

2013上半年电视市场盘点

封翔

在白热化的电视市场竞争中，2013上半年经历了《我是歌手》的热播、明星跳水秀、“420”雅安地震、草根选秀《中国最强音》和《中国梦之声》等后，已经落下帷幕。本文以2013年154城市收视调查数据为基础，通过盘点电视市场的总体收视特征、频道竞争格局和节目收视竞争三方面表现，解读上半年的全国电视市场变化及走势。

一、市场收视总量略有下降，年轻观众进一步远离电视

近年来，电视市场总体收视量呈现不断下降趋势，年轻观众逐渐远离电视。观察2013上半年所有调查城市收视表现，这种现象仍然在继续。对比近几年同期电视市场观众收视时长变化(表1)，今年上半年观众收视量为167分钟，较2011年及2012年同期略有下降；从观众规模和收看电视的忠实观众收视时长两方面分析：观众规模持续缩小，由2010上半年的73%下降至今年上半年的68%，观众以每年近2个百分点的速度远离电视；近几年电视观众收视量却稳中有升，由2010上半年的241分钟上升到今年的248分钟，提升了7分钟。观众规模和忠实观众收视量的共同作用决定了电视市场总量，但观众规模的持续减少是电视收视量下降的主要原因。

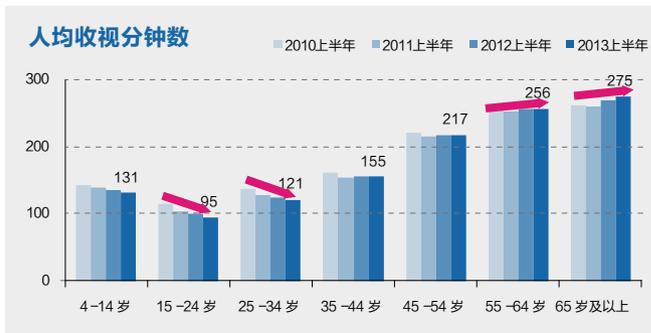
分析不同年龄段观众电视收视时长变化(图1)，自2010上半年至今，15-34岁的年轻观众收视量持续减少，34-54岁的中年观众稳中略降，而55岁及以上的老年观众收视稳中略升，

表1 2010-2013上半年收视量变化(历年所有调查城市)

时期	人均收视分钟数	平均到达率%	人均收视分钟(观众)
2010年1-6月	175	73	241
2011年1-6月	168	70	240
2012年1-6月	169	68	246
2013年1-6月	167	68	248

数据来源: CSM媒介研究

图1 2010-2013上半年不同年龄段观众人均收视时长(历年所有调查城市)



数据来源: CSM媒介研究

结合近年电视观众收视量及其分解不难判断年轻观众在逐渐远离电视，而老年观众是电视的忠实观众，收看时间在上升。

观察全天收视走势的变化(图2)，2013上半年晚高峰20:00-21:30时段总收视较去年同期有明显下降，收视下降了0.5个百分点左右，这个时段是电视收视的黄金时段；其他时段收视基本稳定。整体来看，收视扁平化特征依然在延续。

图2 2012、2013上半年全天收视走势对比(历年所有调查城市)



数据来源: CSM媒介研究

二、中央级频道竞争力明显提升，地面频道竞争力不断下降

2013上半年，中央级频道较去年同期竞争力明显提升，市场份额由27.0%提升至29.3%，提升超过2个百分点，省级卫视市场份额则与去年基本持平；面对中央台和省卫视强大的资源优势 and 竞争攻势，地面频道竞争力持续下降，省级地面和城市台二者市场份额合计31.2%，较2012上半年的33.4%下降了2.2个百分点(图3)。

对比2013上半年和2012年同期中央台各个频道市场份额变化(图4)：中央台频道份额的提升主要由五个频道贡献，中央台新闻频道、中央台四套、中央台少儿频道、中央台三套和中央台十一套；其中主要以播出新闻节目为主的中央台新闻频道和中央台四套提升最多，分别提升了0.86和0.6个百分点，中央台综合频道竞争力也有提升，为中央级频道整体竞争力提升2.3个百分点奠定了基础；份额下降的频道中，下降幅度均不大，低于0.4个百分点。

