

認識廣播和播客

聲音傳播簡介

講師：李維國

講師簡介

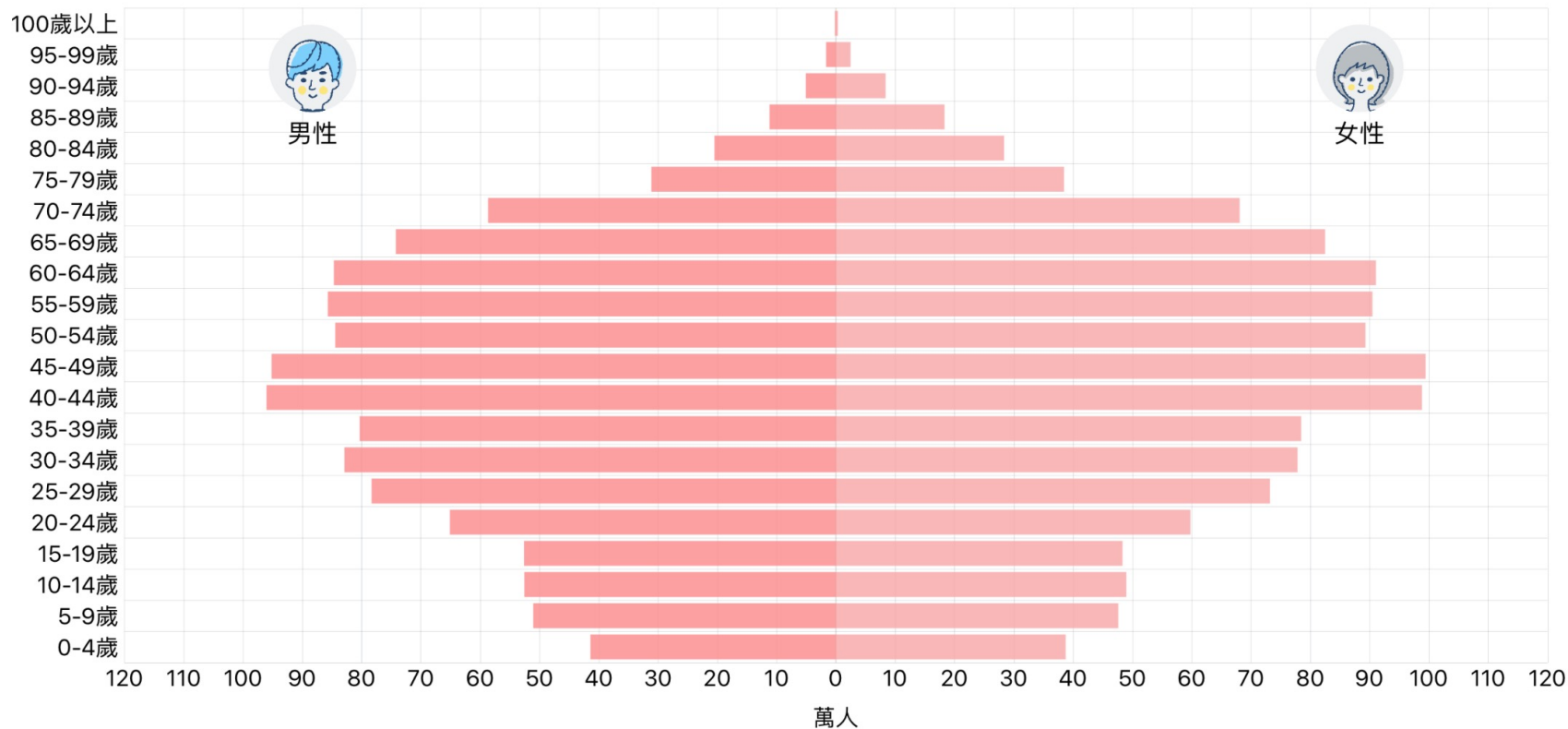
- 現任：
新竹心動音樂電台總經理
原住民族廣播電台顧問
 - 曾任：
台北流行音樂電台POP917台長
好事聯播網總經理特助
瑞迪廣告(北京)製作部總監
台北之音工程部副理
亞洲廣播電台台北製作中心主任
聞聲公司特約錄音師
-

廣播的特性：為什麼還沒消失？

- ❑ 最老的電子媒體，存在超過100年！
 - ❑ 聲音傳播的媒體
 - ❑ 最早的電商平台
 - ❑ 市場區隔明確的媒體：
唯一和車主溝通的媒體！
 - ❑ 情感性的媒體
 - ❑ 陪伴性的媒體
 - ❑ 成本低廉！
-

台灣地區人口年齡分佈

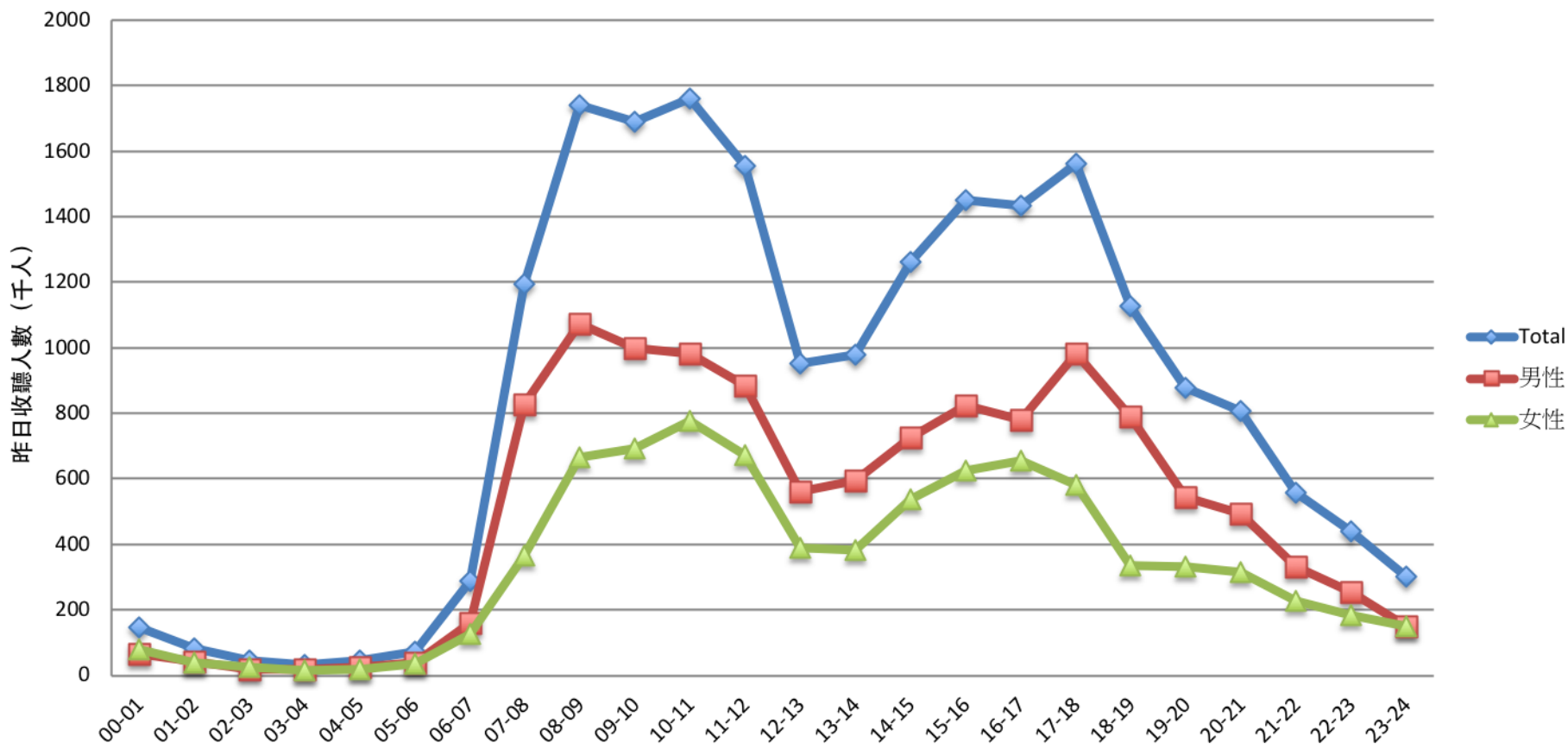
2024 年(推估)



資料來源：國家發展委員會人口推估查詢系統

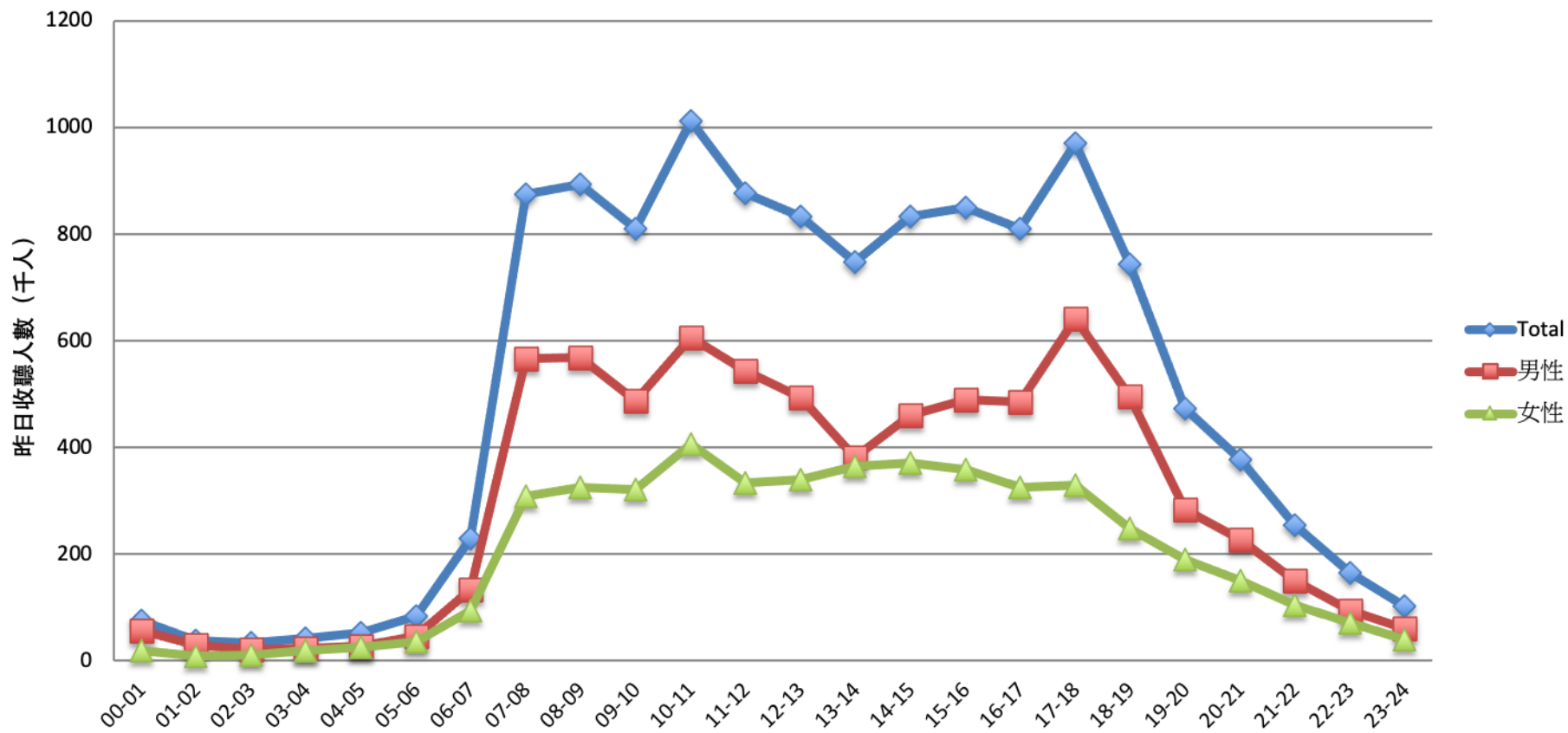
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2017Q4尼爾森廣播收聽大調查全區收聽時段分析(過去七天)



