

第一部分
综 述

综 述

一 观众收视行为

2020 年全国电视观众人均每日收视时长高于 2019 年，呈上扬之势，各类目标人群的人均每日收视时长均较 2019 年有不同程度的提升。从整体来看，2020 年受新冠肺炎疫情影响，收视自春节开始较去年同期增长显著，直至 4 月底人们陆续复工复产，生活回归常态，收视水平也随之回落。

（一）人均收视时间

1. 2020 年全国电视观众人均每日收视时长为 132 分钟，呈上扬态势

2001 年以来，全国电视观众人均每日收视时长呈波动下行的发展态势。2005 年和 2006 年，得益于各级电视台在新闻和综艺等节目形态上的大力创新和集中发力，以及世界杯等特殊事件的推动，观众人均每日收视时长一度回升；到 2007 年，由于对选秀和民生新闻等新节目形态产生“审美疲劳”，以及缺乏特殊重大事件的支撑，观众人均每日收视时长下滑；2008 年和 2009 年，由于北京奥运会的举办、新中国成立六十周年庆祝大会等一系列重大事件的发生，观众的注意力被重新拉回电视，人均每日收视时长又略有回升；从 2010 年开始，全国电视观众人均每日收视时长基本呈现逐年下滑的态势，虽有 2012 年的短暂回升，但仍难掩其发展“颓势”。尤其是近几年，随着新媒体、新技术和移动互联网进一步发展，各类视频网站和短视频 App 发展得如火如荼，受众对媒体的接收方式发生了翻天覆地的变化，碎片化、个性化、随时随地的收看行为，正在慢慢地蚕食人们收看传统电视的时间。2013 年以来，人均每日收视时长持续下滑，2019 年人均每日收视时长为 124 分钟，为历年来最低。2020 年电视大屏收视时长增长可观，全年人均每日收视时长达 132 分钟，较 2019 年增长了 8 分钟（图 1.1.1）。

2. 七大行政区中，六大区域人均每日收视时长全面提升

2020 年，七大行政区中，除华北地区人均每日收视时长较 2019 年下降 4 分钟之外，其他六大行政区均有不同程度的收视增长。西南和华中地区观众人均每日收视时

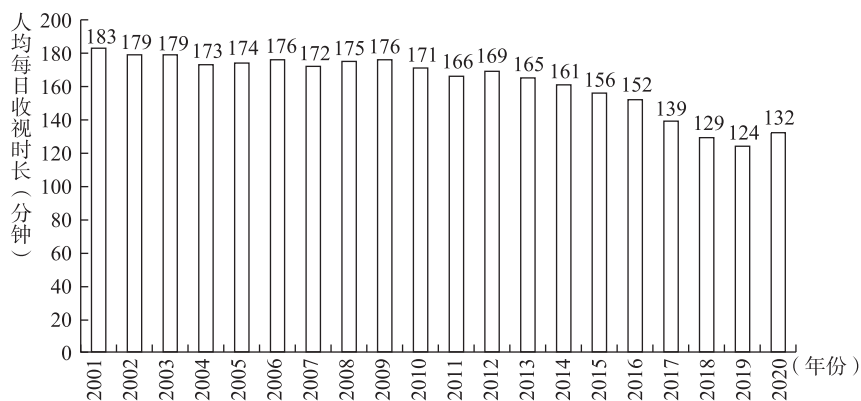


图 1.1.1 2001 ~ 2020 年全国样本市（县）^①电视观众人均每日收视时长

数据来源：CSM 媒介研究

注：①2009 年以前的数据包含样本城市和样本县，2009 年及以后的数据全部为样本城市。

长增长最多，涨幅达 10%，分别从 2019 年的 144 分钟和 112 分钟增长至 2020 年的 159 分钟和 123 分钟，各增长了 15 分钟和 11 分钟；其次是华东和华南地区，人均每日收视时长较 2019 年分别增长了 10 分钟和 9 分钟，涨幅在 8% ~ 9%；东北和西北地区人均每日收视时长较 2019 年都增长了 7 分钟，涨幅在 5% 左右（表 1.1.1）。

表 1.1.1 2010 ~ 2020 年全国七大行政区电视观众人均每日收视时长

单位：分钟

地区	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
东北	191	185	190	184	181	179	173	155	147	140	147
华北	196	196	198	193	188	176	170	160	147	142	138
西北	180	168	172	169	165	157	154	142	133	124	131
西南	169	166	174	170	173	174	179	163	153	144	159
华东	168	162	162	157	151	145	139	128	116	109	119
华南	152	148	149	146	138	136	133	122	118	117	126
华中	166	164	166	164	163	161	153	132	116	112	123

数据来源：CSM 媒介研究

从各大行政区人均每日收视时长较全国平均水平的差异来看，2020 年西南、东北和华北地区仍然是电视收视水平较高的区域，分别高于平均水平 20%、11% 和 5%，这在很大程度上与上述地区冬季时间较长、气温较低、人们的室内生活时间相对较长有关；相比而言，在气候相对温暖、经济发展水平相对较高、人们业余生活相对丰富的华南、华中和华东地区，观众的人均每日收视时长明显较短，均低于全国平均水平 5% ~ 10%。

3. 不同性别人群人均每日收视时长较 2019 年均有增加，女性收看时间更长

2020 年观众人均每日收视时长显示，女性观众人均每日收视时长为 134 分钟，男性观众为 129 分钟，比女性观众少 5 分钟（表 1.1.2）。同时我们也可以看到，2010 ~ 2020 年间，女性观众收看电视的时间多于男性观众是一个规律性现象。2020 年，无论是女性观众还是男性观众，人均每日收视时长较 2019 年均有 8 分钟的提升。

表 1.1.2 2010 ~ 2020 年全国样本市（县）男女观众人均每日收视时长

单位：分钟

性别	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
男	167	162	164	161	157	153	149	136	127	121	129
女	176	171	173	170	165	160	156	142	132	126	134

数据来源：CSM 媒介研究

4. 4 ~ 24 岁观众人均每日收视时长涨幅均超 10%，老年观众仍是传统电视的忠实拥趸

随着新媒体、新技术的发展，当前媒体传播环境已经发生了翻天覆地的变化，各类视频网站和短视频 App 的兴盛让受众接收信息的渠道变得多元化且便捷化，受众的收视行为也越来越个性化和碎片化，由此带来的影响就是受众对传统电视的关注度越来越低，收视时长也呈现逐年下滑的趋势。然而，2020 年受新冠肺炎疫情影响，电视收视出现回暖，各年龄段观众群体人均每日收视时长均出现不同程度的增长。

