

团 体 标 准

T/TMAC 034.F—2021

基于多维指标的电视节目综合评价规范

Comprehensive TV program evaluation specification based on
multidimensional indexes

2021-08-24 发布

2021-08-24 实施

中国技术市场协会 发 布

中国技术市场协会(TMAC)是科技领域内国家一级社团,以宣传和促进科技创新,推动科技成果转移转化,规范交易行为,维护技术市场运行秩序为使命。为满足市场需要,做大做强科技服务业,依据《中华人民共和国标准化法》《团体标准管理规定》,中国技术市场协会有序开展标准化工作。本团体成员和相关领域组织及个人,均可提出制(修)订 TMAC 标准的建议并参与有关工作。

TMAC 标准按《中国技术市场协会团体标准管理办法》《中国技术市场协会团体标准工作程序》制定和管理。

TMAC 标准草案经向社会公开征求意见,并得到参加审定会议多数专家、成员的同意,方可予以发布。

在文件准实施过程中,如发现需要修改或补充之处,请将意见和有关资料反馈至中国技术市场协会,以便修订时参考。

本文件著作权归中国技术市场协会所有。除了用于国家法律或事先得到中国技术市场协会正式授权许可外,不许以任何形式复制本标准。

第三方机构依据本标准开展认证、评价业务,须向中国技术市场协会提出申请并取得授权。

中国技术市场协会地址:北京市丰台区万丰路 68 号银座和谐广场 1101B

邮政编码:100036 电话:010-68270506 传真:010-68270453

网址:www.ctm.org.cn 电子信箱:1361620447@qq.com

目 次

前言 III

引言 IV

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 评价原则 2

5 评价规范 2

6 数据来源与权重分配 2

 6.1 数据来源 2

 6.2 权重分配 3

参考文献..... 4

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由《视听媒体收视调查平台研发与应用》课题组提出，该课题源于国家重点研发专项《现代服务业共性关键技术研发及应用示范》中的《视听媒体收视调查与文化品牌评估理论与技术》项目。本文件由中国技术市场协会归口。

本文件主要起草单位：北京易橙天下科技有限公司、山东海看新媒体研究院有限公司、北京汉晟时代科技有限公司、北京信息科技大学。

本文件主要起草人：张相君、薛梦蛟、杨志斌、郝睿琳、周酉、孙中清、谢志泉、王大鹏、王爱国、刘永刚、王春旭、王宗水。

引 言

在媒体融合的时代,多媒体传输的迅猛发展,深刻地改变了媒介市场的格局,影响着人们的娱乐生活习惯。越来越多的人通过电脑、手机、平板电脑等终端随时随地多屏收看视频。电视时移收视、网络终端收视已经成为观众在电视直播外收看各类节目的新选择,各种收视终端构建了一个多屏世界,受众的收视行为不再单纯局限于一个电视屏幕上,仅仅考察电视屏幕收视率的做法已经不合时宜了。多屏时代,评价节目不仅要考虑电视屏的行为指标、意见指标,还要考察其他终端上的受众观看行为和观看意见——即多屏指标。传统的节目评价方法急需因时而变,无论电视台、广告公司还是广告主都迫切地需要一个能够进行跨屏幕多维度评价的节目评价体系,以便更清楚地了解受众,把握市场发展趋势。

本文件涵盖节目的内容质量、传播效果及热度指数等指标,建构一个由多维度、多层次、多指标、多数据源组成的综合性评价体系,进而通过大数据深度学习的方法对各指标进行指标权重分配,得到科学合理的评价结果。

基于多维指标的电视节目综合评价规范

1 范围

本文件规定了基于多维指标的电视节目综合评价原则、评价体系和数据来源与权重分配的基本规范。

本文件适用于电视节目评价服务的提供者(即电视节目综合评价公司或机构),样本户,以及包括电视节目播出机构、节目供应商、广告主、广告代理公司、媒介购买公司、政府相关机构、设备制造商和学术研究机构等在内的数据使用者。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

内容评价 content evaluation

由主观评价指标体系和客观评价指标体系两大系统构成。主观评价指标系统由专家评价、受众评价两方面的指标构成。客观评价系统由市场份额、广告创收两方面构成。

3.2

传播效果 communication effect

以跨屏收视率为考察指标。跨屏收视率是对观众在手机、电脑、电视、平板等不同终端收看节目的总量的考察。本文件综合考虑电视直播收视率、时移收视率、网络收视率,设置各自权重并进行加权求和,实现节目跨屏收视情况表示,即某节目跨屏收视率。

3.3

收视率 ratings

某一时段内收看某节目的人数(或家户数)占观众总人数(或家户数)的百分比。

3.4

电视直播收视率 TV program ratings

节目在电视上的直播收视率,即针对某一特定节目,平均每分钟的收视人数占推及人口总体的百分比。

3.5

时移收视率 time-shifted program ratings

节目在电视频道中首次播出后 7 日内基于所有点播和回放行为产生的电视机端的收视率。

3.6

网络收视率 internet TV program ratings

对节目网络传播收视数据整合后得出,范围包括主流视频网站的网页、客户端以及手机 APP 等,以“点击量”和“时长”为指标。