

投稿類別：商業類

篇名：

高中生對PPS網路電視使用情形探討－以樹德家商為例

作者：

陳柏曄。私立樹德家商。高三15班

楊麗均。私立樹德家商。高三15班

鄭淑玲。私立樹德家商。高三15班

指導老師：

黃珮華 老師

壹●前言

一、緒論

網路電視是一種新興軟體，它的用意在於不論任何時間，透過電腦，都能觀賞到欲收看的節目。許多人因為工作、上課或其它因素無法準時收看傳統有線電視節目，網路電視能讓觀眾能隨心所欲的操控，不僅能在任何時段觀看，也不用擔心漏看劇情，提供了比傳統有線電視更方便的選擇。

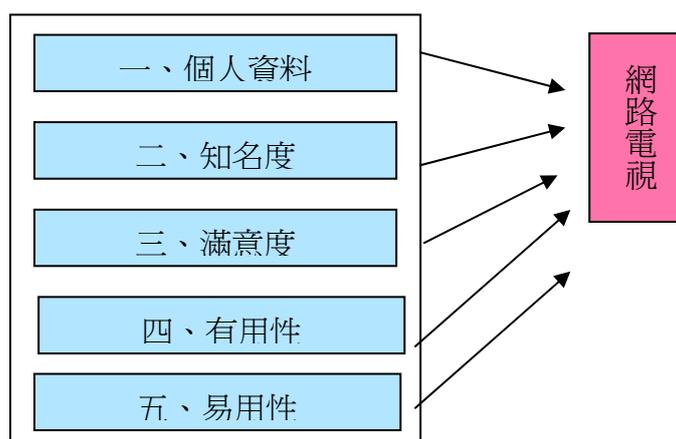
二、研究動機

一般學生或工作者常無法配合有線電視的時間觀賞節目，而網路電視軟體隨點隨看的方便和速度，迅速吸引了大批年輕族群，形成一股不可小覷的媒體新勢力，甚至有些人開始不使用有線電視，而改用網路電視來看各種節目，其中 PPS 可說是網路電視的代表性軟體，所以我們想要了解 PPS 網路電視在高中生族群間的使用情形及歡迎程度。

三、研究目的

探討「網路電視」的特性，比較PPS等網路電視軟體的優缺點，並藉問卷分析PPS軟體的知名度、滿意度、有用性、易用性等，去了解PPS網路電視的特色、相較其他軟體受歡迎的原因，及在高中生族群中的使用情形和流行程度。

四、研究架構



貳●正文

一、文獻探討

本研究在確定研究主題及研究目的後，針對網路電視 PPS 的功能，做了以下的文獻探討。

(一) 網路電視定義

一種以電視機做終端顯示，可以上網的電視；另一種以電腦做終端顯示，透過網路收看電視節目，強調電視節目的內容服務。〈引註一〉本論文研究以第二種定義網路電視為探討對象。

(二) 網路電視的未來發展

網路電視商機無限，目前國內已有東森、和信、太設等集團，選擇以視頻點播方式積極進入市場佈局。而 Live 的互動式節目，將會是未來網路電視節目的主流。如何透過節目型態、內容與互動方式，讓收視戶直接參與其中，將決定經營網路電視台的致勝關鍵。〈引註二〉

(三) 網路電視的特徵

1. 網路電視並不完全等於網站，其可說是對廣播、電視、報紙、網路這四項媒體進行破壞性創造後，具有強大傳播能力的新媒體。
2. 網路電視不是大家的電視而是我的電視，是一種以個性化為指向、以多媒體呈現、具有互動性的分眾媒體。
3. 網路電視不僅包括視頻點播，還包括電視點播、電子節目單、資訊電視、電子商務和自我管理服務等。
4. 網路電視不同於“裝有機頂盒的電視”，應該是全方位的立體傳播機制，具備電腦、電視、個人數位助理、第三代行動電話等上線收看網路電視機制。

(四) 網路電視下載網址

網路電視	下載網址
pplive	http://www.pplive.com/zh-cn/download.htm
Joost	http://toget.pchome.com.tw/intro/network_multimedia/25776_dl.html

