

# 2011 電視節目欣賞指數調查 第一階段調查

## 調查撮要

香港大學民意研究計劃  
鍾庭耀、彭嘉麗、李偉健及  
郭思妙聯合撰寫

2011 年 5 月

### 樣本資料

訪問日期	: 2011 年 4 月 14 至 30 日
訪問對象	: 9 歲或以上操粵語的香港居民
調查方法	: 由訪問員直接進行電話訪問
抽樣方法	: 從住宅電話簿中隨機抽出部分號碼，再用電腦配套另一部分。當成功接觸目標住戶後，再用出生日期抽取其中一名被訪者接受訪問。
樣本數目	: 2,079 個成功個案，兩個次樣本數目分別為 1,043 個及 1,036 個。
整體回應比率	: 67.2%
抽樣誤差	: 少於 1.6% (按次樣本計)

\* 樣本數據乃按照政府統計處提供之 2010 年底全港人口年齡及性別分佈初步統計數字，以「加權」方法作出調整。報告中所有數據皆以加權樣本為準。

### 前言

香港大學民意研究計劃，成立於 1991 年 6 月，初時隸屬香港大學社會科學學院的社會科學研究中心，2000 年 5 月轉往香港大學新聞及傳媒研究中心，2002 年 1 月再轉回香港大學社會科學學院管轄。民意研究計劃的使命在於為學術界、新聞界、決策人員及社會人士提供有用的民意數據，服務社會。民意研究計劃成立以來，一直進行各項有關社會及政治問題的民意研究，並為不同機構提供研究服務，條件是民意研究計劃的研究組可獨立設計及進行研究，並把研究結果向外界公佈。

「電視節目欣賞指數調查」乃香港電台、電視廣播有限公司及亞洲電視有限公司於 1998 年首次達成共識，並委託民研計劃進行一系列有關本地製作電視節目質素的意見調查，目的是探討香港觀眾對本地製作的電視節目的欣賞程度，以改進香港電視界的整體節目質素，並希望把「欣賞指數」發展成「收視率」以外的另一個重要專業指標。於 1999 年，有線電視節目更正式納入調查範圍內。同時，有線電視亦派出代表參與「電視節目欣賞指數調查顧問團」，令整項調查更具代表性。2011 年，香港電台連續第 14 年委託本研究組全年共分 4 次進行同類調查。

是次乃 2011 年的第一季調查，節目範圍包括於 2011 年 1 月 1 日至 3 月 31 日期間於無綫電視翡翠台、亞洲電視本港台及有線電視各頻道播放的本地製作節目。自 09 年的第一階段起，本調查亦同時試查由有線電視、NOW 寬頻電視及香港寬頻電視製作的新聞財經報道節目，以初步探討本地觀眾對收費電視的欣賞程度。調查於 2011 年 4 月 14 至 30 日期間進行，透過電話成功訪問了 2,079 名 9 歲或以上操粵語的香港居民，整體回應比率為 67.2%，各個百分比的抽樣誤差則少於 1.6%（以次樣本總數計），而個別節目欣賞指數的抽樣誤差請參閱附錄二。

## 調查設計

2011 年度的「電視節目欣賞指數調查」共分 4 個階段進行，調查期數為 1 月至 3 月、4 月至 6 月、7 月至 9 月及 10 月至 12 月。調查是以電話訪問形式進行，訪問對象為 9 歲或以上操粵語的香港居民。

一如以往，有關方面除了委託民研計劃負責所有調查工作、數據分析及撰寫報告外，並同時成立一個由電視台、學術界及廣告界人士組成的「電視節目欣賞指數調查顧問團」，負責釐定問卷內容、調查方法和節目範圍，以確保調查在公平及具公信力的調查準則下進行（顧問團名單請參閱附錄一）。

由於資源有限，所有重播、配音、體育、外地製作本地包裝及帶宣傳性質的節目基本上不包括在內。為了增加調查節目的品種，由 2002 年至 2008 年期間，4 個電視台在各個階段的調查中，可各自提名 1 個（共 4 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。另外，在 2004 年第三季度開始，如經常性節目的調查名單總數多於 96 個，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。自 07 年第一季度開始，包括全年總結，所有在電視節目欣賞指數調查中，認知率不足 5% 之電視節目，所得欣賞指數會分表列出和分開描述。2008 年 3 月，電視節目欣賞指數顧問團通過，由 08 年的調查開始，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。

及至 2009 年 3 月，顧問團再通過對調查設計作出以下的微調：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，即香港電台、無綫電視、亞洲電視及有線電視各佔 20 個名額。節目長短和次數不限，唯一條件是節目必須為本地製作，以及在有關調查階段內播映起碼 1 次。與此同時，每個季度的調查會預留 4 個節目名額予兩間免費電視台（即無綫電視及亞洲電視）的新聞財經報道節目，另外預留最多 8 個節目名額予四間收費電視台（即有線電視、NOW 寬頻電視、無綫收費電視及香港寬頻電視）的新聞財經報道節目。由於收費電視台的認知率普遍較低，為擴大有效的樣本數目，其新聞財經節目會同時出現在兩組問卷中（每組的目標樣本總數為 1,000 個以上）。換言之，每個季度調查的節目名額依然維持在 100 個或以下，即最多 50 個一組。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會於報告中分開列出和描述。若個別電視台未能盡用每季的名額，餘數可撥作其他「意見問題」或試查題目，以探討有關業界發展等專題性項目。此外，如有個別電視台未能在欣賞指數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。

本年度第一階段（1 月 1 日至 3 月 31 日）的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。另外，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；三間收費電視台：有線電視、NOW 寬頻電視及香港寬頻電視）新聞財經報道節目的整體評分。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，換句話說，每間收費電視台佔用 2 個節目名額。連同無綫電視及亞洲電視各 1 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。

## 調查結果

第一階段的「2011 電視節目欣賞指數調查」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 68.86 分，平均認知率為 26.4%（詳細結果請參閱附錄二）。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. 星期日檔案 (無綫)
- 三. 窮富翁大作戰 II (港台)
- 四. 新聞透視 (無綫)

- 五. 沒有牆的世界 II (港台)
- 六. 火速救兵 (港台)
- 七. 香港歷史系列 II (港台)
- 八. 警訊 (港台)
- 九. 關注日本大地震 (亞視)
- 十. 日本大地震 (無綫)
- 十一. 文化長河－鐵道行 (港台)
- 十二. 《大江東去》司徒華回憶錄 (有線)
- 十三. 香港故事 (港台)
- 十四. 香港百人 (亞視)
- 十五. 時事追擊 (亞視)
- 十六. 至 FIT 男女 (有線)
- 十七. 回首 2010 - 港聞聚焦 (亞視)
- 十八. 毒海浮生 (港台)
- 十九. 萬千寵愛 (有線)
- 二十. 香港望族 (亞視)

以上 20 個節目當中，香港電台製作的節目有 9 個，而由亞洲電視、無綫電視及有線電視製作的分別佔 5、3 及 3 個。以上 20 個節目的平均欣賞指數為 75.30 分，平均認知率為 38.8%。

*\*自 2009 年開始，此節目總欣賞指數已不包括新聞財經報道的節目。*