

西九龍文娛藝術區
核心文化藝術設施諮詢委員會

表演藝術與旅遊小組

康樂及文化事務署演藝節目意見調查

目的

本文件旨在提供有關 2004 年康樂及文化事務署（康文署）演藝節目意見調查結果的資料。

背景

2. 小組於 2006 年 4 月 24 日舉行首次會議時，成員曾詢問康文署有沒有關於本港演藝節目觀眾概況的調查資料。康文署定期每兩至三年就其舉辦的演藝節目進行意見調查；最近一次調查於 2004 年進行，其中蒐集了該署演藝節目的觀眾和非觀眾人士的概況資料。

調查結果

3. 上述意見調查由康文署委託市場策略研究中心於 2004 年進行。調查結果摘要連同與 2001 年同類意見調查結果的比較，現載於附件供成員參考。

民政事務局
二零零六年五月

康樂及文化事務署演藝節目意見調查(2004)

背景和調查目的

本署委託市場策略研究中心（研究中心）進行意見調查，訪問曾經觀看和沒有觀看 2004 年 11 月至 2005 年 1 月康文署演藝節目的觀眾和非觀眾人士，目的是了解：

- a) 受訪者的個人資料和社會經濟背景；
- b) 受訪者觀看或沒有觀看康文署演藝節目的原因；
- c) 受訪觀眾對所觀看節目的評價和受訪非觀眾人士喜愛的節目類型；以及
- d) 受訪者對節目宣傳渠道的意見。

調查方法和統計

2. 調查對象為 15 歲或以上人士。研究中心在文化節目組和藝術節辦事處籌辦的 46 個康文署節目中抽取觀眾填寫問卷，結果收回問卷 4 054 份；此外又以電話訪問了 2 009 名非觀眾人士。觀眾和非觀眾人士的回應率分別為 83.9% 和 71.2%。

主要調查結果

觀眾意見調查

(a) 個人資料和社會經濟背景特徵

3. 觀眾概況如下：

- a) 61.9% 為女性，38.1% 為男性。
- b) 78.6% 為年齡介乎 20 歲與 59 歲的成年人。
- c) 54.7% 具大專或以上教育程度。

- d) 61.8%為受僱人士，其中專業人員佔 28.5%。
- e) 在 37.1%非受僱人士中，學生佔 14.2%。
- f) 57.7%每月收入 1 萬元或以上，13.9%月入超過 5 萬元。
- g) 64.4%在市區上學或工作。
- h) 45.5%居於新界。

(b) 對演藝節目類型的喜好

4. 在填報最喜歡演藝節目類型的受訪觀眾中，較多人提及粵劇(16.3%)和西樂(15.7%)，其次是話劇(10.2%)、中樂(8.3%)和爵士樂／輕音樂／流行音樂(7.8%)。

5. 現按觀眾受訪時所觀看的節目類型，分組開列觀眾對不同藝術形式的喜好如下：

觀眾受訪時所觀看的節目 (樣本數)	節目喜好(%)
音樂 (1 012 人)	西樂(33.9%) 爵士樂／輕音樂／流行音樂(16.3%) 中樂(10%)
舞蹈 (516 人)	芭蕾舞(20.3%) 西樂(12.8%) 中國舞／民族舞(10.9%)
戲劇 (510 人)	話劇(47.6%) 音樂劇(17.2%) 歌劇(6.2%)
中國戲曲 (510 人)	粵劇(75.5%) 中樂(8.4%) 其他中國戲曲(3.8%)
跨媒體藝術 (508 人)	話劇(15%) 雜技魔術(14.7%) 合家歡節目(13.1%)
觀眾拓展 (495 人)	粵劇(38%) 中樂(9.9%) 爵士樂／輕音樂／流行音樂(6.9%)
康文署藝術節節目 (503 人)	西樂(15.1%)

觀眾受訪時所觀看的節目 (樣本數)	節目喜好(%)
	中樂(14%) 話劇(13.3%)

6. 在音樂、舞蹈、跨媒體藝術或藝術節節目的觀眾中，較多人(43.7%)喜歡訪港表演者的演出。至於戲劇、中國戲曲和觀眾拓展節目的觀眾，則大多數喜歡本地表演者的演出。頗大比例(65.7%)的觀眾喜歡在接近周末或公眾假期觀看節目，尤其是星期六晚上；27.7%表示沒有特別喜好。

(c) 觀看康文署演藝節目的經驗

7. 受訪者中，85.6%表示曾在過去12個月內觀看康文署節目，38.9%觀看過同一類型節目三次或以上，逾20%過去三年曾觀看國際綜藝合家歡(23%)、新視野藝術節(22.3%)和中國傳奇藝術節(20.4%)的節目。

8. 47.1%受訪觀眾在節目演出前超過兩星期至一個月預先購票，21.9%在一天至兩星期前購票，但16.9%表示沒有固定購票模式。

(d) 觀看康文署演藝節目的原因

9. 受訪者觀看康文署節目的主要原因依次為：「題材吸引」(43.2%)、「製作／演出者吸引」(38.3%)、「表演形式吸引」(29.8%)、「希望加深對藝術的認識」(14.2%)、「陪親友」(11.8%)和「親友推介」(11.2%)。

(e) 對康文署演藝節目的意見

10. 83.8%觀眾對康文署演藝節目的整體評價為「良好」。就個別方面而言，88.4%認為節目的演出水平良好，其次是選材／選曲(75.6%)和音響效果(73.1%)。小部分人在這三方面給予「差劣」評級(分別為0.4%、1.2%和2.7%)。此外，獲超過六成觀眾給予好評的還有：燈光效果(72.2%)、創意／新鮮感(66.2%)、特別舞台效果(64.4%)、劇本質素(63.8%)和加強對藝術的認識和熱愛(60.3%)。最少觀眾感到滿意的是場刊內容(50.6%)。

11. 按這次調查選定的七個節目類型分析，康文署藝術節節目獲九成受訪者給予好評，其次為音樂(85.8%)、舞蹈(84.3%)、跨媒體藝術(83.8%)、中國戲曲(83%)、戲劇(71.9%)和觀眾拓展(70.9%)。0.1%觀眾對康文署藝術節節目、音樂和舞蹈給予劣評，其餘被評為「差劣」的節目類型依次為中國戲曲(0.4%)、戲劇(1.1%)、跨媒體藝術(1.2%)和觀眾拓展(1.4%)。

12. 就康文署籌辦各類型演藝節目的數量而言，53.6%觀眾認為足夠，46.4%則持相反意見，其中 25.7%認為應有更多訪港表演團體節目。

(f) 對宣傳渠道的意見

13. 最受歡迎的資訊渠道按類別依次開列如下：

- a) 報章——蘋果日報、明報、東方日報、南華早報、星島日報、經濟日報、信報。
- b) 雜誌——壹周刊、Cosmopolitan、明報月刊、忽然一周、明報周刊、讀者文摘、東周刊。
- c) 電視台——無線翡翠台、無線明珠台、有線新聞台、亞視本港台、亞視國際台。
- d) 電台——香港電台第一台、香港電台第二台、商業電台雷霆 881、香港電台第五台、商業電台叱咤 903、香港電台第四台。
- e) 網站——yahoo.com.hk、蘋果日報網頁、msn.com.hk、明報網頁、康文署網頁、香港特別行政區政府網頁、sina.com.hk。

14. 最多觀眾選擇獲取康文署演藝節目資料的途徑依次如下：

- a) 地鐵廣告(40.3%)
- b) 報章廣告(34.4%)
- c) 電視廣告(32.3%)
- d) 會堂放置的宣傳海報／單張(28.5%)
- e) 電台廣告(16.9%)
- f) 郵寄的宣傳資料(15.4%)
- g) 報刊/雜誌文章(13.5%)
- h) 康文署網頁(12.8%)
- i) 電郵資訊(12.7%)
- j) 巴士站燈箱廣告(9.6%)

非觀眾人士意見調查

(a) 個人資料和社會經濟背景特徵

15. 非觀眾人士與觀眾的特徵扼要比較如下：

- a) 男性（47.5%，觀眾為 38.1%）
- b) 60 歲或以上人士（17.8%，觀眾為 11.9%）
- c) 具初中或以下教育程度人士（37%，觀眾為 16.5%）
- d) 工人／技工／家庭傭工（15.8%，觀眾為 2.6%）、退休人士（15.6%，觀眾為 11.9%）、料理家務者（15.5%，觀眾為 10.8%）
- e) 個人月入少於 1 萬元人士（38.8%，觀眾為 13.3%）
- f) 無固定工作地點人士（7%，觀眾為 4%）

(b) 對觀看演藝節目的興趣

16. 69.5%非觀眾人士表示有興趣觀看演藝節目，其中 3.3%非常有興趣、23.6%頗有興趣、42.5%略有興趣；其餘 30.5%完全沒有興趣。18.8%非觀眾人士曾觀看不是由康文署主辦的演藝節目。

(c) 對演藝節目類型的喜好

17. 在表示有興趣觀看演藝節目的非觀眾人士中，21.5%喜歡爵士樂／輕音樂／流行音樂，18.8%喜歡話劇，其次是粵劇(11.8%)、中樂(10%)、西樂(8.7%)、歌劇(6.4%)、粵劇以外的中國戲曲(3.7%)、中國舞／民族舞(3.1%)和聲樂／合唱音樂(2.9%)。

18. 在喜歡音樂、戲劇和中國戲曲的非觀眾人士中，較多人喜歡本地表演者的演出，而喜歡舞蹈節目的受訪者，則多數較喜歡訪港表演者的演出。

(d) 對康文署演藝節目的意見

19. 非觀眾人士沒有觀看康文署節目的兩個主要原因是「對演藝節目沒有興趣」(38.6%)和「太忙／沒有時間」(37.8%)。分組分析顯示，15 至 24 歲的學生和曾觀看其他機構所主辦節目的人士，日後甚有可能為康文署節目所吸引。這批受訪者表示假如康文署多些宣傳節目內容、

舉辦高水準製作、邀請知名藝術家表演和舉辦形式新穎的節目，他們便會前往觀看。

(e) 對宣傳渠道的意見

20. 最受非觀眾人士與觀眾歡迎的資訊渠道不盡相同，差別如下：

- a) 報章——非觀眾人士最經常閱讀的報章是東方日報而非蘋果日報。12.2%非觀眾人士（相對於 4.9%的觀眾）甚少或沒有閱讀報章。
- b) 雜誌——壹周刊是最多非觀眾人士和觀眾閱讀的雜誌。非觀眾人士中有 64.7%甚少或沒有閱讀雜誌，大大多於觀眾的 0.3%。
- c) 電視台——無線翡翠台仍是最受非觀眾人士和觀眾歡迎的電視台。
- d) 電台——最受非觀眾人士歡迎的電台是商業電台雷霆 881 而非香港電台第一台。
- e) 網站——瀏覽 yahoo.com.hk 的非觀眾人士比例(37%)遠較觀眾(57.8%)為低，但該網頁仍是最受非觀眾人士歡迎的網頁。非觀眾人士中有 55.5%甚少或沒有瀏覽網頁，大大多於觀眾的 25.7%。

21. 非觀眾人士和觀眾對宣傳渠道的喜好比較摘要如下：

宣傳渠道	觀眾喜好	非觀眾人士喜好
地鐵廣告	40.3%	8.7%
報章廣告	34.4%	26.2%
電視廣告	32.3%	42.1%
會堂放置的宣傳海報／單張	28.5%	10.3%
電台廣告	16.9%	8.9%
郵寄的宣傳資料	15.4%	10.7%
雜誌廣告（Gocart 除外）	13.5%	4.7%
康文署網頁	12.8%	16%

22. 調查結果詳見附錄 I 所載的報告摘要。

2001 年與 2004 年康文署演藝節目意見調查結果比較

23. 研究中心曾於 2001 年採用類似的設計和方法進行相同的意見調查。與 2001 年的調查結果比較，2004 年受訪者的主要特點如下：

觀眾概況

- a) 較多女性觀眾(61.9%，2001 年為 57.5%)和退休人士(11.9%，2001 年為 5.5%)；
- b) 較多 40 歲或以上的觀眾(52.6%，2001 年為 41.1%)；
- c) 較少學生(14.2%，2001 年為 18%)和青少年(9.2%，2001 年為 11.2%)；
- d) 教育程度較低(54.7%具大專或以上教育程度，2001 年為 59.2%)，而專業人員和經理及行政級人員也較少(43.8%，2001 年為 48.6%)；以及
- e) 收入較少(13.3%月入 1 萬元或以下，2001 年為 9.9%)。

觀眾觀看康文署節目的意見和經驗

- a) 對康文署節目感到滿意並對整體節目給予「良好」評級的受訪者數目明顯上升(83.8%，2001 年為 75.2%)；
- b) 更多人對節目的各方面感到滿意，其中包括演出水平(88.5%，2001 年為 83.1%)、選材／選曲(75.6%，2001 年為 70.9%)、創意／新鮮感(66.2%，2001 年為 57.7%)和場刊內容(50.6%，2001 年為 40.1%)；
- c) 認為康文署節目數量足夠的受訪者數目明顯上升(53.6%，2001 年為 36.6%)；以及
- d) 就相同的藝術形式而言，更多人選擇粵劇(16.3%，2001 年為 7.8%)而非西樂(15.7%，2001 年為 20.5%)為最喜歡的節目類型。

觀眾對宣傳渠道的意見

- a) 在 2004 年的意見調查中，最多人選擇獲取節目資料的途徑是地鐵廣告而非報章廣告；
- b) 更多人透過康文署網頁和電郵資訊獲取節目資料；

- c) 最多人閱讀的報章是蘋果日報而非明報；以及
- d) 壹週刊仍是最多人閱讀的雜誌，第二位是 Cosmopolitan 而非明報周刊。

非觀眾人士概況和意見

- a) 非觀眾人士的概況大致相同，但具大專或以上教育程度人士所佔百分比有所增加；
- b) 非觀眾人士仍然較喜愛觀看本地表演者的演出；以及
- c) 非觀眾人士曾觀看其他機構所主辦節目的百分比(18.8%)與2001年時相差不大(19.9%)。