从近两年来全天不同时段各级频道的收视变化来看，日间时段除了中央级频道外，其他各级频道收视水平均有下降，中央级频道在午间12:00-14:15时段较去年同期有明显的增长。在收视竞争最为激烈的晚间时段，各级频道表现出不同的特点：中央级频道在晚间18:45-22:30时段较去年同期收视有明显提升，表现突出；省卫视今年大多采用了电视剧三集连播的编排方式，在第三集播出的21:15-22:00时段较2012上半年明显提升，通过加强电视剧资源的使用挤占了地面频道的市场空间，在原来播出综艺节目的22:00后时段，省级卫视收视基本稳定；地面频道在18:45-22:30时段收视水平则有明显下降(图5)。

包括中央级频道和省级卫视在内的上星频道，2013上半年整体份额继续提升，但其内部竞争力差异较大，呈阶梯状分布。从2013上半年的发展趋势来看(图6)，上星频道全天市场份额的分布发生偏移，竞争力提升持续向收视排名靠前的频道汇聚，排名前10位的上星频道的差距在缩小，全天份额在2%-3%的上星频道数量逐年增加，2013年上半年有接近10个频道处于这一区间，第10位次至第16位次上星频道市场份额相比2012年同期有明显减少。2013上半年在所有调查城

图3 2010-2013上半年各级频道全天市场份额(历年所有调查城市)



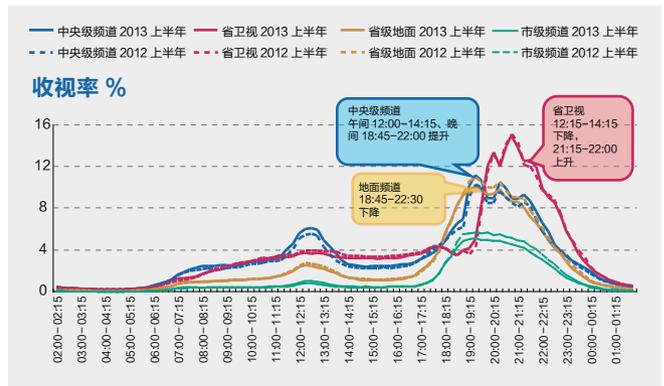
数据来源：CSM媒介研究

图4 2012、2013上半年中央台频道全天市场份额变化(历年所有调查城市)



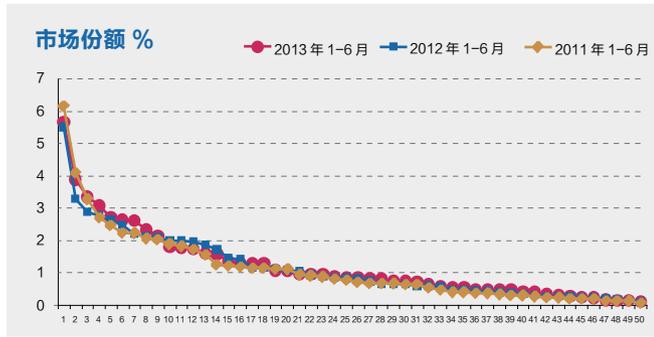
数据来源：CSM媒介研究

图5 2012、2013上半年各级频道全天收视走势(历年所有调查城市)



数据来源：CSM媒介研究

图6 2011-2013上半年上星频道全天市场份额分布 (历年所有调查城市)



数据来源: CSM媒介研究

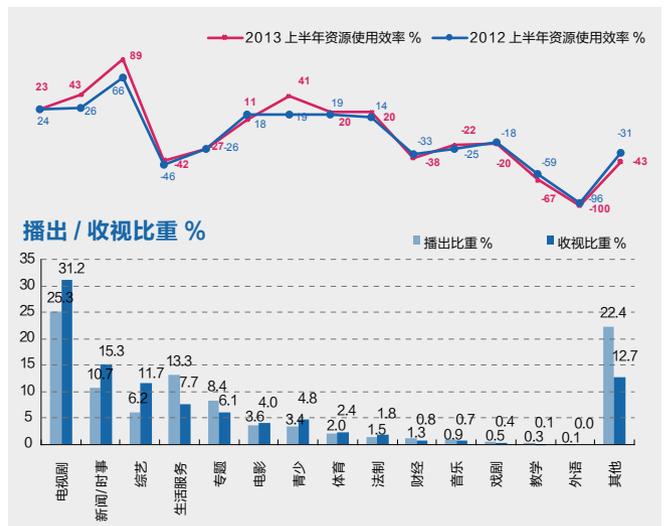
市中, 市场份额排名前16位的上星频道份额合计39.4%, 较2012上半年的38.3%进一步提升; 与往年同期相比, 排名第2位至第9位的上星频道市场份额有明显增长, 差距在缩小, 排名第10位次至第16位次上星频道市场份额有下降, 与前十名的差距在扩大。

