



通訊事務管理局
COMMUNICATIONS
AUTHORITY

**電訊盈科媒體有限公司
本地收費電視節目服務牌照
續期公眾諮詢
2013年11月1至30日**



www.coms-auth.hk

二零一四年十二月

本地收費電視節目服務牌照續期
公眾諮詢報告書

電訊盈科媒體有限公司

通訊事務管理局
二零一四年十二月

目錄

第一章：引言	1
第二章：公眾諮詢	3
第三章：報告撰寫原則	6
第四章：意見撮要	8
第一部分：	8
公眾意見調查的量化資料分析	
第二部分：	11
透過公聽會收集到的公眾意見及由個別人士和組織提交的書面意見	
第五章：對公眾意見的跟進	23
附錄：公眾意見調查報告摘要	

第一章 引言

牌照續期申請

電訊盈科媒體有限公司（「電盈媒體」）根據《廣播條例》（第 562 章）（《條例》）獲發的本地收費電視節目服務牌照（「牌照」），有效期由二零零三年九月二十六日至二零一五年九月二十五日（包括首尾兩天）。電盈媒體於二零一三年九月提交牌照續期申請（下稱「牌照續期申請」）。通訊事務管理局（「通訊局」）按照《條例》及既定程序處理牌照續期申請，全面評核了電盈媒體在二零零三年九月至二零一四年八月的表現，並向行政長官會同行政會議呈交建議。

公眾諮詢

2. 通訊局十分重視公眾人士的意見。按照慣例，通訊局於二零一三年十一月起進行為期一個月的公眾諮詢，循多種途徑蒐集公眾人士對電盈媒體的表現的意見。通訊局評核電盈媒體在遵守法定要求、牌照條件及業務守則方面的表現及投資承諾時，均已詳細考慮所收集的公眾意見，以就牌照續期申請向行政長官會同行政會議提交建議。

公眾諮詢報告

3. 本報告旨在列出是次公眾諮詢所蒐集到的意見重點，並說明歸納意見的方法。

4. 通訊局十分感謝電盈媒體的參與，以及在是次公眾諮詢中提供意見的人士和組織。有關書面意見已上載至通訊局的網頁（<http://www.coms-auth.hk>）供公眾參閱。若你對是次公眾諮詢及本報告書有任何查詢，歡迎以下列方式與通訊局聯絡：

郵寄	香港灣仔 皇后大道東 213 號 胡忠大廈 20 樓 通訊事務管理局辦公室
傳真	(852) 2507 2219
電郵	webmaster@ofca.gov.hk
網頁	http://www.coms-auth.hk

通訊事務管理局
二零一四年十二月

第二章 公眾諮詢

公眾諮詢的模式

公眾諮詢於二零一三年十一月一日至三十日舉行。通訊局透過不同途徑廣泛宣傳是次公眾諮詢，包括在電視和電台播放政府宣傳短片和聲帶，以及在通訊局和持牌機構的網頁、互聯網上的其他網站和報章作出宣傳，務求引起公眾關注及鼓勵他們踴躍表達意見。通訊局為此印製資料冊子，概述持牌機構的服務、有關投訴紀錄、持牌機構的投資計劃及對本地收費電視節目服務(「收費電視」)牌照的規管規定，以便市民能夠提供更具體及深入的意見。有關資料亦上載至通訊局網頁，供市民查閱。

2. 通訊局循下列途徑聽取各界的意見：

(a) 公眾意見調查

通訊局委託獨立調查公司於二零一四年二月至七月進行意見調查，調查公司採用隨機抽樣方式，與 1 510 戶訂購電盈媒體收費電視服務的家庭進行訪問，以蒐集訂戶對電盈媒體服務的意見。

(b) 公聽會

通訊局舉辦了兩場公聽會，分別在港島區及九龍區舉行，共 146 人出席公聽會，其中 24 人在會上發表意見。

(c) 書面意見

通訊局邀請公眾人士透過郵寄、傳真及電郵發表意見。通訊局共收到98份由不同的組織和個別人士提交的書面意見。

統計數據

公聽會

3. 通訊局在公眾諮詢期內舉行兩場公聽會，出席人數如下：

日期	出席人數
14-11-2013	73
22-11-2013	73
	總數：146

書面意見

4. 通訊局在公眾諮詢期間共收到 98 份由市民提交的書面意見(包括 5 份在公眾諮詢期結束後收到的書面意見)。書面意見的類別及遞交書面意見的方式統計如下：

		書面意見數字
書面意見 的類別	以團體名義	2
	以個人名義	96
		總數：98

		書面意見數字
遞交書面 意見的 方式	以電郵送出	53
	以郵寄送出	22
	以傳真送出	12
	電話留言經 記錄後遞交	3
	親身遞交	8
		總數：98

5. 在整理以上 98 份書面意見後，通訊局發現：
- (a) 大部分的書面意見均附有發表者姓名。然而有 5 名公眾人士以不具名形式發表意見；以及
 - (b) 以團體名義發出的書面意見有 2 份。

這些書面意見已上載至通訊局網頁供公眾參閱。

意見調查

6. 此外，通訊局委託獨立調查公司進行意見調查，收集訂戶對電盈媒體收費電視服務的意見。調查成功訪問了 1 510 戶家庭，整體回應率為 65.9%。意見調查摘要刊載於本報告附錄，並已上載至通訊局網頁。

第三章 報告撰寫原則

以下臚列通訊局撰寫本報告的原則：

(a) 力求客觀、全面及有系統地紀錄公眾意見

通訊局委託獨立調查公司進行意見調查，蒐集訂戶對電盈媒體收費電視服務的看法。此外，通訊局鼓勵公眾人士透過公聽會或提交書面意見，就持牌機構的服務表達意見。通訊局所收集的意見在形式和內容方面頗為多樣化。局方在詳細考慮眾多公眾意見和作出歸納時，力求客觀、全面及有系統地紀錄所接獲的意見要點。

