

2006
CHINA TV RATING YEARBOOK

中国电视收视
年鉴
2006

王兰柱 主编

中国传媒大学出版社

CHINA TV RATING YEARBOOK

中国电视收视

年鉴
2006

王兰柱 主编

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电视收视年鉴 (2006) / 王兰柱主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2006. 7

ISBN 7 - 81085 - 769 - X

I. 中… II. 王… III. 电视—观众—抽样调查—中国—2006—年鉴
IV. G229.2 - 54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 067524 号

中国电视收视年鉴 (2006)

主 编 王兰柱

策 划 欣 雯

责任编辑 愚 言

责任印制 曹 辉

封面制作 福瑞来书籍装帧

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024

电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405

[http: //www. cucp. com. cn](http://www.cucp.com.cn)

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 787 × 1092mm 1/16

印 张 39

版 次 2006 年 7 月第 1 版 2006 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7 - 81085 - 769 - X/K · 769 定 价: 88.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

《中国电视收视年鉴（2006）》

编辑委员会

主 编 王兰柱

副主编 郑维东 肖海峰

编写人员(排名不分先后)

梁 帆	吴 东	龙长缨	胡 波	曹 珩
苏本才	左瀚颖	周欣欣	李忠毅	于 鹏
蔡 倩	王 平	王 昀	王 莹	李 慧
李红玲	吕一丹	封 翔	娜布祺	冯 波
吴 凡	张 薇	曾静平	饶丽娟	肖 珊
陈 明	朱 蕙	姚 洁	张 磊	顾颖华
肖青青	李慧玲	江灼标	冯莹斐	黎卓文
莫笑凡	李学军	毕江燕		

出版说明

为更好地服务于业界，作为中国最专业、最权威的收视率调查公司，CSM 媒介研究从 2003 年起每年编辑出版一部《中国电视收视年鉴》。《中国电视收视年鉴（2006）》是 CSM 媒介研究编辑出版的第四部电视收视年鉴。

《中国电视收视年鉴（2006）》主要包括以下四部分内容：第一部分：综述。主要从收视环境、观众特征、观众收视行为、频道竞争、节目竞争、电视广告投放与竞争以及新媒体发展状况等方面对 2004 年中国电视收视市场进行了全景式描述与分析；第二部分：专题研究。本部分内容除对 2005 年电视剧、娱乐、体育、新闻、电影等几个主要节目类型的收视状况进行分析之外，还包括从 CSM 媒介研究内部月刊——《收视中国》2005 年各期中精选的部分文章，内容涉及重大事件收视状况等。第三部分：收视数据。这部分是关于全国电视收视市场以及重点市场的收视统计数据，主要指标涉及收视设备的拥有情况、人均收视时间、全年和全天各时段收视率、各频道的市场份额、各类节目的播出份额与收视份额以及主要节目类型的收视排行等；第四部分：附录。这部分主要包括 CSM 媒介研究各种收视调查网的基本情况和所监测的频道名称。

《中国电视收视年鉴（2006）》为广大媒介从业人员既可提供有关 2005 年中国电视收视市场的全面分析，又可提供 2005 年全国以及各重点市场翔实的收视数据，它是媒介从业人员必备的一本工具书。

编者

2006 年 5 月

目 录

CONTENTS

第一部分 综 述

一、收视环境	003
二、电视观众特征	008
三、观众收视行为	012
四、频道竞争格局	019
五、节目竞争格局	033
六、电视广告投放与竞争格局	050
七、新媒体发展及其对电视收视的影响	057

第二部分 专 题

2005 年中国电视收视市场盘点	079
2005 年全国电视剧播出与收视状况分析	087
2005 年全国综艺娱乐节目收视分析	100
2005 年全国新闻类节目收视分析	105
2005 年全国体育节目收视分析	119
2005 年全国电影类节目收视分析	134
2005 春节联欢晚会：注意力 VS 影响力	141
第十届全运会收视分析	146
荧屏史诗 美的盛宴——《汉武大帝》首播收视效果点评	157
从收视率看韩剧之热播	165
当前中国电视市场的收视与竞争	179
风云际会 柳暗花明——2005 中国广播电视生态写真	191
迎接份额竞争时代	197

第三部分 收视数据

一、基本收视条件	202
二、全国收视数据	215
三、安徽收视数据	237
四、重庆（省网）收视数据	243
五、福建收视数据	249
六、广东收视数据	255

