

2007  
中国广播收听

年鉴

CHINA RADIO RATING YEARBOOK

王兰柱 主编

2007

中国传媒大学出版社

# 2007 中国广播收听

# 年鉴

CHINA RADIO RATING YEARBOOK

王兰柱 主编

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中国广播收听年鉴. 2007 / 王兰柱主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2007. 12

ISBN 978 - 7 - 81127 - 108 - 9

I. 中… II. 王… III. 广播—受众—中国—2007—年鉴  
IV. G229.2 - 54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 173217 号

## 中国广播收听年鉴 (2007)

---

主 编 王兰柱  
策 划 欣 雯  
责任编辑 愚 言  
责任印制 曹 辉  
封面制作 孙 鹏  
出 版 人 蔡 翔

---

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)  
地 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024  
电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405  
网 址 <http://www.cucp.com.cn>  
经 销 新华书店总店北京发行所

---

印 刷 北京中科印刷有限公司  
开 本 787 × 1092mm 1/16  
印 张 30  
版 次 2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

---

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 108 - 9/T · 108 定 价: 88.00 元

---

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

# 《中国广播收听年鉴(2007)》 编辑委员会

主 编 王兰柱

副主编 郑维东 肖海峰

编写人员(排名不分先后):

|     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 梁 帆 | 左瀚颖 | 佟菁菁 | 吴 东 | 李忠毅 | 廖长城 |
| 王 平 | 姜 叶 | 于 鹏 | 李红玲 | 苏本才 | 王 莹 |
| 陈晓洲 | 龙长缨 | 饶丽娟 | 肖 珊 | 宋巧莹 | 黎 婵 |
| 马蔚莹 | 莫笑凡 | 张 炎 | 陈 明 | 姚 洁 | 朱 蕙 |
| 肖青青 | 张 磊 | 顾颖华 | 李学军 | 余延殊 | 黄升民 |
| 宋红梅 | 姬德强 | 姜 丽 | 惠 新 |     |     |

## 出版说明

随着我国广播事业的快速发展,收听率数据的重要性也越来越突出。为更好地服务于业界,尽可能地满足各个方面对于收听数据的需要,CSM 媒介研究决定,从 2005 年起,每年编辑出版一部《中国广播收听年鉴》。《中国广播收听年鉴(2007)》是 CSM 媒介研究编辑出版的第三部收听年鉴。

《中国广播收听年鉴(2007)》主要包括以下四部分内容:第一部分:综述。主要从收听环境、听众特征、听众收听行为、频率竞争、节目竞争以及广播广告投放与竞争等方面对 2006 年中国广播收听市场进行了全景式描述与分析;第二部分:专题研究。本部分内容除对 2006 年新闻、交通、音乐、文艺和经济几个主要频率的收听状况进行分析之外,还包括 CSM 媒介研究近一年来关于广播收听率方面的最新研究成果,内容涉及收听率分析的一些新的思路与方法、收听率数据在广播广告投放中的应用、节假日听众收听行为分析等。第三部分:收听数据。这部分是关于 CSM 媒介研究 2006 年进行收听率调查的 31 个城市的收听统计数据,主要内容涉及人均收听时间、全天收听走势、听众构成和频率竞争状况等;第四部分:附录。这部分主要包括 CSM 媒介研究各城市收听率调查网的基本情况和所监测的频率名称。

《中国广播收听年鉴(2007)》的出版具有非常重要的现实意义,它为广大媒介从业人员既可提供有关 2006 年中国广播收听市场的全面分析,又可提供 2006 年全国 31 个重点城市翔实的收听数据,是媒介从业人员必备的一本工具书。

编者

2007 年 10 月

# 目 录

## CONTENTS

### 第一部分 综 述

|                     |    |
|---------------------|----|
| 一、收听环境 .....        | 3  |
| 二、听众特征 .....        | 6  |
| 三、听众收听行为 .....      | 11 |
| 四、频率竞争格局 .....      | 26 |
| 五、节目竞争格局 .....      | 40 |
| 六、广播广告投放与竞争格局 ..... | 57 |

