



深度

数洞

## 统计解密：韩国瑜新闻播出去、观众看过来，收视率飙起来？

韩国瑜的新闻对收视率真的有帮助吗？如果有，对哪些电视台有帮助？我们持续追踪“遥控器战争”的最新战况，以统计分析方式，找出韩国瑜新闻与收视率之间的关联性。

特约撰稿人 卞中佩、端传媒记者 郭瑾烨、李志德 发自台北 | 2019-06-26



2019年6月8日，台北一间茶餐厅内电视正直播著韩国瑜的花莲造势大会。摄：陈焯煒/端传媒

《端传媒》四月底曾经发表深度报导〈[“韩流”点燃遥控器战争：韩国瑜新闻时数实测分析](#)〉，分析中天、TVBS、东森、三立、民视与壹电视等六家电视台，在3月16日的立委补选日前十天，每天午间新闻（12:00-13:00）与晚间新闻（18:00-19:00）共2小时的播报纪录，从中分析报导高雄市长韩国瑜的次数和比率。

结果发现，就如公众的一般印象，中天新闻台报导韩国瑜的数量和比率一枝独秀，远远超过其它五台。台湾国家通讯传播委员会（National Communications Commission, NCC）日前也因为相同的理由发函中天，要求限期改善。

在〈[“韩流”点燃遥控器战争：韩国瑜新闻时数实测分析](#)〉一文中，我们也发现中天新闻在我们观察的时间段里，整节新闻的收视率稳居龙头。但进一步的问题是：这些收视率都来自韩国瑜吗？或者另有原因？

为了解答疑惑，《端传媒》在前一篇报导发表后，进一步取得了调查范围内每一节新闻的一分钟收视率，并使用回归分析、时间序列等方式进行分析，希望更充分理解哪些电视台受到“韩国瑜现象”的影响，而哪些电视台则在收视率的压力下，对于韩国瑜新闻的播放做出不同的选择。

# 2019年第二階段立委補選前十天 (3/6-3/15)



## 六家電視台播放韓國瑜新聞佔比

中天 東森 TVBS 壹電視 民視 三立

(%)

50

40

30

20

10

42.7%

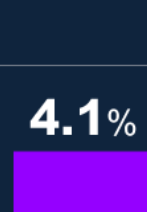
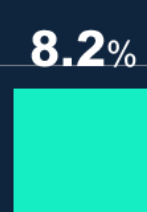
13.3%

