

十字路口的中国电视

夏骏 著

中国电视产业

在日新月异的时代

面临着新的挑战

和新的机遇

从哪里来，往

哪里去？世界各

国电视业的现状

如何，中国电视

业又将如何发展

本书以中国电视

业的发展为背景



清华大学出版社

十字路口的 中国电视

夏骏
著

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书回顾了中国电视的发展历史,透视了中国电视的现状,存在问题和背景原因,对强国电视的成功发展模式作了分析,对中国电视的发展方向,中国电视业如何面对国际竞争做了思考。本书引证资料丰富,语言流畅,可读性强,适合传播学界的业内人士、学生及对传播感兴趣的读者。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

十字路口的中国电视/夏骏著. 北京:清华大学出版社,2006.11

ISBN 7-302-14118-5

I. 十… II. 夏… III. 电视事业—发展—研究 中国 IV. G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 132699 号

出 版 者:清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机:010-62770175

邮购电话:010 62786514 62773058

地 址:北京清华大学学研大厦

邮 编:100084

客户服务:010 62796550

组稿编辑:徐 颖 张瑞洁

文稿编辑:张瑞洁 张 曦

封面设计:奇文云海  
www.qwyh.com

印 装 者:清华大学印刷厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:170×240 印张:15.25 字数:210 千字

版 次:2006 年 11 月第 1 版 2006 年 11 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-302-14118-5/C·743

印 数:1~10000

定 价:28.00 元



十字路口的中国电视

序言

人口大国就是电视大国？答曰：不尽然。人口大国常常是电视观众大国、市场资源大国，但不一定是电视产业大国。中国电视观众数量世界第一，中国电视台数量世界第一，中国电视频道数量世界第一，但全中国 3000 多家电视台的年广告总产出还不到美国时代华纳一家公司电视领域年收入的 60%；在中国，年产出近百亿人民币的中央电视台已经是中国传媒产业中的超强“航母”，然而，且不拿大国和强国的电视公司来比，就说欧洲小国卢森堡的卢森堡电视台，其年产出早已近 30 亿美元，是央视的近 3 倍。放眼世界，中国还不是电视产业大国。中国电视产品在世界电视市场上的营销成绩与产业大国的差距更为遥远，在国际电视市场意义上，至今，我们还是产业小国。

显然，与中国经济总量已居世界第四的位次比较，中国电视产业总量的世界位次要落后得多。或许有人习惯性地认为，电影电视并不是什么大产业，国家经济总量成长了就行。这种看法至少是落后而狭隘的。在美日等发达国家，影视娱乐产业已位居产业总量排序的第一或第二位，甚至超过了航空航天业和汽车制造业，而且附加值高，环保可持续，是国力竞争的核心



组成部分。更为重要的是,影视产业传播的是精神产品,一个国家如不能形成必要的文化产业竞争力,就可能沦于文化殖民地的被动处境。笔者近年与韩国电视界同行交流,不止一次听到他们表达共同联手捍卫亚洲文化的意愿,深为感动。

影视传播产业的滞后还会耽误一个快速发展的主体与外界的必要交流。经济实力越来越强大,而外人如果无法了解这个变得强大主体的内心和精神,就难免会有不安全感,甚至心生畏惧,“中国威胁论”就会有市场。现代传播的效益证明,电影电视产品是不同民族国家人们心灵沟通的最有效桥梁,是文化产业中的主要部分。而一个国家的文化发展战略(当然包括电视发展战略)如果长期滞后于经济发展战略,就会危及国家安全,最终影响这个国家的经济发展。以尽快增强竞争力的战略,推动文化产业的成长,已经成为现代国家战略不可或缺的组成部分。韩国的成功有某种示范性。

本书是对电视产业观察梳理的一些心得。在中国的各个领域,讲成就始终不缺,电视业可能也不例外。而本书是针对中国电视产业成长的问题而来,负而分析当然是题中之意,但这并不影响对于中国电视 20 多年持续发展成就的认可。也正因为路上有“车”,才有可能来到所谓的“十字路口”。

央视、凤凰、湖南电广等电视传媒无疑是中国电视的业界引领力量,这其中的领袖团队和业务精英都有笔者所敬重的朋友和兄长,愿以本书引发他们的批评,并期望引发更多关于中国电视体制、战略和观念的探讨。本书引列了不少业界研究者的观点意见,谨向相关作者致谢。因为其中多数意见人是笔者所熟知的朋友,梳理他们的见解,有时恍若置身于老朋友们的学术沙龙之中,有一种格外的亲切感。

