

2013年文艺频率收听状况分析

包凌君

天空的电波中飘荡着多元而又大量的文化娱乐信息和产品，丰富多彩且种类繁多。在近年顺应广播收听分众化发展需求而逐渐形成的频率专业化中，文艺频率成为其中重要的一员。而且相较于其他专业频率，为满足受众的多方面收听需求，文艺频率更细分出戏曲、评书、故事和娱乐等频率。

本文基于CSM媒介研究2013年全国33个城市的四波次收听率调查数据，从市场竞争和听众收听行为等方面简析文艺类频率在2013年的收听状况。

一、文艺频率在整体市场竞争中所处地位

1、广播市场整体收听率呈下跌趋势

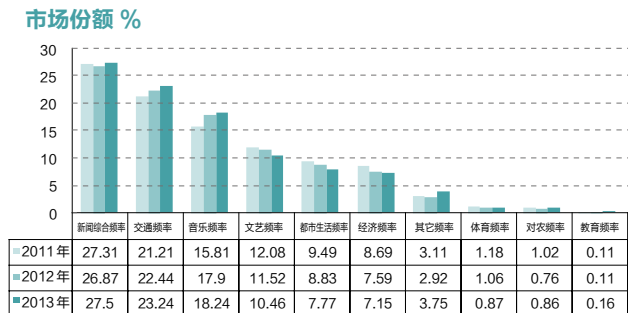
2013年市场整体收听率为5.35%，对比上一年下跌了5.14%，近三年来均呈微跌走势。从不同年龄段听众来看，随着年龄的增长，其收听率逐渐上升，因而目前广播收听市场仍以中老年听众为主，65岁以上的中老年人群收听率为8.26%，远高于10-14岁听众的2.26%，对比去年，除10-14岁听众的收听率止跌回升外，其他各年龄段的收听率均有不同幅度的下跌（图1）。

2、文艺频率市场份额下跌，但仍稳守第四位

近三年来各类型频率发展趋势各异，但从竞争格局来看，仍维持相对稳定的竞争态势。新闻综合频率继续稳居

首位，文艺频率在2013年取得10.46%的市场份额，对比2012年下跌幅度为9.2%，呈现逐年下跌的走势，在所有类型频率中居于第四位。而随着新闻综合频率、交通频率和音乐频率的提升，尤其是后两者三年来持续稳步提升，文艺频率与前三甲频率的差距有进一步拉大的趋势。但同时，都市生活频率和经济频率走势与文艺频率相似，三年来均为下跌，因而文艺频率相对排名其后的频率仍有较大的优势（图2）。

图2 2011-2013年各类型频率市场份额对比



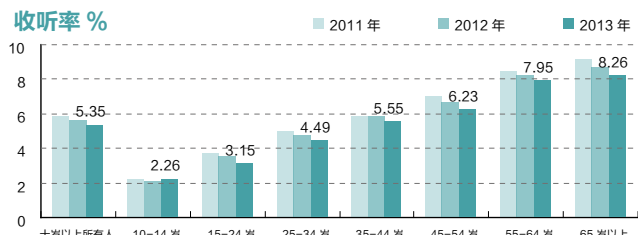
数据来源：CSM媒介研究

从各类型频率的听众数量和收听时长来看，新闻综合频率无论平均到达率还是人均收听分钟数均高于其他频率，但在整体收听率下跌的影响下，对比上一年也有所下跌。文艺频率两者均居第四，但与第三位的音乐频率有较大差距，尤其听众数量只及其五成，只有7.44%，与都市生活频率较为接近；而人均收听时长为8.06分钟，虽与音乐频率的14.05分钟有较大距离，但仍大幅领先于都市生活频率的5.99分钟。另外，在有收听文艺频率的听众中，人均收听时长达到108.3分钟，高于其他所有频率，听众对文艺频率的忠实度也居于首位（表1）。

