

市级广播频率收听概况

娜布琪

在广播收听市场，依据行政归属，所有频率可分为中央级频率、省级频率和市级频率，在CSM有收听调查的35个城市中，中央级频率（含国际台）有近30个，省级频率和市级频率数量近500个，市级频率的总数约占一半左右。作为市场主体的市级频率，在收听表现、发展状况、听众特征等方面有其自身的特点，如在清晨的竞争力最为强劲，在工作/学习场所拥有最高的听众忠实度等，在这里我们将通过CSM广播调查数据对市级广播频率的收听特征做一个简单的梳理。

本文中使用的数据日期范围为2011-2013年全年四波段以及2014年第一波段调查日期，城市组合为贯通的28城市(长春、长沙、常州、成都、大连、佛山、福州、广州、杭州、哈尔滨、合肥、济南、南京、南宁、宁波、青岛、清远、沈阳、深圳、石家庄、苏州、太原、乌鲁木齐、武汉、无锡、西安、厦门、郑州)，鉴于北京、上海、天津和重庆的地方频率是作为省级频率进行监播，所以这四个直辖市不在此文的城市组内。如无特别注明，目标听众群为十岁及以上所有人，时间段为全天，不区分收听场所。

一、市级收听频率整体竞争环境

1、2014年市级频率组市场份额达到43%以上，较去年略有下滑

2014年第1波次，市级频率全天市场份额为43.04%，略低于2013年的43.2%，与2011年相比，份额减少了2.21%。

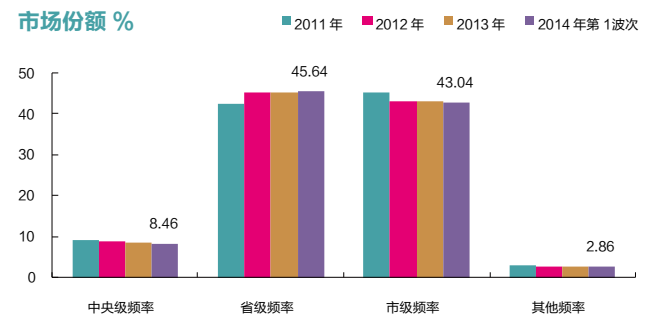
表1 各级频率组在不同收听场所的市场份额

收听场所	2014年第1波次			
	中央级频率	省级频率	市级频率	其他频率
所有	8.46	45.64	43.04	2.86
在家	10.07	47.07	39.85	3.01
车上	4.49	42.16	51.28	2.07
工作/学习场所	6.19	44.33	45.87	3.60
其它场所	11.36	45.99	39.23	3.42

数据来源：CSM媒介研究

2011年市级频率的竞争力最强，高于省级频率组和中央台，但从2012年开始则被省级频率组超越，今年第1波次的份额比省级频率少了2.6%（图1）。

图1 各级频率组市场份额



数据来源：CSM媒介研究

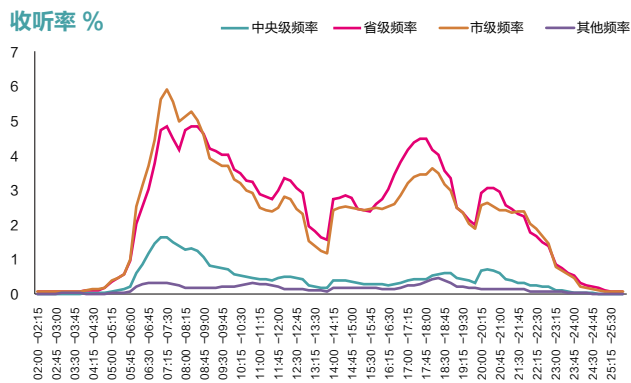
2、市级频率组在车上和工作/学习场所占有一定优势

市级频率组在车上的优势最为明显，市场份额高达51.28%，占据一半以上的车上收听市场；其次是在工作和学习场所，市场份额为45.87%，高于其他频率组。在家中，竞争力最强的是省级频率组，市级频率组次之，份额为39.85%。市级频率组在家中和其他场所的竞争力比较接近（表1）。

