

2016

CHINA TV RATING YEARBOOK

中国电视收视

年鉴

2016

徐立军 主编

中国传媒大学出版社

CHINA TV RATING YEARBOOK

中国电视收视

年鉴
2016

徐立军 主编

中国传媒大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电视收视年鉴. 2016 / 徐立军主编. —北京:
中国传媒大学出版社, 2016. 6
ISBN 978 - 7 - 5657 - 1708 - 6

I. ①中… II. ①徐… III. ①电视工作 - 抽样调查 -
中国 - 2016 - 年鉴 IV. ①G229. 2 - 54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 102992 号

中国电视收视年鉴 2016

Zhongguo Dianshi Shoushi Nianjian

主 编 徐立军
策 划 欣 雯
责任编辑 李 明 蒋 倩 李水仙
责任印制 阳金洲
封面制作 大鹏设计
出 版 人 王巧林

出版发行 中国传媒大学 出版社
地 址 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
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 47
版 次 2016 年 7 月第 1 版 2016 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5657 - 1708 - 6/G · 1708 定 价 168.00 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（2016）》

编写委员会

主 编 徐立军

副 主 编 郑维东 肖建兵 肖海峰

编写人员 （排名不分先后）

梁 帆 周欣欣 吴 凡 吴 东 杨金姝

解永利 李红玲 赵 晖 张 嫒 陈晓洲

龙长缨 肖 珊 于松涛 包凌君 卢文钊

王建平 李忠毅 胡文慧 王 平 王 昀

冯 波 马 超 王 钦 吴璠钰 于 鹏

张广彦 蔡 啸 谢 畅 殷 实 刘 洋

陈 明 胡旻琦 曹金毅 韦 唯 彭辰豪

肖青青 潘 琪 陈嘉伟 陈 熙 郑剑龙

谭敏健 张 焱 莫笑凡

出版说明

为更好地服务于业界，作为中国最专业、最权威的视听率调查公司，CSM 媒介研究从 2003 年起每年编写出版一部《中国电视收视年鉴》。《中国电视收视年鉴（2016）》是 CSM 媒介研究编写出版的第十四部电视收视年鉴。

《中国电视收视年鉴（2016）》包括以下四部分内容：第一部分：综述。本部分主要从收视环境、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等方面对 2015 年中国电视收视市场进行了全景式的描述与分析。第二部分：专题研究。本部分除了对 2015 年全国电视剧、新闻、综艺、体育几个主要节目类型以及晚间新节目的收视状况进行分析外，还对素人真人秀节目发展的现状、地面频道方言节目发展的新特点、2015 年暑期地面频道节目编排的新特点、周播剧、“9.3”抗战胜利阅兵在各媒体平台的传播表现、社交电视受众的媒体接触行为进行了深入剖析。同时，本部分还对业界关注的热点问题，如电视观众时移收视测量及行为特征、新广告法实施后电视市场的变化、“TV+”新业态下的区域电视价值重塑等进行了深入研究。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、全年和全天收视率走势、各类频道的市场份额、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。

《中国电视收视年鉴（2016）》为广大媒介从业人员既可提供有关 2015 年中国电视收视市场的全面分析，又可提供 2015 年全国以及各重点市场翔实的收视数据，是媒介从业人员必备的一本工具书。

编者

2016 年 4 月

目 录

CONTENTS

第一部分 综 述

一、收视环境	3
二、电视观众特征	14
三、观众收视行为	18
四、频道竞争格局	27
五、节目竞争格局	44
六、电视广告投放与竞争格局	69

第二部分 专 题

2015 年中国电视收视市场大事件扫描	79
好剧才是硬道理	
——2015 年电视收视市场优质剧目资源探析	92
2015 年全国新闻节目收视分析	107
2015 年全国综艺节目收视分析	124
2015 年全国体育节目收视分析	141
2015 年晚间新节目观察	154
得“星”应手,“素”能生巧	
——素人真人秀节目发展现状及思考	167
传播新时空 谈话新观察	177
地面频道方言节目发展新特点	
——方言综艺突出重围	187
2015 年暑期地面频道节目编排新特点	197
从收视数据看周播剧怎么玩	
——以湖南卫视周播剧为例	210

