

“一國兩制”文庫 No.31

“一國兩制”下澳門廣播電視業 發展路徑研究

常江、張梓軒 著



6.59



澳門理工學院一國兩制研究中心 出版

“一國兩制”下澳門廣播電視業 發展路徑研究

常江、張梓軒 著

澳門理工學院一國兩制研究中心 出版

“一國兩制”下澳門廣播電視業發展路徑研究

作者：常江、張梓軒 著

責任編輯：謝四德

封面設計：梁立華

電郵地址：CEUPDS@ipm.edu.mo

出版：澳門理工學院一國兩制研究中心

印刷：嘉華印刷公司

規格：15.5cmx22cm

版次：2012年12月第一版

印數：1000本

定價：澳門幣50元

ISBN 978-99965-2-066-2

版權所有，翻印必究

課題組負責人：

常 江 中國人民大學新聞學院講師，主要研究方向為影視傳播、媒介文化與批評、電視新聞生產等。

課題組成員：

張梓軒 北京交通大學語言與傳播學院講師，主要研究方向為影視傳播、跨文化傳播、文化產業研究等。

陳昌鳳 北京清華大學新聞與傳播學院教授，主要研究方向為新聞傳播史、媒介與社會變遷等。

李 彬 北京清華大學新聞與傳播學院教授，主要研究方向為新聞傳播史、媒介與社會變遷等。

編審：

楊允中 澳門理工學院一國兩制研究中心原主任、教授級研究員

冷鐵勛 澳門理工學院一國兩制研究中心副教授級研究員

李燕萍 澳門理工學院一國兩制研究中心副教授級研究員

目 錄

導論	1
第一章 澳門廣播電視機構的演進	5
一、廣播電視的社會影響	5
二、澳廣視旗下的中葡文頻率	10
三、綠邨 738 台	15
四、澳廣視回歸公營機構	21
五、衛星電視競相開播	26
六、有線電視從無到有	30
第二章 澳門廣播電視業現存問題	34
一、澳門廣播電視業的現存問題	34
二、澳門廣播電視業的問題成因	37
三、解決問題的總體性思路	41
第三章 “一國兩制” 與廣播電視業的發展	45
一、回歸提高電視對澳門關注度	45
二、十年巨變提供豐富的創作源泉	49
三、國家認同提升電視傳播空間	54
第四章 兩地文化交流與澳門廣播電視業的發展	60
一、澳門國際電視節	60
二、澳門電視機構與內地頻繁舉辦電視節	61
三、多層次推動廣電人才聯合培養機制	64
第五章 兩地文化產業投資與澳門電視業的發展	68
一、單片生產中的內地投資與澳門參演	68
二、單片生產中的澳門投資與內地創作	71
三、兩地電視產業領域的跨境直接投資	73
第六章 澳門廣播電視：兩地經貿資訊的重要平台	76
一、從經貿共同市場到資訊共同市場	77

二、澳門：兩地共同市場重要組成方	81
三、澳門廣播電視：兩地經貿資訊供應方	86
第七章 澳門廣播電視：對葡語系國家外宣平台	92
一、中國的葡語外宣訴求	93
二、澳門特區的葡語外宣訴求	105
三、澳門建設葡語外宣平台的優勢	108
第八章 將澳門打造為國際合作製片基地	130
一、合作製片：國際市場重要進入模式	130
二、澳門進行國際合作製片的優勢	142
第九章 政策調整與文化交集中的中新合拍劇	158
一、2000年：中新電視劇合拍的轉折點	159
二、政策調整：合拍數字與合作方式變化	163
三、文化交集：神話/古裝題材高度集中	168
第十章 廣西台成功打造中國—東盟區域 傳播平台的啟示	174
一、廣西：連接中國與東盟的經貿橋樑	174
二、衛視頻道定位轉型與國際頻道建成	176
三、廣西台東盟新聞報道類節目的特點	181
第十一章 “一國兩制”方針下澳門廣播 電視業發展的可行舉措	186
結束語	191

