

# 数据广播

DATA OF BROADCASTING

揭示广播媒体竞争态势 发现广播媒体市场价值 把握广播市场发展脉搏 引领广播市场数据营销

## 以变应变，浅析广电媒体自办平台怎么“办”



2023年 第5期

**VOL. 88**  
双月刊

# 卷首语

## PREFACE

金秋时节，亚运盛事隆重举行，中秋国庆双节同至，再加上疫情时代过去后人们高涨的出游欲，让每一座城市都显得尤为热闹。与这般盛况相呼应的是，关于各式出游、购物、活动的媒体宣传可谓铺天盖地，广电媒体人自然也不能落后，举办起音乐节、汽车节，在双节节点推出各式相关主题内容，为用户推出精品旅游规划……多样而丰富的活动策划，再一次凸显广电全媒体传播模式正趋于成熟。

随着对5G、AI技术、云计算等技术的深入探索运用，广电全媒体传播矩阵能够实现的形式更为精细化、多元化，形成了具有主流媒体特色的发展前行路径，并在发展路径上“稳中求变”。尤其这段时间以来，新媒体格局未发生较大变化，给了广电媒体自我巩固、自我创新的时间。《“新风向”未出，广电全媒体矩阵如何稳中创新》一文就近段时间广电融媒体产品创新方向及模式展开浅析，希望为广电人的“变中求新”之策提供借鉴。

有大方向的展望，自然也要有“小”平台的精研，《以变应变，浅析广电媒体自办平台怎么“办”》便以广电媒体自有客户端为落点，详细探索其中一批各具特色、有影响力的自办平台特点与打造技巧，以值得借鉴的优秀平台案例为展开，从内容、架构、互动形式等方方面面进行分析，取其精华，辅助更多广播电视台找到自身的平台构建佳策。

回首看来，融媒转型的成果早已不知不觉深入媒体用户的方方面面，越来越多用户已习惯于不止用耳去听、用眼去看传统广电内容，也会在刷微信、微博、抖音时，多加关注广电媒体账号发布的内容。如何适应时代的变化，是我们不停在研习的必修课，媒体变革发展的漫漫长路上，我们仍在前行，永不止步。

# 《数据广播》

DATA OF BROADCASTING

VOL.88/2023年10月31日出版

## CONTENTS 目录

---

### 卷首语 PREFACE

---

#### ■ 聚焦广播 FOCUS

- 01 广播资讯
- 03 调研前沿

#### ■ 市场观察 OBSERVE

- 06 “新风向”未出，广电全媒体矩阵如何稳中创新
- 09 以变应变，浅析广电媒体自办平台怎么“办”

#### ■ 广播正前方 AHEAD

- 15 融媒正当时：聚焦广播云传播亮点案例

#### ■ 广播风云榜 RANKING

- 21 新型广播综合传播力指数

---

主编：黄学平

编委：（以姓氏笔画为序）

甘会霞、伍炽丰、张月红、吴素芳、李倩宇

罗剑锋、罗嘉文、梁毓琳、蔡恒

责任编辑：刘婉婷

美术编辑：王政贺

文字校对：李倩宇、刘婉婷

---

## 广播资讯 BROADCAST INFORMATION

### 2023 黄河流域视听合作发展大会在洛阳召开

来源：国家广播电视总局

9月21日，2023黄河流域视听合作发展大会在洛阳召开。大会由国家广播电视总局和河南省人民政府指导，河南省广电局牵头，联合山西、内蒙古、山东、四川、陕西、甘肃、青海、宁夏等沿黄省（区）广电局共同主办。

大会以“视听合作新征程，大河奔腾奋进歌”为主题，举行了“行走黄河—沿黄九省（区）广播电视台大型融媒体直播活动”发布仪式，启动纪录片《大国水网·黄河》九省（区）拍摄、黄河超级IP赋能实体经济专项行动，总结了2022年30个重点合作项目落实情况，发布了2023年广播电视和网络视听内容创作重点项目和产业发展项目50余个。

### 2023 广播电视融媒体营销创新大赛终审圆满结束，获奖名单揭晓

来源：广播广告圈

2023年9月20日，以“广聚力量、融合创新”为主题的“广视云通杯”2023广播电视融媒体省级台、地市台营销创新大赛暨公益作品征集大赛终审会在常州圆满举办，此次大赛共收到来自全国近300家媒体单位和企业提报的总计2000多件作品，共180多件优秀作品入围终审。最终遴选出3件优秀作品获得全国广播电视融媒体营销创新大赛全场大奖，并选出金奖21件，银奖36件，铜奖55件，乡村振兴大奖1件，城市公益宣传大奖1件，特别创新大奖1件，特别创意大奖1件。获得全场大奖的分别为福建省广播影视集团卫视中心、河南广电卫视传媒有限公司、广视云通（江苏）传媒有限公司的作品。颁奖盛典将于11月中国厦门第30届中国国际广告节中举行。

## 2023 中国—东盟视听传播论坛在南宁举行

来源：中国日报网

2023 年 10 月 23 日，中国国家广播电视总局、马来西亚通讯与数字部、广西壮族自治区人民政府主办的 2023 中国—东盟视听传播论坛在广西南宁举行。论坛聚焦中国和东盟在广播电视与网络视听内容与技术上的交流合作，进一步拓展合作空间，深化合作水平，积极努力打造产业受益、互利共赢的平台。来自中国和东盟的专家学者、业界代表围绕论坛主题共话中国与东盟国家在广电视听领域的协同创新发展与交流。

## 中国无线电大会分论坛“广播电视应用发展论坛”举办

来源：青海广电

2023 年 9 月 15 日，2023 中国无线电大会“广播电视应用发展论坛”在山东青岛成功举办。论坛围绕广播电视无线电频谱发展规划、车载音视频管理、5G 技术推动应用场景创新、5G 新技术激发数字新活力等主题进行了深入研讨。本次论坛由国家广播电视总局安全传输保障司、科技司指导，中国广电集团承办。论坛吸引了来自相关主管部门、企事业单位、科研院所及企业的 200 多位业内人士到场参会。

## 第十八届“东方畅想”广播创新活动顺利收官

来源：上海人民广播电台

以“发现·新声力量”为主题的第十八届“东方畅想”广播创新活动于 2023 年 9 月 21 日顺利收官。本次活动由中国广播电视社会组织联合会指导，上海市广播电视局、上海市广播电视协会、上海广播电视台主办。荣耀盛典上，一批具有思想内涵、文化底蕴和时代价值的播客作品和融媒营销案例脱颖而出：江苏新闻广播报送的《听见急诊室》等 5 件播客作品和北京音乐广播报送的《中国球迷流行在车库里看世界杯》等 5 件融媒营销案例获得“畅想新声”荣誉称号；湖南音乐之声报送的《装修内幕 | 荒诞的老房改造经历》等 5 件播客作品和广西广播电视台报送的《潮音·2023 新民歌挑战赛》等 5 件融媒营销案例获得“品质新声”荣誉称号。

## 调研前沿 RESEARCH FRONTIER

### 融媒有妙招，双节同庆广电花式活动大盘点

2023年，正式告别疫情时代的第一年，恰逢中秋、国庆双节同至，高速公路排成长龙的汽车队伍，景区景点的人山人海，步行街、商超的火爆，种种迹象都看到人们走出家门、放飞自我的渴望。

据文化和旅游部数据中心测算，为期八天的黄金周期间，出游人群共 8.26 亿人次，国内旅游收入达 7534.3 亿元，多个旅游景点的游客量及收入同比疫情前一年（2019 年）均有不同程度的提升。

预测到国人对“外出”的期盼，各地广播电视台纷纷推出形式多样的“黄金周”活动，以期吸引更多的用户，与民共乐，众多国庆期间举办的广电融媒活动亦取得了不错的成效，彰显广电媒体融合传播影响力的提升。

#### 红色活动迎国庆



由总局宣传司指导，北京广播电视台、内蒙古广播电视台、江苏省广播电视总台、湖南广播电视台、四川广播电视台、新疆广播电视台、三沙卫视主办，全国广电新媒体联盟共同开展的《“盛世中华 大美中国”——国庆大型融媒体直播》于 9 月 30 日拉开序幕，一天一个省份地带着用户领略祖国的大好河山，7 天大直播 +N 场慢直播陪伴用户线上打卡，感受盛世中华。

活动由 15 个省市广电媒体共同直播，活动覆盖人口过 10 亿。10 月 5 日的四川篇，截止至当日下午五点，线上直播全网累计总流量近 2200 万，相关微博话题传播量近 2000 万。

“乡村振兴”是近年中国之重大发展策略，为深入贯彻乡村振兴的发展战略，全国妇联组织的“乡村振兴巾帼行动”于 9 月 27 日进入该公益活动的第二站——威海，名为“畅游齐鲁 乐购乡村”的活动由山东省妇联、山东广播电视台主办，山东广电多位主持人在活动中作为公益推荐官，助推了威海市多个特色好品好物。活动已在东营等多个山东城市开展，扎实打造了“鲁姐带货”之品牌，在“巾帼好品”公益推荐官的带领下，探讨当地乡村旅游及特色好物，激活线下线上的消费力，通过直播带货等形式助力乡村振兴，达到社会效益与经济效益的双丰收。



