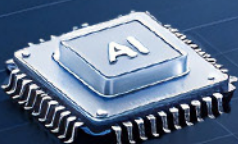


数据广播

DATA OF BROADCASTING

发现广播媒体市场价值，聚焦声音媒体前沿资讯，洞察视听融媒发展趋势，引领数字传媒营销风口

以变破局，探寻广播融媒新路径



2026年 第1期

VOL. 96
半年刊



卷首语

PREFACE

时序行至 2026 年中，“十五五”规划开局之年已过半程，广播正站在结构性调整的十字路口。频率关停、规模收缩、听众分流——这些信号指向阵痛，却未必指向衰落。当低效产能被剥离、资源向核心赛道集中、AI 与数据从辅助变为驱动，广播正在完成一场从“做大”到“做强”的质变转身。

《市场观察》栏目三篇文章，为这场转型勾勒全景坐标。首篇以数据勾勒出 2025 年最真实的行业底色：频率停播、大盘萎缩，但刚需频率逆势走强——广播并非被抛弃，而是在经历一场“去泡沫化”的价值回归。次篇拆解回归路径：内容分众深耕、平台差异化破局，广播账号正以不同“语言”重新找回与用户的对话方式。第三篇给出建设性答案：从频率集约整合到菁彩声、AI、车联网的三重技术迭代，再到播客与短剧的新赛道布局，广播正在用“减法”换“加法”，用自我革命对抗外部冲击。

如果说前半部分回答“行业去向何处”，《融媒风向标》栏目两篇解决方案则回应“如何衡量变革实效”。当传播渠道日益多元，当投入与产出之间的因果链条越来越模糊，靠直觉和经验已经无法支撑科学的决策。赛立信全媒体传播效能精准监测与评估方案提供了一把“数据之尺”——从账号运营力、内容传播力、用户互动力、社会影响力四大维度，将传播效果从模糊感觉变为可量化指标，让资源投放变为有据可依的策略，为全媒体矩阵管理、内容评优、绩效激励提供科学标尺。

2026 年行程过半，行业发展的核心命题已然清晰：广播长远发展，不在于盲目拓宽渠道、追逐短期流量，而要用数据验证每一份运营投入的真实价值；不在于凭主观经验评判转型成效，而要依托标准化评估校准全媒体布局。规模收缩不是落幕，而是行业瘦身提质的契机；唯有找准自身定位，方能深耕核心优势。以数据为尺，以变革为翼——在全媒体浪潮中守住声音的独特价值，稳步迈向高质量发展的新程。

《数据广播》

DATA OF BROADCASTING

VOL.96/ 2026 年 6 月 30 日出版

CONTENTS 目录

卷首语 PREFACE

■ 聚焦广播 FOCUS

01 传媒资讯

■ 市场观察 OBSERVE

- 03 规模收缩，资源集中，广播行业亟待加速转型——2025 年广播收听市场分析
- 11 从数据看广播融媒趋势：内容分众深耕 平台差异化破局——2025 年广播融媒洞察
- 28 以变破局，向新而行——2025 年广播行业发展分析
- 34 以数据为尺，为传播赋能——全媒体传播效能精准监测与评估解决方案
- 40 全场景赋能，解锁传播价值——全媒体传播效能精准监测与评估解决方案

主办单位：广州赛立信数字传媒科技有限公司

主编：黄学平

编委：（以姓氏笔画为序）

甘会霞、伍炽丰、孙娜、吴素芳、李倩宇、罗剑锋

责任编辑、美术编辑：李倩宇

地址：广州市天河区体育东路 116 号财富广场 18 楼

电话：020-22263242、13631314801

传真：020-22263218

官网：www.smr.com.cn

邮箱：media@smr.com.cn

传媒资讯 MEDIA INFORMATION

广播电视主流媒体系统性变革引领工程正式实施

来源：国家广播电视总局

2026年6月初，国家广播电视总局启动实施广播电视主流媒体系统性变革引领工程，聚焦重点领域，纵深推进广播电视主流媒体系统性变革。“引领工程”要求各级广播电视部门坚持以用户导向为牵引、以内容创新为根本、以融合传播为驱动、以科技创新为支撑、以深化改革为保障的总体思路，按照内容一体化生产、传播一体化布局、技术一体化支撑、组织一体化构建的工作方向，坚持系统谋划与重点突破相结合，推进广播电视主流媒体系统性变革，推动广电媒体挺进互联网主战场，推动广电视听挺进经济社会发展主战场。

总局发布两项超高清、VR 视听推荐性行业标准

来源：国家广播电视总局

6月24日，国家广播电视总局正式发布两项广播电视与网络视听推荐性行业标准，编号为GY/T 429-2026、GY/T 430-2026，分别对应《8K超高清视频质量评价用测试图像》《VR视听内容质量主观评价方法》。两项标准填补国内8K、VR视听内容标准化评测空白，统一画面画质、沉浸体验、音频配套等评测维度与判定规则，适用于内容制作企业、大屏平台、检测机构开展质量核验，规范超高清与虚拟现实视听产业生产、审核、验收全流程，助力新型视听内容规范化规模化落地。

“剧好看”大屏点播专区于上海正式上线

来源：国家广播电视总局

6月26日，由广电总局电视剧司主办的“剧好看”大屏点播专区上线仪式在上海举办，电视大屏播控平台、影视制作企业、行业第三方共同组建大屏点播联盟。专区覆盖有线电视、IPTV、OTT互联网电视三大全国播出网络，具备渠道联通、版权可信保护、数据归集、透明分账四大核心功能，现场发布46部涵盖长剧、中短剧、网络故事片的首批片单，一站式打通内容分发、收益结算链路，拓宽中小影视机构大屏传播渠道，构建良性大屏内容产业生态。

广电出台 AI 微短剧分类分层管理标准

来源：央广网

新规以项目投资额、内容题材两大维度划分三级管理体系：投资 80 万元及以上或涉及政治、公安、民族等特殊题材归为重点微短剧；30 万至 80 万普通题材为普通微短剧；30 万元以下一般题材划为其他微短剧，分级匹配差异化审核流程，适配 AI 短剧低成本量产特性，实现精准监管、分类施策，规范 AIGC 短剧创作生产秩序。

2026 年一季度全国广播电视服务业数据发布

来源：国家广播电视总局

6 月上旬，国家广播电视总局发布 2026 年一季度全国广播电视服务业运行统计数据，行业整体总收入达 3562.38 亿元，同比增长 8.55%，其中实际创收收入 3174.97 亿元，增幅 10.85%。数据细分显示，广电机构总收入 1565.13 亿元，网络视听服务机构创收 1997.25 亿元；全国有线电视在册用户 2.05 亿户，广电 5G 用户规模接近 4300 万户，广播、电视节目播出时长稳步增长，直观体现视听产业数字化转型带来的持续增长动能。

广电视听国际传播能力建设工作会议在昆明召开

来源：国家广播电视总局

6 月 16 日，国家广播电视总局在昆明召开全国广电视听国际传播能力建设专项工作会议，总局副局长何飏出席并部署“十五五”开局对外传播重点任务。会议系统总结近两年视听出海成效，分析当前海外传播机遇与挑战，从内容创作、海外渠道布局、技术支撑、国际合作机制四大维度制定落地举措，要求各地广电打造适配海外市场精品视听内容，拓展全球播出渠道，搭建常态化中外产业交流平台，全面提升中国视听国际影响力。

规模收缩，资源集中，广播行业亟待加速转型——2025 年广播收听市场分析

赛立信融媒研究小组

2025 年，按照国家广电总局“频道频率精简精办”的政策，据不完全统计，全国共停播广播电视频率 130 余个，其中广播频率超 50 个，更有大量广播新媒体账号被关停调整。受此影响，今年广播听众的整体规模出现较大缩减，车载听众和移动智能端用户也都出现减少。并且在未来的几年中，广播频率的关停调整和听众规模的持续减少将成为一种行业调整的必由之路。传统广播行业将从“多频率扩张”转向“精简精办+媒体融合”，广播行业将从“数量竞争”转向“质量竞争”，未来广播人只有积极整合资源、拥抱融合、深耕垂直、赋能技术、创新内容，才能在新的媒体生态中找到自己的位置。

一、2025 年广播听众构成概况

（一）受频率停播影响，全国广播听众规模大幅缩小，并将持续走低

随着媒体形式的日益变化和受众需求的不断变化，传统媒体的受众在近几年呈现不断萎缩的趋势，广播听众自然也不例外。据我司推算，2025 年广播听众规模约为 5.34 亿，连续四年出现下滑，相比 2024 年降幅达到 12.5%，为近十年来的最低点，广播的核心听众也出现了明显流失。从细分听众群来看，传统家庭听众流失幅度最大，降幅达到 20.0%，移动智能端听众 2025 年降幅为 13.2%，车载听众规模降幅为 11.0%，两类听众持续多年的增长态势就此被打破。

究其根源，广播听众规模的下滑，与 2025 年广播频率和新媒体账号的大量关停有着密切的关系。频率停播后，部分听众（尤其是老年听众）因找不到熟悉频率而流失。音乐、都市生活、文艺、经济、农村、旅游等类型化频率大量关停，导致传统收音机端的垂直内容大幅减少，也会导致部分听众的流失。并且在可预见的未来，广播频率还将会持续关停，广播听众的整体规模也将呈持续减少趋势。

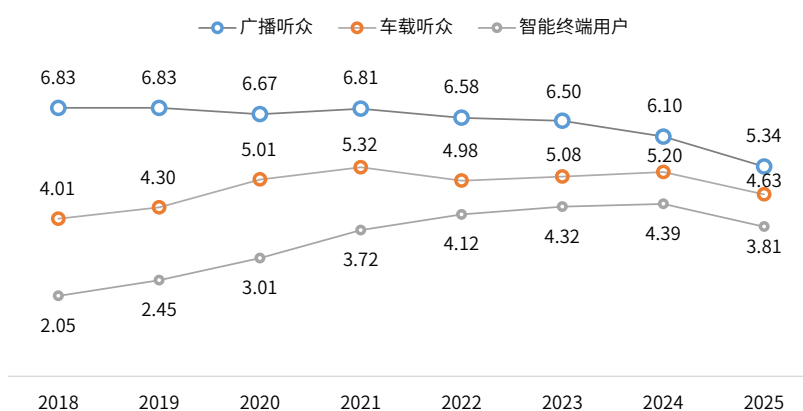


图1 广播媒体及各终端用户规模 (单位: 亿)

数据来源: 赛立信数字传媒科技, 全国受众调查, 2018-2025 年

(二) 70、80、90 后听众成为广播收听主力，听众资源青黄不接

从全国调查数据来看，目前国内广播听众人群呈现纺锤形分布态势，70、80、90 后听众成为广播收听主力，合计占比接近 85%。50、60 后听众逐步淡出广播市场；00 后听众占比亦呈现下降趋势，从 2023 年占比 11.3% 跌至 2025 年的 8.9%。目前广播听众以 40 岁以上中老年群体为主，20 岁以下听众不足一成，听众青黄不接的趋势愈发明显。这一情况将对广播行业未来的发展形成不利影响。如何吸引年轻听众，将成为广播行业的重要课题。目前，广播频率在规划节目内容的时候，应该多考虑中老年听众的收听需求，稳定现有的听众基本盘。并推动更多的年轻听众向新媒体平台迁移，让传统广播在互联网上再发新芽。

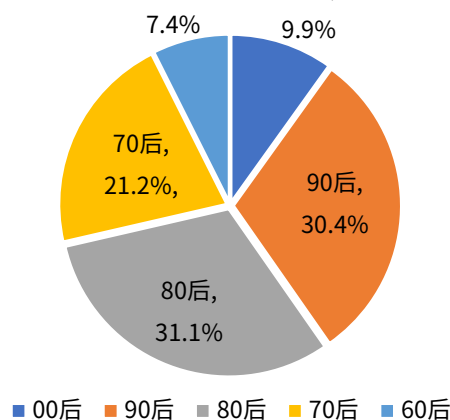


图2 广播听众的代际构成 (%)

数据来源: 赛立信数字传媒科技, 全国受众调查, 2025 年

二、2025 年传统广播收听特点

（一）新闻类频率市场份额提升，娱乐类频率出现下滑

2025 年全国广播收听市场中，交通、音乐、新闻三大类频率依然占据主流，市场份额超过八成半，较 2024 年小幅增长，也是近十年来的最高位，显示出广播市场头部效应日趋明显。分别来看，2025 年，新闻、交通频率的市场份额出现上升，音乐、经济类、都市生活、文艺和其他类频率的市场份额则有所下滑。

纵观近十年来主要类型频率的市场走势，我们可以发现，交通频率整体呈现上升趋势，并且在 2025 年达到最高点，市场份额较最低点提升了 2.6%。音乐、都市生活、文艺类频率则呈下降走势，其中文艺类频率在 2025 年达到最低谷，市场份额较最高峰下滑了 2.1%，音乐类频率也较最高峰下降了 1.8%，都市生活类则下降了 1.4%。至于新闻类和经济类频率则呈先升后降走势，其中新闻类最高峰的市场份额接近三成，2025 年的市场份额较最高峰下降了 1.7%，经济类频率也较最高峰下降了 0.5%。

而主要频率市场表现的变化与 2025 年大量广播频率的停播有着密不可分的关系。从 2025 年全国停播的 50 余个频率来看，都市生活、文艺、音乐类频率数量占比最多，这也造成这三类频率市场份额出现较大下降。其次是交通、经济、农村类频率，这也造成了经济类和其他类频率的市场份额出现下降，交通类频率的市场份额基本持平。

从 2025 年各地广播频率调整的情况来看，部分地级市原则上仅保留 1 个综合性主频率，关停频率的核心节目大多并入主频率。从这一趋势来看，娱乐类频率的资源将不可避免地缩减，都市生活、音乐、文艺等类型频率市场份额未来将会持续下降。而交通类和经济类频率的数量虽然也出现减少，但驾车人士的收听需求仍然较高，并且全球政治格局的不稳定以及经济的持续低迷，也会导致听众对经济资讯需求不断增加，因此交通、经济类频率的市场份额有望保持稳定或小幅下滑。而新闻综合类频率将成为广播频率调整的最大赢家，大部分关停频率的听众将会主动或被动的转移到新闻类频率上，未来新闻类频率的市场份额将会出现明显增长。

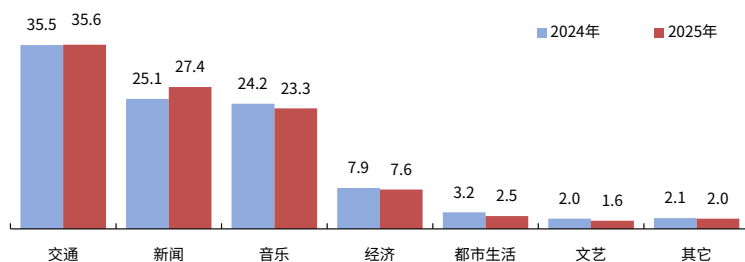


图 3 全国主要频率类型的市场占有率 (%)

数据来源：赛立信数字传媒科技，全国受众调查，2024-2025 年

（二）听众向移动智能终端收听转移，传统收听不断萎靡

2025 年，车载收听在传统广播市场中依然具有稳定且庞大的用户基础，但用户占比较 2024 年下滑 2.1%，降至 68.7%。受移动智能终端听众规模下滑影响，广播听众使用手机智能终端收听的占比也小幅下降了 0.9%，2025 年为 47.7%。至于传统居家收听终端听众占比继续缩小，不足十年前的三分之一。目前 50 岁以上听众仍高度依赖传统收音机收听，但未来这部分听众将会日趋减少。车载收听终端的听众主要以中年人群为主，并且随着新能源汽车和智能车机的不断普及，未来这些听众将会从车载收音机逐步转向手机 App、微信、智能音箱、车机系统等平台收听。而移动智能终端听众中年轻人群占比超 65%，且将持续吸纳从车载收听转移的听众，因此会是最有潜力的广播听众人群。

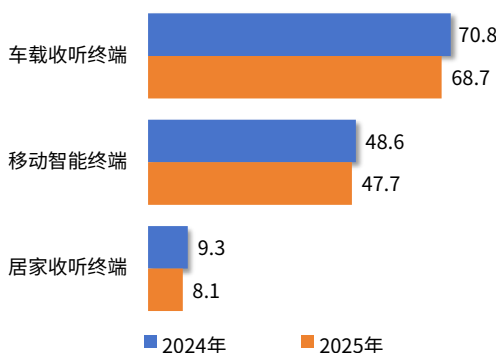


图 4 听众收听广播的主要终端情况 (%)

数据来源：赛立信数字传媒科技，全国受众调查，2024-2025 年

（三）听众收听广播时长急剧减少，收听时段集中度更高

纵观近五年全国听众日均收听广播的时长，整体呈波动下降走势，2025 年的日均收听时长相比去年减少了 13 分钟，较 2021 年最高峰减少了 25 分钟。从趋势来看，受老年听众和传统广播频率不断减少，移动智能终端听众占比增加且收听行为碎片化的影响，未来广播听众的日均收听时长应该会继续缩短，并且向高峰时段集中收听的趋势更加明显。