(b) 同樣重視所有意見

通訊局除了進行公眾意見調查外，並沒有為其他意見進行量化分析，主要是因為透過公聽會或以書面方式發表的意見形式和內容多樣化，我們難以劃一處理及量化意見。再者，小眾與大眾的意見同樣重要。因此，此報告力求全面反映所收集到的意見。

(c) 意見提供者資料保密

報告重視每項意見的來源。為保障私隱，意見提供者的姓名或名稱及聯絡方法將會保密。

2. 為方便閱讀，通訊局把公眾意見分為以下類別：
- (a) 由通訊局委託獨立調查公司在進行意見調查期間所收集的意見。調查公司整理了所收集的數據，並把有關的研究結論和重點分項列出(見報告第四章第一部分)；以及
 - (b) 公眾在諮詢活動中向通訊局提交的意見(見報告第四章第二部分)，這些包括：
 - (i) 在公聽會中發表的意見；以及
 - (ii) 由不同人士和團體提交的書面意見。
3. 是次公眾諮詢所收集的意見時有重複，通訊局已將類似的意見作歸納，方便公眾閱讀報告。

第四章 意見撮要

第一部分：公眾意見調查的量化資料分析

1. 調查目的、範圍及調查方法

1.1 通訊局按以往慣例，委託獨立調查公司進行意見調查，蒐集訂戶對電盈媒體收費電視服務的意見，包括其節目水準、質素及種類。

1.2 經徵詢政府統計處的意見後，從電盈媒體訂戶中以隨機抽樣方式選出住戶代表進行意見調查，主要的外勤訪問由獨立調查公司在二零一四年二月至七月期間進行，成功訪問了共 1 510 名人士，受訪者年齡在 15 歲或以上，整體回應率為 65.9%。如情況合適，通訊局會將是次調查的結果與在二零零七年進行的同類調查作比較。

1.3 意見調查的報告摘要載於本報告**附錄**，並載於通訊局網頁（<http://www.coms-auth.hk>）。

2. 主要調查結果

調查結果的重點如下：

2.1 收看電盈媒體收費電視服務的習慣

- 觀眾大多在晚上八時至十時五十九分收看電盈媒體收費電視服務，平均每天收看兩小時節目。

- 體育（65%）、新聞／資訊（62%）及電影／劇集（51%）為觀眾最常收看的電盈媒體節目。

2.2 收看電盈媒體收費電視服務的目的

- 觀眾收看電盈媒體收費電視服務，主要是為了觀看其獨家播放的節目（49%）、多樣化的節目種類（42%）、獲取資訊（36%）及收看直播節目（35%）。

2.3 節目種類

- 78%的受訪者滿意節目種類，有6%則表示不滿。
- 79%的受訪者認為電盈媒體提供的節目類別足夠，有9%則表示不足夠。

2.4 節目質素

- 76%的受訪者滿意電盈媒體的節目質素，有6%則表示不滿。

2.5 接收質素

- 75%的受訪者認為接收質素令人滿意，有11%則表示不滿。

2.6 現行節目標準及保護兒童

- 超過 94%的受訪者表示，不曾在收看電盈媒體收費電視服務時接觸到令人反感的內容，而小部分受訪者則表示曾收看令人反感的節目（5%）或廣告（2%）。
- 88%家中有 15 歲或以下兒童的受訪者表示，家長或其他 18 歲或以上的家庭成員曾經陪同兒童收看電盈媒體收費電視服務，而有 51%表示他們每星期會陪同兒童收看電盈媒體收費電視服務 5 次或以上。
- 18 歲或以上受訪者中，有 77%知悉電盈媒體為用戶提供鎖碼裝置。曾使用鎖碼裝置的受訪者中，96%認為該裝置有效防止兒童收看成人內容，而 98%表示該裝置易於使用。

2.7 顧客服務

- 曾使用電盈媒體顧客服務的觀眾認為，有關服務在多個方面都令人滿意。不過，觀眾對兩項服務－「續約」（有 58%滿意，24%則不滿）及「購買新頻道或推廣新服務」（有 61%滿意，有 20%則不滿）的意見不一。

2.8 整體滿意度

- 65%的受訪者對電盈媒體表示滿意，有 18%則表示不滿，而 16%表示一般。

第二部份：透過公聽會收集到的公眾意見及由個別人士和組織提交的書面意見

1. 節目多元化

- 1.1 電盈媒體提供多元化的節目類型，包括新聞、電影、劇集、紀錄片、體育及資訊娛樂節目。電盈媒體的整體表現令人滿意或可以接受。
- 1.2 電盈媒體應提供更多不同類型的節目及頻道，包括教育節目、供合家欣賞的節目、兒童節目、綜藝節目、資訊節目、時事節目、提升公民質素及道德價值的節目、劇集、喜劇及賽馬節目、更多本地製作或自製頻道，以及科學／新科技頻道。
- 1.3 有意見認為電盈媒體應播放更多本地製作節目，以促進本地人才及製作公司的發展，但亦有意見認為應引入其他地方（例如日本、韓國、新加坡、美國及歐洲）的不同種類節目。
- 1.4 照顧聽障人士興趣及需要的節目不足夠。
- 1.5 電盈媒體應推出一條專門重播節目的頻道。
- 1.6 電盈媒體不應播放鼓吹奢華生活方式的飲食節目和旅遊節目，以及成人節目。

