

中国媒体概览 China Media Overview



Radio

Summary :

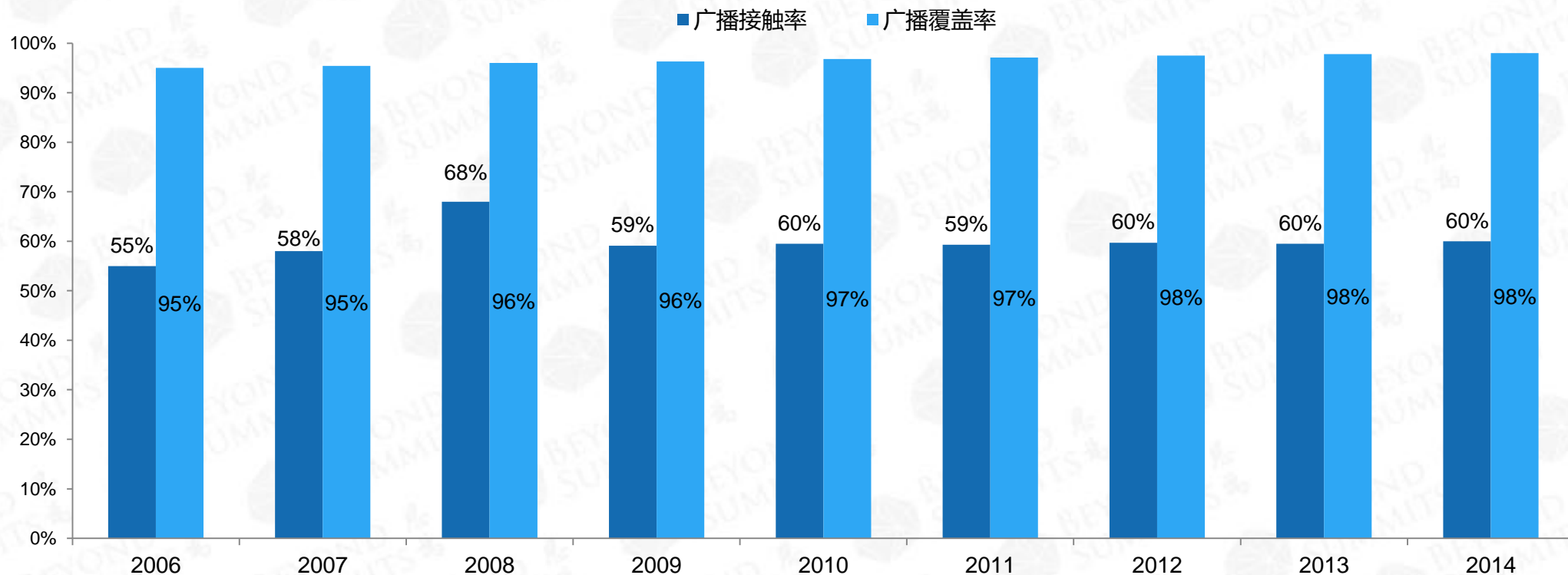
- 中国广播的覆盖率达到90%，但有收听行为或习惯的广播受众只有60%，只有一半的中国人是广播媒体的现实粉丝。
- 越来越多的城市受众选择手机、车载系统和电脑等数字设备来收听广播，传统收音机的比重日渐式微。受众大多在家中和车上收听广播，但是每天收听时长近年来不断减少。
- 近年，在车上听广播的人已经超过在家听广播的人群数量。同时随着移动广播APP的流行，在户外听广播的人也越来越多。
- 电台收听高峰出现在上下班时间，进一步印证车载收音系统和移动收音APP的流行。

Summary :

- 交通状况、音乐节目和新闻资讯是广播用户收听最多的内容品类。传统收音机的用户倾向收听新闻，车载收音系统的用户更喜欢收听交通状况相关的内容。省市级电台是大众最主要的收听频道。
- 内容营销成为未来广播广告新趋势。未来广播媒体除了硬广以外更看中整合营销方案。未来的整合营销更加倾向于个性化定制，每一个客户都有个性化定。

