

女性听众收听表现浅析

张广彦

女性社会地位的不断提高,已成为人类文明进步的重要体现。而当代女性主张独立的生活态度和时尚的消费方式也受到了广告商的青睐并使女性成为了媒体关注的重点,广播媒体也不例外。在受众细分的大趋势下,许多电台开办了以女性为目标听众的广播频率,如黑龙江都市女性广播、杭州丽人广播等,同时还涌现出一大批专门服务女性的优秀节目。本文通过分析CSM波次调查收听率数据,针对女性的收听特征进行分析,并对女性的节目偏好及专业女性频率的女性节目进行了简要梳理,以期理清女性听众的收听习惯,为制作更多符合女性听众特点的程序提供借鉴。

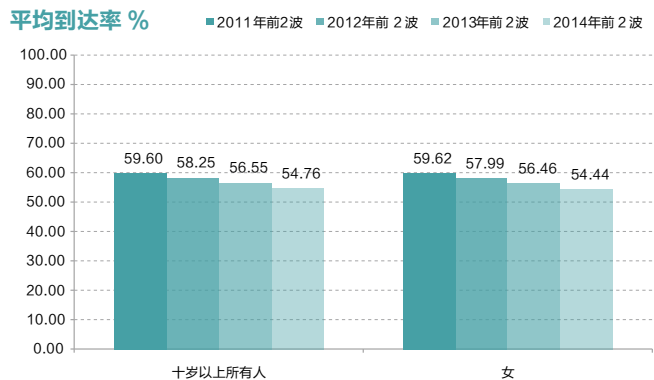
如无特殊说明,本文引用数据中的听众为10岁及以上所有广播人口,时间段为全天,数据日期范围为2014年第1和第2波次调查数据,地区组合为35城市组合。

一、女性听众收听特征

1、整体听众规模逐年缩小,女性听众降幅更大

到达率反映了某一频率的收听规模,即有多少不同受众“接触过”该频率,反映了收听的广度,是考量收听行为的一个重要指标。从2011年上半年至2014年上半年的数据变化可以看到,不论是整体收听广播人群的比例还是女性收听广播人群的比例均呈现出逐年下降的趋势,而且女性群体收听规模的下降幅度相较总体收听人群而言更大,2014年上半年较去年同期下降了2.02个百分点。出现这样状况的原因主要是由于广播节目受到电视和不断涌现的新媒体的冲击,特别是近几年电视播出的大量优秀娱乐节目和电视剧,吸引了女性听众的关注,因而对广播形成了显著分流(图1)。

图1 历年听众规模变化趋势

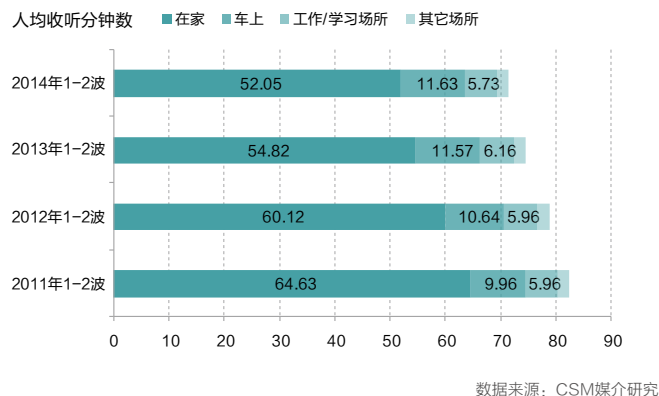


数据来源: CSM媒介研究

2、女性听众收听黏性下降,在家流失听众最多

收听时长是描述收听行为的另一项重要指标。从2011年至2014年上半年的数据可以看出,女性收听广播的收听时长逐年缩短,收听黏性持续减弱。2011年上半年女性的收听时长为82.5分钟,而2014年上半年女性的收听时长已经递减至71.58分钟,缩减速度可谓惊人。观察各场所的收听情况,广播收听时长的减少主要来自于在家收听的减少。在家中,除电视这一传统媒体一如既往地广播听众进行分流外,随着网络和移动新媒体的迅猛发展,电脑、手机、Ipad这三块屏幕也对在家的广播听众进行了有力的争夺。而随着汽车保有量的增加,虽然女性朋友相对男性较少在车上收听,但在车上的收听时长也稳中有升(图2)。

