

桃園市市民有線電視多元選擇付費機制調查 性別分析

壹、前言

有線電視長期為臺灣家庭影音娛樂與資訊的重要管道，然而隨 OTT 網路影音平台（如 YouTube、Netflix 等）快速崛起，傳統有線電視頻道受眾逐漸流失，特別是年輕族群傾向採取更靈活且個人化的數位收視模式。為因應市場變化，本府與業者積極推動多元選擇付費機制，提供消費者更具彈性與多樣化的收視方案，以提升使用意願與市場競爭力。本報告從性別視角出發，分析本處「113 年度桃園市有線電視系統業者服務品質暨收視戶滿意度調查研究」中之調查資料，探討男性與女性在多元選擇付費機制之知曉度、付費意願及頻道偏好項目上之差異，並據此提出具體建議。

貳、調查方法與性別樣本結構

本調查期間為 113 年 6 月至 7 月，使用電話訪問及網路問卷方式進行，有效樣本共 1,874 份，電話訪問 802 份(市話 702 份、手機 100 份)、網路問卷 1,072 份，涵蓋桃園市 13 行政區，年齡 18 歲以上成人。樣本性別比例均衡(男性 48.0%、女性 52.0%)，年齡以 40-49 歲的受訪者最多(佔 20.8%)，其次依序為 30-39 歲(佔 18.0%)、18-19 歲(佔 17.6%)、50-59 歲(佔 17.1%)。教育程度以大學學歷者最多(佔 45.0%)，其次為高中(職)學歷(佔 20.1%)。職業別以無業/退休/待業最多(佔 18.5%)，其次為文書事務人員(佔 12.6%)，並透過代表性抽樣，以確保結果能可靠反映整體市民的收視行為與付費意向，調查信賴度 95%，抽樣誤差約 $\pm 2.31\%$ 。

參、性別議題及政策目標

一、多元選擇付費機制知曉度的性別對比

多元選擇付費機制¹男性知曉率為56%，女性略低於50%。呈現約6個百分點之差距，顯示女性在政策資訊取得上相對不足。此一落差可能源於資訊來源差異、媒介使用習慣及現行行銷策略之偏向，致使女性群體接觸政策資訊的機會有限。為提升資訊公平性，有線電視業者推廣時，應兼顧性別差異，透過貼近日常經驗的語言與案例，讓不同族群更容易理解；加強於女性常用社群與社團（如親子社群、生活資訊平台）進行宣導；並調整宣傳素材的設計，使內容更易於分享。透過此類策略，可促進男女資訊接收之均衡，避免決策權偏向單一性別，進而強化政策推行的公平性。

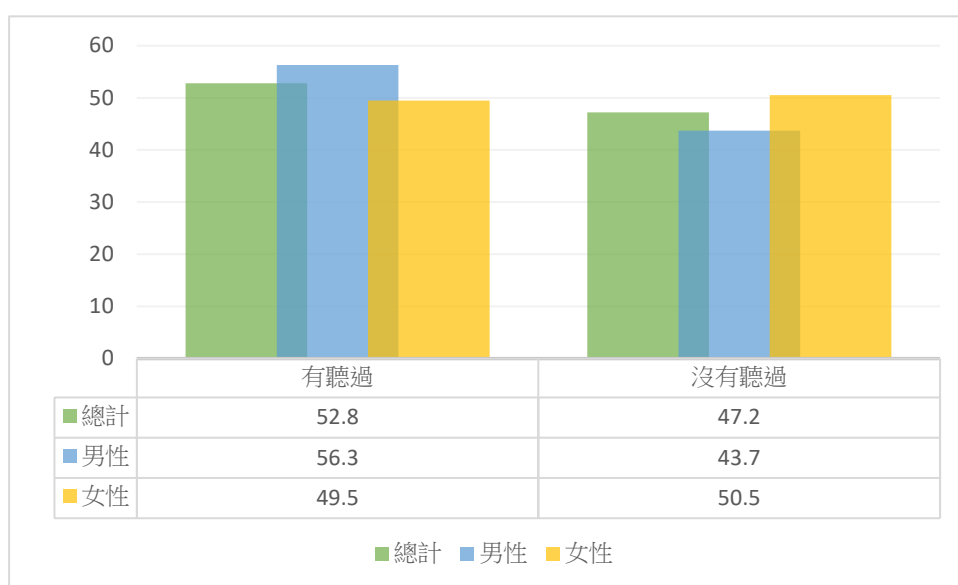


圖 1：多元選擇付費機制知曉度長條圖，男女知曉率比較。

二、付費意願與方案選擇的性別差異

在目前多元選擇付費機制行為上，大多數民眾(男性比率約40%與女性比率約45%)都偏好「介於200~510元中間，是基本頻道再加頻道套餐」之方案。在加購意願上，女性偏好頻道套餐

