

2023年

臺灣兒少影視內容

觀影行為調查



## 調查概要說明

### ■ 調查目標：

- 針對剛接觸影視內容的4~10歲兒童，透過探查此年齡段閱聽狀況與家長消費取向，瞭解臺灣作品的機會點。

### ■ 訪問對象條件：

- 居住於臺灣本島19縣市
- 有4-10歲小孩且目前同住者
- 是主要照顧者 或 高參與度的決策影響者

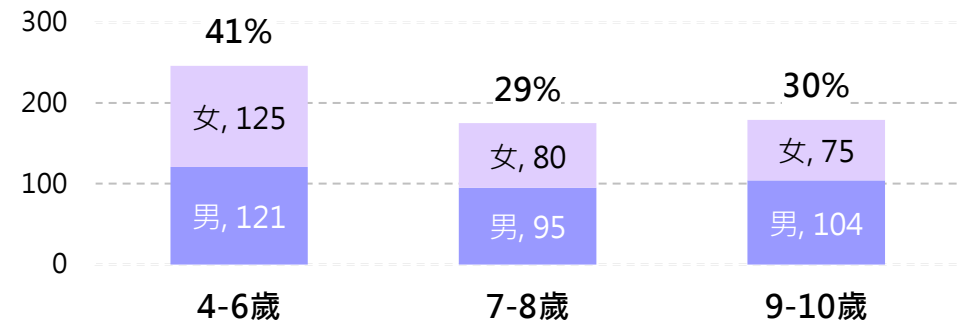
### ■ 調查樣本數：

- 600份有效樣本，在95%信心水準下，抽樣誤差為±4%
- 為有效深入了解每一位孩子的閱聽狀況與偏好，就算家長有多位符合調查年齡區間的孩子，每一位受訪家長只會針對特定一位小孩的影視閱聽狀況回答。

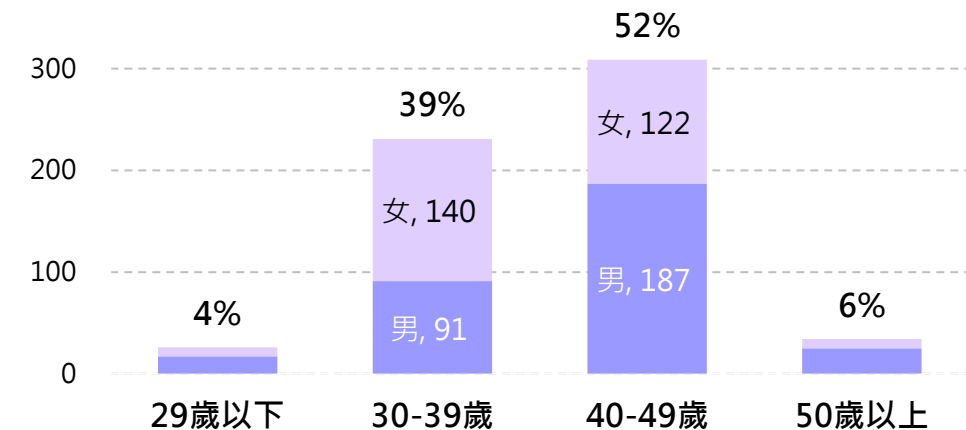
### ■ 調查執行時間：

- 2023年2月~3月進行網路問卷調查
- 考量兒童成長變化速度，題目設定為詢問「近半年」孩子的閱聽與家長消費行為。

### 4~10歲兒童依照臺灣人口比例抽樣：



### 受訪家長輪廓：





一、

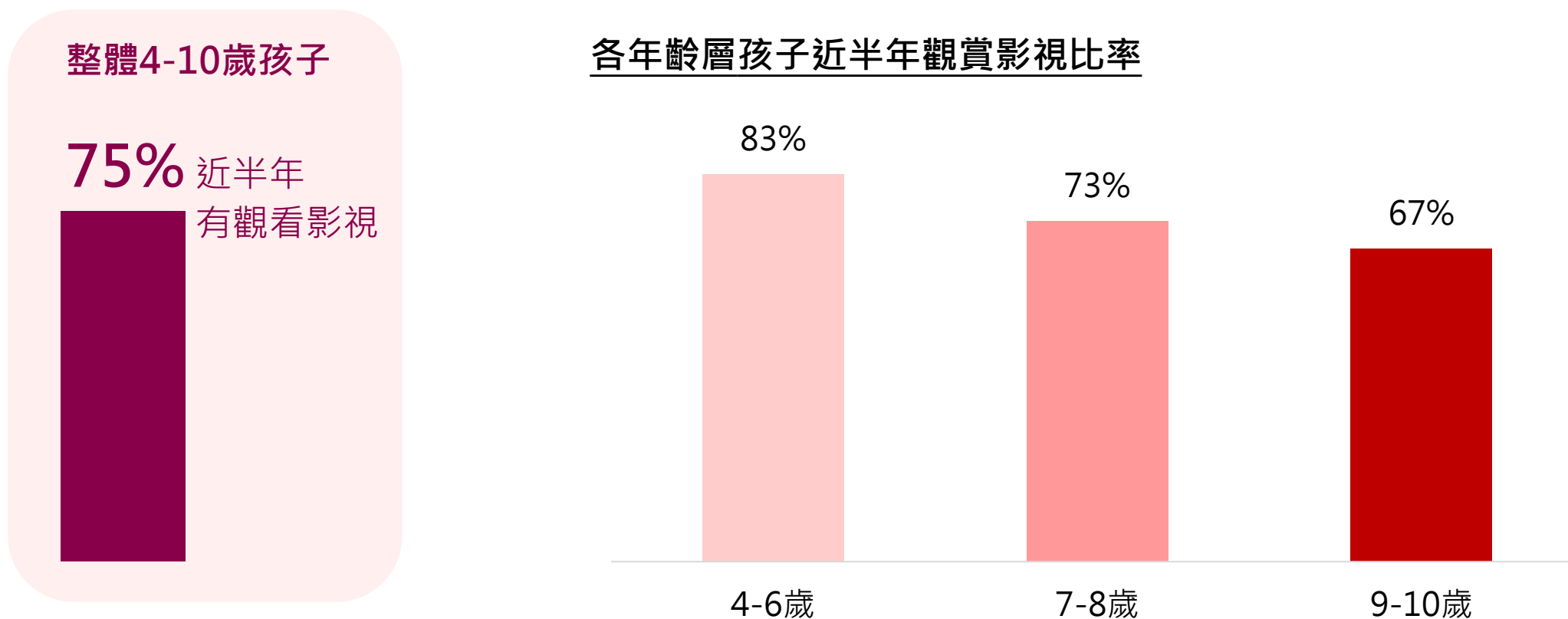
# 孩子的影視收看行為 以及家庭消費狀況與金額

---



## 不同年齡層的孩子有多少比率觀看影視內容？

整體4-10歲孩子近半年有75%觀看影視節目，若將孩子依照年齡層進一步分析則可以看到，隨著孩子成長，觀看影視的比率逐漸下降，其他活動和閱聽行為（如閱讀、玩電玩遊戲等）分散孩子的日常休閒時間。



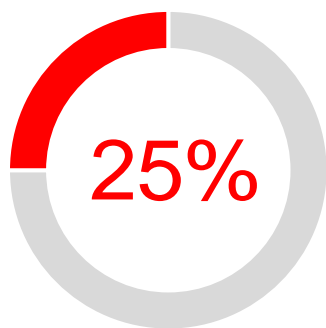
Base：整體受訪者（n=600；4-6歲 n=246；7-8歲 n=175；9-10歲 n=179）  
Source: A1. 近半年是否有觀看影視節目 / 動畫？包含巧虎、Disney與各類早教學習影片等。

# 家長的擔憂和顧慮是什麼？影視內容精進的方向為...？

家長限制或禁止收看的三大主因：視力保健（畫面呈現等）、不適當之內容、多元活動發展。

針對內容，家長尤其在意內容的適當性和正確性。

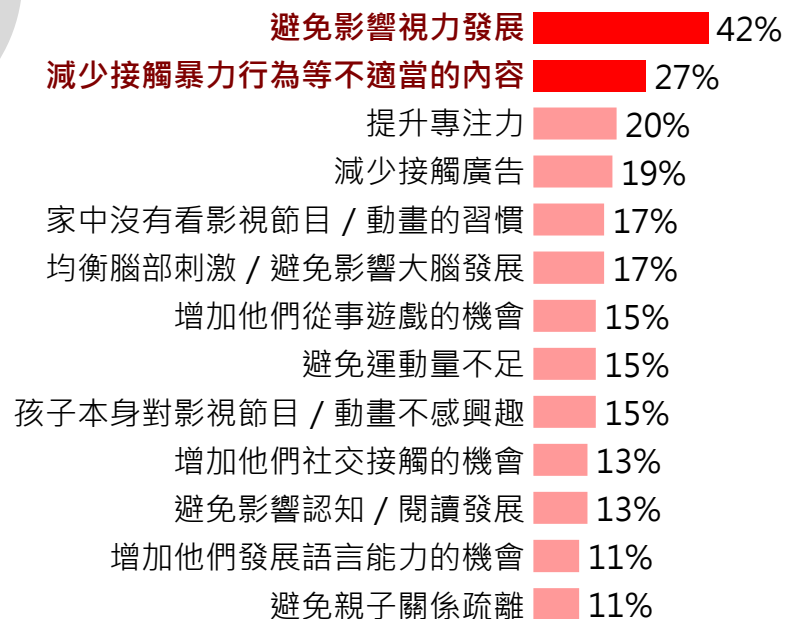
## 孩子沒有觀看影視節目 / 動畫比例



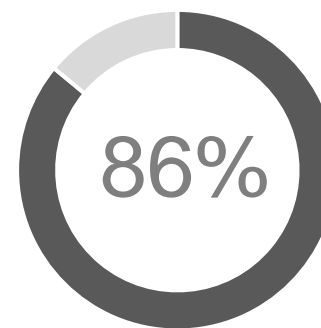
(base: 整體受訪者)

### 沒有觀看影視節目 / 動畫的原因

n=150



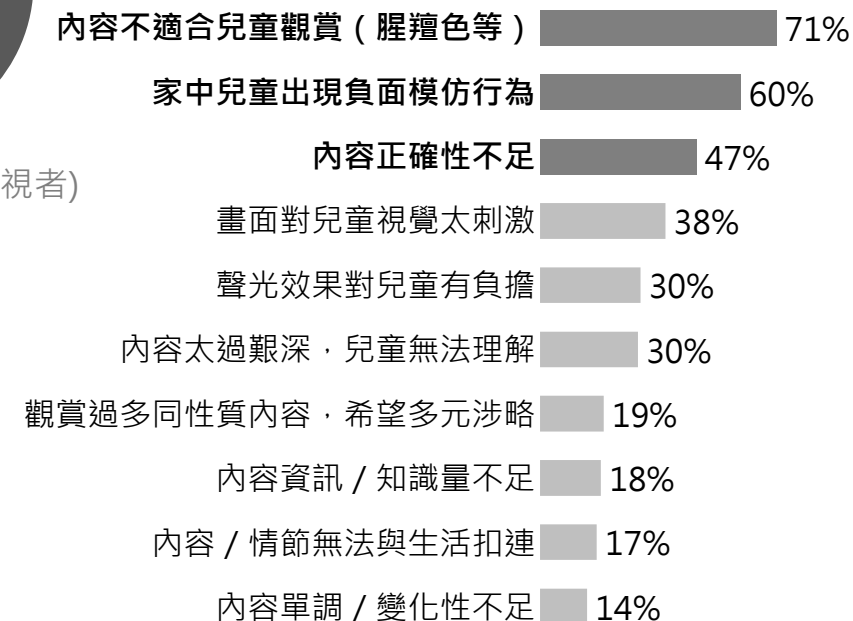
## 家長限制孩子觀看影視節目 / 動畫的內容



(base: 孩子有觀看影視者)

