

2014 年十二城市传统交通广播和新兴汽车广播频率收听概况

黄鑫

截止 2014 年年底，全国汽车保有量达 1.54 亿辆，其中小型载客汽车 1.17 亿辆，以个人名义登记的小型载客汽车达 1.05 亿辆，占小型载客汽车的 90.16%，全国平均每百户家庭拥有 25 辆私家车¹。自 2011 年 1 月 26 日起北京市实行小客车限购摇号政策，此后上海、广州、贵阳、天津等多个城市也均陆续推出类似政策，旨在控制小客车数量，减少交通和环境压力。然而，我国经济社会持续快速发展，人民对于私家车的刚性需求仍保持旺盛，有车群体也呈持续增长态势，车上的广播收听市场由此也得到了良好的发展。本文将重点着眼于传统交通广播与新兴汽车广播²两类广播频率，基于 2013-2014 年 CSM 十二城市³基础研究数据和收听率调查数据，对近两年来车上广播收听发展状况进行梳理，描绘逐渐增多的私家车上广播收听行为及听众特征，最后对十二城市的交通、汽车广播频率的收听情况进行简要分析。

一、近两年来车上广播收听发展状况

1、在车上收听广播的时间稳中略升

根据 CSM 收听率调查数据，2013-2014 年 12 城市所有场所的人均收听分钟数基本保持稳定。分场所来看，2014 年在家和在车上收听的人均收听时长均有所增长，与 2013 年相比分别增长 2.17 和 0.13 分钟；而工作/学习场所和其他场所的人均收听时长则分别下降了 0.96 和 0.36 分钟。在车上收听广播的时间稳中略升（表 1）。

表 1 十二城市 10 岁以上广播听众在不同收听场所的人均收听分钟数（分钟）⁴

收听场所	2013 年	2014 年
在家	41.58	43.75
车上	24.97	25.10
工作/学习场所	3.85	2.89
其他场所	2.07	1.71
所有	72.47	73.44

数据来源：CSM 媒介研究

2、私家车广播收听比例持续增长

基于 CSM 十二城市基础研究数据，“家中”、“私家汽车”、“公共汽车/轨道交通”为 2013

¹ 数据来源：中研网行业资讯 <http://www.chinairn.com/news/20150212/10571281.shtml>。

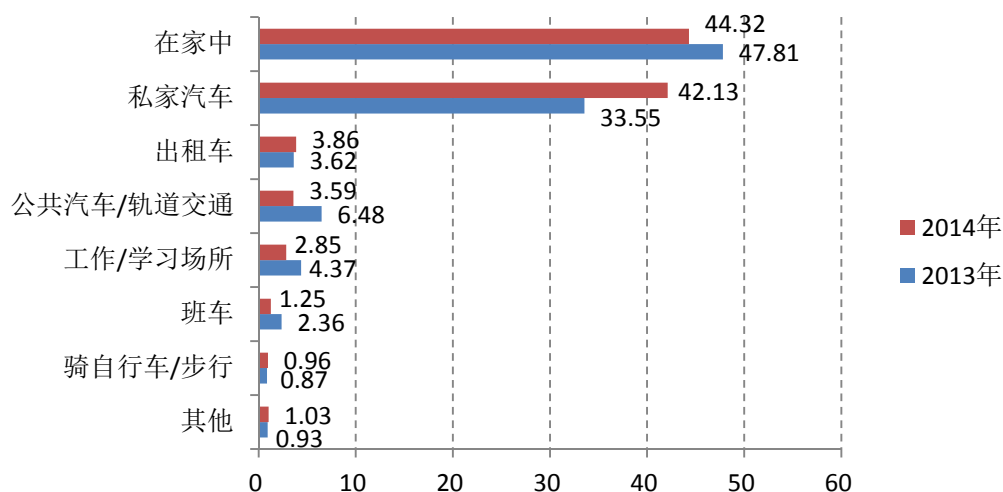
² 此处新兴汽车广播包含名称中带有爱车、汽车音乐、汽车旅游、私家车等字眼的广播频率，同时也包含频率名称为频率呼号但自身定位于以上几方面的广播频率，区别于传统的名称中带有交通的广播频率。

³ 2013-2014 年 12 城市包括：北京、上海、深圳、南京、成都、广州、长沙、武汉、天津、沈阳、西安、重庆。

⁴ 12 城市收听率数据的时间范围采用 2013 年、2014 年四次波次调查的时间，后文如无特殊说明则采用同样的时间范围标准。

年广播听众⁵选择比例排在前三位的最经常收听广播的地点。2014 年，“家中”仍然位居首位，但其选择比例已经由 2013 年的 47.81%降至 2014 年的 44.32%，下降了 3.49 个百分点。相反私家车的选择比例则提升明显，虽然依然排名次席，但 2014 年受众把私家车作为最经常收听广播地点的选择比例为 42.13%，较 2013 年的 33.55%提升了 8.58 个百分点，且已经逐渐逼近了在家收听的选择比例（图 1）。