2020 年，4 ~ 14 岁和 15 ~ 24 岁的观众群体人均每日收视时长增长尤为显著，较 2019 年分别增长了 12 分钟和 10 分钟，涨幅分别达到 12% 和 18%；25 ~ 34 岁和 35 ~ 44 岁的中青年观众也分别有 5 分钟和 7 分钟的收视回升，涨幅相当，分别为 7% 和 8%；45 ~ 54 岁和 55 ~ 64 岁中老年观众的人均每日收视时长变化相对较小，分别增加了 1 分钟和 4 分钟，涨幅为 0.67% ~ 1.8%；65 岁及以上的老年观众人均每日收视时长较 2019 年增长了 11 分钟，涨幅达 4%，是唯一一个连续四年人均每日收视时长实现增长的观众群体。从绝对值来看，65 岁及以上的老年观众仍是传统电视的忠实拥趸，人均每日收视时长为 288 分钟，超出全国观众人均每日收视时长 132 分钟的一倍多；45 ~ 64 岁的观众人均每日收视时长在全国平均水平之上；4 ~ 44 岁的观众群体则低于全国平均水平较多（图 1.1.2）。

5. 小学和初中文化程度人群人均每日收视时长最多，大学及以上文化程度观众人均每日收视时长涨幅最大

整体而言，不同受教育程度观众的人均每日收视时长均有不同程度的提升。从收视时长绝对值来看，2020 年，小学学历人群的人均每日收视时长为 165 分钟，位居各

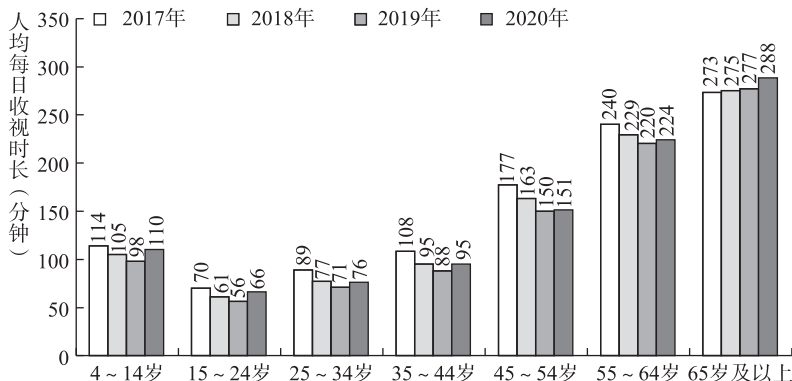


图 1.1.2 2017~2020 年全国样本城市不同年龄段观众人均每日收视时长

数据来源：CSM 媒介研究

学历人群榜首，较 2019 年增长了 6 分钟，初中学历人群人均每日收视时长为 152 分钟，位居次席，较 2019 年增长了 3 分钟，两者的人均每日收视时长远高于其他学历人群，也因此，这两者的人均每日收视时长增幅相对最小。从收视时长的增长幅度来看，2020 年较 2019 年大学及以上受教育程度观众的涨幅最大，达 12%；未受过正规教育和高中学历人群均涨幅一致，均约为 9%（图 1.1.3）。

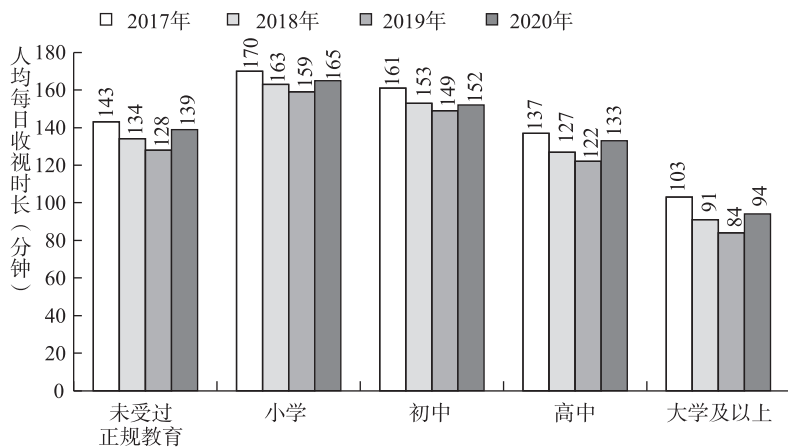


图 1.1.3 2017~2020 年全国样本城市不同受教育程度观众人均每日收视时长

数据来源：CSM 媒介研究

（二）全年收视走势

1. 2020 年 1~4 月收视增长显著，下半年收视小幅低于去年同期

2020 年初受新冠肺炎疫情影响，收视自春节开始增长显著，在第 6 周收视率达到全年峰值 14.8%，较 2019 年最高一周收视率 11.0%（第 6 周）增长了 3.8 个百分点。随后

各周收视缓慢回落，随着4月中下旬人们有序复工复产，收视率恢复到与2019年同期一致的水平，并保持稳定。2020年国庆期间，收视无明显变化，未表现出往年的假日收视小高峰。下半年整体来看，各周收视率较2019年同期有小幅收视下滑（图1.1.4）。

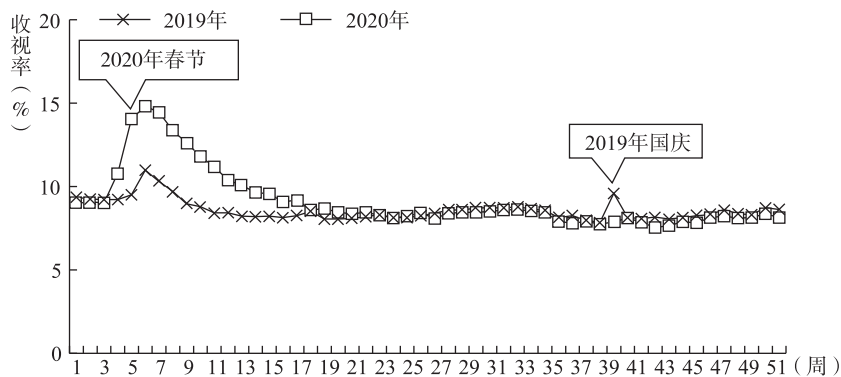


图 1.1.4 2019 年和 2020 年全国样本城市观众全年分周收视走势

数据来源：CSM 媒介研究

2. 北方收视水平明显高于南方，西南地区收视表现突出

中国幅员辽阔，南北气候差异显著，对观众的收视习惯也有一定的影响。北方冬季时间长，户外温度低，人们的户外活动相应减少，待在室内的时间相对更长，看电视的概率也比较大，因此东北、华北和西北地区全年整体收视水平普遍高于华东、华南和华中地区。值得注意的是，西南地区在全年收视水平一路领先，位居七大行政区之首（图1.1.5）。

