

# 2009

## 中国广播收听

# 年鉴

CHINA RADIO RATING YEARBOOK

王兰柱 主编

# 2009

中国传媒大学出版社

# 2009

## 中国广播收听

# 年鉴

CHINA RADIO RATING YEARBOOK

王兰柱 主编

中国传媒大学 出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中国广播收听年鉴. 2009 / 王兰柱主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2009. 9

ISBN 978 - 7 - 81127 - 772 - 2

I. 中… II. 王… III. 广播工作—抽样调查—中国—2009—年鉴  
IV. G229.2-54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 166370 号

## 中国广播收听年鉴 (2009)

---

主 编 王兰柱

责任编辑 刘大年

责任印制 范明懿

封面制作 牛 毅

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 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 31

版 次 2009 年 11 月第 1 版 2009 年 11 月第 1 次印刷

---

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 772 - 2/G · 772 定 价: 98.00 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 (2009)》

## 编写委员会

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 | 解永利 | 周欣欣 | 吴 东 | 左瀚颖 |
| 于 鹏 | 李红玲 | 肖青青 | 顾颖华 | 王 平 |
| 杨金姝 | 娜布琪 | 李忠毅 | 王建平 | 刘牧媛 |
| 陈晓洲 | 肖 珊 | 吴 凡 | 王 钦 | 陈 明 |
| 莫笑凡 | 张 焱 | 马蔚莹 | 宋巧莹 | 戴静怡 |
| 唐 蕾 | 朱 蕙 | 陆 燕 | 姚 洁 | 李学军 |

## 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（2009）》是 CSM 媒介研究编写出版的第五部收听年鉴。

《中国广播收听年鉴（2009）》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 2008 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。本部分除对 2008 年新闻、交通、音乐、文艺、经济、体育和都市生活几个主要频率的收听状况进行分析之外，还包括听众移动收听行为、北京奥运会、省级频率、市级频率的收听状况分析，以及对广播产业创新与发展的思考等。第三部分：收听数据。这部分是 CSM 媒介研究 2008 年进行收听率调查各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。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（2009）》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 2008 年中国广播收听市场的全面分析，又可提供 2008 年全国 33 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

2009 年 8 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 .....      | 27 |
| 五、节目竞争格局 .....      | 43 |
| 六、广播广告投放与竞争格局 ..... | 61 |

### 第二部分 专 题

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 2008 年中国广播收听市场创新点浅析 ..... | 71  |
| 2008 年新闻综合频率收听状况分析 .....  | 85  |
| 2008 年交通频率收听状况分析 .....    | 93  |
| 2008 年音乐频率收听状况分析 .....    | 107 |
| 2008 年文艺频率收听状况分析 .....    | 126 |
| 2008 年经济频率收听状况分析 .....    | 142 |
| 2008 年体育频率收听状况分析 .....    | 159 |
| 2008 年都市生活频率收听状况分析 .....  | 171 |
| 2008 年广播广告热点回顾 .....      | 184 |
| 听众移动收听行为分析 .....          | 188 |
| 北京奥运收听状况浅析 .....          | 201 |
| 省级广播频率收听状况浅析 .....        | 211 |
| 市级广播频率收听状况浅析 .....        | 228 |
| 广播产业的创新与发展 .....          | 237 |

### 第三部分 数 据

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 一、北京收听数据 .....     | 249 |
| 二、长春收听数据 .....     | 256 |
| 三、长沙收听数据 .....     | 263 |
| 四、成都收听数据 .....     | 270 |
| 五、重庆收听数据 .....     | 277 |
| 六、大连收听数据 .....     | 284 |
| 七、佛山收听数据 .....     | 291 |
| 八、福州收听数据 .....     | 298 |
| 九、广州收听数据 .....     | 305 |
| 十、杭州收听数据 .....     | 312 |
| 十一、哈尔滨收听数据 .....   | 319 |
| 十二、合肥收听数据 .....    | 326 |
| 十三、济南收听数据 .....    | 333 |
| 十四、南京收听数据 .....    | 340 |
| 十五、宁波收听数据 .....    | 347 |
| 十六、青岛收听数据 .....    | 354 |
| 十七、清远收听数据 .....    | 361 |
| 十八、上海收听数据 .....    | 368 |
| 十九、韶关收听数据 .....    | 375 |
| 二十、绍兴收听数据 .....    | 382 |
| 二十一、沈阳收听数据 .....   | 389 |
| 二十二、深圳收听数据 .....   | 396 |
| 二十三、石家庄收听数据 .....  | 403 |
| 二十四、苏州收听数据 .....   | 410 |
| 二十五、天津收听数据 .....   | 417 |
| 二十六、乌鲁木齐收听数据 ..... | 424 |
| 二十七、武汉收听数据 .....   | 431 |

