

107 年我國寬頻使用及滿意度調查
暨通訊傳播產業匯流發展趨勢
調查分析委託研究案
案號：NCC-Y106-037

107 年匯流發展調查結果報告

委託單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

中華民國 107 年 12 月

107 年委託研究報告

案號：NCC-Y106-037

我國寬頻使用及滿意度調查
暨通訊傳播產業匯流發展趨勢
調查分析委託研究案
匯流發展調查結果報告

計畫主持人

白卿芬博士

研究人員

劉柏立、王怡惠、陳思豪、陳萱、

鄭椀予、梁曼嫻、鄭雅心、施翔云

委託單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

本報告不必然代表國家通訊傳播委員會意見

中華民國 107 年 12 月

目錄

壹、調查目的	1
貳、調查方法	1
一、問卷設計	1
二、調查對象與方法	1
三、調查執行情形	11
四、研究限制	14
參、匯流發展調查分析	15
一、家中設備擁有及使用情形	15
二、線上串流影音收看行為	19
三、通訊傳播使用行為	26
四、通訊傳播業者選擇行為	30
五、網路使用行為	33
六、共享創作影音平台	37
七、網路廣播收聽行為	43
八、App 使用行為	46
九、行動支付使用行為	50
十、新聞資訊獲取	55

肆、匯流發展問卷調查專家焦點座談	65
伍、結論與綜合建議	70
一、結論	70
二、綜合建議	71
附件一 匯流發展調查問卷	72
【家中設備擁有及使用情形】	73
【線上串流影音收看行為】	74
【通訊傳播使用行為】	76
【通訊傳播業者選擇行為】	77
【網路使用行為】	81
【共享創作影音平台】	82
【廣播收聽行為】	83
【手機 App 使用行為】	84
【行動支付使用行為】	87
【新聞資訊獲取管道】	88
【新聞資訊獲取管道的準確性】	89
【新聞資訊獲取管道的公正性】	90
【基本資料】	94
附件二 匯流發展問卷調查專家焦點座談會議紀錄	98

圖目錄

圖 1 在家中擁有哪些設備.....	15
圖 2 在家中使用哪些設備.....	16
圖 3 認為最重要的設備.....	16
圖 4 觀看視訊內容時有使用的設備	18
圖 5 觀看視訊內容最常使用的設備	18
圖 6 是否觀看過線上串流影音	20
圖 7 觀看線上串流影音之原因	20
圖 8 目前有沒有訂閱付費的線上串流影音	20
圖 9 目前付費訂閱的線上串流影音服務	22
圖 10 曾使用何種線上串流影音服務功能	22
圖 11 最近 7 天內有使用串流影音服務哪些功能.....	23
圖 12 是否考慮停止訂閱付費線上串流影音服務.....	24
圖 13 考慮停止訂閱付費線上串流影音服務之原因	24
圖 14 考慮改看哪些其他視訊服務	25
圖 15 有從事之通訊傳播活動（前十名）	26
圖 16 一邊用電視機觀看、一邊使用其他終端設備尋找觀看節目資訊 頻率	27

圖 17 一邊用電視機觀看電視、一邊使用其他終端設備上網	27
圖 18 一邊用電視機觀看電視、一邊使用其他終端設備但不上網 ..	28
圖 19 家中由同一業者提供的服務組合為何	30
圖 20 該服務組合是否有提供優惠折扣	30
圖 21 會使用哪些裝置來連線上網	33
圖 22 主要使用的連網裝置	33
圖 23 手機上網的主要目的	34
圖 24 平板上網的主要目的	35
圖 25 桌上型電腦上網的主要目的	35
圖 26 筆記型電腦上網的主要目的	36
圖 27 是否曾觀賞線上共享創作影音平臺之內容	37
圖 28 觀賞線上共享創作影音平臺之類型（前十名）	38
圖 29 觀看影片的訊息來源	38
圖 30 哪一種說法最符合您對網路廣告的想法	40
圖 31 避免看到網路廣告所採取步驟	41
圖 32 認為 YouTuber 支持分享或支持特定產品/品牌的理由	42
圖 33 民眾知悉可收聽即時廣播之方式	43
圖 34 民眾收聽即時廣播的方式	43
圖 35 知道可以重聽廣播內容之方式	44

圖 36 重聽廣播內容的方式.....	45
圖 37 使用手機來收聽廣播的方式.....	45
圖 38 手機使用的系統.....	46
圖 39 是否知道如何下載行動應用程式.....	46
圖 40 最近 12 個月下載 App 狀況.....	47
圖 41 曾下載應用程式之情形（前十名）.....	48
圖 42 應用程式使用情形（前十名）.....	49
圖 43 行動支付使用情形.....	50
圖 44 使用行動支付服務類型（前十名）.....	51
圖 45 使用行動支付情境（前十名）.....	52
圖 46 使用行動支付的主要原因.....	53
圖 47 未使用行動支付的主要原因.....	54
圖 48 行動支付的重要性.....	55
圖 49 民眾獲得新聞資訊的管道.....	56
圖 50 新聞資訊獲取之主要管道.....	56
圖 51 民眾認為最準確的新聞來源.....	57
圖 52 民眾認為第二準確的新聞來源.....	58
圖 53 民眾認為第三準確的新聞來源.....	58
圖 54 匯流發展問卷調查專家焦點座談會議照片 I.....	104

圖 55 匯流發展問卷調查專家焦點座談會議照片 II	105
圖 56 匯流發展問卷調查專家焦點座談會議照片 III	105
圖 57 匯流發展問卷調查專家焦點座談會議照片 IV	106

表目錄

表 1 各層別鄉鎮市區列表.....	2
表 2 地理分層設計表	4
表 3 各群集調查地點樣本配置計畫表	6
表 4 各群集調查地點樣本依年齡層調整後之配置計畫表	7
表 5 正式樣本實際執行狀況.....	9
表 6 匯流調查地點完成數加權前代表性檢定.....	10
表 7 匯流發展調查樣本檢定表.....	13
表 8 固網寬頻+MOD 服務組合每月費用（區域別）	31
表 9 有線電視+Cable 上網服務組合每月費用（區域別）	32
表 10 每月透過行動支付的平均花費金額（區域別）	53
表 11 新聞來源公正重要性.....	60
表 12 不同新聞來源之公正程度	62

壹、調查目的

資通訊科技發展迅速，帶動整體數位經濟蓬勃發展。在匯流趨勢下，通訊傳播產業攸關國家經濟與發展，特別是消費者在通訊傳播市場的使用行為，除與整體通傳產業之商業經營、科技發展息息相關外，更逐漸擴大影響多元產業。

透過通訊傳播統計調查，可確實掌握國家發展與民眾使用情形。目前在世界許多主要先進國家，已建立長期通訊市場與消費行為之調查機制，舉凡如英國通訊傳播主管機關 Ofcom、日本總務省、韓國 KCC 與新加坡 IMDA 等，均固定彙蒐並累積相關資訊，以作為國家通訊傳播產業之重要統計數據。而上述定期調查機制，一方面可作為了解國家整體發展的重要指標，再則可藉由消費者的通傳使用行為，完整呈現需求面的消費態樣與市場資訊。

國家通訊傳播委員會於去年起，進行我國首次通傳市場調查，今年為第二年執行。調查目的在於透過全面且深入之需求面調查，掌握第一手消費者行為與創新應用現況，除此之外，經由調查所得客觀與細緻的消費者行為資訊，亦可作為觀察我國數位經濟發展依據，以提供未來擘劃通傳市場政策與法規之重要參考。

貳、調查方法

一、問卷設計

本調查主要參酌英國通訊傳播主管機關 Ofcom 調查消費者在通訊傳播市場之使用行為及其趨勢，並配合國內匯流發展現況予以調整設計問卷。

二、調查對象與方法

（一）調查對象

以臺灣本島（不含金門縣及連江縣）為訪問區域。並以年齡在 16 歲及以上（民國 91 年 12 月 31 日以前出生）的民眾為調查對象。

（二）抽樣方法

本調查在抽樣設計方面係依分層三階段抽取率與單位大小成比例（stratified three-stage probabilities proportional to size sampling）¹抽樣法，於第一及第二階段依照各區域人口等比例分配樣本，第三階段則採便利抽樣完成受訪樣本。

本研究的抽樣參考侯佩君等人（2008）建立的七個鄉鎮市區發展類型做為抽

¹ 抽取率與單位大小成比例（probabilities proportional to size, PPS）

樣分層的基礎，將台灣地區 358 個鄉鎮市區劃分成七個層級（如表 1），包含：都會核心、工商市區、新興市鎮、傳統產業市鎮、低度發展鄉鎮、高齡化鄉鎮、偏遠鄉鎮等七個階層。第一階段的抽出單位為鄉鎮市區，第二階段抽出單位為村里，第三階段則於抽出村里的人口聚集處設置訪問點，供民眾填答。

表 1 各層別鄉鎮市區列表

層別 代碼	鄉鎮市區名稱
1	臺北市松山區、臺北市信義區、臺北市大安區、臺北市中正區、臺北市大同區、臺北市萬華區、新北市永和區、臺中市西區、臺中市北區、臺南市東區、臺南市中西區、高雄市鹽埕區、高雄市三民區、高雄市新興區、高雄市前金區、高雄市苓雅區
2	臺北市中山區、臺北市文山區、臺北市南港區、臺北市內湖區、臺北市士林區、臺北市北投區、新北市板橋區、新北市三重區、新北市中和區、新北市新莊區、新北市淡水區、新北市蘆洲區、新北市林口區、桃園縣桃園市、桃園縣中壢市、新竹縣竹北市、新竹市東區、新竹市北區、臺中市南區、臺中市西屯區、臺中市南屯區、臺中市北屯區、臺南市北區、高雄市鼓山區、高雄市左營區、高雄市鳳山區
3	新北市新店區、新北市樹林區、新北市鶯歌區、新北市三峽區、新北市汐止區、新北市土城區、新北市泰山區、桃園縣楊梅市、桃園縣蘆竹鄉、桃園縣大園鄉、桃園縣龜山鄉、桃園縣八德市、桃園縣龍潭鄉、桃園縣平鎮市、新竹縣竹東鎮、新竹縣湖口鄉、新竹縣新豐鄉、新竹縣芎林鄉、新竹縣寶山鄉、新竹市香山區、苗栗縣竹南鎮、苗栗縣頭份鎮、臺中市豐原區、臺中市沙鹿區、臺中市梧棲區、臺中市潭子區、臺中市大雅區、臺中市烏日區、臺中市龍井區、臺中市太平區、臺中市大里區、臺南市善化區、臺南市仁德區、臺南市歸仁區、臺南市永康區、臺南市安南區、臺南市安平區、高雄市楠梓區、高雄市小港區、高雄市大寮區、高雄市大社區、高雄市仁武區、高雄市鳥松區、高雄市岡山區
4	基隆市中正區、基隆市七堵區、基隆市暖暖區、基隆市仁愛區、基隆市中山區、基隆市安樂區、基隆市信義區、新北市五股區、新北市深坑區、新北市八里區、苗栗縣苗栗市、臺中市東區、彰化縣彰化市、彰化縣員林鎮、雲林縣斗六市、嘉義市東區、嘉義市西區、臺南市新營區、臺南市南區、高雄市前鎮區、高雄市旗津區、屏東縣屏東市、宜蘭縣宜蘭市、宜蘭縣羅東鎮、花蓮縣花蓮市、花蓮縣吉安鄉
5	新北市瑞芳區、新北市三芝區、新北市石門區、新北市金山區、新北市萬里區、桃園縣大溪鎮、桃園縣新屋鄉、桃園縣觀音鄉、新竹縣新埔鎮、新竹縣關西鎮、新竹縣橫山鄉、新竹縣北埔鄉、苗栗縣苑裡鎮、苗栗縣通霄鎮、苗栗縣後龍鎮、苗栗縣公館鄉、苗栗縣銅鑼鄉、苗栗縣頭屋鄉、

層別 代碼	鄉鎮市區名稱
	苗粟縣三義鄉、苗粟縣造橋鄉、苗粟縣三灣鄉、臺中市大甲區、臺中市清水區、臺中市后里區、臺中市神岡區、臺中市石岡區、臺中市外埔區、臺中市大安區、臺中市大肚區、臺中市霧峰區、彰化縣鹿港鎮、彰化縣和美鎮、彰化縣線西鄉、彰化縣伸港鄉、彰化縣福興鄉、彰化縣秀水鄉、彰化縣花壇鄉、彰化縣芬園鄉、彰化縣溪湖鎮、彰化縣田中鎮、彰化縣大村鄉、彰化縣埔鹽鄉、彰化縣埔心鄉、彰化縣永靖鄉、彰化縣社頭鄉、彰化縣北斗鎮、彰化縣埤頭鄉、南投縣南投市、南投縣埔里鎮、南投縣草屯鎮、雲林縣斗南鎮、雲林縣虎尾鎮、雲林縣林內鄉、嘉義縣太保市、嘉義縣民雄鄉、嘉義縣水上鄉、嘉義縣中埔鄉、臺南市鹽水區、臺南市柳營區、臺南市麻豆區、臺南市下營區、臺南市六甲區、臺南市官田區、臺南市佳里區、臺南市學甲區、臺南市西港區、臺南市七股區、臺南市將軍區、臺南市北門區、臺南市新化區、臺南市新市區、臺南市安定區、臺南市山上區、臺南市關廟區、高雄市林園區、高雄市大樹區、高雄市橋頭區、高雄市燕巢區、高雄市阿蓮區、高雄市路竹區、高雄市湖內區、高雄市茄萣區、高雄市永安區、高雄市彌陀區、高雄市梓官區、屏東縣潮州鎮、屏東縣東港鎮、屏東縣恆春鎮、屏東縣萬丹鄉、屏東縣長治鄉、屏東縣麟洛鄉、屏東縣九如鄉、屏東縣內埔鄉、屏東縣新園鄉、宜蘭縣蘇澳鎮、宜蘭縣頭城鎮、宜蘭縣礁溪鄉、宜蘭縣壯圍鄉、宜蘭縣員山鄉、宜蘭縣冬山鄉、宜蘭縣五結鄉、臺東縣臺東市
6	新北市石碇區、新北市坪林區、新北市平溪區、新北市雙溪區、新北市貢寮區、新竹縣峨眉鄉、苗栗縣卓蘭鎮、苗栗縣大湖鄉、苗栗縣南庄鄉、苗栗縣西湖鄉、苗栗縣獅潭鄉、苗栗縣泰安鄉、臺中市東勢區、臺中市新社區、臺中市和平區、彰化縣二水鄉、彰化縣二林鎮、彰化縣田尾鄉、彰化縣芳苑鄉、彰化縣大城鄉、彰化縣竹塘鄉、彰化縣溪州鄉、南投縣竹山鎮、南投縣集集鎮、南投縣名間鄉、南投縣鹿谷鄉、南投縣中寮鄉、南投縣魚池鄉、南投縣國姓鄉、南投縣水里鄉、南投縣信義鄉、雲林縣西螺鎮、雲林縣土庫鎮、雲林縣北港鎮、雲林縣古坑鄉、雲林縣大埤鄉、雲林縣莿桐鄉、雲林縣二崙鄉、雲林縣崙背鄉、雲林縣東勢鄉、雲林縣褒忠鄉、雲林縣臺西鄉、雲林縣元長鄉、雲林縣四湖鄉、雲林縣口湖鄉、雲林縣水林鄉、嘉義縣朴子市、嘉義縣布袋鎮、嘉義縣大林鎮、嘉義縣溪口鄉、嘉義縣新港鄉、嘉義縣六腳鄉、嘉義縣東石鄉、嘉義縣義竹鄉、嘉義縣鹿草鄉、嘉義縣竹崎鄉、嘉義縣梅山鄉、嘉義縣番路鄉、臺南市白河區、臺南市後壁區、臺南市東山區、臺南市大內區、臺南市玉井區、臺南市楠西區、臺南市南化區、臺南市左鎮區、臺南市龍崎區、高雄市田寮區、高雄市旗山區、高雄市美濃區、高雄市六龜區、高雄市甲仙區、高雄市杉林區、高雄市內門區、屏東縣里港鄉、屏東縣鹽埔鄉、屏東縣

層別代碼	鄉鎮市區名稱
	高樹鄉、屏東縣萬巒鄉、屏東縣竹田鄉、屏東縣新埤鄉、屏東縣枋寮鄉、屏東縣崁頂鄉、屏東縣林邊鄉、屏東縣南州鄉、屏東縣佳冬鄉、屏東縣車城鄉、屏東縣滿州鄉、屏東縣枋山鄉、澎湖縣湖西鄉、澎湖縣白沙鄉、澎湖縣西嶼鄉、澎湖縣望安鄉、澎湖縣七美鄉、宜蘭縣三星鄉、花蓮縣鳳林鎮、花蓮縣玉里鎮、花蓮縣壽豐鄉、花蓮縣光復鄉、花蓮縣豐濱鄉、花蓮縣瑞穗鄉、花蓮縣富里鄉、臺東縣成功鎮、臺東縣關山鎮、臺東縣卑南鄉、臺東縣鹿野鄉、臺東縣池上鄉、臺東縣東河鄉、臺東縣長濱鄉、臺東縣太麻里鄉
7	新北市烏來區、桃園縣復興鄉、新竹縣尖石鄉、新竹縣五峰鄉、南投縣仁愛鄉、雲林縣麥寮鄉、嘉義縣大埔鄉、嘉義縣阿里山鄉、高雄市茂林區、高雄市桃源區、高雄市那瑪夏區、屏東縣琉球鄉、屏東縣三地門鄉、屏東縣霧臺鄉、屏東縣瑪家鄉、屏東縣泰武鄉、屏東縣來義鄉、屏東縣春日鄉、屏東縣獅子鄉、屏東縣牡丹鄉、澎湖縣馬公市、宜蘭縣大同鄉、宜蘭縣南澳鄉、花蓮縣新城鄉、花蓮縣秀林鄉、花蓮縣萬榮鄉、花蓮縣卓溪鄉、臺東縣大武鄉、臺東縣綠島鄉、臺東縣海端鄉、臺東縣延平鄉、臺東縣金峰鄉、臺東縣達仁鄉、臺東縣蘭嶼鄉

表 2 地理分層設計表

地理區	層別代碼	合併層別代碼
北北基宜	1	1
	2	2
	3、4	3
	5、6、7	4
桃竹苗	1、2	1
	3、4	2
	5、6、7	3
中彰投	1、2	1
	3、4	2
	5	3
	6、7	4
雲嘉南	1、2、3	1
	4、5	2
	6、7	3
高屏澎	1、2	1

地理區	層別代碼	合併層別代碼
	3、4	2
	5、6、7	3
花東	4、5	1
	6、7	2

1. 前測試訪調查

前測試訪調查採分層三階段 PPS 抽樣法，由於預試預計完成案數不多，在顧及後續調查時程規劃、考量調查成本的前提之下，將本計畫正式調查所使用的抽樣分層加以調整，排除花蓮與台東地區，以五個「地理區」依序北北基宜、桃竹苗、中彰投、雲嘉南與高屏澎，僅各抽取一個地理分層進行調查。先依據內政部戶政司所提供民國 106 年 12 月底人口統計資料計算各地理區的人口比例，再依所計算出的人口比例計算各地理區所需抽取的鄉鎮市區數，並調整抽取村里數與各村里應完成數。實際成功樣本數為 30 人。

2. 正式調查

正式面訪調查依據內政部戶政司所提供民國 106 年 12 月底的人口統計資料計算各地理區的人口比例，再依所計算出的人口比例計算各地理區所需抽取的鄉鎮市區數，並調整抽取村里數與各村里應完成數，使得問卷應完成樣本數為 1,068 案。鑒於花東地區人口數過少及人口密度分佈極不平均，為了確保取樣能充分代表花東地區，在實際執行抽樣時，採用分層二階段 PPS 抽樣法，其他地區仍採用分層三階段 PPS 抽樣法：第一階段共抽取 35 個鄉鎮市區，第二階段共抽取 72 個鄉鎮（參見表 3），第三階段則於中選村里的人口聚集處（如：村里辦公室、活動中心、菜市場等）設置訪問點，供民眾填答問卷。

各階段的抽樣單位，茲說明如下：

- (1) 二階段抽樣：第一階段的單位為「村里」，接著抽出「人」。該地理分層之「鄉鎮市區」全部涵蓋在內；
- (2) 三階段抽樣：第一階段的單位為「鄉鎮市區」，其次抽出「村里」，最後抽出「人」。

調查執行時，亦將根據各群集之性別與年齡結構進行嚴格控管，以期調查結果能夠趨近母體結構，若調查所得樣本與母體不一致，則依據性別、年齡、群集別等變數進行加權，而各年齡層加權後之樣本數不得超過原樣本數 60%。

3. 樣本配置

依委託單位需求，問卷至少完成 1,068 份有效樣本，在 95%的信心水準下，抽樣誤差介於正負 3.0 個百分點以內。

表 3 各群集調查地點樣本配置計畫表

調查地點抽樣架構				原始調查地點預計完成之樣本配置			
調查地點 地理分層	層級	16歲以上 人口數	人口 比例	調查地點 預計 樣本配置	調查地點鄉 鎮市區 抽取數	調查地點 村里 抽取數	總村里 抽取數
北北基宜	第1層	1,234,927	19.11%	66	2	2	4
	第2層	3,180,892	49.22%	169	5	2	10
	第3層	1,642,127	25.41%	87	3	2	6
	第4層	404,626	6.26%	22	1	2	2
	小計	6,462,572	32.15%	343	11	-	22
桃竹苗	第1層	1,136,158	36.42%	60	2	2	4
	第2層	1,460,970	46.83%	78	3	2	6
	第3層	522,787	16.76%	28	1	2	2
	小計	3,119,915	15.52%	166	6	-	12
中彰投	第1層	903,857	23.26%	48	2	2	4
	第2層	1,266,346	32.59%	67	2	2	4
	第3層	1,276,334	32.85%	68	2	2	4
	第4層	438,815	11.29%	23	1	2	2
	小計	3,885,352	19.33%	206	7	-	14
雲嘉南	第1層	922,186	31.58%	49	2	2	4
	第2層	1,216,056	41.65%	65	2	2	4
	第3層	781,563	26.77%	42	1	2	2
	小計	2,919,805	14.53%	155	5	-	10
高屏澎	第1層	1,132,325	35.01%	60	2	2	4
	第2層	986,400	30.49%	52	2	2	4
	第3層	1,115,990	34.50%	59	2	2	4
	小計	3,234,715	16.09%	172	6	-	12
花東	第1層	252,400	52.97%	13	-	1	1
	第2層	224,091	47.03%	12	-	1	1
	小計	476,491	2.37%	25	-	-	2
總數		20,098,850	100.00%	1,068	35	-	72

表 3 為各群集調查地點樣本配置計畫表，先依各層級人口比例計算出調查地點預計樣本配額後，以 30 個樣本數為一單位決定調查地點鄉鎮市區抽取數。其中除了花東地區人口較少，直接採各抽取 1 個村里外，其他縣市皆採每鄉鎮市區抽取 2 個村里。

因原調查地點樣本配置是以母體人口之比例計算而出，於實際執行時分配樣本之數量配額，可能因無法整除而有做些微調整，另因今年度針對年齡層調查有特別要求各年齡層加權後之樣本數不得超過原樣本數 60%，因此針對此項目於後續執行樣本配額時也一併納入考量進行配額之調整。調整後之調查地點樣本配額請參見表 4。

表 4 各群集調查地點樣本依年齡層調整後之配置計畫表

調查地點抽樣架構				原始調查地點預計完成之樣本配置						第一次初步調整	
調查地點 地理分層	層級	16歲以上 人口數	人口 比例	調查地點 預計 樣本配置	調查地點鄉 鎮市區 抽取數	調查地點 村里 抽取數	總村里 抽取數	調查地點 各村里 應完成數	調查地點 各層 應完成數	調查地點 各村里 應完成數	調查地點 各層 應完成數
北北基宜	第1層	1,234,927	19.11%	66	2	2	4	16	64	16	64
	第2層	3,180,892	49.22%	169	5	2	10	17	170	17	170
	第3層	1,642,127	25.41%	87	3	2	6	15	90	15	90
	第4層	404,626	6.26%	22	1	2	2	11	22	11	22
	小計	6,462,572	32.15%	343	11	-	22	-	346	-	346
桃竹苗	第1層	1,136,158	36.42%	60	2	2	4	15	60	15	60
	第2層	1,460,970	46.83%	78	3	2	6	13	78	13	78
	第3層	522,787	16.76%	28	1	2	2	14	28	14	28
	小計	3,119,915	15.52%	166	6	-	12	-	166	-	166
中彰投	第1層	903,857	23.26%	48	2	2	4	12	48	12	48
	第2層	1,266,346	32.59%	67	2	2	4	17	68	17	68
	第3層	1,276,334	32.85%	68	2	2	4	17	68	17	68
	第4層	438,815	11.29%	23	1	2	2	12	24	12	24
	小計	3,885,352	19.33%	206	7	-	14	-	208	-	208
雲嘉南	第1層	922,186	31.58%	49	2	2	4	12	48	12	48
	第2層	1,216,056	41.65%	65	2	2	4	16	64	16	64
	第3層	781,563	26.77%	42	1	2	2	21	42	21	42
	小計	2,919,805	14.53%	155	5	-	10	-	154	-	154
高屏澎	第1層	1,132,325	35.01%	60	2	2	4	15	60	12	48
	第2層	986,400	30.49%	52	2	2	4	13	52	14	56
	第3層	1,115,990	34.50%	59	2	2	4	15	60	16	64
	小計	3,234,715	16.09%	172	6	-	12	-	172	-	168
花東	第1層	252,400	52.97%	13	-	1	1	13	13	14	14
	第2層	224,091	47.03%	12	-	1	1	12	12	12	12
	小計	476,491	2.37%	25	-	-	2	-	25	-	26
總數		20,098,850	100.00%	1,068	35	-	72	-	1071	-	1068

註：總村里抽取數=調查地點鄉鎮市區抽取數×調查地點村里抽取數，調查地點各層應完成數=總村里抽取數×調查地點各村里應完成數。

表 4 各群集調查地點樣本依年齡層調整後之配置計畫表（續）

調查地點抽樣架構				第一次初步調整		依母體年齡層第二次調整調查地點配額(單一點位預計完成數)							
調查地點 地理分層	層級	16歲以上 人口數	人口 比例	調查地點 各村里 應完成數	調查地點 各層 應完成數	調查地點 16-25歲 預計完成數	調查地點 26-35歲 預計完成數	調查地點 36-45歲 預計完成數	調查地點 46-55歲 預計完成數	調查地點 56-65歲 預計完成數	調查地點 65歲以上 預計完成數	調查地點 各村里 預計完成數	依年齡層 調查地點各層 預計完成數
北北基宜	第1層	1,234,927	19.11%	16	64	2	4	3	3	2	2	16	64
	第2層	3,180,892	49.22%	17	170	3	3	3	3	2	2	16	160
	第3層	1,642,127	25.41%	15	90	3	3	3	3	2	1	15	90
	第4層	404,626	6.26%	11	22	3	3	2	3	2	1	14	28
	小計	6,462,572	32.15%	-	346	-	-	-	-	-	-	-	342
桃竹苗	第1層	1,136,158	36.42%	15	60	3	3	3	3	2	1	15	60
	第2層	1,460,970	46.83%	13	78	3	3	2	3	2	1	14	84
	第3層	522,787	16.76%	14	28	3	3	2	3	2	1	14	28
	小計	3,119,915	15.52%	-	166	-	-	-	-	-	-	-	172
中彰投	第1層	903,857	23.26%	12	48	3	3	2	3	2	1	14	56
	第2層	1,266,346	32.59%	17	68	3	3	4	2	2	2	16	64
	第3層	1,276,334	32.85%	17	68	3	3	4	3	2	2	17	68
	第4層	438,815	11.29%	12	24	3	3	2	2	2	1	13	26
	小計	3,885,352	19.33%	-	208	-	-	-	-	-	-	-	214
雲嘉南	第1層	922,186	31.58%	12	48	3	3	2	2	2	1	13	52
	第2層	1,216,056	41.65%	16	64	3	3	3	2	2	1	14	56
	第3層	781,563	26.77%	21	42	3	3	4	3	2	2	17	34
	小計	2,919,805	14.53%	-	154	-	-	-	-	-	-	-	142
高屏澎	第1層	1,132,325	35.01%	12	48	3	3	2	3	2	1	14	56
	第2層	986,400	30.49%	14	56	3	3	3	2	2	1	14	56
	第3層	1,115,990	34.50%	16	64	3	3	3	2	2	2	15	60
	小計	3,234,715	16.09%	-	168	-	-	-	-	-	-	-	172
花東	第1層	252,400	52.97%	14	14	2	3	3	3	2	1	14	14
	第2層	224,091	47.03%	12	12	2	3	2	3	2	1	13	12
	小計	476,491	2.37%	-	26	-	-	-	-	-	-	-	26
總數		20,098,850	100.00%	-	1068	-	-	-	-	-	-	-	1068

註：調查地點各村里預計完成數=調查地點 16-65 歲以上預計完成數加總，依年齡層調查地點各層預計完成數=總村里抽取數×調查地點各村里預計完成數。

(三) 調查時間

自民國 107 年 05 月 06 日至 7 月 13 日於抽出之訪問區域進行訪問。

表 5 正式樣本實際執行狀況

抽樣架構		中選訪問之 鄉鎮市區	各訪問地點	各訪問地點
地區	分層		預計配額（共 1,068 份）	實際完成數（共 1,069 份）
北北基宜	第一層	臺北市信義區	32	32
		臺北市萬華區	32	33
	第二層	新北市板橋區	32	32
		新北市中和區	32	28
		臺北市中山區	32	42
		臺北市文山區	32	32
		臺北市士林區	32	35
	第三層	新北市新店區	30	30
		新北市汐止區	30	30
		新北市土城區	30	25
	第四層	宜蘭縣三星鄉	28	28
	小計		342	347
桃竹苗	第一層	桃園市中壢區	30	29
		新竹縣竹北市	30	30
	第二層	苗栗縣苗栗市	28	27
		桃園市八德區	28	29
		新竹縣竹東鎮	28	29
	第三層	苗栗縣後龍鎮	28	30
	小計		172	174
中彰投	第一層	臺中市北區	28	30
		臺中市北屯區	28	28
	第二層	臺中市西區	32	33
		彰化縣彰化市	32	30
	第三層	南投縣草屯鎮	34	33
		南投縣埔里鎮	34	32
	第四層	南投縣竹山鎮	26	26
	小計		214	212
雲嘉南	第一層	臺南市永康區	26	27
		臺南市安南區	26	26
	第二層	雲林縣虎尾鄉	28	28

抽樣架構		中選訪問之 鄉鎮市區	各訪問地點	各訪問地點
地區	分層		預計配額（共 1,068 份）	實際完成數（共 1,069 份）
		嘉義縣竹崎鄉	28	30
	第三層	臺南市白河區	34	34
		小計	142	145
高屏澎	第一層	高雄市鳳山區	28	29
		高雄市三民區	28	21
	第二層	高雄市前鎮區	28	27
		高雄市楠梓區	28	29
	第三層	澎湖縣馬公市	30	30
		屏東縣屏東市	30	28
		小計	172	164
花東	第一層	花蓮縣花蓮市	14	13
	第二層	臺東縣台東市	12	14
		小計	26	27
合計			1068	1069

實際完成數與原先樣本分配落差說明：

1. 本調查於執行過程中均按照企劃書所訂的點位及配額進行訪問，惟因樣本年齡控制及各點位民眾受訪意願不一等因素，故部分點位未能如預期規劃完成預定樣本數。
2. 雖然部分點位的樣本未如企劃書內所規劃，但在各地區樣本的加權前檢定均符合母體的分佈（參見表 6）。

表 6 匯流調查地點完成數加權前代表性檢定

調查地點 數量配置	配置		加權前		加權前 卡方檢定
	人數	百分比	人數	百分比	
總計	1,068	100.0%	1,069	100.0%	
調查地點					
北北基宜	342	32.0%	347	32.5%	卡方值為0.58，p-value=0.98，在5%顯著水準下，樣本與當初樣本配置分配沒有顯著差異。
桃竹苗	172	16.1%	174	16.3%	
中彰投	214	20.0%	212	19.8%	
雲嘉南	142	13.3%	145	13.6%	
高屏澎	172	16.1%	164	15.3%	
花東	26	2.4%	27	2.5%	

三、 調查執行情形

(一) 調查說明

在正式執行前，於 107 年 4 月著手問卷相關準備工作，107 年 4 月 22 日至 107 年 4 月 26 日進行前測試訪調查，經與委託單位開會討論修正問卷後，自 107 年 5 月 6 日正式開始執行調查，實施期程說明如下：

1. 準備期：自 107 年 4 月 1 日至 4 月 27 日。
2. 調查期：第一階段調查期自 107 年 4 月 22 日至 4 月 26 日
第二階段調查期自 107 年 5 月 6 日至 7 月 13 日。
3. 核閱期：自 107 年 7 月 14 日至 7 月 18 日。

(二) 輔助調查工具

在調查方法上，以面訪調查方式進行，並採「電腦輔助面訪調查系統」輔以紙本問卷來進行。

(三) 統計分析方式

1. 樣本代表性與加權

本研究的調查結果在經由複查機制的查核後，為使樣本能充分反映母體結構，增加樣本的代表性及可靠性，本研究以無母數卡方檢定方式（NPAR Chi-square Test）逐一檢視樣本年齡、性別、及縣市人口比例等分配與母體結構之間的差異檢定。檢定結果若發現樣本與母體結構產生顯著差異，則以加權方式處理，使樣本結構與母體產生一致。

加權方式採用「多變項反覆多重加權」（Raking），依序以性別、年齡、戶籍地區變項進行調整，如此反覆進行，直到每一變數的樣本分配與母體分配已無顯著差異，才停止 raking。

調查結果每一筆資料都乘以調整權數， $\frac{N_i}{N} \bigg/ \frac{n'_i}{n}$ ， N_i 和 n'_i 是第 i 交叉組的母體人數和樣本加權人數，而 N 和 n 是母體總人數和樣本加權總人數，這樣使樣本與母體的分配在調整後完全一致。最後的權數是各步調整權數累乘。

2. 信度分析

信度是指可靠性或一致性，在同樣或類似的條件下重複操作，可以得到一致或穩定的結果。Cronbach (1951) 所提出之 α 信賴係數，是目前行為研究最常使用之信度指標。Nunnally (1967) 建議 Cronbach α 值在 0.7 以上時為可接受範圍，亦得稱為高信度。

3. 次數分配 (Frequency)

藉由各題項之次數分配及百分比所呈現之數據，瞭解民眾對各主題內容的認知情形及評價。

4. 交叉分析及卡方檢定 (a Cross Analysis & a Chi-Square Test)

以「各項議題」對基本資料做交叉分析表，以瞭解不同背景的受訪者在各議題方面是否具有差異性。交叉表並採用 Pearson 卡方檢定分析法，卡方檢定統計值 (W) 定義如下：

$$W = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2((r-1)(c-1)), \text{ 其中}$$

O_{ij} 為第 i 列第 j 欄位之觀察次數，

E_{ij} 為第 i 列第 j 欄位之理論次數。

當卡方檢定統計值的 p-value 小於 0.05 時，表示在 95% 的信心水準下，兩變數間並非獨立，亦即，不同背景的受訪者在該題項中達到統計上的顯著差異。

5. ANOVA 變異數分析

變異數分析係將總變異分解為組間變異、組內變異兩個來源，其分析原理即在求取組間及組內變異的比例，如果組間變異數明顯大於組內變異數，則顯示各組的平均數中，至少有兩組以上具有顯著差異，如果無顯著差異，則各組的平均數亦無顯著不同。變異數分析 F 值計算方式如下所示：

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} = \frac{SS_b / k - 1}{SS_w / n - k}$$

