

整合资源 创新发展

——辽宁省网、省会收听分析

封翔

辽宁地处我国东北部,是东北三省的重要组成部分,拥有近4400万人口,省会为沈阳,人口规模超过500万;同时辽宁又处于东北话语系覆盖内,东北话十分接近于普通话,语言的相通性为广播收听奠定了基础。本文以辽宁省网、沈阳市网收听数据为基础,从收听条件、收听概况、收听竞争、车载收听等方面展现辽宁和沈阳广播收听的基本情况和特点。

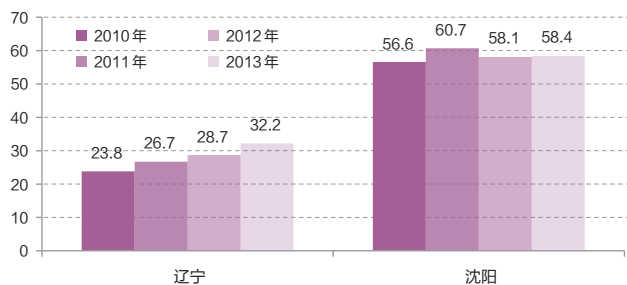
一、收听基础条件

1、广播受众

在广播收听率调查中,调查总体一般被界定为目标区域内,家中有正在使用的收听设备或者过去三个月内有成员收听广播的十岁及以上全部家庭成员。2014年辽宁省网广播人口为1627万人,沈阳市网广播人口为325万人。历年广播基础研究数据显示,沈阳市网家中有广播收听人口的家庭比例数据明显高于辽宁省网,其数值相差近一倍,广播受众总量在省网和市网呈现明显的差异;省网广播受众整体呈现稳步提升的趋势,家中有广播收听人口的家庭比例由2010年的23.8%稳步提升至2013年的32.2%,年均增长3%左右;在市网,广播受众则相对稳定,家中有广播听众比例稳定在58%左右(图1)。

图1 家中有广播听众家庭户比例(辽宁、沈阳)

家中有广播听众家庭户比例%

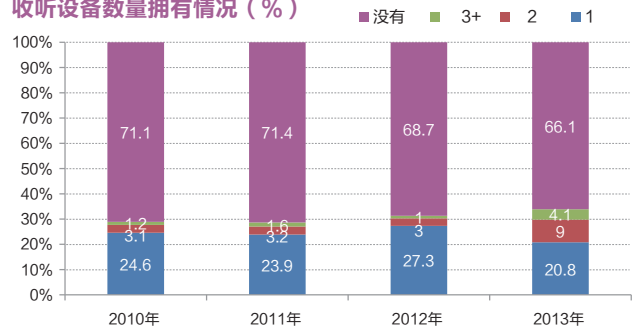


数据来源: CSM媒介研究

带动省网广播受众规模不断提升的因素有很多,其中一个很重要的因素是收听设备增加和收听方式的多样化。随着这几年经济的发展和科技的进步,收听设备不断更新发展,手机、Ipad、汽车等不断普及,尤其是近两年智能手机的高速发展,广播收听从空间、时间上有了根本性的变革和突破,用户实现了随时随地收听;网络和广播APP的发展,也为广播收听提供了崭新的途径和通道,收听方式灵活多样,收听内容随心所欲。CSM历年基础研究数据显示,省级调查网家中没有收听设备的比例不断降低,由2010年的71.1%下降至2013年的66.1%,下降了5个百分点;同时家中拥有多台收听设备的比例明显提升,2013年家中拥有2台收听设备的家庭比例由原来的3%左右迅速上升至9%,提升了2倍,家中拥有3台及以上收听设备的家庭比例由原来的1%左右提升至4.1%,提升了3倍。广播收听设备的方便易得、收听渠道的多样化是广播受众不断扩大的重要因素(图2)。

图2 家中收听设备数量拥有情况(辽宁)

收听设备数量拥有情况(%)



