播產業趨勢研究調查報告。

圖 2-1-1 臺灣廣播產業產值歷年變化

³文化內容策進院(2022)。2021 年臺灣文化內容產業調查報告，文化內容策進院研究報告。取自：<https://www.taicca.tw/article/691fdfdf>。

⁴國家通訊傳播委員會(2022)。111 年 6 月廣播電視事業許可家數(第 2 季)，國家通訊傳播委員會。取自：https://www.ncc.gov.tw/chinese/news.aspx?site_content_sn=2028&is_history=0。

二、閱聽大眾輪廓分析

依據「2021年臺灣媒體白皮書報告」⁵揭露Nielsen 媒體大調查，針對主要媒體的使用者輪廓進行統計，廣播的收聽者在性別上以男性偏多(佔60.6%)，在年齡分布上以30歲以上的中高齡族群為大宗，工作狀況的分布則是以工作男性居多，佔54.5%，其次為工作女性，約佔31.1%。

表 2-1-1 2021 年臺灣主要媒體使用者輪廓表

媒體閱聽眾輪廓						
媒體\性別	男		女			
電視	49.5		50.5			
報紙	54.6		45.4			
*雜誌	49.2		50.8			
廣播	60.6		39.4			
網路	50.1		49.9			
*戶外	50.1		49.9			
*電影院	53.7		46.3			

媒體\年齡	12-14	15-19	20-29	30-39	40-49	50-65
電視	3.7	6.0	14.3	19.1	21.8	35.1
報紙	0.6	4.7	14.8	24.7	23.5	31.8
*雜誌	0.5	9.1	24.0	31.0	24.3	11.2
廣播	0.5	3.4	12.4	25.5	27.8	30.4
網路	3.4	7.2	18.1	20.6	21.6	29.2
*戶外	3.3	7.3	18.8	21.5	21.1	28.0
*電影院	1.9	13.2	38.1	31.3	13.0	2.5

媒體\工作狀況	工作男性	工作女性	學 生	家庭主婦	退休/無工作
電視	39.3	31.4	12.5	10.2	6.5
報紙	46.8	29.8	6.8	10.2	6.3
*雜誌	40.7	36.2	14.4	4.8	3.9
廣播	54.5	31.1	5.3	4.9	4.1
網路	39.4	31.2	14.6	9.0	5.6
*戶外	39.6	32.0	15.0	7.9	5.3
*電影院	39.9	29.6	24.5	1.8	4.1

資料來源：Nielsen 媒體大調查，2020年

⁵ 臺北市廣告代理商業同業公會(2021)。2021年臺灣媒體白皮書，臺北市廣告代理商業同業公會。取自：http://www.taaa.org.tw/news/article/7912?fbclid=IwAR0YHEGf-vrKsmcWkqlklTkMVnEh648IxnFwqFSzpCt7slsqINgai_-jolg。

三、廣播聽眾觸及率分析

依據國家通訊傳播委員會「2019年廣播電臺收聽行為調查研究調查」⁶發現，41.4%的民眾最近半年內有收聽過廣播節目(廣義聽眾)，24.1%的民眾最近一週內有收聽過廣播節目(平常聽眾)，20.6%的民眾最近24小時內連續收聽超過5分鐘以上(有效聽眾)。此外，58.6%的民眾表示從來不收聽廣播節目。

其中，廣義聽眾由99年63.8%下降為108年的41.4%，平常聽眾由99年48.6%下降為108年的24.1%，有效聽眾則相較於前幾次調查大幅下滑(108年下降至20.6%)，非聽眾則由99年36.2%提高至108年的58.6%。

表 2-1-2 廣播收聽人口比例表

項目	108 年		105 年	102 年	99 年
	n	%	%	%	%
1.廣義聽眾-最近半年有收聽廣播	4,852	41.4	59.8	63.5	63.8
平常聽眾-最近一週有收聽廣播	2,816	24.1	36.7	38.8	48.6
有效聽眾-24 小時內有收聽超過 5 分鐘	2,406	20.6	30.7	34.4	29.8
2.非聽眾-從來不收聽廣播	6,854	58.6	40.2	36.5	36.2
總計	11,706	100.0	100.0	100.0	100.0

註：108年與105、102、99年使用相同樣本定義，以24小時內有收聽超過5分鐘為有效聽眾。

資料來源：國家通訊傳播委員會(2019)，2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查。

⁶ 國家通訊傳播委員會(2019)。2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查。國家通訊傳播委員會研究報告，未出版。

四、廣播市場收聽率分析

依據潤利艾克曼公司所做的2020~2021每季所做的”媒體大調查報告”⁷，針對7天電臺的收聽行為進行調查統計(該報告以北部地區為主要調查區域，包括台北市、新北市、基隆市、桃園市及新竹縣市)，在「7天電臺收聽率」中除2021第三季外，收聽率有提升之趨勢，從2020年第四季14.98%，至2021年第四季已提升至17.41%。「7天電臺收聽率」以「警察廣播電臺」及「中廣流行網」為比例相對較高。

而針對7天電臺的收聽行為進行調查統計，在「7天電臺收聽率」中除2021第二季外，收聽率有提升之趨勢，從2020年第四季14.98%，至2021年第四季已提升至17.41%。「7天電臺收聽率」以「警察廣播電臺」及「中廣流行網」為比例相對較高。

表 2-1-3 廣播收聽率與電臺收聽排名表

項目		2020 Q4	2021 Q1	2021 Q2	2021 Q3	2021 Q4
收聽率		14.98%	18.96%	13.76%	16.44%	17.41%
電台收聽排名	1	中廣流行網	警察廣播電台	警察廣播電台	警察廣播電台	警察廣播電台
	2	NEWS98	NEWS98	中廣流行網	NEWS98	中廣流行網
	3	中廣流行網	飛碟電台	好事聯播網	好事聯播網	好事聯播網
	4	中廣新聞網	中廣流行網	中廣新聞網	飛碟電台	NEWS98
	5	飛碟電台	亞洲電台	警察廣播電台	中廣流行網	愛樂電台

資料來源：整理自潤利艾克曼公司，2020~2021每季媒體大調查報告。

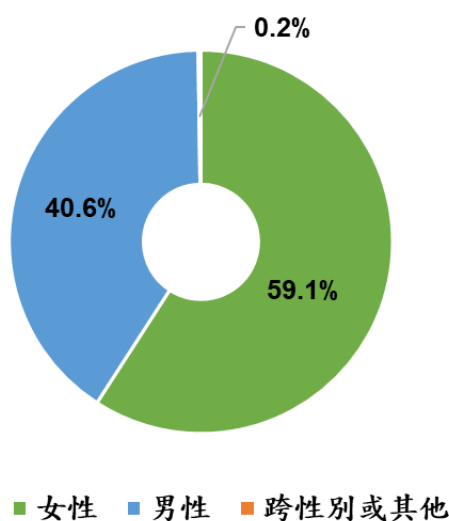
⁷ 潤利艾克曼公司(2021-2022)。2021-2022 年媒體大調查報告。取自：<https://www.xkm.com.tw/H-TML/XKMsite/information.html>。

五、臺灣Podcast現況

依據文化部委託臺灣經濟研究院於”2021台灣文化內容產業調查報告”⁸(2022年5月底發佈)資料顯示，2020年可說是臺灣Podcast元年，因疫情促使產業蓬勃發展，目前已推出各類型的節目，如財經類型、新聞類型、兩性議題等，且此產業不斷有新資源加入，如Youtuber、名人、網路意見領袖，甚至是傳統廣播電臺(無論是否為聯播網)，透過新的管道、內容，以滿足不同閱聽眾的需求。

(一)Podcast收聽族群與收聽率

依據SoundOn與INSIDE聯名發布的”2020 H1 Podcast產業調查報告”⁹顯示，臺灣Podcast聽眾輪廓，在性別部分，以女性(59.1%)的比率高於男性(40.6%)；在年齡部分，可以得知聽眾呈現年輕化，以23-32歲比率占多數(共占60.1%)，而18歲(不含)以下的比率則最低(1.3%)。

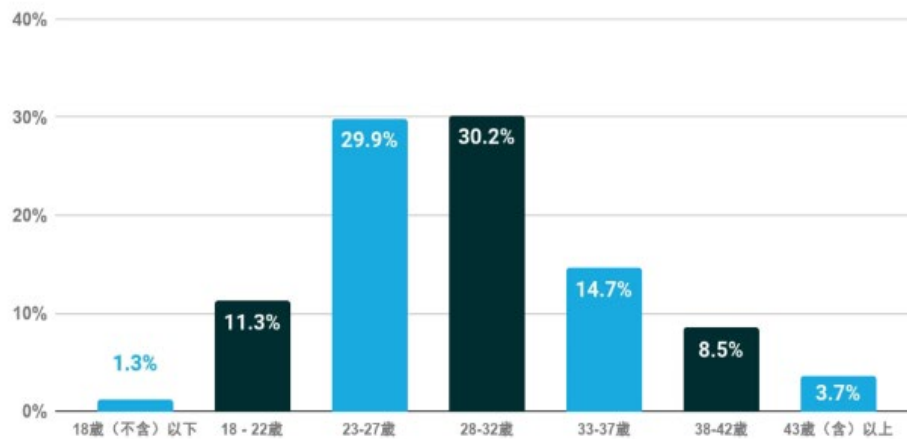


資料來源：SoundOn(2020)，2020 H1 Podcast 產業調查報告。

圖 2-1-2 2020 年 Podcast 收聽族群-性別

⁸文化內容策進院(2022)。2021 年臺灣文化內容產業調查報告，文化內容策進院研究報告。取自：
<https://www.taicca.tw/article/691fdfdf>。

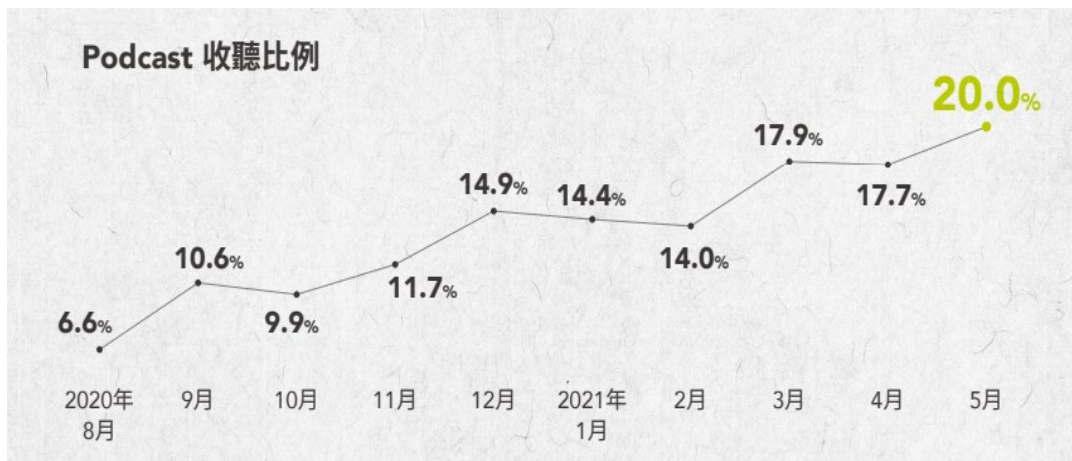
⁹SoundOn(2020)。2020 H1 Podcast 產業調查報告。取自：<https://docsend.com/view/7cegnvyirpi9j65z>。



資料來源：SoundOn(2020)，2020 H1 Podcast 產業調查報告。

圖 2-1-3 2020 年 Podcast 收聽族群-年齡

另外，依據「天下雜誌2021聽經濟大調查」¹⁰，針對20-59歲的民眾進行調查，從2020年8月收聽率僅6.6%，至2021年5月已攀升至20.0%，表示每五個人中，就有一位收聽，可看出Podcast產業迅速崛起。



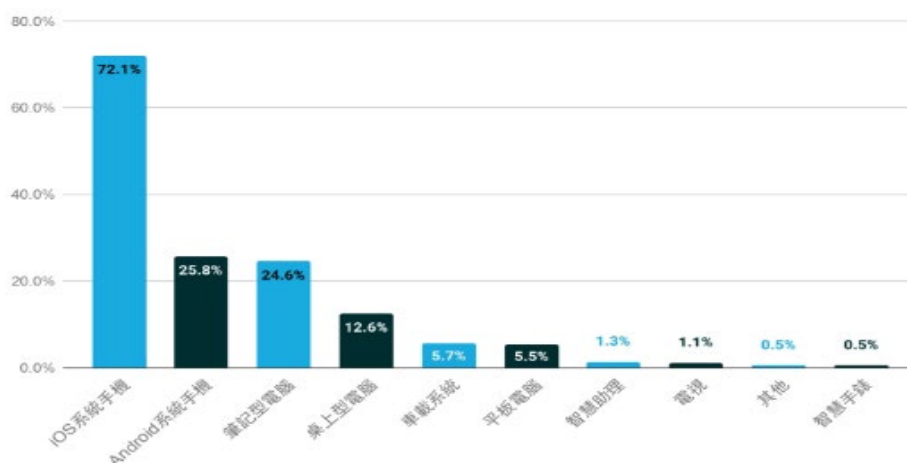
資料來源：天下雜誌(2021)，2021聽經濟大調查。

圖 2-1-4 2020-2021 年 Podcast 收聽率

¹⁰天下雜誌(2021)。2021 聽經濟大調查。取自：<https://storage.googleapis.com/www-cw-com-tw/article-pdf/202106/article-pdf-60b88ead64ca9.pdf>。

(二)Podcast收聽設備及特性

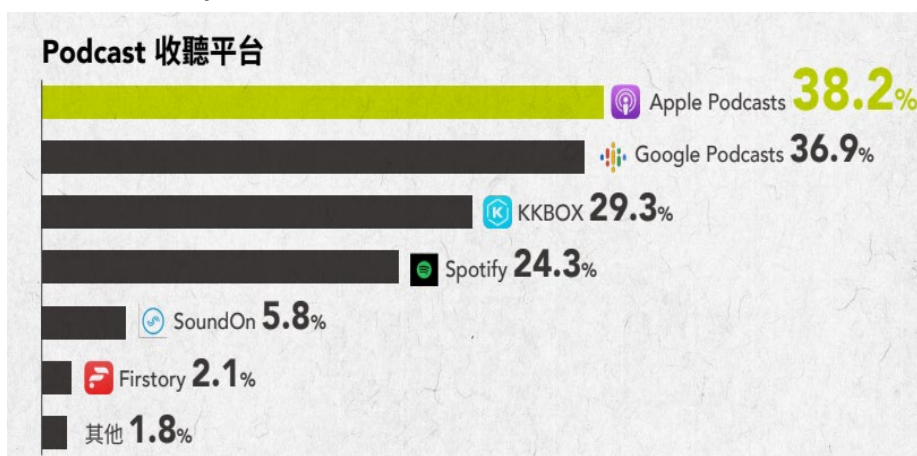
依據SoundOn與INSIDE 聯名發布的”2020 H1 Podcast 產業調查報告”顯示，臺灣Podcast聽眾的收聽設備比率超過10.0%的為手機(IOS系統、Android系統)、電腦(筆記型、桌上型)、車載系統，其中IOS系統手機使用的比率高達72.1%。



資料來源：SoundOn(2020)，2020 H1 Podcast 產業調查報告。

圖 2-1-5 2020 年 Podcast 收聽設備

依據天下雜誌”2021聽經濟大調查”，針對20-59歲的民眾進行調查，Podcast收聽平台仍以手機內建系統平台為主，其中以Apple Podcasts使用的比率略高於Google Podcasts，串流平台則以KKBOX、Spotify為主。



資料來源：天下雜誌(2021)，2021聽經濟大調查。

圖 2-1-6 2021 年 Podcast 收聽平台

收聽Podcast的原因，2020年以讓我可以一邊聽、一邊做其他事(42.7%)的比率最高，其次為打發時間(37.1%)，第三則為放鬆心情或添加生活中的樂趣與娛樂(32.0%)；而2021年則是以增加新知（新聞、時事）(48.8%)的比率最高，其次為打發時間(45.0%)，第三則為可以不限時間、地點聽想聽的內容(36.6%)；綜整兩年原因，會收聽Podcast主要三大原因為增加新知、打發時間、娛樂放鬆。

Podcast 收聽原因 - 2020			Podcast 收聽原因 - 2021		
排行	收聽原因	比例	排行	收聽原因	比例
1	讓我可以一邊聽、一邊做其他事	42.7%	1	增加新知(新聞、時事)	48.8%
2	打發時間	37.1%	2	打發時間	45.0%
3	放鬆心情或添加生活中的樂趣與娛樂	32.0%	3	可以不限時間、地點聽想聽的內容	36.6%
4	增加新知(新聞、時事)	31.1%	4	放鬆心情	31.3%
5	可以不限時間、地點聽想聽的內容	29.1%	5	提升專業領域知識	27.3%
6	瞭解其他人對事物的不同觀點	18.4%	6	讓我可以一邊聽、一邊做其他事	26.4%
7	學習新事物(語言)	17.3%	7	瞭解其他人對事物的不同觀點	22.5%
8	需要啟發及刺激	12.9%	8	取代傳統廣播節目	14.8%
9	取代傳統廣播節目	12.6%	9	需要啟發及刺激	9.7%
10	讓我感受到有人陪伴	10.2%	10	感受到我沒有與世界脫節／跟上熱門話題	9.7%

資料來源：天下雜誌(2021)，2021聽經濟大調查。

圖 2-1-7 2020-2021 年 Podcast 收聽原因

收聽Podcast的時機，不論是2020年還是2021年，收聽Podcast的時機，皆有超過3成的聽眾會利用零碎時間收聽，如休息時間、等候時間，超過2成的聽眾則是會在通勤時、運動時，亦或是在睡前收聽。

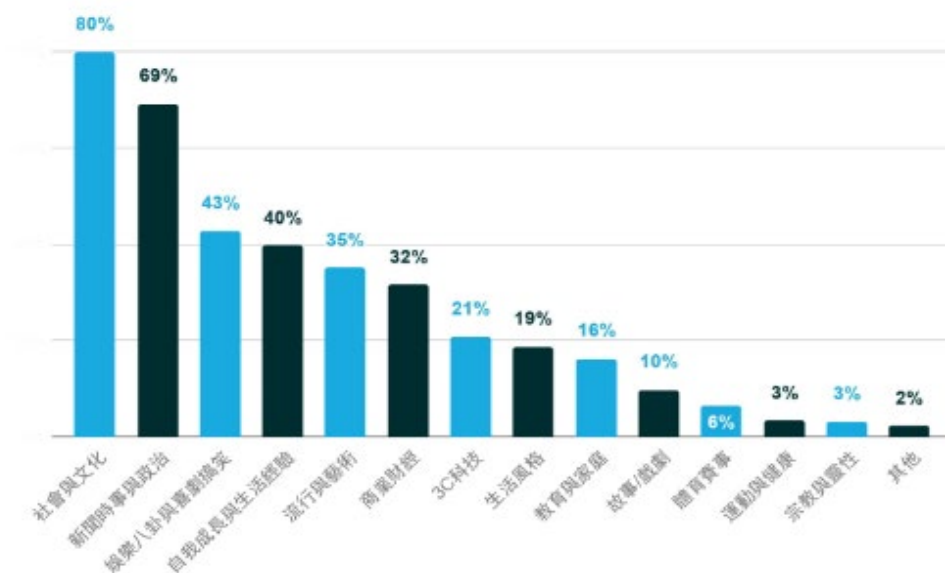
Podcast 收聽時機 - 2020			Podcast 收聽時機 - 2021		
排行	收聽時機	比例	排行	收聽時機	比例
1	在交通工具上(如通勤時)	47.0%	1	家中的休息時間／無事閒暇時	47.5%
2	家中的休息時間	34.0%	2	等候時間(例如排隊／等車／等人時)	44.5%
3	等候時間(例如排隊／等車／等人時)	26.0%	3	搭乘大眾運輸工具時(如通勤時)	28.3%
4	睡前	21.0%	4	運動時	27.9%
5	運動時	20.0%	5	睡前	23.4%
6	工作或上課時	18.0%	6	開車／騎車時	17.1%
7	做家务或帶小孩時	14.0%	7	做家务或帶小孩時	14.2%
8	用餐時	12.0%	8	工作／上課／讀書時	13.5%
9	非家中的休息時間	12.0%	9	非家中的休息時間	12.0%
10	上廁所	8.0%	10	用餐時	10.0%

資料來源：天下雜誌(2021)，2021聽經濟大調查。

圖 2-1-8 2020-2021 年 Podcast 收聽時機

(三)Podcast收聽節目類型

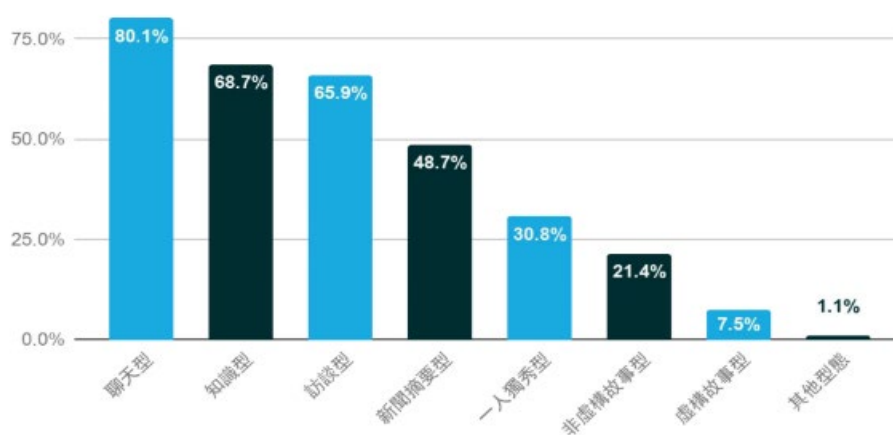
依據SoundOn與INSIDE 聯名發布的”2020 H1 Podcast 產業調查報告”顯示，臺灣Podcast聽眾的收聽節目主題，其中有超過三成的主題分別是：社會與文化、新聞時事與政治、娛樂八卦與喜劇搞笑、自我成長與生活經驗、流行與藝術、商業財經。



資料來源：SoundOn(2020)，2020 H1 Podcast 產業調查報告。

圖 2-1-9 2020 年 Podcast 收聽節目主題

而在偏好的節目類型的部分，以聊天型較受聽眾的喜愛，比率高達80.1%，其次為知識型(68.7%)，第三則為訪談型(65.9%)。



資料來源：SoundOn(2020)，2020 H1 Podcast 產業調查報告。

圖 2-1-10 2020 年 Podcast 偏好節目類型

第二節 英美廣播市場研究

一、美國

(一)廣播市場收聽率分析

Nielsen 2022 年6月發表的”現代調查”¹¹(Audio Today 2022:How America Listens)，針對聽眾在收聽行為的調查，有以下發現：

1. 廣播/收音機收聽設備觸及率

與其他的平台相比，廣播電臺的觸及率為最高(18歲以上成年人的觸及率93%)，若細分年齡層，18-34歲廣播電臺的觸及率為87%，35-49歲觸及率為93%，而50歲以上則是98%。



資料來源：Nielsen Company (2022).“Audio Today 2022: How America listens.”.

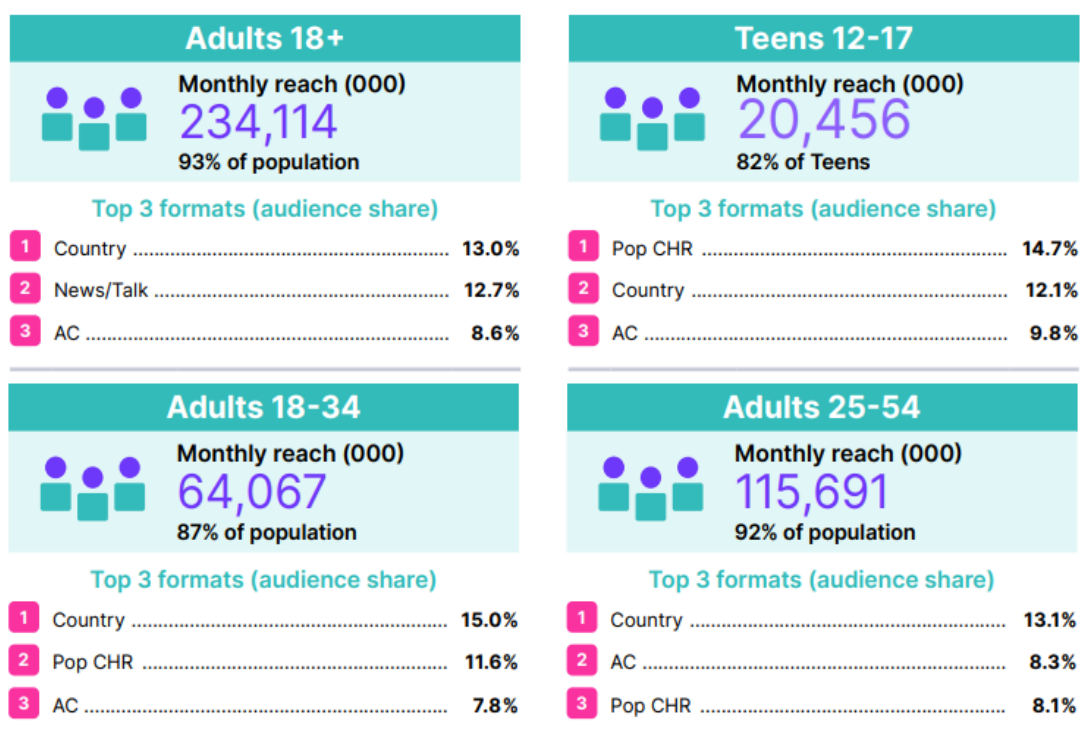
圖 2-2-1 2022 年各類媒體平台觸及率-美國

¹¹ Nielsen Company (2022).“Audio Today 2022: How America listens.” *Nielsen*, Online Available: <http://westwoodone.com/wp-content/uploads/2022/07/Nielsen-2022-Audio-Today-How-America-Listens-Jun22-FINAL.pdf>. Accessed date: Aug 25, 2022.

2. 收聽節目類型

從18歲以上聽眾收聽的節目類型來看，前三大類型分別為鄉村音樂(13.0%)、新聞/談話節目(12.7%)及當代音樂(8.6%)。

若以年齡來看，不同年齡層收聽的節目類目有所差異。12-17歲的青少年最常收聽的節目分別為當代流行音樂(14.7%)、鄉村音樂(12.1%)及成人當代音樂(9.8%)。18-34歲成年人以收聽鄉村音樂(15.0%)、當代流行音樂(11.6%)及成人當代音樂(7.8%)。25-54歲成年人則以收聽鄉村音樂(13.1%)、成人當代音樂(8.3%)及當代流行音樂(8.1%)為主。

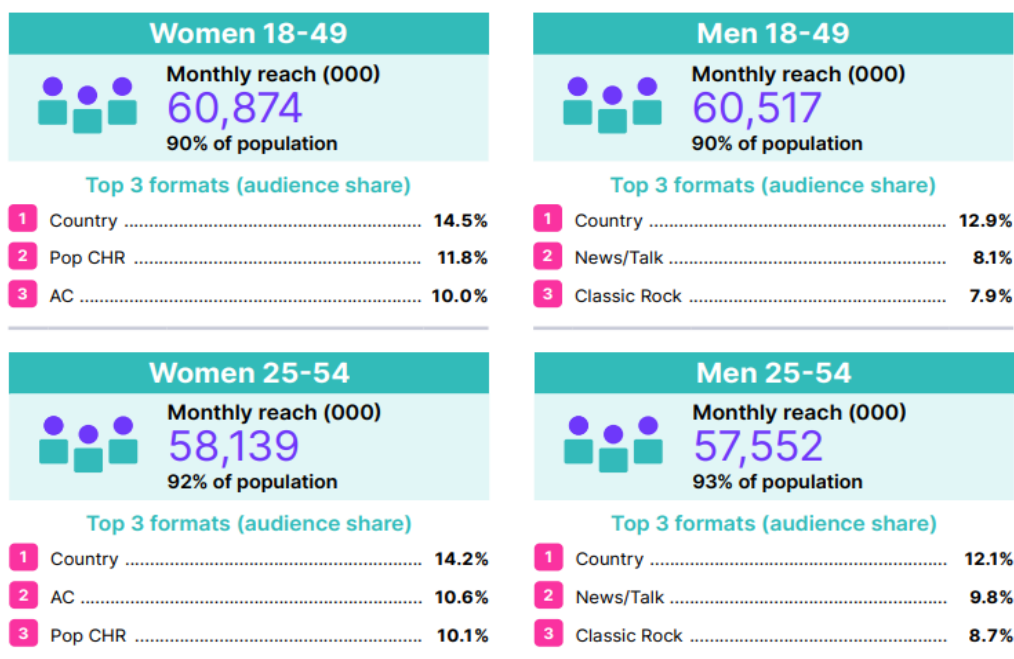


資料來源：Nielsen Company (2022). "Audio Today 2022: How America listens.".

圖 2-2-2 2022 年不同年齡層收聽廣播節目類型-美國

若以性別來看，在18-49歲的客群中，女性客群收聽的前三大分別為：鄉村音樂(14.5%)、當代流行音樂(11.8%)及成人當代音樂(10.0%)；男性客群則為：鄉村音樂(12.9%)、新聞/談話節目(8.1%)及經典搖滾音樂(7.9%)。

而在25-54歲的客群中，女性客群收聽的前三大分別為：鄉村音樂(14.2%)、成人當代音樂(10.6%)及當代流行音樂(10.1%)；男性客群則為：鄉村音樂(12.1%)、新聞/談話節目(9.8%)及經典搖滾音樂(8.7%)。



資料來源：Nielsen Company (2022). "Audio Today 2022: How America listens.".

圖 2-2-3 2022 年 18 歲以上成人收聽廣播節目類型-美國

若以接觸率來看，以下為不同接觸率收聽節目的排名列表：

Top 20 AM/FM Radio formats (ranked by reach)

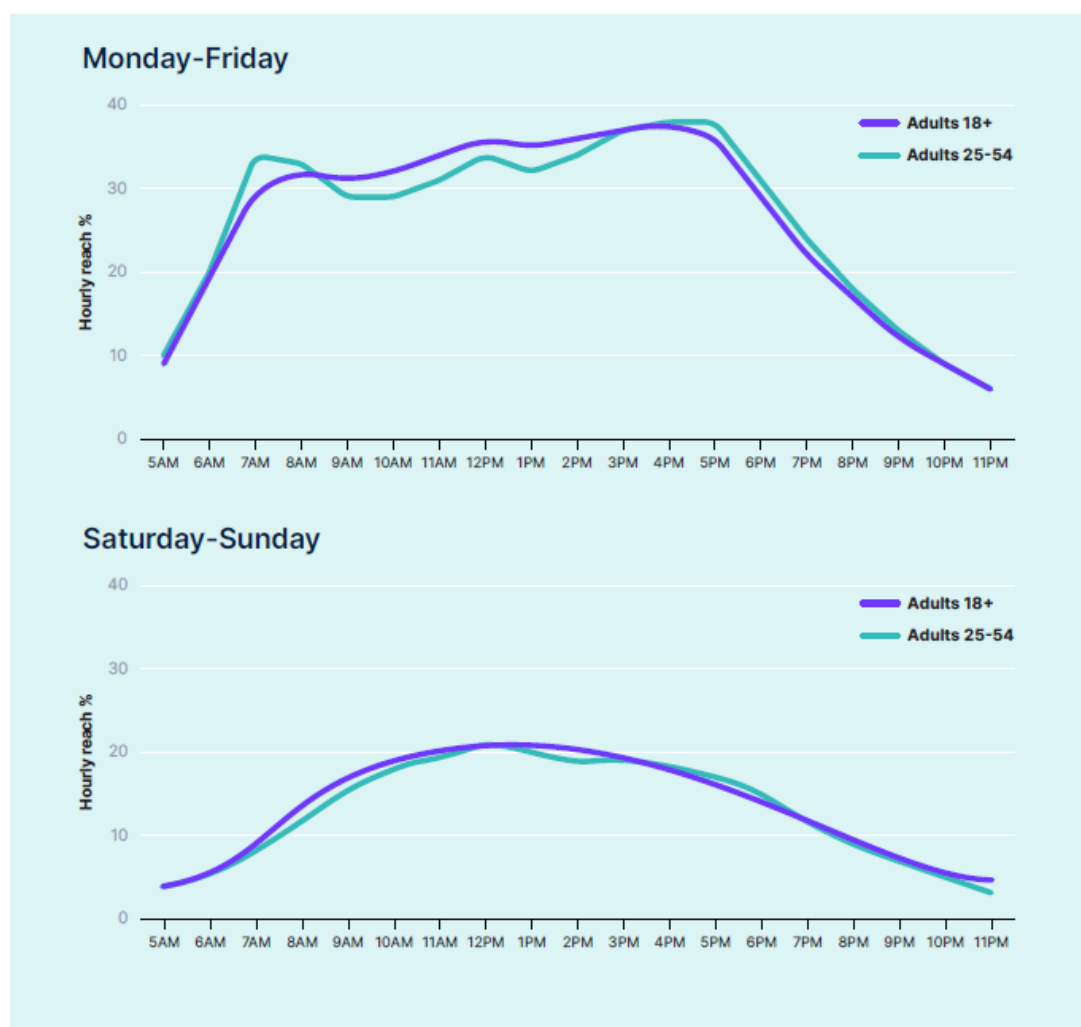
	Monthly reach (000)	Median age	% Employed (full or part time)	Average household size	% of households with children under 18
1 AC	56,734	48	65%	3.1	35%
2 Country	51,668	49	64%	3.1	36%
3 News/Talk	46,604	57	61%	2.8	27%
4 Pop CHR	44,957	36	72%	3.4	46%
5 Classic Hits	40,733	54	62%	2.9	29%
6 Classic Rock	36,291	52	68%	2.9	30%
7 Hot AC	33,763	41	72%	3.3	44%
8 Alternative	19,734	38	77%	3.2	40%
9 Contemporary Christian	19,515	48	66%	3.2	38%
10 Urban AC R&B	18,149	51	58%	3.0	35%
11 Urban Contemporary Hip-Hop/R&B	18,074	38	69%	3.2	44%
12 All News	17,467	59	60%	2.9	25%
13 AOR + Mainstream Rock	16,294	47	70%	3.0	34%
14 Rhythmic CHR	15,604	35	70%	3.5	49%
15 Adults Hits/80s Hits	11,041	47	71%	3.2	37%
16 Spanish Contemporary + Spanish Hot AC	10,756	42	72%	3.8	49%
17 Active Rock	10,408	41	76%	3.2	44%
18 Mexican Regional	9,644	43	74%	4.0	55%
19 All Sports	8,827	51	69%	2.9	32%
20 Classical	7,879	60	52%	2.5	20%

資料來源：Nielsen Company (2022). "Audio Today 2022: How America listens.".

圖 2-2-4 2022 年各類型節目每月觸及人數排名-美國

3. 收聽時段

每天都陪伴著消費者的媒體即為廣播。平日裡，從早上開始播出，伴隨著消費者們通勤，一直到工作結束。青壯年族群聆聽的模式大致上也較為相近，主要是從一天的開始(7:00am)到結束的時段(5:00pm)，工作時段聆聽的情形會較為減少。另外，在週末的使用情況則略有不同，主要的聆聽高峰時段落在中午，此時聽眾較可能正在享用午餐。

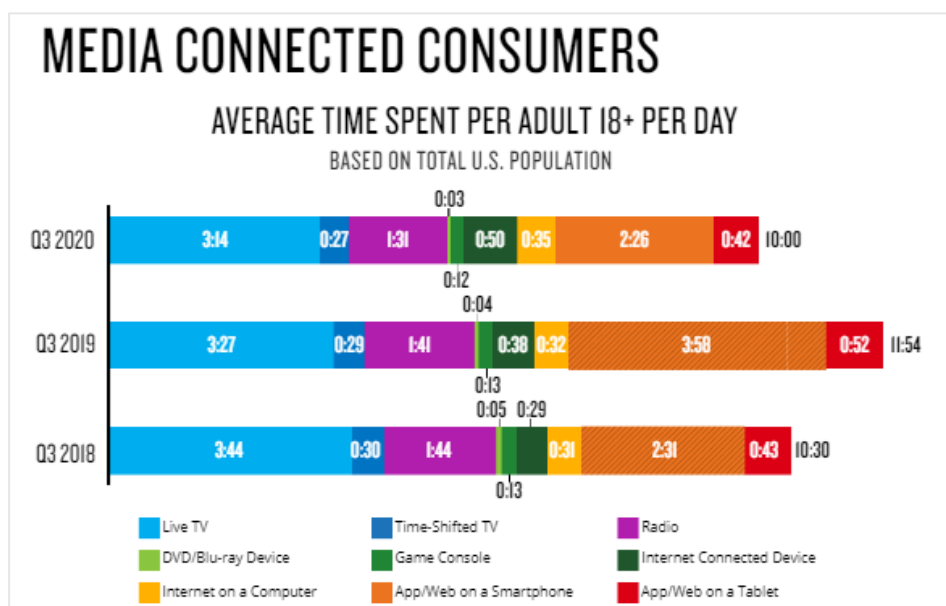


資料來源：Nielsen Company (2022).“Audio Today 2022: How America listens.”.

圖 2-2-5 2022 年收聽廣播時段-美國

4. 收聽時間長度

Nielsen “2021年總視聽大眾報告”¹²(The Nielsen total audience report:)中2020年第三季數據，在美國的成年人中，每天花費與各種媒體互動的時間約為10小時，相較於2019、2018年度減少，佔一天總時數的41.6%；各平台的使用時間有些微差異，消費者使用時間以智慧手機使用(App/Web)為主，在2019年全球疫情嚴峻時消費者使用時間以智慧手機使用(App/Web)大幅增加，並隨著，全球疫情趨緩，使用時間與2018年差異不大；其中廣播，在2018年第三季，收聽的時間為1小時44分鐘，於2020年第三季則下降至1小時31分鐘，有逐年下降之趨勢。



資料來源：Nielsen Company (2021). “The Nielsen Total Audience Report”.

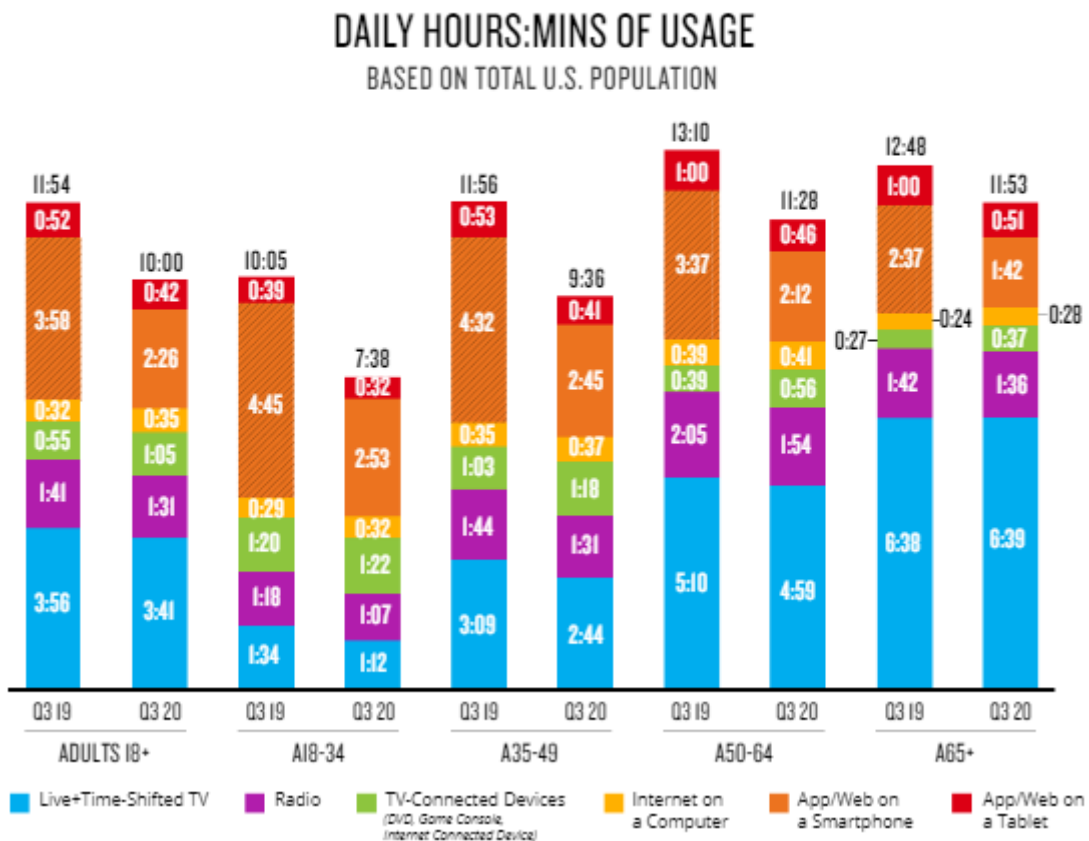
圖 2-2-6 2020 年各裝置時間使用長度-美國

2019年到2020年美國成年人每天花費在媒體使用上的時間有減少的趨勢，以智慧手機使用(App/Web)減少使用時間最多，而使用電視連接的載具及電腦連線網路裝置的時間則略為增加。若以年齡層來看，18-34歲使用時間減少幅度最多，隨著年齡增長，使用時間減少幅度逐漸較小。

¹² Nielsen Company (2021). “The Nielsen Total Audience Report.” *Nielsen*, Online Available: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2021/07/Nielsen-Digital-Landscape-Report-January-2021.pdf>. Accessed date: Aug 25, 2022.

除了18-34歲外，各年齡層的客群在使用電視連接的載具及電腦連線網路裝置的時間都略為增加，尤其以50-64歲客群在兩個平台上增加的幅度最多。其中，在廣播的收聽上，各年齡層者皆有略微下降的現象。

MEDIA TIME BY DEMOGRAPHIC



資料來源：Nielsen Company (2021). "The Nielsen Total Audience Report".

圖 2-2-7 2020 年不同年齡層收聽廣播時間長度-美國

經由多元文化層面來看，不同種族的消費族群會依照其自身的特殊習慣，在媒體的使用方面也有顯著差異。相較於其他種族，黑人是花最多時間在媒體使用上，2020年第三季時每天花11小時37分在媒體使用，亞裔在媒體使用時間上時間較其他種族少，且減少幅度也較小。若以廣播來看，除了亞裔外，不同族群在廣播所花費的時間差異並不大。

THE MULTICULTURAL CONSUMER

AVERAGE TIME SPENT PER ADULT 18+ PER DAY BASED ON TOTAL U.S. POPULATION

	TOTAL		BLACK		HISPANIC		ASIAN		WHITE	
	Q3 2019	Q3 2020	Q3 2019	Q3 2020	Q3 2019	Q3 2020	Q3 2019	Q3 2020	Q3 2019	Q3 2020
Live TV	3:27	3:14	5:04	4:39	2:29	2:15	1:42	1:46	3:26	3:15
Time-shifted TV	0:29	0:27	0:29	0:25	0:16	0:14	0:13	0:13	0:31	0:30
Radio	1:41	1:31	1:46	1:34	1:43	1:31	NA	NA	1:39	1:30
DVD/Blu-ray Device	0:04	0:03	0:04	0:03	0:03	0:03	0:03	0:02	0:04	0:03
Game Console	0:13	0:12	0:16	0:13	0:12	0:12	0:07	0:08	0:12	0:11
Internet Connected Device	0:38	0:50	0:47	1:00	0:39	0:54	0:42	0:57	0:36	0:48
Internet on a Computer	0:32	0:35	0:23	0:29	0:20	0:23	0:40	0:44	0:34	0:36
App/Web on a Smartphone	3:58	2:26	4:46	2:34	4:08	2:34	3:56	2:32	3:49	2:23
App/Web on a Tablet	0:52	0:42	0:51	0:40	0:44	0:36	0:55	0:45	0:53	0:43
Total	11:54	10:00	14:26	11:37	10:34	8:42	8:18*	7:07*	11:44	9:59

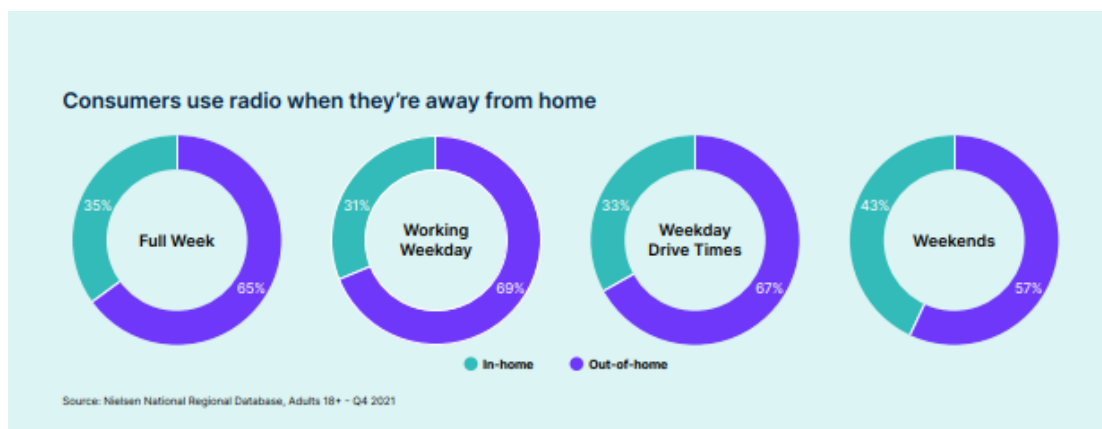
*Radio measurement includes Asian Americans but cannot be separated from the total audience at this time.

資料來源：Nielsen Company (2021).“The Nielsen Total Audience Report”.

圖 2-2-8 2020 年不同種族收聽廣播時間長度-美國

5. 收聽地點

根據 Nielsen 2022 年 6 月發表的”現代調查”(Audio Today 2022:How America Listens)顯示，聽眾主要都是在外出時收聽廣播，尤其是在工作、通勤、或是跑業務時，使廣播傳遞廣告的服務可以在聽眾/消費者在外出的時間和車上吸引到廣告的消費者，尤其是在消費者外出採買時。



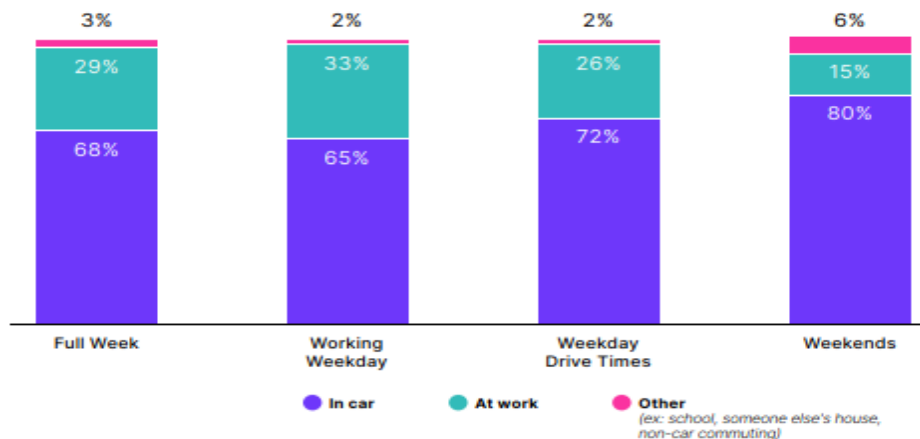
資料來源：Nielsen Company (2022).“Audio Today 2022: How America listens.”.

圖 2-2-9 2022 年收聽廣播地點-美國

從下圖可以發現，工作日不論自行開車與否的消費者中，有3成上下仍是在工作，則有7成上下為純開車，而消費者於週末時段，僅有1成5仍然在工作，有高達8成為單純開車。因此，當消費者不論在工作日或假日開車或通勤時，也是廣告商傳達訊息的一個重要時機。

Most away-from-home listening happens in the car

Percent of all out-of-home listening, by location



資料來源：Nielsen Company (2022). "Audio Today 2022: How America listens."

圖 2-2-10 2022 年通勤時間與購物過程收聽廣播-美國

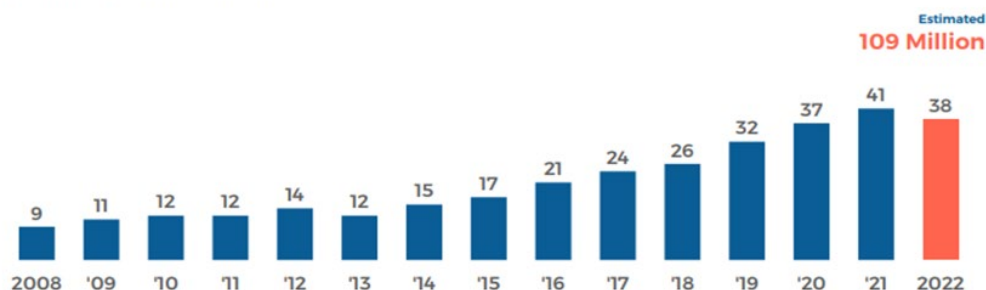
(二)美國 Podcast 現況

1. Podcast 收聽率與收聽族群

根據Edison Research 2022年3月發表的"The Infinite Dial"¹³顯示每個月約有1.09億的美國人收聽Podcast(13歲以上的美國民眾)佔38%，與2021年調查相比，收聽Podcast的聽眾有略微減少，不過與2020年調查的結果相近。

Monthly Podcast Listening

TOTAL U.S. POPULATION 12+
% LISTENED TO A PODCAST IN LAST MONTH

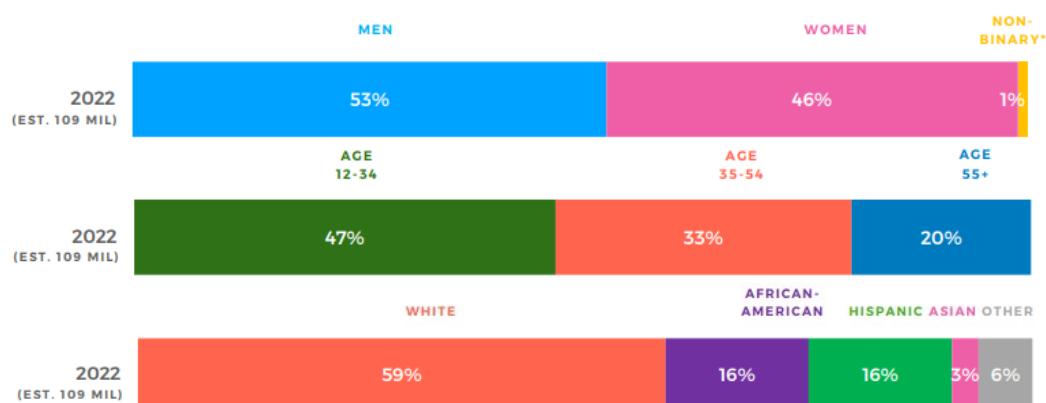


資料來源：Edison Research (2022). "The Infinite Dial 2022".

圖 2-2-11 2008-2022 年每個月 Podcast 收聽率-美國

¹³ Edison Research (2022). "The Infinite Dial 2022" Edison Research, Online Available: <https://www.edisonresearch.com/the-infinite-dial-2022/>. Accessed date: Aug 25, 2022.

在Podcast收聽族群部分，聽眾為男性(53%)的比率高於女性(46%)，在年齡層主要以12-34歲(47%)的比率最高，其次為35-54歲(33%)，年紀較長的聽眾比率(20%)較少；若以族群來看，Podcast收聽主要以白人(59%)居多，非裔美國人及西班牙裔白人(皆為16%)收聽比例相同。



資料來源：整理自Edison Research (2022). “The Infinite Dial 2022”.

圖 2-2-12 2022 年 Podcast 收聽族群-美國

2. Podcast收聽節目類型

根據 Nielsen 2022 年 6 月發表的”現代調查”(Audio Today 2022:How America Listens)顯示，18歲以上成年人收聽Podcast的節目類型的收聽數，前三大類型最多人收聽的類型分別為喜劇節目、新聞節目及時事評論，其中以音樂類型的節目成長幅度最大。

Podcast genres	Nov 2019 listeners	May 2022 listeners (ranked)	Change
Comedy	19,622,900	28,352,766	+44%
News	19,559,133	26,833,659	+37%
True crime	12,893,267	21,459,366	+66%
Society & Culture	12,893,267	20,783,814	+23%
Music	8,912,232	18,599,331	+109%
Education	13,173,298	18,467,876	+40%
Health & Fitness	11,371,650	16,348,006	+44%
History	11,799,481	16,008,297	+36%
Business	11,311,592	15,764,171	+39%

資料來源：Nielsen Company (2022).“Audio Today 2022: How America listens.”

圖 2-2-13 2022 年 Podcast 收聽節目-美國

3. Podcast收聽地點

根據 Edison Research 2022年3月發表的” The Infinite Dial”顯示，2021年第四季13歲以上的美國聽眾較常收聽Podcast的地點，以在家裡收聽(59%)的比率高於在車上收聽(20%)Podcast的比率；觀察2021年第一季至第四季，在車上收聽Podcast的比率有上升的趨勢，相對來說，在家裡收聽Podcast的比率則有減少的現象。

資料來源：Edison Research (2022). “The Infinite Dial 2022”.

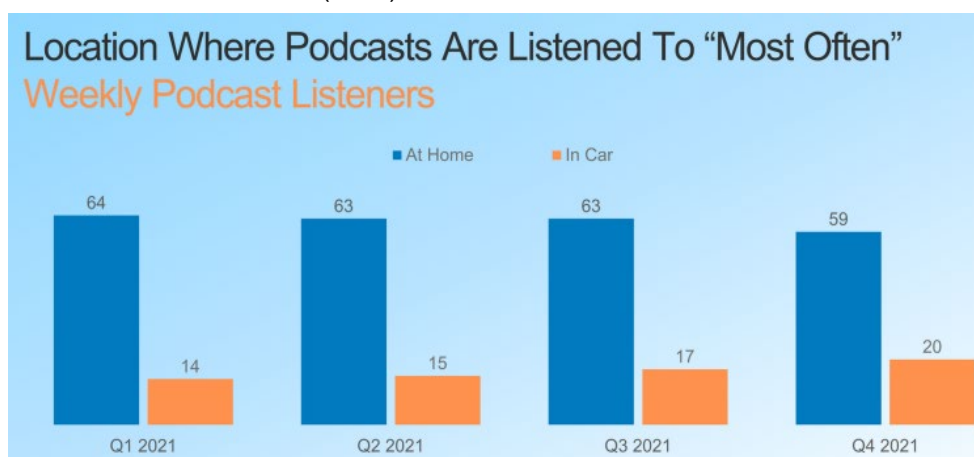
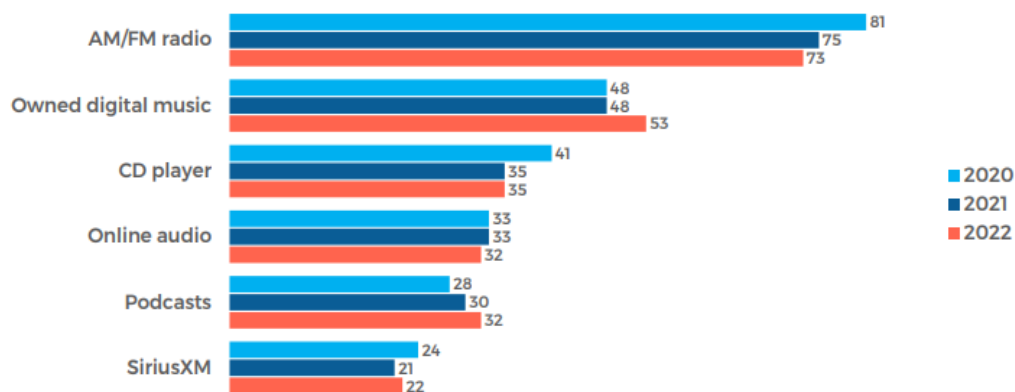


圖 2-2-14 2022 年 Podcast 收聽地點-美國

若以在車中收聽音頻的載具來看，2020年至2022年間，收聽AM/FM廣播有逐漸降低的趨勢，但仍為聽眾在車上主要音頻來源，其次為數位音樂、CD撥放器，而Podcast則有持續成長的趨勢，數位音樂及衛星廣播相較於2021年略為上升。

Audio Sources Currently Ever Used in Car

BASE: U.S. AGE 18+ AND HAS DRIVEN/RIDDEN IN CAR IN LAST MONTH; 84%
% USING AUDIO SOURCE IN CAR



資料來源：Edison Research (2022). “The Infinite Dial 2022”.

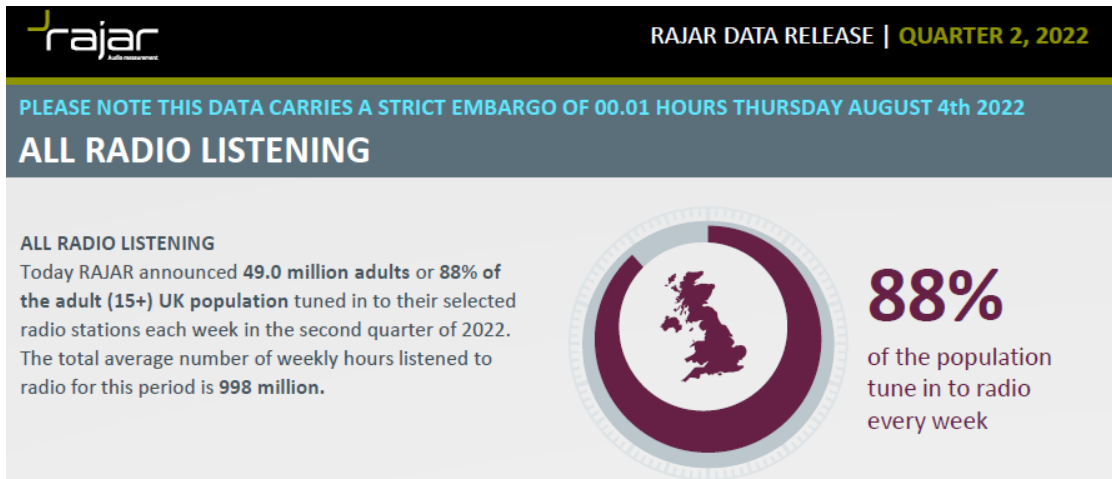
圖 2-2-15 2022 年在車上收聽音頻的載具-美國

二、英國

(一)廣播市場收聽率分析

1. 收聽類型及收聽年齡

根據RAJAR所發佈的最新統計資料(RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022)¹⁴顯示，在2022年第2季無線廣播的每週觸及率為88.0%，相較於2021年第1季88.7%略為下降。



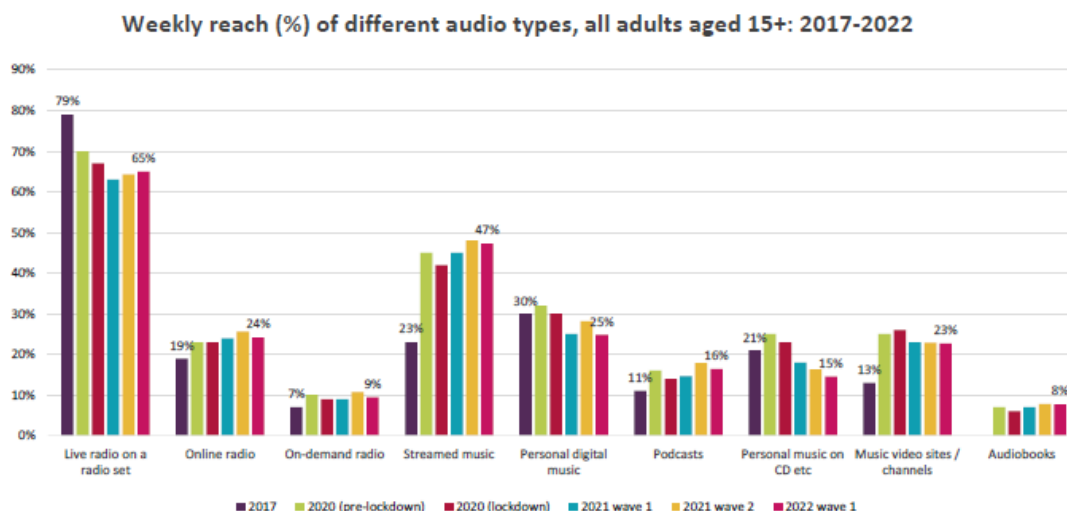
資料來源：RAJAR (2022). “RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022”.

圖 2-2-16 2022 年每週收聽廣播觸及率-英國

根據 Ofcom 在 2022 年發佈的“2022 媒體國家(Ofcom, Media Nations_UK 2022)調查”¹⁵發現，整體來說，在過去五年來，英國民眾每週收聽接觸率，以現場廣播收音機為主，且有下降之趨勢；線上廣播、Podcast 上升的現象。

¹⁴ RAJAR (2022). “RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022” RAJAR, Online Available: https://www.rajar.co.uk/docs/news/RAJAR_DataRelease_InfographicQ22022v2.pdf. Accessed date: Aug 25, 2022.

¹⁵ Ofcom (2022). “Media nations: UK 2022” Ofcom, Online Available: https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0016/242701/media-nations-report-2022.pdf. Accessed date: Aug 25, 2022.

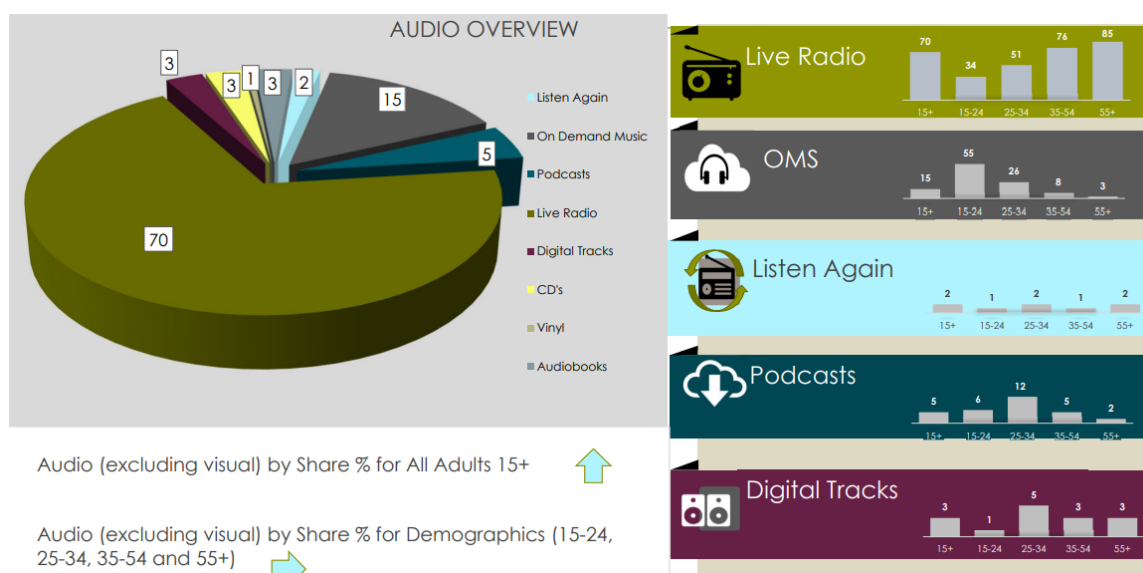


資料來源：Ofcom (2022). “Media nations: UK 2022”.

圖 2-2-17 2022 年不同收聽類型每週收聽廣播觸及率-英國

2. 收聽類型及收聽年齡

根據RAJAR所發佈的”MIDAS WINTER 2021報告”¹⁶，針對15歲以上的客群的收聽統計調查，發現直播廣播仍為大宗，佔70%，並以年齡層在55歲以上的聽眾的比率最高，佔85%；其次，則是隨選音樂(OMS)(15%)，並以15-24歲為主要收聽族群；Podcast(5.0%)的收聽者則集中在25-34歲。



Audio (excluding visual) by Share % for All Adults 15+

Audio (excluding visual) by Share % for Demographics (15-24, 25-34, 35-54 and 55+)

資料來源：RAJAR (2022). “RAJAR MIDAS WINTWR 2021”.

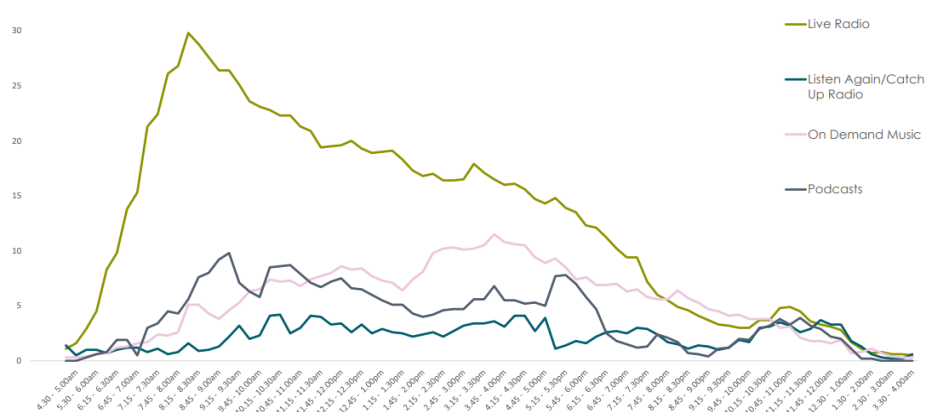
圖 2-2-18 2021 年廣播收聽類型與各年齡收聽族群分佈-英國

¹⁶ RAJAR (2022). “RAJAR MIDAS(Measurement of Internet Delivered Audio Services) WINTWR 2021” RAJAR, Online Available: https://www.rajar.co.uk/docs/news/MIDAS_Winter_2021.pdf. Accessed date: Aug 25, 2022.

3. 收聽型態及客群年齡

根據RAJAR所發佈的”MIDAS WINTER 2021報告”，對於15歲以上的收聽調查結果，發現直播廣播的收聽尖峰時段為早上8:00-8:15；Podcast尖峰在上午9:15-9:30、下午5:00-5:30；重覆收聽(Listen Again)的尖峰在下午4:15-4:30；隨選音樂則是在早上9:45-10:30、下午4:15-5:00。

TIME OF DAY LISTENING – MONDAY TO FRIDAY AVERAGE WEEKLY REACH %

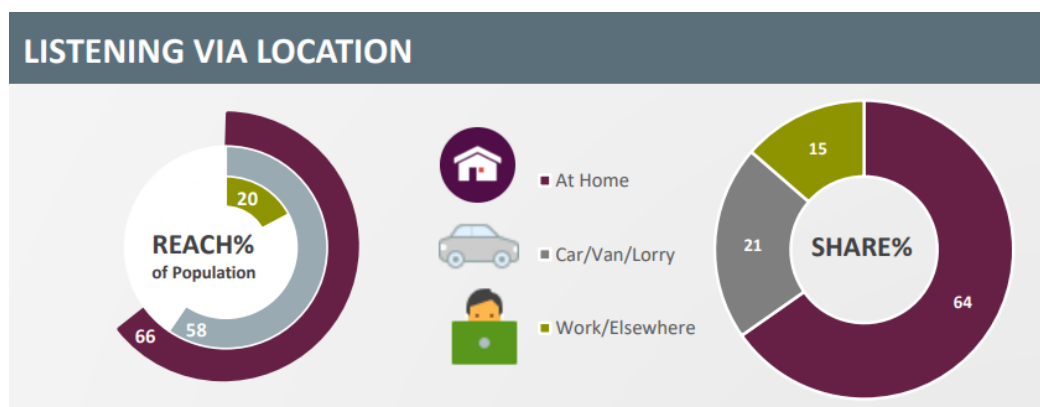


資料來源：RAJAR (2022). “RAJAR MIDAS WINTWR 2021”.

圖 2-2-19 2021 年收聽廣播時段分佈分佈-英國

4. 收聽地點

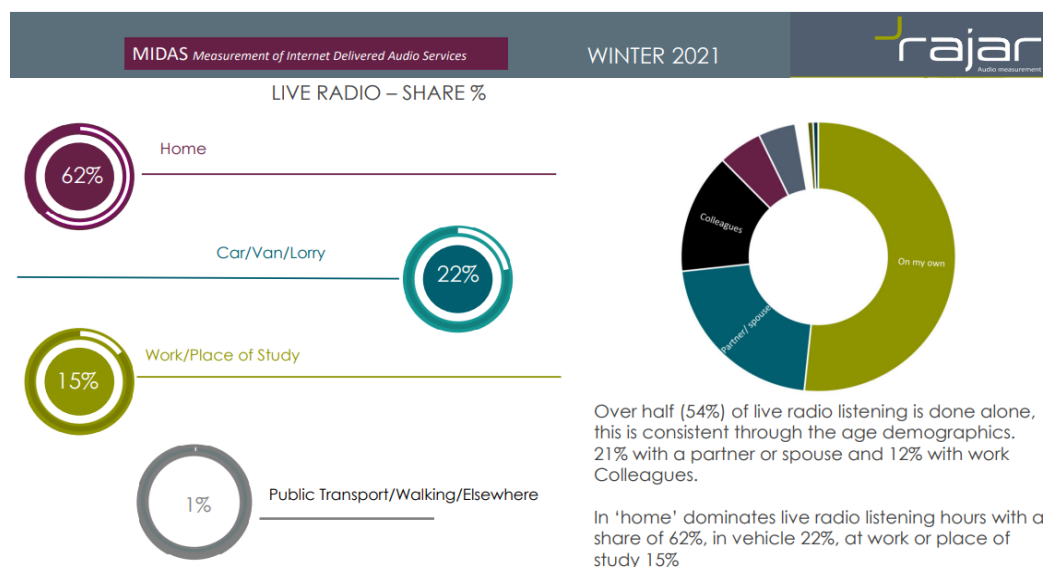
根據RAJAR所發佈的最新統計資料(RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022)顯示，在家中收聽廣播的觸及率為最高，佔66%；在個人交通工具上(汽車、箱形車、卡車)觸及率58%；在工作及其他地方則僅觸及20%。



資料來源：RAJAR (2022). “RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022”.

圖 2-2-20 2022 年收聽廣播地點-英國

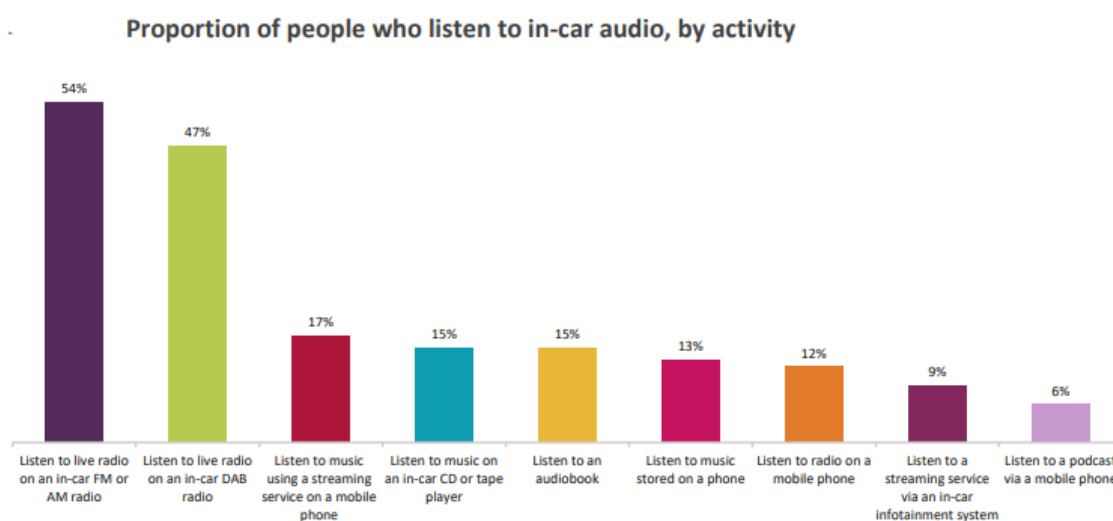
根據RAJAR所發佈的”MIDAS WINTER 2021報告”，針對現場廣播(live radio)進一步分析，整體來說，在家收聽者的比例最高，佔62%，其次為個人交通工具(22%)、第三則為工作或學習場所(15%)，公眾交通工具或行走則僅佔1%。



資料來源：RAJAR (2022). “RAJAR MIDAS WINTWR 2021”.

圖 2-2-21 2021 年現場廣播收聽廣播地點-英國

若以在車中收聽音頻的載具來看，根據Ofcom在 2022年發佈的”2022媒體國家”(Ofcom, Media Nations_UK 2022)調查發現，車用AM/FM收音機(54%)為聽眾在車上主要裝置，其次為車用DAB數位收音機(47%)。

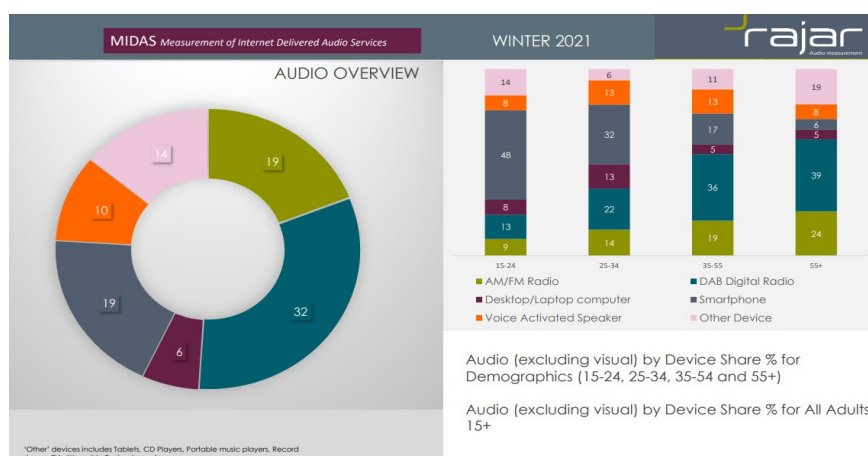


資料來源：Ofcom (2022). “Media nations: UK 2022”.

圖 2-2-22 2022 年車上收聽的裝置-英國

5. 收聽裝置

RAJAR所發佈的”MIDAS WINTER 2021統計報告”顯示，聽純聲音的廣播服務時，15歲以上的聽眾最多使用為DAB數位收音機(32%)、其次為AM/FM收音機(19%)及智慧型手機(19%)。若以年齡層來看，15-24歲(48%)、25-34歲(32%)聽眾皆以使用智慧型手機為大宗，35-55歲(36%)、55歲以上(39%)聽眾則皆以使用DAB數位收音機為多。



資料來源：RAJAR (2022). “RAJAR MIDAS WINTWR 2021”.

圖 2-2-23 2021 年收聽廣播載具-英國

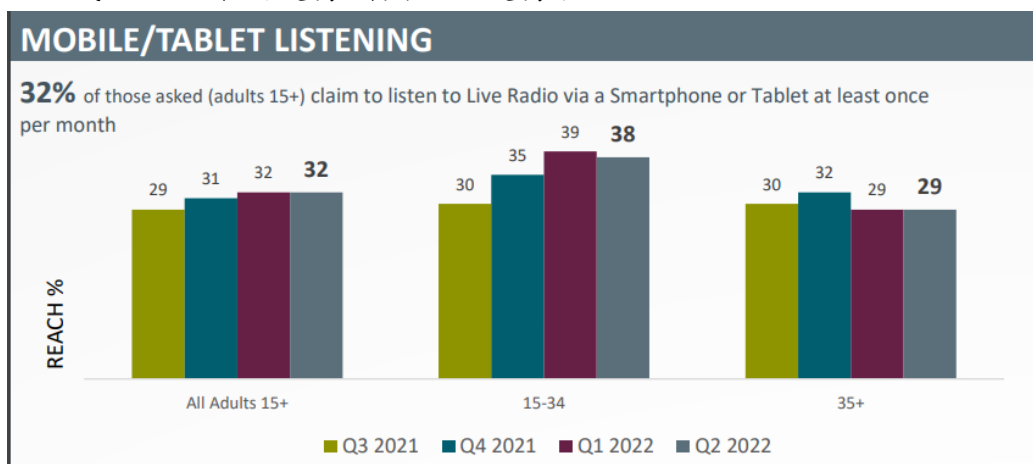
RAJAR該份報告(MIDAS WINTER 2021)也針對直播廣播(live radio)裝置進一步分析，接觸率最高的裝置為DAB數位收音機(55%)、其次為AM/FM收音機(40%)。若以整體的佔比來看，在收聽「直播廣播」的聽眾中，佔比最高的為使用DAB數位收音機(46%)、其次為AM/FM收音機(27%)。



資料來源：RAJAR (2022). “RAJAR MIDAS WINTWR 2021”.

圖 2-2-24 2021 年各裝置的接觸率-英國

另外，根據RAJAR所發佈的最新統計資料(RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022)顯示，就整體而言，2022年第2季15歲以上的聽眾約有32%每月至少使用一次智慧型手機或平板收聽「直播廣播」，2021年第3季到2022年第1季有微幅上升的趨勢，2022年第2季則與第1季分布相似；15-34歲的聽眾，在2022年第2季微幅下降，35歲以上聽眾的趨勢則與整體趨勢相似。

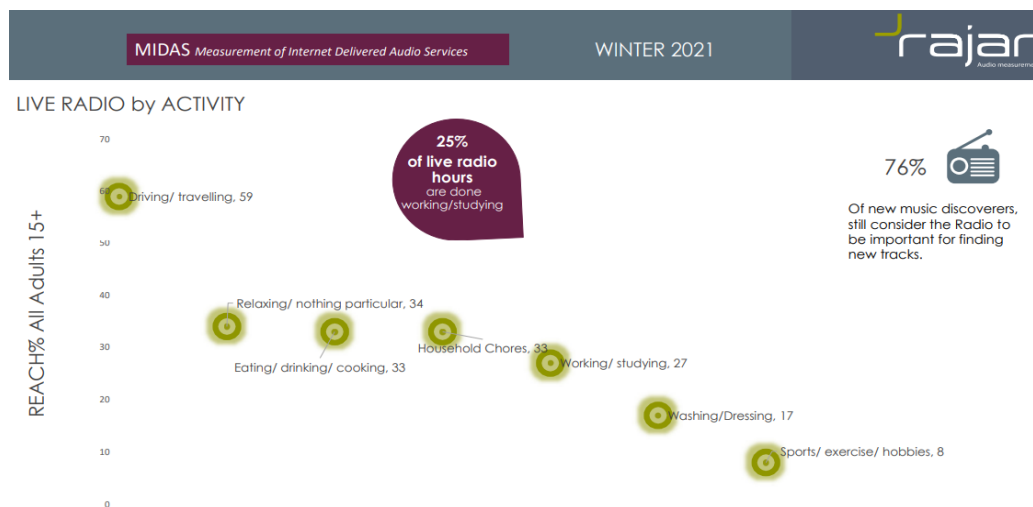


資料來源：RAJAR (2022). "RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022".

圖 2-2-25 2022 年在平板或智慧型手機收聽直播廣播-英國

6. 收聽情境

RAJAR所發佈的"RIDAS WINTER 2021統計報告"顯示，收聽「直播廣播」的客群主要在開車或旅行(59%)時進行收聽，約佔直播廣播收聽時間的25%。有76%的新音樂發掘者仍認為收音機是發現新資訊的重要來源。

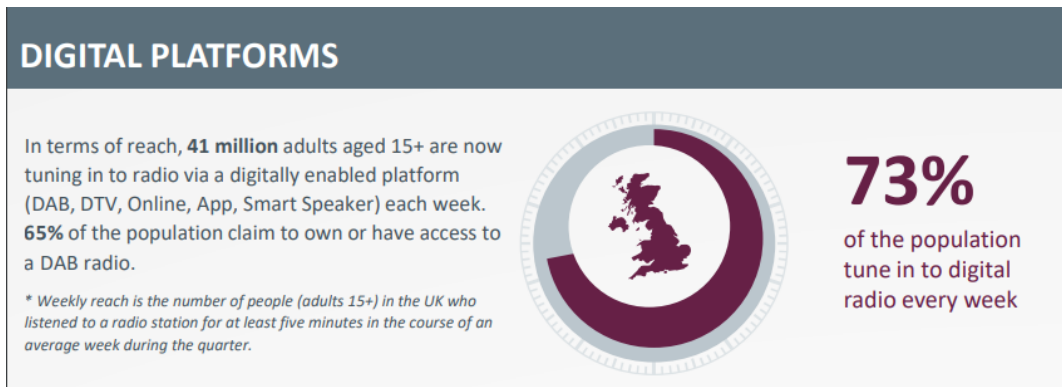


資料來源：RAJAR (2022). "RAJAR MIDAS WINTWR 2021".

圖 2-2-26 2021 年收聽直播廣播情境-英國

7. 數位廣播DAB

根據RAJAR所發佈的最新統計資料(RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022)顯示，2022年第2季時，每週有4100萬的英國民眾(73%)會透過數位平台(DAB, DTV, Online or App)收聽無線廣播。有約65%的英國民眾表示擁有或有辦法使用DAB收音機。

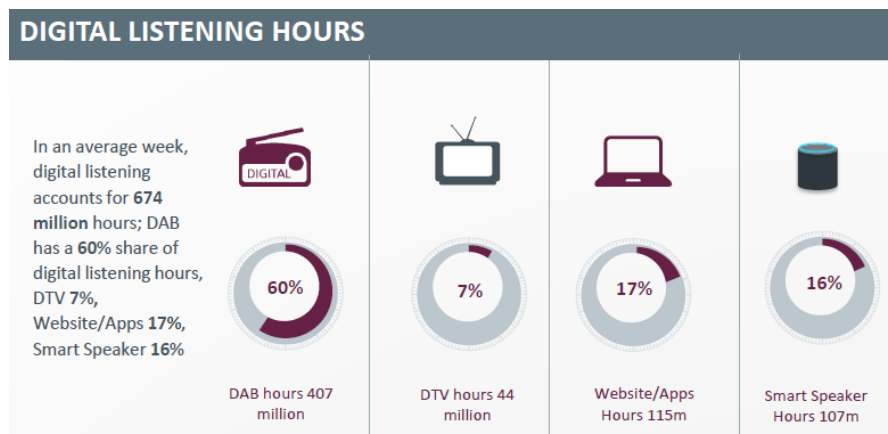


資料來源：RAJAR (2022). "RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022".

圖 2-2-27 2022 年透過數位平台收聽廣播比例-英國

若以長期趨勢來看，根據Ofcom在 2022年發佈的2022媒體國家(Ofcom, Media Nations_UK 2022)調查發現數位收聽率較前兩季上升，截至至2022年第1季，數位收聽在全英國的收聽佔比已成長至67.9%(2021年第4季為64.5%、2021年第3季則為65.8%)。

而在RAJAR所發佈的最新統計資料(RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022)顯示，每週數位收聽的總時數共計6.74億個小時，其中以DAB平台60%的佔比為最高，其次為線上收聽(Web/Apps)(17%)及智慧音箱(smart speaker)(16%)。



資料來源：RAJAR (2022). "RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022".

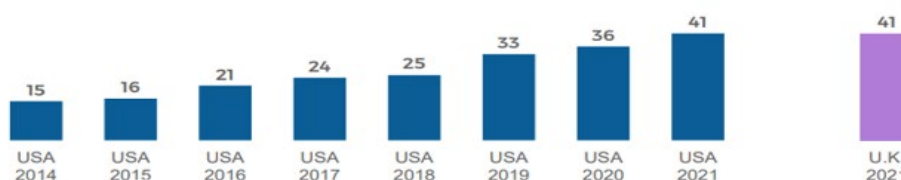
圖 2-2-28 2022 年數位廣播收聽平台與時間-英國

(二)英國Podcast現況

1. 英國Podcast收聽率與收聽族群

根據 Edison Research 2021 年發表的英國的”無限量表調查”¹⁷(The Infinite Dial)顯示每個月約有41%的英國人收聽Podcast(16歲以上的英國民眾)，與2021年美國的調查結果相比，收聽Podcast的聽眾相近。

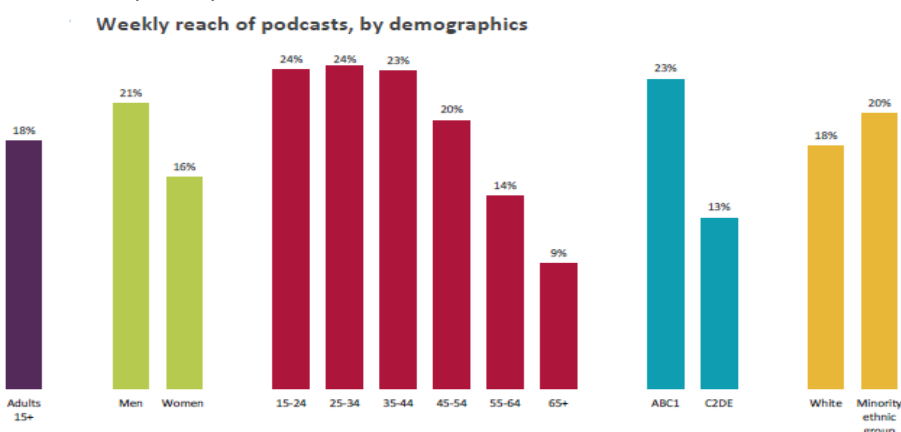
Monthly Podcast Listening
TOTAL POPULATIONS 16+
% LISTENED TO A PODCAST IN LAST MONTH



資料來源：Edison Research (2021). “The Infinite Dial UK 2021”.

圖 2-2-29 2021 年每月 Podcast 收聽率-英國 vs 美國

在Podcast收聽族群的部分，Ofcom在2022年發佈的”2022媒體國家”(Ofcom, Media Nations_UK 2022)，中男性(21%)的比率高於女性(16%)，在年齡層主要以15-44歲的收聽率最高，年紀較長的聽眾比率(20%)較少；若以族群來看，Podcast收聽主要少數民族(20%)高於白人(18%)收聽率。



資料來源：Ofcom (2022). “Media nations: UK 2022”.

圖 2-2-30 2022 年 Podcast 收聽族群-英國

¹⁷ Edison Research (2021). “The Infinite Dial UK 2021” *Edison Research*, Online Available: <http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2021/12/Infinite-Dial-UK-2021-1.pdf>. Accessed date: Aug 25, 2022.

2. 英國Podcast聽眾特性與地點

RAJAR所發佈的”MIDAS WINTER 2021統計報告”顯示，收聽Podcast的族群，在收聽地點上有約50%是在家收聽；在收聽裝置部分，主要以手機(77%)為主，透過平板及筆記型電腦的比率(大約各為8%)較低。此外，有67%的聽眾會收聽整集的節目。



資料來源：RAJAR (2022). “RAJAR MIDAS WINTWR 2021”.

圖 2-2-31 2022 年 Podcast 聽眾之收聽地點、裝置與習慣-英國

該份報告(MIDAS WINTER 2021)也顯示收聽Podcast的族群通常是以單獨一人收聽為主(94%)；收聽Podcast的聽眾，在工作或學習的場合(30%)時收聽，其次是在開車或旅行(25%)時收聽，69%的聽眾會收聽所有下載的節目。

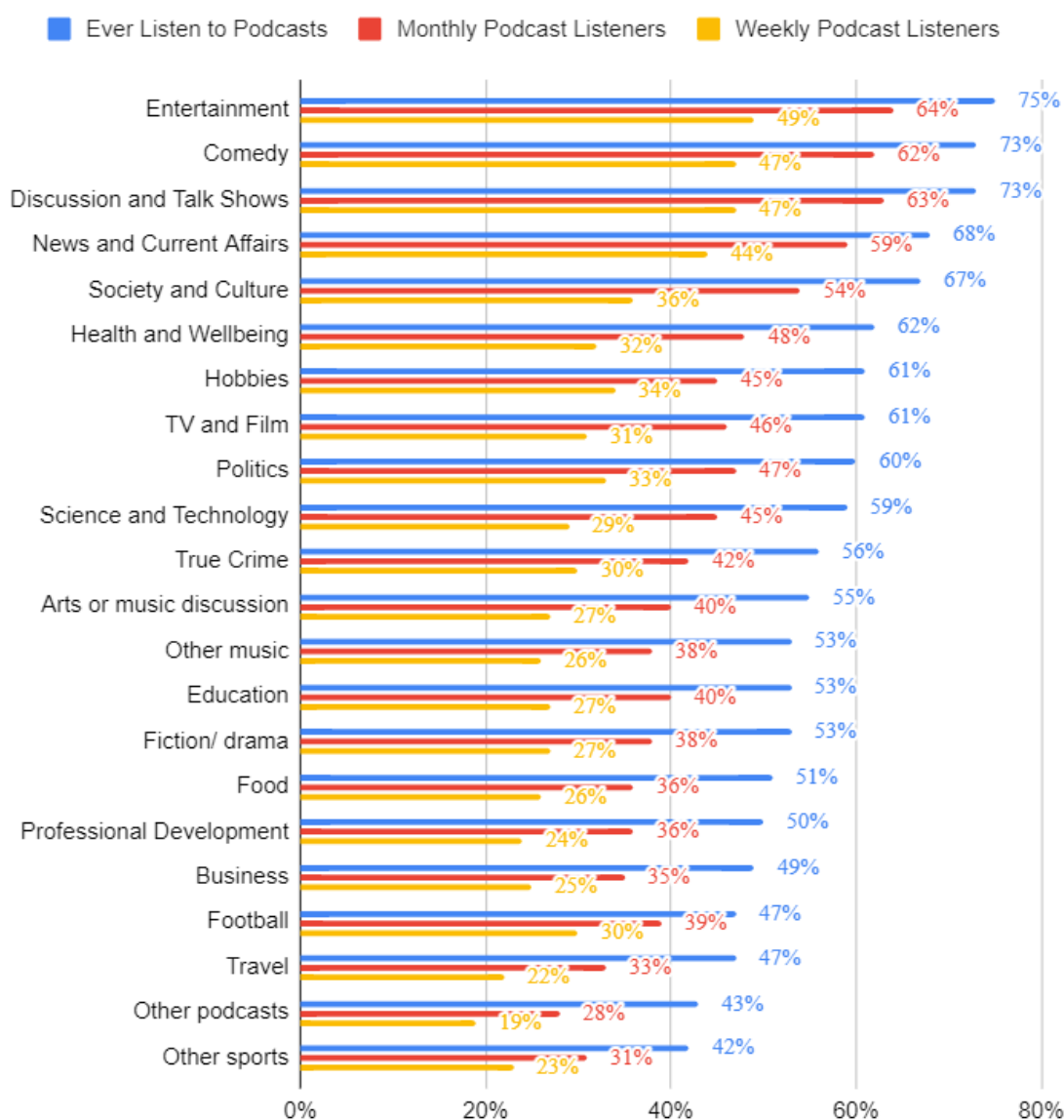


資料來源：RAJAR (2022). “RAJAR MIDAS WINTWR 2021”.

圖 2-2-32 2022 年 Podcast 聽眾收聽時從事活動與特性-英國

3. Podcast收聽節目類型

根據Ofcom在 2022年Podcast 聽眾(Ofcom Podcast Listening)調查¹⁸顯示，18歲以上成年人收聽Podcast的節目類型的收聽數，前三大類型最多人收聽的類型分別為娛樂節目、喜劇節目及時事評論節目。



資料來源：Ofcom (2022). “Ofcom Podcast Listening”.

圖 2-2-33 2022 年 Podcast 收聽節目-英國

¹⁸ Ofcom (2022). “Ofcom Podcast Listening” *Ofcom*, Online Available: <https://www.adambowie.com/blog/2022/04/ofcom-uk-podcast-survey-2022/>. Accessed date: Aug 25, 2022.

第三節 廣播政策與管理

一、臺灣

根據國家通訊傳播委員會(2022)統計資料顯示¹⁹，自107年起陸續核發第11梯次電臺之廣播執照後，截至今(111)年第2季，調頻廣播電台(Frequency Modulation, FM)有186家(包括開放設立前已存在之電台有28家、中功率電台有64家、小功率電台有77家、106年後取得執照電台有17家)，若依據商業/非商業區分，186家調頻廣播電臺中，共有10家非商業電臺(下表所示)，176家商業電台。

表 2-3-1 非商業電臺資訊表表

非商業電臺(共10臺)
行政院農委會漁業署漁業廣播電台(公營)
內政部警政署警察廣播電台(公營)
國立教育廣播電臺(公營)
復興廣播電臺(公營)
漢聲廣播電臺(公營)
臺北廣播電臺(公營)
高雄廣播電臺(公營)
財團法人中央廣播電台
財團法人原住民族文化事業基金會
財團法人客家公共傳播基金會

台灣在廣播產業發展之頻道開放政策實施後已開放十一個梯次廣播電台釋照，使台灣廣播發展更加多元。綜觀過去所進行的頻道開放皆具有不同的政策與目的，包括第一到四梯次與第七梯次皆是開放中功率之電台(第四梯次加開調頻大功率電台)，第四梯次與第五梯次首度開放了社區小功率之電台，第六梯次則針對金馬地區開放調頻頻道，並且第八梯次則開放台北地區設立客家語調頻中功率之電台做使用²⁰。第九梯是頻率

¹⁹ 國家通訊傳播委員會。111年6月廣播電視事業許可家數(第2季)(2022年6月20日)，國家通訊傳播委員會。取自：https://www.ncc.gov.tw/chinese/news.aspx?site_content_sn=2028&is_history=0。

²⁰ Chen-Han, Hsu. The Network Strategy of New Entrants: The Case of Low and Medium Power Radio Stations in Taiwan. Unpublished master thesis, Department of Communications Management, Shih Hsin University, Taiping, 2011.

規劃力求普遍平衡，不但符合社會開放潮流、照顧弱勢，並且保留一般電台申請設立空間，擴大教育電台對偏遠地區民眾教育的服務。有鑑於特定族群之需求，地時梯次則開放之頻率僅供指定用途電台，包括原住民語以及客家語之電台申設²¹。

但隨著廣播頻道大量開放，廣播頻道已邁向多元化發展，觀看之頻道與管道眾多，造成聽眾選擇多元、結構稀釋、廣告資源重新分配，因此各家電台也紛紛尋找其他新的出路²²，例如像中小功率電臺透過聯播方式來突破收聽範圍限制，除增加收聽觸及率，也可減少製作成本。根據文化部委託台灣經濟研究院於“2018影視廣播產業趨勢研究調查報告”(2020年1月發佈)²³的資料顯示，截至2018年6月，我國共15個聯播網及4個節目聯播但非為聯播網的電臺群。

(一)第11梯次廣播電臺釋照

國家通訊傳播委員會(NCC)考量廣播市場之整體現況及未來發展，參酌相關產業條件、社會環境、國家整體政策及外界對原規劃釋照方式之相關建言等，重新修正廣播事業設立許可辦法，調整“第11梯次廣播電臺釋照”規劃²⁴；該法於106年7月26日修正發布實施²⁵，並於107年8月8日進行第11梯次廣播事業釋照作業。

²¹ 行政院研究發展考核委員會。2003年廣播電視白皮書。2003年01月。

²² Fang-Yi Cho. Research on Loyalty of Listeners to Radio Stations. Unpublished master thesis, Department of Marketing, National Chung Hsing University, Taichung, 2013.

²³ 文化部(2019)。2018 影視廣播產業趨勢研究調查報告—廣播產業。文化部調查研究報告。臺北市：文化部影視及流行音樂產業局。

²⁴ 國家通訊傳播委員會。預告修正「廣播事業設立許可辦法」部分條文(2015年5月11日)，2022年8月30日，取自：https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=181&is_history=0&pages=0&sn_f=37366。

²⁵ 國家通訊傳播委員會。「廣播事業設立許可申請案審查作業要點」及「第11梯次廣播電臺釋照申請經營須知」草案之公開說明會報名專區(2015年5月11日)，2022年8月30日，取自：https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=3417&cate=0&keyword=&is_history=0&pages=0&sn_f=38412。

為了引導產業因應數位發展，國家通訊傳播委員會(NCC)表示：「第11次規劃辦理廣播釋照」²⁶作業已依產業現況調整釋照張數及保留既有產業升級空間，一方面特別請申請人於電臺營運計畫中思考數位新媒體應用事宜，並將公共利益、兒少保護及服務新住民族群等規劃納入事業營運計畫的審查參考指標；另一方面採輔導申請人的角度出發，希望讓具經營誠意及相當經營廣播事業能力的申請人，在得標後能穩健經營廣播事業」。

「本次總共釋出區域性（中功率）廣播事業（FM）基隆、臺北、桃園、新竹、金門各1張執照，審查合格者共計14家；社區性（小功率）總共釋出廣播事業11張執照，除連江地區無申請案提出，調幅廣播事業申請案為1件外，其餘的143家審查合格者針對9張執照進行抽籤，各標的中籤的10家公司籌備處取得籌設許可。得標者經公告後，須依廣電法規等相關規定，辦理籌設、電臺架設許可等相關程序，於取得廣播執照後始得開播，其中區域性廣播事業執照得標者，尚須依規定在期限內繳納得標金與履行保證金，屆時將可提供當地民眾更多元、多樣的內容新選擇」。

國家通訊傳播委員會(NCC)在其新聞稿²⁷中也特別說明：「本次釋照即考量前揭廣播特性及部分地區仍有近用需求而辦理，並將公共利益、兒少保護及服務新住民族群等規劃納入事業營運計畫之審查參考指標。此外，本次釋照亦特別請區域性廣播事業申請人於營運計畫中思考數位新媒體應用事宜，以橋接未來發展空間」。

²⁶ 國家通訊傳播委員會。第11梯次廣播電臺釋照(2018年5月17日)。國家通訊傳播委員會新聞稿。，2022年8月30日，取自：
https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=8&is_history=0&pages=0&sn_f=39162。

²⁷ 同註3。

(二)節目廣告、置入行銷、冠名贊助相關規範及其影響

108年4月3日，國家通訊傳播委員會修訂了廣播節目廣告、置入性行銷和贊助的管理辦法²⁸，根據廣播電視法第三十四條之三第二項制定，修訂了該辦法的第四條、第十條和第十三條²⁹。修訂後有關節目廣告、置入性行銷和冠名贊助的規定如下：

1. 節目與廣告區隔之管理

第3條規定，廣播事業播送之節目應能明顯辨認，並與其所插播之廣告區隔。但廣播電視法及本辦法另有規定者，不在此限。

廣播事業播送之節目，應於每段節目開始時播報節目名稱。

廣播事業播送之節目插播廣告時，主持人以播報進廣告、工商服務，或以特定固定音樂方式，或其他適當方式與節目區隔。

第4條規定，廣播事業播送節目內容之呈現，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用聽眾輕信或比較心理影響消費者，為節目未能明顯辨認，與其所插播之廣告未區隔：

- (1) 節目名稱之呈現與特定廠商品牌、商品或商業服務相同者。
- (2) 節目名稱與其所插播之廣告關聯者。
- (3) 節目參與者於節目中之言論或表現，呈現特定廠商品牌、商品、商業服務、電話、網址或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式、價格者。
- (4) 節目參與者所演出之廣告與節目內容有關聯者。
- (5) 節目內容之呈現，利用兒童、名人、專業者、贈品、統計、科學數據、實驗設計結果等手法，突顯特定商品或服務之價值者。
- (6) 節目所用之道具、贈品、特定活動或其他設計，透過聲音或其他形式呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址或標語；

²⁸ 全國法規資料庫。廣播節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法(2019年4月3日)。取自：<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=P0050054>。

²⁹ 國家通訊傳播委員會。廣播節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法(2016年1月6日)。取自：https://gazette.nat.gov.tw/EG_FileManager/eguploadpub/eg025061/ch06/type1/gov53/num15/images/AA.pdf。

或涉及特定產品之效用、使用方式或價格。

(7) 節目所用之道具、贈品、特定活動或其他設計，與廣告有關聯者。

(8) 節目內容呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式、價格者。

第5條規定，新聞報導內容之呈現，除前條規定者外，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用聽眾輕信或比較心理影響消費，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔：

(1) 對特定商品或服務呈現單一觀點，或為正面且深入報導者。

(2) 呈現特定廠商品牌、商品、服務、標語、效用、使用方式之播送時間，明顯不符比例原則者。

第6條規定，兒童節目內容之呈現，除第四條規定者外，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用聽眾輕信或比較心理影響消費，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔：

(1) 誘使兒童要求家長接受節目中商品或服務之建議者。

(2) 利用兒童參與心理，鼓勵使用各種付費形式之互動者

2. 置入性行銷之管理

第7條規定，公營電臺製播之節目不得為置入性行銷。

第8條規定，廣播事業播送之節目，除下列節目類型外，得為置入性行銷：

(1) 新聞節目。

(2) 兒童節目。

第9條規定，廣播事業不得於節目中以下列商品、商標或服務為置入性行銷。但另有規定者，不在此限：

(1) 菸品。

- (2) 酒類。
- (3) 跨國境婚姻媒合。
- (4) 須由醫師處方或經中央衛生主管機關公告指定之藥物。
- (5) 法令禁止販賣或交易之商品或服務。
- (6) 其他法令禁止為廣告。

第10條規定，廣播事業於節目為置入性行銷時，其節目內容之製播，應依節目內容所需，融入節目情節，自然呈現，不得有下列之行為：

- (1) 刻意影響節目內容編輯。
- (2) 直接鼓勵購買商品或服務。
- (3) 誇大商品或服務及其效果。

第11條規定，廣播事業於節目為置入性行銷時，應於該節目播送前、後明顯揭露置入者之名稱或商標，其揭露不計入廣告時間。前項揭露置入者之訊息，不得含有廣告內容，且其時間不得超過四十五秒。

3. 贊助及冠名贊助之管理

第12條規定，公營電臺於符合設臺宗旨時得接受贊助製播節目。

第13條規定，廣播事業播送之新聞節目不得接受贊助及冠名贊助。兒童節目不得接受冠名贊助。

第14條規定，廣播事業不得於節目中接受以下列商品或服務為營業之事業、機關(構)、團體或個人之贊助，但另有規定者不在此限。

- (1) 菸品。
- (2) 跨國境婚姻媒合。
- (3) 法令禁止販賣或交易之商品或服務。
- (4) 其他法令禁止為廣告。

廣播節目不得以下列商品或服務為冠名贊助：

- (1) 菸品。
- (2) 跨國境婚姻媒合。
- (3) 法令禁止販賣或交易之商品或服務。
- (4) 其他法令禁止為廣告。

第15條規定，廣播事業接受贊助或冠名贊助，不得有下列之行為：

- (1) 介入節目內容編輯。
- (2) 影響聽眾權益。

第16條規定，廣播事業於節目接受贊助或冠名贊助，應於該節目播送前、後明顯揭露贊助事業、機關（構）、團體或個人之名稱或商標，其揭露不計入廣告時間。

前項揭露贊助者之訊息，不得含有廣告內容，且其時間不得超過四十五秒。

另外有關廣告之播送規定，依據「廣播電視法」³⁰第三十一條規定，電臺播送廣告，不得超過播送總時間百分之十五。依據「廣播電視法」第三十一條第四項，國家通訊傳播委員會(NCC)於105年12月7日發布「廣播電視廣告播送方式與數量分配辦法」³¹，規定節目播送時間達三十分鐘者，得插播廣告二次；達四十五分鐘者，得插播廣告三次；達六十分鐘者，得插播廣告四次。現場實況轉播，廣告插播得選擇適當時機為之。

(三)廣播事業聯播相關規範

101年11月13日，國家通訊傳播委員會(NCC)發布「國家通訊傳播委員會審查廣播事業聯播處理要點」，並隨後於103年10月8日進行相關修訂。該要點乃著眼於地方性電臺資源有限，且跨區或全國

³⁰ 全國法規資料庫(2018)。廣播電視法。取自：<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=p0050001>。

³¹ 全國法規資料庫。廣播電視廣告播送方式與數量分配辦法(2016年12月7日)。取自：<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=P0050057>。

聯播對節目與廣告經營都具優勢，因此聯播已是電臺經營重要的方式之一，因而決定明確定出規範，將其法制化管理。要點內容如下：

1. 國家通訊傳播委員會為處理廣播事業聯播案件之申請及准駁，特
定訂本要點。
2. 參與聯播之廣播事業應維持人事、財務及非聯播時段節目製播獨
立及自主之運作。
3. 依廣播電視法第十條之一第二項規定，廣播事業進行節目聯播，
應向本會提出申請營運計畫變更。
4. 本要點用詞，定義如下：
 - (1) 廣播事業：指經營廣播電臺之事業。
 - (2) 聯播：指兩家以上廣播事業於同時段常態性播出由其中一廣播
事業或電視事業提供之相同內容之節目。
 - (3) 主播臺：提供聯播節目內容之廣播事業。
 - (4) 參與聯播臺：提供時段播送主播臺聯播節目之廣播事業。
 - (5) 自製節目：電臺自製符合設臺宗旨及服務範圍內民眾需求之服
務性節目。
5. 聯播節目製作及內容應符合廣播電視法及相關法令規定。
6. 廣播事業申請聯播，應由主播臺向本會申請核准。其節目內容由
電視事業提供者，由聯播臺其中廣播事業向本會申請核准。
前項申請應於預定聯播日二十天前向本會提出，應檢附：
 - (1) 無線廣播事業聯播申請表。
 - (2) 聯播節目企劃書。
 - (3) 聯播契約書影本。
 - (4) 聯播節目表。

7. 廣播事業每週聯播節目比率上限如下：
 - (1) 中、大功率廣播電臺應低於百分之五十。
 - (2) 小功率廣播電臺應低於百分之七十。
8. 聯播臺應於星期一至星期五每日六時至二十四時之時段，小功率廣播電臺至少每日應播放二小時自製節目，中、大功率廣播電臺至少每日應播放三小時自製節目。
9. 電臺聯播時，仍應維持本臺之臺名、呼號及頻率。
聯播網呼號應置於本臺臺呼之後。
10. 每次聯播許可期間以一年為限。
11. 廣播事業聯播有異動者，或節目屬性與原核定聯播節目企劃書不符者，應依第六點規定辦理。聯播核准期間內終止節目聯播，應於終止日後一週內報請本會備查。
12. 本要點得視廣播產業發展情形及電臺聯播聯營之實際需要隨時檢討修正。

二、美國

美國的廣播產業政策與管理，是由美國聯邦政府的獨立機構：美國聯邦通信委員會(Federal Communications Commission, FCC)，負責監管國內的廣播、電視、電信、有線電視等通訊業務。根據美國聯邦通信委員會(Federal Communications Commission, FCC)於2023年公布核發執照之電台數量顯示³²，調幅廣播電台(Amplitude Modulation, AM)4,472家、調頻廣播電台(Frequency Modulation, FM)有12,899家(包括商業電台有6,681家、教育電台有4,219家、小功率電台有1,999家)。除了針對執照換發、節目廣告、置入行銷、冠名贊助相關規範及廣播事業聯播相關規範等內容外，另外節錄FCC-2021年出版手冊³³中其相關之規範與定義，說明如下：

(一)電臺執照換發

根據美國聯邦通信委員會(FCC)公布資料商業廣播電臺須經FCC核發執照才能進行廣播業務。FCC要求商業廣播電臺提交正確、完整、及時申請文件，並且符合FCC制定的相關規定；另外，節目內容及廣告規定，應該符合FCC的規範，必須清楚地標明廣告的內容和贊助商的身份，並且不能從政治候選人或政黨處接受廣告收入，而其電臺設備和廣播信號，必須符合FCC的技術要求和規定，以確保的正常運作。根據Waldman, S的研究顯示³⁴，FCC對於媒體的所有權規範放寬，並且准許平面媒體跨廣播或電視媒體經營。根據美國聯邦通信委員會於1996年通過的通訊傳播法(Telecommunications Act of 1996)，強調以自由競爭市場與市場制度為原則，開放電信、資訊以及傳播等產業可以跨足進入市場，以市場競爭取代諸多管制

³² Waldman, S. The changing media landscape in a broadband age. Retrieved September 8, 2011. from <http://www.fcc.gov/info-needs-communities>

³³ FCC(2021). "The Public and Broadcasting" FCC, Online Available: <https://www.fcc.gov/media/radio/public-and-broadcasting>. Accessed date: Aug 25, 2022.

³⁴ Federal Communications Commission, Broadcast station totals as of March 31, 2023. 美國聯邦通信委員會 <https://docs.fcc.gov/public/attachments/DA-23-300A1.pdf>.

規範，並且將廣播電臺執照限期由三年延長至八年、執照申請與換照之程序修訂、放寬全國性電臺規定之門檻、以及地方性電臺使用地區或基礎市場將之畫分。

(二)節目廣告、置入行銷、冠名贊助相關規範

根據美國1934年傳播法(Communication Act of 1934)規定，其規定廣播電台內容如接受任何直接或間接的金錢或其他形式之有價贊助，就必須在其節目播放時詳細說明。FCC制訂了相關規定統稱為賄賂條款(payola rules)。根據其規定，廣播與電視業者、節目製作人、節目製作公司等，如接受任何酬勞、服務、或具有價值的任何事物，都必須將訊息在節目中揭露以使閱聽人知曉。因此付費的置入性行銷，也適用此一賄賂條款之規定，且必須在節目中揭露相關訊息。

就商業限制而言，商業內容是指為了銷售產品或服務而出售的播出時間，以及同一在頻道上出現的兒童或其他適合年齡的節目以外的電視節目或視頻節目服務的促銷活動，或者兒童教育和教育促銷活動。任何頻道上出現的信息節目。商業電視廣播公司必須保存記錄，以驗證是否遵守商業時間限制，並將這些記錄可供公眾檢查。自1974年以來，主持人銷售部分，委員會還要求兒童節目中的廣告與節目內容明確分開，該政策的目標是幫助兒童區分廣告和節目內容；區分的原則有三個：(1)節目和廣告內容之間的緩衝(現在是商業廣告)；(2)主持人銷售政策，禁止使用節目人才投放廣告；(3)產品生命週期(Product Life Cycle, PLC)，委員會將其定義為“與產品相關之節目，並且在其中播放該產品的廣告”(當出現PLC時，則整個節目被定義為廣告)。受美國兒童電視法(*Children's Television Act, CTA*)所有全功率和A分類之低功率³⁵廣播電視台都被要求每周播放至少三個

³⁵ "Establishment of a Class A TV Service". Federal Register. May 10, 2000. Retrieved July 15, 2018.

小時(營運之數字子頻道則時間更長)的節目，專為滿足16歲及以下兒童的教育和信息需求。對於針對12歲及以下兒童的廣播和有線電視節目中的廣告也有規定，包括限制廣告時間以及禁止播放與當前播放的節目相關的產品廣告。

(三)廣播事業聯播相關規範

美國廣播產業發展均是採取公營電台與私營電台並存之雙軌方式，其公共電台的影響力足以抗衡商業電台；然而，其對於公共電台的社會責任及其品質要求較高，相反的對於商業電台卻以自由市場競爭之概念並採取低密度管理方式，因此在美國對於電台間的聯播行為並未制定法規加以限制之。美國的媒體所有權集中管制以1996年的電訊法為主，該電訊法之相關規定舉例而言主要有：報紙跨廣播時，在同一市場不可以同時擁有報紙和廣播；地方廣播電台，以家數作為標準認定，一個地區若有45家以上最多只能給同一經營者8家執照。在廣播跨電視台的情形下，一個經營者在同一市場內擁有1家電視台或至多7家廣播電台的條件且併購後，尚有其他20家以上獨立廣播電台存在於市場上³⁶。

FCC認為自由市場機制有其運作模式，因此對廣播電台的聯播節目並未直接限制，相關管制理念有下列四點：

1. FCC 對電視進行聯播規範、允許廣播電台自由合作。
2. 聯播節目不能過度商業化
3. 明訂廣播電台的所有權限制
4. 雙軌管制理念：商營廣播電台寬鬆、公營廣播電台負起社會責任

但FCC對於媒體所有權的寬鬆政策間接損害了信息多樣化和代表性，造成媒體資源被財團權貴壟斷，因此FCC在2003、2007、2017年依傳播產業發展，針對媒體所有權的規範進行討論及修正，並且在維護言論自由及意見多元的準則下，媒體集團在各地區擁有電台

³⁶ <https://www.ftc.gov.tw/upload/1030917-1.pdf>.

數量仍有明確限制。另外，FCC於2017年廢除部分媒體所有權規定，因這些規定對少數種族和女性所有權帶來影響，但遭受美國下級法院裁決阻止，但2021年4月美國最高法院裁決，規定FCC可以放寬媒體所有權的監管規則。因此在FCC每四年針對媒體所有權監管規則進行討論及修正下，除了某些廣播集團或大型廣播公司外，仍有許多具有特色且營運成功的廣播網或廣播公司。

(四)商業與非商業教育電臺(Non Commercial Educational)

商業廣播電臺須經FCC核發執照才能進行廣播業務。FCC要求商業廣播電臺需提交正確、完整的申請文件，也需符合時程規範，並且一切情形皆需符合FCC制定的相關規定；另外，節目內容及廣告規定，應該符合FCC的規範，必須清楚地標明廣告的內容和贊助商的身份，並且不能從政治候選人或政黨處接受廣告收入，而其電臺設備和廣播信號，還必須符合FCC的技術要求和規定，以確保的正常運作。

非商業教育電臺(Non Commercial Educational)必須符合FCC的資格認定要求，包括持有501(c)(3)非營利組織的稅收豁免資格，並且與教育機構、宗教機構、慈善機構或其他非營利組織有聯繫，其宗旨相符合的節目內容，以教育、文化、公益等方面為主，其中以NPR(National Public Radio)為美國最知名的公共廣播機構之一，其宗旨是提供獨立、客觀且高質量的新聞、文化及娛樂內容。FCC允許NCE電台接受捐贈和贊助，但必須符合FCC制定的相關規定，並且不能從商業贊助商或其他商業實體處接受廣告收入。

(五)數位廣播

FCC允許廣播電臺以數位方式經營AM和FM廣播(HD廣播)。數位廣播電台必須符合FCC制定的技術要求和規定，包括廣播頻率、廣播功率、廣播設備、信號的音質、噪聲和信噪比等方面等，以確保其數位廣播信號的正常運作和穩定性，同時也必須確保廣播內容的完整性和準確性。此外，數位廣播電台必須在其廣播信號中標明“HD Radio”，以區別其與傳統廣播的不同。

(六)執照持有人之自由裁量權

根據通訊法第一次修正案和第326條，FCC禁止審查廣播內容，並且不能干預在廣播中表達的自由，持有廣播執照的廣播電台和電視台執照持有人，在廣播內容和管理方面擁有一定的自由裁量權。

自由裁量權指的是，執照持有人可以自主決定如何經營其廣播電台，包括節目選擇、音樂播放、廣告投放等等，而FCC並不會過度干涉其經營。執照持有人可以根據自己的商業利益和觀眾需要，自主地制定廣播內容，這也反映了言論自由的價值觀念。但是，自由裁量權並不是完全沒有限制的，如果執照持有人的行為違反FCC的下列規範，或是違反反托拉斯、反壟斷法規等，FCC仍然有權對其進行處罰和制裁。FCC對於自由裁量權規範如下：

1. 禁止低俗、猥褻、淫穢或暴力內容，包括言語、音樂、圖像和動畫等。
2. 禁止散播虛假信息，或者散布具有歧視性的言論。
3. 遵守公共利益、方便、必需原則，為觀眾提供具有教育、娛樂和信息性質的廣播內容。

(七)節目取用性

節目取用性是指廣播電台播出節目時，可使用其他廣播電台或其他媒體提供的節目，但根據FCC規定，節目取用權須符合以下要求：

1. 必須有合法的節目取用權。廣播電台應確保使用的節目有適當的授權，並遵守著作權法規定。
2. 節目取用行為應符合公平性原則。廣播電台應確保沒有偏袒或歧視特定節目提供者的情況發生，保持節目取用權的公平性。
3. 廣告與節目之間必須有適當的分隔和標示。廣告和節目之間應有適當的分隔，並確保觀眾能夠清楚區分廣告和節目，避免混淆。
4. 節目取用行為必須符合FCC的規定和要求。如果廣播電台違反相關規定，FCC有權對其進行處罰和制裁。

三、英國

根據英國通訊管理局³⁷ (Office of Communications, Ofcom)於2018年公布核發執照之電台數量顯示，共有調幅廣播電台(Amplitude Modulation, AM)90家與調頻廣播電台(Frequency Modulation, FM)531家。

根據 Ofcom 在 2022 年發佈的 "2022 媒體國家報"(Ofcom, Media Nations_UK 2022)中指出，對於廣播產業的政策與管理，有鑑於觀眾收聽行為和其他變化以及相關行業的發展，英國數位文化傳媒和體育部 (Department for Digital, Culture, Media & Sport, DCMS) 委託進行數位廣播和音頻調查，蒐集包括來自無線電廣播公司及其貿易機構以及設備和汽車製造商的意見。根據報告，即使線上收聽率持續增長，FM廣播仍然是英國廣播收聽的重要部分。報告建議廣播產業應該計劃如何應對未來關閉AM廣播的情況，儘管沒有明確指定日期。此外，報告還建議在本世紀中期之前，將廣播服務平台從國家轉移。

英國政府部門在2022年4月對該份報告做出以下回應與規劃：

1. 政府和廣播產業將在 2026 年進行審查，以檢視英國關閉類比無線電的潛在時間表。
2. 立法時間允許時，將會試圖更新對商業廣播電臺的規定。
3. 新法規的立意是為了保護無線電在智慧音箱和其他連接設備方面的長期地位，但鑑於問題的複雜性，需要在該領域進行進一步的工作和研究。
4. 要求Ofcom對DAB+進行研究，以幫助確定允許更快地從DAB 過渡到DAB+ 廣播標準是否合適。

接下來針對執照換發、節目廣告、置入行銷、冠名贊助相關規範及廣播事業聯播相關規範等內容進行說明，說明如下：

³⁷ BBC/Ofcom. Figures exclude BBC Radio 4 LW. Analogue radio stations at March 2018.

(一)電臺執照換發

英國之廣播電臺始於英國廣播公司 (British Broadcasting Corporation, BBC)的公共廣播系統，之後才有私人的商業廣播電臺，也因此其也有非營利性質的社區廣播電臺與短期廣播執照 (Restricted Service Licence, RSL) 等低功率小發射範圍的電臺。英國Ofcom的廣播執照中明確列有提供內容服務的項目，有關這部分的規範明列於第247條至250條。Ofcom認為透過衛星或電子傳播網絡(network)傳輸節目給不同的廣播電臺的節目服務供應者，亦是廣播生態的一環，必須領有執照，才能有效的納入管理系統。英國Ofcom於2023年03月23日頒布了相關換照規定 (Statement: Modernising the BBC's Operating Licence)，其廣播改變總體如下：

- (1). 保留 BBC 新聞以提供高質量之本地、地區、國家、英國和其他地區的聽眾，並且向英國聽眾提供國際新聞。
- (2). 英格蘭當地廣播電臺提供有關當地之新聞、旅遊、突發新聞事件、重大事件、以及地方貢獻。
- (3). 英國廣播電臺保留 100%早餐時間的語音配額。
- (4). 監測各國當地廣播電臺變化的影響

(二)節目廣告、置入行銷、冠名贊助相關規範

英國廣播業者受到廣告時間限制。例如，在電視廣播中，每小時的廣告時間有一定限制，以確保節目與廣告之間的平衡。廣播業者需要清楚標示節目廣告，以區分它們與正常節目內容。廣告識別可以是口頭宣告、視覺標示或其他方式，以確保觀眾能夠辨識廣告內容。

置入性行銷方面，英國廣播業者需要確保置入行銷的透明度，讓觀眾清楚知道節目中出現的產品或品牌是進行商業宣傳的一部分。相關的披露和識別應該被提供，以確保觀眾能夠識別置入性行銷的內容。且置入性行銷的內容應與節目內容清楚分離，避免混淆觀眾。

冠名贊助方面，需要在冠名贊助的節目中提供明確的披露和識別，以確保觀眾知道節目是由特定贊助商冠名贊助的。

(三)廣播事業聯播相關規範

目前英國通訊管理局(Ofcom)所有政策與管制行為的指南是2021年頒佈施行的傳播法案(Communication Act 2021)，該法案為現以廢除之1984年電信法(Telecommunications Act 1984)與1993年廣播法(Broadcasting Act 1993)所整合的通信法，共有304條規範，其中廣播電臺法規中並未有明確的廣播電臺聯播之規範，大概有五點相關的管制理念，如下：

- (1). 具有執照之廣播者 (radio licensable content services)
- (2). 鼓勵廣播業者自律，市場存在競爭機制時 Ofcom 不介入運作。
- (3). 對於廣播電臺多元化發展鬆綁，使電臺擁有較多的自由。
- (4). 廣播節目內容須符合地方性與社區之需求。
- (5). 對於公共廣播必須負起社會責任，並且給予商業電臺更自由的空間。

四、台美英廣播政策與管理差異比較

針對台灣、美國、英國關於執照換發、節目廣告、置入行銷、冠名贊助相關規範及廣播事業聯播相關規範等內容進行比較說明，說明如下：

(一)電臺執照換發

台灣執照由國家通訊傳播委員會(NCC)負責換發及管理，美國是由聯邦通信委員會(FCC)、英國則由英國傳媒監管局(Ofcom)。執照申請要求方面皆須提供經營計畫、營運能力、財務資訊等證明。

在節目內容審查部份，台灣節目內容須符合NCC所制定之相關法規，避免有誹謗、煽動等不當內容；美國方面則享有較大的自由度，普遍不涉及政府審查，但須遵守公共利益、公正、誠信原則；英國則需遵守Ofcom制定的廣播規範，其中包括保護兒少觀眾、言論自由、公共利益等。

(二)節目廣告、置入行銷、冠名贊助相關規範

在節目廣告、置入行銷和冠名贊助方面，不論是台灣、美國或英國，皆要求廣播電台針對節目廣告、置入行銷和冠名贊助等內容進行相關的披露和識別，確保聽眾對於資訊的透明度。對於播放的時間限制、播放的位置點等規範也皆有明確規定，並要求廣告與節目內容需有效分離等。

(三)廣播事業聯播相關規範

美國的廣播產業採取了公營電台和私營電台並存的模式，公共電台的影響力足以與商業電台相抗衡。然而，美國對於公共電台的社會責任和節目品質有較高的要求，相對地，商業電台則更注重自由市場競爭，並以較為寬鬆的管理方式運作。因此，美國目前並未制定法規限制電台之間的聯播行為。在英國，根據2021年頒佈並施行的傳播法案，對於廣播電台間的聯播行為並沒有明確的規範。相對於台灣對於聯播相關規範的要求，美國和英國採取了較為開放的管理方式，這與台灣具備較大的差異性。

以上綜合國內外狀況顯示，無論是美國、英國或是台灣在管制資訊透明化、建立消費者保護申訴制度、以及致力兒少保護等各方面的做法都是相當的。然而因應市場的變化，廣播頻道已邁向多元化發展，收聽與觀看之頻道與管道選擇眾多，新興的傳播媒體模式與收聽的設備改變了民眾的收聽習慣。本次研究調查將針對收聽廣播習慣者進行電話訪問調查與焦點團體座談會，以瞭解不同族群聽眾對於節目規劃與需求相關議題看法。

第四節 聯播網與節目廣告、置入行銷及冠名贊助相關議題

一、電臺聯播網及節目聯播

根據文化部委託台灣經濟研究院於“2018影視廣播產業趨勢研究調查報告”(2020年1月發佈)³⁸的資料顯示，隨著廣播產業的發展，中小功率電臺透過聯播方式來突破收聽範圍的限制，可增加廣播收聽觸及率，也可減少製作成本。截至2018年6月，我國共15個聯播網及4個節目聯播但非為聯播網的電臺群。

表 2-4-1 2018 年「節目聯播」但非聯播網之電臺群資訊表

「節目聯播」 但非為聯播網的電臺群	電臺名稱
太陽廣播、苗栗正義之電臺群	太陽廣播、苗栗正義
綠色和平、新雲林之聲、嘉義之音之電臺群	綠色和平（中）、新雲林之聲、嘉義之音
臺南之聲、草嶺之聲、蘭潭之聲之電臺群	臺南之聲、草嶺之聲、蘭潭之聲
桃園廣播、青山廣播、紫色姊妹廣播、領袖廣播、東民廣播、府城之聲、蘭溪廣播之電臺群	桃園廣播（中）、青山廣播（中）、紫色姊妹廣播（中）、領袖廣播（中）、東民廣播（中）、府城之友廣播、台東之聲、高屏聲、蘭友廣播、台東之聲、高屏溪廣播（中）

資料來源：台灣經濟研究院整理

³⁸ 文化部(2019)。2018 影視廣播產業趨勢研究調查報告—廣播產業。文化部調查研究報告。臺北市：文化部影視及流行音樂產業局。

Kiss Radio於2019年11月1日起，結束與南投廣播節目聯播關係，南投廣播改為聯播城市廣播網；2019年11月11日大新竹廣播電臺加入POP Radio，成立POP Radio聯播網，大新竹廣播電臺改名為好聽廣播電臺。第11梯次釋照於2020年開始開播³⁹，2020年取得執照的大金廣播電臺、北台灣之聲廣播電臺及2021年取得執照的風城廣播電臺加入微微笑聯播網；桃花源鄉廣播電臺加入佳音聯播網；2020年取得執照的新竹之音、都會聲音於10月加入寶島聯播網，而2021年6月花蓮希望之聲則退出寶島聯播網；東台灣廣播電臺加入Hit FM聯播網，整理如下：

表 2-4-2 2022 年臺灣聯播電臺資訊表⁴⁰

聯播網	電臺名稱
佳音Love	佳音電臺、羅東廣播、桃花源鄉廣播
陽光	A-Line Radio聯播網
聯播網	青春線上聯播網
HitFM聯播網	正港廣播(中)、青春廣播(中)
寶島聯播網	指南廣播(中)、陽光廣播(中)、大地之聲(中)
快樂聯播網	台北之音(中)、中臺灣廣播、高屏廣播、宜蘭中山廣播(中)、東臺灣廣播(中)
亞洲廣播網	新竹之音、寶島新聲(中)、大千電台(中)、嘉義之音、都會聲音、主人電台
客語廣播全國聯播網	全景廣播、望春風廣播、嘉樂廣播(中)、快樂廣播(中)、歡樂廣播(中)、澎湖廣播(中)、澎湖風聲
城市廣播網	亞洲廣播(中)、飛揚廣播、亞太廣播
微微笑聯播網	財團法人寶島客家廣播(中)、新客家廣播(中)、大漢之音(中)、財團法人苗栗客家文化廣播電臺、全球之聲、高屏溪廣播(中)、花蓮之聲
好事聯播網	台北健康、大苗栗廣播(中)、城市廣播(中)、南投廣播、台南知音(中)
POP Radio聯播網	大金廣播、風城廣播、北台灣之聲、國際廣播、噶瑪蘭(中)、竹塹廣播、歡喜之聲(中)、嘉義環球調頻廣播(中)、凱旋廣播(中)、下港之聲放送頭廣播、屏東之聲、潮州之聲、大武山廣播
飛碟聯播網	人人廣播(中)、山海屯青少年之聲、港都廣播(中)、蓮花廣播(中)
	台北流行廣播、好聽廣播電台
	飛碟廣播(中)、財團法人中港溪廣播事業基金會、財團法人真善美廣播事業基金會、財團法人民生展望事業基金會、南臺灣之聲(中)、財團法人北宜產業廣播事業基金會、財團法人太魯閣之音廣播事業基金會、財團法人台東知本廣播事業基金會、財團法人澎湖社區廣播事業基金會

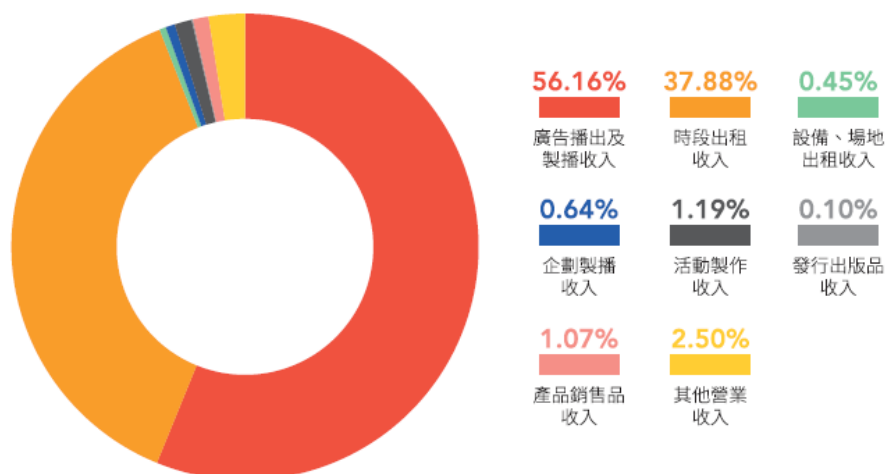
資料來源：台灣經濟研究院(2018)、國家通訊委員會(2022)，本研究整理。

³⁹ 國家通訊傳播委員會(2022)。111年6月廣播電視事業許可家數(第2季)，國家通訊傳播委員會。取自：https://www.ncc.gov.tw/chinese/news.aspx?site_content_sn=2028&is_history=0。

⁴⁰ 國家通訊傳播委員會(2022)。廣播電臺節目表 111年8月。取自：https://www.ncc.gov.tw/chinese/opendata_item.aspx?menu_function_sn=169。

二、廣播業者電臺收益與廣告

依據文化內容策進院(2022)發布的2021年臺灣文化內容產業調查⁴¹，針對廣播收益來源進行調查分析，廣播電臺以廣告播出及製播收入(56.1%)為最主要收益來源，其次則為時段出租收入(37.8%)。



資料來源：文化內容策進院(2022)，整理自財政部財政資訊中心。

圖 2-4-1 2020 年廣播產業各類型營收占比

不過以整體來看，根據尼爾森研究新知2022年7月刊⁴²中調查各大媒體的廣告量發現，廣播廣告量表現僅優於報紙及雜誌，相較於其他媒體來說，在廣告量的佔比相對較低，約佔5%，與去年同月相比產值有些微提升。顯示廣播產業在整體發展及經營上所面臨的困境及調整的必要性。

表 2-4-3 2022 vs 2021 年 6 月臺灣各媒體廣告量調查表

2022年6月 vs. 2021年6月			單位:千元	
媒體	2022 /6月	占比(%)	2021 /6月	占比(%)
無線	246,265	12%	217,165	11%
有線	1,232,122	60%	1,149,935	57%
報紙	76,000	4%	47,506	2%
雜誌	90,205	4%	77,431	4%
廣播	104,949	5%	92,260	5%
戶外	302,296	15%	427,512	21%
小計	2,051,838	100%	2,011,808	100%

資料來源：尼爾森(2022)。尼爾森研究新知2022年7月刊。

⁴¹ 文化內容策進院(2022)。2021 年臺灣文化內容產業調查報告，文化內容策進院研究報告。取自：<https://www.taicca.tw/article/691fdfdf>。

⁴² 尼爾森(2022)。尼爾森研究新知 2022 年 7 月刊。取自 <http://www.taaa.org.tw/news/article/6699>。

在各媒體投放廣告量類別的分布方面，根據尼爾森研究新知2022年7月刊調查內容發現，在廣播投放各類產品廣告的金額相對較低；以廣播來說，多以政府機構、建築及學校幼稚園類型投放的廣告量較多。

表 2-4-4 2020 年 6 月各媒體廣告量排名前 10 類別表

全媒體			電視			廣播		
名次	名稱	金額 (千元)	名次	名稱	金額 (千元)	名次	名稱	金額 (千元)
1	健康食品	208,725	1	健康食品	199,771	1	政府機構	13,550
2	遊戲軟體/線上遊戲	94,841	2	遊戲軟體/線上遊戲	86,859	2	建築	9,680
3	冷(暖)氣機	67,736	3	冷(暖)氣機	55,770	3	學校幼稚園	5,248
4	政府機構	53,065	4	眼鼻藥劑	41,397	4	中文專輯	4,659
5	速食店	48,828	5	速食店	40,159	5	超市、便利商店	4,448
6	茶類飲料	45,126	6	茶類飲料	37,061	6	法人/協會/基金會	4,152
7	眼鼻藥劑	42,915	7	其他網站/服務	35,696	7	健康食品	2,968
8	建築	40,931	8	保養品	33,292	8	補習中心	2,862
9	其他網站/服務	38,550	9	補品	31,198	9	移民開發公司	2,295
10	運動休閒服飾	35,962	10	牙膏	29,759	10	醫院診所	2,116

報紙			雜誌			戶外		
名次	名稱	金額 (千元)	名次	名稱	金額 (千元)	名次	名稱	金額 (千元)
1	建築	21,272	1	鐘錶	5,146	1	運動休閒服飾	25,273
2	政府機構	7,469	2	珠寶黃金	4,758	2	媒體公司	14,922
3	健康食品	3,867	3	綜合服飾/配件	4,457	3	醫院診所	11,588
4	冷(暖)氣機	2,409	4	法人/協會/基金會	4,307	4	綜合家電	8,848
5	珠寶鑽錶	2,343	5	政府機構	4,210	5	政府機構	8,821
6	綜合服飾/配件	2,223	6	建築	3,143	6	其他類企業	7,912
7	速食店	1,881	7	汽車	2,460	7	茶類飲料	7,671
8	法人/協會/基金會	1,636	8	珠寶鑽錶	2,298	8	遊戲軟體/線上遊戲	7,583
9	展售、講座	1,605	9	休旅車	2,179	9	綜合電腦資訊產品	7,034
10	補品	1,527	10	其他類企業	1,691	10	冷(暖)氣機	6,798

資料來源：尼爾森(2022)。尼爾森研究新知2022年7月刊。

在廣播中投放廣告量的品項類別分布，依據“2021年台灣媒體白皮書報告”發現，在2020年投放廣告金額最高之產品類型為建築類型產品(新台幣2.8億元)，服務類型產品(新台幣1.5億元)，金融財金類型的產品廣告投放1.2億元居第四位，但相較於2017年，廣告量仍有不小的降幅。Top 10的產品分布及對應投放廣告量如表2-3-5所示：

表 2-4-5 2017 vs 2020 年廣播廣告量前十大品類表

廣播廣告量前十大品類

排名	名稱	金額(千元)
1	服務類	337,115
2	建築類	289,179
3	其他類	235,590
4	交通工具	151,449
5	影劇媒體類	140,760
6	文康類	119,863
7	金融財經	105,565
8	醫藥美容類	84,942
9	食品類	46,021
10	電腦網路資訊類	42,893

資料來源：Nielsen 廣告監播服務，2017年，15家電台統計，i radio 2017年4月中停播。
依MAA調整率調整：廣播0.210

廣播廣告量前十大品類

排名	名稱	金額(千元)
1	建築類	280,323
2	其他類	249,762
3	服務類	151,894
4	金融財經	124,915
5	交通工具	120,191
6	影劇媒體類	118,767
7	醫藥美容類	102,700
8	文康類	84,371
9	食品類	47,916
10	電腦網路資訊類	41,752

資料來源：Nielsen 廣告監播服務，2020年，14家電台統計
依MAA調整率調整：廣播0.190

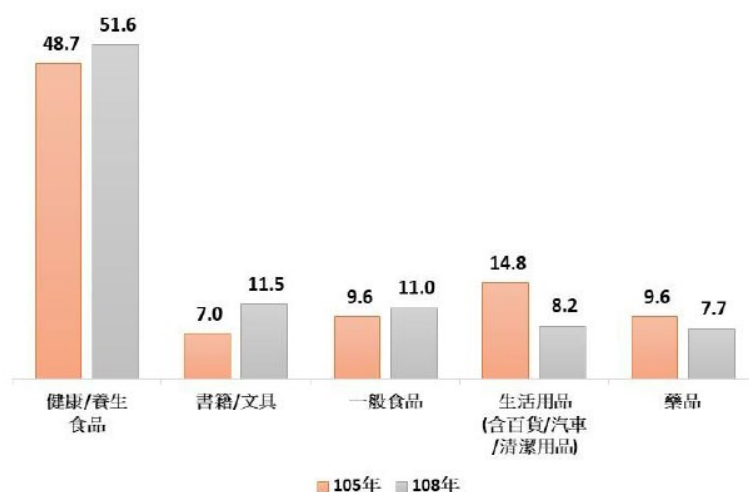
另外，依據國家通訊傳播委員會(NCC)“2019年廣播發展趨勢與收聽行為調查研究報告”⁴³顯示，有7.8%的聽眾有call-in經驗，其中call-in的原因，有超過2成的聽眾為點播歌曲、表達意見，超過1成的聽眾為跟主持人或來賓聊天、拿獎品，而訂購產品僅占2.1%。

表 2-4-6 2019 年聽眾 call-in 之原因

項目	108 年電訪	
	n=187	
	次數	百分比
點播歌曲	49	26.2
表達意見	46	24.6
想跟主持人或來賓聊天	29	15.5
想拿獎品	29	15.5
回報路況	18	9.6
諮詢(有專業來賓可詢問問題)	18	9.6
詢問節目或活動相關資訊	16	8.6
訂購產品	4	2.1
送生日祝福	2	1.1
好奇感	1	0.5
總計	212	113.3

資料來源：國家通訊傳播委員會(2019)，2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查。

不論是2016年或2019年，聽眾半年內購買之產品或服務，皆以健康/養生食品的比率最高，約占大半數，除了健康/養生食品外，2016年購買比率相對較高為生活用品、一般食品、藥品，而2019年則為書籍/文具、一般食品。

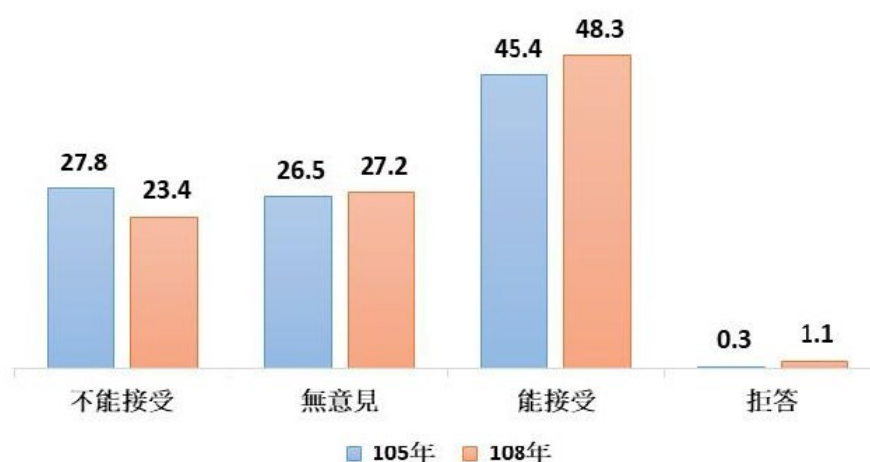


資料來源：國家通訊傳播委員會(2019)，2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查。

圖 2-4-2 2016 vs 2019 年近半年內聽眾購買之產品或服務

⁴³ 國家通訊傳播委員會(2019)。2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查。國家通訊傳播委員會研究報告，未出版。

