

2016 年新闻综合类频率收听状况分析

随着新媒体，新技术的不断发展和普及，信息接收方式发生了翻天覆地的变化，这在一定程度上给传统媒体造成了较大的冲击，作为传统媒体的代表之一——广播也难以幸免，新闻综合类频率当然也身处其间。新闻综合类频率作为各广播电台的“三驾马车”之一，历来扮演着“顶梁柱”的角色。那么该类型频率在 2016 年的收听状况如何？有哪些新的特点？本文主要基于 CSM 媒介研究 2016 年 36 个城市收听率调查（四波调查）数据，对 2016 年新闻综合类频率的收听状况及一些典型的新闻综合类节目进行解析，以期对业内人士有所启发¹。

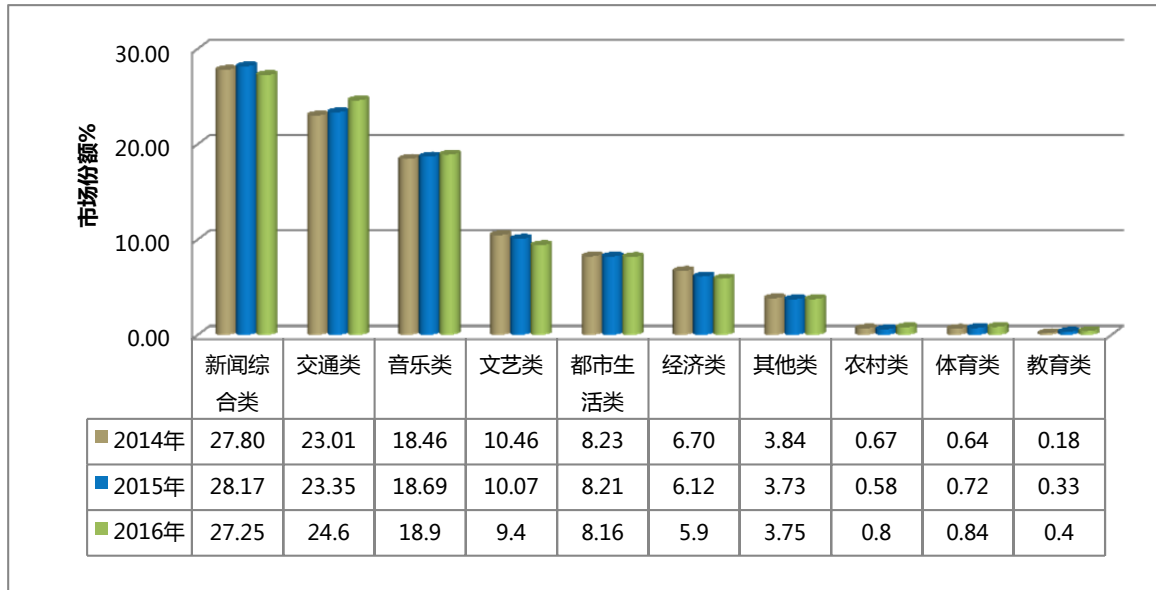
一、新闻综合类频率在各专业类别频率中的竞争地位

1、新闻综合类频率所占市场份额在各专业频率中仍位居首位

2016 年各类型专业频率所占市场份额表明，新闻综合类频率以 27.25% 的市场份额居于首位，交通类频率位列其次，所占市场份额为 24.60%，音乐类频率排名第三，所占份额为 18.90%，然后依次为文艺类、都市生活类和经济类频率，所占市场份额均在 5%-10% 之间（图 1）。其中交通类和音乐类频率 2016 年所占市场份额均高于 2015 年，涨幅分别为 5.35% 和 1.12%。新闻综合类频率所占市场份额则呈逐年下滑的态势，但优势仍在，未来如何在守住现有盘子的基础上继续扩大“战果”，是需要广大新闻人思考的问题。

图 1 2014-2016 年各专业频率所占市场份额（%）比较

¹ 如无特殊说明，本文中涉及到历年对比数据所用城市组合为各年独立城市组合。涉及到 2016 年数据所用城市组合为 2016 年 36 城市组合，36 城市具体包括：北京、长春、长沙、成都、重庆、大连、佛山、福州、广州、邯郸、杭州、哈尔滨、合肥、昆明、济南、南昌、南京、南宁、宁波、青岛、清远、泉州、上海、汕头、沈阳、深圳、石家庄、苏州、太原、天津、乌鲁木齐、武汉、无锡、西安、厦门和郑州。