### 第二部分 专 题

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| 2006 年广播发展新世界 .....                       | 65  |
| “数播”2006 年广播收听市场 .....                    | 72  |
| 2006 年新闻频率收听状况分析 .....                    | 85  |
| 2006 年交通频率收听状况分析 .....                    | 108 |
| 2006 年音乐频率收听状况分析 .....                    | 121 |
| 2006 年文艺频率收听状况分析 .....                    | 131 |
| 2006 年经济频率收听状况分析 .....                    | 147 |
| 2006 年体育频率收听状况分析 .....                    | 164 |
| 节假日广播听众收听行为分析 .....                       | 173 |
| 收听率数据的分析与应用 .....                         | 188 |
| 了解广播听众市场,开发广播广告价值 .....                   | 200 |
| 基于收听率数据的广播广告洞察 .....                      | 209 |
| 浅析音乐频率品牌推广新策略——从北京流行音乐节 HIT FM 舞台说起 ..... | 223 |
| 广播的数字化时代 .....                            | 230 |
| 回望与前瞻:广播媒体产业化发展轨迹解析 .....                 | 235 |

### 第三部分 数 据

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 一、北京收听数据 .....     | 245 |
| 二、长春收听数据 .....     | 252 |
| 三、长沙收听数据 .....     | 259 |
| 四、成都收听数据 .....     | 266 |
| 五、重庆收听数据 .....     | 273 |
| 六、大连收听数据 .....     | 280 |
| 七、佛山收听数据 .....     | 287 |
| 八、福州收听数据 .....     | 294 |
| 九、广州收听数据 .....     | 301 |
| 十、杭州收听数据 .....     | 308 |
| 十一、哈尔滨收听数据 .....   | 315 |
| 十二、合肥收听数据 .....    | 322 |
| 十三、济南收听数据 .....    | 329 |
| 十四、南京收听数据 .....    | 336 |
| 十五、宁波收听数据 .....    | 343 |
| 十六、青岛收听数据 .....    | 350 |
| 十七、清远收听数据 .....    | 357 |
| 十八、上海收听数据 .....    | 364 |
| 十九、绍兴收听数据 .....    | 371 |
| 二十、沈阳收听数据 .....    | 378 |
| 二十一、深圳收听数据 .....   | 385 |
| 二十二、石家庄收听数据 .....  | 392 |
| 二十三、苏州收听数据 .....   | 399 |
| 二十四、天津收听数据 .....   | 406 |
| 二十五、乌鲁木齐收听数据 ..... | 413 |
| 二十六、武汉收听数据 .....   | 420 |
| 二十七、无锡收听数据 .....   | 427 |
| 二十八、西安收听数据 .....   | 434 |
| 二十九、厦门收听数据 .....   | 441 |
| 三十、郑州收听数据 .....    | 448 |



三十一、中山收听数据 ..... 455

第四部分 附 录

一、CSM 各收听率调查网概况 ..... 465

二、频率列表 ..... 469



# 第一部分

## Part One

### 综 述

### Overview



## 综 述

### 一、收听环境

#### 1. 全国共有 273 座广播电台，承载 2306 套广播节目

根据《中国广播电视年鉴(2006)》的最新统计，截至 2005 年底，全国共有广播电台 273 座，承载着 2306 套公共广播节目的制作和播出，全年共播出广播节目 1030 万小时。国家级广播电台有中央人民广播电台和中国国际广播电台。每个省、自治区或直辖市，每个地级或以上城市基本都有至少一座广播电台。中国现有中、短波广播发射台和转播台 744 座，调频发射台和转播台 17554 座，通过卫星传输的节目套数为 96 套，全国广播在国内的人口综合覆盖率达到 94.48%，较上年增长 0.43 个百分点。2005 年全国广播电台广告收入达 50.58 亿元，较 2004 年的 35.5 亿元增加了 42.48%。