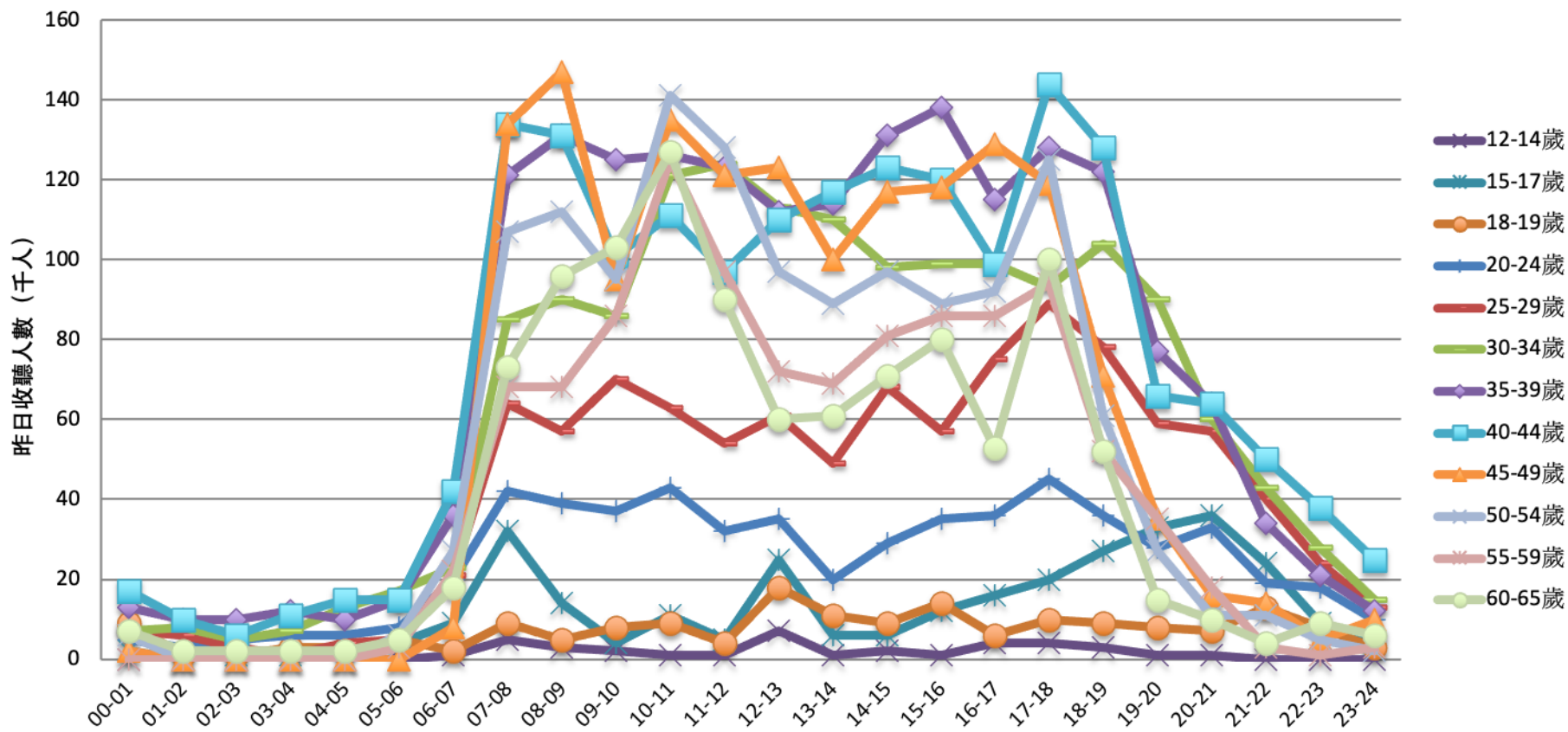
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2023 Q2 尼爾森廣播收聽大調查全區收聽時段分析(昨日收聽)



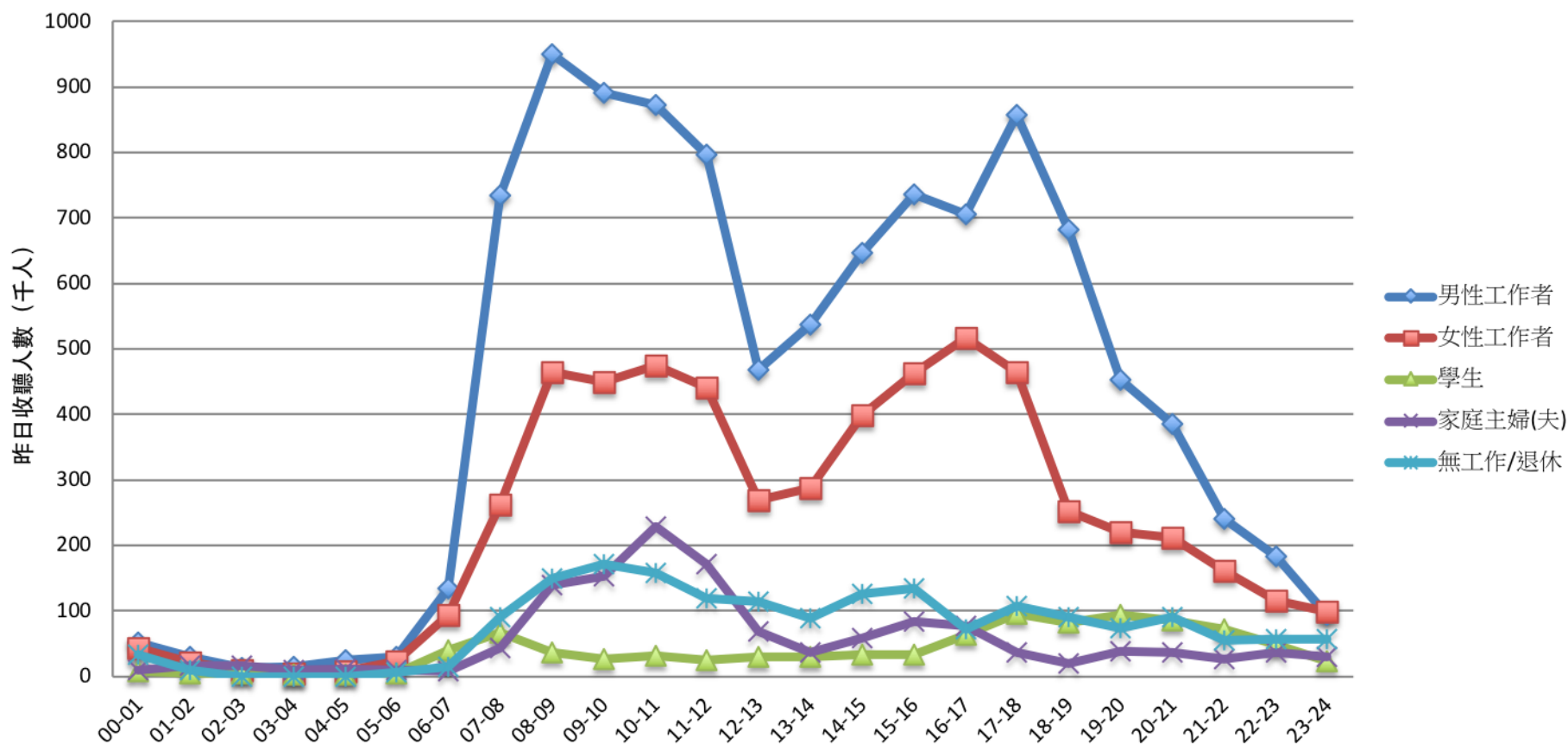
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2023 Q2 尼爾森廣播收聽大調查全區收聽時段分析(昨日收聽)



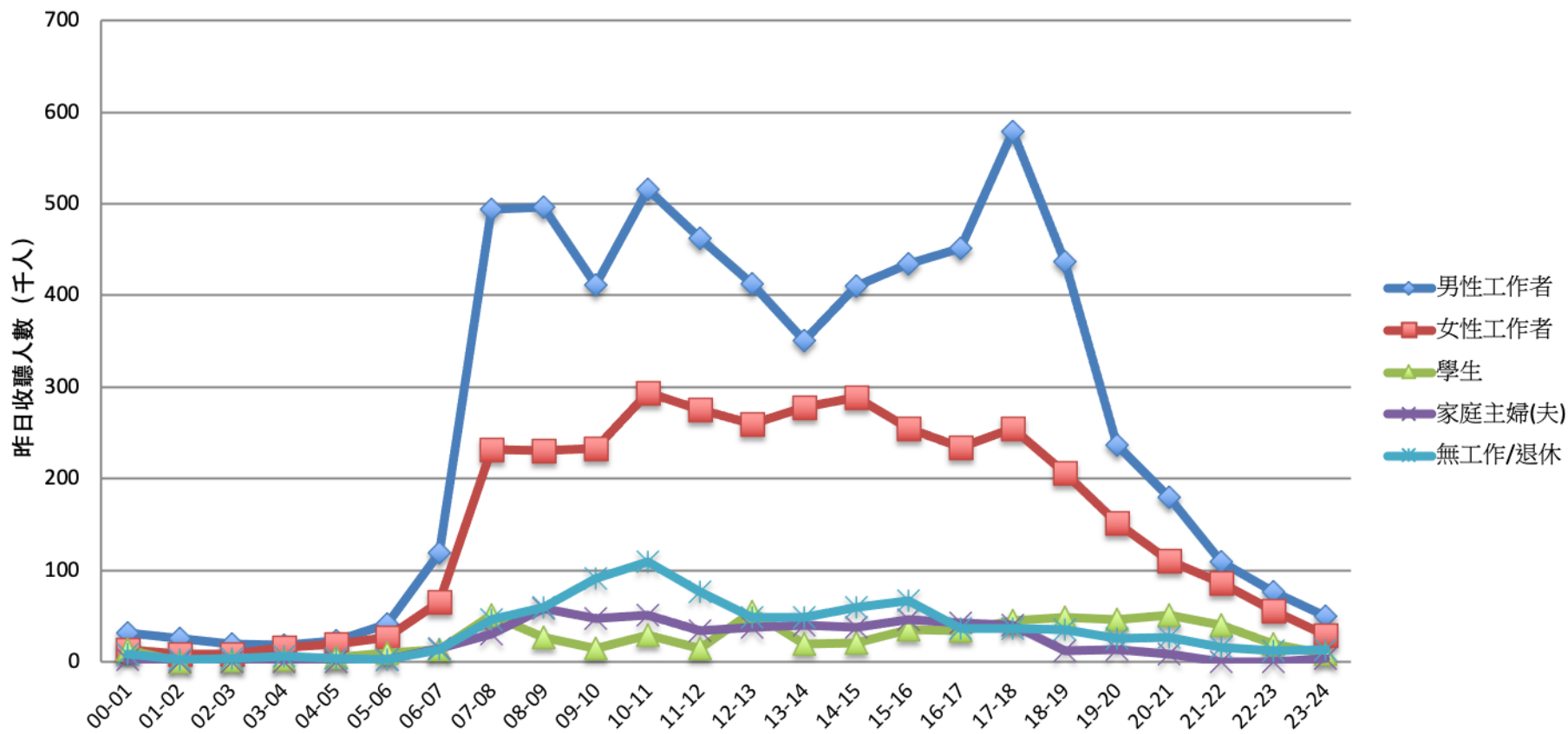
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2017Q4尼爾森廣播收聽大調查全區收聽時段工作狀況分析(過去七天)



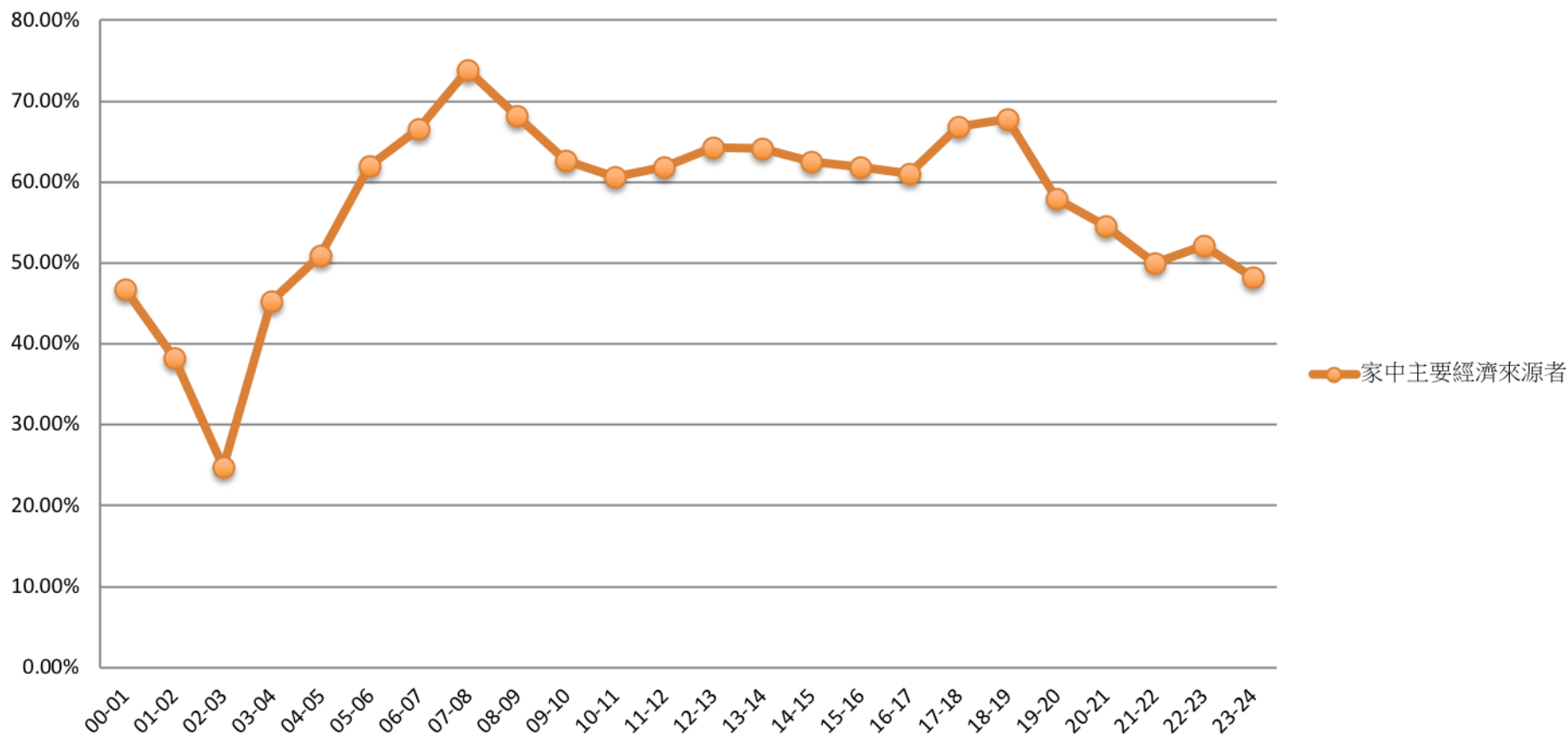
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2023Q2尼爾森廣播收聽大調查全區收聽時段工作狀況分析(過去七天)