数据来源: CSM基础研究报告

2、广播频率

广播频率是广播市场的重要载体，在辽宁收听市场，广播频率有区别于其他地区特殊性。2009年12月18日经国家广电总局正式批准，原辽宁人民广播电台、辽宁电视台和辽宁教育电视台合并为辽宁广播电视台；2010年1月1日重新整合后的辽宁广播电视台八套广播频率正式亮相；2012年1月1日，辽宁广播电视台、沈阳广播电视台战略合作频率、频道节目正式开播，延续至今，形成了辽宁广播拥有综合广播、经济广播、文艺广播、交通广播、乡村广播、音乐广播、生活广播、都市广播、资讯广播九个广播频率，而沈阳广播台仅保留沈阳新闻广播一个频率的格局。通过整合频率资源，在沈阳广播市场，辽宁广播完成了频率数量上的形式垄断，为实现广播收听的市场垄断奠定了坚实的基础。

3、地方语言

广播是靠声音、语言来传播的。声音的魅力在于，它不仅传播了信息，还对这些信息融进了传播方的认识，从而为人们理解、接受信息提供帮助，并加以引导。以声音为传播的魅力还在于，无论受众年龄大小，文化程度高低，都可以去收听广播。语言的作用在于沟通，如果地域语系复杂，十里不同音、百里不同俗，广播信息的传播效果必然会大打折扣，但在辽宁和沈阳地区，由于都隶属于具有东北地方特色的普通话，根据2013年基础研究数据（表1），在家庭常用语言中均基本使用普通话，少数民族语言和其他话占比相当低，为广播赢得良好的传播效果扫清了障碍，为辽宁省级广播频率在与地面频率和中央台频率的竞争中取得好成绩埋下了伏笔。

表1 家庭常用语言（2013年）

家庭常用语言	辽宁	沈阳
普通话	99.3	99.7
少数民族语言	0.6	/
其它话	0.1	0.3

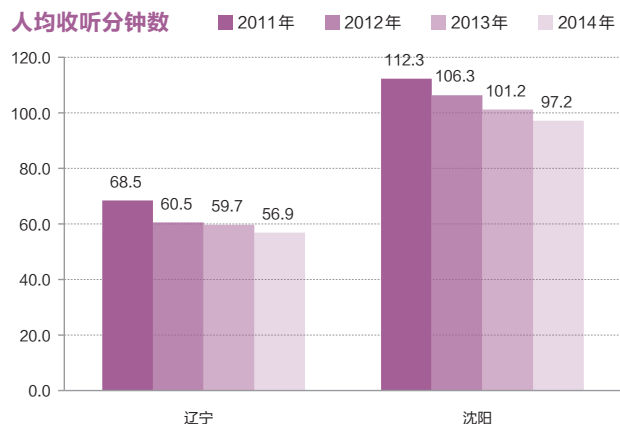
数据来源：CSM媒介研究

二、收听概况

1、收听时长

广播收听时长直接体现了广播市场的总量水平，衡量出广播市场的发展水平。辽宁省网和沈阳市网历年收听时长表明，沈阳市网听众收听时间远高于辽宁省网，沈阳地区听众日均收听广播100分钟左右，而辽宁省网听众日均收听时间在60分钟左右，收听时长的差异是省会和省网差异的直接表现，省会收听好于省网收听；历年收听数据显示，无论省网收听还是市网收听，听众收听时长均出现了稳步下降的趋势，在辽宁省网，人均收听分钟数由2011年的68.5分钟下降至2014年¹的56.9分钟，下降超过10分钟，在沈阳市网，人均收听时间以每年5分钟的速度由2011年的112.3分钟下降至今年的97.2分钟，下降高达15分钟。广播收听时间的不断下降体现了辽宁沈阳广播市场整体缩水的趋势（图3）。