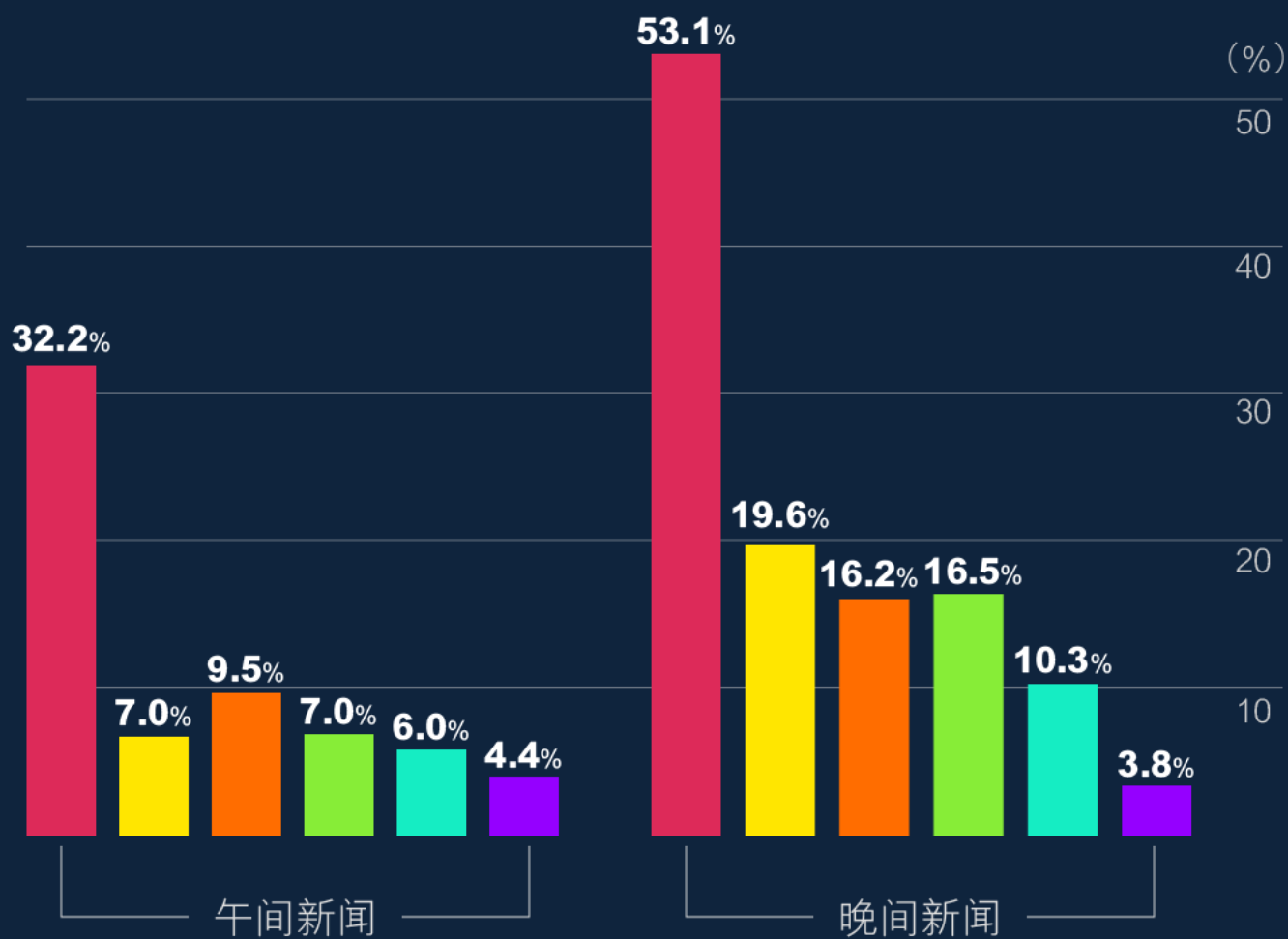
12.9%

11.8%

8.2%

4.1%





2019年第二阶段立委补选前十天 (3/6 - 3/15) 六家电视台播放韩国瑜新闻占比。图：郭瑾烨/端传媒设计部

首先，若从六家电视台在午间、晚间新闻播放韩国瑜相关新闻占比，可以发现除了三立，各台皆在晚间新闻播放较高比例的韩国瑜新闻，其中有四家电视台（中天、东森、TVBS、壹电视）的占比达15%以上，中天的平均占比更已逾当节新闻的一半。

## 韩国瑜新闻占比，真的影响收视率吗？

而韩国瑜新闻的占比，在现实中是否直接影响各台收视率？为了回答这个问题，端传媒先将播送韩国瑜新闻的秒数与平均收视率合并后做回归分析，观察韩国瑜新闻占比对于收视率的影响是否显著（韩国瑜新闻占比对收视率没有影响的机率低于5%，即为“显著”），结果发现：

1. 全部的电视台每节增加10%的韩国瑜新闻，收视率上升0.056，影响显著；
2. 中天每节增加10%的韩国瑜新闻，收视率上升0.082，影响显著；并且可以发现，比起其它电视台，中天集中在图示的右侧，也就是播放韩国瑜新闻高占比的范围。
3. 东森每节增加10%的韩国瑜新闻，收视率上升0.097，影响显著；
4. TVBS每节增加10%的韩国瑜新闻，收视率上升0.171，影响显著；
5. 壹电视每节增加10%的韩国瑜新闻，收视率下降，但影响不显著；
6. 民视每节增加10%的韩国瑜新闻，收视率上升，但影响不显著；
7. 三立每节增加10%的韩国瑜新闻，收视率下降，但影响不显著；

惟也必须说明，由于仅用“播出韩国瑜新闻的占比”来与“平均收视率”进行回归分析，仍会有一些误差。如在TVBS台该张图中平均收视率最高、接近1的点是3月10日晚间新闻，当日的韩国瑜新闻占比虽近两成，但从一分钟收视率资料中却发现，实际上拉高该节平均收视率的新闻是从晚上六点20分左右连续三则社会新闻：“法式透明伞“似”鸟笼伞 代理商质疑台厂抄袭”、“3件假金饰卖1388诈骗 买家怒批：镀金假货”、“乘客惊魂！“花8小时、遇3乱流”班机抵琉球”，最高一分钟收视率来到将近1.6。

