

# 香港大學民意研究計劃

## 2009 電視節目欣賞指數調查

### 全年綜合結果

#### 調查撮要

鍾庭耀、彭嘉麗及唐旭華聯合撰寫

二零一零年二月

#### 樣本資料

訪問日期	: 第一階段: 2009年4月6至20日 第二階段: 2009年7月6至17日 第三階段: 2009年10月12至27日 第四階段: 2010年1月4至16日
訪問對象	: 九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	: 第一階段: 2,082 個成功個案 第二階段: 2,106 個成功個案 第三階段: 2,134 個成功個案 第四階段: 2,119 個成功個案
平均回應比率	: 70.4%
抽樣誤差	: 少於 1.5%

\*第一及第二階段樣本數據乃根據政府統計處提供之2008年終全港人口年齡及性別分佈初步統計數字，以「加權」統計方法作出調整。為緊貼人口走勢，第三及第四階段樣本數據則按照2009年中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，被訪者背景資料已詳列於附錄二。

本報告內容是由港大民研計劃獨立設計及進行，一切內容與香港大學立場無關。  
港大民研計劃所有研究工作由民研計劃總監鍾庭耀博士負責。

## 前言

香港大學民意研究計劃，成立於一九九一年六月，初時隸屬香港大學社會科學學院的社會科學研究中心，二零零零年五月轉往香港大學新聞及傳媒研究中心，二零零二年一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一九九八年首次達成共識，並委託研究組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。於一九九九年，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。今年，四台再次達成共識，委託本研究組在全年分四次進行同類調查。

二零零九年度四個階段的「電視節目欣賞指數調查」分別於二零零九年四月、七月、十月及二零一零年一月期間透過電話進行訪問。全年調查的累積被訪人數達 8,441 名，回應比率則介乎六成八與七成六之間，涉及本地製作的電視節目合共 201 個。

## 調查設計

「電視節目欣賞指數調查」的調查期數為一月至三月、四月至六月、七月至九月及十月至十二月。調查是以電話訪問形式進行，訪問對象為九歲或以上操粵語的香港居民。

一如以往，有關方面除了委託本民意研究組負責所有調查工作、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**的節目仍暫時未能包括在內；及至二零零二年，為了增加調查節目的品種，四個電視台可各自提名一個（共四個）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。為確保調查公平起見，每個階段的節目名單皆由「電視節目欣賞指數調查顧問團」各成員於調查進行前商議及確認。

及至二零零七年十一月，為區分大眾和小眾節目，電視節目顧問團決定，自零

七年第一季度開始，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。二零零八年三月，電視節目欣賞指數顧問團通過，由零八年的調查開始，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，以節目餘額比例分配。至二零零九年三月，顧問團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一次。而所有重播、配音、體育、外地製作本地包裝及帶宣傳性質的節目暫時不包括在內。與此同時，調查會預留四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，另外預留最多八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。根據零九年第一階段調查的試查結果，顧問團認為電視觀眾對各電視台新聞財經報道節目的整體評分較有參考價值，因此決定刪除個別新聞財經報道節目的評分題目。此外，顧問團亦投票通過對篩選本地體育節目的準則維持不變，即一般體育節目不包括在節目名單內（與體育相關的特輯或遊戲節目除外）。

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在每次調查同時出現在兩組問卷中，換句話說，每間收費電視台佔用兩個節目名額。連同無綫電視及亞洲電視各一個節目名額，每季調查共預留了八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

綜合「2009 電視節目欣賞指數調查」全年四個階段的調查結果，201 個本地製作的電視節目所得的總平均欣賞指數為 68.93 分，而平均認知率則為 25.0%（見表一及表二）。以認知率 5% 或以上的電視節目計，全年度欣賞指數排名最高的 20 個節目如下：

1. 巾幗梟雄（無綫）
2. 2008 世界變格大事回顧（港台）
3. 2009 世界大事回顧（港台）
4. 鏗鏘集（港台）
5. 星期二／日檔案（無綫）
6. 2009 香港政治大事回顧（港台）
7. 同心暖四川（港台）
8. 新聞透視（無綫）
9. 毒海浮生（港台）
10. 活著（無綫）
11. 醫生與你（港台）
12. 2009 大事回顧系列（無綫）
13. 天下父母心（港台）
14. 汶川地震一周年（無綫）
15. 海底漫遊（港台）
16. 霎時感動（無綫）
17. 海關故事（港台）
18. 回首 2008 – 全球風雲（亞視）
19. 由 1967 開始（無綫）
20. 非常平等任務（港台）

以上 20 個節目當中，香港電台及無綫電視製作的節目分別佔 11 及 8 個，亞洲電視製作的則有 1 個。

此外，於所有被評分電視節目中，包括認知率低於 5% 之節目，欣賞指數首二十位的節目完全一樣，即二零零九年度廿大全部獲得 5% 或以上的認知率。

就個別電視台而言，在 201 個節目當中，香港電台共製作了 57 個、有線 50 個、無綫 49 個、而亞視則有 45 個。香港電台在四台之中取得全年最高的平均欣賞指數，達 72.08 分。無綫電視次之，其全年電視製作所得的平均欣賞指數為 68.37 分。有線電視所得的全年平均欣賞指數為 67.75 分，排行第三。至於排行第四的亞洲電視，其全年電視製作所得的平均欣賞指數為 66.85 分。而四台各自比較下全年得分最高的電視節目分別是港台的「2008 世界變格大事回顧」、無綫的「巾幗梟雄」、有線的「愛是不保留 – 正生書院」及亞視的「回首 2008 – 全球風雲」。