

主要少儿频道收视分析

李亚幅

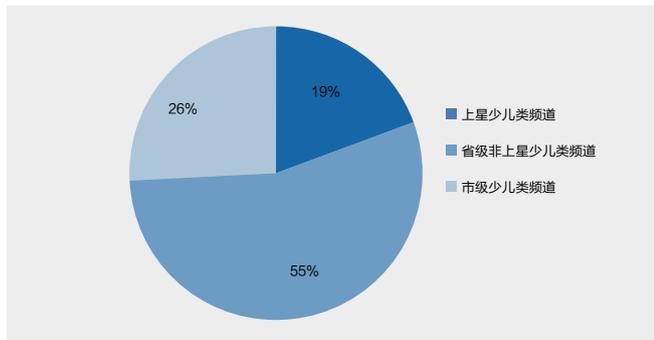
近十年来,全国新生儿数量已累计超过1亿,他们从婴儿成长为儿童,从儿童长大为青少年,陪伴他们成长的有父母、家人、老师和小伙伴,还有一一电视。他们从电视认识到更广阔的世界,随着近年少儿类频道的增多,对青少节目和少儿类频道的收视分析,有利于我们了解青少年的收视偏好。与此同时,随着2013年10月广电总局“加强版限娱令”的出台,扩大新闻、经济、文化、科教、少儿、纪录片等节目播出比例成为未来一段时期各级频道的新的发展方向,少儿频道的发展再次成为业界关注的热点。本文对主要少儿频道收视作简要分析,为少儿节目和少儿频道未来的发展提供分析的支撑。

一、少儿类频道整体分布及收播概况

1、少儿类频道集中了青少节目九成收视

2013年前3季度,71城市中,少儿类频道¹共有31个,含6个上星频道,17个省级非上星频道和8个市级频道,占比分别为19%、55%和26%(图1)。其中6个上星少儿类频道分别为中

图1 少儿频道数量分布(71城市)



数据来源: CSM媒介研究

央电视台少儿频道,湖南金鹰卡通频道、北京卡酷少儿频道、广东嘉佳卡通频道、上海炫动卡通频道和江苏优漫卡通卫视。

今年前3季度,31个少儿类频道青少类节目人均收视总时长为34.09个小时,占到71城市所有频道青少类节目收视总量的90.74%。可以说,71城市中大多数青少类节目的收视均集中在31个少儿类频道中。

2、上星少儿类频道获得少儿类频道收视总量的八成

我们知道,全国电视市场一直以来有这样一个规律:80%以上的高收视节目集中在20%的频道当中。从71城市各个少儿类频道的市场份额来看,在31个少儿类频道中,市场份额在0.1%以上的只有9个,占比不足三成,其中6个上星少儿类频道全部入围,其他三个为省级非上星少儿类频道,分别为重庆电视台少儿频道、南方电视台少儿频道和天津电视台少儿频道。

2013年前3季度,71城市中31个少儿类频道所获人均收视总时长为47.56小时,其中市场份额超过0.1%的频道人均收视总时长为42.93小时,占总量的90.26%,而6个上星少儿类频道所获人均收视总时长为38.36小时,与总量占比为80.66%,与市场份额超过0.1%的频道占比更高达89.35%,这一系列数据都显示,少数的频道获取了绝大多数的收视。

具体来看,中央电视台少儿频道人均收视总时长18.06小时,市场份额为2.27%,在71城市所有少儿类频道中独占鳌头,占上星少儿类频道人均收视总时长(38.36小时)的47.08%,优势显而易见。

¹ 本文分析的少儿频道为2013年71城市中频道名称中包含“少儿”、“青少”、“卡通”字样的频道。

表1 2013年前3季度市场份额>0.1%的少儿类频道收视情况 (71城市)