附錄 II 載有 2001 年與 2004 年調查結果比較圖表以供參考。

演藝科
康樂及文化事務署
2005 年 9 月 8 日

MDR

附錄 I

Quality, Dedication & Expertise

委託客戶

康樂及文化事務署
(康文署)

康樂及文化事務署演藝活動
意見調查
(2004)

- 調查報告 -

報告摘要

目的

1. 是項調查旨在 –
 - (a) 了解觀看康樂及文化事務署（簡稱康文署）主辦演藝節目的人士的背景資料，他們觀看康文署演藝節目的原因，他們對所觀看節目的評價，他們對獲取此類節目資料途徑的意見，以及
 - (b) 了解在訪問前 12 個月內沒有觀看康文署主辦演藝節目的人士的背景資料，他們沒有觀看這些演藝節目的原因，以及能吸引他們觀看的演藝活動類型。

目標受訪者

2. 是項調查的目標受訪者為康文署演藝節目的觀眾及非觀眾人士 –
 - (a) 觀眾定義為在 2004 年 11 月至 2005 年 1 月期間，曾觀看康文署文化節目組及藝術節辦事處主辦的 46 個指定收費演藝節目*的 15 歲或以上人士。
 - (b) 非觀眾人士定義為在訪問前 12 個月內沒有觀看康文署文化節目組及藝術節辦事處主辦的收費演藝節目的 15 歲或以上人士。

調查設計

3. 是項調查採用兩個不同的設計，分別於相關組別的目標受訪者中收集所需資料 –
 - (a) 觀眾的資料是透過自填式問卷收集。在調查所涵蓋的 46 個康文署演藝節目的表演場地內，我們隨機抽取觀眾，然後邀請他們填妥問卷並在觀看節目後遞交。在 2004 年 11 月 1 日至 2005 年 1 月 28 日期間共收回 4 054 份填妥的問卷。回應率為 83.9%。

* 46 個節目涵蓋不同的表演形式及節目類型，包括音樂、舞蹈、戲劇、中國戲曲、跨媒體藝術、觀眾拓展及藝術節節目。（詳情見附件）

- (b) 非觀眾人士的資料則透過電話訪問收集。在 2005 年 1 月 12 日至 28 日期間，成功訪問了 2 009 位隨機抽取的非觀眾人士。回應率為 71.2%。

主要調查結果

4. 主要調查結果撮要於以下段落。

觀眾意見調查

A. 觀眾的背景資料

個人資料及社會經濟特徵

5. 據估計約 29 900 位 15 歲或以上人士曾觀看是項調查所涵蓋的 46 個康文署演藝節目。該些觀眾的背景資料及社會經濟特徵摘要如下 –

- (a) 61.9% 為女性及 38.1% 為男性。
- (b) 78.6% 為年齡介乎 20 至 59 歲的成年人，其中 45.8% 介乎 30 至 49 歲。而年齡介乎 15 至 19 歲的青少年及 60 歲或以上的長者各佔約一成 (9.2% 及 11.9%)。
- (c) 82.9% 具高中或以上教育程度，其中 54.7% 具大專或以上程度。
- (d) 從事經濟活動人士的比例 (61.8%) 較沒有從事經濟活動人士的 (37.1%) 為大。此外，專業人員 (28.6%)、經理及行政級人員 (15.2%)、學生 (14.2%)、退休人士 (11.9%)、料理家務者 (10.8%) 及文員 (10.0%) 較從事其他職業人士所佔的比例為大。
- (e) 57.7% 每月個人收入 \$10,000 或以上，其中 13.9% 每月收入 \$50,000 或以上。然而，27.8% 無個人收入及 13.3% 每月個人收入 \$10,000 或以下。
- (f) 大多數 (95.5%) 觀眾為香港居民，其中 45.5% 居於新界區、25.5% 九龍區，以及 24.2% 港島區。較大比例觀眾居住的地區是沙田 (10.6%)、東區 (10.0%)、中西區 (7.0%)、屯門 (6.4%)、九龍城 (6.2%)、元朗 (6.1%) 及觀塘 (5.9%)。
- (g) 只有 4.5% 的觀眾為遊客，其中 2.7% 來自外國，1.1% 澳門及 0.8% 內地。

- (h) 就該些為學生或受僱人士的觀眾而言，他們的上學/工作地點主要在中西區 (17.2%)、油尖旺 (11.6%)、灣仔 (11.0%)、沙田 (8.2%)、九龍城 (6.0%) 及東區 (5.8%)。然而，4.0% 沒有固定工作地點。

經常閱讀的報章及雜誌

6. 蘋果日報 (39.2%)、明報 (33.0%) 及東方日報 (32.5%) 是相對較大比例觀眾經常閱讀的三份報章，其次是南華早報 (17.5%)、星島日報 (13.1%)、經濟日報 (12.7%) 及信報 (10.0%)。需注意 4.9% 的觀眾甚少或沒有閱讀報章。

7. 就雜誌而言，壹周刊 (27.0%) 及 Cosmopolitan (26.6%) 是相對較大比例觀眾經常閱讀的兩份雜誌，其次是明報月刊 (17.3%)、忽然一周 (16.3%)、明報周刊 (14.3%)、讀者文摘 (11.9%) 及東周刊 (9.9%)。只有 0.3% 甚少或沒有閱讀雜誌。

最經常收看的電視台

8. 在各個電視台中，無線翡翠台是最多人收看的電視台，其中 59.4% 觀眾最經常收看，其次是明珠台 (10.1%)、有線新聞台 (8.1%)、本港台 (7.0%) 及國際台 (2.4%)。

9. 觀眾最經常在晚上 (83.8%) 看電視節目，而較小比例最經常在深夜 (6.0%)、下午 (2.6%) 或上午 (2.4%) 看電視節目。需注意 5.2% 觀眾甚少或沒有收看電視節目。

最經常收聽的電台

10. 就電台而言，較普遍收聽的電台是香港電台第一台 (13.6%)、香港電台第二台 (12.1%)、商業電台雷霆 881 (11.1%)、香港電台第五台 (10.9%)、商業電台叱吒 903 (9.7%) 及香港電台第四台 (7.4%)。

11. 就觀眾最經常收聽電台的時段而言，提及上午的比例 (32.0%) 相對較晚上 (23.9%)、下午 (13.4%) 及深夜的 (5.7%) 為大。需注意四分之一 (24.9%) 觀眾甚少或沒有收聽電台節目。

經常瀏覽的網站

12. Yahoo.com.hk 是大多數觀眾經常瀏覽的網站 (57.8%)，其次是蘋果日報網頁 (11.0%)、msn.com.hk (8.7%)、明報網頁 (8.2%)、康文署網頁 (8.1%)、香港特別行政區政府網頁 (7.5%) 及 sina.com.hk (6.5%)。然而，四分之一 (25.7%) 觀眾甚少或沒有瀏覽網站。

經常乘搭的公共交通工具種類

13. 地鐵 (65.3%) 及巴士 (65.1%) 是觀眾最普遍乘搭的兩種公共交通工具，其次是小巴 (25.4%)、的士 (17.5%)、東鐵 (13.6%)、渡輪 (8.6%)、西鐵 (6.9%)、輕鐵 (6.1%)

及電車 (5.6%)。只有 2.4% 觀眾表示他們甚少乘搭公共交通工具。

B. 對演藝節目類型的喜好

對演藝節目類型的喜好

14. 就他們最喜歡的演藝節目類型而言，相對較大比例觀眾提及「粵劇」(16.3%) 及「西樂」(15.7%)，其次是「話劇」(10.2%)、「中樂」(8.3%)、「爵士樂/輕音樂/流行音樂」(7.8%)、「音樂劇」(7.1%)、「芭蕾舞」(6.8%)、「歌劇」(5.7%)、「雜技魔術」(3.5%)、「中國舞/民族舞」(3.3%)、「聲樂/合唱音樂」(2.9%)、「合家歡節目」(2.9%)、「現代舞/爵士舞」(2.4%) 及「跨媒體藝術節目」(2.4%)。少於 2% 最喜歡其他類型的節目。

15. 在該些觀看音樂節目、舞蹈節目、跨媒體藝術節目或藝術節節目的人士中，較大比例屬意他們最喜歡的節目由訪港的表演者演出。就該些觀看戲劇節目、中國戲曲或觀眾拓展節目的人士而言，較大比例屬意他們最喜歡的節目由本地的表演者演出。

對觀看演藝節目之日子及時間的喜好

16. 頗大比例 (65.7%) 觀眾喜歡在接近周末或公眾假期觀看演藝節目，尤其是星期六晚上 (29.5%) 及星期五晚上 (18.9%)。只有 6.6% 提及星期一至四晚上。然而，27.7% 在這個方面沒有特別喜好。

C. 觀看康文署演藝節目的經驗

17. 調查結果顯示大部分 (85.6%) 觀眾並非第一次觀看康文署演藝節目，而 14.4% 是第一次。

18. 不包括調查時所觀看的節目，80.6% 在過去 12 個月內曾觀看康文署演藝節目，其中 24.9% 曾觀看一至二次，29.0% 三至六次及 26.6% 七次或以上。

19. 就調查時所觀看的同類節目而言，70.2% 在過去 12 個月內曾觀看同類的康文署演藝節目，其中 31.3% 曾觀看一至二次，22.1% 三至六次及 16.8% 七次或以上。

20. 五分之一或以上曾觀看以下三個康文署主辦的藝術節節目 — 國際綜藝合家歡 (23.0%)、新視野藝術節 (22.3%) 及中國傳奇藝術節 (20.4%)。[✦]

通常購買康文署演藝節目門票的時間

21. 47.1% 觀眾通常在節目演出前超過兩星期至一個月購買康文署演藝節目門票而 21.9% 則在一天至兩星期前。6.6% 甚至在門票開售當天就購票。只有 1.7% 在節

[✦] 國際綜藝合家歡是每年七月至八月期間舉行的合家歡藝術節，而新視野是在 2002 年及 2004 年 10 月至 11 月舉行的專題藝術節。中國傳奇是在 2001 年及 2003 年 10 月至 11 月舉行的專題藝術節。

目演出當天才購票。然而，16.9% 表示沒有固定購票模式。其餘則表示通常由其他人代購門票 (5.9%) 或甚少觀看康文署演藝節目 (0.6%)。

對獲取康文署演藝節目資料之途徑的喜好

22. 當觀眾被問及他們認為哪種途徑較為方便獲取康文署演藝節目的資料時，40.3% 提及「地鐵廣告」、34.4%「報章廣告」、32.3%「電視廣告」、28.5%「會堂放置的宣傳海報/單張」、16.9%「電台廣告」、15.4%「郵寄的宣傳資料」、13.5%「報刊報導/推介(Gocart除外)」、12.8%「康文署網頁」、12.7%「巴士車廂電視廣告」及「電郵資訊」、10.9%「宣傳展板」及 9.6%「巴士站燈箱廣告」。

D. 觀看康文署演藝節目的原因及對節目的意見

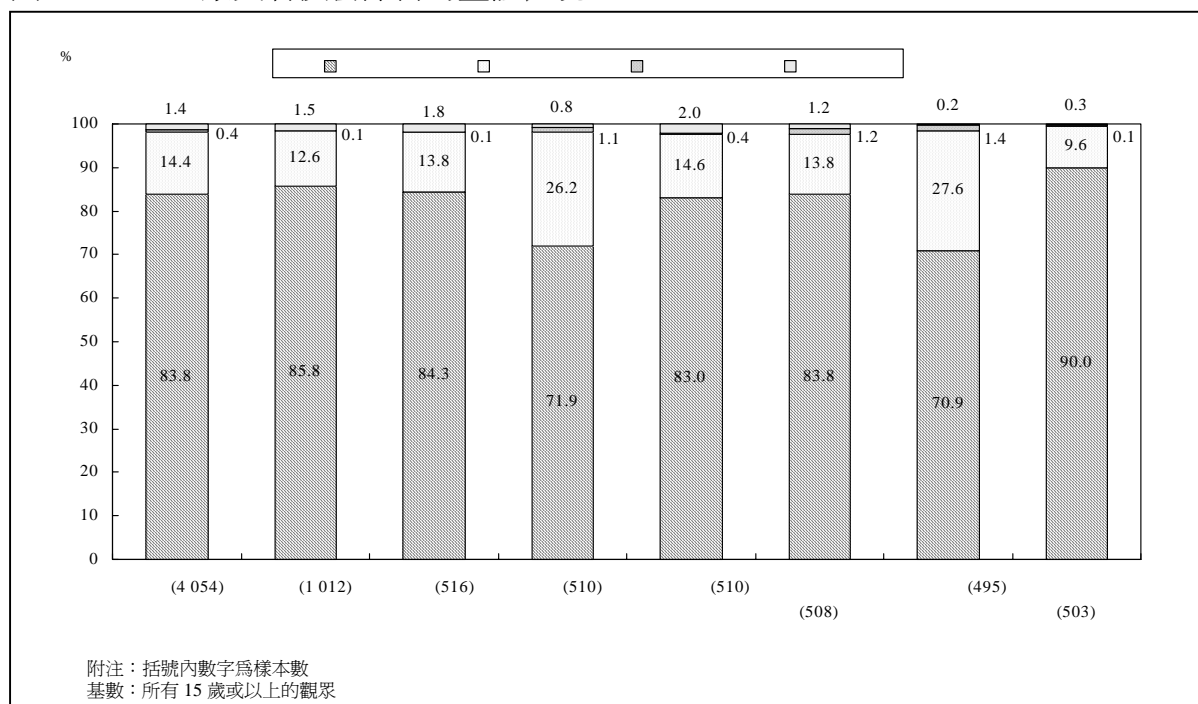
觀看康文署演藝節目的原因

23. 觀眾被問及觀看是次節目的原因時，最普遍的原因是「題材吸引」(43.2%)、「製作/演出者吸引」(38.3%) 及「表演形式吸引」(29.8%)。其他原因是「希望加深對藝術的認識」(14.2%)、「陪親友」(11.8%)、「親友推介」(11.2%)、「票價/折扣優惠」(9.1%)、「好奇心驅使」(9.0%)、「宣傳吸引」(6.3%) 及「學校/團體安排/推介」(5.0%)。

