



創市際雙週刊  
第一一六期

發刊日：2018年08月31日

# IX 市調解析

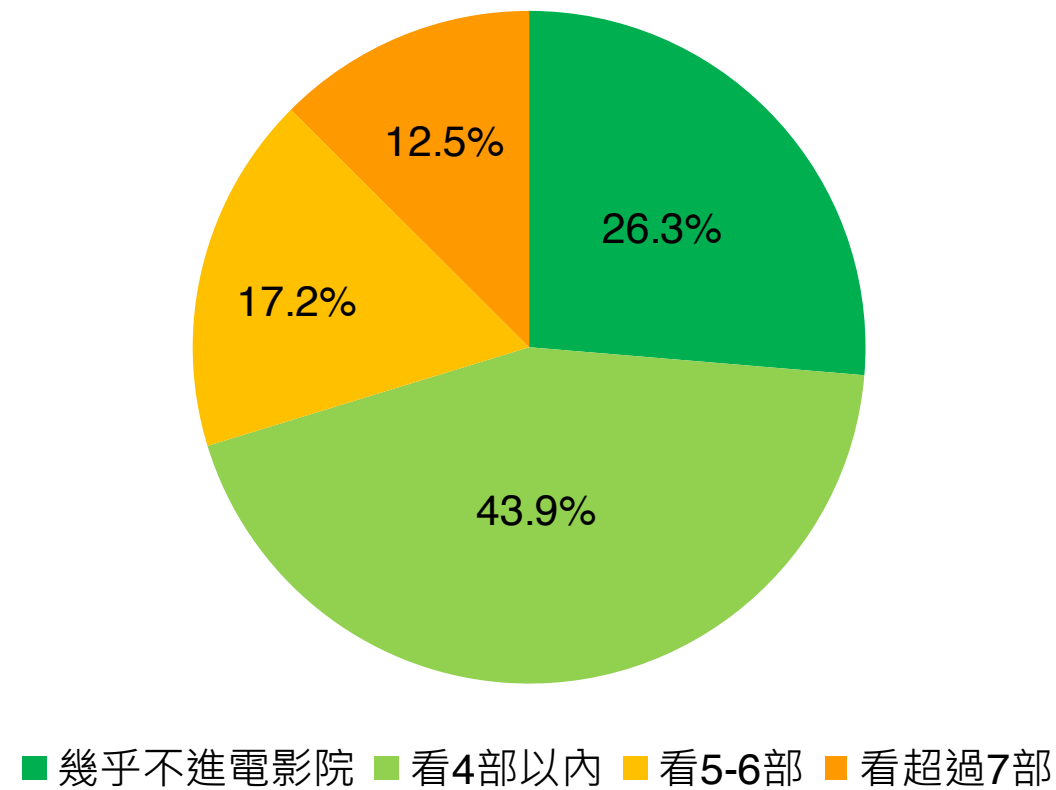
## 電影篇

## 電影篇

暑假電影檔期旺季來臨，多部國內外大作輪番登場，創市際為了解台灣民眾對於進電影院看電影的偏好，於 2018 年 8 月 17 日至 20 日，針對 15-64 歲網友進行了一項「電影篇」的調查，總計回收了 1,275 份問卷。