重大新闻事件在各媒体平台的传播表现	
——以“9.3”抗战胜利阅兵为例	222
社交电视受众媒体接触行为分析	233
电视观众时移收视测量及行为特征	243
新广告法实施后电视市场的变化分析	256
“TV+”新业态下的区域电视价值重塑	265

第三部分 收视数据

一、基本收视条件	279
二、全国收视数据	294
三、安徽收视数据	319
四、福建收视数据	325
五、甘肃收视数据	331
六、广东收视数据	337
七、广西收视数据	343
八、贵州收视数据	349
九、海南收视数据	355
十、河北收视数据	361
十一、河南收视数据	367
十二、黑龙江收视数据	373
十三、湖北收视数据	379
十四、湖南收视数据	385
十五、吉林收视数据	391
十六、江苏收视数据	397
十七、江西收视数据	403
十八、辽宁收视数据	409
十九、内蒙古收视数据	415
二十、宁夏收视数据	421

二十一、山东收视数据	427
二十二、陕西收视数据	433
二十三、山西收视数据	439
二十四、四川收视数据	445
二十五、新疆收视数据	452
二十六、云南收视数据	459
二十七、浙江收视数据	465
二十八、北京收视数据	471
二十九、上海收视数据	477
三十、天津收视数据	483
三十一、重庆收视数据	489
三十二、长春收视数据	495
三十三、长沙收视数据	502
三十四、成都收视数据	508
三十五、大连收视数据	514
三十六、福州收视数据	521
三十七、广州收视数据	527
三十八、贵阳收视数据	533
三十九、哈尔滨收视数据	539
四十、海口收视数据	545
四十一、杭州收视数据	551
四十二、合肥收视数据	557
四十三、呼和浩特收视数据	563
四十四、济南收视数据	569
四十五、昆明收视数据	575
四十六、兰州收视数据	581
四十七、南昌收视数据	587
四十八、南京收视数据	593

四十九、南宁收视数据 600

五十、宁波收视数据 607

五十一、青岛收视数据 614

五十二、沈阳收视数据 620

五十三、深圳收视数据 627

五十四、石家庄收视数据 633

五十五、太原收视数据 639

五十六、乌鲁木齐收视数据 645

五十七、武汉收视数据 651

五十八、西安收视数据 657

五十九、西宁收视数据 664

六十、厦门收视数据 670

六十一、银川收视数据 676

六十二、郑州收视数据 682

六十三、其他城市收视概览 688

第四部分 附录

CSM 各收视调查网概况 723

第一部分

Part One

综 述

Overview

综 述

一、收视环境

2015 年是我国“十二五”规划收官之年，是统筹谋划“十三五”规划、承上启下的重要一年，也是我国广播影视业全面实施深化改革的关键之年。广播影视系统在党中央、国务院和中宣部的正确领导下，认真贯彻落实中央部署和总局要求，奋发有为，敢于担当，攻坚克难，顺利完成各项任务，影视各项工作保持持续、健康、快速发展的良好态势，取得了新的显著成绩，迈上了新台阶，为“十二五”规划画上了圆满句号。

