

# 2024-2030年中国广播市场现状研究 分析与发展前景预测报告

中国产业调研网

[www.cir.cn](http://www.cir.cn)

## 一、基本信息

报告名称： 2024-2030年中国广播市场现状研究分析与发展前景预测报告  
报告编号： 1333A77 ← 咨询订购时，请说明该编号  
报告价格： 电子版：10500元 纸质+电子版：10800元  
优惠价格： 电子版：9380元 纸质+电子版：9680元 可提供增值税专用发票  
咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099  
电子邮箱： [kf@Cir.cn](mailto:kf@Cir.cn)  
详细内容： <https://www.cir.cn/7/A7/GuangBoHangYeYanJiuBaoGao.html>  
提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

## 二、内容介绍

广播是历史悠久的大众传媒形式，尽管面临互联网和新媒体的冲击，但仍保持着其独特的魅力和广泛的听众基础。尤其在交通出行、新闻传播和应急通讯方面，广播提供了即时性和地域覆盖的优势。近年来，数字广播技术的发展，如DAB+和HD Radio，提高了音质和节目多样性，吸引了新一代听众。

广播的未来将更加数字化和互动化。通过互联网和社交媒体的整合，广播节目将实现在线直播和点播，听众可以通过社交媒体参与节目互动，形成更紧密的社群。同时，个性化推荐和定位广播将根据听众偏好和位置提供定制内容。此外，随着智能音箱和车联网技术的发展，广播将在智能家居和智能交通系统中找到新的应用场景。

### 第1章 中国广播行业发展综述

#### 1.1 报告研究范围与整体框架

- 1.1.1 报告专业名词解释
- 1.1.2 报告研究范围界定
- 1.1.3 报告分析框架简介
- 1.1.4 报告分析工具介绍

#### 1.2 中国广播行业发展环境

- 1.2.1 政策环境分析
- 1.2.2 经济环境分析
- 1.2.3 消费环境分析
- 1.2.4 社会环境分析

### 第2章 国外广播行业发展状况与经验借鉴

#### 2.1 美国广播行业发展状况与经验借鉴

- 2.1.1 美国广播行业概况
- 2.1.2 美国广播节目分析
- 2.1.3 美国广播收听分析
- 2.1.4 美国广播广告分析
- 2.1.5 美国广播业经验借鉴
- 2.2 日本广播行业发展状况与经验借鉴
  - 2.2.1 日本广播行业概况
  - 2.2.2 日本广播节目分析
  - 2.2.3 日本广播收听分析
  - 2.2.4 日本广播广告分析
  - 2.2.5 日本广播业经验借鉴
- 2.3 英国广播行业发展状况与经验借鉴
  - 2.3.1 英国广播行业概况
  - 2.3.2 英国广播节目分析
  - 2.3.3 英国广播收听分析
  - 2.3.4 英国广播广告分析
  - 2.3.5 英国广播业经验借鉴
- 2.4 韩国广播行业发展状况与经验借鉴
  - 2.4.1 韩国广播行业概况
  - 2.4.2 韩国广播节目分析
  - 2.4.3 韩国广播收听分析
  - 2.4.4 韩国广播广告分析
  - 2.4.5 韩国广播业经验借鉴
- 2.5 澳大利亚广播行业发展状况与经验借鉴
  - 2.5.1 澳大利亚广播行业概况
  - 2.5.2 澳大利亚广播节目分析
  - 2.5.3 澳大利亚广播收听分析
  - 2.5.4 澳大利亚广播广告分析
  - 2.5.5 澳大利亚广播业经验借鉴
- 2.6 其他国家广播行业发展概况
  - 2.6.1 加拿大广播行业发展状况
  - 2.6.2 德国广播行业发展状况
  - 2.6.3 法国广播行业发展状况
  - 2.6.4 俄罗斯广播行业发展状况
  - 2.6.5 印度广播行业发展状况
  - 2.6.6 拉丁美洲广播行业发展状况