導論

廣播電視作為大眾傳播系統中的電子媒介，在信息傳播領域有着重要而特殊的位置——較之同樣通過無線電傳送信號的電報與電話，它們不再局限於點對點的個體之間的交流與溝通，而是提供了點對面的個體和群體之間傳播的可能性；較之同為聲畫媒介的電影媒介，它們有着更為日常化、生活化的製播形態與傳播內容，與受眾的關係也更為貼切與緊密，因此，它們對於社會輿論的引導、民族文化的傳遞、國家或地區形象的塑造，也有着更為潤物無聲的傳播功效；較之報刊、書籍等傳統的紙質媒介，它們將視覺與聽覺元素作為傳播載體，帶來強烈的再現性與臨場感，且對於文字的依賴性較低，同時允許受眾進行伴隨式收聽收看，因而信息傳播的範圍更加廣泛；較之新興的互聯網與移動媒介，它們又擁有着悠久的傳播歷史、普及的用戶接收以及權威的傳播話語。事實上，除卻在大眾傳播領域這些不容忽視的傳播特質，從產業層面來看，廣播電視同樣是文化產業領域乃至整個經濟領域的重要構成部分，它們在傳播文化的同時，也創造着經濟效益，對於美國、英國以及韓國、日本等國家而言，以廣播電視業為重要構成部分的文化創意產業，甚至是其國民經濟的重要支柱產業。傳媒與政治經濟和社會發展能否實現良性互動，對於一個國家或地區而言，顯得極為重要。

聚焦澳門的廣播電視業會發現，從1933-2012年，澳門本土的廣播機構發展，經歷了節目形態與產權關係的諸多變遷，而傳播內容與受眾群體並未能獲得更多地提升與拓展；從1984-2012年，澳門本土的電視機構發展，經歷了從單一的無線播放到衛視頻道百花齊放的多元化歷程，而澳門居民的電視遙控器卻沒有更多地屬意於本地節目。與此同時，在整個20至21世紀的第一個十年裏，澳門本土的政治構成、經濟結構、文化傳承與社會形態，也在經歷着一重重變化。廣播電視在社會發展與大眾傳媒領域的重要地位，與其在澳門本土不甚樂觀的發展現

狀，形成反差，使得我們有必要對其發展路徑做出論證與規劃。而研究澳門，還有一個不容忽視的重要背景，那就是“一國兩制”這一特殊框架。

根據上述背景，我們將研究“一國兩制下澳門廣播電視業的發展路徑”，而為深入研究該課題，我們將其細化為以下一系列問題：

- ① 澳門廣播電視業究竟經歷了怎樣的發展變遷？存在怎樣的問題？
- ② 在“一國兩制”下，澳門廣播電視業的發展有哪些資源可以借助？
- ③ 有哪些具體的策略，可以使得澳門廣播電視業的發展路徑，實現良好轉向？
- ④ 澳門境外有哪些廣播電視機構的已有實踐經驗，可以為澳門提供相關借鑒？

為研究上述問題，課題組查閱了大量文獻資料，親身實地做了大量調研，將諸多國內外相關理論引入到澳門廣電發展路徑的制定中來，並且在澳門和中國內地展開一手數據的獲取，深度訪談了大量廣電機構從業者、政策制定者及相關專家學者。

對於第一個問題，即在澳門廣電產業熱鬧非凡的表象下，其發展面臨的問題，是需要我們首先進行理性考量的。通過對於澳門及其廣電業發展的文獻梳理，我們發現：澳門本土廣電機構自誕生以來長期虧損運營、自製節目能力有限等一系列自身問題，不容回避；受眾長期對香港傳媒消費資本的積累使得澳門廣播電視機構現有發展思路無法扭轉不利局面；而更為致命的本土廣告市場規模以及廣電產業發展空間的有限，也使得澳門廣播電視需要盡快轉變視角。對於澳門這樣一個本土資源有限、市場狹小、以外向型經濟為整體發展思路的微型城市而言，課題組將澳門本土廣播電視機構的宏觀發展路徑擬定為：在首先滿足本土受眾對資訊的內生需求的基礎上，實現為澳門向着國際大世界的揚帆遠航插上翅膀，為澳門做好良好的對外傳播，與澳門的發展共繁榮。