2015 年，我国电视业全面贯彻落实党的十八大、十八届三中、四中全会精神，始终坚定不移地同以习近平同志为总书记的党中央保持高度一致，高举中国特色社会主义伟大旗帜，围绕中心、服务大局，政治坚定、立场鲜明。2015 年，我国电视业始终坚守党的喉舌性质和意识形态主阵地属性，把宣传习近平总书记系列重要讲话精神作为首要职责，把弘扬中国梦和社会主义核心价值观作为主题主线，为改革、发展、稳定营造了良好的舆论氛围，坚持稳中求进、改革创新，奋力开创了电视业繁荣发展的新局面。2015 年，我国电视业加强了舆论引导和正面宣传，唱响时代主旋律，着力加强创作生产，丰富人民精神文化生活，始终坚持以人民为中心的工作导向，面向基层、服务群众，坚持为民惠民，公共文化服务提质升级，电视公共服务水平显著提升；坚持品质至上，加强精品创作生产，电视内容产业持续健康快速增长，影视精品创作生产再上一个新台阶。2015 年，我国电视业始终坚持改革创新，积极推进数字化网络化建设，电视数字化、网络化和新媒体有了显著发展，传统媒体和新兴媒体融合建设得到进一步发展，努力实现了新常态下的创新，事业、产业实现又好又快发展，取得了新成效，实现了媒体建设战略升级。2015 年，我国电视业坚持科技引领，紧跟科技趋势，把握科技规律，以科技创新培育新动能、新引擎，创新理念和手段，加强管理和服务，确保意识形态和文化安全，安全播出保障能力进一步提高，公共服务技术支撑体系进一步完善，科技创新与应用步伐进一步加快，科技管理进一步加强。2015 年，我国电视业更加注重统筹国内、国际发展，围绕“一带一路”战略，加强电视节目海外落地，调整布局，依托重点项目和活动，促进优秀产品对外传播，打造中华优秀传统文化“走出去”品牌，讲好中国故事，传播好中国声音，加强构建国际传播体系，打造国际一流媒体，国际传播能力进一步提升。

1. 全国共有电视台 157 座，广播电视台 2218 座，教育电视台 42 座

根据《中国广播电视年鉴（2016）》的最新统计，截至 2015 年底，全国共批准设立电视台 157 座、广播电视台 2218 座、教育电视台 42 座。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、直辖市，每个地级及以上城市至少有一座电视台或广播电视台。全国有线电视网络达 426 万公里，全国电视人口综合覆盖率为 98.77%。全国有线广播电视用户数为 23566.75 万户，数字电视用户数为 19775.59 万户，付费数字电视用户数为 5559.08 万户。2015 年全年制作的电视节目时间为 352.02 万小时，全年公共电视节目播出时间为 1779.60 万小时。

2. 家庭电视机拥有率达 97.5%，拥有二台及以上电视机家庭的比例为 30.1%

目前我国居民家庭电视机的普及率已经基本处于稳定的水平。2015 年 CSM 媒介研究全国收视调查网基础研究数据显示，我国居民家庭电视机拥有率达 97.5%，拥有二台及以上电视机家庭的比例达 30.1%，平均每百户居民家庭的电视机拥有量达 135.5 台（表 1.1.1）。其中，城市居民家庭的电视机拥有率为 96.2%，农村居民家庭的电视机拥有率为 98.4%；拥有二台及以上电视机的家庭比例在城市为 26.3%，在农村为 32.7%；平均每百户电视机拥有量在城市为 129.8 台，农村为 139.6 台。

从各大行政区来看，电视机拥有情况在全国存在显著的地域差异。拥有二台及以上电视机的居民家庭比例，华东地区最高，达 41.4%，东北最低，仅为 17.4%。百户电视机拥有量也是华东地区最高，达 153.6 台，而东北地区最低，只有 115.8 台；华中地区为 139.4 台，西南地区为 130.0 台，华北地区为 127.3 台，华南地区为 120.0 台，西北地区为 119.3 台（表 1.1.2）。

表 1.1.1 2015 年全国城乡居民家庭电视机拥有情况

	全国	城市	农村
一台户比例（%）	67.4	69.9	65.7
二台及以上户比例（%）	30.1	26.3	32.7
没有电视机户比例（%）	2.5	3.8	1.6
百户电视机拥有量（台）	135.5	129.8	139.6

