

2010

CHINA TV RATING YEARBOOK

中国电视收视

年鉴
2010

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
2010

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. 2010 / 王兰柱主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2010. 6

ISBN 978 - 7 - 81127 - 958 - 0

I. ①中… II. ①王… III. ①电视—观众—抽样调查—中国—2010—年鉴 IV. ①G229.2 - 54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 109035 号

中国电视收视年鉴 2010

主 编 王兰柱

责任编辑 刘大年

责任印制 范明懿

封面制作 大鹏工作室

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)

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 北京中科印刷有限公司

开 本 787 × 1092mm 1/16

印 张 46

版 次 2010 年 10 月第 1 版 2010 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 958 - 0/G · 958 定 价 128.00 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 (2010)》

编写委员会

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	周欣欣	李红玲	吴 东	吴 凡
陈晓洲	肖 珊	左瀚颖	封 翔	李文欢
王建平	李忠毅	吕一丹	杨金姝	解永利
顾颖华	王 平	王 钦	胡文慧	蔡 倩
曹 珩	于 鹏	娜布琪	刘牧媛	冯 波
鲍 彤	张广彦	唐 蕾	戴静怡	朱 蕙
姚 洁	肖青青	陆 燕	陈 明	罗佶虎
袁航宇	张 焱	莫笑凡	李学军	

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（2010）》是 CSM 媒介研究编写出版的第八部电视收视年鉴。

《中国电视收视年鉴（2010）》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等方面对 2009 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 2009 年全国电视剧、综艺娱乐、新闻、体育和电影几个主要节目类型的收视状况进行分析之外，还从独特的角度对观众收视行为进行了分析，如对观众连续收看及转换频道行为、家庭环境中的观众收视行为、80 后/90 后人群收视偏好的分析。同时，本部分还对近年来业界关注的热点问题，如电视频道质的评价、节目内与节目间广告收视变化规律、城市电视台可持续发展的困境与出路、媒体资源重整与价值提升等进行了深入研究。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、全年和全天各时段收视率、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和所监测的频道名称。

《中国电视收视年鉴（2010）》为广大媒介从业人员既可提供有关 2009 年中国电视收视市场的全面分析，又可提供 2009 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

2010 年 5 月

目录

CONTENTS

第一部分 综 述

一、收视环境	3
二、电视观众特征	13
三、观众收视行为	16
四、频道竞争格局	25
五、节目竞争格局	43
六、电视广告投放与竞争格局	81

第二部分 专 题

2009 年中国电视收视市场观察	91
2009 年全国电视剧播出与收视盘点	105
2009 年全国综艺娱乐节目收视分析	115
2009 年全国新闻节目收视分析	131
2009 年全国体育节目收视分析	138
2009 年全国电影节目收视分析	149
2009 年数字电视收视状况追踪	159
2009 年央视春晚的观众收视差异	168
2009 年国庆长假收视回眸	174
观众连续收看多长时间转换频道? ——观众连续收看及转换频道行为分析	181
放大还是隐藏? ——家庭环境中的观众收视行为浅析	190
追求简单轻松的快乐——80 后/90 后人群收视偏好浅析	200
电视频道质的评价:方法与案例	211
节目内与节目间广告插播收视变化研究	216
对城市台可持续发展困境与出路的思考	239

从资源重整到价值提升:对当前电视市场竞争的一种观察	246
---------------------------------	-----

第三部分 收视数据

一、基本收视条件	255
二、全国收视数据	269
三、安徽收视数据	293
四、福建收视数据	299
五、甘肃收视数据	306
六、广东收视数据	312
七、广西收视数据	318
八、贵州收视数据	324
九、海南收视数据	330
十、河北收视数据	336
十一、河南收视数据	343
十二、黑龙江收视数据	350
十三、湖北收视数据	356
十四、湖南收视数据	362
十五、吉林收视数据	368
十六、江苏收视数据	374
十七、江西收视数据	380
十八、辽宁收视数据	387
十九、内蒙古收视数据	393
二十、宁夏收视数据	399
二十一、山东收视数据	405
二十二、陕西收视数据	411
二十三、山西收视数据	417
二十四、四川收视数据	423

