

2013年交通类频率收听状况分析

肖青青

随着国民经济的持续高速发展，我国的汽车保有量同样也保持着快速增长态势。截止2013年年底，我国汽车保有量达1.37亿辆，全国有31个城市的汽车保有量超过100万辆，其中北京、天津、成都、深圳、上海、广州、苏州和杭州8个城市汽车保有量超过200万辆，北京市更是超过了500万辆。汽车越来越普遍地走进千家万户，逐渐成为人们出行的代步工具之一。专业化的交通类频率除了实时播报路况信息外，时事新闻类节目和其他娱乐类节目等也颇为丰富，所以交通类频率也逐步成为多数出行人们首选的媒体平台。本文将依据CSM媒介研究2013年四波收听率调查数据，对交通类频率的竞争力表现，听众特点、城市差异化进行梳理，从中回顾2013年交通类频率的整体收听表现。

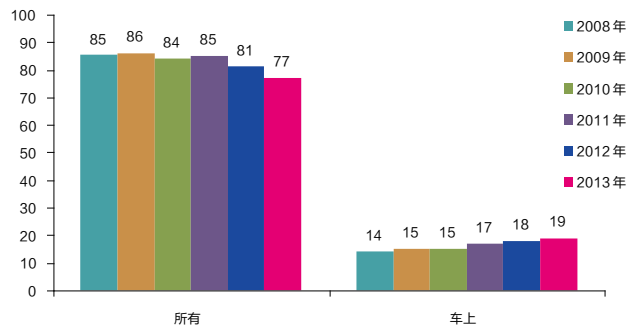
一、交通类频率在专业广播市场中的整体表现

1、历年广播收听市场发展态势

分析2008年至2013年全国广播收听市场可以看出，在“所有场所”人均收听时长整体呈稳中缓慢下降的态势。与之相反，当收听场所转移到车载场所的时候，广播的收听时长走势则出现另一番景象，从2008年的14分钟逐年递增至2013年的19分钟，这与汽车保有量的大幅增长，人们平日在车载场所的收听时长增加和机会增多，且在车载场所对信息、娱乐的需求等也随之提高等等息息相关。而广播相对于其他媒体资讯平台，更适用于车载场所，尤其驾车人员，随时可以做到耳听各类时政新闻、娱乐资讯、实时路况等信息，眼观四方道路安全驾车。所以车载场所为广播的蓬勃发展提供了巨大的空间（图1）。

图1 2008-2013全国广播收听时长比较（所有场所/车上）

人均收听分钟数



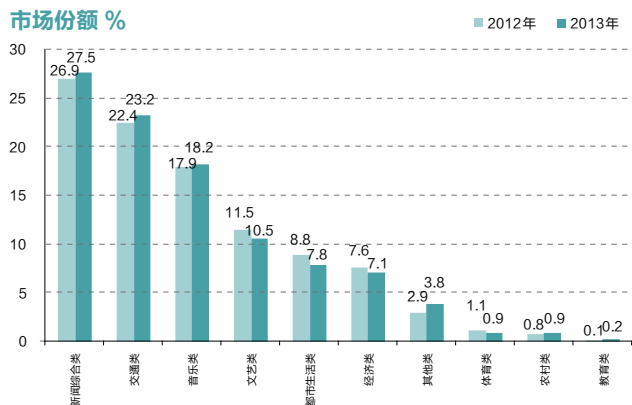
数据来源：CSM媒介研究

2、交通类频率位居强势媒体集团，在车载场所竞争优势更为显著

细化各类专业化频率，通过比较各类专业化频率的市场份额，观察了解广播媒体的竞争情况。从2012-2013年广播收听市场各专业频率市场份额图清晰看到，新闻综合类、交通类、音乐类频率仍是最受人们关注的大众频率，市场份额占据前三位，且2013年相比2012年市场份额均有不同幅度的提升，其中新闻类频率位居首列，市场份额为27.5%，交通类频率市场份额为23.2%紧跟其后，音乐类频率排在第三位，市场份额为18.2%。文艺类频率、都市生活类频率和经济类频率市场份额在10%左右，相比2012年市场份额均有下滑。更为“窄”众的体育类、对农类和教育类的频率市场份额则相对较低。对于2013年交通类频率23.2%的市场份额，我们可以理解为，听众收听广播花费的总时间中，有接近1/4的时间是收听了交通类频率，所以交通类频率在广播媒体的竞争中竞争力非常强劲（图2）。

