

打破区域边界

——从收听率看优秀节目异地发展

王平

传统广播节目的直接传播往往受限于播出电台的电波覆盖范围，而听众喜闻乐见的广播节目，如果仅仅在一个本地市场播出，无疑是资源浪费。如何做到物尽其用，最大化地实现节目的价值，这就要通过节目大范围的输出和跨市场传播来实现。目前，市场上常见的跨市场播出的广播节目主要有节目制作公司生产的评书连播、影视剧录音剪辑、历史档案等等。

“广播节目制作公司介入广播节目市场，刺激台与台之间、电台与制作公司之间、制作公司与制作公司之间在广播节目市场的激烈竞争的局面。这种竞争有利于广播节目质量的提高，有利于使电台人员感到有更多的压力，他们就会把更多的精力投入到工作中去。可以在电台内部形成一个内外竞争的机制，激发人们的工作积极性，促进节目质量的提高。广播节目制作公司的出现，也将一些优秀的广播节目主持人推向了市场。有许多优秀的节目主持人都是制作公司培养出来的，后来被电台看中招聘进台。也有一些电台的节目主持人去公司兼职主持节目，增加收入的同时，开拓了思路和视野¹。”还有一类跨市场播出的节目是电台之间的交换节目，即一家特定电台生产且日常播出的广播节目，以协议方式交流到其他市场的广播电台、节目名称和节目主持人没有明显变化的跨市场播出。眼下市场上为人们熟知的电台间交流节目有《叶文有话要说》和《今夜不寂寞》等。

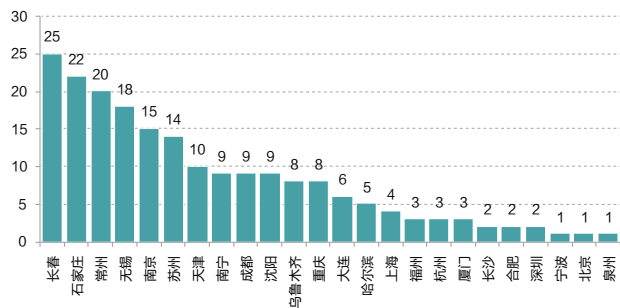
本文利用央视-索福瑞媒介研究有限公司（CSM）提供的时段收听率数据以及各电台官方网站提供的节目播出表信息，简要跟踪和研究一些跨地区播出的广播节目的收听率数据，以期对广播节目异地发展的现状做一个概要了解。市场上跨地区播出的节目应该远不止文中所列，此处仅以笔者所能收集到的信息进行汇总分析，供读者参考。

如无特别说明，收听率数据以及节目单日期范围为2014年第一波和第二波，广播收听市场为35个城市市场。由于受广播节目播出单有限的影响，本文所列跨地区播出节目，主要依据同一节目是否在至少两个市场出现而定。此文所列节目名称、播出情况以及收听率信息等均不构成任何有关行政监管、知识产权和商业推广的佐证效力。

一、广播节目跨地区发展面临广阔的市场空间

据不完整节目单信息，在24个市级市场出现了跨市场播出的节目，且较多市场出现了至少两个同名的跨市场播出的广播节目，其中以长春、石家庄、常州、无锡、南京、苏州、沈阳、天津、成都、南宁、乌鲁木齐和重庆等地为甚，这些市场可以被称为是开放的广播节目市场。即使像泉州等南方城市以及像北京等媒体市场发达的城市，也出现了至少一个引进节目。多数城市成为相对开放的广播节目市场，广播节目跨地区发展正面临着良好的市场机遇(图1)。