- 1.7 自製頻道（例如 now 香港台）不應播放進口劇集。
- 1.8 電盈媒體的體育節目以足球及高爾夫球為主。持牌機構應增加體育節目的數量及種類，包括排球、戴維斯盃網球賽、世界運動會及世界武搏運動會。此外，亦有意見認為持牌機構應轉播冬季奧運會，以及播放更多西班牙甲組足球聯賽賽事。
- 1.9 電盈媒體應為少數族裔、弱勢社羣、宗教團體及教育機構免費提供公眾使用頻道。
- 1.10 now 芒果台的重播節目過多。
- 1.11 「now 自選服務」應播放更多消閒及娛樂節目。
- 1.12 電盈媒體應讓公眾有更多機會表達意見，以及提供更多未能在其他收費電視服務收看到的創意節目。

2. 節目質素

- 2.1 電盈媒體的節目質素良好。
- 2.2 新聞頻道和電影頻道的質素令人滿意。
- 2.3 now 財經台及 now 新聞台質素高，並提供有用資訊。不過，亦有意見認為新聞節目製作馬虎，而且不斷重播。

- 2.4 《煮角》製作專業認真。
- 2.5 634 頻道播放許多本地足球賽事，值得一讚。
- 2.6 電盈媒體節目的互動功能令人滿意及易於使用。電盈媒體應繼續研究、發展及為觀眾提供更多互動功能。
- 2.7 節目在 now 101 台播放完後，又在 now 香港台播放。有意見認為，自 now 香港台成為免費頻道後，節目質素每況愈下。
- 2.8 部分新聞報道員的表現未如理想。
- 2.9 體育節目的中文評述員表現不夠專業，而且說話太多。
- 2.10 電盈媒體的體育頻道（例如 now 621 頻道及 now 625 頻道）未能提供出賽足球隊伍的中文譯名，質素未如理想。
- 2.11 有意見認為 now 自選服務平台應列出 ATP 網球賽參賽選手的姓名，方便觀眾根據這些資料選擇是否收看，而在 now 636 頻道播放的 ATP 網球賽事則應足本播放。
- 2.12 深夜播放的足球賽事應在翌日重播，以便早睡的觀眾收看。

2.13 電盈媒體應承擔社會責任，提供有助社會健康發展的優質節目。

3. 節目標準

3.1 節目主持有欠持平。

3.2 房地產節目和廣告失實、誤導和誇大。

3.3 主持和新聞報道員的發音經常出錯。

4. 字幕／手語

4.1 電盈媒體應每天在新聞節目提供至少一次字幕及手語服務，以照顧聽障人士的需要。

4.2 應在播放突發新聞和重要公告（例如行政長官施政報告、財政預算案演詞和立法會會議的答問環節）時，提供手語服務和摘要標題。

4.3 應在所有頻道提供字幕，方便觀眾。

4.4 字幕應避免出現錯字。通訊局應考慮加強規管字幕的準確性。

4.5 now 511 頻道（Animax）的字幕顯示安排應加以改善。

5. 高清電視服務

- 5.1 電盈媒體應提供更多高清頻道／節目。具體而言，有意見認為下列外購頻道應以高清格式播放—
- (a) NHK Premium
 - (b) FOX Crime
 - (c) now 爆谷台（133 頻道）
 - (d) 天映頻道（147 頻道）
 - (e) Channel M（526 頻道）
- 5.2 有意見認為電盈媒體應以高清格式播放自製頻道的節目。另外有意見認為，自製頻道的畫質應至少提升至標清格式。
- 5.3 應為唐樓住戶提供超高清頻道。
- 5.4 高清頻道與超高清頻道的差別不明顯。
- 5.5 電盈媒體提供的高清頻道和超高清頻道質素差劣；超高清頻道的質素甚至較現時免費電視台提供的高清頻道更差。
- 5.6 電盈媒體在沒有通知觀眾的情況下，把 now 香港台由高清格式改為標清格式播放，令人不滿。
- 5.7 電盈媒體應以高清格式播放無綫網絡電視有限公司提供的頻道（即 801 至 811 頻道）。

5.8 部分電盈媒體頻道的質素低於標清標準。

6. 接收質素

6.1 有意見關注到電訊盈科有限公司為大嶼山客戶提供的寬頻網絡服務質素欠佳，影響電盈媒體收費電視服務在該區的接收情況；大嶼山的觀眾須繳付與市區觀眾相同的服務費，但卻獲得不合標準的服務。電盈媒體應在這方面加以改善。

6.2 電盈媒體標清頻道的影音質素較各免費電視台所提供的為差。

6.3 太多節目以 4:3 寬高比率（而非 16:9 闊屏幕）播放。

6.4 電盈媒體的頻道和 now 自選服務的接收質素欠佳，聲畫不同步。

6.5 電盈媒體提供的舊機頂盒質素欠佳，無法讓觀眾調校畫面的寬度和高度比例。

6.6 電盈媒體應採用多聲道技術（例如 5.1 系統），提升服務質素。

6.7 電盈媒體的遙控器反應緩慢，而且不方便使用。

7. 銷售手法

- 7.1 有意見不滿電盈媒體使用具欺騙性的銷售手法，包括：強迫客戶支付他們不想要的服務；訂立過長的合約期；誤導客戶令他們以為如不安裝收費電視服務，便無法接收免費電視服務；以及提供誤導和失實的資料誘使客戶簽約。
- 7.2 有意見對電盈媒體未獲授權的銷售活動表示關注。部分人聲稱電盈媒體的銷售人員以進行技術檢查為名進入客戶住所。
- 7.3 電盈媒體的推銷員態度惡劣。
- 7.4 有些人不滿電盈媒體在行人隧道、港鐵站及住宅大廈的出入口等地方進行街頭推廣活動，對公眾造成滋擾。
- 7.5 通訊局應要求電盈媒體制訂銷售行為的業務守則，以保障消費者權益；同時亦應在電盈媒體的牌照增設附加條件，監管其銷售手法。

