



电视制片 管理学

王 甫 吴丰军 著

当代
广播电视
教程
·
新世纪
版

复旦博学



当代广播电视教程
新世纪版

电视制片 管理学

王 甫 吴丰军 著

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视制片管理学/王甫,吴丰军著. —上海:复旦大学出版社,2006.7

(复旦博学·当代广播电视教程·新世纪版)

ISBN 7-309-05068-1

I. 电… II. ①王…②吴… III. 电视制片-管理学-教材 IV. J941.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 073624 号

电视制片管理学

王 甫 吴丰军 著

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 黄文杰
总 编 辑 高若海
出 品 人 贺圣遂

印 刷 上海复文印刷厂
开 本 787×960 1/16
印 张 27.25
字 数 489 千
版 次 2006 年 7 月第一版第一次印刷
印 数 1—4 100

书 号 ISBN 7-309-05068-1/G·647
定 价 39.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

作者简介

王甫，中央电视台研究室主任。全国首届十佳广播电视理论工作者之一。中国人民大学新闻学院毕业，获博士学位。曾先后在新华社、中国日报社任记者，1988年调入中央电视台，从事经济新闻报道和电视制片管理研究，参与中央电视台《经济信息联播》、《生活》、《企业家》等栏目的创办工作，《阿里斯顿九兄弟为何大不相同》、《话说“老字号”》等电视报道获奖。已发表《电视传播观念上的两点突破》、《由内而外：电视制作社会化的较好路径选择》等一批有较大影响的学术论文。出版了《视觉传播》、《电视新闻的视觉传播优势》、《当代美国电视——文化、艺术与商业》（合著）等学术专著，其中，《电视新闻的视觉传播优势》一书被列为中央电视台职工岗位培训丛书之一。

吴丰军，清华大学新闻与传播学院博士生，曾执教于西南交通大学，毕业于四川大学文学与新闻学院，获文学硕士（广播电视新闻研究）学位。先后师从欧阳宏生、王甫和尹鸿三位学者，已出版《制片人概论》（主要撰稿人）、《电视制片管理学》（两人合著）、《大众文化与影视传播》（撰稿人）3本著作，在各种学术刊物上发表了《制片人：电视生产关系的枢纽》、《中国电视批评——审思与前瞻》等学术论文30余篇，个人著述50余万字。

复旦大学出版社新闻传播类重点图书

复旦博学·新闻与传播学系列教材(新世纪版):

新闻学概论*(李良荣,32.00);马克思主义新闻经典教程*(童兵,28.00);新闻评论教程*(丁法章,32.00);中国新闻事业发展史*(黄瑚,30.00);外国新闻传播史导论*(程曼丽,29.00);当代广播电视新闻学(张骏德,32.00);当代广播电视概论*(陆晔,36.00);网络传播概论*(张海鹰等,30.00);新闻采访教程(刘海贵,25.00);西方新闻事业概论(李良荣,22.00);新闻法规和职业道德教程(黄瑚,29.80);中国编辑史(姚福申,49.00)

复旦博学·当代广播电视教程(新世纪版):

当代电视实务教程(石长顺,36.00);中外广播电视史*(郭镇之,36.00);当代电视摄影制作教程(黄匡宇,30.00);影视法导论:电影电视节目制作须知(魏永征、李丹林,38.00);电视观众心理学(金维一,28.00);当代广播电视播音主持(吴郁,28.00);电视制片管理学(王甫、吴丰军,38.00);广电媒介产业经营新论(黄升民等,30.00);电视节目策划学*(胡智锋);视听率教程*(刘燕南)

复旦—麦格劳·希尔传播学经典系列:

传播研究方法;传播学导论;大众传播通论;电子媒体导论(张海鹰,32.00);跨文化传播;公共演讲;说服传播;商务传播;倾听的艺术;访谈技艺:原理和实务;20世纪传播学经典文本(张国良,30.00);媒介与文化研究方法(Jane Stokes,22.00)