3、市级频率组在清晨时段拥有最强的竞争优势

从全天收听走势图来看，市级频率组在早晨7点左右获得全天的最高峰值，07:15-07:30时段的收听率达到5.9%，高于其他各频率组。傍晚18:00左右获得全天收听次高峰，18:00-18:15时段收听率3.61%。与省级频率相比，市级频率在早晨的表现更为突出，其他时段虽然也处于高位，但大部分时段收听率都低于省级频率，而省级频率在早晨和晚间各有两处收听峰值，且峰值相近，具有同等的竞争优势（图2）。

图2 各级频率组收听率走势（2014年第1波次）

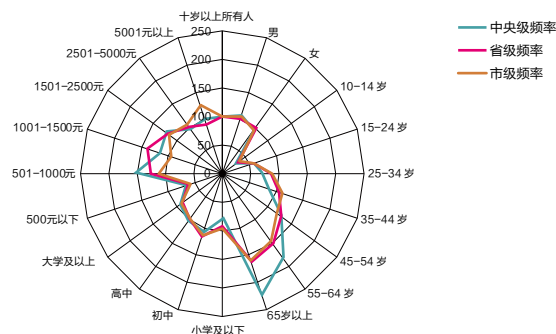


数据来源：CSM媒介研究

4、44岁以下年轻听众以及高收入听众更倾向于收听市级频率

就市级频率自身而言，集中度指标超过100%的目标听众分别是男性、35岁以上、初中教育程度、个人月收入在501-1000元以及1501元及以上的听众，从性别、年龄段、教育程度等方面来看，与省级频率的主体听众特征非常相似，但从具体数值的大小还是可以看出更为细微的差别，与省级频率相比，收听市级频率的男性听众更为集中，44岁以下各年龄段的比值都高于省级频率，更为年轻化，而月收入在2501元及以上的听众比值也都超过了省级频率，尤其是5001元及以上的听众集中度指标高达126.4%，而省级频率只有90.4%（图3）。

图3 各级频率组目标听众集中度%（2014年第1波次）



数据来源：CSM媒介研究

二、市级频率基本收听特征

1、人均收听时长逐年减少，2014年第1波次平均每人每天收听31.2分钟

2014年第1波次，10岁以上人群人均每天收听市级频率的时长为31.2分钟，与去年相比减少了2.05分钟，人均收听时间逐年减少，与2011年相比减少了6.32分钟。这个现象不止体现在市级频率的收听上，所有广播频率也表现出一样的趋势，今年第1波次所有频率的人均收听时长为72.48分钟，比2011年的82.92分钟减少了10.44分钟，广播市场整体呈现出萎缩的态势。

从不同收听场所的表现来看，也都有一定的下滑，尤其是家中的下降幅度是最大的，与去年相比下降了1.75分钟，下降幅度达到8.65%，与2011年相比，减少了6.32分钟，下降幅度为24.93%；其次是在车上的收听，也有一定的下降。在工作/学习场所和其他场所，与2013年和2012年相比，人均收听时间也有一定的减少，但幅度相对较小，但与2011年相比，这两处场所的人均收听时间却有所增加，增加幅度分别为1.27%和14.29%（表2）。