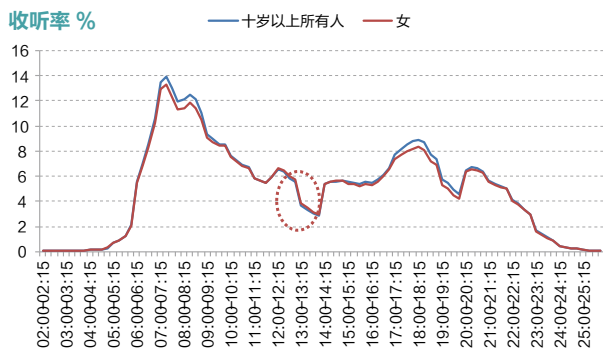
图2女性听众历年不同场所收听时长及其累加值比较



3、女性全天收听趋势与整体相符，午后凸显开发价值

2014年全国35个城市中，女性听众和十岁及以上所有人收听广播的整体趋势基本一致，全天呈现出早间、傍晚两个高峰和午间、晚间两个次高峰，其中全天收听率最高的时段集中在早间7:00左右，傍晚高峰出现在17:45左右。但是相较十岁及以上所有人的收听曲线可以发现，女性在早晚高峰时段收听率明显低于平均水平。而在午后12:00-14:00时段，整体收听水平有所下滑，女性听众却较为坚挺，超过平均收听水平。收听习惯与受众的收听行为有着密切的联系，在午后这一非黄金时段多安排一些女性喜闻乐见的节目对提高整体收听水平应该是有所裨益的（图3）。

图3 2014年上半年全天收听走势比较



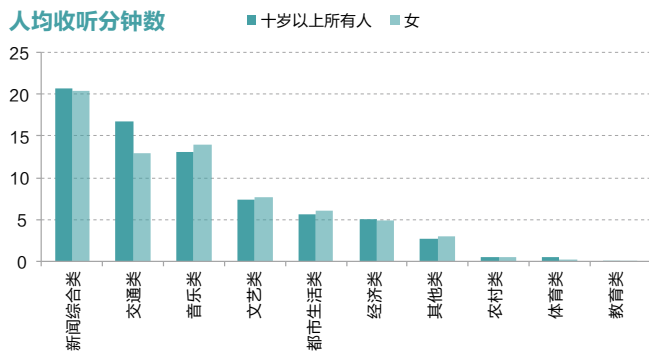
数据来源：CSM媒介研究

二、女性听众频率偏好

1、音乐频率是女性听众第二重点关注的频率

在频率日益专业化的今天，各类频率都有自身鲜明的特点，也给了听众依据自己偏好做出选择的空间。2014年上半年的数据表明，女性听众对专业频率的偏好与十岁以上所有人的偏好有所差异。十岁以上所有人的收听以新闻综合类频率的时长居于首位，其次是交通类频率，音乐类频率排在第三位。而女性听众收听最多的是新闻综合类频率、其次是音乐类频率，交通类频率位列第三。其中，女性收听音乐广播的时长为14.06分钟，高于十岁以上所有人的收听水平。除音乐类频率深受女性听众欢迎外，文艺类频率、都市生活类频率也都得到了女性听众的青睐（图4）。

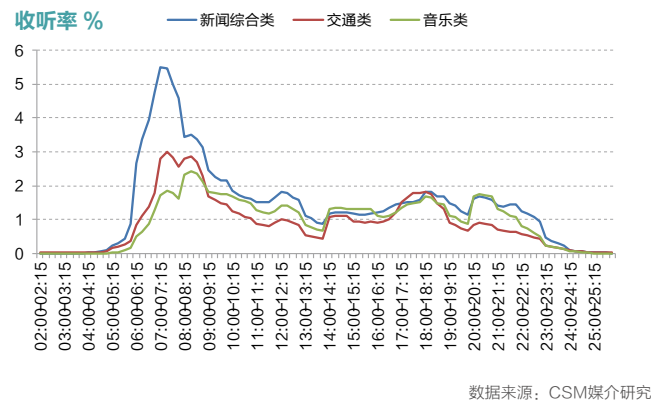
图4 2014年上半年十岁以上所有人和女性人群收听各主要专业频率的时长



单独分析女性听众收听最多的新闻综合类广播、交通类广播和音乐类广播可以发现，在全天收听行为最为旺盛的早晨，新闻综合类广播在早高峰时段收听表现突出，遥遥领先于交通类广播和音乐类广播，其中7:00-7:15时段达到了全天的峰值5.56%，可见女性早晨获取新鲜资讯的需求非常迫切。交通类广播同样具有明显早高峰特征的频率，早间时段也较受女性听众关注。早间8:00之后，新闻频率播出的早新闻和交通频率播出的交通资讯大多结束，而面对拥堵的路况，好听的音乐便成为女性舒缓压力放松心情的良伴，此时新闻和交通类频率迅速回落，而音乐类广播则在8:00-9:00时段迎来了收听的小高峰。早高峰结束后音乐类频率继续保持良好的收听表现，午后14:00-16:00时段和晚间20:00-21:00时段音乐类频率收听表现独占鳌头。晚间21:00之后女性听众更多选择收

