

2016 公視多螢時代收視調查國際研討會
Redefining Audience Measurement in the Multi-Screen Era
PTS 2016 International Symposium
成果報告



2016.10.14

一、會議時間/地點

時間：2016年10月14日（周五）9：30~16：30

地點：集思北科大會議中心感恩廳

二、與會貴賓

主持人：公視副總經理林樂群

開幕致詞：公視董事長陳郁秀

日本講者：NHK放送文化研究所輿論調查部副部長中野佐知子

韓國講者：韓國KBS傳播本部編排推廣局收視率專家吳炯一博士

香港講者：香港大學民意研究計劃總監鍾庭耀博士

台灣講者：凱絡媒體董事總經理朱詣璋、公視企劃部經理徐秋華

座談主持人：公視總經理丘岳

三、出席人數

現場位席：160人次（有麥克風140位；折疊椅20位）

出席總人次：178人次（網路報名出席率80%；含貴賓及工作人員）

四、網路觸達情形（統計至10/16）

訪客人次：860人次

網頁造訪次數：1,149次

網頁瀏覽量：4,297

QRcode掃描45次

五、活動滿意度

本場次共回收89份有效問卷，問卷分析結果如下：

1. 何處得知報名資訊：公視網站（55%）；FB（15%）；EDM（13%）；海報（11%）；其他（公司或老師提供資訊）：6%
2. 報名流程滿意度：96%滿意，其中53%非常滿意。
3. 議程安排滿意度：99%滿意，其中47%非常滿意。
4. 講者陣容滿意度：99%滿意，其中54%非常滿意。

六、會議議程：

時間	主題	10月14日(週五)	
		國家	單位、講者名稱
0930-1000	報到		
1000-1010	主持人開場 林樂群副總		
1010-1020	開場致詞	台灣	公視基金會陳郁秀董事長
1020~1100	多螢時代收視調查： NHK 個案	日本	NHK 放送文化研究所輿論調查部 中野佐知子 副部長
1100-1120	茶歇		
1120-1200	大數據時代的節目多元評量	台灣	公共電視企劃部 徐秋華經理
1200-1330	午餐		
1330-1410	為何瞭解媒體觀眾的方法需要創新？ KBS 的因應之道	南韓	KBS 傳播本部編排推廣局 收視率專家 Dr. Hyungil, Oh
1410-1450	電視節目欣賞指數調查	香港	香港大學民意研究計劃總監 鍾庭耀博士
1450-1510	茶歇		
1510-1550	台灣收視調查現況與未來	台灣	凱絡媒體台灣董事總經理 朱詣璋
1550-1630	綜合座談		我們如何評估節目表現？ 主持人（公視丘岳總經理）+ 全體講者

七、會議摘要：

與會幾位專家咸認「時間跟空間被網路打破，電視收視生態正在劇變」，日本 NHK 的中野佐知子說「跟十年前相比，20 歲男性族群，電視平均收視率下降 10%」。韓國 KBS 的吳炯一博士與會表示，觀察韓國年度夯劇，2002 年「大長今」收視率平均 53.9%，到 2016「太陽的後裔」只有 30.1%，整整下降 20% 以上。電視台、媒體業者無不思索「到底發生什麼事情？」。

凱絡媒體台灣董事總經理朱詣璋也形容「目前是後電視機時代」，但他說「我們不悲觀，多螢的發展，不見得是『瓜分收視』這樣必然的結果；從今年金鐘獎頒獎典禮收視突破五年新高這現象來思索，多螢的輔助反而吸引觀眾住眼球」，朱詣璋覺得「應該有些方法，讓多螢消費型態幫助電視收視率」。

公視董事長陳郁秀、總經理丘岳也參與會議。陳郁秀表示，網路影音平台的便利性與豐富度讓觀眾收視載體改變，收視調查機制可能無法呈現觀眾收視行為；也因此特別舉辦研討會，希望提供國人與研究機構最新資訊。

服務日本 NHK 超過 20 年，目前擔任放送文化研究所輿論調查部副部長的中野佐知子介紹目前日本主要電視收視調查有商業的「Video Research」與 NHK 的公共調查，當中各有優劣勢。她帶來近兩年來的調查研究，觀眾觀看電視收視下降 1%，至 92.2，而網路收看則成長 0.7%，至 15%，當中透過網路社群服務收看成長最多，達 6.8%。