¹ 「多元選擇付費機制」是指有線電視業者在基本收視頻道與收視費用之外，提供更具彈性、依需求選擇的多元收視方案。

(26.3%)高於男性(20.6%)，男性對單一頻道(15.2%)興趣高於女性(12.9%)，反映性別在加購模式選擇上之差異。

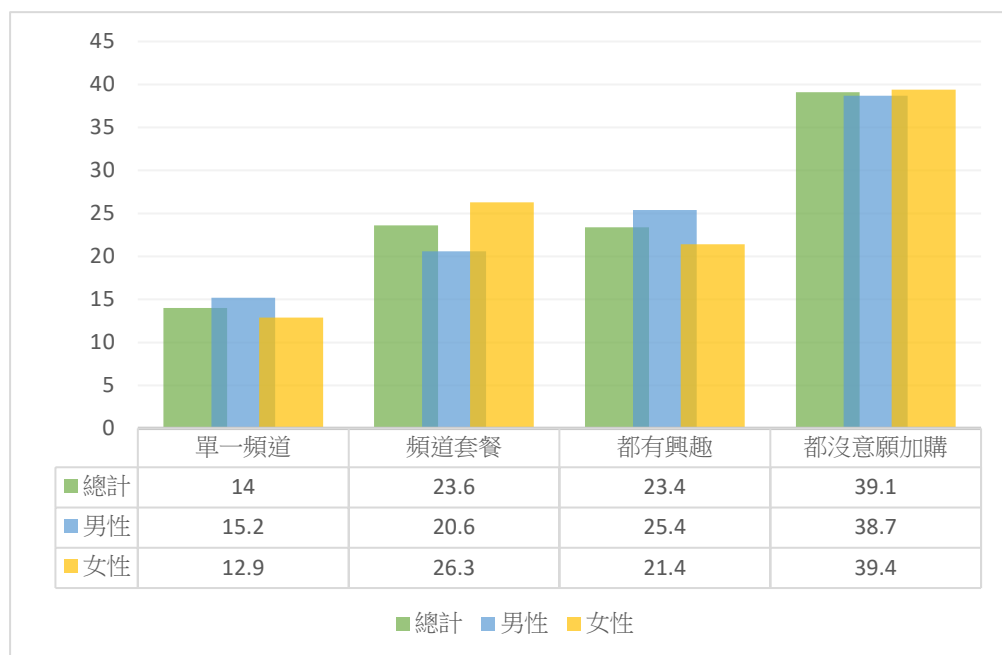
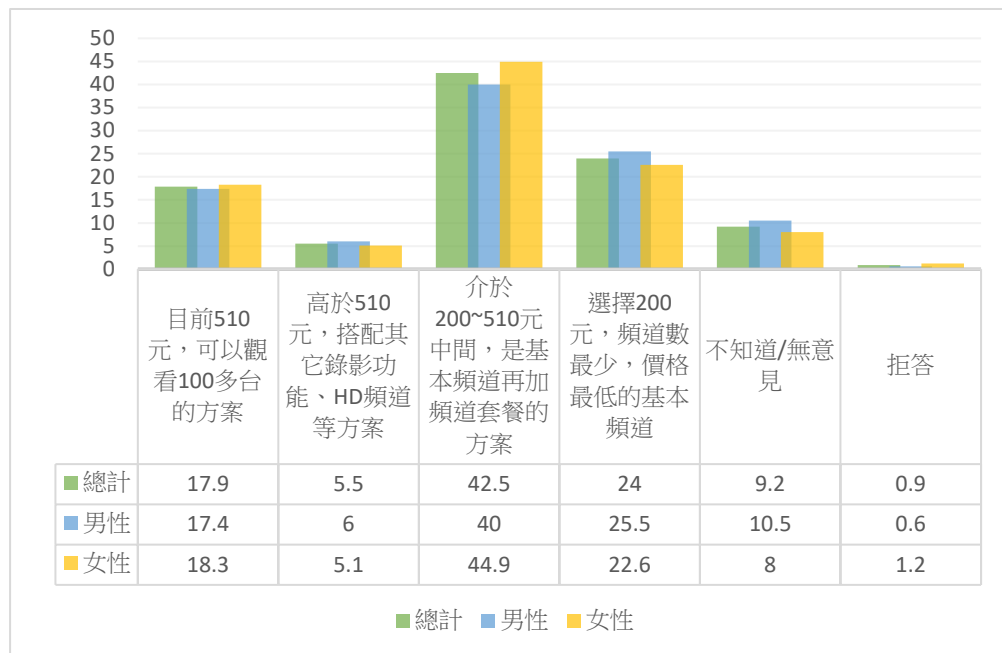