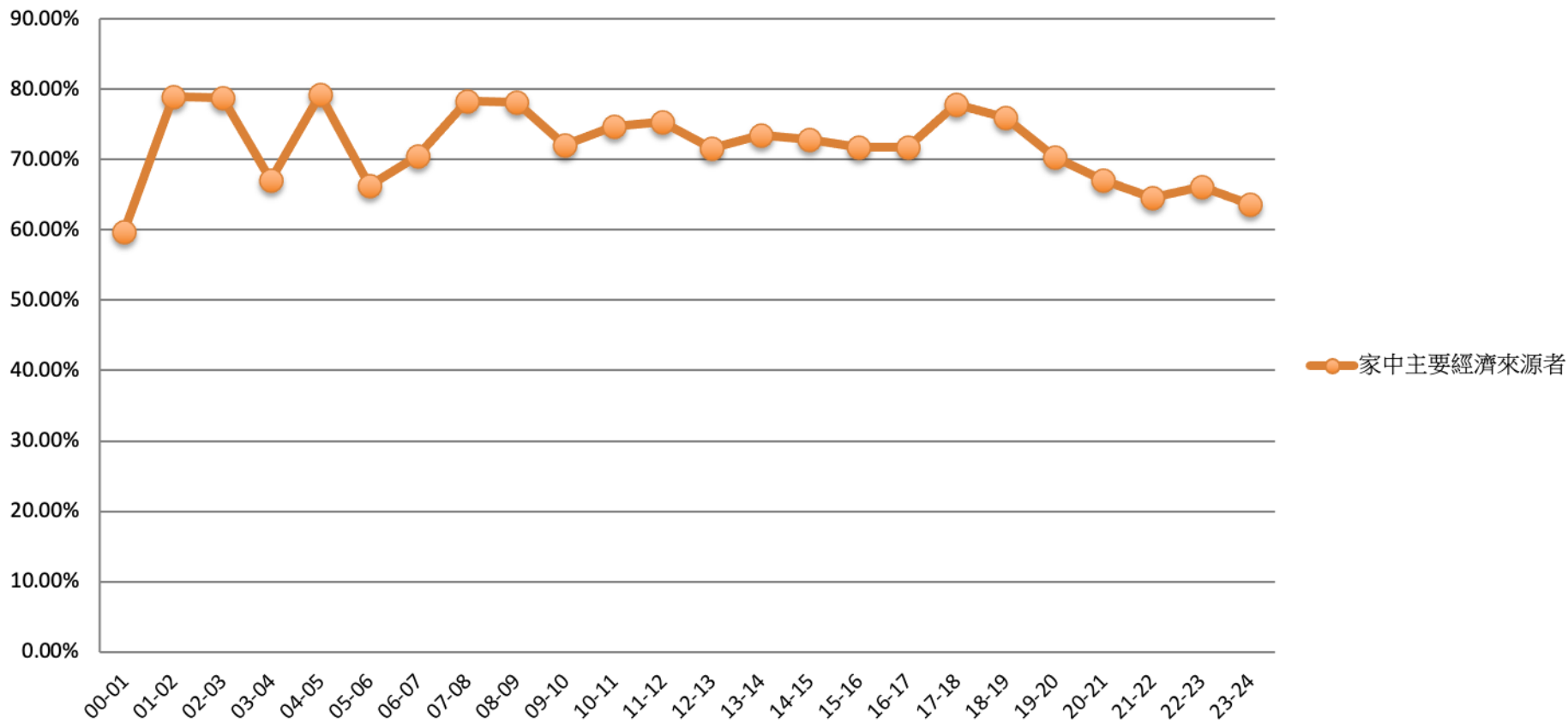
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2017Q4尼爾森廣播收聽大調查家中主要經濟來源時段分析(過去七天)



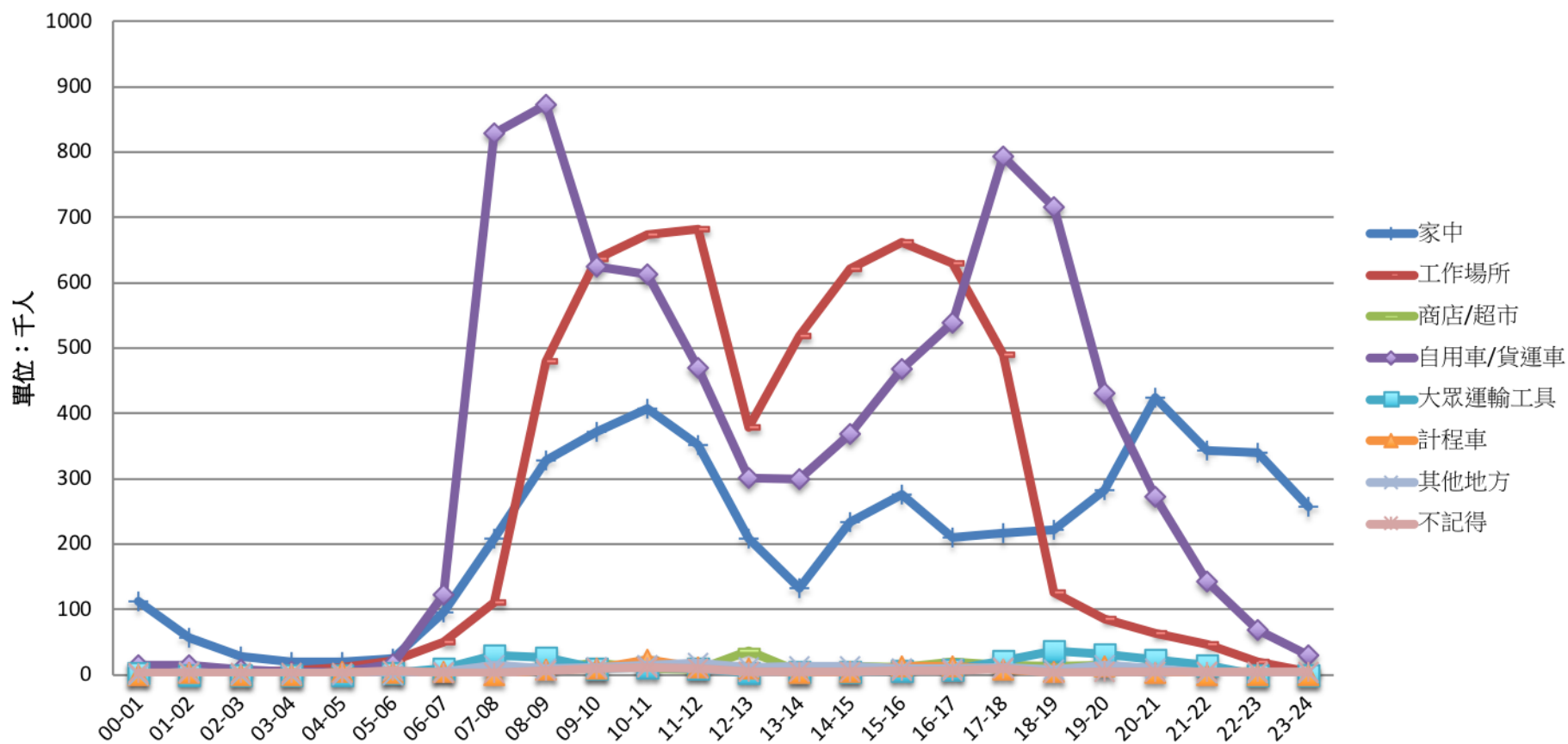
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2023 Q3 尼爾森廣播收聽大調查家中主要經濟來源時段分析(過去七天)



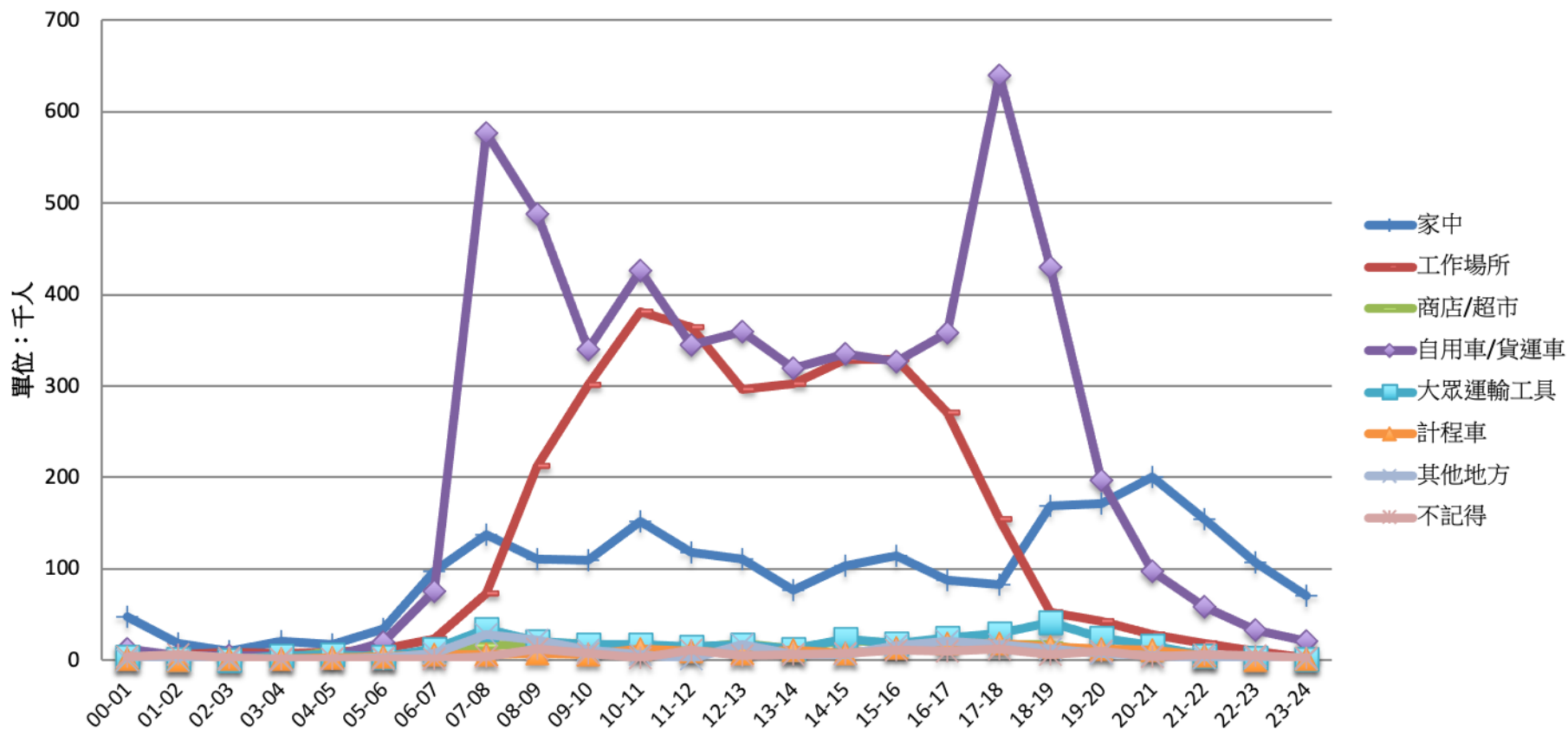
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2017 Q4 尼爾森廣播收聽大調查收聽地點時段分析(過去七天)



