

NCC廣電媒體專業素養教育訓練

建構寬廣的廣播未來

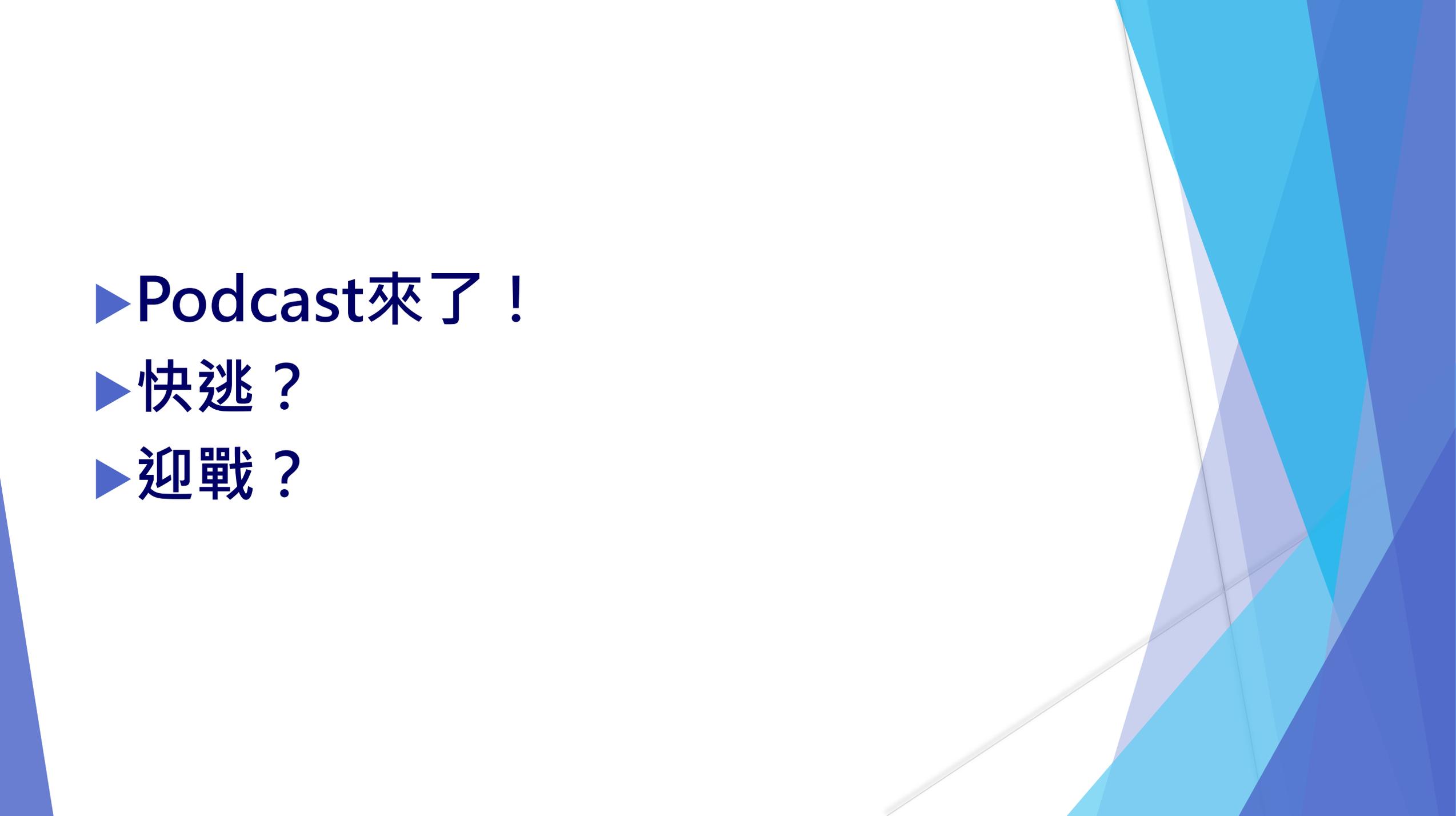
林福岳

2022年09月08日

2021年第四季

【潤利艾克曼公司】 媒體大調查報告

- ▶ 【電台收聽率】調查結果：
- ▶ 【7天電台收聽率】為 17.41% ，
- ▶ 【7天電台收聽率】最高的電台為【警察廣播電台】，計 4.27% 的受訪者表示收聽過此電台的節目播出，其次為【中廣流行網】 (2.63%) 。
- ▶ 有 81.12% 的受訪者表示幾乎不聽廣播電台，
- ▶ 1.48% 的受訪者過去 7 天沒收聽廣播。

