

听众车上广播收听行为分析

杨金姝 张琼子

截至2013年底，全国汽车保有量达1.37亿辆，北京、天津、成都、深圳等8个城市汽车保有量超过200万辆，其中北京市汽车保有量更是超过了500万辆¹。随着近年来有车群体持续快速增加，车上收听广播的听众规模迅速扩大，车上广播收听市场颇受业界关注。本文着眼于听众车上广播收听行为分析，基于CSM媒介研究33城市²电视、广播视听率调查基础研究数据和收听率调查数据，对车上广播收听发展状况、听众特征和车上收听的广播频率进行分析；另外，借由CSM媒介研究《车载广播受众专项调研》项目数据，以北京私家车主为例，对听众车上收听的广播节目和影响车上广播收听的原因加以分析，以更加全面地展示听众车上广播收听行为。

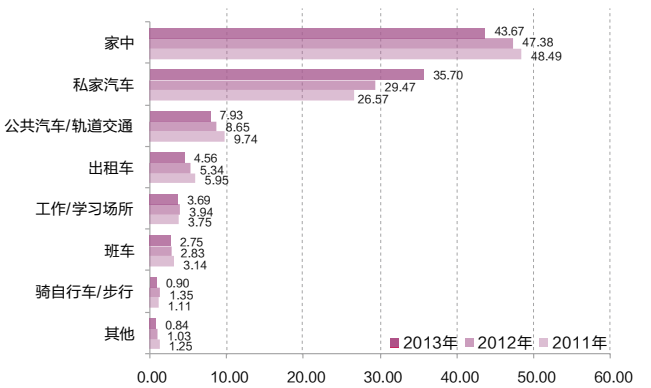
一、近年来车上广播收听发展状况

本部分基于CSM媒介研究电视广播视听率调查基础研究数据，对近3年来广播收听地点、不同收听地点收听时间分布和不同地点收听率走势进行分析比较，以描述车上广播收听市场近年来的发展状况。

1、私家车上广播收听比例连年攀升

基于2011-2013年CSM媒介研究33城市电视广播视听率调查基础研究数据（图1），三年内听众最经常收听广播地点的选择习惯基本保持不变，选择比例排在前三位的均是“家中”、“私家汽车”和“公共汽车/轨道交通”。从2011年到2013年，虽然每年都有近五成或超过四成的听众最经常收听广播的地点为在家，但是选择比例呈现逐年下降态势，从2011年的48.49%减少到2013年的43.67%，下降了4.82个百分点。2013年，在其他所有收听地点选择比例都在下降的同时，私家汽车则越来越多地成为听众最经常收听广播的场所，把私家汽车作为最经常收听广播地点的选择比例从2011年的26.57%增加到2013年的35.70%，上升了近10个百分点。收听地点的变化正在形成一个明显的趋势，私家车广播移动收听的特点越来越突出。

图1 33城市15岁及以上听众最经常收听广播地点的选择比例（%）



数据来源：CSM媒介研究33城市电视广播视听率调查基础研究

2、在车上收听广播的时间逐年增多

根据CSM媒介研究收听率调查数据，2011-2013年全国33城市所有场所的人均收听分钟数呈现逐年下降的趋势，2013年所有场所收听时间比2011年减少了7.6分钟，比2012年下降了4.19分钟（表1）。详细来看，2013年在家收听的人均收听分钟数下降明显，比2011年减少了9.33分钟；工作/学习场所和其他场所的人均收听时长略有增加，2013年同比2011年的增幅均未超过0.5分钟；而在车上的人均收听分钟数增长相对明显，2013年比2011年增加了1.49分钟，相比2012年也增加了0.55分钟。