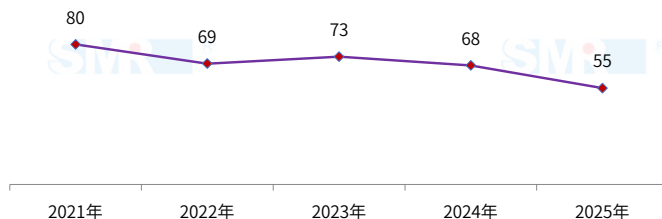


图 5 听众日均收听时长 (分钟)

数据来源：赛立信数字传媒科技，全国受众调查，2021-2025 年

三、2025 年广播线上收听情况：全国省级与省会电台云听点击量大幅下滑

2025 年，全国省级和省会频率全年线上累计点击量呈下滑趋势，全年累计点击量为 62.7 亿人次，同比降幅为 15.0%，与 2023 年的点击量基本持平。大部分省级台和省会台累计点击量都出现下滑，其中江苏电台、上海电台、河北电台、北京电台、浙江电台下滑幅度位列前五位。而点击量出现大幅下滑，主要是受广播移动智能终端听众减少，以及电台新媒体账号关停调整的影响（如甘肃广电就关停了 51 个低效运行的新媒体账号）。

分区域来看，华东地区云端点击量领跑七大区域，达到 19.9 亿人次，其中上海电台是华东地区点击量最高的电台，达到 6.2 亿人次；华北地区紧随其后，点击量也达到 16.8 亿人次，北京电台以 8.4 亿人次位居该区域首位；华南地区的整体点击量也超过 10 亿次，广东电台以 7.2 亿人次的绝对优势领跑华南地区。

同比 2024 年，全国所有地区点击量都出现下降，其中华东地区净下滑量最大，减少了 4.1 亿人次，尤其北京电台和河北电台的点击量下滑均超 7000 万人次；而降幅最大的地区则是华中地区，降幅达 26.1%。

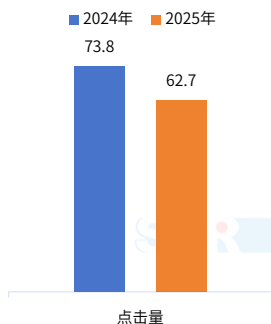


图 6 全国省级和省会级频率累计点击量（亿次）

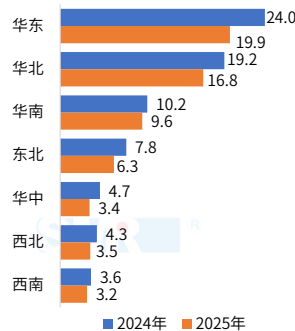


图 7 全国七大区域累计点击量（亿次）

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2024-2025 年

分类别来看，2025 年新闻类频率点击量最高，达 20.3 亿人次，其次是交通类、音乐类频率，点击量分别为 14.3 和 11.9 亿人次。在新闻类频率中，北京新闻广播、河北新闻广播、上海人民广播电台上海新闻广播、江苏新闻广播点击量位居前列，均在 2 亿人次以上。在交通类频率中，北京交通广播、河北交通广播表现最佳，点击量都超过 1 亿人次。在音乐类频率中，河北音乐广播、江苏经典流行音乐广播、上海人民广播电台经典金曲广播 Love Radio103.7 表现亮眼，点击量都在 1 亿人次以上。除此之外，广东珠江经济台、广东广播电视台股市广播、上海人民广播电台第一财经广播、北京文艺广播的点击量也都能超过 1 亿人次。

对比 2024 年，各类频率点击量都出现明显下滑，其中降幅最大的频率类型是都市生活类和私家车类，降幅均在 30% 左右。而点击量数值下降最大的频率类型则是新闻类、交通类、音乐类，点击量下滑都超过 2 亿人次

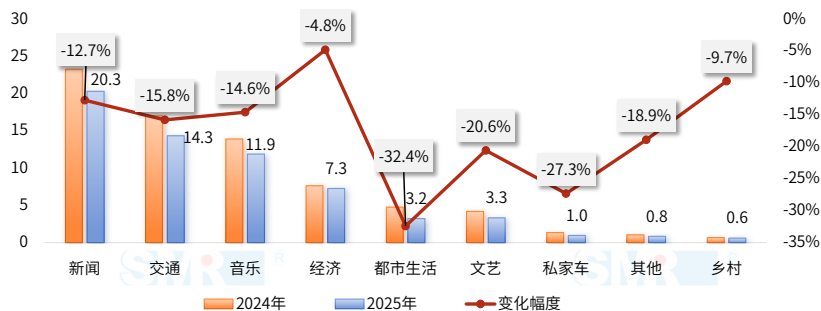


图 8 各类省级和省会频率点击量（亿次）及变化幅度（%）
数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2024-2025 年

2025 年省级电台云听点击量最高的还是北京电台，超 8 亿人次。其次广东电台、上海电台、河北电台、江苏电台分列二至五位，点击量都在 4 亿人次以上。但今年全国省级电台除了西藏电台点击量轻微上升外，其余省级电台点击量都出现下降，其中下降最大的是江苏电台，点击量减少了约 1.4 亿人次，其次上海电台、河北电台、北京电台的点击量也减少了 7000 万人次以上。

在省会电台中，济南电台、广州电台、沈阳电台、哈尔滨电台、郑州电台分列点击量前五位，都超过 9000 万人次。全年点击量上升最大的是南宁电台，增长了 648 万人次，下降最大的是郑州电台，点击量下滑了 3323 万人次，其次哈尔滨电台和沈阳电台的点击量也减少了 2000 万人次以上。

表 1 全国省级电台云听点击量（万次）变化

省级电台	2025 年点击量 (万次)	2024 年点击量 (万次)	点击量升降数值 (万次)	省级电台	2025 年点击量 (万次)	2024 年点击量 (万次)	点击量升降数值 (万次)
北京电台	84096.4	91174.7	-7078.3	福建电台	8753.7	9196.8	-443.1
广东电台	71591.9	76235.8	-4643.9	广西电台	8548.2	8877.2	-329.0
上海电台	62043.1	71906.5	-9863.4	辽宁电台	8259.0	9989.1	-1730.1
河北电台	59492.1	68205.9	-8713.8	重庆电台	7597.2	8555.3	-958.1
江苏电台	45672.7	59559.4	-13886.7	河南电台	5048.2	9812.2	-4764.0
浙江电台	30401.3	36242.6	-5841.3	内蒙古电台	4917.8	6209.5	-1291.7
黑龙江电台	16462.6	21386.2	-4923.6	云南电台	3430.7	4095.9	-665.2
新疆电台	13786.1	16064.6	-2278.5	湖南电台	3258.9	5252.4	-1993.5
陕西电台	12665.6	16168.9	-3503.3	西藏电台	3074.8	2283.9	790.9
吉林广播电视台广播	12520.7	15311.9	-2791.2	海南电台	2632.4	3337.9	-705.5
四川电台	11696.2	13349.1	-1652.9	青海电台	2124.9	2349.1	-224.2
安徽电台	11298.6	13025.8	-1727.2	江西电台	2008.9	2942.6	-933.7
湖北广播电视台	11232.4	12549.5	-1317.1	贵州电台	1580.2	1973.9	-393.7
山西电台	11149.7	12180.9	-1031.2	甘肃电台	1493.0	2146.3	-653.3
山东电台	10029.3	13940.8	-3911.5	宁夏电台	1383.8	1594.4	-210.6

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2024-2025 年

表 2 全国省会电台云听点击量（万次）变化

省会电台	2025年点击量 (万次)	2024年点击量 (万次)	点击量升降数值 (万次)	省会电台	2025年点击量 (万次)	2024年点击量 (万次)	点击量升降数值 (万次)
济南电台	12509.8	13565.4	-1055.6	昆明电台	1539.3	1908.4	-369.1
广州电台	11217.1	11189.3	27.8	乌鲁木齐电台	1382.2	1626.8	-244.6
沈阳电台	10782.4	12870.6	-2088.2	长沙电台	1311.6	1527.9	-216.3
哈尔滨电台	10745.1	13238.3	-2493.2	南宁电台	1141.3	493.1	648.2
郑州电台	9843.2	13165.8	-3322.6	合肥电台	1070.7	1284	-213.3
杭州电台	8319.9	9638	-1318.1	海口电台	997.8	1101.4	-103.6
南京电台	5680.7	7378	-1697.3	福州电台	595.3	736.1	-140.8
长春电台	4250.4	4721.9	-471.5	南昌电台	448.6	457	-8.4
太原电台	4083.2	4370.1	-286.9	兰州电台	409.0	402.2	6.8
武汉电台	3749.0	4313.8	-564.8	呼和浩特电台	326.9	698.8	-371.9
石家庄电台	2904.4	4829.4	-1925	贵阳电台	309.9	391.1	-81.2
成都电台	2384.8	3668.2	-1283.4	西宁电台	227.3	355.8	-128.5
西安电台	1732.5	2078.2	-345.7	银川电台	187.1	200.3	-13.2

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2024-2025 年

总体来看，2025 年广播行业的发展困境进一步加剧，广播频率的大量停播对收听市场的影响是结构性、多维度的，既有短期阵痛，也有长期效应。其中主要表现在：

1、传统广播资源变少，听众资源持续流失，收听积极性减弱

根据国家广电总局“频道频率精简精办”的政策，2025 年全国大概停播了 50 余个广播频率，并且在 2026 年关停率预计达到 21%。受此影响，2025 年广播听众减少了三千多万人，车载听众和移动智能端听众也都随之下滑，日均收听时长也缩短了 7 分钟。可以说 2025 年广播行业呈现出用户粘性下降，忠实听众减少的慢性失血状态。除此之外，00 后听众的占比持续下降，也说明广播听众处于青黄不接的状态。

同时，广播频率的大批量停播，不仅让听众产生情感与记忆的淡化，更导致部分城市声音文化符号的消失。不少地区陪伴听众多年的频率关停，也引发了听众强烈的怀旧情绪，其中具代表性的当属中国国际广播电台劲曲调频（HIT FM）、轻松调频（EZ FM）的停播，在网上引起的集体回忆和热烈讨论。

2、频率资源优化整合，广播回归核心功能定位

2025 年交通、音乐、新闻类频率虽然继续占据广播市场主导地位，但受频率调整影响，很多城市今后将只保留一套新闻综合类频率，因此广播市场整体将呈现音乐娱乐频率市场表现下滑，整体资源向新闻类频率聚集的态势，并且这一趋势在 2026 年应该还会继续保持。

不过主动停播部分低效频率后，各级电台可以将人力、资金等资源向主频率集中。扭转过度投放广告的不良印象，聚焦新闻、政务、交通、民生等核心服务价值，制作精品节目。让广播回归到公共服务（应急广播、新闻）、交通出行、老年陪伴等核心功能。

3、引导听众向新媒体转移，升级广播服务

面对广播频率关停的行业趋势，广播行业也不能消极应对，更应主动向新媒体转型。在收听终端上，推动听众从收音机 / 车载收听系统向手机 App、微信、智能音箱、车机系统转移。在收听模式上，从线性直播向直播 + 回听 + 点播 + 个性化推荐转型，让听众自主化、碎片化收听成为主流。在形态创新上，从传统的纯音频转为音频 + 视频 + 直播 + 社群，拓展车载、家庭、户外全场景覆盖。在内容上，我们应该加大内容迁移的力度，除了把现有广播节目纳入新媒体平台外，还可以把关停频率中的有价值内容整体并入新媒体平台，并且持续制作新的内容，让优秀的节目不至于因为频率停播而消亡，在新媒体平台上焕发第二春。

总的来说，频率关停不是广播的“消亡”，而是媒介迭代与行业升级。对听众来说，虽然广播频率选择变少但新媒体体验升级，从被动收听走向主动选择。对广播行业来说，我们应该把停播频率视为一种瘦身健体、资源整合，是一个广播从传统媒体走向全媒体的契机。

2026 年是“十五五”规划开局之年，广播行业应继续深化主流媒体系统性变革，全面激发内容创新和加强经营活力，以“文化 + AI 科技”融合来强化内容生产，以大小屏融合深化营销来打通全媒体产业链，完成从传统广告营销到全媒体产业经营的转变，以此实现广播行业的创新与发展。

从数据看广播融媒趋势：内容分众深耕 平台差异化破局——2025 年广播融媒洞察

赛立信融媒研究小组

一、音频行业用户大盘仍在扩张，但传统广播正面临严重的新媒体用户分流，线上传播影响力急剧萎缩。

2025 年传统广播行业线上发展遇冷，省级、省会级电台累计点击量均显著下滑，而主流音频平台用户规模仍在扩张，传统广播面临严峻的新媒体分流压力。

2025 年全国省会台和省级台广播频率线上累计点击量均出现明显回落，行业线上传播规模呈收缩态势。省会台点击量为 9.81 亿次，同比降幅 19.40%；省级台点击量为 52.83 亿次，降幅 14.23%；合计累计点击量为 62.64 亿次，同比降幅为 15.09%。据月狐数据显示，“喜马拉雅的 MAU 为 10212 万，年增长率 4.0%；蜻蜓 FM 的 MAU 为 1066 万、年增长率 4.0%；云听的 MAU 为 345 万，年增长率为 1.0%。”“音频平台的“用户底盘”稳步扩张，但传统广播的线上流量持续流失。

全国整体累计点击量（亿次）

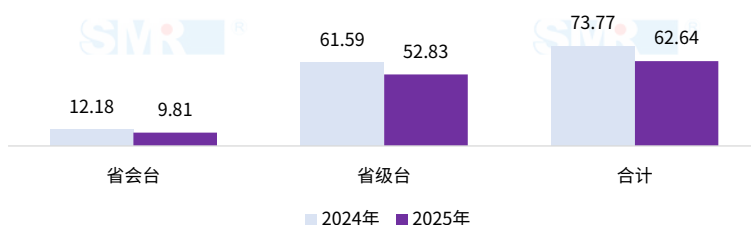


图 1 全国省级和省会级频率累计点击量（亿次）

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2024-2025 年

2025 年全国省级台云端点击量呈现普遍下滑态势，仅西藏电台实现 34.63% 的涨幅。整体市场格局较稳定，各电台排名波动较小。北京电台以 8.40 亿点击量高居首位，广东电台以 7.15 亿点击量稳居第二，上海电台以 6.2 亿点击量位居第三（表 1）。

省级 TOP10 频率的类型分布呈现多元特征，其中新闻类 4 个、交通类 1 个、文艺类 1 个、音乐类 1 个、经济类 3 个。排名前三的频率依次为北京新闻广播、北京交通广播、河北新闻广播（表 2）。

表 1 全国省级台累计点击量（万次）

省级电台名称	2025年点击量（万）	同比变化幅度	2025年排名	同比排名变化	省级电台名称	2025年点击量（万）	同比变化幅度	2025年排名	同比排名变化
北京电台	84096.38	-7.76%	1	--	福建电台	8753.68	-4.82%	16	+2
广东电台	71591.85	-6.09%	2	--	广西电台	8548.15	-3.71%	17	+2
上海电台	62043.06	-13.72%	3	--	辽宁电台	8259.03	-17.32%	18	-2
河北电台	59492.13	-12.78%	4	--	重庆电台	7597.17	-11.20%	19	+1
江苏电台	45672.66	-23.32%	5	--	河南电台	5048.2	-48.55%	20	-3
浙江电台	30401.34	-16.12%	6	--	内蒙古电台	4917.77	-20.80%	21	--
黑龙江电台	16462.56	-23.02%	7	--	云南电台	3430.71	-16.24%	22	+1
新疆电台	13786.06	-14.18%	8	1	湖南电台	3258.91	-37.95%	23	-1
陕西电台	12665.6	-21.67%	9	-1	西藏电台	3074.82	34.63%	24	3
吉林电台	12520.71	-18.23%	10	--	海南电台	2632.44	-21.13%	25	-1
四川电台	11696.24	-12.38%	11	1	青海电台	2124.91	-9.54%	26	--
安徽电台	11298.63	-13.26%	12	1	江西电台	2008.94	-31.73%	27	-2
湖北电台	11232.37	-10.50%	13	1	贵州电台	1580.21	-19.94%	28	1
山西电台	11149.69	-8.47%	14	1	甘肃电台	1493.04	-30.44%	29	-1
山东电台	10029.25	-28.06%	15	-4	宁夏电台	1383.77	-13.21%	30	--

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2024-2025 年

表 2 全国 TOP10 省级频率累计点击量（万次）

省级频率名称	点击量(万)	频率分类	省级频率名称	点击量(万)	频率分类
北京新闻广播	33401.26	新闻	江苏新闻广播FM93.7	20862.77	新闻
北京交通广播	28578.00	交通	广东珠江经济台	20001.03	经济
河北新闻广播	26597.45	新闻	广东广播电视台股市广播	18799.71	经济
河北音乐广播	21198.59	音乐	上海人民广播电台第一财经广播	16940.23	经济
上海人民广播电台上海新闻广播	21062.76	新闻	北京文艺广播	12164.91	文艺

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

省会台方面，2025 年全国 26 家省会级电台线上点击量整体呈现普遍下滑，仅广州电台、兰州电台 2 家实现点击量正增长，其余 24 家均出现不同程度同比下跌，多数电台降幅集中在 10%—30% 区间，行业下行压力显著。济南电台以 1.25 亿点击量高居首位，广州电台以 1.12 亿点击量上升 3 位至第二，沈阳电台以 1.07 亿点击量上升一位至第三。