数据来源：CSM 媒介研究 2015 年全国收视调查网基础研究

表 1.1.2 2015 年全国各大行政区居民家庭电视机拥有情况

	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
一台户比例（%）	80.0	73.2	55.5	78.5	63.4	79.5	71.6
二台及以上户比例（%）	17.4	25.0	41.4	18.9	34.5	18.7	26.4
没有电视机户比例（%）	2.7	1.8	3.2	2.6	2.1	1.7	2.1
百户电视机拥有量（台）	115.8	127.3	153.6	120.0	139.4	119.3	130.0

数据来源：CSM 媒介研究 2015 年全国收视调查网基础研究

2015 年彩色电视机在我国居民家庭中已处于绝对主导地位，在电视家庭户中，全国彩色电视机的家庭拥有率达到了 99.9%（表 1.1.3）。从不同区域来看，2015 年各大行政区居民家庭的彩色电视机拥有率差别不大，均在 99.8% 及以上（表 1.1.4）。

表 1.1.3 2015 年全国及城乡家庭拥有不同类型电视机的比例（%）

电视机类型	全国	城市	农村
彩色电视机	99.9	100.0	99.9
普通电视机	59.8	47.2	68.6
液晶电视机	53.4	62.2	47.2
等离子电视机	0.6	0.7	0.6

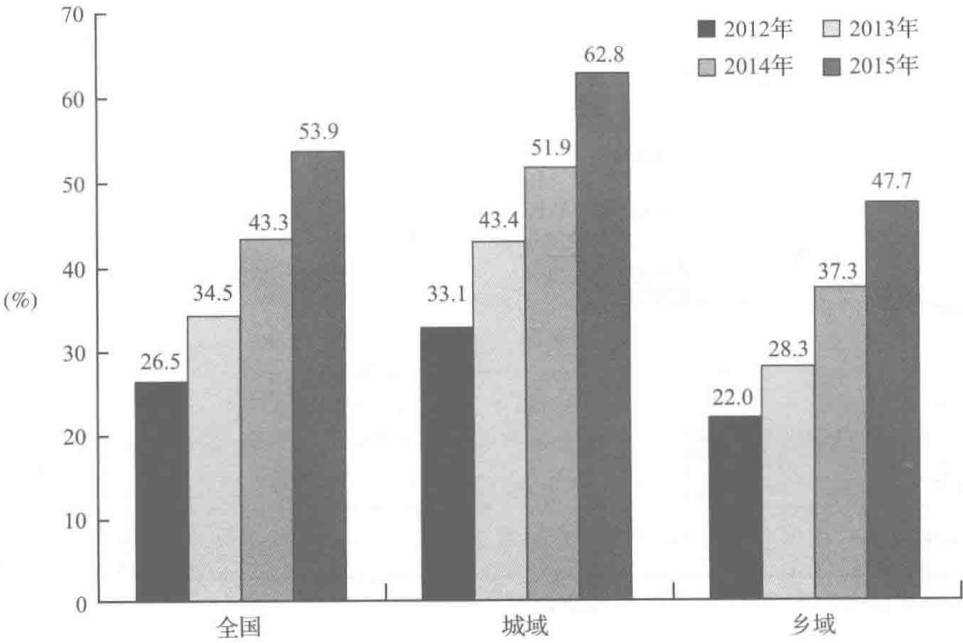
数据来源：CSM 媒介研究 2015 年全国收视调查网基础研究

表 1.1.4 2015 年全国各大行政区拥有不同类型电视机的家庭比例（%）

电视机类型	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
彩色电视机	100.0	99.8	99.9	99.9	99.9	99.9	99.9
普通电视机	50.7	56.9	61.4	51.3	65.4	62.7	63.7
液晶电视机	56.5	54.1	56.2	56.5	50.6	45.2	49.0
等离子电视机	0.2	0.4	0.4	0.2	1.2	1.5	1.0