在省级卫视频道内部, 则出现了不同的情况, 2013上半年全天时段, 71大中城市中, 排名前8位的省级卫视中, 除了排名首位的卫视外市场份额均有下降, 排名第4位至第10位的省级卫视间份额差距在缩小。从市场份额贡献观察, 市场份额排名前三位的频道就占据了省级卫视 (除动画卫视以外) 收视总量的26%, 前五个频道占据收视总量的37%, 前十个频道占据收视总量的63%, 而在2012上半年, 其数值分别为26%、39%和64%, 也从侧面反映, 排名靠后的卫视间的差距在缩小。

三、节目市场“三驾马车”格局未变

2013上半年, 全国各类节目的播出与收视基本保持稳定, 电视剧、新闻/时事和综艺“三驾马车”主导节目市场的格局未变, 播出量占据超过市场总量的40%, 而所获得的收视量则占到所有节目的近60%。与去年相比, 电视剧的播出比重和收视比重保持稳定; 新闻/时事的播出比重有所增长, 收视比重则与上年有明显提升, 资源使用效率明显提升; 综艺节目播出比重与前两年基本保持稳定, 但收视比重明显提升。总的来看, 新闻/时事类节目和综艺节目的资源使用效率有一定程度的提升。此外, 2013上半年资源使用效率提升的节目还包括青少年节目和法制节目 (图7)。

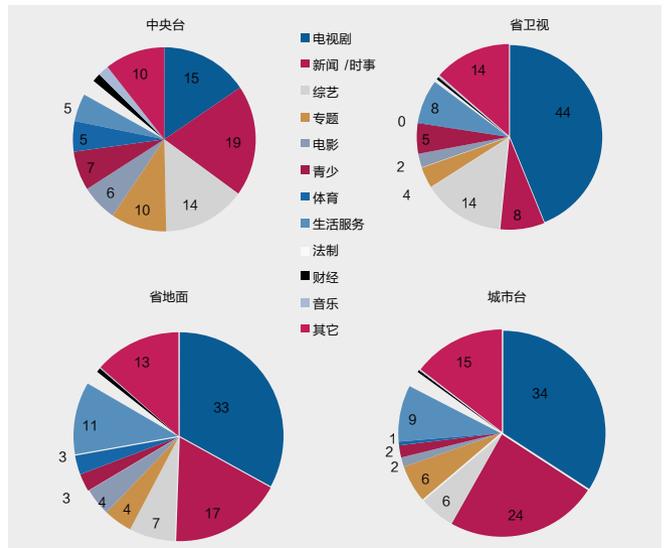
图7 2013上半年各类节目收视比重及资源使用效率 (所有调查城市)



数据来源: CSM媒介研究

基于频道自身节目资源、目标受众定位及多年发展经营的历史等诸多条件的限制, 不同级别频道节目收视结构延续了以往的差异 (图8)。中央台相对其他频道而言节目收视结构更加均衡, 各类型节目收视较为平均, 电视剧、新闻/时事、综艺和专题节目是收视贡献最大的四类节目, 收视贡献都在10%以上, 且四类节目差异不大, 数值最大的电视剧贡献不超过20%。同时对于一些分众节目类型, 如专题、电影、青少和体育类节目, 中央台的收视比重均高于其他级别频道。

图8 2013上半年各级频道各类型节目收视贡献 (所有调查城市)



数据来源: CSM媒介研究

相对于中央台竞争较为充分的节目收视格局而言，省级卫视和省、市地面频道在节目收视中均存在1-2类节目占据较大比重的“寡头垄断”情况，而三者之间的优势节目资源也不尽相同。省卫视电视剧收视贡献最大，独占44%的比重；其次是综艺节目，贡献也高达14%，高于其他各级频道；省、市地面频道均为电视剧和新闻/时事为主的节目收视格局，但城市台相对于省台地面频道民生新闻类节目对整体节目的收视贡献更大。

与去年相比，2013上半年“三驾马车”在不同级别频道间的收视份额特征体现为：省级卫视频道电视剧收视份额与去年基本持平，接近50%，中央级频道组电视剧收视份额优势继续扩大，地面频道电视剧收视同比继续下滑；新闻节目市场格局基本稳定，中央台和省市地面频道继续主导新闻收视，上星频道同比份额上升，地面频道市场份额下降；综艺节目收视市场持续为上星频道主导，省卫视综艺节目收视份额略有下降，中央级频道明显提升，地面频道综艺节目收视小幅下降。

