

# 数字电视转型

## 与产业发展研究

——以重庆数字电视发展为例

严功宏

中

著

SHUZI DIANSHI ZHUANXING YU  
CHANYE FAZHAN YANJIU



四川大学出版社

重庆市社科青年项目

SHUZI Dianshi ZHUANXING YU  
CHANYE FASHIYAN YANJIU

# 数字电视转型 与产业发展研究

——以重庆数字电视发展为例  
严功军



四川大学出版社

责任编辑:徐 凯  
责任校对:喻 震  
封面设计:墨创文化  
责任印制:王 炜

### 图书在版编目(CIP)数据

数字电视转型与产业发展研究:以重庆数字电视发展为例 / 严功军, 邬建中著. —成都: 四川大学出版社, 2012. 11

ISBN 978-7-5614-6285-0

I. ①数… II. ①严… ②邬… III. ①数字电视—产业经济学—研究—重庆市 IV. ①G229.277.19

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 272829 号

### 书名 数字电视转型与产业发展研究

——以重庆数字电视发展为例

---

|      |                         |
|------|-------------------------|
| 著 者  | 严功军 邬建中                 |
| 出 版  | 四川大学出版社                 |
| 地 址  | 成都市一环路南一段 24 号 (610065) |
| 发 行  | 四川大学出版社                 |
| 书 号  | ISBN 978-7-5614-6285-0  |
| 印 刷  | 郫县犀浦印刷厂                 |
| 成品尺寸 | 148 mm×210 mm           |
| 印 张  | 7.75                    |
| 字 数  | 223 千字                  |
| 版 次  | 2012 年 12 月第 1 版        |
| 印 次  | 2012 年 12 月第 1 次印刷      |
| 定 价  | 22.00 元                 |

---

版权所有◆侵权必究

◆读者邮购本书,请与本社发行科联系。电 话:85408408/85401670/85408023 邮政编码:610065  
◆本社图书如有印装质量问题,请寄回出版社调换。  
◆网址:<http://www.scup.cn>

## 内容简介

《数字电视转型与产业发展研究——以重庆数字电视产业发展为例》是 2006 年度重庆市社科青年项目“重庆数字电视产业发展及对策研究”结题成果。整个成果基于数字技术对传统大众传媒的深刻影响，以全球信息化发展和全媒体时代到来为背景，以中外数字电视发展对比、数字电视与模拟电视发展对比为参照，利用社会学、传播学、经济学、市场营销、媒介产业研究、电视研究等理论知识，结合国内外数字电视发展不同阶段的现实，将理论总结与实证调查、综合研究和个案研究、定性研究与定量研究等方法相结合，对数字电视转型及其影响、中外数字电视发展、数字电视产业化、重庆数字电视发展现状与问题、重庆数字电视产业化发展的有效策略等进行了深入探讨，总结了电视传媒数字化转型的现实问题与产业化发展策略，对我国数字电视发展、区域数字电视整体转换与产业化建设等具有重要的理论和应用价值。

# 目 录

|                      |        |
|----------------------|--------|
| 绪 论                  | ( 1 )  |
| 一、研究缘起               | ( 1 )  |
| 二、研究现状               | ( 4 )  |
| 三、研究思路               | ( 6 )  |
| 四、研究方法               | ( 7 )  |
| 五、重点难点               | ( 7 )  |
| 六、基本内容               | ( 8 )  |
| 第一章 数字电视转型及其影响       | ( 9 )  |
| 一、数字电视及其特点           | ( 10 ) |
| (一) 传输质量高, 音画效果好     | ( 11 ) |
| (二) 频道资源得到释放, 内容更加丰富 | ( 11 ) |
| (三) 功能多、服务面广         | ( 11 ) |
| 二、数字电视转型的现实表现        | ( 12 ) |
| (一) 数字电视转型的背景        | ( 12 ) |
| (二) 数字电视转型的现实表现      | ( 15 ) |
| 三、数字电视转型的影响          | ( 19 ) |
| (一) 数字电视转型的社会影响      | ( 19 ) |
| (二) 数字电视转型对公众的影响     | ( 21 ) |

