

全球化信息化背景下我国广播电视发展战略研究系列 之四

■ 胡正荣 主编



中国西部广播电视 发展战略



北京广播学院出版社

教育部人文社科
“全球化、信息化背景下我国广播电视

Development Strategies for West China's Broadcasting Industry

中国西部广播电视 发展战略

主 编 胡正荣
执行主编 李 煜

北京广播学院出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国西部广播电视发展战略/胡正荣主编. —北京:北京广播学院出版社, 2003.8

(“全球化、信息化背景下我国广播电视发展战略研究”系列之四)

ISBN 7-81085-197-7

I. 中... II. 胡... III. ①广播事业—发展战略—研究—西北地区②广播事业—发展战略—研究—西南地区③电视事业—发展战略—研究—西北地区④电视事业—发展战略—研究—西南地区 IV. G229.27

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 065835 号

中国西部广播电视发展战略

主 编:胡正荣

责任编辑:蔡开松

出版发行 北京广播学院出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮 编 100024

电 话 65779405 或 65738538 传 真 010-65779140

网 址 <http://cbbip.bbi.edu.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 装 北京中科印刷有限公司

开 本 880×1230 毫米 1/32

印 张 7.375

版 次 2003 年 8 月第 1 版 2003 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-197-7/N·97

定价:18.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

我们如何与时俱进？

——代总序

胡正荣

(一)

说到中国的广播电视业，一个有目共睹的事实便是，我们只用了近20年便发展壮大到了西方发达国家需要30多年乃至更长时间才能达到的规模。截至2001年底，我国已有广播电台301家，广播节目1935套；电视台357家，电视节目2194套；有线电视用户9091万户^①。频率、频道大量增加，节目数量和质量大幅度提升，由广播电视带动的消费业和其他相关产业也明显壮大。总之，一句话，我们的广播电视业成绩斐然。

不过，自20世纪90年代末、本世纪初以来，我们的广播电视业明显地感受到了发展中的困惑和问题。其实，这与我国日益走向开放、更加进步中出现的困惑是同步的。这种感受随着我们加入世界贸易组织（WTO）、我国政治、经济、社会 and 文化的进一步深化改革而变得更加强烈，更具有不确定性。

在肯定成就的同时，我们也可以看到我国的广播电视实践中的诸多难题，“目光短浅，视野狭隘；体制不顺，机制不活；各自为政，力量分散；方向不明，后劲不足”（徐光春语）。实践竞进的速度之快，以至于纷纷以快对快，只有时间用来关注具体战术，而没有时间研究整体战略；只有心思沿袭他人和前人的经验，而没有心力引进科学理念与运作；只

^① 国家广播电影电视总局《中国广播电视年鉴》编辑委员会：《2002中国广播电视年鉴》，中国广播电视年鉴社2002年版，第508、509页。

能进行脚疼医脚,头疼医头的局部改良,而不可能进行全局性的系统创新;只能涉及节目等表层调整,而无力进行机制、制度等深层改革。我们需要小思路,更需要大智慧!

面对广播电视实践提出的种种问题,学术界则显得要么无动于衷,要么全身进入。前者保持了学术的独立和高洁,但是,学术生命略显苍白无力;后者积极实践,以身作则,但是,难免事本主义,我注六经。前者只顾抬头看路;后者只顾埋头拉车。

传统的学术范式和话语体系难以胜任变化如此迅速而剧烈的时代和如此多样化的事业。我们努力尝试与时俱进,建构新的学术范式。这或许也是我们这些中青年学者必须完成的任务。

(二)

我们可以看到,前几年的“新经济”和网络狂潮给我们的实践和研究以清醒的一击。在泡沫破裂、浮躁渐退的时候,人们又重新认识曾经被视为过时的观念和运作。战略研究和战略制定便是曾经被认为落伍的东西。就在几年前,人们还认为当今世界变化如此迅速,当人们花太多的时间去制定战略的时候,社会、市场早已经发生了变化,从而使制定的战略成废纸一张。但是,近两年来,特别是当产业兼并和整合日益成为家常便饭的时候,人们越来越觉得战略的研究和制定是如此之重要。

