

中国电视观众 现状报告

ZHONGGUO DIANSHI GUANZHONG XIANZHUANG BAOGAO

2007 年
全国电视观众抽样调查
分析报告和论文集

主编 苏峰 王建宏

中国电视观众现状报告

2007 年全国电视观众抽样调查分析报告和论文集

Analysis Report of Sampling Surveys and Paper Collections of
China's National TV Audience for the Year of 2007

主 编 苏 峰 王建宏
副主编 姚亚冰 刘建鸣
编 委 刘志忠 徐瑞青

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (C I P) 数据

中国电视观众现状报告: 2007 年全国电视观众抽样调查分析报告和论文集 / 苏峰, 王建宏主编. —北京: 中国广播电视出版社, 2009. 2

ISBN 978 - 7 - 5043 - 5771 - 7

I. 中… II. ①苏… ②王… III. 电视 - 观众 - 抽样调查 - 调查报告 - 中国 - 2007 IV. G223

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 018385 号

中国电视观众现状报告

——2007 年全国电视观众抽样调查分析报告和论文集

苏峰 王建宏 主编

责任编辑 常 红

封面设计 大盟文化

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010 - 86093580 010 - 86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号

邮政编码 100045

网 址 [www. crtip. com. cn](http://www.crtip.com.cn)

电子信箱 [crtip8@sina. com](mailto:crtip8@sina.com)

经 销 全国各地新华书店

印 刷 高碑店市鑫宏源印刷包装有限责任公司

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

字 数 450 (千) 字

印 张 26.75

版 次 2009 年 2 月第 1 版 2009 年 2 月第 1 次印刷

印 数 2000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 5043 - 5771 - 7

定 价 48.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

序 言

赵化勇

案头厚厚的一叠书稿是“2007 年全国电视观众抽样调查”数据分析研究的结晶,透过这些分析报告、论文以及基础数据,在我脑海中勾勒出了一幅中国电视观众现状的全景图。

自 1987 年起,每隔 5 年进行一次的“全国电视观众抽样调查”是我国开展最早、持续时间最长、规模最大的连续性电视观众调查。通过对这些调查数据的分析解读,中央电视台的宣传管理、决策参考、节目质量的提高就有了好帮手、好参谋。

2003 年到 2007 年的 5 年,是中国电视传媒行业快速发展的五年。人们物质生活水平进一步提高,广播电视媒体行业在事业发展上呈现出跨越式发展的喜人形势。实施“模转数”行业技术升级战略,拓展数字电视新服务模式,创新节目制作理念和经营策略等措施的实施,极大改善了观众收视条件、收视环境和节目质量,推动了人们对高品质物质、文化生活的追求。新媒体的兴起,更是给传统电视媒体发展带来新的动力。

2007 年第五次全国电视观众抽样调查,重点考察了在中国社会经济持续稳定增长,数字化、新媒体产业化发展等新时期情景下,中国电视观众现状、电视媒体行业发展状况。较全面地了解和掌握新时期全国电视观众的规模、结构,收视行为、习惯、需求和态度的特征与变化,调查收集了中央电视台各频道的落地情况以及受众接触规模、观众评价等基本信息。调查还针对以新技术、新服务模式为显著特点的数字电视发展情况,观众对各种媒体的接触行为、态度评价情况进行了深入分析。

本书成稿之际,恰逢中央电视台成立暨中国电视事业诞生 50 年,中央电视台 50 年的历史,是一部与人民同行,与祖国同在,与世界同步,与时代同进的变迁史和发展史。为实现向国际强台、大台迈进的战略目标,在科学发展观的指引下,中央电视台正不断提高把握传播规律,引导社会舆论的能力和本领,坚持围绕中心、服务大局,努力实现电视发展战略的两个转变,即加快实现由以电视为主,兼顾新媒体,向电视和新兴媒体融合发展转变;由以国内发展为主,兼顾国际,向国内国际并重发展转变。不断提高新闻报道的原创率、首发率、落地率,努力打造语种多、受众广、信息量大、影响力强的国际一流媒体。明年中央电视台新台址将启用,中国的电视事业将有更多的发展机遇。我们将充分运用本次调查对观众状况的分析结果,优化电视台宣传管理,催生出更多的优秀电视节目,不断满足广大电视观众的收视需求。