### 限制孩子觀看影視節目 / 動畫內容原因

n=386

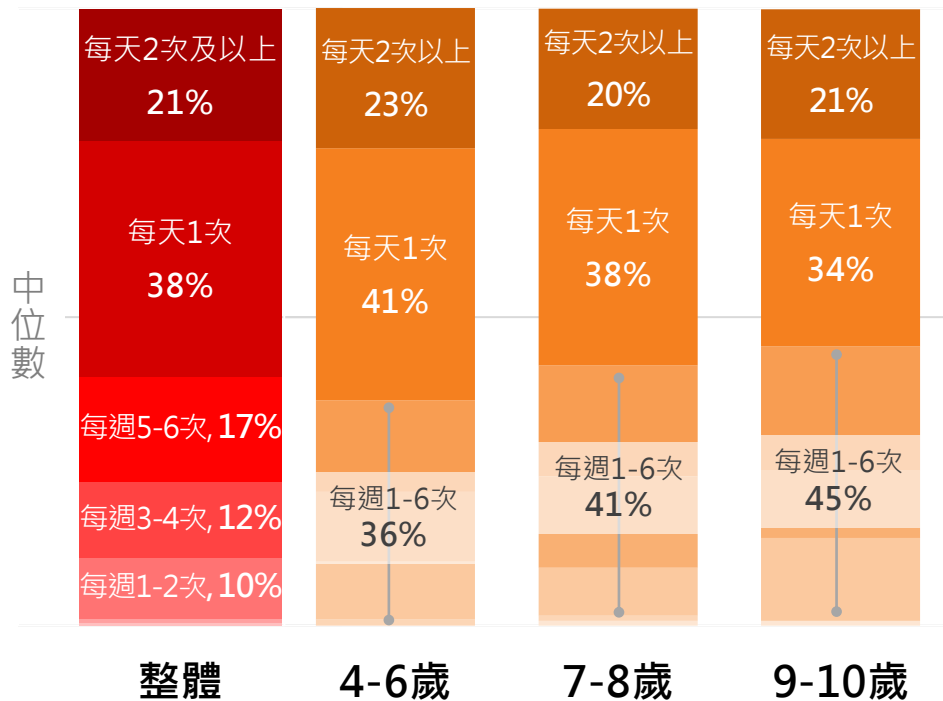


## 孩子觀看影視的頻率？家長常陪伴觀賞嗎？

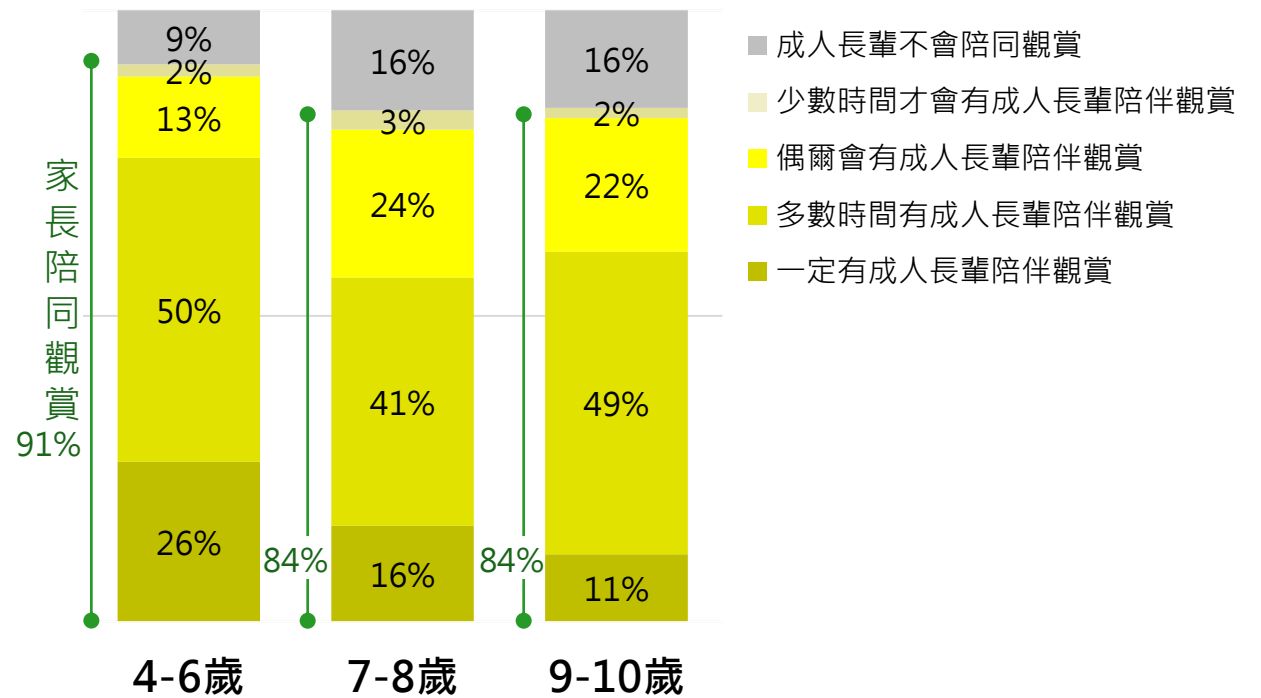
4~10歲的孩子超過五成每天至少觀看一次，隨孩子年齡提高，頻率逐漸下降且偏向每週觀看數次。

4~6歲孩子雖然影視觀看的頻率較高，但也有更高的比例有家長或其他親屬長輩陪伴觀賞，從7歲開始約四成的家長偶爾才會陪同觀賞，並逐漸開放與手足、朋友間獨自觀看。

### 孩子近半年觀賞影視內容的頻率



### 親屬長輩陪伴孩子觀賞影視的狀況



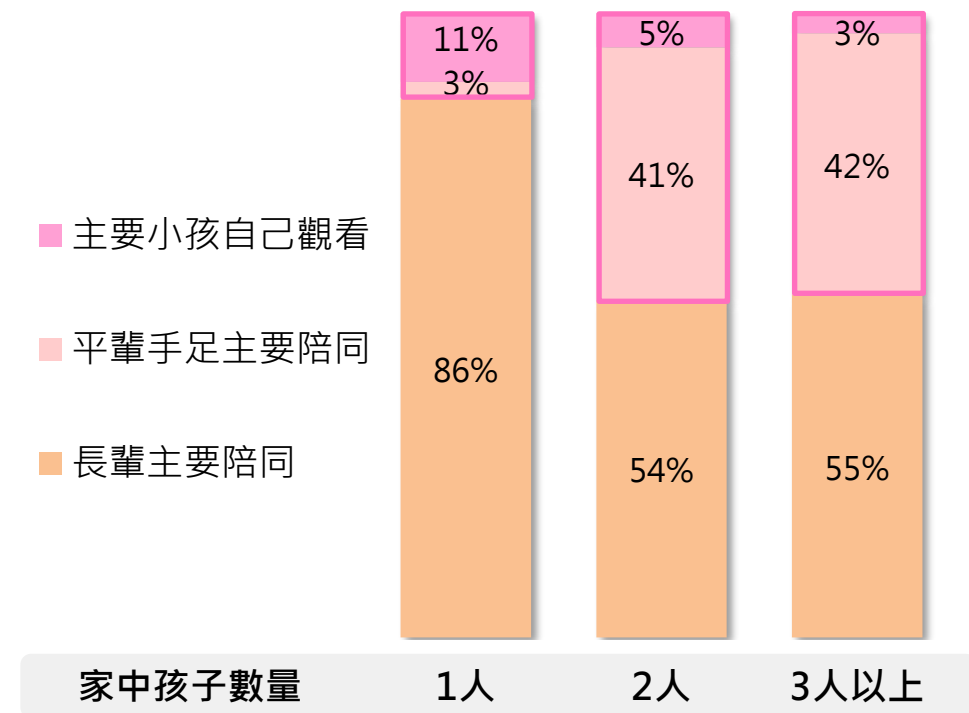
Base：孩子近半年有看影視者（整體 n=450；4-6歲 n=203；7-8歲 n=128；9-10歲 n=119）

Source：A6. 近半年多久看一次影視節目/動畫；A5. 陪同觀看影視節目/動畫者；A5b. 近半年成人陪伴觀賞影視的頻率

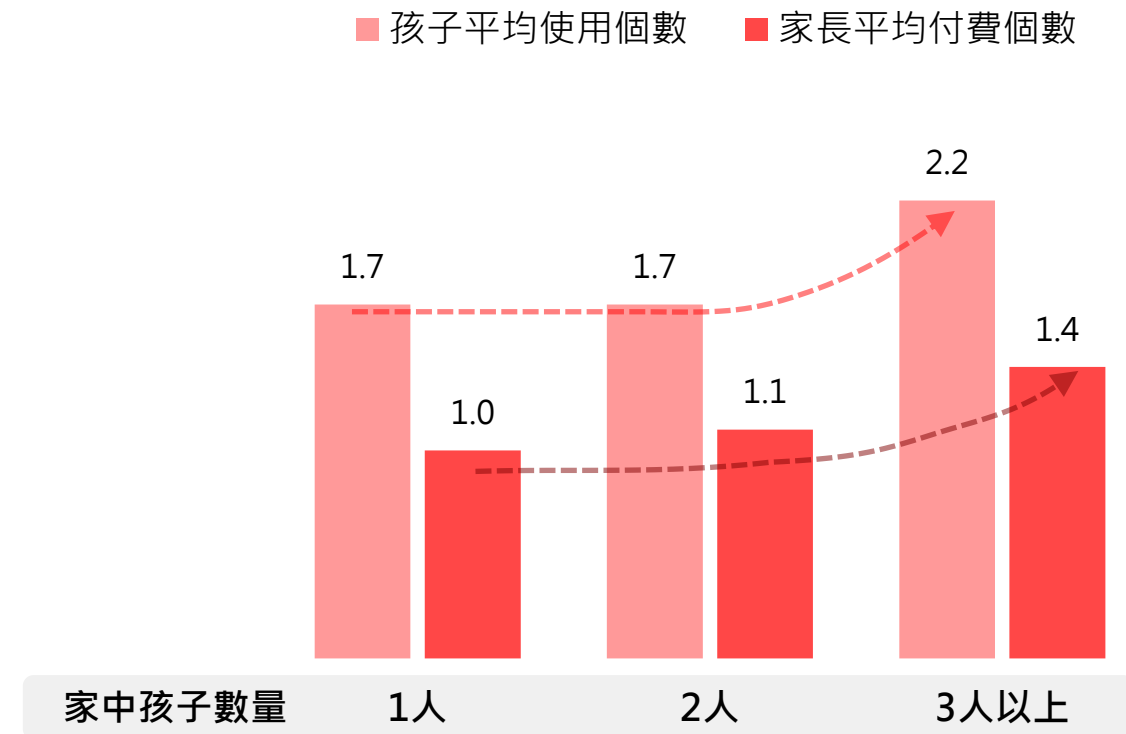
## 手足的陪伴對影視閱聽行為之差異

家中獨子超過八成有長輩主要陪同觀賞影視，當家中有2個以上孩子時，成人長輩陪同觀賞的比率降低，有45%左右的孩子為平輩手足或獨自觀賞，且成人長輩陪同的頻率集中於偶爾。同時可以發現當家中孩子越多，家長考量孩子或親子內容而付費的影視管道數量提升。

### 孩子觀賞影視的主要陪同者



### 孩子收看影視的平均管道個數



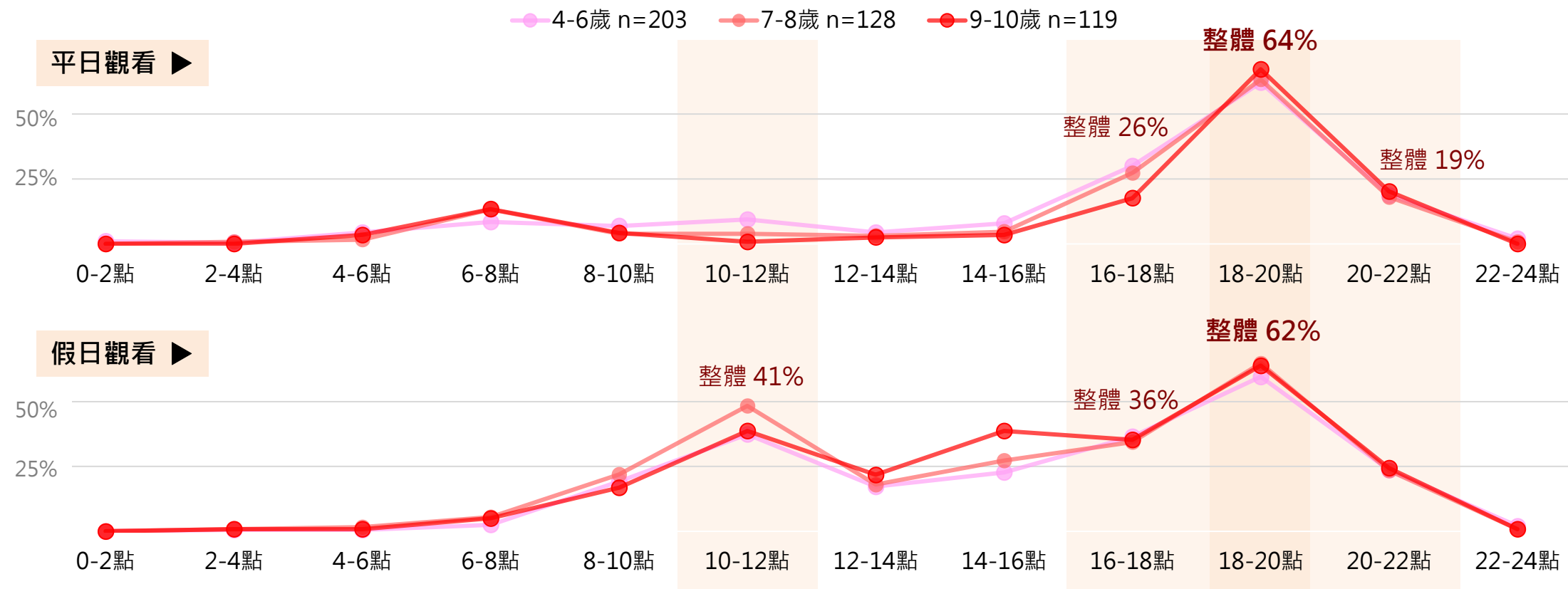
Base：孩子近半年有看影視者（整體 n=450；4-6歲 n=203；7-8歲 n=128；9-10歲 n=119）