二十五、云南收视数据	429
二十六、浙江收视数据	436
二十七、北京收视数据	442
二十八、上海收视数据	448
二十九、天津收视数据	454
三十、重庆收视数据	461
三十一、长春收视数据	467
三十二、长沙收视数据	473
三十三、成都收视数据	479
三十四、大连收视数据	486
三十五、福州收视数据	493
三十六、广州收视数据	500
三十七、贵阳收视数据	506
三十八、哈尔滨收视数据	512
三十九、海口收视数据	519
四十、杭州收视数据	525
四十一、合肥收视数据	531
四十二、呼和浩特收视数据	537
四十三、济南收视数据	543
四十四、昆明收视数据	549
四十五、兰州收视数据	555
四十六、南昌收视数据	561
四十七、南京收视数据	567
四十八、南宁收视数据	573
四十九、宁波收视数据	579
五十、青岛收视数据	586
五十一、深圳收视数据	592
五十二、沈阳收视数据	598

五十三、石家庄收视数据 604

五十四、太原收视数据 610

五十五、乌鲁木齐收视数据 616

五十六、武汉收视数据 622

五十七、西安收视数据 628

五十八、西宁收视数据 634

五十九、厦门收视数据 640

六十、银川收视数据 646

六十一、郑州收视数据 652

六十二、其他城市收视概览 658

第四部分 附 录

一、CSM 各调查网概况 691

二、频道列表 713

第一部分 综述

Part One

综述 Overview

本部分主要介绍本书的研究背景、研究目的、研究方法和研究结果。首先，我们回顾了相关领域的研究现状，指出了当前研究中存在的问题和不足。其次，我们阐述了本书的研究目的和意义，明确了研究的方向和目标。然后，我们介绍了本书所采用的研究方法，包括文献综述、实验设计、数据分析和模型构建等。最后，我们总结了本书的研究结果，并对未来的研究方向进行了展望。

本书的研究成果对于推动该领域的研究具有重要的意义。首先，我们通过大量的实验和数据分析，揭示了该领域的一些重要规律和现象。其次，我们提出了一些新的理论观点和模型，为后续的研究提供了有益的参考。最后，我们还对未来的研究方向进行了展望，指出了该领域的一些重要问题和挑战。我们相信，通过本书的研究成果，可以为该领域的研究提供有益的参考和启示。

综 述

一、收视环境

2009 年对于中国人民来说是很不平凡的一年，是新中国成立六十周年，是深入贯彻落实党的十七大精神、推进“十一五”规划顺利实施的关键一年，也是我国应对国际经济形势复杂变化、面对进入新世纪以来我国经济社会发展最为困难的局面，保持经济平稳较快发展的一年。

2009 年同时也是广播影视业不寻常、不平凡的一年。我国广播影视业克服了国际金融危机的影响，逆势上扬，快速发展。在党中央、国务院和中宣部的正确领导下，我国广播影视业按照“高举旗帜、围绕大局、服务人民、改革创新”的总要求，坚定信心、扎实工作，各项工作继续保持了繁荣发展的良好势头，为党和国家举办大事、应对难事提供了良好的舆论氛围和强大的精神动力。2009 年，我国广播影视业着眼于推进宣传创新、提高舆论引导能力，着力强化新闻立台，建立完善了中央广播电视覆盖全国的新闻报道快速反应机制。坚持以数字化为龙头，全面推进广播影视科技进步，科技应用水平明显提高。同时，依托“村村通”、“西新”以及农村电影放映工程，完善了技术覆盖手段，加快了由工程建设向公共服务体系建设转变。全面推进了广播影视各项改革，体制机制改革取得新的突破。广播影视也着力打造国际一流媒体，构建国际传输网络、加快产品和服务走出去，“走出去”工作也取得重要进展。

1. 全国共有电视台 272 座，开办节目 1310 套

根据《中国广播电视年鉴（2010）》的最新统计，截至 2009 年底，全国共批准设立电视台 272 座，开办电视节目 1310 套，付费电视 139 套。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，在全国还有广播电视台 2087 座（广播电视台是指县级广播电视播出机构），电视发射台 17686 座，微波传输线路 8.5 万公里，有线广播电视传输干线总长 333 万公里，加上用户接入网线路大约共有 400 万公里。全国电视人口覆盖率为 97.23%，有线电视用户达 1.75 亿户，居世界第一，数字电视用户 6320 多万户。2009 年全国共有广播影视节目经营制作机构 3343 家，全年制作电视剧 16885 集，制作动画电视 15571 集，跃居世界前列。

