

## 摘要

近年來網路的快速發展與網速提升，人手一機已是普遍情況，在資訊以及網路快速發展的年代，手機的用途將不再侷限於聯絡，而網路的興起也帶來許多興新產業的崛起，而在注意力稀缺的年代，視頻相比圖文更容易獲得人們的關注，從傳播的本質而言，視頻在人與人交互方面具有天然的優勢，形態更豐富、資訊更多元，能承載更為豐富的情感，進而衍生網路直播趨勢。

對於網路直播產業所帶來的大量觀看者以及周邊商機，說明網路直播已逐漸貼近我們的生活，而直播軟體也搭上這個潮流，透過手機當作傳輸裝置，來進行資料傳送到直播平台上，且有愈來愈多人開始加入直播，透過直播來賺取收入。在直播興起的時代，對於觀眾的注意力以及商機所帶來廠商的關注度也日漸提升，而網路直播平台的類型也層出不窮，要在眾多平台中吸引觀看者的興趣，像是知名的遊戲直播中心 Twitch，或是 Facebook 直播功能，想必在服務或互動中有其成功之處。近年來已有些許對於直播的研究，但相對其他議題還是較少，因此本研究將深入去探討透過使用直播平台的相關因素所造成持續使用之意圖分析並作為其他相關延伸應用。

本研究之對象為台灣地區使用或觀看過直播的人，以發放網路問卷為主，經由分析後決定發放 320 份問卷，並依照各研究變數以 SPSS 24.0 來進行分析，分析工具請參照第三章第五節。

關鍵字：直播產業、期望確認理論、忠誠度、持續使用意圖