

節目增長迅猛（一）

中國的電視購物節目在二十世紀九十年代第一次出現，經歷了引入期、興盛期、盤整期和重發期幾個階段，消費者的消費意識和消費方式發生了很大轉變，電視購物逐漸贏得了不少消費者的信任。新的電視購物節目吸取了以往的經驗教訓，以專業、誠信的形象重新出現在觀眾面前，越來越多的業內人士相信電視購物將會是未來一種重要的零售商業模式，電視購物行業發展潛力巨大，為新一代電視購物企業（頻道）的湧現和成長奠定地基礎。

據統計，國家廣播電總局只批准了一個類比信號傳播的電視購物頻道，即廣州電視台購物頻道。此外，還批准了九個數位電視購物頻道，中央電視台中視購物、北京廣播影視集團愛家購物、安徽電視台家家購物、成都電視台每日購物、南方廣播影視傳媒集團開心購物、山東電視台居家購物、武漢電視台消費指南、太原電視台家庭消費和湖南電視台快樂購物。

據CSM媒介研究資料顯示，在六百餘個頻道中，名稱含有「購物」字樣的頻道僅有五個，分別是佛山電視台傳媒購物頻道、廣州電視台購物頻道、宜興廣播電視台資訊購物頻道、柳州電視台龍城購物頻道（五套）和開

心購物頻道。

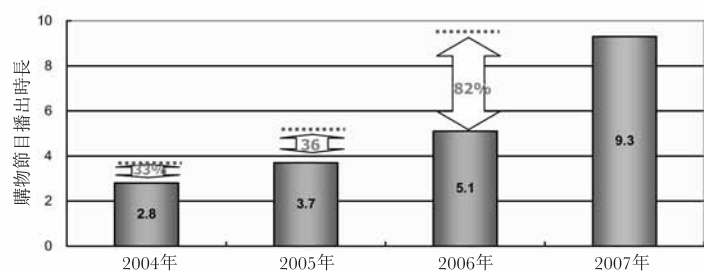
不過，如果透過互聯網上搜索一下有關「電視購物頻道」的新聞，立刻會有很多電視購物頻道出現在搜索結果中。鑒於這些頻道的名稱多數尚未經過國家管理機關批准同意，因此本文暫時不對這些頻道進行具體統計分析；不過搜索結果仍然透露了重要訊息——電視購物頻道的數量正在迅速增長。

播出總量近年大增

通過對六百餘個頻道播出電視購物類節目時長進行的不完全统计，我們發現電視購物節目播出時長近幾年呈逐年上升趨勢（圖一）。零四年電視購物節目的播出時長為2.8萬小時，零五年上升到3.7萬小時，零六年就達到5.1萬小時，連續兩年播出時間都比前一年增加13%以上。零七年更是增長迅速，全年各類電視頻道播出電視購物節目超過9.3萬小時，平均每天播出電視購物節目的時長為2.5小時左右。與零六年相比，播出時長增幅超過80%，是零四年的3.3倍。可見各級電視台也意識到電視購物節目的巨大商機，紛紛作為近期的發展重點。

在全國七大行政區中，華東地區電視購物節目的播出時間最長，接近六萬小時，其他幾個地區的電視購物節目播出量差別不

圖一：2004-2007年全國電視購物節目播出時長（萬小時）



數據來源：CSM媒介研究

大，均在3萬小時至3.5萬小時之間。需要說明的是，華東地區電視購物節目播出總量較大，可能與華東地區監測頻道數量較多有一定關係。

電視購物節目在零七年各月的播出量並不是平均分佈的。資料顯示，零七年下半年播出的電視購物節目總量明顯高於上半年，二月是一年中播出購物節目最少的月份，十月和十二月播出購物節目較多，尤其是十二月，電視購物節目播出時長超過1.2萬小時，超過全年總時長的1/8，是