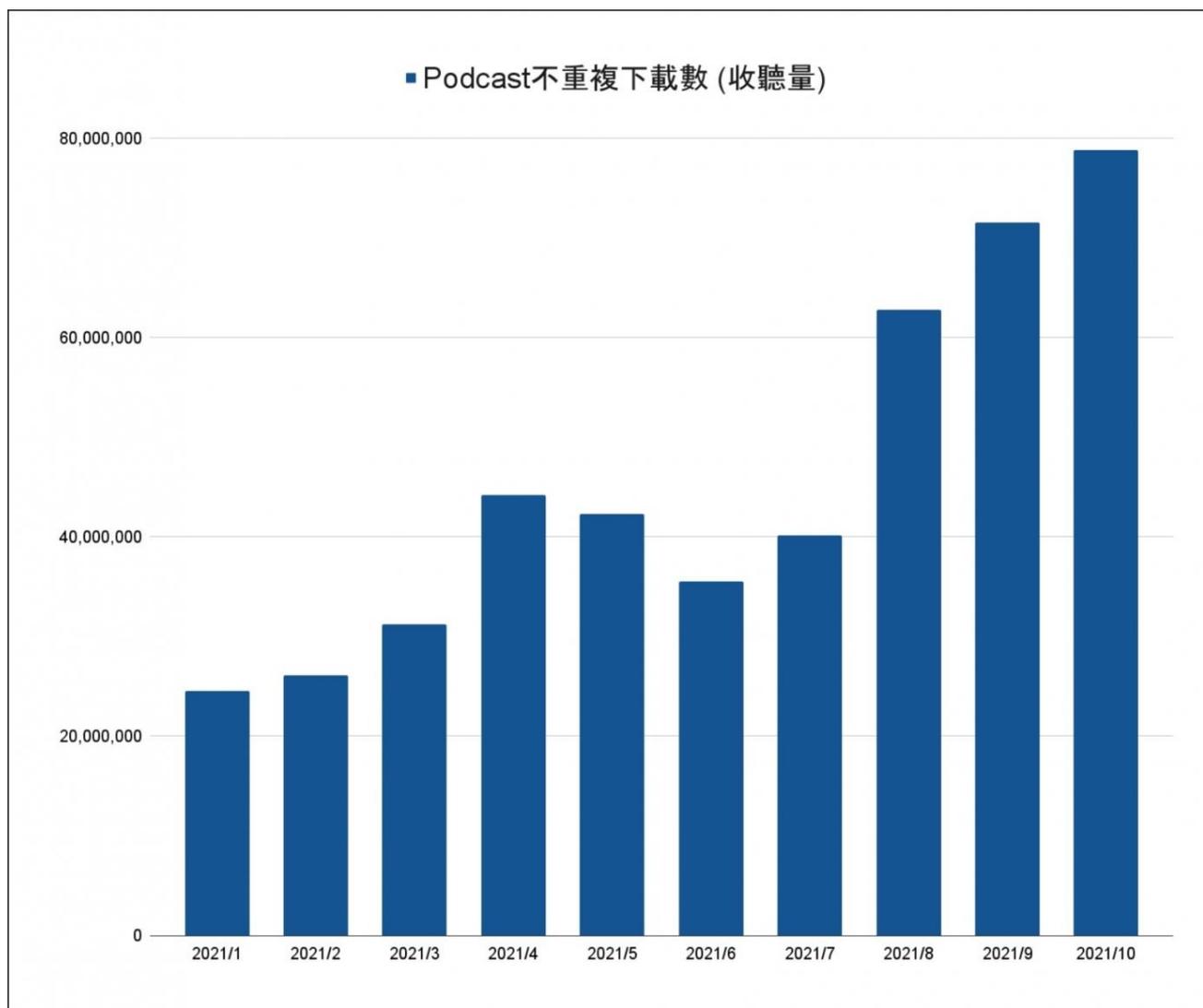


▶ Podcast來了！

▶ 快逃？

▶ 迎戰？

2021年 台灣 Podcast 收聽量



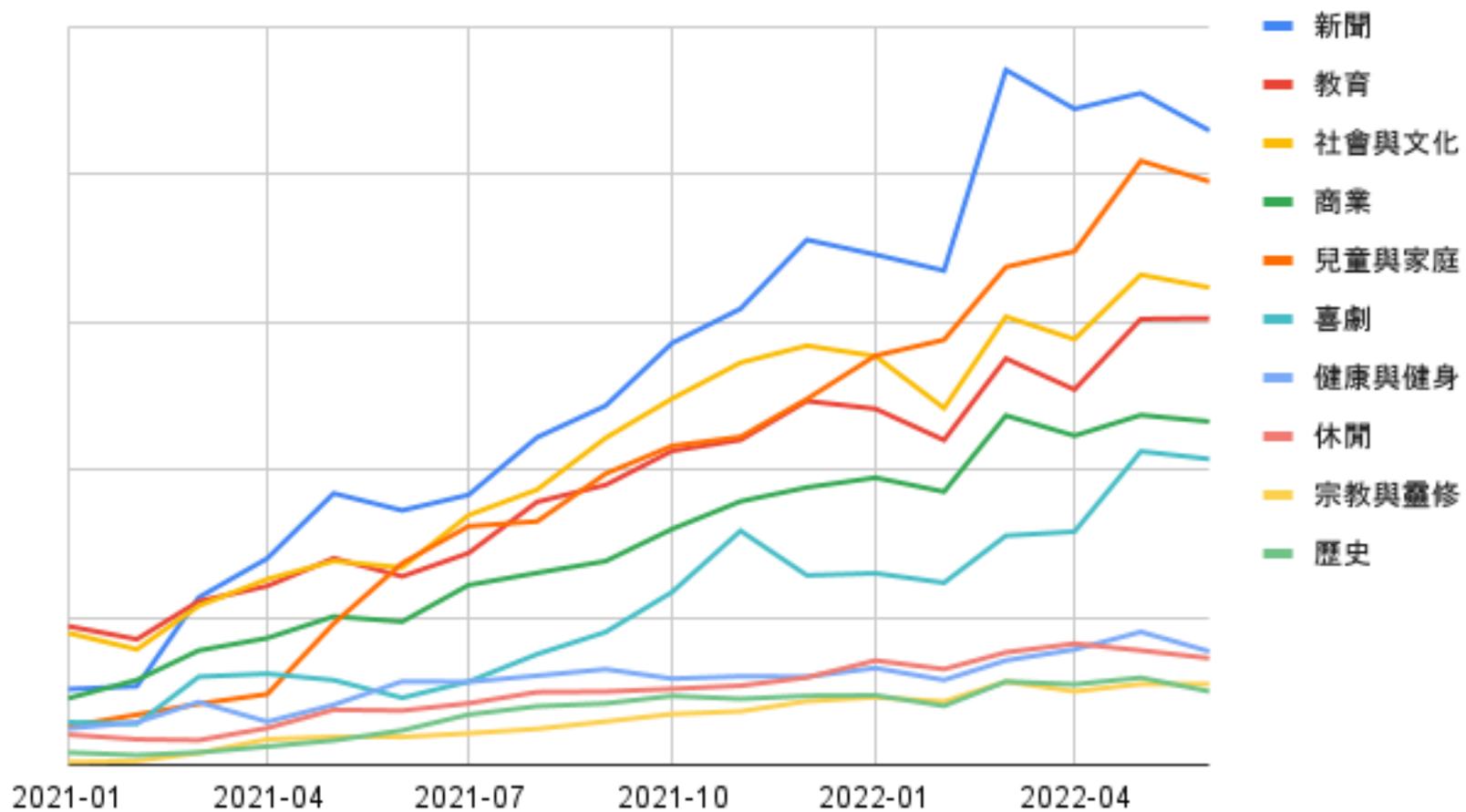
Podcast形式

- ▶ Podcast節目平均單集時長為27分鐘。
- ▶ 30分鐘以內的節目佔多數62%，
- ▶ 其中11～30分鐘的節目佔了40%，
- ▶ 1～10分鐘的內容佔了22%。
- ▶ 顯示聽眾對於短形式的內容需求較高，收聽行為呈現碎片化現象。

