第一图书网, tushu007.com

<<中国广播研究报告>>

图书基本信息

书名：<<中国广播研究报告>>

13位ISBN编号：9787811277180

10位ISBN编号：7811277182

出版时间：2009-9

出版时间：黄学平 中国传媒大学出版社 (2009-09出版)

作者：黄学平 编

页数：334

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

就在“金融海啸”冲击全球时，所有茶余饭后的话题都与金融风暴本质和走向有关。
这给2008年赋予了新的时代名词。
全球金融市场异常动荡，美国及全球经济减速，近年来荣光消退的广播市场更是难免受到冲击。
一连串问题摆在广播人面前——在当前形势下，如何准确判断金融危机的发展趋势？
如何深入了解中国实体经济发展现状及面临的风险因素？
如何全面分析我国各类行业的发展现状及经营趋势？
如何正确找准广播业应对当前形势的措施和路子。
“以变制变”的应对策略是广播人在危机形势下发起的极具杀伤力的有力武器，我们可以看到一系列的变化痕迹：体现在节目的推陈出新上，体现在广播平台的全新服务模式上，体现在交通广播的第三产业链发展上，体现在CMMB的新型推出上，体现在节目广告化的模式创新上等。
然而，在广播人向市场祭出最有力的武器时，恍然发现类型化频率还在沿用专业化频率的经营模式，广播广告的经营方式依然过于单一，广播的服务意识和营销理念经不起市场的冲击，主持人所做的节目茫然不知做给谁听。
我们深知，如此种种问题，需要站在全国乃至全球的视野以及广播产业的高度去凝聚广播内在散发的力量，总结和完善当中存在的各种不足——我们没有时间再走弯路！
这是我们责无旁贷的职责之一。
有鉴于此，今年出版的编年体《2008-2009中国广播研究报告》也就自然带上了这个时期的烙印，不仅记录了2008年中国广播市场的前进脚步，而且在思考和探索中国广播的制变策略和发展之路。
《2008-2009中国广播研究报告》共分为分析篇和数据篇。
分析篇收录了由著名学者和资深研究人员撰写的中国广播市场研究报告，涉及2008-2009年度全国媒体和广播市场的竞争格局、类型化广播收听市场发展现状深度分析，并从收听率数据对广播节目的科学管理和营销进行了深入的透析，探讨金融危机下的广播如何应对。
本书从不同角度阐明广播和受众的特点及趋势，不仅将其放在整个媒体竞争的大环境下进行考量，更在广播的产业化、市场化、专业化，电台的主动营销、积极策略上进行了深入探讨，从更开阔的思考角度解析了2008年广播市场的发展与问题。

内容概要

《2008-2009中国广播研究报告》共分为分析篇和数据篇。
分析篇收录了由著名学者和资深研究人员撰写的中国广播市场研究报告，涉及2008—2009年度全国媒体和广播市场的竞争格局、类型化广播收听市场发展现状深度分析，并从收听率数据对广播节目的科学管理和营销进行了深入的透析，探讨金融危机下的广播如何应对。
《2008-2009中国广播研究报告》从不同角度阐明广播和受众的特点及趋势，不仅将其放在整个媒体竞争的大环境下进行考量，更在广播的产业化、市场化、专业化，电台的主动营销、积极策略上进行了深入探讨，从更开阔的思考角度解析了2008年广播市场的发展与问题。
数据篇以全国最大的调查网络为支撑，以大量科学数据为基础，以简单直观的图表为主要表现形式，收录了全国45个主要城市的收听率调查数据。