图1 2014年上半年各地播出的非本地节目出现的档数



数据来源：CSM媒介研究

¹ http://news.xinhuanet.com/newmedia/2004-06/17/content_1530428.htm

表1 石家庄地区部分引进节目播出和收听情况（10+）

节目名称	原产地 ²	频率	开始时间	结束时间	播出次数	收听率%
叶文有话要说	哈尔滨	河北人民广播电台生活广播AM747/FM89	22:00	23:00	42	1.38
今夜不寂寞	武汉	石家庄广播电视台新闻广播AM882/FM88.2	22:00	23:00	42	0.96
叶文有话要说	哈尔滨	石家庄广播电视台经济广播FM100.9/AM1431	19:00	20:00	42	0.88
晓声长谈	长春	石家庄广播电视台交通广播FM94.6	22:00	23:00	28	0.54
娱乐香饽饽	沈阳	石家庄广播电视台交通广播FM94.6	19:30	20:00	28	0.53
岁月如歌	其他	石家庄广播电视台交通广播FM94.6	20:00	21:00	42	0.51
在清华听演讲	节目公司	石家庄广播电视台新闻广播AM882/FM88.2	14:00	14:30	42	0.50
金山夜话	济南	河北人民广播电台经济广播AM1125/FM107.9	22:04	23:00	42	0.42
叶文有话要说	哈尔滨	石家庄广播电视台交通广播FM94.6	22:00	23:30	14	0.39
我的汽车有话说	杭州	石家庄广播电视台新闻广播AM882/FM88.2	15:14	16:14	42	0.23
月光宝盒	上海	河北人民广播电台科教广播FM102.9	20:15	20:36	8	0.23
叶文有话要说	哈尔滨	河北人民广播电台生活广播AM747/FM89	24:00	25:00	41	0.22
娱乐二人转	沈阳	石家庄广播电视台经济广播FM100.9/AM1431	15:30	16:00	21	0.22
叶文有话要说	哈尔滨	河北人民广播电台生活广播AM747/FM89	02:00	03:00	42	0.09
乐购时间	其他	河北人民广播电台科教广播FM102.9	11:13	11:33	9	0.06
纪实传奇	北京	石家庄广播电视台农村广播AM1251/FM91.5	10:22	10:59	48	0.05
晓声长谈	长春	石家庄广播电视台交通广播FM94.6	05:00	06:00	28	0.04
相伴到黎明	上海	石家庄广播电视台交通广播FM94.6	12:15	14:45	89	0.03
我爱我家	其他	石家庄广播电视台农村广播AM1251/FM91.5	12:30	13:00	36	0.02
欢乐正前方	北京	河北人民广播电台科教广播FM102.9	12:49	13:11	60	0.01
幽默集装箱	北京	河北人民广播电台科教广播FM102.9	23:16	23:44	6	0.00
在清华听演讲	节目公司	河北人民广播电台科教广播FM102.9	16:22	16:41	6	0.00

数据来源：CSM媒介研究

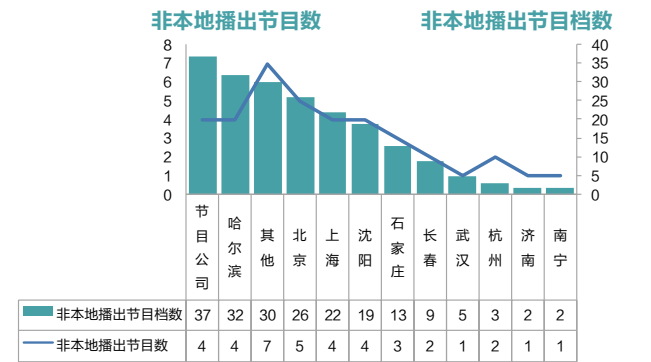
以石家庄市场为例，当地出现的引进节目有《今夜不寂寞》、《叶文有话要说》、《娱乐香饽饽》、《岁月如歌》、《金山夜话》、《晓声长谈》、《在清华听演讲》、《月光宝盒》、《我的汽车有话说》和《娱乐二人转》等十六个节目。石家庄市场引进节目不仅数量多，而且来源广泛，省市两级电台均有主要频率在不同时段播出引进节目，典型地反映了跨市场播出广播节目的市场环境(表1)。

二、北方城市更有可能成为节目输出市场的原产地

从跨市场播出的节目数量来看，除来自节目公司和暂未查明的节目原产地外，哈尔滨、北京、上海、沈阳、石家庄和长春成为节目输出量较大的来源地。来自哈尔滨的4个节目在各地播出32个档次，来自北京的5个节目在各地播出26个档次，来自长春的3个节目在各地播出15个档次，来自石家庄的3个节目在各地播出13个档次，来自沈阳的4个节目在各地播

出19个档次。由于北方城市的播音主持人具有天然的普通话优势，而相对开放的广播节目输入市场也多为北方城市，北方城市间相近相通的语言和文化环境，使得北方城市间的广播节目交流更为活跃，北方城市也更有可能成为节目输出市场的原产地(图2)。