2. 家庭电视机拥有率达 98.2%，拥有二台及以上电视机家庭的比例已达 29.4%

随着经济的发展和人民生活水平的提高，我国电视机的普及率已经基本上处于一个稳定的水平。2009 年 CSM 媒介研究全国收视调查网基础研究结果显示，家庭电视机拥有率达 98.2%，拥有二台及以上电视机家庭的比例已达 29.4%，平均每百户电视机拥有量为 132 台，其中城市家庭的电视机拥有率达为 98.1%，农村家庭的电视机拥有率为 98.3%（表 1.1.1）。拥有二台及以上电视机家庭的比例城市为 31.6%，农村为 28.3%。

根据 CSM 媒介研究 2009 年全国 149 个城市收视调查网的基础研究数据，这 149 个样本城市居民家庭的电视机拥有率为 98.2%，拥有二台和二台以上电视机家庭的比例已达 32.7%。从各大行政区来看，拥有二台及二台以上电视机家庭的比例，华东地区高达 46.6%，东北、华南、西北地区较低，大约为 22.0%。平均百户电视机拥有量华东地区达到 156 台，而东北、华南、西北地区大约为 122 台左右（表 1.1.2）。

表 1.1.1 2009 年全国城乡居民家庭电视机拥有情况

	全国	城域	乡域
一台户比例（%）	68.8	66.5	70.1
二台及以上户比例（%）	29.4	31.6	28.3
没有电视机户比例（%）	1.8	1.9	1.7
百户电视机拥有量（台）	132.1	135.0	130.8

数据来源：CSM 媒介研究 2009 年全国收视调查网基础研究

表 1.1.2 2009 年全国各大行政区居民家庭电视机拥有情况

	149 样 本城市	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
一台户比例（%）	65.5	76.2	68.0	52.0	74.7	69.4	76.7	69.2
二台及以上户比例（%）	32.7	22.1	31.4	46.6	22.0	28.9	21.5	28.9
没有电视机户比例（%）	1.8	1.6	0.6	1.4	3.4	1.6	1.8	1.8
百户电视机拥有量（台）	136.6	121.5	134.0	155.9	122.8	130.9	121.7	130.6

数据来源：CSM 媒介研究 2009 年 149 城市收视调查网基础研究

2009 年电视机更新换代速度进一步加快，黑白电视机已经基本退出了家庭电视的舞台，全国彩色电视机的平均拥有率达到了 99.0%（表 1.1.3）。分城乡来看，城市彩色电视机的普及已经基本完成了，彩色电视机拥有率已经达到了 99.4%，今后城市电视机的变化应该是向高清电视机、平板电视机过渡，随着城市数字电视信号的普及，这种电视机更新换代的速度将会大大提高，城市家庭拥有液晶电视或者等离子电视的比例已经超过 7%（图 1.1.1）。在农村，拥有黑白电视机家庭的比例已经只有 3.3%，比 2008 年的 4.0% 进一步下降，农村家庭大规模更换彩电的过程已经基本完成。从不同区域来看，CSM 媒介研究 2009 年 149 城市收视调查网基础研究数据显示，2009 年只拥有黑白电视机家庭比例较大的华东、华中和西南地区（表 1.1.4），同上年相比，也都有明显下降。

