

北京廣播發展研究

汪良

主編

2008

STUDY OF DEVELOPMENT OF
BEIJING'S RADIO

中国
广播电视出版社

北京广播发展研究 (2008)

STUDY OF DEVELOPMENT OF BEIJING'S RADIO

汪 良 主 编

图书在版编目 (C I P) 数据

北京广播发展研究. 2008 / 汪良主编. —北京: 中国广播电视出版社, 2009. 1
ISBN 978-7-5043-4377-2

I. 北… II. 汪… III. 广播事业—研究—北京市—2008
IV. G229.271

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第206251号

北京广播发展研究 (2008)

汪 良 主 编

责任编辑 任逸超 张瑞婷

封面设计 羽人·高伟

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtip.com.cn

电子信箱 crt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京荣泰印刷有限公司

开 本 787毫米×1092 毫米 1/16

字 数 22 (千) 字

印 张 22

版 次 2009年1月第1版 2009年1月第1次印刷

书 号 978-7-5043-4377-2

定 价 30.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

北京广播发展研究（2008）

主 编：汪 良

副 主 编：许秀玲

责任编辑：崔海峰 王 伟 李 琳

编辑部成员：

顾楠楠 王浩洁 张 楠 熊 静

霍 玥 王春美 李 玥 刘 晨

顾 问：张勉之

《北京广播发展研究》（2008）

编者按

北京人民广播电台是国内首家率先开展广播前瞻性研究的机构，自2001年成立广播发展研究中心至今，它结合北京广播专业化高速发展的实际需求，逐步探索出一种独具特色的广播发展研究新思路、新框架、新模式。简单概括为：用数据说话，以创意思考，借信息沟通，凭课题升华。

搭建前瞻性研究框架需要假以时日，培育研究成果更得辛勤劳作，光阴荏苒中，我们终于有了收获，果实虽然青涩，毕竟是正果。我们将近年来的研究内容部分结集、出版，以志纪念，以供参考，以邀评判。抛砖引玉，期盼广播发展研究之路越走越宽，创意研究之花缤纷绚烂。

《北京广播发展研究》（2008）内容包括：课题研究报告；数据分析报告；新节目研发方案等。从宏观、中观、微观等几个层面对新时期北京广播发展面临的新情况进行梳理、分析、总结和归纳，以期找出对策，辨别方向。

目 录 Contents

第一部分 课题研究报告

2006年

- 1. 北京广播网发展规划 2
- 2. 北京电台年度分析报告——现状与趋势2007 15

2007年

- 3. 关于制播分离运作模式的研究 23
- 4. 数字广播受众需求研究 38
- 5. 媒介融合环境下的广播发展研究 56
- 6. 国内广播节目发展趋势初探 74
- 7. 北京广播节目主持人现状及发展趋势 83
- 8. 北京电台年度分析报告——现状与趋势2008 94

2008年

- 9. 广播频率品牌包装效果研究 103
- 10. 北京电台奥运报道竞争战略及传播效果 122
- 11. 数字广播再关注
——竞争环境下的DAB生存 142