## 音乐节再掀浪潮

受疫情影响，沉寂多年的线下音乐节在双节期间再起浪潮。“森林音乐节”、“草莓音乐节”、“氧气音乐节”等等由电台组织的音乐盛宴经过多年的经营成为当地的一个品牌，2020年后因疫情原因，各地音乐节只能更多采用线上组织，影响力相当有限，而在2023年各地电台的音乐节的热度再次点燃，甚至线上线下联动，影响力更甚。在双节期间，南京台的“森林音乐会”、江西台的“星驰音乐节”、湖南台的“雪花潮音”、广东台的“草坪汽车 Hi-Fi 音乐会”纷纷而至，在当地带来不少的反响。

江西的“星驰音乐节”于10月4日在南昌完美收官，音乐节的演示阵容鼎盛，除了有罗大佑、杨千嬅、杨丞琳等华语乐坛重磅大咖和实力歌手外，还有白安、椿、美秀集团、温和治疗、弱水 WeakWaves、Fine 乐团等宝藏音乐人和乐队，成为南昌市在黄金周期间持续引流的一道风景线。音乐节3天吸引了6万人次，其中七成是30岁以下的年轻人，除了本地人，还吸引了众多的外省观众，其占比达52.16%。

音乐节在9月开始预热，据赛立信融媒体云传播数据显示，截止到10月1日，线上涉及“星驰音乐节”的图文、视频等达8.3万，其中视频宣传近6000个，前期充分的预热，音乐节吸引了更多的游客。

“森林音乐会”是由江苏省委宣传部、南京市人民政府主办，南京市委宣传部、中山陵园管理局、南京市文旅局承办，南京广电集团组织的活动，音乐会自2015年开办，今年已经是第九届“森林音乐会”。

双节期间的“森林音乐会”为期5天（9月28日-10月2日），期间汇聚近400位艺术家表演，他们共同演绎了一场森林的视听盛宴。音乐会的相关宣传信息在8月初已经开始进入观众的眼球，音乐会期间，活动涉及的图文、音视频等声量超过6000个，“国际指挥大师执棒……”是活动是热门的话题，现场乐迷观众过万，线上云“参与”的乐迷用户点击1亿+人次。活动不止吸引江苏当地人，在北京、湖北都有大量的乐迷云参与。



除了这些品牌音乐节，贵阳的“路边音乐会”同样吸引眼球。音乐会连续三天（10月2-4日），在连续三天的音乐会上，当地知名的歌手联袂演出以外，还与贵阳市民、游客一起经历一场“路边式”的狂欢，三天近2200万人观看。之后，除了国庆的“文昌阁”，10月份中旬也在贵阳的青园路、南明区等多个站区做了多场同类的活动，让活动的热度一直延续。

音乐节的唱响，为各地市民与游客带来一场文化之旅的体验，在双节举办，不止带动当地市民的热情，同时向来自各地的游客做了一次体验感强的活动品牌宣传，有效的提升活动及举办单位的影响力。

中秋、国庆双节休息时间长，来一场相当温馨的亲子活动也是众多用户的选择。上海经典947的“辰山自然生活节”是“辰山音乐节”的子品牌活动，以“把‘家’搬到植物园，开启度假模式”为活动的主旨。为期8天的生活节为上海游客和当地市民呈现了超过80小时的精彩活动，活动涵盖5大板块、4大舞台、28场植物科普活动，50场现场音乐艺术表演，不但让与节游客都能体验到充实的每一天，更重要的是家长与孩子们享受无尽的亲子乐趣，让孩子在玩乐中得到艺术的熏陶。据统计，本次活动期间共吸引游客8万多人次，其中10月2日游客最多达1.5万人次。



## 跟着广播去旅游

今年的黄金周热度最高的话题就是“XX塞车”、“XX人山人海”，一切缘于出游人群数不胜数，不少电台握住这一心理，提前预热长假出游计划，精选特色路线，吸引更多的媒体受众参与，国庆最为热门的路线就是新疆的异域风情和西藏的藏文化体验。

如《跟着广播去旅行》是淄博私家车广播联合全国17家广播电视媒体做的节目，通过声音、视频等形式向各地媒体受众介绍当地的旅游景点及特色，满足受众对旅游的心理渴望，在双节期间联合广告主打造的旅游推荐也吸引着不少眼球与用户参与。

疫情前，活动营销是电台实现营收新高的一种方式，虽然近三年因疫情消沉了不少，但随着疫情时代结束后的各项政策开放，线下活动重新成为相当能吸引眼球的热点，联合在近年来不断发展完善的全媒体矩阵实现线上线下共同经营，营销活动效果更佳。创新创意的花样活动与愈发成熟的传播策划相辅相成，让广电融合传播未来可期。





# “新风向”未出，广电全媒体矩阵如何稳中创新

李静静

随着 5G 突破，AI 技术、人工智能、云计算等技术加速落地，“元宇宙”、“AIGC”“智慧媒体”、“数字化转型”等新概念涌现，加上移动互联网社交平台和短视频平台等新兴媒体崛起，用户对资讯及视听内容的获取渠道从单一渠道变成多平台选择，进一步冲击传统媒体发展，传统媒体作为主力军，要在互联网战场中占据主要位置，必须对自身领域创新转型，因而，在国家相关政策指导下，主流广电媒体开始探索“互联网化”转型路径，以新一代大数据技术赋能，向智慧型广电方向发展，持续提升自身传播力及影响力。

早在 2013 年习近平总书记便指出：“要加快传统媒体和新兴媒体融合发展，充分运用新技术、新应用创新媒体传播方式，占领信息传播制高点。”推促传统媒体开展探索媒体融合。之后在“十四五发展规划”中更是对媒体融合再次提出新的要求：“推进媒体深度融合，实施全媒体传播工程，做强新型主流媒体”。党的二十大报告又指出“加强全媒体传播体系建设，塑造主流舆论新格局；健全网络综合治理体系，推动形成良好网络生态”。

在媒体融合过程中，广电媒体一步步做过多种尝试，如：①紧跟网民使用偏好，在微博、微信、抖音、小红书等内容聚合平台搭建广播媒体的官方账号，将广播、电视等内容资讯简单转换成图文形成多平台传播渠道；②建立融媒体中心，秉持“移动优先”的“互联网+”融合思路，开办广电 APP，创建专属的传播通道；③紧跟因疫情而盛行的“直播热”潮流，开创把“传统广电录制棚”搬到大众视野中的视频直播形式，广播收听也朝着视听化发展；④在媒体浅层融合到深度融合打造全媒体矩阵的过程中，广电朝着“内容为王”垂直精细化模式探索，结合之前尝试，搭建多平台传播矩阵，结合自身资源，整合多方、跨区域资源，把握热点、节点、传统广电节目内容、节目编排等，制定特色融媒产品，根据不同平台用户特点，使资讯获取、节目/音频收听等方面达到全媒体矩阵用户个人定制化；由此衍生出“媒体+政务”、“媒体+服务”等融媒模式，朝着智慧广电方向发展。自“直播热”、“AI 主播”等风向过后，广电开始沉淀发展，在广电全媒体矩阵应该如何在稳定发展过程中借力创新？

## 1、突破原有惯性思维

突破原有惯性思维，从满足受众需求到用户洞察转变。目前从多地广电融媒实践案例来看，传统广播、电视排播无法满足用户在碎片化时间管理下获取内容的需求，提供给用户的内容选择有限；其次缺乏智能化数字化的用户互动机制，传统热线电话、评论留言点赞互动等方式无法保持与用户粘性，无法实现引流、用户沉淀、广告创收等流量闭环，容易面临用户流失困境。当然广电机构中亦不乏做出突破、取得成效的案例，根据赛立信数据发现，中央台、河北台、四川台、江西台，河南台、山东台、云南台、贵州台等省级台在这方面做得比较好，其中冀时APP、云听APP、四川观察、今视频、大象新闻、闪电新闻、动静新闻、七彩云端等头部广电自办APP下载量超过1000万+。

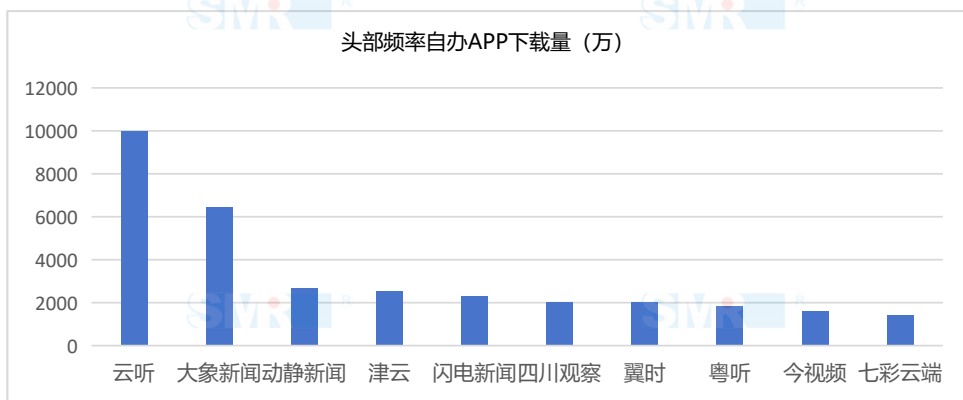


图1 头部频率自办APP下载量  
数据来源：赛立信媒介研究，2023年9月

其中“四川观察”已探索构建完整的互联网传播商业模式，提供融媒体产品传播运营、特色MCN账号达人池建设、微综微剧、全域整合营销在内的全链路品牌传播服务，为媒体深度融合探索完整的商业路径，实现多元创收。