Source：A5a. 孩子主要觀看影視節目 / 動畫的陪伴者；C1. 孩子觀賞影視的管道（複選）；A3d. 家庭考量孩子或親子內容而付費使用的影視管道（複選）

## 孩子在哪些時間觀看影視作品？

無論是平日或假日孩子主要觀賞影視內容的時間皆落在晚飯時間（晚上6-8點）。

4-6歲孩子平日午後會開始有觀賞行為，而開始上小學的7-10歲孩子則是集中在假日的中午和午後。



Base：孩子近半年有看影視者（n=450）

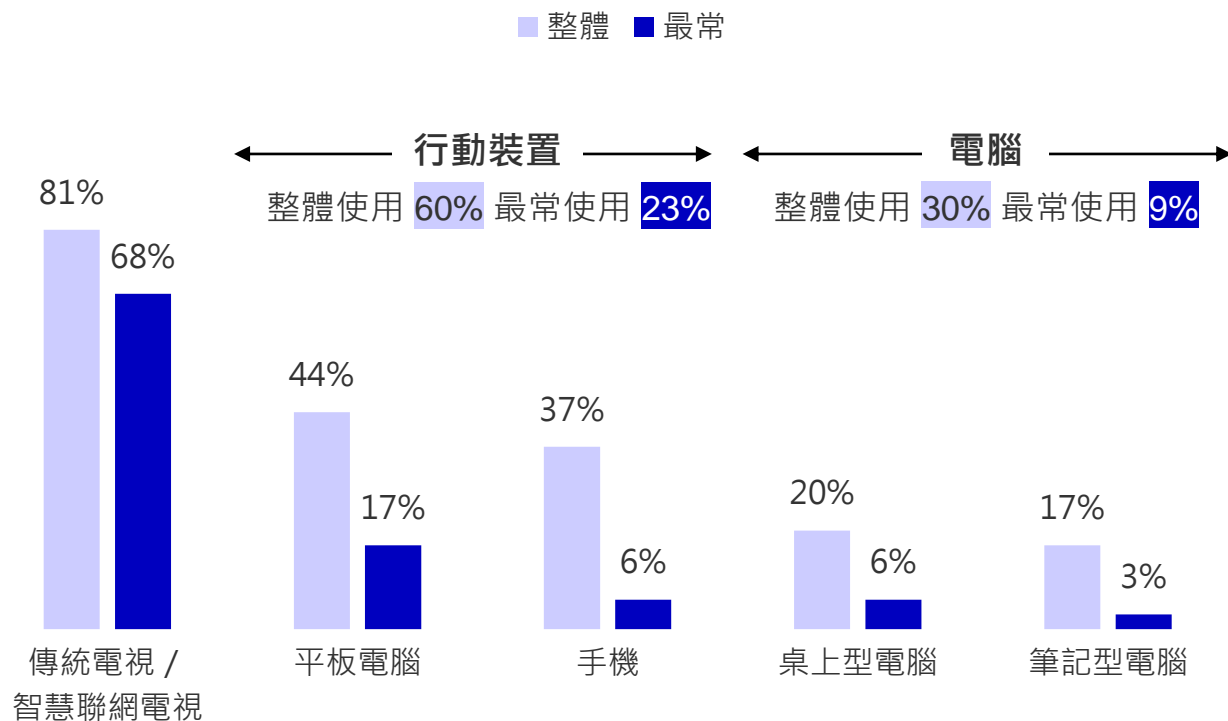
Source：A6a. 平日觀看影視節目/動畫的時間點（複選）；A6b. 假日觀看影視節目/動畫的時間點（複選）；A7a. 平日平均觀看影視的時長；A7b. 假日平均觀看影視的時長



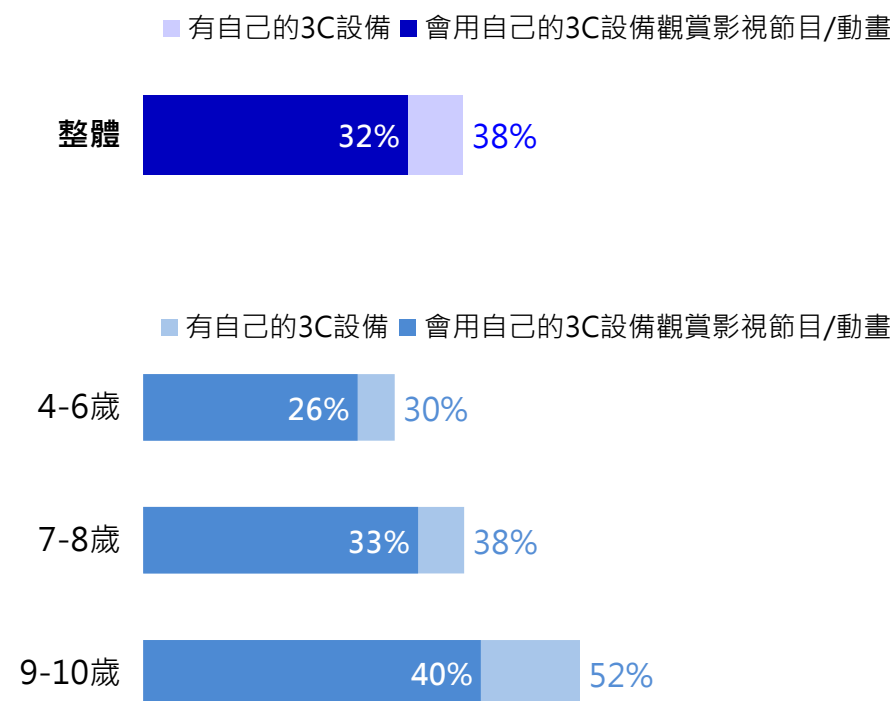
## 孩子觀賞影視的設備？

超過八成的孩子使用電視觀賞影視節目/動畫，也是最主要使用的裝置，其次為行動裝置，且平板的使用率高於手機。電腦則是9-10歲孩子的使用率較高，且9-10歲孩子用自己3C設備觀賞影視內容的比率也達到四成。

### 孩子近半年觀賞影視的裝置



### 孩子持有3C以及觀賞影視的狀況



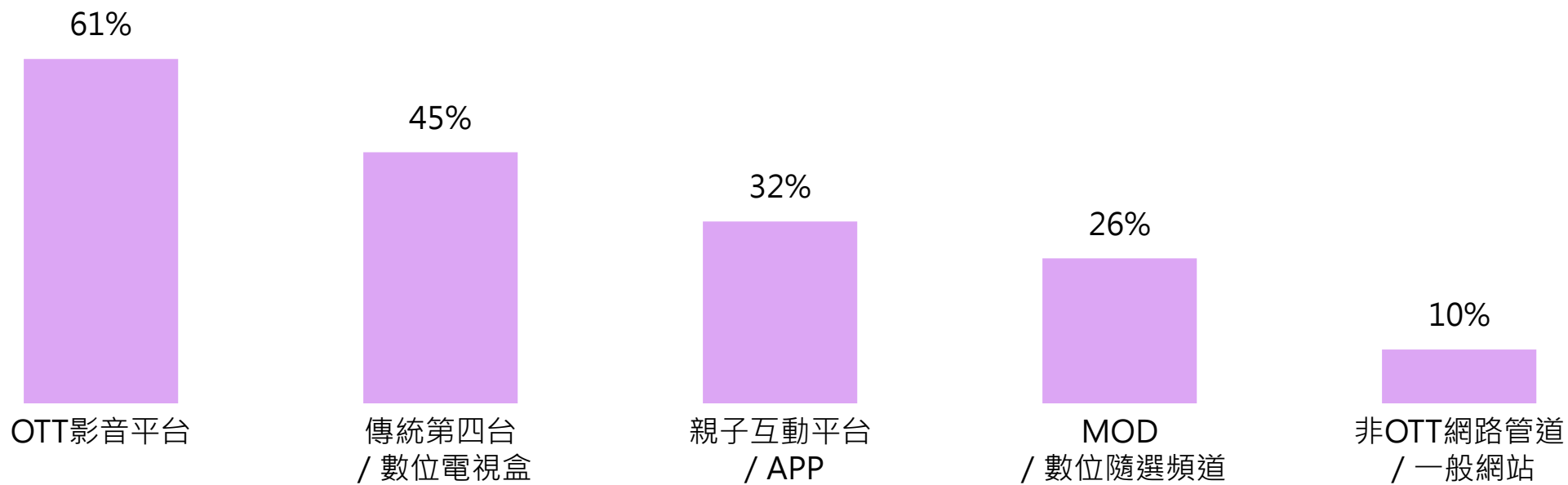
Base：孩子近半年有看影視者（整體 n=450；4-6歲 n=203；7-8歲 n=128；9-10歲 n=119）

Source：C2、C2a. 孩子觀賞影視的裝置與主要裝置；C12. 孩子用個人3C設備觀看影視狀況；C13. 家長對個人3C觀賞內容了解程度

## 孩子都在哪裡看節目？

4~10歲的孩子目前多透過OTT影音平台觀看影視內容，其次為電視和親子互動平台/APP，分別有45%、32%的孩子使用。

### 4-10歲兒童收看管道？

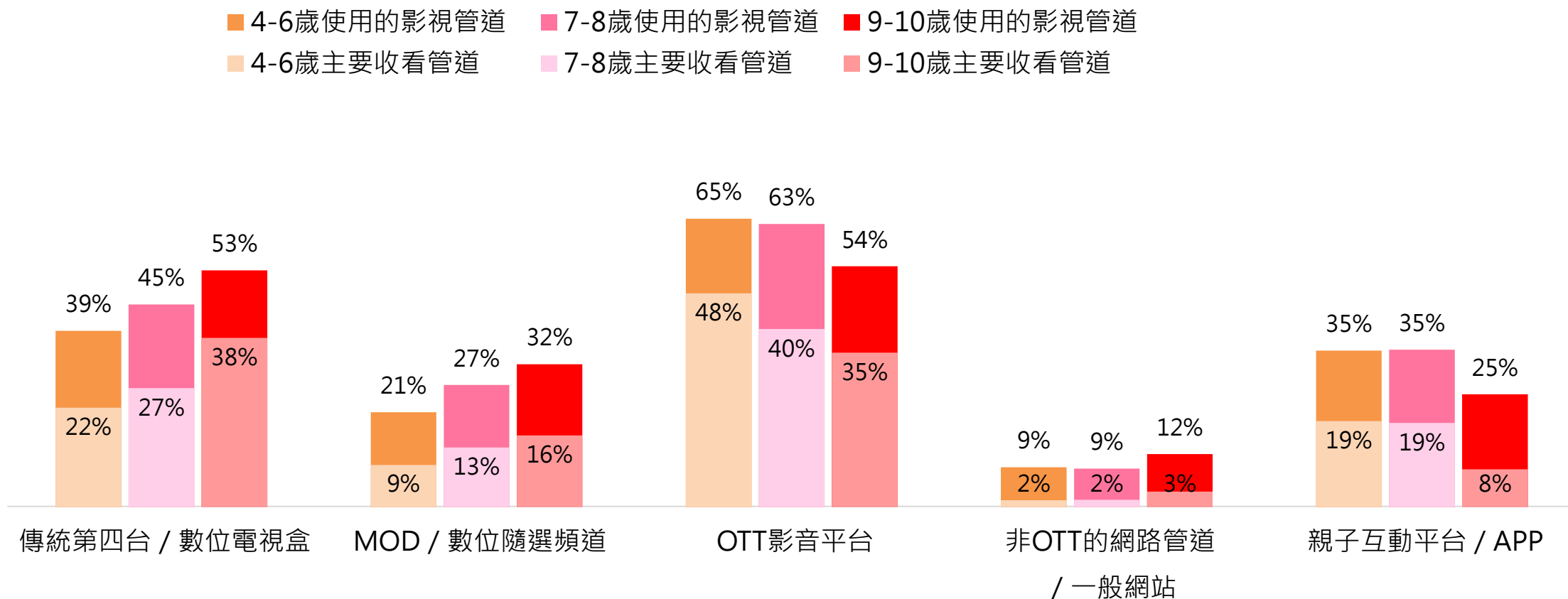


Base：孩子近半年有看影視者 (n=450)  
Source：C1. 孩子觀賞影視的管道 (複選)

