



新广播·新媒体·新视野

困境与出路

新媒介生态下的中国 交通广播

◎ 主编 潘 力 杨保林

中国传媒大学出版社

新广播·新媒体·新视野

困境与出路

新媒介生态下的中国 交通广播

◎ 主编 潘 力 杨保林

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

困境与出路:新媒介生态下的中国交通广播/潘力,杨保林编著. —北京:中国传媒大学出版社,2012. 6

(新广播·新媒体·新视野丛书)

ISBN 978-7-5657-0498-7

I. ①困… II. ①潘… ②杨… III. ①广播工作—研究—中国

IV. ①G229. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 129033 号

困境与出路:新媒介生态下的中国交通广播

主 编 潘 力 杨保林

责任编辑 赵丽华

责任印制 张 玥

封面设计 魏 东

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 787×1092mm 1/16

印 张 18.5

版 次 2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

书 号 978-7-5657-0498-7/G·0498 定 价 58.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

《困境与出路：新媒介生态下的中国交通广播》编委会

主 编 潘 力 杨保林

编 委 周芳洁 吴志勇 高永亮



序

交通广播——打下中国广播新天地

21年前,当全国第一家交通广播——上海人民广播电台交通信息台,冲破传统广播体制的束缚,勇敢地迈出第一步时,其正式的采编人员只有5人,经费不足、经验欠缺是更严峻的挑战。交通广播创建之初,几乎所有的工作都要从零起步,社会资源有待开拓整合,市场定位亟待确认,信息平台建设和数据的采集需要大量的资金投入,而以当时的市场环境及交通广播自身的实力,按惯常的思维和办法去求解,简直是难以想象的。就是在这样的条件下,第一批交通广播人硬是克服了种种困难,打下了漂亮的攻坚战,赢得了交通管理部门和市民百姓的交口称赞,成功地迈出了中国交通广播的第一步。在这之后,全国各地迅速兴起了开办交通广播的热潮。时至今日,全国各地已经办有100多家交通广播,如果行政管理部门不加以一定程度的控制,恐怕这个数字还要大得多。交通广播的蓬勃兴起和快速发展得到了全国各方面的关注,受到社会各界的欢迎。

呈现在读者面前的《困境与出路:新媒介生态下的中国交通广播》一书,是在全国交通广播中选取24家,从交通广播节目创优与创新、交通广播节目品牌打造与产业拓展等方面,对20多年来交通广播的发展实践进行理论总结,并对新媒介生态下交通广播面临的机遇和挑战进行思考分析。选取的这24家交通广播,从行政级别上兼顾了省级、副省级及省会城市、地市级,行政区域上兼顾了华北、东北、华东、华中、华南、西南、西北,力求通过本书基本反映全国交通广播发展的整体面貌。

20多年来,交通广播为全国各地的城市发展与社会建设,为维护社会和人民群众的正常生活秩序,发挥了独特的、不可替代的作用,做出了有目共睹的贡献。每天的城市交通拥堵已经离不开交通广播的即时信息疏导,



焦躁不安的驾车人、身心疲惫的哥的姐亦离不开交通广播人每天的抚慰。偶尔发生的雨雪自然灾害的交通疏导,紧急让道送病人、送考生等急事急需的呼叫,也成了交通广播的专利功能。交通广播俨然已经成为每天行驶在道路上驾车人的精神领袖,成为我们今天、每天、轮子上社会的精神领袖。

20多年间,交通广播已经成长为中国广播最具活力的生力军,其社会影响力和经济实力堪称整个广播的半边天。全国交通广播的领头羊是北京交通广播,它不但在首都被称为听众最多的,公益事做得最多的,而且经济效益也是最好的,堪称社会效益和经济效益双冠军。2011年,它的经济收入已经突破4.6亿元,占全台收入的一半以上。目前全国已经有10个省市台的交通广播加入了经济收入超亿元的行列。而这与交通广播初创时期广播事业陷于低谷,广播人踟蹰彷徨的局面形成了鲜明的反差。当年广播人在困境中苦苦挣扎、为荣誉而奋斗的追求与梦想,今天终于实现了。我们所有从事、热爱广播的人无不庆幸时代造就了交通广播。