河北广播电视台自办“冀时”APP有两大“新颖”之处：一是“多”个新媒体号构建多模式内容运营矩阵。内容生产支持稿件秒级生成、视频一键生成，并可一键同步内容到客户端及其余数十个媒体平台，聚合优质内容源并实现内容价值变现；二是平台提供在线问政、“知乎”模式互动问答，移动爆料、互动活动及积分模式、直播运营以及贴心的综合服务等功能，打造“媒体+”综合平台。“冀时”APP不仅实现了客户端深度化的内容运营，更推动了用户交互社交体系的打造，丰富了用户服务终端体验。可见，在下沉用户市场中，保持用户粘性，留存用户比运营拉新更重要。



## 2、坚持以“内容为王”，沉淀运营

内容、技术、用户、经营是整合发展趋势的四大关键词，是主流媒体持续推进融合发展的重点。正所谓“一手热度一手深度”，时事热点是机遇，内容深耕是根本，主流广电媒体以AI等新技术创新内容生产，强化“权威发布”公信力。在疫情开放后，“直播热”风向已过去，目前未出现下一个新风向，广电要坚持以内容为王道，迎合“新生代网友”的移动化、网络化、碎片化、年轻化触媒方式习惯及共情点，打造深耕“新”模式，从单一的内容营销迭代为新品孵化、场景创新等。例如5G智慧电台联合全国百家电台（融媒体中心）打造了一档基层调查研究类广播节目《账单里的中国》。“灯火里的中国，胸怀辽阔”，而“账单里的中国”是另一种真实可爱的万家灯火。节目以小切口大主题、小人物大时代、小故事大道理，讲述基层中国故事，客观全面、立体生动地展现了一个个普通的中国人为了幸福生活努力奋斗的精彩历程，描绘出一幅幅个人“小确幸”融入国家“大担当”的美好画卷。

## 3、多元融合另辟蹊径

另外融合传统文化，结合新技术新形式，走“复古”文化输出之路，也是一个不错内容IP系列打造。例如2023年双节时点，总台及多个省级卫视发力长假特别编排，突出频道自身定位和优势，推出内容精美、形式各异的特别节目。总台把中秋晚会搬上移动端，竖屏看秋晚，掌上过中秋。江苏卫视国庆中秋假期排播的节目充分发挥其在人文内容创作方面的优势和传统，推出《非来不可》《舌尖上的乡村》《你所不知道的水韵江苏》三档文化旅游类节目，在文化旅游类型创作中杂糅美食、文博等元素，融合乡村振兴、传统文化双创等内容，颇具试验性、开创性，让观众足不出户也可以在荧屏前感受诗和远方。河南广电依托优质文化创意类节目内容，借助较高的传播力及品牌影响力，打造购物节、音乐节、生活节等独具商业价值的活动，带动线下活动产能。以《唐宫夜宴》为代表的节目对本地文化旅游资源的露出，带动用户自发“种草”，节目播出后，大批游客打卡洛阳博物馆、开封清明上河园等节目中出现的线下文旅景观，线上内容释放线下创意产业发展活力。

在融时代冲击下，广电需改变传统做法，在发挥国家“喉舌”作用的基础上，突破原有惯性思维，从满足受众需求到用户洞察转变，坚持“以内容为王”，做好节目内容的垂直化、全媒体矩阵深耕运营。

（作者系广州赛立信数字传媒科技有限公司研发部高级研究员）

# 以变应变，浅析广电媒体 自办平台怎么“办”

李文凤

**导读：**当前，随着媒体融合的深入推进，广播积极建设自有客户端，打造移动传播矩阵，拓展新闻舆论阵地。自有客户端的建设，改变了广播单一的传统传播模式，打破了广播媒体的地域性限制，实现空间的全覆盖，也令广播媒体的传播力和影响力得到提升。随着广电系探索建设平台进入百花齐放的阶段，涌现出一批各具特色、有影响力的新媒体平台，当中的实践经验值得借鉴。

## 一、自办平台的影响力在不断扩大

以中央广播电视总台的“云听”为代表，广播电视台自办 APP 近年来的影响力不断扩大。在 2022 年，中央广播电视总台的“云听”和贵州广播电视台的“动静新闻”的累计下载量均突破 6000 万+，此外，河北广播电视台的“冀时”、天津广播电视台的“津云”、新疆广播电视台的“石榴云”、上海 SMG 集团的“阿基米德”、北京广播电视台的“听听 FM”均是下载量过千万的广电自办 APP。值得一提的是，从 2020 年至 2022 年，广播电台自办 APP 的使用率在逐年增长，到 2022 年使用率已接近 20%，可见广播电台自办 APP 正逐渐受到用户关注与认可。

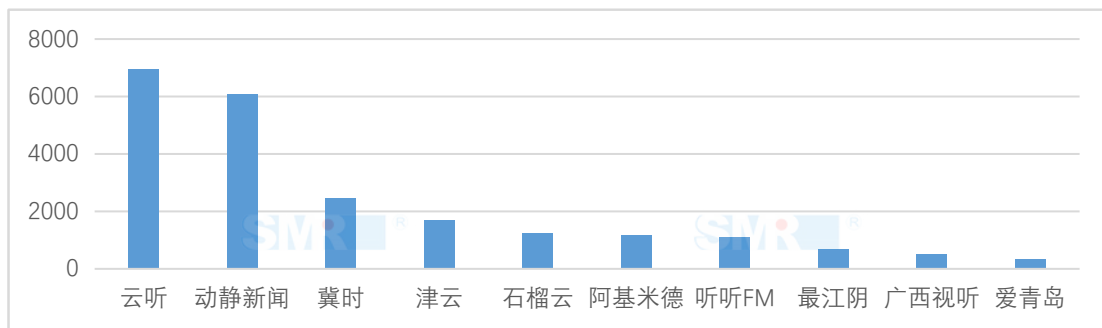


图1 广播电视台各自办 APP 的累计下载量 (万)  
数据来源：赛立信融媒体云传播数据，2022 年

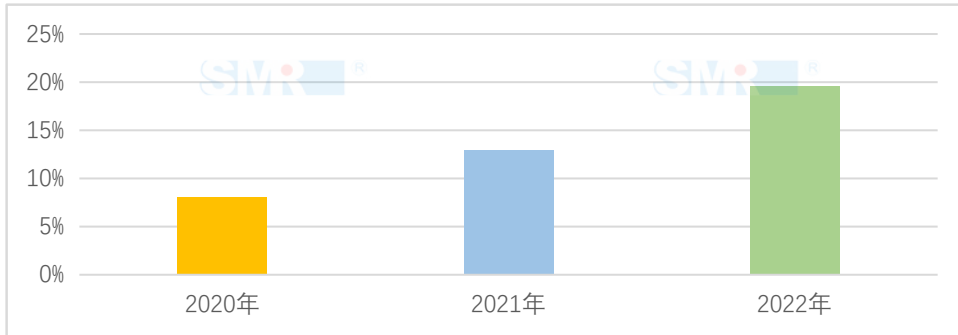


图2 广播电台自办手机终端 APP 的使用率  
数据来源：赛立信融媒体云传播效果数据，2020-2022年

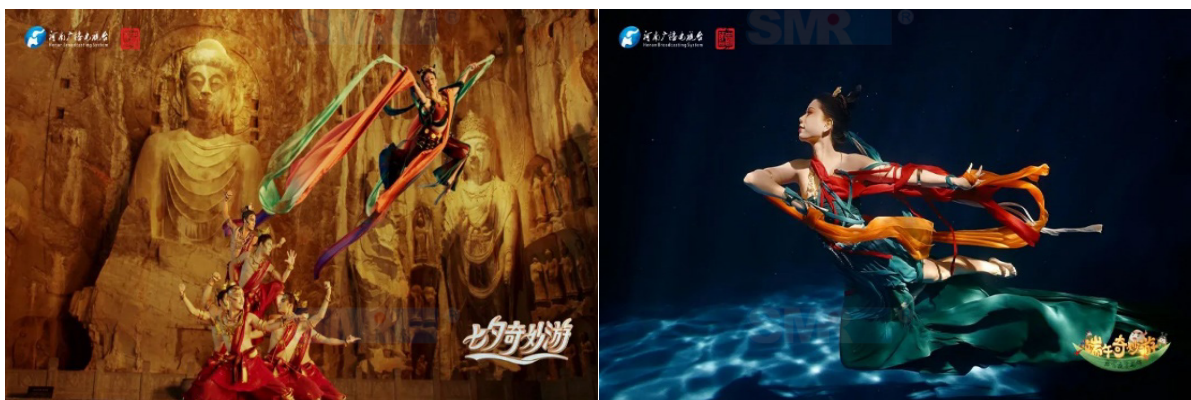
## 二、深耕细作，内容为王

众所周知，内容是平台撬动流量的“核心密码”。广电媒体的核心品牌价值应该始终围绕着内容来打造，广电主流媒体客户端应通过激发制度优势、挖掘特色资源，并以互联网思维加强内容运营、打造内容产品，以突出的内容优势赢得传播优势。