图3 历年广播人均收听分钟数



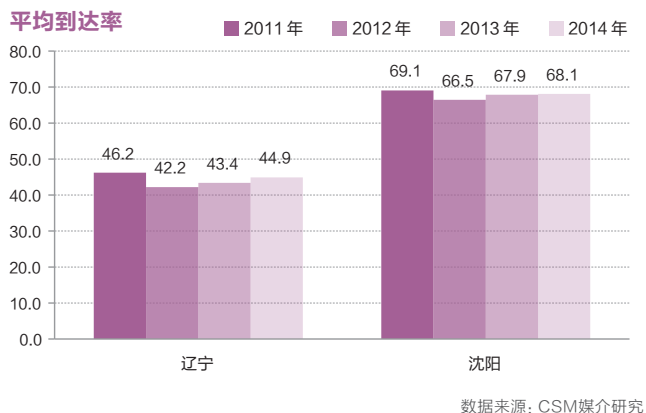
数据来源：CSM媒介研究

2、听众规模

衡量收听市场总体概况除了收听时长外，听众规模也从另外一个角度表征了市场的总体情况，反映了广播市场广播听众数量。从历年广播听众日均到达率变化可以看出，在广播受众中，每天收听广播的人口规模沈阳市网多于辽宁省网，平均每天有超过三分之二的人收听过广播，而辽宁省网仅有43%左右；从历年数据分析可知，近几年来，无论辽宁省网还是沈阳市网日均听众规模基本保持稳定，波动幅度不大（图4）。

¹ 本文2014年收听数据日期采用1月1日至9月20日，下同。

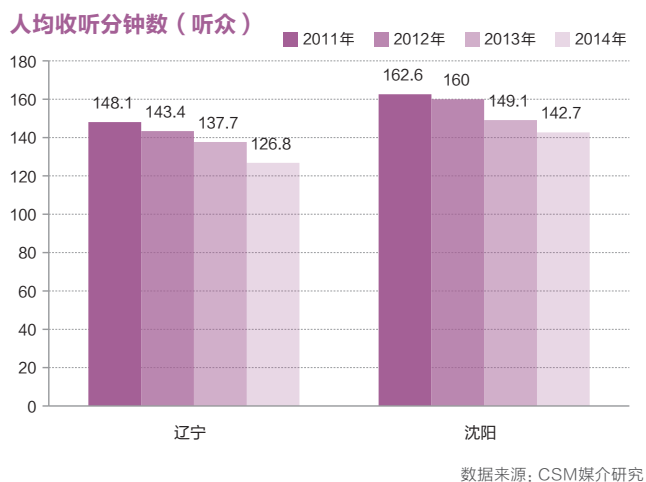
图4 历年广播听众规模



3、广播消费时间

结合上面提到两点, 在辽宁省网和沈阳市网, 广播人口收听时长不断下降, 但是听众规模保持稳定, 那么导致收听时长下降的原因是什么呢? 从广播现实听众的人均收听量, 暨收听分钟数(听众)数据我们可以找到答案, 在收听广播的听众中, 其收听广播的时间也呈现出逐年递减的趋势: 在辽宁省网, 听广播听众每天收听广播时间由2011年的148.1分钟下降至2014年的126.8分钟, 累计下降了21.3分钟; 在沈阳市网, 收听广播的听众每日收听广播时间也由2011年的162.6分钟下降至2014年的142.7分钟, 累计下降了20分钟。正是由于收听广播的听众收听时间下降了, 最终导致了市场总体收听时长不断下降(图5)。

