

数据广播

SMR® 赛立信媒介研究有限公司
SELECTION MEDIA RESEARCH CO.,LTD

VOL.53

总第53期/2017年第5期 双月刊

<http://www.bpes.com.cn>

DATA OF BROADCASTING

揭示广播媒体竞争态势 发现广播媒体市场价值 把握广播市场发展脉搏 引领广播市场数据营销



● 广播正前方

广播聚焦十九大，开幕会当天收听率燃爆

● 市场观察

2017年上半年全国广播广告趋势看点



赛立信微信二维码



赛立信微博二维码

本刊每期3000册赠阅电台、广告公司及专业媒介研究机构负责人;2000册赠阅全国知名高校新闻传播、广告、传媒领域专家、学者

导读

INTRODUCTION

2017年10月18日，举世瞩目的中国共产党第十九次全国代表大会在北京人民大会堂隆重召开，25日上午，十九届中央政治局常委同中外记者见面，全国中央级电台以及省级、部分地市级广播电台，以高度的时代使命感和责任感推进事件的宣传报道工作。赛立信媒介研究公司根据全国网BSM测量仪实时记录的收听数据，第一时间对广播媒体的热点事件做出分析反馈。

广播的社会属性决定了广播的喉舌功能和桥梁作用，广播的喉舌功能和桥梁作用在很大程度上通过新闻类频率发挥出来，而广播媒体的公信力和权威性主要通过新闻类频率体现。本期的“专题热点”栏目的文章——《稳守新闻属性，寻求多元发展——2017年新闻类广播频率概览》立足于赛立信媒介研究2017年在全国64个城市的调查数据，对新闻类频率的收听状况进行梳理，找出共性特征和趋势，为新闻类频率的发展提供借鉴。

在2017年上半年的传统媒体广告花费中，电视、报纸和杂志持续下跌，只有广播逆势上扬。《2017年上半年全国广播广告趋势看点》基于赛立信在全国各主要城市的广告监测数据，分析全国主要城市与行业的广告花费特点。

站在音频付费的风口，荔枝FM、蜻蜓FM等音频App早于广播电台抢占先机，如今，音频App已成为电台节目的栖息地，继音乐、新闻、情感、交通等主题电台后，知识类电台渐渐成长为电台市场的生力军，他们不仅弥补了传统电台在内容上所不能达到的多样性，并且让被动的听众变为主动的用户。本期的“市场荟萃”栏目列举出荔枝FM、蜻蜓FM等音频APP的盈利模式——用户付费订阅运营商进行内容合作、语音直播和用户打赏互动付费……展现出音频盈利模式的各种可能性。

广播电台在声音方面具有得天独厚的优势，在音频付费爆发的一年，如何深挖自身资源与优势，如何借势音频付费的东风，还有待各位广播人去努力探索。

《数据广播》

DATA OF BROADCASTING

VOL.53 / 2017年10月30日出版

CONTENTS 目录

导读 INTRODUCTION

■ 聚焦广播 FOCUS

01 广播资讯

05 调研前沿

■ 广播正前方 AHEAD

06 广播聚焦十九大，开幕会当天收听率燃爆

08 关注新常态见面会，广播直播再度升温

■ 市场观察 OBSERVE

11 2017年上半年全国广播广告趋势看点

■ 专题热点 HOT TOPIC

17 稳守新闻属性，寻求多元发展——2017年新闻类广播频率概览

25 江苏新闻广播

28 上海新闻广播

31 株洲新闻广播

■ 市场荟萃 COLLECTION

33 音频付费的风口，各大音频APP如何盈利？

■ 广播风云榜 RANKING

36 赛立信收听风云榜 2017年9月四十四城市收听率 / 市场份额 TOP5

主编：黄学平

编委：（以姓氏笔画为序）

冯颖、甘会霞、刘永锋、张月红、陈湘、吴素芳、
罗剑锋、赵景仁、钟小春、梁毓琳、曾慧雯、蔡恒

责任编辑：曾慧雯

美术编辑：利思瑶

文字校对：钟小春、曾慧雯
罗嘉文、詹晓琳

广播资讯

Broadcast information

香港电台开始转播央广节目：加强与内地文化交流

来源：环球时报 - 环球网（北京）

香港电台停止自 1978 年开始转播的英国广播公司 (BBC) 国际频道，9 月 4 日开启对中央人民广播电台香港之声的转播。

香港电台第六台于 1989 年 12 月 3 日启播时以英语广播，全天 24 小时转播英国广播公司国际频道。在此之前，英国广播公司国际频道的节目只在每天下午 5 时至翌日清晨的时段内在香港电台第五台转播。如今 BBC 国际频道改为在香港第四电台转播，且缩短时长，播放时间变为 8 小时，从晚间 11 时至早上 7 时。香港电台第六台将播放内地官方媒体央广香港之声的节目。中央人民广播电台的香港之声，其内容包括新闻、艺术、文化等，大部分节目用普通话，一些节目用粤语。

2017 中国广播剧（武汉）年会论坛在华中师范大学举行

来源：长江云

9 月 22 日，2017 中国广播剧（武汉）年会论坛在华中师范大学举行，来自全国 60 多家会员单位的 130 多名业界人士与华师师生们相聚一堂，共同探讨融媒体时代下音频产品的发展与未来。

本次论坛以“融媒体时代剧音频产品生产和发展”为主题。上海东方广播中心故事广播总监赵洁以《狼烟四起竞争环境下传统电台的音频制作》为题拉开了论坛的序幕。她从当下传统电台生存现状、传统电台面临的挑战以及出路等多个方面展开演讲。面对新媒体的强烈冲击，传统电台的音频产品如何制胜？她给出了这样的观点：“我们做传统电台，我们做音频产品，其实我们的生命力在做原创，我们要做的那就是把自己变成声音大 V。”

百度地图成功打造基于广播电台的路况播报网络

来源：太平洋电脑网（北京）

针对 2017 年的超长十一假期，百度地图上线了十一出行仪表盘功能，涵盖北上广深杭五大超一线城市、所有省会城市、一线城市及部分热门二三线旅游城市。利用百度地图海量用户大数据及领先人工智能技术，一站式展现路况、迁徙、景区、购物四大维度城市交通实时信息并做出趋势预测。为保障数据的即时性和可读性，路况、景区、购物板块保证了 5 分钟 / 次的更新频率，并采用文字与可视化图形组合呈现的交互方式，大大减轻了电台工作人员信息采集负担，方便电台主持人快速处理播报信息，确保了出行信息与公众的实时触达。

百度地图充分发挥了联盟的联动效应，与各联盟成员开展了基于出行仪表盘功能的高频合作。长假期间，羊城交通广播、河北交通广播、四川交通广播、成都交通广播、辽宁交通广播、重庆交通广播、山西交通广播、江苏交通广播、珠海交通广播、广州交通广播、青岛广播爱车 940 等所有联盟成员单位均深度使用了十一出行仪表盘，每天多频次为当地用户播报信息，有效缓解了十一出行道路交通压力。

FM88.8 辽宁广播电视台经济广播开播 30 周年

来源：人民网 - 辽宁频道

2017 年 10 月 20 日，FM88.8 辽宁广播电视台经济广播将迎来开播 30 周年。作为生日贺礼，10 月 15 日 10:00—13:00，FM88.8 辽宁广播电视台经济广播隆重推出了《不忘初心，声声不息——纪念 FM88.8 辽宁广播电视台经济广播开播 30 周年》3 小时大型直播特别节目。特别节目以回顾、珍惜、展望为主线，通过《勃勃生机》《代代相传》《声声不息》三个篇章，讲述了情真意切的广播情缘。

2017 全球华语广播网年度会议举行 加强新媒体时代华语广播合作，传播中华文化

来源：央广网

由中央人民广播电台主办的 2017 全球华语广播网年度会议 9 月 19 日 -20 日在云南省昆明市隆重举行，本次年会的主题是“新媒体时代的广播合作”。

2004 年中央人民广播电台发起成立全球华语广播网，经过 13 年的发展，从当初只有十几家华语广播机构参与，到今天成员台已经接近 40 家，遍布世界五大洲。中央人民广播电台台长阎晓明在致辞中说，中国国家主席习近平提出的“人类命运共同体”理念，为华语广播未来发展提出了新的历史使命。“今天全球华语广播网除了一如既往地体现乡音、乡情、乡愁，除了连接和服务华人社群和学习华语的人群外，诚恳希望大家更要讲好中国故事、讲好中国与世界和谐共处的故事，以华语广播网独有的优势，解读人类命运共同体所包含的智慧、责任。”

江苏各地城市音乐广播齐聚南京“从心出发”

来源：新浪网新闻中心

9 月 16 日，围绕“如何实现高收听率的音乐广播的市场价值转换”、“音乐广播的新媒体走向”等主题，来自江苏省 13 个地市及浙江宁波的共计 16 套音乐广播频率的代表汇聚一堂，共话音乐广播的发展和未来。

当天，由江苏音乐广播倡议的江苏城市音乐广播协作网成立，旨在联合省内各级城市音乐广播，整合全省资源，通过建立江苏城市音乐广播的业务交流平台，促进江苏省音乐广播及相关单位之间的合作，从而推进江苏城市音乐广播在内容生产、活动推广、品牌建设等方面不断迈向新台阶，带动江苏省城市音乐广播的整体发展。

交流论坛上，参会代表们就省内各城市音乐广播优秀产业经营及经典活动案例进行交流、分享。同时，会议发布了包括产业拓展、节目联动、活动推广及业务交流的四类协作网合作项目，并对江苏音乐广播咪豆音乐节、E 现场、“咪豆流行榜”等品牌项目进行全省推介，强调共享、共建、共赢的局面。

广播电台电视台应在规定时点播放国歌

来源：中国新闻出版广电报

2017年10月1日起，《中华人民共和国国歌法》开始施行。为贯彻实施《国歌法》，国家新闻出版广电总局日前下发《关于学习宣传贯彻〈中华人民共和国国歌法〉的通知》。

通知主要包括三方面内容：一是要求广播电台、电视台和报刊积极开展宣传。要求广播电视和报刊等新闻媒体采取多种形式，积极开展对《国歌法》和国歌的宣传，宣传的主要内容为国歌历史、精神内涵、奏唱礼仪知识等。二是要求广播电台、电视台在规定时点依法播放国歌。在国庆节、国际劳动节等重要的国家法定节日、纪念日，中央人民广播电台、中央电视台、中国教育电视台，各省（区、市）的广播电台、电视台，新疆生产建设兵团广播电视台，应当于北京时间上午10点整在其主频率、主频道播放国歌。中国国际广播电台应当在适当的时点依法播放国歌。三是要求各级主管部门做好监督管理工作。结合新闻出版广电部门的职责，要求各相关单位做好对新闻媒体、出版物、电影、电视剧等审核把关工作，防止出现国歌用于或者变相用于商标、商业广告等有损国歌尊严、违反《国歌法》规定的情形。

云南全媒体报道团队北京集结，融合报道呈现十九大的精彩

来源：云南新闻广播

中国共产党第十九次全国代表大会于10月18日开幕，云南广播电视台和云南日报通力合作、密切配合，组成北京采访报道团队，全力做好党的十九大新闻宣传报道。为了烹飪出更多精美的十九大新闻大餐，云南广播电视台在北京搭建了十九大融媒体报道直播间，直播间充分考虑了电视、广播、网络的需求和传播特点，运用了先进技术，实现视频、音频一次采集，大小屏兼顾，多渠道分发。