### 2.6.7 非洲广播行业发展状况

## 2.7 港澳台广播行业发展状况与经验借鉴

### 2.7.1 香港广播行业发展状况和经验借鉴

- (1) 香港广播行业发展历程
- (2) 香港广播行业运营管理
- (3) 香港广播综艺节目分析
- (4) 香港广播新闻类节目分析

### 2.7.2 澳门广播行业发展状况

- (1) 澳门广播行业发展历程
- (2) 澳门广播行业运营管理
- (3) 澳门优秀广播节目分析

### 2.7.3 台湾广播行业发展状况

- (1) 台湾广播行业发展历程
- (2) 台湾广播行业运营管理
- (3) 台湾优秀广播节目分析

## 第3章 中国广播行业市场展望与广告市场分析

### 3.1 中国广播行业发展概况

- 3.1.1 中国广播节目人口覆盖
- 3.1.2 中国广播节目制作概况
- 3.1.3 中国广播节目播出概况
- 3.1.4 中国广播海外落地概况
- 3.1.5 中国广播艺术团发展概况
  - (1) 吉林省广播艺术团发展概况
  - (2) 上海市广播艺术团发展概况
  - (3) 江西省广播艺术团发展概况
  - (4) 湖北省广播艺术团发展概况
  - (5) 四川省广播艺术团发展概况

### 3.2 中国广播节目发展分析

- 3.2.1 中国广播节目制作时间分析
  - (1) 广播节目制作时间总计
  - (2) 新闻类广播节目制作时间
  - (3) 专题类广播节目制作时间
  - (4) 综艺类广播节目制作时间
  - (5) 广播剧类广播节目制作时间
  - (6) 广告类广播节目制作时间
  - (7) 其他广播节目制作时间

### 3.2.2 中国广播节目播出时间分析

- (1) 广播节目播出时间总计
- (2) 新闻类广播节目播出时间
- (3) 专题类广播节目播出时间
- (4) 综艺类广播节目播出时间
- (5) 广告类广播节目播出时间
- (6) 广播剧类广播节目播出时间
- (7) 其他广播节目播出时间

### 3.3 中国广播收听发展分析

#### 3.3.1 中国广播收听环境

- (1) 广播电台数量
- (2) 收听设备数量

#### 3.3.2 中国广播听众特征

- (1) 广播听众规模
- (2) 广播听众性别
- (3) 广播听众年龄
- (4) 广播听众职业
- (5) 广播听众收入

#### 3.3.3 广播听众收听行为

- (1) 广播听众地点
- (2) 广播听众时间
- (3) 收听时间走势
- (4) 喜欢节目类型

#### 3.3.4 广播频率竞争格局

### 3.4 中国广播广告发展分析

#### 3.4.1 广播广告发展概况

#### 3.4.2 广播广告市场规模

#### 3.4.3 广播广告受众研究

- (1) 广播广告受众心理分析
- (2) 广播广告受众收听倾向

#### 3.4.4 广播广告经营模式

### 3.5 中国移动广播市场分析

#### 3.5.1 中国移动广播市场听众规模

#### 3.5.2 中国移动广播市场竞争格局

#### 3.5.3 中国移动广播听众收听目的

#### 3.5.4 中国移动广播广告市场分析

### 3.6 中国农村广播市场分析

#### 3.6.1 中国农村广播市场概况

- (1) 农村广播人口规模
- (2) 农村广播人口结构
- (3) 听众收听设备情况
- (4) 听众收听广播场所

#### 3.6.2 农村听众收听习惯分析

- (1) 农村广播人口的媒体接触习惯
- (2) 农村听众的广播收听习惯
- (3) 农村听众的节目类型偏好
- (4) 农村听众对广播广告的行为和态度
- (5) 农村听众对广播广告的行为和态度

### 3.7 中国广播行业发展趋势

- 3.7.1 中国广播节目制作发展趋势
- 3.7.2 中国广播节目播出发展趋势
- 3.7.3 中国移动广播市场发展趋势
- 3.7.4 中国广播广告市场发展趋势