七、广西收视数据	261
八、贵州收视数据	267
九、海南收视数据	273
十、河北收视数据	279
十一、河南收视数据	285
十二、黑龙江收视数据	291
十三、湖北收视数据	297
十四、湖南收视数据	303
十五、吉林收视数据	309
十六、江苏收视数据	315
十七、江西收视数据	321
十八、辽宁收视数据	327
十九、内蒙古收视数据	333
二十、山东收视数据	339
二十一、陕西收视数据	345
二十二、山西收视数据	351
二十三、四川收视数据	357
二十四、云南收视数据	363
二十五、浙江收视数据	369
二十六、北京收视数据	375
二十七、上海收视数据	381
二十八、天津收视数据	387
二十九、重庆（市网）收视数据	393
三十、广州收视数据	399
三十一、西安收视数据	405
三十二、成都收视数据	411
三十三、长沙收视数据	417
三十四、杭州收视数据	423
三十五、长春收视数据	429
三十六、福州收视数据	435
三十七、贵阳收视数据	441
三十八、哈尔滨收视数据	447
三十九、海口收视数据	453
四十、合肥收视数据	459
四十一、呼和浩特收视数据	465
四十二、济南（城域）收视数据	471
四十三、昆明收视数据	477
四十四、兰州收视数据	483

四十五、南昌收视数据	489
四十六、南京收视数据	495
四十七、南宁收视数据	501
四十八、沈阳收视数据	507
四十九、石家庄收视数据	513
五十、太原收视数据	519
五十一、乌鲁木齐收视数据	525
五十二、武汉收视数据	531
五十三、西宁收视数据	537
五十四、银川收视数据	543
五十五、郑州收视数据	549
五十六、深圳收视数据	555
五十七、大连收视数据	561
五十八、宁波收视数据	567
五十九、青岛收视数据	573
六十、厦门收视数据	579

第四部分 附录

一、CSM 各调查网概况	587
二、频道列表	606

第一部分

Part One

综 述

Overview

综 述

一、收视环境

1. 全国共有 314 座电视台，承载 2389 套节目

2004 年是广电总局确立的“产业发展年”，也是我国广播影视产业发展迅速的一年。首先，有线电视数字化已经纳入我国国民经济和社会发展规划，列入正在制订的国家文化发展纲要和国家中长期科技发展规划，并逐步确立了青岛模式、佛山经验和杭州做法，初步走出了有中国特色的有线电视数字化发展之路。其次，广电总局批准了 49 个城市遍及 28 个省进行有线数字电视试点。同时，大力开展付费广播电视，全国已经批准开办了 98 套付费广播电视节目，批准成立中央数字电视公司、有线数字付费电视联合体等多家数字付费节目集成运营机构，初步形成了健康有序的市场竞争格局。最后，网络和高新技术产业发展迅猛。中央电视台开通了宽频网络电视，上海、北京等城市相继推出移动电视、楼宇电视、手机电视业务，成为广电产业新的经济增长点。

随着有线电视数字化的普及、付费广播电视节目的有序建立，电视观众可选择的电视频道数量大幅度提升，各频道间专业分工更加明确，服务人群细化，节目针对性得到加强。

根据《中国广播电视年鉴（2005）》的最新统计，截止到 2004 年底，全国共有电视台 314 座，承载着 2389 套节目的制作和播出，全年共播出电视节目 1103 万小时。其中国家级电视台有中央电视台和中国教育电视台，每个省、自治区或直辖市、每个地级或以上城市基本都有至少一座电视台。除此而外，在全国还有电视发射台和转播台 48408 座，联通了 1.16 亿户家庭，全国城乡电视观众 12.38 亿，电视人口综合覆盖率达到 95.3%，我国已经建立了无线、有线、卫星等多技术、多层次混合覆盖、现代化的电视覆盖网，并且中央电视台卫星传输信号基本实现了全球覆盖。

2. 家庭电视机拥有率达 97.8%，拥有两台及以上电视机家庭的比例已达 31.3%

中国已经成为全球的电视机大国，其生产量和拥有量均居全球之首。随着城乡居民收入水平的提高和电视机价格的下降，城乡居民家庭的电视机拥有率不断提高，一台电视机已经不能满足家庭成员对精彩纷呈电视节目的不同需求，第二台电视机已走入越来越

