

<<中国广播研究报告>>

图书基本信息

书名：<<中国广播研究报告>>

13位ISBN编号：9787811279757

10位ISBN编号：7811279754

出版时间：2010-9

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：黄学平 编

页数：333

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>

<<中国广播研究报告>>

前言

在全球金融危机之下，2009年广播进入“自我修炼”的阶段，在连续多年的高速增长之后进入了一个相对平缓的调整时期。

回顾2009年全国广播市场，我们可以看到：广播节目“本土化”、“区域化”更趋明显；广播频率定位专业化、类型化更趋成熟；传播渠道多元化，不再局限单一传播模式；广播经营多元化……广播经历的变化耐人寻味，值得深思。

然而，广播业界越来越强烈的意识到创新是广播未来发展的关键。

凡此种种，都让我们有理由相信，2010年在节目、技术、媒体融合等各方面的创新将能够为中国广播带来更大的发展契机。

今年出版的编年体《中国广播研究报告（2009-2010）》，不仅记录了2009年中国广播市场的前进脚步，而且涵盖了思考和探索中国广播的制变策略和发展之路。

《中国广播研究报告（2009-2010）》分为分析篇和数据篇。

分析篇收录了由资深研究人员撰写的中国广播市场研究报告，涉及2009-2010年度全国媒体和广播市场的竞争格局、各种专业化、类型化广播收听市场发展现状深度分析，并从后金融危机下的中国广播进行了深入的透析，探讨后金融危机下的广播如何应对。

从不同角度阐明广播和受众的特点及趋势，不仅将其放在整个媒体竞争的大环境下进行考量，更在广播的产业化、市场化、专业化，电台的主动营销、积极策略上进行了深入探讨，从更开阔的思考角度解析了2009年广播市场的发展与问题；数据篇以全国最大的调查网络为支撑，以大量科学数据为基础，以简单直观的图表为主要表现形式，收录了全国52个主要城市的收听率调查数据。

广播收听率作为广播市场经营的“通用货币”，是反映电台实力和影响力的标志，是判断广播节目好坏的标准。

收听率数据之所以能引起广泛重视，很大程度上得益于它在经营和节目编排上所发挥的指导作用。

通过各类媒体之间的到达率比较，展示广播媒体受众的“广度”，凸现广播在大众媒体中的市场地位和竞争优势；通过收听率、占有率数据的比较，分析频率的优势和竞争力；推算广播媒体的听众规模，分析广播广告送达的受众数量，即听众规模价值。

<<中国广播研究报告>>

内容概要

广播收听率作为广播市场经营的“通用货币”，是反映电台实力和影响力的标志，是判断广播节目好坏的标准。

收听率数据之所以能引起广泛重视，很大程度上得益于它在经营和节目编排上所发挥的指导作用。通过各类媒体之间的到达率比较，展示广播媒体受众的“广度”，凸现广播在大众媒体中的市场地位和竞争优势；通过收听率、占有率数据的比较，分析频率的优势和竞争力；推算广播媒体的听众规模，分析广播广告送达的受众数量，即听众规模价值。