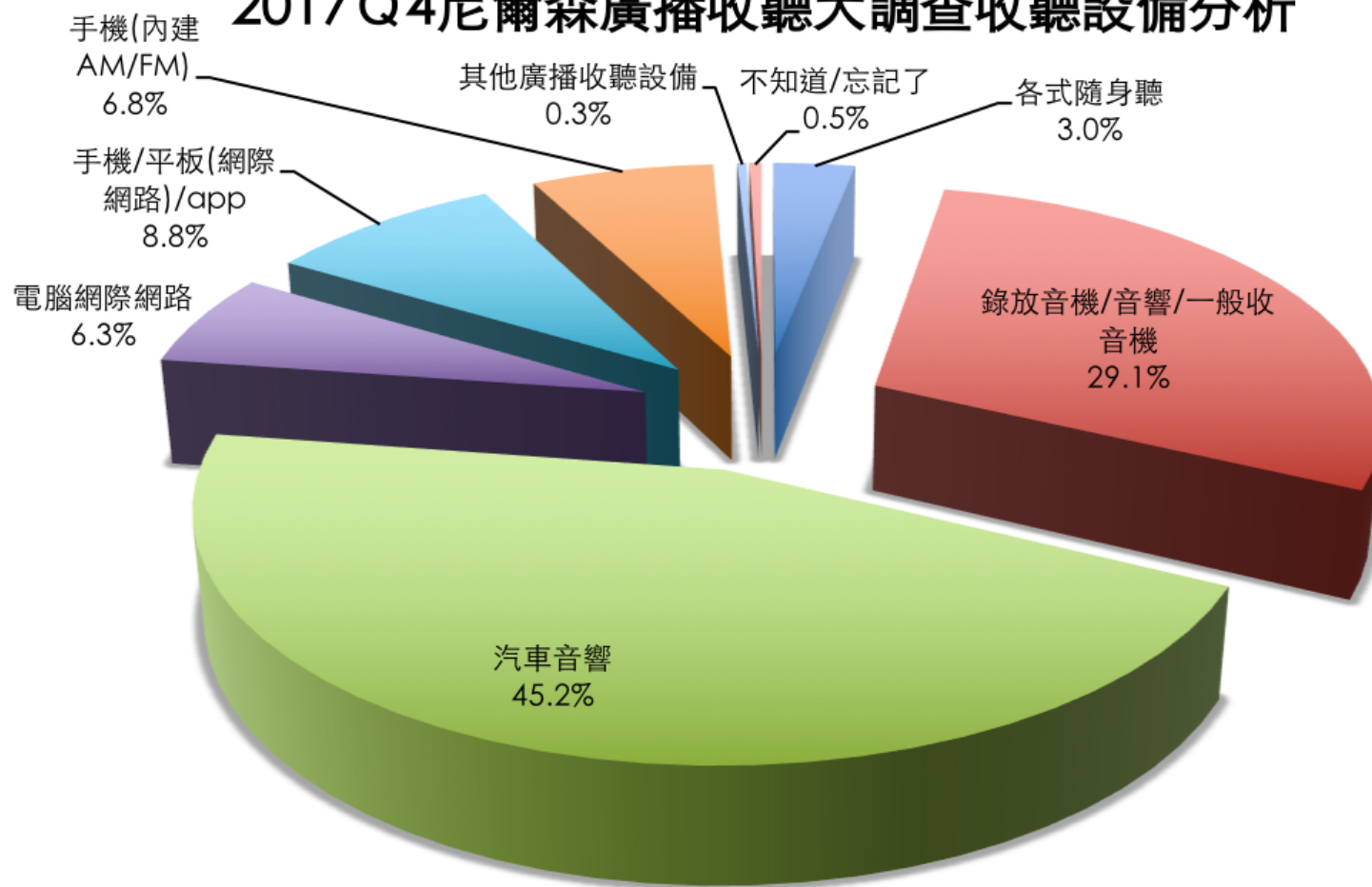
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2023Q2尼爾森廣播收聽大調查收聽地點時段分析(過去七天)



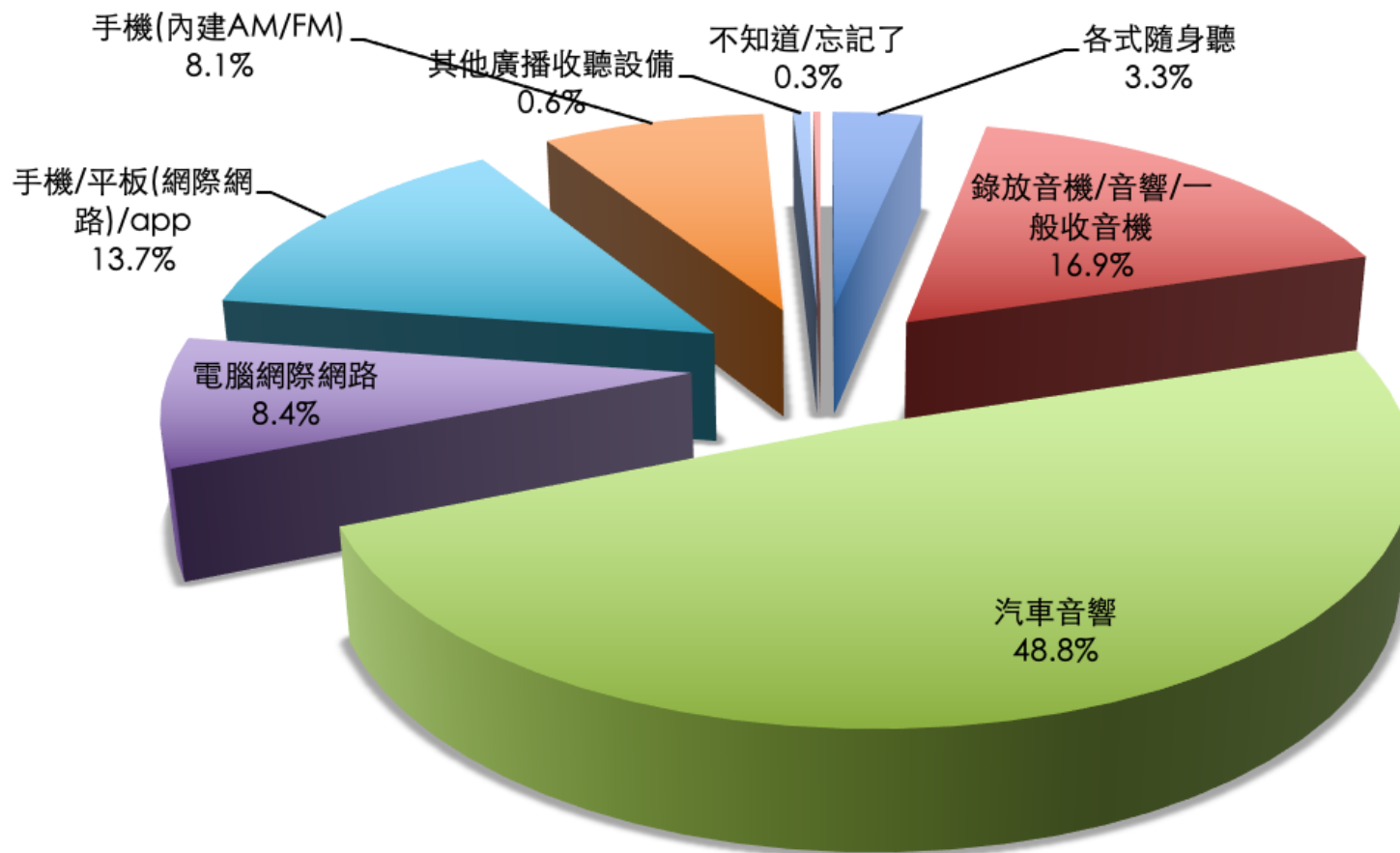
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2017 Q4 尼爾森廣播收聽大調查收聽設備分析

