

音乐类广播频率发展现状

——基于典型频率的分析

卢文钊

音乐大师柴科夫斯基曾经说过：“音乐是上天给人类最伟大的礼物，只有音乐能够说明安静和静穆。”好的音乐能让人放松情绪，释放压抑感，缓解压力愉悦身心。这种伴随着人类发展而产生的古老艺术，已成为我们日常生活中不可或缺的一部分。作为以播出音乐为主的专业频率类别，音乐类广播在娱乐大众的同时也承担着对大众文化和流行文化传播的责任。身为传统广播媒体中历史最为悠久的频率类别之一，音乐广播经过多年发展，不断发展蜕变，从频率定位到播出形式，从人员素质到栏目内容都更为成熟，在现今仍然能保持经久不衰的生命力，深受听众的喜爱。

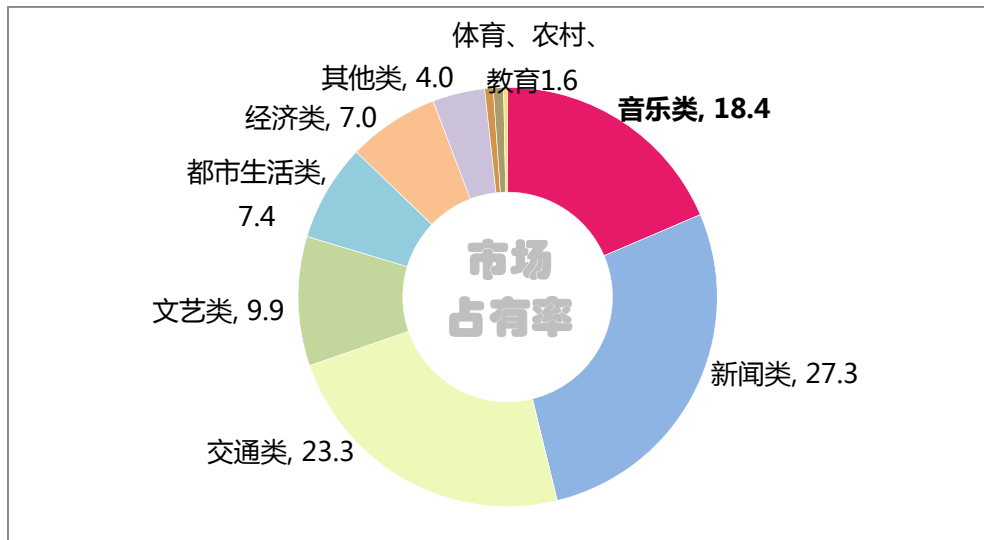
音乐广播从频率定位来说大致可分为三类，第一类为专业化音乐频率，这种类型的音乐频率在国内相对较少，其特质是会按音乐类型分门别类播放，如爵士、摇滚、流行乐等。这类频率一般受众相对小众，但听众粘性会较高；第二类为综合性音乐频率，这类频率一般都以音乐为主，但会辅助以其他栏目类型，比如交通信息、娱乐资讯等；第三类是休闲类音乐频率，这个类型的频率播放音乐类型不固定，一般是以栏目化碎片化的形式播出。国内目前大部分音乐类频率均属于第三种类型。本文以十岁及以上听众为目标，以全国范围内比较有代表性的地区和当地音乐频率为例子，对音乐类频率现状及栏目做简要分析

一、音乐类广播整体状况分析

1、全国市场各类频率竞争格局

通过对 2015 年上半年 CSM 媒介研究全国波段调查 36 城市分析来看，在全国收听调查的 536 个广播频率中，音乐类频率有 87 个¹，约占总频率数量的 16%。在全年收听市场各类频率对比中，音乐类频率占据 18.4% 的市场份额，虽然低于新闻类和交通类广播频率，但市场潜力依然巨大，而且相比前两年份额都有所提升。数据反映出听众对音乐类频率的认可和欢迎程度依然保持在一个很高的位置，其未来市场竞争力不可小觑（图 1）。

图 1 2015 年上半年全国各类别广播频率市场占有率（%）



¹ 按频率名称确认音乐类频率。

2、各类频率不同场所竞争表现

音乐类频率跟其他类别频率最大的区别就是其伴随性收听特质明显，受收听场所制约因素较小，这也是音乐类频率自身的独特优势所在。从 2015 年上半年各类频率在不同场所市场占有率来看，音乐类频率无论任何场所都能占据前两名的位置。家中而言，听众首要选择的是新闻类频率，音乐类频率以 15.78% 的份额超过交通类频率排在第二的位置；在车上，交通类频率由于其特有优势占据半数以上市场份额，排名第一，音乐类频率同样超过新闻类频率排名第二，所占份额超过五分之一；在工作/学习场所音乐类频率表现最为突出，超过交通类频率排名第一，份额达到 26.75%，在其他场所音乐类频率也占据着超过 22% 的市场份额。音乐类频率无处不在，在各个收听场所都突显强劲的竞争优势（表 1）。