對康文署演藝節目的意見

24. 就觀眾在調查時所觀看的節目而言，大部分 (83.8%) 對整體演出給予好評，14.4% 認為一般及 0.4% 給予劣評。按七個節目類型進行分析的結果載於以下圖表。

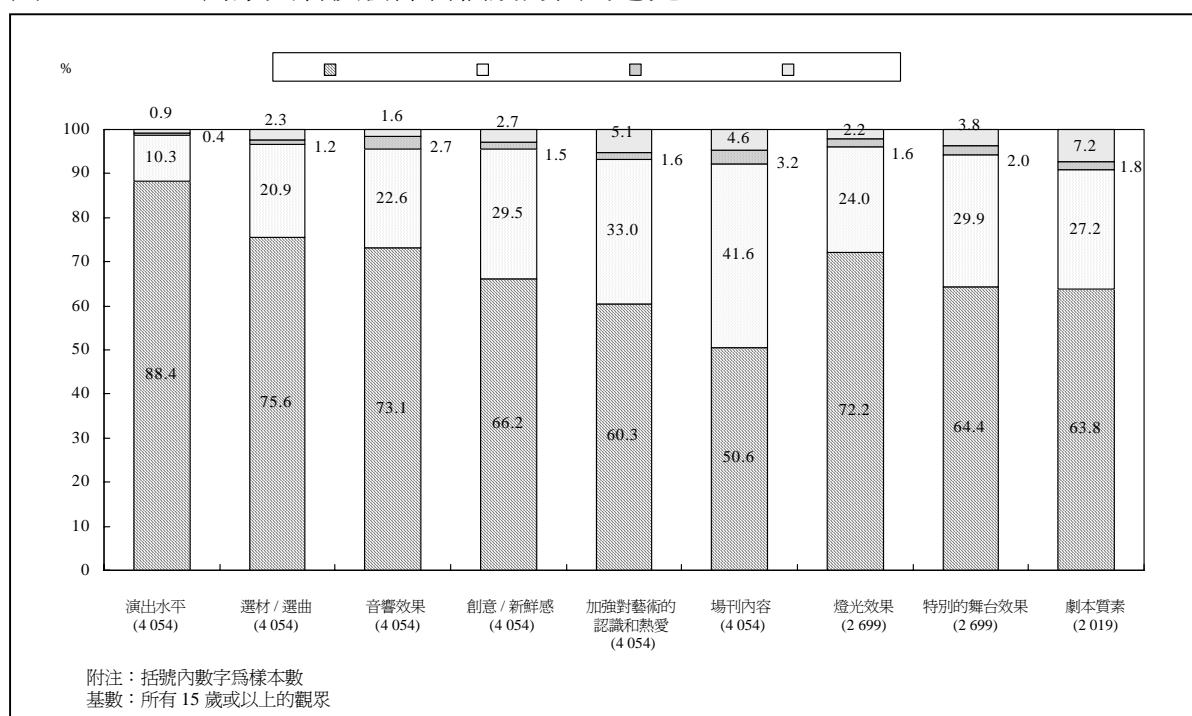
圖 A 康文署演藝節目的整體表現



25. 觀眾亦被要求對他們所觀看節目的個別方面表達意見，結果摘要如下 –

- (a) 大多數 (88.4%) 對「演出水平」方面給予好評，以及大部分在「選材/選曲」(75.6%) 及「音響效果」(73.1%) 方面持相同意見。極小部分對這三個方面給予劣評 (分別為 0.4%、1.2% 及 2.7%)。
- (b) 超過 60% 對「創意/新鮮感」(66.2%) 及「加強對藝術的認識和熱愛」(60.3%) 方面給予好評。極小部分對這兩方面給予劣評 (分別為 1.5% 及 1.6%)。
- (c) 就「場刊內容」而言，一半 (50.6%) 給予好評，而 3.2% 則給予劣評。
- (d) 在該些並非觀看音樂節目的觀眾中，大部分 (72.2%) 亦對「燈光效果」給予好評。只有 1.6% 持相反意見。就「特別舞台效果」而言，64.4% 給予好評及小部分給予劣評 (2.0%)。
- (e) 在該些觀看有劇本之節目，例如戲劇節目、中國戲曲及跨媒體藝術節目的觀眾中，63.8% 滿意「劇本質素」，只有 1.8% 給予劣評。

圖 B 對康文署演藝節目個別方面的意見



26. 就康文署主辦各種類型演藝節目的數量而言，53.6% 觀眾認為足夠，而 46.4% 則持相反意見。主要提及的不足之處包括「外國表演團體節目的數量不足夠」(25.7%)、「本地表演團體節目的數量不足夠」(17.0%)、「內地表演團體節目的數量不足夠」(13.5%) 及「藝術導賞式的演出不足夠」(12.1%)。

非觀眾人士意見調查

A. 非觀眾人士的背景資料

個人資料及社會經濟背景特徵

27. 據估計，約 5 045 300 位 15 歲或以上人士於訪問前 12 個月內沒有觀看任何康文署演藝節目。該些非觀眾人士的個人資料及社會經濟特徵載列如下 –

- (a) 52.5% 為女性及 47.5% 為男性。
- (b) 7.6% 年齡介乎 15 至 19 歲、16.1% 介乎 20 至 29 歲、43.8% 介乎 30 至 49 歲、14.7% 介乎 50 至 59 歲及 17.8% 為 60 歲或以上。
- (c) 20.0% 的教育程度為小學或以下、17.0% 具初中程度及 62.5% 具高中或以上程度，其中 24.1% 具大專或以上程度。
- (d) 從事經濟活動人士的比例 (59.5%) 較非從事經常活動人士的 (40.5%) 為大。此外，工人/技工/家庭傭工 (15.8%)、退休人士 (15.6%)、料理家務者 (15.5%)、文員 (11.0%)、經理及行政級人員 (10.8%) 及學生 (9.4%) 的比例較從事其他職業人士的為大。
- (e) 38.8% 每月個人收入少於 \$10,000、21.4% \$10,000 至 \$19,999、10.9% \$20,000 至 \$49,999 及 3.1% \$50,000 或以上。而 23.0% 則沒有個人收入。
- (f) 49.9% 居於新界區，29.6% 九龍區及 20.4% 港島區。較大比例的非觀眾人士居於沙田 (9.4%)、東區 (9.3%)、觀塘 (8.7%)、葵青 (7.3%)、屯門 (7.2%)、元朗 (6.6%)、黃大仙 (6.3%)、西貢 (5.3%) 及九龍城 (5.2%)。
- (g) 就該些為學生或受僱人士的非觀眾人士而言，他們的上學/工作地點主要在油尖旺 (12.1%)、中西區 (10.5%)、觀塘 (8.8%)、灣仔 (8.7%)、葵青 (6.7%)、東區 (5.5%)、九龍城 (5.3%)、深水埗 (4.9%) 及沙田 (4.8%)。然而，7.0% 則沒有固定工作地點。

28. 與觀眾比較，下列人士的比例在非觀眾人士中較大 —
- (a) 男性 (47.5% 相對觀眾的 38.1%)；
 - (b) 60 歲或以上人士 (17.8% 相對觀眾的 11.9%)；
 - (c) 初中或以下教育程度人士 (37.0% 相對觀眾的 16.5%)；
 - (d) 工人/技工/家庭傭工 (15.8% 相對觀眾的 2.6%)、退休人士 (15.6% 相對觀眾的 11.9%)、料理家務者 (15.5% 相對觀眾的 10.8%)；
 - (e) 每月個人收入少於 \$10,000 人士 (38.8% 相對觀眾的 13.3%)；以及
 - (f) 沒有固定工作地點人士 (7.0% 相對觀眾的 4.0%)。

經常閱讀的報章及雜誌

29. 東方日報 (49.3%) 及蘋果日報 (38.6%) 是相對較大比例非觀眾人士經常閱讀的兩份報章，其次是明報 (13.8%)、星島日報 (8.4%)、太陽報 (7.6%)、經濟日報 (6.4%) 及成報 (4.9%)。需注意 12.6% 甚少或沒有閱讀報章。

30. 就雜誌而言，64.7% 非觀眾人士甚少或沒有閱讀雜誌，而 11.6% 經常閱讀壹周刊、6.0% 忽然一周、4.1% 新 Monday、4.0% 東周刊、3.1% 壹本便利及 2.9% 明報周刊。

最經常收看的電視台

31. 就最經常收看的電視台而言，大部分 (70.0%) 非觀眾人士提及翡翠台，而 11.2% 最經常收看本港台、3.9% 有線新聞台及 3.6% 明珠台。

32. 晚上 (84.7%) 是非觀眾人士最經常收看電視的時段，而很小比例最經常在下午 (4.9%)、深夜 (3.1%) 或上午 (2.2%) 收看電視。然而，5.0% 非觀眾人士甚少或沒有收看電視節目。

最經常收聽的電台

33. 在非觀眾人士中較普遍收聽的電台是商業電台雷霆 881 (11.7%)、香港電台第二台 (11.3%)、商業電台叱吒 903 (10.4%)、香港電台第一台 (9.4%) 及新城電台娛樂台 (5.5%)。需注意超過五分之一 (43.4%) 非觀眾人士甚少或沒有收聽電台節目。

34. 就非觀眾人士最經常收聽電台的時段而言，提及上午的比例 (24.8%) 相對提及晚上 (16.2%)、下午 (10.2%) 及深夜的 (5.4%) 為大。

最經常瀏覽的網頁

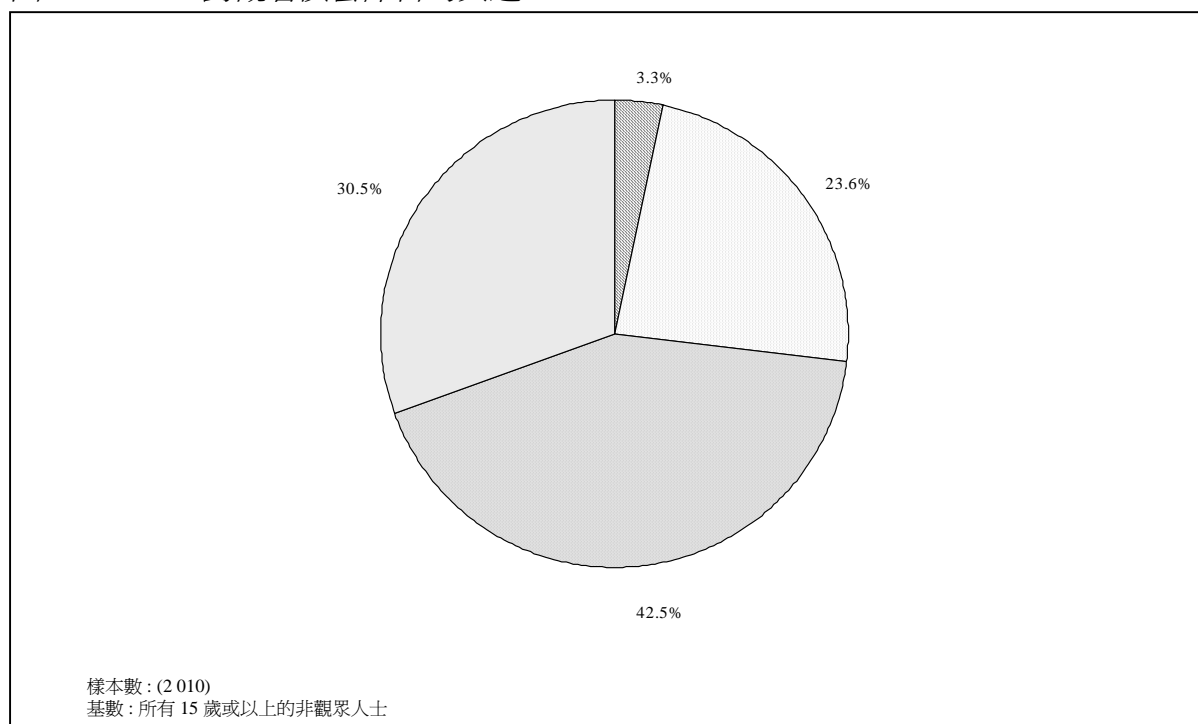
35. 55.5% 的非觀眾人士甚少或沒有瀏覽網頁。就其餘人士而言，yahoo.com.hk (37.0%) 是相對較大比例非觀眾人士經常瀏覽的網頁，其次是 sina.com.hk (4.2%)、msn.com.hk (2.7%) 及蘋果日報網頁 (2.4%)。

B. 對觀看演藝節目的興趣

對觀看演藝節目的興趣

36. 調查中，非觀眾人士被問及是否有興趣觀看演藝節目，69.5% 給予肯定回答，其中 3.3% 表示非常有興趣、23.6% 頗有興趣及 42.5% 略有興趣。

圖 C 對觀看演藝節目的興趣



對演藝節目類型的喜好

37. 就該些表示有興趣觀看演藝節目的非觀眾人士而言，他們對各種類型演藝節目的喜好摘要如下 –

對演藝節目類型的喜好

- (a) 約五分之一最喜歡「爵士樂/輕音樂/流行音樂」(21.5%) 及「話劇」(18.8%)，其次是「粵劇」(11.8%)、「中樂」(10.0%)、「西樂」(8.7%)、「歌劇」(6.4%)、「非粵劇的中國戲曲」(3.7%)、「中國舞/民族舞」(3.1%) 及「聲樂/合唱音樂」(2.9%)。

- (b) 在該些最喜歡音樂節目、戲劇節目及中國戲曲的人士中，較多人喜歡本地演出者的表演而非訪港演出者的表演，而在該些最喜歡舞蹈節目的人士中則錄得相反模式。

對觀看演藝節目日子的喜好

- (c) 大部分 (72.8%) 非觀眾人士喜歡在接近周末的日子觀看演藝節目，其中 42.1% 喜歡星期六、19.1% 星期日或公眾假期及 11.6% 星期五。然而 23.2% 沒有特別喜好。