“战略回归”已经成为产业发展的重要特征并成为一个热潮。为什么?人们从潮涨潮落中认识到,只有对自身的发展和现状进行科学而深入的研究与思考,通过制定战略来调动、积累和优化所有的优势资源,才可能在市场上建立起真正有效的核心竞争力和竞争优势。

加入 WTO 后,我国市场上必将会有一批胜利者,也会有一大批失败者。我们广播电视的竞争其实还远未充分,市场还远远没有成熟,我们媒体的整体成本与效益有着明显的剪刀差,我们广播电视的产品缺乏变化等等,这些问题使得我们不得不思考这样一个问题,即我国广播电视业的核心竞争力和竞争优势何在?

我们面临的是一个日益不同的竞争环境,相当多的业务基础和发

展空间正在快速变化,因此,我们的广播电视业必须做好战略的准备。按照美国波士顿咨询公司创始人布鲁斯·亨得森推动的“企业战略”和“竞争优势”概念,战略的精髓就是通过差异化而形成压倒其他所有竞争者的独特优势。

成功的全球性企业,必然有着清晰的发展战略和强大的竞争优势。当然,更重要的是他们有完成战略的强大领导力。

我们广播电视的战略以及由此形成的竞争优势不仅仅是如何应对挑战,而更应该是深思熟虑,寻找未来的新增长点。从当前我国广播电视业现状看,我们的产业链不健全,其中最为缺乏的就是研究与发展环节(R&D)。研发就是为战略服务的。通过研发,可以知道如何取舍和选择什么,可以确立目标,可以决策,可以明确如何实施和完成战略。

(三)

作为教育部重点人文社科研究基地,北京广播学院广播电视研究中心团结了我国一流的广播电视研究人员、教授和学者。我们的使命就是科学研究、培养人才、学术交流等,关注前沿课题,与国际先进学术思想沟通,与我国广播电视实践对话,成为我国广播电视业重要的“思想库”和“人才库”。该中心 2000 年成立以来,我们承担了多项重大科研项目,如我主持的“全球化、信息化背景下我国广播电视发展战略研究”,曾庆瑞教授主持的“电视剧艺术学学科体系”研究,黄升民教授和吕锐教授共同主持的“新科技对广播电视影响及对策研究”,朱羽君教授主持的“当前我国广播电视新闻改革研究”等。

本系列是我负责的“全球化、信息化背景下我国广播电视发展战略研究”项目的研究成果。系列一《中国广播电视发展战略》从整体观照我国广播电视发展战略的各个环节,如媒介生态、受众、内容、产业、集团、制度以及发展方向等;系列二《外国媒介集团研究》重点研究国外媒介集团的发展进程、宏观规制、组织结构和运营模式等问题,同时提供著名媒介集团的个案分析;系列三《媒介市场与资本运营》重点关注日益变化的国际和国内媒介市场,特别是市场运作、资本运营等问题;系列四《中国西部广播电视发展战略》将重点考察与我国东部有着明显不

同的西部广播电视发展过程、问题和解决思路等。

本项研究的出发点是希望推进我国广播电视业的战略研究和战略制定。因此,在研究成果的设计上努力做到有总体研究,也有个案分析;有纵向研究,也有横向比较;有地域性研究,也有国际化观照。

我们真诚期待着广播电视研究者、实践者以及关注广播电视的其他人士,给我们提出宝贵意见和建议,帮助我们不断进步,同时,也共同推进我国广播电视业的发展。

(四)

系列四《中国西部广播电视发展战略》的作者是北京广播学院广播电视研究中心的年轻研究人员,及四川大学广播电视研究所、四川省广播电视局、成都电视台的有关学者。研究框架和结构、审订由胡正荣完成,本册由李煜负责主编,各章节完成人如下:

引 言	张志华
第一章 西部大开发中广播电视事业发展战略	张志华
第二章 西部大开发中广播电视业务发展战略	吴 靖(第一、二节)、张志华(第三节)
第三章 西部大开发中广播电视人才发展战略	郭 强
附录一 四川省广播电视发展战略研究	
四川大学广播电视研究所	蔡尚伟 操 慧
四川省广播电影电视局	胡玉全
附录二 成都广播电视发展战略研究	
四川大学广播电视研究所	蔡尚伟
成都电视台	冉光泽
四川大学广播电视研究所	李琦琳

正是这个研究集体的通力合作,才使得这项工作得以完成。在此,对他们的辛苦以及众多支持我们进行此项研究的教育部、国家广播电影电视总局、北京广播学院和其他广播电视部门的朋友们表示感谢。

2003 年夏于北京

Contents 目 录

代总序:我们如何与时俱进? /胡正荣

1 引 言 Preface

- 5 第一章 西部大开发中的广播电视事业发展战略
Chapter 1 Broadcasting Business Strategies in Great
West Development
第一节 覆盖问题 /5
第二节 技术发展问题 /23

29	第二章 西部大开发中的广播电视业务发展战略 Chapter 2 Broadcasting Industry Strategies in Great West Developinent
	第一节 频率、频道设置的发展问题 /29
	第二节 西部各省节目发展现状与对策 /50
	第三节 广告发展问题 /69
99	第三章 西部大开发中的广播电视人才发展战略 Chapter 3 Broadcasting Strategies Intellectual in Great Weat Development
	第一节 西部地区广播电视人才资源现状 /99
	第二节 西部地区广播电视人才发展的问题及制约因素 /121
	第三节 我国西部地区广播电视人才发展对策探析 /129

149	附录一 四川省广播电视发展战略研究
	Index 1 Development Strategies for SiChuan's
	Broadca-sting Industry
	第一节 四川省广播电视概述 /150
	第二节 四川省广播电视的竞争优势与局限分析 /172
	第三节 四川省广播电视集团化发展的可行性分析 /180
204	附录二 成都广播电视发展战略研究
	Index 2 Development Strategies for ChenDu's
	Broadca-sting Industry

引 言

1986年4月,六届全国人大四次会议通过《中华人民共和国国民经济和社会发展第七个五年计划》,将我国划分为东、中、西三大地带。西部地区包括四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆等9个省(自治区)。1997年八届全国人大五次会议通过了设立重庆直辖市的决定,西部地区增加为10个省(自治区、直辖市)。

“七五”计划指出,东、中、西部三大地带,是按照经济技术发展水平和地理相结合的原则划分的。属于西部地区的省、区、市和广西、内蒙古两个自治区,是国家要予以支持和东部沿海省份要加强帮助的经济不发达地区。而且在国家制定和实施有关地区政策的问题上,这些省、区、市也基本上享受大体相当的优惠政策。故比照我国特区发展的“五加二”模式(除五个特区外,浦东新区和苏州工业园区基本享受相当于特区的政策),采取“十加二”模式,广西和内蒙古比照享受西部地区政策。^①

在自然环境方面,我国西部地区人口分散、地形复杂。西部12省(区、市)国土面积为671.49万平方公里,占全国国土面积的69.95%;2000年第5次全国人口普查,西部人口为3.75亿,占全国人口的28.85%;西部地区与我国周边十多个国家接壤,而我国陆地边境80%在西部;我国55个少数民族中51个居住在西部,少数民族人口的80%聚居在西部;全国贫困人口中扶贫难度最大者也分布于这一地区。

^① 《西部大开发战略决策若干问题》,中央文献出版社,2000年版,第63页。以下若未另加说明,西部地区或西部即为该12个省、自治区和直辖市。

基础建设方面,西部铁路路网密度仅为东部地区的 50% 左右,西藏是全国惟一不通铁路的地区;全国未通公路的乡镇大部分集中在西部;西部电话普及率仅相当于全国平均水平的一半;全国未通电的行政村大多在西部地区,许多农民还听不到广播,看不到电视。

