

高雄市政府新聞局

有線廣播電視基本頻道全數高畫  
質(HD)播出對收視滿意度及收視  
行為之影響

撰寫人：新聞行政科 陳怡霈

109年6月

## 目錄

有線電視數位化政策.....	1
有線電視數位化政策施行成果.....	10
本市有線電視收視滿意度調查分析結果.....	13
結論與建議.....	23

## 有線電視數位化政策

隨著傳播通訊技術演變，為有效提高頻寬使用效率，國家通訊傳播委員會(下稱 NCC)鼓勵有線廣播電視系統業者由原先的類比訊號，改為數位方式供訊。釋出的頻寬經 NCC 預估，可以提供超過 500 個高畫質(下稱 HD)頻道，或是藉由 300M 以上之高速上網速度，提供豐富多元數位家庭服務，如智慧錄影、節目預約提醒、隨選視訊及家庭保全等，有感優化有線電視訂戶的消費體驗。對有線電視產業而言，業者可藉由多元服務的提供，與資通產業異業合作，促進整體數位產業活絡發展，從而激盪出更多新創思維，有助提升我國數位競爭力；而對內容產製業者來說，有線電視全面數位化供訊意謂高畫質播映環境基礎建置已邁出第一步，可投入更多資源進行高畫質節目之製作拍攝，除提供本國觀眾更精緻之影劇內容外，更能接軌國際影視內容製作規格朝向超高畫質製作技術發展之趨勢，累積臺灣 IP 實力，提升臺灣文化競爭軟實力。

基於上述原因，NCC 先是著手推動無線電視數位化，於 101 年完成後，再加速推動有線電視數位化政策，訂定「促進數位普及發展計畫」及「有線廣播電視數位化實驗區行政

計畫」，並透過費率審議、有線廣播電視系統評鑑及換照等機制，引導業者關閉有線電視類比訊號。同時，為引入市場機制，健全產業發展，NCC 於 101 年 7 月通過以數位化為條件開放或調整經營區，新進業者或既有業者得以縣市為單位(1 縣市為 1 區)決定經營區規模提出申請，期待更多的競爭廠商投入產業，帶動技術升級。

在 NCC 及地方政府的努力下，全臺主要有線電視業者於 107 年達成「有線電視全面數位化」之目標，隨著此數位創新經濟發展的生態環境之逐步完備，中央各部會及地方政府推出各項配套政策或補助方案，輔導影視業者在數位化浪潮下，摸索出產業新創道路，提升臺灣資通影視整體競爭力。

作為有線廣播電視主管機關，NCC 首重頻道畫質提升，107 年要求各家有線電視系統經營者於 108 年底前將所有基本頻道<sup>1</sup>以高畫質(下稱 HD)播出，期有感提升訂戶消費感受；然科技發展腳步已然先行於政策之前，隨著 4K 技術已然成熟，市面上 4K 電視推陳出新，且最低僅需萬餘元，大部分家戶均可輕鬆負擔，2020 年東京奧運更預計採用 8K 技術轉播，為了因應此技術潮流，NCC 首度於 108 年推出「促進有線廣

---

<sup>1</sup> 基本頻道係指訂戶定期繳交基本費用，始可收視、聽之頻道。

播電視普及發展-4K 視訊服務實驗區」補助計畫，補助有線電視系統經營者建置 4K 視訊服務實驗區，需至少提供 1 個承載 4K 超高畫質視訊服務之頻道，完成至少 500 戶 4K 超高畫質視訊服務之提供，並以提供具語音操作功能之機上盒者為優先補助對象，每案最高補助新臺幣 600 萬元，期能加速完備超高畫質播映基礎環境，進而提高內容產製業者投資超高畫質節目產出的意願。另一方面，NCC 也藉由代替地方政府審議有線電視費率的手段，督促業者加速提供 4K 視訊服務，如代臺南市政府審議 109 年有線電視收視費用時，即要求雙子星、三冠王、新永安及南天等 4 家有線電視股份公司須於 109 年度規劃至少 1 個 4K 高畫質節目播送。