對日場及夜場演藝節目的喜好

- (d) 喜歡夜場節目的非觀眾人士比例 (63.3%) 遠高於喜歡日場節目的比例 (24.8%)，而 12.0% 則沒有特別喜好。

C. 沒有觀看康文署演藝節目的原因及觀看這些節目的可能性

沒有觀看康文署演藝節目的原因

38. 就非觀眾人士而言，他們在訪問前 12 個月內沒有觀看演藝節目的兩個最主要原因是「對演藝節目沒有興趣」(38.6%) 及「太忙/沒有時間」(37.8%)。其他原因包括「不知道有甚麼節目」(18.1%)、「宣傳不足」(16.4%)、「題材不吸引」(5.6%)、「表演場地的位置不方便」(5.3%)、「票價貴」(3.9%) 及「健康問題」(3.0%)。

39. 調查結果顯示 18.8% 非觀眾人士曾觀看其他機構主辦的演藝節目。

- (a) 該些非觀眾人士觀看的主要節目類型是「爵士樂/輕音樂/流行音樂」(11.3%)。其他較多提及的節目類型是「話劇」(1.9%)、「中國戲曲」(1.5%)、「歌劇」(1.0%)、「聲樂/合唱音樂」(1.0%) 及「中樂」(1.0%)。
- (b) 觀看其他機構主辦而不觀看康文署主辦的演藝節目的原因是「製作/演出者較吸引」(30.2%)、「不知道康文署舉辦了甚麼節目」(18.8%)、「題材較吸引」(16.4%)、「宣傳較吸引」(14.1%)、「陪親友」(10.1%)、「票價較便宜」(10.1%)、「表演形式較吸引」(9.8%)、「表演場地的位置較方便」(9.5%) 及「表演時間較合適」(6.4%)。

觀看康文署演藝節目的可能性

40. 在向非觀眾人士讀出一些節目安排後，他們被問及如果康文署作出這些安排，會否吸引他們觀看康文署的演藝節目。約四分之一的非觀眾人士表示如果有「多些宣傳介紹節目內容」(27.5%) 或「主辦高水準的製作」(25.7%)，他們會觀看康文署演藝節目。相對較小比例表示「邀請知名藝術家表演」(21.7%) 或「主辦形式新穎的節目」(17.3%)

會吸引他們觀看康文署演藝節目。

對獲取康文署演藝節目資料之途徑的喜好

41. 相對較大比例的非觀眾人士認為「電視廣告」是方便獲取康文署演藝節目資料的途徑 (42.1%)，其次是「報章廣告」(26.2%)、「康文署網頁」(16.0%)、「郵寄的宣傳資料」(10.7%)、「會堂放置的宣傳海報/單張」(10.3%)、「電台廣告」(8.9%)、「地鐵廣告」(8.7%)、「康文署網頁以外的其他網頁」(8.0%) 及「雜誌廣告 (Gocart 除外)」(4.7%)。

對康文署演藝節目的建議

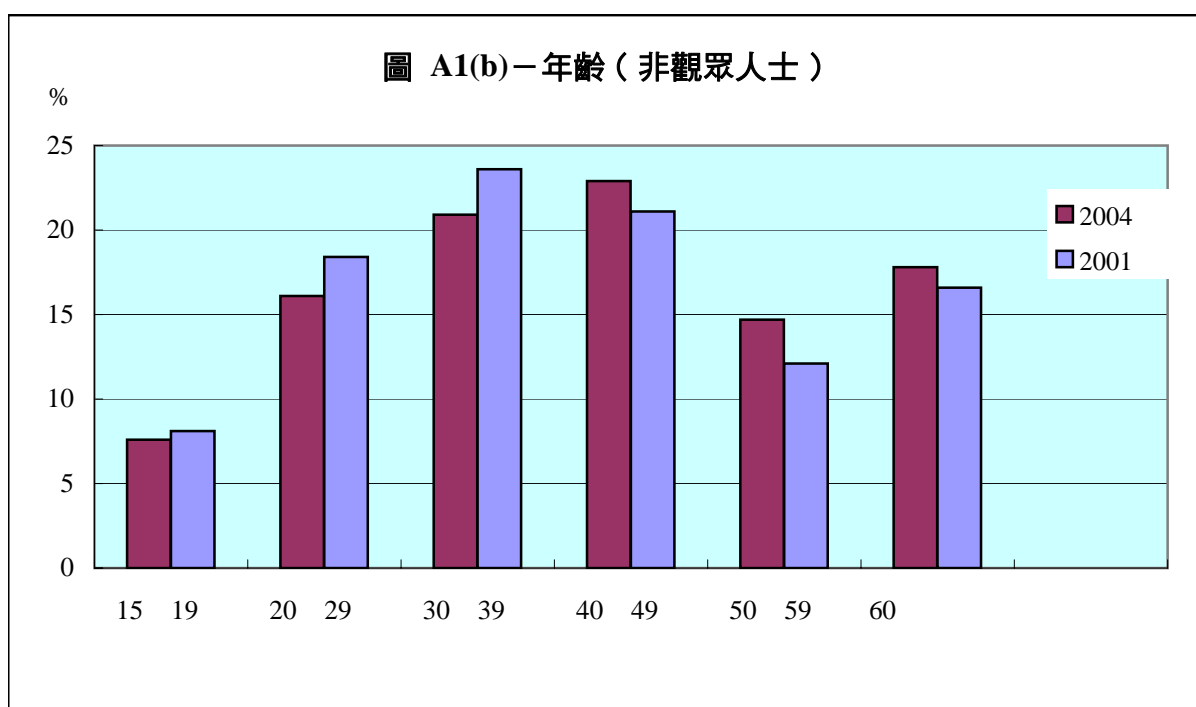
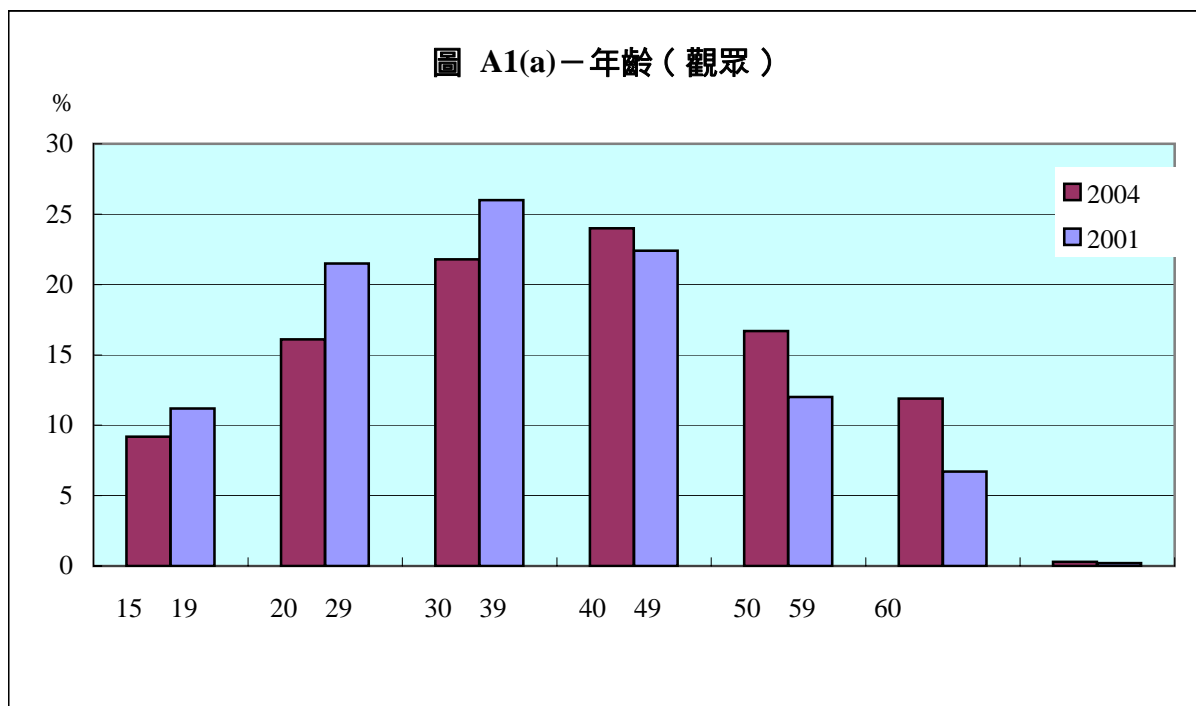
42. 13.5% 非觀眾人士對康文署演藝節目提出建議，主要建議是「改善宣傳工作」(8.0%)，其次是「降低票價」(1.8%)。

調查所涵蓋的康樂及文化事務署演藝節目

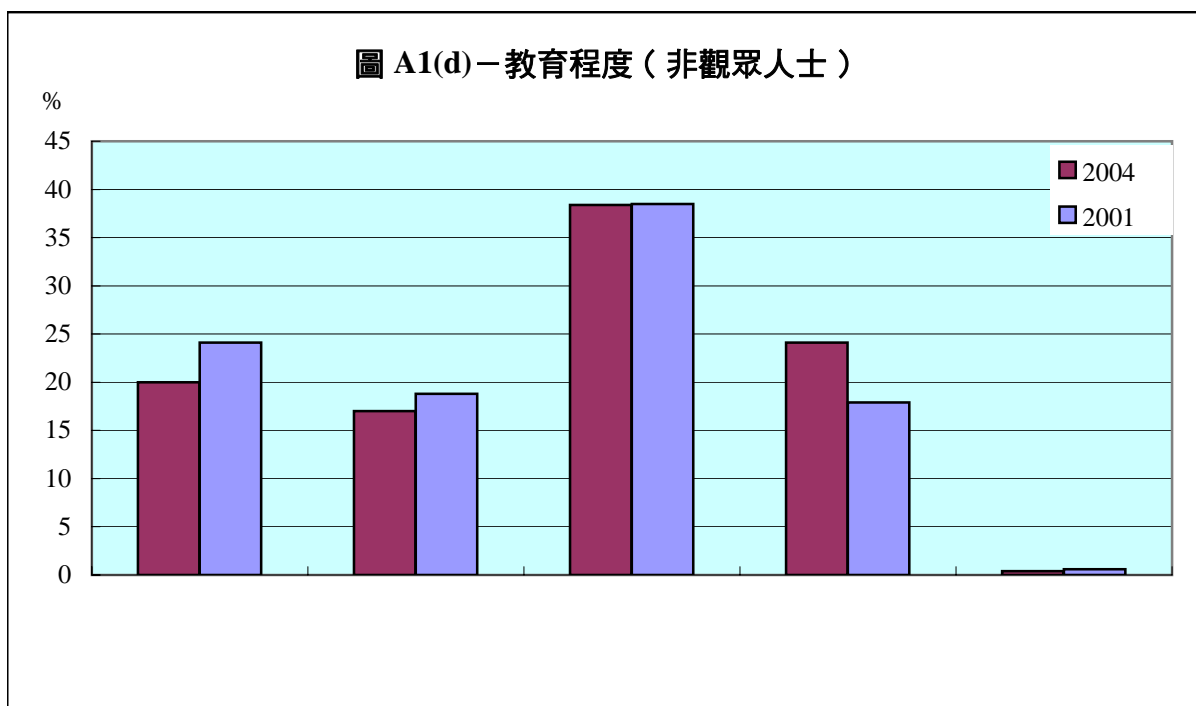
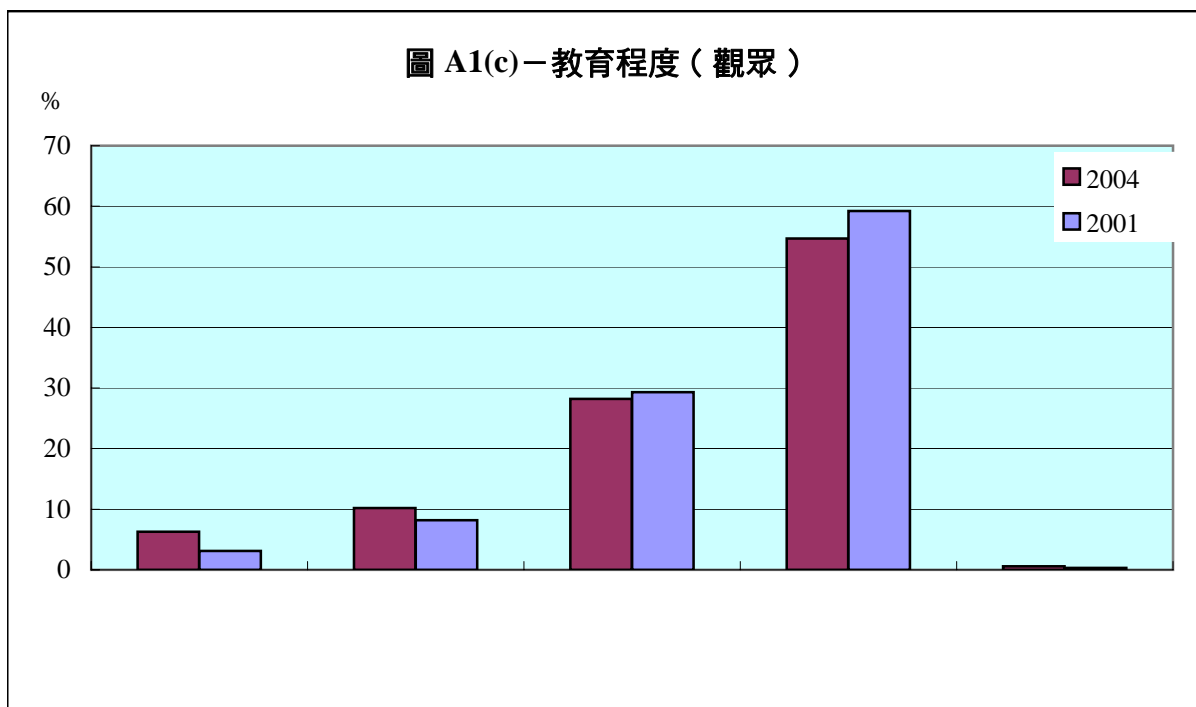
節目類型	節目名稱
音樂	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jazz Up: Toots Thielemans 2. Manuel Baruecco 3. Orchestre de Paris 4. 紫荊中樂集名曲示範工作坊 5. 古樂系列:福州十番 6. Arcadi Volodos 7. Male vocalist series:騰格爾 8. Pan Asia 9. Monteverdi Choir & English Baroque Soloists 10. 香港女青中樂團普及音樂會 11. Wu Qian (Piano) 12. Jazz Up: Dianne Reeves
舞蹈	<ol style="list-style-type: none"> 1. Miranda Chin Dance Company 2. 4 Elements 3. HK Ballet – Nutcracker (19 Dec 2004) 4. HK Ballet – Nutcracker (23 Dec 2004) 5. 中國解放軍藝術學院紅星歌舞團
戲劇	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Inside the Skeleton of the Whale” by Odin Teatret (Denmark) 2. 眾劇團音樂劇《拉硬柴的夢遊騎士》 3. 春天實驗劇團《愛上劉三姐》(10 Dec 2004) 4. 春天實驗劇團《愛上劉三姐》(18 Dec 2004) 5. 中英劇團《火之鳥》 6. 劇場空間《畢加索遇上愛因斯坦》
中國戲曲	<ol style="list-style-type: none"> 1. 《山東響馬》 2. 名伶交響粵曲演唱會 3. 龍嘉鳳劇團 4. 新編粵劇《吳越春秋》 5. 名伶薈萃賀新年 6. 譚惜萍作品欣賞會 7. 四川省川劇院
跨媒體藝術	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中國木偶藝術劇團《天鵝湖》 2. “Peter Pan” by Theatre Hikosen (Japan) 3. The Spencers (USA) (26 Dec 2004) 4. The Spencers (USA) (27 Dec 2004) 5. Shu Ning Presentation Unit 6. Philip Glass “Beauty and the Beast”
觀眾拓展	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2004/05年藝術家駐場計劃—金玉堂粵劇團總結演出 2. 2004年社區文化大使計劃—韋然、胡美儀《粵調唐詩音樂會》 3. 2004年社區文化大使計劃—動藝《潮流舞動》總結演出 4. 「2004/05年社區粵劇巡禮」演出