表2 广播听众在不同收听场所收听市级频率的人均收听分钟数

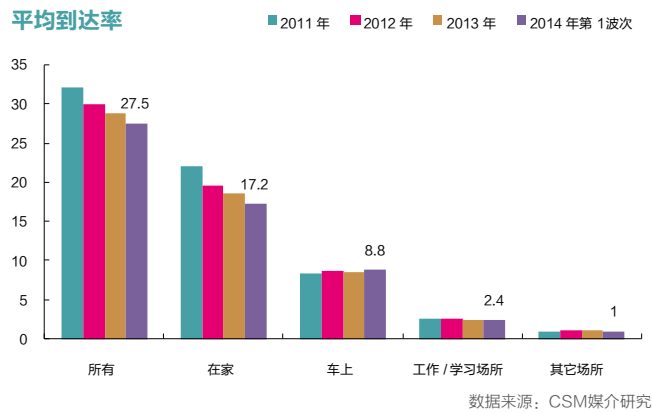
收听场所	人均收听分钟数			
	2011年	2012年	2013年	2014年第1波次
所有	37.52	34.46	33.25	31.20
在家	24.63	21.43	20.24	18.49
车上	8.92	8.87	8.83	8.57
工作/学习场所	3.14	3.26	3.22	3.18
其它场所	0.84	0.90	0.97	0.96

数据来源：CSM媒介研究

2、在车上收听市级频率的听众规模有所上升

市级频率的听众平均到达率今年第1波次为27.5%，是最低的一年，相比2011年的32.1%，减少了4.6%，而且呈现出连年下降的趋势，这也和所有频率的听众规模走势一致，广播收听人口也在逐年减少，所有频率今年的平均到达率比2011年降低了4.6%，作为市场主体的市级频率，难免受其影响。那么总体规模的降低，也体现在了收听地点最多的家中，在家中的听众规模年度走势与所有场所的走势是一样的，逐年减少，今年在家中收听市级频率的听众平均到达率为17.2%，低于前三年。值得一提的是，车上收听规模是唯一一个有增长的收听场所，今年的平均到达率为8.8%，是近四年的最高值，当然，这也和市场车辆拥有量逐年增加有一定的关系。在工作/学习场所，今年和去年持平，但略低于之前两年（图4）。

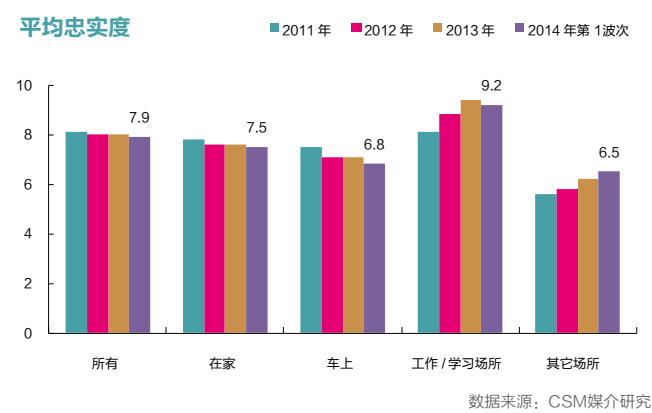
图4 广播听众在不同收听场所收听市级频率的平均到达率



3、在工作/学习场所收听市级频率的听众忠实度最高

在了解过听众规模之后，我们再看看听众在各收听场所的忠实度情况。就平均水平来看，今年的平均忠实度水平略低于前两年，2011年最高，2012年和2013年持平。工作/学习场所虽然听众规模较低，但是却拥有最高的忠实度比例，2014年第1波次的平均忠实度为9.2%，比排名次位的家中高出1.7%，而且连续四年都处于高位，2011年至2013年逐年上升，2014年虽然有所下降，但依然远高于其他各场所。在家中和车上的表现相似，2011年最高，随后两年持平，今年有所降低，在家中的忠实度值高于在车上。其他场所的平均忠实度水平四年来连续上升，今年已接近在车上的水平（图5）。