数据来源：CSM 媒介研究 2015 年全国收视调查网基础研究

2015 年我国城乡家庭电视机更新换代速度进一步加快。随着城乡居民收入水平的提高和技术革新带来的高品质电视机价格的下降，城乡家庭电视机拥有情况从数量上的增加逐步过渡到质量上的改善，城市居民家庭乃至部分农村居民家庭开始追求电视机的更新换代，由原来的 CRT 电视机、传统的背投电视机，向液晶电视机、等离子电视机等平板电视机升级。平板电视逐渐取代传统意义的普通彩电成为居民家庭的主流机型，平板电视的普及率在 2015 年全国居民家庭户中已经达到 53.9%，比 2014 年的 43.3% 提高了 10.6 个百分点。分城乡来看，2015 年城市居民家庭拥有平板电视机的比例已达 62.8%，比 2014 年的 51.9% 增长了 10.9 个百分点；农村居民家庭拥有平板电视机的比例也达到 47.7%，比 2014 年的 37.3% 提高了 10.4 个百分点（图 1.1.1）。分地区来看，各地区除西北以外平板电视机的普及率都在 50% 以上，东北和华南地区最高，达到 56.7%；普及率较低的地区是西北地区，平板电视机的普及率为 46.5%。随着数字电视的发展、高清信号源的增多以及高品质电视机价格的不断下降，平板电视机的普及率必将进一步提高。



数据来源：CSM 媒介研究 2012 ~ 2015 年全国收视调查网基础研究

图 1.1.1 2012 ~ 2015 年全国及城乡居民家庭拥有平板电视机的比例 (%)

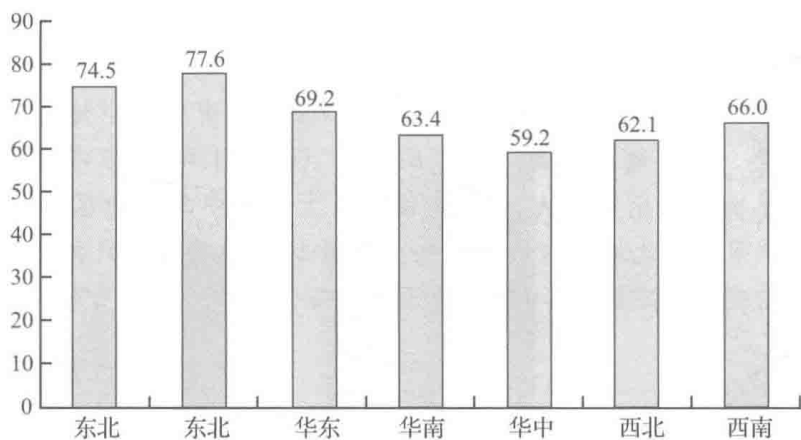
3. 城乡居民家庭平均每户可以收看到 67.7 个频道

随着有线电视数字化建设全面展开，越来越多的有线电视网整体平移，使城乡居民家庭能够收看到的电视频道数量增加。根据 CSM 媒介研究历年全国收视调查网基础研究数据，全国城乡居民家庭可以接收到的电视频道数量逐年增加，2015 年全国平均每户可以接收 67.7 个电视频道，比 2014 年的 64.8 增加 2.9 个。2015 年城市居民家庭平均每户可以接收到 77.2 个频道，比上年增加 4.1 个；农村居民家庭平均可以接收 61.1 个频道，比上年增加了 2.0 个（表 1.1.5）。而从分地区的情况来看，2015 年平均每户可接收到的电视频道数量最多的是华北地区，为 77.6 个频道，而接收频道较少的有华南、西北和华中地区，平均每户可接收到的电视频道数分别为 63.4、62.1 和 59.2 个（图 1.1.2）。

表 1.1.5 2007 ~ 2015 年全国及城乡居民家庭可以接收到的电视频道数量 (个)

年份	全国	城市	农村
2007 年	25.6	35.1	21.4
2008 年	30.4	40.5	26.0
2009 年	39.1	50.1	33.2
2010 年	41.4	53.0	34.7
2011 年	47.6	58.5	40.4
2012 年	54.3	63.8	47.7
2013 年	59.4	68.7	52.9
2014 年	64.8	73.1	59.1
2015 年	67.7	77.2	61.1