其中，n 為樣本數，k 為組別數目，

$$SS_b = n \sum_{i=1}^k (\bar{X}_i - \bar{X})^2, \text{ 是各組平均數對總平均數差量的平方和，}$$

$$SS_w = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (X_{ij} - \bar{X}_i)^2, \text{ 是各組分數對本組平均數差量的平方和。}$$

(四) 調查樣本結構

截至 107 年 7 月 18 日止，研究團隊已完成本案調查之執行與核閱，匯流發展問卷調查共完成 1,069 個有效樣本，調查樣本結構如表 7。

表 7 匯流發展調查樣本檢定表

人口變數	母體		加權前樣本數		加權後樣本數		加權前卡方檢定	加權後卡方檢定
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比		
總計	20,098,850	100.0%	1,069	100.0%	1,069	100.0%		
性別							卡方值為0.43，p-value=0.513，在5%顯著水準下，樣本與母體性別分配無顯著差異。	卡方值為0.000，p-value=0.999，在5%顯著水準下，樣本與母體性別分配無顯著差異。
男	9,914,303	49.3%	538	50.3%	527	49.3%		
女	10,184,547	50.7%	531	49.7%	542	50.7%		
年齡							卡方值為38.743，p-value=0.000，在5%顯著水準下，樣本與母體年齡分配有顯著差異。	卡方值為0.034，p-value=0.999，在5%顯著水準下，樣本與母體年齡分配無顯著差異。
16-25歲	3,019,238	15.0%	203	19.0%	161	15.1%		
26-35歲	3,365,892	16.7%	217	20.3%	178	16.7%		
36-45歲	3,830,729	19.1%	205	19.2%	205	16.7%		
46-55歲	3,652,178	18.2%	187	17.5%	195	18.2%		
56-65歲	3,263,731	16.2%	149	13.9%	173	16.1%		
66歲及以上	2,967,082	14.8%	108	10.1%	157	14.7%		
縣市別（依戶籍）							卡方值為348.58，p-value=0.000，在5%顯著水準下，樣本與母體縣市別分配有顯著差異。	卡方值為1.242，p-value=0.999，在5%顯著水準下，樣本與母體縣市別分配無顯著差異。
新北市	3,448,947	17.2%	137	12.8%	185	17.3%		
臺北市	2,289,192	11.4%	148	13.8%	131	12.2%		
桃園市	1,830,616	9.1%	79	7.4%	94	8.8%		
臺中市	2,347,963	11.7%	86	8.0%	125	11.7%		
臺南市	1,634,429	8.1%	90	8.4%	87	8.1%		
高雄市	2,412,066	12.0%	111	10.4%	123	11.5%		
宜蘭縣	396,203	2.0%	47	4.4%	21	2.0%		
新竹縣	454,239	2.3%	60	5.6%	24	2.2%		
苗栗縣	475,420	2.4%	44	4.1%	25	2.3%		
彰化縣	1,097,511	5.5%	30	2.8%	58	5.4%		
南投縣	439,878	2.2%	74	6.9%	24	2.2%		
雲林縣	601,273	3.0%	26	2.4%	33	3.1%		
嘉義縣	455,600	2.3%	29	2.7%	24	2.3%		
屏東縣	730,817	3.6%	23	2.2%	38	3.6%		
臺東縣	190,752	0.9%	12	1.1%	10	1.0%		
花蓮縣	285,739	1.4%	14	1.3%	16	1.5%		
澎湖縣	91,832	0.5%	23	2.2%	5	0.5%		
基隆市	328,230	1.6%	6	0.6%	16	1.5%		
新竹市	359,640	1.8%	11	1.0%	18	1.7%		
嘉義市	228,503	1.1%	19	1.8%	11	1.1%		

註：母體人口資料來源為內政部內政資料開放平台所提供之10612各村(里)戶籍人口結構資料。

註：此檢定表中縣市別之樣本數是依據戶籍地做加權調整。

四、 研究限制

為掌握我國民眾於數位經濟時代下之通訊傳播使用行為，國家通訊傳播委員會規劃辦理通訊傳播產業匯流發展趨勢調查，調查採取面訪方式，以臺灣本島（不含金門縣及連江縣）為訪問區域，並以年齡在 16 歲及以上（民國 91 年 12 月 31 日以前出生）的民眾為調查對象。惟在實際調查執行作業時，仍面臨研究限制如下：

（一） 抽樣架構之限制

按本年度通傳會標規需求，本調查需完成 1,068 份以上成功樣本，並按各縣市母體比例進行樣本配置。

為求抽樣嚴謹性，本研究參考中央研究院「台灣社會變遷基本調查計畫」之抽樣架構，進行本次面訪調查抽樣。但本研究與「台灣社會變遷基本調查計畫」以戶籍資料作為抽樣清冊為前提之調查不同，因本研究受限於無法取得全台灣地區戶籍資料作為抽樣清冊，故無法採取入戶方式的調查，而採取於挑選之鄉鎮市人口聚集處進行訪問。

（二） 樣本回收限制

本調查問卷題數 90 題，為期達成問卷成功回收樣本數至少 1,068 份之計畫要求，本研究於挑選的各鄉鎮市村里，安排兩人一組之面訪訪問員，在其較熱鬧、人潮較多之據點，如公園、繁華的街口等，進行本次面訪調查。

本次調查平均拒訪人次為 3.52 次，其中 55 歲以上樣本的平均拒訪率約達 7.33 次，較年輕民眾樣本的完訪困難度大為提高。即便不易完訪，但本調查今年度在執行初期便強烈要求執行訪員遵照各點位需完成的性別、年齡樣本數進行訪問，使得整體樣本的各年齡層加權後皆未超過原樣本數的 60%。

（三） 樣本推論之限制

樣本加權後，年輕樣本如 16-25 歲被放大 0.79 倍；26-35 歲被放大 0.82 倍；36-45 歲被放大 1 倍；中壯年樣本如 46-55 歲被放大 1.04 倍；56-65 歲被放大 1.16 倍；66 歲及以上則約被放大 1.45 倍左右。

參、匯流發展調查分析

一、家中設備擁有及使用情形

(一) 家中設備擁有及使用情形 Q3Q4Q5

1. 整體分析

調查顯示，我國 16 歲以上民眾有 92.4% 家中擁有智慧型手機，擁有一般電視（非連網）的比例為 74.9%，擁有桌上型電腦的比例為 63.8%，持有筆記型電腦及平板電腦的民眾則分別占 48.7% 及 39.5% 【參照圖 1】。

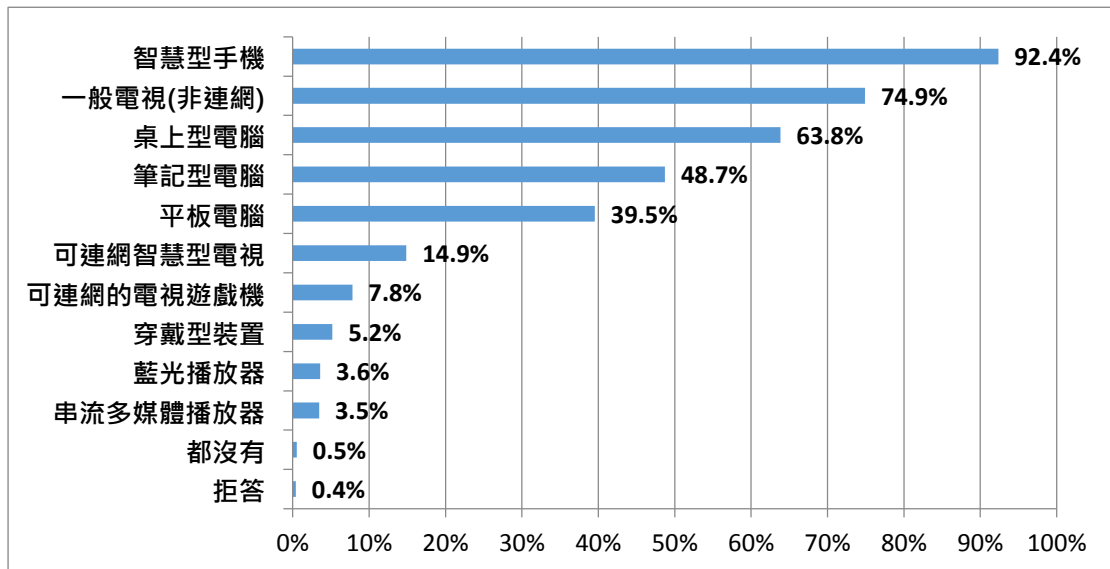


圖 1 在家中擁有哪些設備

Base：N= 1,069，複選

進一步詢問家中擁有設備之使用情形，仍以智慧型手機為主（85.2%），其次為一般電視（非連網）占 68.6%、桌上型電腦占 43.0% 【參照圖 2】。

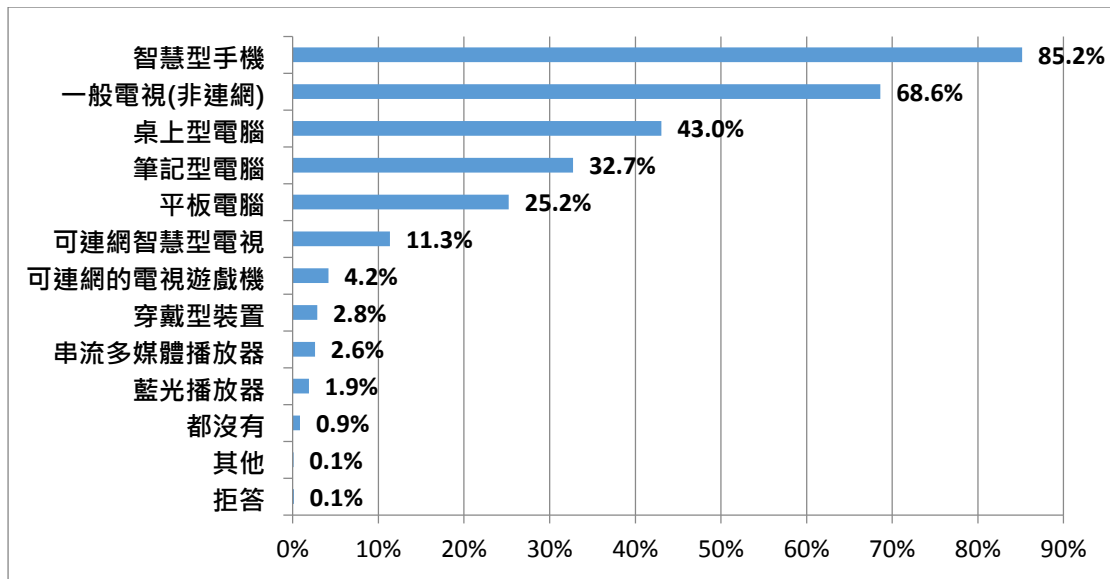


圖 2 在家中使用哪些設備

Base：N= 1,059，複選（有填答家中擁有哪些設備者）

民眾認為最重要的設備，同樣以智慧型手機為多數，占 66.4%，其次為一般電視（非連網）占 18.8%、桌上型電腦占 7.1%【參照圖 3】。

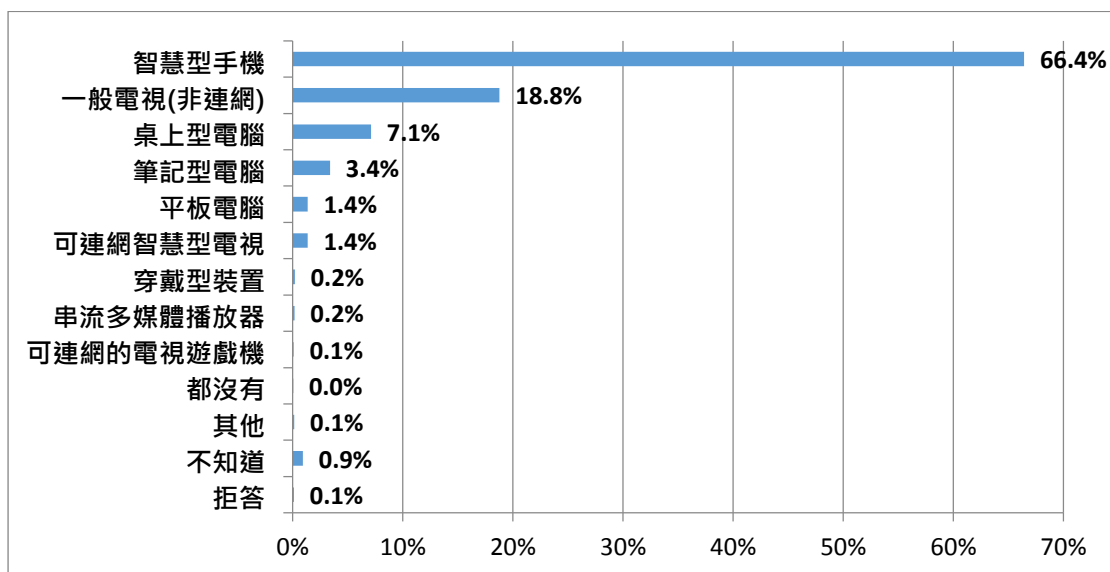


圖 3 認為最重要的設備

Base：N= 1,049（有填答在家中會使用哪些設備者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，北北基、桃竹苗、高屏澎及宜花東地區擁有智慧型手機的比例皆高達 9 成以上，其餘地區也有至少 8 成。在一般電視（非連網）擁有率方面，以桃竹苗（85.5%）及宜花東（80.8%）地區較高，其餘地區也達 7 成以上。桃竹苗地區擁有桌上型電腦的比例最高，達 86.6%，宜花東地區擁有桌上型電腦的比例最低（45.4%）。

關於家中使用設備的情形，桃竹苗地區使用智慧型手機的比例最高，達 94.1%，雲嘉南地區使用智慧型手機的比例最低，占 76.5%；桃竹苗地區使用一般電視（非連網）的比例最高，達 80.9%；桃竹苗地區使用桌上型電腦的比例也最高，達 71.8%，宜花東地區使用桌上型電腦的比例最低，僅占 20.8%。

在民眾認為最重要的設備方面，各地區皆以智慧型手機為主，其中以宜花東地區比例最高，達 74.3%，其次為桃竹苗地區（71.2%）；認為一般電視（非連網）最重要則以中彰投地區比例最高（23.8%），其次為雲嘉南地區（23.4%）。

（2）基本差異分析

依性別區分，無論男性（92.4%）或女性（92.3%）皆以擁有智慧型手機的比例最高，最常使用的設備也是智慧型手機；兩者認為最重要的設備皆為智慧型手機，比例分別為 64.0%和 68.7%。

依年齡區分，各年齡層皆以擁有智慧型手機的比例最高，而 66 歲及以上民眾擁有筆記型電腦、平板電腦的比例明顯較其他年齡為低。關於設備使用情形，除了 66 歲及以上民眾以使用一般電視（非連網）（77.9%）比例最高外，其餘年齡層皆以使用智慧型手機的比例最高，且 66 歲及以上民眾使用智慧型手機的比例明顯較低，僅有 52.6%。在認為最重要的設備方面，除了 66 歲及以上民眾認為一般電視（非連網）最重要外（占 62.9%），其餘年齡層皆認為智慧型手機最重要，其中以 26-35 歲民眾比例最高，達 80.3%。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以擁有智慧型手機的比例最高，但未婚者家中擁有一般電視（非連網）的比例較低。在設備使用情形方面，未婚者（92.8%）和已婚者（83.1%）使用智慧型手機的比例最高，鰥寡/分居者則是使用一般電視（非連網）較多（69.3%），且鰥寡/分居者使用筆記型電腦、平板電腦和智慧型手機的比例相較已婚、未婚者為低。在認為最重要的設備方面，除了鰥寡/分居者認為一般電視（非連網）最重要外（占 45.0%），未婚者和已婚者皆認為智慧型手機最重要，比例分別為 75.6%和 63.7%。

（二）觀看視訊內容的設備及使用情形 Q6Q7

1. 整體分析

民眾觀看視訊內容時有使用的設備，以智慧型手機為多數，占 66.6%，其次為一般電視（非連網）占 53.5%、桌上型電腦占 28.7%【參照圖 4】。

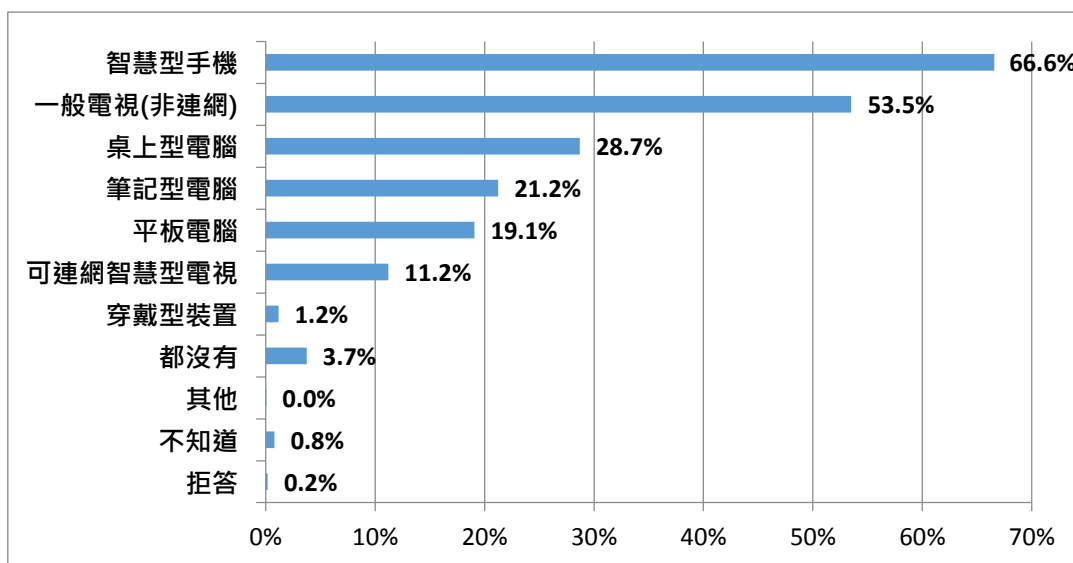


圖 4 觀看視訊內容時有使用的設備

Base：N=1,069，複選

民眾最常使用作為觀看視訊內容的設備，同樣以智慧型手機比例最高，占了 40.5%，其次為一般電視（非連網）占 31.7%、桌上型電腦占 8.2%【參照圖 5】。

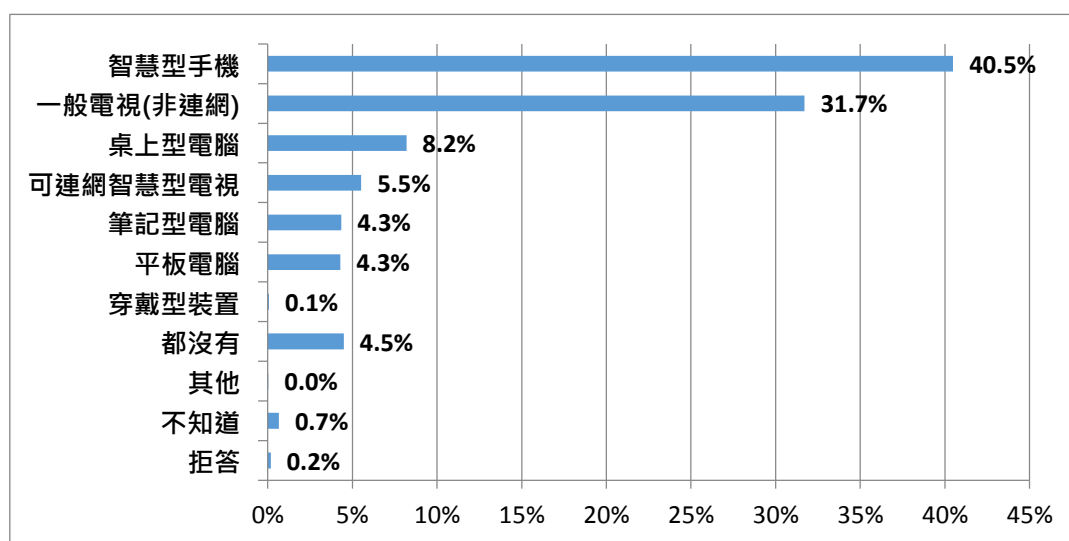


圖 5 觀看視訊內容最常使用的設備

Base：N=1,069

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域別區分，民眾觀看視訊內容時有使用的設備，除了北北基地區以一般電視（非連網）所占比例最高（57.3%），其餘地區皆以智慧型手機為主。此外，桃竹苗地區有使用桌上型電腦觀看視訊內容的比例明顯較其他地區為高，達 56.1%，宜花東地區則是明顯比例較低，僅有 9.5%。

在觀看視訊內容時最常使用的設備方面，除了北北基地區，其他地區皆以最

常使用智慧型手機為多數，其中宜花東地區比例最高，達 60.7%，而北北基地區使用智慧型手機觀看視訊內容的比例甚低，僅占 29.2%；北北基地區最常使用一般電視（非連網）作為觀看視訊內容的設備，比例達 42.0%，相對的，高屏澎地區使用一般電視（非連網）觀看視訊內容，僅占 19.9%。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾在觀看視訊內容時最常使用的設備，於年齡達顯著差異。

依性別區分，民眾觀看視訊內容時有使用的設備，男性和女性皆以智慧型手機所占比例最高，分別為 65.8%和 67.4%；觀看視訊內容時最常使用的設備，兩者同樣以智慧型手機為多數，分別占 39.2%和 41.7%。

依年齡區分，民眾觀看視訊內容時有使用的設備以及最常使用的設備，16-25 歲、26-35 歲、36-45 歲、46-55 歲民眾皆以智慧型手機比例最高，56-65 歲、66 歲及以上民眾則是以一般電視（非連網）為主。此外，民眾最常使用智慧型手機的比例隨年齡遞減，以 16-25 歲的使用率最高（60.9%），66 歲及以上的使用率最低（12.5%）；一般電視（非連網）的使用率則隨年齡遞增，以 66 歲及以上的比例最高（62.3%），16-25 歲的比例最低（8.6%）。

依婚姻狀況區分，民眾觀看視訊內容時有使用的設備，未婚者（79.4%）和已婚者（62.0%）皆以智慧型手機為多數，鰥寡/分居者則以一般電視（非連網）為主（55.6%）；觀看視訊內容時最常使用的設備，未婚者以智慧型手機為主（50.0%），已婚者、鰥寡/分居者則是以一般電視（非連網）為多數，分別為 39.6%和 44.8%。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾在觀看視訊內容時最常使用的設備，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，在觀看視訊內容時最常使用的設備方面，自有房屋者和租屋者皆以智慧型手機為多數，比例分別為 38.5%和 46.4%。而自有房屋者最常使用一般電視（非連網）、可連網智慧型電視和桌上型電腦的比例皆高於租屋者，租屋者則是最常使用筆記型電腦的比例（10.4%）高於自有房屋者（2.1%）。

二、線上串流影音收看行為

（一）看過線上串流影音民眾之收視情形 Q8Q9Q10Q11

1. 整體分析

我國有 37.6%民眾曾收視過線上串流影音（含付費、免付費之視訊服務）【參照圖 6】，觀賞的原因主要為觀看時間較具彈性（60.8%）、多數線上串流影音內容是免費的（40.2%）、家人或朋友推薦（30.1%）【參照圖 7】。

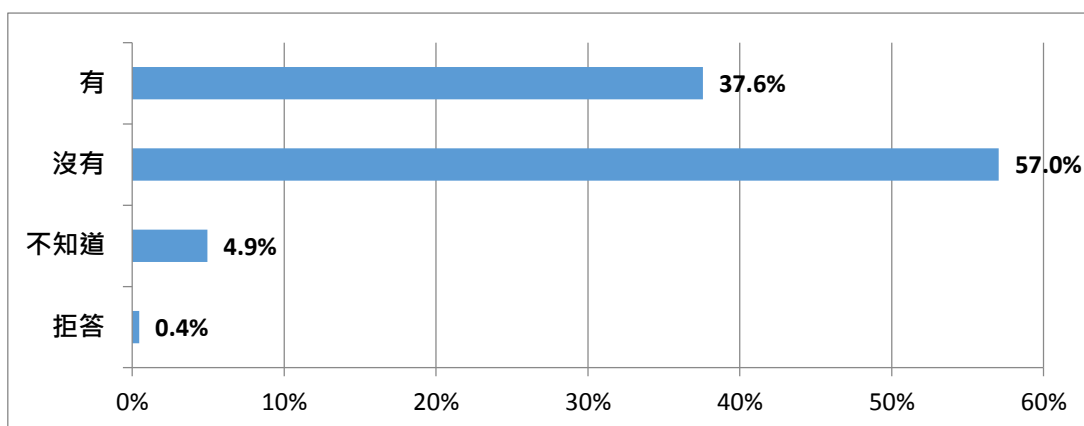


圖 6 是否觀看過線上串流影音

Base：N=1,069

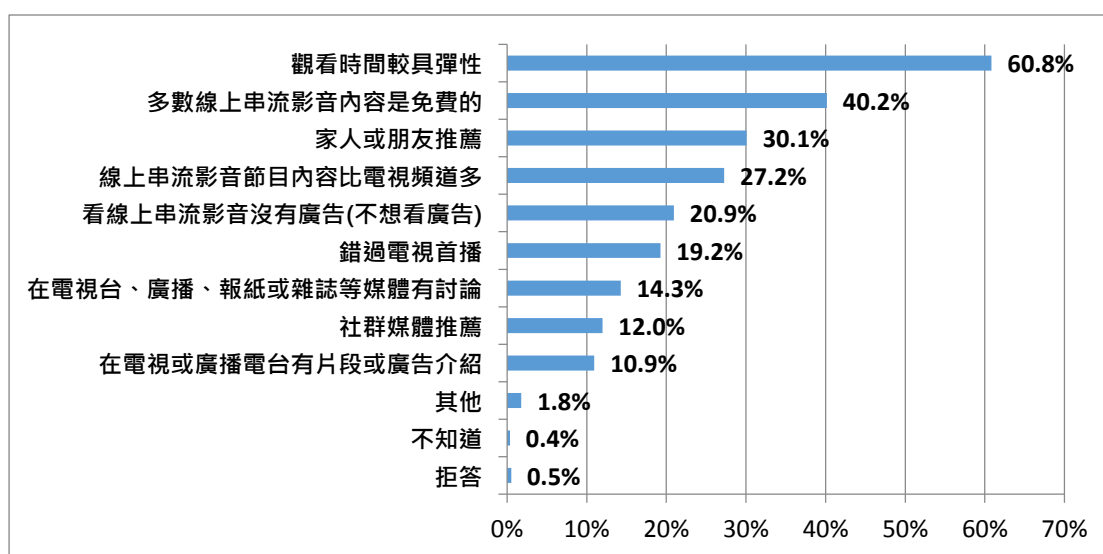


圖 7 觀看線上串流影音之原因

Base：N=402，複選（有看過線上串流影音者）

民眾平均每週觀看線上串流影音時間為 13.35 小時（N=402，有看過線上串流影音者），且有 21.1%訂閱付費的線上串流影音服務【參照圖 8】。

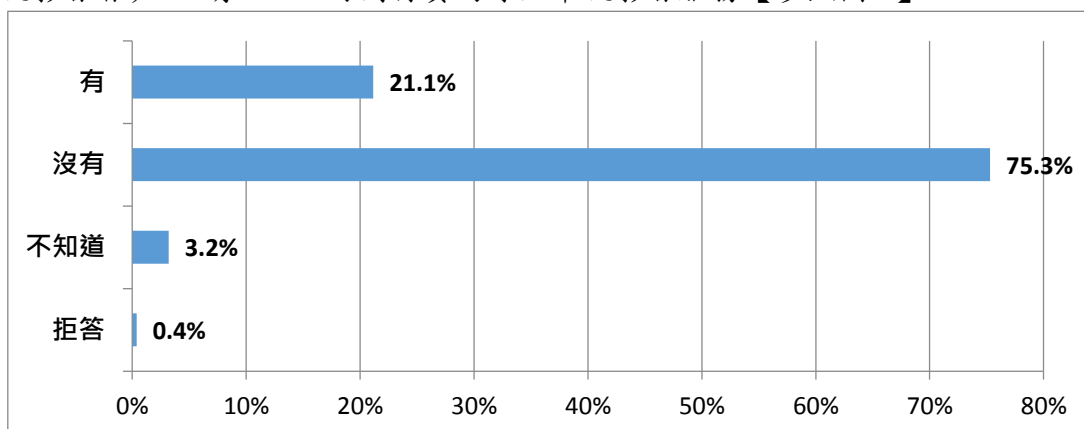


圖 8 目前有沒有訂閱付費的線上串流影音

Base：N=402（有看過線上串流影音者）

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾是否看過線上串流影音，於**居住地區**呈現顯著差異。

依**區域別**區分，高屏澎地區有看過線上串流影音的比例最高，達 51.5%，北北基地區有看過線上串流影音的比例最少，占 27.7%。各地區觀賞線上串流影音的原因皆以「觀看時間較具彈性」為主，其中桃竹苗地區的比例最高，達 68.4%。民眾平均每週觀看線上串流影音的時間，以雲嘉南地區最長（14.96 小時），桃竹苗地區相對較短（10.43 小時）。在目前是否付費訂閱線上串流影音服務的部分，高屏澎地區有付費訂閱的比例最高，達 29.2%，而宜花東地區有付費訂閱的比例最少，占 14.8%。

(2) 基本差異分析

依據卡方檢定結果，民眾是否看過線上串流影音，於**性別及年齡**達顯著差異。

依**性別**區分，女性（41.2%）有看過線上串流影音的比例高於男性（33.8%），而兩者觀賞線上串流影音的原因皆以觀看時間較具彈性為主。男性平均每週觀看線上串流影音的時間為 13.84 小時，較女性的 12.94 小時為長，且男性（23.3%）家中或個人目前有付費訂閱線上串流影音服務的比例也較女性（19.4%）為高。

依**年齡**區分，民眾有看過線上串流影音的比例隨年齡遞減，16-25 歲的比例最高，達 60.2%，66 歲及以上的比例最低，僅占 4.9%；各年齡層觀賞線上串流影音的原因皆以觀看時間較具彈性為主。平均每週觀看線上串流影音的時間，以 66 歲及以上民眾最長（16.59 小時），46-55 歲民眾最短（11.17 小時）；而家中或個人目前有付費訂閱線上串流影音服務的比例則是以 56-65 歲民眾最高，達 36.3%，46-55 歲民眾則是僅有 15.0%。

依**婚姻狀況**區分，民眾是否看過線上串流影音，除了未婚者以有看過的比例較高（55.0%），已婚者、鰥寡/分居者皆以沒有看過為多數，比例分別為 64.3% 和 83.5%；觀賞線上串流影音的原因，未婚者（64.5%）、已婚者（57.4%）皆以觀看時間較具彈性為主，鰥寡/分居者則是以家人或朋友推薦為多數（56.0%）。民眾平均每週觀看線上串流影音的時間，以未婚者最長（14.67 小時），鰥寡/分居者相對較短（10.99 小時）；而家中或個人目前有付費訂閱線上串流影音服務的比例則是以已婚者最高，占 24.2%。

(3) 社會經濟身分差異分析

依據卡方檢定結果，民眾是否看過線上串流影音，於**居住狀況、教育程度及職業**達顯著差異。

依**居住狀況**區分，租屋者（47.7%）有看過線上串流影音的比例高於自有房屋者（33.5%）。

依**教育程度**區分，大學程度民眾有看過線上串流影音的比例最高，達 60.0%，小學及以下程度民眾看過的比例最低，僅有 0.5%。

依職業別區分，出版、影音製作、傳播及資通訊服務業有看過線上串流影音的比例最高，達 70.2%，專業、科學及技術服務業（61.8%）、支援服務業（61.4%）和學生（61.4%）有看過的比例也達 6 成以上。

（二）線上串流影音服務使用情形 Q12Q13Q14

1. 整體分析

民眾家中或個人目前付費訂閱的線上串流影音服務，以愛奇藝所占比例最高（47.4%），其次為 Netflix 占 27.1%【參照圖 9】。

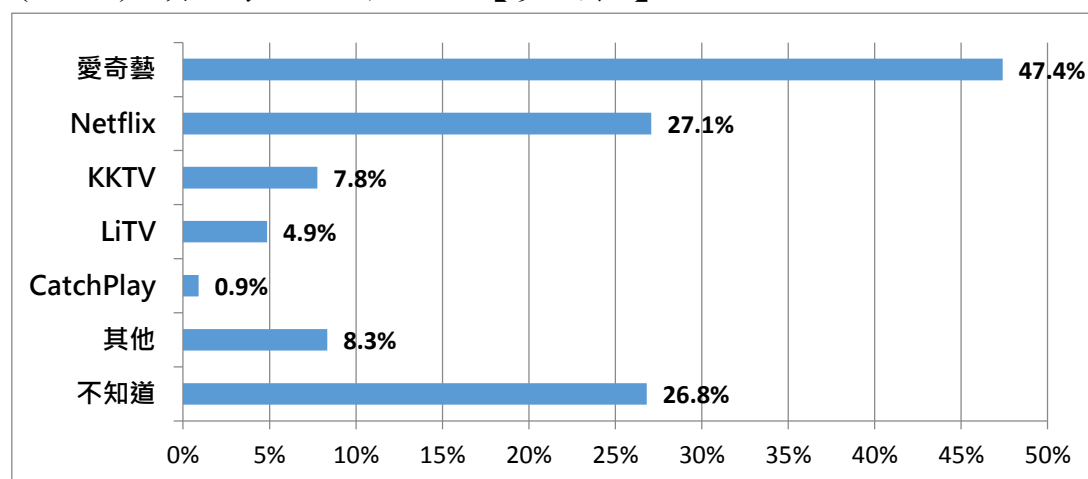


圖 9 目前付費訂閱的線上串流影音服務

Base：N=85，複選（目前有付費訂閱線上串流影音服務者）

關於民眾曾使用的線上串流影音服務功能，以免費的電視節目或線上影音頻道比例最高，占了 48.1%，其次為重（隨）看電視節目服務（19.6%）、包月的線上節目或影音頻道（9.1%）和下載離線觀看（9.1%）【參照圖 10】。