註：親子互動平台 / APP包含我的巧虎、親子天下和Little Fox 英語動畫圖書館等平台。

## 不同年齡層的孩子透過不同管道觀看影視內容？

孩子年齡越長，有越高的比率透過電視、MOD/數位隨選頻道收看，且電視成為9-10歲孩子的主要收看管道，與OTT影音平台的35%主要使用率接近，與4-8歲孩子明顯以OTT為主的狀況不同，顯示出越大年齡的孩子接觸管道與成人更接近，且傾向無限制的管道。而親子互動平台/APP則是4~8歲孩子的使用率較高。



Base：孩子近半年有看影視者（4-6歲 n=203；7-8歲 n=128；9-10歲 n=119）  
 Source：C1. 孩子觀賞影視的管道（複選）；C1a. 孩子主要觀賞影的管道

註：親子互動平台 / APP包含我的巧虎、親子天下和Little Fox 英語動畫圖書館等平台。

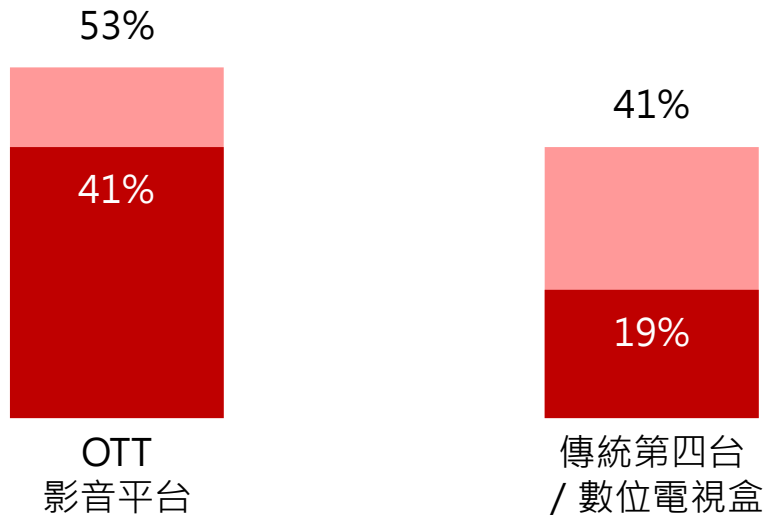
## 家庭都在哪裡花錢看節目？

超過五成的家庭有付費使用OTT影音平台，且有四成的家庭是考量孩子或親子內容而付費使用OTT。相對的，家庭付費傳統第四台的比率雖僅次於OTT，但考量孩子而付費使用的比率卻不到兩成，低於親子互動平台/APP。

親子互動平台/APP雖孩子使用率與家庭付費率較低，且偏向4-8歲孩子，但是相較於其他平台，是最純粹為了孩子或親子內容而付費使用的管道。

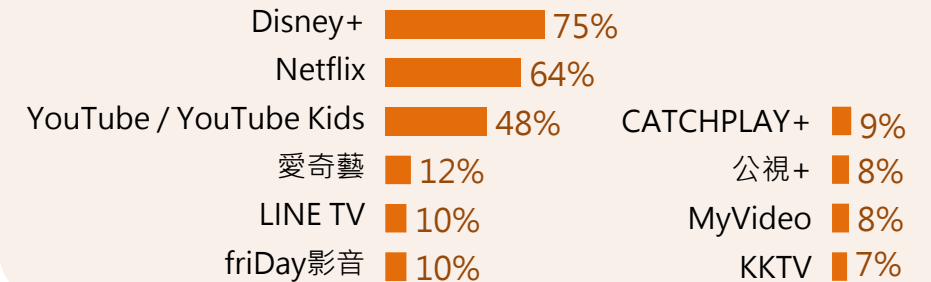
### 4-10歲兒童家中使用的影視管道？ n=孩子近半年有看影視者

- 家庭付費使用%
- 考量孩子或親子內容而付費使用%



### 考量小孩而付費 / 訂閱的OTT影音平台

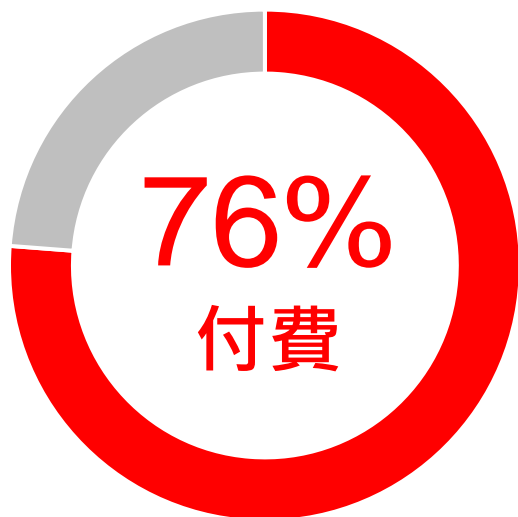
n=考量孩子而付費使用者



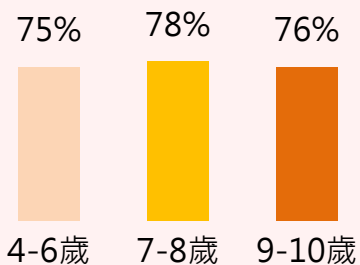
## 有多少家長為了孩子的節目而花錢？

近半年觀看影視內容的孩子中，七成以上的家長有付費。目前付費兒少影視內容的家長中53%平均每月付費300元以內，更有兩成每月支付500元以上。隨孩子年齡變化，家長在兒少影視內容付費的比率未有明顯波動，但大齡孩子的家長消費額較高，9-10歲家長付費金額中位數達每月301-400元。

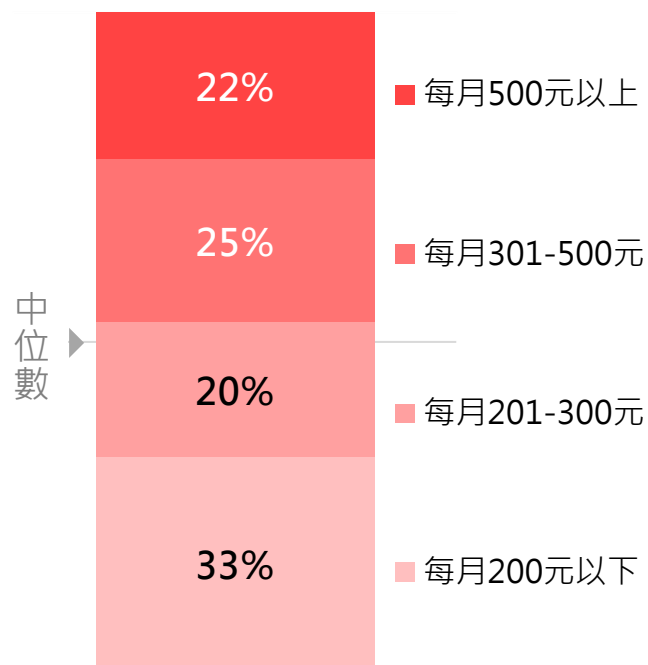
### 孩子觀賞影視內容的家長付費率 n=孩子近半年有看影視者



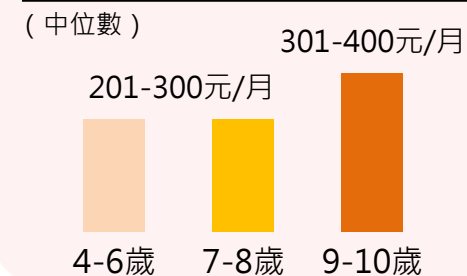
各年齡層孩子的家長付費率



### 家長付費金額分布 n=孩子近半年有看影視且家長付費者



各年齡層孩子的家長付費額



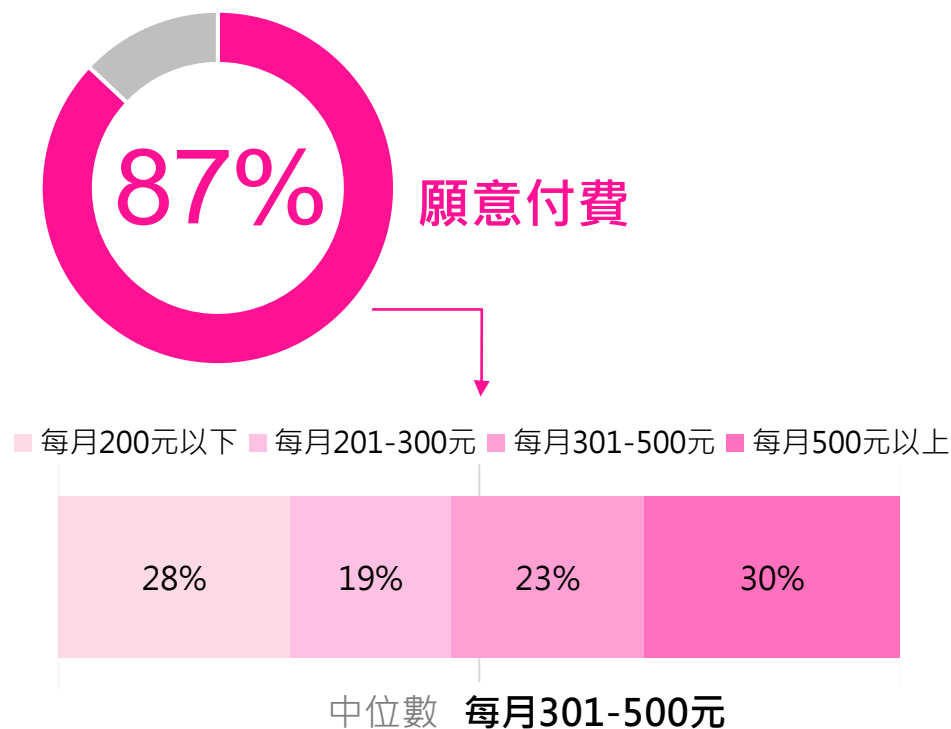
Base：孩子近半年有看影視者（整體 n=450）；孩子近半年有看影視且家長付費者（整體 n=343）

Source：B4. 平均每月付費金額

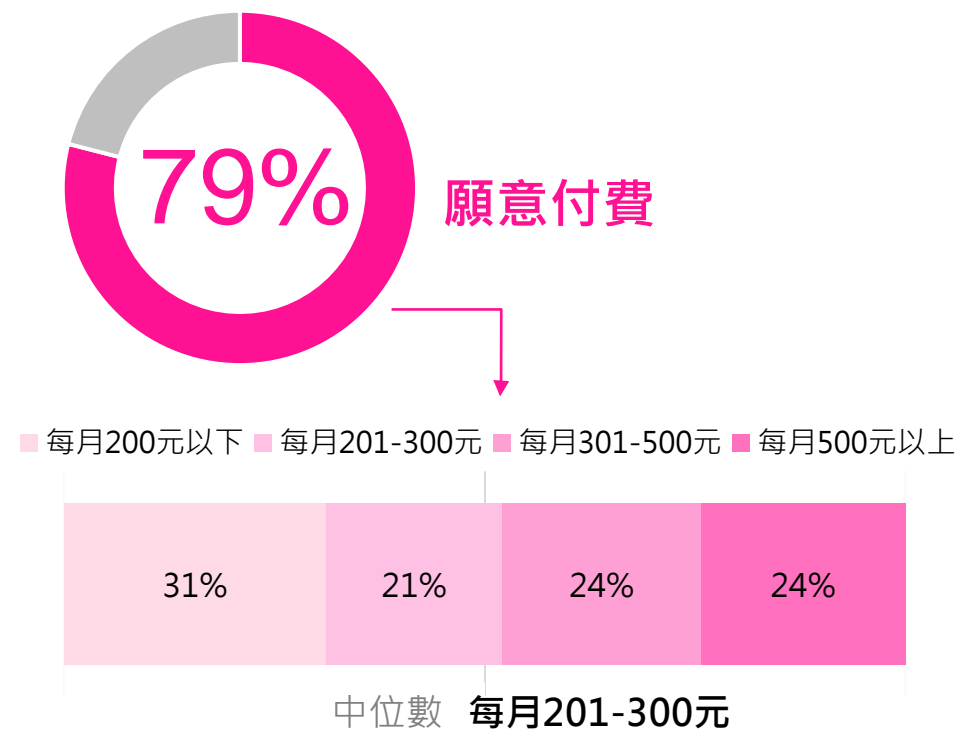
## 家長未來的消費潛力值得期待！還有可能花更多？！

針對孩子有觀賞影視的家長，未來願意每月消費500元以上的比率達三成，比目前家長實際的消費額分布占比更高。就算孩子目前沒有觀看，仍有近八成家長未來願意付費給孩子觀看影視作品，願意付費者以每月消費200元以下的占比較高。