越多的家庭户。根据 CSM 媒介研究 2005 年对全国 102 个市县的基础调查数据,我国家庭电视机拥有率已达 97.8%,其中城市家庭的电视机拥有率达到 97.9%,农村家庭的电视机拥有率也高达 95.8%。拥有两台和两台以上电视机的家庭比例,102 个市县已经达到了 31.3%,其中在城市为 31.7%,在农村也达到 21.2% (表 1.1.1)。

表 1.1.1 2005 年全国及各地区电视机拥有情况 (%)

	102 个市县	城市	农村	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
一台户比例	66.6	66.2	74.6	74.9	68.7	57.6	73.3	67.5	74.2	69.9
两台或以上户比例	31.3	31.7	21.2	23.6	30.3	40.5	23.5	30.1	24.6	26.0
没有电视机户比例	2.2	2.1	4.2	1.5	1.0	1.9	3.3	2.4	1.2	4.1
百户电视机拥有量	134.7	135.2	122.3	124.0	132.6	147.5	125.0	132.8	125.8	126.5

数据来源: CSM 媒介研究 2005 年基础调查

随着城乡居民收入水平的不断提高,拥有彩色电视机居民家庭的比例也不断上升,全国 102 个市县彩色电视机的拥有率达到了 97.0%,整体比上年有所提高。但由于受消费者收入水平等因素制约,黑白电视机的家庭拥有率虽然一直处于下滑状态,但并没有完全停止使用,尤其是在农村,只有黑白电视机家庭占有所有拥有电视机家庭的比例为 19.1%,同上年持平,而这一比例在城市仅为 2.3% (图 1.1.1)。另外只有黑白电视机家庭的比例在全国七大行政区中有较大差异,西南和华中地区较高 (表 1.1.2)。

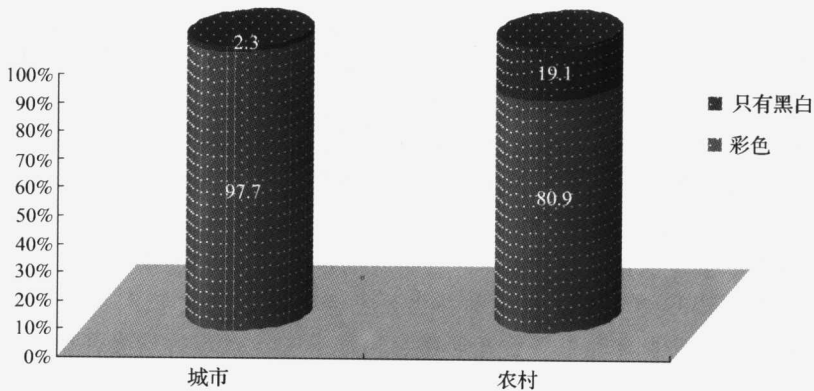


图 1.1.1 2005 年城乡居民家庭拥有的电视机类型

数据来源: CSM 媒介研究 2005 年基础调查

表 1.1.2 2005 年各大行政区拥有彩色、黑白电视机的家庭比例 (%)

	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
拥有彩色电视机家庭的比例 (包括既有彩色、又有黑白电视机的家庭)	99.0	99.0	97.2	98.4	93.6	99.1	91.0
只有黑白电视机、没有彩色电视机家庭的比例	1.0	1.0	2.8	1.6	6.4	0.9	9.0

数据来源: CSM 媒介研究 2005 年基础调查

3. 城乡居民家庭平均每户可以收看到 35.1 个频道

根据 CSM 媒介研究 2005 年在全国 102 个市县的基础研究调查结果，在所调查市县中，平均每户可以接收 35.1 个频道，整体比上年有所增加，其中城市居民家庭平均可以接收 35.7 个频道，农村居民家庭平均可以接收 18.7 个频道。在全国各大行政区中，华北和西北地区居民家庭平均每户可以接收的频道最多，分别是 42 个和 41.9 个，其他地区差别不大，但都比上一年平均有较大幅度增加（表 1.1.3）。增加的主要原因是数字电视频道和付费频道数量的增加，此外，上星卫视频道落地范围的扩大也增加了可接收频道的数量。

表 1.1.3 2002 ~ 2005 年全国各大行政区电视家庭可以接收到的频道数量（个）

年份	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
2002 年	21.2	27.9	22.8	21.9	22.6	28.8	23.5
2003 年	26.4	35.2	25.8	29.2	25.1	34.4	28.4
2004 年	27.3	38.5	31.3	34.1	25.8	38.4	33.0
2005 年	31.6	42.0	35.4	33.6	27.6	41.9	33.7