電視螞蟻	http://star.gg/tvants-tv-download
KMPlayer	http://star.gg/kmplayer-zht-download
RealPlayer	http://star.gg/real-player-download
Democracy Player	http://toget.pchome.com.tw/intro/network_multimedia/25174_dl.html
PPStream	http://star.gg/pps-tv-download/comment-page-3
Channel X	http://toget.pchome.com.tw/intro/network_multimedia/23107_dl.html
DragonIPTV	http://www.dragoniptv.com/

表一：網路電視下載網址〈引註三〉

(五) 網路電視的比較

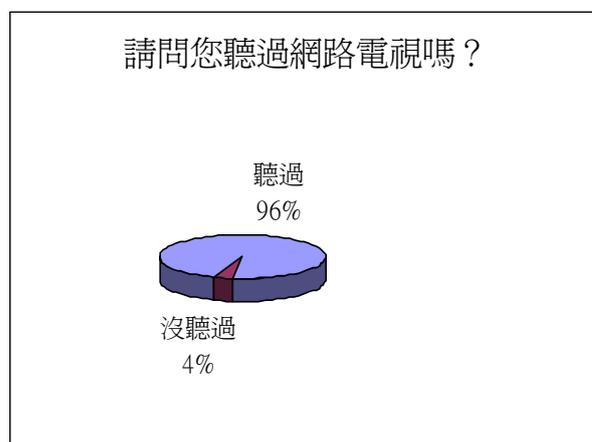
比較內容 電視種類	免費軟體	語言介面	P2P 技術	直播收看
PPStream	是	簡體字	有	有
pplive	是	繁體中文	有	有
Joost	是	英文	有	有

電視螞蟻	是	繁體中文	有	有
KMPlayer	是	繁體中文	無	有
RealPlayer	否	繁體中文	無	有
DragonIPTV	否	繁體中文	無	有
Democracy Player	是	英文	無	有

表二：網路電視的比較

二、問卷結果與統計分析

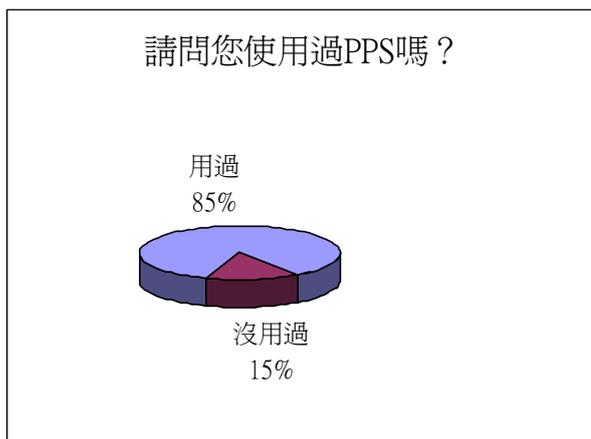
此問卷以樹德家商學生做為抽樣調查對象，共發出 300 份問卷，有效問卷 255 份，無效問卷 45 份(含未回收問卷)



分析：

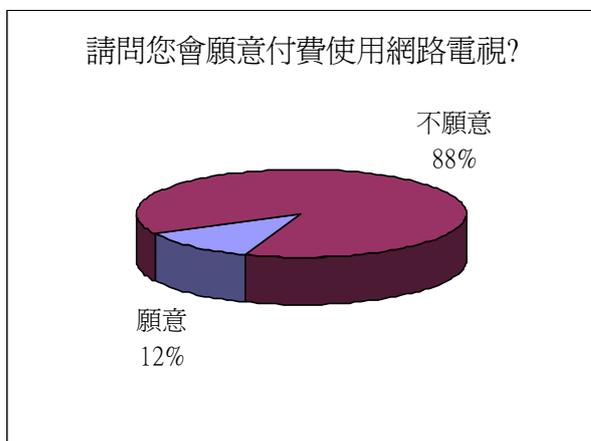
96%的同學聽過網路電視，4%人沒聽過網路電視，由數據可以知道高中生都聽過網路電視，也代表網路電視在現代是非常普遍的使用軟體。