## 超過七成民眾會進電影院看電影

近一年至電影院看電影情形



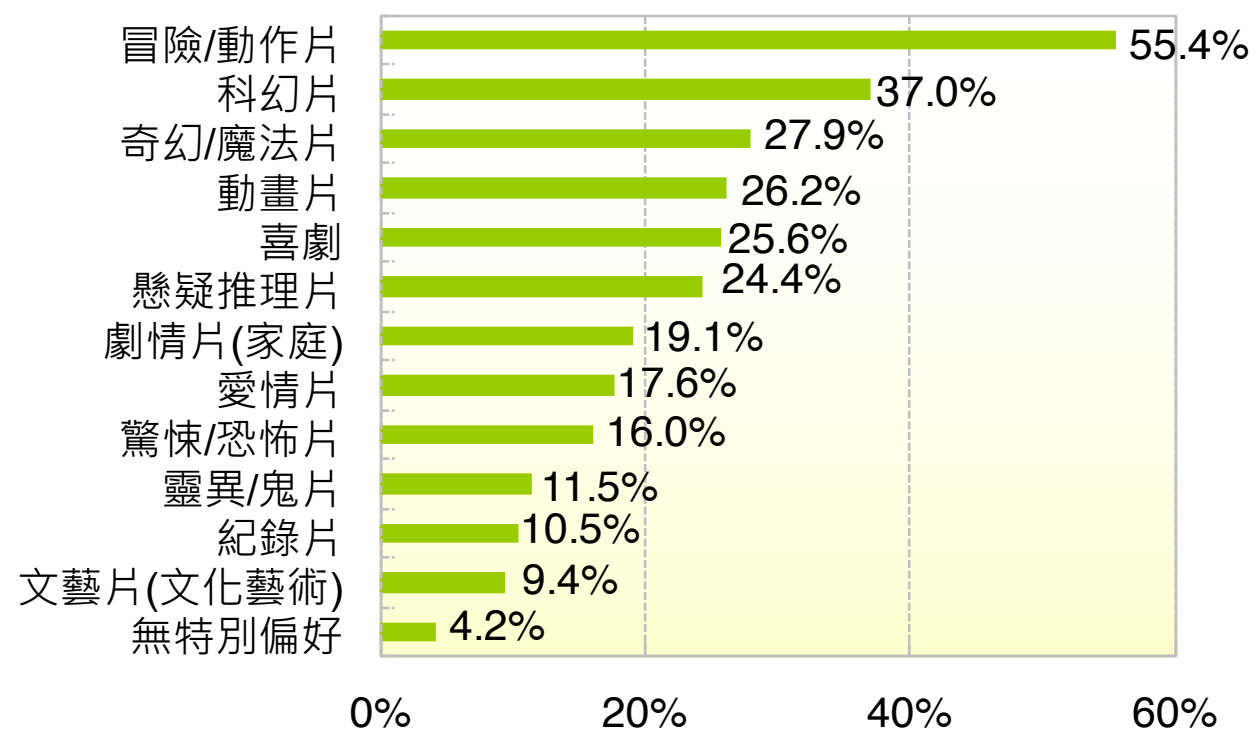
Base：所有受訪者 N=1275

資料來源：創市際市場研究顧問 Aug. 2018

由調查結果顯示，在全體受訪者中，有超過七成在近一年內曾到電影院看電影(73.7%)，其中較多數受訪者看了「四部以內」(43.9%)的電影，以年齡在 19歲以下者人數較多；而看了「5-6部」電影者則有 17.2%，同樣以年齡在 19歲以下者比率較高。