从前段例子可以发现，目前在论定韩国瑜新闻与收视率之间的关系时，只能呈现其相关性，两者间是否有因果关系，除了用下面时间序列数据进行分析之外，还必需佐以其它材料，发掘、剔除其它因素。如果能有更多资源对所有新闻进行分类，分析结果将能更加准确。

## 韩国瑜新闻对中天、TVBS与东森收视率有显著加分效果

除了用每节韩国瑜新闻占比及平均收视率进行分析之外，《端传媒》将六家电视台3月6日至3月15日午间及晚间新闻转换成以秒为单位的时间序列（time series）数据，并且与AGB尼尔森公司所做的“1分钟收视率”进行合并后，以ARIMA model的介入分析（intervention analysis）及动态因果分析（dynamic causal effects）两种方式检验电视台播放韩国瑜的新闻，是否对于收视率有影响。

ARIMA model的介入分析显示，从3月6日至3月15日10天的数据来看，除了三立之外，中天、TVBS、东森、民视、壹电视播放韩国瑜新闻时，对于收视率都有影响，而动态因果分析则与前面的每节韩国瑜新闻占比及平均收视率回归分析有类似的结果，仅有中天、TVBS、东森在播放韩国瑜新闻时有助于收视率。

结合回归分析、介入分析及动态因果分析来看，中天、TVBS及东森三家电视台都出现播放韩国瑜新闻则对收视率有拉抬效果的现象，我们从这三家电视台拣选出较为代表性的几个时段，将出现韩国瑜相关新闻的时间画在一分钟收视率的趋势上，以说明“播韩国瑜新闻”与“收视率提升”之间的相关性。

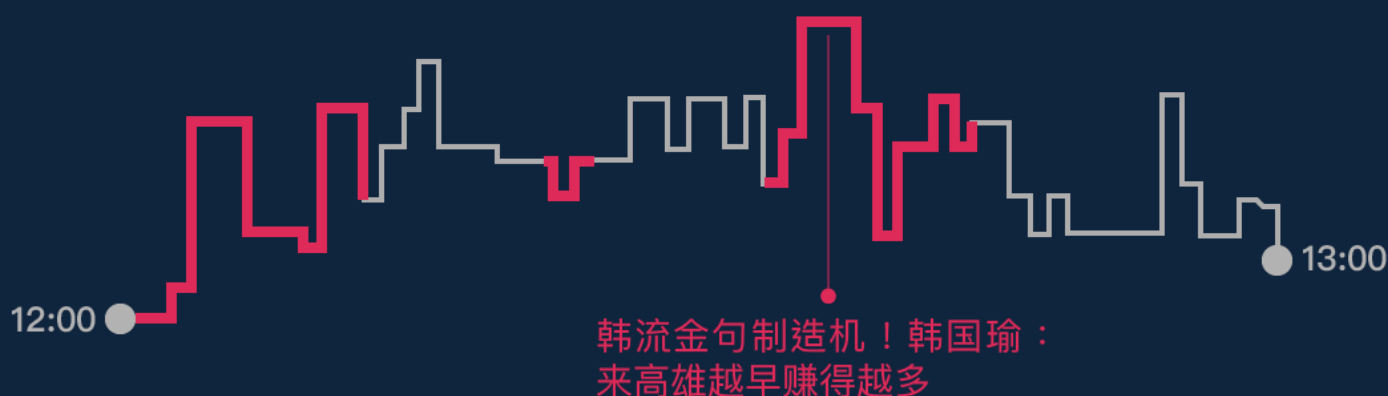


# 播放韩国瑜新闻 对中天收视率有显著影响

—— 收视率走势 —— 韩国瑜新闻播放时段

3月6日 | 午

平均收视率 **0.31** 韩新闻占比 **43%**



3月13日 | 晚

平均收视率 **0.79** 韩新闻占比 **49%**



播放韩国瑜新闻对中天收视率有显著影响。图：郭瑾烨/端传媒设计部



中天在3月6日的午间新闻中，让收视率攀升的韩国瑜新闻包括“台北市也担心经济 韩国瑜喊话“一起拚吧””、“2020出征总统？！韩国瑜：现在先不要把我…”、“打造高雄全台首富！韩国瑜：拚我任内完成”、“韩流金句制造机！韩国瑜：来高雄越早赚得越多”、“波音747无法起降！韩国瑜：高雄优异特质没法发挥”和“冲高雄经济！韩国瑜：推石化专区产业转型”等。而在“韩流金句制造机！韩国瑜：来高雄越早赚得越多”这一则播出时，收视率达到当节最高点，之后立即掉下来，原因可能是接续的下则新闻是关于日月潭的观光人潮，虽然标题也打著“韩流刮全台！”但实质上并非韩本人的新闻。