再从平均到达率和平均忠实度两个维度来评估各专业频率的竞争力情况，其中平均到达率反映了听众的收听规模，即

图2 2012-2013年广播收听市场各专业频率市场份额
(所有场所)

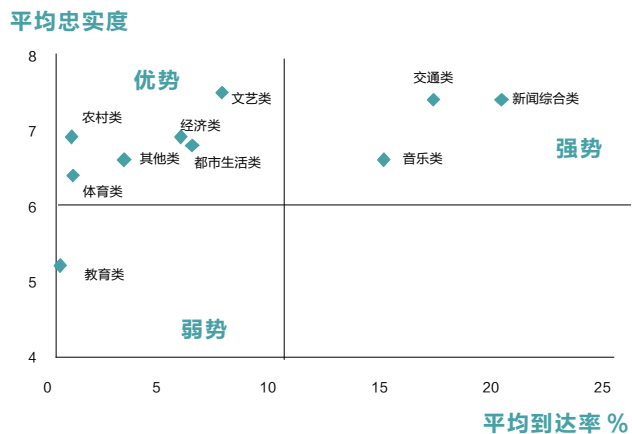


数据来源: CSM媒介研究

有多少不同的听众收听该频率, 平均忠实度反映了有多少听众长时间的从始至终的收听该频率, 所以各类专业频率最终追求的就是较高的平均到达率和平均忠实度。比较各类专业频率的平均到达率和平均忠实度, 新闻综合类、交通类、音乐类频率平均到达率和平均忠实度均较高, 为强势媒体平台, 其中交通类频率和新闻综合类频率的平均忠实度相同, 但是交通类频率的平均到达率即收听规模则落后于新闻综合类频率。文艺类频率的平均忠实度是各类专业化频率中最高的, 但该频率的收听规模相对少一些, 所以落在了优势平台区域 (图3)。

在所有收听场所里, 交通类频率的竞争优势明显, 区分不同的收听场所, 来观察一下听众在不同场所对广播的偏好

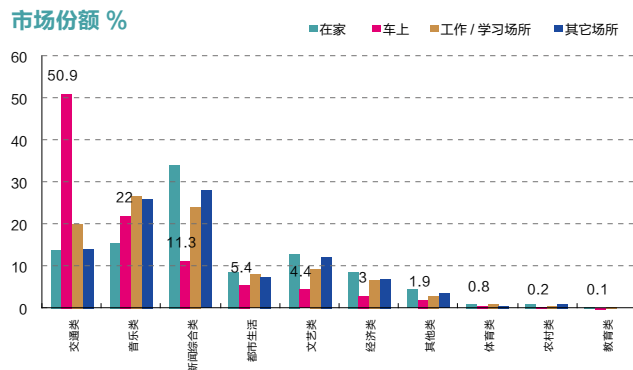
图3 2013年广播收听市场各专业频率竞争力比较
(所有场所)



数据来源: CSM媒介研究

和需求。在“车上”, 交通类频率独占鳌头, 市场份额超过50%, 半数以上听众选择在车上收听交通类频率, 这与交通类频率播报实时道路讯息、汽车服务类信息、交通规章制度等紧密相关。音乐类频率排在第二位, 市场份额达到22%, 接近1/4的听众选择通过收听音乐类频率的音乐、脱口秀娱乐节目等来打发在路上的时间。从在家收听情况来看, 排在首位的是新闻综合类频率, 市场份额达到34%, 交通类、音乐类、文艺类频率的竞争水平接近, 市场份额在12%-14%之间。交通类频率在“工作/学习场所”和“其他场所”的收听表现也不错, 市场份额均位居第三位。由此看出, 交通类频率在车载场所优势最为显著, “在家、工作/学习场所、其他场所”也受到较多听众的偏爱 (图4)。