转型期的中国比任何一个时空都更为错综复杂。不同的立场,不同的视角会形成不同的价值取向,所谓“真理”就常常湮没在多彩迷雾之中。本书的写作或许离真理尚远,但肯定离真诚很近。笔者深信,只有真诚持续的追问和努力,才有可能走近从电视资源大国到电视产业大国的真理。



十字路口的中国电视

目录

序言 / I

第一章 往事如烟 / 1

- 第一节 不太复杂的历史 / 2
- 第二节 电视改变了什么 / 11
- 第三节 电视观念的演进和更迭 / 29
- 第四节 电视台可以收钱了 / 39

第二章 蓦然回首 / 47

- 第一节 央视悖论 / 48
- 第二节 金字塔的其余部分 / 72
- 第三节 电视剧：供求怪圈 / 88
- 第四节 广告：一把胡椒面撒向大海 / 101



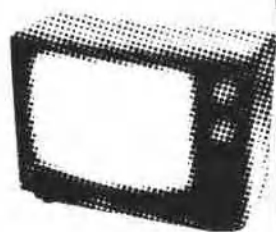
第三章 他山之石 / 109

- 第一节 综述 / 111
- 第二节 英国电视 / 125
- 第三节 美国电视 / 138
- 第四节 法国电视 / 154
- 第五节 日本电视 / 162
- 第六节 韩国电视 / 170

第四章 十字路口 / 181

- 第一节 集团化的死结 / 182
- 第二节 专业化的误区 / 193
- 第三节 电视湘军的革命意义 / 202
- 第四节 央视的眼泪与凤凰的口水 / 212
- 第五节 前倾还是后仰 / 218

- 结语 路在何方 / 231



第一章 往事如烟

第一节 不太复杂的历史

电视的源头,最早可以上溯到 1925 年。

那时候无线电刚发明不久,苏格兰的一位名叫约翰·贝尔德的发明家就开始研究用电传递图像。最早的电视机雏形是利用一盏台灯,一个玩具电机和许多军用无线电元件装在一个旧箱子里构成的简单设备,这一设备把一个十字架图案传送了三码远。这就是人类历史上第一个电视装置。

稍晚,锐意进取的美国人开始试验发射一些模糊不清的电视图像。1927 年,纽约州斯克内克塔迪一家老资格的无线电台开始每周三次进行试验性广播。美国最早的电视机,荧光屏是圆形的,只有 5~9 英寸大,差不多要坐在电视机跟前才能看清。

1936 年 1 月,在美国举行的世界博览会上出现了第一台作为工业产品的黑白电视机。同年 11 月,英国广播公司(BBC)建立电视发射塔,在伦敦

市郊的亚历山大宫播出了世界上最早的电视节目,这被认为是世界电视事业的正式开端。尽管这一年8月,在柏林举办的奥运会就用电视进行了世界电视史上的第一次实况转播,但此时正值第二次世界大战爆发的前夕,除了军事工业,战争迟滞了所有其他领域的发展,电视的发展自然也在其中。虽然在这个阶段法国、美国、苏联等国家相继开办了电视台,但这些国家的电视发展进程却由于战争而止步不前了。

1941年,匈牙利籍美国科学家彼得·戈德马克就已经研制成功了第一台彩色电视机,但直到10多年后才在美国普及。

在美国人已经陶醉于彩色电视的绚丽的时候,大洋彼岸的社会主义新中国才刚刚开始“自力更生”电视事业。如果不是因为和“英美帝国主义”较劲,中国电视的历史还不知道要延后多少年。

■ 从大跃进到改革开放:中国人关于电视的记忆

1958年5月1日,中华人民共和国的首都北京春意盎然。这天是“五一国际劳动节”,社会主义国家在这一天几乎都要举国庆祝这个法定的“劳动者的节日”,中国自然也不例外。

这一天,在大洋彼岸的美国加利福尼亚州的一个名叫“惠姆-奥”的小公司里,两位年轻人——理查德·内尔和阿瑟·梅林——正在紧张地忙碌着。他们正忙着销售他们用花花绿绿的聚乙烯管做成的一大堆3英尺大的圈。据说在1958年,如果世界上的哪个地方没有人玩这种美国塑料圈,就说明这地方尚未“与世界接轨”——这就是直到90年代才在中国风靡的呼拉圈。

这一天,中南海里的工作人员也都在紧张地忙碌着,因为4天后,中国共产党第八次全国代表大会第二次会议就要在北京举行,这次会议将要正式通过中共中央根据毛泽东的倡议而提出的“鼓足干劲、力争上游、多快好省地建设社会主义”的总路线及其基本观点。这次会议就是后来在全国范