2008 年 12 月 9 日

目 录

序 言.....	赵化勇 (1)
----------	-----------

调查报告篇

“2007 年全国电视观众抽样调查”分析报告	刘建鸣 刘志忠 徐瑞青 张传玲 (3)
2007 年儿童观众调查分析报告	刘志忠 (25)
女性观众收视行为分析 ——2007 年全国电视观众抽样调查有关数据的分析和解读	徐瑞青 (41)
青岛、杭州及深圳三个数字电视城市观众现状分析	郑 楠 (58)
北京、上海、天津电视观众收视特点分析.....	任晓东 (76)
互联网与电视:新媒体时代的竞争与融合	张传玲 (93)
农村:电视媒体的广阔天地 ——农村观众收视现状分析.....	王 超 (107)
对青少年观众收视行为的思考 ——浅谈青少年电视节目的现状特点及其发展对策.....	李 宾 (126)
老年观众收视特点分析.....	赵 芳 (142)

专题论文篇

观众收视过程及行为模式探究.....	刘建鸣 (159)
品牌与中国电视媒体发展.....	林海波 (183)
试论重大新闻报道对收视市场格局的影响.....	王 京 (197)
影响观众收视行为的主要因素.....	任晓东 (213)

附录一

2007 年全国电视观众抽样调查总体设计方案	(233)
2007 年全国电视观众抽样调查进程安排	(235)
2007 年全国电视观众调查的抽样设计方案及数据加权方法	(236)
2007 年全国电视观众抽样调查抽样方案的评审意见及专家评审组名单	(248)
关于开展 2007 年全国电视观众抽样调查的通知	(249)
2007 年全国电视观众抽样调查区县内抽样实施细则	(251)
2007 年全国电视观众抽样调查问卷(13 岁以上观众)	(257)
2007 年全国电视观众抽样调查儿童问卷(4~12 岁)	(272)
2007 年全国电视观众抽样调查访问员手册	(280)

附录二

2007 年全国电视观众抽样调查基础数据(一)	(293)
2007 年全国电视观众抽样调查基础数据(二)	(307)
后 记	(418)

Contents

Preface	Zhao Huayong (1)
---------------	--------------------

Survey Report

Analysis Report on the Sampling Survey of Chinese TV Viewers in the Year 2007	Liu Jianming etc (3)
Analysis Report on the Children TV Viewers in the Year 2007	Liu Zhizhong (25)
Analysis on the Television - watching Behavior of the Female	Xu Ruiqing (41)
Current Situation of the TV Viewers in the DTV city of Qingdao, Hangzhou and Shenzhen	Zheng Nan (58)
Research on Characteristics of the Television Viewers in Beijing, Shanghai and Tianjin	Ren Xiaodong (76)
Competition and Integration Between Internet and Television in the Age of New Media	Zhang Chuanling (93)
Countryside, the Promising Market for Television —Analysis on the Current Situation of the TV Viewers in Rural Areas	Wang Chao (107)
Reflections on the Television-watching Behavior of the Teenagers	Li Bin (126)
Analysis on the Television-watching Behavior of the Aged	Zhao Fang (142)

Monograph

Research on TV Viewers' Watching Procedures and Behavior Patterns	Liu Jianming (159)
The Impact of Brand on the Development of Chinese Television	Lin Haibo (183)

Research on the Impact of Hot News Events to the Nationwide

TV-watching Ratio Wang Jing (197)

Factor Analysis on the Television-watching Behavior of the

TV Viewers Ren Xiaodong (213)

Appendix I

Overall Design on the Sampling Survey of Chinese TV Viewers in the

Year 2007 (233)

Schedule on the Sampling Survey of Chinese TV Viewers in the

Year 2007 (235)

Design of Sampling and Data Weighting on the Survey (236)

Evaluating Comments on the Sampling Design and Name List of

Expert Panel (248)

Notice about the Cooperation on Starting up the Sampling Survey of

Chinese TV Viewers in the Year 2007 (249)

Detailed Implementing Regulations on the Sampling Survey of Chinese

TV Viewers in the Year 2007 (251)