图4 2013年广播收听市场各专业频率在不同场所市场份额



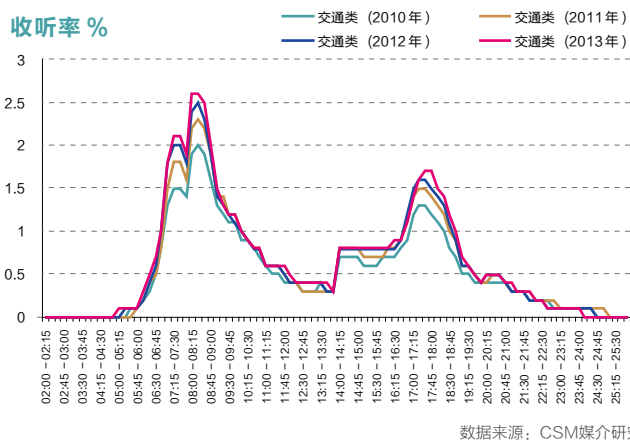
数据来源: CSM媒介研究

选择近四年交通类频率在“车上”的全天收听率走势进行分析比较, 整体走势变化不大, 但在早间和傍晚出行高峰时段, 两座收听高峰均呈现逐年递增的趋势。早间07:00-09:00, 2010年至2013年最高收听率分别为2%、2.3%、2.5%和2.6%, 傍晚17:00-18:30最高收听率由2010年的1.3%上升到2013年的1.7% (图5)。

3、交通类频率听众广泛, 车载场所听众规模持续增长

通过到达率 (%) 指标我们来观察一下各专业频率的听众规模, 在竞争市场中, 听众规模的大小直接影响到各类专业频率竞争力的强弱。总体来看, 新闻综合类频率、交通类频率和音乐类频率的到达率在50%左右, 处于第一梯队; 都市生活类频率、文艺类频率、经济类频率处于第二梯队, 到达率在

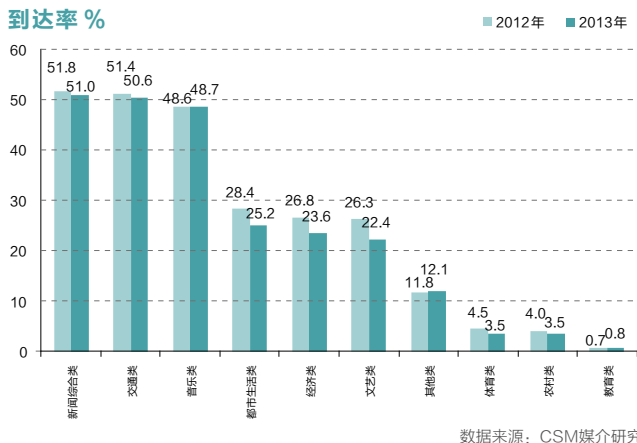
图5 2010-2013年交通类频率收听率走势比较（车上）



25%左右；体育类频率、农村类频率和教育类频率由于频率定位和播出内容的关系，听众规模较少，位于第三梯队。对比去年来看，2013年听众规模处于第一梯队和第二梯队的各专业频率中，除音乐类频率的到达率稳中微升外，其他各频率均出现下降，其中，交通类频率从51.4%下降到50.4%，而相比听众规模位居第一的新闻综合类频率仅差别0.4个百分点，有待超越（图6）。

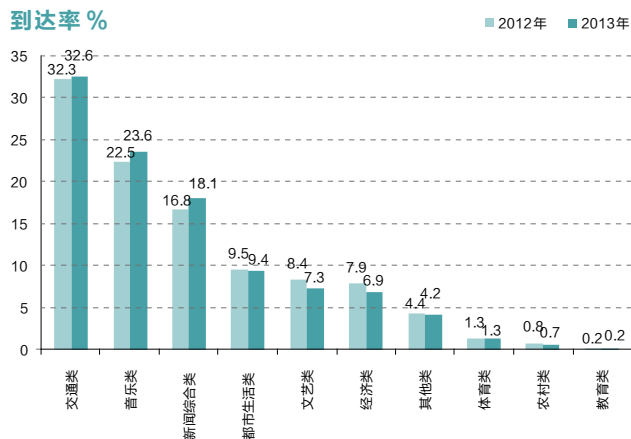
与所有场所不同，在“车上”，最受广大车载听众喜爱的交通类频率的听众规模遥遥领先于其他各专业频率，到达率为32.6%。音乐类频率是听众的第二选择，到达率为23.6%，相比交通类频率低9个百分点。新闻综合类频率在车载场所的到达率仅为18.1%，几乎为交通类频率的半数。相