表 3 全国省会台累计点击量（万次）

省会级电台名称	2025年点击量	同比变化幅度	2025年排名	同比排名变化	省会级电台名称	2025年点击量	同比变化幅度	2025年排名	同比排名变化
济南电台	12509.08	-8.44%	1	--	昆明电台	1539.28	-23.98%	14	--
广州电台	11217.08	0.25%	2	3	乌鲁木齐电台	1382.17	-17.70%	15	--
沈阳电台	10782.39	-19.37%	3	1	长沙电台	1311.61	-16.49%	16	--
哈尔滨电台	10745.11	-23.20%	4	-2	南宁电台	1141.27	-16.59%	17	--
郑州电台	9843.16	-33.76%	5	-2	合肥电台	1070.67	-19.93%	18	--
杭州电台	8319.94	-15.84%	6	--	海口电台	997.84	-10.38%	19	--
南京电台	5680.67	-29.88%	7	1	福州电台	595.34	-23.64%	20	--
长春电台	4250.39	-11.09%	8	2	南昌电台	448.56	-1.88%	21	1
太原电台	4083.2	-122.73%	9	-2	兰州电台	409.02	1.66%	22	1
武汉电台	3749.03	-15.07%	10	1	呼和浩特电台	326.85	-113.81%	23	-2
石家庄电台	2904.37	-66.28%	11	-2	贵阳电台	309.92	-26.20%	24	--
成都电台	2384.81	-53.81%	12	--	西宁电台	227.27	-56.55%	25	--
西安电台	1732.47	-19.96%	13	--	银川电台	187.06	-7.07%	26	--

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2024-2025 年

省会级 TOP10 频率，上榜频率中新闻类 4 个、交通类 2 个、文艺类 1 个、音乐类 2 个、经济类 1 个。排名前三的频率依次为沈阳之声、杭州交通经济广播、广州新闻电台。

表 4 全国 TOP10 省会频率累计点击量（万次）

省会级频率名称	点击量(万)	频率分类	省会级频率名称	点击量(万)	频率分类
沈阳之声	6105.93	新闻	郑州经典1079	4052.92	音乐
杭州交通经济广播	5716.27	交通	郑州新闻广播	3737.26	新闻
广州新闻电台	5348.84	新闻	济南经济广播	3434.68	经济
哈尔滨文艺广播	5323.69	文艺	长春交通之声	3252.02	交通
济南新闻广播	5297.18	新闻	哈尔滨音乐广播	2924.17	音乐

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

二、各类频率个数与点击量双降，头部效应突出，结构分化加剧

2025 年，广播行业各类型频率的点击量普遍呈现负增长，受短视频、音频平台等新媒体持续分流影响，行业发展压力持续加大。从频率数量变化来看，音乐类与文艺类频率缩减最为明显，均减少了 6 个。

从市场格局来看，头部效应依然突出，新闻、交通、音乐三类频率的收听点击量牢牢占据主导地位，合计占比超过 70%。同时，不同功能定位的频率呈现出明显的结构性分化，抗风险能力差异显著。以满足信息获取和出行服务为核心功能的“刚需型频率”（如新闻、交通、经济类）降幅相对温和，在 -4.50% 至 -16.00% 之间，展现出较强的用户粘性与不可替代性。而以陪伴和兴趣为导向的“陪伴型 / 兴趣型频率”（如音乐、文艺、都市生活、私家车广播）受到的冲击更为明显，点击量降幅区间为 -15.00% 至 -33.00%。

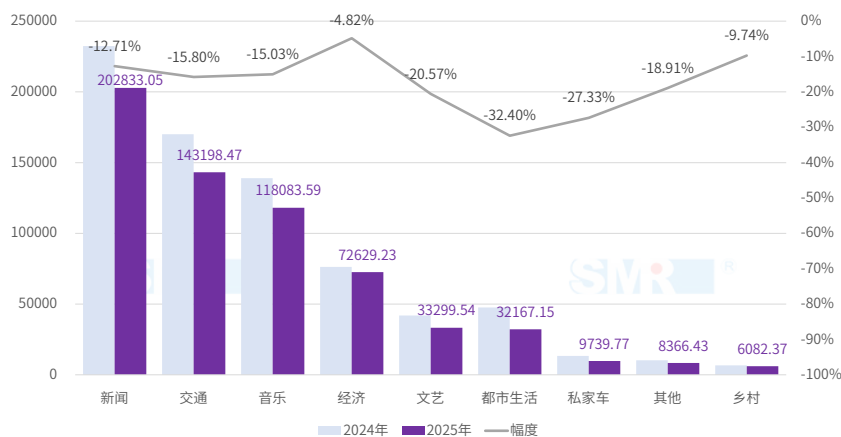


图 2 各类省级和省会频率点击量（万次）及变化幅度（%）
数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2024-2025 年

表 5 各类省级和省会频率数量（个）

频率类型	2025年频率数量	2024年频率数量	频率类型	2025年频率数量	2024年频率数量
新闻	69	70	都市生活	26	30
音乐	61	67	其他	20	24
交通	57	57	乡村	14	15
文艺	41	47	私家车	13	13
经济	31	32			

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2024-2025 年

三、新闻类频率整体领跑，交通类、音乐类紧随其后

分类别来看，新闻类频率点击量达 20 亿次，其次是交通类、音乐类频率，点击量都在 10 亿+ 次。

在新闻类频率中，省级台前三频率为北京新闻广播、河北新闻广播、上海人民广播电台上海新闻广播，点击量均突破 2 亿次；省会台频率前三频率为沈阳之声、广州新闻电台、济南新闻广播，点击量均突破 5000 万次。

在交通类频率中，省级台频率前三频率为北京交通广播、河北交通广播、浙江交通之声，点击量超过 9000 万次；省会台频率前三频率为杭州交通经济广播、长春交通之声、广州交通广播，点击量均超 5000 万次。

在音乐类频率中，省级台频率前三频率为河北音乐广播、江苏经典流行音乐广播 FM97.5、上海人民广播电台经典金曲广播 Love Radio103.7，点击量超过 1 亿次；省会台频率前三频率为郑州经典 1079、哈尔滨音乐广播、广州青少年广播，点击量均突破 1500 万次。

表 6 新闻类、交通类、音乐类省级和省会频率点击量 TOP3

频率分类	省级频率名称	点击量(万)	省会级频率名称	点击量(万)
新闻	北京新闻广播	33401.26	沈阳之声	6105.93
	河北新闻广播	26597.45	广州新闻电台	5348.84
	上海人民广播电台上海新闻广播	21062.76	济南新闻广播	5297.18
交通	北京交通广播	28578.00	杭州交通经济广播	5716.27
	河北交通广播	10474.18	长春交通之声	3252.02
	浙江交通之声	9705.61	广州交通广播	2859.24
音乐	河北音乐广播	21198.59	郑州经典1079	4052.92
	江苏经典流行音乐广播FM97.5	11821.89	哈尔滨音乐广播	2924.17
	上海人民广播电台经典金曲广播Love Radio103.7	10230.20	广州青少年广播	1661.95

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

四、广播类账号各平台特性差异明显，内容偏好与用户属性高度匹配，交通、新闻类账号整体表现突出。

对微信、头条、微博、抖音、视频号、快手六大平台广播类账号的热榜分析显示，各平台监测账号数量、头部账号表现、内容偏好及热门主题呈现显著的平台特性差异。交通、新闻类电台账号在多平台表现亮眼。

各平台内容偏好差异显著，贴合平台用户属性：微信热门内容聚焦新闻资讯、生活服务、经济财经类实用内容，超万互动推文以时政、便民信息、市场动态为主；头条以新闻资讯类内容为核心；微博呈现极强的娱乐属性，75.5% 的高互动内容为音乐娱乐类，艺人动态、影视综艺资讯是核心；抖音以新闻资讯和生活服务类为主，民生热点、健康科普内容互动量居高；视频号偏爱生活服务类内容，健康常识科普占比超八成；快手则以社会趣闻类内容为主。

微信端所监测的账号共 73 个，互动量前五名分别为 FM93 交通之声、安徽交通广播、河北交通广播、湖南交通频道、987 私家车广播。其中，FM93 交通之声和安徽交通广播互动量均超过 1100 万人次。

表 7 微信端互动量 TOP5 账号

公众号名称	所属电台	账号类型	发布量	累计阅读量	平均阅读量	在看量	点赞量	评论量	收藏量	互动量
FM93交通之声	浙江电台	交通	25583	412278858	16115	1667844	2839800	7428	86624	11439702
安徽交通广播	安徽电台	交通	18220	336067657	18445	1808303	3895222	8020	86458	11075673
河北交通广播	河北电台	交通	14716	219779419	14935	1302004	1702288	9831	51674	5738715
湖南交通频道	湖南电台	交通	9679	119449537	12341	118991	527508	3296	30129	2241514
987私家车广播	福建电台	都市生活	10495	87413243	8329	54387	204387	1170	23959	1112256

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

1) 微信端内容以新闻资讯、生活服务、经济财经三大类为主，偏向大众热点、本地生活与实用信息。

微信端互动量过万推文的共 510 条，热门内容以新闻资讯类（35.3%）、生活服务类（17.6%）和经济财经类（16.9%）为主，结构贴近大众热点、本地生活与实用信息导向。新闻资讯类以时政新闻为主，重大时政动态、国家政策发布、国际局势变化等权威内容是用户关注度最高的新闻类型，其次是本地事件和民生热点。生活服务类以便民信息为主，涵盖补贴申领、放假通知、天气预警、交通出行提示等强实用性内容。经济财经类的市场动态类内容占比最高，主要涵盖黄金价格波动、各类商品售价调整、股市行情变化等与用户财产相关的热点内容。

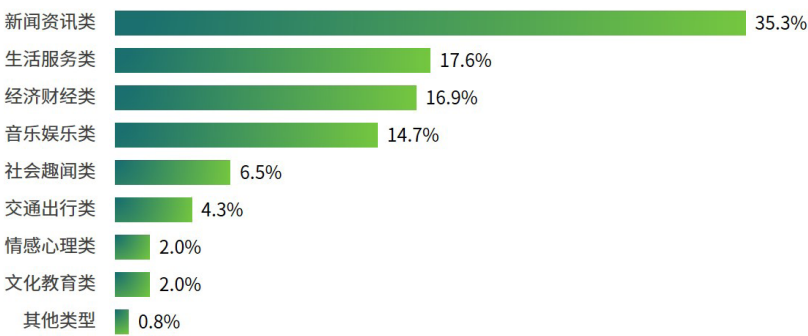


图3 微信端热门内容分类
数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

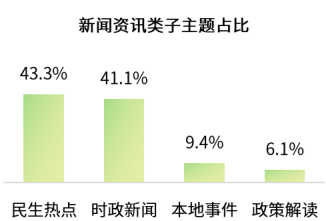


图4 微信端新闻资讯类热门内容分类

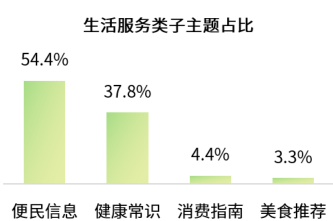


图5 微信端生活服务类热门内容分类

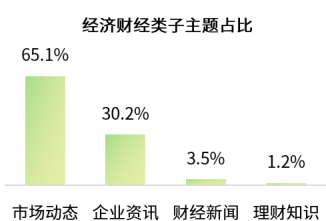


图6 微信端经济财经类热门内容分类

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

微信交互量 top10 内容榜中，FM93 交通之声有 6 条推文上榜，其次 987 私家车广播、安徽交通广播、河北交通广播、湖南交通频道各有 1 条推文上榜，互动量均超 3 万。其中交互量最高的推文为 987 私家车广播公众号发布的苹果公司的促销活动属于企业市场动态，交互量为 66310。

表 8 微信端交互量 Top10 内容榜

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
987私家车广播	苹果官宣：自即日起至6月18日用iPhone 12或后续机型换购新iPhone，可享额外折抵优惠	2025-5-23	66310	经济财经类	市场动态
FM93交通之声	育儿补贴制度政策问答发布：预计各地可在8月下旬陆续开放申领育儿补贴	2025-7-28	55459	新闻资讯类	政策解读
安徽交通广播	2026年买新能源车恢复征税	2025-9-11	53669	新闻资讯类	政策解读
河北交通广播	考古最新证实：阿房宫既没建好也没被火烧，杜牧《阿房宫赋》所描述的阿房宫景象非写实之作	2025-12-21	45684	文化教育类	历史故事
湖南交通频道	iPhone 17系列发布：5999元起，最贵17999元，“史上最薄苹果”机身仅5.6mm厚；配置、价格全公布，“牙膏挤爆了”	2025-9-10	34703	经济财经类	企业资讯
FM93交通之声	宁波通报患儿接受心脏手术后不幸离世：多人被处理	2025-12-14	32122	新闻资讯类	民生热点
FM93交通之声	著名演员何晴去世，享年61岁！	2025-12-14	31890	音乐娱乐类	艺人动态
FM93交通之声	确认了！浙江新增一座机场！机票已经开售	2025-12-11	31034	交通出行类	交通政策
FM93交通之声	浙江15岁男孩鼻塞流涕，一查竟然是癌症！	2025-12-12	30963	生活服务类	健康常识
FM93交通之声	波音飞机起飞6分钟后坠毁，致157人遇难！最新消息	2025-11-13	30804	新闻资讯类	时政新闻

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

表 9 微信端互动量 TOP3 账号的热门内容

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
FM93交通之声	育儿补贴制度政策问答发布：预计各地可在8月下旬陆续开放申领育儿补贴	2025-7-28	55459	新闻资讯类	政策解读
	宁波通报患儿接受心脏手术后不幸离世：多人被处理	2025-12-14	32122	新闻资讯类	民生热点
	著名演员何晴去世，享年61岁！	2025-12-14	31890	音乐娱乐类	艺人动态
	确认了！浙江新增一座机场！机票已经开售	2025-12-11	31034	交通出行类	交通政策
	浙江15岁男孩鼻塞流涕，一查竟然是癌症！	2025-12-12	30963	生活服务类	健康常识
安徽交通广播	2026年买新能源车恢复征税	2025-9-11	53669	新闻资讯类	政策解读
	小米内部通报：王腾因泄密被辞退	2025-9-8	25102	经济财经类	企业资讯
	下周四起，向好友发淫秽信息违法	2025-12-22	21007	新闻资讯类	政策解读
	重磅！合肥中考改革征求意见刚刚发布！	2025-12-7	20444	新闻资讯类	政策解读
	合肥一对情侣喜中100万	2025-8-6	20391	社会趣闻类	趣闻轶事
河北交通广播	考古最新证实：阿房宫既没建好也没被火烧，杜牧《阿房宫赋》所描述的阿房宫景象非写实之作	2025-12-21	45684	文化教育类	历史故事
	非必要不外出！省应急厅特别提示→	2025-4-10	17199	生活服务类	便民信息
	石家庄已出现11级大风！高速即将关闭！	2025-4-11	17028	交通出行类	路况信息
	重磅！国家育儿补贴方案公布	2025-7-28	15199	时政新闻	民生政策
	报名时间确定！石家庄市2025年义务教育招生工作日程公布	2025-7-6	14608	教育新闻	招生政策

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

2) 头条端以新闻资讯类为主，社会趣闻类次之，内容聚焦时政要闻、民生热点与本地突发，社会趣闻以萌宠、暖心日常等内容最受欢迎

头条端所监测的账号共 44 个，互动量前五名分别为浙江之声、930 老友记、逐浪新闻、江西旅游广播。其中，浙江之声表现最佳，互动量为 397 万人次。

表 10 头条端互动量 TOP5 账号

账号名称	所属电台	账号类型	发布量	累计阅读量	累计评论数	累计点赞量	累计转发量	累计收藏量	互动量
浙江之声	浙江电台	新闻	8733	476164691	353208	3271910	14010	335386	3974514
930老友记	广西电台	私家车	8643	258250782	344382	1924576	11530	106671	2387159
逐浪新闻	湖北电台	交通	17960	352787536	169839	1939753	7932	109985	2227509
江西旅游广播	江西电台	都市生活	7518	157018348	155211	973965	5543	65183	1199902
河南交通广播	河南电台	交通	7982	57243489	55906	600306	2451	80498	739161

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

头条端互动量过万的共 285 条，热门内容以新闻资讯类（41.4%）为主，其次是社会趣闻类（15.4%）。新闻资讯类以时政要闻、民生热点及本地突发事等权威内容是用户关注度最高的新闻类型，其中九三阅兵、大国重器亮相、两岸议题等时政内容，以及邻里互助、消费维权、公共安全等民生事件，均收获了超高互动量。社会趣闻类以萌宠趣事、民间绝活、暖心日常及反差名场面内容最受青睐。