3、文艺频率在10-14岁和65岁以上听众中的竞争力较强

不同类型的广播频率有着其自身特点，因而所吸引的听众类型也有所不同，例如交通频率主要吸引男性和中青年听

图1 2011-2013年所有频率不同年龄段目标人群收听率变化



数据来源：CSM媒介研究

表1 各类型频率听众规模和人均收听时长对比

频率	平均到达率%		人均收听分钟数		人均收听分钟数(听众)		平均忠实度%	
	2012年	2013年	2012年	2013年	2012年	2013年	2012年	2013年
新闻综合频率	20.87	19.98	21.82	21.18	104.5	106	7.26	7.36
交通频率	16.94	16.88	18.22	17.9	107.5	106.1	7.47	7.36
音乐频率	15.02	14.67	14.54	14.05	96.8	95.8	6.72	6.65
文艺频率	8.48	7.44	9.36	8.06	110.4	108.3	7.66	7.52
都市生活频率	7.18	6.11	7.17	5.99	99.8	98	6.93	6.81
经济频率	6.28	5.56	6.16	5.51	98.1	99	6.82	6.88
其他频率	2.51	3.06	2.37	2.89	94.6	94.6	6.57	6.57
体育频率	0.98	0.72	0.86	0.67	87.7	92.9	6.09	6.45
农村频率	0.65	0.66	0.62	0.66	94.8	99.5	6.58	6.91
教育频率	0.11	0.17	0.09	0.13	83.1	75.4	5.77	5.23

数据来源：CSM媒介研究

众，青少年听众更青睐于音乐频率。而文艺频率在女性听众中的竞争力强于男性听众，年龄段上则呈现“两头大”的态势，10-14岁和55岁以上听众的市场份额均超过12%，其中65岁以上的市场份额居于所有频率的第二位，其他年龄段则相对较低，这一趋势与交通频率截然相反；而在教育程度上有着明显的变化规律：随着教育程度的提高，文艺频率的竞争力有下跌趋势，这与新闻综合频率趋势相似，而与交通频率和音乐频率相比则反向而行；此外，在职业类别上，在干部/管理人员、学生和无业（包括退休人员）听众人群中均占有一成以上的市场份额（图3）。

4、文艺频率在各场所收听特征不明显

文艺频率节目内容适合各场所收听，因而其场所收听特征不明显，没有在特定场所有突出表现，“在家”和“其他

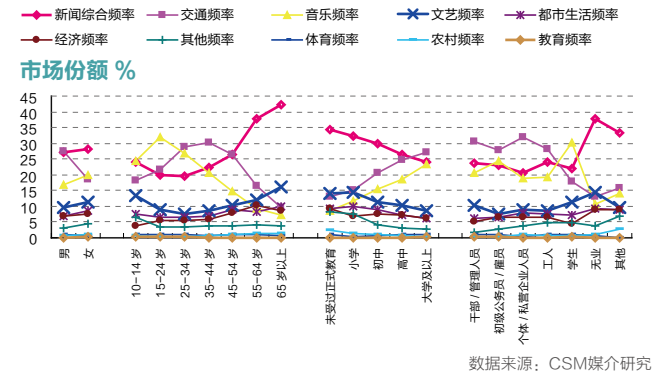
场所”的竞争力相对较强也较为接近，均为12%左右；交通频率在“车上”占据了半壁江山，其他频率瓜分余下五成份额，文艺频率实力相对较弱，只有4.42%，被都市生活频率反超，在“工作/学习场所”则有9.3%，与都市生活频率竞争激烈，而前三位均为20%左右（表2）。

表2 各类型频率在不同场所竞争力表现

频率	在家	车上	工作/学习场所	其它场所
新闻综合频率	34	11.31	24.27	27.86
交通频率	13.76	50.9	19.78	14.13
音乐频率	15.32	21.99	26.65	26.13
文艺频率	12.8	4.42	9.3	12.27
都市生活频率	8.63	5.39	8.2	7.27
经济频率	8.78	3.02	6.6	7.07
其他频率	4.56	1.89	2.99	3.62
体育频率	0.88	0.81	1.02	0.65
农村频率	1.1	0.19	0.83	0.95
教育频率	0.17	0.07	0.36	0.05