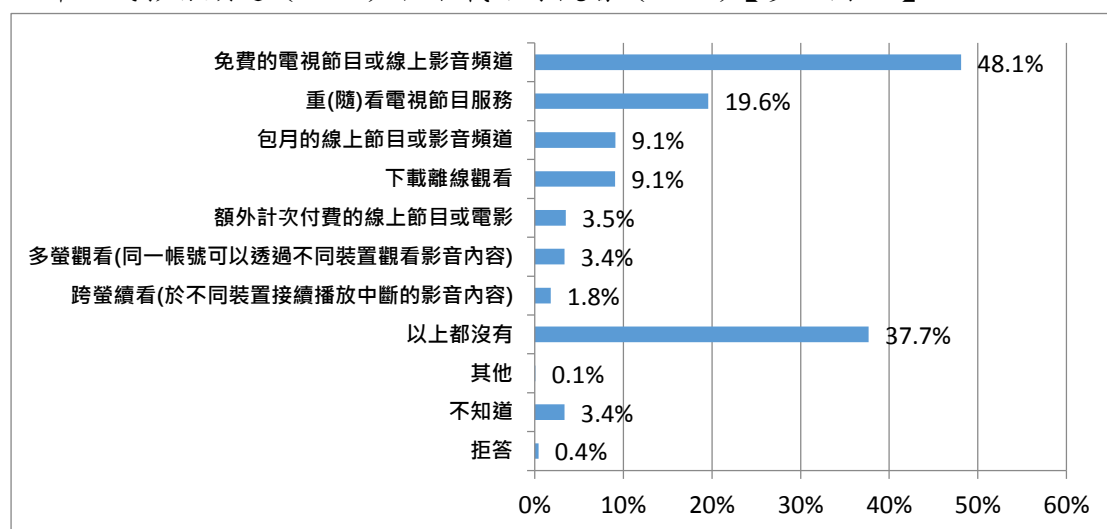


圖 10 曾使用何種線上串流影音服務功能

Base：N=1,069，複選

民眾於 7 天內有使用的功能與曾使用的情形相似，以免費的電視節目或線上

影音頻道比例最高（73.1%），其次為重（隨）看電視節目服務（22.0%）、包月的線上節目或影音頻道（10.8%）【參照圖 11】。

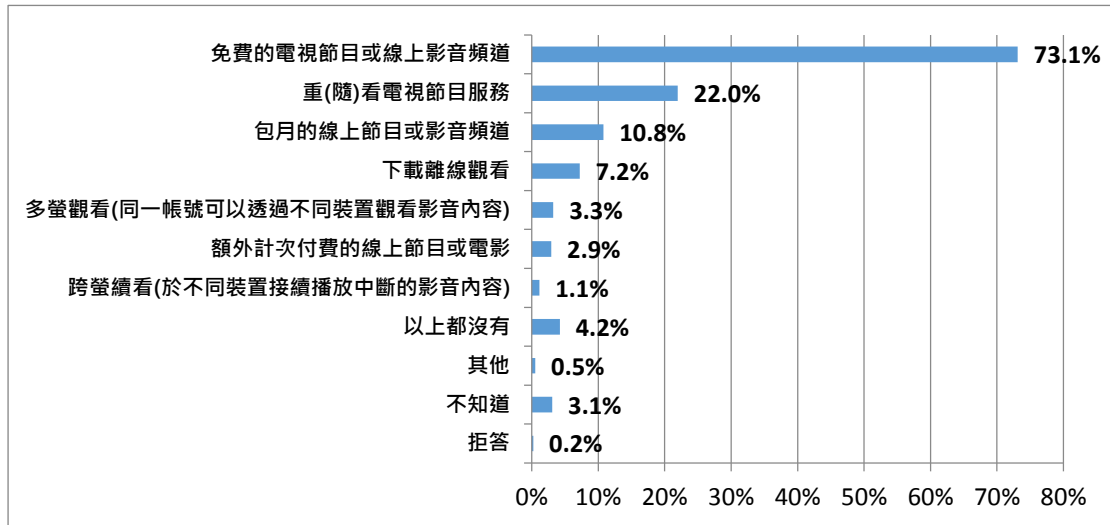


圖 11 最近 7 天內有使用串流影音服務哪些功能

Base：N=626，複選（曾使用線上串流影音服務功能者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，民眾目前付費訂閱的線上串流影音服務，除了桃竹苗地區以 Netflix 所佔比例較高（42.3%），其餘地區皆以愛奇藝為主。各地區曾使用的線上串流影音服務皆以免費的電視節目或線上影音頻道占大多數，其中以高屏澎地區比例最高，達 61.7%，其餘地區也有 4 成以上。而各地區民眾於最近 7 天內有使用的功能，同樣以免費的電視節目或線上影音頻道為主，桃竹苗地區比例更是高達 77.9%。

（2）基本差異分析

依性別區分，民眾目前付費訂閱的線上串流影音服務，男性和女性皆以愛奇藝為主，分別為 45.8% 和 48.9%。男性（44.7%）和女性（51.5%）曾使用的線上串流影音服務皆以免費的電視節目或線上影音頻道為多數，兩者於最近 7 天內有使用的功能，同樣以免費的電視節目或線上影音頻道為主。

依年齡區分，民眾目前付費訂閱的線上串流影音服務，除了 66 歲及以上，其餘年齡層皆以愛奇藝為主。關於曾使用的線上串流影音服務，16-25 歲（61.2%）、26-35 歲（59.8%）、36-45 歲（58.8%）和 46-55 歲（52.4%）民眾以免費的電視節目或線上影音頻道為主，56-65 歲（53.7%）、66 歲及以上（67.7%）民眾則是都沒有使用過居多。各年齡層於最近 7 天內有使用的功能，皆以免費的電視節目或線上影音頻道所佔比例最高。

依婚姻狀況區分，民眾目前付費訂閱的線上串流影音服務，各婚姻狀況皆以愛奇藝為多數。關於曾使用的線上串流影音服務，未婚者（62.1%）以免費的電視節目或線上影音頻道為多數，已婚（44.5%）、鰥寡/分居（63.9%）民眾則是以

都沒有使用過的比例較高。各婚姻狀況民眾於最近 7 天內有使用的功能，都以免費的電視節目或線上影音頻道為主。

（三）未來 12 個月是否考慮停止訂閱付費線上串流影音服務，原因及考慮改看之視訊服務 Q15Q16Q17

1. 整體分析

關於未來 12 個月內是否考慮停止訂閱付費線上串流影音服務，有 63.3% 的民眾表示不考慮，考慮停訂者則占 19.8%【參照圖 12】。

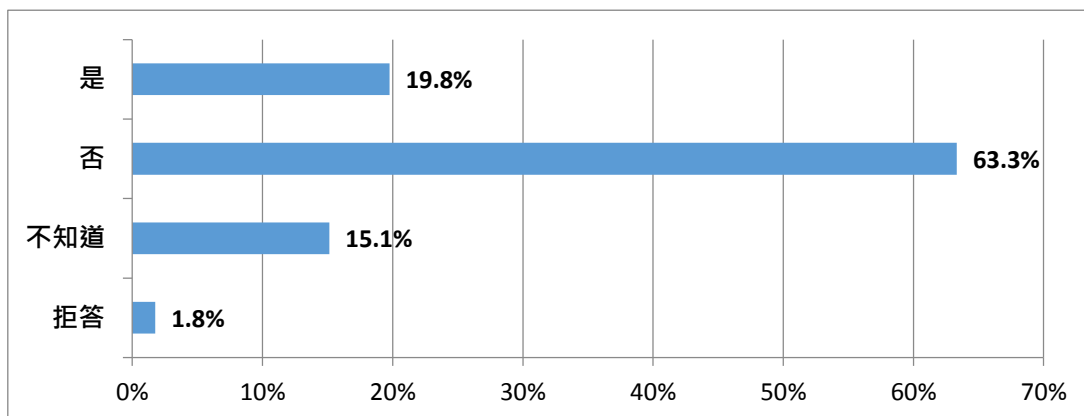


圖 12 是否考慮停止訂閱付費線上串流影音服務

Base：N=85（目前有付費訂閱線上串流影音服務者）

民眾會考慮停止訂閱付費線上串流影音服務的主要原因，以有其他管道可以收看（32.9%）為主，其次為實用性不高（21.0%）【參照圖 13】。

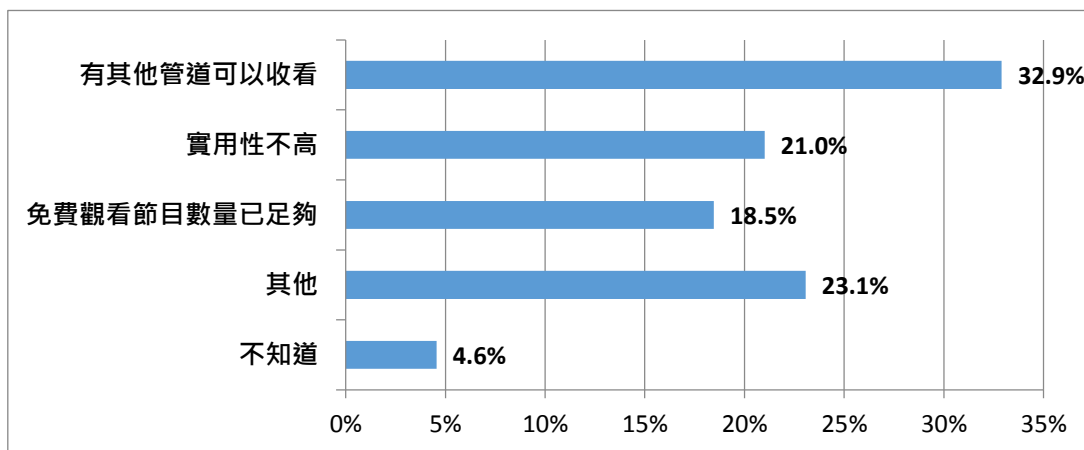


圖 13 考慮停止訂閱付費線上串流影音服務之原因

Base：N=17（未來 12 個月內考慮停止訂閱付費線上串流影音服務者）

民眾停訂後會考慮改看的視訊服務，以有線電視（43.3%）及改看其他線上免費串流影音服務（42.1%）為主【參照圖 14】。

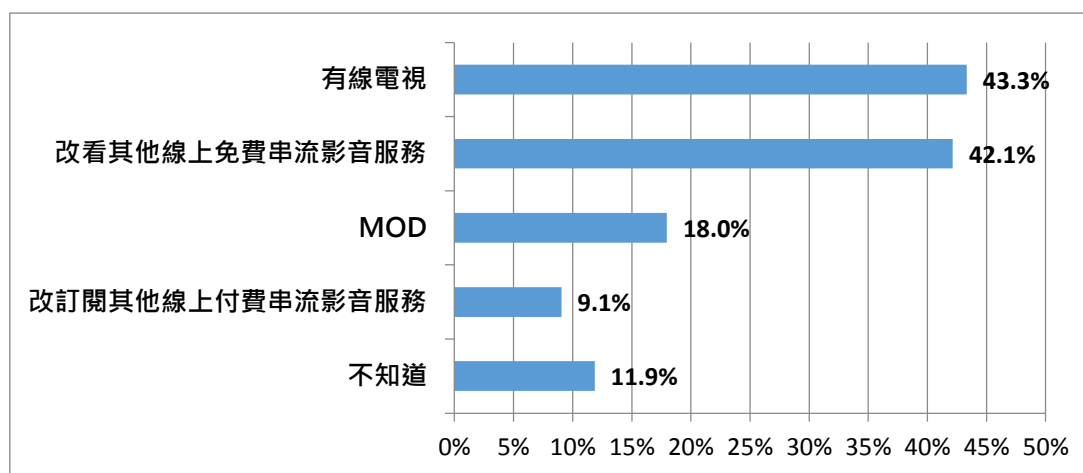


圖 14 考慮改看哪些其他視訊服務

Base：N=17，複選（未來 12 個月內考慮停止訂閱付費線上串流影音服務者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，高屏澎地區未來 12 個月內會考慮停止訂閱付費線上串流影音服務的比例最高，達 26.5%，北北基地區比例最低，占 14.7%。而考慮停止訂閱付費線上串流影音服務的原因，高屏澎及桃竹苗地區以「有其他管道可以收看」為主，北北基及雲嘉南地區則以「實用性不高」為多數。停訂後民眾會考慮改看的其他視訊服務，北北基（75.1%）和高屏澎（48.7%）以有線電視占多數，桃竹苗（69.8%）、中彰投（44.0%）和雲嘉南（39.7%）地區則是以改看其他線上免費串流影音服務為多數。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（27.0%）未來 12 個月內會考慮停止訂閱付費線上串流影音服務的比例較女性（12.8%）高；兩者考慮停止訂閱付費線上串流影音服務的原因皆以有其他管道可以收看為多數（分別為 29.2%和 40.5%）。若停止訂閱付費線上串流影音服務，男性（44.1%）會考慮改看的視訊服務以有線電視為主，女性（48.5%）則大多選擇改看其他線上免費串流影音服務。

依年齡區分，未來 12 個月內會考慮停止訂閱付費線上串流影音服務的比例以 26-35 歲最高，占 27.6%。關於停訂後民眾會考慮改看的其他視訊服務，16-25 歲（63.7%）、26-35 歲（44.8%）、56-65 歲（56.6%）民眾主要選擇改看其他線上免費串流影音服務，36-45 歲（55.3%）民眾則以考慮改看有線電視為多數。

依婚姻狀況區分，未來 12 個月內會考慮停止訂閱付費線上串流影音服務的比例以未婚者較高，占 21.7%；考慮停止訂閱付費線上串流影音服務的原因，未婚者（39.0%）和已婚者（26.0%）皆以有其他管道可以收看為多數。若停止訂閱付費線上串流影音服務，未婚者（47.0%）和已婚者（39.1%）大多考慮改看有線電視。

三、通訊傳播使用行為

(一) 從事通訊傳播活動 Q18

1. 整體分析

民眾有從事之通訊傳播活動，以講電話（67.9%）、看電視（60.8%）及使用即時通訊（例如：Line、Facebook Messenger、WhatsApp、Skype）（57.5%）為最多【參照圖 15】。

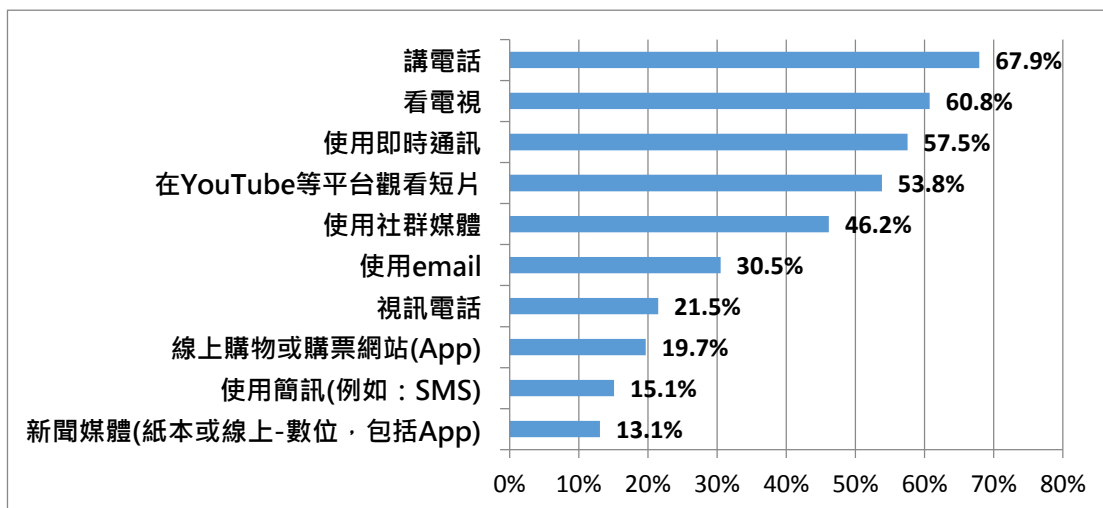


圖 15 有從事之通訊傳播活動（前十名）

Base：N=1,069，複選

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域別區分，北北基（77.2%）、中彰投（58.2%）、雲嘉南（58.4%）及宜花東（76.9%）地區有從事的通訊傳播活動皆以講電話所占比例最高，桃竹苗地區以使用即時通訊為多數（78.7%），高屏澎地區則是以在 YouTube 等平台觀看短片比例最高（62.2%）。較特別的是，桃竹苗地區使用社群媒體（例如 Facebook、Instagram、Twitter）、線上購物或購票網站（App）的比例明顯高於其他地區，高屏澎地區使用新聞媒體（紙本或線上-數位，包括 App）的比例明顯高於其他地區。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性和女性有從事的通訊傳播活動皆以講電話的比例最高，分別為 67.3% 和 68.5%。

依年齡區分，16-25 歲（62.6%）和 26-35 歲（67.7%）民眾從事最多的通訊傳播活動為在 YouTube 等平台觀看短片，36-45 歲（67.9%）、46-55 歲（69.6%）和 56-65 歲（76.4%）民眾為講電話，66 歲及以上民眾則是看電視，且比例達 80.5%。此外，66 歲及以上民眾使用社群媒體、使用即時通訊、使用 email、使用簡訊和在 YouTube 等平台觀看短片的比例明顯較其他年齡層為低。

依婚姻狀況區分，未婚者（68.0%）從事最多的通訊傳播活動為在 YouTube 等平台觀看短片，已婚（72.1%）、鰥寡/分居者（76.7%）則是講電話。

（二）觀看電視同時，使用其他終端設備情形 Q19Q20Q21

1. 整體分析

民眾一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備（桌上型電腦、筆電、平板或智慧型手機）尋找正在觀看節目資訊的頻率，以從來沒有的民眾比例最高（30.3%），其次為每天至少一次（21.7%）【參照圖 16】。

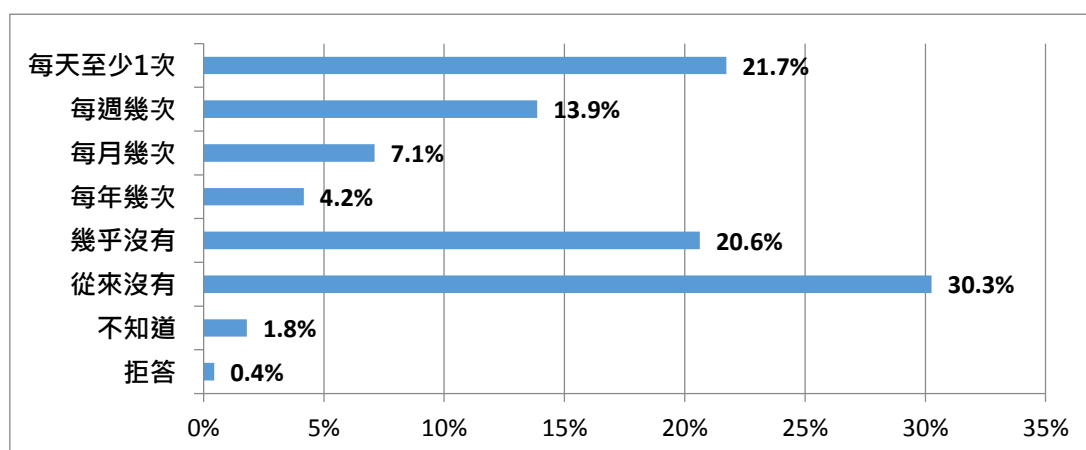


圖 16 一邊用電視機觀看、一邊使用其他終端設備尋找觀看節目資訊頻率

Base：N=1,056（家中有一般電視、桌上型電腦、筆記型電腦、平板電腦和智慧型手機者）

民眾一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備上網的頻率，以每天至少 1 次的比例最高（32.8%），從來沒有（22.2%）則略高於每週幾次（21.1%）【參照圖 17】。

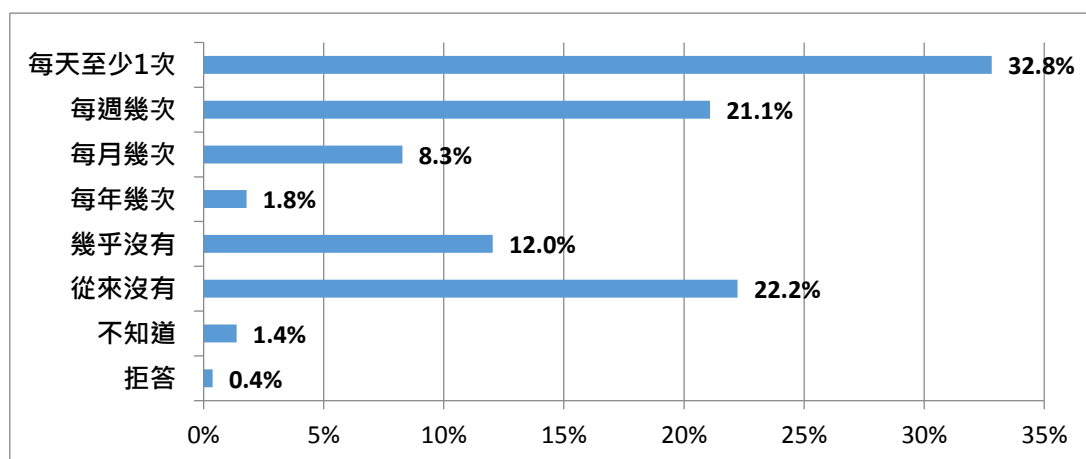


圖 17 一邊用電視機觀看電視、一邊使用其他終端設備上網

Base：N=1,056（家中有一般電視、桌上型電腦、筆記型電腦、平板電腦和智慧型手機者）

民眾一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備但不上網的頻率，仍以每天至少 1 次比例較高，但從來沒有（30.1%）及幾乎沒有（25.4%）加總超過 5 成【參照圖 18】。

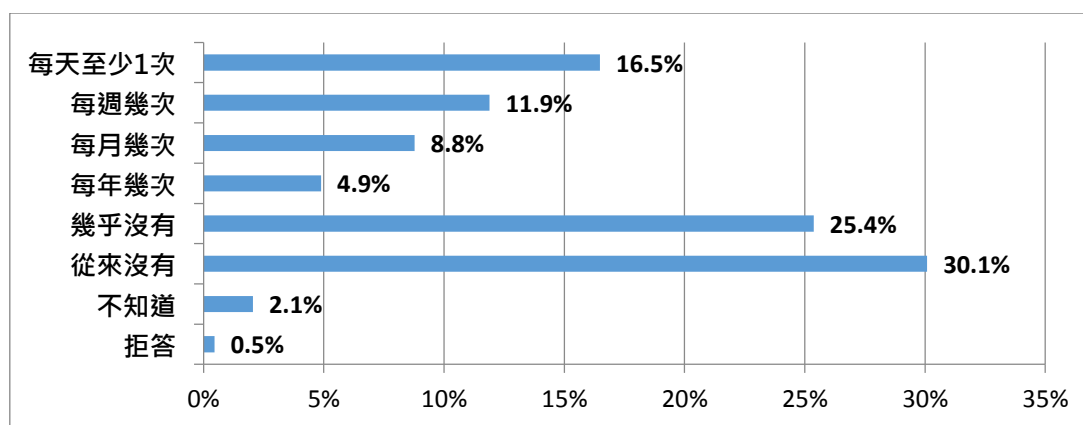


圖 18 一邊用電視機觀看電視、一邊使用其他終端設備但不上網

Base：N=1,056（家中有一般電視、桌上型電腦、筆記型電腦、平板電腦和智慧型手機者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾一邊用電視機觀看電視時一邊使用其他終端設備尋找正在觀看節目資訊的頻率、民眾一邊用電視機觀看時一邊使用其他終端設備上網的頻率、民眾一邊用電視機觀看時一邊使用其他終端設備但不上網的頻率，於居住地區達顯著差異。

依區域別區分，關於民眾一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備尋找正在觀看節目資訊的頻率，北北基(37.9%)、中彰投(31.8%)、雲嘉南(28.7%)和宜花東(40.5%)地區皆以從來沒有為多數，桃竹苗地區以幾乎沒有的比例較高(38.7%)，高屏澎地區則是以每天至少1次的比例較高(32.1%)。關於民眾一邊用電視機觀看時，一邊使用其他終端設備上網的頻率，中彰投(44.0%)、雲嘉南(36.3%)、高屏澎(41.0%)和宜花東(50.6%)地區以每天至少1次為主，北北基地區以從來沒有的比例較高(28.3%)，桃竹苗則是以每週幾次占多數(33.2%)。關於民眾一邊用電視機觀看時，一邊使用其他終端設備但不上網的頻率，除了桃竹苗地區以幾乎沒有為多數(42.3%)，其餘地區皆以從來沒有的比例最高。

（2）基本差異分析

依據卡方檢定結果，民眾一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備尋找正在觀看節目資訊的頻率，於性別和年齡呈現顯著差異；民眾一邊用電視機觀看時，一邊使用其他終端設備上網的頻率，以及民眾一邊用電視機觀看時，一邊使用其他終端設備但不上網的頻率，於年齡達顯著差異。

依性別區分，男性和女性一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備尋找正在觀看節目資訊的頻率，皆以從來沒有為多數，但男性(33.4%)比例略高於女性(27.1%)，而女性回答每月幾次的比例較男性為高。男性和女性一邊用電視機觀看時，一邊使用其他終端設備上網的頻率，皆以每天至少1次為多數，比例分別為30.5%和35.1%。男性和女性一邊用電視機觀看時，一邊使用其他終端設備但不上網的頻率，皆以從來沒有所占比例最高，分別為30.5%和29.7%。

依年齡層區分，16-25歲、26-35歲和36-45歲一邊用電視機觀看電視時，一

邊使用其他終端設備尋找正在觀看節目的頻率，以每天至少 1 次為多數，其中 26-35 歲的比例最高（31.6%）；而 46-55 歲、56-65 歲和 66 歲及以上民眾以從來沒有為多數，66 歲及以上的比例更高達 73.0%。

16-25 歲、26-35 歲、36-45 歲和 46-55 歲一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備上網的頻率，以每天至少 1 次所占比例較高；56-65 歲和 66 歲及以上以從來沒有為多數，且 66 歲及以上的比例最高（62.9%）。

16-25 歲、26-35 歲、36-45 歲和 46-55 歲一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備但不上網的頻率，以幾乎沒有為多數，其中以 16-25 歲比例最高（31.9%）；56-65 歲和 66 歲及以上以從來沒有為多數，其中 66 歲及以上的比例更達 65.7%。

依婚姻狀況區分，未婚者一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備尋找正在觀看節目的頻率，以每天至少 1 次為多數（28.4%）；已婚者（35.8%）、鰥寡/分居者（54.5%）則是以從來沒有所占比例最高。

未婚者（39.1%）、已婚者（30.4%）一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備上網的頻率，以每天至少 1 次為多數；鰥寡/分居者則是以從來沒有為主，占 49.9%。

未婚者一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備但不上網的頻率，以幾乎沒有所占比例最高（29.1%）；已婚者（32.8%）、鰥寡/分居者（52.2%）則是以從來沒有為多數。

（3）社會經濟身分差異分析

依據卡方檢定結果，民眾一邊用電視機觀看電視時一邊使用其他終端設備尋找正在觀看節目資訊的頻率、民眾一邊用電視機觀看時一邊使用其他終端設備上網的頻率、民眾一邊用電視機觀看時一邊使用其他終端設備但不上網的頻率，於教育程度呈現顯著差異。

依教育程度區分，小學及以下、國中或初中、高中職和專科程度一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備尋找正在觀看節目的頻率，皆以從來沒有為多數，且小學及以下程度的比例高達 80.5%；大學程度以每天至少 1 次為多數（33.2%）；碩士以上程度則是以每週幾次所占比例較高（31.2%）。

小學及以下、國中或初中程度一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備上網的頻率，以從來沒有為多數，小學及以下程度的比例更高達 74.3%；高中職、專科和大學程度以每天至少 1 次的比例較高；碩士以上程度則是以每天至少 1 次（33.0%）和每週幾次（33.2%）比例較高。

小學及以下、國中或初中、專科程度一邊用電視機觀看電視時，一邊使用其他終端設備但不上網的頻率，以從來沒有為多數，其中小學及以下程度的比例高達 76.7%；高中職、大學、碩士以上程度則以幾乎沒有為多數，其中碩士以上程度比例最高（35.2%）。

四、通訊傳播業者選擇行為

(一) 服務組合選擇情形 Q26Q27

1. 整體分析

關於民眾家中由同一業者提供之服務組合，其中中華電信 MOD + 固網寬頻占 20.0%，有線電視 + Cable 上網占 6.7%，而以上服務組合都沒有的比例甚高，達 57.6%【參照圖 19】。

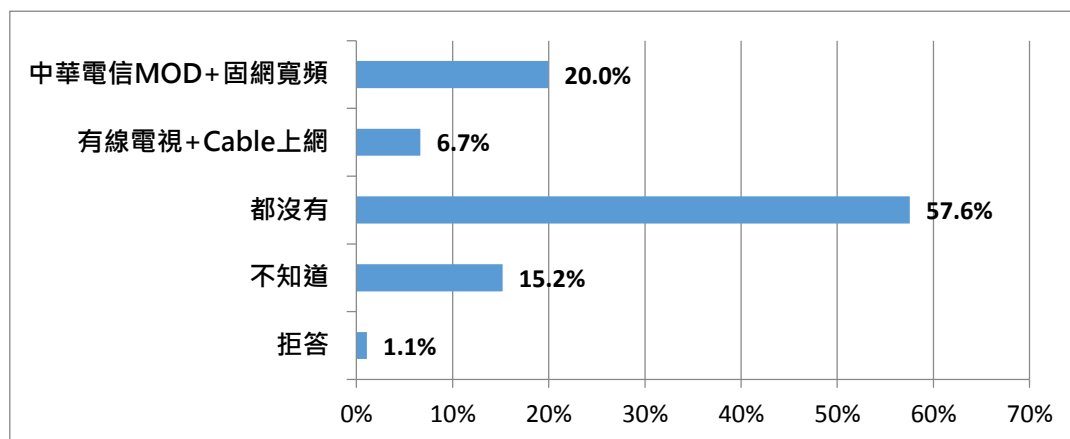


圖 19 家中由同一業者提供的服務組合為何

Base：N=1,069，複選

在民眾所購買的服務組合中，有 52.9%提供了優惠折扣，沒有提供優惠折扣則占 15.0%，而 31.8%表示不知道有沒有優惠折扣【參照圖 20】。

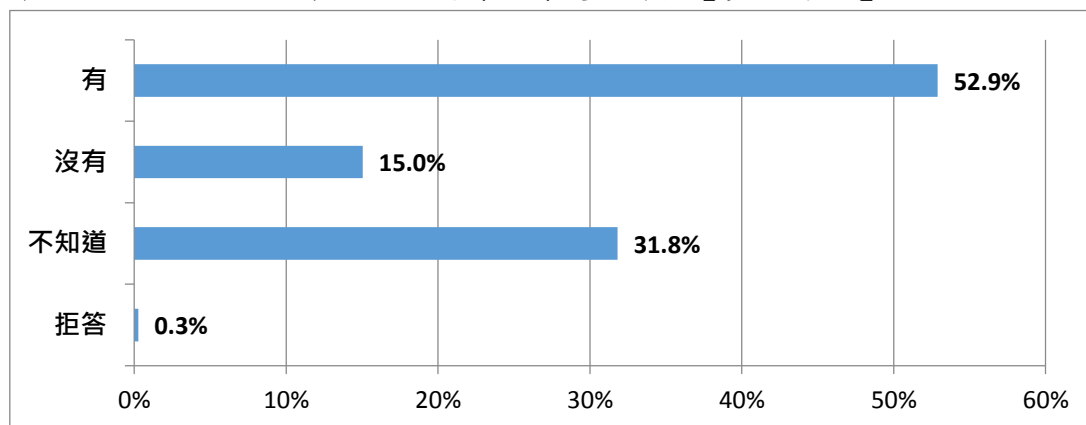


圖 20 該服務組合是否有提供優惠折扣

Base：N=280（家中有由同一業者提供之服務組合者）

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域別區分，關於家中是否有由同一業者提供的服務組合，各地區皆以都沒有為多數，而家中有中華電信 MOD + 固網寬頻組合或是有線電視 + Cable 上網組合的民眾，皆是高屏澎地區所占比例最高，分別為 27.1%和 9.4%。至於家中該

服務組合是否有提供優惠折扣，各地區皆以有為多數，且比例差異不大。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（60.5%）和女性（54.7%）家中皆以沒有由同一業者提供的服務組合為多數；若有由同一業者提供的服務組合，兩者皆以該組合有提供優惠折扣為主，比例分別為 55.1% 和 50.9%。

依年齡區分，關於家中是否有由同一業者提供的服務組合，各年齡層皆以都沒有所占比例最高，但家中有中華電信 MOD+固網寬頻服務組合的比例幾乎隨年齡遞減，以 26-35 歲的比例最高（32.6%），66 歲及以上的比例最低（4.9%）。若有由同一業者提供的服務組合，除了 16-25 歲民眾以不知道為多數（52.4%），其餘年齡層皆以該組合有提供優惠折扣為主。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況民眾皆以沒有由同一業者提供的服務組合為多數；若有由同一業者提供的服務組合，除了未婚者以不知道為多數（46.2%），已婚者（59.6%）、鰥寡/分居者（73.7%）皆以該組合有提供優惠折扣為主。

（二）服務組合每月費用 Q28Q29

1. 整體分析

民眾使用的固網寬頻+MOD 服務組合，每月平均費用為新台幣（以下同）955 元（N=213，家中有中華電信+MOD 服務組合者）；而有線電視+Cable 上網服務組合，每月平均費用為 930 元（N=71，家中有有線電視+Cable 服務組合者）。

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，民眾使用的固網寬頻+MOD 服務組合，以北北基地區的每月平均費用最高，為 1056 元；中彰投地區的每月平均費用最低，為 848 元【參照表 8】。民眾使用的有線電視+Cable 上網服務組合，以桃竹苗地區的每月平均費用最高，為 1289 元；北北基地區的每月平均費用最低，為 791 元【參照表 9】。

表 8 固網寬頻+MOD 服務組合每月費用（區域別）

單位：新台幣

居住地區	平均金額
北北基	1056.28
桃竹苗	1026.25
中彰投	847.72
雲嘉南	1051.61
高屏澎	860.30
宜花東	952.93
總平均	955.00

資料來源：本研究彙整。

表 9 有線電視+Cable 上網服務組合每月費用（區域別）

單位：新台幣

居住地區	平均金額
北北基	790.81
桃竹苗	1288.70
中彰投	892.90
雲嘉南	1099.92
高屏澎	920.86
宜花東	1135.77
總平均	930.24

資料來源：本研究彙整。

（2）基本差異分析

依據單因子變異數分析（one-way ANOVA），民眾使用的固網寬頻+MOD 服務組合每月費用，於**婚姻狀況**達顯著差異；民眾使用的有線電視+Cable 上網服務組合每月費用，於**年齡**、**婚姻狀況**達顯著差異。

依**性別**區分，男性使用固網寬頻+MOD 服務組合每月平均費用為 1,005 元，高於女性的 900 元；男性使用有線電視+Cable 上網服務組合每月平均費用為 975 元，同樣高於女性的 899 元。

依**年齡**區分，民眾使用的固網寬頻+MOD 服務組合，以 16-25 歲民眾的每月平均費用較高（1,212 元），46-55 歲民眾的每月平均費用最低（802 元）；民眾使用的有線電視+Cable 上網服務組合，以 36-45 歲民眾的每月平均費用較高（1,007 元），56-65 歲民眾的每月平均費用最低（714 元）。

依**婚姻狀況**區分，民眾使用的固網寬頻+MOD 服務組合，以未婚者的每月平均費用最高，為 933 元；鰥寡/分居者的每月平均費用最低，為 914 元。民眾使用的有線電視+Cable 上網服務組合，以未婚者的每月平均費用最高，為 1,009 元；已婚者的每月平均費用最低，為 876 元。

（3）社會經濟身分差異分析

依據單因子變異數分析（one-way ANOVA），民眾使用的固網寬頻+MOD 服務組合每月費用，於**職業**達顯著差異；民眾使用的有線電視+Cable 上網服務組合，於**職業**達顯著差異。

依**職業**區分，民眾使用的固網寬頻+MOD 服務組合，以住宿及餐飲業的每月平均費用最高（1,427 元），教育業的每月平均費用最低（592 元）；民眾使用的有線電視+Cable 上網服務組合，以製造業的每月平均費用最高（1,171 元），退休者的每月平均費用最低（769 元）。

五、網路使用行為

（一）網路使用情形 Q30Q31

1. 整體分析

調查結果顯示，民眾會使用來連線上網的裝置，以智慧型手機（85.9%）所占比率最高，桌上型電腦和筆記型電腦則分別占 40.1%和 30.8%【參照圖 21】。在民眾主要使用來連線上網的裝置方面，同樣以智慧型手機居首，占了 85.5%【參照圖 22】。