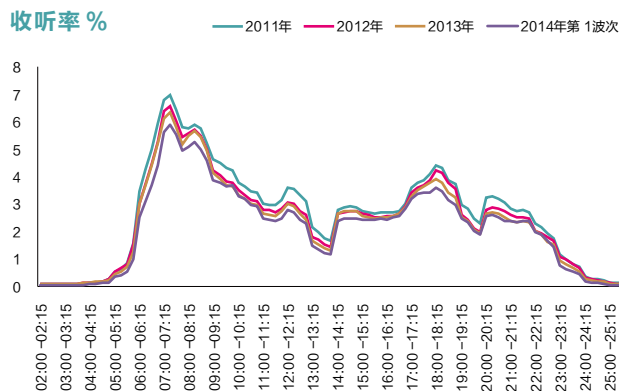
图5 广播听众在不同收听场所收听市级频率的平均忠实度



4、2014年全天大部分时段的收听率都低于往年

从全天收听走势图来看，今年市级频率在全天大部分时段的收听率都有所下降，尤其是收听高峰时段，今年的收听峰值为5.9%，出现在07:15-07:30时段，这个时段也是历来全天收听峰值出现的时段，2011年收听率为6.98%，2012年和2013年分别为6.56%和6.37%，今年已经低于6%。同样的情况也出现在晚间的收听次高峰时段，18:00-18:15时段2014年的收听率也明显低于前几年，而且是逐年递减。上午6:00-9:00这段时间整体下降幅度较大（图6）。

图6 市级频率全天收听走势



数据来源：CSM媒介研究

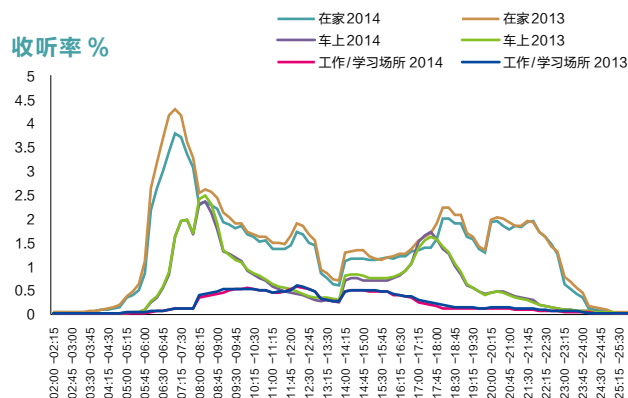
5、在家中大部分时段收听下降，工作/学习场所基本持平

从各场所两年来的收听走势来看，作为收听主体的家中收听率在2014年大部分时段的表现都不如去年，下降幅度最大的是早高峰时段，从早晨6:00-20:00之间，收听率基本上都低于2013年。从车上的收听表现来看，两年大部分时间段收听率相近，在上午08:30左右以及午后14:30左右时段略有下降。在工作/学习场所两年的收听表现差异较小（图7）。

6、老年听众家中收听率最高，年轻、高学历、男性听众车上收听更多

就收听市级频率的整体听众特征来看，男性听众的收听率高于女性，年龄越大收听越多，初中教育程度的听众收听量多于其他学历听众。从收听场所来看，男性听众与女性相比，

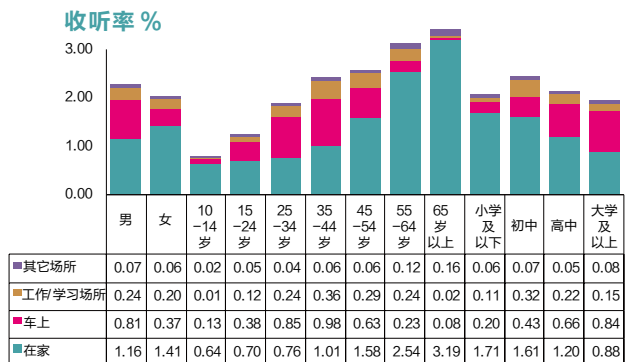
图7 市级频率各场所收听走势



数据来源：CSM媒介研究

只有在家中的收听率低于女性听众，在车上的收听率比女性听众高出2倍之多。再细看各年龄段听众在各场所收听表现，年龄越大，在家中收听率越高，65岁及以上老年听众在其他各场所的收听量非常少，25-44岁的年轻人在车上的收听量是最多的，35-44岁的听众在工作/学习场所的收听率高于其他各年龄段。从学历特征来看，教育程度越高，在家中的收听率就越低，在车上的收听率越高，大学以上教育程度的听众在车上的收听率已经接近家中收听率（图8）。