Podcast內容

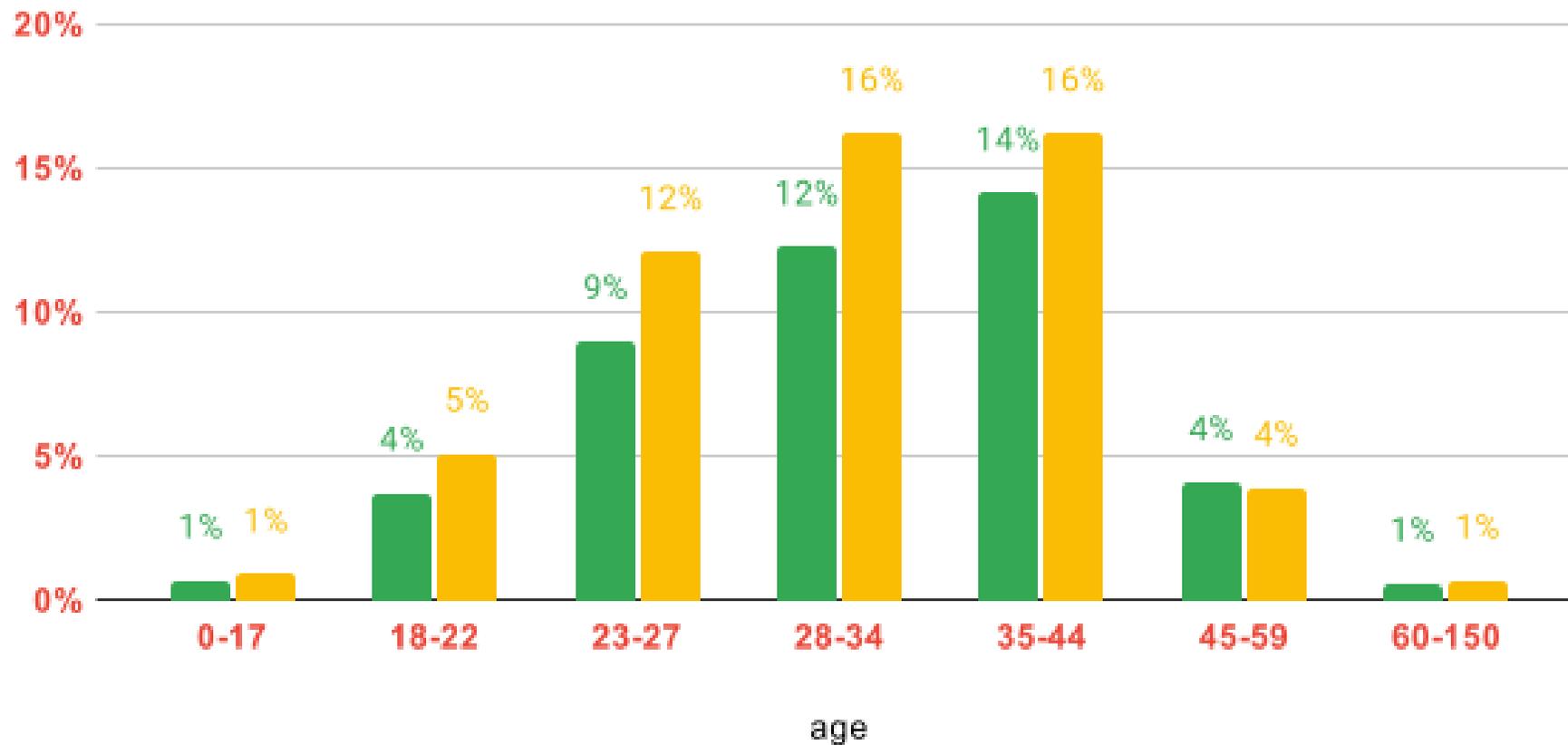
- ▶ 六大類節目下載數佔比超過七成：節目類別來看，有六大熱門類別：
- ▶ 新聞、兒童與家庭、社會與文化、教育、商業、喜劇。
- ▶ 僅僅這六類就佔整體不重複下載量約 73.05%，其中：
- ▶ 新聞類持續增長，佔整體 20 個 Podcast 分類約 20% 流量。
- ▶ 「社會與文化」和「教育」是2021年新增最多的節目類別，佔總體新增節目的30%，「休閒」、「藝術」類則是分佔新增類別的第3、4位。
- ▶ 兒童與家庭類從 2021-01 排第五大類，至 2022-02 後穩定佔據第二大流量類別，正式超越社會與文化類別；其超越時間點，也與台灣近半年疫情發展狀況有關。