**坚守主阵地，在融合创新中彰显主流媒体责任。**广电是党的喉舌，广电自办平台亦要坚持正确的政治方向、舆论导向和价值取向，要讲政治讲责任讲品格，助力主力军全面挺进主战场，不断提升主流媒体传播力、引导力、影响力和公信力。河南台大象新闻客户端便围绕党的二十大展开融媒宣传报道，精心策划，打造一批内容精良、形式创新、传播力强的融媒产品，如《手绘 H5| 我家门前幸福 10 路公交车》、《动漫 H5| 黄河泥注的中国梦》、《短视频 | 从兰考到淳安》。2021 年 12 月 30 日，国务院印发《“十四五”国家应急体系规划》，提出要推进应急广播系统建设，强化跨部门、跨层级、跨区域互联互通、信息共享和业务协同，增强全社会防范和处置灾害事故能力。河南广电积极健全长效制度保障，全面推进应急广播体系建设。面对突如其来的暴雨汛情，河南台大象新闻客户端建立“河南暴雨互助通道”、“河南抗疫互助通道”、“河南灾后重建互助通道”，进行《防汛救灾进行时·人民至上》24 小时不间断直播，搭建了求助者、政府、媒体、救援组织之间的沟通“桥梁”，开启了融媒时代河南广电重大突发事件应急报道的新纪元，为之后省内以及全国突发事件救助提供了模板。



深挖中国优秀传统文化，推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展。传统文化在广播中占有重要地位，也是广播持续发展的优势之一。广播自办平台可以围绕传统文化精髓的传承，从专业、服务、内容设计和互动交流等角度对内容传播渠道进行整合与拓展，从而提高其在融媒体环境中的市场竞争力。如大象新闻客户端深耕中国传统文化，精心打造“中国节日系列”节目，其中《2021 河南春晚》、《舞千年》、七夕奇妙游《龙门金刚》、端午奇妙游《洛神水赋》备受网友好评。“中国节日系列”节目在国内掀起了弘扬传播中国传统文化的热潮，不仅成为河南广电特色、中原文化特性的文化 IP，而且产生了强烈的社会反响，被媒体称为中国影视文化领域的一个“现象级”事件。



### ◆◆ 三、提高综合服务能力，搭建平台与用户之间的桥梁 ◆◆

广播媒体自办平台既要好看，也要好用。因此，广播自办平台应立足本地，聚合本地资源，提高综合服务能力，以此增强用户粘性和活跃度。如江苏省广播电视总台旗下大蓝鲸 App 以用户的需求为导向，为用户提供投诉维权、法律咨询、健康医疗、老年服务、婚恋交友、实时路况以及电商等方面的服务，还搭建了“政务服务”板块，有效增强了主流媒体的服务属性。长江云客户端打造一站式综合便民服务端，设置 24 小时“问政”移动互动窗口、优化一键挂号及一键问诊等服务功能、携手老友频道打造“老年大学公开课”，以及联动社区频道打造一站式通联千个社区、辐射 1+8 城市圈、保持与社区粘性的掌上社区。



#### 四、创新互动方式，增强听众粘性

虽然广电系平台探索百花齐放，但放眼整个市场版图，广电系平台仍面临着活跃用户规模小、粘性低的问题。其原因之一便是一些自办平台缺乏与听众互动，或是互动方式不够新颖，无法引起用户关注。因此对互动方式的变革同样是重中之重。

**创新互动方式，吸引更多用户参与。**互联网平台在充足的资金投入、灵活的孵化机制、先进的技术保障等多重因素协同作用下，用户的交互功能已经很成熟了。再加上用户早已习惯了互联网平台的互动方式。因此，广播自办平台要想吸引更多用户，就要与时俱进，引入创新的、互联网用户喜闻乐见的互动方式。北京台“听听 FM”客户端创建聊天室，在聊天室推出带货、抽奖、红包雨、投票、观点 PK、热度值愿望、关键词截屏等全新玩法，创新广播节目的互动方式，提了用户的参与度。

**推出互动产品，为用户提供更便捷、有趣的互动渠道。**现今，互动已成为了媒体行业的关键词之一。在这个数字时代，用户渴望能够参与并在媒体平台进行互动，而不再只是被动地接受信息。然而，广电系平台在这方面还有很大的进步空间。一些自办平台没有充分利用现有技术和互动工具，无法给用户提供一个便捷、直接参与的渠道。因此，广电平台可以推出新形态互动产品，提高用户的参与度，进而增加活跃用户规模。如江苏广播首创节目直播互动产品—大蓝鲸 Live，大蓝鲸 Live 提供音频、视频、图文、文字等全媒体形态的互动传播，有丰富的互动玩法满足节目的需求，盖楼、问答、投票、带货等多种形式可供选择。此外还将互动与广播收听、主播号深度捆绑，加深听众与广播节目的联系。北京台听听 FM 推出听听号互动产品，听听号产品具备音视频、图文、活动发布、积累粉丝、点赞、留言、转发等各种功能，成为了主持人与粉丝实现良性互动的平台。



## 五、策划活动，提升品牌影响力

**借助节日、节点，策划主题营销活动。**借助节日和节点进行主题营销活动可以有效地吸引消费者的注意力，因为在特定的时间节点，人们通常会更加关注与节日或特殊事件相关的产品或服务。因此，通过借助节日和特定节点，广播自办平台可以吸引更多用户的关注，并提高他们对品牌的认知度和忠诚度。河南广电交通事业部推出的 UP 商城在重要节日策划不同的营销活动主题，并将其融入到节目内容中。听众边听节目边下单购买商品，提高了商城的销量，同时也增强了听众的粘性。例如，2022 年 618 主题活动，UP 商城通过策划活动，实现单日最高访客量 5510 人次，老客户占比 66%；甜蜜七夕活动期间，当日均访客量达到 3500+ 人次，老客户占比 71.4%，创了新高。



**借助热点事件，打造专属 IP。**借助热点事件打造专属 IP 能够帮助广播自办平台与用户建立更加紧密的连接。当某一热点事件引起公众广泛关注时，人们对相关话题的讨论和参与度都会大幅提升。通过打造专属 IP，能够迅速引起公众的兴趣，并且得到更多的曝光机会。在 2021 年东京奥运会期间，央视频通过对全赛事节目编排和节目运营配置，生产超过 1.7 万条短视频，内容总时长超过 1.1 万小时，总播放量超过 25.8 亿次，用户日活屡破千万；在 2022 年卡塔尔世界杯期间，央视频策划推出《不一 young 的卡塔尔》《央 young 球迷之夜》等原创节目，开发“竖屏看世界杯”“云观赛聊天室”“AR 看世界杯”等新技术、新玩法，累计直播观看量超过 10 亿人次。央视频依托总台独家版权资源，参与奥运会、世界杯等顶级赛事全程传播，“来央视频看体育赛事”的品牌认知深入人心。





## ◆◆ 六、先进技术引领平台发展，推动媒体深度融合 ◆◆

随着 5G 等信息技术快速发展，万物互联、万物皆媒的趋势越来越明显，内容和技术相互驱动、高度融合。广电媒体应加快科技创新与成果应用，将前沿新技术应用到自办平台，推动内容创意创作、提高内容生产效率、实现内容精准推送。利用人工智能、虚拟现实等数字化技术，赋能内容创新性表达，为观众带来更丰富更美好的视听体验。如央视频运用沉浸式实时 3D 场景渲染、8K/VR 赛事直播等先进技术，推出“VR 看冬奥”产品、VR 春晚系列节目，为用户带来全景沉浸式观看体验。引入先进技术，大大提升广播内容的数字化生产效率。如阿基米德客户端构筑以人工智能和大数据为核心的专业智媒技术体系，可以实现图文音视的自动化，能对音频进行自动拆条、标签、摘要。此外，还具备领先行业的语音合成、语音识别和广告监播能力，提高了广播的智能化水平。此外，还可以运用大数据，实现内容的精准分发。利用大数据分析技术，可以更好地了解用户需求和反馈，及时掌握用户对于内容的喜好和偏好，从而为听众推荐他们感兴趣的内容，提高内容精准性和受众粘性。如长沙广电“我的长沙”APP 研发独有的算法模型，算法模型基于用户的办事行为进行用户画像，推送更精准的新闻资讯和更符合用户需求的城市服务资讯，以精准推送的算法逻辑改变传统媒体单向的、线性的传播逻辑，让大数据、算法为市民群众服务。