而在3月13日的晚间新闻，则是“从夜市到高端精品 业者抢搭韩流吸人气”、“韩国瑜夜宿睡到饱！3月找小黄运将 4月找“劳工宿舍””、“从果菜市场到劳工宿舍 韩市长夜宿超接地气”、“改变台湾政坛氛围！韩国瑜睡运将、劳工的家”及“卡韩反逼问鼎总统？自经区恐成绿营危机”等。“卡韩反逼问鼎总统”这一条，将整节新闻收视拉上最高点。

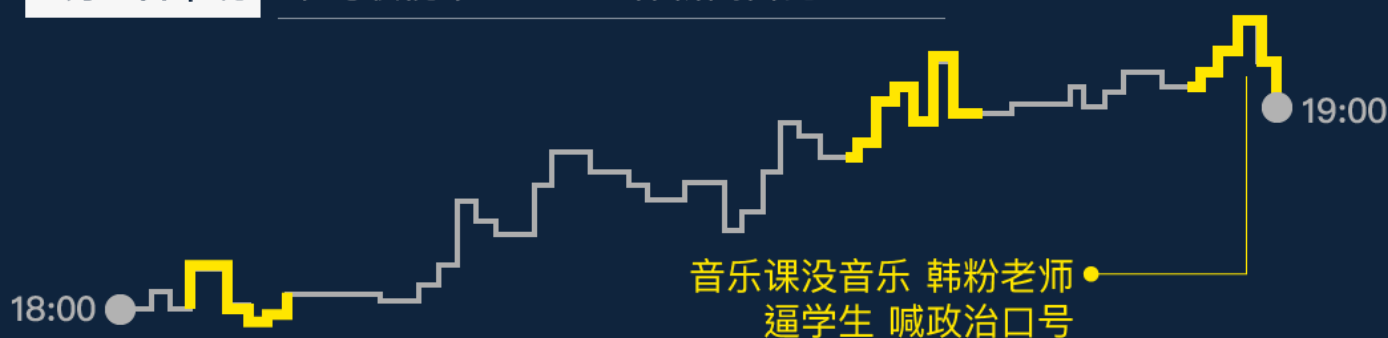
从图中趋势可以看出，对中天来说，韩国瑜新闻确实有提升收视率的效果，且这些新闻多持正面方向报导韩国瑜。