身為文化創意產業主管機關的文化部則偏重優化影視產製內容，提出「推動超高畫質電視內容升級前瞻計畫」，因應全球超高畫質及 5G 應用內容需求之趨勢，輔導電視事業發展超高畫質臺灣原生文化影視作品，打造臺灣 IP，由公共廣播電視集團與國內業者分享製播高畫質節目 SOP、經驗及設備，降低業者進入高畫質節目製作之學習曲線，強化台灣軟實力向海外輸出之可能。同時隨著有線電視數位化後，家戶可使用頻寬的擴增，輔導電視業者與科技產業及新興媒體

產業合作，升級視聽服務，如與戲劇結合之 3D、VR (Virtual Reality)、AR (Augmented Reality) 或是利用網路創造即時性多人益智互動節目等創新應用服務。

綜上而言，NCC 注重硬體基礎環境之提升，先改善終端收視者(訂戶)及業者頭端機房接收傳輸訊號之設備，文化部則致力內容產業與創新技術的整合，期待接軌國際影音技術與消費者多屏觀賞的消費趨勢，發展創新商業模式，優化影視服務，除吸引更多資金投資活絡本國影視市場外，也期待能拓展海外文化輸出能量，打造臺灣 IP，進而深化臺灣文化自明性，促進在地認同並厚植觀光產業基礎。

地方政府則因法定權管範圍有限、預算不如中央部會充裕等因素，無法辦理大型補助計畫，加上有線電視因經營資金門檻較高<sup>2</sup>，漸朝集團化發展，技術研發及資源分配權限多屬總公司權限，區域系統經營者難獨立決定發展政策，因此地方政府少有主導產業發展的能力，多是配合 NCC 政策，要求當地系統經營者提供部分高畫質付費頻道供民眾免費試

---

<sup>2</sup> 按有線廣播電視法施行細則第 4 條略以：「系統經營者最低實收資本額為新臺幣十一億元乘以有線廣播電視經營權數。前項系統經營者最低實收資本額計算結果低於新臺幣二百萬元者，應以新臺幣二百萬元為最低實收資本額。」又，依據 107 年國家通訊傳播委員會公告之有線廣播電視經營權術，連江縣之祥通事業股份有限公司法定最低實收資本額為全國最低，為新臺幣 200 萬元，臺中市之群健有線電視股份有限公司法定最低實收資本額為全國最高，為新臺幣 5,588 萬元。

閱、開發多元數位服務或升級基本頻道畫質等。

本局值此有線電視數位化轉型之際，於 107 年訂定「高雄市有線廣播電視提供公共訊息數位服務補助辦法」，鼓勵有線電視業者提供多元服務，以利發展創新服務模式，促進有線電視及數位產業匯流發展，並提升行政效率及民眾生活品質。108 年首度試辦，慶聯、港都及新高雄有線電視股份有限公司分別提出「高雄市空氣品質查詢應用服務計畫」、「高雄市公共電子刊物閱讀服務應用計畫」及「數位資訊服務」，各獲得新臺幣 75 萬元、75 萬元及 44 萬 5,900 元的補助，所有服務均於 108 年底上線，提供訂戶免費使用。

表 1. 有線電視數位化後各機關政策計畫表

主責機關	實施時間	政策計畫	細節內容
NCC	108 年 9 月	4K 頻道申設	許可設立境外頻道「LOVE NATURE」，該頻道為臺灣首度引進之全 4K 自然紀實頻道，該頻道承諾未來將與臺灣影視團隊合製或採購每年至少 1 小時本地相關節目，並與平臺業者合作舉辦品牌影音內容工作坊，分享拍攝 4K 生態紀實影片的經驗。
NCC	108 年 5~11	要求系統業者規劃 4K 節	1. 要求臺南市有線電視系統業者於 109 年規劃播送至

	月	目播映	<p>少 1 個 4K 高畫質節目，執行情形作為審議 110 年費率之參考。</p> <p>2. 於換發吉隆有線電視股份有限公司(以下簡稱吉隆公司)有線電視經營許可執照時，要求該公司搭配 109 年東京奧運，提供訂戶 4K 畫質節目收視選擇。</p>
NCC	108 年 6 月	有線電視產業頻道高畫質提升政策研析及行動方案	推動 108 年底前國內有線廣播電視基本頻道節目全面以高畫質播出。
NCC	108 年 6 月	「促進有線廣播電視普及發展-4K 視訊服務實驗區」補助計畫	<p>1. 補助有線電視系統業者於 4K 視訊服務實驗區內至少提供 1 個承載 4K 超高畫質視訊服務之頻道；每區至少完成 500 戶得收視 4K 節目。</p> <p>2. 補助建置系統相關設備及 4K 數位機上盒，其中 4K 數位機上盒具語音操作功能者優先補助。</p> <p>3. 每案補助上限新臺幣 600 萬元。</p>
文化部	106~109 年	推動超高畫質電視內容升級前瞻計畫	<p>1. 主要辦理內容為建置超高畫質電視設備，製作超高畫質節目與新媒體創新應用的規劃及促成超高畫質戲劇之創新應用，接軌國際影視產業技術，建置超高畫質</p>