图 1 十二城市 15 岁及以上听众最经常收听广播的地点选择比例（%）

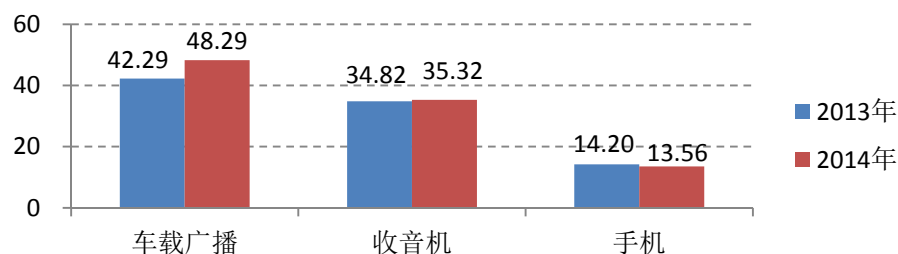


数据来源：CSM 媒介研究十二城市广播电视收听率调查基础研究

3、车载广播设备使用比例接近半数

CSM 媒介研究 2013-2014 年基础研究数据显示，车载广播、收音机和手机在听众选择的最经常使用的收听设备中排名前三位，选择比例三者总计超过 90%，可见绝大多数人收听广播节目使用的设备正是出自其中。其中车载广播设备的使用选择比例增长明显，从 2013 年的 42.29%增至 2014 年的 48.29%，涨幅达到 6 个百分点，比例接近广播听众总数的半数（图 2）。

图 2 十二城市 15 岁及以上听众收听广播最经常使用的设备前三位选择比例（%）



数据来源：CSM 媒介研究十二城市广播电视收听率调查基础研究

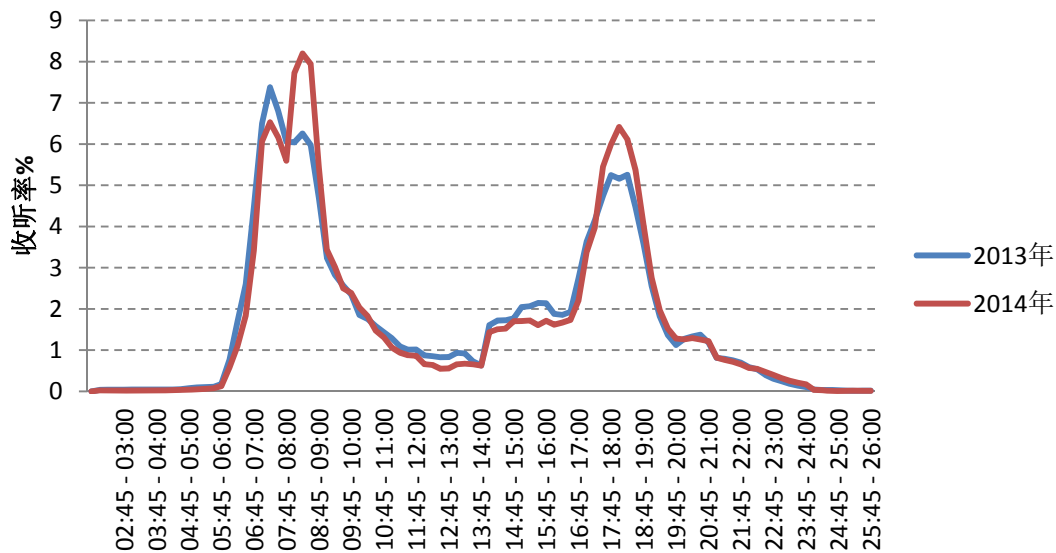
⁵ 广播听众定义为基础研究调查中在接受访问时的半年内至少 1 次接触过广播的受访者。

二、 私家车上广播收听行为及听众特征

1、 早高峰车上广播收听高峰略有后移，晚高峰收听明显增长

对比 2013-2014 年十二城市听众在车上收听广播的收听率全天走势可以发现，共性在于收听率基本呈现早、晚两个高峰的走势，正对应早晚两个出行高峰。差异主要表现在早高峰时段，2014 年与 2013 年相比，收听高峰向后移动了约 1 个小时，由 7:00-8:00 转向了 8:00-9:00 时段；晚高峰的时段则较为稳定，基本保持在 17:30-19:30 时段，2014 年晚高峰收听率峰值达到 6%以上，较 2013 年 5.5%左右的峰值有明显增长（图 3）。