## 第4章 中国重点省市广播行业经营情况分析

### 4.1 北京广播行业经营情况分析

- 4.1.1 北京广播行业发展概况
- 4.1.2 北京广播节目制作分析
- 4.1.3 北京广播节目播出分析
- 4.1.4 北京广播节目交易分析
- 4.1.5 北京广播广告经营情况
- 4.1.6 北京广播节目收听市场

### 4.2 天津广播行业经营情况分析

- 4.2.1 天津广播行业发展概况
- 4.2.2 天津广播节目制作分析
- 4.2.3 天津广播节目播出分析
- 4.2.4 天津广播节目交易分析
- 4.2.5 天津广播广告经营情况
- 4.2.6 天津广播节目收听市场

### 4.3 河北广播行业经营情况分析

- 4.3.1 河北广播行业发展概况
- 4.3.2 河北广播节目制作分析
- 4.3.3 河北广播节目播出分析

- 4.3.4 河北广播节目交易分析
- 4.3.5 河北广播广告经营情况
- 4.3.6 河北广播节目收听市场
- 4.4 山西广播行业经营情况分析
  - 4.4.1 山西广播行业发展概况
  - 4.4.2 山西广播节目制作分析
  - 4.4.3 山西广播节目播出分析
  - 4.4.4 山西广播节目交易分析
  - 4.4.5 山西广播广告经营情况
  - 4.4.6 山西广播节目收听市场
- 4.5 内蒙古广播行业经营情况分析
  - 4.5.1 内蒙古广播行业发展概况
  - 4.5.2 内蒙古广播节目制作分析
  - 4.5.3 内蒙古广播节目播出分析
  - 4.5.4 内蒙古广播节目交易分析
  - 4.5.5 内蒙古广播广告经营情况
  - 4.5.6 内蒙古广播节目收听市场

## 第5章 中国全媒体时代广播发展战略与优秀案例

- 5.1 全媒体时代发展背景分析
  - 5.1.1 广播全媒体政策背景分析
  - 5.1.2 全媒体时代传播“新”变化
  - 5.1.3 新媒体对传统广播媒体影响
- 5.2 全媒体时代广播发展战略
  - 5.2.1 媒介融合战略分析
  - 5.2.2 资源整合战略分析
  - 5.2.3 合作共赢战略分析
  - 5.2.4 广播网战略分析
- 5.3 案例——北京广播网分析
  - 5.3.1 北京广播在线建设运营分析
    - (1) 网站建设背景
    - (2) 网站运营模式
  - 5.3.2 北京广播网改造路径分析

## 第6章 国内外优秀广播电台全媒体转型与优秀案例

- 6.1 国外优秀广播电台全媒体转型与优秀案例分析
  - 6.1.1 英国广播公司（bbc）全媒体转型与优秀案例分析

- (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 数字广播发展状况
  - (3) 移动多媒体广播发展状况
  - (4) 互联网广播发展状况
  - (5) 全媒体转型策略分析
  - (6) 全媒体转型经验借鉴
- 6.1.2 哥伦比亚广播公司 (cbs) 全媒体转型与优秀案例分析
- (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 移动多媒体广播发展状况
  - (3) 网络广播发展状况
  - (4) 全媒体转型策略分析
  - (5) 全媒体转型经验借鉴
- 6.2 中央级优秀广播电台全媒体转型与优秀案例分析
- 6.2.1 中央人民广播电台全媒体转型与优秀案例分析
- (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 中国广播网发展状况
  - (3) 移动多媒体广播发展状况
  - (4) 手机版业务发展状况
  - (5) 手机广播电视发展状况
  - (6) 有声阅读业务发展状况
  - (7) 全媒体转型经验借鉴
- 6.2.2 中国国际广播电台全媒体转型与优秀案例分析
- (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 国际在线发展状况
  - (3) 网络台发展状况
  - (4) 全媒体转型经验借鉴
- 6.3 省市级广播电台全媒体转型与优秀案例分析
- 6.3.1 北京广播全媒体转型与优秀案例分析
- (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 网络广播发展状况
  - (3) 移动多媒体广播发展状况
  - (4) 优秀全媒体案例分析
- 6.3.2 吉林省广播全媒体转型与优秀案例分析
- (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 网络广播发展状况
  - (3) 移动多媒体广播发展状况