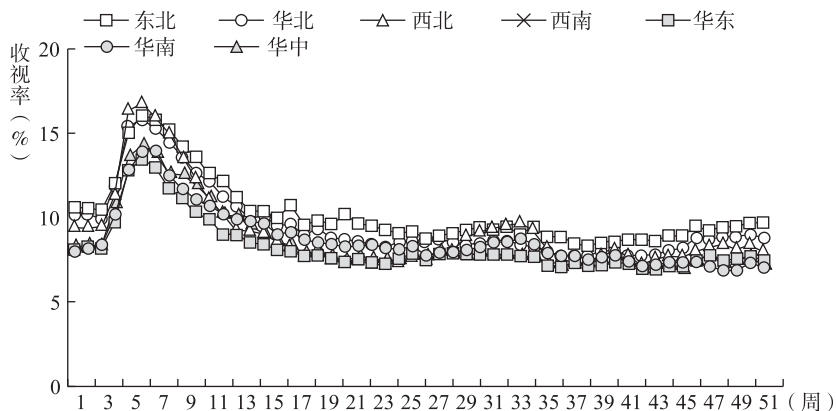


图 1.1.5 2020 年全国七大行政区观众全年分周收视走势

数据来源：CSM 媒介研究

3. 全年不同时期女性观众收视水平普遍略高于男性观众

2020年，男女观众全年收视走势基本趋同。相比男性，女性观众对电视的关注度

更高，女性观众在全年不同时期收视水平普遍略高于男性观众（图 1.1.6）。

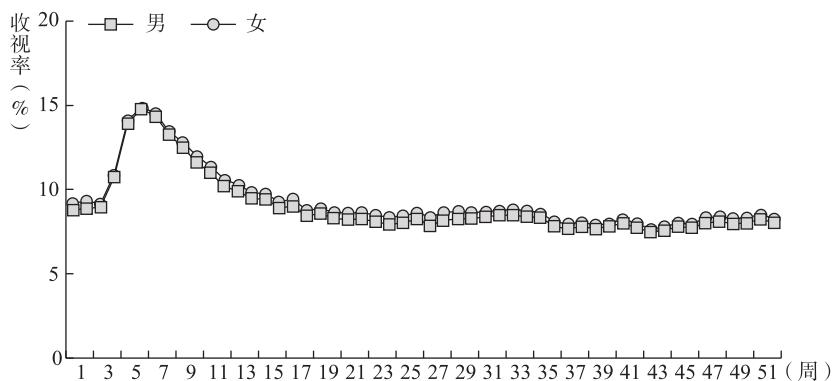


图 1.1.6 2020 年全国样本城市男、女观众全年分周收视走势

数据来源：CSM 媒介研究

4. 4~14 岁观众群体受疫情影响多周收视明显上扬

整体而言，除 4~14 岁的观众在 2020 年 9 月之前受居家上课以及暑期影响收视水平出现明显上扬外，其他各年龄段观众全年仅在春节期间收视上浮，其他时期收视波动较小，走势十分平稳。其中，45 岁及以上的中老年人群在全年各个时期收视水平明显高于 44 岁及以下的观众，15~34 岁的观众收视水平最低（图 1.1.7）。

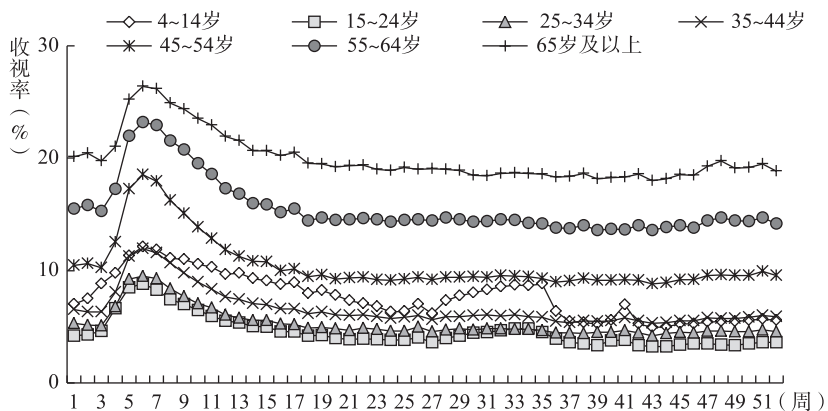


图 1.1.7 2020 年全国样本城市不同年龄段观众全年分周收视走势

数据来源：CSM 媒介研究

5. 小学和初中文化程度观众全年收视水平较高

小学和初中文化程度观众全年收视水平最高，由于这两类受教育程度的人群包含了大量的学生观众，所以他们的收视呈现一定的时期特征，在暑期收视水平有较明显提升。相对而言，高中学历和未受过正规教育的观众收视水平位居第二梯队，大学及以上文化程度的观众收视水平则相对偏低（图 1.1.8）。

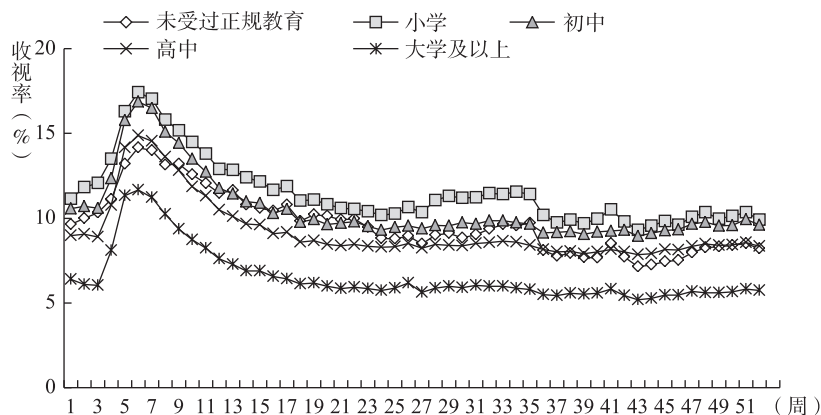


图 1.1.8 2020 年全国样本城市不同受教育程度观众全年分周收视走势

数据来源：CSM 媒介研究

（三）全天各时段收视走势

1. 全天各时段收视走势与 2019 年保持一致，晚间黄金时段收视增长明显

整体而言，2020 年全天各时段收视走势与 2019 年相比保持一致，且全天多个时段收视率呈现上扬态势，其中，19:00~21:30 时段收视提升最多。全天各时段收视走势呈双高峰型，分别分布在午间和晚间时段。午间收视高峰出现在 11:45~13:30 时段，收视率均在 10.0% 以上，在 12:30 左右收视率最高，为 11.6%，较 2019 年午间峰值 10.7% 增加了 0.9 个百分点；晚间收视高峰出现在 18:45~22:00 时段，在 20:30 左右达到全天的收视峰值 29.9%，较 2019 年的 28.1% 提升了 1.8 个百分点（图 1.1.9）。

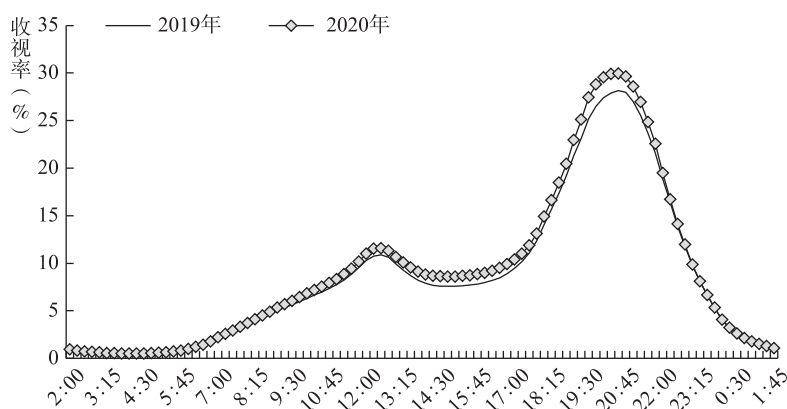


图 1.1.9 2019 年和 2020 年全国样本城市观众全天收视走势

数据来源：CSM 媒介研究

2. 不同地域观众全天各时段收视走势具有明显区域特征

中国幅员辽阔，各区域无论是文化习俗还是生活习惯均存在显著差异，所以在传

统电视的收视上也表现出明显的区域特点。不同地区受众全天收视走势显示,东北、华北和华东等地理位置相对偏东的区域,日出时间相对较早,观众每天的收视行为也开始得较早,东北地区,早早拉开了收视的大幕在7:00左右就拥有了超过5%的收视率,相应地这些地区日落时间也较早,因此晚间收视高峰开始时段也早于地理位置偏西的地区,如东北地区每天从17:00左右开始就出现收视攀升的态势。相对而言,西南地区晚间收视水平明显高于其他地区同时段的收视表现,西北和华南地区在21:00之后的收视水平相对较高(图1.1.10)。