第二部分 数据分析报告

2006年

- 1. 收听率在北京电台广播专业化运营中的应用 162
- 2. 2006年北京广播听众市场分析 169

2007年

- 3. 2007年1—5月北京广播市场分析 176
- 4. 北京文艺广播节目编排及频率包装研究 187

2008年

5. 广播竞争与台网融合

——北京电台台网互动背景下的频率定位 202

6. 中波927频率重新定位研究

——用科学方法进行频率定位设计 218

第三部分 新节目研发方案

2006年

1. 《快乐新闻》节目研发方案 238

2. 《新闻赛场》节目研发方案 243

3. 《天天博客》节目研发方案 246

4. 《家庭真言》节目研发方案 250

5. 《幸福一比三》节目研发方案 255

6. 《球赛任我玩》节目研发方案 258

7. 《引经据典》节目研发方案 261

8. 《超级声音秀》节目研发方案 266

9. 《故事频率》节目研发方案 269

10. 《嗨！幸运的》节目研发方案 274

11. 《美丽新生活》节目研发方案 278

12. 《64选1》节目研发方案 283

13. 《动漫总动员》节目研发方案 286

14. 《隔墙有耳》节目研发方案 292

2007年

1. 《购物英雄》节目研发方案 296

2. 《歌词也疯狂》节目研发方案 299

目 录 Contents

3. 《空中神探》节目研发方案	302
-----------------------	-----

2008年

首届“赢在创意”广播节目大赛综述

——为首届“赢在创意”广播节目大赛获奖者颁奖	305
------------------------------	-----

首届“赢在创意”广播节目大赛获奖作品文案

原创组

金奖《边听边拍》节目创意文案	308
银奖《搜.com(搜点看)》节目创意文案	312
《粉丝油菜花》节目创意文案	314
铜奖《博客斗秀堂》节目创意文案	318
《爆笑吧》节目创意文案	320
《最游记》节目创意文案	322

创新组

金奖《爱情帮你办》节目创意文案	325
银奖《938福娃说奥运》节目创意文案	327
《恭喜发财粗粮馆》节目创意文案	331
铜奖《倾听无锡》节目创意文案	334
《信不信由你》节目创意文案	336
《Doctor Love》节目创意文案	339

附 录:

撰稿人名单	341
-------------	-----

2008年

STUDY OF DEVELOPMENT OF BEIJING'S RADIO

第一部分

课题研究报告

2006年

北京广播网发展规划

经过五年的发展,北京广播网成绩斐然。目前,北京广播网拥有比较丰富的声音资源,建立了专门的“听吧”频道,拥有超过两万小时的北京电台优秀广播节目和引进版权的节目,同时每天还有超过50个小时的节目上传,2004年4月增加了视频直播,参与了北京人民广播电台举办的多场大型直播活动。这些都为北京广播网的进一步发展奠定了良好的基础。

网络信息中心和广播发展研究中心经过反复商讨,结合国内外网络发展大势和本网站实际状况制定了这一北京广播网发展规划,提出了未来几年内北京广播网的发展思路:在继续坚持“汇八台之精华,扬一网之优势”办网理念的基础上,重点打造四个网络平台,建设一个活动基地。使北京广播网特色突出,定位准确,最大限度地吸引网络目标受众,及早成长为独立的网络媒体,成为北京电台新媒体发展的重要支撑。

一、背景分析

我国广播电台官方网站的发展,大致可以分为三个阶段:

第一,广播电台介绍性网站,主要功能就是占领网上的“地盘”,开辟本单位在互联网上的传播渠道。

第二,广播电台服务性网站,不断推出新的服务内容,一方面加大对电台的宣传力度,另一方面通过电台的优势资源为网民提供更好、更全面的服务,例如开办专门的网络广播等。

第三,独立的网络媒体,网站发展到一定程度,就将走向自主经营的道路,这时它所承担的对广播电台的宣传任务已退化为一小部分,很大一部分则是基于互联网发展规律和网络市场而推出新产品和新服务。广播电台的影响力和网站的影响力成为并行的两个方面,两者互相促进,共同发展。甚至在一定程度上网络的知名度高于广播电台,成为电台业务新的增长点。

目前我国广播电台网站，大多处于第一阶段向第二阶段的过渡时期，实现第二阶段功能、提出第三阶段发展目标的网站还比较少。

在广播电台纷纷“触网”的同时，专业的网络广播电台也蓬勃发展起来，从最早的“个人爱好式站点”逐渐发展成为大型的全天候式商业网站。专业的网络广播电台迎合了一部分资深网络用户的需求，在国内外均有很大的市场。可以说，专业的网络广播综合了广播的伴随特征和网络的传播优势，是广播与网络最“亲密”的接触。