根据国家广电总局统计数据，在 2005 年底全国广播电台播出的 2306 套公共广播节目中，综艺益智类节目所占的时长比重最高，达到 30.21%；其次是专题服务类节目，所占比重为 23.61%；加上新闻资讯类节目 20.37% 的比重，这三类节目播出时长比重之和达到 74.19%。播出节目中自制节目的播出比重达到 68.7%。2006 年国家积极推进直播卫星广播和互联网广播的有关工作，进一步加大广播宣传的力度，把互联网络纳入到宣传中来。同时，随着数字电视的普及，广播通过数字电视信号进入家庭，也把电视观众跟广播听众更好地融合在一起，取得了良好的覆盖效果。

表 1.1.1 2005 年我国广播事业发展状况

| 指 标         | 单 位 | 数 量   |
|-------------|-----|-------|
| 广播播出语言种类    | 种   | 68    |
| 公共广播节目套数    | 套   | 2306  |
| 付费广播节目套数    | 套   | 3     |
| 互联网转播广播节目套数 | 套   | 242   |
| 卫星传输广播节目套数  | 套   | 96    |
| 被中央台采用节目时间  | 小时  | 1123  |
| 被中央台采用节目条数  | 条   | 18922 |

续表

| 指 标               | 单 位 | 数 量          |
|-------------------|-----|--------------|
| 全年付费广播节目播出时间      | 小时  | 3418         |
| 全年公共广播节目播出时间      | 小时  | 10304214     |
| 播出时间比 2004 年增长    | %   | 5            |
| 播出新闻资讯类节目比重       | %   | 20.37        |
| 播出专题服务类节目比重       | %   | 23.61        |
| 播出综艺益智类节目比重       | %   | 30.21        |
| 播出广播剧(影视剧)类比重     | %   | 4            |
| 播出广告类节目比重         | %   | 9            |
| 自制节目播出时间占播出时间比重   | %   | 68.7         |
| 购买交换节目播出时间占播出时间比重 | %   | 7.38         |
| 全年广播剧播出数          | 部/集 | 17686/272464 |

数据来源: 国家广电总局

根据 CSM 媒介研究掌握的 2006 年全国 31 个重点城市可接收的广播频率数量分布资料, 在不包括境外频率的 364 个广播频率中, 音乐、交通和新闻频率的数量最多, 均在 50 个左右。“跨领域”频率的现象仍然比较严重, 以音乐频率为例, 在名称定位于“音乐”的 55 个频率中, 有 11 个频率同时在名称中涉及了其他专业领域。在各类频率中, 以“音乐、交通”进行双重定位的频率数量最多。与上一年度相比, 频率跨领域的程度已经大幅度减弱, 不重复合计的跨领域频率已经由上一年的 32 个减少到 21 个, 说明广播频率的专业化进一步加强。(表 1.1.2)。

表 1.1.2 2006 年 31 个重点城市各类频率的数量

| 序号    | 频率类别 | 数量(个) | 涉及其他类别(个) |
|-------|------|-------|-----------|
| 1     | 音乐   | 55    | 9         |
| 2     | 新闻   | 50    | 1         |
| 3     | 交通   | 47    | 10        |
| 4     | 经济   | 41    | 6         |
| 5     | 文艺   | 25    | 3         |
| 6     | 娱乐   | 23    | 1         |
| 7     | 城市   | 17    | 5         |
| 8     | 生活   | 18    | 5         |
| 9     | 资讯   | 11    | 1         |
| 10    | 体育   | 7     | 1         |
| 11    | 外语   | 5     | 0         |
| 12    | 健康   | 4     | 1         |
| 13    | 教育   | 2     | 0         |
| 14    | 其他   | 80    |           |
| 不重复合计 |      | 364   | 21        |