会议期间，云南全媒体报道将邀请出席十九大的云南代表做客直播间。云南新闻广播以议程报道的“面”+重大主题报道的“点”和“深度”+代表特写的“鲜活”+新媒体的“多”渠道呈现，形成点面结合、前后联动、生动鲜活、形式多样的立体报道格局。

调研前沿

Research frontier

赛立信与多家广告公司携手合作 为广告增速提供有力支持

来源：赛立信媒介研究 市场部

最近，北京电广聪信息技术有限公司、宁波艾悦文化传媒有限公司分别与赛立信签署了广播收听率合作协议，从2017年9月起，全面使用赛立信的收听率数据作为广告投放的重要参考指标。

近几年，赛立信凭借专业权威的广播收听率数据服务蝉联“中国广告市场数据服务大奖”，也得到全国大部分的4A广告公司的认可，并发展成为合作伙伴，其中环球七福、寰宇行思、远誉广告、广东省广告、杭州焦点广告、太平网联、旭日因赛、环球七福、远誉广告、寰宇行思等广告公司均在使用BPES系统进行广播收听率数据的交差分析和广告投放媒体策划、广告效果研究。

广播广告在传统媒体经营不景气的大环境下依然保持逆势上扬，得益于广播收听率数据作为“通用货币”为广播广告交易提供有力的支持。赛立信拥有全国最大的广播收听率调查网络，在全国100多个城市开展长期、连续的收听率调查，目前，正以移动互联网、大数据以及云计算等创新技术作为动力，搭建“广播融媒大数据分析管理应用平台”。

赛立信广告监测助力广告营销价值裂变

来源：赛立信媒介研究 市场部

赛立信的广播广告监测服务能为广播广告提供有力的数据支撑。2017年下半年，肇庆市广播电视台广播中心、广州天又天文化传播有限公司湛江分公司、广东泰奇食品企业有限公司分别购买赛立信的广告监测服务，他们通过赛立信的广告监测服务，了解广告投进的状况、广告投放战略的剖析广告的作用评价，了解竞品的广告投放。

随着广播广告监测技术的不断进步和广告投放行为的日趋理性，赛立信的广告监测数据在广播广告营销中的重要性将得到越来越多的体现，无论是广播媒体、广告公司还是广告主，他们的广播广告营销必将从中获益良多。

广播聚焦十九大 开幕会当天收听率燃爆

赛立信媒介研究 胡洋 曾慧雯

2017年10月18日，中国共产党第十九次全国代表大会在北京人民大会堂隆重开幕。全国各地各级广播电台齐力聚焦十九大，第一时间进行全方位宣传报道。

1 习总书记工作报告直播燃爆收听市场

在十九大开幕会上，习近平总书记代表第十八届中央委员会向大会作报告。中央及全国各地电台频率均对讲话内容进行了全程直播及会议报道。赛立信媒介研究全国网BSM测量仪实时记录的收听数据显示，在接近4个小时的直播时段内：中国之声在全国范围的到达率高达3.26%，由此推算收听中国之声直播的听众有接近4000万人；在北京地区，北京新闻广播听众规模达到100万人以上；在上海地区，上海新闻广播、东广新闻台的听众规模分别多达150万人左右。

表1 十九大开幕会期间中央及部分省、直辖市直播频率在本地区到达率及听众规模

收听范围	主要频率	到达率	听众规模(万人)
全国	中国之声	3.26%	3890
北京市	北京新闻广播	5.07%	105
长沙市	湖南交通频道	12.20%	85
南京市	江苏新闻广播	4.63%	36
上海市	上海新闻广播	7.19%	166
上海市	东广新闻台	5.94%	137
天津市	天津新闻广播	5.85%	84
贵阳市	贵州新闻广播	6.91%	31
武汉市	湖北之声	4.09%	40

2 十九大开幕当天，全程直播电台频率收听率水平提升明显

全国各地广播电台发挥声音优势，全方位多角度报道党的十九大开幕会盛况。

中国之声对十九大开幕会进行了全程直播，并编排了《大会之声》等一系列有特色的专题专栏节目，开幕当天在全国范围的平均收听率为0.35%，比上周同期（2017年10月11日）上升了0.11个百分点，升幅高达45.8%。

在各地区广播电台中：从绝对收听水平表现来看，湖南交通频道平均收听率高达1.75%，北京新闻广播达0.94%，上海新闻广播达0.81%，是其中的佼佼者；从相对上周同期收听水平的升幅来看，多数电台频率涨幅均达到两位数以上。其中，湖北之声平均收听率涨幅翻倍，在所有频率中涨幅最大；北京新闻广播涨幅达29.2%，表现较为突出。

表2 部分电台频率在十九大开幕当天的平均收听率与上周同期对比

收听范围	主要频率	平均收听率		比上周同期增幅
		2017年10月18日	2017年10月11日	
全国	中国之声	0.35%	0.24%	45.8%
北京市	北京新闻广播	0.94%	0.73%	29.2%
上海市	上海新闻广播	0.81%	0.74%	8.6%
上海市	东广新闻台	0.52%	0.46%	12.9%
天津市	天津新闻广播	0.39%	0.34%	15.5%
长沙市	湖南交通频道	1.75%	1.23%	41.5%
南京市	江苏新闻广播	0.58%	0.49%	19.8%
贵阳市	贵州新闻广播	0.26%	0.22%	15.7%
武汉市	湖北之声	0.65%	0.32%	105.4%

广播媒体在对十九大这一世人瞩目的重大新闻事件播报中再一次发挥出伴随性强、方便快捷的传播优势，在第一时间将会议精神传遍神州大地。

关注新常委见面会 广播直播再度升温

赛立信媒介研究 曾慧雯

2017年10月25日上午，十九届中央政治局常委同中外记者见面会在北京人民大会堂东大厅举行，中央人民广播电台中国之声、经济之声、中华之声和华夏之声对见面会进行了直播，全国各省级广播电台及部分地市级广播电台同步转播中央人民广播电台现场直播节目。

一、各级电台聚焦见面会，为新常委打 call

新一届中央领导肩负着带领全国人民继续向前的新任务、新使命，选举结果必然引起全国人民的热切关注。赛立信媒介研究全国网 BSM 测量仪实时记录的收听数据显示，听众收听此次见面会直播的热情高涨，中国之声在直播期间在全国范围的平均收听率高达 0.46%，比十九大召开前一周同期（10月11日，日星期三）上升了 0.2 个百分点，升幅高达 76.9%。

全国省级广播电台在转播此次见面会时也创出收听佳绩。多数电台的平均收听率升幅在两位数以上，其中北京新闻广播、湖北之声表现最为突出，升幅翻了一倍。另外，一些地市级电台也安排了全程转播，在收听市场上的表现显得更好，郑州新闻综合广播（移动）、成都新闻广播在直播期间的收听率升幅分别达到 213.0%、37.8%。

表1 全国各级广播电台在10月25日11:30至12:30的平均收听率与10月11日对比

收听	频率	平均收听率		相对10月11日 同时段升幅
		2017/10/25	2017/10/11	
全国	中国之声	0.46%	0.26%	76.9%
北京市	北京新闻广播	1.04%	0.50%	108.0%
上海市	上海新闻广播	1.15%	1.07%	7.5%
上海市	东广新闻台	1.08%	0.97%	11.3%
南京市	江苏新闻广播	0.75%	0.62%	21.0%
长沙市	湖南交通频道	4.00%	3.35%	19.4%
昆明市	云南台新闻广播	1.03%	0.89%	15.7%
武汉市	湖北之声	1.24%	0.62%	100.0%
济南市	山东新闻频道	1.06%	0.92%	15.2%
贵阳市(移动)	贵州新闻广播	0.43%	0.33%	30.3%
成都市	成都新闻广播	1.02%	0.74%	37.8%
郑州市(移动)	郑州新闻综合广播	1.91%	0.61%	213.0%
徐州市	徐州新闻综合频率	2.18%	2.14%	1.9%
青岛市(移动)	青岛交通广播	7.54%	7.26%	3.9%

[注]:“(移动)”表示基于移动BSM数据采集的移动车载收听市场。

二、电台权威发声，广播收听再度升温

10月25日，十九届一中全会以及十九届中共中央政治局常委与中外记者见面会带来广播收听的再度升温，全国各地广播媒体均以高度的时代使命感和责任感推进宣传报道工作，在随后的多个时段安排轮番报道。从全天的收听表现来看，在全国网BSM测量仪调研地区，新闻类频率10月25日当天的累计平均收听率约达0.95%，较10月11日时的0.76%上升了0.19个百分点，升幅达25%。

各地省级广播电台通过权威发声及时向全国人民播传递选举结果。从收听市场表现来看，在10月25日当天，湖南交通频道平均收听率高达2.35%，北京新闻广播达1.12%，上海新闻广播达1.00%，是其中的佼佼者。湖南交通频道、湖北之声、贵州新闻广播（移动）、四川新闻频率、北京新闻广播等省级电台频率相比10月11日的升幅均达到20%以上。

地市级电台方面，徐州新闻综合频率、青岛新闻广播、郑州新闻综合广播（移动）平均收听率分别高达1.95%、1.20%、1.19%，在当地均取得收听佳绩；郑州新闻综合广播（移动）、青岛新闻广播相对10月11日升幅分别高达87.7%、54.7%，涨势更加明显。

表2 全国各级广播电台在10月25日的平均收听率与10月11日对比

收听范围	频率	平均收听率		相对10月11日升幅
		2017/10/25	2017/10/11	
全国	中国之声	0.36%	0.24%	50.0%
北京市	北京新闻广播	1.12%	0.93%	20.4%
上海市	上海新闻广播	1.00%	0.96%	4.6%
上海市	东广新闻台	0.64%	0.59%	8.9%
天津市	天津新闻广播	0.52%	0.46%	13.5%
成都市	四川新闻频率	0.76%	0.61%	24.5%
南京市	江苏新闻广播	0.71%	0.62%	15.6%
长沙市	湖南交通频道	2.35%	1.64%	43.1%
昆明市	云南台新闻广播	0.79%	0.67%	18.3%
济南市	山东新闻频道	0.63%	0.54%	17.4%
武汉市	湖北之声	0.70%	0.53%	30.9%
贵阳市（移动）	贵州新闻广播	0.37%	0.29%	27.1%
成都市	成都新闻广播	0.67%	0.66%	2.9%
郑州市（移动）	郑州新闻综合广播	1.19%	0.63%	87.7%
青岛市	青岛新闻广播	1.20%	0.78%	54.7%
徐州市	徐州新闻综合频率	1.95%	1.88%	3.5%

2017 年上半年 全国广播广告趋势看点



赛立信媒介研究 冯颖

进入媒体融合与转型的新时代，传统媒体寻求突围，各出奇招，虽然融合道路漫长而艰难，全国传统媒体的广告花费仍然处于“负增长”的趋势，但 2017 年上半年同比 2016 年上半年，整体的市场表现有所回升，传统媒体广告花费同比变化幅度为 -1.7%，从 2016 年上半年 -5.2% 上升至 -3.5%。