韓國公視 KBS 傳播本部編排推廣局收視率專家吳炯一博士提到，韓國通訊委員會（KCC）自 2013 年起投入超過台幣 1.2 億元的預算，從兩個方向開展計畫。一方面透過產、官、學等傳媒、廣告業者推派代表組成委員會商討未來的研究方式，但他也坦言「因各自有不同利害關係與立場，很難協商」。另一方面也藉「N-screen」作統合調查，從 2013 年起針對電視、電腦、手機等裝置展開全國與都會區的研究，但吳炯一也說「結果無法發表，因為研究顯示行動裝置比例竟不到 1%，顯然與預期差太多」。

吳炯一也表示，KBS 後續研究，從家戶統計增加個體調查，另外也調查 VOD 收視、每分鐘收視者，整合下來「太陽的後裔」末集最高收視總人口幾達 1300 萬人。他表示目前韓國公視也積極透過 KBS PIE(Programming Index for Evaluation) 調查，將電視與非電視收看調查方式切割，企圖能更契合目前的觀眾型態。

香港大學民意研究計劃總監鍾庭耀博士則表示，香港除收視率調查，各電視台從 1998 年便達成共識，展開「欣賞指數」的收視質調查，已經是香港觀眾熟悉指標，「觀眾喜歡這節目？看過嗎？看多久？」都在傳統收視率之外帶來另個面相的呈現。而香港大學最近也結合電視台推展「優眾指數」（QMI Score）設計概念，包含節目素質和觀眾人數兩個概念，當中包含「收看數值」（VR Score）與「欣賞指數」（AI Score）；可延續過往欣賞指數的分析。

台灣公視企劃部經理徐秋華會中報告表示，國內 50 歲擁有手機快速竄升，線上影音已成為電視替代品，5 年來倍數成長達 22%，而國內 15 至 24 歲觀眾電視開機率也明顯下降。目前公視從 2015 年起，也調整節目指標管理，從節目觸達（包含官網、收視率、網路收視數）、收視質（含網路聲量與推薦度）、節目行銷與得獎成績等影響力作為評估依據。

鍾庭耀會中說「我想反問：收看人數多就是好的？有意義的？叫好與叫座兩種不同分析，已經刻不容緩，希望『優眾指數』會是一條出路」。台灣凱絡董事總經理朱詣璋也表示「在網路時代裡，收視量與收視質應該同等被重視」。

中野佐知子則表示「收視行為的多樣化十分顯著，『看電視』的界定變得困難；整合調查環境與對象，還有全國性、科學性的調查都是必須考量的」，也說「獲得適切的數據與指標才能帶來真正的意義」。

與會者一致認為，節目的收視好壞無法從「收視率」作為單一的標準，手機、電腦的多螢使用、多螢收視已成為趨勢，但各種調查如何計算權重，化為單一指標，成為評量節目的標準，甚至成為廣告投注的評量方法，還有待進一步的整合研究與思考。

八、結論

1. 本次研討會報名踴躍，出席滿座。報名網站於 9 月 26 日正式上線，10 月 8 日即報名額滿，出席率八成，高於一般平均的七成出席率。並當日有 6 位民眾現場報名，及世新大學教授帶領 30 位學生至會場上課。整體出席佔比產業界（含媒體）63%；教授 5%；學生 30%；官方 2%，顯示此次研討會議題選擇與講者安排得宜頗具學界與業界吸引力。
2. 依問卷分析，本場次國際研討會滿意度極高，均高達 96% 以上，對於議程安排與講者陣容均有 99% 的滿意度，其中對於講者滿意度最高，高達

54%為非常滿意。其他意見方面，與會者多表示收穫很多，各國觀點令人眼界寬廣，希望未來公視能多舉辦研討會。

3. 待改進事項：問卷回覆中有四份問卷均提到口譯有些錯誤且聽不懂，特別是韓國口譯部分。此部分將向口譯公司反映，並未來聘請口譯老師應有事先評估機制（實績、背景等）。

九、研討會紀實



董事長開場致詞



林副總主持



NHK 放送文化研究所輿論調查部中野佐知子
副部長



公共電視企劃部徐秋華經理



KBS 傳播本部編排推廣局 Dr. Hyungil, Oh



香港大學民意研究計劃總監鍾庭耀博士



凱絡媒體董事總經理朱詣璋



綜合座談：公視丘總經理主持



上午會場出席情形



下午場次出席情形