- (4) 优秀全媒体案例分析
- 6.3.3 黑龙江广播全媒体转型与优秀案例分析
  - (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 网络广播发展状况
  - (3) 移动多媒体广播发展状况
  - (4) 优秀全媒体案例分析
- 6.3.4 上海广播全媒体转型与优秀案例分析
  - (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 网络广播发展状况
  - (3) 移动多媒体广播发展状况
  - (4) 优秀全媒体案例分析
- 6.3.5 江苏广播全媒体转型与优秀案例分析
  - (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 网络广播发展状况
  - (3) 移动多媒体广播发展状况
  - (4) 优秀全媒体案例分析
- 6.3.6 浙江广播全媒体转型与优秀案例分析
  - (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 网络广播发展状况
  - (3) 移动多媒体广播发展状况
  - (4) 优秀全媒体案例分析
- 6.3.7 安徽广播全媒体转型与优秀案例分析
  - (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 网络广播发展状况
  - (3) 移动多媒体广播发展状况
  - (4) 优秀全媒体案例分析
- 6.3.8 湖北广播全媒体转型与优秀案例分析
  - (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 网络广播发展状况
  - (3) 移动多媒体广播发展状况
  - (4) 优秀全媒体案例分析
- 6.3.9 广东广播全媒体转型与优秀案例分析
  - (1) 全媒体转型路径概述
  - (2) 网络广播发展状况
  - (3) 移动多媒体广播发展状况
  - (4) 优秀全媒体案例分析

### 6.3.10 云南广播全媒体转型与优秀案例分析

- (1) 全媒体转型路径概述
- (2) 网络广播发展状况
- (3) 移动多媒体广播发展状况
- (4) 优秀全媒体案例分析

### 6.3.11 青海广播全媒体转型与优秀案例分析

- (1) 全媒体转型路径概述
- (2) 网络广播发展状况
- (3) 移动多媒体广播发展状况
- (4) 优秀全媒体案例分析

## 第7章 [中:智:林]中国优秀广播电台经营情况与节目模式创新分析

### 7.1 中央级优秀广播电台经营情况与节目模式创新分析

#### 7.1.1 中央人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.1.2 中国国际广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

### 7.2 省市级优秀广播电台经营情况与节目模式创新分析

#### 7.2.1 北京人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究

- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.2 天津人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.3 山西人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.4 内蒙古广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究

(9) 节目研发最新动向

7.2.5 辽宁人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

7.2.6 吉林人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

7.2.7 黑龙江人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

7.2.8 上海人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析

- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.9 江苏省广播电视总台广播传媒中心

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.10 浙江人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.11 安徽人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.12 江西人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.13 山东广播电视台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.14 河南人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.15 湖北广播电视台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道

- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.16 湖南广播电视台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.17 广东人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.18 广西人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.19 海南广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究

- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.20 四川广播电视台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.21 贵州人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.22 云南人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究



(9) 节目研发最新动向

7.2.23 西藏人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

7.2.24 陕西广播电视台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

7.2.25 甘肃人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

7.2.26 青海人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析

- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.27 新疆人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.28 大连人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.29 宁波人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

#### 7.2.30 厦门人民广播电台

- (1) 广播电台发展概况
- (2) 热播广播节目研究
- (3) 失败广播节目研究
- (4) 广播节目交易分析
- (5) 广播广告经营情况
- (6) 广播电台播放频道
- (7) 广播电台收听分析
- (8) 节目创新案例研究
- (9) 节目研发最新动向

