

第一部分 综述

一、收听环境

1、全国共有 282 座广播电台，承载 2264 套广播节目

2004 年是国家广电总局确定的“产业发展年”，这标志着我国广播电视产业发展进入跨越式发展阶段。随着全国各级电台“频率专业化”改革的推进，一批内容专业化、服务对象化的专业频率脱颖而出，不仅将广播重新带回到强势媒体的阵营中，而且相关衍生产品的开发也为广播发展开辟了广阔的天地。2004 年全国广播电台广告收入达 35.5 亿元，较 2003 年的 25.6 亿元增加了 38.7%，有相当一部分电台呈现出翻番增长的好势头。国家积极推进直播卫星广播的有关工作，组织并落实 WRC-2000 广播卫星规划任务，这些都标志着中国广播卫星网络实施计划正式启动。

根据《中国广播电视年鉴（2005）》的最新统计，截至到 2004 年底，全国共有广播电台 282 座，承载着 2264 套广播节目的制作和播出，平均每日播出广播节目 26931.5 小时。其中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 774 座，调频发射台和转播台 17081 座，并使用 4 颗卫星 29 个转发器转播 143 套广播节目，全国广播在国内的人口综合覆盖率达到 94.05%，较上年增长 0.32 个百分点。中国国际广播电台 23 个语种的节目已实现在北美、欧洲、非洲、拉美的 40 多个重点国家和地区的直接落地，对外广播总时数已达每天 392 小时，其中本土发射 190 小时，通过租用境外城市中波、调频电台等手段播出的海外落地节目每天为 202 小时。在线广播“国际在线”上网语种数达 42 种，部分语言网站已进入世界同类网站前列。

根据《中国广播电视年鉴（2005）》，2004 年全国广播电台播出的节目套数为 2264 套，通过卫星传输的节目套数为 143 套。在播出的公共节目中，综艺益智类节目所占的时长比重最高，达到 29.2%；其次是专题服务类节目，所占比重为 23.1%；加上新闻资讯类节目 20.7%的比重，三类节目播出时长份额之和达到 73.0%。

根据 CSM 媒介研究掌握的 2006 年全国 29 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 368 个广播频率中，音乐、交通和新闻频率的数量最多，均在 50 个以上。在我国频率专业化的过程中，为了扩大收听群体范围，名称定位上的“跨领域”现象比较严重。以音乐频率为例，在名称定位于“音乐”的 58 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。这也在一定程度上说明我国广播专业化的水平尚待提高（表 1.1.1）。

表 1.1.1 2006 年 29 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	58	11
2	交通	52	14
3	新闻	50	2
4	经济	41	6
5	文艺	24	3
6	城市	19	5
7	生活	18	6
8	外语	11	1
9	资讯	9	3
10	体育	8	3
11	娱乐	8	3
12	健康	7	3
13	教育	4	2
14	其他	90	
不重复合计		368	31

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%

在电视蓬勃发展、互联网大行其道的今天，仅为广播收听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则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 2005 年基础调查数据，在全国范围内，有 29% 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 40 台，其中城域拥有正在使用收听设备的家庭比例为 40%，高于在乡域的 24%。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 2%。

表 1.1.2 2005 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	21.0	6.0	2.0	71.0	40.0
城域	28.0	8.0	4.0	60.0	58.0
乡域	19.0	4.0	1.0	76.0	30.5

资料来源：CSM 媒介研究

根据 CSM 媒介研究 2005 年全国 92 市县基础调查数据，在七大行政区中，华北、华东、东北的收听设备拥有率很高，其中华北地区平均每户收听设备拥有量超过 1 台，这主要是因为华北地区拥有 2 台和 3 台以上收听设备的家庭比重相对较高。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 1.1.3 2005 年全国 92 市县正在使用收听设备的拥有状况