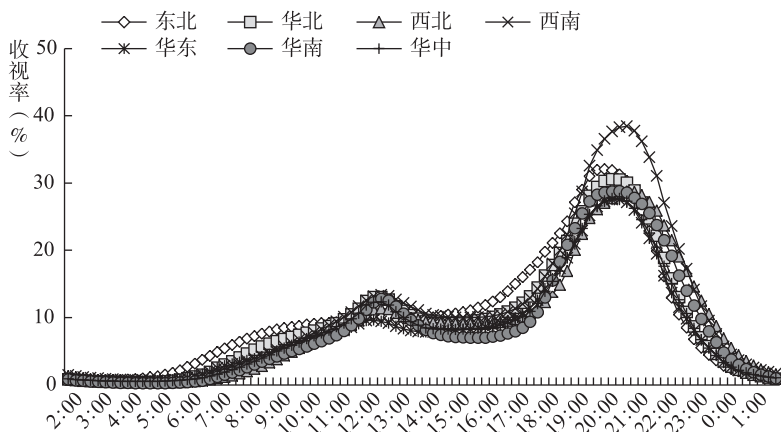


图 1.1.10 2020 年全国七大行政区观众全天收视走势

数据来源:CSM 媒介研究

3. 女性观众整体收视水平明显高于男性,晚间黄金时段优势凸显

整体而言,男、女观众全天收视走势趋同。女性观众在全天的大部分时段(9:00~22:30)收视水平都明显高于男性,其中,19:30~22:00 黄金收视时段的领先优势更加明显。一般而言,晚间黄金时段各频道以播出电视剧和各类综艺节目为主,由此可以看出,女性观众对于“追剧”和收看娱乐性较强的综艺节目的热情远远高于男性观众(图1.1.11)。

4. 不同年龄段观众表现出与其年龄相契合的收视表现

各年龄段观众全天收视走势基本保持一致,即在午间和晚间各有一个收视高峰,表现出一定的共性;同时,各年龄段观众的收视水平又不尽相同,表现出与自身年龄段相契合的特点。55岁及以上人群是收视的重点人群,这很大程度上源于该类人群有更多的闲暇时光且对时间有相对更高的自由支配权,可以在收看电视上花费更多的时间和精力,因而他们全天的收视水平明显高于其他年龄段观众,其中65岁及以上的老年人群在20:00~20:45更是创下了超过58.0%的收视高峰,这是其他年龄段人群无法企及的高度。45~54岁的观众大多都还属于在职人群,白天身处工作岗位,因此该类

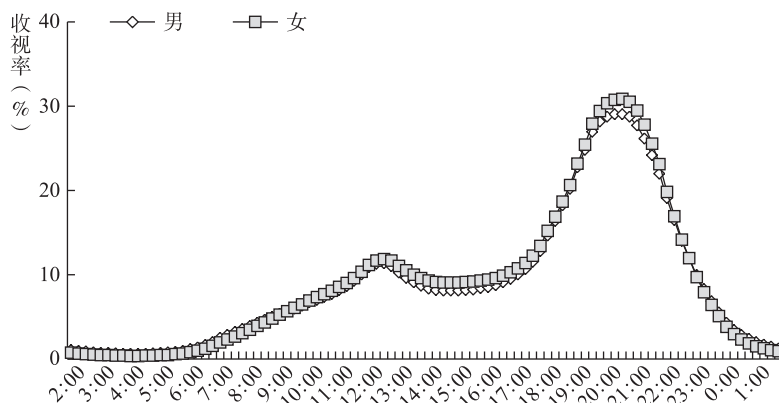


图 1.1.11 2020 年全国样本城市不同性别观众全天收视走势

数据来源：CSM 媒介研究

人群白天时段的收视水平相对较低，但在晚间仍有比较明显的收视高峰。44 岁及以下的观众整体收视水平相对偏低，尤其体现在晚间时段。其中，4~14 岁的学龄前及学龄观众在白天时段收视水平较高，而 15~24 岁的青少年观众在晚间收视水平最低（图 1.1.12）。

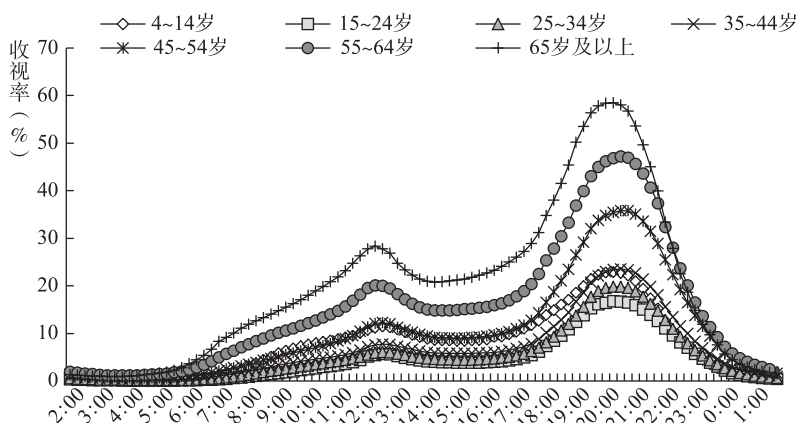


图 1.1.12 2020 年全国样本城市不同年龄段观众全天收视走势

数据来源：CSM 媒介研究

5. 不同文化程度观众全天收视走势细分特征明显

一般而言，不同受教育程度的观众表现在对传统电视的收视上也会有明显的细分特征。小学和初中学历观众全天收视水平整体高于其他受教育程度的观众，这一点在晚间收视高峰时段表现得尤为突出：未受过正规教育的观众晚间收视高峰水平与高中学历观众相当，晚高峰收视在 21:00 前后开始下滑，在各类受教育程度观众中结束得最早；大学及以上学历观众的收视水平整体偏低，晚高峰收视跨度最大，呈扁平化特征（图 1.1.13）。

