

<<中国广播收听年鉴2010>>

图书基本信息

书名：<<中国广播收听年鉴2010>>

13位ISBN编号：9787565700774

10位ISBN编号：7565700770

出版时间：2011-2

出版时间：王兰柱 中国传媒大学出版社 (2011-02出版)

作者：王兰柱 编

页数：464

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<中国广播收听年鉴2010>>

### 内容概要

为更好地服务于业界，尽可能地满足各方面对收听率数据的需要，作为我国视听率调查的领跑者，CSM媒介研究自2005年起，每年编写出版一部《中国广播收听年鉴》。

《2010中国广播收听年鉴》是CSM媒介研究编写出版的第六部收听年鉴。

《2010中国广播收听年鉴》主要包括以下四部分内容：第一部分：综述。

主要从收听环境、听众特征、听众收听行为、频率竞争格局、节目竞争格局以及广播广告投放与竞争格局等方面对2009年中国广播收听市场进行了全景式描述与分析。

第二部分：专题研究。

本部分除了对2009年新闻综合、交通、音乐、文艺、经济和都市生活几个主要频率的收听状况进行分析之外，还包括听众户内户外收听特征、中老年听众收听行为、收听率数据在广播节目评价中的应用、广播广告发展等方面的分析，以及对新媒体趋势与广播发展的思考等。

第三部分：收听数据。

这部分是CSM媒介研究2009年进行收听率调查各城市的收听统计数据，主要内容涉及人均收听时间、全天收听走势、听众构成和频率竞争状况等。

第四部分：附录。

主要包括CSM媒介研究各城市收听率调查网的基本情况。

书籍目录

第一部分 综述一、收听环境二、听众特征三、听众收听行为四、频率竞争格局五、节目竞争格局六、广播广告投放与竞争格局第二部分 专题2009年新闻综合频率收听状况分析2009年交通频率收听状况分析2009年音乐频率收听状况分析2009年文艺频率收听状况分析2009年经济频率收听状况分析2009年都市生活频率收听状况分析“窄播”定位,孰轻孰重——浅谈“窄播”频率的现状与发展听众户内户外收听特征解析广播收听市场的主力军——中老年听众收听情况简析故事广播讲好故事——故事广播收听状况分析收听率数据在广播节目评价中的应用金融危机背景下的广播广告发展状况互联网收听不足1%,广播新媒体探路当谨慎新媒体趋势与广播发展:关于消解与重塑的讨论第三部分 数据一、北京收听数据二、长春收听数据三、长沙收听数据四、常州收听数据五、成都收听数据六、重庆收听数据七、大连收听数据八、佛山收听数据九、福州收听数据十、广州收听数据十一、杭州收听数据十二、哈尔滨收听数据十三、合肥收听数据十四、济南收听数据十五、南京收听数据十六、南宁收听数据十七、宁波收听数据十八、青岛收听数据十九、清远收听数据二十、上海收听数据二十一、韶关收听数据二十二、绍兴收听数据二十三、沈阳收听数据二十四、深圳收听数据二十五、石家庄收听数据二十六、苏州收听数据二十七、天津收听数据二十八、乌鲁木齐收听数据二十九、武汉收听数据三十、无锡收听数据三十一、西安收听数据三十二、厦门收听数据三十三、郑州收听数据三十四、淄博收听数据第四部分 附录CSM各收听率调查网概况

## 章节摘录

插图：3.细分市场SMG集团保持垄断。

中央人民广播电台在学生及高端群体中优势较大2009年，在上海广播收听市场处于绝对垄断地位的SMG集团所属频率将竞争优势进一步扩大到各目标听众细分收听市场，在多数细分听众市场的收听份额在95%以上，在某些群体中的收听市场份额甚至达到99%，具有绝对的领先优势。

中央级频率面对这样的强势竞争对手，仅能依靠自己的传统优势节目来吸引部分与自己定位较为契合的目标听众，从而获得细分收听市场上的份额提升。

在以性别为细分标准的收听市场上，中央人民广播电台和SMG集团所属频率在男性听众中的收听份额略高于女性听众，但差异不大，仅在0.1个百分点左右；中国国际广播电台则是在女性听众中的收听份额略高于男性听众，差异也为0.1个百分点。

在以年龄为细分标准的收听市场上，SMG集团所属频率在10—24岁及55-64岁年龄段听众中的收听份额较高，其中在10—14岁听众中的收听份额达到97.8%，显示出SMG所属频率在年轻听众中的影响力。

中央人民广播电台在45-54岁的中年听众及65岁及以上的老年听众中的收听份额较10岁及以上所有听众平均水平有所提升，都达到4.5%以上，其中65岁及以上听众的收听份额更是高达7.1%。

相对而言，中国国际广播电台在15-24岁年轻听众以及35~44岁的青年听众中的收听份额表现突出，是其在10岁及以上所有听众中份额的两倍以上。

在以学历为细分标准的收听市场上，未受过正规教育的听众中SMG集团所属频率的收听份额明显高于10岁以上所有听众平均水平，达到99.1%；初高中学历的听众所占比重也略高于所有听众平均水平。

中央人民广播电台则对小学学历的听众吸引力更强，该类群体对中央人民广播电台的收听份额达到13.7%，是10岁及以上所有听众对其收听份额平均水平的三倍以上。

中国国际广播电台更受高学历听众的喜爱，大学及以上学历听众中其收听份额较10岁及以上所有听众高出1.3个百分点。

在以职业为细分标准的收听市场上，个体/私营企业人员和工人中SMG集团所属频率的收听份额明显提升，达到97%以上。

中央人民广播电台受到干部/管理人员及无业听众的喜爱，他们对中央人民广播电台的收听份额达到4.5%以上。

中国国际广播电台对学生和干部/管理人员吸引力更强，其中学生听众中其收听份额高达1.8%，干部/管理人员对其收听份额更是达到3.6%。

<<中国广播收听年鉴2010>>

编辑推荐

《中国广播收听年鉴2010》是由中国传媒大学出版社出版的。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>