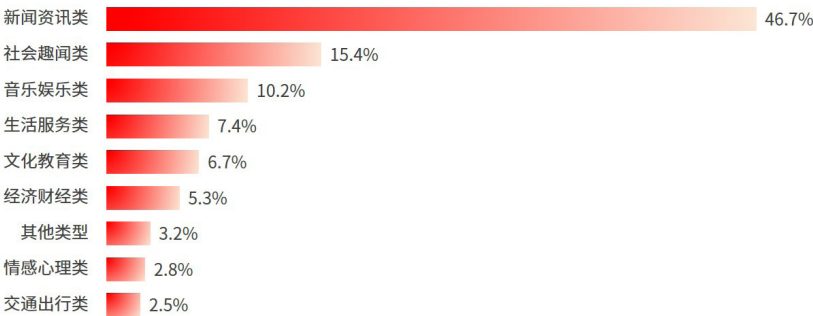


图 7 头条端热门内容分类
数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

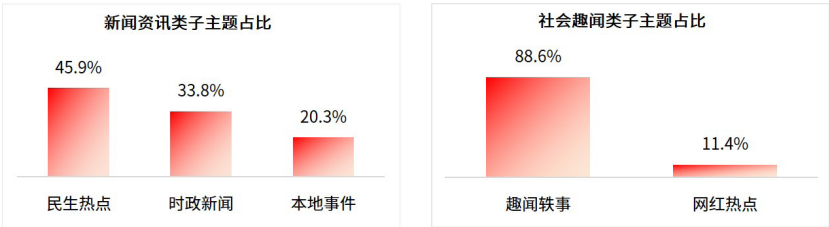


图 8 头条端新闻资讯类热门内容分类
图 9 头条端社会新闻类热门内容分类
数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

头条互动量 top10 内容榜中，江西新闻广播有 2 条内容上榜，其次贵州经济频道、北京新闻广播、广西台新闻 910、930 老友记、福建 987 私家车广播、湖南广电金鹰 955、浙江之声、江西新闻广播、河南交通广播均有 1 条推文上榜，互动量均超 6.6 万。其中交互量最高的推文为贵州经济频道账号发布的新闻资讯类本地事件，交互量为 133244。

表 11 头条端交互量 TOP10 内容榜

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
贵州经济频道	夜里楼上女孩在窗边大哭引邻居注意，经询问得知其饿肚子且家中无大人，还反复强调“不要给爸爸妈妈打电话”#安徽 #小女孩 #邻居 #社会百态	2025-6-22	133244	新闻资讯类	本地事件
北京新闻广播	#拜登 上课：威风凛凛的总统，下课：提着布袋的温情老头，松弛感拉满	2025-1-23	105394	新闻资讯类	时政新闻
广西台新闻910	男子举报中学提前开学补课，被教育厅工作人员回怼！（编辑：乘风）	2025-2-6	101044	文化教育类	教育资讯
930老友记	#四川dou知道 #捐赠日军侵华照片小伙被威胁交保护费 曾捐赠日军侵华证据照片的法国青年马库斯发现求助网友。马库斯称，自己用于展览日军侵华罪证的小屋被自称“自律委员会”的人要求每月上缴费用。……	2025-11-12	98082	新闻资讯类	本地事件
江西新闻广播	东风浩荡 威震寰宇 “东风-5C”液体洲际战略核导弹亮相	2025-9-3	84287	新闻资讯类	时政新闻
福建987私家车广播	南宁动物园一猩猩“上班”时间抽烟，还会熟练的拍烟头	2025-3-10	74517	社会趣闻类	趣闻轶事
湖南广电金鹰955	先睹为快！九三阅兵第二次综合演练现场视频 #九三阅兵 #抗战胜利80周年 #阅兵	2025-8-17	71932	新闻资讯类	时政新闻
浙江之声	爱尔兰男子疑似捡到中国台湾渔船求救漂流瓶，所涉10名船员已神秘失联四年。#漂流瓶 #求救 #台湾渔船 #失联	2025-8-1	71533	新闻资讯类	民生热点
江西新闻广播	艺术家蔡国强最新烟花作品“升龙”在喜马拉雅山脉点燃。	2025-9-19	67903	音乐娱乐类	娱乐资讯
河南交通广播	“牧童骑黄牛 原来是这样上去的”小孩哥爬牛如履平地，家养牛乖巧低头配合（@人民日报 @东家亮哥哥）	2025-6-4	66095	社会趣闻类	趣闻轶事

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

表 12 头条端互动量 TOP3 账号的热门内容

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
浙江之声	爱尔兰男子疑似捡到中国台湾渔船求救漂流瓶，所涉10名船员已神秘失联四年。#漂流瓶#求救#台湾渔船#失联	2025-8-1	71533	新闻资讯类	民生热点
	贵州榕江迎来第二次洪峰，28日12点30分起，当地防汛抗旱指挥部将防汛二级应急响应提升为防汛一级应急响应。截至28日18时，榕江已紧急组织撤离转移群众共计11992户41574人！#贵州榕江#洪水#安全	2025-6-28	55212	新闻资讯类	本地事件
	37岁女子负债2544万申请个人破产，月收入4784元公积金余额11592元。目前该案处于个人破产申请审查公告阶段。专家表示：若借款人属于诚实而不幸的债务人，三到五年考察期内无力偿还，就不用还了。#负债#个人欠款#申请个人破产#还款能力#一女子申请个人破产	2025-5-10	52634	经济财经类	财经新闻
	高考成绩出来了！288分-妈妈：“不怕你们笑话，这是我们考过最好的一次”，网友：“知足常乐，没辜负自己就好了”#高考成绩#288分#高考等查分的你belike	2025-6-25	50967	文化教育类	教育资讯
	最坏情况将致1.8万人遇难，损失高达83万亿日元。日本预测东京“直下型地震”灾难性后果	2025-12-7	41710	新闻资讯类	时政新闻
930老友记	#四川dou知道#捐赠日军侵华照片小伙被威胁交保护费 曾捐赠日军侵华证据照片的法国青年马库斯发视频求助网友。”	2025-11-12	98082	新闻资讯类	本地事件
	华人大妈持菜刀与警方对峙被击毙	2025-4-3	54377	新闻资讯类	民生热点
	看完九三阅兵，才明白#耿爽联合国发言的含金量#阅兵#耿爽	2025-9-4	40410	新闻资讯类	时政新闻
	普京抵达天津 #普京	2025-8-31	38472	新闻资讯类	时政新闻
	#山东dou知道#农妇与法官言语冲突被罚10万元 55岁农妇“辱骂”法官，被罚10万元同时被拘留15日。华东师范大学法学院教授刘加良认为，法官有人格尊严，当事人或其家属对法官进行侮辱、谩骂的行为是不当的，应对该行为作出否定性评价。	2025-9-16	36497	新闻资讯类	本地事件
逐浪新闻	满屏的一言为定！#台湾是祖国不可分割的一部分	2025-11-15	48185	新闻资讯类	时政新闻
	中国驻日使馆重申联合国国条款：若日本有再侵略的任何步骤，五常可直接实施军事行动	2025-11-21	45897	新闻资讯类	时政新闻
	因与餐饮店店员发生争执 男子竟掏出“枪”威胁	2025-7-4	35819	新闻资讯类	民生热点
	会车起争执对方亮证逼迫让路	2025-8-1	35756	新闻资讯类	民生热点
	狗半小时后死亡，想想都后怕！	2025-9-8	33406	其他类型	杂谈

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

3) 微博端以音乐娱乐类为主聚焦艺人动态、影视综艺资讯、音乐推荐及娱乐互动等话题

微博端所监测的账号共 66 个，互动量前五名分别为北京文艺广播、大声、北京音乐广播、广东文体广播、MusicFM993。其中，北京文艺广播互动量超过 729 万人次，高居榜首。

表 13 微博端互动量 TOP5 账号

账号名称	所属电台	频率类型	发布量	累计转发量	累计评论数	累计点赞数	互动量
北京文艺广播	北京电台	文艺	14510	576013	357672	6362444	7296129
大声	浙江电台	新闻	9375	392033	147966	1408305	1948304
北京音乐广播	北京电台	音乐	9719	143763	116042	1337464	1597269
广东文体广播	广东电台	都市生活	2372	156784	146762	562765	866311
MusicFM993	广东电台	音乐	2811	145508	137608	404455	687571

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

微博端互动量过万内容的共 192 条，热门内容以音乐娱乐类（75.5%）为主，主要内容为艺人动态、影视综艺资讯、音乐推荐及娱乐互动话题。



图 10 微博端热门内容分类
数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

微博交互量 top10 内容榜中，北京文艺广播包揽 9 席，北京新闻广播占据一席，互动量均超 9.5 万。其中交互量最高的内容为北京文艺广播发布的音乐娱乐类的娱乐资讯内容，交互量为 544409。

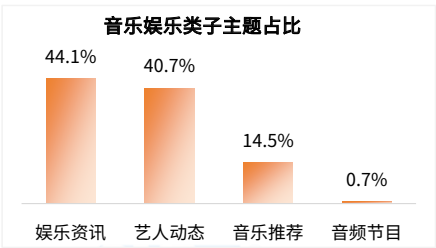


图 11 微博端音乐娱乐类热门内容分类
数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

表 14 微博端交互量 TOP10 内容榜

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
北京文艺广播	【文艺快评：#赴山海是否意味着新武侠剧的没落#】古装剧演员却穿洞洞鞋、画面中出现剧本镜头、抠图特效低质失真……2025年备受期待的武侠大作《赴山海》一上线就遭遇了一场舆论海啸。	2025-9-23	544409	音乐娱乐类	娱乐资讯
北京文艺广播	#你疲劳时刻的续命曲#谁的歌单里没首“续命曲”啊[哈哈]刷题到崩溃、赶方案到凌晨，但只要一听就满血复活！	2025-8-17	400462	音乐娱乐类	音乐推荐
北京音乐广播	【投票】#我最期待的巡演名场面#【#提振消费专项行动方案印发#】近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》。……	2025-3-17	316485	新闻资讯类	政策解读
北京文艺广播	#歌曲库又上新了#近期，@我是梓渝_@蔡徐坤@宋雨琦_i-dle@陈楚生@AZO_MAY@单依纯@卡布叻_周深等多位歌手发布新歌，音乐发烧友来说，你最喜欢哪一首？	2025-8-13	152165	音乐娱乐类	音乐推荐
北京文艺广播	#最美中轴线下一期有登陆少年##最美中轴线#下期预告惊喜放送！来看@登陆少年组合与@雅_MIYAVI趣味打卡先农坛、赛博穿越中轴线、参观邮局留寄语~下周六20:20锁定北京卫视	2025-2-23	121595	音乐娱乐类	娱乐资讯
北京文艺广播	#国产剧的雪景名场面#《在暴雪时分》《嘘，国王在冬眠》《一闪一闪亮星星》《偷偷藏不住》《点燃我温暖你》《冬至》……来评论区提名你觉得冬天最适合重温的偶像剧吧！#艺起聊聊	2025-11-15	115185	音乐娱乐类	娱乐资讯
北京新闻广播	【#北京的风看着不大实际不小#】感觉北京今早风不大？别大意！凌乱的头、掉了的招牌、吹倒的树……还有大风在路上！不到100斤的记者小慕站在地铁传媒大学站的进站天桥上（目前该站点已关闭），直观感受是“风从四面八方来”。	2025-4-12	110230	新闻资讯类	民生热点
北京文艺广播	#登陆少年首综组队了#@登陆少年组合怎么有这么多花活儿！不仅青春活力拉满，以乐队形式亮相#最美中轴线#也很值得期待！看节目预告除了《等你的回答》，还有《Butterfly》！@TOP登陆少年-朱志鑫@TOP登陆少年-张泽禹@TOP登陆少年-张极@TOP登陆少年-左航@TOP登陆少年-苏新皓弟弟们不要太会啊	2025-2-23	109245	音乐娱乐类	艺人动态
北京文艺广播	#从红海到蛟龙杜江就是徐宏#电影《蛟龙行动》主演@杜江侯明昊接受@北京文艺广播独家专访，谈对副队长徐宏的角色理解，谈到“我就是徐宏，徐宏就是我”#电影蛟龙行动##红海蛟龙两次行动杜江都在##杜江[超话]	2025-1-26	101300	音乐娱乐类	艺人动态
北京文艺广播	#TOP登陆少年组合[超话]##登陆少年以乐队亮相最美中轴线#@登陆少年组合怎么有这么多花活儿！不仅青春活力拉满，以乐队形式亮相#最美中轴线#也很值得期待！你想听他们唱哪些歌？评论区分享！……	2025-2-24	96935	音乐娱乐类	艺人动态

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

表 15 微博端互动量 TOP3 账号的热门内容

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
北京文艺广播	【文艺快评：#赴山海是否意味着新武侠剧的没落#】 古装剧演员却穿洞洞鞋、画面中出现剧本镜头、抠图特效低质失真……2025年备受期待的武侠大作《赴山海》一上线就遭遇了一场舆论海啸。	2025-9-23	544409	音乐娱乐类	娱乐资讯
	#你疲劳时刻的续命曲#谁的歌单里没首“续命曲”啊[哈哈]刚题到崩溃、赶方案到凌晨，但只要一听就满血复活！@林俊杰 @M鹿M @成毅 @卡布叻_周深 @摩登兄弟刘宇宁 @华晨宇yu @十个勤天 ……	2025-8-17	400462	音乐娱乐类	音乐推荐
	#歌曲库又上新了#近期，@我是梓渝_ @蔡徐坤 @宋雨琦_i-dle @陈楚生 @A2O_MAY @单依纯 @卡布叻_周深 等多位歌手发布新歌，音乐发烧友来说说，你最喜欢哪一首？[并不简单]	2025-8-13	152165	音乐娱乐类	音乐推荐
	#最美中轴线下一期有登陆少年##最美中轴线# 下期预告惊喜放送！来看@登陆少年组合 与@雅_MIYAVI 趣味打卡先农坛、赛博穿越中轴线、参观邮局留寄语~下周6:20锁定北京卫视……	2025-2-23	121595	音乐娱乐类	娱乐资讯
	#国产剧的雪景场面# 《在暴雪时分》《嘘，国王在冬眠》《一闪一闪亮星星》《偷偷藏不住》《点燃我温暖你》《冬至》……国产剧有自己的“雪景剧照101”！来评论区提名你觉得冬天最适合重温的偶像剧吧！#艺起聊聊#	2025-11-15	115185	音乐娱乐类	娱乐资讯
大声	【网友劝36岁女子不要为结婚而结婚#】4月24日，湖北（发布）。一位女子发出自己36岁未婚未育的感慨引发热议，她说：“我89年，36岁，7月份就37了，未婚未育。身边同学的二胎都上小学了，可我现在还没有结婚……”	2025-4-25	34283	情感心理类	生活感悟
	【#33岁产后抑郁奶爸已与妻子离婚#】网友“茉莉爸”发视频称，自己放弃事业全职带孩子，面临身心双重压力，不断经历与伴侣争吵，和妻子已经离婚。“茉莉爸”是兽医专业硕士毕业……	2025-4-23	26269	情感心理类	心理疏导
	#陈丽君[超话]# 【#陈丽君说不想辜负观众的一片真心#】4月18日至21日，越剧《我的大观园》在杭州剧院连演4场。@陈丽君_点绛唇 在接受采访时表示，面对众多怀揣真心赶来支持的观众，她真切感受到了爱与付出。尽管彼此可能从未谋面，仅通过网络相连，但粉丝们的心意她格外珍惜。	2025-4-21	25644	音乐娱乐类	艺人动态
	#黄晓明上戏考博落榜# 【上戏公布博士研究生拟录取名单：黄晓明落榜，金世佳考博上岸】6月20日，上海戏剧学院发布了2025年上海戏剧学院博士研究生拟录取名单。拟录取名单显示，申请考核专业学位中，金世佳录取导演创作研究方向。	2025-6-20	16530	新闻资讯类	新闻资讯类
	#陈丽君[超话]# 【#我的大观园全国巡演陈丽君说等我#】#越剧我的大观园全国巡演场次公布# 今天，越剧《我的大观园》全国巡演正式官宣！接下来巡演即将紧锣密鼓，在杭州、北京、绍兴新昌、成都、南宁、武汉、南京、苏州、重庆、长沙进行演出。@陈丽君_点绛唇……	2025-4-11	13600	音乐娱乐类	音乐娱乐类
北京音乐广播	【投票】#我最期待的巡演名场面# 【#提振消费专项行动方案印发#】近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》。其中提出扩大文体旅游消费。	2025-3-17	316485	新闻资讯类	政策解读
	#和蔡徐坤一起听浪漫北京# 北京音乐广播@蔡徐坤 专属ID上线！#蔡徐坤新歌Deadman# h	2025-6-16	89112	音乐娱乐类	艺人动态
	#梓渝文明交通宣传大使# 人民交通封面人物# 文明交通，安全出行。携手人民交通“文明交通宣传大使”@我是梓渝_真诚呼吁：让我们一起自觉遵守交通规则，用井然有序的出行守护彼此安全，争当文明交通的践行者、传播者，让每一条路都充满温暖与尊重~	2025-8-12	75161	其他类型	公益信息
	#梓渝褪黑素上线##梓渝褪黑素歌词太戳人# “黑夜过后，黎明降临。”	2025-8-18	74166	音乐娱乐类	音乐推荐
	梦与泪之间，等你懂这份沉溺 @我是梓渝_ 全新单曲《泥潭》8月13日0点 酷狗音乐首发 #梓渝新歌预约#	2025-8-11	67946	音乐娱乐类	音乐推荐