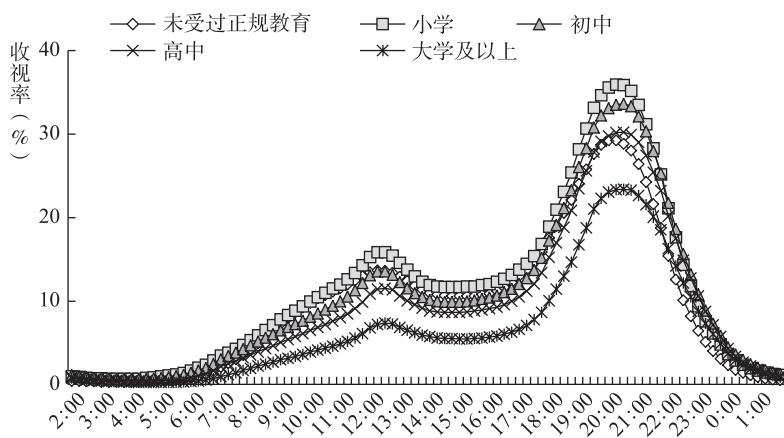


图 1.1.13 2020 年全国样本城市不同受教育程度观众全天收视走势

数据来源：CSM 媒介研究

6. 周末大部分时段收视水平明显高于工作日

与往年相似，2020 年观众在周末和工作日的收视趋势保持一致，在周末白天的收视水平明显高于工作日，集中体现在 9:00~18:00 时段。整体来看，周末收视水平较工作日高出 0.7 个百分点（图 1.1.14）。

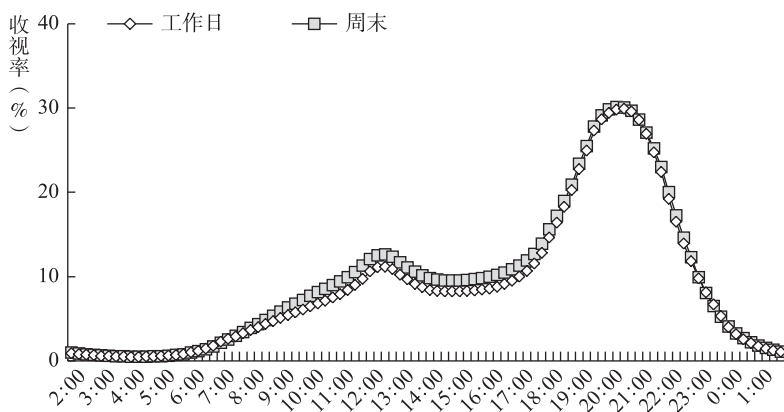


图 1.1.14 2020 年全国样本城市周末和工作日全天收视走势

数据来源：CSM 媒介研究

（四）人均时移收视^①时长

随着技术的变革更新，媒介传播渠道也发生了翻天覆地的变化，观众的收视行为和收视习惯也随之改变，通过各种渠道点播和回看电视节目已不是什么新鲜事。但就

① 时移收视是指观众通过有线双向互动机顶盒、IPTV，或者通过互联网电视机顶盒、智能电视，在节目固定播出时间之外回看、点播已经播出电视节目的收视行为。本文所提及的时移收视是指观众回看、点播电视频道 7 天内播出节目所发生的收视行为。

目前来看，观众人均每天时移收视的时间并不长，在人均总收视时长（直播+时移）中占比也不大，时移收视还没有成为主流收视行为，但不得不承认它有逐年走高的趋势，已成为直播收视的一个有益补充，且不同目标观众时移收视也各具特色。

1. 人均每天时移收视时长及占比均不高

2020年全国59城市人均时移收视数据显示，各城市人均每天时移收视的时间并不长，超过10.0分钟的城市有3个，较2019年增加了1个地区，分别为银川、秦皇岛和上海；人均每天时移收视时长在5~10分钟的城市有21个，比2019年增加了3个地区；其余35个城市的人均每天时移收视时长均在5.0分钟以下。从人均每天时移收视时长占总收视时长（直播+时移）的比例来看，秦皇岛占比最高，达10.0%；银川、石家庄、南京等14个城市所占比例在5.0%（含）~10.0%，其他城市占比均不足5.0%。整体而言，时移收视仍未成为观众的主流收视行为（表1.1.3）。

表 1.1.3 2020 年 59 城市人均每天时移收视分钟数及其在总收视时长
（直播+时移）中的占比

城市	人均每天时移收视分钟数	占比 (%)	城市	人均每天时移收视分钟数	占比 (%)
蚌埠	4.9	4.8	秦皇岛	12.3	10.0
北京	7.0	4.7	青岛	9.9	6.7
常德	3.2	2.8	三亚	3.2	4.2
成都	4.8	2.9	厦门	3.4	3.4
大连	3.4	2.4	上海	10.3	7.0
丹东	2.4	2.1	韶关	4.0	3.1
福州	2.5	2.7	深圳	3.4	3.3
赣州	1.6	1.9	沈阳	2.7	1.7
广州	6.1	3.9	石家庄	9.0	8.0
贵阳	6.0	3.3	太原	5.0	4.5
哈尔滨	2.2	1.2	唐山	7.7	6.5
海口	4.0	3.2	天津	8.8	5.8
杭州	3.9	3.9	温州	1.4	2.0
合肥	4.4	3.7	乌鲁木齐	9.2	6.4
呼和浩特	3.4	2.9	无锡	2.4	2.3
惠州	3.6	3.0	武汉	3.9	3.0
济南	6.2	4.5	西安	8.4	6.6
济宁	4.2	3.6	西宁	5.2	4.5

续表

城市	人均每天时移收视分钟数	占比 (%)	城市	人均每天时移收视分钟数	占比 (%)
金华	2.7	2.7	徐州	7.1	5.9
锦州	2.5	2.1	烟台	5.6	5.0
九江	4.9	4.3	扬州	3.2	3.3
昆明	3.9	2.9	宜昌	3.4	2.6
拉萨	0.6	0.6	银川	12.9	8.9
兰州	7.8	6.2	岳阳	4.2	3.4
泸州	3.8	3.2	湛江	5.2	4.4
南昌	4.8	3.6	长春	2.9	2.3
南充	1.9	1.6	长沙	7.0	5.0
南京	8.2	7.1	郑州	5.7	4.9
南宁	5.8	4.8	重庆	8.9	5.2
宁波	2.7	3.1			
59城市平均			6.2		

数据来源：CSM 媒介研究

2. 女性观众愿意花费更多的时间用于时移收视，且占比更高

整体来看，较男性观众而言，女性观众愿意花费更多的时间来点播和回看电视节目，人均每天时移收视时长为 6.3 分钟，占女性观众人均收视总时长的 4.6%；而男性观众人均时移收视时长为 6.0 分钟，在总收视时长中所占比例为 4.5%，略低于女性观众（图 1.1.15）。