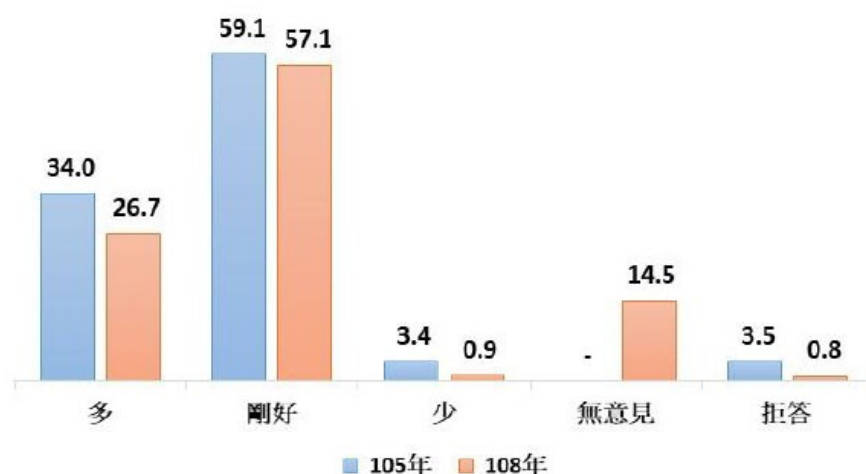
在廣播節目中有會有商品訊息的介紹，不論在2016年或2019年調查，皆有4成以上的聽眾表示能接受，約有2成左右表示不能接受，其中可觀察到2019年相較於2016年，能接受比率呈現上升，而不能接受比率則呈現下降。



資料來源：國家通訊傳播委員會(2019)，2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查。

圖 2-4-3 2016 vs 2019 年聽眾對廣播節目商品資訊介紹之接受度

對於在1小時的廣播節目最多只能播9分鐘的廣告時間，2019年有57.1%的聽眾認為剛好，26.7%認為有點多(11.4%太多，15.3%有點多)，僅有0.9%認為有點少，而相較於2016年，9分鐘廣告時間認為多的比率呈現下降。另外，聽眾認為在1小時的廣播節目中，最多能播出的廣告時長，平均為7.26分鐘。



資料來源：國家通訊傳播委員會(2019)，2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查。

圖 2-4-4 2016 vs 2019 年聽眾對廣告時間接受度

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，有77.2%表示能接受(4.2%非常能接受、73.0%還算能接受)，僅7.5%表示不能接受(6.4%不太能接受、1.1%非常不能接受)，另外有15.3%未表態。

表 2-4-7 2019 年告知聽眾贊助廠商的名稱或是商標播放時間之接受度

項目	108 年電訪	
	n=2,406	
	次數	百分比
非常不能接受	27	1.1
不太能接受	153	6.4
無意見	318	13.2
還算能接受	1,756	73.0
非常能接受	101	4.2
拒答	51	2.1
總計	2,406	100.0

資料來源：國家通訊傳播委員會(2019)，2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查。

第三章 研究方法

本研究量化及質化兩種不同形式進行調查，第一部分：針對聽眾採取電話訪問的方式進行調查；第二部分：以焦點團體座談會(Focus Group Discussion)的方式進行，彙整量化調查數據結論，邀請聽眾、專家學者與廣播業者，提出相關看法及建議。

第一節 量化調查

一、調查方法

本次調查量化部分，採用電話訪問調查法執行，並採用電腦輔助電話訪問(CATI, Computer Assisted Telephone Interview)進行調查相關資料蒐集。

調查過程由電腦直接撥號，問卷會直接顯示在訪員的電腦螢幕上，訪員讀出題目並將受訪者的回答結果直接點選或輸入於電腦中，其訪問結果將直接傳回主機，可以立即進行線上檢誤並針對資料做即時性初步分析。系統以自動化的電腦輔助設備進行各種科學性抽樣、隨機分配、問卷題目跳題管理、訪問過程監聽及錄音紀錄、資料轉檔和訪員管理等標準化作業流程，不僅可以減少人為的疏漏與錯植等測量誤差，增益資料的正確性，控制電話訪問品質。

依據撥打全國各縣市民眾相關調查實務經驗發現，因年輕人外移讀書或工作、智慧型手機使用興起等因素，市話較難接觸到年輕族群，除了透過市內電話訪問外，本研究將採取手機調查方式輔助市內電話調查，以蒐集更多元的年輕族群聽眾意見。

二、研究範圍及對象

- (一)本調查範圍涵蓋臺灣本島及澎湖縣共20個縣市，年滿13歲(含)以上民眾為訪問對象。

(二)聽眾/非聽眾定義如下：

1. 廣義聽眾：最近半年內，有收聽過任何廣播節目
2. 平常聽眾：最近一週內，有收聽過任何廣播節目達5分鐘以上。
3. 有效聽眾：最近24小時內，連續收聽同一廣播節目5分鐘以上。
4. 非聽眾：從來不收聽任何廣播節目者。

三、有效樣本數、有效聽眾與抽樣誤差

依據標案規定需求至少完成1,068份有效樣本，樣本定義為以收聽取得廣播執照之廣播電臺節目內容為主之有效聽眾。本次調查共完成**5,479**份樣本，其中有效樣本(廣義聽眾)為**2,076**份，在**95%**的信心水準下，樣本抽樣誤差為**±2.15%**。另外，有效聽眾則共完成**1,074**份，在**95%**的信心水準下，樣本抽樣誤差為**±2.99%**。

四、抽樣方法與抽樣配置

(一)住宅電話

以臺灣地區及澎湖縣之住宅電話資料庫為抽樣清冊⁴⁴。採「分層隨機抽樣」(Stratified Random Sampling)原則，以下為實際電話號碼抽樣四步驟：

1. 以「縣市」作為分層，依各縣市13歲以上人口比例所占整體比例配置樣本數，再經「隨機撥號法」(Random Digit Dialing, RDD)的處理程序，由各縣市住宅電話簿中取出局碼。
2. 採用「尾數2位隨機法」進行電話號碼抽樣：由於電話號碼簿並未包含未登錄電話，因此將所抽出全部的電話號碼最後2碼以隨機亂數的方式取代之，確保未登錄住宅電話亦有相同的機率被抽中，成為電話號碼樣本。
3. 抽樣倍數及中選電話號碼排列方法：為避免空號、無人接聽以及拒訪等因素，乃依各分層應完成樣本數的15倍抽取電話數目，其撥打順序再依隨機方式配置。

⁴⁴ 本公司採玉瑪科技公司電訪系統，其電話資料庫每年進行更新。

4. 刪除重複電話：抽出的電話號碼，需剔除因尾數2位隨機法抽樣所產生的重複電話號碼，被剔除的電話號碼則由相同分層的電話號碼遞補。

(二)手機電話

以國家通訊傳播委員會「行動通信網路業務用戶號碼核配現況」為抽樣清冊。採「簡單隨機抽樣」(Simple Random Sampling)原則，以下為實際電話號碼抽樣三步驟：

1. 以國家通訊傳播委員會「行動通信網路業務用戶號碼核配現況」資料，抽出樣本電話門號(前5碼)。
2. 抽出樣本電話門號(前5碼)後，以隨機方式產生後5碼電話號碼，隨機抽取手機用戶進行訪問。
3. 為避免空號、無人接聽、拒訪及外在環境干擾(如訊息穩定度)等因素，造成接通率過低，因此依應完成樣本數的100倍抽取電話數目。

(三)電話抽樣配置

本研究規劃，在電話配置部份，本次調查將規劃市話抽樣數與手機抽樣數採1比1方式執行，市話部份則依據各縣市人口數進行各縣市電話配置，因手機無縣市資料可供抽樣參考，故手機電話部份將以隨機抽樣後結果直接進行撥打。

為了避免重複訪問情形，手機電話樣本優先進行訪問，完全撥打完畢後才進行市話訪問，若一次抽樣未能完成調查，爾後每次加抽電話皆依據相同方式進行電話數配置。

依內政部戶政司最新111年11月人口統計資料推估，各縣市年滿13歲之人口資料比例情形，配置各縣市電話樣本所需數量，如表3-1-1所示。

表 3-1-1 電話樣本配置表

市話+手機 電話調查	13歲以上人口		電話樣本配 置數
	總計	百分比	
總計	20,660,141	100.0%	20,000
新北市	3,590,422	17.4%	3476
臺北市	2,202,257	10.7%	2132
桃園市	1,999,581	9.7%	1936
臺中市	2,481,203	12.0%	2402
臺南市	1,668,364	8.1%	1615
高雄市	2,459,124	11.9%	2381
新竹縣	500,649	2.4%	485
苗栗縣	481,973	2.3%	467
彰化縣	1,114,906	5.4%	1079
南投縣	437,542	2.1%	424
雲林縣	604,971	2.9%	586
嘉義縣	452,926	2.2%	438
屏東縣	729,893	3.5%	707
宜蘭縣	405,135	2.0%	392
花蓮縣	287,650	1.4%	278
臺東縣	192,405	0.9%	186
基隆市	330,864	1.6%	320
新竹市	388,171	1.9%	376
嘉義市	234,408	1.1%	227
澎湖縣	97,697	0.5%	95

五、樣本代表性檢定及加權處理

(一)樣本代表性檢定

因各縣市有收聽廣播電臺節目民眾占比並無詳細資料可供參考，為確保調查結果能更加貼近母體，因此在樣本檢定部份，調查結束後，將以有效接觸之總進行樣本代表性檢定，透過內政部統計處公布之最新人口統計資料中，性別、年齡、縣市別三項人口特徵作為母體依據來進行樣本適合度檢定。下表為樣本代表性檢定結果，由檢定結果發現，在「年齡」及「縣市別」方面，與母體結構存在顯著差異。

表 3-1-2 樣本代表性檢定-加權前

	13歲以上人口數		加權前		檢定結果
	樣本數	百分比	樣本數	百分比	
總計	20,660,141	100.0%	5,479	100.0%	
性別					卡方值=1.018 p-value=0.313>0.05 樣本與母體無顯著差異
男	10,156,008	49.2%	2,656	48.5%	
女	10,504,133	50.8%	2,823	51.5%	
年齡					卡方值=447.568 p-value=0.000<0.05 樣本與母體有顯著差異
13-19歲	1,437,307	7.0%	161	2.9%	
20-29歲	2,915,702	14.1%	545	9.9%	
30-39歲	3,238,381	15.7%	665	12.1%	
40-49歲	3,805,793	18.4%	950	17.3%	
50-59歲	3,523,607	17.1%	1146	20.9%	
60~69歲	3,172,676	15.4%	1121	20.5%	
70歲及以上	2,566,675	12.4%	891	16.3%	
縣市別					卡方值=78.936 p-value=0.000<0.05 樣本與母體有顯著差異
新北市	3,590,422	17.4%	872	15.9%	
臺北市	2,202,257	10.7%	573	10.5%	
桃園市	1,999,581	9.7%	576	10.5%	
臺中市	2,481,203	12.0%	739	13.5%	
臺南市	1,668,364	8.1%	448	8.2%	
高雄市	2,459,124	11.9%	583	10.6%	
新竹縣	500,649	2.4%	125	2.3%	
苗栗縣	481,973	2.3%	117	2.1%	
彰化縣	1,114,906	5.4%	292	5.3%	
南投縣	437,542	2.1%	150	2.7%	
雲林縣	604,971	2.9%	141	2.6%	
嘉義縣	452,926	2.2%	139	2.5%	
屏東縣	729,893	3.5%	221	4.0%	
宜蘭縣	405,135	2.0%	87	1.6%	
花蓮縣	287,650	1.4%	107	2.0%	
臺東縣	192,405	0.9%	56	1.0%	
基隆市	330,864	1.6%	91	1.7%	
新竹市	388,171	1.9%	94	1.7%	
嘉義市	234,408	1.1%	60	1.1%	
澎湖縣	97,697	0.5%	8	0.1%	

(二)樣本加權

樣本檢定後發現樣本分佈結構與母體不符，所以透過「多變數反覆性加權」(Raking weights)方式來進行加權，逐項而反覆地對樣本結構進行連續性修正，直到樣本結構與母群結構完全一致為止。下表為加權後樣本檢定結果。另外，因調查數據經加權後呈現且調查結果樣本數皆以整數方式呈現，故會產生加權後小數點第一位四捨五入進位問題，進而導致將樣本數字直接相加，會與總樣本數5,479產生誤差，因此第四節調查結果表格皆會發生此情形。

表 3-1-3 樣本代表性檢定-加權後

	18歲以上人口數		加權後		檢定結果
	樣本數	百分比	樣本數	百分比	
總計	20,660,141	100.0%	5,479	100.0%	
性別					卡方值=0.000 p-value=1.000>0.05 樣本與母體無顯著差異
男	10,156,008	49.2%	2,693	49.2%	
女	10,504,133	50.8%	2,786	50.8%	
年齡					卡方值=0.000 p-value=1.000>0.05 樣本與母體無顯著差異
13-19歲	1,437,307	7.0%	381	7.0%	
20-29歲	2,915,702	14.1%	773	14.1%	
30-39歲	3,238,381	15.7%	859	15.7%	
40-49歲	3,805,793	18.4%	1009	18.4%	
50-59歲	3,523,607	17.1%	934	17.1%	
60~69歲	3,172,676	15.4%	841	15.4%	
70歲及以上	2,566,675	12.4%	681	12.4%	
縣市別					卡方值=0.000 p-value=1.000>0.05 樣本與母體無顯著差異
新北市	3,590,422	17.4%	952	17.4%	
臺北市	2,202,257	10.7%	584	10.7%	
桃園市	1,999,581	9.7%	530	9.7%	
臺中市	2,481,203	12.0%	658	12.0%	
臺南市	1,668,364	8.1%	442	8.1%	
高雄市	2,459,124	11.9%	652	11.9%	
新竹縣	500,649	2.4%	133	2.4%	
苗栗縣	481,973	2.3%	128	2.3%	
彰化縣	1,114,906	5.4%	296	5.4%	
南投縣	437,542	2.1%	116	2.1%	
雲林縣	604,971	2.9%	160	2.9%	
嘉義縣	452,926	2.2%	120	2.2%	
屏東縣	729,893	3.5%	194	3.5%	
宜蘭縣	405,135	2.0%	107	2.0%	
花蓮縣	287,650	1.4%	76	1.4%	
臺東縣	192,405	0.9%	51	0.9%	
基隆市	330,864	1.6%	88	1.6%	
新竹市	388,171	1.9%	103	1.9%	
嘉義市	234,408	1.1%	62	1.1%	
澎湖縣	97,697	0.5%	26	0.5%	

六、問卷諮詢會議-專家效度(Expert validity)

本次調查問卷設計方面，主要採用專家效度方式，於前測調查之前，於 111 年 8 月 17 日辦理問卷諮詢會議-專家效度，透過專家、學者及委託單位共同討論、評估各題題目及選項的適宜性，包含題目內容之用字遣詞的適當性、聽者容易產生認知誤差、是否過於冗長等，下圖為問卷設計流程。



本次會議由本次計畫主持人 賴祥蔚教授擔任主持人，並邀四位專家學者、國家通訊傳播委員會參與，下表為專家學者參與名單。

表 3-1-4 專家效度會議參與名單

姓名	服務機關/單位	職稱
賴祥蔚	國立臺灣藝術大學 廣播電視學系	教授
莊克仁	銘傳大學 廣播電視學系	兼任副教授
陳炳宏	國立臺灣師範大學 大眾傳播研究所	教授
柯舜智	中國文化大學 資訊傳播學系	副教授
莊伯仲	中國文化大學 新聞學系	教授

七、研究限制

本次調查結果將與歷年結果進行比較，且增加 Podcast 收聽情形等題組，因此本次調查可能具備下列幾項研究限制：

1. **資料收集方法**：歷年為採全市話方式調查，今年度採市話手機同步執行調查，可能導致結果有顯著變化。
2. **有效聽眾樣本數**：111 年度調查有效聽眾目標樣本數為 1,068 份，與歷年 2,000 份以上有明顯差距，趨勢分析時可能易出現較顯著變化。
3. **訪問限制**：訪問開頭明確告知受訪者該專案為針對「廣播電台收聽行為」進行訪問，可能導致未收聽廣播或不常收聽廣播的民眾直接拒絕訪問，導致收聽率、未收聽廣播原因、Podcast 收聽情形等調查結果與實際情形有所偏誤。

八、問卷前測規劃

專案在正式調查前，需針對問卷進行前測，有效樣本需達 30 份以上，且預試調查結果不納入正式調查中。前測相關工作如下：

(一)與委託單位確認問卷修訂無誤後，對問卷內容舉行前測調查

1. 與委託單位共同討論，確認本次調查重點及題項，由循證民調配合計畫問卷實驗設計之方式進行前測調查訪問。
2. 需完成至少 30 份前測樣本。

(二)前測後由訪員、督導及研究人員共同進行小組會議。

1. 瞭解本份問卷民眾的受訪意願，相互分享在面對意願較低受訪者時，最佳的挽留技巧與用詞。
2. 瞭解訪問當中可能遇到之困難，共同研擬適切的解決方法。
3. 將討論後相關事宜彙整為訪員手冊，提供訪問時相關參考依據。

(三)提交預試報告。

1. 調查概述：包含調查日期、抽樣方法、有效樣本數、電話接觸紀錄及次數分配表與交叉列表。
2. 研究建議：
 - (1). 各題項語意清楚及順暢度說明
 - (2). 各題項字句是否容易使民眾誤解
 - (3). 各題項選項設計是否需修改或增減
 - (4). 訪問進行時可能會發生的狀況
 - (5). 各題次數分配表及修正後問卷。
3. 各題次數分配表及修正後問卷：依問卷前測所建議修正的問卷，交付委託單位。

九、問卷設計與調查題目

本次調查為瞭解民眾對廣播收聽行為情況，研擬調查問卷，以「廣播電臺收聽設備」、「廣播電臺收聽行為與動機」、「廣播電臺收聽偏好」、「聽眾對廣播媒體信任程度」、「電臺與聽眾互動體驗」、「購買電臺推介之商品」、「Podcast使用情形」、「未來收聽廣播意願」、「基本資料」共九大主軸為調查方向，題目設計如下：

(一)廣播電臺收聽設備

1. 收聽廣播之設備與原因
2. 網路收聽廣播方式
3. 手機收聽廣播APP
4. 網路收聽廣播使用感受滿意度

(二)廣播電臺收聽行為與動機

1. 平均一週收聽天數
2. 平日主要收聽時段與平均收聽時數
3. 假日主要收聽時段與平均收聽時數
4. 收聽廣播節目動機、地點與情境

(三)廣播電臺收聽偏好

1. 較常收聽廣播電臺
2. 最常收聽廣播電臺與收聽因素
3. 較常收聽廣播節目類型
4. 較常收聽新聞報導類型
5. 較常收聽音樂節目類型
6. 廣播電臺節目內容需改進之處

(四)聽眾對廣播媒體信任程度

1. 廣播節目對時事評論、資訊發布內容信任度
2. 廣播節目報導議題立場的公正程度
3. 新聞評論是否影響民眾看法

4. 廣播節目傳播中國大陸資訊之情況是否影響民眾看法

(五)電臺與聽眾互動體驗

1. 參加電臺實體活動類型
2. 參與Call-in之原因
3. 加入粉絲團經驗與互動方式
4. 收看電臺節目網路直播經驗與原因

(六)購買電臺推介之商品

1. 購買廣播介紹產品/服務經驗與不滿意原因
2. 電臺廣告時間長度感受情形
3. 廣播節目中介紹商品訊息接受度
4. 節目冠名贊助提供訊息播出時間長度的接受度

(七)Podcast使用情形

1. 最近一週收聽Podcast經驗及收聽時段
2. 平均收聽Podcast時數
3. 較常收聽的Podcast節目類型
4. 收聽Podcast之原因

(八)未來收聽廣播意願

1. 沒有收聽廣播主要原因
2. 透過電腦/手機收聽廣播增加收聽意願度
3. 電臺提供多元服務活動增加收聽意願度
4. 較具吸引力的電臺服務或活動

(九)基本資料

1. 廣播收聽情況
2. 人口學變項(性別、年齡、居住地、教育程度、職業、主要使用語言、個人月收入)

十、資料處理方法

(一)以SPSS統計軟體進行資料處理

本調查採用CATI系統進行調查，直接利用系統「資料轉檔功能」轉出已定義好的變項名稱和欄位SPSS程式檔及資料檔。研究人員再根據調查所需報表進行統計程式撰寫，輸出各種報表結果。

(二)資料合併及加權方法

有鑑於增加手機調查其主要目的為增加調查對象的接觸率，期望能觸及唯手機族或不會接聽家中電話之民眾，故本次調查資料合併方式，採市話及手機直接合併方式，將其視為同一層級之對象，最後再透過內政部戶政司最新人口資料，依照性別、年齡、行政區進行多變數反覆性加權，使得調查結果之樣本結構與母體一致。

(三)以Excel統計軟體編製統計結果表

為製作編排更為美觀的報表，在SPSS統計軟體輸出報表之後，將之匯出成為Excel格式檔案，以利編排，另可視委託機關之規格需求提供檔案格式。

(四)缺漏及反常資料之處理

經由CATI系統的邏輯條件設定，確保問卷邏輯的正確性及完整性，以避免有人為疏忽或程式設定問題，造成缺漏值或反常資料之出現。除此之外，研究員也將撰寫SPSS偵錯程式，在調查執行過程中，即時進行資料缺漏的檢查。或者，若問卷中前後各相關問項發生互相矛盾或有違背常理之情形發生，將採以下方式進行處理：

1. 調聽錄音檔進行修正補充。
2. 追蹤補問：若無法藉由錄音檔補齊或更正答案，則指派資深訪員於調查期間回撥給受訪者進行補問。
3. 追加樣本：若經追蹤三次，仍無法再追蹤補問到原本的受訪者，則剔除此一樣本，進行追加樣本以替補剔除之樣本。

(五)開放性問題之處理方式

若受訪者回答之內容未列於選項之中，則由訪員將受訪者之答案記錄下來，再由研究人員針對答案內容予以歸納整理。如能歸納到既有選項中，則進行歸類。如無法歸入既有選項，但受訪者有一定比例反映相類似的選項答案，則採取新增選項的方式處理。

十一、統計分析方法

調查報告中，將視題目型態及選項分類方式，利用不同類型的統計模型與公式進行分析。

(一)次數分配(Frequencies)

所謂次數是指各答案選項的回答人數，所有完成樣本的各選項回答分配情況即為「次數分配」。問卷調查中，次數分配表的構成包括次數及比例(%)兩種資料。次數分配表是最容易閱讀，也是最淺顯易懂的統計方法，因此被廣泛應用在各種調查當中。

(二)交叉分析(Cross-tabulation)

應用「區隔」的觀念，選出與「各項議題」看法或評價之相關重要區隔變數，為瞭解不同背景的受訪者在相關問題回答是否有差異性，因此將對各項具有分析意義之變數進行交叉分析。

(三)卡方檢定(Chi-Square Test)

為判斷交叉分析中基本變項(例如：年齡、性別等等)與重要議題之間有無顯著的關聯性存在，亦採取卡方分析檢定，卡方值若是達到統計上顯著水準，則可判定兩變項之間有關聯存在。但如有超過25%的期望樣本數小於5，則不適合以卡方分析檢定判定其顯著性，其檢定結果僅供參考。

(四)中央極限定理

依據中央極限定理當樣本數 <30 時，調查數據僅供參考，本調查報告書將不列入比較，後文將不另外說明；各數據皆為四捨五入後之結果，若以數據反推計算，將可能會產生微幅差距。

第二節 質化調查

一、調查方法

為瞭解不同族群聽眾對於節目規劃與需求相關議題看法，邀請電臺業者與聽眾進行對話，並邀請專家學者與廣播業者針對廣播營運管理政策、廣播節目內容與廣告規範進行討論，以使研究結果更完善。

本次調查質化調查，採用**焦點團體訪談**（Focus Group Discussion）方式進行。焦點團體訪談是藉由主持人的引導，針對某一個議題或某一種觀念進行更深入討論，常會邀請同質背景的成員參加，由於參與者背景相近，可以使得討論產生良好的互動，透過群體討論的方式，帶動每位與會者更深層之看法或更具創意之建議。此外，訪談之主持人也是焦點團體訪談成功與否的重要因素，因此，需具備親和力、良好的溝通、傾聽及觀察技巧、廣泛的興趣、客觀性以及更重要的臨場反應等。

本次規劃以計畫主持人 國立臺灣藝術大學廣播電視學系賴祥蔚教授擔任焦點座談會主持人。賴教授專長為傳播政策、傳播產業研究、媒體經營與行銷公共關係學，對於電視及廣播收聽使用行為等議題，可以給予相當大的協助。

二、訪問對象

將分為年滿13歲之廣播聽眾、業者代表及專家學者，每場至少6~8人出席，為避免出席者臨時狀況，本次調查將邀請至少10人出席。三場座談會，邀請對象與條件分列如下：

(一)第一場：聽眾座談會，過濾條件如下：

1. 考量區域性平衡，邀請北中南地區聽眾參與
2. 性別、年齡層分散
3. 每週收聽廣播天數為中度與重度收聽者
4. 收聽設備涵蓋車用收音機、一般收音機、手機與電腦等

(二)第二場：邀請業者代表，過濾條件如下：

1. 電臺為公營或民營，大中小功率電臺，或聯播網系統
2. 電臺經營者或營運/節目部門主管

(三)第三場：邀請專家學者，過濾條件如下：

1. 具備廣播電臺經營、節目製播等相關專長
2. 廣播同業公會/協會代表/教授

專家學者場次將規劃於量化調查及質化調查業者代表、廣播聽眾場次皆完成後舉行，透過前述各項調查內容，於專家學者場次供與會之專家學者參考，除了預計的討論主題外，可針對調查內容進一步探討。

三、座談會討論大綱

焦點座談會大綱會依照出席者身分不同而有所區隔，以符合出席者特性，透過專家效度會議進行調整，並經委託單位確認後，本次訪談大綱依據各場次分述如下：

(一)廣播聽眾場次

1. 平常收聽廣播的收聽習慣(收聽時段、收聽場合、電臺頻道)，收聽時對廣播電臺訊號(播音品質)的建議
2. 平常收聽管道、透過網路、APP、手機等多媒體方式來收聽節目經驗與選擇原因
3. 收聽Podcast的經驗、收聽節目的類型，以及對收聽Podcast偏好與需求
4. 對於什麼類型的廣播節目比較容易感興趣
5. 對廣播節目中評論新聞時事帶風向的看法
6. 廣播節目中行銷商品而購買或是諮詢相關服務的經驗
7. 對節目中行銷產品的接受度，與電臺廣告能接受的時長
8. 與電臺主持人或節目相關活動互動的經驗(例如抽獎、call-in、FB粉絲團)與互動過程體驗、滿意度，對聽眾的互動機制的建議

9. 對於廣播節目開始提供線上隨選服務或是網路直播的看法
10. 對廣播節目內容調整、創新方向來推廣廣播節目之建議
11. 對廣播應增加管道方式或平台，以吸引年輕族群收聽的建議

(二)電臺業者場次

1. 電臺節目型態、各類型節目佔比
2. 電臺活動與聽眾互動經驗探討
3. 電臺節目收聽時段、電臺節目內容調整方向及建議
4. 電臺製播境外相關內容節目之現況
5. 電臺節目聯播情形與電臺節目合作方式探討
6. 電臺節目置入或贊助的看法
7. 廣播「節目」與「廣告」如何區隔之探討
8. 電臺節目廣告時長之建議
9. 遇境外提議合作製播節目之看法及可行性
10. 電臺拓展管道及平台策略，及對社群媒體經營策略
11. 針對Podcast對電臺影響及因應策略
12. 廣播經營與製播節目整體現況與建議

(三)專家學者場次

1. 廣播電臺節目型態現況
2. 廣播電臺聯播、聯營的現況及建議
3. 廣播節目中評論新聞時事帶風向問題及建議
4. 廣播節目內容及各類型節目佔比調整方向與建議
5. 整體電臺節目發展走向及建議
6. 廣播廣告時間規範調整及建議
7. 廣播「節目」與「廣告」無法區隔之探討
8. 廣播節目開放置入性行銷及贊助後之情形及建議
9. 電臺節目受委託製作中國相關內容節目應如何管理
10. 廣播行銷經營策略及相關調整建議

11. 針對Podcast衝擊的因應策略建議

12. 廣播未來發展相關政策、法規調整與建議

四、執行流程

以下為本次焦點座談會執行流程，並詳細說明各執行步驟：



圖 3-2-1 焦點座談會執行流程

- (一)參與者資格篩選：廣播聽眾場次，將依據電話訪問調查結果表示有意願者優先進行招募；業者代表及專家學者場次，則依據身份別進行招募，並兼顧年齡、性別、族群及廣播相關背景。
- (二)確認場地、日期：根據與會者身分，選擇較為方便日期及場地。
- (三)訪談大綱確認：與委託單位進行討論及協商，針對各場次提出各場次之訪談大綱。
- (四)發送邀請函：確認受邀者，將發正式會議通知，並請其當日攜帶證件出席以茲核對身份。
- (五)前置作業確認：包含工作人員工作排定、餐盒訂購、桌牌、布幕及相關文件製作等。
- (六)召開行前會議：活動前一周預先針對流程進行演練，並討論可能遇到的狀況。
- (七)活動前一天提醒：活動前一天透過電話(信件)通知受邀者出席。
- (八)團體焦點座談會：焦點座談全程錄音錄影，並提供茶水點心、出席者車馬費。

第三節 研究時程

針對本次調查各項工作時程與需交付項目，依據委託單位需求書的規定，本次調查時程如下：

表 3-3-1 研究時程表

時程表		7月26日	8月17日	9月4日	11月22日	11月23日~12月30日	1月	2~3月	3月中旬	4月17日
第一階段	登陸基本資料(GRB)									
第二階段	召開問卷諮詢會議									
	提交期中報告			★						
第三階段	量化調查	前測調查								
		前置作業(含訪員訓練)								
		正式調查								
		資料處理及報告撰寫								
	質化調查	調查對象及大綱擬定								
		確認場地及招募出席者								
		前置作業								
		正式調查								
	調查結果	資料處理及報告撰寫								
		提交期末報告(初稿)								★

(一)第1階段：已於111年7月26日，上網登錄基本資料(GRB表)。

(二)第2階段

1. 問卷研商會議：已於111年8月17日召開問卷諮詢會議，邀請四位專家、學者及國家通訊傳播委員會，針對調查問卷、焦點座談訪問大綱進行討論。

2. 提交期中報告：於111年9月4日提出期中報告初稿中文版本12份及電子檔光碟2份。期中報告初稿含本委託研究案調查研究之問卷設計、問卷調查方式、研究架構及質化分析方式之說明等，前揭文件並應經甲方審核通過後始為合格。

(三)第3階段

1. 量化調查：

(1) 前測調查：已於111年11月22日完成前測調查。

(2) 正式調查：已於111年11月30日至12月30日期間進行量化調查，調查執行前將召開訪員訓練，並視需要提供補充資料，也針對該次問卷內容逐題解說，使訪員瞭解題目意涵；調查結束後彙整調查結果並撰寫報告。

2. **質化調查：**於112年2月19日~2月22日期間進行質化調查，將舉辦3場焦點座談會，邀請廣播聽眾(112/2/19)、電臺業者(112/2/20)、專家學者(112/2/22)，針對廣播收聽行為提供建議；訪談結束後，彙整調查結果並撰寫於期末報告。
3. **期末報告：**於112年4月11日，提出期末報告初稿中文版本12份及電子檔光碟2份。期末報告初稿經委託單位審查後，再依指定期限內修正，經委託單位確認後，提出完整期末研究報告中文版本12份，並提交計畫摘要(中、英文版)及完整研究報告之全文電子檔光碟片1式2份（電子檔案之文字內容應以Microsoft Word 2007以上之版本撰寫，且須提供PDF格式之檔案，統計數據與圖表應以Microsoft Excel 2007以上之版本編輯，圖片以JPEG或GIF等格式儲存，如有相關資料庫應以Microsoft Access格式建立）。

第四章 廣播收聽行為調查結果

本次調查共完成5,479份樣本(市話3,332份、手機2,147份)，其中有效樣本數(廣義聽眾)為2,076份，有效聽眾則完成1,074份。但經由樣本代表性檢定後，發現與母體結構不符合，因此進行資料加權，故有效樣本數(廣義聽眾)為2,081份(市話999份、手機1,082份)，有效聽眾則為1,045份(市話495份、手機550份)。接下來將與歷年調查結果進行趨勢比較，因此本章之調查結果及後續綜合分析將依據有效聽眾調查結果進行說明。

第一節 聽眾輪廓描述

一、111年調查各類型聽眾比例

電訪調查結果發現，38.0%的民眾最近半年內有收聽廣播節目(廣義聽眾)，29.7%的民眾最近一週有收聽廣播節目(平常聽眾)，19.1%的民眾24小時內有收聽廣播且超過5分鐘以上(有效聽眾)。此外，有62.0%的民眾表示從來不收聽廣播。【詳參見表4-1-1】

另外「廣播聽眾觸及率」方面，本次調查約為38.0%；年齡層方面，「40~49歲」及「50~59歲」的民眾觸及率分別為26.6%及21.1%，而「20~39歲」及「60~69歲」則分別為11.1%及13.2%，20歲以下及70歲以上則落在5.0%左右。

二、各類型聽眾比例歷年比較⁴⁵

本次調查廣義聽眾佔整體38.0%，相較於108年調查之41.4%，下降3.4%，而自99年調查起，逐次調查皆呈現下降趨勢，相較於99年，共下降25.8%；平常聽眾由99年調查至108年止仍呈現下降趨勢，共下降24.5%，今年度相較於108年則上升5.6%；有效聽眾則自102年起逐年下降，111年度調查僅19.1%，共下降15.3%。另外，非聽眾則自99年起逐年上升，111年度調查達62.0%，共上升25.8%。

⁴⁵ 99、102、105、108年調查規格與111年有所不同，故有效樣本數方面有所差異。

表 4-1-1 收聽人口比例

類別	99年	102年	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	百分比	百分比	樣本數	百分比
1.廣義聽眾-最近半年有收聽廣播	63.8	63.5	59.8	41.4	2,081	38.0
平常聽眾-最近一週有收聽廣播	48.6	38.8	36.7	24.1	1,628	29.7
有效聽眾-24小時內有收聽超過5分鐘	29.8	34.4	30.7	20.6	1,045	19.1
2.非聽眾-從來不收聽廣播	36.2	36.5	40.2	58.6	3,398	62.0
總計	100.0	100.0	100.0	100.0	5,479	100.0

註：與99、102、105、108年調查之相同定義將111年調查樣本分類後進行比較，以24小時內有收聽超過5分鐘為有效聽眾

三、量化調查聽眾輪廓分析

除上述之廣義、平常及有效聽眾外，將最近半年有收聽或最近一周有收聽，但最近24小時內沒有收聽超過5分鐘之聽眾定義為潛在聽眾，進一步針對四個不同收聽情形之聽眾輪廓進行分析。【詳參見表4-1-2】

(一) 廣義聽眾輪廓

廣義聽眾以性別分主要為男性(53.2%)，以年齡區間分則為40~49歲(26.6%)及50~59歲(21.1%)，以居住地分則為新北市(16.9%)、臺北市(10.0%)、臺中市(12.0%)及高雄市(13.1%)的比例較高。

(二) 平常聽眾輪廓

平常聽眾以性別分主要為男性(56.1%)，以年齡區間分則為40~49歲(27.5%)及50~59歲(22.1%)，以居住地分則為新北市(16.4%)、臺中市(12.6%)及高雄市(13.0%)的比例較高。

(三) 有效聽眾輪廓

有效聽眾以性別分主要為男性(57.7%)，以年齡區間分則為40~49歲(28.2%)及50~59歲(23.3%)，以居住地分則為新北市(16.2%)、臺中市(13.4%)及高雄市(13.3%)的比例較高。

(四) 潛在聽眾輪廓

潛在聽眾以性別分主要為女性(51.3%)，以年齡區間分則為40~49歲(25.0%)，以居住地分則為新北市(17.6%)、臺北市(10.3%)、臺中市(10.6%)及高雄市(12.8%)的比例較高。

表 4-1-2 不同收聽情形聽眾之輪廓表

基本資料		廣義聽眾		平常聽眾		有效聽眾		潛在聽眾	
		樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比
總計		2,081	100.0	1,628	100.0	1,045	100.0	1,036	100.0
性別	男性	1,108	53.2	913	56.1	603	57.7	505	48.7
	女性	973	46.8	715	43.9	442	42.3	531	51.3
年齡	13-19歲	77	3.7	43	2.7	18	1.7	59	5.7
	20-29歲	232	11.1	156	9.6	82	7.8	150	14.5
	30-39歲	381	18.3	301	18.5	197	18.9	184	17.7
	40-49歲	554	26.6	447	27.5	295	28.2	259	25.0
	50-59歲	440	21.1	360	22.1	244	23.3	196	18.9
	60-69歲	276	13.2	225	13.8	147	14.1	128	12.4
	70歲以上	122	5.9	95	5.8	62	5.9	60	5.8
居住地	新北市	352	16.9	267	16.4	170	16.2	182	17.6
	臺北市	208	10.0	157	9.6	101	9.7	107	10.3
	桃園市	192	9.2	147	9.1	100	9.6	92	8.9
	臺中市	249	12.0	204	12.6	140	13.4	109	10.6
	臺南市	180	8.7	150	9.2	97	9.3	83	8.0
	高雄市	271	13.1	211	13.0	139	13.3	132	12.8
	新竹縣	61	2.9	49	3.0	25	2.4	36	3.5
	苗栗縣	42	2.0	31	1.9	15	1.4	27	2.6
	彰化縣	125	6.0	98	6.0	64	6.1	61	5.9
	南投縣	36	1.8	30	1.8	17	1.6	19	1.9
	雲林縣	67	3.2	49	3.0	35	3.3	32	3.1
	嘉義縣	36	1.7	28	1.7	14	1.4	22	2.1
	屏東縣	85	4.1	67	4.1	39	3.7	46	4.4
	宜蘭縣	42	2.0	34	2.1	22	2.1	19	1.9
	花蓮縣	24	1.2	16	1.0	11	1.0	14	1.3
	臺東縣	12	0.6	9	0.6	4	0.4	8	0.8
	基隆市	33	1.6	27	1.6	20	1.9	13	1.3
	新竹市	43	2.1	34	2.1	17	1.7	26	2.5
	嘉義市	20	1.0	18	1.1	14	1.3	6	0.6
居住地 (分區)	北部地區	888	42.7	681	41.8	433	41.5	455	43.9
	中部地區	452	21.7	363	22.3	236	22.6	216	20.9
	南部地區	663	31.8	525	32.2	339	32.4	324	31.3
	東部地區	78	3.8	59	3.6	37	3.6	41	4.0

註1：廣義聽眾-最近半年有收聽廣播之民眾

註2：平常聽眾-最近一週內有收聽廣播之民眾

註3：有效聽眾-最近24小時內有收聽廣播且超過5分鐘之民眾

註4：潛在聽眾-最近半年內有收聽，但最近24小時內沒收聽超過5分鐘之民眾

第二節 廣播電臺收聽設備

一、收聽廣播之設備與原因

(一) 收聽廣播之設備

1. 111年調查結果

經由本次調查結果顯示，聽眾收聽廣播之設備以「車用收音機/音響」的比例最高(66.5%)，其他依序為「一般收音機/音響」(27.9%)、「手機/平板」(18.9%)、「電腦」(4.4%)。【詳參見表4-2-1及圖4-2-1】

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾收聽廣播之設備在「車用收音機/音響」及「手機/平板」比例分別上升16.0%及10.0%，而「電腦」上升幅度較小，僅1.2%；另外，「一般收音機/音響」下降16.2%。

表 4-2-1 收聽廣播之設備歷年比較表

類別	99年	102年	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	百分比	百分比	樣本數	百分比
車用收音機/音響	57.8	51.2	42.7	50.5	695	66.5
一般收音機/音響	46.6	43.9	53.8	44.1	292	27.9
手機/平板	15.9	13.9	13.4	8.9	198	18.9
電腦(桌上型/筆記型)				3.2	46	4.4
其他/不知道/忘記了	3.8	2.9	0.0	0.0	0	0.0
樣本數	3,416	3,025	2,400	2,406	1,045	

註：99、102、105年調查之選項與108、111年不同，數據比較僅供參考。

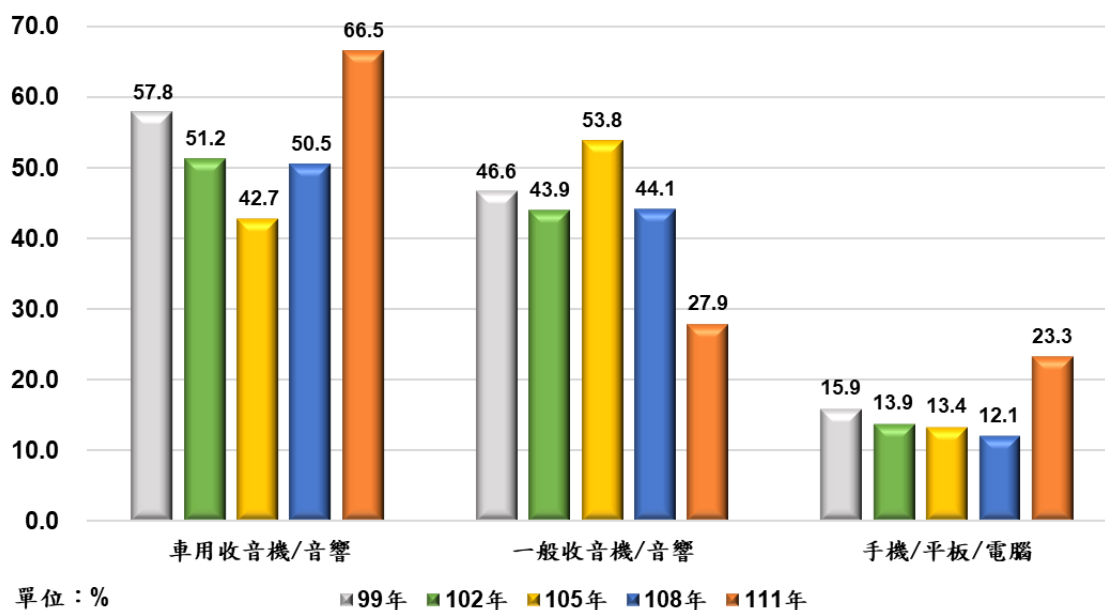


圖 4-2-1 收聽廣播之設備歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果⁴⁶

收聽廣播之設備為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-1~2】

(1) 使用「車用收音機/音響」的聽眾，主要是以男性、或30~59歲、或教育程度在高中/職及以上、或職業為軍警公教、或溝通主要使用國語、或居住在東部地區、或平均月收入在4萬元及以上的比例相對較高。

(2) 使用「一般收音機/音響」的聽眾，主要是以女性、或13~19歲和60歲及以上、或教育程度在初中/國中及以下、或無業/退休/待業、或溝通主要使用閩南語、或居住在北部及東部地區、或平均月收入在4萬元以下的比例相對較高。

其中「手機/平板」及「電腦」兩者因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

⁴⁶ 根據大數法則，樣本分群後樣本數未達 30 筆之數據不具備樣本代表性原則，故分析及說明將不列入分析標的。

(二) 使用設備原因

A：車用收音機/音響

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，收聽廣播有使用「車用收音機/音響」的聽眾，其使用的原因以「開車時收聽比較方便」比例最高(85.9%)，其他依序為「可同步收聽路況」(16.7%)、「不想聽常聽的音樂」(2.5%)、「和家人一起收聽」(1.7%)；另外有1.5%的聽眾表示「不知道/拒答」。【詳參見表4-2-2及圖4-2-2】

2. 歷年調查結果比較

使用「車用收音機/音響」的聽眾，其使用的原因方面，歷年調查結果顯示，皆以「開車時收聽比較方便」比例最高，111年雖比例下降4.5%，但仍為比例最高之主要原因。

表 4-2-2 使用車用收音機/音響收聽廣播原因歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
開車時收聽比較方便	90.4	596	85.9
可同步收聽路況	24.1	116	16.7
不想聽常聽的音樂	0.0	18	2.5
和家人一起收聽	0.0	12	1.7
不知道/拒答	0.0	10	1.5
樣本數	1,390	695	

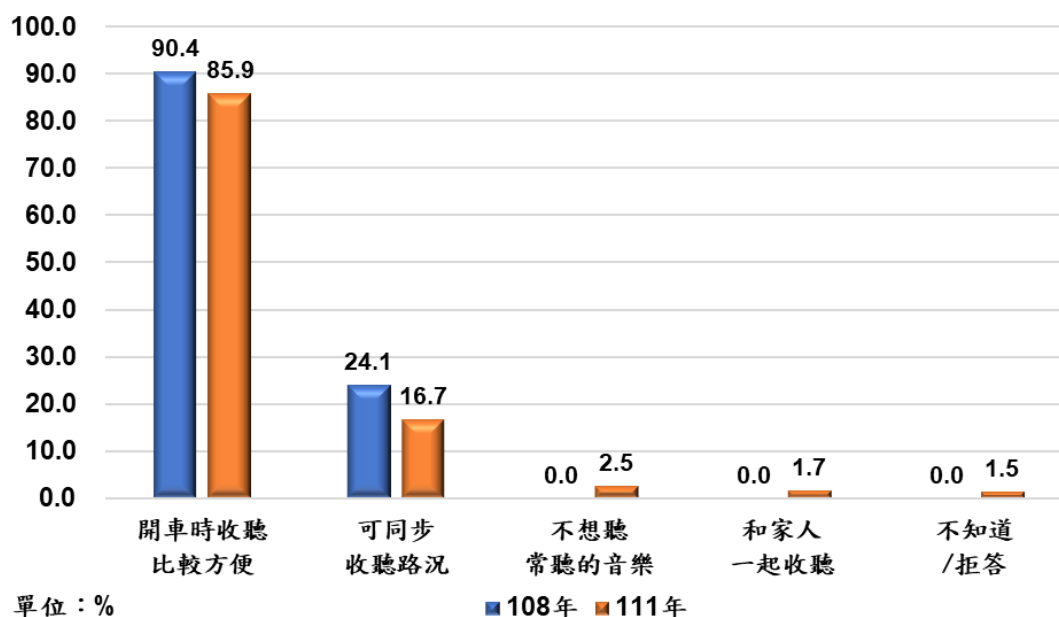


圖 4-2-2 使用車用收音機/音響收聽廣播原因歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

使用設備原因為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-3~4】

(1) 使用車用收音機/音響收聽廣播之原因為「開車時收聽比較方便」的聽眾，主要是以女性、或30~39歲及50~69歲、或教育程度在大學及以上、或職業為商業買賣/服務人員、或溝通主要使用國語、或居住在中部地區、或平均月收入在4萬元及以上的比例相對較高。

(2) 使用車用收音機/音響收聽廣播之原因為「可同步收聽路況」的聽眾，主要是以男性、或20~29歲及40~59歲、或教育程度為高中/職/專科/研究所及以上、或職業為自營商/企業主、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或平均月收入為未滿25,250元的比例相對較高。

其中「不想聽常聽的音樂」及「和家人一起收聽」兩者因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

B：一般收音機/音響

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，收聽廣播有使用「一般收音機/音響」的聽眾，其使用的原因以「家中或工作中收聽方便」比例最高(68.1%)，其他依序為「習慣了」(22.4%)、「操作方便」(13.8%)、「比較省電」(0.2%)；另外有5.5%的聽眾表示「不知道/拒答」。【詳參見表4-2-3及圖4-2-3】

2. 歷年調查結果比較

使用「一般收音機/音響」的聽眾，其使用的原因方面，歷年調查結果顯示，皆以「家中或工作中收聽方便」比例最高，111年雖比例下降24.4%，但仍為比例最高之主要原因，而「操作方便」則上升4.0%，111年則有新增22.4%的聽眾表示「習慣了」。

表 4-2-3 使用一般收音機/音響收聽廣播原因歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
家中或工作中收聽方便	92.5	199	68.1
習慣了	0.0	65	22.4
操作方便	9.8	40	13.8
比較省電	2.0	1	0.2
不知道/拒答	0.0	16	5.5
樣本數	1,107	292	

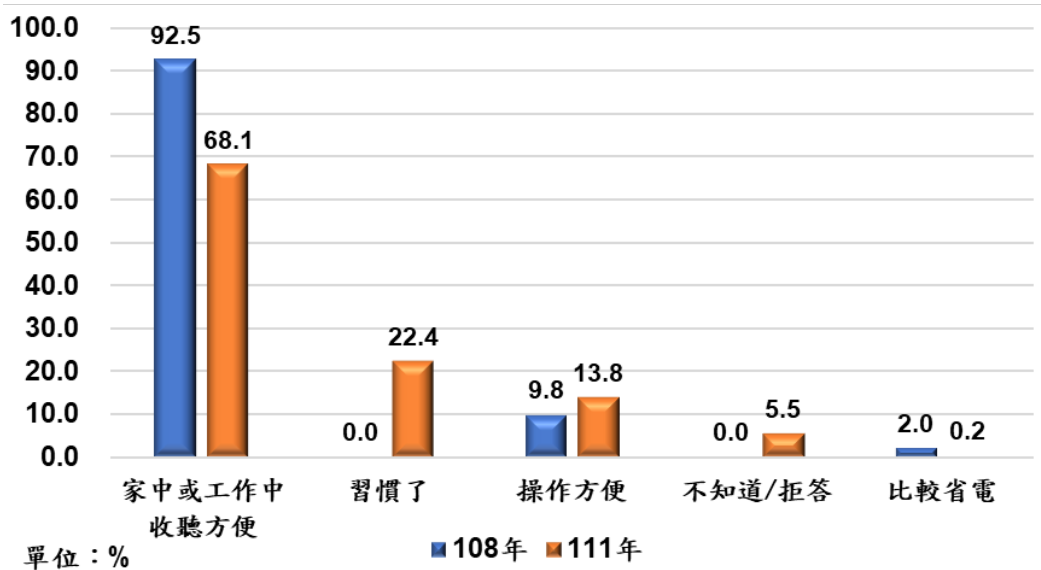


圖 4-2-3 使用一般收音機/音響收聽廣播原因歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

使用設備原因為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-5~6】

(1) 使用一般收音機/音響收聽廣播之原因為「家中或工作中收聽方便」的聽眾，主要是以女性、或20~39歲、或教育程度為高中/職、或職業為技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用國語、或居住在中部地區、或平均月收入在25,250~未滿6萬元的比例相對較高。

(2) 使用一般收音機/音響收聽廣播之原因為「習慣了」的聽眾，主要是以男性、或60歲及以上、或教育程度為專科、或無業/退休/待業、或溝通主要使用閩南語、或居住在北部地區、或平均月收入為未滿25,250元的比例相對較高。

其中「操作方便」及「比較省電」兩者因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

C：手機/平板

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，收聽廣播有使用「手機/平板」的聽眾，其使用的原因以「可隨身攜帶」比例最高(50.4%)，其他依序為「工作/讀書使用上較方便」(25.7%)、「收聽時間彈性」(20.0%)、「收訊較佳」(9.3%)、「可同時上網與收聽廣播」(9.0%)、「選擇性多不分國內外」(2.5%)；另外有2.6%的聽眾表示「不知道/拒答」。【詳參見表4-2-4及圖4-2-4】

2. 歷年調查結果比較

使用「手機/平板」的聽眾，其使用的原因方面，歷年調查結果顯示，皆以「可隨身攜帶」、「收聽時間彈性」及「工作/讀書使用上較方便」三項比例最高，其中「可隨身攜帶」比例上升3.0%，「工作/讀書使用上較方便」上升3.8%。

表 4-2-4 使用手機/平板收聽廣播原因歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
可隨身攜帶	47.4	100	50.4
工作/讀書使用上較方便	21.9	51	25.7
收聽時間彈性	21.9	40	20.0
收訊較佳	0.0	18	9.3
可同時上網與收聽廣播	12.1	18	9.0
選擇性多不分國內外	0.0	5	2.5
不知道/拒答	0.0	5	2.6
樣本數	222	198	

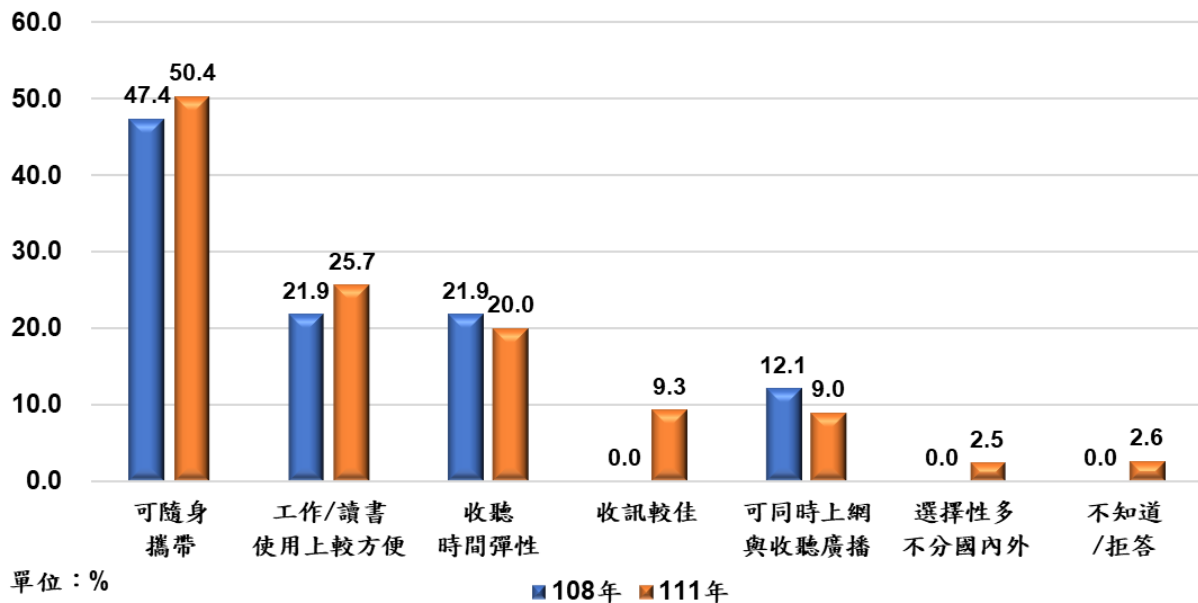


圖 4-2-4 使用手機/平板收聽廣播原因歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

使用設備原因備為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-7~8】

- (1) 使用手機/平板收聽廣播之原因為「可隨身攜帶」的聽眾，主要是以男性、或30~39歲、或教育程度為高中/職、或無業/退休/待業、或居住在中部地區、或平均月收入在4萬元~未滿6萬元、或溝通主要使用閩南語的比例相對較高。
- (2) 使用手機/平板收聽廣播之原因為「工作/讀書使用上較方便」的聽眾，主要是以女性、或40~49歲、或教育程度為專科、或職業為技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用國語、或居住在南部地區、或平均月收入為25,250元~未滿4萬元的比例相對較高。

(3) 使用手機/平板收聽廣播之原因為「收聽時間彈性」的聽眾，主要是以男性、或30~39歲、或教育程度為專科、或無業/退休/待業、或溝通主要使用國語、或居住在中部地區、或平均月收入為4萬元~未滿6萬元的比例相對較高。

其他原因因使用手機/平板收聽廣播樣本數低，且選項占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

D：電腦

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，收聽廣播有使用「電腦」的聽眾，其使用的原因以「工作/讀書使用上較方便」比例最高(69.8%)，其他依序為「可同時上網與收聽廣播」(13.2%)、「可隨身攜帶」(11.2%)、「收聽時間彈性」(10.9%)、「收訊較佳」(4.7%)；另外有6.9%的聽眾表示「不知道/拒答」。**【詳參見表4-2-5及圖4-2-5】**

2. 歷年調查結果比較

使用「電腦」的聽眾，其使用的原因方面，歷年調查結果顯示，皆以「工作/讀書使用上較方便」比例最高，111年比例上升11.4%，而其他原因則雖有增減，但皆在2成以下，比例明顯較低。

表 4-2-5 使用電腦收聽廣播原因歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
工作/讀書使用上較方便	58.4	32	69.8
可同時上網與收聽廣播	28.6	6	13.2
可隨身攜帶	2.6	5	11.2
收聽時間彈性	22.1	5	10.9
收訊較佳	0.0	2	4.7
不知道/拒答	0.0	3	6.9
樣本數	86	46	

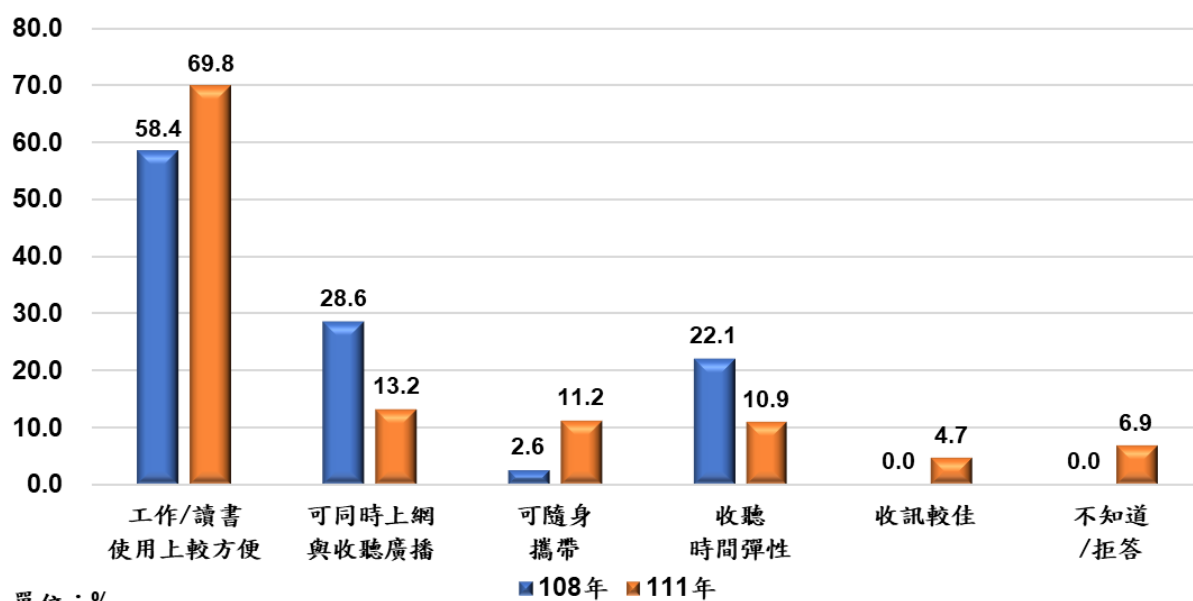


圖 4-2-5 使用電腦收聽廣播原因歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

使用設備原因為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，但因使用電腦收聽廣播樣本數加權後僅46筆有效樣本，在經由基本資料分群後，各族群間樣本數將皆未達30筆，因此交叉表僅供參考用，故不進行說明。【相關數據請參考附錄III-9~10】

二、網路收聽廣播方式

(一) 111年調查結果

進一步詢問透過「手機/平板」及「電腦」的聽眾，其使用網路收聽廣播方式，調查結果顯示以「手機APP程式」的比例最高(64.2%)，其他依序為「電臺官方網站即時收聽」(38.0%)、「手機內建收音機頻道」(29.2%)、「網際網路隨選收聽」(25.0%)、「HiNet-hichannel線上即時收聽平台」(18.3%)、「KKBOX網路平台即時收聽」(15.1%)。

【詳參見表4-2-6及圖4-2-6】

(二) 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾使用網路收聽廣播所有方式皆呈現上升情形，其中以「手機APP程式」上升比例最高，為21.5%，其次為「網際網路隨選收聽」(+15.7%)，第三為「KKBOX網路平台即時收聽」(+13.0%)。

表 4-2-6 網路收聽廣播方式歷年比較表

類別	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	樣本數	百分比
手機APP程式	25.0	42.7	147	64.2
電臺官方網站即時收聽	27.7	25.6	87	38.0
手機內建收音機頻道	40.3	19.6	67	29.2
網際網路隨選收聽	2.3	9.3	57	25.0
HiNet-hichannel線上即時收聽平臺	12.0	7.5	42	18.3
KKBOX網路平台即時收聽	8.3	2.1	34	15.1
Youtube	0.0	2.1	6	2.7
播客(Podcast)節目下載	1.0	0.0	0	0.0
不知道/忘記了	0.0	0.0	7	3.0
樣本數	300	281	229	

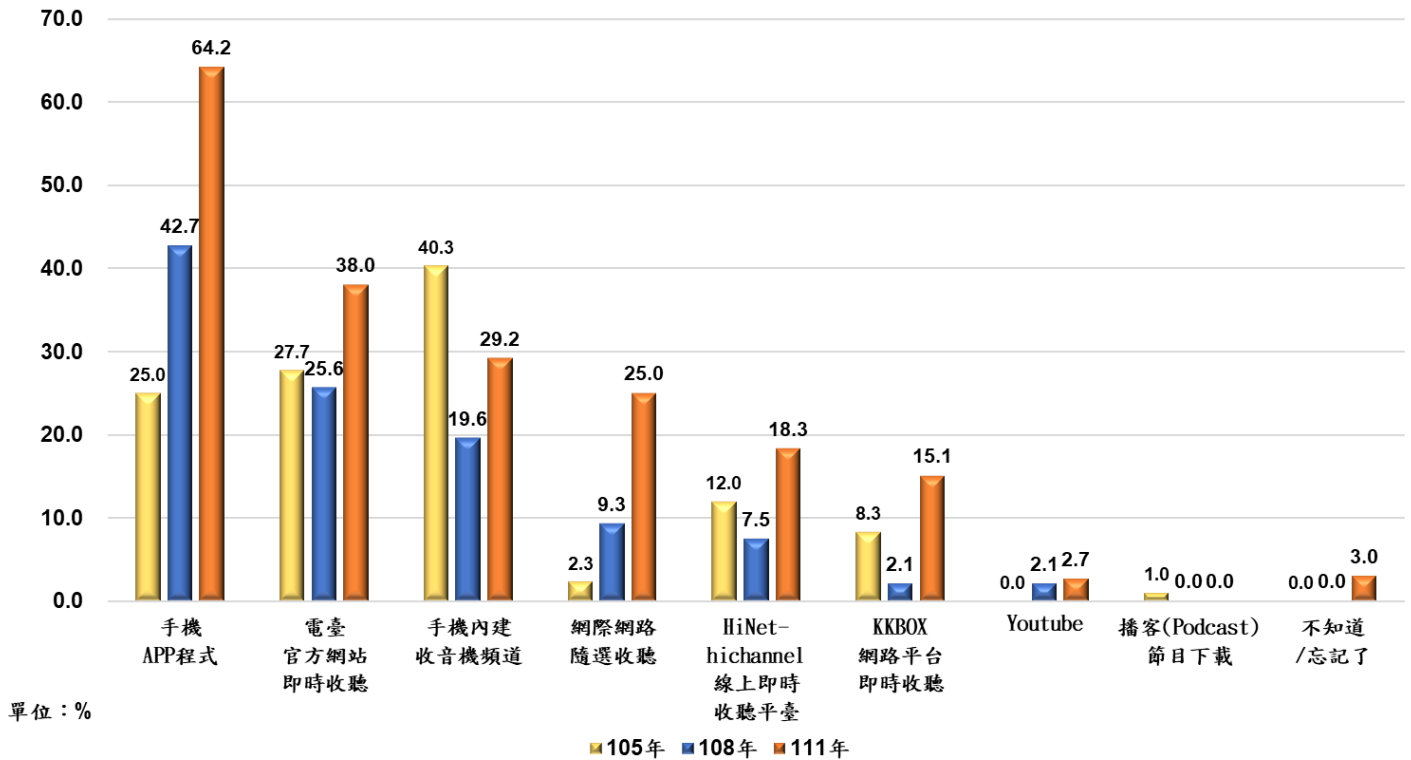


圖 4-2-6 網路收聽廣播方式歷年數據圖

(三) 交叉暨卡方分析結果

網路收聽廣播方式為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄 III-11~12】

1. 使用「手機APP程式」方式來收聽的聽眾，主要是以男性、或50~59歲、或教育程度為專科、或職業為技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或平均月收入在4萬元~未滿6萬元的比例相對較高。
2. 使用「電臺官方網站即時收聽」方式來收聽的聽眾，主要是以女性、或30~39歲、或教育程度為大學、或無業/退休/待業、或溝通主要使用國語、或居住在南部地區、或平均月收入在4萬元~未滿6萬元的比例相對較高。

3. 使用「手機內建收音機頻道」方式來收聽的聽眾，主要是以女性、或40~49歲、或教育程度為高中/職、或無業/退休/待業、或溝通主要使用閩南語、或居住在北部地區、或平均月收入在25,250元~未滿4萬元的比例相對較高。
4. 使用「網際網路隨選收聽」方式來收聽的聽眾，主要是以女性、或40~49歲、或教育程度為專科、或職業為文書事務人員、或溝通主要使用閩南語、或居住在北部地區、或平均月收入在4萬元~未滿6萬元的比例相對較高。

其他方式因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

三、手機收聽廣播之 APP

(一) 111年調查結果

針對有透過手機APP收聽廣播之聽眾，進一步詢問其所使用的APP類型，以「電台官方APP」的比例最高(63.0%)，其他依序為「集合型廣播APP」(40.7%)、「Podcast播客APP」(23.6%)；另外有8.8%的聽眾表示「不知道/忘記了」。

【詳參見表4-2-7及圖4-2-7】

(二) 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，有透過手機收聽廣播之聽眾所使用的APP類型，以「電台官方APP」及「Podcast播客APP」比例有所提升，分別增加4.7%及20.3%，而「集合型廣播APP」則下降4.3%。

表 4-2-7 手機收聽廣播 APP 歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
電台官方APP	58.3	92	63.0
集合型廣播APP	45.0	60	40.7
Podcast播客APP	3.3	35	23.6
不知道/忘記了	0.0	13	8.8
樣本數	132	147	

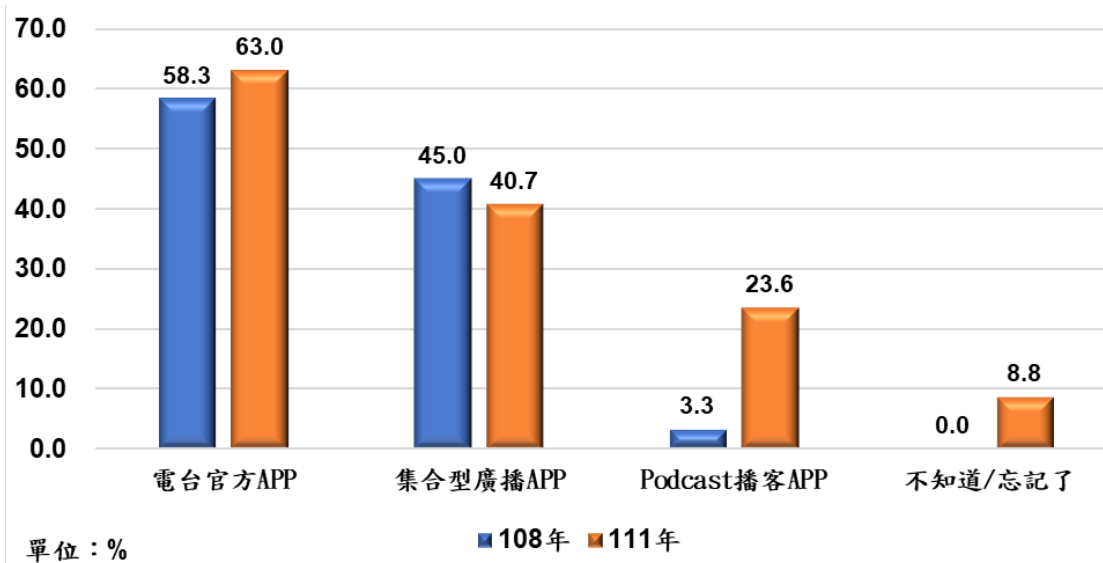


圖 4-2-7 手機收聽廣播 APP 歷年數據圖

(三) 交叉暨卡方分析結果

手機收聽廣播APP為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-13~14】

1. 使用「電台官方APP」的聽眾，主要是以女性、或40~49歲、或教育程度為大學、或溝通主要使用閩南語、或居住在中部地區、或平均月收入在25,250元~未滿4萬元的比例相對較高。
2. 使用「集合型廣播APP」的聽眾，主要是以男性、或30~39歲、或教育程度為大學、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均月收入在4萬元~未滿6萬元的比例相對較高。
3. 使用「Podcast播客APP」的聽眾，主要是以女性、或30~39歲、或教育程度為大學、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均月收入在4萬元~未滿6萬元的比例相對較高。

四、網路收聽廣播使用感受滿意度

針對使用「手機/平板」及「電腦」收聽廣播的聽眾，探討其在使用網路收聽廣播時，對於「點選/蒐尋網址方便性」、「點選/蒐尋節目方便性」、「使用介面設計風格」、「即時互動性功能」、「收聽品質」、「不受廣告干擾/沒有廣告」六項使用感受進行滿意度評價，下方為各項感受滿意度之評價結果說明。

(一) 111年調查結果

本次調查結果顯示，使用「手機/平板」及「電腦」收聽廣播的聽眾有87.8%對於「點選/蒐尋網址方便性」表示滿意(平均值4.06)，89.7%對於「點選/蒐尋節目方便性」表示滿意(平均值4.11)，86.0%對於「使用介面設計風格」表示滿意(平均值3.99)，61.1%對於「即時互動性功能」表示滿意(平均值3.62)，89.9%對於「收聽品質」表示滿意(平均值4.09)，73.3%對於「不受廣告干擾/沒有廣告」表示滿意(平均值3.70)。【詳參見表4-2-6及圖4-2-6】

(二) 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，使用「手機/平板」及「電腦」收聽廣播的聽眾，對於「點選/蒐尋網址方便性」、「點選/蒐尋節目方便性」、「使用介面設計風格」、「即時互動性功能」、「收聽品質」、「不受廣告干擾/沒有廣告」六項使用感受皆呈現滿意度提升情形，除了「收聽品質」提升17.7%最低外，其餘五項使用感受皆上升至少2成，其中又以「使用介面設計風格」滿意度提升比例最高，達31.5%。

表 4-2-8 網路收聽廣播使用感受滿意度歷年比較表

類別	選項	108年 N=306	111年 N=229
		百分比	百分比
點選/蒐尋網址 方便性	滿意	64.7	87.8
	無意見	31.0	8.1
	不滿意	4.3	4.1
	平均值	3.84	4.06
點選/蒐尋節目 方便性	滿意	66.2	89.7
	無意見	29.9	8.3
	不滿意	3.9	2.0
	平均值	3.84	4.11
使用介面 設計風格	滿意	54.5	86.0
	無意見	37.4	9.3
	不滿意	7.1	4.7
	平均值	3.61	3.99
即時 互動性功能	滿意	36.3	61.1
	無意見	56.2	30.6
	不滿意	7.5	8.3
	平均值	3.40	3.62
收聽品質	滿意	72.2	89.9
	無意見	18.9	3.0
	不滿意	8.9	7.1
	平均值	3.87	4.09
不受廣告干擾 /沒有廣告	滿意	53.0	73.3
	無意見	26.3	5.4
	不滿意	20.7	21.4
	平均值	3.46	3.70

註：平均值分數採用108年定義進行換算

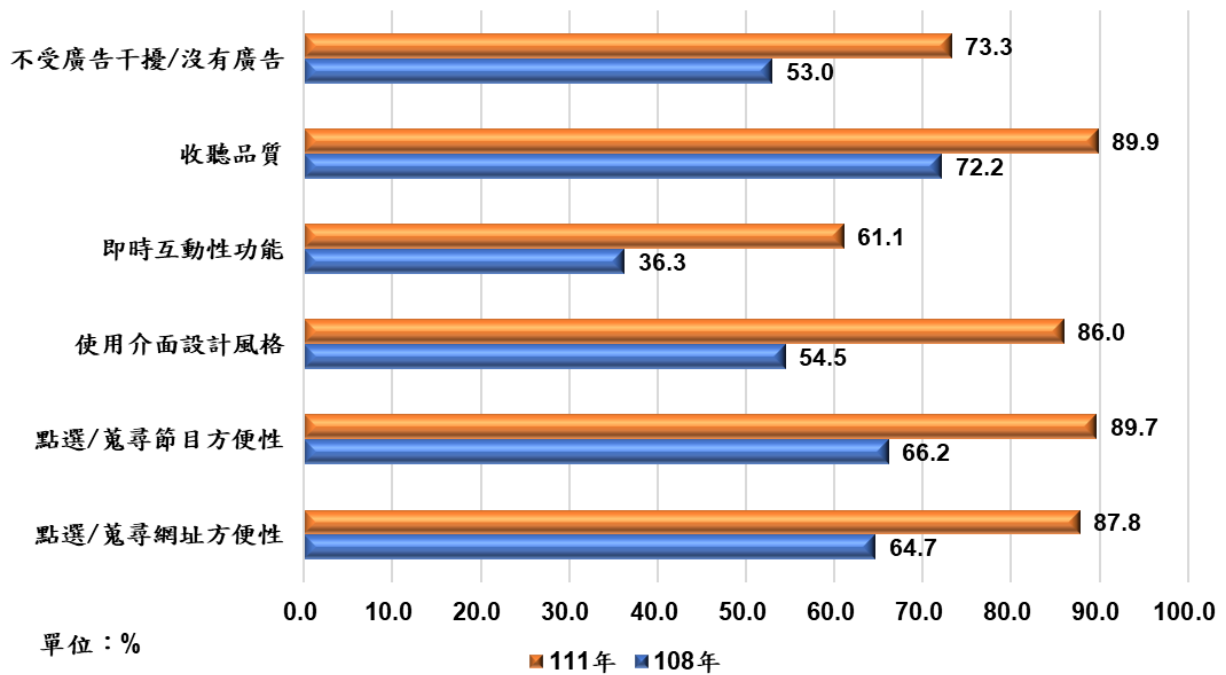


圖 4-2-8 網路收聽廣播使用感受滿意度歷年數據圖

(三) 交叉暨卡方分析結果

網路收聽廣播使用感受六項滿意度，透過卡方檢定後發現僅有部分基本變項因有25%或以上的組間期望值低於5個樣本數，不符合卡方檢定假設，無法判定變項間是否有顯著差異存在；而其他符合檢定假設之變項間皆沒有呈現顯著差異。【相關數據請參考附錄III-15~26】

第三節 廣播電臺收聽行為與動機

一、平均一週收聽天數

(一) 111年調查結果

本次調查結果顯示，對於平均一週收聽天數方面，有28.1%的聽眾為「固定收聽(每天聽)」，41.0%的聽眾「經常收聽(每週5-6天)」，19.6%的聽眾「偶而收聽(每週3-4天)」，11.3%的聽眾「很少收聽(每週1-2天)」。**【詳參見表4-3-1及圖4-3-1】**

(二) 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾在每週平均收聽頻率方面，「固定收聽(每天聽)」減少1.3%，「經常收聽(每週5-6天)」增加12.9%，「偶而收聽(每週3-4天)」減少2.1%，「很少收聽(每週1-2天)」減少9.5%。

表 4-3-1 平均一週收聽天數歷年比較表

類別	102年	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	百分比	樣本數	百分比
固定收聽(每天聽)	35.0	19.9	29.4	294	28.1
經常收聽(每週5-6天)	22.0	29.0	28.1	428	41.0
偶爾收聽(每週3-4天)	22.7	27.7	21.7	204	19.6
很少收聽(每週1-2天)	20.2	23.4	20.8	118	11.3
合計	100.0	100.0	100.0	1,045	100.0

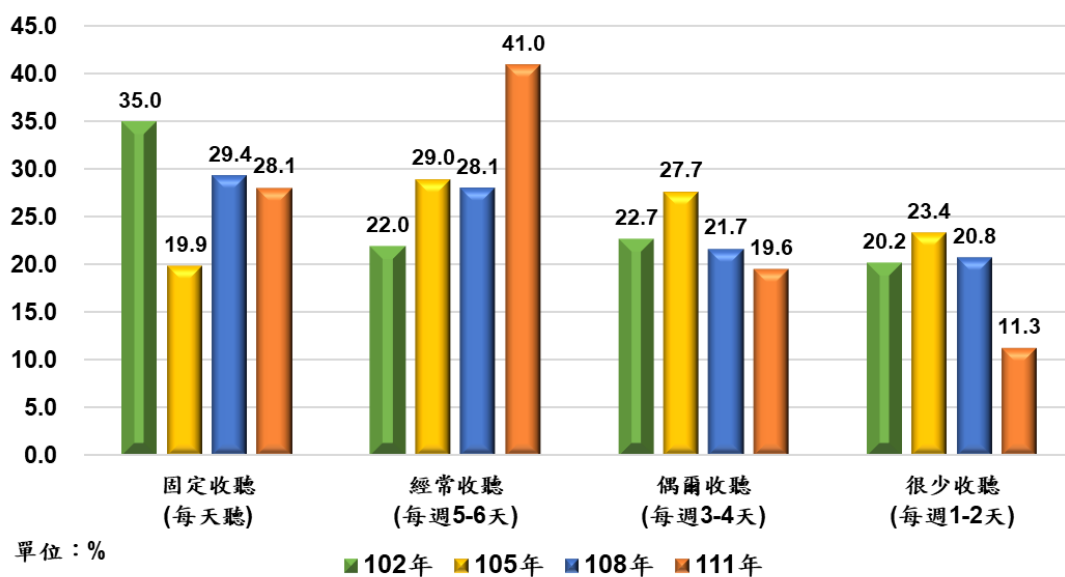


圖 4-3-1 平均一週收聽天數歷年數據圖

(三) 交叉暨卡方分析結果

經由卡方檢定發現，聽眾對於平均一週收聽天數方面，會因為聽眾「年齡」、「教育程度」、「職業」、「平均月收入」的不同而有顯著差異。描述如下：【相關數據請參考附錄III-27~28】

1. 年齡：「20~29歲」、「30~39歲」、「40~49歲」、「50~59歲」的聽眾，皆以經常收聽的比例較高，而「60~69歲」、「70歲以上」的聽眾則以固定收聽的比例較高；另外，整體呈現年齡越高，收聽頻率越高。
2. 教育程度：除了教育程度為「國小及以下」的聽眾收聽頻率為固定收聽比例較高外，其餘教育程度的聽眾皆以經常收聽的比例最高，其中又以「研究所及以上」經常收聽的比例最高，為51.0%。

3. 職業：除了「學生」的聽眾收聽頻率為很少收聽比例較高，「家管」、「無業/退休/待業」的聽眾為固定收聽比例較高外，其餘職業的聽眾皆以經常收聽的比例最高，其中又以「技術工/機械設備操作或組裝/體力工」的聽眾經常收聽的比例最高，為53.1%。
4. 平均月收入：除了平均月收入為「未滿25,250元」及「無收入」的聽眾收聽頻率為固定收聽比例較高外，其餘平均月收入的聽眾皆以經常收聽的比例最高，其中又以「8萬元及以上」的聽眾經常收聽的比例最高，為47.8%。

二、平日主要收聽時段與平均收聽時數

(一) 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾通常在平日收聽廣播的時段以「上午(06:00~11:59)」的比例最高(80.1%)，其次為「下午(12:00~17:59)」(51.7%)，第三為「晚上(18:00~23:59)」(30.4%)，最後為「清晨(24:00~05:59)」(2.0%)；另外，本次調查聽眾在平日收聽廣播的平均每天的收聽時數約2.70小時。【詳參見表4-3-2及圖4-3-2】

(二) 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，在「上午(06:00~11:59)」、「下午(12:00~17:59)」、「晚上(18:00~23:59)」三個時段收聽的比例皆有所增加，分別增加6.9%、4.7%、3.4%；而「清晨(24:00~05:59)」則略微下降1.9%。

另外，在每天平均收聽時數方面，自105年調查起，每次調查皆逐次提升，相較於108年調查，111年每天平均收聽時數增加0.21小時，約莫12.6分鐘。

表 4-3-2 平日主要收聽時段及平均收聽時數歷年比較表

類別	99年	102年	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	百分比	百分比	樣本數	百分比
清晨(24:00~05:59)	1.7	5.0	4.3	3.9	20	2.0
上午(06:00~11:59)	63.0	69.8	68.4	73.2	807	80.1
下午(12:00~17:59)	49.8	54.5	48.4	47.0	521	51.7
晚上(18:00~23:59)	26.9	27.1	35.7	27.0	306	30.4
平均收聽時數(小時)			2.37	2.49	2.70	
樣本數	1,349	2,406	2,200	1,934	1,008	

註：111年度數據排除(97)平日沒有收聽及(98)忘記了/拒答兩選項後重新計算比例

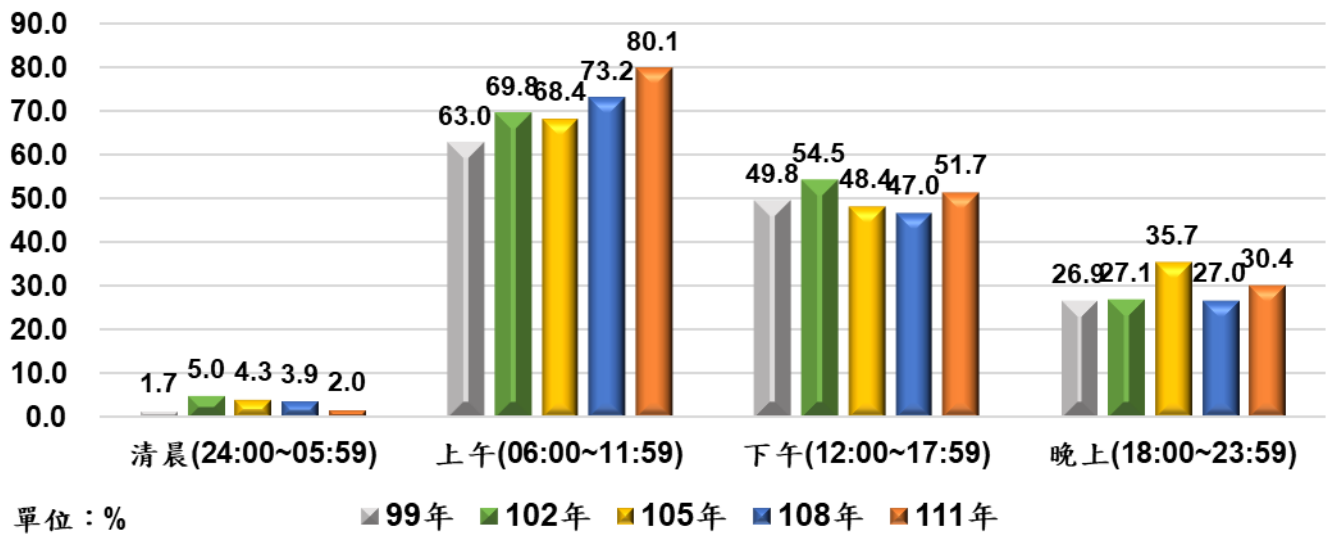


圖 4-3-2 平日主要收聽時段歷年數據圖

(三) 交叉暨卡方分析結果

平日主要收聽時段為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄 III-29~30】

1. 平日主要收聽時段為「上午(06:00~11:59)」的聽眾，主要是以女性、或40~59歲、或教育程度為專科/大學、或職業為技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用國語、或居住在東部地區、或平均月收入在6萬元~未滿8萬元、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。
2. 平日主要收聽時段為「下午(12:00~17:59)」的聽眾，主要是以女性、或60歲及以上、或教育程度為高中/高職、或職業為技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或平均月收入在25,250元~未滿4萬元、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

3. 平日主要收聽時段為「晚上(18:00~23:59)」的聽眾，主要是以男性、或30~39歲、或教育程度為國小及以下、或職業為企業主管/專業人員、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均月收入在4萬元~未滿6萬元、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。

「清晨(24:00~05:59)」占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

三、假日主要收聽時段與平均收聽時數

(一) 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾通常在假日收聽廣播的時段以「上午(06:00~11:59)」的比例最高(61.0%)，其次為「下午(12:00~17:59)」(57.7%)，第三為「晚上(18:00~23:59)」(32.4%)，最後為「清晨(24:00~05:59)」(3.2%)；另外，本次調查聽眾在假日收聽廣播的平均每天的收聽時數約2.43小時。【詳參見表4-3-3及圖4-3-3】

(二) 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，在「上午(06:00~11:59)」、「下午(12:00~17:59)」、「晚上(18:00~23:59)」三個時段收聽的比例皆有所增加，分別增加1.2%、10.7%、0.2%；而「清晨(24:00~05:59)」則下降4.7%。

另外，在每天平均收聽時數方面，相較於108年調查，111年每天平均收聽時數增加0.74小時，約莫44.4分鐘，且111年度調查發現，假日平均收聽時數為歷年三次調查中時數最高。

表 4-3-3 假日主要收聽時段與平均收聽時數歷年比較表

類別	99年	102年	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	百分比	百分比	樣本數	百分比
清晨(24:00~05:59)	2.0	6.7	4.8	7.9	16	3.2
上午(06:00~11:59)	52.6	58.5	62.0	59.8	305	61.0
下午(12:00~17:59)	54.4	51.4	45.9	47.0	289	57.7
晚上(18:00~23:59)	27.9	25.1	36.0	32.2	162	32.4
平均收聽時數(小時)			2.06	1.69	2.43	
樣本數	1,349	2,406	1,188	856	500	

註：111年度數據排除(97)平日沒有收聽及(98)忘記了/拒答兩選項後重新計算比例

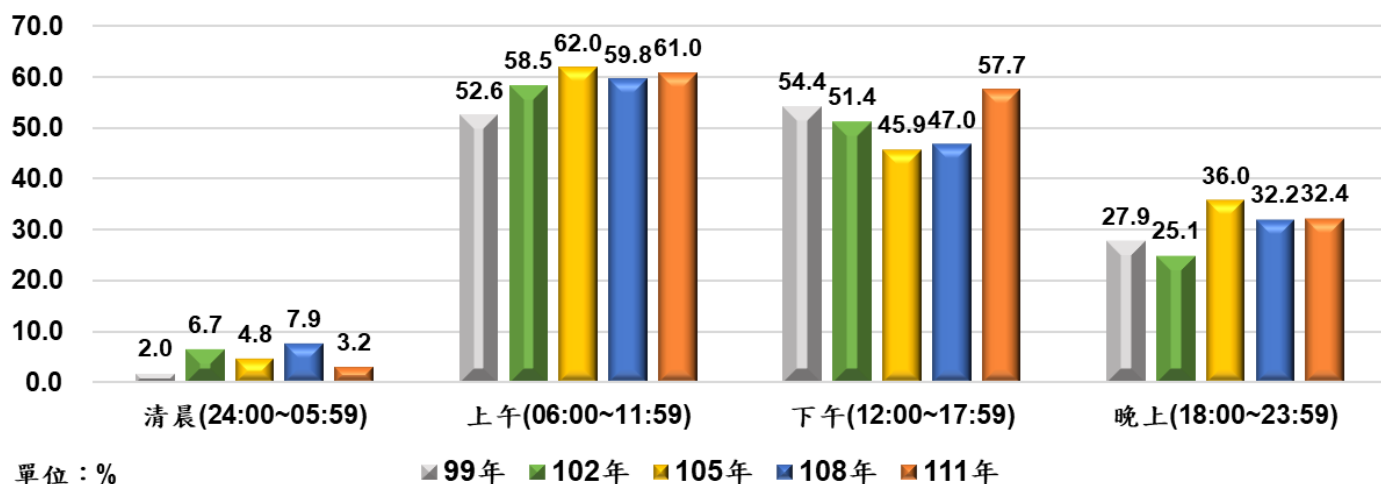


圖 4-3-3 假日主要收聽時段歷年數據圖

(三) 交叉暨卡方分析結果

假日主要收聽時段為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄 III-33~34】

1. 假日主要收聽時段為「上午(06:00~11:59)」的聽眾，主要是以男性、或50~59歲、或教育程度為高中/高職、或職業為企管主管/專業人員、或溝通主要使用閩南語、或居住在中部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。
2. 假日主要收聽時段為「下午(12:00~17:59)」的聽眾，主要是以30~39歲、或教育程度為大學及以上、或職業為文書事務人員、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

3. 假日主要收聽時段為「晚上(18:00~23:59)」的聽眾，主要是以40~49歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為商業買賣/服務人員、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或無收入、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

其中「清晨(24:00~05:59)」占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

四、收聽廣播節目動機、地點與情境

(一) 收聽廣播節目原因

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾收聽廣播的原因以「無聊/打發時間」(33.5%)、「有聲音陪伴」(24.3%)、「可以跟著唱歌/聽歌」(19.7%)、「收聽路況報導」(17.5%)、「收聽即時新聞」(15.7%)五項比例較高，皆超過10.0%，其餘原因請參考表4-3-4。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾收聽廣播原因以「可以跟著唱歌/聽歌」、「收聽路況報導」、「吸收新知」及「工作場所會固定播放」增加比例較高；另外，「有聲音陪伴」的下降比例最高，為11.8%。

表 4-3-4 收聽廣播節目原因歷年比較表

類別	102年	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	百分比	樣本數	百分比
無聊/打發時間	23.0	29.0	32.5	350	33.5
有聲音陪伴	32.3	26.1	36.1	254	24.3
可以跟著唱歌/聽歌	26.5	15.7	14.1	205	19.7
收聽路況報導	16.1	14.2	11.5	183	17.5
收聽即時新聞	24.4	14.0	13.1	164	15.7
吸收新知	9.0	8.3	5.4	98	9.4
工作場所會固定播放				78	7.5
有固定喜歡的節目	9.3	6.0	7.2	60	5.8
放鬆心情		6.5	2.5	29	2.8
跟家人一起收聽		8.6	2.8	17	1.7
學習語言	2.3	0.8	1.0	10	0.9
call-in、跟主持人互動/聊天	0.3	0.5	1.2	9	0.9
已習慣收聽	12.5			7	0.7
無特別原因	4.0	0.6		20	1.9
不知道/忘記了/拒答	0.2			3	0.3
樣本數	3,025	2,400	2,406	1,045	

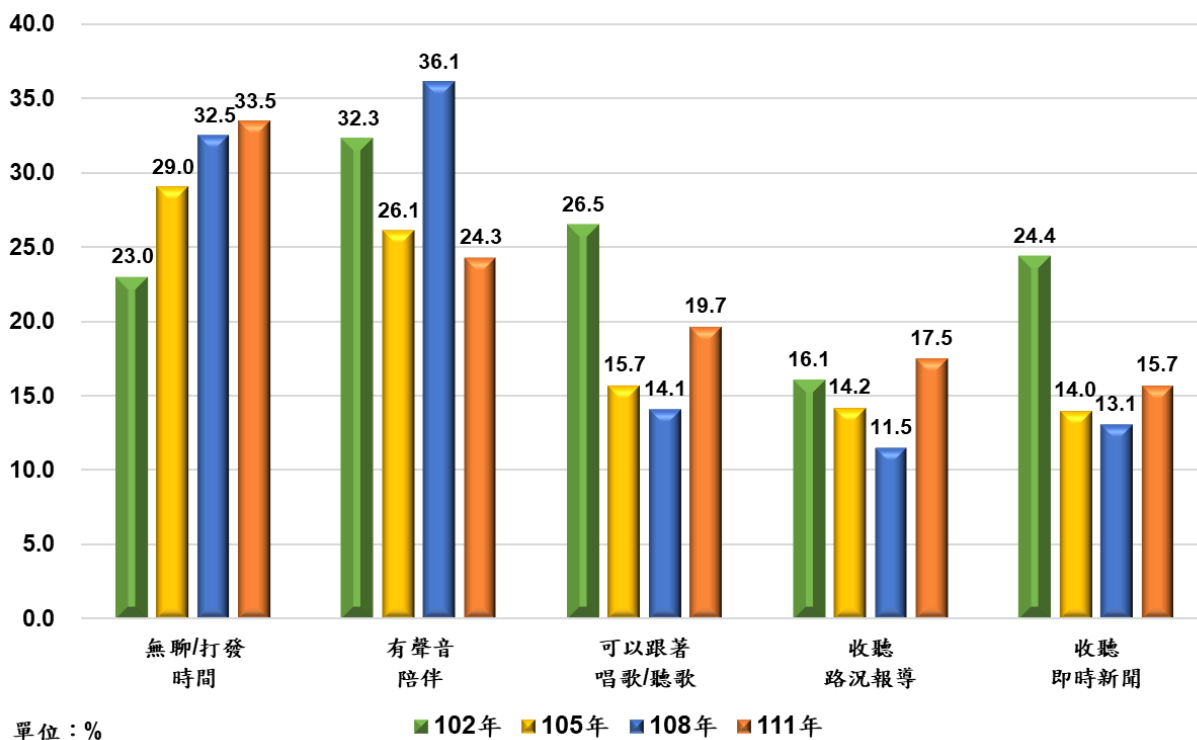


圖 4-3-4 收聽廣播節目原因歷年數據圖

註：僅列出比例前五高之原因進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

收聽廣播節目原因為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-37~40】

- (1) 收聽廣播的原因為「無聊/打發時間」的聽眾，主要是以男性、或70歲以上、或教育程度為國小及以下、或家管、或溝通主要使用閩南語、或居住在東部地區、或無收入、或收聽頻率為偶爾收聽的比例相對較高。
- (2) 收聽廣播的原因為「有聲音陪伴」的聽眾，主要是以女性、或30~39歲、或教育程度為國小及以下、或職業為軍警公教、或溝通主要使用國語、或居住在東部地區、或平均月收入為6萬~未滿8萬、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。

- (3) 收聽廣播的原因為「可以跟著唱歌/聽歌」的聽眾，主要是以女性、或40~49歲、或教育程度為初中/國中、或職業為商業買賣/服務人員、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均月收入在25,250元~未滿4萬元、或收聽頻率為偶爾收聽的比例相對較高。
- (4) 收聽廣播的原因為「收聽路況報導」的聽眾，主要是以男性、或50~59歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為軍警公教、或溝通主要使用國語、或居住在東部地區、或平均月收入在4萬元~未滿6萬元、或收聽頻率為很少收聽的比例相對較高。
- (5) 收聽廣播的原因為「收聽即時新聞」的聽眾，主要是以女性、或60~69歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為助理專業人員/技術人員、或溝通主要使用國語、或居住在東部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

其他原因因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

(二) 收聽廣播節目地點

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾收聽廣播的地點以「自用車/工作使用的車」(71.9%)、「家中/宿舍」(22.3%)、「工作場所」(20.6%)三項比例較高，皆超過20.0%，其餘地點請參考表4-3-5。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾收聽廣播地點在「自用車/工作使用的車」及「工作場所」增加比例較高，分別為21.4%及7.8%；另外，地點為「家中/宿舍」的下降比例最高，為18.9%。

表 4-3-5 收聽廣播節目地點歷年比較表

類別	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	樣本數	百分比
自用車/工作使用的車	40.3	50.5	751	71.9
家中/宿舍	45.5	41.2	233	22.3
工作場所	17.3	12.8	216	20.6
運動場所/戶外/公園	2.4	2.1	19	1.8
大眾運輸交通工具(捷運/公車/客運)	2.3	1.6	15	1.4
計程車	3.7	0.1	11	1.0
商店/超市	3.3	0.2	11	1.0
不知道/忘記了/拒答	0.0	0.0	3	0.3
樣本數	2,400	2,406	1,045	

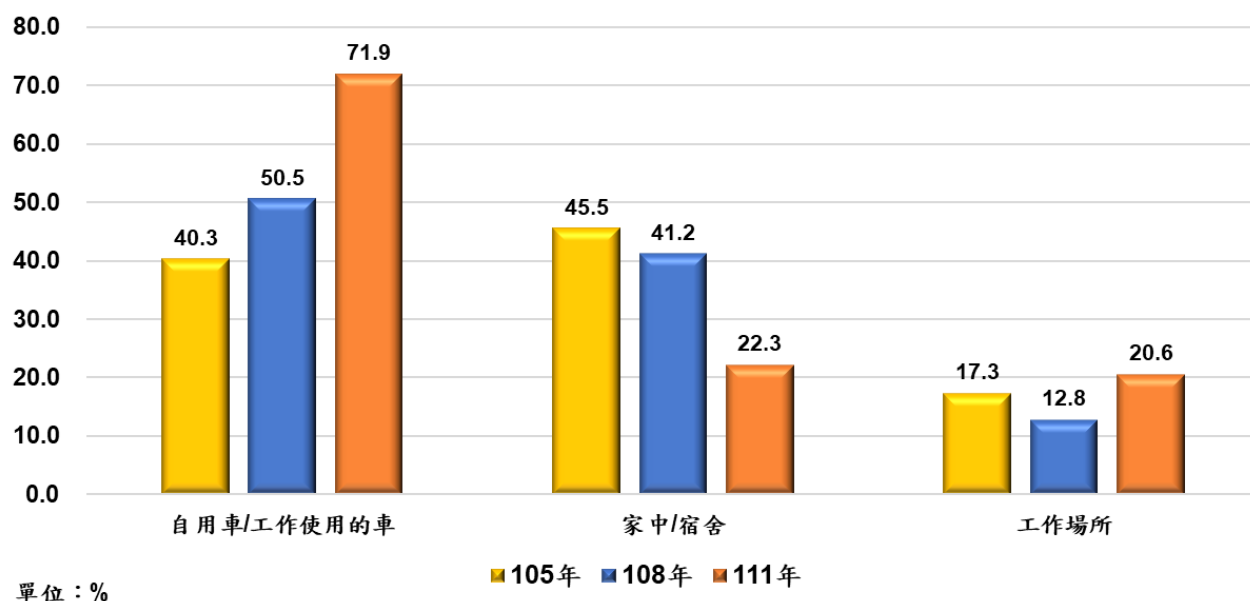


圖 4-3-5 收聽廣播節目地點歷年數據圖

註：僅列出比例前三高之地點進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

收聽廣播節目地點為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-41~42】

- (1) 收聽廣播節目地點為「自用車/工作使用的車」的聽眾，主要是以男性、或30~59歲、或教育程度為專科及以上、或學生、或溝通主要使用國語、或居住在東部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為很少收聽的比例相對較高。
- (2) 收聽廣播節目地點為「家中/宿舍」的聽眾，主要是以女性、或70歲以上、或教育程度為國小及以下、或無業/待業/退休、或溝通主要使用閩南語、或居住在北部地區、或無收入、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。

(3) 收聽廣播節目地點為「工作場所」的聽眾，主要是以女性、或20~29歲、或教育程度為初中/國中、或職業為技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或平均月收入在25,250元~未滿4萬元、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

其他地點因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

(三) 收聽廣播節目情境

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾收聽廣播時同時在做的事情以「開車/搭車/乘車」(72.2%)、「工作中」(24.1%)、「做家事」(8.4%)、「休息時/空閒時/無聊時」(6.3%)、「吃飯」(4.3%)五項比例較高，其餘原因請參考表4-3-6。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾收聽廣播時同時在做的事情中，以「開車/搭車/乘車」及「工作中」增加比例較高，分別為22.0%及10.4%；另外，「休息時/空閒時/無聊時」的下降比例最高，為14.0%。

表 4-3-6 收聽廣播節目情境歷年比較表

類別	99年	102年	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	百分比	百分比	樣本數	百分比
開車/搭車/乘車	59.7	53.8	53.8	50.2	754	72.2
開車	59.7	53.8	46.6	45.1	697	66.7
搭車或乘車			7.1	5.1	58	5.5
工作中	22.6	15.6	10.8	13.7	252	24.1
做家事	9.3	11.3	15.5	13.0	88	8.4
休息時/空閒時/無聊時	0.0	14.7	15.9	20.3	66	6.3
吃飯	2.3	2.4	2.7	2.6	45	4.3
睡覺前	6.2	4.4	4.8	3.7	27	2.6
唸書	7.2	6.7	3.7	1.4	24	2.3
運動	1.6	1.9	3.0	2.2	24	2.3
上網	6.5	4.3	3.5	1.1	22	2.1
單純聽節目沒有做其他事	6.1	4.3	5.8	5.7	18	1.7
走路/行進中	0.8	0.8	2.0	1.0	10	1.0
務農時	0.3	0.5	1.2	0.8	0	0.0
不知道/忘記了/拒答	0.3	0.8	0.0	0.0	14	1.4
樣本數	3,416	3,025	2,400	2,406	1,045	

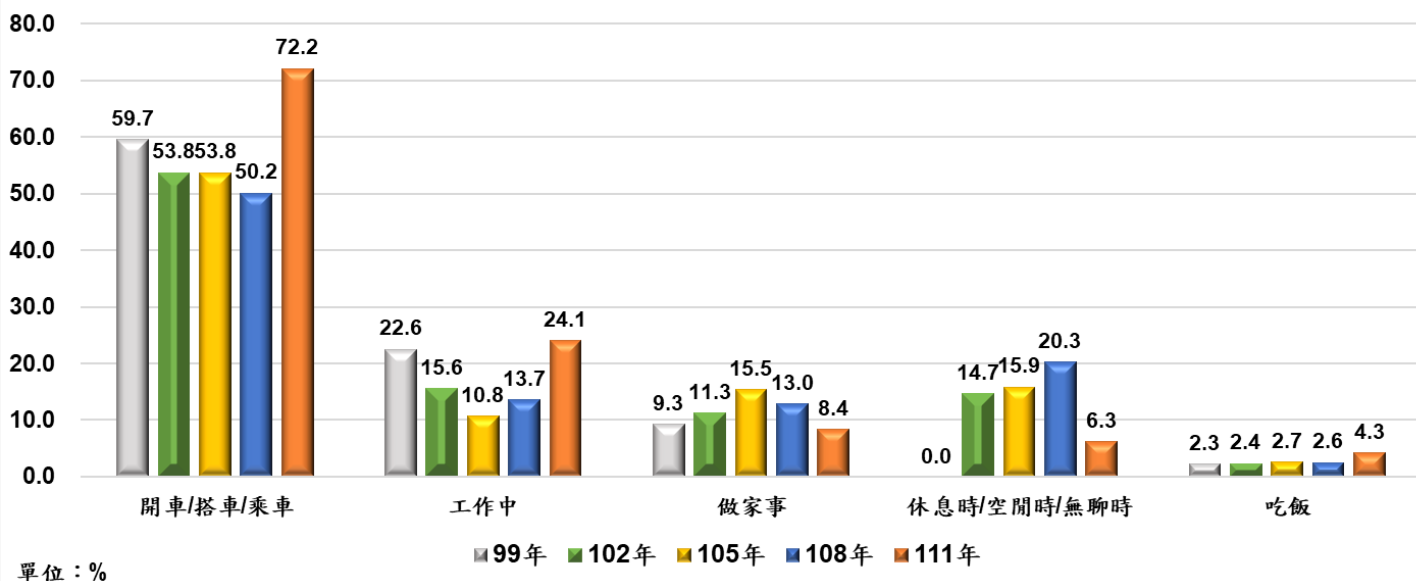


圖 4-3-6 收聽廣播節目情境歷年數據圖

註：僅列出比例前五高之地點進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

收聽廣播節目情境為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-43~46】

- (1) 收聽廣播節目情境為「開車/搭車/乘車」的聽眾，主要是以男性、或40~49歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為企業主管/專業人員、或溝通主要使用國語、或居住在東部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為很少收聽的比例相對較高。
- (2) 收聽廣播節目情境為「工作中」的聽眾，主要是以女性、或20~29歲、或教育程度為初中/國中、或職業為技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或平均月收入在25,250元~未滿4萬元、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

其他情境因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

第四節 廣播電臺收聽偏好

一、較常收聽廣播電臺

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾較常收聽(複選)的廣播電臺以「中廣流行網/FM103.3」比例最高，為19.1%，其他依序為「警廣全國交通網/FM104.9」(18.2%)、「警廣地區交通台/FM94.3」(14.8%)、「中廣新聞網/AM657」(7.8%)、「港都電臺/FM98.3」(6.7%)、「大眾 (KissRadio) /FM99.9」(6.7%)、「人人/FM98.9」(5.8%)、「飛碟/FM92.1」(5.7%)、「ICRT/FM100.7」(5.2%)，其餘電臺比例皆低於5.0%。

2. 歷年調查結果比較

較常收聽廣播電臺歷年調查結果方面，透過比較表可以發現，「警廣全國交通網」、「中廣流行網」、「警廣地區交通台」、「中廣新聞網」、「港都電臺」、「大眾 (KissRadio)」、「飛碟」、「ICRT」共八個電臺，皆是自105年起每次調查皆落在聽眾較常收聽的電臺前十名之電臺。

表 4-4-1-1 較常收聽廣播電臺歷年比較表

		105年	108年	111年
整體收聽率		30.7%	20.6%	19.1%
較常收聽 (複選)電臺 收聽排名	1	中廣音樂網/FM96.3 11.3%	警廣全國交通網/FM104.9 13.1%	中廣流行網/FM103.3 19.1%
	2	警廣全國交通網/FM104.9 8.8%	中廣流行網/FM103.3 12.8%	警廣全國交通網/FM104.9 18.2%
	3	飛碟/FM92.1 7.6%	飛碟/FM92.1 5.8%	警廣地區交通台/FM94.3 14.8%
	4	中廣流行網/FM103.3 7.5%	中廣新聞網/AM657 4.9%	中廣新聞網/AM657 7.8%
	5	ICRT/FM100.7 5.4%	港都電台/FM98.3 4.7%	港都電台/FM98.3 6.7%
	6	警廣地區交通台/FM94.3 5.0%	大眾 (KissRadio) /FM99.9 4.6%	大眾 (KissRadio) /FM99.9 6.7%
	7	愛樂/FM99.7 4.2%	ICRT/FM100.7 4.2%	人人/FM98.9 5.8%
	8	大眾 (KissRadio) /FM99.9 4.0%	警廣地區交通台/FM94.3 3.5%	飛碟/FM92.1 5.7%
	9	港都電台/FM98.3 3.9%	愛樂/FM99.7 3.4%	ICRT/FM100.7 5.2%
	10	中廣新聞網/AM657 3.0%	亞洲/FM92.7 3.4%	亞洲/FM92.7 3.5%



二、最常收聽廣播電臺與收聽原因

(一) 最常收聽廣播電臺

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，透過聽眾較常收聽(複選)的電臺中，進一步詢問聽眾其中最常收聽(單選)的廣播電臺，其中以「中廣流行網/FM103.3」聽眾最常收聽的比例最高，為13.5%，其他依序為「警廣全國交通網/FM104.9」(11.4%)、「警廣地區交通台/FM94.3」(8.3%)、「中廣新聞網/AM657」(5.8%)、「港都電臺/FM98.3」(5.5%)、「大眾 (KissRadio) /FM99.9」(4.4%)、「ICRT/FM100.7」(3.4%)、「人人/FM98.9」(3.2%)，其餘電臺比例皆低於3.0%。

表 4-4-2 最常收聽廣播電臺調查結果表

		111年
整體收聽率		19.1%
最常收聽(單選) 電臺收聽排名	1	中廣流行網/FM103.3 13.5%
	2	警廣全國交通網/FM104.9 11.4%
	3	警廣地區交通台/FM94.3 8.3%
	4	中廣新聞網/AM657 5.8%
	5	港都電台/FM98.3 5.5%
	6	大眾 (KissRadio) /FM99.9 4.4%
	7	ICRT/FM100.7 3.4%
	8	人人/FM98.9 3.2%
	9	亞洲/FM92.7 2.8%
	10	全國 (M-radio) /FM106.1 2.8%

2. 歷年調查結果比較

最常收聽電臺因105年及108年調查皆未進一步詢問最常收聽的電臺，因此無法進行歷年調查結果比較。

(二) 最常收聽之原因

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾最常收聽該廣播電臺的原因以「音樂好聽」(27.6%)、「收聽路況」(17.4%)、「習慣了」(16.6%)、「整體節目內容」(15.0%)、「新聞因素」(11.6%)五項比例較高，其餘原因皆未超過10.0%，請參考表4-4-3。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾最常收聽該廣播電臺的原因中，除了「習慣了」的比例下降1.7%外，其餘原因普遍皆呈現上升情形，其中又以「音樂好聽」及「收聽路況」比例上升最多，分別為9.9%及6.2%。

表 4-4-3 最常收聽之原因歷年比較表

類別	102年	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	百分比	樣本數	百分比
音樂好聽	30.2	25.2	17.7	257	27.6
收聽路況	14.7	14.7	11.2	162	17.4
習慣了	19.6	19.8	18.3	154	16.6
整體節目內容	19.6	17.3	13.3	139	15.0
新聞因素	11.0	11.8	8.9	107	11.6
主持人因素	7.7	7.1	6.3	86	9.3
收訊品質比較好	7.1	6.9	6.7	78	8.4
工作場所或他人播放，便跟著收聽	5.0	5.2	2.9	62	6.7
生活資訊豐富	5.1	2.7	1.9	46	4.9
語言(學習)因素	2.3	3.1	2.5	33	3.5
推銷或廣告較少	0.5	0.3	0.7	19	2.1
時段因素	1.0	0.6	1.2	10	1.1
聽眾可以參與互動	0.2	0.3	0.2	0	0.0
商品資訊因素	0.2	0.2	0.2	0	0.0
無特別原因	6.0	4.8	4.0	41	4.4
不知道/忘記了/拒答	0.3	1.1	20.4	7	0.7
樣本數	3,025	2,400	2,406	930	

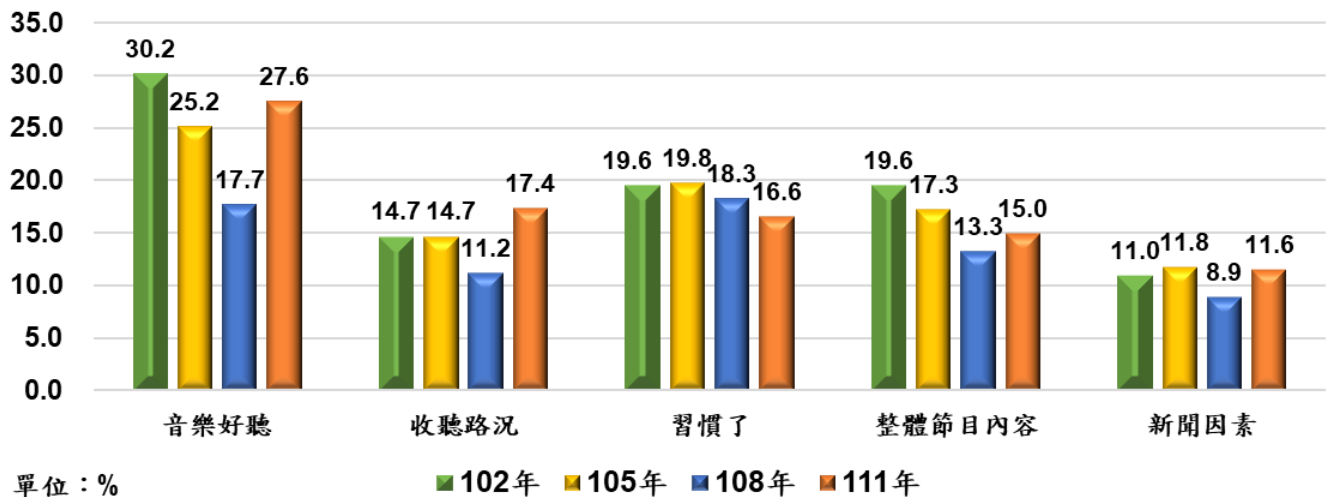


圖 4-4-1 最常收聽之原因歷年數據圖

註：僅列出111年調查比例前五高之原因進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

最常收聽之原因為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-47~50】

- (1) 最常收聽之原因為「音樂好聽」的聽眾，主要是以女性、或30~39歲、或教育程度為大學及以上、或職業為文書事務人員、或居住在東部地區、或平均月收入25,250元~未滿4萬元、或收聽頻率為偶爾收聽的比例相對較高。
- (2) 最常收聽之原因為「收聽路況」的聽眾，主要是以男性、或20~29歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用閩語、或居住在東部地區、或平均月收入6萬元~未滿8萬元、或收聽頻率為很少收聽的比例相對較高。

- (3) 最常收聽之原因為「習慣了」的聽眾，主要是以男性、或70歲以上、或教育程度為專科/大學、或職業為自營商/企業主、或溝通主要使用閩南語、或居住在東部地區、或平均月收入在4萬元~未滿6萬元、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。
- (4) 最常收聽之原因為「整體節目內容」的聽眾，主要是以男性、或60歲及以上、或教育程度為專科、或無業/退休/待業、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均月收入6萬元~未滿8萬元、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。
- (5) 最常收聽之原因為「新聞因素」的聽眾，主要是以男性、或60歲及以上、或教育程度為研究所及以上、或職業為軍警公教、或溝通主要使用閩南語、或居住在中部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

其他原因因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

三、較常收聽廣播節目類型

(一) 較常收聽廣播節目類型

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾較常收聽廣播節目類型以「音樂類」(52.7%)、「新聞類(含路況)」(29.4%)、「時事評論類」(10.5%)、「一般談話性節目」(9.6%)、「生活資訊類」(4.3%)五項比例較高，其餘原因皆未超過4.0%，請參考表4-4-4。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾較常收聽廣播節目類型中，除了「新聞類(含路況)」及「一般談話性節目」的比例下降外，其餘原因普遍皆呈現上升情形，其中又以「時事評論類(政論性談話)」比例上升最多，為4.0%。

表 4-4-4 較常收聽廣播節目類型歷年比較表

類別	99年	102年	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	百分比	百分比	樣本數	百分比
音樂類	48.1	59.3	54.6	52.0	551	52.7
新聞類(含路況)	16.2	31.2	34.1	37.7	307	29.4
時事評論類(政論性談話)	5.9	6.7	7.9	6.5	109	10.5
一般談話性節目(除時事評論類外)	13.2	13.6	10.4	10.6	100	9.6
生活資訊類	8.6	5.5	6.2	3.4	45	4.3
投資理財類	6.3	2.4	2.0	1.5	37	3.5
醫學健康與養生類	7.9	3.1	3.2	2.4	25	2.4
語言教學類	3.7	0.0	3.3	1.0	19	1.8
影劇娛樂類	12.6	1.0	0.5	1.0	18	1.7
旅遊美食類	10.2	1.4	1.1	1.2	7	0.7
藝術文化類	4.3	0.6	0.7	0.8	7	0.6
社會教育類(含公共服務)	4.3	2.0	1.1	0.1	5	0.5
戲劇類(廣播劇)	0.0	0.4	0.3	0.4	3	0.3
運動/體育類	0.0	0.2	0.1	0.1	3	0.2
宗教與人生哲理類	0.0	0.9	0.8	0.8	2	0.2
兒少節目	0.0	0.4	0.3	0.1	1	0.1
新住民服務節目	0.0	0.0	0.0	0.0	1	0.1
傳統戲曲類	0.0	0.1	0.3	0.3	0	0.0
不一定/播什麼就聽什麼	2.1	10.5	15.6	17.7	157	15.0
不知道/不確定/忘記了	1.8	0.4	0.9	0.5	21	2.0
樣本數	6,872	3,025	2,400	2,406	1,045	

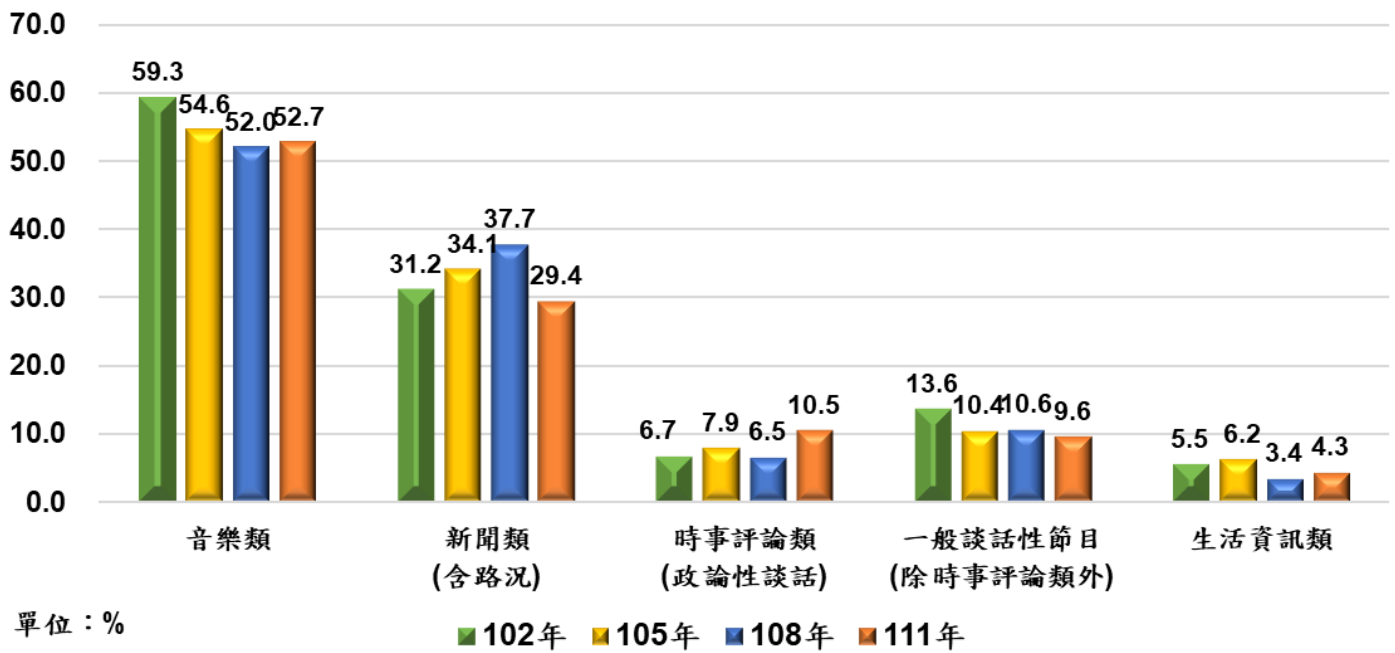


圖 4-4-2 較常收聽廣播節目類型歷年數據圖

註：僅列出111年調查比例前五高之類型進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

較常收聽廣播節目類型為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-51~52】

- (1) 較常收聽廣播節目類型為「音樂類」的聽眾，主要是以女性、或30~39歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為助理專業人員/技術人員、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為偶爾收聽的比例相對較高。
- (2) 較常收聽廣播節目類型為「新聞類(含路況)」的聽眾，主要是以男性、或20~29歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為軍警公教、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

(3) 較常收聽廣播節目類型為「時事評論類」的聽眾，主要是以男性、或60~69歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為軍警公教、或居住在中部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

(4) 較常收聽廣播節目類型為「一般談話性節目」的聽眾，主要是以女性、或60~69歲、或教育程度為專科、或無業/退休/待業、或溝通主要使用閩南語、或居住在中部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。

(5) 較常收聽廣播節目類型為「生活資訊類」的聽眾，主要是以70歲以上、或教育程度為專科、或無業/退休/待業、或溝通主要使用閩南語、或居住在中部地區、或平均月收入4萬元~未滿6萬元、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。

其他較常收聽廣播節目類型因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

4. 較常收聽廣播節目之收聽原因(動機)

透過較常收聽廣播節目類型與較常收聽原因進行交叉分析，透過下表可以發現，較常收聽「音樂類」節目之聽眾，較常收聽的原因以「音樂好聽」比例最高，而較常收聽「新聞類(含路況)」的原因則為「收聽路況」及「新聞因素」兩者比例相對較高，其他請參考下表。

透過下表結果可以發現，聽眾選擇收聽的節目類型與其較常收聽的原因環環相扣，因為聽眾會根據自己的興趣、需求和娛樂偏好來選擇收聽特定的節目類型，節目的主持人、節目內容與質量、與聽眾的互動都扮演著重要的角色，節目的成功與否取決於節目能否提供符合聽眾期望的內容和體驗。

表 4-4-5 較常收聽廣播節目之收聽原因(動機)

	較常收聽的節目類型 (僅列出比例較高前五項)				
	音樂類	新聞類 (含路況)	時事評論類 (政論性談話)	一般談話性節目 (除時事評論類外)	生活資訊類
較常收聽原因(動機) (僅列出比例較高前三原因)	音樂好聽 43.4%	收聽路況 36.6%	整體節目內容 26.3%	主持人因素 24.2%	整體節目內容 29.5%
	習慣了 15.3%	新聞因素 24.0%	新聞因素 23.2%	整體節目內容 22.5%	主持人因素 29.1%
	整體節目內容 14.3%	音樂好聽 19.4%	主持人因素 19.2%	習慣了 15.7%	生活資訊豐富 25.6%

(二) 較常收聽新聞報導類型

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有收聽「新聞類(含路況)」的聽眾較常收聽新聞報導類型以「社會新聞」(29.4%)、「路況報導」(24.1%)、「國內政治新聞」(19.5%)、「國際新聞」(8.0%)、「財經股市」(7.1%)五項比例較高，其餘類別皆未超過5.0%，請參考表4-4-5。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾較常收聽廣播節目類型中，除了「國內政治新聞」的比例下降24.4%外，其餘類型皆呈現上升情形，其中又以「社會新聞」比例上升最多，為12.0%。

表 4-4-6 較常收聽新聞報導類型歷年比較表

類別	99年	102年	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	百分比	百分比	樣本數	百分比
社會新聞	21.3	28.9	23.7	17.4	90	29.4
路況報導	20.8	34.2	22.7	23.3	74	24.1
國內政治新聞	9.3	20.1	15.1	43.9	12	19.5
國際新聞	7.2	13.0	10.7	3.4	25	8.0
財經股市	5.9	9.9	4.8	2.9	22	7.1
影劇娛樂	12.3	4.5	1.8	0.8	6	2.1
氣象報導	9.5	10.3	4.8	1.4	5	1.5
民生消費	4.1	5.6	2.0	0.9	5	1.5
體育競賽	4.8	5.7	0.9	0.0	2	0.7
兩岸新聞【大陸新聞】	2.0	3.1	0.6	0.3	2	0.7
藝文科學	2.2	3.3	1.1	0.3	2	0.5
不一定/播什麼就聽什麼	34.2	37.9	52.7	34.8	117	38.1
不知道/不確定/忘記了	1.1	0.5	0.0	28.0	8	2.7
樣本數	6,866	942	819	906	307	

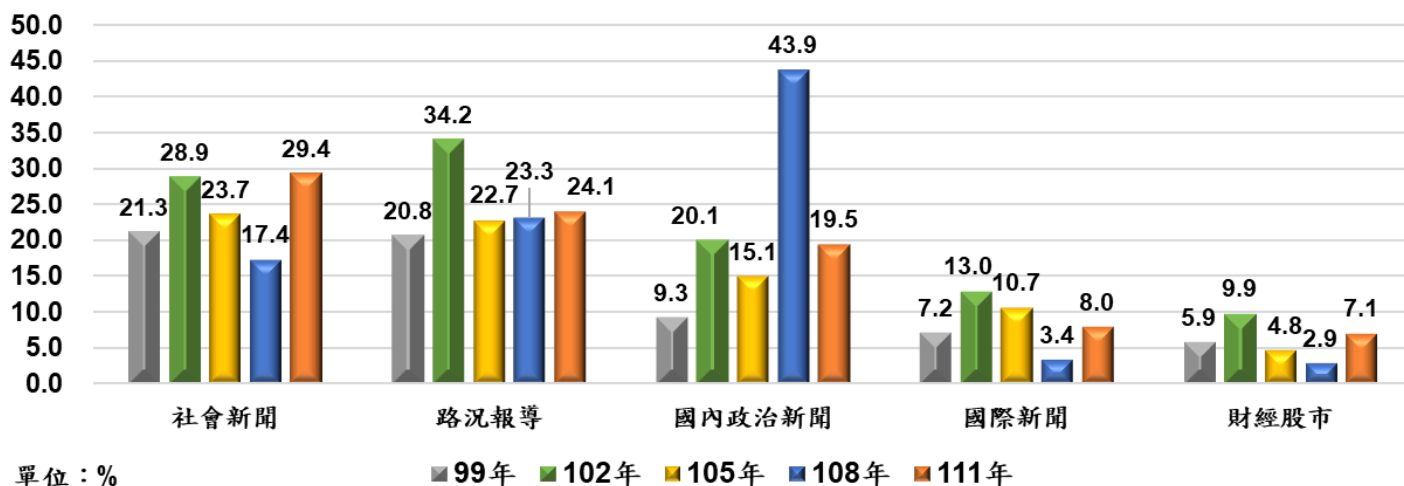


圖 4-4-3 較常收聽新聞報導類型歷年數據圖

註：僅列出111年調查比例前五高之類型進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

較常收聽新聞報導類型為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-53~54】

- (1) 較常收聽新聞報導類型為「社會新聞」的聽眾，主要是以男性、或20~29歲、或教育程度為研究所及以上、或無業/退休/待業、或溝通主要使用閩南語、或居住在中部地區、或平均月收入未滿25,250元、或收聽頻率為偶爾收聽的比例相對較高。
- (2) 較常收聽新聞報導類型為「路況報導」的聽眾，主要是以男性、或20~29歲、或教育程度為高中/高職、或職業為技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或平均月收入25,250元~未滿4萬元、或收聽頻率為很少收聽的比例相對較高。

- (3) 較常收聽新聞報導類型為「國內政治新聞」的聽眾，主要是以男性、或60~69歲、或教育程度為大學及以上、或無業/退休/待業、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或平均月收入6萬元~未滿8萬元、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。
- (4) 較常收聽新聞報導類型為「國際新聞」的聽眾，主要是以男性、或50~59歲、或教育程度為研究所及以上、或無業/退休/待業、或居住在中部地區、或平均月收入未滿25,250元、或收聽頻率為偶爾收聽的比例相對較高。
- (5) 較常收聽新聞報導類型為「財經股市」的聽眾，主要是以女性、或40~49歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為企業主管/專業人員、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均月收入未滿25,250元、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

其他較常收聽新聞報導類型因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

(三) 較常收聽音樂節目類型

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有收聽「音樂類」的聽眾較常收聽音樂節目類型以「流行歌曲」(48.3%)、「經典老歌」(10.1%)、「古典音樂」(9.6%)、「西洋歌曲」(6.9%)、「台語歌曲」(5.5%)五項比例較高，其餘類別皆未超過5.0%，請參考表4-4-6。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾較常收聽音樂節目類型中，各種類型皆呈現上升情形，其中又以「流行歌曲」比例上升最多，為27.1%。

表 4-4-7 較常收聽音樂節目類型歷年比較表

類別	99年	102年	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	百分比	百分比	樣本數	百分比
流行歌曲	45.7	54.3	37.6	21.2	266	48.3
經典老歌	20.9	19.3	12.0	6.5	56	10.1
古典音樂	10.5	19.2	12.9	8.6	53	9.6
西洋歌曲	9.5	22.5	7.4	3.3	38	6.9
台語歌曲	13.7	20.2	8.8	2.8	31	5.5
演奏曲或輕音樂	12.0	13.0	6.3	1.9	14	2.6
搖滾歌曲	5.8	8.8	2.5	1.6	10	1.8
日本演歌	0.0	0.0	0.0	0.0	5	0.8
傳統民謠	1.6	3.8	1.3	0.4	3	0.5
客語歌曲	0.0	0.8	0.8	0.6	1	0.3
爵士歌曲	2.6	6.3	2.0	0.6	1	0.2
其他國家音樂	0.0	0.0	0.0	0.0	1	0.2
節奏藍調	1.1	3.9	1.1	0.2	1	0.2
校園歌曲	2.6	7.6	3.1	0.2	1	0.2
國樂或戲曲	0.0	0.0	0.0	0.0	1	0.1
舞曲	1.8	4.0	1.1	0.2	0	0.0
新世紀音樂	0.2	1.2	0.6	4.5	0	0.0
原住民音樂	0.0	0.0	0.0	0.1	0	0.0
宗教音樂	0.9	2.2	0.7	0.2	0	0.0
不一定/播什麼就聽什麼	26.4	23.8	37.2	31.2	187	34.0
不知道/不確定/忘記了	0.8	0.4	0.4	30.4	2	0.4
樣本數	6,872	1,793	1,311	1,252	551	

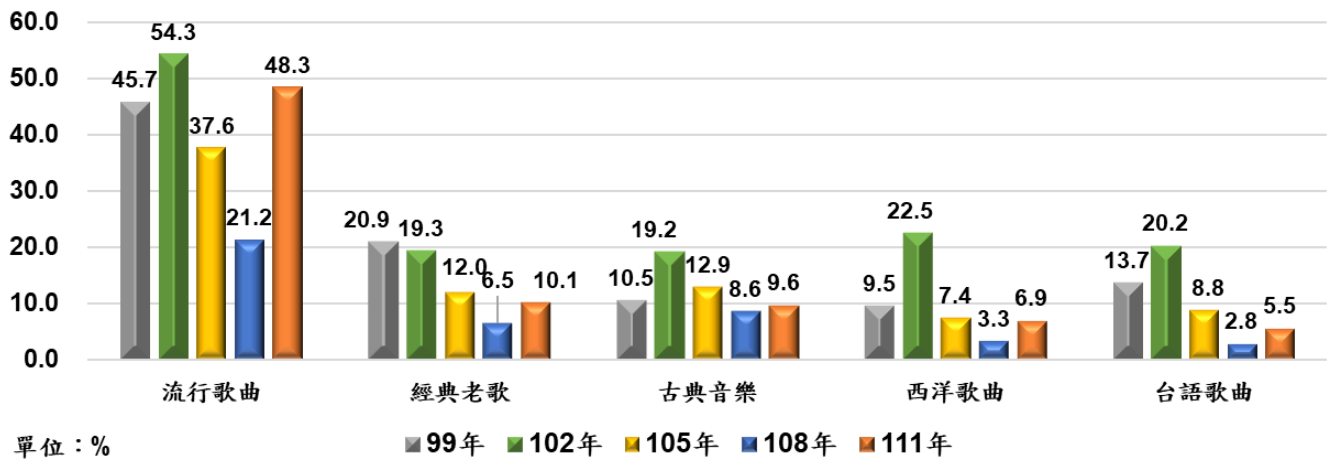


圖 4-4-4 較常收聽音樂節目類型歷年數據圖

註：僅列出111年調查比例前五高之類型進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

較常收聽音樂節目類型為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-55~56】

- (1) 較常收聽音樂節目類型為「流行歌曲」的聽眾，主要是以女性、或20~29歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為企業主管/專業人員、或溝通主要使用國語、或居住在南部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為很少收聽的比例相對較高。
- (2) 較常收聽音樂節目類型為「經典老歌」的聽眾，主要是以女性、或60~69歲、或教育程度為研究所及以上、或無業/退休/待業、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或無收入、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。

- (3) 較常收聽音樂節目類型為「古典音樂」的聽眾，主要是以男性、或60~69歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為軍警公教、或溝通主要使用國語、或居住在中部地區、或無收入、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。
- (4) 較常收聽音樂節目類型為「西洋歌曲」的聽眾，主要是以50~59歲、或教育程度為大學、或無業/退休/待業、或溝通主要使用國語、或居住在北/中部地區、或平均月收入在8萬元及以上、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。
- (5) 較常收聽音樂節目類型為「台語歌曲」的聽眾，主要是以男性、或60~69歲、或教育程度為高中/高職、或無業/退休/待業、或溝通主要使用閩南語、或居住在北部地區、或未滿25,250元、或收聽頻率為固定收聽的比例相對較高。

其他較常收聽音樂節目類型因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

四、廣播電臺節目內容需改進之處

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾對於廣播電臺節目內容需要改進方面，以「廣告時間太長」(4.3%)、「節目經常性介紹或推銷商品」(2.8%)、「增加節目內容豐富度」(2.1%)、「同樣廣告重複多次」(1.8%)、「減少政治類型內容，並中立討論」(1.5%)、「播放音樂不吸引人」(1.1%)六項比例較高，其餘選項皆未超過1.0%，請參考表4-4-7；另外有64.0%的聽眾表示「沒有需要改進的地方」、21.5%表示不知道/無意見/拒答。

表 4-4-8 廣播電臺節目內容需改進之處調查結果表

類別	111年	
	樣本數	百分比
廣告時間太長	45	4.3
節目經常性介紹或推銷商品	29	2.8
增加節目內容豐富度	22	2.1
同樣廣告重複多次	19	1.8
減少政治類型內容，並中立討論	15	1.5
播放音樂不吸引人	11	1.1
談話性節目內容太多	10	0.9
主持人口條不佳	8	0.8
改善收訊問題	6	0.6
內容需求證後再討論	4	0.4
販售商品品質不佳	4	0.4
推銷藥品類廣告過多	4	0.4
路況方面可增加替代道路建議及強化及時性	4	0.4
節目重播太多	4	0.3
節目內容及音樂音量不一致	3	0.3
增加與聽眾的互動	2	0.2
減少負面內容	2	0.2
沒有需要改進的地方	669	64.0
不知道/無意見/拒答	224	21.5
樣本數	1,045	

2. 歷年調查結果比較

因廣播電臺節目內容需改進之處因採用開放題方式進行訪問，調查結果會依據聽眾表達內容進行整理歸納，但歷年調查的歸類方式易有所差異，故開放題類型在歷年調查結果不進行趨勢比較。

3. 交叉暨卡方分析結果

廣播電臺節目內容需改進之處為開放且複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，但因有85.5%的聽眾無明確表態(沒有需要改進的地方64.0%、不知道/無意見/拒答21.5%)，因此各個需改進之選項占比過低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。【相關數據請參考附錄III-57~60】

第五節 聽眾對廣播媒體信任程度

一、廣播節目對時事評論、資訊發布內容信任度

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有收聽「新聞類(含路況)」、「時事評論類(政論性談話)」及「一般談話性節目(除時事評論類外)」之聽眾，有69.1%的聽眾對於廣播節目對時事評論、資訊發布內容表示信任(非常信任11.2%、還算信任58.0%)，17.0%表示不信任(不太信任14.8%、完全不信任2.2%)；另外有13.8%表示不知道/無意見/拒答。

【詳參見表4-5-1及圖4-5-1】

表 4-5-1 節目對時事評論、資訊發布內容信任度調查結果表

廣播節目對時事評論、資訊發布內容信任度		
選項	次數	百分比
信任	306	69.1
非常信任	49	11.2
還算信任	256	58.0
不信任	75	17.0
不太信任	65	14.8
完全不信任	10	2.2
不知道/無意見/拒答	61	13.8
總數	442	100.0

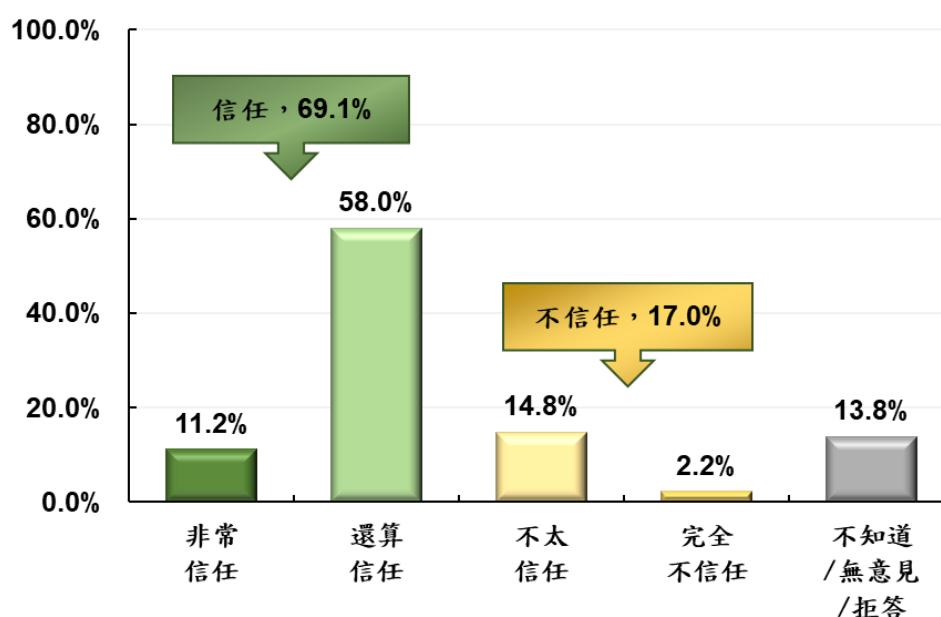


圖 4-5-1 節目對時事評論、資訊發布內容信任度數據圖

2. 交叉暨卡方分析結果

經由卡方檢定發現，對於節目對時事評論、資訊發布內容信任度，會因為聽眾「年齡」、「收聽頻率」的不同而有顯著差異。描述如下：【相關數據請參考附錄III-61~62】

- (1) 年齡：除了「70歲以上」外，其餘年齡層呈現年齡越低，對於節目對時事評論、資訊發布內容表示信任的比例越高，以「20~29」歲表示信任比例最高，為86.2%。
- (2) 收聽頻率：收聽頻率為「很少收聽」的聽眾，對於節目對時事評論、資訊發布內容表示信任的比例最高，為83.4%，其次為「經常收聽」的73.4%；而「固定收聽」的聽眾表示不信任的比例最高，為22.4%。

二、廣播節目報導議題立場的公正程度

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有收聽「新聞類(含路況)」、「時事評論類(政論性談話)」及「一般談話性節目(除時事評論類外)」之聽眾，有58.8%的聽眾對於廣播節目報導議題立場的公正程度表示中立(非常中立10.4%、還算中立48.4%)，26.4%表示不中立(不太中立22.0%、完全不中立4.5%)；另外有14.8%表示不知道/無意見/拒答。

【詳參見表4-5-2及圖4-5-2】

表 4-5-2 節目報導議題立場的公正程度調查結果表

廣播節目報導議題立場的公正程度		
選項	次數	百分比
中立	260	58.8
非常中立	46	10.4
還算中立	214	48.4
不中立	117	26.4
不太中立	97	22.0
完全不中立	20	4.5
不知道/無意見/拒答	65	14.8
總數	442	100.0