图 3 2013-2014 年十二城市车上广播收听率（%）全天走势

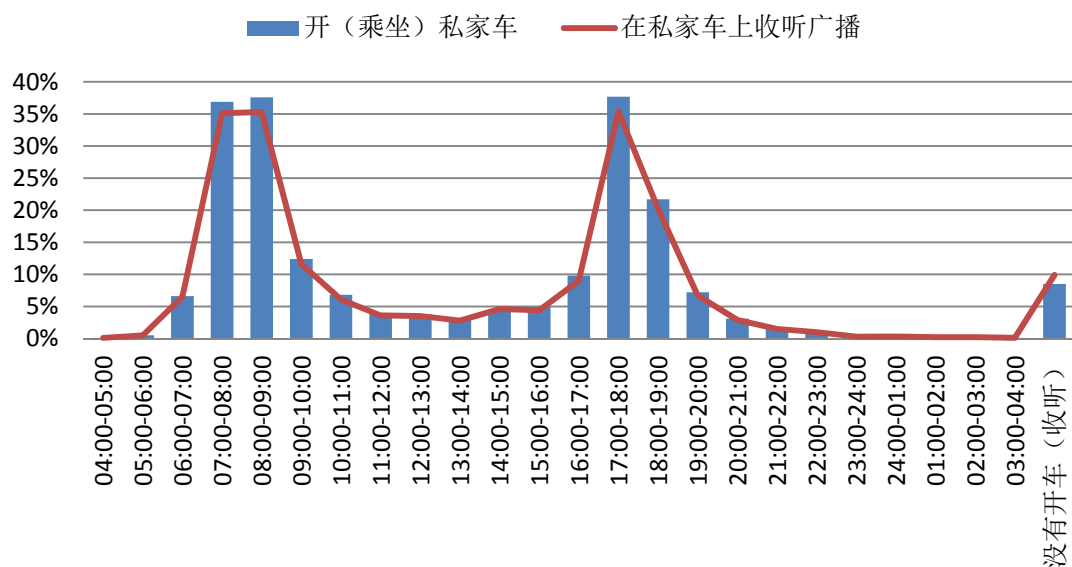


数据来源：CSM 媒介研究

2、 私家车广播收听时段选择同样呈现两峰趋势，休息日私家车使用与收听选择稍缓

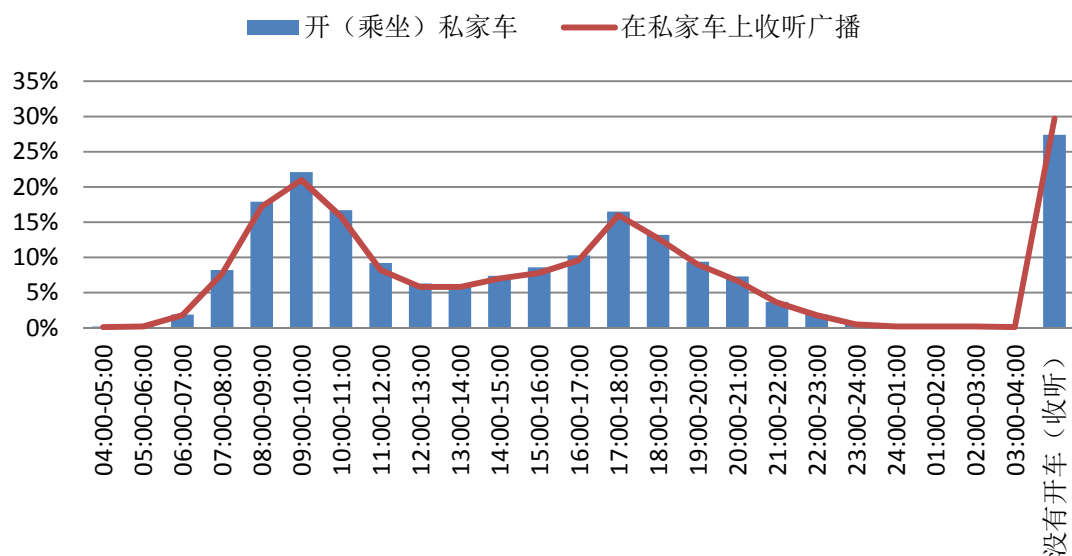
根据 CSM 十二城市基础研究调查数据显示，在工作日私家车广播听众开（乘坐）私家车与在私家车上收听广播基本呈现出一致的时段选择，以早间 7:00-9:00 和傍晚 17:00-19:00 的上下班出行高峰为主，这与十二城市车上广播全天收听走势基本一致。而在周末，开（乘坐）私家车与在私家车上收听广播的时段选择趋势较工作日则相对平缓。虽然依旧存在早晚两个时段选择的高峰，但与工作日的走势相比，高峰与非高峰时段差值较小，更趋于扁平化；周末的早高峰出现时段较工作日推后了约 1 小时左右，且分别有接近 30%的人表示在周末没有开（乘坐）私家车和在私家车上收听广播（图 4-5）。

图 4 2014 年十二城市周一至周五各时段私家车使用与私家车上广播收听选择比例（%）



数据来源：CSM 媒介研究十二城市广播电视收听率调查基础研究

图 5 2014 年十二城市周六至周日各时段私家车使用与私家车上广播收听选择比例 (%)