数据来源: CSM 媒介研究

## 2. 全国拥有正在使用收听设备的家庭比例达到 24%

在电视蓬勃发展、互联网大行其道的今天，仅为收听广播而购买收听设备家庭的比例越来越小，绝大多数的广播收听设备都是以依附于其他产品的形式存在，并且正在使用的收听设备数量更是远低于家庭中实际拥有的收听设备数量。

根据 CSM 媒介研究全国网 2006 年基础调查数据，在全国范围内，有 24% 的家庭拥有正在使用的收听设备，收听设备的百户拥有量下降至 30 台，其中城域拥有正在使用收听设备的家庭比例为 37%，高于乡域的 19%。在拥有收听设备的家庭中，绝大多数家庭只拥有 1 台收听设备，拥有 3 台以上收听设备的家庭比重非常小，全国平均只有 1.1%。

表 1.1.3 2006 年全国正在使用收听设备的拥有状况

| 地区 | 1 台 (%) | 2 台 (%) | 3 台及以上 (%) | 无收听设备 (%) | 百户拥有量 (台) |
|----|---------|---------|------------|-----------|-----------|
| 全国 | 19.1    | 3.9     | 1.1        | 75.9      | 30.8      |
| 城域 | 27.1    | 7       | 2.9        | 63        | 51.3      |
| 乡域 | 15.6    | 2.6     | 0.4        | 81.4      | 22.2      |

数据来源：CSM 媒介研究

根据 CSM 媒介研究 2006 年全国 113 市县基础调查数据，在全国七大行政区中，华北、华东、东北的收听设备拥有率较高，其中华北地区平均每户收听设备拥有量最高，华北地区拥有 2 台和 3 台及以上收听设备的家庭比重也相对较高。而西南地区则是七大行政区中收听设备拥有率最低的地区，人均拥有收听设备不足 0.5 台。

表 1.1.4 2006 年全国 113 市县正在使用收听设备的拥有状况

| 行政区     | 1 台 (%) | 2 台 (%) | 3 台及以上 (%) | 无收听设备 (%) | 百户拥有量 (台) |
|---------|---------|---------|------------|-----------|-----------|
| 东北 (9)  | 43.7    | 10.4    | 3.4        | 42.5      | 76        |
| 华北 (10) | 40.4    | 14.1    | 8.2        | 37.3      | 97        |
| 华东 (40) | 37.8    | 11.5    | 5.8        | 44.9      | 81        |
| 华南 (19) | 31.5    | 6.3     | 3.4        | 58.8      | 56        |
| 华中 (14) | 30.8    | 5.6     | 2.6        | 61.1      | 51        |
| 西北 (10) | 41.6    | 10.7    | 4.5        | 43.2      | 79        |
| 西南 (11) | 20.5    | 3.2     | 1.3        | 75.0      | 31        |
| 113 市县  | 35.5    | 9.3     | 4.6        | 50.6      | 70        |

数据来源：CSM 媒介研究

因为 113 市县中绝大多数是城市，并且是经济相对发达的地区，因此收听设备的拥有情况相对于全国较好，拥有正在使用收听设备的家庭比例在 113 市县为 49.4%，而在全中国这一比例为 24%。

## 二、听众特征

### 1. 全国 10 周岁及以上的广播听众规模达 398,041,000 人

这里所说的广播听众是指拥有正在使用的广播收听设备或家庭成员中有人在近三个月内收听过广播的家庭中 10 岁及以上的人口。尽管全国广播在国内的人口综合覆盖率超过了 90%，但是我们从对于广播听众的定义可以看出，我们所说的广播听众规模要明显小于广播覆盖的人口规模。另外，随着各类新兴媒体的不断涌现和持续流行，广播听众被越来越多的传播媒介分流，收听设备的闲置在一定程度上也影响到听众规模。