复旦博学·新闻传播学研究生核心课程系列教材:

马克思主义新闻思想概论(陈力丹,30.00);当代西方新闻媒体(李良荣,29.00);中国现当代新闻业务史导论(刘海贵,36.00);中国当代理论新闻学(丁柏铨,26.00);媒介战略管理(邵培仁等,38.00);数字传媒概要(闵大洪,25.00);传播学研究理论与方法*(戴元光,30.00);国际传播学导论*(郭可,25.00)

新闻传播精品导读丛书:

新闻(消息)卷——范式与案例(孔祥军,20.00);广播电视卷(严三九,27.00);通讯卷(董广安,20.00);外国名篇卷(郑亚楠,16.00);广告与品牌卷——案例精解(陈培爱,28.00);特写与报告文学卷(刘海贵、宋玉书,28.00)

新闻传播名家自选集丛书:

童兵自选集:新闻科学:观察与思考(童兵,39.00);李良荣自选集:新闻改革的探索(李良荣,39.00);陈力丹自选集:新闻观念:从传统到现代(陈力丹,36.00);喻国明自选集:别无选择:一个传媒学人的理论告白(喻国明,36.00);黄升民自选集:史与时

打*者为教育部确定的“十一五”国家级规划教材。

间(黄升民,38.00);尹鸿自选集:媒介图景·中国影像(尹鸿,38.00);罗以澄自选集:新闻求索录(罗以澄,35.00);戴元光自选集:传学札记:心灵的诉求(戴元光,32.00);王中文集(赵凯主编,45.00);丁淦林文集(丁淦林,25.00)

全球传播丛书:

畸变的媒体(李希光,26.00);中西方新闻传播:冲突·交融·共存(顾潜,21.00);世界百年报人(郑贞铭,28.00);当代对外传播(郭可,15.00);中美新闻传媒比较:生态·产业·实务(薛中军,19.80);国家形象传播(张昆,25.00);跨文化传播:中美新闻传媒概要(高金萍,15.00)

传媒经营丛书:

中国传媒经济研究:1949—2004(吴信训、金冠军,48.00);报刊传播业经营管理(倪祖敏,29.80);图书营销管理(方卿,24.00);战略传媒:分析框架与经典案例(章平,30.00);报纸发行营销导论(吴锋、陈伟,29.80);报刊发行学概论(倪祖敏、张骏德,35.00);现代传媒经济学(吴信训,30.00);中国图书发行史(高信成,45.00);媒体战略策划(李建新,38.00);娱乐财富密码——引爆传媒心经济(张小争,30.00)

新闻传播学通用教材:

精编新闻采访写作*(刘海贵);当代新闻采访(刘海贵,16.00);当代新闻写作(周胜林等,20.00);高级新闻采访与写作(周胜林,32.00);当代新闻编辑(张子让,16.00);传播学原理(张国良,10.00);新闻心理学(张骏德,11.00);新闻与传播通论(谢金文,20.00);实用新闻写作概论(宋春阳等,40.00);新闻写作技艺:新思维新方法(刘志宣,36.00);新闻报道新教程:视角、范式与案例解析(林晖,38.00);电视:艺术与技术(张成华、赵国庆,15.00);创新启示录:超越性思维(王健,30.00);实用英汉汉英传媒词典(倪剑等,40.00);全球化视界:财经传媒报道(安雅、李良荣,48.00);财经报道(安雅·谢弗琳)

影·响丛书(电影文化读物):

好莱坞启示录(周黎明,35.00);映像中国(焦雄屏,36.00);香港电影新浪潮(石琪,45.00);台湾电影三十年(宋子文,35.00);影三百:南方都市报中国电影百年专题策划(南方都市报,36.00)

请登陆www.fudanpress.com,内有所有复旦版图书全书目、内容提要、目录、封面及定价,有图书推荐、最新图书信息、最新书评、精彩书摘,还有部分免费的电子图书供大家阅读。