|                  |     |
|------------------|-----|
| 二十八、无锡收听数据 ..... | 438 |
| 二十九、西安收听数据 ..... | 445 |
| 三十、厦门收听数据 .....  | 452 |
| 三十一、郑州收听数据 ..... | 459 |
| 三十二、中山收听数据 ..... | 466 |
| 三十三、淄博收听数据 ..... | 473 |

## 第四部分 附录

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 一、CSM 各收听率调查网概况 ..... | 483 |
| 二、频率列表 .....          | 487 |



# 第一部分

## Part One

### 综 述

### Overview



## 综 述

2008年的中国,重大事件频发,给本来就因新媒体的发展而日趋复杂的媒体市场带来了新的变数。在地震和奥运会等突发和重大事件中,以报纸、广播和电视等为代表的传统媒体,与以互联网和手机媒体为代表的新兴媒体,各展所长,充分发挥自身的传播特点和优势,争取更有利的市场地位。面对电视综合性符号媒体的强势竞争,以及新兴媒体在移动领域日益强劲的竞争力,广播媒体在听众消费和市场经营方面都面临着多重挑战。值得庆幸的是,借助技术发展而带来接收终端的多元化和便携化,以及借助广播媒体本身的传输特点(内容采制简易,信号传输便捷,内容信息便于接收等),广播媒体在重重竞争压力下,依然焕发出特有的光彩,向市场证明着广播在传输市场中的地位和作用。在“5.12地震”中,广播媒体借助电波将全国人民万众一心抗击自然灾害的决心传递给灾区群众,为身陷苦难的灾民送去信心和希望;在“2008年北京奥运会”中,广播媒体则发挥即时传播特点,第一时间将精彩赛况传递给移动听众,让无法在现场或电视机前观赛的人们及时分享奥运的激情和胜利的喜悦……下面,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2008年我国广播收听市场进行全景式分析。

### 一、收听环境

#### 1. 全国共有257座广播电台,承载2643套广播节目

根据《中国广播电视年鉴(2009)》的最新统计,截止到2008年底,全国共有广播电台257座,承载着2643套公共广播节目的制作和播出。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。全国现有中、短波广播发射台和转播台808座,调频发射台和转播台12087座,全国广播在国内的人口综合覆盖率达到95.96%。2008年全年播出广播节目11 629 729小时,其中新闻资讯类节目2 304 020小时,专题服务类节目2 602 136小时,综艺益智类节目3 381 502小时,广播剧类节目506 122小时,广告类节目1 086 299小时,

其他类节目1 749 647小时。

根据 CSM 媒介研究掌握的 2008 年全国 33 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 388 个广播频率中,音乐、交通和新闻频率的数量最多,均在 60 个左右。“跨领域”频率的现象比较普遍,以音乐频率为例,在名称定位于“音乐”的 67 个频率中,有 15 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,达到了 6 个。同上年相比音乐类频率增加较多,由上年 57 个增加到 67 个。值得注意的是农村类频率正在增加,另外城市里专门给有车族特殊人群开办的频率正在兴起,在调查范围内已经有 11 个针对有车族广播的休闲娱乐频率,受众目标的细化成为广播频率发展的趋势,但这些频率一般涉及其他的节目类型(表 1.1.1)。

表 1.1.1 2008 年 33 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     | 综合   | 44    | 14        |
| 2     | 音乐   | 67    | 15        |
| 3     | 新闻   | 59    | 2         |
| 4     | 交通   | 54    | 17        |
| 5     | 经济   | 41    | 5         |
| 6     | 文艺   | 37    | 5         |
| 7     | 娱乐   | 23    | 5         |
| 8     | 城市   | 24    | 8         |
| 9     | 生活   | 21    | 9         |
| 10    | 资讯   | 11    | 4         |
| 11    | 体育   | 9     | 3         |
| 12    | 外语   | 5     | 0         |
| 13    | 健康   | 3     | 2         |
| 14    | 教育   | 5     | 1         |
| 15    | 旅游   | 11    | 5         |
| 16    | 农村   | 8     | 0         |
| 17    | 其他   | 19    |           |
| 不重复合计 |      | 388   | 58        |