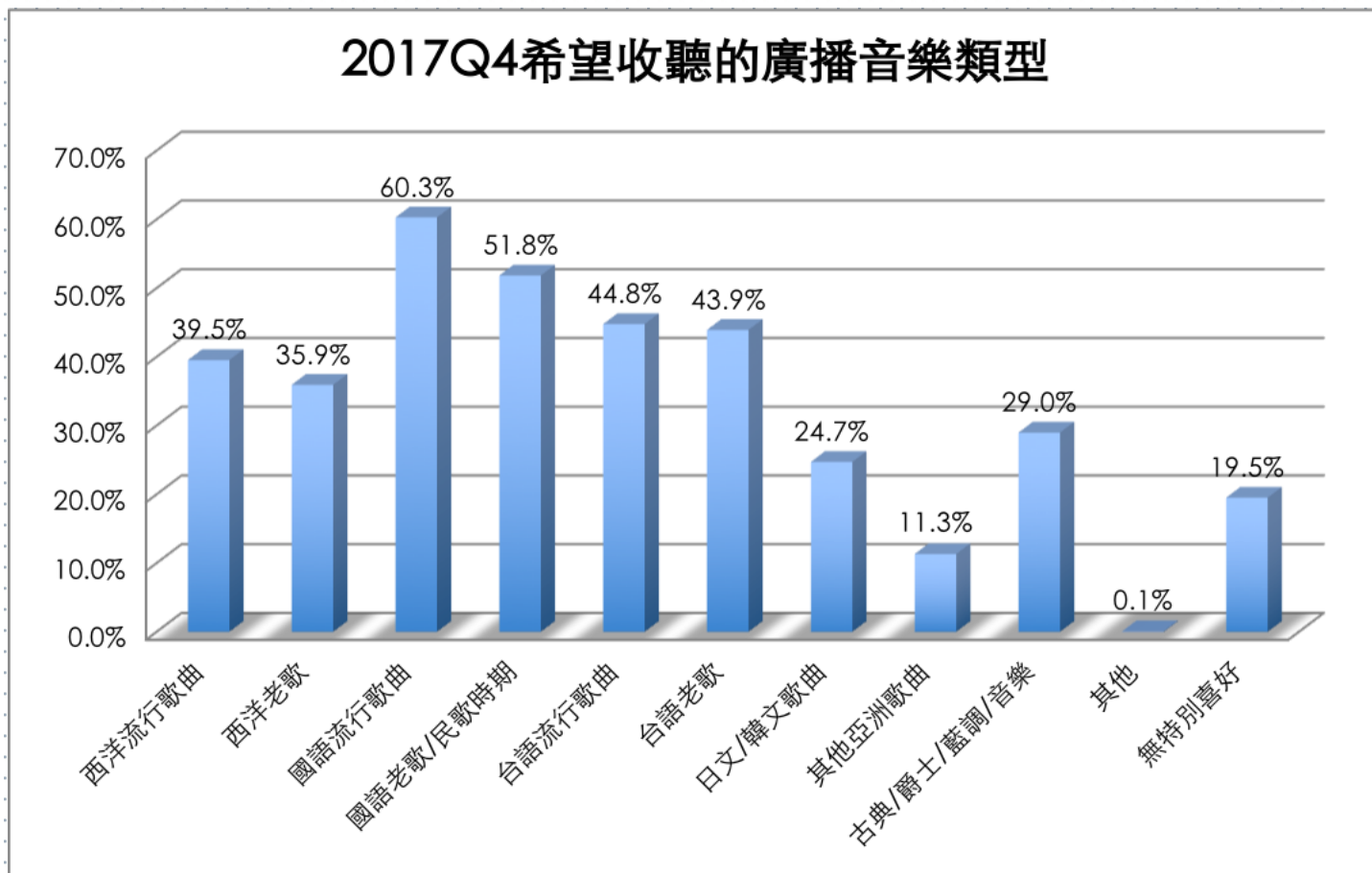


收聽率調查告訴我們的廣播特性

2023 Q2 尼爾森廣播收聽大調查收聽設備分析

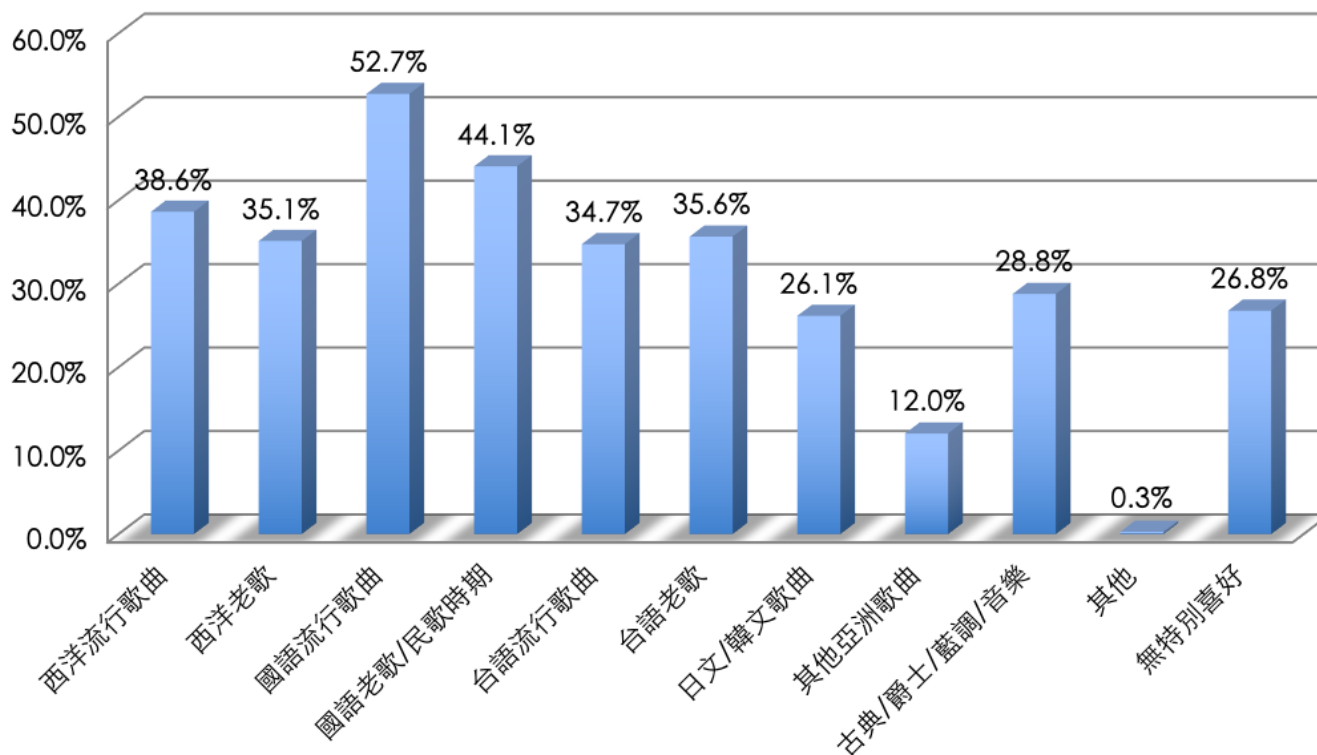


收聽率調查告訴我們的廣播特性



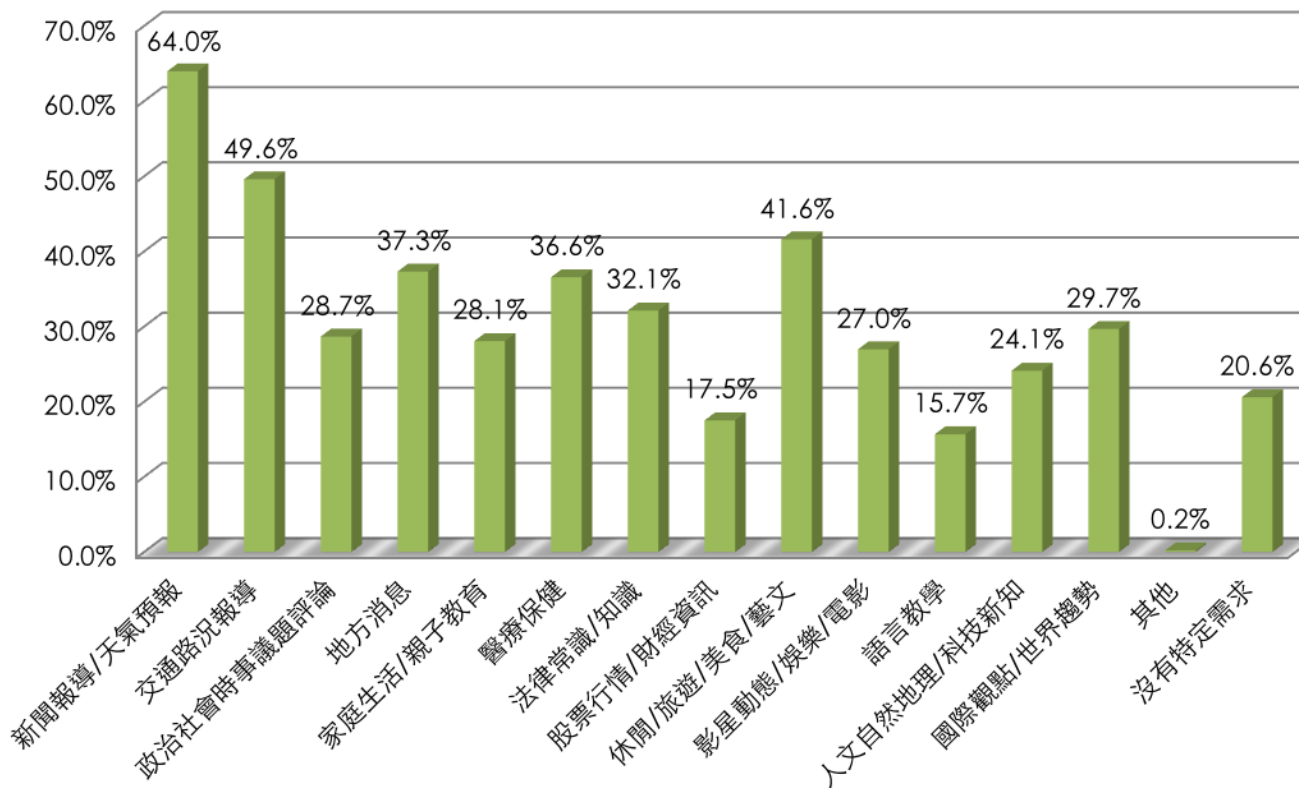
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2023Q2希望收聽的廣播音樂類型(過去七天)



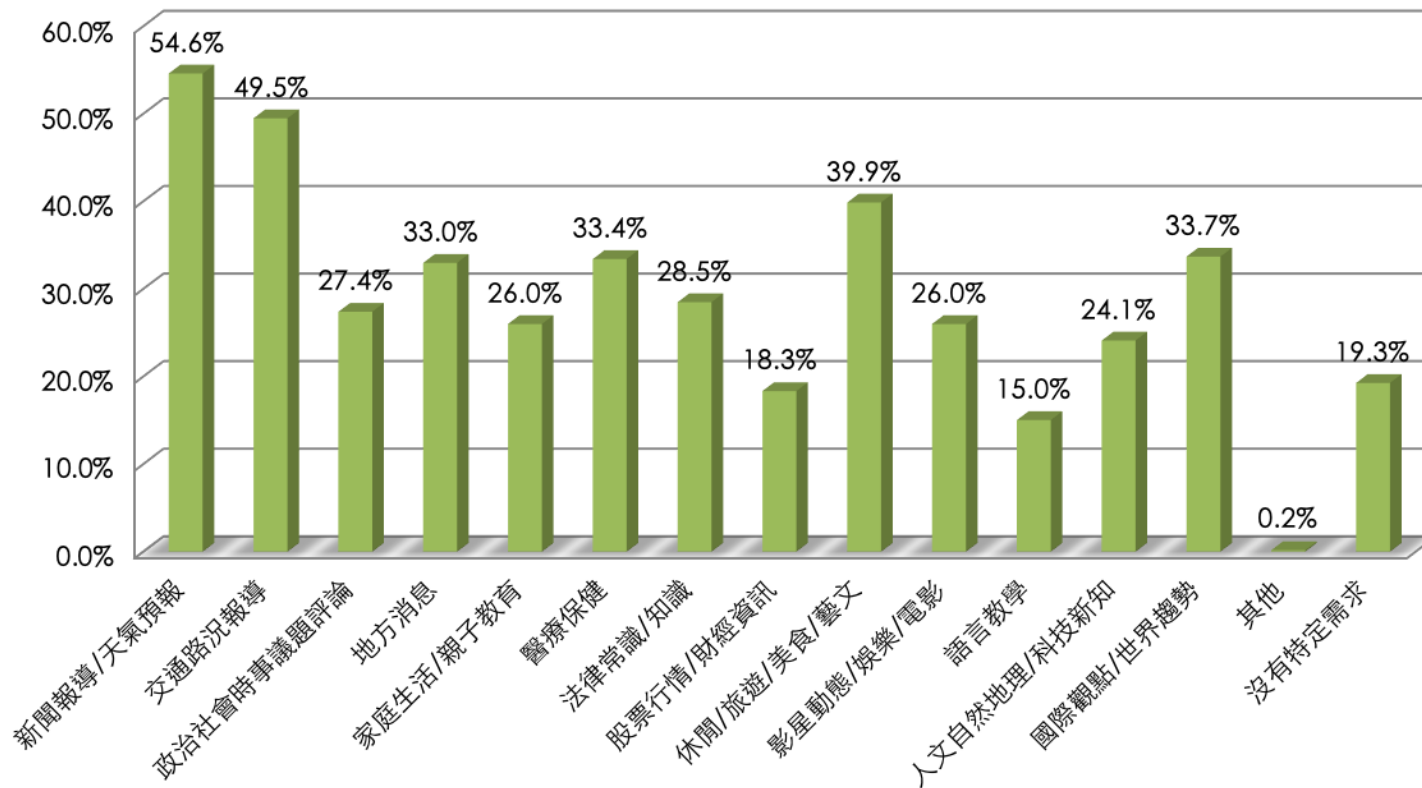
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2017 Q 4除音樂歌曲外希望收聽的廣播節目內容