排名	频道	市场份额%	人均收视总时长(小时)
1	中央电视台少儿频道	2.27	18.06
2	湖南电视台金鹰卡通频道	0.84	6.66
3	北京卡酷少儿频道	0.77	6.13
4	广东电视台嘉佳卡通频道	0.38	3.03
5	上海电视台炫动卡通频道	0.29	2.30
6	优漫卡通卫视	0.27	2.18
7	重庆电视台少儿频道	0.25	2.02
8	南方电视台少儿频道	0.22	1.74
9	天津电视台少儿频道	0.10	0.80

数据来源: CSM媒介研究

二、主要少儿类频道总体收视特征

通过上文的分析可知, 6个上星少儿类频道获得了绝大多数的收视, 下文以6个上星少儿类频道为主要对象进行收视分析。

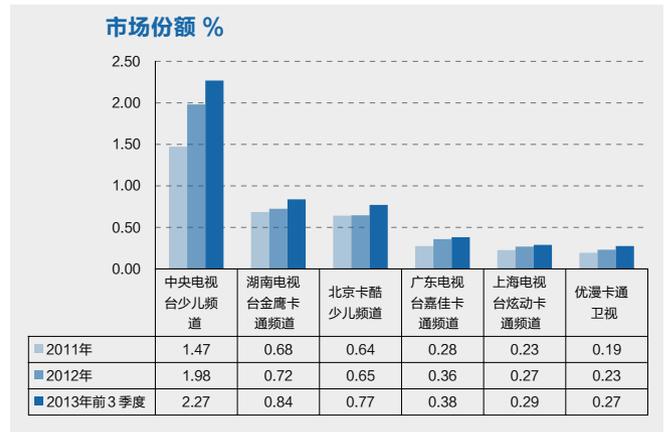
1、市场份额逐年递增

近三年来, 6个上星少儿类频道市场份额均有不同程度增长。具体来看, 今年前3季度, 在71城市中, 中央电视台少儿频道市场份额为2.27%, 较前两年分别增长了0.29和0.51个百分点, 属于第一梯队; 湖南金鹰卡通和北京卡酷少儿频道市场份额分别为0.84%、0.77%, 属于第二梯队; 广东嘉佳卡通、上海炫动卡通和优漫卡通卫视市场份额则分别为0.38%、0.29%和0.27%, 均在0.5%以下, 属于第三梯队(图2)。

2、4-14岁青少年观众是少儿类频道的主体及重度观众

主要少儿频道观众构成与集中度均呈现类似的特征。平均来看, 4-14岁、未受过正规教育、小学、学生和失业人群所占比重较高, 其中4-14岁青少年观众构成比例高达42.55%, 其次为25-44岁观众, 占比均在12%以上, 这与父母、家人的陪同收视有关。未受过正规教育和小学文化程度的观众所占比例为48.6%, 将近一半; 学生和失业观众所占比例为66.73%, 均与4-14岁观众受教育程度、职业类别相吻合。从集中度来看, 差异化特征更加明显, 体现了不同观众群体对频道收视偏好的

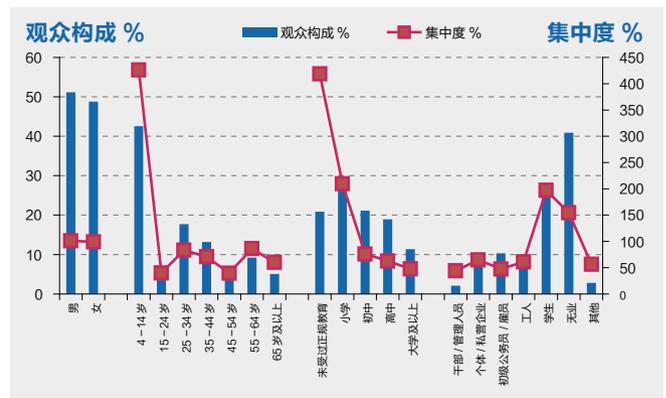
图2 近三年全国上星少儿类频道市场份额对比(71城市)