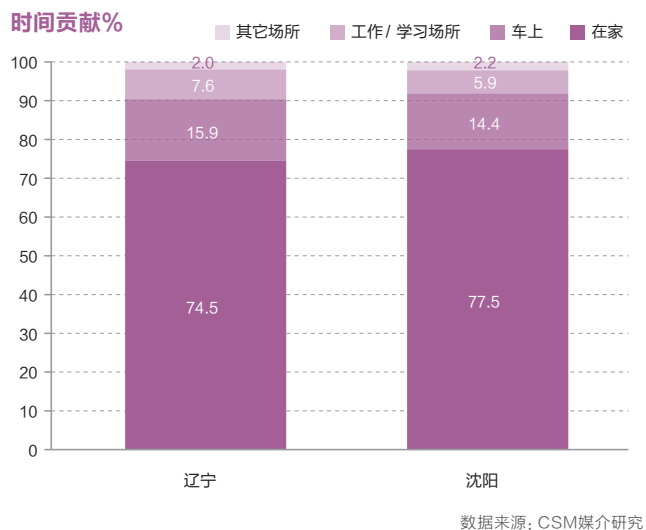
图5 历年广播人均收听分钟数(听众)



4、收听场所贡献

广播收听以收听地点区分, 可以分为在家、车上、工作/学习场所和其他场所四个地点, 比较辽宁省网和沈阳市网各场所收听时长对总时长的收听贡献, 辽宁省网和沈阳市网各场所收听贡献基本一致; 在家收听是主要收听场所, 总体收听的四分之三来自在家收听, 车上收听占总收听的15%左右, 是收听贡献排名第二位的场所, 在工作/学习场所收听贡献在6%左右, 其他场所占比2%左右(图6)。

图6 各场所收听时间贡献(2014年)

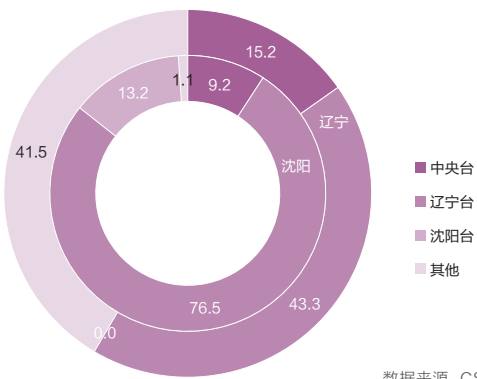


三、收听竞争

1、频率排名

2012年后, 辽宁省级广播与沈阳市级广播完成战略重组, 通过重新整合频率资源, 内容重组后, 沈阳广播仅保留了沈阳新闻广播频率, 反映在收听市场上, 在沈阳地区, 辽宁台广播一枝独秀, 占据了76.5%的市场份额, 沈阳新闻广播频率以13.2%的市场份额位居第二位, 超过了中国之声、经济之声和音乐之声为主要组成部分的中央台, 中央台份额为9.2%; 在辽宁省网, 辽宁台和其他频率组平分秋色, 辽宁台以43.3%的份额略占优势, 其他省内地区频率总体份额为41.5%, 中央台较其在沈阳地区收听份额有明显提升, 其市场份额达到15.2%。整体观察, 辽宁广播台在沈阳占有绝对竞争优势, 在省网与各城市台频率竞争中也不落下风(图7)。

图7 辽宁、沈阳频率组所占市场份额 (2014年)



数据来源: CSM媒介研究

从各个频率全天竞争力表现观察可以发现,在沈阳市网,辽宁都市和交通广播收听份额超过17%,是收听竞争的第一集团,辽宁音乐和沈阳新闻收听份额超过13%,处于竞争的第二阵营,辽宁台8个频率中除了乡村广播没有进入前十位外,其他频率均有较好的收听表现,中国之声以5.21%的市场份额排名第8位;在辽宁省网,中国之声以11.24%的份额排在第二位,与辽宁交通组成收听竞争的第一集团,辽宁都市排在第三位,但其竞争力较沈阳市网差距较大,份额只有6.55%,辽宁台在省网与市网相比,除辽宁综合广播份额有提升外,其他频率份额均不及其在市网的表现,辽宁音乐在省网要比其在沈阳市少接近10个百分点。频率竞争力在不同的市场环境产生的变化十分正常,背后有诸多的因素,包括各个频率在全省范围内的覆盖的差异和不均匀,广播的地域属性很强,当地的频率往往很受欢迎,省级频率势必与当地频率竞争带来的差异等等。总之,收听率数据的结果是诸多因素共同作用的结果(表2)。