<<中国广播研究报告>>

书籍目录

前言分析篇 后金融危机下的中国广播 中国广播市场：地方电台彰显竞争优势 中国广播听众及其收听行为之新趋势 二三线城市广播收听市场现状与思考 珠江三角洲地区广播市场浅析 突出优势，再展宏图 类型化广播，2010年待放的玫瑰 故事广播2009：坐看云起时 老年听众的收听习惯及老年广播探讨 网络广播：犹抱琵琶半遮面 浅谈后金融危机时代广播的应对措施 广播媒体的生活接触点价值 受众视角下的广播广告数据篇 一、2009年北京地区收听率数据 二、2009年上海地区收听率数据 三、2009年广州地区收听率数据 四、2009年天津地区收听率数据 五、2009年沈阳地区收听率数据 六、2009年西安地区收听率数据 七、2009年武汉地区收听率数据 八、2009年成都地区收听率数据 九、2009年合肥地区收听率数据 十、2009年杭州地区收听率数据 十一、2009年呼和浩特地区收听率数据 十二、2009年包头地区收听率数据 十三、2009年大连地区收听率数据 十四、2009年抚顺地区收听率数据 十五、2009年长春地区收听率数据 十六、2009年大庆地区收听率数据 十七、2009年乌鲁木齐地区收听率数据 十八、2009年兰州地区收听率数据 十九、2009年郑州地区收听率数据 二十、2009年安阳地区收听率数据 二十一、2009年廊坊地区收听率数据 二十二、2009年济南地区收听率数据 二十三、2009年烟台地区收听率数据 二十四、2009年济宁地区收听率数据 二十五、2009年扬州地区收听率数据 二十六、2009年徐州地区收听率数据 二十七、2009年张家港地区收听率数据 二十八、2009年江阴地区收听率数据 二十九、2009年盐城地区收听率数据 三十、2009年温州地区收听率数据 三十一、2009年台州地区收听率数据 三十二、2009年湖州地区收听率数据 三十三、2009年长沙地区收听率数据 三十四、2009年贵阳地区收听率数据 三十五、2009年重庆地区收听率数据 三十六、2009年南昌地区收听率数据 三十七、2009年福州地区收听率数据 三十八、2009年泉州地区收听率数据 三十九、2009年厦门地区收听率数据 四十、2009年南宁地区地听率数据 四十一、2009年桂林地区收听率数据 四十二、2009年柳州地区收听率数据 四十三、2009年深圳地区收听率数据 四十四、2009年东莞地区收听率数据 四十五、2009年中山地区收听率数据 四十六、2009年江门地区收听率数据 四十七、2009年新会地区收听率数据 四十八、2009年潮州地区收听率数据 四十九、2009年汕头地区收听率数据 五十、2009年惠州地区收听率数据 五十一、2009年揭阳地区收听率数据 五十二、2009年梅州地区收听率数据分析篇图 表索引全国广播媒体频率一览表

<<中国广播研究报告>>

章节摘录

插图：自2002年中央电台音乐之声频率打造了一个类型化频率运营的成功案例之后，很多地区电台也以类型化频率的理念和思路渗透在频率运营过程中。

但从实际的频率定位和节目呈现来看，目前国内真正意义上的类型化频率数量极少，种类也比较单一。

音乐类频率类型化模式相对较为成熟，新闻类频率类型化仍处于起步阶段。

总的来说，目前广播专业化发展基本成为业内共识，但类型化频率在国内广播市场远远尚未形成潮流和气候。

“当下国内广播频率专业化的发展，总体上还处在一种‘小综合’的状态……包括普遍存在的交通广播、音乐广播大体皆属此类。

广播行业在这种层面上的运行，可能还要维持相当长一段时间。

”2008年底，赛立信在媒介形态变迁的视角下提出了对类型化广播的新解读，即：类型化广播是以电台的单个频率为基本单位载体，采用格式化播出手段，同一频率提供同质性内容，不同频率对受众交叉覆盖的创新的广播媒介表现形式。

并将类型化广播与专业化广播做了较为深入的比较和区分。

这种区分在理论上有着积极的意义，但是就目前国内广播市场的结构和现状来看，广播媒体整体处于寻求突围之路的大环境下，各种形式和定位的频率表现形式都在尝试和检验其效果。

类型化改革的尝试，更要结合国内和地区广播市场的实际，结合受众的多层次需求，最终在市场表现中接受检验。

本文通过类型化频率整体竞争格局特点以及类型化频率在所在城市广播市场收听表现特点两大方面把握2009年类型化广播的发展态势。

<<中国广播研究报告>>

编辑推荐

《中国广播研究报告(2009-2010)》是由中国传媒大学出版社出版的。

<<中国广播研究报告>>

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>