一、2017 年上半年，广播媒体广告花费呈上涨之势

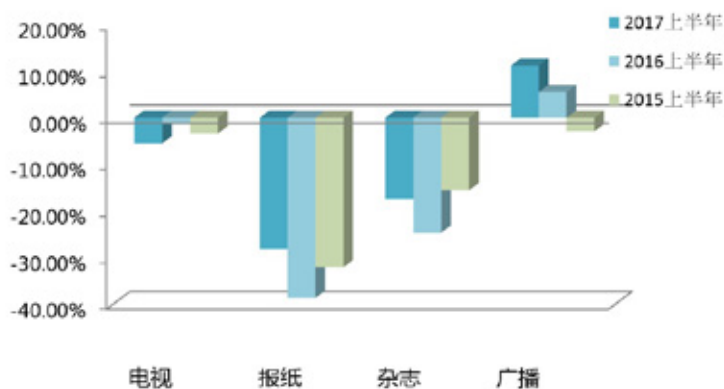


图1 2015—2017 年上半年各媒体广告花费同比变化
数据来源：赛立信媒介研究，2015—2017 年上半年

2017 年上半年，电视媒体广告花费同比与前两年比较，变化幅度不大，说明电视媒体的广告花费已经进入平稳阶段；报纸和杂志连续三年的广告花费持续下跌，2017 年上半年同比跌幅有所

减缓；广播则是传统媒体中呈上涨之势的唯一媒体，2017年上半年同比涨幅11.2%，是三年来涨幅最大的一年。

对比2017上半年两季的广告花费，第二季度的广告花费明显较第一季度高，上涨幅度达33.9%，这两个季度广告花费的差距明显大于往年。

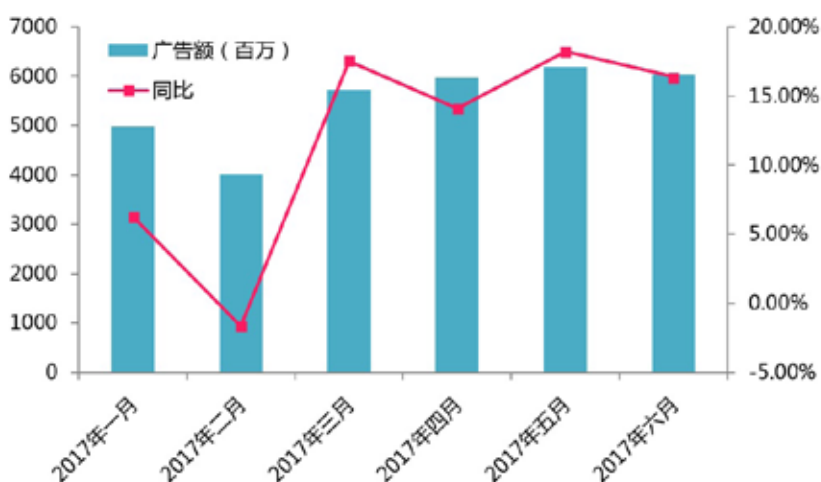


图2 2017年上半年电台广告花费同比
数据来源：赛立信媒介研究，2017年上半年

2017年上半年，广告花费出现大幅度增长，在1—6月期间，1—2月份广告花费并不大，其中，2月份春节期间更少，广告花费同比下滑0.7%，至3月份开始回升，同比增长17.5%。因为广告主自3月份开始加大广告费用的投放，带动了第二季度广告花费增长同比增加16.2%，其中5月份是上半年上升最大的，同比上升18.2%。

二、全国主要城市与行业的广告花费看点

从2017年上半年赛立信对全国各主要城市的广告监测数据来看，汽车及相关产品、电子商务、商业及服务、金融、食品饮料等行业的广告投放依然较为集中。汽车及相关产品与电子商务行业的广告占比在全国各主要城市均居前列，在大部分城市占比超过18%，新兴的电子商务行业在深圳和杭州地区占比超过28%。

2017年上半年全国汽车保有量持续增长，已突破2亿大关，北京、成都、重庆、上海、杭州、广州、南京等城市汽车保有量已超过200万辆，这些城市的汽车及相关产品的广告花费占比较高。

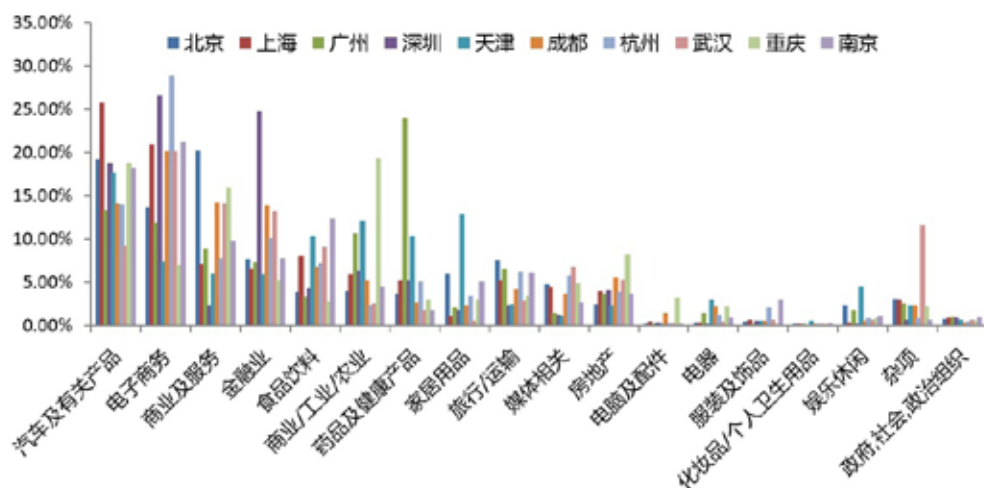


图3 2017年上半年主要城市各行业花费占比
数据来源：赛立信媒介研究，2017年上半年

1 制造商的品牌广告依然是汽车及相关行业广告的主角

2017年上半年，汽车及相关产品行业仍保持快速增长，投放额占比继续稳居榜首，其占比较去年同期也有较大幅度的增长。其中，制造商的品牌广告占比最大，近七成广告投放来自于制造商的品牌或者产品介绍。汽车-制造商排名前五位的品牌分别是：一汽大众、奔驰、上汽大众、宝马、东风日产。

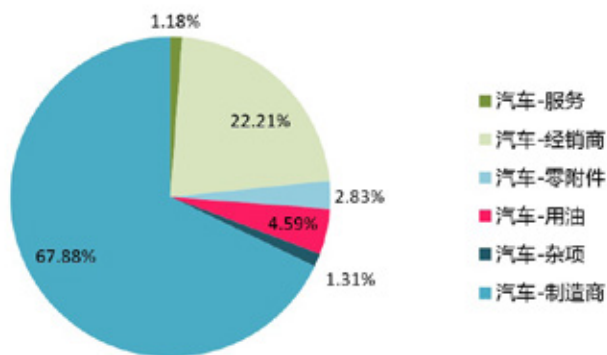


图4 2017年上半年汽车及相关产品行业小类广告额占比
数据来源：赛立信媒介研究，2017年上半年

2 金融行业广告花费在 2017 年上半年出现下滑

近几年，金融 + 互联网发展迅猛，互联网金融平台持续火热，广告额稳步增长，而传统的金融行业——银行的广告额增幅却进入“零时代”甚至出现负增长。2017 年上半年，传统金融业总体广告额跌幅 5%。

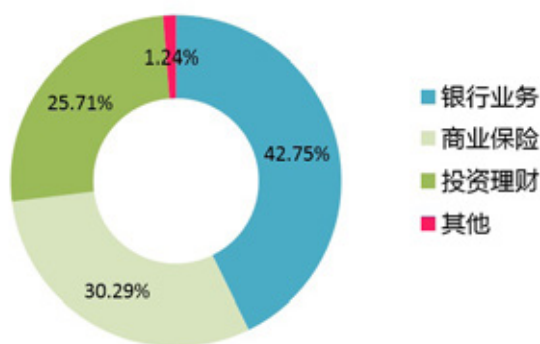


图 5 2017 年上半年金融行业各品类广告额占比
数据来源：赛立信媒介研究，2017 年上半年

3 电子商务行业广告主继续看好广播媒体

比较 2017 年上半年各行业的广告投放花费，汽车及相关产品的广告投放花费占比最大，其次是电子商务及应用和商业及服务业。与去年同期相比，投放额最大的三个行业投放额占比均有所增长，其中，电子商务及应用行业广告投放占比同比几近翻倍，可见，互联网在抢占传统媒体市场的同时，也给传统媒体带来了新的商机。

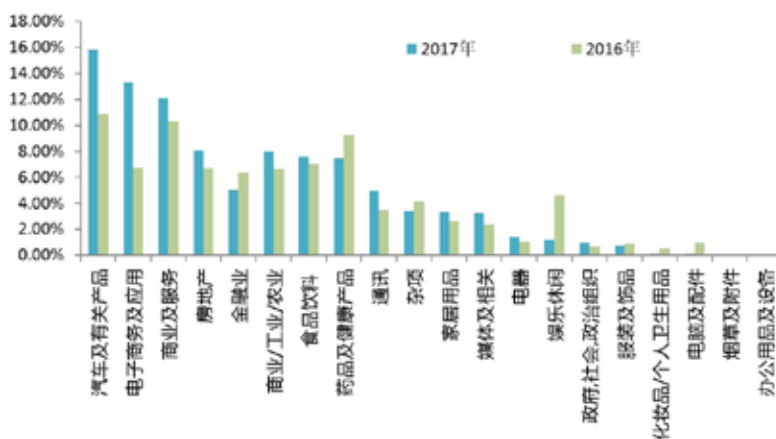


图 6 2016 年—2017 年上半年各行业投放额占比
数据来源：赛立信媒介研究，2016—2017 年上半年

近几年，随着广播用户年轻化，广播广告市场得到进一步开拓。电子商务行业广告主也开始关注广播媒体，该行业在广播媒体的广告投放量增多，2017年上半年，电子商务行业在广播投放花费占比接近30%。