表2 辽宁、沈阳单频率收听排名 (2014)

频率	沈阳		辽宁	
	排名	市场份额%	排名	市场份额%
辽宁广播电视台都市广播FM92.1/AM1341	1	18.76	3	6.55
辽宁广播电视台交通广播FM97.5	2	17.68	1	12.82
辽宁广播电视台音乐广播FM98.6	3	13.53	7	3.70
沈阳广播电视台新闻广播FM104.5/AM792/FM107	4	13.24	-	-
辽宁广播电视台文艺广播FM95.9/FM101.8/AM1053	5	8.62	5	4.78
辽宁广播电视台生活广播FM103.4/FM90.4/AM882	6	6.68	8	3.07

辽宁广播电视台综合广播AM1089/FM102.9	7	5.36	4	6.12
中央人民广播电台第一套节目中国之声	8	5.21	2	11.24
辽宁广播电视台经济广播FM88.8/AM999	9	4.77	6	3.82
中央人民广播电台第三套节目音乐之声	10	2.51	10	1.36
中央人民广播电台第二套节目经济之声	11	1.48	9	1.80
辽宁广播电视台乡村广播AM927/FM96.9/FM89.5	12	1.08	12	1.07
不知道/记不清	13	0.09	14	0.22
中国高速公路交通广播FM99.6	14	0.00	15	0.02
辽宁广播电视台资讯广播FM90.6	-	-	11	1.34
中央人民广播电台中国广播网银河网络电台	-	0.00	13	0.81
中国国际广播电台轻松调频(CRI EASY FM)	-	0.00	16	0.00

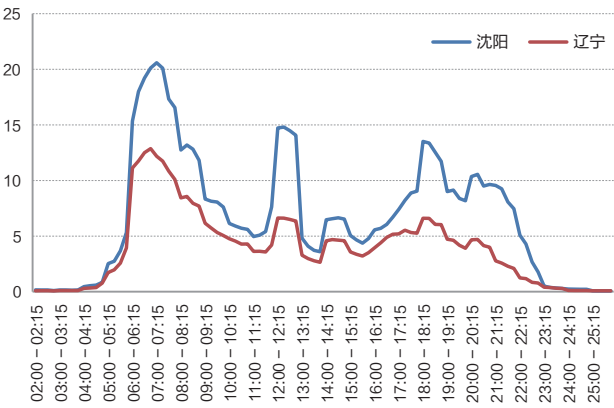
数据来源: CSM媒介研究

2、收听走势

从广播收听竞争时段走势看,在辽宁省网和沈阳市网,听众收听广播整体趋势非常一致:收听呈现早中晚多轮高峰型,省网收听明显低于市网,省市两网收听走势趋同。早间6:00开始,听众收听广播呈急剧上升态势,到7:00左右达到全天收听最高峰,随后蜿蜒下落,在中午12:00-13:00间听众重新聚集,构建午间收听小高峰,在14:00-15:00间又形成局部小高峰,随后收听不断递增至晚间18:00-19:00间汇聚成晚间小高峰,一直延续至22:00左右(图8)。从中可以看出,无论是省会还是全省,其对传统广播消费的时间线性模式趋同,但是消费程度相差近半。

图8 辽宁、沈阳收听走势特征 (2014年)

收听率



数据来源: CSM媒介研究

3、频率选择

按照频率的定位和播出节目的类型，可以把所有广播频率划分为新闻综合、交通、都市生活、经济等多类频率。考察听众在辽宁省网和沈阳市网对各类频率的收听选择可以看出，省网和市网听众表现出相当的差异。在沈阳市网，都市生活类和新闻综合类是最受欢迎的频率类型，交通类和音乐类也有相当多的听众选择，但在辽宁省网，都市生活类和音乐类频率听众选择相对较低，新闻综合类和交通类相对较高。频率选择差异反映了频率的定位和特色，体现了省网和市网听众的差别（表3）。