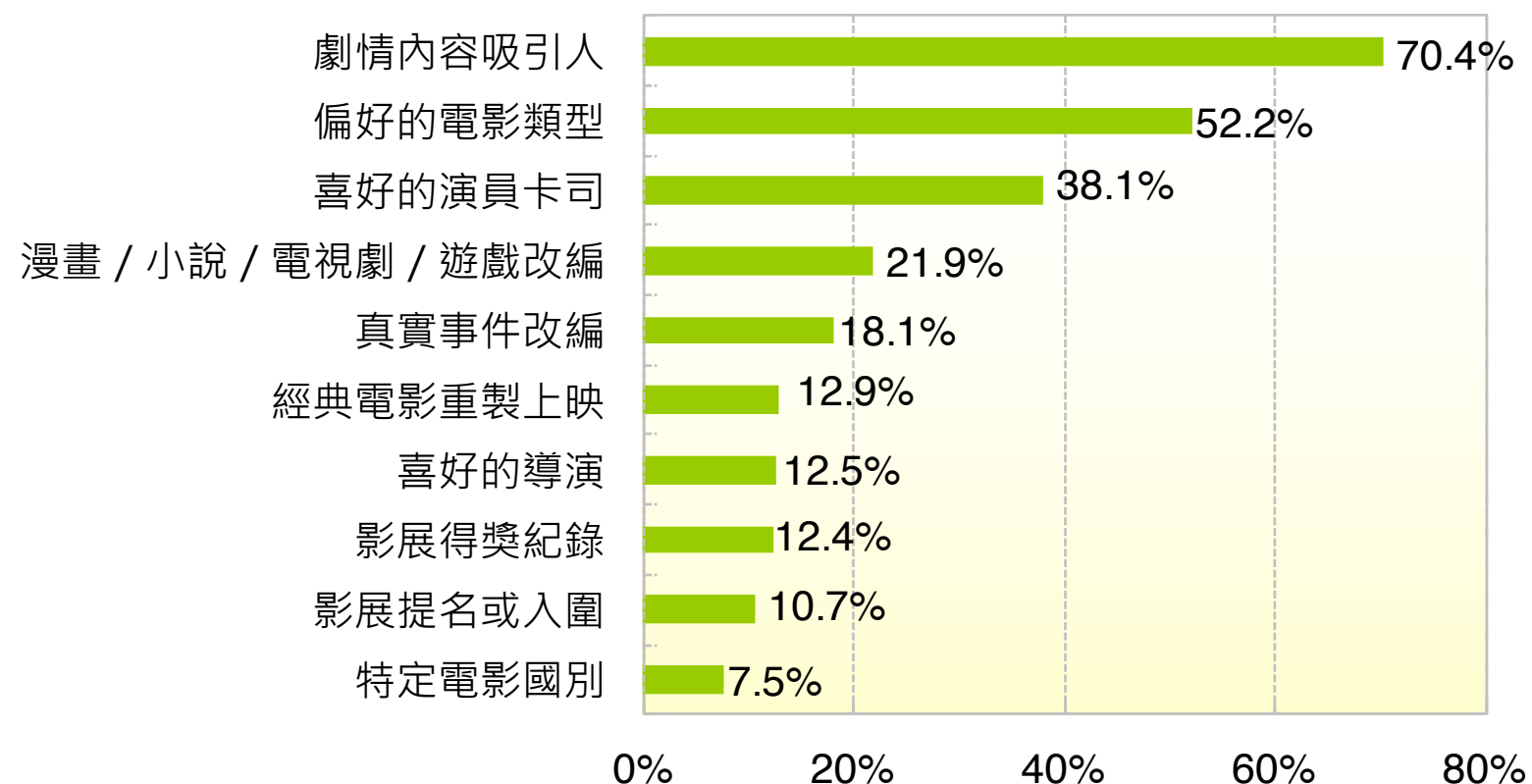
## 民眾最愛進電影院看冒險/動作片

較常至電影院觀看的電影類型



Base：半年內曾進電影院看過電影的受訪者 N=849  
資料來源：創市際市場研究顧問 Aug. 2018

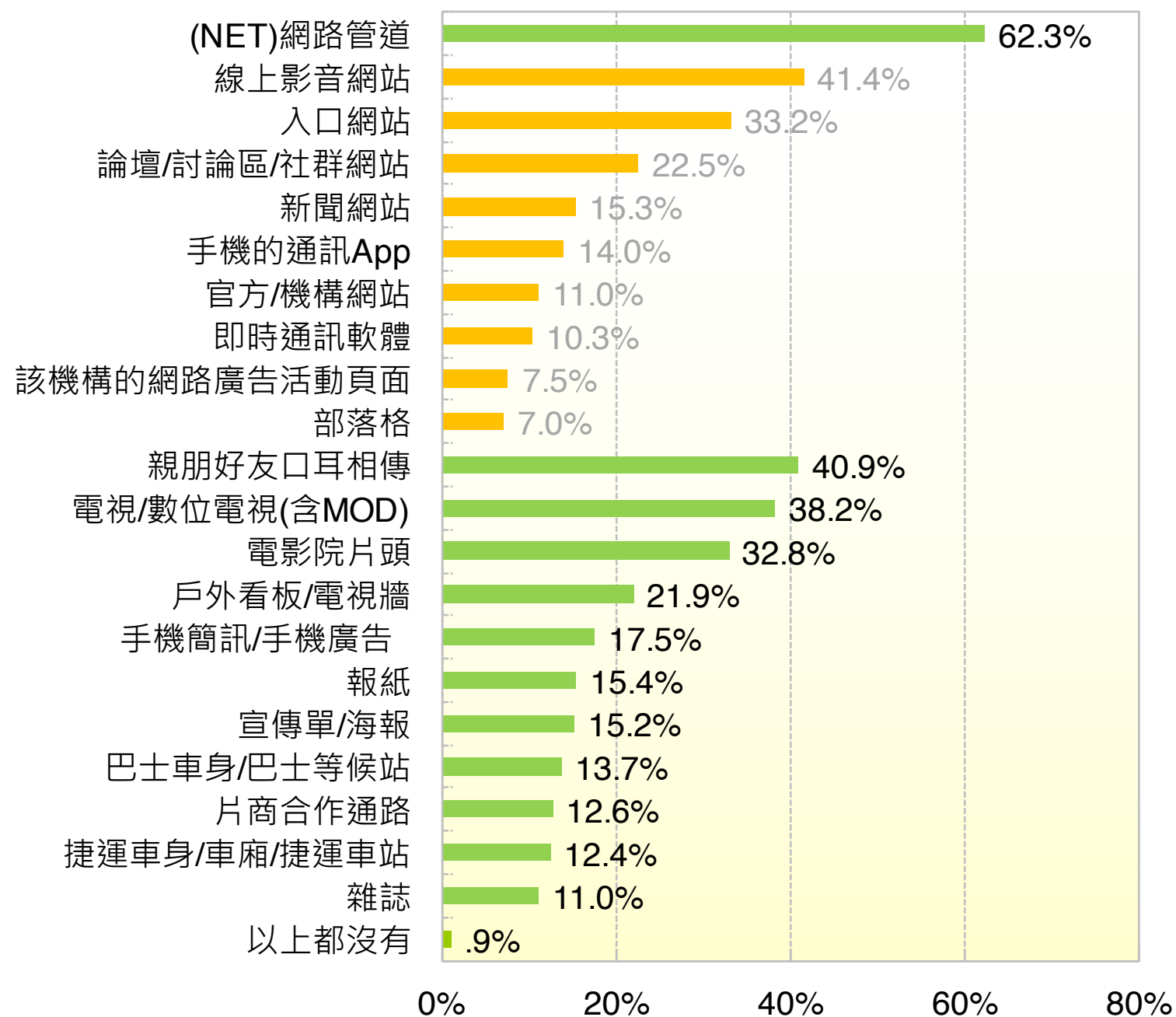
選擇觀賞電影的要素



Base：半年內曾進電影院看過電影的受訪者 N=849  
資料來源：創市際市場研究顧問 Aug. 2018

進一步來了解，哪些類型的電影較能吸引民眾買票進院觀賞？由調查顯示，「冒險/動作片」(55.4%)為多數民眾的首選，其中以 30-34 歲 比例較高，其次 37% 的民眾也愛看「科幻片」，再者像「奇幻/魔法片」(27.9%)、「動畫片」(26.2%)、「喜劇」(25.6%)及「懸疑推理片」(24.4%)等，也相當受到民眾歡迎；至於選擇電影的主要因素在於「劇情內容吸引人」(70.4%)，其次受到「偏好的電影類型」及「喜好的演員卡司」等因素影響的比率也較高。

## 民眾最常在線上影音網站看到電影相關資訊



Base：半年內曾進電影院看過電影的受訪者 N=849

資料來源：創市際市場研究顧問 Aug. 2018

綜觀台灣民眾接觸到電影資訊最主要的管道為「網路」(62.3%)，而在其中又以看到「線上影音網站」(41.4%)、「入口網站」(33.2%)及「論壇/討論區/社群網站」(22.5%)上的相關電影資訊的比率較高；其次管道則還有「親朋好友口耳相傳」(40.9%)、「電視/數位電視(含MOD)」(38.2%)及「電影院片頭」(32.8%)。

## ▶ 小結

- ▶ 超過七成受訪者進一年內曾到電影院看電影(73.7%)。
- ▶ 最常進電影院觀看「冒險/動作片」(55.4%)，其次是「科幻片」(37%)，另外像「奇幻/魔法片」(27.9%)、「動畫片」(26.2%)、「喜劇」(25.6%)及「懸疑推理片」(24.4%)等，也都有兩成以上的觀看率。