表 1 2015 年上半年全国各类广播频率在不同收听地点份额比较

收听场所	所有	在家	车上	工作/ 学习场所	其他场所
新闻类	27.34	34.23	11.37	21.52	30.03
交通类	23.25	13.28	50.95	18.92	15.10
音乐类	18.38	15.78	21.74	26.75	22.77
文艺类	9.87	12.35	3.86	8.90	10.16
都市生活类	7.42	8.23	5.29	7.57	7.53
经济类	6.98	8.44	3.28	6.82	7.28
其他类	3.98	4.68	2.08	4.02	4.75
体育类	0.66	0.68	0.68	0.46	0.43
农村类	0.78	0.93	0.37	0.73	1.13
教育类	0.30	0.34	0.11	0.67	0.09

数据来源：CSM 媒介研究

3、全国音乐类频率份额排名²

从 2015 年上半年全国收听率数据波段调查的 36 城市数据来看，音乐类频率在多数地区份额都能排进前 5 的位置，整体而言南方地区市场该类频率表现优于北方地区。所有地区音乐频率所占份额最高的是重庆的音乐广播频率，份额达到 28.29%，厦门、汕头地区的音乐频率所占份额也在 20% 以上；上海、沈阳、深圳、郑州、广州、南京

² 只统计当地份额最高的音乐频率。

等 18 城市的音乐类频率所占份额在 10%-20%之间；其他城市音乐频率份额不足 10%（表 2）。

表 2 各城市当地音乐类频率收听表现

城市	排名	频率名称	市场份额%	收听率%
重庆	1	重庆人民广播电台音乐频率 FM88.1	28.29	0.87
厦门	1	厦门音乐广播 FM90.9	27.23	0.83
汕头	2	汕头人民广播电台音乐广播(1025 音乐广播)	23.21	1.21
上海	2	上海流行音乐广播 动感 101 FM101.7	18.45	0.90
沈阳	1	辽宁广播电视台音乐广播 FM98.6	18.29	1.19
深圳	2	深圳广播电台音乐频率 FM97.1	17.41	0.52
郑州	2	河南人民广播电台音乐广播 FM88.1	15.77	0.56
广州	2	广东广播电视台音乐之声 FM99.3	15.30	0.45
南京	2	江苏经典流行音乐广播 FM97.5	13.48	0.66
苏州	2	苏州广播电视总台音乐广播 FM94.8	12.97	0.54
南昌	2	江西音乐广播 FM103.4	12.75	0.26
天津	3	天津人民广播电台音乐广播 FM99	12.61	0.96
南宁	4	广西电台文艺广播(950 音乐广播)FM95.0	12.39	0.44
合肥	1	安徽音乐广播	11.96	0.48
武汉	3	武汉广播电视台音乐广播 FM101.8	11.82	0.37
常州	3	常州人民广播电台音乐广播 FM93.5	11.72	0.51
济南	3	济南电台音乐调频 88.7 FM88.7	10.61	0.57
佛山	4	佛山人民广播电台 FM98.5	10.44	0.52
宁波	3	宁波电台音乐广播私家车 986FM98.6	10.41	0.35
浙江	4	动听 968 音乐调频 FM96.8	10.35	0.71
石家庄	4	石家庄广播电视台音乐广播 FM106.7	10.32	0.50
无锡	4	无锡广播电视台汽车音乐广播 FM91.4/AM900	9.20	0.40
长沙	4	长沙人民广播电台交通音乐广播 FM106.1	8.74	0.26
西安	3	陕西广播电视台音乐广播 FM98.8	8.33	0.49
泉州	5	泉州人民广播电台 923 私家车音乐广播 FM92.3	7.70	0.30
北京	4	北京人民广播电台音乐广播(FM97.4/CFM94.6)	7.50	0.40
福州	6	中央人民广播电台第三套栏目音乐之声	6.55	0.20
太原	5	太原人民广播电台音乐频率 FM102.6	6.46	0.32
成都	5	四川人民广播电台城市之音 FM102.6	5.91	0.23
哈尔滨	6	黑龙江音乐广播 FM95.8	5.82	0.46
邯郸	6	邯郸人民广播电台音乐广播 AM1206/FM102.8	5.45	0.23
青岛	5	青岛音乐体育广播 FM91.5	4.74	0.26
大连	6	中央人民广播电台第三套栏目音乐之声	4.64	0.24
乌鲁木齐	8	新疆人民广播电台音乐广播 FM103.9	4.60	0.39
清远	5	广东广播电视台音乐之声 FM99.3	4.47	0.13
长春	7	吉林人民广播电台音乐广播 FM92.7	3.15	0.16

