

2012 電視節目欣賞指數第一

「2012 電視節目欣賞指數調查」第一季度調查的結果顯示，整體電視節目的平均欣賞指數較去年第四季明顯下跌了 2.19 分至 66.64 分，乃自 1998 年調查開始以來錄得的新低，值得再深入探討。排名最高廿位的非新聞財經報道節目之中，七個節目於上一階段已打入「廿大」，另有三個為劇集節目，當中包括新上榜便登上首兩位的《火速救兵II》及《賭海迷徒》，兩者皆為港台製作，以及無綫的《OnCall36小時》。新聞財經報道節目方面，無綫繼續排第一位，第二及第三位分別是有線電視及 now 寬頻電視，而亞視及香港寬頻電視則分別排第四及第五位。當中，有線新聞已連續十三次獲得評分70分以上，表現平穩地出色，值得嘉許。

調查方法及節目範疇

「2012 電視節目欣賞指數調查」繼續沿用過去三年的調查設計及執行方法。現時調查所採用的模式大致上仍然根據香港電台、電視廣播有限公司及亞洲電視有限公司在 1998 年達成的共識進行，而有線電視有限公司則於 1999 年加入。根據這個共識，香港電台成立一個由電視台、學術界及廣告界代表組成的「電視節目欣賞指數調查顧問團」，負責釐定欣賞指數調查的發展方向、問卷內容、調查方法和節目範圍等，以確保調查在公平及具公信力的調查準則下進行。欣賞指數的具體調查工作由香港大學民意研究計劃獨立進行，緊密的合作關係至今已踏入第十五個年頭。自 1999 年開始，每年度的調查共分四個階段進行，即每隔三個月調查一次。調查以電話隨機抽樣訪問形式進行，而訪問對象為九歲或以上操粵語的香港居民，即一般香港電視觀眾。是次調查季度所涉及的節目範圍包括在 2012 年 1 月 1 日至 3 月 31 日期間於無綫翡翠台及 J2、亞視本港台及有線電視各頻道播放的本地製作節目。

就調查節目名單的產生方法（每階段最多可容納一百個節目），民研計劃的隊員在每次調查進行的數星期前，先根據各電視台已公佈的節目表編撰一份草擬名單，然後交由各電視台代表作出增減及覆核資料，有需要時會由非電視台代表投票決定如何分配名單餘額及某某

節目是否合資格等等。由於資源有限，欣賞指數調查皆以本地製作為主軸，所有重播、配音、體育直播、外地製作本地包裝及帶宣傳性質的節目暫時未能涵蓋。2002 至 2008 年期間，為增加調查節目的品種，四個電視台可在各個階段中，各自提名一個未能納入上述範圍的節目進入調查名單，條件是本地製作，不限長度及播放次數。2004 年第三季度開始，各電視台的節目刪減名額將按該台節目數量的比例計算--即製作越多，刪減名額越高，以取代過去劃一的刪減方法。由 2008 年開始，每個電視台每季會先預設 15 個節目名額在調查名單內（包括各台提名的節目），餘額再按各台節目的數量按比例分配，以確保製作數量明顯較少的電視台在每次調查中的結果亦有若干份量及代表性。至 2009 年，顧問團通過對調查設計再作出微調：於每個季度的調查中，預留 80 個節目名額予經常性的本地製作節目，但不包括新聞財經報道節目，各電視台的名額平均分配，即各佔 20 個，並透過電視台各自提名的方法建立最後調查名單，而並非按各台製作數量的比例分配。節目長短和次數不限，唯一條件是節目必須為本地製作。如有個別電視台未能在顧問團指定日期前提交入選節目名單，顧問團中非電視台的代表，將以等額投票方法，替有關電視台選出其入選節目名單。倘若出現同票或其他特殊情況，則交由研究機構以隨機抽籤方法解決。自 2009 年第一階段開始，無綫的節目皆由顧問團的代表以此方法選出。

同時，自 2009 年起，調查亦決定撥出資源探討各電視台（兩間免費電視台：無綫及亞視；三間收費電視台：有線電視、now 寬頻及香港寬頻）新聞財經報道節目的整體評分，以探討本地觀眾對收費電視在此方面的欣賞程度。由於收費電視台的認知率普遍較低，有關新聞財經報道節目整體評分的題目會同時出現在兩組問卷中，即每間收費電視台佔用兩個節目名額。連同無綫及亞視各佔一個節目名額，調查共用了 8 個節目名額以探討各電視台整體新聞財經報道的評分。每個季度調查的節目名額依然維持在 100 個或以下，若個別電視台未能盡用每季的名額，餘數可撥作其他意見或試查題目，以深入探討欣賞指數或與整個業界發