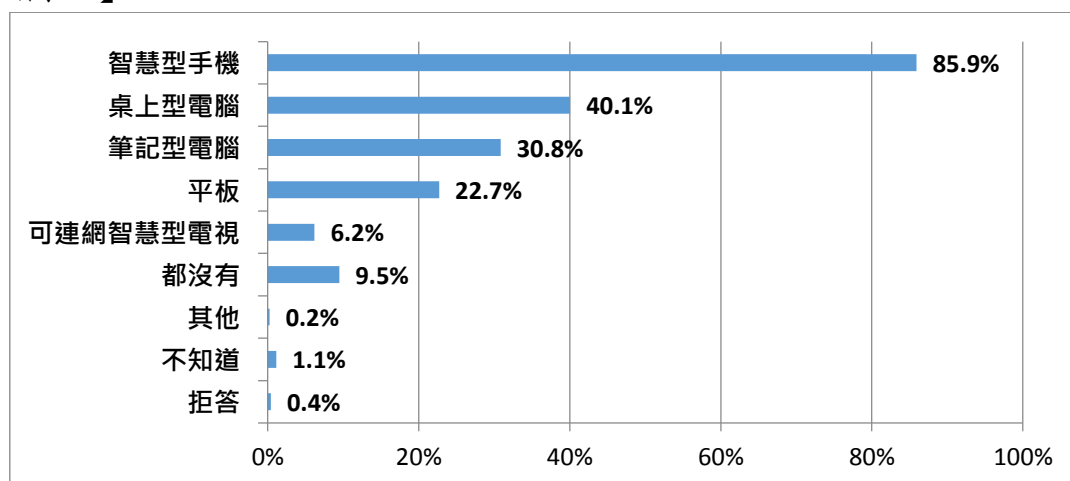


圖 21 會使用哪些裝置來連線上網

Base：N=1,069，複選

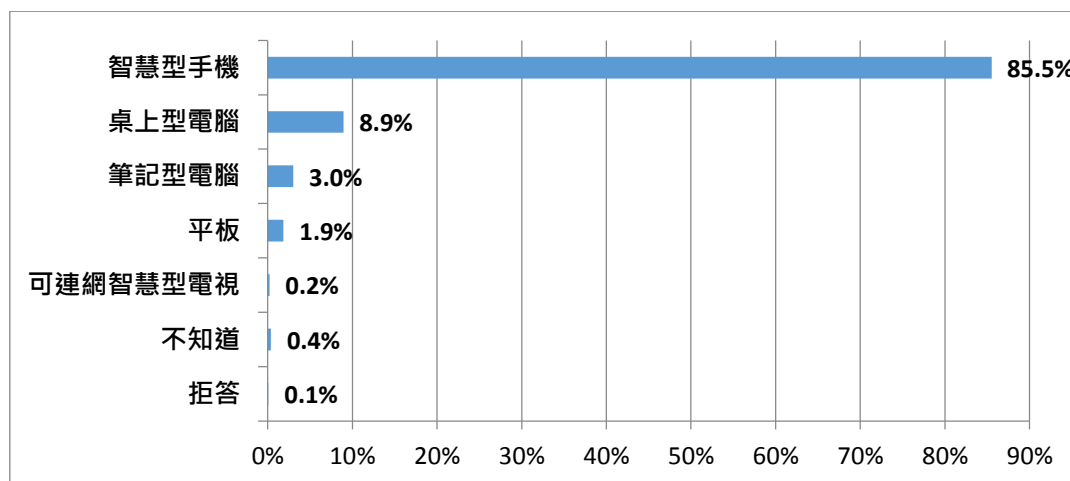


圖 22 主要使用的連網裝置

Base：N=951（會使用裝置來連線上網者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，民眾會使用來連線上網的設備，各地區皆以智慧型手機為主，且比例都在 8 成以上，桃竹苗（94.7%）和高屏澎（91.5%）地區更高達 9 成，但

桃竹苗地區使用桌上型電腦的比例（66.1%）明顯高於其他地區。而各地區主要使用來連線上網的設備同樣以智慧型手機為主，桃竹苗（91.7%）、中彰投（90.1%）和宜花東（94.4%）地區比例達 9 成以上。

（2）基本差異分析

依據卡方檢定結果，民眾主要使用哪一種裝置來連線上網，於性別達顯著差異。

依性別區分，男性和女性會使用來連線上網的裝置，皆以智慧型手機的比例最高，且兩者都主要使用智慧型手機來連線上網，比例分別高達 83.1%和 87.9%，而男性（13.1%）主要使用桌上型電腦的比例高於女性（4.9%）。

依年齡區分，各年齡層會使用來連線上網的裝置，皆以智慧型手機所占比例最高，而 66 歲及以上民眾使用平板、桌上型電腦和筆記型電腦來連線上網的比例，明顯較其他年齡層為低，且都沒有的比例達 44.2%。各年齡層主要使用來連線上網的裝置皆以智慧型手機為主，且比例都達 8 成以上，其中以 46-55 歲民眾最高（87.3%）。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況會使用來連線上網的裝置，皆以智慧型手機的比例較高，其中未婚者的比例高達 93.3%，鰥寡/分居者的比例最低，占 61.9%。此外，鰥寡/分居者使用平板、桌上型電腦和筆記型電腦來連線上網的比例，明顯較未婚者和已婚者為低，都沒有的比例則是 37.6%。各婚姻狀況主要使用來連線上網的裝置皆以智慧型手機為主，且比例都達 8 成以上，其中以鰥寡/分居者最高（89.1%）。

（二）網路使用動機 Q32Q33Q34Q35

1. 整體分析

關於民眾網路使用的動機，使用手機上網的主要目的，以溝通（51.8%）為主，其次為閱讀/瀏覽（21.9%）【參照圖 23】。

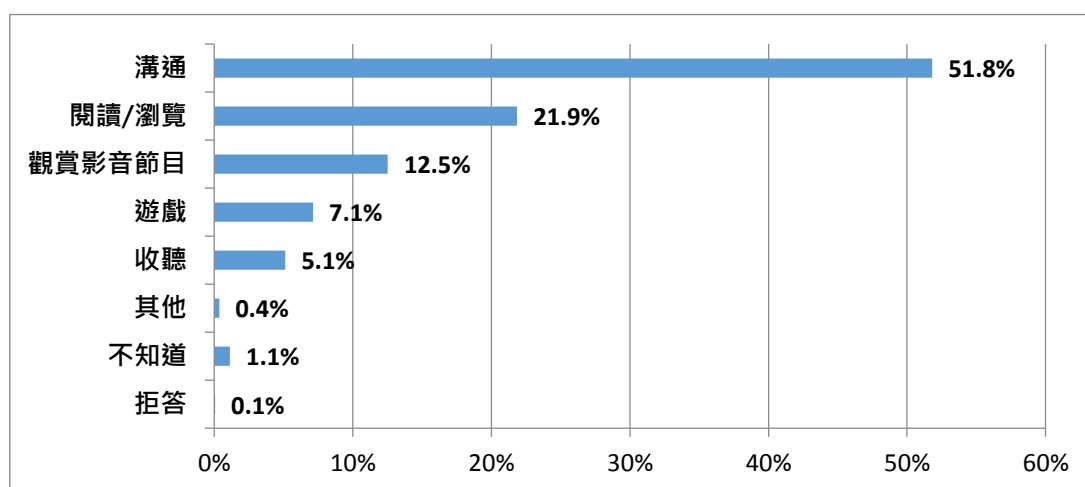


圖 23 手機上網的主要目的

Base：N=813（主要使用智慧型手機來連線上網者）

民眾使用平板上網的主要目的，以觀賞影音節目（42.4%）為主，其次為遊戲（24.5%）【參照圖 24】。

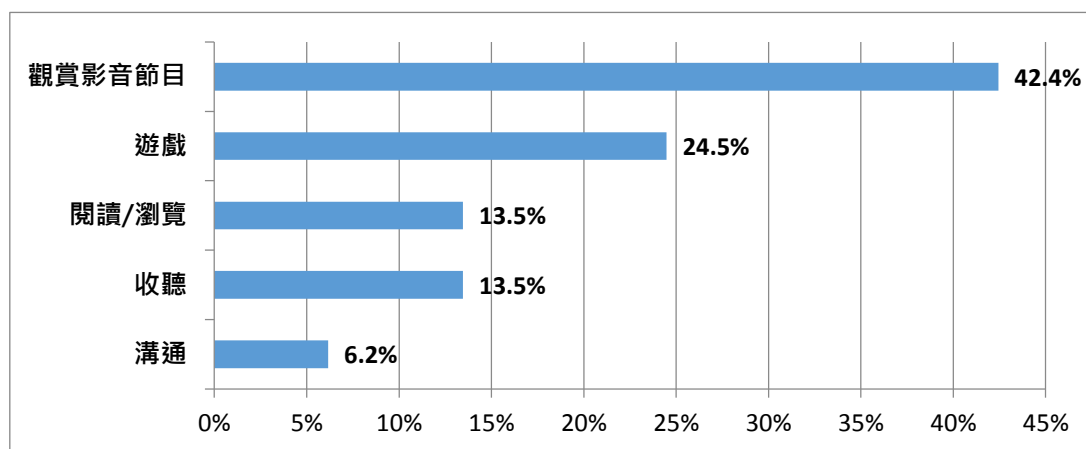


圖 24 平板上網的主要目的

Base：N=18（主要使用平板來連線上網者）

民眾使用桌上型電腦上網的主要目的，以閱讀/瀏覽（40.7%）為主，其次為觀賞影音節目（28.6%）【參照圖 25】。

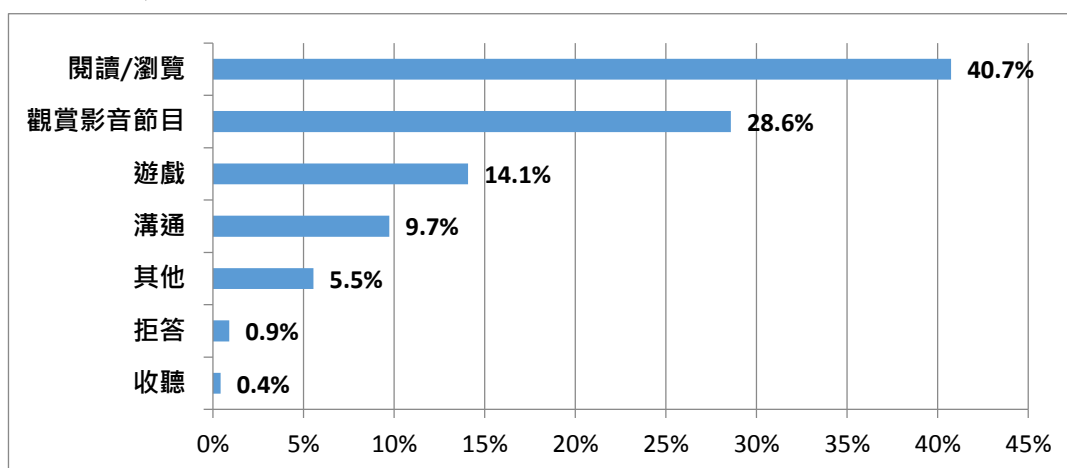


圖 25 桌上型電腦上網的主要目的

Base：N=85（主要使用桌上型電腦來連線上網者）

民眾使用筆記型電腦上網的主要目的，以觀賞影音節目（54.7%）為主，其次為閱讀/瀏覽（20.7%）【參照圖 26】。

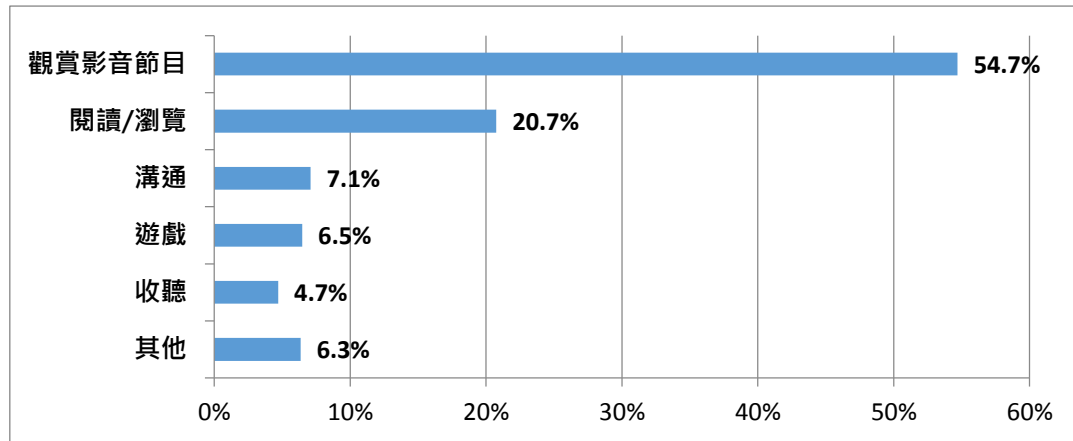


圖 26 筆記型電腦上網的主要目的

Base：N=29（主要使用筆記型電腦來連線上網者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，各地區使用手機上網的主要目的皆以溝通為主，其中宜花東地區的比例最高，達 65.5%，雲嘉南地區比例最低，占 39.1%。關於使用平板上網的主要目的，北北基地區以閱讀/瀏覽占多數，桃竹苗地區以遊戲占多數，雲嘉南及高屏澎地區則以觀賞影音節目的比例較高。關於使用桌上型電腦上網的主要目的，北北基（40.9%）、中彰投（58.8%）及高屏澎（47.5%）地區皆以閱讀/瀏覽為主，桃竹苗（33.0%）和雲嘉南（34.5%）地區以遊戲占多數，宜花東地區則以觀賞影音節目的比例最高（53.6%）。至於使用筆記型電腦上網的主要目的，除了桃竹苗地區是以閱讀/瀏覽為主（38.9%），其餘地區皆以觀賞影音節目占多數。

（2）基本差異分析

依據卡方檢定結果，民眾使用手機上網的主要目的，於性別和年齡呈現顯著差異。

依性別區分，男性（50.2%）和女性（53.3%）使用手機上網的主要目的皆為溝通，但男性目的為遊戲的比例高於女性，女性則是目的為閱讀/瀏覽的比例高於男性。男性使用平板上網的主要目的為收聽（32.1%），女性則是觀賞影音節目（60.6%）。男性和女性使用桌上型電腦上網的主要目的皆為閱讀/瀏覽，比例分別為 38.7%和 46.1%。男性和女性使用筆記型電腦上網的主要目的皆為觀賞影音節目，比例分別為 69.8%和 47.1%。

依年齡層區分，各年齡層使用手機上網的主要目的皆以溝通為主，其中 66 歲及以上民眾的比例最高，達 64.5%。此外，66 歲及以上民眾目的為收聽的比例高於其他年齡層，但目的為觀賞影音節目和閱讀/瀏覽的比例明顯低於其他年齡層。36-45 歲（77.5%）、46-55 歲（39.2%）民眾使用平板上網的主要目的為觀賞影音節目，56-65 歲民眾則是收聽（28.9%）。16-25 歲民眾使用桌上型電腦上網的主要目的為遊戲（47.2%），26-35 歲（45.6%）、46-55 歲（71.6%）、56-65 歲（33.1%）、

66 歲及以上(49.0%)民眾為閱讀/瀏覽,36-45 歲民眾則是觀賞影音節目(45.4%)。16-25 歲(76.6%)、36-45 歲(35.6%)民眾使用筆記型電腦上網的主要目的為觀賞影音節目,26-35 歲民眾則是閱讀/瀏覽(55.9%)。

依婚姻狀況區分,各婚姻狀況使用手機上網的主要目的皆以溝通為主,但未婚者目的為遊戲的比例較高。未婚者使用平板上網的主要目的為遊戲(40.3%),已婚者則是觀賞影音節目(48.7%)。未婚者使用桌上型電腦上網的主要目的為觀賞影音節目(31.4%),已婚者為閱讀/瀏覽(52.7%),鰥寡/分居者則是溝通(50.6%)。未婚者、已婚者使用筆記型電腦上網的主要目的皆為觀賞影音節目,比例分別為 55.7%和 48.2%。

六、共享創作影音平台

(一) 線上共享創作平台觀賞行為 Q37Q38Q39

1. 整體分析

關於是否觀賞過線上共享創作影音平台的內容,有 71.9%的民眾曾觀賞過【參照圖 27】。

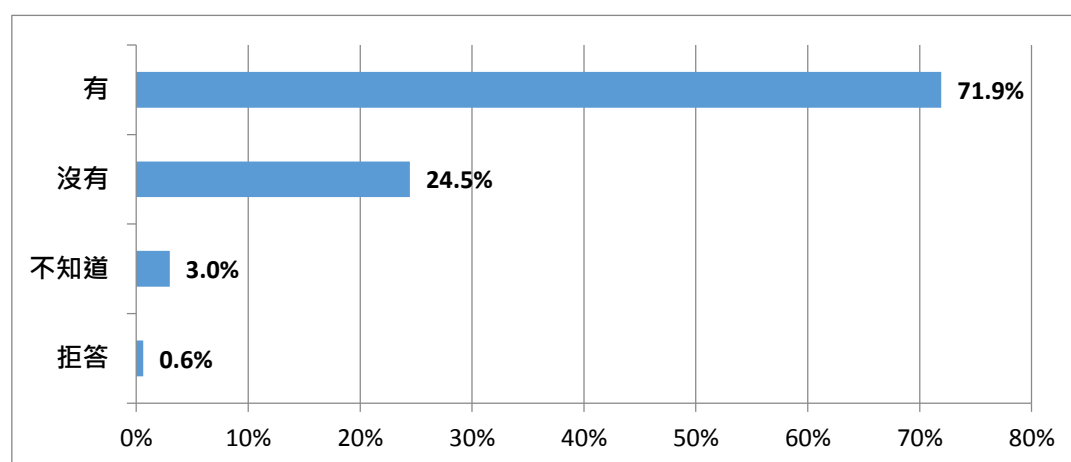


圖 27 是否曾觀賞線上共享創作影音平臺之內容

Base : N=1,069

觀賞線上共享創作影音平台的影片類型,以娛樂戲劇節目或是電影(片段或精華)、娛樂戲劇節目或是電影(完整版)為主,分別占 54.0%和 52.3%,趣味型短片則占 49.7%【參照圖 28】。

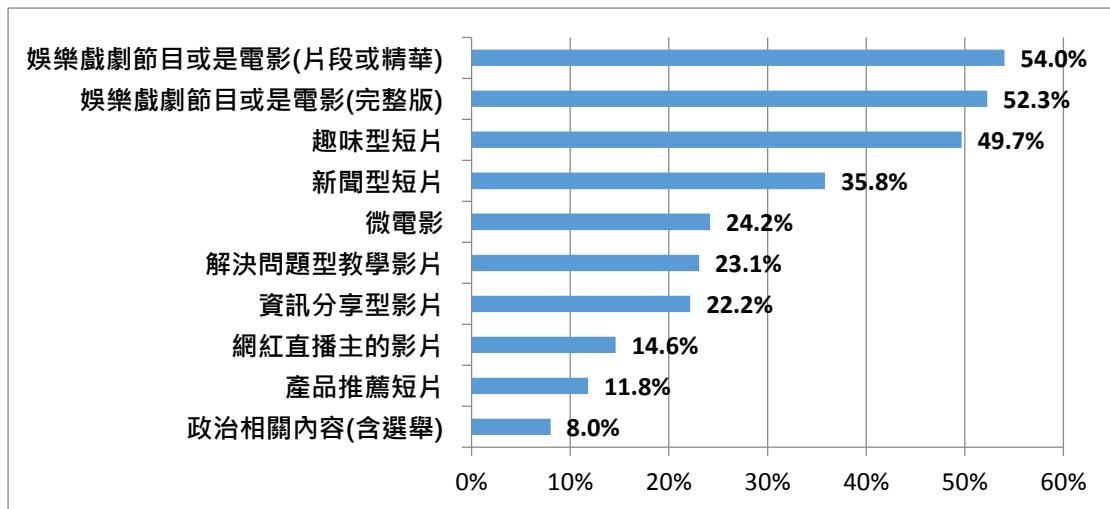


圖 28 觀賞線上共享創作影音平臺之類型（前十名）

Base：N=769，複選（觀賞過線上共享創作影音平台內容者）

民眾觀看影片的訊息來源，以社群網站連結（如 Facebook、Line 等）為主，占 67.6%，其次為從搜尋引擎（53.4%）、家人朋友告知（47.4%）【參照圖 29】。

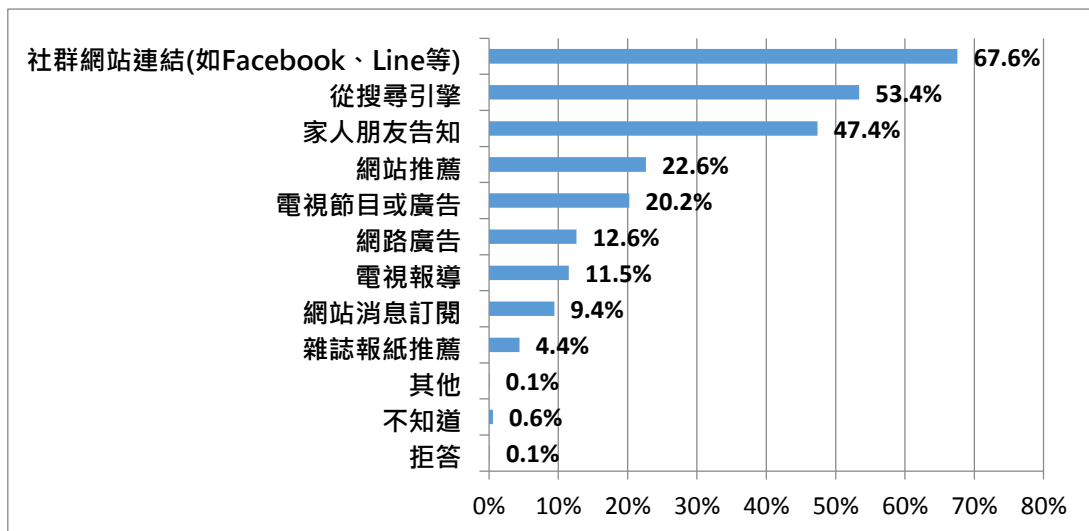


圖 29 觀看影片的訊息來源

Base：N=762，複選（有填答所觀賞之線上共享創作影音平台影片類型者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾是否觀賞過線上共享創作影音平台的內容，於居住地區達顯著差異。

依區域別區分，桃竹苗和高屏澎地區有觀賞過線上共享創作影音平台內容的比例較高，分別為 86.5%和 86.0%。民眾會觀賞的影片類型，北北基、桃竹苗和雲嘉南地區以娛樂戲劇節目或是電影（完整版）所占比例最高，中彰投、高屏澎和宜花東地區則是以娛樂戲劇節目或是電影（片段或精華）所占比例最高，但較特別的是，桃竹苗地區觀賞微電影的比例（46.8%）明顯高於其他地區，而高屏

澎地區觀賞新聞型短片的比例（50.2%）明顯高於其他地區。關於民眾觀看影片的訊息來源，各地區皆以社群網站連結所占比例最高。

（2）基本差異分析

依據卡方檢定結果，民眾是否觀賞過線上共享創作影音平台的內容，於年齡呈現顯著差異。

依性別區分，男性有觀賞過線上共享創作影音平台內容的比例為 72.4%，略高於女性的 71.4%。關於線上共享創作影音平台，男性會觀賞的影片類型以趣味型短片所占比例最高（53.2%），女性則是以娛樂戲劇節目或是電影（片段或精華）為多數（56.0%）。關於民眾觀看影片的訊息來源，男性（67.2%）和女性（67.9%）皆以社群網站連結所占比例最高。

依年齡層區分，各年齡層有觀賞過線上共享創作影音平台內容的比例隨年齡遞減，以 26-35 歲的比例最高，達 88.9%，66 歲及以上的比例最低，占 27.4%。在觀賞的影片類型部分，16-25 歲民眾以趣味型短片的比例最高，26-35 歲以娛樂戲劇節目或是電影（完整版）比例最高，36-45 歲、46-55 歲、66 歲及以上民眾以娛樂戲劇節目或是電影（片段或精華）為多數，56-65 歲則是以新聞型短片為主。關於民眾觀看影片的訊息來源，56-65 歲民眾以從搜尋引擎所占比例最高（57.2%），66 歲及以上民眾以家人朋友告知為多數（64.3%），其餘年齡層皆以社群網站連結為主。

依婚姻狀況區分，除了鰥寡/分居者，未婚者和已婚者皆以有觀賞過線上共享創作影音平台內容的比例較高，分別為 88.7%和 64.8%。關於線上共享創作影音平台，各婚姻狀況會觀賞的影片類型皆以娛樂戲劇節目或是電影（片段或精華）為多數。關於民眾觀看影片的訊息來源，未婚者（73.7%）和已婚者（65.2%）以社群網站連結為主，鰥寡/分居者則以家人朋友告知所占比例最高（39.3%）。

（3）社會經濟身分差異分析

依據卡方檢定結果，民眾是否觀賞過線上共享創作影音平台的內容，於居住狀況、教育程度和職業呈現顯著差異。

依居住狀況區分，租屋者（79.1%）觀賞過線上共享創作影音平台內容的比例高於自有房屋者（69.7%）。

依教育程度區分，民眾有觀賞過線上共享創作影音平台內容的比例隨教育程度遞增，以碩士以上的比例最高，達 98.5%，大學的比例也有 9 成以上（91.6%）；而小學及以下的比例最低，僅有 13.5%。

依職業區分，民眾是否有觀賞過線上共享創作影音平台內容，以專業/科學及技術服務業、金融及保險業、醫療保健及社會工作服務業、電力及燃氣供應業、不動產業、藝術/娛樂及休閒服務業等職業的比例較高（皆達 9 成以上），家管（42.0%）和退休（30.9%）的比例較低。

（二）網路廣告收視情形 Q40

1. 整體分析

民眾對於網路廣告的想法，以「只要是我感興趣的，我不介意觀賞」為多數，占 37.9%，「我不喜歡網路廣告」則是占 31.9%【參照圖 30】。

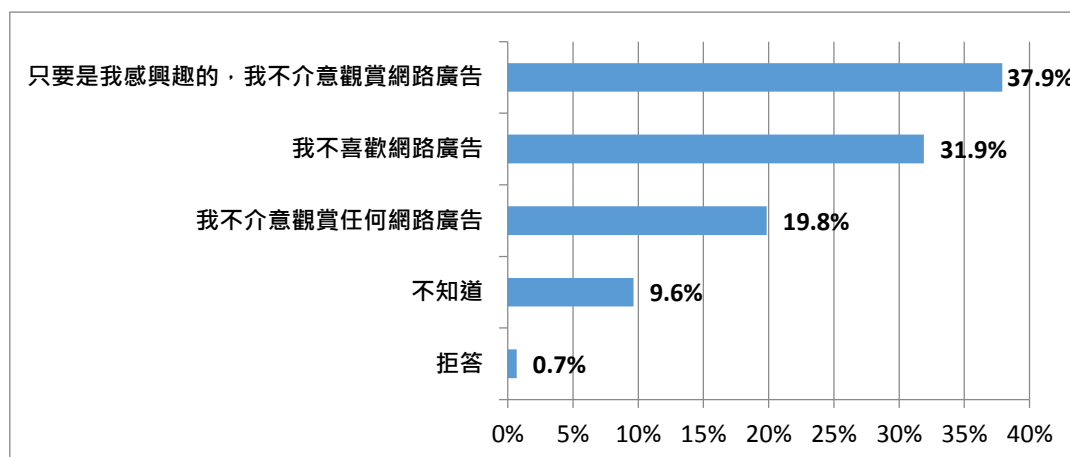


圖 30 哪一種說法最符合您對網路廣告的想法

Base：N=1,069

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域別區分，高屏澎（53.2%）和宜花東（40.0%）地區對於網路廣告的想法，以「只要是我感興趣的，我不介意觀賞網路廣告」為主，桃竹苗地區以「我不介意觀賞任何網路廣告」比例最高（42.8%），而北北基、中彰投和雲嘉南地區以「只要是我感興趣的，我不介意觀賞網路廣告」及「我不喜歡網路廣告」占多數（兩個選項比例差異不大）。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性（34.8%）和女性（40.9%）對網路廣告的想法，皆以「只要是我感興趣的，我不介意觀賞網路廣告」為主。

依年齡區分，關於民眾對網路廣告的想法，56-65 歲以「我不喜歡網路廣告」為主（37.3%），66 歲及以上以不知道占多數（35.5%），其他年齡層皆以「只要是我感興趣的，我不介意觀賞網路廣告」為多數。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況對網路廣告的想法主要都是「只要是我感興趣的，我不介意觀賞網路廣告」。

(三) 採取避免看到網路廣告之步驟 Q41

1. 整體分析

關於民眾所採取避免看到網路廣告的步驟，以不會採取任何防止措施（49.0%）為主，其次為勾選不觀看或不允許傳送該資訊（36.9%）【參照圖 31】。

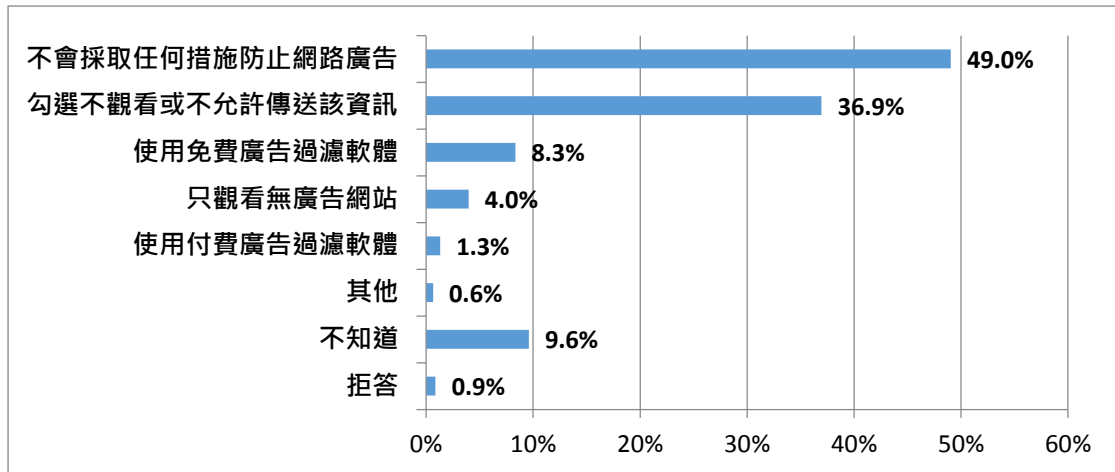


圖 31 避免看到網路廣告所採取步驟

Base：N=1,069，複選

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域別區分，北北基和桃竹苗地區選擇不會採取任何措施防止網路廣告的比例最高，桃竹苗地區甚至高達 71.1%；中彰投（45.9%）、雲嘉南（40.9%）、高屏澎（49.0%）和宜花東（44.7%）地區主要以勾選不觀看或不允許傳送該資訊來避免看到網路廣告。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性（51.4%）和女性（46.7%）皆選擇不會採取任何措施防止網路廣告為主。

依年齡區分，16-25 歲（43.4%）、26-35 歲（44.7%）、36-45 歲（52.2%）民眾主要以勾選不觀看或不允許傳送該資訊來避免看到網路廣告，46-55 歲（50.4%）、56-65 歲（60.4%）、66 歲及以上（59.1%）民眾則以不會採取任何措施防止網路廣告為多數。

依婚姻狀況區分，未婚者（48.7%）大多以勾選不觀看或不允許傳送該資訊來避免網路廣告，已婚（54.7%）、鰥寡/分居者（52.0%）以不會採取任何措施防止網路廣告為主。

(四) 對 YouTuber 推薦特定公司產品或品牌的看法 Q42

1. 整體分析

民眾認為 YouTuber 支持分享或支持特定產品/品牌的理由，以該公司或品牌付費給 YouTuber 做網路行銷的比例最高，達 41.2%，其次為 YouTuber 認為他們的追蹤者/粉絲會對這個訊息感興趣或是有用處所以主動推薦（13.1%），而不知道的比例甚高，達 33.2%【參照圖 32】。

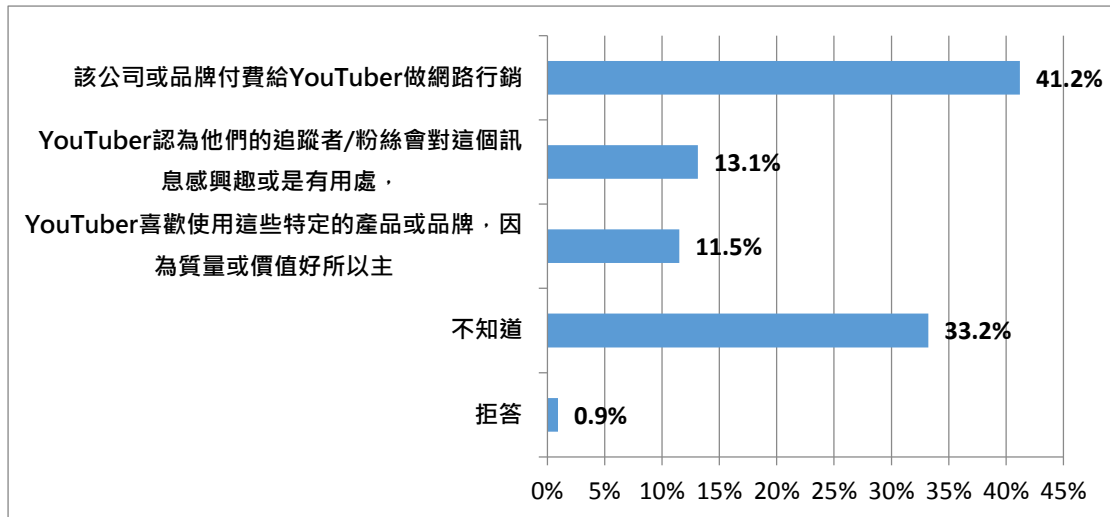


圖 32 認為 YouTuber 支持分享或支持特定產品/品牌的理由

Base：N=1,069

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依據卡方檢定結果，民眾認為 YouTuber 支持分享或支持特定產品/品牌的理由，於居住地區達顯著差異。

依區域別區分，各地區認為 YouTuber 支持分享或支持特定產品/品牌的理由，皆以該公司或品牌付費給 YouTuber 做網路行銷為主，其中以高屏澎地區比例最高（48.6%），北北基地區比例最低（31.9%）；覺得 YouTuber 認為他們的追蹤者/粉絲會對這個訊息感興趣或是有用處所以主動推薦，以桃竹苗地區比例最高（18.4%），中彰投地區比例最低（7.2%）；覺得 YouTuber 喜歡使用這些特定的產品或品牌，因為質量或價值好所以主動推薦，以桃竹苗地區的比例最高（20.3%），宜花東地區的比例最低（8.3%）；而認為不知道的民眾則是以北北基地區比例最高（44.2%）。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性和女性認為 YouTuber 支持分享或支持特定產品/品牌的理由，皆以該公司或品牌付費給 YouTuber 做網路行銷為主，比例分別為 42.4%和 40.0%。

依年齡區分，除了 56-65 歲（45.6%）、66 歲及以上（72.3%）民眾以不知道為多數外，其餘年齡層認為 YouTuber 支持分享或支持特定產品/品牌的理由，皆以該公司或品牌付費給 YouTuber 做網路行銷所占比例最高。

依婚姻狀況區分，未婚者認為 YouTuber 支持分享或支持特定產品/品牌的理由，以該公司或品牌付費給 YouTuber 做網路行銷為主，占 51.4%，已婚者、鰥寡/分居者則是不知道為多數。

七、網路廣播收聽行為

(一) 網路即時廣播收聽方式 Q43Q44

1. 整體分析

民眾所知悉可以收聽即時廣播的方式，以透過手機（55.9%）占多數，其次為透過電腦連接網路（24.9%），而都不知道的民眾則占 37.9%【參照圖 33】。此外，民眾主要透過手機收聽即時廣播（52.1%），但有 36.4%的民眾雖知道收聽即時廣播方式，卻都沒有用過【參照圖 34】。