图8 2014年第1波次市级频率主要目标听众在不同收听场所的收听率



数据来源：CSM媒介研究

7、11个地区市级频率组份额超过50%，12个地区份额上升

在28个城市的广播频率组中，有11个城市的市级频率市场占有率达到50%以上，这些城市多以经济较为发达的非省

会城市为主，其中份额最高的无锡市广播电台高达85.55%，排名其次的苏州地区，份额也达到了81.53%，在市场上具有绝对的竞争优势，省台、中央台外加其他各频率合三者之力也还无法争得五分之一的广播市场。在70%-80%之间有5个城市，分别是佛山、济南、青岛、常州和厦门，除此之外，大连、清远、深圳和长春地区的份额都超过了50%。与以上经济比较发达的沿海城市相比，部分内陆城市的市级频率组的竞争力则相对较弱，如乌鲁木齐市的市级频率组份额只有14.67%，而沈阳地区因为特殊原因，市级台目前只保留一个新闻频率，竞争实力并不弱小，份额可达12.44%。

从今年与去年的收听份额比较来看，28个地区中只有12个地区的份额高于去年，大部分地区都有所下降。从上升幅度来看，表现最为突出的是杭州，市场份额上升了5%，上升幅度高达22.95%，其次是沈阳，上升幅度为13.5%，杭州也达到了7.05%。在份额达到50%以上的11个城市中，有7个城市的竞争力继续提升，尤其是排名首位的无锡，在去年已经达到82.02%的高位上又提升了3.53%，表现优异。与此相反，石家庄、南京、福州和乌鲁木齐的市级频率组所占份额下降幅度都超过了10%（表3）。

表3 部分地区市级频率组收听份额表现

城市	2013年	2014年第1波次	差值	幅度%	城市	2013年	2014年第1波次	差值	幅度%
无锡	82.02	85.55	3.53	4.30	太原	35.00	34.77	-0.23	-0.66
苏州	80.19	81.53	1.34	1.67	南京	38.25	33.96	-4.29	-11.22
佛山	77.21	76.55	-0.66	-0.85	合肥	33.36	33.49	0.13	0.39
济南	74.73	75.9	1.17	1.57	武汉	32.38	31.81	-0.57	-1.76
青岛	73.23	75.22	1.99	2.72	广州	28.65	30.67	2.02	7.05
常州	80.86	74.71	-6.15	-7.61	哈尔滨	30.05	30.62	0.57	1.90
厦门	70.05	70.74	0.69	0.99	西安	31.15	29.53	-1.62	-5.20
大连	72.14	67.21	-4.93	-6.83	长沙	30.16	29.32	-0.84	-2.79
清远	65.04	66.07	1.03	1.58	成都	29.27	28.90	-0.37	-1.26
深圳	58.39	58.52	0.13	0.22	杭州	21.79	26.79	5.00	22.95
长春	53.92	52.54	-1.38	-2.56	南宁	28.55	26.63	-1.92	-6.73
郑州	46.83	45.98	-0.85	-1.82	福州	25.67	22.52	-3.15	-12.27
宁波	43.87	43.16	-0.71	-1.62	乌鲁木齐	18.72	14.67	-4.05	-21.63
石家庄	45.64	40.73	-4.91	-10.76	沈阳	10.96	12.44	1.48	13.50

数据来源：CSM媒介研究

8、交通和新闻综合类两大频率组收听占比超过了56%

在广播收听市场，交通和新闻类的频率一直是市场的宠儿，在市级频率中也是一样的体现，2014年第一波次，交通类频率的人均每天收听时长为10.28分钟，新闻综合类频率为10.03分钟，两者的收听时长占到了所有频率收听总时长的56.26%，具有一定的优势。音乐类频率紧随其后，人均收听时长6.48分钟，占到了17.95%的比例。剩余七类频率一共占有25.79%的占比，只争得四分之一的市场（表4）。

