

2017

中国广播收听

年鉴

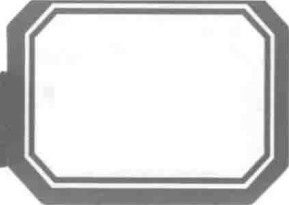
CHINA RADIO RATING YEARBOOK

徐立军 主编

2017

中国传媒大学出版社

20



中国广播收听

年鉴

CHINA RADIO RATING YEARBOOK

徐立军 主编

中国传媒大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目（CIP）数据

中国广播收听年鉴. 2017 / 徐立军主编. —北京：
中国传媒大学出版社，2017. 11

ISBN 978 - 7 - 5657 - 2165 - 6

I. ①中… II. ①徐… III. ①广播工作 - 抽样调查统计 - 中国 - 2017 - 年鉴 IV. ①G229. 2 - 54

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 258778 号

中国广播收听年鉴 2017
Zhongguo Guangbo Shouting Nianjian

主 编 徐立军
策划编辑 欣 雯
责任编辑 李 明 蒋 倩
责任印制 曹 辉
封面制作 大鹏设计

出版发行 中国传媒大学 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 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 33
字 数 720 千字
版 次 2017 年 11 月第 1 版 2017 年 11 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5657 - 2165 - 6/G · 2165 定 价 138.00 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（2017）》

编写委员会

主 编 徐立军

副 主 编 郑维东 肖建兵 肖海峰

编写人员 （排名不分先后）

梁 帆	解永利	杨金妹	周欣欣	吴 东	王 平
龙长缨	肖 珊	张天莉	王建平	胡旻琦	卢文钊
秦 政	何庆金	马 超	王 钦	李忠毅	蔡 啸
张 嫒	陈 明	韦 唯	包凌君	彭辰豪	潘 琪
陈 吉	王洁馨	施泽昊	陈 熙	刘蔚娜	莫笑凡
李蓓蕾					

出版说明

为更好地服务于业界，尽可能地满足各方面对收听率数据的需要，作为我国视听率调查行业的领跑者，CSM 媒介研究自 2005 年起，每年编写出版一部《中国广播收听年鉴》。《中国广播收听年鉴（2017）》是 CSM 媒介研究编写出版的第十三部广播收听年鉴。

《中国广播收听年鉴（2017）》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、频率竞争格局、节目竞争格局以及广播广告投放与竞争格局等方面对 2016 年中国广播收听市场进行全景式描述与分析。第二部分：专题研究。本部分除了对 2016 年新闻综合、交通、音乐、文艺、都市生活几个主要频率的收听状况进行分析之外，还包括 2016 年广播广告市场洞察、2016 里约奥运会收听回顾、戏曲类节目的视听特征及受众价值、私家车广播听众媒介接触行为分析、从广播 APP 入手看广播与互联网的融合、分众化背景下广播频率品牌建设、广播发展路径思考等内容。第三部分：收听数据。这部分是 CSM 媒介研究 2016 年进行收听率调查各城市网及各省网的收听统计数据，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。主要包括 CSM 媒介研究各城市收听率调查网和各省网的基本情况。

《中国广播收听年鉴（2017）》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 2016 年中国广播收听市场的全面分析，又可提供 2016 年全国 36 个重点城市及 3 个省翔实的收听数据，它是媒介从业人员必备的一本工具书。

编者

2017 年 10 月

目 录

CONTENTS

第一部分 综 述

一、收听环境	4
二、听众特征	8
三、听众收听行为	13
四、频率竞争格局	32
五、节目竞争格局	45
六、广播广告投放与竞争格局	60

第二部分 专 题

2016 年新闻综合类频率收听状况分析	69
2016 年交通类频率收听状况分析	84
2016 年音乐类频率收听状况分析	97
2016 年文艺类频率收听状况分析	115
2016 年都市生活类频率收听状况分析	130
2016 年广播广告市场洞察	144
2016 里约奥运会收听回顾	152
戏曲类节目的视听特征及受众价值	163
私家车广播听众媒介接触行为分析	170
从广播 APP 入手看广播与互联网的融合	180
分众化背景下广播频率品牌建设——以昆明 NEW FM1028 和天津相声广播为例	191
越创新、越融合——广播发展路径思考	196

