

有线电视观众减少

星和要以本土特色节目吸引新订户

学者指出，节目本土化是本地电视制作的关键，这也是星和“吸睛”的一个策略。不过在这之前，星和的挑战是得先摸索本地观众的口味。

林子恒 报道
zhlim@sph.com.sg

调查显示，每天收看有线电视的观众呈下滑趋势，星和希望通过制作富有本地特色的电视节目来吸引新订户。另一方面，星和也将把部分业务迁入媒体工业园，办公楼计划在本月底动土。

尼尔森（Nielsen）媒体调查公司日前发布的数据显示，每天收看有线电视的观众较去年相比下降了

2.7%。

同一天，媒体发展管理局也宣布，星和（StarHub）将是首个被纳入公共服务广播竞争基金计划（PSB Contestable Funds Scheme）的付费电视业者，它将委托第三方制作公司制作免费电视节目。

南洋理工大学黄金辉传播与信息学院助理教授廖继权分析，免费电视节目的平台可为星和提供多一个宣传管道，让它在本地把触角延伸到更广大的观众群，进而吸引更多

观众签订星和视界配套。

星和多媒体企业部总监李素慧回复本报询问时表示，星和将制作能让本地观众产生共鸣的节目，在更深的层面触动他们，借此提高观众对星和的认识。

学者：看本地电视节目观众未必会签配套

新跃大学新跃中华学术中心副主任符诗专博士指出，节目本土化确实是本地电视制作的关键，这是星和“吸睛”的一个策略。

另外，星和日前也公布，新的本地节目预计明年底开始在星和视界都会台（111/825频道）和SuperSports Arena（102/201频道）

播映，星和视界订户可直接免费观赏，非订户则要等到节目播出六个月后，才能通过星和互联网的“随处电视”（TV Anywhere）观赏。

星和表示，希望能吸引到那些想在第一时间观看这些节目的观众签订星和视界配套。

不过，南大黄金辉传播与信息学院助理教授林翠绢对星和能否吸引新观众群持观望态度。

她说：“星和的付费台播映的主要是国际节目，喜欢看星和本地电视节目的观众不一定会签订它的收费配套。”

林翠绢也说，星和要制作能引起本地观众兴趣的节目，挑战就是必须先摸索他们的口味。

符诗专指出，受委的制作公司也得动脑筋。“独立制作公司必须制作高质量的节目，巩固星和的竞争力，这个新的电视平台才能继续经营下去。”

星和部分业务将迁至媒体工业园

另一方面，星和昨天也向本报证实，它的部分业务将迁移到媒体工业园（Mediapolis@one-north），成为新传媒之外，另一家落户媒体工业园的主要电视业者。媒发局计划将媒体工业园发展成媒体业枢纽，让业者就近合作。

新传媒2010年底宣布将落户媒体工业园，并分阶段搬迁，预计于

独立制作公司必须制作高质量的节目，巩固星和的竞争力，这个新的电视平台才能继续经营下去。

——新跃中华学术中心
副主任符诗专博士

2015年完全迁入“新家”。

星和将迁入媒体工业园的部分业务包括：分析消费者社会行为和消费信息，并将之转换成对商家有利的资料的SmartHub研究室、有线电视前端业务，以及创新部门。

星和透露，办公楼的动土仪式将在本月底举行。