目前国内一些广播电台也涉足这一领域，如中央台的纯网络电台“银河台”，以及我们北京广播网的“青檬网络电台”，都是其中的显著代表。

在传统媒体和新媒体并存、竞争和融合的时代，传统媒体的网站恰恰在两者之间搭起了一座桥梁。它既有传统媒体的固有印记，又有新媒体的突出特征，因此，网站的发展水平在一定程度上反映了媒体产业化发展程度。过去传媒产业讲内容为王，或者渠道为王，都有道理。而做内容的前提，即国家、市场、受众的结构、形态及其变化，则应是优先考虑的因素。传统媒体在内容供应上有自己的优势，而新媒体在传播渠道上也发展很快。很多用户已不再满足于电视、广播等传统的传播方式，而转向网络、移动电视等领域。在互联网上“结构为王高于内容为王”的规律也同样适用于目前的传统媒体。我们不能只满足于“内容供应商”，而是要整合自己的传播渠道，拓宽传播方式，抓住更多的受众。从这个层面来看，媒体网站是最好的切入点。把我们电台的网站做大做强，一方面可以扩大电台的影响力，另一方面也可以把非广播受众拉到广播网站上来，让他们接触广播进而成为我们的忠实用户。网站是传统媒体通向新媒体的桥梁。

从网站角度来说，作为传统媒体的网站，拥有比其他商业网站更多的资源“库存”，可以充分挖掘、整合和利用身后庞大的资源库，提供其他网站所做不到的特色资源服务。网站也是新媒体通向传统媒体的桥梁。

任何形式存在的网站要实现跨越式发展，就必须走出自己的特色，依靠特有服务来吸引眼球，提高点击率。只有这样，才能在竞争中立于不败之地，实现可持续发展。唯其如此，北京广播网才能为建设和谐发展的电台做出更大的贡献。

二、发展定位

（一）基本理念

继续坚持“汇八台之精华，扬一网之优势”的基本办网理念。这个基本理念指导北京广播网成功地走过了五年的发展道路，使网站从辅助、后台工作慢慢走到宣传前沿，成为北京广播的重要组成部分，初步形成了集音频、视频、网络互动于一体的独特网络宣传平台。进入第二个发展的五年，北京广播网仍需要有大举进展，其内因是我们需要升华办网理念，将“八台之精华”真正融汇贯通，将“一网之优势”发挥得淋漓尽致。

（二）未来总体发展思路

坚持“汇八台之精华，扬一网之优势”的基本理念，将北京广播网建设成为“可以分享、发布专业音频、视频节目的娱乐性服务网站”。尽快完成由介绍性网站向服务性网站的过渡，着力提升北京广播网的整体实力和影响力，向着独立网络媒体方向迈进。

在未来几年内，需要“打造四个平台建设一个基地”，从内容建设和服务改进入手，使广播网达到能承载日访问量3000万（PV），音频直播1万人同时在线，视频直播3000人同时在线的水平。网站总体性能提升5倍，接近Alexa1000名左右的网站规模。

未来北京广播网的发展可以分两步走。现阶段要贯彻“立足电台，吸引受众”的目标，把网站访问量和受众规模提升到一个新的高度；利用电台的品牌优势和特色资源，通过内部整合及用户原创集成，形成集音频、视频、网络互动于一体的独特的网络宣传平台。进而达到“服务电台，创收经营”的目标，以网站的知名品牌带动电台的进一步发展。

首先，关于北京广播网的名称和地位问题。北京广播网是北京人民广播电台的官方网站，这个地位不动摇，性质不改变。但在对外推广的时候，可以借鉴中央台和国际台纯网络广播电台的思路，保留“北京广播网”作为电台官方主页，同时向外推广新的、更具吸引力的网站名称，例如“听吧网”。这是吸引网民注意力的第一步，可以避免产生“不听广播，就不上这个广播网”的意识。

其次，要办出自己的鲜明特色，以区别于其他同类网站。以独家内容和独特服务吸引网民，提高网站对受众的粘着度。根据目前北京广播网面临的竞争环境和自身实际情况提出“打造四个平台建设一个