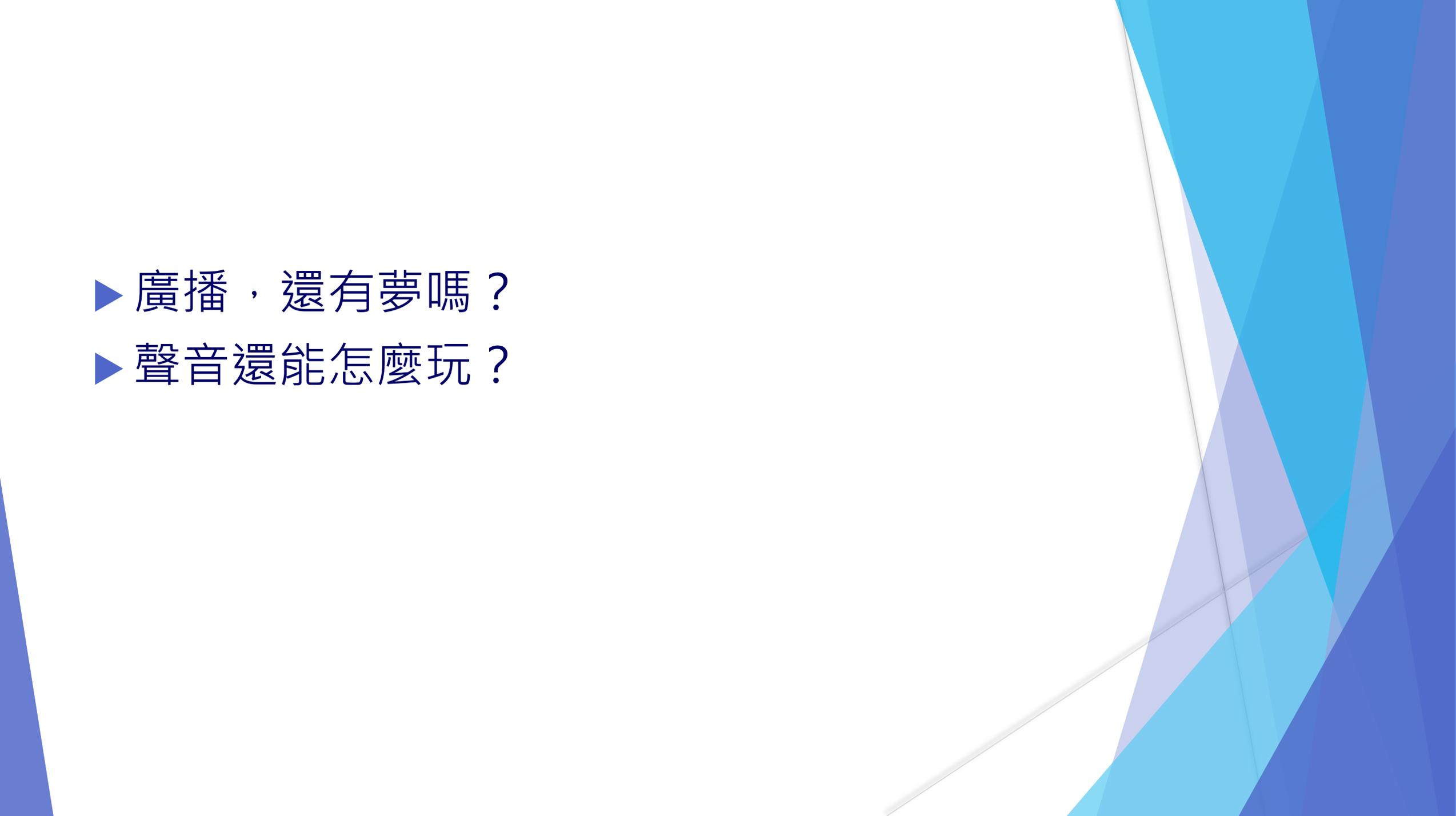
類別節目下載量每月排名



2022 Podcast 聽眾性別年齡分佈

■ 男性 ■ 女性



- 
- The background features abstract, overlapping geometric shapes in various shades of blue, ranging from light sky blue to deep navy blue. The shapes are primarily triangles and polygons, creating a dynamic, layered effect. The overall composition is clean and modern.
- ▶ 廣播，還有夢嗎？
 - ▶ 聲音還能怎麼玩？