## ◆◆ 七、结语

近年，广播自办平台建设成效显著，但我们要清醒地认识到，要推进媒体的深度融合，还面临诸多问题，例如用户活跃度和留存率低、内容创新滞后、平台竞争力不强、产品运营和市场拓展能力不足等，媒体深度融合尚处在爬坡过坎的阶段。要实现媒体的深度融合，要坚持内容为王，打造精品内容；要提高综合服务能力，解决自办平台“好看不好用”的问题；要创新互动方式，增强听众粘性；要策划主题活动，提高品牌影响力；要运用先进技术，提高自办平台的智能化水平。

(作者系广州赛立信数字传媒科技有限公司研发部助理研究员)

# 融媒正当时：聚焦广播 云传播亮点案例

(2023年9月)

广播在媒体融合领域积极创新、积极尝试，不断探索着适宜的转型发展道路，对好的融媒体平台账号运营模式，以及互联网用户的偏好、习惯、需求等等可谓“求知若渴”。

为此，我们根据广播融媒体云传播效果月度数据，为大家带来各大省市级广播融媒体运营亮点内容、亮点案例的全方位展示，希望能为众多广播业界同仁带来更多启发。

## 一、9月广播电台融媒体平台头部账号 (省级 & 省会 & 副省级广播频率)

在9月的省级、省会及副省级广播频率融媒体平台中，微信公众号累计阅读量榜首由“杭州交通918”夺得，其9月累计阅读量高达2845.91万+。同时，该账号在头条号、视频号上也有不俗的表现。“北京音乐广播”官方微博9月累计发布量超过1200条，更以104.45万+的累计交互量遥遥领先，排名上升至第一位。而楚天交通广播账号“逐浪新闻”在头条号和抖音号上保持领先地位。“安徽交通广播”视频号连续两月霸榜视频号累计点赞量TOP1。“浙江之声”以121.57万+的高累计点赞量成为9月快手号的头部账号。



## 二、9月广播电台新媒体账号亮点表现

(省级 &amp; 省会 &amp; 副省级广播频率)

在各新媒体平台上的广播电台账号中，“杭州交通 918”可谓占尽“天时地利”，表现亮眼。由于杭州亚运会的原因，“杭州交通 918”微信公众号发文活跃，每天发布 5-6 次，平均每天发布推文 28 篇+。其中，9 月阅读量最高的三篇 10 万+ 文章，均是关于亚运会的推文，标题简洁明了，感叹语气加重强调，更能吸引公众关注。此外，“杭州交通 918”在微博、头条号、视频号的 TOP3 发文 / 视频也是关于亚运会的相关报道。

省会电台 交通频率 微信平台累计阅读量 第一账号 (2023.09.01-09.30)					省会电台 交通频率 微博平台交互量 第一账号 (2023.09.01-09.30)				
级别	账号名称	标题	阅读量	发布日期	级别	账号名称	标题	交互量	发布日期
省会电台频率	杭州交通 918	最新！杭州亚运会开幕式流程发布！主火炬点燃时间...	100001	9月23日	省会电台频率	杭州交通 918	夺冠后，【#国乒又现绝杀式采访#】最终还是队长马龙承担了所有...#杭州亚运会##中国乒乓球梦之队(超话)# #樊振东(超话)# #马龙(超话)# http://t.cn/A60EuNn8 ???	3039	9月26日
		杭州亚运会今晚开幕，会下雨吗？很多人关心！最新预报	100001	9月23日			看背影是谁！#记者在亚运场馆偶遇国乒队员# 樊振东此次参加亚运会乒乓球男子单打、男子双打和男子团体项目，加油哦！#杭州亚运会##乒乓球##樊振东# http://t.cn/A60YsJ0w ???	2221	9月22日
		亚运期间限行相关问题！刚刚杭州公安权威解读！	100001	9月8日			【#大熊猫春生香果分房后还会有小互动#】打网太频繁！分房了！今天上午，有不少网友爆料：杭州动物园里的熊猫“春生”和“香果”分房了！杭州动物园里挂出了告示牌：通过近期观察发现，两只大熊猫打闹活动频繁，	610	9月12日
省会电台 交通频率 今日头条点赞过万 第一账号 (2023.09.01-09.30)					省会电台 交通频率 视频号点赞量 第一账号 (2023.09.01-09.30)				
级别	账号名称	标题	点赞量	发布日期	级别	账号名称	标题	点赞量	发布日期
省会电台频率	杭州交通 91.8	#郭晶晶执旗霍启刚领队 郭晶晶霍启刚夫妇现身杭州亚运会开幕式，全场欢呼！#杭州亚运会 #好甜 #郭晶晶霍启刚	16379	9月24日	省会电台频率	杭州交通 918	爆冷出局！#杭州亚运会 乒乓球日本男团0比3不敌伊朗止步八强 #日本乒乓球男团无缘四强 #日本男团0比3伊朗男团 #日本 #伊朗 #张本智和	77190	9月24日
		都夺冠了，还关心作业写完没写完？#中国年龄最小的亚运冠军被问作业写完没 夺冠礼物给冠军众筹一套卷子？#杭州亚运会	14492	9月27日			都夺冠了，还关心作业写完没写完？#中国年龄最小的亚运冠军被问作业写完没 夺冠礼物给冠军众筹一套卷子？#杭州亚运会	36637	9月27日
		太壮观了！来看#中国代表团队伍有多长一起为中国代表队加油！#杭州亚运会 #中国加油	8753	9月23日			英雄惜英雄！张雨霏泪洒颁奖现场，与对手相拥送祝福！这才是真正的体育精神？我们巴黎见！#杭州亚运会 #张雨霏 #池江璃花子 #体育精神 #竞技体育 #奥运会	7000	9月29日

在微博平台，“北京音乐广播”以累计 104.45 万+ 的交互量居于榜首，与第二位的累计交互量拉开一段距离。其中，交互量最高的三篇博文总互动量占当月累计互动量的 37.41%。这些博文包括关于“开学季”热点话题的时代少年团歌曲《少年时代》、任素汐与瓦依那合作演唱的大热歌曲《大梦》，以及时代少年团队长马嘉祺“在准备制造见面的机会”的采访。这些博文均贴合热点，关注年轻人话题，每篇的互动量都超过 12 万。



累计交互量104.45万+

### 9月交互量TOP3 发文

**北京音乐广播 FM97.4**

少年们!校服是不变热爱!又是一年开学季,一起来听听90后少年们抒写青春《少年时代》,一同的时光,自由生长,总想成为更好的自己。少年时代就是肆意生长,不负热爱,成长路上的每个脚印,一切顺利! #秋日少年#90后时代少年团话题



12.4万 467 1.2万

**北京音乐广播 FM97.4**

【9人合唱+合唱视频发布在短视频平台】  
在这部播出的《乐队的夏天》第三季女神合作赛中, @任素汐 携@互怼群 合作演唱《大梦》,这首歌是每个人,涌出生命每个阶段的回响。当下的乐人们也继续努力着,出现在的每个人都会有一些惊喜,而这首歌也是在唱给自己,从中文乐坛每个角落的都有你的“飞越之心”的渴望,那首歌的回忆在每个人生命的旅程? 是像这首歌一样有着属于自己这个阶段“该怎么办”? #乐队的夏天# 北京音乐广播的微博话题



35.42 627 11.9万

**北京音乐广播 FM97.4**

#马思聪说在准备见面约会了# 可爱死你们了! #微博音乐盛典红毯# 上, @时代少年团队长-马嘉祺 说: 在准备制造见面的机会了! 明明啊! #微博音乐盛典红毯盛典# 北京音乐广播的微博话题



2649 1385 12.6万

在今日头条平台及抖音号上,楚天交通广播的“逐浪新闻”继续保持领先地位。其头条号多以简短的新闻信息短句+短视频的方式发布内容,聚焦于社会热点、国内外时事焦点和湖北当地民生人文等内容。其中,9月发布的《华为新机遭抢购,全国门店再现排队盛况。央视评论:历经美国四年多的打压,华为破卡突围,1万多个零部件实现国产化,中国心 中国芯 自主创新大有可为》一文既是社会热点,又激起了读者的民族自豪感,点赞量高达8.48万+。在抖音号上,“逐浪新闻”9月点赞量最高的视频《专家:此类调查不属于政府信息,但处理结果还是应公开》是关于“北极鲶鱼事件”调查结果的回复,点赞量达到84.87万+,收到的评论超过25万条。



头条号累计点赞量102.26万+

### 9月点赞量TOP3 发文

**逐浪新闻**

华为新机遭抢购,全国门店再现排队盛况。央视评论:历经美国四年多的打压,华为破卡突围,1万多个零部件实现国产化,中国心 中国芯 自主创新大有可为。



1.48万 1.4万

**逐浪新闻**

韩国大王李在镕受贿案,韩国三星集团“方便米”案,韩国万亿市场,“你怎么看”




1.48万 4485

**逐浪新闻**

“女子解案性侵犯案法官受贿”案,警方称案后发案新证已立案。



1.48万 3624

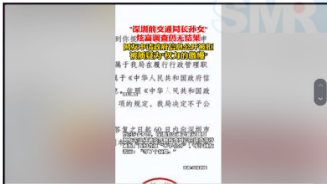


抖音号累计点赞量1245.58万+

### 9月点赞量TOP3 视频

**逐浪新闻**


“国家网信办通报约谈”  
网信办通报约谈了包括腾讯在内的多家互联网企业,要求整改。网信办通报约谈了包括腾讯在内的多家互联网企业,要求整改。



48.0万 4.0万 1.7万

**逐浪新闻**


根据央行数字货币分析,疫情呈现以下特点:一是88.9%病例为男性,92.2%病例确诊为男性行为人群。二是病例年龄偏年轻,发病前21天内均有异性接触史。三是...



