

Секция «Журналистика»

Развитие радиорекламы в КНР в 2010 году

Дун Яфэн

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: dongyafeng1984@yahoo.com.cn*

В 2010 году в Китае существовало 2106 радиостанций и 2704 радиочастоты. Радио, как и телевидение, очень популярно у населения. Популярность радио сегодня повышается в связи с увеличением количества автомобилей. Кроме того, многие слушают радио через мобильные устройства. Последние годы увеличение мобильных слушателей оценивается в 20% ежегодно. По-прежнему популярными радиочастотами в Китае остаются те, что возможно слушать в автомобиле. «Колесо и электробатарея спасли радио», - говорят американские исследователи.

В последнее время радиореклама активно развивается. Расходы на рекламу на радио существенно меньше, чем на телевидении, а в некоторых случаях реклама на радио вообще единственный способ провести масштабную рекламную кампанию, когда, например, необходимо охватить такие категории людей, до которых не доходит ТВ и другие СМИ.

В 2010 году доход от радиорекламы составил около 8600 миллионов юань (1200 миллионов долларов). Сегодня доходы от рекламы на радио уже в несколько раз выше, чем финансовые ассигнования, получаемые радиостанциями от государства.

Основные рекламодатели на радио представляют следующие сегменты рынка:

1. развлечение и отдых
2. торговля
3. коммуникации и связь
4. продукты питания
5. транспорт
6. финансовые и страховые услуги
7. недвижимость и строительство
8. напитки
9. предметы для дома

Развитие радиорекламы основано на рейтингах и количестве радиослушателей. Качественный состав радиослушателей за последние несколько лет изменился. Изменилось также отношение людей к радио. Последние исследования отмечают следующие тенденции:

1. увеличился процент молодых слушателей;
2. увеличилось количество слушателей, проживающих в городах;
3. радио сегодня слушают не только простые люди, но и элита;
4. радио слушают не только на стационарных приемниках дома или в офисе, но и с мобильных устройств;
5. прослушивание радио сегодня часто является не основным занятием, а сопутствующим (радио как фон);

6. радио уже не воспринимается слушателем как руководство к действию, а рассматривается как развлечение и возможность получения информации об услугах.

В развитии радиорекламы в Китае существуют также несколько проблем. Одной из проблем является то, что производство радиорекламы еще далеко от совершенства и не всегда креативно. На радио распространяются довольно простые формы и жанры рекламы, но качественных, интересных рекламных роликов пока мало.

Наиболее эффективными для включения рекламы являются программы, содержащие интересную или важную информацию, например, сигналы точного времени, сводка погоды и т.д. График рекламного вещания впервые появился в США и выглядит так:

- утро и после полудня - "время домохозяек";
- вечер - время молодежи;
- после полудня в выходные – время спортсменов;
- воскресенье утром - время туристов;
- около 8 вечера - время служащих;
- ночью - время работников транспорта.

Конечно, такая градация довольно относительно, но в целом эта система работает и активно применяется в Китае, но с учетом современных тенденций развития общества и развития радио.

Эксперты считают, что ближайшие годы будут благоприятными для развития радио в Китае. В 2010 году правительство Китая разрешило привлекать частные инвестиции для развития радио и телевидения. Правда, основной контроль за деятельностью радио и ТВ по-прежнему остается за государством. Но, на наш взгляд, привлечение частных ассигнований окажет влияние на дальнейшее развитие рекламы.

Литература

1. Дун Чуаньян Экономика и менеджмент радио. Из-во Чжэцзянского университета, 2008.
2. Инь Идин, Дэн Синьсинь Доклад «Прошедшее и будущее радиорекламы в КНР в 2010 году» // Журнал «Журналист и творчество», 2010, №12
3. Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. М.: Из-во Московского университета, 2010.
4. Смирнов В.В. Формы вещания, функции, типология, структура радиопрограмм. М.: Аспект Пресс, 2002.
5. Рекламное агентство Mini Star: <http://www.mintv.ru/txt.php?txt=3> (Особенности и виды радиорекламы.)