英國「BBC Radio 1」的例子

- ▶ 2021 年 10 月，英國廣播調查機構「Rajar」公布最新數據，於 1967 年開台的「BBC Radio 1」（英國廣播公司廣播一台）仍穩居英國 15-29 歲群眾的收聽冠軍。
- ▶ 據報導，2019 年收聽人數甚至曾成長至每週 1,056 萬的收聽人次。

- ▶ Radio 1 很明確地將聽眾聚焦在 15-29 歲的年齡層，更進一步鎖定青少年議題，囊括 10 歲以上的聽眾，從播出的內容和音樂著手，為年輕世代打造專屬內容。
- ▶ 音樂方面，Radio 1 除了晚間的主題性音樂節目外，日間節目均有專門的音樂部門安排播出歌單，確保播送的音樂受青少年喜愛，也推廣一定比例的英國本地音樂。
- ▶ 除此之外，為了讓更多年輕的新歌手能被注意到，歌單也會特別照顧獨立音樂的推廣，晚間的「Future Sounds」和「Future Artists」節目亦會播放潛力新星的歌曲。
- ▶ 近年來，由於 Radio 1 已成功開拓過多位後來大放異彩的歌手，包含 Adele、Lewis Capaldi、Sam Smith 等，更讓年輕人相信，這個廣播電台走在流行音樂的最前端，具有一定指標性。

- ▶ 在節目內容方面，Radio 1 關注青少年喜愛的議題和音樂類型，近兩年開設了兩個風格截然不同的衍生數位電台——「Radio 1 Dance」和「Radio 1 Relax」，分別面向喜愛電子舞曲的年輕聽眾；想要放鬆、讓身心靈舒暢，並獲取生活小撇步的兩種族群。
- ▶ 除了上述兩者，電台更長期製播關注青少年煩惱及社會議題的「Radio 1's Life Hacks」節目，但不同於台灣廣播電台的類似節目，他們以流行音樂和流行文化為包裝，藉此吸引更多年輕聽眾。
- ▶ 而除了這些娛樂性內容，連新聞節目也是為青少年量身打造。相比於 BBC 旗下其它廣播電台直接取用 BBC News，Radio 1 有自己的新聞部門——Newsbeat，以輕快的流行音樂為配樂，並用簡單的語言、生動的語調播報國際與當地新聞，還穿插許多專題報導，讓生硬的新聞活潑許多。

- ▶ Radio 1 以更多元的方式與年輕聽眾互動。
- ▶ 例如節目進行時，聽眾可以在社群媒體標註電台的帳號，也可以直接傳簡訊、通訊軟體訊息與主持人互動。在聆聽節目的過程中，我發現幾乎每 10 分鐘就會唸出一次聽眾們的訊息，當我的訊息被唸出來的時候，就彷彿有了聊天對象般，大大增強了廣播「陪伴」人們的功能。
- ▶ Radio 1 更是成功把廣播串聯群眾的功能發揮到極致，曾經多次用「躲貓貓」、「密室逃脫」等節目內容，邀請聽眾一起解謎，把各種線索拼湊出來，才能讓被關起來好幾天的主持人能脫逃。
- ▶ Radio 1 更靠著積極經營社群媒體，在 YouTube 上貼出歌手表演、訪問片段、節目剪輯，有超過 30 億次的觀看次數，是 YouTube 上規模最大的廣播電台頻道。
- ▶ 除此之外，實體活動更是電台的一大重點，每年都會辦理 Big Weekend、Radio 1 in Ibiza 活動，以大型音樂節的方式，讓廣播電台能由「空中」轉化到「實體」互動。

營運方式與策略—多元

- ▶ 建構多元露出平台，多元檢索方式
- ▶ 掌握即時性與共時性
- ▶ 時程管理多元化，單元節目規劃
- ▶ 開發多元節目，掌握分眾TA

節目製作方面的思考點

- ▶ 其實podcast的聲音製作程度非常有限，大多數都粗糙。
- ▶ 創新、創意做聲音媒體。
- ▶ 人們需要分享與陪伴。

可以努力的方向

- ▶ 創新，有創意地製作聲音媒體。
- ▶ 同樣的內容，我們做得更好聽。
- ▶ 增加互動性質的內容和活動，甚至共同參與製作節目。
- ▶ 分享與陪伴。
- ▶ 準備好緊急的狀況，人們對廣播的需求和依賴。

廣播做為一種志業。

感謝聆聽
敬請指教