



中华人民共和国气象行业标准

QX/T 268—2015

电视气象信息服务节目综合评价方法

Evaluation method of meteorological information service television programs

2015-01-26 发布

2015-05-01 实施

中 国 气 象 局 发 布

目 次

前言	Ⅲ
1 范围	1
2 术语和定义	1
3 指标体系	2
4 数据获取和处理方法	2
5 计算方法	2
附录 A(规范性附录) 电视气象信息服务节目综合评价二级指标数据的获取与处理方法	4
附录 B(规范性附录) 专家评价小组评分操作规则	6
附录 C(资料性附录) 某影视中心电视气象信息服务节目综合评价指标权重分配	8

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国气象防灾减灾标准化技术委员会气象影视分技术委员会(SAC/TC 345/SC1)提出并归口。

本标准起草单位:华风气象传媒集团有限责任公司。

本标准主要起草人:王倩、卢晓露、周笛。

电视气象信息服务节目综合评价方法

1 范围

本标准规定了电视气象信息服务节目综合评价的指标体系,指标数据的获取、处理和评价得分计算方法。

本标准适用于电视气象信息服务节目的综合评价。

2 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

2.1

电视气象信息服务节目 meteorological information service television programs

在电视频道播出的,以天气预报等气象信息服务为主要内容的节目。

2.2

服务能力 service ability

电视气象信息服务节目在公共气象服务方面的作用。

2.3

公信力 credibility

节目赢得观众信赖的能力。

2.4

观众满意度 satisfaction

观众对节目整体的满意程度。

2.5

观众主动收看意愿 active viewing

观众收看节目的主动程度。

2.6

观众节目推荐度 recommendation

观众向其他人推荐节目的可能性。

2.7

电视收视率 TV rating

电视收视市场的总体观众中,收看某频道或其节目的个人所占的比例。

[GB/T 30350—2013,定义 3.2]

2.8

收视时段贡献 contribution to the rating of time band

节目对所在频道、所在时段的收视贡献力。

2.9

收视忠诚度 audience loyalty

节目粘着观众的能力。

2.10

收视成长趋势 growth trend of rating

与历史同期相比,时段收视贡献增长比率。

3 指标体系

由 4 个一级指标和 10 个二级指标构成,见表 1。

表 1 电视气象信息服务节目综合评价指标体系

一级指标	二级指标	指标解释
创作力	专业性	制作水准和品质(编辑编排、制作剪辑、播音主持、图形图像、灯光抠像、造型、文字写作等)。
	创新性	节目在形式创新方面的表现。
影响力	服务能力	主流社会群体对节目公众气象服务功能的认可。由专家评分和观众评分组成,观众评分为过去 30 天看过某电视气象信息服务节目的观众对该节目气象服务功能认可程度的评分。
	公信力	过去 30 天内收看过某电视气象信息服务节目的观众对节目所提供的信息信赖程度的评分。
美誉度	观众满意度	过去 30 天内收看过某电视气象信息服务节目的观众对该节目满意程度的评分。
	观众主动收看意愿	过去 30 天内收看过某电视气象信息服务节目的观众对自己主动收看该节目意愿的评分。
	观众节目推荐度	收看过某电视气象信息服务节目的观众向其他人推荐的可能性的评分。
传播力	收视时段贡献	节目电视收视率与所在半小时时段收视率比值。可以修正掉时段和播出平台对收视数据的影响,较准确地反映气象节目的实际影响力。
	收视忠诚度	考评周期内收看过节目的观众人均收看期数减 1 后与考评周期内节目总期数的比值。
	收视成长趋势	考评周期内的收视时段贡献与上一年同期收视时段贡献的差值与考评周期内上一年度同期收视时段贡献的比值。

4 数据获取和处理方法

二级指标的数据获取和处理方法见附录 A、B。

5 计算方法

各项指标与相应权重乘积后的总和即为综合评价得分,其计算见公式(1):

$$SQ = P \times a_1 + C \times a_2 + S \times b_1 + PT \times b_2 + AS \times c_1 + AV \times c_2 + AR \times c_3 + CR \times d_1 + AL \times d_2 + GT \times d_3 \dots\dots\dots(1)$$

式中:

SQ——电视气象信息服务节目综合评价得分;