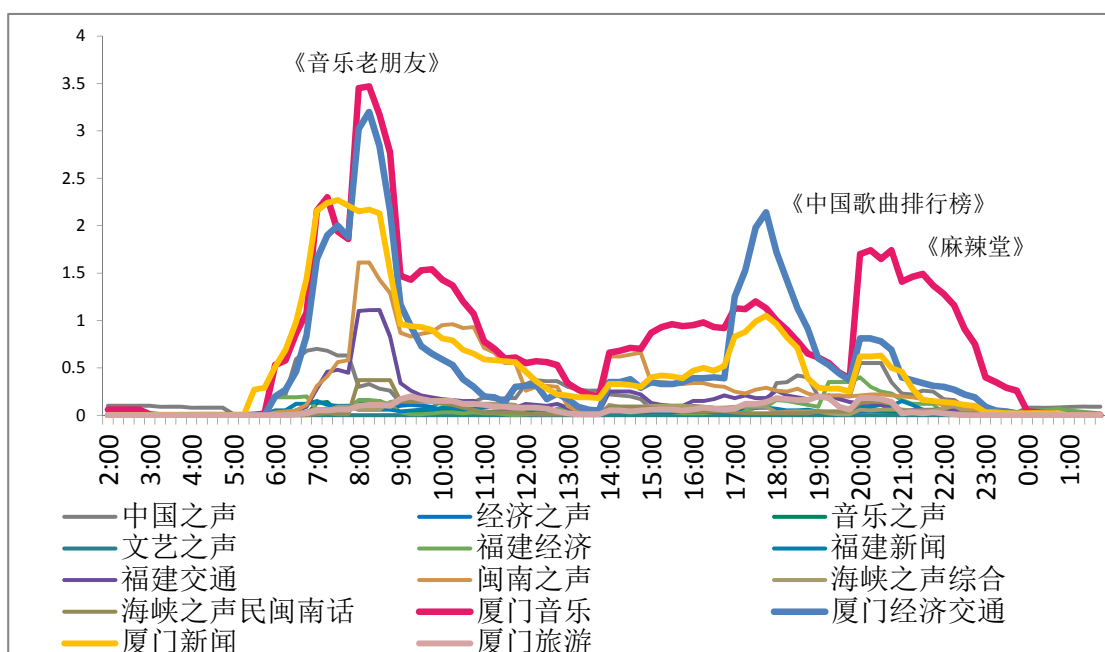
二、 音乐频率优势收听时段分布

音乐类频率不同于新闻类和交通类频率那样对栏目的时效性要求较强，所以相对这两类频率，音乐类频率的编排方式更加灵活和自由，根据整体市场的收听习惯和竞争情况对栏目进行编排和改版，抓住被忽略的时段，避开竞争高峰，是音乐类栏目的优势所在。下文选取几个典型音乐频率一一详述。

1、 早晚时段优势频率

厦门音乐广播 FM90.9 频率属于全国收听市场中早晚间收听时段表现比较突出且比较有代表性的音乐类频率，从厦门地区 2015 年上半年主要频率收听率走势来看，厦门音乐频率表现强劲，除晚间出行时段以外，厦门音乐频率全天大多时段收听表现优异，领先于其他频率，早间时段尤为突出，在早间 7:00 左右拉起收听高峰，在 8:00 左右达到全天峰值 3.45%，9:00 左右收听表现有所回落，但直至下午 17:00 之间的时段仍引领厦门地区全天收听。而晚间高峰时段时间相对比较延后，在 20:00-23:00 时段表现突出，独占晚间收听市场，同时段竞争表现极强（图 2）。

图 2 厦门地区主要频率收听率走势



数据来源：CSM 媒介研究

《音乐老朋友》、《中国歌曲排行榜》和《麻辣堂》三档栏目拉起了厦门音乐广播全天早晚两个收听高峰，三档栏目都是周一至周五播出，采用主持人播报形式。从听众构成来看，三档栏目的受众人群大致相似，都是 15-44 岁、初高中学历、中高收入者占主体，但从集中度分析，三档栏目的热衷人群有所差异。早间栏目《音乐老朋友》主要以播放经典老歌为主，辅助话题讨论，该栏目更受 55 岁以上老年人喜爱；晚间栏目《中国歌曲排行榜》和《麻辣堂》一个是侧重最新流行音乐推荐，歌手及音乐人的专访，一个是关注最新娱乐资讯及网络热议话题，并可以通过热线参与互动。两档栏目同样是年轻听众热衷度更高，前者高学历、中高收入者热衷度较高，后者更受中低学历、高收入