節目類型	節目名稱
藝術節	<ol style="list-style-type: none">1. “Chamber Opera Opium” by Checkpoint Theatre (Singapore)2. “Meeting with Vajrasattva” by U Theatre (Taiwan)3. “Tamashy: Voices of the Heart” by Yamato: The Drummers of Japan (Japan) (12 Nov 2004)4. “The Elephant Vanishes” by Theatre du Pif5. “Tamashy: Voices of the Heart” by Yamato: The Drummers of Japan (Japan) (14 Nov 2004)6. “No More Heavens” by Theatre Vidy-Lausanne (Switzerland), Berliner Festwochen (Germany), Theatre de la Ville (France)

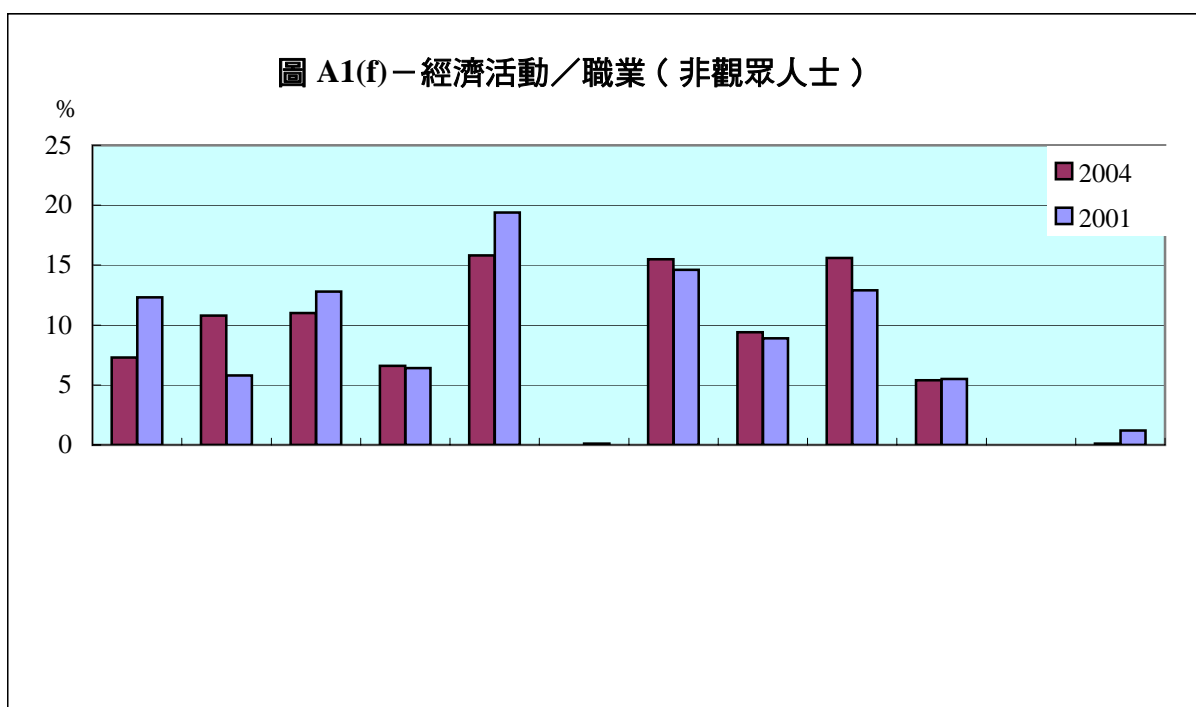
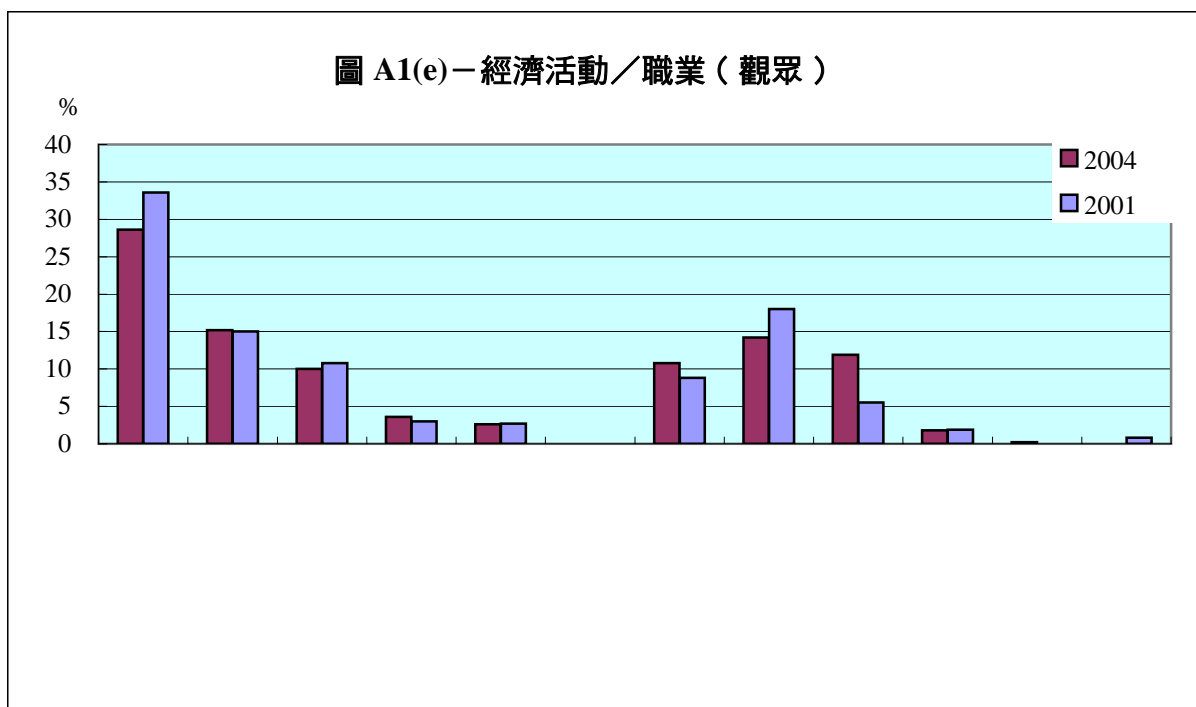
A 受訪者概況



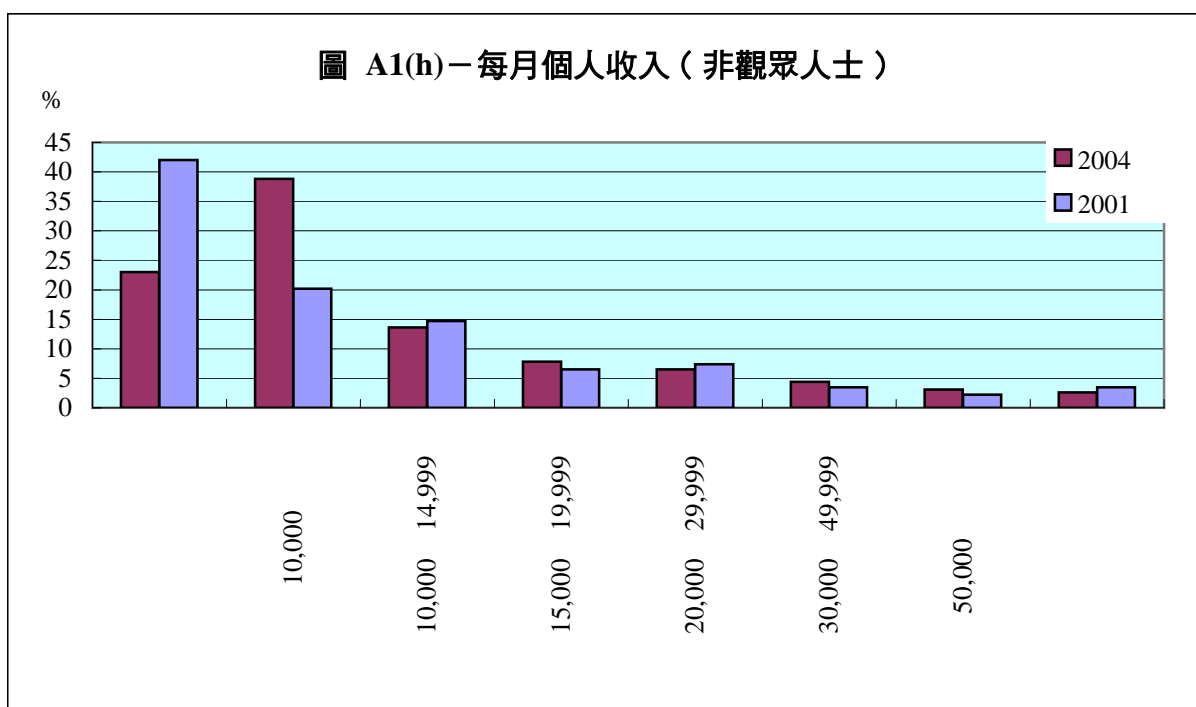
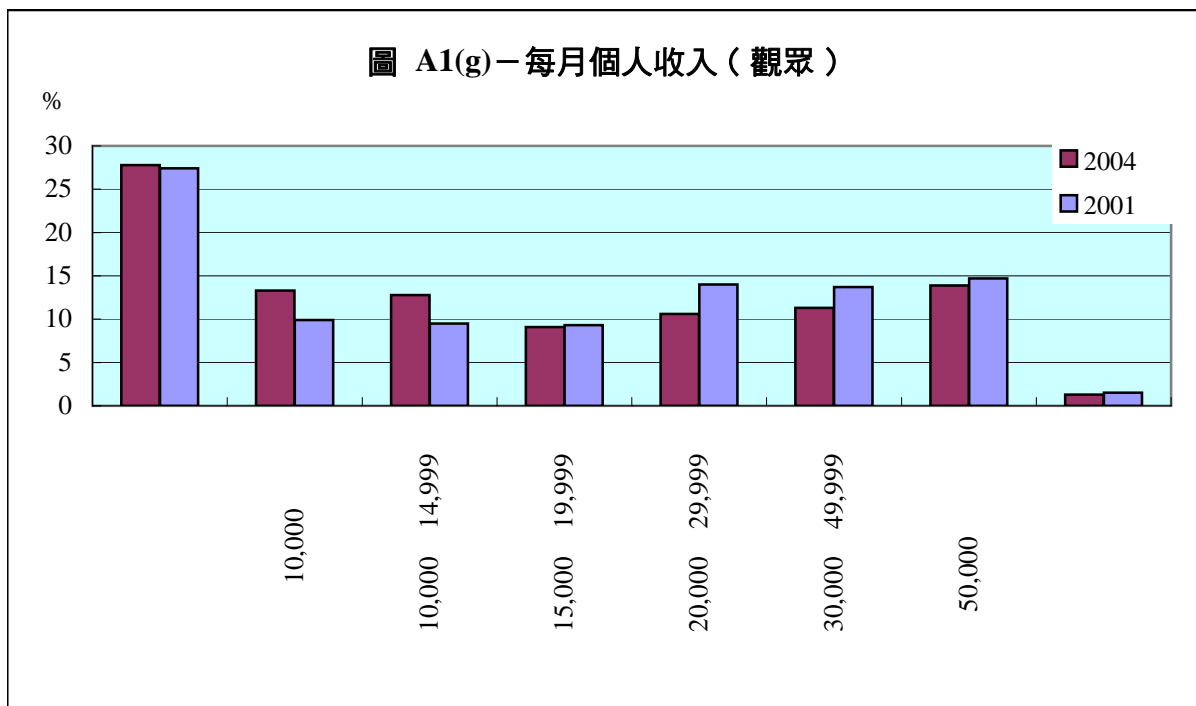
A 受訪者概況（續）