### 孩子近半年有觀看影視者



### 孩子近半年沒有觀看影視者



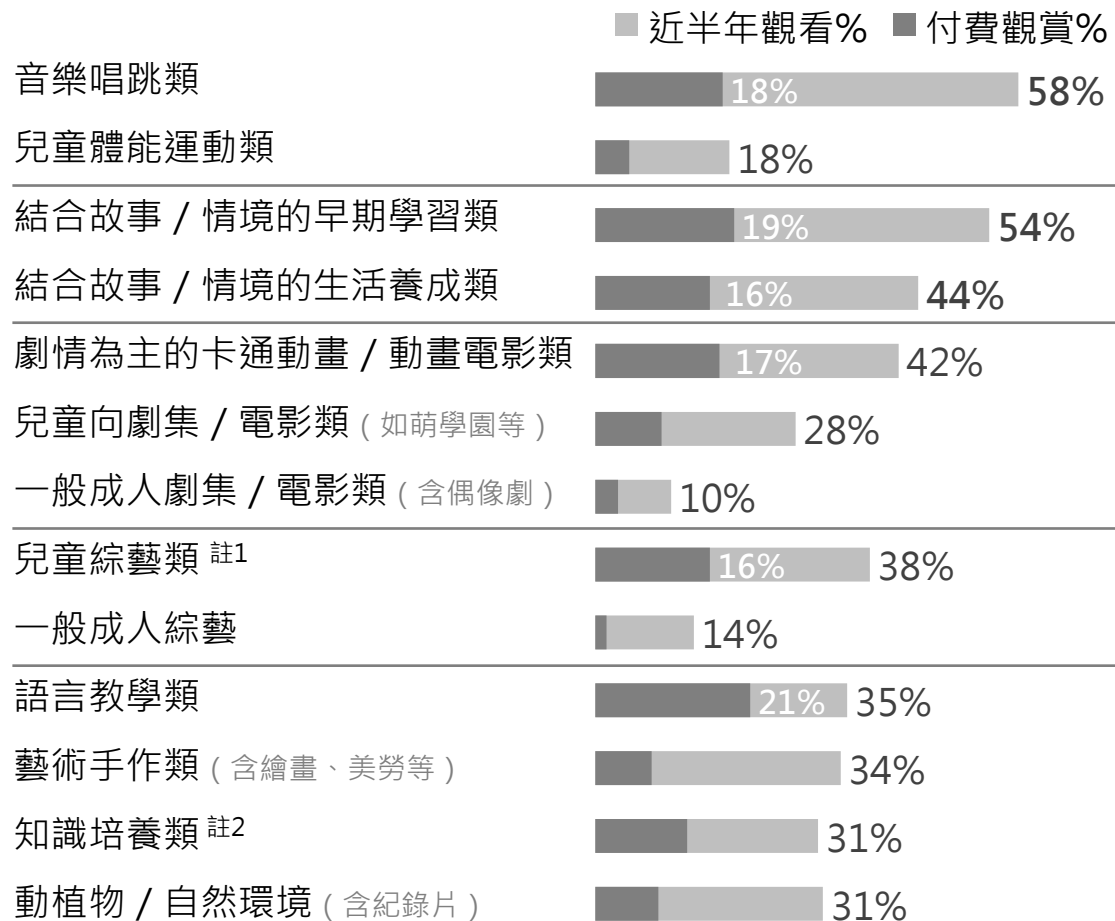
Base：孩子近半年有看影視者 (n=450)；孩子近半年沒有看影視節目/動畫者 (n=150)  
Source：B9. 未來每月最高願付金額

二、

## 孩子收看的影視內容與偏好

---

## 孩子觀看哪些影視內容？



註1：兒童綜藝類包含引導閱讀的「烤箱讀書會」、大自然實境的「叫我野孩子」、遊戲競賽的「超級總動員」等影視內容。

註2：知識培養類包含科學實驗、數學邏輯、人文歷史等影視內容。

Base：孩子近半年有看影視者 (n=450)

Source：B2. 近半年觀賞的影視內容 (複選)；B3. 近半年付費提供給孩子觀賞的影視內容 (複選)

### 4-10歲的兒童觀看 Top 3：

1. 音樂唱跳類  
(如YOYO點點名、兒歌律動等)
2. 結合故事 / 情境的早期學習類  
(如Dora、米奇妙妙屋)
3. 結合故事 / 情境的生活養成類  
(如水果冰淇淋、MOMO一家人、家事小達人等)

4-10歲的女孩比男孩有顯著更高的比率觀看  
「音樂唱跳類」和「藝術手作類」

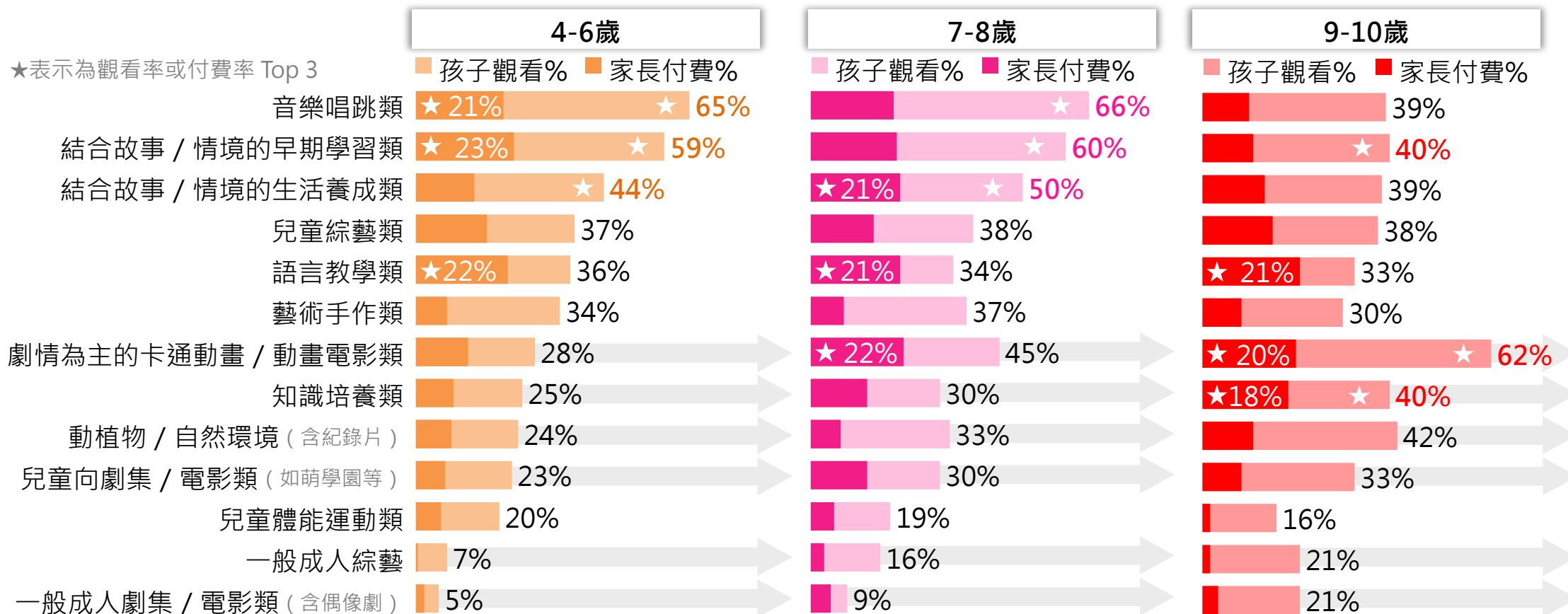
### 家長付費 Top 3：

1. 語言教學類 (如學學ABC、Wow!English等)
2. 結合故事 / 情境的早期學習類
3. 音樂唱跳類



## 不同年齡層孩子觀看的內容？

4-8歲孩子觀賞音樂唱跳類的比率最高，當孩子年齡漸長，觀賞成人綜藝、劇集的比率也逐漸提升，且重心轉向劇情為主的卡通動畫 / 動畫電影。而家長付費給孩子觀賞的影視內容也從早期學習、音樂唱跳，慢慢轉往卡通動畫與知識培養類內容，值得注意的是，各年齡層都有兩成的家長付費給孩子看「語言教學類」影視內容！此外，9-10歲觀看劇情動畫的比例雖然增加很多，但是家長的付費率卻未等比例成長，顯示孩子會自己找管道收看相關內容與節目，相對於直接針對影視內容付費，IP周邊商品可能更具有消費潛力。



Base：孩子近半年有看影視者 (4-6歲 n=203；7-8歲 n=128；9-10歲 n=119)

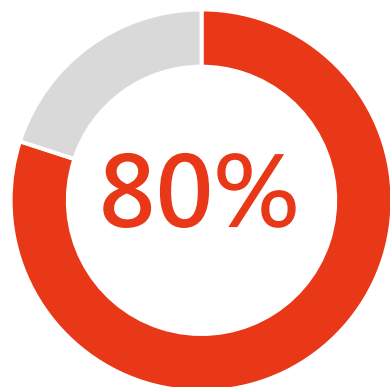
Source：B2. 近半年觀賞的影視內容 (複選)；B3. 近半年付費給孩子觀賞的影視內容 (複選)

## 臺灣孩子選擇影視內容具有主動性

目前有觀看影視的孩子超過八成會主動提出想看的內容，更有四成參與影視內容決策，因此孩子本身的興趣和偏好是重要的一環！對孩子來說，最重要的還是作品內容本身，其次為同儕、手足親友討論，角色周邊物品也是重要推力，顯示出兒少內容的IP發展和週邊商品是值得注意的關鍵。