			<p>製作設備，厚實國內人員的專業技術，帶動產業市場的活絡。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>公廣集團建置「公視超高畫質電視示範製作中心」及「華視超高畫質電視攝製及後製中心」，包含超高畫質攝影棚、超高畫質電視後製中心背景運算系統、超高畫質後製中心轉檔平臺及超高畫質影像高速傳輸設備等，並規劃 8K 攝影器材及剪輯設備採購，並與外部單位共享設備資源。</li> <li>與學界合作「製作端影音資料庫及檢索系統」，自動擷取高品質的 4K 影像圖片並自動辨識圖片內容，供使用者查詢，公視自製擁有版權之 4K 素材，免費分享。</li> </ol>
文化 部	107~1 09 年	超高畫質電 視節目製作 補助計畫	<ol style="list-style-type: none"> <li>因應全球超高畫質電視內容製作之市場趨勢，為促進我國電視內容產業之創新發展，增強本國產業運用超高畫質技術製作各類型節目之意願，以對產業長遠發展產生實質助益，提高我國超高畫質內容海外輸出之國際競爭力。</li> <li>補助電視事業、衛星頻道節目供應事業或電視節目製</li> </ol>

			<p>作業成立本國工作團隊，於本國攝製 4K 以上影集或電視電影，並於國內電視頻道（包含多媒體內容傳輸平臺所屬頻道）或我國合法設立登記或立案之網際網路影音平臺公開播送或公開傳輸。</p> <p>3. 補助金額無上限，惟不得逾預估製作成本總金額 49%。</p>
文 化 部	107~1 09 年	新媒體跨平 台內容產製 計畫	<p>1. 輔導業者企製非傳統單向收視模式之新形態節目，並應用虛擬實境(VR)、擴增實境(AR)、360 度攝影等新技術、或 OTT 平台大數據資源，開發多樣化節目模式。促成電視內容產業與國內外平台跨業合作，擴大原創內容創新應用。</p> <p>2. 輔導業者參與國內外電視市場展，媒合促進與國際 OTT 平台的合作與產製，透過國際平台的市場布局，推動我國影視音 IP 內容的國際能見度、提高海外行銷成績、擴展新興與潛力市場。</p>
高 雄 市 政 府	108 年	有線電視系 統業者頻道 高畫質提升 政策	<p>高雄市政府有線廣播電視系統費率審議委員會 107 年第 2 次會議作成決議：「要求業者配合 NCC 政策，於 108 年底前完成</p>

			「基本頻道全數 HD 播出」之計畫」, 相關執行情形作為費率審議委員會審議 109 年收視費用之重要參考依據。
高 市 府	雄 政	108~1 09 年	<p>高雄市有線廣播電視提供公共訊息數位服務補助辦法</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以補助方式, 鼓勵高雄市境內有線廣播電視系統經營者提供公共訊息數位服務, 以實現「數位家庭、智慧城市」之發展願景。</li> <li>2. 每案補助比率不逾全案總費用 49%, 並以新臺幣 95 萬為限。</li> <li>3. 同一系統經營者於同一會計年度內, 以補助三案為限; 總補助金額並不得逾新臺幣一百八十萬元。</li> </ol>

## 有線電視數位化政策施行成果

在中央各部會以及地方政府各項政策努力下，全國系統業者逐步提升視聽服務品質，包含影視畫質全面提升、數位機上盒更新汰換及多元服務的推出等，本市有線電視系統業者也跟隨這波趨勢，於 107 年底 3 月完成本市全區數位化供訊，108 年底將基本頻道全部升級為高畫質(HD)播映，各系統業者並依經營區人文環境特性，分別推出不同的多元服務(詳表 2)。然而，市民對於影視服務的優化是否有感，節目畫質是否為民眾選擇系統業者或影視平台優先考量原因，將在下一章節中藉由 107 年及 108 年有線電視收視滿意度調查及結果進行分析比較。