资料来源: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 29.8%

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, 具有收听功能的电子设备大量增加, 使得收听行为更为便捷。

根据 CSM 媒介研究全国网 2008 年基础调查数据, 在全国范围内, 有 29.8% 的家庭拥有正在使用的收听设备, 收听设备的百户拥有量达到 35 台, 在全国城域拥有正在使用收听设备的家庭比例为 40.4%, 在乡域这个比例是 25.2%。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 台以上收听设备的家庭比重非常小, 全国平均只有 4.0% (表 1.1.2)。

表 1.1.2 2008 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 | 25.8    | 3.2     | 0.8        | 70.2      | 35        |
| 城域 | 33.7    | 5.2     | 1.5        | 59.6      | 50        |
| 乡域 | 22.3    | 2.4     | 0.5        | 74.8      | 29        |

资料来源: CSM 媒介研究

根据 CSM 媒介研究 2008 年全国 162 个样本市县基础调查数据, 在全国七大行政区中, 华北、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, 户均拥有收听设备不足 0.5 台 (表 1.1.3)。

表 1.1.3 2008 年全国各大行政区正在使用收听设备的拥有状况

| 行政区 | 样本市县个数 | 1 台 (%) | 2 台 (%) | 3 台及以上 (%) | 无收听设备 (%) | 百户拥有量 (台) |
|-----|--------|---------|---------|------------|-----------|-----------|
| 东北  | 11     | 47.4    | 7.2     | 2.7        | 42.7      | 73        |
| 华北  | 13     | 50.6    | 10.0    | 4.5        | 34.9      | 89        |
| 华东  | 60     | 44.0    | 7.0     | 2.7        | 46.3      | 69        |
| 华南  | 29     | 39.0    | 7.0     | 2.6        | 51.4      | 63        |
| 华中  | 23     | 38.1    | 4.8     | 1.8        | 55.3      | 55        |
| 西北  | 10     | 47.0    | 6.4     | 1.9        | 44.6      | 68        |
| 西南  | 16     | 33.9    | 3.8     | 1.2        | 61.0      | 46        |

资料来源: CSM 媒介研究

因为 162 个样本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 162 个样本市县为 52.5%, 而在全中国这一比例为 29.8%。

## 二、听众特征

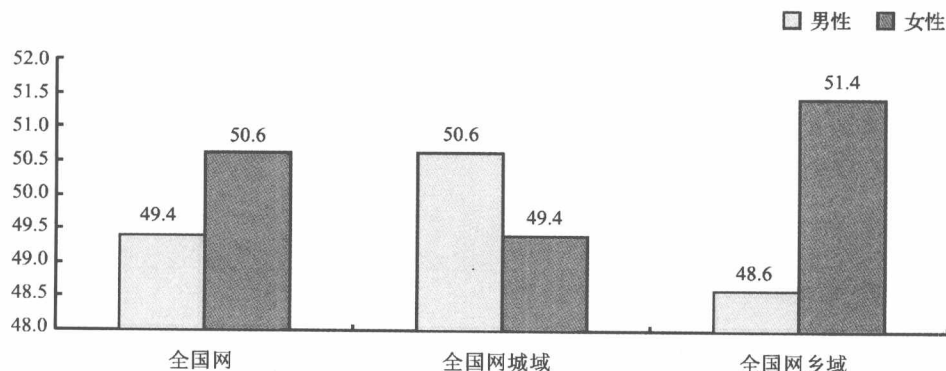
### 1. 全国 10 岁及以上听众规模达 398 484 000 人

根据《中国广播电视年鉴 2009》的数据,截至 2008 年底,全国广播人口覆盖率达到 95.96%。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三个月内收听过广播的家庭中 10 岁及以上的人口。

根据 CSM 媒介研究 2008 年全国网基础调查数据,2008 年全国广播听众规模为 398 484 000 人,占全国 10 岁及以上人口总数的 34%;其中城域的广播听众规模为 157 805 000 人,占全国城市 10 岁及以上人口的 46.4%;乡域的广播听众规模为 240 679 000 人,占全国农村 10 岁及以上人口的 28.9%。与 2007 年相比,全国、城域和乡域广播听众规模占人口总数的比例都有不同程度上升,农村上升幅度相对较大。2007 年,全国广播听众规模占全国 10 岁及以上人口总数的 32%,这一比例在城域为 45.4%,在乡域为 26.7%。