基地,使北京广播网脱颖而出”的发展思路,目的在于提升网站的点击率和知名度,提高用户的忠诚度。

1. 打造国内最大的音频节目平台——“听吧”

北京广播网“听吧”频道汇集了电台八个专业广播的优秀作品,内容包括小说、文学、戏剧、教育、笑话、曲艺、健康、人物、经管、音乐、综合等共 11 个大类,现有节目 21800 多个,共 10000 多小时。目前已有小说和评书共 380 部、音乐专题 550 个、相声笑话 2200 多段。吸引了注册用户 8 万多人,其中包括来自 45 个国家的 6000 多位国际用户。

“听吧”虽然已初具规模,但在网络上的影响还不够深广。我们所要打造的国内最大的音频节目平台,既要突出专业性又要彰显专注性,目标受众瞄准所有热爱声音和网络的人,主打产品力推以节目为核心的声音,具体含义包括两层:

一是全,即“听吧”在某个方面或某几个方面的音频内容上做到国内领先水平,成为国内最大的同类音频资源库,让网民在“听吧”可以找到自己所需的全部资料。

二是新,即“听吧”能在第一时间提供最流行、最新鲜的音频资源,无论是网站发布的还是网友上传的,都迅速吸引人们访问,逐渐积累人气,让网民养成来“听吧”寻找最新优秀作品的习惯。

目前国内其他广播电台还没有做出类似的网站,或者没有类似的发展计划,我们可以抢得先机,占领市场,从而打造出国内同类网站一流、商业网站中领先的音频节目平台。一方面可以巩固现有网络受众的忠诚度,并逐步辐射开来,扩大知名度和覆盖范围,另一方面也以强大的资源实力感染网民,将他们留在网站,献策献力,共同成长。“听吧”是声音爱好者实现梦想的最佳结合点。

在未来几年里,“听吧”的建设可采取两种思路相结合的方式:

一方面,可以单列出子网站“听吧网(初步拟名)”加以推广,以全面的音频资源作为主打卖点,打出名声打出市场,反过来促进母网站北京广播网的点击率和知名度。

另一方面,要加大“听吧”的资源建设力度,从以下四点入手:

(1) 加强电台自身音频节目资源的开发利用;

(2) 加强同国内其他省、市广播电台的合作,购买、交换其特有音频资源;

(3) 加强原创节目的制作,充分发挥电台专业编辑、主持人的才能,创作更多更好的节目,也可以采取外包方式,利用社会力量丰富音频资源,例如把畅销网络小说制作成网络声音版等;

(4) 通过播客平台和网友有效的互动,吸引网友制作自己喜欢的节目,上传到网站,择优选取。要建立严格、有效的节目筛选方案,确保节目质量。

2. 创建流行音乐的无版权障碍网络传播平台

广播电台网站的一大特色在于其背后强大的媒体优势,媒体的内容、关系等资源都是其他网站所不可比拟的。因此,北京广播网可以考虑从电台的资源入手,特别是借助音乐广播与明星、演艺公司之间的良好关系,创建一个大规模的版权音乐库,让网民可以自由下载或者以会员形式下载流行音乐。创建这样的音乐平台能够在短时间内迅速积聚人气,扩大网站的影响力。

从三方面入手:一是委托专业的版权代理公司,取得本台现有音乐库中(共30余万首歌曲)全部或部分音乐的网络传播权,实现既有流行音乐资源的互联网合法传播,并逐步开辟新的原创歌曲的版权;二是根据版权谈判的情况,采取变通的音乐下载方式,例如新发歌曲的24小时之内下载,一个新专辑中只有一首歌允许下载等。这些措施都可以吸引“追星族”的目光,把他们牢牢粘在网站上;三是网站提供比较强大的音乐搜索功能,以站内搜索为主,站外搜索为辅,可以借助百度等专业的mp3搜索工具,改造成我们自己的页面,提高网络访问量。