从细分的电子商务行业广告来看，互联网类的产品广告占比最大，超过45%以上，其次是各大运营商，占27.9%，APP类占21.8%。

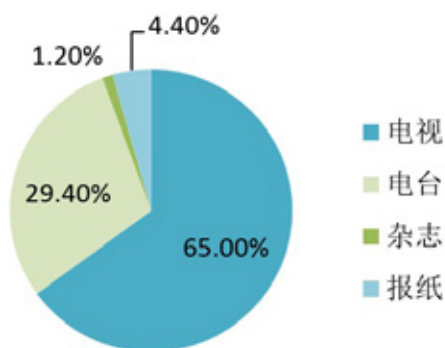


图7 电子商务行业在各媒体投放花费占比¹
数据来源：赛立信媒介研究，2017年上半年

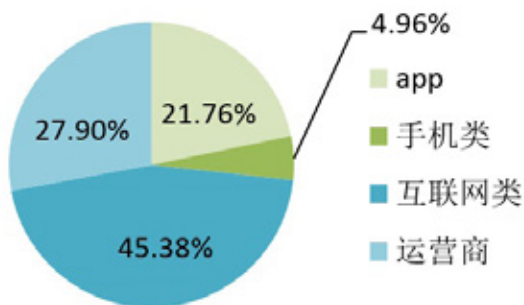


图8 电子商务行业小类广告额占比
数据来源：赛立信媒介研究，2017年上半年

从互联网类品牌在广播广告花费来看，互联网广告的内容主要是各类专业网站的品牌广告，

1. 注：各媒体指电视、广播、报纸、杂志

从行业看来，投放额较大的互联网广告主要是金融、房地产两类专业行业的网站广告，投放额最大的五个互联网品牌分别是易贷网、快贷网、天天搜好货、携程、房天下。

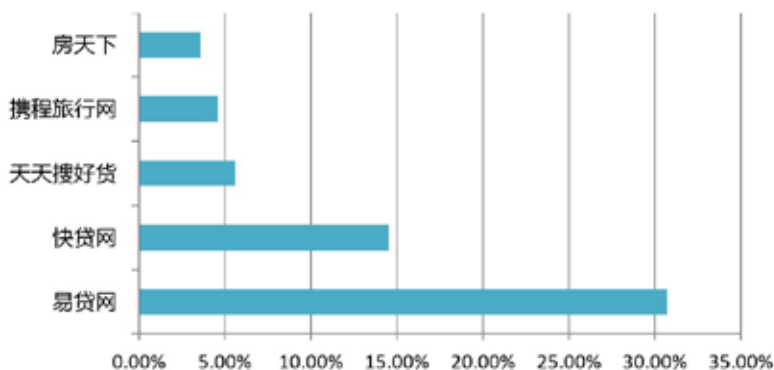


图9 互联网类品牌投放额占比TOP5
数据来源：赛立信媒介研究，2017年上半年

三、音乐、文艺、都市类广告吸纳量见涨

2017年上半年，各类频率的广播广告投放量发生了变化：交通类频率依然居榜首，但不再是“唯我独尊”的局面。如图10所示，音乐、文艺、都市生活类逐渐受到更多广告主的青睐，音乐类频率的广告量同比增长超过28%，仅次于交通类频率，位居第二；文艺类增长7.5%；都市生活类增长5.2%。

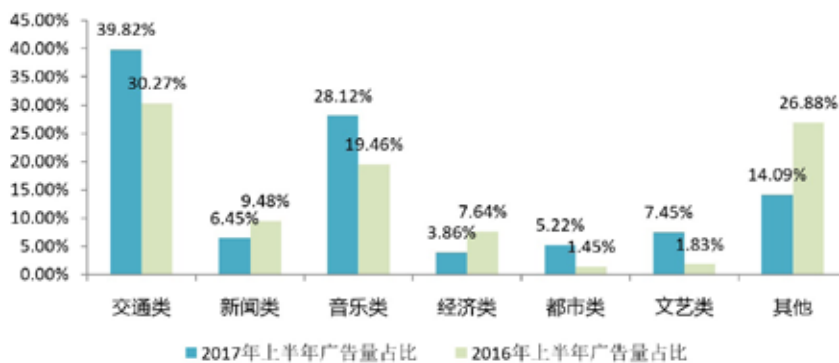


图10 2017年上半年不同类型电台频率广告量占比
数据来源：赛立信媒介研究，2017年上半年

稳守新闻属性，寻求多元发展

——2017 年新闻类广播频率概览

赛立信媒介研究 金凌云

中国广播收听市场蓬勃发展，全国有近三千套广播频率¹，随着广播的专业化、类型化发展，催生出新闻、交通、音乐、经济、都市生活等专业频率，还有农村、小说/戏曲、女性、少儿、教育等面向特定听众群的细分专业频率，不同类型的频率发挥各自的频率属性，满足听众的不同收听需求。广播的社会属性决定了广播的喉舌功能和桥梁作用，广播的喉舌功能和桥梁作用在很大程度上通过新闻类频率发挥出来，而广播媒体的公信力和权威性主要通过新闻类频率体现。

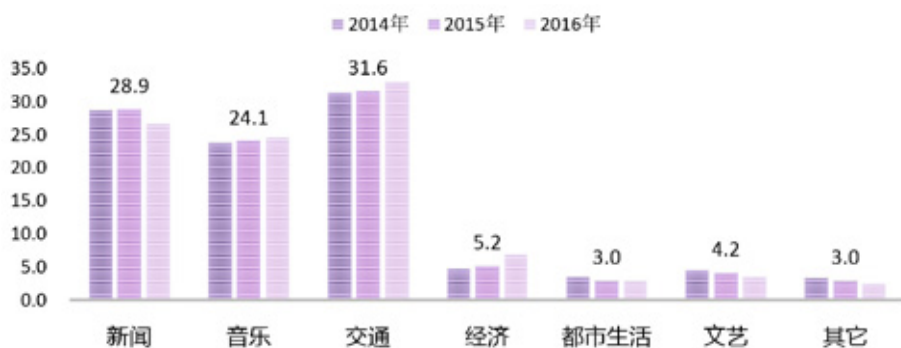


图1 2014-2016 年各类频率的市场份额 (%)

数据来源：赛立信媒介研究，2014-2016 年

赛立信调查数据显示，2014-2016 年，新闻频率的市场份额占比均超过 25%，是广播收听市场上的三大主角之一。长期以来，新闻本位、新闻立台观念主导着传统广播发展，成为广播制胜的重要法宝。作为广播收听“三驾马车”之一的新闻类广播频率在 2017 年的发展状况如何？本文基于赛立信媒介研究 2017 年第一季度全国 64 个城市调查数据，对新闻类频率的收听状况进行梳理，找出共性特征和趋势，为新闻类频率的发展提供借鉴。

1. 梁毓琳、蔡奕璇，《2014 年中国广播收听市场综述》

一、全国七大区域的优秀新闻类频率概览

本文从全国分七大区域入手：分别是东北、华东、华北、西北、西南、华中和华南地区，综合各个频率的收听情况以及在对应省会 / 自治区首府 / 直辖市的排名情况，从各区抽选综合收听表现最好的新闻类频率进行研究，分别是东北的哈尔滨新闻广播、华东的南京新闻广播、华北的石家庄新闻广播、西北的兰州新闻广播、西南的重庆新闻频率、华中的郑州新闻广播和华南的海南新闻广播，以下是全国七大区域新闻类频率的市场排名情况。

表1 全国七大区域新闻类频率的市场排名情况

东北地区

当地城市排名	频率	平均收听率 (%)	市场占有率 (%)
6	哈尔滨新闻广播	0.97	8.3
8	龙广新闻台	0.68	5.8
4	沈阳新闻广播	0.63	8.3
7	辽宁新闻广播	0.48	6.3
6	长春新闻广播	0.41	6.5

华东地区

当地城市排名	频率	平均收听率 (%)	市场占有率 (%)
3	南京新闻广播	0.77	10.0
5	杭州电台杭州之声	0.73	8.5
3	福建新闻广播	0.68	10.9
7	江苏新闻广播	0.67	8.6
4	合肥新闻广播	0.60	8.6

华北地区

当地城市排名	频率	平均收听率 (%)	市场占有率 (%)
3	石家庄新闻广播	0.66	11.8
5	天津新闻广播	0.53	6.9
5	河北新闻广播	0.46	8.3
4	太原新闻广播	0.37	7.4
6	山西新闻广播	0.29	5.9

西北地区

当地城市排名	频率	平均收听率 (%)	市场占有率 (%)
6	乌鲁木齐新闻广播	0.50	7.2
3	兰州新闻广播	0.49	10.6
2	宁夏新闻广播	0.46	13.9
5	甘肃新闻广播	0.40	8.6
7	陕西新闻广播	0.34	6.1

西南地区

当地城市排名	频率	平均收听率 (%)	市场占有率 (%)
2	重庆新闻频率	1.40	21.8
3	贵州新闻广播	0.71	10.7
3	云南台新闻广播	0.65	11.5
4	贵阳新闻广播	0.63	9.4
3	成都新闻广播	0.58	8.5

华中地区

当地城市排名	频率	平均收听率 (%)	市场占有率 (%)
3	郑州新闻广播	0.93	13.2
3	湖北电台湖北之声	0.64	9.5
9	河南新闻广播	0.42	5.9
10	武汉新闻广播	0.37	5.5
6	长沙新闻广播	0.34	6.1

华南地区

当地城市排名	频率	平均收听率 (%)	市场占有率 (%)
2	海南新闻广播	0.87	16.7
3	广州新闻电台	0.78	11.8
6	海口新闻广播	0.42	8.0
7	南宁新闻广播	0.41	6.3
8	广西新闻广播	0.31	4.9

数据来源：赛立信媒介研究，2017年第一季度

注：以上频率均为全国各区排名前五的新闻类频率，最左侧为该频率在对应省会 / 自治区首府 / 直辖市的排名。

二、从时段上看，早晚高峰以新闻播报类和新闻热线类节目居多

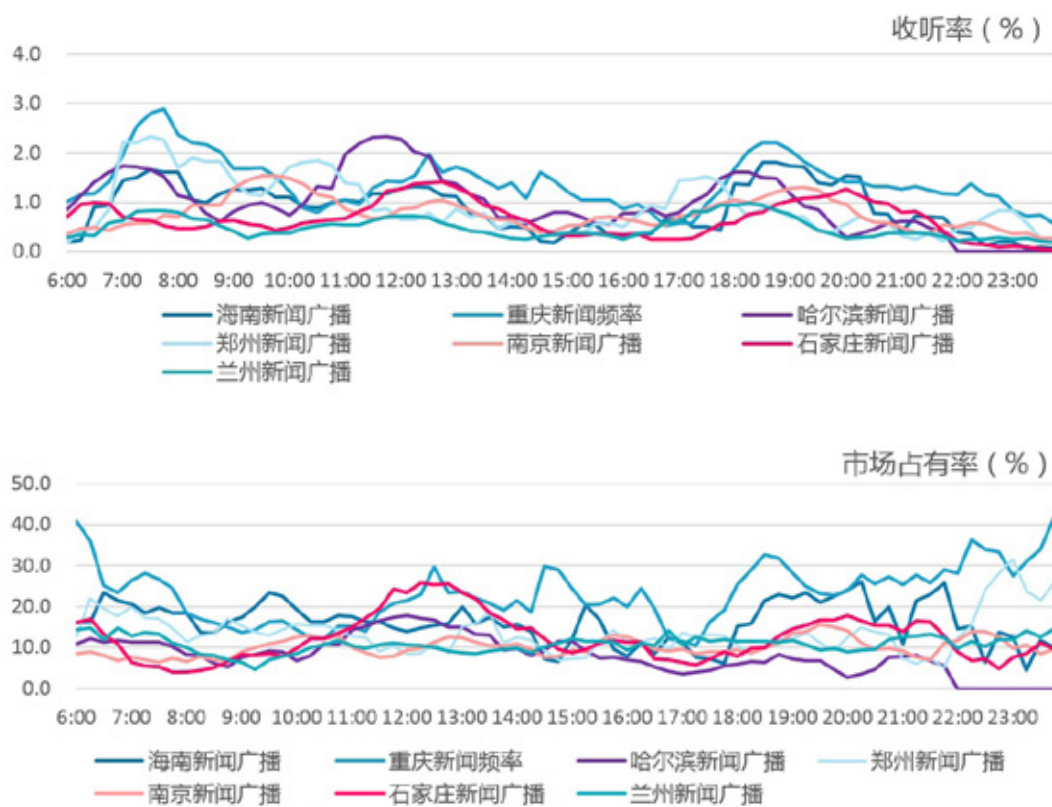


图2 全国七大区域新闻类频率的全天时段收听走势
数据来源：赛立信媒介研究，2017年第一季度

从全国七个区域的优秀新闻类频率的全天收听走势可以看出，它们的早高峰和晚高峰时段分别集中在7:00-9:00和17:30-19:30，这些时段播出的以新闻播报类和热线类节目居多。