### 2. 广播听众中男性、女性比例基本持平

根据 CSM 媒介研究 2008 年全国网基础调查数据,全国广播听众的男女比例基本持平,男性占 49.4%,女性占 50.6%,这个构成与全国 10 岁及以上人口的性别构成基本一致。全国网乡域听众构成中,男性占 48.6%,女性占 51.4%,与 10 岁及以上人口性别构成也基本一致。在城域中,男性占 50.6%,女性占 49.4%,男女听众比例基本持平,与 10 岁及以上人口性别构成对比可以看出,男性在收听广播方面相对有更强势的需求,这也反映出目前广播的节目内容设置,较为吸引城域男性听众的收听(图 1.2.1、图 1.2.2)。



数据来源:CSM媒介研究

图 1.2.1 2008 年全国广播听众性别构成 (%)

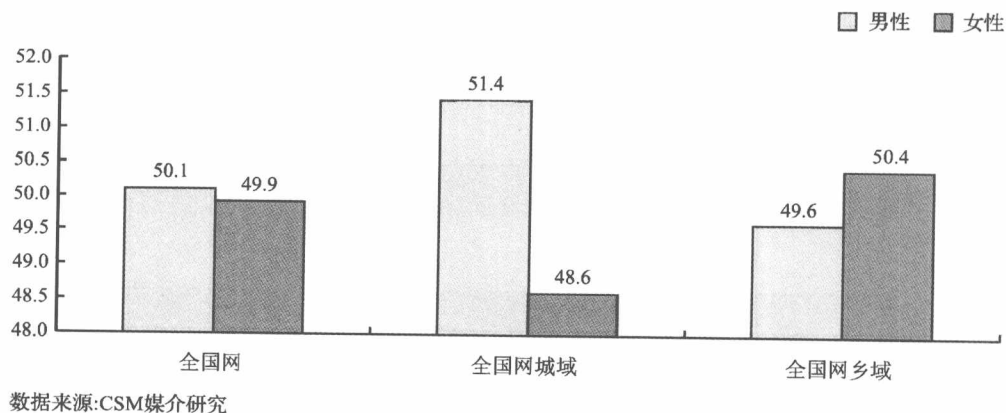


图 1.2.2 2008 年全国 10 岁以上人口性别构成 (%)

### 3. 25—44 岁听众比例较高

根据 2008 年 CSM 媒介研究全国网基础调查数据, 25—44 岁年龄段的听众是广播听众中所占比例最大的群体, 在全国网、城域和乡域中都超过或接近 15%。从全国来看, 听众构成与人口构成基本趋同, 其中 10—44 岁年龄段的听众比例高于这一年龄段的人口比例; 从乡域的情况来看, 同样是 10—44 岁年龄段的听众比例高于同一年龄段的人口比例; 与全国和乡域情况一致, 在城域同样是 10—44 岁年龄段的听众比例高于同一年龄段的人口比例, 城市是目前广播角逐的主要市场, 上述数据在一定程度上表明, 目前广播在城域较为吸引中青年群体收听 (图 1.2.3、图 1.2.4)。

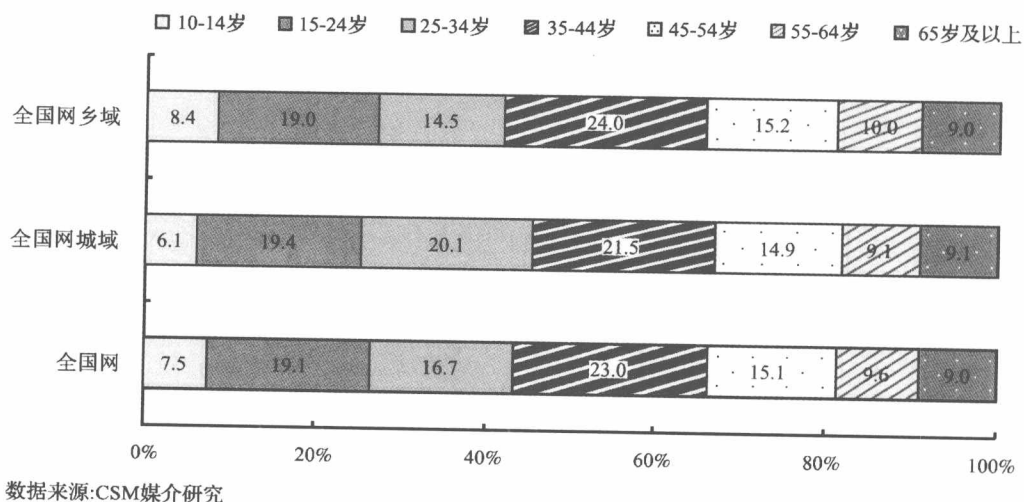


图 1.2.3 2008 年全国广播听众年龄构成 (%)