表 2. 高雄市有線電視業者提供高畫質頻道及多元服務彙整表

有線電視公司	經營區	HD 基本頻道數 (107.06.30)	HD 基本頻道數 (108.06.30)	多元數位服務(僅列影視部分)
慶聯	鹽埕、鼓山、旗津、左營、楠梓、三民共 6 區	60	90	● HD 超值頻道 <sup>3</sup> 套餐 ● 包月 HD 影音服務(動漫館、電影館、追劇親子包、成人極樂
港都	小港、前鎮、			

<sup>3</sup> 超值頻道係指除基本頻道之外，訂戶需另外額外付費始能收看之頻道。近年為推廣超值頻道，有線電視系統業者會提供部分超值頻道不定期免費試閱服務，該種頻道有時又被稱為「免費頻道」。

	苓雅、新興、 前金共 5 區			園) ● Li TV 線上串流 HD 影音增值服 務 ● 預計 109 年第 2 季推出 4K Android 系統聲 控機上盒
鳳信	鳳山、大寮、 大樹、林園、 仁武、鳥松、 大社共 7 區	46	83	● HD 增值頻道套 餐 ● 包月 HD 影音服 務 ● AI Box 搭配 Google Nest Mini 語音助 理，可聲控轉 台、搜尋預收視 內容，並內建 myVideo、愛奇 藝等線上串流 HD 影音服務
南國	岡山、旗山、 路竹、茄萣、 燕巢、橋頭、 梓官、美濃、 田寮、阿蓮、 永安、彌陀、 湖內、內門、 山林、甲仙、 六龜、桃源、 茂林、那瑪夏	17	52	● HD 增值頻道套 餐

	共 20 區			
新高 雄	高雄市全區 (目前僅開播 三民、左營、 前鎮、苓雅共 4 區)	106	118	<ul style="list-style-type: none"> <li>● HD 加值頻道套餐</li> <li>● HD 視訊隨選服務</li> <li>● 預計 109 年第 2 季推出 4K Android 系統聲控機上盒</li> </ul>

## 本市有線電視收視滿意度調查分析結果

本章節將進一步對比 107 年及 108 年本市有線電視收視滿意度調查結果，嘗試了解終端使用者(訂戶)高畫質播映設備基礎環境現況、民眾對於高畫質影視內容政策有感度、未來影視需求以及節目畫質是否為民眾選擇收視平台之重要動機。

107 年收視滿意度調查採用電腦輔助電話訪問 (CATI) 方式進行，以高雄市 37 個行政區(不含桃源區)為調查區域範圍；20 歲以上人口為調查對象。量化調查時間為 107 年 9 月 11 日至 107 年 10 月 1 日，共完成有效樣本數 4,400 份(電話訪問 4,000 份、網路問卷 400 份)，在 95%的信賴水準下，抽樣誤差為正負 1.48%。質化調查時間為 107 年 10 月 20 日，辦理焦點座談 1 場。

108 年收視滿意度調查方式、範圍及對象，與 107 年相同。量化調查時間為 108 年 6 月 19 日至 108 年 8 月 16 日，共完成有效樣本數 4,500 份(電話訪問 4,000 份、網路問卷 400 份、手機 100 份)，在 95%的信賴水準下，抽樣誤差為正負 1.46%。質化調查時間為 108 年 9 月 21 日，辦理焦點座談 2 場，1 場座談受訪對象為 8 位男性，另 1 場為 8 位女性。

在終端使用者基礎環境設備方面，雖可推估大部分收視戶已配合機上盒的設置及數位化供訊，於近年陸續將舊式球型電視汰換為平面液晶電視，但根據 108 年收視滿意度焦點座談結果<sup>4</sup>，僅少部分受訪者意識到家裡電視畫質程度，在 2 場共 16 位受訪者的座談中，僅 4 位男性及 1 位女性清楚自家電視畫質，其中又僅有 1 位男性受訪者家中有 4K 畫質電視，其餘皆為 HD(1920x1080)，顯示 4K 電視尚未完全普及。