階段調查結果概述

展有關的專題性項目等。至於何謂「新聞財經報道節目」？研究組暫將之定義為以主播形式報道之新聞財經新聞的節目，清談形式、專題探討、專家分析等類型則不計，而新聞財經報道節目與其他類型節目所得的欣賞指數亦會於報告中分開列出和描述。按上述方法，是次調查名單所包括的非新聞財經報道節目總數為80個：港台、無綫、亞視及有線各佔20個。

第一階段調查結果

2012年第一階段的「電視節目欣賞指數調查」於2012年4月10至19日期間進行，透過電話成功訪問了2,109名9歲或以上操粵語的香港居民，整體回應比率為67.7%。為避免問卷過於冗長，調查同時採用了兩組分拆問卷同步進行，每組問卷的目標樣本總數為1,000個以上。以次樣本計，各個百分比的抽樣誤差少於一點五個百分比，而80個被評節目的欣賞指數的標準誤差則平均為1.45分。調查結果顯示，被評分的80個非新聞財經報道節目所獲得的總平均欣賞指數為66.64分，較上階段急跌了2.19分，節目的平均認知率則為25.3%，較上一季輕微下調，但十分接近。以認知率5%或以上的非新聞財經報道節目計，本階段欣賞指數排名最高的20個節目順序為：

- 一. 火速救兵II (港台)
- 二. 賭海迷徒 (港台)
- 三. 鏗鏘集 (港台)*
- 四. 星期二/日檔案 (無綫)*
- 五. 警訊 (港台)*
- 六. 新聞透視 (無綫)*
- 七. 香港故事 (港台)*
- 八. 頭條新聞 (港台)*
- 九. OnCall36小時 (無綫)
- 十. 文化長河 — 山川行 (港台)
- 十一. 總有出頭天 (港台)
- 十二. 正斗中文 (港台)
- 十三. 功夫傳奇II之再戰江湖 (港台)
- 十四. 時事摘錄 (港台)
- 十五. 時事追擊 (亞視)*
- 十六. 樓盤傳真 (有線)
- 十七. 大會堂。五十風華 (港台)
- 十八. 回首2011-港聞聚焦 (亞視)
- 十九. 議事論事 (港台)
- 二十. 至FIT男女 (有線)

*同為2011年第四階段二十大節目之一，共7個

首20位非新聞財經報道節目的平均欣賞指數為73.45分，較上一階段大幅下滑2.46分，而平均認知率則為40.4%，較上一階段下跌1.4%。廿大當中，香港電台製作的節目有13個，繼續遙遙領先其他電視台，並繼續保持強勢；而由無綫、亞視及有線製作的分別佔3、2及2個，跟上一季差不多。今季榮登榜首的是港台與消防處聯合製作的《火速救兵II》以80.01分的佳績排名第一位，欣賞指數比第一輯的《火速救兵I》更上一層樓（78.72分），亦是2009年第二階段以來得分最高的節目。此外，還有長期上榜的金牌時事節目如《鏘鏘集》



(港台)、《星期二/日檔案》(無綫)、《警訊》(港台)、《新聞透視》(無綫)、《香港故事》(港台)、《頭條新聞》(港台)及《時事追擊》(亞視)。

就個別電視台的整體表現而言，香港電台以71.30分繼續居首位，遠遠拋離隨後的無綫、有線和亞視，該三台的整體平均欣賞指數分別為66.47、64.95及63.83分。跟上一季度比較，四台的相對排名完全一樣，但各台皆錄得顯著的跌幅，依次下跌1.30、2.23、2.48及2.74分，當中以亞視的跌幅最大，值得關注。而四台各自比較下，得分最高的節目乃港台的《火速救兵II》、無綫的《星期二/日檔案》、有線的《樓盤傳真》及亞視的《時事追擊》。

至於觀眾對各電視台的新聞財經報道節目的整體評價，以有收看者計算，無綫蟬聯第一位，其新聞財經報道節目的最新整體評分72.07分，升幅多達0.93分，亦是唯一一個今季錄得升幅的電視台。有線以70.36分居第二位，雖然其新聞財經報道節目已連續13次獲得70分以上的平均分，但相比上次調查，整體評分明顯下跌了0.76分。now寬頻電視以69.26分排列第三，第四位的是亞視，其平均分為66.97分，兩者較三個月前分別大幅下滑0.84及1.52分。排列榜末的香港寬頻同樣錄得跌幅，為0.55至65.69分，持續較其他台遜色。

彭嘉麗

香港大學民意研究計劃助理總監