图6 2012-2013年广播收听市场各类专业频率到达率%（所有场所）



比2012年，2013年车载场所交通类频率、音乐类频率和新闻综合类频率的听众规模均扩大，可见，车载场所是广播大力发展的优质平台（图7）。

图7 2012-2013年广播收听市场各类专业频率到达率%（车上）

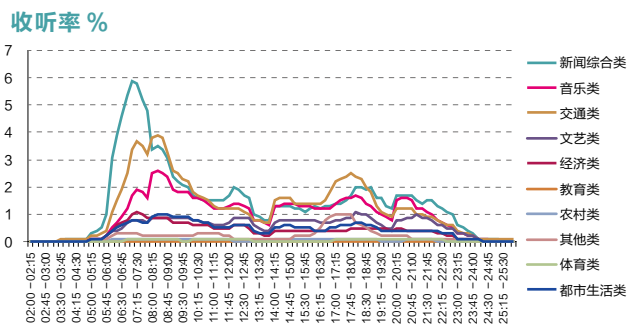


4、交通类频率在早晚出行时段收听表现较好，工作日优于周末

通过2013年广播收听市场各类专业频率收听率走势观察到，各类广播频率全天收听率走势有着各自的优势特点。交通类频率在早间07:00-09:00和傍晚17:00-18:30时段形成两座收听高峰，其峰值分别达到了3.9%和2.5%，出现在08:15-08:30和17:45-18:00两段人们出行最高峰的时段。人们通过收听交通类频率可以了解到最新的路况信息、实时新闻和汽车资讯等感兴趣的内容，既方便了出行又打发了途中时间。对比一下其他频率的收听特点，新闻综合类频率在早晨时段优势非常明显，08:00之前收听率遥遥领先，而08:00-09:00人们开始出门工作、学习，听众注意力逐渐转移到交通类频率上，此时段交通类频率开始领跑收听市场。午间休息时段11:00-13:00和晚间20:00以后，外出的人们相对减少，人们的信息、娱乐需求也发生变化，该时段内交通类频率的收听表现低于新闻综合类频率和音乐类频率（图8）。

区分不同周天观察交通类频率的收听特点，由于交通类频率在车上的被选择性非常高，且在早间07:00-09:00和傍晚17:00-18:30出行高峰时段收听表现最好，所以在周六、

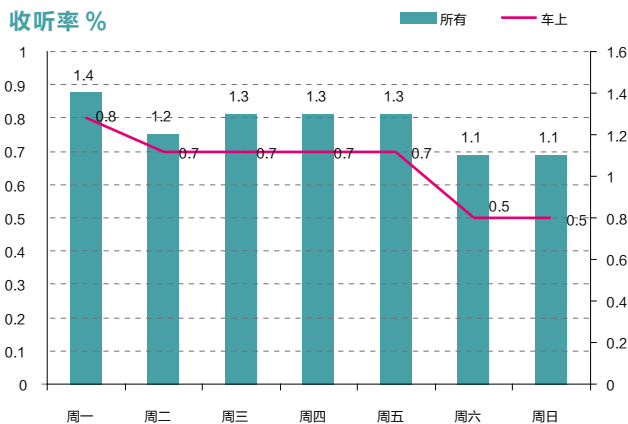
图8 2013年广播收听市场各类专业频率收听率走势



数据来源：CSM媒介研究

周日多数人休息，不用上班、上学的情况下，收听率必然出现波动。在所有场所，周日的收听率最高，达到1.4%，通常城市里周日的道路交通也是最拥挤复杂的。周二收听表现开始回落，周三至周五收听率基本稳定在1.3%，周六、周日则下滑到1.1%。在“车上”交通类频率的收听表现与所有场所类似。仍是周一收听率0.8%表现最好，周二至周五收听率0.7%维稳，周六、周日收听率下降到0.5%（图9）。