近年来,随着新媒体的迅速发展和普及,媒介生态发生了深刻变化,交通广播人已经明显地感受到新兴媒体力量正从各个方面蚕食着本已竞争残酷的市场,而广播囿于自身的特性也面对着媒体融合与市场合作的双刃剑。为此,交通广播人不断做出各种积极探索和尝试:建立交通广播汽车俱乐部切入汽车后服务市场,组建全国交通广播自驾游联盟,创办独具特色的为行业服务为社会需要的品牌活动。交通广播开始关注新媒体环境下的媒体竞争新动向,产业经营开始向各种延伸领域进军,互联网、微博、智能终端等新型媒介载体不断涌现交通广播的声音和形象,让人们深切地感受到交通广播不但茁壮成长而且比实际年龄要成熟得多。

回顾是对付出及所得的尊重和珍惜,也是为了脚踏实地展望、规划未来。

首先,既要有难得的自信,又要有面对新问题、新挑战的清醒。中国交通广播的发展未来还将面临不少问题。这其中既有内部的体制机制的问题,有自身发展手段单一、后劲匮乏的问题,也有外部世界新媒体快速发展带来的挑战等问题。如何应对解决问题,突破发展瓶颈,为中国交通广播可持续发展不断注入活力动力,还需要我们重视战略研究,做好战略发展规划。可喜的是,一些勇于创新、勇于开拓的交通广播已经积极行动起来:积极介入汽车后服务产业,组建了汽车俱乐部,部分城市的交通广播已经介入新媒体的研究和实践,还有些交通广播正在组建联盟,进行跨地域、跨行业、跨媒体的业务经营的新尝试。

其次,既要立足广播,又要超越广播。立足广播,一是要不断创新节目形态,提高节目质量,不断满足人民群众日益增长的出行需求。二是要大力推进传统广播与新媒体的融合,不断拓展和占领新的阵地。这是一个新媒体层出和多媒体融合的时代,受



众获得交通信息和服务的渠道日益多元。在这种情况下,要想始终占领受众市场,必须走多媒体融合发展之路。这种融合既可以是各自生发,走全媒体之路,也可以是互相联合,彼此借力。超越广播,是因为交通广播为广播跨行业发展提供了缘由,交通广播乃至整个广播产业发展的广阔天地在广播与交通之间完美结合。如果说广告收入让交通广播的实力在过去的 20 多年获得了几何级式的增长,那么下一个 20 年交通广播的发展前景,将取决于它切入交通产业和旅游产业的速度和水平。

再次,既要抓好经济效益,又要担当好社会责任。20 多年的快速发展,交通广播不仅在经济效益上大获丰收,更难能可贵的是在社会责任担当方面树立了良好的形象,这一点我想不管在什么时候都要始终坚持。这也是交通广播的安身立命之本、生存发展之基。作为连接政府和公众有影响的媒体,交通广播要以社会瞭望者的姿态,洞悉经济、社会需求,调动社会丰富资源,不断强化专业特色,规范服务标准,真正成为联动政府、服务人民、促进社会发展进步的助推器之一,并以此为基础,以使命为依托,以责任为担当,作出应对社会未来发展的正确抉择。

最后,希望《困境与出路:新媒介生态下的中国交通广播》一书,能够为交通广播管理者、从业者、研究者提供有价值的参考和借鉴。

李 丹

2012 年 8 月

〔中国广播电视协会会长,中国国际广播电台原台长〕



前言

1991年9月30日,上海人民广播电台交通信息台开播,标志着交通广播在中国的诞生。1995年8月,中国广播电视协会交通宣传委员会成立,交通广播有了正式的行业组织。经过20多年的发展,交通广播在我国广播事业中绽放光彩,成为全国广播创造社会效益和经济效益的“领头羊”,并在21世纪初引发了关于“交通广播现象”的思考。