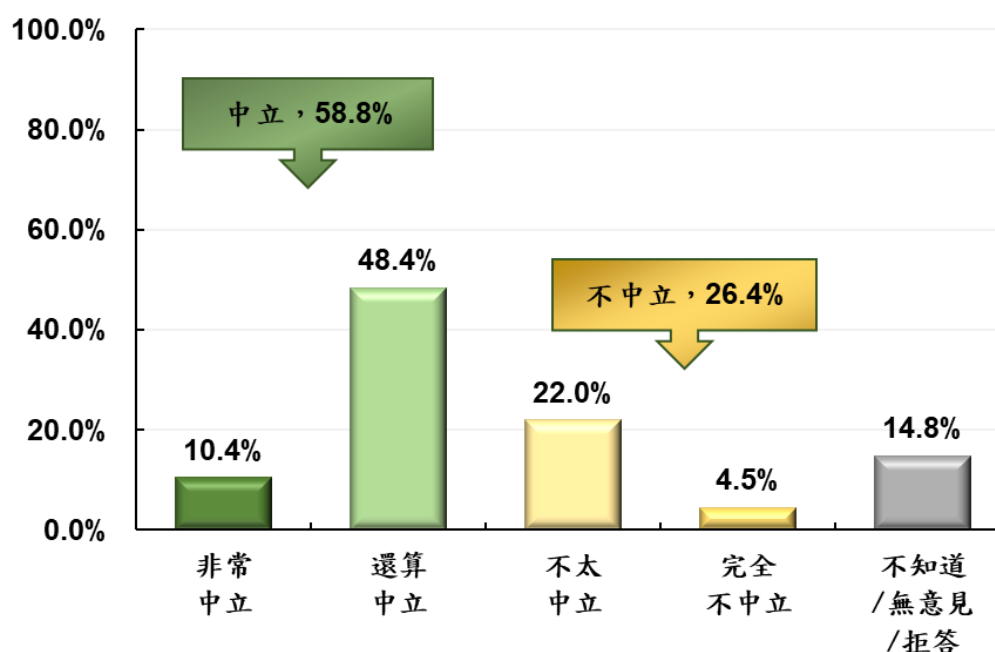


圖 4-5-2 節目報導議題立場的公正程度數據圖

2. 交叉暨卡方分析結果

經由卡方檢定發現，對於節目報導議題立場的公正程度，會因為聽眾「年齡」、「居住地(分區)」的不同而有顯著差異。描述如下：【相關數據請參考附錄III-63~64】

- (1) 年齡：除了「50~59歲」外，其餘年齡層呈現年齡越低，對於節目報導議題立場的公正程度表示中立的比例越高，以「20~29」歲表示中立比例最高，為73.9%。
- (2) 居住地(分區)：居住地(分區)為「中部地區」的聽眾，對於節目報導議題立場的公正程度表示中立的比例最高，為70.6%，其次為「南部地區」的61.9%；而「北部地區」的聽眾表示不中立的比例最高，為34.3%。

三、新聞評論是否影響民眾看法

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾對於廣播節目若有新聞評論針對時事進行探討部分，有22.8%的聽眾表示「有影響」，其中有17.1%表示「偏正面比較多」，5.7%表示「偏負面比較多」；另外有66.7%表示「沒有影響」、10.4%表示不知道/無意見/拒答。【詳參見表4-5-3及圖4-5-3】

表 4-5-3 新聞評論是否影響民眾看法調查結果表

新聞評論是否影響民眾看法		
選項	次數	百分比
有影響，偏正面比較多	76	17.1
有影響，偏負面比較多	25	5.7
沒有影響	295	66.7
不知道/無意見/拒答	46	10.4
總數	442	100.0

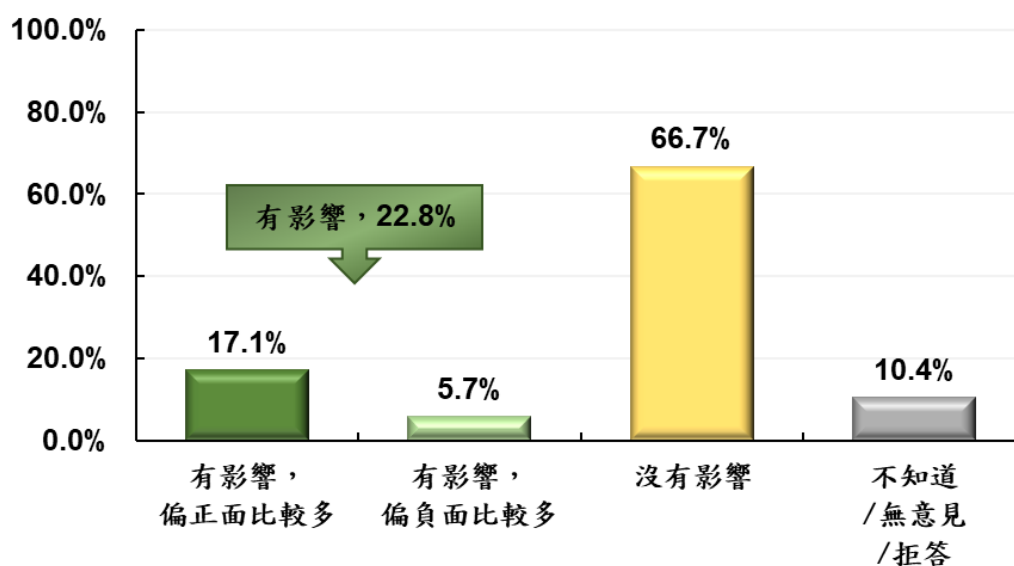


圖 4-5-3 新聞評論是否影響民眾看法數據圖

2. 交叉暨卡方分析結果

經由經由卡方檢定發現，聽眾對於新聞評論是否影響民眾看法方面，在「職業」方面，因有25%或以上的組間期望值低於5個樣本數，不符合卡方檢定假設，無法判定變項間是否有顯著差異存在；其他基本變項間則沒有呈現顯著差異。【相關數據請參考附錄III-65~66】

四、廣播節目傳播中國大陸資訊之情況

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾對於其收聽經驗中，介紹中國大陸風土民情、新聞、政策等相關資訊節目方面，有1.4%的聽眾表示「非常多」，3.3%表示「有點多」，41.8%表示「不太多」；另外有45.4%表示「都沒有」、8.1%表示不知道/無意見/拒答。【詳參見表4-5-4及圖4-5-4】

表 4-5-4 廣播節目傳播中國大陸資訊之情況調查結果表

廣播節目傳播中國大陸資訊之情況		
選項	次數	百分比
非常多	14	1.4
有點多	35	3.3
不太多	437	41.8
都沒有	474	45.4
不知道/無意見/拒答	85	8.1
總數	442	100.0

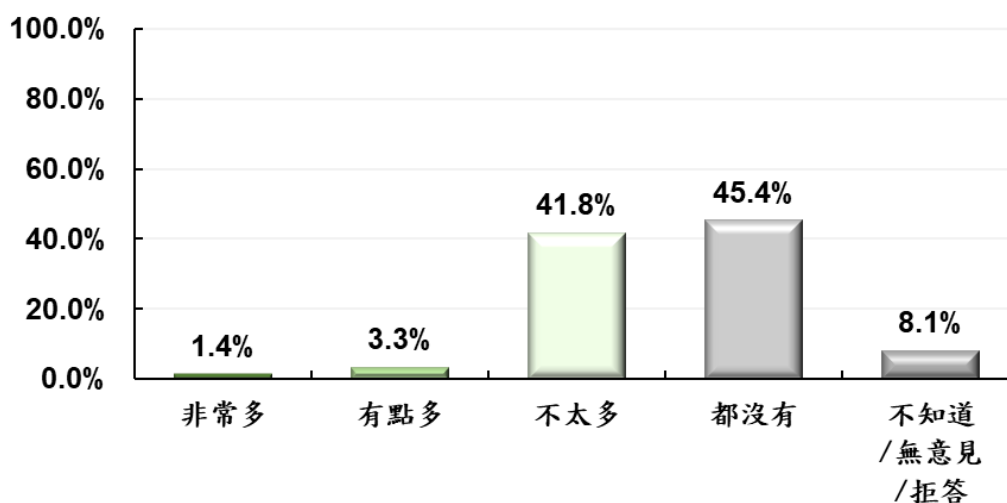


圖 4-5-4 廣播節目傳播中國大陸資訊之情況數據圖

2. 交叉暨卡方分析結果

經由經由卡方檢定發現，聽眾對於中國大陸資訊之情況方面，在「年齡」、「職業」、「溝通主要使用語言」方面，因有25%或以上的組間期望值低於5個樣本數，不符合卡方檢定假設，無法判定變項間是否有顯著差異存在；其他基本變項間則沒有呈現顯著差異。【相關數據請參考附錄III-67~68】

五、節目傳播中國大陸資訊內容是否影響民眾看法

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾對於廣播節目傳播中國大陸資訊內容是否影響其對中國大陸看法，有7.7%的聽眾表示「有影響」，其中有3.1%表示「偏正面比較多」，4.6%表示「偏負面比較多」；另外有64.5%表示「沒有影響」、27.8%表示不知道/無意見/拒答。

【詳參見表4-5-5及圖4-5-5】

表 4-5-5 節目傳播中國大陸資訊內容是否影響民眾看法調查結果表

節目傳播中國大陸資訊內容是否影響民眾看法		
選項	次數	百分比
有影響，偏正面比較多	4	3.1
有影響，偏負面比較多	6	4.6
沒有影響	87	64.5
不知道/無意見/拒答	37	27.8
總數	134	100.0

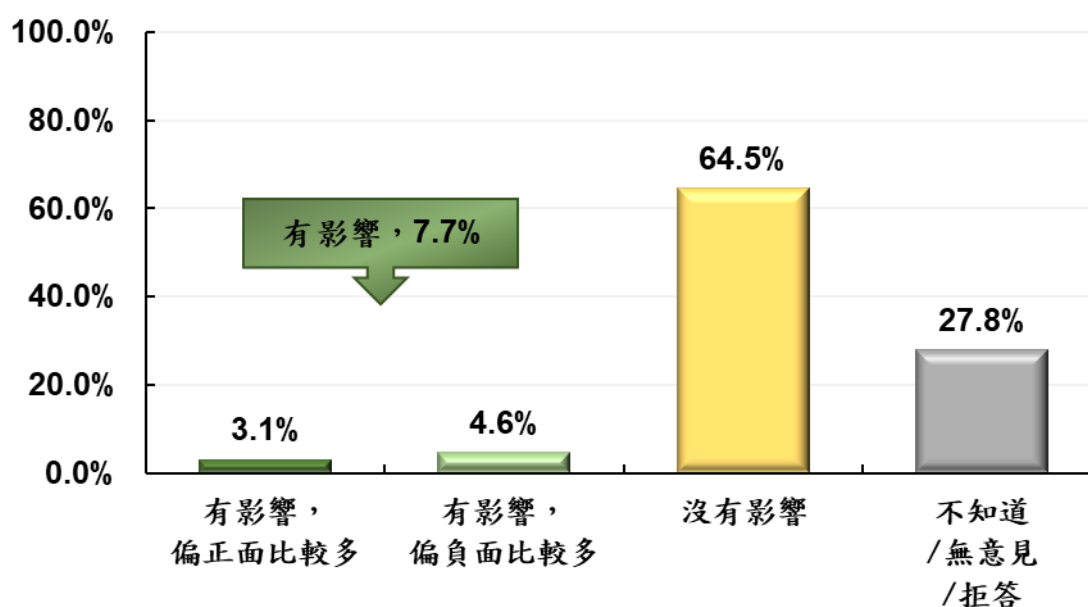


圖 4-5-5 節目傳播中國大陸資訊內容是否影響民眾看法數據圖

2. 交叉暨卡方分析結果

經由經由卡方檢定發現，聽眾對於中國大陸資訊內容是否影響民眾看法方面，在「溝通主要使用語言」方面，因有25%或以上的組間期望值低於5個樣本數，不符合卡方檢定假設，無法判定變項間是否有顯著差異存在；其他基本變項間則沒有呈現顯著差異。

【相關數據請參考附錄III-69~70】

第六節 電臺與聽眾互動體驗

一、參加電臺活動類型

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾參加電臺活動類型方面，以「電話call-in(含點歌/諮詢)」比例最高，為3.4%，其餘活動皆未達1.0%；另外有93.3%表示「都沒有參加過」、0.3%表示忘記了/無意見/拒答。【詳參見表4-6-1及圖4-6-1】

2. 歷年調查結果比較

111年調查方式為將實體及線上活動一併詢問，與108年調查有所區別，因此下方歷年比較表僅供參考用，不加以進行比較說明。

表 4-6-1 參加電臺活動類型歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
實體活動			
電話call-in(含點歌/諮詢)	7.8	35	3.4
抽獎活動	0.9	8	0.8
公益活動	0.6	3	0.3
各類課程	0.5	3	0.3
網購或團購活動	0.2	2	0.2
各項競賽(歌唱/語言)	0.4	2	0.2
旅遊活動	0.7	2	0.2
聽友會	0.4	1	0.1
票選活動	0.6	0	0.0
演唱會(音樂活動)	0.2	0	0.0
其他活動	0.7	0	0.0
線上活動			
線上抽獎/兌換		7	0.7
官網點播歌曲/留言		7	0.7
FB點播歌曲/留言/票選/按讚		4	0.4
線上團購活動		1	0.1
都沒有參加過	95.4	975	93.3
忘記了/無意見/拒答	0.0	3	0.3
樣本數	2,406	1,045	



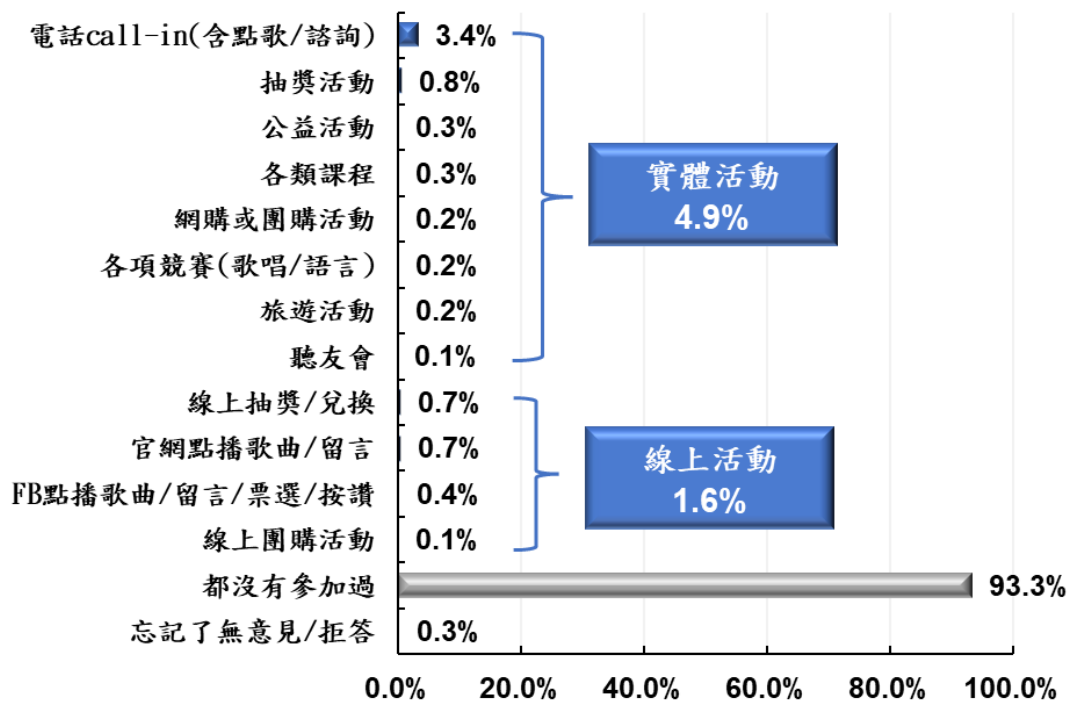


圖 4-6-1 參加電臺活動類型數據圖

註：因108年度調查與111年調查方式不同，故僅呈現111年調查結果

3. 交叉暨卡方分析結果

廣參加電臺活動類型為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，但因有93.6%的聽眾無明確表態(都沒有參加過93.3%、忘記了/無意見/拒答0.3%)，因此各活動選項占比過低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。【相關數據請參考附錄III-71~72】

二、參與 Call-in 之原因

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，聽眾會參加「電話call-in(含點歌/諮詢)」的原因主要以「點播歌曲」比例最高，為47.9%，其他依序為「表達自身意見」(25.8%)、「有獎品」(17.5%)、「想與主持人或來賓聊天」(10.4%)，其他原因皆未超過10.0%，請參見表4-6-2。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾會參加「電話call-in(含點歌/諮詢)」的原因以「點播歌曲」比例上升最多，為21.7%，「想與主持人或來賓聊天」比例下降最多，為5.1%。

表 4-6-2 參與 Call-in 之原因歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
點播歌曲	26.2	17	47.9
表達自身意見	24.6	9	25.8
有獎品	15.5	6	17.5
想與主持人或來賓聊天	15.5	4	10.4
諮詢問題	9.6	2	6.2
回報路況	9.6	2	5.6
詢問節目或活動資訊	8.6	1	2.5
訂購產品	2.1	0	0.0
送生日祝福	1.1	0	0.0
好奇感	0.5	0	0.0
不知道/忘記了/拒答	0.0	3	8.6
樣本數	187	35	

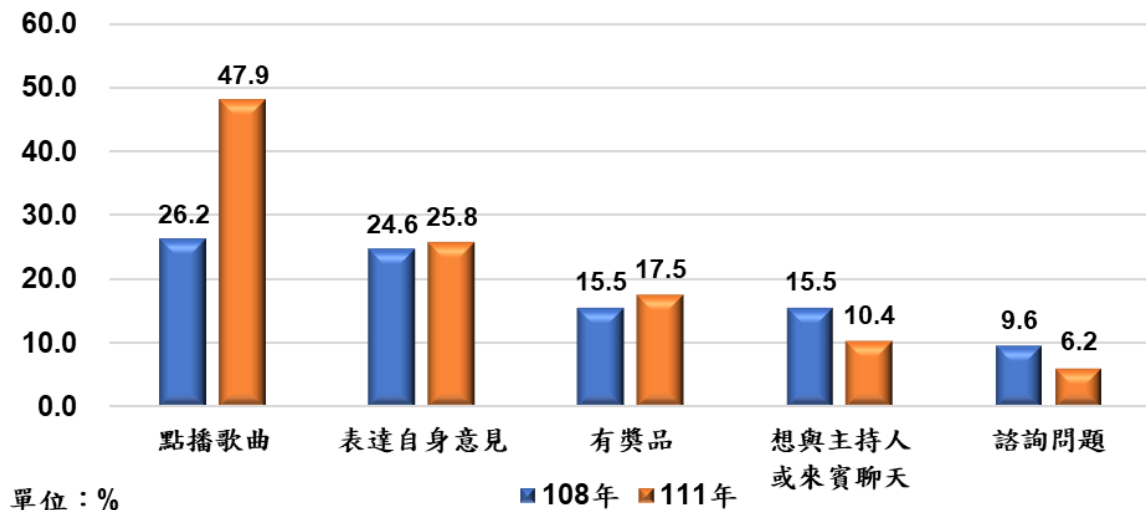


圖 4-6-2 參與 Call-in 之原因歷年數據圖

註：僅列出111年調查比例前五高之原因進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

參與Call-in之原因為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，且因該題樣本數僅35筆，因此透過基本變項進行分群後樣本數過低，以致於進行交叉表時數據皆未達30筆資料條件，解讀交叉表會無實際意義，故將不進行交叉暨卡方分析。

三、加入粉絲團經驗與互動方式

(一) 加入粉絲團經驗

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有8.4%的聽眾有加入粉絲團經驗，其中有3.2%參加「電台FB」，1.1%參加「節目FB」，6.1%參加「主持人FB」；另外，有91.4%的聽眾表示「都沒有加入」、0.2%表示不知道/忘記了/拒答。【詳參見表4-6-3及圖4-6-3】

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾在加入粉絲團經驗方面，有參加「主持人FB」及「電台FB」為上升情形，分別增加2.6%及0.7%，而參加「節目FB」的比例微幅下降0.3%。

表 4-6-3 加入粉絲團經驗歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
電台FB	2.5	34	3.2
節目FB	1.4	12	1.1
主持人FB	3.5	64	6.1
都沒有加入	93.9	955	91.4
不知道/忘記了/拒答	0.0	2	0.2
樣本數	2,406	1,045	

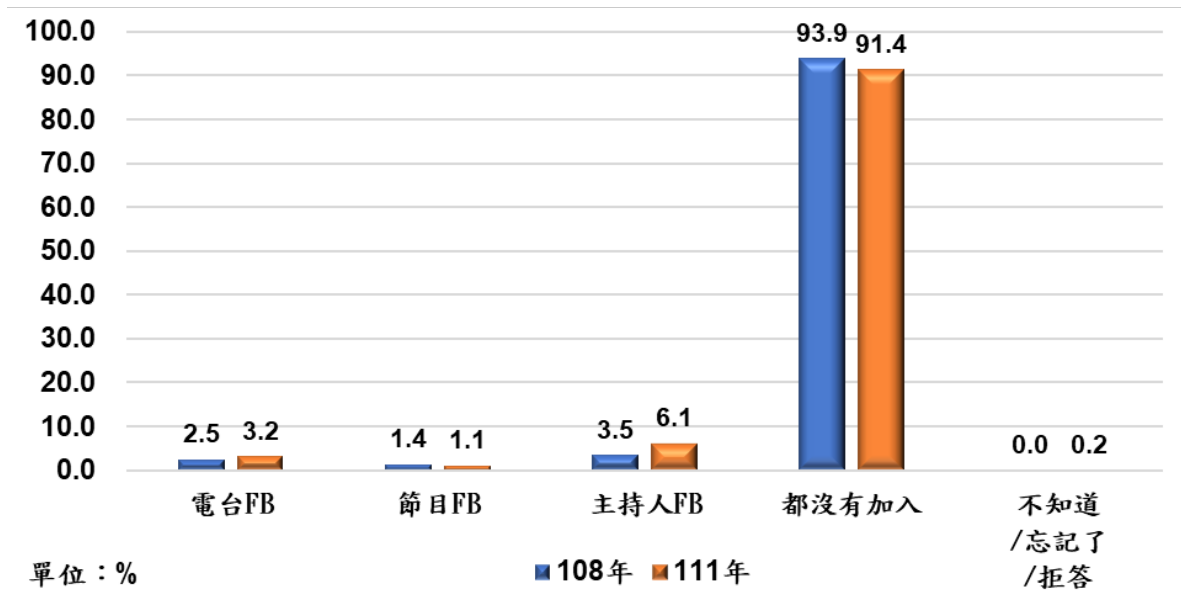


圖 4-6-3 加入粉絲團經驗歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

加入粉絲團經驗為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，但因有91.6%的聽眾無明確表態(都沒有加入91.4%、不知道/忘記了/拒答0.2%)，因此各選項占比過低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。【相關數據請參考附錄III-73~74】

(二) 與電臺、節目或主持人互動方式

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有加入粉絲團經驗的聽眾，在與電臺、節目或主持人互動方式方面，以「打卡按讚」比例最高，為27.2%，其次為「留言聊天」(16.7%)，其他互動方式比例皆未達10.0%，請參見表4-6-4；另外，有49.8%的聽眾表示「都沒有互動」、3.7%表示不知道/忘記了/拒答。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，有加入粉絲團經驗的聽眾，在與電臺、節目或主持人互動方式方面，以「都沒有互動」的比例上升39.6%；而「打卡按讚」及「留言聊天」則分別下降33.3%及10.5%。

表 4-6-4 與電臺、節目或主持人互動方式歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
打卡按讚	60.5	24	27.2
留言聊天	27.2	15	16.7
點播歌曲	6.8	6	6.8
分享資訊	10.2	1	1.6
抽獎活動	3.4	1	1.3
票選活動	1.4	1	0.8
都沒有互動	10.2	44	49.8
不知道/忘記了/拒答	0.0	3	3.7
樣本數	176	88	

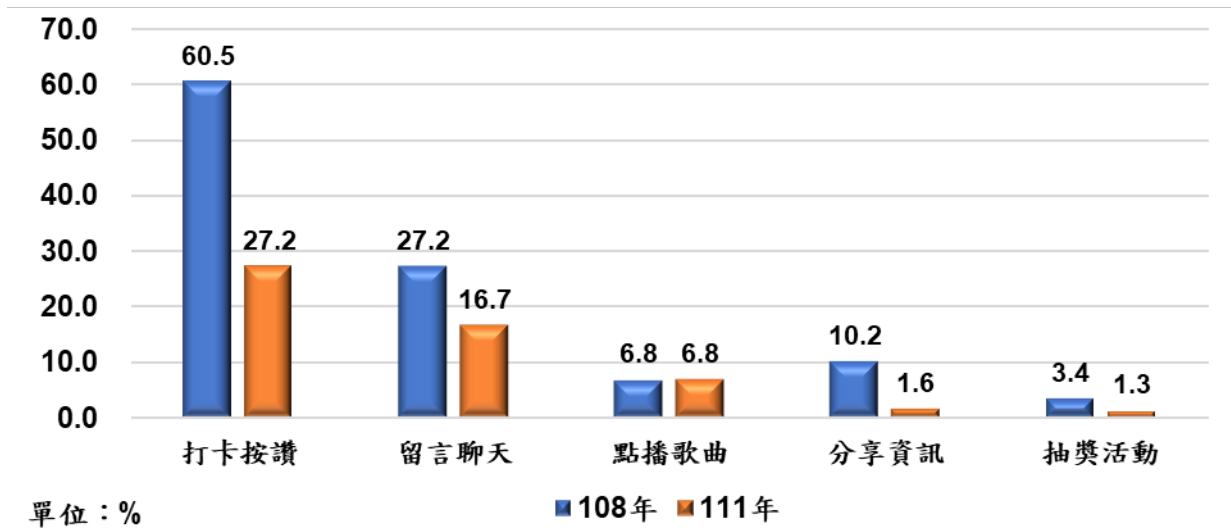


圖 4-6-4 與電臺、節目或主持人互動方式歷年數據圖

註：僅列出111年調查比例前五高之互動方式進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

與電臺、節目或主持人互動方式為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，但因該題樣本數僅88筆，且有49.8%表示都沒有互動，因此透過基本變項進行分群後樣本數過低，以致於進行交叉表時數據皆未達30筆資料條件，解讀交叉表會無實際意義，故將不進行交叉暨卡方分析。

四、收看電臺節目網路直播經驗與原因

(一) 收看網路直播經驗

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有18.2%的聽眾「有」收看電臺節目網路直播的經驗，81.8%的聽眾表示「沒有」。【詳參見表4-6-5及圖4-6-5】

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，「有」收看電臺節目網路直播的經驗上升1.9%。

表 4-6-5 收看網路直播經驗歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
有	16.3	190	18.2
沒有	83.7	855	81.8
總數	2,406	1,045	100.0

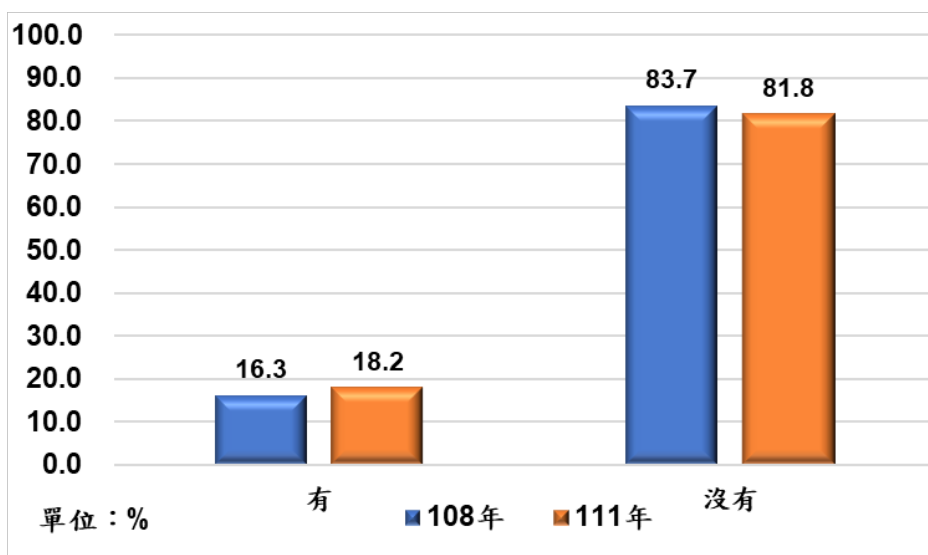


圖 4-6-5 收看網路直播經驗歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

經由卡方檢定發現，對於收看網路直播經驗方面，會因為聽眾「職業」、「收聽頻率」的不同而有顯著差異。描述如下：【相關數據請參考附錄III-75~76】

- (1) 職業：職業為「無業/退休/待業」、「企業主管/專業人員」及「助理專業人員/技術人員」表示有收看電臺節目網路直播的經驗比較高於其他職業類別，其中又以「無業/退休/待業」的聽眾有收看經驗的比例最高，為27.5%。
- (2) 收聽頻率：收聽頻率為「固定收聽」的聽眾，有收看電臺節目網路直播經驗的比例最高，為23.7%，其次為「很少收聽」的17.8；而「偶爾收聽」的聽眾表示沒收看經驗的比例最高，為85.3%。

(二) 收看網路直播主要原因

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有收看電臺節目網路直播經驗的聽眾，其會收看網路直播的主要原因以「可以看到更多畫面」(22.8%)、「可以看到主持人或來賓」(18.3%)、「節目內容有興趣」(11.8%)、「剛好看到非固定去看」(11.3%)、「喜歡/認同主持人」(9.8%)五項比例較高，其餘類別皆未超過7.0%，請參考表4-6-6。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，聽眾會收看網路直播的主要原因中，以「節目內容有興趣」上升比例最高，為11.8%，其次為「剛好看到非固定去看」(+6.7%)，而「可以看到更多畫面」及「可以看到主持人或來賓」則分別下降13.7%及12.6%。

表 4-6-6 收看網路直播主要原因歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
可以看到更多畫面(像看電視節目)	36.5	43	22.8
可以看到主持人或來賓	30.9	35	18.3
節目內容有興趣	0.0	22	11.8
剛好看到非固定去看	4.6	21	11.3
喜歡/認同主持人(主持風格/外型)	12.8	19	9.8
訊號較好	0.3	11	6.0
隨時可以收看	0.0	10	5.5
可以直接跟主持人或來賓互動	10.5	8	4.3
廣播沒聽到改看直播	0.0	6	3.4
其他原因	13.1	0	0.0
不知道/無意見/拒答	0.0	43	22.5
樣本數	392	190	

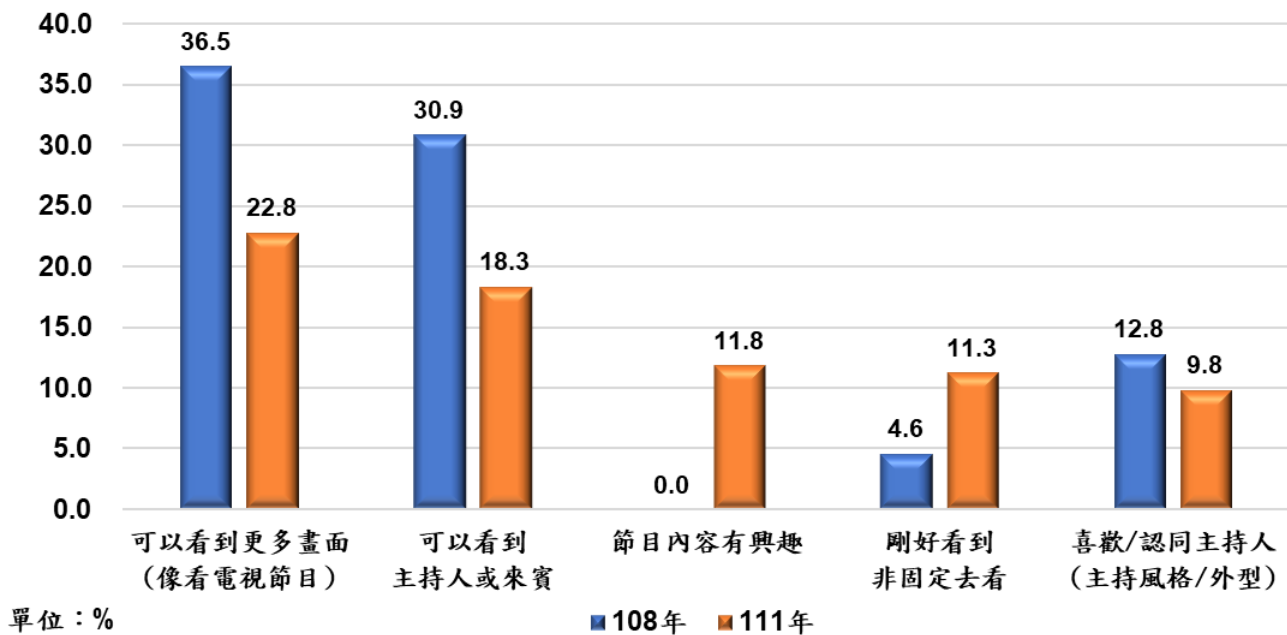


圖 4-6-6 收看網路直播主要原因歷年數據圖

註：僅列出111年調查比例前五高之原因進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

收看網路直播主要因為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-77~80】

- (1) 收看網路直播主要因為「可以看到更多畫面」的聽眾，主要是以男性、或50~59歲、或教育程度為專科、或無業/退休/待業、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或平均月收入為4萬元~未滿6萬元、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。
- (2) 收看網路直播主要因為「可以看到主持人或來賓」的聽眾，主要是以女性、或40~49歲、或教育程度為大學、或職業為企業主管/專業人員、或溝通主要使用國語、或居住在中部地區、或平均月收入為25,250元~未滿4萬元、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

- (3) 收看網路直播主要原因為「節目內容有興趣」的聽眾，主要是以男性、或50~59歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為企業主管/專業人員、或溝通主要使用閩南語、或居住在北部地區、或平均月收入為4萬元~未滿6萬元、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。
- (4) 收看網路直播主要原因為「剛好看到非固定去看」的聽眾，主要是以女性、或50~59歲、或教育程度為專科、或職業為企業主管/專業人員、或溝通主要使用國語、或居住在南部地區、或平均月收入為25,250元~未滿4萬元、或收聽頻率為偶爾收聽的比例相對較高。
- (5) 收看網路直播主要原因為「喜歡/認同主持人」的聽眾，主要是以女性、或60~69歲、或教育程度為高中/高職、或職業為企業主管/專業人員、或溝通主要使用閩南語、或居住在北部地區、或平均月收入為4萬元~未滿6萬元、或收聽頻率為經常收聽的比例相對較高。

其他收看網路直播主要原因因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

第七節 購買電臺推介之商品

一、購買廣播介紹產品/服務經驗與不滿意原因

(一) 購買廣播介紹產品/服務經驗

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有5.9%的聽眾「有」購買廣播介紹產品/服務經驗，94.1%的聽眾表示「沒有」。**【詳參見表4-7-1及圖4-7-1】**

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，「有」購買廣播介紹產品/服務經驗下降1.7%。

表 4-7-1 購買廣播介紹產品/服務經驗歷年比較表

類別	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	樣本數	百分比
有	4.8	7.6	62	5.9
沒有	95.2	92.4	983	94.1
樣本數	2,400	2,406	1,045	100.0

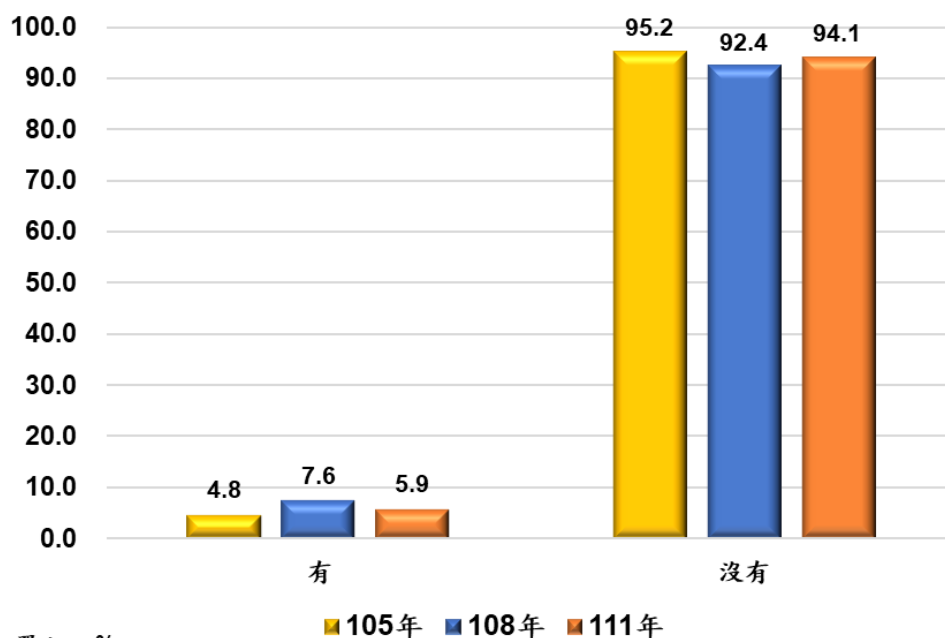


圖 4-7-1 購買廣播介紹產品/服務經驗歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

經由卡方檢定發現，對於購買廣播介紹產品/服務經驗方面，會因為聽眾「年齡」、「教育程度」、「職業」、「居住地(分區)」的不同而有顯著差異。描述如下：【相關數據請參考附錄III-81~82】

- (1) 年齡：除了「20~29歲」外，其餘年齡層呈現年齡越高有購買經驗的比例越高，其中以「70歲以上」有購買經驗的比例最高，為11.6%，「30~39歲」有購買經驗的比例最低，為2.6%。
- (2) 教育程度：整體呈現教育程度越低有購買經驗的比例越高，其中以「國小及以下」有購買經驗的比例最高，為25.2%，「研究所及以上」有購買經驗的比例最低，為2.2%。
- (3) 職業：「無業/退休/待業」的聽眾表示有購買經驗的比例最高，為14.7%，而「學生」表示有購買經驗的比例最低，為0.0%。
- (4) 居住地(分區)：居住地(分區)為「中部地區」的聽眾有購買經驗的比例最高，為11.4%，而「北部地區」表示有購買經驗的比例最低，為4.0%。

(二) 購買產品/服務經驗不滿意原因

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有購買廣播介紹產品/服務經驗的聽眾，有15.2%表示具有不滿意的經驗，其中不滿意經驗中以「產品/服務不符合預期」(11.9%)、「廣告不實」(3.6%)、「產品/服務有問題」(1.9%)；另外，有78.2%表示「沒有不滿意經驗」、6.6%表示不知道/無意見/拒答。【詳參見表4-7-2及圖4-7-2】

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，有購買廣播介紹產品/服務經驗的聽眾表示「沒有不滿意經驗」的比例下降11.9%，具有不滿意經驗的原因中，「廣告不實」及「產品/服務不符合預期」則分別上升3.6%及3.1%。

表 4-7-2 購買產品/服務經驗不滿意原因歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
產品/服務不符合預期	8.8	7	11.9
廣告不實	0.0	2	3.6
產品/服務有問題	1.1	1	1.9
產品/服務無法退貨	0.0	0	0.0
產品/服務找不到諮詢管道	0.0	0	0.0
沒有不滿意經驗	90.1	48	78.2
不知道/無意見/拒答	0.0	4	6.6
樣本數	182	62	

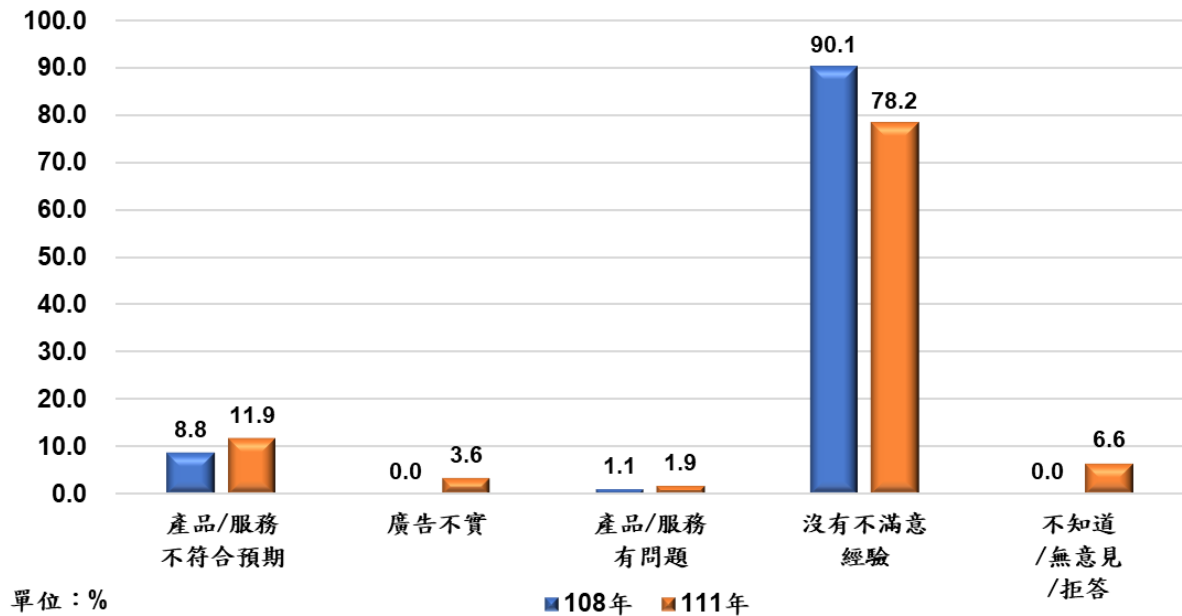


圖 4-7-2 購買產品/服務經驗不滿意原因歷年數據圖

註：僅列出111年有回應之選項進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

購買產品/服務經驗不滿意原因為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，但因該題樣本數僅62筆，且有78.2%表示都沒有互動，因此透過基本變項進行分群後樣本數過低，以致於進行交叉表時數據皆未達30筆資料條件，解讀交叉表會無實際意義，故將不進行交叉暨卡方分析。

二、電臺廣告時間長度感受情形

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，電臺廣告時間1小時節目可播出9分鐘廣告，在對於廣告時間長度規定方面，有29.1%的聽眾表示時間長度算「多」(太多14.2%、有點多14.9%)，56.5%表示「剛好」，1.2%表示算「少」(有點少0.8%、太少0.4%)；另外有13.2%表示不知道/無意見/拒答。【詳參見表4-7-3及圖4-7-3】

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，對於電臺廣告時間1小時節目可播出9分鐘廣告，對於廣告時間長度表示算「多」的比例上升2.4%，算「少」的比例也略微上升0.3%。

表 4-7-3 電臺廣告時間長度感受情形歷年比較表

類別	105年	108年	111年	
	百分比	百分比	樣本數	百分比
多	34.0	26.7	304	29.1
太多	12.4	11.4	148	14.2
有點多	21.6	15.3	156	14.9
剛好	59.1	57.1	591	56.5
少	3.4	0.9	12	1.2
有點少	3.0	0.9	8	0.8
太少	0.4	0.0	4	0.4
沒意見/不知道	3.5	15.3	138	13.2
樣本數	2,400	2,406	1,045	100.0

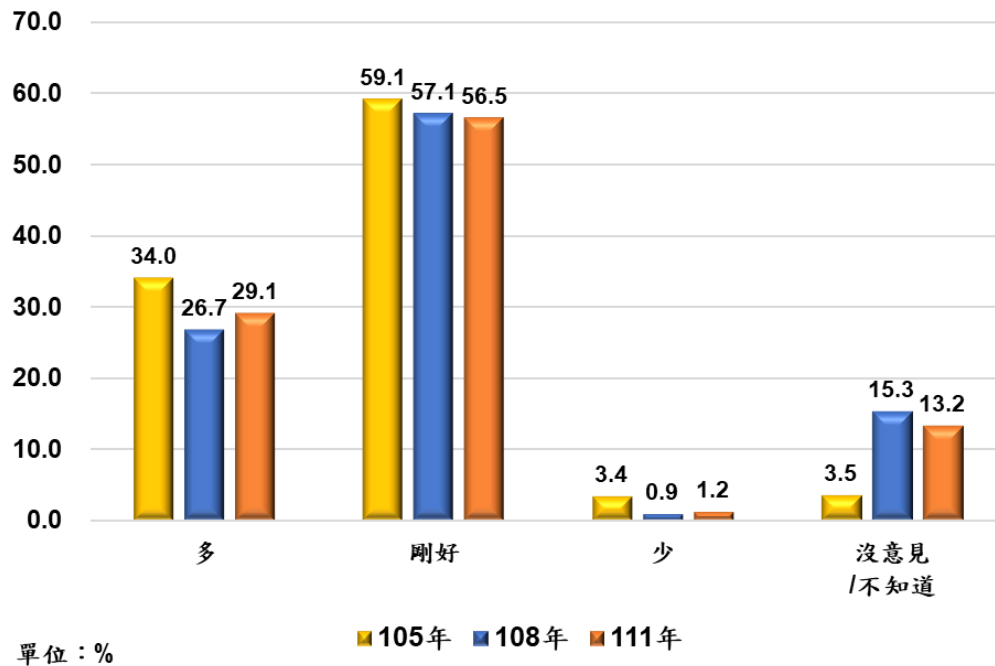


圖 4-7-3 電臺廣告時間長度感受情形歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

經由卡方檢定發現，對於電臺廣告時間長度感受情形方面，會因為聽眾「平均月收入」的不同而有顯著差異。描述如下：【相關數據請參考附錄III-83~84】

- (1) 平均月收入：平均月收入為「無收入」及「6萬元~未滿8萬元」的聽眾，對於電臺廣告時間長度表示算多的比例皆超過3成，高於其他收入的聽眾，其中以「無收入」的聽眾表示算多的比例最高，為33.1%；另外，平均月收入為「8萬元及以上」的聽眾表示算少的比例最高，為2.5%。

三、廣播節目中介紹商品訊息接受度

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，廣播節目有時會有商品訊息的介紹，有76.4%的聽眾對於這樣的情形表示「接受」(可以接受38.3%、還算能接受38.1%)，17.4%表示「不接受」(不太能接受13.8%、非常不能接受3.6%)；另外有6.2%表示不知道/無意見/拒答。【詳參見表4-7-4及圖4-7-4】

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，對於廣播節目中介紹商品訊息表示「接受」的比例上升27.5%，「不接受」的比例則下降9.9%。

表 4-7-4 廣播節目中介紹商品訊息接受度歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
接受	48.9	798	76.4
可以接受	1.5	400	38.3
還算能接受	47.4	399	38.1
不接受	27.3	182	17.4
不太能接受	22.0	144	13.8
非常不能接受	5.3	38	3.6
不知道/無意見/拒答	23.0	65	6.2
總數	2,406	1,045	100.0

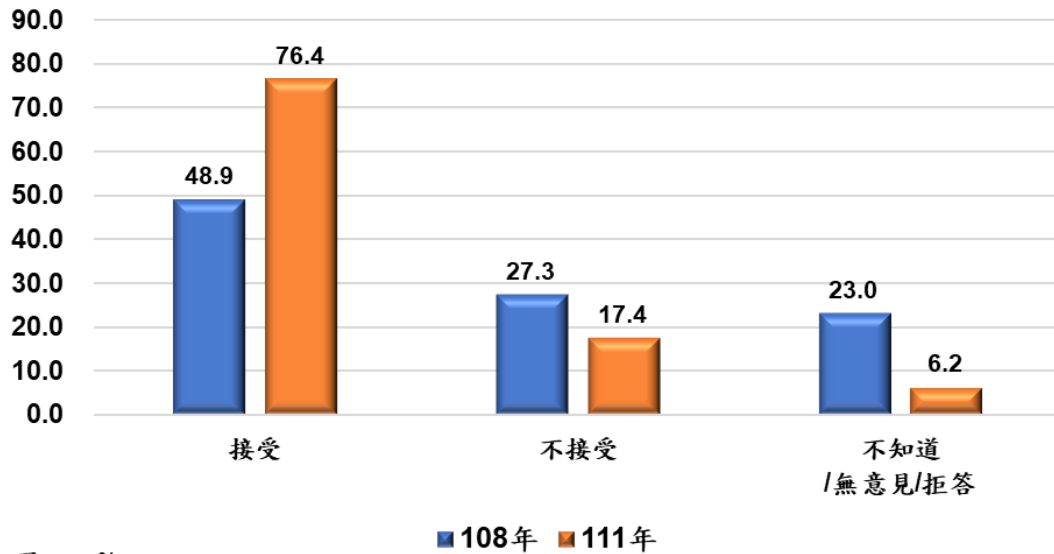


圖 4-7-4 廣播節目中介紹商品訊息接受度歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

經由卡方檢定發現，對於廣播節目中介紹商品訊息接受度，會因為聽眾「性別」、「年齡」、「教育程度」、「居住地(分區)」、「平均月收入」的不同而有顯著差異。描述如下：【相關數據請參考附錄III-85~86】

- (1) 性別：「男性」對於廣播節目中介紹商品訊息表示接受的比例(80.0%)高於「女性」接受的比例(71.5%)。
- (2) 年齡：「20~29歲」的聽眾，對於廣播節目中介紹商品訊息表示接受的比例(83.0%)高於其他年齡層的聽眾，其中除了「70歲以上」僅60.3%外，其他年齡層皆超過7成以上表示接受。
- (3) 教育程度：教育程度為「大學」的聽眾，對於廣播節目中介紹商品訊息表示接受的比例(78.7%)高於其他教育程度的聽眾，其他教育程度中以「國小及以下」接受的比例最低，為46.1%。

- (4) 居住地(分區)：居住地(分區)為「中部地區」的聽眾，對於廣播節目中介紹商品訊息表示接受的比例(83.0%)高於其他居住地(分區)的聽眾，其他居住地(分區)中以「北部地區」接受的比例最低，為69.9%。
- (5) 平均月收入：平均月收入為「6萬元~未滿8萬元」的聽眾，對於廣播節目中介紹商品訊息表示接受的比例(83.0%)高於其他聽眾，其他聽眾中以平均月收入為「未滿25,250元」的聽眾接受的比例最低，為68.8%。

四、節目冠名贊助提供訊息播出時間長度的接受度

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有88.9%的聽眾對於節目冠名贊助提供訊息播出時間長度規定表示「接受」(可以接受62.9%、還算能接受26.1%)，6.5%表示「不接受」(不太能接受5.3%、非常不能接受1.2%)；另外有4.6%表示不知道/無意見/拒答。【詳參見表4-7-5及圖4-7-5】

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，對於節目冠名贊助提供訊息播出時間長度規定表示「接受」的比例上升11.7%，表示「不接受」的比例則下降1.0%。

表 4-7-5 節目冠名贊助提供訊息播出時間長度的接受度歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
接受	77.2	929	88.9
可以接受	4.2	657	62.9
還算能接受	73.0	272	26.1
不接受	7.5	68	6.5
不太能接受	6.4	56	5.3
非常不能接受	1.1	12	1.2
不知道/無意見/拒答	13.2	48	4.6
總數	2,406	1,045	100.0

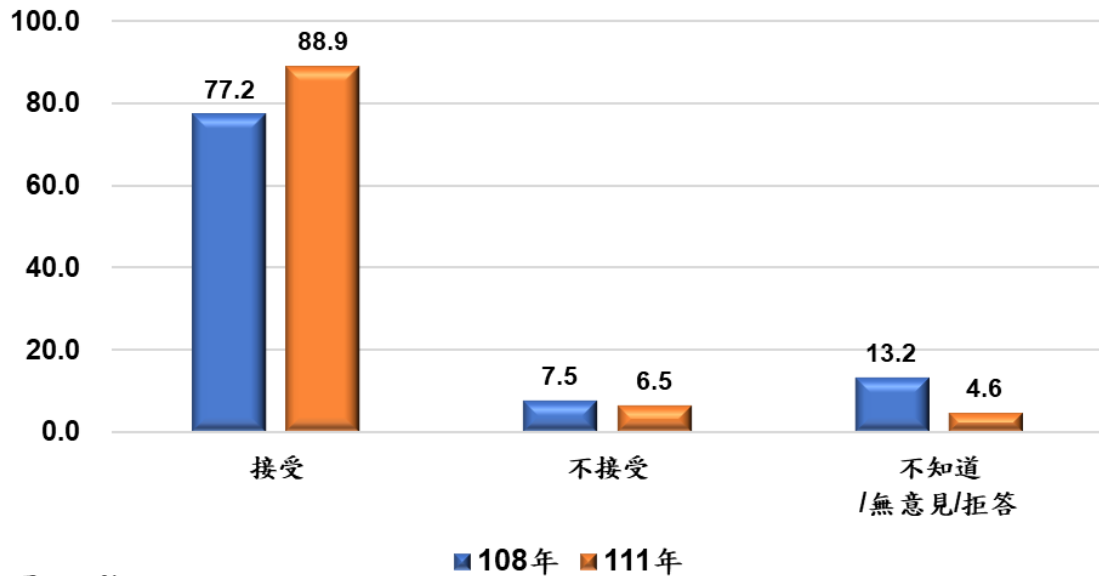


圖 4-7-5 節目冠名贊助提供訊息播出時間長度的接受度歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

經由卡方檢定發現，對於節目冠名贊助提供訊息播出時間長度的接受度，會因為聽眾「年齡」、「教育程度」、「收聽頻率」的不同而有顯著差異。描述如下：【相關數據請參考附錄III-87~88】

- (1) 年齡：「20~29歲」的聽眾，對於節目冠名贊助提供訊息播出時間長度規定表示接受的比例(92.9%)高於其他年齡層的聽眾，其中除了「70歲以上」僅72.7%外，其他年齡層皆超過8成以上表示接受。
- (2) 教育程度：教育程度為「研究所及以上」的聽眾，對於節目冠名贊助提供訊息播出時間長度規定表示接受的比例(91.4%)高於其他教育程度的聽眾，其他教育程度中以「國小及以下」接受的比例最低，為69.7%。
- (3) 收聽頻率：「很少收聽」的聽眾，對於節目冠名贊助提供訊息播出時間長度規定表示接受的比例(93.5%)高於其他收聽頻率的聽眾，其他收聽頻率中以「固定收聽」的聽眾接受比例最低，為86.0%。

第八節 Podcast 使用情形

一、最近一週收聽 Podcast 經驗及收聽時段

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有9.4%的受訪者最近一週有收聽Podcast經驗，有收聽的聽眾通常收聽的時段以「晚上(18:00~23:59)」的比例最高(3.4%)，其次為「上午(06:00~11:59)」(2.1%)，第三為「下午(12:00~17:59)」(1.2%)，最後為「清晨(24:00~05:59)」(0.2%)；另外，有2.4%的聽眾表示「沒有固定收聽時間」。【詳參見表4-8-1及圖4-8-1】

表 4-8-1 Podcast 經驗及收聽時段調查結果表

最近一週收聽Podcast經驗及收聽時段		
選項	次數	百分比
凌晨00:00-05:59	13	0.2
上午6:00-11:59	115	2.1
下午12:00-17:59	67	1.2
晚上18:00-23:59	185	3.4
沒有固定收聽時間	133	2.4
沒有收聽Podcast	4,818	87.9
不知道/無意見/拒答	149	2.7
總數	5,479	100.0

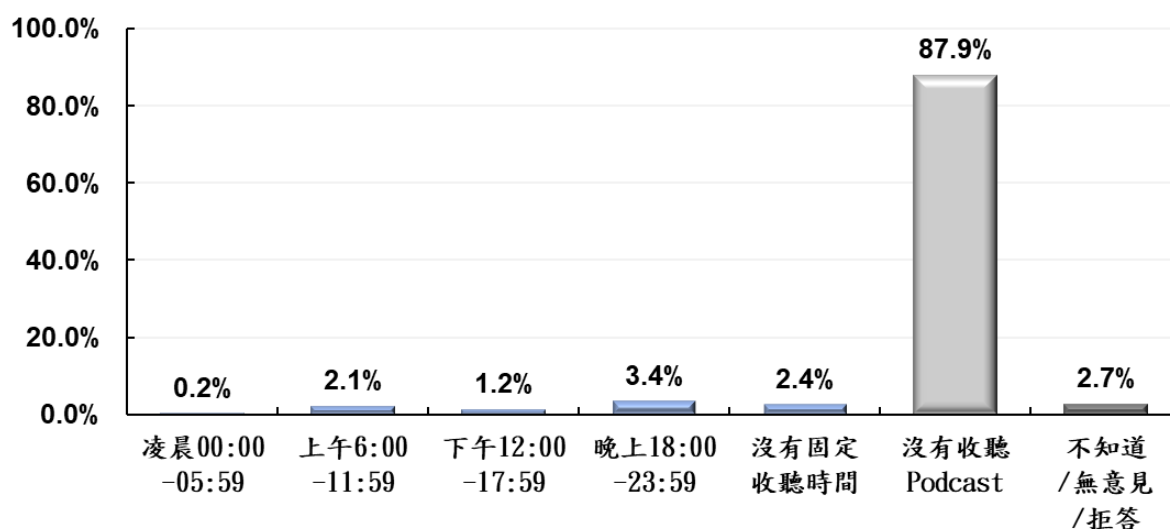


圖 4-8-1 Podcast 經驗及收聽時段數據圖

2. 交叉暨卡方分析結果

經由卡方檢定發現，對於Podcast經驗及收聽時段方面，會因為聽眾「性別」、「年齡」、「教育程度」、「居住地(分區)」、「平均月收入」的不同而有顯著差異。描述如下：【相關數據請參考附錄III-89~90】

- (1) 性別：不論性別，皆以晚上18:00~23:59收聽的比例較高，其中「女性」收聽的比例(3.8%)高於男性(2.9%)。
- (2) 年齡：「13~19歲」及「20~29歲」的聽眾，對於Podcast收聽時段皆以晚上18:00~23:59及上午6:00~11:59比例為前兩高；「30~39歲」及「40~49歲」的聽眾，對於Podcast收聽時段皆以晚上18:00~23:59及沒有固定收聽時間比例為前兩高；「60~69歲」則以沒有固定收聽時間比例最高。
- (3) 教育程度：教育程度越高，則晚上18:00~23:59收聽的比例越高，其中以「研究所及以上」比例最高，為8.4%；另外，沒有固定收聽時間的比例也以「研究所及以上」的聽眾最高，為8.1%。
- (4) 居住地(分區)：不論居住地(分區)為何，皆以晚上18:00~23:59時段收聽比例最高，「北部地區」及「東部地區」比例第二高的時段為沒有固定收聽時間，而「中部地區」及「南部地區」則為上午6:00~11:59。
- (5) 平均月收入：除了平均月收入為「8萬元及以上」的聽眾對於Podcast收聽時段以沒有固定收聽時間比例最高外，其餘平均月收入的聽眾皆以晚上18:00~23:59時段收聽比例最高。

二、平均收聽 Podcast 時數

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有收聽Podcast的聽眾中平均每天收聽時數以「1小時(含)以內」(75.2%)的比例最高，其次為「1~2(含)小時」(18.1%)，第三為「2~3(含)小時」(2.9%)；另外，Podcast的聽眾中平均每天的收聽時數約1.26小時。【詳參見表4-8-2及圖4-8-2】

表 4-8-2 平均收聽 Podcast 時數調查結果表

平均收聽Podcast時數		
選項	次數	百分比
1小時(含)以內	385	75.2
1~2(含)小時	93	18.1
2~3(含)小時	15	2.9
3~4(含)小時	8	1.6
4~5(含)小時	2	0.5
5~6(含)小時	2	0.4
6小時以上	7	1.3
總數	512	100.0
平均收聽時數	1.26	

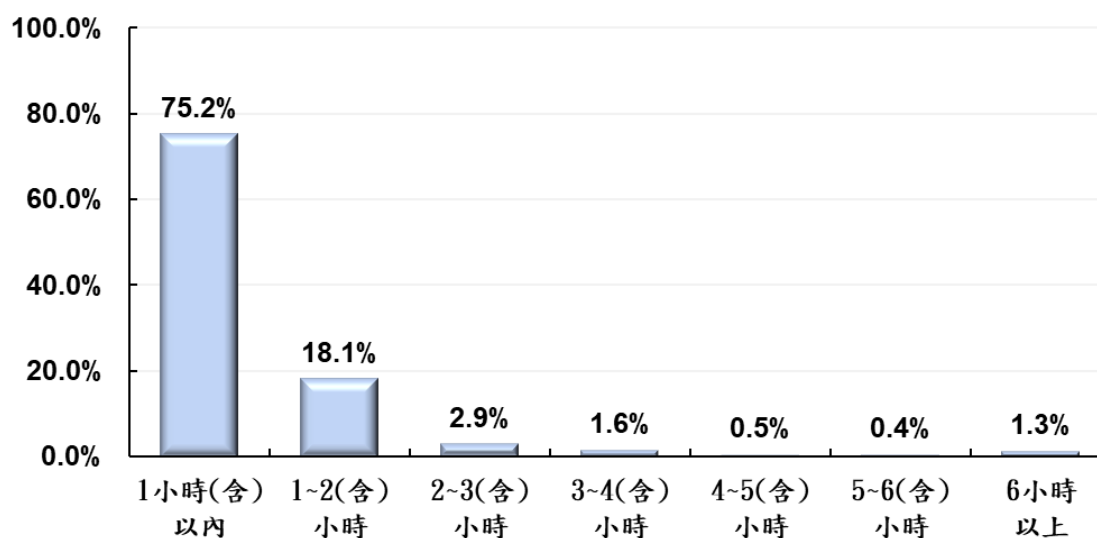


圖 4-8-2 平均收聽 Podcast 時數數據圖

2. 交叉暨卡方分析結果

平均收聽Podcast時數為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-91~92】

- (1) 平均收聽Podcast時數在「1小時(含)以內」的聽眾，主要是以男性、或30~39歲、或教育程度為專科、或職業為技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用國語、或居住在中部地區、或平均月收入6萬元~未滿8萬元的比例相對較高。
- (2) 平均收聽Podcast時數在「1~2(含)小時」的聽眾，主要是以女性、或20~29歲、或教育程度為高中/高職、或職業為自營商/企業主、或溝通主要使用閩南語、或居住在北部地區、或平均月收入未滿25,250元的比例相對較高。

其他收聽時數因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

三、較常收聽的 Podcast 節目類型

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有收聽Podcast的聽眾較常收聽的Podcast節目類型以「閒聊趣味類」(41.3%)的比例最高，其次為「知識說書類」(34.2%)，第三為「商業與個人理財類」(21.2%)，其他依序為「新聞與政治類」(12.3%)、「旅遊生活類」(9.2%)、「人物訪談類」(2.6%)、「兩性議題類」(0.4%)；另外，有6.3%表示不知道/忘記了/拒答。【詳參見表4-8-3及圖4-8-3】

表 4-8-3 較常收聽的 Podcast 節目類型調查結果表

較常收聽的Podcast節目類型		
選項	次數	百分比
閒聊趣味類	212	41.3
知識說書類	175	34.2
商業與個人理財類	109	21.2
新聞與政治類	63	12.3
旅遊生活類	47	9.2
人物訪談類	13	2.6
兩性議題類	2	0.4
不知道/忘記了/拒答	32	6.3
樣本數	512	

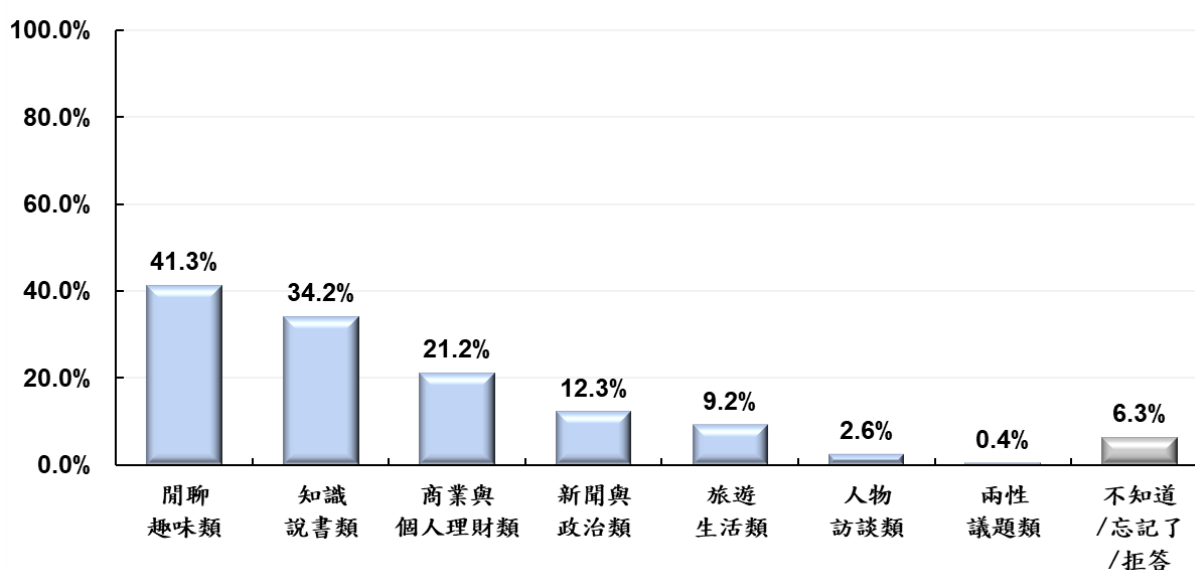


圖 4-8-3 較常收聽的 Podcast 節目類型數據圖

2. 交叉暨卡方分析結果

較常收聽的Podcast節目類型為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-93~94】

- (1) 較常收聽的Podcast節目類型為「閒聊趣味類」的聽眾，主要是以女性、或13~39歲、或教育程度為高中/高職、或學生、或溝通主要使用國語、或居住在南部地區、或無收入的比例相對較高。
- (2) 較常收聽的Podcast節目類型為「知識說書類」的聽眾，主要是以女性、或50~59歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為文書事務人員、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均月收入6萬元~未滿8萬元的比例相對較高。
- (3) 較常收聽的Podcast節目類型為「商業與個人理財類」的聽眾，主要是以男性、或40~49歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為自營商/企業主、或溝通主要使用國語、或居住在中部地區、或平均月收入為8萬元及以上的比例相對較高。
- (4) 較常收聽的Podcast節目類型為「新聞與政治類」的聽眾，主要是以男性、或50~59歲、或教育程度為專科、或職業為自營商/企業主、或溝通主要使用閩南語、或居住在北部地區、或平均月收入4萬元~未滿6萬元的比例相對較高。
- (5) 較常收聽的Podcast節目類型為「旅遊生活類」的聽眾，主要是以男性、或13~19歲、或教育程度為大學、或職業為助理專業人員/技術人員、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或平均月收入為未滿25,250元的比例相對較高。

其他節目類型因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

四、收聽 Podcast 之原因

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，有收聽Podcast的聽眾，其會收聽Podcast之原因以「喜歡節目風格」(33.9%)、「收聽便利性」(33.3%)、「喜歡主持人風格」(8.7%)、「有聲音陪伴」(8.3%)、「可以吸收知識」(6.9%)、「節目無固定時間限制」(6.4%)、「親友的介紹」(5.4%)比例較高，其餘原因皆未超過5.0%，請參考表4-8-4。

表 4-8-4 收聽 Podcast 之原因調查結果表

收聽Podcast之原因		
選項	次數	百分比
喜歡節目風格	174	33.9
收聽便利性	170	33.3
喜歡主持人風格	45	8.7
有聲音陪伴	43	8.3
可以吸收知識	35	6.9
節目無固定時間限制	33	6.4
親友的介紹	28	5.4
可重複播放	18	3.5
節目類型廣泛	16	3.2
陪小朋友收聽	13	2.5
沒有廣告	6	1.2
可以練習語言	3	0.6
不知道/無意見/拒答	36	7.0
樣本數	512	

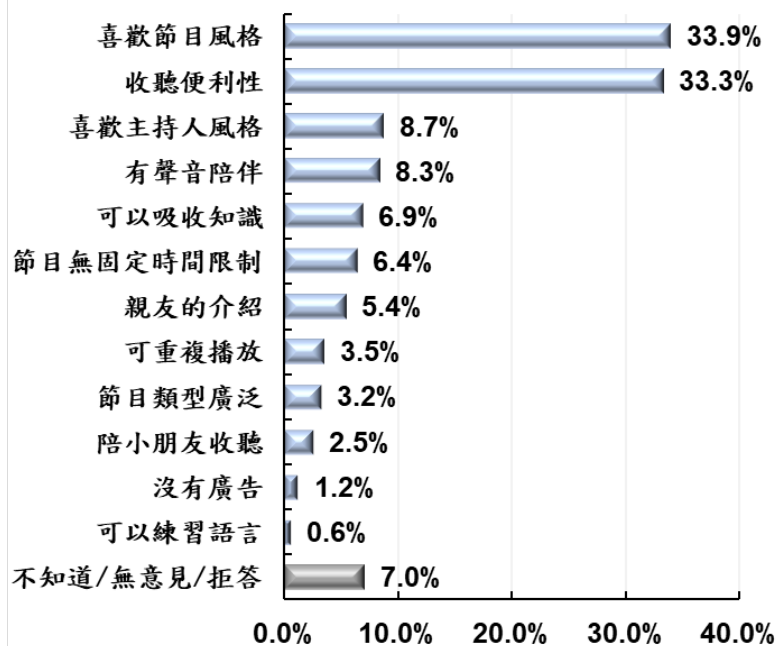


圖 4-8-4 收聽 Podcast 之原因數據圖

2. 交叉暨卡方分析結果

收聽Podcast之原因為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-95~98】

- (1) 收聽Podcast之原因為「喜歡節目風格」的聽眾，主要是以女性、或50~59歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為自營商/企業主、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或無收入的比例相對較高。
- (2) 收聽Podcast之原因為「收聽便利性」的聽眾，主要是以男性、或20~29歲、或教育程度為大學、或職業為助理專業人員/技術人員、或溝通主要使用國語、或居住在中部地區、或平均年收入為8萬元及以上的比例相對較高。

- (3) 收聽Podcast之原因為「喜歡主持人風格」的聽眾，主要是以女性、或13~19歲、或教育程度為大學、或職業為技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或平均年收入25,250元~未滿4萬元的比例相對較高。
- (4) 收聽Podcast之原因為「有聲音陪伴」的聽眾，，主要是以男性、或13~19歲、或教育程度為大學、或學生、或溝通主要使用國語、或居住在中部地區、或無收入的比例相對較高。
- (5) 收聽Podcast之原因為「可以吸收知識」的聽眾，主要是以女性、或50~59歲、或教育程度為高中/高職、或職業為企業主管/專業人員、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均年收入為未滿25,250元的比例相對較高。
- (6) 收聽Podcast之原因為「節目無固定時間限制」的聽眾，主要是以男性、或13~19歲、或教育程度為大學、或職業為文書事務人員、或溝通主要使用國語、或居住在南部地區、或平均年收入4萬元~未滿6萬元的比例相對較高。
- (7) 收聽Podcast之原因為「親友的介紹」的聽眾，主要是以女性、或30~39歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為企業主管/專業人員、或溝通主要使用閩南語、或居住在南部地區、或平均年收入為未滿25,250元的比例相對較高。

其他收聽Podcast之原因因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

第九節 未來收聽廣播意願

一、沒有收聽廣播主要原因

1. 111年調查結果

調查結果顯示，沒收聽廣播的受訪者，其沒有收聽原因以「沒有收聽習慣」(35.8%)、「習慣看電視或手機」(20.6%)、「沒空收聽」(19.9%)、「對廣播節目沒興趣」(11.0%)、「沒有收聽設備」(9.1%)五項比例較高，其餘原因皆未超過6.0%，請參考表4-9-1。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，以「沒有收聽習慣」及「習慣看電視或手機」上升比例較多，分別上升18.1%及9.1%；另外，「沒空收聽」及「開車才會收聽廣播」下降比例較高，分別下降17.7%及25.7%。

表 4-9-1 沒有收聽廣播主要原因歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
沒有收聽習慣	17.7	1,586	35.8
習慣看電視或手機	11.5	912	20.6
沒空收聽	37.6	884	19.9
對廣播節目沒興趣	17.5	486	11.0
沒有收聽設備	2.7	401	9.1
工作場所(環境)不允許	13.0	226	5.1
廣播節目內容不喜歡	2.1	170	3.8
廣播收訊不佳	3.5	112	2.5
開車才會收聽廣播	27.4	77	1.7
廣播資訊或節目較少	0.0	52	1.2
無法快轉、重播等操作便利性不足	0.0	22	0.5
收聽時間不彈性	0.0	15	0.3
只聽純音樂內容	0.0	13	0.3
廣告太多	0.0	10	0.2
有收聽習慣但剛好24小時內未收聽	0.0	6	0.1
內容與電視重複性高	0.0	5	0.1
語言不同聽不懂內容	0.0	2	0.0
不知道/無意見/拒答	0.0	225	5.1
樣本數	2,446	4,434	

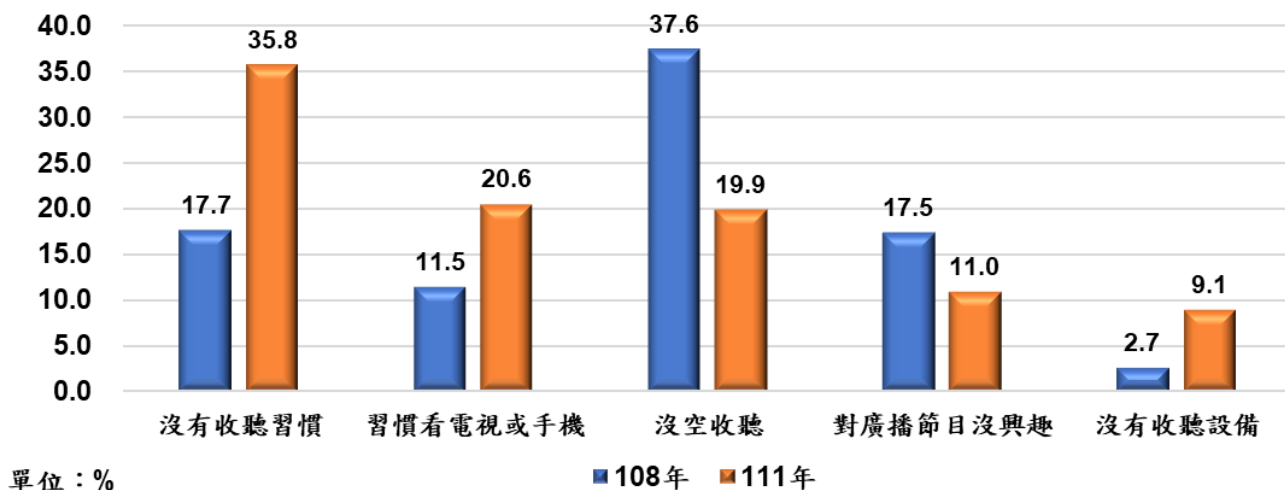


圖 4-9-1 沒有收聽廣播主要原因歷年數據圖

註：僅列出111年調查比例前五高之原因進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

沒有收聽廣播主要原因為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-99~102】

- (1) 沒有收聽廣播主要原因為「沒有收聽習慣」的聽眾，主要是以女性、或30~39歲、或教育程度為大學、或職業為商業買賣/服務人員、或溝通主要使用國語、或居住在南部地區、或平均月收入4萬元~未滿6萬元的比例相對較高。
- (2) 沒有收聽廣播主要原因為「習慣看電視或手機」的聽眾，主要是以70歲以上、或教育程度為國小及以下、或無業/退休/待業、或溝通主要使用客語、或居住在東部地區、或平均月收入為未滿25,250元的比例相對較高。
- (3) 沒有收聽廣播主要原因為「沒空收聽」的聽眾，主要是以女性、或60~69歲、或教育程度為初中/國中、或職業為農林漁牧礦、或溝通主要使用其他語言、或居住在東部地區、或平均月收入25,250元~未滿4萬元的比例相對較高。

(4) 沒有收聽廣播主要原因為「對廣播節目沒興趣」的聽眾，主要是以男性、或13~19歲、或教育程度為研究所及以上、或學生、或溝通主要使用其他語言、或居住在中部地區、或平均月收入為8萬元及以上的比例相對較高。

(5) 沒有收聽廣播主要原因為「沒有收聽設備」的聽眾，主要是以女性、或70歲以上、或教育程度為國小及以下、或無業/退休/待業、或溝通主要使用客語、或居住在北部地區、或無收入的比例相對較高。

其他沒有收聽廣播原因因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

二、透過電腦/手機收聽廣播增加收聽意願度

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，在可透過電腦/手機收聽廣播條件下，沒有收聽廣播習慣的受訪者，有28.4%的受訪者表示「會」(一定會4.0%、可能會24.5%)增加收聽意願，66.2%表示「不會」(可能不會30.9%、一定不會35.3%)；另外有5.4%表示不知道/無意見/拒答。【詳參見表4-9-2及圖4-9-2】

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，在可透過電腦/手機收聽廣播條件下，沒有收聽廣播習慣的受訪者，表示「會」增加收聽意願的比例上升12.7%，表示「不會」也上升12.4%。

表 4-9-2 透過電腦/手機收聽廣播增加收聽意願度歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
會	15.7	1,261	28.4
一定會	0.6	175	4.0
可能會	15.1	1,085	24.5
不會	53.8	2,934	66.2
可能不會	42.8	1,369	30.9
一定不會	11.0	1,565	35.3
不知道/無意見/拒答	30.5	239	5.4
總數	2,449	4,434	100.0

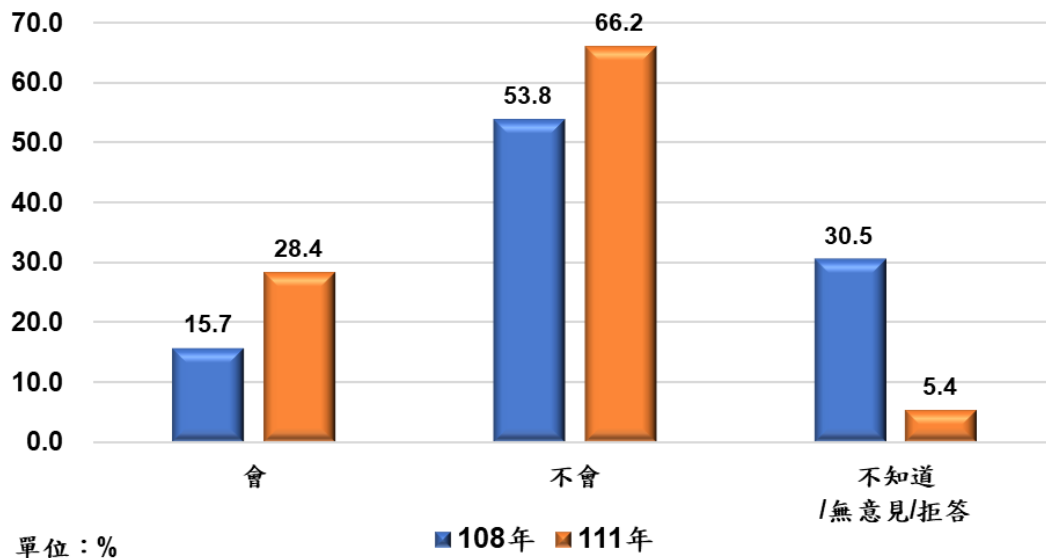


圖 4-9-2 透過電腦/手機收聽廣播增加收聽意願度歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

經由卡方檢定發現，對於透過電腦/手機收聽廣播增加收聽意願度，會因為聽眾「性別」、「年齡」、「教育程度」、「職業」、「溝通主要使用語言」、「居住地」、「平均月收入」的不同而有顯著差異。描述如下：【相關數據請參考附錄III-103~104】

- (1) 性別：「女性」對於可以透過電腦/手機收聽廣播表示會增加收聽意願的比例(30.2%)高於「男性」的比例(26.4%)。
- (2) 年齡：「13~19歲」對於可以透過電腦/手機收聽廣播表示會增加收聽意願的比例最高，為37.6%；除了「60~69歲」及「70歲以上」表示會的比例較低外，其餘年齡層表示會的比例皆超過3成。
- (3) 教育程度：教育程度為「研究所及以上」的受訪者，對於可以透過電腦/手機收聽廣播表示會增加收聽意願的比例最高，為40.2%；另外，隨著教育程度越高，表示會增加收聽意願的比例則越高。

- (4) 職業：職業為「軍警公教」的受訪者，對於可以透過電腦/手機收聽廣播表示會增加收聽意願的比例最高，為39.6%；除了職業為「農林漁牧礦」的受訪者表示會的比例較低外，其餘職業表示會的比例皆超過2成。
- (5) 溝通主要使用語言：溝通主要使用語言為「國語」的受訪者，對於可以透過電腦/手機收聽廣播表示會增加收聽意願的比例最高，為33.4%；除了溝通主要使用語言為「客語」的受訪者表示會的比例較低外，其餘受訪者表示會的比例皆超過2成。
- (6) 居住地：居住地為「基隆市」的受訪者，對於可以透過電腦/手機收聽廣播表示會增加收聽意願的比例最高，為37.2%；除了「嘉義市」的受訪者表示會的比例較低外，其餘居住地的民眾表示會的比例皆超過2成。
- (7) 平均月收入：平均月收入為「4萬元~未滿6萬元」的受訪者，對於可以透過電腦/手機收聽廣播表示會增加收聽意願的比例最高，為36.2%；除了無收入的受訪者表示會的比例較低外，其餘居住地的民眾表示會的比例皆超過2成5。

三、電臺提供多元服務活動增加收聽意願度

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，在電臺提供多元服務活動條件下，沒有收聽廣播習慣的受訪者，有22.3%的受訪者表示「會」(一定會1.9%、可能會20.5%)增加收聽意願，72.8%表示「不會」(可能不會32.8%、一定不會40.0%)；另外有4.9%表示不知道/無意見/拒答。【詳參見表4-9-3及圖4-9-3】

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，在電臺提供多元服務活動條件下，沒有收聽廣播習慣的受訪者，表示「會」增加收聽意願的比例上升6.8%，表示「不會」也上升10.7%。

表 4-9-3 電臺提供多元服務活動增加收聽意願度歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
會	15.5	990	22.3
一定會	0.5	83	1.9
可能會	15.0	907	20.5
不會	62.1	3,226	72.8
可能不會	48.6	1,454	32.8
一定不會	13.5	1,772	40.0
不知道/無意見/拒答	22.4	218	4.9
總數	2,449	4,434	100.0

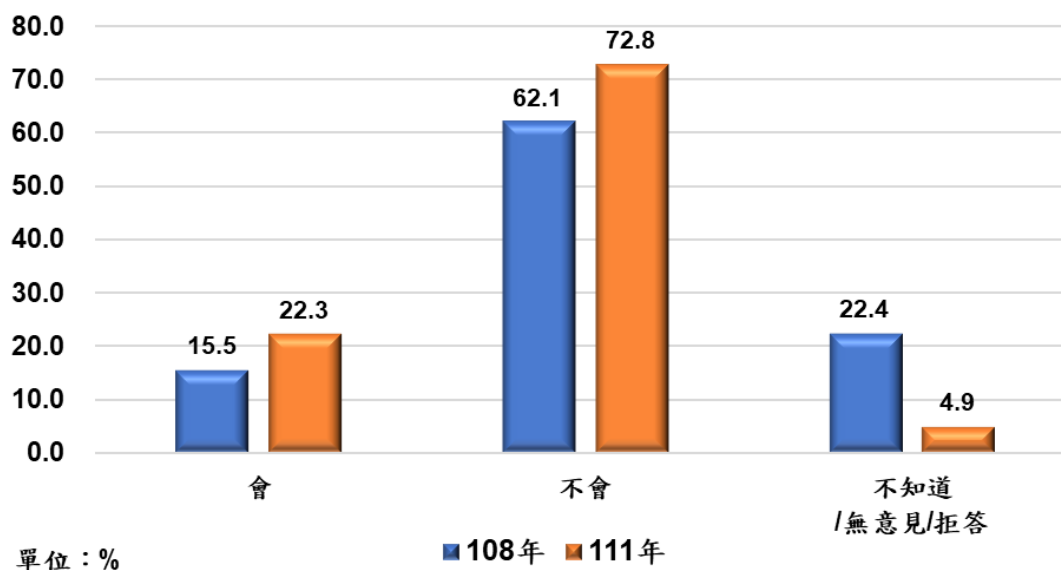


圖 4-9-3 電臺提供多元服務活動增加收聽意願度歷年數據圖

3. 交叉暨卡方分析結果

經由卡方檢定發現，對於電臺提供多元服務活動增加收聽意願度，會因為聽眾「性別」、「年齡」、「教育程度」、「職業」、「溝通主要使用語言」、「平均月收入」的不同而有顯著差異。描述如下：【相關數據請參考附錄III-105~106】

- (1) 性別：「女性」對於若電臺提供多元服務活動條件下表示會增加收聽意願的比例(23.5%)高於「男性」的比例(21.0%)。
- (2) 年齡：「13~19歲」對於若電臺提供多元服務活動條件下表示會增加收聽意願的比例最高，為30.0%；除了「60~69歲」及「70歲以上」表示會的比例較低外，其餘年齡層表示會的比例皆超過2成。
- (3) 教育程度：教育程度為「研究所及以上」的受訪者，對於若電臺提供多元服務活動條件下表示會增加收聽意願的比例最高，為30.6%；另外，除了「高中/高職」外，隨著教育程度越高，表示會增加收聽意願的比例越高。

- (4) 職業：職業為「文書事務人員」的受訪者，對於若電臺提供多元服務活動條件下表示會增加收聽意願的比例最高，為31.3%；除了職業為「農林漁牧礦」的受訪者表示會的比例較低外，其餘職業表示會的比例皆超過1成5。
- (5) 溝通主要使用語言：溝通主要使用語言為「國語」的受訪者，對於若電臺提供多元服務活動條件下表示會增加收聽意願的比例最高，為26.5%，其餘受訪者則表示會的比例皆低於2成。
- (6) 平均月收入：平均月收入為「4萬元~未滿6萬元」的受訪者，對於若電臺提供多元服務活動條件下表示會增加收聽意願的比例最高，為28.0%；除了「未滿25,250元」及「8萬元及以上」的受訪者表示會的比例較低外，其餘居住地的民眾表示會的比例皆超過2成。

四、較具吸引力的電臺服務或活動

1. 111年調查結果

本次調查結果顯示，在電臺提供多元服務活動條件下表示會增加收聽意願的受訪者，電台對其較具吸引力的服務或活動以「抽獎活動」(7.5%)、「演唱會(音樂活動)」(7.2%)、「線上抽獎/兌換」(6.8%)、「官網點播歌曲」(6.2%)、「電話call-in(含點歌/諮詢)」(6.2%)五項比例較高，其餘原因皆未超過5.0%，請參考表4-9-4。

2. 歷年調查結果比較

111年調查結果相較於108年，以「抽獎活動」及「線上抽獎/兌換」上升比例較多，分別上升7.5%及6.8%；另外，「演唱會(音樂活動)」、「公益活動」及「旅遊活動」下降比例較高，分別下降30.5%、29.2%及18.3%。

表 4-9-4 較具吸引力的電臺服務或活動歷年比較表

類別	108年	111年	
	百分比	樣本數	百分比
實體活動			
抽獎活動	0.0	74	7.5
演唱會(音樂活動)	37.7	71	7.2
電話call-in(含點歌/諮詢)	7.5	61	6.2
各類課程	8.3	39	3.9
聽友會	3.9	33	3.3
旅遊活動	20.4	20	2.1
公益活動	31.2	20	2.0
各項競賽(歌唱/語言)	5.1	15	1.5
網購或團購活動	0.0	2	0.2
票選活動	0.0	2	0.2
其他活動	7.5	0	0.0
線上活動			
線上抽獎/兌換	0.0	68	6.8
官網點播歌曲/留言	6.1	62	6.2
FB點播歌曲/留言/票選/按讚	15.0	43	4.3
FB網路直播	5.1	15	1.6
線上團購活動	0.0	8	0.8
忘記了無意見/拒答	0.0	599	60.5
樣本數	786	990	

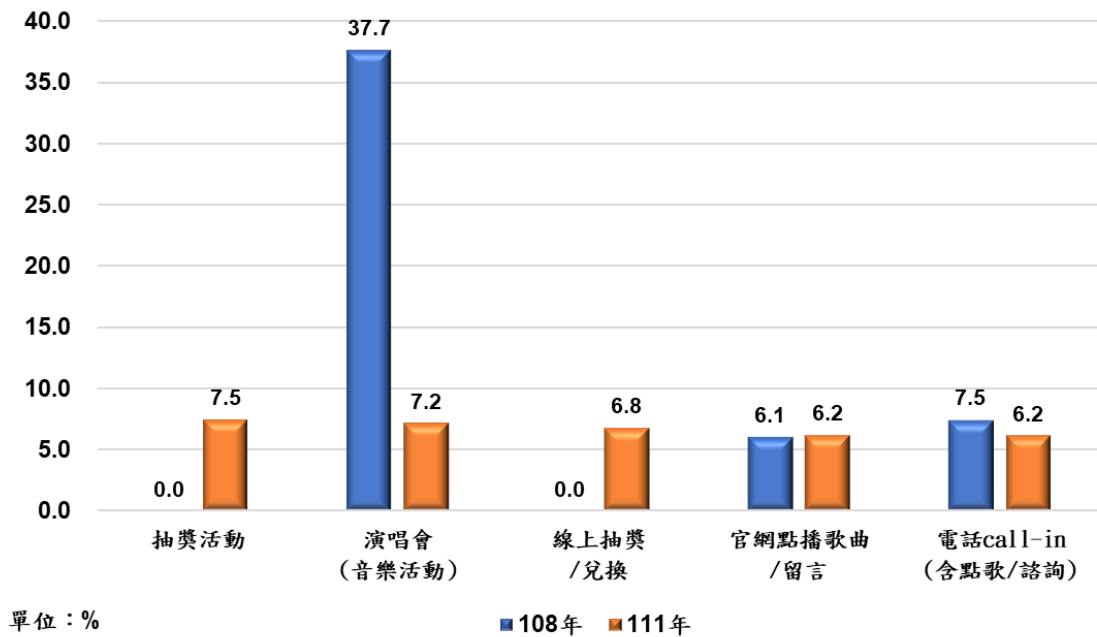


圖 4-9-4 較具吸引力的電臺服務或活動歷年數據圖

註：僅列出111年調查比例前五高之活動進行數據圖製作

3. 交叉暨卡方分析結果

較具吸引力的電臺服務或活動為複選題題型，故不適宜透過卡方檢定進行分析，僅透過交叉分析表進行描述，描述如下：【相關數據請參考附錄III-107~110】

- (1) 表示較具吸引力的電臺服務或活動為「抽獎活動」的受訪者，主要是以女性、或20~29歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為軍警公教、或溝通主要使用國語、或居住在中部地區、或平均月收入4萬元~未滿6萬元的比例相對較高。
- (2) 表示較具吸引力的電臺服務或活動為「演唱會(音樂活動)」的受訪者，主要是以女性、或20~29歲、或教育程度為專科、或職業為軍警公教、或溝通主要使用國語、或居住在東部地區、或平均月收入6萬元~未滿8萬元的比例相對較高。

- (3) 表示較具吸引力的電臺服務或活動為「線上抽獎/兌換」的受訪者，主要是以男性、或20~29歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為助理專業人員/技術人員、或溝通主要使用國語、或居住在北部地區、或平均月收入4萬元~未滿6萬元的比例相對較高。
- (4) 表示較具吸引力的電臺服務或活動為「官網點播歌曲」的受訪者，主要是以女性、或13~19歲、或教育程度為高中/高職、或學生、或溝通主要使用國語、或居住在東部地區、或平均月收入為8萬元及以上的比例相對較高。
- (5) 表示較具吸引力的電臺服務或活動為「電話call-in(含點歌/諮詢)」的受訪者，主要是以男性、或30~39歲、或教育程度為研究所及以上、或職業為軍警公教、或溝通主要使用閩南語、或居住在東部地區、或平均月收入6萬元~未滿8萬元的比例相對較高。

其他較具吸引力的電臺服務或活動因占比較低，交叉表難有較大程度差異，故不進行說明。

第五章 綜合分析

第一節 收聽廣播或 Podcast 之族群比較

本節將訪問之樣本依據收聽廣播與否及收聽Podcast與否進行分群，將其分為四個族群(1.僅收聽廣播、2.僅收聽Podcast、3.兩者皆有收聽、4.兩者皆未收聽)來進行族群之各種比較。

一、輪廓比較

首先將進行族群輪廓之比較。根據表5-1-1結果顯示，依不同收聽選擇之聽眾探討其族群輪廓，下方為輪廓結構，敘述如下：

1. **僅收聽廣播**族群：以男性、或40~49歲、或專科、或自營商/企業主、或溝通主要使用國語、或南部地區、或平均月收入為6萬元~未滿8萬元為主要族群。
2. **僅收聽Podcast**族群：以女性、或20~29歲、或研究所及以上、或助理專業人員/技術人員、或溝通主要使用國語、或東部地區、或平均月收入為8萬元及上為主要族群。
3. **兩者皆有收聽**族群：以女性、或30~39歲、或研究所及以上、或文書事務人員、或溝通主要使用國語、或中部地區、或平均月收入為6萬元~未滿8萬元為主要族群。
4. **兩者皆未收聽**族群：以女性、或70歲以上、或國小及以下、或無業/退休/待業、或溝通主要使用其他語言、或東部地區、或平均月收入為無收入為主要族群。

表 5-1-1 收聽廣播或 Podcast 之族群輪廓比較表

單位：%			收聽廣播或 Podcast 原生內容之族群輪廓			
基本變項	樣本數	百分比	僅收聽廣播	僅收聽 Podcast	兩者皆有收聽	兩者皆未收聽
	5,479	100.0	33.2	4.5	4.8	57.5
性別						
男性	2,693	49.2	36.8	4.4	4.4	54.5
女性	2,786	50.8	29.7	4.7	5.2	60.4
年齡						
13-19歲	381	7.0	17.1	7.5	3.1	72.3
20-29歲	773	14.1	22.0	11.5	8.0	58.5
30-39歲	859	15.7	34.1	8.4	10.3	47.2
40-49歲	1,009	18.4	48.1	3.8	6.8	41.3
50-59歲	934	17.1	44.4	1.7	2.7	51.2
60-69歲	841	15.4	32.0	0.5	0.8	66.8
70歲以上	681	12.4	17.7	0.1	0.2	82.0
教育程度						
國小及以下	484	8.9	13.3	0.2	0.2	86.2
初中、國中	480	8.8	21.8	2.1	0.8	75.3
高中、高職	1,530	28.0	33.3	2.1	1.8	62.8
專科	635	11.6	42.8	2.5	3.8	50.9
大學	1,881	34.4	35.8	7.7	7.9	48.5
研究所及以上	455	8.3	42.4	9.8	12.8	35.0
職業						
軍警公教	218	4.0	43.7	6.1	7.2	42.9
自營商/企業主	372	6.8	44.1	6.2	4.2	45.5
企業主管/專業人員	540	9.9	42.1	9.4	9.7	38.8
助理專業人員/技術人員	307	5.6	38.4	9.9	8.4	43.3
文書事務人員	497	9.1	41.2	4.7	9.8	44.3
商業買賣/服務人員	499	9.2	28.3	5.6	6.1	59.9
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	716	13.2	41.7	1.6	2.8	53.9
農林漁牧礦	126	2.3	28.4	0.0	0.9	70.7
學生	512	9.4	17.9	9.0	5.9	67.1
家管	616	11.3	26.8	1.4	2.1	69.7
無業/退休/待業	1,039	19.1	25.4	1.2	1.0	72.4
溝通主要使用語言						
國語	3,450	64.6	34.6	6.2	6.2	53.1
閩南語	1,755	32.9	31.5	1.6	2.9	64.0
客語	103	1.9	32.2	0.7	0.0	67.2
其他語言	34	0.6	12.2	3.7	0.0	84.0
居住地(分區)						
北部地區	2,390	43.6	31.6	5.8	5.5	57.0
中部地區	1,198	21.9	32.2	2.7	5.6	59.5
南部地區	1,657	30.2	36.8	3.7	3.2	56.3
東部地區	235	4.3	28.5	6.9	4.8	59.8
平均月收入						
未滿25,250元	912	18.0	24.8	2.6	2.9	69.7
25,250元~未滿4萬元	1,341	26.5	35.6	4.3	4.8	55.2
4萬元~未滿6萬元	1,002	19.8	44.1	5.7	7.2	43.0
6萬元~未滿8萬元	355	7.0	51.5	5.6	8.5	34.4
8萬元及以上	432	8.5	41.8	8.0	8.1	42.2
無收入	1,027	20.3	19.2	3.5	1.9	75.4

二、廣播收聽行為差異

廣播收聽行為之調查，僅針對「有效聽眾」進行訪問，因此下方「僅收聽廣播」之定義為「24小時內有收聽廣播且超過5分鐘」之聽眾。

(一) 收聽廣播之設備

針對各族群在廣播的收聽廣播設備方面進行比較。根據下表，可以發現對於廣播及Podcast兩者皆有收聽之聽眾，在收聽廣播之設備以「車用收音機/音響」、「手機/平板」及「電腦(桌上型/筆記型)」的比例皆高於僅收聽廣播的聽眾；另外，僅收聽廣播的聽眾則為使用「一般收音機/音響」的比例高於兩者皆有收聽的聽眾。

表 5-1-2 不同族群之收聽廣播設備交叉表

單位：%				收聽廣播之設備			
				樣本數	百分比	車用收音機 /音響	一般收音機 /音響
整體		1,045	100.0	66.5	27.9	18.9	4.4
收聽廣播或Podcast 原生內容之族群	僅收聽廣播	928	88.8	66.2	29.4	17.7	3.8
	兩者皆有收聽	117	11.2	68.6	16.5	28.9	9.6

(二) 收聽廣播之頻率

針對各族群在廣播的收聽廣播頻率方面進行比較。根據下表，可以發現對於廣播及Podcast兩者皆有收聽之聽眾，在收聽廣播之頻率為「很少收聽」的比例高於僅收聽廣播的聽眾，其餘收聽頻率皆以僅收聽廣播的聽眾比例較高。

表 5-1-3 不同族群之收聽廣播頻率交叉表

單位：%				收聽廣播之頻率			
		樣本數	百分比	很少收聽	偶爾收聽	經常收聽	固定收聽
整體		1,045	100.0	11.3	19.6	41.0	28.1
收聽廣播或Podcast 原生內容之族群	僅收聽廣播	928	88.8	10.0	19.7	41.0	29.3
	兩者皆有收聽	117	11.2	22.1	18.3	40.8	18.8

(三) 收聽廣播之地點

針對各族群在廣播的收聽廣播地點方面進行比較。根據下表，可以發現對於廣播及Podcast不論是僅收聽廣播，還是兩者皆有收聽的聽眾，在收聽廣播的地點皆為「自用車/工作使用的車」、「家中/宿舍」及「工作場所」三項比例較高；另外，兩者皆有收聽的聽眾在「自用車/工作使用的車」收聽廣播的比例高於僅收聽廣播的聽眾，其他地點皆為僅收聽廣播的聽眾比例較高。

表 5-1-4 不同族群之收聽廣播地點比較表

	收聽廣播或Podcast 原生內容之族群	
	僅收聽廣播	兩者皆有收聽
收聽廣播節目地點 (依序列出前三之比例)	自用車/工作使用的車 71.3%	自用車/工作使用的車 76.9%
	家中/宿舍 22.7%	工作場所 19.5%
	工作場所 20.8%	家中/宿舍 19.2%

(四) 收聽廣播之情境

針對各族群在廣播的收聽廣播情境方面進行比較。根據下表，可以發現對於廣播及Podcast不論是僅收聽廣播，還是兩者皆有收聽的聽眾，在收聽廣播的情境皆為「開車」、「工作中」、「搭車或乘車」及「做家事」四項比例皆為前五高之情境；另外，僅收聽廣播的聽眾除了上述四項情境外，「休息時/空閒時/無聊時」的占比(6.5%)也是高於其他情境的，而兩者皆有收聽的則為「吃飯」(6.9%)。

表 5-1-5 不同族群之收聽廣播情境比較表

	收聽廣播或Podcast 原生內容之族群	
	僅收聽廣播	兩者皆有收聽
收聽廣播節目情境 (依序列出前五之比例)	開車 66.6%	開車 67.2%
	工作中 23.9%	工作中 25.5%
	做家事 8.7%	搭車或乘車 10.9%
	休息時/空閒時/無聊時 6.5%	吃飯 6.9%
	搭車或乘車 4.8%	做家事 6.4%

(五) 較常收聽的廣播節目類型

針對各族群在較常收聽的廣播節目類型方面進行比較。根據下表，可以發現對於廣播及Podcast不論是僅收聽廣播，還是兩者皆有收聽的聽眾，在較常收聽的廣播節目類型皆以「音樂類」、「新聞類(含路況)」、「時事評論類(政論性談話)」、「一般談話性節目(除時事評論類外)」及「生活資訊類」五項比例皆為前五高之節目類型。

表 5-1-6 不同族群之較常收聽的廣播節目類型比較表

	收聽廣播或Podcast 原生內容之族群	
	僅收聽廣播	兩者皆有收聽
較常收聽廣播節目類型 (依序列出前五之比例)	音樂類 52.0%	音樂類 58.6%
	新聞類(含路況) 29.0%	新聞類(含路況) 32.00%
	時事評論類 (政論性談話) 10.2%	時事評論類 (政論性談話) 13.0%
	一般談話性節目 (除時事評論類外) 9.3%	一般談話性節目 (除時事評論類外) 12.0%
	生活資訊類 4.0%	生活資訊類 6.9%

三、Podcast 收聽行為差異

(一) 收聽時段

針對各族群在Podcast收聽時段方面進行比較。根據下表，可以發現對於廣播及Podcast不論是僅收聽Podcast，還是兩者皆有收聽的聽眾，在收聽時段方面皆以「晚上18:00~23:59」及「沒有固定收聽時間」比例最高。

另外，僅收聽Podcast的聽眾，有25.9%表示時段為「上午6:00~11:59」，高於兩者皆有收聽之19.1%；其他「凌晨00:00~05:59」及「下午12:00~17:59」則比例較小且差距不大。

表 5-1-7 不同族群 Podcast 收聽時段交叉表

單位：%				收聽Podcast時段				
		樣本數	百分比	凌晨 00:00-05:59	上午 6:00-11:59	下午 12:00-17:59	晚上 18:00-23:59	沒有固定 收聽時間
整體		512	100.0	2.5	22.4	13.1	36.0	26.0
收聽廣播 或Podcast 原生內容 之族群	僅收聽Podcast	249	48.6	1.7	25.9	12.9	31.6	27.9
	兩者皆有收聽	264	51.4	3.3	19.1	13.2	40.2	24.2

(二) 較常收聽的 Podcast 節目類型

針對各族群在較常收聽的Podcast節目類型方面進行比較。根據下表，可以發現對於廣播及Podcast不論是僅收聽Podcast，還是兩者皆有收聽的聽眾，在較常收聽的節目類型皆以「知識說書類」、「閒聊趣味類」、「商業與個人理財類」、「新聞與政治類」及「旅遊生活類」五項比例較高。

另外，僅收聽Podcast的聽眾，在節目類型選擇方面，以「閒聊趣味類」的比例高於兩者皆有收聽的聽眾，而兩者皆有收聽的聽眾則以「知識說書類」及「旅遊生活類」兩項比例高於僅收聽Podcast的聽眾。

表 5-1-8 收聽廣播或 Podcast 之族群輪廓比較表

	收聽廣播或 Podcast 原生內容之族群	
	僅收聽 Podcast	兩者皆有收聽
較常收聽 Podcast 節目類型 (依序列出前五之比例)	閒聊趣味類 48.9%	知識說書類 37.0%
	知識說書類 31.2%	閒聊趣味類 34.2%
	商業與個人理財類 21.0%	商業與個人理財類 21.5%
	新聞與政治類 12.2%	新聞與政治類 12.3%
	旅遊生活類 6.8%	旅遊生活類 11.5%

第二節 不同收聽裝置收聽選擇差異比較

本節將訪問之有效聽眾，依據收聽廣播之裝置進行分群，將其分為二個族群，將利用手機/平板/電腦之聽眾歸類為「行動裝置」，利用車用收音機/一般收音機則歸類為「傳統設備」，利用兩個族群來進行差異比較。

一、不同收聽裝置之族群輪廓

首先將進行族群輪廓之比較。根據表5-1-1結果顯示，依不同收聽裝置之聽眾探討其族群輪廓，下方為輪廓結構，敘述如下：

1. 利用「行動裝置」收聽廣播族群：以女性、或20~49歲、或專科及以上、或軍警公教/自營商/企業主/助理專業人員/技術人員/文書事務人員/無業/待業/退休、或溝通主要使用國語、或北/中/東部地區、或平均月收入為6萬元~未滿8萬元為主要族群。
2. 利用「傳統設備」收聽廣播族群：以男性、或50歲及以上、或高中/高職及以上、或企業主管/專業人員/商業買賣/服務人員/技術工/機械設備操作或組裝/體力工/學生/家管、或溝通主要使用閩南語、或南部地區、或平均月收入未滿25,250元/無收入為主要族群。

綜上輪廓呈現情形，透過行動裝置來收聽廣播的族群，主要以年齡較輕、教育程度較高、職業屬性較偏向室內工作或退休在家之聽眾；而利用傳統設備收聽廣播的聽眾則反之。

表 5-2-1 不同收聽裝置之族群輪廓比較表

單位：%			不同收聽裝置之族群	
基本變項	樣本數	百分比	行動裝置 收聽	傳統設備 收聽
	1,045	100.0	21.9	78.1
性別				
男性	603	57.7	21.2	78.8
女性	442	42.3	22.8	77.2
年齡				
13-19歲	18	1.7	0.0	100.0
20-29歲	82	7.8	25.5	74.5
30-39歲	197	18.9	25.9	74.1
40-49歲	295	28.2	23.2	76.8
50-59歲	244	23.3	19.8	80.2
60-69歲	147	14.1	19.7	80.3
70歲以上	62	5.9	17.3	82.7
教育程度				
國小及以下	33	3.2	17.6	82.4
初中、國中	49	4.7	15.4	84.6
高中、高職	274	26.2	18.4	81.6
專科	159	15.2	23.8	76.2
大學	406	38.8	24.2	75.8
研究所及以上	124	11.8	23.4	76.6
職業				
軍警公教	58	5.5	25.3	74.7
自營商/企業主	104	10.0	26.7	73.3
企業主管/專業人員	140	13.5	20.4	79.6
助理專業人員/技術人員	71	6.9	23.6	76.4
文書事務人員	148	14.2	24.9	75.1
商業買賣/服務人員	85	8.2	20.1	79.9
技術工/機械設備操作或組裝/ 體力工	181	17.5	19.9	80.1
農林漁牧礦	17	1.6	4.1	95.9
學生	31	3.0	12.7	87.3
家管	81	7.8	18.5	81.5
無業/退休/待業	125	12.0	25.5	74.5
溝通主要使用語言				
國語	676	66.1	23.8	76.2
閩南語	323	31.5	19.4	80.6
客語	23	2.2	3.0	97.0
其他語言	2	0.2	53.7	46.3
居住地(分區)				
北部地區	170	16.2	28.3	71.7
中部地區	101	9.7	24.1	75.9
南部地區	100	9.6	14.4	85.6
東部地區	140	13.4	22.5	77.5
平均月收入				
未滿25,250元	139	13.3	20.9	79.1
25,250元~未滿4萬元	25	2.4	14.7	85.3
4萬元~未滿6萬元	15	1.4	9.3	90.7
6萬元~未滿8萬元	64	6.1	25.9	74.1
8萬元及以上	17	1.6	18.5	81.5
無收入	35	3.3	13.5	86.5

二、不同收聽裝置之收聽行為及運用態度

(一) 收聽廣播之設備

針對不同收聽裝置之族群在廣播的收聽廣播設備方面進行比較。根據下表，可以發現對於有透過行動裝置收聽廣播的聽眾，在收聽裝置方面，除了行動裝置外，同時仍有使用傳統設備進行收聽。而使用傳統設備收聽的聽眾，其使用的設備皆侷限在車用或一般收音機/音響。

表 5-2-2 不同收聽裝置之收聽廣播設備交叉表

單位：%				收聽廣播之設備			
				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		1,045	100.0	66.5	27.9	18.9	4.4
收聽裝置	行動裝置	229	21.9	41.1	13.0	86.5	20.2
	傳統設備	816	78.1	73.6	32.1	0.0	0.0

(二) 收聽廣播之頻率

針對不同收聽裝置之族群在廣播的收聽廣播頻率方面進行比較。根據下表，可以發現不論使用何種裝置/設備，在收聽頻率方面，皆以「經常收聽」的比例最高，「很少收聽」比例最低。

另外，有透過行動裝置收聽廣播的聽眾，在收聽頻率方面，以「固定收聽」及「偶爾收聽」的比例高於傳統設備，「經常收聽」及「很少收聽」則以傳統設備收聽之聽眾比例相對較高。

表 5-2-3 不同收聽裝置之收聽廣播頻率交叉表

單位：%				收聽廣播之頻率			
				很少收聽	偶爾收聽	經常收聽	固定收聽
整體		1,045	100.0	11.3	19.6	41.0	28.1
收聽裝置	行動裝置	229	21.9	8.3	21.0	39.3	31.3
	傳統設備	816	78.1	12.2	19.2	41.5	27.2

(三) 收聽廣播之時段與時數

針對不同收聽裝置之族群在收聽廣播之時段與時數方面進行比較。在平日方面，不論使用何種裝置/設備，在平日收聽廣播時段方面，皆以「早上」收聽的比例最高，其次為「下午」，兩者在收聽時段方面差異不大。

另外，有透過行動裝置收聽廣播的聽眾，平日平均每天收聽時數為3.20(hr/day)，高於使用傳統設備收聽廣播聽眾的2.56(hr/day)。

表 5-2-4 不同收聽裝置之收聽時段與時數(平日)交叉表

單位：%				平日收聽廣播時段				平日 平均每天 收聽時數(hr)
				早上	下午	晚上	凌晨	
整體		1,008	100.0	80.1	51.7	30.4	2.0	2.70
收聽裝置	行動裝置	226	22.4	72.4	52.8	30.0	3.6	3.20
	傳統設備	782	77.6	82.4	51.3	30.5	1.6	2.56

在假日方面，有透過行動裝置收聽廣播的聽眾，在假日收聽廣播時段方面，以「下午」收聽的比例最高，其次為「早上」，而使用傳統設備收聽的聽眾，則以「早上」比例最高，其次為「下午」。

另外，有透過行動裝置收聽廣播的聽眾，假日平均每天收聽時數為2.83(hr/day)，高於使用傳統設備收聽廣播聽眾的2.31(hr/day)。

表 5-2-5 不同收聽裝置之收聽時段與時數(假日)交叉表

單位：%				假日收聽廣播時段				假日 平均每天 收聽時數(hr)
				早上	下午	晚上	凌晨	
整體		500	100.0	61.0	57.7	32.4	3.2	2.43
收聽裝置	行動裝置	115	23.1	48.6	56.1	31.5	6.2	2.83
	傳統設備	385	76.9	64.7	58.2	32.7	2.3	2.31

(四) 收聽廣播之原因

針對不同收聽裝置之族群在收聽廣播之原因方面進行比較。不論使用何種裝置/設備，在收聽廣播之原因方面，皆以「有聲音陪伴」、「無聊/打發時間」、「收聽即時新聞」及「可以跟著唱歌/聽歌」四項比例皆落在各自比例前五之原因。

另外，有透過行動裝置收聽廣播的聽眾，在收聽廣播之原因方面，有16.4%的聽眾表示為「吸收新知」，而使用傳統設備收聽廣播聽眾則有20.2%為「收聽路況報導」，為兩族群在收聽廣播原因中較顯著的差異。

表 5-2-6 不同收聽裝置之收聽時段與時數(平日)交叉表

	收聽裝置	
	行動裝置	傳統設備
收聽廣播原因 (依序列出前五之比例)	有聲音陪伴 29.5%	無聊/打發時間 35.0%
	無聊/打發時間 28.0%	有聲音陪伴 22.8%
	收聽即時新聞 21.3%	收聽路況報導 20.2%
	可以跟著唱歌/聽歌 20.7%	可以跟著唱歌/聽歌 19.4%
	吸收新知 16.4%	收聽即時新聞 14.1%

(五) 收聽廣播之地點

針對不同收聽裝置之族群在收聽廣播的地點方面進行比較。不論使用何種裝置/設備，在收聽廣播的地點皆為「自用車/工作使用的車」、「家中/宿舍」及「工作場所」三項比例較高；另外，使用傳統設備收聽廣播的聽眾，有高達77.7%表示收聽地點在「自用車/工作使用的車」，與其他地點比例差距較大，也與利用行動裝置收聽的聽眾在收聽廣播的地點是有較為顯著的差異。

表 5-2-7 不同收聽裝置之收聽廣播地點比較表

	收聽裝置	
	行動裝置	傳統設備
收聽廣播節目地點 (依序列出前三之比例)	自用車/工作使用的車 51.2%	自用車/工作使用的車 77.7%
	家中/宿舍 45.4%	工作場所 16.1%
	工作場所 36.7%	家中/宿舍 15.8%

(六) 收聽廣播之情境

針對不同收聽裝置之族群在收聽廣播情境方面進行比較。根據下表，可以發現不論使用何種裝置/設備，在收聽廣播的情境皆為「開車」、「工作中」、「做家事」及「休息時/空閒時/無聊時」四項比例皆為前五高之情境；另外，有透過行動裝置收聽廣播的聽眾，在收聽廣播情境方面，有8.7%的聽眾表示為「吃飯」，而使用傳統設備收聽廣播聽眾則有5.7%為「搭車或乘車」，為兩族群在收聽廣播情境中較顯著的差異。

此外，使用傳統設備收聽廣播的聽眾，有高達72.7%表示收聽情境在「開車」，與其他地點比例差距較大，也與利用行動裝置收聽的聽眾在收聽廣播的情境是有較為顯著的差異。

表 5-2-8 不同收聽裝置之收聽廣播情境比較表

	收聽裝置	
	行動裝置	傳統設備
收聽廣播節目情境 (依序列出前五之比例)	開車 45.1%	開車 72.7%
	工作中 42.3%	工作中 19.0%
	做家事 16.8%	做家事 6.1%
	休息時/空閒時/無聊時 10.6%	搭車或乘車 5.7%
	吃飯 8.7%	休息時/空閒時/無聊時 5.1%

(七) 最常收聽的廣播電臺

針對不同收聽裝置之族群在最常收聽的廣播電臺及節目類型方面進行比較。不論使用何種裝置/設備，在最常收聽的廣播電臺方面，皆以「中廣流行網」、「中廣新聞網」及「警廣全國交通網」三項比例皆落在各自比例前五之電臺。

另外，有使用行動裝置收聽的聽眾，則分別仍有7.7%「大眾(KissRadio)」及4.0%「全國(M-radio)」為最常收聽的電臺，而利用傳統設備的聽眾則為10.0%「警廣地區交通台」及6.1%「港都電臺」。

表 5-2-9 不同收聽裝置之較常收聽的廣播電臺比較表

	收聽裝置	
	行動裝置	傳統設備
最常收聽的廣播電台 (依序列出前五之比例)	中廣流行網/FM103.3 16.4%	中廣流行網/FM103.3 12.7%
	中廣新聞網/AM657 10.9%	警廣全國交通網/FM104.9 12.5%
	大眾 (KissRadio) /FM99.9 7.7%	警廣地區交通台 /FM94.3 10.0%
	警廣全國交通網/FM104.9 7.3%	港都電台/FM98.3 6.1%
	全國 (M-radio) /FM106.1 4.0%	中廣新聞網/AM657 4.3%

(八) 較常收聽廣播節目類型

在較常收聽廣播的節目類型方面，不論使用何種裝置/設備，在較常收聽的廣播節目類型皆以「音樂類」、「新聞類(含路況)」、「時事評論類(政論性談話)」及「一般談話性節目(除時事評論類外)」四項比例皆為前五高之節目類型。

另外，有透過行動裝置收聽廣播的聽眾，在較常收聽的廣播節目類型方面，有6.9%的聽眾表示為「投資理財類」，而使用傳統設備收聽廣播聽眾則有3.7%為「生活資訊類」，為兩族群在較常收聽的節目類型中較顯著的差異。

表 5-2-10 不同收聽裝置之較常收聽的廣播節目類型比較表

	收聽裝置	
	行動裝置	傳統設備
較常收聽廣播節目類型 (依序列出前五之比例)	音樂類 54.0%	音樂類 52.4%
	新聞類(含路況) 28.9%	新聞類(含路況) 29.5%
	時事評論類 (政論性談話) 16.5%	一般談話性節目 (除時事評論類外) 9.1%
	一般談話性節目 (除時事評論類外) 11.3%	時事評論類 (政論性談話) 8.8%
	投資理財類 6.9%	生活資訊類 3.7%

第三節 不同收聽頻率聽眾收聽行為差異

本節將訪問之有效聽眾，依據聽眾收聽頻率進行分群，將其分為四個族群，將每週收聽1~2天歸類為「很少收聽」、3~4天為「偶爾收聽」、5~6天為「經常收聽」、每天聽為「固定收聽」，利用四個族群來進行差異比較。

一、不同收聽頻率聽眾輪廓比較

首先將進行族群輪廓之比較。根據表6-1-1結果顯示，依不同收聽頻率之聽眾探討其族群輪廓，下方為輪廓結構，敘述如下：

1. 「很少收聽」：以女性、或20~29歲、或大學、或學生、或溝通主要使用閩南語、或南部地區、或無收入為主要族群。
2. 「偶爾收聽」：以女性、或20~29歲、或國小及以下、或自營商/企業主、或溝通主要使用國語、或東部地區、或平均月收入為6萬元~未滿8萬元為主要族群。
3. 「經常收聽」：以男性、或40~49歲、或研究所及以上、或技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用國語、或中部地區、或平均月收入為8萬元及以上為主要族群。
4. 「固定收聽」：以男性、或70歲及以上、或國小及以下、或無業/退休/待業、或溝通主要使用閩南語、或東部地區、或平均月收入為未滿25,250元為主要族群。

表 5-3-1 不同收聽頻率聽眾輪廓比較表

單位：%			聽眾之收聽頻率			
基本變項	樣本數	百分比	很少收聽	偶爾收聽	經常收聽	固定收聽
	1,045	100.0	11.3	19.6	41.0	28.1
性別						
男性	603	57.7	10.8	19.4	41.1	28.7
女性	442	42.3	12.0	19.8	40.9	27.3
年齡						
13-19歲	18	1.7	52.0	12.1	24.3	11.6
20-29歲	82	7.8	21.7	24.1	34.3	19.9
30-39歲	197	18.9	12.4	21.6	42.9	23.1
40-49歲	295	28.2	9.1	20.4	46.9	23.6
50-59歲	244	23.3	11.3	15.8	44.0	28.9
60-69歲	147	14.1	8.0	19.7	33.9	38.5
70歲以上	62	5.9	1.4	19.8	25.5	53.3
教育程度						
國小及以下	33	3.2	6.8	23.6	19.2	50.4
初中、國中	49	4.7	7.8	17.0	38.1	37.0
高中、高職	274	26.2	11.4	17.4	42.7	28.5
專科	159	15.2	9.3	19.6	37.7	33.3
大學	406	38.8	12.9	21.1	40.2	25.9
研究所及以上	124	11.8	11.3	19.2	51.0	18.4
職業						
軍警公教	58	5.5	13.0	15.8	50.9	20.3
自營商/企業主	104	10.0	8.9	24.9	33.6	32.6
企業主管/專業人員	140	13.5	13.9	18.7	42.5	24.9
助理專業人員/技術人員	71	6.9	3.7	18.6	47.8	29.9
文書事務人員	148	14.2	6.9	21.8	52.8	18.4
商業買賣/服務人員	85	8.2	11.6	15.8	41.5	31.1
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	9.9	17.2	53.1	19.8
農林漁牧礦	17	1.6	9.2	18.1	21.9	50.8
學生	31	3.0	54.6	19.7	17.8	7.9
家管	81	7.8	16.2	23.9	25.5	34.3
無業/退休/待業	125	12.0	7.9	19.1	24.8	48.2
溝通主要使用語言						
國語	676	66.1	11.5	19.4	42.6	26.4
閩南語	323	31.5	11.6	19.0	38.1	31.3
客語	23	2.2	3.1	17.8	40.7	38.5
其他語言	2	0.2	46.3	0.0	0.0	53.7
居住地(分區)						
北部地區	433	41.5	9.5	20.0	42.6	27.9
中部地區	236	22.6	10.1	19.6	42.8	27.5
南部地區	339	32.4	14.4	18.4	38.5	28.6
東部地區	37	3.6	12.7	23.9	33.6	29.8
平均月收入						
未滿25,250元	100	10.3	13.7	19.1	29.5	37.7
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	10.3	18.4	44.7	26.6
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	10.2	21.2	43.3	25.4
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	8.1	23.2	41.7	27.1
8萬元及以上	128	13.2	8.7	18.3	47.8	25.3
無收入	75	7.7	30.1	12.8	21.8	35.3

二、不同收聽頻率聽眾收聽電臺及節目偏好差異比較

(一) 最常收聽的廣播電臺

針對不同收聽頻率之族群在最常收聽的廣播電臺方面進行比較。不論收聽頻率為何，在最常收聽的廣播電臺方面，皆有「中廣流行網」、「警廣地區交通台」及「警廣全國交通網」三項比例皆落在各自比例前五之電臺。

另外，不同收聽頻率對於較常收聽的廣播電臺則有些不同，其中「很少收聽」的聽眾有5.2%收聽「ICRT」、5.0%「港都電台」，「偶爾收聽」則為7.8%「中廣新聞網」、5.1%「港都電台」，「經常收聽」為6.4%「大眾(KissRadio)」、5.8%「中廣新聞網」，「固定收聽」為6.6%「中廣新聞網」、5.7%「港都電台」。

表 5-3-2 不同收聽頻率之較常收聽的廣播電臺比較表

	收聽頻率			
	很少收聽	偶爾收聽	經常收聽	固定收聽
最常收聽的廣播電台 (依序列出前五之比例)	警廣全國交通網 /FM104.9 17.6%	中廣流行網 /FM103.3 14.2%	中廣流行網 /FM103.3 14.3%	中廣流行網 /FM103.3 12.9%
	警廣地區交通台 /FM94.3 15.0%	警廣全國交通網 /FM104.9 12.0%	警廣全國交通網 /FM104.9 10.3%	警廣全國交通網 /FM104.9 10.2%
	中廣流行網 /FM103.3 11.1%	中廣新聞網 /AM657 7.8%	警廣地區交通台 /FM94.3 7.9%	警廣地區交通台 /FM94.3 7.8%
	ICRT /FM100.7 5.2%	警廣地區交通台 /FM94.3 6.0%	大眾 (KissRadio) /FM99.9 6.4%	中廣新聞網 /AM657 6.6%
	港都電台 /FM98.3 5.0%	港都電台 /FM98.3 5.1%	中廣新聞網 /AM657 5.8%	港都電台 /FM98.3 5.7%

(二) 最常收聽的節目類型

在較常收聽廣播的節目類型方面，不論收聽頻率為何，在較常收聽的廣播節目類型皆以「音樂類」、「新聞類(含路況)」、「時事評論類(政論性談話)」及「一般談話性節目(除時事評論類外)」四項比例皆為前五高之節目類型。

另外，不同收聽頻率對於較常收聽的節目類型則有些不同，其中「很少收聽」的聽眾有2.1%收聽「語言教學類」，「偶爾收聽」及「經常收聽」分別為3.1%及5.4%「投資理財類」，「固定收聽」為5.9%「生活資訊類」。

表 5-3-3 不同收聽頻率之較常收聽節目類型比較表

	收聽頻率			
	很少收聽	偶爾收聽	經常收聽	固定收聽
較常收聽廣播節目類型 (依序列出前五之比例)	音樂類 54.6%	音樂類 56.8%	音樂類 50.9%	音樂類 51.8%
	新聞類(含路況) 29.4%	新聞類(含路況) 30.1%	新聞類(含路況) 31.2%	新聞類(含路況) 26.2%
	時事評論類 (政論性談話) 6.8%	時事評論類 (政論性談話) 8.0%	時事評論類 (政論性談話) 12.0%	一般談話性節目 (除時事評論類外) 11.6%
	一般談話性節目 (除時事評論類外) 6.0%	一般談話性節目 (除時事評論類外) 6.2%	一般談話性節目 (除時事評論類外) 10.8%	時事評論類 (政論性談話) 11.4%
	語言教學類 2.1%	投資理財類 3.1%	投資理財類 5.4%	生活資訊類 5.9%

(三) 最常收聽的新聞報導類型

不論收聽頻率為何，在較常收聽廣播的新聞報導類型皆以「路況報導」、「社會新聞」及「國內政治新聞」三項比例皆為前五高之新聞報導類型。依據下表可以發現收聽「路況報導」類型的收聽比例，會隨著收聽頻率的增加，收聽排序下降。

另外，不同收聽頻率對於較常收聽廣播的新聞報導類型則有些不同，主要皆以「財經股市」及「國際新聞」為主要較常收聽的新聞報導類型。

表 5-3-4 不同收聽頻率之較常收聽新聞報導類型比較表

	收聽頻率			
	很少收聽	偶爾收聽	經常收聽	固定收聽
較常收聽新聞報導類型 (依序列出前五之比例)	路況報導 40.9%	社會新聞 36.3%	社會新聞 26.2%	社會新聞 31.4%
	社會新聞 24.9%	路況報導 23.7%	路況報導 20.9%	國內政治新聞 25.6%
	國內政治新聞 14.6%	國內政治新聞 15.4%	國內政治新聞 19.3%	路況報導 22.4%
	財經股市 7.3%	國際新聞 10.9%	財經股市 8.0%	國際新聞 9.8%
	國際新聞 7.3%	財經股市 7.0%	其他類型 6.7%	其他類型 5.9%

(四) 最常收聽的音樂節目類型

不論收聽頻率為何，在較常收聽廣播的音樂節目類型皆以「流行歌曲」及「古典音樂」的比例皆為前五高之音樂節目類型。

另外，不同收聽頻率對於較常收聽廣播的音樂節目類型則有些不同，主要以「西洋歌曲」及「經典老歌」為主要較常收聽的音樂節目類型。

表 5-3-5 不同收聽頻率之較常收聽音樂節目類型比較表

	收聽頻率			
	很少收聽	偶爾收聽	經常收聽	固定收聽
較常收聽音樂節目類型 (依序列出前五之比例)	流行歌曲 65.5%	流行歌曲 50.4%	流行歌曲 53.7%	流行歌曲 31.7%
	西洋歌曲 7.4%	古典音樂 11.0%	經典老歌 9.5%	經典老歌 13.6%
	其他類型 6.7%	經典老歌 10.5%	西洋歌曲 9.2%	古典音樂 13.0%
	台語歌曲 5.0%	其他類型 7.2%	古典音樂 8.0%	台語歌曲 10.2%
	古典音樂 4.5%	西洋歌曲 4.3%	其他類型 6.3%	其他類型 5.93%

第四節 不同族群聽眾收聽行為

本節將有效聽眾進行劃分，分為「男性工作者」、「女性工作者」、「退休族(無業/退休/待業)」、「學生」、「家管」共五個族群，透過分群方式，藉此探討不同族群收聽行為之差異。

一、不同族群收聽廣播方式

在收聽廣播方式方面，除了退休族以「一般收音機/音響」比例最高外，其餘族群皆以「車用收音機/音響」比例最高，皆超過5成5以上。另外，除了學生族以外，其他族群有使用「手機/平板」收聽廣播的比例皆在2成上下。

表 5-4-1 不同族群收聽廣播方式交叉表

單位：%				收聽廣播之設備			
				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		1,045	100.0	66.5	27.9	18.9	4.4
身份別	男性工作者	502	48.0	75.5	18.4	18.6	3.2
	女性工作者	307	29.3	59.6	32.6	18.0	8.2
	退休族	125	11.9	48.6	50.5	24.2	2.7
	學生族	31	3.0	65.7	29.7	12.7	4.8
	家管	81	7.7	63.9	34.3	18.5	0.0

二、不同族群透過手機/電腦收聽廣播方式

在透過手機/電腦收聽廣播方式方面，男性工作者及女性工作者皆以「手機APP程式」使用比例最高，其次為「電臺官方網站即時收聽」；退休族除了一樣以「手機APP程式」使用比例最高外，其次則為「手機內建收音機頻道」。

表 5-4-2 不同族群透過手機/電腦收聽廣播方式交叉表

單位：%			手機/電腦收聽廣播方式								
			手機APP程式	手機內建收音機頻道	電臺官方網站即時收聽	HiNet-hichannel線上即時收聽平臺	網際網路隨選收聽	KKBOX網路平台即時收聽	Youtube	不知道/忘記了	
整體		229	100.0	64.2	29.2	38.0	18.3	25.0	15.1	2.7	3.0
身份別	男性工作者	104	45.4	67.1	26.5	32.6	16.0	20.0	9.7	1.1	3.1
	女性工作者	74	32.4	62.0	24.2	47.0	22.9	29.7	20.2	3.4	2.8
	退休族	32	13.9	62.2	42.8	38.2	16.0	25.6	10.0	5.4	5.1
	學生族	4	1.7	33.2	37.8	66.8	0.0	0.0	66.8	0.0	0.0
	家管	15	6.5	67.0	41.7	23.4	21.1	41.5	23.9	5.2	0.0

三、不同族群收聽廣播頻率

在收聽廣播頻率方面，男性工作者及女性工作者皆有4成5左右的比例為「經常收聽」，比例最高；退休族及家管分別有48.2%及34.3%的聽眾為「固定收聽」，學生族則有54.6%為「很少收聽」。

表 5-4-3 不同族群收聽廣播頻率交叉表

單位：%				收聽廣播頻率			
		樣本數	百分比	很少收聽	偶爾收聽	經常收聽	固定收聽
整體		1,045	100.0	11.3	19.6	41.0	28.1
身份別	男性工作者	502	48.0	10.1	18.9	44.9	26.1
	女性工作者	307	29.3	9.0	19.7	47.6	23.7
	退休族	125	11.9	7.9	19.1	24.8	48.2
	學生族	31	3.0	54.6	19.7	17.8	7.9
	家管	81	7.7	16.2	23.9	25.5	34.3

四、不同族群收聽廣播原因

在收聽廣播原因方面，不論身份別為何，皆以「無聊/打發時間」、「有聲音陪伴」及「可以跟著唱歌/聽歌」三項原因比例落在前五高之原因；另外，「收聽路況報導」、「收聽即時新聞」、「吸收新知」及「跟家人一起收聽」等也為各族群中各自佔比較高的原因。

表 5-4-4 不同族群收聽廣播原因比較表

	身份別				
	男性 工作者	女性 工作者	退休族	學生族	家管
收聽廣播原因 (依序列出前五之比例)	無聊/打發時間 34.9%	有聲音陪伴 28.0%	無聊/打發時間 37.5%	無聊/打發時間 35.3%	無聊/打發時間 47.8%
	有聲音陪伴 24.3%	無聊/打發時間 15.6%	有聲音陪伴 24.1%	跟家人一起收聽 26.1	可以跟著 唱歌/聽歌 23.9%
	收聽路況報導 21.9%	可以跟著 唱歌/聽歌 21.3%	吸收新知 18.0%	收聽路況報導 19.2%	有聲音陪伴 16.3%
	可以跟著 唱歌/聽歌 19.3%	收聽即時新聞 18.3%	可以跟著 唱歌/聽歌 15.3%	可以跟著 唱歌/聽歌 15.8%	收聽路況報導 15.8%
	收聽即時新聞 15.2%	工作場所會固定 播放 15.1%	收聽即時新聞 14.7%	有聲音陪伴 8.4%	收聽即時新聞 15.3%

五、不同族群收聽廣播地點

在收聽廣播地點方面，男性工作者、女性工作者皆以「自用車/工作使用的車」(工作/通勤車輛)及「工作場所」兩個地點比例最高；退休族、學生族及家管則以「家中/宿舍」及「自用車/工作使用的車」(搭車或乘車)為比例前兩高。

表 5-4-5 不同族群收聽廣播地點比較表

	身份別				
	男性工作者	女性工作者	退休族	學生族	家管
收聽廣播地點 (依序列出前三之比例)	自用車/ 工作使用的車 80.4%	自用車/ 工作使用的車 65.6%	家中/宿舍 61.5%	自用車/ 工作使用的車 87.9%	自用車/ 工作使用的車 72.3%
	工作場所 21.1%	工作場所 33.6%	自用車/ 工作使用的車 49.0%	家中/宿舍 32.1%	家中/宿舍 39.9%
	家中/宿舍 11.0%	家中/宿舍 19.2%	工作場所 3.9%	運動場所/ 戶外/公園 4.8%	運動場所/ 戶外/公園 3.0%

六、不同族群收聽廣播情境

在收聽廣播情境方面，男性工作者、女性工作者皆以「開車」及「工作中」兩個情境比例最高，退休族為「開車」、「休息時/空閒時/無聊時」及「做家事」，學生族為「搭車或乘車」、「開車」及「吃飯」，家管為「開車」及「做家事」比例較高。

表 5-4-6 不同族群收聽廣播情境比較表

	身份別				
	男性工作者	女性工作者	退休族	學生族	家管
收聽廣播情境 (依序列出前五之比例)	開車 78.7%	開車 59.6%	開車 46.1%	搭車或乘車 33.0%	開車 63.9%
	工作中 24.0%	工作中 36.7%	休息時/ 空閒時/無聊時 20.1%	開車 31.7%	做家事 32.5%
	休息時/ 空閒時/無聊時 3.8%	做家事 8.8%	做家事 19.4%	吃飯 26.7%	搭車或乘車 10.3%
	吃飯 2.8%	搭車或乘車 8.6%	工作中 10.3%	休息時/ 空閒時/無聊時 13.9%	工作中 6.6%
	運動 2.1%	休息時/ 空閒時/無聊時 4.3%	睡覺前 9.4%	唸書 12.8%	休息時/ 空閒時/無聊時 5.1%

七、不同族群較常收聽的廣播電臺

在較常收聽的廣播電臺方面，不論身份別為何，皆以「警廣全國交通網」電臺較常收聽的比例落在前五高；另外，「中廣流行網」、「警廣地區交通台」、「中廣新聞網」、「港都電台」及「ICRT」等電臺也為各族群中各自佔比較高的電臺，請參考下表。

表 5-4-7 不同族群較常收聽的廣播電臺比較表

	身份別				
	男性工作者	女性工作者	退休族	學生族	家管
較常收聽的廣播電台 (依序列出前五之比例)	警廣全國交通網 /FM104.9 13.5%	中廣流行網 /FM103.3 15.3%	中廣流行網 /FM103.3 12.0%	警廣地區交通台 /FM94.3 19.3%	中廣流行網 /FM103.3 16.9%
	中廣流行網 /FM103.3 13.2%	港都電台 /FM98.3 8.7%	警廣全國交通網 /FM104.9 11.2%	警廣全國交通網 /FM104.9 15.7%	警廣全國交通網 /FM104.9 13.3%
	警廣地區交通台 /FM94.3 11.1%	大眾 (KissRadio) /FM99.9 7.9	中廣新聞網/AM657 9.7%	大千 /FM99.1 13.1%	ICRT /FM100.7 7.8%
	中廣新聞網/AM657 5.5%	警廣全國交通網 /FM104.9 7.0%	ICRT /FM100.7 5.5%	中廣新聞網/AM657 9.1%	愛樂 /FM99.7 5.4%
	港都電台 /FM98.3 4.9%	中廣新聞網/AM657 5.2%	台灣全民/FM98.1 5.3%	飛揚 /FM89.5 8.2%	警廣地區交通台 /FM94.3 5.0%

八、不同族群較常收聽廣播電臺的原因

在較常收聽廣播電臺的原因方面，不論身份別為何，皆以「音樂好聽」及「整體節目內容」兩項原因比例落在前五高之原因；另外，「收聽路況」、「習慣了」、「新聞因素」、「主持人因素」、「收訊品質較好」及「工作場所或他人播放」等也為各族群中各自佔比較高的原因，請參考下表。

表 5-4-8 不同族群較常收聽廣播電臺的原因比較表

	身份別				
	男性 工作者	女性 工作者	退休族	學生族	家管
較常收聽廣播電台的原因 (依序列出前五之比例)	音樂好聽 26.6%	音樂好聽 34.7%	整體節目內容 24.9%	收聽路況 26.0%	音樂好聽 22.3%
	收聽路況 23.0%	習慣了 14.3%	音樂好聽 20.8%	工作場所 或他人播放 25.5%	收聽路況 20.2%
	習慣了 19.1%	工作場所 或他人播放 12.1%	習慣了 19.2%	音樂好聽 14.5%	整體節目內容 17.7%
	整體節目內容 14.2%	整體節目內容 12.0%	新聞因素 17.5%	整體節目內容 12.4%	主持人因素 15.3%
	新聞因素 11.2%	新聞因素 10.9%	主持人因素 10.2%	收訊品質 比較好 9.7%	收訊品質 比較好 12.3%

九、不同族群較常收聽的廣播節目類型

在較常收聽的廣播節目類型方面，不論身份別為何，皆以「音樂類」、「新聞類」、「時事評論類」及「一般談話性節目」四項節目類別比例落在前五高；另外，「生活資訊類」及「投資理財類」等也為各族群中各自佔比較高的類型，請參考下表。

表 5-4-9 不同族群較常收聽的廣播節目類型比較表

	身份別				
	男性 工作者	女性 工作者	退休族	學生族	家管
較常收聽的廣播節目類型 (依序列出前五之比例)	音樂類 53.2%	音樂類 55.6%	音樂類 42.7%	音樂類 53.7%	音樂類 53.8%
	新聞類 32.2%	新聞類 21.8%	新聞類 34.9%	新聞類 34.2%	新聞類 30.5%
	時事評論類 10.7%	一般談話性節目 11.0%	時事評論類 16.3%	一般談話性節目 11.6%	時事評論類 9.3%
	一般談話性節目 8.1%	時事評論類 7.9%	一般談話性節目 13.6%	時事評論類 11.4%	一般談話性節目 6.2%
	生活資訊類 4.0%	投資理財類 4.5%	生活資訊類 8.70%	投資理財類 7.3%	語言教學類 5.8%

十、不同族群對時事評論/資訊發布信任度情形

在對時事評論/資訊發布信任度情形方面，透過卡方檢定結果發現，不同族群的各身份別間存在顯著差異，其中以女性工作者表示「信任」的比例(75.9%)最高，其次為家管的69.0%，第三為男性工作者的67.9%，最後為退休族的54.9%。

