



Imprimer cet article publié le 13-06-2008 sur le site www.la-croix.com

la-Croix.com



Les chiffres du petit écran en Chine

En 2006-2007, la télévision a attiré 79 % de l'argent dépensé en publicité dans les médias traditionnels, soit 247 milliards de yuans (24 milliards d'euros). 11 % ont été dirigés vers les réseaux nationaux CCTV et CETV, 20 % vers les chaînes provinciales par satellite, 36 % vers les chaînes provinciales par câble, 11 % vers les chaînes locales et 23 % vers les chaînes de Hong Kong et privées.

98 % des foyers chinois possèdent une télévision (100 % dans les villes, 93 % dans les campagnes) et 96 % des foyers urbains possèdent un poste couleur.

Les chinois regardent la télévision en moyenne 3 heures par jour en ville, 2 h 20 dans les campagnes.

La soirée produite par CCTV1 la veille du Nouvel An chinois réalise depuis le début des sondages audimétrie en Chine (2 001) le record annuel d'audience moyenne : 400 à 500 millions de téléspectateurs.

Les séries télévisées chinoises représentent 71,5 % des séries diffusées.

53 000 heures de sport ont été diffusées en Chine en 2007, dont 23 573 heures de football et 9 477 heures de basket-ball.