2011年,中国交通广播诞生20周年。我们开始汇集全国几十家交通广播汇报材料,以及近年来在产业拓展中取得实效的论文,力图全面展现各地交通广播在频率经营、节目运营、广告代理、节目创新、活动推广、产业拓展、媒体合作等领域取得的成果,整理编辑了具有参考价值和实践操作性的文章,将交通广播先进的经营理念、发展轨迹尽收眼底。

在中国交通广播20多年的发展历程中,它已经成为专业性频率中听众保有率最高、广告收益最高、受众最喜爱的广播产品之一。只有“打破地域界限,扩展节目平台和沟通渠道,才能形成规模效应,媒介运营的格局和产业链条的发展。”本书收录了一系列广播媒体运营、品牌塑造和节目创新的成功案例:楚天交通广播以构建监督服务立体化网络为论题,重点论述了公信力是媒体品牌的基础,是媒体在激烈竞争中制胜的关键,道出了广播竞争中独占鳌头的制胜因素;羊城交通广播以广播剧为突破口,在总结其成功经验的基础上,为广播注入了新鲜的血液;湖南交通广播“平安小精灵”运作模式为广播媒体产业拓展开辟了新思路。通过“思想的渗透,智力的援助”,借助理论研究的深入和独特视角的拓展,使广播成为“最值得倾听”的声音。

近几年,网络媒体与传统媒体的全面融合,伴随着三网融合的持续向前推进,将带来信息产业的整合与变革,也将带来广播媒体的变革。中国交通广播应该更加积极主动地适应不断变化的媒介竞争环境,谋求广播媒



体在新时期的新发展。

分析经典案例,发挥榜样的力量。在未来的征途上,全国交通广播同仁将继续携手前行,为广播事业的明天不懈奋斗,再创辉煌!

