

电台

Summary :

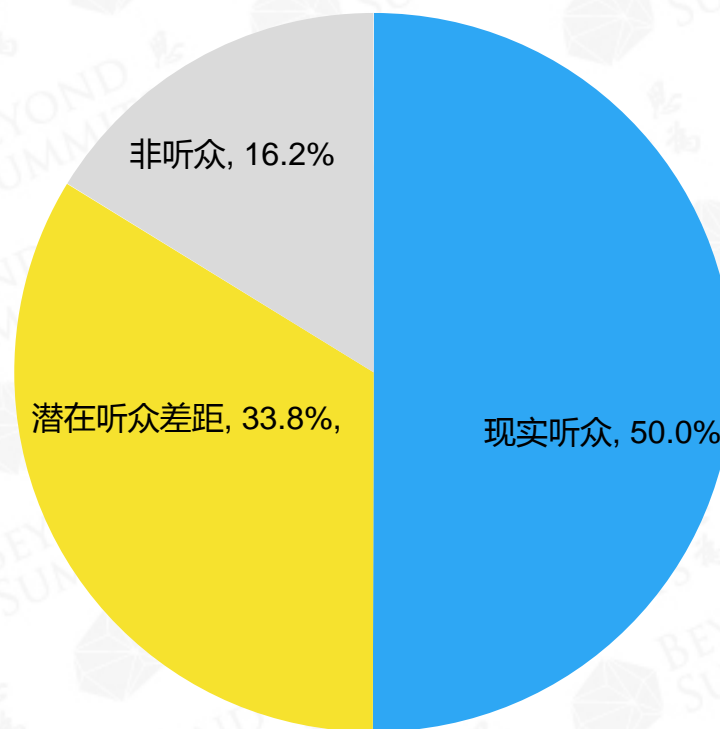
- 2015年全国广播的现实听众规模达到6.88亿，同比升幅为1.03%。广播核心听众依然集中在25-44岁，高中及以上学历水平听众比例超过85%，且同比上升将近3%，月收入在3,000元及以上水平的广播听众比例将近七成。
- 2015，中国广播的接触率维持稳定，为59.7%。从历史数据来看，听众收听广播的热情并没有因为其他媒体的介入而大幅度冷却。
- 2015年，电台广告花费同比增长14%，是广告花费最高的传统媒体。从行业来看，中国各行业广播广告花费同比减少较为显著的行业有化妆品/浴室用品和酒精类饮品，而电脑及办公自动化广告花费同比增长最快。
- 中国广播媒体中，占较大市场份额的还是以区域性电台为主，省台和市台的市场份额合计将近 90%。华东地区频率资源异常丰富，占据全国将近四成的频率资源，频率间竞争最为激烈。其他片区的频率资源分布相对均匀。

Summary :

- 2015年，中国广播收听市场总量整体小幅下降，区域市场表现不一。全国35个城市整体收听率同比2014年下降3.33%。虽然35个城市中有20个城市收听率同比下滑，但仍有15个城市出现了程度不同的提升，其中包括北京、上海等大型城市。
- 2015年，在35城市组中，新闻、交通、音乐这三类频率基本占据 70%的市场份额。新闻类频率在各片区均占据最大比重，其次是交通类频率。随着汽车拥有量的迅猛发展和高速公路的四通八达，交通类广播细分出私家车广播、交通音乐、交通生活、交通经济、交通旅游等定位于不同驾车听众群的频率。
- 2015 年全国车载收听市场继续增长，并成为唯一增长的场所，家中、工作/学习场所都在下降，车载收听市场成为广播收听市场稳定格局的主要支撑力量。车载市场听众以男性、中青年、高教育程度和高收入的人群为主。

2015年末，全国总人口达13.75亿，据机构推测，2015年全国广播的现实听众规模达到6.88亿，同比升幅为1.03%。此外，中国潜在听众规模为11.52亿人，因此，潜在听众差距仍有4.64亿人。

2015 中国广播听众规模分布



2015年的广播主体听众主要是：

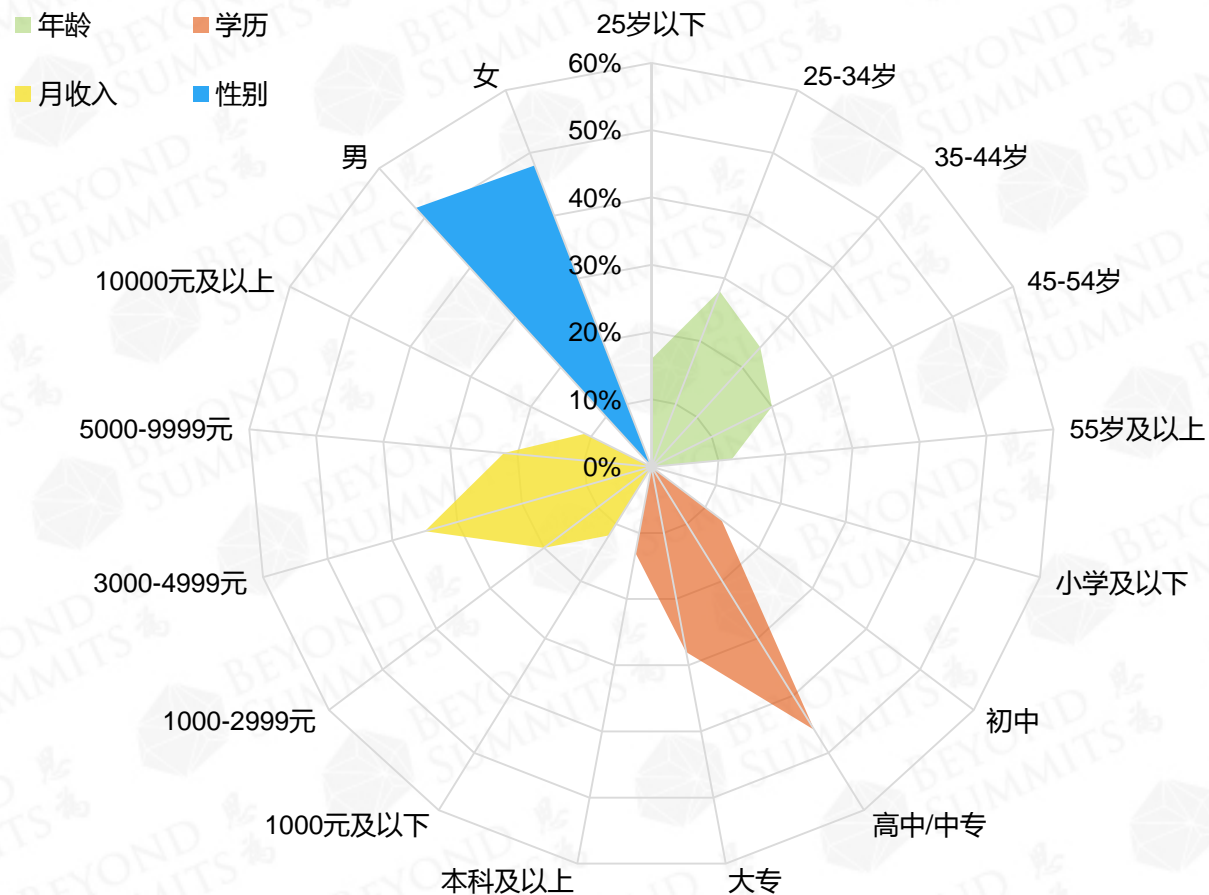
1. 25-44岁的中青年听众
2. 男性居多
3. 超过85%的广播听众都是高中及以上学历

2015年广播听众呈现以下变化趋势：

1. 广播核心听众依然集中在25-44岁，但45-54岁中年听众占比超过两成，同比增长4.55个百分点。
2. 高中及以上中高学历水平听众比例超过85%，且同比上升将近3个百分点。
3. 月收入在3,000元及以上的中高水平的广播听众比例将近七成，同比上涨将近十个百分点。其中，月收入在5,000-9,999元和10,000元以上的听众占比分别为22.8%和9.7%，同比分别上升了6.47和3.15个百分点。