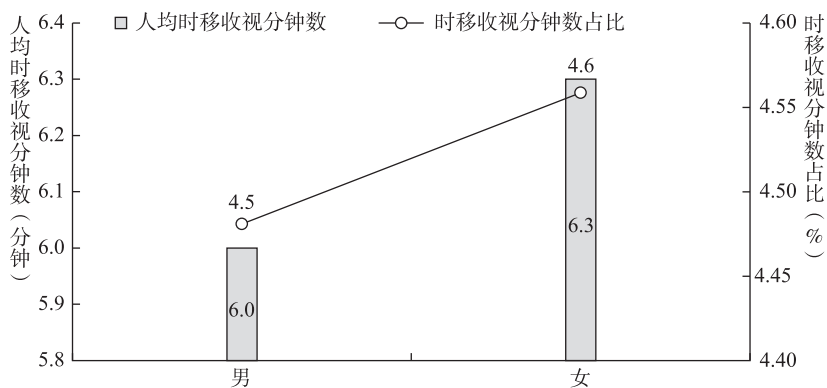


图 1.1.15 2020 年 59 城市不同性别观众人均每天时移收视分钟数及占比

数据来源：CSM 媒介研究

3. 老年观众人均每天时移收视时长最长，青少年及中青年观众时移收视占比更高

从各年龄段观众人均每天时移收视分钟数可以看出，45 岁及以上的中老年人群人

均每天时移收视时长较长，均在 8.0 分钟及以上；4~14 岁和 35~44 岁观众人均每天时移收视时长近 6.0 分钟，15~34 岁观众的每天时移收视时长相对最低，不足 4.0 分钟。从在总收视时长中的占比来看，4~14 岁、35~44 岁和 45~54 岁观众的每天时移收视占比较高，分别为 5.1%、5.5% 和 5.3%；65 岁及以上老年人可能存在不知如何操作、对新兴事物比较慢热等情况，仅把 3.2% 的总收视时长分配给了点播和回看（图 1.1.16）。

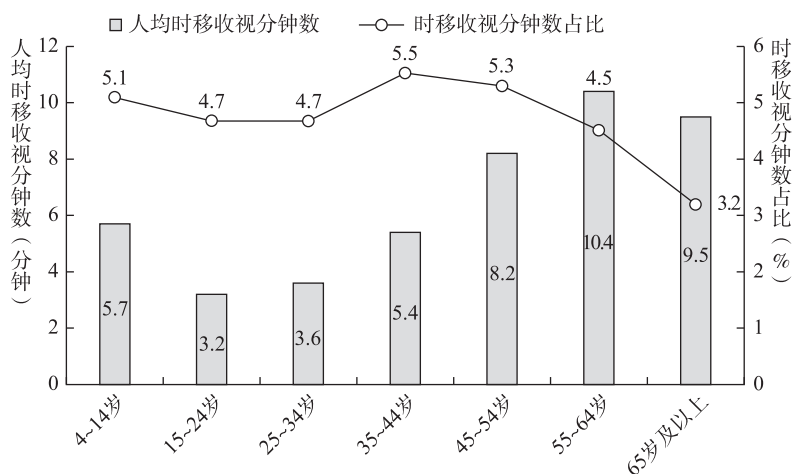


图 1.1.16 2020 年 59 城市不同年龄段观众人均每天时移收视分钟数及占比

数据来源：CSM 媒介研究

4. 高中学历观众人均时移收视时长最长，高中及以上学历程度观众时移收视占比更高

不同受教育程度的观众每天时移收视时长显示，高中学历观众的人均时移收视时长最长，为 7.6 分钟；大学及以上学历人群的人均时移收视时长最短，为 5.3 分钟，其他各类受教育程度观众的人均时移收视时长水平接近，均为 6.0 分钟左右。从不同学历观众人均每天时移收视时长占各自总收视时长的比例来看，高中及以上学历程度的观众人均时移收视占比较高，在 5.0% 以上；小学、初中及未受过正规教育观众的人均时移收视占比略低，不足 4.0%（图 1.1.17）。

5. 多数城市人均时移收视时长增长明显，时移收视已成为直播收视的有益补充

2017~2020 年 15 个城市收视数据的变化显示，除北京和天津两地 2020 年人均直播收视时长较 2019 年略降之外，其他各城市的人均直播收视时长均呈现增长态势；而人均每天的时移收视时长在不同城市的表现则各不相同，在北京、广州、合肥、济南、南京、上海、乌鲁木齐、西安和银川这 9 个城市都有着不同程度的增长，特别是在合肥、上海和银川这 3 个城市，涨幅较上一年超过 20.0%。这说明随着技术的进步、渠

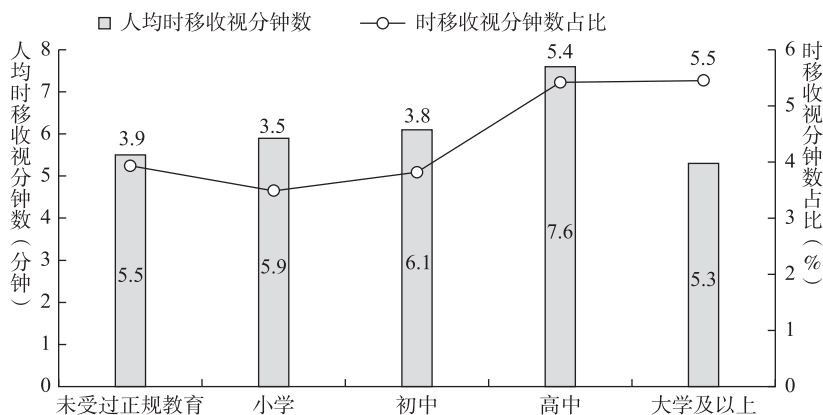


图 1.1.17 2020 年 59 城市不同受教育程度观众人均每天时移收视分钟数及占比

数据来源：CSM 媒介研究

道的革新，媒介的传播途径也发生了巨大的变化，电视直播市场的“萧条”也并不意味着观众已经抛弃这块最大的屏，只是观众顺应时代的发展对自己的收视习惯做出了调整，时移收视成为直播收视的一个有益补充（图 1.1.18）。

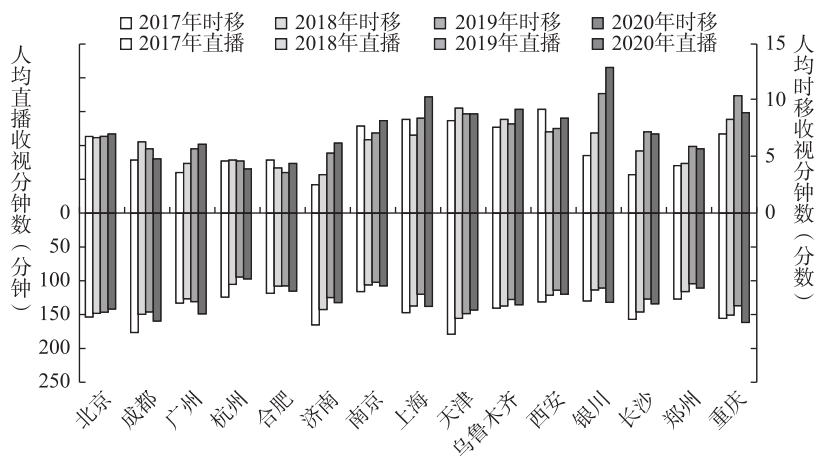


图 1.1.18 2017~2020 年 15 城市人均每天直播和时移收视分钟数

数据来源：CSM 媒介研究

二 频道竞争格局

本部分以 2020 年 CSM 媒介研究在全国 109 个调查城市以及在湖北省、北京市、上海市、广州市等重点省市的收视调查数据为基础，探析不同层级电视收视市场中频道竞争格局的发展与变化。