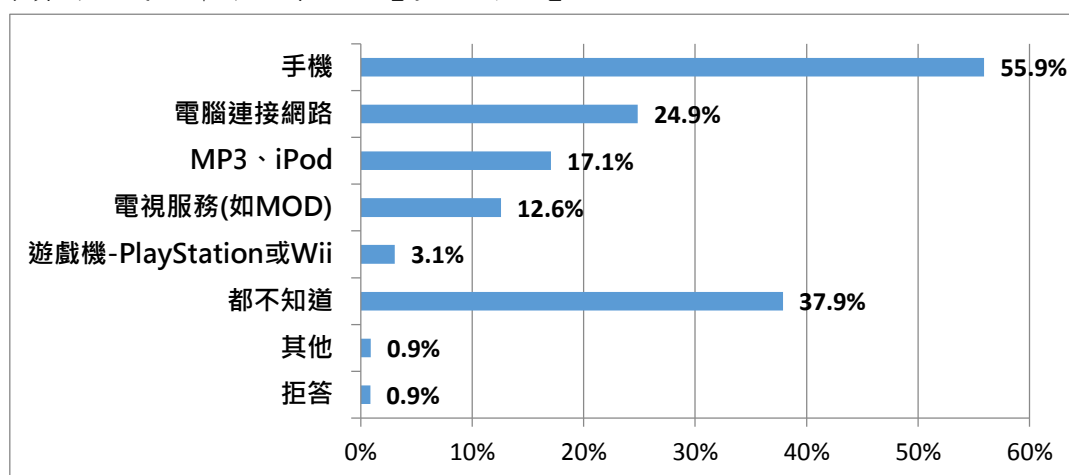


圖 33 民眾知悉可收聽即時廣播之方式

Base：N=1,069，複選

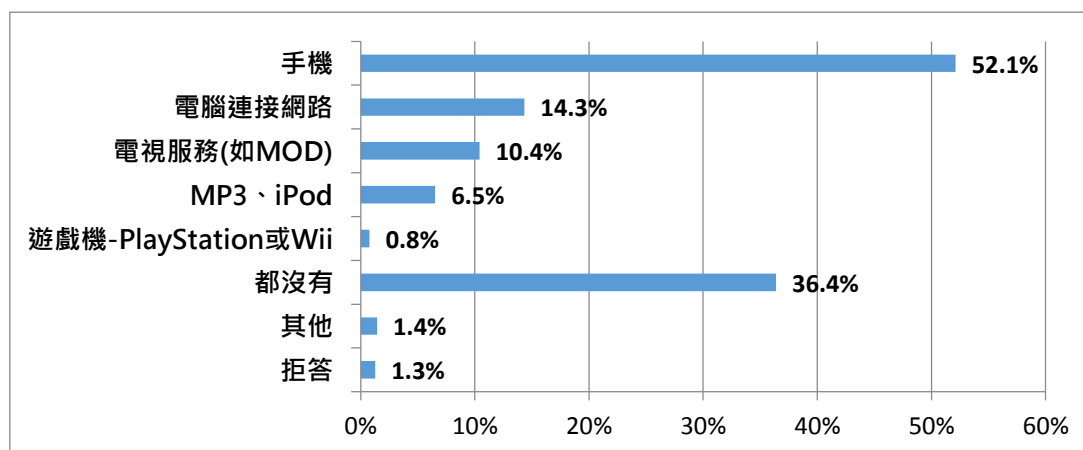


圖 34 民眾收聽即時廣播的方式

Base：N=655，複選（知道如何收聽即時廣播者）

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域別區分，對於民眾知道可以透過何種方式收聽即時廣播，除了北北基地區以都不知道的的比例（48.2%）最高外，其他地區皆以透過手機為主，而桃竹

苗地區知道可以透過電腦連接網路及透過 MP3、iPod 的比例皆明顯高於其他地區。關於民眾透過何種方式收聽即時廣播，桃竹苗地區以都沒有占多數(58.1%)，且都沒有的比例也是各地區當中最高者，而其他地區皆以透過手機為主要管道。

(2) 基本差異分析

依性別區分，男性(56.4%)和女性(55.5%)知道可以收聽即時廣播的方式，皆以透過手機為主，且兩者皆最常透過手機收聽即時廣播。

依年齡區分，對於民眾知道可以透過何種方式收聽即時廣播，除了 56-65 歲(50.5%)、66 歲及以上(73.7%)以都不知道的的比例最高外，其他年齡層皆以知道可以透過手機為多數。關於收聽情形，除了 66 歲及以上民眾以都沒有收聽的比例最高(47.6%)外，其餘年齡層皆最常透過手機收聽即時廣播。

依婚姻狀況區分，未婚者(66.2%)和已婚者(53.2%)知道可以收聽即時廣播的方式，皆以透過手機為多數，鰥寡/分居者(56.8%)則是以都不知道的的比例較高。關於收聽情形，各婚姻狀況皆最常透過手機收聽即時廣播。

(二) 重聽廣播內容收聽行為 Q45Q46Q47

1. 整體分析

民眾所知悉可以重聽廣播內容的方式，以廣播電台網站(27.7%)和廣播電台 App(22.7%)為主，都不知道的的比例則是占 62.4%【參照圖 35】。進一步詢問民眾重聽廣播內容的方式，同樣以廣播電台網站(36.2%)和廣播電台 App(22.6%)為多數，近 5 成民眾雖知道此重聽廣播方式，並沒有據以重聽廣播內容【參照圖 36】。

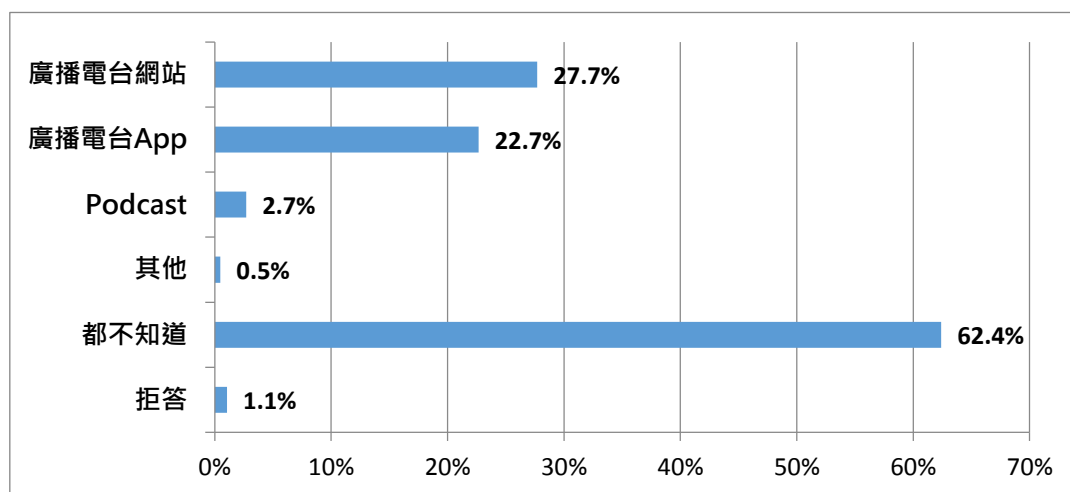


圖 35 知道可以重聽廣播內容之方式

Base：N=1,069，複選

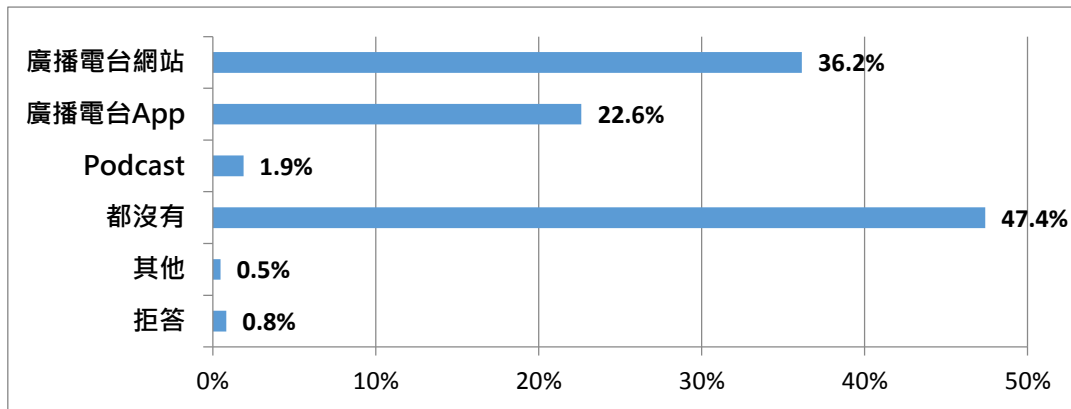


圖 36 重聽廣播內容的方式

Base：N=390，複選（知道如何重聽廣播者）

而民眾使用手機來收聽廣播的方式，以透過廣播電台網站收聽直播節目（50.2%）為主，其次為透過 App 收聽現場直播節目（35.2%）【參照圖 37】。

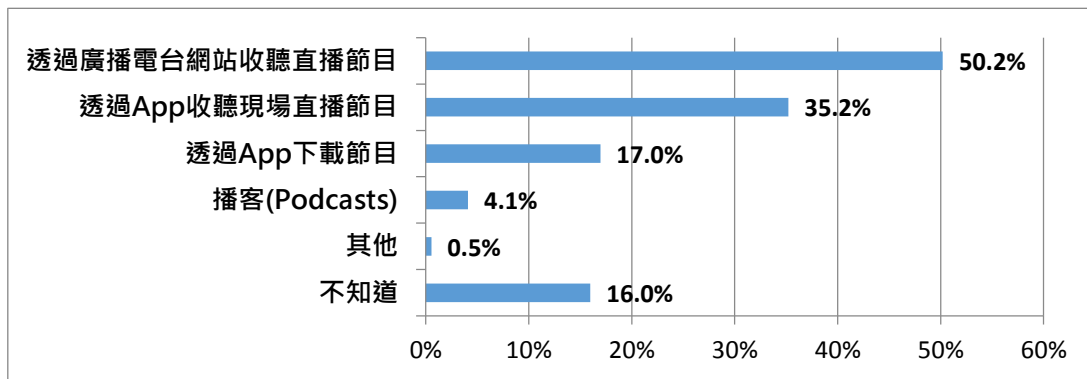


圖 37 使用手機來收聽廣播的方式

Base：N=341，複選（有透過手機收聽即時廣播者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，關於民眾知道可以透過何種方式重聽廣播內容，各地區皆以都不知道占多數，且比例都超過 5 成以上。中彰投（45.2%）和高屏澎（54.5%）地區主要是透過廣播電台網站重聽廣播內容，北北基（55.4%）、桃竹苗（65.9%）、雲嘉南（45.0%）和宜花東（54.3%）地區則是都沒有重聽的比例最高。而使用手機方面，各地區皆是透過廣播電台網站收聽直播節目作為主要收聽廣播的方式。

（2）基本差異分析

依性別區分，關於民眾知道可以透過何種方式重聽廣播內容，男性（61.8%）和女性（63.0%）皆以都不知道占多數，且兩者大多都沒有重聽廣播內容。在使用手機方面，男性（50.4%）和女性（50.0%）皆以透過廣播電台網站收聽直播節目為主要收聽廣播的方式。

依年齡區分，關於民眾知道可以透過何種方式重聽廣播內容，各年齡層皆以都不知道的比例最高，而 16-25 歲（49.9%）、26-35 歲（50.0%）、36-45 歲（54.9%）

民眾大多都沒有重聽廣播內容，46-55 歲（39.6%）、56-65 歲（49.2%）、66 歲及以上（70.2%）民眾則以廣播電台網站重聽為主。在使用手機方面，除了 36-45 歲民眾以透過 App 收聽現場直播節目的比例最高（47.1%），其他年齡層皆以透過廣播電台網站收聽直播節目為多數。

依婚姻狀況區分，關於民眾知道可以透過何種方式重聽廣播內容，各婚姻狀況皆以都不知道占多數，而未婚者（46.2%）和已婚者（48.8%）大多都沒有重聽廣播內容，鰥寡/分居者則以廣播電台網站重聽為多數（49.0%）。在使用手機方面，各婚姻狀況皆以透過廣播電台網站收聽直播節目為主要收聽廣播的方式。

八、App 使用行為

（一）下載 App 情形 Q48Q49Q50

1. 整體分析

民眾所使用的手機系統，以 Android（58.4%）為主，iOS 則占了 27.0%【參照圖 38】。至於是否知道如何下載行動應用程式（App）至手機，知道的比例為 86.8%，不知道的比例為 13.1%【參照圖 39】。

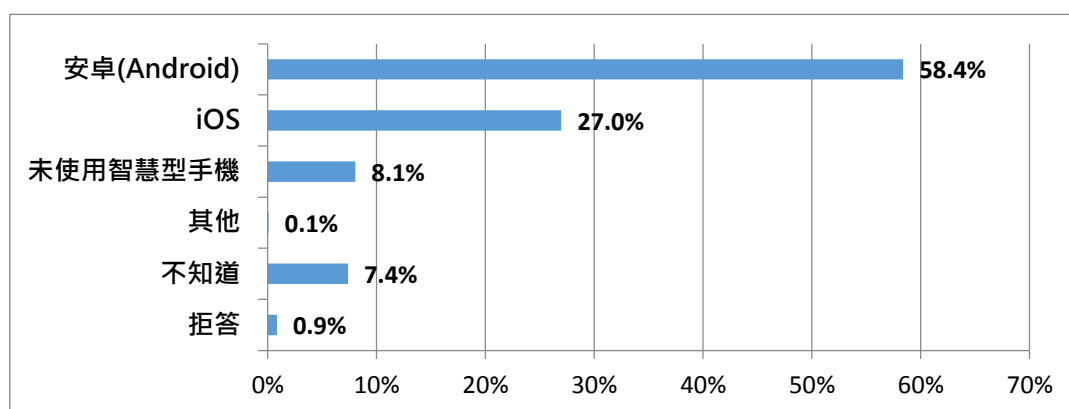


圖 38 手機使用的系統

Base：N=1,069，複選

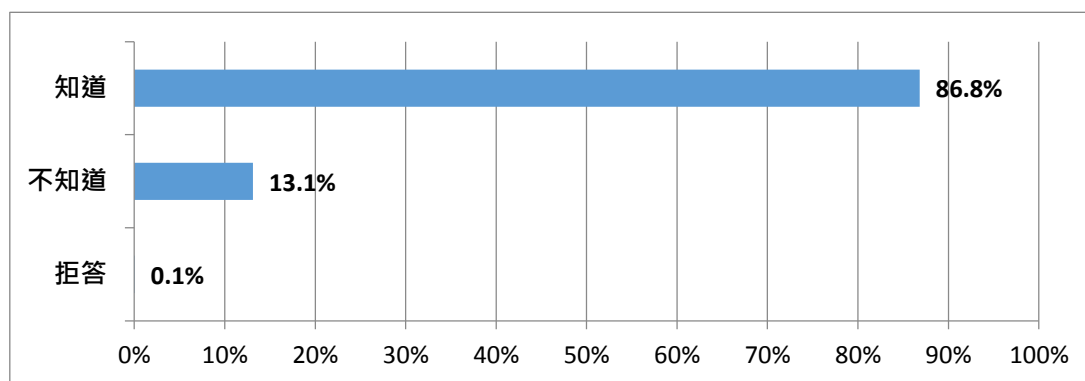


圖 39 是否知道如何下載行動應用程式

Base：N=895（知道自己使用的手機系統為何者）

民眾在最近 12 個月下載 APP 的狀況，以都是免費應用程式為主（77.9%），其次為免費應用程式居多（18.4%）【參照圖 40】。

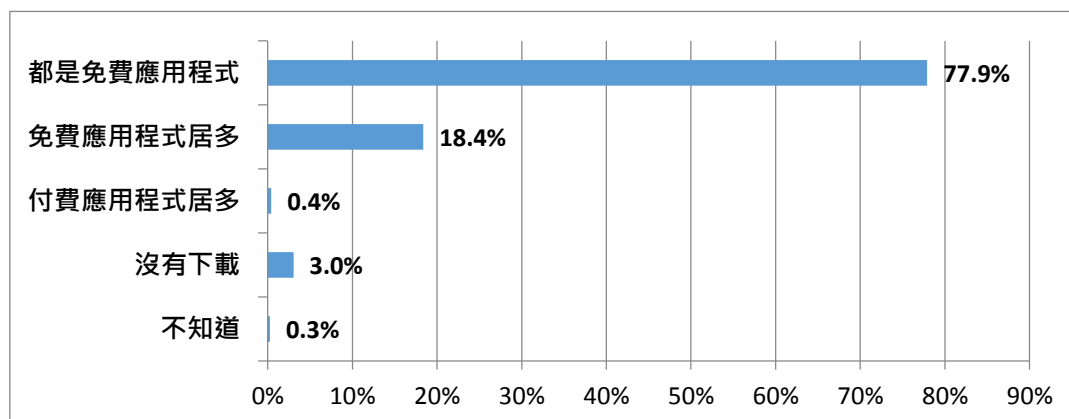


圖 40 最近 12 個月下載 App 狀況

Base：N=777（知道如何下載行動應用程式者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾是否知道如何下載行動應用程式（App）到手機，於居住地區達顯著差異。

依區域別區分，各地區使用的手機系統皆以 Android 為多數，而中彰投（12.1%）和雲嘉南（12.5%）地區未使用智慧型手機的比例相對較高。各地區知道如何下載行動應用程式（App）到手機的比例皆達 8 成以上，桃竹苗地區更高達 96.7%。關於民眾最近 12 個月下載 App 的狀況，各地區皆以「都是免費應用程式」為多數，其中桃竹苗地區的比例最高（94.5%）。

（2）基本差異分析

依據卡方檢定結果，民眾是否知道如何下載行動應用程式（App）到手機，於年齡達顯著差異。

依性別區分，男性（59.6%）和女性（57.2%）使用的手機系統皆以 Android 為多數，且兩者知道如何下載行動應用程式（App）到手機的比例皆達 8 成 5 以上，分別為 87.7%和 85.9%。最近 12 個月下載 App 的狀況，男性（76.4%）和女性（79.4%）皆以都是免費應用程式為主。

依年齡區分，各年齡層使用的手機系統皆以 Android 為主，且民眾使用 iOS 系統的比例幾乎隨年齡遞減，以 26-35 歲的比例最高（47.1%），66 歲及以上的比例最低（4.5%），而 66 歲及以上民眾未使用智慧型手機的比例明顯高於其他年齡層，達 38%。在行動應用程式（App）方面，除了 66 歲及以上民眾知道與不知道如何下載到手機的比例差不多外，其餘年齡層民眾皆以知道如何下載為多數，且知道的比例隨年齡層遞減，以 16-25 歲的比例最高，達 98.7%，66 歲及以上的比例最低，占 49.5%。最近 12 個月下載 App 的狀況，各年齡層皆以都是免費應用程式為主，且比例都達 7 成以上，其中 66 歲及以上民眾更高達 94.9%

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況皆以知道如何下載行動應用程式（App）到手機為多數，其中未婚者比例最高（97.0%），鰥寡/分居者比例最低（65.9%）。各婚姻狀況使用的手機系統皆以 Android 為主，但鰥寡/分居者未使用智慧型手機的比例明顯較高（29.1%）。最近 12 個月下載 App 的狀況，各婚姻狀況皆以都是免費應用程式為主，其中鰥寡/分居者比例最高，達 84.3%。

（3）社會經濟身分差異分析

依據卡方檢定結果，民眾是否知道如何下載行動應用程式（App）到手機，於居住狀況和教育程度達顯著差異。

依居住狀況區分，租屋者（91.3%）知道如何下載行動應用程式（App）到手機的比例高於自有房屋者（84.9%）。

依教育程度區分，民眾知道如何下載行動應用程式（App）到手機的比例隨教育程度遞增，以小學及以下的比例最低（41.9%），碩士以上的比例最高（98.2%）。

（二）App 應用情形 Q51Q52

1. 整體分析

有關民眾曾下載的 App 類型，以遊戲（36.4%）、娛樂（影音、小遊戲、漫畫）（29.0%）、社交（26.9%）、導航（26.7%）和購物（26.4%）較多【參照圖 41】。而民眾較常使用的 APP 類型，以遊戲（28.3%）的比例最高，其次為社交（21.5%）、娛樂（19.9%）【參照圖 42】。

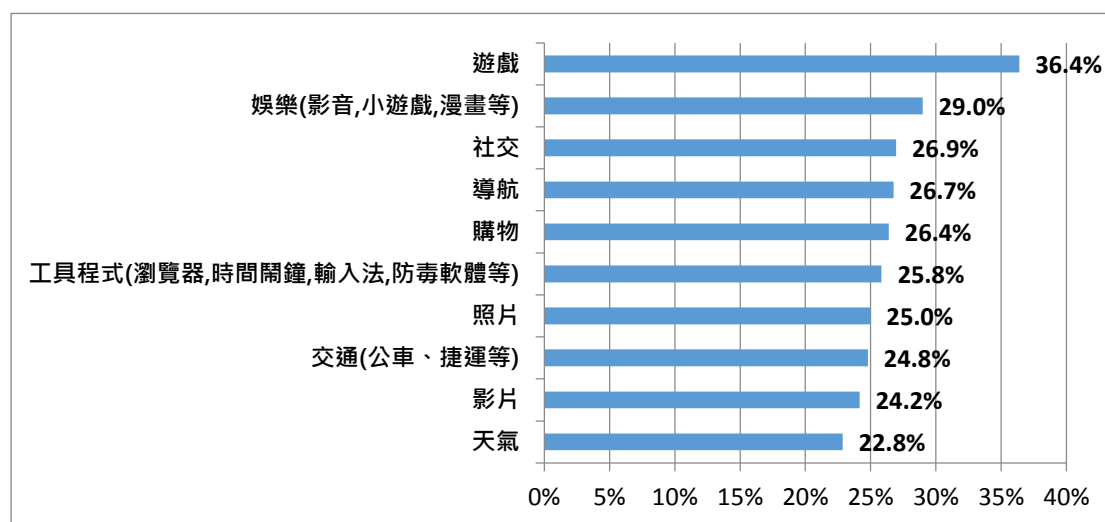


圖 41 曾下載應用程式之情形（前十名）

Base：N=751，複選（最近 12 個月有下載行動應用程式者）

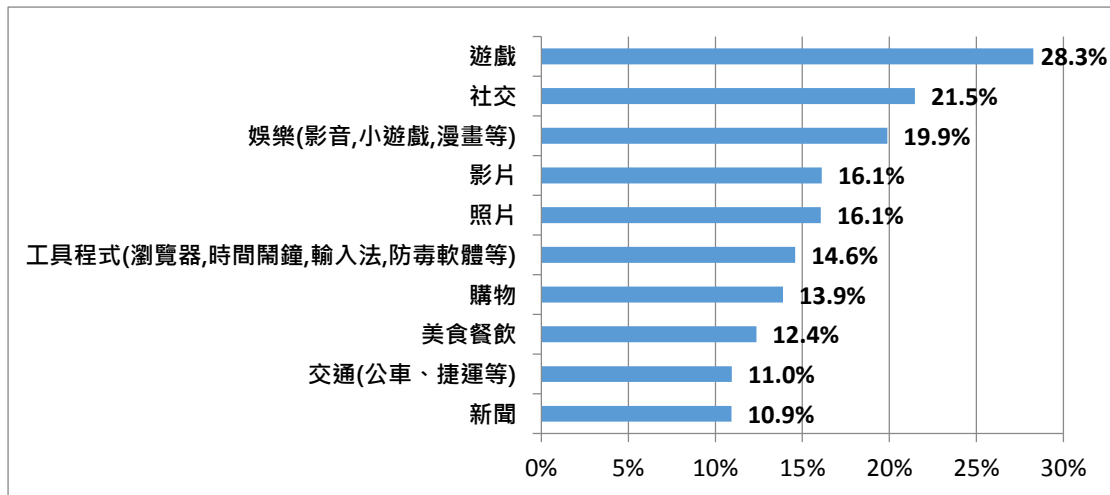


圖 42 應用程式使用情形（前十名）

Base：N=742，複選（知道曾下載之 App 類型者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，除了桃竹苗地區曾下載的 App 類型以照片所占比例(61.5%)最高外，其他地區皆以遊戲為多數，且桃竹苗地區曾下載購物、照片、娛樂、社交、生產力工具和導航等類型 App 的比例都明顯高於其他地區。在較常使用的 App 類型方面，和曾下載的情形相似，除了桃竹苗地區以照片所占比例(44.7%)最高外，其他地區皆以遊戲為主，而桃竹苗地區使用照片、娛樂、社交、生產力工具和工具程式等類型 App 的比例也都明顯高於其他地區。

（2）基本差異分析

依性別區分，關於曾下載的 App 類型，男性(38.8%)和女性(34.0%)皆以遊戲的比例最高，且兩者都最常使用遊戲類型的 App。

依年齡區分，關於曾下載的 App 類型，16-25 歲(49.0%)、26-35 歲(42.2%)、36-45 歲(37.8%)以遊戲為主，46-55 歲(31.7%)、66 歲及以上(34.7%)以導航為主，56-65 歲民眾則是工具程式的比例(32.2%)最高。在較常使用的 App 類型方面，16-25 歲(37.6%)、26-35 歲(33.3%)、36-45 歲(29.7%)、46-55 歲(22.5%)皆以遊戲為主，56-65 歲(25.6%)、66 歲及以上(25.6%)則以社交為主。

依婚姻狀況區分，未婚者曾下載的 App 類型以遊戲為主(47.1%)，已婚者以導航的比例較高(33.4%)，鰥寡/分居者則以購物為多數(34.5%)。在較常使用的 App 類型方面，未婚者以遊戲為主(38.0%)，已婚者以社交為主(22.6%)，鰥寡/分居者則以娛樂為多數(26.7%)。

九、行動支付使用行為

(一) 行動支付使用情形 Q53

1. 整體分析

民眾有使用行動支付（使用行動裝置進行支付行為）的比例，占 17.2%，未使用行動支付者則占 79.3%【參照圖 43】。

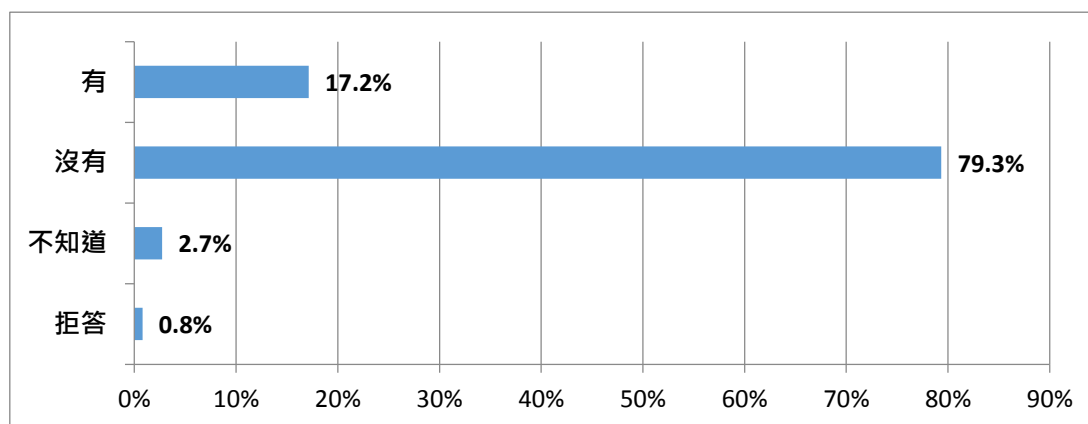


圖 43 行動支付使用情形

Base：N=1,069

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域別區分，高屏澎地區有使用行動支付的比例最高，占 21.5%，宜花東地區有使用行動支付的比例最低，占 11.7%。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有使用行動支付，於年齡呈現顯著差異。

依性別區分，男性有使用行動支付的比例為 18.5%，略高於女性（15.9%），兩者沒有使用行動支付的比例皆將近 8 成（79.1%和 79.5%）。

依年齡區分，26-35 歲（29.9%）和 36-45 歲（29.0%）有使用行動支付的比例較高，66 歲及以上有使用的比例最低，僅有 0.8%。

依婚姻狀況區分，未婚者有使用行動支付的比例最高，占 25.3%，鰥寡/分居者有使用行動支付的比例最低，僅有 4.1%。

(3) 社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾有沒有使用行動支付，於個人平均月收入、居住狀況、教育程度及職業呈現顯著差異。

依個人平均月收入區分，6 萬元以上有使用行動支付的比例最高，達 40.3%，1 萬-未滿 2 萬元有使用的比例僅占 5.4%。

依居住狀況區分，租屋者（24.8%）有使用行動支付的比例高於自有房屋者（14.7%）。

依教育程度區分，民眾有使用行動支付的比例隨教育程度遞增，小學及以下

有使用的比例最低（0.0%），大學（29.4%）及碩士以上（29.6%）程度民眾有使用的比例較高。

依**職業別**區分，出版、影音製作、傳播及資通訊服務業（61.6%）和專業、科學及技術服務業（40.1%）有使用行動支付的比例較高，農林漁牧業、家管、退休、在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者的比例較低。

（二）使用行動支付服務項目 Q54

1. 整體分析

民眾使用行動支付的服務，以 LINE Pay（39.6%）為主，Apple Pay（19.4%）、使用行動裝置線上刷卡（17.5%）和街口支付（13.9%）則各占 1 成以上的比例【參照圖 44】。

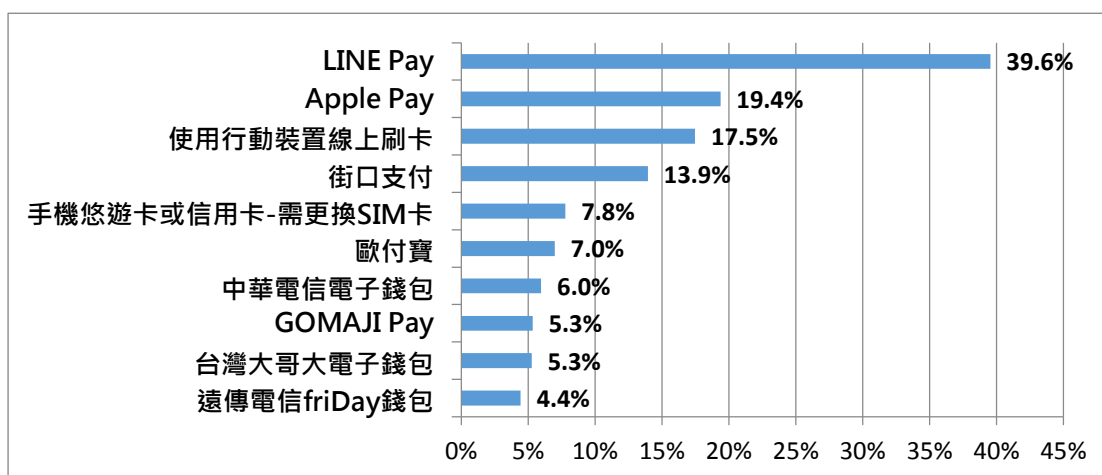


圖 44 使用行動支付服務類型（前十名）

Base：N=183，複選（有使用行動支付者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依**區域別**區分，關於民眾所使用的行動支付服務，除了宜花東地區以 Apple Pay 的比例較高（54.4%），其餘地區皆以 Line Pay 占多數。

（2）基本差異分析

依**性別**區分，男性（34.8%）和女性（44.9%）使用的行動支付服務皆以 Line Pay 比例最高。

依**年齡**區分，16-25 歲（33.8%）、26-35 歲（45.6%）、36-45 歲（56.0%）使用的行動支付服務以 Line Pay 為主，46-55 歲以 Apple Pay 為主（27.0%），56-65 歲則以使用行動裝置線上刷卡的比例最高（34.1%）。

依**婚姻狀況**區分，未婚者（43.5%）和已婚者（35.5%）使用的行動支付服務皆以 Line Pay 為主。

（三）使用行動支付情境 Q55

1. 整體分析

民眾使用行動支付的情境，以生活用品（38.9%）所占比例最高，Line 貼圖和購票（車票、電影票）則分別以 34.3%和 25.7%居次【參照圖 45】。

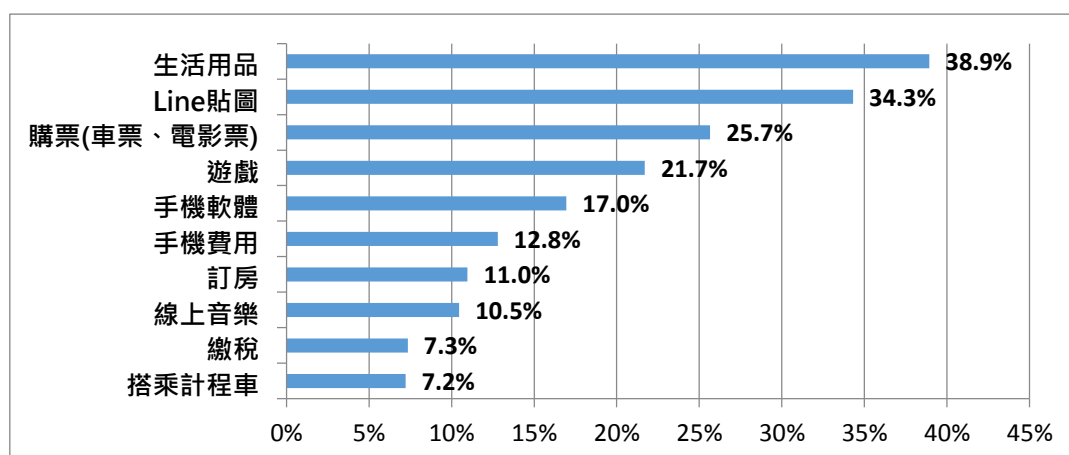


圖 45 使用行動支付情境（前十名）

Base：N=183，複選（有使用行動支付者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，北北基（38.2%）、桃竹苗（41.1%）和高屏澎（46.6%）地區較常在購買生活用品時使用行動支付，中彰投（43.7%）和雲嘉南（33.5%）地區較常在購買 LINE 貼圖時使用，宜花東地區則較常在購票時使用（65.1%），且較為特別的是，桃竹苗地區在繳稅時使用行動支付的比例高於其他地區。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（36.6%）和女性（41.5%）較常在購買生活用品時使用行動支付。

依年齡區分，16-25 歲較常在購買 Line 貼圖時使用行動支付（49.6%），46-55 歲民眾較常在購買 Line 貼圖（31.5%）或購票（31.5%）時使用行動支付，26-35 歲（35.7%）、36-45 歲（54.9%）、56-65 歲（42.0%）民眾則是在購買生活用品時使用比例較高。

依婚姻狀況區分，未婚者較常在購買 Line 貼圖時使用行動支付（39.4%），已婚者（37.9%）較常在購買生活用品時使用。

（四）每月透過行動支付的平均花費金額 Q56

1. 整體分析

民眾每月透過行動支付的平均花費金額為新台幣 1574 元（N=183，有使用行動支付者）。

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，民眾每月透過行動支付的平均花費金額，以宜花東地區最高，為新台幣 2225 元；以雲嘉南地區最低，為新台幣 607 元【參照表 10】。

表 10 每月透過行動支付的平均花費金額（區域別）

單位：新台幣

居住地區	平均金額
北北基	1968.92
桃竹苗	2165.43
中彰投	1088.62
雲嘉南	607.43
高屏澎	1538.48
宜花東	2225.22
總平均	1573.81

資料來源：本研究彙整。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性每月透過行動支付的平均花費金額為新台幣 1579 元，略高於女性的新台幣 1569 元。

依年齡區分，56-65 歲民眾每月透過行動支付的平均花費金額較高，達新台幣 2,007 元，16-25 歲民眾每月透過行動支付的平均花費金額最低，為新台幣 1,070 元。

依婚姻狀況區分，未婚者每月透過行動支付的平均花費金額較高，達新台幣 1,685 元，已婚者則為新台幣 1,485 元。

（五）使用或未使用行動支付之主要原因 Q57Q58

1. 整體分析

民眾會使用行動支付的主要原因，以方便為多數，占 85.1%【參照圖 46】；未使用行動支付的主要原因，則是以不需要（43.7%）及擔心它不安全（23.7%）所占比例較高【參照圖 47】。