Questionnaire for the Sampling Survey of Chinese TV Viewers in the

Year 2007(aged 13 and above) (257)

Questionnaire for the Sampling Survey of Chinese TV Viewers in the

Year 2007(aged 4 to 12) (272)

Manual for Interviewers of the Sampling Survey of Chinese TV Viewers

in the Year 2007 (280)

Appendix II

Basic Data of the Sampling Survey of Chinese TV Viewers in the

Year 2007 I (293)

Basic Data of the Sampling Survey of Chinese TV Viewers in the

Year 2007 II (307)

Postscript (418)

中国电视观众现状报告

调查报告篇

DIAOCHABAOGAOPIAN

“2007 年全国电视观众抽样调查”分析报告

刘建鸣 刘志忠 徐瑞青 张传玲

“2007 年全国电视观众抽样调查”是中央电视台委托国家统计局在全国进行的第五次全国电视观众抽样调查,前四次调查的时间分别是 1987 年、1992 年、1997 年和 2002 年,间隔为 5 年。开展全国电视观众抽样调查是为了及时了解全国电视观众和电视事业发展的基本状况,提高中央电视台的节目质量,满足广大电视观众的收视需求。通过历次调查所形成的一系列分析报告,为电视台的宣传决策、宣传管理、节目制作提供了大量的参考依据。

为了保证调查结果的客观、公正和准确,此次调查的抽样设计以及结果数据的加权由中国科学院系统研究所冯士雍研究员承担,并经过了由中国传媒大学、国家统计局、中国人民大学、国家广电总局计财司、央视索福瑞媒介研究有限公司等单位的专家所组成的论证组的论证。试卷调查、入户访问、问卷审核等项工作由国家统计局承担。调查的总体设计方案、调查问卷是在广泛征求业内人士及社会专家意见的基础上反复推敲而成。调查员入户访问的时间是 2007 年 5 月 16 日至 6 月 25 日。调查问卷按照 10% 的比例进行了电话复核。调查数据的统计分析由中央电视台总编室观众联系处具体负责。整个调查历时一年。

本次调查的问卷分为 13 岁以上(包括 13 岁)观众问卷和 4~12 岁观众两套问卷。13 岁以上问卷的内容主要包括四个部分:一、电视接收设备和媒体接触情况;二、观众对电视的态度和看法;三、观众的收视选择和行为习惯;四、被访问对象的背景资料。与上次调查的问卷相比,此次调查的问卷既保留了观众规模、电视接收方式、观众收视习惯、收视需求等方面的内容,又增添了新媒体的发展等具有时代特征的内容。

抽样范围:本次调查覆盖全国 31 个省、自治区、直辖市(港、澳、台除外)中所有电视信号覆盖区域内,城乡家庭户中 13 岁以上(包括 13 岁)的居民以及 4~12 岁的儿童。既包括有户籍的正式住户,也包括所有临时的或其他的住户,只要已在本居(村)委会内居住满 6 个月或预计居住 6 个月以上,都包括在内。本次调查不

包括住在军营内的现役军人、集体居住户及无固定住所的人口。

抽样方法:本次调查采用 PPS 抽样方法,将全国所有的区、县作为第一级抽样单位,并且确定了所在区县居(村)委会的样本数量以及每个居(村)委会分配的具体样本数量。在 95% 置信度下,设计抽样的绝对误差限为 1.28%。共抽中全国 31 个省、自治区、直辖市(港、澳、台除外)的 11940 个 13 岁以上样本,实际回收有效问卷 11822 份,有效率为 99.01%。儿童样本按照配额分配给各省,样本量为 2005 个,问卷有效回收率为 100%。下表是本次调查的具体样本点分布情况。共调查样本区县 128 个,自我代表层 7 个。

加权运算方法:根据电视信号覆盖率、实际有效样本量、城乡等因素,又对调查数据进行加权处理。本次调查的统计分析,采用国际上通行的社会科学统计软件包(SPSS)运算。

本次调查的样本结构如下表所示(%):