表1 10岁及以上广播听众在不同收听场所的人均收听分钟数（分钟）

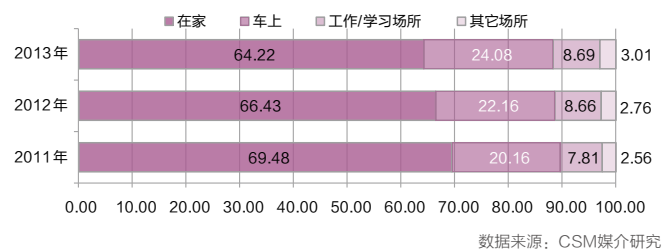
收听场所	2011年	2012年	2013年
在家	58.79	53.95	49.46
车上	17.06	18.00	18.55
工作/学习场所	6.61	7.03	6.69
其它场所	2.17	2.24	2.32
所有	84.62	81.21	77.02

数据来源：CSM媒介研究

¹ 中国行业研究网：<http://www.chinairn.com/news/20140211/085433111.html>
² 2013年33城市包括上海、北京、天津、深圳、广州、杭州、南京、哈尔滨、郑州、沈阳、济南、长春、佛山、长沙、武汉、大连、太原、西安、乌鲁木齐、苏州、合肥、成都、石家庄、福州、南宁、厦门、无锡、重庆、青岛、宁波、常州、泉州和清远。

从2011年到2013年各年不同收听场所收听比重的变化来看（图2），在家中收听广播的时间比重均保持在60%以上，但呈现逐年下降的趋势，从2011年的69.48%降到了2013年的64.22%，减少了5.26个百分点；而在车上收听广播的比重则是逐年上升的走势，从2011年的20.16%提高到2013年的24.08%，增加了3.92个百分点。

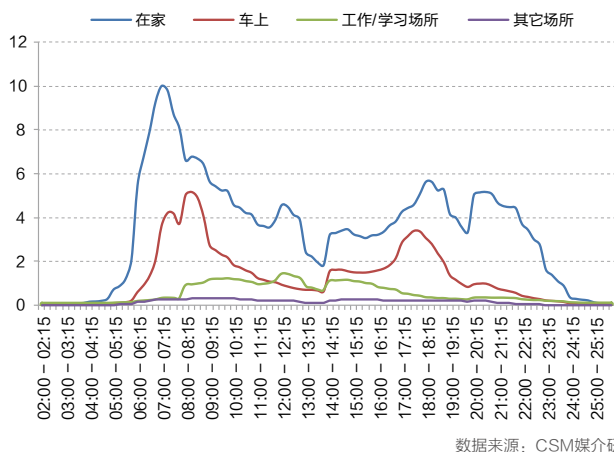
图2 2011-2013年听众不同收听场所收听比重(%)



3、上下班高峰期车上广播收听率增长明显

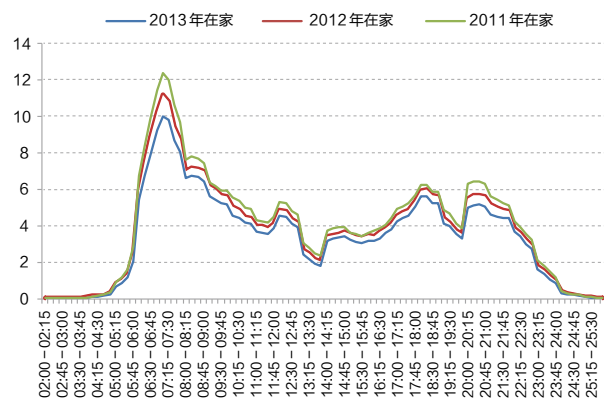
根据2013年33城市听众在家、车上、工作/学习场所和其他场所四类不同收听地点的全天收听率走势（图3），在家中收听广播的全天收听率波动较多，收听高峰主要集中在上午7:00-8:00、中午12:00-13:00、晚上18:00-19:00和20:00-21:00，全天收听率最高峰出现在早上7:00左右；在车上收听广播的收听率高峰期相对明显和集中，主要是在上午7:00-9:00和下午17:00-19:00左右两个时段，这与城市交通高峰时段契合度较高，其他时段起伏变化不大，全天收听率最高峰出现在早上8:30左右；在工作/学习场所的全天收听走势波动相对平缓，全天收听率最高峰值出现在中午12:00左右。