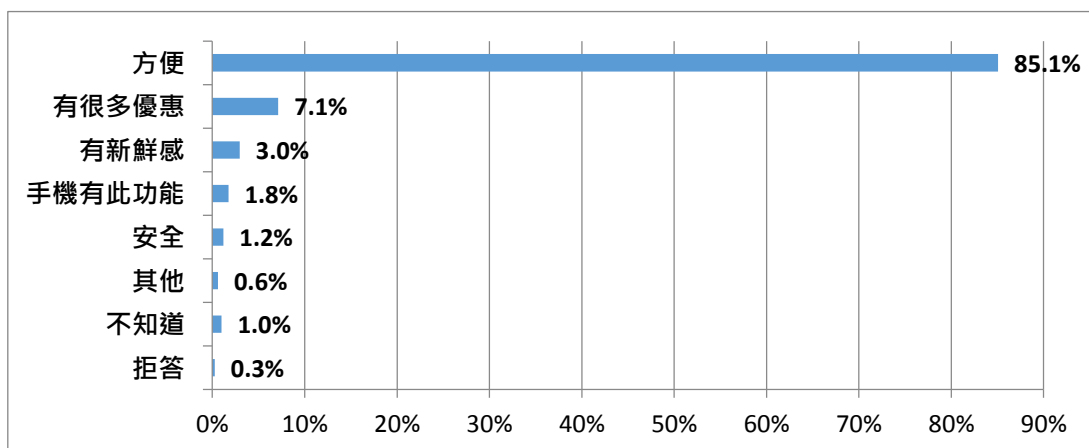


圖 46 使用行動支付的主要原因

Base：N=183（有使用行動支付者）

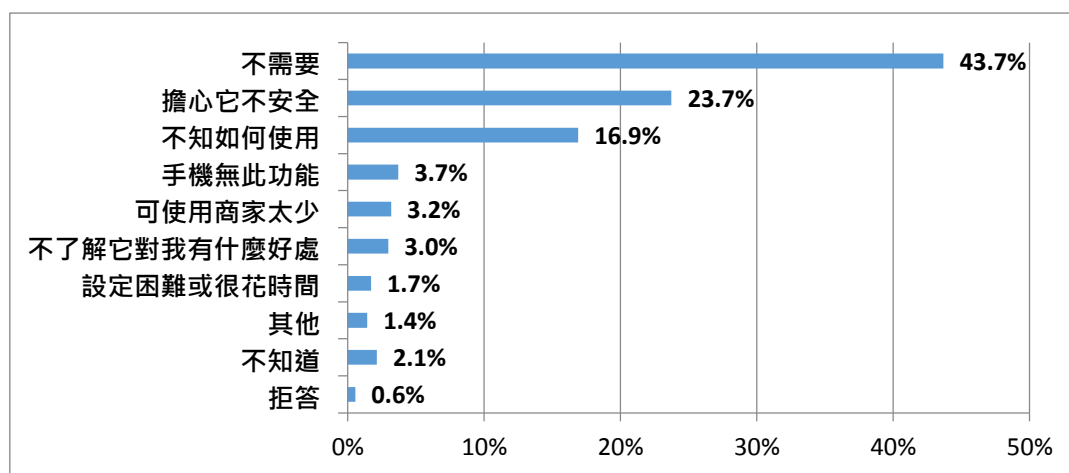


圖 47 未使用行動支付的主要原因

Base：N=848（沒有使用行動支付者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，各地區使用行動支付的主要原因皆為方便，且比例都在 7 成以上；而各地區未使用行動支付的主要原因皆以民眾認為不需要占多數。

（2）基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾沒有使用行動支付的主要原因，於性別達顯著差異。

依性別區分，男性和女性使用行動支付的主要原因皆以方便為主，比例分別為 88.2%和 81.5%；男性（44.8%）和女性（42.6%）沒有使用行動支付的主要原因皆以認為不需要為多數，而女性擔心它不安全的比例高於男性，男性則是不知如何使用的比例高於女性。

依年齡區分，各年齡層使用行動支付的主要原因皆為方便，比例都達 7 成 5 以上，其中 46-55 歲民眾更高達 100%。沒有使用行動支付的主要原因，除了 36-45 歲民眾以擔心它不安全為多數（38.8%），其餘年齡層皆以不需要所占比例最高。

依婚姻狀況區分，未婚者（82.4%）和已婚者（88.6%）使用行動支付的主要原因皆以方便為主；各婚姻狀況沒有使用行動支付的主要原因皆以不需要為多數。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾沒有使用行動支付的主要原因，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，租屋者（51.8%）和自有房屋者（41.2%）沒有使用行動支付的主要原因皆以認為不需要為多數，但自有房屋者不知如何使用的比例（19.6%）明顯高於租屋者（9.3%）。

（六）行動支付的重要性 Q59

1. 整體分析

關於行動支付的重要性，民眾覺得重要（合計非常重要及還算重要）的比例為 62.6%，覺得不重要（合計不太重要及非常不重要）的比例則占 35.5%【參照圖 48】。

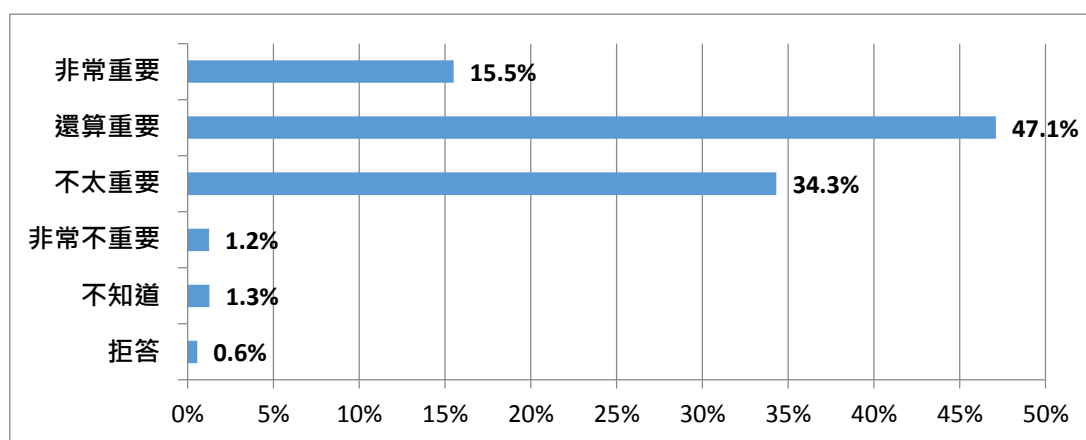


圖 48 行動支付的重要性

Base：N=183（有使用行動支付者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，除了雲嘉南地區覺得行動支付不重要（合計不太重要及非常不重要）的比例較高（47.7%），其餘地區皆覺得行動支付重要（合計非常重要及還算重要）。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（61.8%）和女性（63.5%）大多認為行動支付重要。

依年齡區分，除了 56-65 歲民眾認為行動支付不重要的比例（52.8%）較高，其餘年齡層皆認為行動支付重要。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況大多認為行動支付重要。

十、新聞資訊獲取

（一）民眾獲得新聞資訊管道 Q60Q61

1. 整體分析

民眾獲得新聞資訊的管道，以電視（84.4%）為主，其次為網路社群網站/APP（41.5%），紙本報紙和網路入口網站/APP 則各占 37.0%和 36.4%【參照圖 49】。而民眾主要獲得新聞資訊的管道，以電視（59.1%）所占比例最高，其次為網路社群網站/App（15.2%）、網路入口網站/App（8.1%）【參照圖 50】。

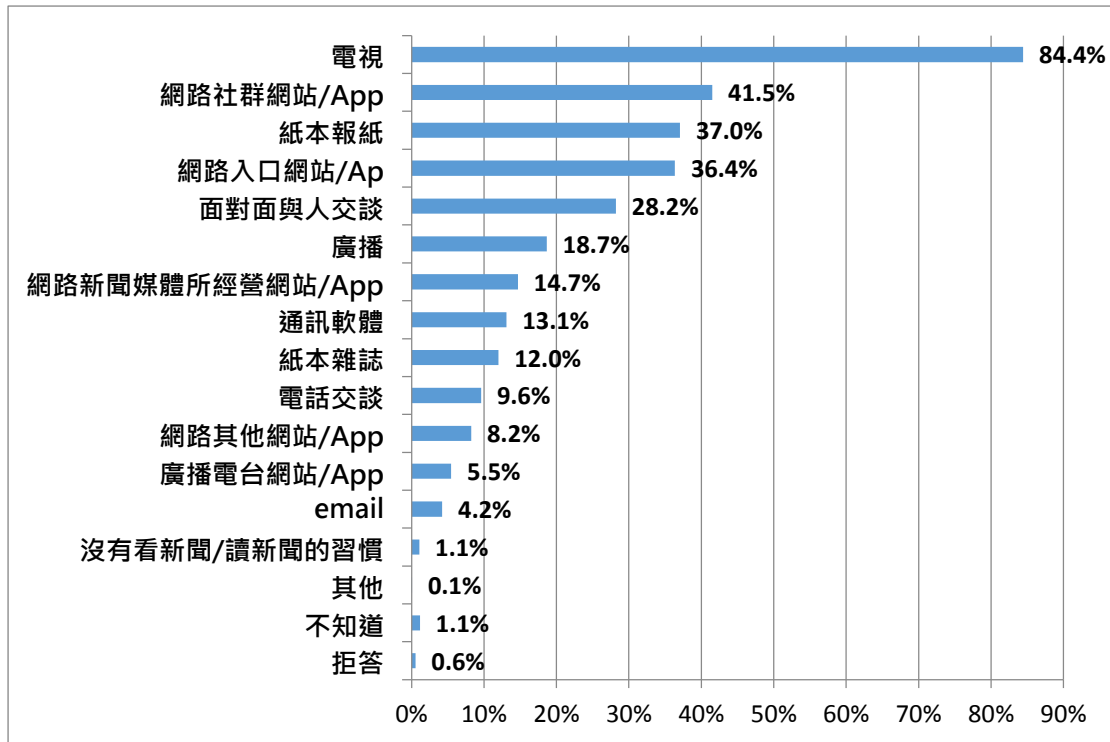


圖 49 民眾獲得新聞資訊的管道

Base：N=1,069，複選

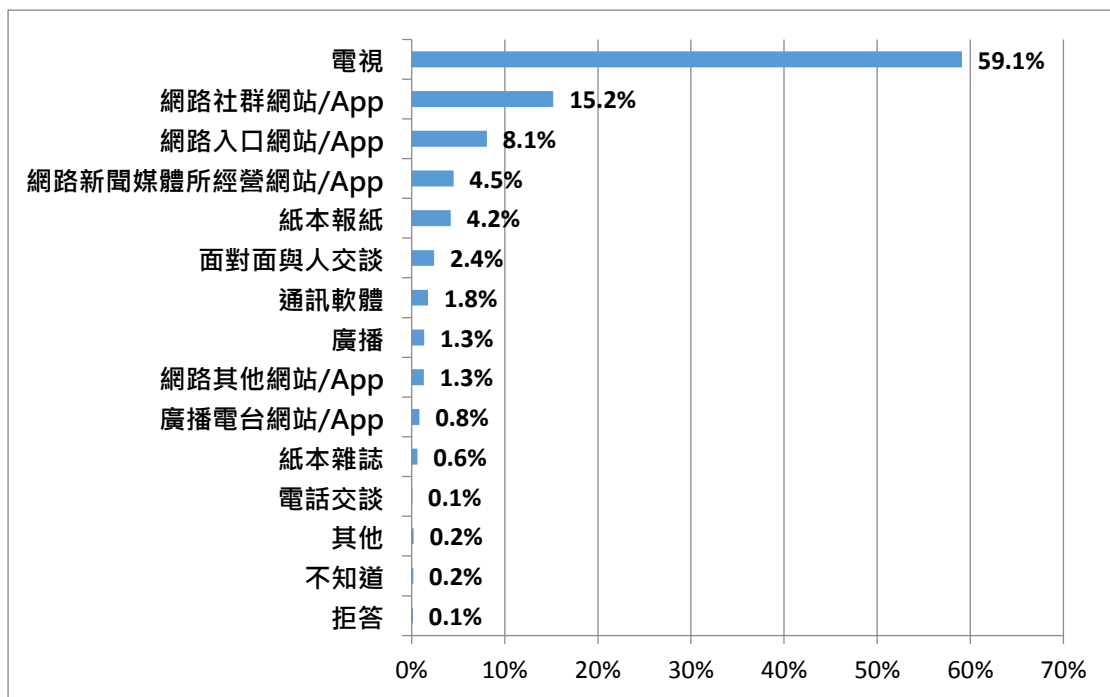


圖 50 新聞資訊獲取之主要管道

Base：N=1,040（有看/讀新聞者）

2. 比較分析

（1）區域差異分析

依區域別區分，各地區獲得新聞資訊的管道皆以電視為主，且比例都在 8 成以上，而桃竹苗地區透過紙本報紙、紙本雜誌、網路入口網站/App、網路社群網站以及面對面與人交談的比例相對其他地區較高。各地區主要獲得新聞資訊的管道同樣以透過電視為多數，比例介於 50%至 70%之間；其次都是透過網路社群網站，比例介於 10%至 20%之間。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（85.3%）和女性（83.6%）獲得新聞資訊的管道皆以電視所占比例最高，兩者主要獲得新聞資訊的管道同樣以電視為主，分別占 58.8%和 59.4%。

依年齡區分，各年齡層獲得新聞資訊的管道皆以電視為主，主要獲得新聞資訊的管道同樣為電視，且比例隨年齡遞增，以 16-25 歲民眾比例最低，占 38.8%，以 66 歲及以上民眾比例最高，達 87.1%。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況獲得新聞資訊的管道皆以電視所占比例最高，主要獲得新聞資訊的管道同樣為電視，其中以鰥寡/分居者比例最高，達 78.7%。

（二）新聞來源的準確性 Q62Q63Q64

1. 整體分析

民眾認為最準確的新聞來源，以電視為最高，占 51.2%，其次為紙本報紙（7.0%）、網路新聞媒體所經營網站/App（6.7%）【參照圖 51】。

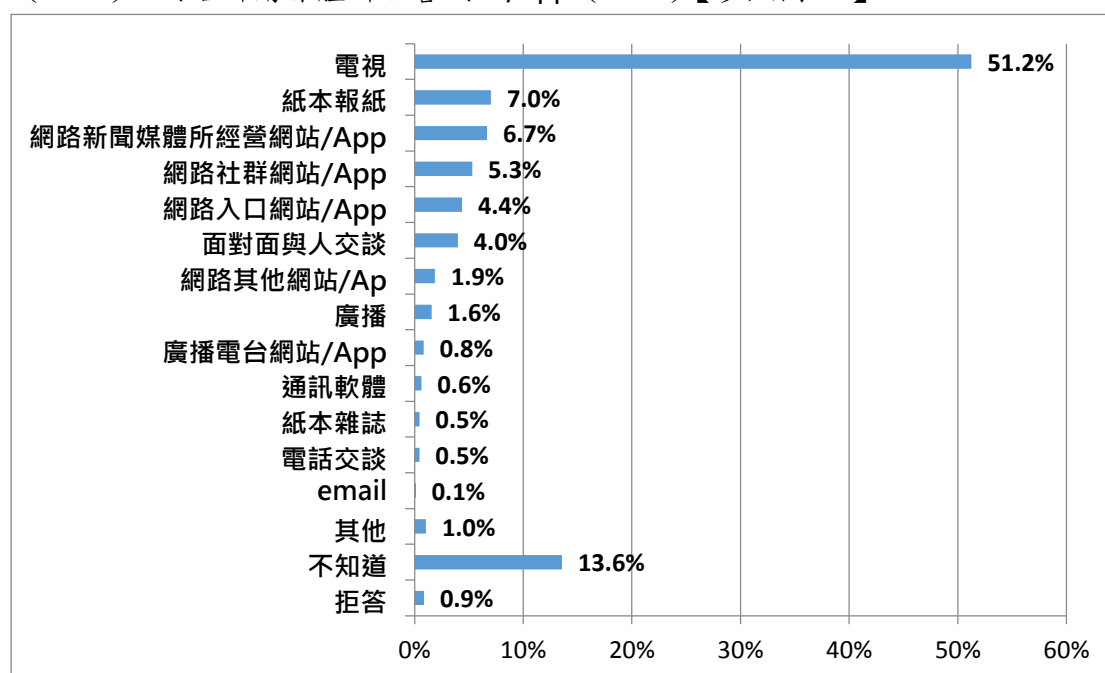


圖 51 民眾認為最準確的新聞來源

Base：N=1,069

民眾認為第二準確的新聞來源，以紙本報紙的比例最高（28.4%），其次為電視（15.7%）、網路入口網站/App（9.4%）【參照圖 52】。

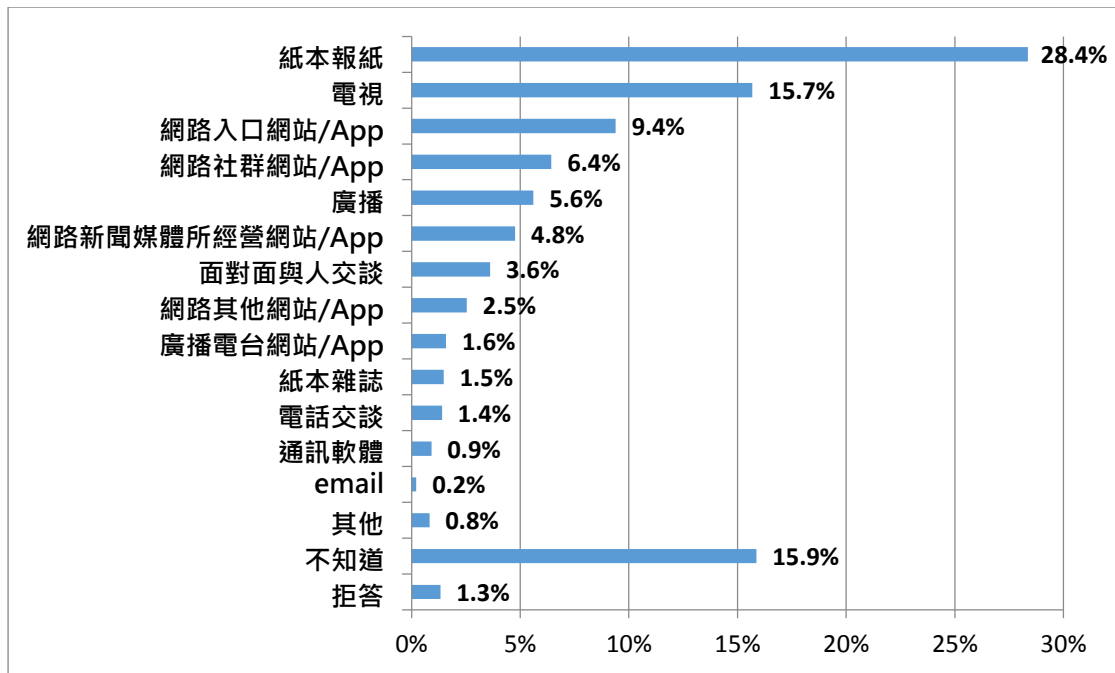


圖 52 民眾認為第二準確的新聞來源

Base：N=1,069

民眾認為第三準確的新聞來源，以紙本報紙的比例最高（14.5%），其次為網路入口網站/App（11.0%），其餘來源則是比例皆不到 10%，而不知道的比例達 22.9%【參照圖 53】。

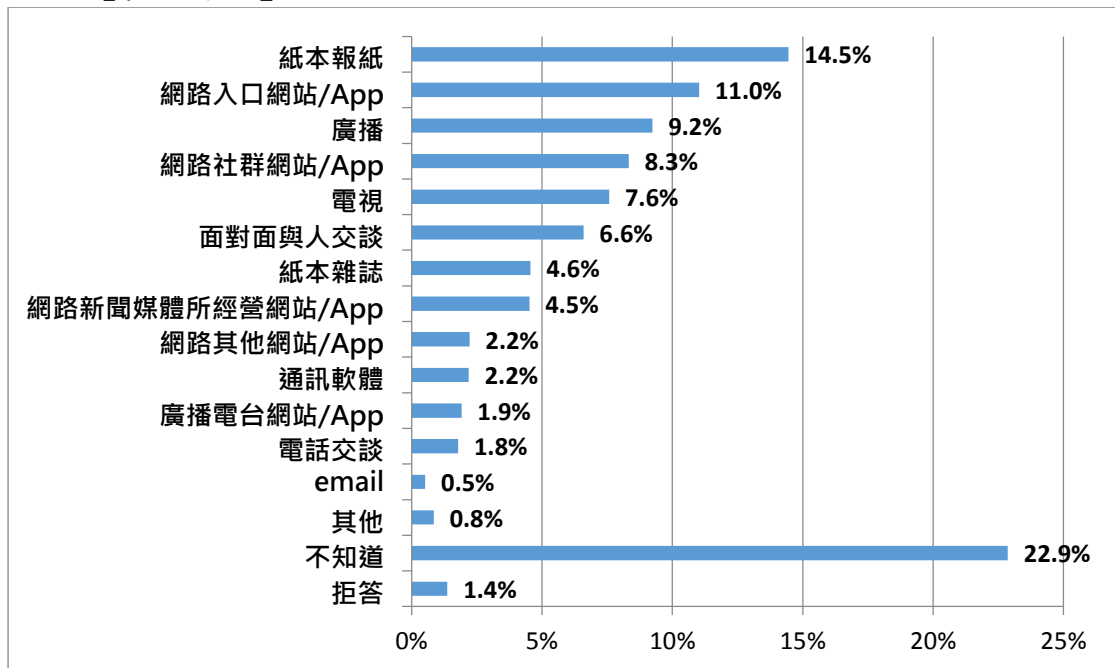


圖 53 民眾認為第三準確的新聞來源

Base：N=1,069

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依區域別區分，各地區認為最準確的新聞來源皆以電視所占比例最高（介於45%至60%之間），其中以北北基地區（56.7%）最高，其他來源則是比例皆不到10%。各地區認為第二準確的新聞來源皆以紙本報紙為多數，其中以北北基地區比例最高（35.2%），其次為桃竹苗地區（34.0%）。民眾認為第三準確的新聞來源，北北基（14.4%）、桃竹苗（19.4%）地區以網路入口網站/App 比例最高，中彰投（11.5%）、雲嘉南（17.7%）、宜花東（15.8%）地區以紙本報紙比例最高，高屏澎地區則以廣播比例最高（12.2%）。而桃竹苗地區認為網路社群網站/App 為第三準確新聞來源的比例，明顯高於其他地區（19.0%）。

（2）基本差異分析

依性別區分，男性（48.6%）和女性（53.8%）認為最準確的新聞來源皆為電視；兩者認為第二準確的新聞來源皆為紙本報紙，比例分別為27.5%和29.2%；兩者認為第三準確的新聞來源同樣以紙本報紙所占比例最高，分別為16.1%和12.9%。

依年齡區分，各年齡層認為最準確的新聞來源皆為電視，其中以66歲及以上民眾的比例最高（70.6%），16-25歲、26-35歲民眾的比例最低（37.7%）；各年齡層認為第二準確的新聞來源皆為紙本報紙，其中以66歲及以上民眾比例最高（39.3%），26-35歲民眾比例最低（18.4%）；民眾認為第三準確的新聞來源，除了66歲及以上民眾以廣播為多數（15.5%），其餘年齡層同樣以紙本報紙所占比例最高。

依婚姻狀況區分，各婚姻狀況認為最準確的新聞來源皆為電視，其中以鰥寡/分居者比例最高，達72.1%；各婚姻狀況認為第二準確的新聞來源皆為紙本報紙，其中以已婚者比例最高，達31.0%；民眾認為第三準確的新聞來源，未婚者（15.3%）、已婚者（14.3%）同樣以紙本報紙所占比例最高，鰥寡/分居者則是以網路入口網站/App 為多數（12.7%）。

（3）社會經濟身分差異分析

依據卡方檢定結果，民眾認為第三準確的新聞來源，於居住狀況達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（15.2%）和租屋者（11.7%）認為第三準確的新聞來源皆以紙本報紙所占比例最高。此外，除了電視、廣播、紙本報紙、電話交談和email，租屋者認為其他新聞來源為第三準確的比例，皆高於自有房屋者。

（三）新聞來源公正重要程度 Q65-Q77

1. 整體分析

關於民眾所認知新聞來源公正的重要程度，在電視方面，重要（合計非常重要與有點重要，以下同）占89.9%、不重要（合計不太重要與非常不重要，以下同）占4.2%；在紙本報紙方面，重要占87.9%、不重要占4.7%；在廣播方面，重要占84.9%、不重要占6.3%；在紙本雜誌方面，重要占83.6%、不重要則占7.7%【參照表11】。

表 11 新聞來源公正重要性

N=1,069

新聞來源	公正程度重要性					
	重要			不重要		
	非常重要	有點重要	加總	不太重要	非常不重要	加總
電視	66.0%	23.9%	89.9%	3.5%	0.8%	4.2%
紙本報紙	61.2%	26.7%	87.9%	3.7%	1.1%	4.7%
廣播	57.4%	27.5%	84.9%	5.6%	0.7%	6.3%
紙本雜誌	52.0%	31.6%	83.6%	6.3%	1.4%	7.7%
網路新聞媒體所經營網站/App	51.9%	30.6%	82.5%	4.7%	0.8%	5.4%
網路入口網站/App	48.8%	32.9%	81.8%	5.4%	1.1%	6.5%
廣播電台網站/App	50.0%	31.3%	81.3%	5.5%	0.6%	6.1%
網路社群網站/App	48.0%	32.0%	79.9%	6.3%	1.2%	7.6%
網路其他網站/App	45.2%	31.6%	76.8%	8.1%	1.4%	9.5%
通訊軟體	42.3%	34.0%	76.2%	8.8%	2.1%	10.9%
面對面與人交談	38.8%	34.1%	72.9%	13.0%	4.6%	17.5%
email	34.7%	33.0%	67.6%	12.9%	3.0%	15.9%
電話交談	30.2%	36.9%	67.0%	16.3%	4.4%	20.7%

資料來源：本研究彙整。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

依據卡方檢定結果，民眾認為面對面與人交談、電話交談、email 新聞來源是否公正的重要程度，於居住地區達顯著差異。

依區域別區分，各地區皆認為電視新聞來源是否公正是重要的，其中以桃竹苗地區認為重要的比例最高，達 96.2%；雲嘉南地區認為重要的比例最低，占 78.6%。各地區皆認為廣播新聞來源是否公正是重要的，以桃竹苗（92.6%）和高屏澎（92.7%）地區認為重要的比例較高，雲嘉南地區認為重要的比例最低（75.4%）。各地區皆認為紙本報紙新聞來源是否公正是重要的，其中以桃竹苗地區認為重要的比例最高，達 97.7%；雲嘉南地區認為重要的比例相對較低，占 74.6%。

(2) 基本差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為面對面與人交談、通訊軟體、email 新聞來源是否公正的重要程度，於性別達顯著差異；電話交談新聞來源是否公正的重要程度，於性別和年齡達顯著差異。

依性別區分，在面對面與人交談、電話交談、通訊軟體和 email 方面，女性

認為新聞來源是否公正重要的比例皆高於男性。

依年齡層區分，各年齡層皆認為電話交談新聞來源是否公正重要，但 66 歲及以上不知道或沒意見的比例明顯較高（27.5%）。

（3）社會經濟身分差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為面對面與人交談、電話交談新聞來源是否公正的重要程度，於教育程度呈現顯著差異；email 新聞來源是否公正的重要程度，於居住狀況和教育程度達顯著差異。

依居住狀況區分，自有房屋者（69.1%）認為 email 新聞來源是否公正重要的比例略高於租屋者（66.1%）。

依教育程度區分，在面對面與人交談方面，專科程度民眾認為新聞來源是否公正重要的比例最高，達 82.6%，碩士以上程度民眾認為不重要的比例明顯高於其他教育程度，達 46.3%，而小學及以下程度民眾則是不知道或沒意見的比例明顯較高（33.4%）。在電話交談方面，各教育程度皆以認為新聞來源是否公正重要占多數，而碩士以上程度認為重要（48.4%）與不重要（48.2%）的比例差不多。在 email 方面，除了碩士以上程度，民眾認為新聞來源是否公正重要的比例隨教育程度遞增，小學及以下程度的比例最低，僅有 31.0%，大學程度的比例最高，達 80.7%，而碩士以上程度認為重要的比例為 56.9%；此外，小學及以下程度回答不知道或沒意見的比例（61.8%）明顯高於其他教育程度者。

（四）新聞資訊來源公正程度 Q78-Q90

1. 整體分析

關於民眾所認知新聞來源的公正程度，在紙本報紙方面，有 71.8%的民眾認為公正（合計非常公正與還算公正，以下同），有 17%的民眾認為不公正（合計不太公正與非常不公正，以下同）；在電視方面，有 70.6%的民眾認為公正，有 22.2%的民眾認為不公正；在廣播方面，有 62.3%的民眾認為公正，有 15.3%的民眾認為不公正；在網路入口網站/App 方面，有 57.8%的民眾認為公正，有 20.9%的民眾認為不公正【參照表 12】。

表 12 不同新聞來源之公正程度

N=1,069

新聞來源	公正程度					
	公正			不公正		
	非常公正	還算公正	加總	不太公正	非常不公正	加總
紙本報紙	17.4%	54.4%	71.8%	14.4%	2.6%	17%
電視	23.8%	46.8%	70.6%	19.2%	3.1%	22.2%
廣播	16.7%	45.7%	62.3%	13.4%	1.9%	15.3%
網路入口網站/App	11.9%	45.9%	57.8%	18.1%	2.8%	20.9%
廣播電台網站/App	11.8%	45.9%	57.7%	14.7%	3.1%	17.7%
紙本雜誌	12.7%	43.1%	55.8%	24.1%	4.2%	28.3%
網路新聞媒體所經營網站/App	10.3%	45.5%	55.8%	19.9%	2.3%	22.1%
通訊軟體	6.7%	46.6%	53.3%	21.5%	3.1%	24.6%
網路社群網站/App	8.5%	44.5%	53%	21.1%	3.3%	24.4%
面對面與人交談	8.5%	42.3%	50.7%	27.9%	5.8%	33.7%
網路其他網站/App	9.1%	40.2%	49.3%	20.8%	3.0%	23.8%
email	6.8%	38.8%	45.6%	20.1%	3.9%	24%
電話交談	7.2%	36.7%	43.9%	28.1%	7.1%	35.2%

資料來源：本研究彙整。

2. 比較分析

(1) 區域差異分析

卡方檢定結果顯示，民眾認為電視、廣播、紙本報紙、紙本雜誌、廣播電台網站/App、網路入口網站/App、網路社群網站/App、面對面與人交談、電話交談、通訊軟體、email 新聞來源的公正程度，於居住地區達顯著差異。

依區域別區分，在電視方面，高屏澎地區認為新聞來源公正的比例最高（78.2%），宜花東地區認為不公正的比例最高（29.4%）。在廣播方面，高屏澎地區認為新聞來源公正的比例最高（74.8%），宜花東地區認為不公正的比例最高（26.2%）。在紙本報紙方面，北北基地區認為新聞來源公正的比例最高（79.5%），宜花東地區認為不公正的比例最高（31.6%）。在紙本雜誌方面，除了宜花東地區認為新聞來源不公正為多數，占 47.4%，其餘地區皆以認為公正的比例較高。在廣播電台網站/App 方面，各地區皆認為新聞來源公正，以高屏澎地區比例最高（64.7%），雲嘉南地區比例最低（46.7%）。在網路入口網站/App 方面，各地區皆認為新聞來源公正，以桃竹苗地區認為公正的比例最高，達 72.0%，雲嘉南地區認為公正的比例最低，僅有 41.8%。在網路社群網站/App 方面，除了雲嘉南和

宜花東地區認為新聞來源公正和不公正的比例相差不大(認為公正的比例略高),其他地區皆以認為公正為主。在**面對面與人交談**方面,北北基、桃竹苗、雲嘉南和高屏澎地區皆以認為新聞來源公正所占比例較高,中彰投地區認為公正和不公正的比例差異不大,而宜花東地區則是認為不公正為多數。在**電話交談**方面,北北基、中彰投、雲嘉南和高屏澎地區皆以認為新聞公正為多數,桃竹苗地區認為公正和不公正的比例差不多,宜花東地區則是以認為不公正(55.5%)為主。在**通訊軟體**方面,除了宜花東地區以認為新聞來源不公正的比例較高(44.5%),其餘地區皆以認為公正為多數,其中桃竹苗地區的比例最高,達72%。在**email**方面,北北基、桃竹苗、中彰投和高屏澎地區以認為新聞來源公正為多數,雲嘉南和宜花東地區則是以認為不公正的比例較高。

(2) 基本差異分析

依據卡方檢定結果,民眾認為網路入口網站/App、網路其他網站/App、面對面與人交談、電話交談新聞來源的公正程度,於**性別**達顯著差異;民眾認為電視、紙本雜誌、廣播電台網站/App、網路其他網站/App 新聞來源的公正程度,於**年齡**呈現顯著差異。

依**性別**區分,在**網路入口網站/App**、**網路其他網站/App**、**面對面與人交談**方面,男性認為新聞來源公正的比例略高於女性。在**電話交談**方面,男性(43.9%)和女性(43.9%)認為新聞來源公正的比例相同。

依**年齡層**區分,在**電視**方面,各年齡層皆認為新聞來源公正,其中66歲及以上認為公正的比例最高(74.9%)。在**紙本雜誌**方面,各年齡層皆以認為新聞來源公正的比例較高,但此比例隨年齡遞減,66歲及以上認為公正的比例僅有37.9%,且66歲及以上回答不知道或沒意見的比例則明顯較其他年齡層為高(35.4%)。在**廣播電台網站/App**方面,除了66歲及以上回答不知道或沒意見為多數(51.8%),其他年齡層皆以認為新聞來源公正為主。在**網路其他網站/App**方面,民眾認為新聞來源公正的比例隨年齡遞減,16-25歲的比例最高,達62.7%,66歲及以上的比例最低,僅有27.9%,且66歲及以上回答不知道或沒意見的比例明顯較高(60.8%)。

(3) 社會經濟身分差異分析

依據卡方檢定結果,民眾認為電視、紙本雜誌、廣播電台網站/App、網路社群網站/App、面對面與人交談、電話交談、通訊軟體、email 新聞來源的公正程度,於**教育程度**呈現顯著差異。

依**教育程度**區分,在**電視**方面,各教育程度皆認為新聞來源公正,但碩士以上程度認為公正的比例最低(57.4%),而小學及以下回答不知道或沒意見的比例明顯高於其他教育程度。在**紙本雜誌**方面,除了小學及以下,其他教育程度皆認為新聞來源公正,而小學及以下程度認為公正的比例僅有24.8%、回答不知道或沒意見的比例達50.3%。在**廣播電台網站/App**方面,除了小學及以下回答不知道或沒意見為多數(63.5%),其他教育程度皆以認為新聞來源公正的比例較高,其中專科程度比例最高,達70.4%,小學及以下程度比例最低,僅有26.4%。在**網**

路社群網站/App 方面，除了小學及以下、國中或初中程度回答不知道或沒意見的比例占多數，其餘教育程度皆認為新聞來源公正。在**面對面與人交談**方面，除了碩士以上程度認為新聞來源不公正（56%），其餘教育程度皆以認為公正的比例較高，而小學及以下程度回答不知道或沒意見的比例相對其他教育程度為高。在**電話交談**方面，國中或初中、高中職、專科和大學程度皆以認為新聞來源公正為多數，小學及以下程度以回答不知道或沒意見的比例最高（40.0%），碩士以上程度則是認為不公正為主（59.5%）。在**通訊軟體**方面，除了小學及以下程度以回答不知道或沒意見的比例最高（65.0%），其餘教育程度皆以認為公正為多數。在**email** 方面，小學及以下、國中或初中程度以回答不知道或沒意見為多數，高中職、專科和大學程度以認為新聞來源公正為主，碩士以上程度則是認為公正（37.1%）和不公正（37.8%）的比例差異不大。

肆、 匯流發展問卷調查專家焦點座談

一、 匯流發展調查專家座談會議

(一) 專家座談會目的與討論議題：

本研究於完成「匯流發展」問卷分析後，根據研究發現彙整重要議題，邀請相關領域之產學專家舉辦焦點座談會，以深入探討所得數據意涵，並對產業現況與發展趨勢提出相關建議，作為擘劃通傳市場及法規政策走向評估之參考。

研究發現與討論議題歸納如下：

1. 研究發現一：新聞來源

連續兩年調查結果，我國 6 成以上民眾以電視作為最主要新聞資訊獲得管道，新媒體（含網站/App）均次。英國 2018 年收視新聞來源調查結果，電視亦為最主要新聞收視來源（79%），網路居次，佔 64%。

- 議題一：在匯流時代下，電視新聞仍為民眾選擇最主要新聞收視來源，電視新聞業者要如何維繫報導品質，滿足民眾知的權利？透過網路獲得新聞比例增加，而部分網路新聞並未經過守門人篩選，民眾要如何增加判讀能力，辨別假新聞？

2. 研究發現二：行動支付

我國民眾使用行動支付比例，106 年與 107 年調查結果皆不及 2 成，該比例與英國於 2018 年公布調查結果近似。

- 議題二：目前我國積極推廣行動支付，要如何增加誘因，以提升行動支付使用？

3. 研究發現三：線上串流影音收看

107 年調查結果顯示，我國曾收視線上串流影音服務者比例為 37.6%，較 106 年成長 6.8%，而其中 21.1% 有使用付費訂閱服務，佔所有受訪者之 7.93%。英國 2018 年第一季調查，有 39% 家戶採用線上串流影音訂閱服務。

- 議題三：相較國際間 OTT-V 快速發展趨勢，我國相對緩慢，可能造成差異結構性因素為何？在內容為王之時代，若我國發展 OTT 相關產業，是否有助於內容產業發展？

(二) 會議時間：107 年 9 月 27 日（四）9:30-12:00

(三) 會議地點：台經院本棟 208 會議室

(四) 與會人員：大葉大學王漢銘教授

世新大學江亦瑄教授

台灣數位匯流發展協會吳世昌理事長

臺灣 OTT 協會何明達秘書長

臺灣行動支付徐文玲副總

臺灣事實查核中心黃泓瑜代表
國家通訊傳播委員會
台灣經濟研究院
趨勢民意調查公司

(五) 會議議程：

9:20~9:30	❖ 報到
9:30~10:00	❖ 引言報告-「匯流發展」問卷調查初步成果報告
10:00~12:00	❖ 議題討論
	1. 在匯流時代下，電視新聞仍為民眾選擇最主要新聞收視來源，電視新聞業者要如何維繫報導品質，滿足民眾知的權利?透過網路獲得新聞比例增加，而部分網路新聞並未經過守門人篩選，民眾要如何增加判讀能力，辨別假新聞?
	2. 目前我國積極推廣行動支付，要如何增加誘因，以提升行動支付使用?
	3. 相較國際間 OTT-V 快速發展趨勢，我國相對緩慢，可能造成差異結構性因素為何?在內容為王之時代，若我國發展 OTT 相關產業，是否有助於內容產業發展?