在非高峰时段，比如9:00-11:00、19:30-21:30，各地区的优秀新闻类频率则充分考虑了当地的听众特征和市场环境，播出的节目和形式多样，形成新闻类和非新闻类节目友好共存的格局。

表 2 全国优秀新闻类频率节目播出概况

频率名称	高峰时段		非高峰时段	
	7:00-9:00	17:30-19:30	9:00-11:00	19:30-21:30
哈尔滨新闻广播	《新闻在路上》	《哈尔滨晚新闻》 《天天读报会》 《丽男亲子时间》 转播《中央电视台新闻联播》	《政风行风热线》 《行风回音壁》 《健康新知》	《健康新知》 《健康新知》 《岁月留声》
南京新闻广播	《早安南京》	《听见》 《报刊选读》 《新闻纵览》	《政风行风热线》 《1069 对话》	《听我韶韶（精编版）》 《市民学堂》 《1069 夜新闻》
石家庄新闻广播	《新闻 882 一要闻》 《新闻 882 一清晨热线》	《新闻串串聊》 《转播中央电视台 < 新闻联播 >》	《行风热线》	《星河梦工厂》 《转播河北台 < 河北新闻联播 >》
兰州新闻广播	《直播兰州》 《大家帮大家》 《今日早报》	《直播兰州》 《大家帮大家》 《今日早报》	《有医说医 9:05》 《行风阳光热线》 《金城好来屋》	《973 剧场》 《973 温暖随行》
重庆新闻频率	《968 早新闻》 《968 新闻直播间》	《968 阳光关注》 《央视 < 新闻联播 >》	《968 新闻直播间》 《消费主张》	《我爱我家》 《旅行者》 《青春我做主》
郑州新闻广播	《郑州早新闻》 《百姓热线》	《郑州热线》 《大龙吐槽》 《郑州晚新闻》	《郑州早新闻》 《986 理财时间》 《986 听世界 10:05》	《城市热线》 《986 整点播报》 《百岁帮帮帮》
海南新闻广播	《海南新闻 + 886 气象站》 《海南法治之声》 《党风政风行风热线》	《畅行 886》 《886 气象站 + 886 新闻晚高峰 (1 小时)》 《886 聊吧》	《广告专题 9:30》 《886 大搜索》	《886 聊吧》 《886 生活大管家》

表 2 全国优秀新闻类频率节目播出概况

三、从内容上看，新闻播报类和新闻热线类节目是新闻类频率的主心骨

通过收听数据研究发现，新闻类频率中有两类新闻节目最受欢迎，收听率排名遥遥领先于其它类型节目，一种是新闻播报类节目，比如重庆新闻频率的《968 早新闻》、郑州新闻广播的《郑

州早新闻》等；另一种是新闻热线类节目，比如郑州新闻广播的《百姓热线》、南京新闻广播的《政风行风热线 9:00》等。

新闻播报类节目权威、严肃、字正腔圆，但新闻内容丰富，大到国际、国内时事资讯，小到百姓民生新闻，内容包罗万象，节奏紧凑。从传播方向来看，新闻播报注重单向传递性，没有听众互动，也甚少插播音乐，相对于新闻脱口秀类这种互动性和娱乐性较强的节目，新闻播报类节目则显得相对“死板”。但收听数据显示，新闻播报类节目的收听表现远在新闻脱口秀节目之上，可以看出，广播听众在收听新闻频率的新闻类节目，注重新闻内容的丰富性和实用性，所以字正腔圆的严肃新闻播报类节目似乎更符合听众获取资讯的收听需求。

新闻热线类节目专门为老百姓解决生活问题，包括家庭矛盾、情感问题、寻人启事、消费维权、问题举报、法律咨询等等，热线节目不仅为听众提供咨询和帮助，还设立了听众互动环节，让听众与听众之间，也能进行互帮互助，充分利用节目优势和社会资源，解决百姓难题。新闻热线类节目为广播听众打造一个互帮互助、舆论监督、新闻爆料的平台，切实解决老百姓的问题，深受听众喜爱和追捧，收听率一直位居前列，进一步说明听众收听新闻类节目时更注重实用性。

可见，新闻播报类节目和新闻热线类节目是新闻频率的主心骨，新闻频率可重点关注这两类节目。

四、从节目编排看，专业新闻类频率和新闻综合类频率比重各有侧重

表 3 全国优秀新闻类频率各类节目占比 (%)

专业新闻类频率	节目类型					
	新闻播报类	新闻热线类	新闻脱口秀类	健康类	音乐类	其他类
兰州新闻广播	36.7	22.9	11.3	10.4	2.7	16.0
郑州新闻广播	33.4	21.7	20.3	0.0	5.7	18.9

新闻综合类频率	节目类型					
	新闻播报类	新闻热线类	新闻脱口秀类	健康类	音乐类	其他类
哈尔滨新闻广播	16.7	11.1	8.3	25	4.2	34.7
南京新闻广播	19.4	8.3	33.5	2.9	3.2	32.7
石家庄新闻广播	18.3	18.9	11.4	8.6	5.7	37.1
重庆新闻频率	16.3	16.7	10.6	10.6	9.7	36.1
海南新闻广播	14.4	12.2	29.5	0.0	5.0	38.9

数据来源：赛立信媒介研究，2017 年第一季度

根据节目编排情况，可将新闻类频率分为两大类：专业新闻类频率和新闻综合类频率。总体而言，专业新闻类频率的传统新闻节目（新闻播报类、新闻热线类节目）占比超过五成，且有整点新闻播报；而新闻综合类频率的传统新闻节目（新闻播报类、新闻热线类节目）占比仅在三成左右，没有整点新闻播报。

从全国优秀新闻类频率的节目编排情况可以看出，专业新闻类频率更注重新闻播报类和新闻热线类节目的发展，其新闻播报类节目占比均在30%以上，新闻热线类节目占比在20%以上，其他类节目占比则不超过20%。新闻综合类频率则较为重视其他类节目，其他类节目占比基本在30%-40%，而新闻播报类和新闻热线类节目占比基本不超过20%。两者的节目编排情况也折射出它们不同的频率定位。

五、专业新闻类频率精益求精，让“新闻”串起整个频率

通过兰州新闻广播、郑州新闻广播等全国优秀专业新闻类频率的收听数据和节目数据对比，关于专业新闻类频率未来的发展，建议从以下几点考虑：

1、精益求精，做强和做精新闻播报类、新闻热线类节目。新闻播报类和新闻热线类节目是新闻类频率的主心骨，这一特性在专业新闻类频率中表现的更为明显。而要做好新闻类节目，就必须在保证新闻内容全面和丰富的同时，也需做到接地气和生活化；在做到引导舆论、扩大频率影响力的同时，也要做到实实在在地为听众解决实际问题，充分发挥一个专业的新闻类频率的优势和作用。

2、新闻整点播报，让新闻贯穿全天。新闻整点播报可以充分体现新闻的时效性，可以强化频率的新闻属性，增强新闻类频率的专业性，是一个专业新闻类频率必不可少的一个要素。

3、新闻内容向多样化发展。针对不同的内容，推出娱乐新闻、体育新闻、军事新闻等多种多样的新闻类节目，不仅可以丰富新闻频率的节目内容，满足不同听众对不同种类新闻节目的收听需求，让新闻类频率在兼顾专业的同时，又不会乏味，从而保持新闻频率的活跃度、多样化和创新性。

六、新闻综合类频率固守新闻属性，寻求多元化发展

通过哈尔滨新闻广播、南京新闻广播、石家庄新闻广播、重庆新闻频率、海南新闻广播这几个全国优秀新闻综合类频率的收听数据和节目数据对比，可为新闻综合类频率提供以下三点参考：

1、首先要打好新闻属性这个根基。具体表现为保证新闻播报类和新闻热线类节目等传统新闻类节目的主导地位，既要保证节目的比重（占比宜在10%-20%），又要保证节目播出时间在早、晚

高峰时段，稳守频率的新闻属性。

2、“因地制宜”，选择性发展新闻脱口秀类和健康类节目。新闻脱口秀节目脱去新闻播报类节目的严肃，它介乎于新闻播报和综艺娱乐之间，围绕社会热点及新闻时事，用诙谐的方式播报和解读新闻。从传播内容分析，新闻脱口秀节目的客观独到的点评，帮助听众客观看待新闻时事，引导正确新闻舆论观点，最大限度地满足听众信息需求。它的贴近性和生动性留给节目工作人员充分的发挥空间。广播新闻频率可根据实际情况，选择性的发展脱口秀节目。做出自己的特色脱口秀节目，这样才能在“陈腔滥调”的脱口秀节目模式中独树一帜。

从全国优秀新闻综合类频率的节目比重来看，健康类节目占比各不相同，有的频率占比超过20%（如哈尔滨新闻广播），有的没设置健康类节目（如海南新闻广播）。可以想见，如今健康类节目并非新闻综合类频率的“标配”，甚至打破健康节目现有的“寻医问药”刻板模式，发展“贴身医生来我家”、“健康游戏大比拼”等互动性、趣味性更强的节目模式，让健康类节目的受众不仅仅局限于中老年听众，真正做到“老少咸宜”。

3、音乐类节目做调剂，着力发展其它类节目，让新闻频率朝着做专新闻并多元化方向发展。赛立信调查数据显示，25至44岁的中青年听众是收听新闻类频率的主力军，这类听众对音乐类节目的收听需求尤高，不仅如此，他们对财经类、生活服务类、汽车类、文艺类、亲子类等其他类型节目也有一定的收听需求，新闻综合类频率在保持新闻属性的同时，丰富其他类型节目，不断吸引各类听众群体。

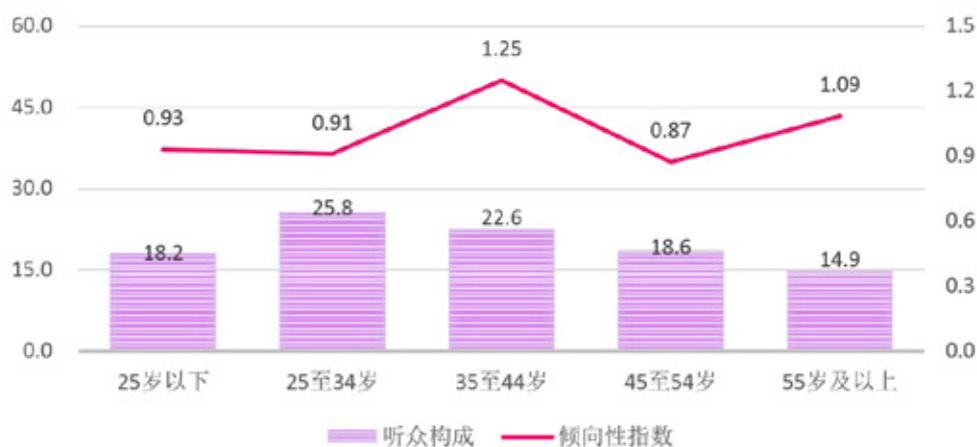


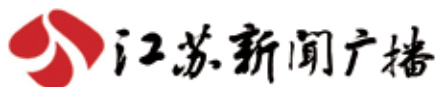
图3 全国新闻类频率听众年龄段构成 (%)
数据来源：赛立信媒介研究，2017年第一季度

