



2015 電視節目欣賞指數第二階段調查結果概述

《2015 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 2015 年第一季下跌了 1.19 分至 65.80 分，亦是歷來新低分數。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，以認知率 5%或以上計，欣賞指數最高的五個節目分別是香港電台的《鏗鏘集》和《警訊》、無綫的《星期日/二檔案》、有線的《樓盤傳真》和《至 FIT 男女》。至於新聞財經報道節目方面，有線電視以 67.82 分蟬聯第一位，其後依次為無綫電視 (65.38 分)、now 寬頻電視(65.18 分)及亞洲電視 (57.17 分)。



調查模式及節目範圍

《2015 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十八個年頭 (1998-2015)。

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 2015 年 4 月 1 日至 6 月 30 日期間於無線電視翡翠台及 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。

調查結果

2015 年第二階段的《電視節目欣賞指數調查》於 2015 年 7 月 7 至 22 日期間進行，透過電話成功訪問了 2,063 名 9 歲或以上操粵語的香港居民，整體回應比率為 64.4%，即十個合資格市民當中有六至七個願意接受訪問。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 1.84 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 65.80 分，較上一季下跌 1.19 分，亦是歷來新低分數；而節目的平均認知率則為 20.5%，較上一季下跌 2.7 個百分比。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. 鏗鏘集 (港台)*
- 二. 警訊 (港台)*
- 三. 星期日/二檔案 (無綫)*
- 四. 樓盤傳真 (有線)*
- 五. 至 FIT 男女 (有線)
- 六. 新聞透視 (無綫)*
- 七. 寵物 ER2 (有線)
- 八. 頭條新聞 (港台)*
- 九. 時事摘錄 (港台)
- 十. 十年人事 (港台)
- 十一. 天下父母心-家長手冊 (港台)
- 十二. 小事大意義細說 5 分鐘 (有線)
- 十三. 食平 3D (無綫)
- 十四. 小學校際通識大賽 2015 (港台)
- 十五. 銀齡帥靚正 (港台)
- 十六. 華爾街速遞 (有線)
- 十七. 滅癌獻愛心報母恩傳聖火弘大愛 (亞視)
- 十八. 香港故事 (港台)
- 十九. 監警有道 (港台)
- 二十. 3 日 2 夜 (無綫 J2)

*同為 2015 年第一階段二十大節目之一，共 6 個

首 20 位非新聞財經報道節目的平均欣賞指數為 71.60 分，較上一階段下跌 0.03 分，而平均認知率則為 28.0%，較上季下跌 7.2 個百分比。首 20 位中，香港電台製作的節目佔 10 個，較上季減少了 1 個；而由有線電視、無綫電視及亞洲電視製作的分別佔其餘 5、4 及 1 個。「廿大」優質節目的首三位分別為港台的《鏗鏘集》及《警訊》，然後是無綫的《星期日/二檔案》。另一方面，今季廿大中還包括一些新面孔，如有線的《寵物 ER2》、港台的《銀齡帥靚正》等，一新觀眾的耳目。

就個別電視台的整體表現而言，香港電台繼續獲得最高的平均欣賞指數(69.09 分)，其後三台的整體平均欣賞指數分別為有線的 67.01 分、無綫的 64.73 分及亞視的 62.36 分，全部較上一階段錄得跌幅，當中無綫電視的分數亦是歷來新低。四台各自比較下，若包括認知率低於 5% 者，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《樓盤傳真》及亞洲電視的《滅癌獻愛心報母恩傳聖火弘大愛》。

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，有線電視蟬聯第一位，整體評分為 67.82 分。無綫電視重上第二位，整體評分為 65.38 分。now 寬頻電視排名第三位，整體評分為 65.18 分，而亞洲電視所得的整體評分在本階段仍然排行第四位，只有 57.17 分。

	電視台	2013年 第四階段	2014年 第一階段	2014年 第二階段	2014年 第三階段	2014年 第四階段	2015年 第一階段	2015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	69.11	67.69 ^{[1][2]}	66.97	67.37	68.99 ^[1]	67.32 ^[1]	67.82	44.2%	+0.50
2	無綫電視	68.98	68.36	65.07 ^[1]	63.23 ^[1]	65.74 ^[1]	64.94	65.38	86.4%	+0.44
3	now 寬頻 電視	67.43	64.84 ^{[1][2]}	63.67	68.80 ^[1]	67.35 ^[1]	66.22	65.18	30.8%	-1.04
4	亞洲電視	61.79	58.78 ^{[1][2]}	58.95	59.08	57.60	57.16	57.17	38.4%	+0.01

[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] 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的結果及詳情，可瀏覽網上特備專頁：
<http://rthk.hk/special/tvai/2015/>

李偉健

香港大學民意研究計劃研究經理

8.2015