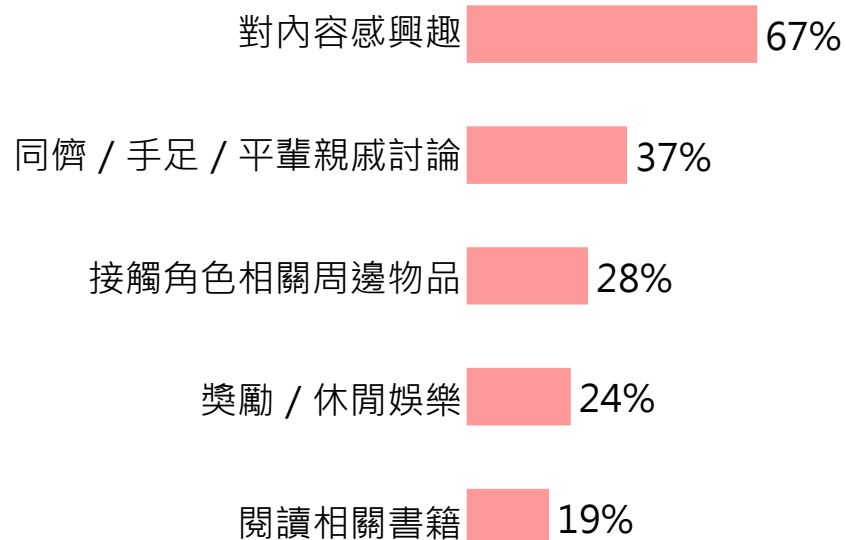
### 臺灣孩子多數會主動提出收看需求

n=孩子近半年有觀看影視著者



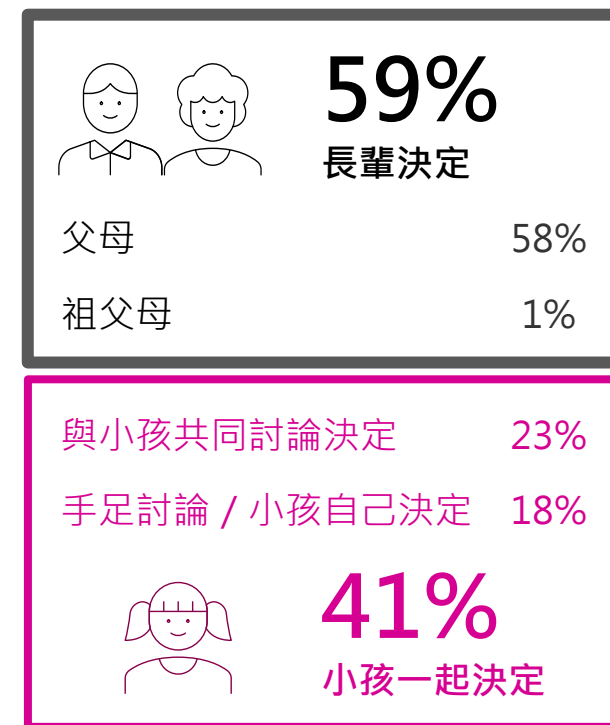
孩子會主動提出  
想看特定內容

### 孩子主動想看的原因 Top 5



### 孩子觀看影視內容的主要決策者

n=孩子近半年有觀看影視著者

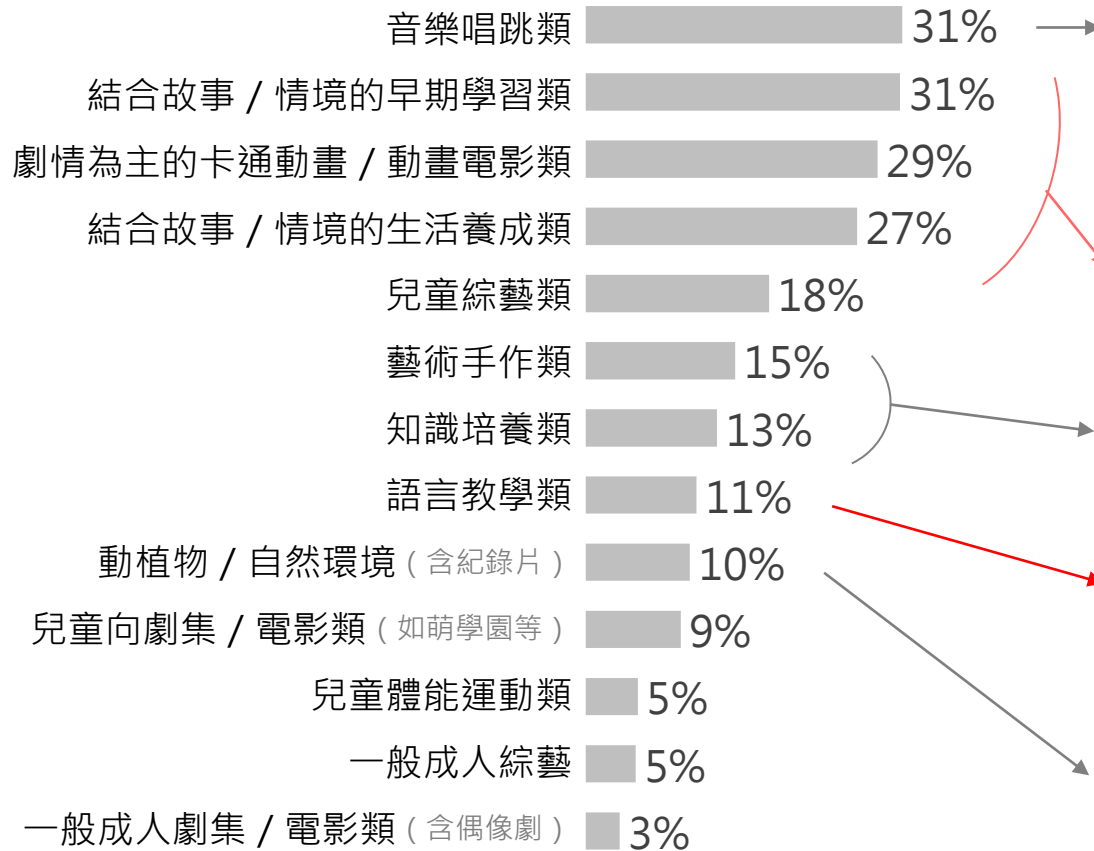


Base：孩子近半年有看影視者 (n=450)；小孩有主動提出想看特定內容 (n=359)

Source：C8. 孩子主動提出收看影視的狀況；C10. 孩子主動提出收看影視的原因 (複選)；B1. 影視內容主要決策者 (單選)

# 不同內容類型吸引孩子的魅力點？

## 4-10歲兒童影視內容偏好



## 各類影視內容偏好原因：

- **音樂唱跳類**  
喜歡主持人、呈現方式有趣
- **結合故事 / 情境類內容 & 卡通動畫 / 動畫電影**  
內容結合故事、有搭配動畫、角色的正面特質
- **藝術手作類 & 知識培養類**  
孩子本身對內容感興趣
- **語言教學類**  
呈現方式有趣、成就感
- **卡通動畫 / 動畫電影 & 動植物 / 自然環境類**  
具有可在同學間的討論話題

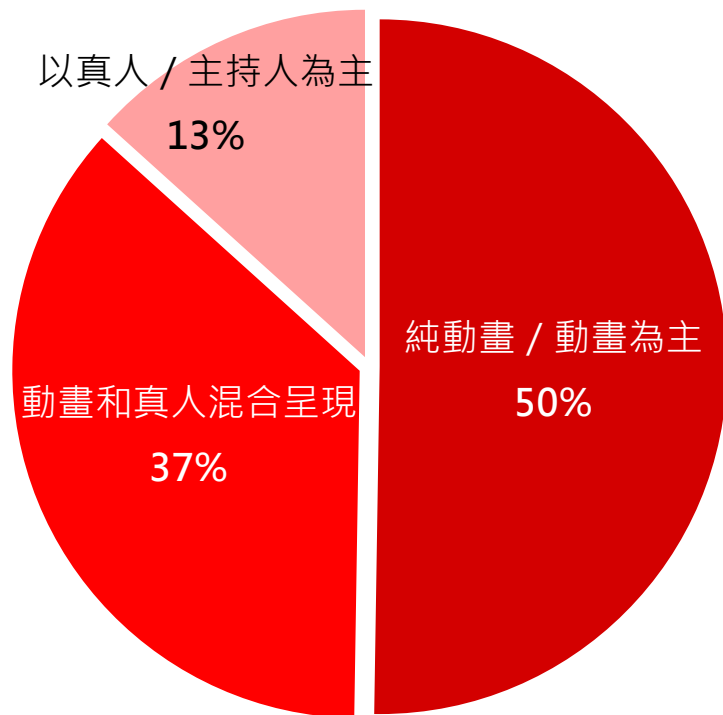
Base：孩子近半年有看影視者 (n=450)

Source：C4a. 前三喜歡的影視節目 / 動畫內容 (有限複選)；C5. 孩子喜歡觀看特定內容的原因 (複選)

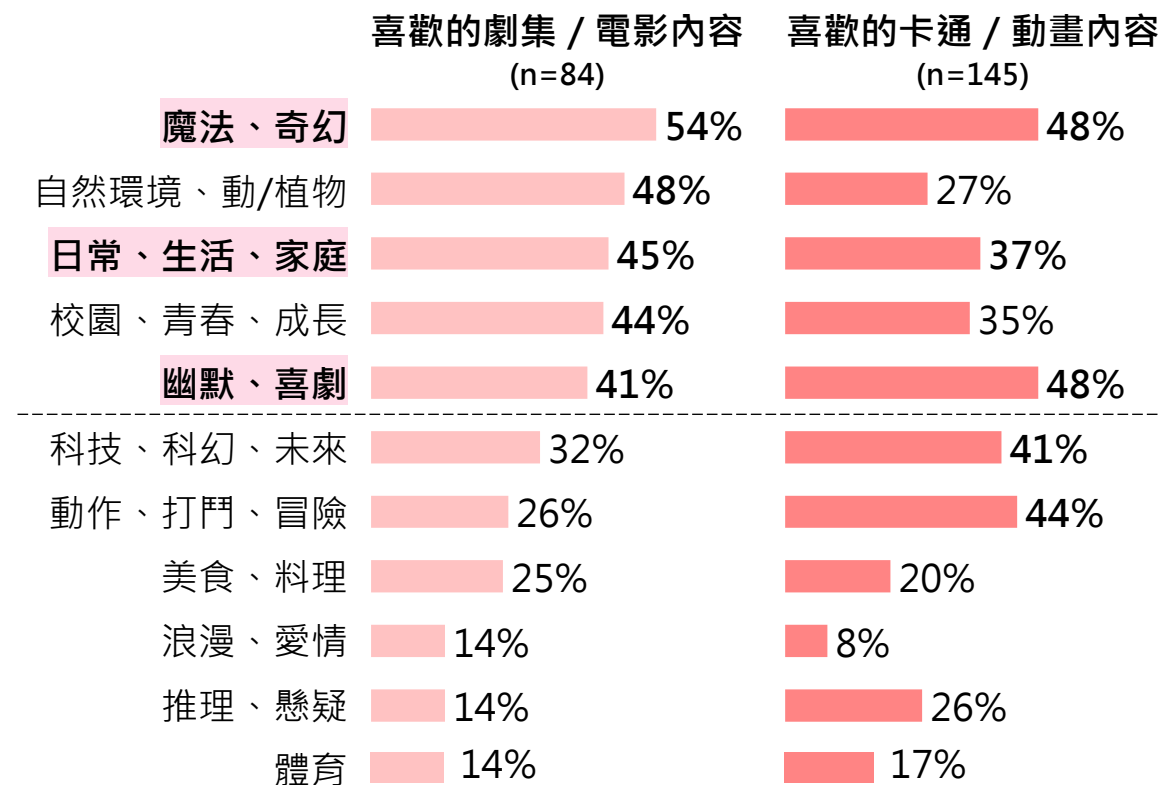
## 掌握孩子的偏好！

4-10歲孩子較喜好動畫呈現的形式，無論是卡通/動畫或影劇，孩子皆喜歡魔法奇幻、生活家庭和幽默喜劇類的元素，而卡通/動畫則特別在科幻與打鬥冒險類內容較突出，相較之下影劇則是以孩子日常能觸及的自然環境、校園青春類內容較具吸引力。

### 兒少影視節目/動畫偏好形式



### 喜歡的劇集 / 電影、卡通 / 動畫題材 Top 10



Base：孩子近半年有看影視者 ( n=450 )；喜歡觀賞劇集/電影的孩子 ( n=84 )；喜歡觀賞卡通/動畫的孩子 ( n=145 )

Source：C7. 孩子偏好的影視內容呈現方式；C5a. 孩子喜歡的劇集/電影題材類型 ( 複選 )；C5b. 孩子喜歡的卡通動畫/動畫電影題材類型 ( 複選 )

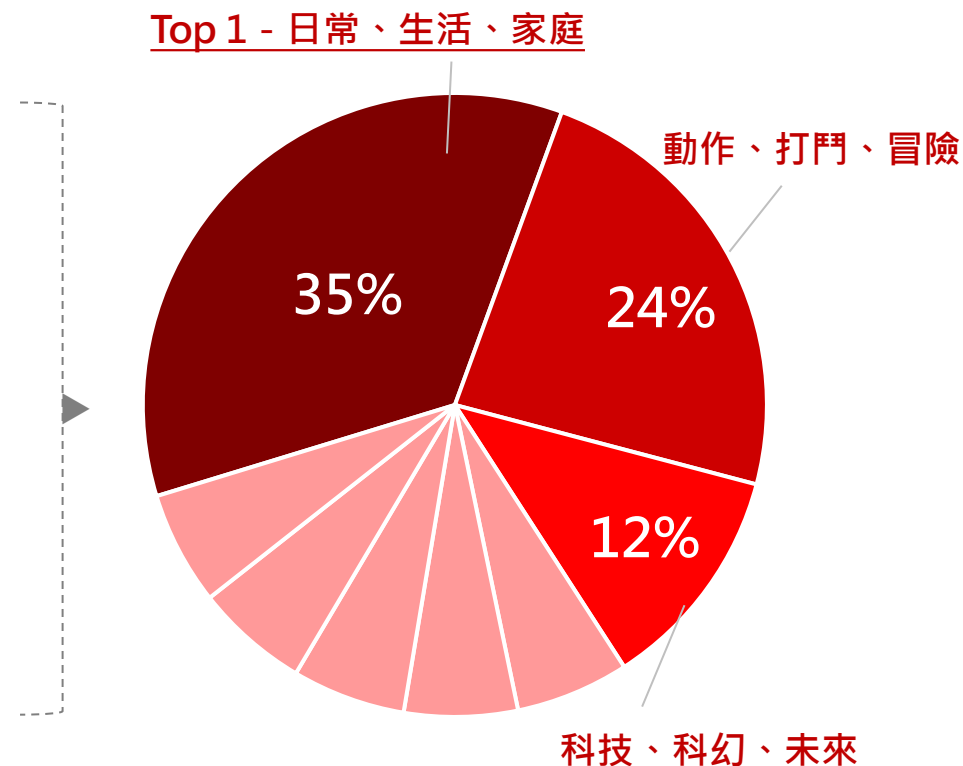
## 熱門內容其實融合孩子的多元偏好

觀察最多孩子使用的OTT影音平台內容，以汪汪隊立大功最熱門，相較之下，孩子觀看與喜好Top1的音樂唱跳類則並非有單一檔唱跳節目為熱門作品，上榜的節目多將音樂融合於內容中！兒童綜藝類除了小兒子系列有真人節目，其餘少有節目上榜OTT熱門或推薦，這也許是兒少影視需求的破口！整體也可發現OTT熱門內容集中於日常生活、動作冒險題材。