第三部分 数 据

一、北京收听数据	205
二、长春收听数据	213
三、长沙收听数据	221
四、成都收听数据	229
五、重庆收听数据	237
六、大连收听数据	245
七、佛山收听数据	253
八、福州收听数据	261
九、广州收听数据	269
十、邯郸收听数据	278
十一、杭州收听数据	285
十二、哈尔滨收听数据	293
十三、合肥收听数据	301
十四、济南收听数据	308
十五、昆明收听数据	316
十六、南昌收听数据	324
十七、南京收听数据	332
十八、南宁收听数据	340
十九、宁波收听数据	348
二十、青岛收听数据	356
二十一、清远收听数据	364
二十二、泉州收听数据	371
二十三、汕头收听数据	379
二十四、上海收听数据	387
二十五、沈阳收听数据	395
二十六、深圳收听数据	403
二十七、石家庄收听数据	411

二十八、苏州收听数据	419
二十九、太原收听数据	427
三十、天津收听数据	435
三十一、乌鲁木齐收听数据	442
三十二、武汉收听数据	450
三十三、无锡收听数据	458
三十四、西安收听数据	466
三十五、厦门收听数据	474
三十六、郑州收听数据	482
三十七、安徽收听数据	489
三十八、福建收听数据	497
三十九、辽宁收听数据	505

第四部分 附录

CSM 各收听率调查网概况	515
---------------------	-----

第一部分

Part One

综 述

Overview

综 述

2016 年是我国“十三五”规划的开局之年,是我国实现全面小康社会和为实现第一个百年奋斗目标奠定坚实基础的第一年,也是我国广播影视业全面实施深化改革的关键之年。在党中央、国务院和中宣部的正确领导下,我国广播业认真贯彻落实中央部署和总局要求,坚持正确方向,锐意进取,扎实工作,各项工作保持健康、快速发展的良好态势,各方面都取得了显著成绩,迈上了新台阶,实现了“十三五”规划的开门红。

2016 年,我国广播业始终坚定不移地同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致,全面贯彻落实党的十八大,十八届三中、四中、五中、六中全会精神和习近平总书记系列重要讲话精神,牢固树立政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识,高举中国特色社会主义伟大旗帜,围绕中心、服务大局,政治坚定、立场鲜明,锐意进取,开拓创新,各方面工作都取得了重要进展和显著成效。我国广播业始终坚持以人民为中心的工作导向,大力宣传阐释习近平总书记治国理政的新理念、新思想、新战略,聚焦中国梦、“四个全面”战略布局、供给侧结构性改革、社会主义核心价值观、中华优秀传统文化等主题,唱响了时代主旋律,广受社会各界好评;坚持面向基层,服务群众,坚持为民惠民,加快重点工程建设,城乡公共服务水平得到提质升级;坚持品质至上,大力推进节目创新、创优,深入实施精品工程,加强精品创作生产,广播节目质量得到进一步提高,广播内容产业再上一个新台阶,丰富了人民精神文化生活。2016 年,我国广播业始终坚持科技引领,坚持改革创新,紧跟世界科技发展趋势,努力推进数字化、网络化和新媒体、新业态的发展,媒体融合、科技创新力度加大,实现了媒体建设战略的升级;广播事业体制改革进一步深化,取得了新的成效,实现了新的发展。2016 年,我国广播业狠抓意识形态阵地管理,确保意识形态和文化安全,安全播出保障能力进一步提高,公共服务技术支撑体系进一步完善,传播秩序进一步规范,科技创新与应用步伐进一步加快,科技管理进一步加强。2016 年我国广播业更加注重统筹国内、国际发展,完善布局,走出去取得新进展,国际传播能力进一步提升。

本部分将从收听环境、听众特征、听众收听行为、频率竞争格局、节目竞争格局、广播广告投放及竞争状况等方面对 2016 年我国广播收听市场进行全方位分析。

一、收听环境

1. 全国共有广播电台 169 座，广播电视台 2269 座

根据《中国广播电视年鉴（2017）》的最新统计，截止到 2016 年底，全国共有广播电台 169 座、广播电视台 2,269 座。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都至少有 1 座广播电台或广播电视台。全国现有中、短波广播发射台 862 座。全国广播在国内的人口综合覆盖率达到 98.37 %。2016 年全年公共广播节目播出时间为 14,565,057.58 小时，其中，播出新闻资讯类节目 2,934,009.60 小时、专题服务类节目 3,258,408.23 小时、综艺益智类节目 3,882,453.20 小时、广播剧类节目 831,976.83 小时、广告类节目 1,218,477.53 小时、其他类节目 2,439,732.18 小时。2016 年全年，全国广电系统制作广播节目 7,820,295.82 小时，其中，新闻资讯类节目 1,457,302.27 小时、专题服务类节目 2,096,407.18 小时、综艺类节目 2,103,560.75 小时、广播剧类节目 172,558.12 小时、广告类节目 761,747.02 小时、其他类节目 1,228,720.48 小时。