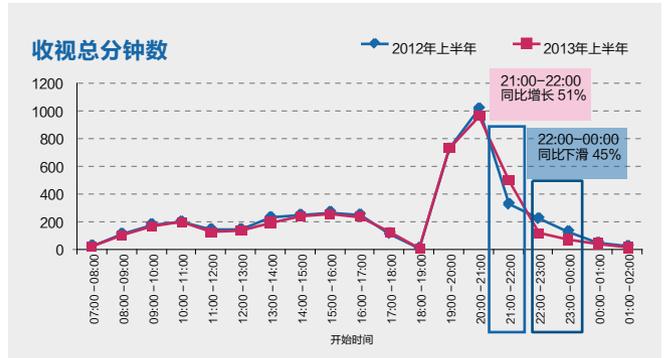
(一) 电视剧体量增大，独播剧渐成主流

尽管不同级别频道在节目资源的配置和利用上各有侧重，但“三驾马车”中电视剧无疑是当前卫视频道和地面频道提升收视的重点资源。2013上半年，卫视频道电视剧的收视份额与去年持平，接近50%，中央级频道的收视份额也较2012上半年的15.3%增加至16.1%，二者合计共占所有频道电视剧收视量的64.3%，上星频道在电视剧收视市场的竞争优势不断扩大。地面频道在电视剧市场所占据的收视份额连年下降，省、市地面频道2013上半年电视剧收视份额较上年同期继续降低，合计减少0.7个百分点，市场空间进一步受到挤压。

2013年上半年各家卫视大多采用了三集连播的方式播出电视剧，电视剧播出量较上年同期明显增加，通过加强晚间19:00-22:00时段优势电视剧资源播出赢得收视。分析省级卫视电视剧在全天收视量的分布(图9)：在第三集电视剧播出的21:00-22:00时段，收视量同比增长了51%；电视剧播出方式改变，也将原来21:15档播出的综艺节目延后至22:00档播出，在22:00-24:00时段电视剧的收视量较往年下降了45%。

不同题材电视剧的播出结构2013上半年稳定中略有变化，近代传奇、都市生活、反特/谍战仍为晚间时段播出量最大的三大题材，播出量大并且基本保持稳定。近年来，军事斗争

图9 2012、2013上半年省卫视电视剧收视量分布 (历年所有调查城市)



数据来源：CSM媒介研究

类电视剧播出量持续增加，2013上半年在所有题材播出量中排在第四位，播出量超过10%，社会伦理、言情题材近三年晚间时段播出比重持续下滑，排在军事斗争之后。

随着电视剧播出量的增大，各家卫视对优质电视剧资源的争夺也日趋激烈，观察2013上半年卫视收视排名靠前的电视剧：湖南卫视播出的《百万新娘第二部之爱无悔》、《陆贞传奇》、《隋唐英雄》囊括了卫视收视排名前三位，收视率均超过2%；从播出方式区分，此三部剧均采用独播模式。据不完全统计，今年上半年卫视播出的首轮剧中，采用独家播出的有50部，远超过多家卫视联播的12部次，独播渐成市场主流；从独播剧播出平台观察，湖南卫视、江苏卫视、山东卫视、浙江卫视是常播独播剧的卫视频道，今年上半年均有多部独播剧，如江苏卫视播出的《天真遇到现实》系列、《新恋爱时代》，浙江卫视的《x女特工》和《枪花》等，在收视市场也表现突出。

(二) 综艺栏目“明星”和“草根”同领“秀”

好的综艺节目对于提升频道在受众及收视市场的影响力具有较强的效果，但由于制作成本高昂，一直以来也均是强势卫视频道在播出和收视中占据主导地位。2013年上半年卫视频道在综艺节目收视中所占据的份额延续了往年的主导地位(图10)：80.8%的市场份额较2012上半年78.6%有明显提升，其中省级卫视频道收视份额呈下降趋势，但中央级频道综艺节目收视份额较上年同期增长幅度较大，达到38.5%，增长了4.3个百分点。地面频道在综艺节目市场的竞争力继续下降，所占份额仅为18.5%，相比城市台，省级地面频道下降幅度更大。

图10 2011-2013上半年各级频道综艺节目收视份额 (历年所有调查城市)