|                         |        |
|-------------------------|--------|
| (三) 数字电视转型影响的辩证认识 ..... | ( 22 ) |
|-------------------------|--------|

|                        |        |
|------------------------|--------|
| 第二章 中外数字电视的发展与思考 ..... | ( 24 ) |
|------------------------|--------|

|                   |        |
|-------------------|--------|
| 一、国外数字电视的发展 ..... | ( 24 ) |
|-------------------|--------|

|                         |        |
|-------------------------|--------|
| (一) 欧洲主要国家数字电视的发展 ..... | ( 24 ) |
|-------------------------|--------|

|                     |        |
|---------------------|--------|
| (二) 美国数字电视的发展 ..... | ( 32 ) |
|---------------------|--------|

|                     |        |
|---------------------|--------|
| (三) 日韩数字电视的发展 ..... | ( 35 ) |
|---------------------|--------|

|                   |        |
|-------------------|--------|
| 二、中国数字电视的发展 ..... | ( 39 ) |
|-------------------|--------|

|                     |        |
|---------------------|--------|
| (一) 港台数字电视的发展 ..... | ( 39 ) |
|---------------------|--------|

|                       |        |
|-----------------------|--------|
| (二) 中国内地数字电视的发展 ..... | ( 41 ) |
|-----------------------|--------|

|                        |        |
|------------------------|--------|
| 三、中外数字电视发展的启示与思考 ..... | ( 45 ) |
|------------------------|--------|

|                               |        |
|-------------------------------|--------|
| (一) 必须制定符合各自国情的数字电视发展策略 ..... | ( 45 ) |
|-------------------------------|--------|

|                               |        |
|-------------------------------|--------|
| (二) 必须重视政府在数字电视转换中的重要作用 ..... | ( 47 ) |
|-------------------------------|--------|

|                             |        |
|-----------------------------|--------|
| (三) 必须重视各国数字电视发展的经验互补 ..... | ( 48 ) |
|-----------------------------|--------|

|                              |        |
|------------------------------|--------|
| (四) 必须正视各国数字电视发展所面临的问题 ..... | ( 49 ) |
|------------------------------|--------|

|                      |        |
|----------------------|--------|
| 第三章 数字电视的产业化发展 ..... | ( 62 ) |
|----------------------|--------|

|                        |        |
|------------------------|--------|
| 一、文化体制改革与电视产业化发展 ..... | ( 62 ) |
|------------------------|--------|

|                         |        |
|-------------------------|--------|
| 二、我国电视产业化发展的历史与思考 ..... | ( 65 ) |
|-------------------------|--------|

|                           |        |
|---------------------------|--------|
| (一) 行政色彩浓厚, 产业制度不健全 ..... | ( 72 ) |
|---------------------------|--------|

|                              |        |
|------------------------------|--------|
| (二) 地区差距明显, 电视产业化发展不平衡 ..... | ( 72 ) |
|------------------------------|--------|

|                               |        |
|-------------------------------|--------|
| (三) 产业格局中存在大量的自然垄断与行政垄断 ..... | ( 73 ) |
|-------------------------------|--------|

|                             |        |
|-----------------------------|--------|
| (四) 电视产业发展过程“后起之益”的影响 ..... | ( 74 ) |
|-----------------------------|--------|

|                     |        |
|---------------------|--------|
| 三、数字电视产业化发展特征 ..... | ( 75 ) |
|---------------------|--------|

|                  |        |
|------------------|--------|
| (一) 生产要素扩展 ..... | ( 75 ) |
|------------------|--------|

|                 |        |
|-----------------|--------|
| (二) 产业链发展 ..... | ( 76 ) |
|-----------------|--------|

|                     |        |
|---------------------|--------|
| (三) 规模经济与范围经济 ..... | ( 76 ) |
|---------------------|--------|

|                 |        |
|-----------------|--------|
| (四) 跨媒体整合 ..... | ( 77 ) |
|-----------------|--------|