围内迅速掀起的“大跃进”高潮的起点。

这一天,同样在紧张地忙碌着的,还有北京复兴门广播大楼4层西侧拐角处的一个排练厅里的30多个人。他们是不久前刚从几个不同的新闻单位抽调到一起,来共同组建一个新单位的,这个单位的名称叫“北京电视台”,而他们中间的多数人以前并没有接触过电视,只有少数的几位骨干此前被派往苏联和东欧的社会主义国家考察和学习了一些电视技术。

就在这一天晚上,北京城的上空第一次出现了电视的信号。信号的覆盖半径只有25公里,接收信号的也只有50台黑白电视机。

尽管这只是一次“试验播出”,但在中国电视史上却有着特殊的意义。1958年5月1日因此成为中国电视的生日。北京电视台也因此成为新中国的第一座电视台,也是中国历史上的第一座电视台。

新华社以此向全世界发了消息,中国又“有”了一样西方国家也有的东西。但那时候大多数中国百姓从广播和报纸上知道这个新闻的时候,顶多只是会在“赶英超美、亩产万斤”的激情中增添一丝豪迈,他们根本想像不出电视是什么模样。

创办之初北京电视台自办节目的能力很低,主要依靠电影厂和文艺演出单位的支持。当时,除纪录、科教影片以外,其他节目全是直播。试验广播期间,每周播出两次节目,每次二至三小时,包括新闻性节目、社会教育节目和文艺节目等。1958年9月2日,北京电视台正式播出。正式播出的电视节目由试播阶段的每周两次增至每周四次(星期二、四、六、日各播一次),同时试办了五期《电视广播节目报》周刊。

在此后的3年里,在上海、天津、广州等地也出现了电视台,但电视机的数量增长极为缓慢,即使是到了8年后的1966年,全国的电视机数量也没超过12000台。^①

^① 冯博. 中国电视四十年. 新周刊. 1998, (8)

这时候大洋彼岸的被中国人整天高呼打倒的“美帝国主义”已经进入了彩色电视时代,电视机的拥有量则已经超过了6000万台。那时候中国的“赶超”激情也只能在粮食、钢铁上做做文章,谁也不会拿广大人民群众不知道长啥样的电视说事。

中国播出彩色电视节目的历史可以从1973年5月1日算起,但大多数的中国老百姓真正用彩色电视机看上彩色电视节目的历史,却至少要比这个时间推后10年。

普通老百姓接触到电视是20世纪70年代末的事情。在那个短缺经济时代,米面粮油肉蛋奶都要凭票供应,更别说属于精神消费的电视了。不用说买不起,即使你买得起也未必能买到。在当时算是奢侈品的电视机,只有单位或少数稍微宽裕点的人家才有。几十人围坐在一个14英吋的黑白电视机前一直看到“再见”的那段日子,现在50来岁的中国人是一定忘不了的。电视机都是9英吋黑白的,14英吋的算大的。为了模仿彩色效果,在小小的屏幕前面挂一个三色屏保镜充假彩色。那种薄薄的塑料片被认真地涂上了一层颜色,就很容易地找到了“幸福”的感觉。晚饭之后,就会有邻居的孩子敲门,小板凳一个个排在电视机前面,抻着脖子等着看小电影。电视机保养也很精细,大多用厚厚的棉布做了套。“至今为止我仍清楚地记得电视买到家之后看过的第一个节日是话剧《枫叶红了的时候》。在那台话剧里有几个类似于‘四人帮’的人物。当然,‘文革’后看到真正的‘四人帮’是在1980年,尽管有电视的家庭并不多,但大多数国人还是通过各种途径看到了对‘林彪、江青反革命集团’的庭审报道,那次时间漫长的报道无疑是中国第一个高收视率的电视节目。随便问问哪个30岁以上的中国百姓,他们对电视的记忆大多来自于那个年代。”^①

1978年5月1日,经中共中央批准,北京电视台正式改称中央电视台,

① 冯博,中国电视四十年,新周刊,1998,(8)



英语缩写为“CCTV”，对外称“中国中央电视台”。当晚，更换后的新台标映现在屏幕上。这似乎是一个标志和征兆，预示着中国电视事业繁荣阶段的到来。这一时期正好是中国改革开放开始迈步的时期。许多单位都有了电视机，当人们从单位的电视中看到了国家领导人访问日本、美国的报道后，无不从心底里感到一种从未有过的震荡——现代化建筑、高速公路、普通百姓富足的家居生活，这让中国人具体可感地知道了自己未来的生活方向。也许是为了感受新生活的需要，电视机成了人们追求的第一个目标。现在的年轻人恐怕永远无法想像当时拥有电视机的那种自豪，尽管节目单调，尽管没有色彩，尽管那些来自波兰、匈牙利的机器今天想起来实在粗陋。