(六) 專家意見：

本研究根據 106 年調查及本次調查結果的研究發現，提出幾項討論議題，彙整與會專家學者重點及建議如下，詳細會議記錄請參見附件二。

1. 研究發現一：新聞來源

連續兩年調查結果，我國 6 成以上民眾以電視作為最主要新聞資訊獲得管道，新媒體（含網站/App）均次。英國 2018 年收視新聞來源調查結果，電視亦為最主要新聞收視來源（79%），網路居次，佔 64%。

- 議題一：在匯流時代下，電視新聞仍為民眾選擇最主要新聞收視來源，電視新聞業者要如何維繫報導品質，滿足民眾知的權利?透過網路獲得新聞比例增加，而部分網路新聞並未經過守門人篩選，民眾要如何增加判讀能力，辨別假新聞?

專家學者	重點摘要
王教授漢銘	<ul style="list-style-type: none"> ● 關於報導品質，許多媒體皆受過專業訓練，但進入業界後，顧及收視率等商業機制，無法確實將所學運用於工作職場。 ● 網路新聞的特質為「快」，許多網路小編未經過專業訓練，且根據主管的指示，有新聞就將其發布，導致網路新聞不嚴謹，然而傳統媒體需要時間的醞釀，致使傳統媒體為了因應網路的快新聞，時常將網路新聞再

	<p>轉載，變成電視新聞。因此，網路新聞的守門機制要如何改善值得深思。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 身處網路世代，需探討新媒體之媒體識讀，並將其推廣。若閱聽人具備媒體素養，可自行辨別新聞真假，因此，確保多元化的新聞資訊來源與媒體素養的基礎教育相當重要。
江教授亦瑄	<ul style="list-style-type: none"> ● 許多年長者接受新聞的管道為通訊軟體，其影響力越來越大。 ● 網路媒體所發布的新聞，若有錯誤資訊，都應於自律委員會或頻道重新申請時納入考慮，否則目前自律委員會主要規管的是電視新聞，但網路新聞可能出自同一間媒體卻不需受規範。
黃代表泓瑜	<ul style="list-style-type: none"> ● 現在新聞為求快，導致記者只要看到資訊，或於網站看到國外的新聞就直接翻譯，並未經過第二方或第三方查證，即以第一人資訊開始報導，且不會持續追問。大眾對第一則報導已有既定印象，即使之後媒體澄清、更正新聞，閱聽人已不在乎。 ● 電視新聞相對於網路新聞，具備較好的報導品質，因電視新聞有自律機制，相反的，網路新聞越來越多，卻無自律機制。 ● 網路新聞存在小編問題，即有時小編的言論可能和新聞內容不盡相同，或是帶有情緒性字眼，但許多人只看新聞標題不看內文，容易被誤導。 ● 許多民眾會向事實查核中心申訴新聞有問題，然而鮮少人會先向媒體申訴，可能是因新聞網站對申訴資訊的提供並不明顯。 ● 有些網路新聞出自「內容農場」，但由於許多內容農場位於境外，管制具有難度，因此只能向民眾宣導不要觀看。 ● 一般來說，出自完整自律機制的新聞會有記者實名，若沒有記載則可能會是不實新聞。 ● 唯有提升媒體素養，才能正確辨別是否為不實資訊、假新聞，儘管目前高中課綱有媒體素養的內容，但缺乏專業師資，無法達到培養媒體素養的目的。

2. 研究發現二：行動支付

我國民眾使用行動支付比例，106 年與 107 年調查結果皆不及 2 成，該比例與英國於 2018 年公布調查結果近似。

- **議題二：**目前我國積極推廣行動支付，要如何增加誘因，以提升行動支付使用？

專家學者	重點摘要
徐副總文玲	<ul style="list-style-type: none"> ● 根據調查數據，民眾使用行動支付的主要原因為方便和優惠，其中方便的不足即代表工具的不方便與場域的不夠，或是電子支付業者太多所造成的整合度不足。相較之下，我國 ATM 提款相當方便，而提款的便利性也導致民眾不需要使用行動支付。 ● 政府目前積極推動行動支付，行政院長賴清德以 2020 年行動支付普及率達 6 成，以及 2025 年行動支付普及率達 9 成為目標；金管會於 2016 年 5 月時也提出 2020 年電子支付比率達 56% 的目標。 ● 台灣因智慧裝置和網路的普及率高，具備發展行動支付的環境，但問題在於如何推動。政府目前推動整合所有帳單，也計劃進一步整合超商和百貨業者，並結合信用卡。
吳理事長世昌	<ul style="list-style-type: none"> ● 台灣是多元支付的環境，其中悠遊卡的使用相對於行動支付高出許多，若無其他誘因，在多元支付環境下欲提升行動支付使用有其難度。 ● 台灣的行動支付普及率不高的主要原因為使用習慣，以及並非多數商家皆可使用行動支付付款。 ● 探討行動支付時，是否需要將所有非現金交易皆納入行動支付，值得深思，若只將行動支付狹義定義為透過連網手機進行交易，那麼我國使用行動支付的比例就如同此份調查結果，比率不高。

3. 研究發現三：線上串流影音收看

107 年調查結果顯示，我國曾收視線上串流影音服務者比例為 37.6%，較 106 年成長 6.8%，而其中 21.1% 有使用付費訂閱服務，佔所有受訪者之 7.93%。英國 2018 年第一季調查，有 39% 家戶採用線上串流影音訂閱服務。

- **議題三：**相較國際間 OTT-V 快速發展趨勢，我國相對緩慢，可能造成差異結構性因素為何？在內容為王之時代，若我國發展 OTT 相關產業，是否有助於內容產業發展？

專家學者	重點摘要
江教授亦瑄	<ul style="list-style-type: none"> ● 免費網路平台存在盜版問題，分散民眾對 OTT 的使用意願，也導致目前以購買國外版權營利的台灣 OTT 業者難以發展。然而，這些問題的改善是治標不治本，

	唯有提升自製的優質內容，才是長久發展的關鍵。
何秘書長明達	<ul style="list-style-type: none"> ● 美國 OTT 結合智慧電視，遙控器上直接設有 Netflix 和 Youtube 的按鍵，提高消費者收視意願，因此 OTT 發展迅速。 ● 身處內容為王的時代，我國應思考如何發展產業內容，如何使其擴大，甚至有能力和國外業者競爭，必須在授權管理上有所改善。目前我國 OTT 業者願意購買版權，但在採購上較國外平台不方便，必須整套購買，不可單一購買。 ● 台灣的業者應彼此合作，並由政府成立單一授權窗口，協助協會會員進行接洽，避免業者將所有心力花費於不同機關團體的接洽，甚至為了取得獨家或搶先播送權而抬高權利金、增加成本，獨厚外國業者。 ● 國外 OTT 平台進入我國無建置成本，但我國業者有建置成本，所以政府應給予業者適當的保護、輔助，例如取得政府拍攝補助者，可優先於合法 OTT 平台播放。

伍、 結論與綜合建議

一、 結論

數位匯流時代下，超過 6 成（66.6%）民眾會使用智慧型手機觀看視訊內容，且和 106 年相比，智慧型手機（40.5%）已取代一般電視（31.7%），成為民眾觀看視訊內容最常使用的設備，且此比例隨年齡遞減，越年輕族群越傾向使用智慧型手機觀看，越年長族群則是習慣以一般電視觀看。

儘管線上串流影音已為國際視聽發展趨勢，我國曾收看過線上串流影音的比例並未非常突出，僅占 37.6%，但仍較 106 年（30.8%）提升。進一步檢視，民眾有看過線上串流影音的比例隨年齡遞減，其中 16-25 歲占比達 60.2%，66 歲及以上僅有 4.9%。而民眾觀賞線上串流影音的主因為觀看時間較具彈性（60.8%），多數線上串流影音內容是免費的（40.2%）、家人或朋友推薦（30.1%）居次。目前我國民眾仍以觀看免費線上串流影音內容為多數，有訂閱付費線上串流影音服務的比例僅占 21.1%。

在通訊傳播活動方面，除了講電話（67.9%）和看電視（60.8%），民眾使用即時通訊（57.5%）、在 Youtube 等平台觀看短片的比例也超過 5 成。而我國民眾曾觀賞過線上共享創作影音平台內容的比例占 71.9%，並以觀看娛樂戲劇節目或是電影為主。對於網路廣告，多數（37.9%）民眾認為「只要是我感興趣的，我不介意觀賞」，但「我不喜歡網路廣告」（31.9%）占比也達 3 成以上。

在即時廣播收聽上，超過 5 成（55.9%）知道可以透過手機收聽即時廣播，其次為透過電腦連接網路（24.9%），比例和 106 年差不多；但在重聽廣播上，民眾不知道重聽方式的比例（62.4%）高於 106 年（57.6%）。關於手機 App 的使用行為，民眾大多都是下載免費應用程式（77.9%），並以遊戲（28.3%）、社交（21.5%）及娛樂（19.9%）為較常使用的 App 類型。

目前我國民眾有使用行動支付的比例僅占 17.2%，與 106 年（17.8%）差異不大，其中又以年輕族群的使用率高於年長者。在使用服務選擇上，以選用 LINE Pay 最多（39.6%），Apple Pay（19.4%）次之。而方便（85.1%）為最吸引民眾使用行動支付之處，不需要（43.7%）及擔心它不安全（23.7%）則是民眾未使用的主要原因。

在新聞資訊的獲取上，儘管匯流時代下資訊豐富、管道多元，電視（59.1%）仍為民眾最主要的新聞資訊獲取管道，占比遠高於次之的新媒體（合計網路社群網站/App 等）（29.9%），但和 106 年相比，電視占比略微下降，新媒體則略微上升（106 年分別為 63.7%和 23.6%）。電視亦為民眾認為最準確的新聞來源，比例達 51.2%，且認為其公正者占 70.6%，僅次於紙本報紙（71.8%）；相較之下，僅有 19%民眾認為新媒體的新聞來源最準確，認為新媒體公正的比例則約介於 5-6 成之間。

二、 綜合建議

本章節彙整調查結果、國際趨勢與專家座談意見，提出具體建議如下。

(一) 完整配套政策導引 OTT-V 產業發展，擴大我國內容產製規模

根據 107 年調查結果顯示，曾收視線上串流影音服務者為 37.6%，較 106 年成長 6.8%，其中 21.1% 有使用訂閱服務，占所有受訪者之 7.93%。英國則有 39% 家戶採用線上串流影音訂閱服務（2018 年第一季調查）。

相較國際間 OTT-V 快速發展趨勢，我國發展相對緩慢，且我國與國際比較，我國民眾近 4 成收看線上串流影音，主要原因除觀賞時間彈性外，其次為多數線上串流影音內容免費，而我國民眾訂閱付費線上串流影音比例仍偏低（21.1%）。國際 Netflix、Amazon Prime 等業者成功進入他國市場，根據 Ofcom 調查分析消費者願意訂閱之因，除具收視便利性外，高品質內容是吸引消費者訂閱之主因。

在強調數位經濟與內容為王的時代，網際網路有 8 成流量為影音內容，在數位匯流時代，網路影音發展仍為趨勢，建議我國應重視數位經濟下以內容為核心之價值，以積極政策導引 OTT-V 產業發展，發掘 OTT-V 大數據價值，透過精確數據分析作為規劃節目內容參考，擴大內容產製規模外，並以創造更優質內容來提昇觀眾收視權益。

(二) 適時於調查中加入重要議題，以掌握民意，做為施政參考

此次參與焦點座談會之專家，對本調查所呈現之意義，以及對研究方法掌握與執行步驟，均予以肯定，而在焦點座談會上，與會專家延伸討論主題，針對時下熱門議題如假新聞進行熱烈討論，故建議在未來應持續進行調查，除應繼續累積通訊傳播消費面資訊，並在調查題項上可適時加入重要議題，以能掌握民意，作為施政重要參考。

附件一 匯流發展調查問卷

【開場白】

您好，我是台灣經濟研究院的訪問員，我們是接受國家通訊傳播委員會(NCC)的委託，正在進行有關全國通訊傳播產業跟匯流發展趨勢的訪問工作，想請教您一些問題，填完問卷後我們會致贈**100元**禮券以答謝您的幫忙。

您的寶貴意見對我國通訊傳播產業發展具有非常重要的意義，所有訪問資料都只作為整體分析之用，絕不會將您個人資料洩漏給他人，請您放心作答，謝謝！

查證電話：國家通訊傳播委員會 (02) 3343-8152 高小姐

台灣經濟研究院 (02) 2586-5000 分機 152 施小姐

(系統設定紀錄項目)

訪問地點	訪問日期	訪問開始時間	訪問結束時間	訪員編號
____縣市	____年____月____日	____時____分	____時____分	
____鄉鎮市區				
____村里				

(請紀錄受訪者的稱呼方式：_____)

(訪問開始前，訪員務必唸出本句) 我們想先請教您一些問題

S1. 請問您的居住地？_____ (過濾題，由訪員確認)

S2. 請問您的戶籍地？_____ (過濾題，由訪員確認)

1. 請問您的出生年次是？(過濾題，由訪員確認)

民國_____年 (98) 拒答

2. 性別【訪員自行勾選】

(01) 男性

(02) 女性

【家中設備擁有及使用情形】

3. 請問您家中有以下哪一些設備？（複選）

- (01) 一般電視（非連網） (02) 可連網智慧型電視
(03) 桌上型電腦 (04) 筆記型電腦 (05) 平板電腦
(06) 智慧型手機 (07) 串流多媒體播放器（如 Apple TV, Chromecast, Amazon Fire TV 等）
(08) 可連網的電視遊戲機 (09) 藍光播放器 (10) 穿戴型裝置
(90) 都沒有 (94) 其他_____（訪員請紀錄） (98) 拒答

4. 您在家中會使用哪些設備？（複選）【詢問 Q3 有選到 (01)-(10)、(94) 者】

- (01) 一般電視（非連網） (02) 可連網智慧型電視
(03) 桌上型電腦 (04) 筆記型電腦 (05) 平板電腦
(06) 智慧型手機 (07) 串流多媒體播放器（如 Apple TV, Chromecast, Amazon Fire TV 等）
(08) 可連網的電視遊戲機 (09) 藍光播放器 (10) 穿戴型裝置
(90) 都沒有
(94) 其他_____（訪員請紀錄）
(96) 不知道
(98) 拒答

5. 承上題，對您而言，哪一種設備是最重要的？【詢問 Q3 有選到 (01)-(10)、(94) 者】（單選）

- (01) 一般電視（非連網） (02) 可連網智慧型電視
(03) 桌上型電腦 (04) 筆記型電腦 (05) 平板電腦
(06) 智慧型手機 (07) 串流多媒體播放器（如 Apple TV, Chromecast, Amazon Fire TV 等）
(08) 可連網的電視遊戲機 (09) 藍光播放器 (10) 穿戴型裝置
(90) 都沒有
(94) 其他_____（訪員請紀錄）
(96) 不知道
(98) 拒答

6. 請問您在觀看視訊內容時，有使用那些設備（包括任何類型的節目或影片）？（複選）

- (01) 一般電視（非連網） (02) 可連網智慧型電視

- (03) 桌上型電腦 (04) 筆記型電腦 (05) 平板電腦
(06) 智慧型手機 (07) 穿戴型裝置 (90) 都沒有
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)
(96) 不知道
(98) 拒答

7. (承上題) 請問您在觀看視訊內容時，最常使用那一種設備？ (單選)

- (01) 一般電視 (非連網) (02) 可連網智慧型電視
(03) 桌上型電腦 (04) 筆記型電腦 (05) 平板電腦
(06) 智慧型手機 (07) 穿戴型裝置 (90) 都沒有
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)
(96) 不知道
(98) 拒答

【線上串流影音收看行為】

8. 請問您有沒有看過線上串流影音 (含付費、免付費之視訊服務)，例如公視+7、愛奇藝、Netflix、KKTV、ChocoTV 等？ (單選)

- (01) 有 (02) 沒有 (96) 不知道 (98) 拒答

9. 請問您觀賞的原因是甚麼？ (複選)【詢問 Q8 選到 (01) 者】

- (01) 錯過電視首播 (02) 在電視台、廣播、報紙或雜誌等媒體有討論
(03) 家人或朋友推薦 (04) 在電視或廣播電台有片段或廣告介紹
(05) 社群媒體推薦 (06) 觀看時間較具彈性
(07) 看線上串流影音沒有廣告 (不想看廣告)
(08) 線上串流影音節目內容比電視頻道多
(09) 多數線上串流影音內容是免費的
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)
(96) 不知道 (98) 拒答

10. 請問您平均每週觀看線上串流影音時間大約是幾小時？【詢問 Q8 選到 (01)】

- (94) _____ (輸入 1~168 數值) (96) 不知道 (98) 拒答

11. 請問您家中或個人目前有沒有付費訂閱線上串流影音 (按片或定期支付固定金額給線上影音服務業者) 服務？【詢問 Q8 選到 (01) 者】 (單選)

- (01) 有 (02) 沒有 (96) 不知道 (98) 拒答

12. 請問您家中或個人目前付費訂閱的線上串流影音服務為何？（複選）【詢問 Q11 選到（01）者】

- (01) Netflix (02) 愛奇藝 (03) LiTV
(04) CatchPlay (06) KKTV

(94) 其他_____（訪員請紀錄）
(96) 不知道 (98) 拒答

13. 請問您曾使用下列何種線上串流影音服務？（複選）

- (01) 重（隨）看電視節目服務
(02) 額外計次付費的線上節目或電影
(03) 包月的線上節目或影音頻道
(04) 免費的電視節目或線上影音頻道
(05) 多螢觀看（同一帳號可以透過不同裝置觀看影音內容）
(06) 跨螢續看（於不同裝置接續播放中斷的影音內容）
(07) 下載離線觀看
(90) 以上都沒有
(94) 其他_____（訪員請紀錄）
(96) 不知道 (98) 拒答

14. （同上）請問您最近 7 天內有使用下列哪些功能？（複選）

- (01) 重（隨）看電視節目服務
(02) 額外計次付費的線上節目或電影
(03) 包月的線上節目或影音頻道
(04) 免費的電視節目或線上影音頻道
(05) 多螢觀看（同一帳號可以透過不同裝置觀看影音內容）
(06) 跨螢續看（於不同裝置接續播放中斷的影音內容）
(07) 下載離線觀看
(08) 以上都沒有
(94) 其他_____（訪員請紀錄）
(96) 不知道
(98) 拒答

15. 未來 12 個月內您是否會考慮停止訂閱付費的線上串流影音服務？【詢問 Q11 回答（01）者】（單選）

- (01) 是 (02) 否 (96) 不知道 (98) 拒答

16. 您會考慮停止訂閱付費的線上串流影音服務的原因為何?【詢問 Q15 選到 (01) 者】

(94) 開放_____ (96) 不知道 (98) 拒答

17. 您會考慮改看哪些其他視訊服務?【詢問 Q15 選到 (01) 者】 (複選)

(01) 有線電視 (02) MOD (03) 改訂閱其他線上付費串流影音服務
(04) 改看其他線上免費串流影音服務
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)
(96) 不知道 (98) 拒答

【通訊傳播使用行為】

18. 請問您有從事以下哪些活動? (複選)

通訊類

(01) 使用社群媒體 (例如: Facebook、Instagram、Twitter)
(02) 使用即時通訊 (例如: Line、Facebook Messenger、WhatsApp、Skype)
(03) 使用 email
(04) 使用簡訊 (例如: SMS)
(05) 使用照片或影音訊息 (例如: MMS)
(06) 講電話
(07) 視訊電話

傳播類

(08) 看電視
(09) 錄下電視節目
(10) 觀看重 (隨) 看電視節目服務
(11) 下載或使用線上串流影音服務
(12) 使用 DVD、藍光、錄影帶
(13) 在 YouTube 等平台觀看短片
(14) 聽收音機
(15) 隨選廣播節目或重聽廣播節目
(16) 個人數位音樂或音樂收藏 (例如: 將音樂放在 iPod、智慧手機或電腦等)
(17) 在線音樂 (例如: Spotify、iTunes)
(18) 個人音樂收藏 (例如: CD、錄音帶等)
(19) 音樂錄影帶
(20) 新聞媒體 (紙本或線上-數位, 包括 App)

- (21) 雜誌（紙本或線上-數位，包括 App）
- (22) 其他線上新聞（如：新頭殼、風傳媒等）
- (23) 體育新聞（非透過報紙網站）
- (24) 書籍（紙本或電子書）

其他類

- (25) 線上購物或購票網站（App）
- (26) 其他網站或 App（包括瀏覽社群網站、線上金融）
- (27) 其他行為（如：處理公司文件、表單、拍攝或編輯影音音樂）
- (96) 不知道
- (98) 拒答

19. 請問您多常一邊用電視機觀看電視時，一邊使用桌上型電腦、筆電、平板或智慧型手機尋找正在觀看節目資訊？【詢問 Q3 選（01）、（03）、（04）、（05）與（06）】（單選）

- （01）每天至少 1 次（02）每週幾次（03）每月幾次（04）每年幾次
- （05）幾乎沒有（06）從來沒有（96）不知道（98）拒答

20. 您有多常一邊用電視機觀看電視時，一邊使用桌上型電腦、筆電、平板或智慧型手機上網？【詢問 Q3 選（01）、（03）、（04）、（05）與（06）】（單選）

- （01）每天至少 1 次（02）每週幾次（03）每月幾次（04）每年幾次
- （05）幾乎沒有（06）從來沒有（96）不知道（98）拒答

21. 您有多常一邊用電視機觀看電視時，一邊使用桌上型電腦、筆電、平板或智慧型手機，但不上網？【詢問 Q3 選（01）、（03）、（04）、（05）與（06）】（單選）

- （01）每天至少 1 次（02）每週幾次（03）每月幾次（04）每年幾次
- （05）幾乎沒有（06）從來沒有（96）不知道（98）拒答

【通訊傳播業者選擇行為】

22. 請問您家中的市話服務是由哪一家業者所提供？

- (01) 中華電信

- (02) 台灣固網
 (03) 新世紀資通
 (04) 亞太電信
 (90) 沒有使用市話服務 (96) 不知道 (98) 拒答

23. 請問您家中的寬頻上網服務是由哪一家業者所提供?

- (01) 中華電信 (02) 台灣大寬頻 (03) 遠傳大寬頻 (04) 亞太電信
 (05) 凱擘大寬頻 (06) BB 寬頻 (中嘉寬頻) (07) So-net (台灣碩網)
 (08) TBC 寬頻 (台灣寬頻通訊) (09) 哈 NET (台灣數位光訊) (10) 北都數位
 (11) 全國數位
 (12) 大大寬頻 (13) 新永安有線電視 (14) 大新店寬頻
 (90) 沒有使用寬頻上網服務 (94) 其他_____ (訪員協助歸類) (96) 不知道 (98) 拒答

24. 請問您家中的有線電視服務是由哪一家業者所提供?

1	基隆市	吉隆
2	台北市	長德
3	台北市	金頻道
4	台北市	大安文山
5	台北市	萬象
6	台北市	寶福
7	台北市	聯維
8	台北市	陽明山
9	台北市	新台北
10	台北市	麗冠
11	台北市	北都數位
12	新北市	永佳樂
13	新北市	大豐
14	新北市	台灣數位寬頻
15	新北市	新視波
16	新北市	全聯
17	新北市	天外天
18	新北市	紅樹林
19	新北市	大新店民主

20	新北市	新唐城
21	新北市	觀天下
22	新北市	家和
23	新北市	全國數位
24	新北市	大豐
25	新北市	新北市
26	新北市	數位天空服務
27	桃園市	北桃園
28	桃園市	北健
29	桃園市	南桃園
30	新竹市	新竹振道
31	新竹縣	北視
32	苗栗縣	信和
33	苗栗縣	吉元
34	台中市	群健
35	台中市	台灣佳光電訊
36	台中市	豐盟
37	台中市	大屯
38	台中市	大台中（威達）
39	南投縣	中投
40	彰化縣	新頻道
41	彰化縣	三大
42	彰化縣	新彰數位
43	雲林縣	佳聯
44	雲林縣	北港
45	嘉義市	世新
46	嘉義縣	國聲
47	嘉義縣	大揚
48	台南市	三冠王
49	台南市	雙子星
50	台南市	新永安
51	台南市	南天
52	高雄市	慶聯
53	高雄市	港都
54	高雄市	南國
55	高雄市	新高雄
56	高雄市	鳳信

57	屏東縣	觀昇
58	屏東縣	屏南
59	台東縣	東台有線播送系統股份有限公司
60	台東縣	東台
61	宜蘭縣	聯禾
62	花蓮縣	洄瀾
63	花蓮縣	東亞
64	金門縣	名城事業股份有限公司
65	澎湖縣	澎湖
66	連江縣	祥通事業股份有限公司

(95) 沒有訂購 (96) 不知道 (98) 拒答

25. 請問您的行動電話服務是由哪一家業者所提供?

- (01) 中華電信
- (02) 台灣大哥大
- (03) 遠傳電信
- (04) 亞太電信
- (05) 台灣之星
- (94) 其他_____
- (90) 沒有使用行動電話服務
- (96) 不知道 (98) 拒答

**26. 請問您家中有沒有由同一業者提供的服務組合? (由受訪者指出組合搭配)
(複選)**

- (01) 中華電信 MOD+固網寬頻
- (02) 有線電視+Cable 上網
- (03) 都沒有
- (96) 不知道
- (98) 拒答

27. (新增)承上題,該服務組合是否有提供優惠折扣?【詢問 Q26 選(01)、(02)者】

- (01) 有 (02) 沒有 (96) 不知道 (98) 拒答

28. 請問固網寬頻+MOD 服務組合,每月費用多少?【詢問 Q26 選(01)者】

- (94) 請直接填答於此處_____ (96) 不知道 (98) 拒答

29. 請問有線電視+Cable 上網服務組合，每月費用多少？【詢問 Q26 選(02)者】

(94) 請直接填答於此處_____ (96) 不知道 (98) 拒答

【網路使用行為】

30. 請問您會使用哪些裝置來連線上網？（複選）

(01) 智慧型手機 (02) 平板 (03) 桌上型電腦

(04) 筆記型電腦 (05) 可連網智慧型電視

(90) 都沒有

(94) 其他_____（訪員請紀錄）

(96) 不知道 (98) 拒答

31. 請問您主要使用哪一種裝置來連線上網？（單選）【詢問 Q30 選到 (01)~(05)、(94)】

(01) 智慧型手機 (02) 平板 (03) 桌上型電腦

(04) 筆記型電腦 (05) 可連網智慧型電視

(94) 其他_____（訪員請紀錄）

(96) 不知道 (98) 拒答

32. 請問您使用手機上網的主要目的？【詢問 Q31 選到 (01)】（單選）

(01) 觀賞影音節目 (02) 收聽 (03) 溝通

(04) 遊戲 (05) 閱讀/瀏覽

(94) 其他_____（訪員請紀錄）

(96) 不知道 (98) 拒答

33. 請問您使用平板上網的主要目的？【詢問 Q31 選到 (02)】（單選）

(01) 觀賞影音節目 (02) 收聽 (03) 溝通

(04) 遊戲 (05) 閱讀/瀏覽

(94) 其他_____（訪員請紀錄）

(96) 不知道 (98) 拒答

34. 請問您使用桌上型電腦上網的主要目的？【詢問 Q31 選到 (03)】（單選）

(01) 觀賞影音節目 (02) 收聽 (03) 溝通

(04) 遊戲 (05) 閱讀/瀏覽

(94) 其他_____（訪員請紀錄）

(96) 不知道 (98) 拒答

35. 請問您使用筆記型電腦上網的主要目的?【詢問 Q31 選到 (04)】 (單選)

- (01) 觀賞影音節目 (02) 收聽 (03) 溝通
(04) 遊戲 (05) 閱讀/瀏覽
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)
(96) 不知道 (98) 拒答

36. 請問您使用可連網智慧型電視上網的主要目的?【詢問 Q31 選到 (05)】 (單選)

- (01) 觀賞影音節目 (02) 收聽 (03) 溝通
(04) 遊戲 (05) 閱讀/瀏覽
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)
(96) 不知道 (98) 拒答

【共享創作影音平台】

37. 請問您有沒有觀賞過線上共享創作影音平台的內容，例如 YouTube、Vimeo？

【詢問所有受訪者】 (單選)

- (01) 有 (02) 沒有
(96) 不知道 (98) 拒答

38. 呈上題，請問您會觀賞哪些類型的影片？ (複選)【詢問 Q37 選到 (01)】

- (01) 娛樂戲劇節目或是電影 (片段或精華)
(02) 娛樂戲劇節目或是電影 (完整版)
(03) 解決問題型教學影片 (04) 產品推薦短片
(05) 趣味型短片 (06) 新聞型短片
(07) 政治相關內容 (含選舉) (08) 資訊分享型影片
(09) 宗教相關內容影片
(10) 網紅直播主的影片
(11) 微電影
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)
(96) 不知道 (98) 拒答

39. 請問您觀看影片的訊息來源？ (複選)【詢問 Q38 選到 (01)-(11)、(94)者】

- (01) 家人朋友告知 (02) 從搜尋引擎 (03) 社群網站連結 (如 Facebook、Line 等)
(04) 網站推薦 (05) 網站消息訂閱 (06) 雜誌報紙推薦
(07) 網路廣告 (08) 電視節目或廣告 (09) 電視報導

(94) 其他_____ (96) 不知道 (98) 拒答

40. 以下哪一種說法最符合您對網路廣告的想法？（單選）【詢問所有受訪者】

- (01) 我不介意觀賞任何網路廣告
- (02) 只要是我感興趣的，我不介意觀賞網路廣告
- (03) 我不喜歡網路廣告
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道 (98) 拒答

41. 您曾採取下列步驟，來避免看到網路廣告嗎？（複選）【詢問所有受訪者】

- (01) 勾選不觀看或不允許傳送該資訊
- (02) 使用免費廣告過濾軟體
- (03) 使用付費廣告過濾軟體
- (04) 只觀看無廣告網站
- (90) 不會採取任何措施防止網路廣告
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道 (98) 拒答

42. 有些知名的 YouTuber 會推薦特定的公司產品或品牌，就您的看法，以下哪項是這些 YouTuber 支持分享或支持該產品/品牌的理由？（單選）

- (01) 該公司或品牌付費給 YouTuber 做網路行銷
- (02) YouTuber 認為他們的追蹤者/粉絲會對這個訊息感興趣或是有用處，所以主動推薦
- (03) YouTuber 喜歡使用這些特定的產品或品牌，因為質量或價值好所以主動推薦
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (96) 不知道 (98) 拒答

【廣播收聽行為】

43. 請問您知道可透過下列方式收聽即時廣播嗎？（複選）【詢問所有受訪者】

- (01) 透過電視服務（如 MOD） (02) 透過電腦連接網路
- (03) 透過手機 (04) 透過 MP3、iPod
- (05) 透過遊戲機-PlayStation 或 Wii (90) 都不知道
- (94) 其他_____（訪員請紀錄）
- (98) 拒答

44. 請問您有沒有透過下列方式收聽即時廣播？（複選）【詢問 Q43 選到（01）

-（05）、（94）者】

（01）透過電視服務（如 MOD）（02）透過電腦連接網路

（03）透過手機（04）透過 MP3、iPod

（05）透過遊戲機-PlayStation 或 Wii（90）都沒有

（94）其他_____（訪員請紀錄）

（96）不知道（98）拒答

45. 請問您知道可以透過下列方式重聽廣播內容嗎？（複選）

（01）廣播電台網站（02）廣播電台 App（03）Podcast

（90）都不知道（94）其他_____（訪員請紀錄）

（98）拒答

46. 請問您有沒有透過下列方式重聽廣播內容嗎？（複選）【詢問 Q45 選到（01）

-（03）、（94）者】

（01）廣播電台網站（02）廣播電台 App（03）Podcast

（90）都沒有（94）其他_____（訪員請紀錄）（96）

不知道

（98）拒答

47. 請問您是透過哪些方式以手機來收聽廣播？（複選）【詢問 Q44 選到（03）】

（01）透過廣播電台網站收聽直播節目（02）透過 App 收聽現場直播節目

（03）透過 App 下載節目（04）播客（Podcasts）

（94）其他_____（訪員請紀錄）

（96）不知道（98）拒答

【手機 App 使用行為】

48. 請問您使用的手機系統為何？（複選）【詢問所有受訪者】

（01）安卓（Android）（02）iOS

（90）未使用智慧型手機

（94）其他_____（訪員請紀錄）

（96）不知道（98）拒答

49. 請問您知不知道如何下載行動應用程式（App）到手機？【詢問 Q48 選到（01）、（02）、（94）】（單選）

(01) 知道 (02) 不知道 (98) 拒答

50. 請問您最近 12 個月下載 App 的狀況比較符合哪一種狀況?【詢問 Q49 選到 (01)】 (單選)