图3 2013年33城市不同场所广播收听率(%)全天走势



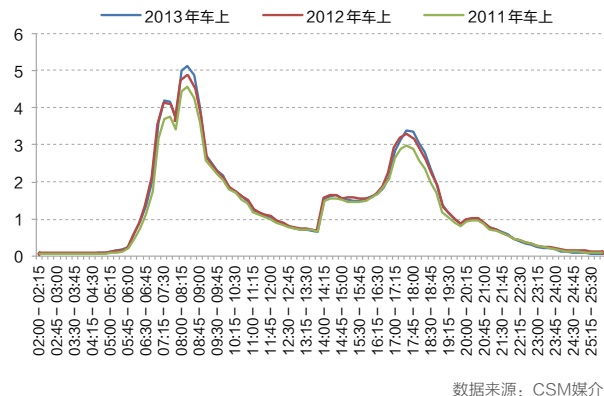
对比2011-2013年33城市听众在家收听广播的收听率全天走势（图4），三年来收听率全天走势形态接近，收听率高峰都主要集中在上午7:00-8:00、中午12:00-13:00、晚上18:00-19:00和20:00-21:00四个时段。虽然三年的收听率走势曲线保持一致，但是收听率却呈现逐年下降的趋势，尤其在6:00-22:00时段出现普遍下降。

图4 2011-2013年33城市在家广播收听率(%)全天走势



而从2011-2013年33城市听众车上收听广播的收听率全天走势来看（图5），三年的收听率全天走势基本保持一致，但在上午7:00-9:00和下午17:00-19:00两个收听率高峰时段（这两个时段也是上下班高峰期），收听率增长明显。

图5 2011-2013年33城市车上广播收听率(%)全天走势

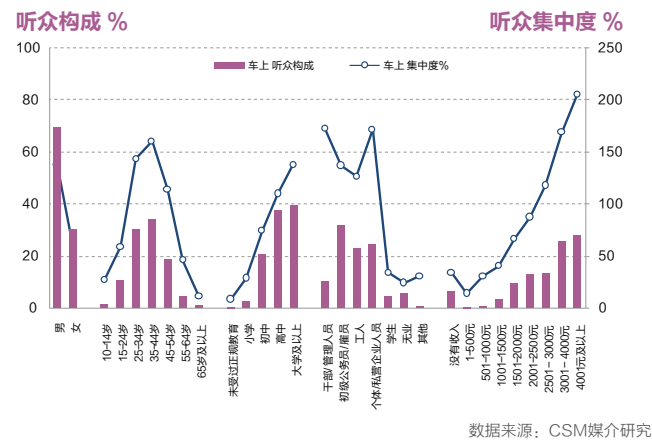


二、车上广播听众特征

从2013年33城市车上收听广播的听众特征来看（图6），在车上收听广播的听众以男性、中青年、高学历、高收入人群为主。

从听众构成来看（图6），在车上收听广播的听众中，男性比例近七成，远高于女性听众比例；25-44岁中青年听众比例较高，高于其他年龄段听众；在教育程度方面，随学历的增高听众比例随之增高，具有大学及以上教育背景的听众比例最高，其次是高中教育程度的听众；从职业背景来看，初级公务员/雇员的比例最高，其次是个体/私营企业主和工人，三类人群的比例明显高于其他职业背景的听众；个人月收入超过3000元的人群比例较高，且明显高于其他收入水平听众的比例。

图6 2013年33城市车上广播听众的特征



从听众集中度来看，在车上，男性听众的收听倾向更加突出；年龄方面，25-54岁听众的听众集中度均超过100%，其中35-44岁的听众集中度更是超过150%；从受教育程度看，高中及以上教育背景的听众车上收听广播的倾向明显高于其他教育程度听众；职业方面，干部/管理人员和个体/私