表3 辽宁、沈阳听众类型频率选择

频道	辽宁	沈阳
新闻综合类	18.71	23.80
交通类	12.84	17.68
都市生活	9.62	25.45
经济类	5.62	6.24
音乐类	5.06	16.04
文艺类	4.78	8.62
农村类	1.07	1.08
其他类	42.31	1.09

数据来源：CSM媒介研究

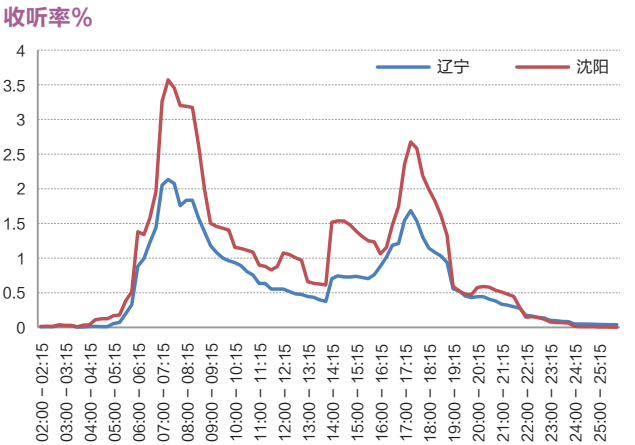
四、车载收听

1、收听走势

最近十年是我国汽车工业蓬勃发展的十年，汽车逐渐进入普通家庭；另一方面，近几年虽然总收听量呈现逐年下降的趋势，但车上收听量依然保持了稳步提升的态势，因此车载收听已成为广播收听不可或缺的组成部分。观察辽宁省网和沈阳市网车载全天收听走势可以发现，辽宁省网和沈阳市网车载收听走势基本一致，构建了车载收听早晚收听高峰的犄角型收听走势，沈阳市网车上收听率要高于辽宁省网。上午时段，省网和市网收听走势一致，从7:00开始车上收听大幅提升，在7:30左右到达早间收听高峰峰值，持续至9:00后逐渐回落；中午时

段，省网和市网收听略有不同，中午12:00-13:00间市网车上收听有明显小高峰，省网则持续低迷；下午时段，省网和市网在14:00-15:00时段收听触底反弹，形成局部小高峰；在随后的傍晚下班时段，收听不断递增，在16:30-19:00间构建傍晚小高峰，在17:30左右达到收听高峰顶点；在晚间时段，车上收听缓步下滑至全天播音结束（图9）。

图9 辽宁、沈阳车上收听走势（2014年）



数据来源：CSM媒介研究

2、车载人群

辽宁省网和沈阳市网无论是主体听众还是重度听众，车载人群结构都非常类似。数据显示，车载收听人群集中性强，男性、年轻、高收入、高学历听众是车上主要听众群。从性别看，男性听众占总听众的7成左右，且比女性听众更倾向于在车上收听广播；从年龄结构观察，25-44岁听众是车载收听的主体听众，收听贡献超过收听总量的6成，并且这类听众是车上收听的重度听众，在辽宁省网，45-54岁的听众也是车上收听的重度听众，而10-24岁和55岁以上的听众比例较小；从月均收入水平看，月收入2500元及以上的听众是主要听众，在辽宁省网，这类观众比例高达73.9%，超过沈阳市网的60.8%，辽宁省网高收入听众收听贡献更加集中；从学历水平观察，高中以上学历听众是车上收听的主体听众，整体听众比例接近60%，收听意愿更为强烈，尤其是大学以上的听众（表4）。

表4 辽宁、沈阳车载听众结构 (2014)