## 图表目录

- 图表 1: 报告研究思路及框架
- 图表 2: 2018-2023年中国gdp增长趋势图 (单位: %)
- 图表 3: 广播节目综合人口覆盖率 (单位: %)
- 图表 4: 广播节目农村综合人口覆盖率 (单位: %)
- 图表 5: 近四年广播节目制作时间 (单位: 万小时)
- 图表 6: 近四年公共广播节目播出时间 (单位: 万小时)
- 图表 7: 近四年对外广播节目播出套数
- 图表 8: 近四年对外广播节目播出时间 (单位: 万小时)
- 图表 9: 近三年总局直属: 全年制作广播节目时间 (单位: 小时)
- 图表 10: 近四年广播节目套数 (单位: 套)
- 图表 11: 近四年广播节目套数: 公共广播 (单位: 套)
- 图表 12: 近四年广播节目套数: 付费广播 (单位: 套)
- 图表 13: 近三年总局直属: 公共广播节目套数
- 图表 14: 全年广播剧播出数
- 图表 15: 近三年总局直属: 全年广播剧播出数
- 图表 16: 吉林省广播艺术团发展情况
- 图表 17: 上海市广播艺术团发展情况
- 图表 18: 江西省广播艺术团发展情况
- 图表 19: 湖北省广播艺术团发展情况
- 图表 20: 四川省广播艺术团发展情况
- 图表 21: 最近连续16年中国广播节目制作时间总计 (单位: 小时)
- 图表 22: 最近连续16年中国新闻类广播节目制作时间 (单位: 小时)
- 图表 23: 最近连续16年中国专题类广播节目制作时间 (单位: 小时)
- 图表 24: 最近连续16年中国综艺类广播节目制作时间 (单位: 小时)
- 图表 25: 最近连续16年中国广播剧类广播节目制作时间 (单位: 小时)
- 图表 26: 最近连续16年中国广告类广播节目制作时间 (单位: 小时)

- 图表 27: 最近连续16年中国其他广播节目制作时间 (单位: 小时)
- 图表 28: 最近连续6年中国广播节目播出时间总计 (单位: 小时)
- 图表 29: 最近连续6年中国中央级广播节目播出时间总计 (单位: 小时)
- 图表 30: 最近连续6年中国省级广播节目播出时间总计 (单位: 小时)
- 图表 31: 最近连续6年中国新闻资讯类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 32: 最近连续6年中国中央级新闻资讯类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 33: 最近连续6年中国省级新闻资讯类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 34: 最近连续6年中国专题服务类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 35: 最近连续6年中国中央级专题服务类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 36: 最近连续6年中国省级专题服务类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 37: 最近连续6年中国综艺益智类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 38: 最近连续6年中国中央级综艺益智类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 39: 最近连续6年中国省级综艺益智类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 40: 最近连续6年中国广告类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 41: 最近连续6年中国中央级广告类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 42: 最近连续6年中国省级广告类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 43: 最近连续6年中国广播剧类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 44: 最近连续6年中国中央级广播剧类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 45: 最近连续6年中国省级广播剧类广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 46: 最近连续6年中国其他广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 47: 最近连续6年中国中央级其他广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 48: 最近连续6年中国省级其他广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 49: 广播电台数量
- 图表 50: 家庭拥有收听设备比例
- 图表 51: 各个行政区拥有收听设备比例
- 图表 52: 全国广播听众规模
- 图表 53: 全国广播听众男女性别比例
- 图表 54: 全国广播听众男女年龄比例
- 图表 55: 全国广播听众职业分布
- 图表 56: 全国广播听众收入分布
- 图表 57: 全国广播听众地点分布
- 图表 58: 各城市听众人均每日收听广播时间
- 图表 59: 33城市全天收听率走势
- 图表 60: 广播听众喜欢节目类型比例
- 图表 61: 33个城市市场各类须率的市场份额
- 图表 62: 中国移动广播市场听众规模