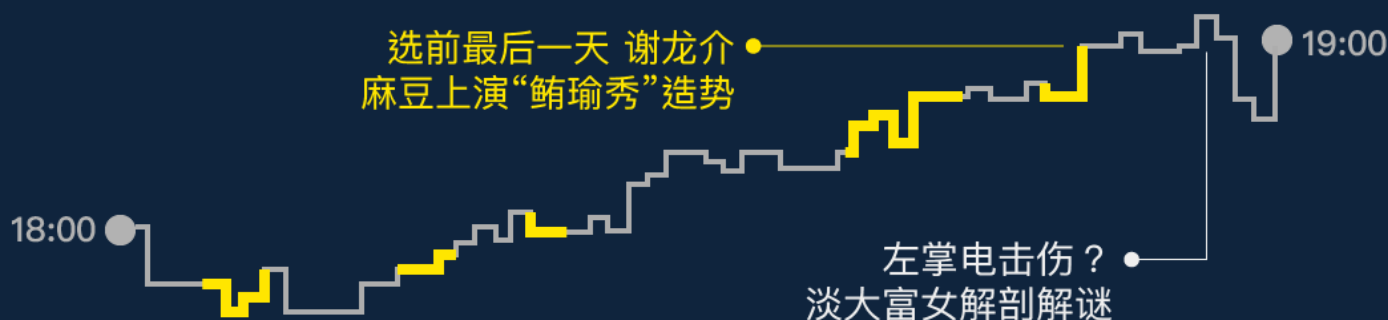
# 播放韩国瑜新闻 对东森收视率有显著影响

—— 收视率走势    —— 韩国瑜新闻播放时段

3月13日 | 晚    平均收视率 **0.45**    韩新闻占比 **27%**



3月15日 | 晚    平均收视率 **0.58**    韩新闻占比 **25%**



播放韩国瑜新闻对东森收视率有显著影响。图：郭瑾烨/端传媒设计部

东森在3月13日的晚间新闻中，有提升收视率作用的韩国瑜新闻包括“韩粉恐吓／报警反击 黄光芹“敢动我孩子试试””、“（独家）跟韩出访议员曝光大增 大陆行10名额抢破头”、“蓝营“王牌”是韩国瑜？朱立伦：要就大方征召”、“2020不怕“韩流”？绿搏“捧韩压柯””、“音乐课没音乐 韩粉老师逼学生 喊政治口号”，这一条也将整节新闻的收视推上最高点。

3月15日晚间新闻则有“韩流助攻芬进合击”、“选前之夜再挺谢龙介 韩国瑜到场人气超旺”、“选总统韩国瑜陷天人交战？李佳芬：大家爱揣测”、“替韩参选解套？吴敦义：当总统不会对不起高雄”和“选前最后一天 谢龙介麻豆上演“鲔瑜秀”造势”等。在东森的部份，同样看的出韩国瑜新闻让收视率一定程度提升，但内容上则出现“韩粉”的负面报导。