（一）全国电视收视市场的频道竞争格局

1. 省级卫视市场份额明显增长，省市地面频道市场份额持续下降

2020年，在全国109个城市电视市场的收视竞争中，中央广播电视总台和省级上星频道保持着领先的优势，其中省级上星频道市场份额由2019年的27.4%增长2个百分点达到29.4%，而中央广播电视总台的市场份额则由2019年的27.2%降至26.3%。除上星频道外，数量庞大的地面频道近年来依然难抑收视的下滑，省、市级地面频道市场份额分别较2019年下滑了2.4个和0.8个百分点。在多级频道市场份额的一片降声之中，包含了数字频道、境外卫视等直播频道以及IPTV、外接智能电视及OTT设备回看点播等非直播收视行为的其他频道组的市场份额却一骑绝尘，飞速上涨，由2018年的18.0%增至2020年的24.0%（图1.2.1）。根据CSM媒介研究在59个测量仪调查城市的时移收视数据，作为其他频道市场份额中的重要组成部分，时移收视份额2020年上半年基本在4.5%以下，下半年份额略有上扬，多个月份份额逼近5.0%（图1.2.2）。

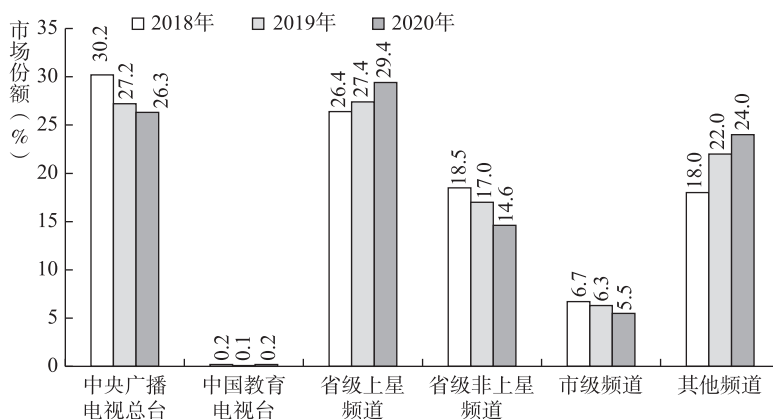


图 1.2.1 2018~2020年全国电视收视市场上各类频道的市场份额对比

数据来源：CSM媒介研究

2. 中央广播电视总台早间、中午时段优势明显，省级卫视下午及晚间时段领先，地面频道傍晚时段竞争力强

2020年，在全天不同时间段的收视竞争中，各级频道凭借自身的节目资源优势与受众的收视习惯差异，形成了区隔化的竞争格局。中央广播电视总台从5:00就开启全天高峰，在5:00~9:45的整个早晨及上午部分时段，保持了绝对的领先优势，尤其在6:00~7:15时段的竞争力更强，市场份额最高接近45.0%；9:45~11:30时段，省级上星频道因电视剧等优势节目带动，竞争力有力抬升，呈领先之势；11:30以后随着午间新闻的陆续开播，中央广播电视总台优势再现，直至13:30一直处于竞争领头

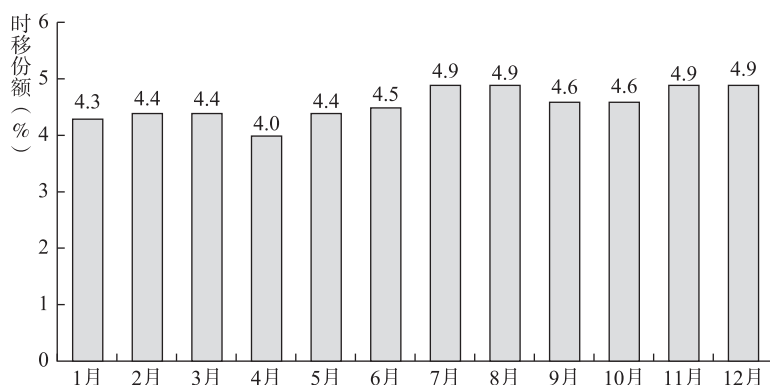


图 1.2.2 2020 年各月 59 城市时移收视份额

数据来源: CSM 媒介研究

羊地位; 17:45~18:30、18:45~19:45 两个时段, 中央广播电视总台在 2020 年也获得了较高的市场份额, 主导市场竞争。省级卫视除在 9:45~11:30 时段显现优势外, 13:00~18:00、19:30~23:30 两大时段竞争力均反超中央广播电视总台, 阶段性领跑收视市场。省市两级地面频道, 在整体上无法与上星频道相抗衡, 但在 17:30~19:30 的民生新闻时段竞争力明显提升, 尤其是省级地面频道在 18:30~19:00 时段的市场份额甚至赶超中央广播电视总台, 成为竞争力最强的频道组, 最高份额逾 25.0% (图 1.2.3)。

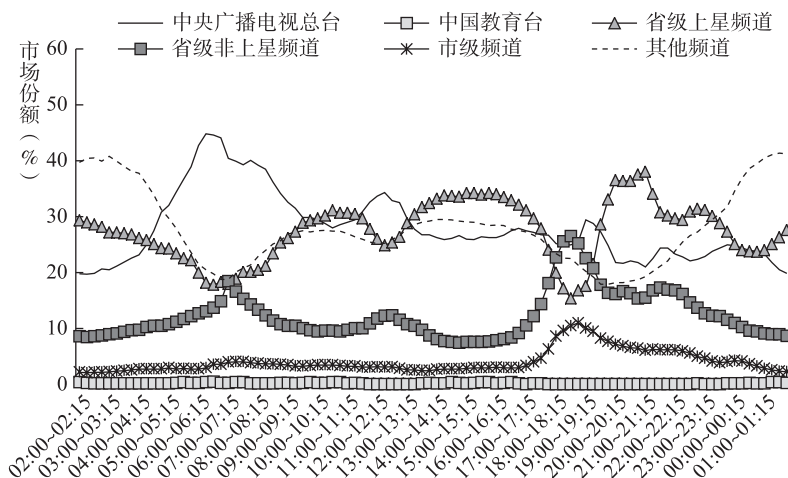


图 1.2.3 2020 年全国电视收视市场各类频道市场份额全天走势

数据来源: CSM 媒介研究

3. 中央广播电视总台更受男性、中老年观众青睐, 省级上星频道在年轻人群及学生群体中竞争力强

2020 年, 在全国市场各细分受众的收视竞争中, 各级频道凭借多年来的频道经营

理念以及在受众中积累的人气，其核心收视群体与往年相比基本保持稳定，不同频道之间存在着一定的差异和互补。中央广播电视总台继续在男性、中老年、中等学历、中等收入人员中保持着相对竞争优势，省级卫视则对女性观众、年轻观众、学生观众更具吸引力，省市两级地面频道在中高年龄层、中低学历和收入观众中的市场份额更高（表 1.2.1）。