而要實現這樣的發展，有哪些資源與具體路徑可以使澳門電視獲得

上述發展？本報告又對接下來的三大問題進行了回答。

對於問題二，即背靠急速發展的中國內地，牽手不斷成長中的中國大陸廣播電視機構，“一國兩制”可以為澳門的廣播電視帶來哪些極為有利的直接資源？課題組逐一分析了包括文化領域的兩地交流為澳門廣播電視提供一系列業務交流空間和人才培養條件、資本領域的兩地交流為澳門電視元素和澳門地區形象的廣泛傳播帶來強大支持、以及“一國兩制”成功實踐帶來的澳門成功回歸以及新澳門的變化與發展本身為電視領域提供了取之不盡的豐沛創作等在內的多項資源。

對於問題三，即怎樣的具體策略，可以使得澳門本土既有的歷史文化特色被良好地開發利用，變為澳門廣播電視業在“一國兩制”下長期開拓發展的得天獨厚的資源？本報告在以下3個方面對此進行了具體的分析：

① 隨着中國大陸與澳門以及香港、台灣四地經貿關係的進一步緊密，依據經貿共同市場催生新聞共同市場的理論，澳門本地對珠三角、泛珠三角、中國大陸及至大中華地區資訊的龐大需求，以及中國大陸及華語區對澳門資訊的不可或缺的需求，使澳門電視媒體由此而獲得雙重傳播空間；

② 隨着中國大陸21世紀以來與全球眾多葡語國家政治經濟文化往來的不斷發展，同樣基於經貿共同市場催生新聞共同市場的理論，因有着其他任何一個中國城市都不具備的中葡經貿平台資源、葡語人才資源以及歷史悠久的葡語媒體經驗積累，澳門由此而獲得將自己爭取為中國大陸對葡外宣陣地的強勁優勢；

③ 隨着國際合作製片越來越成為一地電視媒體進入國際市場的重要渠道以及中國大陸強大的電視製作機構不斷邁出積極開拓非華語市場的步伐卻至今未能問津葡語市場。澳門，這一四百年來作為西風東漸窗口的城市由此有了大量適宜有機合拍的題材，這一四百年來從未受過戰爭浩劫而成為東西方建築博物館的城市由此有了適合國際拍攝的天然外景地，這一保留了葡語為官方語之一並有着大量精通中葡法律、文化且迫

切需要解決發展問題的土生葡人的城市，為聯合中國大陸電視機構向葡語市場進發提供了人才保障。

④即有哪些廣播電視機構的已有實踐經驗，可以為澳門的發展策略提供相關借鑒？本報告精心選擇了兩大案例，為澳門提供參考。其一是選擇了同樣擁有多元文化匯聚而自身發展資源有限的華人聚集地新加坡，將其與中國大陸進行的電視合拍進行了研究，可以為本次報告中提出的將澳門打造為國際合作製片基地這一策略，提供有關歷史、政策、題材等多方位的參考；其二是選擇了同樣與境外擁有多處接壤且作為接壤雙方經貿平台角色的廣西，將其省屬電視台廣西電視台的東盟區域傳播定位進行了研究，可以為本次報告中提出的將澳門打造為兩地經貿信息產地與中國對葡外宣陣地這兩大策略，提供相關的理論與實踐借鑒。

本報告依照上述思路，對澳門廣播電視業的歷史演進與現存問題、“一國兩制”模式為澳門廣播電視帶來的直接資源、澳門廣播電視業未來可能的發展路徑等方面作出較為詳細的探討。