A 受訪者概況 (續)



A 受訪者概況 (續)



B 對演藝節目的意見

圖B1－最喜歡的演藝節目類型（觀眾）

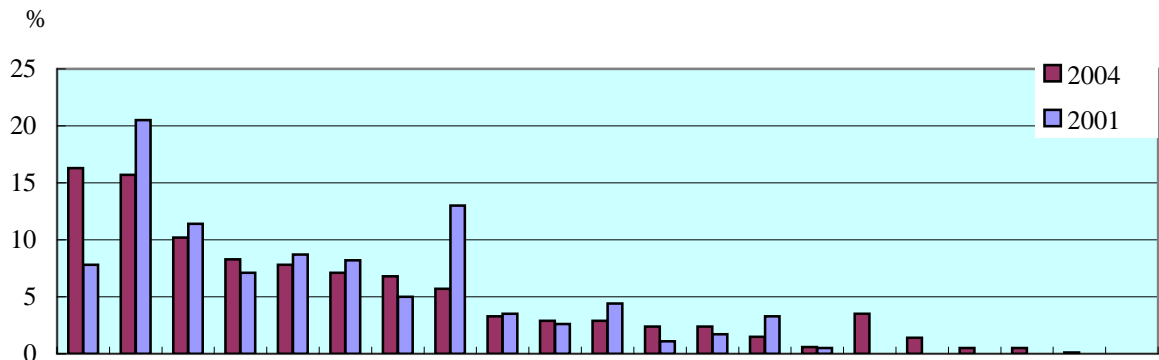
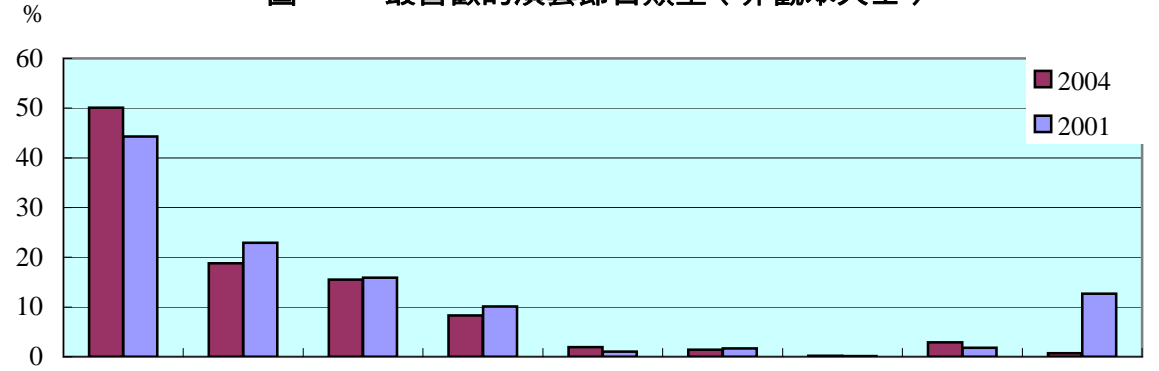
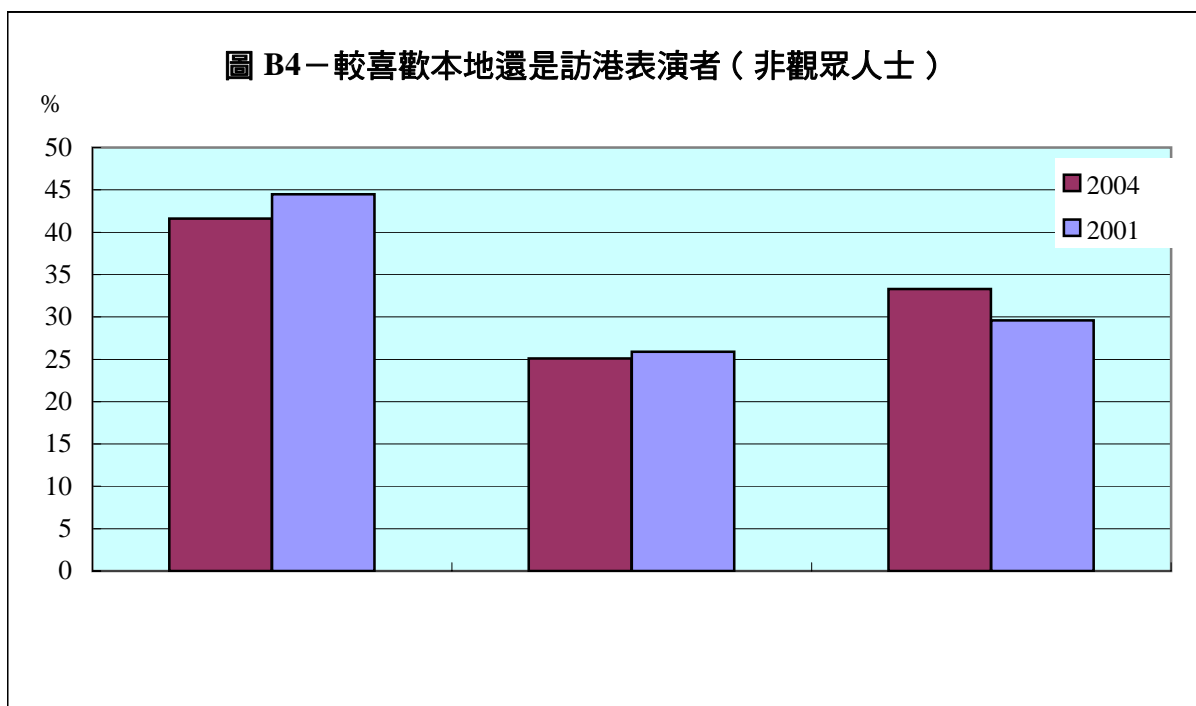
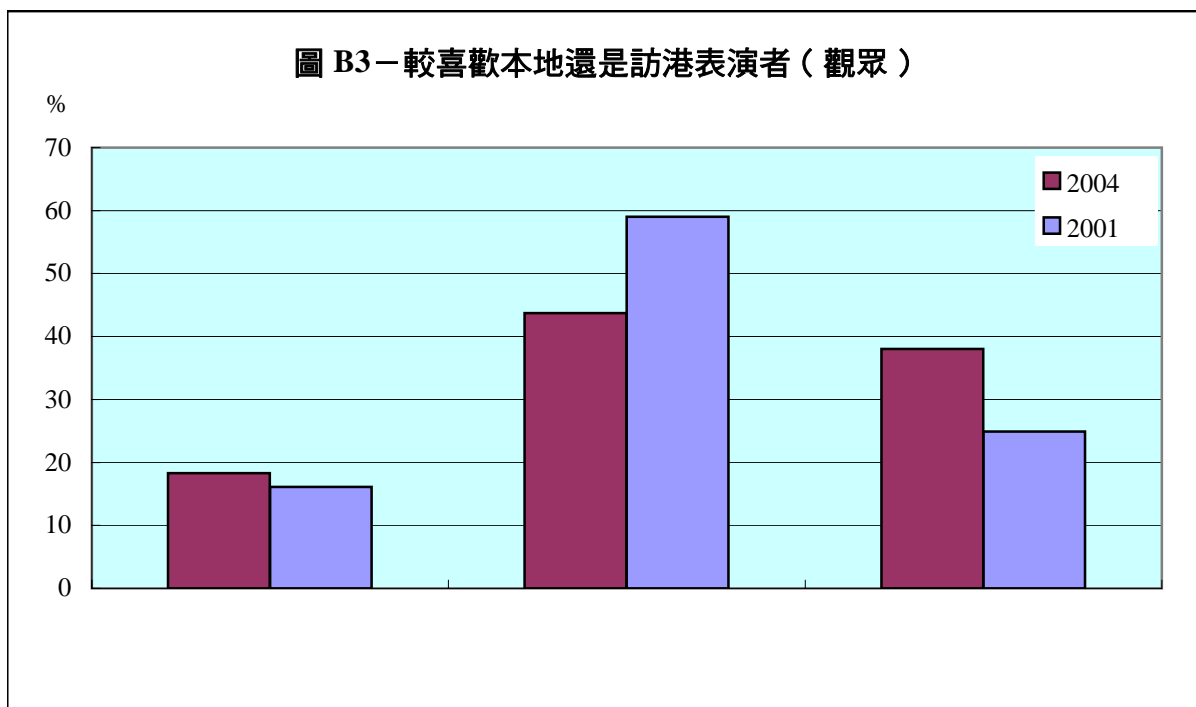