听新闻类频率来了解一天发生的大事小情（图5）。

图5 2014年上半年女性听众对各主要专业频率全天收听走势

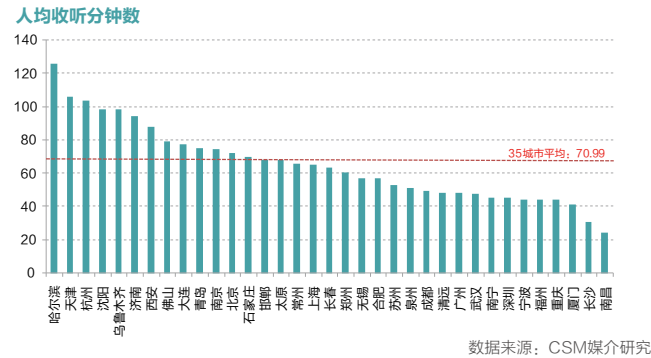


2、女性收听广播频率呈现地域性差异

广播频率的专业化发展在不同市场呈现出差异化的发展态势，这也是广播媒体消费地域特征的重要表现。对女性听众而言，同样表现出了收听频率的地域性差异。2014年上半年，全国35城市女性收听时长的平均值为70.99分钟，以这一水平为基准线，又可将35城市分为两个阵营。哈尔滨、天津等12个城市的收听时长高于平均值，而石家庄、邯郸等23个城市的女性收听分钟数则处于平均水平以下。其中，在收

听时长较长的城市中，女性在哈尔滨的收听时间最长，达到125.91分钟，在天津、杭州、沈阳和乌鲁木齐的收听时长也都超过35城市平均收听水平的三分之一（图6）。

图6 女性人群在不同城市收听时长



地域性差异在女性对于频率的选择上也有所体现。虽然从全国总量来看，新闻类频率是女性收听最多的专业频率，但在各个地区的女性听众市场，排名第一的频率类型并不千篇一律。在2014年上半年35城市中，实力强劲的新闻类频率是多数地区中女性听众的首选。而在重庆、合肥、南京、南宁、石家庄、武汉等地则是音乐类频率拔得头筹。此外，北京、长春、长沙、青岛、泉州、苏州等地交通类频率更受女性听众青睐（表1）。

表1 2014年上半年35城市女性中全天平均市场份额在本地排名第一的广播频率

城市	频率	城市	频率
北京	北京人民广播电台交通广播(FM103.9/CFM95.6)	宁波	宁波电台宁波之声(新闻广播)FM92.0 AM1323
长春	长春交通之声广播电台FM96.8	青岛	青岛交通广播FM89.7/AM900
长沙	湖南人民广播电台交通频道FM91.8/FM100.3	清远	清远新闻资讯广播FM88.7
常州	常州人民广播电台新闻综合广播FM103.4	泉州	泉州人民广播电台904交通之声FM90.4
成都	四川人民广播电台新闻频率FM98.1/AM1116	上海	上海人民广播电台AM990/FM93.4
重庆	重庆人民广播电台音乐频率FM88.1	沈阳	辽宁广播电视台都市广播FM92.1/AM1341
大连	大连广播电视台第一套广播新闻广播FM103.3/AM882	深圳	深圳广播电台音乐频率FM97.1
佛山	佛山人民广播电台FM94.6	石家庄	石家庄广播电视台音乐广播FM106.7
福州	福建987私家车广播FM98.7	苏州	苏州交通广播FM104.8
广州	广东广播电视台珠江经济广播电台(E FM财富974)	太原	太原人民广播电台交通频率FM107
邯郸	邯郸人民广播电台新闻综合广播AM963/FM96.4	天津	天津人民广播电台交通广播FM106.8
杭州	浙江之声FM88/FM101.6/AM810	乌鲁木齐	新疆人民广播电台949交通广播FM94.9
哈尔滨	黑龙江都市女性广播FM102.1	武汉	武汉广播电视台音乐广播FM101.8
合肥	安徽音乐广播	无锡	无锡广播电视台交通广播FM106.9
济南	济南新闻广播FM106.6	西安	西安广播电视台新闻广播AM810/FM90.4
南昌	中央人民广播电台第一套节目中国之声	厦门	厦门音乐广播FM90.9
南京	江苏经典流行音乐广播FM97.5	郑州	郑州人民广播电台新闻广播AM549/FM98.6
南宁	广西电台经济广播(970女主播)FM97.0		