数据来源: CSM媒介研究

明显差异化, 具体来看, 4-14岁观众集中度高达426.13%, 未受过正规教育的观众集中度同样在400%以上, 小学文化程度的观众集中度也在200%以上, 学生和失业的观众集中度也均在150%以上, 这些都表明, 青少年观众是少儿类频道的主体及重度观众(图3)。

图3 主要少儿频道观众构成与集中度(71城市)



数据来源: CSM媒介研究

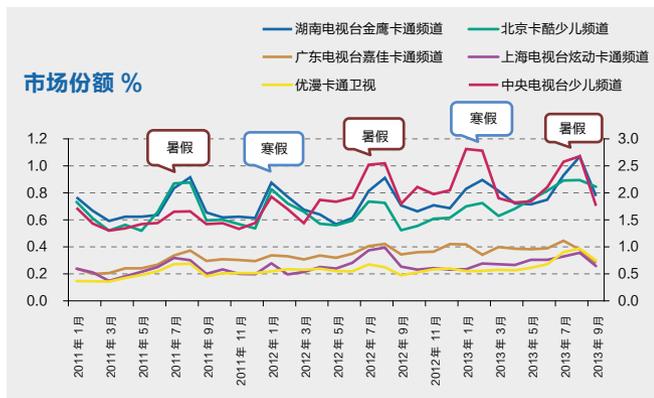
3、寒暑假收视明显高于平时

观察收视数据在一段时期以内的起伏变化, 了解收视高峰、平稳期和低值的所在, 有助于了解频道本身收视特点及观众收视习性, 为频道的合理编排做好情报准备工作, 对特别时期作出判断与前瞻, 据此作出特别编排则有利于集中提高收视竞争力。

从近三年6个上星少儿类频道市场份额分月走势来看²，在市场份额持续上升的同时，呈现出明显的假期特征，寒暑假的市场份额均较平时有明显提升。这与青少年观众生活、学习状态密切相关，寒暑假是青少年集中休假的时段，相对于平时紧张的学习，有更多的时间及更放松的状态收看电视节目。

具体来看，今年寒假（1-2月）和暑假（7-8月），中央电视台少儿频道的市场份额分别为2.79%和2.63%，而其他五个月的份额为1.89%，寒暑假相较平时有显著提升。从市场份额分月走势可以看出，其他5个频道也都呈现出寒暑假高收视特征（图4）。

图4 近三年上星少儿类频道市场份额分月走势

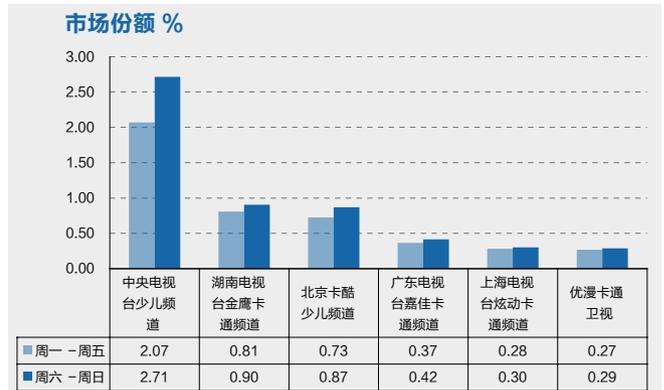


数据来源: CSM媒介研究

4、周末收视明显高于平时

今年前三季度，从上星少儿类频道平时与周末市场份额对比来看，周末份额要明显高于平日，其中中央电视台少儿频道周末份额为2.71%，比平时高0.64个百分点，湖南金鹰卡通周末份额为0.9%，较平时提升10%，北京卡酷少儿周末份额为0.87%，较平时提升19%；广东嘉佳、上海炫动、优漫卡通周末份额分别为0.42%、0.3%和0.29%，均较平时有所提升。这同样与青少的生活、学习作息时间表相关，相比于平时，周末为休息时间，自然收看电视更多（图5）。