图9 2013年交通类频率在不同周天的收听率比较



数据来源：CSM媒介研究

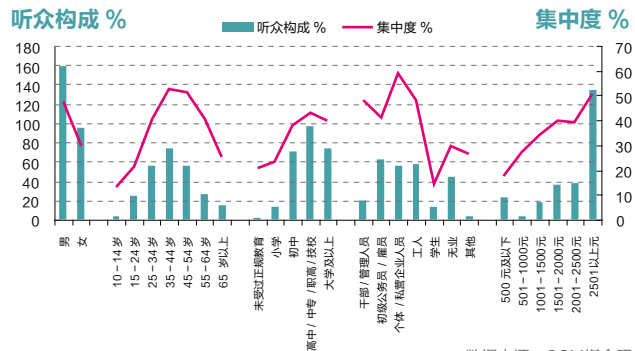
二、交通类频率在专业广播市场的听众特征

1、男性、中青年、高学历、高收入人群比例多，听众商业价值高

通过听众构成和集中度两个指标，可以了解到交通类频率主要是哪些人群在收听，受到哪些人群的偏好。交通类频

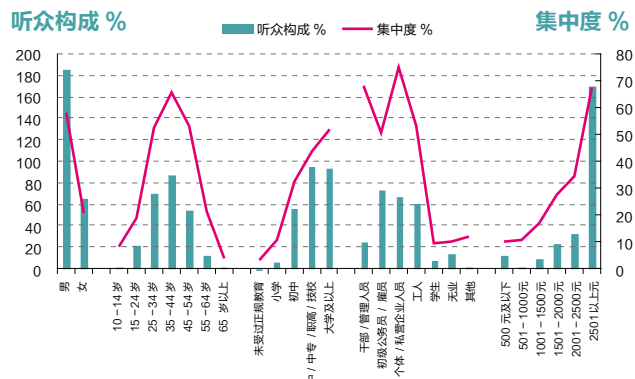
率在“所有场所”和“车上”的听众特点存在共性，男性、25-54岁、高收入听众是两个场所相同的受众群，且这部分人群对交通类频率的偏爱也非常之高。其中在“所有场所”男性听众比例达到62.5%，而“车上”男性听众比例更是高达73.8%，并且在“车上”大学及以上学历、干部/管理人员、初级公务员/雇员、个体/私营企业人员、高收入听众的比例和倾向度均高于“所有场所”，车载场所听众的广告商业价值更高（图10、图11）。

图10 2013年交通类频率的听众构成与集中度（所有场所）



数据来源：CSM媒介研究

图11 2013年交通类频率的听众构成与集中度（车上）



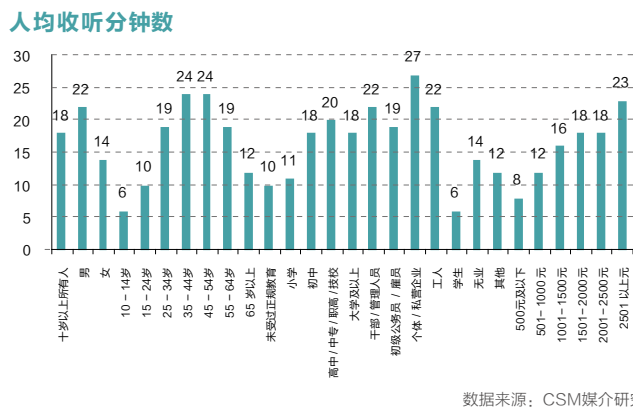
数据来源：CSM媒介研究

2、男性、青壮年、高收入人群收听时间最长

再来比较一下不同目标人群每天收听交通类频率的时长，从性别来看，男性听众每天收听时长22分钟，高于女性听众每天收听时长；从年龄来看，35-44岁、45-54岁的听众收听交通类频率的时长均为24分钟；25-34岁、55-64岁的听众每日收听时长达到19分钟；从教育程度来看，未受过

正规教育、小学的听众较少收听交通类频率，而高中/中专/职高、大学及以上的听众收听交通类频率的时长合计为38分钟；从听众职业看，个体/私营企业的经营者收听最长，达到27分钟，其次是干部/管理人员和工人；从收入水平看，高收入的听众更为关注交通类频率（图12）。