2. 在全国 36 个重点城市中，音乐类、新闻类和交通类频率数量最多

根据 CSM 媒介研究掌握的 2016 年全国 36 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 468 个广播频率中，音乐类（80 个）、交通类（65 个）和新闻类（64 个）频率的数量最多（表 1.1.1）。“跨领域”频率的现象比较普遍，在名称定

表 1.1.1 2016 年 36 个重点城市各类频率的数量分布

序号	频率类别	频率数量（个）	涉及其他类别的频率数量（个）
1	综合	51	14
2	音乐	80	20
3	新闻	64	18
4	交通	65	16
5	经济	46	5
6	文艺	42	6
7	娱乐	27	7
8	城市	25	10
9	生活	27	9
10	资讯	23	9
11	体育	7	2
12	外语	5	0
13	健康	3	1
14	教育	11	2
15	旅游	14	6
16	农村	17	1
17	其他	16	0
不重复合计		468	66

数据来源：CSM 媒介研究

位于“音乐”的80个频率中，有20个频率同时在名称中涉及了其他领域；在名称定位于“新闻”的64个频率中，有18个频率同时在名称中涉及了其他领域；在名称定位于“交通”的65个频率中，有16个频率同时在名称中涉及了其他领域；在名称定位于“综合”的51个频率中，也有14个频率同时在名称中涉及了其他领域；在名称定位于“城市”25个频率中，涉及了其他领域的频率也高达10个。在各类频率中，以“音乐、交通”进行双重定位的频率数量最多，达到了7个，以“新闻、资讯”进行双重定位的频率有4个，以“音乐、资讯”进行双重定位的频率有3个，以“音乐、城市”“音乐、旅游”“经济、交通”和“旅游、交通”进行双重定位的频率也都各有2个。城市中专门给有车族人群开办的频率发展态势良好，在36个调查城市中有17个针对有车族广播的休闲娱乐频率。与2015年情形类似，目标受众的细化仍然是广播频率发展的重要特征之一。

3. 全国拥有正在使用收听设备的家庭比例达到38.0%

根据CSM媒介研究全国网2016年基础调查数据，在全国范围内，有38.0%的家庭拥有正在使用的收听设备，比2015年略微下降0.5个百分点；收听设备的百户拥有量为47台，比2015年减少了4台。2016年，在全国城域拥有正在使用收听设备的家庭比例为43.6%，比上年下降了1.8个百分点，在乡域这个比例为34.0%，比上年稍微上升了0.4个百分点。在收听设备的百户拥有量方面，2016年城域为54台，比2015年减少了7台；乡域为42台，比2015年减少了2台。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2台及以上收听设备的家庭比例还是比较小，全国只有6.5%，且与2015年相比，下降了2.1个百分点（表1.1.2）。

表 1.1.2 2010~2016 年全国正在使用收听设备的拥有状况

年份	区域	1 台 (%)	2 台 (%)	3 台及以上 (%)	无收听设备 (%)	百户拥有量 (台)
2010	全国	22.6	4.2	1.9	71.3	38
	城域	30.2	7.3	3.1	59.4	56
	乡域	18.3	2.4	1.2	78.1	27
2011	全国	25.0	4.2	1.6	69.2	39
	城域	32.7	6.6	2.8	57.9	56
	乡域	19.8	2.6	0.9	76.7	28
2012	全国	26.8	4.5	1.9	66.8	43
	城域	33.5	7.0	3.5	56.0	60
	乡域	22.1	2.8	0.8	74.2	31
2013	全国	28.3	5.8	3.3	62.7	51
	城域	33.9	7.6	4.3	54.2	64
	乡域	24.3	4.5	2.6	68.6	42
2014	全国	28.4	5.2	2.3	64.1	47
	城域	33.0	7.1	3.0	56.9	58
	乡域	25.2	3.8	1.8	69.2	39