数据来源：CSM 媒介研究十二城市广播电视收听率调查基础研究

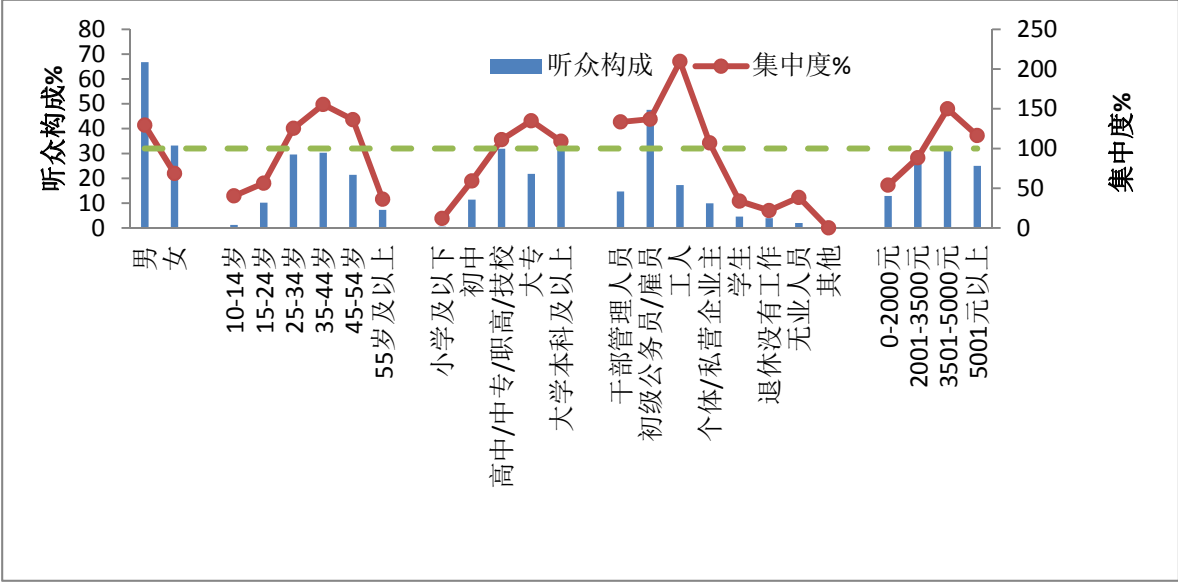
3、私家车上广播听众以男性、中青年、中高等学历、高收入人群为主

从 2014 年十二城市车上收听广播的听众特征来看，男性、中青年、中高学历、中高收入人群为主体人群。

从听众构成来看，在车上收听广播的听众中，男性所占比例接近 70%，远高于女性；35-44 岁中青年所占比例较高，高于其他年龄段听众；高中、大专和本科及以上学历的中、高等学历听众加总所占比例超过 80%；初级公务员/雇员的比例最高，其次是工人和干部管理人员，个体/私营企业主也占有一定比例；个人月收入在 3501-5000 元的中等收入听众比例超过 30%，5001 元及以上的高收入听众所占比例也达到 25%。

从听众集中度来看，男性的收听倾向更加突出；25-54岁听众的收听喜好更高，其中尤以35-44岁听众表现更甚；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稍低学历的听众；工人对广播的收听偏好明显优于其他职业类别的人群；收入在3501-5000元的听众对广播的喜好度最高，位居各收入级别听众之首（图6）。