■ 树根、树干和枝叶

如果把中国庞大的电视体系比做一棵树的话，中央电视台毫无疑问就是这棵树的根。中国电视的繁枝茂叶都是从这个根上生长出来的。说它是根，它又不仅仅是根，对于历史并不算太长的中国电视事业而言，它更像是树干——几乎所有的“地方”电视台从诞生的第一天起就被规定了附属的属性。因此从某种意义上说，在中国电视诞生后的30多年中，中央电视台的发展史就是中国电视的发展史。

中央电视台原台长杨伟光把中央电视台35年的发展历程分为3个阶段：

第一阶段是1958年至1966年的艰辛创业时期。“主要播出电影、文艺演出、时效性不强的新闻纪录片和时效性较强的口播新闻等”，播出时间短，开始只能覆盖北京。1964年9月才通过微波不定期向天津市传送节目。

第二阶段是1966年至1978年的艰苦曲折时期。之所以说是“艰苦曲折”，是因为所跨越的是众所周知的“文化大革命”时期。这一时期对中国电视的最大贡献就是“实现了黑白电视到彩色电视的转化”。1971年，中央电

视台实现了通过微波向天津、上海、广州等 20 个省市自治区传送电视信号；1975 年开始向除西藏、新疆、内蒙古 3 个自治区之外的 26 个省、区市传送彩色电视节目，“为新的发展准备了一定的物质基础”。

第三阶段是 1979 年至 1993 年的高速发展时期。随着全国出现的“办电视热”，中央电视台的事业得到了“超高速度的发展”。“职工从 400 人增加到 2500 人；节目从 2 套发展到 4 套；一天播出从 10 多个小时发展到 50 多个小时；电视机从 300 多万台增加到 2.2 亿多台；人口覆盖率从百分之十几增加到百分之八十多。技术设备先进，对外报道加强，中国的电视信号已传送到亚洲、澳洲、欧洲和美洲，这是中国电视发展史上最辉煌的时期。”^①

杨伟光台长所说的第三个阶段，其实是中国电视体系急剧膨胀的阶段。在短短的 10 多年里，数以千计的电视台在改革开放的春风中迅速在九州大地遍地开花。需要指出的是，这里提到的全国性的“办电视热”的出现，最初的基础和前提并不是像西方国家那样源于社会市场需求，而是因为政治的需要。从省级电视台到后来的地市级电视台，最初的出发点只是为了迅速地把中央的信息及时传达下去。

中国传媒大学胡智锋教授以这个阶段作为分水岭，把整个中国电视发展史分为前后两个阶段。

第一个大的阶段是从 1958 年到 1978 年的基本建设阶段。他认为“电视作为一种传播媒介，在这期间只不过是图像的形式把广播、报纸、杂志等其他媒体的信息播报一下，等于再传播。由于依附于广播、报纸、杂志和通讯社，所以其独立的传播特征和样式还没有形成，或者说电视的独立性还没有明显地凸现出来。”电视则无非是把传统的戏剧、电影、音乐、舞蹈和美术等其他艺术样式通过图像广播的方式，在电视荧屏上再现一下。比

^① 杨伟光。欲穷千里目，更上一层楼。见：于广华，《中央电视台简史》总序，北京：人民出版社，1993：1



如说对文艺晚会、音乐会、戏曲表演、舞台剧表演的转播等等。由于当时没有 ENG 一体化设备,这样的“转播”实质上只能是一种最原始的直播。所以在这个阶段无论是电视的信息传播还是艺术传播,基本上都没有形成自己独立的样式和特征。

1978 年改革开放给电视带来了发展机遇,从 1978 年到 1984 年,电视的地位逐渐上升,特别是在 1984 年前后,成立了广播电视部(当时电影还在文化部),中国电视传播业从此进入了其发展的第二个大的阶段,即本体建设阶段。电视的地位得以大大地提高。