### 各影音平台熱門或推薦內容

節目名稱	國別	內容類型
汪汪隊立大功	加拿大	劇情卡通動畫
蠟筆小新	日本	劇情卡通動畫
Hello Carbot 衝鋒戰士	韓國	劇情卡通動畫
阿奇幼兒園	英國	結合故事、音樂的生活養成類
粉紅豬小妹	英國	結合故事、音樂的生活養成類
聖堤亞哥的海洋冒險	美國	劇情卡通動畫
小兒子 系列內容	臺灣	結合故事的生活養成類
寶可夢	日本	劇情卡通動畫
藍色小腳印與你	美國	結合故事、音樂的生活養成類

### 平台熱門或推薦的題材



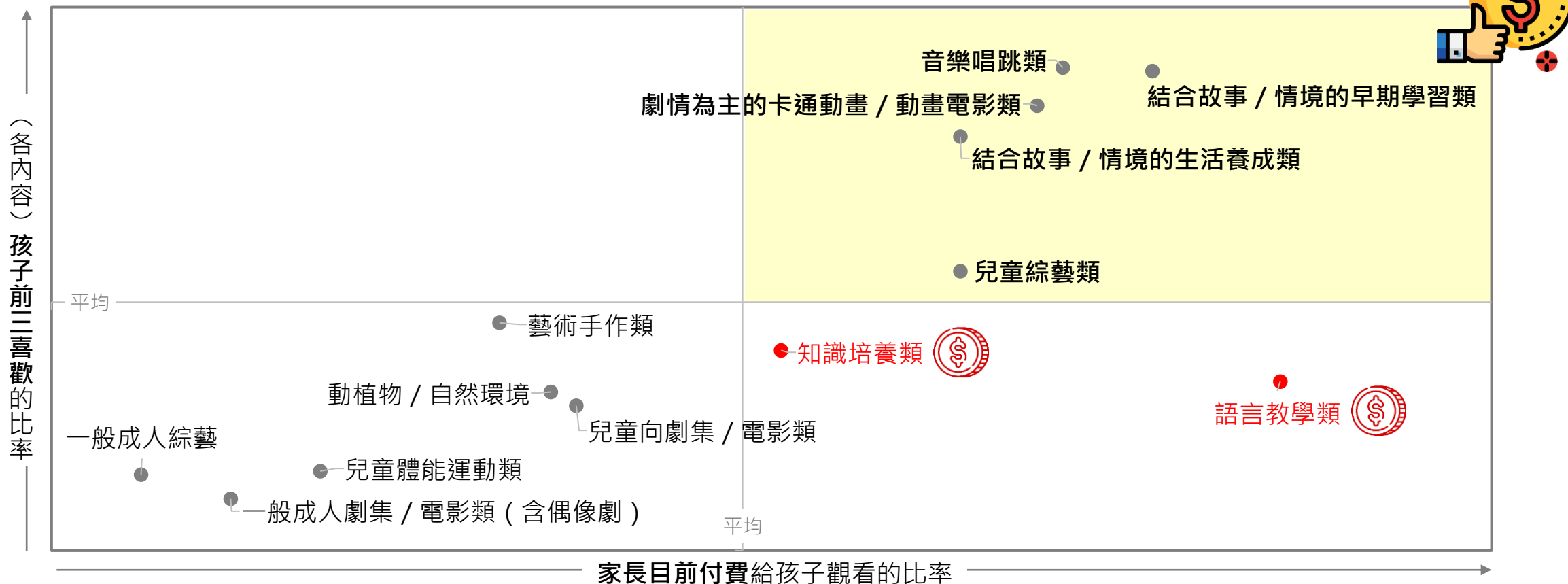
三、

## 家長對兒少影視內容的消費傾向

---

## 什麼樣的內容同時受到家長與孩子的青睞？

目前家長付費內容以語言教學類最多，其次則是結合故事 / 情境的早期學習類，主要仍希望透過影視讓孩子學習；而從孩子角度出發，音樂唱跳類、結合故事 / 情境的早期學習類內容最受孩子喜愛。整體來看，早期學習類內容最能同時掌握家長和孩子兩端的需求，也是目前兒少影視市場較具競爭力的內容。語言教學類單方面吸引家長，需要透過元素增強對孩子的吸引力。



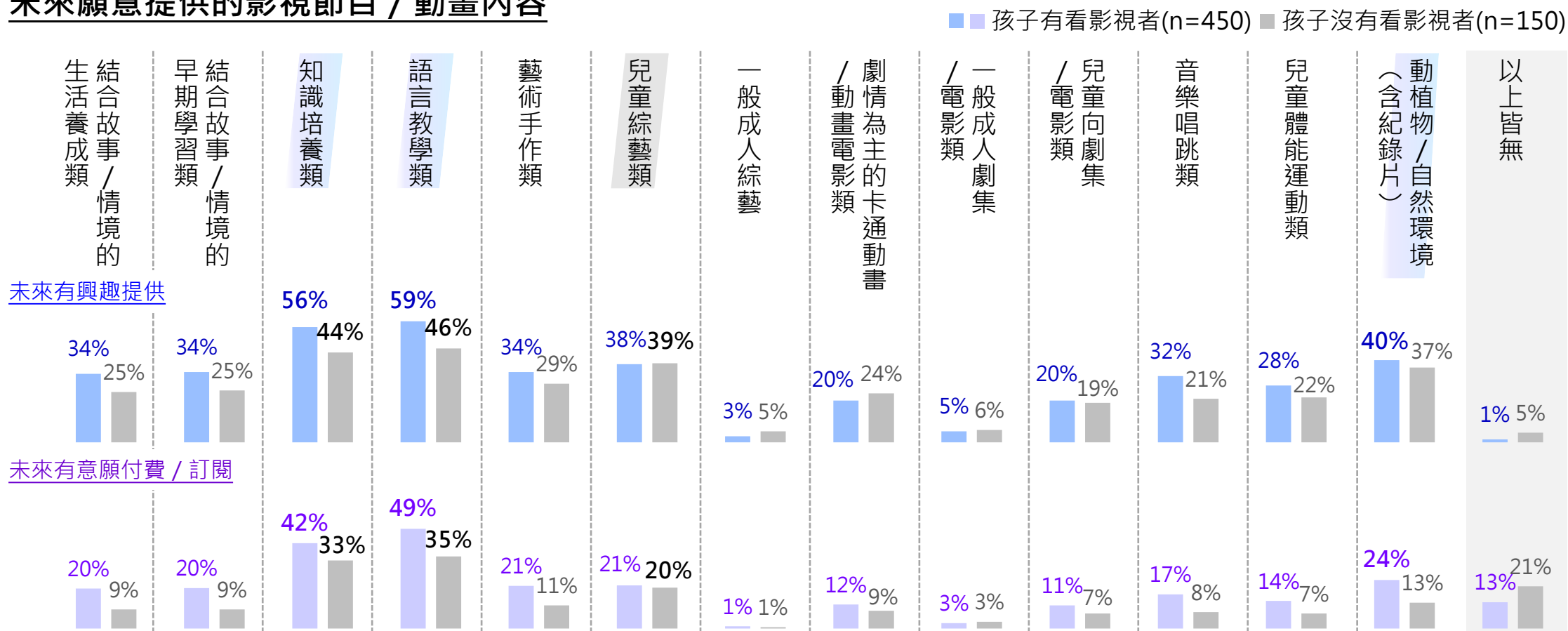
Base：孩子近半年有看影視者 (n=450)

Source：B3. 近半年付費給孩子觀賞的影視內容 (複選)；C4a. 孩子前三喜歡的內容 (複選)

## 哪些內容是家長未來感興趣提供給孩子的呢？

家長未來最有意願提供的是語言教學類和知識培養類內容，也是多數家長願意付費提供的內容。除此之外，目前孩子沒有看影視的家長中，有兩成未來願意付費提供兒童綜藝類內容，僅次於語言和知識類內容，而目前孩子有看影視的家長則選擇自然環境相關內容。

### 未來願意提供的影視節目 / 動畫內容



Base：孩子近半年有看影視者 (n=450)；孩子近半年沒有看影視節目/動畫者 (n=150)

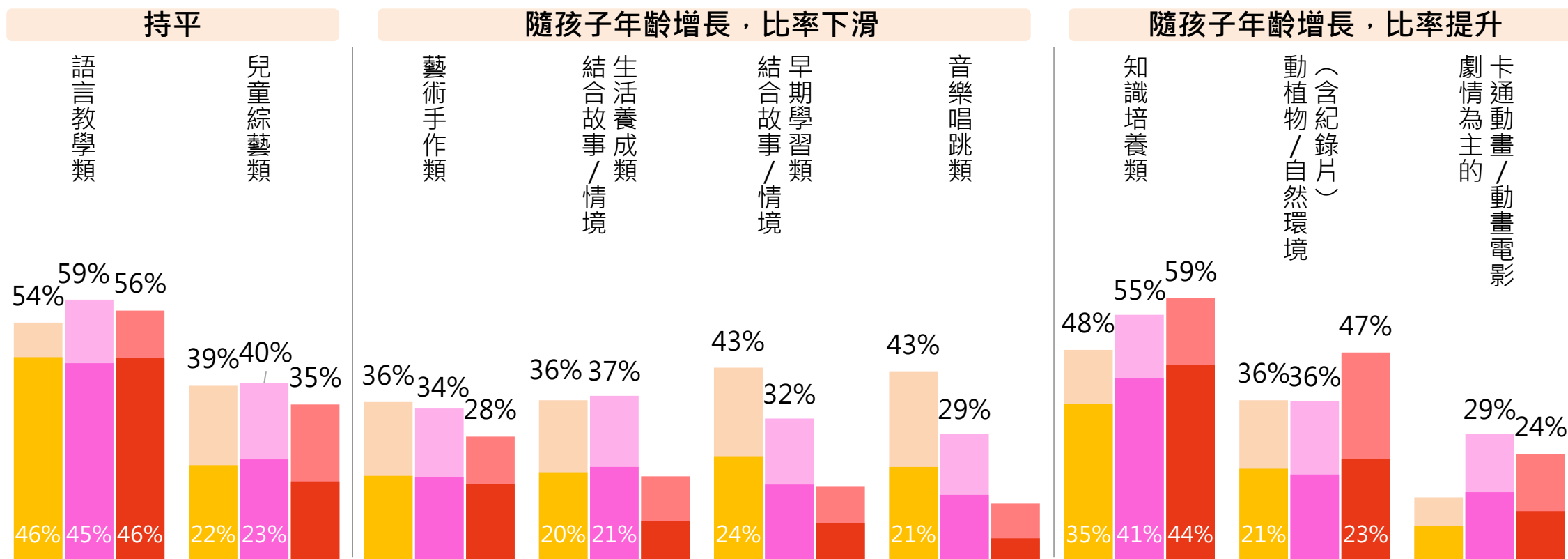
Source B5. 未來家長有興趣提供給孩子的影視內容 (複選)；B5a. 未來家長願意付費提供給孩子觀賞的影視內容 (複選)



## 家長隨孩子年齡變與不變的消費選擇

當孩子9-10歲時，音樂唱跳類、結合故事情境的早期學習和生活養成類內容已非主要觀賞的核心與偏好，同樣不再是家長考慮積極給孩子觀賞或付費的類型，值得注意的是9-10歲孩子對於動植物/自然相關內容的偏好大幅提升，家長感興趣度也提高。不論孩子年齡都有五成以上的家長未來有興趣給孩子看語言教學類內容，也是最願意付費的類型，其次則是隨孩子成長需求更明顯的知識培養類。