数据来源：CSM媒介研究

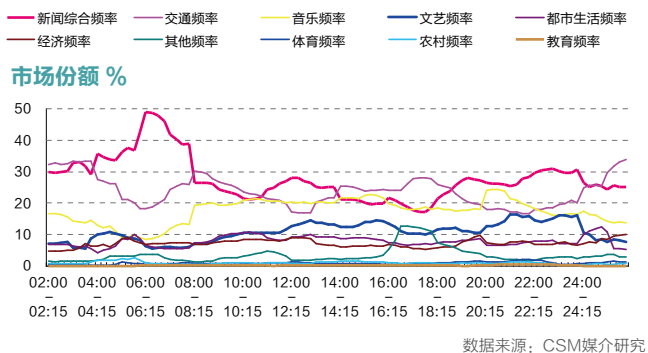
图3 各类型频率在不同目标听众的竞争力



5、文艺频率在下午和晚间竞争力较强

在全天走势上，文艺频率除在12:00-16:30和20:00-24:15时段市场份额较高外，在凌晨03:45-06:00也出现收听高峰时段。文艺频率在全天大部分时段的竞争力处于第四位，但有多时段被排名其后的频率赶超，例如都市生活频率在08:00-10:00和24:15-25:15时段，经济频率在06:00-08:00和24:45-26:00均高于文艺频率（图4）。

图4 各类型频率全天市场份额走势

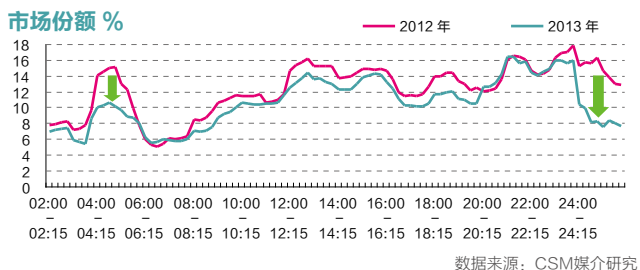


二、文艺频率收听行为及听众构成和节目取向特征

1、年度比较呈下滑趋势，峰值下跌明显

与2012年比较，除05:45-06:00、20:00-21:15和22:30-23:00时段上升外，文艺频率在全天大部分时段均为下跌，其中04:00-05:30和24:00-26:00两个时段下跌幅度较大（图5）。

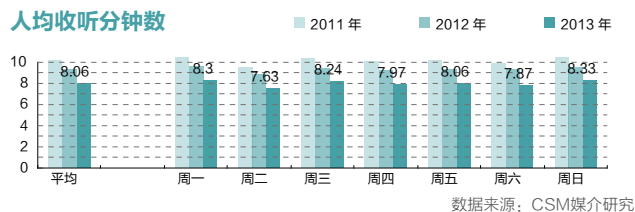
图5 文艺频率全天走势两年对比



2、周天人均收听时长年度比较下滑

2013年文艺频率的人均收听时长为8.06分钟，对比上一年的9.36分钟，下跌了1.3分钟。从不同周天来看，周日人均收听分钟数最高，达8.33分钟，其次为周一，也有8.3分钟，随后下跌，在周二为最低点，只有7.63分钟，周间走势高低起伏交错，呈现“W”形走势。与2012年比较，尽管走势相似，但具体收听时长绝对值均有下跌，且各周天下跌均超过1分钟（图6）。