意见反馈、参编教材、投稿出书请联系 journalism@fudanpress.com; fudannews@163.com; liting243@126.com。电话:021-65105932、65647400、65109717;传真:021-65642892。

打*者为教育部确定的“十一五”国家级规划教材。

内 容 提 要

本书是国内第一部电视制片管理著作，富于理论创新性。理论与实践结合、务实与务虚并重是其特色。全书包括基础理论和管理实务两个部分：基础理论部分系统论述了制片人的定义、制片人制的发展史及中西比较、制片人的类别、制片人的素质要求、制片人制的制度设计、制片管理理论基础等；管理实务部分详尽地阐述了选题、策划、栏目生产、电视剧生产、财务监控、人力资源管理、公共关系等电视制片管理诸流程。

本书既总结了央视的制片人制改革经验，也融会了凤凰卫视、CNN和BBC的制片管理经验，书中并穿插、剖析了诸多经典案例，不仅可作为高校影视专业教材和电视台制片人培训教材，对于电视理论研究也有重要参考价值。

当代广播电视教程·新世纪版

编 委 会

丛书主编暨编委会主任：孟 建

编 委：（按姓氏笔画排列）

于 丹	王 宇	王 甫	石长顺
吕新雨	仲富兰	刘燕南	祁 林
李丹林	吴丰军	吴 郁	陆 地
孟 建	胡正荣	胡智锋	郭镇之
黄匡宇	曹 璐	魏永征	

总序

“当代广播电视教程·新世纪版”这套丛书终于由复旦大学出版社出版了,掠过心头的是阵阵的喜悦!

不断演进的社会、飞速发展的科技,引发了传播内容与形式的深刻变革,也推动了媒介领域的巨大革命。其间,广播电视的出现和发展,正在全球范围内影响着人类文明的进程,形成着独特的文化社会现象。可以说,人类社会从来没有像今天这样强烈地感受到“信息化时代的来临,媒介化社会的形成”。广播电视(当然我们注意到了网络的出现对媒体间壁垒的消融和整合),作为建立在新技术基础上现代传媒族群中极为重要的媒介,以其特有的传播特征和方式,建构了当今社会交往的特殊形态,酿就了人类新型的思维方式,催生了当代社会崭新的生存方式。

应当说,经过半个多世纪,特别是改革开放以来的20多年,有一批有志于此的人士在广播电视的教学和科研领域进行了孜孜不倦的努力,取得了可喜的成果。其间,最为值得注意的是,一个努力构建有中国特色的广播电视学学科体系的研究目标已逐步明晰起来,并开始为之倾注气力。根据中国传媒大学赵玉明教授的研究,至1992年11月,国家技术监督局颁布的国家标准《学科分类与代码》中,将“广播与电视”列为“新闻学与传播学”学科范围的二级学科,下设“广播电视史”、“广播电视理论”、“广播电视业务”等三级学科。1997年3月出版的全国哲学社会科学规划办公室主编的《哲学社会科学各学科研究状况与发展趋势》中称“90年代以来,广播电视已成为一个独立的学科”;1997年颁布的研究生学科、专业目录有“广播电视艺术学”;1998年颁布的本科生专业目录中有“广播电视新闻学”、“播音主持艺术”、“广播电视编导”等专业;2002年出版的复旦大学徐培汀教授的专著《二十世纪中国的新闻学与传播学》的前言中称“本书视广播电视学为独立学科”,并在第六章“广播电视学研究”中作了专门的论述……

我们之所以“津津乐道”于广播电视“学”,其关键之处在于,我们既然已经看到了“广播电视的出现和发展,正在全球范围内影响着人类文明的进程,形成着独特的文化社会现象”,那么,我们就完全有理由尽快地将广播电视学——这一学科的理论体系和教学体系呈现在世人面前。这也就是说,我们要将广播电视学科的壁