图12 2013年交通类频率不同听众人均收听分钟数

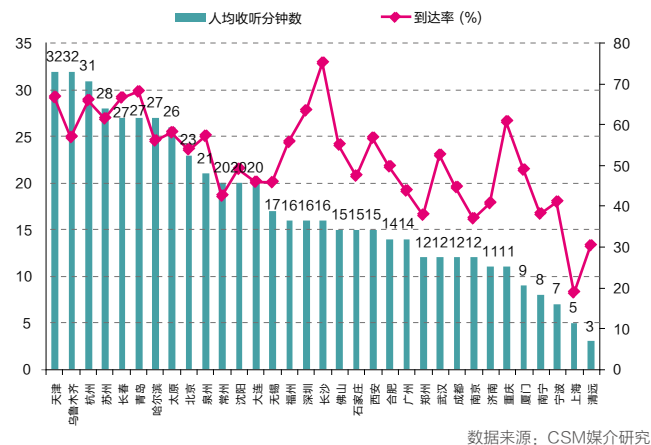


三、各城市交通类频率的收听表现

1、交通类频率在多数城市收听表现不错

比较全国33个城市中交通类频率的人均收听分钟数和到达率，比较一下各城市交通类频率的收听时长和听众规模的特点。2013年交通类频率在全国33城市组中的人均收听分钟数为18分钟，以18分钟为标准，33个城市中有13个城市的人均收听分钟数超过平均水平。其中，天津、乌鲁木齐、杭州三地交通类频率的人均收听分钟数排在全国前三，天津32分钟、乌鲁木齐32分钟，杭州31分钟，而厦门、南宁、宁波、上海、清远的听众收听交通类频率的时长均低于10分钟，收听表现相对较弱。在33个城市中，有超过半数城市的交通类频率的到达率超过50%，其中长沙的听众规模最大，到达率为75.3%，青岛、天津、长春、杭州排在其后。上海地区的到达率相对最低。对于交通类频率收听表现不突出的地区，如何吸引听众扩大规模，延长听众停留时间，是有待频率工作人员解决的问题（图13）。

图13 2013年交通类频率在全国33城市的人均收听分钟数和到达率比较（所有场所）



2、交通类频率在本地的竞争力强劲

各地交通类频率市场份额排名靠前，本地市场频率间竞争激烈。在“所有场所”中，有29个交通类频率的市场份额排名进入前3名，其中北京人民广播电台交通广播(FM103.9/CFM95.6)、长春交通之声广播电台FM96.8、青岛交通广播FM89.7/AM900在当地的份额均在30%以上。在“车上”，交通类频率更是出类拔萃，有54个交通类频率市场份额排名进入前3名，其中北京人民广播电台交通广播(FM103.9/CFM95.6)、长春交通之声广播电台FM96.8、常州人民广播电台交通广播FM90、重庆人民广播电台交通频率FM95.5、大连人民广播电台第四套广播交通广播FM100.8、青岛交通广播FM89.7/AM900、苏州交通广播FM104.8、天津人民广播电台交通广播FM106.8、无锡广播电视台交通广播FM106.9当地的份额均超过50%，人们已经习惯在出行期间通过交通类频率来了解各类资讯（表1）。