图5 2013年前三季度上星少儿类频道平时与周末市场份额对比（71城市）



数据来源: CSM媒介研究

三、上星少儿类频道微观分析

(一) 中央电视台少儿频道

1、傍晚时段为全天收视最高峰

观察近三年中央电视台少儿频道分钟收视走势，发现全天有3个收视高峰点，分别是午间时段、傍晚时段和晚间时段，其中收视最高峰落在傍晚时段，傍晚时段高收视延续到晚间时段，形成较长时间段的高收视状态。查看全天播出节目单可知，三个时段均大量播出动画片、动画电影和少量电视剧。

具体来看，上午时段，近两年较2011年整体收视有所提升，近两年上午时段均以播出动画片为主（2011年上午时段动画片与青少栏目均有播出，如《小小智慧树》、《七巧板》），对收视提升起到较大促进作用。午间时段，迎来全天收视第一个小高峰，仍然以播出动画片为主，其中《熊出没》、《海绵宝宝》、《小熊维尼与跳跳虎》等动画片收视表现较好。傍晚时段，迎来全天收视最高峰，动画片吸引青少年观众稳定收看，《喜洋洋与灰太狼》、《熊出没》等收视较高，其中18:30档《智慧树》今年前三季度平均收视率为0.61%，助推时段收视上扬（图6）。

2、相比其他青少类节目，动画片更具收视竞争力

从近两年中央电视台少儿频道收视播出比重来看，今年前三季度，青少类播出比重略有下降，基本没有大变化，收视比重与去年一致。

² 央视少儿频道对应纵坐标右列，其他5个频道对应纵坐标左列。

图6 近三年CCTV-14少儿频道分钟收视走势(71城市)



数据来源: CSM媒介研究

具体看各类青少年节目,动画占比均在80%以上,今年相比去年收视比重增加了约6个百分点,收视竞争力有所提升;青少年专题、青少年表演和青少年其他收视比重均有所下滑,其中青少年专题下滑较为明显(表2)。

3、栏目竞争优势明显

今年前三季度,央视少儿频道青少年类栏目总计15个,《智慧树》、《快乐大巴》和《大风车》收视率分别为0.61%、0.4%和0.38%,位列三甲。在6个上星少儿类频道中,央视少儿频道青少年类栏目数量较多,收视较高,竞争优势较为明显(表3)。

(二)湖南电视台金鹰卡通频道

1、晚间黄金时段自制栏目带为全天收视最高点

近三年湖南金鹰卡通收视走势平稳提升,与央视少儿频道类似的是,高峰时段同样出现在午间、傍晚和晚间黄金时段。不同的是,傍晚向晚间黄金时段延续的高收视时段持续不及

表2 近两年中央电视台少儿频道各类青少年节目收播比变化(71城市)

属性	2012年		2013年前3季度		差值	
	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%
动画	80.6	83.1	80.2	89.2	-0.4	6.1
青少年专题	8.3	8.7	7.5	4.8	-0.8	-3.9
青少年表演	2.3	1.3	2.2	1.1	-0.1	-0.2
青少年其它	8.8	6.8	10.1	4.9	1.3	-1.9

数据来源: CSM媒介研究

表3 2013年前3季度CCTV-14青少年栏目收视率排名(%,71城市)

排名	名称	收视率%
1	智慧树	0.61
2	快乐大巴	0.40
3	大风车	0.38
4	动感特区	0.34
5	异想天开	0.30
6	成长在线	0.29
7	七巧板	0.29
8	绿野寻踪	0.28
9	快乐体验	0.26
10	芝麻开门	0.24
11	大手牵小手	0.16
12	新闻袋袋裤	0.15
13	大仓库	0.13
14	金龟子城堡	0.12
15	英雄出少年周末满天星	0.04

数据来源: CSM媒介研究

央视少儿频道。具体来看,晚间19:00-20:00时段,《童心撞地球》、《中国新声代》和《快乐宝贝GO密室闯关季》获得全天收视最高点;午间时段,动画片、《中国新声代》重播、《畅想新声代》获得全天收视的次高峰(图7)。