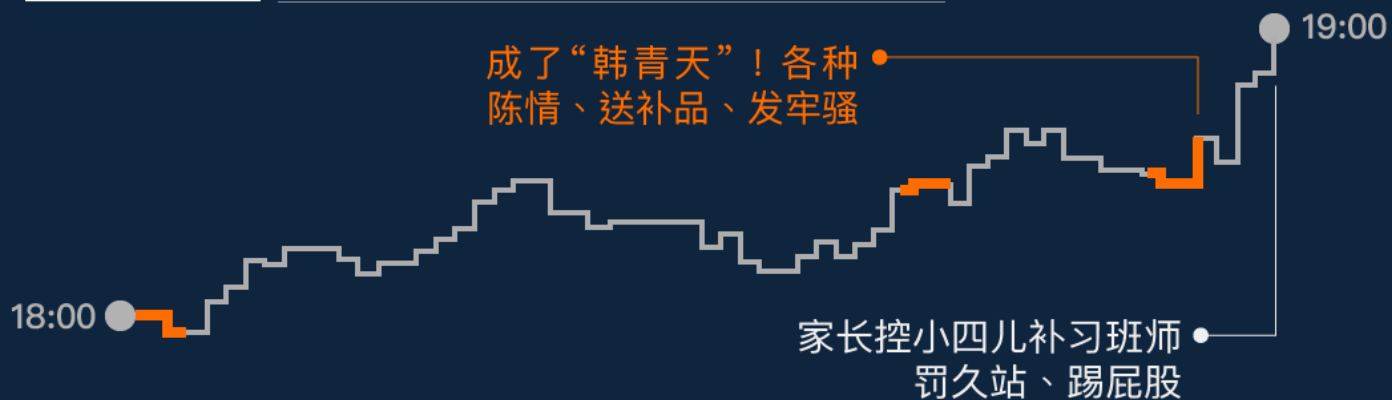
# 播放韩国瑜新闻 对TVBS收视率有显著影响



—— 收视率走势 —— 韩国瑜新闻播放时段

3月6日 | 晚

平均收视率 **0.86** 韩新闻占比 **12%**



3月13日 | 晚

平均收视率 **0.58** 韩新闻占比 **11%**



播放韩国瑜新闻对TVBS收视率有显著影响。图：郭瑾烨/端传媒设计部

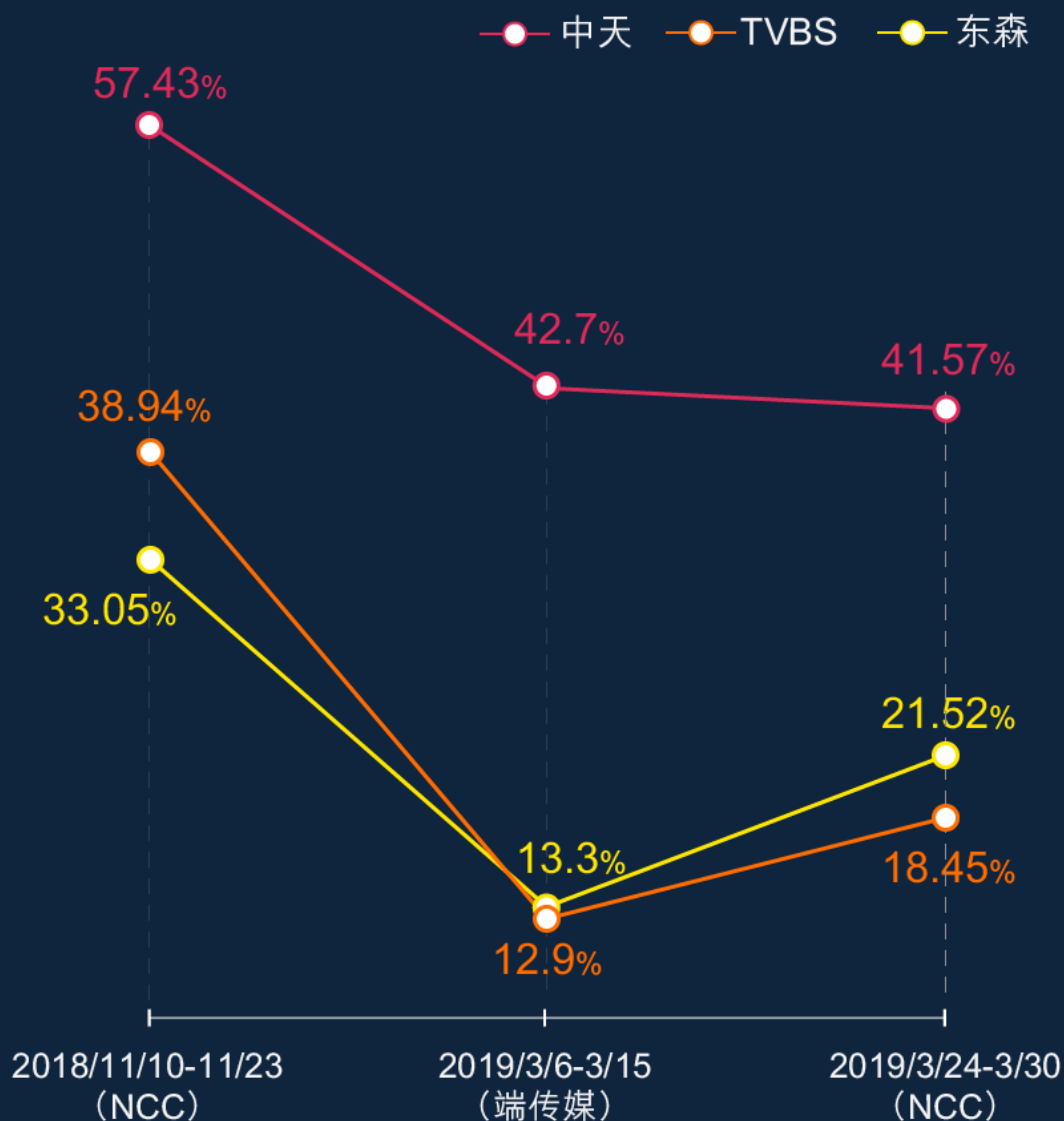
TVBS 3月6日的晚间新闻虽只播送三则韩国瑜相关新闻，但后面两则“韩国瑜北上见王金平？韩：朋友不姓王”、“成了“韩青天”！各种陈情、送补品、发牢骚”皆有提升收视率的效果。

3月13日晚间新闻的两则“韩粉威胁“动儿子”！黄光芹怒赴警局报案”、“他是我认定的太阳！卢赠朱太阳饼力挺”也都稍有带动收视率。但也可从图中看出，两日的收视最高点皆非韩国瑜相关新闻。

从以上所举例子可以看出，对中天、东森、TVBS等三个电视台来说，韩国瑜相关新闻确实有带动收视率的效果，但由于我们是以“新闻中直接提到‘韩国瑜’”或以韩国瑜为新闻主角作为计算基准，故无论该则新闻对韩的立场是褒或贬皆属“与韩国瑜有关的新闻”——如3月13日晚间新闻中，除了中天（中天在14日午间新闻报导）之外的五个电视台皆大幅报导韩国瑜支持者匿名恐吓名嘴黄光芹家人，显见为当时的新闻热点，受到台湾观众热切关注。