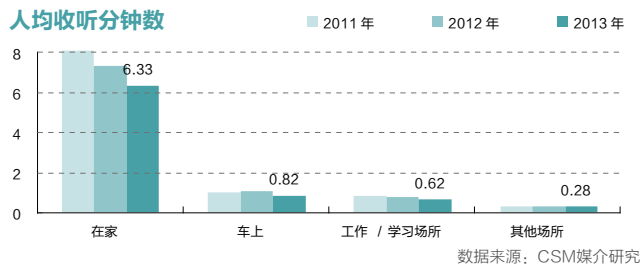
图6 不同周天人均收听分钟数年度比较



3、家中是最主要收听场所且逐年下跌，全天维持高位收听

2013年文艺频率的人均收听时长8.06分钟主要由“在家”收听所贡献，为6.33分钟，远高于其他三个场所，因而其变化对文艺频率整体影响较大，从近三年走势来看，“在家”人均收听分钟数呈逐年下跌之势；走势相似的还有“工作/学习场所”，而在“车上”在上一年出现提升后，在2013年也有下跌，为0.82分钟，略高于“工作/学习场所”，“其他场所”则维持上一年0.28分钟的水平不变（图7）。

图7 不同场所人均收听分钟数年度比较

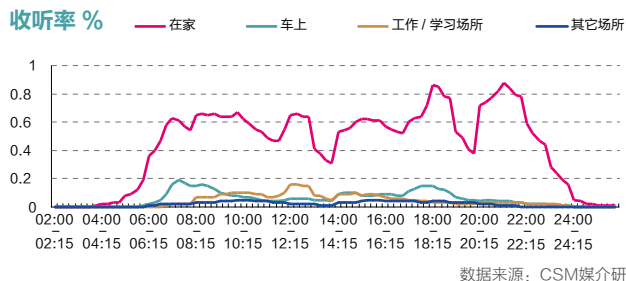


从不同场所全天收听率走势可以看出，听众主要“在家”收听文艺频率，所以从全天走势来看，“在家”各时段收听率均远高于其他三个场所，在06:45-22:30之间，除11:00-11:45、13:00-14:00和19:15-20:00三个时段外，收听率均高于0.5%；“车上”在07:00-09:15和17:00-19:00上下班高峰时段出现收听高峰，而“工作/学习场所”的听众多在中午11:45-13:15时段收听文艺广播，“其他场所”相比之下走势较为平缓（图8）。

4、重度听众特征与所有频率存在差异

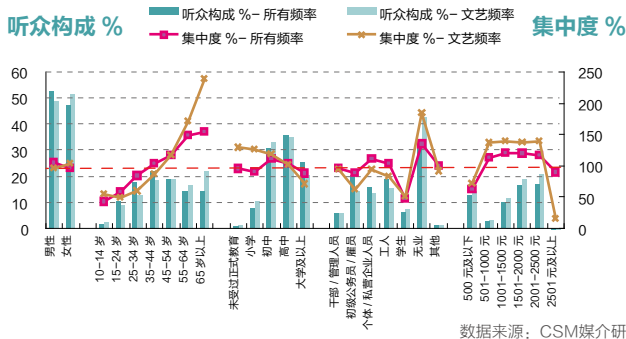
文艺频率的重度听众主要为女性、45岁以上、高中及以下学历和中等收入人群，而市场整体听众以男性、35岁以上、初中/高中学历和中等收入群体为主，相比之下，两者在

图8 文艺频率在不同场所全天收听率走势



性别上有所差异，在年龄上，35-44岁听众对文艺频率的关注度较低，教育程度方面文艺频率更偏向于低学历人群，个人月收入则相似度较高（图9）。

图9 文艺频率听众特点与市场整体的比较



5、各目标听众对各类文艺节目¹的收听取向不同

文艺节目根据内容还可细分为小说/评书、地方戏曲、情感故事、广播剧、综艺娱乐报道、综艺晚会和电影/电视录音剪辑等。2013年文艺节目的播出以文艺其他为主，接近六成的播出比重，其次为15.82%的小说/评书，地方戏曲和情感故事播出量均接近10%，广播剧、综艺娱乐报道和综艺晚会等播出量较小。而听众对文艺节目的收听也偏向于文艺其他和小说/评书，两者的收听比重均大于播出比重，情感故事播出效益未能收支平衡，综艺娱乐报道和综艺晚会播出量虽小，但仍有较大的市场需求。