这种无版权障碍的网络传播平台关键点在于音乐网络传播权的谈判和获取。要善于利用电台的关系资源,采取各种措施以较低的版权成本取得较大的规模优势,成为网民合法下载流行音乐的首选网站。

3. 整合电台特色节目,提供综合网络服务平台

北京广播网可以通过整合八个系列台的优势节目资源,实现广播节目的二次开发并提供网络服务,以“旧产品、新服务”来吸引更多的网民。并非所有的网络用户都需要听我们的广播,但有很大一部分网民却需要使用我们提供的贴切服务。提供这样的综合网络服务平台可以突出我们电台网站的特色,让人过目不忘。

具体而言,可考虑发展以下服务:

(1) **交通台的出行服务:**可以在网站上集成交通台的实时路况信息,

用户在网站注册会员之后,就可以在出行之前通过网络查询拥堵路段,提前选择出行道路。也可以提供交通信息的历史数据,提供专业的日、周、月分析报告等,供网民参考。甚至可以考虑建立专门的手机上网网站,专门提供路况信息服务。以后还可以提供其他服务。

(2) 城管台的网络互动:城管台在解决市民提出的疑难问题时,可以加入网络互动的渠道,或者实时提问、解答,采取网上直播的形式,或者在节目中开辟专门时间解决网络上的问题,总之,要实现网络和节目的联动。

(3) 体育台的网上赛事直播:体育台做赛事直播应该比新浪体育等网站做直播更有优势,至少在开始阶段可以在广播节目直播赛事的同时实现网上直播(文字或者音频)。2008年奥运会在即,这是一个不容错过的契机。也许开始阶段这种服务并没有立竿见影的效果,但会培养一批忠实的网民,为以后全面铺开打好基础。

这里只是抛砖引玉,仅列出了目前比较有影响力的节目开发设想,随着工作的开展,可能会有更多、更优秀的节目可以提供网络化的服务,既开发了节目资源又增加了节目和电台的知名度。例如,新闻方面的新闻精选定制、推送服务,音乐文艺方面的节目点播服务,外语方面的网络教学服务等,可以根据发展情况逐渐上马。

网络综合服务平台的建设,可以极大地拓展我们的受众范围,为广播听众提供新的服务形式,把非广播受众吸引到广播网上来,进而吸引到广播中来,同时提高电台节目的利用率,促进电台影响力的进一步扩大。前面我们提到广播网发展的基本理念“汇八台之精华,扬一网之优势”,这个平台即是在此基础上的继承和发展,使网络成为传统广播产业化的重要内容。

4. 搭建全新的 Bobo Club 综合娱乐网络互动社区平台

Bobo Club 是一个以音视频播客、虚拟直播为主,以博客、互动社区 bbs 为辅的综合娱乐互动平台,对内可以为各专业广播开辟与听众互动的渠道,对外可以为网民提供交流的空间和方式。之所以取名为 Bobo Club,有两层含义:一是北京广播网的卡通吉祥物名为 Bobo;二是取播客、博客、互动社区 bbs、虚拟音视频直播这四个组成部分的谐音。

(1) 音视频播客

发展原创视频播客,并确定我们自己的特色,以轻松娱乐的氛围和自身原创内容吸引网友,在众多的视频播客网站中占据一席之地并逐步

扩大影响力。要找准自己的特色音频内容，发展成具有北京广播网特色的播客地带。也可以通过拍摄电台的趣味故事，以一些短小精悍的视频短片作为播客的主打内容。每天拍摄一集，控制在5分钟左右。视频内容主题灵活，可以和主持人、节目嘉宾以及电台宣传等主题相结合。

（2）文字博客

打造主持人博客群体。以电台现有主持人为主，以明星为辅。在开通初期，争取现有主持人在北京广播网都开通自己的个人博客。后期，可以结合下面所要建设的明星 fans 基地，逐步为明星建立个人博客。