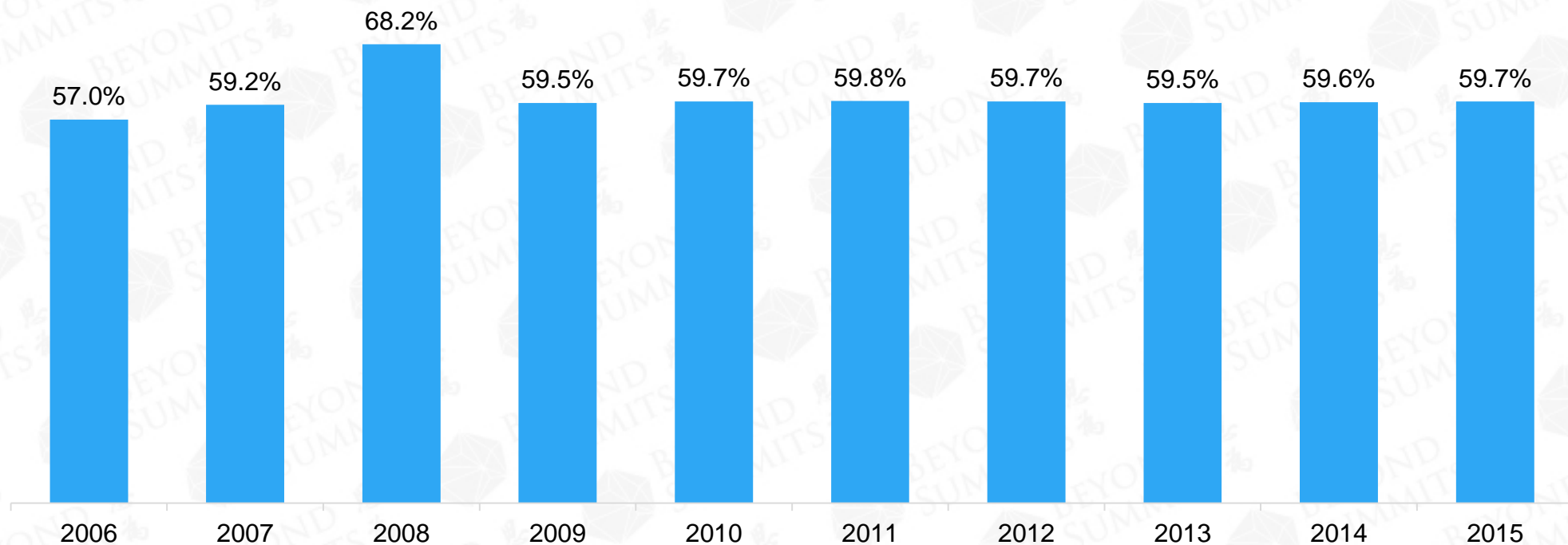
Source：赛立信媒介研究

2015 中国广播城市听众的构成



2006-2008连续三年广播的接触率呈持续上升态势，自2009年开始，广播的接触率一直维持在59.5%-60.0%之间，说明广播收听市场仍然拥有一批忠实的拥趸，听众收听广播的热情并没有因为其他媒体的介入而大幅度冷却。