48.0万 4.0万 1.7万

**逐浪新闻**

第《在案目前》9日另一篇报道,给食肆的老板人第10天的字在初没有创稿了,国博非常清楚,当天,身穿西服正装,蓝色运动鞋的李在明先到国博区,李在明说“一...



24.6万 1.0万 2.4万

908 新媒体安徽广播电视台急先锋工作室官方视频号“安徽交通广播”，9月在视频号平台表现突出，3条爆款视频贡献了占比超过44%的累计点赞量。3条爆款视频分别为：9月30日中秋国庆假期出行高峰期发布的《#小车走过一次应急车道竟还走 网友：真是心存侥幸 #交通安全 提示：假期出行需遵守交规安全出行》通过“反面例子”提醒市民要遵守交通规则，勿走应急车道；9月5日发布的《海拔4269米，#8名边防女兵首次踏上巡逻路。追星就追人民子弟兵》让我们看到了名边防女兵飒爽英姿，充满正能量；9月23日发布的视频《前一秒还面带微笑，后一秒瞬间破防！#父亲喂即将出嫁的女儿吃饺子，场面让人泪目》以温馨感人的一幕展现出亲情的可贵。



在快手平台上，“浙江之声”账号9月短视频发布非常活跃，点赞量最高的三条视频都是关于“杭州亚运会”的话题内容，获得了大量的流量和话题关注度。这些视频不仅带来了广泛的影响，更是当地媒体的影响力和专业性的体现。



### 三、广播电台新媒体平台热点作品类型

杭州亚运会于9月23日至10月8日举行。广播新媒体尤其是浙江杭州的广播新媒体账号，在9月期间发布了大量与亚运会相关的内容。此外，幽默有趣事件的短视频、当前社会热点相关的报道以及传播正能量的内容，在公众中引起了广泛的关注和讨论，成为了新媒体平台上的亮点。

我们总结了9月新媒体平台引来较多关注的三大内容主题，分别是：

①亚运会相关话题。据统计，在省级、省会及副省级的广播频率新媒体头部账号的TOP3推文/视频中，关于亚运会话题的发文量约占了25%，且这些文章的阅读量、互动量及点赞量都非常高，显示出公众对亚运会的热烈关注与讨论。运动员或相关人物的特写镜头、轻松娱乐/传播正能量的周边报道自带话题性及热度，更容易成为“爆款”。

 <p>珠江之声fm105.7: 中国#香港队入场，霍启刚笑得开开心！特写镜头长达约9秒！ 点赞量99.14万+</p>	 <p>浙江之声: 火炬手施一公和郭晶晶交接棒摆出创意Pose。网友：像极了代表杭州的“H”。#杭州亚运会（记者张苑） 点赞量12.2万+</p>	 <p>FM93交通之声: 奥运冠军郭晶晶谈再次来到杭州的感受，杭州市民太热情了！#郭晶晶？ 点赞量12.3万+</p>	 <p>浙江之声: #中国队手拉手跳上领奖台 在刚刚结束的杭州亚运会男女4×100米混合泳接力决赛中，中国队夺得金牌，打破亚洲纪录，四位运动员手拉手跳上领奖台，祝贺！（浙江之声记者袁奇翔、马欣宇） 点赞量3.3万+</p>
--	---	--	---

②幽默有趣身边事。幽默搞笑的身边人身边事视频，让人在会心一笑之余得到解压和放松；而那些分享身边感人、正能量事件的视频，则让人感到温暖和爱。这类作品往往容易吸引公众的目光，引发情感共鸣，从而获得大量的点赞和传播。

 <p>济南新闻综合广播: 9月10日，江苏南京。男子遇到困难进店求助，年轻老板二话不说伸出援手。网友：谁都有个难的时候，加油！@「陳小文」 点赞量6.3万+，视频观看量267.7万+</p>	 <p>济南新闻综合广播: 9月1日，天津，姐姐记录一家人迎接弟弟退伍时的感人场景。去时懵懂少年，回来顶天立地。 点赞量9.9万+，评论量5500+</p>	 <p>安徽交通广播: 前一秒还面带微笑，后一秒瞬间破防！#父亲喂即将出嫁的女儿吃饺子，场面让人泪目。近日，山西#临汾。 点赞量5.2万+，转发分享次数9700+</p>	 <p>济南新闻综合广播: 9月29日，江西，情侣假装和朋友合影，猝不及防的亲嘴官宣，朋友直接惊呆了 点赞量14万+，转发分享次数12.4万+</p>	 <p>青岛交通广播FM897: #月子仇真能记一辈子#【#男子住院妻子陪床时点大餐#】9月4日，河南郑州。当事人表示之前自己坐月子时，老公不管自己，那时候因为年轻就吃喝玩乐，请了个保姆照顾自己，现在老公生病了，自己也要在他面前吃喝玩乐，让他感受一下是什么样的体验 交互量6953，视频观看次数100万+</p>
---	---	--	--	--

③社会热点新闻。诸如日本核废水事件的影响、大熊猫“成功”的猝然离去、2023服贸会、九一八事变纪念日群众特别的纪念方式等热点新闻事件的推文/视频，均获得较高关注度。




FM93交通之声:  
热搜第一! 韩国石斑鱼大量死亡  
阅读量10万+




FM93交通之声:  
太突然! 官方确认死亡  
阅读量10万+



北京交通广播:  
#中国为什么要办服贸会# 中国为什么要大力发展服务贸易? 研究员1分钟为你讲清楚! #我在服贸会等你来# #打卡2023服贸会#  
交互量10万+



重庆音乐广播:  
9月18日, 山东淄博, 网友在街头拍到摇旗大爷, 为九一八事变纪念日摇旗呐喊! 勿忘国耻! 铭记历史! #九一八 #918勿忘国耻 #勿忘国耻  
点赞量36.4万+



济南新闻综合广播:  
9月18日, 安徽定远, “九一八事变”92周年, 警报鸣响后路人立即停车默哀  
点赞量43.4万+

备注:

本文数据均来自 2023 年 9 月广播融媒体云传播效果数据, 监测账号为省级 & 市级广播的新闻、交通、音乐频率。

阅读量: 指用户对各社交平台账号所发布文章 / 视频 / 音频 / 图片等的点击阅读次数规模合计。

点赞量: 指各社交平台账号发布的所有文章 / 视频 / 音频 / 图片等在特定周期内所获得的用户点赞量。

转发量: 指社交平台账号在特定时期发布的文章 / 视频 / 音频 / 图片等获得的用户转发量。

评论量: 指社交平台账号在特定时期发布的文章 / 视频 / 音频 / 图片等获得的用户评论数量。

交互量: 指各类推文内容所获得的用户点赞、转发、评论合计数。

# 新型广播 综合传播力指数

2023/年/08/月/01/日 / - /08/月/31/日

M

## 省级电台排名 TOP10

排名	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	广东电台	819.81	-9.78
2	上海电台	793.75	59.03
3	湖北电台	770.10	17.22
4	河南电台	669.82	-9.32
5	广西电台	650.31	-9.40
6	浙江电台	636.99	11.79
7	北京电台	624.17	39.58
8	四川电台	544.46	26.98
9	山东电台	541.10	22.32
10	湖南电台	539.58	-7.95

M

## 省级电台频率排名 TOP10

排名	省份	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	广西	广西教育广播	832.34	-8.13
2	广东	广东广播电视台交通之声	829.05	-9.94
3	浙江	浙江交通之声	799.85	-6.98
4	四川	四川交通广播	798.38	18.29
5	北京	北京交通广播	788.66	6.08
6	湖北	楚天交通广播	786.64	2.82
7	河南	河南广播电视台交通广播 FM104.1	778.17	-5.77
8	广东	广东珠江经济台	756.02	-16.91
9	北京	北京新闻广播	753.26	11.87
10	广东	广东广播电视台音乐之声	744.35	-14.16



M

## 省级电台新闻频率排名 TOP10

排名	省份	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	北京	北京新闻广播	753.26	11.87
2	浙江	浙江之声	740.69	3.52
3	上海	上海人民广播电台 上海新闻广播	726.34	31.28
4	吉林	吉林新闻综合广播	722.44	6.05
5	河北	河北新闻广播	693.95	-22.57
6	江苏	江苏新闻广播	676.05	-15.56
7	广东	广东新闻广播	675.93	-4.58
8	山东	山东广播电视台综合广播	674.95	11.50
9	上海	长三角之声	664.40	30.44
10	陕西	陕广新闻广播	637.95	-16.68