潘 力

2012年8月

〔中国广播电视协会常务理事、中国广播电视协会交通宣传委员会常务副会长兼秘书长,中国传媒大学广播产业研究所所长、传媒博物馆馆长、教授〕

目 录

1	序
1	前 言

1	唱响广播主旋律,繁荣行业新气象 ——中国交通广播 20 年发展再思考/潘力
---	--

第一篇 北京交通广播

8	频率简介
---	------

总监手记

11	成 长/李秀磊
----	---------

论 文

14	做名利双收的好节目 ——从《1039 交通服务热线》的社会效益和经济效益谈起/王为 李秀磊
----	--

第二篇 上海交通广播

18	频率简介
----	------

总监手记

20	新环境、新体制、新出发/李亦工
----	-----------------

论 文

- 24 DMB——预示着一场广播技术革命即将来临/李亦工

第三篇 天津交通广播

- 29 频率简介

总监手记

- 32 树立强势品牌 打造精品广播
——天津交通广播十五载路上行/安迅

论 文

- 35 打造“叫得响”的广播品牌
——天津交通广播以社会活动提升频道影响力、打造核心竞争力/包斯宁 安迅

第四篇 辽宁交通广播

- 43 频率简介

总监手记

- 45 联合创造力量/王伟

论 文

- 47 创新品牌建设体系 彰显新闻传播力量
——谈《新闻麻辣烫》节目的品牌建设/南秀婷

第五篇 吉林交通广播

- 53 频率简介

总监手记

- 55 不断夯实频率定位 积极探求产业提升/包长青

论文

- 59 对交通广播标志性车展报道的创新营销
——以第六届长春“汽博会”报道为例/马延峰 王曼

第六篇 黑龙江交通广播

- 65 频率简介

总监手记

- 67 责任 使命 追求/张广雷

论文

- 72 龙广有情 爱无疆界
——从龙广爱心基金说起/张晔

第七篇 江苏交通广播网

- 82 频率简介

总监手记

- 84 十年沉淀,成就江苏交通广播网品牌/常珩

论文

- 86 用声音传播审美价值
——江苏交通广播网《轻松驿站》节目的审美价值探求/常珩

第八篇 浙江交通广播

- 90 频率简介

总监手记

- 92 交通之声,继续领跑浙江广播/张立

论文

- 95 沿着趋势的方向 寻求并创造机会
——勇立潮头的浙江电台交通之声/董传亮 张立

第九篇 安徽交通广播

- 102 频率简介

总监手记

- 105 做有品质有责任的新闻媒体/李玉

论文

- 109 浅议交通广播的资源整合与发展
——从联合直播奇瑞百万辆下线仪式说开去/陈光 李玉

第十篇 江西交通广播

- 117 频率简介

总监手记

- 119 新挑战,新期待/周海平

论文

- 121 科学把握传媒规律 努力实现优势传播
——江西交通广播的品牌实践/蓝蔚 周俊杰

第十一篇 山东交通广播

- 127 频率简介

总监手记

130 一语点醒梦中人/李铁英

论文

133 影响力 影响力 影响力
——“山东交广”品牌塑造的实践/权珍琦

第十二篇 河南交通广播

137 频率简介

总监手记

140 不是我们做得有多好,而是我们正在改变!/李海军

论文

144 路在倦中行,歌不休……
——交广营销活动与频率品牌的观照/李仙芝 夏飞

第十三篇 楚天交通广播

148 频率简介

总监手记

151 这些年,那些事
——我所见证的交通广播/陈前

论文

156 浅谈广播节目“实时反馈平台”的建立及运用/陈前

第十四篇 湖南交通广播

161 频道简介

总监手记

164 爱是永恒不竭的力量

——记“黄桃爱心行动”的始末/杨跃

论 文

168 浅论广播竞争资源的拓展

——以湖南交通频道为例/杨跃

第十五篇 羊城交通广播

173 频率简介

总监手记

175 创新,交通广播的生命源泉/张军

论 文

176 打造广播精品 办看得见的广播

——从羊城交通广播《大吉利车队》看广播剧的新特点/黄健瑜

第十六篇 陕西交通广播

183 频率简介

总监手记

185 当好队长踢好球

——浅谈陕西交通广播的未来定位/曹信

论 文

188 论交通广播信息采集平台建设的重要性/曹信 王海峰

第十七篇 太原交通广播

192 频率简介

总监手记

194 居高声自远/高光奇

论 文

199 城市交通广播发展的几点思考/王俊伟 高光奇 殷建萍

第十八篇 长春交通广播

204 频率简介

总监手记

206 幸福,是会成长的/荆钰

论 文

209 广播品牌广告延伸方略说
——长春交通之声品牌广告经营战略分析/荆钰

第十九篇 延边交通广播

215 频率简介

总监手记

217 为梦想,我们一直在努力/刘香檀

论 文

220 丰富社会属性内涵,形成自我发展之力
——谈小城市交通广播如何做大做强/刘香檀 徐荣

第二十篇 南京交通广播

225 频率简介

总监手记

226 这些年,点滴中走过/王萍

论 文

228 走好广告行业代理之路

——透析南京交通广播广告发展战略/王萍 韩蓉

第二十一篇 杭州交通广播

231 频率简介

总监手记

233 热爱生活 热爱交通广播/董敏君

论 文

237 创新品牌

——杭州交通广播的品牌经营之路/董敏君

第二十二篇 青岛交通广播

242 频率简介

总监手记

243 紧抓机遇 奋勇争先 开创交通广播全新局面/方少君

论 文

246 活动提升品牌 品牌促进活动/张健远 宫静

第二十三篇 深圳交通广播

254 频率简介