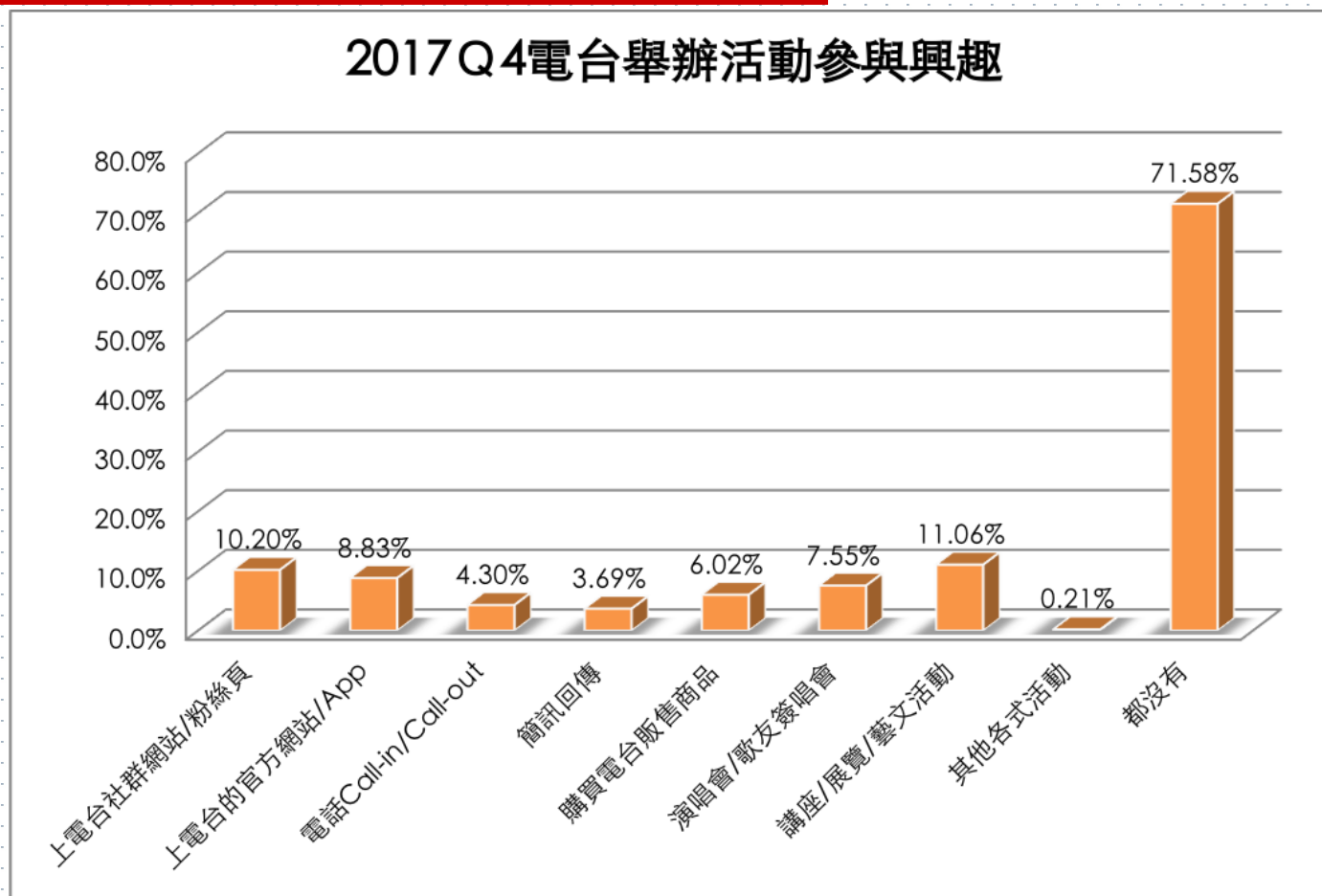


收聽率調查告訴我們的廣播特性

2023 Q2 除音樂歌曲外希望收聽的廣播節目內容(過去七天)

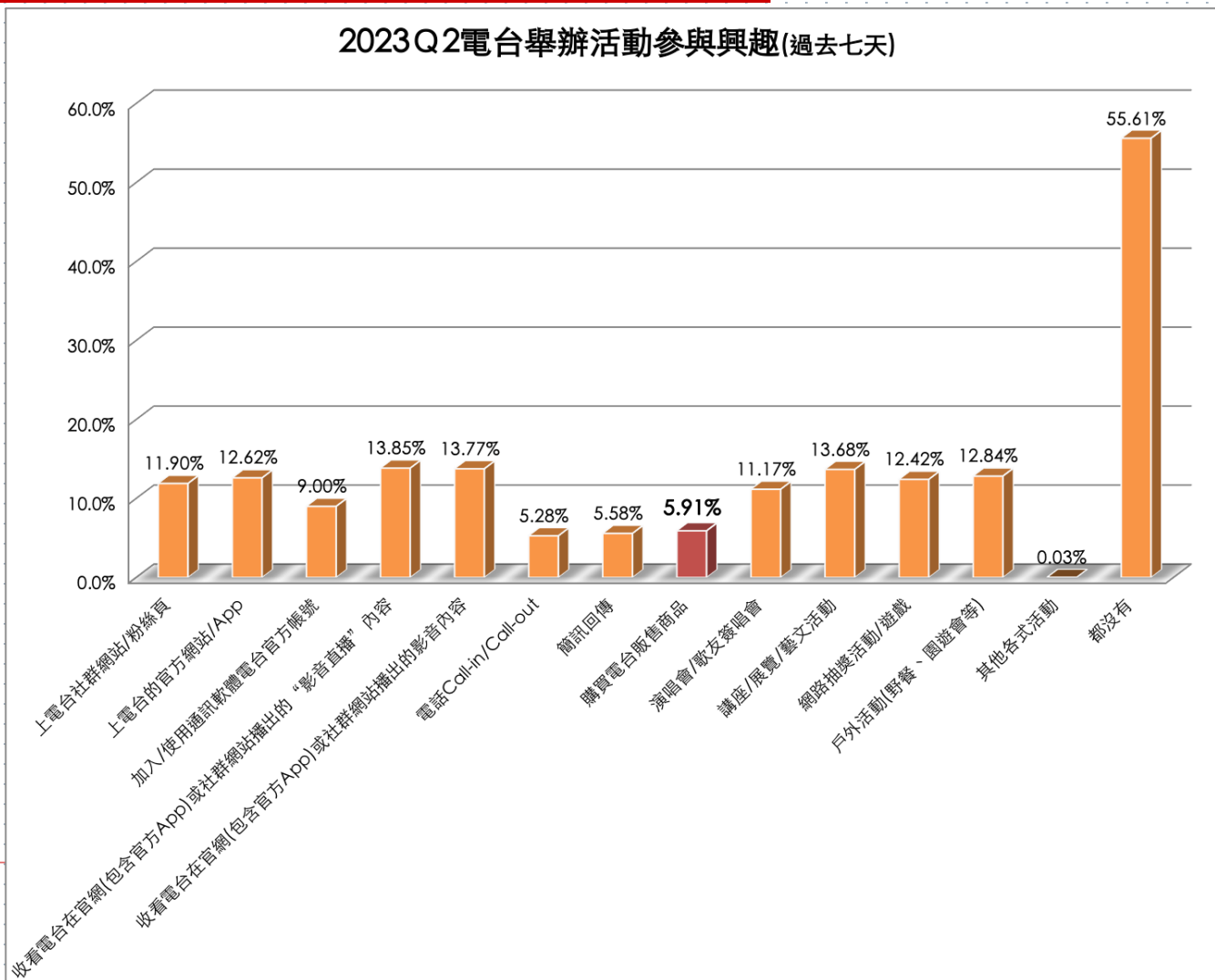


收聽率調查告訴我們的廣播特性



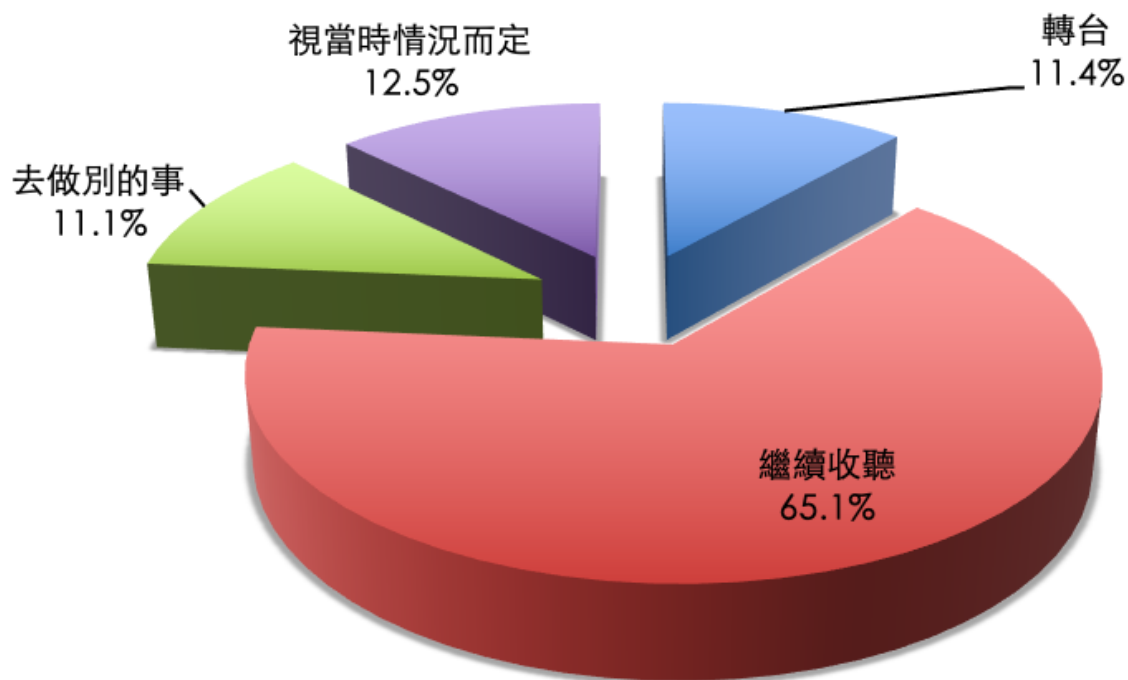
收聽率調查告訴我們的廣播特性

2023 Q2 電台舉辦活動參與興趣(過去七天)

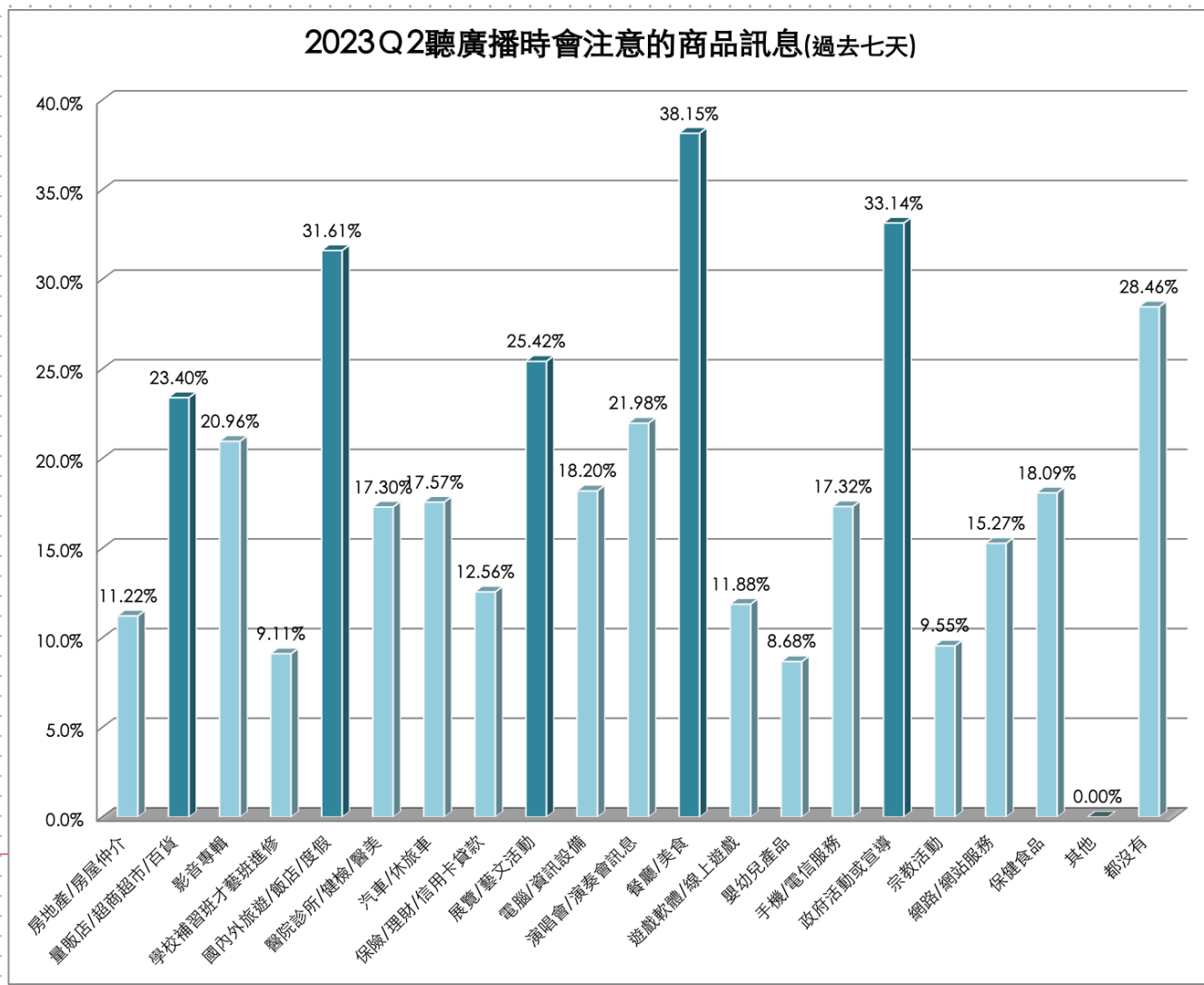


收聽率調查告訴我們的廣播特性

2023 Q2 廣播廣告收聽情形(過去七天)



收聽率調查告訴我們的廣播特性



台灣電台生態介紹

- 目前全台廣播電台共186家
開放設立前28家（含公、民營）
前10梯次廣播頻率開放獲准設立之電臺截至
目前共計 141 家(中功率 64 家、小功率 77
家)
講客電台、原住民族廣播電台接收中廣音樂網、
寶島網頻率後於106年設立開播
第11梯次開放獲准設立電台共計15家（中功
率電台5家、小功率電台含AM10家）
-

電台類型介紹/依公司屬性分

□ 公營電台：

政府機關或公法人所屬電台，
如：

財團法人中央廣播電台、
內政部警政署警察廣播電台、
國立教育廣播電台、
漢聲廣播電台、
復興廣播電台、
原住民族廣播電台、
講客廣播電台、
漁業廣播電台、
台北電台、高雄廣播電台...等

□ 民營電台：

民營公司或私法人所屬電台，
如：

中國廣播公司、
台北國際社區廣播電台
ICRT
飛碟電台、
港都電台、人人電台
台北之音廣播電台、
台北流行廣播電台、
財團法人佳音廣播電台、
正聲廣播公司...等

電台類型介紹/依核定服務區域功率分

- 全區性
大功率電台：
內政部警政署警察廣播電台、
國立教育廣播電台、
漢聲廣播電台、
復興廣播電台、
原住民族廣播電台、
講客廣播電台、
中國廣播公司、
台北國際社區廣播電台ICRT
 - 區域性
中功率電台
/服務範圍徑向40公里：
飛碟電台、
台北之音廣播電台、
人人電台、
台北愛樂電台、
寶島新聲廣播電台、
亞洲電台、
環宇電台...等
 - 社區性
小功率電台
/服務範圍徑向20公里：
台北流行廣播電台、
飛揚調頻、
心動音樂電台、
亞太電台、
中台灣廣播電台
HitFm91.5、
山海屯廣播電台
Best903...等
-

電台類型介紹/依節目屬性分

□ 談話/綜合性電台：

中國廣播公司/中廣流行網、
飛碟電台、
台北流行廣播電台、
台中全國電台、
台中調頻廣播電台

□ 新聞類型電台

中廣新聞網、
全民電台News98

□ 音樂類型性電台：

台北之音廣播電台HitFm1077、
人人電台Best989、
寶島新聲廣播電台/寶島聯播網、
亞洲廣播電台、
心動音樂電台、
正港電台AppleLine...等

□ 商品類型電台/購物台（數量最多）

台灣聲音廣播電台、
北部調頻廣播電台、
大溪廣播電台...等

台灣電台現況概述

- 電台眾多，激烈競爭下求生存發展
 - 類型眾多，各展所長
 - 聯播網興盛，整合發展是趨勢
 - 政府管理仍有進步空間，納入產業化思維是當務之急
 - 幾乎沒有倒閉繳回政府的電台，相對其他傳統媒體而言，產業勉強稱健康...
-



2023聽經濟崛起 台灣PODCAST聽眾調查報告

2023/07/10, 生活

「聽經濟」崛起：台灣Podcast聽眾調查報告



Photo Credit : Shutterstock / 魏志影像

2023聽經濟崛起 台灣PODCAST聽眾調查報告

「聽經濟」崛起：台灣Podcast聽眾調查報告

執行單位 | z.com Engagement Lab

調查日期 | 2023年5月24日至5月29日

調查方法 | 網路調查

調查對象 | 16-60歲台灣上網民眾

樣本數 | 960份

2023聽經濟崛起

台灣PODCAST聽眾調查報告

我們想讓你知道的是

Podcast（播客）並不是這幾年新推出的服務，但乘著疫情的順風車、科技的發展，以及人們時間的破碎化，Podcast逐漸成為全球性的趨勢，並在台灣有越來越多的創作者及聽眾加入。Podcast帶來的「聽經濟」有甚麼巨大的商業潛力，聽眾的樣貌又如何呢？