- P ——专业性得分；
 a_1 ——专业性指标权重系数；
 C ——创新性得分；
 a_2 ——创新性指标权重系数；
 S ——服务能力得分；
 b_1 ——服务能力指标权重系数；
 PT ——公信力得分；
 b_2 ——公信力指标权重系数；
 AS ——观众满意度得分；
 c_1 ——观众满意度指标权重系数；
 AV ——观众主动收看意愿得分；
 c_2 ——观众主动收看意愿指标权重系数；
 AR ——观众节目推荐度得分；
 c_3 ——观众节目推荐度指标权重系数；
 CR ——收视时段贡献得分；
 d_1 ——收视时段贡献指标权重系数；
 AL ——收视忠诚度得分；
 d_2 ——收视忠诚度指标权重系数；
 GT ——收视成长趋势得分；
 d_3 ——收视成长趋势指标权重系数。

指标权重系数的设置以不抵消各项指标在综合评价中的作用为原则,可根据实际情况进行调整(参见附录 C)。

附 录 A
(规范性附录)

电视气象信息服务节目综合评价二级指标数据的获取与处理方法

A.1 数据的获取

二级指标数据的获取方法见表 A.1

表 A.1 电视气象信息服务节目综合评价二级指标数据的获取方法

二级指标	数据来源	获取要求
专业性	专家评价小组评分	专家评价小组评分数据:同一次评价中有多个参评节目时,每个节目的专家评价得分应由同一组织单位负责统计,所使用的统计方法应统一,具体评分操作规则见附录 B。 专家评价小组应由电视行业专家、气象行业专家、节目制作单位业务主管或负责人组成。三类专家身份不重叠。电视行业专家人数应占专家评价小组总人数的 30%以上,气象行业专家人数应占专家评价小组总人数 25%以上,节目制作单位业务主管或负责人参评人数应占专家评价小组总人数 25%以上。专家评价小组总人数不少于 4 人。
创新性	专家评价小组评分	
	观众调查	
服务能力	专家评价小组评分	
	观众调查	观众调查数据:应由权威市场调查机构通过开展观众调查获得。 同一次评价中有多个参评节目时,数据应来源于同一次、同等规模的观众调查。
公信力	观众调查	
观众满意度	观众调查	
观众主动收看意愿	观众调查	
观众节目推荐度	观众调查	
收视时段贡献	收视率调查	收视率调查数据:统计收视数据所需的相应数据应由传媒行业公认的收视调查公司依照 GB/T 30350—2013 调查获得的由收视仪获取的收视率数据,目标人群为四岁以上观众。
收视忠诚度	收视率调查	
收视成长趋势	收视率调查	

A.2 数据的处理

A.2.1 初级处理方法

获取的二级指标数据应先进行初级处理,方法见表 A.2。当同一次评价中有多个参评节目,需要对评价结果进行横向对比时,需对观众主动收看意愿和观众节目推荐度做观众规模加权,之后对所有二级指标数据进行标准化处理,再代入综合评价得分计算公式(1)。

表 A.2 电视气象信息服务节目综合评价二级指标数据的初级处理方法

二级指标	初级处理方法
专业性	进行季度或年度综合评价时,将所涵盖各月的专家评价小组评分取平均值; 当个别节目缺失专家评价小组评分时,可使用同一次评价过程中参评的其他节目专家评价小组评分分值的平均数代替。
创新性	进行季度或年度综合评价时,将所涵盖各月的专家评价小组该项评分取平均值;
服务能力	按比例与观众调查相应评分合并,比例可自行设定,观众评分所占比例最高不超过 50%; 当个别节目缺失专家评价小组评分时,可使用同一次评价过程中参评的其他节目专家评价小组评分分值的平均数代替。
公信力	当一个节目一天有多档节目时,应取多档节目该项数据的平均值作为该项指标的原始数据。
观众满意度	
观众主动收看意愿	
观众节目推荐度	
收视时段贡献	当一个节目一天有多档节目时,应取多档节目的相应项目数据的平均值作为该项指标的原始数据。
收视忠诚度	
收视成长趋势	

A.2.2 观众规模加权

A.2.2.1 观众规模

观众规模可以量化反映观众对某档节目的期待水平。基于节目的主动收看意愿和推荐度应与节目观众规模成正比的前提假设,以观众规模对观众主动收看意愿和观众节目推荐度两项指标进行加权处理

A.2.2.2 观众规模加权

以观众主动收看意愿得分和观众节目推荐度的原始得分直接除以观众规模得分。

加权后,数值大于 1,表示节目的满意度和观众主动收看意愿超出观众期待;数值等于 1,表示节目的观众主动收看意愿和观众节目推荐度与观众期待相适应;数值小于 1,表示节目的满意度和观众主动收看意愿距离观众要求还有距离。

A.2.3 标准化处理

按照式(A.1)消除不同指标的量纲差异,同时减少数据的过度波动。

$$X = 60 + 40 \times \frac{x - \text{MIN}(x)}{\text{MAX}(x) - \text{MIN}(x)} \dots\dots\dots(\text{A.1})$$