依上開結果推測，儘管只有少數民眾家中為 4K 電視，但 HD 電視已經普及到各家戶中，收視戶應能明確感受到基本頻道畫質由 SD 到 HD 的提升。歷年來的收視滿意度調查結果驗證了這項推估，受訪者對於收訊品質滿意度由 107 年的 86.4% 受訪者感到滿意提升到 108 年的 89.6%(增加 2.8%)，表示 HD 播映基本頻道數的增加有感優化消費者收視體驗；如以性別區分，男性(90.6%)滿意收視訊號品質的比例顯著高於女性(88.7%)。

107 年收視南國公司(82.6%)受訪者不滿意有線電視「收視品質」的比例顯著高於其他業者；108 年收視新高雄公司(96.0%)受訪者滿意的比例顯著高於其他業者。比照表 2，南

---

<sup>4</sup> 107 年有線電視收視滿意度調查並未詢問受訪者家中電視畫質程度，108 年亦未將電視畫質列為量化調查問卷題目，僅列為焦點座談題綱。

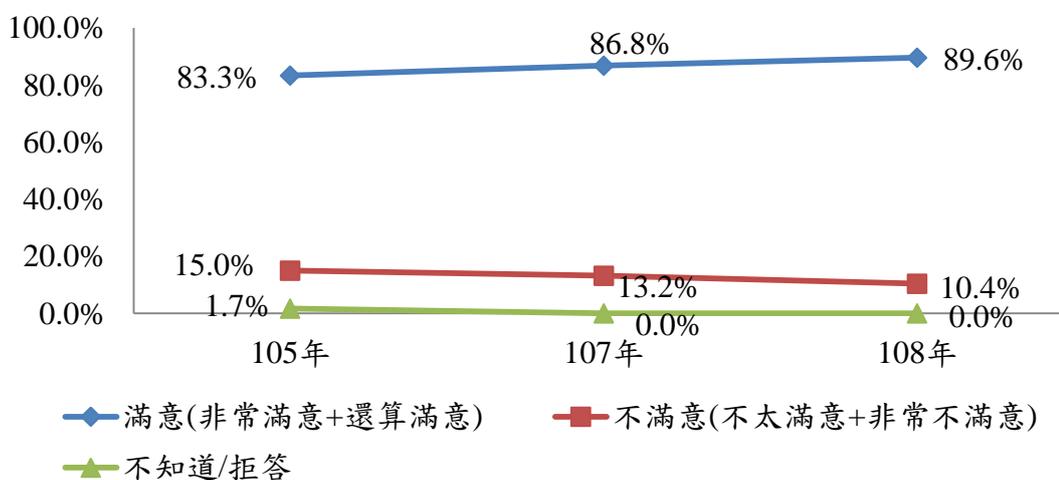
國公司於 107 年僅提供 17 個 HD 基本頻道，新高雄公司於 108 年提供 118 個 HD 基本頻道，合理推測受訪者對於有線電視收視品質的滿意程度相當程度取決於基本頻道以 HD 播映的數量，提供越多 HD 基本頻道數者，其收視戶越可能對「收視品質」感到滿意。

表 3. 有線電視「收視品質」滿意度歷年比較表

選項	105 年	107 年	108 年		107 年暨 108 年
	百分比	百分比	次數	百分比	差異百分比
非常滿意	4.6	4.4	357	7.9	2.8
還算滿意	78.7	82.4	3,676	81.7	
不太滿意	13.5	12.4	425	9.5	-2.8
非常不滿意	1.5	0.8	42	0.9	
不知道/拒答	1.7	0.0	0	0.0	0.0
總和	100.0	100.0	4,500	100.0	-

註：因加權及四捨五入關係，次數和百分比加總可能不一致。

表 4. 有線電視「收視品質」滿意度歷年趨勢圖



相反地，107 年 581 位不滿意「收視品質」的受訪者中有 158 位反映有「畫面訊號不清晰」的情況，108 年不滿意「收視品質」受訪者數量減少為 135 位。在 108 年的焦點座談中，也僅有 1 位受訪者反映：「…我們現在不是都已經換到 HDMI 的數位機上盒，那正常來講他應該要有數位的品質，可是我覺得看起來他就是沒有。(主持人問：是看起來糊糊的嗎?) 除了糊糊的之外，有時候看起來會有一點訊號雜訊。(主持人問：馬賽克嗎?)對，就是解析度不好之外，就是有一點點的水波紋。」其餘受訪者反應覺得「收視品質」不佳的原因以「常斷訊」或「畫面定格」為主。