垒,真正树立起来!在这方面,复旦大学新闻学院也做了不懈努力。2003年初,复旦大学新闻学院在全国率先申报“广播电视学”博士点获得成功。这一勇于突破新闻传播学原有学科目录,打破广播电视学科建设中条块分割状况,将广播电视新闻与广播电视艺术多个一级学科按照学科群进行大整合的举措,在新闻传播教育界形成了相当的影响,在广播电视教育领域的影响更大。

也正是在这重要的时代背景和学科背景下,有着我国新闻传播教育最悠久历史的复旦大学新闻学院,在复旦大学百年华诞之际,与复旦大学出版社紧密携手合作,将编辑出版一套具有较为完整的理论体系和教学体系的广播电视丛书的重任担当了起来。经过为时两年的努力,这套丛书终于问世了。这对于新闻传播院系的师生,对于广播电视的从业人士,都是一个福音。

如果说“当代广播电视教程·新世纪版”这套丛书有什么最显著的特点,首先,这套丛书是从努力构建中国广播电视学学科体系的高度来进行整套丛书的创意、企划和构建的。这整套丛书的整体出版思路是:在厘定构建中国广播电视学学科体系(理论体系、实务体系和教学体系)的前提下,按照宏观(意识与理念)、中观(体制与机制)、微观(运作与技巧)来进行丛书完整架构设计和资源配置的。

在宏观层面,丛书充分注重了广播电视本体论的基础研究和创新理论,如《当代广播电视论纲》全面、系统地梳理了中国广播电视学体系的框架,并科学、深入地阐述了中国广播电视学的理论;《中外广播电视史》突破了传统写作思路,引入广播电视传播思想史的视角,将相关的体制、管理、节目等作为史的脉络进行梳理贯通。而《电视文化的观念》则在文化化学研究的背景下,积极探索了广播电视作为特有文化传播现象的发生机理、传播规律和审美特征。如在中观层面,丛书充分注重了广播电视体制和机制的开拓性研究,如堪称我国第一部的《影视法导论:电影电视节目制作人须知》,即从法学研究的角度审视了广播电视机制运行中的一系列法律问题,既有理论的完整性,又有实践的操作性;又如《广播电视节目营销》、《电视制片管理学》、《世界电视产业新论》,则在我国深入推进文化体制改革的背景下,将研究的视角转向了广播电视产业特性研究,努力在广播电视的市场营销和广播电视制片管理特别是广播电视产业进程等领域进行拓展,其重要性和创新性十分突出。体现在微观层面,这套丛书一方面十分注重了现代广播电视的实务理念、实务操作(包括新技术支持)的全面创新,如《当代广播实务教程》、《当代电视实务教程》、《当代电视摄影制作教程》、《广播电视评论教程》、《当代广播电视播音主持》等著作,每本著作都可以说是一个全新体系的范例。而另一方面,这套丛书则又大大拓宽了广播电视实务领域,如《电视节目策划学》、《电视节目形态学》、《电视纪录片教程》,甚至《视听率教程》也进入了我们的视野。显然,这在国内是非常



具有突破意义的。

“当代广播电视教程·新世纪版”这套丛书的又一个特点是注重了“与时俱进”。一方面,这套丛书紧紧追踪中国新闻传播事业的飞速发展,特别是密切关注中国广播电视事业的改革前行;另一方面,又极为关注了世界范围内新闻传播格局的快速嬗变,特别是广播电视业界的前沿发展。当然,在这套丛书每本著作都尽可能好地体现上述想法的同时,我们还在丛书中专列了一本《当代广播电视前沿》,以充分体现出这套丛书紧逼前沿、全面概览、透彻评析的特点。我们设想,《当代广播电视前沿》每年都修订再版,以跟上飞速发展的广播电视事业的需要。