数据来源：CSM 媒介研究各年基础调查

4. 电视信号接收方式在城市以有线接收为主，在农村有线比例显著提高

在 CSM 媒介研究 2005 年基础研究所调查的 102 个市县中，通过省市有线网接收电视信号的家庭户占到了 82.7%，比上一年有小幅度提高。其中在城市有 84.2% 的家庭接入了省市有线网，有线接收方式成为城市观众收看电视节目的主要方式。由于城市有线网除了播出本地有线频道和无线频道节目外，还接转了中央台和其他省（直辖市、自治区）的卫视节目，因而城市观众可以收看到的频道较多。在农村，调查结果表明，有 28.2% 的家庭通过室内外天线来接收电视节目，通过有线网收看电视节目家庭的比例为 44.7%，比上年有了显著的提高，这一方面得益于省市骨干网络的建设，另一方面也受惠于小城镇建设，小城镇建设将分散居住的农村人口集中，从而降低了有线网络建设的成本。另外，农村居民经济条件的改善也允许他们缴纳收视费收看更多更好的节目。

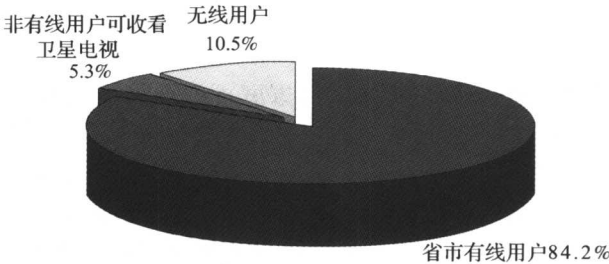


图 1.1.2 2005 年城市家庭电视信号接收方式

数据来源：CSM 媒介研究 2005 年基础调查

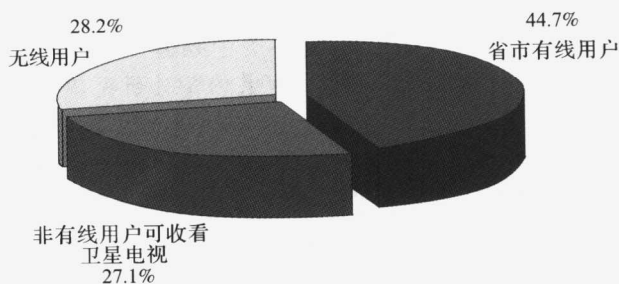


图 1.1.3 2005 年农村家庭电视信号接收方式

数据来源: CSM 媒介研究 2005 年基础调查

分地区来看,除了华中和西南外,其他大行政区的有线户比例都稳定达到了 80% 以上,由于非有线可收看卫星电视家庭的比例也有所增加,使得单纯靠无线接收电视信号家庭的比例大大下降。从图 1.1.4 中我们可以看出,省市有线用户比例在各地区不太平衡,华南地区有线户比例最高,华中和西南有线户的比例相对较低,但同 2004 年相比,这两个地区的有线户比例也有了显著提高。

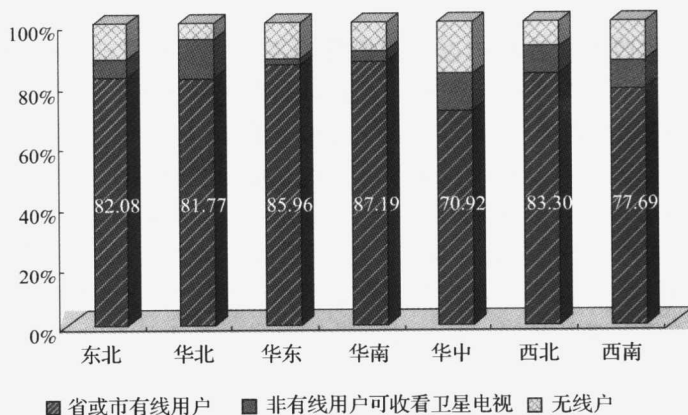


图 1.1.4 2005 年全国各大行政区电视信号接收方式

数据来源: CSM 媒介研究 2005 年基础调查

5. 89.6% 的城市家庭和 71.8% 的农村家庭可收看到卫视节目

2005 年上星频道数量又有所增加,部分省级电视台及实力较强的一些市台纷纷推出了新的专业频道,例如青海电视台综合频道、福建海峡电视台、厦门卫视、香港有线卫视新知台等。上星频道在理论上具有无限覆盖的能力,但实际覆盖率(入户率)则受到落地情况、电视用户接入有线网情况以及居民家庭的电视机类型等因素的制约。随着卫视频道数量的增加以及各卫视频道入户程度的不断提高,电视观众的节目选择范围增大,同时也导致各频道竞争的加剧。