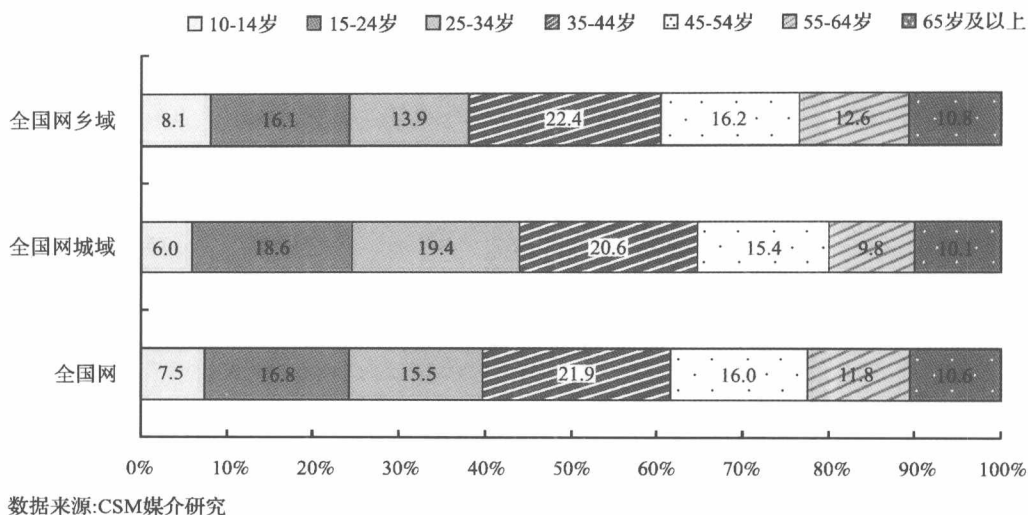


图 1.2.4 2008 年全国 10 岁及以上人口年龄构成 (%)

#### 4. 城乡听众受教育程度具有较大差异

从 2008 年 CSM 媒介研究全国网基础调查数据来看,广播听众的受教育程度构成城乡差异比较明显,这与全国城乡人口受教育程度差异较大相一致(图 1.2.5、图 1.2.6)。从全国来看,具有初中、高中/技术学校、大学及以上受教育程度的听众比例高于同样受教育程度的人口构成比例,其中具有初中受教育程度的听众是主要的听众群体,比例达到 40%。在城域中,具有高中/技术学校、大学及以上受教育程度的听众比例高于具有同样受教育程度人口构成比例,一定程度说明在城域,广播较受具有中高受教育程度人群的喜爱。

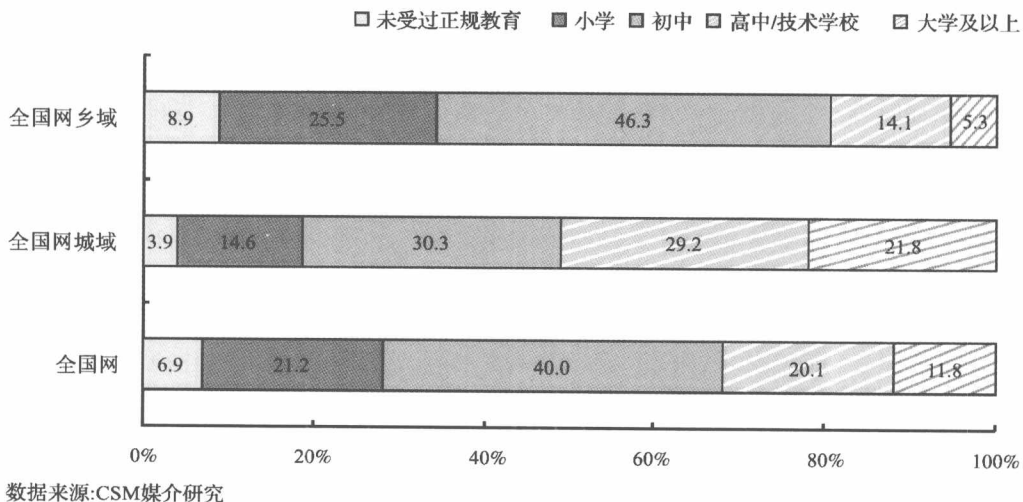


图 1.2.5 2008 年全国广播听众受教育程度构成 (%)