表1 全国33城市交通类频率在本地市场的竞争情况（所有场所/车上）

城市	频率	所有场所		车上	
		排名	市场份额%	排名	市场份额%
北京	北京人民广播电台交通广播(FM103.9/CFM95.6)	1	31.0	1	62.3
长春	长春交通之声广播电台FM96.8	1	33.8	1	57.3
	吉林人民广播电台交通广播FM103.8	5	6.7	2	12.5
长沙	湖南人民广播电台交通频道FM91.8/FM100.3	1	25.3	1	42.0
	长沙交通音乐广播FM106.1	2	12.4	2	16.3
	湖南电台893汽车音乐电台FM89.3	9	4.1	4	6.5
常州	常州人民广播电台交通广播FM90	1	24.2	1	53.8
	常州人民广播电台交通广播AM747	8	4.1	8	1.7
	江苏交通广播网FM101.1	12	1.5	6	3.2
成都	四川人民广播电台交通广播FM101.7	1	14.7	1	29.9
	成都人民广播电台交通文艺广播FM91.4	3	9.2	2	19.6
	四川人民广播电台天府之声私家车广播FM92.5	17	1.8	16	1.6
	成都电台FM105.1快乐私家车	23	0.1	20	0.2
重庆	重庆人民广播电台交通频率FM95.5	3	21.7	1	54.6
大连	大连人民广播电台第四套广播交通广播FM100.8	1	23.0	1	53.7
	辽宁广播电视台交通广播FM97.5	15	0.6	13	0.6
佛山	佛山人民广播电台FM92.4	2	15.8	1	29.2
	广州电台金曲1027 汽车音乐广播 FM102.7	12	1.6	8	2.6
	广东电台羊城交通广播台FM105.2	14	1.4	9	2.0
	广州交通电台FM106.1	16	0.9	12	1.6
	广东电台城市之声爱车1036 FM103.6	18	0.5	17	0.3
福州	福建987私家车广播FM98.7	1	13.5	1	31
	福州交通之声FM87.6	9	5.5	3	10.2
	福建交通广播FM100.7	10	3.9	2	11.2
	海峡之声海都阳光调频FM99.6	11	3.8	8	5.1
	福建汽车音乐调频FM91.3	12	3.4	6	6.5
	海峡之声汽车生活广播FM90.6	13	3.3	4	8.2
广州	广东电台羊城交通广播台FM105.2	2	15.1	1	32.2
	广州交通电台FM106.1	5	8.7	2	20.8
	广州电台金曲1027 汽车音乐广播 FM102.7	8	5.0	5	5.6
	广东电台城市之声爱车1036 FM103.6	11	1.8	8	1.8
杭州	私家车107快乐广播城市之声FM107/AM1530	2	11.3	2	17.7
	浙江人民广播电台交通之声FM93	3	10.8	3	17.6
	杭州交通经济广播FM91.8	6	8.6	1	20.4
	汽车电台105.4西湖之声FM105.4	7	7.8	5	8.3
哈尔滨	黑龙江交通广播FM99.8	4	10.8	1	36.2
	哈尔滨交通广播FM92.5	5	10.1	2	32.4
	黑龙江生活广播(私家车频道)FM104.5	9	3.7	4	4.6
合肥	安徽交通广播	4	9.2	2	21.2
	合肥交通广播AM1053/FM102.6	5	8.1	1	21.5
	合肥汽车音乐广播AM747/FM87.6	10	4.0	3	9.4
	安徽交通广播汽车980	20	1.5	8	2.9

城市	频率	所有场所		车上	
		排名	市场份额%	排名	市场份额%
济南	济南交通广播FM103.1	5	8.1	1	26.7
	济南文艺广播私家车936FM93.6	10	2.9	5	6.1
	山东广播交通音乐之声FM101.1	11	2.5	3	7.6
南京	南京交通台交通FM102.4	6	7.0	1	24.0
	江苏交通广播网FM101.1	7	6.4	2	16.7
	南京快乐私家车FM98.1	20	0.9	10	1.5
南宁	广西电台教育生活广播(私家车930)FM93.0	1	14.6	1	30.8
	广西电台交通广播FM100.3	7	8.2	5	11.6
	南宁人民广播电台交通音乐广播FM107.4	9	8.2	4	12.6
宁波	镇海台(私家车音乐台FM104.7)	1	17.5	1	34.3
	宁波电台交通广播FM93.9 AM603	2	12.3	2	21.1
	宁波电台音乐广播FM98.6汽车音乐调频	6	7.8	3	8.7
	私家车107快乐广播城市之声FM107/AM1530	10	3.4	4	5.3
	浙江人民广播电台交通之声FM93	11	3.0	5	4.8
青岛	青岛交通广播FM89.7/AM900	1	31.3	1	67.5
	青岛经济广播汽车生活频率FM102.9/AM1251	7	4.4	6	1.9
	青岛私家车电台FM96.4	10	2.5	4	4.0
	山东广播交通音乐之声FM101.1	15	1.1	10	1.1
清远	广东电台羊城交通广播台FM105.2	11	2.0	10	2.1
	广州电台金曲1027 汽车音乐广播 FM102.7	14	1.2	11	2.1
	广州交通电台FM106.1	16	0.8	9	2.4
	广东电台城市之声爱车1036 FM103.6	19	0.4	19	0.4
泉州	泉州人民广播电台904交通之声FM90.4	1	28.5	1	42.9
	泉州人民广播电台923私家车音乐广播FM92.3	6	5.5	4	7.3
	福建987私家车广播FM98.7	8	4.4	6	5.2
	福建交通广播FM100.7	10	2.8	7	4.4
上海	上海交通广播AM648/FM105.7	4	7.4	3	17.6
	上海公交移动电视伴音广播FM98.1	15	1.1	6	3.9
沈阳	辽宁广播电视台交通广播FM97.5	1	19.8	1	44.7
深圳	深圳广播电台交通频率FM106.2	1	26	1	47.4
	广东电台南粤之声(汽车优悦广播)FM105.7	6	4.7	5	5.3
	深圳私家车广播I Radio FM94.2	8	4.0	4	5.6
	广东电台羊城交通广播台FM105.2	18	0.4	22	0.1
	广东电台城市之声爱车1036 FM103.6	22	0.3	19	0.2
石家庄	石家庄广播电视台交通广播FM94.6	2	12.0	1	29.0
	河北人民广播电台交通广播FM99.2	7	6.5	2	15.5
	河北电台文艺广播(私家车907)AM900/FM90.7	11	3.5	7	3.4
苏州	苏州交通广播FM104.8	1	29.1	1	56.0
	江苏交通广播网FM101.1	6	5.3	3	10.3
	苏州交通经济频率汽车广播FM102.8/AM603	9	2.5	8	1.3
太原	太原人民广播电台交通频率FM107	1	16.8	1	39.2
	山西广播电视台交通广播FM88	2	13.7	2	22.0
	太原私家车RadioFM104.4	8	5.5	3	9.5