者的热爱（表3）。

表3 《音乐老朋友》、《中国歌曲排行榜》、《麻辣堂》栏目听众构成和集中度比较³

目标人群	音乐老朋友		中国歌曲排行榜		麻辣堂	
	听众构成%	集中度%	听众构成%	集中度%	听众构成%	集中度%
男	49.0	94.7	50.2	96.9	63.3	122.2
女	51.0	105.7	49.8	103.3	36.7	76.2
10-14岁	1.6	43.8	4.9	133.9	6.2	166.8
15-24岁	28.7	106.9	35.4	131.8	31.4	116.9
25-34岁	31.8	111.4	24.3	85.0	33.1	116.0
35-44岁	17.1	82.7	23.1	111.3	14.0	67.5
45-54岁	6.9	68.5	8.3	83.4	7.5	75.0
55-64岁	7.8	123.2	1.0	15.2	6.6	104.0
65岁及以上	6.1	157.3	3.1	78.4	1.3	33.9
未受正式教育	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
小学	5.4	60.1	3.5	38.9	2.7	30.2
初中	14.6	57.0	22.1	86.9	42.6	166.1
高中	34.1	117.0	46.6	159.3	31.2	106.8
大专	18.7	101.2	10.6	57.2	8.1	43.8
大学本科及以上	27.1	160.5	17.2	101.7	15.4	92.0
没有收入	18.7	66.1	27.9	98.5	20.4	72.1
1-500元	*	*	*	*	*	*
501-1000元	*	*	*	*	*	*
1001-1500元	3.1	126.3	0.7	32.9	0.8	46.1
1501-2500元	19.4	138.6	19.1	135.8	13.6	95.8
2501-5000元	41.2	114.8	32.2	89.3	29.6	82.9
5001元及以上	17.5	93.0	20.0	106.6	35.6	187.4

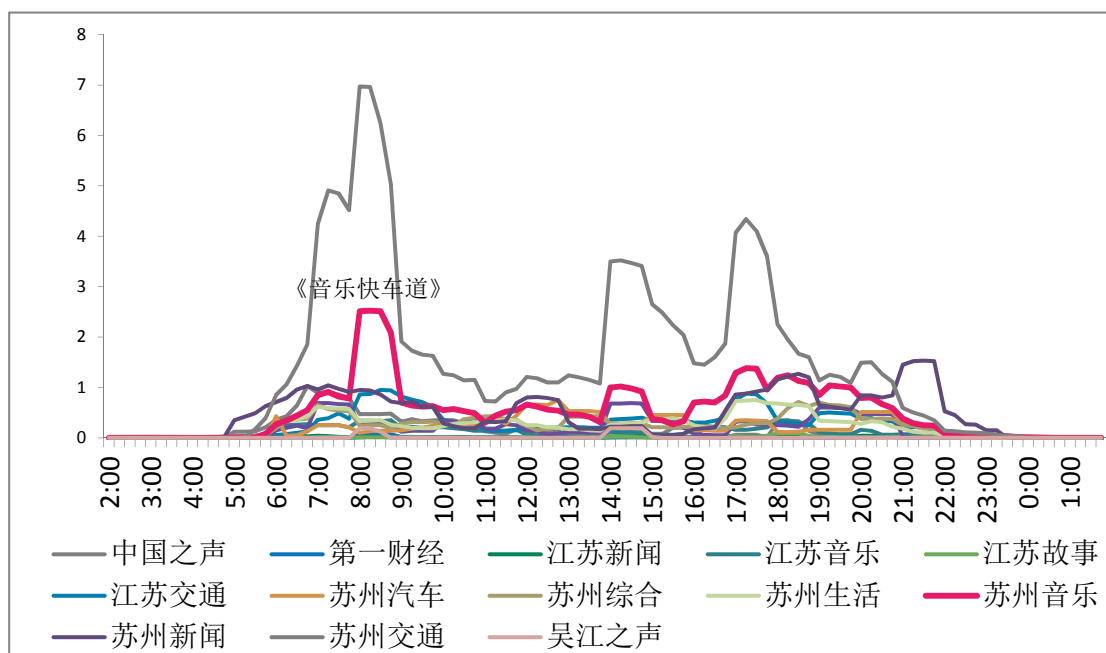
数据来源：CSM 媒介研究

2、早高峰时段优势频率

全国收听市场中早间收听时段表现比较突出且比较有代表性的音乐类频率是苏州地区的苏州广播电视总台音乐广播 FM94.8 频率，从苏州地区 2015 年上半年主要频率收听率走势来看，苏州收听市场中交通频率一家独大，全天大部分时段占据收听市场领先地位。除去交通频率以外，苏州音乐频率全天时段表现强劲，早间时段尤为突出，在早间 7:00 左右拉起收听高峰，在 8:00 左右达到全天峰值 2.51%，下午和傍晚至晚间时段也有不错收听表现，引领苏州地区除交通频率以外的收听市场（图 3）。