（3）互动社区 bbs

围绕节目或个人（包括主持人、记者、编辑、嘉宾、明星等）开设主题论坛。应通过一定数量的网友和版主申请，才能获得批准开通，也可以和个人博客内容相结合。

（4）虚拟直播

综合广播网现有内容建立一套综合性的虚拟直播，实现音视频的网络实时直播，吸引网友在线观看。直播内容可以包括四个方面：第一，播放北京广播网现有的库存精品节目，包括以前拍摄的精彩视频访谈、“听吧”库存精品音频节目、“听吧”制作的原创节目等；第二，通过虚拟直播和网友进行有效的互动，吸引网友制作自己喜欢的节目，上传到播客区；第三，利用电台的主持人资源，请他们为虚拟直播制作网络版的特别节目，以聚集人气；第四，虚拟网络 and 传统电台之间通过某种形式，共同制作节目，达到吸引网上网下听众的目的。

5. 建设明星 fans 基地

与音乐广播、文艺广播等加强合作，通过网络与音乐活动、文艺活动相结合，例如承办明星首唱会、成立明星粉丝联盟等，来扩大北京广播网的影响力，吸引网民点击网站。

fans 基地的初期建设要借助系列台的媒介优势为我们牵线搭桥，通过他们的栏目引荐一些演艺界的艺人，做好三方之间的沟通工作，力求在我们的空间初步成型时能得到一些艺人的认可。

在网络建设方面，以来过电台直播的明星直播页面为基础，制作一些明星的个人页面，并辅以节目中的独家音视频、文字信息等吸引网友的注意力。也可以联系一些已经有一定规模的歌迷、戏迷、评书迷等网站，以无偿提供空间的形式邀请他们进驻，并逐步或一步到位

地将空间的内容制作、更新与管理等工作交由这些 fans 团体自行安排，使他们得到最大的自由性与活动空间。而我们只提供技术支持与导向把关。

基地建设工作的关键点是要得到明星所在经济公司的认可，这种认可会给我们带来许多优越的条件和便利，有了这些认可和默许，我们可以得到网友的信任、树立形象、打响知名度。在得到了经济公司和歌迷、戏迷等组织的双重认可后，我们可以利用这种优越条件举办多种形式的活动来更大幅度地提升网站的知名度，从而形成良性循环。

另外，先期加盟我们的艺人不太可能有非常知名的巨星，很有可能多是一些刚刚进入娱乐圈发展的新人，但是我们也不应该忽视这个群体，我们一定要做好沟通服务、尽可能得到更多的认可、让尽量多的歌迷、戏迷等 fans 组织进驻我们的空间，打好基础，培养人气和知名度。人气和知名度的提升终将会使网站得到更多知名艺人的认可，以达到提升北京广播网综合实力的根本目的。

（三）商业运作

有了“打造四个平台建设一个基地”的发展思路，还必须规划合适的商业运作方案与之配套才能完成我们的既定目标。在未来几年内，我们可以采取以下几种商业模式来逐步实现网站赢利运作，向独立媒体的方向发展：

1. **广告营销。**初期可与电台广告经营相结合，搭载免费广告以拓展市场，在网站规模和人气上去之后可独立经营广告，还可以通过举办“DV 征集大赛”、“高校歌王大赛”等大型活动进行广告招商。

2. **移动增值。**可以成立专门的公司来运作移动增值服务，利用网站的内容实现赢利。

3. **服务增值。**通过网站所提供的专业服务，以会员制的形式实现赢利；另外，会员的忠实度提高也能促进网络社区的进一步发展壮大，这也是潜在的广告机会。

商业运作的目的是要大力提升北京广播网的整体形象，扩大网站在互联网和现实中的影响力，并进一步促进电台的发展。预计在实现“打造四个平台建设一个基地，使北京广播网脱颖而出”的发展规划之后，北京广播网的影响力和综合实力都将迈上一个新的台阶。