由上述分析可知，收視戶對於有線電視畫質的初步需求(由 SD 提升到 HD)已獲滿足，但「將畫質進一步提升到 4K」或是「增加 HD 影視內容」可能不如政策主管機關預期，並不是收視戶目前最關心的消費議題。

107、108 年兩年的收視滿意度調查顯示，高雄市約有 5 成多的民眾有意願更換「有線電視業者」<sup>5</sup>，男性受訪者更換業者的意願(56.9%)又顯著高於女性(47.5%)，進一步詢問欲更換業者原因，以「收費較合理」、「有比較多想看的節目」、

---

<sup>5</sup> 107 年有 56.2%受訪者有意願更換系統業者，108 年則有 52.1%。

「收視品質較好」及「優惠方案較多」為主，僅約 10%左右民眾係因「有比較多高畫質 HD 的節目」想更換業者，顯示民眾在選擇有線電視業者時還是以價格、頻道組合及訊號穩定度為考量。

表 5. 108 年受訪者考慮更換其他有線電視業者的原因

	次數	百分比
收費較合理	1,342	57.3
有比較多想看的節目	787	33.6
收視品質較好	512	21.9
優惠方案較多	509	21.7
有比較多高畫質 HD 的節目	211	9.0
其他-樂見有競爭性才會有進步	171	7.3
頻道總數量比較多	169	7.2
寬頻上網和網路電視的套裝優惠服務	117	5.0
其他-原有業者廣告太多	1	1.0
總和	3,819	164.0

註：為複選題，樣本數=2,343，各選項百分比=回答次數/樣本數，百分比總和會超過 100.0%。

表 6. 107 年受訪者考慮更換其他有線電視業者的原因

	次數	百分比
收費較合理	1,684	68.1
收視品質較好	941	38.0
優惠方案較多	604	24.4
有比較多想看的節目	559	22.6
有比較多高畫質 HD 的節目	258	10.4
頻道總數量比較多	215	8.7
寬頻上網和網路電視的套裝優惠服務	150	6.1
可以比較選擇	7	0.3
網路速度快	1	0.0
總和	4,419	178.6

註：為複選題，樣本數=2,473，各選項百分比=回答次數/樣本數，百分比總和會超過 100.0%。

在 108 年焦點座談討論中，受訪者主要也是基於價格及服務而產生更換業者的想法。在以男性為受訪對象的場次中，多位受訪者闡述意見如下<sup>6</sup>：

*G 男*：還是期望(有線電視)有跨區(經營)，因為在價格、服務方面，都會比較好一點，如果連這點都沒有辦法改善的話，那就不需要了。

*H 男*：在溝通跟服務品質上面，就會有一點落差，還有收費方面的話，在彼此競爭的狀態之下，他的收費就會有一點略降…態度決定一切，我們也是會看看，如果使用好的話就繼續用，用不好的話就換。

*F 男*：…因為新高雄有優惠，所以就跳過去(使用)了。

而在考慮所有影視平台間的競爭時，節目畫質也非驅使消費者使用其他影視平台的主要原因。

108 年的有線電視收視滿意度調查中，有 2,726 位受訪訂戶除了收看有線電視外，還透過其他方式收看節目或影音服務，其中以「用電腦/平板/手機收看電視節目或網路影片」的比例最高，佔 56.3%(2,581 位)，較常收看的網路影音服務平臺其中以透過「YouTube」收看的比例最高，其次為「Facebook/Instagram」、「愛奇藝」及「Netflix」。

---

<sup>6</sup> 為利前後文通暢易懂，以下受訪者談話逐字稿中括號內文字為撰寫人增注說明。

表 7. 108 年受訪者較常收看的網路影音服務平臺

頻道	次數	百分比
YouTube	2,073	80.3
Facebook/Instagram	533	20.6
愛奇藝	450	17.4
Netflix	156	6.0
LiTV	105	4.1
Google Play	101	3.9

註 1：本題為複選題，樣本數=2,581，各選項百分比=回答次數/樣本數，百分比總和會超過 100.0%。

註 2：本表只顯示百分比較高項目，因此不提供全部項目次數及百分比加總。

使用其他收視管道受訪訂戶之中，只有 561 位額外付費收看網路影音平台，進一步追問其付費原因，多數人回答為「節目或網路影片內容豐富」、「價格合理」及「節目或網路影片內容更新快」，僅 143 位受訪者(25.6%)因「節目畫質清楚」付費。

