



中国男篮  
5.26 亿观众

PK

## 奥运收视率

奥运会比赛至今,中国绝大多数观众都是通过电视来收看奥运赛事。昨天,记者从央视索福瑞了解到,从收视率来看中国女排成为了开赛以来收视率以及收看人群最多的项目,甚至超过了拥有科比、安东尼、詹姆斯和姚明所在的篮球项目。



中国女排  
6.5 亿观众

# 中国女排力压男篮最受追捧

## 8.42 亿观众 开幕式创国内收视之最

从八月八日开幕式那天算起,几乎每天都有收视纪录被刷新。但截至目前,收看人数最多、收视率最高的还是当属八月八日那天的开幕式。据央视索福瑞(简称CSM)公布的数据,开幕式进行的四个多小时内,全国共有8.42亿观众通过电视直播收看奥运会

的开幕式表演,这个数据甚至超过了春节晚会,创下了国内有收视率调查以来的最高纪录。CSM发布的收视数据是基于全国测量仪收视监测而做出,代表全国近13亿电视观众收视行为。

调查还显示,有近10%的观众全程收看了开幕式,收看时间超过两

个小时的观众比例则高达43.6%。

据了解,奥运比赛首日全国共有7.8亿观众通过电视转播关注赛事,占全国电视人口的63.72%。首金产生之后,收视率有所下降,庞伟获得奥运会第二枚金牌的时候,全国仅有7000万人收看比赛。

## 5.26 亿观众 中国男篮收视不够劲

篮球比赛是本次奥运会门票价格最高的项目,同时也是在中国最受欢迎的项目,但是从电视观众总数来看,中国男篮的表现不尽如人意。

截至对阵安哥拉之前,中国男篮一共打了二场比赛,从收视率来看,中国男篮的三场比赛都

还算可以。对阵美国男篮的收视率为8.20,排在当日第二位。对阵西班牙的收视率为4.99,排在当日收视率的第四位,而对阵安哥拉的收视率为4.20,排在当日收视率的第三位。考虑到和西班牙比赛的时间在上班时,所以从收视率来看,中国男篮

的答卷还算可以。不过从观众的数量来看,观看男篮的人数实在无法和女排相比。三场比赛的平均收视人群仅有1.75亿多人,累积三场比赛观看的人数约为5.26亿。三场中国男篮的比赛中,对阵美国队的收视人群数最高,约为1.83亿人。

## 6.5 亿观众 中国女排最受国人青睐

经过收视率调查,最受国人关注的项目既不是举重、体操、跳水这样的夺金项目,也不是拥有NBA明星的男篮比赛,而是中国女排。截至目前,中国女排已经进行了四场小组赛,几乎每场比赛都要创造一个收视奇迹。现在只要有中国女排的比赛,当天的收视冠军肯定非女排莫属。

其中最受关注的当属15日晚上的那场“和平之战”,央视直播的该场比赛吸引了2.4亿电视观众收看,位列15日赛事收视排行榜之首,而且也是开赛第一周以来中央电视台奥运频道播出的所有赛事中收视最高的比赛。经过统计计算,前四场比赛已经有累积6.5亿电视观众观看了中国女排的电视直播。快报特派记者 付智勇 发自北京



拦网 本版图片均为新华社图片

### 深度解析

## 男篮为何不敌女排

当记者拿到央视索福瑞的这份调查数据后最大的意外就是,在这场由观众收视率决定的较量中,中国男篮被中国女排“打”得毫无还手之力。这是什么原因呢?记者采访了央视著名体育解说员孙正平。

### 中国人看女排有情结

孙正平说:“中国女排是中国体育的一面旗帜,女排精神影响了一代又一代人,所以对于看中国女排的比赛,国人是怀着一份特殊情结的。此外,和男篮相比,中国女排也是一个有望夺金的项目,再加上排球本身也有很多极具号召力的明星,她们的比赛收视率高这也是正常的。”