式中:

X —— 标准化后指标数值,通过标准化处理后所有指标数值对位到 60 分~100 分;

x —— 标准化前指标数值。

附 录 B
(规范性附录)
专家评价小组评分操作规则

B.1 专家评价小组评分项目及评分分类

专家评价小组评分项目根据节目类型不同有所区别,主持人类电视气象信息服务节目的评分项目及评分分类见表 B.1,纯图文类电视气象信息服务节目的评分项目见表 B.2。

注:主持人类电视气象信息服务节目与纯图文类电视气象信息服务节目相比,结构、手段和形式都相对复杂,可承载的服务功能更多,通过综合评价后可提升的空间更大,因此在进行评分项目设计时,以主持人类电视气象信息服务节目为基础,对纯图文类电视天气预报进行评价时,去掉相应项目即可,分数可按管理需求重新划分。

表 B.1 主持人类电视气象信息服务节目评分项目及评分分类

指标名称	分数	观众	评分项目	分数分配	电视专家	电视专业主管	气象专业主管	其他专业主管
服务能力	40分	√	气象信息准确程度	10分			√	
			气象服务信息实用程度	10分	√	√	√	√
			气象信息通俗易懂程度	5分	√	√		√
			气象图形直观程度	5分	√	√	√	√
			服务敏感度(指定参评主题时,指节目对指定主题服务的情况;自选报送时,指所选主题的吸引力)	10分	√	√	√	√
创新性	20分	√	节目形式新颖程度	5分	√	√	√	√
			天气图形创新	10分	√	√	√	√
			节目包装(演播室、背景演示包装)创新	5分	√	√	√	√
专业性	40分		电视手段丰富程度	5分	√	√		
			电视手段精美程度	5分	√	√		
			结构条理	5分	√	√	√	√
			解说词	5分	√	√	√	√
			主持人表现	10分	√	√	√	√
			主持人造型	5分	√	√	√	√
			灯光、抠像、摄像	5分	√	√		
总分				100分				

表 B.2 纯图文类电视气象信息服务节目评分项目及评分分类

指标名称	评分项目	电视专家	电视专业主管	气象专业主管	其他专业主管
服务能力	气象信息准确程度			√	
	气象服务信息实用程度	√	√	√	√
	气象信息通俗易懂程度	√	√		√
创新性	节目形式新颖程度	√	√	√	√
	节目包装创新	√	√	√	√
专业性	电视手段精美程度	√	√		

B.2 专家评价小组分数统计方法

专家评价小组分数的统计方法可根据具体情况,选择下列任意一种方法:

- a) 各项参与评分人员的单项平均分求和,得出总平均分;
- b) 针对本单位的管理要求,根据不同身份的参评人员其主观意见的重要程度不同,给不同参评人员的单项分数赋予不同的权重,计算总分。

示例:某制作单位认为在“电视手段丰富程度”方面,电视专家的主观意见比节目制作单位主管领导的意见更具参考价值,赋予电视专家 6 的权重,主管领导 4 的权重,则“电视手段丰富程度”项的得分=电视专家评分的平均分 \times 0.6+节目制作单位主管领导评分的平均分 \times 0.4。其他各项依此类推,最终再将各项得分求和得出总分。

附 录 C
(资料性附录)

某影视中心电视气象信息服务节目综合评价指标权重分配

某影视中心电视气象信息服务节目综合评价指标权重分配见表 C.1。

表 C.1 某影视中心电视气象信息服务节目综合评价指标权重分配

一级指标	权重分配	二级指标	权重分配	专家评分小组	观众调查	收视率调查
创作力	15%	专业性	5%	√		
		创新性	5%	√	√	
影响力	20%	服务能力	10%	√	√	
		公信力	10%		√	
美誉度	25%	观众满意度	15%		√	
		观众主动收看意愿	15%		√	
		观众节目推荐度	5%		√	
传播力	40%	收视时段贡献	30%			√
		收视忠诚度	5%			√
		收视成长趋势	5%			√

中华人民共和国
气象行业标准
电视气象信息服务节目综合评价方法
QX/T 268—2015

*

气象出版社出版发行
北京市海淀区中关村南大街46号
邮政编码:100081
网址:<http://www.qxcbs.com>
发行部:010-68409198
北京中新伟业印刷有限公司印刷
各地新华书店经销

*

开本:880×1230 1/16 印张:1 字数:30千字
2015年4月第一版 2015年4月第一次印刷

*

书号:135029-5721 定价:10.00元

如有印装差错 由本社发行部调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68406301