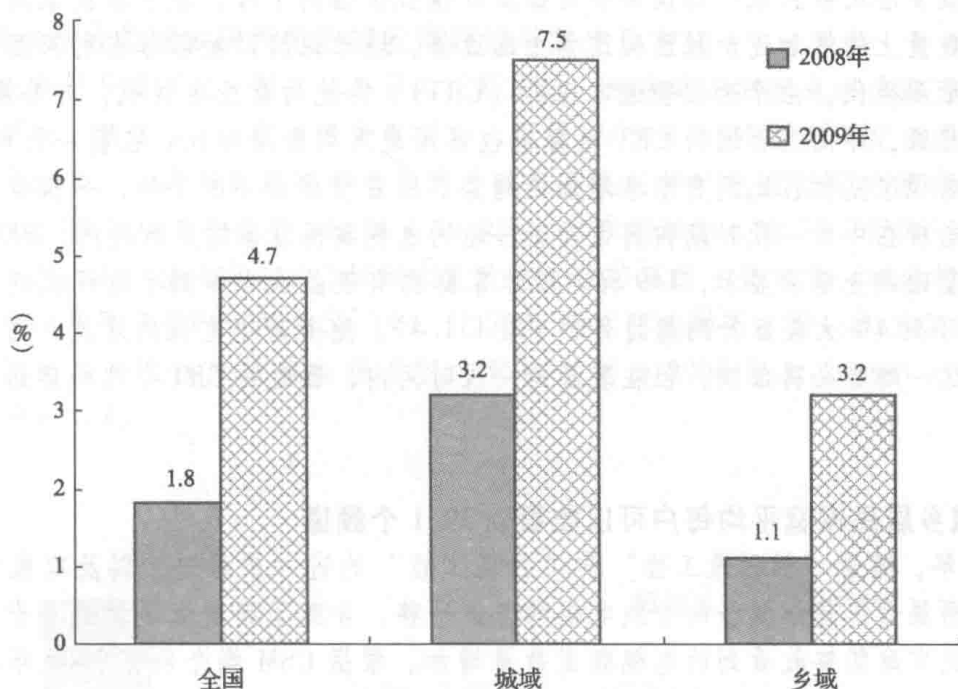


图 1.1.1 2008 年、2009 年全国及城乡居民家庭拥有平板电视机的比例 (%)

数据来源：CSM 媒介研究 2008 年和 2009 年全国收视调查网基础研究

表 1.1.3 2009 年全国及城乡居民家庭拥有不同类型电视机的比例 (%)

电视机类型	全国	城域	乡域
彩色电视机	99.0	99.4	98.7
黑白电视机	2.6	1.4	3.3
普通电视机	97.7	96.0	98.6
背投电视机	0.5	0.9	0.3
液晶电视机	4.4	7.1	3.0
等离子电视机	0.3	0.4	0.2

数据来源：CSM 媒介研究 2009 年全国收视调查网基础研究

表 1.1.4 2009 年全国各地区拥有不同电视机类型的家庭比例 (%)

电视机类型	149 城市	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
彩色电视机	99.6	99.8	100.0	99.5	99.8	99.2	99.3	99.1
黑白电视机	1.2	0.5	0.2	1.7	0.3	2.2	1.1	1.5
普通电视机	95.4	94.7	93.5	96.3	94.1	97.0	93.3	96.6
背投电视机	1.0	0.7	1.2	1.0	1.0	0.8	0.7	1.1
液晶电视机	7.8	6.5	9.7	9.6	6.9	4.9	8.1	5.5
等离子电视机	0.5	0.3	0.8	0.3	0.6	0.3	0.4	0.8

数据来源：CSM 媒介研究 2009 年 149 城市收视调查网基础研究

随着城乡居民收入水平的提高和高品质电视机价格的下降,城乡居民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,城市家庭乃至部分农村家庭开始追求电视机的更新换代,由原来的普通电视机(CRT)、传统的背投电视机,向等离子电视、液晶电视升级,即使是普通的CRT电视机也逐渐进入到高清时代。在新一代电视机中,拥有液晶电视家庭所占比例有渐渐增加的趋势。随着价格的不断下降,平板电视尤其是高清液晶电视在今后一段时期内将带动新一轮的电视收视设备的更新换代。2009年CSM媒介研究基础调查结果显示,149样本城市家庭拥有液晶或者等离子电视机的比例已由2008年的不到4%大幅跃升到超过8%(表1.1.4)。随着数字电视的发展,高清信号源的增多,这一趋势必将加快,但在较长的一段时间内,普通的CRT电视机仍然占主导地位。

3. 城乡居民家庭平均每户可以收看到 39.1 个频道

2009年,随着“村村通工程”和“西新工程”的进一步推进,以及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,导致了频道竞争的进一步加剧,也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2009年全国收视调查网基础研究结果,全国平均每户可以接收39.1个电视频道,远超过2008年的30.4个和2007年的25.6个。其中城市居民家庭平均可以接收50.1个频道,比2008年增加了9.6个,农村居民家庭平均可以接收33.2个频道,比2008年增加了7.2个(表1.1.5)。而全国149城市收视调查网的基础研究结果发现,在所调查的样本城市中,平均每户可以接收到52.2个频道,比2008年增加6个。从表1.1.6可以发现,平均每户可接收到的电视频道数量增长最快的为华北地区,2009年比2008年增加了11.7个频道。

表 1.1.5 2007—2009 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	城域	乡域
2007 年	25.6	35.1	21.4
2008 年	30.4	40.5	26.0
2009 年	39.1	50.1	33.2

数据来源: CSM 媒介研究全国收视调查网历年基础研究

表 1.1.6 2007—2009 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)