续表

年份	区域	1 台 (%)	2 台 (%)	3 台及以上 (%)	无收听设备 (%)	百户拥有量 (台)
2015	全国	29.9	5.9	2.7	61.5	51
	城域	34.6	7.5	3.3	54.6	61
	乡域	26.5	4.8	2.3	66.4	44
2016	全国	31.5	4.8	1.7	62.0	47
	城域	35.8	5.8	2.0	56.4	54
	乡域	28.5	4.0	1.5	66.0	42

数据来源：CSM 媒介研究

根据 CSM 媒介研究全国网 2016 年基础调查数据，在全国七大行政区中，华北、西北、东北、华东和西南的收听设备拥有率较高，均达到 34% 以上，每百户均拥有收听设备也在 48 台及以上。其中华北地区收听设备拥有率最高，达到 53.7%，平均每百户收听设备拥有量也最高，达到 76 台；西北地区收听设备拥有率也达到了 47.9%，平均每百户收听设备拥有量为 73 台。华南和华中地区是七大行政区中收听设备拥有率较低的地区，其中华南地区收听设备拥有率为 30.1%，华中地区仅为 28.4%，每百户均拥有收听设备华南为 37 台，华中地区仅为 35 台（表 1.1.3）。

表 1.1.3 2016 年全国各大行政区正在使用收听设备的拥有状况

大行政区	1 台 (%)	2 台 (%)	3 台及以上 (%)	无收听设备 (%)	百户拥有量 (台)
东北	31.0	5.8	2.8	60.4	52
华北	38.6	10.1	5.0	46.3	76
华东	33.0	4.9	1.6	60.5	48
华南	24.6	4.2	1.3	69.9	37
华中	24.1	3.0	1.3	71.6	35
西北	31.6	10.3	6.0	52.1	73
西南	23.4	6.6	3.9	66.0	50

数据来源：CSM 媒介研究

4. 全国广播听众中使用车载广播作为最经常收听途径的比例高达 51.0%

根据 CSM 媒介研究全国网 2016 年基础调查数据，在全国范围内，广播听众中使用车载广播作为最经常收听途径的比例高达 51.0%，收音机的比例为 26.1%，手机内置收音机或者手机 APP 的比例为 13.4%。在城市广播听众中，58.4% 的听众最经常使用车载广播收听，24.7% 的听众最经常使用收音机收听，12.3% 的听众最经常使用手机内置收音机或者手机 APP 收听。在农村广播听众中，使用车载广播作为最经常收听途径的比例

为 42.1%，远低于城市听众；使用收音机的比例为 27.9%，略高于城市听众比例；使用手机内置收音机或者手机 APP 的比例为 14.8%，也比城市听众比例略高（表 1.1.4）。

表 1.1.4 2016 年全国及分城乡广播听众最经常使用的收听设备或途径（%）

收听设备或途径	全国	城市	农村
车载广播	51.0	58.4	42.1
收音机	26.1	24.7	27.9
手机内置收音机	9.2	7.8	10.9
手机 APP	4.2	4.5	3.9
音响	0.9	0.5	1.4
收录机/随身听	0.7	0.7	0.8
有线（数字）电视	0.7	0.3	1.2
MP3/MP4	0.3	0.3	0.4
平板电脑/PC	0.3	0.3	0.3
其他	6.6	2.5	11.1

数据来源：CSM 媒介研究

从各大行政区来看，根据 CSM 媒介研究全国网 2016 年基础调查数据，在全国七大行政区中，广播听众中使用车载广播作为最经常收听途径的比例最高的是华东地区，高达 59.7%；其次为华北（53.4%）和华中（50.2%）；比例最低的是西北地区，仅为 27.1%。与此相对应，在全国七大行政区中，广播听众中使用收音机作为最经常收听途径比例最高的是西北地区，高达 51.9%；其次为东北（34.4%）和华北（29.6%）；比例最低的是西南地区，仅为 11.7%。另外，在华南地区，有 21.7% 的广播听众最经常使用手机内置收音机或者手机 APP 收听广播；而在西南地区，此比例仅为 9.4%（表 1.1.5）。