表 5-4-10 不同族群對時事評論/資訊發布信任度情形交叉表

單位：%			廣播節目對時事評論、資訊發布內容信任度			檢定結果
	樣本數	百分比	信任	不信任	未表態	
整體		442	100.0	69.1	17.0	13.8
身份別	男性工作者	227	51.4	67.9	17.7	14.4
	女性工作者	107	24.2	75.9	17.1	6.9
	退休族	61	13.9	54.9	15.2	29.9
	學生族	14	3.2	100.0	0.0	0.0
	家管	32	7.2	69.0	23.0	8.0

卡方值=24.731
p-value=0.002
身份別間存在顯著差異

十一、不同族群對節目報導議題立場看法及影響

在對節目報導議題立場看法方面，透過卡方檢定結果發現，不同族群的各身份別間未存在顯著差異，表示各族群間對於節目報導議題立場看法表示中立的比例差距不大；其中以家管表示「中立」的比例較高，為60.4%，最低為退休族的49.5%。

表 5-4-11 不同族群對節目報導議題立場看法交叉表

單位：％			節目報導議題立場看法			檢定 結果
	樣本數	百分比	中立	不中立	未表態	
整體		442	100.0	58.8	26.4	14.8
身份別	男性工作者	227	51.4	59.7	26.5	13.8
	女性工作者	107	24.2	57.7	28.4	13.9
	退休族	61	13.9	49.5	31.3	19.2
	學生族	14	3.2	89.7	0.0	10.3
	家管	32	7.2	60.4	21.5	18.1
卡方值=10.484 p-value=0.233 身份別間未存在顯著差異						

進一步在對新聞評論是否影響民眾看法方面，透過卡方檢定結果發現，不同族群的各身份別間未存在顯著差異；其中以男性工作者表示「有影響」的比例較高，為23.6%(偏正面比較多17.8%、偏負面比較多5.8%)，最低為退休族的20.1%(偏正面比較多14.0%、偏負面比較多6.1%)。

表 5-4-12 不同族群對新聞評論是否影響看法交叉表

單位：%			新聞評論是否影響民眾看法				檢定 結果
	樣本數	百分比	有影響， 偏正面比 較多	有影響， 偏負面比 較多	沒有 影響	不知道 /無意見 /拒答	
整體		442	100.0	17.1	5.7	66.7	10.4
身 份 別	男性工作者	227	51.4	17.8	5.8	66.6	9.8
	女性工作者	107	24.2	15.4	7.3	69.3	8.1
	退休族	61	13.9	14.0	6.1	68.4	11.4
	學生族	14	3.2	36.7	0.0	52.8	10.5
	家管	32	7.2	15.4	2.2	61.6	20.9

卡方值=10.812
p-value=0.545
身份別間
未存在顯著差異

十二、不同族群對電臺廣告時間長度感受情形

在對電臺廣告時間長度感受情形方面，透過卡方檢定結果發現，不同族群的各身份別間存在顯著差異，其中以女性工作者表示廣告時間長度「多」的比例(31.6%)最高，其他依序為退休族29.0%、男性工作者28.5%、家管28.5%、學生族15.6%。

表 5-4-13 不同族群電臺廣告時間長度感受情形交叉表

單位：%				電臺廣告時間長度感受情形				檢定 結果
		樣本數	百分比	多	剛好	少	未表態	
整體		1,045	100.0	29.1	56.5	1.2	13.2	
身份別	男性工作者	502	48.0	28.5	58.4	1.0	12.1	卡方值=29.224 p-value=0.004 身份別間存在顯著差異
	女性工作者	307	29.3	31.6	57.0	1.7	9.7	
	退休族	125	11.9	29.0	43.6	1.5	25.8	
	學生族	31	3.0	15.6	75.9	0.0	8.6	
	家管	81	7.7	28.5	55.3	0.0	16.1	

十三、不同族群對廣播節目中介紹商品訊息接受度

在對廣播節目中介紹商品訊息接受度方面，透過卡方檢定結果發現，不同族群的各身份別間存在顯著差異，其中以學生對廣播節目有商品訊息介紹表示「接受」的比例(88.2%)最高，其他依序為男性工作者81.1%、女性工作者71.9%、退休族71.0%、學生族68.3%。

表 5-4-14 不同族群廣播節目中介紹商品訊息接受度交叉表

單位：%			廣播節目中介紹商品 訊息接受度			檢定 結果
	樣本數	百分比	接受	不接受	未表態	
整體		1,045	100.0	76.4	17.4	
身份別	男性工作者	502	48.0	81.1	14.4	4.5
	女性工作者	307	29.3	71.9	20.2	7.9
	退休族	125	11.9	71.0	17.7	11.3
	學生族	31	3.0	88.2	11.8	0.0
	家管	81	7.7	68.3	26.8	4.9
						卡方值=23.603 p-value=0.003 身份別間存在顯著差異

十四、不同族群對節目冠名贊助提供訊息播出時間長度的接受度

在對節目冠名贊助提供訊息播出時間長度的接受度方面，透過卡方檢定結果發現，不同族群的各身份別間存在顯著差異，其中以學生族對節目冠名訊息播出時間的規定表示「接受」的比例(92.7%)最高，其他依序為為家管91.1%、女性工作者90.1%、男性工作者88.8%、退休族84.4%。

表 5-4-15 不同族群節目冠名贊助訊息播出時間接受度交叉表

單位：%				節目冠名贊助提供訊息 播出時間長度的接受度			檢定 結果
		樣本數	百分比	接受	不接受	未表態	
整體		1,045	100.0	88.9	6.5	4.6	卡方值=19.197 p-value=0.014 身份別間存在顯著差異
身份別	男性工作者	502	48.0	88.8	6.9	4.3	
	女性工作者	307	29.3	90.1	7.3	2.6	
	退休族	125	11.9	84.4	4.2	11.4	
	學生族	31	3.0	92.7	7.3	0.0	
	家管	81	7.7	91.1	3.9	5.0	

十五、不同族群收聽 Podcast 時段及時數

在收聽Podcast時段及時數方面，男性工作者以「沒有固定收聽時間」比例最高，其次為「晚上18:00~23:59」，女性工作者以「晚上18:00~23:59」比例最高，其次為「沒有固定收聽時間」，學生則以「晚上18:00~23:59」最高，其次為「上午6:00~11:59」。

另外有收聽廣播的聽眾中，也有收聽Podcast的每天平均收聽時數為1.26小時。各身份別中，以學生的收聽時數最高，為1.49小時，其次為女性工作者的1.31小時，第三為男性工作者的1.17小時。

表 5-4-16 不同族群收聽 Podcast 時段及時數交叉表

單位：%			收聽Podcast時段及時數						
			凌晨 00:00- 05:59	上午 6:00- 11:59	下午 12:00- 17:59	晚上 18:00- 23:59	沒有固定 收聽時間	每天平均 收聽時數	
整體		512	100.0	2.5	22.4	13.1	36.0	26.0	1.26
身份別	男性工作者	187	36.5	1.2	21.3	18.2	28.6	30.6	1.17
	女性工作者	205	40.0	2.8	23.6	8.6	38.5	26.4	1.31
	退休族	23	4.4	0.0	13.0	5.6	40.3	41.1	0.82
	學生族	76	14.9	5.0	27.6	11.8	47.3	8.3	1.49
	家管	21	4.2	5.3	11.4	22.6	32.7	27.9	1.09

十六、不同族群收聽 Podcast 節目類型

在收聽Podcast節目類型方面，男性工作者以「閒聊趣味類」及「商業與個人理財類」及「知識說書類」三類型比例較高，而女性工作者及學生族則以「閒聊趣味類」及「知識說書類」比例較高。

表 5-4-17 不同族群收聽 Podcast 節目類型比較表

	身份別				
	男性工作者	女性工作者	退休族	學生族	家管
收聽Podcast節目類型 (依序列出前五之比例)	閒聊趣味類 34.1%	閒聊趣味類 43.2%	閒聊趣味類 37.6%	閒聊趣味類 60.3%	知識說書類 58.9%
	商業與個人理財類 31.9%	知識說書類 42.5%	知識說書類 30.6%	知識說書類 29.1%	商業與個人理財類 22.7%
	知識說書類 24.8%	商業與個人理財類 15.8%	商業與個人理財類 25.3%	旅遊生活類 15.8%	閒聊趣味類 22.4%
	新聞與政治類 13.2%	新聞與政治類 10.8%	新聞與政治類 23.6%	新聞與政治類 12.1%	旅遊生活類 21.3%
	旅遊生活類 7.9%	旅遊生活類 5.7%	旅遊生活類 18.7%	商業與個人理財類 8.2%	新聞與政治類 7.3%

十七、不同族群收聽 Podcast 原因

在收聽Podcast原因方面，男性工作者、女性工作者皆以「收聽便利性」比例最高，其次為「喜歡節目風格」，而學生族則以「喜歡節目風格」比例最高，其次為「收聽便利性」。

表 5-4-18 不同族群收聽 Podcast 原因比較表

	身份別				
	男性工作者	女性工作者	退休族	學生族	家管
收聽Podcast原因 (依序列出前五之比例)	收聽便利性 38.7%	收聽便利性 34.7%	喜歡節目風格 28.9%	喜歡節目風格 42.3%	喜歡節目風格 44.0%
	喜歡節目風格 30.8%	喜歡節目風格 33.1%	親友的介紹 18.6%	收聽便利性 21.5%	收聽便利性 35.1%
	喜歡主持人風格 8.1%	喜歡主持人風格 10.0%	收聽便利性 14.2%	有聲音陪伴 14.0%	喜歡主持人風格 8.6%
	節目無固定時間限制 6.3%	有聲音陪伴 8.1%	有聲音陪伴 14.1%	可以吸收知識 10.7%	親友的介紹 6.7%
	有聲音陪伴 6.1%	可以吸收知識 7.0%	喜歡主持人風格 13.3%	節目無固定時間限制 10.1%	陪小朋友收聽 5.0%

第五節 不同收聽裝置及 Podcast 聽眾之差異比較

本節將所有受訪者，依據收聽廣播之裝置及收聽Podcast與否進行分群，分為「行動裝置」(新興收聽平台)、「傳統設備」(一般收音機及車用收音機)及「僅收聽Podcast」三個族群，進行收聽行為及運用態度之差異比較。因收聽廣播及收聽Podcast所詢問的題型有所差異，因此僅針對皆有詢問之收聽時段與時數、收聽節目類型及收聽原因進行差異比較。

一、收聽之時段與時數

因行動裝置及傳統設備在詢問收聽時段方面採用平/假日各別詢問，且採複選題模式，而Podcast聽眾僅詢問最近一週收聽時段，並採用單選方式，因此下表數據比較結果說明僅供參考。

透過下表可以發現，收聽廣播的聽眾不論使用行動裝置或傳統設備，皆以「上午6:00~11:59」及「下午12:00~17:59」兩個時段收聽比率相對較高，而收聽Podcast的聽眾收聽時段則以「晚上18:00~23:59」比率較高。

每天平均收聽時數方面，收聽廣播的聽眾平均收聽時數整體皆高於收聽Podcast的聽眾(1.26hr/day)，而收聽廣播的聽眾中，使用行動裝置收聽廣播的聽眾，每天平均收聽時數(3.02hr/day)略高於使用傳統設備收聽聽眾的每天平均時數(2.44hr/day)。

表 5-5-1 不同收聽裝置及 Podcast 聽眾之收聽時段與時數交叉表

單位：%				收聽時段及時數					
		樣本數	百分比	凌晨 00:00- 05:59	上午 6:00- 11:59	下午 12:00- 17:59	晚上 18:00- 23:59	沒有固定 收聽時間	每天平均 收聽時數
整體		1,440	100.0						
不同收聽裝置及 Podcast聽眾	行動裝置	229	15.9	4.4	64.5	50.2	24.5	27.4	3.02
	傳統設備	816	56.6	2.0	69.8	43.0	23.3	31.5	2.44
	Podcast	395	27.5	1.8	23.0	12.3	37.5	25.4	1.26

二、較常收聽的節目類型

因行動裝置及傳統設備在較常收聽的節目類型方面，因廣播及Podcast節目分類方式不同，所以問卷設計也有所差異，因此下表數據比較結果說明僅供參考。

透過下表可以發現，收聽廣播的聽眾不論使用行動裝置或傳統設備，皆以「音樂類」及「新聞類」為主要收聽的節目類型，而Podcast聽眾則是以「閒聊趣味類」及「知識說書類」。而收聽廣播的聽眾不論是行動裝置或傳統設備，兩族群較常收聽的節目類型差異不大。

表 5-5-2 不同收聽裝置及 Podcast 聽眾之較常收聽的節目類型比較表

	不同收聽裝置及 Podcast 聽眾		
	行動裝置	傳統設備	Podcast
較常收聽節目類型 (依序列出前五之比例)	音樂類 54.0%	音樂類 52.4%	閒聊趣味類 44.7%
	新聞類(含路況) 28.9%	新聞類(含路況) 29.5%	知識說書類 34.4%
	時事評論類 (政論性談話) 16.5%	一般談話性節目 (除時事評論類外) 9.1%	商業與個人理財類 20.1%
	一般談話性節目 (除時事評論類外) 11.3%	時事評論類 (政論性談話) 8.8%	新聞與政治類 12.3%
	投資理財類 6.9%	生活資訊類 3.7%	旅遊生活類 8.1%

三、收聽之原因

收聽原因方面，收聽廣播的聽眾不論使用行動設備或傳統設備，會選擇收聽廣播的原因皆以「有聲音陪伴」及「無聊/打發時間」為比例相對較高的原因，而會選擇收聽Podcast的聽眾，其選擇的主要原因為「收聽便利性」及「喜歡節目風格」兩者比例相對較高。

表 5-5-3 不同收聽裝置及 Podcast 聽眾之收聽原因比較表

	不同收聽裝置及 Podcast 聽眾		
	行動裝置	傳統設備	Podcast
收聽原因 (依序列出前五之比例)	有聲音陪伴 29.5%	無聊/打發時間 35.0%	收聽便利性 36.9%
	無聊/打發時間 28.0%	有聲音陪伴 22.8%	喜歡節目風格 32.3%
	收聽即時新聞 21.3%	收聽路況報導 20.2%	有聲音陪伴 8.4%
	可以跟著唱歌/聽歌 20.7%	可以跟著唱歌/聽歌 19.4%	喜歡主持人風格 8.0%
	吸收新知 16.4%	收聽即時新聞 14.1%	可以吸收知識 7.2%

第六章 廣播經營與相關政策

第一節 焦點座談會調查結果-廣播聽眾場

本研究焦點座談會-廣播聽眾場於112年2月19日早上10:00~12:00於集思台大會議中心舉行，透過居住於北、中、南部，不同性別及年齡層的廣播聽眾與會討論，並由臺灣藝術大學廣播電視學系 賴祥蔚老師擔任座談會主持人，針對廣播及Podcast收聽情形、廣播節目內容探討、電臺活動與聽眾互動經驗探討、廣播節目及管道方式建議等議題進行討論。下方二表為廣播聽眾場與會名單及訪談大綱。

表 6-1-1 廣播聽眾場與會名單

職稱	姓名	服務機關			
主持人	賴祥蔚 老師	國立臺灣藝術大學廣播電視學系			
編號	姓名	性別	居住地	年齡	職業
A1	黃 O 媛	女性	新北市	50-59 歲	技術工/體力工
A2	賴 O 杏	女性	新北市	60-69 歲	企業主管/專業人員
A3	曾 O 翔	男性	新北市	30-39 歲	助理專業人員/技術人員
A4	吳 O 軒	男性	臺北市	30-39 歲	助理專業人員/技術人員
A5	吳 O 輔	男性	南投縣	20-29 歲	學生
A6	張 O 惠	女性	臺中市	50-59 歲	商業買賣/服務人員
A8	林 O 淳	女性	高雄市	30-39 歲	文書事務人員
A9	周 O 宏	男性	高雄市	40-49 歲	助理專業人員/技術人員
A10	侯 O 云	女性	高雄市	20-29 歲	學生

表 6-1-2 廣播聽眾場座談會大綱

主題	座談會大綱
引言 (10 分)	1. 主持人自我介紹、說明座談會主題、討論方式 2. 與會者自我介紹，包含居住地、職業等
收聽廣播及 Podcast 收聽情形 (25 分)	3. 請問您平常收聽廣播，收聽時段？收聽場合？電臺頻道？ 4. 對廣播電臺訊號(播音品質)的建議？ 5. 您平常收聽管道？是否會透過網路、APP、手機等多媒體方式來收聽節目？為什麼？ 6. 請問您平常有在收聽Podcast嗎？會聽什麼類型的節目？ 7. 您對廣播及Podcast偏好及需求？
廣播節目內容 探討 (25 分)	8. 請問您對於什麼類型的廣播節目比較容易感興趣？ 9. 對於廣播節目中評論新聞時事帶風向的看法？ 10. 請問您有因廣播節目中行銷商品而購買或是諮詢相關服務的經驗嗎？ 11. 對於節目中行銷產品的接受度？ 12. 對於電臺廣告能接受的時長？
電臺活動與聽眾 互動 經驗探討 (10 分)	13. 請問您有與電臺主持人或節目相關活動互動的經驗嗎？(例如抽獎、call-in、FB粉絲團)互動過程是否滿意？ 14. 對於與聽眾的互動機制是否有其他建議？
廣播節目及 管道方式建議 (20 分)	15. 請問您對於廣播節目開始提供線上隨選服務或是網路直播的看法？ 16. 對於廣播節目內容應如何調整，或是有什麼創新方向來推廣廣播節目？ 17. 對於廣播應增加何種管道方式或平台，以吸引年輕族群收聽的建議？
總結 (10分)	18. 整體而言，針對電臺服務或節目是否還有其它建議或想法？

以下將針對會議中聽眾針對主題所回饋之內容進行重點摘要說明。

一、收聽廣播及Podcast情形

1. 我聽的是News98，我覺得節目講得範圍很廣，會講到投資、天文、醫學、心理、科學等方面，每天安排的主題都不一樣。我在家希望有點聲音，就會邊聽邊做家事，尤其是我很長時間在做家庭主婦，跟外面接觸很少，可以豐富自己的知識。(A1)
2. 我公公聽台語頻道時，我也會跟著聽，聽台語頻道的好處是可以讓小孩子接觸台語，所以我們家的小孩很會講台語，跟上一代談吐之間沒有耽擱。六日比較煩燥時我就轉流行音樂台，以聽歌為主，跟小孩子的互動就會有話題。(A2)
3. 我是做業務的工作，會在等客戶或者開車的時候收聽廣播，主要使用手機收聽。因為我的時間比較不固定，所以廣播比較會聽一些流行歌曲，但財經類我比較常聽Podcast，財經這塊Podcast的內容比較多，像是會聽夏韻芬的節目。若聽到電臺的節目內容覺得不錯，就會去跟客人聊，會用這樣的方式跟客戶有不同的接觸。(A3)
4. 平常在開車或是在辦公室的時候會聽，主要聽ICRT維持英文能力。工作時比較不愛聽廣播，因為需要寫企劃所以不太適合，但有時還是會聽ICRT，畢竟全英文的比較不會有干擾。(A4)
5. 我也是聽ICRT比較多，想說可以順便學一下英文，而且ICRT就是在講台灣的事情，會比較習慣。(A8)
6. 聽廣播的時候比較常用的是電腦，我會上Google去搜尋廣播電臺，但是它會常斷訊，因為連的是wifi，跟收音機比起來，雜訊會斷得很乾淨，但相對的斷線也會很久，這段空白期是我比較難接受的。(A10)

7. 以前很愛聽中廣，但是現在比較少，因為現在很多時候會有廣告，我都會直接切掉。我覺得廣播的廣告跟Podcast不太一樣，就像我在聽呱吉跟丹尼婁姊的時候，他們的置入性廣告會講得比較有趣一點，不會像廣播突然中斷立即插播一段廣告。(A8)
8. 我覺得現在大部分的上班族比較常接觸Podcast，因為廣播的廣告時間真的有點長，有一些聽眾要聽的東西並不是音樂，而是聽主持人的生活分享，有時候工作可能很繁瑣、很無聊，會想要在放空的階段接收一點東西，而不是音樂、廣告一直進來，反而Podcast就沒有這個困擾。(A5)

二、廣播節目內容

1. 廣播電臺的廣告會臨時插進來，廣告時間也會比較長，當我意識到廣告進來後10秒、20秒還沒結束我就會把頻道切掉。但像Podcast的置入性行銷，因為在開頭就會跟你說是誰贊助，所以比較可以讓人接受，廣告不會占用的太多。(A10)(廣告長度)
2. 像飛碟的話，他們可能在20分鐘就會直接切入進廣告，不管當下是在call-in或是他們在講什麼話。可能主持人忘記要進廣告，當下他說的話就被截斷，然後就直接進入廣告，那種感覺是非常差的。(A5)(廣告長度)
3. 覺得廣播可以像Podcast串流廣告，很多Podcast會直接把是誰贊助的直接講出來，可是廣播沒有改成這個習慣，還是用購買廣告時段的方式，而Podcast則是由主持人用自己的說話方式去主持該項產品，這就跟廣播不一樣。(A4)(行銷產品)
4. 我曾經幫我婆婆call-in進去買產品，對於買到的產品我不太滿意，但我婆婆說很好，因為廣告本來就會比較誇大。(A2)(行銷產品)

5. 覺得長輩聆聽台語電臺其實只是喜歡有人陪伴，電臺內容很多都是在閒聊，且聊到後來就會出現藥品介紹，長輩們只是想要有人跟他聊天或者互動的感覺，就算call-in進去也都是在閒聊居多，那若當時感覺身體微恙，就會順便買個藥品試試看。
(A9)(行銷產品)
6. 我覺得聽廣播的時候會比較容易被洗腦，會比較贊同廣播所說的內容，可是如果你看youtube，可能因為視覺的關係，會比較能看到一些有證據的內容或是分析。我認為聽廣播會被帶風向，有可能因為只是用聽的，聆聽的方式透過語言或聲音的力量，會比較容易被洗腦的感覺。(A4)(帶風向)
7. 以我的經驗來說，我發現節目主持人帶風向像這件事情是很明顯的。像我的女兒喜歡聽Podcast某個節目，由兩名主持人主持，他們什麼面向的議題都可以談，正經的、國際的、醫療的，但他們就只是兩個人在講自己的立場，你並不會真正了解該項議題，可是卻會影響這些孩子的判斷。應該要聽比較專業的人士講，並且由多方面向去聆聽。(A1)(帶風向)

三、電臺活動與聽眾互動經驗

1. 有去參加過馬克跟瑪麗的見面會，他們見面會有幾千個人。有時候也是主持人在帶動他們電臺的聽眾，例如瑪麗之前的節目是半夜12點到2點，那時候節目要收掉時，好像將近千人在零晨2點的時候在飛碟電臺樓下歡送他們，所以我覺得主持人的部分會影響到聽眾、影響到整個電臺的收聽。(A5)
2. 之前在青春點點點時期的馬克他們在送電影票，他們會設計一個活動讓聽眾call-in進來玩，如果誰答對了，那張票就送給誰，互動性很高，可是現在好像很多電臺都找不到這樣的企劃，包括他們自己現在也都沒再做了。(A5)

四、廣播節目及管道方式建議

1. 企劃內容應該要進行調整。現在很多年輕人應該聽得很雜，也就是聽的面向很廣，可是專業性都不夠，變成什麼都只碰一點，可是像以前可能會講得比較深入。所以我覺得就要看那個企劃的面向要怎麼去調整，可能要找有利的佐證跟專業單位來，這樣可能可以吸引到年輕人的目光。(A4)
2. 現在有一個叫vtube的東西，就是鏡頭對著你，你會變成一個二次元的人物，這樣子可以達成露聲不露臉，可以去做這樣的分享。(A10)
3. 可以送電影票，可是會有call-in部隊出現，例如飛碟會釋出20張熱門的票，就會有call-in部隊會把其中的10多張搶起來，搶到的票在臉書社團上面很好賣，北部現在比較大的電臺有幾個就是會有這種情形。(A5)

第二節 焦點座談會調查結果-電臺業者場

本研究焦點座談會-電臺業者場於112年2月20日早上10:00~12:00於集思北科大會議中心舉行，透過廣播產業業者代表的與會討論，並由臺灣藝術大學廣播電視學系 賴祥蔚老師擔任座談會主持人，針對廣播節目規劃、廣播節目聯播合作探討、廣播節目廣告管理及廣播電臺經營策略與挑戰等議題進行討論。下方二表為電臺業者場與會名單及訪談大綱。

表 6-2-1 電臺業者場與會名單

姓名/職稱	服務機關
主持人 賴祥蔚 老師	國立臺灣藝術大學廣播電視學系
雅 OO 六 廣播部副理	原住民族廣播電臺
王 O 福 節目組組長	漢聲廣播電臺
呂 O 君 節目組主任	國立教育廣播電臺
白 O 文 總經理	ICRT
袁 O 婕 董事長	KISS Radio 電臺
賴 O 徵 協理	寶島新聲廣播電臺
高 O 曦 節目部主任	綠色和平廣播電臺

表 6-2-2 電臺業者場座談會大綱

主題	座談會大綱
引言 (10 分)	1. 主持人自我介紹、說明座談會主題、討論方式 2. 與會業者自我介紹
廣播節目規劃 (30 分)	3. 電臺節目型態、各類型節目佔比 4. 電臺活動與聽眾互動經驗探討 5. 電臺節目收聽時段調整方向 6. 電臺節目內容調整方向及建議 7. 電臺製播境外相關內容節目之現況
廣播節目 聯播合作探討 (15 分)	8. 電臺節目聯播情形 9. 電臺節目合作方式探討
廣播節目 廣告管理 (15 分)	10. 電臺節目置入或贊助的看法 11. 廣播「節目」與「廣告」如何區隔之探討 12. 電臺節目廣告時長之建議 13. 遇境外提議合作製播節目之看法及可行性
廣播電臺 經營策略與挑戰 (30 分)	14. 電臺拓展管道及平台策略 15. 社群媒體經營策略 16. 針對Podcast對電臺影響及因應策略 17. 廣播經營與製播節目整體現況與建議

以下將針對會議中電臺業者針對主題所回饋之內容進行重點摘要說明。

一、廣播節目規劃

1. 過往都是24小時的現場節目，但因經濟條件差、廣告營收少，所以現階段晚上12點後，都是預錄好的節目來播出，但不是重播。電臺主要是屬於流行音樂類型電臺，所以部分談話性的節目都是話少、話好、話精，都是以3到5分鐘為主，連新聞最長都不超過5分鐘。(KissRadio)
2. 過往與民眾互動經驗非常多，像演唱會、廣播營等，但因為疫情不能群聚，所有活動也都中斷數年了。數位化時代，年輕人喜歡透過網路收聽，也從被動接收轉變為主動接收，會選擇自己喜歡的節目收聽。(KissRadio)
3. 電臺使命很明確，要讓16個原住民族的使用權能平均享用資源。但原民的廣播人才少，用自己的語言說自己的故事，因為語言問題，各族能都在電臺做節目是很困難的。目前約有8族已有節目製播，也會藉電視台的人才互相交流，並積極培育在廣播、製播方面的族語人才。(原住民族廣播電臺)
4. 與聽眾互動方面都屬於區域性的，但也因疫情關係，近年比較少。在107年有辦過聽友會，或是舉辦周年慶與聽眾一起互動；另外，最常態的就是線上的call-in以及call-out進行直播節目。某些節目會硬性規定要透過線上的直播的方式進行直接互動。(原住民族廣播電臺)
5. 前幾年因疫情關係各級學校停課，就規劃一整套的課外輔助教材，根據各個教育階段設計很多短單元(20、30分鐘)，做為教學輔助用。現在已經都放到網路上了，就給有需要的學生自行利用。(國立教育廣播電臺)

6. 廣播的編播方面無太大改變，只有研發出讓播音員可以在家中做現場節目，但無法互動，但可以透過FB或Youtube直播進行補強。節目設計方面也沒有太大異動，因疫情關係已經發展成5-10分鐘小單元模式，做成一個系列，例如像是如何做好親子教育之類主題。(國立教育廣播電臺)
7. 現在資訊最快的方式還是從網路來，快到在社群上推播這則節目訊息的時候，就必須要讓聽眾能點進去直接聽。所以在最近4、5年左右的時間，比較加強在「網路隨選收聽」這個區塊。(漢聲廣播電臺)
8. 合作廠商或藥商有時候會帶到中國方面的相關內容，但電臺屬性是不可的，就無法繼續合作了。(寶島新聲廣播電臺)
9. 原本認為ICRT在台灣是很美式的一個廣播電臺，但市場在變動，近幾年來政府也推雙語環境，所以在節目上面也是做了調整，比如說中午有15分鐘的節目，是跟教育部合作，教小學跟中學的小朋友基本的英文。(ICRT)

二、廣播節目聯播合作探討

1. 營運成本是必然成本，已無代理商廣告收入，無法增加收入，因此聯播的方式是必要的情形，主持人費用也不低，製作一個節目放到聯播網進行播放，透過一次播放數台的方式來分攤。曾與北部電臺租時段，將節目進行聯播，曾因價格太高決定放棄，但對方覺得這樣聯播方式對它們也是有些微幫助，目前有降價一點然後繼續合作。(寶島新聲廣播電臺)
2. 聯播節目可以做異地錄，舉個例子，選舉的時候立委很多是中南部的，透過異地錄的方式，讓中南部的立委可以跟北部的名人錄在同一檔節目，因為立委可能很少上政論之類的節目讓名人訪問，透過預錄的方式，在不同地方進行播放，就像報紙AB

版的概念。(寶島新聲廣播電臺)

3. 節目合作方面，現在目前是跟蘭嶼基金會的某個電臺做節目交換，我們購置他的節目來播出，來彌補我們對於達悟族族語方面的不足。另外，SBS澳洲電視臺裡的廣播電臺，去年與他們合作5分鐘的音樂單元，做一個音樂欣賞的節目交換，現在也正進行中，已經做了16族的傳統音樂把我們的音樂播放給全球跟世界連結，對方也把澳洲原住民音樂給我們做一個分享。(原住民族廣播電臺)
4. 節省成本是目前的執行方式，所以在某些類型的節目會比較匱乏，例如我們不容易設立新聞部來做新聞方面的編輯，尤其是純台語的新聞，所以會跟公視的台語臺聯播台語新聞，民營電臺應該大部分都是類似這樣的處理方式，當然會播一個公視提供的說明。(寶島新聲廣播電臺)
5. 電臺節目可以透過資源交換方式來進行，透過兩家電臺或電視所擁有的資源去互相分享，獲取各自需要、可以剪輯後進行播放的內容，用一個資源共享的方式合作。(KISS Radio)
6. 目前沒有聯播這樣的規劃，跟我們電臺的形象不符。另外合作方面，因最近一直在推雙語，所以開始多把我們的一些內容重新再包裝，要找外面的廠商一起合作，不管是在線上開課，或者說拿我們的內容，比方說新聞，就是自己開發一些學習英文之類的APP。(ICRT)

三、廣播節目廣告管理

1. 公營的其實沒有廣告的困擾，我們是徹底執行政府的一些政策。(原住民族廣播電臺)
2. 直接說明贊助商的方式是可以做的，大陸早就這樣，但台灣反而限制很多，不能掛廠商，名稱不可以這樣那樣的。(KISS



Radio)

3. 像是Youtube看到一半就會講說置入來了，但民眾就是會看，可是這事情在廣播就是不可能發生，因目前這樣做就會罰款，這部分在網路是管不到，但廣播電臺卻要管，這樣的限制讓我們生存更加困難，經營成本也比網路高，管太細膩造成我們生存不易。(寶島新聲廣播電臺)
4. NCC在108年的時候，已有頒布廣播節目的廣告置入跟節目冠名贊助的辦法，當時提出的時候就有提供給民營電臺一些介紹，包含像公營電臺也可以，在節目名稱上面來做管理，只是在你販售商品的類型以及置入的節目類型，有做一些限制比方說像新聞就是不能做任何商業，然後菸品之類的。(漢聲廣播電臺)
5. 以前廣告賣完，業務部都會打滿檔通告，已經10幾年沒有發布過了，假如說混在一起的專訪都算進去，大部分都會超秒，因為廠商一專訪就8分鐘、10分鐘，所以現在廠商都喜歡買專訪，專訪效果比較好，但專訪對電臺的殺傷力比較大，因為品質比較不好控制，像是講話不好聽、口條不好或亂講話，所以不認為現在有電臺廣告是滿檔的。(寶島新聲廣播電臺)
6. 有大陸、新加坡等國外電臺來尋求合作，日本的則是購買時段，但KISS Radio定位是百分之百的自製自播，所以不賣時段，雖然因為一個原則也限定了商業活動的發展。那我們就是做好節目，可以播我的節目，但如果要把其它的節目放到我們頻道來播就不可以，因為要控制我們的節目品質。(KISS Radio)
7. 111年時候有跟韓國的TBS eFM電臺談合作，模式比較類似小單元的交換，他們做了類似像戲說韓語或是漢城文化的小單元到電臺來播，那我們就把我們的節目送到他們電臺去播，就是節目交換的方式來合作。(國立教育廣播電臺)

四、廣播電臺經營策略與挑戰

1. 原有放置Youtube做直播節目，但常被因為某些字眼、關鍵字被檢舉，因此就無法打入Youtube進行播放。另外，因收聽的族群年齡層較高，所以放棄製作APP，改以官網線上收聽的方式，讓聽眾可以點擊直接收聽，也可類似離線收聽的方式，讓聽眾可以同時做其他事情。(綠色和平廣播電臺)
2. 製作一個APP拓展海外頻道，海外頻道中把核心的談話性節目的廣告剪掉，播放時間就抓加拿大、溫哥華、洛杉磯一帶的時間，但這樣並無法帶來太多收入，主要是服務海外聽眾而已。(寶島新聲廣播電臺)
3. 有看到電商平台的模式，也讓電臺DJ去上帶貨課程及訓練。可是直播視訊對於燈光等各方面較為要求，否則達不到那個效果；另外，賣產品的方式就要有一批人去營造或反應熱銷的狀況，節奏要緊湊才会有那個效果。社群媒體方面都是給DJ自行去經營、推銷，但在廣播節目上，仍然維持自製，不賣時段也不賣廣告或產品置入行銷。(KISS Radio)
4. 因應疫情，嘗試將所設計的短單元模式內容，放置Podcast上播放，發現兒童類型節目是受歡迎的，不論短單元或者原廣播播出的30分鐘節目，而針對父母的親子系列短單元也是受歡迎的。Podcast是可以清楚看到點閱率的，因此我們目前就是兩邊同步進行，廣播的收聽率雖然下降，但在Podcast部分收聽率是增加的。(國立教育廣播電臺)
5. Podcast的部分，鼓勵主持人就原有廣播節目部分在製作上多一個程序，讓節目可以有效剪輯成Podcast及廣播皆可播放的方式，就是先把它做成可上架到Podcast的版本，就是純談話部分，完成後再做成廣播的版本，這樣的方式可以一個資源在

更多平台曝光，增加製作費用的效益。(漢聲廣播電臺)

6. 面對Podcast的影響，就只能找像是鄭弘儀等名人，幫他們做Podcast，也幫他做Youtube直播。透過Youtube點閱可以增加一點收入，但若把自身廣播、直播也剪輯到Youtube，成本相對又更高，目前是不太容易獲得回報。(寶島新聲廣播電臺)

7. 需找尋一些外國朋友幫忙主持，但因為台灣對於工作簽證發放問題，工作簽證必須是Full-time job，但有些僅是針對一個時段的節目進行主持行為，所以因工作簽證關係，導致目前在尋求主持人方面遭遇到很大困境。(ICRT)

8. 現階段政府對於外宣應該也是期許有更多元的管道，電臺跟海外節目換播的案例，這樣的方式就可以做外宣，雖說沒有收對方的錢，但如果有這個事實產生的話，政府應該要有機制去補助或者是獎勵。(漢聲廣播電臺)

9. 過去有中華電信HiChannel的App可付費使用，但在去年底停止服務，而廣播業者若各自付費開發App，連同後續維護、更新，需耗費龐大成本。因此建議NCC可開發App，將政府立案合法之廣播電臺網路收聽服務，統一彙整至此App，提供民眾更便利使用，有助於廣播節目推廣，並可減輕電臺營運成本。(漢聲廣播電臺)

第三節 焦點座談會調查結果-專家學者場

本研究焦點座談會-專家學者場於112年2月22日早上10:00~12:00於集思台大會議中心舉行，會議開始前也透過本次量化調查數據結果先進行說明，進一步透過學術領域及廣播產業領域學者或專家的與會討論，並由臺灣藝術大學廣播電視學系 賴祥蔚老師擔任座談會主持人，針對廣播電臺現況、廣播節目內容建議、廣播節目廣告規範及廣播電臺政策調整建議等議題進行討論。下方二表為專家學者場與會名單及訪談大綱。

表 6-3-1 專家學者場與會名單

姓名/職稱	服務機關
主持人 賴祥蔚 老師	國立臺灣藝術大學廣播電視學系
莊○仲 老師	中國文化大學新聞學系
張○仁 老師	國立政治大學廣播電視系
洪○娟 老師	世新大學廣播電視電影學系
林○岳 老師	中國文化大學大眾傳播學系
李○齡 秘書長	中華民國廣播事業協會
陳○津 榮譽理事長	中華民國廣播商業同業公會
陳○影 秘書長	中華民國民營廣播電臺聯合會
蔡○璋 秘書長	中華民國台灣中功率調頻廣播電臺協會

表 6-3-2 專家學者場座談會大綱

主題	座談會大綱
引言 (10 分)	1. 主持人自我介紹、說明座談會主題、討論方式 2. 與會學者自我介紹
廣播電臺現況 (20 分)	3. 廣播電臺節目型態現況 4. 廣播電臺聯播、聯營的現況及建議
廣播節目 內容建議 (25 分)	5. 廣播節目中評論新聞時事帶風向問題及建議 6. 廣播節目內容及各類型節目佔比調整方向與建議 7. 整體電臺節目發展走向及建議
廣播節目 廣告規範 (25 分)	8. 廣播廣告時間規範調整及建議 9. 廣播「節目」與「廣告」無法區隔之探討 10. 廣播節目開放置入性行銷及贊助後之情形及建議 11. 電臺節目製作、播放中國相關內容節目應如何管理
廣播電臺 政策調整建議 (20 分)	12. 廣播行銷經營策略及相關調整建議 13. 針對Podcast衝擊的因應策略建議 14. 廣播未來發展相關政策、法規調整與建議

以下將針對會議中專家學者針對主題所回饋之內容進行重點摘要說明。

一、廣播電臺現況

1. 廣播電臺目前呈現一個支離破碎的現況，電臺數量很多，所以支離破碎，但因廣告需要有效果，節目類型製播比例規範，所以聯播的情形就會變多。
2. 廣播的終端設備使用率、佔有率降低，像是AM在汽車設備無法收訊、年輕人使用手機不使用收音機，收聽廣播的比例就會降低。
3. 電臺間聯營的情形較少，聯播的情形相較來說較多，比較順利

的像是微微笑聯播網、好事聯播網，但好事聯播網是業者自己經營好幾個電臺，然後放在一起聯播。

4. 電臺聯播是在反映一個現象，就是經營上的困難，生存不易，需要透過聯播來生存，因此會發生節目製播紊亂情形。

二、節目內容建議

1. 廣播節目言論造成帶風向的情形是有可能發生的，主持人對於議題的內容或資訊並不足，但因節目需求，所以必須憑自身的想像去說明，因此容易產生誤導的情形，這其實是需要電臺業者自身去注意及控管。
2. 廣播本身應具備高度的言論自由度，帶風向的問題就應該制定一個防範機制，若內容及消息未經查證就於廣播節目播送，就應給予懲罰，但仍需在維持廣播言論自由度條件下制定防範機制。
3. 廣播電視法規定之節目分類是較不合時宜的，節目類型多元化，很難有一個完善的類型定義，應該是要針對電臺的屬性進行管理，層面拉高，節目內容合不合聽眾胃口是電臺需關注的，主管機關應關注電臺屬性是否符合當地聽眾的需求。
4. 廣播電視法規定四類節目須有比例原則問題，但電臺無法只做公共服務或新聞政令類型節目，一個廣播節目裡，會涵蓋非常多的內容，像是新聞、音樂、文化、公共服務等，但因法規限制，導致變成業者自行定義類型，所以實際上的狀況容易與提交的報表不太符合。

三、節目廣告規範

1. 廣播廣告時間不需要有太刻意的管制，聽眾自己有選擇的能力，若因為不喜歡廣告內容太多的，自然而然會轉台，應關注的是

廣告內容是否違反規定，例如有療效的藥品等等。

2. 廣播節目廣告時間規範應再進行討論修正，廣播面臨多元媒體時代來臨，會有非常多的競爭者，但對於廣播節目在廣告方面有著許多規範。網路上有需多影片，從頭到尾幾乎都在推銷商品，且用詞隨興無拘束，因此相對於廣播只靠聲音的廣告方式，勢必影響巨大，且廣告播送也是廣播業者的一項收入來源，因此因應多媒體帶來的衝擊，應適當的開放廣播在廣告方面的規範。
3. 節目跟廣告區分方面，不需要定義的過度嚴苛，聽眾自身皆有判斷能力，不需要刻意去劃分以下廣告、以上廣告，把廣告內容框起來，因此其實可以合法化或制定一個較寬鬆的比例來建議業者。另外，相同的廣告在電視上可能僅需短短幾秒，但廣播卻需要花費數倍的時間，但就可能會出現超時受罰的問題，因此廣播跟電視不應該擬定相同規範，並不符合比例原則。
4. 廣告或者節目進行置入性行銷方面，不需要有太大程度的規範，應該審視的是產品本質以及行銷方面是否有不當的用詞，電臺自身在產品的各種檢驗報告的審查也是相當嚴格，擔心聽眾因產品所帶來不當的影響。
5. 贊助商的宣導或置入，在廣播這個僅能透過聲音的傳播媒介，無法像電視一樣，僅透過一個LOGO就可以呈現，所以僅能透過廣告或置入的方式來執行。
6. 電臺製播中國相關內容節目不需過度緊張，不管業者是否有拿錢辦事，但仍具有言論自由的保障。不管是什麼節目內容，都只是在鞏固同溫層的聽眾而已，像電視政論節目雖聽起來很有名，但其實也只有理念相同的民眾會收看而已。因此與其擔心中國元素的節目，不如加強媒體素養。

四、政策調整建議

1. 廣播電視法設立的時空背景與數位化、網路化的現在已經截然不同，現在是科技時代，製作節目已從我製作什麼聽眾聽什麼轉換成聽眾想聽什麼節目就做什麼。因此，法令的限制會導致業者製作節目的困境，會不符合現在的潮流，導致聽眾的流失。
2. Podcast與廣播是具備不同的特性，廣播具有即時性的優勢，在新聞、即時訊息上，Podcast無法像廣播那樣的快速，因此如何透過優勢存活在市場上才是關鍵。
3. 收聽廣播跟Podcast的群族其實應該可用年齡層區分，對年輕人而言，收聽廣播是一個複雜的事情，要有設備、選節目、訂時間，但他們收聽Podcast只需要關鍵字搜尋即可，所以廣播電臺除了可以將某些節目或節目中小單元轉換到Podcast頻道上外，檢索的方式跟關鍵字的設定，也是增加收聽率的方法之一。
4. 美國NCC對於電臺或廣播節目的內容並沒有太大的限制，未來是否續照，完全是從聽眾的回饋來決定。台灣的廣電法卻是一個內容重於市場的情形，因此法令上的調整及修正是有其必要性的。
5. 廣播電臺節目的製作，不該設想是給予全台灣的人收聽，現階段已經為多元化及分眾化的趨勢了，電臺的經營須具備市場敏銳度或追求聽眾需求度，這才是廣播業者該探討的方向。
6. 廣播數位化的時代已經來臨，應該針對廣播進行資源的整合，例如像是廣播平台，可以設計像是雲端廣播網的方式，讓台灣所有的廣播電臺皆上線，讓聽眾收聽可以更方便，沒有收聽設備的問題。
7. 廣電市場秩序的維護也是當務之急，電視許多廣告基本上是沒

有規範的，一個廣告5-6分鐘，整天都會一直不斷的出現，相對來說，廣播已經是影音媒體中較為弱勢的產業，對於電視的管理與電臺似乎有所差異，應該多針對這樣的市場秩序進行管理或調整，可以讓廣播業者有合法權益的保障。

第七章 結論與建議

第一節 結論

一、聽眾輪廓分析

(一) 111年度調查結果發現，非聽眾比例持續上升，廣義聽眾比例也有達2成5以上的下降情形，平常聽眾則略為上升，而有效聽眾比例仍呈現下降趨勢。

廣義聽眾由99年調查起，逐次調查皆呈現下降趨勢，111年度相較於108年度共下降25.8%；平常聽眾雖由99年調查至108年呈現下降趨勢，但111年度則上升5.6%；有效聽眾則自102年起逐年下降，111年度相較於108年度下降15.3%。另外，非聽眾則自99年起逐年上升，至111年度調查為止，共上升25.8%。

(二) 選擇收聽廣播或Podcast的族群，最大區分點在年齡，收聽廣播的聽眾年齡層較高，而收聽Podcast則年齡層較低。

將本次調查之樣本依據收聽廣播與否及收聽Podcast與否進行分群後，進行聽眾輪廓比較，可以發現僅收聽廣播族群以男性、或40~49歲、或專科、或自營商/企業主為主要族群；僅收聽Podcast族群以女性、或20~29歲、或研究所及以上、或助理專業人員/技術人員為主要族群。

另外，兩者皆有收聽族群以女性、或30~39歲、或研究所及以上、或文書事務人員為主要族群；最後兩者皆未收聽族群以女性、或70歲以上、或國小及以下、或無業/退休/待業為主要族群。

依據上述結果可以發現會收聽廣播或Podcast的聽眾主要劃分依據以年齡為主，年齡層較低的民眾，有收聽Podcast的習慣或需求相對年齡層高的民眾比例較高，而有收聽廣播習慣則為年齡層較高的民眾。

二、廣播收聽設備使用情形

(一) 聽眾在收聽設備方面，仍普遍以使用「車用收音機/音響」比例最高，其次為「一般收音機/音響」，但「一般收音機/音響」使用比例則下降近2成；在選擇設備的主因皆是以「便利性」為主要考量因素，透過聽眾自身所處情境，選擇適合的設備來收聽。

本次調查結果顯示，聽眾收聽廣播之設備以「車用收音機/音響」的比例最高，其他依序為「一般收音機/音響」、「手機/平板」、「電腦」。111年調查結果相較於108年，聽眾收聽廣播之設備在「車用收音機/音響」及「手機/平板」比例呈現上升情形，而「電腦」上升幅度較小；另外，「一般收音機/音響」則為下降。

使用「車用收音機/音響」的聽眾，其使用的原因以「開車時收聽比較方便」、「可同步收聽路況」、「不想聽常聽的音樂」三項為主要原因。

使用「一般收音機/音響」的聽眾，其使用的原因以「家中或工作中收聽方便」、「習慣了」、「操作方便」三項為主要原因。

使用「手機/平板」的聽眾，其使用的原因以「可隨身攜帶」、「工作/讀書使用上較方便」、「收聽時間彈性」三項為主要原因。

使用「電腦」的聽眾，其使用的原因以「工作/讀書使用上較方便」、「可同時上網與收聽廣播」、「可隨身攜帶」三項為主要原因。

(二) 透過網路收聽廣播的聽眾，收聽廣播的方式以「手機APP程式」、「電臺官方網站即時收聽」、「手機內建收音機頻道」為主，而「手機APP程式」方面也以「電臺官方APP」使用的比例最高；另外，聽眾對於網路收聽廣播使用感受方面，各項感受滿意度皆超過6成，與108年調查相較，則皆呈現上升情形。

本次調查結果顯示，透過「手機/平板」及「電腦」的聽眾，其使用網路收聽廣播方式以「手機APP程式」的比例最高，其他依序為「電臺官方網站即時收聽」、「手機內建收音機頻道」、「網際網路隨選收聽」、「HiNet-hichannel線上即時收聽平台」、「KKBOX網路平台即時收聽」。另外，有使用手機APP程式收聽的聽眾，其所使用的APP以「電臺官方APP」的比例最高，其他依序為「集合型廣播APP」、「Podcast播客APP」。

歷年趨勢方面，各個網路收聽方式皆呈現上升情形，其中以「手機APP程式」、「網際網路隨選收聽」、「KKBOX網路平台即時收聽」三者的上升比例較高。

在網路收聽廣播使用感受滿意度方面，對於除了「即時互動性功能」及「不受廣告干擾/沒有廣告」滿意度相對較低外，其餘「點選/蒐尋網址方便性」、「點選/蒐尋節目方便性」、「使用介面設計風格」、及「收聽品質」表示滿意的比例皆超過85.0%以上；另外，六項滿意度在歷年比較方面皆呈現滿意度上升的情形。

三、廣播收聽行為與動機

(一) 111年度調查，聽眾「固定收聽」的比例略為減少，經常收聽則增加**12.9%**。不論平假日皆以「上午(06:00~11:59)」收聽比例最高，也皆呈現上升趨勢；另外，平均收聽時數方面，平假日皆為增加情形，其中假日收聽時數增加幅度較大，為**0.74**小時，約莫**44.4**分鐘。

本次調查結果顯示，平均一週收聽天數方面，有28.1%的聽眾為「固定收聽」，41.0%的聽眾「經常收聽」，19.6%的聽眾「偶而收聽」，11.3%的聽眾「很少收聽」。歷年趨勢方面，「固定收聽」略為減少1.3%，「經常收聽」增加12.9%，「偶而收聽」減少2.6%，「很少收聽」減少9.5%。

平假日收聽方面，聽眾通常在平假日收聽廣播的時段，皆以「上午(06:00~11:59)」的比例最高，其次為「下午(12:00~17:59)」，第三為「晚上(18:00~23:59)」，最後為「清晨(24:00~05:59)」。相較於108年，在「上午(06:00~11:59)」，「下午(12:00~17:59)」，「晚上(18:00~23:59)」三個時段收聽的比例皆為上升情形；而「清晨(24:00~05:59)」則呈現下降情形。

另外，在平假日每天平均收聽時數方面，平日的平均收聽時數為2.70小時，自105年調查起，每次調查皆逐次提升，相較於108年調查，111年平日每天平均收聽時數增加0.21小時，約莫12.6分鐘。而假日每天平均收聽時數則為2.43小時，相較於108年調查，111年平均收聽時數增加0.74小時，約莫44.4分鐘。

(二) 111年度調查顯示，聽眾收聽廣播節目原因，以「無聊/打發時間」、「有聲音陪伴」兩原因比例相對較高，與前次調查差距不大。收聽廣播節目地點及情境則分別以「自用車/工作使用的車」及「開車/搭車/乘車」的比例相對較高，皆超過7成，兩者與108年調查相比，皆呈現比例上升情形。

收聽廣播節目原因方面，本次調查結果顯示，聽眾收聽廣播的原因以「無聊/打發時間」、「有聲音陪伴」、「可以跟著唱歌/聽歌」、「收聽路況報導」、「收聽即時新聞」五項比例相對較高。相較於108年，聽眾收聽廣播原因以「可以跟著唱歌/聽歌」、「收聽路況報導」、「吸收新知」及「工作場所會固定播放」增加比例相對較高；另外，「有聲音陪伴」的下降比例最多。

在收聽廣播節目地點方面，聽眾收聽廣播的地點以「自用車/工作使用的車」、「家中/宿舍」、「工作場所」三項比例相對較高。相較於108年，聽眾收聽廣播地點在「用車/工作使用的車」及「工作場所」增加比例較高，分別為21.4%及7.8%；另外，地點為「家中/宿舍」的下降比例最多，為18.9%。

在收聽廣播節目情境方面，聽眾收聽廣播時同時在做的事情以「開車/搭車/乘車」、「工作中」、「做家事」、「休息時/空閒時/無聊時」、「吃飯」五項比例相對較高。相較於108年，聽眾收聽廣播時同時在做的事情中，以「開車/搭車/乘車」及「工作中」增加比例較高，分別為22.0%及10.4%；另外，「休息時/空閒時/無聊時」的下降比例最高，為14.0%。

四、廣播電臺收聽偏好情形

(一) 聽眾最常收聽電臺以「中廣流行網」比例最高，其次則為「警廣全國交通網」，會收聽的主因則為「音樂好聽」、「收聽路況」。此外，較常收聽的節目類型則以「音樂類」及「新聞類(含路況)」比例最高，其中音樂類型以選擇「流行音樂」收聽比例最高，而新聞類型則為「社會新聞」、「路況報導」及「國內政治新聞」。

本次調查中，聽眾最常收聽的廣播電臺，其中以「中廣流行網」的比例最高，其他依序為「警廣全國交通網」、「警廣地區交通台」、「中廣新聞網」、「港都電臺」、「大眾電臺（KissRadio）」、「ICRT」、「人人電臺」。最常收聽該廣播電臺的原因以「音樂好聽」、「收聽路況」、「習慣了」、「整體節目內容」、「新聞因素」五項比例較高。相較於108年，除了「習慣了」比例下降外，其餘原因普遍皆呈現上升情形，其中又以「音樂好聽」及「收聽路況」比例上升最多，分別為9.9%及6.2%。

此外，較常收聽節目類型以「音樂類」、「新聞類(含路況)」、「時事評論類」、「一般談話性節目」、「生活資訊類」比例較高，其中有收聽「新聞類(含路況)」的聽眾較常收聽新聞類型以「社會新聞」、「路況報導」、「國內政治新聞」比例較高，而有收聽「音樂類」聽眾較常收聽音樂類型以「流行歌曲」、「經典老歌」、「古典音樂」比例較高。

(二) 聽眾對於廣播節目內容方面，大部份聽眾表示「沒有需要改進的地方」，僅有不到15.0%的聽眾有改進建議。

聽眾對於廣播電臺節目內容需要改進方面，有6成以上的聽眾表示「沒有需要改進的地方」，僅有約15.0%的聽眾有改進的建議，其中以「廣告時間太長」、「節目經常性介紹或推銷商品」、「增加節目內容豐富度」三項比例高於其他建議。

五、對廣播媒體信任程度

(一) 對於有收聽新聞、時事評論及一般談話性節目的聽眾，其對於廣播節目對於時事評論及發布內容有近7成表示信任，對於廣播節目的立場有近6成表示認為節目立場中立；此外，有6成以上聽眾表示節目對時事探討內容對其看法是沒有影響的。

本次調查，針對有收聽「新聞類(含路況)」、「時事評論類(政論性談話)」及「一般談話性節目(除時事評論類外)」的聽眾探討其對於媒體信任程度，其中有69.1%的聽眾對於廣播節目對時事評論、資訊發布內容表示信任，17.0%表示不信任。而對於廣播節目報導議題立場的公正程度，有58.8%的聽眾表示節目立場中立，26.4%表示不中立。

此外，對於對於廣播節目若有新聞評論針對時事進行探討方面，有22.8%的聽眾表示對於其看法是「有影響」的，其中有17.1%表示「偏正面比較多」，未滿1成表示「偏負面比較多」；另外有66.7%表示「沒有影響」。

(二) 依據聽眾回饋結果發現，廣播有包括中國大陸相關資訊的節目比例並不高，有4成以上聽眾表示都沒有這類型節目，另外有4成以上表示不太多；另外，表示有點多及不太多的聽眾中，有超過6成表示節目內容不會影響其對中國大陸的看法。

本次調查結果顯示，聽眾對於其收聽經驗中，介紹中國大陸風土民情、新聞、政策等相關資訊節目方面，有1.4%的聽眾表示「非常多」，3.3%表示「有點多」，41.8%表示「不太多」；另外有45.4%表示「都沒有」。

而對於表示「非常多」及「有點多」的聽眾對於節目傳播中國大陸資訊內容是否影響其對中國大陸看法，表示「有影響」的聽眾僅7.7%，其中有3.1%表示「偏正面比較多」，4.6%表示「偏負面比較多」；另外有64.5%的聽眾表示對其看法「沒有影響」。

六、電臺與聽眾互動體驗

(一) 超過9成聽眾表示「都沒有參加過」電臺活動，有參加的則以「電話call-in」的比例最高，主要原因則為「點播歌曲」；另外，有超過9成的聽眾表示「都沒有加入」任何粉絲團，有加入節目或電臺FB的聽眾，與其互動方式以「打卡按讚」的比例最高。

本次調查結果顯示，聽眾參加電臺活動類型方面，有超過9成以上的聽眾表示「都沒有參加過」，另外有參加過的則以「電話call-in(含點歌/諮詢)」比例最高。另外，聽眾表示會參加「電話call-in(含點歌/諮詢)」的原因主要以「點播歌曲」比例最高，其他依序為「表達自身意見」、「有獎品」、「想與主持人或來賓聊天」。

在加入粉絲團經驗方面，有超過9成的聽眾表示「都沒有加入」，另外有8.4%的聽眾有加入粉絲團經驗，其中有3.2%參加「電臺FB」，1.1%參加「節目FB」，6.1%參加「主持人FB」。另外，有加入粉絲團經驗的聽眾，在與電臺、節目或主持人互動方式方面，以「打卡按讚」比例最高，其次為「留言聊天」。

(二) 對於電臺節目網路直播經驗方面，超過8成的聽眾表示沒有看過，僅約2成表示有看過，其中有看過的聽眾，其會收看的原因以「可以看到更多畫面」、「可以看到主持人或來賓」、「節目內容有興趣」三項比例最高。

調查結果顯示，有18.2%的聽眾「有」收看網路直播的經驗，81.8%表示「沒有」，相較於108年，「有」收看的經驗上升1.9%。

此外，有收看網路直播經驗的聽眾，其會收看網路直播的主要原因以「可以看到更多畫面」、「可以看到主持人或來賓」、「節目內容有興趣」比例較高。相較於108年，聽眾會收看網路直播的主要原因中，以「節目內容有興趣」上升比例最高，其次為「剛好看到非固定去看」。

七、購買電臺商品經驗及廣告/冠名贊助接受度情形

(一) 超過9成聽眾沒有購買廣播介紹產品/服務的經驗，有購買經驗的聽眾也有近8成表示沒有不滿意經驗，另外，不滿意經驗則以「產品/服務不符合預期」比例最高。

調查結果顯示，僅有5.9%聽眾「有」購買廣播介紹產品/服務經驗，94.1%表示「沒有」。相較於108年，「有」購買產品/服務經驗下降1.7%。

另外，有購買廣播介紹產品/服務經驗的聽眾，有15.2%表示具有不滿意的經驗，不滿意經驗以「產品/服務不符合預期」比例最高，有78.2%表示「沒有不滿意經驗」。相較於108年，有購買產品/服務經驗的聽眾表示「沒有不滿意經驗」的比例下降11.9%，具有不滿意經驗的原因中，「廣告不實」及「產品/服務不符合預期」則分別上升3.6%及3.1%。

(二) 對於廣播廣告時間長度規定，有近6成的聽眾表示「剛好」，僅約3成表示算「多」，與往年相比略微上升；對廣播節目有商品訊息的介紹，有超過75.0%以上表示「接受」，與往年相比比例上升達27.5%；另外，對於冠名贊助訊息播出時間長度規定有近9成表示接受，與往年相比比例上升11.7%。

本次調查結果顯示，電臺廣告時間1小時節目可播出9分鐘廣告，在對於廣告時間長度規定方面，有29.1%的聽眾表示時間長度算「多」，56.5%表示「剛好」，1.2%表示算「少」；相較於108年，廣告時間長度表示算「多」的比例上升2.4%，算「少」的比例也略微上升0.3%。

此外，廣播節目有時會有商品訊息的介紹，有76.4%的聽眾對於這樣的情形表示「接受」，17.4%表示「不接受」；相較於108年，表示「接受」的比例上升27.5%，「不接受」的比例則下降9.9%。

另外，有88.9%的聽眾對於節目冠名贊助提供訊息播出時間長度規定表示「接受」，6.5%表示「不接受」；相較於108年，表示「接受」的比例上升11.7%，表示「不接受」的比例則下降1.0%。

八、Podcast使用情形

(一) 近9成受訪者沒有收聽Podcast經驗，有收聽的聽眾最常收聽時段為「晚上(18:00~23:59)」，其次為「上午(06:00~11:59)」；另外，每天收聽時數以「1小時(含)以內」比例最高，平均收聽時數約為1.26小時。

本次調查結果顯示，有8成79的受訪者表示「沒有收聽Podcast」經驗，僅有9.4%的受訪者最近一週有收聽Podcast經驗，其中有收聽的聽眾通常收聽的時段以「晚上(18:00~23:59)」的比例最高，其次為「上午(06:00~11:59)」，第三為「下午(12:00~17:59)」，最後為「清晨(24:00~05:59)」；另外，有2.4%的聽眾表示「沒有固定收聽時間」。

另外，有收聽Podcast的聽眾中平均每天收聽時數以「1小時(含)以內」的比例最高，達75.2%，其次為「1~2(含)小時」，第三為「2~3(含)小時」；另外，Podcast的聽眾中平均每天的收聽時數約1.26小時。

(二) Podcast聽眾較常收聽的節目類型為「閒聊趣味類」、「知識說書類」、「商業與個人理財類」；此外，會收聽的原因則以「喜歡節目風格」、「收聽便利性」比例較高，皆超過3成。

調查結果顯示，Podcast的聽眾較常收聽的節目類型以「閒聊趣味類」的比例最高，其次為「知識說書類」，第三為「商業與個人理財類」。

此外，收聽Podcast之原因以「喜歡節目風格」、「收聽便利性」、「喜歡主持人風格」、「有聲音陪伴」、「可以吸收知識」、「節目無固定時間限制」、「親友的介紹」比例較高

九、未來收聽廣播意願情形

(一) 沒有收聽廣播的受訪者，沒收聽主因以「沒有收聽習慣」、「習慣看電視或手機」、「沒空收聽」、「對廣播節目沒興趣」比例相對較高。增加收聽意願方面，不論是透過電腦/手機收聽廣播或提供多元服務活動，受訪者皆有**25.0%**上下表示會增加收聽意願。

調查結果顯示，沒收聽廣播的受訪者，沒有收聽原因以「沒有收聽習慣」、「習慣看電視或手機」、「沒空收聽」、「對廣播節目沒興趣」比例較高；相較於108年，以「沒有收聽習慣」及「習慣看電視或手機」上升比例較多。

在增加收聽意願方面，首先在可透過電腦/手機收聽廣播條件下，沒有收聽廣播習慣的受訪者，有**28.4%**的受訪者表示「會」增加收聽意願，**66.2%**「不會」；相較於108年，表示「會」增加收聽意願的比例上升**12.7%**。

另外，在電臺提供多元服務活動條件下，有**22.3%**的受訪者表示「會」增加收聽意願，**72.8%**表示「不會」；相較於108年，表示「會」增加收聽意願的比例上升**6.8%**。

(二) 電臺提供多元服務活動會增加收聽意願的聽眾，其表示較具吸引力的服務/活動以「抽獎活動」、「演唱會」、「線上抽獎/兌換」、「官網點播歌曲」、「電話call-in」比例較高。

在電臺提供多元服務活動條件下，表示會增加收聽意願的聽眾，對於電臺較具吸引力的電臺服務或活動以「抽獎活動」、「演唱會(音樂活動)」、「線上抽獎/兌換」、「官網點播歌曲」、「電話call-in(含點歌/諮詢)」五項比例較高。

相較於108年，以「抽獎活動」及「線上抽獎/兌換」上升比例較多；另外，「演唱會(音樂活動)」、「公益活動」及「旅遊活動」下降比例較高。

十、研究發現

(一) 收聽廣播或Podcast之族群收聽行為

1. 依據廣播及Podcast收聽情形的不同，聽眾的輪廓也有些許不同，整體可依據年齡、教育程度、職業及區域進行劃分。下方為其分群之族群輪廓比較結果。
 - (1) **僅收聽廣播**族群：以男性、或40~49歲、或專科、或自營商/企業主、或溝通主要使用國語、或南部地區、或平均月收入為6萬元~未滿8萬元為主要族群。
 - (2) **僅收聽Podcast**族群：以女性、或20~29歲、或研究所及以上、或助理專業人員/技術人員、或溝通主要使用國語、或東部地區、或平均月收入為8萬元及以上為主要族群。
 - (3) **兩者皆有收聽**族群：以女性、或30~39歲、或研究所及以上、或文書事務人員、或溝通主要使用國語、或中部地區、或平均月收入為6萬元~未滿8萬元為主要族群。
 - (4) **兩者皆未收聽**族群：以女性、或70歲以上、或國小及以下、或無業/退休/待業、或溝通主要使用其他語言、或東部地區、或平均月收入為無收入為主要族群。
2. 收聽設備方面，兩者皆有收聽的聽眾除了使用車用收音機外，手機/平板也是主要使用設備之一。
3. 僅收聽廣播之聽眾在收聽廣播頻率方面，除了很少收聽外，其餘比例皆高於兩者皆有收聽的比例。
4. 不論是僅收聽廣播，還是兩者皆有收聽的聽眾，在收聽廣播的地點皆為「自用車/工作使用的車」、「家中/宿舍」及「工作場所」三項比例較高。
5. 不論是僅收聽廣播，還是兩者皆有收聽的聽眾，在收聽廣播的情境以「開車」、「工作中」、「搭車或乘車」及「做家事」比例皆為前五高。

6. 不論是僅收聽廣播，還是兩者皆有收聽的聽眾，在較常收聽的廣播節目類型皆以「音樂類」、「新聞類」、「時事評論類」、「一般談話性節目」及「生活資訊類」比例為前五高。
7. 不論是僅收聽Podcast，還是兩者皆有收聽的聽眾，在收聽時段方面皆以「晚上18:00~23:59」及「沒有固定收聽時間」比例最高。
8. 不論是僅收聽Podcast，還是兩者皆有收聽的聽眾，在較常收聽的節目類型皆以「知識說書類」、「閒聊趣味類」、「商業與個人理財類」、「新聞與政治類」及「旅遊生活類」五項比例較高。

(二) 不同收聽裝置收聽選擇差異

1. 依據收聽廣播使用裝置的不同，聽眾的輪廓也有些許不同，透過行動裝置來收聽廣播的族群，主要以年齡較輕、教育程度較高、職業屬性較偏向室內工作或退休在家之聽眾；而利用傳統設備收聽廣播的聽眾則反之。
2. 透過行動裝置收聽廣播的聽眾，在收聽裝置方面，除了行動裝置外，同時仍有使用傳統設備進行收聽。而使用傳統設備收聽的聽眾，其使用的設備皆侷限在車用或一般收音機/音響。
3. 不論使用何種裝置/設備，在收聽頻率方面，皆以「經常收聽」的比例最高，「很少收聽」比例最低。
4. 不論使用何種裝置/設備，在平日收聽廣播時段方面，皆以「早上」收聽的比例最高，其次為「下午」，兩者在收聽時段方面差異不大；另外，有透過行動裝置收聽廣播的聽眾，平日平均每天收聽時數為3.20(hr/day)，高於使用傳統設備收聽廣播聽眾的2.56(hr/day)。

5. 有透過行動裝置收聽廣播的聽眾，在假日收聽廣播時段方面，以「下午」收聽的比例最高，其次為「早上」，而使用傳統設備收聽的聽眾，則以「早上」比例最高，其次為「下午」；另外，有透過行動裝置收聽廣播的聽眾，假日平均每天收聽時數為2.83(hr/day)，高於使用傳統設備收聽廣播聽眾的2.31(hr/day)。
6. 不論使用何種裝置/設備，在收聽廣播之原因方面，皆以「有聲音陪伴」、「無聊/打發時間」、「收聽即時新聞」及「可以跟著唱歌/聽歌」比例皆落在各自比例前五之原因。
7. 不論使用何種裝置/設備，在收聽廣播的地點皆為「自用車/工作使用的車」、「家中/宿舍」及「工作場所」三項比例較高。
8. 不論使用何種裝置/設備，收聽廣播的情境皆為「開車」、「工作中」、「做家事」及「休息時/空閒時/無聊時」比例皆為前五高之情境。
9. 不論使用何種裝置/設備，最常收聽的廣播電臺方面，皆以「中廣流行網」、「中廣新聞網」及「警廣全國交通網」三項比例皆落在各自比例前五之電臺。
10. 不論使用何種裝置/設備，在較常收聽的廣播節目類型皆以「音樂類」、「新聞類」、「時事評論類」及「一般談話性節目」四項比例皆為前五高之節目類型。

(三) 不同收聽頻率聽眾收聽行為差異

1. 不同收聽頻率聽眾的輪廓也有些許不同，整體可依據性別、年齡、教育程度、職業及區域進行劃分。下方為其分群之族群輪廓比較結果。
 - (1) 「很少收聽」：以女性、或20~29歲、或大學、或學生、或溝通主要使用閩南語、或南部地區、或無收入為主要族群。
 - (2) 「偶爾收聽」：以女性、或20~29歲、或國小及以下、或自營商/企業主、或溝通主要使用國語、或東部地區、或平均月收入為6萬元~未滿8萬元為主要族群。
 - (3) 「經常收聽」：以男性、或40~49歲、或研究所及以上、或技術工/機械設備操作或組裝/體力工、或溝通主要使用國語、或中部地區、或平均月收入為8萬元及以上為主要族群。
 - (4) 「固定收聽」：以男性、或70歲及以上、或國小及以下、或無業/退休/待業、或溝通主要使用閩南語、或東部地區、或平均月收入為未滿25,250元為主要族群。
2. 不論收聽頻率為何，在最常收聽的廣播電臺方面，以「中廣流行網」、「警廣地區交通台」及「警廣全國交通網」三項比例皆落在各自比例前五之電臺。
3. 不論收聽頻率為何，在較常收聽的廣播節目類型以「音樂類」、「新聞類」、「時事評論類」及「一般談話性節目」皆為前五高之節目類型。
4. 不論收聽頻率為何，在較常收聽廣播的新聞報導類型以「路況報導」、「社會新聞」及「國內政治新聞」三項比例皆為前五高之新聞報導類型。
5. 不論收聽頻率為何，在較常收聽廣播的音樂節目類型以「流行歌曲」佔比最高，而皆以「古典音樂」及「其他類型」的比例為前五高之音樂節目類型。

(四) 不同收聽頻率聽眾收聽行為差異

1. 收聽廣播方式，除了退休族以「一般收音機/音響」比例最高外，其餘族群皆以「車用收音機/音響」比例最高，皆超過5成5以上。



2. 手機/電腦收聽廣播方式方面，男性工作者及女性工作者皆以「手機APP程式」使用比例最高，其次為「電臺官方網站即時收聽」；退休族除了一樣以「手機APP程式」使用比例最高外，其次則為「手機內建收音機頻道」。
3. 收聽廣播頻率方面，男性工作者及女性工作者皆有4成5左右的比
例為「經常收聽」，比例最高；退休族及家管分別有4成8及3成4
的聽眾為「固定收聽」，學生族則有5成4為「很少收聽」。
4. 不論身份別為何，皆以「無聊/打發時間」、「有聲音陪伴」及
「可以跟著唱歌/聽歌」三項原因比例落在前五高之收聽廣播原因。
5. 收聽廣播地點方面，男性工作者、女性工作者皆以「自用車/工作
使用的車」及「工作場所」兩個地點比例相對較高；退休族、學
生族及家管則以「家中/宿舍」及「自用車/工作使用的車」較高。
6. 收聽廣播情境方面，男性工作者、女性工作者皆以「開車」及
「工作中」兩個情境比例相對較高，退休族為「開車」、「休息
時/空閒時/無聊時」及「做家事」，學生族為「搭車或乘車」、
「開車」及「吃飯」，家管為「開車」及「做家事」較高。
7. 較常收聽的廣播電臺方面，不論身份別為何，皆以「警廣全國交
通網」電臺較常收聽的比例落在前五高；另外，「中廣流行網」、
「警廣地區交通台」、「中廣新聞網」、「港都電臺」及「ICRT」
等電臺也為各族群中各自佔比相對較高的電臺。
8. 較常收聽廣播電臺的原因方面，不論身份別為何，皆以「音樂好
聽」及「整體節目內容」兩項原因比例落在前五高之原因；另外，
「收聽路況」、「習慣了」、「新聞因素」、「主持人因素」、
「收訊品質較好」及「工作場所或他人播放」等也為各族群中各
自佔比較高的原因。

9. 較常收聽的廣播節目類型方面，不論身份別為何，皆以「音樂類」、「新聞類」、「時事評論類」及「一般談話性節目」四項節目類別比例落在前五高；另外，「生活資訊類」及「投資理財類」等也為各族群中各自佔比較高的類型。
10. 對時事評論/資訊發布信任度情形，透過卡方檢定結果發現，不同族群的各身份別間存在顯著差異，其中以女性工作者表示「信任」的比例最高，其次為家管，第三為男性工作者，最後為退休族。
11. 對節目報導議題立場看法方面，透過卡方檢定結果發現，不同族群的各身份別間未存在顯著差異，表示各族群間對於節目報導議題立場看法表示中立的比例差距不大。
12. 對電臺廣告時間長度感受情形方面，透過卡方檢定結果發現，不同族群的各身份別間存在顯著差異，其中以女性工作者表示廣告時間長度「多」的比例最高，其他依序為退休族、男性工作者、家管、學生族。
13. 對廣播節目中介紹商品訊息接受度方面，透過卡方檢定結果發現，不同族群的各身份別間存在顯著差異，其中以學生對廣播節目有商品訊息介紹表示「接受」的比例最高，其他依序為男性工作者、女性工作者、退休族、學生族。
14. 對節目冠名贊助提供訊息播出時間長度的接受度方面，透過卡方檢定結果發現，不同族群的各身份別間存在顯著差異，其中以學生族對節目冠名訊息播出時間的規定表示「接受」的比例最高，其他依序為家管、女性工作者、男性工作者、退休族。
15. 收聽Podcast時段及時數方面，男性工作者以「沒有固定收聽時間」比例最高，其次為「晚上18:00~23:59」，女性工作者以「晚上18:00~23:59」比例最高，其次為「沒有固定收聽時間」，學生則及「晚上18:00~23:59」最高，其次為「上午6:00~11:59」。

16. 收聽Podcast節目類型方面，男性工作者以「閒聊趣味類」及「商業與個人理財類」及「知識說書類」三類型比例較高，而女性工作者及學生族則以「閒聊趣味類」及「知識說書類」比例較高。
17. 收聽Podcast原因方面，男性工作者、女性工作者皆以「收聽便利性」比例最高，其次為「喜歡節目風格」，而學生族則以「喜歡節目風格」比例最高，其次為「收聽便利性」。

(五) 不同收聽裝置及Podcast聽眾之差異比較

1. 收聽廣播的聽眾不論使用行動裝置或傳統設備，皆以「上午」及「下午」兩個時段收聽比率相對較高，而收聽Podcast的聽眾收聽時段則以「晚上」比率較高。
2. 每天平均收聽時數方面，收聽廣播的聽眾平均收聽時數整體皆高於收聽Podcast的聽眾，而使用行動裝置收聽廣播的聽眾，每天平均收聽時數略高於使用傳統設備收聽聽眾的每天平均時數。
3. 收聽廣播的聽眾皆以「音樂類」及「新聞類」為主要收聽的節目類型，而Podcast聽眾則是以「閒聊趣味類」及「知識說書類」。而收聽廣播的聽眾不論是行動裝置或傳統設備，兩族群較常收聽的節目類型差異不大。
4. 收聽廣播的聽眾不論使用行動設備或傳統設備，會選擇收聽廣播皆以「有聲音陪伴」及「無聊/打發時間」為比例相對較高的原因，而會選擇收聽Podcast的聽眾，其選擇的主要原因為「收聽便利性」及「喜歡節目風格」兩者比例相對較高。

第二節 建議

一、立即可行性建議

(一) 網路和數位媒體發展快速，雖增加廣播產業的發展空間與商機，但也面臨跨平台競爭，已大幅影響廣播業者的市場佔有率及廣告收入，且聽眾型態已從被動接受轉為主動接收，民眾有選擇的權利。大多數聽眾對於廣播涵蓋廣告及商品介紹現階段規範是可接受的，建議主管機關可邀請各電臺業者、廣播公會等舉行座談會，針對廣告時間或製作模式進行討論，研擬可解決業者經營困境的方式，可使廣播能在跨平台競爭中更具競爭力。

隨著網路和數位媒體的發展，廣播產業也逐漸從傳統的廣播節目轉向多元化的內容和平台，像是Podcast、社群媒體等，雖可能增加產業的發展空間和商機，但也面臨跨平台競爭，網路廣告和平台的崛起，威脅到傳統廣播業者的市場佔有率和廣告收入。根據量化調查顯示，雖有近6成的聽眾對於廣播廣告時間長度規定認為「剛好」，但仍有近3成的聽眾表示算「多」，且對廣播節目有商品訊息介紹，有7成5以上表示接受，表示大數聽眾對於廣播節目中涵蓋廣告及商品介紹依照現階段規範是可接受的。

質化調查中，有專家學者表示廣播廣告時間應不需有刻意的管制，聽眾已從被動接收轉變為主動，聽眾有選擇能力，若因廣告過多聽眾流失，業者自會自行審視，主管機關應關注內容是否違反規定。另外，多元媒體時代來臨，有非常多競爭者，但廣告方面卻相對有許多規範，網路具備影像及聲音且用詞可無拘無束，僅靠聲音傳播的廣播節目相對弱勢，因此學者們建議應適當的開放廣播電臺在廣告方面的規範。

另外，質化調查聽眾場也有部分聽眾表示，對於廣播節目刻意中止節目切入廣告方式感受不好，認為應像Podcast方式一樣，開頭直接說明由什麼廠商贊助，或者廣告的方式透過節目過程用置入性的方式來進行，會讓廣告較不突兀，接受度也更高。

綜上所述，雖大多數聽眾對於廣播涵蓋廣告及商品介紹現階段規範是可接受的，但因業者面臨多元媒體時代來臨，廣播僅靠聲音傳播相對弱勢，且播送廣告方式較易使聽眾感受不佳，造成廣告成效低，進而影響其收入，使電臺業者生存不易，且因網路、Podcast各類型節目對於商品宣傳、置入性行銷等對廣播業者帶來極大挑戰，建議主管機關可邀請各電臺業者、廣播公會等舉行座談會，針對廣播節目廣告時間或製作模式進行討論，研擬出可解決業者經營困境的方式，審視廣播廣告等規範進行調整，可使廣播能在跨平台競爭中更具競爭力。

(二) 調查結果顯示，僅有 4.7%聽眾表示廣播節目有介紹中國大陸相關資訊節目，進一步詢問對其影響，僅有不到 1 成聽眾表示有影響。專家學者表示廣播節目應具有言論自由保障，且節目的內容皆是在鞏固同溫層想法的基礎上。因此在保障言論自由的條件下，對業者製播中國元素內容節目可能造成的影響尚無定論，建議主管機關可做例行性調查研究，持續探討是否有所影響，觀察其變化，此外可進一步探討如何加強廣播媒體素養，業者對節目播放內容需制定審查機制，不應傳播錯誤資訊。

量化調查結果發現，聽眾在收聽經驗中，廣播有播放介紹中國大陸風土民情、新聞、政策等相關資訊節目，僅有1.4%的聽眾表示「非常多」，3.3%表示「有點多」，而有41.8%表示「不太多」，45.4%表示「都沒有」。再進一步詢問表示「非常多」及「有點多」的聽眾，對於節目傳播中國大陸資訊內容，是否會影響對中國大陸的看法，有6成45的聽眾表示「沒有影響」，不到1成表示「有影響」。

質化調查中，針對製播中國相關內容節目方面，專家學者表示主管機關對於這情形不需過度緊張，不管業者製播緣由為何，單純製作節目或受委託製作皆可，廣播節目仍具有言論自由的保障。此外，不管是什麼節目內容，大多數都只是在鞏固同溫層的聽眾而已，例如某些電視政論節目雖在我們感受中可能收視率好像很高，節目很多人看，但其實也只有理念相同的民眾會固定收看。

因此在保障言論自由的條件下，對於業者製播中國元素相關內容的節目可能造成的影響目前尚無法有所定論，建議主管機關可針對此議題做例行性調查研究，持續探討聽眾對中國大陸看法是否有所影響，並觀察其變化，此外可進一步探討如何加強廣播媒體的素養，業者對於節目所播放的內容需制定審查機制，不應傳播錯誤資訊。

二、中長期性建議

(一) 專家學者表示廣播電視法規定之節目分類較明確，且節目佔比規定可能造成電臺製作節目的困境，因此建議主管機關可審視廣播節目類型播送佔比是否有調整必要性，可讓廣播業者在製作節目上更具備彈性，可以讓聯播業者間降低自身營運成本，也可讓廣播業者增加聯播合作的意願度。

廣播電視法規定四類節目須有比例原則問題，但電臺無法只做單一類型節目，一個節目裡，會涵蓋非常多的內容，像是新聞、音樂、文化、公共服務等，但因法規限制，除了業者自行定義類型的方式外，僅能透過聯播來改善。質化調查中，有專家學者表示廣播電視法規定之節目分類較明確，但廣播節目的類型多元化，很難用一個明確的類型來給予定義，應該是要針對電臺的屬性進行管理，節目內容合不合聽眾胃口是電臺業者需關注的，主管機關應關注電臺屬性是否符合當地聽眾的需求。

另外，業者表示電臺營運成本是必然成本，已無代理商廣告收入，無法增加收入，且因法規規定新聞及政令宣導、教育文化、公共服務類型每週播放不得少於百分之四十五，因此聯播的方式是大部分電臺目前必要的執行方式，除了可以將節目類型符合規定外，也可降低營運成本。

因此建議主管機關可審視廣播節目類型播送佔比是否有調整必要性，可讓廣播業者在製作節目上更具備彈性，可以讓聯播業者間降低自身營運成本，也可讓廣播業者增加聯播合作的意願度。

(二) 收聽「便利性」為民眾選擇收聽與否的首要條件，且因應廣播數位化時代來臨，廣播資源整合成為當務之急。建議文化內容產業輔導獎勵機關可邀請相關領域專家及業者，協助共同開發廣播App或雲端廣播網，以增加民眾收聽便利性外，並有助於節目推廣及業者拓展市場。

量化調查顯示，聽眾採用車用/一般收音機的比例目前仍是最高，但使用「手機/平板」來收聽廣播的聽眾相較於往年調查有著明顯的提升，而聽眾在選擇收聽設備的主要原因皆是以「便利性」為主要考量，且透過手機APP程式收聽的聽眾主要方式也是選擇「電臺官方APP」或「集合型廣播APP」來進行收聽。另外，量化調查中沒有收聽廣播習慣的民眾，在可透過電腦/手機收聽廣播條件下，有近3成的民眾表示會增加其收聽廣播的意願。

然而經由質化調查結果發現，不論業者或者專家學者皆有提出廣播數位化時代來臨，應針對廣播進行資源整合，設計像是雲端廣播網亦或者像是過去中華電信HiChannel的集合型廣播App，因若廣播業者各自付費開發App，連同後續維護、更新，需耗費龐大成本，導致經營上會更加困難。

綜上所述，建議文化內容產業輔導獎勵機關可邀請相關領域專家及業者，協助共同開發集合型廣播App或雲端廣播網，將立案合法之廣播電臺統一彙整，以增加聽眾收聽便利性外，並有助於廣播節目的推廣及廣播業者拓展聽眾市場，也可減輕各電臺營運成本。

(三) 調查結果顯示，多數聽眾對於電臺活動及粉絲團皆未參加或加入過，但對於沒收聽廣播的民眾對於可透過電腦/手機收聽或多元服務活動會有 2 成 5 上下表示會增加收聽意願。因此建議文化內容產業輔導獎勵機關可鼓勵業者節目製播上，研擬適合多元平台播放的內容及類型，並協助業者舉辦與聽眾或民眾接觸之相關廣播活動，期許能增加民眾收聽廣播之意願。

本次調查結果顯示，聽眾中有超過9成聽眾表示「都沒有參加過」電臺活動，有參加的則以「電話call-in」的比例最高，主要原因則為「點播歌曲」；另外，有超過9成的聽眾表示「都沒有加入」任何粉絲團，有加入節目或電臺FB的聽眾，與其互動方式以「打卡按讚」的比例最高。另外，也僅有1成82的聽眾「有」收看網路直播的經驗。

對於沒有收聽廣播的民眾，在增加收聽意願方面，不論是可透過電腦/手機收聽廣播或電臺提供多元服務活動，受訪者皆有2成5上下表示會增加收聽意願。

在質化調查方面，部分業者面對Podcast所帶來的衝擊，也是採用設計短單元模式放置Podcast頻道進行播送，透過製作廣播節目及Podcast節目雙頭並進方式來因應，也會透過Youtube直播及其他社群媒體經營方式來增加節目收聽率。專家學者表示Podcast與廣播是具備不同的特性，廣播具有即時性的優勢，在新聞、即時訊息上，Podcast無法像廣播那樣的快速，因此如何透過優勢存活在市場上才是關鍵。

因此建議文化內容產業輔導獎勵機關可以鼓勵業者在節目製播上，研擬出適合多元平台播放的節目內容及類型，並協助業者舉辦與聽眾或民眾接觸之相關廣播活動，透過線上多媒體平台增加節目曝光度及電臺多元服務活動，期許能增加沒收聽廣播習慣民眾收聽廣播之意願。

(四) 廣播產業的發展，遭遇需多困難，同業整併或退場都是目前各產業較常見的方式，因此建議主管機關可審視合併之相關規定，討論能否在避免壟斷等條件下放寬規範，並鼓勵業者可透過整併方式來進行資源整合，透過更多元的節目類型，期許能帶來更多的廣告及贊助商的投入；另外，建議也可參考美國 FCC 對於經營困難或瀕臨退場廣播業者之作法，提供輔導作為，若仍無法改善則協助業者退場，避免造成持續經營發生節目製播紊亂的情形。

質化調查發現，不論業者或專家學者皆有提出現階段廣播產業的發展，確實遭遇需多困難，包括像是互聯網及社群媒體的普及、聽眾對節目的需求轉變、製播節目的法令規定、廣告額度縮減等，因此，許多廣播業者需要找到解決之道，以求生存。

同業整併或退場都是目前各產業較常見的方式，廣播業者的整併可以帶來某些好處，包含獲得更大的市場覆蓋範圍，可有效提升經濟效益，如降低成本、更有效利用資源。另外，透過整併可以擴大業務範圍，不同業者可能擅長的節目面向不同，透過不同專精的節目製作，讓廣播業者間透過整併一同擁有更多元的節目類型頻道，有效提升節目製作品質，期許能帶來更多的聽眾及廣告贊助。

廣播業者整併時，兼顧廣播屬地性是非常重要的，可以要求廣播業者在整併後應努力保留或推廣地方節目及內容，並支持和發展地方廣告市場，也可透過保持在地主持人或原節目主持人以維護當地聽眾的連結和共鳴。

另外，協助業者退場也是一個解決困難的方式，部份業者可能在遭遇困難時無適合的解決方式，但為了持續經營換取些微收入，可能出現節目製作混亂情形發生，製作低品質的節目內容不僅會損害聽眾的權益，還會對廣播業的聲譽和形象造成負面影響。

而美國FCC對於對經營困難或瀕臨退場之廣播業者有下列的措施
4748：

1. 廣播貸款和補助金：與其他政府機構合作，提供貸款和補助金計劃，以幫助廣播電台獲得資金來應對經營困難。
2. 免費技術輔導：技術專家和工程師可提供免費的技術輔導，幫助廣播電台處理技術問題、維護設備和提高效能。有助於減少營運成本並提高節省開支。
3. 頻譜調整和重新分配：重新配置頻率、改變使用條件或區域範圍，以提供更好的機會和環境給廣播電台運營。
4. 培訓和資源：提供各種培訓和資源，以協助廣播電台業者更好的管理和經營業務。

另外，在針對業者輔導⁴⁹部分，業者在申請更換執照的過程中，需要檢附各種相關證明文件，包含像是營運計劃、財務報告等，FCC也會針對文件進行審查並提供意見，若電臺的經營情況導致其未能履行其廣播許可的義務，FCC可能會與電臺合作，提供指導和輔導，幫助改善運營，以確保其履行對社區和公眾的承諾。

建議主管機關可審視廣播業者合併之相關規定，討論是否能在避免壟斷等條件下放寬合併規範，並鼓勵業者可透過整併方式來進行資源整合，除了降低營運成本外，也可透過更多元的節目類型，進而增加電台的聽眾數量，期許能順勢帶來更多的廣告及贊助商的投入；另外，建議也可參考美國FCC對於經營困難或瀕臨退場廣播業者之作法，提供輔導作為，若仍無法改善則協助業者退場，避免造成持續經營過程中發生節目製播紊亂的情形。

⁴⁷國家通訊傳播委員會(2009)。“廣電事業股權規範之研究”。取自：https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/10011/1685_13647_100113_1.pdf

⁴⁸簡維克、劉孔中(2009)。“通訊傳播事業間結合的利益與不利益分析”。第17卷第4期(98/10)，頁93-139，取自：<https://www.ftc.gov.tw/upload/f768ac8b-e699-4de1-a6ec-2464aa44a276.pdf>

⁴⁹FCC(2019)。“THE PUBLIC AND BROADCASTING：How to Get the Most Service from Your Local Station”。取自：<https://www.fcc.gov/sites/default/files/public-and-broadcasting.pdf>

參考文獻

一、中文

- SoundOn(2020)。“**2020 H1 Podcast 產業調查報告**”。取自：<https://docsend.com/view/7cegnvyirpi9j65z>。
- 天下雜誌(2021)。“**2021 聽經濟大調查**”。取自：<https://storage.googleapis.com/www-cw-com-tw/article-pdf/202106/article-pdf-60b88ead64ca9.pdf>。
- 文化內容策進院(2022)。“**2021 年臺灣文化內容產業調查報告**”，文化內容策進院研究報告。取自：<https://www.taicca.tw/article/691fdfdf>。
- 文化部(2019)。“**2018 影視廣播產業趨勢研究調查報告—廣播產業**”。文化部調查研究報告。臺北市：文化部影視及流行音樂產業局。
- 尼爾森(2022)。“**尼爾森研究新知 2022 年 7 月刊**”。取自 <http://www.taaa.org.tw/news/article/6699>。
- 全國法規資料庫(2016)。“**廣播電視廣告播送方式與數量分配辦法**”。取自：<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=P0050057>。
- 全國法規資料庫(2018)。“**廣播電視法**”。取自：<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=p0050001>。
- 全國法規資料庫(2019)。“**廣播節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法**”。取自：<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=P0050054>。
- 國家通訊傳播委員會(2014)。“**國家通訊傳播委員會審查廣播事業聯播處理要點**”。取自：https://www.ncc.gov.tw/chinese/law_detail.aspx?site_content_sn=3442&is_history=0&law_sn=1972&sn_f=2213。
- 國家通訊傳播委員會(2016)。“**廣播節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法**”。取自：https://gazette.nat.gov.tw/EG_FileManager/eguploadpub/eg025061/ch06/type1/gov53/num15/images/AA.pdf。
- 國家通訊傳播委員會(2019)。“**2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查**”。國家通訊傳播委員會研究報告，未出版。
- 國家通訊傳播委員會(2022)。“**111 年 6 月廣播電視事業許可家數(第 2 季)**”，國家通訊傳播委員會。取自：https://www.ncc.gov.tw/chinese/news.aspx?site_content_sn=2028&is_history=0。
- 國家通訊傳播委員會(2022)。“**廣播電臺節目表 111 年 8 月**”。取自：http://www.ncc.gov.tw/chinese/opendata_item.aspx?menu_function_sn=169。
- 臺北市廣告代理商商業同業公會(2021)。“**2021 年臺灣媒體白皮書**”，臺北市廣告代理商商業同業公會。取自：http://www.taaa.org.tw/news/article/7912?fbclid=IwAR0YHEGf-vrKsmcWkqIkITkMVnEh648lxNfWqFSzpCt7sIsqINgai_-jolg。
- 潤利艾克曼公司(2021-2022)。“**2021-2022 年媒體大調查報告**”。取自：<https://www.xkm.com.tw/HTML/XKMsite/information.html>。

國家通訊傳播委員會(2009)。“廣電事業股權規範之研究”。取自：https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/10011/1685_13647_100113_1.pdf
簡維克、劉孔中(2009)。“通訊傳播事業間結合的利益與不利益分析”。第17卷第4期(98/10)，頁93-139，取自：<https://www.ftc.gov.tw/upload/f768ac8b-e699-4de1-a6ee-2464aa44a276.pdf>

二、英文

- BBC/Ofcom. Figures exclude BBC Radio 4 LW. Analogue radio stations at March 2018.
- Chen-Han, Hsu. The Network Strategy of New Entrants: The Case of Low and Medium Power Radio Stations in Taiwan. Unpublished master thesis, Department of Communications Management, Shih Hsin University, Taipie, 2011.
- Edison Research (2021). "The Infinite Dial UK 2021" Edison Research, Online Available: <http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2021/12/Infinite-Dial-UK-2021-1.pdf>. Accessed date: Aug 25, 2022.
- Edison Research (2022). "The Infinite Dial 2022" Edison Research, Online Available: <https://www.edisonresearch.com/the-infinite-dial-2022/>. Accessed date: Aug 25, 2022.
- "Establishment of a Class A TV Service". Federal Register. May 10, 2000. Retrieved July 15, 2018.
- FCC (2021). "The Public and Broadcasting" FCC, Online Available: <https://www.fcc.gov/media/radio/public-and-broadcasting>. Accessed date: Aug 25, 2022.
- Fang-Yi Cho. *Research on Loyalty of Listeners to Radio Stations. Unpublished master thesis, Department of Marketing, National Chung Hsing University, Taichung, 2013.*
- Federal Communications Commission, Broadcast station totals as of March 31, 2023. 美國聯邦通信委員會 <https://docs.fcc.gov/public/attachments/DA-23-300A1.pdf>.
- Nielsen Company (2021). "The Nielsen Total Audience Report." Nielsen, Online Available: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2021/07/Nielsen-Digital-Landscape-Report-January-2021.pdf>. Accessed date: Aug 25, 2022.
- Nielsen Company (2022). "Audio Today 2022: How America listens." Nielsen, Online Available: <https://westwoodone.com/wp-content/uploads/2022/07/Nielsen-2022-Audio-Today-How-America-Listens-Jun22-FINAL.pdf>. Accessed date: Aug 25, 2022.
- Ofcom (2022). "Ofcom Podcast Listening" Ofcom, Online Available: <https://www.adambowie.com/blog/2022/04/ofcom-uk-Podcast-survey-2022/>. Accessed date: Aug 25, 2022.
- Ofcom (2022). "Media nations: UK 2022" Ofcom, Online Available: https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0016/242701/media-nations-report-2022.pdf. Accessed date: Aug 25, 2022.
- RAJAR (2022). "RAJAR DATA RELEASE Q2, 2022" RAJAR, Online Available: https://www.rajar.co.uk/docs/news/RAJAR_DataRelease_InfographicQ22022v2.pdf. Accessed date: Aug 25, 2022.
- RAJAR (2022). "RAJAR MIDAS(Measurement of Internet Delivered Audio Services) WINTWR 2021" RAJAR, Online Available: https://www.rajar.co.uk/docs/news/MIDAS_Winter_2021.pdf. Accessed date: Au

g 25, 2022.

Waldman, S. The changing media landscape in a broadband age. Retrieved September 8, 2011. from <http://www.fcc.gov/info-needs-communities>

FCC(2019) 。"THE PUBLIC AND BROADCASTING : How to Get the Most Service from Your Local Station" 。取自 : <https://www.fcc.gov/sites/default/files/public-and-broadcasting.pdf>

附錄I 調查問卷

111 年廣播電臺收聽行為調查問卷

您好，這裡是循證民調，我們接受政府的委託正在進行一項有關「廣播電臺收聽行為」的調查，打擾您幾分鐘的時間，謝謝！

請問您滿 13 歲了嗎？（若否，訪員：因為我們需要訪問 13 歲以上的民眾，麻煩請您家中年滿 13 歲的家人來接聽電話，謝謝）

（您的電話是由電腦隨機抽出來的，您的意見是非常有代表性的）

（我們不會詢問您個人隱私資料，請您放心！）

（如果您有疑問，可撥打國家通訊傳播委員會：0800-177177 查詢）

【過濾題】

1. 請問您目前居住在哪个縣市？

- | | | | |
|--------------|---------|---------|---------|
| (01)新北市 | (02)臺北市 | (03)桃園市 | (04)臺中市 |
| (05)臺南市 | (06)高雄市 | (07)新竹縣 | (08)苗栗縣 |
| (09)彰化縣 | (10)南投縣 | (11)雲林縣 | (12)嘉義縣 |
| (13)屏東縣 | (14)宜蘭縣 | (15)花蓮縣 | (16)臺東縣 |
| (17)基隆市 | (18)新竹市 | (19)嘉義市 | (20)澎湖縣 |
| (98)拒答【中止訪問】 | | | |

2. 請問您今年大約幾歲？

- | | |
|------------|--------------|
| (01)13-19歲 | (02)20-29歲 |
| (03)30-39歲 | (04)40-49歲 |
| (05)50-59歲 | (06)60-69歲 |
| (07)70歲以上 | (98)拒答【中止訪問】 |

3. 請問您最近半年內，有沒有收聽過任何廣播節目？我們這裏指的廣播節目，是像無線廣播電臺中廣、警廣這種利用家中收音機、車用廣播、或網路來收聽，在工作地點或公共場所都算。【若回答沒有，請勾選(96)，若有，請追問】請問您大概多久會收聽廣播節目？【請按選項01~05順序逐一提示，當受訪者有回應時，即可停止追問】

- | | |
|----------------------|----------------------|
| (01)每天都有收聽 | (02)每週都有收聽 |
| (03)最近1個月內有收聽【跳問Q38】 | (04)最近3個月內有收聽【跳問Q38】 |
| (05)最近6個月內有收聽【跳問Q38】 | (96)從來不收聽廣播【跳問Q38】 |
| (98)拒答【中止訪問】 | |

4. 請問您有連續收聽超過5分鐘以上嗎？

- | | |
|-------|---------------|
| (01)有 | (02)沒有【跳問Q38】 |
|-------|---------------|

【廣播電臺收聽設備】

5. 請問您會透過哪些設備來收聽廣播？【複選題，不提示】※若是以手機接車用收音機播放，仍歸類為手機設備。



- (01)車用收音機/音響
- (02)一般收音機/音響
- (03)手機/平板
- (04)電腦(桌上型/筆記型)
- (97)其他【請紀錄】**【跳問 Q10】**

6-1【僅詢問 Q5 回答 01 者】請問您使用「車用收音機/音響」來收聽廣播的原因是什麼？**【複選題，不提示】** **【跳問 Q10】**

- (01)開車時收聽比較方便
- (02)可同步收聽路況
- (03)不想聽常聽的音樂
- (04)和家人一起收聽
- (97)其他【請紀錄】
- (98)不知道/拒答

6-2【僅詢問 Q5 回答 02 者】請問您使用「一般收音機/音響」來收聽廣播的原因是什麼？**【複選題，不提示】** **【跳問 Q10】**

- (01)家中或工作中收聽方便
- (02)操作方便
- (03)比較省電
- (04)習慣了
- (97)其他【請紀錄】
- (98)不知道/拒答

6-3【僅詢問 Q5 回答 03 者】請問您使用「手機/平板」來收聽廣播的原因是什麼？**【複選題，不提示】**

- (01)可隨身攜帶
- (02)收聽時間彈性
- (03)工作/讀書使用上較方便
- (04)可同時上網與收聽廣播
- (05)收訊較佳
- (97)其他【請紀錄】
- (98)不知道/拒答

6-4【僅詢問 Q5 回答 04 者】請問您使用「電腦(桌上型/筆記型)」來收聽廣播的原因是什麼？**【複選題，不提示】**

- (01)可隨身攜帶
- (02)收聽時間彈性
- (03)工作/讀書使用上較方便
- (04)可同時上網與收聽廣播
- (05)收訊較佳
- (97)其他【請紀錄】
- (98)不知道/拒答

【Q7 僅詢問 Q5 回答 03、04 者，其餘跳問 Q10】

7. 請問您會透過哪些方式來收聽廣播？【複選題，逐一提示】

- (01)手機 APP 程式
- (02)手機內建收音機頻道
- (03)電臺官方網站即時收聽(不含 HiNet-hichannel 收聽平臺)
- (04)HiNet-hichannel 線上即時收聽平臺(9/30 即將下架)
- (05)網際網路隨選收聽(如 Soundcloud、Mixcloud...等，不包含 Podcast 節目下載)
- (06)KKBOX 網路平台即時收聽
- (97)其他【請紀錄】
- (98)不知道/忘記了

【Q8 僅詢問 Q7 回答 01 者，其餘跳問 Q9】

8. 請問您的手機目前有下載哪些 APP 來收聽廣播？【複選題，逐一提示】

- (01)電台官方 APP

- (02)集合型廣播 APP(例：Radio Taiwan、myTuner Radio、TuneIn Radio、Radio.tw)
(03)Podcast 播客 APP(例：Apple Podcasts、SoundOn 聲浪、Castbox、KKBOX、Google 播客、Spotify、SoundCloud)
(97)其他【請紀錄】 (98)不知道/忘記了

9. 接下來請您根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意。

9-1 點選/蒐尋網址方便性

(01)非常滿意 (02)還算滿意 (03)不太滿意 (04)非常不滿意 (05)無意見

9-2 點選/蒐尋節目方便性

(01)非常滿意 (02)還算滿意 (03)不太滿意 (04)非常不滿意 (05)無意見

9-3 使用介面設計風格

(01)非常滿意 (02)還算滿意 (03)不太滿意 (04)非常不滿意 (05)無意見

9-4 即時互動性功能

(01)非常滿意 (02)還算滿意 (03)不太滿意 (04)非常不滿意 (05)無意見

9-5 收聽品質

(01)非常滿意 (02)還算滿意 (03)不太滿意 (04)非常不滿意 (05)無意見

9-6 不受廣告干擾/沒有廣告

(01)非常滿意 (02)還算滿意 (03)不太滿意 (04)非常不滿意 (05)無意見

【廣播電臺收聽行為與動機】

10. 請問您一個禮拜大概會收聽幾天廣播？

- (01)1天 (02)2天
(03)3天 (04)4天
(05)5天 (06)6天
(07)天天聽

11. 請問您週一到週五(平日)通常都在哪些時段收聽廣播？【複選題，不提示】※若受訪者回答沒有固定時間，請追問：大部份是早上、下午還是晚上？

- (01)早上(06:00~07:59) (02)早上(08:00~09:59) (03)早上(10:00~11:59)
(04)下午(12:00~13:59) (05)下午(14:00~15:59) (06)下午(16:00~17:59)
(07)晚上(18:00~19:59) (08)晚上(20:00~21:59) (09)晚上(22:00~23:59)
(10)深夜(24:00~05:59) (94)沒有固定時間-早上 (95)沒有固定時間-下午
(96)沒有固定時間-晚上 (97)平日沒有收聽【跳問 Q13】 (98)忘記了/拒答【跳問 Q13】

12. 請問您週一到週五(平日)平均每天收聽幾個小時的廣播？※訪員輸入整數

- (01)____小時
(02)____分

13. 請問您週六及周日(假日)通常都在哪些時段收聽廣播？【複選題，不提示】

※若受訪者回答沒有固定時間，請追問：大部份是早上、下午還是晚上？

- | | | |
|---------------------|---------------------|---------------------|
| (01)早上(06:00~07:59) | (02)早上(08:00~09:59) | (03)早上(10:00~11:59) |
| (04)下午(12:00~13:59) | (05)下午(14:00~15:59) | (06)下午(16:00~17:59) |
| (07)晚上(18:00~19:59) | (08)晚上(20:00~21:59) | (09)晚上(22:00~23:59) |
| (10)深夜(24:00~05:59) | (94)沒有固定時間-早上 | (95)沒有固定時間-下午 |
| (96)沒有固定時間-晚上 | (97)假日沒有收聽【跳問 Q15】 | (98)忘記了/拒答【跳問 Q15】 |

14. 請問您週六及周日(假日)平均每天收聽幾個小時的廣播？※訪員輸入整數

- (01)____小時
(02)____分

15. 請問您會收聽廣播的原因是什麼？【複選題，不提示】

- | | |
|----------------|-----------------------|
| (01)有聲音陪伴 | (02)無聊/打發時間 |
| (03)可以跟著唱歌/聽歌 | (04)收聽即時新聞 |
| (05)收聽路況報導 | (06)有固定喜歡的節目 |
| (07)吸收新知 | (08)跟家人一起收聽 |
| (09)放鬆心情 | (10)call-in、跟主持人互動/聊天 |
| (11)學習語言 | (12)工作場所會固定播放 |
| (95)無特別原因 | (97)其他【請紀錄】 |
| (98)不知道/忘記了/拒答 | |

16. 請問您通常都在哪些地方收聽廣播？【複選題，不提示】

- | | |
|------------------------|----------------|
| (01)自用車/工作使用的車 | (02)計程車 |
| (03)家中/宿舍 | (04)工作場所 |
| (05)大眾運輸交通工具(捷運/公車/客運) | (06)運動場所/戶外/公園 |
| (07)商店/超市 | (97)其他【請紀錄】 |
| (98)不知道/忘記了/拒答 | |

17. 請問您通常在收聽廣播時，會同時在做哪些事情？【複選題，不提示】

- | | |
|-----------------|-----------------|
| (01)開車 | (02)搭車或乘車 |
| (03)休息時/空閒時/無聊時 | (04)工作中 |
| (05)做家事 | (06)單純聽節目沒有做其他事 |
| (07)睡覺前 | (08)吃飯 |
| (09)運動 | (10)唸書 |
| (11)上網 | (12)走路/行進中 |
| (97)其他【請紀錄】 | (98)不知道/忘記了/拒答 |

廣播電臺收聽偏好

18. 請問您平常比較常收聽哪些廣播電臺？【複選題，不提示，最多5項】※提供電臺列表供訪員記錄

- (97)其他【請紀錄電臺名稱或頻率】 (98)拒答

18-1 【若回答一個電臺以上，續問】請問以上您最常收聽的是哪一個廣播電臺？

(97)其他【請紀錄電臺名稱或頻率】

(98)拒答

19. 請問您比較常收聽【代入Q18-1】廣播電臺的原因是什麼？【複選題，不提示】

(01)收訊品質比較好

(02)主持人因素

(03)整體節目內容

(04)新聞因素

(05)收聽路況

(06)生活資訊豐富

(07)語言(學習)因素

(08)音樂好聽

(09)時段因素

(10)工作場所或他人播放，便跟著收聽

(11)聽眾可以參與互動

(12)習慣了

(96)無特別原因

(97)其他【請紀錄】

(98)不知道/忘記了/拒答

20. 請問您較常收聽那些類型的廣播節目？【複選題，不提示】

(01)新聞類(含路況)【續問 Q20-1】

(02)音樂類【續問 Q20-2】

(03)生活資訊類

(04)藝術文化類

(05)旅遊美食類

(06)社會教育類(含公共服務)

(07)運動/體育類

(08)投資理財類

(09)傳統戲曲類

(10)戲劇類(廣播劇)

(11)影劇娛樂類

(12)時事評論類(政論性談話)

(13)一般談話性節目(除時事評論類外)

(14)兒少節目

(15)宗教與人生哲理類

(16)醫學健康與養生類

(17)語言教學類

(18)新住民服務節目

(96)不一定/播什麼就聽什麼

(97)其他【請紀錄】

(98)不知道/不確定/忘記了

20-1 【僅詢問 Q20 回答 01 者】請問您平常較常收聽那些類型的新聞報導？【複選題，不提示，最多 5 項】

(01)社會新聞

(02)國內政治新聞

(03)財經股市

(04)影劇娛樂

(05)體育競賽

(06)藝文科學

(07)氣象報導

(08)國際新聞

(09)民生消費

(10)路況報導

(11)兩岸新聞【大陸新聞】

(96)不一定/播什麼就聽什麼

(97)其他【請紀錄】

(98)不知道/不確定/忘記了

20-2 【僅詢問 Q20 回答 02 者】請問您平常較常收聽那些類型的音樂節目？【複選題，不提示，最多 5 項】

(01)流行歌曲

(02)搖滾歌曲

(03)舞曲

(04)日本演歌

(05)經典老歌

(06)演奏曲或輕音樂

(07)爵士歌曲

(08)節奏藍調

(09)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)國樂或戲曲 |
| (15)其他國家音樂(日韓、新住民，但不含西
洋、中國) | (16)台語歌曲 |
| (17)原住民音樂 | (17)客語歌曲 |
| (18)宗教音樂 | (96)不一定/播什麼就聽什麼 |
| (97)其他【請紀錄】 | (98)不知道/不確定/忘記了 |

21. 請問您認為目前的廣播電台節目內容，有沒有需要改進的地方？【複選題，不提示】

- | | |
|---------------|------------------|
| (01)廣告時間太長 | (02)節目經常性介紹或推銷商品 |
| (03)販售商品品質不佳 | (04)同樣廣告重複多次 |
| (05)談話性節目內容太多 | (06)主持人口條不佳 |
| (07)播放音樂不吸引人 | (95)沒有需要改進的地方 |
| (97)其他【請紀錄】 | (98)不知道/無意見/拒答 |

【聽眾對廣播媒體信任程度】

【Q22~Q24 僅詢問 Q20 回答 01、12、13 者，其餘跳問 Q25】

22. 請問您對於廣播電臺，各節目中的時事評論、資訊發布等內容感到信不信任？

- | | |
|----------------|-----------|
| (01)非常信任 | (02)還算信任 |
| (03)不太信任 | (04)完全不信任 |
| (98)不知道/無意見/拒答 | |

23. 請問您覺得廣播電臺，在報導議題的立場上是否中立不偏頗(例：報導是否維持 公正，是否偏袒特定立場)？

- | | |
|----------------|-----------|
| (01)非常中立 | (02)還算中立 |
| (03)不太中立 | (04)完全不中立 |
| (98)不知道/無意見/拒答 | |

24. 請問您認為在廣播節目中，若有新聞評論針對時事進行探討，會不會影響您的看法？

【若回答有，請追問】請問是偏正面的看法，還是偏負面的看法比較多？

- | | |
|----------------|----------------|
| (01)有影響，偏正面比較多 | (02)有影響，偏負面比較多 |
| (03)沒有影響 | (98)不知道/無意見/拒答 |

25. 就您收聽廣播的經驗中，介紹中國大陸風土民情、新聞、政策、音樂、文化等相關資訊的節目多不多？

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| (01)非常多 | (02)有點多 |
| (03)不太多 【跳問 Q27】 | (04)都沒有 【跳問 Q27】 |
| (03)沒有影響 | (98)不知道/無意見/拒答 |

26. 請問您認為在廣播節目中，若有介紹與中國大陸相關的資訊，會不會影響您對中國大陸的看法？【若回答有，請追問】請問是偏正面的看法，還是偏負面的看法比較多？

- | | |
|----------------|----------------|
| (01)有影響，偏正面比較多 | (02)有影響，偏負面比較多 |
|----------------|----------------|

(03)沒有影響

(98)不知道/無意見/拒答

【電台與聽眾互動體驗】

27. 請問您有沒有參加過廣播電臺的主持人或節目的相關活動？(包含抽獎、Call-in...等)

【若有，請續問】請問您參加過哪些活動？【複選題，不提示】

100 電臺實體活動(非線上)

(101)電話 call-in(含點歌/諮詢)

(102)聽友會

(103)抽獎活動

(104)票選活動

(105)公益活動

(106)各類課程

(107)旅遊活動

(108)各項競賽(歌唱/語言)

(109)演唱會(音樂活動)

(110)網購或團購活動

200 線上活動

(201)官網點播歌曲/留言

(202)FB 點播歌曲/留言/票選/按讚

(203)線上抽獎/兌換

(204)線上團購活動

996 都沒有參加過

997 其他【請紀錄】

998 忘記了/無意見/拒答

28. 【僅詢問 Q27 回答 101 者】請問您會 call-in 的原因有哪些？【複選題，不提示】

(01)表達自身意見

(02)想與主持人或來賓聊天

(03)有獎品

(04)回報路況

(05)點播歌曲

(06)詢問節目或活動資訊

(07)諮詢問題

(97)其他【請紀錄】

(98)不知道/忘記了/拒答

29. 請問您有加入廣播電臺、節目或主持人的粉絲團(FB)嗎？【複選題，不提示】

(01)電台 FB

(02)節目 FB

(03)主持人 FB

(95)都沒有加入【跳問 Q31】

(98)不知道/忘記了/拒答

30. 請問您在粉絲團裡，與廣播電臺、節目或主持人有哪些互動？【複選題，不提示】

(01)點播歌曲

(02)留言聊天

(03)打卡按讚

(04)分享資訊

(05)票選活動

(06)抽獎活動

(07)團購活動

(08)旅遊活動

(95)都沒有互動

(97)其他【請紀錄】

(98)不知道/忘記了/拒答

31. 請問您有沒有看過電臺節目的網路直播呢？

(01)有

(02)沒有【跳問 Q33】

32. 請問您會收看電臺節目網路直播的主要原因是？【複選題，不提示】

(01)可以看到主持人或來賓

(02)可以直接跟主持人或來賓互動

- (03)喜歡/認同主持人(主持風格/外型) (04)可以看到更多畫面(像看電視節目)
(97)其他【請紀錄】 (98)不知道/無意見/拒答

【購買電台推介之商品】

33. 請問您最近半年內，是否有因聽廣播節目而購買過產品或服務嗎？

- (01)有 (02)沒有【跳問 Q35】

34. 請問您購買的產品或服務，是否有讓您不滿意的經驗？【複選題，不提示】

- (01)產品/服務有問題 (02)產品/服務無法退貨
(03)產品/服務不符合預期 (04)產品/服務找不到諮詢管道
(05)廣告不實 (95)沒有不滿意經驗
(97)其他【請紀錄】 (98)不知道/無意見/拒答

35. 根據法律規定，目前 1 小時的廣播節目可播出 9 分鐘的廣告，請問您覺得廣告時間長度？【單選題，一口氣提示 01~05 選項】

- (01)太多 (02)有點多
(03)剛好 (04)有點少
(05)太少 (98)沒意見/不知道

36. 如果在廣播節目中有時會有商品訊息的介紹，請問這樣的情形您可以接受嗎？

- (01)可以接受 (02)還算能接受
(03)不太能接受 (04)非常不能接受
(98)不知道/無意見/拒答

37. 根據政府規定，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，請問這樣的情形您可以接受嗎？

- (01)可以接受 (02)還算能接受
(03)不太能接受 (04)非常不能接受
(98)不知道/無意見/拒答

【Podcast 使用情形】

38. 請問您最近這一週，有沒有收聽過任何Podcast播客的節目嗎？【若回答沒有，請勾選 (96)，若有，請續追問】請問您通常在哪些時段收聽Podcast？

- (01)凌晨 00:00-05:59 (02)上午 6:00-11:59
(03)下午 12:00-17:59 (04)晚上 18:00-23:59
(96)沒有收聽 Podcast【跳問 Q42】 (97)沒有固定收聽時間
(98)不知道/無意見/拒答【跳問 Q42】

39. 請問您平均每天收聽幾個小時的Podcast？※訪員輸入整數

- (01)____小時
(02)____分

40. 請問您較常收聽的 Podcast 節目類型？【複選題，不提示】



- (01)商業與個人理財類：例如「股癌」、「財經一路發」、「吳淡如人生實用商學院」、「兆華與股惑仔」。
- (02)新聞與政治類：例如「轉角國際·重磅廣播」、「聽天下」、「寶島全世界」。
- (03)閒聊趣味類：例如「呱吉」、「唐陽雞酒屋」、「馬克信箱」、「雞來速」、「台灣通勤第一品牌」、「百靈果 NEWS」、「好味小姐開束縛我還你原形」、「婁姐必請」。
- (04)知識說書類：例如「那些電影教我的事」、「哇賽心理學」、「周慕姿讀靈魂腳本」、「從前從前」、「下一本讀什麼？」、「Kevin 英文不難」。
- (05)旅遊生活類：例如「旅行熱炒店」、「解鎖地球」、「老外喇迪賽」、「您好，我是宅女小紅」、「尼爾喝牛奶」、「唐陽雞酒屋」。
- (97)其他【請紀錄】 (98)不知道/忘記了/拒答

41. 請問您會收聽 Podcast 節目的原因是什麼？【複選題，不提示】

- (01)收聽便利性 (02)節目無固定時間限制
- (03)喜歡節目風格 (04)喜歡主持人風格
- (05)可重複播放 (06)親友的介紹
- (97)其他【請紀錄】 (98)不知道/無意見/拒答

【未來收聽廣播意願】

【Q42~Q45僅詢問Q3回答03~96者、或Q4回答02者】

42. 請問您沒有習慣收聽廣播的原因？【複選題，不提示，最多5項】

- (01)沒空收聽 (02)對廣播節目沒興趣
- (03)沒有收聽習慣 (04)工作場所(環境)不允許
- (05)廣播收訊不佳 (06)廣播節目內容不喜歡
- (05)沒有收聽設備 (06)廣播資訊或節目較少
- (97)其它【請紀錄】 (98)不知道/無意見/拒答

43. 目前透過電腦、手機等設備，也都能隨時隨地收聽廣播，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？

- (01)一定會 (02)可能會
- (03)可能不會 (04)一定不會
- (98)不知道/無意見/拒答

44. 目前電臺提供線上與實體的服務或活動，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？

- (01)一定會 (02)可能會
- (03)可能不會【跳問 Q46】 (04)一定不會【跳問 Q46】
- (98)不知道/無意見/拒答【跳問 Q46】

45. 請問比較吸引您的廣播電臺服務或活動可能有哪些？【複選題，不提示】

100 電臺實體活動(非線上)

- (101)電話 call-in(含點歌/諮詢) (102)聽友會
- (103)抽獎活動 (104)票選活動

- (105)公益活動
- (107)旅遊活動
- (109)演唱會(音樂活動)

200 線上活動

- (201)官網點播歌曲/留言
- (203)線上抽獎/兌換
- (204)FB 網路直播
- 998 不知道/無意見/拒答

- (106)各類課程
- (108)各項競賽(歌唱/語言)
- (110)網購或團購活動

- (202)FB 點播歌曲/留言/票選/按讚
- (204)線上團購活動
- 997 其他【請紀錄】

【基本資料】

46. 請問您的教育程度？

- (01)國小及以下
- (03)高中、高職
- (05)大學
- (98)拒答
- (02)初中、國中
- (04)專科
- (06)研究所及以上

47. 請問您的職業是什麼？

- (01)軍警公教
- (03)企業主管/專業人員
- (05)文書事務人員
- (07)技術工/機械設備操作或組裝/體力工
- (08)農林漁牧礦
- (10)家管
- (97)其他【請紀錄】
- (02)自營商/企業主
- (04)助理專業人員/技術人員
- (06)商業買賣/服務人員
- (09)學生
- (11)無業/退休/待業
- (98)不知道/無意見/拒答

48. 請問您平常跟家人溝通，最主要使用的語言是什麼？

- (01)國語
- (03)客語
- (05)原住民語
- (98)拒答
- (02)閩南語
- (04)英語
- (97)其他【請紀錄】

49. 請問您每個月平均收入大約是多少錢？(包括工作收入、獎金、利息、政府補助或月退俸等)

- (01)無收入
- (03)25,250～未滿4萬元
- (05)6萬～未滿8萬元
- (07)10萬～未滿15萬元
- (02)未滿25,250元
- (04)4萬～未滿6萬元
- (06)8萬～未滿10萬元
- (08)15萬～未滿20萬元
- (98)拒答

50. 為了瞭解民眾收聽廣播的各項服務需求，我們未來將舉辦座談會並提供出席費，如果時間允許，請問您有意願來參與嗎？

(01)有意願【請記錄姓氏及手機】

(02)沒有意願

《我們的訪問到此結束，謝謝您寶貴的意見！》

51.性別(訪員自行勾選)

(01)男性

(02)女性

附錄II 選項報表 (加權後)

1.細項百分比及樣本數為四捨五入之結果，若據此反推計算，將可能產生微幅差距。

調查主題：111年廣播電臺收聽行為調查

調查時間：2022/11/30~2022/12/30

調查對象：涵蓋臺灣本島及澎湖縣共20個縣市且年滿13歲(含)以上之民眾

完成樣本數：共完成5,479份有效樣本，其中有效聽眾合計1,074份(加權後為1,045份)

加權方法：依性別、年齡、縣市別進行多變數反覆性加權

執行單位：循證民調有限公司

	選項	次數	百分比
town 請問您目前居住在哪个縣市？	新北市	952	17.4
	臺北市	584	10.7
	桃園市	530	9.7
	臺中市	658	12.0
	臺南市	442	8.1
	高雄市	652	11.9
	新竹縣	133	2.4
	苗栗縣	128	2.3
	彰化縣	296	5.4
	南投縣	116	2.1
	雲林縣	160	2.9
	嘉義縣	120	2.2
	屏東縣	194	3.5
	宜蘭縣	107	2.0
	花蓮縣	76	1.4
	臺東縣	51	0.9
	基隆市	88	1.6
	新竹市	103	1.9
	嘉義市	62	1.1
	澎湖縣	26	0.5
	總數	5,479	100.0

	選項	次數	百分比
age 請問您今年大約幾歲？	13-19歲	381	7.0
	20-29歲	773	14.1
	30-39歲	859	15.7
	40-49歲	1,009	18.4
	50-59歲	934	17.1
	60-69歲	841	15.4
	70歲以上	681	12.4
	總數	5,479	100.0

	選項	次數	百分比
Q3 請問您最近半年內，有沒有收聽過任何廣播節目？我們這裏指的廣播節目，是像無線廣播電臺中廣、警廣這種利用家中收音機、車用廣播、或網路來收聽，在工作地點或公共場所都算。請問您大概多久會收聽廣播節目？	最近1天內有收聽	1,069	19.5
	最近1週內有收聽	559	10.2
	最近1個月內有收聽	299	5.5
	最近3個月內有收聽	86	1.6
	最近6個月內有收聽	68	1.2
	從來不收聽廣播	3,398	62.0
	總數	5,479	100.0

	選項	次數	百分比
Q4 請問您有連續收聽超過5分鐘以上嗎？	有	1,045	97.8
	沒有	24	2.2
	總數	1,069	100.0

	選項	次數	百分比
Q5 請問您會透過哪些設備來收聽廣播？	車用收音機/音響	695	66.5
	一般收音機/音響	292	27.9
	手機/平板	198	18.9
	電腦(桌上型/筆記型)	46	4.4
	樣本數	1,045	

	選項	次數	百分比
Q6-1 請問您使用「車用收音機/音響」來收聽廣播的原因是什麼？	開車時收聽比較方便	596	85.9
	可同步收聽路況	116	16.7
	不想聽常聽的音樂	18	2.5
	和家人一起收聽	12	1.7
	不知道/拒答	10	1.5
	樣本數	695	

	選項	次數	百分比
Q6-2 請問您使用「一般收音機/音響」來收聽廣播的原因是什麼？	家中或工作中收聽方便	199	68.1
	習慣了	65	22.4
	操作方便	40	13.8
	比較省電	1	0.2
	不知道/拒答	16	5.5
	樣本數	292	

	選項	次數	百分比
Q6-3 請問您使用「手機/平板」來收聽廣播的原因是什麼？	可隨身攜帶	100	50.4
	工作/讀書使用上較方便	51	25.7
	收聽時間彈性	40	20.0
	收訊較佳	18	9.3
	可同時上網與收聽廣播	18	9.0
	選擇性多不分國內外	5	2.5
	不知道/拒答	5	2.6
	樣本數	198	

	選項	次數	百分比
Q6-4 請問您使用「電腦(桌上型/筆記型)」來收聽廣播的原因是什麼？	工作/讀書使用上較方便	32	69.8
	可同時上網與收聽廣播	6	13.2
	可隨身攜帶	5	11.2
	收聽時間彈性	5	10.9
	收訊較佳	2	4.7
	不知道/拒答	3	6.9
	樣本數	46	

	選項	次數	百分比
Q7 請問您會透過哪些方式來收聽廣播？	手機APP程式	147	64.2
	電臺官方網站即時收聽	87	38.0
	手機內建收音機頻道	67	29.2
	網際網路隨選收聽	57	25.0
	HiNet-hichannel線上即時收聽平臺	42	18.3
	KKBOX網路平台即時收聽	34	15.1
	Youtube	6	2.7
	不知道/忘記了	7	3.0
	樣本數	229	

	選項	次數	百分比
Q8 請問您的手機目前有下載哪些APP來收聽廣播？	電台官方APP	92	63.0
	集合型廣播APP	60	40.7
	Podcast播客APP	35	23.6
	不知道/忘記了	13	8.8
	樣本數	147	

接下來請您根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意。

	選項	次數	百分比
Q9-1 點選/蒐尋網址方便性	滿意	201	87.8
	非常滿意	54	23.5
	還算滿意	147	64.2
	不滿意	9	4.1
	不太滿意	8	3.5
	非常不滿意	2	0.7
	無意見	19	8.1
	總數	229	100.0

	選項	次數	百分比
Q9-2 點選/蒐尋節目方便性	滿意	205	89.7
	非常滿意	56	24.7
	還算滿意	149	65.0
	不滿意	5	2.0
	不太滿意	3	1.4
	非常不滿意	1	0.6
	無意見	19	8.3
	總數	229	100.0

	選項	次數	百分比
Q9-3 使用介面設計風格	滿意	197	86.0
	非常滿意	43	18.6
	還算滿意	154	67.4
	不滿意	11	4.7
	不太滿意	11	4.7
	非常不滿意	0	0.0
	無意見	21	9.3
	總數	229	100.0

	選項	次數	百分比
Q9-4 即時互動性功能	滿意	140	61.1
	非常滿意	24	10.6
	還算滿意	115	50.5
	不滿意	19	8.3
	不太滿意	18	7.8
	非常不滿意	1	0.5
	無意見	70	30.6
	總數	229	100.0

	選項	次數	百分比
Q9-5 收聽品質	滿意	206	89.9
	非常滿意	61	26.8
	還算滿意	144	63.1
	不滿意	16	7.1
	不太滿意	16	7.1
	非常不滿意	0	0.0
	無意見	7	3.0
	總數	229	100.0

	選項	次數	百分比
Q9-6 不受廣告干擾/沒有廣告	滿意	167	73.3
	非常滿意	56	24.4
	還算滿意	112	48.9
	不滿意	49	21.4
	不太滿意	37	16.2
	非常不滿意	12	5.1
	無意見	12	5.4
	總數	229	100.0

	選項	次數	百分比
Q10 請問您一個禮拜大概會收聽幾天廣播？	1天	47	4.5
	2天	72	6.8
	3天	114	10.9
	4天	90	8.6
	5天	350	33.5
	6天	78	7.5
	天天聽	294	28.1
	總數	1,045	100.0

Q11 請問您週一到週五(平日)通常都在哪些時段收聽廣播？	選項	次數	百分比
	早上(06:00~07:59)	298	28.5
	早上(08:00~09:59)	433	41.4
	早上(10:00~11:59)	218	20.8
	下午(12:00~13:59)	190	18.2
	下午(14:00~15:59)	212	20.3
	下午(16:00~17:59)	319	30.5
	晚上(18:00~19:59)	170	16.3
	晚上(20:00~21:59)	67	6.4
	晚上(22:00~23:59)	32	3.1
	深夜(24:00~05:59)	20	2.0
	沒有固定時間-早上	128	12.2
	沒有固定時間-下午	106	10.1
	沒有固定時間-晚上	80	7.6
	平日沒有收聽	18	1.8
	忘記了/拒答	19	1.8
	樣本數	1,045	

Q12 請問您週一到週五(平日)平均每天收聽幾個小時的廣播？	選項	次數	百分比
	1小時(含)以內	497	49.3
	1~2(含)小時	191	18.9
	2~3(含)小時	79	7.9
	3~4(含)小時	42	4.1
	4~5(含)小時	28	2.8
	5~6(含)小時	21	2.1
	6小時以上	150	14.9
	總數	1,008	100.0
	平日平均收聽時數	2.70	

Q13 請問您週六及周日(假日)通常 都在哪些時段收聽廣播？	選項	次數	百分比
	早上(06:00~07:59)	42	4.1
	早上(08:00~09:59)	95	9.1
	早上(10:00~11:59)	83	8.0
	下午(12:00~13:59)	68	6.5
	下午(14:00~15:59)	93	8.9
	下午(16:00~17:59)	79	7.6
	晚上(18:00~19:59)	47	4.5
	晚上(20:00~21:59)	31	3.0
	晚上(22:00~23:59)	22	2.1
	深夜(24:00~05:59)	16	1.5
	沒有固定時間-早上	146	14.0
	沒有固定時間-下午	141	13.5
	沒有固定時間-晚上	87	8.3
	假日沒有收聽	482	46.1
	忘記了/拒答	63	6.0
	樣本數	1,045	

Q14 請問您週六及周日(假日)平均 每天收聽幾個小時的廣播？	選項	次數	百分比
	1小時(含)以內	236	47.2
	1~2(含)小時	124	24.9
	2~3(含)小時	45	9.1
	3~4(含)小時	34	6.7
	4~5(含)小時	13	2.5
	5~6(含)小時	7	1.3
	6小時以上	41	8.2
	總數	500	100.0
	假日平均收聽時數	2.43	

	選項	次數	百分比
Q15 請問您會收聽廣播的原因是什麼？	無聊/打發時間	350	33.5
	有聲音陪伴	254	24.3
	可以跟著唱歌/聽歌	205	19.7
	收聽路況報導	183	17.5
	收聽即時新聞	164	15.7
	吸收新知	98	9.4
	工作場所會固定播放	78	7.5
	有固定喜歡的節目	60	5.8
	放鬆心情	29	2.8
	跟家人一起收聽	17	1.7
	學習語言	10	0.9
	call-in、跟主持人互動/聊天	9	0.9
	已習慣收聽	7	0.7
	無特別原因	20	1.9
	不知道/忘記了/拒答	3	0.3
	樣本數	1,045	

	選項	次數	百分比
Q16 請問您通常都在哪些地方收聽廣播？	自用車/工作使用的車	751	71.9
	家中/宿舍	233	22.3
	工作場所	216	20.6
	運動場所/戶外/公園	19	1.8
	大眾運輸交通工具(捷運/公車/客運)	15	1.4
	計程車	11	1.0
	商店/超市	11	1.0
	不知道/忘記了/拒答	3	0.3
	樣本數	1,045	

	選項	次數	百分比
Q17 請問您通常在收聽廣播時，會同時在做哪些事情？	開車	697	66.7
	工作中	252	24.1
	做家事	88	8.4
	休息時/空閒時/無聊時	66	6.3
	搭車或乘車	58	5.5
	吃飯	45	4.3
	睡覺前	27	2.6
	唸書	24	2.3
	運動	24	2.3
	上網	22	2.1
	單純聽節目沒有做其他事	18	1.7
	走路/行進中	10	1.0
	不知道/忘記了/拒答	14	1.4
	樣本數	1,045	

	Q18 請問您平常比較常收聽哪些廣播電臺？ 【複選題，不提示，最多5項】		
	選項	次數	百分比
	中廣流行網/FM103.3	199	19.1
	警廣全國交通網/FM104.9	190	18.2
	警廣地區交通台/FM94.3	154	14.8
	中廣新聞網/AM657	82	7.8
	港都電台/FM98.3	70	6.7
	大眾（KissRadio）/FM99.9	70	6.7
	人人/FM98.9	60	5.8
	飛碟/FM92.1	60	5.7
	ICRT/FM100.7	54	5.2
	亞洲/FM92.7	36	3.5
	全國（M-radio）/FM106.1	32	3.1
	台北流行音樂/FM91.7	29	2.7
	大千/FM99.1	27	2.6
	台灣全民/FM98.1	26	2.5
	愛樂/FM99.7	26	2.5
	山海屯青少年之聲/FM90.3	26	2.5
	正港/FM98.9	25	2.4
	飛揚/FM89.5	22	2.2
	心動廣播/FM89.9	20	1.9
	青春/FM98.7	19	1.8
	寶島新聲/FM98.5	17	1.6
	城市/FM92.9	16	1.6
	台南知音/FM97.1	16	1.5
	台北之音/FM107.7	16	1.5
	Alian原住民族廣播電臺/FM96.3	15	1.4
	好家庭/FM97.7	13	1.2
	中台灣/FM91.5	13	1.2
	省都/FM93.7	11	1.0
	環宇/FM96.7	8	0.8
	綠色和平/FM97.3	8	0.7
	台中/FM100.7	7	0.7
	台灣聲音/FM97.7	7	0.7
	漢聲調頻/FM106.5	7	0.7
	大溪/FM91.1	6	0.6
	新農/FM89.1	6	0.6
	凱旋/FM97.9	6	0.6
	大漢之聲/FM97.1	6	0.5
	領袖/FM93.7	6	0.5
	每日/FM98.7	6	0.5
	青山/FM101.1	5	0.5
	中廣鄉親網/AM954	5	0.5
	中廣客家頻道/AM747	5	0.5
	POPRadio聯播網/FM90.7	5	0.4
	台北廣播/FM93.1/AM1134	4	0.4
	南台灣之聲/FM103.9	4	0.4
	亞太/FM92.3	4	0.4
	竹塹/FM90.3	4	0.4
	南投/FM99.7	4	0.4
	高雄廣播/FM94.3(AM1089)	4	0.4

Q18 請問您平常比較常收聽哪些廣播電臺？【續】 【複選題，不提示，最多5項】	臺北健康/FM90.1	4	0.3
	教育調頻/FM101.7	4	0.3
	中華/AM1026(AM1233/AM1350)	3	0.3
	真善美/FM89.9	3	0.3
	北部調頻/FM88.9	3	0.3
	主人/FM96.9	3	0.3
	竹科/FM97.5	3	0.3
	佳音/FM90.9	3	0.2
	快樂/FM97.5	2	0.2
	紫色姐妹/FM105.7	2	0.2
	正聲調頻/FM104.1	2	0.2
	太魯閣之音/FM91.3	2	0.2
	連花/FM93.5	2	0.2
	寶島/FM100.3	2	0.2
	天天（SkyRadio）/FM96.9	2	0.2
	古都/FM102.5	2	0.2
	高屏/FM90.1	2	0.2
	勝利之聲/AM756(AM774/AM1188)	2	0.2
	新聲/FM99.3	2	0.2
	美聲/FM91.5	2	0.2
	嘉樂/FM92.3	2	0.2
	羅東/FM90.3	2	0.2
	復興/AM558(AM594/AM909/AM1089)	2	0.1
	府城之聲/FM91.1	2	0.1
	屏東之聲/FM92.5	2	0.1
	嘉雲廣播/FM88.9	2	0.1
	北北基高屏/FM105.9	2	0.1
	神農/FM99.5	1	0.1
	國聲/AM810(AM1179)	1	0.1
	寶島客家/FM93.7	1	0.1
	雲嘉/FM93.3	1	0.1
	嘉南/FM91.9	1	0.1
	嘉義環球/FM107.1	1	0.1
	冬山河/FM105.5	1	0.1
	噶瑪蘭/FM97.9	1	0.1
	台南之聲/FM92.7	1	0.1
	北宜產業/FM89.9	1	0.1
	警廣長青網/AM1260	1	0.1
	陽光/FM99.1	1	0.1
	台北勞工/FM91.3	1	0.1
	下港之聲/FM90.5	1	0.1
	濁水溪/FM90.1	1	0.1
	嘉義之音/FM91.3	1	0.1
	花東/FM106.9	1	0.1
	全景社區/FM89.3	1	0.1
	大樹下/FM90.5	1	0.1
	淡水河/FM89.7	1	0.1
	幸福廣播電台/FM102.1	1	0.1
	金聲/FM92.1	1	0.1

Q18 請問您平常比較常收聽哪些廣播電臺？【續】 【複選題，不提示，最多5項】	東台灣/FM107.7	1	0.1
	台東之聲/FM89.7	1	0.1
	基隆/AM792	1	0.1
	桃竹FM105.7	1	0.1
	民生之聲/FM89.7	1	0.1
	潮州之聲/FM90.9	1	0.1
	曾文溪/FM89.9	1	0.1
	桃園/FM106.9	1	0.1
	中部調頻/FM91.9	1	0.1
	山城/FM90.7	1	0.1
	北回/FM91.7	1	0.1
	中聲/AM864	1	0.1
	無法明確表示頻道/拒答	90	8.6
	樣本數	1,045	100.0

	選項	次數	百分比
Q18-1 請問在【代入Q18答案】您最常收聽的是哪一個廣播電臺？	中廣流行網/FM103.3	129	13.5
	警廣全國交通網/FM104.9	109	11.4
	警廣地區交通台/FM94.3	79	8.3
	中廣新聞網/AM657	55	5.8
	港都電台/FM98.3	53	5.5
	大眾（KissRadio）/FM99.9	42	4.4
	ICRT/FM100.7	32	3.4
	人人/FM98.9	30	3.2
	亞洲/FM92.7	26	2.8
	全國（M-radio）/FM106.1	26	2.8
	飛碟/FM92.1	23	2.4
	山海屯青少年之聲/FM90.3	21	2.2
	正港/FM98.9	19	2.0
	台灣全民/FM98.1	18	1.8
	台北流行音樂/FM91.7	16	1.7
	大千/FM99.1	16	1.6
	飛揚/FM89.5	15	1.6
	愛樂/FM99.7	15	1.5
	心動廣播/FM89.9	13	1.4
	城市/FM92.9	10	1.1
	青春/FM98.7	10	1.0
	台北之音/FM107.7	9	1.0
	好家庭/FM97.7	9	0.9
	寶島新聲/FM98.5	8	0.8
	台南知音/FM97.1	8	0.8
	中台灣/FM91.5	7	0.7
	省都/FM93.7	7	0.7
	台灣聲音/FM97.7	6	0.6
	新農/FM89.1	5	0.6
	Alian原住民族廣播電臺/FM96.3	5	0.5
	大溪/FM91.1	4	0.5