行政区	1 台 (%)	2 台 (%)	3 台以上 (%)	无收听设备 (%)	百户拥有量 (台)
东北(7)	43.2	12.2	4.6	40.0	83.7
华北(6)	40.0	17.2	9.4	33.5	107.1
华东(39)	40.6	14.8	6.8	37.8	94.1
华南(18)	31.7	8.1	4.7	55.4	64.6
华中(10)	28.9	9.3	4.8	57.1	64.2
西北(5)	40.5	11.6	6.0	41.9	84.8
西南(7)	24.4	6.0	3.0	66.6	47.0
92 市县合计	36.9	12.3	6.0	44.7	82.7

资料来源：CSM 媒介研究

因为 92 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 92 市县为 55.3%，而在全国这一比例为 29%。

二、听众特征

1、全国 10 周岁及以上的广播听众规模已达 411,603,000 人

我们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达到 94.05%，但从我们关于广播听众的定义中可以看出，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，但随着新媒体的不断涌现，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 2005 年广播听众规模为 411,603,000 人，占全国 10 岁及以上人口总数的 36%，其中城市地区广播听众规模为 169,715,000 人，占全国城市 10 岁及以上人口的 51.1%，农村地区广播听众规模为 241,888,000 人，占全国农村 10 岁及以上人口的 29.5%。城市中收听广播的人口比重重要远高于农村，这同收听设备的拥有状况是比较吻合的。

2、广播听众中男性比重略高于女性

性别是市场细分的一个重要变量，不同性别的听众在性格、气质、心理等方面存在差异，这种差异直接影响到需求，包括对频率的选择、栏目和内容的偏好等。从 CSM 媒介研究 2005 年基础调查数据可以看出，全国网广播听众的性别构成差别不大，男性听众所占比重高于女性听众仅 0.6 个百分点。比较全国 10 岁以上人口的性别构成可以看出，城域男性广播听众所占比重略低于相应的男性人口比重（图 1.2.1、图 1.2.2）。

图 1.2.1 2005 年全国广播听众性别构成(%)

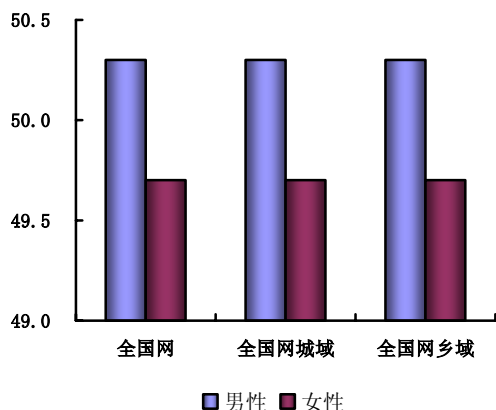
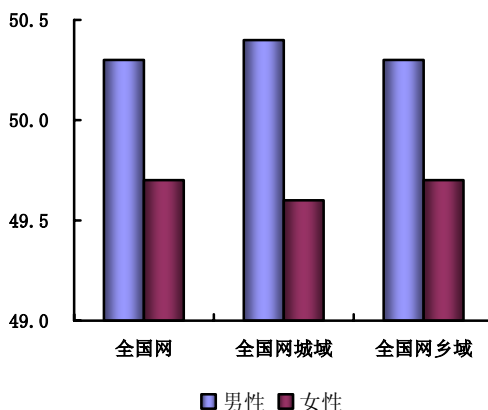


图 1.2.2 2005 年全国 10 岁以上人口性别构成(%)



资料来源：CSM 媒介研究

3、广播听众年轻化趋势显现

广播听众的年轻化是近年来逐渐显现的一个趋势，从 2005 年 CSM 媒介研究全国网基础调查数据来看，15-24 岁的听众是广播听众中所占比重最大的群体，达到 20.6%，并且这个比重要远高于该年龄段相应的人口比重。除此以外，25-44 岁的青壮年群体所占比重也都比较大，但与该年龄段人口比重大致相当。而通常被认为收听广播较多的老年人口却并未成为广播的主体听众，他们在广播听众中所占的比重要低于在 10 岁以上所有人口中所占比重。听众的年轻化，必将对广播频率的栏目策划、内容制作甚至是主持人风格带来一定的影响。

图 1.2.3 2005 年全国广播听众年龄构成(%)