表 1.1.5 2016 年全国各大行政区广播听众最经常使用的收听设备或途径（%）

收听设备或途径	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
车载广播	43.3	53.4	59.7	49.0	50.2	27.1	48.5
收音机	34.4	29.6	22.1	22.1	18.7	51.9	11.7
手机内置收音机	11.3	8.4	7.8	13.2	12.5	10.2	8.3
手机 APP	5.1	4.1	3.3	8.5	7.2	1.9	1.1
音响	0.4	2.5	0.2	0.8	0.9	3.2	0.0
收录机/随身听	1.3	0.5	0.5	0.9	0.8	0.5	0.6
有线（数字）电视	0.7	0.7	0.2	1.1	1.1	0.3	1.5
MP3/MP4	0.7	0.1	0.5	1.1	0.0	0.1	0.1
平板电脑/PC	0.3	0.2	0.3	1.2	0.1	0.1	0.3
其他	2.6	0.6	5.5	2.3	8.6	4.6	27.8

数据来源：CSM 媒介研究

二、听众特征

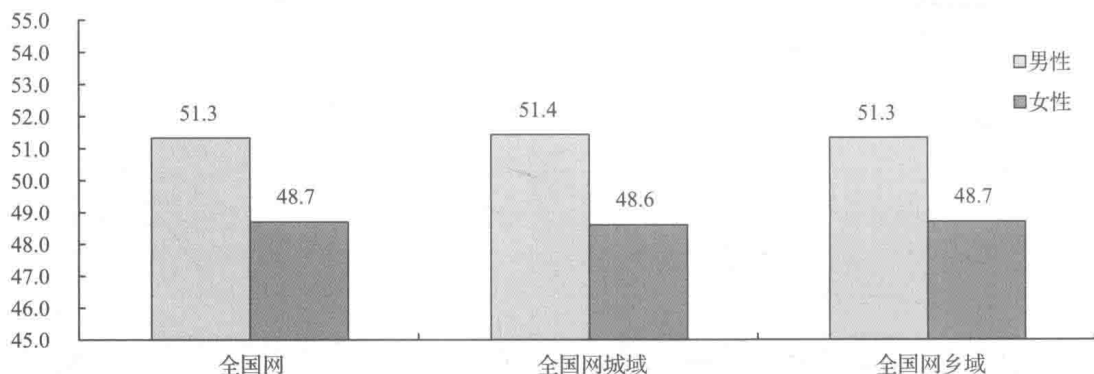
1. 全国 10 岁及以上听众规模达 531,059,000 人

根据《中国广播电视年鉴(2017)》的数据,截至 2016 年底,全国广播人口覆盖率达到 98.37%。但是,在广播实际收听方面,由于部分家庭不购置收听设备,或者一些家庭的收听设备已经闲置,所以实际的广播听众规模要明显小于广播覆盖的人口规模。我们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 3 个月内收听过广播的家庭中 10 岁及以上人口。

根据 CSM 媒介研究 2016 年全国网基础调查数据,2016 年全国广播听众规模为 531,059,000 人,占全国 10 岁及以上人口总数的 43.8%;其中城域的广播听众规模为 240,345,000 人,占全国城市 10 岁及以上人口的 50.7%;乡域的广播听众规模为 290,714,000 人,占全国农村 10 岁及以上人口的 39.4%。与 2015 年相比,2016 年全国和城域广播听众规模占人口总数的比例均有不同程度下滑,乡域该比例则略有提升。2015 年,全国广播听众规模占全国 10 岁及以上人口总数的 44.4%,这一比例在城域为 52.6%,在乡域为 39.2%。