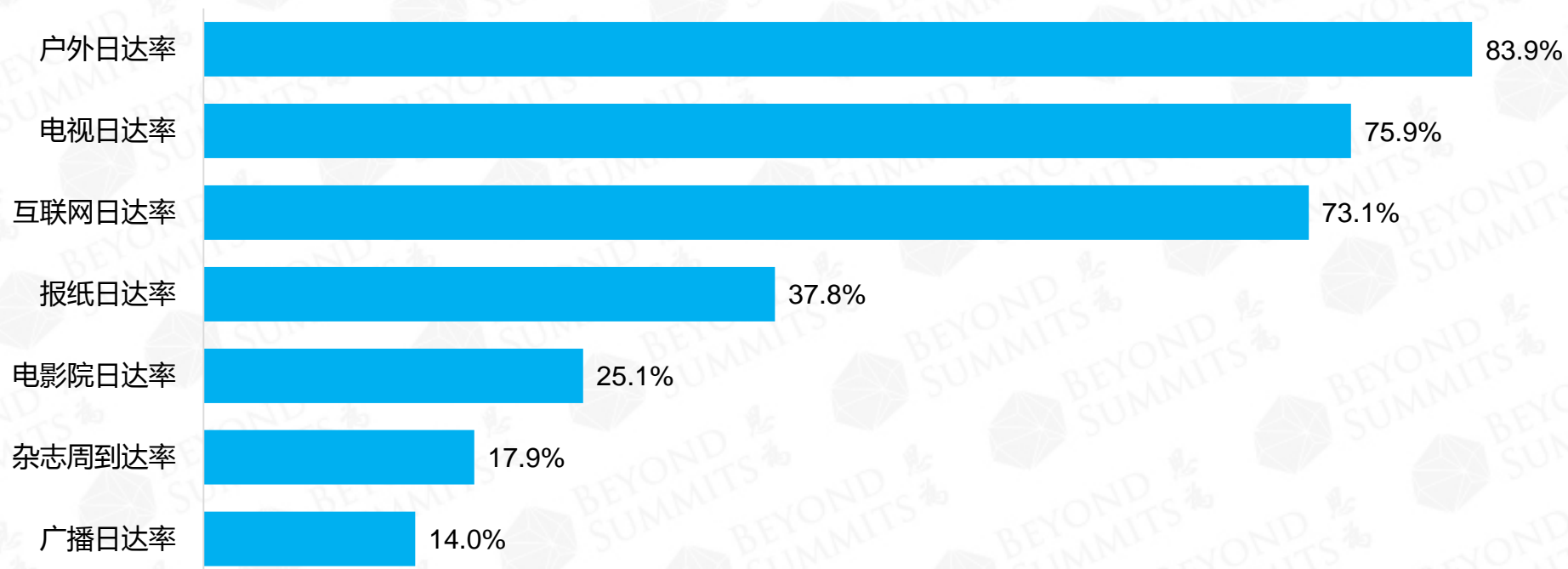
2006-2015 中国广播接触率



Source : 赛立信媒介研究

2015年中国各媒体到达率中，广播日达率相对较低，仅14%。

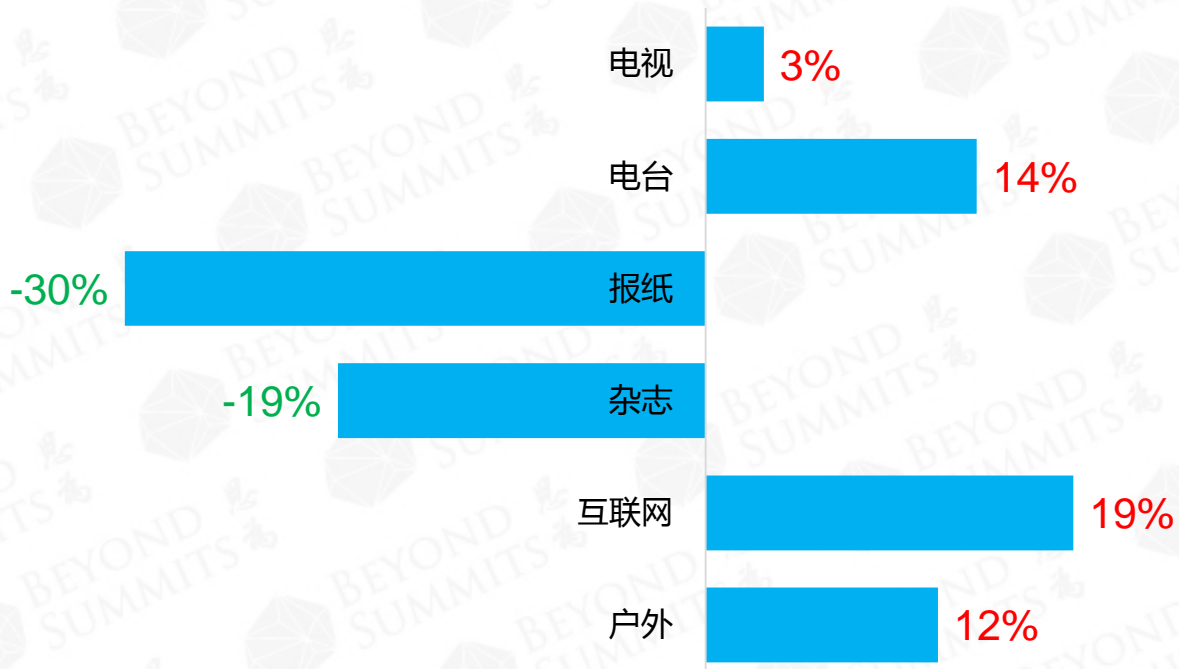
2015 中国各媒体到达率



Source : 群邑, 2015

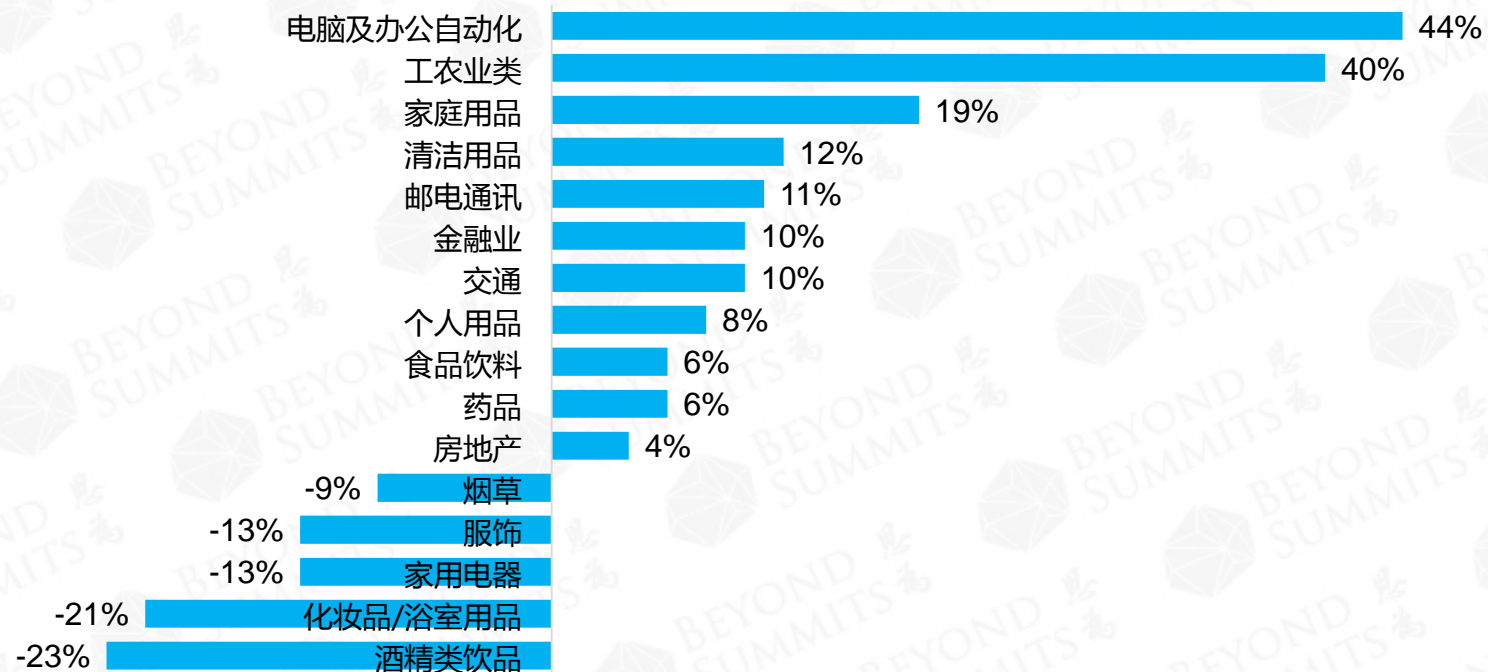
2015年，中国媒体广告花费同比增长的有电视、电台、互联网和户外媒体，其中，电台广告花费同比增长14%，是广告花费最高的传统媒体。

2015年中国各媒体广告花费变化（%）



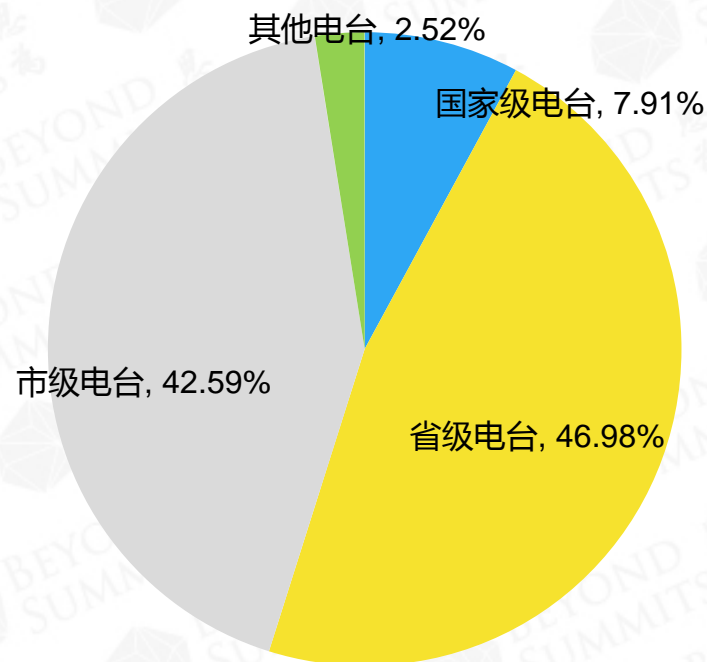
2015年，中国各行业广播广告花费同比减少较为显著的行业有化妆品/浴室用品和酒精类饮品，同期下降分别为21%和23%，此外，电脑及办公自动化广告花费同比增长44%。

2015 各行业广播广告花费同比增长率%



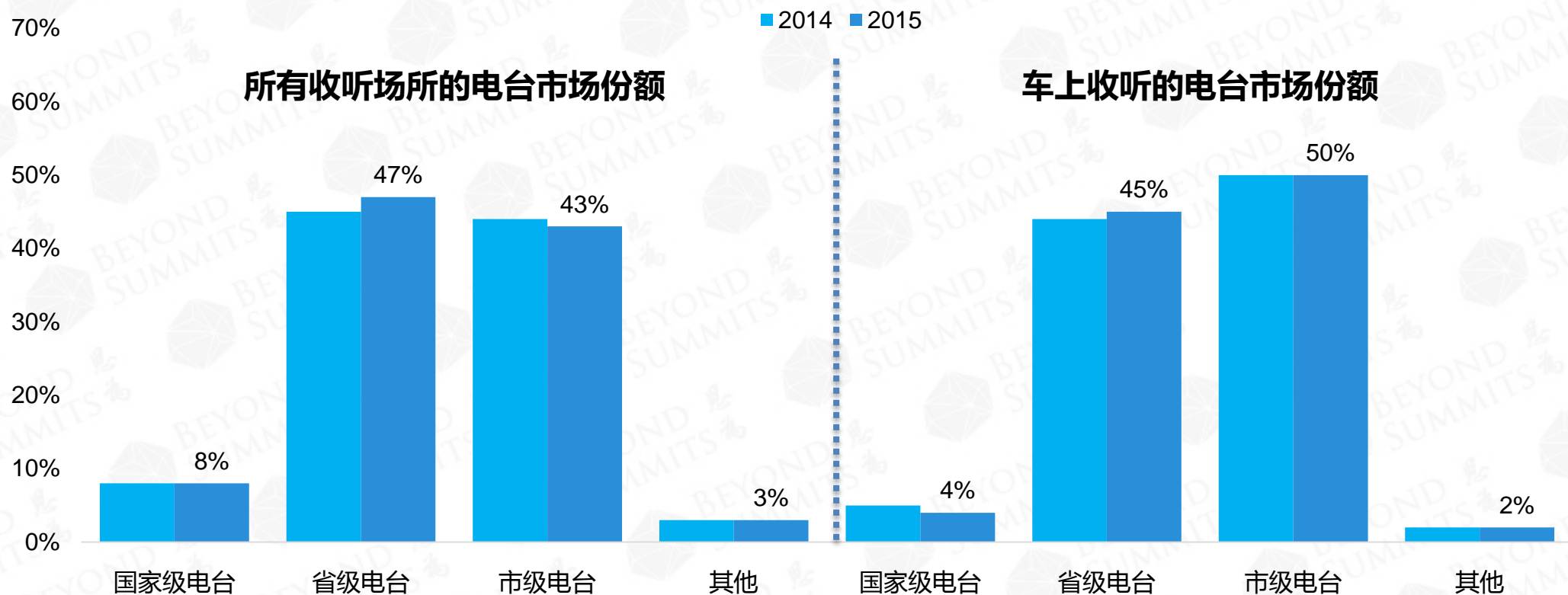
2015年CSM31城市组（非直辖市）数据显示，中国广播媒体中，占较大市场份额的还是以区域性电台为主，省台和市台的市场份额合计将近90%。分市场来看，省级电台在省城市中更具竞争优势，而在发达城市群市场，诸如珠三角、长三角城市，本地市级电台增长速度高于国家级和省级电台，该类电台的竞争优势更为明显。

2015 中国各类电台市场份额 CSM31城市



截至2015年底，全国共开办广播节目2,941套，全年制作节目超过771万小时，播出公共广播节目超过1,421万小时，全国广播综合人口覆盖率达到98.17%。从收听场所来看，省级电台和市级电台在主要收听场所的市场份额明显高于国家级电台，市级电台在“车上”的市场份额略高于省级电台。