性别	男	51.10	女	48.90
民族	汉	92.78	少数民族	7.22
城乡	城镇	57.65	农村	42.35
年龄	13~18 岁	4.40	19~25 岁	5.35
	26~45 岁	44.43	46~60 岁	31.13
	61 岁以上	14.69		
文化程度	本科以上	5.44	大专	10.38
	中专、技校、职高	7.84	高中	19.02
	初中	38.50	小学	15.18
	不识字或初识字	3.63		
职业	离退休人员	14.12	教师、医生等专业技术人员	4.39
	下岗/失业人员	4.82	公务员	3.05
	家庭主妇	4.27	管理人员/职员	8.87
	个体劳动者	6.49	工人/服务人员	9.75
	军人/警察/武警	0.23	进城务工人员	2.07
	学生	4.45	农民	36.04
	其他	1.47		

一、我国电视观众的基本状况

1. 观众规模为 12.05 亿人,比 5 年前增加 9000 万人

2007 年我国 4 岁以上观众总数为 12.05 亿人,相对 2002 年 11.15 亿人增加 9000 万人,相对 20 年前增加 1 倍多。电视观众总数占 4 岁以上总人口的 99.02%。

其中 13 岁以上观众为 10.37 亿; 4~12 岁观众为 1.68 亿。

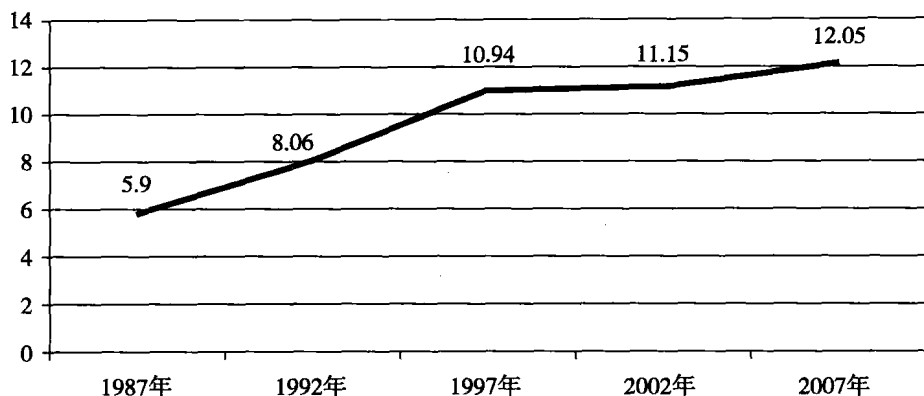


图 1-1 1987 年以来我国观众总数变化情况 (亿人)

在全国电视观众中,农村观众比率占 55.31%,城镇观众比率占 44.69%。电视观众在城市人口中所占比率为 99.29%;电视观众在农村人口中所占比率为 98.74%。

在性别维度上,全国男性电视观众多于女性电视观众,男性观众占 53.91%,女性观众占 46.09%。

在所有电视观众中,成年观众占 81.9%,18 岁以下青少年占 18.1%。其中 4~12 岁的观众占 13.93%,13~18 岁观众占 4.17%;19~25 岁观众占 4.38%;26~45 岁占 40.08%;46~60 岁观众占 26.86%;61 岁以上观众占 10.58%。

我国电视观众的文化层次以初中文化以下学历观众为主,这部分观众占观众总数的 69.06%;高中与中专水平的观众合计占 20.49%;大专以上的观众合计占 10.46%。

2. 五年来我国城乡居民的收视条件得到显著改善

(1)99.89% 的家庭拥有电视机,电视机在居民家庭中基本普及

我国电视观众收看电视的条件 5 年来得到极大改善,99.89% 的观众家庭拥有电视机,其中 70.03% 的观众家庭拥有 1 台电视机,25.41% 家庭拥有 2 台电视机。

在拥有电视机的观众家庭中,拥有彩色电视机的家庭比率为 97.35%,相对 5 年前增加了 0.95 个百分点;拥有黑白电视机的家庭比率为 7.2%。

与 5 年前相比,我国电视观众家庭拥有彩色电视机的比率保持相对稳定,拥有黑白电视机的比率明显减少,相对 5 年前下降了 22.4 个百分点。带遥控器的电视机比率明显增加,目前 94.4% 的家庭拥有带遥控器的电视机,相对 5 年前增加 20.7 个百分点。