1978 年以后,中国从国外引进了先进的 ENG 一体化摄录设备,解决了电视的影音同步问题。ENG 设备和录像带的出现使电视录播成为可能。电视台可以大量地录制节目和储存节目,节目播出逐渐不再受时间和空间的限制。当时这个问题的解决是中国电视传播发展的重要一步,大大提高了电视节目的生产力。技术设备的因素固然重要,但传播媒介的终极目的是受众,无论传播的起因是政治的、社会的还是商业的,电视机的大规模普及是电视台发展的最根本的基础。随着老百姓购买力的提高,电视传播也因电视机的普及越来越成为大众所习惯和接受的一种传播样式和艺术样式。^①

20 世纪 80 年代初期彩色电视的时代来临,一夜之间电视机成了紧俏商品。那时有路子的人都在倒电视,很多人都靠倒卖电视机发了财。电视开始强有力地介入百姓的生活。报刊的销量下降了,电影没人看了,全是电视闹的。电视剧扣人心弦,除了国产的《新岸》、《卖大饼的姑娘》,中国人还踏踏实实全体坐在一起看了许多世界名著,什么《大卫·科波菲尔》、《安娜·卡列尼娜》之类。1982 年秋天,中央电视台开始酝酿举办春节联欢晚会,1983 年春节播出后一发不可收拾,到今天也下不了台。

^① 胡智舜:影视文化论稿,中华传媒网 <http://academic.mediachina.net>

作为主流传媒,中国电视在20世纪80年代中期开始成熟。中央电视台的《新闻联播》尽管最早出现在1976年,但直到1980年才开始出现有图像的国际新闻,又过了四五年才形成了现在我们大家熟悉的状态。用句广告语说就是,中国的百姓基本上可以足不出户而尽览全球风云了。

1984年,中央电视台第一套节目开始全天播出,这让当时的许多人费解:白天我们上班,你们的节目给谁看。不过,无论什么时候看节目,电视的观众此时已直线上升。还是在这一年,广东省运用了当时并不多见的电脑进行统计,得出的结论是广东有电视观众2500万,他们每人每天看电视的时间平均是2小时54秒。

1984年值得国人回忆的事情有第一次的青年歌手电视大奖赛,观众以前所未有的热情培养了中国自己的第一代歌星,那些歌星唱的歌直到今天还让人感到记忆犹新。这一年还形成了一个看上去不算太大的收视习惯,中央电视台的天气预报成了人们必看的节目之一,以至于当时的一位国务院副总理都建议,电视台的预报应该扩大版面让观众看清,各省的电视台也应该有自己的天气预报。

如果说最初中央电视台是中国电视的根的话,在后来的相当长的时间里,即使是在数以千计的地方电视台建立之后,中央电视台都一直是中国电视的树干。不管是由于积习的原因还是中国宣传体系的特殊性,各个地方电视台都把转播中央电视台的重要节目视为任务和职责,直到今天,各省市电视台的诸多频道中,依然必须保留一个最主要的频道转播中央电视台的《新闻联播》。以至于在很长的一段时间里,在吃完晚饭的那段黄金时间,电视里的数十个频道只有一个声音,不管你需不需要、愿不愿意看,你都别无选择。各个大大小小的地方电视台自然而然地就成为顺着树干长出来的枝和叶,它们都必须依附粗大的树干才能存在。“存在”的概念和今天我们所说的“生存”的概念是完全不同的,在改革开放后的20多年时间里,各级电视台并没有经济意义上的生存问题,电视台曾经一度是每一层有裙带关系



或有“门道”的人的子女削尖脑袋想往里钻的“好”单位。即使是在全国各个领域的改革如火如荼,铺天盖地而来的时候,即使是新闻出版领域作为最后的禁区也有所松动的时候,电视台也依然能够在相当长的时间里岿然不动地稳坐钓鱼台。理由非常顺理成章——中央电视台是中央的喉舌,各级地方电视台也就自然成为了各级党和政府的喉舌,喉咙和舌头这样的关键部位岂能轻易变动?

树干也好,树枝也罢,尽管高速发展的中国电视有那么多不尽如人意之处,但一个不容争议的事实是,中国电视在经历了40多年的蹒跚前行之后,的确根深蒂固、枝繁叶茂、蔚为大观了。到1997年,全国已有电视机3.17亿台,经过正式批准成立的电视台3000多个,电视观众10.94亿人,城市观众平均能收看15套节目,农村观众平均为6套节目,中国已经成为名副其实的电视大国。对于大多数中国人来说,一个院子的人围着一台小小的黑白电视机目不转睛的年代,似乎已经成为非常遥远的过去。从电视机的更新换代和人们收看电视的行为方式的变化中,人们可以深切地感受到中国经济的巨人成就和人民生活水平的显著提高,这无疑还是很值得国人深深为之骄傲的。