|                |        |
|----------------|--------|
| (五) 创新发展 ..... | ( 79 ) |
|----------------|--------|

|                                    |         |
|------------------------------------|---------|
| (六) 资本运作 .....                     | ( 79 )  |
| <b>第四章 重庆数字电视的发展历史、现状与问题</b> ..... | ( 81 )  |
| 一、重庆数字电视的发展历史 .....                | ( 82 )  |
| 二、重庆数字电视的发展现状 .....                | ( 85 )  |
| (一) 重庆数字电视的媒介定位 .....              | ( 85 )  |
| (二) 重庆数字电视的业务发展 .....              | ( 86 )  |
| (三) 重庆数字电视的内容策略 .....              | ( 96 )  |
| (四) 重庆数字电视的促销 .....                | ( 104 ) |
| (五) 重庆数字电视的服务体系建设 .....            | ( 109 ) |
| (六) 重庆数字电视产业链构建 .....              | ( 112 ) |
| 三、重庆数字电视发展的困扰 .....                | ( 115 ) |
| (一) 传播观念的保守 .....                  | ( 115 ) |
| (二) 市场定位不清 .....                   | ( 117 ) |
| (三) 品牌建设不足 .....                   | ( 121 ) |
| (四) 节目内容缺乏 .....                   | ( 124 ) |
| (五) 市场营销滞后 .....                   | ( 134 ) |
| (六) 产业链断裂 .....                    | ( 139 ) |
| <b>第五章 重庆数字电视产业发展的有效路径探讨</b> ..... | ( 142 ) |
| 一、更新传播观念 .....                     | ( 143 ) |
| (一) 从大众传播到精确传播 .....               | ( 143 ) |
| (二) 从人海战术到 ARPU .....              | ( 145 ) |
| (三) 从经营城市到经营农村 .....               | ( 147 ) |
| (四) 从传统电视到三网融合 .....               | ( 149 ) |
| 二、明确市场定位 .....                     | ( 150 ) |
| (一) 市场定位的含义 .....                  | ( 151 ) |
| (二) 重庆数字电视定位的重要性 .....             | ( 151 ) |

|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| (三) 重庆数字电视的总体定位: “家庭信息数码港” ..... | (152) |
| (四) 重庆数字电视的产业定位 .....            | (154) |
| 三、加强品牌建设 .....                   | (163) |
| (一) 重庆数字电视品牌的定义 .....            | (164) |
| (二) 国内外成功运营的数字电视品牌 .....         | (164) |
| (三) 国内外数字电视品牌建设成功经验 .....        | (166) |
| (四) 重庆数字电视产业品牌建设策略 .....         | (167) |
| 四、扩充节目内容策略 .....                 | (180) |
| (一) 互动电视视频点播 (VOD) 内容扩充策略 .....  | (181) |
| (二) DTV 频道内容扩充策略 .....           | (187) |
| (三) DM 杂志《爱看》内容扩充策略 .....        | (188) |
| (四) 数据广播内容扩充策略 .....             | (189) |
| 五、营销策略的调整 .....                  | (191) |
| (一) 市场营销对重庆数字电视发展的重要性 .....      | (191) |
| (二) 以受众为中心的市场推广策略 .....          | (192) |
| (三) 重庆数字电视的广告经营策略 .....          | (202) |
| (四) 数字化平台建设与二次增值策略 .....         | (211) |
| 六、完善产业链 .....                    | (219) |
| (一) 重庆数字电视的产业链 .....             | (219) |
| (二) 重庆数字电视产业链的发展策略 .....         | (220) |
| 参考文献 .....                       | (230) |
| 后 记 .....                        | (239) |