中国广播的覆盖率接近全覆盖，但是接触率始终保持在60%左右。

2000-2013年中国广播接触率VS覆盖率



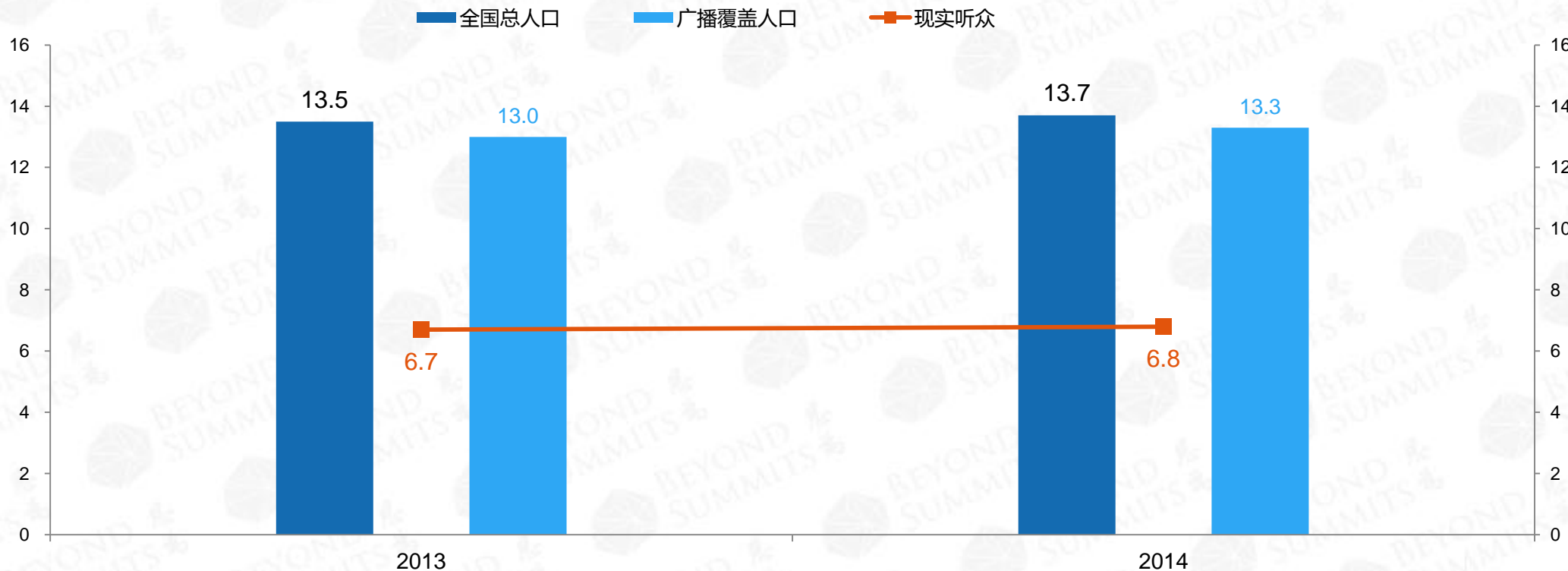
Source : 赛立信媒介研究、国家统计局

接触率：指过去1个月内有收听广播行为的人口占具备收听广播能力的人口比率；

覆盖率：广播节目信号在一特定地域中所能送达的地区的人口数在该地区人口总数中所占的比例。