“当代广播电视教程·新世纪版”这套丛书的第三个特点就是,该丛书的作者基本上都是活跃在广播电视教学、研究领域的一流学者。这么多专家、学者在百忙中参加到该丛书的编撰中来,亲自撰稿,本身就说明了许多问题。值得一提的是,这支专家队伍,不但在他们的研究领域中都取得了骄人的成绩,而且,他们中的许多人,近年来常到海外讲学、研究。正是这样,才能保证这套丛书拓展了广阔的国际背景。

“当代广播电视教程·新世纪版”这套丛书第四个特点是其浓郁的精品意识。平心而论,我们现在广播电视方面的书已出版了许多,但是,其质量状况令人堪忧。正因为如此,复旦大学出版社破例让这套丛书进入了复旦大学“博学”出版精品系列。其目的,就是要打造出我国广播电视界的一套名牌丛书,特别是要推出一套真正为诸多高等院校认可并具有权威性的教材。

有人感言,讲“感谢”两字最多的莫过于一年一度的奥斯卡电影颁奖典礼中的获奖答词。2004年,一位奥斯卡电影获奖者上台领奖前首先发誓说:“今天,我站在这里决不讲‘感谢’二字了……”可是,一开口,又“感谢”连篇了。既然“感谢”出自内心,来自肺腑,就不必回避!因此,对于这套丛书的出版,我要借作序的机会说些感谢的话:首先要衷心感谢的是复旦大学出版社。特别是感谢总编辑高若海先生和编辑章永宏,是他们在诸多广播电视书籍纷至沓来的时刻,选择了我作为主编来组织这套丛书,并为这套丛书的出版倾注了大量心血;其次要衷心感谢的是,参加丛书写作的各位专家学者,有了他们投入、专注的耕耘,才有了这套高水平的丛书。感谢所有帮助过这套丛书出版的人们!

今年是中国农历的鸡年,在众多咏鸡的诗歌中,明代诗人的“平时不敢轻言语,一叫千门万户开”是我最喜欢的。但愿这套酝酿、筹划、积累良久的丛书,像唤开千门万户的雄鸡报晓,叩开读者的心扉,唤起读者的共鸣。

孟 建

2005年2月28日于复旦大学

序一

中央电视台台长 赵化勇

党的十六大把“社会更加和谐”作为全面建设小康社会的目标之一，党的十六届四中全会又明确提出把“提高构建社会主义和谐社会的能力”作为党执政能力的一个重要方面。中国电视事业作为社会大系统中的一个重要子系统，作为社会上层建筑的重要组成部分，作为党、政府和人民的喉舌，应当自觉把推动和谐社会的建设作为重要的历史使命，在构建和谐社会的重要历史进程中作出应有的贡献。

中国电视人应该自觉将和谐社会的构建作为电视事业改革和发展的逻辑起点和最终落点。围绕构建和谐社会这一总目标，我们可以检视中国电视事业尚存的不足，明确进一步努力的方向：在宏观层面，我国电视事业还面临着产业经营管理的挑战，怎样做大做强民族电视产业是中国电视人面临的最重要的时代命题之一；在微观层面，怎样通过体制改革和机制创新，来化解在传统运行机制下电视作为一种单纯的事业和市场经济环境中电视作为一种市场化的产业之间的体制冲突和矛盾，即如何在确保正确的舆论导向和社会效益的首要地位不动摇的前提下，通过引入市场机制和现代管理理论来提高电视事业内部的运作效率，尤其是电视制片管理的运作效率是当前亟待解决的重要理论问题和现实问题。

此外，近年来，随着我国电视事业规模的空前发展，电视队伍也迅速发展壮大。其中，迅速成长的电视栏目制片人队伍尤其值得一提。在上世纪90年代初期，栏目制片人制的推行曾经极大地解放了我国的电视生产力，极大地提高了电视制片管理的效率。在各级电视台内部涌现了一批素质高、业务精、能力强的电视制片人。但毋庸讳言的是，目前的电视制片人制还存在一些不尽完善之处，考虑到电视制片人在制片管理中的枢纽作用，从整体上看，电视制片人的准入机制、退出机制、