江苏新闻广播

站在中心，放眼世界，
资讯全天候，新闻第一台，江苏新闻广播

■ 南京地区 FM93.7

■ 苏南地区 FM95.3



江苏新闻广播，中国广播新闻改革的标杆，江苏上空最权威的传播平台。2007年元月6号盛大开播，中国第一家省级广播新闻类型台，江苏地区最具影响力的新闻广播。

开播10年来，江苏新闻广播始终坚持“时政是最大的民生”的新闻理念，不断创新形式，丰富内容，已成为业界公认的品牌。每60分钟刷新资讯，全天24小时播出新闻，滚动加延伸的节目架构开中国广播先河，第一时间传递省委、省政府的决策和部署，第一时间报道和发布权威资讯，及时、准确、客观、公正，主动引导舆论，大力推动媒体融合，做新型主流媒体。



扫码收听精彩节目！

■ 优秀节目推介：

《新闻早高峰》

持续保持早间广播新闻栏目的强势姿态，收听率、市场占有率及满意度排名始终位居江苏广播节目市场前列。面对融媒体背景下“用户”新闻诉求的新变化，《新闻早高峰》节目重心是“纵横新闻经纬，纵享观点菁华”，在保证信息量的基础上，最大限度开掘单条新闻的信息内涵与外延。

《新闻晚高峰》

节目立足本土、关注民生，栏目设置上，从追踪突发新闻进展的“新闻现场”到以当事人声音引出新闻的“声音”；从深度剖析热门话题的“新闻能见度”，到博采众长、集纳当事人、网友、媒体、专家见解的“微观点”；节目着力从宏观和微观角度深入反映社会生活的方方面面。

《晓东有话说》

这是江苏新闻广播晚高峰期间一档独具特色的舆论监督、民生服务类节目。节目“接地气，传正气，树风气”，坚持说听众反映的事，遇到的事，身边的事。选题以小见大，通过个例探讨事物发展规律，帮听众解困、答疑，给更多人带去思考和启示。

■ 优秀主持人推介：

汪玲

她是江苏主流媒体黄金时段广播新闻品牌栏目《新闻早高峰》的女主播，十年来她主持过音乐、时尚、谈话等多种节目类型，最终在新闻节目中释放出最大能量。理性表达中兼具感性，从容、真切、灵动思辨的主持风格为她赢得了众多听众的信任与喜爱，同时也受到业界人士的广泛好评。

美文

她是江苏上空最知性的声音、最温暖的表达；她是“铁肩担道义、妙笔著文章”的正义发声；她是柔软而有力量、温润又不失锋芒的知性女声。她所主持的《新闻晚高峰》节目以浓郁的人文情怀做有温度的传播者，从民生的视角，表达对社会、对公共利益的关注，对民众生存状态的关注。

晓东

他是《晓东有话说》、《双声道》节目主持人。主持风格鲜明、情真意切，节目驾驭能力、应变能力强。2009年，凭借节目《张明宝案全追踪》获得江苏省广播新闻奖一等奖；《中小企业扶持政策也须“转型升级”》获得总台广播新闻评论节目一等奖。

江苏新闻广播竞争力在江苏全省高居第二位，为新闻类频率的领头羊

2016年，江苏新闻广播在江苏全省的市场份额为7.43%，在江苏全省近七十个频率中位列第二名，在新闻类频率中占据榜首。

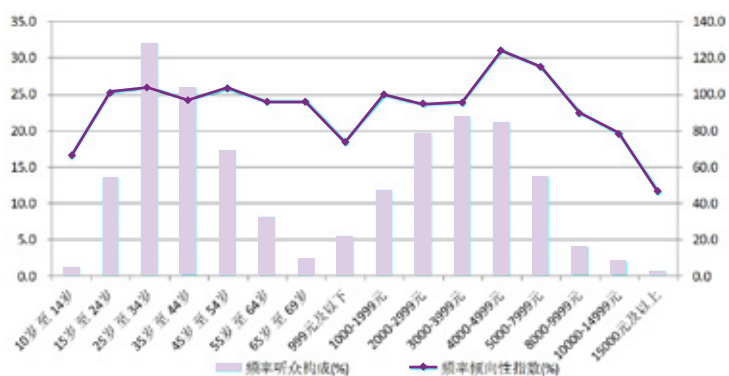
江苏新闻广播



江苏新闻广播在中老年群体中更具市场竞争力

江苏新闻广播主要集中了25-54岁的听众群，这类听众有相对稳定的经济收入，消费需求比较明确。结合倾向性指数来看，频率对中高收入水平听众的吸引力较强，市场竞争力也相对较高。相对于其他年龄层听众，频率在45岁及以上的中老年听众中更具有市场竞争力。

2016年江苏新闻广播在江苏全省的收听率与市场表现



江苏新闻广播的听众构成 (%)

2016年江苏新闻广播主要节目同时段市场表现

节目名称	播放时间	平均收听率	市场占有率	同时段排名
新闻早高峰	7:30-9:00	0.31	7.8	2
新闻晚高峰	18:00-18:40	0.19	6.1	2
晓东有话说	16:30-17:30	0.15	6.9	2

数据来源：赛立信媒介研究

上海新闻广播

上海广播，传播向上力量 ■ FM93.4



新闻立台，民生为本，身为上海广播市场的领先者，也是中国最具实力的广播新闻频率之一。

上海新闻广播（调频 93.4、中波 990）不仅在广大听众心目中占有举足轻重的地位，更拥有积累多年的品牌价值和很强的媒体公信力，与政府和社会管理部门保持着良好的对接及信赖关系，在收听率、市场占有率及广告吸附率上也具有标杆作用。

上海新闻广播秉承“新闻立台，民生为本”精神，内容涵盖新闻资讯、民生服务，所有节目都充分展现新闻属性，并为所有有新闻需求的社会人服务，同时，认同社会主流价值观的社会中坚力量更是上海新闻广播的核心受众群体。

品牌个性：通达稳重、热忱担当

品牌态度：真实、公正、客观

优势：具有新闻传播行业专业的选题、编播及制作经验；

有着多年的品牌价值积累和很强的媒体公信力，是上海广播市场的领先者；

有着丰富的专家库资源，和政府及社会管理部门有着良好的对接及信赖关系。

优秀主持人介绍：

王涛：金话筒奖获得者、东方广播中心首席节目主持人，SMG 名优新主持人。

秦畅：金话筒奖获得者，全国长江韬奋奖获得者，东方广播中心首席节目主持人，SMG 名优新主持人。

路平：金话筒奖获得者，东方广播中心首席节目主持人，SMG 名优新主持人。

杨烁：东方广播中心首席节目主持人、SMG 名优新主持人。



扫码收听精彩节目

优秀节目介绍：

上海新闻广播以《990 早新闻》为龙头，《990 八点新闻》、《清晨新闻》、《今晚听新闻》、《新闻编辑室》串联起早晚高峰大新闻板块，同时，《市民与社会》、《法眼看天下》等各类型时事新闻专题节目共同构成并丰富全天节目框架。最新鲜的新闻资讯、最权威的深度报道、最精彩的新闻评论，突出全天节目的新闻性、可听性、时效性，掌握对新闻的“第一时间的解释权”。

- 《990 早新闻》：节目是上海收听率最高、影响最大的一档广播节目。它在上海各界听众中拥有广泛的听众群，其影响力辐射江、浙等邻近省份，覆盖收听人数为 5000 万，在长江三角洲也拥有一大批固定的听众群体，《990 早新闻》，在新闻来源的开拓，新闻时效的逼近，新闻理念的创新等方面不断突破，赢得听众和专家的广泛好评。
- 《市民与社会》：于 1992 年 10 月 26 日开播，该节目是上海广播史上第一个有听众参与的新闻谈话类直播节目，每周五个话题，邀请嘉宾和听众就一个新近发生的新闻事件或公共政策进行讨论。被业界喻为“官民对话的桥梁，公众意见的论坛。”平均每年探讨 250 多个话题，内容涉及政治、经济、文化、体育、城市建设、环境保护等社会公共事务的方方面面。上海市历届市委，市政府领导、国内的近百位省、部、自治区领导都曾应邀来到直播室担任嘉宾。

主要节目的市场表现

2016 年上海新闻广播主要节目同时段市场表现

节目名称	播放时间	平均收听率 (%)	市场份额 (%)	同时段排名
990 早新闻	07:00-08:00	1.90	12.9	1
市民与社会	12:00-13:00	1.38	13.2	2

数据来源：赛立信媒介研究

《990 早新闻》是上海新闻广播的龙头新闻节目，节目面向本地受众，强调本土特色，同时展现国家和国际视野，周一到周日的早 7 点到 8 点播出，在早间同时段节目中排名第一，市场表现优秀。

《市民与社会》是上海新闻广播一档新闻类直播谈话节目，也是上海广播史上第一个有听众参与的广播新闻谈话类直播节目，内容涉及政治、经济、文化、体育、城市建设、环境保护等社会公共事务的方方面面，在同时段节目中市场表现位居第二。

上海新闻广播专业化与多样化并存

上海新闻广播是一个以新闻类节目为基本构架，其它类节目为延伸的新闻综合类频率，新闻类节目的专业化和其它类节目的多样化共存是频率的最大特点和优势。上海新闻广播与世界 50 多个国家和地区的广播电台、公司都建立了交流合作关系，经过近 70 年的发展，已成为一家有全国和国际影响的广播电台。2016 年上海新闻广播在上海地区市场份额超过 10%，在上海地区高居第二。

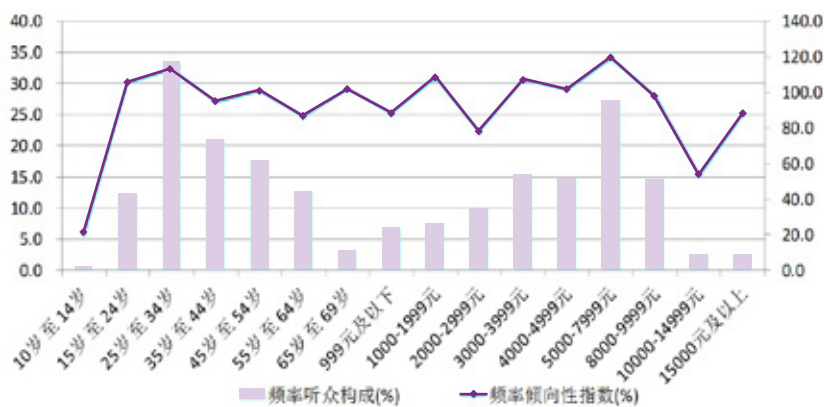
2016 年上海新闻广播在上海地区的收听率与市场表现

	平均收听率 (%)	市场份额 (%)	收听率排名
上海新闻广播	0.78	10.76	2

数据来源：赛立信媒介研究

上海新闻广播对各个年龄段和收入阶层的听众都有很大的吸引力

上海新闻广播的听众构成 (%)