# 绪 论

## 一、研究缘起

电视作为融声音、图像、文字于一体的大众媒体，一直因其信息传播元素的多元化、参与感、现场感吸引着广大受众，也因其近80年的发展而进入寻常百姓家，成为人们日常生活的一部分和最受欢迎的媒体。英国学者罗杰·西尔弗斯通在其专著《电视与日常生活》中提到：“电视既是一个打扰者也是一个抚慰者，这是它的情感意义；它既告诉我们信息，也会误传信息，这是它的认知意义；它扎根于我们日常生活的轨道中，这是它在空间和时间上的意义；它对人造成的冲击，被记住也被遗忘；它的政治意义在于它是现代国家的一个核心机制，电视彻底地融入日常生活中，构成了日常生活的基础。”<sup>①</sup> 这话句充分显示了电视对人们日常生活的重大影响。但是，随着人类社会由工业社会向信息社会的发展，大众传媒的形态也随之发生着深刻的变化，特别是互联网时代的到来，使得通过数字编码传递信息成为时代的主流。网络媒体、手机媒体的快速发展，使得传统模拟电视老大哥的优势地位不再，电视观众呈

---

<sup>①</sup> [英] 罗杰·西尔弗斯通：《电视与日常生活》，陶庆梅译，江苏人民出版社，2004年版，第4~5页。

日益减少的趋势。根据媒体形态变化发展的规律可知,一是媒体形态演变总体上由社会发展和需求决定,新的信息社会需要电视媒体的变革;二是就媒体形态演变本身而言,新媒体的出现不是导致传统媒体的消亡,而是促使其进行技术演化和传播方式的转变,由此,数字网络的出现使得电视媒体数字化也成为必然趋势。此外,从加拿大传播学者莱文森提出的媒体补偿理论来看,新媒体的出现不仅完全继承了传统媒体的优点,而且具有传播信息量大、速度快、匿名性、互动性等突出优势,是对传统媒体在这些方面不足的补偿。数字电视的发展,也是要从电视媒体本身而言的,是通过补偿传统模拟电视发展的不足,实现新的电视传播运作模式,以确保自己对社会和个体产生的全面而又深入的影响的传统优势。

为此,21世纪以来,欧美等发达国家纷纷推进电视体制与政策变革,调整电视的传播技术与内容,全面推进电视数字化发展,以适应现代科技发展和全球竞争的态势。英国作为最早开播电视的国家,2010年第二季度已经有92.7%的家庭使用数字电视,荷兰已经于2006年停播模拟电视,成为第一个完成数字电视转换的国家,美国和日本则分别在2009年和2011年完成了数字电视转换。作为经历了有线电视、卫星电视、高清电视等技术变革的传统电视传媒,正面临着自身发展史上一次史无前例的变革。

面对全球化信息革命的挑战,我国也非常重视电视数字化发展,早在20世纪90年代初即着手开始电视数字化的准备工作,分别制定了《广播影视科技“十五”计划和2010年远景规划》、《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》等重要文件,经历了1992—1998年的萌芽期,1999—2006年的产业准备期,2006年至今的产业启动期三个阶段<sup>①</sup>,全面推进数字电视的发展。据统计,截至2009年,我国数字电视用户达到6200万户,2011年6月达

---

<sup>①</sup> 黄升民等主编:《中国数字新媒体发展战略研究》,中国广播电视出版社,2008年版,第30~36页。

到 9966 万户, 2005—2010 年有线数字电视的年均增长速度达到 8.45%, 在数字电视转换、政策创新、业务拓展、产业链打造等方面取得了突出成就, 正向 2015 年实现数字电视普及化的目标迈进。

但是, 在为世界各国数字电视发展取得成就而欢欣鼓舞的同时, 我们也要看到, 作为一种新的电视传播技术, 数字技术对电视媒体的影响是全方位的。在受传统电视长期发展所形成的固定模式影响的背景下, 数字电视发展在政府政策变化、电视运营、产业拓展、受众接受等方面也将遇到极大的挑战。杨继红博士在其专著《新媒体融合与数字电视》中, 把 2002 年以来的数字电视发展分为蹒跚的三阶段, 提出了数字电视标准确定障碍、内容匮乏障碍、融资障碍、电视消费观念障碍等难题, 列举了数字电视拓展进程中存在政府热市场冷、生产者热消费者冷、技术热内容冷三对矛盾<sup>①</sup>, 深刻地反映了数字电视在我国发展的复杂情况。虽然我国的数字电视转换正按计划不断推进, 目前已进入三网融合和下一代数字电视发展阶段, 数字电视用户不断增长, 但如何解决城市和农村、发达地区和欠发达地区数字电视整体转换; 如何解决数字电视产业链仍比较单一、节目内容同质化; 如何改变受众消费习惯; 如何克服 IPTV 等新的视频传播形式的挑战, 构造良性的竞争环境, 仍需要不断反思对策, 正确决策。