## 小标

# 2018年地方选举前夕至2019年3月下旬 中天、东森、TVBS韩国瑜新闻占比变化



2018年地方选举前夕至2019年3月下旬，中天、东森、TVBS韩国瑜新闻占比变化。图：郭瑾烨/端传媒设计部

从上述的数据分析来看，3月6日至3月15日之间，民视与三立应该是因为政治色彩及收视结构，韩国瑜新闻播放占比低及播放了韩国瑜新闻后对收视率也没有明显增加效果。韩国瑜新闻则对中天、TVBS及东森电视台收视率有显著拉抬效果，但拉长时间来看，根据NCC在2018年地方选举选前（2018年11月10日至11月23日）的[电视新闻报导观测报告](#)，TVBS及东森播放韩国瑜新闻的秒数占比为38.94%及33.05%，到了《端传媒》的调查期间，已经有明显下降，到了3月24日至3月30日[NCC的观测报告](#)，这两台的韩国瑜播放比例为18.45%、21.52%，没有因为韩国瑜有可能拉抬收视率的情况下进行高比例播送。

也就是说，除了中天之外，其它电视台还算遵守了“兼顾多元”、“比例原则”，虽然这里的多元常常靠的是偏耸动的“社会新闻”，或者是因为政治色彩的原因选择降低韩国瑜新闻比例。

自3月15日立委补选日至今，已经三个多月，不仅韩国瑜宣布选总统，更发起多次大型集会，中间也夹杂了郭台铭宣布参选总统、民进党激烈的初选、香港反修订《逃犯条例》抗争等等重大事件，密集播放韩国瑜新闻是否仍有收视率上的效果？或者已经产生疲劳效应？随著国民党总统初选日期逼近，“韩流”已从地方选举议题一跃成为动摇总统选举的社会现象。面对这一新时代的现象，民众应该如何面对？主管机关如何在兼顾新闻自由的前提下进行管制？将是台湾下一阶段的难题。

如果你喜歡  
就分享給更多人吧





---

## 热门头条

---

1. 中国「古装剧禁令」风波：为什么一幅微信截图，业界就全都相信了
2. 回应赵皓阳：知识错漏为你补上，品性问题还需你自己努力
3. 连登仔大爆发：“9up”中议政，他们“讲得出做得到”
4. 香港回归22周年，七一升旗礼、大游行、占领立法会全纪录
5. 梁一梦：反《逃犯》修例，港府算漏了的三件事
6. 记者手记：我搭上了罢工当晚的长荣班机
7. 马岳：“反送中”风暴一目中无人，制度失信，残局难挽
8. “突如其来”的新一代：后雨伞大学生如何看社运
9. 专访前大律师公会主席陈景生：香港现在这处境，我最担心十几廿岁的年轻人
10. 读者来函：承认我们的无知，让出一条道路给年轻人吧

---

## 编辑推荐

---

1. 运动中的“救火”牧师：他们挡警察、唱圣诗、支援年轻人
2. 金山上的来客（下）
3. 从争取“劳工董事”到反制“秋后算帐”，长荣罢工之路为何荆棘？
4. 吉汉：暴力抗争先天有道德包袱吗？
5. 金山上的来客（上）
6. 归化球员能“拯救”中国男足吗？
7. 进击的年轻人：七一这天，他们为何冲击立法会？
8. 荣剑：中美不再是中美，中美依然是中美，中美关系下一步

9. 贸易战手记：华府的关税听证会上，我围观了一场中国制造“表彰”会

10. 徐子轩：由盛转衰——G20大阪峰会后，全球政经的新局面

---

## 延伸阅读

---

**晚报：中天新闻被裁定部分报道失实偏颇，罚款百万新台币**

**“韩流”点燃遥控器战争：韩国瑜新闻时数实测分析**

韩国瑜成为媒体宠儿，让中天电视台被戏称为“韩天电视台”，引发正反双方抢夺公共场合电视遥控器的战争。究竟各大电视台报导韩国瑜的时数有多长？中天电视台如何回应相关批评？

**收视率和“政治立场”破坏台湾电视新闻台公信力，NCC该不该管？**

当媒体公信力受到质疑，政府的立场是什么？该不该管？该怎么管？近年来的台湾，正在艰难地回答这些问题。