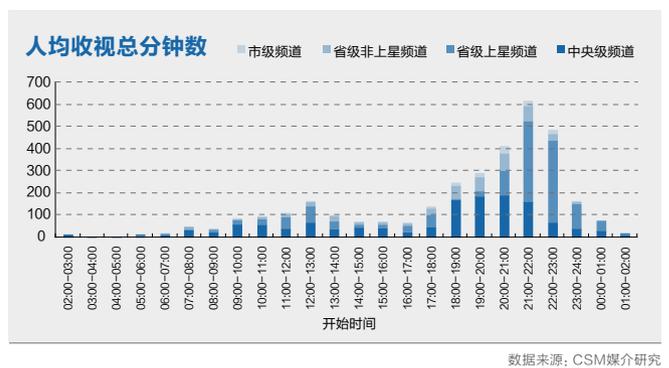


观察今年上半年综艺节目在各级频道播出收视情况, 相比2012上半年, 综艺节目在中央级频道的播出比重明显有增加, 由8.7%提升至10.3%, 同时收视比重提升幅度更大, 由12.6%提升至18%; 省级卫视综艺节目的播出量提升也较为明显, 由7.0%提升至11.1%, 收视比重由13.8%提升至18.7%。从资源使用的角度来看, 综艺节目仍不失为上星频道资源利用效率较高的节目类型, 中央级频道综艺节目资源利用率最高, 达到75.6%, 省级卫视频道为68.5%, 相对而言地面频道的综艺节目资源使用效率为负值。

从综艺节目的收视量在全天时段分布来看, 综艺节目的收视主要来自晚间19:00-23:00之间开播的综艺节目, 占全天综艺收视总量的一半以上, 而中央级频道和省卫视在其中占据重要的地位。在日间时段, 省级卫视的综艺节目收视贡献保持领先(图11)。对比中央级频道和省卫视综艺节目的优势时段差异特点, 中央级频道综艺节目优势时段主要集中在晚间18:00-21:00时段, 对频道全天收视贡献超过40%; 而省级卫视的收视量则主要集中在后晚间21:00-24:00时段, 对其全天收视贡献接近60%。

延续往年综艺节目不同周天的编排特点, 针对电视观众收视习惯, 以省级卫视为例, 2013上半年晚间综艺节目主要安排在周五至周日播出, 在19:30-23:00开播的节目中, 周一至周四电视剧收视占绝对主体, 综艺节目收视比重较小; 周五至周日晚间综艺节目收视贡献成倍增长, 周五六晚间超过了收视贡献3成, 特别是周五, 综艺节目竞争更趋激烈。

图11 2013上半年全天不同时段各级频道综艺节目收视量分布 (所有调查城市)



省级卫视除了在晚间黄金时段通过播出电视剧提升收视, 各主要卫视也积极引进、研发新节目, 提升和拓展自己的品牌。回顾2013上半年主要省卫视综艺节目编排变化, 其在保持原有优势栏目的基础上, 对原有的栏目编排进行调整和深化。江苏卫视在力保周六、周日晚间的品牌节目《非诚勿扰》外, 今年年初推出了《郭的秀》、《芝麻开门》取代了原周一、周二播出的《脱颖而出》、《甲方乙方》, 周三至周五依然为《非常了得》和《一站到底》。上海东方卫视则以“梦”为线索周一至周五分别编排了《东方直播室我为梦狂》、《梦立方》、《百里挑一》、《谁能百里挑一》, 周末则主推《中国梦之声》、《今晚80后脱口秀》, 吸引年轻受众。湖南卫视除了保证周五及周六晚间的王牌综艺节目《天天向上》和《快乐大本营》外, 在周一至周四也编排了《奇舞飞扬》、《我们约会吧》、《百变大咖秀》参与竞争。浙江卫视继续打造《中国梦想秀》, 各周天节目编排为《王牌谍中谍》、《爱情连连看》、《爽食行天下》、《中国梦想秀》、《转身遇到ta》、《我爱记歌词》。此外天津卫视除了保持周一、周日《非你莫属》外, 在周六新打造一个全民“致富”style的平台栏目《非你莫属之藏龙卧虎》, 周二至周五分别播出《天生一对》、《幸福来敲门》、《爱情保卫战》、《天下无双》, 打造一周不同周天的不同收视热点。湖北卫视沿袭“生活”服务先行, 周一娱乐普法节目《包公来了》、周二道德法制类栏目《调解面对面》、周三生活服务类节目《金装生活帮》、周四关怀类普情感访谈节目《大王小王》、周五男女对抗游戏竞技节目《挑战女人帮心随我动》、周六解析家庭关系娱乐节目《谁是我家人》、周日大型爱国主题明星互动类娱乐《我爱我的祖国》, 共同打造频道的核心竞争力。