表 1.1.4 给出了可收看卫视节目用户比例,在城市中有 89.6% 的电视家庭可以收看到卫星电视节目,这主要得益于城市有线网络的普及,各城市有线网都落地数量不等的

卫视节目,使观众的收视由本地扩展到全国。值得注意的是农村电视家庭中能够收看到卫视节目的比例在2005年有了大幅度的提高,由上年的58.1%增长到71.8%,增长了近14个百分点,随着农村有线电视网络的铺设,越来越多的农村电视观众可以通过有线方式接收更多的电视频道信号,再加上安装卫星电视接收设备农村家庭的增加,有效地改善了农村观众的收视条件。

表 1.1.4 2003~2005 年全国及各大行政区可收看卫视频道的家庭比例 (%)

	合计	城乡		行政区						
		城市	农村	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
2003	87.0	89.2	42.1	83.9	92.3	86.1	90.8	79.5	91.6	84.4
2004	88.2	89.5	58.1	86.1	93.9	87.0	92.2	70.9	92.4	88.8
2005	88.9	89.6	71.8	88.0	94.5	87.9	90.5	82.9	91.7	87.2

数据来源: CSM 媒介研究 2003~2005 年基础调查

6. 中央台仍具有强大的覆盖优势

在众多的上星频道中,中央台频道具有强大的覆盖优势(表 1.1.5)。根据 CSM 媒介研究 2005 年在全国 102 个样本市县的基础调查结果,中央台一套到中央台八套同新闻频道都进入了卫视频道覆盖率排名前十名,而在覆盖率排名前 20 名中中央台的频道有 12 个,占有绝对优势地位。在省级卫视频道中,安徽一套、浙江卫视、山东卫视的覆盖率较高。从总体上看,各频道的覆盖程度都要好于上一年度,地方卫视频道的覆盖率虽然没有进入前 10 名,但已经在 11 至 20 名中排名靠前。

在农村地区,卫视频道的覆盖情况与全国及城市地区有所不同。由于有线户比例不高,农村地区卫视的覆盖率较低。中央台一套除了上星外,各县市也通过无线转播,所以在全国农村地区的覆盖率位居榜首,其覆盖率也远远高于其他频道。在众多的省级卫视频道中,四川卫视表现不俗,其覆盖率仅次于中央台一套居第二位,山东卫视的覆盖率仍居于其他省级卫视的前列。

表 1.1.5 2005 年 102 个样本市县卫视频道覆盖率前二十名

序号	频道	覆盖率 (%)	序号	频道	覆盖率 (%)
1	中央电视台综合频道	95.9	11	浙江卫视	69.4
2	中央台二套	84.4	12	山东卫视	69.1
3	中央台六套	82.5	13	湖南电视台卫星频道	67.3
4	中央台五套	82.2	13	上海东方卫视	67.3
5	中央台三套	81.1	15	广东卫视	66.9
6	中央台八套	81.0	16	中央台十一套	66.7
7	中央台四套	79.3	17	中央电视台少儿频道	65.8
8	中央台七套	77.7	18	中央台十套	65.1
9	中央电视台新闻频道	75.0	19	四川卫视	61.7
10	安徽一套	70.0	20	江苏电视台新闻综合频道	54.3

数据来源: CSM 媒介研究 2005 年基础调查

表 1.1.6 2005 年城市地区卫视频道覆盖率前二十名

序号	频道	覆盖率 (%)	序号	频道	覆盖率 (%)
1	中央电视台综合频道	96.8	11	浙江卫视	71.1
2	中央台二套	85.7	12	山东卫视	70.2
3	中央台六套	84.1	13	湖南电视台卫星频道	69.5
4	中央台五套	83.7	14	上海东方卫视	69.0
5	中央台三套	82.6	15	广东卫视	68.6
6	中央台八套	82.5	16	中央台十一套	67.9
7	中央台四套	81.0	17	中央电视台少儿频道	67.3
8	中央台七套	79.3	18	中央台十套	66.5
9	中央电视台新闻频道	76.9	19	四川卫视	62.0
10	安徽一套	71.8	20	江苏电视台新闻综合频道	55.3