根据 CSM 媒介研究全国网基础调查数据，中国 2006 年广播听众规模为 398,041,000 人，占全国 10 岁及以上人口总数的 34.5%，比 2005 年减少了 1.5%；其中城市地区广播听众规模为 164,697,000 人，占全国城市 10 岁及以上人口的 49.4%，比 2005 年减少了 1.7%；农村地区广播听众规模为 233,344,000 人，占全国农村 10 岁及以上人口的 28.5%，比 2005 年减少了 1%。城市中收听广播的人口比例要远高于农村，这同收听设备的拥有状况是比较吻合的。

### 2. 广播听众中女性比重略高于男性

性别是市场细分的一个重要变量，不同性别的听众在性格、心理等方面存在着差异，这种差异直接影响到对信息和媒体的需求，包括对频率的选择、栏目和内容的偏好等。从 CSM 媒介研究 2006 年基础调查数据可以看出，全国网广播听众的性别构成几乎没有差别，这与全国 10 岁以上人口的性别比例基本一致。有意思的是，2005 年全国网的男性听众所占比重高于女性听众 0.6 个百分点，而 2006 年女性的比例略高于男性 0.2 个百分点。从全国网城域和乡域的比较来看，城域的男性听众比例高于女性听众 1.2 个百分点，而乡域则相反——女性比例高于男性，这种结构关系与全国 10 岁以上城域和乡域人口的性别构成基本上是统一的（图 1.2.1、图 1.2.2）。

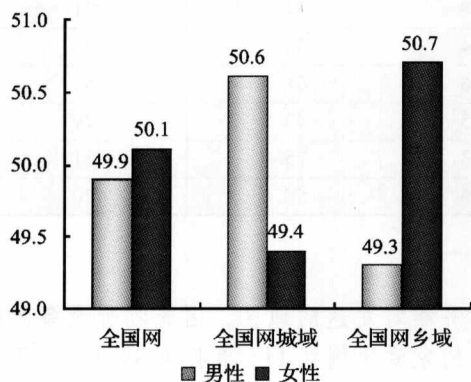


图 1.2.1 2006 年全国广播听众性别构成 (%)  
数据来源：CSM 媒介研究

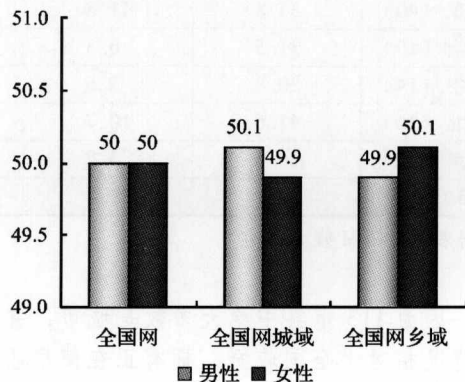


图 1.2.2 2006 年全国 10 岁以上人口性别构成 (%)  
数据来源：CSM 媒介研究



### 3. 广播听众年龄分布较平均

从2006年CSM媒介研究全国网基础调查数据来看(图1.2.3),广播听众在年龄比例的分布上较为平均。35—45岁年龄段的听众是广播听众中所占比重最大的群体,达到20.7%,而2005年占最高比例的15—24岁听众比例下降了两个百分点,为18.6%,与25—34岁的群体比重相当。可见,虽然年轻人是2005年广播市场的主要收听人群,但是由于他们有更多的机会和兴趣接触新媒体,所以其媒介使用习惯的稳定性不是很高,而通常被认为收听广播较多的中老年人口依然是广播的主体听众。另外,参考全国10岁以上人口的年龄分布(图1.2.4),两者之间的吻合度相当高。