数据源：CSM媒介研究

三、女性听众节目偏好¹

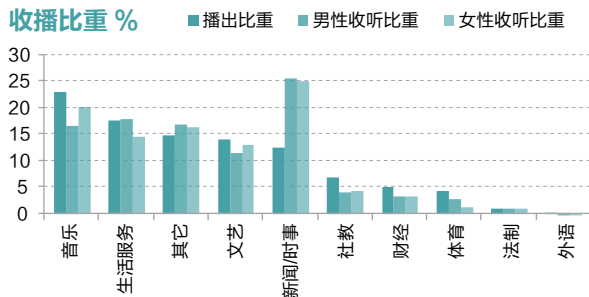
1、音乐和文艺类节目比重更高，节目竞争与所处时段关系密切

通过不同类型节目的收播情况可以看出女性听众比较偏爱的节目类型。2014年上半年数据表明，女性听众与男性听众的收听比重大致相同，收听比重相对较高的节目类型均为新闻/时事类、音乐类和生活服务类。其中新闻/时事类节目的资源使用效率较高，收听比重超过了播出比重。男女听众对比来看，男性对生活服务类节目青睐有加，而女性则更多收听音乐和文艺类节目（图7）。

无论是电视媒体还是广播媒体，节目竞争向来与播出时段关系密切，对于电视来说，公认的黄金时段主要指晚间19:00-22:00，强势频道在该时段播出的节目最具竞争力。广播则与电视有所区别，广播的收听曲线趋势变化不大，全天呈现为早、晚收听高峰时段，还有两个次黄金时段可以理解为中午和晚间八九点钟²。选取早上6:00-9:00、傍晚17:00-19:00这两个广播黄金时段和午间11:00-13:00、晚间20:00-21:00这两个广播次黄金时段着手分析，最能反映出广播市场的节目收听格局。

数据显示，新闻/时事类节目在早高峰时段的市场份额最高，说明最多比例的女性听众在早间选择收听新闻节目；傍晚高峰时段生活服务类节目一枝独秀，收听优势明显；午间时段，各种节目类型对市场的占有份额比较均匀，女性听众最为青睐的为文艺、音乐及新闻/时事类节目；晚间时段同样没有出现类似于早间一枝独秀的局面，新闻/时事类、社教类、文艺类和音乐类节目都较受女性听众欢迎（图8）。

图7 2014上半年不同性别听众节目收播比重比较

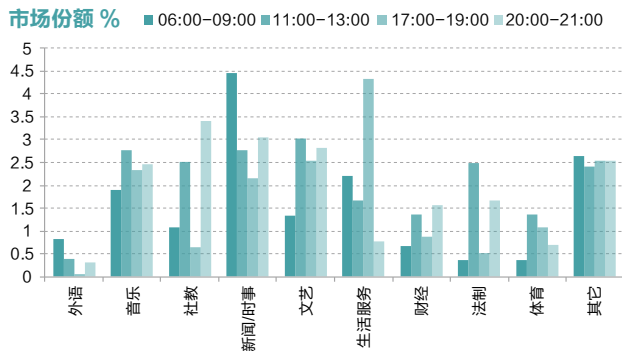


数据来源：CSM媒介研究

¹ 本文中所用节目数据均指北京、上海、广州三地的节目监播数据。

² 广播发展现状思辨，郑维东，《收听研究》2013年第4期。

图8 2014上半年主要节目类型高峰时段在女性听众中的市场份额



数据来源：CSM媒介研究

2、专业女性频率节目深受欢迎，但仍有改良空间

随着女性消费地位的提高，一些媒体纷纷开辟专栏，专门服务于女性这个群体。目前，我国各级电视台、电台创办的女性节目为数众多。女性节目之所以有如此蓬勃发展的态势，主要基于两方面原因，一是女性自主意识不断提高有自身发展的需要；二是节目市场的需要，女性白领阶层主张独立的生活态度和个性时尚的消费方式，这个群体为广告商所青睐。因此，许多电台开设女性节目，开拓女性市场也是其中的重要考虑。

女性广播频率诞生于2000年，兴起于2003年后，多家省、市电台纷纷开设女性广播（或称妇女广播）。其中，黑龙江都市女性频率广播是全国首家以妇女、儿童为主要受众的专业媒体。下文以黑龙江都市女性频率为代表，对其进行简要分析，力求管中窥豹，对女性的专业广播节目制作提供少许借鉴。