2、栏目收视比重提升较为明显,动画片收播比均有下滑

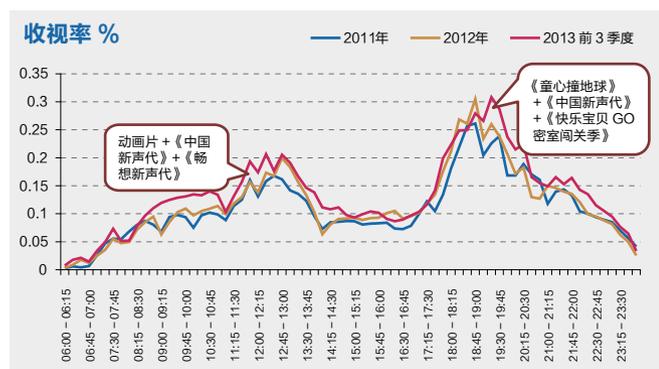
从近两年湖南金鹰卡通频道青少年类节目收视播出比重来看,青少年类整体播出与收视比重均有所减少,具体来看,动画片播出收视比重均略有下滑,青少年表演类提升较为明显,这来源于《中国新声代》收视的提升(表4)。

表4 近两年湖南金鹰卡通频道各类青少节目收视比变化(71城市)

属性	2012年		2013年前3季度		差值	
	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%
动画	89.3	86.2	87.7	84.7	-1.6	-1.5
青少专题	4.4	3.4	4.6	3.3	0.2	-0.1
青少表演	0.0	0.0	1.9	3.4	1.9	3.4
青少其它	6.3	10.3	5.8	8.6	-0.5	-1.7

数据来源: CSM媒介研究

图7 近三年湖南金鹰卡通频道分钟收视走势(71城市)



数据来源: CSM媒介研究

表5 2013年前3季度湖南金鹰卡通频道栏目收视率一览(71城市)

排名	名称	收视率%
1	中国新声代	0.30
2	快乐宝贝GO密室闯关季	0.25
3	童心撞地球	0.25
4	ET和孩子们的假期	0.23
5	畅想新声代	0.15
6	同趣大调查	0.14
7	玩名堂	0.13
8	飞行乐园	0.11
9	小神龙俱乐部	0.09

数据来源: CSM媒介研究

3、栏目收视稳步提升

今年5月,湖南金鹰卡通在黄金时段推出儿童歌唱类节目《中国新声代》,播出期间(5-7月)收视节节攀升,平均收视为0.3%,位列频道内青少栏目收视率首位。晚间黄金时段少儿户外挑战栏目《快乐宝贝GO密室闯关季》平均收视0.25%,儿童综艺节目《童心撞地球》平均收视0.25%,《ET和孩子们的假期》平均收视为0.23%,上述栏目共同构成频道晚间黄金时段栏目带,获得全天最高收视。总体来看,湖南金鹰卡通青少栏目数量与收视在上星少儿频道中均属前位(表5)。

要得益于20:00-22:00时段《熊出没》、《喜羊羊与灰太狼》等动画片的高收视。

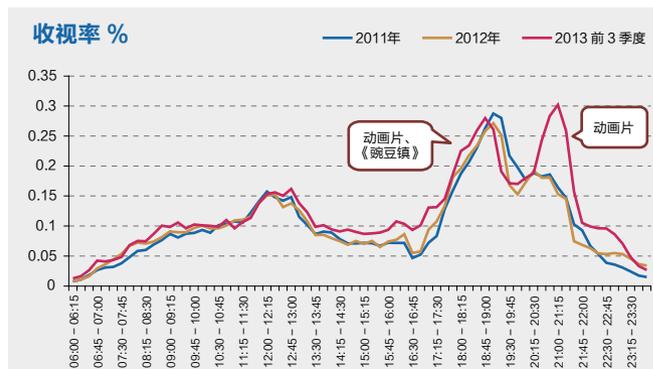
具体来看,傍晚时段,除动画片之外,少儿科教栏目《豌豆镇》平均收视为0.12%,晚间黄金时段,少儿综艺栏目《男生女生GO》平均收视为0.17%,《卡酷动物园》平均收视为0.21%,《谁敢挑战小学生》平均收视为0.16%,《七色光》平均收视为0.18%,各栏目收视有所提升(图8)。