M

## 省级电台交通频率排名 TOP10

排名	省份	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	广东	广东广播电视台交通之声	829.05	-9.94
2	浙江	浙江交通之声	799.85	-6.98
3	四川	四川交通广播	798.38	18.29
4	北京	北京交通广播	788.66	6.08
5	湖北	楚天交通广播	786.64	2.82
6	河南	河南广播电视台交通广播 FM104.1	778.17	-5.77
7	河北	河北交通广播	698.97	0.48
8	湖南	湖南交通频道	685.02	-4.43
9	重庆	重庆交通广播	684.55	18.32
10	安徽	安徽交通广播	679.15	2.15

M

## 省级电台音乐频率排名 TOP10

排名	省份	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	广东	广东广播电视台音乐之声	744.35	-14.16
2	上海	上海人民广播电台动感101	739.49	67.80
3	广西	广西经济广播	732.11	9.22
4	广西	FM950 广西音乐广播	713.35	12.57
5	河北	河北音乐广播	675.30	-7.30
6	湖北	湖北楚天音乐广播	642.90	12.33
7	上海	上海人民广播电台经典金曲广播 Love Radio103.7	627.59	3.94
8	重庆	重庆音乐广播	608.91	-10.33
9	江西	江西音乐广播	578.85	20.03
10	河南	河南音乐广播	577.21	0.67

M

## 省级电台经济频率排名 TOP10

排名	省份	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	广东	广东珠江经济台	756.02	-16.91
2	上海	上海人民广播电台第一财经广播	651.78	8.71
3	浙江	浙江电台 FM95 经济广播	577.79	14.95
4	山东	山东广播电视台经济广播	531.72	58.70
5	天津	天津经济广播	406.40	3.19
6	广东	广东广播电视台股市广播	391.45	28.29
7	宁夏	宁夏经济广播	378.74	6.86
8	贵州	贵州经济广播	352.77	1.15
9	内蒙古	内蒙古经济生活广播	348.74	22.66
10	山西	山西经济广播	340.85	-6.16

M

## 省级电台文艺频率排名 TOP10

排名	省份	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	北京	北京文艺广播	671.10	-2.17
2	天津	天津相声广播	462.08	1.18
3	吉林	吉林乡村广播	409.35	18.65
4	上海	上海人民广播电台 戏曲广播	400.22	3.50
5	陕西	陕西戏曲广播	377.40	-5.40
6	山东	山东广播电视台文艺广播	352.28	-17.80
7	内蒙古	内蒙古评书曲艺广播	350.37	0.64
8	山西	山西文艺广播	344.11	-9.63
9	天津	天津文艺广播	328.42	3.88
10	新疆	新疆维语文艺广播	327.75	-3.05

M

## 省级电台都市生活频率排名 TOP10

排名	省份	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	广东	广东广播电视台文体广播	577.12	-10.04
2	上海	上海人民广播电台 五星体育广播	574.26	14.39
3	吉林	吉林资讯广播	565.32	-0.63
4	北京	北京体育广播	551.88	40.63
5	黑龙江	黑龙江都市女性广播	528.20	0.65
6	江西	江西都市广播	522.38	7.84
7	广东	广东广播电视台城市之声	515.89	-11.75
8	吉林	吉林旅游广播	479.01	21.61
9	山东	山东广播电视台 体育休闲广播	474.16	14.98
10	安徽	安徽生活广播	467.30	26.83

M

## 省级电台私家车频率排名 TOP10

排名	省份	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	广西	广西教育广播	832.34	-8.13
2	湖南	金鹰 955	674.46	-10.01
3	重庆	重庆都市广播私家车 938	634.76	13.99
4	浙江	浙江私家车 107 城市之声	595.96	-20.41
5	河南	河南私家车广播 999	557.09	9.11
6	新疆	新疆 929 私家车广播	416.20	6.10
7	四川	四川天府之声私家车广播	353.79	-1.21
8	天津	天津滨海广播	289.05	2.82
9	河北	河北私家车广播	263.55	3.82
10	江苏	江苏金陵之声	243.46	12.42

M

## 省级电台其他频率排名 TOP10

排名	省份	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	陕西	陕西秦腔广播	406.36	-5.71
2	内蒙古	内蒙古蒙古语广播	371.50	7.95
3	山西	山西健康之声广播	360.56	3.38
4	河南	河南农村广播	346.13	-0.10
5	吉林	吉林健康娱乐广播	344.83	10.71
6	江西	江西农村广播 [ 绿色之声 ]	344.22	1.99
7	黑龙江	龙广青苹果之声	343.38	9.06
8	吉林	吉林教育广播	330.42	-49.31
9	陕西	陕西农村广播	302.95	-38.10
10	江苏	江苏健康广播	297.50	-4.10

M

## 省会城市电台排名 TOP10

排名	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	济南台	845.19	13.98
2	杭州台	713.55	15.56
3	太原台	711.73	-10.00
4	沈阳台	709.31	-13.92
5	哈尔滨台	680.88	-3.06
6	广州台	654.48	-9.20
7	郑州台	620.74	-36.38
8	南京台	604.00	-3.95
9	昆明台	588.19	0.31
10	成都台	563.44	-13.41

M

## 省会城市电台频率排名 TOP10

排名	省份	所属台	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	浙江	杭州台	杭州交通经济广播	886.96	-9.29
2	山东	济南台	济南新闻广播	779.79	0.08
3	广东	广州台	广州交通广播	779.55	-18.10
4	山西	太原台	太原广播电视台交通广播	765.72	-4.38
5	辽宁	沈阳台	沈阳交通广播	761.20	-0.17
6	吉林	长春台	长春交通之声	755.62	22.22
7	广东	广州台	广州新闻电台	748.03	2.35
8	云南	昆明台	昆明汽车音乐广播	746.33	9.11
9	辽宁	沈阳台	沈阳都市广播	732.05	-4.43
10	山东	济南台	济南交通广播	725.14	3.69

M

## 非省会城市电台排名 TOP10

排名	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	青岛电台	828.19	-4.97
2	厦门电台	748.30	-4.16
3	台州电台	651.84	11.54
4	温州电台	651.23	-3.00
5	佛山电台	647.76	-111.47
6	绵阳电台	617.22	18.90
7	宁波电台	616.91	-0.16
8	沈阳电台	603.17	-16.67
9	日照电台	601.30	-6.13
10	嘉兴电台	577.45	22.02

M

## 非省会城市电台频率排名 TOP10

排名	省份	所属台	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	山东	青岛台	青岛交通广播 FM89.7	743.12	-2.82
2	浙江	台州台	台州交通广播	738.68	30.41
3	浙江	嘉兴台	嘉兴交通经济频率	715.13	6.58
4	山东	青岛台	青岛新闻综合广播 FM107.6/FM103.6	714.37	1.41
5	浙江	宁波台	宁波电台交通广播	703.81	21.27
6	湖北	襄阳台	襄阳交通音乐广播	676.92	5.98
7	浙江	温州台	温州交通广播	675.05	-5.63
8	四川	绵阳台	绵阳交通广播	644.93	-22.64
9	四川	凉山台	凉山人民广播电台新闻综合频率	608.51	7.85
10	浙江	温州台	温州音乐之声	574.88	11.20

## M 华北、东北、西北片区城市电台排名 TOP5

排名	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	太原台	812.75	-0.57
2	沈阳台	733.37	41.55
3	西安台	679.35	66.68
4	乌鲁木齐台	676.15	33.95
5	哈尔滨台	573.82	-4.31

## M 华北、东北、西北片区城市电台频率排名 TOP10

排名	省份	所属台	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	山西	太原台	太原广播电视台交通广播	821.72	28.43
2	辽宁	沈阳台	沈阳交通广播	776.94	24.68
3	新疆	乌鲁木齐台	乌鲁木齐广播电视台 97.4 交通广播	776.09	25.50
4	吉林	长春台	长春交通之声	724.58	49.28
5	山西	太原台	太原广播电视台经济广播	718.43	5.20
6	黑龙江	哈尔滨台	哈尔滨交通广播	696.01	48.91
7	辽宁	沈阳台	沈阳都市广播	676.13	-1.74
8	河北	石家庄台	石家庄广播电视台 新闻广播	640.98	-12.83
9	黑龙江	哈尔滨台	哈尔滨文艺广播	616.29	18.18
10	辽宁	沈阳台	沈阳之声	592.67	-44.82

M

## 华东片区城市电台排名 TOP10

排名	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	青岛台	804.69	-16.75
2	厦门台	684.77	-28.62
3	济南台	680.26	-9.89
4	温州台	628.40	-14.42
5	台州台	621.78	11.53
6	日照台	606.74	-5.29
7	杭州台	602.71	7.68
8	宁波台	578.59	-20.51
9	嘉兴台	559.76	1.27
10	南京台	504.11	-23.55