³ 文中出现“*”表示该目标听众样本量不足，无法进行统计推断。

图3 苏州地区主要频率收听率走势

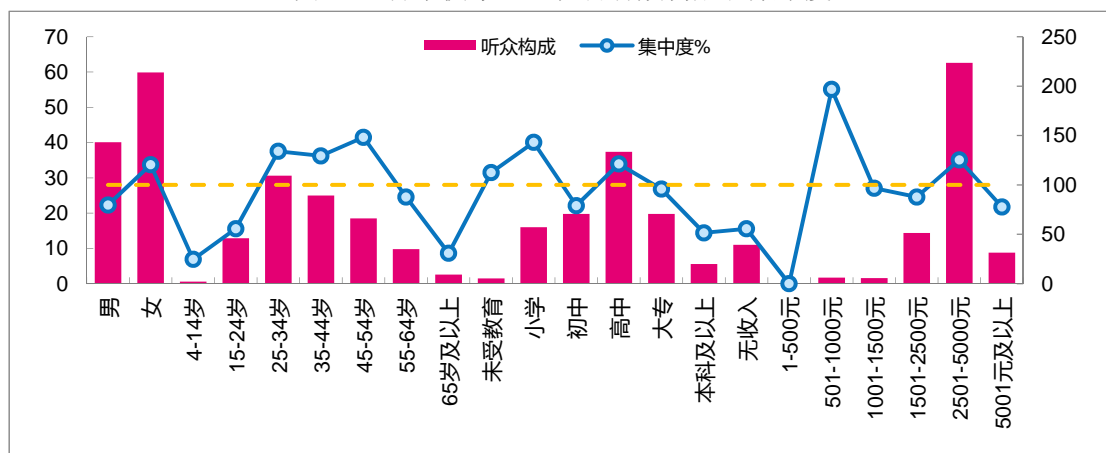


数据来源：CSM 媒介研究

苏州音乐频率优势时段在早间 7:00-9:00，该时段对应栏目为《音乐快车道》，该栏目为播报型日播栏目，主持人风格清新、明快，拥有众多粉丝群。栏目前一小时以轻松快乐内容为主，更多侧重于互动话题、搞笑情景短剧和竞猜等，后一小时节目加入更多即时路况信息和新闻资讯，再穿插文艺单元和经典老歌环节，缓解人们在拥堵早高峰的紧张情绪。栏目轻松性和实用性并重，拉起了苏州地区除交通频率外最强收听高峰，平均收听率为 1.62%，市场份额 14.1%，收听表现十分突出。

《音乐快车道》栏目女性听众多于男性听众，25-44 岁，高中学历，月收入在 2501-5000 元之间的中青年听众占据主体，女性、25-54 岁、小学及以下和高中学历、收入在 501-1500 元和 2501-5000 元的听众更热衷于收听该栏目（图 4）。