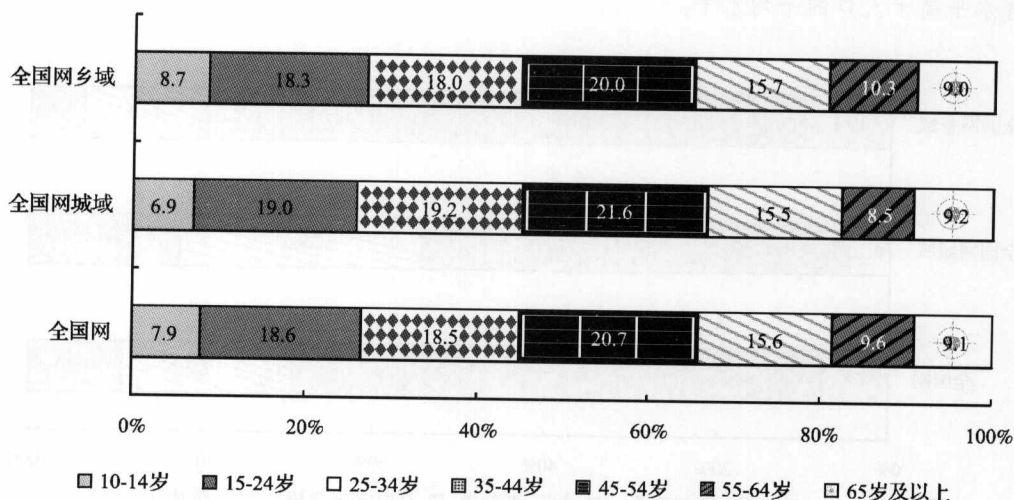


图 1.2.3 2006 年全国广播听众年龄构成 (%)

数据来源: CSM 媒介研究

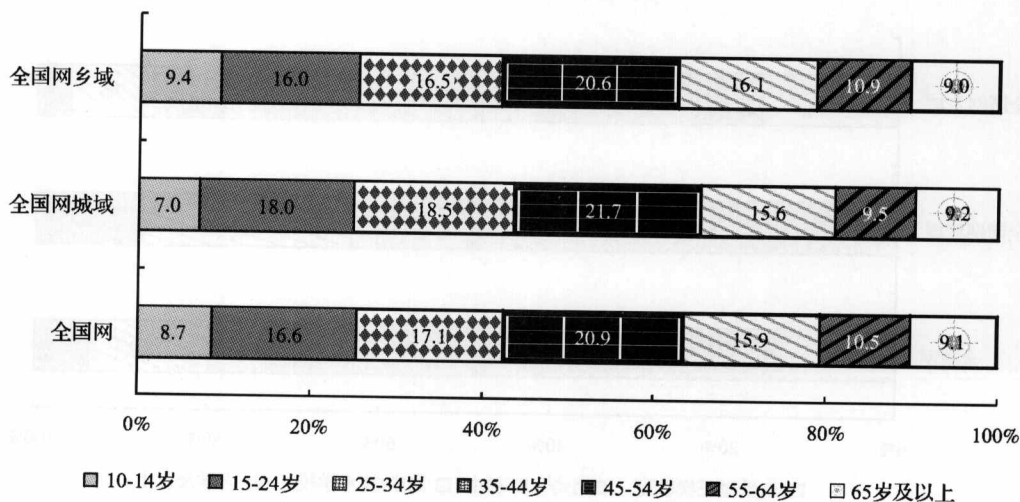


图 1.2.4 2006 年全国 10 岁及以上人口年龄构成 (%)

数据来源: CSM 媒介研究



#### 4. 城市听众以初高中文化程度为主, 农村听众以小学和初中文化程度为主

听众的受教育程度是衡量广播受众价值的重要指标, 从2006年的情况来看, 我国广播听众受教育程度的城乡差异仍然比较明显(图1.2.5和图1.2.6)。城市听众以初中、高中/技术学校为主, 比重达到61.1%; 农村听众则以小学、初中为主, 比重达到69.5%。值得一提的是, 广播听众的受教育水平明显高于全国10岁以上人口的受教育水平, 高中及以上学历的比例达到了30.8%, 而全国10岁以上人口中高中以上学历者为20.2%, 相差超过10个百分点, 这种情况在城市中更为显著。在信息时代, 无论是获取有用的知识还是享受好的娱乐都需要有知识作为铺垫, 同电视观众一样, 广播听众的受教育水平高于人口的平均水平。

