

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

- 2015 年新闻综合类频率收听状况分析
- 2015 年交通类频率收听状况分析
- 2015 年音乐类频率收听状况分析
- 2015 年文艺类频率收听状况分析
- 2015 年都市生活类频率收听状况分析
- 一路上有你——晚高峰时段广播市场动态浅析
- 重大新闻事件在各媒体平台的传播表现——以“9.3”抗战胜利阅兵为例
- 方言类广播节目发展现状及特色
- 坚守优势，破茧重塑——2015 年广播广告市场新观察
- 广播受众新媒体接触与消费状况分析
- 老广播，新动向——基于客户访谈的综述
- CSM 广播虚拟测量仪调查法解析及与日记卡法比较
- 创新调查方法，提升广播价值
- 新传播环境下广播媒体面临的挑战及对策

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、 邯郸收听数据
- 十二、 杭州收听数据
- 十三、 哈尔滨收听数据
- 十四、 合肥收听数据
- 十五、 济南收听数据
- 十六、 昆明收听数据
- 十七、 南昌收听数据
- 十八、 南京收听数据
- 十九、 南宁收听数据
- 二十、 宁波收听数据
- 二十一、 青岛收听数据
- 二十二、 清远收听数据
- 二十三、 泉州收听数据
- 二十四、 汕头收听数据
- 二十五、 上海收听数据
- 二十六、 沈阳收听数据
- 二十七、 深圳收听数据
- 二十八、 石家庄收听数据
- 二十九、 苏州收听数据
- 三十、 太原收听数据
- 三十一、 天津收听数据
- 三十二、 乌鲁木齐收听数据

- 三十三、 武汉收听数据
- 三十四、 无锡收听数据
- 三十五、 西安收听数据
- 三十六、 厦门收听数据
- 三十七、 郑州收听数据
- 三十八、 安徽收听数据
- 三十九、 福建收听数据
- 四十、 辽宁收听数据

第四部分 附录

CSM 各收听率调查网概况