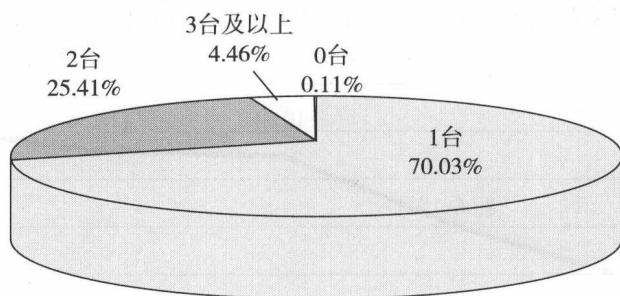


图 1-2 2007 年我国观众家庭拥有电视机的情况 (%)

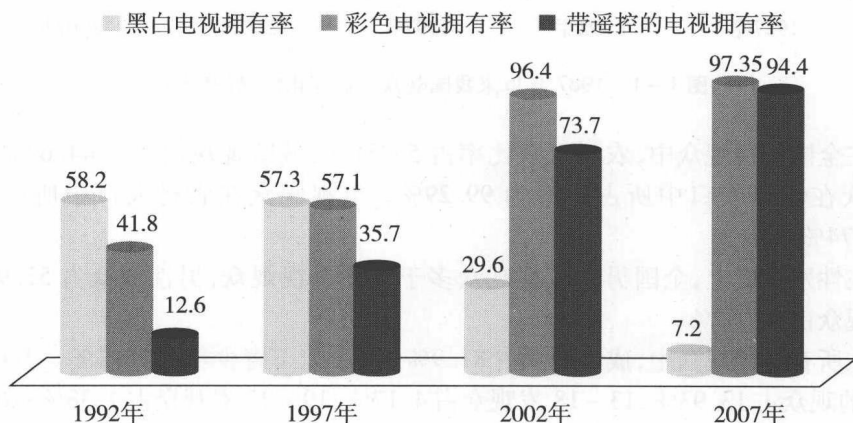


图 1-3 我国各类电视机历年数量变化 (%)

(2) 有线网络和卫星天线接收进入更多家庭, 电视用户收视条件明显改善

近 5 年来, 电视接收方式发生了较大变化。基于微波传送的室内外天线接收方式趋于减少, 有线接收和卫星天线接收方式明显增加。

其中基于室内外天线接收的家庭比率为 21.58%, 相对 5 年前减少了 9.22 个百分点; 有线接收比率增加了 8.69 个百分点; 卫星天线接收比率增加了 8.91 个百分点; 机顶盒用户从无到有, 7.31% 的家庭通过机顶盒接收电视信号, 其中数字机顶盒用户为 4.96%。

近 5 年来, 随着我国经济发展和广播电视“村村通”工程的实施, 农村观众的收视方式得到了极大改善。有线电视比率, 尤其是卫星接收方式比率在农村大幅提高。目前农村家庭通过有线网看电视的比率已达到 47.12%, 相对 5 年前提高了 5.6 个百分点; 通过卫星接收天线看电视的观众比率在农村已经达到了 15.58%, 相对 5 年前提高了 14.79 个百分点。

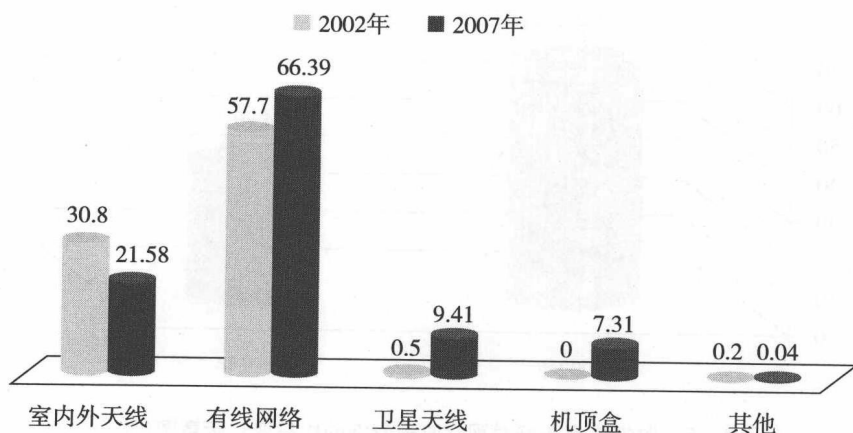


图 1-4 电视接收方式五年间的变化 (%)

