

中国广播收听年鉴 (2007)

王兰柱 主编

《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，它是媒介从业人员必备的一本工具书。

编者

2007 年 10 月

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

2006 年广播发展新世界

“数描” 2006 年广播收听市场

2006 年新闻频率收听状况分析

2006 年交通频率收听状况分析

2006 年音乐频率收听状况分析

2006 年文艺频率收听状况分析

2006 年经济频率收听状况分析

2006 年体育频率收听状况分析

节假日广播听众收听行为分析

收听率数据的分析与应用

了解广播听众市场，开发广播广告价值

基于收听率数据的广播广告洞察

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

广播的数字化时代

广播媒体产业化发展轨迹解析

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 成都收听数据

- 五 重庆收听数据
- 六 大连收听数据
- 七 佛山收听数据
- 八 福州收听数据
- 九 广州收听数据
- 十 杭州收听数据
- 十一 哈尔滨收听数据
- 十二 合肥收听数据
- 十三 济南收听数据
- 十四 南京收听数据
- 十五 宁波收听数据
- 十六 青岛收听数据
- 十七 清远收听数据
- 十八 上海收听数据
- 十九 绍兴收听数据
- 二十 沈阳收听数据
- 二十一 深圳收听数据
- 二十二 石家庄收听数据
- 二十三 苏州收听数据
- 二十四 天津收听数据
- 二十五 乌鲁木齐收听数据
- 二十六 武汉 收听数据
- 二十七 无锡收听数据
- 二十八 西安收听数据
- 二十九 厦门收听数据
- 三十 郑州收听数据
- 三十一 中山收听数据

第四部分：附录

- 一 CSM 各收听率调查网概况
- 二 频率列表