考核、培训急需制度化和规范化。中国电视十余年的制片管理改革亟待进行理论层面的总结和制度层面的优化完善。

马克思说,一个民族要想站在科学的最高峰,一刻也不能没有理论思维^①。同理,中国电视的改革发展所遇到的一系列现实问题的解决,一刻也离不开电视理论研究的指引和支撑。具体到当下的电视实践,中国电视面临的电视产业经营、频道管理改革、节目形态创新等各项战略任务,都急需强有力的理论支持。在我看来,好的电视理论研究应该具有两种意识,即国际意识和问题意识。其中,国际意识指的是电视研究的视域和方法不能坐井观天、闭门造车,而应该具有放眼世界的胸襟和眼光,在传播全球化的大背景下,这一点显得至关重要。今天,中国电视的竞技场已经不可逆转地被放在了全球传播竞争格局中,中国电视人必须具有与国际传媒巨头进行博弈和竞争的勇气、智慧和力量。所谓问题意识指的是电视理论研究必须坚定地立足于电视改革实践,关注电视改革前沿的热点、难点问题,为中国电视改革出谋划策、建言献策。诚然,电视理论研究应该务实和务虚并重,但这并不意味着电视理论是“两耳不闻窗外事”的“书斋式”研究,这并非杞人忧天,我们可以看到很多电视理论研究者往往片面偏重纯学术的理论思辨,而对方兴未艾的电视改革却缺乏一种具有针对性的切实关怀。

王甫和吴丰军两位同志的新作《电视制片管理学》,从制度设计和制片管理实务两个层面对电视制片管理做了系统的研究。理论与实践结合、务实与务虚并重是其特色。全书包括基础理论和管理实务两个部分:基础理论部分系统论述了制片人的定义、制片人制的发展史及中西比较、制片人的类别、制片人的素质要求、制片人制的制度设计、制片管理理论基础等;管理实务部分详尽地阐述了选题、策划、栏目生产、电视剧生产、财务监控、人力资源管理、公共关系等电视制片管理诸流程。本书既总结了央视的制片人制改革经验,也汇集了凤凰卫视、CNN 和 BBC 的制片管理经验。尤其值得一提的是,书中还穿插了许多精当的案例,该书不仅可作为高校影视专业教材和电视台制片人培训教材,对于电视理论研究也有重要参考价值。

王甫同志上世纪 90 年代毕业于中国人民大学新闻学院,获新闻学博士学位,

^① 《马克思恩格斯选集》第 3 卷,人民出版社 1972 年 5 月第 1 版,第 467 页。



后一直在中央电视台研究处工作。他在主持中央电视台的理论研发工作的同时，一直潜心于电视理论的研究与思考，至今已出版了多部富于理论价值的学术专著，并因此曾经被评为首届全国十佳电视理论工作者之一。另一位作者吴丰军至今未曾谋面，但听说他是一位年轻的高校教师，已经在学术期刊上发表了二三十篇论文，与人合作出版了几本专著。《电视制片管理学》可以看成是两位作者在电视理论研究的道路上留下的又一个坚实的脚步。

适逢狗年春节将至，在辞旧迎新的节日氛围里，对《电视制片管理学》的出版表示衷心的祝贺，希望并相信该书的出版能够为中国电视改革和发展发挥积极的作用。

是为序。

2005年岁末于北京

序二

中央电视台人事办主任 杨晓民

当下,我国电视改革正逐步走向深入,中国电视面临的电视产业经营、频道管理改革、节目形态创新等各项战略任务,都急需强有力的理论支持。其中,以制片人制为主要内容的电视制片管理改革尤其亟需理论研究的指引。