2013年上半年主要省卫视综艺节目还有一个重要特点是季播模式类节目的热播，明星和草根分别领“秀”舞台。湖南卫视2013年1月18日播出歌手PK歌唱比赛《我是歌手》，羽泉、林志炫、周晓鸥等明星轮番上场，其在71大中城市的收视较同时段大幅提升；随后播出的《中国最强音》则为草根选秀节目，其原版为英国选秀节目《X Factor》，节目播出后收视也有明显提升；目前《2013快乐男声》正在热播。东方卫视5月18日开播《中国梦之声》，引进的是大型歌唱类比赛节目《美国偶像》的版权，与开播前同时段相比收视明显提升。江苏卫视和浙江卫视在今年4月初分别推出了明星跳水节目《星跳水立方》和《中国星跳跃》，节目原版分别德国的《Stars in danger: High diving》和荷兰《celebrity splash》，为电视观众呈现了精彩的视觉盛宴。安徽卫视在5月2日开播的《我为歌狂》，是一档以改编歌曲为主的明星音乐竞演类真人秀。随着2012年《中国好声音》的成功播出，今年更多卫视投入到歌唱选秀类节目，如山东卫视《中国星力量》、湖北卫视《我的中国星》、北京卫视《最美和声》等，暑期歌唱选秀类节目激战大幕正在拉开。

(三) 新闻节目传递正能量

今年上半年以来，我国经历了两会的召开、“4·20”雅安地震，国际经贸纷争不断、钓鱼岛热点依旧、神十上天等焦点事件，反映到电视新闻节目收视市场，整体来看，依然是中央台和省市地面频道主导新闻节目的收视（图12），其中中央级频道和省级卫视新闻节目的收视份额较上年同期提升，省市地面

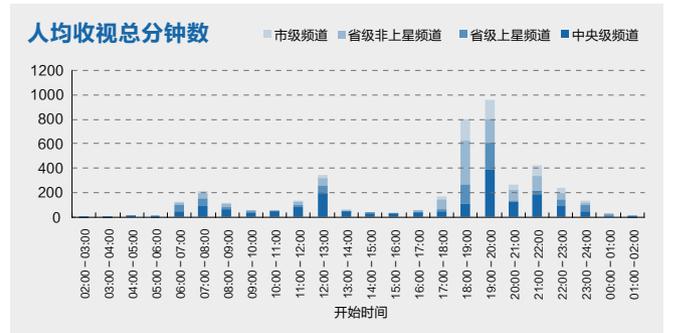
图12 2011-2013上半年各级频道新闻节目收视份额（历年所有调查城市）



频道新闻节目的收视份额有所下降，体现了有公信力的媒体在新闻报道中的传播影响力，传递着正能量。从新闻节目的资源利用效果来看，中央级频道新闻节目的利用率明显高于其他频道，省级卫视资源利用率仍为负值；中央级频道中，新闻节目几乎全部由中央台新闻频道、中央台综合频道和中央台四套三个频道贡献，收视贡献总量超过99%，其中中央新闻频道新闻节目贡献超过4成（44.4%）的新闻收视量，2013年上半年的新闻收视贡献继续提升。

从全天不同时段各级频道新闻节目的收视量分布来看，新闻节目的收视主要来自于18:00-20:00之间开播的节目，占全天新闻节目收视总量的四成以上。其中中央级频道在19:00-20:00开播的新闻节目收视中占据最大收视份额，省级地面频道则成为18:00-19:00时段开播的新闻节目收视最主要的贡献者。日间时段的新闻节目收视主要为中央级频道所贡献（图13）。

图13 2013上半年全天不同时段各级频道新闻节目收视量分布（所有调查城市）



结语

2013年上半年全国电视市场总体延续了以往的基本特征：电视观众收视总量下降，年轻观众远离电视，节目市场“三驾马车”格局依旧；但也有异于往年的表现，如中央台竞争力获得提升，卫视频道加大电视剧资源的投入，综艺节目更集中于22点档，节目局部微调但更趋常态化等。2012年《中国好声音》的成功热播，吸引了更多卫视今年投入歌唱选秀节目，上半年电视市场的局部调整在为暑期大战积蓄能量，大幕已经拉开，让我们拭目以待，享受电视，享受假期。