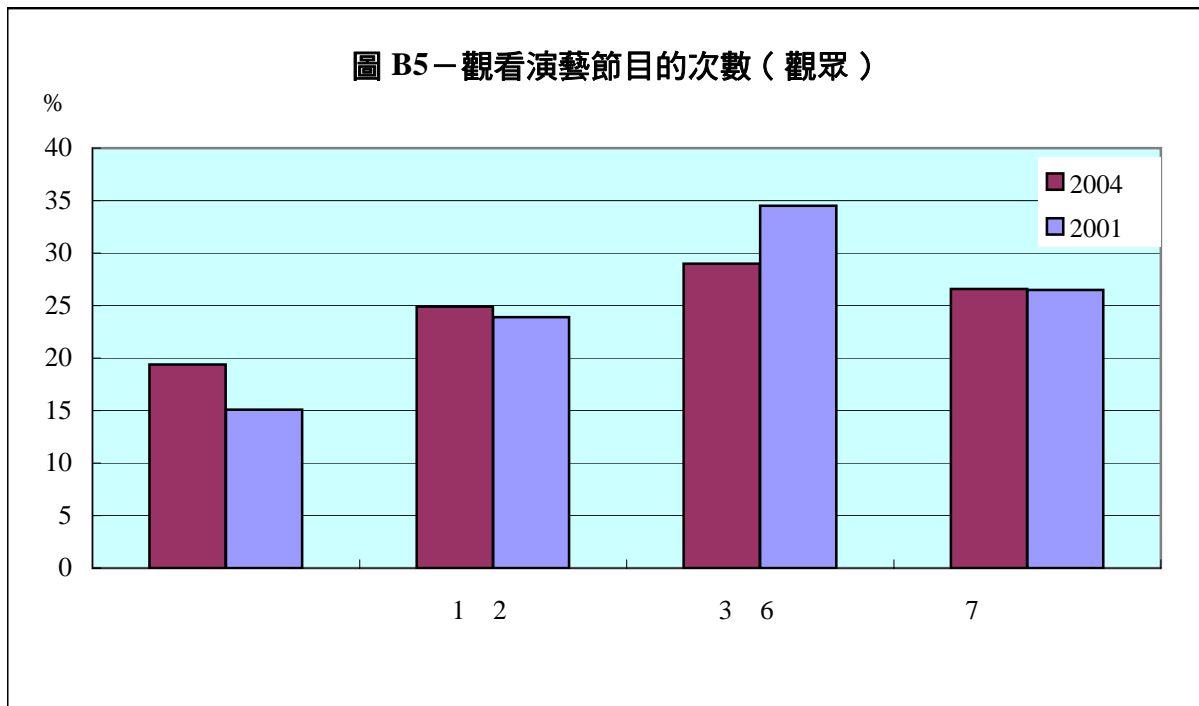
圖 B2－最喜歡的演藝節目類型（非觀眾人士）



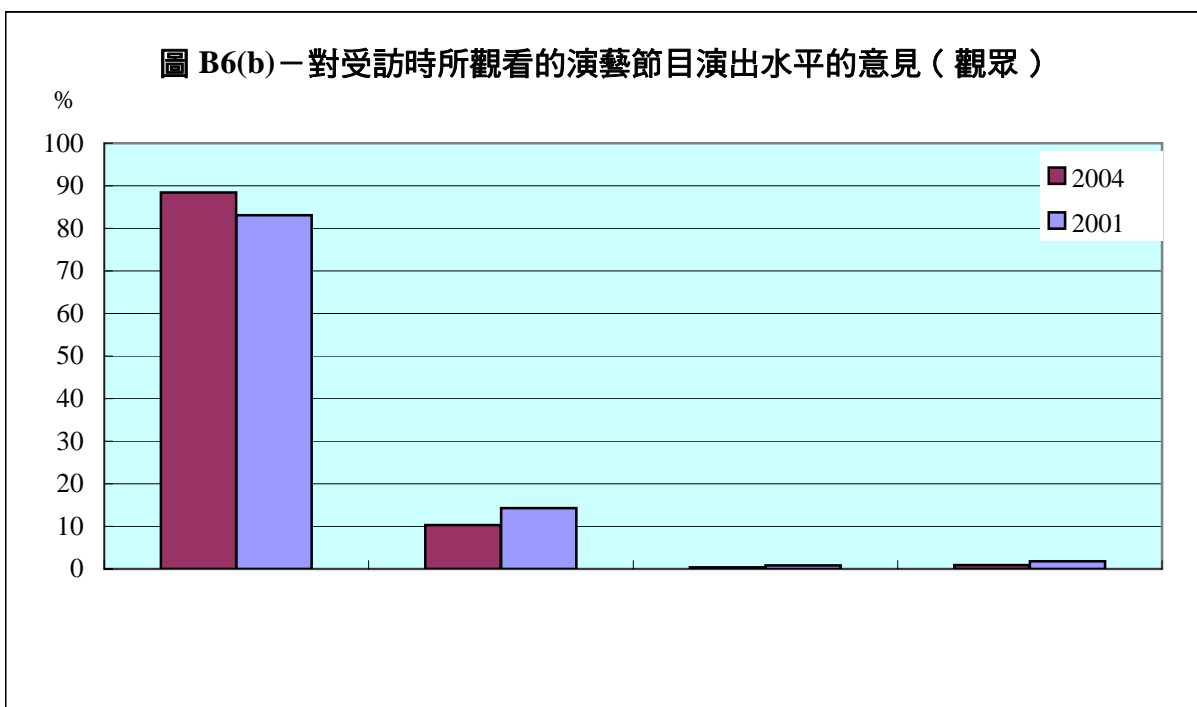
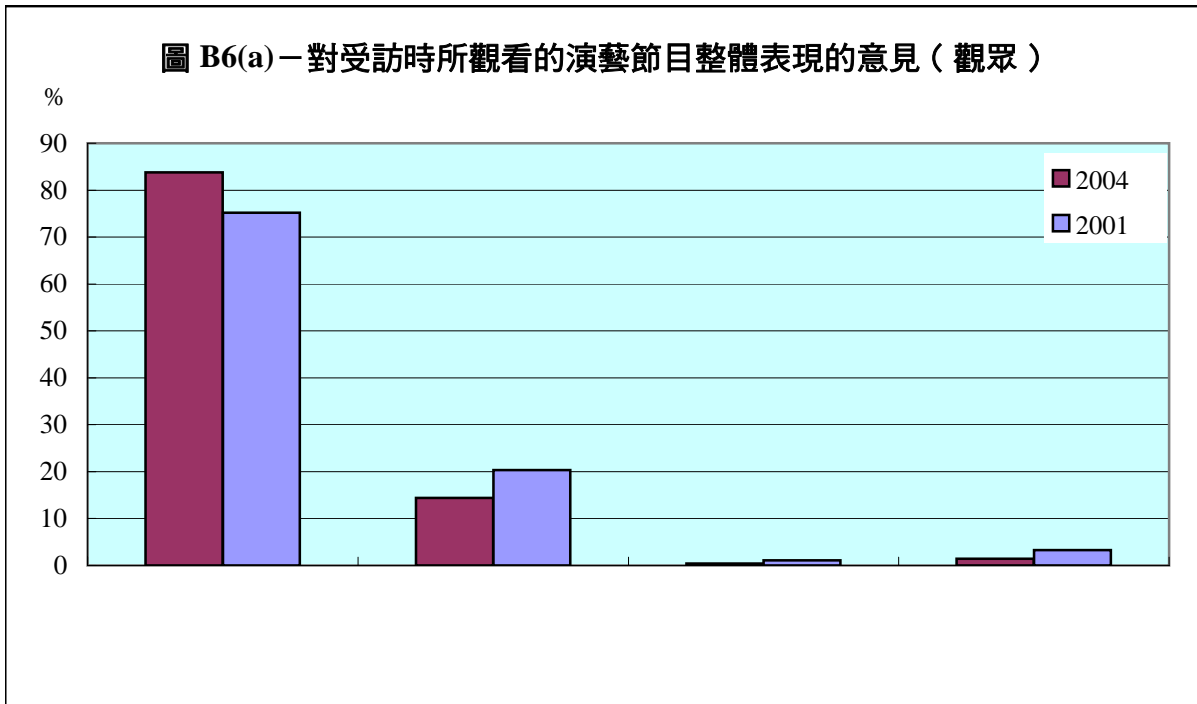
B 對演藝節目的意見（續）



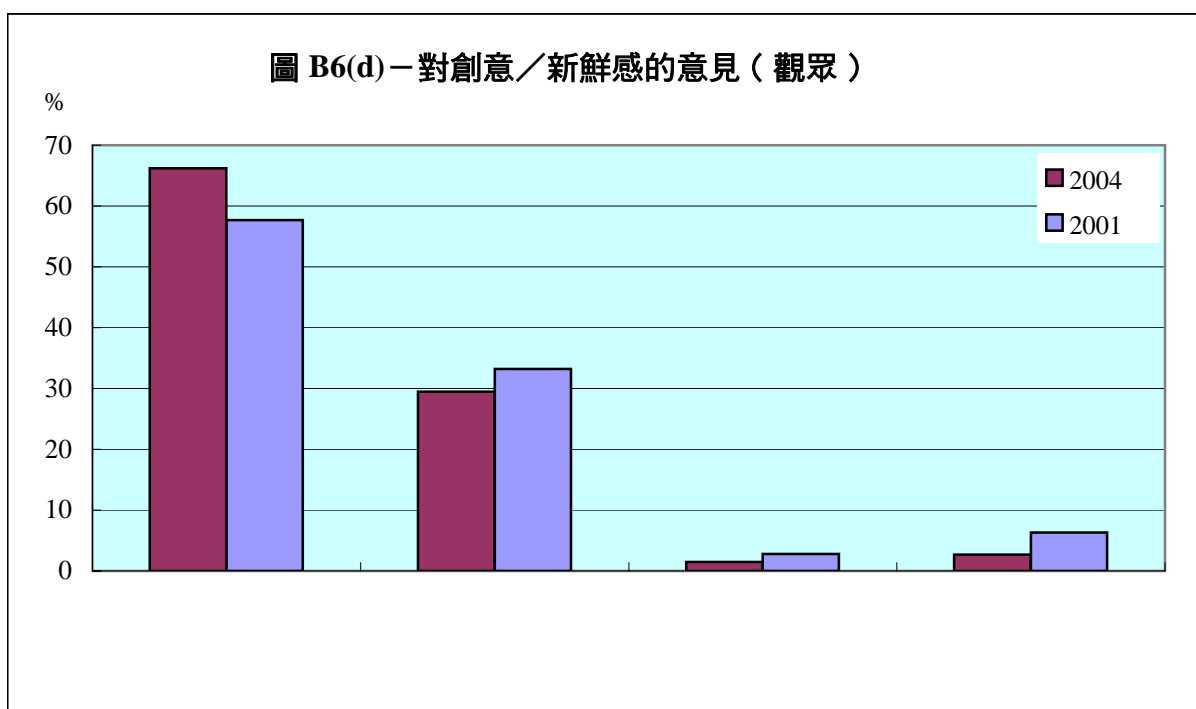
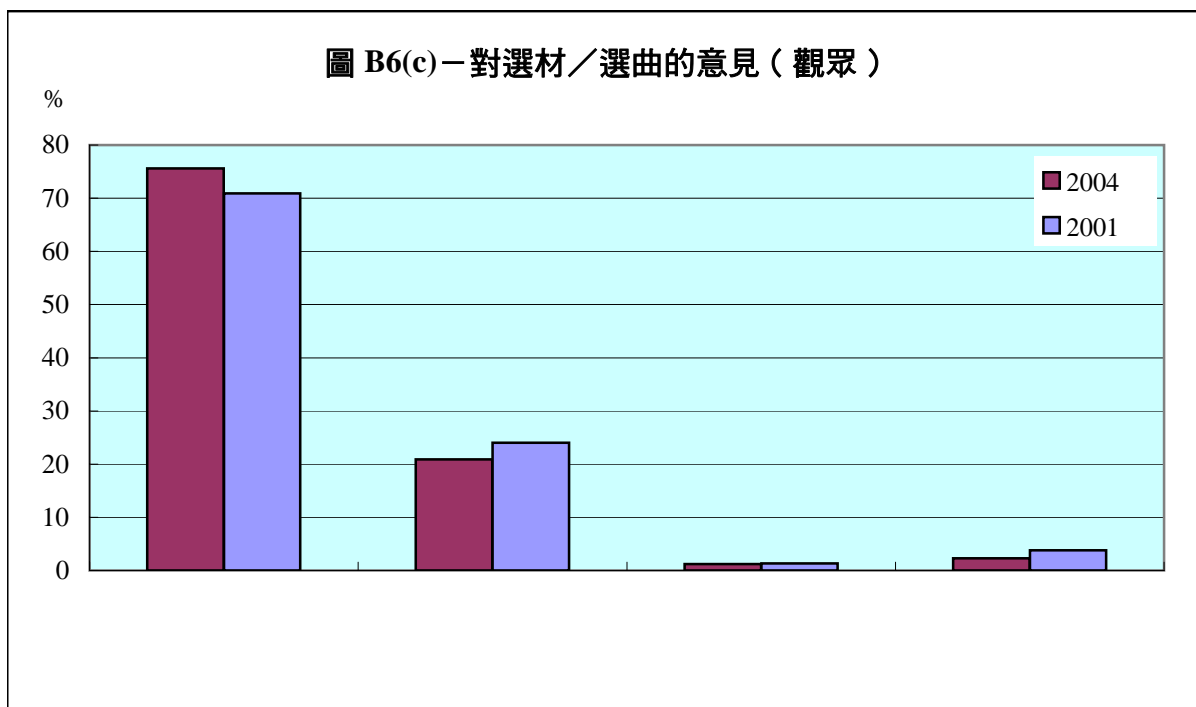
B 對演藝節目的意見（續）