8. 客戶服務

- 8.1 電盈媒體的整體客戶服務質素令人滿意。
- 8.2 客戶服務熱線並不方便，客戶需等候近一小時才能接通客戶服務代表。

- 8.3 客戶服務主任並無細心留意客戶的需要。舉例說，某客戶表示有興趣觀看排球比賽，客戶服務主任卻建議客戶選購巴克萊英格蘭超級足球聯賽（英超）頻道，因為電盈媒體沒有提供任何專門播放排球賽事的頻道。
- 8.4 有意見對客戶不能在合約期內更改服務計劃表示不滿。
- 8.5 電盈媒體應為客戶提供簡便的終止服務方法。
- 8.6 有回應者不滿在簽訂新合約以取代用家人名義訂下的舊合約後，遭電盈媒體雙重收費。
- 8.7 雖然客戶已通知電盈媒體終止服務，但電盈媒體仍僱用收數公司，向客戶收取逾期款項。
- 8.8 客戶需要聯絡銷售人員查詢頻道資訊，但有關人員往往會藉機遊說客戶購買其他服務。

9. 收費

- 9.1 電盈媒體的服務收費過高，應調低收費，讓更多人能負擔得來。
- 9.2 有意見指電盈媒體藉提高體育組合的收費，以收回取得英超獨家播映權的成本。
- 9.3 有些人不滿電盈媒體經常在足球球季開始時調高收費。

- 9.4 有些人不滿縱使選購的頻道維持不變，但每次續約時收費卻有所增加。
- 9.5 電盈媒體應向長者提供優惠。
- 9.6 電盈媒體的收費對長期用戶和私人樓宇住戶不公平。
- 9.7 電盈媒體應加強宣傳綜合服務（例如寬頻、流動電話和電視）所提供的折扣優惠。
- 9.8 電盈媒體在二零一零年失去英超的播映權時，並無調低英超頻道的收費，但在二零一三年重奪播映權時，卻就相同的英超頻道收取額外費用。
- 9.9 有意見關注到電盈媒體停止提供頻道自由組合後，客戶被迫支付較高費用訂購原本不會選購的頻道組合。
- 9.10 客戶不能只選購衛視體育台及 FoxSports，因為這些頻道與其他體育頻道捆綁起來。
- 9.11 電盈媒體應容許客戶以逐項賽事的方式訂購播放重要體育賽事的頻道，特別是那些為期短的賽事（例如 Cricket the Ashes 板球賽或欖球世界盃（Rugby World Cup））。

9.12 電盈媒體應免費提供 TVB 新聞台（805 頻道），因為該頻道與一家免費電視台提供的一條數碼頻道相同。

10. 廣告

10.1 電盈媒體播放太多廣告。

10.2 應要求電盈媒體播放更多政府宣傳短片。

10.3 電盈媒體不應在外購頻道播放宣傳其服務的廣告。

10.4 電盈媒體應改善其廣告水準。

11. 其他事項

11.1 電盈媒體在發展品牌和市場推廣方面表現出色。

11.2 由於電盈媒體的收費電視服務為觀眾提供了更多節目選擇，因此電盈媒體的牌照應予續期。

11.3 電盈媒體不應繼續提供收費電視服務。電盈媒體取得某些國際體育賽事的獨家播映權，剝奪了非電盈媒體用戶在免費電視收看這些賽事的權利。電盈媒體應在與其有關的香港電視娛樂有限公司（香港電視娛樂）獲發免費電視牌照後，在香港電視娛樂的免費電視頻道播放國際體育賽事，讓市民有更多選擇。

- 11.4 由於香港電視娛樂與電盈媒體關係密切，電盈媒體的收費電視牌照續期，會影響電視廣播市場的公平競爭。
- 11.5 通訊局與電盈媒體商討牌照續期事宜時，應施加保障消費者權益的條款和條件。
- 11.6 鑑於電盈媒體在香港的媒體市場有支配優勢，其收費電視牌照不應獲得續期，以免引起跨媒體擁有權和涉及競爭的問題。
- 11.7 有意見關注到電盈媒體與其相關的申請免費電視牌照的公司之間的節目供應安排，指如電盈媒體向該公司提供節目材料，會對節目多元化和收費電視觀眾的選擇造成不利影響。
- 11.8 電盈媒體將部分原本在 now 香港台播放的節目轉到需要額外收費的 now 101 台播放。
- 11.9 電盈媒體應加強向英語觀眾宣傳「now 隨身睇」服務。
- 11.10 電盈媒體應將錄影服務擴展至更多收費電視頻道。
- 11.11 電盈媒體應把精選體育頻道提供的節目預先通知用戶。
- 11.12 電盈媒體應讓用戶以流動電話平台收看節目。

- 11.13 電盈媒體應着重培養節目主持人才。
- 11.14 通訊局應留意廣播持牌機構濫用編輯自主的情況。
- 11.15 除港島和九龍外，應在新界區舉辦公聽會。
- 11.16 政府在決策過程中並不積極考慮所接獲的公眾意見，以致浪費資源。

第五章 對公眾意見的跟進

通訊局作為香港廣播及電訊業的法定獨立規管機構，主要職責之一是執行發牌及規管制度的相關條文，以確保牌照廣播機構所提供的服務符合社會大眾的標準和期望。收費電視服務以本港為主要目標市場，並擬供及可供公眾人士以繳付收費的情況下接收。因此通訊局在考慮牌照續期過程中，非常重視公眾對電盈媒體表現的意見。