只有一半的中国人口是广播的现实听众。

中国广播听众规模（单位：亿人）



Source : 赛立信 《2013-14 年中国广播收听市场综述》

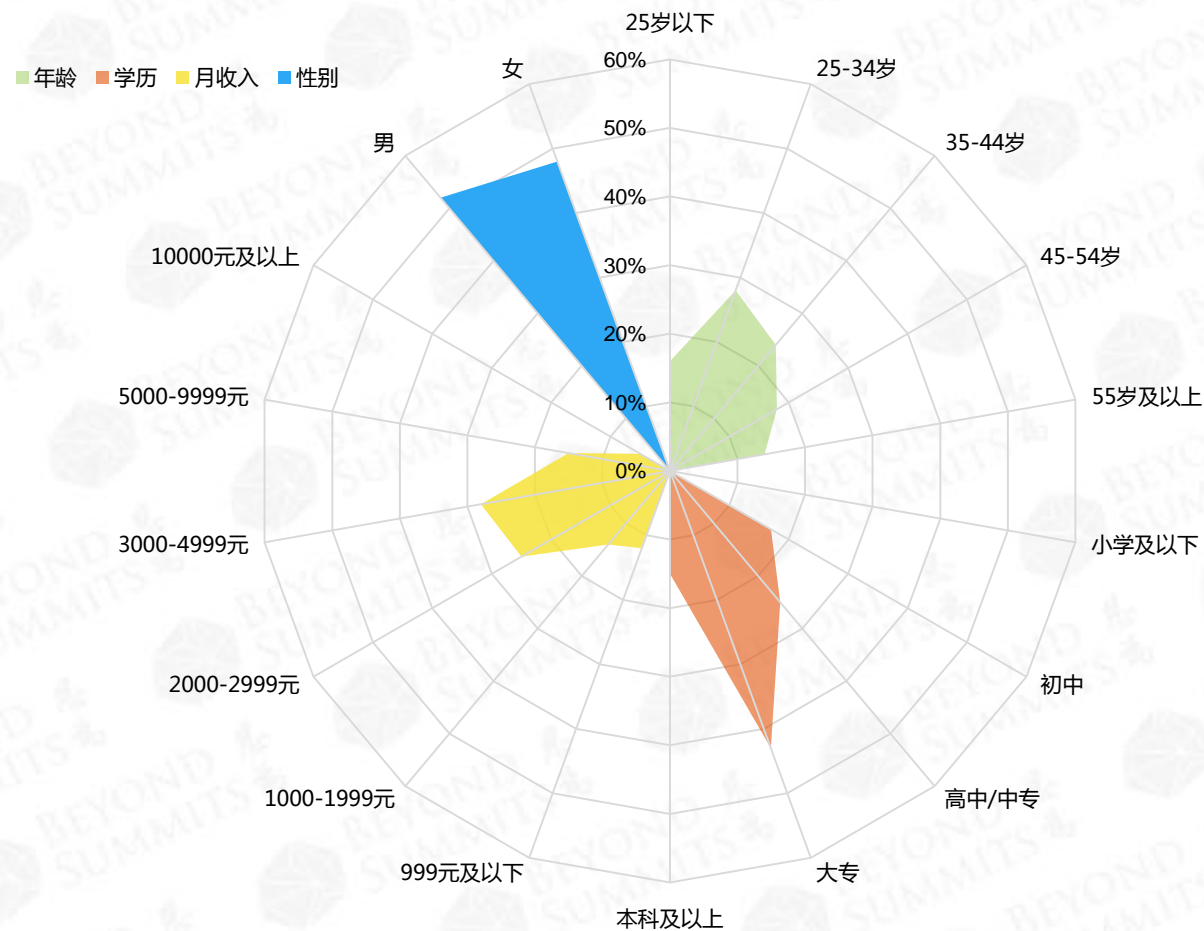
25-44岁人群是广播的主流受众。

教育程度以大专和高中水平为主。

受众收入集中在2000-5000元。

男性略多。