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

4) 抖音端以新闻资讯类、生活服务类为主。内容多聚焦时政要闻、民生热点与本地突发，时政相关内容以及实用科普互动突出

抖音端所监测的账号共 58 个，互动量前五名分别为逐浪新闻、浙江之声、江西民生广播、930 老友记、江西旅游广播。其中，逐浪新闻互动量超过 6998 万人次，高居第一。

表 16 抖音端互动量 TOP5 账号

频率名称	所属电台	频率类型	发布量	累计评论数	累计点赞数	累计分享数	累计收藏量	互动量
逐浪新闻	湖北电台	交通	14603	6638770	43880214	15622226	3840805	69982015
浙江之声	浙江电台	新闻	5261	3200287	23568000	17330049	1711092	45809428
江西民生广播	江西电台	都市生活	8594	2446408	8351617	8018015	953409	19769449
930老友记	广西电台	私家车	7915	1468881	7575083	6558927	449081	16051972
江西旅游广播	江西电台	都市生活	8182	1207290	4747005	5096504	346356	11397155

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

抖音端互动量过十万的共 360 条，热门内容以新闻资讯类（35.0%）为主，其次是生活服务类（20.0%）。新闻资讯类以时政要闻、民生热点及本地突发事等权威内容是用户关注度最高的新闻类型，其中九三阅兵、国际调解院成立、军队动态、香港相关时政等内容，均收获了超高互动量。生活服务类以健康常识、便民安全提示、消费指南等实用内容最受青睐，其中男性健康、熬夜危害、饮食与疾病风险、日常安全提醒等健康科普内容，均收获了超高互动量。

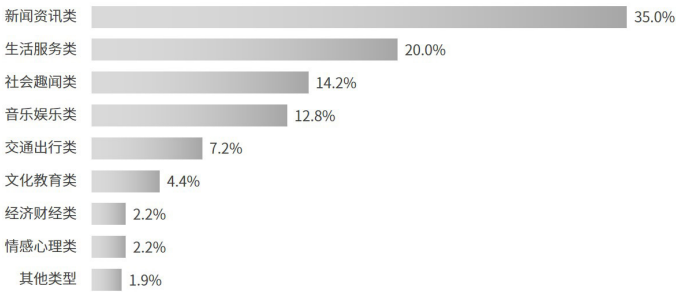


图 12 抖音端热门内容分类
数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

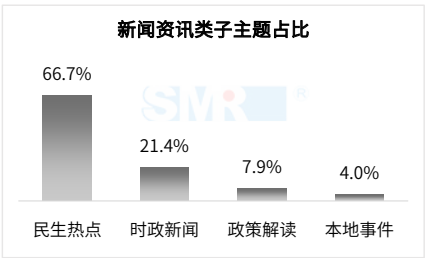


图 13 抖音端新闻资讯类热门内容分类
数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

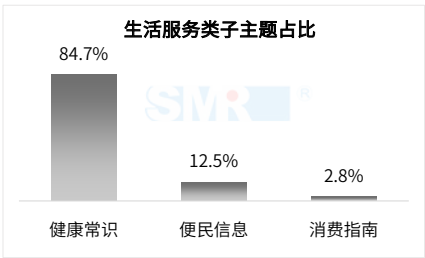


图 14 抖音端生活服务类热门内容分类
数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

抖音交互量 top10 内容榜中，930 老友记和浙江之声均占据 3 个，逐浪新闻占据 2 个，FM93 浙江交通之声、黑龙江交通广播各占据一席，互动量均超 63 万。其中交互量最高的内容为 930 老友记发布的新闻资讯类时政新闻内容，交互量为 1609198。

表 17 抖音端交互量 TOP10 内容榜

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
930老友记	【#外籍记者看阅兵后忍不住哭泣】#多希望像中国人民一样生活 9月3日，在观看九三阅兵后，中阿卫视记者方浩明表示很震撼，心情久久不能平复，看到最后已忍不住哭泣。……	2025-9-3	1609198	新闻资讯类	时政新闻
930老友记	雷军爆小米手机最新黑科技	2025-3-2	1572829	经济财经类	企业资讯
浙江之声	近日，湖北神农架景区招“野人”。月薪500元，已有近4000人报名，工作职责包括“接受游客投喂”。#神农架景区招野人月薪五百#神农架#野人	2025-6-8	1393704	社会趣闻类	趣闻轶事
FM93浙江交通之声	小沈阳演唱会上唱美美桑内，自豪说：“这是我女儿的歌”。东北话味儿十足的翻唱惹笑大家！#小沈阳 #沈佳润	2025-7-20	1043803	音乐娱乐类	艺人动态
黑龙江交通广播	绝味食品突遭ST！一年关店超4000家，“鸭脖大王”为何跌落神坛？#热点 #热门 #社会百态 #真实事件 #绝味鸭脖	2025-9-22	921967	经济财经类	财经新闻
逐浪新闻	相关负责人称 奔驰女司机证件是假的	2025-8-2	864399	新闻资讯类	民生热点
浙江之声	怕游客不会赶海挖不到蛤蜊，山东日照安排工作人员开车撒，景区工作人员：主要是为了#提供情绪价值#景区实力宠粉#送蛤蜊	2025-5-2	856420	社会趣闻类	趣闻轶事
逐浪新闻	男性注射避孕药 一次至少管2年	2025-5-1	763988	生活服务类	健康常识
浙江之声	警告，下面这些毒品可能伪装成你熟悉的样子，转发了解！#禁毒	2025-12-6	660433	生活服务类	便民信息
930老友记	#湖南dou知道 #正骨 #姑娘称中医院正骨后生活无法自理，且病历“消失”，维权频频受阻。6月18日，湖南新闻记者联系了涉事医院湖南中医附一院院办，工作人员表示此事需要联系宣传部门。……	2025-6-21	638458	新闻资讯类	民生热点

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

表 18 抖音端互动量 TOP3 账号的热门内容

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
逐浪新闻	相关负责人称 奔驰女司机证件是假的	2025-8-2	864399	新闻资讯类	民生热点
	男性注射避孕药 一次至少管2年	2025-5-1	763988	生活服务类	健康常识
	中部空军：枪已上膛剑已出鞘，我们时刻准备打胜仗！	2025-11-18	530804	新闻资讯类	时政新闻
	女子美甲后感染HPV病毒长出菜花	2025-1-22	511571	生活服务类	健康常识
	“11人HIV阳性”为谣言	2025-7-9	424784	新闻资讯类	民生热点
浙江之声	近日，湖北神农架景区招“野人”。日薪500元，已有近4000人报名，工作职责包括“接受游客投喂”。 #神农架景区招野人日薪五百#神农架#野人	2025-6-8	1393704	社会趣闻类	趣闻轶事
	怕游客不会赶海挖不到蛤蜊，山东日照安排工作人员开车撒，景区工作人员：主要是为了#提供情绪价值#景区实力宠粉#送蛤蜊	2025-5-2	856420	社会趣闻类	趣闻轶事
	警告，下面这些毒品可能伪装成你熟悉的样子，转发了解！#禁毒	2025-12-6	660433	生活服务类	便民信息
	浙江宣传：“吸毒记录封存”之忧要被听见。#浙江 #禁毒	2025-12-3	607721	新闻资讯类	民生热点
	美国底特律天降‘现金雨’。系一位企业家的遗愿——让爱从天而降。现场没有混乱，最终每个人都拿到了一点现金。（素材来源：网络综合）#底特律现金雨 #直升机撒钱 #美国	2025-6-29	504715	社会趣闻类	趣闻轶事
江西民生广播	连续三天23点半后入睡，或者睡眠时间<6小时就是熬夜！	2025-5-26	629186	生活服务类	健康常识
	连杀5人！为发明“永动机”，重庆男子竟通过杀人激发灵感！	2025-3-25	411712	新闻资讯类	民生热点
	女子从紧急就诊到去世仅10分钟！这种病千万别以为是上火了！	2025-4-13	404845	生活服务类	健康常识
	男子将15cm黄瓜塞进肛门通便，不料滑入直肠无法取出！医生紧急提醒！	2025-3-30	369901	生活服务类	健康常识
	“00后”男生起名“朱雀玄武教令”，已申请改名“周天紫微大帝”！当事人发声：已改过两次名字！	2025-4-25	337101	社会趣闻类	趣闻轶事

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

5) 视频号端热门内容中生活服务类占比最高，社会趣闻、新闻资讯紧随其后为主。其中健康常识、安全提示、消费指南、时政要闻、民生热点、本地突发与政策解读等内容均获得高互动

视频号端所监测的账号共 55 个，互动量前五名分别为浙江之声、FM950 广西音乐台、河南交通广播、930 老友记、四川交通广播。其中，浙江之声和 FM950 广西音乐台互动量均破千万。

表 19 抖音端互动量 TOP5 账号

账号名称	所属电台	频率类型	发布量	累计点赞数	累计评论数	累计转发数	互动量
浙江之声	浙江电台	新闻	6658	5933540	720173	7889005	14542718
FM950广西音乐台	广西电台	音乐	4124	4402160	401513	6951717	11755390
河南交通广播	河南电台	交通	7122	336203	86677	7134331	7557211
930老友记	广西电台	私家车	7663	1788631	504961	4998785	7292377
四川交通广播	四川电台	交通	2422	1338994	212986	2561978	4113958

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

视频号端互动量过五万的共 278 条，热门内容以生活服务类（23.4%）为主，其次是社会趣闻类（18.7%）、新闻资讯类（18.3%）。生活服务类以健康常识、便民安全提示、消费指南等实用内容最受用户青睐，其中医生科普身体保养、疾病预防、用药安全、居家健康提醒，以及公安部反诈预警、境外安全提示、食品安全消费提醒等内容，均收获了超高互动量。新闻资讯类以时政要闻、民生热点、本地突发、政策解读等权威内容关注度最高，其中九三阅兵、中外政要动态、军队相关内容、香港本地事件、食品安全、公共安全、境外诈骗、医保药品、教育政策等内容，均收获了超高互动量。

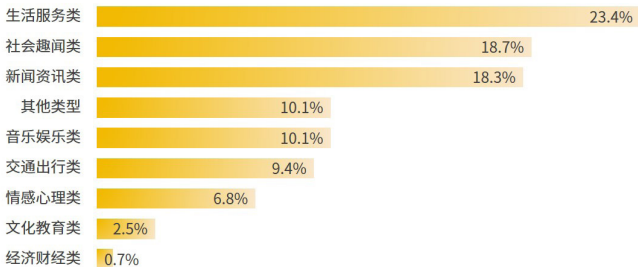


图 15 视频号端热门内容分类
数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

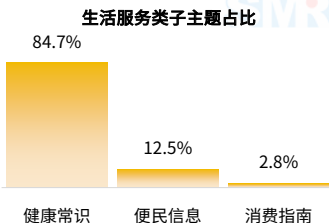


图 16 视频号端生活服务类热门内容分类

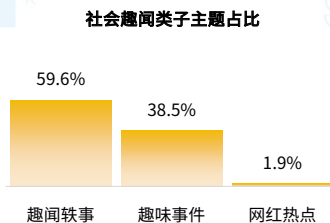


图 17 视频号端社会趣闻类热门内容分类

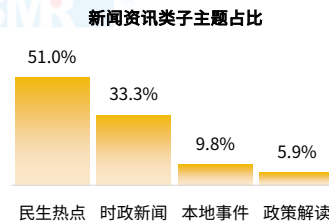


图 18 视频号端新闻资讯类热门内容分类

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

视频号交互量 top10 内容榜中，930 老友记、江苏广播和广东新闻广播均占据 2 个，FM950 广西音乐台、内蒙古蒙古语广播、江苏新闻广播、珠江之声 FM1057 均占据 1 个，互动量均超 51 万。其中交互量最高的内容为 FM950 广西音乐台发布的生活服务类健康常识内容，交互量为 1090631。

表 20 视频号端交互量 TOP10 内容榜

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
FM950广西音乐台	身体的五脏六腑都怕哪些东西，又有哪些保养方法？姐姐姐夫们，你们知道吗？徐医生这就来教您！（来源：@浙大邵逸夫医院骨科徐文斌）#身体保养#五脏六腑#徐医生#健康护理#硬核健康科普	2025-3-9	1090631	生活服务类	健康常识
930老友记	#男子与女友同房时下体骨折	2025-2-21	984068	新闻资讯类	民生热点
江苏广播	南京盒马猕猴桃膨大剂超标	2025-5-15	956473	新闻资讯类	民生热点
江苏广播	公安部刑侦局紧急提醒#见到这种粉色热水瓶马上报警	2025-3-3	859545	生活服务类	便民信息
内蒙古蒙古语广播	蛇年新启，除夕送福#除夕快乐	2025-1-27	683307	其他类型	其他类型
930老友记	【#97年女生身高1.6米体重50斤#?喜欢骨感】近日，广东一女子身高1米6，体重仅有50斤左右，却仍在减肥控制体重。#女生回应身高1米6体重50斤还减肥#：没有厌食症，也没生病，只是喜欢骨感身材，平时一直有在控制体重。“饿了就吃，不饿就不吃。”#930新闻眼#	2025-3-27	608224	社会趣闻类	趣闻轶事
江苏新闻广播	这个宿迁娃娃火了！爸爸辅导女儿写作业，反被教育如何做“好爸爸”，逻辑清晰。网友：太优秀了！	2025-3-7	573822	社会趣闻类	趣味事件
广东新闻广播	大年初六，六六大顺，顺风水顺财神，家顺业顺福气顺。蛇年新程，愿你心情顺，事业顺，一顺百顺，一帆风顺。#春节	2025-2-3	542449	其他类型	其他类型
珠江之声FM1057	台风“桦加沙”下的澳门，海水倒灌，街道变池塘，市民纷纷下水抓鱼。#澳门台风#桦加沙#台风#抓鱼#澳门	2025-9-24	533344	交通出行类	出行提示
广东新闻广播	正月初七，人人生日，人人添福添寿添健康。愿你蛇年人旺财旺福更旺，天天开心，岁岁平安！#春节	2025-2-4	515049	其他类型	其他类型

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

表 21 视频号端互动量 TOP3 账号的热门内容

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
浙江之声	关灯侧躺玩手机可能失明，轻则视疲劳，重则青光眼，睡前刷手机也会抑制褪黑素释放#侧躺玩手机不开灯	2025-5-26	436685	生活服务类	健康常识
	泰国总理访华，中国女保镖严严实实贴身保护，执行任务时，眼睛里有肉眼可见的锐气，曾一个人打败了5个日本空手道冠军，小说里不苟言笑的美女保镖果然真实存在#严月霞 #女保镖#中国第一女保镖#中国最美女保镖#泰国总理访华保镖	2025-2-6	351004	新闻资讯类	时政新闻
	6月5日 河南（报道），15岁男生长时间玩紧张刺激的游戏，22岁的女大学生熬夜两天，两人同日突发癫痫送医急救，医生：长期熬夜、游戏让大脑过度兴奋均可能增加癫痫发作的风险。#癫痫 #养生 #健康	2025-6-5	288997	生活服务类	健康常识
	九三大阅兵现场，董宇辉拍下前排视角，中国军人太帅气了，整齐划一的步子，太令人震撼！这就是中国！这就是中国军人！#九三大阅兵现场#中国军人#震撼	2025-9-3	267309	新闻资讯类	时政新闻
	驻日使馆紧急提醒，多名中国公民遭无端辱骂殴打，再次提醒中国公民近期避免前往日本。（素材来源：网络综合）#日本 #中日关系#中国人在日本	2025-11-27	223128	生活服务类	便民信息
FM950广西音乐台	身体的五脏六腑都怕哪些东西，又有哪些保养方法？姐姐姐夫们，你们知道吗？徐医生这就来教您！（来源：@浙大邵逸夫医院骨科徐文斌）#身体保养 #五脏六腑 #徐医生 #健康护理 #硬核健康科普	2025-3-9	1090631	生活服务类	健康常识
	流感真不是你扛扛就能扛住的，该用药时就用药（来源：@心中有术）#流感 #甲流 #医学科普 #硬核健康科普	2025-2-6	374831	生活服务类	健康常识
	徐医生用一个视频把整个后背疼痛的原因和锻炼方法给大家讲清楚（来源：@浙大邵逸夫医院骨科徐文斌）#徐文斌 #硬核健康科普行动 #健康 #徐文斌医生	2025-1-6	315960	生活服务类	健康常识
	姐姐姐夫们注意了！这几种常见药千万不能乱吃、混吃，快来听听孟医生是怎么说的（来源：@孟医生育儿儿）#健康 #吃药 #中毒 #硬核健康科普	2025-6-1	212086	生活服务类	健康常识
	你知道癌症的偏爱是什么吗？白医生提醒您，现在远离这十个字还不晚！（来源：@心中有术）#癌症#硬核健康科普#健康习惯#致癌物	2025-3-6	201113	生活服务类	健康常识
河南交通广播	女子将手机放枕边彻夜充电，充电器自燃爆炸起火导致全身70%烧伤，当事人：大家一定要改掉这个习惯。	2025-12-27	236184	生活服务类	健康常识
	马路中央隔离护栏偏离，路过群众主动将其复位。网友：这个小举动温暖了冬天的城市！（@公安部新闻传媒）	2025-12-15	168758	情感心理类	情感故事
	80岁爷爷连续十几年每天至少吃半斤肥肉，孙女：身体各项指标正常。（来源：@甘肃引弟）	2025-9-21	143822	社会趣闻类	趣闻轶事
	流感感染99%以上为甲流，专家提：48小时内用药效果最佳（来源：长江云新闻）	2025-1-5	135685	生活服务类	健康常识
	不要纠结隔夜菜啦！可以吃，但是要分情况，你的肝脏最怕不是防腐剂而是节约。@肝胆科主任医师：程远	2025-4-20	121071	生活服务类	健康常识