图2 主要广播节目原产地广播节目输出数量

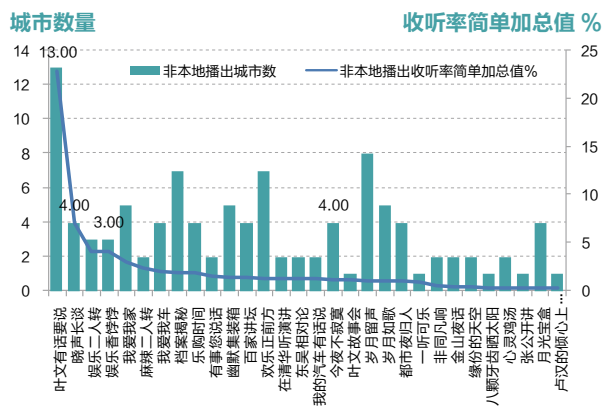


数据来源：CSM媒介研究

² 原产地信息为利用互联网信息的判断结果，“其他”为暂未查明的原产地

来自哈尔滨的有《叶文有话要说》、《卢汉的倾心上午茶》、《叶文故事会》和《心事了无痕》四个节目,其中《叶文有话要说》在13个城市的28个载体(频率/时段)播出,其各地各频率不同时段的收听率简单加总值达到22.85%,成为众多输出节目之冠。在输出地市场收听率简单之和相对较高的还有来自长春的《晓声长谈》、来自沈阳的《娱乐二人转》和《娱乐香饽饽》等,这几个城市均为北方城市,可见北方地区或者北方地区的广播电台,更有可能生产和输出跨市场播出的广播节目。从收听率简单加总值领先的几个引进节目的形态和内容来看,这些节目多为心理和情感纠纷咨询类的热线电话节目以及谈话秀之类的娱乐节目(图3)。

图3 部分异地播出广播节目播出城市数量和收听率简单加总值



数据来源: CSM媒介研究

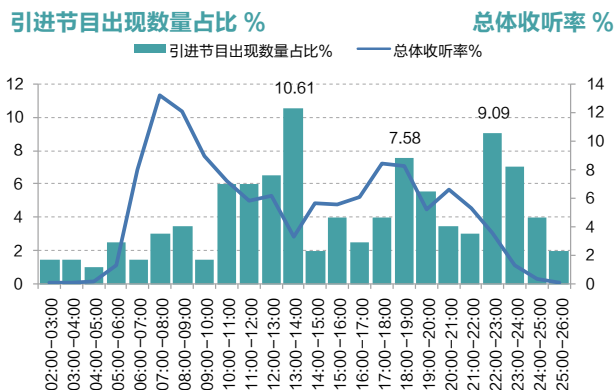
原产于黑龙江都市女性广播的《叶文有话要说》开办于2005年,主持人睿智辛辣的快言快语,以关注女性情感、婚姻生活为宗旨,集新闻性、思辨性、参与性于一体,颇受听众喜爱,成为2013年单体节目收听率全国第一的广播节目³。

《晓声长谈》是吉林新闻综合广播2008年7月份开播的一档情感服务类节目,节目的主要内容是“婚姻、家庭、情感”。节目的口号是“和谐情感、和谐家庭、和谐生活”。节目的主要特色为把主持人定位为“听众的朋友乃至死党”直言不讳的逆向品评,同时加以正面的引导,节目张弛有度,引起听众浓厚的收听兴趣。2009~2010年度曾荣获吉林省广播社教综合性节目一等奖和全国广播电视十佳生活栏目⁴。

三、引进节目多在非黄金时段的新闻/综合、交通/汽车、都市/生活和文艺/曲艺类频率播出

不完全节目单信息显示,引进节目更多的在13:00-14:00、18:00-19:00和22:00-23:00三个时段播出,这三个时段引进节目出现数量在全天时段所有引进节目中占比分别为11%、8%和9%;而在总体收听率高峰时段的07:00-08:00、17:00-18:00和20:00-21:00时段,引进节目出现的数量仅有总量的3%、4%和3.5%。根据广播节目的收听特征,广播收听率高峰时段多为资讯类节目播出集中的时段,而非高峰时段的听众更倾向于收听谈话类专题节目。各地电台引进节目,均选择非直播的节目,如录播类的历史故事节目、谈话类的热线节目。如此,一方面弥补了本台特定节目资源不足的缺陷,另一方面也能提升本台本频率非黄金时段的收听率,进而提升本频率整体时段的市场份额(图4)。

图4 引进广播节目各时段出现的数量



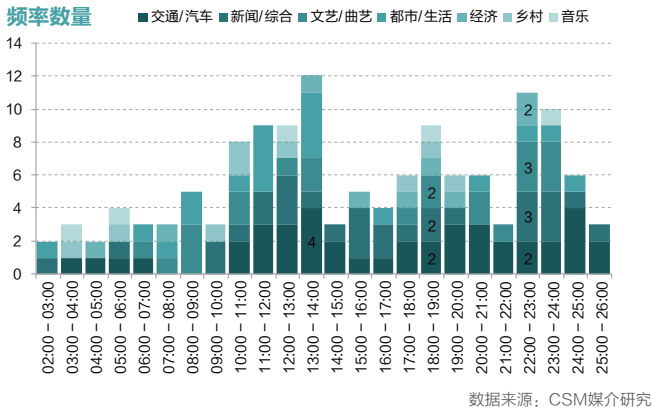
数据来源: CSM媒介研究

不完全节目单信息显示,播出引进节目的主要频率类别是新闻/综合类、交通/汽车类、文艺/曲艺类和都市/生活类频率。在引进节目集中播出的13:00-14:00时段,交通/汽车和都市/生活频率各占四个,在18:00-19:00时段,播出引进节目的频率中,新闻/综合类、交通/汽车类和文艺/曲艺类频率各占两个。在22:00-23:00时段播出引进节目的频率中,交通/汽车类有两个,新闻/综合类有三个,文艺/曲艺类有四个,经济类两个(图5)。