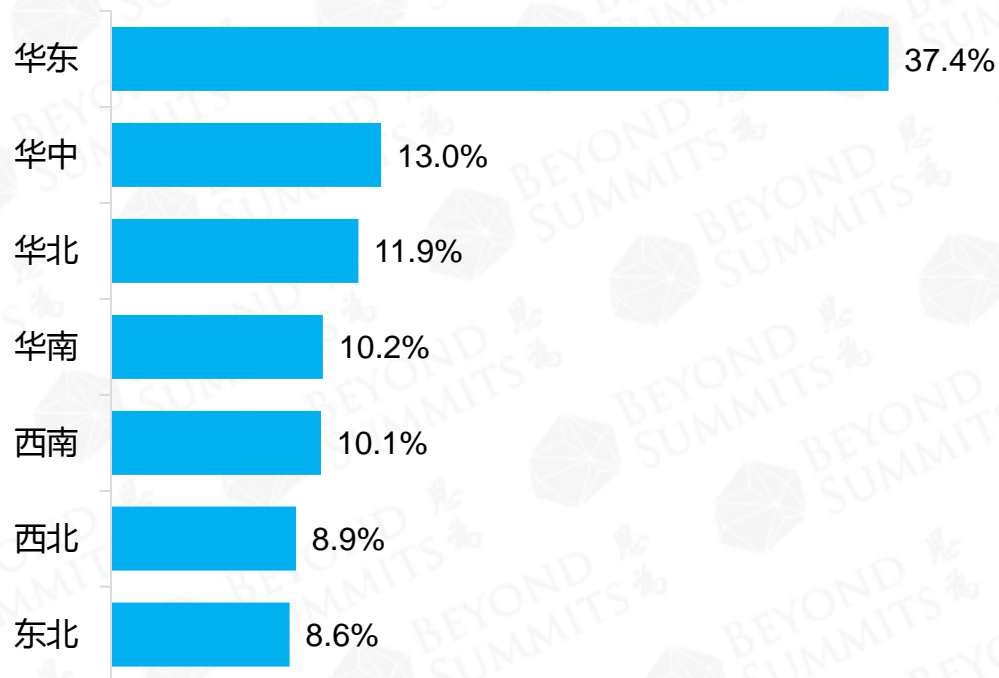
2015 主要电台类别的市场份额



Source：赛立信媒介研究

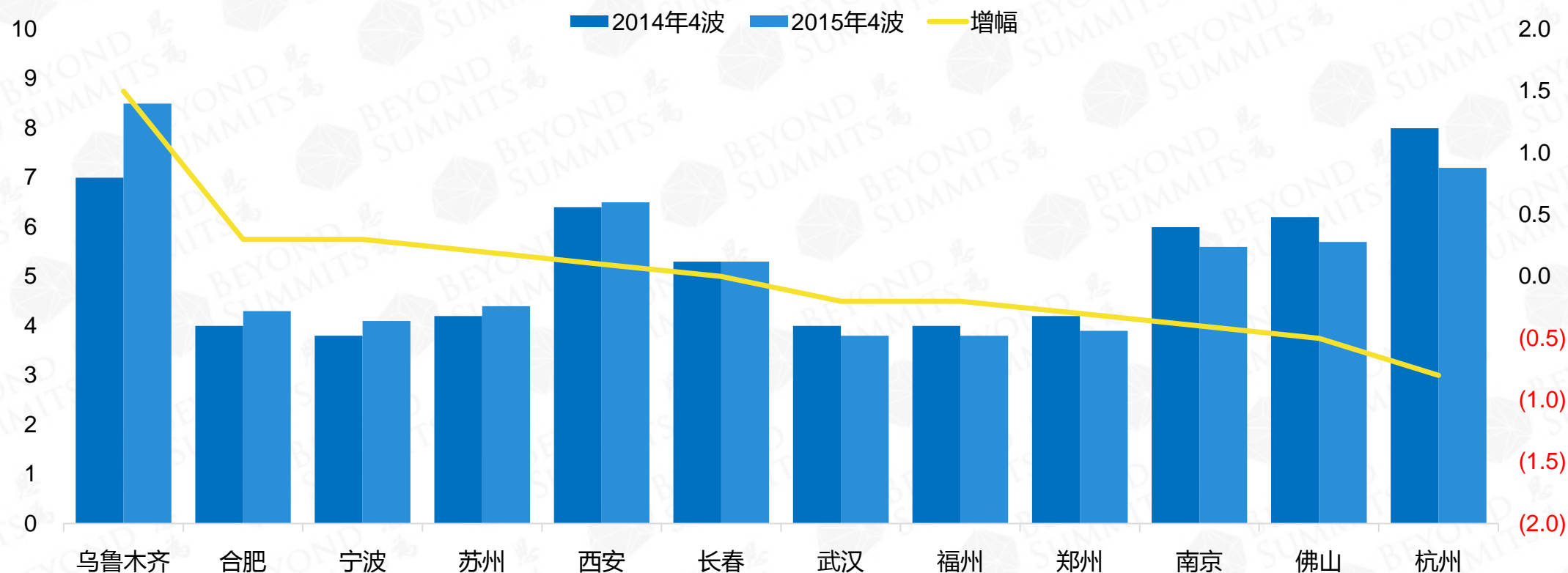
华东地区频率资源异常丰富，占据全国将近四成的频率资源，频率间竞争最为激烈。其他片区的频率资源分布相对均匀，其中，华中、华北、华南、西南片区均分别占据一成以上的频率资源。东北和西北片区的频率资源均在一成以下。

2015 各片区频率资源分布



2015中国广播收听市场总量整体小幅下降，区域市场表现不一。全国35个城市整体收听率同比2014年下降3.33%。虽然35个城市中有20个城市收听率同比下滑，占57%，但仍有15个城市出现了程度不同的提升，其中包括北京、上海等大型城市。

2014 VS 2015 CSM部分城市总收听率年度对比



Source：中国广视索福瑞媒介研究有限公司

收听到达率

- 35 城市组中，2015年与2014年的日均听众规模和周均听众规模相比，分别下降 0.51% 和 0.10%。60%的城市呈下降态势。日均听众规模上升最大的三座城市是太原、北京、乌鲁木齐。

收听时长

- 35城市组中，2015年与2014年的人均收听时长（分钟）相比下降了3.40%。57%的城市呈现下降态势，上升幅度最大的三座城市为乌鲁木齐、成都、长沙。

全天收听率走势

- 35城市组在两年度中全天的时段收听率走势基本趋同，全天大多数时段呈现微小下降。但是全天收听走势在不同的城市呈现不同特征，如北京、上海，2015 年收听高峰时段有明显增长，而深圳全天时段呈现下降态势。

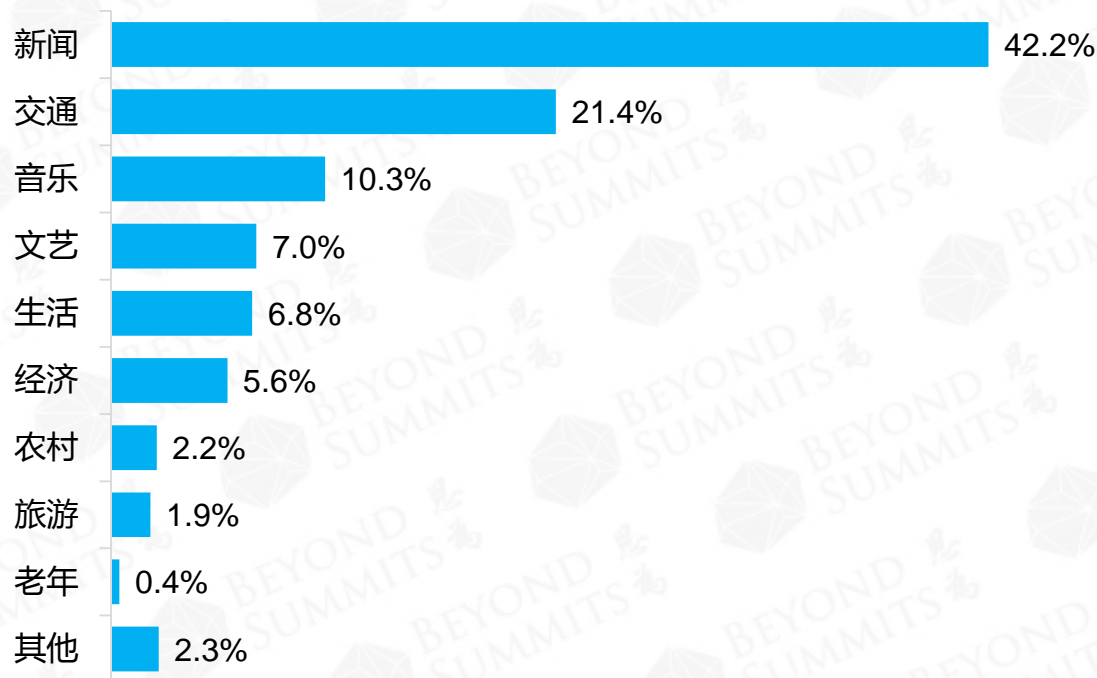
2015年，在35城市组中，新闻、交通、音乐这三类频率基本占据 70%的市场份额。2015年份额上升的频率类型有：新闻综合类、交通类、经济类、教育类、体育类；其中经济类增幅最大（5.7%）；2015年份额下降的频率类型有：音乐类、文艺类、都市生活类、农村类，其中文艺类下降速度达到4%。