数据来源：CSM 媒介研究历年全国收视调查网基础研究

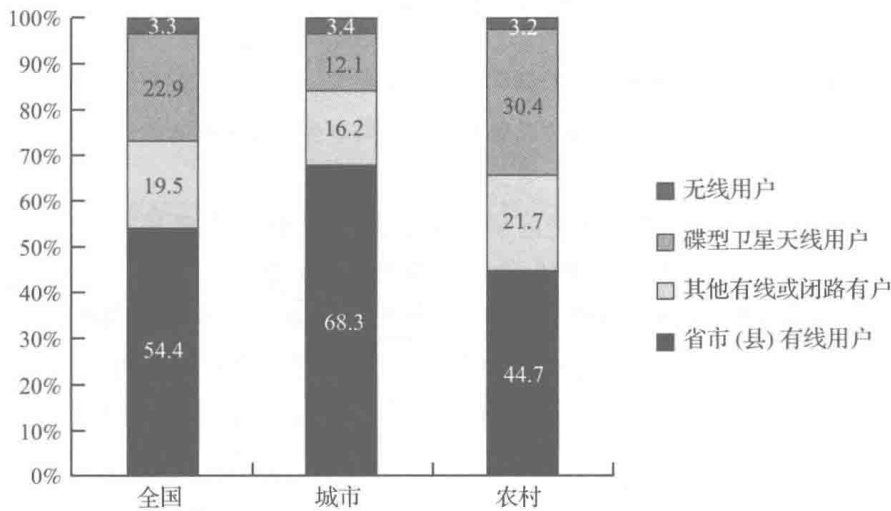


数据来源：CSM 媒介研究 2015 年全国收视调查网基础研究

图 1.1.2 2015 年全国各大行政区居民家庭可以接收到的电视频道数量（个）

4. 有线接收已经成为农村居民家庭接收电视信号的主要方式，可接收数字电视、IPTV 的家庭比例继续增长

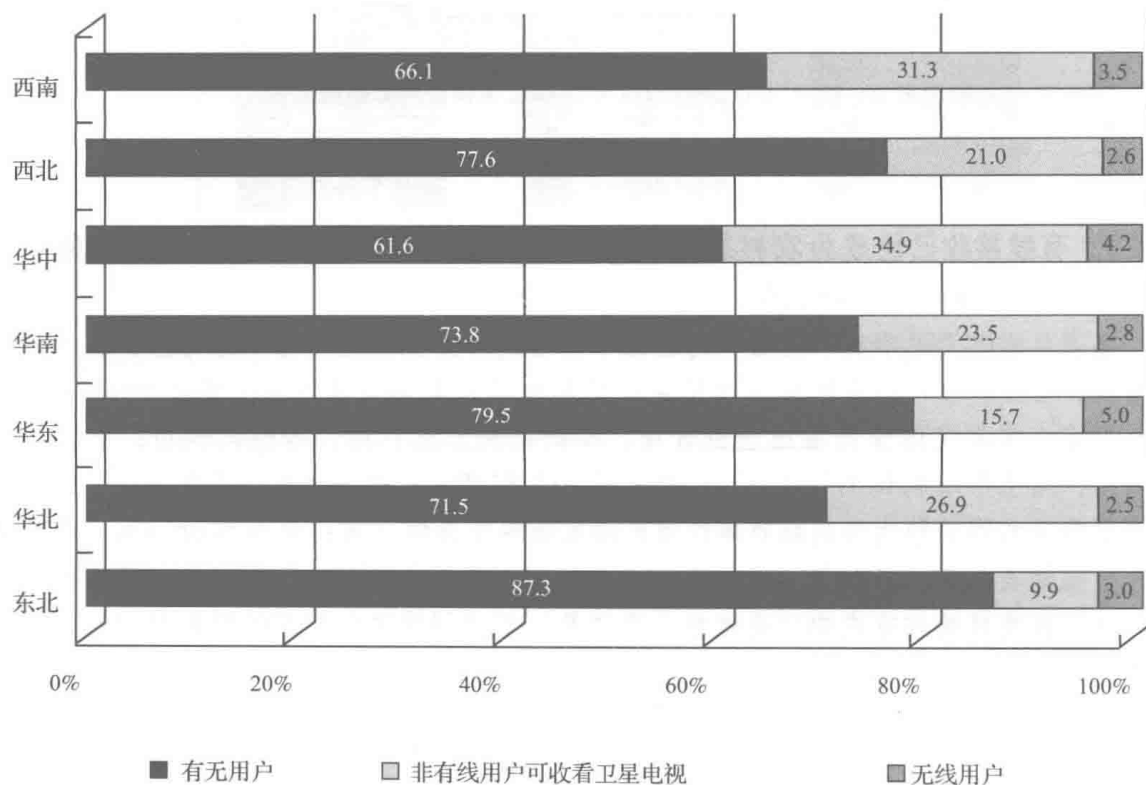
随着电视信号数字化、网络化进程的不断推进，有线电视网络频道增多，信号清晰度增加，有线接收已是全国城乡居民家庭接收电视信号的主要方式。根据 2015 年 CSM 媒介研究全国收视调查网基础研究数据，全国电视家庭户中，有线电视用户普及率为 73.9%，比上年增长 6.4 个百分点；其中城市为 84.5%，比上年增长 2.6 个百分点，有线接收方式已经是绝大多数城市居民家庭接收电视节目的方式；农村为 66.4%，与上年相比大幅增长 8.9 个百分点，有线接收方式也已经成为农村居民家庭接收电视信号的主要方式。在有线接收方式中，通过省、市（县）有线网接收电视信号的家庭户比例全国为 54.4%，其中在城市，有 68.3% 的家庭接入了省、市（县）有线网；在农村，通过省、市（县）有线网收看电视节目家庭的比例为 44.7%（图 1.1.3）。



数据来源：CSM 媒介研究 2015 年全国收视调查网基础研究

图 1.1.3 2015 年全国城乡居民家庭不同电视信号接收方式的比例（%）