同时, 正是由于数字电视作为视频新媒体, 其传播属性和产业发展都处于不断的变化之中, 数字电视转型不断面临新的问题, 我国数字电视发展也呈现出一种渐进式、试点式的发展模式。除了国家从整体上对数字电视发展进行规划和管理外, 不同地域根据不同的电视产业发展基础和媒介生态, 也在选择既有共性, 又有较大差异的数字电视发展和推广模式, 由此形成了诸如青岛模式、杭州模式、大连模式等。作为中国最年轻的直辖市, 2003 年 7 月 1 日, 重庆主城 7 个区试播数字电视, 成为继北京、上海之后第三个数字

---

<sup>①</sup> 杨继红:《新媒体融合与数字电视》, 清华大学出版社, 2008 年版, 第 109~112 页。

电视试播城市。重庆地处西部，独特的政治、经济、文化地位和发展环境，使得其电视媒体在国家总体规划发展的共性基础上也具备了鲜明的个性。如何通过吸取国外数字电视推广经验，结合我国数字电视发展的现实，根据数字电视的传播特性，推动重庆电视数字转型和数字电视产业健康发展，为重庆经济社会建设提供信息支持，促进重庆电视文化产业结构调整，成为一个既具有理论意义，又有极强现实参考价值的课题，具有重要的研究意义。

## 二、研究现状

虽然数字电视的发展已有 20 多年的历史，当前已进入全面推广的新时期，但由于数字电视始终是作为各国媒体发展的一种战略来实施的，对于数字技术设备的研发依赖性强，关于数字电视的研究也主要围绕数字技术及其设备的研发、数字电视发展与推广现状及经验总结、数字电视产业发展的问题与措施等进行的，并在时间上根据发展的成熟度逐渐呈现出递进和交叉关系。

根据资料收集的情况分析，在数字电视发展早期，主要是关于数字电视技术研发、设备生产、发展规划与政策、传输与接收标准研发等介绍性的文献，分别刊登在《科技传播》、《中国有线电视》、《有线电视技术》、《广播电视技术》、《中国传媒科技》、《数字技术与应用》、《通信与广播电视》、《广播电视信息》等杂志上，如《数字电视的传输损伤分析及仿真传输信道的研制》、《数字电视信号的信道编码》、《数字电视技术进展与多媒体电视》、《数字电视技术基础知识》、《8Mbps 数字电视编解码器系统》、《数字电视标准综述》等。从网上搜索到的不足 50 本的数字电视研究专著同样如此，如《数字电视网络制播技术》、《数字电视原理》、《数字电视技术》、《数字电视制作与播出技术》、《解读数字电视》、《数字电视业务支撑系统》等，这类研究主要随着数字电视技术与设备开发和应用的进程而不断变化，并且直到现在，也是所有数字电视研究文献中占据绝对优势的部分。以数字电视为关键词，在 2011 年中国期刊网

(CNKI)关于数字电视研究的文献统计共390篇,其中大约有323篇仍涉及上述领域,如《数字电视安全芯片UTi1203及其在无卡CA中的应用》、《基于IP传输的数字电视前端监测方案》、《浅谈中间件技术在数字电视中的应用》、《基于中国移动多媒体广播的数字电视接收终端设计》、《数字电视传输技术新进展及展望》等。