2. 在諮詢期內，公眾人士就廣泛課題表達意見，當中不少屬於是次牌照續期的範疇，例如對節目種類和質素、內容規管及為節目提供字幕等方面所表達的意見。通訊局經仔細考慮所收集到的公眾意見後，已就電盈媒體的牌照續期申請作出建議以供行政長官會同行政會議考慮。通訊局亦一併向行政長官會同行政會議呈交是次諮詢收集到的公眾意見，以作參考。

3. 通訊局注意到公眾人士對收費電視持牌機構的銷售手法、客戶服務、帳務及合約糾紛的關注。通訊局在處理牌照續期過程中已將有關意見向電盈媒體轉達，並留意到電盈媒體認真考慮了公眾人士的意見後，同意推行多項改善銷售活動及客戶服務的措施。

4. 公眾對持牌機構就個別節目／廣告、收費及頻道組合所作的編輯及商業決定表達了不少意見及建議。雖然這些課題不屬於是次牌照續期的範疇，但通訊局已將有關意見轉交電盈媒體參考。

5. 通訊局一向致力維護和尊重言論自由及廣播機構的編輯自主及創作自由，故此通訊局不會干預電視台個別節目的內容取材、編排及日常運作，編輯責任應由廣播機構承擔。通訊局對廣播內容採取投訴主導的方式，其所頒布的業務守則為適當的內容標準向業界提供指引，並根據法例的要求處理有關投訴。此外，《廣播條例》並沒有條文規管持牌機構的商業模式及服務組合。持牌機構可自行決定其商業模式及服務組合，包括收費水平。通訊局在處理電盈媒體的牌照續期申請時，採取同一立場。儘管如此，通訊局了解到公眾對這些議題的關注，並已把這些意見轉交電盈媒體參考及跟進。

6. 最後，通訊局謹再次向電盈媒體，以及參與是次公眾諮詢的人士及團體表達謝意。

電訊盈科媒體有限公司

本地收費電視節目服務意見調查

~ 調查報告摘要 ~

提交

通訊事務管理局

報告撰寫

精確市場研究中心

目錄

甲.調查背景及目的.....	2
乙.調查範圍及受訪對象	3
丙.訪問時段及回應率	3
丁.調查結果	4
1. 電盈媒體訂戶的收看習慣.....	4
2. 對節目及廣告內容的意見.....	6
3. 對接收質素的意見	9
4. 對鎖碼裝置的意見	10
5. 對客戶服務的意見	11
6. 對電盈媒體收費電視服務的整體滿意度	12

甲. 調查背景及目的

1. 電訊盈科媒體有限公司（電盈媒體）持有的本地收費電視節目服務牌照將於二零一五年九月二十五日後屆滿。二零一三年九月，電盈媒體根據《廣播條例》（香港法例第 562 章）的規定為牌照續期提交申請。通訊事務管理局於二零一四年二月至七月期間，委託精確市場研究中心進行是次意見調查（意見調查），藉以蒐集公眾對電盈媒體本地收費電視節目服務（收費電視服務）的意見。
2. 是次意見調查結果將與 2007 年度廣播服務意見調查（2007 年調查）的結果，尤其是有關收看習慣、令人反感的內容及鎖碼裝置等方面作適當的比較。讀者需留意 2007 年調查的結果所涵蓋的收費電視觀眾，包括住宅、餐廳、酒吧或其他地方收看所有收費電視的觀眾，以及他們對收費電視節目的整體滿意度；而是次調查僅涵蓋電盈媒體訂戶及他們對電盈媒體表現的滿意度。鑑於兩次調查的範圍及對象有所不同，有關 2007 年調查的結果只列作參考用途。
3. 是次調查的主要目的如下：
 - (a) 蒐集觀眾對電盈媒體本地收費電視服務的意見；
 - (b) 評估電盈媒體現行牌照條文是否迎合不斷變更的社會環境，以及業務守則內的條文是否符合本地觀眾的期望和要求；
 - (c) 評估電盈媒體收費電視服務的質素及找出有待改善之處；及
 - (d) 評估觀眾對電盈媒體收費電視服務的接受程度。

乙. 調查範圍及受訪對象

4. 調查樣本是從電盈媒體訂戶名單中以隨機的方法抽選，然後再從中抽選一位 15 歲或以上，曾於訪問前三個月內連續收看電盈媒體的收費電視(即「**now TV**」)節目達 30 分鐘或以上的成員接受訪問。
5. 是次意見調查於二零一四年二月至七月期間，以面談或電話方式¹成功訪問了共 1 510 名 15 歲或以上的人士。從樣本數目所得之調查結果的精確度，均在可接受水平。現舉例說明如下：

表一 調查結果的可靠性

變數	樣本估值	離中系數 ²	95% 置信水平
對 now TV 的整體滿意度	65.2%	1.9%	(62.8%, 67.6%)
於受訪前一個月內曾收看 now TV 的觀眾比例	99.9%	0.1%	(99.7%, 100.0%)

丙. 訪問時段及回應率

6. 訪問於二零一四年二月二十一日至二零一四年七月七日期間進行，整體回應率為 65.9%。

¹ 在調查期間，由於有部分受訪對象未能參與面談，訪問需改用電話方式進行。

² 離中系數的計算方法，是將標準誤差除以有關估值，再以百分比表示。

丁. 調查結果

7. 本調查報告摘要載錄了在二零一四年度的「電訊盈科媒體有限公司本地收費電視節目服務意見調查」的主要調查結果。是次意見調查結果將與 2007 年調查的結果，尤其是有關(i)收看習慣，(ii)令人反感的內容，及(iii)鎖碼裝置等方面作適當的比較³。
8. 由於受訪者回答部分問題時可選擇多於一個答案，故此回應有關問題的受訪者比率總和，可能超過 100%。

