

中国电视收视年鉴 (2020)

丁迈 主编

《中国电视收视年鉴（2020）》

编写委员会

主编：丁迈

副主编：郑维东 肖建兵 周欣欣

编写人员（排名不分先后）：

梁帆 龙长缨 肖珊 吴东 于松涛 张天莉 王建平

张广彦 吴凡 李红玲 王钦 李婉 王平 秦政

刘洁婷 刘宁 马超 杨金姝 张琼子 李忠毅

张嫒 蔡啸 张晶晶 娜布琪 解永利 卢文钊 米行

封翔 韦唯 胡旻琦 彭辰豪 潘琪 施泽昊

侯龙 郑剑龙 彭平 李蓓蕾

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（2020）》是 CSM 媒介研究编写出版的第十八部电视收视年鉴。

《中国电视收视年鉴（2020）》包括以下四部分内容：第一部分：综述。本部分主要从收视环境、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 2019 年中国电视收视市场进行了全景式的描述与分析。第二部分：专题研究。本部分除了对 2019 年全国电视剧、新闻、综艺、体育几个主要节目类型以及北京冬奥会契机下体育节目创新发展、主旋律代表性电视节目的收视情况进行分析外，还对融媒体背景下传统电视节目品牌打造与多维营销路径、电视家风文化节目的传承与创新表达、2020 年中国电视市场十大发展趋势等进行了深入探索与剖析。同时，本部分还对业界关注的热点问题，如电视观众时移收视行为、OTT 家庭观众收视特征、IPTV 用户媒介接触行为、电视媒体短视频发展现状与其所撬动的传播变革、视频网站“剧”的播出与收视等进行了深入研究。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、全年和全天收视率走势、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。

《中国电视收视年鉴（2020）》为广大媒介从业人员既可提供有关 2019 年中国电视收视市场的全面分析，又可提供 2019 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

2020 年 4 月