第一章 澳門廣播電視機構的演進

當下的澳門電視業存在着公營機構與私營機構同在、本地資本與外地多方資本並存的局面，無線、有線、衛星各類型播出系統健全，本土新聞及國際資訊均有所提供。而當我們回顧澳門電視業的發展歷程時會發現，1999 這一年，不僅是澳門的回歸之年，也是澳門電視媒體市場的轉折之年。

從1984-1999年的15年間，澳門本地只有澳門廣播電視股份有限公司這唯一一家機構進行電視節目的生產製作與無線播放。回歸前夕，澳葡政府分別發放了衛星電視和有線電視牌照，電視技術的發展以及播放渠道的增加，使澳門電視產業擁有了更為廣闊的發展空間，澳門本地廣播電視系統中僅有澳廣視一家進行無線播出的局面成爲歷史。

衛星電視的發展不僅能提高澳門的國際傳播能力，而且還能增加行業收入和就業崗位，同時也可以使澳門居民有更多渠道接收外界信息，創造出一個更為自由的信息環境。澳門宇宙衛星電視有限公司成爲回歸之前澳葡政府頒予衛星電視牌照的唯一機構。自回歸以來，爲推動澳門廣播事業的發展、增強澳門傳媒的產業實力、提高澳門電視自身的話語權，特區政府多次強調開放衛星電視業務。

2000年起，特區政府對衛星電視的經營採取全面開放政策，澳門電視市場上一時間衛視機構紛紛成立，衛視頻道競相播出。這些衛視頻道各有內容定位，各有目標群體，在豐富廣大受眾電視熒屏的同時，更借衛星傳送渠道爲澳門形象的國際傳播開闢了新道路。

一、廣播電視的社會影響

作爲 20 世紀最偉大的發明之一，廣播電視不僅改變了全球人類的

信息環境、生活方式和文化體驗，而且對社會的政治、經濟、文化、公共事務等各個領域產生了深遠影響。

廣播電視之所以能對社會產生深遠影響，其媒介傳播特性是關鍵前提——較之同樣通過無線電傳送信號的電報與電話，廣播電視不再局限於點對點的個體之間的交流與溝通，而是提供了點對面的個體和群體之間傳播的可能性；較之同為聲畫媒介的電影媒介，廣播電視有着更為日常化、生活化的製播形態與傳播內容，與受眾的關係也更為貼切與緊密，因此，它們對於社會輿論的引導、民族文化的傳遞、國家或地區形象的塑造，也有着更為潤物無聲的傳播功效；較之報刊、書籍等傳統的紙質媒介，廣播電視將視覺與聽覺元素作為傳播載體，帶來強烈的再現性與臨場感，且對於文字的依賴性較低，同時允許受眾進行伴隨式收聽收看，因而信息傳播的範圍更加廣泛；較之新興的互聯網與移動媒介，廣播電視又擁有着悠久的傳播歷史、普及的用戶接收以及權威的傳播話語。

在這樣的傳播特性下，廣播電視媒介為世人帶來了 20 世紀無數難以忘懷的歷史瞬間：“二戰”盟軍的勝利；人類登上月球的第一步；戴安娜王妃的世紀婚禮與世紀葬禮；香港和澳門的回歸；千禧年的第一縷曙光……這些歷史瞬間固然是真實的存在，但同時又是被廣播電視媒介建構起來的——對於普通大眾來說，不管是身邊所在城市的發展，還是地球另一端的戰火硝煙，是廣播電視為他們提供了透視 20 世紀風雲變幻的歷史過程的視角，許多遙遠的故事，許多異地的場景，許多陌生的人和事，他們本無緣親身經歷和親眼目睹的，卻由於廣播電視的存在而深深地讓自己介入其中；他們在自家的客廳裏，為“挑戰者號”航天飛船上的女教師麥考利夫流淚，為賽場上的邁克爾·喬丹歡呼，為“9·11”中的遇難者禱告……