- 图表 63: 中国移动收听市场份额
- 图表 64: 中国交通类频率广告创收情况
- 图表 65: 最近连续五年全国及城乡广播听众规模 (单位: 万人)
- 图表 66: 全国广播听众基本结构 (单位: %)
- 图表 67: 不同性别农村听众最常使用的广播收听设备 (单位: %)
- 图表 68: 不同年龄农村听众最常使用的广播收听设备 (单位: %)
- 图表 69: 不同性别农村广播听众收听广播的地点 (单位: %)
- 图表 70: 不同年龄农村广播听众收听广播的地点 (单位: %)
- 图表 71: 农村广播人口半年内接触广播及其他媒体的比率 (单位: %)
- 图表 72: 重大/突发事件发生时, 获取信息的主要媒体 (单位: %)
- 图表 73: 10岁及以上广播人口最近3个月内收听广播的时长 (单位: %)
- 图表 74: 15岁及以上的听众是否会参与广播里的短信互动活动 (单位: %)
- 图表 75: 参加广播里的短信互动活动的听众构成 (单位: %)
- 图表 76: 听众听歌/听音乐的设备/方式 (单位: %)
- 图表 77: 农村听众最喜欢收听的广播节目类型 (单位: %)
- 图表 78: 城、乡广播听众在广告播出时的行为反应 (单位: %)
- 图表 79: 城乡听众关注的广播广告类型 (单位: %)
- 图表 80: 对广告的可信度评价 (单位: %)
- 图表 81: 2024-2030年中国广播节目制作时间预测
- 图表 82: 2024-2030年中国各类型广播节目制作时间占比预测
- 图表 83: 2024-2030年中国广播节目播出时间预测
- 图表 84: 2024-2030年中国各类型广播节目播出时间占比预测
- 图表 85: 2024-2030年中国移动广播市场听众规模预测
- 图表 86: 2024-2030年中国广播广告市场规模
- 图表 87: 最近三年北京公共广播节目套数 (单位: 套)
- 图表 88: 最近三年北京全年制作广播节目时间 (单位: 小时)
- 图表 89: 最近三年北京全年公共广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 90: 最近三年北京全年广播剧播出数 (单位: 部)
- 图表 91: 北京广播各频率总体收听表现
- 图表 92: 北京广播市场竞争格局
- 图表 93: 最近三年天津公共广播节目套数 (单位: 套)
- 图表 94: 最近三年天津全年制作广播节目时间 (单位: 小时)
- 图表 95: 最近三年天津全年公共广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 96: 最近三年天津全年广播剧播出数 (单位: 部)
- 图表 97: 天津广播各频率总体收听表现
- 图表 98: 天津广播市场竞争格局

- 图表 99: 最近三年河北公共广播节目套数 (单位: 套)
- 图表 100: 最近三年河北全年制作广播节目时间 (单位: 小时)
- 图表 101: 最近三年河北全年公共广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 102: 最近三年河北全年广播剧播出数 (单位: 部)
- 图表 103: 河北广播各频率总体收听表现
- 图表 104: 河北广播市场竞争格局
- 图表 105: 最近三年山西公共广播节目套数 (单位: 套)
- 图表 106: 最近三年山西全年制作广播节目时间 (单位: 小时)
- 图表 107: 最近三年山西全年公共广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 108: 最近三年山西全年广播剧播出数 (单位: 部)
- 图表 109: 山西广播各频率总体收听表现
- 图表 110: 山西广播市场竞争格局
- 图表 111: 最近三年内蒙古公共广播节目套数 (单位: 套)
- 图表 112: 最近三年内蒙古全年制作广播节目时间 (单位: 小时)
- 图表 113: 最近三年内蒙古全年公共广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 114: 最近三年内蒙古全年广播剧播出数 (单位: 部)
- 图表 115: 内蒙古广播各频率总体收听表现
- 图表 116: 内蒙古广播市场竞争格局
- 图表 117: 最近三年辽宁公共广播节目套数 (单位: 套)
- 图表 118: 最近三年辽宁全年制作广播节目时间 (单位: 小时)
- 图表 119: 最近三年辽宁全年公共广播节目播出时间 (单位: 小时)
- 图表 120: 最近三年辽宁全年广播剧播出数 (单位: 部)
- 略……

订阅“2024-2030年中国广播市场现状研究分析与发展前景预测报告”，编号：1333A77，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/7/A7/GuangBoHangYeYanJiuBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！