「聽經濟」崛起：台灣Podcast聽眾調查報告

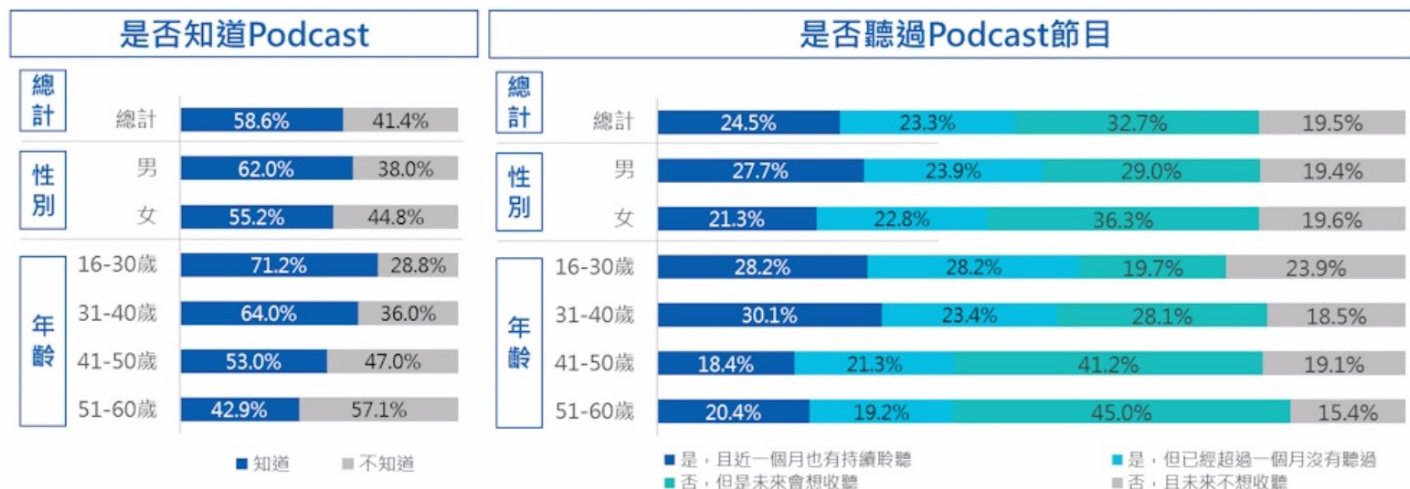
Podcast（播客）並不是這幾年新推出的服務，但乘著疫情的順風車、科技的發展，以及人們時間的破碎化，Podcast逐漸成為全球性的趨勢，並在台灣有越來越多的創作者及聽眾加入。Podcast帶來的「聽經濟」有甚麼巨大的商業潛力，聽眾的樣貌又如何呢？z.com Engagement Lab 2023年五月的報告，將帶您一窺台灣的Podcast市場。

台灣Podcast收聽者樣貌：男性六成，年輕族群為主，YouTube為最熱門平台

台灣有六成民眾知道Podcast（58.6%），並有近半數的台灣民眾有聆聽Podcast經驗，其中近一個月持續聆聽者佔24.5%，這群聽眾近六成為男性（56.3%），並以16-30歲（33.8%）及31-40歲（28.8%）為主力，平均收聽年資為一年半。



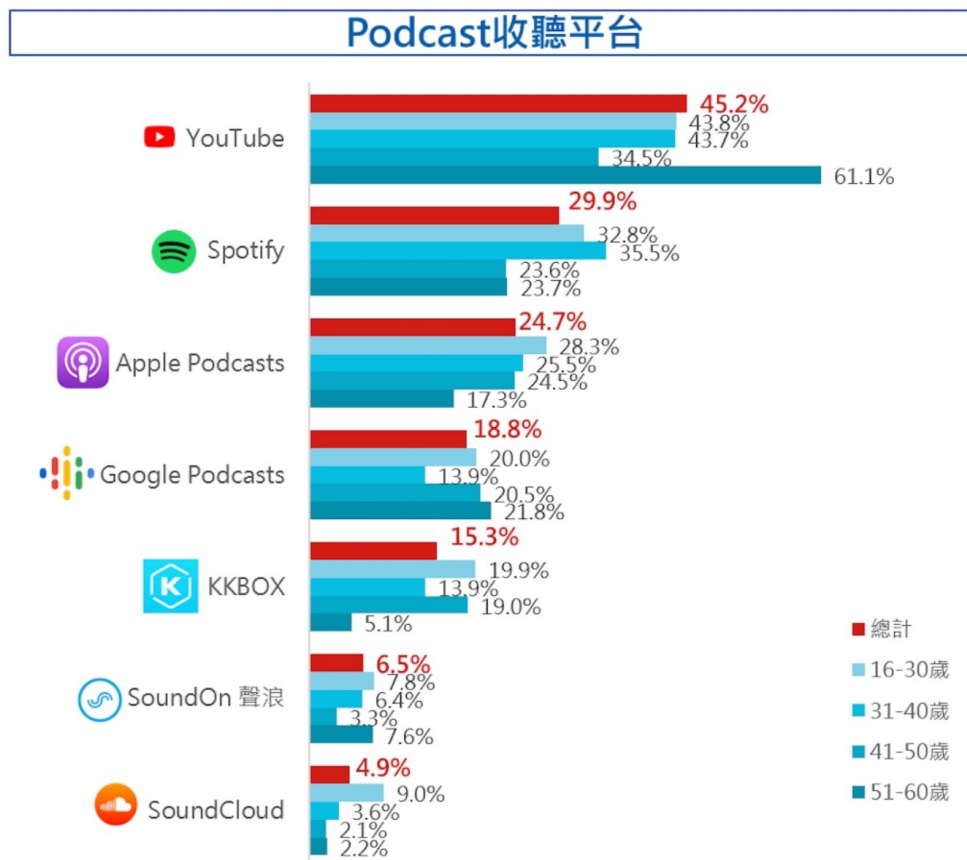
2023聽經濟崛起 台灣PODCAST聽眾調查報告



而大家都在哪裡聽Podcast呢？意外的是比起純音頻平台，YouTube才是最多人聆聽Podcast時使用的軟體（45.2%）。YouTube在台灣擁有大量用戶並為多數人熟悉，視覺的元素加上YouTube的內容推薦功能輔助，讓這些Podcast節目可以吸引更多聽眾。許多Podcast節目創作者除了上架在純音頻的Podcast平台，也會在YouTube同步上架影片版Podcast。除了YouTube以外，其他熱門的平台包含Spotify（29.9%）、Apple Podcasts（24.7%）、Google Podcasts（18.8%）和KKBOX（15.3%）

2023聽經濟崛起

台灣PODCAST聽眾調查報告



2023聽經濟崛起 台灣PODCAST聽眾調查報告

收聽Podcast的主要動機：娛樂及吸收知識

Podcast的內容類型多元，聽眾收聽的主要動機是為了聆聽有趣或有娛樂性的內容（83.6%）或吸收學習知識（82.9%）。另外Podcast隨時可聽的方便性也受到歡迎，超過八成民眾認為Podcast能讓他們在任何時間和地點都能聽想聽的內容（82.4%），也有超過八成的民眾會聆聽Podcast來打發時間（81.0%）。收聽Podcast的場合十分多元，超過半數台灣民眾於在家休息/閒暇時收聽Podcast（54.9%），也有四成左右的人會在搭乘大眾運輸工具時（44.4%）或處理家務時（38.0%）收聽。吃飯用餐、工作、讀書、睡前、睡覺、開車、騎車也都是民眾的收聽場合。值得關注的是有超過一成的網民會特地撥出時間收聽（13.5%）。

收聽Podcast的動機

| | | 男 | 女 | 16-30歲 | 31-40歲 | 41-50歲 | 51-60歲 |
|-----------------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 娛樂：聆聽有趣/有娛樂性的內容 | 83.6% | 85.5% | 81.7% | 81.2% | 83.3% | 83.3% | 86.9% |
| 知識：聆聽知識性的內容並從中學習 | 82.9% | 83.2% | 82.7% | 72.8% | 84.8% | 84.6% | 91.2% |
| 隨時隨地可聽：任何時間地點都能聽想聽的內容 | 82.4% | 80.1% | 84.7% | 81.7% | 84.5% | 86.5% | 76.8% |
| 打發時間：不知道要做什麼時可以隨時撥放 | 81.0% | 79.4% | 82.6% | 81.6% | 81.6% | 84.1% | 76.6% |
| 背景音：可以邊聽Podcast邊做其他事 | 77.8% | 75.7% | 79.9% | 75.7% | 78.3% | 77.6% | 80.1% |
| 放鬆紓壓：聆聽讓人放鬆/紓壓的內容 | 77.6% | 74.5% | 80.8% | 72.5% | 77.6% | 79.7% | 81.6% |
| 新聞：聆聽新聞/時事等即時性內容 | 76.1% | 78.8% | 73.4% | 67.3% | 79.6% | 74.7% | 84.2% |
| 話題：聆聽大家都在聽的內容，跟上熱門話題 | 74.6% | 78.7% | 70.6% | 74.6% | 75.9% | 76.7% | 71.3% |
| 語言學習：如聽英文節目增強英文聽力 | 66.7% | 66.6% | 66.7% | 62.6% | 65.6% | 69.7% | 69.3% |
| 助眠：在睡前/睡覺時播放，幫助睡眠 | 57.2% | 59.3% | 55.2% | 60.0% | 59.7% | 59.4% | 49.2% |



2023聽經濟崛起 台灣PODCAST聽眾調查報告

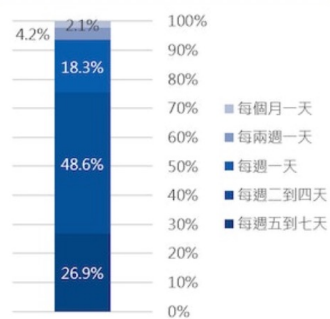
Podcast聽眾黏著度高，每週收聽Podcast為常態

超過九成的聽眾每週收聽Podcast，並且近三成的收聽者每週會收聽五到七天（26.9%），48.6%每週會收聽二到四天。每次收聽時長以31-60分鐘間為主（50.4%），平均而言落在45.5分鐘。近八成Podcast聽眾有固定收聽的節目，固定收聽的節目個數落在1-3個。Podcast聽眾有興趣的節目類型集中在娛樂影劇及流行文化（36.7%）、商業財經（35.9%）、3C科技（33.8%）、新聞時事與政治（30.7%）、喜劇/脫口秀（29.2%）等領域。語言學習（26.0%）和職涯發展/個人成長/專業知識（24.3%）等節目類型也受到Podcast聽眾喜愛，顯示出這群人在提升自己的知識和技能方面有很高的需求。但聽眾「最愛」的節目則多為主持人特色明顯的節目如「股癮」、「百靈果News」、「呱吉」、「好味小姐開束縛我還你原形」...等。