图4 《音乐快车道》栏目听众构成和集中度

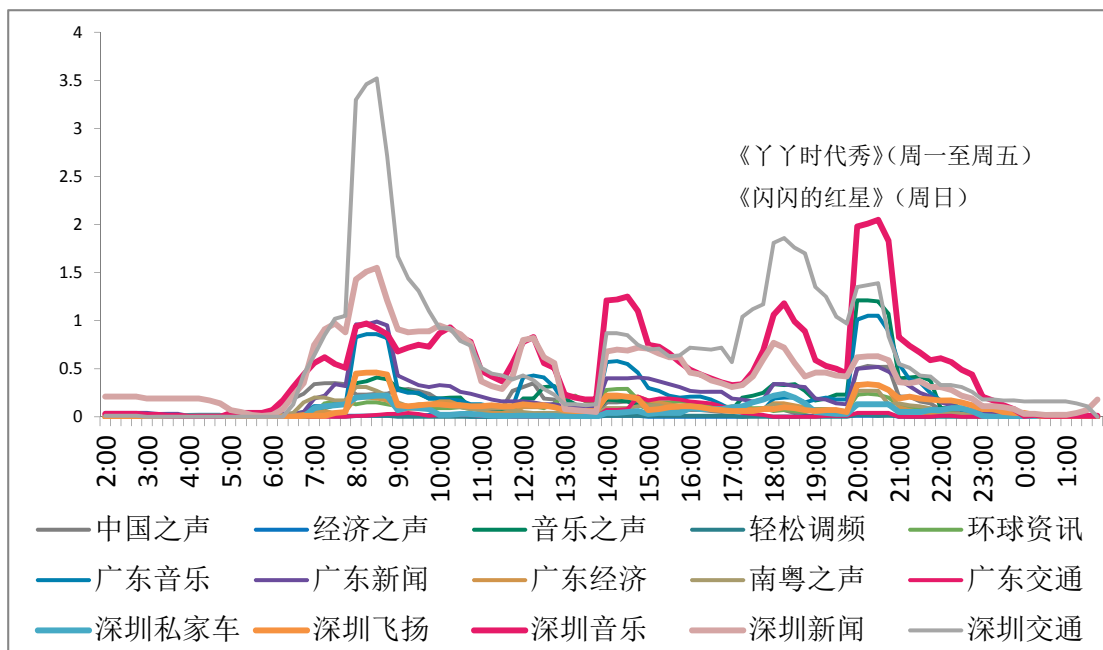


数据来源：CSM 媒介研究

3、晚间时段优势频率

深圳广播电台音乐频率 FM97.1 的主要竞争优势时段在晚间，从深圳地区全天收听走势来看，白天大多时段深圳交通频率表现优异，早晚出行时段收听高峰突出，深圳音乐广播在晚间 20:00-21:00 时段拉起频率内全天收听最高峰，在 20:30 时段达到峰值 2% 以上，引领深圳地区同时段收听市场（图 5）。

图 5 深圳地区主要频率收听率走势



数据来源：CSM 媒介研究 2015 上半年

深圳音乐广播收听率排名最高的两档栏目都在晚间时段，排名第一的是《丫丫时代秀》，该栏目在每周一至周五晚间 20:00-21:00 播出，每期以大胆、辛辣的热点话题主攻有消费能力的年轻白领群体，栏目中设置多个环节，其中《名人明星访谈录》、《名篇读书会》、《talk with 丫丫热线互动》等环节，坚持轻松、幽默的风格，让听众欲罢不能，直呼过瘾；《YFC-Yaya Family Club》环节则通过直播以及热线的方式，以轻松活泼的风格、寓教于乐，大胆创新、试图打造一档国内一流的儿童广播节目，力争成为最前卫的儿童亲子节目，走出儿童广播品牌化路线。栏目收听率 1.81%，市场份额达到 20% 以上，表现不俗。

周日晚间 20:00-22:00 播出的《闪闪的红星》紧随其后，收听率 1.76%，份额 26.16%。栏目为集娱乐资讯、明星访谈、新作品首播、娱乐专题、明星见面会于一体的综合性娱乐栏目，以明星为主导融入听众互动，并结合大量娱乐、演出资讯和观点和评论，深受听众喜爱。两档栏目分别在工作日和周末播出，一同拉起深圳地区晚间收听高峰（表 4）。

表 4 深圳地区收听表现突出的音乐类栏目

栏目名称	播出时段	播出周天	收听率%	市场份额%
丫丫时代秀	20:00-21:00	周一至周五	1.81	20.02
闪闪的红星	20:00-22:00	周日	1.76	26.16

数据来源：CSM 媒介研究

《丫丫时代秀》以女性听众为主，比例超过 60%，25-34 岁听众占据近半数，初高中

学历听众超过 75%、月收入在 2500 元及以上的听众构成比例较高。其中女性、25-34 岁、初高中学历、无收入和 2501-5000 元收入的人群对该栏目更热衷。《闪闪的星星》栏目同样以 25-34 岁的初高中学历，收入在 2500 元以上的女性听众为主体，25-34 岁、初高中、大学及以上学历、收入在 1501-2500 元的人群热衷度更高。两档栏目对听众定位较为相似，吸引同类听众持续收听，确立了深圳音乐广播在收听市场晚间时段的优势地位（表 5）。