从不同目标听众来看，女性听众收听地方戏曲、综艺晚会和综艺娱乐报道的时长比例高于男性听众，年龄方面，随着年龄的增长，听众收听地方戏曲的时长比例逐渐上升，文

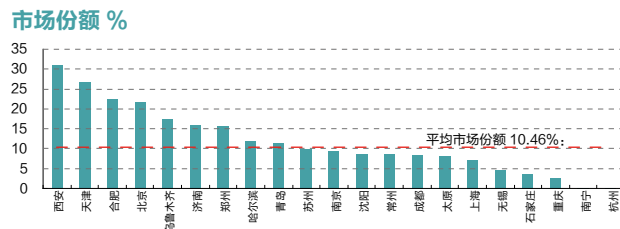
艺其他反有下跌的趋势，除文艺其他和小说/评书外，10-14岁听众收听情感故事和综艺娱乐报道较多，65岁以上则偏向于收听地方戏曲和综艺晚会，纵向对比不同学历人群，高学历听众收听广播较多地选择文艺其他和综艺娱乐报道节目，低学历听众更喜欢收听小说/评书（表3）。

三、文艺频率在各地收听表现

1、文艺频率在各城市竞争力差异较大

2013年文艺频率在33城市的平均市场份额为10.46%，但地区差异较大，只有9个城市超过平均水平，且大多为北方城市，文艺频率竞争力呈北强南弱之势。其中在排名首位的西安地区，文艺频率市场份额占30%以上，天津、合肥和北京也超过20%，苏州和南京则不及一成，在南宁和杭州相对较低（图10）。

图10 文艺频率在各城市整体竞争力排名



文艺频率在西安和天津地区的竞争力强主要得益于其相对较大的听众数量，平均每天收听过文艺频率的听众比例均超过25%，合肥、济南和哈尔滨也在15%以上，而乌鲁木齐地区的平均到达率虽不足10%，但听众的忠实度较高，即收听文艺频率的时长较大，因而市场份额比济南等地区更高（图11）。

2、文艺频率在各城市市场份额排名各有特点

文艺频率在多个地区的市场份额进入三甲之列，包括西安、天津、合肥、北京、乌鲁木齐、郑州和哈尔滨等城市，其中合肥故事广播FM98.8在当地的市场竞争力居于首位。

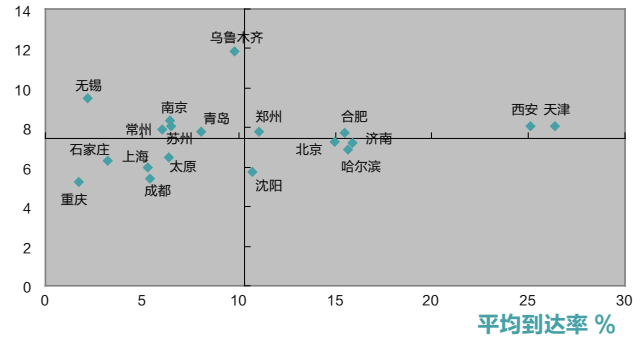
¹ 本文重点分析北京、上海、广州、深圳四个一线城市的所有被监测频率的节目竞争情况。