表 1-1 电视接收方式的城乡比较

接收方式	农村 (%)		城市 (%)	
	2002 年	2007 年	2002 年	2007 年
有线电视	41.52	47.12	82.93	84.57
室内外天线	43.48	37.37	10.90	6.68
卫星接收天线	0.79	15.58	0.05	3.58
机顶盒	—	2.39	—	11.96
其他	0.33	0.00	0.22	0.08

收视条件的明显改善,保证了观众的有效收视。调查结果显示:由于接收条件的大大改善,电视节目的信号质量明显提高。电视信号不好对观众的收视干扰相对 5 年前明显降低。调查显示,在电视观众中途终止收看电视节目的原因中,“电视信号不好,看不清”这一条原因在 5 年前排在第三位(60.65%),今年排在第五位(34.79%),降低了 25.86 个百分点。

正是由于电视用户收视条件的改善,观众户均收看频道数量和中央台各频道在全国的入户比率,5 年来得到了大幅提高。

(3) 观众户均收看的频道数量为 32.4 个,比 5 年前增加 1 倍

2007 年观众户均能收看到的频道数量为 32.4 个,相对 2002 年增加 1 倍,相对 1997 年增加 3 倍。

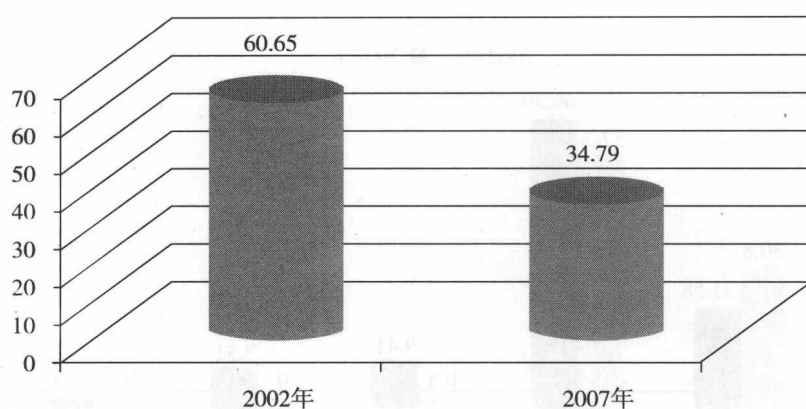


图 1-5 收视信号不好对观众收视影响的比率变化示意图 (%)

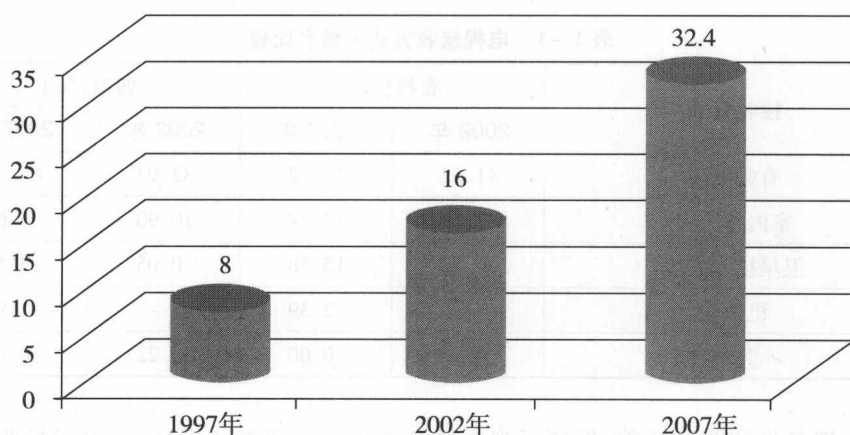


图 1-6 我国电视频道总数的历史变化 (个)

其中每一个电视家庭收看中央台的频道数量接近 10 个。收看省级卫视的频道数量接近 13 个。

表 1-2 观众家庭户均收看各类频道数量

	户均收看频道数量 (个)
中央台数量	9.82
省级卫视频道数量	12.71