年份	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
2007 年 (154 市县)	38.0	47.7	40.0	44.3	34.2	43.7	36.8
2008 年 (154 市县)	44.8	60.3	45.5	44.7	38.9	48.7	41.7
2009 年 (149 城市)	49.2	72.0	51.6	47.8	44.4	55.0	49.8

数据来源: CSM 媒介研究各城市 (县) 收视调查网历年基础研究

4. 有线接收是城乡居民家庭接收电视信号的主要方式

随着电视信号数字化、网络化进程的不断推进，越来越多的家庭感受到有线电视网络带来的便利，频道增多，信号清晰度增加。根据 2009 年 CSM 媒介研究全国收视调查网基础研究结果，全国电视家庭户中，通过省市有线网接收电视信号的家庭户比例比 2008 年（55.8%）有显著提高，达到了 58.9%。其中在城市，有 74.3% 的家庭接入了省或市有线网，有线接收方式成为城市家庭收看电视节目的主要方式。在农村，通过有线网收看电视节目家庭的比例为 50.7%，比 2008 年有明显增长，增加了 3.0 个百分点，农村中通过室内外天线来接收电视节目的家庭比例由 2008 年的 25.1% 大幅下降为 20.5%（图 1.1.2）。

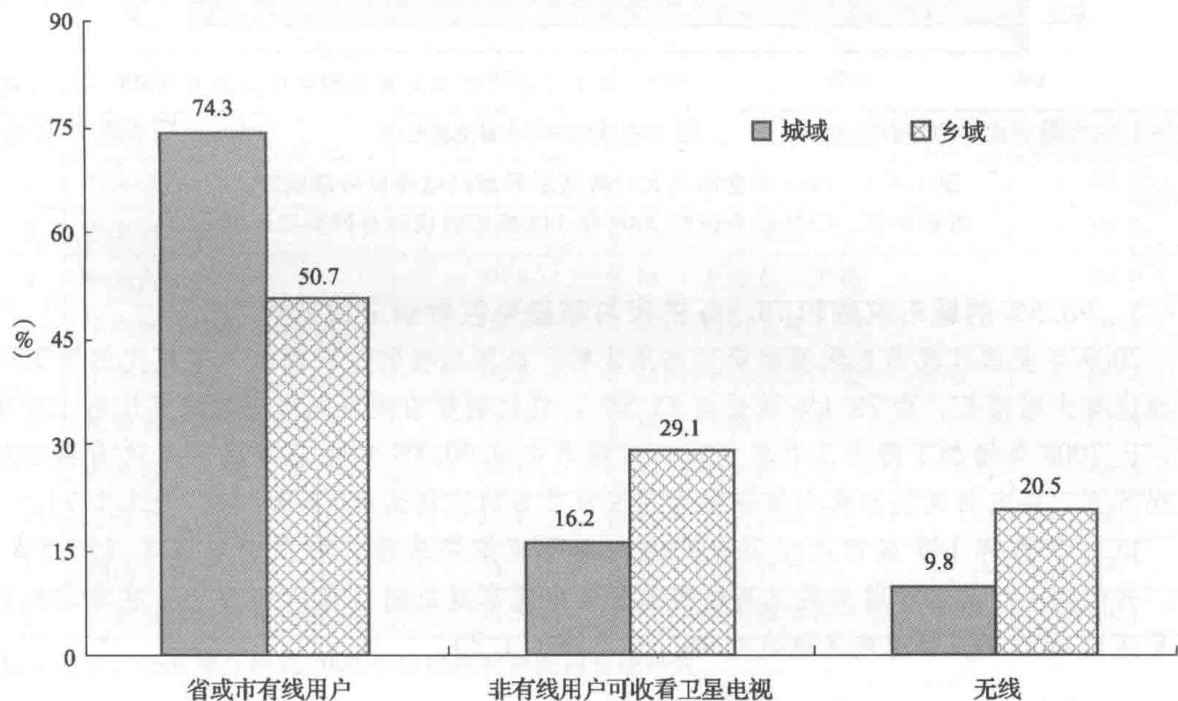


图 1.1.2 2009 年城乡居民家庭电视信号接收方式

数据来源：CSM 媒介研究 2009 年全国网电视广播视听率调查基础研究

从各大行政区的情况来看，省或市有线电视普及率最高的东北和华南，有线电视渗透率超过或者将近 90%，华中地区的有线比例最低，为 78.6%，其他地区都在 80% 以上（图 1.1.3）。华北及中西部地区特别是西南部地区通过非有线网络收看卫视频道的比例较大（华北 9.6%，华中 9.0%，西北 9.8%，西南 12.5%），说明这些地区在有线网络难以到达的地方更多地采用了碟形天线、厂矿小区闭路等其他方式解决接收问题。相对来说东部、南部和东北有线网络的建设较快，以其他方式接收卫视频道的比例很小。