城市	频率	所有场所		车上	
		排名	市场份额%	排名	市场份额%
天津	天津人民广播电台交通广播FM106.8	1	27.9	1	59.8
乌鲁木齐	新疆人民广播电台949交通广播FM94.9	1	24.8	1	44.0
	乌鲁木齐人民广播电台交通广播FM97.4	4	8.9	2	19.1
武汉	楚天交通广播FM92.7	2	13.7	1	40.6
	武汉广播电视台交通广播FM89.6/AM603	7	5.6	2	8.8
	湖北私家车广播FM107.8	12	2.6	5	5.7
	湖北车主生活广播auto radioFM96.6	13	2.1	7	4.7
无锡	无锡广播电视台交通广播FM106.9	1	19.0	1	50.6
	无锡广播电视台汽车音乐广播FM91.4/AM900	5	10.0	2	15.6
	江苏交通广播网FM101.1	8	5.6	3	10.9
西安	陕西广播电视台交通广播AM1323/FM91.6	9	5.9	1	20.9
	陕西广播电视台896汽车调频FM89.6	12	5.0	6	6.9
	西安交通旅游广播FM104.3	14	4.7	4	11.1
厦门	厦门经济交通广播FM107/AM1278	4	12.7	2	26.1
	福建交通广播FM100.7	6	4.0	4	7.4
郑州	河南人民广播电台交通广播FM104.1	4	7.8	1	24.7
	郑州广播电台都市广播汽车调频FM91.2	6	5.1	3	12.5
	郑州文化娱乐广播私家车调频FM91.8	11	3.6	13	1.7
	河南人民广播电台旅游广播私家车AM900/FM99.9	12	2.8	5	8.1

数据来源：CSM媒介研究

四、结语

CSM媒介研究收听率调查数据显示，近三年广播在所有场所的收听时长逐年递减，而在车载场所，广播的收听时长则是呈现逐年递增的态势。2013年在“所有场所”交通类频率市场份额为23.2%排名第二，略低于新闻综合类频率。而在“车上”，交通类频率则是一枝独秀，市场份额超过50%，这与交通类频率播报实时道路讯息、汽车服务类信息、交通规章制度等节目内容，为人们的出行提供了方便等息息相关。全天时段中，交通类频率在工作日、早晚出行时段收听效果好，且受到中青年、高学历、高收入人群的喜爱，听众整体广告商业价值较高。

在不同城市中，多数城市的交通类频率的收听表现不错，其中，天津、乌鲁木齐、杭州三城市交通类频率的人均收听分钟数超过30分钟。在本地竞争中，“所有场所”有29个交通类频率的市场份额排名进入前3名，“车上”有54个交通类频率市场份额排名进入前3名。在汽车保有量快速增长的今天，专业化的交通类频率应继续保持优质品牌形象，保证信息时效性，提高节目品质，为广大听众提供专业化服务，满足广大听众的个性化需求，稳固交通类频率强有力的竞争态势。