3 <http://www.hlradio.com/folder5105/folder5113/folder5662/2014/04/2014-04-24216986.html>

4 <http://www.jlradio.cn/sitefiles/services/cms/page.aspx?s=1&n=5765&c=233530>

图5 各时段播出引进节目不同类别频率的数量



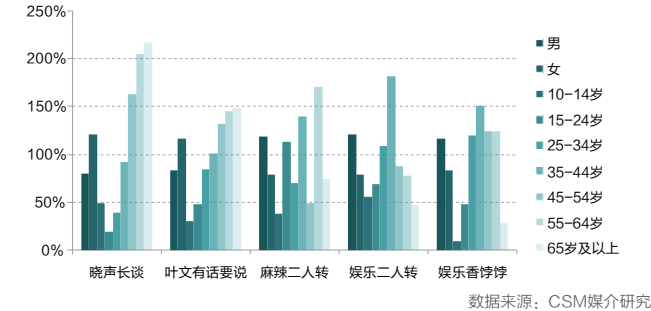
四、专注而明确的听众定位是广播节目异地发展的关键

部分输出节目在原产地市场表现优异，到了异地仍然表现突出。《叶文有话要说》、《娱乐香饽饽》和《娱乐二人转》在输出市场甚至进入除中央台以外的本地频率播出节目收听率排名前十行列。《叶文有话要说》在辽宁台文艺广播播出，其收听率达到4.39%，在新疆台交通广播播出，其收听率达到3.89%，《娱乐香饽饽》在长春交通台播出，其收听率达到3.79%(表2)。

广播节目异地发展必须扬长避短，不能在新闻资讯或者音乐曲艺等本地电台占有优势资源的节目领域开展竞争，而应该填补本地市场上娱乐脱口秀节目和情感谈话类节目等领域的空白。上述进入本地广播频率领先前十名行列的引进节目均为情感谈话或者娱乐脱口秀节目。以在各地收听率简单加总值相对领先的《晓声长谈》等五个引进节目在引进市场的听众特征数据为例，谈话互动心理情感咨询类节目《晓声长谈》和《叶

文有话要说》表现为女性听众的收听倾向高于男性，听众的收听倾向随年龄增长而增长。而娱乐脱口秀节目《麻辣二人转》、《娱乐二人转》和《娱乐香饽饽》则体现为男性听众和中青年听众的收听倾向更高，这些节目的听众特征均明显地有别于中老年听众收听倾向较高的新闻/资讯类节目和青少年听众收听倾向较高的音乐类节目的听众特征，做到了在服务特定目标听众的基础上在异地市场实现差异化发展(图6)。

图6 部分引进节目听众集中度



小结

综上所述，广播节目异地发展、特别是本地广播电台的节目在异地市场的发展，正面临广阔的市场空间，语言文化特征相似的市场间广播节目交流更为活跃。娱乐脱口秀节目和情感谈话、心理咨询热线节目当下在异地市场方兴未艾。这些节目在异地市场的发展，得益于其清晰的听众定位，以服务特定目标听众实现异地市场的差异化发展；这些节目主要是填补了当地市场除新闻资讯和音乐曲艺类节目外的市场空白。目前来看，此类节目的主要原产地相对地集中于东北地区，其他市场的电台或者广播节目主持人应该做出努力和尝试，推出更多的比翼于类似《叶文有话要说》和《娱乐二人转》的跨市场播出的广播节目。

表2 进入当地非中央台节目收听率排名前十的引进节目的播出和收听情况

城市	节目名称	频率	开始时间	结束时间	播出次数	收听率%
沈阳	叶文有话要说	辽宁广播电视台文艺广播FM95.9/FM101.8/AM1053	12:00	13:00	42	4.39
石家庄	叶文有话要说	河北人民广播电台生活广播AM747/FM89	22:00	23:00	42	1.38
乌鲁木齐	叶文有话要说	新疆人民广播电台949交通广播FM94.9	11:00	12:00	12	2.55
乌鲁木齐	叶文有话要说	新疆人民广播电台949交通广播FM94.9	22:00	23:00	12	3.89
长春	娱乐香饽饽	长春交通之声广播电台FM96.8	8:30	9:00	30	3.79
长春	娱乐二人转(周末版)	长春交通之声广播电台FM96.8	15:00	16:00	12	1.95

数据来源：CSM媒介研究