Q18-1 請問在【代入Q18答案】您最常收聽的是哪一個廣播電臺？ 【續】	凱旋/FM97.9	4	0.4
	領袖/FM93.7	4	0.4
	青山/FM101.1	4	0.4
	每日/FM98.7	4	0.4
	環宇/FM96.7	4	0.4
	中華/AM1026(AM1233/AM1350)	3	0.4
	POPRadio聯播網/FM90.7	3	0.3
	真善美/FM89.9	3	0.3
	高雄廣播/FM94.3(AM1089)	3	0.3
	大漢之聲/FM97.1	3	0.3
	臺北健康/FM90.1	3	0.3
	南台灣之聲/FM103.9	2	0.3
	紫色姐妹/FM105.7	2	0.2
	北部調頻/FM88.9	2	0.2
	天天 (SkyRadio) /FM96.9	2	0.2
	南投/FM99.7	2	0.2
	教育調頻/FM101.7	2	0.2
	台中/FM100.7	2	0.2
	綠色和平/FM97.3	2	0.2
	漢聲調頻/FM106.5	2	0.2
	新聲/FM99.3	2	0.2
	美聲/FM91.5	2	0.2
	竹塹/FM90.3	2	0.2
	嘉樂/FM92.3	2	0.2
	羅東/FM90.3	2	0.2
	佳音/FM90.9	2	0.2
	屏東之聲/FM92.5	2	0.2
	寶島/FM100.3	2	0.2
	嘉雲廣播/FM88.9	2	0.2
	講客_北北基高屏/FM105.9	2	0.2
	連花/FM93.5	1	0.2
	國聲/AM810(AM1179)	1	0.1
	亞太/FM92.3	1	0.1
	寶島客家/FM93.7	1	0.1
	雲嘉/FM93.3	1	0.1
	嘉南/FM91.9	1	0.1
	勝利之聲/AM756(AM774/AM1188)	1	0.1
	主人/FM96.9	1	0.1
	正聲調頻/FM104.1	1	0.1
	冬山河/FM105.5	1	0.1
	古都/FM102.5	1	0.1
	北宜產業/FM89.9	1	0.1
	太魯閣之音/FM91.3	1	0.1
	竹科/FM97.5	1	0.1
	濁水溪/FM90.1	1	0.1
	講客_花東/FM106.9	1	0.1
	快樂/FM97.5	1	0.1

Q18-1 請問在【代入Q18答案】您最常收聽的是哪一個廣播電臺？ 【續】	淡水河/FM89.7	1	0.1
	幸福廣播電台/FM102.1	1	0.1
	台北廣播/FM93.1/AM1134	1	0.1
	金聲/FM92.1	1	0.1
	府城之聲/FM91.1	1	0.1
	東台灣/FM107.7	1	0.1
	台東之聲/FM89.7	1	0.1
	基隆/AM792	1	0.1
	中廣鄉親網/AM954	1	0.1
	潮州之聲/FM90.9	1	0.1
	曾文溪/FM89.9	1	0.1
	神農/FM99.5	1	0.1
	桃園/FM106.9	1	0.1
	中廣客家頻道/AM747	1	0.1
	中聲/AM864	1	0.1
	拒答	26	2.7
	總數	956	100.0

	Q19 請問您比較常收聽【代入Q18-1】廣播電臺的原因是什麼？		
	選項	次數	百分比
	音樂好聽	257	27.6
	收聽路況	162	17.4
	習慣了	154	16.6
	整體節目內容	139	15.0
	新聞因素	107	11.6
	主持人因素	86	9.3
	收訊品質比較好	78	8.4
	工作場所或他人播放，便跟著收聽	62	6.7
	生活資訊豐富	46	4.9
	語言(學習)因素	33	3.5
	推銷或廣告較少	19	2.1
	時段因素	10	1.1
	聽眾可以參與互動	0	0.0
	無特別原因	41	4.4
	不知道/忘記了/拒答	7	0.7
	樣本數	930	

	Q20 請問您較常收聽那些類型的廣播節目？		
	選項	次數	百分比
	音樂類	551	52.7
	新聞類(含路況)	307	29.4
	時事評論類(政論性談話)	109	10.5
	一般談話性節目(除時事評論類外)	100	9.6
	生活資訊類	45	4.3
	投資理財類	37	3.5
	醫學健康與養生類	25	2.4
	語言教學類	19	1.8
	影劇娛樂類	18	1.7
	旅遊美食類	7	0.7
	藝術文化類	7	0.6
	社會教育類(含公共服務)	5	0.5
	戲劇類(廣播劇)	3	0.3
	運動/體育類	3	0.2
	宗教與人生哲理類	2	0.2
	兒少節目	1	0.1
	新住民服務節目	1	0.1
	傳統戲曲類	0	0.0
	不一定/播什麼就聽什麼	157	15.0
	不知道/不確定/忘記了	21	2.0
	樣本數	1,045	

Q20-1 請問您平常較常收聽那些類型的新聞報導？	選項	次數	百分比
	社會新聞	90	29.4
	路況報導	74	24.1
	國內政治新聞	60	19.5
	國際新聞	25	8.0
	財經股市	22	7.1
	影劇娛樂	6	2.1
	氣象報導	5	1.5
	民生消費	5	1.5
	體育競賽	2	0.7
	兩岸新聞【大陸新聞】	2	0.7
	藝文科學	2	0.5
	不一定/播什麼就聽什麼	117	38.1
	不知道/不確定/忘記了	8	2.7
	樣本數	307	

Q20-2 請問您平常較常收聽那些類型的音樂節目？	選項	次數	百分比
	流行歌曲	266	48.3
	經典老歌	56	10.1
	古典音樂	53	9.6
	西洋歌曲	38	6.9
	台語歌曲	31	5.5
	演奏曲或輕音樂	14	2.6
	搖滾歌曲	10	1.8
	日本演歌	5	0.8
	傳統民謠	3	0.5
	客語歌曲	1	0.3
	爵士歌曲	1	0.2
	其他國家音樂(日韓、新住民但不含西洋、中國)	1	0.2
	節奏藍調	1	0.2
	校園歌曲	1	0.2
	國樂或戲曲	1	0.1
	舞曲	0	0.0
	新世紀音樂	0	0.0
	原住民音樂	0	0.0
	宗教音樂	0	0.0
	不一定/播什麼就聽什麼	187	34.0
	不知道/不確定/忘記了	2	0.4
	樣本數	551	

	選項	次數	百分比
Q21 請問您認為目前的廣播電台節目內容，有沒有需要改進的地方？	廣告時間太長	45	4.3
	節目經常性介紹或推銷商品	29	2.8
	增加節目內容豐富度	22	2.1
	同樣廣告重複多次	19	1.8
	減少政治類型內容，並中立討論	15	1.5
	播放音樂不吸引人	11	1.1
	談話性節目內容太多	10	0.9
	主持人口條不佳	8	0.8
	改善收訊問題	6	0.6
	內容需求證後再討論	4	0.4
	販售商品品質不佳	4	0.4
	推銷藥品類廣告過多	4	0.4
	路況方面可增加替代道路建議強化及時性	4	0.4
	節目重播太多	4	0.3
	節目內容及音樂音量不一致	3	0.3
	增加與聽眾的互動	2	0.2
	減少負面內容	2	0.2
	沒有需要改進的地方	669	64.0
	不知道/無意見/拒答	224	21.5
樣本數		1,045	

	選項	次數	百分比
Q22 請問您對於廣播電臺，各節目中的時事評論、資訊發布等內容感到信不信任？	信任	306	69.1
	非常信任	49	11.2
	還算信任	256	58.0
	不信任	75	17.0
	不太信任	65	14.8
	完全不信任	10	2.2
	不知道/無意見/拒答	61	13.8
總數		442	100.0

	選項	次數	百分比
Q23 請問您覺得廣播電臺，在報導議題的立場上是否中立不偏頗(例：報導是否維持 公正，是否偏袒特定立場)？	中立	260	58.8
	非常中立	46	10.4
	還算中立	214	48.4
	不中立	117	26.4
	不太中立	97	22.0
	完全不中立	20	4.5
	不知道/無意見/拒答	65	14.8
總數		442	100.0

	選項	次數	百分比
Q24 請問您認為在廣播節目中，若有新聞評論針對時事進行探討，會不會影響您的看法？【若回答有，請追問】請問是偏正面的看法，還是偏負面的看法比較多？	有影響，偏正面比較多	76	17.1
	有影響，偏負面比較多	25	5.7
	沒有影響	295	66.7
	不知道/無意見/拒答	46	10.4
	總數	442	100.0

	選項	次數	百分比
Q25 就您收聽廣播的經驗中，介紹中國大陸風土民情、新聞、政策、音樂、文化等相關資訊的節目多不多？	非常多	14	1.4
	有點多	35	3.3
	不太多	437	41.8
	都沒有	474	45.4
	不知道/無意見/拒答	85	8.1
	總數	1,045	100.0

	選項	次數	百分比
Q26 請問您認為在廣播節目中，若有介紹與中國大陸相關的資訊，會不會影響您對中國大陸的看法？【若回答有，請追問】請問是偏正面的看法，還是偏負面的看法比較多？	有影響，偏正面比較多	4	3.1
	有影響，偏負面比較多	6	4.6
	沒有影響	87	64.5
	不知道/無意見/拒答	37	27.8
	總數	134	100.0

	選項	次數	百分比
Q27 請問您有沒有參加過廣播電臺的主持人或節目的相關活動？(包含抽獎、Call-in...等)【若有，請續問】請問您參加過哪些活動？	電臺實體活動(非線上)	51	4.9
	電話call-in(含點歌/諮詢)	35	3.4
	抽獎活動	8	0.8
	公益活動	3	0.3
	各類課程	3	0.3
	網購或團購活動	2	0.2
	各項競賽(歌唱/語言)	2	0.2
	旅遊活動	2	0.2
	聽友會	1	0.1
	票選活動	0	0.0
	演唱會(音樂活動)	0	0.0
	線上活動	17	1.6
	線上抽獎/兌換	7	0.7
	官網點播歌曲/留言	7	0.7
	FB點播歌曲/留言/票選/按讚	4	0.4
	線上團購活動	1	0.1
	都沒有參加過	975	93.3
	忘記了無意見/拒答	3	0.3
	樣本數	1,045	

	選項	次數	百分比
Q28 請問您會call-in的原因有哪些？	表達自身意見	9	25.8
	想與主持人或來賓聊天	4	10.4
	有獎品	6	17.5
	回報路況	2	5.6
	點播歌曲	17	47.9
	諮詢問題	2	6.2
	詢問節目或活動資訊	1	2.5
	不知道/忘記了/拒答	3	8.6
	樣本數	35	

	選項	次數	百分比
Q29 請問您有加入廣播電臺、節目或主持人的粉絲團(FB)嗎？	電台FB	34	3.2
	節目FB	12	1.1
	主持人FB	64	6.1
	都沒有加入	955	91.4
	不知道/忘記了/拒答	2	0.2
	樣本數	1,045	

	選項	次數	百分比
Q30 請問您在粉絲團裡，與廣播電臺、節目或主持人有哪些互動？	打卡按讚	24	27.2
	留言聊天	15	16.7
	點播歌曲	6	6.8
	分享資訊	1	1.6
	抽獎活動	1	1.3
	票選活動	1	0.8
	團購活動	0	0.0
	旅遊活動	0	0.0
	都沒有互動	44	49.8
	不知道/忘記了/拒答	3	3.7
	樣本數	88	

	選項	次數	百分比
Q31 請問您有沒有看過電臺節目的網路直播呢？	有	190	18.2
	沒有	855	81.8
	總數	1,045	100.0

	選項	次數	百分比
Q32 請問您會收看電臺節目網路直播的主要原因是？	可以看到更多畫面(像看電視節目)	43	22.8
	可以看到主持人或來賓	35	18.3
	節目內容有興趣	22	11.8
	喜歡/認同主持人(主持風格/外型)	19	9.8
	訊號較好	11	6.0
	隨時可以收看	10	5.5
	可以直接跟主持人或來賓互動	8	4.3
	廣播沒聽到改看直播	6	3.4
	剛好看到非固定去看	21	11.3
	不知道/無意見/拒答	43	22.5
	樣本數	190	

	選項	次數	百分比
Q33 請問您最近半年內，是否有因聽廣播節目而購買過產品或服務嗎？	有	62	5.9
	沒有	983	94.1
	總數	1,045	100.0

	選項	次數	百分比
Q34 請問您購買的產品或服務，是否有讓您不滿意的經驗？	產品/服務不符合預期	7	11.9
	廣告不實	2	3.6
	產品/服務有問題	1	1.9
	產品/服務無法退貨	0	0.0
	產品/服務找不到諮詢管道	0	0.0
	沒有不滿意經驗	48	78.2
	不知道/無意見/拒答	4	6.6
	樣本數	62	

	選項	次數	百分比
Q35 根據法律規定，目前1小時的廣播節目可播出9分鐘的廣告，請問您覺得廣告時間長度？	多	304	29.1
	太多	148	14.2
	有點多	156	14.9
	剛好	591	56.5
	少	12	1.2
	有點少	8	0.8
	太少	4	0.4
	沒意見/不知道	138	13.2
	總數	1,045	100.0

	選項	次數	百分比
Q36 如果在廣播節目中有時會有商品訊息的介紹，請問這樣的情形您可以接受嗎？	接受	798	76.4
	可以接受	400	38.3
	還算能接受	399	38.1
	不接受	182	17.4
	不太能接受	144	13.8
	非常不能接受	38	3.6
	不知道/無意見/拒答	65	6.2
	總數	1,045	100.0

	選項	次數	百分比
Q37 根據政府規定，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，請問這樣的情形您可以接受嗎？	接受	929	88.9
	可以接受	657	62.9
	還算能接受	272	26.1
	不接受	68	6.5
	不太能接受	56	5.3
	非常不能接受	12	1.2
	不知道/無意見/拒答	48	4.6
	總數	1,045	100.0

	選項	次數	百分比
Q38 請問您最近這一週，有沒有收聽過任何Podcast播客的節目嗎？ 【若有，請續問】請問您通常在哪些時段收聽Podcast？	凌晨00:00-05:59	13	0.2
	上午6:00-11:59	115	2.1
	下午12:00-17:59	67	1.2
	晚上18:00-23:59	185	3.4
	沒有固定收聽時間	133	2.4
	沒有收聽Podcast	4,818	87.9
	不知道/無意見/拒答	149	2.7
	總數	5,479	100.0

	選項	次數	百分比
Q39 請問您平均每天收聽幾個小時的Podcast？	1小時(含)以內	385	75.2
	1~2(含)小時	93	18.1
	2~3(含)小時	15	2.9
	3~4(含)小時	8	1.6
	4~5(含)小時	2	0.5
	5~6(含)小時	2	0.4
	6小時以上	7	1.3
	總數	512	100.0
	平均收聽時數	1.26	

Q40 請問您較常收聽的Podcast節目類型？	選項	次數	百分比
	閒聊趣味類	212	41.3
	知識說書類	175	34.2
	商業與個人理財類	109	21.2
	新聞與政治類	63	12.3
	旅遊生活類	47	9.2
	人物訪談類	13	2.6
	兩性議題類	2	0.4
	不知道/忘記了/拒答	32	6.3
	樣本數	512	

Q41 請問您會收聽Podcast節目的原因是什麼？	選項	次數	百分比
	喜歡節目風格	174	33.9
	收聽便利性	170	33.3
	喜歡主持人風格	45	8.7
	有聲音陪伴	43	8.3
	可以吸收知識	35	6.9
	節目無固定時間限制	33	6.4
	親友的介紹	28	5.4
	可重複播放	18	3.5
	節目類型廣泛	16	3.2
	陪小朋友收聽	13	2.5
	沒有廣告	6	1.2
	可以練習語言	3	0.6
	不知道/無意見/拒答	36	7.0
	樣本數	512	

	選項	次數	百分比
Q42 請問您沒有習慣收聽廣播的原因？	沒有收聽習慣	1,586	35.8
	習慣看電視或手機	912	20.6
	沒空收聽	884	19.9
	對廣播節目沒興趣	486	11.0
	沒有收聽設備	401	9.1
	工作場所(環境)不允許	226	5.1
	廣播節目內容不喜歡	170	3.8
	廣播收訊不佳	112	2.5
	開車才會收聽廣播	77	1.7
	廣播資訊或節目較少	52	1.2
	無法快轉、重播等操作便利性不足	22	0.5
	收聽時間不彈性	15	0.3
	只聽純音樂內容	13	0.3
	廣告太多	10	0.2
	有收聽習慣但剛好24小時內未收聽	6	0.1
	內容與電視重複性高	5	0.1
	語言不同聽不懂內容	2	0.0
	不知道/無意見/拒答	225	5.1
	樣本數	4,434	

	選項	次數	百分比
Q43 目前透過電腦、手機等設備，也都能隨時隨地收聽廣播，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？	會	1,261	28.4
	一定會	175	4.0
	可能會	1,085	24.5
	不會	2,934	66.2
	可能不會	1,369	30.9
	一定不會	1,565	35.3
	不知道/無意見/拒答	239	5.4
	總數	4,434	100.0

	選項	次數	百分比
Q44 目前電臺提供線上與實體的服務或活動，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？	會	990	22.3
	一定會	83	1.9
	可能會	907	20.5
	不會	3,226	72.8
	可能不會	1,454	32.8
	一定不會	1,772	40.0
	不知道/無意見/拒答	218	4.9
	總數	4,434	100.0

	選項	次數	百分比
Q45 請問比較吸引您的廣播電臺服務或活動可能有哪些？	電臺實體活動(非線上)	282	28.5
	抽獎活動	74	7.5
	演唱會(音樂活動)	71	7.2
	電話call-in(含點歌/諮詢)	61	6.2
	各類課程	39	3.9
	聽友會	33	3.3
	旅遊活動	20	2.1
	公益活動	20	2.0
	各項競賽(歌唱/語言)	15	1.5
	網購或團購活動	2	0.2
	票選活動	2	0.2
	線上活動	140	14.1
	線上抽獎/兌換	68	6.8
	官網點播歌曲/留言	62	6.2
	FB點播歌曲/留言/票選/按讚	43	4.3
	FB網路直播	15	1.6
	線上團購活動	8	0.8
	不知道/無意見/拒答	599	60.5
	樣本數	990	

	選項	次數	百分比
edu 教育程度	國小及以下	484	8.8
	初中、國中	480	8.8
	高中、高職	1,530	27.9
	專科	635	11.6
	大學	1,881	34.3
	研究所及以上	455	8.3
	拒答	15	0.3
	總數	5,479	100.0

	選項	次數	百分比
job 職業	軍警公教	218	4.0
	自營商/企業主	372	6.8
	企業主管/專業人員	540	9.9
	助理專業人員/技術人員	307	5.6
	文書事務人員	497	9.1
	商業買賣/服務人員	499	9.1
	技術工/機械設備操作或組裝/體力工	716	13.1
	農林漁牧礦	126	2.3
	學生	512	9.3
	家管	616	11.2
	無業/退休/待業	1,039	19.0
	不知道/無意見/拒答	38	0.7
	總數	5,479	100.0

	選項	次數	百分比
Q48 請問您平常跟家人溝通，最主要使用的語言是什麼？	國語	3,450	63.0
	閩南語	1,755	32.0
	客語	103	1.9
	英語	11	0.2
	原住民語	16	0.3
	其他	7	0.1
	拒答	136	2.5
	總數	5,479	100.0

	選項	次數	百分比
Q49 請問您每個月平均收入大約是多少錢？(包括工作收入、獎金、利息、政府補助或月退俸等)	無收入	1,027	18.7
	未滿25,250元	912	16.6
	25,250～未滿4萬元	1,341	24.5
	4萬～未滿6萬元	1,002	18.3
	6萬～未滿8萬元	355	6.5
	8萬～未滿10萬元	176	3.2
	10萬～未滿15萬元	147	2.7
	15萬～未滿20萬元	33	0.6
	20萬元以上	76	1.4
	拒答	410	7.5
	總數	5,479	100.0

	選項	次數	百分比
gender 性別	男性	2,693	49.2
	女性	2,786	50.8
	總數	5,479	100.0

附錄III 交叉分析

- 1.各單選題之關聯性分析採「卡方檢定」(Chi-squareTest)。
 - *表示 $p < 0.05$ ，即在 95%的信心水準下，題目問項有顯著性差異。
 - **表示 $p < 0.01$ ，即在 99%的信心水準下，題目問項有顯著性差異。
 - ***表示 $p < 0.001$ ，即在 99.9%的信心水準下，題目問項有顯著性差異。
 - a 表示卡方檢定 $p < 0.05$ ，但組間期望值小於 5 的比例超過 25%，卡方檢定結果僅作參考。
- 2.各細項百分比及樣本數為四捨五入之結果，若據此反推計算，將可能產生微幅差距。
- 3.經簡併之選項以灰底註記，例如「非常滿意」「還算滿意」併為「滿意」……等。

	樣本結構		Q5 請問您會透過哪些設備來收聽廣播？【複選題】			
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	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	1,045	100.0	66.5	27.9	18.9	4.4
性別						
男性	603	57.7	71.8	23.0	19.2	3.1
女性	442	42.3	59.2	34.6	18.5	6.2
年齡						
13-19歲	18	1.7	61.7	49.8	0.0	0.0
20-29歲	82	7.8	64.6	20.4	20.1	10.7
30-39歲	197	18.9	70.9	19.3	21.5	5.6
40-49歲	295	28.2	73.6	20.6	19.8	5.2
50-59歲	244	23.3	70.7	26.0	17.6	2.9
60-69歲	147	14.1	54.7	41.8	18.2	2.7
70歲以上	62	5.9	33.9	68.5	17.3	0.0
教育程度						
國小及以下	33	3.2	19.6	76.6	17.6	0.0
初中、國中	49	4.7	48.7	44.1	15.4	0.0
高中、高職	274	26.2	62.6	33.6	16.4	2.8
專科	159	15.2	65.8	28.9	21.0	3.3
大學	406	38.8	71.0	22.2	20.0	5.9
研究所及以上	124	11.8	80.7	13.4	20.1	7.5
職業						
軍警公教	58	5.5	88.1	13.1	21.9	7.5
自營商/企業主	104	10.0	71.0	24.5	22.8	5.1
企業主管/專業人員	140	13.5	76.8	13.2	16.9	4.0
助理專業人員/技術人員	71	6.9	75.3	15.9	23.6	4.4
文書事務人員	148	14.2	62.4	28.5	15.1	9.8
商業買賣/服務人員	85	8.2	65.7	22.0	18.4	5.5
技術工/機械設備操作 或組裝/體力工	181	17.5	63.7	32.7	18.5	2.1
農林漁牧礦	17	1.6	45.4	55.0	4.1	0.0
學生	31	3.0	65.7	29.7	12.7	4.8
家管	81	7.8	63.9	34.3	18.5	0.0
無業/退休/待業	125	12.0	48.6	50.5	24.2	2.7
溝通主要使用語言						
國語	676	66.1	70.8	22.4	19.9	5.6
閩南語	323	31.5	58.0	37.4	18.0	2.3
客語	23	2.2	61.3	41.9	3.0	0.0
其他語言	2	0.2	100.0	0.0	53.7	0.0

	樣本結構		Q5 請問您會透過哪些設備來收聽廣播？【複選題】			
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	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	1,045	100.0	66.5	27.9	18.9	4.4
居住地						
新北市	170	16.2	61.9	28.1	25.9	4.1
臺北市	101	9.7	63.0	32.4	20.4	5.7
桃園市	100	9.6	73.1	27.5	12.6	4.0
臺中市	140	13.4	66.3	26.8	20.1	3.8
臺南市	97	9.3	67.9	29.7	17.0	4.2
高雄市	139	13.3	65.9	27.1	18.1	3.9
新竹縣	25	2.4	76.6	23.4	14.7	0.0
苗栗縣	15	1.4	73.0	27.0	9.3	0.0
彰化縣	64	6.1	66.0	28.1	19.4	8.6
南投縣	17	1.6	48.4	36.7	18.5	0.0
雲林縣	35	3.3	75.8	18.4	9.5	4.0
嘉義縣	14	1.4	65.1	31.2	34.3	0.0
屏東縣	39	3.7	67.8	28.7	17.9	0.0
宜蘭縣	22	2.1	63.6	37.9	9.5	0.0
花蓮縣	11	1.0	73.7	10.2	12.2	14.2
臺東縣	4	0.4	100.0	27.8	43.8	0.0
基隆市	20	1.9	61.2	30.2	19.4	7.4
新竹市	17	1.7	59.2	27.4	23.1	13.5
嘉義市	14	1.3	76.6	14.9	12.3	17.2
居住地(分區)						
北部地區	433	41.5	65.4	28.8	20.5	4.7
中部地區	236	22.6	65.4	27.9	19.1	4.6
南部地區	339	32.4	68.1	26.8	17.3	3.9
東部地區	37	3.6	70.6	28.8	14.1	4.1
平均月收入						
未滿25,250元	100	10.3	41.8	49.5	22.9	0.7
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	58.1	34.8	18.2	6.0
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	71.9	20.1	18.5	6.5
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	79.5	20.0	19.1	4.2
8萬元及以上	128	13.2	89.1	10.2	17.9	1.6
無收入	75	7.7	57.6	38.5	19.0	0.0

	樣本結構		Q6-1 【僅詢問Q5回答01者】請問您使用「車用收音機/音響」來收聽廣播的原因是什麼？【複選題】				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	開車時收聽 比較方便	可同步 收聽路況	不想聽 常聽的音樂	和家人 一起收聽	不知道 /拒答
整體	695	100.0	85.9	16.7	2.5	1.7	1.5
性別							
男性	433	62.4	85.1	17.3	3.0	1.0	1.6
女性	261	37.6	87.1	15.8	1.8	2.7	1.4
年齡							
13-19歲	11	1.6	60.8	0.0	0.0	39.2	0.0
20-29歲	53	7.6	75.5	25.2	2.4	7.5	0.0
30-39歲	140	20.1	90.8	9.4	3.8	0.8	1.0
40-49歲	217	31.3	83.1	20.4	4.4	0.0	0.9
50-59歲	172	24.8	89.5	18.6	0.3	0.5	1.9
60-69歲	81	11.6	87.8	14.9	1.0	0.9	1.8
70歲以上	21	3.0	82.6	7.1	0.0	3.6	10.4
教育程度							
國小及以下	7	0.9	88.4	11.9	0.0	11.6	0.0
初中、國中	24	3.4	79.6	13.1	4.1	0.0	6.3
高中、高職	171	24.7	83.0	20.4	2.4	2.0	2.8
專科	105	15.1	84.6	22.1	1.1	0.8	1.4
大學	288	41.5	86.8	12.6	3.5	2.3	0.3
研究所及以上	100	14.4	90.6	17.8	1.2	0.0	1.7
職業							
軍警公教	51	7.4	85.7	11.6	4.7	0.0	1.3
自營商/企業主	74	10.7	77.9	26.0	1.6	0.0	3.3
企業主管/專業人員	107	15.6	85.7	12.1	7.5	1.1	0.6
助理專業人員/技術人員	54	7.8	91.4	13.7	2.2	0.0	0.0
文書事務人員	92	13.4	89.8	15.5	2.0	2.9	0.0
商業買賣/服務人員	56	8.1	94.2	16.6	0.0	0.0	0.0
技術工/機械設備操作 或組裝/體力工	116	16.8	87.3	16.2	1.9	0.0	1.2
農林漁牧礦	8	1.1	73.8	15.4	0.0	0.0	10.8
學生	20	2.9	36.1	35.1	0.0	34.7	0.0
家管	52	7.5	88.0	20.4	1.5	0.0	2.9
無業/退休/待業	61	8.8	89.6	13.4	0.0	1.3	4.6
溝通主要使用語言							
國語	479	70.2	87.4	15.0	3.2	2.1	0.8
閩南語	187	27.5	83.3	21.0	1.3	0.8	1.9
客語	14	2.1	57.9	23.0	0.0	0.0	19.1
其他語言	2	0.2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q6-1 【僅詢問Q5回答01者】請問您使用「車用收音機/音響」來收聽廣播的原因是什麼？【複選題】				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	開車時收聽 比較方便	可同步 收聽路況	不想聽 常聽的音樂	和家人 一起收聽	不知道 /拒答
整體	695	100.0	85.9	16.7	2.5	1.7	1.5
居住地							
新北市	105	15.1	81.6	24.5	3.9	0.0	1.6
臺北市	64	9.2	85.5	15.0	1.7	2.3	1.7
桃園市	73	10.5	85.1	8.7	4.3	4.9	0.0
臺中市	93	13.4	87.6	14.3	0.0	4.7	2.1
臺南市	66	9.5	85.2	15.8	2.0	3.5	1.2
高雄市	92	13.2	82.2	26.5	2.2	0.0	0.0
新竹縣	19	2.8	95.4	0.0	5.9	0.0	4.6
苗栗縣	11	1.6	71.8	28.2	0.0	0.0	12.8
彰化縣	42	6.1	93.0	8.3	2.5	0.0	1.9
南投縣	8	1.2	79.9	20.1	0.0	0.0	0.0
雲林縣	26	3.8	95.6	7.7	0.0	0.0	0.0
嘉義縣	9	1.3	85.6	17.2	0.0	0.0	7.3
屏東縣	27	3.8	88.2	27.0	4.7	0.0	3.6
宜蘭縣	14	2.0	87.1	12.9	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	8	1.1	83.0	17.0	17.1	0.0	0.0
臺東縣	4	0.6	100.0	16.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	12	1.8	87.9	20.6	0.0	0.0	0.0
新竹市	10	1.5	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義市	11	1.5	77.5	11.3	11.2	0.0	0.0
居住地(分區)							
北部地區	284	40.8	85.3	15.6	3.3	1.8	1.3
中部地區	154	22.2	87.6	14.0	0.7	2.8	2.7
南部地區	231	33.2	85.2	20.2	2.5	1.0	1.1
東部地區	26	3.8	87.9	14.6	5.1	0.0	0.0
平均月收入							
未滿25,250元	42	6.5	72.6	29.0	1.8	4.9	3.7
25,250元~未滿4萬元	166	25.6	84.0	14.9	3.4	1.4	2.7
4萬元~未滿6萬元	193	29.9	87.3	15.8	2.7	0.0	0.8
6萬元~未滿8萬元	89	13.8	87.1	18.9	2.5	0.0	0.0
8萬元及以上	114	17.6	91.3	13.3	2.7	0.7	0.7
無收入	43	6.6	79.9	17.8	0.0	13.4	1.9

	樣本結構		Q6-2 【僅詢問Q5回答02者】請問您使用「一般收音機/音響」來收聽廣播的原因是什麼？【複選題】				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	家中或工作中 收聽方便	習慣了	操作方便	比較省電	不知道 /拒答
整體	292	100.0	68.1	22.4	13.8	0.2	5.5
性別							
男性	139	47.6	64.4	28.0	14.5	0.0	4.4
女性	153	52.4	71.5	17.3	13.1	0.5	6.4
年齡							
13-19歲	9	3.0	48.7	23.2	28.1	0.0	0.0
20-29歲	17	5.7	92.8	7.2	0.0	0.0	7.2
30-39歲	38	13.1	82.9	10.4	3.5	0.0	9.9
40-49歲	61	20.9	63.5	23.9	17.3	0.0	3.6
50-59歲	63	21.7	69.5	24.1	11.2	0.0	4.2
60-69歲	61	21.1	66.8	26.6	17.5	0.0	4.9
70歲以上	43	14.6	55.6	27.9	19.0	1.6	7.5
教育程度							
國小及以下	26	8.7	50.8	32.0	10.6	2.7	11.8
初中、國中	22	7.4	65.1	18.3	17.5	0.0	9.8
高中、高職	92	31.5	70.5	24.5	11.6	0.0	3.7
專科	46	15.8	65.1	31.9	12.1	0.0	1.7
大學	90	30.9	69.2	15.5	19.4	0.0	6.1
研究所及以上	17	5.7	87.7	11.6	0.0	0.0	7.2
職業							
軍警公教	8	2.6	72.7	10.3	0.0	0.0	17.0
自營商/企業主	25	8.7	66.5	26.7	14.3	0.0	7.5
企業主管/專業人員	18	6.3	78.8	19.3	15.8	0.0	0.0
助理專業人員/技術人員	11	3.9	74.9	15.2	16.5	0.0	0.0
文書事務人員	42	14.4	72.4	16.7	7.2	0.0	10.7
商業買賣/服務人員	19	6.4	75.4	17.2	5.0	0.0	5.7
技術工/機械設備操作 或組裝/體力工	59	20.3	76.2	16.7	11.0	0.0	1.3
農林漁牧礦	9	3.2	76.7	24.0	23.2	0.0	0.0
學生	9	3.1	50.6	35.4	27.0	0.0	0.0
家管	28	9.5	69.7	20.9	21.5	2.5	2.3
無業/退休/待業	63	21.6	51.6	33.5	17.1	0.0	9.3
溝通主要使用語言							
國語	152	53.8	70.7	21.2	14.3	0.0	4.9
閩南語	121	42.8	67.1	22.7	13.5	0.6	5.1
客語	10	3.4	55.9	36.9	14.8	0.0	0.0
其他語言	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q6-2 【僅詢問Q5回答02者】請問您使用「一般收音機/音響」來收聽廣播的原因是什麼？【複選題】				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	家中或工作中 收聽方便	習慣了	操作方便	比較省電	不知道 /拒答
整體	292	100.0	68.1	22.4	13.8	0.2	5.5
居住地							
新北市	48	16.4	62.7	23.4	12.2	0.0	3.6
臺北市	33	11.2	59.2	25.1	28.8	0.0	8.1
桃園市	27	9.4	73.5	21.2	18.5	0.0	4.4
臺中市	37	12.8	72.8	25.9	7.7	0.0	4.9
臺南市	29	9.9	61.0	14.0	19.7	0.0	8.9
高雄市	38	12.9	79.2	18.5	0.0	0.0	4.5
新竹縣	6	2.0	72.4	13.8	13.8	0.0	0.0
苗栗縣	4	1.4	80.1	19.9	0.0	0.0	0.0
彰化縣	18	6.2	65.5	20.5	24.3	0.0	10.2
南投縣	6	2.1	100.0	19.9	0.0	0.0	0.0
雲林縣	6	2.2	86.3	27.4	0.0	0.0	0.0
嘉義縣	4	1.5	31.9	16.0	36.0	0.0	16.1
屏東縣	11	3.8	62.5	24.6	25.3	6.1	6.1
宜蘭縣	8	2.9	43.4	44.1	11.6	0.0	12.5
花蓮縣	1	0.4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
臺東縣	1	0.4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	6	2.1	86.7	13.3	12.3	0.0	0.0
新竹市	5	1.6	36.0	64.0	0.0	0.0	0.0
嘉義市	2	0.7	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地(分區)							
北部地區	125	42.7	64.7	24.0	17.6	0.0	4.5
中部地區	66	22.5	73.8	23.5	11.0	0.0	5.6
南部地區	91	31.1	70.0	17.9	11.1	0.8	6.3
東部地區	11	3.7	55.3	34.9	9.2	0.0	9.9
平均月收入							
未滿25,250元	50	18.6	63.5	32.5	15.8	0.0	1.6
25,250元~未滿4萬元	99	37.1	72.5	13.0	12.4	0.0	7.5
4萬元~未滿6萬元	54	20.2	74.9	15.1	10.0	0.0	5.1
6萬元~未滿8萬元	22	8.4	67.4	26.6	16.4	0.0	9.1
8萬元及以上	13	4.9	60.0	51.8	13.6	0.0	0.0
無收入	29	10.8	49.2	30.2	24.7	2.4	8.0

	樣本結構		Q6-3 【僅詢問Q5回答03者】請問您使用「手機/平板」來收聽廣播的原因是什麼？【複選題】						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	可隨身 攜帶	工作/讀書 使用上 較方便	收聽 時間 彈性	收訊 較佳	可同時 上網與 收聽廣播	選擇性多 不分 國內外	不知道 /拒答
整體	198	100.0	50.4	25.7	20.0	9.3	9.0	2.5	2.6
性別									
男性	116	58.7	54.9	22.8	21.4	12.7	9.0	2.3	1.7
女性	82	41.3	43.9	29.9	18.0	4.5	8.9	2.6	4.0
年齡									
13-19歲	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	16	8.3	40.2	25.7	32.2	16.4	24.7	8.0	0.0
30-39歲	42	21.5	61.3	24.3	25.2	5.6	9.4	2.6	0.0
40-49歲	58	29.5	38.3	30.9	19.5	8.2	9.6	0.0	3.8
50-59歲	43	21.7	53.0	26.7	8.7	16.7	4.2	3.7	2.1
60-69歲	27	13.6	58.6	19.5	22.6	5.1	8.6	0.0	2.5
70歲以上	11	5.5	57.1	14.9	22.0	0.0	0.0	7.9	13.4
教育程度									
國小及以下	6	3.0	40.2	13.0	20.3	26.5	46.8	14.5	0.0
初中、國中	8	3.8	39.1	23.8	10.6	0.0	11.1	0.0	26.0
高中、高職	45	22.8	52.0	19.4	16.6	15.3	6.9	4.8	0.0
專科	33	16.9	50.4	33.8	24.6	7.9	3.5	0.0	0.0
大學	81	41.0	50.7	29.1	17.5	5.6	9.1	0.9	3.2
研究所及以上	25	12.6	52.0	18.8	30.9	11.2	10.1	4.4	2.6
職業									
軍警公教	13	6.4	33.7	40.9	29.0	0.0	18.7	0.0	5.2
自營商/企業主	24	11.9	47.7	15.2	30.5	7.3	10.0	3.6	0.0
企業主管/專業人員	24	12.0	62.8	32.7	16.1	0.0	4.6	0.0	0.0
助理專業人員/技術人員	17	8.5	38.6	35.9	8.3	16.0	8.6	0.0	6.2
文書事務人員	22	11.3	48.8	17.5	32.1	0.0	11.3	3.4	4.1
商業買賣/服務人員	16	7.9	49.2	23.7	5.5	27.0	6.7	15.5	0.0
技術工/機械設備操作 或組裝/體力工	34	17.0	36.7	37.9	12.2	15.4	12.5	0.0	3.5
農林漁牧礦	1	0.3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	4	2.0	66.8	0.0	33.2	29.0	33.2	0.0	0.0
家管	15	7.5	59.4	22.2	19.3	6.0	0.0	0.0	4.5
無業/退休/待業	30	15.2	67.7	13.4	23.8	8.5	4.9	2.8	2.6
溝通主要使用語言									
國語	135	69.3	51.0	26.1	21.2	9.6	7.5	2.4	1.0
閩南語	58	29.8	51.8	25.8	16.3	7.9	13.4	2.9	3.4
客語	1	0.4	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他語言	1	0.5	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q6-3 【僅詢問Q5回答03者】請問您使用「手機/平板」來收聽廣播的原因是什麼？【複選題】						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	可隨身 攜帶	工作/讀書 使用上 較方便	收聽 時間 彈性	收訊 較佳	可同時 上網與 收聽廣播	選擇性多 不分 國內外	不知道 /拒答
整體	198	100.0	50.4	25.7	20.0	9.3	9.0	2.5	2.6
居住地									
新北市	44	22.3	32.9	36.6	15.0	4.1	13.3	1.9	4.7
臺北市	21	10.4	72.1	14.4	18.2	8.1	0.0	4.1	3.8
桃園市	13	6.4	53.3	19.8	27.4	5.5	10.3	16.4	0.0
臺中市	28	14.2	59.2	22.2	22.6	10.3	8.1	3.9	2.3
臺南市	16	8.3	54.4	22.1	9.3	12.6	15.3	0.0	6.4
高雄市	25	12.8	40.3	24.4	27.9	9.7	18.8	0.0	0.0
新竹縣	4	1.9	76.2	0.0	0.0	23.8	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	1	0.7	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	12	6.3	36.9	31.5	23.0	0.0	8.6	0.0	0.0
南投縣	3	1.6	36.3	36.3	27.4	36.3	0.0	0.0	0.0
雲林縣	3	1.7	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義縣	5	2.5	48.4	61.3	48.4	13.5	0.0	0.0	0.0
屏東縣	7	3.5	76.9	0.0	23.1	13.5	0.0	0.0	9.6
宜蘭縣	2	1.1	50.2	0.0	0.0	49.8	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	1	0.7	41.5	58.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
臺東縣	2	0.9	100.0	63.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	4	2.0	46.1	0.0	20.6	33.3	0.0	0.0	0.0
新竹市	4	2.0	100.0	0.0	0.0	21.3	0.0	0.0	0.0
嘉義市	2	0.9	49.4	0.0	50.6	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地(分區)									
北部地區	89	44.9	50.3	24.3	16.5	8.1	8.1	4.2	3.2
中部地區	45	22.8	52.8	25.1	25.4	8.9	7.5	2.4	1.4
南部地區	59	29.6	47.3	27.5	23.0	10.5	12.4	0.0	2.9
東部地區	5	2.6	65.3	36.5	0.0	20.2	0.0	0.0	0.0
平均月收入									
未滿25,250元	23	12.6	44.4	28.9	9.7	14.5	6.9	7.4	3.4
25,250元~未滿4萬元	52	28.3	35.5	37.2	20.1	8.9	8.3	0.0	3.3
4萬元~未滿6萬元	50	27.2	52.2	21.0	24.0	5.3	7.6	0.0	4.2
6萬元~未滿8萬元	21	11.7	55.0	27.4	18.2	15.6	12.3	3.5	0.0
8萬元及以上	23	12.5	60.4	21.4	23.8	7.6	0.0	4.8	0.0
無收入	14	7.7	56.8	9.9	31.6	13.4	17.6	0.0	0.0

	樣本結構		Q6-4 【僅詢問Q5回答04者】請問您使用「電腦(桌上型/筆記型)」來收聽廣播的原因是什麼？【複選題】					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	工作/讀書 使用上 較方便	可同時 上網與 收聽廣播	可隨身 攜帶	收聽時間 彈性	收訊較佳	不知道 /拒答
整體	46	100.0	69.8	13.2	11.2	10.9	4.7	6.9
性別								
男性	19	40.7	59.0	9.3	8.8	22.2	11.6	11.3
女性	27	59.3	77.2	15.9	12.9	3.1	0.0	3.8
年齡								
13-19歲	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	9	19.0	84.2	0.0	17.0	17.8	0.0	15.8
30-39歲	11	23.8	86.8	13.2	0.0	0.0	0.0	0.0
40-49歲	15	33.3	59.0	14.2	13.7	12.2	14.2	6.8
50-59歲	7	15.5	65.8	11.8	22.4	22.4	0.0	0.0
60-69歲	4	8.5	40.2	41.0	0.0	0.0	0.0	18.8
70歲以上	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度								
國小及以下	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
初中、國中	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
高中、高職	8	16.9	62.3	18.6	9.6	9.6	0.0	9.4
專科	5	11.3	60.9	39.1	23.1	0.0	0.0	0.0
大學	24	51.6	77.9	7.4	0.0	10.6	4.6	10.2
研究所及以上	9	20.1	60.5	9.1	34.7	18.7	11.7	0.0
職業								
軍警公教	4	9.3	80.5	19.5	0.0	36.0	0.0	0.0
自營商/企業主	5	11.4	81.3	18.7	0.0	18.7	0.0	0.0
企業主管/專業人員	6	12.2	46.2	21.4	21.4	0.0	19.3	13.1
助理專業人員/技術人員	3	6.8	66.6	0.0	0.0	0.0	0.0	33.4
文書事務人員	14	31.4	75.2	10.0	5.2	5.2	0.0	9.6
商業買賣/服務人員	5	10.2	82.0	0.0	18.0	18.0	0.0	0.0
技術工/機械設備操作 或組裝/體力工	4	8.3	71.4	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0
農林漁牧礦	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	1	3.2	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
家管	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
無業/退休/待業	3	7.2	24.8	48.3	26.9	26.9	0.0	0.0
溝通主要使用語言								
國語	38	83.9	67.9	16.1	9.8	13.3	5.8	3.7
閩南語	7	16.1	89.9	0.0	20.5	0.0	0.0	10.1
客語	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他語言	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q6-4 【僅詢問Q5回答04者】請問您使用「電腦(桌上型/筆記型)」來收聽廣播的原因是什麼？【複選題】					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	工作/讀書 使用上 較方便	可同時 上網與 收聽廣播	可隨身 攜帶	收聽時間 彈性	收訊較佳	不知道 /拒答
整體	46	100.0	69.8	13.2	11.2	10.9	4.7	6.9
居住地								
新北市	7	15.0	67.0	33.0	0.0	0.0	0.0	0.0
臺北市	6	12.4	19.1	28.2	14.7	14.7	38.0	0.0
桃園市	4	8.7	57.1	24.3	18.7	42.9	0.0	0.0
臺中市	5	11.5	83.1	0.0	16.9	16.9	0.0	0.0
臺南市	4	8.8	39.8	0.0	0.0	0.0	0.0	60.2
高雄市	5	11.9	100.0	0.0	0.0	28.4	0.0	0.0
新竹縣	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	5	11.9	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
南投縣	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
雲林縣	1	3.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義縣	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
屏東縣	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宜蘭縣	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	2	3.3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
臺東縣	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	1	3.2	50.2	0.0	0.0	0.0	0.0	49.8
新竹市	2	5.1	100.0	0.0	63.6	0.0	0.0	0.0
嘉義市	2	5.2	49.8	50.2	50.2	0.0	0.0	0.0
居住地(分區)								
北部地區	20	44.4	54.2	23.8	15.0	12.6	10.6	3.6
中部地區	11	23.4	91.7	0.0	8.3	8.3	0.0	0.0
南部地區	13	28.9	72.7	9.1	9.1	11.7	0.0	18.2
東部地區	2	3.3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
平均月收入								
未滿25,250元	1	1.8	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
25,250元~未滿4萬元	17	40.6	68.0	17.8	0.0	0.0	0.0	14.2
4萬元~未滿6萬元	18	41.6	76.4	6.9	11.2	13.1	12.4	0.0
6萬元~未滿8萬元	5	11.2	29.7	17.9	36.8	36.8	0.0	15.6
8萬元及以上	2	4.9	52.9	47.1	0.0	47.1	0.0	0.0
無收入	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q7 【僅詢問Q5回答03 04者】請問您會透過哪些方式來收聽廣播？【複選題】							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	手機 APP 程式	電臺官方 網站 即時收聽	手機內建 收音機 頻道	網際網路 隨選收聽	HiNet- hichann el線上即 時收聽 平臺	KKBOX 網路平台 即時收聽	Youtube	不知道 /忘記了
整體	229	100.0	64.2	38.0	29.2	25.0	18.3	15.1	2.7	3.0
性別										
男性	128	56.0	65.5	33.8	28.9	20.0	15.7	10.0	2.3	3.2
女性	101	44.0	62.6	43.4	29.5	31.3	21.7	21.6	3.3	2.8
年齡										
13-19歲	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	21	9.1	44.4	53.3	21.3	19.8	6.9	26.2	0.0	0.0
30-39歲	51	22.3	65.3	46.7	22.0	21.2	25.3	21.1	0.0	0.0
40-49歲	69	30.0	67.6	37.7	29.0	27.1	18.6	13.6	4.7	5.1
50-59歲	48	21.1	76.8	23.9	25.2	22.9	9.8	5.9	1.4	3.7
60-69歲	29	12.7	55.6	39.4	46.3	40.3	26.4	20.9	5.5	2.6
70歲以上	11	4.7	42.2	29.5	51.7	7.9	21.8	0.0	6.1	7.9
教育程度										
國小及以下	6	2.6	46.8	13.0	38.7	13.0	13.0	13.0	0.0	14.5
初中、國中	8	3.3	43.4	31.2	30.5	34.8	0.0	22.8	0.0	15.5
高中、高職	50	22.0	60.3	23.4	41.4	19.6	21.8	11.1	5.2	1.8
專科	38	16.6	74.7	40.3	40.9	41.9	27.2	25.4	2.2	0.0
大學	98	42.9	62.3	44.3	17.1	24.6	16.8	13.1	1.2	4.1
研究所及以上	29	12.7	72.8	46.3	31.4	13.6	11.5	13.5	5.3	0.0
職業										
軍警公教	15	6.4	57.2	35.0	0.0	30.3	13.7	9.1	4.5	8.0
自營商/企業主	28	12.1	71.1	28.8	37.7	11.5	22.0	20.9	4.2	0.0
企業主管/專業人員	28	12.5	65.3	54.0	23.2	25.6	19.0	4.1	0.0	3.2
助理專業人員/技術人員	17	7.4	76.4	44.4	27.1	32.7	16.1	14.8	0.0	0.0
文書事務人員	37	16.1	54.0	35.0	28.6	31.5	21.5	14.1	3.2	3.2
商業買賣/服務人員	17	7.4	74.9	54.4	26.1	21.6	20.0	18.6	4.1	0.0
技術工/機械設備操作 或組裝/體力工	36	15.8	63.9	29.6	24.7	19.9	17.1	16.6	0.0	5.7
農林漁牧礦	1	0.3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	4	1.7	33.2	66.8	37.8	0.0	0.0	66.8	0.0	0.0
家管	15	6.5	67.0	23.4	41.7	41.5	21.1	23.9	5.2	0.0
無業/退休/待業	32	13.9	62.2	38.2	42.8	25.6	16.0	10.0	5.4	5.1
溝通主要使用語言										
國語	161	71.5	63.4	38.4	25.2	23.9	17.0	11.2	3.4	1.8
閩南語	63	27.8	65.7	34.5	35.1	25.7	17.6	20.6	1.1	6.5
客語	1	0.3	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他語言	1	0.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q7 【僅詢問Q5回答03 04者】請問您會透過哪些方式來收聽廣播？【複選題】							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	手機 APP 程式	電臺官方 網站 即時收聽	手機內建 收音機 頻道	網際網路 隨選收聽	HiNet- hichann el線上即 時收聽 平臺	KKBOX 網路平台 即時收聽	Youtube	不知道 /忘記了
整體	229	100.0	64.2	38.0	29.2	25.0	18.3	15.1	2.7	3.0
居住地										
新北市	48	21.0	59.7	40.4	19.2	31.9	18.2	16.2	6.6	6.1
臺北市	24	10.7	65.8	32.4	36.8	24.8	15.6	0.0	3.2	0.0
桃園市	14	6.3	65.7	39.5	37.2	17.4	11.8	0.0	0.0	0.0
臺中市	31	13.8	62.5	34.0	25.5	18.2	21.3	14.1	7.1	0.0
臺南市	19	8.5	80.3	41.5	46.9	29.4	33.4	19.0	0.0	0.0
高雄市	29	12.7	59.0	27.1	24.0	17.9	5.7	15.6	0.0	11.1
新竹縣	4	1.6	61.9	0.0	38.1	38.1	0.0	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	1	0.6	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	17	7.3	55.0	31.2	31.7	18.2	19.7	35.7	0.0	4.6
南投縣	3	1.4	63.7	63.7	0.0	36.3	27.4	36.3	0.0	0.0
雲林縣	5	2.1	18.8	81.2	18.8	18.8	0.0	18.8	0.0	0.0
嘉義縣	5	2.2	100.0	61.9	19.1	0.0	23.2	19.1	0.0	0.0
屏東縣	7	3.1	100.0	35.7	9.6	23.2	19.2	19.2	0.0	0.0
宜蘭縣	2	0.9	100.0	0.0	0.0	50.2	0.0	50.2	0.0	0.0
花蓮縣	3	1.2	47.6	33.2	46.2	33.2	33.2	0.0	0.0	0.0
臺東縣	2	0.8	100.0	0.0	63.4	63.4	63.4	0.0	0.0	0.0
基隆市	5	2.3	86.2	62.2	41.6	61.0	61.0	0.0	0.0	0.0
新竹市	4	1.7	42.6	58.5	78.7	0.0	0.0	37.2	0.0	0.0
嘉義市	4	1.8	20.6	100.0	50.1	49.6	20.6	29.1	0.0	0.0
居住地(分區)										
北部地區	100	43.7	62.9	38.7	30.4	28.6	17.5	9.3	4.0	2.9
中部地區	53	23.0	61.2	34.0	25.2	18.8	20.6	21.9	4.3	1.5
南部地區	69	30.3	67.0	42.5	29.8	22.4	16.6	18.2	0.0	4.7
東部地區	7	3.0	78.2	13.9	36.3	46.7	30.9	15.8	0.0	0.0
平均月收入										
未滿25,250元	24	11.1	55.4	32.0	46.3	32.9	20.7	27.4	0.0	3.6
25,250元~未滿4萬元	66	31.1	57.6	37.3	33.1	23.8	17.6	24.8	5.1	2.5
4萬元~未滿6萬元	60	28.4	65.4	41.1	23.7	32.7	22.1	7.3	0.0	5.8
6萬元~未滿8萬元	24	11.5	68.7	39.4	28.5	17.5	19.5	3.4	3.7	0.0
8萬元及以上	24	11.2	88.3	53.5	18.8	16.1	22.6	12.9	4.9	3.8
無收入	14	6.7	70.7	19.5	16.0	27.3	0.0	7.5	5.5	0.0

	樣本結構		Q8 【僅詢問Q5回答03 04且Q7回答01者】請問您的手機目前有下載哪些APP來收聽廣播？【複選題】			
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	電台官方APP	集合型廣播APP	Podcast 播客APP	不知道 /忘記了
整體	147	100.0	63.0	40.7	23.6	8.8
性別						
男性	84	57.1	58.8	47.9	20.4	9.6
女性	63	42.9	68.7	31.3	27.9	7.6
年齡						
13-19歲	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	9	6.3	56.2	15.0	27.9	30.9
30-39歲	33	22.7	60.8	50.1	31.5	7.2
40-49歲	46	31.6	66.9	40.6	27.6	4.7
50-59歲	37	25.3	55.7	47.1	15.2	8.7
60-69歲	16	11.0	71.9	28.4	13.9	8.7
70歲以上	5	3.1	82.6	18.6	18.6	17.4
教育程度						
國小及以下	3	1.9	0.0	0.0	43.4	56.6
初中、國中	3	2.2	54.8	48.1	0.0	24.2
高中、高職	30	20.7	57.1	34.0	12.6	18.6
專科	28	19.3	73.5	46.3	19.0	0.0
大學	61	41.6	64.1	42.5	27.6	6.2
研究所及以上	21	14.4	63.9	41.9	35.1	5.1
職業						
軍警公教	8	5.7	45.8	26.9	30.3	13.0
自營商/企業主	20	13.4	66.3	54.8	25.7	0.0
企業主管/專業人員	19	12.7	53.6	58.1	22.1	3.1
助理專業人員/技術人員	13	8.8	57.0	75.0	0.0	5.4
文書事務人員	20	13.5	72.7	32.1	55.3	0.0
商業買賣/服務人員	13	8.7	75.2	25.8	22.4	10.1
技術工/機械設備操作 或組裝/體力工	23	15.7	61.5	35.1	26.2	16.3
農林漁牧礦	1	0.5	100.0	0.0	0.0	0.0
學生	1	0.9	0.0	0.0	0.0	100.0
家管	10	6.8	76.2	26.4	14.2	6.4
無業/退休/待業	20	13.5	60.1	30.3	8.5	17.8
溝通主要使用語言						
國語	102	70.8	60.7	41.3	24.1	8.9
閩南語	41	28.6	67.6	36.3	22.1	9.1
客語	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他語言	1	0.6	100.0	100.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q8 【僅詢問Q5回答03 04且Q7回答01者】請問您的手機目前有下載哪些APP來收聽廣播？【複選題】			
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	電台官方APP	集合型廣播APP	Podcast 播客APP	不知道 /忘記了
整體	147	100.0	63.0	40.7	23.6	8.8
居住地						
新北市	29	19.6	66.6	42.6	33.5	0.0
臺北市	16	10.9	42.2	47.7	18.9	16.5
桃園市	9	6.4	59.8	70.6	26.4	13.8
臺中市	20	13.4	78.0	22.8	19.8	12.4
臺南市	16	10.7	48.7	66.9	17.0	0.0
高雄市	17	11.7	65.4	27.1	23.6	14.2
新竹縣	2	1.6	0.0	100.0	0.0	0.0
苗栗縣	1	1.0	0.0	100.0	0.0	0.0
彰化縣	9	6.2	76.3	11.8	28.9	11.8
南投縣	2	1.4	100.0	0.0	43.1	0.0
雲林縣	1	0.6	100.0	100.0	0.0	0.0
嘉義縣	5	3.4	57.7	42.3	0.0	0.0
屏東縣	7	4.8	100.0	33.1	39.7	0.0
宜蘭縣	2	1.4	50.2	0.0	0.0	49.8
花蓮縣	1	0.9	56.7	0.0	0.0	43.3
臺東縣	2	1.2	100.0	63.4	0.0	0.0
基隆市	5	3.1	56.0	16.1	56.0	27.9
新竹市	2	1.2	0.0	100.0	0.0	0.0
嘉義市	1	0.6	100.0	0.0	0.0	0.0
居住地(分區)						
北部地區	63	42.8	54.3	49.8	28.2	8.3
中部地區	32	21.9	75.5	21.6	23.0	10.9
南部地區	46	31.7	65.5	43.9	20.4	5.3
東部地區	5	3.6	69.0	21.8	0.0	31.0
平均月收入						
未滿25,250元	13	9.5	48.5	35.6	9.7	22.6
25,250元~未滿4萬元	38	27.5	73.6	31.3	22.9	4.9
4萬元~未滿6萬元	39	28.5	67.1	45.3	28.9	2.7
6萬元~未滿8萬元	17	12.1	70.8	14.8	27.2	19.2
8萬元及以上	21	15.2	62.5	72.1	32.2	0.0
無收入	10	7.2	25.9	32.3	11.9	29.9

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-1 點選/蒐尋網址方便性							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	87.8	23.5	64.2	4.1	3.5	0.7	8.1	100.0
性別										
男性	128	56.0	86.3	20.9	65.4	5.8	4.6	1.2	7.9	100.0
女性	101	44.0	89.6	26.9	62.7	2.0	2.0	0.0	8.4	100.0
年齡										
13-19歲	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	21	9.1	92.5	30.1	62.4	7.5	0.0	7.5	0.0	100.0
30-39歲	51	22.3	92.7	29.1	63.7	0.0	0.0	0.0	7.3	100.0
40-49歲	69	30.0	84.4	18.1	66.3	6.6	6.6	0.0	9.0	100.0
50-59歲	48	21.1	87.4	21.5	65.9	3.7	3.7	0.0	8.8	100.0
60-69歲	29	12.7	84.9	20.7	64.2	2.7	2.7	0.0	12.5	100.0
70歲以上	11	4.7	85.7	35.4	50.3	7.3	7.3	0.0	7.0	100.0
教育程度	a									
國小及以下	6	2.6	60.5	48.6	11.9	26.5	0.0	26.5	13.0	100.0
初中、國中	8	3.3	51.9	0.0	51.9	22.5	22.5	0.0	25.5	100.0
高中、高職	50	22.0	91.0	37.3	53.7	0.0	0.0	0.0	9.0	100.0
專科	38	16.6	90.5	24.8	65.7	4.9	4.9	0.0	4.6	100.0
大學	98	42.9	89.0	19.9	69.1	1.2	1.2	0.0	9.8	100.0
研究所及以上	29	12.7	89.1	11.1	78.0	10.9	10.9	0.0	0.0	100.0
職業										
軍警公教	15	6.4	92.0	22.0	69.9	8.0	8.0	0.0	0.0	100.0
自營商/企業主	28	12.1	93.1	30.0	63.1	4.2	4.2	0.0	2.7	100.0
企業主管/專業人員	28	12.5	89.9	9.3	80.5	7.0	7.0	0.0	3.2	100.0
助理專業人員/技術人員	17	7.4	82.9	28.7	54.2	6.5	6.5	0.0	10.6	100.0
文書事務人員	37	16.1	92.9	20.2	72.6	0.0	0.0	0.0	7.1	100.0
商業買賣/服務人員	17	7.4	93.2	35.2	58.0	0.0	0.0	0.0	6.8	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	36	15.8	77.2	19.4	57.8	4.3	0.0	4.3	18.5	100.0
農林漁牧礦	1	0.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
學生	4	1.7	100.0	66.8	33.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
家管	15	6.5	84.3	18.7	65.6	0.0	0.0	0.0	15.7	100.0
無業/退休/待業	32	13.9	84.9	28.1	56.8	7.8	7.8	0.0	7.4	100.0
溝通主要使用語言										
國語	161	71.5	89.0	23.6	65.3	3.4	3.4	0.0	7.7	100.0
閩南語	63	27.8	84.9	22.1	62.8	6.4	3.9	2.5	8.7	100.0
客語	1	0.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
其他語言	1	0.4	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-1 點選/蒐尋網址方便性							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	87.8	23.5	64.2	4.1	3.5	0.7	8.1	100.0
居住地										
新北市	48	21.0	83.5	19.9	63.6	8.6	8.6	0.0	7.9	100.0
臺北市	24	10.7	80.2	6.7	73.4	15.4	15.4	0.0	4.5	100.0
桃園市	14	6.3	100.0	31.4	68.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
臺中市	31	13.8	88.6	40.4	48.2	0.0	0.0	0.0	11.4	100.0
臺南市	19	8.5	92.4	20.2	72.2	0.0	0.0	0.0	7.6	100.0
高雄市	29	12.7	82.6	25.7	56.9	5.3	0.0	5.3	12.1	100.0
新竹縣	4	1.6	100.0	38.1	61.9	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
苗栗縣	1	0.6	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
彰化縣	17	7.3	90.8	6.5	84.3	0.0	0.0	0.0	9.2	100.0
南投縣	3	1.4	100.0	72.6	27.4	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
雲林縣	5	2.1	81.2	0.0	81.2	0.0	0.0	0.0	18.8	100.0
嘉義縣	5	2.2	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
屏東縣	7	3.1	70.0	36.4	33.6	0.0	0.0	0.0	30.0	100.0
宜蘭縣	2	0.9	100.0	50.2	49.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
花蓮縣	3	1.2	80.8	47.6	33.2	0.0	0.0	0.0	19.2	100.0
臺東縣	2	0.8	100.0	63.4	36.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	5	2.3	100.0	13.9	86.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
新竹市	4	1.7	100.0	57.4	42.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義市	4	1.8	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
居住地(分區)										
北部地區	100	43.7	87.2	20.2	67.0	7.9	7.9	0.0	4.9	100.0
中部地區	53	23.0	90.3	30.5	59.7	0.0	0.0	0.0	9.7	100.0
南部地區	69	30.3	86.2	20.2	66.1	2.2	0.0	2.2	11.5	100.0
東部地區	7	3.0	92.0	52.7	39.3	0.0	0.0	0.0	8.0	100.0
平均月收入										
未滿25,250元	24	11.1	78.1	32.9	45.2	7.9	7.9	0.0	13.9	100.0
25,250元~未滿4萬元	66	31.1	91.4	22.3	69.2	2.5	2.5	0.0	6.0	100.0
4萬元~未滿6萬元	60	28.4	91.9	21.9	70.1	1.8	1.8	0.0	6.3	100.0
6萬元~未滿8萬元	24	11.5	82.4	20.6	61.8	10.0	3.7	6.4	7.5	100.0
8萬元及以上	24	11.2	83.7	33.1	50.6	4.9	4.9	0.0	11.4	100.0
無收入	14	6.7	90.9	15.9	75.0	0.0	0.0	0.0	9.1	100.0

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-2 點選/蒐尋節目方便性							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	89.7	24.7	65.0	2.0	1.4	0.6	8.3	100.0
性別										
男性	128	56.0	90.8	25.9	64.9	1.8	1.8	0.0	7.4	100.0
女性	101	44.0	88.3	23.1	65.2	2.3	0.9	1.4	9.4	100.0
年齡										
13-19歲	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	21	9.1	92.5	28.9	63.6	0.0	0.0	0.0	7.5	100.0
30-39歲	51	22.3	92.8	32.0	60.8	2.8	0.0	2.8	4.3	100.0
40-49歲	69	30.0	89.1	21.4	67.7	0.0	0.0	0.0	10.9	100.0
50-59歲	48	21.1	84.8	21.8	63.1	6.6	6.6	0.0	8.6	100.0
60-69歲	29	12.7	90.4	20.1	70.2	0.0	0.0	0.0	9.6	100.0
70歲以上	11	4.7	93.0	27.9	65.1	0.0	0.0	0.0	7.0	100.0
教育程度	a									
國小及以下	6	2.6	60.5	34.8	25.8	0.0	0.0	0.0	39.5	100.0
初中、國中	8	3.3	53.3	11.7	41.6	21.1	21.1	0.0	25.5	100.0
高中、高職	50	22.0	94.3	38.3	56.0	0.0	0.0	0.0	5.7	100.0
專科	38	16.6	92.9	18.2	74.7	2.0	2.0	0.0	5.2	100.0
大學	98	42.9	90.9	23.5	67.4	0.0	0.0	0.0	9.1	100.0
研究所及以上	29	12.7	88.5	14.6	73.9	7.9	2.9	5.0	3.6	100.0
職業										
軍警公教	15	6.4	100.0	22.0	78.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
自營商/企業主	28	12.1	97.3	27.1	70.2	0.0	0.0	0.0	2.7	100.0
企業主管/專業人員	28	12.5	89.5	12.4	77.1	0.0	0.0	0.0	10.5	100.0
助理專業人員/技術人員	17	7.4	84.9	30.7	54.2	4.5	4.5	0.0	10.6	100.0
文書事務人員	37	16.1	91.7	20.1	71.6	0.0	0.0	0.0	8.3	100.0
商業買賣/服務人員	17	7.4	85.4	41.6	43.8	8.5	0.0	8.5	6.1	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	36	15.8	80.2	26.3	53.9	1.9	1.9	0.0	17.8	100.0
農林漁牧礦	1	0.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
學生	4	1.7	100.0	29.0	71.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
家管	15	6.5	90.4	24.0	66.3	0.0	0.0	0.0	9.6	100.0
無業/退休/待業	32	13.9	89.7	26.2	63.5	5.5	5.5	0.0	4.8	100.0
溝通主要使用語言										
國語	161	71.5	90.7	24.4	66.3	1.9	1.0	0.9	7.4	100.0
閩南語	63	27.8	87.5	27.5	59.9	2.5	2.5	0.0	10.0	100.0
客語	1	0.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
其他語言	1	0.4	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-2 點選/蒐尋節目方便性							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	89.7	24.7	65.0	2.0	1.4	0.6	8.3	100.0
居住地										
新北市	48	21.0	86.5	20.6	65.9	4.9	1.9	3.0	8.6	100.0
臺北市	24	10.7	88.9	11.2	77.7	3.4	3.4	0.0	7.7	100.0
桃園市	14	6.3	89.5	26.2	63.3	5.2	5.2	0.0	5.3	100.0
臺中市	31	13.8	85.7	43.9	41.8	2.2	2.2	0.0	12.1	100.0
臺南市	19	8.5	87.0	20.1	66.9	0.0	0.0	0.0	13.0	100.0
高雄市	29	12.7	87.5	25.8	61.7	0.0	0.0	0.0	12.5	100.0
新竹縣	4	1.6	100.0	38.1	61.9	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
苗栗縣	1	0.6	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
彰化縣	17	7.3	95.4	14.4	81.0	0.0	0.0	0.0	4.6	100.0
南投縣	3	1.4	100.0	72.6	27.4	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
雲林縣	5	2.1	100.0	18.8	81.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義縣	5	2.2	100.0	25.2	74.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
屏東縣	7	3.1	86.5	29.5	57.0	0.0	0.0	0.0	13.5	100.0
宜蘭縣	2	0.9	100.0	49.8	50.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
花蓮縣	3	1.2	80.8	47.6	33.2	0.0	0.0	0.0	19.2	100.0
臺東縣	2	0.8	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	5	2.3	100.0	13.8	86.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
新竹市	4	1.7	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義市	4	1.8	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
居住地(分區)										
北部地區	100	43.7	89.3	18.5	70.7	3.9	2.5	1.4	6.8	100.0
中部地區	53	23.0	90.0	37.8	52.2	1.3	1.3	0.0	8.7	100.0
南部地區	69	30.3	89.8	22.5	67.2	0.0	0.0	0.0	10.2	100.0
東部地區	7	3.0	92.0	35.5	56.5	0.0	0.0	0.0	8.0	100.0
平均月收入										
未滿25,250元	24	11.1	93.3	30.1	63.2	3.5	3.5	0.0	3.2	100.0
25,250元~未滿4萬元	66	31.1	87.7	18.9	68.8	4.7	2.5	2.2	7.6	100.0
4萬元~未滿6萬元	60	28.4	94.9	25.7	69.2	0.0	0.0	0.0	5.1	100.0
6萬元~未滿8萬元	24	11.5	89.8	34.3	55.5	0.0	0.0	0.0	10.2	100.0
8萬元及以上	24	11.2	84.2	27.5	56.7	0.0	0.0	0.0	15.8	100.0
無收入	14	6.7	90.9	30.5	60.4	0.0	0.0	0.0	9.1	100.0

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-3 使用介面設計風格							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	86.0	18.6	67.4	4.7	4.7	0.0	9.3	100.0
性別										
男性	128	56.0	85.8	16.8	69.0	3.0	3.0	0.0	11.3	100.0
女性	101	44.0	86.3	20.9	65.4	6.8	6.8	0.0	6.9	100.0
年齡										
13-19歲	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	21	9.1	92.5	24.2	68.4	0.0	0.0	0.0	7.5	100.0
30-39歲	51	22.3	87.1	27.1	60.0	7.3	7.3	0.0	5.6	100.0
40-49歲	69	30.0	85.7	11.8	73.9	6.5	6.5	0.0	7.8	100.0
50-59歲	48	21.1	89.2	21.7	67.5	3.6	3.6	0.0	7.2	100.0
60-69歲	29	12.7	80.7	7.9	72.8	2.6	2.6	0.0	16.7	100.0
70歲以上	11	4.7	70.1	26.1	44.0	0.0	0.0	0.0	29.9	100.0
教育程度	a									
國小及以下	6	2.6	47.7	20.3	27.4	0.0	0.0	0.0	52.3	100.0
初中、國中	8	3.3	62.4	0.0	62.4	0.0	0.0	0.0	37.6	100.0
高中、高職	50	22.0	86.5	25.1	61.3	1.5	1.5	0.0	12.0	100.0
專科	38	16.6	85.6	16.5	69.2	3.1	3.1	0.0	11.3	100.0
大學	98	42.9	89.2	19.0	70.2	5.5	5.5	0.0	5.2	100.0
研究所及以上	29	12.7	88.5	13.1	75.4	11.5	11.5	0.0	0.0	100.0
職業										
軍警公教	15	6.4	94.1	18.5	75.7	0.0	0.0	0.0	5.9	100.0
自營商/企業主	28	12.1	85.2	13.1	72.1	2.7	2.7	0.0	12.1	100.0
企業主管/專業人員	28	12.5	88.8	10.1	78.7	8.0	8.0	0.0	3.2	100.0
助理專業人員/技術人員	17	7.4	100.0	52.0	48.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
文書事務人員	37	16.1	91.5	17.0	74.5	6.5	6.5	0.0	2.1	100.0
商業買賣/服務人員	17	7.4	93.9	31.1	62.8	6.1	6.1	0.0	0.0	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	36	15.8	73.2	11.2	62.0	6.9	6.9	0.0	19.9	100.0
農林漁牧礦	1	0.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
學生	4	1.7	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
家管	15	6.5	75.3	19.2	56.1	6.1	6.1	0.0	18.6	100.0
無業/退休/待業	32	13.9	80.0	19.4	60.5	2.6	2.6	0.0	17.4	100.0
溝通主要使用語言										
國語	161	71.5	88.8	19.7	69.1	5.4	5.4	0.0	5.8	100.0
閩南語	63	27.8	77.7	14.1	63.5	3.1	3.1	0.0	19.3	100.0
客語	1	0.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
其他語言	1	0.4	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-3 使用介面設計風格							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	86.0	18.6	67.4	4.7	4.7	0.0	9.3	100.0
居住地										
新北市	48	21.0	81.6	15.8	65.8	7.3	7.3	0.0	11.0	100.0
臺北市	24	10.7	88.8	14.7	74.2	7.9	7.9	0.0	3.2	100.0
桃園市	14	6.3	89.8	31.4	58.4	0.0	0.0	0.0	10.2	100.0
臺中市	31	13.8	93.1	36.1	57.0	0.0	0.0	0.0	6.9	100.0
臺南市	19	8.5	87.0	16.6	70.4	5.3	5.3	0.0	7.6	100.0
高雄市	29	12.7	77.7	15.8	61.9	4.0	4.0	0.0	18.3	100.0
新竹縣	4	1.6	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
苗栗縣	1	0.6	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
彰化縣	17	7.3	82.8	6.5	76.3	12.6	12.6	0.0	4.6	100.0
南投縣	3	1.4	100.0	36.3	63.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
雲林縣	5	2.1	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義縣	5	2.2	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
屏東縣	7	3.1	86.5	0.0	86.5	0.0	0.0	0.0	13.5	100.0
宜蘭縣	2	0.9	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
花蓮縣	3	1.2	47.6	0.0	47.6	33.2	33.2	0.0	19.2	100.0
臺東縣	2	0.8	100.0	63.4	36.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	5	2.3	100.0	14.9	85.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
新竹市	4	1.7	79.8	0.0	79.8	0.0	0.0	0.0	20.2	100.0
嘉義市	4	1.8	58.3	0.0	58.3	0.0	0.0	0.0	41.7	100.0
居住地(分區)										
北部地區	100	43.7	86.2	16.5	69.7	5.5	5.5	0.0	8.4	100.0
中部地區	53	23.0	90.4	28.4	62.0	4.0	4.0	0.0	5.6	100.0
南部地區	69	30.3	83.2	11.3	71.9	3.2	3.2	0.0	13.7	100.0
東部地區	7	3.0	78.2	48.4	29.7	13.9	13.9	0.0	8.0	100.0
平均月收入										
未滿25,250元	24	11.1	87.1	10.7	76.4	3.5	3.5	0.0	9.4	100.0
25,250元~未滿4萬元	66	31.1	87.5	21.4	66.1	3.4	3.4	0.0	9.1	100.0
4萬元~未滿6萬元	60	28.4	87.2	16.8	70.3	6.3	6.3	0.0	6.5	100.0
6萬元~未滿8萬元	24	11.5	86.1	15.0	71.0	3.7	3.7	0.0	10.2	100.0
8萬元及以上	24	11.2	78.2	23.3	54.9	8.9	8.9	0.0	12.8	100.0
無收入	14	6.7	86.4	29.7	56.7	0.0	0.0	0.0	13.6	100.0

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-4 即時互動性功能							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	61.1	10.6	50.5	8.3	7.8	0.5	30.6	100.0
性別										
男性	128	56.0	58.0	11.4	46.5	9.8	8.9	0.9	32.2	100.0
女性	101	44.0	65.0	9.5	55.5	6.4	6.4	0.0	28.7	100.0
年齡										
13-19歲	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	21	9.1	85.1	17.8	67.2	14.9	14.9	0.0	0.0	100.0
30-39歲	51	22.3	69.1	24.5	44.6	10.9	10.9	0.0	20.0	100.0
40-49歲	69	30.0	61.8	4.2	57.6	6.7	5.0	1.7	31.5	100.0
50-59歲	48	21.1	51.1	4.3	46.8	5.4	5.4	0.0	43.5	100.0
60-69歲	29	12.7	54.1	10.2	43.9	8.0	8.0	0.0	37.9	100.0
70歲以上	11	4.7	35.4	0.0	35.4	7.0	7.0	0.0	57.6	100.0
教育程度										
國小及以下	6	2.6	45.2	20.3	24.9	26.5	26.5	0.0	28.3	100.0
初中、國中	8	3.3	53.6	0.0	53.6	11.7	11.7	0.0	34.7	100.0
高中、高職	50	22.0	55.1	11.0	44.2	3.0	3.0	0.0	41.9	100.0
專科	38	16.6	60.5	8.2	52.3	3.1	3.1	0.0	36.4	100.0
大學	98	42.9	63.9	13.5	50.4	11.2	11.2	0.0	24.9	100.0
研究所及以上	29	12.7	67.6	3.8	63.8	10.0	6.0	4.0	22.4	100.0
職業										
軍警公教	15	6.4	47.8	8.2	39.6	24.5	24.5	0.0	27.7	100.0
自營商/企業主	28	12.1	73.5	11.8	61.7	0.0	0.0	0.0	26.5	100.0
企業主管/專業人員	28	12.5	49.9	2.0	47.9	23.5	19.4	4.1	26.6	100.0
助理專業人員/技術人員	17	7.4	68.4	23.3	45.1	0.0	0.0	0.0	31.6	100.0
文書事務人員	37	16.1	71.7	10.9	60.8	3.9	3.9	0.0	24.3	100.0
商業買賣/服務人員	17	7.4	82.2	23.3	58.9	0.0	0.0	0.0	17.8	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	36	15.8	47.6	13.6	34.0	13.7	13.7	0.0	38.7	100.0
農林漁牧礦	1	0.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
學生	4	1.7	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
家管	15	6.5	59.5	0.0	59.5	0.0	0.0	0.0	40.5	100.0
無業/退休/待業	32	13.9	49.1	7.4	41.7	7.4	7.4	0.0	43.5	100.0
溝通主要使用語言										
國語	161	71.5	58.2	10.4	47.8	9.4	8.6	0.7	32.5	100.0
閩南語	63	27.8	66.7	10.2	56.5	6.3	6.3	0.0	27.1	100.0
客語	1	0.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
其他語言	1	0.4	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-4 即時互動性功能							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	61.1	10.6	50.5	8.3	7.8	0.5	30.6	100.0
居住地										
新北市	48	21.0	47.3	4.7	42.6	13.9	11.5	2.4	38.8	100.0
臺北市	24	10.7	47.9	0.0	47.9	7.9	7.9	0.0	44.2	100.0
桃園市	14	6.3	77.7	10.5	67.2	0.0	0.0	0.0	22.3	100.0
臺中市	31	13.8	71.1	19.8	51.3	0.0	0.0	0.0	28.9	100.0
臺南市	19	8.5	50.9	12.5	38.4	10.5	10.5	0.0	38.6	100.0
高雄市	29	12.7	63.3	12.7	50.7	10.7	10.7	0.0	26.0	100.0
新竹縣	4	1.6	61.9	0.0	61.9	38.1	38.1	0.0	0.0	100.0
苗栗縣	1	0.6	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
彰化縣	17	7.3	79.3	22.4	56.9	4.6	4.6	0.0	16.1	100.0
南投縣	3	1.4	100.0	36.3	63.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
雲林縣	5	2.1	32.4	0.0	32.4	48.7	48.7	0.0	18.8	100.0
嘉義縣	5	2.2	67.4	0.0	67.4	0.0	0.0	0.0	32.6	100.0
屏東縣	7	3.1	70.0	9.5	60.5	0.0	0.0	0.0	30.0	100.0
宜蘭縣	2	0.9	50.2	0.0	50.2	0.0	0.0	0.0	49.8	100.0
花蓮縣	3	1.2	80.8	47.6	33.2	0.0	0.0	0.0	19.2	100.0
臺東縣	2	0.8	100.0	63.4	36.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	5	2.3	58.4	0.0	58.4	13.8	13.8	0.0	27.8	100.0
新竹市	4	1.7	58.5	0.0	58.5	0.0	0.0	0.0	41.5	100.0
嘉義市	4	1.8	70.7	0.0	70.7	0.0	0.0	0.0	29.3	100.0
居住地(分區)										
北部地區	100	43.7	53.4	3.8	49.6	10.8	9.6	1.2	35.8	100.0
中部地區	53	23.0	76.2	21.1	55.1	1.5	1.5	0.0	22.4	100.0
南部地區	69	30.3	59.2	9.8	49.4	10.7	10.7	0.0	30.1	100.0
東部地區	7	3.0	76.4	36.9	39.4	0.0	0.0	0.0	23.6	100.0
平均月收入										
未滿25,250元	24	11.1	62.6	2.8	59.8	10.4	10.4	0.0	27.0	100.0
25,250元~未滿4萬元	66	31.1	64.3	19.7	44.6	4.6	4.6	0.0	31.1	100.0
4萬元~未滿6萬元	60	28.4	64.5	9.5	54.9	13.1	13.1	0.0	22.4	100.0
6萬元~未滿8萬元	24	11.5	54.6	5.5	49.1	17.9	13.1	4.8	27.6	100.0
8萬元及以上	24	11.2	54.0	9.1	44.9	0.0	0.0	0.0	46.0	100.0
無收入	14	6.7	56.1	8.4	47.7	0.0	0.0	0.0	43.9	100.0

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-5 收聽品質							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	89.9	26.8	63.1	7.1	7.1	0.0	3.0	100.0
性別										
男性	128	56.0	88.8	28.8	59.9	8.1	8.1	0.0	3.1	100.0
女性	101	44.0	91.4	24.2	67.2	5.7	5.7	0.0	2.9	100.0
年齡										
13-19歲	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	21	9.1	86.3	45.9	40.4	13.7	13.7	0.0	0.0	100.0
30-39歲	51	22.3	90.3	32.0	58.3	5.4	5.4	0.0	4.3	100.0
40-49歲	69	30.0	89.1	18.9	70.2	9.5	9.5	0.0	1.4	100.0
50-59歲	48	21.1	91.5	25.4	66.1	5.3	5.3	0.0	3.3	100.0
60-69歲	29	12.7	90.1	27.3	62.8	5.2	5.2	0.0	4.7	100.0
70歲以上	11	4.7	93.0	20.0	73.0	0.0	0.0	0.0	7.0	100.0
教育程度										
國小及以下	6	2.6	73.5	32.3	41.2	26.5	26.5	0.0	0.0	100.0
初中、國中	8	3.3	78.0	0.0	78.0	12.0	12.0	0.0	10.0	100.0
高中、高職	50	22.0	93.8	28.5	65.2	3.5	3.5	0.0	2.7	100.0
專科	38	16.6	90.6	23.3	67.3	7.6	7.6	0.0	1.8	100.0
大學	98	42.9	89.2	31.0	58.1	6.7	6.7	0.0	4.1	100.0
研究所及以上	29	12.7	91.4	19.8	71.7	8.6	8.6	0.0	0.0	100.0
職業										
軍警公教	15	6.4	92.0	37.5	54.5	8.0	8.0	0.0	0.0	100.0
自營商/企業主	28	12.1	94.1	34.8	59.3	3.2	3.2	0.0	2.7	100.0
企業主管/專業人員	28	12.5	83.0	14.6	68.4	13.9	13.9	0.0	3.2	100.0
助理專業人員/技術人員	17	7.4	100.0	45.4	54.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
文書事務人員	37	16.1	91.9	25.5	66.5	3.2	3.2	0.0	4.9	100.0
商業買賣/服務人員	17	7.4	79.3	16.9	62.4	20.7	20.7	0.0	0.0	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	36	15.8	90.0	23.2	66.8	4.3	4.3	0.0	5.7	100.0
農林漁牧礦	1	0.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
學生	4	1.7	66.8	37.8	29.0	33.2	33.2	0.0	0.0	100.0
家管	15	6.5	93.7	30.3	63.5	6.3	6.3	0.0	0.0	100.0
無業/退休/待業	32	13.9	90.3	24.3	66.1	5.3	5.3	0.0	4.4	100.0
溝通主要使用語言										
國語	161	71.5	90.9	25.7	65.2	6.4	6.4	0.0	2.7	100.0
閩南語	63	27.8	86.5	28.9	57.6	9.5	9.5	0.0	4.0	100.0
客語	1	0.3	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
其他語言	1	0.4	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-5 收聽品質							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	89.9	26.8	63.1	7.1	7.1	0.0	3.0	100.0
居住地										
新北市	48	21.0	88.4	21.8	66.5	9.8	9.8	0.0	1.9	100.0
臺北市	24	10.7	96.8	9.9	87.0	3.2	3.2	0.0	0.0	100.0
桃園市	14	6.3	85.7	42.0	43.7	14.3	14.3	0.0	0.0	100.0
臺中市	31	13.8	88.8	42.5	46.2	0.0	0.0	0.0	11.2	100.0
臺南市	19	8.5	75.1	34.0	41.1	17.3	17.3	0.0	7.6	100.0
高雄市	29	12.7	90.7	27.4	63.3	9.3	9.3	0.0	0.0	100.0
新竹縣	4	1.6	76.2	38.1	38.1	23.8	23.8	0.0	0.0	100.0
苗栗縣	1	0.6	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
彰化縣	17	7.3	100.0	11.5	88.5	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
南投縣	3	1.4	100.0	36.3	63.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
雲林縣	5	2.1	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義縣	5	2.2	80.9	25.2	55.8	19.1	19.1	0.0	0.0	100.0
屏東縣	7	3.1	86.5	39.7	46.8	0.0	0.0	0.0	13.5	100.0
宜蘭縣	2	0.9	100.0	49.8	50.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
花蓮縣	3	1.2	100.0	66.8	33.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
臺東縣	2	0.8	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	5	2.3	86.2	0.0	86.2	13.8	13.8	0.0	0.0	100.0
新竹市	4	1.7	100.0	37.2	62.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義市	4	1.8	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
居住地(分區)										
北部地區	100	43.7	89.9	21.9	68.1	9.2	9.2	0.0	0.9	100.0
中部地區	53	23.0	93.3	33.9	59.4	0.0	0.0	0.0	6.7	100.0
南部地區	69	30.3	86.4	26.8	59.5	10.1	10.1	0.0	3.5	100.0
東部地區	7	3.0	100.0	43.5	56.5	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
平均月收入										
未滿25,250元	24	11.1	93.4	7.1	86.2	3.9	3.9	0.0	2.7	100.0
25,250元~未滿4萬元	66	31.1	88.2	26.1	62.1	7.4	7.4	0.0	4.4	100.0
4萬元~未滿6萬元	60	28.4	92.5	34.1	58.4	7.5	7.5	0.0	0.0	100.0
6萬元~未滿8萬元	24	11.5	86.8	23.6	63.1	9.4	9.4	0.0	3.9	100.0
8萬元及以上	24	11.2	88.8	27.1	61.7	4.4	4.4	0.0	6.8	100.0
無收入	14	6.7	85.5	31.7	53.8	9.2	9.2	0.0	5.3	100.0

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-6 不受廣告干擾/沒有廣告							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	73.3	24.4	48.9	21.4	16.2	5.1	5.4	100.0
性別										
男性	128	56.0	73.6	24.9	48.7	19.1	14.2	4.9	7.3	100.0
女性	101	44.0	72.9	23.8	49.1	24.2	18.9	5.4	2.9	100.0
年齡										
13-19歲	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	21	9.1	72.0	30.6	41.5	21.6	6.9	14.8	6.3	100.0
30-39歲	51	22.3	86.9	37.0	49.9	10.3	10.3	0.0	2.7	100.0
40-49歲	69	30.0	68.0	24.4	43.6	28.9	21.0	7.9	3.1	100.0
50-59歲	48	21.1	74.4	20.0	54.4	18.2	13.0	5.2	7.4	100.0
60-69歲	29	12.7	58.7	11.9	46.8	33.4	30.8	2.6	7.9	100.0
70歲以上	11	4.7	78.6	6.1	72.6	7.0	7.0	0.0	14.4	100.0
教育程度										
國小及以下	6	2.6	60.5	32.3	28.3	26.5	0.0	26.5	13.0	100.0
初中、國中	8	3.3	62.4	0.0	62.4	27.6	12.0	15.5	10.0	100.0
高中、高職	50	22.0	80.4	35.9	44.4	14.0	12.2	1.8	5.7	100.0
專科	38	16.6	70.2	20.1	50.0	25.1	19.4	5.7	4.7	100.0
大學	98	42.9	72.8	23.0	49.8	21.9	18.8	3.1	5.3	100.0
研究所及以上	29	12.7	72.1	19.6	52.6	24.8	14.7	10.1	3.1	100.0
職業										
軍警公教	15	6.4	69.0	8.2	60.8	23.0	23.0	0.0	8.0	100.0
自營商/企業主	28	12.1	80.3	41.0	39.3	17.0	9.5	7.5	2.7	100.0
企業主管/專業人員	28	12.5	62.3	17.6	44.8	34.5	24.9	9.6	3.2	100.0
助理專業人員/技術人員	17	7.4	73.7	25.6	48.1	10.3	10.3	0.0	16.0	100.0
文書事務人員	37	16.1	72.6	27.5	45.1	27.4	24.8	2.6	0.0	100.0
商業買賣/服務人員	17	7.4	87.3	23.2	64.2	4.9	0.0	4.9	7.7	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	36	15.8	74.5	24.5	50.0	16.9	9.4	7.6	8.6	100.0
農林漁牧礦	1	0.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
學生	4	1.7	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
家管	15	6.5	66.5	25.8	40.8	28.3	22.2	6.0	5.2	100.0
無業/退休/待業	32	13.9	69.9	10.4	59.5	25.2	20.5	4.7	4.9	100.0
溝通主要使用語言										
國語	161	71.5	73.5	23.1	50.4	21.1	16.6	4.4	5.5	100.0
閩南語	63	27.8	73.5	28.4	45.1	22.2	14.9	7.3	4.3	100.0
客語	1	0.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
其他語言	1	0.4	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q9 根據您使用網路收聽廣播的感受，告訴我們下列項目是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？ Q9-6 不受廣告干擾/沒有廣告							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	滿意	非常 滿意	還算 滿意	不滿意	不太 滿意	非常 不滿意	無意見	合計
整體	229	100.0	73.3	24.4	48.9	21.4	16.2	5.1	5.4	100.0
居住地										
新北市	48	21.0	62.4	27.2	35.2	32.0	25.3	6.7	5.6	100.0
臺北市	24	10.7	79.0	7.9	71.1	14.5	11.0	3.5	6.4	100.0
桃園市	14	6.3	75.5	36.5	39.0	15.4	10.1	5.3	9.2	100.0
臺中市	31	13.8	87.2	42.5	44.7	12.8	9.9	2.9	0.0	100.0
臺南市	19	8.5	75.5	21.8	53.7	20.6	16.8	3.8	3.9	100.0
高雄市	29	12.7	71.5	18.8	52.7	21.4	16.1	5.3	7.1	100.0
新竹縣	4	1.6	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
苗栗縣	1	0.6	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
彰化縣	17	7.3	75.7	19.1	56.7	15.1	15.1	0.0	9.2	100.0
南投縣	3	1.4	100.0	36.3	63.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
雲林縣	5	2.1	18.8	0.0	18.8	51.3	18.8	32.4	29.9	100.0
嘉義縣	5	2.2	100.0	25.2	74.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
屏東縣	7	3.1	52.9	26.9	26.1	33.6	20.0	13.6	13.5	100.0
宜蘭縣	2	0.9	100.0	49.8	50.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
花蓮縣	3	1.2	46.2	46.2	0.0	53.8	53.8	0.0	0.0	100.0
臺東縣	2	0.8	100.0	63.4	36.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	5	2.3	58.4	0.0	58.4	41.6	41.6	0.0	0.0	100.0
新竹市	4	1.7	100.0	37.2	62.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義市	4	1.8	41.7	0.0	41.7	58.3	29.1	29.3	0.0	100.0
居住地(分區)										
北部地區	100	43.7	71.0	21.8	49.3	23.4	18.5	4.8	5.6	100.0
中部地區	53	23.0	84.7	33.6	51.1	12.4	10.7	1.7	2.9	100.0
南部地區	69	30.3	67.4	18.5	48.9	25.1	16.5	8.6	7.4	100.0
東部地區	7	3.0	77.6	52.0	25.6	22.4	22.4	0.0	0.0	100.0
平均月收入										
未滿25,250元	24	11.1	71.2	8.3	62.8	22.3	19.1	3.1	6.6	100.0
25,250元~未滿4萬元	66	31.1	82.4	22.1	60.3	16.3	13.5	2.8	1.4	100.0
4萬元~未滿6萬元	60	28.4	70.2	32.8	37.4	24.0	17.6	6.5	5.7	100.0
6萬元~未滿8萬元	24	11.5	63.7	13.9	49.8	32.5	22.6	9.8	3.9	100.0
8萬元及以上	24	11.2	82.2	28.7	53.5	14.0	9.1	4.9	3.8	100.0
無收入	14	6.7	58.2	34.5	23.7	31.0	19.3	11.7	10.8	100.0

	樣本結構		Q10 請問您一個禮拜大概會收聽幾天廣播？ ※依據往年調查數據呈現方式進行選項整併。				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	固定收聽 (每天聽)	經常收聽 (每週5-6天)	偶爾收聽 (每週3-4天)	很少收聽 (每週1-2天)	合計
整體	1,045	100.0	28.1	41.0	19.6	11.3	100.0
性別							
男性	603	57.7	28.7	41.1	19.4	10.8	100.0
女性	442	42.3	27.3	40.9	19.8	12.0	100.0
年齡 ***							
13-19歲	18	1.7	11.6	24.3	12.1	52.0	100.0
20-29歲	82	7.8	19.9	34.3	24.1	21.7	100.0
30-39歲	197	18.9	23.1	42.9	21.6	12.4	100.0
40-49歲	295	28.2	23.6	46.9	20.4	9.1	100.0
50-59歲	244	23.3	28.9	44.0	15.8	11.3	100.0
60-69歲	147	14.1	38.5	33.9	19.7	8.0	100.0
70歲以上	62	5.9	53.3	25.5	19.8	1.4	100.0
教育程度 *							
國小及以下	33	3.2	50.4	19.2	23.6	6.8	100.0
初中、國中	49	4.7	37.0	38.1	17.0	7.8	100.0
高中、高職	274	26.2	28.5	42.7	17.4	11.4	100.0
專科	159	15.2	33.3	37.7	19.6	9.3	100.0
大學	406	38.8	25.9	40.2	21.1	12.9	100.0
研究所及以上	124	11.8	18.4	51.0	19.2	11.3	100.0
職業 ***							
軍警公教	58	5.5	20.3	50.9	15.8	13.0	100.0
自營商/企業主	104	10.0	32.6	33.6	24.9	8.9	100.0
企業主管/專業人員	140	13.5	24.9	42.5	18.7	13.9	100.0
助理專業人員/技術人員	71	6.9	29.9	47.8	18.6	3.7	100.0
文書事務人員	148	14.2	18.4	52.8	21.8	6.9	100.0
商業買賣/服務人員	85	8.2	31.1	41.5	15.8	11.6	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	19.8	53.1	17.2	9.9	100.0
農林漁牧礦	17	1.6	50.8	21.9	18.1	9.2	100.0
學生	31	3.0	7.9	17.8	19.7	54.6	100.0
家管	81	7.8	34.3	25.5	23.9	16.2	100.0
無業/退休/待業	125	12.0	48.2	24.8	19.1	7.9	100.0
溝通主要使用語言							
國語	676	66.1	26.4	42.6	19.4	11.5	100.0
閩南語	323	31.5	31.3	38.1	19.0	11.6	100.0
客語	23	2.2	38.5	40.7	17.8	3.1	100.0
其他語言	2	0.2	53.7	0.0	0.0	46.3	100.0

	樣本結構		Q10 請問您一個禮拜大概會收聽幾天廣播？ ※依據往年調查數據呈現方式進行選項整併。				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	固定收聽 (每天聽)	經常收聽 (每週5-6天)	偶爾收聽 (每週3-4天)	很少收聽 (每週1-2天)	合計
整體	1,045	100.0	28.1	41.0	19.6	11.3	100.0
居住地							
新北市	170	16.2	27.4	40.8	21.3	10.5	100.0
臺北市	101	9.7	27.1	43.3	19.7	9.9	100.0
桃園市	100	9.6	28.9	42.1	20.9	8.1	100.0
臺中市	140	13.4	27.1	44.6	18.9	9.4	100.0
臺南市	97	9.3	32.1	39.7	18.7	9.5	100.0
高雄市	139	13.3	22.8	38.6	21.4	17.2	100.0
新竹縣	25	2.4	26.8	42.1	21.2	10.0	100.0
苗栗縣	15	1.4	25.6	48.8	25.7	0.0	100.0
彰化縣	64	6.1	28.4	39.4	18.2	14.0	100.0
南投縣	17	1.6	28.4	36.1	25.4	10.1	100.0
雲林縣	35	3.3	18.1	42.6	11.7	27.5	100.0
嘉義縣	14	1.4	30.2	31.3	17.7	20.8	100.0
屏東縣	39	3.7	42.7	38.9	10.4	8.0	100.0
宜蘭縣	22	2.1	33.9	24.6	28.9	12.6	100.0
花蓮縣	11	1.0	32.9	33.3	15.8	18.0	100.0
臺東縣	4	0.4	0.0	82.6	17.4	0.0	100.0
基隆市	20	1.9	19.2	67.8	0.0	13.0	100.0
新竹市	17	1.7	43.9	29.8	26.3	0.0	100.0
嘉義市	14	1.3	47.2	25.9	26.9	0.0	100.0
居住地(分區)							
北部地區	433	41.5	27.9	42.6	20.0	9.5	100.0
中部地區	236	22.6	27.5	42.8	19.6	10.1	100.0
南部地區	339	32.4	28.6	38.5	18.4	14.4	100.0
東部地區	37	3.6	29.8	33.6	23.9	12.7	100.0
平均月收入	***						
未滿25,250元	100	10.3	37.7	29.5	19.1	13.7	100.0
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	26.6	44.7	18.4	10.3	100.0
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	25.4	43.3	21.2	10.2	100.0
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	27.1	41.7	23.2	8.1	100.0
8萬元及以上	128	13.2	25.3	47.8	18.3	8.7	100.0
無收入	75	7.7	35.3	21.8	12.8	30.1	100.0

	樣本結構		Q11 請問您週一到週五(平日)通常都在哪些時段收聽廣播？【複選題】 ※選項整併，並排除「平日沒有收聽」及「忘記了/拒答」。			
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	上午 (06:00~11:59)	下午 (12:00~17:59)	晚上 (18:00~23:59)	凌晨 (24:00~05:59)
整體	1,008	100.0	80.1	51.7	30.4	2.0
性別						
男性	586	58.2	79.1	50.7	33.4	2.4
女性	421	41.8	81.6	53.0	26.2	1.5
年齡						
13-19歲	13	1.3	48.0	48.7	34.3	0.0
20-29歲	77	7.6	80.1	54.4	29.5	1.9
30-39歲	193	19.1	76.7	52.6	37.4	2.8
40-49歲	284	28.2	83.0	45.9	31.2	0.8
50-59歲	236	23.4	86.8	51.6	25.8	0.7
60-69歲	143	14.2	79.8	58.5	25.5	3.6
70歲以上	62	6.2	60.3	56.8	34.0	7.5
教育程度						
國小及以下	32	3.2	59.5	51.0	44.2	4.6
初中、國中	46	4.6	73.5	58.1	35.6	3.1
高中、高職	265	26.2	80.8	61.1	25.3	1.6
專科	157	15.6	82.4	54.3	28.6	1.0
大學	386	38.3	81.7	47.1	31.5	2.6
研究所及以上	122	12.1	78.8	39.8	34.9	1.2
職業						
軍警公教	58	5.7	83.5	35.2	27.5	1.5
自營商/企業主	98	9.8	76.6	57.3	30.0	2.4
企業主管/專業人員	134	13.4	78.6	42.1	42.9	0.8
助理專業人員/技術人員	71	7.1	87.7	42.7	25.1	3.1
文書事務人員	144	14.4	86.1	60.2	32.0	0.0
商業買賣/服務人員	83	8.3	72.1	48.7	33.3	4.2
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	176	17.6	88.1	63.2	28.1	0.0
農林漁牧礦	17	1.7	79.0	48.8	25.6	0.0
學生	25	2.5	61.8	40.2	34.7	0.0
家管	76	7.6	79.5	46.8	17.2	3.2
無業/退休/待業	120	12.0	68.9	52.6	29.0	5.4
溝通主要使用語言						
國語	651	66.0	81.2	49.0	32.1	1.9
閩南語	314	31.8	78.0	57.5	28.0	2.0
客語	21	2.2	75.9	54.2	27.4	9.2
其他語言	1	0.1	100.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q11 請問您週一到週五(平日)通常都在哪些時段收聽廣播？【複選題】 ※選項整併，並排除「平日沒有收聽」及「忘記了/拒答」。			
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	上午 (06:00~11:59)	下午 (12:00~17:59)	晚上 (18:00~23:59)	凌晨 (24:00~05:59)
整體	1,008	100.0	80.1	51.7	30.4	2.0
居住地						
新北市	165	16.3	75.0	51.3	35.3	3.3
臺北市	98	9.7	76.7	40.1	37.0	4.7
桃園市	98	9.8	88.8	49.6	28.4	1.4
臺中市	133	13.2	84.8	50.2	24.2	1.8
臺南市	96	9.5	84.7	53.0	27.7	0.0
高雄市	133	13.2	80.7	57.6	29.0	1.7
新竹縣	24	2.3	63.0	29.4	39.6	3.7
苗栗縣	15	1.5	89.1	42.3	20.1	0.0
彰化縣	58	5.7	81.4	50.7	31.8	0.0
南投縣	16	1.6	74.2	64.4	34.1	7.7
雲林縣	32	3.2	71.2	56.2	35.8	3.5
嘉義縣	14	1.4	80.4	50.1	31.7	0.0
屏東縣	39	3.9	74.2	74.3	31.3	0.0
宜蘭縣	22	2.2	90.9	39.7	13.5	0.0
花蓮縣	11	1.1	73.8	57.7	18.7	0.0
臺東縣	3	0.3	100.0	72.9	66.9	0.0
基隆市	20	2.0	79.9	50.2	26.1	0.0
新竹市	17	1.7	76.1	48.4	43.2	6.4
嘉義市	14	1.4	70.5	79.2	17.2	0.0
居住地(分區)						
北部地區	422	41.8	78.2	46.9	34.2	3.2
中部地區	221	22.0	83.4	50.8	26.6	1.6
南部地區	328	32.6	79.7	58.7	29.2	1.0
東部地區	37	3.6	86.7	48.1	20.1	0.0
平均月收入						
未滿25,250元	94	10.0	76.3	55.6	32.3	5.1
25,250元~未滿4萬元	274	29.3	78.8	59.2	26.5	2.2
4萬元~未滿6萬元	265	28.4	80.6	50.2	32.7	1.2
6萬元~未滿8萬元	109	11.6	85.6	48.2	30.1	2.0
8萬元及以上	125	13.4	84.6	52.0	30.8	0.5
無收入	68	7.3	64.7	47.8	32.9	2.1
收聽頻率						
很少收聽	90	9.0	57.5	43.7	23.1	1.0
偶爾收聽	198	19.7	70.8	43.9	24.2	1.7
經常收聽	427	42.4	90.1	55.2	28.7	0.8
固定收聽	292	29.0	78.9	54.1	39.3	4.3

	樣本結構		Q12 請問您週一到週五(平日)平均每天收聽幾個小時的廣播？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	1小時 (含)以內	1~2小時 (含)	2~3小時 (含)	3~4小時 (含)	4~5小時 (含)	5~6小時 (含)	6小時以 上	合計
整體	1,008	100.0	49.3	18.9	7.9	4.1	2.8	2.1	14.9	100.0
性別										
男性	586	58.2	49.8	20.0	8.0	3.7	3.1	2.6	12.9	100.0
女性	421	41.8	48.6	17.5	7.8	4.8	2.3	1.3	17.7	100.0
年齡										
13-19歲	13	1.3	69.0	15.5	0.0	0.0	0.0	0.0	15.5	100.0
20-29歲	77	7.6	38.1	18.4	12.4	2.0	5.2	4.0	19.8	100.0
30-39歲	193	19.1	50.4	18.2	5.4	3.1	1.8	0.0	21.1	100.0
40-49歲	284	28.2	54.2	15.3	8.8	3.7	3.0	1.6	13.3	100.0
50-59歲	236	23.4	51.6	16.7	8.6	4.3	3.1	2.6	13.1	100.0
60-69歲	143	14.2	44.0	26.4	7.8	5.3	2.0	3.7	10.9	100.0
70歲以上	62	6.2	36.8	30.7	5.0	9.7	2.4	2.6	12.9	100.0
教育程度										
國小及以下	32	3.2	15.6	22.9	10.7	9.2	9.4	2.4	29.8	100.0
初中、國中	46	4.6	30.2	13.7	13.1	14.5	3.3	3.2	22.1	100.0
高中、高職	265	26.2	44.5	16.5	9.5	5.3	4.0	3.7	16.5	100.0
專科	157	15.6	48.9	18.8	8.6	3.4	3.9	2.2	14.2	100.0
大學	386	38.3	53.5	19.6	6.0	3.1	1.4	1.1	15.3	100.0
研究所及以上	122	12.1	63.0	23.4	6.7	0.6	1.0	0.9	4.4	100.0
職業										
軍警公教	58	5.7	70.3	20.5	7.7	0.0	0.0	0.0	1.4	100.0
自營商/企業主	98	9.8	41.9	22.9	10.6	3.8	5.6	1.4	13.9	100.0
企業主管/專業人員	134	13.4	64.1	19.8	6.1	1.1	0.9	1.2	6.8	100.0
助理專業人員/技術人員	71	7.1	47.6	21.7	12.6	3.3	3.8	0.0	11.0	100.0
文書事務人員	144	14.4	43.7	18.2	6.5	2.4	0.0	1.6	27.6	100.0
商業買賣/服務人員	83	8.3	53.5	13.9	9.9	4.6	4.2	3.3	10.6	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	176	17.6	34.5	10.4	7.8	7.2	4.3	5.6	30.3	100.0
農林漁牧礦	17	1.7	36.6	17.0	14.1	3.6	0.0	8.3	20.5	100.0
學生	25	2.5	70.1	20.1	0.0	0.0	5.0	0.0	4.8	100.0
家管	76	7.6	62.5	15.1	7.0	6.9	2.2	1.0	5.4	100.0
無業/退休/待業	120	12.0	43.1	32.7	7.0	5.9	3.8	0.7	6.9	100.0
溝通主要使用語言										
國語	651	66.0	52.7	20.1	7.2	3.5	2.1	1.4	13.0	100.0
閩南語	314	31.8	43.9	17.3	8.5	6.1	3.2	3.3	17.7	100.0
客語	21	2.2	41.5	14.6	8.2	0.0	9.7	0.0	26.0	100.0
其他語言	1	0.1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q12 請問您週一到週五(平日)平均每天收聽幾個小時的廣播？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	1小時 (含)以內	1~2小時 (含)	2~3小時 (含)	3~4小時 (含)	4~5小時 (含)	5~6小時 (含)	6小時以 上	合計
整體	1,008	100.0	49.3	18.9	7.9	4.1	2.8	2.1	14.9	100.0
居住地										
新北市	165	16.3	41.6	26.0	8.1	5.7	4.3	2.8	11.5	100.0
臺北市	98	9.7	51.5	23.0	8.9	3.3	2.0	1.6	9.8	100.0
桃園市	98	9.8	58.3	14.8	8.0	1.5	0.7	0.7	16.0	100.0
臺中市	133	13.2	47.5	16.8	6.9	5.9	3.1	2.6	17.2	100.0
臺南市	96	9.5	50.8	14.4	11.0	3.5	1.9	4.3	14.2	100.0
高雄市	133	13.2	49.4	14.0	3.1	3.0	2.2	2.3	25.9	100.0
新竹縣	24	2.3	52.3	26.2	12.0	3.5	0.0	0.0	6.0	100.0
苗栗縣	15	1.5	73.0	10.8	5.4	5.4	5.4	0.0	0.0	100.0
彰化縣	58	5.7	45.3	18.9	13.6	1.4	1.9	3.3	15.7	100.0
南投縣	16	1.6	37.4	24.7	3.8	9.2	3.8	0.0	21.1	100.0
雲林縣	32	3.2	61.2	12.6	9.0	4.7	0.0	0.0	12.5	100.0
嘉義縣	14	1.4	29.0	22.0	21.1	0.0	6.9	0.0	20.9	100.0
屏東縣	39	3.9	44.9	15.9	7.3	13.7	5.1	0.0	13.2	100.0
宜蘭縣	22	2.2	55.4	30.9	0.0	0.0	0.0	6.1	7.6	100.0
花蓮縣	11	1.1	43.6	26.5	5.4	0.0	8.7	0.0	15.9	100.0
臺東縣	3	0.3	27.1	39.8	0.0	0.0	33.1	0.0	0.0	100.0
基隆市	20	2.0	52.6	21.0	10.5	8.9	0.0	0.0	7.0	100.0
新竹市	17	1.7	55.3	9.8	13.7	0.0	9.8	0.0	11.3	100.0
嘉義市	14	1.4	59.3	23.4	0.0	0.0	0.0	0.0	17.2	100.0
居住地(分區)										
北部地區	422	41.8	49.5	21.8	8.8	3.9	2.7	1.6	11.6	100.0
中部地區	221	22.0	47.9	17.5	8.3	4.9	3.0	2.4	15.9	100.0
南部地區	328	32.6	50.0	15.0	7.1	4.3	2.3	2.2	19.0	100.0
東部地區	37	3.6	49.3	30.4	1.6	0.0	5.7	3.8	9.3	100.0
平均月收入										
未滿25,250元	94	10.0	34.3	18.4	11.5	9.6	4.4	4.2	17.6	100.0
25,250元~未滿4萬元	274	29.3	42.5	17.3	5.6	4.2	2.8	2.2	25.3	100.0
4萬元~未滿6萬元	265	28.4	49.3	19.8	8.9	3.0	2.4	2.8	13.9	100.0
6萬元~未滿8萬元	109	11.6	57.1	20.3	8.7	4.6	5.0	0.0	4.3	100.0
8萬元及以上	125	13.4	55.6	23.3	8.6	2.1	1.5	1.5	7.3	100.0
無收入	68	7.3	63.0	14.5	7.5	4.2	2.3	1.1	7.4	100.0
收聽頻率										
很少收聽	90	9.0	80.6	11.0	3.1	1.0	1.2	1.0	2.1	100.0
偶爾收聽	198	19.7	55.9	28.1	6.8	3.1	1.7	2.0	2.4	100.0
經常收聽	427	42.4	45.7	15.9	6.8	4.0	3.4	2.9	21.3	100.0
固定收聽	292	29.0	40.5	19.6	11.6	6.0	2.9	1.3	18.1	100.0

	樣本結構		Q13 請問您週六及周日(假日)通常都在哪些時段收聽廣播？【複選題】 ※選項整併，並排除「平日沒有收聽」及「忘記了/拒答」。			
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	上午 (06:00~11:59)	下午 (12:00~17:59)	晚上 (18:00~23:59)	凌晨 (24:00~05:59)
整體	500	100.0	61.0	57.7	32.4	3.2
性別						
男性	280	56.0	62.2	57.7	32.4	4.1
女性	220	44.0	59.5	57.7	32.4	2.1
年齡						
13-19歲	11	2.1	57.1	20.0	22.9	0.0
20-29歲	37	7.5	65.3	53.1	29.9	7.2
30-39歲	101	20.2	49.1	69.2	33.2	4.3
40-49歲	133	26.5	65.0	60.8	37.2	0.0
50-59歲	110	22.0	66.7	57.5	28.7	1.5
60-69歲	72	14.3	64.7	48.3	28.7	4.3
70歲以上	37	7.3	52.1	49.7	36.4	12.3
教育程度						
國小及以下	17	3.4	35.6	46.6	47.7	20.4
初中、國中	26	5.2	43.3	58.0	44.7	6.1
高中、高職	134	26.8	67.0	51.0	28.9	0.6
專科	84	16.8	63.8	52.2	28.0	1.8
大學	186	37.1	62.7	62.3	32.4	3.9
研究所及以上	53	10.6	52.4	70.6	37.3	2.7
職業						
軍警公教	27	5.4	59.1	62.2	25.6	3.1
自營商/企業主	59	12.0	61.7	65.6	24.9	2.5
企業主管/專業人員	54	10.9	70.6	57.2	35.6	0.0
助理專業人員/技術人員	35	7.0	53.9	58.2	24.6	4.1
文書事務人員	48	9.6	54.1	78.0	43.0	0.0
商業買賣/服務人員	49	9.9	55.7	49.2	43.8	7.1
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	79	15.8	63.6	60.8	34.9	3.4
農林漁牧礦	11	2.2	72.4	69.0	19.1	6.6
學生	20	4.0	62.5	43.0	25.8	0.0
家管	42	8.4	56.9	53.5	29.2	0.0
無業/退休/待業	74	14.8	61.2	44.5	30.9	7.5
溝通主要使用語言						
國語	309	63.0	59.6	60.3	34.6	2.4
閩南語	168	34.3	62.3	53.8	28.5	4.3
客語	12	2.5	61.9	52.1	24.5	6.8
其他語言	1	0.2	100.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q13 請問您週六及周日(假日)通常都在哪些時段收聽廣播？【複選題】 ※選項整併，並排除「平日沒有收聽」及「忘記了/拒答」。			
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	上午 (06:00~11:59)	下午 (12:00~17:59)	晚上 (18:00~23:59)	凌晨 (24:00~05:59)
整體	500	100.0	61.0	57.7	32.4	3.2
居住地						
新北市	80	16.0	51.9	62.5	32.4	3.9
臺北市	47	9.3	58.0	65.7	38.4	8.1
桃園市	41	8.2	64.6	61.2	33.9	1.7
臺中市	66	13.2	67.3	49.5	25.2	0.0
臺南市	41	8.2	57.8	57.8	28.1	0.0
高雄市	60	12.1	58.9	61.3	33.7	6.1
新竹縣	17	3.5	50.1	57.9	50.2	0.0
苗栗縣	6	1.2	63.5	36.5	26.7	0.0
彰化縣	34	6.7	61.6	44.3	38.0	0.0
南投縣	10	1.9	93.5	56.2	22.2	6.5
雲林縣	16	3.2	71.6	44.8	25.6	5.5
嘉義縣	8	1.5	43.3	71.5	47.3	25.6
屏東縣	25	5.1	66.8	56.6	31.6	5.3
宜蘭縣	14	2.8	92.6	41.7	14.9	0.0
花蓮縣	5	1.0	70.8	78.3	21.4	0.0
臺東縣	3	0.5	28.4	100.0	28.4	0.0
基隆市	10	2.0	38.6	58.2	54.5	0.0
新竹市	10	1.9	61.6	67.0	53.4	0.0
嘉義市	7	1.4	66.5	66.8	0.0	0.0
居住地(分區)						
北部地區	205	41.1	55.5	62.6	37.7	3.7
中部地區	115	23.0	67.6	47.8	28.8	0.5
南部地區	158	31.6	60.8	58.7	30.2	5.0
東部地區	22	4.4	80.1	56.9	18.0	0.0
平均月收入						
未滿25,250元	53	11.3	61.4	57.0	28.3	8.0
25,250元~未滿4萬元	143	30.6	61.9	55.9	34.5	3.2
4萬元~未滿6萬元	125	26.8	56.8	60.1	30.9	2.8
6萬元~未滿8萬元	50	10.6	67.3	57.6	26.2	1.6
8萬元及以上	62	13.4	68.6	65.7	37.9	0.0
無收入	35	7.4	50.3	43.5	39.5	5.0
收聽頻率						
很少收聽	54	10.9	56.1	49.3	25.9	0.0
偶爾收聽	92	18.5	52.4	62.7	30.6	2.5
經常收聽	134	26.7	63.5	63.2	35.1	2.1
固定收聽	220	43.9	64.3	54.3	33.2	5.1

	樣本結構		Q14 請問您週六及周日(假日)平均每天收聽幾個小時的廣播？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	1小時 (含)以內	1~2小時 (含)	2~3小時 (含)	3~4小時 (含)	4~5小時 (含)	5~6小時 (含)	6小時以 上	合計
整體	500	100.0	47.2	24.9	9.1	6.7	2.5	1.3	8.2	100.0
性別										
男性	280	56.0	47.5	24.6	6.6	6.7	2.5	2.1	10.0	100.0
女性	220	44.0	46.8	25.2	12.3	6.8	2.5	0.3	6.1	100.0
年齡										
13-19歲	11	2.1	58.0	22.9	19.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
20-29歲	37	7.5	36.1	14.9	15.6	7.4	3.4	4.2	18.5	100.0
30-39歲	101	20.2	50.7	23.1	7.6	8.9	1.4	1.3	7.0	100.0
40-49歲	133	26.5	50.0	27.5	6.1	5.4	4.0	0.0	7.1	100.0
50-59歲	110	22.0	47.3	25.8	10.0	6.5	2.2	1.3	6.9	100.0
60-69歲	72	14.3	47.9	27.6	8.6	6.7	2.0	2.1	5.0	100.0
70歲以上	37	7.3	34.1	23.1	12.6	7.9	2.1	2.3	17.9	100.0
教育程度										
國小及以下	17	3.4	11.6	28.1	4.1	26.0	4.5	4.2	21.6	100.0
初中、國中	26	5.2	34.3	37.8	6.0	15.3	4.0	2.7	0.0	100.0
高中、高職	134	26.8	53.1	18.1	12.9	4.0	3.4	1.1	7.4	100.0
專科	84	16.8	43.6	28.8	9.5	6.5	2.1	0.0	9.5	100.0
大學	186	37.1	45.5	25.4	7.5	7.8	1.6	2.0	10.2	100.0
研究所及以上	53	10.6	61.8	26.7	7.4	0.0	2.7	0.0	1.4	100.0
職業										
軍警公教	27	5.4	64.2	23.8	6.3	0.0	0.0	5.8	0.0	100.0
自營商/企業主	59	12.0	37.6	31.6	8.9	4.2	2.0	0.0	15.7	100.0
企業主管/專業人員	54	10.9	71.6	16.7	4.3	7.4	0.0	0.0	0.0	100.0
助理專業人員/技術人員	35	7.0	48.0	20.8	16.0	2.8	3.2	2.4	6.7	100.0
文書事務人員	48	9.6	23.6	42.4	17.6	8.8	3.0	0.0	4.5	100.0
商業買賣/服務人員	49	9.9	53.3	10.6	8.9	5.5	5.3	1.7	14.7	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	79	15.8	38.6	21.2	11.1	10.9	3.4	1.6	13.2	100.0
農林漁牧礦	11	2.2	28.5	20.1	0.0	6.6	0.0	19.5	25.2	100.0
學生	20	4.0	53.6	34.1	0.0	0.0	6.3	0.0	6.0	100.0
家管	42	8.4	56.5	21.1	10.1	9.1	1.6	0.0	1.5	100.0
無業/退休/待業	74	14.8	47.3	31.3	6.6	5.4	2.2	0.0	7.2	100.0
溝通主要使用語言										
國語	309	63.0	49.7	26.9	9.3	5.0	1.0	1.2	6.9	100.0
閩南語	168	34.3	42.3	22.7	7.9	10.8	4.3	1.3	10.6	100.0
客語	12	2.5	61.6	5.5	11.4	0.0	10.1	0.0	11.4	100.0
其他語言	1	0.2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q14 請問您週六及周日(假日)平均每天收聽幾個小時的廣播？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	1小時 (含)以內	1~2小時 (含)	2~3小時 (含)	3~4小時 (含)	4~5小時 (含)	5~6小時 (含)	6小時以 上	合計
整體	500	100.0	47.2	24.9	9.1	6.7	2.5	1.3	8.2	100.0
居住地										
新北市	80	16.0	45.4	29.7	12.8	5.0	1.5	2.1	3.6	100.0
臺北市	47	9.3	46.3	22.5	9.2	3.5	4.0	0.0	14.6	100.0
桃園市	41	8.2	51.4	19.6	8.7	9.5	0.0	1.7	9.0	100.0
臺中市	66	13.2	50.3	24.8	9.3	5.7	2.4	1.0	6.5	100.0
臺南市	41	8.2	46.9	24.7	12.9	5.6	4.4	3.1	2.5	100.0
高雄市	60	12.1	48.0	19.7	7.9	6.1	3.9	2.6	11.9	100.0
新竹縣	17	3.5	42.1	49.8	8.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
苗栗縣	6	1.2	63.5	13.4	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
彰化縣	34	6.7	47.9	19.3	14.7	8.8	0.0	0.0	9.2	100.0
南投縣	10	1.9	42.1	29.2	0.0	9.0	0.0	0.0	19.7	100.0
雲林縣	16	3.2	60.9	20.0	0.0	9.5	0.0	0.0	9.5	100.0
嘉義縣	8	1.5	31.1	24.6	0.0	25.6	0.0	9.4	9.4	100.0
屏東縣	25	5.1	31.9	23.7	6.4	12.8	7.6	0.0	17.6	100.0
宜蘭縣	14	2.8	32.1	41.8	0.0	14.3	0.0	0.0	11.9	100.0
花蓮縣	5	1.0	21.7	33.1	18.4	11.6	0.0	0.0	15.1	100.0
臺東縣	3	0.5	54.6	45.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	10	2.0	74.0	15.7	0.0	0.0	10.2	0.0	0.0	100.0
新竹市	10	1.9	60.0	23.0	8.1	0.0	8.8	0.0	0.0	100.0
嘉義市	7	1.4	50.0	16.6	0.0	16.8	0.0	0.0	16.6	100.0
居住地(分區)										
北部地區	205	41.1	48.6	26.7	9.9	4.6	2.4	1.2	6.5	100.0
中部地區	115	23.0	49.6	23.0	10.8	6.6	1.4	0.6	8.0	100.0
南部地區	158	31.6	45.7	21.8	7.4	8.8	3.8	2.2	10.2	100.0
東部地區	22	4.4	32.3	40.2	4.3	12.0	0.0	0.0	11.2	100.0
平均月收入										
未滿25,250元	53	11.3	42.7	25.0	6.4	12.7	0.0	1.3	11.9	100.0
25,250元~未滿4萬元	143	30.6	45.3	23.1	12.9	5.0	2.5	0.6	10.7	100.0
4萬元~未滿6萬元	125	26.8	41.2	29.1	8.2	7.6	4.4	2.3	7.2	100.0
6萬元~未滿8萬元	50	10.6	57.4	26.1	3.3	6.6	2.5	1.7	2.3	100.0
8萬元及以上	62	13.4	57.6	21.1	8.7	4.3	0.0	0.0	8.3	100.0
無收入	35	7.4	38.7	36.9	7.4	8.4	2.5	0.0	6.2	100.0
收聽頻率										
很少收聽	54	10.9	60.3	29.7	4.7	5.3	0.0	0.0	0.0	100.0
偶爾收聽	92	18.5	53.9	26.1	8.9	5.4	1.0	2.3	2.4	100.0
經常收聽	134	26.7	50.6	18.8	9.4	5.7	2.4	2.3	10.9	100.0
固定收聽	220	43.9	39.1	26.9	10.1	8.3	3.8	0.6	11.2	100.0

	樣本結構		Q15 請問您會收聽廣播的原因是什麼？【複選題】							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	無聊/ 打發 時間	有聲音 陪伴	可以跟著 唱歌 /聽歌	收聽 路況 報導	收聽 即時 新聞	吸收 新知	工作場 所會固 定播放	有固定 喜歡的 節目
整體	1,045	100.0	33.5	24.3	19.7	17.5	15.7	9.4	7.5	5.8
性別										
男性	603	57.7	35.0	23.0	18.4	20.1	14.7	8.4	5.2	6.3
女性	442	42.3	31.3	26.0	21.4	14.0	17.1	10.6	10.7	5.0
年齡										
13-19歲	18	1.7	49.7	0.0	12.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	82	7.8	33.1	18.6	17.1	20.0	8.6	6.2	12.1	1.8
30-39歲	197	18.9	28.1	30.1	21.2	16.8	14.1	6.0	9.6	4.4
40-49歲	295	28.2	32.0	25.2	24.1	18.4	16.2	9.8	7.7	5.7
50-59歲	244	23.3	32.4	21.0	18.3	24.2	17.2	10.4	7.4	5.0
60-69歲	147	14.1	34.6	24.1	17.1	11.0	20.5	14.1	5.2	10.7
70歲以上	62	5.9	54.3	28.8	10.2	6.2	15.0	9.7	2.5	8.8
教育程度										
國小及以下	33	3.2	56.3	29.4	7.8	2.3	11.2	6.5	7.0	9.0
初中、國中	49	4.7	48.9	10.1	22.2	13.5	12.3	6.6	16.0	4.7
高中、高職	274	26.2	33.5	19.0	21.6	19.5	15.8	8.8	7.8	4.9
專科	159	15.2	35.5	23.8	21.7	18.9	14.3	14.7	5.5	6.0
大學	406	38.8	30.3	28.4	20.0	15.6	15.9	9.1	8.5	5.9
研究所及以上	124	11.8	28.9	27.4	13.8	23.2	19.1	6.6	3.1	6.6
職業										
軍警公教	58	5.5	28.0	32.7	10.5	24.2	21.7	7.7	0.0	5.7
自營商/企業主	104	10.0	31.0	24.5	22.2	23.6	17.7	13.9	5.6	2.5
企業主管/專業人員	140	13.5	29.0	29.0	22.7	14.9	21.1	7.7	5.7	2.7
助理專業人員/技術人員	71	6.9	20.1	32.1	17.3	18.0	25.7	8.8	7.6	7.1
文書事務人員	148	14.2	29.8	27.4	18.8	16.2	14.5	6.9	16.1	8.5
商業買賣/服務人員	85	8.2	35.0	21.7	26.1	21.0	10.6	8.7	8.2	5.7
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	37.7	20.5	19.1	20.5	10.4	6.9	13.4	4.0
農林漁牧礦	17	1.6	34.7	21.1	10.6	11.9	24.7	4.5	10.7	4.3
學生	31	3.0	35.3	8.4	15.8	19.2	3.9	7.6	0.0	0.0
家管	81	7.8	47.8	16.3	23.9	15.8	15.3	8.0	0.0	5.1
無業/退休/待業	125	12.0	37.5	24.1	15.3	7.2	14.7	18.0	1.9	13.0
溝通主要使用語言										
國語	676	66.1	31.0	25.8	20.1	17.8	17.0	9.5	6.5	5.2
閩南語	323	31.5	38.2	21.6	19.7	17.6	13.8	8.3	9.4	6.9
客語	23	2.2	45.0	25.4	12.4	17.2	10.8	11.1	10.9	2.9
其他語言	2	0.2	0.0	53.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q15 請問您會收聽廣播的原因是什麼？【複選題】							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	無聊/ 打發 時間	有聲音 陪伴	可以跟著 唱歌 /聽歌	收聽 路況 報導	收聽 即時 新聞	吸收 新知	工作場 所會固 定播放	有固定 喜歡的 節目
整體	1,045	100.0	33.5	24.3	19.7	17.5	15.7	9.4	7.5	5.8
居住地										
新北市	170	16.2	29.9	21.5	22.8	21.3	15.5	10.5	6.8	7.6
臺北市	101	9.7	23.7	26.2	16.7	12.8	19.2	13.1	4.6	8.3
桃園市	100	9.6	35.5	23.2	24.0	15.2	15.4	8.8	6.6	7.8
臺中市	140	13.4	37.3	26.9	15.9	15.2	14.3	6.9	6.6	7.9
臺南市	97	9.3	31.6	20.1	19.7	16.5	24.0	9.4	9.8	1.1
高雄市	139	13.3	32.9	33.0	18.7	24.7	10.5	9.4	12.6	4.0
新竹縣	25	2.4	58.3	3.5	32.8	6.8	15.9	11.0	3.2	0.0
苗栗縣	15	1.4	18.8	16.4	14.8	20.5	26.0	14.7	0.0	0.0
彰化縣	64	6.1	30.1	18.4	17.1	6.4	8.0	13.9	10.9	3.6
南投縣	17	1.6	37.1	31.7	7.4	15.1	17.5	6.7	0.0	3.6
雲林縣	35	3.3	32.2	28.9	19.3	21.8	15.2	2.5	6.6	0.0
嘉義縣	14	1.4	37.7	27.7	36.8	4.6	10.0	0.0	5.0	16.2
屏東縣	39	3.7	31.7	23.5	19.3	24.9	13.9	15.4	6.1	7.1
宜蘭縣	22	2.1	38.2	37.1	24.9	22.1	25.9	0.0	7.6	13.9
花蓮縣	11	1.0	47.4	30.1	7.1	10.8	7.1	0.0	0.0	0.0
臺東縣	4	0.4	0.0	16.0	22.8	61.2	66.6	50.6	0.0	0.0
基隆市	20	1.9	41.0	16.7	15.3	23.1	12.9	0.0	12.2	8.0
新竹市	17	1.7	68.3	11.1	20.8	17.7	9.4	4.9	4.9	0.0
嘉義市	14	1.3	36.2	23.3	17.2	8.6	23.3	8.6	8.6	6.1
居住地(分區)										
北部地區	433	41.5	33.4	21.3	21.8	17.0	16.0	10.1	6.2	7.1
中部地區	236	22.6	34.2	24.3	15.5	13.2	13.6	9.3	6.8	5.9
南部地區	339	32.4	32.7	27.2	19.8	20.6	15.8	9.0	9.9	3.7
東部地區	37	3.6	36.6	32.7	19.5	23.2	25.0	5.6	4.5	8.3
平均月收入										
未滿25,250元	100	10.3	35.9	20.9	16.2	16.3	12.8	13.3	9.3	6.6
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	30.1	25.5	26.3	12.5	14.3	8.8	12.7	4.8
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	29.8	26.8	15.8	22.2	15.5	11.6	8.6	6.6
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	34.4	29.0	19.2	21.6	14.7	7.7	1.5	8.3
8萬元及以上	128	13.2	40.3	21.1	23.2	20.1	24.3	7.3	2.0	3.7
無收入	75	7.7	44.4	15.6	16.6	10.8	9.6	7.3	0.0	8.0
收聽頻率										
很少收聽	118	11.3	29.4	23.6	17.7	26.0	5.9	5.6	2.6	1.3
偶爾收聽	204	19.6	39.2	17.7	22.0	18.0	15.2	7.1	2.6	7.0
經常收聽	428	41.0	32.1	25.8	18.3	17.9	18.1	9.4	13.9	4.6
固定收聽	294	28.1	33.1	26.8	20.8	13.2	16.4	12.5	3.6	8.4

	樣本結構		Q15 請問您會收聽廣播的原因是什麼？【複選題】(續)						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	放鬆 心情	跟家人 一起收聽	學習 語言	call-in 、跟主持人 互動/聊天	已習慣 收聽	無特別 原因	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	1,045	100.0	2.8	1.7	0.9	0.9	0.7	1.9	0.3
性別									
男性	603	57.7	2.4	1.6	0.9	1.3	1.1	1.9	0.4
女性	442	42.3	3.2	1.8	0.9	0.3	0.2	1.9	0.2
年齡									
13-19歲	18	1.7	0.0	38.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	82	7.8	1.9	3.1	1.5	1.4	0.0	3.4	0.0
30-39歲	197	18.9	4.6	0.0	2.6	1.5	0.7	2.0	1.1
40-49歲	295	28.2	1.1	1.1	0.4	0.8	0.7	1.6	0.0
50-59歲	244	23.3	1.6	1.1	0.6	0.7	1.0	2.1	0.3
60-69歲	147	14.1	4.6	0.5	0.5	0.9	0.5	1.4	0.0
70歲以上	62	5.9	7.2	2.2	0.0	0.0	1.3	2.3	0.0
教育程度									
國小及以下	33	3.2	9.8	0.0	3.6	0.0	0.0	5.6	0.0
初中、國中	49	4.7	1.4	1.4	0.0	0.0	2.1	1.8	0.0
高中、高職	274	26.2	2.4	2.2	0.3	0.7	0.3	2.4	0.3
專科	159	15.2	3.5	0.5	0.0	1.7	1.5	3.2	0.0
大學	406	38.8	2.4	2.3	0.5	1.2	0.7	0.8	0.5
研究所及以上	124	11.8	2.6	0.6	4.6	0.0	0.0	1.6	0.0
職業									
軍警公教	58	5.5	2.0	0.0	3.3	0.0	0.0	1.1	0.0
自營商/企業主	104	10.0	2.5	0.0	0.8	0.8	0.8	1.6	0.0
企業主管/專業人員	140	13.5	1.5	1.4	1.8	0.0	0.6	1.0	0.0
助理專業人員/技術人員	71	6.9	5.2	3.2	0.0	2.0	0.0	0.8	0.0
文書事務人員	148	14.2	2.0	0.6	0.0	0.0	0.5	2.0	0.5
商業買賣/服務人員	85	8.2	0.0	0.0	0.0	3.5	0.0	1.0	1.5
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	2.8	0.0	0.0	1.9	1.3	3.6	0.5
農林漁牧礦	17	1.6	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	13.3	0.0
學生	31	3.0	0.0	26.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
家管	81	7.8	5.9	2.1	3.3	0.0	0.0	2.0	0.0
無業/退休/待業	125	12.0	4.7	2.0	1.5	0.5	2.0	1.3	0.0
溝通主要使用語言									
國語	676	66.1	2.4	2.2	1.3	1.1	1.1	1.7	0.4
閩南語	323	31.5	3.9	0.7	0.3	0.6	0.0	1.7	0.0
客語	23	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他語言	2	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	46.3	0.0

	樣本結構		Q15 請問您會收聽廣播的原因是什麼？【複選題】(續)						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	放鬆 心情	跟家人 一起收聽	學習 語言	call-in 、跟主持人 互動/聊天	已習慣 收聽	無特別 原因	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	1,045	100.0	2.8	1.7	0.9	0.9	0.7	1.9	0.3
居住地									
新北市	170	16.2	3.0	0.7	0.0	2.4	0.0	1.1	0.0
臺北市	101	9.7	3.1	3.5	4.0	0.8	2.4	2.4	0.0
桃園市	100	9.6	2.4	5.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.8
臺中市	140	13.4	0.9	2.3	2.1	0.5	0.6	1.0	0.0
臺南市	97	9.3	3.2	1.1	1.3	1.1	1.1	3.0	0.0
高雄市	139	13.3	2.1	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹縣	25	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	15	1.4	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0	9.4	0.0
彰化縣	64	6.1	3.3	2.6	0.0	2.5	3.3	6.0	0.0
南投縣	17	1.6	13.6	0.0	0.0	6.7	0.0	10.1	0.0
雲林縣	35	3.3	7.3	0.0	0.0	0.0	0.0	5.8	0.0
嘉義縣	14	1.4	0.0	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
屏東縣	39	3.7	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0
宜蘭縣	22	2.1	0.0	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	11	1.0	5.1	0.0	0.0	0.0	0.0	12.2	8.7
臺東縣	4	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	20	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.4
新竹市	17	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義市	14	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地(分區)									
北部地區	433	41.5	2.5	2.2	0.9	1.1	0.7	1.0	0.5
中部地區	236	22.6	3.0	2.1	1.3	1.4	1.3	3.5	0.0
南部地區	339	32.4	3.1	0.5	0.8	0.3	0.3	1.8	0.0
東部地區	37	3.6	1.5	2.8	0.0	0.0	0.0	3.5	2.5
平均月收入									
未滿25,250元	100	10.3	4.0	4.1	0.8	0.0	0.0	1.6	0.0
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	2.3	1.5	0.7	1.9	0.9	1.5	0.3
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	2.3	0.3	0.4	0.8	1.1	2.0	0.8
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	3.5	0.0	1.3	0.7	0.0	1.0	0.0
8萬元及以上	128	13.2	1.6	0.0	0.5	0.7	0.0	1.6	0.0
無收入	75	7.7	5.2	9.5	3.4	0.0	1.2	1.2	0.0
收聽頻率									
很少收聽	118	11.3	0.0	5.5	3.1	1.2	0.8	2.2	0.0
偶爾收聽	204	19.6	3.0	1.0	0.9	0.4	0.4	0.4	0.5
經常收聽	428	41.0	2.6	1.0	0.2	1.3	0.4	1.2	0.5
固定收聽	294	28.1	3.9	1.6	1.2	0.5	1.3	3.9	0.0

	樣本結構		Q16 請問您通常都在哪些地方收聽廣播？【複選題】							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	自用車/ 工作使用的 車	家中 /宿舍	工作 場所	運動場所 /戶外 /公園	大眾運輸 交通工具	計程車	商店 /超市	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	1,045	100.0	71.9	22.3	20.6	1.8	1.4	1.0	1.0	0.3
性別										
男性	603	57.7	76.7	18.2	18.1	1.7	1.2	0.9	0.5	0.4
女性	442	42.3	65.4	27.8	24.1	2.0	1.7	1.3	1.8	0.2
年齡										
13-19歲	18	1.7	87.3	26.7	11.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	82	7.8	67.5	18.4	28.0	1.8	3.4	3.4	1.7	0.0
30-39歲	197	18.9	76.0	11.9	25.3	2.8	1.9	0.6	1.8	0.0
40-49歲	295	28.2	78.8	15.5	21.5	0.4	1.1	1.2	1.1	0.4
50-59歲	244	23.3	77.2	21.0	20.2	2.3	1.5	0.7	0.7	0.0
60-69歲	147	14.1	59.6	34.9	14.4	3.0	0.6	1.1	0.0	1.6
70歲以上	62	5.9	35.8	66.0	10.7	1.3	1.1	0.0	1.4	0.0
教育程度										
國小及以下	33	3.2	15.2	71.4	15.6	6.4	0.0	0.0	0.0	0.0
初中、國中	49	4.7	48.8	29.3	32.6	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
高中、高職	274	26.2	70.2	20.1	24.8	1.5	2.0	2.3	1.0	0.6
專科	159	15.2	73.8	24.0	20.7	2.0	1.4	0.7	1.3	0.0
大學	406	38.8	75.3	19.3	20.0	1.3	1.3	0.8	1.2	0.5
研究所及以上	124	11.8	86.3	18.6	9.7	3.0	1.7	0.0	0.9	0.0
職業										
軍警公教	58	5.5	86.6	19.4	10.2	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0
自營商/企業主	104	10.0	80.8	18.2	21.8	0.7	3.6	2.7	2.0	1.5
企業主管/專業人員	140	13.5	84.9	10.8	12.1	0.6	3.4	2.8	0.8	0.0
助理專業人員/技術人員	71	6.9	79.2	20.5	19.0	0.0	0.0	0.0	2.0	1.5
文書事務人員	148	14.2	67.8	14.4	35.8	1.9	3.1	1.4	1.6	0.0
商業買賣/服務人員	85	8.2	66.1	12.1	27.8	0.0	1.4	1.4	1.3	1.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	69.7	10.6	36.7	2.8	0.0	0.5	0.5	0.0
農林漁牧礦	17	1.6	45.4	20.8	41.9	5.2	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	31	3.0	87.9	32.1	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0
家管	81	7.8	72.3	39.9	2.3	3.0	0.0	0.0	1.0	0.0
無業/退休/待業	125	12.0	49.0	61.5	3.9	3.2	0.7	0.0	0.7	0.0
溝通主要使用語言										
國語	676	66.1	77.5	20.2	17.9	0.9	1.7	1.3	1.0	0.3
閩南語	323	31.5	60.8	25.5	26.2	3.5	1.0	0.3	1.2	0.5
客語	23	2.2	61.3	28.5	20.1	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0
其他語言	2	0.2	100.0	53.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q16 請問您通常都在哪些地方收聽廣播？【複選題】							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	自用車/ 工作使用的 車	家中 /宿舍	工作 場所	運動場所 /戶外 /公園	大眾運輸 交通工具	計程車	商店 /超市	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	1,045	100.0	71.9	22.3	20.6	1.8	1.4	1.0	1.0	0.3
居住地										
新北市	170	16.2	72.2	26.3	20.5	1.4	1.7	0.5	0.7	0.5
臺北市	101	9.7	68.0	30.0	12.7	2.9	0.8	1.9	1.9	1.8
桃園市	100	9.6	78.1	21.3	18.6	0.7	2.9	1.2	0.0	0.0
臺中市	140	13.4	72.7	21.5	20.0	0.5	1.6	0.8	2.2	0.0
臺南市	97	9.3	68.4	20.3	20.5	0.0	0.0	0.8	2.8	0.0
高雄市	139	13.3	71.1	16.1	29.6	1.0	3.6	3.4	0.0	0.0
新竹縣	25	2.4	83.4	26.0	5.6	3.2	0.0	0.0	3.3	0.0
苗栗縣	15	1.4	78.4	30.9	14.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	64	6.1	67.2	21.6	23.2	4.5	0.0	0.0	0.0	1.2
南投縣	17	1.6	60.1	19.4	34.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
雲林縣	35	3.3	79.8	5.7	23.7	5.8	0.0	0.0	2.5	0.0
嘉義縣	14	1.4	65.1	29.9	21.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
屏東縣	39	3.7	74.4	24.8	16.3	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0
宜蘭縣	22	2.1	69.8	28.9	18.4	0.0	4.7	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	11	1.0	75.7	5.1	21.3	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0
臺東縣	4	0.4	100.0	27.8	27.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	20	1.9	65.0	23.1	21.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹市	17	1.7	64.1	29.5	16.3	13.5	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義市	14	1.3	76.6	14.8	25.9	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地(分區)										
北部地區	433	41.5	72.6	26.0	17.3	2.1	1.5	0.9	0.9	0.6
中部地區	236	22.6	70.7	21.9	21.5	1.5	1.0	0.5	1.3	0.3
南部地區	339	32.4	71.6	17.7	24.3	1.7	1.5	1.6	1.1	0.0
東部地區	37	3.6	74.8	21.9	20.3	1.5	2.8	0.0	0.0	0.0
平均月收入										
未滿25,250元	100	10.3	48.6	35.8	21.5	3.8	0.8	1.7	0.8	0.0
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	64.6	18.7	34.0	1.0	1.6	1.2	1.6	0.0
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	76.3	17.9	22.1	2.5	1.8	1.4	0.8	0.3
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	81.9	17.5	9.3	0.0	1.8	0.0	0.7	0.7
8萬元及以上	128	13.2	92.6	9.4	10.4	0.6	0.6	0.6	0.9	0.9
無收入	75	7.7	67.6	50.8	1.0	1.9	1.1	0.0	1.2	0.0
收聽頻率										
很少收聽	118	11.3	86.0	15.6	8.5	2.1	1.0	2.9	2.7	0.0
偶爾收聽	204	19.6	80.5	20.5	10.9	3.4	2.7	1.2	0.4	0.4
經常收聽	428	41.0	71.7	14.1	29.5	0.5	1.1	0.9	1.3	0.6
固定收聽	294	28.1	60.5	38.1	19.4	2.4	1.3	0.3	0.3	0.0