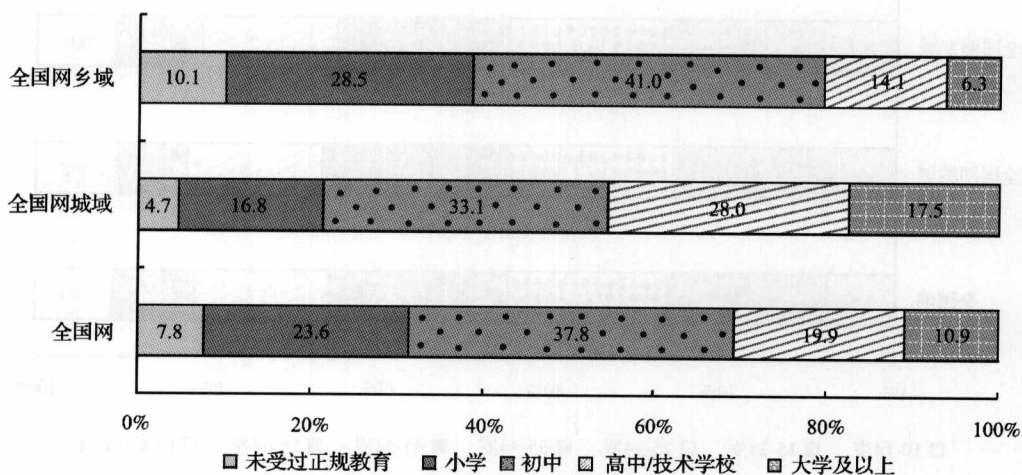


图 1.2.5 2006 年全国广播听众受教育水平构成 (%)

数据来源: CSM 媒介研究

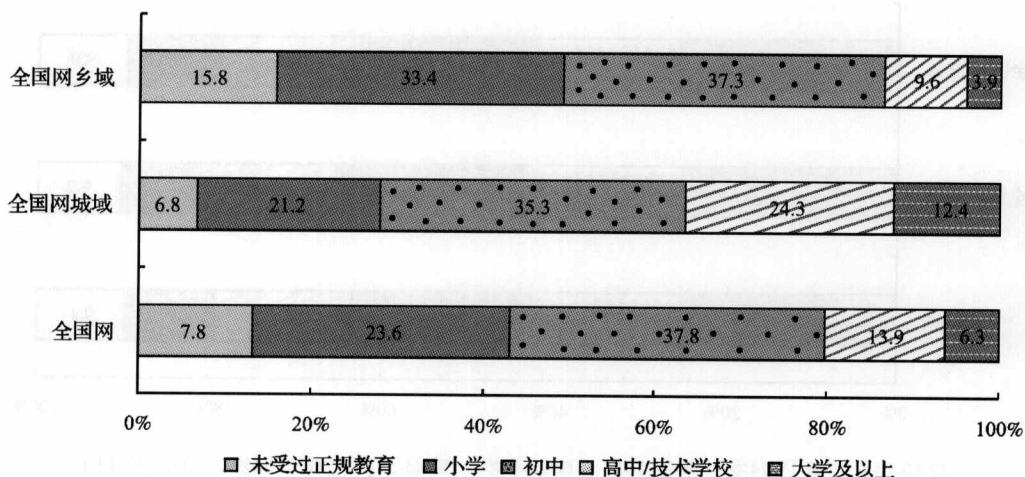


图 1.2.6 2006 年全国 10 岁以上人口受教育水平构成 (%)