<<中国广播研究报告>>

书籍目录

前言分析篇2008年中国广播市场竞争态势注重权威影响提升品牌价值着力打造品牌提高影响力经济广播敢问路在何方？
大灾之时广播凸显重要力量媒介形态变迁视角下的类型化广播类型化广播的市场表现及其特点金融危机对中国广播媒体的影响及广播产业的应对受众视角下的交通广播产业链运作中国广播频率标杆研究报告（节选）收听率分析与节目的科学管理和营销数据篇一、2008年北京地区收听率数据二、2008年天津地区收听率数据三、2008年沈阳地区收听率数据四、2008年上海地区收听率数据五、2008年南京地区收听率数据六、2008年武汉地区收听率数据七、2008年广州地区收听率数据八、2008年重庆地区收听率数据九、2008年成都地区收听率数据十、2008年西安地区收听率数据十一、2008年呼和浩特地区收听率数据十二、2008年包头地区收听率数据十三、2008年抚顺地区收听率数据十四、2008年兰州地区收听率数据十五、2008年廊坊地区收听率数据十六、2008年邯郸地区收听率数据十七、2008年邢台地区收听率数据十八、2008年安阳地区收听率数据十九、2008年合肥地区收听率数据二十、2008年苏州地区收听率数据二十一、2008年徐州地区收听率数据二十二、2008年盐城地区收听率数据二十三、2008年张家港地区收听率数据二十四、2008年杭州地区收听率数据二十五、2008年台州地区收听率数据二十六、2008年温州地区收听率数据二十七、2008年长沙地区收听率数据二十八、2008年抚州地区收听率数据二十九、2008年赣州地区收听率数据三十、2008年九江地区收听率数据三十一、2008年上饶地区收听率数据三十二、2008年宜春地区收听率数据三十三、2008年厦门地区收听率数据三十四、2008年泉州地区收听率数据三十五、2008年南宁地区收听率数据三十六、2008年桂林地区收听率数据三十七、2008年东莞地区收听率数据三十八、2008年惠州地区收听率数据三十九、2008年江门地区收听率数据四十、2008年潮州地区地听率数据四十一、2008年揭阳地区收听率数据四十二、2008年汕头地区收听率数据四十三、2008年梅州地区收听率数据四十四、2008年韶关地区收听率数据四十五、2008年佛山地区收听率数据分析篇图表索引全国广播媒体频率一览表

章节摘录

插图：分析篇2008年中国广播市场竞争态势2008年发生了不少大事，包括雪灾、汶川地震、奥运会、金融危机等事件，各行各业经历了不少风雨，广播也有着同样的经历。
面对外部环境的变化，广播人都在积极地应对，为提升广播媒体价值而不懈地努力。
整体来看，2008年中国广播依然保持着发展的态势。
一、广播媒体价值继续提升受2007年底国家广电总局对广播行业的强力监管和引导的影响，2008年广播经营收入增幅有所下降，但其媒体价值仍有较大的提升。
（一）广播的“消费量”在提升根据赛立信的调查，广播作为全国大众媒体中第二大媒体，2007年的听众规模达6.2亿，比电视观众少4.7亿，比报纸读者略多，比杂志读者多4.2亿，是互联网网民规模的5倍。
2008年，在雪灾、汶川地震等重大突发事件发生之后，广播的影响力有了进一步的提升，广播到达率进一步提高，广播听众规模达6.53亿，其中城市广播听众达3.94亿，比上年增加了5.3%，比2000年增长了30%。
同时，听众对广播的“消费量”也有所上升，2008年全国广播听众的人均每天收听广播的时长为75分钟，较2005年增加了25%。
（二）突发事件使广播的影响力骤升2008年年初南方“雪灾”阻断了许多人的归家之路。
对于冰雪重围中的人们，危险与恐惧不仅来自物流凝滞导致的生活必需品短缺，更来自于信道瘫痪导致的信息交流的空白：电力紧缺导致电视无法开启，报纸印刷无力，难以送达，手机信号中断，上网也受到影响。
无法获取统一的舆论、有价值的信息，所带来的恐慌和混乱是可想而知的。
在这种情况下，广播爆发出令人动容的威力。

编辑推荐

《2008-2009中国广播研究报告》为中国传媒大学出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com