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

6) 快手端热门内容中以社会趣闻类、新闻资讯类为主；内容侧重轻松搞笑、贴近生活的趣味事件、民生热点、社会案件与安全警示

快手端所监测的账号共 35 个，互动量前五名分别为湖北之声、浙江之声、FM950 广西音乐台、河南交通广播、930 老友记。其中，湖北之声互动量超过 3085 万人次。

表 22 快手端互动量 TOP5 账号

账号名称	所属电台	账号类型	发布量	累计点赞数	累计评论数	累计转发数	互动量
湖北之声	湖北电台	新闻	13425	25021896	3568474	2261808	30852178
逐浪新闻	湖北电台	交通	9737	10340143	1236665	733228	12310036
浙江之声	浙江电台	新闻	5761	9857864	917055	1042640	11817559
FM93交通之声	浙江电台	交通	5234	5581170	420379	718478	6720027
江西旅游广播	江西电台	都市生活	5502	4200106	606854	425346	5232306

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

快手端互动量过五万的共 206 条，热门内容以社会趣闻类（30.1%）为主，其次是新闻资讯类（23.3%）。社会趣闻类以趣味事件、趣闻轶事、网红热点等轻松搞笑、贴近生活的内容最受欢迎，互动量普遍较高。新闻资讯类以民生热点、社会案件、安全警示类内容最受青睐。

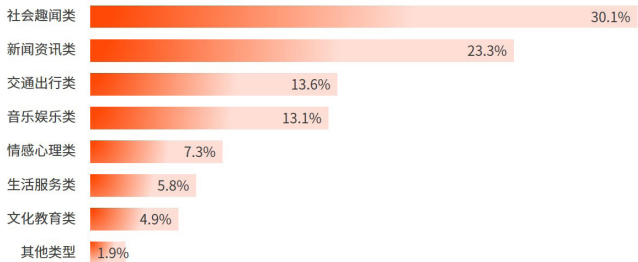


图 19 快手端热门内容分类

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

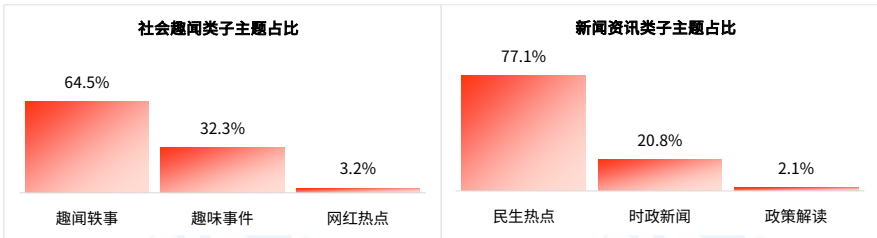


图 20 快手号端社会新闻类热门内容分类

图 21 快手号端新闻资讯类热门内容分类

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

快手交互量 top10 内容榜中，广东交通之声和北京交通广播均占据 2 个 FM93 交通之声、970 水果糖、河北交通广播、浙江之声、江西之声、福建 987 私家车广播均占据 1 个，互动量均超 51 万。其中交互量最高的内容为广东交通之声发布的交通出行类出行提示内容，交互量为 523934。

表 23 快手端交互量 TOP10 内容榜

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
广东交通之声	男子骑车炫技“翘头”，结果车抬起来前轮掉了#危险动作请勿模仿	2025-10-13	523934	交通出行类	出行提示
FM93交通之声	阎鹤祥花46块7毛8“买了一个岛”，“这岛上午有下午一张潮就没了”，分享自己和妻子的婚后度假生活。#阎鹤祥 #买岛	2025-9-5	497693	音乐娱乐类	艺人动态
970水果糖	是要找咬人的吗？我就是 #修勾 #露头就秒 #馋吃（素材来源：南来北仔）	2025-2-6	466762	社会趣闻类	趣味事件
河北交通广播	游客拍下老虎踉手踉脚“干坏事”，老虎：别吱声 给大家整个节目，网友：果然“干坏事”都不嫌麻烦	2025-8-16	317468	社会趣闻类	趣闻轶事
北京交通广播	第2集 女骑斑马线不礼让，还疯狂鸣笛催促，结果遇上了硬茬。#摩托车 #骑士 #礼让斑马线	2025-2-6	243087	交通出行类	出行提示
浙江之声	见过像复制粘贴的舞蹈吗？整齐划一像被计算机控制了。但不少网友还是在评论区发现了破绽。（素材来源：社旗新媒）#舞蹈 #舞蹈卡节奏 #名场面	2025-5-1	203105	音乐娱乐类	娱乐资讯
广东交通之声	#两摩托车高速上占道行驶，导致后车无法通行#危险驾驶	2025-5-6	187634	交通出行类	路况信息
江西之声	男子不听劝阻执意爬高，结果果然很疼……网友：人果然不能太闷	2025-12-13	184897	社会趣闻类	趣闻轶事
福建987私家车广播	高中生表演小品《你有我也有》，浑身都是戏，自信开朗很讨喜	2025-1-3	184669	文化教育类	教育资讯
北京交通广播	没保持安全距离 双方车里人应该都慌了 网友：谁都不敢先动#交通安全 #交通事故 #追尾	2025-10-15	178854	交通出行类	路况信息

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

表 24 快手端互动量 TOP3 账号的热门内容

账号名称	标题	发布时间	交互量	一级主题	二级主题
逐浪新闻	#公主请吹气 “你能说公主请吹气吗？”查酒驾的警察叔叔突然收到节日祝福 暖心配合玩梗 祝“#110警察节”节日快乐！（逐浪新闻记者：苏潇、雅楠）	2025-1-10	165623	社会趣闻类	趣味事件
	今天考研查分，愿所有考生鱼跃龙门，成功上岸！	2025-2-24	149507	其他类型	公益信息
	一男孩放炮引燃化粪池 四周多辆汽车被炸 一受损车主开播回应 我们一家人刚下车几分钟就炸了	2025-1-31	107371	新闻资讯类	民生热点
	云南曲靖一15岁女孩被同班14岁男孩杀害警方透露:男生送女生回家途中欲性侵女生反抗被掐死女生父亲:女儿的遗体现在还摆在殡仪馆希望凶手能受到依法从严严惩	2025-8-18	104966	新闻资讯类	民生热点
	甘肃漳县一塔吊发生事故	2025-5-26	100799	新闻资讯类	民生热点
浙江之声	见过像复制粘贴的舞蹈吗？整齐划一像被计算机控制了。但不少网友还是在评论区发现了破绽。（素材来源：社旗新媒）#舞蹈 #舞蹈卡节奏 #名场面	2025-5-1	203105	音乐娱乐类	娱乐资讯
	驻日使馆紧急提醒，多名中国公民遭无端辱骂殴打，再次提醒中国公民近期避免前往日本。（素材来源：网络综合）#日本 #中日关系 #中国人在日本	2025-11-27	163789	新闻资讯类	时政新闻
	遥远的帆任风浪拍打，为梦再痛也不会害怕。晚安！一路生花！#滕胧	2025-9-25	160681	其他类型	其他类型
	爱尔兰男子疑似捡到中国台湾渔船求救漂流瓶，所涉10名船员已神秘失联四年。#漂流瓶 #求救 #失联 #渔船	2025-8-1	144305	新闻资讯类	民生热点
	主人过年放烟花炸飞自己狗狗的吃饭盆，狗子：过分，大年初一的，哄不好了的！#鞭炮炸狗盆狗崩溃了 #主人狗里狗气 #大年初一没狗盆了 #金毛委屈	2025-1-29	142557	社会趣闻类	趣味事件
FM93交通之声	阅鹤祥花46块7毛8“买了一个岛”，“这岛上午有下午一张潮就没了”，分享自己和妻子的婚后度假生活。#阅鹤祥 #买岛	2025-9-5	497693	音乐娱乐类	艺人动态
	小米17Pro背屏能干嘛？套上手机壳秒变复古游戏机！雷军：都是我们小时候玩的小游戏，根本停不下来！#小米 #雷军 #小米17pro	2025-9-26	169247	交通出行类	汽车资讯
	丁禹兮生日 给大家跳扫腿舞！谁家寿星这么宠粉！？网友：第一眼不敢相信 以为是AI #丁禹兮	2025-7-20	125122	音乐娱乐类	艺人动态
	重庆女子打出租车去内蒙古策马奔腾，1700多公里，计价器都爆表了，当事人：拦了十多辆车才有司机接单	2025-10-9	116321	交通出行类	路况信息
	网友花72小时创作哪吒2破200亿视频 网友：带着你的前半段视频入职 后半段等着收律师函吧	2025-2-26	114030	音乐娱乐类	娱乐资讯

数据来源：赛立信数字传媒科技，云传播数据，2025 年

声音不止于频率，传播不止于终端。身处全媒体传播浪潮，广播频率线下收听与线上点击双承压，却也在微信、头条、抖音等六大平台迎来破局新机遇——各平台用户对实用资讯、民生热点、趣味内容的差异化需求，正是广播的发力方向。立足声音传播的原生优势，深度契合不同平台的内容节奏与用户痛点，锚定新闻资讯、生活服务、交通出行等核心刚需赛道，深挖本土化、实用性、互动性内容价值，持续打造有温度、有看点、有共鸣的爆款内容；同时发挥新媒体账号的流量作用，将各平台的线上流量转化为品牌影响力，让传统广播的声音在新媒体场域中被更多人听见、看见、分享。

以变破局，向新而行

——2025 年广播行业发展分析

赛立信融媒研究小组

2025 年，作为国家“十四五”规划广播行业数字化转型的收官决战年，更是广播媒介挣脱“传统听觉单一载体”桎梏，向“全场景综合服务平台”跨越的攻坚之年。国家广播电视总局密集出台政策组合拳，以“系统性重构”为核心，倒逼广播频率精简整合、技术迭代升级、内容提质创优，叠加 AI、5G、车联网等新技术的深度渗透，彻底打破传统广播“渠道单一、运营低效、变现乏力”的发展困局，实现“存量盘活、增量突围”的质变升级。在营销领域，广播行业果断抛弃“卖时段、靠硬广”的粗放式盈利模式，全面转向“内容定制、IP 共创、场景精准、品效合一”的全域营销体系，凭借场景陪伴优势，成为品牌本地化渗透、精准化触达的核心流量入口，重新定义音频媒介商业价值。

一、系统性变革：频率集约整合，以“减法”换“加法”，重构行业竞争格局

2025 年年初，全国广播电视工作会议、传媒机构管理工作会议先后锚定广播行业“精简精办、结构优化”核心方向，部署“频道频率高质量发展引领工程”，本质是通过政策引导，推动广播行业告别“数量堆砌”的粗放发展，迈入“质量制胜”的集约化新阶段。国家广电总局明确提出“优化频谱资源配置，聚焦核心频率，提升运营效率”，核心诉求直指“剥离非核心资产、集中优势资源、杜绝资源内耗”——这不是简单的“关停并转”，而是对行业资源的重构、对竞争壁垒的重塑，倒逼各级广播机构放弃“大而全”的低效布局，聚焦核心赛道做强做优。

政策落地之下，省级广播率先破局，成为频率整合的“先行军”，其整合逻辑直指“精准匹配受众需求、破解同质化竞争”，彰显头部机构的战略远见。广东省广播电视台直击“同质化内耗”痛点，针对珠江经济广播、南方生活广播的定位重叠问题，实施“内容拆分+定位强化”整合策略，将南方生活广播的财经服务内容全面并入珠江经济广播，推动珠江经济广播成为区域财经广播标杆，南方生活广播则聚焦养老、育儿、本地消费等生活服务赛道，实现“双频差异化突围”，彻底摆脱“两败俱伤”的竞争困境。

市级广播则立足本地市场，以“精准适配、高效落地”为核心，走出差异化整合之路，凸显“小而美、小而精”的核心竞争力。贵州六盘水广播电视台紧扣本地“山区出行需求突出”的核心特征，将交通广播整体整合至综合广播，不盲目追求频率数量，而是聚焦出行服务核心痛点，新增“山区路况专属播报”“农村客运指引”“应急救援联动”三大板块，联动交警、交通部门实现路况每15分钟更新、应急救援24小时响应，成为本地车主出行的“刚需依赖”，用资源整合的“减法”换来了用户粘性的“加法”。

山东潍坊广播电视台关停文艺广播，将其文艺节目全面并入音乐广播，打造“全品类音乐+本地文化”特色频率，新增《潍坊曲艺大观》《本土歌手展演》等栏目，深度绑定潍坊风筝节、寿光蔬菜节等本地特色活动，实现“文化价值+传播价值”双提升；浙江嘉兴广播电视台整合新闻广播与生活广播，组建专属民生新闻采编团队，推出《民生热线》直播栏目，每日邀请政府工作人员、行业专家做客回应群众关切，将广播打造为本地民生服务的“直通车”，精准抢占本地舆论与服务高地。广播行业从“全面撒网”转向“精准捕捞”，头部效应持续加剧，行业竞争从“数量竞争”正式迈入“质量竞争”的新阶段。

二、技术升级：菁彩声+AI+车联网，三重赋能，颠覆行业生态与体验边界

2025年，广播行业的技术升级不再是“单点突破”，而是形成“菁彩声规模化落地、AI全链路赋能、车联网深度绑定”的三维联动格局，核心目标是颠覆传统收听体验、重构产业运营模式，推动广播从“可听”向“沉浸听、智能听、场景听”全方位升级。

三维菁彩声（Audio Vivid）的规模化落地，其“沉浸式、空间化”的音频体验，彻底打破传统广播“单声道、平面化”的收听局限，让广播内容从“听觉传递”升级为“感官体验”，重新定义音频媒介的核心价值。中央总台联合华为、鸿蒙智行，精准切入车载核心场景，构建“技术研发+内容制作+终端适配”完整产业链，直击车载环境噪音干扰、音频立体感不足的行业痛点，2025年搭载菁彩声系统的车型装车量突破100万台，覆盖29款主流车型，让用户在驾驶中体验“360度沉浸式”音频效果——收听音乐时可感知乐器空间分布，收听路况时可精准区分方向信息，实现“场景与体验的深度绑定”；广东广播电视台音乐之声推出菁彩声专属节目《声动岭南》，深度融合粤剧、岭南民谣等本土元素，邀请本地音乐人解读文化背景与演奏技巧，用技术赋能文化传播，成功拓宽年轻受众群体，印证“技术+内容”的双赢逻辑；浙江交通广播将菁彩声技术应用于早高峰路况节目，采集不同路段车流声、交警指挥声等素材，还原真实出行场景，让听众精准获取路况信息，既提升了用户体验，更强化了广播在车载场景的核心竞争力，凸显技术升级的商业价值。

AI 技术的全链路赋能，则彻底重构了广播节目“生产 - 编播 - 运营”的全流程，破解了传统广播“生产效率低、内容同质化、用户触达不精准”的三大核心痛点，实现“降本、增效、提质”的三重目标。湖南广电推出的 AI 编导系统，依托大数据算法与自然语言处理技术，接入 1000+ 权威资讯来源，可自动完成资讯采集、剪辑、字幕添加、节目编排全流程工作，以《湖南新闻联播》简讯板块为例，传统模式需多名工作人员耗时数小时完成，通过 AI 系统仅需 1 名编辑审核即可完成，大幅缩短制作周期、降低人工成本，同时提升内容准确率，让编辑从“重复劳动”转向“创意把控”，释放核心生产力。

吉林广播电视台成立“嗯呢 AI 实验室”，研发 AI 交互直播中台，实时采集用户弹幕、留言、语音提问等数据，通过 AI 算法分析用户偏好，自动调整节目内容与播出节奏，其 AI 主播“吉小音”以真人音色建模，覆盖新闻、天气、广告等多场景，有效弥补真人主播播出时长有限的短板，实现“24 小时不间断运营”；苏州广播电视台搭建 AI 智能编播系统，基于用户年龄、性别、收听习惯等画像，实现“千人千面”个性化内容分发，精准匹配不同受众需求，大幅提升用户粘性；上海交通广播推出 AI 主播《车展最前沿》，在上海国际车展期间同步直播，实时抓取官方信息、自动生成播报内容、响应用户语音提问，精准还原真人播报风格，成为 AI 在广播直播领域的标杆案例，彰显 AI 技术对广播运营模式的颠覆性重构。

车联网的深度绑定，则让广播精准抢占智能座舱“第三空间”，成为车载音频的核心入口，彻底摆脱“调频依赖”。广东交通广播与广汽合作，推出“车载语音交互广播”，优化语音识别算法，支持粤语、客家话等方言交互，直击车载环境语音识别准确率低的痛点，大幅提升用户满意度；浙江交通广播联合阿里云，搭建车载广播大数据平台，通过分析用户行驶轨迹、收听习惯，实现广告精准投放，让品牌信息在合适场景触达目标用户，大幅提升广告转化效率——这不是简单的“渠道延伸”，而是广播场景价值的极致挖掘，让广播在智能汽车时代重新占据核心地位。