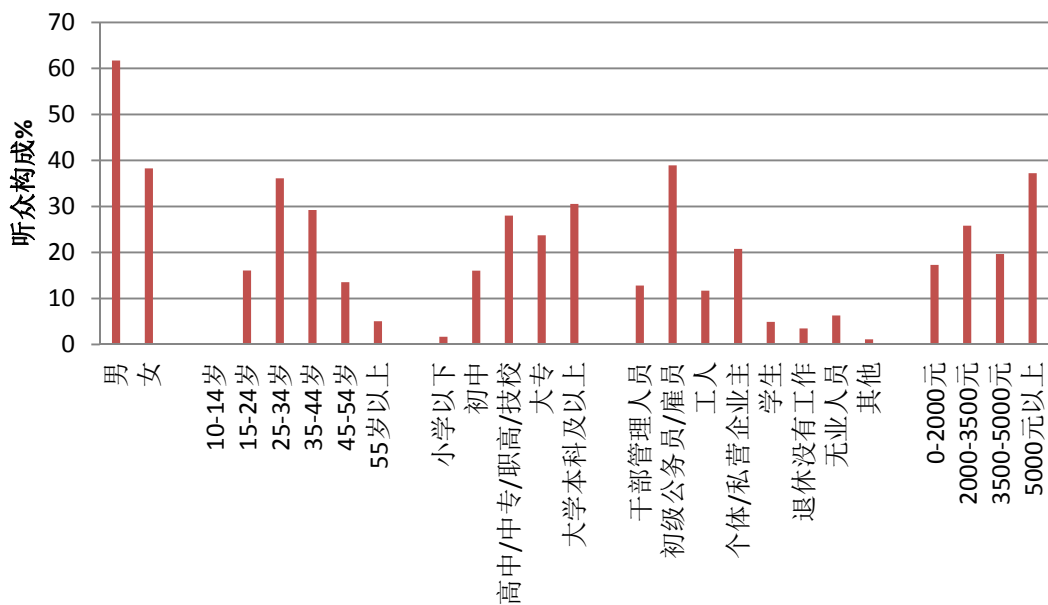
图 6 2014 年十二城市车上广播听众构成（%）与集中度（%）



数据来源：CSM 媒介研究

根据 2014 年 CSM 基础研究数据，对比车上广播听众构成特征可以发现，私家车听众则更为优质。具体表现为男性依旧是私家车听众的主力人群，所占比例超过 60%，与车上广播听众构成趋同；25-34 岁的年轻人构成了私家车听众的主力人群，所占比例为 36.1%，高于其他各年龄段听众的比例，较车上广播听众更为年轻化；学历和职业方面而言则基本与车上广播听众的特征趋势相同；人均月收入 5001 元及以上的高收入人群所占比例较车上该收入人群所占比例有显著提高，占比达到 37.2%（图 7）。

图 7 2014 年十二城市私家车听众构成（%）



数据来源：CSM 媒介研究十二城市广播电视收听率调查基础研究

三、 十二城市交通、汽车广播频率收听简析

1、传统交通广播在十二城市交通、汽车广播频率收听中占据优势

通过对十二城市广播频率进行遴选，带有“汽车”、“交通”、“私家车”等字眼的广播频率或是带有公开的汽车、交通广播定位的频率纳入分析范围，总计 31 个。其中北京、上海、天津、重庆四个直辖市分别可收到本地的 1 套该类频率；广州、深圳两个城市可收听到的汽车广播频率数量最多，各有 5 套；剩余其他城市可收听到的汽车广播频率在 2-4 套之间不等⁶。以下将分城市分别对 2014 年十二城市交通、汽车广播频率的收听情况做简要回顾。

北京：北京交通广播 FM103.9 在北京地区占有绝对的市场优势，以 67.35% 的市场份额占据了车上广播收听三分之二的市场，在所有场所也以 31.01% 的份额占有了接近三分之一的市场，霸主地位尽显无疑。

上海：上海交通广播 FM105.7 在上海地区车上收听市场份额为 17.99%，位列第三；在所有场所收听市场份额为 5.99，位列第五。上海流行音乐广播动感 101FM101.7 在上海地区的收听表现强劲，在车上和所有场所的市场份额排名分列一、二位，而上海新闻广播 FM93.4/AM990 在所有场所的市场份额排名第一位。

深圳：深圳地区可以接收到 5 套交通、汽车广播频率，其中本地频率 2 套，包括私家车广播和传统的交通频率；广东广播电视台频率 3 套，包括广东传统交通频率羊城交通广播、定位转型的城市之声爱车 1036 和广东电台与凤凰集团联合打造的汽车悦悦广播，汽车广播

⁶ 因各地接收频率差异、收听数据较低等原因，在各地均能收听到的中国高速公路交通广播没有列入统计。

频率的竞争显得异常激烈。其中深圳本地的频率占据市场优势地位，深圳交通频率 FM106.2 以车上 42.27% 和所有场所 20.92% 的市场份额居于首位，深圳私家车广播在车上及所有场所的市场份额排名也较广东电台 3 套频率有一定的优势。

南京：南京交通台和江苏交通广播在车上的收听表现出色，分别以 20.15% 和 18.77% 的市场份额位列前两位；两频率在所有场所的收听竞争力并不强劲，分列第七和第五位。而南京快乐私家车广播和江苏的土之声则因市场份额过低，无法统计进入排名。

成都：四川交通广播在车上和所有场所均占据首位，而成都本地的交通文艺广播则稍逊一筹，在车上市场份额排名第二、所有场所排名第四；两套私家车广播频率的市场份额较低，在车上和所有场所的排名均在十名以外。

广州：广州地区可以接收到 4 套本地和 1 套佛山的汽车广播频率，其中 4 套本地交通频率在车上的收听表现较好，均进入份额排名前十位，羊城交通广播和广州交通电台分居第一、二位。佛山电台以交通信息为主的 FM92.4 频率则因广州地区汽车广播频率激烈的竞争，无法占据太多的市场份额。