(三)北京卡酷少儿频道

1、今年前3季度,全天收视高峰后移

从分钟收视走势来看,近三年北京卡酷少儿频道收视高峰均在午间、傍晚和晚间黄金时段,但今年前3季度20:00-22:00时段发生较大变化。前两年20:00-22:00时段为傍晚时段以外的收视次高峰,然而今年以来20:00-22:00时段收视大幅提升,超过18:00-20:00时段,成为全天收视最高峰。这主

图8 北京卡酷少儿频道近三年分钟收视走势(71城市)



数据来源: CSM媒介研究

2、青少类栏目收视比重逆势有所提升

从北京卡酷少儿频道青少各类节目播出收视比重看，今年前三季度，青少整体播出收视比重均有所下降，其中动画片增加了5个百分点，收视比重却上升不到1个百分点。相比之下，青少其他播出比重略有减少，收视比重增加1.8个百分点，这得益于青少栏目的收视提升（表6）。

(四) 广东嘉佳卡通频道

1、两个收视高点均靠动画片支撑

近三年，广东嘉佳卡通频道分钟收视走势稳定提升，与前文所述频道类似，同样有午间、傍晚和黄金时段。从节目类型来看，收视最高峰12:00-13:30时段和晚间18:30-19:30时段基本以动画片为主。20:00-21:00时段，《大玩家特搜队》、《音乐涂鸦乐园》等栏目获得较好收视（图9）。

2、青少类栏目播出比重减少，动画片增多

近两年广东嘉佳卡通频道播出收视比重均有下降，收视比重下滑约7个百分点，其中青少其他下滑较为明显，动画等其他类别变化不大（表7）。

表6 近两年北京卡酷少儿频道各类青少节目收播比变化（71城市）

属性	2012年		2013年前3季度		差值	
	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%
动画	82.2	89.3	87.6	90.1	5.4	0.8
青少专题	6.9	4.6	1.9	1.9	-5.0	-2.7
青少表演	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1
青少其它	10.9	6.1	10.3	7.9	-0.6	1.8

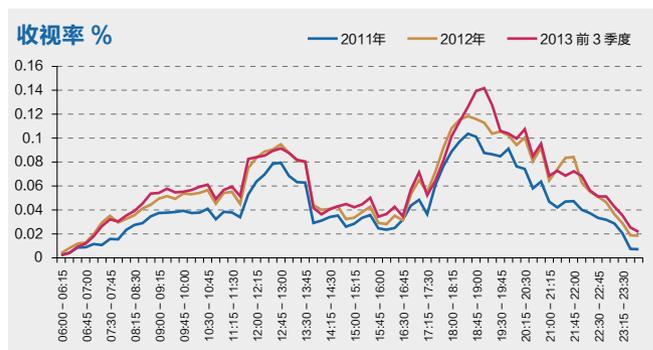
数据来源：CSM媒介研究

表7 近两年广东嘉佳卡通频道各类青少节目收播比变化

属性	2012年		2013年前3季度		差值	
	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%
动画	89.6	93.7	90.7	94.0	1.1	0.3
青少专题	0.0	0.0	0.5	0.7	0.5	0.7
青少表演	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1
青少其它	10.3	6.3	8.7	5.3	-1.6	-1.0