有興趣給孩子看 - 4-6歲孩子 7-8歲孩子 9-10歲孩子  
願付費給孩子看 - 4-6歲孩子 7-8歲孩子 9-10歲孩子



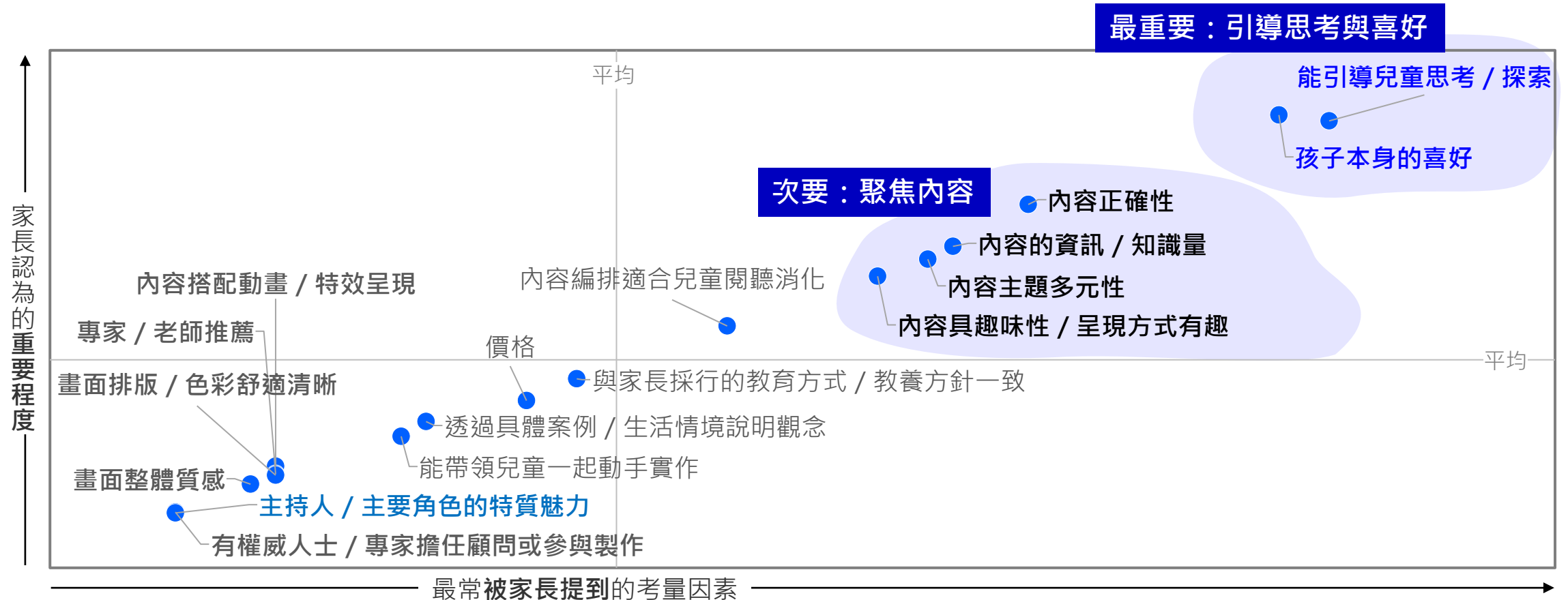
\*僅列出任一年齡層未來付費觀賞率達15%(含)以上之項目，並僅標示達20%(含)以上之數值。

Base：整體受訪者（整體 n=600；4-6歲 n=246；7-8歲 n=175；9-10歲 n=179）

Source B5. 未來家長有興趣給孩子觀賞的影視內容（複選）；B5a. 未來家長願意付費給孩子觀賞的影視內容（複選）

## 影視內容哪些關鍵點會打動家長？

家長第一順位考量「孩子的發展和興趣」、第二順位則考量「內容」，針對內容重視的層面依序為正確性、資訊量、多元性和趣味性！專家推薦或參與製作，以及畫面呈現等細節雖不是家長優先考慮的項目，但仍是節目的基本，在行銷宣傳時應適當突出家長重視的元素！值得注意的是主持人或角色的特質魅力則是吸引孩子觀賞的要點，而非家長的考量重點！



Base：未來家長有興趣給孩子觀賞影視節目 / 動畫者 (n=587)

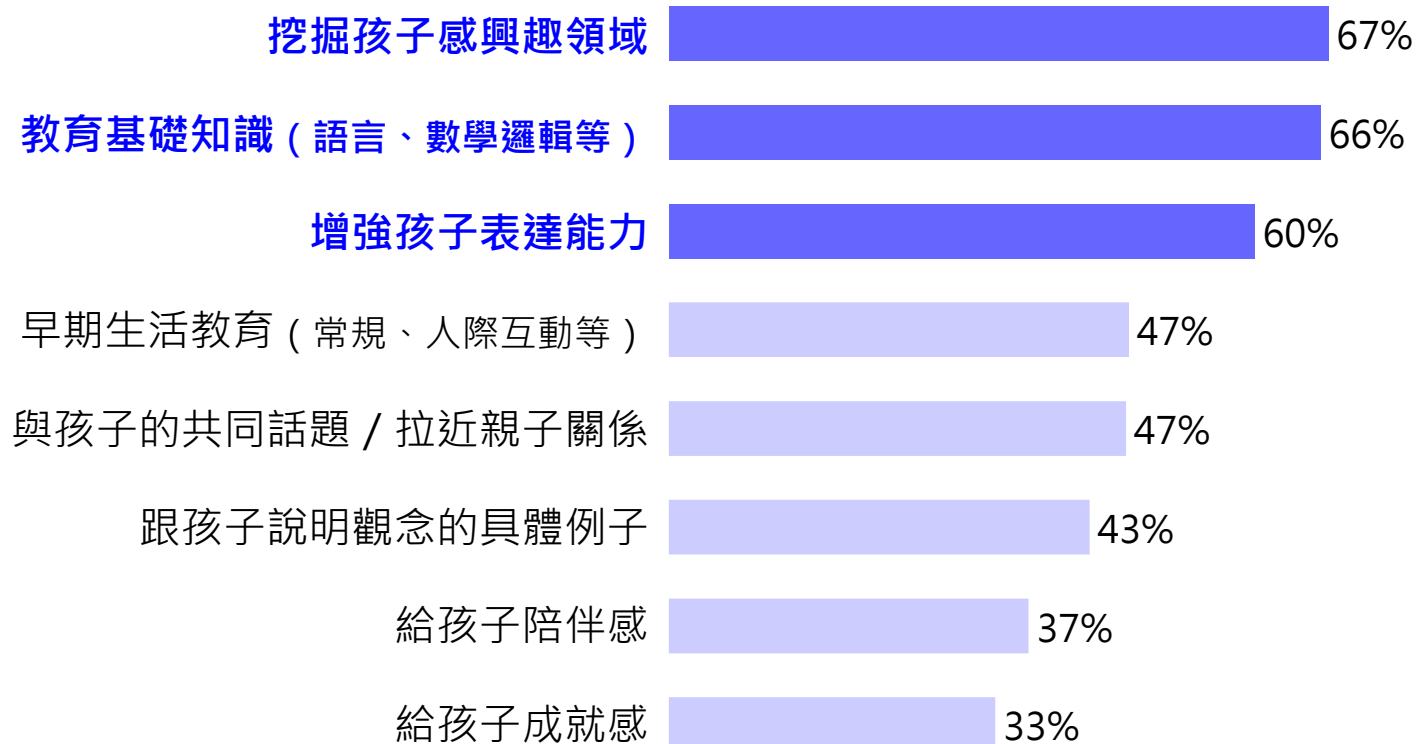
Source：B6、B6a. 選擇影視的考量因素 (前五考量 + 排序)

Note：家長依序排出前五重要的考量因素，依序給予10至6分，有選到重要的為2.5分，沒有選到重要的則給予0分。分數越高表示越受到家長重視和考量。

# 家長期待兒少影視內容帶給孩子什麼影響？

## 家長希望影視節目 / 動畫能...

n=未來有意願讓孩子觀看影視的家長



- 如同孩子以內容感興趣為主要喜好原因和主動收看的推動力，多數家長也期待透過影視可以協助挖掘出孩子感興趣的領域。
- 其次家長期望影視內容能具有教育性，其中又以基礎知識為優先，與多數家長給孩子觀看知識培養類、語言教學類內容的結果相呼應。
- 值得注意的是家長期待透過影視可以增強孩子「說」的能力，目前4-10歲孩子觀看的內容多結合故事與情境，且家長選擇內容時最看重是否能引導孩子反思，這也許是兒少節目在製作時可以多加結合融入的元素和特質。

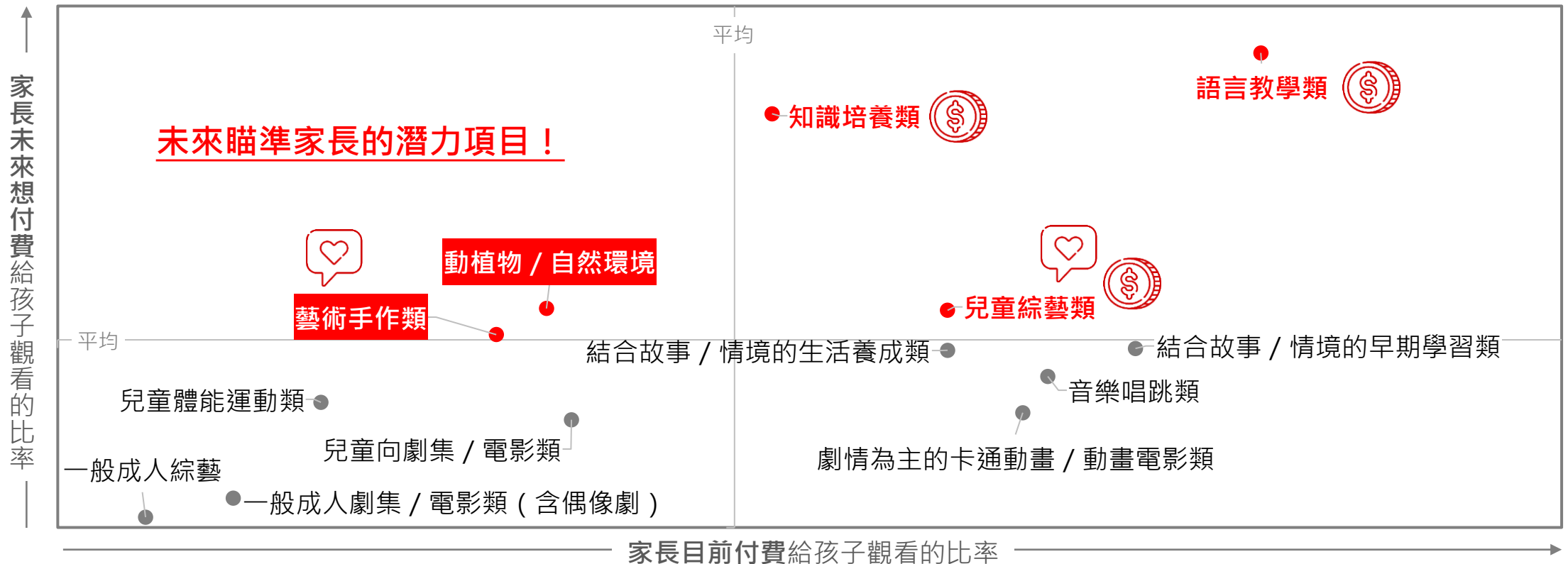
Base：未來有意願讓孩子觀看影視之家長 ( n=587 )

Source：B7. 希望影視具有的功能 ( 複選 )

## 目前與未來消費的交集，找出兒少節目潛力投資標的！

目前家長付費給孩子看的影視以語言教學類最多，其次則是結合故事 / 情境的早期學習類和音樂唱跳類內容，但後者卻未必是未來家長想持續付費提供給孩子觀賞的內容。對比目前和未來，家長持續想付費給孩子觀賞的內容是語言教學、知識培養和兒童綜藝，這些內容中又以兒童綜藝最受到孩子喜愛！

未來家長想付費讓孩子觀賞的內容中，動植物 / 自然環境和藝術手作表現出發展潛力，特別是藝術手作同樣也是孩子喜愛的前七類型、動植物則較集中於較大齡的孩子，9-10歲觀看率和喜好率都較高。



Base：所有受訪者 (n=600)

Source：B3. 近半年付費給孩子觀賞的影視內容 (複選)；B5a. 未來家長願意付費給孩子觀賞的影視內容 (複選)

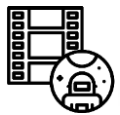
## 兒少影視內容調查的重點發現



家長重視兒少節目且未來會繼續增加消費！



孩子主動性高，積極參與決策，所以孩子的意願和喜好也必須納入考量！



純動畫對孩子的吸引度最高，喜愛的題材元素為幽默喜劇、魔法奇幻。



家長最重視引導反思和挖掘興趣，內容的扎實度也是他們所重視的。



平衡家長期待與孩子喜好，融合多種類型（如：劇情 + 唱跳）以開發特定目的（如：語言學習）兒少內容是不二法則！

TAIGGA 文化內容策進院  
TAIWAN CREATIVE CONTENT AGENCY

2023年

臺灣兒少影視內容觀影行為調查