

# 目 录

## 第一部分 综述

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

## 第二部分 专题

- 2014 年新闻综合类频率收听状况分析
- 2014 年交通类频率收听状况分析
- 2014 年音乐类频率收听状况分析
- 2014 年文艺类频率收听状况分析
- 2014 年都市生活类频率收听状况分析
- 2014 年世界杯期间广播市场动态
- 这边风景独好——早高峰时段广播收听市场浅析
- 女性听众收听行为特征浅析
- 广播娱乐脱口秀节目的发展策略——以《海阳现场秀》为例
- 老媒体的生命活力——2014 年广播广告观察
- 广播媒体的优势——西方媒介研究人员视野中的广播媒体
- 收听率数据应用实践——基于客户访谈的分析
- 新媒体时代广播受众测量之观察与思考
- 市场、变革、突破——新时期广播发展对策探讨

## 第三部分 数据

- 一、北京收听数据
- 二、长春收听数据

- 三、 长沙收听数据
- 四、 常州收听数据
- 五、 成都收听数据
- 六、 重庆收听数据
- 七、 大连收听数据
- 八、 佛山收听数据
- 九、 福州收听数据
- 十、 广州收听数据
- 十一、 邯郸收听数据
- 十二、 杭州收听数据
- 十三、 哈尔滨收听数据
- 十四、 合肥收听数据
- 十五、 济南收听数据
- 十六、 南昌收听数据
- 十七、 南京收听数据
- 十八、 南宁收听数据
- 十九、 宁波收听数据
- 二十、 青岛收听数据
- 二十一、 清远收听数据
- 二十二、 泉州收听数据
- 二十三、 汕头收听数据
- 二十四、 上海收听数据
- 二十五、 沈阳收听数据
- 二十六、 深圳收听数据
- 二十七、 石家庄收听数据
- 二十八、 苏州收听数据
- 二十九、 太原收听数据
- 三十、 天津收听数据
- 三十一、 乌鲁木齐收听数据
- 三十二、 武汉收听数据

- 三十三、 无锡收听数据
- 三十四、 西安收听数据
- 三十五、 厦门收听数据
- 三十六、 郑州收听数据
- 三十七、 安徽收听数据
- 三十八、 福建收听数据
- 三十九、 辽宁收听数据

#### **第四部分 附录**

CSM 各收听率调查网概况