营企业人员的集中度均超过150%，车上收听广播的倾向尤为明显，此外，初级公务员/雇员和工人的听众集中度均超过100%，车上收听倾向也较突出；从个人月收入方面看，收入越高，车上收听广播的听众集中度越高，2501元及以上听众的集中度都在100%以上，车上收听倾向较为明显，其中个人月收入在4001元及以上的听众集中度在各类人群中最高，是车上广播听众中收听倾向最高的一类听众。

三、听众车上收听的广播频率

本部分主要基于CSM媒介研究收听率调查数据，从33城市车上广播收听整体以及各个城市中收听排名第一频率及相关信息，来分析听众在车上主要收听的广播频率。

1、交通、音乐和新闻综合频率是听众车上收听的三类主要频率

根据2011-2013年33城市车上不同类型广播频率的收听率和人均收听分钟数（表2），交通类、音乐类和新闻综合类频率稳居近三年听众车上收听前三甲。其中，交通类频率以较大优势领先其他类型频率，且收听率和人均收听分钟数呈逐年上升的趋势，收听率从2011年的0.60%增加到2013年的0.66%，人均收听分钟数从2011年的8.68分钟上升到2013年的9.44分钟，领先优势在不断扩大。

同比2012年，2013年音乐类、新闻综合类和都市生活类频率的收听成绩均有小幅上升，而文艺类频率则有所下降。其余类型频率因收听率和人均收听分钟数偏低，收听变化较不明显。

表2 2011-2013年33城市车上不同类型广播频率的收听率（%）和人均收听时长（分钟）

频率类别	2013年		2012年		2011年	
	收听率%	人均收听分钟数	收听率%	人均收听分钟数	收听率%	人均收听分钟数
交通类	0.66	9.44	0.64	9.15	0.60	8.68
音乐类	0.28	4.08	0.27	3.85	0.22	3.16
新闻综合类	0.15	2.10	0.14	1.98	0.14	2.01
都市生活类	0.07	1.00	0.06	0.88	0.07	0.98
文艺类	0.06	0.82	0.07	1.03	0.07	1.03
经济类	0.04	0.56	0.04	0.59	0.04	0.59
其他类	0.02	0.35	0.02	0.32	0.03	0.38
体育类	0.01	0.15	0.01	0.16	0.01	0.17
教育类	0.00	0.01	0.00	0.01	0.00	0.01
农村类	0.00	0.04	0.00	0.03	0.00	0.05

数据来源：CSM媒介研究

根据2011–2013年33城市不同类型广播频率在车上的收听份额数据（表3），10类广播频率中，交通类频率一直以超过50%的收听份额居各类频率首位，音乐类和新闻综合类频率以超过10%的收听份额稳居第二、三位。从三年来的变化看，交通类和音乐类广播频率的收听份额均呈现上升趋势，交通类频率的收听份额从2011年的50.85%上升到2013年的50.90%，增加了0.05个百分点；音乐类频率则从2011年的18.54%增长到2013年的21.99%，增加了3.45个百分点；而其余8类广播频率的收听份额均呈现出不同程度的下滑，其中份额降低较明显的是文艺类广播频率，三年间减少了1.62个百分点。

表3 2011–2013年33城市不同类型广播频率在车上的收听份额（%）

频率类别	2013年	2012年	2011年
交通类	50.90	50.84	50.85
音乐类	21.99	21.38	18.54
新闻综合类	11.31	10.99	11.76
都市生活类	5.39	4.90	5.76
文艺类	4.42	5.72	6.04
经济类	3.02	3.26	3.45
其他类	1.90	1.80	2.25
体育类	0.81	0.90	1.02
教育类	0.07	0.03	0.07
农村类	0.19	0.18	0.27