圖一：網路電視的知名度



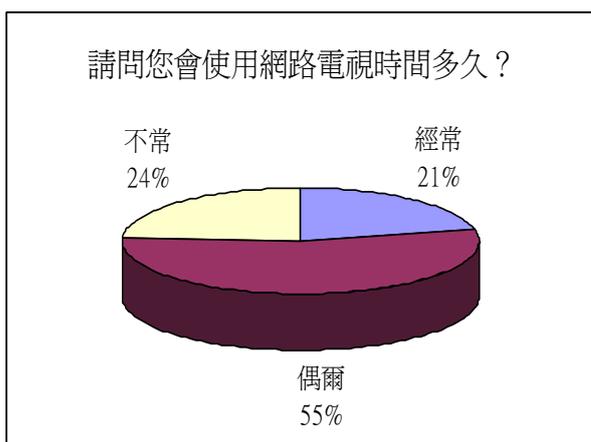
分析：
85%的高中生使用過 PPS，15%沒使用過 PPS，由數據可以知道 PPS 在高中生間的使用度很高，認知也很好，沒用過的也有可能是使用其它軟體。

圖二：PPS 使用成度



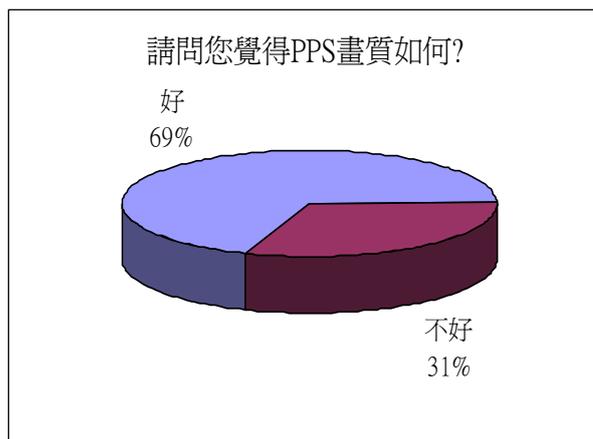
分析：
12%的學生願意付費，88%的學生不願意付費。由數據可以知道學生都不願意付費去看網路電視，網路就要基本付費了，如果就為了看網路電視要付費，還不如去看電視。

圖三：網路電視付費意願



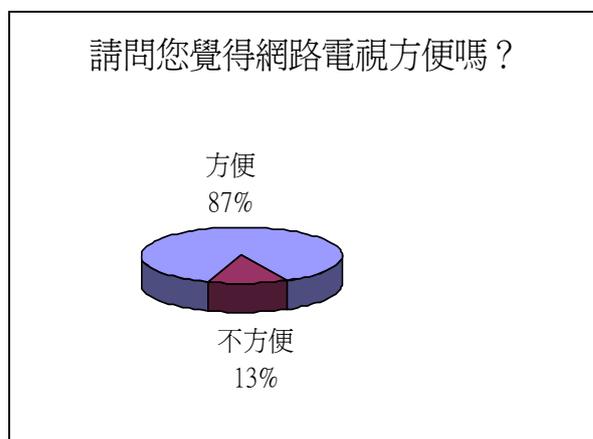
分析：
經常 21%、偶爾 55%、不常 24%；依比例來看，除了網路電視之外，還有家用的有線電視可觀看，因此並不是每個人經常使網路電視。