在以性别为细分标准的收视市场上，男性观众对中央广播电视总台的收视份额较所有观众平均水平高出 1.7 个百分点，女性观众对省级卫视的收视份额则较所有观众的平均水平高出 1.3 个百分点；省市两级地面频道在男女观众中市场份额差异不大，在女性中略高。在以年龄为细分标准的收视市场上，中央广播电视总台频道对 55 岁及以上的中老年观众，尤其是 65 岁及以上的老年观众的吸引力更强，该类观众对中央广播电视总台的收视份额远高于 4 岁及以上所有人的平均水平，其中，65 岁及以上观众的收视份额较平均水平高出 8.5 个百分点；省级卫视在 4~44 岁观众群体中的收视份额较所有观众的平均水平更高，其中，在 15~34 岁观众中影响力更强，收视份额逾 32.0%；省市级地面频道对 55 岁及以上的中老年收视群体较具影响力。在以学历为细分标准的收视市场上，初中、高中学历收视群体对中央广播电视总台的收视份额高于 4 岁及以上所有观众的平均水平；未受过正规教育和大学及以上的观众则对省级卫视的收视份额相对更高；省级、市级非上星频道在小学和初中学历观众中收视份额高于所有观众的平均水平。在以职业为细分标准的收视市场上，以离退休人员为主体的无业观众和其他职业类别的观众对中央广播电视总台的收视份额较高；而学生及初级公务员/雇员群体对省级卫视表现出更高的收视份额，其中，学生较 4 岁及以上所有观众对省级卫视的收视份额高出 2.3 个百分点；工人、无业和其他职业类别观众对省级非上星频道收视份额更高；个体/私营企业人员和工人对市级频道的收视份额相对更高，体现出省市级地面频道受众的广谱化。在以收入为细分标准的收视市场上，个人月收入在 1201~2600 元的观众对中央广播电视总台收视份额明显高于 4 岁及以上所有观众的平均水平；而个人月收入在 0~600 元的低收入观众则对省级卫视的收视份额明显高于 4 岁及以上所有观众的平均水平；个人月收入在 601~1700 元的观众对省级非上星频道表现出较高的收视份额；个人月收入在 601~3500 元的观众对市级频道的收视份额高于 4 岁及以上所有观众的平均水平。

表 1.2.1 2020 年全国市场各类频道在不同目标观众中的市场份额

单位：%

目标观众	中央广播电视总台	中国教育台	省级卫视	省级非上星频道	市级频道	其他频道
4 岁及以上所有人	26.3	0.2	29.4	14.6	5.5	24.0

续表

目标观众	中央广播电视总台	中国教育台	省级卫视	省级非上星频道	市级频道	其他频道
男	28.0	0.2	28.1	14.4	5.4	23.9
女	24.6	0.1	30.7	14.7	5.6	24.3
4~14岁	17.2	0.1	31.1	9.9	3.1	38.6
15~24岁	22.9	0.2	32.7	11.5	6.1	26.6
25~34岁	18.2	0.1	32.4	11.5	5.8	32.0
35~44岁	22.9	0.1	30.7	11.1	3.7	31.5
45~54岁	26.6	0.2	29.0	14.1	5.8	24.3
55~64岁	28.9	0.2	28.4	17.9	6.3	18.3
65岁及以上	34.8	0.2	26.4	18.6	6.1	13.9
未受过正规教育	20.9	0.1	31.2	12.8	5.7	29.3
小学	25.1	0.2	27.8	17.6	6.8	22.5
初中	28.2	0.2	28.8	16.1	6.2	20.5
高中	27.2	0.1	29.5	13.9	4.8	24.5
大学及以上	24.3	0.1	31.1	11.0	4.4	29.1
干部/管理人员	25.7	0.1	29.3	9.3	4.1	31.5
个体/私营企业人员	25.9	0.2	28.6	12.0	6.1	27.2
初级公务员/雇员	22.8	0.1	30.8	12.1	5.5	28.7
工人	23.8	0.1	29.7	15.9	6.4	24.1
学生	19.7	0.1	31.7	9.6	3.5	35.4
无业	29.4	0.2	28.7	16.5	5.5	19.7
其他	30.5	0.2	27.3	19.6	5.2	17.2
0~600元	21.7	0.1	30.8	12.9	4.6	29.9
601~1200元	29.3	0.2	26.9	19.0	6.7	17.9
1201~1700元	30.9	0.2	29.4	17.9	5.8	15.8
1701~2600元	30.0	0.2	29.0	16.6	6.3	17.9
2601~3500元	29.7	0.2	28.5	15.3	6.1	20.2
3501~5000元	26.1	0.1	29.2	15.2	5.6	23.8
5001元及以上	23.9	0.1	29.5	11.8	4.8	29.9

数据来源: CSM 媒介研究

4. 总台频道和省级卫视份额竞争呈胶着之势, 中央台新闻频道的竞争力显著提高

2020年, 在全国收视市场份额排名前15位的频道中, 中央广播电视总台频道和省级卫视在频道数量上不分伯仲, 中央广播电视总台有7个频道入围, 省级卫视有9个频道上榜。但在单频道竞争力方面, 中央广播电视总台频道更胜一筹。单频道市场份额前两位均为中央广播电视总台频道所占据, 省级卫视仅有湖南卫视挺进前五。从市

场份额年度变化来看，与2019年相比份额提升最为明显的就是中央电视台新闻频道，其在重大事件期间凭借主流媒体的强大的舆论引导力和权威的报道赢得了受众一致的认可，份额提升了1.1个百分点（表1.2.2）。

表 1.2.2 2020 年全国电视收视市场市场份额排名前 15 位的频道

单位：%

排名	频道	2020 年市场份额	2019 年市场份额
1	中央电视台综合频道	3.9	4.1
2	中央台四套	3.8	3.4
3	湖南卫视	3.6	3.1
4	中央电视台新闻频道	3.3	2.2
5	中央台八套	3.2	3.2
6	中央台六套	2.9	3.0
7	上海东方卫视	2.8	2.2
8	浙江卫视	2.7	2.6
9	江苏卫视	2.6	2.4
10	北京卫视	2.3	2.0
11	中央台三套	1.9	2.4
12	湖南电视台金鹰卡通频道	1.1	1.3
12	广东卫视	1.1	0.9
12	安徽卫视	1.1	1.1
12	深圳卫视（新闻综合频道）	1.1	0.9
12	中央台五套	1.1	2.1

数据来源：CSM 媒介研究

（二）湖北省电视收视市场的频道竞争格局

1. 中央广播电视总台和湖北省台份额领先，外省卫视竞争力同比上涨

2020年，在湖北省电视收视市场，中央广播电视总台和湖北省级频道领跑收视市场，二者共占据近六成的市场份额。外省卫视竞争力紧随其后，2020年收视份额较2019年增长了2.0个百分点，达到22.3%。伴随着智能收视终端崛起而不断增长的其他频道市场份额在湖北省电视市场也较高，已经接近外省卫视的市场份额，达到22.0%，较2019年又增加了2.5个百分点（图1.2.4）。

2. 中央广播电视总台和湖北省级频道交相领跑，外省卫视下午时段收视突出

在湖北省电视收视市场全天时段的竞争中，中央广播电视总台和湖北省级频道在多数时段保持着交相领先态势。其中，中央广播电视总台频道在6:00~13:00这一时