

<<2007中国广播收听年鉴>>

图书基本信息

书名：<<2007中国广播收听年鉴>>

13位ISBN编号：9787811271089

10位ISBN编号：7811271087

出版时间：2007-12

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：王兰柱

页数：473

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>

## <<2007中国广播收听年鉴>>

### 内容概要

《中国广播收听年鉴（2007）》主要包括以下四部分内容：第一部分：综述。主要从收听环境、听众特征、听众听行为、频率竞争、节目竞争以及广播广告设计投放与竞争等方面对2006年中国广播听市场进行了全景式描述与分析；第二部分：专题研究。本部分内容对2006新闻、交通、音乐、文艺和经济几个主要频率收听状况进行分析之外，还包括CSM媒介研究近一年来关于广播收听率方面的最新研究成果，内容涉及听率分析的一些新的思路与方法、收听率数据在广播广告投放中的应用、节假日听众收听行为分析等。

第三部分：收听数据。这部分是关于CSM媒介研究2006年进行收听率调查的31个城市的收听统计数据，主要内容涉及人均收听时间、全天收听走势、听众构成和频率竞争状况等；第四部分：附录。这部分主要包括CSM媒介研究各城市收听率调查网的基本情况和所监测的频率名称。

<<2007中国广播收听年鉴>>

书籍目录

第一部分 综述 一、收听环境 二、听众特征 三、听众收听行为 四、频率竞争格局 五、节目竞争格局 六、广播广告投放与竞争格局第二部分 专题 2006年广播发展新世界 “数描”2006年广播收听市场 2006年新闻频率收听状况分析 2006年交通频率收听状况分析 2006年音乐频率收听状况分析 2006年文艺频率收听状况分析 2006年经济频率收听状况分析 2006年体育频率收听状况分析 节假日广播听众收听行为分析 收听率数据的分析与应用 了解广播听众市场,开发广播广告价值 基于收听率数据的广播广告洞察 浅析音乐频率品牌推广新策略——从北京流行音乐节HIT FM舞台说起 广播的数字化时代 回望与前瞻:广播媒体产业化发展轨迹解析第三部分 数据 一、北京收听数据 二、长春收听数据 三、长沙收听数据 四、成都收听数据 五、重庆收听数据 六、大连收听数据 七、佛山收听数据 八、福州收听数据 九、广州收听数据 十、杭州收听数据 十一、哈尔滨收听数据 十二、合肥收听数据 十三、济南收听数据 十四、南京收听数据 十五、宁波收听数据 十六、青岛收听数据 十七、清远收听数据 十八、上海收听数据 十九、绍兴收听数据 二十、沈阳收听数据 二十一、深圳收听数据 二十二、石家庄收听数据 二十三、苏州收听数据 二十四、天津收听数据 二十五、乌鲁木齐收听数据 二十六、武汉收听数据 二十七、无锡收听数据 二十八、西安收听数据 二十九、厦门收听数据 三十、郑州收听数据第四部分 附录 一、CSM各收听率调查网概况 二、频率列表

## <<2007中国广播收听年鉴>>

### 编辑推荐

《2007中国广播收听年鉴》是CSM媒介研究推出的第三部收听年鉴。它体现出CSM媒介研究服务媒介行业和促进传媒发展的热忱。通过翔实的数据和深入的分析，《2007中国广播收听年鉴》必定能有效地辅助相关从业人员的日常工作，是媒介从业人员必不可少的一本工具书。

<<2007中国广播收听年鉴>>

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>