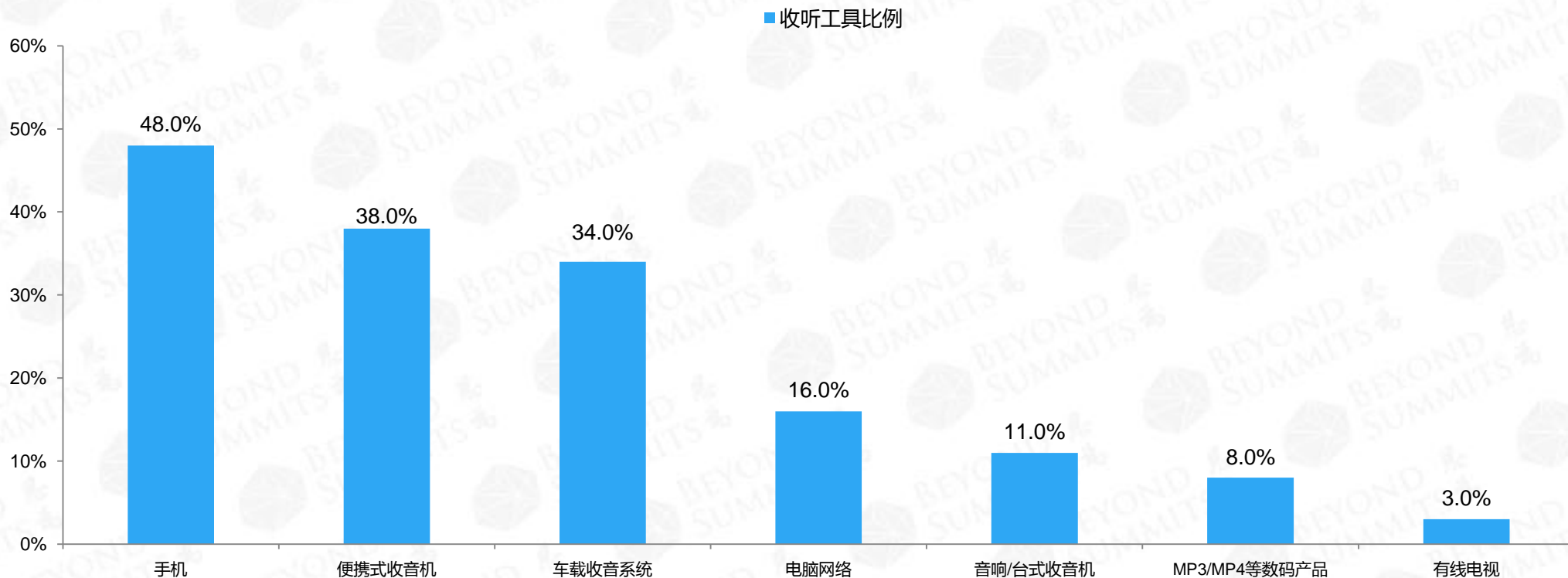
中国广播城市听众的构成



Source : 赛立信 《2013年中国广播城市听众的构成数据》

城市里，越来越多的受众逐渐选择手机、车载系统和电脑等数字设备来收听广播，传统收音机的比重日渐式微。

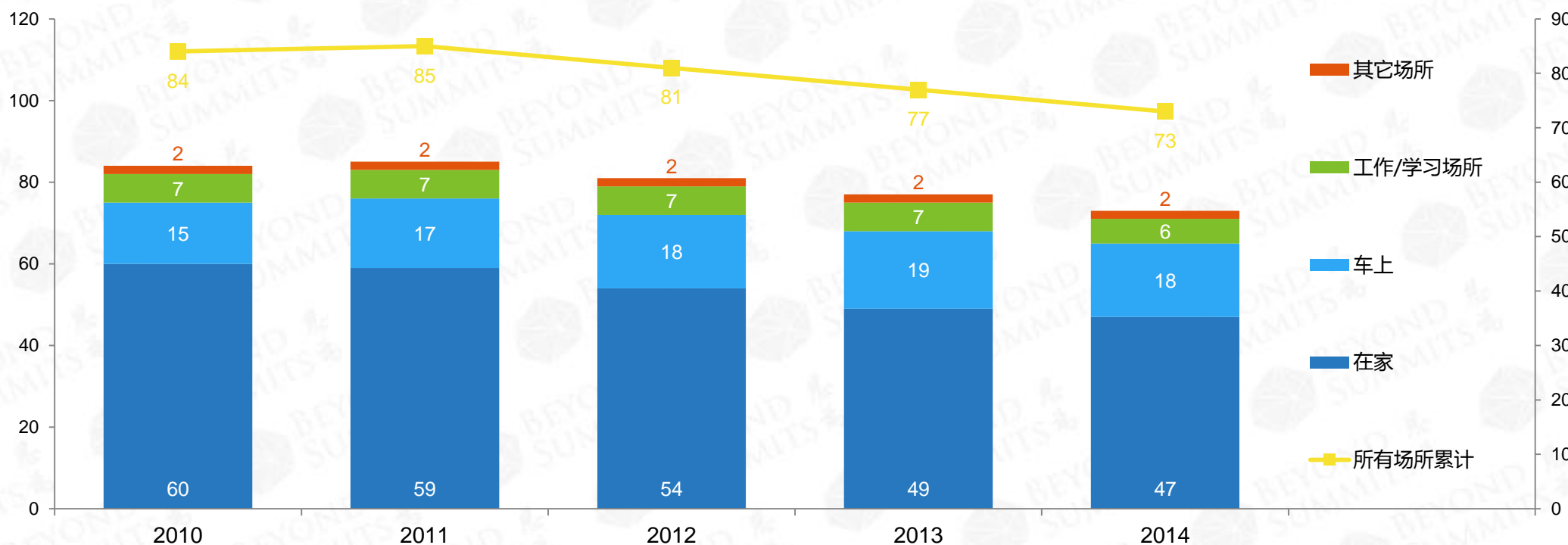
2013年城市广播听众收听广播的工具