CSM 35城市组各类频率市场份额

类别	2014年4波	2015年4波	类别	2014年4波	2015年4波
新闻综合	27.8	27.15	都市生活	8.23	8.08
交通	23.01	23.73	农村	0.67	0.6
音乐	18.46	18.27	教育	0.18	0.34
文艺	10.46	10.04	体育	0.64	0.73
经济	6.7	7.08	其他	3.84	3.79

新闻类频率资源最为丰富，占据超过四成的比例。交通类频率是资源比较丰富的第二大频率类型，占比超过两成。随着汽车拥有量的迅猛发展和高速公路的四通八达，交通类广播细分出私家车广播、交通音乐、交通生活、交通经济、交通旅游等定位于不同驾车听众群的频率，更是细分出定位于行驶在高速公路上的司机、乘客的频率。

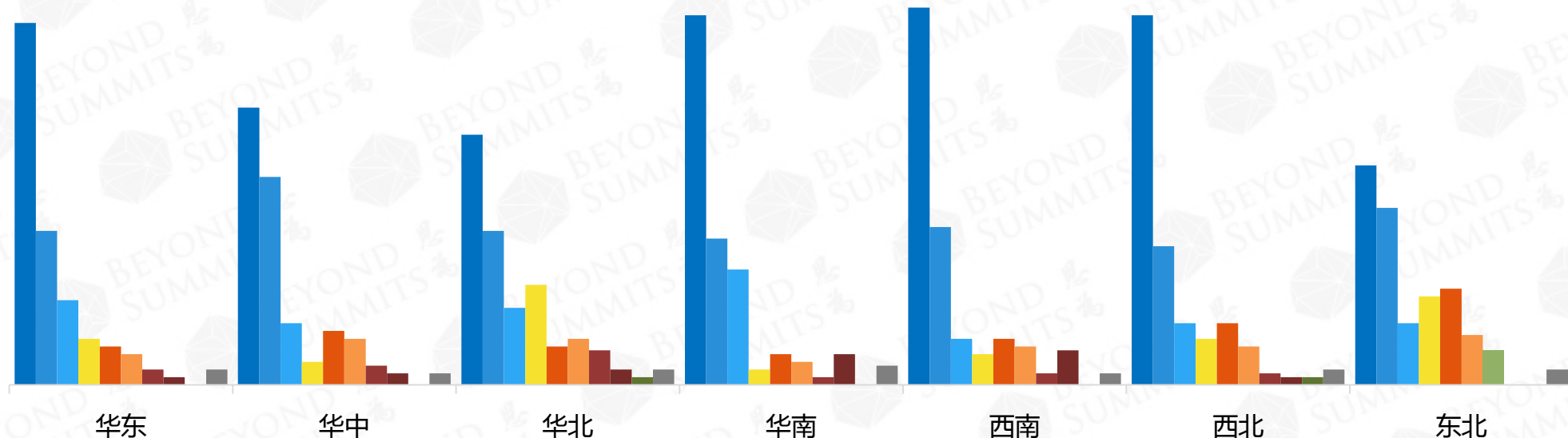
2015 各电台频率类型分布



新闻类频率在各片区均占据最大比重，其次是交通类频率。文艺类频率在东北和华北片区的比重均在10%以上，高于音乐类频率，而在其他片区的比重均比较低。华南片区的文艺类频率的比重不到3%，远低于音乐类频率。出现这种差异很大原因是与当地的日常生活文化有关。

2015 各片区各类型频率资源分布

■ 新闻 ■ 交通 ■ 音乐 ■ 文艺 ■ 生活 ■ 经济 ■ 农村 ■ 旅游 ■ 老年 ■ 其他



Source : 赛立信媒介研究

从内容偏好来看中国广播听众的画像，三种内容频率在中国广播市场形成“三足鼎立”，它们分别为新闻类、音乐类和交通类。

精

新闻类频率往往能够吸纳高收入人群，男性占比偏大，年龄偏高，也有较高学历。

轻

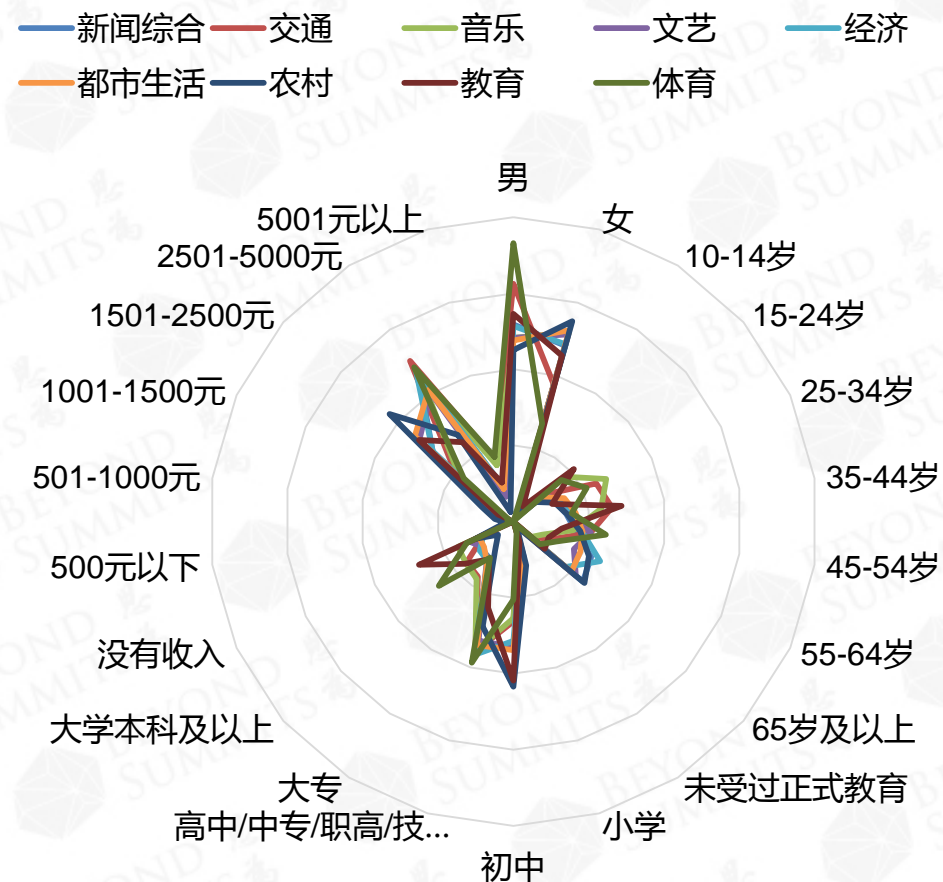
音乐类频率的观众年轻化特征明显，教育程度良好，同时在观众忠诚度、收听长度以及触达上都有较优势。

众

交通频率以其独特的使用价值迎合了听众的普遍需求，因此无论从职业、收入还是教育程度上，都更能够吸引不同类型的听众，人群属性更加多维和广阔。

- 不同类型的频率聚集不同的听众群体，新闻、交通、经济、教育和体育类频率以男性听众为主。
- 音乐、文艺、都市生活、农村类频率以女性为主。
- 新闻、经济，农村类频率中老年较多。
- 交通、音乐、都市，教育、体育类频率中青年比较多。
- 音乐类频率的听众更年轻一些。
- 交通、音乐、教育和体育类的频率受教育程度高的占比较大。