三、内容提质：垂类深耕 + IP 化运营，以内容破局，构建差异化竞争壁垒

频率整合奠定基础，技术升级赋能体验，而内容提质则是广播行业实现“长效发展”的核心根基。2025 年，广播行业彻底摆脱“内容同质化、定位模糊化”的困境，以“新闻立台、垂类破局、IP 赋能”为核心，聚焦内容精品化建设，强化新闻舆论主责，深耕垂类赛道，推进 IP 化运营，实现“内容引流、用户留存、商业变现”的闭环体系，用内容实力构建不可替代的竞争壁垒。

（一）新闻主责强化：以权威立本，抢占舆论高地

坚守“新闻立台”根本，强化新闻主责主业，是广播作为主流媒体的核心使命。2025年主流广播机构彻底摒弃“泛新闻”粗放运营模式，锚定时政、财经、民生三大核心领域，以“权威解读为核心、深度报道为支撑、互动传播为抓手”，打造差异化新闻内容矩阵，强势强化舆论引导功能，牢牢巩固主流媒体核心地位，在新媒体多元冲击下筑牢竞争壁垒。

与传统新闻“单纯信息传递”的模式不同，2025年广播新闻的核心突破在于“价值赋能”与“情感共鸣”，核心目标是打造权威信息传播的“第一渠道”。通过常态化邀请行业权威专家、政府职能部门负责人、龙头企业掌舵人做客直播间，深度解读国家重大政策、精准分析行业发展趋势、直面回应群众急难愁盼，让广播成为政策落地的“传声筒”、行业发展的“风向标”、民生诉求的“直通车”，彰显主流媒体的责任与担当。例如，中央总台中国之声《新闻纵横》推出“2025高质量发展解读”系列深度报道，邀请国家发改委、工信部相关负责人解读产业政策，联动行业专家拆解发展机遇，成为受众获取权威信息的核心渠道；山东广播电视台《山东新闻联播》音频版开设《民生实事追踪》专栏，邀请地方政府工作人员走进直播间，直面群众关切的教育、医疗、养老等问题，现场回应、跟踪督办，既强化了舆论引导，更拉近了与受众的距离；浙江嘉兴广播电视台《民生热线》直播栏目，聚焦本地民生热点，邀请行业专家、职能部门工作人员实时互动，精准传递权威声音，筑牢本地舆论高地。

（二）垂类深耕：精准定位，破解同质化困局

广播机构彻底放弃“大而全”的内容布局，聚焦交通、音乐、生活服务、文旅、乡村振兴等核心垂类，结合受众需求画像，打造“小而精、专而强”的差异化内容产品，精准触达目标受众，实现“一类内容打动一类人群”。

交通广播作为核心垂类，立足“出行刚需”，重构服务体系，河南交通广播深耕本地出行服务，构建“路况实时播报+应急救援+便民服务”一体化体系，与交警、消防、急救部门建立24小时联动机制，将广播从“路况播报工具”升级为“出行服务平台”，成为本地车主的“刚需依赖”；音乐广播则走“细分赛道+本土赋能”路线，上海东方广播《动感101》IP聚焦年轻受众，推出原创音乐扶持计划、举办线下音乐节，孵化本地音乐人才，成为年轻群体的“情感共鸣载体”。

在文旅与乡村振兴赛道，广播依托地域覆盖优势，打造“内容+文旅+助农”一体化产品，实现社会效益与经济效益双赢，彰显广播的社会价值与商业潜力。西宁广播电视台《观青海》节目，以“直播+综艺+研学”模式，联动当地文旅部门，推出青海湖、茶卡盐湖等特色文旅线路，邀

请专家与本地向导解读景区文化，组织青少年研学活动，直接带动当地旅游产业发展；吉林广播电视台“交换四季”文旅 IP，聚焦四季特色，采用“广播直播 + 短视频 + 线下体验”模式，推送滑雪、避暑等内容，同步在抖音、视频号分发，有效拉动吉林旅游收入增长，让内容与地域产业深度绑定，实现价值最大化。

（三）播客、短剧崛起：抢占年轻受众，开辟新增长极

2025 年，播客与短剧双轨并行、同步崛起，成为广播行业突破年轻受众圈层的“关键抓手”，共同构筑行业新增长——广播精准适配 Z 世代碎片化收听、轻量化娱乐需求，实现“用户迭代、价值扩容”的核心战略布局。各级广播机构主动破局，同步布局播客与短剧两大赛道，以年轻化内容、轻量化形态、多元化传播，彻底摆脱传统广播“线性传播、受众老化”的刻板印象，成功抢占年轻受众心智。

在播客赛道，广播机构依托专业音频生产能力，将王牌节目二次拆解、IP 化再造、多端分发，打造可点播、可传播、可沉淀的轻量化播客产品，实现“线性直播 + 点播回放 + 碎片化传播”全覆盖，打破传统广播传播边界。东方广播《上海声音》播客，深耕上海本土文化赛道，邀请文化学者、老上海居民、行业从业者跨界联动，以“讲故事”的轻量化形式，解读上海历史文脉、民俗风情与城市发展，成为年轻群体了解上海、认同本土文化的核心窗口，成功打破广播“中老年受众为主”的标签；总台云听推出财经、职场、亲子等垂类播客矩阵，其中《财经新观察》以“专家访谈 + 观点拆解”的形式，适配年轻群体碎片化学习需求，收获大量年轻职场人关注；广东广播电视台《粤语播客》则以粤语为载体，解读年轻群体关注的文化、生活热点，风格轻松鲜活，成为粤语区年轻受众的首选音频内容，实现播客赛道的差异化突围。

在短剧赛道，广播机构依托音频制作优势，发力短音频短剧，精准契合年轻受众“短时高效、强情节、高代入”的娱乐需求，打造“广播 + 短剧”的全新内容形态。浙江广播电视台推出浙里微光·微短剧创作计划，聚焦 8 大内容：文旅、普法、品牌、经典、科普、非遗、美食、AIGC，并在 Z 视介开设短剧专区，主打文旅纪实、IP 改编、剧游联动；北京广播电视台自制 12 部微短剧，还联合红果短剧共同出品重点短剧《贝家花园的秘密》、《舟楫千里号歌来》、《祈安澜》、《澳门故事》等，在北京卫视黄金档、听听 FM、红果短剧及各大短视频平台上线，实现内容复用、渠道互通、流量放大的全媒体传播效应。



综上，2025 年作为广播行业数字化转型的收官决战与攻坚破局之年，以政策为引领、以技术为支撑、以内容为核心，通过频率集约整合实现资源重构，依托菁彩声、AI、车联网三重赋能颠覆行业生态，凭借内容提质与 IP 化运营构建差异化壁垒，实现从“传统听觉媒介”向“全场景综合服务平台”转型，推动广播行业从“数量竞争”迈入“质量竞争”的高质量发展新阶段。未来，随着技术的持续迭代与内容创新的不断深化，广播行业将持续挖掘场景价值、激活用户潜力，在全媒体生态中坚守主流阵地、实现长效发展，续写音频媒介的全新篇章。



以数据为尺，为传播赋能

——全媒体传播效能精准监测与评估解决方案

当前，政务新媒体、主流媒体机构与大型企业的全媒体矩阵已成为信息发布、公众连接与品牌建设的关键渠道。然而，在追求传播声量的同时，政府、企事业单位及媒体机构等传播主体正面临共同的深层困境：投入与产出难以科学衡量，海量数据背后真实传播效能如何评估？多平台运营导致数据分散割裂，如何统揽全局、优化配置？网络舆情瞬息万变，如何提前感知风险、有效引导？更为关键的是，如何避免陷入“重形式、轻实效”的运营误区，确保每一项传播工作都能产生实实在在的社会价值与业务价值，杜绝“指尖上的形式主义”与“面子工程”？

为积极响应关于推进媒体深度融合、防治政务服务中形式主义的系列政策精神，并切实助力各单位落实《政务移动互联网应用程序规范化管理办法》等要求，赛立信依托深厚的监测研究能力，正式推出“全媒体传播效能精准监测与评估解决方案”。本方案旨在通过体系化的数据监测、多维度的效果评估与深度的研判洞察，助力政府、企事业单位及媒体机构穿透数据迷雾，量化传播实效，优化决策依据，最终实现传播效率、群众满意度与社会正面效益的同步提升，让全媒体传播真正回归其服务公众、赋能发展的本源。

一、传统评估的三大局限

传统传播评估体系长期停留在“唯流量论”，过度侧重表层流量指标，呈现以下三大典型痛点：

（一）重流量、轻质量：只看阅读、播放、点赞等表面流量数据，忽略原创质量、用户粘性、长效传播效果以及舆论引导等社会价值；

（二）重单点、轻全域：以单一平台独立考核，评估结果较片面，忽视跨平台分发、账号联动、流量互导带来的复合效能；

（三）重数据、轻价值：数据统计口径与考核标准不统一，数据壁垒、数据孤岛问题显著，数据可比性与有效性较差，难以精准量化传播逻辑、民意反馈与社会影响力。

其结果往往是：政府账号“发声易、引导难”，企事业单位账号“涨粉易、转化难”，媒体账号“传播易、出圈难”。全媒体运营亟需一套科学、统一、可落地、可对比、可考核的综合评估体系。

二、重新定义全媒体传播效能评估

作为长期从事数据资讯研究的专业机构，赛立信集团依托新媒体云传播效果监测技术，推出全媒体传播效果综合评估体系。围绕考核账号、考核部门，构建“一级指标—二级指标—三级指标”的多层级标准化指标体系，通过全渠道数据采集、标准化处理，结合熵权法以及根据政府、企事业单位及媒体机构等不同主体的核心目标，对指标权重进行差异化配置，确保评估结果与业务目标高度对齐，最终形成可落地、可对比、可追溯的全媒体传播效果综合评估体系，推动从“流量积累”走向“用户留存”，从“信息传播”走向“价值实现”。

（一）账号运营力：评估运营主体的持续产出与规范运作能力，涵盖发文积极性、账号活跃度、内容原创性等，是传播效能的稳定基础。

（二）内容传播力：衡量内容本身的扩散能力与触达效率，通过传播广度、传播速率、传播深度等指标，反映内容的覆盖面与渗透力。

（三）用户互动力：洞察内容引发的受众反馈与关系沉淀，通过吸粉力、交互力等指标，甄别真实用户增长与深度互动质量。

（四）社会影响力：评判传播活动的深层影响与社会效益，聚焦传播影响力、舆情正向引导力等，量化内容在塑造认知、引导舆论、弘扬正能量方面的实际效果。

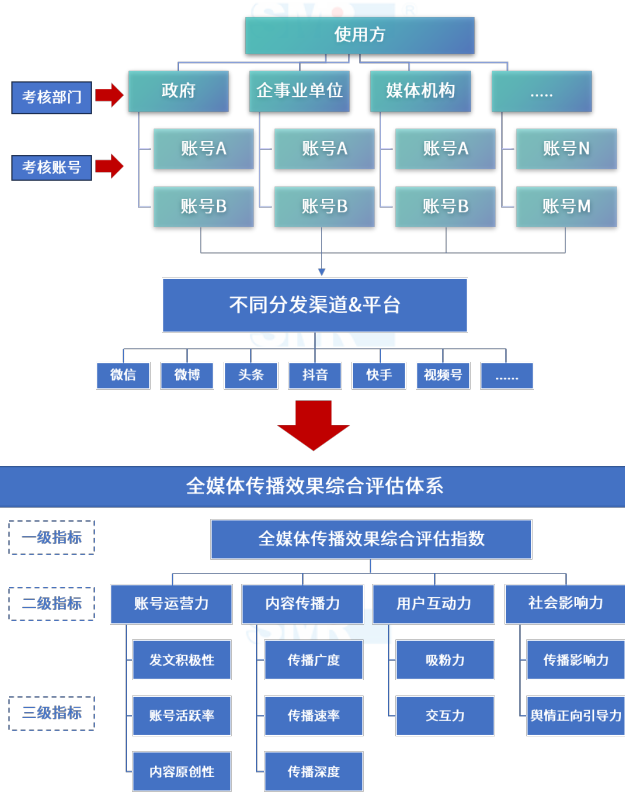


图1 全媒体传播效果综合评估体系
来源：赛立信全媒体研究小组绘制

三、面向政府、企事业单位及媒体机构

（一）政府单位：量化传播成效，赋能政务科学治理

政务新媒体承担政策宣传、民意沟通、舆论引导等职能。在实际运营中，也面临一系列需要持续优化的课题：舆论引导效果如何量化评估、矩阵账号如何统一高效管理、社情民意如何精准捕捉、绩效考核如何建立科学依据。

解决方案：

1. 通过多平台账号集中监测，围绕账号运营力、内容传播力、用户互动力、社会影响力等维度，实现矩阵统一规范管理；
2. 依托发文积极性、账号活跃率等核心指标，精准量化政策宣传实效；
3. 常态化监测全网舆论动态，结合吸粉力、交互力等核心指标，深度洞察社情民意、精准捕捉群众核心诉求；
4. 搭建多维价值评估体系，建立标准化考核机制，全面助力政务新媒体数字化、科学化治理。

价值解读：重构政务传播评估逻辑，摒弃传统只考核发布数量、运营频次的粗放模式，转向“重质量实效”的传播广度、互动质量、传播价值与引导效果，实现传播效果、价值、社会影响可量化、可落地、可追溯。

（二）企事业单位：深耕流量价值，提升品牌营销效能

企业全媒体账号承担形象塑造、营销转化、用户运营、品牌声量培育等核心职能，在运营中常常需要应对以下挑战：流量掺水虚高、真实转化成效难以衡量、多平台矩阵缺乏协同管理、品牌声量与营销价值无法精准测算、传播效果缺少标准化评估依据。

解决方案：

1. 依托全媒体矩阵监测，围绕账号运营力、内容传播力、用户互动力、社会影响力四大维度，规范常态化运营秩序；
2. 动态跟踪发文积极性、账号活跃率等核心指标，复盘全域传播成效、研判平台运营优劣，精准评估品牌传播效能；
3. 基于传播广度、速率、深度及用户吸粉力、交互力等核心指标，甄别优质流量与核心用户，通过精细化运营提升用户粘性、沉淀私域资产；
4. 同步监测全网声量与舆情走向，动态跟踪传播影响力、舆情正向引导力等核心指标，预警规避潜在舆情风险、守护品牌口碑；
5. 依托营销活动全周期归因分析，明确传播成效，并联动竞品动态与行业对标，持续优化内容与投放策略，实现品牌提质、营销增效与价值转化。

价值解读：整合全域运营数据，实现账号横向对标、周期走势纵向分析，精准优化资源配置与内容、投放策略。有效剔除虚高无效流量、留存核心优质用户，夯实品牌口碑与资产价值，推动企业全媒体运营从粗放“流量堆砌”转向精细“价值深耕”。助力企业降低传播成本、提升营销转化与品牌市场竞争力。

（三）媒体机构：数据驱动运营，助力媒体融合发展

媒体机构承担内容创作、舆论引导、价值传播、融合发展的核心职能，在融媒体转型阶段普遍遇到多项挑战：内容传播价值难以量化、账号矩阵管理较为松散、受众需求无法精准洞察、运营考评缺少科学标准、媒体融合缺少数据抓手。

解决方案：

1. 依托多平台账号统一监测，围绕账号运营力、内容传播力、用户互动力、社会影响力等维度，搭建标准化考评与激励体系，优化全媒体运营效能管控机制；
2. 量化发文积极性、账号活跃率等核心指标，实现优质内容可识别、可评价；
3. 基于传播广度、速率、深度及吸粉力、交互力等核心指标，构建精细化受众画像，赋能选题创新、内容提质与精准分发；
4. 多维评估传播影响力、舆情正向引导成效，科学评估传播影响力与公益属性，助力媒体融合提质增效。

价值解读：以数据赋能内容生产、精准传播与考评激励全流程，让优质内容价值可量化、可沉淀、可激励，持续强化主流媒体传播力与舆论引导力，助力媒体深度融合转型，实现传播效能与社会价值双向提升。

四、可落地的指标体系与算法机制

（一）全渠道数据打通，破除“数据孤岛”壁垒

覆盖微信、微博、今日头条、抖音、快手、视频号等主流平台，通过统一数据接口采集、口径校准，打破渠道数据割裂等问题，实现数据横向跨平台可比、纵向跨周期对标，保障数据贯通有效可用。

（二）标准化数据处理，消除量纲差异化

对新媒体原始数据量级不一、存在缺失与重复数据等问题，通过清洗、去重、补全、归一化等标准化操作，将各类数据统一转化为无量纲标准分值，消除量纲与量级差异干扰，保障各指标评估的公平性与可比性。