北望傳媒系列： 中國電視購物

表一：國家廣電總局批准的電視購物頻道

| 頻道類型 | 頻道級別 | 頻道名稱 | 開播時間 |
|--------|-------|------------------|-------------|
| 類比信號電視 | 市級頻道 | 廣州電視台購物頻道 | 2003年2月 |
| | 國家級頻道 | 中央電視台中視購物頻道 | 2006年12月28日 |
| 有線數位電視 | 省級頻道 | 北京廣播影視集團愛家購物頻道 | 2003年9月1日 |
| | | 安徽電視台家家購物頻道 | 2005年12月8日 |
| | | 南方廣播影視傳媒集團開心購物頻道 | 2006年4月11日 |
| | | 山東電視台居家購物頻道 | 2007年5月19日 |
| | | 湖南電視台快樂購物頻道 | 2006年3月17日 |
| | | 成都電視台每日購物頻道 | 2007年2月1日 |
| | 市級頻道 | 武漢電視台消費指南頻道 | 2006年3月15日 |
| | | 太原電視台家庭消費頻道 | 2005年8月29日 |

資料來源：根據相關資料整理

上半年月平均播出時長的兩倍多。顯然，零七年不斷有新的購物頻道和購物節目出現，是造成電視購物節目播出量逐漸增加的主要原因之一。

與電視購物節目播出量在各月分佈的不平均狀況相比，不同周天電視購物節目播出量基本保持均衡，多數周天的播出時長在1.3萬小時至1.4萬小時之間。播出最多的是週一，電視購物節目播出總時長達到1.38萬小時，播出最少的是週三，播出時長為1.27

萬小時。

集中非黃金時段播出

從全天各個時段電視購物節目的播出情況來看，播出電視購物節目最集中的時間段是凌晨兩點到三點，全天約有1/3的電視購物節目都是在這一時間段播出，播出量達1.2萬小時。其次是中午13:00-14:00以及傍晚17:00-18:00，電視購物節目的播出量分別為七千四百小時和八千八百小時。凌晨三點至五點播出的購物節目最少，不足一千小時。

電視購物節目主要集中在非黃金時段播出，顯然與電視購物節目的性質和播出成本有很大關係。對於那些在電視台購買專門時段播出節目的電視購物公司而言，黃金時段的播出成本遠高於非黃金時段，同時，電視購物節目的播出時間通常比較長，在競爭激烈的黃金時段播出不一定能吸引觀眾的注意力，因此，要選擇費用相對較低的非黃金時段。當然，對於專門的電視購物頻道來說並不存在播出成本問題，全天各時段播出的都是電視購物節目，需要考慮的只是哪一類電視購物商品更適合在哪一個時間段播出而已。

在二零零七年CSM媒介研究全國54個樣本市縣觀眾能夠看到的619個頻道中，有405個頻

道播出了電視購物節目，佔所有頻道數的2/3。在十七個國家級頻道中有十三個頻道播出了電視購物節目，所佔比例為76%。在38個省級衛星頻道中有35個(92%)播出了電視購物節目，是各類頻道中播出電視購物節目頻道比例最高的。在189個省級非上星頻道中有155個頻道播出了電視購物節目，所佔比例為82%。375個市(縣)級頻道中只有202個(54%)播出了電視購物節目。

從各類頻道播出電視購物節目的時長來看，零七年省級非上星頻道播出電視購物節目時長超過3.3萬小時，佔電視購物節目播出總量的1/3以上，是所有頻道類型中播出時間最長的。其次是市(縣)級頻道和省級衛星頻道，全年累計播出電視購物節目時長均在2-3萬小時之間，其中頻道數量較少的省級衛星頻道播出了2.3萬小時的電視購物節目，頻道數量較多的市(縣)級頻道播出了2.9萬小時。國家級頻道共計播出電視購物節目三千小時左右。

下期將繼續描述購物頻道/節目的收視與觀眾特徵，結果與傳統印象不太一樣。

黃妙送、曹凱洛

傳媒評論員