圖2：付費意願及方案選擇長條圖，男女在付費策略上有所不同。

三、頻道類型的性別偏好

調查結果顯示，男性受眾以電影（63.4%）及體育頻道

(35.2%) 的偏好比率最高，女性受眾則偏好電影（64.5%）及戲劇（41.7%）類節目。整體而言，男性觀眾傾向於娛樂性與競技性內容，女性則更重視情感交流與娛樂性質的節目。此一顯著性別差異顯示，頻道套餐若採取單一設計，恐無法充分滿足不同群體的需求。

因此，有線電視業者宜發展具差異化的產品組合，針對性別及不同收視族群的收視習慣，提供多元方案，以提升用戶忠誠度與收視黏著度。此舉不僅有助於增強節目內容的吸引力，也能促進市場多元發展與社會文化的包容性。

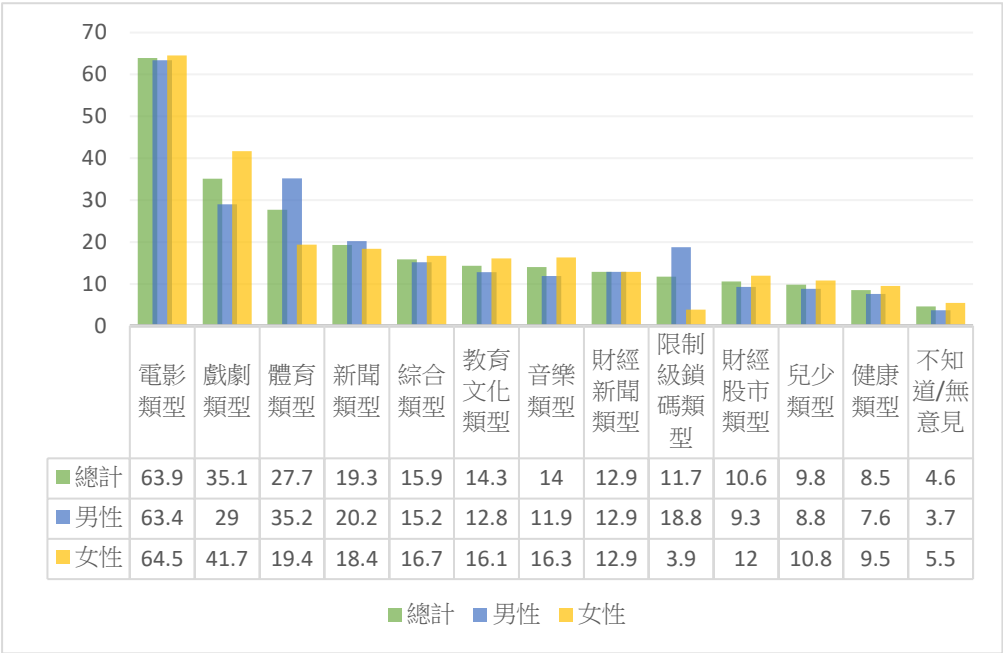


圖3：頻道類型偏好長條圖，呈現男性偏好電影、體育，女性偏好電影、戲劇的明顯差異。

肆、改善方案可行性評估

一、加強女性族群宣導與資訊觸及

業者可透過有線電視較具軟性議題取向頻道、社區婦女團

體、網路社群及 LINE 官方帳號等管道，並搭配符合女性收視與使用習慣之時段與內容進行推廣，提升女性族群對多元付費機制之認知度與參與意願。

二、設計多元化頻道套餐

依據調查結果，女性觀眾偏好電影及戲劇類節目，宜規劃中低價位之套餐組合，兼顧價格合理與內容多樣性；男性觀眾則偏好電影與體育，可考慮推出最新電影或體育即時轉播等單一頻道加購方案。業者可透過差異化產品設計，滿足不同族群的收視需求，提升用戶選擇彈性與市場競爭力。

三、擴充弱勢女性之收視保障措施

業者針對低收入戶、單親家庭及肩負主要照護責任之女性，可評估加強提供有線電視費用補助與免費數位學習資源，協助縮減資訊落差，並確保其文化參與權及資訊取得之公平性。

四、建立回饋與成效檢視機制

市府與業者可透過定期民意調查、收視行為分析或用戶意見回饋，定期檢視不同性別與族群對多元付費機制的認知與滿意度，並據以滾動修正政策推廣與業者方案，確保措施更貼近實際需求。

伍、結論

本報告顯示，性別差異在有線電視多元選擇付費機制中相當明顯，涵蓋收視習慣、頻道偏好與付費意願等多重面向。面對此一現象，有線電視業者除應提升不同性別群體的資訊可近性與參與度外，亦須依據族群特性規劃差異化服務方案，以滿足多元收視需求。同時，透過持續而有效的宣導，可縮減性別在數位轉型過程中的落差，推動更均衡的媒體參與，進而實現資訊公平並促進文化多元發展。