9、新闻频率获得全天首个收听高峰，交通频率拥有全天收听最高峰

从凌晨起，就已经有听众开始收听广播，到了清晨5点钟，收听量开始逐渐增加，6:00时新闻和交通频率已经拥有一定收听率，而且开始迅速提升，尤其是新闻频率表现突出，06:00-07:30时段的收听率一直超过交通广播，在07:15获得全天第一个收听高峰，同时也是新闻频率的全天收听最高峰。新闻类频率的竞争优势还体现在中午和午夜，收听率在这两个时段超过了其他各类频率，尤其是晚间21:00之后，在其他各

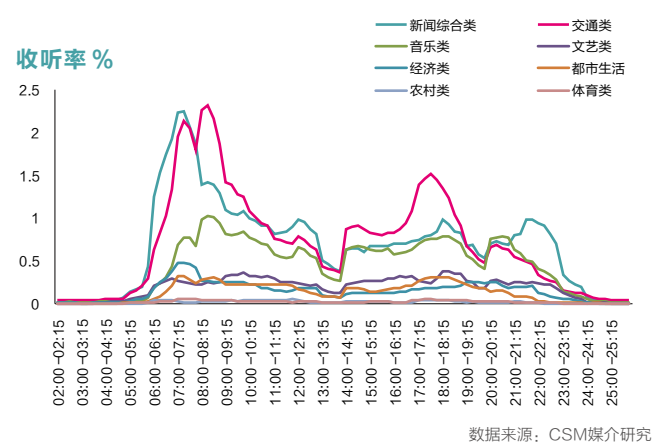
表4 各类别市级频率组收听分钟数占比

市级频率类别	人均收听分钟数	占比%
交通类	10.28	28.48
新闻综合类	10.03	27.78
音乐类	6.48	17.95
文艺类	2.81	7.78
经济类	2.13	5.90
都市生活	1.95	5.40
体育类	0.32	0.89
农村类	0.29	0.80
教育类	0.00	0.00
其他类	1.81	5.01
总计	36.1	100.00

数据来源：CSM媒介研究

类别频率都在下滑的态势下，仍然获得一个与午间相近的收听峰值。交通频率的收听高峰基本上出现在早晚上下班的时候，上午08:15-08:30时段为全天最高值，收听率2.33%，也是各类频率中的收听最高时段，次高峰出现在17:15-17:30，收听率1.53%，同时也是午后至夜间的收听最高值，高于其他各类频率。音乐类频率的全天走势相对平缓，经济类广播在早晨7:00左右有一个小的收听波峰。其他各类频率在全天各时段表现都较为均衡（图9）。

图9 2014年第1波次各类别市级频率收听率分钟走势



三、结语

2014年第1波次的广播市场上，市级频率组整体呈现出下滑的态势，人均收听时长在减少，但依旧保持着车上和工作/学习场所的竞争优势，在目标听众方面，也受到44岁以下年轻人以及大学以上高教育程度的含金量水平极高的听众群体的青睐，在工作/学习场所拥有最高的听众忠实度。虽然整体份额有所下降，但仍有部分城市的市级频率组份额高于2013年。这些体现出几家欢乐几家愁的局面毕竟只是在传统广播收听层面的竞争。在当今媒介环境下，市级频率乃至传统广播收听市场的真正威胁可能来自于传统媒体之外的具有颠覆性的新媒体、新技术。生存和发展是包括市级频率在内的所有广播频率的主题。如何在稳定并巩固传统收听市场的基础上，接纳新技术、融合新媒体，共同创造新的收听市场，为传统广播的未来创造新价值，是未来广播亟需思考和解决的问题。