CSM 35城市部分类型频率目标听众构成

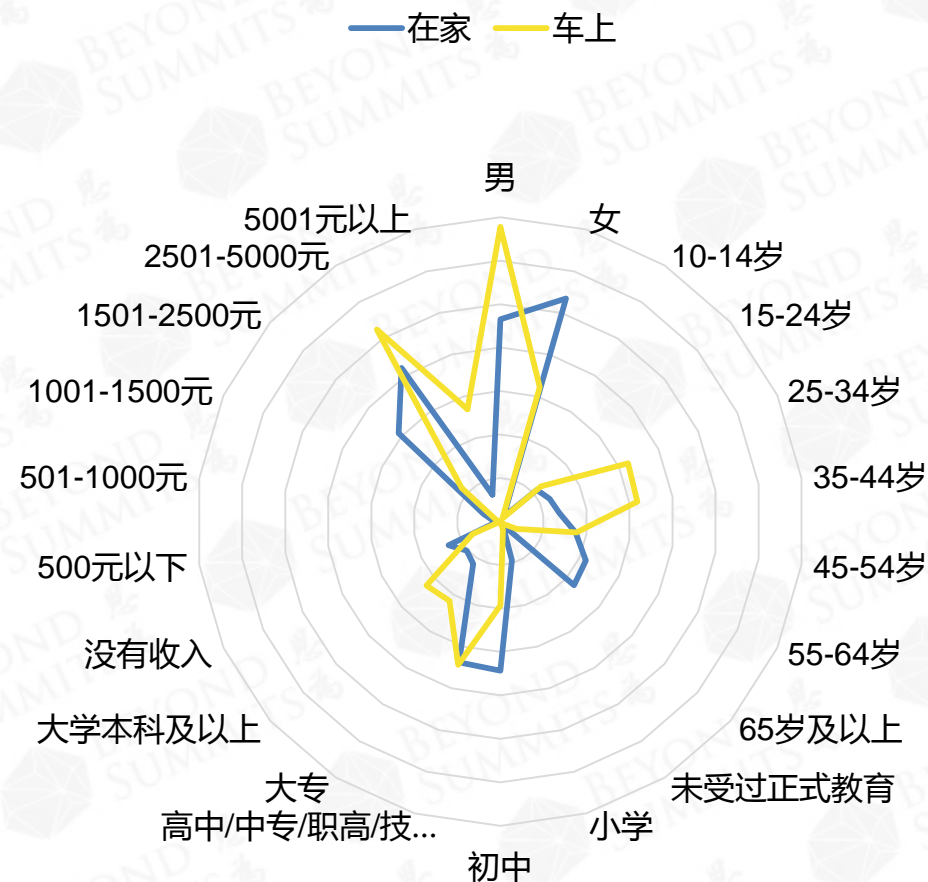


2015 年全国车载收听市场继续增长，并成为唯一增长的场所，家中、工作/学习场所都在下降，车载收听市场成为广播收听市场稳定格局的主要支撑力量。

地区	设置	在家	车上	工作/学习场所	其他场所
35城市	2014年4波	3.28	1.24	0.43	0.16
	2015年4波	3.14	1.25	0.38	0.16
北京	2014年1-11月	3.00	1.77	0.19	0.12
	2015年1-11月	3.19	1.68	0.20	0.15
上海	2014年1-11月	3.15	1.07	0.37	0.07
	2015年1-11月	3.30	1.23	0.31	0.04
深圳	2014年1-11月	1.46	1.36	0.30	0.20
	2015年1-11月	1.26	1.21	0.21	0.17

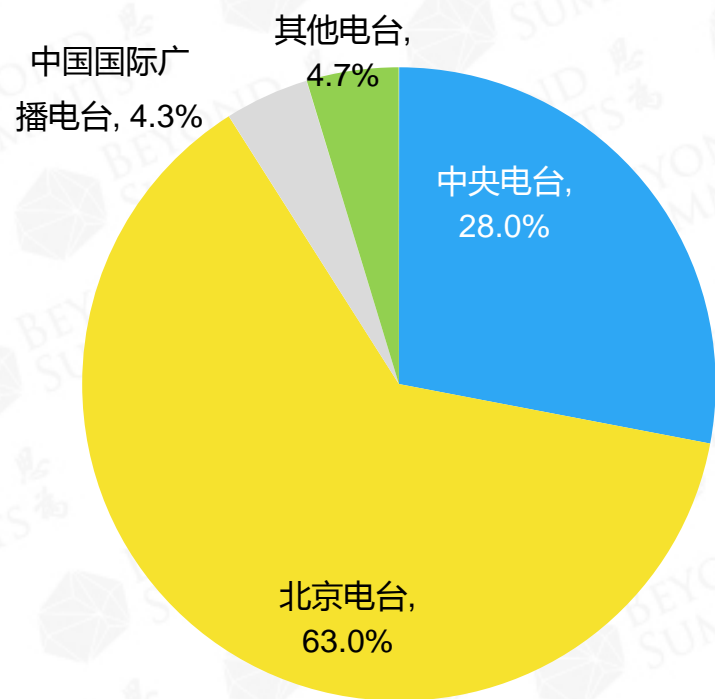
- 家中的重度收听群体是女性、高年龄、低教育程度和低收入群体。
- 车载市场则正相反，以男性、中青年、高教育程度和高收入的人群为主。其中，男性听众接近7成，25~44岁的中青年超过64%，大专以上受教育程度者近45%，个人月收入5000元以上的超过四分之一。
- 车上收听人群成为各广播媒体高度重视的目标人群。

CSM 35城市家里与车上目标听众构成



北京：面对中央电台、中国国际广播电台两大中央级电台的同台竞争，北京电台凭借本土优势，占据63%的市场份额，成为竞争力最强的频率。在北京地区，北京交通台是竞争力最强的频率，市场占有率超过20%，遥遥领先于其他频率。

2015 北京地区电台竞争格局



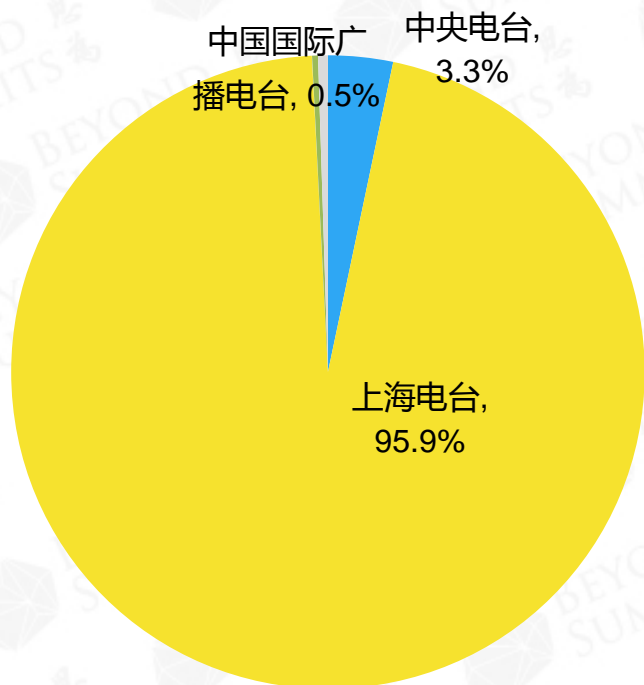
2015年9月，北京地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
北京	1	北京交通广播	1.58%	20.7%
	2	北京新闻广播	0.84%	11%
	3	北京音乐广播	0.80%	10.5%
	4	中央电台中国之声	0.65%	8.5%
	5	北京文艺广播	0.57%	7.5%

Source：赛立信

上海：上海地区的电台市场的竞争主要存在于本地电台中，上海地区的电台中近96%是本地电台，其中，收听率排名前5的主要是音乐、新闻、交通电台。

2015 上海地区电台竞争格局



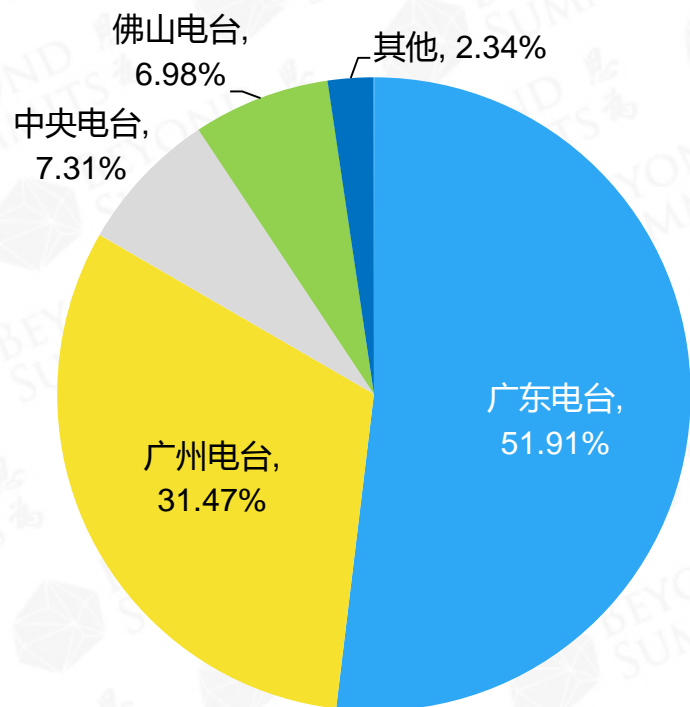
2015年9月，上海地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
上海	1	上海流行音乐广播[动感101]	1.04%	15.4%
	2	上海990新闻广播	0.69%	10.3%
	3	上海交通广播	0.63%	9.3%
	4	上海东广新闻资讯广播	0.55%	8.2%
	5	上海流行音乐广播[LOVE RADIO]	0.52%	7.7%