长沙：湖南交通频道 FM91.8 在车上和所有场所的市场份额排名中均占据首位，其他两个交通音乐频率和汽车音乐频率也表现不俗，在车上的市场份额排名都在前五名以内。

武汉：楚天交通广播在车上和所有场所的市场份额排名中均占据首位。武汉交通广播和湖北私家车广播在车上也有不俗收听表现，分列第三和第六位。

天津：天津交通广播在车上和所有场所的市场份额排名中均占据首位，其中在车上所占市场份额超过一半，优势明显。

沈阳：辽宁交通广播在车上收听的市场份额接近 50%，位列首位；在所有场所中排名第二，表现也较为突出。本地的沈阳交通广播则因市场份额过低无法统计进入排名。

西安：陕西交通广播以 20.63% 的市场份额在车上收听排名首位，陕西汽车调频和西安旅游交通广播在车上的市场份额排名也都保持在前五名以内。而在所有场所的排名中，几套汽车广播频率则要让位于传统的知名频率陕西都市广播、西安新闻广播和西安综艺广播等。

重庆：重庆交通频率在车上收听的市场份额排名第一，份额超过 55%；在所有场所的市场占有情况也表现不俗，排名第二位。

总体来说，交通、汽车广播频率在十二城市的广播收听市场占有重要地位。十二个城市中有十一个城市的车上收听市场份额排名首位被交通、汽车广播频率占据，其中有六个城市的交通、汽车广播频率同时也占据了所有场所收听的市场份额首位。私家车广播、汽车音乐广播、爱车之声等一批新兴汽车广播频率在不同城市也有着各不相同的收听表现，湖北私家车广播在武汉的车上收听取得了较好的收听成绩。就目前而言，传统交通广播在与新兴类型汽车广播频率的竞争中仍然占据较为明显的优势（表 2）。

表 2 2014 年十二城市交通、汽车广播频率分场所市场份额（%）及竞争排名情况一览⁷

城市	广播频率	在车上		所有场所	
		市场份额%	排名	市场份额%	排名
北京	北京交通广播 FM103.9	67.35	1	31.01	1
上海	上海交通广播 FM105.7/AM648	17.99	3	5.99	5
深圳	广东广播电视台南粤之声（汽车悦悦广播）FM105.7	2.22	9	1.92	13
	广东广播电视台羊城交通广播 FM105.2	0.45	15	0.86	15
	深圳私家车广播 I Radio FM94.2	3.97	6	2.99	9
	深圳广播电视台交通频率 FM106.2	42.27	1	20.92	1
	广东广播电视台城市之声爱车 1036 FM103.6	0.25	17	0.28	20
南京	江苏交通广播网 FM101.1	18.77	2	7.53	5
	江苏交通广播网的士之声 FM107.9	0.00	—	0.00	—
	南京快乐私家车 FM98.1	0.00	—	0.00	—
	南京交通台交通 FM102.4	20.15	1	5.68	7
成都	成都电台 FM105.1 快乐私家车	1.39	14	0.58	19
	成都人民广播电台交通文艺广播 FM91.4	18.65	2	8.44	4
	四川人民广播电台交通广播 FM101.7	33.15	1	16.47	1
	四川人民广播电台天府之声私家车广播 FM92.5	1.82	11	1.13	17
广州	佛山人民广播电台 FM92.4	0.14	18	0.44	19
	广东广播电视台羊城交通广播 FM105.2	35.72	1	12.43	3
	广东广播电视台城市之声爱车 1036 FM103.6	1.66	7	1.55	11
	广州电台金曲 1027 汽车音乐广播 FM102.7	6.35	5	5.40	7
	广州交通电台 FM106.1	19.67	2	9.09	5
长沙	长沙人民广播电台交通音乐广播 FM106.1	11.00	2	9.69	2
	湖南电台 893 汽车音乐电台 FM89.3	8.40	5	5.99	6
	湖南人民广播电台交通频道 FM91.8/FM100.3	42.02	1	28.02	1
武汉	楚天交通广播 FM92.7	39.48	1	15.10	1
	湖北私家车广播 FM107.8	4.61	6	1.84	13
	武汉广播电视台交通广播 FM89.6/AM603	9.27	3	5.36	8
天津	天津人民广播电台交通广播 FM106.8	51.46	1	24.64	1
沈阳	辽宁广播电视台交通广播 FM97.5	49.91	1	17.47	2
	沈阳广播电视台交通广播 FM98.6	0.00	—	0.00	—
西安	陕西广播电视台 896 汽车调频 FM89.6	10.61	3	6.77	5
	陕西广播电视台交通广播 FM91.6/AM1323	20.63	1	6.11	9
	西安广播电视台交通旅游广播 FM104.3	8.90	5	3.74	14
重庆	重庆人民广播电台交通频率 FM95.5	56.46	1	25.59	2

数据来源：CSM 媒介研究

⁷ 数据结果的时间范围以各城市的调查时间为准，其中北京、上海、深圳、南京、成都、广州、沈阳、重庆八个城市为连续调查；武汉、天津、西安为全年四波次调查；长沙为第一次波次调查结合 5 月 25 日起的连续调查。数据结果中“0”为市场份额过低，四位小数内无法显示有效值；“—”为无法计入排名。