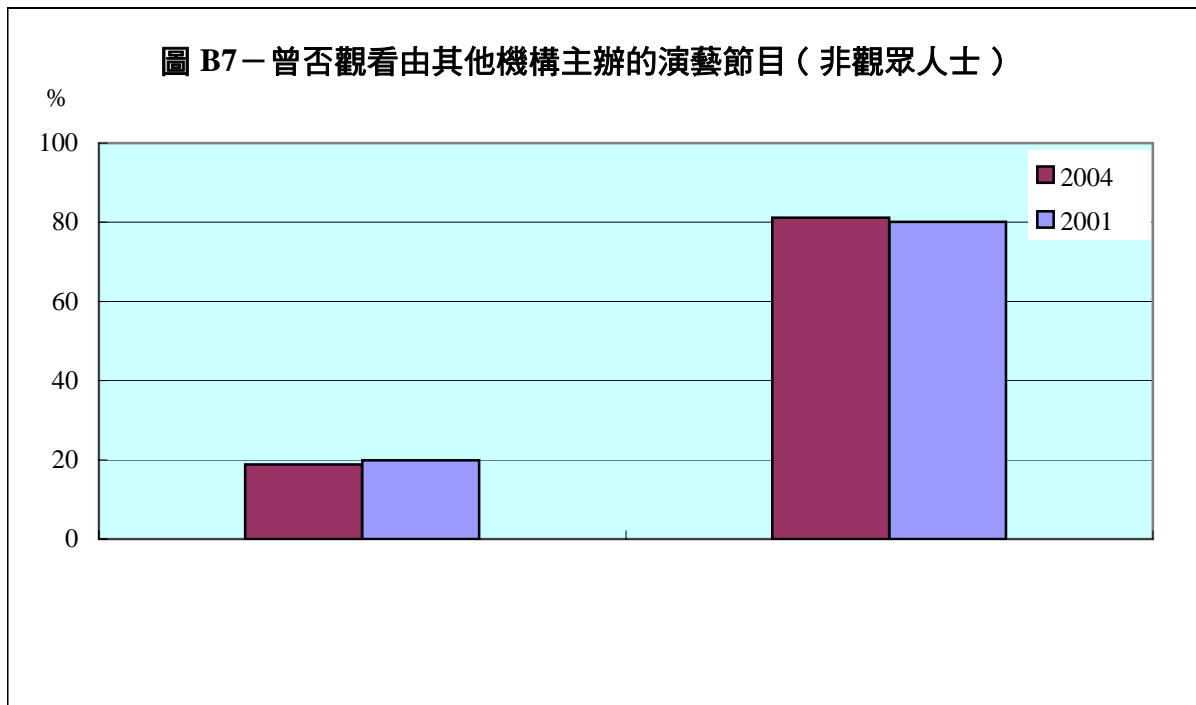
B 對演藝節目的意見（續）



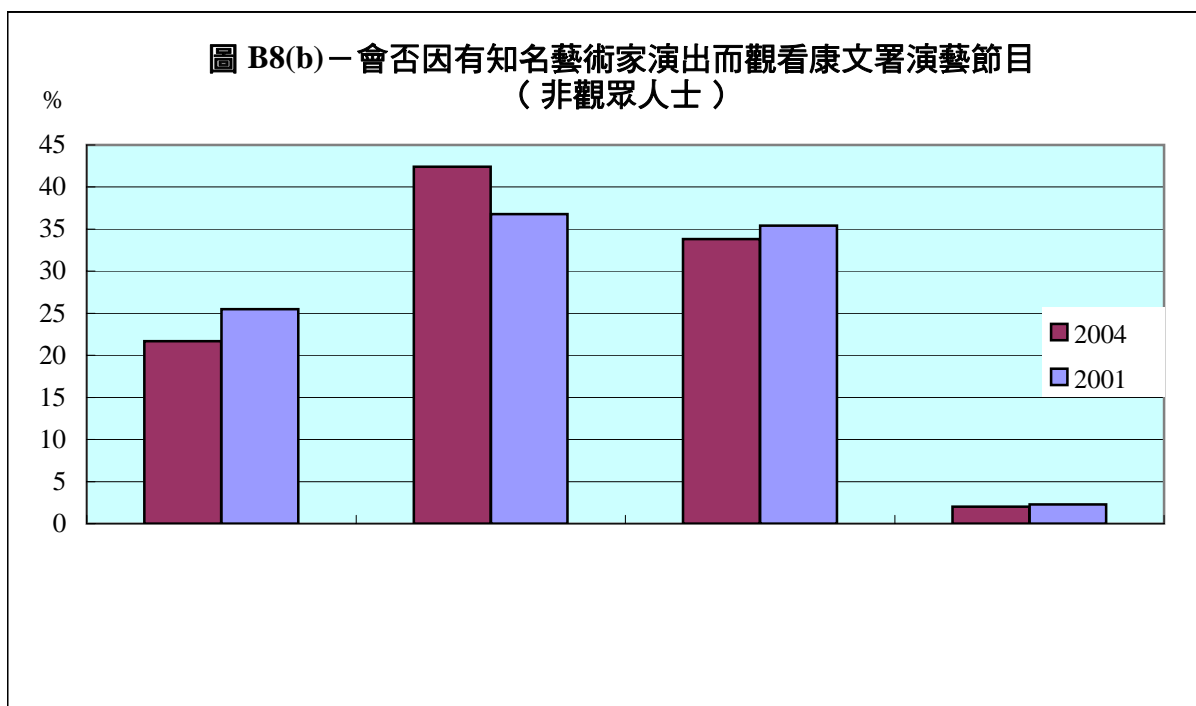
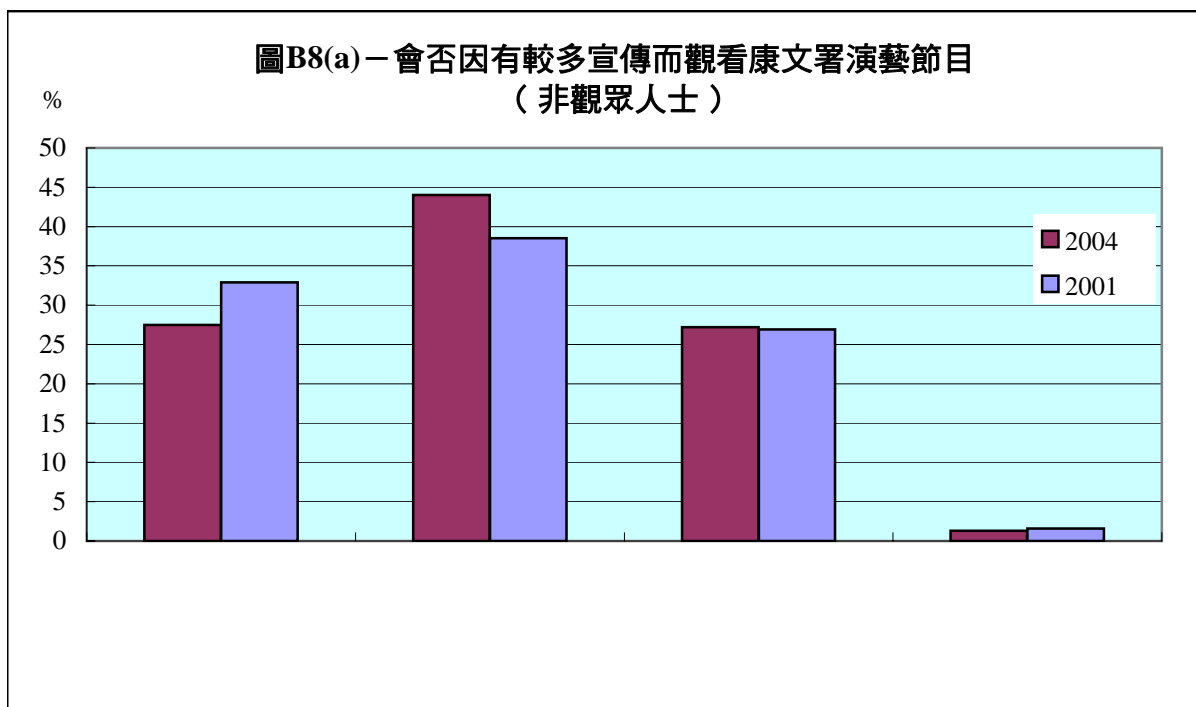
B 對演藝節目的意見（續）



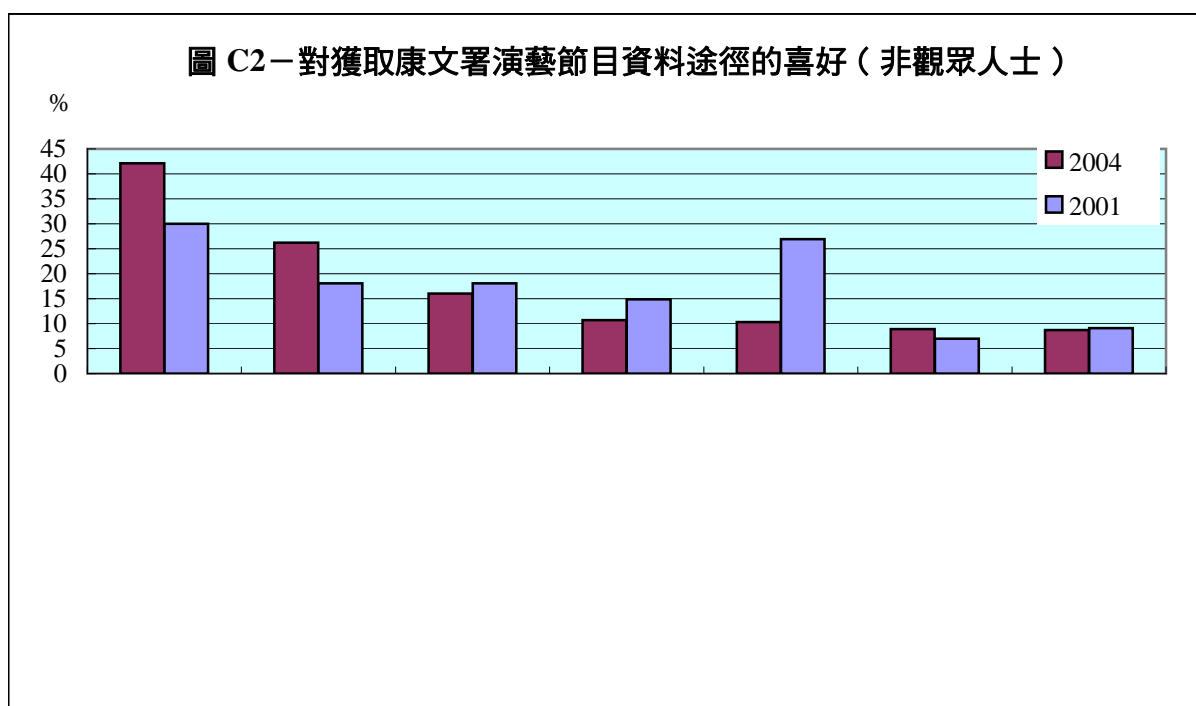
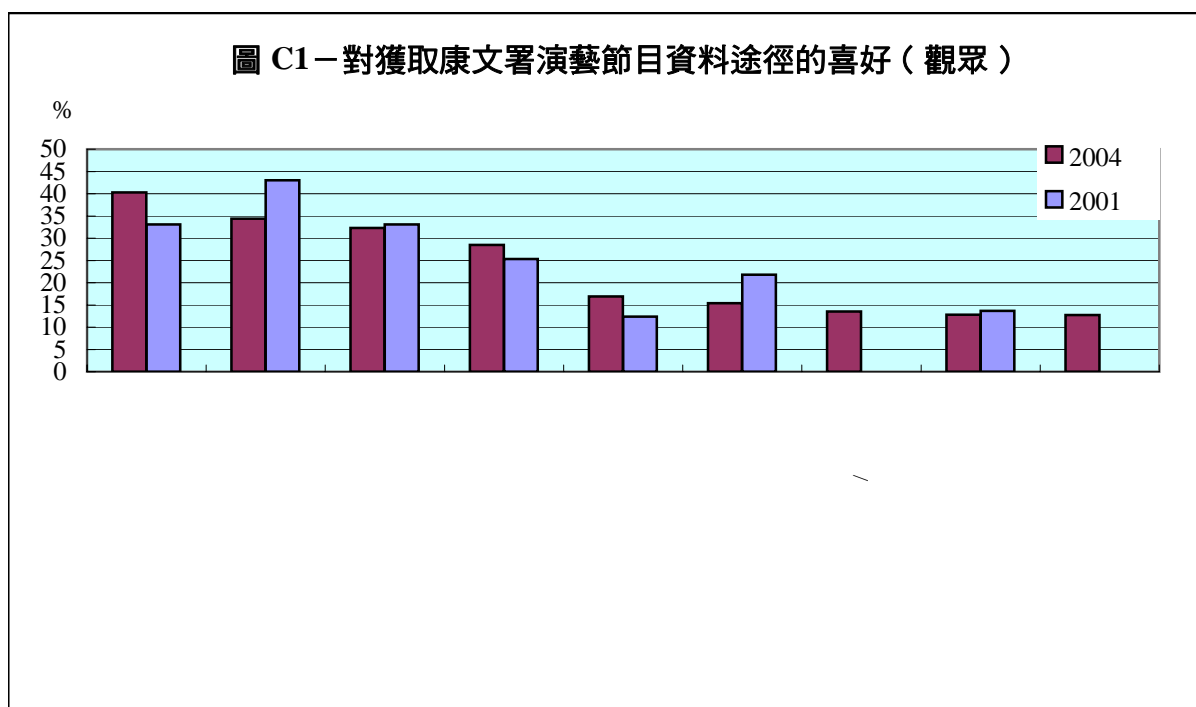
B 對演藝節目的意見（續）



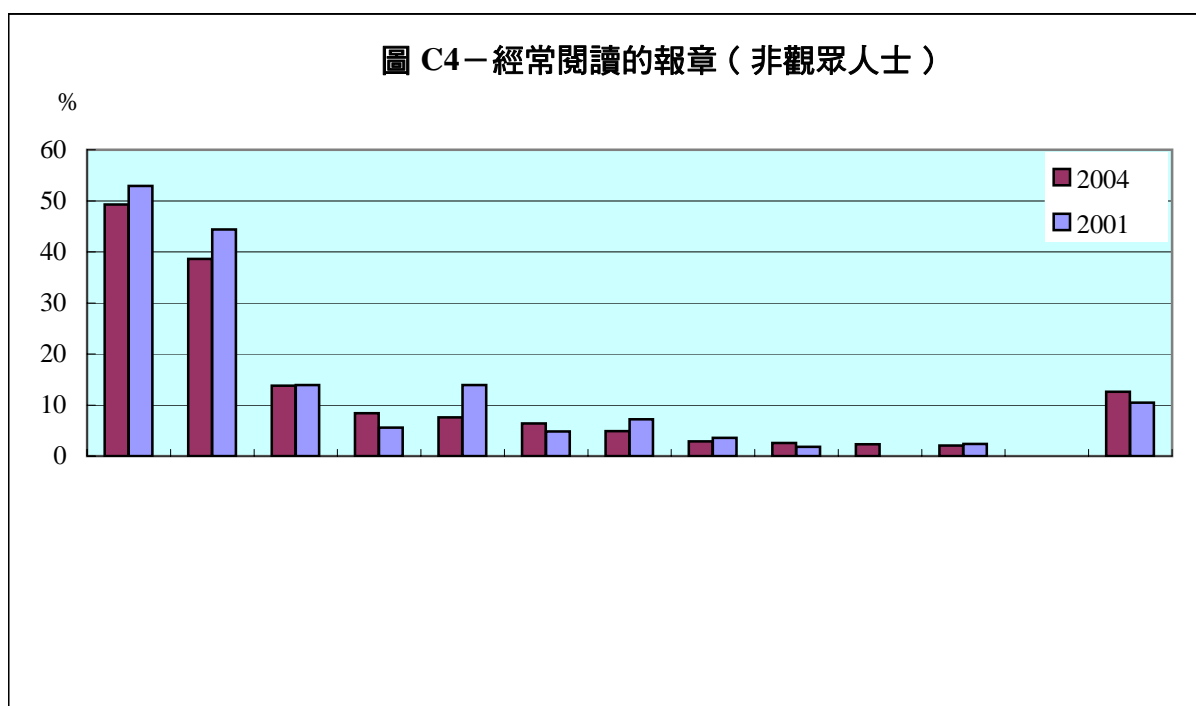
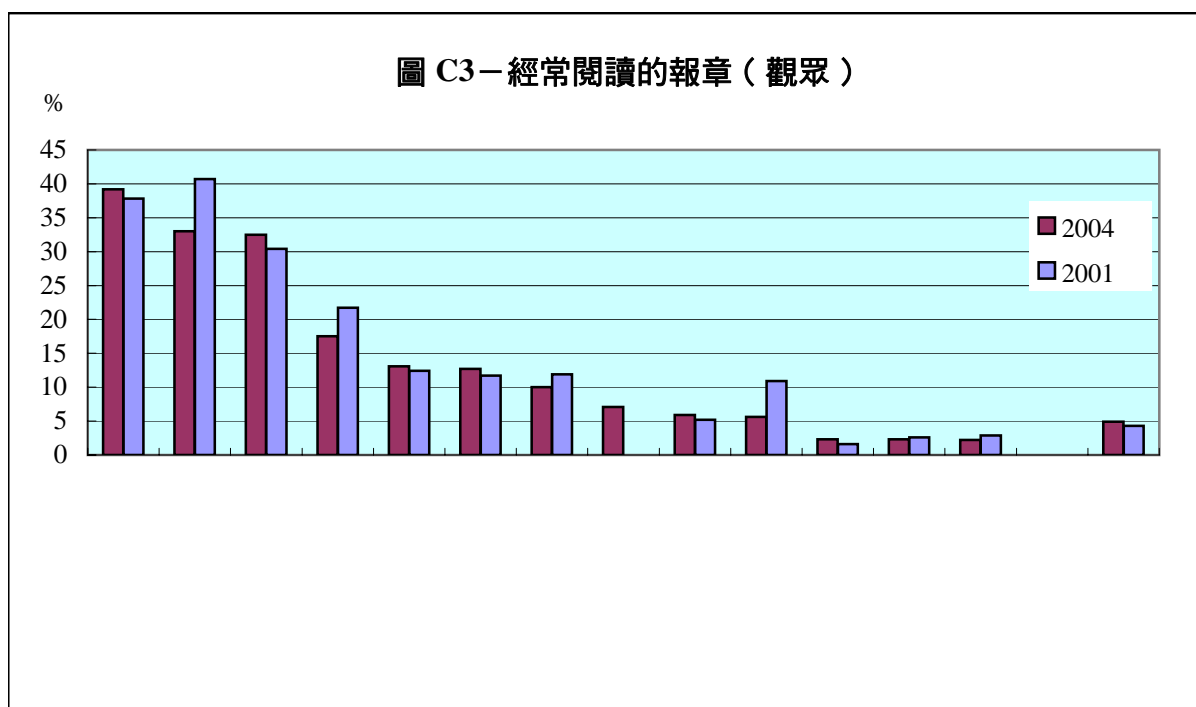
B 對演藝節目的意見（續）



C 對演藝節目宣傳的意見 (續)



C 對演藝節目宣傳的意見 (續)



C 對演藝節目宣傳的意見 (續)