（三）科学建模赋权，降低评估偏差风险

采用熵权法 + 专家打分的主客观组合赋权方式，兼顾数据客观性与行业适配性，弥补单一赋权方法的缺陷，有效降低人为评估偏差，保障权重设定科学合理。

构建“三级指标—二级指标—一级指标”多层级加权模型，计算过程可解释、可追溯，实现各细分指标的科学聚合与综合评估。

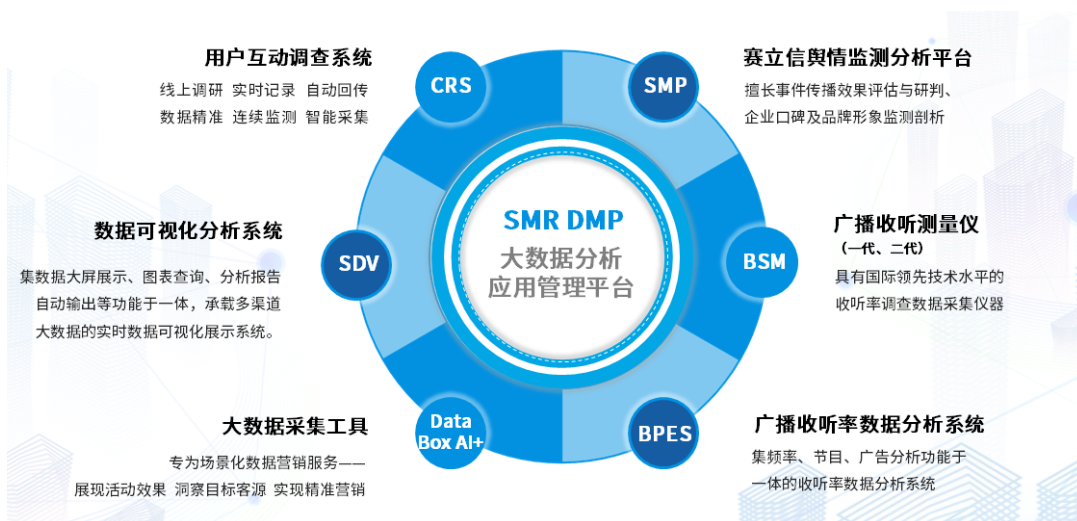


图2 数据采集技术

来源：赛立信全媒体研究小组绘制

（四）多维度成果输出，实现分层级全面评估

依托完善的数据归集与指标体系，我们打造多层级、多维度、可定制化的全媒体传播评估成果输出体系，覆盖综合指数、细分专项指数、单项能力得分、数据研判分析及定制化等报告，全方位支撑政务传播的决策、管理与考核工作，整体成果架构如下（图3）：

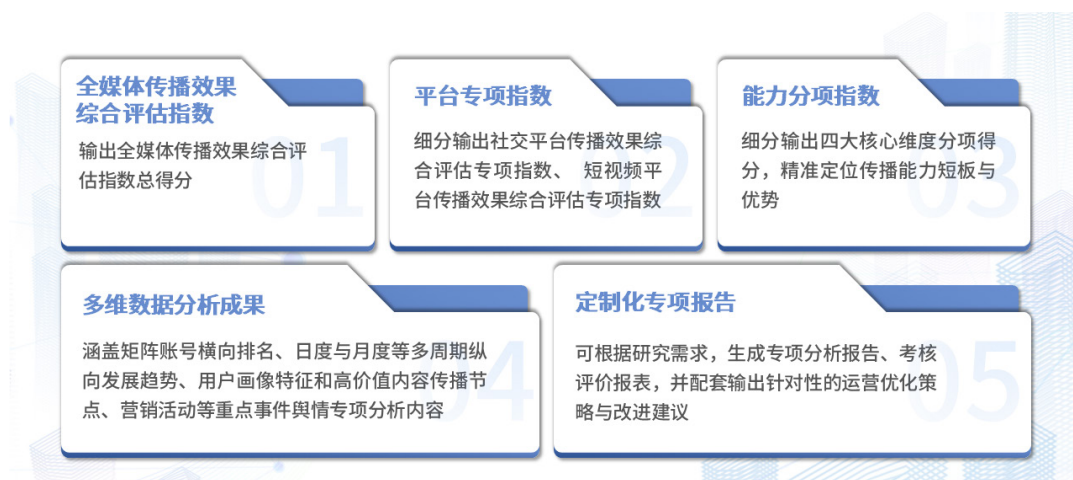


图3 全媒体传播评估成果输出体系
来源：赛立信全媒体研究小组绘制

五、 结语

在全媒体传播从规模化扩张迈向精细化运营的关键阶段，单纯追逐流量已无法真实反映工作成效与长期价值。流量是基础，价值是核心。赛立信全媒体传播效果综合评估体系，旨在构建科学的数据基准与系统的分析框架，破解“重形式、轻实效”的运营难题，将防治“指尖上的形式主义”、提升公共服务效能的核心要求落到实处。

本体系整合多源数据、建立统一标准，既量化传播的覆盖广度与参与深度，更聚焦舆论引导效能、公信力构建与社会价值贡献。

全媒体工作应当告别粗放式流量追逐，转向精准度量、持续优化与价值创造的新阶段，在复杂舆论环境中有效传递信息，于广泛公众沟通中增进共识，实现社会效益与组织形象的协同提升。

（供稿：赛立信全媒体研究小组）

全场景赋能，解锁传播价值

——全媒体传播效能精准监测与评估解决方案

在数字时代，政务新媒体、主流媒体机构与大型企业的全媒体矩阵，共同构成了信息发布、品牌塑造与舆论引导的核心阵地。然而，在传播实践中，各类运营主体普遍面临相似挑战：传播效果难以量化，投入产出缺乏科学依据；多平台账号管理分散，资源无法统筹协同；网络舆情变化迅速，风险预警与引导响应滞后。这些问题不仅制约了传播实效，也可能因评估缺失而导致决策偏差，甚至助长重形式、轻实效的“指尖上的形式主义”。

为响应国家关于“加强全媒体传播体系建设”的号召，助力相关单位落实《政务移动互联网应用程序规范化管理办法》等要求，切实防治“面子工程”，还原移动互联网在提升服务效能、强化正面引导、凝聚社会共识方面的真实价值，赛立信推出“全媒体传播效果综合评估体系”。该体系致力于通过系统化数据监测与多维度效果评估，破解传播效果“不可度量、不可比较、不可优化”的困境，为政府、企事业单位及媒体机构提供科学的决策依据，推动传播工作从“经验驱动”转向“数据赋能”，实现效能提升、价值可感、导向正向的传播目标。

一、体系化升级：从“流量观测”到“效能治理”

本解决方案超越传统的单向度数据统计，致力于构建一个覆盖“监测、评估、研判、管理”的闭环体系，为不同属性的客户提供精准赋能。

（一）赋能政府单位：推动政务传播迈向规范化、高效化、精准化治理

全媒体时代，政务新媒体是政策解读、民意倾听、舆论引导的核心载体。当前政务宣传管理正由“重发布数量”转向“重传播实效”，构建可量化、标准化的全域评估体系，成为各级政务单位优化治理能力的核心抓手。

1. 全域矩阵统筹管理：打破平台壁垒，实现对微信、微博、抖音等多平台政务账号的统一监测、横向比对与趋势分析。清晰呈现矩阵整体运营健康度与各账号效能差异，为资源统筹、绩效考评与规范化管理提供数据支撑。

2. 政策传播实效评估：对重要政策、民生信息的发布与传播进行全链路追踪。量化分析其触达范围、传播速度、公众反馈与认知变化，精准定位传播薄弱环节，助力提升政策解读的到达率与普惠性。

3. 社情民意精准感知与舆情引导：基于全网舆情监测，敏锐捕捉公众关切、情绪倾向与潜在风险点。不仅实现风险预警，更可对后续回应与引导措施的效果进行量化评估，为提升治理效能与公信力提供数据支撑。

4. 规范化绩效考评支撑：建立以“账号运营力、内容传播力、用户互动力、社会影响力”为导向的量化考核模型，定期生成客观、公正的账号与团队运营评估报告，推动政务新媒体运营从“保数量”向“重质量”转变。

（二）赋能企事业单位：支撑品牌价值可视化、营销决策科学化、私域增长精准化

全媒体矩阵是企业打造品牌、对接市场、沉淀用户的重要阵地。如今品牌传播不再片面追逐流量规模，更看重实际经营价值。标准化、可量化的全域评估体系，围绕品牌建设、市场营销、用户运营等核心需求输出全流程数据洞察，让每一分投入都掷地有声，助力企事业单位实现科学化品牌运营与经营决策。

1. 全媒体矩阵传播监测：覆盖微信、微博、抖音、视频号、今日头条等主流新媒体平台，从账号运营、内容传播、用户互动、社会影响等多维度，综合评估全域传播表现，厘清平台运营优势与短板，制定差异化协同运营策略，助力全媒体矩阵提质增效、精准触达。

2. 品牌声量口碑监测：实时捕捉品牌全网声量、传播广度、热搜热度及公众关注度，动态跟踪市场口碑走向与舆论波动，提前预判潜在舆情风险。并建立风险预警机制，全天候监测企业相关敏感信息，跟踪危机事件演变脉络，复盘评估舆情应对成效，为品牌传播布局优化、品牌形象维稳与市场经营决策提供数据支撑，全方位守护品牌安全资产。

3. 营销活动全景复盘与归因：对新品发布、整合营销等各类营销活动开展跨平台、全周期效果追踪与深度归因分析，精准研判各渠道价值贡献、内容策略成效及用户转化路径，迭代优化营销打法，持续提升整体营销 ROI。

4. 竞品动态与行业对标：监测竞争对手及行业领导者的传播策略、声量变化与用户反馈，在行业坐标系中明确自身定位，发现市场机遇与潜在威胁。

（三）赋能媒体机构：驱动融合转型与价值提升

当下主流媒体加速全媒体融合布局，融媒体矩阵、新闻客户端、短视频账号多点落地，内容创作、主题宣传、受众运营、舆论引导成为核心工作。依托标准化多维评估模型搭建可量化的全域评估体系，围绕内容创新、重大宣传、受众洞察、内部考核等核心需求输出全流程数据研判，让每一篇报道、每一次宣传的传播价值可衡量、可沉淀、可激励，助力媒体重塑融媒传播影响力，持续提升舆论引导效能与媒体公信力。

1. 融媒体矩阵一体化效能评估：统一监测旗下多平台、多账号运营数据，全面评估矩阵整体传播效能、协同联动能力、内容运营质量，推动媒体融合向纵深发展。

2. 运营效能考核与活力激励：构建账号运营力、内容传播力、用户互动力、社会影响力四维评估模型，量化优质内容创作价值，搭建标准化考评与激励体系。自动生成各栏目、频道、运营团队及账号的运营排行、周期走势、横向对比等数据报告，为资源倾斜、岗位调配、绩效激励提供科学依据，充分激活采编创作与内部创新活力，持续升级全媒体内容产出质量。

3. 受众精准画像与需求洞察：依托大数据智能采集技术，搭配标准化定量调研数据，整合粉丝基础信息、内容消费行为、阅读偏好、互动特征等多维数据，构建精细化受众画像。精准赋能内容选题规划、内容质量优化与分发渠道迭代，精简无效传播链路，全面提升整体运营效率与精准传播实效。

4. 传播影响力与社会效果评估：聚焦重大主题报道与重点传播内容，量化分析议程设置能力、舆论引导质量、公众反馈热度及正向社会价值，科学评估传播影响力与公益属性，充分彰显媒体社会责任与公共传播价值。

二、分层指标体系，多维量化传播真实价值

赛立信摒弃单一流量评判标准，针对政务宣传多渠道运营特性，定制化构建全媒体传播效果综合评估体系、社交平台传播效果综合评估体系（微信、微博等）和短视频平台传播效果综合评估体系（今日头条、抖音、快手、视频号、自办 APP 等），结合应用需求，定制化评估体系，采用熵权法 + 专家评分组合赋权，科学建模测算，统一全域统计口径，评估结果公平客观、可横纵向对比、可用于内部考核。

(一) 全媒体传播效果综合评估体系



(二) 社交平台传播效果综合评估体系

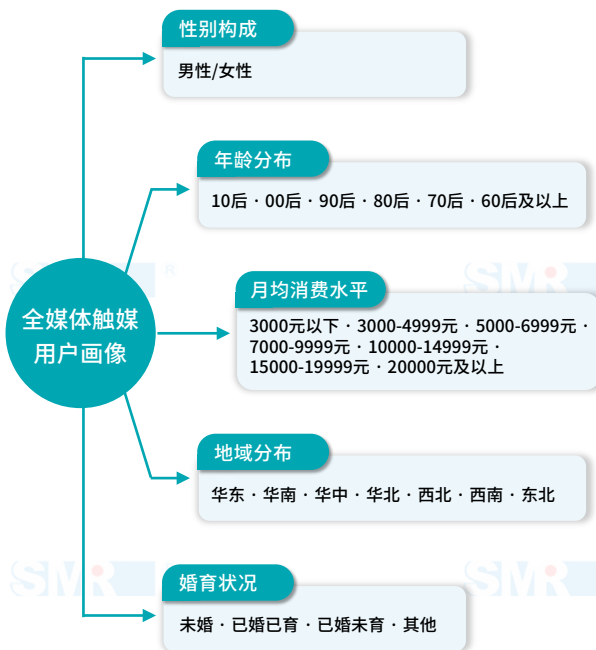
一级指标	二级指标	三级指标	数据来源
社交平台传播效果综合评估指数 (微信、微博等)	账号运营力	发文积极性	发布量等
		账号活跃度	当月有发文账号数等
		内容原创性	原创量等
	内容传播力	传播广度	累计阅读量等
		传播速率	日均阅读量等
		传播深度	评论量等
	用户互动力	吸粉力	粉丝增长率等
		交互力	篇均阅读量、篇均互动量等
	社会影响力	传播影响力	爆款率等
		舆情正向引导力	正面情绪占比等

(三) 短视频平台传播效果综合评估体系

一级指标	二级指标	三级指标	数据来源
视频平台传播效果综合评估指数 (今日头条、抖音、快手、视频号、自办APP【需客户授权后台数据】等)	账号运营力	发文积极性	发布量等
		账号活跃度	当月有发文账号数等
		内容原创性	原创量等
	内容传播力	传播广度	累计播放量等
		传播速率	日均播放量等
		传播深度	评论量等
	用户互动力	吸粉力	粉丝增长率等
		交互力	篇均播放量、篇均互动量等
	社会影响力	传播影响力	爆款率等
		舆情正向引导力	正面情绪占比等

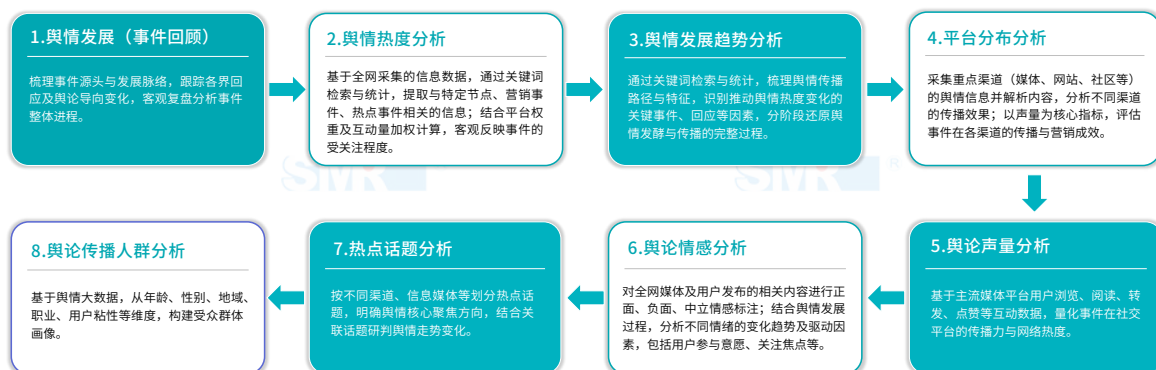
（四）全媒体触媒用户画像

通过大数据采集结合定量问卷调研，系统挖掘受众群体基本特征、消费行为模式、内容阅读偏好及社交互动习惯，形成全方位、立体化的全媒体触媒用户画像。



三、专项服务：舆情监测与深度分析

针对重大政策发布、突发事件或潜在舆情风险，赛立信提供定制专项分析服务，覆盖舆情发展脉络、热度走势、平台分布、情感倾向、热点话题、传播人群画像等八大分析模块，输出效果评估、风险预警与策略优化建议。助力回顾事件全程、追踪传播路径，为关键时刻决策和有效处置提供数据支撑。



结语

全媒体时代，数据驱动传播、评估赋能决策、价值引领发展。赛立信深耕广电与全媒体数据研究三十年，依托自有 SMR DMP 融媒大数据平台、CRS 用户调研系统、全网云监测等技术体系，打通传统视听率调研、全平台内容监测、受众行为调研、传播效果复盘等全链条业务能力。我们已服务全国六百余个广播频率，在收听收视率调查、全媒体传播评估、融媒体传播力分析等领域积淀深厚。基于此推出的全媒体传播效果评估体系，旨在为政府、企事业单位及媒体机构提供一把精准的数据标尺，助力新媒体运营从“经验驱动”走向“数据赋能”，让优质内容的传播价值可量化、可沉淀、可激励；让政务治理逻辑实现从数据归集到优化建议的全流程服务；让营销决策逻辑实现从数据归集到经营优化建议的全流程服务。

（供稿：赛立信全媒体研究小组）





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.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: 13631314801

邮箱: smrbj@smr.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