

# 2012 電視節目欣賞指數 第二

「2012 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。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，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 4 月 1 日至 6 月 30 日期間於無綫電視翡翠台及 J2、亞洲電視本港台及有線電視各頻道播放的本地製作節目。

## 調查名單的釐定

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。到目前為止，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。2002 至 2008 年期間，為了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，條件是本地製作的節目，不限長度及播放次數。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。再及至 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。此外，如有個別電視台未能在顧問團指定的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，無綫電視的節目皆由顧問團的代表以此方法選出。

與此同時，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：無綫電視及亞洲電視；三間收費電視台：有線電視、now 寬頻電視及香港寬頻電視）新聞財經報道的整體評分，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。

## 第二階段結果

2012 年第二階段的「電視節目欣賞指數調查」於 2012 年 7 月 10 至 22 日期間進行，透過電話成功訪問了 2,076 名 9 歲或以上操粵語的香港居民，整體回應比率為 69%，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五個百分比，而 80 個被評節目的欣賞指數的標準誤

# 階段調查結果概述

差則平均為 1.51 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 66.26 分，繼上一階段急跌 2 分之後跌勢持續，今季再下跌 0.38 分至 1998 年調查開展以來的歷史新低。推敲原因，可能由於觀眾對新增節目的欣賞程度偏低，以及與新媒體的競爭有關，值得關注。而節目的平均認知率則為 24.9%，較上一季輕微下調。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. 鏘鏘集 (港台)\*
- 二. 星期日/二檔案 (無綫)\*
- 三. 新聞透視 (無綫)\*
- 四. 文化長河—山川行 (港台)\*
- 五. 警訊 (港台)\*
- 六. 頭條新聞 (港台)\*
- 七. 沉沒的國度 (港台)
- 八. 時事追擊 (亞視)\*
- 九. ATV2012 感動香港人物推選 (亞視)
- 十. 原來錢作怪 (港台)
- 十一. 樓盤傳真 (有線)\*
- 十二. 漫遊百科 (港台)
- 十三. 神州穿梭 (有線)
- 十四. 時事寬頻 (有線)
- 十五. 議事論事 (港台)\*
- 十六. 愛·回家 (無綫)
- 十七. 至FIT男女 (有線)\*
- 十八. 財經透視 (無綫)
- 十九. 地厚天高 (港台)
- 二十. 有情眾生豐子愷的漫畫世界 (港台)

\*同為 2012 年第一階段二十大節目之一，共 10 個

首 20 位非新聞財經報道節目的平均欣賞指數為 72.37 分，較上一階段再下跌 1.08 分，自 2011 年第四季的高位累積跌幅達 3.54 分。而平均認知率則為 36.2%，同樣連續兩季錄得跌幅，較去年第四季下跌 5.6%。二十大當中，香港電台製作的節目有 10 個，較上季的 13 個為少，但仍然遙遙領先其他電視台；而由無綫電視、有線電視及亞洲電視製作的分別佔 4、4 及 2 個。今季榮登榜首的是港台長期

上榜的金牌時事節目《鏘鏘集》，以 78.31 分的佳績排名第一位；緊隨其後的同樣是皇牌節目，



分別為《星期日/二檔案》及《新聞透視》，兩者皆為無綫的優質作品，幾乎每次調查都榜上有名。另一方面，今季廿大中還包括一些新面孔，如《沉沒的國度》(港台)、《愛·回家》(無綫)、《地厚天高》(港台)，以及《有情眾生豐子愷的漫畫世界》(港台)，全新的話題及製作，絕對可以一新觀眾的耳目。

就個別電視台的整體表現而言，香港電台仍然是平均欣賞指數最高的電視台，遠遠拋離隨後的有線、無綫和亞視，但今季卻錄得調查有史來的新低，只有 69.12 分，其後三台的整體平均欣賞指數分別為有線的 65.71 分、無綫的 65.35 分及亞視的 64.86 分。跟上一季度比較，四台之中兩升(有線和亞視)兩跌(港台和無綫)，當中港台的絕對變化最大(2.18 分)，並首次跌破 70 分的水平。而四台各自比較下，得分最高的節目乃港台的《鏘鏘集》、有線的《樓盤傳真》、無綫的《星期日/二檔案》、及亞視的《時事追擊》，除港台之外，其他三個節目跟第一季度完全一樣。

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，有線電視重上第一位，其新聞財經報道節目的最新整體評分為 70.41 分，升幅十分輕微，只有 0.05 分，仍足以攀升榜首，並連續 14 次獲得 70 分以上的平均分，表現優秀。與此同時，無綫電視下降一位至第二位，但其跌幅頗為驚人，較三個月前大幅下滑 2.22 分至最新的 69.85 分，屈居第二。now 寬頻電視以 68.86 分排列第三，第四位的是亞洲電視，其平均分為 67.27 分，兩者的變化相對輕微，分別為下跌 0.40 分及上升 0.30 分。最後，排列榜末的香港寬頻延續上季的升幅，再升 0.36 分至 66.05 分，漸漸拉近與其他電視台距離。

彭嘉麗

香港大學民意研究計劃助理總監