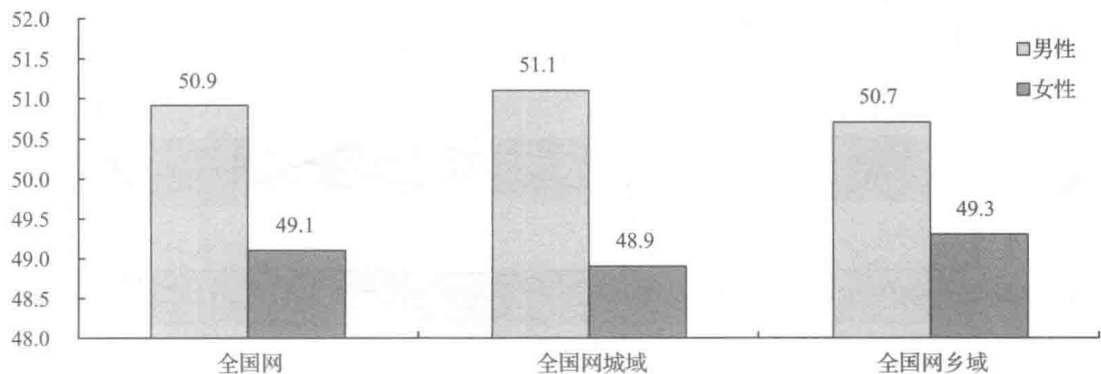
2. 广播听众中男性占比略高于女性,与全国人口结构基本一致

根据 CSM 媒介研究 2016 年全国网基础调查数据,在全国广播听众中,男性比例略高于女性,男性占 51.3%,女性占 48.7%,这个构成与全国 10 岁及以上人口的性别构成基本一致。城域广播听众中男性占 51.4%、女性占 48.6%,男性所占比例略高于女性,并且与全国城域 10 岁及以上人口性别构成也基本一致;在乡域听众中,男性占 51.3%、女性占 48.7%,与全国乡域 10 岁及以上人口性别构成基本一致(图 1.2.1、图 1.2.2)。



数据来源: CSM 媒介研究

图 1.2.1 2016 年全国广播听众性别构成 (%)

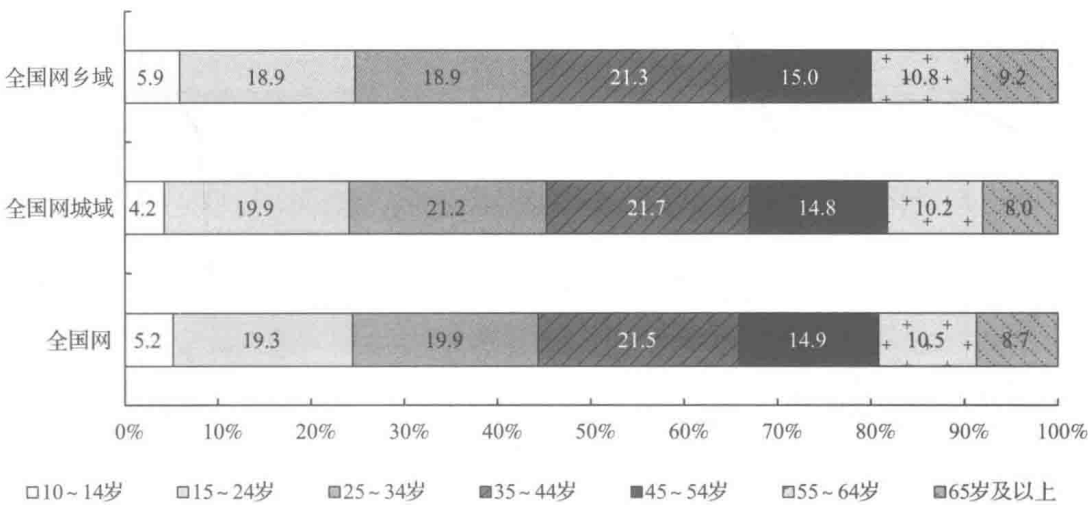


数据来源：CSM 媒介研究

图 1.2.2 2016 年全国 10 岁及以上人口性别构成 (%)

3. 15~44 岁听众所占比例相对较高，城乡听众年龄构成存在差异

根据 2016 年 CSM 媒介研究全国网基础调查数据，35~44 岁、25~34 岁和 15~24 岁年龄段听众是广播听众中所占比例相对较大的群体，其中 35~44 岁听众群体在全国、城域和乡域中所占比例均超过 20%；25~34 岁听众群体在城域所占比例也超过了 20%，在全国和乡域所占比例分别为 19.9% 和 18.9%，接近 20%；15~24 岁听众群体在全国、城域和乡域所占比例分别为 19.3%、19.9% 和 18.9%，也接近 20%，并且与各自的人口比例基本一致。从城乡各年龄段广播听众所占比例的比较来看，乡域广播听众中 10~14 岁、45 岁及以上群体所占比例高于城域，而城域广播听众中 15~44 岁群体所占比例则超过了乡域，反映出城乡听众在年龄结构上存在差异（图 1.2.3、图 1.2.4）。



数据来源：CSM 媒介研究

图 1.2.3 2016 年全国广播听众年龄构成 (%)