也正是由於廣播電視所具有的這種傳播特性及其受眾的廣泛性，傳播和社會學界對其高度重視，一系列既有的研究成果表明，在傳遞信息、監測社會環境、傳播民族文化等各個方面，廣播電視的社會影響是

非常巨大和深遠的。這裏僅列舉三個在大眾傳播學界研究證實了的有關廣播電視傳播效果和社會影響的案例，讓我們得以管窺廣播電視的強大威力。

20世紀30年代末，美國一家電台播出了一個關於火星人入侵地球的廣播劇。儘管在播出期間，電台不斷告訴聽眾，這只是一個虛構的科幻故事，但還是在全社會引起了巨大的恐慌，故事描述的火星人登陸地點新澤西州，無數市民因驚嚇而紛紛逃離。事發之後，普林斯頓廣播研究中心旋即開始調查，發現當時至少有600萬以上的美國人收聽了廣播，其中有28%的人(約170萬人)誤以為是新聞廣播而非科幻廣播劇，這中間的70%(約120萬人)受到驚嚇，而在新澤西州附近對135名聽眾做的訪談顯示，除受訪者中的28人外，其他107人均因節目而受到驚嚇。造成恐慌的原因，除了當時收音機在公眾心目中威信極高、人們對戰爭和經濟危機餘悸猶存之外，該廣播劇“描寫逼真、情節細膩、音響效果極佳”，也是非常重要的原因。數年後，火星人入侵地球的故事又在智利和秘魯重演，同樣是廣播劇，同樣逼真的音響效果，同樣電台也不斷警告說是開玩笑，但同樣沒有甚麼人理會關於虛構故事的警告，於是同樣造成了社會的驚慌。而廣播的強大威力由此可見一斑。

而現代社會中政治的運作離開電視也幾乎是不可想像的。電視一方面給各種政治力量和政壇要員提供了一個特殊的活動場景，另一方面也把政治帶進家庭，帶進客廳，進而由於其傳播的滲透性而確立起自身在政治社會化過程中的特殊地位。在西方國家，以研究大眾傳播媒介和競選活動關係為主要對象的政治傳播，作為傳播學經驗學派的主流之一，已經積累了相當豐富的成果，而電視的作用，是其中非常重要的部分。一位美國學者認為：“美國的政治與電視已經糾結得難解難分，所有的政治活動都在為適應電視這一舞台而變化着。”美國歷屆總統大選時兩黨候選人的電視辯論，起始於1960年，如今已經作為美國民主的一種重要形式被延續下來，從1960年肯尼迪通過電視辯論戰勝對手尼克松入主白宮後感慨“電視改變了潮流”，到尼克松在其回憶錄中語重心長地

說“要學會使用電視”，再到1996年克林頓在競選的最後階段，每天花120-150萬美元做電視競選廣告，不難看出，“形象政治”、“電視明星總統”已經成為當代民主政治的重要特點。

從文化發展的意義上說，電視傳播是文化傳播的革命性變化，其中，知識份子在文化傳遞中的影響力，也被電視放大了很多倍。在美國，很多一流學者教授都在電視上長篇大論；在英國，用電視來“佈道”的知識份子非常耀眼，他們的著作可以通過這一渠道作為聖誕禮物，進入千家萬戶。“二戰”前後歐美一流知識份子、藝術家、學者，都高度重視媒體。譬如大詩人龐德、大哲學家薩特和西蒙娜·德·波伏娃、大學者約翰·伯格、大哲學家及思想史家以賽亞·伯林等等，均深度涉入公眾媒體，以至於成為他們在事業盛期或晚年的重要工作。薩特失明衰老後，放棄寫作，全力主持電視節目，向全國和全歐洲人民說話，一說就說了10年。約翰·伯格在BBC主持多年系列節目，幾乎影響到20世紀70年代以後的歐美文化形態。他的《觀看之道》在中國是小眾的美學與文化研究叢書，可在當時卻是英國大眾定期觀看的電視節目。