数据来源: CSM 媒介研究

### 5. 城乡听众职业构成差异较大

城乡听众职业构成的差异主要是由于城乡居民职业构成的差异所决定的。在城市听众中,学生及无业人员占有最大比例,达38.2%;而在农村听众中,以农、牧、渔为主的其他职业类别听众的比例最大,达44.5%,这一比例同2005年相比有小幅下降。另外,无论在城市还是农村,广播听众中职业为干部/管理人员、公务员/普通员工、工人的比重均高于同类人群在10岁以上总人口中的比例(图1.2.7和图1.2.8)。

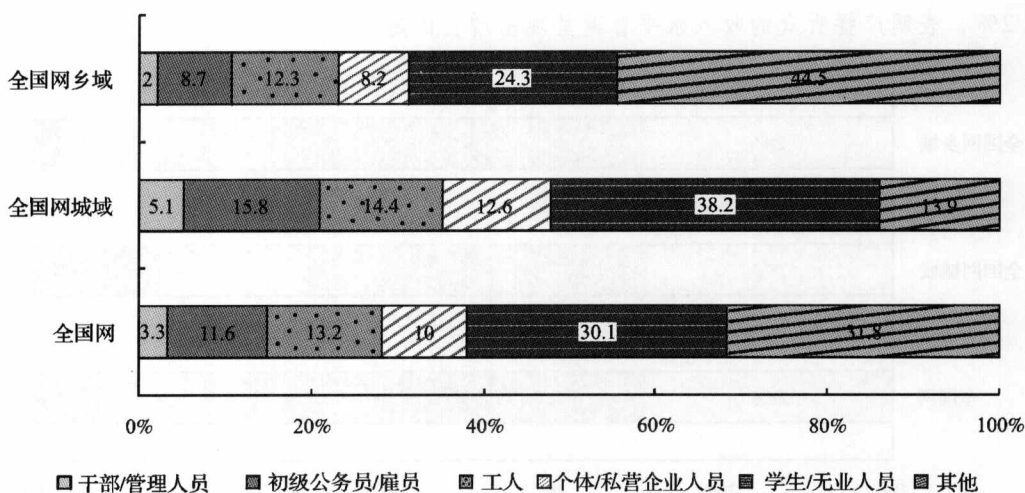


图 1.2.7 2006 年全国广播听众的职业构成 (%)

数据来源: CSM 媒介研究

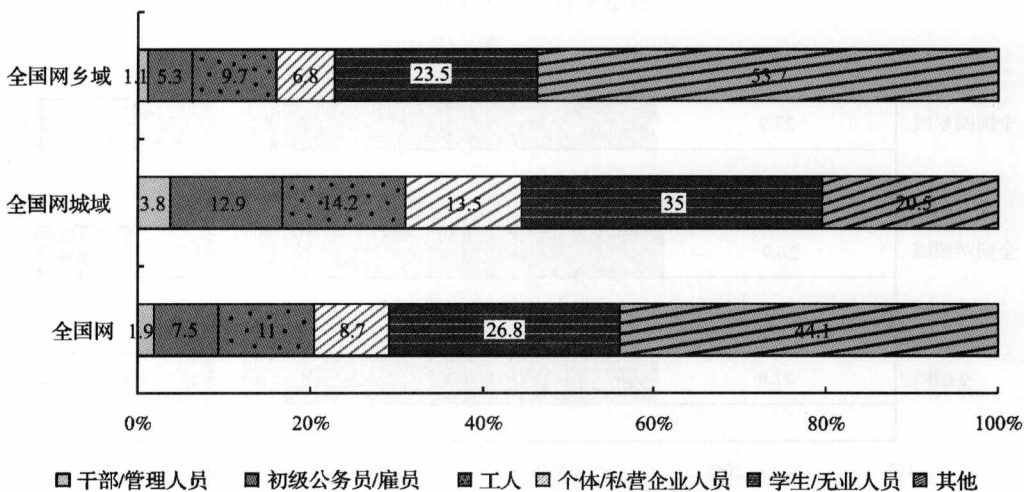


图 1.2.8 2006 年全国 10 岁以上人口的职业构成 (%)

数据来源: CSM 媒介研究