数据来源：赛立信媒介研究

上海新闻广播采用国际先进技术设备采制、传输节目，并积极推进“网上广播”。其主流收听群体为中高收入的青年听众，集中在 25 岁至 34 岁年龄段和 5000-7999 元收入阶层，值得注意的是，上海新闻广播在各个年龄段和收入阶层听众中的倾向性指数都很高，可见上海新闻广播对各个年龄段和收入阶层听众都有很大的吸引力，充分体现频率的多样化特点。

株洲新闻广播

——私家车广播 4.0 时代的融合发展

1012 是株洲上空最早的电台，株洲市唯一一家官方认定的广播主流媒体，代表市委市政府权威发声，电台 1012 株洲新闻广播，2001 年在满怀期盼中改革重新启航！

16 年来，在竞争激烈的媒体领域，电台 1012 谋动差异化战略，加速走进私家车广播新时代，强势占领私家车市场，服务于私家车群体的电台，坚持做株洲第一私家车广播，一路领跑！

节目 IP 制造



关键词：
私家车主



灵魂：
明星化
包装的主持人



核心：
内容创新

- 打造电台 1012 节目 IP 爆款，玩转上下班高峰
- 最全面迅速的新闻资讯：整半点《第一资讯》、《观点》、《株洲新闻》
- 最轻松娱乐的车载伴侣：《一路领先》、《快乐不塞车》、《巧嘴说株洲》、《轻松一点》
- 最专业的车生活服务：《能量 100》、《1012 公开课》、《道听途说》、《先锋看客》
- 最温暖知性的音乐节目：《下一站星光》、《岁月如歌》

湖南省优秀栏目

观点

湖南省新闻工作者电台 1012 首席主播李佳
联合 12 名优秀的资深评论员
有态度的声音 有温度的互动 有深度的视觉
形成富有内涵的观点力量



李佳

活动 IP 创造：市场、专业、创意



- 电台 1012 以大型活动思路，六年专注一个品牌“快乐童声”选拔赛；
- 数万家庭现场参与，引爆株洲少儿亲子活动狂潮。

- 把握世界潮流，创造株洲热点，电台 1012 把世界彩色跑带到了株洲。
- 株洲首届大型公益彩跑活动



看得见的广播

看得见的广播 24 小时全程视频直播

重大新闻、突发事件来临，一直播和 VR 直播打造全媒体新闻



16 年，我们完成了很多不可能的任务：私家车收听株洲第一，新闻速度株洲第一，收听效果株洲第一，广告性价比株洲第一，用好声音、好节目、好口碑、做好广播，这是我们的信念。

电台 1012 株洲新闻广播，调频 FM101.2，二十四小时直播，已经实现以长、株、潭核心经济城市为中心同频覆盖。

2016，我们提出“主持人明星化包装，艺人化管理”，目的就是把节目内容和表现形式打磨得更加切合商家的需求点，做到节目、主持人、商家三位一体。

受众为王，把受众转化为用户，用傍身式管家服务的方式，精心服务好我们的客户！立足主平台，打造矩阵式传播渠道，让传播更有影响力。

音频付费的风口， 各大音频 APP 如何盈利？

赛立信数据资讯 品牌发展部 整理

【编者按】

荔枝 FM、蜻蜓 FM 等音频 App 以及各大音乐软件，如今成为电台节目的栖息地，继音乐、新闻、情感、交通等主题电台后，知识类电台渐渐成长为电台市场的生力军，他们不仅弥补了传统广播电台在内容上所不能达到的多样性，并且让被动的听众变为主动的用户。站在音频付费的风口，各大音频 APP 如何实现盈利？

喜马拉雅

定位：PUGC- 音频分享平台

模式：立足网文资源和内容储备优势，发力付费精品

对于付费增值服务，喜马拉雅处在探索初期，喜马拉雅近日上线的“付费精品”专区，选取最干货、最精华的高品质内容，供用户付费下载与收听。马东的《奇葩说》做了一档节目《有话好好说》，每天用 8 分钟教你说话，收听需要付费 198 元，作为“付费精品”专区的首个项目，《有话好好说》首日销售额超过 500 万元。此外，喜马拉雅为主播提供包括打赏、会员在内的一系列基于粉丝经济的商业化服务。

蜻蜓 FM

定位：音频 + 高价值内容聚合平台

模式：联合名人大咖深耕 PUGC 模式，打造付费 + 直播的音频商业生态

蜻蜓 FM 盈利模式大致是与运营商进行内容合作（本质属于付费增值服务）、广告和粉丝经济（虚拟道具付费和电商）。与运营商的合作是其重点盈利方式之一。2014 年底，蜻蜓 FM 并购国内最大有声小说版权商央广之声，获得大量优质有声小说资源。此前，央广之声已和电信运营商合作，打包出售有声书等内容给运营商，比如用户花 5 元就可以买下 10 本有声小说包月的套餐。蜻蜓 FM 照搬了央广之声的模式，从与电信运营商合作的收费内容中抽成获利。这种盈利模式相对被动，具体的抽成比例和合作模式可能随着运营商的意向而改变。

考拉 FM

定位：专注车载市场

模式：基于车载传媒的优势，专注车载市场的布局

考拉 FM 背靠车语传媒，盈利模式侧重广告和车联网硬件。考拉 FM 将为包括传统电台、网络电台、乃至各类以声音内容和服务为主的平台，创造一个自主化的行销工具，广告将是其中重要组成部分，但不是全部。目前考拉 FM 已经和国内很多主流厂商达成合作，覆盖车型达到 90% 以上，并推出车载智能音箱考拉宝，支持汽车免费流量收听，为无智能系统的汽车提供车载收听解决方案。后续将会针对汽车后装市场做产品研发，跟车商深度绑定来拓展渠道，希望以重模式建立壁垒，为此，考拉 FM 未来还需付出三到五年的研发成本。

荔枝 FM

定位：UGC- 播客互动社交泛娱乐平台

模式：语音直播和用户打赏互动付费

荔枝 FM 涉及广告植入、付费增值服务，但其盈利重心偏向粉丝经济。荔枝 FM 签约了一批热门主播，这些主播的铁杆粉丝可以通过开通会员服务获得特殊的权益，如“新闻酸菜馆”、“极客电台”、“贱康课”等节目只有会员能够收听，此外还能享受其他福利。主播可以通过粉丝的打赏获得收入，另外荔枝 FM 帮助主播进行一些周边开发，结合主播的一些元素帮他们设计原创的产品，最终通过电商盈利。

得到 App

定位：知识服务的内容电商

模式：内容主打优质和精选，用户付费订阅

移动碎片化视听阅读，主要以专栏订阅+有声阅读+图文的阅读方式，专栏订阅是得到 APP 重点推出的核心功能，用户可以付费订阅，内容目前大都以图文+音频方式呈现，更新频率从日更到周更的方式都有。邀约在各自领域比较有影响力的人开讲，通过名人的形象和影响力，打造优质内容，订阅价格为 199 元。新版的《罗辑思维》节目不收费，但仅有得到的付费用户可以观看和收听。知识性温、金句是得到 APP 的两个免费消费的内容模块，除了满足于用户碎片化时间阅读之外，还做了一个朋友圈的美图分享，内容来源取自收费的内容版块，右图左下角，做了很好的内容关联，为收费内容做好铺垫。

内容来源互联网，参考文章：

1. 杜航.《一文读懂音频市场：喜马拉雅、考拉、蜻蜓等如何赚钱》.
2. 易观.《中国移动音频行业年度综合分析 2017》.
3. 三节课.《罗辑思维“内容付费”的背后及我的思考》.
4. 南小旭.《分析罗辑思维得到 App, 从行业商业产品全方位解读, 我们能得到什么启发?》.

赛立信收听风云榜

2017年9月四十四城市收听率 / 市场份额 TOP5

(按收听率排名)

名次	电台/频率	收听率	市场份额	
北京	1	北京交通广播	1.80%	21.8%
	2	北京音乐广播	0.88%	10.6%
	3	北京新闻广播	0.75%	9.0%
	4	中央电台中国之声	0.68%	8.3%
	5	北京文艺广播	0.53%	6.4%

名次	电台/频率	收听率	市场份额	
上海	1	上海流行音乐广播 动感 101	1.00%	16.5%
	2	上海人民广播电台上海新闻广播	0.70%	11.6%
	3	上海交通广播	0.69%	11.5%
	4	上海东方都市广播 899 驾车调频	0.60%	10.0%
	5	上海人民广播电台经典金曲广播 LoveRadio 最爱调频	0.59%	9.7%

名次	电台/频率	收听率	市场份额	
深圳	1	深圳交通频率	1.08%	17.1%
	2	深圳音乐频率	0.77%	12.3%
	3	深圳新闻频率	0.71%	11.2%
	4	深圳私家车 942	0.70%	11.2%
	5	深圳动听 102	0.40%	6.4%

名次	电台/频率	收听率	市场份额	
天津	1	天津电台交通广播	2.04%	26.5%
	2	天津电台音乐广播	1.66%	21.6%
	3	天津电台相声广播	1.15%	15.0%
	4	天津电台生活广播	0.53%	6.9%
	5	天津电台新闻广播	0.48%	6.2%

RANKING

广播风云榜

重 庆	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	重庆交通广播	1.55%	24.1%
	2	重庆之声	1.37%	21.3%
	3	重庆音乐广播	1.36%	21.1%
	4	重庆都市广播	0.66%	10.3%
	5	重庆经济广播	0.48%	7.5%

成 都	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	四川交通广播 FM101.7	0.79%	15.1%
	2	成都交通广播	0.62%	11.8%
	3	成都新闻广播	0.46%	8.8%
	3	四川新闻频率 FM106.1	0.46%	8.7%
5	四川岷江音乐 FM95.5	0.40%	7.7%	

沈 阳	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	辽宁广播电视台交通广播	1.56%	21.6%
	2	沈阳音乐广播	1.06%	14.7%
	3	沈阳都市广播	0.92%	12.6%
	4	沈阳新闻广播	0.56%	7.7%
5	辽宁广播电视台经济广播	0.52%	7.2%	

南 京	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	南京交通广播	1.08%	14.0%
	2	江苏交通广播网	0.83%	10.8%
	3	江苏音乐广播	0.76%	9.9%
	3	南京音乐广播	0.76%	9.9%
5	南京新闻广播	0.75%	9.8%	

哈 尔 滨	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	龙广都市女性台	2.58%	22.0%
	2	龙广交通台	1.67%	14.2%
	3	哈尔滨交通广播	1.24%	10.6%
	4	龙广爱家频道	1.18%	10.0%
5	哈尔滨文艺广播	1.04%	8.8%	

名次	电台/频率	收听率	市场份额
1	湖南交通频道	1.86%	31.7%
2	湖南 893 汽车音乐电台	0.72%	12.2%
2	金鹰 955	0.72%	12.2%
4	长沙交通音乐广播	0.42%	7.1%
5	湖南 NEWS938 潇湘之声	0.41%	6.9%