随着技术的成熟和各国政府对推动数字电视快速发展的重视,数字电视研究在保持上述特征的同时,发展到中期则增加了各国、各个地区数字电视推广经验、运营模式的个案研究和介绍,接下来逐渐过渡到体制和机制研究、产业链研究、内容研究、用户推广研究、受众接受研究、市场竞争环境研究等多角度、多元化领域,包括黄升民教授领衔主编的历年《中国数字电视报告》、《中国数字电视市场报告》、《中国数字新媒体发展战略研究》等专著,《从苏州到杭州——中国数字电视发展过程中的力量博弈与制度重构》、《杭州青岛大连数字电视的现状与前景》、《青岛模式:数字电视的希望》、《中外数字电视产业体制比较研究》、《中国数字电视产业发展的战略选择》、《从个性到共性中探寻中国数字电视增值业务的盈利模式》、《长尾理论与数字电视多元化经营》、《网络融合下中国数字电视产业的规制与发展》、《数字电视内容提供环节存在的问题及解决对策思考》、《关于中国数字电视推广的思考》、《试论数字电视受众的变化与传媒传播策略的调整》、《数字电视网络运营商的产业投资分析》等论文,对于推动数字电视健康发展具有重要的现实指导意义。

总体来看,尽管数字电视研究从技术介绍开始到目前已进入多元化研究的阶段,且在中国期刊网上,以数字电视为关键词精确搜寻到的发表于1990年至2011年间的相关文献达6798条,但技术化、描述性、浅层次的研究比较多,而具有重要的学术意义和现实指导性、深层次研究数字电视发展所带来的传媒生态变化影响的专

著和论文还比较少的问题仍比较突出。<sup>①</sup>此外,从本书研究重庆数字电视发展的个案研究角度来说,虽然也有一些关于青岛模式、杭州模式、深圳模式的研究文献,但多是简单的、阶段性的总结报告,把区域性数字电视发展放在数字电视转型整体背景下进行综合研究的成果也很少。这些都与数字电视快速发展的现状及其在现代传媒体系中的重要地位很不匹配,还有待学界和业界共同努力,不断开拓新的研究领域,补充新的研究成果。

### 三、研究思路

如上所述,数字电视作为电视媒体转型的最终目标,其发展具有阶段性、复杂性和多元性的特点,涉及体制、传播属性、技术、产业、文化研究等多领域的内容,相关研究必须做到理论研究、个案考察、社会调研相结合,具有相当的难度和挑战性。本课题研究利用社会学、传播学、经济学、市场营销、媒介产业研究、电视研究等理论知识,结合国内外数字电视发展不同阶段的现实,理论总结和实证调查相结合,综合研究和个案研究相结合,力争使研究成果既具有一定的理论深度,又具有很强的现实指导意义,实现以下三个方面的研究目标:

第一,对国内外数字电视发展的现状和有效路径进行概述和思考,总结数字电视发展的基本策略;

第二,结合电视媒体发展及其传播对社会的影响分析,反思电视数字化转型所带来的传播形态变化和产业发展变革;

第三,根据重庆政治、经济、文化所形成的独特地域环境及其数字电视发展的现状,分析总结重庆市数字电视产业和其他地区数

---

<sup>①</sup> 关于数字电视深度研究的专著比较少,主要有彭吉象教授主持的国家社会科学基金特别委托项目成果《数字技术时代的中国电视》、易邵华著的《电视的活路:数字化背景下电视媒体的网络化生存研究》、薛留忠著的《城市数字电视发展模式与竞争策略研究》、杨继红著的《新媒体融合与数字电视》、李淮芝等著的《新媒体的数字化生存与发展》等,其他关于电视转型和数字媒体、新媒体的研究的著作,对数字电视研究也有所涉及,也是重要的参考资料。

字电视产业发展所体现出的共性和个性，并针对重庆市数字电视产业发展出现的具体问题，提出建设性的参考意见。

#### 四、研究方法

根据研究思路和目标，本书主要采取四种研究方法。

一是定性研究。主要通过搜集国内外有关电视研究、数字电视研究的相关文献，并结合数字电视发展的实际，对当前国内外及重庆数字电视发展的现状、问题与策略，数字电视转型的进程与影响等进行理论分析和思考。

二是调查研究法。以对重庆有线数字电视公司的考察为核心，通过实地考察调研，获取有关数字电视发展政府和媒体的具体措施与执行效果、产业化发展状况、内容制作情况、用户接受程度、存在的问题等的数据和资料。