Source : 赛立信 《2013年城市广播听众收听广播的工具数据》

广播受众大多在家中和车上收听广播，但是每天收听时长近年来不断减少。

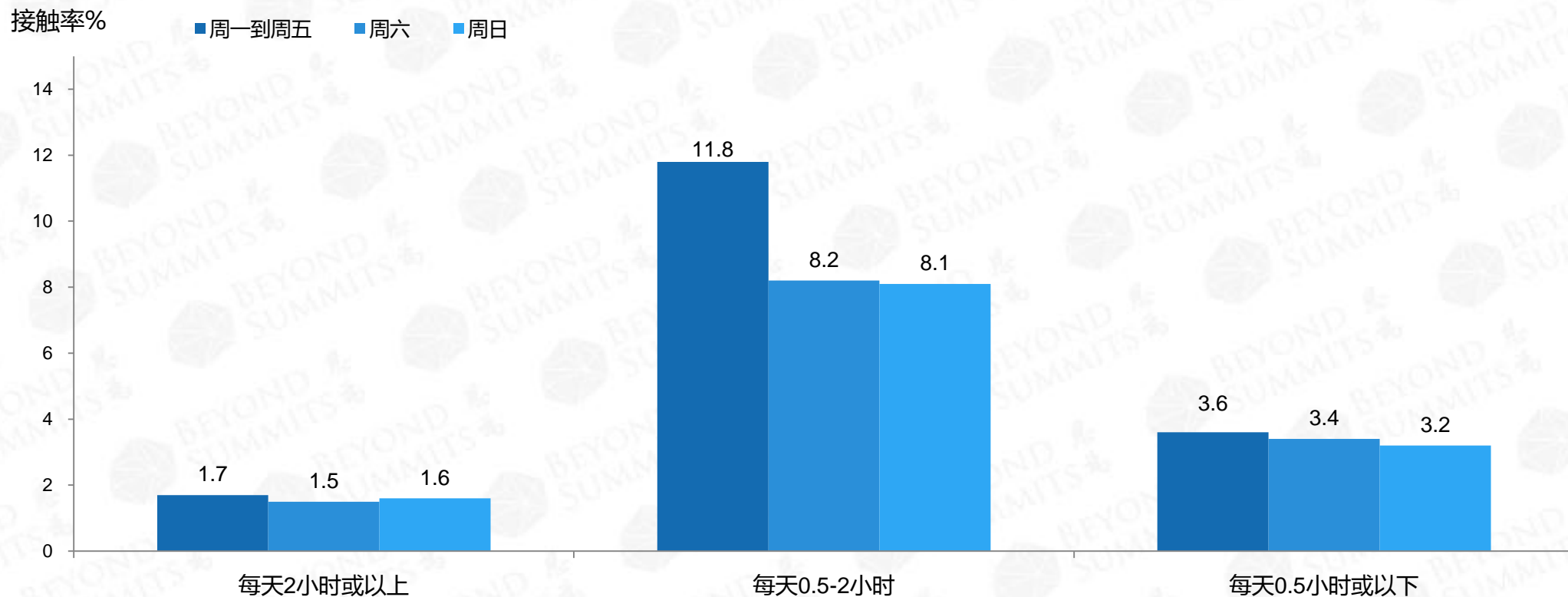
广播听众不同收听场所的人均日收听分钟数



Source : 赛立信 《2014 年中国广播收听市场综述》

电台收听以每天0.5-2小时居多，与上下班开车通勤时间相符。