	樣本結構		Q17 請問您通常在收聽廣播時，會同時在做哪些事情？【複選題】						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	開車	搭車或 乘車	工作中	做家事	休息時/ 空閒時/ 無聊時	吃飯	睡覺前
整體	1,045	100.0	66.7	5.5	24.1	8.4	6.3	4.3	2.6
性別									
男性	603	57.7	73.6	2.7	21.5	3.0	6.4	4.4	2.8
女性	442	42.3	57.2	9.3	27.6	15.8	6.1	4.2	2.4
年齡									
13-19歲	18	1.7	11.6	35.2	11.6	0.0	24.2	24.2	0.0
20-29歲	82	7.8	56.1	8.2	31.4	5.0	6.9	6.3	4.8
30-39歲	197	18.9	72.1	8.6	25.7	2.5	3.3	2.5	1.8
40-49歲	295	28.2	74.4	5.7	23.7	6.3	4.0	3.6	1.1
50-59歲	244	23.3	74.6	2.2	27.3	9.2	5.0	3.4	1.8
60-69歲	147	14.1	58.9	2.6	19.8	18.0	7.5	7.2	2.5
70歲以上	62	5.9	29.7	2.4	12.0	18.2	23.0	2.0	13.9
教育程度									
國小及以下	33	3.2	15.2	0.0	20.3	27.3	20.4	7.9	9.3
初中、國中	49	4.7	40.2	3.8	38.7	6.1	10.4	2.8	6.3
高中、高職	274	26.2	64.3	4.5	29.2	9.0	5.6	2.7	1.6
專科	159	15.2	69.2	3.7	27.0	11.7	8.4	3.5	4.3
大學	406	38.8	69.9	7.3	20.9	6.4	5.3	5.5	2.5
研究所及以上	124	11.8	82.7	6.4	14.5	5.5	2.8	4.6	0.0
職業									
軍警公教	58	5.5	80.2	10.9	13.3	8.2	2.2	5.6	1.4
自營商/企業主	104	10.0	75.7	2.8	30.4	4.9	6.0	2.0	1.6
企業主管/專業人員	140	13.5	81.0	4.1	15.0	3.8	2.4	3.9	0.8
助理專業人員/技術人員	71	6.9	76.5	8.9	22.4	2.4	6.3	2.8	1.5
文書事務人員	148	14.2	62.6	8.4	37.0	5.0	5.2	3.8	2.0
商業買賣/服務人員	85	8.2	64.7	0.0	26.5	4.3	6.1	2.4	1.7
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	68.7	1.1	39.9	2.8	2.3	2.3	1.9
農林漁牧礦	17	1.6	45.4	0.0	47.1	12.5	0.0	8.2	0.0
學生	31	3.0	31.7	33.0	0.0	8.7	13.9	26.7	3.9
家管	81	7.8	63.9	10.3	6.6	32.5	5.1	2.7	2.5
無業/退休/待業	125	12.0	46.1	2.6	10.3	19.4	20.1	7.2	9.4
溝通主要使用語言									
國語	676	66.1	70.5	7.3	21.7	7.6	5.9	4.3	2.2
閩南語	323	31.5	58.7	1.6	29.4	10.5	7.4	4.6	2.2
客語	23	2.2	61.3	0.0	19.4	3.5	3.0	3.9	15.1
其他語言	2	0.2	100.0	53.7	0.0	53.7	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q17 請問您通常在收聽廣播時，會同時在做哪些事情？【複選題】						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	開車	搭車或 乘車	工作中	做家事	休息時/ 空閒時/ 無聊時	吃飯	睡覺前
整體	1,045	100.0	66.7	5.5	24.1	8.4	6.3	4.3	2.6
居住地									
新北市	170	16.2	68.6	3.1	27.2	9.7	7.0	5.5	1.0
臺北市	101	9.7	62.7	4.3	15.1	8.3	7.3	5.5	4.9
桃園市	100	9.6	70.7	3.5	20.8	10.2	9.4	6.5	1.4
臺中市	140	13.4	64.0	10.4	24.0	10.0	6.6	8.2	2.9
臺南市	97	9.3	67.3	3.9	25.4	10.2	6.8	2.4	0.0
高雄市	139	13.3	65.8	9.3	30.0	4.5	5.2	1.9	2.9
新竹縣	25	2.4	80.1	3.3	8.8	0.0	9.1	3.2	6.8
苗栗縣	15	1.4	78.4	9.4	14.7	16.2	5.4	0.0	5.4
彰化縣	64	6.1	60.1	2.1	30.8	5.3	4.2	2.5	0.0
南投縣	17	1.6	51.2	3.9	29.0	3.6	7.1	3.6	3.6
雲林縣	35	3.3	76.5	7.4	26.2	3.3	0.0	0.0	2.4
嘉義縣	14	1.4	60.4	11.3	33.1	6.5	4.6	0.0	8.6
屏東縣	39	3.7	69.0	5.5	18.1	9.5	7.7	0.0	6.0
宜蘭縣	22	2.1	69.8	4.7	18.4	19.4	0.0	4.7	4.7
花蓮縣	11	1.0	59.8	14.2	21.3	0.0	5.1	0.0	0.0
臺東縣	4	0.4	100.0	0.0	27.8	27.8	0.0	27.8	0.0
基隆市	20	1.9	61.2	0.0	21.4	17.9	0.0	3.7	0.0
新竹市	17	1.7	52.7	0.0	22.7	8.6	11.3	8.6	16.0
嘉義市	14	1.3	76.6	0.0	25.9	0.0	6.2	0.0	0.0
居住地(分區)									
北部地區	433	41.5	67.4	3.2	21.4	9.3	7.6	5.6	2.9
中部地區	236	22.6	62.9	7.6	25.6	8.6	5.9	5.8	2.3
南部地區	339	32.4	67.9	6.8	26.9	6.5	5.4	1.5	2.5
東部地區	37	3.6	70.3	6.9	20.3	14.8	1.5	5.9	2.8
平均月收入									
未滿25,250元	100	10.3	40.9	7.0	27.1	16.9	11.1	4.0	9.3
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	61.2	6.6	36.8	7.1	6.2	2.0	1.8
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	73.0	4.2	24.7	6.4	5.3	3.3	2.1
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	78.8	2.7	14.6	5.8	5.6	5.6	1.4
8萬元及以上	128	13.2	87.0	5.2	12.9	2.1	2.9	3.8	0.0
無收入	75	7.7	45.7	10.9	3.5	17.7	12.0	12.6	6.1
收聽頻率									
很少收聽	118	11.3	72.2	13.7	9.1	5.3	8.4	8.1	0.9
偶爾收聽	204	19.6	73.2	6.2	16.9	7.8	4.8	3.2	1.8
經常收聽	428	41.0	68.6	4.1	31.9	5.2	4.9	3.3	1.0
固定收聽	294	28.1	57.1	3.8	23.7	14.8	8.5	5.1	6.2

	樣本結構		Q17 請問您通常在收聽廣播時，會同時在做哪些事情？【複選題】(續)					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	唸書	運動	上網	單純聽 節目 沒有做其他事	走路 /行進中	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	1,045	100.0	2.3	2.3	2.1	1.7	1.0	1.4
性別								
男性	603	57.7	1.6	2.6	1.2	2.1	1.0	1.3
女性	442	42.3	3.4	1.9	3.3	1.2	0.9	1.5
年齡								
13-19歲	18	1.7	13.9	0.0	13.9	0.0	0.0	14.0
20-29歲	82	7.8	3.7	1.8	0.0	0.0	0.0	1.5
30-39歲	197	18.9	3.4	2.0	1.4	1.0	1.4	0.7
40-49歲	295	28.2	1.4	1.5	2.6	0.8	1.4	0.7
50-59歲	244	23.3	2.3	2.4	1.3	1.6	0.7	1.0
60-69歲	147	14.1	1.0	3.6	3.2	5.2	0.5	0.5
70歲以上	62	5.9	1.2	4.6	1.4	3.6	1.3	6.1
教育程度								
國小及以下	33	3.2	0.0	4.1	0.0	8.1	0.0	2.1
初中、國中	49	4.7	5.0	1.6	5.0	1.7	1.6	1.5
高中、高職	274	26.2	0.9	1.9	3.5	1.9	0.7	1.5
專科	159	15.2	1.4	2.3	2.7	1.4	0.0	0.5
大學	406	38.8	2.5	1.7	0.5	1.1	1.0	1.9
研究所及以上	124	11.8	5.5	4.8	2.6	2.3	2.8	0.0
職業								
軍警公教	58	5.5	4.7	1.5	0.0	1.6	0.0	0.0
自營商/企業主	104	10.0	2.3	3.2	2.2	1.9	0.0	0.8
企業主管/專業人員	140	13.5	3.7	1.4	2.0	2.2	0.6	1.2
助理專業人員/技術人員	71	6.9	3.5	0.0	0.0	1.0	0.0	1.5
文書事務人員	148	14.2	0.9	2.3	2.7	0.0	2.5	1.9
商業買賣/服務人員	85	8.2	3.7	1.0	1.4	0.0	0.0	1.4
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	0.0	2.3	1.1	0.5	1.4	0.5
農林漁牧礦	17	1.6	0.0	4.0	0.0	4.3	0.0	0.0
學生	31	3.0	12.8	4.8	8.0	0.0	0.0	8.0
家管	81	7.8	3.0	0.7	3.2	4.4	1.0	0.9
無業/退休/待業	125	12.0	0.6	5.3	3.8	5.0	2.0	1.9
溝通主要使用語言								
國語	676	66.1	2.9	1.1	2.5	1.8	1.2	1.1
閩南語	323	31.5	1.4	3.9	1.5	1.5	0.6	1.8
客語	23	2.2	0.0	14.9	0.0	0.0	0.0	0.0
其他語言	2	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q17 請問您通常在收聽廣播時，會同時在做哪些事情？【複選題】(續)					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	唸書	運動	上網	單純聽 節目 沒有做其他事	走路 /行進中	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	1,045	100.0	2.3	2.3	2.1	1.7	1.0	1.4
居住地								
新北市	170	16.2	1.4	3.3	3.4	2.4	1.4	0.5
臺北市	101	9.7	4.7	3.4	3.8	2.4	2.9	5.7
桃園市	100	9.6	1.5	0.0	0.7	1.4	0.0	1.7
臺中市	140	13.4	1.3	0.0	1.1	2.2	0.6	0.8
臺南市	97	9.3	1.3	0.0	0.0	2.4	0.8	1.6
高雄市	139	13.3	1.7	0.0	1.0	1.2	0.8	0.0
新竹縣	25	2.4	5.6	3.5	10.2	0.0	0.0	3.3
苗栗縣	15	1.4	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	64	6.1	3.8	7.0	5.5	2.5	3.2	0.0
南投縣	17	1.6	5.1	0.0	3.9	0.0	0.0	0.0
雲林縣	35	3.3	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義縣	14	1.4	0.0	4.7	0.0	5.0	0.0	0.0
屏東縣	39	3.7	1.7	7.2	0.0	0.0	0.0	1.8
宜蘭縣	22	2.1	0.0	0.0	4.4	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	11	1.0	0.0	5.0	0.0	8.7	0.0	0.0
臺東縣	4	0.4	0.0	27.8	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	20	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.5
新竹市	17	1.7	13.5	19.9	4.9	0.0	0.0	0.0
嘉義市	14	1.3	0.0	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地(分區)								
北部地區	433	41.5	2.8	3.1	3.2	1.8	1.2	2.5
中部地區	236	22.6	2.8	1.9	2.4	2.0	1.3	0.5
南部地區	339	32.4	1.6	1.3	0.4	1.4	0.6	0.6
東部地區	37	3.6	0.0	4.5	2.6	2.5	0.0	0.0
平均月收入								
未滿25,250元	100	10.3	0.0	4.0	1.5	2.2	0.8	3.2
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	1.8	0.3	2.1	0.6	0.4	0.8
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	3.1	3.6	3.4	0.9	1.7	0.7
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	1.4	0.7	0.0	1.0	0.8	0.8
8萬元及以上	128	13.2	0.9	1.8	1.5	1.5	0.0	0.9
無收入	75	7.7	5.2	1.9	4.2	5.2	2.3	6.3
收聽頻率								
很少收聽	118	11.3	2.1	2.5	4.6	0.0	3.3	2.9
偶爾收聽	204	19.6	2.4	2.6	1.5	0.3	1.1	1.7
經常收聽	428	41.0	1.3	2.1	1.3	1.8	0.3	0.6
固定收聽	294	28.1	3.8	2.2	2.6	3.2	1.0	1.6

	樣本結構		Q19 請問您比較常收聽【代入Q18-1】廣播電臺的原因是什麼？【複選題】						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	音樂 好聽	收聽 路況	習慣了	整體 節目 內容	新聞 因素	主持人 因素	收訊品質 比較好
整體	930	100.0	27.6	17.4	16.6	15.0	11.6	9.3	8.4
性別									
男性	543	58.4	25.5	21.7	18.5	15.6	12.0	8.2	7.7
女性	387	41.6	30.5	11.4	13.8	14.0	10.9	10.8	9.3
年齡									
13-19歲	16	1.7	26.8	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0
20-29歲	70	7.5	32.9	27.0	11.8	9.8	13.7	3.8	10.1
30-39歲	181	19.5	38.4	15.8	16.9	6.4	6.2	7.5	8.4
40-49歲	265	28.5	31.0	15.9	16.6	14.4	9.3	9.5	8.3
50-59歲	223	24.0	18.4	24.2	17.1	15.8	12.7	10.3	8.4
60-69歲	127	13.7	20.8	13.2	15.8	26.4	19.0	10.7	7.7
70歲以上	47	5.1	21.6	3.2	27.2	24.1	20.3	17.1	10.2
教育程度									
國小及以下	20	2.1	12.7	3.9	15.1	28.6	31.1	23.3	23.8
初中、國中	40	4.2	6.4	22.7	16.4	9.8	8.3	4.9	14.5
高中、高職	242	26.0	27.6	21.1	14.5	13.6	11.3	10.5	7.5
專科	148	15.9	28.8	18.5	17.6	17.9	9.4	11.7	6.3
大學	367	39.4	29.7	12.3	17.5	15.6	11.3	8.3	8.8
研究所及以上	114	12.3	29.2	25.3	16.8	11.5	13.5	5.9	6.7
職業									
軍警公教	52	5.6	23.9	17.6	19.1	11.8	19.1	13.5	12.9
自營商/企業主	91	9.8	31.8	19.8	20.8	12.2	11.6	9.8	7.6
企業主管/專業人員	120	13.0	28.6	15.9	19.7	22.1	10.3	6.2	10.1
助理專業人員/技術人員	68	7.4	23.1	18.2	17.8	9.6	14.3	7.9	6.6
文書事務人員	135	14.6	32.9	12.8	13.9	12.5	11.3	7.4	8.8
商業買賣/服務人員	78	8.5	29.5	15.4	17.9	9.4	6.6	13.8	8.1
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	164	17.7	32.1	23.5	15.7	12.5	8.6	8.8	6.0
農林漁牧礦	13	1.4	22.1	15.2	16.8	15.9	30.1	0.0	4.7
學生	27	3.0	14.5	26.0	4.3	12.4	4.4	0.0	9.7
家管	70	7.6	22.3	20.2	9.4	17.7	9.7	15.3	12.3
無業/退休/待業	106	11.5	20.8	9.6	19.2	24.9	17.5	10.2	7.1
溝通主要使用語言									
國語	610	67.0	27.6	16.6	16.1	15.4	10.9	8.1	8.0
閩南語	281	30.9	27.7	20.2	17.0	14.7	13.5	12.1	9.6
客語	19	2.1	15.3	10.9	27.9	9.8	4.7	0.0	11.1
其他語言	1	0.1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q19 請問您比較常收聽【代入Q18-1】廣播電臺的原因是什麼？【複選題】						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	音樂 好聽	收聽 路況	習慣了	整體 節目 內容	新聞 因素	主持人 因素	收訊品質 比較好
整體	930	100.0	27.6	17.4	16.6	15.0	11.6	9.3	8.4
居住地									
新北市	152	16.3	26.8	21.8	14.9	14.9	13.8	9.0	5.1
臺北市	89	9.5	29.4	18.5	10.8	21.9	12.3	7.6	3.0
桃園市	94	10.1	26.9	12.8	18.0	13.5	7.7	4.1	13.2
臺中市	128	13.8	24.4	17.6	18.6	13.2	12.8	11.6	4.3
臺南市	82	8.8	37.3	19.0	16.3	9.7	12.5	4.1	11.4
高雄市	127	13.6	24.0	23.7	15.0	19.2	10.4	11.4	4.9
新竹縣	18	2.0	28.2	7.8	10.9	29.6	14.4	4.9	26.9
苗栗縣	12	1.3	19.0	28.7	18.9	6.9	21.4	12.1	0.0
彰化縣	54	5.8	35.1	6.5	27.8	13.2	10.8	10.0	14.8
南投縣	15	1.6	13.7	12.6	4.1	22.9	15.4	28.5	16.0
雲林縣	33	3.5	23.8	10.1	11.6	15.7	8.1	12.3	15.3
嘉義縣	12	1.3	24.8	5.4	5.9	25.2	27.7	0.0	28.7
屏東縣	37	4.0	27.9	15.6	13.3	11.9	10.9	13.9	4.4
宜蘭縣	20	2.2	51.6	19.4	28.7	0.0	11.7	5.2	4.8
花蓮縣	10	1.1	7.5	11.4	19.8	19.0	0.0	19.9	27.7
臺東縣	3	0.3	36.0	56.7	20.8	0.0	20.8	36.0	0.0
基隆市	17	1.8	26.3	13.7	24.8	11.1	0.0	9.4	12.9
新竹市	14	1.5	17.4	5.5	33.2	0.0	0.0	11.6	15.6
嘉義市	13	1.4	26.2	18.8	16.0	16.2	16.1	6.8	0.0
居住地(分區)									
北部地區	384	41.2	27.1	17.2	15.6	16.2	10.9	7.4	8.4
中部地區	209	22.5	26.1	15.0	19.9	13.5	13.0	12.4	7.6
南部地區	304	32.7	28.2	19.1	14.5	15.5	11.7	9.2	8.5
東部地區	34	3.6	36.9	20.5	25.3	5.7	9.0	12.5	11.2
平均月收入									
未滿25,250元	85	9.8	17.7	20.2	18.6	12.6	12.1	10.3	12.1
25,250元~未滿4萬元	258	29.7	36.0	11.7	13.4	12.1	11.8	9.6	9.6
4萬元~未滿6萬元	245	28.3	29.6	21.5	20.7	12.8	9.8	9.1	7.0
6萬元~未滿8萬元	107	12.3	26.8	22.2	13.6	23.4	10.1	9.7	9.6
8萬元及以上	112	12.9	25.7	20.1	19.9	18.6	13.7	7.6	9.1
無收入	61	7.1	11.4	11.5	12.3	21.4	5.9	11.9	3.4
收聽頻率									
很少收聽	103	11.0	22.5	28.9	10.3	11.2	4.1	5.0	6.8
偶爾收聽	182	19.6	32.6	12.5	13.9	15.1	10.6	8.5	9.8
經常收聽	388	41.7	25.1	17.5	15.8	15.0	13.2	10.1	8.6
固定收聽	258	27.7	29.8	16.3	22.0	16.4	12.6	10.3	7.5

	樣本結構		Q19 請問您比較常收聽【代入Q18-1】廣播電臺的原因是什麼？【複選題】(續)						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	工作場所 或他人播放 ，便跟著收聽	生活 資訊 豐富	語言(學習) 因素	推銷或 廣告 較少	時段 因素	無特別 原因	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	930	100.0	6.7	4.9	3.5	2.1	1.1	4.4	0.7
性別									
男性	543	58.4	4.8	5.3	3.7	1.0	0.9	3.5	0.7
女性	387	41.6	9.3	4.3	3.2	3.6	1.2	5.7	0.8
年齡									
13-19歲	16	1.7	44.5	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0
20-29歲	70	7.5	6.1	1.9	2.1	2.1	0.0	4.0	1.9
30-39歲	181	19.5	8.8	5.9	5.0	2.3	1.4	3.8	0.0
40-49歲	265	28.5	7.0	2.7	3.8	1.4	0.7	5.6	1.1
50-59歲	223	24.0	5.2	6.4	3.0	2.8	1.0	3.9	0.7
60-69歲	127	13.7	3.0	5.5	3.6	1.8	0.7	4.9	0.6
70歲以上	47	5.1	1.3	11.4	1.8	3.2	0.0	3.5	0.0
教育程度									
國小及以下	20	2.1	0.0	11.8	0.0	0.0	0.0	17.7	0.0
初中、國中	40	4.2	17.3	6.0	0.0	0.0	0.0	6.8	0.0
高中、高職	242	26.0	6.9	2.2	1.8	2.0	1.2	4.5	1.4
專科	148	15.9	6.1	7.4	1.0	2.7	1.2	4.3	0.7
大學	367	39.4	7.3	5.2	4.4	2.7	0.5	4.1	0.6
研究所及以上	114	12.3	2.3	4.7	9.5	0.7	2.7	2.5	0.0
職業									
軍警公教	52	5.6	0.0	4.3	1.3	0.0	3.2	0.0	0.0
自營商/企業主	91	9.8	1.4	3.6	2.1	4.5	0.0	3.3	2.9
企業主管/專業人員	120	13.0	4.9	7.0	6.4	1.1	0.0	1.5	0.0
助理專業人員/技術人員	68	7.4	7.8	5.5	4.8	1.2	3.7	7.9	3.1
文書事務人員	135	14.6	13.5	4.3	1.4	2.8	1.7	5.0	0.0
商業買賣/服務人員	78	8.5	5.9	1.7	0.0	3.4	1.3	7.3	0.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	164	17.7	11.5	3.2	1.7	1.3	0.0	5.0	0.5
農林漁牧礦	13	1.4	0.0	13.9	5.2	5.5	0.0	0.0	0.0
學生	27	3.0	25.5	0.0	5.4	0.0	8.2	0.0	4.8
家管	70	7.6	1.2	4.7	6.6	3.7	0.0	6.1	0.0
無業/退休/待業	106	11.5	0.0	9.9	7.1	1.4	0.0	3.8	0.0
溝通主要使用語言									
國語	610	67.0	6.7	4.5	3.8	2.1	1.1	4.1	1.0
閩南語	281	30.9	5.8	5.6	2.2	2.2	1.1	4.5	0.3
客語	19	2.1	13.3	3.6	12.7	3.8	0.0	0.0	0.0
其他語言	1	0.1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q19 請問您比較常收聽【代入Q18-1】廣播電臺的原因是什麼？【複選題】(續)						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	工作場所 或他人播放 ，便跟著收聽	生活 資訊 豐富	語言(學習) 因素	推銷或 廣告 較少	時段 因素	無特別 原因	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	930	100.0	6.7	4.9	3.5	2.1	1.1	4.4	0.7
居住地									
新北市	152	16.3	5.8	4.5	5.2	1.5	0.6	5.8	0.0
臺北市	89	9.5	5.0	6.6	4.6	2.8	0.9	2.1	1.2
桃園市	94	10.1	6.5	4.7	1.0	2.8	3.2	1.8	3.2
臺中市	128	13.8	7.2	3.3	4.7	1.2	2.1	3.5	0.0
臺南市	82	8.8	1.3	4.1	4.4	3.5	0.0	3.2	0.0
高雄市	127	13.6	14.1	7.0	1.1	1.1	0.0	6.9	0.7
新竹縣	18	2.0	0.0	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	12	1.3	0.0	12.0	0.0	0.0	12.0	0.0	0.0
彰化縣	54	5.8	10.5	8.9	1.4	2.6	0.0	6.9	1.4
南投縣	15	1.6	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
雲林縣	33	3.5	11.7	5.4	0.0	0.0	0.0	7.0	0.0
嘉義縣	12	1.3	0.0	15.1	0.0	19.3	0.0	0.0	0.0
屏東縣	37	4.0	3.8	3.7	3.6	2.0	0.0	9.9	2.5
宜蘭縣	20	2.2	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8	0.0
花蓮縣	10	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.0	0.0
臺東縣	3	0.3	22.5	0.0	36.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	17	1.8	0.0	0.0	6.3	0.0	6.3	0.0	0.0
新竹市	14	1.5	6.0	0.0	16.4	11.5	0.0	0.0	0.0
嘉義市	13	1.4	0.0	6.6	9.4	0.0	0.0	9.5	0.0
居住地(分區)									
北部地區	384	41.2	5.3	4.5	4.5	2.4	1.5	3.2	1.1
中部地區	209	22.5	7.4	5.0	3.3	1.4	2.0	3.9	0.4
南部地區	304	32.7	7.9	5.9	2.5	2.4	0.0	6.1	0.6
東部地區	34	3.6	6.2	0.0	3.4	0.0	0.0	6.2	0.0
平均月收入									
未滿25,250元	85	9.8	9.7	2.8	3.9	3.7	0.0	4.7	1.3
25,250元~未滿4萬元	258	29.7	10.2	3.3	2.2	2.9	0.0	5.8	0.7
4萬元~未滿6萬元	245	28.3	6.0	6.4	2.0	1.6	2.0	4.2	0.4
6萬元~未滿8萬元	107	12.3	0.8	0.8	4.3	1.5	0.0	1.1	0.0
8萬元及以上	112	12.9	1.3	8.5	6.9	0.0	1.6	1.9	0.8
無收入	61	7.1	9.4	6.4	5.2	1.3	3.7	6.7	2.1
收聽頻率									
很少收聽	103	11.0	7.6	3.9	5.5	1.7	0.0	8.1	0.0
偶爾收聽	182	19.6	0.4	7.3	3.6	2.0	0.0	4.2	1.7
經常收聽	388	41.7	11.1	3.8	3.3	2.2	2.5	4.0	0.2
固定收聽	258	27.7	4.0	5.3	2.9	2.2	0.0	3.7	1.1

	樣本結構		Q20 請問您較常收聽那些類型的廣播節目？【複選題】 ※僅列出樣本數達30之選項，其餘則統一歸類為「其他類」。								
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	音樂類	新聞類 (含路況)	時事 評論類 (政論性 談話)	一般談話 性節目 (除時事 評論類外)	生活 資訊類	投資 理財類	其他類	不一定/ 播什麼 就聽 什麼	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	1,045	100.0	52.7	29.4	10.5	9.6	4.3	3.5	7.9	15.0	2.0
性別											
男性	603	57.7	51.4	33.4	12.1	8.4	4.4	2.5	6.9	14.2	1.9
女性	442	42.3	54.6	23.8	8.2	11.2	4.2	4.9	9.3	16.2	2.2
年齡											
13-19歲	18	1.7	64.2	11.6	11.5	11.6	0.0	12.7	0.0	0.0	11.6
20-29歲	82	7.8	50.1	36.4	5.5	12.7	0.0	1.9	5.0	17.9	0.0
30-39歲	197	18.9	69.7	24.9	6.9	7.2	1.9	1.1	6.2	12.5	1.3
40-49歲	295	28.2	54.7	27.8	7.0	9.5	4.4	2.9	7.9	13.6	2.1
50-59歲	244	23.3	45.1	29.6	12.4	7.1	5.6	5.8	5.3	16.7	2.9
60-69歲	147	14.1	43.5	35.0	19.5	14.0	4.0	4.2	12.8	16.8	2.0
70歲以上	62	5.9	41.6	33.0	15.2	11.6	13.5	2.7	18.2	19.5	0.0
教育程度											
國小及以下	33	3.2	39.0	22.7	6.6	16.3	6.9	4.7	20.4	16.8	2.1
初中、國中	49	4.7	48.3	22.3	8.6	6.8	6.5	1.8	11.0	22.8	3.5
高中、高職	274	26.2	44.3	27.5	9.1	10.7	4.7	3.4	3.9	20.7	3.5
專科	159	15.2	48.8	26.6	11.4	13.1	7.1	3.7	11.1	14.7	1.5
大學	406	38.8	58.6	30.3	10.8	8.7	2.6	4.4	7.0	11.9	1.1
研究所及以上	124	11.8	62.7	38.9	12.8	4.6	3.8	0.9	11.2	9.7	1.7
職業											
軍警公教	58	5.5	53.1	48.8	18.0	7.6	5.4	1.9	8.0	6.9	0.0
自營商/企業主	104	10.0	52.0	28.5	12.6	11.1	3.6	4.5	6.0	15.2	2.2
企業主管/專業人員	140	13.5	57.7	30.0	8.0	8.1	2.6	1.7	10.9	15.8	2.1
助理專業人員/技術人員	71	6.9	61.7	32.9	11.5	7.6	3.1	6.0	8.2	8.3	1.7
文書事務人員	148	14.2	59.1	21.7	10.2	9.2	2.8	5.4	5.3	14.6	1.8
商業買賣/服務人員	85	8.2	51.6	19.6	8.1	9.1	6.7	2.9	5.7	19.6	0.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	47.6	29.4	5.8	10.1	5.1	1.9	4.7	16.0	4.0
農林漁牧礦	17	1.6	59.0	15.6	16.8	13.1	4.3	0.0	12.7	11.7	4.3
學生	31	3.0	53.7	34.2	11.4	11.6	0.0	7.3	8.5	8.6	0.0
家管	81	7.8	53.8	30.5	9.3	6.2	1.9	4.0	14.0	12.5	4.0
無業/退休/待業	125	12.0	42.7	34.9	16.3	13.6	8.7	4.0	11.0	18.5	0.6
溝通主要使用語言											
國語	676	66.1	56.4	30.2	10.6	8.6	3.0	4.1	7.3	14.1	1.3
閩南語	323	31.5	48.9	29.3	10.5	11.4	6.8	1.9	9.5	14.1	3.7
客語	23	2.2	21.9	15.8	12.0	18.1	3.0	3.9	7.5	29.7	0.0
其他語言	2	0.2	100.0	53.7	0.0	46.3	0.0	0.0	46.3	0.0	0.0

	樣本結構		Q20 請問您較常收聽那些類型的廣播節目？【複選題】 ※僅列出樣本數達30之選項，其餘則統一歸類為「其他類」。								
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	音樂類	新聞類 (含路況)	時事 評論類 (政論性 談話)	一般談話 性節目 (除時事 評論類外)	生活 資訊類	投資 理財類	其他類	不一定/ 播什麼 就聽 什麼	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	1,045	100.0	52.7	29.4	10.5	9.6	4.3	3.5	7.9	15.0	2.0
居住地											
新北市	170	16.2	50.9	31.7	10.3	12.3	3.0	6.6	7.0	13.1	0.7
臺北市	101	9.7	56.6	31.4	17.5	11.2	4.7	5.3	8.5	9.5	0.8
桃園市	100	9.6	54.0	36.2	6.8	6.0	2.2	5.9	8.4	20.2	1.9
臺中市	140	13.4	47.6	30.4	10.9	11.9	6.2	2.6	4.6	16.4	3.7
臺南市	97	9.3	54.3	24.5	10.9	9.9	4.3	2.5	10.8	16.5	0.8
高雄市	139	13.3	53.1	24.5	9.4	8.3	2.3	3.2	7.0	14.8	2.1
新竹縣	25	2.4	70.6	34.7	8.1	9.1	3.5	3.5	10.2	3.2	0.0
苗栗縣	15	1.4	55.6	40.7	20.2	10.8	9.3	0.0	20.1	13.0	9.4
彰化縣	64	6.1	57.5	21.8	12.2	7.0	5.4	0.0	7.1	17.5	2.6
南投縣	17	1.6	59.7	9.7	3.9	13.9	3.6	0.0	10.3	22.5	0.0
雲林縣	35	3.3	48.9	26.2	14.0	7.7	2.5	2.5	8.2	14.9	3.3
嘉義縣	14	1.4	61.2	34.0	5.0	0.0	10.0	4.6	4.6	6.5	5.0
屏東縣	39	3.7	49.1	27.6	4.1	11.4	5.2	0.0	11.2	14.6	0.0
宜蘭縣	22	2.1	48.0	35.3	15.0	8.9	0.0	0.0	8.9	10.9	0.0
花蓮縣	11	1.0	51.2	10.8	0.0	5.0	0.0	5.4	10.6	38.3	0.0
臺東縣	4	0.4	27.8	77.2	16.0	0.0	27.8	0.0	0.0	22.8	0.0
基隆市	20	1.9	44.8	37.5	3.7	7.5	9.3	3.7	4.0	11.7	12.7
新竹市	17	1.7	51.9	35.4	8.6	4.7	9.6	0.0	13.3	22.6	4.5
嘉義市	14	1.3	49.7	26.9	12.2	8.6	8.6	0.0	8.6	14.8	0.0
居住地(分區)											
北部地區	433	41.5	53.8	33.2	10.6	9.9	3.8	5.6	8.0	13.6	1.7
中部地區	236	22.6	51.6	27.2	11.3	10.6	6.0	1.5	6.7	16.9	3.5
南部地區	339	32.4	52.7	25.6	9.6	8.7	3.8	2.5	8.7	14.9	1.7
東部地區	37	3.6	46.7	32.9	10.8	6.8	3.1	1.6	8.4	20.1	0.0
平均月收入											
未滿25,250元	100	10.3	34.6	32.0	11.3	11.4	4.6	3.5	11.9	21.8	1.4
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	55.8	19.3	7.9	11.3	4.8	2.8	7.2	17.0	2.7
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	56.9	35.3	9.3	8.2	5.0	2.6	4.7	12.4	0.6
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	53.5	28.5	14.0	8.0	3.0	7.0	10.8	9.6	0.9
8萬元及以上	128	13.2	57.1	41.0	14.9	12.3	2.5	3.5	2.9	10.5	2.3
無收入	75	7.7	50.3	24.7	10.3	6.7	4.9	4.1	12.0	16.0	2.8
收聽頻率											
很少收聽	118	11.3	54.6	29.4	6.8	6.0	0.6	1.2	5.0	16.2	0.0
偶爾收聽	204	19.6	56.8	30.1	8.0	6.2	2.5	3.1	7.5	15.0	1.8
經常收聽	428	41.0	50.9	31.2	12.0	10.8	5.0	5.4	5.4	14.8	2.4
固定收聽	294	28.1	51.8	26.2	11.4	11.6	5.9	2.0	13.1	14.9	2.5

	樣本結構		Q20-1【僅詢問Q20回答01者】請問您平常較常收聽那些類型的新聞報導？ 【複選題】 ※僅列出樣本數達20之選項，其餘則統一歸類為「其他類型」。							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	社會 新聞	路況 報導	國內 政治 新聞	國際 新聞	財經 股市	其他 類型	不一定/ 播什麼 就聽什麼	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	307	100.0	29.4	24.1	19.5	8.0	7.1	6.3	38.1	2.7
性別										
男性	202	65.7	29.8	27.4	21.9	8.9	6.9	5.4	33.7	1.9
女性	105	34.3	28.5	17.9	14.9	6.4	7.6	8.1	46.7	4.1
年齡										
13-19歲	2	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
20-29歲	30	9.7	42.9	40.4	15.5	9.8	5.2	10.2	16.1	4.9
30-39歲	49	16.0	27.2	26.5	10.4	4.7	4.7	13.8	40.8	2.9
40-49歲	82	26.7	26.4	26.7	23.8	3.4	10.6	5.3	38.5	2.6
50-59歲	72	23.5	21.7	26.5	17.7	10.1	5.8	0.0	44.9	0.0
60-69歲	51	16.8	34.9	12.8	25.9	9.4	6.8	7.2	39.1	2.6
70歲以上	20	6.7	43.1	6.8	22.8	22.3	8.3	7.0	29.5	9.0
教育程度										
國小及以下	8	2.5	46.9	0.0	8.9	0.0	0.0	0.0	30.9	13.3
初中、國中	11	3.6	43.7	43.7	32.1	7.6	0.0	13.7	6.2	0.0
高中、高職	75	24.5	32.0	30.4	10.9	8.1	6.3	2.4	40.8	1.1
專科	42	13.8	32.4	28.5	19.6	10.9	6.6	0.0	36.2	1.6
大學	123	40.0	23.0	17.3	23.0	5.5	7.1	7.1	43.9	3.5
研究所及以上	48	15.7	33.0	27.1	23.0	13.3	11.8	15.2	29.4	3.0
職業										
軍警公教	28	9.2	44.7	15.1	19.3	14.9	6.9	16.4	36.7	0.0
自營商/企業主	29	9.6	24.4	21.3	25.5	10.4	5.2	4.0	29.8	10.8
企業主管/專業人員	42	13.7	20.5	21.7	23.7	6.4	10.1	6.1	41.0	0.0
助理專業人員/技術人員	23	7.7	35.9	18.9	13.2	2.9	22.3	11.7	32.8	0.0
文書事務人員	32	10.4	21.0	15.2	14.2	2.7	5.8	0.0	63.8	0.0
商業買賣/服務人員	17	5.4	30.8	22.8	22.1	3.8	0.0	0.0	53.0	0.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	53	17.4	27.9	44.4	14.6	3.3	5.0	4.3	25.8	4.0
農林漁牧礦	3	0.8	0.0	44.9	70.8	29.2	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	11	3.5	26.4	42.9	14.1	14.1	0.0	14.1	30.7	0.0
家管	25	8.0	23.7	14.4	14.3	3.0	7.4	2.8	44.3	11.7
無業/退休/待業	43	14.2	41.5	19.2	25.8	18.1	6.0	8.6	34.7	0.0
溝通主要使用語言										
國語	204	67.3	27.6	23.3	18.9	7.7	8.4	6.8	41.3	3.5
閩南語	95	31.2	34.1	23.7	22.0	8.0	4.0	5.7	32.6	1.1
客語	4	1.2	0.0	76.6	0.0	0.0	0.0	0.0	23.4	0.0
其他語言	1	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

	樣本結構		Q20-1【僅詢問Q20回答01者】請問您平常較常收聽那些類型的新聞報導？ 【複選題】 ※僅列出樣本數達20之選項，其餘則統一歸類為「其他類型」。							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	社會 新聞	路況 報導	國內 政治 新聞	國際 新聞	財經 股市	其他 類型	不一定/ 播什麼 就聽什麼	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	307	100.0	29.4	24.1	19.5	8.0	7.1	6.3	38.1	2.7
居住地										
新北市	54	17.5	26.0	24.4	14.7	6.4	15.5	1.6	41.6	0.0
臺北市	32	10.3	36.4	10.4	26.3	7.6	12.8	9.2	24.7	8.0
桃園市	36	11.8	18.2	13.4	10.7	4.8	0.0	1.9	60.5	1.9
臺中市	43	13.9	28.2	24.1	19.1	13.5	5.2	3.6	50.3	0.0
臺南市	24	7.7	29.3	22.0	40.1	6.4	10.8	3.1	28.2	4.4
高雄市	34	11.1	26.7	42.7	16.4	2.6	0.0	15.6	34.0	4.2
新竹縣	9	2.9	29.2	0.0	10.1	0.0	0.0	16.1	34.9	9.6
苗栗縣	6	2.0	40.9	36.2	13.3	0.0	0.0	22.9	0.0	0.0
彰化縣	14	4.5	65.8	5.5	17.3	16.2	7.8	0.0	28.8	0.0
南投縣	2	0.5	36.6	63.4	36.6	36.6	36.6	0.0	0.0	0.0
雲林縣	9	3.0	41.7	26.3	34.6	9.6	0.0	12.6	9.7	0.0
嘉義縣	5	1.6	23.4	34.0	13.8	23.4	23.4	0.0	28.7	0.0
屏東縣	11	3.5	29.1	69.6	8.8	0.0	0.0	0.0	24.2	6.2
宜蘭縣	8	2.6	25.0	36.6	26.0	0.0	0.0	0.0	25.7	12.7
花蓮縣	1	0.4	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
臺東縣	3	1.0	20.8	43.3	20.8	56.7	36.0	56.7	20.8	0.0
基隆市	7	2.4	27.8	0.0	27.8	9.9	9.9	0.0	62.3	0.0
新竹市	6	2.0	24.3	36.3	24.3	24.3	0.0	24.3	39.5	0.0
嘉義市	4	1.2	22.6	0.0	22.6	0.0	0.0	0.0	77.4	0.0
居住地(分區)										
北部地區	144	46.9	26.6	16.3	17.0	6.8	9.1	5.1	43.2	2.8
中部地區	64	20.9	37.8	22.2	18.6	13.4	6.1	4.6	39.6	0.0
南部地區	87	28.2	28.9	36.3	24.0	5.1	4.3	8.3	30.2	3.7
東部地區	12	4.0	21.5	39.6	22.2	14.8	9.4	14.8	26.7	8.2
平均月收入										
未滿25,250元	32	11.3	37.3	29.5	17.6	9.9	11.5	4.8	30.6	3.3
25,250元~未滿4萬元	55	19.3	31.3	39.6	22.5	9.1	3.0	6.0	29.5	0.0
4萬元~未滿6萬元	95	33.3	27.5	22.7	18.2	7.1	4.6	7.1	40.9	1.5
6萬元~未滿8萬元	32	11.2	34.2	19.2	28.6	2.8	5.7	6.4	37.4	2.6
8萬元及以上	53	18.4	18.8	27.3	14.6	7.9	11.3	4.2	38.5	4.1
無收入	18	6.5	31.1	4.4	8.5	4.5	0.0	3.8	55.3	5.4
收聽頻率										
很少收聽	35	11.3	24.9	40.9	14.6	7.3	7.3	6.6	15.6	7.1
偶爾收聽	62	20.0	36.3	23.7	15.4	10.9	7.0	5.7	33.6	2.7
經常收聽	134	43.5	26.2	20.9	19.3	5.9	8.0	6.7	44.4	2.4
固定收聽	77	25.1	31.4	22.4	25.6	9.8	5.6	5.9	41.0	1.1

	樣本結構		Q20-2【僅詢問Q20回答02者】請問您平常較常收聽那些類型的音樂節目？【複選題】 ※僅列出樣本數達20之選項，其餘則統一歸類為「其他類型」。							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	流行 歌曲	經典 老歌	古典 音樂	西洋 歌曲	台語 歌曲	其他 類型	不一定/ 播什麼 就聽什麼	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	551	100.0	48.3	10.1	9.6	6.9	5.5	6.4	34.0	0.4
性別										
男性	310	56.3	45.1	9.4	12.2	6.9	6.4	5.3	37.3	0.0
女性	241	43.7	52.5	11.1	6.3	6.9	4.5	7.8	29.7	0.9
年齡										
13-19歲	11	2.1	62.3	19.8	19.8	0.0	0.0	19.8	17.9	0.0
20-29歲	41	7.4	63.4	0.0	11.1	3.5	3.4	3.5	33.2	0.0
30-39歲	138	25.0	57.3	4.8	6.5	7.5	0.8	5.5	35.4	0.0
40-49歲	161	29.3	60.1	6.0	6.4	6.6	2.6	6.8	30.8	0.0
50-59歲	110	20.0	31.7	15.4	14.1	10.1	5.2	3.8	39.6	0.6
60-69歲	64	11.6	27.6	22.0	16.4	6.9	18.0	9.6	33.2	0.0
70歲以上	26	4.7	19.5	24.3	3.1	0.0	25.3	11.4	32.9	5.8
教育程度										
國小及以下	13	2.4	20.3	10.5	0.0	0.0	31.4	17.8	37.5	0.0
初中、國中	24	4.3	54.0	26.9	6.6	11.4	16.4	5.7	10.0	0.0
高中、高職	121	22.0	36.6	10.7	6.6	3.4	8.7	7.3	43.9	0.7
專科	78	14.1	50.4	10.1	11.6	4.9	3.7	10.1	34.0	0.9
大學	238	43.2	52.7	7.8	8.5	8.7	2.0	4.2	34.3	0.0
研究所及以上	77	14.1	53.9	11.2	18.2	8.5	5.7	6.5	24.3	0.8
職業										
軍警公教	31	5.6	50.4	10.4	18.4	3.6	2.0	15.7	25.4	2.1
自營商/企業主	54	9.8	46.2	12.0	4.3	5.5	4.6	4.2	43.7	0.0
企業主管/專業人員	81	14.7	55.4	4.0	12.0	9.1	2.0	2.0	32.2	0.0
助理專業人員/技術人員	44	8.0	46.5	7.5	8.7	9.6	0.0	10.9	36.1	0.0
文書事務人員	87	15.9	54.9	7.8	7.0	2.8	3.5	2.4	34.3	0.8
商業買賣/服務人員	44	8.0	52.6	9.5	6.7	7.5	4.9	0.0	34.5	0.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	86	15.7	48.8	9.4	7.5	8.0	7.5	11.1	32.8	0.0
農林漁牧礦	10	1.8	19.1	14.4	0.0	0.0	29.0	7.3	51.9	0.0
學生	17	3.0	66.9	13.6	13.6	0.0	0.0	13.6	19.5	0.0
家管	44	7.9	48.6	11.2	13.6	4.8	10.2	8.4	26.2	1.9
無業/退休/待業	53	9.7	25.8	19.7	13.3	14.2	12.8	6.9	39.8	0.0
溝通主要使用語言										
國語	382	69.9	50.1	10.3	11.1	7.8	3.6	6.6	32.8	0.4
閩南語	158	28.9	44.7	8.1	5.8	5.1	10.6	5.6	37.3	0.4
客語	5	0.9	24.2	42.0	0.0	0.0	0.0	28.2	29.8	0.0
其他語言	2	0.3	53.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	46.3	0.0

	樣本結構		Q20-2【僅詢問Q20回答02者】請問您平常較常收聽那些類型的音樂節目？【複選題】 ※僅列出樣本數達20之選項，其餘則統一歸類為「其他類型」。							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	流行 歌曲	經典 老歌	古典 音樂	西洋 歌曲	台語 歌曲	其他 類型	不一定/ 播什麼 就聽什麼	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	551	100.0	48.3	10.1	9.6	6.9	5.5	6.4	34.0	0.4
居住地										
新北市	86	15.7	51.8	11.5	10.3	6.1	4.4	9.4	30.6	0.0
臺北市	57	10.4	47.6	6.8	19.9	15.2	6.5	2.7	30.9	0.0
桃園市	54	9.8	26.6	27.4	8.7	6.4	10.6	11.8	34.6	0.0
臺中市	67	12.1	37.7	4.3	11.4	12.5	6.9	4.3	43.4	2.0
臺南市	53	9.6	43.6	7.0	1.5	4.6	5.5	6.8	44.0	0.0
高雄市	74	13.4	54.1	5.9	4.3	2.8	2.3	6.3	34.9	0.0
新竹縣	18	3.2	42.9	5.0	7.9	8.0	4.6	7.9	39.4	4.7
苗栗縣	8	1.5	60.9	0.0	26.5	0.0	0.0	9.7	29.3	0.0
彰化縣	37	6.7	56.2	16.6	12.9	3.9	2.1	3.9	26.7	0.0
南投縣	10	1.8	52.4	6.0	6.0	6.0	18.1	6.0	29.5	0.0
雲林縣	17	3.1	64.6	4.9	9.0	0.0	10.1	0.0	25.3	0.0
嘉義縣	9	1.6	54.2	16.0	8.2	0.0	0.0	0.0	38.0	0.0
屏東縣	19	3.5	58.6	9.7	6.1	11.0	7.1	0.0	34.3	0.0
宜蘭縣	11	1.9	51.8	19.8	9.8	9.8	0.0	0.0	28.6	0.0
花蓮縣	5	1.0	79.3	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.7	0.0
臺東縣	1	0.2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
基隆市	9	1.6	71.2	0.0	11.6	11.6	0.0	32.2	17.2	0.0
新竹市	9	1.6	55.8	8.7	9.5	0.0	18.2	0.0	26.1	0.0
嘉義市	7	1.3	69.4	17.4	0.0	0.0	0.0	0.0	30.6	0.0
居住地(分區)										
北部地區	233	42.3	45.2	13.0	12.1	8.5	6.7	8.7	31.6	0.4
中部地區	122	22.1	46.1	7.8	12.4	8.5	5.9	4.7	36.3	1.1
南部地區	179	32.4	53.1	7.5	4.1	3.7	4.3	4.6	36.6	0.0
東部地區	17	3.1	57.0	15.4	12.7	6.1	0.0	6.6	24.2	0.0
平均月收入										
未滿25,250元	35	6.7	42.2	10.4	6.1	4.3	16.9	10.6	30.9	0.0
25,250元~未滿4萬元	159	30.8	48.3	9.3	5.3	6.3	3.8	4.0	36.1	0.4
4萬元~未滿6萬元	153	29.5	50.7	7.8	9.3	6.6	1.6	7.5	35.9	0.4
6萬元~未滿8萬元	60	11.6	44.5	12.0	9.7	9.5	1.4	4.9	34.5	1.4
8萬元及以上	73	14.1	55.1	9.2	13.8	10.3	4.0	4.0	33.2	0.0
無收入	38	7.3	42.6	20.7	17.8	2.6	14.4	12.3	26.8	0.0
收聽頻率										
很少收聽	65	11.7	65.5	3.5	4.5	7.4	5.0	6.7	22.0	0.0
偶爾收聽	116	21.1	50.4	10.5	11.0	4.3	1.3	7.2	35.0	1.2
經常收聽	218	39.6	53.7	9.5	8.0	9.2	4.7	6.3	33.1	0.0
固定收聽	152	27.6	31.7	13.6	13.0	5.3	10.2	5.9	39.7	0.6

	樣本結構		Q21 請問您認為目前的廣播電台節目內容，有沒有需要改進的地方？【複選題】 ※僅列出樣本數達10之選項，其餘則統一歸類為「其他原因」。				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	廣告 時間 太長	節目經常性 介紹或推銷 商品	增加節目 內容豐富度	同樣廣告 重複多次	減少政治類型 內容，並 中立討論
整體	1,045	100.0	4.3	2.8	2.1	1.8	1.5
性別							
男性	603	57.7	4.2	2.9	2.2	2.2	1.6
女性	442	42.3	4.5	2.6	2.1	1.3	1.3
年齡							
13-19歲	18	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	82	7.8	5.1	0.0	0.0	6.9	1.7
30-39歲	197	18.9	6.1	0.6	0.6	0.7	0.0
40-49歲	295	28.2	2.2	1.0	2.4	1.1	1.6
50-59歲	244	23.3	4.5	4.1	3.0	1.7	1.4
60-69歲	147	14.1	6.9	8.0	3.5	2.6	3.2
70歲以上	62	5.9	2.5	4.9	2.4	1.1	1.3
教育程度							
國小及以下	33	3.2	10.7	6.4	0.0	4.7	2.5
初中、國中	49	4.7	0.0	1.4	1.4	0.0	0.0
高中、高職	274	26.2	3.3	3.4	1.3	3.0	0.0
專科	159	15.2	5.8	5.3	3.2	1.2	2.2
大學	406	38.8	4.7	2.0	1.5	1.2	1.9
研究所及以上	124	11.8	3.6	0.0	5.6	2.0	2.6
職業							
軍警公教	58	5.5	8.6	0.0	2.9	0.0	2.8
自營商/企業主	104	10.0	6.4	2.3	2.3	1.6	2.4
企業主管/專業人員	140	13.5	4.7	1.9	4.4	2.3	1.1
助理專業人員/技術人員	71	6.9	3.6	3.7	0.0	4.3	2.8
文書事務人員	148	14.2	7.3	0.5	0.5	1.5	2.9
商業買賣/服務人員	85	8.2	1.9	2.3	1.5	1.3	0.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	2.0	1.5	0.6	2.1	0.0
農林漁牧礦	17	1.6	4.3	0.0	4.5	0.0	0.0
學生	31	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
家管	81	7.8	4.0	10.0	3.8	3.0	0.0
無業/退休/待業	125	12.0	3.8	5.7	4.0	1.2	2.6
溝通主要使用語言							
國語	676	66.1	4.0	2.0	2.2	1.2	1.6
閩南語	323	31.5	5.0	3.9	1.7	3.3	1.1
客語	23	2.2	3.9	3.9	8.1	0.0	0.0
其他語言	2	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q21 請問您認為目前的廣播電台節目內容，有沒有需要改進的地方？【複選題】 ※僅列出樣本數達10之選項，其餘則統一歸類為「其他原因」。				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	廣告 時間 太長	節目經常性 介紹或推銷 商品	增加節目 內容豐富度	同樣廣告 重複多次	減少政治類型 內容，並 中立討論
整體	1,045	100.0	4.3	2.8	2.1	1.8	1.5
居住地							
新北市	170	16.2	4.0	3.6	0.7	2.5	1.0
臺北市	101	9.7	4.3	2.4	4.1	3.5	4.8
桃園市	100	9.6	7.3	0.7	1.5	1.5	2.7
臺中市	140	13.4	3.8	3.7	3.0	0.6	0.6
臺南市	97	9.3	5.7	0.8	0.8	2.2	2.5
高雄市	139	13.3	5.5	1.8	1.5	2.0	0.6
新竹縣	25	2.4	9.1	6.7	3.5	5.6	0.0
苗栗縣	15	1.4	5.4	0.0	5.4	5.4	0.0
彰化縣	64	6.1	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0
南投縣	17	1.6	3.6	0.0	0.0	6.7	0.0
雲林縣	35	3.3	4.0	3.3	2.5	0.0	0.0
嘉義縣	14	1.4	5.0	4.6	4.6	0.0	0.0
屏東縣	39	3.7	0.0	3.0	3.6	0.0	2.4
宜蘭縣	22	2.1	4.4	4.4	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	11	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
臺東縣	4	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	20	1.9	3.7	7.8	10.4	3.7	0.0
新竹市	17	1.7	0.0	4.9	9.4	0.0	0.0
嘉義市	14	1.3	6.6	12.9	0.0	0.0	6.1
居住地(分區)							
北部地區	433	41.5	5.0	3.0	2.6	2.6	2.1
中部地區	236	22.6	2.8	2.8	2.1	1.2	0.4
南部地區	339	32.4	4.8	2.4	1.7	1.4	1.5
東部地區	37	3.6	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0
平均月收入							
未滿25,250元	100	10.3	2.5	2.3	2.5	2.0	0.8
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	4.1	1.2	1.2	1.3	2.1
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	2.7	0.8	2.6	1.7	0.7
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	8.0	3.9	0.7	3.7	1.5
8萬元及以上	128	13.2	4.0	6.0	4.3	2.5	2.4
無收入	75	7.7	4.7	9.6	2.9	0.0	1.1
收聽頻率							
很少收聽	118	11.3	3.9	3.3	2.0	1.4	0.0
偶爾收聽	204	19.6	6.7	2.8	0.4	2.5	1.6
經常收聽	428	41.0	3.6	1.3	2.2	1.9	0.8
固定收聽	294	28.1	4.0	4.7	3.4	1.4	2.9

	樣本結構		Q21 請問您認為目前的廣播電台節目內容，有沒有需要改進的地方？【複選題】(續) ※僅列出樣本數達10之選項，其餘則統一歸類為「其他原因」。				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	播放音樂 不吸引人	談話性節目 內容太多	其他 原因	沒有需要 改進的地方	不知道/ 無意見/ 拒答
整體	1,045	100.0	1.1	0.9	3.6	64.0	21.5
性別							
男性	603	57.7	0.9	0.7	4.8	62.9	21.8
女性	442	42.3	1.3	1.2	2.0	65.6	21.0
年齡							
13-19歲	18	1.7	0.0	0.0	0.0	74.6	25.4
20-29歲	82	7.8	5.4	0.0	3.7	71.8	10.8
30-39歲	197	18.9	0.0	0.0	1.4	76.8	15.1
40-49歲	295	28.2	0.4	0.8	3.5	69.2	18.6
50-59歲	244	23.3	1.4	2.1	4.4	53.9	28.6
60-69歲	147	14.1	1.7	1.0	5.3	54.5	22.9
70歲以上	62	5.9	0.0	1.3	5.5	48.2	36.5
教育程度							
國小及以下	33	3.2	0.0	0.0	7.0	47.7	32.8
初中、國中	49	4.7	0.0	0.0	3.7	59.0	35.9
高中、高職	274	26.2	0.9	0.6	3.1	69.2	18.9
專科	159	15.2	0.5	2.2	4.2	59.2	22.4
大學	406	38.8	1.4	0.7	2.9	64.9	20.9
研究所及以上	124	11.8	2.0	1.4	5.5	62.6	18.8
職業							
軍警公教	58	5.5	2.7	1.9	2.5	64.9	16.3
自營商/企業主	104	10.0	1.6	1.6	4.7	65.2	18.9
企業主管/專業人員	140	13.5	0.6	2.7	2.1	60.3	22.9
助理專業人員/技術人員	71	6.9	1.1	1.2	5.9	65.3	17.0
文書事務人員	148	14.2	2.0	0.0	2.9	63.9	21.7
商業買賣/服務人員	85	8.2	1.4	0.0	3.4	71.1	17.1
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	0.4	0.0	4.0	72.2	19.6
農林漁牧礦	17	1.6	0.0	0.0	0.0	66.4	24.8
學生	31	3.0	0.0	0.0	4.8	65.9	29.2
家管	81	7.8	0.0	1.7	0.0	65.1	20.0
無業/退休/待業	125	12.0	1.3	0.7	6.9	49.2	29.6
溝通主要使用語言							
國語	676	66.1	1.1	0.9	3.4	67.4	18.8
閩南語	323	31.5	1.0	1.0	4.0	58.1	26.0
客語	23	2.2	3.9	0.0	3.0	54.4	33.7
其他語言	2	0.2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

	樣本結構		Q21 請問您認為目前的廣播電台節目內容，有沒有需要改進的地方？【複選題】(續) ※僅列出樣本數達10之選項，其餘則統一歸類為「其他原因」。				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	播放音樂 不吸引人	談話性節目 內容太多	其他 原因	沒有需要 改進的地方	不知道/ 無意見/ 拒答
整體	1,045	100.0	1.1	0.9	3.6	64.0	21.5
居住地							
新北市	170	16.2	1.9	1.2	2.7	64.5	21.6
臺北市	101	9.7	0.8	2.7	5.8	65.3	15.1
桃園市	100	9.6	1.3	0.0	2.7	65.9	18.6
臺中市	140	13.4	0.0	0.5	2.7	68.9	18.3
臺南市	97	9.3	0.8	0.8	4.5	62.5	21.5
高雄市	139	13.3	1.1	0.6	3.6	60.1	26.7
新竹縣	25	2.4	3.5	0.0	8.8	64.2	20.0
苗栗縣	15	1.4	0.0	0.0	0.0	65.1	24.1
彰化縣	64	6.1	0.0	0.0	0.0	71.6	25.9
南投縣	17	1.6	0.0	0.0	0.0	82.4	7.3
雲林縣	35	3.3	2.5	2.4	7.3	53.7	24.2
嘉義縣	14	1.4	0.0	0.0	0.0	59.0	31.3
屏東縣	39	3.7	0.0	1.7	9.4	52.7	28.9
宜蘭縣	22	2.1	0.0	0.0	4.7	58.2	32.7
花蓮縣	11	1.0	0.0	0.0	5.1	54.7	40.2
臺東縣	4	0.4	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
基隆市	20	1.9	4.0	0.0	0.0	70.5	3.7
新竹市	17	1.7	0.0	0.0	8.6	63.1	14.0
嘉義市	14	1.3	8.6	6.6	0.0	40.4	32.0
居住地(分區)							
北部地區	433	41.5	1.6	1.1	3.9	65.2	18.2
中部地區	236	22.6	0.0	0.3	1.6	70.3	20.0
南部地區	339	32.4	1.3	1.2	4.6	58.4	25.6
東部地區	37	3.6	0.0	0.0	4.3	61.9	31.2
平均月收入							
未滿25,250元	100	10.3	0.9	0.0	5.2	65.1	22.0
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	1.0	0.3	2.0	67.4	20.9
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	1.7	0.8	3.4	65.1	22.5
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	0.7	3.0	6.0	65.3	14.3
8萬元及以上	128	13.2	2.0	1.4	4.4	63.8	16.2
無收入	75	7.7	0.0	1.8	2.0	59.5	24.3
收聽頻率							
很少收聽	118	11.3	0.0	0.8	2.8	61.4	26.4
偶爾收聽	204	19.6	0.8	0.0	5.1	68.1	17.9
經常收聽	428	41.0	2.1	1.5	3.2	64.1	22.6
固定收聽	294	28.1	0.3	0.8	3.6	62.2	20.3

	樣本結構		Q22 請問您對於廣播電臺，各節目中的時事評論、資訊發布等內容感到信不信任？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	信任	非常 信任	還算 信任	不信任	不太 信任	完全 不信任	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	442	100.0	69.1	11.2	58.0	17.0	14.8	2.2	13.8	100.0
性別										
男性	282	63.8	67.5	10.8	56.7	17.1	15.1	2.0	15.5	100.0
女性	160	36.2	72.1	11.9	60.2	17.0	14.3	2.7	10.9	100.0
年齡										
13-19歲	4	0.9	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
20-29歲	40	9.0	86.2	16.3	69.9	3.6	3.6	0.0	10.1	100.0
30-39歲	67	15.1	83.0	23.7	59.3	9.0	9.0	0.0	8.0	100.0
40-49歲	120	27.2	68.8	6.9	62.0	21.8	18.4	3.4	9.4	100.0
50-59歲	104	23.5	68.4	5.6	62.8	17.6	13.4	4.1	14.1	100.0
60-69歲	79	18.0	53.4	9.1	44.3	24.4	22.4	2.0	22.2	100.0
70歲以上	27	6.2	55.9	6.1	49.8	14.2	14.2	0.0	29.9	100.0
教育程度										
國小及以下	12	2.7	50.1	9.8	40.3	13.0	13.0	0.0	36.9	100.0
初中、國中	16	3.7	70.2	5.5	64.6	13.8	13.8	0.0	16.1	100.0
高中、高職	114	25.7	63.1	14.2	48.9	20.5	17.2	3.3	16.3	100.0
專科	69	15.5	64.4	8.1	56.3	18.7	17.3	1.4	16.9	100.0
大學	171	38.8	73.5	11.7	61.8	16.2	14.1	2.1	10.3	100.0
研究所及以上	60	13.6	77.0	9.2	67.8	12.5	9.7	2.8	10.4	100.0
職業										
軍警公教	33	7.5	74.8	10.4	64.4	9.0	9.0	0.0	16.1	100.0
自營商/企業主	48	10.9	65.9	10.2	55.7	17.3	9.6	7.7	16.8	100.0
企業主管/專業人員	57	12.9	65.6	7.2	58.3	24.3	24.3	0.0	10.1	100.0
助理專業人員/技術人員	32	7.3	69.3	22.0	47.3	20.4	17.8	2.6	10.3	100.0
文書事務人員	52	11.9	70.1	8.6	61.5	20.1	15.1	5.0	9.8	100.0
商業買賣/服務人員	27	6.1	78.8	23.6	55.2	7.8	7.8	0.0	13.5	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	78	17.6	73.8	9.5	64.3	16.3	13.7	2.7	9.8	100.0
農林漁牧礦	7	1.5	68.0	0.0	68.0	11.1	11.1	0.0	20.9	100.0
學生	14	3.2	100.0	28.9	71.1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
家管	32	7.3	69.0	11.7	57.3	23.0	23.0	0.0	8.0	100.0
無業/退休/待業	61	13.9	54.9	6.2	48.7	15.2	13.9	1.3	29.9	100.0
溝通主要使用語言										
國語	285	65.2	70.8	12.3	58.6	18.1	15.9	2.2	11.0	100.0
閩南語	141	32.3	66.3	9.7	56.6	14.9	13.0	1.9	18.8	100.0
客語	9	2.1	48.5	7.5	41.0	26.3	16.9	9.4	25.2	100.0
其他語言	2	0.4	53.7	0.0	53.7	0.0	0.0	0.0	46.3	100.0

	樣本結構		Q22 請問您對於廣播電臺，各節目中的時事評論、資訊發布等內容感到信不信任？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	信任	非常 信任	還算 信任	不信任	不太 信任	完全 不信任	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	442	100.0	69.1	11.2	58.0	17.0	14.8	2.2	13.8	100.0
居住地										
新北市	79	18.0	69.9	8.0	61.9	18.8	16.6	2.2	11.3	100.0
臺北市	54	12.2	65.7	3.5	62.3	23.1	18.1	5.0	11.1	100.0
桃園市	41	9.3	50.7	8.2	42.5	30.9	26.6	4.2	18.4	100.0
臺中市	65	14.7	78.8	21.2	57.6	6.6	6.6	0.0	14.6	100.0
臺南市	34	7.6	71.2	3.8	67.4	18.3	15.3	3.1	10.5	100.0
高雄市	49	11.1	72.8	20.3	52.5	14.7	12.9	1.8	12.5	100.0
新竹縣	12	2.6	57.9	38.3	19.6	14.8	7.2	7.6	27.3	100.0
苗栗縣	9	2.1	91.2	8.9	82.3	0.0	0.0	0.0	8.8	100.0
彰化縣	22	5.1	69.8	11.2	58.7	14.1	14.1	0.0	16.1	100.0
南投縣	5	1.1	38.5	24.3	14.1	35.4	35.4	0.0	26.2	100.0
雲林縣	14	3.2	92.1	6.1	86.0	0.0	0.0	0.0	7.9	100.0
嘉義縣	6	1.3	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
屏東縣	16	3.6	72.3	7.3	65.0	10.5	4.6	6.0	17.2	100.0
宜蘭縣	10	2.3	61.1	0.0	61.1	19.1	19.1	0.0	19.8	100.0
花蓮縣	2	0.4	68.3	0.0	68.3	31.7	31.7	0.0	0.0	100.0
臺東縣	3	0.7	100.0	56.7	43.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	9	2.0	43.0	0.0	43.0	40.4	40.4	0.0	16.6	100.0
新竹市	7	1.6	49.6	0.0	49.6	16.1	16.1	0.0	34.3	100.0
嘉義市	5	1.1	41.5	0.0	41.5	41.4	41.4	0.0	17.1	100.0
居住地(分區)										
北部地區	202	45.7	62.3	7.9	54.4	23.0	19.5	3.5	14.7	100.0
中部地區	101	22.9	76.1	18.0	58.1	9.0	9.0	0.0	14.9	100.0
南部地區	124	28.0	74.5	10.8	63.7	13.9	11.5	2.3	11.6	100.0
東部地區	15	3.4	70.1	12.0	58.1	16.5	16.5	0.0	13.4	100.0
平均月收入										
未滿25,250元	45	10.9	61.1	14.9	46.2	18.3	14.4	3.8	20.6	100.0
25,250元~未滿4萬元	93	22.5	77.6	10.6	66.9	16.1	14.0	2.1	6.3	100.0
4萬元~未滿6萬元	125	30.3	69.7	12.2	57.4	14.2	12.2	1.9	16.1	100.0
6萬元~未滿8萬元	50	12.0	69.9	12.8	57.1	20.0	14.4	5.7	10.1	100.0
8萬元及以上	74	18.0	73.6	10.8	62.8	15.3	13.9	1.4	11.1	100.0
無收入	26	6.2	61.7	11.8	49.9	18.5	18.5	0.0	19.7	100.0
收聽頻率 *										
很少收聽	47	10.6	83.4	15.7	67.7	13.5	11.5	1.9	3.1	100.0
偶爾收聽	81	18.3	66.3	6.1	60.2	17.4	15.3	2.1	16.2	100.0
經常收聽	199	44.9	73.4	11.5	61.9	14.6	13.2	1.3	12.0	100.0
固定收聽	116	26.2	58.0	12.4	45.6	22.4	18.4	4.0	19.7	100.0

	樣本結構		Q23 請問您覺得廣播電臺，在報導議題的立場上是否中立不偏頗(例：報導是否維持 公正，是否偏袒特定立場)？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	中立	非常 中立	還算 中立	不中立	不太 中立	完全 不中立	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	442	100.0	58.8	10.4	48.4	26.4	22.0	4.5	14.8	100.0
性別										
男性	282	63.8	58.5	10.4	48.1	26.8	21.4	5.4	14.7	100.0
女性	160	36.2	59.4	10.4	49.0	25.8	22.9	2.9	14.8	100.0
年齡										
13-19歲	4	0.9	100.0	49.8	50.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
20-29歲	40	9.0	73.9	24.8	49.1	15.1	15.1	0.0	11.0	100.0
30-39歲	67	15.1	67.7	9.3	58.4	18.7	15.0	3.7	13.6	100.0
40-49歲	120	27.2	53.3	7.6	45.8	32.7	26.5	6.2	13.9	100.0
50-59歲	104	23.5	61.7	10.2	51.4	27.0	21.3	5.7	11.3	100.0
60-69歲	79	18.0	51.6	7.3	44.3	30.2	25.4	4.8	18.2	100.0
70歲以上	27	6.2	43.5	9.0	34.5	24.9	24.9	0.0	31.6	100.0
教育程度										
國小及以下	12	2.7	34.8	9.8	25.0	19.3	19.3	0.0	45.9	100.0
初中、國中	16	3.7	74.5	16.1	58.4	20.9	15.7	5.1	4.6	100.0
高中、高職	114	25.7	60.0	11.8	48.2	23.3	19.2	4.0	16.8	100.0
專科	69	15.5	53.5	9.4	44.2	27.3	25.3	1.9	19.2	100.0
大學	171	38.8	60.0	9.5	50.5	28.6	24.7	3.9	11.4	100.0
研究所及以上	60	13.6	59.9	10.5	49.4	28.2	17.8	10.4	11.9	100.0
職業										
軍警公教	33	7.5	63.5	13.7	49.8	29.9	21.3	8.5	6.6	100.0
自營商/企業主	48	10.9	48.5	8.1	40.4	32.4	26.5	5.9	19.1	100.0
企業主管/專業人員	57	12.9	63.6	5.8	57.9	24.6	20.2	4.3	11.8	100.0
助理專業人員/技術人員	32	7.3	62.6	0.0	62.6	20.3	20.3	0.0	17.1	100.0
文書事務人員	52	11.9	44.5	10.1	34.5	37.3	30.6	6.7	18.2	100.0
商業買賣/服務人員	27	6.1	85.5	29.7	55.8	10.9	7.2	3.7	3.5	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	78	17.6	61.4	10.4	50.9	25.7	21.0	4.7	13.0	100.0
農林漁牧礦	7	1.5	45.3	0.0	45.3	23.9	23.9	0.0	30.8	100.0
學生	14	3.2	89.7	27.3	62.4	0.0	0.0	0.0	10.3	100.0
家管	32	7.3	60.4	11.7	48.7	21.5	17.8	3.7	18.1	100.0
無業/退休/待業	61	13.9	49.5	9.0	40.6	31.3	27.6	3.7	19.2	100.0
溝通主要使用語言										
國語	285	65.2	58.0	10.3	47.7	26.8	22.3	4.5	15.2	100.0
閩南語	141	32.3	60.3	10.3	50.1	24.8	20.7	4.2	14.8	100.0
客語	9	2.1	52.6	14.9	37.7	47.4	37.9	9.4	0.0	100.0
其他語言	2	0.4	0.0	0.0	0.0	46.3	46.3	0.0	53.7	100.0

	樣本結構		Q23 請問您覺得廣播電臺，在報導議題的立場上是否中立不偏頗(例：報導是否維持 公正，是否偏袒特定立場)？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	中立	非常 中立	還算 中立	不中立	不太 中立	完全 不中立	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	442	100.0	58.8	10.4	48.4	26.4	22.0	4.5	14.8	100.0
居住地										
新北市	79	18.0	54.9	5.8	49.1	33.3	30.0	3.3	11.7	100.0
臺北市	54	12.2	49.2	5.0	44.1	35.1	31.1	4.0	15.7	100.0
桃園市	41	9.3	45.8	5.8	40.0	38.6	30.8	7.8	15.6	100.0
臺中市	65	14.7	71.8	20.5	51.3	17.9	16.9	1.0	10.3	100.0
臺南市	34	7.6	66.2	2.4	63.8	21.0	14.8	6.2	12.8	100.0
高雄市	49	11.1	58.2	14.2	44.0	21.1	10.6	10.5	20.7	100.0
新竹縣	12	2.6	58.5	31.3	27.2	24.4	16.8	7.6	17.1	100.0
苗栗縣	9	2.1	75.8	0.0	75.8	24.2	24.2	0.0	0.0	100.0
彰化縣	22	5.1	69.1	14.8	54.2	14.1	14.1	0.0	16.8	100.0
南投縣	5	1.1	51.4	24.3	27.1	35.4	12.9	22.4	13.2	100.0
雲林縣	14	3.2	55.5	6.1	49.4	33.9	27.8	6.1	10.6	100.0
嘉義縣	6	1.3	58.3	12.8	45.5	0.0	0.0	0.0	41.7	100.0
屏東縣	16	3.6	70.6	13.3	57.3	15.1	15.1	0.0	14.4	100.0
宜蘭縣	10	2.3	57.0	27.4	29.5	23.7	23.7	0.0	19.3	100.0
花蓮縣	2	0.4	34.1	0.0	34.1	0.0	0.0	0.0	65.9	100.0
臺東縣	3	0.7	100.0	20.8	79.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	9	2.0	34.1	0.0	34.1	49.3	37.7	11.6	16.6	100.0
新竹市	7	1.6	49.6	0.0	49.6	11.3	11.3	0.0	39.1	100.0
嘉義市	5	1.1	65.6	0.0	65.6	34.4	34.4	0.0	0.0	100.0
居住地(分區)										
北部地區	202	45.7	50.6	6.6	44.0	34.3	29.4	4.9	15.0	100.0
中部地區	101	22.9	70.6	17.6	53.0	18.4	16.7	1.7	11.0	100.0
南部地區	124	28.0	61.9	9.3	52.7	21.4	14.8	6.6	16.7	100.0
東部地區	15	3.4	63.5	23.0	40.6	16.0	16.0	0.0	20.5	100.0
平均月收入										
未滿25,250元	45	10.9	54.2	14.6	39.6	22.1	18.3	3.8	23.8	100.0
25,250元~未滿4萬元	93	22.5	60.7	13.3	47.3	29.4	28.2	1.1	10.0	100.0
4萬元~未滿6萬元	125	30.3	65.8	11.7	54.1	23.9	19.0	4.9	10.2	100.0
6萬元~未滿8萬元	50	12.0	61.1	8.1	53.0	26.8	18.6	8.1	12.1	100.0
8萬元及以上	74	18.0	50.6	7.2	43.4	31.2	24.9	6.3	18.2	100.0
無收入	26	6.2	64.4	11.8	52.5	20.0	15.4	4.6	15.7	100.0
收聽頻率										
很少收聽	47	10.6	55.8	14.2	41.6	29.8	24.8	5.0	14.4	100.0
偶爾收聽	81	18.3	64.1	8.3	55.7	21.2	20.1	1.1	14.7	100.0
經常收聽	199	44.9	59.6	11.0	48.6	28.1	22.9	5.2	12.4	100.0
固定收聽	116	26.2	55.1	9.4	45.7	25.9	20.5	5.4	19.0	100.0

	樣本結構		Q24 請問您認為在廣播節目中，若有新聞評論針對時事進行探討，會不會影響您的看法？【若回答有，請追問】請問是偏正面的看法，還是偏負面的看法比較多？				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	有影響， 偏正面比較多	有影響， 偏負面比較多	沒有影響	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	442	100.0	17.1	5.7	66.7	10.4	100.0
性別							
男性	282	63.8	18.2	5.7	66.7	9.3	100.0
女性	160	36.2	15.2	5.8	66.7	12.4	100.0
年齡							
13-19歲	4	0.9	50.2	0.0	49.8	0.0	100.0
20-29歲	40	9.0	18.3	7.6	66.5	7.6	100.0
30-39歲	67	15.1	14.4	10.2	67.2	8.2	100.0
40-49歲	120	27.2	13.2	4.3	69.0	13.5	100.0
50-59歲	104	23.5	19.5	7.8	65.6	7.0	100.0
60-69歲	79	18.0	19.8	1.8	66.0	12.4	100.0
70歲以上	27	6.2	17.1	3.0	64.3	15.6	100.0
教育程度							
國小及以下	12	2.7	16.2	0.0	71.2	12.5	100.0
初中、國中	16	3.7	4.6	10.8	80.3	4.2	100.0
高中、高職	114	25.7	13.3	4.9	72.8	9.0	100.0
專科	69	15.5	21.2	4.8	64.6	9.5	100.0
大學	171	38.8	21.0	5.5	62.5	11.0	100.0
研究所及以上	60	13.6	12.1	8.8	65.2	13.9	100.0
職業	a						
軍警公教	33	7.5	20.7	0.0	63.8	15.5	100.0
自營商/企業主	48	10.9	16.8	5.2	69.2	8.9	100.0
企業主管/專業人員	57	12.9	14.1	6.9	67.2	11.8	100.0
助理專業人員/技術人員	32	7.3	35.1	11.0	46.7	7.3	100.0
文書事務人員	52	11.9	24.6	13.4	54.0	8.0	100.0
商業買賣/服務人員	27	6.1	6.2	3.7	87.0	3.1	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	78	17.6	9.6	3.8	78.9	7.6	100.0
農林漁牧礦	7	1.5	11.1	0.0	66.2	22.7	100.0
學生	14	3.2	36.7	0.0	52.8	10.5	100.0
家管	32	7.3	15.4	2.2	61.6	20.9	100.0
無業/退休/待業	61	13.9	14.0	6.1	68.4	11.4	100.0
溝通主要使用語言							
國語	285	65.2	18.9	5.1	65.9	10.2	100.0
閩南語	141	32.3	14.2	6.9	68.6	10.3	100.0
客語	9	2.1	0.0	12.5	70.3	17.2	100.0
其他語言	2	0.4	0.0	0.0	46.3	53.7	100.0

	樣本結構		Q24 請問您認為在廣播節目中，若有新聞評論針對時事進行探討，會不會影響您的看法？【若回答有，請追問】請問是偏正面的看法，還是偏負面的看法比較多？				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	有影響， 偏正面比較多	有影響， 偏負面比較多	沒有影響	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	442	100.0	17.1	5.7	66.7	10.4	100.0
居住地							
新北市	79	18.0	20.9	3.1	65.0	10.9	100.0
臺北市	54	12.2	20.5	5.8	70.2	3.6	100.0
桃園市	41	9.3	13.9	10.0	67.1	9.0	100.0
臺中市	65	14.7	11.9	4.1	76.2	7.8	100.0
臺南市	34	7.6	20.1	4.7	66.8	8.4	100.0
高雄市	49	11.1	12.4	10.6	63.9	13.1	100.0
新竹縣	12	2.6	19.6	12.1	38.7	29.6	100.0
苗栗縣	9	2.1	33.1	15.3	33.1	18.5	100.0
彰化縣	22	5.1	16.5	0.0	76.7	6.8	100.0
南投縣	5	1.1	14.1	0.0	72.6	13.2	100.0
雲林縣	14	3.2	14.2	5.8	64.2	15.9	100.0
嘉義縣	6	1.3	20.4	12.9	37.8	28.8	100.0
屏東縣	16	3.6	16.4	4.6	70.3	8.8	100.0
宜蘭縣	10	2.3	27.4	10.3	62.3	0.0	100.0
花蓮縣	2	0.4	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0
臺東縣	3	0.7	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0
基隆市	9	2.0	19.9	0.0	71.9	8.2	100.0
新竹市	7	1.6	11.3	0.0	39.9	48.8	100.0
嘉義市	5	1.1	17.1	0.0	65.6	17.3	100.0
居住地(分區)							
北部地區	202	45.7	18.9	5.5	64.7	10.8	100.0
中部地區	101	22.9	15.0	4.0	72.2	8.8	100.0
南部地區	124	28.0	15.8	7.3	64.5	12.4	100.0
東部地區	15	3.4	18.5	7.0	74.5	0.0	100.0
平均月收入							
未滿25,250元	45	10.9	18.1	3.1	69.3	9.5	100.0
25,250元~未滿4萬元	93	22.5	14.8	6.6	73.6	5.0	100.0
4萬元~未滿6萬元	125	30.3	19.5	10.8	59.1	10.6	100.0
6萬元~未滿8萬元	50	12.0	14.1	5.3	70.2	10.4	100.0
8萬元及以上	74	18.0	16.8	2.2	70.4	10.7	100.0
無收入	26	6.2	24.8	0.0	58.1	17.2	100.0
收聽頻率							
很少收聽	47	10.6	23.0	4.4	67.3	5.3	100.0
偶爾收聽	81	18.3	14.0	4.6	70.2	11.2	100.0
經常收聽	199	44.9	18.7	6.4	63.9	11.0	100.0
固定收聽	116	26.2	14.2	5.9	68.8	11.1	100.0

	樣本結構		Q25 就您收聽廣播的經驗中，介紹中國大陸風土民情、新聞、政策、音樂、文化等相關資訊的節目多不多？					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	非常多	有點多	不太多	都沒有	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	1,045	100.0	1.4	3.3	41.8	45.4	8.1	100.0
性別								
男性	603	57.7	1.6	3.0	42.6	45.0	7.9	100.0
女性	442	42.3	1.1	3.8	40.7	45.9	8.5	100.0
年齡								
13-19歲	18	1.7	0.0	11.6	49.1	39.4	0.0	100.0
20-29歲	82	7.8	3.2	5.3	52.7	29.0	9.8	100.0
30-39歲	197	18.9	0.7	2.0	42.4	50.1	4.9	100.0
40-49歲	295	28.2	0.6	4.2	37.6	49.2	8.4	100.0
50-59歲	244	23.3	1.7	1.3	43.0	45.5	8.6	100.0
60-69歲	147	14.1	1.4	3.6	45.7	42.1	7.2	100.0
70歲以上	62	5.9	3.8	5.8	29.7	42.9	17.8	100.0
教育程度								
國小及以下	33	3.2	3.6	0.0	22.2	60.7	13.5	100.0
初中、國中	49	4.7	1.8	2.9	38.5	41.4	15.5	100.0
高中、高職	274	26.2	2.2	4.1	41.0	42.0	10.6	100.0
專科	159	15.2	1.0	3.0	49.8	39.8	6.5	100.0
大學	406	38.8	0.7	3.1	43.5	45.8	6.9	100.0
研究所及以上	124	11.8	1.4	3.5	34.5	55.9	4.8	100.0
職業								
軍警公教	58	5.5	6.0	0.0	46.1	46.4	1.4	100.0
自營商/企業主	104	10.0	2.9	7.9	38.6	41.4	9.2	100.0
企業主管/專業人員	140	13.5	1.1	3.1	40.2	49.1	6.5	100.0
助理專業人員/技術人員	71	6.9	0.0	3.8	46.8	42.4	7.1	100.0
文書事務人員	148	14.2	0.0	4.1	44.5	47.7	3.7	100.0
商業買賣/服務人員	85	8.2	1.7	1.7	40.7	46.5	9.4	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	0.5	1.6	44.4	43.4	10.1	100.0
農林漁牧礦	17	1.6	0.0	0.0	32.5	49.7	17.7	100.0
學生	31	3.0	0.0	10.5	56.3	33.2	0.0	100.0
家管	81	7.8	2.2	3.7	31.3	53.4	9.4	100.0
無業/退休/待業	125	12.0	1.9	2.3	39.1	43.7	13.0	100.0
溝通主要使用語言								
國語	676	66.1	1.4	3.3	43.0	46.2	6.0	100.0
閩南語	323	31.5	1.2	3.5	40.3	43.7	11.2	100.0
客語	23	2.2	0.0	0.0	38.8	40.1	21.1	100.0
其他語言	2	0.2	0.0	53.7	0.0	46.3	0.0	100.0

	樣本結構		Q25 就您收聽廣播的經驗中，介紹中國大陸風土民情、新聞、政策、音樂、文化等相關資訊的節目多不多？					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	非常多	有點多	不太多	都沒有	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	1,045	100.0	1.4	3.3	41.8	45.4	8.1	100.0
居住地								
新北市	170	16.2	0.0	2.1	42.5	43.5	11.9	100.0
臺北市	101	9.7	1.6	4.8	43.5	43.4	6.7	100.0
桃園市	100	9.6	1.0	3.1	45.7	44.4	5.8	100.0
臺中市	140	13.4	1.9	6.3	41.8	40.4	9.6	100.0
臺南市	97	9.3	0.8	2.7	40.2	51.8	4.6	100.0
高雄市	139	13.3	0.6	2.1	41.4	49.1	6.7	100.0
新竹縣	25	2.4	3.3	0.0	31.6	65.1	0.0	100.0
苗栗縣	15	1.4	0.0	14.8	53.7	31.5	0.0	100.0
彰化縣	64	6.1	3.4	1.2	51.5	33.7	10.2	100.0
南投縣	17	1.6	0.0	0.0	23.6	66.1	10.3	100.0
雲林縣	35	3.3	9.1	2.5	37.5	42.7	8.2	100.0
嘉義縣	14	1.4	0.0	0.0	32.9	45.5	21.6	100.0
屏東縣	39	3.7	1.7	4.8	54.2	29.0	10.2	100.0
宜蘭縣	22	2.1	0.0	0.0	30.9	59.9	9.2	100.0
花蓮縣	11	1.0	5.4	0.0	40.9	46.6	7.1	100.0
臺東縣	4	0.4	0.0	22.8	33.4	43.8	0.0	100.0
基隆市	20	1.9	0.0	3.7	35.8	53.5	7.0	100.0
新竹市	17	1.7	0.0	0.0	18.4	70.6	10.9	100.0
嘉義市	14	1.3	0.0	8.6	35.6	49.7	6.1	100.0
居住地(分區)								
北部地區	433	41.5	0.8	2.8	41.6	46.5	8.3	100.0
中部地區	236	22.6	2.1	5.0	43.9	39.9	9.2	100.0
南部地區	339	32.4	1.6	2.8	41.5	46.8	7.3	100.0
東部地區	37	3.6	1.6	2.5	34.0	54.3	7.6	100.0
平均月收入								
未滿25,250元	100	10.3	2.7	4.4	30.5	52.8	9.6	100.0
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	0.5	2.8	43.5	43.2	10.1	100.0
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	1.4	3.9	43.5	47.9	3.4	100.0
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	1.3	2.5	42.3	49.7	4.2	100.0
8萬元及以上	128	13.2	1.1	2.7	48.3	38.3	9.5	100.0
無收入	75	7.7	2.6	6.3	35.2	50.3	5.6	100.0
收聽頻率								
很少收聽	118	11.3	3.6	3.4	28.1	55.5	9.4	100.0
偶爾收聽	204	19.6	1.0	2.0	41.7	49.0	6.3	100.0
經常收聽	428	41.0	1.1	3.6	43.7	42.6	9.0	100.0
固定收聽	294	28.1	1.2	3.8	44.6	42.8	7.6	100.0

	樣本結構		Q26 請問您認為在廣播節目中，若有介紹與中國大陸相關的資訊，會不會影響您對中國大陸的看法？【若回答有，請追問】請問是偏正面的看法，還是偏負面的看法比較多？				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	有影響， 偏正面比較多	有影響， 偏負面比較多	沒有影響	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	134	100.0	3.1	4.6	64.5	27.8	100.0
性別							
男性	75	56.0	3.4	0.9	64.0	31.6	100.0
女性	59	44.0	2.6	9.2	65.2	23.0	100.0
年齡							
13-19歲	2	1.5	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0
20-29歲	15	11.1	8.0	10.5	73.8	7.6	100.0
30-39歲	15	11.1	0.0	0.0	67.8	32.2	100.0
40-49歲	39	29.1	0.0	5.3	72.7	21.9	100.0
50-59歲	28	21.0	0.0	6.3	62.1	31.5	100.0
60-69歲	18	13.4	16.4	3.9	33.0	46.8	100.0
70歲以上	17	12.7	0.0	0.0	67.8	32.2	100.0
教育程度							
國小及以下	6	4.2	34.3	0.0	26.7	39.1	100.0
初中、國中	10	7.4	0.0	0.0	65.5	34.5	100.0
高中、高職	46	34.6	1.7	5.4	61.2	31.8	100.0
專科	17	12.4	4.7	12.5	68.3	14.5	100.0
大學	44	32.5	1.5	3.6	69.0	25.9	100.0
研究所及以上	12	8.9	0.0	0.0	73.0	27.0	100.0
職業							
軍警公教	4	3.3	27.7	0.0	20.4	51.9	100.0
自營商/企業主	21	15.7	0.0	5.7	77.7	16.6	100.0
企業主管/專業人員	15	11.3	0.0	0.0	51.1	48.9	100.0
助理專業人員/技術人員	8	5.8	10.1	0.0	89.9	0.0	100.0
文書事務人員	12	8.7	0.0	13.6	54.3	32.1	100.0
商業買賣/服務人員	11	8.2	5.9	0.0	75.3	18.8	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	22	16.7	3.4	8.1	67.8	20.7	100.0
農林漁牧礦	3	2.2	0.0	0.0	75.9	24.1	100.0
學生	3	2.5	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0
家管	12	9.4	6.2	7.3	58.6	28.0	100.0
無業/退休/待業	21	16.2	0.0	3.2	54.6	42.2	100.0
溝通主要使用語言 ^a							
國語	73	56.0	2.7	1.2	71.7	24.4	100.0
閩南語	51	39.6	2.7	8.4	61.4	27.4	100.0
客語	5	3.7	0.0	0.0	17.5	82.5	100.0
其他語言	1	0.7	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q26 請問您認為在廣播節目中，若有介紹與中國大陸相關的資訊，會不會影響您對中國大陸的看法？【若回答有，請追問】請問是偏正面的看法，還是偏負面的看法比較多？				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	有影響， 偏正面比較多	有影響， 偏負面比較多	沒有影響	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	134	100.0	3.1	4.6	64.5	27.8	100.0
居住地							
新北市	24	17.7	0.0	11.6	67.6	20.8	100.0
臺北市	13	9.9	5.9	0.0	75.9	18.2	100.0
桃園市	10	7.4	0.0	7.0	58.6	34.4	100.0
臺中市	25	18.6	7.3	3.6	66.0	23.1	100.0
臺南市	8	5.8	0.0	0.0	73.1	26.9	100.0
高雄市	13	9.9	0.0	6.8	64.8	28.3	100.0
新竹縣	1	0.6	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0
苗栗縣	2	1.7	0.0	0.0	63.4	36.6	100.0
彰化縣	9	7.1	16.1	0.0	75.9	8.0	100.0
南投縣	2	1.3	0.0	0.0	35.3	64.7	100.0
雲林縣	7	5.1	0.0	12.8	42.2	45.0	100.0
嘉義縣	3	2.3	0.0	0.0	76.9	23.1	100.0
屏東縣	7	4.9	0.0	0.0	68.3	31.7	100.0
宜蘭縣	2	1.5	0.0	0.0	48.6	51.4	100.0
花蓮縣	1	1.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0
臺東縣	1	0.7	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0
基隆市	2	1.6	0.0	0.0	65.3	34.7	100.0
新竹市	2	1.4	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0
嘉義市	2	1.5	0.0	0.0	58.3	41.7	100.0
居住地(分區)							
北部地區	52	38.6	1.5	6.7	64.3	27.5	100.0
中部地區	38	28.6	8.7	2.3	66.9	22.1	100.0
南部地區	40	29.5	0.0	4.5	63.7	31.8	100.0
東部地區	4	3.2	0.0	0.0	53.9	46.1	100.0
平均月收入							
未滿25,250元	17	14.5	4.5	9.4	58.6	27.5	100.0
25,250元~未滿4萬元	38	33.2	3.7	2.4	74.8	19.2	100.0
4萬元~未滿6萬元	23	20.2	3.3	11.8	51.5	33.5	100.0
6萬元~未滿8萬元	9	7.8	0.0	0.0	86.8	13.2	100.0
8萬元及以上	17	14.9	0.0	5.2	61.2	33.5	100.0
無收入	11	9.4	11.0	0.0	81.2	7.8	100.0
收聽頻率							
很少收聽	19	14.5	10.1	10.7	63.0	16.1	100.0
偶爾收聽	19	14.1	4.0	0.0	65.9	30.1	100.0
經常收聽	59	43.8	0.0	4.2	66.6	29.2	100.0
固定收聽	37	27.6	3.8	4.3	61.4	30.5	100.0

	樣本結構		Q27請問您有沒有參加過廣播電臺的主持人或節目的相關活動？(包含抽獎、Call-in...等)【若有，請續問】請問您參加過哪些活動？【複選題】			
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	電臺實體活動 (非線上)	線上活動	都沒有參加過	忘記了/ 無意見/ 拒答
整體	1,045	100.0	4.9	1.6	93.3	0.3
性別						
男性	603	57.7	4.6	1.2	94.1	0.4
女性	442	42.3	5.4	2.2	92.4	0.3
年齡						
13-19歲	18	1.7	0.0	0.0	100.0	0.0
20-29歲	82	7.8	3.3	1.9	94.8	0.0
30-39歲	197	18.9	9.8	1.8	87.8	0.6
40-49歲	295	28.2	3.9	2.1	93.6	0.8
50-59歲	244	23.3	4.6	1.0	94.7	0.0
60-69歲	147	14.1	3.9	1.9	94.2	0.0
70歲以上	62	5.9	1.4	0.0	98.6	0.0
教育程度						
國小及以下	33	3.2	0.0	0.0	100.0	0.0
初中、國中	49	4.7	1.4	0.0	98.6	0.0
高中、高職	274	26.2	3.0	0.8	96.4	0.0
專科	159	15.2	5.2	1.6	92.5	0.8
大學	406	38.8	6.2	1.5	91.8	0.6
研究所及以上	124	11.8	7.4	4.6	88.9	0.0
職業						
軍警公教	58	5.5	3.1	0.0	96.9	0.0
自營商/企業主	104	10.0	4.3	1.8	91.6	2.3
企業主管/專業人員	140	13.5	5.1	4.2	89.9	0.8
助理專業人員/技術人員	71	6.9	3.5	3.8	92.7	0.0
文書事務人員	148	14.2	9.0	2.1	89.7	0.0
商業買賣/服務人員	85	8.2	8.7	0.0	91.3	0.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	1.8	0.0	98.2	0.0
農林漁牧礦	17	1.6	4.3	0.0	95.7	0.0
學生	31	3.0	0.0	0.0	100.0	0.0
家管	81	7.8	3.7	3.2	94.2	0.0
無業/退休/待業	125	12.0	6.3	0.5	93.2	0.0
溝通主要使用語言						
國語	676	66.1	5.6	1.8	92.8	0.2
閩南語	323	31.5	3.8	1.4	94.4	0.4
客語	23	2.2	2.9	0.0	97.1	0.0
其他語言	2	0.2	0.0	0.0	100.0	0.0

	樣本結構		Q27請問您有沒有參加過廣播電臺的主持人或節目的相關活動？(包含抽獎、Call-in...等)【若有，請續問】請問您參加過哪些活動？【複選題】			
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	電臺實體活動 (非線上)	線上活動	都沒有參加過	忘記了/ 無意見/ 拒答
整體	1,045	100.0	4.9	1.6	93.3	0.3
居住地						
新北市	170	16.2	5.2	1.5	93.9	0.0
臺北市	101	9.7	4.2	4.0	92.9	0.0
桃園市	100	9.6	0.7	1.2	98.1	0.0
臺中市	140	13.4	6.5	2.3	90.3	0.8
臺南市	97	9.3	5.3	3.2	91.5	0.0
高雄市	139	13.3	4.8	0.0	94.3	0.8
新竹縣	25	2.4	12.6	0.0	87.4	0.0
苗栗縣	15	1.4	9.4	0.0	90.6	0.0
彰化縣	64	6.1	8.8	1.2	90.0	0.0
南投縣	17	1.6	11.7	0.0	88.3	0.0
雲林縣	35	3.3	0.0	0.0	100.0	0.0
嘉義縣	14	1.4	5.0	0.0	95.0	0.0
屏東縣	39	3.7	5.1	2.4	92.4	0.0
宜蘭縣	22	2.1	0.0	0.0	100.0	0.0
花蓮縣	11	1.0	7.1	0.0	92.9	0.0
臺東縣	4	0.4	0.0	0.0	100.0	0.0
基隆市	20	1.9	0.0	0.0	100.0	0.0
新竹市	17	1.7	4.9	4.9	90.2	0.0
嘉義市	14	1.3	0.0	0.0	91.4	8.6
居住地(分區)						
北部地區	433	41.5	4.1	2.0	94.4	0.0
中部地區	236	22.6	7.7	1.7	90.1	0.5
南部地區	339	32.4	4.3	1.2	93.8	0.7
東部地區	37	3.6	2.0	0.0	98.0	0.0
平均月收入						
未滿25,250元	100	10.3	2.8	2.0	95.2	0.0
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	5.2	1.0	93.7	0.4
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	3.8	2.6	93.6	0.0
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	4.8	1.0	93.1	1.0
8萬元及以上	128	13.2	8.4	2.3	90.2	0.0
無收入	75	7.7	6.3	0.0	93.7	0.0
收聽頻率						
很少收聽	118	11.3	5.3	0.6	94.0	0.0
偶爾收聽	204	19.6	1.1	1.2	97.1	0.6
經常收聽	428	41.0	5.4	2.0	92.7	0.3
固定收聽	294	28.1	6.7	1.8	91.4	0.4

	樣本結構		Q29 請問您有加入廣播電臺、節目或主持人的粉絲團(FB)嗎？【複選題】				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	電台FB	節目FB	主持人FB	都沒有加入	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	1,045	100.0	3.2	1.1	6.1	91.4	0.2
性別							
男性	603	57.7	3.1	1.2	5.3	92.3	0.2
女性	442	42.3	3.5	1.0	7.4	90.2	0.2
年齡							
13-19歲	18	1.7	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
20-29歲	82	7.8	3.1	1.4	7.5	88.0	0.0
30-39歲	197	18.9	5.2	0.0	10.9	87.0	0.0
40-49歲	295	28.2	3.9	1.1	7.9	89.1	0.7
50-59歲	244	23.3	3.0	2.4	2.7	94.3	0.0
60-69歲	147	14.1	1.0	0.9	4.6	94.5	0.0
70歲以上	62	5.9	1.0	0.0	0.0	99.0	0.0
教育程度							
國小及以下	33	3.2	3.6	0.0	0.0	96.4	0.0
初中、國中	49	4.7	1.3	1.8	0.0	96.8	0.0
高中、高職	274	26.2	2.3	0.4	3.9	94.7	0.3
專科	159	15.2	4.5	0.5	3.6	92.7	0.0
大學	406	38.8	3.4	1.2	10.0	87.7	0.0
研究所及以上	124	11.8	4.0	3.1	6.0	90.7	0.9
職業							
軍警公教	58	5.5	2.1	0.0	12.3	85.7	0.0
自營商/企業主	104	10.0	4.4	2.2	4.8	92.9	0.9
企業主管/專業人員	140	13.5	3.6	1.8	8.8	89.7	0.0
助理專業人員/技術人員	71	6.9	5.8	0.0	6.3	87.9	0.0
文書事務人員	148	14.2	4.9	1.2	8.8	87.1	0.7
商業買賣/服務人員	85	8.2	3.8	2.3	2.3	94.8	0.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	2.7	0.0	7.4	91.3	0.0
農林漁牧礦	17	1.6	4.1	0.0	6.6	89.3	0.0
學生	31	3.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
家管	81	7.8	0.0	2.0	4.4	93.6	0.0
無業/退休/待業	125	12.0	2.4	1.3	1.1	96.3	0.0
溝通主要使用語言							
國語	676	66.1	4.1	1.5	7.6	89.3	0.3
閩南語	323	31.5	1.4	0.3	3.6	95.4	0.0
客語	23	2.2	0.0	2.9	6.9	93.1	0.0
其他語言	2	0.2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

	樣本結構		Q29 請問您有加入廣播電臺、節目或主持人的粉絲團(FB)嗎？【複選題】				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	電台FB	節目FB	主持人FB	都沒有加入	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	1,045	100.0	3.2	1.1	6.1	91.4	0.2
居住地							
新北市	170	16.2	2.4	2.3	8.6	89.1	0.0
臺北市	101	9.7	2.7	1.1	2.9	93.1	1.1
桃園市	100	9.6	2.5	0.0	3.4	94.1	0.0
臺中市	140	13.4	3.1	0.5	6.2	90.4	0.6
臺南市	97	9.3	1.3	0.8	6.9	92.3	0.0
高雄市	139	13.3	5.9	0.0	6.6	88.3	0.0
新竹縣	25	2.4	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
苗栗縣	15	1.4	9.4	0.0	9.4	90.6	0.0
彰化縣	64	6.1	6.7	3.0	12.7	85.6	0.0
南投縣	17	1.6	0.0	6.7	11.2	82.1	0.0
雲林縣	35	3.3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
嘉義縣	14	1.4	0.0	0.0	5.0	95.0	0.0
屏東縣	39	3.7	1.7	3.4	5.8	92.4	0.0
宜蘭縣	22	2.1	6.2	0.0	6.2	93.8	0.0
花蓮縣	11	1.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
臺東縣	4	0.4	50.6	0.0	50.6	49.4	0.0
基隆市	20	1.9	4.0	4.0	4.0	96.0	0.0
新竹市	17	1.7	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
嘉義市	14	1.3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
居住地(分區)							
北部地區	433	41.5	2.3	1.3	5.0	92.6	0.3
中部地區	236	22.6	4.2	1.6	8.5	88.5	0.4
南部地區	339	32.4	3.0	0.6	5.6	91.9	0.0
東部地區	37	3.6	9.4	0.0	9.4	90.6	0.0
平均月收入							
未滿25,250元	100	10.3	3.3	0.0	1.6	95.8	0.0
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	3.0	0.9	7.9	90.2	0.0
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	4.1	0.9	7.9	89.5	0.3
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	2.8	1.6	5.9	91.3	0.0
8萬元及以上	128	13.2	2.4	3.2	6.5	92.6	0.0
無收入	75	7.7	2.5	0.0	2.6	95.0	0.0
收聽頻率							
很少收聽	118	11.3	1.0	0.0	3.1	95.9	0.0
偶爾收聽	204	19.6	3.7	1.0	3.4	93.4	0.0
經常收聽	428	41.0	2.9	1.2	7.6	89.9	0.5
固定收聽	294	28.1	4.3	1.6	7.2	90.3	0.0

	樣本結構		Q31 請問您有沒有看過電臺節目的網路直播呢？		
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	有	沒有	合計
整體	1,045	100.0	18.2	81.8	100.0
性別					
男性	603	57.7	20.9	79.1	100.0
女性	442	42.3	14.4	85.6	100.0
年齡					
13-19歲	18	1.7	14.0	86.0	100.0
20-29歲	82	7.8	22.4	77.6	100.0
30-39歲	197	18.9	12.9	87.1	100.0
40-49歲	295	28.2	18.4	81.6	100.0
50-59歲	244	23.3	19.7	80.3	100.0
60-69歲	147	14.1	21.3	78.7	100.0
70歲以上	62	5.9	16.1	83.9	100.0
教育程度					
國小及以下	33	3.2	18.4	81.6	100.0
初中、國中	49	4.7	18.9	81.1	100.0
高中、高職	274	26.2	12.4	87.6	100.0
專科	159	15.2	19.9	80.1	100.0
大學	406	38.8	19.2	80.8	100.0
研究所及以上	124	11.8	25.2	74.8	100.0
職業	**				
軍警公教	58	5.5	18.3	81.7	100.0
自營商/企業主	104	10.0	16.9	83.1	100.0
企業主管/專業人員	140	13.5	25.8	74.2	100.0
助理專業人員/技術人員	71	6.9	24.9	75.1	100.0
文書事務人員	148	14.2	14.1	85.9	100.0
商業買賣/服務人員	85	8.2	13.1	86.9	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	10.8	89.2	100.0
農林漁牧礦	17	1.6	15.3	84.7	100.0
學生	31	3.0	16.5	83.5	100.0
家管	81	7.8	16.5	83.5	100.0
無業/退休/待業	125	12.0	27.5	72.5	100.0
溝通主要使用語言					
國語	676	66.1	18.8	81.2	100.0
閩南語	323	31.5	17.1	82.9	100.0
客語	23	2.2	15.0	85.0	100.0
其他語言	2	0.2	46.3	53.7	100.0

	樣本結構		Q31 請問您有沒有看過電臺節目的網路直播呢？		
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	有	沒有	合計
整體	1,045	100.0	18.2	81.8	100.0
居住地 ^a					
新北市	170	16.2	22.0	78.0	100.0
臺北市	101	9.7	29.3	70.7	100.0
桃園市	100	9.6	12.5	87.5	100.0
臺中市	140	13.4	17.8	82.2	100.0
臺南市	97	9.3	18.5	81.5	100.0
高雄市	139	13.3	12.6	87.4	100.0
新竹縣	25	2.4	7.0	93.0	100.0
苗栗縣	15	1.4	24.5	75.5	100.0
彰化縣	64	6.1	11.6	88.4	100.0
南投縣	17	1.6	13.4	86.6	100.0
雲林縣	35	3.3	20.0	80.0	100.0
嘉義縣	14	1.4	6.5	93.5	100.0
屏東縣	39	3.7	14.8	85.2	100.0
宜蘭縣	22	2.1	19.8	80.2	100.0
花蓮縣	11	1.0	33.1	66.9	100.0
臺東縣	4	0.4	17.4	82.6	100.0
基隆市	20	1.9	13.2	86.8	100.0
新竹市	17	1.7	15.0	85.0	100.0
嘉義市	14	1.3	52.7	47.3	100.0
居住地(分區)					
北部地區	433	41.5	20.0	80.0	100.0
中部地區	236	22.6	16.2	83.8	100.0
南部地區	339	32.4	16.7	83.3	100.0
東部地區	37	3.6	23.4	76.6	100.0
平均月收入					
未滿25,250元	100	10.3	15.7	84.3	100.0
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	14.6	85.4	100.0
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	18.8	81.2	100.0
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	22.4	77.6	100.0
8萬元及以上	128	13.2	21.5	78.5	100.0
無收入	75	7.7	20.7	79.3	100.0
收聽頻率 [*]					
很少收聽	118	11.3	17.8	82.2	100.0
偶爾收聽	204	19.6	14.7	85.3	100.0
經常收聽	428	41.0	16.1	83.9	100.0
固定收聽	294	28.1	23.7	76.3	100.0

	樣本結構		Q32 請問您會收看電臺節目網路直播的主要原因是？【複選題】				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	可以看到 更多畫面	可以看到主持 人或來賓	節目內容 有興趣	喜歡/認同 主持人 (主持風格/外型)	訊號較好
整體	190	100.0	22.8	18.3	11.8	9.8	6.0
性別							
男性	126	66.4	23.9	15.8	14.3	9.1	7.0
女性	64	33.6	20.7	23.3	7.0	11.3	4.0
年齡							
13-19歲	2	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20-29歲	18	9.6	17.0	29.2	15.9	0.0	0.0
30-39歲	26	13.4	5.5	27.0	5.5	10.0	15.5
40-49歲	54	28.6	24.0	22.6	13.8	11.5	5.9
50-59歲	48	25.3	29.6	14.1	14.0	9.0	3.4
60-69歲	31	16.5	24.5	11.3	10.4	13.6	8.0
70歲以上	10	5.3	39.2	0.0	7.1	13.0	0.0
教育程度							
國小及以下	6	3.2	10.7	19.4	0.0	0.0	0.0
初中、國中	9	4.9	18.4	9.8	9.5	8.2	9.5
高中、高職	34	17.8	19.9	16.6	4.7	19.9	0.0
專科	32	16.7	38.7	19.2	7.4	4.3	2.4
大學	78	41.0	16.4	20.0	13.0	10.1	8.5
研究所及以上	31	16.4	29.6	17.7	24.2	6.3	9.9
職業							
軍警公教	11	5.6	44.0	11.3	0.0	0.0	16.9
自營商/企業主	17	9.3	32.1	25.4	16.3	16.0	0.0
企業主管/專業人員	36	19.1	17.7	17.1	20.1	13.3	8.7
助理專業人員/技術人員	18	9.4	22.5	16.8	14.4	12.4	0.0
文書事務人員	21	11.0	28.5	22.6	10.9	10.8	5.3
商業買賣/服務人員	11	5.9	7.4	29.4	0.0	17.1	0.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	20	10.4	10.1	16.3	4.2	0.0	7.3
農林漁牧礦	3	1.4	0.0	43.4	29.7	0.0	29.7
學生	5	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
家管	13	7.1	20.7	26.2	12.1	6.8	6.3
無業/退休/待業	34	18.2	32.8	12.6	12.7	11.1	2.4
溝通主要使用語言							
國語	127	68.2	22.1	19.8	11.4	9.1	6.9
閩南語	55	29.5	26.1	15.3	12.8	12.8	4.5
客語	3	1.8	0.0	33.9	25.7	0.0	0.0
其他語言	1	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q32 請問您會收看電臺節目網路直播的主要原因是？【複選題】				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	可以看到 更多畫面	可以看到主持 人或來賓	節目內容 有興趣	喜歡/認同 主持人 (主持風格/外型)	訊號較好
整體	190	100.0	22.8	18.3	11.8	9.8	6.0
居住地							
新北市	37	19.7	28.3	14.6	10.9	14.0	13.0
臺北市	30	15.6	17.6	19.6	9.1	6.3	3.7
桃園市	12	6.6	6.0	13.5	33.5	7.8	6.1
臺中市	25	13.1	13.4	37.6	3.6	8.1	4.4
臺南市	18	9.5	37.4	23.2	7.7	8.7	0.0
高雄市	18	9.2	36.8	11.4	9.5	9.9	4.8
新竹縣	2	0.9	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0
苗栗縣	4	1.9	0.0	0.0	38.0	0.0	0.0
彰化縣	7	3.9	25.7	17.9	11.1	14.5	0.0
南投縣	2	1.2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
雲林縣	7	3.7	20.1	12.7	34.4	0.0	12.6
嘉義縣	1	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
屏東縣	6	3.0	11.7	20.0	0.0	0.0	0.0
宜蘭縣	4	2.3	31.3	0.0	0.0	22.2	0.0
花蓮縣	4	1.9	31.5	21.5	0.0	15.5	0.0
臺東縣	1	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	3	1.4	0.0	0.0	0.0	69.8	0.0
新竹市	3	1.4	0.0	42.7	0.0	0.0	0.0
嘉義市	7	3.9	39.6	0.0	16.3	11.5	11.5
居住地(分區)							
北部地區	87	45.5	20.2	16.3	14.7	11.5	7.8
中部地區	38	20.1	13.7	30.9	8.1	8.1	2.9
南部地區	57	29.8	32.1	14.5	11.7	7.3	6.2
東部地區	9	4.6	28.8	8.8	0.0	17.6	0.0
平均月收入							
未滿25,250元	16	8.9	33.5	12.0	5.3	10.4	0.0
25,250元~未滿4萬元	42	23.6	22.2	26.1	13.0	7.0	7.5
4萬元~未滿6萬元	50	28.7	29.8	19.8	15.3	12.1	7.7
6萬元~未滿8萬元	25	14.3	20.6	9.0	11.5	18.8	13.6
8萬元及以上	28	15.7	14.6	25.8	14.1	6.1	0.0
無收入	15	8.8	13.0	12.2	0.0	10.4	0.0
收聽頻率							
很少收聽	21	11.1	10.8	11.2	4.2	4.9	6.8
偶爾收聽	30	15.8	21.0	21.5	15.4	12.7	2.8
經常收聽	69	36.4	27.2	24.7	15.8	13.0	5.5
固定收聽	70	36.7	22.9	12.8	8.7	6.9	7.5

	樣本結構		Q32 請問您會收看電臺節目網路直播的主要原因是？【複選題】(續)				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	隨時 可以收看	可以直接跟 主持人或 來賓互動	廣播沒聽到 改看直播	剛好看到 非固定去看	不知道/ 無意見/ 拒答
整體	190	100.0	5.5	4.3	3.4	11.3	22.5
性別							
男性	126	66.4	6.9	3.8	3.7	11.1	21.6
女性	64	33.6	2.8	5.3	2.8	11.7	24.2
年齡							
13-19歲	2	1.3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
20-29歲	18	9.6	7.6	8.6	0.0	16.6	21.2
30-39歲	26	13.4	11.2	0.0	0.0	8.8	32.1
40-49歲	54	28.6	3.9	7.5	6.0	2.2	18.1
50-59歲	48	25.3	3.7	3.5	5.0	16.1	19.8
60-69歲	31	16.5	7.5	2.6	2.6	10.2	27.8
70歲以上	10	5.3	0.0	0.0	0.0	15.6	25.1
教育程度							
國小及以下	6	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	69.9
初中、國中	9	4.9	9.5	0.0	0.0	18.7	45.3
高中、高職	34	17.8	0.0	3.2	0.0	16.7	27.9
專科	32	16.7	0.0	2.8	2.5	18.1	6.9
大學	78	41.0	10.0	5.3	4.8	7.8	23.5
研究所及以上	31	16.4	5.9	6.6	6.4	7.5	13.7
職業							
軍警公教	11	5.6	16.9	8.5	6.6	5.5	15.2
自營商/企業主	17	9.3	0.0	0.0	0.0	8.5	17.5
企業主管/專業人員	36	19.1	5.7	2.2	7.0	11.2	15.1
助理專業人員/技術人員	18	9.4	0.0	4.7	6.2	0.0	28.9
文書事務人員	21	11.0	10.9	5.2	5.2	4.2	17.6
商業買賣/服務人員	11	5.9	0.0	8.8	0.0	24.6	22.5
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	20	10.4	7.3	5.6	5.6	15.9	35.0
農林漁牧礦	3	1.4	0.0	0.0	0.0	26.9	0.0
學生	5	2.7	0.0	0.0	0.0	77.7	22.3
家管	13	7.1	6.3	6.8	0.0	11.5	29.6
無業/退休/待業	34	18.2	2.0	4.6	0.0	7.1	27.3
溝通主要使用語言							
國語	127	68.2	5.7	6.4	5.1	11.2	17.7
閩南語	55	29.5	3.1	0.0	0.0	10.4	32.0
客語	3	1.8	45.1	0.0	0.0	20.9	0.0
其他語言	1	0.4	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

	樣本結構		Q32 請問您會收看電臺節目網路直播的主要原因是？【複選題】(續)				
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	隨時 可以收看	可以直接跟 主持人或 來賓互動	廣播沒聽到 改看直播	剛好看到 非固定去看	不知道/ 無意見/ 拒答
整體	190	100.0	5.5	4.3	3.4	11.3	22.5
居住地							
新北市	37	19.7	10.8	4.6	2.4	8.7	22.7
臺北市	30	15.6	0.0	7.3	11.0	13.8	17.9
桃園市	12	6.6	0.0	7.8	0.0	5.7	25.6
臺中市	25	13.1	0.0	3.6	2.8	10.0	24.6
臺南市	18	9.5	7.7	0.0	4.4	4.5	25.8
高雄市	18	9.2	4.8	8.9	4.7	15.0	13.3
新竹縣	2	0.9	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	4	1.9	0.0	0.0	0.0	23.8	38.3
彰化縣	7	3.9	0.0	0.0	0.0	10.3	35.0
南投縣	2	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
雲林縣	7	3.7	12.6	0.0	0.0	0.0	32.8
嘉義縣	1	0.5	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
屏東縣	6	3.0	11.6	0.0	0.0	32.7	24.1
宜蘭縣	4	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	46.5
花蓮縣	4	1.9	0.0	0.0	0.0	16.4	15.2
臺東縣	1	0.4	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
基隆市	3	1.4	0.0	30.2	0.0	0.0	0.0
新竹市	3	1.4	0.0	0.0	0.0	57.3	0.0
嘉義市	7	3.9	11.5	0.0	0.0	16.4	16.3
居住地(分區)							
北部地區	87	45.5	5.7	6.6	4.8	11.0	19.6
中部地區	38	20.1	0.0	2.4	1.8	10.7	29.4
南部地區	57	29.8	9.8	2.8	2.9	11.5	20.9
東部地區	9	4.6	0.0	0.0	0.0	15.0	29.9
平均月收入							
未滿25,250元	16	8.9	0.0	0.0	0.0	11.0	33.0
25,250元~未滿4萬元	42	23.6	10.6	2.2	0.0	7.1	20.0
4萬元~未滿6萬元	50	28.7	1.7	1.9	4.7	4.1	18.5
6萬元~未滿8萬元	25	14.3	13.6	11.2	4.3	10.9	23.1
8萬元及以上	28	15.7	0.0	2.9	10.9	11.1	20.8
無收入	15	8.8	0.0	10.1	0.0	25.9	28.5
收聽頻率							
很少收聽	21	11.1	6.8	7.4	0.0	33.3	25.4
偶爾收聽	30	15.8	2.8	0.0	3.6	14.4	17.1
經常收聽	69	36.4	6.6	7.1	5.4	3.8	14.6
固定收聽	70	36.7	5.2	2.4	2.4	10.7	31.7

	樣本結構		Q33 請問您最近半年內，是否有因聽廣播節目而購買過產品或服務嗎？		
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	有	沒有	合計
整體	1,045	100.0	5.9	94.1	100.0
性別					
男性	603	57.7	5.0	95.0	100.0
女性	442	42.3	7.2	92.8	100.0
年齡 **					
13-19歲	18	1.7	0.0	100.0	100.0
20-29歲	82	7.8	4.8	95.2	100.0
30-39歲	197	18.9	2.6	97.4	100.0
40-49歲	295	28.2	3.6	96.4	100.0
50-59歲	244	23.3	7.8	92.2	100.0
60-69歲	147	14.1	10.9	89.1	100.0
70歲以上	62	5.9	11.6	88.4	100.0
教育程度 ***					
國小及以下	33	3.2	25.2	74.8	100.0
初中、國中	49	4.7	11.4	88.6	100.0
高中、高職	274	26.2	6.7	93.3	100.0
專科	159	15.2	5.8	94.2	100.0
大學	406	38.8	4.4	95.6	100.0
研究所及以上	124	11.8	2.2	97.8	100.0
職業 *					
軍警公教	58	5.5	3.6	96.4	100.0
自營商/企業主	104	10.0	5.0	95.0	100.0
企業主管/專業人員	140	13.5	3.1	96.9	100.0
助理專業人員/技術人員	71	6.9	4.4	95.6	100.0
文書事務人員	148	14.2	5.2	94.8	100.0
商業買賣/服務人員	85	8.2	4.3	95.7	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	6.2	93.8	100.0
農林漁牧礦	17	1.6	8.0	92.0	100.0
學生	31	3.0	0.0	100.0	100.0
家管	81	7.8	6.3	93.7	100.0
無業/退休/待業	125	12.0	14.7	85.3	100.0
溝通主要使用語言					
國語	676	66.1	4.5	95.5	100.0
閩南語	323	31.5	8.8	91.2	100.0
客語	23	2.2	3.0	97.0	100.0
其他語言	2	0.2	0.0	100.0	100.0

	樣本結構		Q33 請問您最近半年內，是否有因聽廣播節目而購買過產品或服務嗎？		
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	有	沒有	合計
整體	1,045	100.0	5.9	94.1	100.0
居住地					
新北市	170	16.2	4.4	95.6	100.0
臺北市	101	9.7	3.2	96.8	100.0
桃園市	100	9.6	4.8	95.2	100.0
臺中市	140	13.4	11.2	88.8	100.0
臺南市	97	9.3	5.8	94.2	100.0
高雄市	139	13.3	4.3	95.7	100.0
新竹縣	25	2.4	0.0	100.0	100.0
苗栗縣	15	1.4	0.0	100.0	100.0
彰化縣	64	6.1	12.6	87.4	100.0
南投縣	17	1.6	18.1	81.9	100.0
雲林縣	35	3.3	2.5	97.5	100.0
嘉義縣	14	1.4	0.0	100.0	100.0
屏東縣	39	3.7	8.4	91.6	100.0
宜蘭縣	22	2.1	4.7	95.3	100.0
花蓮縣	11	1.0	10.2	89.8	100.0
臺東縣	4	0.4	0.0	100.0	100.0
基隆市	20	1.9	0.0	100.0	100.0
新竹市	17	1.7	9.8	90.2	100.0
嘉義市	14	1.3	0.0	100.0	100.0
居住地(分區)	***				
北部地區	433	41.5	4.0	96.0	100.0
中部地區	236	22.6	11.4	88.6	100.0
南部地區	339	32.4	4.6	95.4	100.0
東部地區	37	3.6	5.8	94.2	100.0
平均月收入					
未滿25,250元	100	10.3	10.9	89.1	100.0
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	5.2	94.8	100.0
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	4.5	95.5	100.0
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	4.4	95.6	100.0
8萬元及以上	128	13.2	3.9	96.1	100.0
無收入	75	7.7	10.8	89.2	100.0
收聽頻率					
很少收聽	118	11.3	6.3	93.7	100.0
偶爾收聽	204	19.6	4.5	95.5	100.0
經常收聽	428	41.0	5.0	95.0	100.0
固定收聽	294	28.1	8.1	91.9	100.0

	樣本結構		Q35 根據法律規定，目前1小時的廣播節目可播出9分鐘的廣告，請問您覺得廣告時間長度？								
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	多	太多	有點多	剛好	少	有點少	太少	不知道/ 無意見	合計
整體	1,045	100.0	29.1	14.2	14.9	56.5	1.2	0.8	0.4	13.2	98.8
性別											
男性	603	57.7	28.6	13.6	15.0	56.7	1.1	0.6	0.6	13.6	98.9
女性	442	42.3	29.8	15.0	14.8	56.3	1.2	1.0	0.2	12.7	98.8
年齡											
13-19歲	18	1.7	12.7	12.7	0.0	87.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
20-29歲	82	7.8	37.3	21.2	16.1	52.6	3.7	1.8	1.9	6.5	96.3
30-39歲	197	18.9	31.4	11.8	19.6	62.4	0.0	0.0	0.0	6.2	100.0
40-49歲	295	28.2	31.6	15.7	15.9	57.4	1.1	1.1	0.0	9.8	98.9
50-59歲	244	23.3	26.2	13.3	12.9	58.5	2.1	1.0	1.0	13.3	97.9
60-69歲	147	14.1	28.0	13.3	14.7	47.8	0.0	0.0	0.0	24.1	100.0
70歲以上	62	5.9	17.8	10.8	7.0	42.6	1.3	1.3	0.0	38.3	98.7
教育程度											
國小及以下	33	3.2	12.4	12.4	0.0	29.7	0.0	0.0	0.0	57.9	100.0
初中、國中	49	4.7	20.5	11.0	9.5	55.3	7.2	4.0	3.2	17.0	92.8
高中、高職	274	26.2	23.3	11.7	11.5	60.5	1.5	1.5	0.0	14.8	98.5
專科	159	15.2	30.2	13.2	16.9	55.5	0.0	0.0	0.0	14.3	100.0
大學	406	38.8	32.5	15.5	17.0	56.8	0.5	0.4	0.2	10.1	99.5
研究所及以上	124	11.8	37.4	18.0	19.4	55.6	2.0	0.6	1.5	5.0	98.0
職業											
軍警公教	58	5.5	30.4	10.3	20.1	60.3	2.8	1.2	1.6	6.6	97.2
自營商/企業主	104	10.0	23.5	14.1	9.4	63.0	0.0	0.0	0.0	13.5	100.0
企業主管/專業人員	140	13.5	33.2	14.0	19.2	58.1	1.1	0.0	1.1	7.5	98.9
助理專業人員/技術人員	71	6.9	36.9	20.1	16.8	47.0	1.3	0.0	1.3	14.8	98.7
文書事務人員	148	14.2	33.7	17.0	16.6	55.7	1.3	0.8	0.5	9.3	98.7
商業買賣/服務人員	85	8.2	21.9	11.1	10.8	65.0	1.7	1.7	0.0	11.4	98.3
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	30.3	12.6	17.6	56.6	1.6	1.6	0.0	11.6	98.4
農林漁牧礦	17	1.6	13.6	13.6	0.0	60.8	0.0	0.0	0.0	25.6	100.0
學生	31	3.0	15.6	15.6	0.0	75.9	0.0	0.0	0.0	8.6	100.0
家管	81	7.8	28.5	15.6	12.9	55.3	0.0	0.0	0.0	16.1	100.0
無業/退休/待業	125	12.0	29.0	13.1	15.9	43.6	1.5	1.5	0.0	25.8	98.5
溝通主要使用語言											
國語	676	66.1	31.8	15.8	16.0	57.2	1.2	0.6	0.6	9.7	98.8
閩南語	323	31.5	23.8	10.3	13.5	56.6	1.2	1.2	0.0	18.4	98.8
客語	23	2.2	25.3	22.2	3.1	49.4	0.0	0.0	0.0	25.3	100.0
其他語言	2	0.2	53.7	53.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	46.3	100.0

	樣本結構		Q35 根據法律規定，目前1小時的廣播節目可播出9分鐘的廣告，請問您覺得廣告時間長度？								
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	多	太多	有點多	剛好	少	有點少	太少	不知道/ 無意見	合計
整體	1,045	100.0	29.1	14.2	14.9	56.5	1.2	0.8	0.4	13.2	98.8
居住地											
新北市	170	16.2	32.0	14.4	17.6	49.5	2.1	0.7	1.4	16.3	97.9
臺北市	101	9.7	29.4	15.3	14.1	54.8	0.0	0.0	0.0	15.8	100.0
桃園市	100	9.6	35.8	16.4	19.3	53.5	0.8	0.0	0.8	10.0	99.2
臺中市	140	13.4	24.1	10.7	13.4	62.7	1.1	1.1	0.0	12.0	98.9
臺南市	97	9.3	37.5	21.1	16.4	51.9	0.8	0.8	0.0	9.8	99.2
高雄市	139	13.3	21.1	10.1	11.0	65.0	1.5	0.8	0.6	12.4	98.5
新竹縣	25	2.4	32.5	23.6	8.8	50.7	3.3	3.3	0.0	13.6	96.7
苗栗縣	15	1.4	5.4	5.4	0.0	72.5	0.0	0.0	0.0	22.1	100.0
彰化縣	64	6.1	18.1	9.1	9.1	67.1	2.2	2.2	0.0	12.5	97.8
南投縣	17	1.6	26.9	17.9	9.0	57.3	0.0	0.0	0.0	15.9	100.0
雲林縣	35	3.3	48.4	13.5	34.9	42.5	0.0	0.0	0.0	9.1	100.0
嘉義縣	14	1.4	18.7	5.0	13.7	66.6	0.0	0.0	0.0	14.8	100.0
屏東縣	39	3.7	32.5	18.2	14.3	52.7	0.0	0.0	0.0	14.8	100.0
宜蘭縣	22	2.1	34.3	20.4	13.9	47.8	4.7	4.7	0.0	13.2	95.3
花蓮縣	11	1.0	26.4	12.6	13.9	61.4	0.0	0.0	0.0	12.2	100.0
臺東縣	4	0.4	50.6	0.0	50.6	49.4	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	20	1.9	43.4	23.7	19.7	33.8	0.0	0.0	0.0	22.9	100.0
新竹市	17	1.7	4.5	0.0	4.5	75.0	0.0	0.0	0.0	20.5	100.0
嘉義市	14	1.3	38.6	23.3	15.3	61.4	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
居住地(分區)											
北部地區	433	41.5	31.7	15.5	16.2	52.0	1.2	0.5	0.7	15.0	98.8
中部地區	236	22.6	21.5	10.4	11.1	64.1	1.3	1.3	0.0	13.1	98.7
南部地區	339	32.4	30.5	14.9	15.7	57.4	0.8	0.6	0.3	11.2	99.2
東部地區	37	3.6	33.9	15.9	18.0	51.9	2.8	2.8	0.0	11.4	97.2
平均月收入 *											
未滿25,250元	100	10.3	25.2	14.0	11.2	50.6	0.8	0.8	0.0	23.4	99.2
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	28.6	13.5	15.1	63.6	1.5	1.2	0.3	6.4	98.5
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	29.9	12.3	17.6	57.0	1.1	1.1	0.0	12.0	98.9
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	30.3	12.8	17.5	57.3	0.0	0.0	0.0	12.4	100.0
8萬元及以上	128	13.2	25.1	14.4	10.7	62.0	2.5	0.5	1.9	10.4	97.5
無收入	75	7.7	33.1	19.6	13.5	49.1	0.0	0.0	0.0	17.8	100.0
收聽頻率											
很少收聽	118	11.3	32.7	13.2	19.5	54.2	1.6	1.0	0.6	11.5	98.4
偶爾收聽	204	19.6	34.6	14.2	20.4	53.7	0.0	0.0	0.0	11.7	100.0
經常收聽	428	41.0	28.4	13.7	14.7	58.4	1.4	1.2	0.2	11.9	98.6
固定收聽	294	28.1	24.9	15.2	9.7	56.7	1.5	0.6	0.8	17.0	98.5

	樣本結構		Q36 如果在廣播節目中有時會有商品訊息的介紹，請問這樣的情形您可以接受嗎？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	接受	可以 接受	還算 能接受	不接受	不太 能接受	非常 不能接受	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	1,045	100.0	76.4	38.3	38.1	17.4	13.8	3.6	6.2	100.0
性別 **										
男性	603	57.7	80.0	41.1	38.8	14.6	10.5	4.1	5.4	100.0
女性	442	42.3	71.5	34.4	37.2	21.2	18.2	3.0	7.3	100.0
年齡 ***										
13-19歲	18	1.7	87.3	37.5	49.8	12.7	0.0	12.7	0.0	100.0
20-29歲	82	7.8	83.0	36.9	46.1	15.1	10.1	5.0	1.9	100.0
30-39歲	197	18.9	76.7	40.9	35.8	19.4	15.9	3.5	4.0	100.0
40-49歲	295	28.2	78.0	40.4	37.6	17.1	14.5	2.6	5.0	100.0
50-59歲	244	23.3	76.7	38.9	37.7	16.5	13.7	2.8	6.8	100.0
60-69歲	147	14.1	74.2	35.9	38.4	19.9	14.6	5.2	5.9	100.0
70歲以上	62	5.9	60.3	25.1	35.2	14.6	10.6	4.0	25.1	100.0
教育程度 ***										
國小及以下	33	3.2	46.1	28.9	17.3	15.6	8.9	6.7	38.3	100.0
初中、國中	49	4.7	77.1	35.6	41.5	15.1	11.3	3.9	7.8	100.0
高中、高職	274	26.2	77.1	40.1	37.0	15.9	10.7	5.2	7.1	100.0
專科	159	15.2	76.5	38.4	38.0	19.5	16.5	3.0	4.0	100.0
大學	406	38.8	78.7	37.9	40.9	16.9	14.6	2.3	4.3	100.0
研究所及以上	124	11.8	75.0	38.8	36.2	21.1	16.8	4.3	3.9	100.0
職業										
軍警公教	58	5.5	74.4	43.2	31.1	22.8	18.5	4.3	2.8	100.0
自營商/企業主	104	10.0	79.9	46.2	33.7	14.2	10.6	3.6	5.9	100.0
企業主管/專業人員	140	13.5	75.8	37.9	37.9	17.9	15.3	2.6	6.3	100.0
助理專業人員/技術人員	71	6.9	69.2	22.0	47.3	21.6	20.2	1.4	9.2	100.0
文書事務人員	148	14.2	74.3	34.6	39.8	19.4	18.9	0.5	6.2	100.0
商業買賣/服務人員	85	8.2	85.8	48.0	37.8	11.7	8.7	3.1	2.5	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	80.7	41.1	39.6	13.5	7.1	6.3	5.9	100.0
農林漁牧礦	17	1.6	82.1	61.2	21.0	13.6	8.8	4.8	4.3	100.0
學生	31	3.0	88.2	40.6	47.6	11.8	4.5	7.3	0.0	100.0
家管	81	7.8	68.3	34.6	33.7	26.8	24.3	2.5	4.9	100.0
無業/退休/待業	125	12.0	71.0	31.6	39.4	17.7	12.0	5.7	11.3	100.0
溝通主要使用語言 a										
國語	676	66.1	76.8	40.6	36.2	18.8	15.6	3.2	4.4	100.0
閩南語	323	31.5	76.7	34.6	42.1	14.7	10.0	4.6	8.6	100.0
客語	23	2.2	66.7	20.7	45.9	18.0	11.3	6.8	15.3	100.0
其他語言	2	0.2	53.7	53.7	0.0	0.0	0.0	0.0	46.3	100.0

	樣本結構		Q36 如果在廣播節目中有時會有商品訊息的介紹，請問這樣的情形您可以接受嗎？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	接受	可以 接受	還算 能接受	不接受	不太 能接受	非常 不能接受	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	1,045	100.0	76.4	38.3	38.1	17.4	13.8	3.6	6.2	100.0
居住地 a										
新北市	170	16.2	71.6	31.3	40.3	20.4	17.0	3.4	8.0	100.0
臺北市	101	9.7	73.1	36.6	36.5	21.1	17.4	3.7	5.7	100.0
桃園市	100	9.6	74.9	33.0	41.9	23.7	17.0	6.7	1.4	100.0
臺中市	140	13.4	81.8	38.8	43.0	13.5	12.4	1.1	4.6	100.0
臺南市	97	9.3	80.9	33.7	47.2	16.7	13.4	3.3	2.4	100.0
高雄市	139	13.3	78.1	50.7	27.4	12.3	8.4	3.9	9.6	100.0
新竹縣	25	2.4	58.5	42.8	15.7	32.7	15.8	16.9	8.9	100.0
苗栗縣	15	1.4	83.6	35.3	48.3	5.4	5.4	0.0	10.9	100.0
彰化縣	64	6.1	84.3	46.5	37.8	8.3	8.3	0.0	7.4	100.0
南投縣	17	1.6	87.4	60.2	27.2	9.0	9.0	0.0	3.6	100.0
雲林縣	35	3.3	77.6	18.2	59.4	19.9	15.0	4.9	2.5	100.0
嘉義縣	14	1.4	80.2	54.7	25.5	5.0	5.0	0.0	14.8	100.0
屏東縣	39	3.7	80.5	41.2	39.3	17.7	12.8	4.9	1.8	100.0
宜蘭縣	22	2.1	72.6	28.2	44.3	18.2	4.4	13.8	9.2	100.0
花蓮縣	11	1.0	84.4	58.2	26.2	15.6	10.6	5.0	0.0	100.0
臺東縣	4	0.4	100.0	59.8	40.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	20	1.9	47.9	19.3	28.5	36.7	36.7	0.0	15.5	100.0
新竹市	17	1.7	48.6	37.7	10.9	29.2	29.2	0.0	22.3	100.0
嘉義市	14	1.3	91.4	51.6	39.7	8.6	8.6	0.0	0.0	100.0
居住地(分區) **										
北部地區	433	41.5	69.9	33.3	36.6	23.2	18.4	4.7	6.9	100.0
中部地區	236	22.6	83.0	42.2	40.8	11.3	10.6	0.7	5.7	100.0
南部地區	339	32.4	79.8	41.6	38.1	14.5	10.9	3.6	5.7	100.0
東部地區	37	3.6	79.0	40.4	38.7	15.4	5.7	9.8	5.5	100.0
平均月收入 *										
未滿25,250元	100	10.3	68.8	31.2	37.6	20.7	11.3	9.4	10.6	100.0
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	81.5	39.5	42.0	15.0	12.3	2.7	3.5	100.0
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	75.4	36.7	38.7	19.9	16.5	3.4	4.7	100.0
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	83.0	44.7	38.3	11.8	10.9	0.9	5.2	100.0
8萬元及以上	128	13.2	81.6	47.5	34.1	12.7	10.5	2.2	5.7	100.0
無收入	75	7.7	67.2	27.3	40.0	25.9	21.5	4.4	6.9	100.0
收聽頻率										
很少收聽	118	11.3	83.4	42.3	41.1	13.0	10.4	2.6	3.6	100.0
偶爾收聽	204	19.6	75.3	35.3	40.1	18.3	14.7	3.6	6.3	100.0
經常收聽	428	41.0	75.1	38.7	36.3	18.6	15.3	3.3	6.4	100.0
固定收聽	294	28.1	76.3	38.0	38.2	16.8	12.2	4.6	7.0	100.0