名次	电台/频率	收听率	市场份额
1	济南音乐广播 Music88.7	1.10%	16.3%
2	山东交通广播频道	0.76%	11.3%
3	济南交通广播	0.67%	10.0%
4	济南新闻广播	0.56%	8.2%
5	山东音乐频道 [动感 991]	0.53%	7.9%

名次	电台/频率	收听率	市场份额
1	太原交通广播	1.22%	24.2%
2	太原音乐广播	0.44%	8.8%
3	中央电台中国之声	0.40%	8.0%
4	太原综合广播	0.38%	7.6%
5	山西交通广播	0.36%	7.2%

名次	电台/频率	收听率	市场份额
1	新疆 949 交通广播	0.99%	13.4%
2	乌鲁木齐 974 交通广播	0.88%	12.0%
3	乌鲁木齐 1065 旅游音乐广播	0.87%	11.8%
4	中央电台中国之声	0.74%	10.1%
5	新疆 929 私家车广播	0.57%	7.7%

名次	电台/频率	收听率	市场份额
1	西宁交通文艺广播	0.65%	18.7%
2	青海交通音乐广播	0.63%	18.0%
3	青海生活广播 [花儿调频]	0.47%	13.6%
4	青海广播电台新闻综合广播	0.30%	8.7%
5	西宁新闻综合广播	0.29%	8.2%

RANKING

广播风云榜

长春	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	长春交通之声	1.52%	23.6%
	2	吉林交通广播	0.58%	8.9%
	3	长春 MYFM88.0	0.56%	8.7%
	4	长春城市精英广播	0.55%	8.6%
	5	吉林资讯广播	0.52%	8.1%

昆明	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	云南台交通广播	0.84%	14.8%
	2	云南台音乐广播	0.72%	12.7%
	3	云南台新闻广播	0.65%	11.5%
	4	昆明汽车广播	0.63%	11.2%
	5	昆明文艺旅游广播	0.57%	10.2%

银川	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	宁夏交通广播	0.63%	18.1%
	2	宁夏新闻广播	0.50%	14.6%
	3	银川交通音乐广播	0.40%	11.4%
	4	宁夏都市广播 旅游 1037	0.39%	11.2%
	5	宁夏经济广播	0.36%	10.5%

西安	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	西安交通旅游广播	0.79%	13.3%
	2	陕西交通广播	0.73%	12.4%
	3	西安新闻广播	0.59%	9.9%
	4	西安音乐广播	0.56%	9.5%
	4	陕西音乐广播	0.56%	9.4%

厦门	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	厦门音乐广播	1.59%	22.3%
	2	厦门经济交通广播	1.55%	21.8%
	3	厦门新闻广播	1.52%	21.4%
	4	厦门闽南之声	0.72%	10.1%
	5	厦门旅游广播	0.53%	7.4%

青 岛	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	青岛交通广播	1.32%	19.4%
	2	青岛音乐体育广播	0.95%	14.0%
	3	青岛新闻广播	0.77%	11.4%
	4	青岛故事广播 [畅行 95.2]	0.54%	8.0%
	5	青岛经济广播	0.51%	7.4%

连 云 港	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	连云港交通广播	1.21%	25.8%
	2	连云港新闻综合广播	0.74%	15.8%
	3	江苏交通广播网	0.71%	15.2%
	4	连云港音乐之声	0.62%	13.2%
	5	江苏新闻广播	0.46%	9.9%

鄂 尔 多 斯	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	鄂尔多斯交通文体广播	0.76%	19.6%
	2	鄂尔多斯综艺广播	0.65%	16.7%
	3	内蒙古交通之声	0.55%	14.1%
	4	鄂尔多斯汉语新闻综合广播	0.46%	11.8%
	5	中央电台中国之声	0.40%	10.3%

珠 海	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	珠海交通 875	2.29%	36.3%
	2	珠海先锋 951	1.56%	24.7%
	3	中央电台中国之声	0.50%	8.0%
	4	珠海百岛之声	0.49%	7.8%
	5	中央电台音乐之声	0.27%	4.2%

常 州	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	常州交通广播	1.06%	22.7%
	2	常州新闻综合广播	0.72%	15.5%
	3	常州音乐广播	0.68%	14.6%
	4	常州经济广播	0.43%	9.2%
	5	江苏交通广播网	0.34%	7.4%

汕头	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	汕头电台综合广播	1.85%	32.5%
	2	汕头电台音乐广播	1.60%	27.9%
	3	汕头电台经济广播	1.15%	20.0%
	4	广东新闻广播	0.36%	6.3%
	5	广东音乐之声	0.19%	3.3%

东莞	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	东莞电台交通广播	2.15%	32.8%
	2	东莞电台综合广播	2.11%	32.2%
	3	东莞电台音乐广播	0.39%	5.9%
	4	广东羊城交通台	0.36%	5.4%
	5	中央电台中国之声	0.20%	3.0%

惠州	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	惠州综合广播	1.71%	26.5%
	2	惠州经济环保广播	1.63%	25.3%
	3	惠州音乐广播	0.76%	11.8%
	4	广东音乐之声	0.56%	8.7%
	5	广东羊城交通台	0.38%	5.8%

济宁	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	济宁交通文艺广播	1.40%	25.7%
	2	济宁综合广播	0.97%	17.7%
	3	济宁生活广播	0.59%	10.7%
	4	山东交通广播频道	0.47%	8.6%
	5	山东新闻频道	0.42%	7.7%

清远	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	清远交通旅游广播	1.57%	32.8%
	2	清远新闻资讯广播	1.49%	31.3%
	3	广东音乐之声	0.47%	9.7%
	4	广东新闻广播	0.38%	8.0%
	5	广州交通广播	0.24%	4.9%

南通	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	南通新闻广播	1.48%	24.6%
	2	南通交通广播	1.43%	23.7%
	3	南通私家车广播	1.14%	18.9%
	4	南通音乐广播	0.92%	15.3%
	5	江苏交通广播网	0.35%	5.8%

嘉兴	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	嘉兴交通经济频率	1.81%	31.3%
	2	嘉兴新闻综合频率	1.32%	22.9%
	3	嘉兴音乐生活频率	1.12%	19.4%
	4	浙江交通之声	0.39%	6.8%
	5	上海流行音乐广播 动感 101	0.21%	3.6%

台州	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	台州新闻广播	1.85%	24.8%
	2	台州交通广播	1.80%	24.3%
	3	汽车音乐 1001 台州音乐台	1.75%	23.5%
	4	浙江动听 968 音乐调频	0.79%	10.6%
	5	浙江私家车 107 城市之声	0.58%	7.8%

徐州	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	徐州文艺交通频率	1.73%	30.3%
	2	徐州新闻综合频率	1.58%	27.8%
	3	徐州经济服务频率	1.00%	17.6%
	4	徐州调频 89.6	0.58%	10.1%
	5	江苏交通广播网	0.30%	5.2%

日照	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	日照交通生活广播	1.72%	25.7%
	2	日照综合广播	1.50%	22.5%
	3	日照音乐广播	1.29%	19.3%
	4	山东交通广播频道	0.55%	8.3%
	5	山东新闻频道	0.41%	6.2%

RANKING

广播风云榜

中山	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	中山环保旅游之声	2.30%	36.4%
	2	中山人民广播电台	1.72%	27.3%
	3	广东音乐之声	0.32%	5.1%
	4	广东珠江经济台	0.27%	4.3%
	4	江门旅游音乐频率	0.27%	4.3%

潮州	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	潮州交通音乐广播	2.16%	30.4%
	2	潮州电台综合广播	1.96%	27.6%
	3	潮州戏曲广播	1.68%	23.6%
	4	广东音乐之声	0.32%	4.5%
	5	汕头电台综合广播	0.16%	2.3%

桂林	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	桂林旅游音乐广播	1.80%	32.6%
	2	桂林新闻综合广播	1.26%	22.8%
	3	桂林电台生活广播	1.25%	22.6%
	4	广西交通广播	0.28%	5.1%
	5	广西文艺广播 Music Radio	0.26%	4.8%

丽水	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	丽水新闻综合频率	1.62%	33.0%
	2	丽水交通音乐频率	1.56%	31.7%
	3	浙江交通之声	0.74%	15.1%
	4	丽水新农村广播	0.40%	8.0%
	5	浙江之声	0.26%	5.4%

湛江	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	湛江新闻频率	1.21%	22.5%
	2	湛江交通音乐频率	1.14%	21.1%
	3	湛江经济频率	1.02%	18.9%
	4	广东音乐之声	0.58%	10.8%
	5	广东珠江经济台	0.43%	8.0%

盐城	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	盐城 HIFM98.0	1.19%	20.3%
	2	盐城城市交通台	1.09%	18.6%
	3	盐城新闻财经台	1.05%	17.8%
	4	盐城经典音乐台	0.81%	13.7%
	5	江苏交通广播网	0.73%	12.3%

阳泉	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	阳泉交通广播	1.47%	38.1%
	2	阳泉 FM93.1 最爱音乐台	1.17%	30.2%
	3	阳泉新闻综合广播	0.67%	17.2%
	4	中央电台中国之声	0.19%	4.8%
	5	阳泉顶尖音乐广播	0.14%	3.7%

宜宾	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	宜宾文化旅游广播	1.48%	29.2%
	2	宜宾综合广播	1.08%	21.3%
	3	宜宾农村广播	1.05%	20.7%
	4	四川综合广播 FM98.1	0.49%	9.6%
	5	四川交通广播 FM101.7	0.34%	6.7%

镇江	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	镇江人民广播电台 888	1.17%	20.6%
	2	镇江人民广播电台 104	0.91%	16.1%
	3	镇江人民广播电台 963	0.86%	15.1%
	4	江苏交通广播网	0.68%	11.9%
	5	镇江人民广播电台 905	0.60%	10.5%

潍坊	名次	电台/频率	收听率	市场份额
	1	FM107 潍坊交通广播	1.25%	19.3%
	2	潍坊音乐广播 887	1.02%	15.7%
	3	潍坊私家车广播	0.76%	11.7%
	4	潍坊新闻广播	0.67%	10.3%
	5	潍坊都市广播	0.61%	9.3%

专业、权威的广播收听率数据服务商

赛立信媒介研究有限公司,是国内唯一一家专门从事广播收听率调研的机构,是中国最权威的广播收听率数据服务商,国内市场份额超过70%,位居全国第一。

作为独立的第三方机构,赛立信保证数据的科学、客观、公正,提供的广播收听率数据已经成为评价广播媒体传播价值的行业标准和衡量广播广告交易价格的“通用货币”。



赛立信媒介研究有限公司
SELECTION MEDIA RESEARCH CO.,LTD

Guangzhou | Beijing | Shanghai

广州公司

地址:广州市越秀区环市东路334号市政中环大厦17楼
电话:020-22263200
传真:020-22263218
邮箱:media@smr.com.cn
www.bpes.com.cn

北京公司

地址:北京朝阳区建国路88号1号楼1803室
电话:010-85896553
传真:010-85892775
邮箱:smrbj@smr.com.cn

上海公司

地址:上海市徐汇区中山西路1919号北科大厦B座510
电话:021-61259235 61259236
传真:021-61259238
邮箱:denny.chen@smr.com.cn