表3 各目标听众对不同类型文艺节目的收听与播出比重（%）

		文艺其它	小说/评书	地方戏曲	情感故事	广播剧	综艺娱乐报道	综艺晚会	电影/电视剧录音剪辑
播出比重%		59.80	15.82	9.96	9.73	1.77	1.41	1.18	0.33
收听比重%	十岁及以上所有人	64.75	16.83	9.51	3.21	1.20	2.63	1.81	0.05
	男	65.45	17.63	8.24	3.63	1.25	2.35	1.42	0.03
	女	64.07	16.06	10.76	2.80	1.16	2.91	2.18	0.06
	10-14岁	62.24	16.17	3.46	8.63	2.47	7.03	0.00	0.00
	15-24岁	75.85	12.52	3.16	4.73	0.60	2.70	0.38	0.04
	25-34岁	74.73	10.53	4.44	6.18	0.46	2.83	0.80	0.03
	35-44岁	70.97	17.23	2.24	3.75	1.48	3.25	0.92	0.15
	45-54岁	65.06	19.20	7.81	2.00	1.64	3.22	1.04	0.03
	55-64岁	53.05	20.15	19.16	1.45	1.34	0.93	3.91	0.01
	65岁及以上	48.53	21.21	21.93	0.59	1.46	2.09	4.19	0.00
	未受过正式教育	55.14	32.38	9.28	0.81	0.92	0.34	1.14	0.00
	小学	54.63	29.18	10.55	2.70	1.24	1.42	0.27	0.00
	初中	57.81	15.80	13.73	4.63	1.45	2.73	3.73	0.12
	高中	64.89	16.18	9.89	3.37	1.11	2.76	1.77	0.03
	大学及以上	75.28	14.12	4.35	1.83	1.10	2.85	0.45	0.02
	干部/管理人员	75.56	15.08	2.60	4.39	0.14	2.01	0.22	0.00
	初级公务员/雇员	73.02	11.62	7.90	2.36	1.10	3.23	0.76	0.02
	个体/私营企业人员	70.17	14.82	2.60	5.12	2.91	4.29	0.02	0.08
	工人	64.35	19.20	5.38	6.58	0.81	2.14	1.46	0.08
	学生	76.07	12.13	3.12	3.54	0.82	3.94	0.38	0.00
	无业（包括退休人员）	54.11	20.55	17.03	1.34	1.25	1.91	3.77	0.04
	其他	58.44	25.66	12.15	2.03	0.24	0.66	0.25	0.56

数据来源：CSM媒介研究

图11 文艺频率在各城市听众平均到达率和平均忠实度比较



数据来源：CSM媒介研究

在传统戏曲或相声、评书文化较为浓厚的地区，衍生出更为细化的文艺频率，如陕西秦腔广播FM101.1，天津相

声广播AM567/FM92.1和河南戏曲广播AM1143/FM97.6等，在当地收听表现瞩目，其他城市则以故事广播和综合类文艺频率等为主（表4）。

四、结语

综上所述，文艺类广播频率在2013年的市场竞争中份额对比上一年虽有所下跌，但仍以10.46%稳守第四位，每天收听过文艺频率的听众虽只有8.48%，与新闻综合、交通频率和音乐频率有一定差距，但听众收听时间和忠实度较大，高于其他各类型频率。听众主要“在家”收听文艺频率，高峰时段多在下午和晚间时段，主要吸引女性、45岁以上，中低学历群体收听，另外，在不同地区的收听表现差