	樣本結構		Q37 根據政府規定，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，請問這樣的情形您可以接受嗎？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	接受	可以 接受	還算 能接受	不接受	不太 能接受	非常 不能接受	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	1,045	100.0	88.9	62.9	26.1	6.5	5.3	1.2	4.6	100.0
性別										
男性	603	57.7	88.9	64.2	24.7	6.1	4.5	1.6	5.0	100.0
女性	442	42.3	89.0	61.0	28.0	7.0	6.5	0.5	4.0	100.0
年齡										
13-19歲	18	1.7	87.3	64.2	23.2	12.7	0.0	12.7	0.0	100.0
20-29歲	82	7.8	92.9	65.2	27.7	7.1	5.4	1.8	0.0	100.0
30-39歲	197	18.9	89.8	63.9	26.0	8.3	6.9	1.5	1.8	100.0
40-49歲	295	28.2	90.7	66.7	24.0	4.9	4.9	0.0	4.3	100.0
50-59歲	244	23.3	89.9	62.6	27.3	5.5	4.5	1.1	4.5	100.0
60-69歲	147	14.1	87.3	58.0	29.3	7.9	6.4	1.4	4.8	100.0
70歲以上	62	5.9	72.7	50.5	22.2	6.1	4.7	1.4	21.2	100.0
教育程度										
國小及以下	33	3.2	69.7	48.6	21.2	10.9	6.6	4.3	19.3	100.0
初中、國中	49	4.7	79.3	59.2	20.1	6.4	6.4	0.0	14.3	100.0
高中、高職	274	26.2	90.4	62.4	28.0	4.6	2.6	2.0	5.0	100.0
專科	159	15.2	85.8	62.4	23.4	11.1	10.1	1.0	3.1	100.0
大學	406	38.8	91.1	64.0	27.1	6.1	5.2	0.9	2.8	100.0
研究所及以上	124	11.8	91.4	66.1	25.3	5.2	5.2	0.0	3.4	100.0
職業										
軍警公教	58	5.5	91.3	67.3	24.0	7.3	7.3	0.0	1.5	100.0
自營商/企業主	104	10.0	85.7	64.7	21.1	9.6	5.8	3.7	4.7	100.0
企業主管/專業人員	140	13.5	88.9	64.2	24.7	8.6	8.0	0.6	2.5	100.0
助理專業人員/技術人員	71	6.9	84.7	56.9	27.8	10.4	10.4	0.0	4.9	100.0
文書事務人員	148	14.2	92.1	63.6	28.5	6.2	5.7	0.5	1.7	100.0
商業買賣/服務人員	85	8.2	94.2	66.0	28.1	3.9	3.9	0.0	1.9	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	181	17.5	88.4	60.1	28.3	5.0	3.1	2.0	6.6	100.0
農林漁牧礦	17	1.6	91.1	74.3	16.8	4.8	4.8	0.0	4.1	100.0
學生	31	3.0	92.7	72.9	19.9	7.3	0.0	7.3	0.0	100.0
家管	81	7.8	91.1	53.1	38.0	3.9	3.9	0.0	5.0	100.0
無業/退休/待業	125	12.0	84.4	64.5	19.9	4.2	3.5	0.7	11.4	100.0
溝通主要使用語言										
國語	676	66.1	90.3	66.3	24.0	7.2	6.1	1.0	2.6	100.0
閩南語	323	31.5	87.3	58.9	28.4	4.6	3.7	0.9	8.1	100.0
客語	23	2.2	73.7	34.3	39.4	6.9	3.1	3.9	19.4	100.0
其他語言	2	0.2	53.7	53.7	0.0	46.3	46.3	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q37 根據政府規定，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，請問這樣的情形您可以接受嗎？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	接受	可以 接受	還算 能接受	不接受	不太 能接受	非常 不能接受	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	1,045	100.0	88.9	62.9	26.1	6.5	5.3	1.2	4.6	100.0
居住地										
新北市	170	16.2	86.9	56.7	30.2	7.1	6.5	0.5	6.1	100.0
臺北市	101	9.7	84.3	61.7	22.6	11.7	8.7	3.0	4.0	100.0
桃園市	100	9.6	88.4	63.9	24.4	8.0	5.1	2.9	3.6	100.0
臺中市	140	13.4	88.0	60.0	27.9	6.1	6.1	0.0	5.9	100.0
臺南市	97	9.3	91.4	59.1	32.4	6.0	6.0	0.0	2.6	100.0
高雄市	139	13.3	88.2	69.8	18.4	7.3	4.6	2.7	4.6	100.0
新竹縣	25	2.4	88.7	69.4	19.3	11.3	7.8	3.5	0.0	100.0
苗栗縣	15	1.4	89.1	66.2	22.8	5.4	5.4	0.0	5.5	100.0
彰化縣	64	6.1	97.6	77.1	20.5	0.0	0.0	0.0	2.4	100.0
南投縣	17	1.6	91.3	74.1	17.3	5.0	5.0	0.0	3.6	100.0
雲林縣	35	3.3	86.5	49.3	37.2	10.9	10.9	0.0	2.5	100.0
嘉義縣	14	1.4	95.3	69.4	25.9	0.0	0.0	0.0	4.7	100.0
屏東縣	39	3.7	94.1	60.0	34.2	1.7	0.0	1.7	4.2	100.0
宜蘭縣	22	2.1	90.8	60.1	30.6	0.0	0.0	0.0	9.2	100.0
花蓮縣	11	1.0	94.5	78.6	16.0	0.0	0.0	0.0	5.5	100.0
臺東縣	4	0.4	100.0	77.2	22.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	20	1.9	87.3	41.8	45.4	9.0	9.0	0.0	3.8	100.0
新竹市	17	1.7	77.7	71.3	6.4	4.9	4.9	0.0	17.4	100.0
嘉義市	14	1.3	100.0	72.6	27.4	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
居住地(分區)										
北部地區	433	41.5	86.4	60.2	26.2	8.6	6.8	1.8	5.0	100.0
中部地區	236	22.6	90.9	66.1	24.8	4.3	4.3	0.0	4.8	100.0
南部地區	339	32.4	90.4	63.6	26.8	6.0	4.7	1.3	3.6	100.0
東部地區	37	3.6	92.9	67.3	25.5	0.0	0.0	0.0	7.1	100.0
平均月收入 ^a										
未滿25,250元	100	10.3	79.1	53.0	26.1	11.3	8.3	3.0	9.5	100.0
25,250元~未滿4萬元	285	29.4	92.9	65.3	27.5	4.8	3.4	1.4	2.3	100.0
4萬元~未滿6萬元	269	27.7	89.7	61.8	27.9	7.7	6.9	0.8	2.6	100.0
6萬元~未滿8萬元	112	11.6	94.5	67.3	27.3	4.2	4.2	0.0	1.3	100.0
8萬元及以上	128	13.2	87.9	69.0	18.9	6.5	5.8	0.7	5.7	100.0
無收入	75	7.7	88.9	63.4	25.4	7.8	4.8	3.0	3.3	100.0
收聽頻率 [*]										
很少收聽	118	11.3	93.5	67.9	25.6	6.5	4.6	1.9	0.0	100.0
偶爾收聽	204	19.6	87.6	61.5	26.1	9.0	7.8	1.1	3.5	100.0
經常收聽	428	41.0	90.4	62.0	28.4	5.4	4.3	1.1	4.2	100.0
固定收聽	294	28.1	86.0	63.1	22.8	6.4	5.4	1.0	7.7	100.0

	樣本結構		Q38 請問您最近這一週，有沒有收聽過任何Podcast播客的節目嗎？【若有，請續追問】請問您通常在哪些時段收聽Podcast？ ※卡方檢定時，排除「沒有收聽Podcast」選項							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	凌晨 00:00 -05:59	上午6:00 -11:59	下午 12:00 -17:59	晚上 18:00 -23:59	沒有固定 收聽時間	不知道/ 無意見/ 拒答	沒有收聽 Podcast	合計
整體	5,479	100.0	0.2	2.1	1.2	3.4	2.4	2.7	87.9	100.0
性別 *										
男性	2,693	49.2	0.1	1.8	1.5	2.9	2.4	2.5	88.8	100.0
女性	2,786	50.8	0.4	2.3	1.0	3.8	2.4	2.9	87.1	100.0
年齡 ***										
13-19歲	381	7.0	0.6	2.6	1.2	5.0	1.3	0.6	88.7	100.0
20-29歲	773	14.1	0.9	5.3	2.5	7.6	3.2	0.5	80.0	100.0
30-39歲	859	15.7	0.4	3.1	2.5	7.0	5.8	0.7	80.6	100.0
40-49歲	1,009	18.4	0.0	2.4	1.6	3.5	3.2	1.8	87.6	100.0
50-59歲	934	17.1	0.0	1.2	0.5	1.0	1.6	2.6	93.1	100.0
60-69歲	841	15.4	0.0	0.2	0.1	0.3	0.7	4.4	94.4	100.0
70歲以上	681	12.4	0.0	0.2	0.0	0.0	0.1	8.5	91.2	100.0
教育程度 ***										
國小及以下	484	8.9	0.2	0.0	0.0	0.2	0.0	8.5	91.1	100.0
初中、國中	480	8.8	0.0	0.8	0.0	0.7	1.4	5.4	91.7	100.0
高中、高職	1,530	28.0	0.2	0.8	0.6	1.5	0.8	2.7	93.4	100.0
專科	635	11.6	0.2	2.0	0.5	1.8	1.8	2.3	91.4	100.0
大學	1,881	34.4	0.4	3.7	2.4	5.7	3.5	1.0	83.3	100.0
研究所及以上	455	8.3	0.0	3.7	2.2	8.4	8.1	1.3	76.2	100.0
職業 a										
軍警公教	218	4.0	0.5	4.2	1.7	3.9	2.9	1.1	85.5	100.0
自營商/企業主	372	6.8	0.4	2.3	2.1	1.9	3.8	3.4	86.2	100.0
企業主管/專業人員	540	9.9	0.2	4.6	3.3	4.4	6.4	1.3	79.6	100.0
助理專業人員/技術人員	307	5.6	0.0	4.0	2.9	7.1	4.3	0.6	81.1	100.0
文書事務人員	497	9.1	0.6	3.6	1.1	5.5	3.7	0.9	84.6	100.0
商業買賣/服務人員	499	9.2	0.3	1.8	1.2	5.3	3.2	1.1	87.1	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	716	13.2	0.0	0.9	0.2	2.3	1.2	2.7	92.8	100.0
農林漁牧礦	126	2.3	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	6.6	92.5	100.0
學生	512	9.4	0.7	4.1	1.8	7.1	1.2	0.0	85.1	100.0
家管	616	11.3	0.2	0.4	0.8	1.1	1.0	5.2	91.3	100.0
無業/退休/待業	1,039	19.1	0.0	0.3	0.1	0.9	0.9	5.1	92.7	100.0
溝通主要使用語言 a										
國語	3,450	64.6	0.3	2.8	1.5	4.6	3.2	1.5	86.1	100.0
閩南語	1,755	32.9	0.2	1.0	0.8	1.4	1.1	4.3	91.2	100.0
客語	103	1.9	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0	8.7	90.6	100.0
其他語言	34	0.6	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	5.9	90.4	100.0

	樣本結構		Q38 請問您最近這一週，有沒有收聽過任何Podcast播客的節目嗎？【若有，請續追問】請問您通常在哪些時段收聽Podcast？ ※卡方檢定時，排除「沒有收聽Podcast」選項							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	凌晨 00:00 -05:59	上午6:00 -11:59	下午 12:00 -17:59	晚上 18:00 -23:59	沒有固定 收聽時間	不知道/ 無意見/ 拒答	沒有收聽 Podcast	合計
整體	5,479	100.0	0.2	2.1	1.2	3.4	2.4	2.7	87.9	100.0
居住地										
新北市	952	17.5	0.2	2.5	1.1	3.6	3.0	1.7	87.9	100.0
臺北市	584	10.7	0.0	3.3	1.0	4.9	5.5	2.2	83.2	100.0
桃園市	530	9.7	0.7	1.7	0.7	2.4	1.9	2.6	90.1	100.0
臺中市	658	12.1	0.3	2.2	1.0	3.7	2.2	3.7	86.9	100.0
臺南市	442	8.1	0.0	2.1	2.1	2.4	0.9	2.9	89.6	100.0
高雄市	652	12.0	0.0	1.1	0.8	2.7	1.9	2.7	90.8	100.0
新竹縣	133	2.4	0.0	4.4	2.0	3.5	2.8	3.0	84.2	100.0
苗栗縣	128	2.3	0.0	2.1	3.1	4.1	0.0	0.6	90.1	100.0
彰化縣	296	5.4	0.4	0.7	0.6	3.9	1.7	2.7	90.0	100.0
南投縣	116	2.1	1.0	1.9	0.0	0.0	0.7	3.2	93.2	100.0
雲林縣	160	2.9	0.0	1.5	1.8	4.4	1.3	2.1	88.9	100.0
嘉義縣	120	2.2	0.0	2.0	0.0	3.8	0.0	4.5	89.8	100.0
屏東縣	194	3.5	0.7	2.2	0.7	2.0	0.9	3.8	89.7	100.0
宜蘭縣	107	2.0	1.7	3.0	3.0	6.1	2.9	4.1	79.2	100.0
花蓮縣	76	1.4	0.0	0.7	2.2	3.5	4.4	3.6	85.6	100.0
臺東縣	51	0.9	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0	4.0	93.5	100.0
基隆市	88	1.6	0.0	4.7	3.8	5.1	5.4	4.3	76.7	100.0
新竹市	103	1.9	0.0	2.2	1.1	4.0	5.3	1.9	85.6	100.0
嘉義市	62	1.1	0.0	0.0	5.4	1.9	2.4	5.6	84.7	100.0
居住地(分區)	**									
北部地區	2,390	43.6	0.2	2.7	1.2	3.7	3.5	2.2	86.5	100.0
中部地區	1,198	21.9	0.4	1.8	1.0	3.4	1.7	3.1	88.6	100.0
南部地區	1,657	30.2	0.1	1.6	1.3	2.7	1.3	3.0	90.0	100.0
東部地區	235	4.3	0.8	1.6	2.1	4.5	2.7	3.9	84.4	100.0
平均月收入	***									
未滿25,250元	912	18.0	0.1	0.5	0.9	2.6	1.5	6.0	88.5	100.0
25,250元~未滿4萬元	1,341	26.5	0.3	2.7	0.8	3.4	1.9	1.8	89.0	100.0
4萬元~未滿6萬元	1,002	19.8	0.0	1.7	2.7	4.9	3.7	1.7	85.3	100.0
6萬元~未滿8萬元	355	7.0	0.3	3.3	2.3	5.5	2.7	2.1	83.8	100.0
8萬元及以上	432	8.5	0.0	4.9	0.9	4.3	6.0	0.7	83.3	100.0
無收入	1,027	20.3	0.5	1.3	0.8	2.0	0.9	3.0	91.6	100.0
收聽頻率										
很少收聽	118	11.3	2.9	6.0	1.7	6.0	5.2	4.4	73.8	100.0
偶爾收聽	204	19.6	0.0	2.6	2.8	1.5	3.5	1.6	88.0	100.0
經常收聽	428	41.0	0.5	1.8	1.4	4.8	2.6	1.7	87.2	100.0
固定收聽	294	28.1	0.0	1.3	1.5	2.0	2.7	4.6	87.9	100.0

	樣本結構		Q39 請問您平均每天收聽幾個小時的Podcast？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	1小時 (含)以內	1~2小時 (含)	2~3小時 (含)	3~4小時 (含)	4~5小時 (含)	5~6小時 (含)	6小時以 上	合計
整體	512	100.0	75.2	18.1	2.9	1.6	0.5	0.4	1.3	100.0
性別										
男性	236	46.1	76.1	16.1	4.0	1.6	0.5	0.0	1.6	100.0
女性	276	53.9	74.4	19.8	2.0	1.5	0.4	0.8	1.0	100.0
年齡										
13-19歲	41	7.9	74.7	18.9	0.0	0.0	0.0	0.0	6.4	100.0
20-29歲	151	29.5	67.7	25.4	3.0	1.9	0.0	0.0	1.9	100.0
30-39歲	161	31.4	80.5	13.5	2.4	1.5	0.8	1.4	0.0	100.0
40-49歲	107	20.8	76.3	16.4	4.0	1.1	1.0	0.0	1.1	100.0
50-59歲	41	7.9	79.4	14.5	2.2	3.9	0.0	0.0	0.0	100.0
60-69歲	10	2.0	71.0	15.0	14.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
70歲以上	2	0.4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
教育程度										
國小及以下	2	0.4	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
初中、國中	14	2.7	87.5	7.5	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
高中、高職	59	11.6	68.5	21.3	2.0	2.0	1.9	0.0	4.4	100.0
專科	40	7.8	85.9	9.6	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
大學	295	57.5	75.3	17.6	2.5	2.3	0.4	0.4	1.4	100.0
研究所及以上	102	20.0	74.4	20.7	3.8	0.0	0.0	1.1	0.0	100.0
職業										
軍警公教	29	5.7	85.0	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
自營商/企業主	39	7.6	71.3	26.9	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
企業主管/專業人員	103	20.1	72.7	17.8	5.6	2.8	0.0	1.1	0.0	100.0
助理專業人員/技術人員	56	11.0	69.7	20.2	2.3	5.5	2.3	0.0	0.0	100.0
文書事務人員	72	14.1	70.1	19.1	3.0	2.8	0.0	1.5	3.4	100.0
商業買賣/服務人員	59	11.5	78.5	12.1	4.9	0.0	1.9	0.0	2.7	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	32	6.3	86.0	14.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
農林漁牧礦	1	0.2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
學生	76	15.0	77.0	17.7	1.9	0.0	0.0	0.0	3.4	100.0
家管	21	4.2	78.6	17.8	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
無業/退休/待業	23	4.4	80.1	19.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
溝通主要使用語言										
國語	427	84.2	76.8	16.8	2.8	1.2	0.6	0.3	1.6	100.0
閩南語	78	15.4	66.7	27.0	1.4	3.5	0.0	1.4	0.0	100.0
客語	1	0.1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
其他語言	1	0.3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q39 請問您平均每天收聽幾個小時的Podcast？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	1小時 (含)以內	1~2小時 (含)	2~3小時 (含)	3~4小時 (含)	4~5小時 (含)	5~6小時 (含)	6小時以 上	合計
整體	512	100.0	75.2	18.1	2.9	1.6	0.5	0.4	1.3	100.0
居住地										
新北市	99	19.3	68.3	23.0	4.3	2.8	0.0	0.0	1.6	100.0
臺北市	86	16.7	82.0	14.8	0.9	1.0	1.3	0.0	0.0	100.0
桃園市	39	7.6	59.3	24.6	7.4	5.3	0.0	0.0	3.4	100.0
臺中市	62	12.1	80.1	14.5	0.0	1.8	0.0	3.6	0.0	100.0
臺南市	33	6.5	79.6	9.5	7.0	3.9	0.0	0.0	0.0	100.0
高雄市	42	8.3	74.4	22.9	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8	100.0
新竹縣	17	3.3	78.8	16.0	5.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
苗栗縣	12	2.3	78.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	21.9	100.0
彰化縣	22	4.2	73.5	8.8	17.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
南投縣	4	0.8	72.8	27.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
雲林縣	14	2.8	60.7	39.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義縣	7	1.3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
屏東縣	12	2.4	73.1	26.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
宜蘭縣	18	3.5	92.3	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
花蓮縣	8	1.6	88.7	11.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
臺東縣	1	0.2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	17	3.3	56.3	36.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	100.0
新竹市	13	2.5	78.1	21.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義市	6	1.2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
居住地(分區)										
北部地區	270	52.7	71.7	20.9	3.3	2.1	0.9	0.0	1.1	100.0
中部地區	99	19.4	78.1	12.1	3.8	1.1	0.0	2.2	2.6	100.0
南部地區	115	22.5	76.9	18.9	2.0	1.1	0.0	0.0	1.0	100.0
東部地區	27	5.4	91.6	8.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
平均月收入										
未滿25,250元	51	10.6	74.3	25.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
25,250元~未滿4萬元	123	25.7	72.0	16.2	6.0	1.7	0.9	0.9	2.3	100.0
4萬元~未滿6萬元	130	27.1	71.8	20.5	2.0	3.8	1.0	0.0	0.9	100.0
6萬元~未滿8萬元	50	10.4	84.4	9.2	4.2	0.0	0.0	2.2	0.0	100.0
8萬元及以上	69	14.5	79.4	18.0	1.0	1.6	0.0	0.0	0.0	100.0
無收入	56	11.7	72.4	19.1	3.9	0.0	0.0	0.0	4.6	100.0
收聽頻率										
很少收聽	26	22.1	78.2	13.4	4.0	0.0	0.0	4.3	0.0	100.0
偶爾收聽	21	18.3	82.2	17.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
經常收聽	48	40.8	83.1	12.8	0.0	1.6	0.0	0.0	2.4	100.0
固定收聽	22	18.8	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

	樣本結構		Q40 請問您較常收聽的Podcast節目類型？【複選題】							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	閒聊 趣味類	知識 說書類	商業與 個人 理財類	新聞與 政治類	旅遊 生活類	人物 訪談類	兩性 議題類	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	512	100.0	41.3	34.2	21.2	12.3	9.2	2.6	0.4	6.3
性別										
男性	236	46.1	36.8	27.1	28.9	15.1	11.2	2.4	0.0	6.1
女性	276	53.9	45.2	40.2	14.7	9.8	7.6	2.7	0.8	6.5
年齡										
13-19歲	41	7.9	64.7	27.6	5.0	11.3	23.5	0.0	0.0	0.0
20-29歲	151	29.5	53.4	27.2	14.0	10.8	9.2	5.2	0.0	6.5
30-39歲	161	31.4	36.3	35.2	25.8	9.9	8.0	1.4	0.7	7.1
40-49歲	107	20.8	30.8	41.0	28.2	13.2	6.8	1.9	1.0	5.0
50-59歲	41	7.9	27.8	41.8	26.8	23.6	6.5	2.2	0.0	12.4
60-69歲	10	2.0	17.5	38.5	30.4	6.6	11.5	0.0	0.0	8.0
70歲以上	2	0.4	25.0	63.4	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度										
國小及以下	2	0.4	0.0	0.0	57.0	43.0	0.0	0.0	0.0	0.0
初中、國中	14	2.7	51.5	21.0	0.0	12.5	19.2	0.0	0.0	18.9
高中、高職	59	11.6	52.7	30.3	16.7	10.9	7.2	1.9	3.7	4.7
專科	40	7.8	28.7	38.1	15.1	21.5	7.3	0.0	0.0	14.6
大學	295	57.5	43.8	30.9	22.8	10.0	11.1	2.9	0.0	6.3
研究所及以上	102	20.0	32.2	46.7	23.8	15.3	4.6	3.3	0.0	2.5
職業										
軍警公教	29	5.7	22.4	43.0	21.1	28.7	5.3	3.1	0.0	6.3
自營商/企業主	39	7.6	38.6	16.6	45.8	18.9	3.5	5.4	0.0	7.3
企業主管/專業人員	103	20.1	34.5	40.5	25.2	9.6	5.1	1.5	0.0	5.1
助理專業人員/技術人員	56	11.0	40.9	34.7	20.9	18.8	18.4	4.6	2.0	4.0
文書事務人員	72	14.1	35.0	42.3	16.7	6.4	3.1	4.1	0.0	9.8
商業買賣/服務人員	59	11.5	48.1	30.6	18.8	4.5	9.8	5.2	1.9	9.7
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	32	6.3	55.7	15.0	19.5	10.3	0.0	0.0	0.0	10.7
農林漁牧礦	1	0.2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	76	15.0	60.3	29.1	8.2	12.1	15.8	0.0	0.0	2.0
家管	21	4.2	22.4	58.9	22.7	7.3	21.3	0.0	0.0	3.9
無業/退休/待業	23	4.4	37.6	30.6	25.3	23.6	18.7	0.0	0.0	7.7
溝通主要使用語言										
國語	427	84.2	41.7	36.0	23.1	11.5	8.3	2.4	0.5	5.7
閩南語	78	15.4	37.8	26.4	13.0	14.9	15.3	3.5	0.0	10.1
客語	1	0.1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他語言	1	0.3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q40 請問您較常收聽的Podcast節目類型？【複選題】							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	閒聊 趣味類	知識 說書類	商業與 個人 理財類	新聞與 政治類	旅遊 生活類	人物 訪談類	兩性 議題類	不知道/ 忘記了/ 拒答
整體	512	100.0	41.3	34.2	21.2	12.3	9.2	2.6	0.4	6.3
居住地										
新北市	99	19.3	35.4	40.5	22.6	11.1	5.2	1.6	0.0	6.9
臺北市	86	16.7	39.8	49.5	19.6	14.3	10.0	3.0	1.3	2.6
桃園市	39	7.6	33.6	56.2	15.9	7.1	14.9	0.0	0.0	0.0
臺中市	62	12.1	35.3	21.8	35.7	10.0	8.6	1.8	1.8	13.7
臺南市	33	6.5	46.4	21.0	21.6	8.1	7.7	0.0	0.0	7.0
高雄市	42	8.3	61.2	22.0	13.8	14.0	12.8	2.1	0.0	3.4
新竹縣	17	3.3	59.1	25.8	24.3	5.2	9.1	9.1	0.0	0.0
苗栗縣	12	2.3	42.7	33.6	23.7	11.8	0.0	12.8	0.0	0.0
彰化縣	22	4.2	42.5	35.0	16.1	17.2	11.1	0.0	0.0	13.8
南投縣	4	0.8	27.2	27.2	20.4	0.0	52.3	0.0	0.0	0.0
雲林縣	14	2.8	21.1	8.0	30.0	6.1	18.1	0.0	0.0	16.7
嘉義縣	7	1.3	65.4	34.7	16.5	30.7	0.0	0.0	0.0	0.0
屏東縣	12	2.4	50.9	16.9	17.6	0.0	14.6	16.9	0.0	10.1
宜蘭縣	18	3.5	29.2	15.4	7.7	37.6	0.0	10.3	0.0	10.2
花蓮縣	8	1.6	68.2	59.5	11.2	11.3	6.5	0.0	0.0	0.0
臺東縣	1	0.2	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	17	3.3	47.3	20.4	12.2	18.7	20.2	0.0	0.0	7.7
新竹市	13	2.5	39.2	29.7	11.4	17.7	0.0	0.0	0.0	10.6
嘉義市	6	1.2	35.5	35.5	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地(分區)										
北部地區	270	52.7	38.9	42.9	19.6	11.9	9.0	2.1	0.4	4.3
中部地區	99	19.4	37.4	26.3	29.4	11.4	10.0	2.6	1.1	11.5
南部地區	115	22.5	49.7	20.9	21.0	10.1	10.8	2.6	0.0	6.4
東部地區	27	5.4	44.2	32.5	8.4	28.0	1.9	6.7	0.0	6.7
平均月收入										
未滿25,250元	51	10.6	49.2	35.7	17.5	13.2	20.9	0.0	0.0	2.5
25,250元~未滿4萬元	123	25.7	45.7	35.6	14.1	10.0	5.1	3.3	1.8	11.7
4萬元~未滿6萬元	130	27.1	39.2	32.0	20.6	14.2	12.4	5.1	0.0	6.2
6萬元~未滿8萬元	50	10.4	33.2	37.9	30.8	10.4	2.1	2.9	0.0	4.6
8萬元及以上	69	14.5	30.7	32.2	35.9	12.5	4.5	1.4	0.0	3.5
無收入	56	11.7	52.9	36.4	5.2	11.2	13.2	0.0	0.0	3.0
收聽頻率										
很少收聽	26	22.1	25.6	26.7	21.0	20.0	29.7	0.0	0.0	5.9
偶爾收聽	21	18.3	34.2	39.5	14.1	0.0	9.3	0.0	0.0	7.1
經常收聽	48	40.8	30.6	24.6	35.7	14.8	9.3	2.0	0.0	4.1
固定收聽	22	18.8	30.0	54.5	17.4	9.8	5.8	0.0	0.0	7.1

	樣本結構		Q41 請問您會收聽Podcast節目的原因是什麼？【複選題】						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	喜歡 節目風格	收聽 便利性	喜歡 主持人 風格	有聲音 陪伴	可以 吸收知識	節目無 固定時間 限制	親友的 介紹
整體	512	100.0	33.9	33.3	8.7	8.3	6.9	6.4	5.4
性別									
男性	236	46.1	30.8	36.3	7.1	8.9	6.1	7.9	4.2
女性	276	53.9	36.6	30.7	10.1	7.9	7.6	5.0	6.4
年齡									
13-19歲	41	7.9	36.0	11.9	12.0	16.8	6.2	11.9	4.3
20-29歲	151	29.5	33.8	39.9	8.9	7.5	7.5	7.6	5.7
30-39歲	161	31.4	31.3	38.4	8.7	8.2	6.8	6.3	5.9
40-49歲	107	20.8	34.6	29.7	7.0	9.0	6.7	4.0	2.9
50-59歲	41	7.9	39.0	23.4	10.2	4.4	8.4	2.2	4.5
60-69歲	10	2.0	46.8	15.4	6.0	0.0	0.0	0.0	21.9
70歲以上	2	0.4	0.0	38.4	0.0	0.0	0.0	38.4	25.0
教育程度									
國小及以下	2	0.4	0.0	57.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
初中、國中	14	2.7	30.5	7.7	18.0	29.5	0.0	17.1	4.0
高中、高職	59	11.6	27.2	31.7	8.1	3.6	12.8	4.2	2.9
專科	40	7.8	37.9	32.3	6.1	5.7	6.8	5.5	6.0
大學	295	57.5	33.2	34.4	8.9	10.1	5.9	7.4	5.0
研究所及以上	102	20.0	39.4	34.2	8.3	4.4	7.4	3.7	8.0
職業									
軍警公教	29	5.7	39.9	35.4	14.8	3.4	3.1	4.2	6.0
自營商/企業主	39	7.6	47.2	25.1	11.2	6.3	2.5	6.1	0.0
企業主管/專業人員	103	20.1	26.1	33.0	3.1	6.7	13.5	4.9	8.4
助理專業人員/技術人員	56	11.0	40.3	48.0	5.6	6.9	2.1	5.1	4.9
文書事務人員	72	14.1	32.3	38.7	8.8	10.8	2.4	11.7	2.0
商業買賣/服務人員	59	11.5	29.2	40.0	12.9	2.5	5.7	7.0	4.8
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	32	6.3	17.2	34.5	17.8	13.9	8.1	0.0	4.1
農林漁牧礦	1	0.2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	76	15.0	42.3	21.5	5.1	14.0	10.7	10.1	4.3
家管	21	4.2	44.0	35.1	8.6	4.2	4.2	0.0	6.7
無業/退休/待業	23	4.4	28.9	14.2	13.3	14.1	7.4	3.8	18.6
溝通主要使用語言									
國語	427	84.2	30.3	34.3	7.5	8.7	7.7	7.0	5.2
閩南語	78	15.4	54.4	26.6	14.9	6.9	3.2	1.5	7.0
客語	1	0.1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他語言	1	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q41 請問您會收聽Podcast節目的原因是什麼？【複選題】						
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	喜歡 節目風格	收聽 便利性	喜歡 主持人 風格	有聲音 陪伴	可以 吸收知識	節目無 固定時間 限制	親友的 介紹
整體	512	100.0	33.9	33.3	8.7	8.3	6.9	6.4	5.4
居住地									
新北市	99	19.3	41.5	30.7	8.7	9.6	6.3	7.6	5.1
臺北市	86	16.7	32.7	39.0	11.1	4.3	10.7	4.5	1.3
桃園市	39	7.6	43.8	21.5	8.1	5.0	8.3	9.8	3.1
臺中市	62	12.1	20.8	38.0	9.4	12.2	8.1	5.2	4.4
臺南市	33	6.5	38.0	33.6	5.6	10.9	8.1	7.0	3.9
高雄市	42	8.3	44.9	27.9	12.6	0.0	5.5	9.8	14.1
新竹縣	17	3.3	31.9	44.6	0.0	8.3	15.2	0.0	0.0
苗栗縣	12	2.3	11.8	12.8	0.0	17.0	0.0	24.6	12.9
彰化縣	22	4.2	26.5	37.3	6.1	12.8	6.1	0.0	6.1
南投縣	4	0.8	0.0	47.7	0.0	27.2	0.0	0.0	0.0
雲林縣	14	2.8	34.8	30.0	10.6	10.6	0.0	10.6	0.0
嘉義縣	7	1.3	51.3	34.7	16.5	30.7	0.0	0.0	0.0
屏東縣	12	2.4	20.0	26.9	0.0	7.6	7.6	0.0	10.1
宜蘭縣	18	3.5	17.2	40.9	9.5	17.9	9.5	0.0	0.0
花蓮縣	8	1.6	29.1	22.7	11.3	0.0	0.0	11.3	27.7
臺東縣	1	0.2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	17	3.3	37.5	34.4	14.3	7.7	0.0	14.2	6.2
新竹市	13	2.5	42.1	49.6	0.0	0.0	0.0	0.0	10.6
嘉義市	6	1.2	35.5	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	24.6
居住地(分區)									
北部地區	270	52.7	38.3	34.0	8.8	6.6	7.9	6.5	3.6
中部地區	99	19.4	20.1	35.3	7.2	13.5	6.4	6.1	5.6
南部地區	115	22.5	38.9	28.7	9.6	7.1	5.2	7.0	8.7
東部地區	27	5.4	20.0	38.1	9.6	11.7	6.2	3.4	8.3
平均月收入									
未滿25,250元	51	10.6	36.8	16.0	4.9	8.2	11.6	9.3	13.6
25,250元~未滿4萬元	123	25.7	29.4	34.8	14.6	10.3	7.3	3.2	4.8
4萬元~未滿6萬元	130	27.1	32.4	35.9	6.1	6.3	6.3	11.9	6.4
6萬元~未滿8萬元	50	10.4	24.1	37.7	10.3	4.2	7.7	3.9	8.6
8萬元及以上	69	14.5	35.5	42.7	5.9	8.3	8.5	2.1	1.3
無收入	56	11.7	43.9	22.9	10.2	15.5	4.5	7.0	0.0
收聽頻率									
很少收聽	26	22.1	44.3	15.2	5.9	13.9	5.6	4.3	4.0
偶爾收聽	21	18.3	36.7	28.3	9.2	11.1	6.0	0.0	0.0
經常收聽	48	40.8	40.7	21.5	15.0	5.3	6.8	5.6	4.6
固定收聽	22	18.8	33.0	20.3	10.0	4.3	4.1	10.4	6.0

	樣本結構		Q41 請問您會收聽Podcast節目的原因是什麼？【複選題】(續)					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	可重複 播放	節目類型 廣泛	陪小朋友 收聽	沒有廣告	可以練習 語言	不知道/ 無意見/ 拒答
整體	512	100.0	3.5	3.2	2.5	1.2	0.6	7.0
性別								
男性	236	46.1	3.6	3.1	2.6	0.8	0.0	5.0
女性	276	53.9	3.4	3.3	2.4	1.5	1.1	8.8
年齡								
13-19歲	41	7.9	6.4	6.2	0.0	0.0	0.0	6.6
20-29歲	151	29.5	2.9	0.0	0.0	1.8	0.0	6.8
30-39歲	161	31.4	4.2	3.1	2.3	0.0	0.8	3.9
40-49歲	107	20.8	2.2	4.4	8.5	0.9	0.7	7.9
50-59歲	41	7.9	4.4	8.4	0.0	4.0	2.2	16.4
60-69歲	10	2.0	0.0	8.0	0.0	8.0	0.0	8.0
70歲以上	2	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	36.6
教育程度								
國小及以下	2	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	43.0
初中、國中	14	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.2
高中、高職	59	11.6	6.3	5.6	0.0	1.4	0.0	15.3
專科	40	7.8	5.6	5.3	2.9	0.0	0.0	4.2
大學	295	57.5	2.3	3.1	3.1	1.5	1.0	6.4
研究所及以上	102	20.0	4.9	1.7	2.4	0.9	0.0	3.9
職業								
軍警公教	29	5.7	0.0	0.0	4.0	3.0	2.6	3.1
自營商/企業主	39	7.6	2.3	7.8	0.0	2.5	0.0	8.9
企業主管/專業人員	103	20.1	3.5	0.9	3.4	2.6	0.0	6.8
助理專業人員/技術人員	56	11.0	9.7	0.0	2.4	0.0	0.0	6.1
文書事務人員	72	14.1	5.5	2.6	2.9	1.1	1.9	5.6
商業買賣/服務人員	59	11.5	0.0	10.0	4.0	0.0	1.5	5.7
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	32	6.3	0.0	4.5	3.7	0.0	0.0	7.6
農林漁牧礦	1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	76	15.0	3.4	3.3	0.0	0.0	0.0	7.0
家管	21	4.2	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	16.8
無業/退休/待業	23	4.4	0.0	3.7	0.0	3.7	0.0	11.4
溝通主要使用語言								
國語	427	84.2	3.1	3.0	3.0	1.4	0.7	7.0
閩南語	78	15.4	2.7	4.6	0.0	0.0	0.0	7.9
客語	1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他語言	1	0.3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	樣本結構		Q41 請問您會收聽Podcast節目的原因是什麼？【複選題】(續)					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	可重複 播放	節目類型 廣泛	陪小朋友 收聽	沒有廣告	可以練習 語言	不知道/ 無意見/ 拒答
整體	512	100.0	3.5	3.2	2.5	1.2	0.6	7.0
居住地								
新北市	99	19.3	2.6	5.3	2.4	0.8	0.9	4.8
臺北市	86	16.7	4.8	5.5	1.6	1.7	1.6	5.5
桃園市	39	7.6	3.4	1.9	8.7	4.4	0.0	4.5
臺中市	62	12.1	0.0	0.0	1.5	1.9	0.0	9.7
臺南市	33	6.5	7.7	3.9	0.0	0.0	0.0	5.6
高雄市	42	8.3	10.7	0.0	2.8	0.0	0.0	13.3
新竹縣	17	3.3	0.0	0.0	6.8	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	12	2.3	21.9	0.0	0.0	0.0	0.0	11.9
彰化縣	22	4.2	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0
南投縣	4	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	52.3
雲林縣	14	2.8	0.0	8.0	0.0	6.1	0.0	6.1
嘉義縣	7	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	18.1
屏東縣	12	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.7
宜蘭縣	18	3.5	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	7.7
花蓮縣	8	1.6	0.0	11.3	0.0	0.0	9.2	0.0
臺東縣	1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	17	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹市	13	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3
嘉義市	6	1.2	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地(分區)								
北部地區	270	52.7	3.0	4.0	3.1	1.5	0.8	4.4
中部地區	99	19.4	2.6	0.0	2.0	1.2	0.0	9.7
南部地區	115	22.5	6.2	4.2	1.0	0.8	0.0	11.3
東部地區	27	5.4	0.0	3.4	5.0	0.0	2.8	5.0
平均月收入								
未滿25,250元	51	10.6	0.0	1.8	2.1	0.0	0.0	15.2
25,250元~未滿4萬元	123	25.7	1.0	3.8	1.8	1.2	0.0	8.3
4萬元~未滿6萬元	130	27.1	3.5	1.9	1.9	0.9	1.7	4.5
6萬元~未滿8萬元	50	10.4	4.7	6.0	4.7	1.7	1.5	2.3
8萬元及以上	69	14.5	8.2	1.3	3.9	1.4	0.0	5.4
無收入	56	11.7	4.6	4.5	0.0	0.0	0.0	10.7
收聽頻率								
很少收聽	26	22.1	3.5	5.6	4.5	0.0	0.0	8.1
偶爾收聽	21	18.3	0.0	3.5	9.9	3.5	0.0	11.7
經常收聽	48	40.8	2.4	1.8	2.3	3.6	0.0	4.8
固定收聽	22	18.8	0.0	15.1	5.5	4.4	0.0	7.1

	樣本結構		Q42 請問您沒有習慣收聽廣播的原因？【複選題】					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	沒有收聽 習慣	習慣 看電視 或手機	沒空收聽	對廣播 節目 沒興趣	沒有 收聽設備	工作場所 (環境) 不允許
整體	4,434	100.0	35.8	20.6	19.9	11.0	9.1	5.1
性別								
男性	2,090	47.1	35.4	20.6	17.4	12.7	8.8	4.5
女性	2,344	52.9	36.1	20.5	22.2	9.4	9.3	5.6
年齡								
13-19歲	363	8.2	36.4	18.3	23.4	18.4	4.0	2.0
20-29歲	692	15.6	40.2	15.5	12.5	17.6	6.8	4.7
30-39歲	662	14.9	45.6	16.0	14.0	9.7	7.8	5.7
40-49歲	714	16.1	37.6	15.9	21.1	9.7	5.8	8.5
50-59歲	691	15.6	35.4	19.9	24.2	6.9	9.6	7.3
60-69歲	694	15.7	28.3	26.8	26.9	8.5	13.0	4.2
70歲以上	619	13.9	26.7	31.6	18.8	9.2	14.5	1.2
教育程度								
國小及以下	451	10.2	25.2	23.9	22.6	11.1	15.5	2.2
初中、國中	431	9.8	30.5	22.4	25.1	10.9	11.0	2.4
高中、高職	1,256	28.4	35.2	21.0	24.7	9.8	7.6	6.5
專科	475	10.8	37.4	23.5	19.1	9.4	8.6	5.1
大學	1,475	33.4	40.3	18.2	15.1	12.0	8.6	5.4
研究所及以上	331	7.5	37.3	18.9	14.2	12.7	6.2	6.1
職業								
軍警公教	160	3.6	34.2	17.1	27.0	8.0	5.9	9.4
自營商/企業主	268	6.1	33.6	18.3	19.5	15.0	10.7	5.5
企業主管/專業人員	401	9.1	38.4	16.5	16.3	11.1	7.6	6.1
助理專業人員/技術人員	236	5.4	38.3	23.8	13.7	11.7	6.8	6.2
文書事務人員	349	7.9	41.1	18.6	17.2	7.7	6.5	10.4
商業買賣/服務人員	414	9.4	41.5	13.7	23.4	9.7	6.2	5.9
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	535	12.1	32.6	16.7	26.9	12.1	6.5	10.1
農林漁牧礦	109	2.5	25.4	14.3	35.1	10.1	7.0	6.7
學生	481	10.9	37.8	16.4	18.4	19.2	5.9	1.6
家管	535	12.2	35.4	24.0	22.1	7.8	11.7	1.2
無業/退休/待業	914	20.8	32.4	30.3	14.7	8.9	14.5	2.1
溝通主要使用語言								
國語	2,774	64.2	38.7	20.0	17.7	12.0	7.7	5.2
閩南語	1,432	33.2	31.6	21.4	23.8	9.3	11.0	5.3
客語	80	1.9	25.4	29.4	22.4	10.3	19.0	3.1
其他語言	32	0.8	21.2	2.2	26.2	20.8	12.4	1.9

	樣本結構		Q42 請問您沒有習慣收聽廣播的原因？【複選題】					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	沒有收聽 習慣	習慣 看電視 或手機	沒空收聽	對廣播 節目 沒興趣	沒有 收聽設備	工作場所 (環境) 不允許
整體	4,434	100.0	35.8	20.6	19.9	11.0	9.1	5.1
居住地								
新北市	782	17.8	35.9	20.3	19.9	11.7	9.5	5.0
臺北市	483	11.0	37.2	20.7	15.6	11.2	11.3	4.9
桃園市	430	9.8	36.1	22.2	18.8	9.5	6.8	6.1
臺中市	518	11.7	35.5	21.6	20.4	11.5	7.6	3.4
臺南市	345	7.8	38.5	16.5	20.2	11.3	6.8	5.2
高雄市	513	11.6	38.7	20.3	17.3	12.0	9.3	5.8
新竹縣	108	2.4	29.4	21.5	20.7	5.6	14.4	4.6
苗栗縣	113	2.6	32.8	26.6	18.0	13.7	8.5	8.6
彰化縣	232	5.3	37.3	17.5	22.2	10.9	12.1	7.8
南投縣	99	2.2	33.3	19.5	26.9	13.7	4.1	4.0
雲林縣	126	2.9	36.8	24.1	19.4	12.4	9.5	4.6
嘉義縣	106	2.4	45.0	18.6	23.9	8.8	11.3	3.4
屏東縣	154	3.5	29.7	17.1	26.3	10.6	7.8	8.0
宜蘭縣	85	1.9	34.9	23.6	23.1	7.7	6.8	1.2
花蓮縣	66	1.5	28.8	24.5	20.7	9.5	12.1	5.6
臺東縣	47	1.1	36.3	22.0	22.0	9.4	7.3	3.1
基隆市	68	1.5	20.7	24.5	17.7	13.1	12.1	4.9
新竹市	86	1.9	29.9	21.6	25.3	5.3	12.2	4.9
嘉義市	48	1.1	34.7	23.7	20.3	7.0	9.3	0.0
居住地(分區)								
北部地區	1,957	44.1	35.1	21.1	18.8	10.5	9.8	5.2
中部地區	962	21.7	35.4	21.0	21.2	11.8	8.4	5.1
南部地區	1,318	29.7	37.4	19.0	20.4	11.3	8.5	5.2
東部地區	198	4.5	33.2	23.5	22.0	8.7	8.7	3.1
平均月收入								
未滿25,250元	811	19.8	34.6	24.7	20.4	10.5	10.8	3.3
25,250元~未滿4萬元	1,056	25.8	35.3	20.5	21.3	10.9	7.3	8.4
4萬元~未滿6萬元	733	17.9	37.5	19.4	19.5	8.6	7.4	6.2
6萬元~未滿8萬元	243	5.9	34.6	20.2	18.6	9.9	11.4	6.2
8萬元及以上	304	7.4	35.7	16.9	20.0	15.2	5.6	5.9
無收入	952	23.2	36.4	20.4	18.5	11.7	11.5	1.8

	樣本結構		Q42 請問您沒有習慣收聽廣播的原因？【複選題】(續)					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	廣播節目 內容 不喜歡	廣播 收訊不佳	開車才會 收聽廣播	廣播資訊 或節目 較少	其他 原因	不知道/ 無意見/ 拒答
整體	4,434	100.0	3.8	2.5	1.7	1.2	1.4	5.1
性別								
男性	2,090	47.1	3.4	2.4	2.3	1.2	1.5	5.7
女性	2,344	52.9	4.2	2.6	1.3	1.1	1.4	4.5
年齡								
13-19歲	363	8.2	1.3	0.7	0.0	1.3	1.4	5.5
20-29歲	692	15.6	4.4	1.9	1.4	1.6	2.3	5.2
30-39歲	662	14.9	6.0	2.5	1.5	0.9	2.3	5.4
40-49歲	714	16.1	3.5	4.1	3.3	0.9	1.9	4.5
50-59歲	691	15.6	4.0	2.7	1.7	1.5	0.3	5.0
60-69歲	694	15.7	3.1	2.9	2.3	1.4	0.6	3.7
70歲以上	619	13.9	3.4	1.8	1.0	0.5	1.0	6.6
教育程度								
國小及以下	451	10.2	3.8	1.3	0.5	0.1	0.5	6.6
初中、國中	431	9.8	2.0	2.1	1.4	0.6	0.7	7.1
高中、高職	1,256	28.4	3.3	2.3	1.3	1.2	0.4	3.6
專科	475	10.8	2.7	4.0	3.2	1.5	0.3	3.6
大學	1,475	33.4	4.5	2.5	1.9	1.3	2.7	5.5
研究所及以上	331	7.5	6.9	3.7	2.7	2.3	3.0	5.5
職業								
軍警公教	160	3.6	3.0	2.2	1.3	0.6	1.3	2.0
自營商/企業主	268	6.1	5.3	3.7	1.9	1.3	0.4	3.8
企業主管/專業人員	401	9.1	3.8	4.5	3.3	0.5	2.2	7.6
助理專業人員/技術人員	236	5.4	6.1	2.3	1.8	2.7	2.7	4.5
文書事務人員	349	7.9	3.6	2.6	1.7	1.7	3.0	4.7
商業買賣/服務人員	414	9.4	4.5	1.5	1.4	0.0	1.6	3.4
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	535	12.1	3.6	2.6	3.6	1.2	0.5	3.8
農林漁牧礦	109	2.5	4.3	6.1	0.6	0.0	0.0	3.6
學生	481	10.9	2.8	0.8	0.0	2.2	2.2	7.0
家管	535	12.2	4.4	3.1	1.1	0.9	1.6	4.6
無業/退休/待業	914	20.8	3.1	1.9	1.6	1.2	0.6	6.2
溝通主要使用語言								
國語	2,774	64.2	3.9	2.2	2.1	1.4	1.8	4.9
閩南語	1,432	33.2	3.8	3.1	1.3	0.7	0.8	4.9
客語	80	1.9	2.9	3.3	0.0	1.0	0.0	3.7
其他語言	32	0.8	3.7	4.7	0.0	0.0	0.0	11.6

	樣本結構		Q42 請問您沒有習慣收聽廣播的原因？【複選題】(續)					
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	廣播節目 內容 不喜歡	廣播 收訊不佳	開車才會 收聽廣播	廣播資訊 或節目 較少	其他 原因	不知道/ 無意見/ 拒答
整體	4,434	100.0	3.8	2.5	1.7	1.2	1.4	5.1
居住地								
新北市	782	17.8	2.7	2.6	2.0	1.0	0.9	6.2
臺北市	483	11.0	4.8	3.0	2.0	2.4	1.6	3.7
桃園市	430	9.8	4.5	2.1	1.3	0.8	3.6	6.2
臺中市	518	11.7	3.4	1.3	2.9	0.7	1.1	5.2
臺南市	345	7.8	4.1	2.5	1.3	2.6	0.4	6.2
高雄市	513	11.6	4.3	1.9	1.7	0.7	1.8	3.2
新竹縣	108	2.4	5.4	0.8	3.9	0.8	4.7	6.1
苗栗縣	113	2.6	2.8	4.0	1.0	3.6	0.7	3.4
彰化縣	232	5.3	4.2	2.2	0.0	0.8	1.8	4.2
南投縣	99	2.2	4.9	8.9	1.9	0.6	0.9	3.5
雲林縣	126	2.9	6.0	1.2	0.0	0.0	2.1	1.4
嘉義縣	106	2.4	1.3	3.8	1.2	0.6	0.0	3.4
屏東縣	154	3.5	4.2	2.7	2.1	1.5	0.0	3.9
宜蘭縣	85	1.9	3.4	4.4	3.2	0.0	2.2	5.7
花蓮縣	66	1.5	0.0	2.0	2.2	0.8	0.0	5.1
臺東縣	47	1.1	2.7	1.4	0.0	0.0	0.0	1.5
基隆市	68	1.5	7.8	1.5	1.2	1.2	0.0	9.2
新竹市	86	1.9	4.8	6.0	1.3	0.9	0.9	6.6
嘉義市	48	1.1	0.0	3.1	0.0	0.0	0.0	9.0
居住地(分區)								
北部地區	1,957	44.1	4.0	2.6	1.9	1.3	1.8	5.7
中部地區	962	21.7	3.7	2.6	1.9	1.0	1.2	4.6
南部地區	1,318	29.7	3.9	2.3	1.4	1.2	1.0	4.6
東部地區	198	4.5	2.1	2.9	2.1	0.3	0.9	4.5
平均月收入								
未滿25,250元	811	19.8	4.0	2.0	1.0	1.5	0.9	3.7
25,250元~未滿4萬元	1,056	25.8	2.9	2.9	1.9	0.7	1.0	3.7
4萬元~未滿6萬元	733	17.9	5.0	3.5	3.1	1.3	1.7	5.4
6萬元~未滿8萬元	243	5.9	4.9	3.3	1.9	1.6	3.1	4.8
8萬元及以上	304	7.4	6.3	3.1	3.4	2.3	2.0	3.1
無收入	952	23.2	2.4	2.0	0.7	0.9	1.7	6.5

	樣本結構		Q43 目前透過電腦、手機等設備，也都能隨時隨地收聽廣播，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	會	一定會	可能會	不會	可能 不會	一定 不會	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	4,434	100.0	28.4	4.0	24.5	66.2	30.9	35.3	5.4	100.0
性別 **										
男性	2,090	47.1	26.4	3.0	23.4	68.9	31.5	37.4	4.7	100.0
女性	2,344	52.9	30.2	4.8	25.4	63.7	30.3	33.5	6.0	100.0
年齡 ***										
13-19歲	363	8.2	37.6	1.2	36.4	59.4	30.8	28.6	3.0	100.0
20-29歲	692	15.6	31.2	0.9	30.4	67.0	39.0	28.0	1.8	100.0
30-39歲	662	14.9	33.8	5.7	28.2	63.9	34.5	29.3	2.3	100.0
40-49歲	714	16.1	35.0	6.3	28.8	62.9	30.1	32.8	2.0	100.0
50-59歲	691	15.6	30.3	6.2	24.0	64.3	31.4	32.9	5.5	100.0
60-69歲	694	15.7	20.5	3.5	17.0	72.9	27.5	45.4	6.6	100.0
70歲以上	619	13.9	13.4	2.5	11.0	70.0	21.9	48.1	16.6	100.0
教育程度 ***										
國小及以下	451	10.2	9.4	1.0	8.5	72.7	18.6	54.1	17.9	100.0
初中、國中	431	9.8	19.6	2.7	16.9	71.1	30.9	40.2	9.3	100.0
高中、高職	1,256	28.4	28.5	3.8	24.7	67.0	30.8	36.2	4.5	100.0
專科	475	10.8	31.3	5.6	25.7	65.2	30.4	34.7	3.6	100.0
大學	1,475	33.4	33.5	4.3	29.1	64.0	34.6	29.5	2.5	100.0
研究所及以上	331	7.5	40.2	6.2	34.0	57.6	32.8	24.8	2.2	100.0
職業 ***										
軍警公教	160	3.6	39.6	8.1	31.5	58.9	33.3	25.6	1.6	100.0
自營商/企業主	268	6.1	28.9	4.6	24.3	68.5	27.6	40.9	2.6	100.0
企業主管/專業人員	401	9.1	37.0	5.2	31.8	60.6	34.2	26.4	2.4	100.0
助理專業人員/技術人員	236	5.4	27.0	4.1	22.9	72.6	40.6	31.9	0.4	100.0
文書事務人員	349	7.9	38.8	5.3	33.5	58.3	30.8	27.5	2.9	100.0
商業買賣/服務人員	414	9.4	28.6	5.6	23.0	68.5	31.8	36.6	3.0	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	535	12.1	25.7	2.5	23.2	69.9	32.1	37.8	4.4	100.0
農林漁牧礦	109	2.5	16.8	2.0	14.7	74.0	24.2	49.8	9.3	100.0
學生	481	10.9	36.1	0.9	35.1	61.3	37.4	24.0	2.6	100.0
家管	535	12.2	25.2	5.8	19.4	63.5	29.0	34.5	11.2	100.0
無業/退休/待業	914	20.8	20.8	2.9	17.9	69.6	24.8	44.8	9.6	100.0
溝通主要使用語言 ***										
國語	2,774	64.2	33.4	4.5	28.9	63.5	32.8	30.7	3.2	100.0
閩南語	1,432	33.2	21.0	3.2	17.8	70.1	28.7	41.4	8.9	100.0
客語	80	1.9	14.6	1.9	12.7	73.0	18.0	55.0	12.4	100.0
其他語言	32	0.8	20.5	0.0	20.5	77.5	13.9	63.7	1.9	100.0

	樣本結構		Q43 目前透過電腦、手機等設備，也都能隨時隨地收聽廣播，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	會	一定會	可能會	不會	可能 不會	一定 不會	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	4,434	100.0	28.4	4.0	24.5	66.2	30.9	35.3	5.4	100.0
居住地 *										
新北市	782	17.8	29.9	3.7	26.2	65.2	31.4	33.8	4.9	100.0
臺北市	483	11.0	25.9	5.2	20.7	70.8	29.7	41.0	3.3	100.0
桃園市	430	9.8	26.5	4.5	22.0	66.9	30.1	36.8	6.6	100.0
臺中市	518	11.7	31.8	3.4	28.5	63.9	30.6	33.3	4.2	100.0
臺南市	345	7.8	29.0	3.5	25.5	66.2	32.3	33.9	4.8	100.0
高雄市	513	11.6	27.0	5.4	21.6	66.8	34.6	32.2	6.2	100.0
新竹縣	108	2.4	24.0	5.5	18.5	72.1	34.0	38.1	3.9	100.0
苗栗縣	113	2.6	32.5	2.0	30.5	62.8	24.4	38.3	4.8	100.0
彰化縣	232	5.3	26.0	2.4	23.7	69.9	27.5	42.3	4.1	100.0
南投縣	99	2.2	21.6	6.1	15.5	65.9	28.4	37.4	12.5	100.0
雲林縣	126	2.9	28.5	2.1	26.4	62.9	30.8	32.1	8.6	100.0
嘉義縣	106	2.4	22.6	1.5	21.0	70.8	30.9	40.0	6.6	100.0
屏東縣	154	3.5	34.4	4.1	30.3	58.1	25.2	32.8	7.6	100.0
宜蘭縣	85	1.9	34.2	6.1	28.1	58.7	23.3	35.4	7.1	100.0
花蓮縣	66	1.5	32.3	2.0	30.3	60.8	32.5	28.2	6.9	100.0
臺東縣	47	1.1	28.9	3.5	25.4	68.2	30.1	38.1	2.9	100.0
基隆市	68	1.5	37.2	4.2	33.0	51.9	20.2	31.7	10.9	100.0
新竹市	86	1.9	25.6	1.9	23.7	70.1	46.7	23.4	4.3	100.0
嘉義市	48	1.1	19.9	3.6	16.4	74.6	38.0	36.6	5.5	100.0
居住地(分區)										
北部地區	1,957	44.1	27.9	4.3	23.6	67.1	31.1	36.0	5.0	100.0
中部地區	962	21.7	29.5	3.2	26.2	65.4	28.9	36.5	5.1	100.0
南部地區	1,318	29.7	27.9	4.0	23.9	66.0	32.4	33.7	6.1	100.0
東部地區	198	4.5	32.3	4.1	28.2	61.6	28.0	33.7	6.1	100.0
平均月收入 ***										
未滿25,250元	811	19.8	25.4	2.7	22.7	65.9	26.8	39.1	8.8	100.0
25,250元~未滿4萬元	1,056	25.8	30.9	3.1	27.9	65.9	34.0	31.9	3.1	100.0
4萬元~未滿6萬元	733	17.9	36.2	7.0	29.2	61.6	35.0	26.7	2.1	100.0
6萬元~未滿8萬元	243	5.9	35.1	6.4	28.6	61.1	30.2	31.0	3.8	100.0
8萬元及以上	304	7.4	27.0	4.6	22.4	72.1	30.1	42.0	0.9	100.0
無收入	952	23.2	24.8	2.8	22.1	67.5	30.0	37.5	7.7	100.0

	樣本結構		Q44 目前電臺提供線上與實體的服務或活動，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	會	一定會	可能會	不會	可能 不會	一定 不會	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	4,434	100.0	22.3	1.9	20.5	72.8	32.8	40.0	4.9	100.0
性別 **										
男性	2,090	47.1	21.0	1.6	19.4	75.0	33.2	41.8	4.0	100.0
女性	2,344	52.9	23.5	2.2	21.4	70.8	32.5	38.3	5.7	100.0
年齡 ***										
13-19歲	363	8.2	30.0	0.7	29.3	67.5	36.7	30.8	2.5	100.0
20-29歲	692	15.6	26.6	0.4	26.2	72.2	37.6	34.6	1.2	100.0
30-39歲	662	14.9	28.1	2.3	25.8	68.4	37.1	31.4	3.4	100.0
40-49歲	714	16.1	27.5	3.2	24.2	71.1	32.1	39.0	1.4	100.0
50-59歲	691	15.6	21.3	2.9	18.4	74.4	34.4	40.1	4.3	100.0
60-69歲	694	15.7	13.9	1.2	12.7	79.5	30.3	49.2	6.6	100.0
70歲以上	619	13.9	11.5	1.9	9.6	73.6	22.4	51.2	14.9	100.0
教育程度 ***										
國小及以下	451	10.2	7.7	0.6	7.1	73.0	20.6	52.3	19.3	100.0
初中、國中	431	9.8	17.1	1.8	15.3	74.3	29.5	44.8	8.7	100.0
高中、高職	1,256	28.4	21.9	2.4	19.4	74.7	33.6	41.1	3.5	100.0
專科	475	10.8	20.7	2.0	18.7	75.4	34.8	40.6	3.9	100.0
大學	1,475	33.4	27.6	1.9	25.7	70.9	36.4	34.5	1.5	100.0
研究所及以上	331	7.5	30.6	1.4	29.2	67.9	33.0	34.9	1.5	100.0
職業 ***										
軍警公教	160	3.6	29.8	4.3	25.5	69.6	32.3	37.3	0.6	100.0
自營商/企業主	268	6.1	18.2	2.6	15.7	78.7	30.7	48.0	3.0	100.0
企業主管/專業人員	401	9.1	27.7	2.1	25.6	70.9	37.8	33.1	1.4	100.0
助理專業人員/技術人員	236	5.4	23.7	1.1	22.6	74.7	37.2	37.5	1.7	100.0
文書事務人員	349	7.9	31.3	1.6	29.7	66.5	38.0	28.5	2.2	100.0
商業買賣/服務人員	414	9.4	25.6	2.3	23.3	70.5	28.9	41.5	3.9	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	535	12.1	19.6	1.5	18.0	76.1	35.9	40.2	4.3	100.0
農林漁牧礦	109	2.5	12.2	0.0	12.2	77.5	29.2	48.3	10.3	100.0
學生	481	10.9	29.2	0.5	28.7	69.3	42.6	26.7	1.5	100.0
家管	535	12.2	20.3	3.1	17.2	71.0	29.7	41.4	8.7	100.0
無業/退休/待業	914	20.8	15.6	1.8	13.8	75.3	25.7	49.7	9.1	100.0
溝通主要使用語言 ***										
國語	2,774	64.2	26.5	2.0	24.5	70.9	35.0	35.9	2.5	100.0
閩南語	1,432	33.2	16.0	1.7	14.3	75.3	30.2	45.1	8.7	100.0
客語	80	1.9	11.0	0.9	10.1	80.3	24.6	55.7	8.7	100.0
其他語言	32	0.8	19.4	2.2	17.2	76.6	29.6	47.1	4.0	100.0

	樣本結構		Q44 目前電臺提供線上與實體的服務或活動，請問會增加您收聽廣播的意願嗎？							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	會	一定會	可能會	不會	可能 不會	一定 不會	不知道/ 無意見/ 拒答	合計
整體	4,434	100.0	22.3	1.9	20.5	72.8	32.8	40.0	4.9	100.0
居住地										
新北市	782	17.8	23.2	3.0	20.2	72.0	32.9	39.1	4.8	100.0
臺北市	483	11.0	20.5	1.4	19.1	76.0	31.7	44.3	3.6	100.0
桃園市	430	9.8	22.0	1.5	20.5	72.5	32.3	40.2	5.5	100.0
臺中市	518	11.7	24.4	0.6	23.8	70.4	33.6	36.8	5.2	100.0
臺南市	345	7.8	20.3	2.3	18.1	75.1	37.3	37.8	4.5	100.0
高雄市	513	11.6	24.1	2.2	21.9	70.9	31.1	39.9	5.0	100.0
新竹縣	108	2.4	25.1	2.4	22.7	72.5	31.2	41.3	2.4	100.0
苗栗縣	113	2.6	16.8	0.8	16.0	80.3	35.6	44.7	3.0	100.0
彰化縣	232	5.3	18.5	0.8	17.7	76.6	31.3	45.3	4.9	100.0
南投縣	99	2.2	19.7	3.2	16.4	68.9	29.4	39.4	11.4	100.0
雲林縣	126	2.9	20.4	1.1	19.3	73.2	32.8	40.4	6.4	100.0
嘉義縣	106	2.4	24.3	0.6	23.6	69.7	28.6	41.1	6.0	100.0
屏東縣	154	3.5	20.6	4.0	16.6	73.2	33.8	39.4	6.3	100.0
宜蘭縣	85	1.9	21.4	1.2	20.3	75.0	30.6	44.4	3.5	100.0
花蓮縣	66	1.5	31.7	3.6	28.1	63.2	31.1	32.1	5.1	100.0
臺東縣	47	1.1	24.4	3.5	20.9	72.6	34.0	38.6	2.9	100.0
基隆市	68	1.5	22.6	1.1	21.5	68.5	40.3	28.2	8.8	100.0
新竹市	86	1.9	28.8	1.9	26.9	69.6	33.4	36.3	1.6	100.0
嘉義市	48	1.1	20.0	1.8	18.2	78.2	34.0	44.2	1.8	100.0
居住地(分區)										
北部地區	1,957	44.1	22.6	2.1	20.5	72.9	32.6	40.2	4.5	100.0
中部地區	962	21.7	21.6	1.0	20.7	72.9	32.9	40.0	5.5	100.0
南部地區	1,318	29.7	22.0	2.1	19.9	72.8	33.2	39.6	5.2	100.0
東部地區	198	4.5	25.6	2.6	23.0	70.5	31.6	39.0	3.9	100.0
平均月收入	***									
未滿25,250元	811	19.8	17.7	1.4	16.3	73.7	30.8	43.0	8.6	100.0
25,250元~未滿4萬元	1,056	25.8	26.2	2.1	24.1	71.2	34.5	36.7	2.6	100.0
4萬元~未滿6萬元	733	17.9	28.0	2.5	25.5	69.9	36.9	33.0	2.1	100.0
6萬元~未滿8萬元	243	5.9	25.6	2.8	22.8	71.3	35.3	36.1	3.1	100.0
8萬元及以上	304	7.4	19.0	1.6	17.5	79.2	34.7	44.5	1.7	100.0
無收入	952	23.2	21.1	1.8	19.4	72.3	31.2	41.1	6.6	100.0

	樣本結構		Q45 請問比較吸引您的廣播電臺服務或活動可能有哪些？【複選題】									
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	電臺實體活 動(非線上)	抽獎 活動	演唱會 (音樂 活動)	電話 call- in	各類 課程	聽友會	旅遊 活動	公益 活動	各項競賽 (歌唱 /語言)	網購或 團購 活動
整體	990	100.0	28.5	7.5	7.2	6.2	3.9	3.3	2.1	2.0	1.5	0.2
性別												
男性	439	44.4	26.6	7.1	6.5	6.4	3.1	2.2	2.3	2.5	1.3	0.2
女性	551	55.6	30.0	7.8	7.8	6.0	4.6	4.2	1.9	1.6	1.7	0.3
年齡												
13-19歲	109	11.0	13.8	3.5	6.4	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0
20-29歲	184	18.6	33.8	13.6	10.9	2.0	3.0	6.6	0.0	3.1	1.4	0.0
30-39歲	186	18.8	32.1	9.8	7.6	11.2	3.2	2.3	1.5	1.4	0.7	0.0
40-49歲	196	19.8	34.6	7.3	6.4	9.5	6.8	4.4	3.4	1.7	1.1	0.4
50-59歲	147	14.8	24.5	5.4	6.0	7.3	2.6	3.5	2.3	0.5	1.2	0.0
60-69歲	97	9.8	24.6	3.4	4.8	1.6	6.4	1.6	3.0	5.5	3.0	1.6
70歲以上	71	7.2	24.7	2.1	5.4	2.4	5.2	0.9	6.4	3.2	2.2	0.0
教育程度												
國小及以下	35	3.5	27.3	1.9	2.4	2.4	7.5	5.9	2.3	4.7	1.9	2.4
初中、國中	74	7.4	17.1	1.1	5.9	4.6	2.1	1.0	0.0	3.4	0.9	0.0
高中、高職	274	27.7	22.5	6.1	5.5	5.6	2.0	1.5	2.7	1.3	2.0	0.3
專科	99	10.0	30.8	5.3	10.2	3.0	4.4	3.7	2.9	2.3	0.9	0.8
大學	408	41.2	33.9	8.8	9.7	7.2	4.6	5.1	2.3	2.2	1.4	0.0
研究所及以上	101	10.2	29.6	14.8	1.3	9.4	5.8	1.2	0.0	1.1	1.3	0.0
職業												
軍警公教	48	4.8	37.3	16.0	11.0	12.7	4.6	2.4	0.0	2.3	1.6	0.0
自營商/企業主	49	4.9	32.3	10.1	8.7	2.4	7.5	4.8	3.5	7.4	1.4	0.0
企業主管/專業人員	111	11.2	32.8	7.8	7.4	12.1	3.3	0.0	2.6	4.5	1.1	0.0
助理專業人員/技術人員	56	5.6	33.9	9.5	9.8	9.0	8.1	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0
文書事務人員	109	11.1	37.6	11.7	7.2	3.9	8.0	9.0	4.9	0.0	0.8	0.0
商業買賣/服務人員	106	10.7	33.5	5.8	9.1	11.7	2.1	2.9	2.8	2.4	1.2	0.7
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	105	10.6	23.5	3.8	5.7	4.3	3.4	3.6	2.0	1.1	2.3	0.7
農林漁牧礦	13	1.4	24.8	8.8	5.4	5.4	0.0	16.0	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	140	14.2	18.4	6.9	6.6	1.2	0.0	2.1	0.0	0.8	1.9	0.0
家管	108	11.0	22.8	4.6	5.1	5.4	5.1	3.3	0.0	0.8	0.8	0.8
無業/退休/待業	143	14.4	26.9	6.2	6.2	4.4	3.1	1.7	3.7	3.1	3.0	0.0
溝通主要使用語言												
國語	735	75.0	29.2	8.1	8.2	5.6	4.1	3.2	1.8	1.5	1.7	0.1
閩南語	230	23.4	25.4	5.9	4.3	8.1	3.4	3.6	2.4	2.7	0.6	0.7
客語	9	0.9	33.8	0.0	8.0	0.0	0.0	0.0	18.0	7.9	0.0	0.0
其他語言	6	0.6	47.4	0.0	0.0	18.3	0.0	0.0	0.0	29.1	0.0	0.0

	樣本結構		Q45 請問比較吸引您的廣播電臺服務或活動可能有哪些？【複選題】									
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	電臺實體活 動(非線上)	抽獎 活動	演唱會 (音樂 活動)	電話 call- in	各類 課程	聽友會	旅遊 活動	公益 活動	各項競賽 (歌唱 /語言)	網購或 團購 活動
整體	990	100.0	28.5	7.5	7.2	6.2	3.9	3.3	2.1	2.0	1.5	0.2
居住地												
新北市	181	18.4	29.0	10.0	6.4	5.7	3.3	2.8	3.7	1.3	1.6	0.5
臺北市	99	10.0	29.7	5.5	10.3	2.7	3.7	4.6	1.6	1.9	1.6	0.0
桃園市	95	9.6	25.4	6.0	4.2	7.9	7.9	0.8	1.5	0.7	0.0	0.0
臺中市	126	12.8	32.6	13.2	10.4	4.7	4.4	0.5	1.3	0.5	1.2	0.0
臺南市	70	7.1	20.1	3.7	6.4	5.6	2.2	0.0	1.1	1.0	4.9	0.0
高雄市	123	12.5	29.5	9.8	6.3	6.8	3.8	5.0	3.6	0.0	0.0	0.0
新竹縣	27	2.7	33.5	5.2	12.6	14.8	3.0	5.2	6.1	3.0	3.0	0.0
苗栗縣	19	1.9	19.4	0.0	0.0	7.4	0.0	12.1	0.0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	43	4.4	37.9	8.3	9.5	13.2	4.9	5.1	0.0	2.5	0.0	1.8
南投縣	19	2.0	27.5	6.5	0.0	7.8	4.4	4.4	0.0	12.2	0.0	0.0
雲林縣	26	2.6	21.3	0.0	0.0	7.9	0.0	0.0	0.0	0.0	10.2	0.0
嘉義縣	26	2.6	22.1	4.9	4.8	0.0	7.2	0.0	2.6	7.0	0.0	0.0
屏東縣	32	3.2	18.0	6.0	9.6	2.3	2.1	6.2	0.0	0.0	0.0	0.0
宜蘭縣	18	1.8	36.7	0.0	15.4	0.0	0.0	15.9	0.0	15.4	0.0	0.0
花蓮縣	21	2.1	45.7	8.3	3.7	20.4	7.1	0.0	2.6	0.0	0.0	3.7
臺東縣	11	1.2	31.3	0.0	6.3	6.3	0.0	8.2	0.0	10.9	16.7	0.0
基隆市	15	1.6	18.8	0.0	5.2	0.0	0.0	6.8	6.8	0.0	0.0	0.0
新竹市	25	2.5	29.1	9.5	6.0	5.6	3.5	0.0	0.0	10.5	0.0	0.0
嘉義市	10	1.0	35.3	0.0	16.7	9.6	8.9	16.7	0.0	8.9	0.0	0.0
居住地(分區)												
北部地區	442	44.6	28.3	7.5	7.1	5.9	4.3	2.9	2.8	1.9	1.2	0.2
中部地區	208	21.0	32.0	10.4	8.3	7.0	4.1	2.9	0.8	2.0	0.7	0.4
南部地區	290	29.3	24.4	6.1	6.2	5.5	3.3	3.4	2.0	1.2	2.1	0.0
東部地區	50	5.1	39.2	3.4	8.5	9.8	2.9	7.6	1.1	8.0	3.8	1.5
平均月收入												
未滿25,250元	144	15.2	25.4	4.1	7.5	5.6	4.9	2.4	1.6	1.3	2.0	0.0
25,250元~未滿4萬元	277	29.2	28.2	6.5	7.5	5.4	3.5	6.2	2.4	0.7	1.6	0.9
4萬元~未滿6萬元	205	21.7	35.5	12.3	9.0	9.3	4.0	1.7	2.4	1.6	1.2	0.0
6萬元~未滿8萬元	62	6.6	37.0	1.1	10.5	12.0	7.1	4.6	3.3	3.5	0.0	0.0
8萬元及以上	58	6.1	31.1	5.5	3.3	6.5	7.6	0.0	1.4	10.8	2.7	0.0
無收入	201	21.2	22.1	9.3	4.9	3.9	1.1	2.2	0.7	1.9	1.8	0.0

	樣本結構		Q45 請問比較吸引您的廣播電臺服務或活動可能有哪些？【複選題】(續)							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	票選 活動	線上 活動	線上抽獎 /兌換	官網 點播歌曲 /留言	FB點播歌曲 /留言 /票選/按讚	FB 網路 直播	線上 團購 活動	不知道/ 無意見/ 拒答
整體	990	100.0	0.2	14.1	6.8	6.2	4.3	1.6	0.8	60.5
性別										
男性	439	44.4	0.3	13.7	7.4	5.3	4.0	1.6	0.7	61.3
女性	551	55.6	0.1	14.5	6.3	7.0	4.6	1.5	0.9	59.9
年齡										
13-19歲	109	11.0	0.0	18.9	8.0	10.5	10.5	1.6	3.5	68.9
20-29歲	184	18.6	0.0	22.5	13.2	6.4	5.8	0.5	0.7	50.5
30-39歲	186	18.8	0.0	11.5	6.5	5.6	2.0	3.4	0.0	58.1
40-49歲	196	19.8	0.0	16.6	7.6	7.4	4.8	1.6	1.1	53.4
50-59歲	147	14.8	0.9	11.6	3.5	7.1	2.8	1.2	0.5	66.9
60-69歲	97	9.8	0.8	6.0	1.5	3.1	3.7	0.6	0.0	69.6
70歲以上	71	7.2	0.0	1.2	1.2	0.0	0.0	1.2	0.0	74.1
教育程度										
國小及以下	35	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	72.7
初中、國中	74	7.4	0.0	7.8	3.1	4.8	4.8	0.0	0.0	75.1
高中、高職	274	27.7	0.0	15.4	6.7	7.8	6.6	1.1	1.7	65.8
專科	99	10.0	1.5	9.6	2.3	6.1	4.2	1.0	0.0	64.3
大學	408	41.2	0.2	16.5	8.3	6.6	3.9	2.1	0.8	53.0
研究所及以上	101	10.2	0.0	14.7	10.7	4.0	1.0	3.0	0.0	58.1
職業										
軍警公教	48	4.8	0.0	14.7	12.6	0.0	2.1	6.2	0.0	50.6
自營商/企業主	49	4.9	1.4	10.0	6.2	3.8	3.8	0.0	0.0	64.4
企業主管/專業人員	111	11.2	0.0	19.2	12.7	5.1	4.4	1.8	0.8	51.2
助理專業人員/技術人員	56	5.6	0.0	13.6	6.8	6.8	1.9	0.0	0.0	55.3
文書事務人員	109	11.1	0.6	14.3	5.3	6.4	5.8	1.1	0.7	54.4
商業買賣/服務人員	106	10.7	0.0	10.4	2.9	5.2	4.8	2.4	0.0	57.8
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	105	10.6	0.0	16.0	7.0	8.5	3.3	0.0	0.0	64.0
農林漁牧礦	13	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	75.2
學生	140	14.2	0.0	23.6	11.1	11.9	11.4	1.2	2.7	60.3
家管	108	11.0	0.0	10.9	4.3	5.5	0.8	0.9	1.1	70.5
無業/退休/待業	143	14.4	0.6	7.4	2.9	4.5	1.6	2.0	0.9	67.5
溝通主要使用語言										
國語	735	75.0	0.3	15.9	7.8	6.6	4.7	1.3	1.1	58.7
閩南語	230	23.4	0.0	8.9	3.8	5.1	3.2	2.1	0.0	66.8
客語	9	0.9	0.0	8.5	8.5	0.0	0.0	0.0	0.0	57.7
其他語言	6	0.6	0.0	18.3	0.0	18.3	18.3	20.3	0.0	32.3

	樣本結構		Q45 請問比較吸引您的廣播電臺服務或活動可能有哪些？【複選題】(續)							
	樣本數 (加權後)	百分比 (%)	票選 活動	線上 活動	線上抽獎 /兌換	官網 點播歌曲 /留言	FB點播歌曲 /留言 /票選/按讚	FB 網路 直播	線上 團購 活動	不知道/ 無意見/ 拒答
整體	990	100.0	0.2	14.1	6.8	6.2	4.3	1.6	0.8	60.5
居住地										
新北市	181	18.4	0.0	17.2	10.7	5.2	3.9	0.5	0.6	59.4
臺北市	99	10.0	0.0	8.7	5.0	2.2	1.5	2.5	0.0	62.7
桃園市	95	9.6	0.0	17.5	9.2	3.7	3.2	1.3	1.4	60.5
臺中市	126	12.8	1.1	12.1	3.8	5.7	5.0	0.0	0.7	58.4
臺南市	70	7.1	0.0	12.7	6.3	7.1	3.3	1.8	1.1	69.8
高雄市	123	12.5	0.0	9.9	1.9	8.0	5.6	2.6	0.0	61.6
新竹縣	27	2.7	0.0	12.0	5.7	6.3	6.3	0.0	0.0	54.5
苗栗縣	19	1.9	0.0	6.0	6.0	0.0	0.0	0.0	0.0	74.6
彰化縣	43	4.4	0.0	10.6	5.6	5.0	0.0	0.0	0.0	54.0
南投縣	19	2.0	0.0	10.7	0.0	7.5	10.7	5.4	0.0	60.8
雲林縣	26	2.6	3.2	20.6	10.1	10.4	10.4	4.5	0.0	58.1
嘉義縣	26	2.6	0.0	21.3	13.1	8.2	8.2	0.0	8.2	56.6
屏東縣	32	3.2	0.0	9.1	0.0	7.0	2.1	3.0	0.0	69.9
宜蘭縣	18	1.8	0.0	21.0	9.3	11.7	5.8	0.0	0.0	48.2
花蓮縣	21	2.1	0.0	21.7	13.2	16.9	16.8	15.7	8.3	46.8
臺東縣	11	1.2	0.0	6.3	0.0	6.3	6.3	0.0	0.0	62.4
基隆市	15	1.6	0.0	28.7	13.6	15.1	0.0	0.0	0.0	59.3
新竹市	25	2.5	0.0	35.7	21.1	14.6	5.6	0.0	0.0	52.9
嘉義市	10	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	64.7
居住地(分區)										
北部地區	442	44.6	0.0	16.5	9.5	5.1	3.3	1.0	0.6	59.7
中部地區	208	21.0	0.7	11.1	4.0	5.2	4.0	0.5	0.4	59.2
南部地區	290	29.3	0.3	12.0	4.4	7.5	5.1	2.3	1.0	64.4
東部地區	50	5.1	0.0	17.9	8.8	12.6	10.5	6.5	3.4	50.9
平均月收入										
未滿25,250元	144	15.2	0.0	10.3	4.6	5.0	3.1	2.3	0.0	66.0
25,250元~未滿4萬元	277	29.2	0.3	12.9	5.1	6.4	4.8	1.2	0.0	61.9
4萬元~未滿6萬元	205	21.7	0.7	14.5	10.3	3.5	2.9	1.7	0.4	54.4
6萬元~未滿8萬元	62	6.6	0.0	14.3	7.4	5.5	3.3	0.0	1.4	52.9
8萬元及以上	58	6.1	0.0	17.8	5.3	12.5	2.7	1.6	0.0	49.5
無收入	201	21.2	0.0	18.1	8.3	8.7	6.5	1.6	3.2	63.8

附錄IV 焦點座談會題綱逐字稿(聽眾場)

111 年廣播電臺收聽行為調查焦點座談會

聽眾場

壹、 活動名稱：111 年廣播電臺收聽行為調查焦點座談會

貳、 活動時間：112 年 2 月 19 日（日），早上 10:00-12:00

參、 活動地點：集思台大會議中心(亞里斯多德廳)，

台北市大安區羅斯福路四段 85 號 B1

肆、 活動主持人：國立臺灣藝術大學廣播電視學系 賴祥蔚 教授

伍、 參與者名單

編號	姓名	性別	居住地	年齡	職業
A1	黃 ○ 媛	女性	新北市	50-59 歲	技術工/體力工
A2	賴 ○ 杏	女性	新北市	60-69 歲	企業主管/專業人員
A3	曾 ○ 翔	男性	新北市	30-39 歲	助理專業人員/技術人員
A4	吳 ○ 軒	男性	臺北市	30-39 歲	助理專業人員/技術人員
A5	吳 ○ 輔	男性	南投縣	20-29 歲	學生
A6	張 ○ 惠	女性	臺中市	50-59 歲	商業買賣/服務人員
A8	林 ○ 淳	女性	高雄市	30-39 歲	文書事務人員
A9	周 ○ 宏	男性	高雄市	40-49 歲	助理專業人員/技術人員
A10	侯 ○ 云	女性	高雄市	20-29 歲	學生

陸、 逐字稿

主題	參與者	內容
引言	主持人	今日焦點座談會是國家傳播委員會委託調查想知悉台灣廣播電台聽眾收聽情況，今年委託循證民調公司先前已有進行問卷調查，會舉辦三場請聽眾、業者、專家學者了解目前廣播業生態，聽眾部分有考慮北、中、南地區的意見，年齡部分也考慮不同年齡面向的民眾，大致上按照焦點座談會大綱順序，焦點座談主要以腦力激盪模式蒐集大家意見，沒有對錯，為了讓大家暢所欲言，時間上每人平均分配，第一次聽廣播在大學的時候，也是聽朋友說，後來也開始聽廣播，也參與廣播電台的成立，自己也主持廣播節目，現在年輕族群也比較少收聽廣播節目，我在廣電系教課，學生對廣播比較沒興趣，有的人也有聽 podcast，有聽就說明你的想法，沒有也可以提供意見。請大家先自我介紹，介紹一下自己也可說一下對哪個節目有興趣。
引言	A1	大家好，我應該算是在場年紀最大的，我自己本身也是學傳播的，因為我回家帶小孩，所以平常沒有在工作場域但是也會在我們社區協會當管理員，常常是在做家事的時候聽廣播，我可能跟賴老師是同輩的，所以對廣播比較熟悉，對 podcast 比較不熟。
引言	A5	大家好，我叫吳烝輔，我住南投，是今年的應屆畢業生，比較有接觸廣播這部分是某個節目主持人是 Youtuber，是歐瑪克跟瑪麗主持的，是因為人格特質才吸引我聽廣播。
引言	A8	我是林孟淳，我住高雄，職業是行政，聽廣播的時候是上班時段，因為做行政事務比較煩人，所以上班時候會聽廣播也會聽 Podcast。
引言	A2	您好。我是賴美杏，目前還在職中，開始上班第一件事情就是開收音機，我喜歡辦公室有點聲音，從早上八點半到下班五點半，連午休我都開著繼續聽，剛剛那位先生提到馬克與瑪麗，我也很喜歡聽他們的論述，先生開車時跟我聽的類型不同，他喜歡聽台語頻道，間接的我也會稍微接受一下他的台語頻

		道，她聽的台語頻道跟我們一般國語頻道論述有差異很大，所以我很喜歡聽人家在談述的時間。
引言	A9	各位好，我叫周俊宏，我也是高雄人，聽廣播應該是從小學就開始聽了，我聽的是高雄較受歡迎的KISSRADIO，因為同學都在聊這個話題，所以就聽一下，睡覺前會聽個音樂會聽到睡著，現在的話都是晚上會聽一下以及午休，開車的時候變成警廣。
引言	A3	大家好，我是曾一翔，我住在台北，我現在主要是做業務的工作，所以我在聽廣播的時間比較沒有特別固定，等客戶或者開車的時候，也會聽一些podcast，收聽類型比較偏向聽財經類的節目。聽的方式主要都是用手機收聽。
引言	A6	大家好，我叫張素惠，我是因為接送小孩，所以小孩子還小的時候我都聽教育廣播電台，現在孩子都長大了，現在聽警廣，因為開車上下班也會聽。
引言	A10	大家好，我叫侯乃云，我也是住高雄，常常會聽警廣以及一些音樂電台，警廣的話是家人要出門才會收聽，不然其實都是以音樂電台為主，我常常在聽的時段是我手邊再忙想要有一點聲音。還是學生。
引言	A4	大家好，我叫吳旻軒，我進入廣播比較特別，它們聽到我聲音都以為我在做廣播，其實我一開始對廣播是很排斥的，我國中小的時候會在廣播內講武俠小說的電台，在晚上十點時候，因為那時候父母親逼很緊在讀書，沒有閒暇時間可以讀課外讀物，所以就會插著耳機聽廣播，現在是做行銷的工作，平常都是在開車不然就是辦公室的時候會聽，主要聽ICRT 維持自己英文能力。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	剛剛主要是讓大家彼此認識一下，我們現在聊聊聽廣播的時段、場合、頻道等等的，各位有想要發言的就不要客氣，想講的就隨時講都沒關係。美杏小姐提到的是您一到五早上八點到下午五點都在聽廣播。
收聽廣播及 Podcast	A2	一到五是在辦公室，六日是在家裡，我對廣播電台是不設限的，只要早上起床就是一定要有聲音的就

收聽情形		會打開廣播，在家裡有家人的頻道不是我主宰的，有時候我公公起來聽台語頻道我也會聽，現在是我跟我先生誰先起床就先搶頻道，聽台語有個好處讓我們小孩子接觸台語頻道，所以我們家的小孩很會講台語，跟上一代談吐之間沒有耽擱，到我先生下午出門了，我就轉回我的頻道，我喜歡中廣、飛碟。六日比較煩燥時我就轉流行音樂台，以聽歌為主，跟小孩子的互動就會有話題，我喜歡這樣的感覺，在我們家開廣播是每天例行的公事，出去我們開長途出去旅遊，開著冷氣開著空調就是開收音機，我先生不愛警廣，他只要台語頻道他都接受，所以我們車內的人都是被他主宰，他聽我們就跟著聽。
廣播節目 內容探討	主持人	那他台語頻道主要都在聽哪方面的內容？生活聊天還是政治？
	A2	都有，他會聽這個主持人今天帶的風向，我先生出門就喜歡聽一些高興的電台，心情不好就聽政治類型的節目，心情很好就跟著哼歌聽 CALL-IN 聽聽看賣什麼產品分解產品的好壞，我曾經幫我婆婆 CALL-IN 進去買產品。
	主持人	買的產品滿意嗎？
	A2	我不太滿意，但我婆婆說很好，我是覺得還 SOSO，因為廣告本來就會比較誇大？
	主持人	我一個親戚長輩廣播電視都有，購物節目打去買買很多，我朋友很氣，這要騙你錢你不知道？長輩說人家要生活要賺錢。所以你家小孩因為聽廣播台語變比較順？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A2	長輩有教，有時候廣播在講俚語我們都會解釋給她聽，就會趁機會教育。
	主持人	很好的收聽行為，我們政府最近在推廣媒體素養鼓勵加強陪小孩子看電視或聽廣播，所以你們這是模範，接下來我們換各位自由發言，有人想到什麼不要客氣就盡管發言，看對哪一題比較多了解。
收聽廣播及 Podcast	A1	我比較跟大家不一樣，很多人聽的是飛碟，我聽的是 NEWS98，我覺得節目講得範圍很廣而且他有個

收聽情形		節目我很喜歡聽，最剛開始我自己有投資行為，他的節目播放剛開始就有相關東西，前面那段結束後，他後面會講天文、醫學、心理、科學這方面，他每天安排的主題都不一樣，我就是在弄小孩先生出門後，在家希望有點聲音，然後就會邊聽邊做家事。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	如果沒記錯他是十點？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A1	他是九點之後，但是十點之後會更有專業的東西，我覺得在聽廣播邊做家事也可以吸收知識，對我而言蠻好的，尤其是我很長時間在做家庭主婦，跟外面接觸很少，可以豐富自己的知識度，所以我很喜歡聽他的東西，最主要是他的東西不是單一面向，他會有很多東西的論證，正的反的他都會併整給大家聽，對我這種人來說這是我喜歡的類型，我不喜歡聽單一方向的，一直告訴我往左，但右邊可能有別的東西，所以我希望一併整合讓我了解，所以我喜歡這種知識性節目。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	那如果喜歡這種投資型節目，電視也有？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A1	對，我有一段時間也會看，但我資歷有點長，不太聽別人的我只聽我自己的，最基礎的知識我從這節目得到的，然後了解以後慢慢聽，現在不管他請什麼來賓來，在我心裡我都能跟他辯證。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	很專業，您本身就也是讀大眾傳播的？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A1	對，讀什麼系會有那個系的思考模式，所以這方面我也比較喜歡
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	你念傳播，你就會知道你主持節目找來賓是真的要讓聽眾聽到更有訊息，還是你在宣揚特定的想法，你是股票在拉人還是提供理財資訊，我想有聽過自

		然就會更加了解，剛剛黃小姐提到是家管，我有朋友每天股票賺五、六萬塊，一開始跟他不熟，賺的時候跟你講，賠的時候也不跟你說，沒有幾天就傳他今天的獲利，然後找你，投資這種東西要做很多功課真的很多訊息，投資需要花很多功夫，剛剛有聽到投資嗎，一翔也是喜歡聽財經嗎?分享一下?
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A3	因為我的時間比較不固定，所以廣播我比較會聽的是一些流行歌曲，因為想知道最近比較流行什麼歌，所以聽廣播比較在流行歌曲這一塊，可能財經類我比較聽 podcast，財經這塊 podcast 的內容比較多，可能不只財經的東西，夏韻芬老師的一些課，雖然他平常也會講一些財經面的東西，但是他不是每一集都在講財經的分析，他也會講一下自己的生活內容，他有一堂課也有講到關於聲音還有生活，還有好味小姐他也是在講自己的生活，其實也不見得是想學習什麼知識，而只是剛好打發一些時間，而且想要放空，聽聽看他們講得內容感覺滿有趣的。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	尤其是做業務需要跟客人有共同話題
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A3	我就會問說我最近聽到什麼電台，什麼節目不錯之類的，就會想要去跟客人聊，就會用這樣的方式跟客戶有不同的接觸，沒有涉獵說一定要聽什麼樣的內容，就都不設限。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	您有聽夏韻芬?是因為從廣播認識她嗎?
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A3	因為知道夏老師是節目上有看過她，其實她出現的地方太多了，之前有去一堂講座，她有上她的課，她其實很鼓勵年輕人多接觸投資的東西，所以她也是這一兩年開始有做 Podcast 內容，我現在也都固定會去看，因為我時間不固定，我沒有辦法隨時隨地打開手機馬上聽廣播節目或喜愛的 DJ，所以就比較轉戰在 Podcast，我有時間我今天看到第幾集，

		會有點像助音器我都用聽的。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	總不可能拜訪客戶的時候，跟他說不好意思我收聽一下節目。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A3	對，所以我只能用不同方式去收聽。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	我對夏韻芬的印象，她一直很有名，我對他最有印象的是，有一次廣播學者要我們去開會，他最喜歡什麼花，他最愛有錢隨便花，夏老師非常樂觀，他自己家中也遇過一些事，還是樂觀面對，人生在世，難免遇到挫折，就卡進去了，當然有時候無法決定是否樂觀。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A3	老師講的內容比較偏向生活化，剛好也可以跟客戶提到一些趨勢的東西，她也會提到家中狀況這樣。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	我跟美杏小姐不太一樣，她家是誰先起床就誰先掌控收音機，我們家以前看電視，不管我在看什麼，我爸出現就是他的，我也不會跟他搶，也不會跟他爭執，現在我家電視就是我家小孩的，一出現就他們的，跟著小孩看我都了解，剛剛提到好味小姐我知道，有一次學生上課在聽音樂聽孤勇者，老師你竟然知道孤勇者，我也是跟我女兒一起看 Youtube 才知道的，接下來還有誰要講一下廣播收聽習慣的。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A5	我覺得現在的廣播收聽習慣，大部分的上班族比較多的是接觸 Podcast，第一，是因為現在廣告時間真的有點長，有一些聽眾要聽的東西並不是音樂而是聽他的生活分享，例如剛剛有人提到用繩子去干擾自己，有時候工作可能很繁瑣、很無聊，但是會想要在放空的階段接收一點東西，而不是音樂一直進來廣告一直進來，反而 Podcast 就沒有這個困擾，或者 Youtube 也沒有這種困擾，為什麼會聽廣播，是因為我手上在忙其他事情，但是我腦袋可以做其他事，就是我沒辦法用看的但是我可以用聽的，就像剛

		剛曾先生說的，沒辦法準時聽我就會用去 Youtube 去找錄音檔，可能這一集我沒有聽到，我就會上網找來聽，現在蠻多電台會把錄音檔丟上 Youtube 平台。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	以前廣播還會特別強調，例如：今天是 2/19 日早上 10 點鐘，台北目前沒下雨，聽眾知道他是現場的節目，現在要重播就會放到 Podcast，我有一次去上廣播節目，被提醒你跟大家打招呼但不要說早安，要說大家好，才不會讓重聽的人覺得奇怪，一聽就知道是重播。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A5	現在的廣播節目其實不太會，應該說我聽廣播的時後很多聽眾都會說我聽那個重播的時候我聽到那個什麼內容不錯，所以現在上班族有多少人可以聽廣播，所以很多現在會去追錄音檔。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	你怎麼尋找廣播節目主持人或 Podcast 主持人。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A5	我是無意間聽到的，甚至是一天沒有他們的聲音心情會覺得心情很差。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	會把 Podcast 節目內容拿來跟朋友們討論嗎？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A5	會，甚至是把內容拿來跟朋友大聊三四個小時
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	你愛聽 Podcast 聽多了會把其他人的工作搶走，其實你可以轉述，有很多 Youtube 也是，把別人的電影拿出來講一講影片點擊率比電影的預告片觀看數還多，我就不特別說名字，烝輔提到上班聽廣播不是每個人都可以的，孟淳你是可以的？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A8	可是其實我廣播也是聽 ICRT 比較多，然後就想說學一下英文，也可順便練一下英文，廣播有時候聽一下有點煩躁我就會去聽 Podcast 一些閒聊類的，例如：呱吉、丹尼婁姊這種講笑話的。

收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	妳上班聽妳是直接放出來還是戴耳機。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A8	戴耳機，公司不會管太多
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	因為現在年輕人很常掛著耳機，而且我很佩服很多坐捷運的都在著耳機，可是耳機不會很快就沒電了嗎？還是隨時隨地在充電，你是用有線還無線的
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A8	無線耳機，我都戴一耳，一耳沒電就換另一耳。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	所以我這樣戴是對的，有人說耳機哪有這樣戴的，這樣就不用一直充電，他待的環境可能可以一直充電，像我常在外面跑，我都這樣戴著，戴一耳會對聽力不好，輪流帶也還好。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A8	有時候是因為要接電話所以不方便帶兩耳
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A5	甚至是妳上班時候有人要跟妳說話時戴兩耳會聽不到。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	剛剛說到，騎摩托車戴耳機很危險，戴一耳還好一點，騎車還是不要戴耳機，但開車還不是開收音機，而且還開超大聲的，我印象很深刻，我有一次忙得很晚睏得要命，我把車窗全部打開，收音機開到最大聲，不然隨時快睡著了，孟淳妳上班聽廣播的話除了 ICRT 之外，還會聽什麼？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A8	也會聽中廣，以前很愛聽，但是現在比較少，因為現在很多時候會有廣告，我都會直接切掉，我覺得廣播的廣告跟 Podcast 不太一樣，就像我在聽呱吉跟丹尼婁姊的時候他們置入性廣告會講得比較有趣一點，不會像廣播突然中斷立即插播一段廣告
收聽廣播及	主持人	我有時候看 Youtube 也是，他會故意把他講出來這

Podcast 收聽情形		就是廣告，不然沒有辦法生存，所以廣告妳把他講白了妳可以，或像好味小姐有些包裝，有時候因廣播廣告比較傳統讓妳比較出戲，所以 ICRT 給妳小建議，如果你要聽懂的話，他以前有些廣播新聞都會有文字檔，妳就看文字在聽對妳一定有幫助，可是有幫助對妳上班聽 ICRT 就會很不好，因為很認真聽就會影響工作，ICRT 有一段時間 DJ 會很嗨，這樣不會影響妳上班？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A8	不會，我覺得會滿振奮精神的，我喜歡主持人或廣播節目很開心很雀躍在講事情。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	妳聽 ICRT 或 Podcast 會的會跟朋友分享嗎？在辦公室都是怎樣收聽？妳聽 ICRT 的時候都是聽即時的還是重播的？那你會考慮英文聊天的 Podcast 你會考慮嗎？你對 ICRT 有忠誠度嗎，例如喜歡哪個 DJ 或哪個主持人？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A8	會，有時候聽到好笑的或者聽到有趣會跟朋友討論，也會推薦朋友們一起收聽，都是用手機收聽，我都聽即時的比較多，目前也都沒試過，如果要聽，會以 ICRT 為主，因為 ICRT 就是在講台灣的事情比較習慣，對主持人都還好
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	哪位要不要講看看你對廣播收聽的看法？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形 、 廣播節目 內容探討	A9	其實我自己在聽廣播就只是為了那個聲音而已，就覺得有聲音也有陪伴的感覺，很好入眠，夜間有人講話不會沉悶，早上起床也比較有精神，可是現在因為網路的關係，電台跟網路都有一些連結，可以用網路去聽廣播現場直播，然而現在年輕人對 Podcast 比較有吸引力，例如聽一些財經、理財、投資、科技、3C 等，我就會找一下 Podcast 可以針對自己喜歡的去聽，廣播只能接受節目播放內容收聽，就會比較混亂，現在上班比較沒有辦法盯著廣播聽，反而用手機可以掌握一些東西，剛剛有人提到長輩

		對台語比較有較高的收聽習慣，而我只要轉到台語就會轉到 KISS99.9，然後我爸開車就變警廣 93.1，我兩個會轉來轉去無法達成共識，我自己從小講台語但我聽不慣台語電台，因為我覺得台語電台其實只是長輩喜歡有人陪伴的感覺，電台部分其實很多都是在閒聊的感覺，聊到後來就會是藥品的介紹，就算 Call-In 進去也都是在閒聊居多，只是想要有人跟他聊聊天或者互動的感覺，他需要有一個人陪伴他而已，感覺身體微恙，不然就買個藥品試試看，像年輕人工作可能需要一點白噪音的感覺，就只是一點配樂，因為仔細聽工作就會耽誤了，會認真聽電台內容，所以像 ICRT 這類型的就沒辦法仔細去聽，太過高艱深的東西，真的很難聽得懂，就只是希望有點聲音在耳邊，所以你要仔細聽的時候就會停下手邊工作，就會覺得算了
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	現在年輕人會去 Youtube 或 Podcast 聽自己喜歡的，所以會認真聽，俊宏你剛有提到你會針對財經、投資等面向去找。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A9	就是剛好有看到或是文章介紹，就覺得不錯我就會繼續聽
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	旻軒剛剛有提到，很多人說你的聲音很適合走廣播，有去客串廣播？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A4	沒有客串過，我那時候真的很排斥，好像沒有這麼適合
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	可能您的接觸領域不一樣，以前做這行業很多，應該會找你去錄廣告
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A4	可能發音也沒有到很標準，因為業界很多都是我的好朋友，之前有人找我去試試看，我跟他說我沒有興趣
收聽廣播及	主持人	因為廣播的待遇沒有很好嗎

Podcast 收聽情形		
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A4	廣播主題比較多元性的，在早期 Youtube 尚未發展蓬勃的時候，我聽到好聽的音樂都要拿紙筆把它抄下來，再用音樂軟體下載，後來我聽音樂比較多元是因為廣播以前不管音樂種類什麼都會撥放，工作比較不愛聽廣播，需要寫企劃比較不太適合
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	你在做企劃時，音樂會選擇自己可以選的嗎
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A4	有時候還是會聽 ICRT，畢竟全英文的比較不會有干擾
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	本科系不是英文，想對英文熟悉，像剛剛孟淳提到 ICRT 都是講台灣發生的事情為主，會熟悉一點，但是你是本科系英文，怎麼不聽國外的電台？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A4	有聽國外的電台，就像時間搭不上，就會聽國外 Podcast，主要是聽澳洲的為主，就會想回去當地看發生什麼事情，因為不知道那邊現在的狀況，以前聽不到這些東西，現在網路找一下就有了
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	所以你在澳洲留學過？在澳洲會聽廣播電台？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A4	對呀，我在澳洲兩年半，我開車的時候會聽廣播
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	你現在台灣聽廣播的習慣就會比較少一點？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A4	畢竟現在時間比較受限制，所以變成只有開車的時間比較有辦法聽，工作比較不方便，因為我需要寫東西，所以都以純音樂為主，變成 Youtube 是首選之一，就像大家講的廣播真的廣告太多了，就算再自然也是一樣，有時候你只想聽音樂而已

收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	所以講話容易打斷你做企劃的思緒？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A4	主播是還好，主要是中間有些廣告插進來，寫的狀況就會很煩
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	純粹放音樂會不錯，前幾年我做過一些廣播研究，本來是一個比較小的廣播電台，有一天發現收聽率飆漲，發現那廣播電台沒什麼錢，DJ 都請學生，一小時兩百塊，就一直放歌給大家聽，這樣收聽率反而好。誰可以跟我們分享收聽廣播習慣？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A10	我有聽廣播，也有聽 podcast，我分兩部份說，我聽廣播是我爸爸會主動去聽警廣、98.3、KISS99.9，我才會去跟著聽這些，當你不知道那首歌的歌名，你已經聽到別人在 KTV 唱了，自己在聽廣播的時候比較常用的是電腦，所以我會上 GOOGLE 去搜尋廣播電台，找開放設定台它會讓你去收聽，但是常有一個問題是它會常斷訊，因為他連的是 WIFI，跟就是收音機比他雜訊會斷得很乾淨，但相對的他斷線也會很久，這段空白期是我比較難接受的，然後廣告也是臨時插進來的，不是一分鐘就是 10 秒，比較常一段時間，我在做事的時候，我希望有個聲音可以一直在我耳邊干擾我，當我意識到廣告進來後 10 秒、20 秒還沒結束我就會把頻道切掉。 Podcast 我是從 Youtube 開始的，我一開始接受到的是大人學，是 Youtube 演算法推薦給我的，我騎車的時候或者等車搭大眾運輸工具的時候會聽大人學或那些電影教會我的事，聽他們聊天你也可以跟你的朋友們分享。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	那些電影教會我的事他是一個廣播節目還是 Youtube
收聽廣播及 Podcast	A10	我不確定

收聽情形		
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	剛有提到廣告超過 10 秒、20 秒你就會把廣告切掉，有什麼廣告可以舉例嗎？例如冷凍包子，跟你要聽的主題差太遠了，就跟你聽到一個很浪漫的音樂或很清脆的音樂，您有聽過廣告或置入是你能接受的嗎
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A10	剛有人有提到，就是 Podcast 置入是比較讓人接受，因為在開頭就跟你說誰誰誰贊助，所以比較讓人可以接受，不像廣告占用的太多。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	不管是 Podcast 還是 Youtube，你在廣播收聽行為上是從家人開始的嗎，你聽 Podcast 跟你的同事還是朋友會交流嗎
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A10	會呀，會討論你有沒有看過這部電影或者你知不知道這部片就會推薦並且說明電影的精采度。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	素惠你跟大家聊聊你聽廣播的經驗？
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A6	剛剛有跟大家提過，我有三個小孩，因為有不同年齡層，就有不一樣的學校，就會有不一樣的上課時間，所以我在車上的時間就會滿長的，所以我有印象我們都是聽教育電台，一方面因為現在做業務，一方面是為了路況，警廣他有一些歌，也有播新聞，有時候也會請警察來宣導一些觀念，車禍要怎麼應對，也會請醫生宣導一些觀念，有時候路況不需要聽的時候我就會轉到中廣。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	所以你都在車上聽？私下就沒有聽廣播的習慣
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A6	對，因為婆婆家在台南，娘家在高雄，所以都會兩邊跑，因為都在南部，很常電台就會變成台語頻道的居多。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	主持人	開車會部會遇到訊號不好就轉台？聲音清楚聽起來可以就好

收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A6	我發現在台南隨便轉就台語了，心裡想沒關係，聽聽看，有時候聽很多，政治性、賣藥的就都聽聽看好了。不過剛才那個美杏講得很好，就是說語言是一個環境，小孩子在學語言是一個環境，然後我會特別播英文的，可是呢？應該要多台語、搞了半天，他們台語不會講。
廣播節目內容探討 -(廣播節目 興趣)	A2	只要有 3 代同堂的，幾乎我們都會以台語為主要，尤其像我現在我公公婆婆都 90 幾歲了，已經做曾祖父了，小朋友聽不懂阿祖講的台語，那我們這個夾層的、年代的，我們覺得說不可以這樣子，對阿祖這樣講的話，然後我就會跟我的，子女或者是我的小孩說台語是我們台灣的文化，像你的外來語、英文、西班牙語，那個你上學以後再去學都很 ok，所以現在我就比較嚴格執行就是，說像兩三歲的「姆婆」、「姆婆」，我說你教台語「阿你吃飽了沒？你有吃飯嗎？吃飯飽了」都慢慢再教，3 歲的很厲害，你今天教下禮拜他遇到你他就開始「姆婆，吃飽飯沒？」學得很快。所以在家裡我公公一早，5 點多起來他一定是台語頻道到現在，那我覺得我不會去要求他。那小朋友的姐姐，已經小學 4 年級 10 歲了她就有點排斥，回來會講：「阿公，準軌啦」！你有跟阿公會講台語，就講準軌，可是你要聽得懂，她說：「我們學校老師有在教了，我回來不要再聽喔」。因為他們現在小學有台語課啊，因為我女兒在學校當台語老師，所以她覺得說這個台語文化一定要傳承下去，但也覺得所以我就說那先從我們家、我們是大家族，先從我們家開始學，所以從 10 歲的大女兒開始，一直慢慢地影響到他的妹妹，現在要慢慢就可以接受。然後我說這樣很好，像那天坐捷運，她跟說阿嬤跟曾祖母說「咖緊」，然後旁邊有一個小女生說，妳說什麼？妳在說什麼啊？。我就剛好有機會、比較雞婆一點，我就說她在說請你快一點！這個要將來你以後跟你的阿嬤講這「咖緊」，結果她的阿嬤，也跟我講說：「你們都在教台語嗎？」，我說我們家裡都在講台語，那個阿嬤就說：「我兒子、我媳婦都說他們聽不懂；我也不會會說(國語)，我跟他說，他都說我說台灣國語」所以有時候這個語言真的是也會受廣播影響，也會是受家庭的影響。

廣播節目內容探討	主持人	美杏小姐您做什麼工作?我說妳這個模仿很厲害欸，您也可以去廣播喔！而且我發現妳一個人就可以多聲道
廣播節目內容探討	A2	我做財務會計，我們老闆都喜歡我的聲音論調，所以我那時候公司的語音、電話語音是錄我的，然後很多客人說：「你們家，是哪一家，電話(語音)公司的啊?這個聲音蠻甜的耶。好想一直打電話進來聽」所以我們老闆，就說是我們自己自由品牌的。那時候我們公司 20 幾年的嘛，他都會錄我們來電(語音)，後來因為又換了電話(語音)公司，他們又用那個制式的(語音)，有一個客人就說：「為什麼要把甜甜的聲音換成這麼冷的聲音？」，我們老闆說沒辦法電話(語音)的公司是這樣的。
廣播節目內容探討	主持人	挑聲音很重要，我朋友新買的這一款車比較新，大概有 5-60 萬，然後我一上車，就有一個女生有點台灣國語：「請繫上安全帶」，我心裡想說人有那麼難找嗎？台灣國語可以，但是可以講得比較可愛一點，聽起來就是隨便找個女職員去錄的，不過我剛剛講到那個台語教學，台語教學其實也是個學問，就不是說會講台語，就會台語教學，我不知道你女兒的那個台語程度怎麼樣，我外甥女有一段時間也負責教台語、也會講台語，我姐夫，他從小就講台語，可是真的教跟講是不一樣的，所以我外甥女前一天先預習，不會就問他爸爸(我姊夫)，「這句話(台語發音)要怎麼說？」，我一個好同學，他是高雄人，他喜歡講台語諺語，比如「仙人拍鼓有時錯，跔步踏差啥人無？」就很文雅、很有學問，而不是我們一般的我們說的那種台語，所以台語老師遇到厲害的，跟那個只會教台語的，那真的是不一樣，所以我有時候不是很贊成，國中小教台語，我不贊成，不是因為學不好，而是那個師資不對，教出來的感覺都不對。所以那個廣播節目偶爾講幾句，那種諺語，我覺得那種就是感覺會非常好，聽得都覺得很有收穫，很有訊息。
廣播節目內容探討	A5	不過大部分都賣藥(主持人騙錢)。

容探討		
廣播節目內容探討	主持人	大部分都賣藥跟那個台語教學，就是賣藥可以優雅一點。
廣播節目內容探討	A5	大部分的廣告是就是不優雅。
廣播節目內容探討 -(行銷產品接受度)	A4	個人是覺得他可以像 podcast 串流廣告，很多 podcast 就直接把是誰贊助的直接講出來，可是廣播沒有改過來這個習慣，因為他還是用廣告性在購買(廣告時段)的狀況，而 podcast 是製成(廣告)的那個主持人，他用自己的話去主持這個東西(產品)，這就跟廣播不一樣。
廣播節目內容探討	主持人	傳統有一些賣藥的廣播，看是用什麼名義，當我現在跟你聊天我就是朋友，你就會相信我，我就跟聽眾講到：現在是廣播時間、廣告時間，他就覺得，聽眾就會排斥，所以他就故意把他(廣告)用得混淆，但是我覺得其實這個觀念可以改了，廣播可以學 podcast，像是：「說到這邊感覺有點口渴了，大家也知道做公司除了跟大家聊天，我也是要賺一些利潤，現在有人贊助、介紹泡沫花茶(產品)，也不錯喝耶」。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形	A2	像台語的主持人的年紀層，大概都是我們這種五零年代的，他接觸的層面，可能是我們年紀層比較高的，所以他就覺得說我要跟你拉近距離，用我們(年齡層)的思維去講，阿公、阿嬤那一代的思維，傳統的觀念會拉得比較近，主持人就比較沒有辦法，以比較流行的趨勢，去講(廣播的)廣告，我發現是這樣。尤其是晚上 9 點到 11 點，那一段的台語頻道，我曾經進去聽過，主持人講的就比較屬於民初時代的時代的諺語、民初時代那些泛政治化的思維，那我跟我先生、跟我公公就說：「怎麼會聽這個電台？」，我公公就說：「這個(電台內容)講得很好，你太年輕了，你聽不懂啦！」，後來我覺得可能是那個主持人，也應該都是五六十歲以上的，所以他講的是比較拉攏一些七八十歲以上的阿公阿嬤，夜深人

		靜可能沒人、獨居等情況，想聽一些聲音(陪伴)，我是有這種感覺，像我先生也 60 幾歲，他也是說：「這個時間你說們都在看電視，我也沒辦法看，我要聽這個(電台節目)」。我覺得事有拉近我們的一些念想，我老公就覺得跟我公公他們有一樣的話題，說是他的親子時間，又拉得很近(親子關係)，他們很喜歡聽那種南部頻道，我先生跟我公公是他們的支持者。
廣播節目內容探討	主持人	如果是針對長者，我們們剛剛講的這個台語教學，他的教學可能也許是中年以下還可以，這個長者，要嘛就很會講，不然大概也不會學，就算是做給老人家聽的廣播可以怎麼樣，讓人家聽得更有趣味，其實也可以做功課，而不是按照廣播電台以前的做法，就是好像純聊天、聊一聊，明明大家都知道，你現在開始在講廣告，卻假裝大家都不知道在收聽(廣告)。
廣播節目內容探討 -(行銷產品接受度)	A5	不過現在的廣告大部分跟廣播電台有關係，像飛碟的話，他們是在可能 20 分鐘，他就會直接切入進廣告，不管當下是在 call in 或者是說他們在講什麼話就是說，可能主持人忘記說要進廣告馬上，他的話就被截斷，然後就直接進入廣告，那種感覺就是非常的差的。
廣播節目內容探討	A4	這也跟業配有關
廣播節目內容探討	A5	沒有他們都是強制他們前面時間到了就卡掉
廣播節目內容探討	A4	如果主持人沒有把它引過去的話，他就是直接被切掉了。
廣播節目內容探討	主持人	有時候主持人不要太開心，以前廣播節目都會有一、兩個助理，有時候為了省錢不再聘請助理，有時候主持人沒有注意到時間，可能前一分鐘還是提醒自己，再過 30 秒要開始收了，結果越聊越開心，電腦系統確實就是強制進廣告了，因為對廣播電台來講，以前系統沒有這種服務，那有時候有發生過，主持

		人講得太開心，沒有播廣告，被業務、付錢的人(廣告商)知道發生這樣的狀況，變成現在就是強制進到，所以這很正常。 我看剛剛我們第一輪，大家大概都有分享過，第二個部分就是怎麼行銷的部分稍微也有提到了，關於第二個部分，廣告，這個可以接受的長度，大概也都有提到，在廣播節目的類型，大家也都聊到了，那第二個部分，有一題，大家比較少提到，就是這個廣播節目評論新聞，時事帶風向，這個部分，剛剛國媛講的是比較財經，就是希望我這個主持人、各種觀點都有提到，但是我自己有聽廣播發現，有幾種講法，覺得是不同的觀點，變成你比較喜歡，可是也有人，就是選擇某個特定觀點，像剛剛美杏講你先生心情不好，他就是要聽(廣播)，但是他聽的應該不是那種多元觀念並呈？
廣播節目內容探討 -(帶風向)	A2	他聽的是泛政治化的，比如說趙少康的電台，他有時候也會轉過去聽聽看，因為他本身他有他的政治立場，所以他也會喜歡聽，那尤其是選舉前後，在論述的時候，他更喜歡聽，聽大家對這個整個大局。他一轉台的時候，有時候聽一聽，很容易被帶情緒，比如說他泛藍的，或者是泛綠的，那他就會覺得說這個主持人比較偏頗某個立場的看法，他就很會支持，那假如今天換了一個來賓，比較屬於泛藍的部分，又帶風向過去的話，他就會說剛剛那個誰怎麼會這樣講，根本這個論述就不對？我說你帶情緒在講話了，在家裡不要談論政治，在家裡不要談論政治，因為我們是每個人的論點不同，我說你剛剛聽太多了嗎？他說他那個主持人誰誰，誰講的好好，好像有一點偏頗了，我都沒有，你也偏頗，我們第3者聽，你們兩個都偏頗了，我公公是要指使別人跟著他的步調走的派系，那我先生是很喜歡聽廣播就是泛政治的，因為他有時候會覺得說時事的報紙的也都偏頗，他也聽廣播因為他開車或者在，工作上他也收音機不停的，所以他他比較喜歡聽一些政治

		的頻道。
廣播節目內容探討	主持人	一樣的他聽，不一樣的，他也聽聽看，但是他不是要被他說服，他是要知道，說看你在胡說什麼。
廣播節目內容探討	A2	有這種意味
廣播節目內容探討	主持人	電影紐約烏王講美國有一個很有名的廣播節目主持人，他這個很喜歡廣播節目裡面亂講，後來他一度是美國收聽率第一名，那分析發現他的聽眾裡面有一半很喜歡，一半很討厭他，討厭他的更認真聽。
廣播節目內容探討	A5	黑粉才是真粉。
廣播節目內容探討	主持人	最了解你的第一個是你的討厭你的，第二個才是喜歡你的。
收聽廣播及 Podcast 收聽情形 - (收聽時段場合)	A1	前面的一些東西，像我這樣聽一輪下來，我覺得就是說，我們一般聽廣播的話，其實很容易定在那邊，從早聽到晚，像我覺得我雖然聽時候很固定，但也會再往下聽兩個節目，尤其張大春的說書，我就會一整段這樣子聽下來，如果時間可以的話。他現在後面都變成賣股票我就不聽了。 現在就是因為剛才只有跟大家有提到說 yt 的東西，yt 的話就可以隨便選了，喜歡的話可以去訂閱，我的話現在也有逐漸就轉到 yt 的這個習慣，我會聽內容就會覺得，某一些主持的人他們講的東西是比較客觀的，那我就會訂閱，我們剛剛講那個廣告的事情，他們都是要廣告聽得夠多才能收費，所以我如果支持他的話，我就會聽 30 秒以上，然後順便趁這個時間，我去做別的事情，可以不要守在(yt 前面)。
廣播節目內容探討	主持人	您是說像電視廣告時間這樣，電視廣告時間就是大家上廁所的時間？
廣播節目內容探討	A1	就是要稍微休息一下，因為一直這樣聽下來，其實有耳朵也是需要休息的，所以我覺得如果是 yt 的話，就是你自己有選擇、可以用訂閱的方式做支持，變成我現在的習慣。
廣播節目內容探討	主持人	那你剛剛提到的那個陳鳳馨的節目，有人覺得他的

容探討		政治蠻鮮明的嗎？那你會覺得他會帶風向嗎？
廣播節目內容探討 -(帶風向)	A1	我覺得不太會耶。因為他可能是偏綠的人，會覺得他的政治色彩還蠻明顯的，但是他在講出一些東西的時候，他會提出相關的證據，說他為什麼這樣子講，所以呢？他會支持這樣的看法，那我聽的人，我支不支持，那是我的事，但是我會聽他怎麼論述，甚至他一起主持的主持人或者是來賓，他們怎麼認定，他們如果說有提出相關的證據，比如：國外的報導。比如說烏俄戰爭在身美國方面的報導跟俄國方面的報導是不太完全相反的，他們會提出他們聽到的兩邊的東西，那你就會可以從其中去判斷，最後結局如何，在戰爭結束之後，我們才知道的真相，但是你可以聽到兩種不同的聲音，我是比較喜歡這樣子。
廣播節目內容探討 -(帶風向)	A4	講到戰爭這件事情，因為我是覺得聽廣播的時候會比較容易被洗腦，會比較贊同廣播所說的內容，可是如果你看到 yt，可能是因為視覺的關係吧，可能會比較看到一些證據的內容或是分析，可是你聽廣播，我這是我自己的觀點，就是說你聽的時候或那些台語電台賣藥等廣播，他會帶風向，因為只是用聽的，然後你聽的(方式)會比較容易被洗腦的感覺，可是因為語言或是聲音的力量，有可能是這樣。
廣播節目內容探討	主持人	這觀點很有意思。
廣播節目內容探討	A2	就像我婆婆她那時候聽(廣播)，她就說那些廣告藥她想要買，她就一直叫我 call-in 進去買的情形一樣，我就會問：「媽，你為什麼會覺得他的藥，那我去我去藥局買就好」，她就說那個沒有醫生介紹、也沒人推薦，難得有醫生推薦，我婆婆是這樣子的風向給我的，再來是他他的主產品，他沒有講得很好，但是他的贈品，是我婆婆喜歡他的贈品。
廣播節目內容探討	A4	可是他如果有看到電視上，比如說東森購物，看到那個電視上產品、贈品的樣子，他說不定就沒有興趣了。

廣播節目內容探討 -(購買經驗) -(帶風向)	A2	因為以他們那個年代，他們對電視機覺得有輻射，所以他們就不太願意去看電視，何況他們搖控器的操作，以老人家來講他不太會，那我們家，收音機是在電視機旁邊，一個鈕按下去就開了、就有聲音。以前那種舊式的收音機，會固定頻道，比如說前一天晚上我公公聽的頻道，他早上起來打開，就是那幾個頻道在 run，所以對老人家來講，早上要聽到一點聲音，他就是固定轉那個收音機，對他來講很方便，如果有時候一打開剛好是廣告時間，他就聽得很入迷，就會要我趕快 call-in 進去，購買那項產品。 我婆婆現在有時候看我不在家，她會指使我女兒，請我女兒幫她聽聽看(廣播上的廣告)請她幫忙 call-in 進去，他在我們家，我覺得廣播收音真的是洗腦的，就像我們剛剛聊的我先生的泛政治觀念，回來氣嘆嘆，我先生被廣播的言論影響他的情緒了，我覺得廣播帶動的人心比你看電視、看什麼更讓人家洗耳恭聽。
廣播節目內容探討	A4	會失去判斷力之類的。
廣播節目內容探討 -(節目感興趣)	A2	像在辦公室我打開收音機聽音樂，有時候聽到我們民歌時代的音樂，我就那一天心情就會非常的好，回家的時候是跳著回家，剛剛廣播播的歌就喚起我們的回憶，我真的覺得廣播是容易受到影響的。
廣播節目內容探討	主持人	那其他人對於廣播帶風向，大家有沒有什麼經驗要分享的?自己的經驗，或是周遭朋友的經驗都可以，都還好?不過我自己的經驗是，有的時候那種帶風向一個，就是如果他講的人，他有提供一些證據、新的觀點，或者是情感，你跟這個主持人已經有習慣收聽的情感，而選擇相信他(節目主持人)，這個人比方說，A3 對夏韻芬蠻欣賞她的，她不僅懂財經，生活也很有品味，也許某一個議題，A3 您對這個議題沒有喜歡或不喜歡，如果這時候夏韻芬對該議題有個立場，那您有可能會接受嗎?