M

## 华东片区城市电台频率排名 TOP10

排名	省份	所属台	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	浙江	杭州台	杭州交通经济广播	793.66	-3.66
2	山东	青岛台	青岛交通广播 FM89.7	764.64	-1.52
3	山东	青岛台	青岛新闻综合广播 FM107.6/FM103.6	741.23	-2.66
4	浙江	台州台	台州交通广播	729.81	25.21
5	浙江	宁波台	宁波电台交通广播	702.83	1.24
6	浙江	嘉兴台	嘉兴交通经济频率	701.64	-2.74
7	山东	济南台	济南新闻广播	671.67	-9.64
8	浙江	温州台	温州交通广播	655.46	-21.10
9	浙江	杭州台	FM105.4 西湖之声	630.12	12.26
10	山东	济南台	济南交通广播	629.93	-6.58



M

## 华南片区城市电台排名 TOP9

排名	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	佛山台	725.67	-108.70
2	广州台	656.69	16.12
3	中山台	588.14	32.97
4	深圳台	550.56	35.85
5	南宁台	547.01	1.79
6	汕头台	509.26	26.65
7	惠州台	475.29	29.14
8	桂林台	409.55	17.95
9	海口台	213.40	-3.81

M

## 华南片区城市电台频率排名 TOP10

排名	省份	所属台	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	广东	广州台	广州交通广播	750.02	6.32
2	广东	广州台	广州新闻电台	694.70	2.58
3	广东	深圳台	深圳新闻频率	621.03	32.16
4	广西	南宁台	1074 交通台 [交通音乐广播]	597.06	2.93
5	广东	中山台	中山广播电视台 FM88.8 频率	572.99	-2.84
6	广东	深圳台	深圳交通频率	549.39	26.86
7	广东	惠州台	惠州音乐广播	524.70	23.61
8	广东	佛山台	佛山电台 FM92.4	510.31	-208.92
9	广东	惠州台	惠州经济环保广播	507.87	31.20
10	广东	广州台	广州金曲音乐广播	499.70	19.00

M

## 华中、西南片区城市电台排名 TOP5

排名	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	郑州台	758.84	-66.54
2	成都台	639.41	2.67
3	绵阳台	626.17	-22.40
4	昆明台	624.20	-40.55
5	武汉台	566.39	59.01

M

## 华中、西南片区城市电台频率排名 TOP10

排名	省份	所属台	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	云南	昆明台	昆明汽车音乐广播	777.13	-10.25
2	河南	郑州台	郑州新闻广播	756.07	45.06
3	湖北	襄阳台	襄阳交通音乐广播	739.63	9.06
4	四川	成都台	成都交通文艺广播	731.37	6.37
5	湖北	襄阳台	襄阳综合广播	694.47	-17.01
6	四川	绵阳台	绵阳交通广播	684.70	-65.18
7	湖北	武汉台	武汉交通广播	651.02	-1.11
8	四川	凉山台	凉山人民广播电台 新闻综合频率	620.35	12.60
9	河南	郑州台	郑州交通广播	588.15	-7.99
10	湖北	武汉台	武汉新闻广播	586.65	6.56

M

## 城市电台新闻频率排名 TOP10

排名	省份	所属台	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	山东	青岛台	青岛新闻综合广播 FM107.6/FM103.6	714.37	1.41
2	四川	凉山台	凉山人民广播电台 新闻综合频率	608.51	7.85
3	浙江	宁波台	宁波电台新闻综合广播	573.72	9.74
4	湖北	襄阳台	襄阳综合广播	562.14	-2.12
5	广东	深圳台	深圳新闻频率	551.85	16.80
6	浙江	台州台	FM98.7 台州综合广播	517.50	4.98
7	广东	中山台	中山广播电视台 FM96.7 频率	506.16	3.60
8	浙江	嘉兴台	嘉兴新闻综合频率	502.45	12.59
9	福建	厦门台	厦门综合广播 FM99.6	476.53	0.18
10	广东	惠州台	惠州综合广播	432.16	-7.76

M

## 城市电台交通频率排名 TOP10

排名	省份	所属台	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	山东	青岛台	青岛交通广播 FM89.7	743.12	-2.82
2	浙江	台州台	台州交通广播	738.68	30.41
3	浙江	嘉兴台	嘉兴交通经济频率	715.13	6.58
4	浙江	宁波台	宁波电台交通广播	703.81	21.27
5	湖北	襄阳台	襄阳交通音乐广播	676.92	5.98
6	浙江	温州台	温州交通广播	675.05	-5.63
7	四川	绵阳台	绵阳交通广播	644.93	-22.64
8	广东	中山台	中山广播电视台 FM88.8 频率	564.61	1.84
9	浙江	湖州台	湖州交通广播	559.01	-3.49
10	福建	厦门台	厦门经济交通广播 FM107	543.16	-0.33

M

## 城市电台音乐频率排名 TOP10

排名	省份	所属台	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	浙江	温州台	温州音乐之声	574.88	11.20
2	福建	厦门台	厦门音乐广播 FM90.9	518.97	-14.57
3	广东	惠州台	惠州音乐广播	511.43	4.25
4	浙江	台州台	FM1001 台州音乐广播	497.71	7.97
5	山东	青岛台	青岛音乐体育广播 FM91.5	473.84	10.43
6	浙江	嘉兴台	嘉兴音乐生活频率	459.37	-0.41
7	广西	桂林台	桂林旅游音乐广播	450.74	-3.89
8	四川	绵阳台	绵阳音乐广播	395.63	7.72
9	山东	日照台	日照音乐广播	378.59	-12.94
10	广东	深圳台	深圳飞扬 971	375.53	-14.66

M

## 城市电台经济 / 文艺 / 都市生活频率排名 TOP10

排名	省份	所属台	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	山东	青岛台	青岛经济广播 FM102.9	461.13	-13.30
2	广东	佛山台	佛山人民广播电台 三水广播	395.09	-26.98
3	广东	深圳台	深圳生活广播	385.03	3.98
4	山东	青岛台	青岛故事广播 FM95.2	364.63	-1.68
5	浙江	温州台	温州经济生活广播	346.53	6.69
6	浙江	宁波台	宁波电台经济广播	313.29	-0.69
7	广东	佛山台	佛山人民广播电台 高明广播	287.97	-57.14
8	广西	桂林台	桂林电台生活广播	277.54	2.98
9	广东	佛山台	佛山人民广播电台 顺德广播	276.13	-132.51
10	福建	厦门台	厦门旅游广播 FM94	197.26	-5.01

M

## 城市电台私家车 / 其他频率排名 TOP5

排名	省份	所属台	电台名称	新型广播综合传播力指数	新型广播综合传播力指数环比增量
1	山东	青岛台	青岛文艺广播 FM96.4	489.47	-9.02
2	浙江	宁波台	宁波电台老少广播 阳光 904	302.14	21.09
3	福建	厦门台	厦门闽南之声 FM101.2	290.92	8.95
4	浙江	温州台	温州对农广播	187.51	3.01
5	湖北	襄阳台	襄阳文化教育广播	154.88	-3.10

## 数据说明

数据说明：

1) 产品名称：赛立信新型广播综合传播力指数。

新型广播综合传播力指数：是在融媒体语境中，综合评估各广播频率在音频及可视化内容生产、受众影响力、传统直播收听效果、在线直播收听效果及可视化内容交互效果等多方面的数据表现而量化得出的、以充分体现广播频率的全媒体矩阵传播力的综合评价指数。

2) 采集范围：省级电台 27 个，省级电台频率 216 个，其中省级电台新闻频率 42 个，省级电台交通频率 29 个，省级电台音乐频率 39 个、省级电台经济频率 21 个，省级电台文艺频率 28 个，省级电台都市生活频率 28 个，省级电台私家车频率 10 个，省级电台其他频率 18 个；

城市电台 49 个，其中省会城市电台 24 个、非省会城市电台 25 个，华北 / 东北 / 西北片区城市电台 11 个、华东片区城市电台 18 个、华南片区城市电台 9 个、华中 / 西南片区城市电台 9 个；

城市电台频率 197 个，其中省会城市电台频率 117 个、非省会城市电台频率 80 个；华北 / 东北 / 西北片区城市电台频率 54 个、华东片区城市电台频率 76 个、华南片区城市电台频率 33 个、华中 / 西南片区城市电台频率 34 个；城市电台新闻频率 23 个、城市电台交通频率 21 个、城市电台音乐频率 18 个、城市电台经济 / 文艺 / 都市生活频率 11 个、城市电台私家车 / 其他频率 7 个。

3) 采集时间：2023 年 8 月 1 日 -8 月 31 日

**SMR**  广州赛立信数字传媒科技有限公司  
Guangzhou Selection Digital Media Technology Co., Ltd.

Guangzhou | Beijing | Shanghai

广州公司

地址:广州市天河区体育东路116号财富广场东塔18楼

电话:020-22263200

传真:020-22263218

邮箱:media@smr.com.cn

www.bpes.com.cn

上海公司

地址:上海市徐汇区中山西路2020号华宜大厦一号楼1102室

邮编:200030

电话:13710028134

邮箱:zhouli@smr.com.cn

北京公司

地址:北京市海淀区苏州街1号7层7115号

邮编:100080

电话:13620414391

邮箱:smrbj@smr.com.cn