Source：赛立信

广东：省级电台的市场份额占据半壁江山，继续保持领先地位，广州电台以超过三成的市场份额步步逼近。从收听表现来看，音乐、交通、新闻类频率在广州地区广播收听市场中表现抢眼，市场影响力较大。

2015 广州地区电台竞争格局



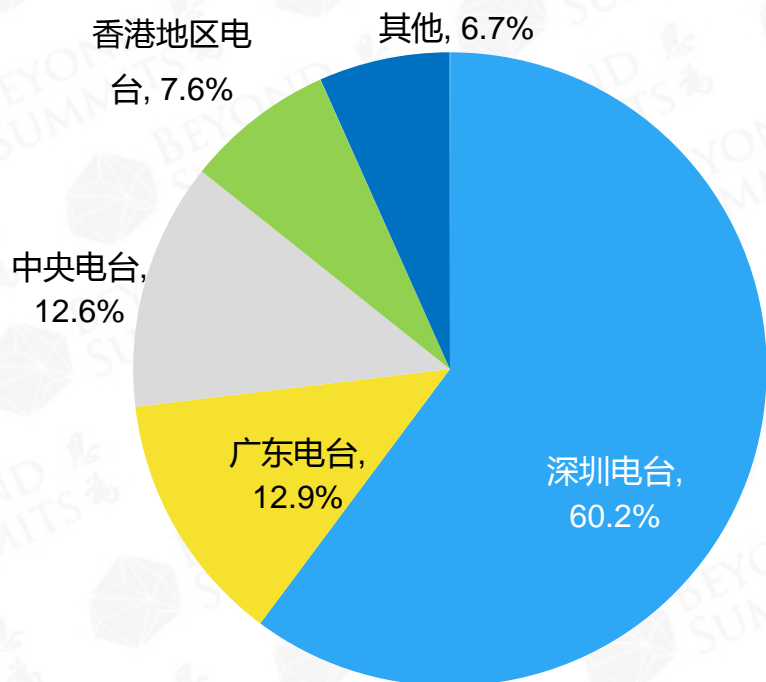
2015年9月，广州地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
广州	1	广东羊城交通台	0.94%	15.3%
	2	广东音乐之声	0.72%	11.8%
	3	广东珠江经济台	0.62%	10.2%
	4	广州新闻电台	0.56%	9.2%
	5	广州金曲音乐广播	0.53%	8.6%

Source：赛立信

深圳：市级电台的市场份额超过60%，在深圳地区继续保持主导地位。在深圳地区，深圳电台的频率整体强势，包揽前四位，而排名第四第五位的皆为服务移动人群的频率——深圳私家车942和广东电台南粤之声URadio深圳优悦广播，有较强的影响力。

2015 深圳地区电台竞争格局



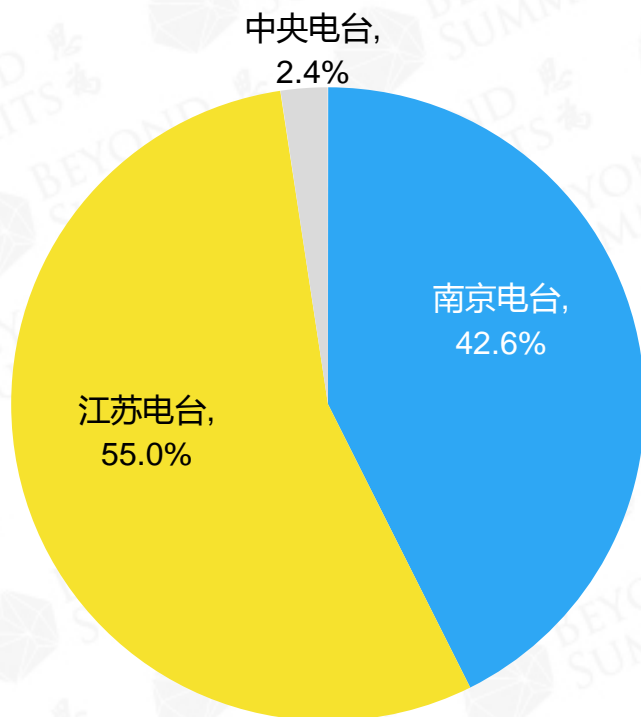
2015年9月，深圳地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
深圳	1	深圳音乐频率	1.23%	18%
	2	深圳交通频率	1.1%	16%
	3	深圳新闻频率	0.89%	13%
	4	深圳私家车942	0.62%	95
	5	南粤之声URADIO 深圳优悦广播	0.54%	7.9%

Source：赛立信

南京：在南京地区，南京交通广播表现突出，排名第二和第三位的分别是南京音乐广播和江苏新闻广播。

2015 南京地区电台竞争格局



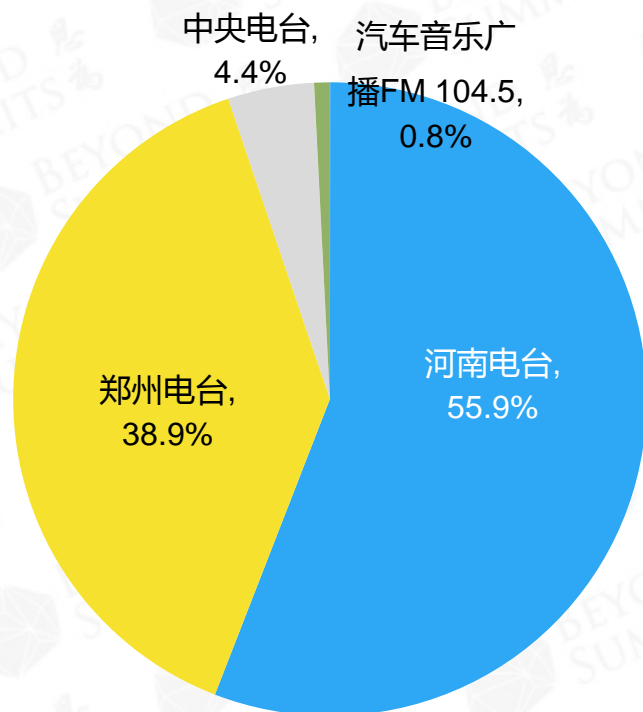
2015年9月，南京地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
南京	1	南京交通广播	0.89%	11.7%
	2	南京音乐广播	0.84%	11%
	3	江苏新闻广播	0.77%	10.2%
	4	江苏音乐广播	0.67%	8.8%
	5	江苏交通广播网	0.66%	8.7%

Source：赛立信

郑州：市场竞争主要来源于省级电台和省座城市电台，河南电台占据超过55%的整体市场份额，近四年来稳步上升。在郑州地区，交通类广播的竞争实力最强，省市两台的交通广播均在收听率排行榜中居前五之列。

2015 郑州地区电台竞争格局



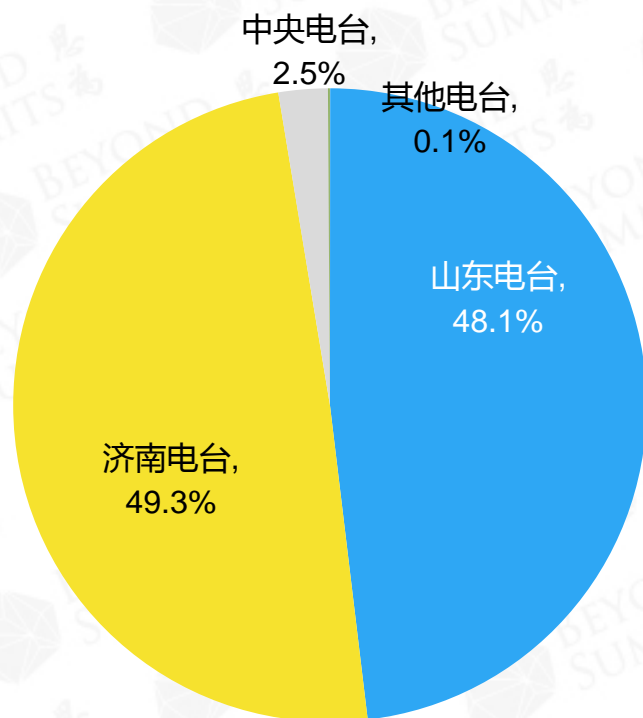
2015年9月，郑州地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
郑州	1	河南交通广播	0.97%	14.2%
	2	河南音乐广播	0.86%	12.6%
	3	郑州都市广播汽车调频	0.74%	10.8%
	4	郑州新闻广播	0.71%	10.4%
	5	河南娱乐广播 FM97.6	0.55%	8.1%