数据来源: CSM 媒介研究 2005 年基础调查

表 1.1.7 2005 年农村地区卫视频道覆盖率前二十名

序号	频道	覆盖率 (%)	序号	频道	覆盖率 (%)
1	中央电视台综合频道	74.7	11	中央台十一套	38.1
2	四川卫视	52.6	12	中国教育台一套	31.2
3	中央台二套	51.8	13	中央台十套	30.8
4	中央台五套	44.9	14	江苏电视台新闻综合频道	30.1
5	中央台八套	44.8	15	中央电视台少儿频道	29.4
6	中央台三套	44.5	16	中央电视台新闻频道	28.1
7	中央台六套	44.1	17	浙江电视台	27.6
8	山东卫视	42.8	18	安徽一套	25.6
9	中央台四套	39.2	19	上海东方卫视	24.9
10	中央台七套	38.8	20	广东卫视	23.8

数据来源: CSM 媒介研究 2005 年基础调查

从各大行政区来看,中央台在各地区的覆盖率排名基本差不多,前 20 名当中有 10 个左右中央台频道。各省级卫视频道的覆盖率在不同地区差异很大,基本特点是本区的卫视频道覆盖率较高,例如在西南重庆卫视和四川卫视覆盖排名就比较靠前,另外在全国范围内覆盖排名靠前的频道,在各大行政区的排名也具有较好的名次。如果把各大行政区的频道覆盖状况同上年进行比较,发现原先排名较后的频道,虽然在名次上没有大明显的提高,但频道覆盖率比上年度有较大幅度的提高。

二、电视观众特征

1. 全国 4 周岁及以上的电视观众已达到 11 亿 9 千 3 百万人

在电视、报纸、广播和互联网等几大强势媒体中,电视的受众规模最大。据 CSM 媒介研究 2005 年基础研究结果,中国内地年龄在 4 岁及以上的电视观众规模达到 11 亿 9300 万人,占全国 4 岁及以上人口的 95.4%。

2. 电视观众的男女比例与全国人口性别构成比例基本一致

如图 1.2.1 所示,在全国 102 个样本市县中,男性电视观众比例为 50.5%,女性观众比例为 49.5%,与中国内地人口性别构成比例基本一致。根据《中国人口统计年鉴(2005 年)》,2004 年全国男性人口占总人口的 51.5%,女性人口比例为 48.5%。在城市中,男性观众比例为 50.5%,女性观众比例为 49.5%;在农村电视观众中,男性占 49.8%,女性占 50.2%。

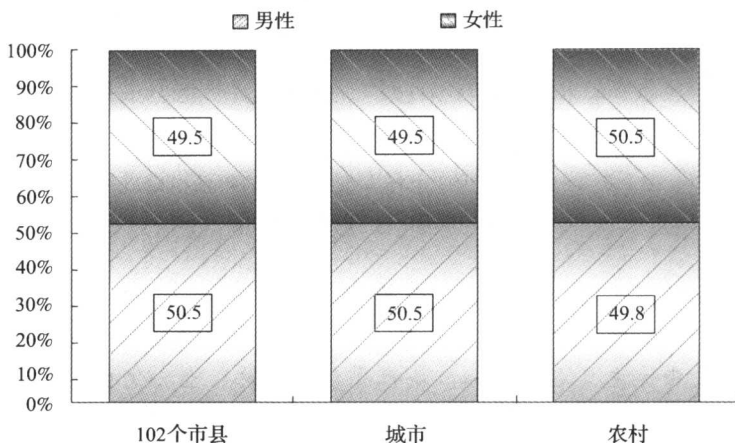


图 1.2.1 2005 年 102 个样本市县电视观众性别构成 (%)

数据来源: CSM 媒介研究

3. 城市中的中老年观众比例高于农村

从电视观众年龄构成来看,城市与农村存在着显著差异,城市中的中老年观众比例高于农村,青少年观众比例低于农村(图 1.2.2)。农村观众中青年观众和少年儿童观众(4~34 岁)的比例较高,达到 47.5%,而城市只有 40.9%;城市 35 岁以上电视观众所占比例高于农村,城市为 58.1%,而农村为 52.5%。