圖四：網路電視觀看時間



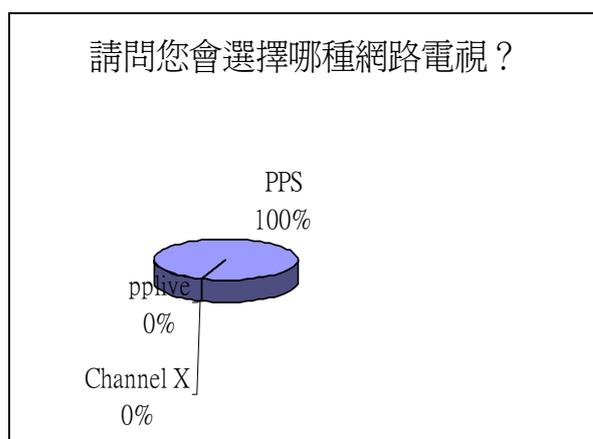
分析：
有 69%的學生覺得 PPS 網路電視畫質好，有 31%的學生覺得不好。由數據了解到，學生對 PPS 的畫質很好，因此學生會繼續使用 PPS 來觀看。

圖五：PPS 的畫質



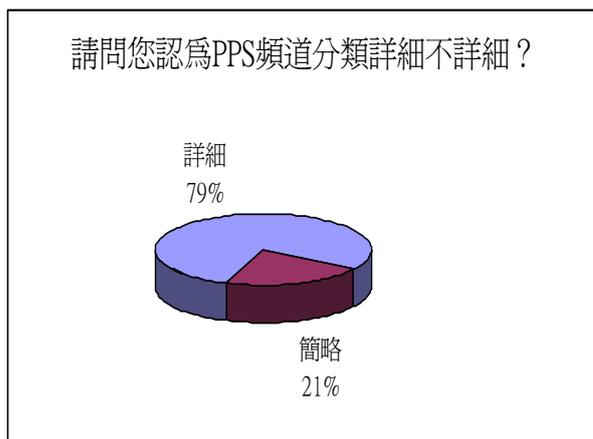
分析：
有 87%的學生覺得使用方便，13%的學生覺得使用不方便，因為它載點方便，容易被搜尋，功能也很多，所以大多數的學生覺得 PPS 較方便使用。

圖六：網路電視的方便性



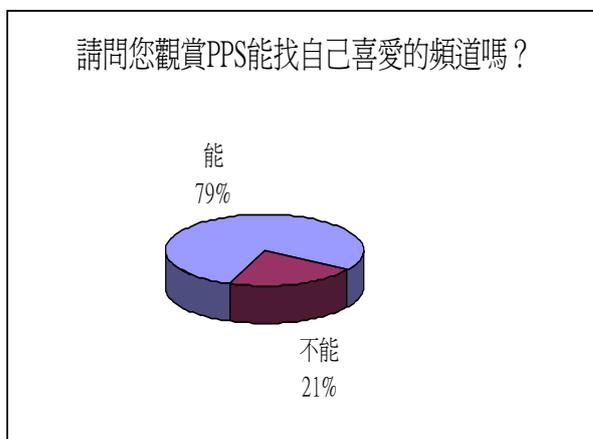
分析：
有 100%的學生選擇使用 PPS，0%的學生選擇使用 pplive，0%的學生選擇使用 Channel X，因為大家比較常聽到關於 PPS 的資訊，也比較常接觸到跟 PPS 相關的東西，所以學生們都選擇使用 PPS。

圖七：網路電視的選擇



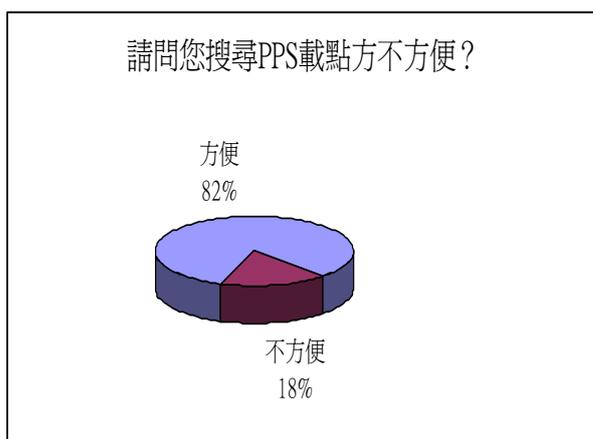
圖八：PPS 的頻道分類

分析：
有 79%的學生覺得分類詳細，21%的學生覺得分類不詳細，因為它的頻道細分成很多類，你可以很輕鬆的找到自己想找的東西，因此大多數學生都覺得它分類的很詳細。