作为一家专业媒体，黑龙江都市女性频率广播从开播伊始，就以其鲜明的定位，特色的节目，关心女性生活，关注女性命运，为女性广播朋友提供周到、细致、温馨的服务。经过十多年的发展，目前黑龙江都市女性频率广播整体收听率 and 市场份额位居哈尔滨市所有频率的首位，2014年上半年占据近1/4的市场份额，达到23.09%，已经成为女性频率专业领域较有影响力和权威性的媒体。

从黑龙江都市女性广播的节目全天收听排名来看，全天最为突出的莫过于傍晚时段播出的明星品牌栏目《叶文有话要说》。该节目于2005年1月1日创办至今，备受广大听众朋友

的喜爱，节目以关注女性情感、婚姻生活为宗旨，集新闻性、思辨性、参与性于一体。主持人叶文睿智辛辣，快言快语，无情的批判那些在婚姻和爱情中出现的不道德的人与事，主张用家庭的和谐构建社会的和谐，主张女性要用自尊自爱自强的态度面对婚姻和家庭中出现的问题。2014年上半年，《叶文有话要说》节目的收听峰值达20%，市场份额近7成，《叶文有话要说》节目已成为哈尔滨上空中最耀眼的明星。此外，关注女性生活和命运的《女性小说坊》、《叶文故事会》、《母爱时光》等一系列女性节目都赢得了收听率和关注度的双丰收。而如果将女性与十岁以上所有人对女性节目的收听效果进行比较，就会发现女性对专业节目的偏好非常明显。2014年上半年，女性收听排名进入前十位节目的收听数值均高于总体，个别节目领先优势明显。如前者收听《叶文有话要说》节目的收听率要比后者高出近5个百分点，可见专业女性节目深受女性欢迎（表2）。

表2 2014年上半年黑龙江都市女性频率收听排名前十位节目（全天，不区分首播）³

排名	节目名称	播出时间	播出周天	收听率%		市场份额%	
				十岁以上所有人	女性	十岁以上所有人	女性
1	叶文有话要说	16:30:00-18:00:00	周日-周六	19.89	24.10	67.66	73.98
2	女性小说坊	16:00:00-16:30:00	周日-周六	8.11	9.36	52.33	58.31
3	叶文故事会	18:00:00-19:30:00	周日-周六	3.93	4.85	33.58	39.92
4	看医生(合作)	15:00:00-16:00:00	周日-周六	1.59	1.84	18.71	23.47
5	我爱我家(新闻版) 早报早知道	07:00:00-07:30:00	周日-周六	1.47	1.83	7.09	9.25
6	我爱我家(资讯版) 向幸福说早安	06:30:00-07:00:00	周日-周六	1.40	1.69	6.94	8.33
7	母爱好时光	09:00:00-11:00:00	周日-周六	1.18	1.59	6.44	8.11
8	健康家园	11:00:00-12:00:00	周日-周六	0.87	1.06	9.48	11.21
9	我爱我家(家装版)	07:30:00-08:30:00	周日-周六	0.83	0.98	5.36	6.65
10	健康总动员	06:00:00-06:30:00 08:30:00-09:00:00	周日-周六	0.62	0.80	4.26	5.45

数据来源：CSM媒介研究

专业女性频率细致入微地关注女性的心理、生活等方面，深受女性听众喜欢，然而，笔者认为当前专业女性频率的节目内容仍有进一步改进之处。首先，传统的女性广播节目，有情感、烹调、饮食消费、美容健身、服饰化妆、时尚信息等，也采访明星，以满足媒介设想的女性需要，而对于一些女性关注的社会性问题，却涉及较少，如青少年犯罪、女性参政议政、家庭暴力、夫妻离婚、财产分割等。女性节目应特别

关注女性的社会地位、贡献和独特诉求，提供一套不同于男性听众传统的观察角度和对问题的解读与关注点，建构不同于男性文化的女性文化。其次，女性广播一方面把女性听众作为可受尊重的目标听众；另一方面将女性听众作为向广告主极力推销的商品。有的节目传递出的信息给听者的感觉，似乎女人天生就是购物狂，女人除了消费就没有更重要的事情了，这种价值观将会给女性广播带来不良的影响。再次是目前的女性广播大多将关注视角集中在都市女性群体，而对农村女性、残疾女性、老年女性等弱势人群的关注较少。女性广播要发展，必须勇于承担起自己的社会责任，对女性群体进行多视角关注。

结语

伴随着时代的不断进步，女性拥有了越来越多的话语权，相信未来她们将真正撑起属于自己的“半边天”。在广播

³ 节目单由黑龙江人民广播电台提供。