- ▶ 選擇觀賞電影的要素：「劇情內容吸引人」(70.4%)、「偏好的電影類型」(52.2%)和「喜好的演員卡司」(38.1%)。
- ▶ 台灣民眾接觸到電影資訊最主要的管道為「網路」(62.3%)，其次則還有「親朋好友口耳相傳」(40.9%)、「電視/數位電視(含MOD)」(38.2%)及「電影院片頭」(32.8%)。

## 研究設計

研究方法：

線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：

樣本來源為創市際 iX:Panel 大型樣本群，針對15-64歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2018/08/17 ~ 2018/08/20

有效樣本數：N=1,275

在95%的信心水準下,抽樣誤差約正負2.74%，再依照行政院主計處2018年06月台灣地區內政部公布之性別及年齡人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	637	50.0%
	女性	638	50.0%
年齡	15-19歲	99	7.8%
	20-24歲	118	9.3%
	25-29歲	119	9.4%
	30-34歲	124	9.7%
	35-39歲	151	11.9%
	40-44歲	140	11.0%
	45-49歲	134	10.5%
	50-54歲	136	10.6%
	55-59歲	134	10.5%
	60-64歲	119	9.3%
居住地	北部	584	45.8%
	中部	335	26.3%
	南部	356	27.9%





- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m [marcom@ixresearch.com](mailto:marcom@ixresearch.com)