表 5 《丫丫时代秀》、《闪闪的星星》栏目听众构成和集中度

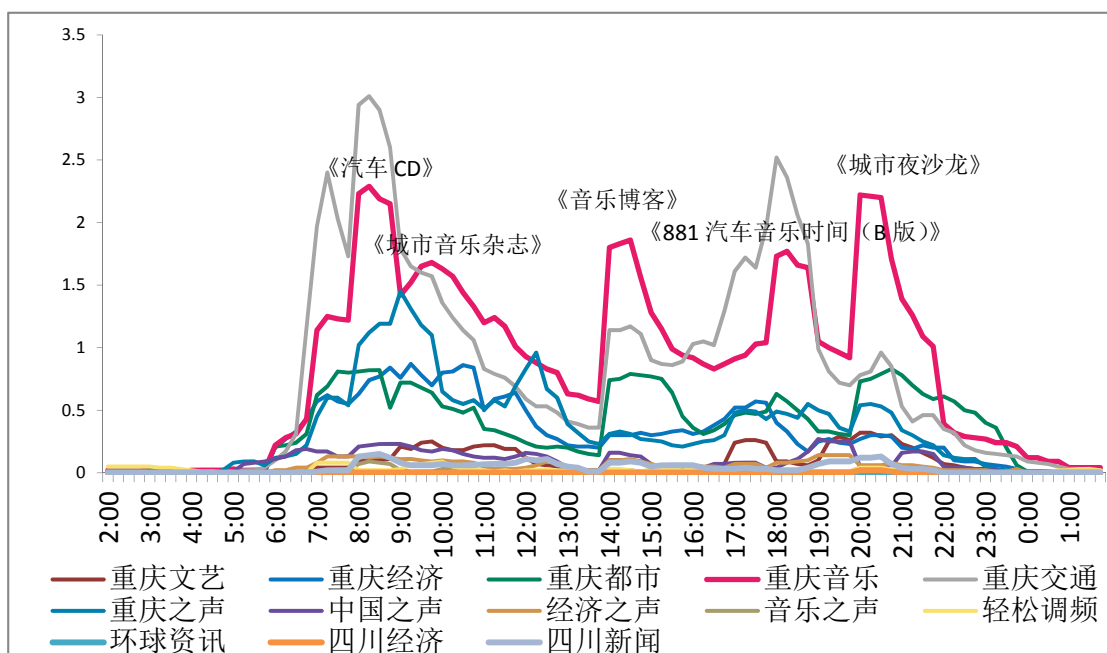
目标人群	丫丫时代秀		闪闪的星星	
	听众构成%	集中度%	听众构成%	集中度%
男	37.1	68.8	46.5	86.2
女	62.9	136.6	53.5	116.2
10-14 岁	1.6	52.3	0.7	22.3
15-24 岁	19.1	76.5	19.6	78.6
25-34 岁	49.5	148.9	46.6	140.1
35-44 岁	20.3	85.2	24.7	103.4
45-54 岁	6.8	80.1	4.1	48.6
55-64 岁	1.6	39.8	4.1	99.8
65 岁及以上	1.1	46.8	0.3	12.1
未受正式教育	*	*	*	*
小学	3.0	54.0	3.4	61.4
初中	38.6	133.1	33.2	114.2
高中	37.1	96.6	40.8	106.4
大专	11.5	69.7	10.0	60.7
大学本科及以上	9.7	93.3	12.7	123.0
没有收入	26.0	125.8	17.2	82.9
1-500 元	*	*	*	*
501-1000 元	*	*	*	*
1001-1500 元	*	*	*	*
1501-2500 元	3.4	73.4	6.1	140.5
2501-5000 元	40.4	112.9	40.9	114.2
5001 元及以上	28.1	74.1	35.7	94.2

数据来源：CSM 媒介研究

4、全天时段多个高峰强势频率

重庆人民广播电台音乐频率 FM88.1 在重庆地区表现突出，全天时段多个收听高峰明显，早间 7:30 左右拉起收听波峰，8:00-10:00 时段收听高峰明显，收听水平一直持续到午间才有所回落，午后 14:00-15:00 时段拉起全天第二个收听高峰。第三波收听高峰出现在傍晚 18:00-19:00 时段，紧接着晚间 20:00-21:00 最后一个收听高峰出现，峰值达到 2.43%，超过其他频率引领晚间收听市场（图 6）。

图 6 重庆地区主要频率收听率走势



数据来源：CSM 媒介研究

重庆音乐频率表现突出的栏目有早间至上午时段的《汽车 CD》和《城市音乐杂志》，两档栏目分别在每天早间时段和周末的上午时段播出，都是以音乐和资讯相结合，前者内容更侧重于国内外新闻资讯，财经信息以及文体动态，后者更多的是经典音乐和娱乐文化讯息。两档节目合力拉起了早间至上午的收听高峰；午后栏目《音乐博客》通过主持人推荐、网络互动、听友访谈等多种形式，向听众展现音乐更广阔的人海和人文深度，深受各类乐迷喜爱；傍晚出行高峰时段的《881 汽车音乐时间》在每天午后至傍晚时段稳定播出，以动感流行音乐为主，主持人在节目中用音乐带动语言，以语言引出音乐，内容紧贴当前热门话题，在拥堵的晚出行时段受到听众喜爱；周一至周五日晚间 20:00-21:00 时段播出的《城市夜沙龙》栏目整体风格明快，涵盖乐坛、体坛、音乐会、文艺演出等各类文化活动资讯，辅助热点事件和人物评论，拉起了全天时段最后一个收听高峰，且在同时段竞争力强劲。几档栏目各领风骚，各自在对应时段表现优异（表 6）。