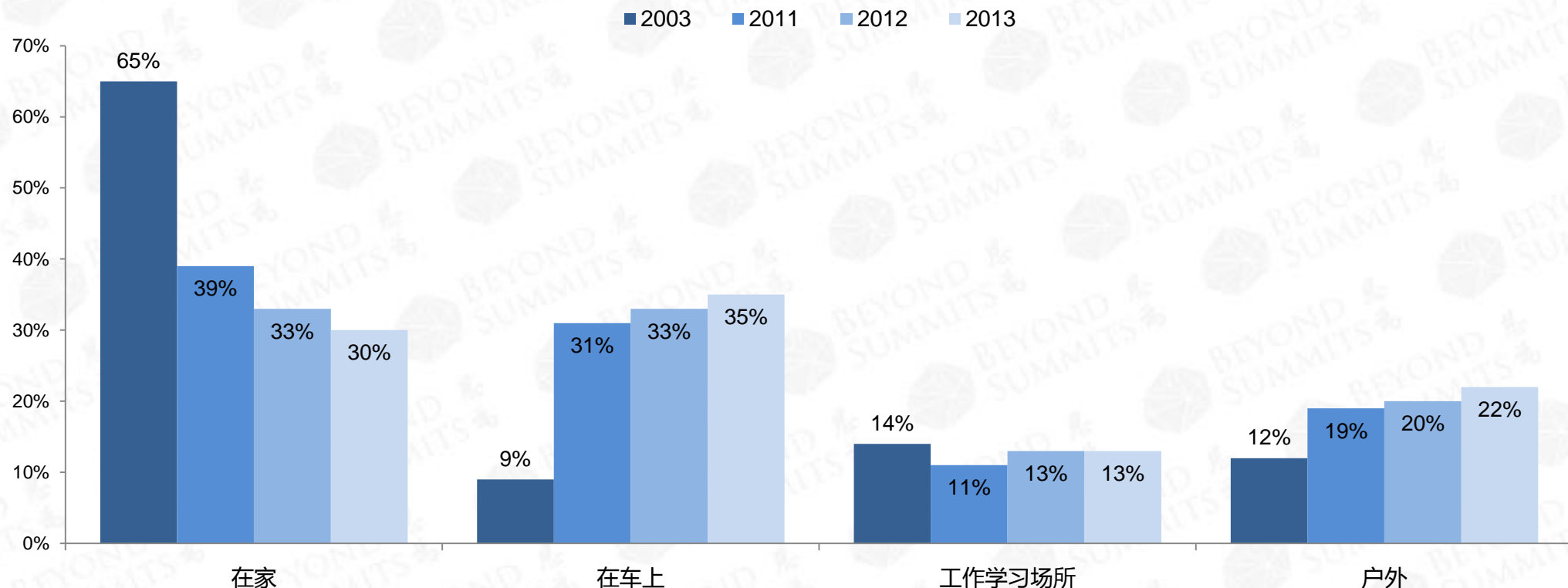
电台媒体每天接触率



Source : CMMS , 2014年 , 全国 , P35-50

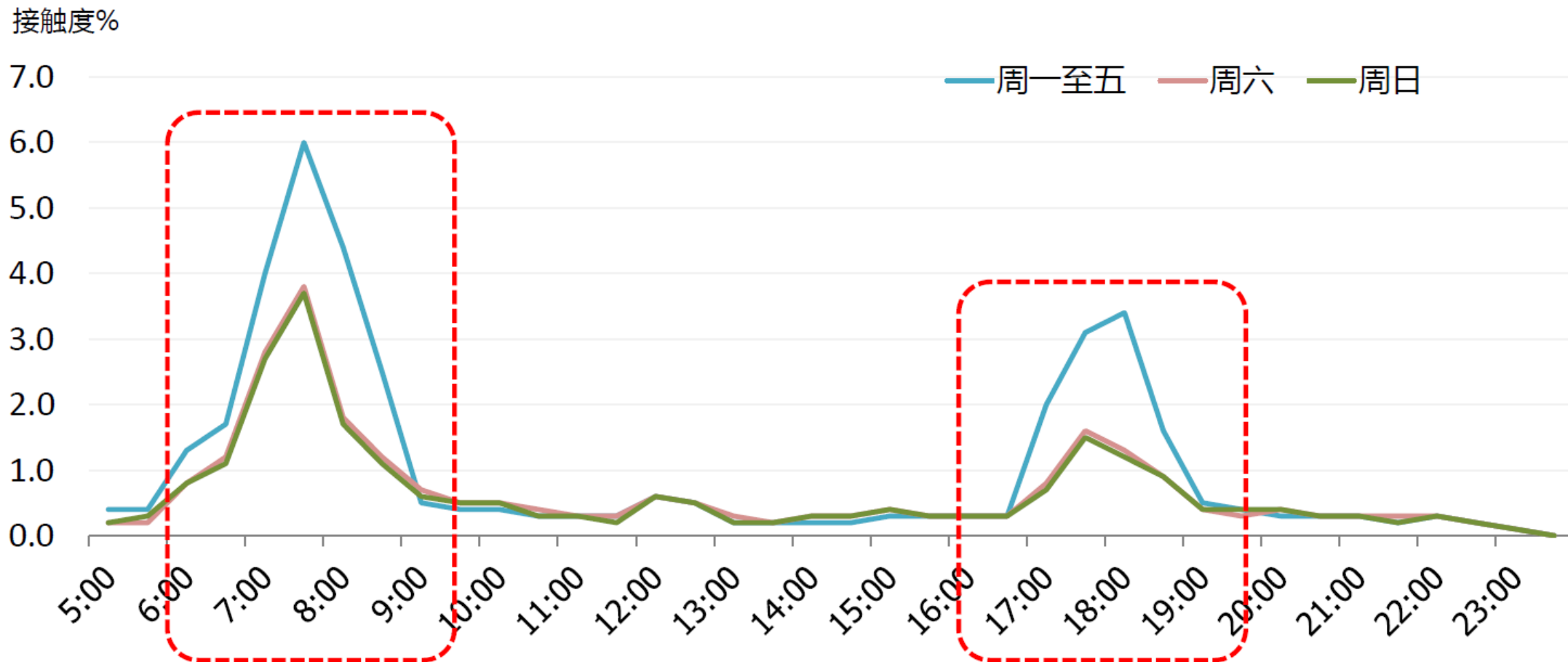
近年，在车上听广播的人已经超过在家听广播的人群数量了。同时随着移动广播APP的流行，在户外听广播的人也越来越多。

