

# 目 录

## 第一部分 综述

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

## 第二部分 专题

- 2014年中国电视收视市场大事件扫描
- 2014年全国新闻节目收视分析
- 2014年全国电视剧播出与收视市场回顾
- 2014年全国综艺节目收视分析
- 2014年全国体育节目收视分析
- 2014年晚间新节目观察
- 远方很远，步履不停——户外真人秀节目初探
- 中国人的“巴西世界杯盛宴”
- 医院那些事儿——我国当代医疗剧播出与收视分析
- 电视剧收视影响因素初探——重点基于电视剧题材的视角
- 省级卫视日间收视及节目编排特点
- 新传播空间中地面频道的发展困境及突围路径
- 微博电视指数产品介绍及案例分析
- 三个重点电视节目的多屏收视特点——基于CSM媒介研究多屏收视测量数据的分析
- 正确认识和应用互动机顶盒收视数据
- 收视率调查体系的融合与发展
- 视频节目跨平台传播的价值评估
- 新格局，常竞争，融生态——聚焦中国电视竞争“新常态”

## 第三部分 收视数据

- 一、基本收视条件
- 二、全国收视数据

- 三、安徽收视数据
- 四、福建收视数据
- 五、甘肃收视数据
- 六、广东收视数据
- 七、广西收视数据
- 八、贵州收视数据
- 九、海南收视数据
- 十、河北收视数据
- 十一、河南收视数据
- 十二、黑龙江收视数据
- 十三、湖北收视数据
- 十四、湖南收视数据
- 十五、吉林收视数据
- 十六、江苏收视数据
- 十七、江西收视数据
- 十八、辽宁收视数据
- 十九、内蒙古收视数据
- 二十、宁夏收视数据
- 二十一、山东收视数据
- 二十二、陕西收视数据
- 二十三、山西收视数据
- 二十四、四川收视数据
- 二十五、新疆收视数据
- 二十六、云南收视数据
- 二十七、浙江收视数据
- 二十八、北京收视数据
- 二十九、上海收视数据
- 三十、天津收视数据
- 三十一、重庆收视数据
- 三十二、长春收视数据
- 三十三、长沙收视数据
- 三十四、成都收视数据
- 三十五、大连收视数据
- 三十六、福州收视数据

- 三十七、 广州收视数据
- 三十八、 贵阳收视数据
- 三十九、 哈尔滨收视数据
- 四十、 海口收视数据
- 四十一、 杭州收视数据
- 四十二、 合肥收视数据
- 四十三、 呼和浩特收视数据
- 四十四、 济南收视数据
- 四十五、 昆明收视数据
- 四十六、 兰州收视数据
- 四十七、 南昌收视数据
- 四十八、 南京收视数据
- 四十九、 南宁收视数据
- 五十、 宁波收视数据
- 五十一、 青岛收视数据
- 五十二、 沈阳收视数据
- 五十三、 深圳收视数据
- 五十四、 石家庄收视数据
- 五十五、 太原收视数据
- 五十六、 乌鲁木齐收视数据
- 五十七、 武汉收视数据
- 五十八、 西安收视数据
- 五十九、 西宁收视数据
- 六十、 厦门收视数据
- 六十一、 银川收视数据
- 六十二、 郑州收视数据
- 六十三、 其他城市收视概览

#### **第四部分 附录**

CSM 各收视调查网概况