2、生活服务类节目是交通、汽车广播频率播出的主要节目类型，文艺、音乐和新闻/时事类三类节目依据不同频率的侧重不同作为补充

私家车广播、汽车音乐广播等新兴汽车广播频率的出现丰富了汽车广播频率市场和听众的收听选择。与传统的交通广播相比，它们不仅提供汽车服务信息、交通路况信息，而且在娱乐、伴随等方面更是有着各自不同的定位。以下我们将以北京、上海、广州、深圳四个城市的汽车广播频率为例，探析不同的汽车广播频率间各类型节目的资源使用情况。

从北京交通广播不同类型节目资源使用情况来看，生活服务、文艺和新闻/时事类节目是频率播出的主要节目类型。生活服务类节目的资源使用效率最高，达到 70.83%，其中当属交通类广播主打的汽车服务属性的节目表现最为突出，这一小类节目的资源使用效率高达 77.28%；新闻/时事类节目 22.75%的资源使用效率也相对较高；文艺类节目表现则略逊一筹，在播出比重较多的情况下，获得的收听比重却较少，资源使用效率不高（表 3-4）。

表 3 2014 年北京人民广播电台交通广播 FM103.9 不同类型节目资源使用效率（%）

节目类型	播出比重%	收听比重%	资源使用效率%
生活服务	26.29	44.91	70.83
文艺	18.35	4.03	-78.04
新闻/时事	11.21	13.76	22.75
社教	10.47	6.10	-41.74
音乐	10.20	4.93	-51.67
法制	2.16	0.86	-60.19
其他	21.31	25.41	19.24

数据来源：CSM 媒介研究

表 4 2014 年北京人民广播电台交通广播 FM103.9 生活服务类中不同属性内容资源使用效率（%）⁸

节目属性	播出比重%	收听比重%	资源使用效率%
汽车服务	22.32	39.57	77.28
旅游	2.36	3.98	68.64
天气预报	1.31	0.69	-47.33
家居/房产	0.24	0.29	20.83
生活服务其他	0.07	0.37	428.57

数据来源：CSM 媒介研究

上海交通广播不同类型节目资源使用情况与北京大致相仿，生活服务类节目在播出和收听两方面表现均较为出色，特别是收听比重达到了 60%以上，资源使用效率为 29.15%。音乐类和新闻/时事类节目分列播出比重第二和第三位，前者资源使用效率较低，后者表现尚可，资源使用效率为 16.88%（表 5）。

表 5 2014 年上海交通广播 AM648/FM105.7 不同类型节目资源使用效率（%）

⁸ 表 3、表 4 中涉及的播出、收听比重均是基于频率播出、收听总体时间的所占比例计算

节目类型	播出比重%	收听比重%	资源使用效率%
生活服务	47.85	61.8	29.15
音乐	19.64	7.11	-63.80
新闻/时事	7.17	8.38	16.88
文艺	3.92	0.16	-95.92
社教	3.45	3.34	-3.19
其他	17.96	19.21	6.96

数据来源：CSM 媒介研究

纵观深圳地区交通、汽车广播频率的节目资源使用情况，两套传统交通频率羊城交通广播和深圳交通频率的生活服务类节目资源使用效率分别为 35.72%和 6.55%，表现尚可。而新闻/时事类节目在深圳本地交通频率 FM106.2 的表现则更加突出，资源使用效率达到 150%以上；羊城交通广播的新闻/时事类节目的资源使用效率则为-65.21%。反观隶属新兴类型的广东城市之声爱车 1036 和深圳私家车广播的社教类节目资源使用效率较好，分别为 44.44%和 20.51%。此外，文艺、音乐类节目的资源使用效率也较传统交通广播相比有些许优势（表 6）。

表 6 2014 年深圳地区交通、汽车广播频率不同类型节目资源使用效率（%）⁹

频率	广东广播电视台羊城交通广播 FM105.2			广东广播电视台城市之声爱车 1036		
节目类型	播出比重%	收听比重%	资源使用效率%	播出比重%	收听比重%	资源使用效率%
生活服务	27.80	37.73	35.72	39.44	41.27	4.64
音乐	17.49	9.06	-48.20	21.28	17.12	-19.55
文艺	16.29	17.42	6.94	17.48	17.06	-2.40
新闻/时事	8.25	2.87	-65.21	0.84	0.72	-14.29
社教	5.15	1.77	-65.63	1.26	1.82	44.44
法制	1.45	2.28	57.24	0.45	0.05	-88.89
体育	0.70	2.89	312.86	6.15	5.93	-3.58
财经	0.00	0.00	—	—	—	—
其他	22.87	25.99	13.64	13.10	16.03	22.37
频率	深圳私家车广播 I Radio FM94.2			深圳广播电视台交通频率 FM106.2		
节目类型	播出比重%	收听比重%	资源使用效率%	播出比重%	收听比重%	资源使用效率%
生活服务	36.72	29.81	-18.82	42.13	44.89	6.55
音乐	20.68	21.07	1.89	10.37	8.62	-16.88
文艺	15.35	14.70	-4.23	11.87	4.81	-59.48
社教	14.77	17.80	20.51	4.93	3.67	-25.56
新闻/时事	2.21	2.66	20.36	6.06	15.21	150.10
财经	0.31	0.33	6.45	2.15	1.66	-22.79
法制	0.02	0.06	200.00	0.02	0.03	50.00
其他	9.94	13.58	36.62	21.92	20.71	-5.52