表4 文艺频率在各城市市场份额排名

地区	排名	频率	收听率%	市场份额%
西安	3	陕西广播电视台秦腔广播 FM101.1西安乱弹	0.54	8.21
	5	西安综艺广播FM102.4	0.48	7.33
	10	陕西广播电视台故事广播AM603	0.35	5.32
	11	陕西广播电视台戏曲广播 AM747/FM107.8	0.33	5.10
	13	陕西广播电视台青春广播FM105.5	0.33	5.03
天津	2	天津人民广播电台相声广播 AM567/FM92.1	1.15	14.35
	5	天津人民广播电台文艺广播 AM1098/FM104.6	0.78	9.75
	10	天津人民广播电台小说广播AM666	0.20	2.54
合肥	1	合肥故事广播FM98.8	0.57	10.67
	7	安徽小说评书广播	0.25	4.68
	12	安徽戏曲广播	0.21	3.87
	14	合肥故事广播AM1170	0.17	3.27
北京	2	北京人民广播电台文艺广播 (FM87.6/CFM93.8)	0.79	15.71
	9	中央人民广播电台第九套节目 文艺之声	0.12	2.40
	15	北京人民广播电台故事广播 (AM603/CFM89.1)	0.05	1.07
	16	北京人民广播电台长书广播有线 (104.3)	0.04	0.80
	17	中央人民广播电台娱乐广播	0.04	0.73
	18	北京人民广播电台戏曲曲艺广播有线 (105.1)	0.03	0.56
	20	北京人民广播电台欢乐时光广播有线 (106.5)	0.02	0.48
乌鲁木齐	2	新疆人民广播电台FM107.4 维语文艺广播	0.90	13.65
	9	新疆人民广播电台102.8 故事广播FM102.8	0.26	3.89
济南	4	济南故事广播FM104.3	0.65	9.01
	6	济南电台文艺广播FM100.5	0.36	5.00
	14	山东广播电视台iradio 女主播电台FM97.5	0.14	1.97

异较大。所以在日趋激烈的竞争环境中，文艺类频率坚持频率专业化，节目对象化，专注于服务目标听众，要在节目策划，内容编排和节目原创等多方面加强创新，以传统戏曲、

地区	排名	频率	收听率%	市场份额%
郑州	3	河南人民广播电台戏曲广播 AM1143/FM97.6	0.53	9.71
	11	郑州文化娱乐广播私家车调频 FM91.8	0.20	3.63
	13	河南电台影视广播My Radio FM90.0	0.14	2.50
哈尔滨	2	哈尔滨文艺广播FM98.4	1.08	12.00
青岛	6	青岛故事广播FM95.2/AM1008	0.34	6.34
	8	青岛快乐603长书频率 AM603/FM100.7/FM99.5	0.23	4.23
	15	山东广播电视台iradio女主播电台 FM97.5	0.05	0.93
苏州	4	苏州戏曲广播AM846	0.45	8.61
	15	上海戏剧曲艺广播AM1197/FM97.2	0.03	0.62
	17	无锡广播电视台故事戏曲广播 AM1008	0.02	0.47
	22	江苏故事广播AM585	0.01	0.23
	35	上海故事广播FM107.2	0.00	0.05
	11	江苏故事广播AM585	0.20	3.51
南京	15	江苏文艺广播FM91.4	0.13	2.33
	16	江苏文艺广播AM1053	0.11	1.91
	17	南京故事广播AM801/FM101.7	0.10	1.78
沈阳	5	辽宁广播电视台文艺广播 FM95.9/FM101.8/AM1053	0.62	8.83
成都	7	成都人民广播电台文化休闲频道 FM94.6/AM1485	0.22	6.18
	13	四川人民广播电台文艺广播快乐900 FM90.0	0.08	2.30
太原	5	山西文艺广播FM101.5	0.41	8.20
上海	6	上海戏剧曲艺广播AM1197/FM97.2	0.25	5.64
	12	上海故事广播FM107.2	0.07	1.59
无锡	10	无锡广播电视台故事戏曲广播 AM1008	0.14	3.13
	14	江苏文艺广播AM1053	0.02	0.49
	18	苏州戏曲广播AM846	0.02	0.34
	19	上海戏剧曲艺广播AM1197/FM97.2	0.01	0.24
	23	上海故事广播FM107.2	0.01	0.15
石家庄	11	河北电台文艺广播(私家车907) AM900/FM90.7	0.19	3.50
重庆	8	重庆人民广播电台文艺广播FM103.5	0.09	2.62

评书等锁定中老年听众群体，提高其忠实度，以时尚娱乐元素吸引更多的年轻人，扩大听众覆盖面，从而提升整体竞争力。