1. 電盈媒體訂戶的收看習慣

1.1. 電視節目服務的使用情況⁴

9. 在 15 歲或以上及受訪前三個月曾連續收看 30 分鐘或以上 now TV 的受訪者（now TV 觀眾）之中，
 - (a) 97.8% 可收看亞洲電視有限公司及電視廣播有限公司的免費電視服務（對比 2007 年所有住戶的 99.1%）；
 - (b) 39.6% 及 26.2% 可分別收看香港有線電視有限公司及無綫網絡電視有限公司的收費電視服務（對比 2007 年的 45.0%（所有收費電視服務））；及
 - (c) 7.3% 可收看其他電視服務，例如：衛星電視（對比 2007 年的 18.1%）。
10. now TV 觀眾平均每天收看電視節目 3.1 小時（平日 2.9 小時，週末 3.7 小時）。

1.2. now TV 的使用情況

11. 71.0% 的 now TV 觀眾每天收看 now TV（對比 2007 年所有收費電視觀眾的 49.5%）。16.0% 經常收看（即每星期收看三天至六天）（對比 2007 年的 18.0%）。13.0% 間中收看（即每月最少收看一天，但不多於每星期收看兩天）（對比 2007 年的 30.2%）。

³ 是次調查與 2007 年調查的研究對象有所不同，詳情於第 2 段內闡述。

⁴ 包括所有電視節目及廣告，但不包括所有預錄電視節目、影碟及在流動電話及互聯網上收看的節目。

- (a) 每天收看 now TV 的受訪者(71.0%)平均每天收看 now TV 2.4 小時 (平日 2.1 小時及週末 3.2 小時)。
 - (b) 每星期最少收看一天 now TV 的受訪者 (98.8%) 平均每天收看 now TV 2.0 小時 (平日 1.8 小時及週末 2.8 小時)。
 - (c) 每個月最少收看一天 now TV 的受訪者 (99.9%) (觀眾) 平均每天收看 now TV 2.0 小時 (平日 1.8 小時及週末 2.8 小時)(對比 2007 年的每天 1.7 小時, 平日每天 1.5 小時及週末每天 2.1 小時)。
12. 觀眾通常於以下時段收看 now TV –
- (a) 51.3%在晚上九時至九時五十九分的時段收看；
 - (b) 50.4%在晚上十時至十時五十九分的時段收看；及
 - (c) 43.2%在晚上八時至八時五十九分的時段收看。
13. 觀眾收看 now TV 的主要原因包括「有些節目由 now TV 獨家播放」(49.4%)、「有多種不同類型的節目可供選擇」(42.4%)、「想獲得一些資訊, 例如新聞、財經、天氣及交通消息等」(35.8%)、「有較多現場直播的節目」(35.3%)、「節目內容吸引」(25.6%)、「節目播放的時間適合自己」(17.8%)及「陪同其他人一起收看」(7.8%)。
14. 最常收看的 now TV 頻道依次為 now 英超 621⁵ (41.0%)、now 新聞台 (38.3%) 及衛視電影台 HD (14.6%)。
15. 觀眾最常收看的 now TV 節目類別是體育節目 (65.2%)、新聞／資訊節目 (62.1%) 及電影／劇集 (50.7%)，其次是旅遊／紀實節目 (30.4%) 及娛樂節目 (23.9%)。
16. 77.4%的觀眾表示是多數由自己選擇收看那條 now TV 頻道／自選服務的，其次是「多數由家裡其他成員選擇」(12.1%)。
17. 81.2%的觀眾一星期最少收看一天 now TV 的高清電視節目。39.0%每天收看高清電視節目。只有 5.2%沒有收看任何高清電視節目。
18. 58.8%的觀眾較經常收看 now TV 的外地製作節目，20.8%則較經常收看本地製作節目，而 19.6%沒有特定偏好。

⁵一條體育頻道

19. 31.3%的 now TV 觀眾有透過互聯網或其提供的手機應用程式收看 now TV，當中，
- (a) 91.2%使用 now TV 提供的手機應用程式；及
 - (b) 62.4%表示他們一星期最少有一天透過互聯網或 now TV 提供的手機應用程式收看 now TV，8.7%則表示每天收看。

1.3. 有關陪同 15 歲或以下家庭成員收看 now TV 的意見

20. 在一個月最少收看一天 now TV 的受訪者中，23.3%表示其家中有 15 歲或以下的家庭成員。當中，69.9%表示其家中 15 歲或以下的家庭成員一個月最少收看一天 now TV。
21. 在表示其家中 15 歲或以下的家庭成員一個月最少收看一天 now TV 的受訪者中（所有觀眾的 16.3%），
- (a) 87.8%表示家長或其他 18 歲或以上的家庭成員在受訪前一個月內有陪同兒童收看 now TV。當中 51.0%表示他們每星期有五次或以上陪同兒童收看 now TV；及
 - (b) 通常收看的時段為晚上七時至九時五十九分。

2. 對節目及廣告內容的意見

節目類別

22. 總括而言，78.8%的觀眾表示 now TV 所提供的節目類別數量足夠，9.3%表示不足夠。7.0%認為節目類別太多。4.9%表示沒有意見。
- (a) 觀眾認為以下節目類別數量足夠的比率較高：成人節目（99.3%）、財經資訊節目（97.6%）、兒童節目（97.3%）、問答及遊戲節目（97.2%）、新聞（97.1%）、健康、家居節目（96.8%）、教育性節目（96.6%）、科學、大自然及野生動物節目（96.3%）、藝術及文化節目（96.1%）、清談節目（95.7%）、體育節目（95.2%）、時事節目（94.9%）、飲食節目（94.7%）、旅遊、風土人情、歷史節目（94.7%）及音樂節目（94.1%）。