三是个案研究法。以重庆市数字电视推广和发展的历程、现状、问题为主要对象，以个案研究为重点，从个体到一般，分析思考数字电视转型的有效路径及其产业化发展的现实和未来。

四是比较研究法。通过国内外数字电视发展及重庆与其他地区数字电视发展的比较，反思数字电视转型面临的问题和解决策略。

#### 五、重点难点

本书研究的重点包括两个方面：一是通过资料搜集和分析，系统地总结国内外数字电视发展的历程、现状、经验与问题，反思数字电视转型所带来的电视媒体传播与产业发展的巨大变化；二是以整体研究为指导，以重庆市数字电视为具体对象，系统地总结和思考重庆数字电视推广和发展模式的特征、有效经验、存在的问题和解决办法。

本书研究的难点主要体现在三个方面：一是资料收集困难，关于数字电视研究，特别是理论研究的参考文献十分有限；二是调研任务重，由于本书实践性强，研究内容新，必须进行广泛调研才能

完成,需要大量的人力和财力支持,调研和结果分析任务繁重;三是由于数字电视目前仍处于发展时期,有关数字电视研究的对象不稳定,存在较多变数,不断有新的问题出现,所以在很多方面难以下准确的结论,需要后续研究不断跟进。

## 六、基本内容

根据研究思路和目标,本书分为六个部分,其中绪论部分主要对研究背景、研究现状、研究思路、研究方法、重点难点、研究内容进行介绍。第一章结合电视数字化转型的实际,对数字电视的基本概念、电视的数字化转型表现及其所产生的深刻影响进行总体论述。第二章通过对中外数字电视发展历史、现实的论述,整体认识世界数字电视发展,并以此反思数字电视发展存在的问题与出路。第三章从电视媒体产业化发展的历史与现实入手,结合数字电视的传播属性,分析数字电视产业化发展的现实特征与存在的问题。

第四章和第五章是本书的核心部分,主要在前几章综合论述的基础上,通过比较分析和调查研究,对重庆数字电视发展历程、现状、存在的问题与解决策略进行全面的分析。其中第四章主要论述重庆数字电视的发展历史,数字电视在定位、业务发展、产业链建设、促销、服务体系等方面的发展现实,对数字电视在传播观念、市场定位、品牌建设、节目内容、市场营销、产业链建设等方面存在的问题进行分析论述;第五章则针对前面提出的问题,结合三网融合和下一代数字电视发展的背景,依次提出重庆数字电视发展问题的解决策略,为推动数字电视产业的健康发展建言献策。



# 第一章 数字电视转型及其影响

在人类发展史中，科学技术的变革是推动人类社会进化的关键要素之一。农业社会的标志是农耕技术，工业社会的标志是机械技术，而当前人类已进入信息社会，其标志则是数字技术。数字技术作为计算机信息处理技术，主要指借助科技设备将各种以图、文、声、像等形式承载的信息，转化为电子计算机能识别的二进制数字“0”和“1”后进行运算、加工、存储、传送、传播、还原的技术。这一技术的推广和应用，标志着人类由工业社会进入信息社会，也标志着人类社会第三次浪潮的到来。在这一时代，信息成为最重要的资源，信息的加工和传播能力也被视作经济社会发展的软实力而受到广泛关注。特别是 20 世纪 90 年代以来，以数字技术应用为核心的信息化革命迅速席卷全球，计算机和互联网已经在人们的生活中普及，使得数字化生活方式成为现代文明的一个重要标志，麦克卢汉提出的地球村时代已然来临，尼葛洛庞帝的数字化生存也变为现实。数字技术推动人类进行了一次划时代的伟大转折，其对人类社会的深刻影响，无论怎样评价也不为过。同样，就大众传媒而言，数字技术所带来的新的信息加工、处理、传输和接受模式，不啻为一次全方位的变革，引起大众传媒从理念到传播模式的根本转变，促进传媒形态不断变化和整合，构建新的大众传播格局。当