20世纪90年代初,我国电视栏目制片人制改革使电视生产力的潜能得到了空前的释放,电视节目生产的效率因此大大提高。在我国电视制片管理改革中,中央电视台一直立足于改革前沿。1993年,《东方时空》在国内率先开展了栏目制片人制的改革,由此引发了波及整个电视系统的制片人制改革热潮。进入新世纪以来,中央电视台不断加大管理改革的力度,将2005年确定为“管理执行年”,进行了栏目制片人管理改革,试行了《栏目制片人管理暂行条例》,对栏目制片人的准入机制、评价机制、培训机制、退出机制从制度上进行了规范,对一批栏目的制片人进行了打破身份限制的公开竞聘,并对栏目制片人制管理改革进行了跟踪调研和量化分析。但同时我们应该清醒地意识到,电视制片管理改革作为整个电视管理改革的有机组成部分,具有牵一发而动全身的复杂性,随着改革的持续深入,如何建立一套既能与国际接轨、符合电视产业规律,又具有国情适应性的电视制片管理体系,已经成为了一个十分迫切的理论问题和实践问题。

电视制片管理改革面临的问题急待理论求解,在这种大背景下,《电视制片管理学》堪称一部应时而生、应需而生之作。我以为,电视理论研究既应有宏阔的理论视野,也应有务实的现实关怀。真正优秀的电视理论研究应该坚定地立足于中国电视改革的前沿,加强针对性、实用性,能够对快速变化的电视实践所提出的问题作出理论回应,为日新月异的电视实践提供学术养分。从这个意义上讲,《电视制片管理学》不失为一部理论与实践并重的力作。

《电视制片管理学》一书既有宏观层面的学理思辨,也有微观层面的实务阐述。在宏观管理层面,本书对当下中国电视制片管理改革的热点——栏目制片人制的



制度设计进行了比较深入的研究。作者运用了跨学科的视角和中西比较研究的方法,在将现代管理理论和国外先进制片管理流程、模式融入我国当下的栏目制片人制方面进行了大胆探索,认为双轨制是电视制片人制的中国社会主义特色,即应该对新闻类节目实行有限市场化的执行制片人制,对非新闻类节目逐步实行彻底市场化的独立制片人制。其中不但有扎实的量化统计与分析,而且提出了可操作的管理模型。在微观管理层面,作者系统详尽地介绍了选题、策划、节目生产管理、财务管理、人力资源管理、节目营销、公关管理等制片管理的流程,其中广泛借鉴了国外的电视制片管理模式,这对于电视台内的制片人业务培训和高校的电视制片管理教学显然是大有裨益的。此外,本书体例的严整,行文的精当,资料的丰富也令人印象至深。

适逢 2005 年岁末,在浓浓的辞旧迎新的节日氛围里,《电视制片管理学》即将出版,希望并坚信该书能够为中国电视制片管理改革的困惑提供一些答案或思路,也能为电视制片管理人才的培养发挥重要的积极作用。

2006 年 1 月 6 日

目录

序一 / 中央电视台台长 赵化勇	1
序二 / 中央电视台人事办主任 杨晓民	1

绪 论	1
-----------	---

第一节 制片人与电视制片管理	1
一、电视制片人的定义	1
二、管理与制片管理	6
三、电视制片人制	8
第二节 建构有中国特色的电视制片管理学	14
一、电视制片管理研究的历史与现状	15
二、建构电视制片管理学的意义	20
三、电视制片管理学的研究内容和方法	23

第一章 制片人制的产生与发展	25
----------------------	----

第一节 美欧影视制片管理概况	25
一、美国电影制片管理概况	25
二、美国电视制片管理概况	33
三、案例：CNN 的制片人管理模式	36
四、英国的制片管理管窥	43
第二节 制片人制在我国的产生与发展	47
一、我国电影制片管理的发展	47
二、我国电视剧制片管理的发展	51
三、我国电视栏目制片管理的发展	55