十年来听众在不同场所的收听量比例



Source : 赛立信 《2013年中国广播收听市场综述》

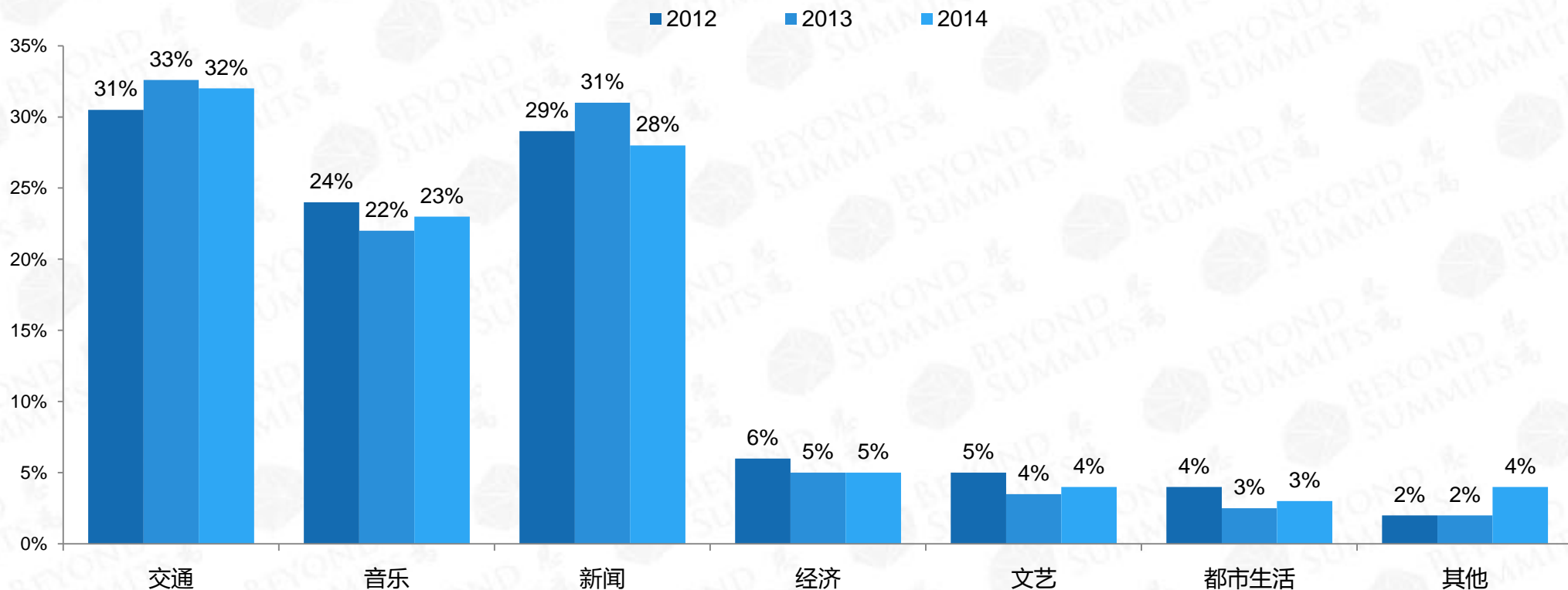
电台收听高峰出现在上下班时间，进一步印证车载收音系统的流行。



Source : CMMS , 2014年 , 全国 , P35-50

交通状况、音乐节目和新闻资讯是广播用户收听最多的内容品类。

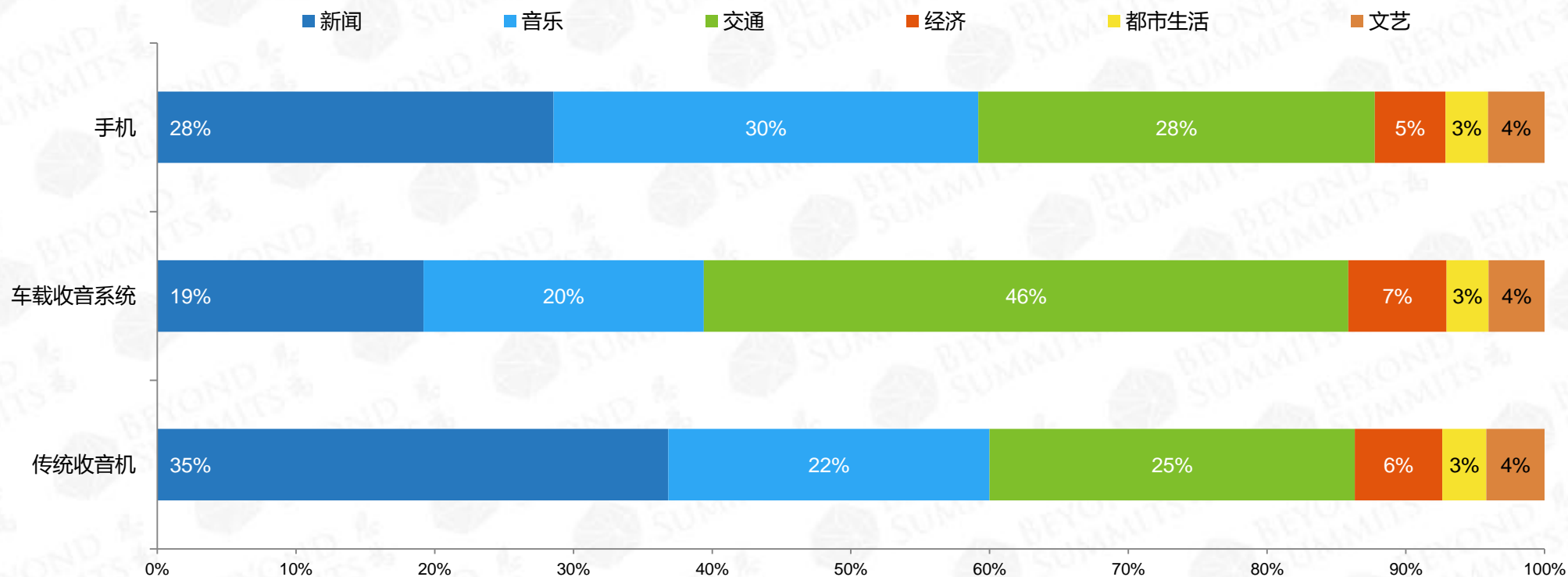
2012-2014年全国广播收听市场各类频率的市场份额



Source : 赛立信 《2014年中国广播收听市场综述》

传统收音机的用户还是倾向收听新闻，车载收音系统的用户更喜欢收听交通状况相关的内容。

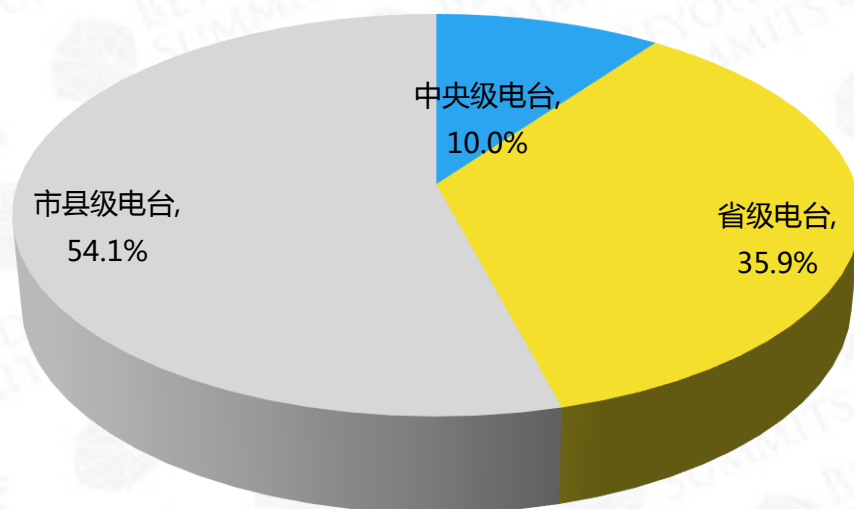
2014年各类频率在不同收听终端的市场份额



Source : 赛立信 《2014年中国广播收听市场综述》

电台格局方面，还是以省市级电台为主要收听频道。

2014年全国广播收听市场
各级电台的市场份额



2013年中国各地区广播市场格局

	东北	华北	华东	华中	西北	华南	西南
中央级电台	13.2%	19.5%	6.6%	6.8%	12.5%	5.5%	7.2%
省级电台	45.6%	30.1%	37.2%	41.3%	40.2%	24.0%	42.2%
市县级电台	41.2%	50.4%	56.2%	51.9%	47.3%	70.5%	50.6%

Source : 赛立信 《2014年中国广播收听市场综述》

广播广告投放集中在交通、综合频道，一线城市优势明显。

广告刊例收入TOP10的广播电台（2013年1-8月；单位：亿元）

1	江苏交通广播网
2	中央人民广播一套
3	广东电台羊城交通广播
4	浙江人民广播电台交通之声
5	黑龙江人民广播电台交通广播
6	温州人民广播电台交通广播
7	上海人民广播电台动感流行音乐广播
8	广州交通电台
9	中央人民广播电台三套
10	北京人民广播电台交通广播

Source : CTR-AdEx Power软件；广告数据不包括“活动类”、“杂类”等媒体自身宣传或免费类资源

电台媒体发展趋势：

1. 内容营销成为未来广播广告新趋势

- 广播媒体具有独特的“听觉魅力”