Source：赛立信

济南：2015年济南地区的广播收听市场的主要竞争在山东电台与济南电台之间展开，而且竞争异常激烈，两家电台势均力敌，市场占有率都接近50%。在济南地区，音乐类频率实力强劲，合计市场份额为23.5%，其中济南音乐广播Music88.7的市场份额为16.2%，位居榜首。

2015 济南地区电台竞争格局

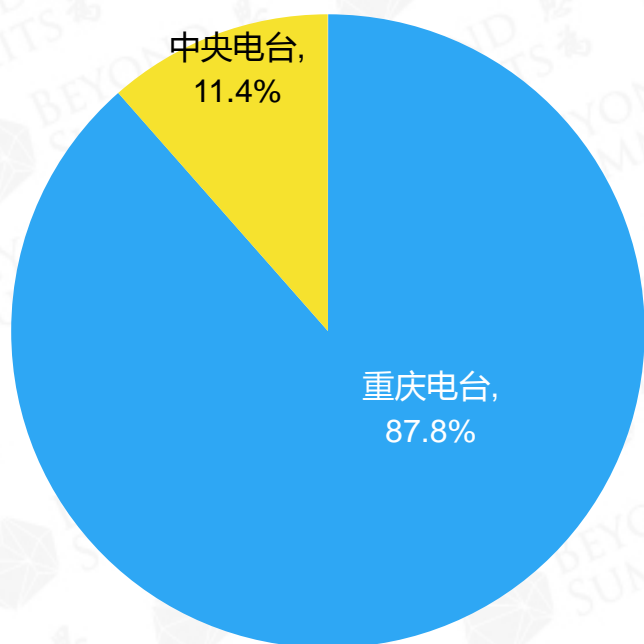


2015年9月，济南地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
济南	1	济南音乐广播 Music88.7	1.1%	16.1%
	2	山东交通频道	0.77%	11.3%
	3	济南交通广播	0.65%	9.5%
	4	山东新闻频道	0.52%	7.7%
	5	山东音乐频道	0.49%	7.2%

重庆：重庆电台牢牢抓住本土优势，以87.8%的市场份额占据优势，龙头地位稳固。重庆交通广播、重庆音乐广播和重庆新闻广播分别位列前三甲，累计占据63.5%的市场份额。

2015 重庆地区电台竞争格局



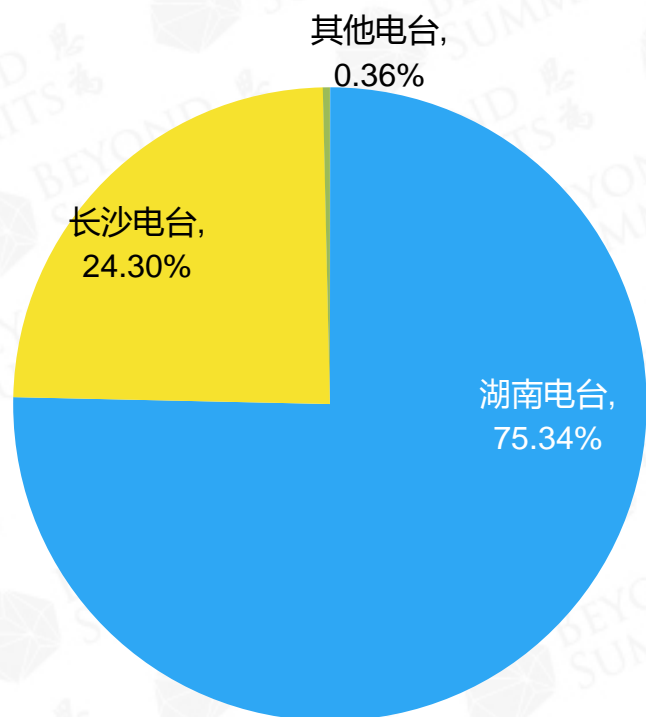
2015年9月，重庆地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
重庆	1	重庆交通广播	1.53%	23.3%
	2	重庆音乐广播	1.42%	21.6%
	3	重庆新闻广播	1.19%	18.2%
	4	重庆都市广播	0.72%	10.9%
	5	重庆经济广播	0.57%	8.6%

Source：赛立信

长沙：2015年湖南电台的市场份额比2014年同期略有下降，但湖南广播在长沙地区乃至全省广播市场继续保持主导地位。交通类频率整体强势，排名前四位的都是交通频率，其中湖南交通频道以31%的市场份额遥遥领先。

2015 长沙地区电台竞争格局



2015年9月，长沙地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
长沙	1	湖南交通频道	1.78%	31.2%
	2	湖南893汽车音乐电台	0.71%	12.4%
	3	金鹰955	0.62%	10.8%
	4	长沙交通电台	0.43%	7.5%
	5	湖南NEWS938潇湘之声	0.39%	6.8%

2015年9月，南宁地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
南宁	1	广西私家车广播	1.25%	18.7%
	2	广西文艺广播Music Radio	0.96%	14.4%
	3	南宁交通音乐广播	0.94%	14.1%
	4	广西970女主播电台	0.86%	12.9%
	5	广西交通广播	0.83%	12.4%

2015年9月，石家庄地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
石家庄	1	河北交通广播	0.77%	14.5%
	2	石家庄交通广播	0.65%	12.3%
	3	石家庄新闻广播	0.56%	10.5%
	4	河北音乐广播	0.48%	9%
	5	石家庄音乐广播	0.44%	8.3%

2015年9月，哈尔滨地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
哈尔滨	1	龙广都市女性台	2.58%	23%
	2	龙广交通台	1.4%	12.5%
	3	龙广爱家频道	1.34%	11.9%
	4	哈尔滨文艺广播	1.22%	10.8%
	5	哈尔滨交通广播	0.94%	8.4%

2015年9月，武汉地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
武汉	1	湖北楚天交通广播	0.9%	14%
	2	湖北楚天音乐广播	0.75%	11.7%
	3	湖北之声	0.6%	9.4%
	4	湖北经典音乐广播	0.49%	7.7%
	5	武汉经典音乐广播	0.49%	7.6%

2015年9月，呼和浩特地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
呼和浩特	1	内蒙古评书曲艺广播	0.55%	17.5%
	2	内蒙古交通之声	0.54%	17.2%
	3	中央电台中国之声	0.47%	15.0%
	4	中央电台音乐之声	0.40%	12.7%
	5	呼和浩特交通广播	0.19%	6.10%

2015年9月，银川地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
银川	1	宁夏交通广播	0.48%	15.7%
	2	宁夏新闻广播	0.41%	13.3%
	3	银川交通音乐广播	0.34%	11.0%
	4	宁夏都市广播	0.33%	10.6%
	5	宁夏经济广播	0.27%	8.8%

2015年9月，太原地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
太原	1	太原交通广播	1.06%	23%
	2	太原音乐广播	0.34%	7.4%
	3	山西交通广播	0.34%	7.3%
	4	中央电台中国之声	0.31%	6.7%
	5	太原综合广播	0.30%	6.6%

2015年9月，西安地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
西安	1	西安新闻广播	0.66%	12.3%
	2	西安音乐广播	0.66%	12.3%
	3	西安交通旅游广播	0.61%	11.3%
	4	陕西交通广播	0.54%	10.0%
	5	西安综艺广播	0.40%	7.4%

2015年9月，成都地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
成都	1	四川交通广播 FM101.7	0.70%	13.8%
	2	成都交通广播	0.58%	11.4%
	3	成都新闻广播	0.43%	8.5%
	4	四川新闻频率 FM106.1	0.43%	8.5%
	5	四川岷江音乐 FM95.5	0.42%	8.3%

2015年9月，天津地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
天津	1	天津电台交通广播	2.06%	28%
	2	天津电台音乐广播	1.60%	21.8%
	3	天津电台相声广播	1.04%	14.2%
	4	天津电台新闻广播	0.57%	7.7%
	5	天津电台生活广播	0.55%	7.5%

2015年9月，昆明地区赛立信收听风云榜TOP 5

地区	排名	电台/频率	收听率	市场占有率
昆明	1	云南交通之声	0.73%	13.4%
	2	云南音乐广播	0.64%	11.8%
	3	云南新闻广播	0.56%	10.4%
	4	昆明汽车广播	0.56%	10.2%
	5	云南经济广播	0.49%	9.1%

Source：赛立信