其實，不僅在上述信息傳遞、政治生活、文化傳播等領域廣播電視對社會擁有着巨大的滲透與影響，更重要的是，廣播電視與青少年一代也同樣有着重要關係。威爾伯·施拉姆在《電視對兒童生活的影響》一書中指出，電視基本上佔據了兒童的早期生活。他們調查發現，2-5歲的美國兒童每天收看電視的時間為3.8小時，6-11歲的兒童為3.6個小時；據《中國青年報》載，中國中小學生最經常的課外活動是收看電視，多數孩子每天收看電視時間達100分鐘。這就是說，兒童受電視教育的時間比受學校教育的時間長。無論在西方還是在中國，相關的研究表明，電視是青少年接觸最多的媒介，人們在兒時開始就伴隨着電視機成長，電視文化必然在他們的生活中發生影響——始於20世紀60年代後期的涵化理論研究表明，電視內容會影響到人的態度、價值、思想方式等內心世界，當然，電視中的暴力內容也會對人的行為產生負面影

響。中國的傳播學者的研究也表明，兒童接觸媒介對其道德發展、現代觀念、社會化確實有顯著影響。因此，從面對下一代、培養年輕人文化偏好的角度來看，電視、網絡等當前影響兒童和青少年的最主要的大眾傳媒，已經被社會學家視為除家庭、學校、同輩群體之外的“第四種教育力量”。這也足以提醒我們對電視傳播的重要性予以高度的重視。

在廣播電視發揮着種種社會影響力的同時，其自身也在經歷着從傳輸技術、表現手段到行業結構、傳播觀念等方面的一系列變化和調整：調頻電台的出現使得專業頻率成爲廣播市場上的重要的組成部分。也第一次使得流行文化成爲商業廣播電視重要的市場推動力量；有線電視從社區共用天線發展到光纜入戶以及數字衛星直播，而輕鬆實現上百套節目的傳送，不但使得電視的“分眾”、“窄播”成爲可能，也是因爲無線電頻譜資源的稀有性而將廣播電視業視爲公共資源信託這一傳統信條的基礎不復存在；跨洲際衛星傳輸技術的發展，更是加快了文化全球化的步伐……這些技術的發展，使得廣播電視傳統的大眾傳播觀念必須做出相應調整，也使得借助廣播電視進行國際傳播、跨文化傳播的實現不再困難。

事實上，除卻在大眾傳播領域這些不容忽視的傳播特質以及技術帶動下傳播觀念的推進與發展之外，從產業層面來看，廣播電視同樣是文化產業領域乃至整個經濟領域的重要構成部分。在美國，以影視爲龍頭的文化產業出口收益，在其全部出口收益中比例最高，超過航天飛機與軍火貿易；在英國，文化創意產業是轉型之後的英國經濟重要的動力；在韓國，以電視劇爲代表的電視產品，不僅風靡亞洲、行銷歐美，成爲韓國外向型經濟模式下出口創匯的重要來源，同時借此提升了世界上大批受眾對於韓國國家形象的認同，並吸引了他們前來韓國本土觀光旅遊，而“二戰”後的日本，更是通過廣播電視，一方面踐行賠償外交，一方面重塑其在廣大亞洲地區的國家形象，而以卡通片、電視劇爲代表的電視產品，更是一再提升着日本的酷文化值，成功在亞洲國家培養了大批年輕受眾。綜上可以看出，以廣播電視業爲重要構成部分的文化創