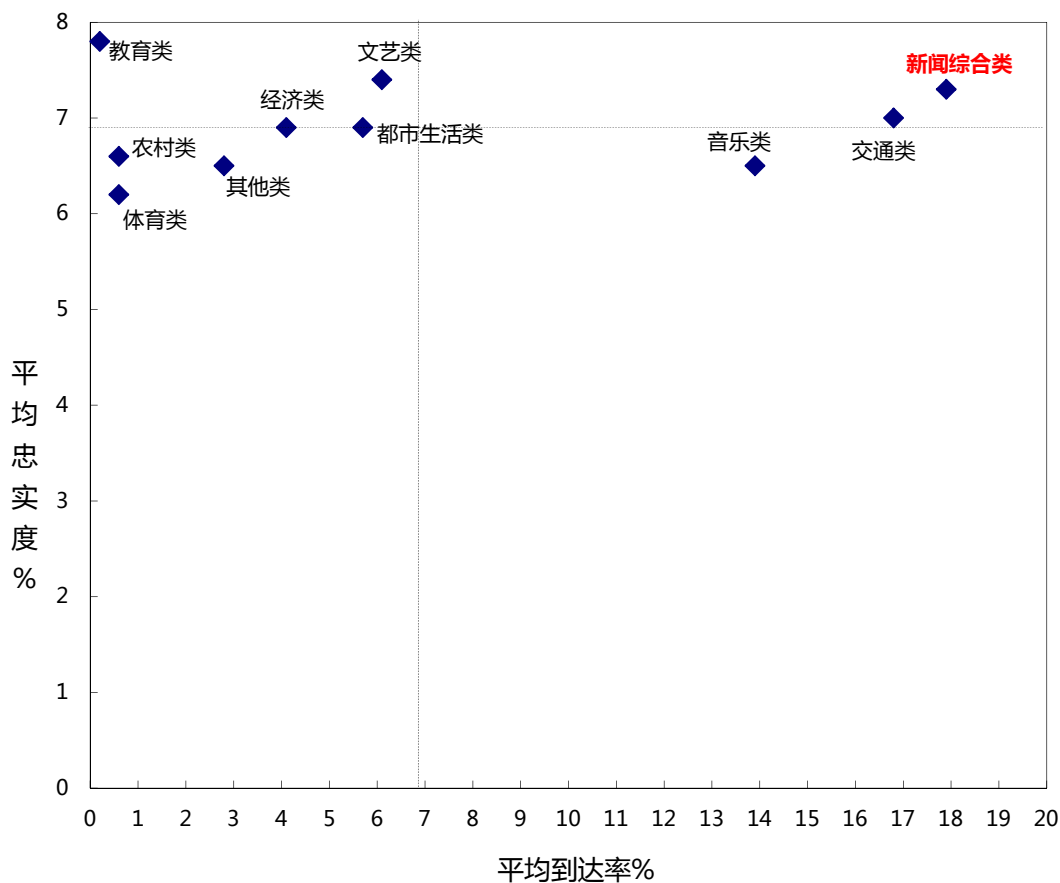


数据来源：CSM 媒介研究

2、新闻综合类频率的听众规模和听众粘性均位居各类频率前列

平均到达率和平均忠实度是考量频率竞争力的两个维度，前者反映了频率的听众规模大小，后者反映了听众对频率的粘性高低，二者结合可以反映一类频率的竞争实力。2016年各类频率的平均到达率和平均忠实度数据显示，新闻综合类频率的听众规模遥遥领先于其他类别频率，听众粘性也位列前三，竞争优势凸显（图2）。

图2 2016年各类专业频率的平均到达率（%）和平均忠实度（%）



数据来源：CSM 媒介研究

3、新闻综合类频率家中听众规模优势明显，车上听众规模较上年下滑

2016年各频率在不同收听场所的到达率数据显示(图3)，在所有场所，交通类频率以微弱优势位居榜首，新闻综合类频率紧随其后，音乐类频率位列第三，然后依次为都市生活类、文艺类和经济类频率；从家中听众规模(到达率)来看，新闻综合类频率一枝独秀，音乐类和交通类频率分列二、三位，然后顺次为都市生活类、文艺类和经济类；区别于前两个场所，车上听众规模交通类频率独占鳌头，音乐类频率紧随其次，新闻综合类频率位居第三，相较于前两类频率，新闻综合类频率在车上不占优势，侧重于播报路况信息、休闲娱乐、音乐节目的交通类和音乐类频率更受听众青睐。