- 广播媒体的价值、使用方式、受众感染力等方面，促使内容营销成为未来广播广告新趋势

2. 广播媒体的定制化整合营销方案将受追捧

- 广播媒体除了硬广以外未来更看中的还有整合营销方案
- 未来的整合营销更加倾向于个性化定制。每一个客户都有个性化定

上海思为文化传播有限公司是国内领先的跨境全媒体整合营销服务供应商，公司在媒体代理、跨境整合营销、全媒体营销、会展会奖服务、线下活动和市场咨询方面有着丰富的经验。

2015 China Overview 是上海思为文化传播有限公司推出的年度研究报告。整套研究报告提供了2014-2015中国宏观经济、中国媒体和中国市场三方面最新、最全、且最有价值的的数据、信息、知识、结论和洞察。整套研究报告涵盖的领域包括：经济、全媒体市场、互联网、移动互联网、社交媒体、电视、电台、杂志、报纸、户外媒体、电影、机场户外、城市研究、代际研究、富人市场、奢侈品市场、投资、旅游、汽车、跨境商业和移民及留学市场。

该报告是上海思为关于2014-2015中国电台媒体市场报告的完整版，更多报告可以通过上海思为获取。
下载地址：http://www.beyondsummits.com/reports_downloading

思为联系方式

上海办公室

地址：上海市静安区昌平路68号静安现代产业大厦701室
电话：+86 021 - 6199 2660
传真：+86 021 - 3100 1328
邮箱：info@beyondsummits.com

北京办公室

地址：北京市东城区安定门东滨河路乙1号航星工业园8号楼首层东侧
电话：+86 010 - 5619 2032
传真：+86 010 - 5166 7658
邮箱：info@beyondsummits.com

公司微信号：BSL思为跨境营销



Your Global All-media Marketer



长按二维码识别关注



BEYOND 思
SUMMITS 為

Your Global All-media Marketer

Visit our website to learn more: www.beyonddsummits.com

We have collaborating offices in

· SH · BJ · HK · TYO · SEL · SYD · MOS · BER · LON · PAR · ROM · NYC · SF ·