表 8：108 年付費收視網路影音平台原因統計表

	次數	百分比
節目或網路影片內容豐富	397	71.0
價格合理	201	35.9
節目或網路影片內容更新快	192	34.4
沒有廣告	171	30.6
節目畫質清楚	143	25.6
不知道/拒答	14	2.5
<b>總和</b>	<b>1,118</b>	<b>200.0</b>

註：為複選題，樣本數=561，各選項百分比=回答次數/樣本數，百分比總和會超過 100.0%。

同年度焦點座談也呼應了量化調查的分析結果，多數男

性受訪訂戶<sup>7</sup>均曾透過網路平台收視電影或節目，依個人偏好興趣收視不同平台，包含 YouTube、小鴨影視、楓林網、伊莉論壇、千尋影視或愛奇藝等。但若平台要收費，受訪訂戶並不會因此願意額外付費，會另外找尋免費的網路平台。

*H 男：(主持人問：那麼如果那個網站需要錢的話，你會在那個網站繼續看嗎?) 當然是找不用錢的。會去小鴨影視，那個的話好像是大陸台，可以看電影，也是最新的電影在看。不用錢，可以看戲劇，綜藝，電影什麼都可以看。*

*E 男：(主持人問：他們現在是不用錢，但是如果需要收費的話，你會繼續在那邊看?) 不會，都還是會去找免費的來看。*

*D 男：但是如果是真的要付費的話，就會選擇比較少，大部份會去找不需要付費的。*

*C 男：(主持人問：這樣子的話，那你或是其他家裡的他們有付錢嗎?) 沒有，都是看免錢的。(主持人問：所以你也看免錢的，但是如果說需要收費的話，你還會留在那邊看嗎?) 會找其他的資源。*

多數女性受訪者<sup>8</sup>也有透過網路平台收視電影或節目的習慣，且較男性受訪者更願意額外付費取得網路串流高畫質影音服務。渠等收視的平台多為免費及付費機制並行的影視平台，如愛奇藝、KKTV、Hami 等，惟僅有 1 位受訪者提及係因

---

7 8 位男性受訪者中有 5 位會透過網路收視節目。

8 8 位女性受訪者中有 6 位會透過網路收視節目。

節目畫質較好而願意額外付費，顯示節目畫質並非觀眾願意額外付費收視之主要考量。

A女：(主持人問：那會是在哪一個平台比較多?) 就是在 YouTube。  
(主持人問：現在的 YouTube 有廣告，那如果是在未來，他說他要收費，需要分期收費的話，還會在 YouTube 看嗎?) 要看他的收費要收多少。(主持人問：所以你還是會考慮就是了，覺得 YouTube 有吸引到你?) 對。

B女：我都是看韓劇跟陸劇。…我用愛奇藝跟 KKTV 我都有。都有付費，因為愛奇藝跟 KKTV，他們的韓劇都不太一樣，有些部分是愛奇藝獨播，有些部分是 KKTV 獨播。因為免費的在網路上面的畫質很差，如果你是看愛奇藝或 KKTV，他們的畫質就會比較好。

C女：現在都是看愛奇藝，YouTube，因為我朋友他有 Hami 帳號，大概就會有 5 個帳號。…(主持人問：他們是有一些比較舊的電影或戲劇，你還是都會看嗎?) 對，可是因為他們沒有廣告…(主持人問：如果未來要自己付費，你會繼續看嗎?) 有可能會，如果有一些特別的，例如世界盃或直播之類的。…(主持人問：但是你為什麼不選擇博斯…為什麼不去租博斯的運動頻道?) 那些部分不一定是簽到約，之前是因為愛爾達他有簽約成功，所以你就只能看他。(主持人問：愛爾達是指足球的部分嗎?) 對。

D女：愛奇藝跟 LINE TV 都有。目前這些都是免費或使用打卡贈點的部分。…(主持人問：如果是未來的話你會想要付費?) 會，因為我的 KKBOX 是有付費的。…(主持人問：所以未來你有可能是有喜歡，你就會付費就是了?) 對。

107 年有線電視收視滿意度調查也呈現類似結果，有 1,882 位受訪者除有線電視外，還透過電腦/平板/手機或聯網電視等設備收看節目或影片，其中有 476 位額外付費，付費原因多為「節目或網路影片內容豐富」、「價格合理」及「節目或網路影片內容更新快」，僅 120 位受訪者(25.3%)因「節目畫質清楚」額外付費。