- (01) 都是免費應用程式 (02) 免費應用程式居多
- (03) 付費應用程式居多 (04) 都是付費程式
- (90) 沒有下載 (96) 不知道 (98) 拒答

51. 請問您曾下載的 App 類型有哪些? (複選)【詢問 Q50 選到 (01)~ (04)】

A、娛樂類

- (01) 遊戲
- (02) 美食餐飲
- (03) 音樂相關 (線上音樂,音樂學習,歡唱,音樂探索等)
- (04) 購物
- (05) 照片
- (06) 影片
- (07) 娛樂 (影音,小遊戲,漫畫等)

B、知識類

- (08) 教育
- (09) 書籍
- (10) 翻譯/字典

C、新聞類

- (11) 新聞
- (12) 運動相關 (球隊資訊,轉播等)
- (13) 天氣
- (14) 報章雜誌

D、生活類

- (15) 商業 (求職,分析追蹤)
- (16) 醫療醫藥
- (17) 健康與健身
- (18) 社交
- (19) 報章雜誌
- (20) 旅遊

E、工具類

- (22) 生活風格 (習慣養成,代辦事項,紀錄日誌,嗜好,家居等)
- (23) 生產力工具 (行事曆,郵件管理,時間管理,筆記本,協做平台等)
- (24) 理財,財金工具 (記帳,股市,匯率,銀行 App 等)

- (25) 工具程式 (瀏覽器,時間鬧鐘,輸入法,防毒軟體等)
- (26) 交通 (公車、捷運等)
- (27) 導航
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道
- (98) 拒答

52. 請問您較常使用的 App 類型有哪些? (複選)【詢問 Q51 選到(01)~ (27)、(94)】

娛樂類

- (01) 遊戲
- (02) 美食餐飲
- (03) 音樂相關 (線上音樂,音樂學習,歡唱,音樂探索等)
- (04) 購物
- (05) 照片
- (06) 影片
- (07) 娛樂 (影音,小遊戲,漫畫等)

B、知識類

- (08) 教育
- (09) 書籍
- (10) 翻譯/字典

C、新聞類

- (11) 新聞
- (12) 運動相關 (球隊資訊,轉播等)
- (13) 天氣
- (14) 報章雜誌

D、生活類

- (15) 商業 (求職,分析追蹤)
- (16) 醫療醫藥
- (17) 健康與健身
- (18) 社交
- (19) 報章雜誌
- (20) 旅遊

E、工具類

- (22) 生活風格 (習慣養成,代辦事項,紀錄日誌,嗜好,家居等)
- (23) 生產力工具 (行事曆,郵件管理, 時間管理,筆記本,協做平台等)

- (24) 理財,財金工具 (記帳,股市,匯率,銀行 App 等)
- (25) 工具程式 (瀏覽器,時間鬧鐘,輸入法,防毒軟體等)
- (26) 交通 (公車、捷運等)
- (27) 導航
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道 (98) 拒答

【行動支付使用行為】

53. 請問您有沒有使用行動支付(使用行動裝置進行支付的行為)? (單選)【詢問所有受訪者】

- (01) 有 (02) 沒有 (96) 不知道 (98) 拒答

54. 請問您使用哪些行動支付的服務? (複選)【詢問 Q53 選到 (01)】

- (01) Pi 行動錢包 (02) 歐付寶 (03) t wallet、t wallet+
- (05) 橘子支 (06) GOMAJI Pay
- (07) 街口支付 (08) 手機悠遊卡或信用卡-需更換 SIM 卡 (09) 使用行動裝置線上刷卡
- (10) Line Pay (11) Apple Pay (12) Samsung Pay
- (13) Android Pay (14) 中華電信電子錢包 (15) 台灣大哥大電子錢包
- (16) 遠傳電信 friDay 錢包 (17) 微信支付
- (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道 (98) 拒答

55. 請問您會在什麼情境之下使用行動支付? (複選)【詢問 Q53 選到 (01)】

- (01) 生活用品 (02) Line 貼圖 (03) 遊戲
- (04) 購票 (車票、電影票) (05) 手機軟體 (06) 公用事業費 (水、電、瓦斯) (07) 繳稅 (08) 線上音樂 (09) 罰款
- (10) 小額捐款 (11) 訂房 (12) 手機費用
- (13) 搭乘計程車 (94) 其他_____ (訪員請紀錄)
- (96) 不知道 (98) 拒答

56. 請問您每月透過行動支付的平均花費金額?【詢問 Q53 選到 (01) 者】

- (94) 直接填答_____
- (96) 不知道 (98) 拒答

57. 請問您會使用行動支付的主要原因？（單選）【詢問 Q53 選到 (01) 者】

- (01) 方便 (02) 安全 (03) 有很多優惠
(04) 有新鮮感 (05) 手機有此功能
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)
(96) 不知道 (98) 拒答

58. 請問您沒有使用行動支付的主要原因？（單選）【詢問 Q53 選到 (02)】

- (01) 不需要 (02) 擔心它不安全 (03) 不知如何使用
(04) 設定困難或很花時間
(05) 不了解它對我有什麼好處 (06) 可使用商家太少 (07) 手機無此功能
(94) 其他_____ (訪員請紀錄)
(96) 不知道 (98) 拒答

59. 請問行動支付對您的重要性？【詢問 Q53 選到 (01) 者】（單選）

- (01) 非常重要 (02) 還算重要
(04) 不太重要 (05) 非常不重要
(96) 不知道 (98) 拒答

【新聞資訊獲取管道】

60. 您會透過哪些管道獲得新聞資訊？（複選）[所有受訪者]

- (01) 電視 (02) 廣播 (03) 紙本報紙 (04) 紙本雜誌
(05) 廣播電台網站/App
(06) 網路入口網站/App (如 Yahoo、Google 等)
(07) 網路新聞媒體所經營網站/App (如聯合新聞網、中時電子報等)
(08) 網路社群網站/App (如臉書、Line、Twitter、PTT、Dcard 等)
(09) 網路其他網站/App (如新頭殼,報導者,端傳媒,風傳媒等)
(10) 面對面與人交談
(11) 電話交談
(12) 通訊軟體
(13) email
(90) 沒有看新聞/讀新聞的習慣
(94) 其他_____ 【訪員請紀錄】
(96) 不知道
(98) 拒答

61. 您主要透過哪一個管道獲得新聞資訊？（單選）【詢問 Q60 選(01)至(13)與(94)者】

- (01) 電視 (02) 廣播 (03) 紙本報紙 (04) 紙本雜誌
- (05) 廣播電台網站/App
- (06) 網路入口網站/App (如 Yahoo、Google 等)
- (07) 網路新聞媒體所經營網站/App (如聯合新聞網、中時電子報等)
- (08) 網路社群網站/App (如臉書、Line、Twitter、PTT、Dcard 等)
- (09) 網路其他網站/App (如新頭殼,報導者,端傳媒,風傳媒等)
- (10) 面對面與人交談
- (11) 電話交談
- (12) 通訊軟體
- (13) email
- (94) 其他_____ 【訪員請紀錄】
- (96) 不知道
- (98) 拒答

【新聞資訊獲取管道的準確性】

62. 請問您認為哪一種新聞來源是最準確的？（單選）【詢問所有受訪者】

- (01) 電視 (02) 廣播 (03) 紙本報紙 (04) 紙本雜誌
- (05) 廣播電台網站/App
- (06) 網路入口網站/App (如 Yahoo、Google 等)
- (07) 網路新聞媒體所經營網站/App (如聯合新聞網、中時電子報等)
- (08) 網路社群網站/App (如 Facebook、Line、Twitter、PTT、Dcard 等)
- (09) 網路其他網站/App (如新頭殼,報導者,端傳媒,風傳媒等)
- (10) 面對面與人交談
- (11) 電話交談
- (12) 通訊軟體
- (13) email
- (94) 其他_____ 【訪員請紀錄】
- (96) 不知道
- (98) 拒答

63. 除了剛剛提到的來源，請問您認為下列何種新聞來源是第二準確的？（單選）

【詢問所有受訪者】

- (01) 電視 (02) 廣播 (03) 紙本報紙 (04) 紙本雜誌
- (05) 廣播電台網站/App
- (06) 網路入口網站/App (如 Yahoo、Google 等)
- (07) 網路新聞媒體所經營網站/App (如聯合新聞網、中時電子報等)
- (08) 網路社群網站/App (如 Facebook、Line、Twitter、PTT、Dcard 等)
- (09) 網路其他網站/App (如新頭殼,報導者,端傳媒,風傳媒等)
- (10) 面對面與人交談
- (11) 電話交談
- (12) 通訊軟體
- (13) email
- (94) 其他_____ 【訪員請紀錄】
- (96) 不知道
- (98) 拒答

64. 請問您認為下列何種新聞來源是第三準確的？（單選）【詢問所有受訪者】

- (01) 電視 (02) 廣播 (03) 廣播電台網站/App
- (04) 報紙
- (05) 雜誌
- (06) 網路入口網站/App (如 Yahoo、Google 等)
- (07) 網路新聞媒體所經營網站/Apps (如聯合新聞網、中時電子報等)
- (08) 網路社群網站/App (如 Facebook、Line、Twitter、PTT、Dcard 等)
- (09) 網路其他網站/App (如新頭殼,報導者,端傳媒,風傳媒等)
- (10) 面對面與人交談
- (11) 電話交談
- (12) 通訊軟體
- (13) email
- (94) 其他_____ 【訪員請紀錄】
- (96) 不知道
- (98) 拒答

【新聞資訊獲取管道的公正性】

65. 請問您認為電視新聞來源是否公正的重要程度?【詢問所有受訪者】(單選)
(01) 非常重要 (02) 有點重要 (03) 不太重要 (04) 非常不重要
(96) 不知道/沒意見 (98) 拒答
66. 請問您認為廣播新聞來源是否公正的重要程度?【詢問所有受訪者】(單選)
(01) 非常重要 (02) 有點重要 (03) 不太重要 (04) 非常不重要
(96) 不知道/沒意見 (98) 拒答
67. 請問您認為紙本報紙新聞來源是否公正的重要程度?【詢問所有受訪者】(單選)
(01) 非常重要 (02) 有點重要 (03) 不太重要 (04) 非常不重要
(96) 不知道/沒意見 (98) 拒答
68. 請問您認為紙本雜誌新聞來源是否公正的重要程度?【詢問所有受訪者】(單選)
(01) 非常重要 (02) 有點重要 (03) 不太重要 (04) 非常不重要
(96) 不知道/沒意見 (98) 拒答
69. 請問您認為廣播電台網站/App 新聞來源是否公正的重要程度?【詢問所有受訪者】(單選)
(01) 非常重要 (02) 有點重要 (03) 不太重要 (04) 非常不重要
(96) 不知道/沒意見 (98) 拒答
70. 請問您認為網路入口網站/App 新聞來源是否公正的重要程度?【詢問所有受訪者】(單選)
(01) 非常重要 (02) 有點重要 (03) 不太重要 (04) 非常不重要
(96) 不知道/沒意見 (98) 拒答
71. 請問您認為網路新聞媒體所經營網站/App 新聞來源是否公正的重要程度?
【詢問所有受訪者】(單選)
(01) 非常重要 (02) 有點重要 (03) 不太重要 (04) 非常不重要
(96) 不知道/沒意見 (98) 拒答
72. 請問您認為網路社群網站/App 新聞來源是否公正的重要程度?【詢問所有受訪者】(單選)
(01) 非常重要 (02) 有點重要 (03) 不太重要 (04) 非常不重要
(96) 不知道/沒意見 (98) 拒答

73. 請問您認為網路其他網站/App（如新頭殼,報導者,端傳媒,風傳媒等）新聞來源是否公正的重要程度?【詢問所有受訪者】（單選）

（01）非常重要 （02）有點重要 （03）不太重要 （04）非常不重要
（96）不知道/沒意見 （98）拒答

74. 請問您認為面對面與人交談新聞來源是否公正的重要程度?【詢問所有受訪者】（單選）

（01）非常重要 （02）有點重要 （03）不太重要 （04）非常不重要
（96）不知道/沒意見 （98）拒答

75. 請問您認為電話交談新聞來源是否公正的重要程度?【詢問所有受訪者】（單選）

（01）非常重要 （02）有點重要 （03）不太重要 （04）非常不重要
（96）不知道/沒意見 （98）拒答

76. 請問您認為通訊軟體新聞來源是否公正的重要程度?（單選）

（01）非常重要 （02）有點重要 （03）不太重要 （04）非常不重要
（96）不知道/沒意見 （98）拒答

77. 請問您認為 email 新聞來源是否公正的重要程度?（單選）

（01）非常重要 （02）有點重要 （03）不太重要 （04）非常不重要
（96）不知道/沒意見 （98）拒答

78. 請問您認為電視新聞來源的公正程度?【詢問所有受訪者】（單選）

（01）非常公正 （02）還算公正 （03）不太公正 （04）非常不公正
（96）不知道/沒意見 （98）拒答

79. 請問您認為廣播新聞來源的公正程度?【詢問所有受訪者】（單選）

（01）非常公正 （02）還算公正 （03）不太公正 （04）非常不公正
（96）不知道/沒意見 （98）拒答

80. 請問您認為紙本報紙新聞來源的公正程度?【詢問所有受訪者】（單選）

（01）非常公正 （02）還算公正 （03）不太公正 （04）非常不公正
（96）不知道/沒意見 （98）拒答

81. 請問您認為紙本雜誌新聞來源的公正程度?【詢問所有受訪者】（單選）
（01）非常公正 （02）還算公正 （03）不太公正 （04）非常不公正
（96）不知道/沒意見 （98）拒答
82. 請問您認為廣播電台網站/App 新聞來源的公正程度?【詢問所有受訪者】（單選）
（01）非常公正 （02）還算公正 （03）不太公正 （04）非常不公正
（96）不知道/沒意見 （98）拒答
83. 請問您認為網路入口網站/App 新聞來源公正程度?【詢問所有受訪者】（單選）
（01）非常公正 （02）還算公正 （03）不太公正 （04）非常不公正
（96）不知道/沒意見 （98）拒答
84. 請問您認為網路新聞媒體所經營網站/App 新聞來源的公正程度?【詢問所有受訪者】（單選）
（01）非常公正 （02）還算公正 （03）不太公正 （04）非常不公正
（96）不知道/沒意見 （98）拒答
85. 請問您認為網路社群網站/App 新聞來源的公正程度?【詢問所有受訪者】（單選）
（01）非常公正 （02）還算公正 （03）不太公正 （04）非常不公正
（96）不知道/沒意見 （98）拒答
86. 請問您認為網路其他網站/App（如新頭殼,報導者,端傳媒,風傳媒等）新聞來源的公正程度?【詢問所有受訪者】（單選）
（01）非常公正 （02）還算公正 （03）不太公正 （04）非常不公正
（96）不知道/沒意見 （98）拒答
87. 請問您認為面對面與人交談新聞來源的公正程度?【詢問所有受訪者】（單選）
（01）非常公正 （02）還算公正 （03）不太公正 （04）非常不公正
（96）不知道/沒意見 （98）拒答
88. 請問您認為電話交談新聞來源的公正程度?【詢問所有受訪者】（單選）
（01）非常公正 （02）還算公正 （03）不太公正 （04）非常不公正

公正

(96) 不知道/沒意見 (98) 拒答

89. 請問您認為通訊軟體新聞來源的公正程度？【詢問所有受訪者】 (單選)

(01) 非常公正 (02) 還算公正 (03) 不太公正 (04) 非常不公正

(96) 不知道/沒意見 (98) 拒答

90. 請問您認為 email 新聞來源的公正程度？【詢問所有受訪者】 (單選)

(01) 非常公正 (02) 有點公正 (03) 不太公正 (04) 非常不公正

(96) 不知道/沒意見 (98) 拒答

【基本資料】

S3. 請問您現在的婚姻狀況？

(01) 未婚 (02) 已婚 (03) 同居 (04) 已離婚/分居 (05) 配偶去世 (06) 其他

(96) 不知道 (98) 拒答

S4. 請問您的居住狀況？

(01) 自有房屋 (02) 租屋 (96) 不知道 (98) 拒答

S5. 請問您的聯絡電話？

(委託單位 NCC 確認受訪用) _____

S6. 請問您的教育程度是？

(01) 不識字 (02) 自修 (03) 小學
(04) 國中或初中 (05) 高中職 (含五專前三年) (06) 專科
(07) 大學 (08) 碩士以上 (96) 不知道
(98) 拒答

S7. 請問您的職業是？

(01) 農、林、漁、牧業 (02) 礦業及土石採取業
(03) 製造業 (04) 電力及燃氣供應業
(05) 用水供應及污染整治業 (06) 營建工程業
(07) 批發及零售業 (08) 運輸及倉儲業
(09) 住宿及餐飲業 (10) 出版、影音製作、傳播及資通

訊服務

- (11) 金融及保險業
- (12) 不動產業
- (13) 專業、科學及技術服務業
- (14) 支援服務業
- (15) 教育業
- (16) 公共行政及國防；強制性社會

安全

- (17) 醫療保健及社會工作服務業
- (18) 藝術、娛樂及休閒服務業
- (19) 其他服務業
- (20) 家管【跳答 s8】
- (21) 學生【跳答 s8】
- (22) 退休【跳答 s8】
- (23) 在找尋工作或等待恢復工作而無報酬者【跳答 Q88】
- (94) 其他_____
- (96) 不知道
- (98) 拒答

S8. 請問您個人平均每個月所有的（稅前）收入差不多有多少？（包括薪資、年終獎金、年節分紅、加班費、執行業務收入、自營收入、投資利息、房租、退休金、或父母/小孩給予的生活費等收入）

- (01) 無收入
- (02) 未滿 1 萬元
- (03) 1 萬-未滿 2 萬元
- (04) 2 萬-未滿 3 萬元
- (05) 3 萬-未滿 4 萬元
- (06) 4 萬-未滿 5 萬元
- (07) 5 萬-未滿 6 萬元
- (08) 6 萬-未滿 7 萬元
- (09) 7 萬-未滿 8 萬元
- (10) 8 萬-未滿 9 萬元
- (11) 9 萬-未滿 10 萬元
- (12) 10 萬-未滿 11 萬元
- (13) 11 萬-未滿 12 萬元
- (14) 12 萬-未滿 13 萬元
- (15) 13 萬-未滿 14 萬元
- (16) 14 萬-未滿 15 萬元
- (17) 15 萬-未滿 16 萬元
- (18) 16 萬-未滿 17 萬元
- (19) 17 萬-未滿 18 萬元
- (20) 18 萬-未滿 19 萬元
- (21) 19 萬-未滿 20 萬元
- (22) 20 萬-未滿 30 萬元

- (23) 30 萬元以上
(96) 不知道
(98) 拒答

S9. 請問您和家中同住家人的成員數（包含受訪者與兒童）？

- (01) 1 人 (02) 2 人 (03) 3 人
(04) 4 人 (05) 5 人以上 (96) 不知道
(98) 拒答

S10. 您和家中同住家人的 16 歲以下成員數

- (01) 1 人 (02) 2 人 (03) 3 人
(04) 4 人 (05) 5 人以上 (96) 沒有
(96) 不知道 (98) 拒答

S11. 請問您或家中同住家人，有沒有領有身心障礙者手冊？

- (01)「本人」領有身心障礙手冊 (02)「家人」領有身心障礙手冊
(03) 本人與家人皆領有身心障礙手冊 (04) 本人與家人皆無
(96) 不知道 (98) 拒答

S12. 請問您家中的設備擁有情形？（若有則在該選項前面打勾，並填上數量）

打勾	題號	設備名稱	數量	打勾	題號	設備名稱	數量
	13-1	市內電話			13-2	收音機	
	13-3	傳統手機（非智慧型手機）			13-4	智慧型手機	
	13-5	平板設備（Ipad、GalaxyTab）			13-6	非連網電視	
	13-7	連網電視			13-8	桌上型電腦	
	13-9	筆記型電腦			13-10	配戴式終端（智慧型眼鏡、手錶等）	
	13-11	可連網的電視遊樂器材（Wii、PlayStation 等）			13-12	可連網的掌上型遊樂器材（任天堂 3DS、PSP 等）	
	13-13	可連網的攜帶型音樂播放器（iPod 等）			13-14	可連網的家用電器（電視以外）	
	13-15	其他_____					

(96) 不知道【結束訪問】

(98) 拒答【結束訪問】

【結束訪問】

附件二 匯流發展問卷調查專家焦點座談會議紀錄

會議時間：107 年 9 月 27 日（四）9:30-12:00

會議地點：台經院本棟 208 會議室

與會人員：大葉大學王漢銘教授

世新大學江亦瑄教授

台灣數位匯流發展協會吳世昌理事長

臺灣 OTT 協會何明達秘書長

臺灣行動支付徐文玲副總

臺灣事實查核中心黃泓瑜代表

國家通訊傳播委員會

台灣經濟研究院

趨勢民意調查公司

會議說明：

台灣經濟研究院（以下簡稱本院）執行國家通訊傳播委員會委託之「通訊傳播產業匯流發展趨勢調查分析」研究案，就我國「通訊市場」、「廣電市場」、「寬頻使用」及「匯流發展」等 4 大面向進行調查與分析。該調查研究目的在於藉由全面性且深入之需求面調查，獲取消費者行為偏好相關資訊，以掌握數位經濟時代下之各項消費行為、創新應用等重要發展動態。

針對「匯流發展」問卷調查初步研究結果，本院擬邀請相關領域之產學專家舉辦焦點座談會，深入探討其所得數據之意涵、產業現況與發展趨勢及未來政策建議，作為擘劃通傳市場及法規政策走向評估之參考。

會議議程：

議 程	
9:20~9:30	❖ 報到
9:30~10:00	❖ 引言報告-「匯流發展」問卷調查初步成果報告
10:00~12:00	❖ 議題討論 [研究發現:新聞來源] 連續兩年調查結果，我國 6 成以上民眾以電視作為最主要新聞資訊獲得管道，新媒體（含網站/App）均次。英國 2018 年收視新聞來源調查結果，電視亦為最主要新聞收視來源（79%），網路居次，佔 64%。 討論議題: 在匯流時代下，電視新聞仍為民眾選擇最主要新聞收視來源，電視新聞業者要如何維繫報導品質，滿足民眾知的權利?透過網路獲得新聞比例增加，而部分網路新聞並未經過守門人篩選，民眾要如何增加判讀能力，辨別假新聞?

	<p>[研究發現：行動支付]</p> <p>使用行動支付民眾比例，106 年與 107 年調查結果不及 2 成，該比例與英國於 2018 年公布調查結果近似。</p> <p>討論議題：</p> <p>目前我國積極推廣行動支付，要如何增加誘因，以提升行動支付使用？</p> <p>[研究發現：線上串流影音收看]</p> <p>107 年調查結果，曾收視線上串流影音服務者為 37.6%，較 106 年成長 6.8%，而其中 21.1%有使用訂閱服務，佔所有受訪者之 7.93%。英國 2018 年第一季調查，有 39%家戶採用線上串流影音訂閱服務。</p> <p>討論議題：</p> <p>相較國際間 OTT-V 快速發展趨勢，我國相對緩慢，可能造成差異結構性因素為何？在內容為王之時代，若我國發展 OTT 相關產業，是否有助於內容產業發展？</p>
--	--

會議記錄：徐助理研究員敏軒

會議內容：

- (一) 引言報告（略）
- (二) 議題討論

● **大葉大學王教授漢銘**

在匯流時代下，電視新聞仍為民眾選擇最主要新聞收視來源，電視新聞業者要如何維繫報導品質，滿足民眾知的權利？透過網路獲得新聞比例增加，而部分網路新聞並未經過守門人篩選，民眾要如何增加判讀能力，辨別假新聞？

- 依業者的角度，如何維持報導品質應該分為兩面向思考，分別為新聞業者願意維持報導品質，以及如何維持報導品質。然而，許多媒體皆受過專業訓練，但進入業界後，顧及收視率等商業機制，無法確實將所學運用於工作職場。
- 網路新聞的特質為「快」。舉例來說，許多網路小編未經過專業訓練，且根據主管的指示，有新聞就將其發布，導致網路新聞不嚴謹，然而，傳統媒體需要時間的醞釀，致使傳統媒體為了因應網路的快新聞，時常將網路新聞再轉載，變成電視新聞，因此，網路新聞的守門機制要如何改善，值得深思。
- 依民眾的角度，目前電視新聞已有自律委員會，但網路新聞卻難以做到，

因此如何去監督、評鑑、申訴，或許可提高網路新聞的可信度。

- 目前高中對於媒體識讀並無急迫性，更不用提師資。此外，身處網路世代，應需探討新媒體之媒體識讀，新媒體識讀要如何推廣值得深思。
- 依政府的角度，管制新聞相當不容易，因政府無法限制新聞自由。可是我一直思考「真理」是什麼，「真理」其實是辯論的過程，所以，應確保閱聽人接受許多新聞來源，若具備媒體素養，閱聽人可自行辨別，因此，確保多元化的新聞資訊來源與媒體素養的基礎教育相當重要。

● 世新大學江教授亦瑄

在匯流時代下，電視新聞仍為民眾選擇最主要新聞收視來源，電視新聞業者要如何維繫報導品質，滿足民眾知的權利？透過網路獲得新聞比例增加，而部分網路新聞並未經過守門人篩選，民眾要如何增加判讀能力，辨別假新聞？

- 新聞資訊獲取管道中，通訊軟體歸類為新媒體，主要原因是「人際」。軟體部分雖只占 1.8%，但其影響力越來越大，尤其許多年長者接受新聞的管道為 Line。
- 若問題源頭是媒體，媒體就應被檢討，此外，媒體自律不是不能啟動，而是願不願意做。
- 自律委員會目前大部分是指電視新聞，然而網路媒體如 Line、粉絲專頁的帳號等所發布的新聞，若有誤，都應於自律委員會或頻道重新申請時納入考慮，因兩者其實為同一家媒體，但現況卻讓人覺得兩者並無關係，否則依目前的情況，或許對電視媒體要求較嚴苛。

相較國際間 OTT-V 快速發展趨勢，我國相對緩慢，可能造成差異結構性因素為何？在內容為王之時代，若我國發展 OTT 相關產業，是否有助於內容產業發展？

- Dailymotion、Line TV 等免費的網路平台存在盜版的問題，此問題影響追劇行為，分散民眾對 OTT 的使用意願，也導致目前以購買國外便宜版權的台灣 OTT 業者難以發展，然而這些問題的改善是治標不治本，唯有提升自製的優質內容，才是長久發展的關鍵。

● 臺灣行動支付徐副總文玲

目前我國積極推廣行動支付，要如何增加誘因，以提升行動支付使用？

- 報告的結果令我有些訝異，雖已是兩年的數據，但行動支付使用率不到兩成，和國發會、金管會所提供的數據有些落差。此份報告可看出問卷的分布，但若能提供 20% 之各區狀況，可了解真實情況，有助於行動支

付的推動。

- 根據行動支付使用的排名，106 年三大國際行動支付進入台灣，所以可得 Apple Pay 的排名高於 Line Pay 和街口支付等，可是今年五月份到七月份的市調，發現 Line Pay 和街口支付已有一定的比重，其中原因為三大行動支付降低行銷，導致民眾並不認為有優惠。
- 行動支付使用的主要原因，根據報告所提供的數據，最主要的原因為方便和優惠。其中方便的不足即代表工具的不方便與場域的不夠，或是電子支付業者太多所造成的整合度不足。另外，目前全台 ATM 的數量於全球排名中僅次於日本，約有 2.8 萬台，提款相當方便，而提款的便利性導致行動支付的不需要。
- 報告中並無台灣 Pay，台灣 Pay 是目前公部門致力推動的行動支付。此外，政府積極推動行動支付，賴清德行政院長以 2020 年行動支付普及率達 6 成，以及 2025 年行動支付普及率達 9 成為目標；金管會於 2016 年 5 月提出 2020 年電子支付比率達 56% 的目標，但依目前的情況，還有一段路要走。
- 台灣具備發展行動支付的環境，因智慧裝置和網路的普及率高，但問題在於如何推動。
- 政府推動整合所有帳單，如 QR code 已出現於繳稅等支付行為中，且使用率高，導入成本最低，此外，政府也計劃進一步整合超商和百貨業者，並結合信用卡。

● 台灣數位匯流發展協會吳理事長世昌

目前我國積極推廣行動支付，要如何增加誘因，以提升行動支付使用？

- 根據此報告所提供之行動支付的數據，與我的認知相差不大。台灣是多元支付的環境，如悠遊卡、Apple Pay 和 Line Pay 等，其中悠遊卡的使用相對於 Apple Pay、Line Pay 高出許多。例如，許多人到便利商店購物，會直接使用悠遊卡，然而若無其他誘因，鮮少人會使用 Apple Pay，因此在多元支付下提升行動支付有其難度。
- 台灣的行動支付為何普及率不高，主要原因為使用習慣，以及並非多數商家可使用行動支付。以中國大陸為例，食衣住行等各方面皆可使用行動支付，且多數人不願意使用現金交易，所以普及率較高。
- 綁定信用卡付款算不算行動支付，Apple Pay 雖是以手機付款，但 Apple Pay 也是綁定信用卡進行交易，因此探討行動支付時，是否需要將所有非現金交易皆納入行動支付，值得深思，但若只將行動支付狹義定義為透過連網手機進行交易，那麼行動支付的比例就如同此份調查，比率不

高。

- 微信支付期望來台發展，但因業者不同意和國安問題等，所以微信支付不太可能來台發展，但台灣如何利用政策反對他國的競爭，並扶植本土的團隊有其困難度。台灣的多元支付環境並非不好，但台灣要如何發展如中國大陸的支付寶之大型行動支付業者，且可供他國使用，值得深思。

● 臺灣 OTT 協會何秘書長明達

目前我國積極推廣行動支付，要如何增加誘因，以提升行動支付使用？

- 抽樣太過於平均，可依各縣市人口比例，否則無法凸顯真實使用行動支付的比率。

相較國際間 OTT-V 快速發展趨勢，我國相對緩慢，可能造成差異結構性因素為何？在內容為王之時代，若我國發展 OTT 相關產業，是否有助於內容產業發展？

- 台灣有線電視費用每月約 500 元吃到飽，且由於調查時間較早，目前已進入跨區殺價競爭，所以價格的變化更大更快。然而由於國情的不同，美國有線電視每月約 100 美金，且 OTT 結合 smart TV，遙控器上設有 Netflix 和 youtube 之按鍵，若電視未結合此兩項功能，消費者不會購買，但台灣並非如此，所以這是我們發展較美國慢的原因。此外，中國大陸常讓人認為管制很多，但中國大陸此領域的發展比我們進步，如後製性的置入行銷，甚至比美國更進步。另外，中國大陸、美國因人口較多，願意投資者也較多，可推動 OTT 產業的快速發展。
- 許多 OTT 平台的收視族群從 14 歲開始，所以這份報告採樣的樣本從 16 歲開始，並無法反映 14-16 歲的收視族群。
- 身處內容為王的時代，應思考如何發展產業內容。以音樂串流市場為例，KK box 的發展取代實體 CD，但如何使其擴大，甚至有能力和國外業者競爭，必須在授權管理上有所改善。OTT 業者願意購買版權，但我們的採購相對外國較不方便。以音樂的使用為例，我們不可單一購買，只能整套購買，可是國外的平台卻可只選擇單一購買，所以此部分仍有改善空間，如此方能加速產業的發展。因此，台灣的業者應彼此合作，並由政府成立單一授權窗口，協助協會會員進行接洽，避免業者將所有心力花費於不同機關團體的接洽，甚至為了取得獨家或搶先播送權而抬高權利金、增加成本，獨厚外國業者。
- 以中國大陸為例，中國大陸的戲劇進來台灣，OTT 平台播放須送審，無法於採購後直接於 OTT 平台播。

- 愛奇藝、Netflix 等國外 OTT 平台無建置成本，但台灣業者必須建置機房等，所以政府應給予業者適當的保護、輔助，例如取得政府拍攝補助者，可優先於合法 OTT 平台播放。

● **臺灣事實查核中心黃代表泓瑜**

在匯流時代下，電視新聞仍為民眾選擇最主要新聞收視來源，電視新聞業者要如何維繫報導品質，滿足民眾知的權利？透過網路獲得新聞比例增加，而部分網路新聞並未經過守門人篩選，民眾要如何增加判讀能力，辨別假新聞？

- 新聞為求快，導致記者只要看到資訊，或於網站看到國外的新聞就直接翻譯，並未經過第二方或第三方查證，即以第一人資訊開始報導，且不會持續追問。
- 以關西機場事件為例，不論網路媒體或電視媒體，多數媒體皆轉載中國網路媒體（觀察者網），但此網為中國境內相當激進的媒體。觀察者網於此新聞中提及，若台灣人要上中國領事館的車必須喊我是台灣人才才能上車，導致大家開始責怪台灣領事館，但之後查證發現，中國領事館的車並未進入關西機場，但許多媒體的第一則報導皆報導此內容，導致大家對第一則報導已有既定印象，之後媒體的澄清、更正新聞其實閱聽人已不在乎。
- 台灣的媒體是播報被動的資訊而非主動的資訊，且直到爭議點越來越大，或假新聞出現後才查核，此外，就算已經查證，閱聽人依然繼續攻擊媒體做假新聞，其中最主要的原因就是藍綠的惡鬥，導致台灣的民眾只看媒體的顏色，而非媒體的樣子。
- 電視新聞相對於網路新聞，具備較好的品質，因電視新聞有自律機制，相反的，網路新聞越來越多，且無此機制。
- 現今許多人看網路新聞且多數人只看標題，然而網路新聞存在小編的問題，有時小編的言論可能和新聞內容不盡相同，或是帶有情緒性的字眼。其實我們曾跟網路小編討論，也跟各大媒體的新聞部門討論，但根據新聞部門的解釋，網路部門為求快、煽動，所以管制並非新聞部門能力所及。
- 電視新聞媒體的自律機制已經啟動，但可讓自律機制更完善，因為很多人向我們申訴新聞有問題，然而鮮少人會先向媒體申訴，可能是因新聞網站對申訴資訊的提供並不明顯，或覺得申訴後也沒改善，但我們只能多跟民眾宣導人人皆有申訴權。
- 我們目前在研擬網路媒體的自律機制，但許多網路媒體只有小編，並沒有如新聞媒體具備完整的機制。此外，我認為影響最大的就是內容農場，

內容農場相當難管制，由於有些在境外，因此只能建議大家盡量不要觀看，且有些內容農場的新聞為不實資訊，只要點進去就會竊取個資或中毒。

- 一直以來我們皆致力於製作如何讓民眾辨別不實資訊的手冊，一般有完整機制的新聞有記者的姓名（實名），若沒有可能為不實資訊。另外，我們也跟網路平台合作，針對新聞粉絲頁可信度做調查，也鼓勵小編提高新聞可信度。
- 要如何辨別假新聞的關鍵是媒體識讀，唯有提升媒體素養，才能正確辨別是否為不實資訊、假新聞。目前，高中課綱有媒體素養的內容，但許多老師不會教，且對媒體識讀也不了解，並無法達到培養媒體素養的目的。

（三） 會議照片



圖 54 匯流發展問卷調查專家焦點座談會議照片 I



圖 55 匯流發展問卷調查專家焦點座談會議照片 II



圖 56 匯流發展問卷調查專家焦點座談會議照片 III



圖 57 匯流發展問卷調查專家焦點座談會議照片IV