- (b) 當觀眾被具體問及哪種節目類別數量不足，40.3%的觀眾提出最少一種他們認為數量不足的節目類別。首五個節目類別依次為電影(9.4%)、劇集(9.2%)、音樂節目(5.2%)、旅遊、風土人情、歷史節目(4.8%)及時事節目(4.1%)。
- (c) 當觀眾被具體問及哪種節目類別數量太多時，17.8%的觀眾提出最少一種他們認為數量太多的節目類別。首三個節目類別依次為電影(3.8%)、劇集(2.4%)及飲食節目(2.1%)。
23. 78.0%的觀眾表示滿意節目的種類。13.1%認為一般。5.9%表示不滿。3.0%表示沒有意見。
24. 70.1%的觀眾表示，與受訪前一年相比，他們對於節目種類的滿意程度沒有改變。20.9%稱他們對於節目種類的滿意程度較一年前上升，9.0%則持有相反意見。
- (a) 受訪者(20.9%)認為滿意程度較一年前上升的主要原因包括「節目類別普遍增加了」(24.0%)及「體育節目較以前為多」(23.1%)。
- (b) 受訪者(9.0%)認為滿意程度較一年前下跌的主要原因包括「節目類別普遍減少了」(38.6%)及「電影／劇集較以前為少」(12.6%)。

節目質素

25. 76.0%的觀眾對 now TV 的節目質素表示滿意。16.9%認為一般。5.6%表示不滿，1.5%表示沒有意見。
- (a) 不滿節目質素的觀眾(5.6%)當中，
- (i) 不滿的主因是「節目內容過時」(42.3%)及「節目內容不吸引」(36.2%);
- (ii) 需改善質素的節目類別包括：電影(53.9%)、體育(26.7%)及劇集(25.6%);及
- (iii) 建議 now TV 提供「最新的節目內容」(23.9%)及「增加本地製作」(15.5%)以改善節目質素。

26. 72.3%的觀眾表示，與受訪前一年相比，他們對節目質素的滿意程度沒有改變。17.5%稱他們對於節目質素的滿意程度較一年前上升，10.2%則表示滿意程度較一年前下跌。
- (a) 受訪者（17.5%）認為滿意程度較一年前上升的原因是節目內容質素有所改善，具體理由包括：「節目內容質素普遍提高／內容較吸引」（19.4%）、「能滿足個人需要／喜好」（9.2%）、「最新的節目內容」（5.0%）、「節目主持較以前好」（3.9%）及「時事評論節目中立持平」（2.2%）。
- (b) 受訪者（10.2%）認為滿意程度較一年前下跌的原因是節目內容質素下降，具體理由包括：「節目內容質素下降／內容沉悶」（16.2%）、「節目主持質素不符合期望」（3.1%）及「節目內容過時」（2.9%）。

高清電視節目數量

27. 57.4%的觀眾認為 now TV 提供的高清電視節目數量足夠，26.2%認為不足夠。1.0%認為高清電視節目數量太多。15.5%表示沒有意見。

令人反感的內容

28. 關於觀眾（即在受訪前一個月內有收看 now TV 的受訪者）曾收看到令人反感的 now TV 節目或廣告內容，調查結果如下。
- (a) 94.8%的觀眾（對比 2007 年收費電視觀眾的 77.1%）表示未曾看到令人反感的節目內容。只有 5.2%（對比 2007 年的 22.9%）表示曾看過該類內容。
- (b) 曾收看過令人反感的節目內容的受訪者（5.2%）中，
- (i) 令人反感的節目內容包括「立場偏頗，節目內容不持平」（43.2%）、「偏幫某個社群或組織」（21.1%，對比 2007 年的 16.7%）、「有宣傳商品/服務的成份」（15.6%）、「暴力鏡頭」（13.3%，對比 2007 年的 40.2%）、「核突鏡頭／驚嚇情節」（12.9%，對比 2007 年的「驚嚇情節」，37.7%）、「核突鏡頭」，21.8%）及「不良用語」（11.1%，對比 2007 年的「粗俗用語」，33.1%）；

- (ii) 表示最近一次收看到令人反感的節目內容是在 now 新聞台（頻道 332）（47.8%），其次是 now 財經台（頻道 333）（15.1%）及 FOX Movies Premium HD（頻道 117）（10.6%）。上述比率的高低似乎與有關頻道的收視率成正比；
 - (iii) 就節目類別而言，觀眾表示他們曾在新聞（36.0%）、電影（23.5%）及時事節目（21.3%）內，收看到令人反感的節目內容；及
 - (iv) 38.3% 認為令人反感的節目內容出現的次數可以接受，餘下的 61.7% 認為太頻密。
- (c) 98.1% 的觀眾表示，他們未曾看到令人反感的廣告內容（對比 2007 年的 90.5%）。只有 1.9% 表示曾看過該類內容（對比 2007 年的 9.5%）。
- (i) 令人反感的廣告內容主要包括「偏離事實的內容」（35.7%，對比 2007 年調查的「偏離事實的內容」，42.9%）。
 - (ii) 在曾看過令人反感的廣告內容的受訪者（1.9%）中，28.0% 認為出現令人反感的廣告內容的頻密程度可以接受，而餘下的 72.0% 則認為太頻密。

3. 對接收質素的意見

29. 96.9% 的 now TV 觀眾（即曾於受訪前三個月曾連續收看 now TV 30 分鐘或以上的受訪者）透過解碼器接收 now TV，2.4% 則透過「eye 多媒體服務主機」和其他途徑接收（例如 now 隨身睇、now TV 的手機應用程式）。84.3% 的 now TV 觀眾可收看 now TV 的高清電視頻道。
30. 大部分觀眾（即至少一個月收看一天 now TV 的受訪者）滿意 now TV 的整體接收效果（74.6%），聲音質素（高清電視為 88.4%，標清電視為 82.7%）及畫像質素（高清電視為 87.0%，標清電視為 73.4%）。