圖九：PPS 的頻道接受度

分析：
79%的學生能找到自己喜愛的頻道，21%的學生不能找到自己喜愛的頻道，因為頻道細分很多類，分很詳細，所以可以很輕鬆的找的自己喜歡看節目。



圖十：PPS 載點方便性

分析：
有 82%的學生覺得 PPS 載點方便搜尋，18%的學生覺得 PPS 載點不方便搜尋，因為可以很輕易的在網路上找尋到跟 PPS 相關的資訊，所以大多數學生覺得 PPS 的載點能很方便的被搜尋。

參●結論與建議

一、結論

由問卷調查得知，網路電視對高中生而言大家都知道，使用的頻率也很高。而我們發現，就網路電視的選擇而言，100%的學生都使用 PPS 這套軟體（以樹德家商同學為例）。其方便的使用功能，及影片的分類安排方式，都有超過 70%的人滿意，畫質與解析度也都有不錯的反應，可見 PPS 相較其他網路電視軟體，更為高中生所喜愛。

高中生同儕影響及口耳相傳的力量也是很大，有 60%的人是從朋友處得知 PPS 這套軟體，也有超過 80%的人使用後，會再介紹朋友此軟體。

在使用的時間及頻率上，有一半以上的高中生會觀賞網路電視，而經常觀賞的人數亦大於不常觀賞的人數，也就代表網路電視在學生間已成普遍性的娛樂。隨著年輕客層的培養及電腦網路的普及，網路電視有可能瓜分甚至取代有線電視市場。

但在付費方面，有超過 80%的人表示不願意，由此可知大家在選擇網路電視時，免費是一個很大的誘因，畢竟一般家庭電視或影片 DVD 的取得也是很方便的，在相關替代品眾多的情形下，如網路電視需繳費，將可能流失大量的客層。

二、建議

(一)對 PPS 軟體而言：

- 1、PPS 節目廣泛，包羅萬象，但看過電影的人再去看 PPS，會發現很多地方都被剪掉縮短片長，希望 PPS 能以完整的播放節目，讓觀眾得到最好的福利。
- 2、PPS 有時違反了著作權法，PPS 在未放映的影片或節目前，就以特殊的管道得取影片或節目，讓省荷包的觀眾大福享受，也讓花錢看電影的民眾有了不公平的對待，希望 PPS 能以正當的方法得取影片跟節目，讓觀眾使用 PPS 時有很好的保障，不用擔心違返著權的問題。

(二)對網路電視業者而言

- 1、PPS 雖然被台灣人廣泛使用，但是屬於中國軟體，內容大多為簡體字，觀看者有時會看不懂，有時配音也會有所差異。但網路電視在台灣已有成熟的市場，亦是未來主流趨勢，期盼台灣的網路業者儘快克服技術及版權等因素，開發出更符合台灣民眾期待的網路電視軟體。

2、就目前而言，欣賞網路電視的觀眾群多為學生族群，且網路服務「免費」已是潮流趨勢，再加上有線電視及 DVD 出租或影片下載等替代方案普及，就本組研究結果就有近 90% 的同學表示不願付費，故網路電視業者如欲採收費方式，將面臨很大的挑戰。

故本組建議，網路電視業者應採免費制，並強化熱門及經典節目供民眾選擇，增大點閱數及收視率，進而帶動廣告商，以廣告收益做為主要收益來源。亦可自製電視節目，使民眾有新鮮感，並藉此培養忠實觀眾，提升瀏覽率及忠誠度。

肆●引註資料

引註一：林承志、施泳輝、徐建騰、陳家怡(2009)。電腦「嘆」很大。台北市：碁峰出版社。

引註二：網路電視的定義。擷取日期:2010/3/6

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1007121710455>。

引註三：網路電視的發展。擷取日期:2010/3/6

<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E7%94%B5%E8%A7%86>。微基百科。