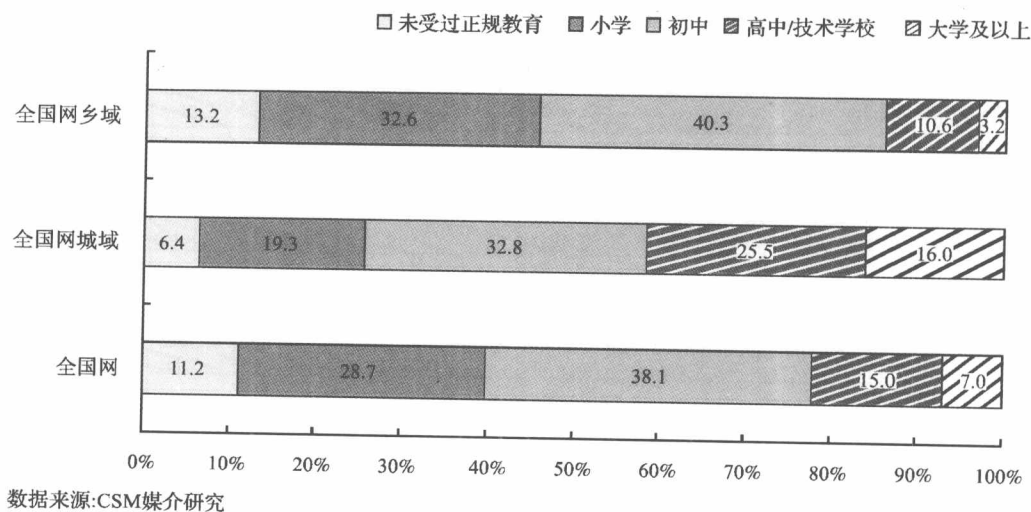


图 1.2.6 2008 年全国 10 岁及以上人口受教育程度构成 (%)

### 5. 城乡听众职业构成差异较大

从 2008 年 CSM 媒介研究全国网基础调查数据来看,城乡听众职业构成的差异较大,这主要是由于城乡居民职业构成的差异所决定的。在城域中,干部/管理人员、初级公务员、学生/无业人员的听众构成比例高于同类职业人口构成比例,在城市中学生/无业人员的构成所占份额最大,达到 39.8%。在乡域中,以农、牧、渔为主的其他职业类别听众的比例最大,达 37.9% (图 1.2.7、图 1.2.8)。

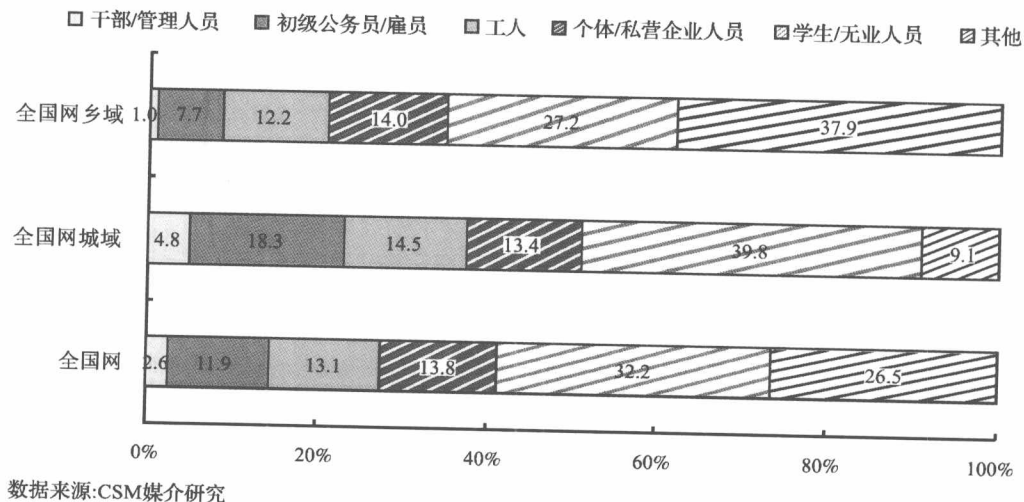


图 1.2.7 2008 年全国广播听众的职业构成 (%)