表 9. 107 年受訪者較常收看的網路影音服務平臺

頻道	次數	百分比
YouTube	1,566	83.2
愛奇藝	460	24.4
Faceook/Instagram	416	22.1
bilibili	74	3.9
LiTV	67	3.6
Netflix	61	3.3

註 1：本題為複選題，樣本數=1,882，各選項百分比=回答次數/樣本數，百分比總和會超過 100.0%。

註 2：本表只顯示百分比較高項目，因此不提供全部項目次數及百分比加總。

表 10. 107 年付費收視網路影音平台原因統計表

	次數	百分比
節目或網路影片內容豐富	300	63.0
價格合理	185	38.9
節目或網路影片內容更新快	174	36.6
沒有廣告	170	35.7
節目畫質清楚	120	25.3
不知道/拒答	24	5.1
<b>總和</b>	<b>973</b>	<b>204.6</b>

註：為複選題，樣本數=476，各選項百分比=回答次數/樣本數，百分比總和會超過 100.0%。

## 結論與建議

透過 107 年及 108 年的有線電視收視滿意度調查結果的分析，我們可以歸納以下 4 點結論：

### (一)「基本頻道全數升級為 HD 播映」政策有效優化民眾

收視體驗：本市有線電視於 107 年間著手提升基本頻道播映畫質，至 108 年底除少數訊號源為 SD 之頻道外，所有基本頻道均以 HD 播映。民眾對於有線電視「收視品質」之滿意度也隨之由 107 年的 86.8% 提升到 108 年的 89.6%，反映「畫面訊號不清晰」者也由 107 年的 158 位減少到 108 年的 135 位，顯示「基本頻道全數升級為 HD 播映」政策有效優化有線電視業者提供的影音服務，提升民眾收視滿意度。

### (二)108 年有線電視滿意度調查指出，無論性別，大部分的

受訪者皆會透過網路收看電影或節目，顯見 OTT 已經蔚為主流，但仍有一定比例之 OTT 使用者係基於「免費」的因素透過網路收視，未來 OTT 的商業機制如何建立，以創造更多產值，仍是待觀察的重點；而相較於男性，女性更有意願因為 OTT 提供獨家影視內容(如：陸劇、韓劇或運動直播等)，額外

付費收看。

(三)4K 基礎環境建置尚未普及：焦點座談訪談 16 位民眾中，僅有 1 位家中電視機可播映 4K 畫質，甚至有部分民眾不瞭解家中電視可播映之最高畫質，可見 4K 電視仍非家戶普及設備，又或可進一步推論電視不像手機、筆電，是使用者每 2~5 年就會考慮汰換升級之產品，因此民眾並不會有短期採購汰換之需求，也就會隨時關注電視機效能資訊。

(四)當多數節目已升級至 HD 播映時，民眾尚無迫切感受到畫質升級至 4K 之需求：本市有線電視業者於 108 年底前將所有基本頻道以 HD 規格播映，當年度近 90% 受訪者對「收視品質」感到滿意，顯見 HD 已能滿足大部分民眾的收視需求。對照到消費者選擇更換有線電視系統業者或是收視其他影視平台的原因主要為「收費較合理」及「有比較多想看的節目(節目或網路影片內容豐富)」，可推論現今大部分影視平台(含有線電視系統業者)提供的節目畫質已普遍符合消費者需求，價格及節目內容才是業者吸引用戶關鍵所在。

鑒於上述結論，在推廣業者大量製作 4K 節目前，政府應先以政策引導家戶提升視聽環境，唯有當 4K 終端基礎環境完成相當程度的建置，才能強化有線電視業者提供 4K 機上盒及影視內容產業製播 4K 節目之動機，輔以政府提供補助業界汰換設備及培植相關人力資源之政策，才能有效提升 4K 節目製作能量。此外，除了畫質外，節目內容的提升也不能偏廢，畢竟畫質升級固然有助優化消費者視聽感受，優質創意內容才是吸引觀眾眼球的關鍵，因此除 4K 設備及硬體操作人才培植的補助外，優良劇本開發企劃、編導製播人員育成等更是政府促進有線電視產業發展當前要務，唯有節目內容及規格兼具，才能有效拓展國內外市場，提升本國影視能見度及文化自明性。