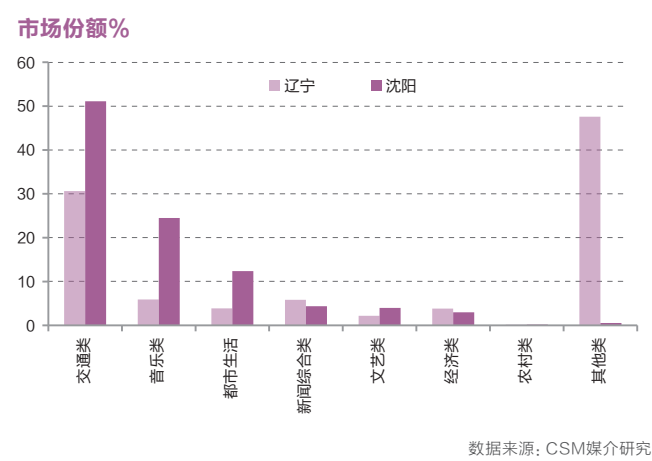
目标听众	听众构成%		集中度%	
	辽宁	沈阳	辽宁	沈阳
男	74.9	67.1	148	133.7
女	25.1	32.9	50.8	66.0
10-14岁	1.2	0.5	30.0	16.0
15-24岁	5.2	11.8	35.8	78.4
25-34岁	29.7	37.4	168.0	180.3
35-44岁	31.2	25.7	158.8	147.5
45-54岁	27.2	18.7	147.8	99.3
55-64岁	5.0	5.5	35.1	41.8
65岁及以上	0.5	0.4	4.0	3.3
0-500元	4.3	6.0	17.1	34.9
501-1000元	3.4	1.1	71.7	42.2
1001-1500元	4.0	5.9	30.9	37.2
1501-2500元	14.4	26.1	48.3	70.1
2501元及以上	73.9	60.8	268.4	227.3
未受过正式教育	0.2	0.0	11.1	1.7
小学	1.1	0.5	7.6	7.4
初中	41.6	31.6	86.3	81.0
高中	28.6	29.6	142.6	105.2
大学及以上	28.5	38.3	188.3	153.4

数据来源：CSM媒介研究

3、车载频率选择

按照频率定位和播出内容将辽宁地区频率进行分类合并，考察其在车上的收听表现可以看出，车上收听频率中，无论辽宁省网还是沈阳市网，交通类频率均是收听的首选，为听众提供各类资讯和服务，在沈阳市网有一半的听众在车上收听时会选择交通类频率，在辽宁省网听众在车上收听交通类频率的份额也超过了30%；音乐类频率仅次于交通类频率，在所有频率中位居第二位，广播收听的伴随性特性是其在车上收听受欢迎的重要原因；第三备选的频率中，辽宁省网和沈阳市网略有差异，在辽宁省网，新闻综合类更受欢迎，在沈阳市网，都市生活类频率则稍胜一筹；文艺、经济和农村类广播频率选择相对较低（图10）。

图10 辽宁、沈阳车上各类频率所占市场份额 (2014年)



小结

在辽宁广播市场，由于辽宁省级广播的特殊情况，频率资源整合相对较为彻底，频率间的竞争主要表现为省级频率间的内部竞争，在省会城市沈阳，省台份额一家独大；同时又由于全省均处于东北话语言环境中，文化差异障碍基本不存在，在省网和市网收听表现中也表现为收听趋势的一致性，以及听众结构的一致性；与很多地区相似，车载收听中交通类和音乐类频率最受听众欢迎。在整体收听量趋势下降的大环境下，广播电台应充分发挥资源整合的优势，加强和深化节目内容整合和开发，以吸引更多的听众收听广播，同时提高广播收听的粘度，这可能会是未来传统广播能够进一步发展的渠道之一。

广播等旧媒体在新媒体的冲击下，并不会走向消亡，反而会获得新的发展生机，通过不断丰富广播的内容和形式，可以更好地满足受众的需求。因此，面对新媒体的兴起和竞争环境的改变，广播人不应该太过于悲观，而应该根据时代的发展和人们生活习惯的改变，主动适应市场，满足听众的需要，在留住固有听众的基础上，激发新听众的注意力，增强节目的吸引力，为广播争取更大的发展空间。