⁹ 广东广播电视台南粤之声（汽车优悦广播）无节目信息，暂无法纳入比较。表中“0”为数值过低，无法在四位小数内出现有效数字，“—”表示无此项内容或因 0 无法计算。

数据来源：CSM 媒介研究

对比广州地区四套频率的节目资源使用情况，羊城交通广播、广州交通电台 FM106.1 和城市之声爱车 1036 的生活服务类节目的收听比重均达到了 30%左右，但仅有羊城交通广播生活服务类节目的资源使用效率较好为 25.14%，其他两频率均为负值。城市爱车之声 1036 和汽车音乐广播 1027 的文艺和新闻/时事两类节目的资源使用效率都相对较高（表 7）。

表 7 2014 年广州地区交通、汽车广播频率不同类型节目资源使用效率（%）¹⁰

频率	广东广播电视台羊城交通广播 FM105.2			广东广播电视台城市之声爱车 1036		
节目类型	播出比重%	收听比重%	资源使用效率%	播出比重%	收听比重%	资源使用效率%
生活服务	27.80	34.79	25.14	39.44	33.45	-15.19
音乐	17.49	10.06	-42.48	21.28	17.37	-18.37
文艺	16.29	17.00	4.36	17.48	23.17	32.55
新闻/时事	8.25	5.45	-33.94	0.84	1.32	57.14
社教	5.15	3.98	-22.72	1.26	2.06	63.49
法制	1.45	1.58	8.97	0.45	0.48	6.67
体育	0.70	0.88	25.71	6.15	8.77	42.60
财经	0.00	0.00	—	—	—	—
其他	22.87	26.27	14.87	13.10	13.38	2.14
频率	广州电台金曲 1027 汽车音乐广播 FM102.7			广州交通电台 FM106.1		
节目类型	播出比重%	收听比重%	资源使用效率%	播出比重%	收听比重%	资源使用效率%
音乐	37.87	28.09	-25.83	12.87	9.20	-28.52
生活服务	18.19	10.66	-41.40	26.47	31.35	18.44
文艺	17.98	31.64	75.97	17.22	12.97	-24.68
新闻/时事	3.97	6.41	61.46	5.44	7.26	33.46
社教	3.62	3.60	-0.55	2.05	1.85	-9.76
体育	2.51	2.23	-11.16	2.85	3.31	16.14
财经	0.00	0.00	—	0.37	0.45	21.62
法制	—	—	—	5.16	4.25	-17.64
其他	15.87	17.37	9.45	27.57	29.36	6.49

数据来源：CSM 媒介研究

总体而言，“北、上、广、深”四地交通、汽车广播频率播出的主要节目类型为生活服务类节目。各城市又各有特色，在北京、上海这样只有一个主要交通广播频率的市场环境中，新闻/时事类节目成为为该频率做出主要贡献的另一个主要的节目类型；而在广州、深圳这样有多套交通、汽车广播频率的市场大环境下，文艺、音乐和新闻/时事等节目类型均有所贡献。从受众的收听比重可以看出，他们因对不同类型节目的选择各异而对各频率也表现出不同的亲疏远近。同时传统交通广播和新兴汽车广播播出的节目类型也存在些许差异，传统交通广播以播出生活服务和新闻/时事类节目为主，主打信息传播和汽车服务；以私家

¹⁰ 佛山人民广播电台 FM92.4 无节目信息，暂无法纳入比较。表中“0”为数值过低，无法在四位小数内出现有效数字，“—”表示无此项内容或因 0 无法计算。

车广播为代表的新兴汽车广播则在兼顾生活服务和新闻/时事类节目的基础上，更加注重向文艺、音乐等较为休闲的节目类型倾斜，从陪伴的角度出发给受众带来轻松、愉悦的收听享受。

结语

随着我国多数城市私家车数量的进一步增长，车载广播收听行为的发生也更加频繁，听众的收听习惯渐趋稳定。在本文涉及的十二城市以外的我国其他城市，也遍布着大大小小许多的汽车广播频率，它们有的把私家车车主作为目标听众，有的仍是传统的交通广播形态。部分频率调整定位转攻汽车音乐、交通旅游等方向，意在争夺车上移动人群的收听，在广告市场中分一杯羹。然而，多数的细分频率并未获得较为理想的收听效果，私家车主对于私家车广播、汽车音乐广播等新兴的汽车广播频率的收听习惯也并未完全形成。传统交通广播与新兴汽车广播的“交锋”仍将持续，新兴的汽车广播频率也需要继续在摸索和竞争中成长前行。