意產業，甚至可以成爲一國國民經濟的重要支柱產業，它們在創造着巨額經濟收益的同時，實現着文化的傳播。

綜上，廣播電視傳媒與政治經濟和社會發展能否實現良性互動，對於一個國家或地區而言，顯得極爲重要。

二、澳廣視旗下的中葡文頻率

澳門的第一個廣播電台於 1933 年 8 月 26 日正式開播，呼號爲“CQN-MACAU”。這座電台最初以私人電台的性質存在，規模很小，由一群葡萄牙無線電業餘愛好者集資創辦和運營，辦公地點在當時位於澳門亞美打利庇盧大馬路的澳葡政府郵電署。這一電台，就是今天澳廣視旗下澳門電台及 Rádio Macau 的前身，從 1933-2012 年，這座在澳門本土擁有 80 年悠久歷史的電台，其所有權數易其手。

（一）所有權與管理權數易其手

1937 年，CQN-MACAU 停辦，1938 年 9 月恢復播音，改呼號爲“CRY-9-MACAU”。¹ 1941 年，CRY-9-MACAU 再次結束廣播。同年，澳門廣播會成立，繼承了 CRY-9-MACAU 的設施及廣播器材，並改以葡語、英語和粵語進行播音。

1948 年，澳葡政府收購該電台，成立了澳門當時唯一一個公營電台，澳門廣播電台，隸屬於新聞旅遊處。1962 年，澳葡政府的郵電署接管澳門廣播電台，並由一指導委員會管理。1973 年，澳門廣播電台又轉由資訊暨旅遊中心管轄。1976 年，澳門廣播電台成爲澳葡政府的一個公共部門。

1980 年 2 月 15 日，澳葡政府根據 1979 年 12 月 31 日第 43/79/M 號法例與葡萄牙國家廣播公司簽約，把澳門廣播電台管理權交由葡萄牙國家廣播公司，直至 1982 年 12 月 31 日簽約期滿。1983 年 1 月 1 日，澳

廣視設立電台部，接手先前被外判於葡萄牙國家廣播公司的澳門廣播電台，建立時至今日仍在廣播的中文台及葡文台。

當下澳廣視的電台部由3個業務部門構成：節目部、新聞部和市場推廣部。員工分3個級別，節目主持人(又分爲全職和兼職)是基本的工作人員，這部分工作人員流動性相對較大，約有20人；領導主持人的是高級監察；而監察之上是部門主管。爲了更好地提高播出質量、滿足受眾的需要，節目主持人的挑選和錄用程序相當嚴格，有訓練期、觀察期、試用期，不論全職還是兼職，都是一年簽一次約。²

(二) 傳輸方式及節目形態發展

自澳廣視電台部管理營運該電台，便分設了粵語和葡萄牙語兩個頻率，即今天大家聽到的中文台“澳門電台”及葡文台“Rádio Macau”。1982年，澳廣視爲電台增添設備，擴充節目，延長播出時間，並且在中波之外增設短波廣播。1985年，電台開始全天24小時播出，並接受一定的廣告。這與成立之初的CQN-MACAU每天只在21:00-23:00之間播出2個小時，且節目內容只是用葡萄牙語播放新聞和音樂相比，澳門電台取得了長足的發展。1990年，電台從俾利喇街157A號舊址遷到了新口岸南光大廈，製播條件得到進一步地改善。

當下，中文台和葡萄牙文台均爲全天24小時播出。兩條頻道都有正點新聞播報，是澳門目前唯一獲准進行新聞播報的廣播電台，除新聞節目外，中葡文頻道均重視音樂、娛樂及資訊節目。³

其中，中文台使用AM900千赫和FM100.7兆赫播出，可覆蓋珠江三角洲地區。節目內容側重於本地特色，向澳門居民提供新聞、信息、娛樂、文化、教育等多種節目。節目以自辦爲主，一些特別節目由節目部與政府部門(例如澳門廉政公署)、宗教團體(如過去的澳門教區社會傳播中心、現在的澳門佛教青年中心)合辦。

葡文台的播出頻率爲FM98.0兆赫，最遠可達至香港(離島區絕大多數地方，甚至在馬灣和青衣西部一帶都能接收)和珠江三角洲地區。葡文