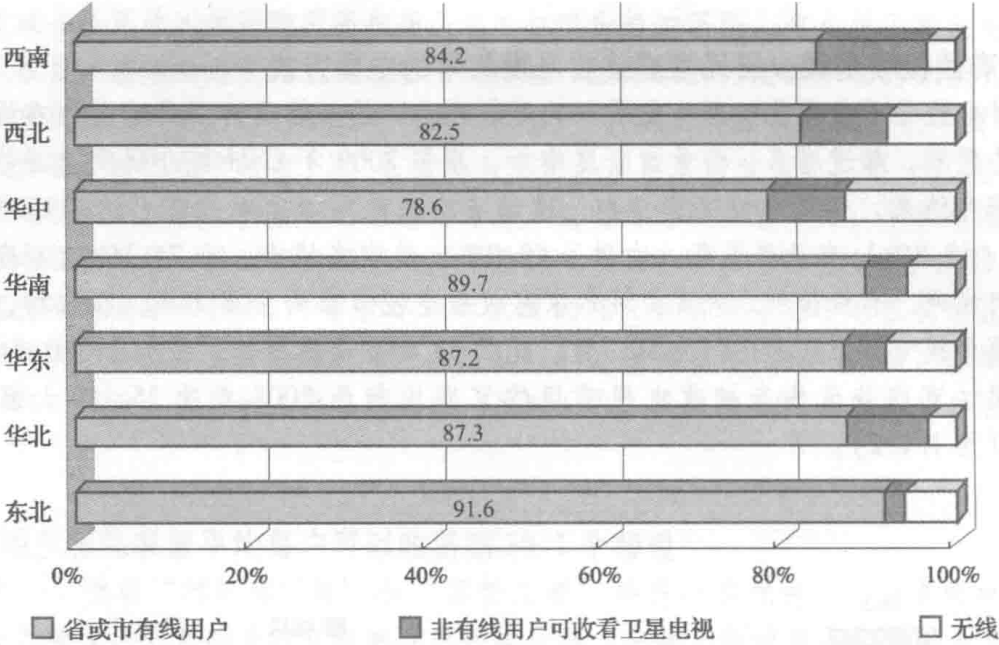


图 1.1.3 2009 年全国各大行政区居民家庭电视信号接收方式
数据来源：CSM 媒介研究 2009 年 149 城市收视调查网基础研究

5. 90.5% 的城市家庭和 79.8% 的农村家庭可收看到卫视节目

2009 年全国收视调查网基础研究结果表明，全国能接收卫视频道的家庭比例同 2008 年相比有大幅增长，由 79.1% 增长到 83.5%。农村能收看到卫星电视的家庭比例上升迅猛，比 2008 年增加了将近 5 个百分点。在城市中有 90.5% 的电视家庭可以收看到卫星电视节目，在农村电视家庭中能够收看到卫视节目的比例达到了 79.8%（表 1.1.7）。

而从 2009 年 149 城市收视调查网的基础研究结果来看，除了华中地区（87.5%）外，其他六大行政区能收看到卫星电视节目的电视家庭比例都在 90% 以上，在华北地区更是高达 96.9%，西南地区也达到 96.7%（表 1.1.8）。

表 1.1.7 2007—2009 年全国及城乡居民家庭可收到卫视频道的比例（%）

年份	全国	城域	乡域
2007 年	73.8	86.0	68.4
2008 年	79.1	88.5	74.9
2009 年	83.5	90.5	79.8

数据来源：CSM 媒介研究历年全国网电视广播视听率调查基础研究

表 1.1.8 2007—2009 年各大行政区居民家庭可收到卫视频道的比例（%）

年份	全部	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
2007 年（154 市县）	87.5	88.6	88.3	87.2	91.6	78.7	86.2	91.2
2008 年（154 市县）	89.5	91.7	92.3	88.2	93.3	81.1	89.4	91.9
2009 年（149 城市）	93.3	94.0	96.9	91.9	94.5	87.5	92.2	96.7

数据来源：CSM 媒介研究历年各城市（县）收视调查网基础研究