表 6 重庆地区收听表现突出的音乐类栏目

栏目名称	播出时段	播出周天	收听率%	市场份额%
城市音乐杂志	9:00-10:00	周六、周日	2.23	28.90
城市夜沙龙	20:00-21:00	周一至周五	2.13	40.69
汽车 CD	7:30-9:00	每天	1.88	25.12
音乐博客	14:00-15:00	每天	1.76	36.54
881 汽车音乐时间(B 版)	18:00-19:00	每天	1.70	30.14

数据来源：CSM 媒介研究

从几档栏目的听众构成和集中度可以看出《城市夜沙龙》、《汽车 CD》和《881 汽车音

乐时间》主要听众集中在男性、年轻化、中等学历和中等收入人群，《城市音乐杂志》和《音乐博客》则更偏向于同类女性听众。上述前三档栏目中低年龄段、中等学历、中等收入者集中度较高，《城市音乐杂志》和《音乐博客》则是中高收入人群更加热衷。几档栏目听众定位有所差异，吸引不同类型听众，撑起全天多个收听高峰（表7）。

表7 重庆音乐广播表现突出的栏目听众构成和集中度

目标人群	城市音乐杂志		城市夜沙龙		汽车 CD		音乐博客		881 汽车音乐时间	
	听众构成%	集中度%	听众构成%	集中度%	听众构成%	集中度%	听众构成%	集中度%	听众构成%	集中度%
男	48.7	95.4	57.6	112.9	56.2	110.2	43.3	85.0	51.5	101.0
女	51.3	104.7	42.4	86.6	43.8	89.4	56.7	115.6	48.5	98.9
10-14 岁	1.3	29.4	3.5	81.5	2.3	52.8	1.8	42.9	3.3	76.0
15-24 岁	13.1	61.0	24.8	115.6	31.3	146.0	19.2	89.6	46.1	215.3
25-34 岁	30.0	151.6	19.5	98.3	13.1	66.1	15.0	75.5	14.1	71.0
35-44 岁	18.6	99.8	18.5	99.4	19.0	102.3	31.6	169.5	16.3	87.5
45-54 岁	7.7	48.8	16.3	103.3	14.7	92.7	16.3	103.0	10.8	68.5
55-64 岁	24.2	206.4	10.8	92.3	9.8	84.1	11.2	95.4	6.0	51.1
65 岁及以上	5.1	61.8	6.6	79.1	9.8	118.2	5.0	59.8	3.4	41.1
未受正式教育	0.0	0.0	0.6	91.0	1.3	207.9	0.1	19.6	0.0	0.0
小学	5.9	60.4	13.9	144.3	8.5	88.3	5.0	52.0	5.4	56.0
初中	33.7	99.5	34.9	103.1	32.7	96.7	45.9	135.8	39.4	116.3
高中	27.4	85.1	33.1	102.6	34.8	108.1	37.0	114.9	37.5	116.6
大专	23.4	173.0	9.1	67.3	15.2	111.9	6.5	47.9	8.5	62.9
本科及以上	9.6	94.6	8.5	84.0	7.5	74.1	5.4	52.9	9.2	88.6
没有收入	7.1	39.4	23.1	128.5	16.9	93.6	16.8	93.4	29.2	163.3
1-500 元	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
501-1000 元	0.1	8.3	0.2	27.5	0.4	54.4	0.2	30.0	4.4	536.7
1001-1500 元	0.2	11.8	2.3	126.9	0.7	39.5	0.7	36.2	0.6	32.4
1501-2500 元	30.6	124.0	22.1	89.2	34.2	139.5	24.4	100.3	23.5	95.2
2501-5000 元	52.3	115.3	43.6	96.2	39.6	87.3	45.6	100.4	31.6	69.8
5001 及以上	9.8	105.9	8.4	85.8	7.9	88.5	12.4	130.9	10.3	121.3

数据来源：CSM 媒介研究

结语

随着时代的发展，媒介竞争环境日益复杂，眼下传统广播正处于挑战与机遇并存的环境中。在大力推进栏目内容改革、积极提高栏目质量的前提下，注重栏目内容，抓住目标听众，以科技为动力相融合，是音乐广播发展的趋势。音乐类频率有着受众年轻化的特点，融合新媒体，充分发挥音乐类栏目“伴随性”收听特点，增强与听众双向交流互动，不失为音乐类广播频率未来发展的一条道路。