約 10% 認為表現一般（接收效果－13.8%；高清聲音質素－6.5%；標清聲音質素－9.3%；高清畫像質素－6.0%；標清畫像質素－13.0%）或不滿意（接收效果－11.3%；高清聲音質素－3.2%；標

清聲音質素－5.1%；高清畫像質素－5.0%；標清畫像質素－10.5%）。

只有少數表示沒有意見（接收效果－0.3%；高清聲音質素－1.9%；標清聲音質素－2.8%；高清畫像質素－2.0%；標清畫像質素－3.1%）。

31. 63.9%的觀眾表示他們曾於收看 now TV 時遇到接收問題。其中，
- (a) 64.4%曾於受訪前三個月內遇到接收問題；及
 - (b) 主要遇到的接收問題是「完全接收不到」（57.0%）和「畫面窒下窒下／定格／爆格」（47.4%）。
32. 5.3%的觀眾指出他們在安裝 now TV 後，遇到了其他電訊服務的接收問題。其中，
- (a) 47.4%於受訪前一個月內遇到該問題，而 21.8%於受訪前一個月至三個月內遇到該問題；及
 - (b) 主要問題是「接收不到其他電視節目的訊號」（47.6%）和「接收其他電視節目的訊號變差」（20.9%）。

4. 對鎖碼裝置的意見

33. 18 歲或以上的觀眾當中，76.6%知悉 now TV 有提供鎖碼裝置（對比 2007 年 15 歲或以上受訪者的 65.0%）。
- (a) 知悉 now TV 有提供鎖碼裝置的受訪者（76.6%）中，71.8%表示他們懂得使用鎖碼裝置，當中 23.7%稱他們曾使用該裝置。
 - (b) 曾使用鎖碼裝置的受訪者中（所有 18 歲或以上觀眾的 12.9%），
 - (i) 96.1%認為該裝置能夠有效地限制小朋友觀看成人節目（對比 2007 年的 69.9%），3.9%則認為裝置效用不大（對比 2007 年的 20.4%）；及
 - (ii) 98.0%認為該裝置容易操控，97.8%表示使用時沒有遇過任何故障。

那些認為該裝置沒有效用的受訪者(3.9%)，他們建議 now TV 可採用更複雜的密碼。

34. 表示不知道 now TV 有提供鎖碼裝置(所有 18 歲或以上觀眾的 23.4%)，或不懂得使用鎖碼裝置(所有 18 歲或以上觀眾的 21.6%) 的受訪者提出以下的改善方法：「now TV 應播放宣傳短片推廣這項功能」(45.7%)，「由銷售人員講解」(15.1%) 及「於說明書內加插資料」(13.4%)。

5. 對客戶服務的意見

35. 34.0%的 now TV 觀眾於受訪前三個月內曾使用 now TV 的客戶服務。
- (a) 曾使用客戶服務的受訪者中(34.0%)，83.1%表示他們曾使用 24 小時客戶服務熱線進行投訴或其他事項，其中：
- (i) 69.0%對該服務表示滿意，14.3%認為一般，16.4%表示不滿。
- (ii) 表示不滿的受訪者中(16.4%)，「減少等待時間」(51.8%) 是 now TV 需要作出改善之處。
- (b) 曾使用客戶服務的受訪者中(34.0%)，大多數使用的客戶服務為「要求職員上門維修」(61.2%)，其次是「查詢或要求提供資料」(41.5%)，「續約」(29.0%) 及「購買新頻道或推銷新服務」(22.3%)。
- (i) 曾使用「要求職員上門維修」服務的受訪者中(所有 now TV 觀眾的 20.8%)，83.0%認為滿意，9.1%認為一般，7.6%表示不滿，0.3%表示沒有意見。
- (ii) 曾使用「查詢或要求提供資料」服務的受訪者中(所有 now TV 觀眾的 14.1%)，78.9%認為滿意，9.9%認為一般。10.3%表示不滿，1.0%表示沒有意見。
- (iii) 曾使用「續約」服務的受訪者中(所有 now TV 觀眾的 9.9%)，57.6%認為滿意，18.1%認為一般。23.6%表示不滿，0.6%表示沒有意見。

(iv) 曾使用「購買新頻道或推銷新服務」的受訪者中（所有 now TV 觀眾的 7.6%），60.6%認為滿意，16.0%認為一般。20.0%表示不滿，3.3%表示沒有意見。

一般而言，觀眾對 now TV 的客戶服務感到滿意。不過，受訪者對「續約」（57.6%滿意，23.6%不滿意）和「訂購新頻道或推廣新服務」（60.6%滿意，20.0%不滿意）兩方面，意見上有所分歧。

6. 對電盈媒體收費電視服務的整體滿意度

36. 65.2%的 now TV 觀眾對電盈媒體的收費電視服務感到滿意，16.4%認為一般，17.5%表示不滿，0.9%表示沒有意見。
37. 不滿電盈媒體表現的受訪者中（17.5%），主要原因是「收看費用昂貴」（69.4%）、「客戶服務欠佳或技術支援不足」（13.2%）及「節目質素低或節目類別不足」（12.7%）。

他們建議，電盈媒體應該 –

- (a) 降低收看費用（57.0%）；
- (b) 提供更高質素或更多類別的節目（16.0%）；及
- (c) 提升客戶服務的質素，例如加快處理程序或客戶服務熱線的回應時間（12.7%）。