从各大行政区的情况来看,有线电视普及率最高的是东北地区,达到87.3%,其他比较高的地区还有华东、西北、华南和华北地区,有线电视普及率均超过70%,其中华东79.5%,西北77.6%,华南73.8%,华北71.5%。西南和华中地区的有线户比例较低,西南为66.1%,华中地区最低,仅为61.6%(图1.1.4)。华中和西南地区通过非有线方式收看卫视频道的比例较大,都在30%以上,其中华中地区34.9%,西南地区31.3%。华北、华南和西北地区的该比率也在20%以上。无线用户的比例在华东和华中地区相对较高,均在4%以上,其中华东地区5.0%,华中地区4.2%。



数据来源: CSM 媒介研究 2015 年全国收视调查网基础研究

图 1.1.4 2015 年全国各大行政区居民家庭不同电视信号接收方式的比例 (%)

CSM 媒介研究全国收视调查网基础研究数据表明,近年来我国电视家庭中可接收数字电视或 IPTV 的比例稳步增长,2015 年该比例已达 53.2%,比 2014 年增长 2.7 个百分点;其中在城市为 67.6%,比 2014 年增长 1.8 个百分点;在农村为 43.3%,比 2014 年增长 3.4 个百分点(图 1.1.5)。从不同地区来看,全国七大行政区中可接收数字电视或 IPTV 的电视家庭比例有一定差异,在华东和东北地区,其比例都在 60% 以上,东北地区更是接近 70%;华北和华南地区,该比例接近或者超过 50%;而在西南、西北和华中地区则比例较低,分别只有 42.1%、41.3% 和 39.3% 的电视家庭可接收数字电视或 IPTV(图 1.1.6)。