



2014 電視節目欣賞指數第二階段調查 結果概述

《2014 電視節目欣賞指數調查》第二季度調查的結果顯示，整體電視節目的平均欣賞指數較第一季上升了 0.07 分至 66.28 分。是次欣賞指數排名最高二十位的非新聞財經報道節目之中，亞洲電視的《滅癌獻愛心報母恩弘大愛祝福大會》排第一位，而香港電台的製作佔十個，包括第二位的《鏗鏘集》和第三位的《我的家庭醫生》，表現優秀。至於新聞財經報道節目方面，有線電視新聞以 66.97 分重上首位，其後依次為無綫 (65.07 分)、now 寬頻電視 (63.67 分)及亞洲電視 (58.95 分)。



《2014 電視節目欣賞指數調查》繼續沿用自 2009 年起開始採用的調查設計及執行方法，下文再詳述。現時調查的模式其實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」，現有十位成員，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。而欣賞指數的具體調查工作則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十七個年頭(1998-2014)。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 2014 年 4 月 1 日至 6 月 30 日期間於無綫電視翡翠台及 J2、亞洲電視本港台、有線電視各頻道及港台電視 31 播放的本地製作節目。

就調查節目名單方面，由於資源有限，電視節目欣賞指數調查皆以本地製作為主軸，而所有重播、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。由 2009 年開始，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，並由電視台各自提名，而無綫電視的節目皆由顧問團的代表以此方法選出。與此同時，調查亦探討各電視台（兩間免費電視台：無綫電視及亞洲電視；兩間收費電視台：有線電視及 now 寬頻電視）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。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：香港電台、無綫電視、亞洲電視及有線電視各佔 20 個。

第二階段調查結果

2014 年第二階段的《電視節目欣賞指數調查》於 2014 年 7 月 8 至 19 日期間進行，透過電話成功訪問了 2,009 名 9 歲或以上操粵語的香港居民，整體回應比率為 66.9%，即願意接受訪問的合資格市民比例頗高（十個當中有接近七個）。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，而每組問卷的目標樣本總數為 1,000 個以上。故此，以次樣本計，各個百分比的抽樣誤差少於一點六個百分比，而 80 個被評節目的欣賞指數的標準誤差則平均為 1.99 分。

最新一季的調查結果顯示，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 66.28 分，從上一季度錄得的 66.21 分上升 0.07 分；而節目的平均認知率則為 21.5%，較上一季下跌 1.3%。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. 滅癌獻愛心報母恩弘大愛祝福大會(亞視)
- 二. 鏗鏘集(港台)*
- 三. 我的家庭醫生(港台)
- 四. 氣象萬千(港台)
- 五. 醫生與你(港台)
- 六. 警訊(港台) *
- 七. 海底漫遊-華人攝影師(港台)
- 八. 星期日/二檔案(無綫) *
- 九. 新聞透視(無綫) *
- 十. 獅子山下 2014(港台電視 31)
- 十一. 頭條新聞(港台) *
- 十二. 良醫有方-滅癌獻愛心(亞視)
- 十三. 至潮爸媽手冊(港台電視 31)
- 十四. 屢見奇工(無綫)
- 十五. 愛·回家(無綫) *
- 十六. 至 FIT 男女(有線) *
- 十七. 小事大意義細說 5 分鐘(有線) *
- 十八. 議事論事(港台)
- 十九. ATV2014 感動香港年度人物評選啟動禮(亞視)
- 二十. 走過足球聖地(無綫)

*同為 2014 年第一階段二十大節目之一，共 8 個

首 20 位非新聞財經報道節目的平均欣賞指數為 72.13 分，較上一階段上升 0.41 分，而平均認知率則為 35.0%，較上季下跌 0.1 個百分比。廿大當中，香港電台製作的節目佔 10 個，與上季相同；而由無綫電視、亞洲電視及有線電視製作的分別只佔廿大之中的 5、3 及 2 個。「廿大」優質節目的首三位分別為亞洲電視的《滅癌獻愛心報母恩弘大愛祝福大會》，然後是港台的品牌節目《鏗鏘集》，和港台的《我的家庭醫生》。另一方面，今季廿大中還包括一些新面孔，如《氣象萬千(港台)》、《良醫有方-滅癌獻愛心(亞視)》、《走過足球聖地(無綫)》等，一新觀眾的耳目。

就個別電視台的整體表現而言，一如以往，香港電台繼續獲得最高的平均欣賞指數，其整體得分為 69.69 分。其後三台的整體平均欣賞指數分別為有線的 65.87 分、無綫的 65.64 分及亞視的 63.91 分。四台各自比較下，得分最高的節目乃港台的《鏗鏘集》、無綫的《星期日/二檔案》、有線的《那夜零晨，讓我們感動過的》(認知率不足 5%)、及亞洲電視的《滅癌獻愛心報母恩弘大愛祝福大會》。

至於觀眾對各電視台的新聞財經報道節目的整體評價如何？以有收看者計算，有線電視新聞重上第一位，其新聞財經報道節目的最新整體評分為 66.97 分；無綫新聞以 65.07 分排第二位。與此同時，now 寬頻電視以 63.67 分繼續排列第三，而亞洲電視則以 58.95 排列第四。值得注意的是，除亞洲電視外，其餘所有電視台的評分分別跌至自 2009 年以來的新低。

	電視台	2012年 第四階段	2013年 第一階段	2013年 第二階段	2013年 第三階段	2013年 第四階段	2014年 第一階段	2014年 第二階段	評分人數/ 收看電視 總人數	比較 上一階段 欣賞指數
1	有線電視	71.24	69.56 ^[1]	70.58 ^[1]	68.54	69.11	67.69 ^[3]	66.97	43.1%	-0.72
2	無綫電視	71.89	69.47 ^[3]	69.36	69.06	68.98	68.36	65.07	86.5%	-3.29^[1]
3	now 寬頻電視	68.47	68.37	67.78	66.68	67.43	64.84 ^[3]	63.67	27.5%	-1.17
4	亞洲電視	63.60	63.10	62.88	60.89	61.79	58.78 ^[3]	58.95	45.6%	+0.17
5	香港寬頻電視	67.21	66.67	63.45 ^[1]	65.30 ^[1]	-- ^[2]	-- ^[2]	-- ^[2]	--	--

[1] 變化超過在95%置信水平的抽樣誤差，表示有關變化在統計學上表面成立。不過，數字變化在統計學上成立與否，並不同有關變化的實際用途和意義。

[2] 香港寬頻電視自2013年第四階段起亦正式終止該台新聞財經報導節目的調查。

[3] 由於民研計劃在2014年引入「反覆多重加權法」處理數據，交接期間，各項數字變化的差異是否超過抽樣誤差，是基於同類加權方法處理後的結果計算。本數表所載2014年第一階段所得數據與2013年第四階段所得數據的比較，有標記者表示使用兩種不同加權方法同類比較後，有關變化都表面成立。

有關電視節目欣賞指數調查各階段結果及詳情，可瀏覽香港電台特備網頁：

<http://rthk.hk/special/tvai/2014/>

李偉健

香港大學民意研究計劃研究經理

9.2014