廣播節目內容探討 -(帶風向)	A3	我覺得多少會吧？因為我覺得真的是信任感的感覺，對不對？就是聽久了，可能或是說第一次、聽兩次，聽久了，我覺得多少可能會受影響。當然如果有一些人，他提出一些新的論點，然後一些論述那可能會更加深你對這個這件事情的看法，才會覺得原本觀點怪怪的。
廣播節目內容探討	主持人	趙少康早期從事政治嘛，他後來有段時間在聊美食，他在廣播講一句話我很認同，他說：「三餐都要認得吃，想想看我們這輩子，沒有吃幾餐，尤其是你過了一個一年紀，吃一餐，少了一餐啊。怎麼可以隨便吃？」。之後，因為常常教書很忙，中午在辦公室也沒吃，聽他這樣講，好像很有道理，怎麼可以隨便吃呢？所以他是愛美食的人，所以他講說那個美豬老美吃，那為什麼我們不能吃？可是他就講那萊豬呢？豬跟牛不一樣，牛偶爾吃，豬幾乎每天都會吃到，所以這個劑量會過高。到底劑量有多高算過高？
廣播節目內容探討	A1	老師，我對這個爭議有些看法，在美國有放萊克多巴胺的豬，他們在國外是有標示的，但是現在他們進來台灣是沒有標示的，所以你根本不知道你買的是不是，而且放的劑量也不明確，在國外一定會檢驗，如果超量的，就不能被進口；可是他進來進口到台灣並沒有這樣子，所以我不贊成，尤其對沒有那麼多錢的人，無法選擇要不要買，造成孩子健康或是家裡的困擾。
廣播節目內容探討	主持人	不過這個我朋友跟我講分享一個故事，之前在講那個議題的時候，他就說他沒有擔心，我說為什麼他說他們家照顧媽媽，請了一個印尼籍的外籍看護，他因為宗教不吃豬肉一開始吃不習慣，他後來想，吃他也沒有那麼講究，而且外籍看護照顧一定是照護長者，不是照顧我，他就說「我是順便吃的，我不能夠給太多意見」，因為現在外籍看護權利意識也很高漲，她是來照顧阿嬤的，我沒有照顧你，你順便吃的、要不要吃？隨便你，好，那所以你們覺得

		帶風向有用嗎？廣播帶風向？
廣播節目內容探討 -(帶風向)	A5	我覺得有一定的作用，我想到有一次是也是廣播，那時候是那個性平的公投(多元成家)，某個主持人，他就說如果你不知道你要投什麼的話，私訊我的臉書，如果沒有什麼政治立場，甚至是覺投哪一邊都沒有差，那直接私訊我，我跟你說、直接給你答案，跟著投就對了，那時候就真的蠻多人，選擇跟主持人一樣的立場，所以我覺得蠻會受到影響的。
廣播節目內容探討 -(帶風向)	A1	像以我自己的經驗來說，我發現節目主持人帶風向像這件事情是很明顯的，像我的女兒，她常常會喜歡聽 podcast，她常聽某一個很有名、一男一女的主持人在講，而我自己聽廣播習慣，我是很喜歡雙方辯論，但我聽我女兒在聽的那個廣播，我聽了真的覺得搖頭，為什麼呢？他們很有名、講得也是頭頭是道、講得好像言之有理，但是我講實在的，譬如說，他們什麼面向的議題都可以談，正經的、國際的、醫療的，什麼都可以談，你找專家來談，那我覺得還可以，但是他們就是兩個人自己談，有一次聽他們在講外交的東西，我自己也常常聽聽到真正的外交官在談一些什麼東西，實際上外交官在運作的狀況，然後我到我女兒在聽他們講的那些內容的時候，我真的大搖頭，我覺得你們(女兒所聽的節目主持人)只是在講自己的立場，你並不是真正的了解，可是你在影響這些孩子的判斷，這個是我比較在意的，但是因為小孩就說：「我就喜歡聽啊！」那我現在跟他講說，你應該要有多面向的去聽啊、你應該聽比較專業的人在講，我的小孩子們無法接受，所以他們就會很容易被帶走、被帶風向，這個是我比較在意的。
廣播節目內容探討	主持人	這就沒辦法，你看我女兒聽的，之前有聽到有一位很有名，後來就是我女兒在看的，我就跟著她看的一起，那一集剛好講基督教，我是個基督徒，雖然沒有很虔誠，但是我當年很虔誠的時候，我很認真看得很多書，或者去上課，我一聽那些內容，他都

電臺活動與 聽眾互動經驗 探討		亂講啊。那問題是，現在就是敢講的紅啊。懂的，不一定紅。而且很多聽眾，他沒有那麼認真要學習，如果要學習早就買原文書來看了，那現在是娛樂用，我女兒常常看黃阿瑪開箱，整天就一直逗他的貓，好味小姐現在就是開箱美食等，我跟我女兒剛開始叫她不要看，我就規定我女兒每天看半小時，她答應我 ok，結果每一種、每一集都看半小時，寒假一天給我看四五個小時，好，那個帶風向的部分，大家還有沒有要分享的？ 如果沒有的話，那我們現在來聊一聊，跟主持人互動的經驗，剛剛有提到一些買藥的經驗，我以前在電台服務的時候，我們還是會辦聽友會，我印象最深刻的是阿妹的演唱會。 那各位可以分享一下你們有跟電台的互動嗎？不管是實體還是線上？或者有 call in 還是有被 call out 過？講一個有趣的故事，有一次電台主持人跟聽眾在互相嗆聲，聽眾說：「你們電台沒有人聽啦，我隨便 call in 都可以 call in 進來」，主持人就跟聽眾說：「我現在給你掛掉，你馬上能 call in 進來的話，算我輸！」結果那位聽眾馬上就 call in 進來了，他也很有風度阿，說「好，算我輸」，因為他這個 call in 不是主持人接的，是助理幫忙接的，助理可以故意不接嘛，說前面好幾個你要等，從這點來看算是蠻有風度的，所以大家有沒有 call in，或者是線上留言等等的經驗？廣播為主如果 podcast 的或者是 youtube 沒有？也歡迎分享，講到我的有一次我女兒聽到他在收聽的主持人講髒話，我說我不要我的客廳裡面出現不雅的詞彙，她跟我說她有什麼辦法，我就跟我女兒說你在底下留言，就講實話跟節目主持人說你講不雅詞彙我爸不讓我聽，就會有效，雖然我不知道我女兒最後到底有沒有去留言，看各位有有沒有跟相關的經驗一同分享。
	主持人	我們 podcast 後 youtube 的比較少
	A5	我覺得會同意，然後就是有時候我們是送電影票然

		後像是前幾天，我因為你的節目要送我他的照片，然後也有去參加過馬克跟瑪麗他們的見面會，他們見面會就是幾千個人就，有時候也是主持人在帶動他們電台的聽眾，包括瑪麗之前的節目是半夜12點到兩點，他們那時候節目要收掉的時候，好像將近千人在零晨兩點的時候在飛碟電台樓下就是為了歡送他們，紅布條，蠟燭等真的搞到人死了一樣，就是每個人都很愛那個節目，然後在加上說那個節目是真的很棒，只是沒有像現在的節目，就是這麼的劇情，就是沒有那麼的吸引年輕人的
	主持人	所以你是去參加見面會，還是當天那個歡送晚會你有去？
	A5	那時候我沒有去，因為還是高中不太行，然後見面會的話，他就是每年都會有一個計算....紀念日，甚至他們還有因為一間店沒有遲到，然後就成立紀念日，每年這間店都會爆滿，叫廣成燒臘，就是因為男主持人很喜歡女主持人的歌，那一天就被聽眾訂定為紀念日，每年的那一天，那一間店都會爆滿，包括到現在是好好的，就是我覺得就是在主持人的部分，就是會影響到聽眾，是影響到整個電台的收聽
	主持人	這樣搞不好他們兩位的粉絲的強度，可能是電台，最強的
	A5	應該是不至於
	A2	強度應該是我中午都有聽，他中午那個階段也有，因為晚上是回歸我先生的那一邊，所以他上班時間，他中午都有聽到，因為他們比較年輕，他大概如果兩個都算是比較，他很針對年輕族群，這些上班族的一些話題談得很好，我也是很推崇這個節目
	主持人	那你也知道他們有辦見面會嗎？
	A2	有，我們會想去，我剛好時間都沒有辦法
	主持人	那如果時間可以你會去？
	A2	我會去，我會去因為你，剛剛講，我想
	主持人	陶晶瑩的粉絲可能就是比較多，但是他的粉絲可能

		年紀就比較大的，他會去就不一定，因為我們的看起來還是有預警的。
	A2	但是瑪麗的族群比較年輕，年紀都比較低，陶晶瑩的是跟我這個族群認識比較大
	主持人	我女兒可能不知道
	A2	我女兒就說很像你的那個陶晶瑩，我說他小媽媽幾歲而已，他們對陶晶瑩比較還好，可是他們對馬克跟瑪麗他們就很了解，因為瑪麗帶動比較年輕的女生的一些資訊、各方面還有一些兩性問題，他也會聊，所以他帶的風向我覺得比較低，因為陶晶瑩他是五零年代的、他可能的一些談話性的問題，還沒有那麼年輕化。
	A5	那他整個節目構面，就是上去再整個下來，他的節目是跟在馬克旁邊就是會先上去然後再馬上掉下來的感覺
	主持人	什麼先上去再掉下來的感覺？
	A5	就是情緒，就是會因為聽過瑪麗他們講話有時候會比較超過一點，然後陶晶瑩我們的記憶他就是比較拘謹然後就會比較還好。
	主持人	那你有看過以前，大 S 小 S 的節目嗎，你覺得除了小 S 跟蔡康永，那個馬克與瑪麗風格與他們一樣嗎？
廣播節目內容探討 -(帶風向)	A5	那個風格的風格嗎我覺得差很多，我真的有人是說他們很像小 S 跟蔡康永，但是他們覺得還不到他們他們覺得不一樣然後甚至是覺得超過他們，因為他們風格完全就不一樣的，然後不過他們出書不是有有讓我覺得他們帶風向帶到有一點偏頗，他們有出書，他們出了兩本書。
	主持人	然後你為什麼就是他們會帶風向？
	A5	他們廣播節目本來有一個企劃，就是馬克信箱，就是聽眾會寫信進去，然後他們後來發現說我們就是聽眾，大部分的問題都是什麼？小情小愛、我男朋友劈腿怎麼辦、我愛上別人怎麼辦，這些問題他就把這些問題匯整成一本書，然後就是到後面就是看到那本書之後會覺得他好像就是把男生放得非常醜惡

		然後就是男生不對的比較法比較多就是有點帶著很偏頗，就是不是那麼的中立的感覺。
	主持人	所以你當時去參加見面會，就是你是聽眾所以就想去看看？
	A5	就去看，本身自己的 line 裡面有這些聽眾的 line 群，他都會點
	主持人	以前叫什麼粉絲俱樂部，你有參與還是你本身在賴群
	A5	就 line 群，以前是那個 ppt 有一個裡面他們有一個青春點點點
	主持人	那你們會橫向就是跟其他的粉絲會聊嗎？
	A5	會
	主持人	那其他人有跟廣播互動的經驗嗎好，那我們來進到下一個階段這個廣播節目接下來很多開始做直播了，所以現在如果廣播開始做網路服務，很多也是針對年輕人，那大家覺得這種做法就是廣播在做網路服務，或者是要吸引年輕人各位會有什麼給他們怎麼做得比較好？或者是怎麼做會吸引你因為以前現在比較少。以前在多廣播的那個男主持人跟女主持人的，聲音好聽大家，充滿想像一下，後來很多見光死
	A5	對，當初蠻多主持人，都是堅決的，就是就算有什麼事情活動都會堅決的，就是永遠會覺得就是，一旦聲音曝光長相期待感就會不見了
	主持人	有聽過光禹的舉手？看過的舉手？你看過，你一定，看過也是在網路，因為以前都不曝光，就是很多人都以為他長得很醜，他長得蠻帥的，他不曝光是因為保留他的私生活的空間。
	A5	就是如果要吸引年輕人，我就會先把廣告收多一點
	主持人	那如果不收呢？
	A5	就是不要用強制進廣告的方式，而是用代入式會比較好一些
	主持人	其他的剛剛過去也有人提到一些，看到你們要補充的就是？

	A4	企劃內容，對啊。因為以前就是那種廣播的情況，他們希望的內容都很缺乏，可是這個就是一體兩面的東西，因為其實現在很多年輕人應該聽得很雜，就是我问一下專業應該是講說，聽得很雜的面向很廣，可是專業系都不夠，就是變成，你覺得什麼都碰一點，這樣子，對啊。可是像以前可能會長得比較深入之類的，對啊。所以我覺得可能就是要看那個企劃的面向要怎麼去調整可能要不是企劃內容要很通風給做你要找有利益的佐證跟專業單位來，這樣可能才會一方面可以吸引到年輕人的目光就是都會比較好，應該是這樣
	主持人	好來還有大家什麼？對於廣播現在做網路服務，或者是怎麼吸引年輕人，看什麼想法可以給建議，我剛剛舉的那個例子，我們沒有點那個例子，我確實比較有話題，但是還是有效的，就像有一個以前那個購物節目，那你知道我們男生都討厭女生看購物節目，節目就是賣東西，然後旁邊找一個模特兒的穿出來走去，男生就不管了，真的有點效果，現場或者是年輕人大家有沒有想到什麼流量密碼也會有效，你覺得怎樣會有效果？
	A10	剛主持人有提到，主持人露聲不露臉，那其實現在有一個叫 vite 的東西，那就是鏡頭對著你，你的人你會變成一個二次元的人物，這樣子也是可以達成這件事情，露聲不露臉，然後你也可以去做這一次的分享。
	主持人	這個也是一個方法，因為我所了解的像剛剛很多人聽到那個 kissradio 的董事長，很有內涵我跟他聊過，幾次就是你們未來怎麼辦因為廣播之後可能沒那麼好？他就跟我講，方法很多，但要砸大錢，也是掙扎，所以所以這些這一題很難的大家如果有想一些好的想法可以提提看，確實不容易尤其是我們，現在很多學生，那個廣電系學生都聽廣告非常少，有聽的都是做爸爸，媽媽的車子順便聽的，自己聽的也有但非常少有，這種從小聽習慣了，前幾年還

		有人聽現在現在應該更少
	A5	對，現在的企劃，就是變得不怎麼樣，就是真的滿多集就是從朋友區到現在就是不怎麼樣，甚至是就是本來主持人，是在可能兩個小時的節目裡面，他的說話領域會達到一個小時、20 分鐘，然後甚至到後面，你發現剪出來的東西是在 40 分鐘，就是其他直接都是進廣告
	主持人	就是被聽眾發現主持人懶惰，不過我發現偶爾會，因為我有當某一些電台的那個監聽委員，就是這一段時間會抽幾題我們聽聽看好不好，你可以發現那種前面還有一般主持人開場放一首歌 ok，有時候還有開場放 3 首歌的，就是我心裡想那我到底要聽什麼，所以聽眾其實很聰明，那個不認真做的都聽得出來，好，那我們還有點時間喔。整體來看，對於這個廣播電台的服務或者是節目當然有沒有什麼要提出來的建議，所以剛剛就像烝輔講的，那個主持還是要認真一點，聊天跟不認真這兩件事，我們都知道有沒有在用心聊都能感覺到，不是說主持人本質在廣播都不認真做廣播還是要認真一點做，人家都沒有很認真在聊天，有人還是很會主持的，包括話題，然後都會對話，所以這個對於不要說主持人廣播服務，本質廣播還是要認真一點做，剛剛這個旻軒也有提到，我們去做客管企畫的那各位還有什麼建議嗎？包括那個送電影票可行嗎？
	A5	可是會有 call-in 部隊出現，而且很熱門的票是會就是，可能飛碟它會有 20 張然後，就會有 call-in 部隊會把這個可能 10 多張搶起來，就是為了搶那個比較熱門，因為大部分都是他是好像是手印換的票大部分的人都會收，然後那個票可以在就是臉書社團上面其實很好賣，他就是不能轉收但是很好賣，說不能轉賣但是還是很多人做，所以在這個之中就是有可能比較大的電影會有首映會都會有，北部現在真的比較大的電台有幾個就是會有到他有到那種情形。

	主持人	是你要去電台拿嗎？現在有在寄放的嗎？
	A5	有時候會去電台拿，有時候直接到電影院去換，現在沒有在用寄的，因為他們都是排可能 3 天或隔天
	主持人	可能要幫電台省錢，我以前主持廣播電台會送書，後來有聽眾 calling，然後歡迎有空到電台來拿，因為有的人不一定住在台北，後來，我們才知道他的樂趣是 call in，他說有拿了 ok 沒拿也 ok
	A5	之前在青春點點點時期的馬克他們在送電影票，還有他們會設計一個活動讓聽眾 call-in 進來玩，然後如果就是可能假如說我跟你或誰答對了，然後那個票就給誰，然後他那時候是設計的時候可能我念一段電影的橋段敘述，然後放那一段的電影聲音那你聽，你要猜那部電影的名稱叫做什麼，如果答對就就送電影票，就是互動性很高的意思，可是現在就是好像真的是很多的電台找不到這樣的計畫，包括他們自己現在也都沒再做了
	主持人	我覺得那種放水已經放到我覺得這樣沒有意思，所以科技進步了但是回到本質那個怎麼去廣播本身的聽眾，內容怎麼經營，甚至粉絲團怎麼經營我覺得那個基本功要做好，時間很有限了不知道大家有沒有，什麼才講提出來建議這個這個想法，如果沒有的話，我今天主持的不是很好，大家多多見諒，那如果對於今天的這個討論的內容，有什麼要批評的？我的臉書的名字就叫賴祥蔚，如果想要知道台藝大的傳播學院，考試資訊啊，歡迎聯絡。今天非常謝謝各位的蒞臨，謝謝大家，謝謝。

附錄V 焦點座談會題綱逐字稿(業者場)

111 年廣播電臺收聽行為調查焦點座談會

業者場

壹、活動名稱：111 年廣播電臺收聽行為調查焦點座談會

貳、活動時間：112 年 2 月 20 日（一），早上 10:00-12:00

參、活動地點：集思北科大會議中心(卡博廳)，

台北市大安區忠孝東路三段 1 號 2 樓

肆、活動主持人：國立臺灣藝術大學廣播電視學系 賴祥蔚 教授

伍、參與業者

項次	出席者	電台名稱	公營/ 民營	AM/FM	功率
B1	雅 OO 六 廣播部副理	原住民族廣播電臺	公營	FM	大功率
B2	王 O 福 節目組組長	漢聲廣播電臺	公營	AM/FM	大功率
B3	呂 O 君 節目組主任	國立教育廣播電臺	公營	AM/FM	大功率
B4	白 O 文 總經理	ICRT	民營	FM	大功率
B5	袁 O 婕 董事長	KISS Radio 電臺	民營	FM	中功率
B6	賴 O 徵 協理	寶島新聲廣播電臺	民營	FM	中功率
B7	高 O 曦 節目部主任	綠色和平廣播電臺	民營	FM	中功率

陸、 逐字稿

主題	語者	內容
引言	主持人	今天這個活動是我們的主管機關—國家通訊傳播委員會，委託專業機構做整個廣播業生態的調查。我們做了一些問卷調查，也會分成三場，包括各位業者、專家學者以及聽眾，來瞭解更深度的在廣播電台的想法。所以我們今天這一場，就是要針對業者來做請教，因為要讓主管機關知道，在當前的環境，廣播電台的經營遇到什麼狀況；不管是在節目、遇到新媒體科技、或者業務上有沒有什麼困擾，來聽聽大家的意見。我們等一下會分成四個部分，來跟各位做請教。那在正式開始之前，各位業者還是先簡單自我介紹一下。
引言	B1	我是桃園的泰雅族，各位大家好，其實我們原民廣播電台大家都知道，第六年，還是幼幼班，請大家多指教。
引言	B5	我是高雄來的大眾廣播公司 KISS Radio 袁韻婕。過去我們有聯播網，不過我們的聯播網現在有一點股權的問題，所以我們現在就只有高雄。那我們是很早就有網路、線上收聽直播影音這部分，我們也有 podcast；不過沒有聯播網以後，其實疫情三年，國內市場整個新媒體數位化的發展對我們影響很大。謝謝。
引言	B2	各位前輩大家好，我是漢聲廣播電台的節目組組長，我們電台本身是隸屬於國防部，謝謝大家。
引言	B6	你好我是寶島新聲，也就是寶島聯播網的賴瑞徵。我們電台是以台語為主的，比較偏向綜合台，有台語音樂也有政論。最主要聯播的地區是北中南的都會區，加上嘉義。目前主要聯播台是 4 台。
引言	B3	大家好，其實我在電台很久了，我是國立教育廣播電台，我們是一個公營電台，是隸屬於教育部；我們的涵蓋地區，以現在來講算是最廣的，台澎金馬都有，所以我們自己是一個非常完整的聯播網絡。我們最主要的節目是以文化教育為主，這三年來因為疫情的關係，當然接受很多挑戰，做節目、現場等等都會面臨一些考驗。相關的平台媒體應用，其實我們也都很早就已進行了，今年也開始做每日現場節目的視訊，視訊跟影音同步，類似這樣的作法，等會再聽聽大家的意見。
引言	B7	賴教授、各位前輩大家好，我是綠色和平廣播電台節目部主任高崇曦，我們主要是大台北地區、基隆跟桃園都有，是比較政治傾向的，也有做一些自製節目跟公益的，還有外賣節目（外製節目）。謝謝大家。

引言	主持人	過去幾年，台灣的廣播電台受到的衝擊還滿大的，剛好我們昨天有聽眾場也聊到，比方說今天沒有到現場的飛碟電台，它的整個節目型態就有很大的改變，以前到深夜都還有節目，但現在 9 點 10 點就開始重播了，聽眾有的不是很能接受，但是電台整個收聽環境、業務都有影響。我們先針對廣播節目型態調整的部分，來請教大家，看看各位的電台是不是在這段時間，在整個定位、型態、時段上有什麼改變。我想可能歷史比較悠久的電台遇到比較多了，那像原住民電台細節我不知道，我也接受過原住民電台的空中連線訪問，那我們就一併來請教。那是不是先請袁董事長來跟大家分享。
廣播節目規劃	B5	我們是 1995 年就開播了，然後是 FM 的第一個流行音樂類型的電台。我們後來就建立了聯播網，當時我們有 4 個分台，可是因為轉投資股權，當時的廣電法法規的規定，所以我們就不是以公司的名義去做投資，後來的股份上就發生一些問題，所以現在在聯播網上，在其他 3 個台的投資上，我們失去了經營權，當然我們現在有些訴訟的問題。那我們就淪為地方台，可是我們早在 2000 年的時候就做網路播出，現在數位化、科技化，所以在收聽方面，雖然我們沒有了在地的台南、台中、苗栗的這 3 個台，可是我們在網路上的播出，聽眾群是建立起來了。 那以前我們是 24 小時的現場，因為現在經濟的條件，整個廣告營收，就算你網路播出，收聽上很難把它真正的利益化，網路播出就是一個免費的。然後廣告主現在自己有設網站，所以對於你這個在網路播出的效果、或是視訊、替他們在網路做這些活動，要付費的接受度是比較小的，真正拿到的廣告費用非常少，那當然對我們的營收有很大的影響，所以我們現在晚上 12 點以後，都不是現場，但也不是重播，我們是預錄好的節目來播出。 因為我們本來就是一個流行音樂類型電台，所以我們談話性的，主要為話少、話好、話精，講話的氛圍都是以 3 到 5 分鐘為主，連新聞最長都不會超過 5 分鐘；我們認為你說話太長就會影響到聽眾的接受度，所以我不能再主持節目的原因就是我很愛說，哈哈，所以我們同事都跟我說：「董事長你會破壞我們的風格，講話太多」。 現在尤其疫情這三年，對我們整個的經營成效影響非常大，最重要是因為數位化，年輕人很喜歡在網路上收聽，尤其他們已經不要被動接收，就是他喜歡什麼，要主動接收。加上我們以前做很多活動，從南到北舉辦演唱會，很多跟聽眾都是第一線接觸，但因為疫情不

		能群聚，所以活動上也對我們影響很大。過去我們辦活動，除了是演唱會，也辦一些訓練營、廣播營等從小到大的活動，或是給小孩、聽眾訓練口條，但也因為疫情不能群聚，所以這些活動全都停了，這對我們公司整個營收都有影響。第一我們聯播網出問題；第二因為疫情的關係，我們所有活動也都停下來了；第三整個數位化、科技化，市場改變，尤其是疫情三年，零售市場受很大的影響，當然是我們在地廣告客戶受很大的影響。這三年來對我們整體而言是越來越慘，去年非常慘，今年還是沒有看到一個景氣，國內服務業的消費好像看到有起來，但我們廣告營收上面好像看不到，因為過完年的這個營運活動都還沒有恢復，今年還是沒有看到起色。
廣播節目規劃	主持人	前面提到，其實後來有的電台，晚上沒有播，還不只是廣告受影響，還有一個因素就是勞基法，有勞基法之後，光是個工讀生都很難安排，因為就算有工讀生願意工時比較長，按照勞基法都是不行的。所以我還記得那時候勞基法剛施行，我有一次去上一個 7 點的節目，我下節目的時候嚇一跳，關鐵門了，要從側門走，以前電台 24 小時裡面都有人。總之也因為這樣子，有的主持人來來去去不方便，這也是影響很多電台播出方式的原因之一。 謝謝袁董事長剛剛的分享。這裡就是大家泡茶聊天，有什麼想法就隨時發言，原則上我們照著這四個階段，但如果大家有想到什麼地方，就講到什麼地方，也不一定要特別按照什麼順序，如果大家對前一位發言者講話有什麼共鳴，歡迎就直接接話；如果有不一樣的情況，因為每個電台遇到的情況都不一樣，也歡迎大家表述你所知道，你們電台或者友台的情況，都非常歡迎。接下來哪位朋友要來分享一下，電台目前經營的改變。
廣播節目規劃	B1	96.3 原住民廣播電台還是一個最新的狀態，因為我們的廣播電台是從 106 年 8 月 9 號開播，到現在為止第六年。我們廣播電台的性質跟教育電台都是屬於有任務性的，我們要去傳承原住民族 16 族的語言文化，感謝 NCC 及各界的支持，來發揚我們的語言文化，我們的使命很清楚，就是要讓 16 族的使用權能夠平均去享受資源。但現在比較棘手的是，我們的廣播人才非常少，用自己的語言說自己的故事，各族都能夠在電台做節目其實很難，因為語言的問題；所以我們的主管機關—原民會特別在世界母語日的時候，去表揚我們的族語推廣人員。目前有約有 8 族在節目製播上面，我們也會藉由電視節目那邊的人才互相交流，還有積極培育在廣播製播這方面

		的族語人才，這幾年最大的使命就是去挖掘、培養廣播製播方面的人才，預算當然是沒有問題，是立院核定的、國家捐助的預算，但我們的廣播電台目前還是一個專案型的、還不是一個常態型的業務可以來挹注，所以我們在努力建置電訊方面的傳播網，第一期的 20 個還在努力建置，第二期、三期還在數位、製播設備器材上努力建置。
廣播節目規劃	主持人	想請教一下原民台，你們跟聽眾的互動多嗎？例如 call-in。我知道辦活動的部分可能還比較難，因為疫情，而且原住民分散的比較廣。
廣播節目規劃	B1	對，比較區域性。但我們在 107 年有辦聽友會，或是 8 月 9 號辦周年慶與聽眾一起互動；還有最常態的就是我們線上的 call-in、call-out 直播節目。而且有委託節目的時候，我們有硬性規定的是，要有線上的直接互動方式，落在直播的規範裡。
廣播節目規劃	主持人	謝謝。接下來還有哪位要來分享，過去這段時間，廣播進行型態有沒有什麼改變，或者是原本的型態就已經經營得非常好？
廣播節目規劃	B3	剛好教育電台是公營電台，所以在這三年，我們都是國家的預算，所以在經營上不會有成本上的困擾，這是我們比較慶幸的。但是因為國家預算逐年減少，所以還是要靠我們自己再去找更多的財源或是合作對象。過去三年我們還是一樣持續找像民間的 NGO 團體或是基金會，來協助我們做一些節目，這是經費的部分。然後這三年因疫情的關係，當時大家很慌，像是一下子就停課、停班，尤其是停課，身為教育電台，我們在節目型態上，必須要想能夠為學校師生提供怎麼樣的服務，所以當時我們就規劃一整套的課外輔助教材，設計很多短單元，20、30 分鐘的，並根據國小、國中、高中這樣的教育階段做一些輔助教材。我們排了一整年，教育節目是可以做預錄的，所以當時就因疫情的關係，做了這樣子的設計，不過後來都沒有播，我們就把它放在網路上，變成網路的輔助教材。那實際在我們廣播的編播上面，其實我們並沒有變動，當時不管是現場節目、預錄節目也都沒做任何更動；身在絕處的時候，大家都會想辦法，所以我們請工程人員研發一套方法，能以很小的設備就可以在家裡做現場，所以我們的播音員就在自己家裡做現場節目，當時當然沒有辦法開放 call-in，就是可以做現場，但無法做互動，它的好處是可以視訊，就可以透過 FB 或是 Youtube 的直播做這方面的補強。所以在節目的設計上我們反倒是沒有變動，但我們發現過去這三年，在疫情第一年我們做了這個小單元，可以變成我們後來發

		展的方式或模式，所以接下來在第二、三年，我們就會持續做類似這樣的小單元，現在更短，我們做到 5、10 分鐘，它可能是一個系列，比如教有國中生的父母們如何做親職教育，比如說「孩子天天打電動怎麼辦」，像這樣做完了就放到我們的頻道上去播。也就是在疫情當中，雖然我們的廣播節目型態沒有改變，但在製作上面已經做了更多不同切入的方法，所以我們就開始製作這樣的東西，我們也試著把這些東西放到 podcast 上，發現像兒童的廣播節目是很受到歡迎的，像我們家自己做的兒童節目，是 30 分鐘，我們試著把它整個原版放到 podcast 上面，一樣也會受到歡迎。然後再把剛才講的、對父母做的這種 10 分鐘小單元也放上去，一樣也會受到歡迎。因為 podcast 有時候點閱率是可以看的到的，所以我們會知道它是排名在前幾名，我們自己就會覺得是有市場的，當然這還是以免費收聽為主。因為疫情的關係，我們電台開始積極發展這種輕薄短小的單元，它可以很靈活地去運用，所以我覺得這個是我們在當時很辛苦等於是做兩套節目這樣撐過來之後，發現其實也另外有這樣子的做法。在今年的聽眾調查也發現，我們整體廣播節目的收聽率是下降，可是在 podcast 這塊卻是上升的，所以整個加起來收聽率還是上升的。在這樣三年的疫情下，覺得算是找到一點小方法可以去突破廣播的困境，因為整個廣播的收聽率，我們不談 ACNielsen 這種調查，我們現在因為都是看自己的官網上，一個 count 就是一個人收聽，那都是騙不了人的，所以以這樣的方式來去檢視自己的收聽率，我覺得倒也不失為一種方法。
廣播節目規劃	主持人	謝謝。我想請教一下呂主任，你們本來在疫情的時候有設計一套課外輔助教材，那一開始的設計想法就是把它放在廣播來播嗎？
廣播節目規劃	B3	我們有點想要徵收時段量的概念，比如早八到下午五點，比較多人上課的時間，按照不同的教育階段去排不同的收聽節目，協助父母在家裡讓孩子能夠有更多的選擇。那時候大家都停課，當時是這樣的設計，花了將近 4 到 6 個月的時間趕製這一類的節目。當然也從過去的節目去撈出一些看能不能重新做編排，新製的也有、舊製的也有。後來發現把它放到網路，效果也是可以的。
廣播節目規劃	主持人	請教一個問題，其實我知道很多廣播電台思考要不要在網路上播的時候，遇到的挑戰是說，要把本來的節目直接放上去、或剪輯一下在放上去，還是新做一套。聽起來教育電台是又做了另外一套節目放到網路上？

廣播節目規劃	B3	疫情第一年我們做的是全新的節目，因為在網路上不可能有音樂，我們過去做的半小時、一小時等長時間節目一定充滿音樂，但像這種就沒有辦法，因為放在網路上播會有授權問題。所以基本上如果是舊製的話，等於是把音樂剪掉的概念；新製的話，就會根據這個話題，再加入簡單的片頭片尾，大概是這樣的做法而已。
	主持人	剛才才提到「預算會逐年遞減」...
	B3	這是政府預算，他會讓你在原來的框架裡面編列，你不可能今年的預算超越去年的預算，你一定是一年一年減下來。再考慮到政府預算會有通刪的概念，所以再一通刪下去，你又再少，所以不可能今年的預算會超越去年的預算。
廣播節目規劃	主持人	我想公家機構凍結預算內行人都很清楚。我們繼續來請教，因為剛剛兩個都是公營電台，而漢聲—國防部應該也算公營，有請王組長跟我們分享一下。
廣播節目規劃 廣播電台經營 策略與挑戰	B2	我接這個位子到現在大概 2 年，在電台大概 9 年左右的時間，這段時間所觀察到，相信應該是普遍所有電台都會面臨到的狀況是：現在收聽廣播，特別是透過收音機去聽的，這些年輕人的量是越來越低的。年輕人都習慣透過網路去做這樣的事情的話，就變成現在除了線上收聽這個區塊，不論是我們在網站上做隨選收聽，又或是在 Podcast 上去聽這些節目，我覺得這是比較有機會去 catch 到年輕人的部分。因為現在什麼資訊從網路來都是要快，快到比方說你在社群上推播這則節目訊息的時候，你就必須要讓他點進去直接就可以聽。所以在近 4、5 年左右的時間，我們比較加強在「網路隨選收聽」這個區塊。像剛才才談到 Podcast 的部分，因為最近幾年 Podcast 在台灣有流行起來，我們也鼓勵主持人，雖然說沒有另外再去做新的節目在 Podcast 上架，但就原有廣播節目的部分，如果要做上架的話，我們會變成在製作的流程上會稍微有點改變，因為我們電台談話節目比較多一點，那在錄製的時候，像過去我們可能就習慣把整個節目包含音樂，整個拼完然後儲存；那在製作流程中，如果預想可能要製做 Podcast 的話，在做的過程中，就先把它做成一個可以上架到 Podcast 的版本，就是純談話部分。這個做完之後，再去做廣播的版本。某種程度上，也是讓我花出去的這筆錢，就是一個資源可以在更多平台去曝光，增加這筆錢花出去的效率。
	主持人	謝謝王組長。我去年有到漢聲去打書，因為我出書，那當時這個主持人朱國珍就特別跟我講，因為她那個節目是預錄啦，但是在禮拜

		六的早上 8 點播，然後她那時候跟我講說不要講什麼早安或午安，因為還要在網路播；那個書裡還聊到泰雅族，因為我小時候有寫到泰雅族。好那麼剛剛的三位都是公營電台，那民營電台，我們來聽聽你們的意見，看哪一位先來跟大家分享。來請賴協理。
廣播電台經營 策略與挑戰 廣播節目聯播 合作探討	B6	我們電台基本上這幾年也是比較辛苦，以前所謂的代理商廣告，現在都幾乎快沒有了。我們以前有業務是專門跑代理商的，那個業務現在都沒有了，因為量太少，所以都要靠直客或是自己賣東西，或者是把自己的一些時段去跟人家配合，才會有營運的來源，要不然你電台是沒有收入。那電台每個月花費其實很高，像是電費、租金、基本人事、版權費等太多錢要花，所以你非要有這個財源不可。那假如我們這種中小型、聯播網就三四台這種，我們請主持人的費用又很高，我們那一台是不可能去請那些主持人，因為你一個主持人就一個費用嘛，但是你播 4 台就可以去分攤掉，所以這是聯播網必要的一個狀況。 那我們這幾年就變成說，談話性節目比較多，那合作的比例在晚上 6、7 點、7 點之後，我們就可能會去跟人家合作，就不再經營了，因為我們看尼爾森調查，那時候收聽人數都變少了，我們就沒有辦法再把精神分配到那邊去了，這個是必要之行為啦。那整個方向導向就是要偏向越來越有特色，因為我們發現現在 Podcast 跟音樂太容易獲得了，年輕人聽音樂什麼的，而且很多電台專精音樂，我們發現我們好像沒有辦法聽，因為他真的挑歌挑得很好，主持人講的話又很少，給你聽起來就很順這樣，我們不是人家的對手，所以我們就偏向於很特色型的經營；講比較慘的，就是我們偏向綠色導向，偏向本土、偏向台語這樣，我們連找鄧惠文來，都會要求她講台語，她台語講得很好。那我們合作的、賣藥的那些人，他們有時候會講說中國什麼什麼的，我們想說你要這樣就不要來，因為我們台的屬性，是不能講中國那邊的事情。第一，你來你這樣賣不好，第二，我們聽眾聽得也難過；所以我們還要再挑那種配合時段的客戶，所以要維持也是花了蠻多的時間。 那至於說我們有沒有想要擴展？有，就是我們找鄭弘儀這些人，我們都會幫他做 Podcast，也會幫他做 youtube 直播。那的確一個月到現在應該有，就是這些 youtube 點閱什麼的，大概就幾萬塊收入，其實剛剛好養那一些剪輯的人而已。可是把他的廣播、直播也拿來剪輯丟到 youtube，這一個人的成本大概就是他的收入應該都不夠。

		所以不做好像不行，但做了，目前是不太容易獲得回報。所以我們就找另外一個方法，就是把它併入我們的 Sales Kit，這樣看起來比較大包，我們去標案、去跟直客談銷售的時候，我們會說我會幫你做直播，我們那幾個主持人可以叫他們做直播帶貨。但這樣就變得很辛苦，常常就是今天所有同仁都上線，為什麼？因為客人來直播我們要去按讚，要不然看你會很冷這樣，那大家也是卯起來幹了，就是網路上只能這樣一直提升自己，自己去行銷自己這樣子。 但是我們做一件事情我覺得還不錯，效果應該很明顯。我們做了一個 app，那個 app 我們為什麼可以做，是因為我們大部分是談話節目，那我們本來就有很多海外朋友會跟我們講說他會聽我們的節目。以前美國還有一個電台，竟然就聯播我們的，而且他也沒有跟我們講，是有一個人跟我們講說他在美國聽到我們節目，好像美國都很多小電台嘛，他就直接聯播我們好幾個節目。我們覺得說他這樣也很辛苦，我們就做了一個 app，就做了一個海外頻道，那海外頻道就是把我們核心的那幾個談話性節目的廣告剪掉，時間的話，我們大概就是抓加拿大、溫哥華、洛杉磯那一帶的時間；舉個例子，我們早上 8 點，周玉蔻上線台灣，我們就在那一邊的早上 8 點也上線，就是 13 個小時之前的周玉蔻，但是我們已經把廣告剪掉了，然後就把它丟上去，發現效果也不錯，美國那邊的 youtube 訂閱也好幾千人，下載的也很多個，我想說原來也算有服務到人。但是這個沒有收入，就是服務他們啦，因為美國很多這種關心台灣的人，讓他們方便聽，就是做這些事情，但是並沒有增加我們太多的收入。我們也很努力，想要把節目拓展出去，例如說我們還去跟桃園一個電臺租時段，把周玉蔻的節目給串聯出去；後來發現，其實連那一個月幾萬塊錢的廣告費都賺不回來，我們就說你可能要降價，不然我們就不想聯播了，因為每個月給你錢也不是辦法。我本來以為我不要求賺錢，我只要求我跟你租這個時段，我收的回來就好，如果收不回來，我們又跑了半天。也因為他自己都賣不掉了，何況我們去賣呢。我們本來是想說要用聯播網去賣，可以多一個桃園，我們想得很單純，後來發現不容易，所以後來就跟他談。那一台也不錯，他覺得好像對他們不差，所以他就降價一點給我們，就是說那我們再租在一陣子。就是我們做了很多嘗試，可能對於聽眾的這個影響力有維持住，可是賺錢這一塊就真的....。
廣播電台經營	主持人	謝謝。請教賴協理，剛提到好像包括鄭弘儀他們的節目，你都把它

策略與挑戰		上到 youtube、podcast，那這個是你們自己找人幫他做，那需要另外再付費嗎？就是說，主持人對於寶島新聲要做這樣的事情他都很樂意配合嗎？會不會要求加錢？我知道有的廣播節目主持人不見得願意露臉，有遇到這種困難嗎？
廣播節目聯播合作探討	B6	其實我們的主持人都還好，你看他們都露臉。老實說我第一次看到鄧惠文露臉的時候我嚇一跳，因為實在落差太大，你去看那個網路上，因為我們沒有化妝師，也沒有燈光師，那跟她在電視上的落差好大，我覺得很對不起他，我真的覺得我很抱歉。可是她好像 OK，我覺得她有在轉型，她不太希望靠她的外貌，她沒有偶包；還有我們有配合她，她有認真照顧孩子，她在家裡錄音，在她家的錄音室錄音，我們 OK，你有演好就好了。 那我們這種好處是說，我們會有一些聯播節目可以做異地錄，舉個例子，選舉的時候立委很多是高雄的、台中的、台北的，那我們可能，舉個例子說，到這個時段，分流這一塊就是，我已經預錄好了台中的某一個立委、高雄的某一個立委、台北的某一個立委，然後到這邊就分流，但是可能通通都是鄭弘儀主持。那邊那個立委就很開心，因為在地的那種，很少遇到名人，那我們就可以收一點廣告費，就是賣名人牌，就是台北的名人可以去台中賣，因為他們很少被名人訪問過，他們也不太有機會上台北的政論節目。我們各地都有錄音師，就叫他來一下，品質也很好，他就在這邊，我們錄音師對錄。你看得到人，也不會覺得說好像只有聽到聲音，你可以看到影像就直接對錄，錄完時間到就播就好了。
廣播電台經營策略與挑戰	主持人	要請教你，這個分流在廣播的部份怎麼做？比方說今天鄭弘儀，跟台中或高雄的一個立委候選人去訪問
廣播節目聯播合作探討	B6	有時候是一半，鄭弘儀可能前半段講的是一般的新聞，那接下來他要訪問誰，可能就到了第三部分的時候，後面那兩部分就是都錄好了，就是前幾天都錄好了，台中、高雄、台北可能錄了某一個立委之類的，都錄好了，那到時候我們播的時候，就是我們有 3 個播放系統，台中、高雄、台北，就像報紙 AB 版的概念。 這些主持人我們請他配合，不管是 youtube、podcast 他們基本上都很樂意，我覺得他們不太會有人要提加薪，可是他們會有一些門檻，例如有一些會說你不可以叫我去講哪一類產品，那個倒是會另外談。有時候我們會幫他拉客，所以他們也把我們當作業務來源，那有時候是他幫我們拉客戶，另外再談怎麼拆。例如說他認識某一

		個大老闆，大老闆可能出了一本自傳，我們怎麼會認識那種大老闆，但他是名人所以會認識。那大老闆想要來打一下他的書，大老闆出手都很闊綽，可能就給你 40 萬啊。那我們就說好，那我跟你拆，那我們這個就是很開心，因為我們沒有這種業務來源，他們才會有，或者他們認識哪一些單位會有預算、要廣告的，我們也很樂於分潤給他，那我們假如遇到廠商想要找他代言的，我們就會去跟他談，只是有一些名人他們不喜歡某一些產品。
廣播電台經營策略與挑戰	主持人	我之前聽說某一個北部的廣播電台，他們開直播的時候，前幾年就有一個建商說有一個新的建案，他只要求在那個直播當背板，那時候那個廣播電台做直播才剛開始，大概是三四年前，我就問說那這樣子收多少錢，他說主持人不用去聊那個建案，建案就是用一個背板在後面，漂漂亮亮的，比方說假設有個建案叫「億光新天地」，就這樣一個漂亮的風景 6 萬塊，就一小時放那邊然後 6 萬塊，那個業務總監還跟我說 6 萬塊很少啦，我心裡想，做直播放個背板 6 萬塊還不錯，不無小補吧。前幾年的行情，現在不容易了喔？我還以為現在會更好，現在反而不容易。
廣播電台經營策略與挑戰	B6	我們因為大部分數位廣告都賣不出去，所以我們後來就自銷，就放連結到我們自己的商城，我們就弄到網路上，自己賣一些連載，不然又沒有人跟我買廣告，很少啦。那都拿來標案的時候，給客人感覺豐富這樣而已，那很難，不好賣。
	主持人	謝謝賴協理。那我們接下來是不是請綠色和平高主任。
廣播電台經營策略與挑戰	B7	各位前輩大家好。綠色和平顧名思義就是比較政治傾向，所以我們的廣告業主其實蠻難拉的，因為他們很怕那種政治傾向太嚴重的那些。那我想要提一個問題就是，因為疫情期間有很多的節目，我們有放到 youtube 做直播，可是不知道為什麼，youtube 常常會禁我們的一些東西，就是會停播，然後會寄一個 email 給我，因為好像 youtube 是屬於 google 公司，那我有去 google 那邊反應，然後就說因為我們有講到某些字眼、一些關鍵字被人家檢舉，所以我們的 youtube 常常直播就會斷掉，所以後來我們就只有請那個主持人開他的臉書直播。 那大家也知道去年 10 月底 hiChannel 結束了，我們本來想做 app，可是覺得我們的聽眾比較多長者所以 app 也不太使用，我們就在我們的官網上更新了線上收聽的方式，然後覺得這個方式是不錯，只是因為 youtube 這一塊沒辦法打進去就有點可惜，那不知道各位有

		沒有遇到這種情況，就是在 youtube 上直播，講到某些字，然後就被禁。 還有什麼 MÜST 音樂人那些，著作權的音樂，其實感覺就被扒了很多層皮，因為像我們現在有在中華電信 MOD 做廣告，那因為廣告他其實是可以放聲音的，可是我們有顧慮到如果放聲音的話亞太音樂人協會或是 MÜST 會說這個音樂版權並不是屬於廣播這一塊，所以我們就只有處理那個畫面，沒有聲音的，然後覺得就是在著作權這一塊好像有蠻多爭議的，不知道各位有沒有遇到這個問題。
廣播電台經營策略與挑戰	主持人	不好意思高主任你剛剛提到這個官網加強線上收聽，那是用什麼方式？
	B7	就是線上有個按鈕按下去就可以直接線上收聽，然後把網頁拿掉也可以聽，就類似可以離線收聽，你可以多工可以做其他事情。
	B3	請教一下高主任，剛剛提到說，那個節目放在自己的官網上面，但是有音樂就會被 MÜST 或者是 ACMA 他們認為你要另外再付費？
	B7	不是官網，是中華電信 MOD。它下面有一個廣告，怕他們會再繼續收費因為他說這個並不是廣播的方面。
	B5	因為網路上播出的話，像我們要另外付錢，所有的協會通通來跟我們收錢，所以我們各種錢都要付。
	B1	我們連 podcast 我們都付錢。
	B7	所以我們 podcast 就是沒有放音樂，就只有主持人講話，因為主持人是他自己的那個著作權。
廣播電台經營策略與挑戰	主持人	因為有時候某些聽眾，比方說他要聽一個分析，他可能對音樂不在意，所以把音樂剪掉還好，那想聽音樂的人就去找那個音樂頻道來聽。我上次到漢聲朱國珍的節目，她就是找一些開放版權的。 那我們請 ICRT 白總經理。
廣播電台經營策略與挑戰	B4	好。第一就是很抱歉我可能中文沒那麼好，再來就是剛剛講的很多，所以我不見得記得每一件事。第一個是剛剛針對你那個問題，其實我們很早就開始，就是會有一套廣告專門用的音樂，那個就是我們每一年都會有，就是有付那個錢，所以那個就不會有問題，甚至 podcast 也有一些音樂也可以當作背景音樂。所以就是說應該你事前要先有準備，當然不能用一般的歌手的什麼音樂就放在那些廣告，我們是有準備一套所謂的 production music，就是製作用的音樂，那些都不能有問題，我們也跟廠商講清楚，我們要用在哪裡、或是不能用在哪裡，都講得很清楚就不會有事。

那再來，我想提出一個剛剛大家都沒有提出的一個問題，其實我們電台已經很多年在做 podcast，也很多年一直在做一些可能比較特別的節目，但是我們電台也是比較特別。第一，我們說是民營，但是也不是純粹是民營的，我們是一個非營利的基金會，NCC 也是有給我們兩個任務，我們也是要让在台的外僑朋友，跟本地的人當作一個文化的橋樑，所以我們也要做一些比較回饋社會的節目等等。那往往我們找一些人可能要幫我們錄製一些節目，但是因為我們是英文廣播電台，所以常常我們是要找一些外國朋友幫我們做主持之類的，或者甚至說他是一個 ABC，但是他可能台灣也沒有護照，所以他也算是一個外國朋友，但是你去勞動部一定要他有一個 full-time 的工作許可證，但是你是 full-time job 的話，就是每月底薪是四萬八，你一個禮拜做一次節目，我不可能給你四萬八，那我已經跟他們溝通很久了，就是為什麼他就是不開放，可能比方說他這個外國朋友，他在台灣已經有一個工作，但是他是綁某一家公司，你為什麼不開放就是讓他有一個 part-time，這是額外的一個工作許可證，讓他做我們的節目之類的吧？那他們就很難溝通了，那我也希望說是不是他們有開放這一點，因為這個朋友他已經在台灣有合法的身份，那他額外因為他的興趣、專長，再做一個外快我覺得也沒有什麼不好。就是希望勞動部也可以稍微開放這一塊。

那再來，剛剛提的那個露臉的問題，其實我們很早，大概做已經有 20 年，那一開始可能會有一些 DJ 會有點反彈，但是他們現在已經習慣了，所以我覺得現在一般看你是透過手機，或是透過電腦，不是一個那麼大螢幕，所以有化妝那些，一般現在的人他們都不會介意吧。那就是說他們做這要不要額外報酬，其實我們發現只要是在他們原來的時間可以完成的東西，他不會再跟我們計較，但是這個可能就是所謂的重點，因為如果我沒有足夠的人可以幫忙他們執行這個任務，那他可能就會有意見。那因為可能剪接，因為我們是英文我一定要有一個英文很清楚的一個剪輯師可以幫我剪，因為如果說可能你英文沒有那麼強，那你可能會剪錯之類的，所以這也是另外一個問題。有時候我希望這個兼職來幫我們做一些剪輯製做、顧問之類的，所以也是一個問題。

其實剛剛也提到說在國外，也是有電台在用你們的東西，我們也是美國很多那種的，可能他就是一個網站，還是怎麼樣，他就是有在轉播我們那個 stream，也是常常會有這個問題，那這個有一個問題

		就是說，因為你那個執照原則上只有在台灣，那他們也是要你什麼地理位置定位，但是我相信台灣沒有一個廣播電台有這麼足夠的費用可以做到地理位置定位，就是說國外的人到你的網站都把你擋掉了的那個技術是很貴的，所以這個也是一個問題。那我們也不能怪他們，他們也是有他們的麻煩，他們那些藝人一定要他的這個錢，但是我不知道政府可不可以幫電台克服這個問題，是不是一定要有地理位置定位嗎？還是說可以有一個通融的一個管道還是怎麼樣。
廣播節目規劃	主持人	那因為 ICRT 在台灣是一個比較特別的電台，幾乎大家從小到大不管是為了圓一個學英文的夢想，還是說想接觸西洋文化，大家都習慣聽 ICRT，它的功能性在台灣幾乎是沒有競爭對手的。但是過去一段時間因為網路多了，大家如果要收聽國外的英文也很方便，那年輕人就常常滑手機啊，那這個對於 ICRT 的收聽情況，或者你們節目編排，有沒有造成影響？
廣播節目規劃	B4	其實最近幾年是有。因為本來電台刻意就是不做一些比較教英文的節目，因為以前我們都認為我們就是在台灣的一個很美式的一個廣播電台，但是市場一直在變吧，因為最近幾年政府也是在推雙語，所以我們在節目上面也是做一些調整。比如說中午我們有 15 分鐘的節目，也是跟教育部合作的，教小學跟中學的小朋友一些基本的英文，那個也是很受歡迎的，因為那個就是我們不只是廣播，我們也會說它是一個 podcast，只有那個聲音跟那個文字稿在那邊，所以很方便老師、學生，甚至我認為很多家長都是跟小朋友一起聽，他們也可以練習他們英文，你想想看很多父母可能好幾年都沒有碰英文了，那一些比較簡單的東西他們重新再開始碰，可能比較沒有那麼大的壓力了。本來我們的 podcast，就是說把我們的廣播裡面的節目剪剪當作一個 podcast，但是我們也已經發現，就是說如果你的 podcast 就是你廣播裡面的節目，它已經比較沒有受歡迎了，因為現在外面 podcast 的種類實在是太豐富了，所以你就是要針對你的聽眾群做一些客製的 podcast 節目。 所以就是跟我剛剛講的，希望說在這個工作許可證這些問題方面可以稍微鬆綁，好讓我們好好的用一些在台灣的朋友，做一些很好的節目，也可以同時讓台灣朋友多學習一些英文，因為如果說我們可以用英文在介紹台灣周邊的東西，那會讓這個英文它是比較實際的；如果你就是看 CNN、BBC，那都是國外的，他們怎麼看事情或是他們那邊發生的新聞，但是我講這邊那你就是已經知道說今天台

		灣發生什麼事情，比如說「等一下口罩可以拿下來」，那這些英文要怎麼說？BBC 他不講阿，因為這對它來說不是一個新聞。你沒有有一些很實際的、你天天可以用的英文，你可能就會把它放棄掉了。語言就是很生活、一個活的東西，你要天天用它，所以我們可以做這些節目，給你一些很實際的英文，讓你天天可以用、可以進步。
廣播節目聯播 合作探討	主持人	那剛剛的第一輪大家的討論裡面，其實對於第二個階段廣播節目聯播合作也提到，包括剛剛袁董事長提到她們本來的聯播網因為股權有一些爭議；那也有幾位提到，有的廣播節目被海外直接拿去用了；剛剛老師有提到，在五六點之後的節目，現在也開始有很多合作的方式。那麼接下來我想請教，在這個聯播跟境外合作，除了剛剛大家提到，就是有一些我們的廣播節目，直接那個 stream 被海外拿去用以外，那有沒有那種就是海外不管日本、對岸或者是東南亞，甚至是美國的華僑，想要來跟我們這邊的廣播節目做合作呢？有遇過嗎？
廣播節目聯播 合作探討 廣播電台經營 策略與挑戰	B5	有。我們有大陸的、新加坡的、也有國外的來找我們合作，還有日本的也是要買我們的時段，不過因為我們 KISS 就是從一開始定位是百分之百的自製自播，所以我們不賣時段，所以當然我們自己的一個原則也限定了我們商業活動的發展。那我們就是我們做好的節目，你播我的可以，但你要把你的東西放到我的頻道來播就不可以，因為我們是完全百分之百自製自播，就是要控制我們的品質。而且我們也沒有置入行銷，那我們假如說要賣產品，我們過去是另外開一個網路直播的頻道，當然那時候我們有那個線上的網路直播的賣產品，可是那時候因為整個金流和物流的發展不是那麼完善，就出了很多的問題，那你越做越賠錢的話問題很大啊，因為你要完全另外一套人馬來做這些東西，就要開發產品啊。而且就是你配送當中，跟消費者之間的這些問題；那我們太早開始，所以我們也很早就結束了。 那後來就是我們當然也想看到大陸的網紅的發展，那我們本來也是要做電商平台，然後我們的 DJ 們都有特別讓他們去上這個網紅帶貨的上課的方式，那就是我們的主持人也給他做這樣的訓練。可是很不巧就是，因為你是直播視訊所以燈光等各方面還是要注意，沒有就是達不到那個效果；還有賣產品，你就要有一批人馬要去反映現場的熱銷的狀況，就是這裡頭其實有很多事情是有劇本的，就是你這個節奏要緊湊才會有那個效果。我們那時候其實花了很多錢，

讓我們的同事配成 5 組去上課，就專門去學這些，因為大陸有開這個課程，這些知名的網紅他們已經是在市場上非常成功的人，那他們有這個課程，我們那時候就花了很多錢讓我們的 DJ 在線上去受這個培訓，那當然這個他不只是看老師怎麼教，他是有功課的，而且他們是你教完以後馬上要訓練你賣產品，然後你就要做出來，那他們線上那些老師就會幫你糾正或是改正，那當然他們那個還是實習而已。第一個是大陸的這個課程其實很貴；第二個，他在訓練你的過程當中，他要你賣他的東西，當然不可能，我們在上課時有特別去談了條件，因為我們已經是知名的媒體，不可能去賣他們的東西，也不會讓 DJ 去賣他們的東西，所以會去找我們的客戶，課程作業裡賣產品的實習過程，都是賣我們找來客戶的產品，因為不願意去承擔賣大陸的產品，拿我們的名聲在頻道上幫他們賣，而且我們的 DJ 也是有知名度，電臺也已經 28 年，所以都有一定的聽眾及粉絲團，在這方面的處理就很小心，可是我們是希望 DJ 是可以了解這個市場，也希望他們有電商的能力，但我們在 FM 的節目上是不做置入行銷賣產品，而是另外開網路頻道做這件事，不管是 FM 上的節目，還是網路上的節目，或是他自己的 FB 經營，會去預告他做的東西，不過在 FM 上，我們是百分百的自製，不賣時段給別人，廣告的內容或是產品置入行銷是不行的，我們不賣藥，我們有好多原則在裡面，自己很堅持，所以疫情這三年很慘，因為我們也沒有公家的補助，完全是商業電臺，以流行音樂為主，可是我們把很多的，比如說新聞啊。3-5 分鐘時間，傳達想給聽眾的訊息，比如重視法律，把法律知識做成 3-5 分鐘的短片，或像是長照、健康等訊息都是以 3-5 分鐘單元來製作。聯播業就像賴協理講的，聯播台的好處，可以分擔成本，聯播網也是有收視高的跟低的，市場大的、經濟效益比較好的，比較大的聯播臺在競標投標就會比較有機會。在過去我們在大概 2000 年就開始做直播跟視訊，像您剛剛說的建商廣告，怎麼這麼好，背板放著就有 6 萬元，因為像我們是攝影團隊到預售屋的現場，拍錄下來，包含訪問怎麼做、廣播上怎麼做、網路上怎麼做，還有直播怎麼拍樣品屋與介紹，都是我們攝影團隊拍下來，所以在這方面是花了很大成本在做這件事，而在這疫情期間就很慘，如果是聯播網的話就可以幫忙負擔，不論市場好不好，都可以幫忙負擔，可是為了數位化影音，疫情之下我們就受到很大的打擊，所有的活動、演唱會、教育訓練，所有群聚的活動都

		沒有了，培養很多攝影隊伍、數位化小編，這些科技人才比線上 DJ 的問題還大，後製團隊太多人成本會很高；還有勞基法的問題，如果要做活動，一下班或是放假時候，要給多少倍的薪水，而且他不來你還不能開除他，加班給他幾倍的薪水，他都可以不來，可是你答應客戶要做這活動，但不能執行完成的時候就問題大了，我們不能跟客戶或是聽眾開天窗，你對員工管束的能力，尤其是在假期舉辦大型活動，過去高雄沒有很好的場地，所以你不能賣票、收錢，有一次開了陳昇伍佰的演唱會，賣票賣了 1 萬多張，那時候還沒有巨蛋，湧進來的人，有買票跟沒有買票的，這樣問題就很大，所以後來外場的活動，若沒有辦法控制聽眾從單一入口進出，就沒辦法賣票，變成要想是要廠商贊助，或是用其他方式，來消化成本，能收支平衡就不容易了，現在雖然有很多的場地，但場地成本非常高，後來正好遇到疫情，無法將原先敲定好的場地賣票，如果出了什麼問題，根本沒辦法處理，就算是與其他合作賣票，可是若出了問題，不能執行時，前面的費用與宣傳成本該怎麼消化，所以風險跟成本也變高了，執行時會受到很大的限制，以前我們一年有幾百場的外場，現在就不能做這些了，因為看到這些風險、流行病以及環境的變化，而且請員工執行活動時候，勞基法對於雇主反而受到很大的限制，像是薪水、工作時間，若發生勞資糾紛，那不得了要賠錢，還有就是所有辦活動都是要買保險，不管是員工或是閱聽眾都要，還有在整個執行中的團隊需要多少人，但現在不是給員工加班費就可以要他上幾個小時班，工作時間是要隔開，若他今天還幫忙假日活動，那他帶狀的工作怎麼辦，不能連續上班，還要再調整節目表，這些造成很大的限制。
廣播電台經營策略與挑戰	主持人	對阿，如果說藉由合作辦活動，我還記得疫情開始那一年我那時候出了一本台灣歷史小說，本來在台北國際書展辦簽書會，那後來疫情剛開始嘛。台北國際書展就宣布延期，我的簽書會當然也延期，後來好像延了幾個月後，台北國際館又打來，然後五月疫情又嚴重了，台北國際展又取消，不過簽書會還好，就是因為宣傳成本很少，但是台北國際展整個宣傳，那個錢就沒了，還好台北國際展，是政府補助啦。所以不是廠商出錢，如果是廠商辦這樣的一個大活動，連續兩次取消，那損失慘重。
廣播電台經營	B5	像我們辦活動、演唱會，你燈光舞台什麼都花了，是一整套跟他們

策略與挑戰		簽約，如果不行那個錢你就通通都沒有了。所以這個風險是非常大，到最後就只能不做，那你不做，你養的那麼多人該怎麼辦呢？而且你根本也不知道什麼時候可以去做，恢復這個市場，所以成本也就非常的大，你也不能無緣無故你變成要資遣他，那又是一筆很大的用，你就是要想把辦法把這些人放到別的地方來運用，當然整個市場這麼差，就是大家已經看到怎麼賺錢，你只能拿，就算你給他符合勞基法的條件，那這個待遇收入，都太低了。當然他就會想辦法，要不要離開去找生路，當老闆有的時候也不是說我們很苛刻，你也不能隨便資遣，就是等著他看不到這個發展自己辭職，我們也是沒有辦法做這樣子的事情。
廣播節目聯播合作探討	主持人	好的，那剛剛看到那個原民電臺雅姬副理，也有針對這個合作的部分。
廣播節目聯播合作探討	B1	我先回到那個聯播，我們現在目前有台東分台跟南部分台，因為目前 20 多個總電臺的，執照牌沒有核下來，還不能進行節目直播，我們現在就有兩個電臺了，加總台只有 3 個，那麼順利的話，可能是明年才會做一個聯播的狀況；那在節目合作這方面，我們現在目前就是跟蘭嶼基金會的某個電臺做一個節目交換，那我們會購置他的節目來播出，來補足我們對於達悟族語這一塊來補充；那麼在於境外這個合作，其實我們 2008 年的時候原文會，我們那時候還是那個原住民電視臺的時候，我們已經進入了原住民族世界的廣播聯盟的一個機構，所以我們對於對外合作的這個節目、新聞多時期的合作，但廣播電臺這部分 SBS 澳洲電視臺他裡面有廣播電臺，所以去年我們就開始跟他合作音樂單元 5 分鐘，做一個音樂互相欣賞的一個節目交換，現在正在進行中，我們已經做了 16 組的各族的傳統音樂，交換然後我們的音樂播放給全球，跟世界連結，那他們把澳洲原住民音樂也會給我們做一個分享，所以我們初步是以音樂為主，那麼接下來可能會做一些人員連線的這個節目、製播的方式。
廣播節目聯播合作探討	主持人	謝謝，我們的音樂跟澳洲的音樂有沒有什麼共通或是相似的地方？因為蔡總統很喜歡講南島語系，有相通的嗎？
廣播節目聯播合作探討	B1	還是不太一樣啦，跟那個調性，其實因為我們台灣原住民族的領域是很古老，所以彼此欣賞，彼此認識，所以我們在這個廣播聯盟，而且在我們的世界新聞就已經一直與國際新聞持續的交流。
廣播節目聯播合作探討	主持人	好，謝謝。那其他還有這個針對廣播合作，或者是其他的電臺跟業者的合作方式還有沒有要分享？在過去，一些新的挑戰、新的發

		展？
廣播節目聯播 合作探討	B6	我們其實只有做節省成本，因為我們現在也沒有什麼新聞，不太容易有新聞部做新聞的編輯，尤其是要找到純台語的新聞，所以我們會跟公視的台語臺直接聯播他們台語新聞，後來發現好像大部分的民營都這樣，因為我們沒有辦法一直應付每個小時 5 分鐘就要開始寫新聞、唸新聞，那他們電視臺本來就做得很好，就只要剪好給我們就好了，當然我們會播一個公視提供這樣，後來發現其實這個對公視也不錯，因為假如家裡沒有看電視習慣的人，永遠都不會聽到公視，公視其實做的很好；我們有時候在金鐘獎看到教育電臺、漢聲得很多獎，其實我們很想播他那個得獎的節目，後來發現他們也是有版權的問題，我覺得其實很可惜，因為很多國家的資源就像原民臺那種音樂，我們真的很想拿來做片頭，我們覺得這樣很有意義，也很有意思，可是我們永遠不會有，因為版權的問題，雖然這是國家的錢去做的，可是我們可不可以播給聽眾聽？
廣播節目聯播 合作探討	B2	這應該是有談的空間。
	B6	我覺得反而更困難，假設我只是要播一首江蕙的歌，我有付錢就可以拿來播了，但如果我要去跟國家要一個資源，可能要走一年的流程，後來他們可能會覺得這太麻煩了。
	主持人	但剛剛講播公視的台語新聞，就很順利？
	B1	因為他沒有音樂。
	主持人	原來主要還是音樂的問題。
	B6	新聞沒有音樂，就主要是唸，而且我們有答應他，有談好合約的，現在是太多電臺在進行，就是不是只有公視，就是三立提供、民視提供都有，那已經是形成一個制式的東西。我說的是這一些很好的素材內容，那就像您剛剛講的，那個 16 族的 5 分鐘音樂，就也很想播給我們聽眾聽，可是不會有機會，因為我不知道怎麼辦，如果寫給 mail 去原民臺，他可能不會理我。
廣播節目聯播 合作探討	B1	我分享一下我們製作那個 5 分鐘單元的，那個是各族的耆老，我們去收錄的，不是進行我們的音樂片庫裡面的資料，而是全新製造的。
	B5	那應該可以，就是你給他東西，他給你東西，像我就是其他電視臺合作的時候，我們有新聞部，我們有新聞編播人員，可是因為我們在高雄，那你全省的還有國外很多的新聞來源，你當然就是要跟大的媒體去合作，比如說我們跟台視、公視合作，就是要分開去談，然後資源的交換，那當然你就變成，其實我們的新聞是 3-5 分鐘的

		時間，那，就是半點來播 3-5 分鐘，我們就跟他資源的交換，會說這以上的新聞是由什麼提供，詳細的內容可以去看中視、台視，那他那邊播新聞的時候，他就也會把我們廣播打出來，他跟我們不是合作，而是資源的共享，然後互相交換一些；有時候他們要在高雄做活動的時候，他們也會來跟我們說可以協辦，或是利用在地資源來跟他們做些資源的交換，協助他這個活動；那我們也會看是跟哪個單位，他如果是標案，他是有商業行為，拿到多少錢，如果他有拿錢，那他就不能不給我錢。不能說你是我合作協辦單位，就不給你，如果有收錢，怎麼你不想分我一點，那這個就是互相的資源交換，是可以談的，這個我們是可以做，我們也很早就跟很多電視臺去談，你一天起碼每一個小時，從早上 7 點到晚上 12 點，那你每個小時起碼要有新的新聞比較不同，不過我們有跟我們合作單位講我們要的內容，我們不要灑狗血的東西，就是那些社會新聞，我們要保留一個權力，就是我們可以剪輯他的東西，不是他送什麼來，我們就照著原來東西播，所以他的內容要符合我們的要求。
廣播節目聯播 合作探討	B3	談到這個合作，剛剛也聽到袁姐跟賴協理在講，我覺得這 3 年的疫情很特別的是國外的電臺主動來找我們電臺合作，為什麼呢？因為他們需要內容，他們也因疫情的影響，所以他們希望得到免費的內容，在 109 年的時候，我們就收到了新加坡廣播電臺，他希望跟我們合作，所以我們就送了節目給他，只可惜因為他那個電臺是剛開始，兩年而已，但是很可惜就是疫情這一波他們沒挺過來，應該是國營電臺，但是他們的型態很特殊，新加坡的電臺，他可能不是完全像我們這樣的公營的概念，那因為他是一個新開的台，後來他們自己也支撐不下去，所以那個台我們就沒有再跟他合作；那同樣的在去年是 111 年的時候我們又收到了韓國的 TBS eFM 電臺跟我們談合作，我們的模式比較類似，就是小單元的交換，所以他們就做了類似像戲說韓語或者是漢城文化，這樣子的小小的一個單元拿到我們電臺來播，那我們就把我們做的節目送到他們家去播，就變成是節目的交換，那我們當時有問他為什麼想做這件事？第一個，他是覺得文化交流，第二個，他也覺得因為疫情的影響，沒有那麼多資源做那麼多的節目，所以就開始來談談這樣的合作模式，以前想要把節目送到國外去，因為台灣特殊的狀況，有點困難，像我在疫情前就一直在談馬來西亞的合作，因為那邊華人多，但是永遠打不進去，可是反倒是疫情過後反而有兩家電臺主動來找我們談合作，

		我覺得這也是一個，可以跟大家分享的，特殊的疫情的狀況，大家可能都受到疫情影響，在成本上的考量也好，或者是經營模式的考量上，都受到疫情的關係。
廣播節目聯播 合作探討	主持人	剛剛呂主任提到韓國的這個 TBS eFM 電臺的合作，那他送來的節目是完全講韓語，然後我們送去的節目是完全講國語嗎？
廣播節目聯播 合作探討	B3	沒有，我們選用他的節目是用華語來講，但是他中間會帶一點韓語，交雜一點，不過因為我們的頻道並不是境外頻道，我們是以國內講華語的民眾為主，所以我們還是選用華語，節目內容是可以談的，那他也會針對我們的需求幫我們找適合的節目，那他們也會針對，他頻道的需求要我們特定的節目，像我們送給他的就是廣播劇，因為他們沒有做廣播劇，我想也是因為成本的關係吧，廣播劇不容易做，那我們因為有廣播劇的內容，他們就選了，他覺得很好，那這樣就談成了一個國際的合作。
廣播節目聯播 合作探討	主持人	那剛剛前面那個賴協理有提到，六七點之後，因為收聽人數少，現在很多節目也是用合作的方式，可以分享一下怎麼合作嗎？
廣播節目廣告 管理	B6	一般來講，就是商業賣藥的，或者是股友社為主，要不然就是說他來這邊講投資理財，但他都會叫你去加入那個他的會員這樣子，那老實說股友社也還蠻老實的，我們之前股票就是跌了一年，然後就很多人都倒了，那不然就是因為有賺錢，人家就不想加入，因為他是整體在跌，所以你報什麼都會跌，所以我們跟股友社就簽一年、半年，然後他們就撐不下去。那賣藥的話也會有那種賣一賣之後，發現賣不動，後來發現說賣藥的有一個厲害，就是說他假如沒有辦法留住聽眾，他其實沒有辦法賣藥，那我們後來發現晚上的 DJ 根本沒有聽眾，我們請他這個 DJ 在 8 點鐘，那他可能講了半天之後，我們叫他賣了一個自己的商品，根本就沒有來電，是不是表示他根本沒有辦法跟人有互動，可是來買時段租時段合作的，人家就有電話，不然他一個月為什麼要付你錢，你他有辦法 call 到自己的聽眾，所以對我們來講，不管是收聽率還是營收，合作都比自己經營的好，因為我們這邊都沒有人聽，而這個買時段的就有人聽，雖然聽眾跟我們原本那一群是不一樣的，可是他有 call 到他自己聽眾，所以我覺得這就現實考量，沒有辦法掙扎，因為公司一定會有分兩派，一派是理想派、一派是現實派那理想派的人，就會說我們要不然找自己的 DJ 來賣東西，讓他們自己抽成，但也找了就賣不出去，因為他們沒有那個專業，而那些跟我們買時段在賣藥的，他們有那個專

		業，真的就有人聽，有人打電話進來，也真的可以賣的出去，我覺得我聽一聽，他們有自己的魅力在，口條非常好，他們節目也好聽，不會咄咄逼人。這個你可以聽到他整個節目是沒有廣告的，因為他的廣告跟節目是一起，他就講一講，之後他就給你一個電話，講一講產品名稱，然後就播歌。
廣播節目廣告管理	主持人	以前的 AM 電臺好像會是這個樣子。
廣播節目廣告管理	B6	所以他們要自己講一個說以下是廣告，自己要做斷點，說以下是廣告。
廣播節目廣告管理	B5	這是電臺要求他的，所以就很難分，以前主管機關是不准你這樣置入行銷的，不過到後來他也看到現實面，所以他還是有跟你講，你的置入行銷，講那個產品，有些字眼是不能講，像是醫療效果，還有講以下是廣告時間，廣告宣傳商品的時候，你就是要切開，因為他們抓得很厲害，因為我們早期 AM 電臺是有賣時段，在這方面就有經驗，然後就做這些藥品廣告，可是我們知道在這上面抓的非常嚴，以前我們在線上播出的時候，網路上銷售你也不可以用很多的字眼就是有療效或其他的，抓到罰得很重，隨便幾個字就會罰你 3 萬塊，你就連一個手工肥皂，皮膚過敏的人用的時候，你假設有些某些字眼在裡頭，你賣一個肥皂，幾 10 塊、100 塊，他隨便兩個字，他就罰你 3 萬塊，所以你根本沒辦法做。
廣播節目廣告管理	主持人	所以後來衛福部、各地衛生局，還有出一個小冊子，什麼用語可以用，什麼用語不能用，我也不是看得懂什麼差別，那就照他的規矩來。
廣播節目廣告管理	B5	就是有犯規的話，他抓到就可以罰你 3 萬塊。
廣播節目廣告管理	主持人	而且我們有一些案例，不知道有沒有記錯，好像是被台北市衛生局罰，然後那個廠商就說我這個用語是桃園市衛生局建議要這樣用的，後來怎麼樣就不清楚了。我們那個廣告的部分，等一下，我們有一個部分專門來討論，因為我想我想主管機關應該也知道現在生存有困難啦。但是一般主管機關不只是 NCC 你要鬆綁他又怕，因為坦白講就蕭規曹隨，不管怎麼樣以前就這樣子，所以我們等一下再來討論，那針對這個聯播跟合作的部分看看我們這個高主任跟白總經理。
廣播節目廣告	B7	我們有自製節目然後跟台南做聯播，早上時段還有下午的時段，然

管理		後聯播的好處就是可以吸引不同的族群的聽眾，因為是跟南部聯播，他本身就有南部的一些廣大聽眾，那其實電臺本身生存也比較競爭，所以也是有像其他電臺一樣，就是會有這種賣藥的一些動作，那也是剛才賴教授有講，就是主管機關、衛生局，就是比較刁難的，那些文字用語都要很標準、很小心，然後聯播就像剛剛其他電臺有說，在跟國外做聯播，我覺得這個好像還蠻有趣的，我回去跟我們的主管來談談，這個想法還不錯，謝謝。
廣播節目廣告 管理 廣播節目聯播 合作探討	主持人	因為剛剛前面提到賣藥，有時候真的也是很無奈，像前面提到說要養新聞的專業人員不容易，不要說你們，像本來全新聞台，那他當年把新聞部整個裁撤掉，也是引起一個很大的新聞，那他的節目也很多是自己做沒有收入那就只好委外，其實就是賣，最願意買的，就是股友社跟賣藥，但是我剛剛聽到賴協理講，才知道原來股友社跟這個賣藥倒的也很多，我以為他們都很賺錢。 好，那白總經理。
廣播節目聯播 合作探討	B4	聯播我們應該沒有這個打算，這就跟我們的形象不符。但是另外合作的話，那可能是因為最近一直在推雙語，所以我們現在是開始多把我們的一些內容重新再包裝，那可能要找外面的廠商跟他們一起合作，不管是在線上開課，或者說他們拿我們的內容，比方說新聞，那他們就是自己開發一些 app 之類的學習英文，所以可能現在我們的方向是比較是這一塊。
	主持人	所以在雙語合作語言教學這一塊，是會自己主導還是由廠商這邊？
	B4	看情況吧，因為有一些廠商他們自己很有能力，有時候他們這方面的能力比我們還強，但他們是缺內容，尤其是說是新聞的東西，英文的台灣新聞，那因為我們還是有自己的新聞部，每天的新聞也是由我們新聞部的同仁在準備，因為是要英文的，我們可以幫他們準備一些跟台灣有關的英文新聞，那他們重新再包裝之類的，那他們會比我們厲害。
	主持人	那請教白總經理，像因為在台灣有製播台灣英文新聞的機構也還有幾家，像剛剛比方說公視，新的 Taiwan+，還有已經存在很久的中央廣播電臺，那這個部分有合作過嗎？
	B4	沒有，因為央廣原則上應該是在國外播不是國內，那 Taiwan+一開始我們有跟他們合作，但是可能因為他們錢太多了，所以他們不想跟我們合作吧。
廣播節目廣告	主持人	謝謝白總經理。

管理		好，那我們來請教第 3 個部分，我想很多民營業者大概苦水很多，那我不知道公營業者會不會有這麼樣的困擾？就是廣告節目跟管理，那節目尤其是在制度，或者是廣告時段，那剛好坦白講，昨天是針對聽眾的焦點團體，那有聽眾就說他們現在慢慢比較不聽傳統的廣播，是因為廣告太多，但是有很多廣播業者說廣告多你不要管我們，就讓市場決定，業者也會知道，我廣告播太多，萬一我聽眾跑掉了也很麻煩，那現在的主管機關，其實這個部分還是管蠻多的，不管是剛剛提到就是早期 AM 電臺的節目跟廣告根本混在一起，然後現在根據廣電法，他們是要求你，廣告跟節目要明顯區隔，所以有時候要講一句，接下來是廣告時間，其實主持人也很討厭，而且主持人會覺得聽眾都知道，聽眾沒有不知道都很聰明的，所以這個部分聽聽各位，看對於電臺接受制度贊助或是廣告時長，大家有什麼想法？
廣播節目廣告管理	B1	我這邊比較簡單先說好了，公營的其實我們沒有廣告的困擾，我們是徹底執行政府的一些政策，那我們這邊的部分，會選擇也不會全收，那對於我們原民的社會裡面最急迫的一些新聞事件，我們做了一些族語的編譯，還不錯，主要是這一塊，那如果還有地方政府對他們做的一些活動來播出，像是公益廣告的部分，謝謝。
廣播節目廣告管理	主持人	那其他各位業者，尤其是民營業者，大概因為我前幾年，到今年初為止，我當正聲電臺的自律委員，那正聲電臺被罰，跟剛剛袁董事長講的一樣，動不動就三萬五萬，這個這個管這麼多有沒有必要？那我相信很多業者都有這樣的一個這個苦水。
廣播節目聯播 合作探討 廣播節目廣告管理	B5	像我們從 2000 年開始就有大陸很多電臺會來找我們合作，那我們就是不敢播他的內容，我們提供我們的節目給他播出，然後會為他特別去製作這個節目，那過去在我們很好的時候，是免費提供，那當然我們就是希望是兩岸的交流，後來我們情況不好的時候，就希望收一點工本費，那他們要給我們廣告，或者他想把他們的節目放到我們節目來，我們不敢，我們光是賣一個手工皂啊。我們已經很注意了，還被罰了 3 萬塊，那就我們當然我們只有那一次的汙點，我們從來沒有被檢舉過被罰過。因為我們自己要求的非常嚴格，我們也不賣時段，然後也不賣藥，有很多產品我們自己就不賣，然後你說第一你拿證據，來給我們看你們有多好；那國外的就是那時候我們跟新加坡還有這個上海電臺、深圳、珠海、濟南山東，其實我們在大陸有很多合作的電臺，那當時他們來找我們的時候，其實都

		是他們要把他們的節目給我們播，我們也不能接受，世博會在上海開始的時候，我們跟閩江電臺、東方廣電集團合作的時候，那時候我們也是讓他們播音員把整個世博會的內容錄下來，或者有什麼特殊的介紹，還有我們台灣管的特別的情形，就等於我們在那裡有特派一樣來播出，然後他也提供一些票給我們台灣的聽眾，內容還是我們要剪輯，如果說現場，假如是現場跟他聯播的時候，就是訪問他們在地的，這些有特殊的一些介紹的時候，因為我們也很怕他，如果有什麼不恰當的內容出現的話，我們會被主管機關罰，所以在那個直播的現場，我們都還是會先 re 好哪些可講，哪些不能講，要什麼東西，那時候我們就是讓節目內容更豐富，讓台灣聽眾如果到上海去參加世博的話，那我們也有很多票，哪些館很特別，什麼地方好吃好玩的，那當然大陸的人來台灣，我們也有一個節目就是在他們那裡播出，就是介紹台灣的景點，還有故宮博物院的這些文物就是在台灣的吃喝玩樂全島的一些特殊內容，去提供給他們播出，那時候是兩岸交流很熱絡的時候，那大陸同胞來台灣玩的時候，我們也把很多的資訊提供給他們，可是我們做這些其實都沒有經濟效應，我們也不收他們的錢，就是希望達到一個他們聽到台灣的這些文化交流、在地的人情味、來這邊旅遊消費，還有就是注意哪些事情，這樣子的一個完全是在地友誼文化的兩岸，做一些工作，就是我們雖然是一個商業電臺，不過我們覺得這兩岸的聽眾的這種服務，讓他們的聽眾可以聽到在台灣的這個媒體，當然我們講的就是完全以文化在地的這個風土人情來介紹。
廣播節目聯播 合作探討	主持人	是特別做節目給他們。
廣播節目聯播 合作探討	B5	我們幫他做這樣的一個節目，我們在兩地都有現場開，就是也會跟他的 DJ 連線，然後如果是介紹一些在地的那個、風情、假期、節慶的或是特殊的活動，我們都有做連線直播，有一段時間我們還是做視訊，就像我們台北跟高雄網路上看到，可是這都是我們自己要負擔這個成本，因為他要給我錢，我都不敢收，因為萬一主管機關認為你這個東西，當然我們這整個企劃案當初要先報的要先核准，所以內容他還是要你錄下來要監聽的，如果他不是馬上在現場監聽到，他還需要叫你把整個節目再送去給他聽，那就是我們在要做這個節目之前，我們整個企畫案都要先送給主管機關，但因為疫情就不繼續，因為這成本太高了，而且就是我們也花了很多的心思，尤

		其是現在整個狀況很不好，兩岸現在這麼敵視的，我們更不敢做這個東西，碰都不敢碰，過去我們很小心，他要給我錢我都不敢，對我們影響太大，我情願不要拿起來，就省掉很多麻煩。
廣播節目廣告管理	主持人	收入好的時候，可以不要拿錢，收入不好的時候就要躲一下。
	B5	你也沒有這麼多人力可以做，而且那個電費、所有的設備、傳輸的過程當中，其實都是要有人在執行，會需要很多錢的，那過去當然是你，你有一個理想，也希望這可以促進兩岸的交流、溝通，可是現在這個整個的情勢，你就看到根本碰都不敢碰，因為你現在去碰，就自己找麻煩，還不要說沒有錢賺的問題。
	主持人	也是比較屬於聯播。那廣告跟置入的部分，各位有沒有什麼要分享的，廣告的部分，剛剛賴協理有提到一些，那廣告的長度的部分呢？
	B6	我覺得還是基本上我們現在電臺廣告都賣不完了，他們沒有人買。
	B5	應該說根本不可能太多，以前好的時候被限制太多。
	B6	以前廣告賣完，我們業務部都會打滿檔通告，我們已經 10 幾年沒有發布滿檔，根本就不可能賣完，後來我們說那這樣賣不完，那就自己做一些產品，做廣告來賣這樣，但是假如說那種混在一起的專訪都算進去，大部分都會超秒，因為廠商一專訪就 8 分鐘、10 分鐘，所以現在廠商都喜歡買專訪，專訪效果比較好，但專訪對電臺的殺傷力比較大，因為品質比較不好控制，像是講話不好聽、口條不好或亂講話，所以我不太認為台灣現在有電臺廣告是滿檔的。
	主持人	所以廣告時長以前業者反映多年，現在已經沒什麼反應了，因為那個時空環境已經過去了，但是在訪問的部分，因為坦白講，訪問如果是收錢，主管機關知道的，那可能也會有問題，這個其實有點算置入，如果主管機關可能他乾脆開放，就是你只要揭露，比方說我們今天訪問台藝大校長，然後本集由台藝大贊助，如果開放的話，大家會覺得這樣子可行嗎？
廣播節目廣告管理	B5	可以做，大陸早就可以這樣，我們反而限制很多，你不能掛廠商，名稱不可以這樣那樣的，但大陸早就一堆。
廣播節目廣告管理	主持人	現在大陸的新聞看了嚇一跳，廠商一堆，然後我聽我一個大陸的學界的朋友講，他說有一次去接受訪問，然後他以為是飲料拿起來喝，發現黏住了，那是廠商贊助的，然後要錄的時候，突然說暫停，原因是剛剛那個飲料被某某教授摸過斜掉了，要擺回來，因為角度廠商都有要求，不是隨便擺個飲料都可以。台灣現在本來電視管的很多，那廣播的部分呢？

廣播電台經營策略與挑戰	B5	廣播管的比電視還嚴格，電視很多地方比我們開放多了，其實被限制最多的就是廣播，不要說是廣告，光股東結構，第一層、第二層、第三層都不可以有外國人或者黨政軍，還有就是相關媒體的控制權不能超過 50%，那你說那個廣告內容，那種對廣播的限制其實超過管理上嚴格。
	主持人	其實袁董事長講說你們後來那個股權爭議，如果當時沒有這個限制的話，你們就可以自己持股了。
	B5	當然啊。廣電法規定，我們本身不可以直接投資，因為是一個寡占的市場，他就怕像當初中廣他有說，你們這麼多台，民營化的時候，你不可以擁有這麼多，一定要用其他的名義，這更是麻煩，那他就是限制，我們不可以直接投資，你就要透過其他的公司，或者就是用其他的，那就不太好。
廣播節目廣告管理	主持人	對啊，我忽然想起來，剛剛講說這個有一個廣播主持人，他放個背板就收 6 萬塊，我後來想起來，他沒有特別講那個建案，因為他是跟他的廣播節目同步的，他不能講，講了反而有問題，其實不是不必講而是不能講，那像這種就是說我們未來廣播電臺，其實現在因為我常常跟著我女兒看 Youtube，他們講得一塌糊塗，而且有各種花招，比方說今天講一講有點喉嚨痛，來吃一下什麼喉糖，這喉糖一吃喉嚨都舒服了，感謝什麼喉糖，講得很開心，我女兒都知道這是置入、贊助。我女兒 Youtube 看到一半就會講說，置入又來了，但他們就會看，可是這種事情在廣播電臺就是不可能發生，因為你目前這樣做，就等著收罰單，那像這種有人會覺得這個部分在網路是管不到但是傳統廣播電臺要管，有人就覺得這不合理，那各位覺得呢？
	B6	當然不合理啊，就是他限制我們已經更困難，而且我們經營的成本也比網路高多了，可是你這個管那個也管，就讓我沒有生存空間，怎麼賺錢呢？
	主持人	好，那王組長有什麼想說的？
廣播節目廣告管理	B2	其實 NCC 那邊在 108 年的時候，他已經有頒布了一個是廣播節目的廣告置入跟節目冠名贊助的辦法，然後裡面其實在當時提出的時候就有提供給民營電臺一些介紹，包含像我們公營電臺其實也可以，在節目名稱上面來做管理這樣子，只是他在你的販售商品的類型以及你置入的節目類型，他有做一些限制比方說像新聞就是不能做任何商業，然後菸品之類的。

廣播節目廣告管理	主持人	其實講到 NCC 這個放寬，我們要肯定一下這個前主委，就是他在任內其實主要針對電視的，那廣播是順便受惠，因為我們從文字來看廣播電視法，就寫說廣告跟節目要有明顯區隔，你按照這個法條，制度是不可能開放的，那所以以前的主委也都不改，你要修法不容易，那前主委他自己是學法的，他承擔責任，他就解釋，不過我從我自己的這個學術專業來看，覺得他這個解釋是逾越母法，但是從業界需求來看，我必須肯定是對的。
	B5	這個更動對我們來說，因為很快就疫情，這個困難度已經造成了，你要這樣做就很難了。
廣播電臺經營策略與挑戰	主持人	是的，那我們剛剛前面 3 個部分的討論，其實第 4 個部分，電臺的拓展跟社群媒體還有 podcast，各位陸續也都提供了一些建議，那時間的關係，我們最後再請教大家有沒有針對今天的主題，有沒有什麼建議要提供給主管機關，剛剛白總經理講的，我覺得非常有意思，但那應該是勞動部，不過到時候，看是不是請 NCC 轉給勞動部參考，各位還有沒有什麼建議要提出來的？
	B2	針對剛才袁董，他們跟海外的那個節目換播的事情，其實我覺得現在政府也很喜歡大外宣，他這個就是在做外宣，雖然說他們沒有收對方的錢，但我覺得如果有這個事實產生的話，我覺得政府應該要有機制去補助或者是獎勵做這些事情。
	主持人	教育電臺跟韓國，政府應該會鼓勵，目前這個氛圍，對岸就比較難了，就像剛剛原民臺跟那個澳洲，這確實是個很好的合作機會。
廣播電臺經營策略與挑戰	B5	光是疫情的宣傳，你知道衛福部給廣播的預算，是非常非常小，而且讓我們要不停的替他要宣傳疫情，徵用時段這部分他給我們很少錢，每一個月 3000 塊，他一天從早到晚，有時黃金時段一定要徵用，而且他還有一些規定，比如說你明天中午要播的，你今天下午你自己要上網下載，他有新的東西出來，你不僅要配合，還要回報你是怎麼播的，可是一個月只有 3000 塊，現在是這麼困難的時間，經營這麼困難，他根本沒有什麼補助，不要說你配合他做了什麼東西，可是他對你的要求是非常嚴格，他隨時在下午 6 點，他就有新的宣傳出來，就放在網站上，然後隔天從中午開始，你就要播他新的東西，他徵收你的時段，其實他是從早上到晚上，你都應該要去幫他宣傳，可是從什麼時候開始，就是明天中午開始，你就要播出今天放在網路上的東西，然後你做了以後，還要回報給他，你是怎麼做的，就是我們在執行過程當中，

		人力、花的時間、薪水，還佔用你的時段，不過那當然這就是一個責任一個任務，可是我們是商業電臺，就是你給我 3000 塊，卻叫我做這麼多，而且他不是馬上給你，而是 6 個月以後，你要將整個報告重新書面再去申請，他才給你 18000 塊。
廣播電台經營 策略與挑戰	主持人	每天 3000 塊都不多了，他每個月才給 3000 塊，不過這個確實也是，你如果說是因為疫情剛開始這混亂，那廣播、電視業者配合這個情有可原，但是持續這麼長的時間，我想應該思考一下，未來怎麼跟疫情中心去溝通，尤其是因為業者生存都很困難，不是說我們不願意配合。
	B5	我們完全配合，但他要求很高，而且政令宣導的政府單位有各種的你要配合宣傳的政令宣導，可是這個疫情的過程，有的時候他們錄的很難聽，然後有些用語也不改，但我也不能說不要這個錢，不要幫你播，這樣會被記汙點，影響換照。
	主持人	因為電視的部分，有時候他會強制徵收時段，如果是那個新聞聯播，那就有時候他找了一些醫藥衛生專家來講一些話，那有的話還蠻無聊的，大家疫情期間一定要戴口罩、多洗手，但我們都知道，所以有時候會覺得徵收時段對電視業者應該也是很委屈。那如果你有一個合理的費用，大家就會算了，費用高不可能，但也不要太低。
	B5	是從早上 7 點到 12 點，那是必要的，她要你的黃金時段，你要播出多少則他們要求非常嚴格，然後 6 個月以後，你要把這整個資料整理成一個完整的報告，跟他請 18000 塊，然後他還會抽來監聽，看是不是按照要求來做，我們都怕做錯了，如果還被挑出來，那豈不是太難看。
	主持人	可能當成標案驗收。
	B2	因應收聽行為改變，過去有中華電信 HiNet HiChannel 的 App 可付費使用，但已在去年底停止服務，而廣播業者若各自付費開發 App，連同後續維護、更新，需耗費龐大成本。因此建議 NCC 可開發 App，將政府立案合法之廣播電臺網路收聽服務，統一彙整至此 App，提供民眾更便利使用，有助於廣播節目推廣，並可減輕電臺營運成本。
	主持人	好的，謝謝，那我想因為今天時間的關係，我們等一下會後大家可以再交流，那今天再次謝謝各位來參加今天的焦點團體座談，感謝各位，謝謝大家。

附錄VI 焦點座談會題綱逐字稿(專家學者場)

111 年廣播電臺收聽行為調查焦點座談會

專家學者場

壹、 活動名稱：111 年廣播電臺收聽行為調查焦點座談會

貳、 活動時間：112 年 2 月 22 日（三），早上 10:00-12:00

參、 活動地點：集思台大會議中心(亞里斯多德廳)，

台北市大安區羅斯福路四段 85 號 B1

肆、 活動主持人：國立臺灣藝術大學廣播電視學系 賴祥蔚 教授

伍、 參與專家學者

項次	姓名	現職	職稱
A1	莊 O 仲	中國文化大學 新聞學系	老師
A2	張 O 仁	國立政治大學 廣播電視系	老師
A3	洪 O 娟	世新大學 廣播電視電影學系	老師
A4	林 O 岳	中國文化大學 大眾傳播學系	老師
A5	李 O 齡	中華民國廣播事業協會	秘書長
A6	陳 O 津	中華民國廣播商業 同業公會	榮譽理事長
A7	陳 O 影	中華民國民營廣播 電臺聯合會	秘書長
A8	蔡 O 璋	中華民國台灣中功率 調頻廣播電臺協會	秘書長

陸、 逐字稿

主題	語者	內容
引言	主持人	請大家先簡單自我介紹一下，我們緊接著下面的主題。
	A1	大家好，我在文大新聞系服務，我是莊伯仲，非常榮幸也非常高興能參與這場座談會，我如果沒記錯我們在幾個月前也是有一個會議，訪前的一個問卷設計的座談會，執行單位也非常細心，我們提點的，包含這個如何界定介紹大陸的節目還有一些收聽的方式都把它融入在這次的調查裡面，也給予肯定，也能夠如期如質的完成，也也期待今天的座談能從洞察出一些深邃的意義供委託單位參考，以上。
	A2	我叫張崇仁，我現在在政大兼課。
	主持人	張老師從早期行政院新聞局，負責廣電的科長，後來在文化部任內退休，現在還在學界服務。再來也是我們行政院新聞局的前輩。
	A3	與會的大部分都是一些好朋友，對今天的主題，應該是禁了很久會有一些想法。
	主持人	好，謝謝洪老師，再來林老師。
	A4	大家好，我是文化大學林福岳，我很感謝祥蔚老師跟循證民調今天能邀請我來參加座談會，因為我覺得這些資料對我非常的有用，不管在教學或是研究上，但是至於要提供意見，可能就只能講一些簡單的意見，不好意思，謝謝各位。
	主持人	福岳老師客氣了，我們就順著過來，我們請那個秘書長。
	A8	賴老師好，還有各位先進好，我是代表台灣中功率協會出席，那我本身是在台南的古都電台服務，那這個今天來跟各位先進多多學習，因為這個電台的經營的確是越來越困難，我們也希望能夠找到一些突破的辦法，謝謝。
	A7	賴老師，我是中華民國民營廣播電台聯合會的代表，民營廣播電台全國會是最早也最傳統的 AM，所以 AM 電台現在是很沒落了。譬如說日本人今年好像就把 AM 電台關掉了，這是有資料可循的，所以說我們 AM 電台因為他特性的關係，所以他也沒辦法帶風向，多數都在行銷這個產品，現在在收益率上面幾乎是零，因此可以說乏善可陳。

	主持人	謝謝陳秘書長，接下來陳理事長。
	A6	大家好，我叫陳宏津那麼播音的名字叫陳品，現在還有一個節目，以免癡呆症，那我在廣播方位剛剛下來齣，那以前在賴老師台藝大兼過 18 年的課。在這個廣播，打滾了這麼多年了，我都還是會對廣播的未來充滿憂心，希望說廣播能夠順利一個轉型，還是怎麼樣，請大家提供寶貴的意見，謝謝。
	A5	主席，各位前輩大家好，我是代表中華民國廣播事業協會，我是秘書長，那同時我目前是全国廣播副總，那我也還在線上做節目，我從全國廣播成立，也就是民國 83 年，一直待到現在，已經要邁入第 29 年。29 年之前也曾經在復興電台，在陳台長的帶領之下，也在公營電台帶過一段時間，那希望今天可以跟各位前輩有很多深入的交流，謝謝。
	主持人	今天用焦點團體座談的方式，那麼循證這邊有列出了 4 個項目的問題要請教，我們可以順著這個順序來，但是也不必拘泥，就是大家如果在談某些議題有連帶談到其他議題我想都非常歡迎，那麼等一下的發言，因為大家也很多都是老朋友，其實焦點團體講輕鬆一點，就是泡茶聊天啦，大家這個有什麼要接話，對於其他人講的內容，要接應的、要呼應的，我們都很歡迎。 那講到這個廣播電台的、最近經營的這個窘況，那我們在禮拜一跟業者座談，我印象非常深刻的是這個 Kiss-radio 袁董事長，他說因為 Kiss-radio 最近有一些股權糾紛，所以他那個聯播網現在收入銳減，加上疫情整個不景氣。我想這種情況不只發生在 Kiss-radio，可能很多的電台都有類似的情況，那剛剛在收聽的報告也呈現了大致上的情況，那所以我們想說針對各位所看到現在的這個廣播台的情況，要請各位提出一些對於這個業者，或者對於主管機關有什麼樣的建議？ 像在禮拜一，因為先前很多業者，尤其是我跟這個陳老師、莊老師，還有洪老師，我們 4 個都是電台的自律委員，那很多電台也一直呼籲，希望主管機關把廣告時段的限制取消，結果前天在座談會裡面，其他業者說不用取消，因為現在廣告都排不滿了，有什麼好取消的，已經失去實質意義了。所以真的是計畫趕不上變化，所以以下我們還是想說能夠提出，一些不管對業界或者是對主管機關整體有什麼建議。那因為我們這個題目，我想我們是不是先請這個業界代表、公協會這邊的代表來開始啦。那我是不是冒昧就請這個陳理事長之前，

		也在我們台藝大任教嘛，我們就近水樓台，是不是就先請陳理事長發言，那我們等一下，我們就自由發言，我就不特別這個指定，謝謝各位，謝謝。
	A6	謝謝。那我就先就那個廣播電台的聯播跟聯營的現況，那所謂聯播是，在 NCC 前幾年定了一個很標準的定義，就是說台跟台之間要有聯播契約，然後這個節目的分配都要遵守內外製比的這個比例。所謂聯營也有，聯營就是說大概這個電台跟那個電台在某些節目上的合作，或是說我這個電台就讓另外一個電台來主導，在業務上做聯合經營。這個狀況現在也有，但是比較少，那聯播的話，因為每一個月都要報 NCC 那個聯播的比率，所以大概做的也不多，那我所在的這個石川的微微笑聯播網，他們總共有 15 個台聯來聯去，那他算是在聯播網裡做的比較順遂的，那另外像這個南部的 Kiss-radio 現在沒有了，那個好事聯播網，其實等於是他自己經營的好幾個台，他互相可以聯播，跟其他不相干的電台，這個聯營的狀況大概比較少，我想目前的狀況是這樣。 那廣播電台的型態，廣播電視法有 4 個，新聞政令、公共服務、教育文化、大眾娛樂，那麼其實早在新聞局的時候，我就覺得這個法令在執行上，其實是無法順利的推行，因為一個節目不一定是他專門只做新聞，很少電台專門只做公共服務，所以我覺得說這個法是不是應該要廢掉，因為一個節目裡頭，我可以說新聞，可以放音樂，可以說故事，可以講一些民族，可以做公共服務，都可以，那限制這樣會變成說，節目主管在報給 NCC 的時候會覺得該怎麼辦，所以只好把一個節目自己定位，定義為什麼類型，所以跟實際上的狀況不太符合，這是我自己的看法，謝謝。
	主持人	好，那我們接下來看哪一位先進要提供建議。有請洪老師。
	A3	我們在談現在的現況，現況是一個支離破碎的現況。電台的數量很多，台灣的電波經營去把它破碎掉，電台就數量很多，所以叫做支離破碎。但是你要做廣告必須要有效果，所以又必須要連接起來，所以變成區域聯播就多。 重點反應出來就是一個他要求生存的一個動作，那再加上我們整個媒體環境的問題出來，老人家比較會用的那種終端設備，老人家少了，終端設備沒了，那可能就是惡

性循環，所以整體看起來就是說，那個破碎的環境，那這個破碎有他的歷史的因素。因為我們在講說是一次性地開放，沒有一個國家在 10 年之內，把那麼多的頻道丟出來，但是迫於政治壓力開了一波，你不開都不行，開了一波，有更多的政治力進來。

然後會告訴你，前面因為沒有禁，所以一定要不斷的開，那就是取決於過去媒體壟斷的因素，從原來很封閉的，變成非常的開放，這種很奇怪的現象，所以我們現在再承受這樣的一個痛苦，所以這個是一個現況。

那我們現在看到很多的節目亂象，節目的製下架，要聯播，其實都在反映一個現象，就是他吃不好或活不好，需要想辦法拉幫結派或用各種方法去活下來，所以會有很多不好的事情。

那我們來看一下，就是說，那觀眾聽友的情況，老的凋零，新的可能習慣用手機，他願意接受 Podcast 這種方式，所以就是一個生機。老的問題，你不能一定用新的方式去解決，所以現在就是主管機關，你必須要去看到整個廣播的一個現況跟未來，我們看到 AM 的痛苦、他的困境，已經走到房門，在汽車上沒有這個設備收不到，本來你的收聽率就會下降，那 FM 的情況，他又切割得很細，所以不管小功率、中功率的 FM 的確是必須要聯合大家的力量去把這個餅看能不能夠做大，或者是用什麼方式、商業的方式，讓自己活的好。

那另外就是政治方面的，台灣因為在過去歷史的因素，我們非常重視公營的狀況，是因為要政權穩定，所以都是單元的聲音，那等到你開放電台的時候，你又要滿足很多人的需要，就一直切割，所以這些人在 1990 年代初期，的確整個收聽率是有的。

另外有一個很大的因素，因為新鮮嘛，有很大的一個榮景，所以剛剛講的 KissRadio 那時候簡直是南霸天，好到不行。所以我剛剛在講到說在台北的這些，的確遇到很大的困難，因為情況不一樣。所以我剛講說你主管機關，在過去的政策因為當時的政治環境採取了很多不得不的措施，到現在你要回歸到限制你要去解決的很多困境。從 AM、FM 或者是未來走向，數位化甚至到網路 Podcast 等，整體你要去想。

那剛剛陳理事長有提到說的 4 大類型，其實廣播從來都是一個平凡的節目 4 大類型那個的想法是不合時宜的，老早就應該去掉，你弄了很多的報表叫很多的行政人員去報，你問我說這個節目到底是社會教育，還是教育，還是大眾娛樂的，每一個的定義都不一樣，所以那個數字、那個報來的東西根本沒有參考價值，所以要回歸到年輕這個面向，你要管的是什麼？其實要管的是電台的屬性，他是音樂性？綜合性？兒童台？宗教台？其實你要管的都比較大的，就一個主管機關，你其實要管的是整個拼圖。然後再看我在這個地方，苗栗地區，我這些電台的屬性有沒有符合到需求。

其實不要去管那些圖片的東西，不要去想每一個節目到底它是合不合聽眾胃口，去替人家去嚐味道，我覺得至高點要拉高。所以從一個整個大環境在變動的時候，主管機關的確可能要比比較抽離現在的角色，要再高一點，應該是從節目的管理、節目的分類、節目的比例。

那廣告的部分，剛剛有人覺得說廣告的秒數不夠，或者是太多，我想其實要訂一個常規啦。現在有的人還在很迷思說廣告的時間不夠我要多講，講了超過的話就會被罰，所以這個是其實要再去把他定性一下，因為在過去傳統上，AM 的廣告是 14 分鐘不是 9 分鐘，我從行政的角度來看，我覺得這個案子其實就是要去反應，說到底 NCC 是否有與時俱進，有沒有去看到問題？有沒有很快的去想到廣播的未來要怎麼辦？剛剛講到日本，歐洲那邊也是差不多都一樣要沒了，都要下市了。

另外在行政處分的方面，現在對廣告的就是一個廣告超秒，一個廣告節目要明顯區分，你去想一想購物頻道通通是廣告，你去抓這些，有時候我都覺得很驢的事情，因為可以轉台啊。然後還有一個叫做藥品，藥品的療效誇大，然後再來是廣告變成有藥品的療效，大概這 4 大類，那 4 大類是糾結民營電臺的，公營電臺沒有這個問題。所以這 4 個再去想一想，然後現在再加一個冠名贊助，這些我們的 NCC 的態度，他在看這個問題的時候，他一定要有一個高度，我到底要怎麼辦。

然後最後我回頭來講，其實以目前有一個比較重要的問題是電台的數量太多，有人要下車，有人要買電台，你不同意？買的太多有沒有壟斷的問題，你要去同意他可以下車，然後股權的管理，以前是每一股每一股都要管，

		因為不希望政權給不同的黨派，所以一定都要掐得很緊，那現在不管那些，我們看一個企業，他又有所謂的大股東的管理方式，我們可能要回頭來去看需不需要每一股都要管那麼多，所以公司裡面股權的管理、節目類型的管理的放鬆，廣告方面要有一個整體的想法，然後對新的媒體不要太兇，把他管死了，他開始剛出來，你也不要把他管死了，你要用怎麼樣的方式，能夠讓他可以在未來可以轉型，變成鼓勵更多的人去接受新的收聽方式，因為他是另外新的平台，所以整體看起來，我覺得主管機關任重道遠，責任很大。 然後附帶再講一下，我們在講的收聽率，這個每 3 年的調查，以前是所謂的有聽廣播的定義叫做 15 分鐘，後來變成 10 分鐘，再來是 5 分鐘，所以整體來看，就是廣播真的非常辛苦，這樣的辛苦不要讓它再更辛苦了，我認為主管機關真的有這樣的一個責任，那可以讓這個廣播他的功能，它的需求還在，因為我們人口老化，哪一個媒體最便宜、可以溝通，可以去說明，可以談到心理面的就是廣播，它不會消失它會在，但是應該讓它活得稍微有點尊嚴，而且比較能夠可以至少不要說我們把所有都清掉了，然後活不下去，我覺得這一點的確是需要主管機關的幫忙，以上。
	主持人	好，謝謝洪老師。好，那接下來哪位先進來跟大家分享這個對於廣播電台主管機關的建議。
	A2	我跟這個洪老師關係很密切，從研究所一直到機關都是同事、同學，但是因為我先前在廣電處工作，後來影視劇，所以兩個的角色不太一樣。雖然離開公職之後，我還到工會、協會去，因為有朋友希望我協助他廣播能夠上網，但是後來後來反響並不熱烈。我想提出我的看法，主管機關 NCC 的職責，所以也許說起來這個 NCC 會不太高興，但我還是要講，就是說現在的廣播電視法，當時立法的時候是一個什麼時空背景，那今天還依循這個法的內容，其實也不是只有這個法，而是包括心態，就是不能再作之君作之師，因為不僅是這個時空、環境轉變，還有科技改變，我們都知道，不管是電視或者廣播，他過去是從廣播的角度去做，那你受眾基本上是一個被動，而且你播什麼，我聽什麼，我就看什麼，那就變成是說我來指導我來規劃我來做這個節目的內容。

但是數位化之後，網路化之後，翻過來了。我們很明顯發現現在影視的這些媒體，全部是看你觀眾受眾需要什麼，我才做節目。所以今天反過來就是說，今天不管是 Podcast 或者是 Radio，你做的節目是看聽眾想要聽什麼，誰要喜歡聽我才做這一方面的節目，但還要節目內容要符合規定的法令，符合這個法規，這個不僅不符合潮流而且他的想法沒有跟上一個科技的變化，這是第一個我要說的。

因為我現在在學校裡面，一學期是大學部，一學期是研究所，大學部我這學期上課，我課程名字叫做影視科技產業生態，我問班上大概 30 多個學生，我說你們聽不聽廣播，30 個學生沒有人舉手，我說有沒有聽 Podcast，大概五六個舉手，但 Podcast 也是在零零散散的收聽時段，但是進一步要他們表達意見是，Podcast 會不會取代 Radio？他們就有意見了，他們意見是說這個取代這個字太嚴重了，應該不可能取代，取代的意思是說他就消滅了，他們不認為如此，他們認為各有各的特性，但是他們在討論或者給意見的過程中，我覺得他們有一個沒有觸及到核心，就是不管媒體的型態，是影視或者聲音，它基本上就是活嘛，這個取代的意義是你能活得下去，你才能夠優勝出來，那這個問題就涉及到我們在廣播，我先談 Radio 這個部分，廣播從第一梯次開放我覺得那時候就是一個失策，這個失策就一直到了新聞局結束之後第 9 梯次，第 9 梯次是在我做廣電處長的時候，但是我知道那整個過程是覺得會很荒謬，因為電信總局就怕我告訴你，我有更多的電波，你現在就開始對外去受理申請，這個問題是說你有沒有做過市場的研究，這個市場的胃有多大，就像剛剛黃老師講的，市場多多什麼，但是你另外一方面又有一些包括學者，或者是一些政治人物跳起來說你不能够讓所有權集中，我一直懷疑一種說法，不管是影視媒體，或者這個廣播媒體，他會不會壟斷？今天有沒有壟斷的可能，這個大家自己可以判斷？我也不能說一定，因為今天網路或者是串流的媒體，每個人隨時都可以做老闆，壟斷的意思是怕意見過度集中，或者是有聲音沒有出來，現在有這種可能嗎？所以我第一個，就是覺得這個壟斷的呼籲，我覺得非常可疑。

從這個觀點來看，我覺得你要把它當作一個事業，一個產業來看，你就要出一個合理的市場分配以及資源的分

		享，不管是 Podcast 還是 Radio，今天就是問題是說粥少僧多，過去我們在市政上面有發生的比如說銀行，或者是任何一個產業一下開放太多，銀行後來不是又同意他能夠整合嗎，金控公司就出來了嗎，金控其實不比 Radio 或者是廣播電視事業來的來得可怕，其實有些媒體真的要研究一下他是不是要同意他們整合，這個整合到什麼樣的規模你要從市場的味道去看，而不是從政治的角度去看，這一方面我想 NCC 有沒有這個魄力，就是還要去還要去衡量一下，同時我想 Podcast 跟 Radio 的部分我們可以從它們的特性，他們這個經營電台的也不必要那麼恐慌，因為 Radio 他還是有那種即時性的一個優勢，Podcast 的節目要先錄好，所以他沒有辦法跟電台去競爭像即時新聞或即時的一些訊息。 那至於說電台經營的方式不要太僵化，我在美國讀書在加工作生活了將近 10 年，美國那個電台要怎麼做就怎麼做，而且美國的 NCC 的法令對於電台或廣播節目的內容沒有一個字就規定你一定要做什麼樣的內容，他也沒有限制，通常就是詢問你觀眾的一個反應以及意見，今天要不要給你續照，要不要給你經營下去，完全是看觀眾、聽眾的反應，所以我們的廣電法，基本上到現在，他還是一個內容重於他的市場，所以這一點，這個即使沒有嚴重到廢除法令，但在基本上修改還是有必要的，以上我先就這兩個方面說明，謝謝。
	主持人	好，謝謝張局長，那其他各位先進有什麼要指教的。
	A3	剛講到有一個概念，就是以前美國有提到，就是你一個人有 24 家電台或 36 家，那如果說這個人同時又在電視上也有占有，那一種龍斷，或是再加上報紙，這一種的壟斷，就是鋪天蓋地的，要防範，其他的話是我覺得不必那麼緊張。
	A2	這個規定，從上個世紀九零年代之後，美國的國會跟 NCC 就不再去追究，因為網路出現了，這一個爭議就消滅了，因為網路上怎麼去計算。你網路上可以看可以聽這麼多，你這個怎麼計算它？他們當時的政議，不管民主黨、共和黨，也是從這一個政治上面，所以也從一城一報的開始，這個媒體發展還是金援去講說這個報紙，你既然地方有平面媒體，所以你的電子媒體就要受限，那後來網路全部沒有這些規定，21 世紀之後，就沒有人在做這件事情。

	主持人	這個剛剛張老師提到，就是說這個網路時代會不會有言論集中意見，集中聲音出不來，其實現在真的是很多元，我昨天剛好看到那個台藝大學生給我的教學評鑑意見，那我從教書開始，學生常常提到這個老師上課，講話太臭屁。後來年紀大了，然後看的書越來越多，越來越覺得自己什麼都不懂，所以這兩年上課就比較謙虛，居然有一個學生寫意見就說，老師講話要有自信一點，我看了自己都笑出來了，所以你看現在網路時代學生他連總統，什麼美國總統，他高興罵誰就罵誰，大學老師他也覺得沒什麼了不起喔。所以由此可見，言論集中那個現在是已經很難了。
	A3	如果這樣帶風向，那個更可怕，尤其在短時間。
	主持人	因為剛好黃老師提到的，因為我們的議題之一也是這個廣播新聞是在風向，那黃老師覺得這個帶風向，在有網路的時代，廣播帶風向很可怕。
	A3	應該這麼講，那個廣播本身是比較屬於言論自由度，他的自由度應該是可以這麼大的，那帶風向其實是就是一種惡質的，有人故意的等等，這個就牽涉到新聞查證，跟那個澄清的問題，所以其實後面這一段問題是怎麼樣，我們有沒有一個機制啦。能夠讓他更負責任，如果萬一他錯的話，有沒有可能有懲治的作用。不然的話，大家隨便放，也不要負責任，隨便講，那他又因為這樣來獲利，我覺得這是整個機制的問題，但是本身廣播的，我還是覺得他是言論自由度較廣的範疇，不應該太扼殺。
	主持人	好，謝謝黃老師。我們一樣這 4 個題目都可以談。
	A4	謝謝各位，因為我看到你們這次研究樣本數達到 5,479 份有效樣本，這是非常不容易的，應該是花了很多成本也很辛苦，但是確實這個信度跟效度應該是有一定的水準，那我看到全臺灣 38% 有在聽廣播，然後一天內聽的有 10.9%，這個數字是平均的數字，但是我們看年齡層就可以知道它的差別，那我是根據這個搜尋網站做的統計，當然他的統計我不是非常相信，不過他說全臺灣在 2022 年平均每一個人一天收聽廣播的時間是 38 分鐘，可上網的時間是 8 小時 7 分鐘，那我不曉得這個有沒有重疊的地方，所以這是我們廣播目前的生態，有兩個資料我想要了解，一個就是過去 10 年來台灣廣播電台頻道

進退場的這個數字，有多少電台就收掉了，有多少電台是新進的，我想新進的印象中是沒有，那退場有哪些，退場的原因是什麼？我覺得我們要了解一下，這是第一個，當然我們是看他的趨勢。第二個，我想要了解就是說廣告量，我這裡查到資料，目前今年一月份台灣是 186 家無線廣播電台，那我查尼爾森的資料，去年 2022 年沒有公佈，不過 2001 年的資料，全台灣的廣播廣告量大概快 36 億的廣告量，在廣播這一個層次是減少，他說少了大概 2.5%，比起報紙已經好很多了，報紙大概都少百分之 3 左右，主要是因為當年這個蘋果的退場，會解讀到這一點。

那為什麼看這幾個數字？大概就是我們要了解廣播生存的處境究竟怎麼樣？大家都說不好吧，我也這樣覺得。有一件事情，我就很不解，就是我在學校開廣播課，就選修的同學都 90、100 個就是很大班，我上課第一堂第一個問題就是廣播是一個沒落的媒體，你們為什麼還要學廣播這個東西，當然我不曉得其他各校狀況，你看是世新廣電系的 3 個組，有一個整個 4 年就是在學廣播這個東西，所以也就是說在人才培育這個角度來講，各大學的傳播相關科系裡頭還是不斷的在培育人才，只是說進到市場的不一定有這麼多就是，例如說我們都談到 Podcast 的影響，如果各位有機會再看一下那個年齡層，就發現聽廣播的大概都要到現在 40 歲以上比較多一點，聽 Podcast 的比例年輕人比較多一點，這個理由其實非常簡單，就是我們這一輩來講聽收音機就是日常生活的一部分，可是對現在年輕人，來講聽廣播是一個非常複雜而且難解的事情，他要懂什麼叫做廣播什麼叫收音機，他要知道什麼叫做頻道，他還要知道什麼叫做廣播電台，還要選他要的節目，還要訂一個時間，這個事情對年輕人來講太複雜了，這個經驗對他們來說，在生活中是成長經驗裡是不存在的事情，所以他也不想去了解這種複雜的事情，所以他們現在就是用省學的機制，那所以為什麼聽 Podcast 的理由很簡單，只要用關鍵字找到就可以聽了，我不需要去知道你是哪個電台、哪個頻道、哪個時段、哪個節目名稱這些她都不需要了解，因為這對他來講是不重要，但是我們做廣播都知道做廣播那麼辛苦，Podcast 那些人隨便哈拉打屁就有收聽率，怎麼會有這麼一回事呢？主要是因為他們找不到、聽不到，所以我

這裡有一個就是所謂的行銷經營策略的建議，這個我在很多電台也是這樣，就是說當然很多電台已經做的，就是把節目轉換成 Podcast，可是僅僅是轉換還不夠，其中很重要的是這個所謂的檢索的方式跟關鍵字的設定，這件事對年輕人來講是非常重大的事情，我要很容易找得到，然後關鍵字的設定是我要的東西，所以這是我對廣播界的一個建議，就是說所有的節目如果要轉換成 Podcast 是一個方法，然後另外就是搜尋的方式跟這個關鍵字的設定，那甚至還有一點小小技巧，就是根據去年 Podcast 的時間最多的大概是在 18 到 20 分鐘之間，大概佔了 50% 以上，Podcast 節目的時間就是這麼長，所以有一點，剛剛問卷 Podcast 說在什麼時段收聽，最多是在傍晚時段，所以這個可能要有一點問的技巧或是設定，因為現在聽 Podcast 的人，大部分是用零碎的時間，或坐捷運、等車，反正就是利用零碎的時間，就聽一個 10~20 分鐘，這個不是像我們一般電視廣播去檢索時段那樣的一個方式，所以零碎時間可以聽 Podcast，所以另外一個小技巧就是，如果我們的節目是有單元設計，可以把節目裡頭的單元個別切出來做成一個 Podcast，這都是一些可能的方式，這是我在想的一件事情。

廣播已經走到現在這個地步了，事實上這幾十年來，整個大環境也是走這樣一個趨勢，那我越來越覺得這個趨勢應該也是未來我們走多元化跟分眾化的一個趨勢，就是說我都學生講，不要想做一個全台灣兩千三百萬人都聽的這種概念，就是有所謂 TA 設定，所以我們對於這個 TA 的掌握也要了解，就要有這個敏銳度，就是我們這個社會的哪些人是所謂的 TA 族群，他的需求是什麼，那這個就要有市場敏銳度或者聽眾需求度的一點了解跟察覺，這個是未來廣播可以做的事情，因為我們很多廣播的聽眾是隱藏在我們可能都不了解的層面，因為我長期做原住民傳播的研究，原住民聽廣播的比例非常高，做法就是在工地工作的時候，或者在田裡種田的時候，把一台收音機放在旁邊，就一邊工作一邊收聽，對他來講，就是生活的一部分，可能在我們的一些調查是不容易去搜尋到，可是對他們來講，就是他生活的需求，所以如果做節目，各電台都能夠敏銳的察覺到這些聽眾裡頭所謂 TA 的需求跟市場群有一塊，然後，我們去打動他們這一塊的需求這幾年這個長照的這個政策那麼多，所以相對

		來講，這個電台都做這個，講到這一點，我請我的學生做，他們說要做音樂節目，我問你們要做什麼類型，他們說要做老歌的節目，結果我一聽他們節目，他們的老歌是 2000 年以後的歌。 所以就是如果有這一點敏感度的話，可能就比較可以發展，那當然我也認同剛剛洪老師跟張老師講的，我們很多政策應該開放，雖然現在沒有所謂什麼禁了，可我的意思就是說太多不合時宜的規範，但是有一點就是我們對於切管分離的這個，這個規範的掌握度到哪裡，當然電視對於切管分離這個事情要求比較嚴格，也比較多明確的範例，可是在廣播這一塊我就不太了解，譬如說賣藥電台該怎麼去認定他的性質，那法規上怎麼來面對這個事情。 我看到一個研究非常詫異，有一個研究說台灣賣藥電台賣藥的營業額，一年達到 16 億台幣，可見這是一個非常龐大的商機跟市場，可是賣藥電台有沒有違反現在的法規，有沒有任何一個節目因為賣藥而受到廣電法條款的處置，那我覺得就應該要有更明確的規範，在節目裡頭究竟跟這個商業型的這條線要怎麼樣去畫，這個在廣電法裡頭都要重新在考慮一下，就提出以上一些想法，謝謝。
	主持人	好，謝謝林老師。剛剛提到賣藥電台，電台賣藥一年 16 億，剛好禮拜一的那一場座談會，寶島新聲的賴協理，他就有提到說，因為他們電台也有業者跟他合作賣藥，前幾年倒掉的也很多，所以賣藥這個有的好像很賺，有的好像也很辛苦吧。好，那剛剛那個莊老師也要發言，莊老師目前除了在文化大學新聞系任教之外，也是中華傳播管理學會的理事長，更是健康電台的董事，也是中小功率協會的。
	A1	首先，承接前面幾位先進發言的這個主旨，這個廣播產業真的是時代的眼淚，那特別是我們這種走過廣播最亂、黃金歲月的 5 年級後段班的人士來講，更是感慨，當年我大學的時候，聽廣播是睡前的一個必經的儀式，當時雖然電視是有，但是沒有那種小電視，可以放在宿舍裡面，所以大家都會使用收音機，那不論是寫情書給女朋友，還是寫家書給家人，或者準備隔天的功課亦或考試，都是廣播陪我們度過的，可是現在已不同，更不要說當

年的一些行為，像點歌，你現在跟學生講什麼在點歌，比如說你知道你心儀的女生這個時段可能在聽某個節目，你就特別點歌給她，然後主持人可能會講到，就是來自於什麼地方的誰點給誰的，你就覺得非常欣慰，有那種這種感覺就上來了，那現在沒有這一套東西了。

那像這種儀式性行為，有點像現在的老人家，每天起床就要打開電視，然後在客廳坐著，已經變成一種儀式性行為。不打開電視不叫一天開始了，他要買東西、要投票，都是靠電視達成的，連客人來也是開給他看，認為是待客之道，那現在這一套對年輕一輩來講，已經不成立了，所以說這是一個時代眼淚，那我們還是必須保留這樣的歷史記憶。

另外，剛剛秘書長有提到 AM 沒有人聽，收視率很低，那也有頻道回收，我如果沒有記錯，在去年年底，看到歐洲的新聞報導講到好像是 2035 年瑞士要把所有的 AM 頻道回收，所以我們必須警惕，一方面我們覺得廣播是個夕陽產業，但是若反應到沒有人聽，我在學校任教的時候，學生的選擇實習媒體，最少人選廣播，實習去廣播業最少，就業選廣播的都是比較名列前茅的電台，例如飛碟、NEWS98，比較有知名度的。

但是我有個學生是南部主流電台的第二代，原本我想說是夕陽產業，可是他們對於電台執照的爭奪，還是非常激烈的，會有打官司、爭奪董事席位。這不是夕陽產業嗎？怎麼搶成一團，讓我感到非常的感慨。

當然面對這樣的變局，第一個就是一定要修法鬆綁，我舉個例子，因為我過去跟賴老師及洪老師都擔任過正聲電台的自律委員會，偶爾會審到涉及節目內容跟廣告沒有區分，會被開罰，當然業者都會喊冤，我們看到一樣是在網路上，像是館長，他賣這個健身房相關的周邊產品，像那個雞胸肉、襪子、蜂蜜冰棒、便當等等，兩個小時都在賣，然後幾萬人在聽，而且全程髒話不斷，從 3 字經開場到 5 字經結尾完全沒事，可是某位業者可能聽眾不到 100 個，幾 10 個，稍微超過一點點的尺度就被開罰，所以根據我們過去的訪談，業者有一個感慨，NCC 管的到拼命管，那管不到就裝作沒看見，似乎會給人這樣的感慨。例如說我們看到違規停車，警察去管一個腳踏車會不會違規停車，可是對於貨櫃車違規停車就視若無睹，那不是非常奇怪嗎？

所以這樣情形，特別發生在廣播產業持續凋零卻還要謝謝收聽的時候，卻還是有一樣的規範架構綁在身上，那我們就覺得非常不合理，因為從比例原則來看，你看不見的網路，怎麼輝煌、怎麼壯大、怎麼超越，其實都有不少，但反而沒事。廣播之所以受到規範，應該主要還是有使用平衡，頻譜就只有這一點，但是頻譜一直沒有那麼大嗎？在這個年代還有很重要嗎？這是可以思考的。

第二個，就電台製播中國相關內容節目該如何因應、管理，就以我剛剛說的例子為例，你只擔心腳踏車會不會違停，那對於貨櫃車聯結車違停卻視若無睹，我想各位都聽說過小紅書，不要說我學生因為我自己兒女也用得很高興，電台節目製播跟中國有關的節目內容的話，不管有沒有拿錢辦事，終究還是在言論自由保障的尺度裡面，比如說他介紹一些旅遊、歷史、人文、三國巡禮等等，終究還是在言論保障範圍之內，那他背後沒有拿錢辦事，那就是另外一個層面的事情了，可是我們看到，因為他聽的人很少，根本沒有什麼影響力，可是小紅書，班上學生上課不專心，走過去就看到都在看小紅書，他們認為比 IG 好用就取代 IG，而且日本也很多人在用，所以對於這種情形我們反而束手無策。

事實上，因為目前的傳播法規的擬定、執行或者是裁罰，還是有老一輩的在，我舉一個例子，大家都認為這個節目影響力很大，國民黨認為政論節目的鄭弘儀，或某些來賓的發言都非常很好，有影響力，但事實上只有鞏固同溫層的效果而已，問了大學生，根本沒有人聽過鄭弘儀，也不知道這個節目，講了半天學生勉強知道這節目，在他們眼裡就是看了一群老人家在打嘴砲，就是打嘴砲的節目而已，那從這個觀點來看，我們目前如果全部法規擬定、執行，包含裁罰、後續管理都是老人家在弄，可是新的一輩不理解他們的想法，所思所行，這樣是很麻煩的。那以小紅書為例，這個幾乎沒有防範的管道，那學生從那邊知道了更多的資訊，那你要怎麼管，所以與其擔心這些中國元素的節目，還不如加強我們自己的媒體素養，這個比較有意義。

特別提一下所謂的認知作戰，其實認知作戰這回事台灣人都被當成一個笑話，被操弄過頭了，反正一言不合，有些人就說你是認知作戰，就是沒完沒了，以最近最流行的 chatgpt 為例，那也不就是一種認知作戰嗎？反正你

		去上面問什麼事情，然後參與什麼，出來的內容不就是認知的一種嗎？ 那我有看到有些單位，拿到執政黨方面的贊助，有寫了一些認知作戰預防的書，甚至要如何因應認知作戰的研究案，那裡面有提到，電台有這樣子的行為，但問題是他舉例都舉對他們有利的案例來，那過去不是有民進黨黨工在網路上反串嗎？反串來罵政府，像這種例子就完全不提。那像這樣的研究案，事實上也是一種認知作戰，因為它是選擇性的取樣，雖然沒有胡說八道，這個才是我們要關切的。 以上是我第一輪發言，謝謝。
	主持人	好，謝謝莊老師。莊老師剛剛提到，那個主管機關對於廣播電台的規管，主要是因為廣播電台有頻譜，那我們就是學美國 FCC，但是事實上美國聯邦最高法院在 1969 年已經講說，FCC 用頻譜稀有論來做為管理電台的理論根據是不恰當的，美國聯邦法院請 FCC 重新思考提出理論，到今天也沒提出來。那包括我們在內，我們就學 FCC 的頻譜用到現在，其實這個理論 1969 年美國聯邦法院就已經說這個理論不適合。雖然剛剛那個張老師有提到 FCC 在很多地方做得不錯，但因為像張老師講的，他管的沒那麼多，所以美國的業者也沒有那麼強烈的反彈，那台灣管的很多，而且動不動就用頻譜稀有論，連先前這個中天撤照也一堆人講頻譜稀有論，那個衛星廣播跟無線廣播那個完全不是一回事，那個莊老師在報紙上寫了一篇文章提供很好的意見。

	A1	容許我補充一下，因為就學生來講他根本不知道廣播背後原理，有電波，然後你調整收音機要調到什麼頻道，然後什麼時候收聽，對他們來講只是收聽訊息的一個方式，並沒有管那麼多，所以這個年代，頻譜還有那麼重要嗎？另外，剛剛賴老師也提到中天案例嘛，他的訊號上天下地，就是打上衛星讓觀眾接收，政府都沒有出到錢，因為纜線的部件是某集團弄的節目傳遞，那收視我還要付每個月的有線電視收視費，那怎麼會是公共財？頂多是他的內容、具有公共性質而已，可是我們看到當時要關中天的時候，府院黨的發言人都說這是公共財、稀有財，那後來我跟賴老師都有提出類似的理論去糾正，因為我們特別去看經濟學教科書，這種以有線電視為例，他是屬於一個介於公有財跟私有財中間，那特別是現在這個頻譜的價值又慢慢低落了，那麼有沒有必要用當年類比時代思維來看待，這是可以檢討的。
	主持人	我們繼續談廣播電臺的這個聯播經營跟管理等等，我們請秘書長。
	A5	好，非常謝謝理事長、各位老師剛剛給了很多寶貴的意見，也給我們業者在經營上面很多方向，那我先就幾個數字在這邊也提供給各位老師來做參考，就是廣播電臺的營收的高峰是在 2011 年，當時是 40 億，然後到去年 2021 年的時候只剩下 14 億，很大的一個落差已經將近 3 倍了。 那接觸率的部分，我看到的是比例並不是分鐘數，最早有紀錄的尼爾森 1993 年當時是 33.6，但是在去年只剩下 14.9。 那大家最近這幾年非常關心的就是數位廣告市場，他對於傳統媒體的影響，那在 2017 年的時候是做了死亡交叉，當時兩個都將近 50 億，然後後來就一飛沖天了數位就到 67 億，傳統就盪到了 32 億。 那我們這幾年經營，尤其去年開始，最多人問我們的一個問題就是廣播會不會受到 Podcast 的衝擊，那剛好我們自己本身在中部地區有很多的電商，那他們也上很多 Podcast，經營者告訴我的真實數字，他們去上了一個曾經在廣播做主持，後來轉戰 Podcast 非常知名的主持人，那他們的節目也就是像剛剛老師所說的，大概是 20 分鐘

左右，大家可以想像他是一個生活用品類的產品，它在這個 20 分鐘當中所創造的營業額是非常驚人的，另外也有食品類的也是，業者也很清楚上這個節目的效果會如何，這個營業額，我聽了也覺得很驚訝，因為很多電台不要講一個月了，可能 3 個月都做不到這個營業額，那我們更不要提到說可能主持人個人的分潤等等各方面，那我就要講說難道廣播真的就會因此受到 Podcast 的衝擊嗎？我常常講說對於廣播的未來我們是會有壓力的，但是不要憂慮，因為我們可以在很多的地方做華麗轉身，Podcast 節目也像剛剛老師們所說的，他不是 live 的節目，但是他也沒有辦法是從廣播剪帶子過去播，以我們現在全國廣播的主持人，我們非常鼓勵同仁用公司的設備做 Podcast，你們自己去經營因為我們認為他是會有萬事互相效力的一個影響，所以他們都是特別做一些段子做一些內容，然後也把商品包裝在裡面，所以它是沒有辦法從廣播節目直接 copy 過來或者是重新去做一些剪接，那剛剛講到很多的商品置入被罰的這件事情，這個部分只是我個人的看法，我會建議說因為像現在一直在講節目廣告化那尤其是保健類的食品，很多人都覺得說你這樣子就是賣藥電台，可是重點我覺得不是在電台做宣傳，而是這個產品是不是民眾吃了會有礙健康，然後什麼年紀較大的長輩，他們買這些產品對身體是否造成影響，我覺得應該是在這個產品本質，如果說相關單位能夠去要求，有些電台他們要上廣告的話其實是都會要看所有的檢驗報告，那他是很嚴格去規範，包含我們自己本身也是這樣，你沒有檢驗報告來，對不起我就是不能夠讓你上，那可是這個時間分鐘數實在還是不夠，我想也許待會可以聽聽看我們同業的一些意見，在商品類的介紹上，是不是也可以算是廣告的一環，而不是就是要是做成 30 秒、20 秒，那個才叫廣告，不然我們沒有辦法像電視節目就一個 logo 左邊打一個贊助，廣播不能這樣去呈現，那我們可以怎麼樣讓廣告這件事情呈現在我們的節目當中。

另外，我剛剛提到 Podcast，Podcast 在我們的民調當中顯示出最受歡迎的節目類型是閒聊趣味，我請問一下說現在我們規範的四種新聞政策公共服務加文化大眾娛樂哪一個是屬於現在最受歡迎的閒聊趣味類，所以我覺得對於類別的這個部分，我們行政人員都是硬要去把它分

		成一定的比例，把大餅分好，我覺得這個都是行禮如儀多年的事情應該也是可以來再做一些調整。 那最後我要提到，在所有的中功率電台當中全國廣播算是很少數目前我們還是獨立經營，然後在中部地區，我們沒有參與任何的聯網，那我想我們還是包含我們自己，也一直在鼓勵我們的同業，其實廣播的特性尤其是像這次土耳其的大地震，或者像在之前的東京三一大地震，其實當網路不行、shut down 的時候，能夠跟民眾連接的還是廣播，因為廣播他也可以用打游擊戰的方式，他臨時就可像以前地下電台架一個轉播站，然後讓民眾接受到最新的訊息，那當然也許有人會說又不會天天有這種天然災害，但是很多事情其實就是在必要的時候他就會發揮必要的功能性，所以我想也在這邊勉勵我所有的業者啦，就是說雖然我們確實是面臨了現在環境的改變，自媒體的產生，但是我們認清楚自己的一些優勢，我們還是可以創造相當多的機會，以上分享，謝謝。
	主持人	好，謝謝李秘書長，特別是李秘書長最後提到那個有時候危急情況的時候，因為現在什麼網路播音啊。但到時候停電了，電台大多數都還是有緊急電源，可是現在有一個麻煩，就是說多數人現在都是用手機聽廣播，有時候真的發生重大危難就算我們的電台播放很多資訊，我們搞不好也收不到，這個部分我覺得政府應該鼓勵家家戶戶還是放個傳統收音機，萬一有需要，不然如果真的有類似土耳其的情況，可能這個電梯壞掉困住了，收不到外界訊號，家裡收音機打開就可以聽到政府給予的資訊，手機本身可能沒有電亦或者家中 WIFI 機也沒電，無法網路連線，所以說傳統的廣播是很重要的，但是如果家裡沒有傳統收音機，就算提供的訊號很多，很多人還是收不到。
	A1	這裡在補充 3 點，跟賴老師剛剛講的有關，第一個我當年曾經拿過一個行政院送的禮品叫做地震急救包，裡面就有一台 FM 的小收音機。 第二個，當年汶川地震的時候，我記得那時候看中共的新聞報導，就是他們空投的東西都包含收音機，就是空投的那個維生物品乾糧就有包含這個小型的收音機。

		第三個，10 幾年前，我有承攬過一個研究案，是中央防災應變中心，他那個研究就是說在災難的時候，如何徵用廣播電視頻道，再給各位老師參考，感謝。
	主持人	現在可能很多人，他沒有意識到家裡沒有傳統收音機，也許在特定場合、情況下，會發揮很大的功能。
	A2	剛才主席提到的頻道稀少論，其實頻道稀少論就是源自於西方，他們建立機關的一個基礎，他們就會公共利益，所以要對於頻道稀少之後要保障公共利益，所以他行使他的建議，那網路跟線纜在理論上面，因為它的科技可以讓他可以無限的產生，所以這部分他們就很難再提出一個限制出來，這也可讓我們去思考。 不過，從這個點出發，不要認為因為今天我們國內的業者也同樣有這種不平的心理，認為說網路上面的影視跟聲音為什麼不受管制，我們這個電台、電視台都要受到那麼多的限制，所以要管控這個我絕對反對。 今天這個樣子，不是說有新出來的媒體要去管制、限制，現在為什麼要想辦法去管那個網路，就是因為現有業者都不平因為常常被 K 廣告超秒、內容不適合，那就用網路上，所以就想要去管網路，這是不對的，你就要反過來思考為什麼現在業者有這樣的不平，這是我提出一個補充。 剛剛秘書長提出來這個，我很好奇我想問一下你剛剛提的幾個例子是不是特例，Podcast 20 分鐘可以創造這麼高的營業額，那攤開來的一個月收入是多少錢？一年的營收是多少？因為我們知道，Podcast 他們主要還是業配，那整個市場的這個營收，他只是挪移了廣播裡面的這些廣告過去，但是廣播本身自己就在廣告費來源並不足，所以現在又出了一個新的媒體 Podcast 來分享，我覺得兩個都很困難。 那麼今天 Podcast 的營業方式，其實我們說白了他就跟網紅一樣，他跟直播只是一個有影像一個用聲音，但是直播是視線，有時候現場即時，其實 Podcast 沒有現場，所以業配可以帶過去。
	A5	我稍微補充一下剛剛老師所提的問題，Podcast 的獲利模式有幾個方法，第一個就是只是單純的業配，在我的節目裡面因為大概 20 分鐘節目，我業配個 5 分鐘好了，目前在排行榜前 10 名的，大概是收費數十萬左右一次，

		而且聽說都已經排到年底去了，我認為他的營業額跟主持人跟廣播有雷同的就是你的影響力，因為聽眾也很吃影響力這件事情，當你要去創造業績的時候，一個對聽眾有影響力，跟一個新人，他在推銷同樣一個產品的時候，他的結果是迥然不同，那確實我聽到的是中部電商界的，當然也有人是不好的，那不好的原因，我覺得可能跟當時播出節目的背景，或者是聽眾可能對這個產品沒興趣，其實他當然還有很多的因素存在，可是他並不是整個 20 分鐘都在業配，而是他用訪問這個人，他在經營的方式，然後用故事包裝然後感動聽的人，然後他可以購買的時間大概是 4 天左右，4 天之內然後就把這個單給結掉，這是他們的經營方式。
	A2	因為 Podcast 的節目內容的一個比較專屬給個人秀，我所理解我所接觸到的案子，現在有很多政府機關、公機關下廣告給 Podcast，要他們在節目裡面置入，他們很少去下廣播節目前，他們下到了 Podcast 上，所以政府資金投入也是很關鍵的一點。
	A5	但是其實對政府單位，他們確實是會有剛剛莊老師所提到的，怕主持人像館長這樣子，從第三字經到五字經，所以他們會選擇。
	A2	另外一個就是政府在資源分配方面，政府現在很多的經費是給公益的電台，我不曉得現在民營電台一小時的主持費可以多少，有公益電台單單主持費就達 5000 元，來賓另外再給錢，民營電台怎麼可能有辦法給出這種價格。這樣資源就是投入公益電台了。
	主持人	剛剛提到就是說，其實像館長的例子，也證明說網路沒有在管，他這邊罵 3 字經就這樣子。而且這麼多年了，有造成什麼重大的什麼社會秩序嗎？有的話我們那個社會秩序維護法也還在嘛。所以從網路現在沒有管，那他也發展得還 ok，我覺得也反向證明廣播電台不管也不會怎麼樣。而且有時候我跟著我女兒去看那個 youtuber 那有一個很有名的，他已經做網路直播很久，以前都不紅後來找了一個年輕漂亮的小女生在旁邊就開始紅了。那我女兒看過他的節目，我有一次也一起看，剛好他那一集講基督教文明，那我以前是很虔誠的基督徒，我很虔

		誠的時候，我很認真看很多這個聖經的研究，我一聽他講一大堆都講錯，然後還有另外一個，我名字想不起來，因為我都是跟著我女兒看，那也是很有名的講時事分析類的，那一集他剛好講數位中介服務法，我一聽也是錯誤百出，可是又如何，其實懂得言論自由的爭議就會知道，在言論市場裡面錯誤訊息是常態，每個人講的都對，我們又不是上帝對不對，教授講錯的也很多。 好，因為我們剛剛看各位談的內容，其實 4 個題目大概都有都有個涵蓋到。
	A1	我在補充一下那個 Podcast 部分，因為我有擔任過公標案的評委，那確實在一些標案裡面會有撥出部分金額去採買 Podcast 廣告，那有人則是廠商附送的加值服務，那 Podcast 一個額外的營業模式就是有些是要付費，那多數是不用付費，但是他靠著這個瀏覽量來爭取廣告，像政府的這個廣告投注，那另外一方面，因為瀏覽量大又有各種廣告來投放，主持人就覺得可以水漲船高也變紅了，假設主持人外型是亮麗，口條比較好的，可以轉活動主持人，或者擔任一些活動的來賓，所以他們就用這種方式來互相炒作，那這種方式其實我們廣播電台過去也常用這種方式，很多人聽然後他就是知名的主持人，然後會擔任地方討論來賓、主持晚會等等。
	A5	我再補充一下剛剛莊老師所提的，我剛剛講的 Podcast 主持人，是你要上一次節目就要付一次費用，等於是類似像上架費上節目的費用，然後你的營業額再抽，完全看訂單營業額。等於上一次節目就要付一次費用，賣多少數量又可以再抽費用。
	A1	有時候他們提供的服務是這樣，政府部門的得標廠商就提供的服務是這單位的主管可以上 Podcast 節目宣傳政策，雖然不是打廣告，會覺得這樣感覺很好，因為那個主持人很有名，有沒有效就不知道。
	主持人	其實我有一次去當一個政府標案的評審委員，廠商提供的服務就包括安排政府機構人員，到某幾個 Podcast 的節目裡面去宣傳，那有另外一個評審就說你這個 Podcast 上網查一下這個訂閱人數都才幾千、一萬，怎麼不找訂閱人數高一點的節目，廠商就坦白講，因為價格差很多。

		針對今天幾個方面的問題，不知道哪一位先進要來提供建議。
	A6	主辦單位有這麼多大綱出來，就是想要得到資訊。我來談那個廣播節目中評論新聞時事帶風向的問題，其實從以前到現在，那個電台有藍、綠之分，那藍的都知道，像是現在飛碟、中廣，那綠的最具代表性的是綠色和平，然後現在是寶島新聲，那其實我是綠色和平的發起人，當初是受到拜託，我覺得說這個言論應該一定要有各方的言論，所以我是發起人，我的底下還有股份，現在都送回去給他們了。 那目前我留了一個鐘頭，在綠色和平做節目，但是我從頭到尾都沒有做政論性的節目，我記得我剛開始到綠色和平做節目的時候，我是做文化性的，節目很清新講故事給聽眾聽，所以我一直到現在，我從來沒有談談過政治的。那像這個電台有藍綠顏色好不好，我認為不好，個別節目可以，個別節目像是這個平面媒體的社論一樣，但是你節目如果是被掛上藍綠的話，就會遇到困難，像綠色和平，他就沒辦法做到藍的廣告。 據我所知，因為我跟某些主持人接觸很深，大概台灣的主持人有 70%以上都是綠的。那不管怎麼樣。就是說有不同的聲音總是好的，不要太過份就好，這個 NCC 就沒有再管了。但是我記得國安法開始調整，修法以後大概沒過幾個禮拜 NCC 就找我們公會去開會，就是說這個國安法現在加嚴了，請我們要對所有電台講，內容不能夠牽涉到某些議題，不然就會被罰。 所以這個帶風向的問題是會有的，因為有些主持人，其實他內容不多，然後他的憑他的想像去講，誤導的情形會很多，這個其實是每個電台應該要特別注意的，比如說你的主持人有一些亂講話的，自己要約束，要不然可能會造成很多聽眾，他 call-in 進來說那個人怎麼亂講，就變成兩派，電台聽眾如果變成藍綠兩派的話，就會很難搞，我認為就說賺錢要緊，講那些要做什麼。 然後在類型部分，現在規定是大眾娛樂，不能夠多於 50%，我覺得這個可以討論，你要如何定義？如果節目裡講一些音樂的故事，就算教育文化嘛，但是一定是超過 50%，所以建議就是把它廢掉，要不然就是限定一個比例，看大概最多多少。

接下來是廣告時間的調整，以前在新聞局時代，是因為有默契，廣電法是 9 分鐘，但是新聞局認為說電台幫忙做教育宣導，那個新聞正義宣導，所以就開放到大概 12、13 分。但要罰的話，是從 9 分鐘開始了，那依照我的想法是，如果一個鐘頭可以播到 14 分鐘，應該是合理的，4 分之一以內。所以現在 NCC，因為我會仔細去研究，NCC 現在處罰如果廣告超秒，大概是兩個鐘頭如果超過 28 分一定罰，28 分以內，應該是安全距離，如果別人我會這樣講，但是你自己要小心。這大概我建議可以這樣調整，大概 20% 的話是 12 分鐘，那大概比較不夠，25% 為 15 分鐘又好像多了一點。很多聽眾一定覺得不要廣告最好，但是不要廣告就聽公營電台嘛，公營電台完全沒廣告，為什麼要聽民營電台，你就是要聽比較火的節目，所以那個聽眾是希望說完全沒廣告最好，但是這樣民營電台根本沒辦法生存下去。

再來，這個節目跟廣告區分的問題，我覺得不必訂那麼嚴，也不是說我一個歌完了以後，我就開始做廣告，這當中我廣告就是不要涉及其他的，你涉及其他是廣告時間就長就會超出，那現在就是說變成大家怕的就是說，我們要做廣告，以下廣告，以上廣告，把它框起來。NCC 的意思就是說，要讓聽眾明確知道，你下面是講廣告，我認為聽眾根本不在意，當你法在那裡，我們就要遵守，但是我覺得這可以調整。就是說現在默契的話，違規不罰你，但是要罰的時候，就從 9 分開罰，那你為何不乾脆合法化呢，用百分之幾來定義。

然後置入性行銷的問題，現在在電視是有做，但是廣播都不敢做，因為怕會受罰，所以大家不敢做，其實做起來蠻 ok 的。但是像某些電視廣告出現，我就會問大家如果這個廣告要用那個廣播來談，你要怎麼談？真的費盡心力，至少那個廣告時間要增加很多，所以廣播跟電視的廣告擬定一樣的規範，根本是不符合比例原則，是不合理的。那置入性的話，置入性當初 NCC 在談的時候，就希望能夠增加業界的收入，一個置入性也是一個贊助。然後置入性，他的意思就是說，你在做這個廣告之前，然後把它置入，置入以後你今天就不要再講這個廣告，明天再來講，那之前有些人就故意要衝看看，所以他早上已經開始講了以後，下午還有同樣的節目，他下午就講廣告，然後就被罰了，所以現在比較安全的做法是今天

		做了這個置入性以後，我裡頭完全不談這個置入的廣告，明天再來談廣告，利用交錯這樣的話，其實可以節省掉很多廣告的時間，也不會受罰、是安全的。 我今天聽了大家談這個 Podcast 的問題，我在過完年以後我心想說不然做看看，裡頭一個年輕的執行人就把我的東西放到網路上面去，那我就問他說有反應嗎？流量多少？他說不知道，因為這個事情，我也覺得說 NCC 已經把廣播的未來數位化。Podcast 其實是一個自媒體，不必公司做不必電台做每個人都可以做，那當然這個國家就這樣引導的話，那可能每個電台都應該嘗試著去做，包括那個像正聲現在做的很認真，但是這個收益問題還是很模糊，收入到底如何？那我會覺得說可能的話，工會不曉得可不可以做一個平台，由大家出錢，有出錢的就可以上來，弄幾個節目這樣。這樣的話可能可以推廣，否則利用別的平臺上，kkbox 的那個都要上架費。我認為說如果這樣能夠做的話也許對廣播的未來會另外開一扇窗，可以突破一點。 那其實這個廣播的未來我不曉得，因為我們看調查數據有 60% 使用車機，政府答應我們到 2030 年車子還保留收音機，再來 5G 時代來了以後就沒有了，所以我也建議在網路上弄了一個台灣專區，讓所有台灣的電台都上去，然後電台就不必研發 APP、優化 APP 讓民眾去下載，過度麻煩。 但是這個 NCC 一直沒有答覆，他們大概是認為說，這是有關於這個行業，應該你們自己要做的，我就覺得你如果弄好以後，比如說發生一個大災難、戰爭，然後將所有廣播電台徵用，可以都播放出一樣的資訊、一樣的內容，這樣對於這個社會就算是非常有貢獻的。 這是我的一些想法，等下如果不夠再補充，謝謝。
	A3	我順著車機這個話題，我覺得應該要把他綁在一起來談，就是說 AM 的收音就沒有了，那車機再沒有就不行了，所以那個終端設備的改善方面，一方面經濟部工業局那邊有幫忙，二方面就是說我們一般的電台，他怎麼樣能夠跟這個搭上線，用工會的角度去把它動起來，能不能去提一個案子讓 NCC、工業局及消防署，把整個救災的體系把它做出來，我們要把能夠救災，平常可以聽，讓所有電台都可以上去，能夠去提這樣的一個案子，做若干

		的補助，官方給一點經費然後參與這個公會的大家也出一點錢，那願意上這個節目，特別在資訊方面的那個節目可以上，那甚至能夠再去 Podcast 這種單元類型，再把它擴充一下，那整個就上去了，我們現在是需要的。 然後現在那個 chatgpt 現在是很短的時間，可以做一般的影視節目，但是我相信還是可以做我們的廣播，甚至兩個都在用，所以把這個東西也一併把它弄上來，我覺得我們如果再不把握這個機會的話就太可惜了，那你就永遠就是在那裏喊說不重視我們、我們弱勢、我們快要黃昏產業，要用集體的力量，公會這裡要介入。
	A7	NCC 有沒有把辦法整合全國的廣播建立一個雲端廣播網，現在很多有民間的一個，將整個台灣所有的廣播都放在上面，這應該由政府來做。
	A6	內政部給我回答，他說內政部警政署有一個救災的，我說那個不一樣，概念不一樣。
	A2	你要跟政府要錢，因為你要政府做，然後還要政府發包來做，應該是由你們來做然後由政府出錢，因為網路不難，比如說你只要找到有人提供你這個空間，可以做出廣播雲端網。
	A1	因為 10 年前，我剛跟大家報告說我做一個研究案，就是災害的時候要如何整理廣電媒體，那時候剛好是美國發生風災，所以政府就有這樣的研究案，那也有參考日本美國的作法，有提出一些建議，未來如果有需要可以提供。
	A3	我覺得馬上可以要求要做的事，就是 NCC 他本身就施行細則，在權責範圍之內可以能夠先修、先改、先捨去的可以做，或者是有一些不合時宜的，不執行也是一種方式，那麼再來就是正式的修法，包括我們剛剛先進們所談到有很多以現在來說，跟網路差距那麼大，應該是拉近跟網路的距離，而不是把廣播弄的那麼緊，然後讓我們的廣播產業沒有辦法生存，所以還是回歸到修法。
	主持人	謝謝洪老師，其實先前張老師也有提到修法，不合時宜的可以把它修掉。
	A7	現在應該以市場協助我們業者怎麼推廣的產業，把廣播界給做大，而不是越做越小。

	A2	如果有具體的，你們要提出有那些窒礙，那些對產業發展有害的，若請它修法，還要一個一個一條一條去做，把它提出來，請它鬆綁就好。
	主持人	因為廣電法，當時那個背景，廣播產業比電視還強。蔡理事長最後有需要補充的嗎？
	A8	我今天非常感謝各位先進都有關注到我們廣播產業的困境，也提供我們很多一些建議，同時也談到了這個法令有很多不合時宜的地方。那我想就剛剛幾位先進談到的，我們也希望 NCC 能夠做一些資源的整合，包括廣播平台，其實之前中華電信的 Hichannel 他其實是非常好的，而且也有數位，但結果因為著作權的關係在去年 9 月停掉了，所以變成這個線上收聽電台只能靠自己。 那還有我觀察到一個就是，有一些廣電市場秩序的維護，也需要 NCC 多幫忙，比方說我發現電視很多廣告基本上是幾乎沒有規範，白天一打開都是保健食品，然後一個廣告五六分鐘，然後整天都是這樣，也許是在北部沒有辦法看到還是怎樣，但那是相對來講，廣播已經是影音的一個比較弱勢的產業，那同樣的東西在電視可以這樣做，但電台卻被管制這麼多，至少這個秩序上的管理，可以讓我們有一個合法權益的保障，謝謝。
	主持人	那我想因為時間也差不多，因為我們剛剛針對四個面向其實都有提到了，那麼最後各位有沒有針對今天的這個議案有要進一步提出補充的意見。如果沒有，我們今天的會議就到此結束，感謝各位的指導。

附錄VII 問卷研商會議記錄及簽到表

111 年「廣播電臺收聽行為調查委託研究」 問卷研商會議紀錄

一、時 間：111 年 8 月 17 日(三)10 時 00 分

二、地 點：國家通訊傳播委員會 604 會議室

三、主持人：計畫主持人 賴祥蔚教授 紀錄：王嘉如

四、出席人員：

■ NCC：李偉義科長、詹子君科員

■ 審查委員：銘傳大學莊克仁老師、台灣師範大學陳炳宏老師、文化大學柯舜智老師、文化大學莊伯仲老師

■ 廠商：循證民調計畫主持人賴祥蔚教授、研究部主任林倫廷、業務總監王嘉如

五、循證民調有限公司簡報：(略)

六、決議事項：

- (一)111 年度調查之有效聽眾樣本，將調整為：最近一週內，有收聽過任何廣播節目達 5 分鐘以上。並經委員一致同意。
- (二)會議中所討論 111 年度調查問卷各題項，將彙整各位委員意見並修改後，再函請 NCC 及委員們確認。
- (三)會議中所討論 111 年度三場焦點座談會題綱，彙整各位委員意見並修改後，再函請 NCC 及委員們確認。
- (四)本案期中報告，循證民調需於 9 月 4 日前繳交前言、文獻回顧、研究方法、問卷及焦點座談會提綱...等章節。

七、散會 (12 時 00 分)

NCC「111 年廣播電臺收聽行為調查委託研究」

問卷研商會議 簽到表

■ 會議時間：111/8/17(三)上午 10 點

■ 會議地點：國家通訊傳播委員會 604 會議室

序號	姓名	服務機關/職稱	簽名
1	主持人 賴祥蔚老師	臺灣藝術大學 廣播電視學系	賴祥蔚
2	莊克仁老師	銘傳大學 廣播電視學系	莊克仁
3	陳炳宏老師	臺灣師範大學 大眾傳播研究所	陳炳宏
4	柯舜智老師	中國文化大學 資訊傳播學系	柯舜智
5	莊伯仲老師	中國文化大學 新聞學系	莊伯仲
6	李偉義科長	國家通訊傳播委員會	李偉義
7	詹子君科員	國家通訊傳播委員會	詹子君
8	王嘉如小姐	循證民調有限公司	王嘉如
9	林倫廷先生	循證民調有限公司	林倫廷