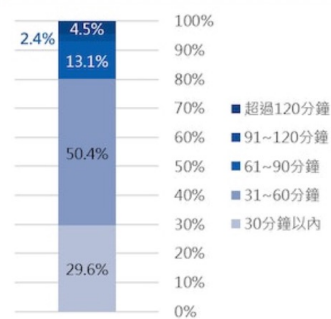
收聽Podcast的時段



收聽Podcast的頻率



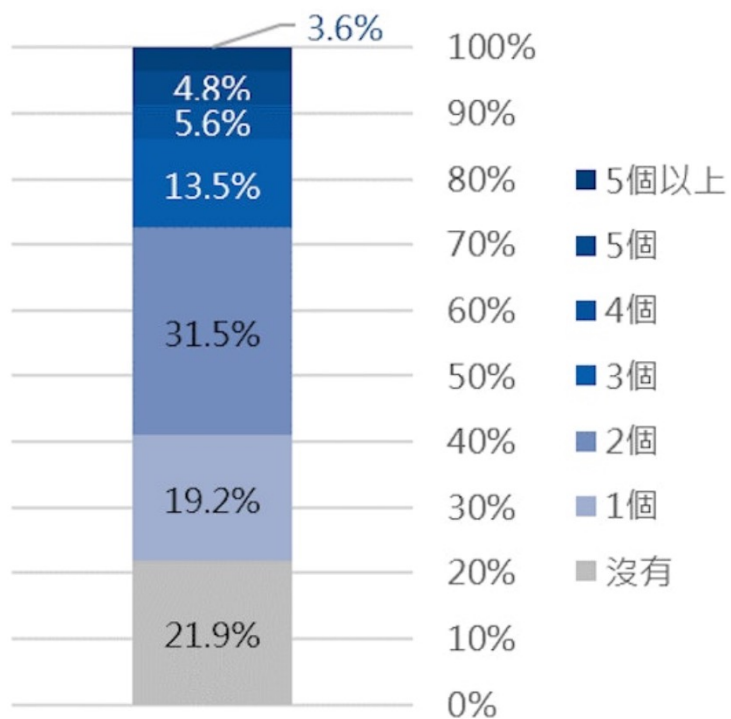
每次收聽Podcast時長



2023聽經濟崛起

台灣PODCAST聽眾調查報告

固定收聽的節目個數

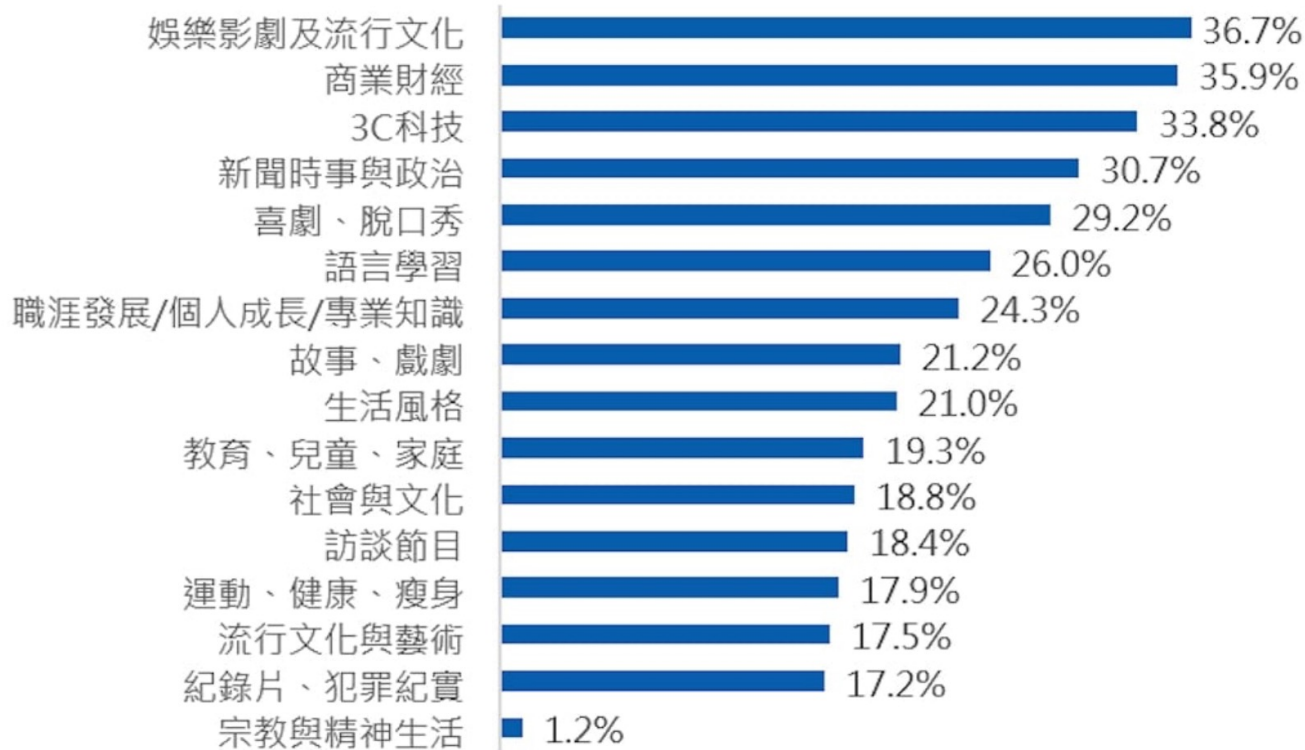


熱門固定收聽節目

| |
|--------------|
| 股癌 |
| 百靈果News |
| 呱吉 |
| 好味小姐開束縛我還你原形 |
| 吳淡如人生實用商學院 |
| 台灣通勤第一品牌 |

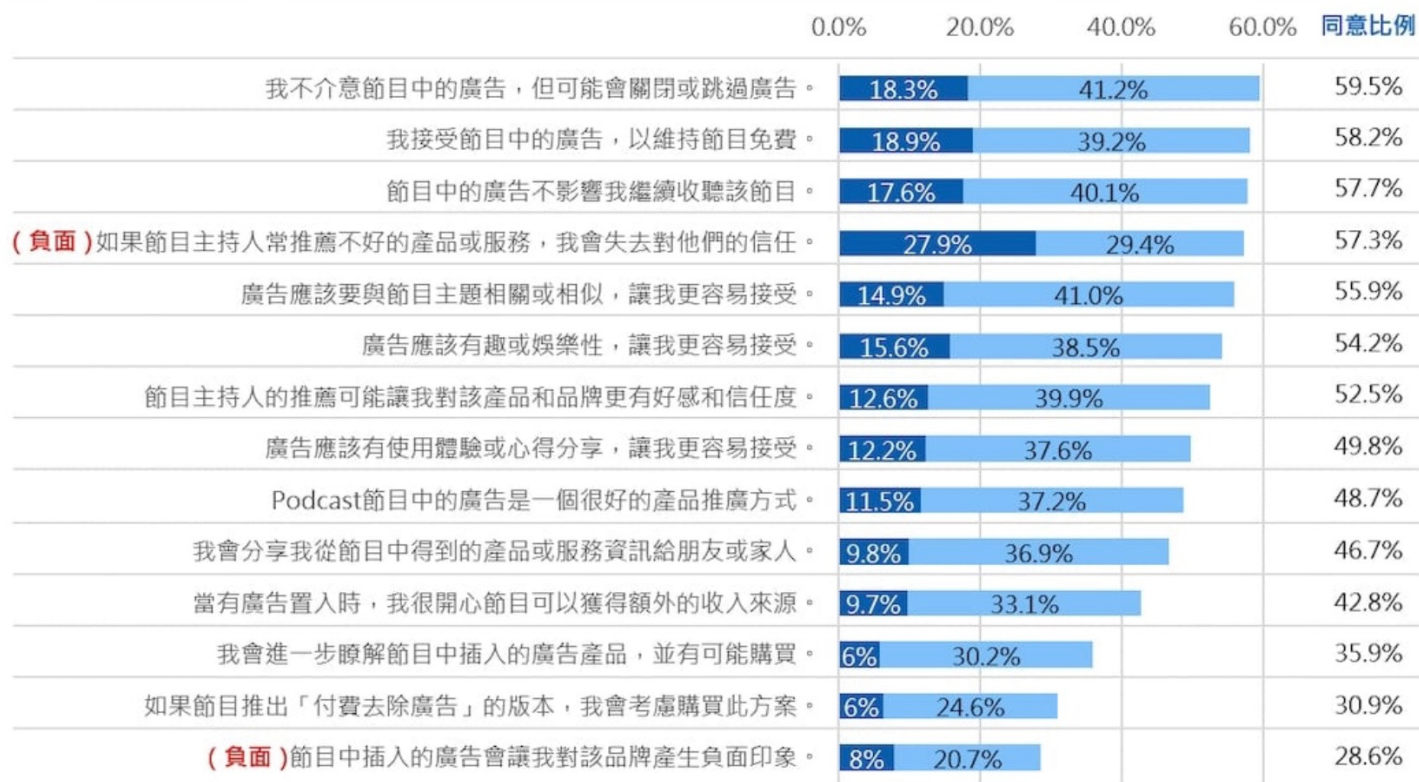
2023聽經濟崛起 台灣PODCAST聽眾調查報告

有興趣的節目類型



2023聽經濟崛起 台灣PODCAST聽眾調查報告

對於Podcast廣告置入態度



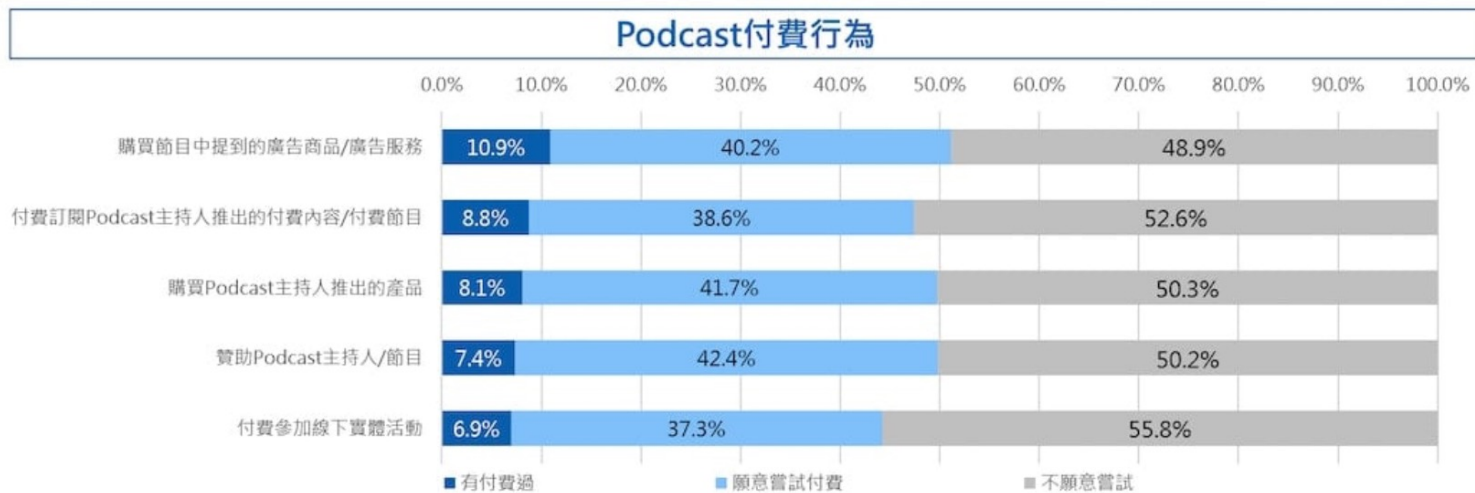
2023聽經濟崛起 台灣PODCAST聽眾調查報告

半數聽眾對Podcast付費行為曾付費或有付費意願，對Podcast廣告態度正面

聽眾對Podcast廣告的態度多持正面，大部分的聽眾不介意節目中的廣告，可以接受節目中有廣告以維持節目免費，並表示節目中的廣告不影響他們繼續收聽該節目。並且有超過半數的聽眾同意節目主持人的推薦可能會增加其對該產品/品牌的好感和信任度（52.5%），並有約五成的聽眾認同Podcast節目的廣告是個很好的產品推廣方式（48.7%），有近半數的聽眾表示會分享從節目得到的產品或服務資訊給親朋好友（46.7%）。

2023聽經濟崛起 台灣PODCAST聽眾調查報告

Podcast的聽眾中超過一成曾經購買過節目中提到的廣告商品或服務（10.9%），並且有超過四成有考慮過買過（40.2%），顯示Podcast市場有一定的潛力。在操作Podcast廣告時，需要特別關注的是，近六成的聽眾認為如果節目主持人常推薦不好的產品或服務，會導致失去對聽眾的信任。此外，55.9%的聽眾認為廣告應該要與節目主題相關或相似，49.8%的聽眾認為廣告應該包含使用體驗或心得分享。



2023聽經濟崛起

台灣PODCAST聽眾調查報告

跟上「聽經濟」趨勢，我們應該怎麼做？

根據調查數據，台灣的Podcast市場具有極高的潛力，聽眾黏著度高且對廣告態度正面。針對這一趨勢，我們建議廣告主可以積極與具有特色及獨特觀點的主持人合作，兼具知識性及娛樂性的節目會是最受大家喜愛的內容。企業也可以積極把握時機，運用Podcast進行品牌推廣，在經營品牌形象的同時也可以更有效的推廣自家產品。而對於Podcast創作者而言，應謹慎選擇推薦的商品，確保其與節目內容相符且品質優良，以維持與聽眾間的信任關係。

台灣的Podcast市場將持續發展，engagement lab 會持續更新最新產業動態，歡迎持續密切關注！

小結論：聲音傳播發展的四個向面

聲音傳播 & 聲音市場



廣播電台公司組織介紹

節目部

- 負責電台節目企劃、製作及播出
- 可能有以下各組分工：
 - 節目組：節目企劃、節目企製
 - 音樂組：音樂編輯
 - 編審組及導播組（全區性電台才有的部門）：編審、導播
- 有些音樂類型電台的節目部主管會是音樂總監

新聞部

- 負責電台新聞採訪、編輯及播出
- 可能有以下各組分工：
 - 採訪組：記者
 - 編播組：編播、主播

廣播電台公司組織介紹

工程部

- 負責電台工程相關，維持電台正常運作及發射
- 可能有以下各組分工：
 - 音控組：音控
 - 工程組：工程師
 - 後製組：廣告及單元後製

業務部

- 負責電台廣告銷售相關
- 商業電台的衣食父母！
- 電台收入最高的人大部分會在這個部門
- 一般部門內不分組，會有業務專員/業務主任/業務經理、業務助理、廣告文案

廣播電台公司組織介紹

行銷部

- 負責電台行銷相關，任務包括節目內行銷和節目外行銷
- 一般活動企劃執行和網路影音小組都在行銷部
- 行動力最強的部門，到處爬爬造的部門
- 有趣但是累的部門

管理部

- 負責電台管理相關，包括總務、行政、會計、出納、人資等
- 管人、管錢、管行政；包山、包海、包打聽

管理電台的法規

- 通訊傳播基本法
 - 廣播電視法
廣播電視法施行細則
 - 電信法
無線廣播電視電台設置使用管理辦法
 - 播出內容受其他相關法規管理
-

管理電台的政府單位

- 國家通訊傳播委員會NCC
負責電台監理業務
 - 文化部
負責獎勵及輔導。廣播金鐘獎便是由文化部舉辦。
 - 其他依電台組織相關之法規管理
-

Q & A

radiohead

PARLOPHONE

COR 6075

creep

4 TRACK EP

Talking Heads: Radiohead

Baby your mind is a radio
Got a receiver inside my head
Baby I'm tuned to your wavelength
Lemme tell you what it says:

Transmitter!
Oh! Picking up something good
Hey, radio head!
The sound...of a brand-new world.

So look at my fingers vibrate
From their tip down down to my toes
Now I'm receiving your signal
We're gonna leave the land of noise

Now you and I have no secrets
Now baby, lemme read your mind
I hear ev'rything you're thinking
You can't help the way you sound

Radiohead: Creep

When you were here before
Couldn't look you in the eye

You're just like an angel
Your skin makes me cry

You float like a feather
In a beautiful world

I wish I was special
You're so fuckin' special

But I'm a creep
I'm a weirdo
What the hell am I doin' here?

I don't belong here
I don't care if it hurts

I wanna have control
I want a perfect body

I want a perfect soul
I want you to notice
When I'm not around

So fuckin' special
I wish I was special

But I'm a creep
I'm a weirdo
What the hell am I doin' here?
I don't belong here

She's running out the door (run)
She's running out
She run, run, run, run
Run

Whatever makes you happy
Whatever you want
You're so fuckin' special
I wish I was special