数据来源：CSM媒介研究

2、33城中29城交通类频率位居听众车上收听榜首

车上广播听众对交通类频率的收听喜爱，在具体的城市地方市场也可得到体现。根据CSM媒介研究33个城市中车上收听率排名第一的频率及其分类信息（表4），33个城市中有29个城市的交通类频率高居地方车上收听市场榜首，可见车上听众对交通类频率的收听偏好。除交通类频率外，3个音乐类频率和1个新闻综合类频率位居另外4个城市车上收听市场第一。表4 33个城市中车上收听率排名第一的频率及所属频率类型

城市	频率名称	频率类型
北京	北京人民广播电台交通广播(FM103.9/CFM95.6)	交通
长春	长春交通之声广播电台FM96.8	交通
长沙	湖南人民广播电台交通频道FM91.8/FM100.3	交通
常州	常州人民广播电台交通广播FM90	交通
成都	四川人民广播电台交通广播FM101.7	交通
重庆	重庆人民广播电台交通频率FM95.5	交通
大连	大连人民广播电台第四套广播交通广播FM100.8	交通
佛山	佛山人民广播电台FM92.4	交通

城市	频率名称	频率类型
福州	福建987私家车广播FM98.7	交通
广州	广东广播电视台羊城交通广播电台FM105.2	交通
杭州	杭州交通经济广播FM91.8	交通
哈尔滨	黑龙江交通广播FM99.8	交通
合肥	合肥交通广播AM1053/FM102.6	交通
济南	济南交通广播FM103.1	交通
南京	南京交通台交通FM102.4	交通
南宁	广西电台教育生活广播(私家车930)FM93.0	音乐
宁波	镇海台(私家车音乐台FM104.7)	交通
青岛	青岛交通广播FM89.7/AM900	交通
清远	清远新闻资讯广播FM88.7	新闻综合
泉州	泉州人民广播电台904交通之声FM90.4	交通
上海	上海流行音乐广播 动感101 FM101.7	音乐
沈阳	辽宁广播电视台交通广播FM97.5	交通
深圳	深圳广播电台交通频率FM106.2	交通
石家庄	石家庄广播电视台交通广播FM94.6	交通
苏州	苏州交通广播FM104.8	交通
太原	太原人民广播电台交通频率FM107	交通
天津	天津人民广播电台交通广播FM106.8	交通
乌鲁木齐	新疆人民广播电台949交通广播FM94.9	交通
武汉	楚天交通广播FM92.7	交通
无锡	无锡广播电视台交通广播FM106.9	交通
西安	陕西广播电视台交通广播AM1323/FM91.6	交通
厦门	厦门音乐广播FM90.9	音乐
郑州	河南人民广播电台交通广播FM104.1	交通

数据来源：CSM媒介研究

四、听众车上收听的广播节目

私家车主是车辆驾驶和车上广播收听的主要受众，本部分借助CSM媒介研究2013年进行的“车载广播受众专项调研”，以北京私家车主为例，对车上广播收听的节目和影响收听的因素进行分析。

1、交通路况信息是北京私家车主车上收听最喜爱的节目类型

根据CSM媒介研究2013年进行的“车载广播受众专项调研”数据（表5），就北京私家车主在车上喜爱收听的广播节目类型而言，交通路况信息类节目受喜爱程度最高，选择比例达86.8%，除交通路况信息外，交通类节目还包括第10位交通投诉、第11位交通咨询、第14位交通政策信息。除排名第2的内地流行歌曲外，在选择比例排名前十五位中，还有3类为音乐类节目，分别为第4位港台流行歌曲、第5位欧美流行歌

曲和第6位轻音乐，由此可见，北京私家车主对各种类型音乐类节目的喜爱比例较高。对于新闻类节目，除排名第3的时事新闻外，还有第7位的社会新闻、第13位的娱乐新闻、第15位的财经新闻。选择比例排名前15位的其他类型节目分别被文艺类、车辆信息类节目囊括。