数据来源：CSM媒介研究

图9 广东嘉佳卡通近三年分钟收视走势（71城市）



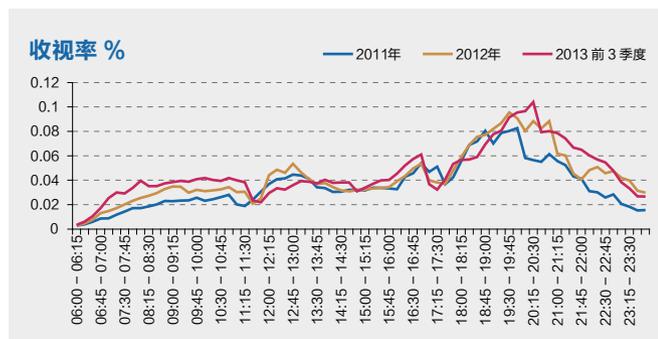
数据来源：CSM媒介研究

(五) 上海炫动卡通频道

1、午间收视下滑，上下午收视上升

今年前三季度，与前述频道有所差别的是，上海炫动卡通频道白天收视起伏略小，明显的午间收视高峰下滑，上下午时段收视提升，16:30-17:00时段为白天收视较高值，晚间19:30-21:00为全天收视最高峰。具体来看，上午11:15-12:00时段的收视较低，该时段主要播出电视剧。而上下午收视平稳阶段及晚间黄金时段均以动画片及动画电影为主。其中，《大耳朵图图》、《喜羊羊与灰太狼》、《熊出没》等动画片收视较好（图10）。

图10 上海炫动卡通近三年收视走势（71城市）



数据来源：CSM媒介研究

2、收视比重属性分布变化不大，动画片仍是收视利器

近两年，上海炫动卡通频道动画片播出收视比重略有下滑，但仍占绝对主体地位，占比均在九成以上；青少其他播出收视比重略有上升，其他类别属性变化不大（表8）。

（六）优漫卡通频道

1、今年前三季度，晚间黄金时段收视高峰提升明显

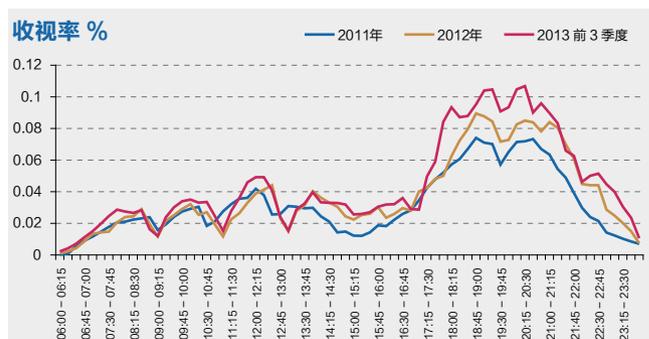
今年前三季度，上午至午间时段，优漫卡通频道形成三个收视小高峰，原因在于，动画片与青少节目交替播出。动画片推

高收视，青少节目收视则有所下滑。傍晚至晚间黄金时段，大段动画片、儿童剧的编播让频道收视提升不少。具体来看，上午时段为《大耳朵图图》、《快乐星猫》、《赛尔号》、《熊出没》等动画片收视较好（图11）。

2、动画片收播比大幅提升，青少栏目缩减

近两年，青少整体播出比重下降了约16个百分点，收视比重下降了8.5个百分点，下降较为明显。具体来看，动画片收播比大幅提升，青少栏目缩减（表9）。

图11 优漫卡通近三年分钟收视走势（71城市）



数据来源：CSM媒介研究

（下转第10页）

表8 近两年上海炫动卡通频道各类青少节目收播比变化（71城市）

属性	2012年		2013年前三季度		差值	
	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%
动画	91.4	93.8	90.3	93.1	-1.1	-0.7
青少专题	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
青少表演	0.1	0.0	0.0	0.0	-0.1	0.0
青少其它	8.5	6.1	9.7	6.9	1.2	0.8

数据来源：CSM媒介研究

表9 近两年优漫卡通频道各类青少节目收播比变化（71城市）

属性	2012年		2013年前三季度		差值	
	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%	播出比重%	收视比重%
动画	74.7	77.4	88.0	90.3	13.3	12.9
青少专题	2.8	2.6	3.9	2.0	1.1	-0.6
青少表演	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
青少其它	22.4	20.0	8.0	7.7	-14.4	-12.3

数据来源：CSM媒介研究