### 女排占了直播时段的光

记者查看了一下中国女排和中国男篮前面几场比赛的时间,发现中国女排的比赛时间都在晚上八点,这也是电视直播最黄金的时间段。相反,中国男篮的比赛,只有对阵安哥拉的比赛是在晚上八点。而对阵美国队的比赛是晚上十点半开球,对阵西班牙则是在下午四点半开球。这两场比赛的时间段都不是中国人习惯的看球时间,这也在一定程度上影响了男篮的收视率。

一位专家表示,收视率并不能完全客观地反映一个项目的受欢迎程度,他说:“例如男篮和西班牙的比赛打得就非常精彩,但是在电视收视率排行中连前三名都没有进入,很重要的一个原因就是那场比赛是下午开打的,很多上班族因为上班都无法看电视。”

### 女排比赛老少皆宜

观看女排的比赛人群中,男女性别比例几乎持平,这个数据要远远好于男篮。这说明女排的比赛适合观看的人群面要更广一些。目前,篮球迷大都为男性,且年龄主要分布在10-45岁这个年龄段。女排观众年龄分布则要更广一些,由于上世纪八十年代女排在世界上的成绩极为辉煌,这也为中国培养了一大批排球迷。所以在现在的排球收视群体中,上至七十岁老人,下到十岁的孩子都是女排受众群体。

快报特派记者 付智勇 发自北京

### 延伸阅读

## 受奥运影响 其他节目纷纷“跳水”

八月份注定是属于奥运的,这在电视收视率上就不难反应出来。在采访中,一位在地方电视台工作的朋友告诉记者,由于受到奥运会的影响,以往收视率能排进前二十名的节目,如今连前五名都很难进入了。

收视率是每个电视台乃至每个节目的生命线,因为这个数据将直接和广告收入挂钩。进入八月份以后,国人的关注度几乎全部聚焦在了奥运会上,以往收视率较稳定的综艺类节目、电视剧类节目的收视率排名都受到了很大的影响。一位知情人士说:“奥运会期间,绝大多数的观众肯定是锁定央视的几套节目,我们也早预料到,八月份的收视率会非常惨淡。为此,我们也做了一些调整,例如把以往的综艺类节目和奥运挂钩。从目前开播的几期来看,收视情况略微有所好

转。”

据悉,很多电视台,在奥运会前几个月就转型改做和奥运相关的节目,例如教观众如何观看比赛、采访本土选手的家人老师、发掘他们的童年故事等。“其实也不是所有观众都在看奥运,我们的一些新闻类节目和电视剧节目的收视率数据和以往比并没有太大的变化,但是因为看奥运赛事的人多了,导致其他和奥运有关的节目收视率排名大幅提升,这就使得以往排名较好的节目大幅下滑。不过奥运会仅有半个月左右,奥运会后,观众的收视习惯还是会慢慢恢复常态的。”知情人士说。

快报特派记者 付智勇 发自北京



## 联想奥运表现优异

联想集团日前在北京举办了主题为“联想成就科技奥运梦想”的“联想奥运科技日”活动,回顾了奥运开赛以来联想对北京奥运会的技术支持工作。

据介绍,作为北京奥运会计算技术设备独家提供商,联想以近3万台服务器、笔记本电脑、台式电脑和桌面打印机等计算技术设备,构筑了北京奥运会信息系统硬件平台,包括计时计分系统、评论员信息系统、比赛管理系统等七大核心领域,覆盖7个奥运城市的56个场馆。一支580余人的联想奥运技术服务团队,部署在各奥运赛场和奥运会技术运营中心,提供着全天候的技术支持。

对于联想为奥运会提供的技术支持,国际奥委会首席技术官表示:“签约TOP四年以来,联想为奥运会提供的优质产品和服务让我印象深刻,对联想的表现,我们非常满意。”而北京奥组委技术部部长杨义春则告诉记者:“奥运开赛以来,联想为北京奥运会精心打造的信息系统硬件平台运行平稳,技术服务保障有力,北京奥组委对联想完成支持北京奥运会的使命充满信心。”

快报特派记者 陶磊 发自北京