表5 北京私家车主在车上喜爱收听的节目类型选择比例排名前15位（%，多选）

排名	节目类型	选择比例
1	交通路况信息	86.84%
2	内地流行歌曲	63.78%
3	时事新闻	43.75%
4	港台流行歌曲	37.80%
5	欧美流行歌曲	31.31%
6	轻音乐	30.40%
7	社会新闻	29.82%
8	相声小品	27.79%
9	车辆维修和保养信息	19.91%
10	交通投诉	19.73%
11	交通咨询	17.92%
12	评书	16.28%
13	娱乐新闻	15.00%
14	交通政策信息	13.46%
15	财经新闻	13.14%

数据来源：CSM媒介研究车载广播受众专项调研

2、本地交通节目最受北京私家车主听众青睐

具体来看北京私家车主经常收听的广播节目（表6），私家车主经常收听的广播节目选择比例排名第一的是《一路畅通》，经常收听的百分比达到45.13%，遥遥领先于其他节目；排名第二的节目为交通广播FM103.9每半点播报的《路况信息》，27.47%的北京私家车主经常收听，以较大幅度领先于其他广播节目；排名第三的栏目为《海阳现场秀》，经常收听的选择比例为2.82%，与排名前两位的栏目存在较大差距，其余节目的选择比例都未超过3%。

表6 北京私家车主经常收听的广播节目选择比例排名前10位（%，多选）

排名	节目/所属频率	选择比例
1	一路畅通/fm103.9	45.13%
2	路况信息/fm103.9	27.47%
3	海阳现场秀/fm106.6	2.82%
4	空中笑林/fm87.6	2.20%
5	交通新闻/fm103.9	1.83%
6	大铭脱口秀/fm106.6	1.45%

排名	节目/所属频率	选择比例
7	欢乐正前方/fm103.9	1.44%
8	雄鸡唱晓/fm102.5	1.08%
9	早间第一资讯/fm90.5	0.78%
10	morning call/fm88.7	0.77%

数据来源：CSM媒介研究车载广播受众专项调研

3、“节目内容不喜欢”和“广告插播”是听众车载收听换台的主要原因

根据CSM媒介研究车载广播受众专项调研数据，节目内容和广告是私家车主在车上收听广播时换台的主要原因（表7）。其中，接近60%的私家车主因为“节目内容不喜欢”而换台，超过45%的私家车主因为“广告插播”转台，超过30%的因为“节目结束”换台，其余换台原因所占比重相对较小，均未超过5%。

表7 北京私家车主车上收听广播换台的原因选择比例（仅列出选择比例大于5%的选项，多选）

换台原因	选择比例
节目内容不喜欢	57.4%
广告插播	45.4%
节目结束	32.7%

数据来源：CSM媒介研究车载广播受众专项调研

五、结语

本文从近年来车上广播收听发展状况、车上广播听众特征、听众车上收听的广播频率和节目四方面，对车上广播收听行为进行了分析。随着人民生活水平的提高，城市汽车保有量不断增长，民众移动能力和范围增加，城市受众的生活和媒介接触行为都发生了较大变化。在广播收听方面，虽然家中仍然是听众收听广播的最主要场所，但随着移动生活的扩大，越来越多的受众经常在私家车上收听广播，家中收听广播的比例则呈逐年下降的态势；与此同时，伴随整体广播收听时长的下降，车上广播收听时长正在不断增长，车上正成为受众收听广播的新市场；从收听率时段分布来看，车上广播收听峰值伴随早晚上下班时段而出现，且早晚上下班高峰时段收听率有逐年上升的态势。

车上广播听众呈现出以男性、中青年、高学历和高收入人群为主的特征。在以交通移动为主要功能的汽车上，加之广播伴随功能的发挥，与交通信息密切相关的交通类广播频率占据着车上广播收听市场的过半份额，交通广播节目也成为人们最主要喜爱收听的节目类型。