1999 年 6 月,江泽民总书记在西安主持召开的西北五省区国企改革和发展座谈会上,发出了“实施西部大开发”的庄严号召。

加快基础设施建设是西部大开发的基础,而广播电视已经成为现代化建设的一项基础设施。2000 年朱镕基总理在九届人大三次会议上所作的政府报告中,强调西部大开发“当前和今后一段时期”五个方面的工作,除了基础设施外,其他四个方面是:生态环境保护和建设,发展特色优势农业,发展科技教育,扩大对外开放。相比于其他基础设施,广播电视对于做好这四个方面的工作,不论在理论上,还是在促进发展和经济社会效益的实践上,它都同样处于基础设施地位,具有基础设施作用。

不仅如此,与其他基础设施相比,广播电视还有其特殊作用。首先,它能够通过各种形式传播党的方针政策,为西部大开发中的各项工作,以致整个改革开放和现代化建设提供强有力的舆论支持;同时又是普及科学、法律知识和经济信息的渠道,是投资环境的重要组成部分。其次,它能为广大受众及时提供各种各类节目,丰富其文化生活。对于更新观念,开阔眼界,提高科学文化素养,尤其是对青少年的成长具有十分重要的影响。广播电视具有传播快捷、受众面广、信息量大、感染力强等特点,且不受性别、年龄、文化程度等限制,这对于文盲、半文盲比例较高,且担负着加强民族团结、维护稳定、反对分裂重任的西部地区而言,是其他基础设施所无法比拟,也是其他媒体所难以比拟的。

加快西部地区广播电视事业的发展是实施西部大开发战略的重要内容。改革开放以来,西部广播电视事业有了很大发展,但受经济、教育、地理、人才等限制,与全国特别是东部地区相比仍较落后。

在此背景下成立的“我国西部广播电视发展战略研究”课题组,查阅了大量的相关材料,并到重庆、陕西、云南等西部广播电视媒体进行了实地调研。在了解西部广播电视的历史沿革和现状的基础上,并在

西部大开发的背景下,课题组指出了西部广播电视业发展战略中存在的问题,并提出了相应的对策。

该课题主要涉及我国西部广播电视事业、业务和人才三个方面。

广播电视事业的发展是广播电视媒体竞争的立足点,故本书第一章围绕事业展开,涉及以下内容:

广播电视覆盖 主要从“村村通”工程和“西新工程”的成果,论及广播电视信号在西部各省区市的覆盖概况。并指出该两项工程的难处和不足之处。同时对西部省级卫视较中、东部卫视在落地方面的不利因素进行分析。

技术 从西部地区广播电视媒体资金缺口大着手,指出西部广播电视媒体技术改造上的困难。并根据西部不同地区的情况分成三类:自身可投入技术改造,但仍受限于资金;自身技术投入有困难,但受惠于政策;自身技术投入困难,又无政策扶持。

在广播电视事业发展的基础上,业务建设是广播电视媒体竞争的重点。第二章涉及的内容包括:

频率和频道 概述了西部广播电视频率、频道发展的历史和现状。指出西部频率、频道设置上的问题,并指出频道专业化存在的问题及其原因。并就西部频率、频道发展在宏观和微观两个层面上提出对策。

节目 指出西部各省区市的节目现状及存在的问题。就西部优秀栏目进行个案分析。并就加快西部广播电视节目的发展提出相应的对策。

广告 从全国广告业自1981年来的发展入手,重点论及同时期广播电视媒体的广告发展,特别是近年的发展趋势,从宏观经济形势、广告业发展水平与广告参与者(广告相关管理者、广告主、广告公司、广告受众、广告媒体)的行为方面,分析了西部广播电视媒体在广告创收方面的不利因素,并提出广告经营对策。

由于人具有的能动作用,广播电视媒体间的竞争,很大程度上是人的竞争。所以第三章专门谈人才问题。

该部分从全国广播电视人才的现状出发,分析我国较发达地区广电媒体在人才使用上的观念和实践。在此基础上,指出西部广播电视

媒体当前的人才现状,包括国家主管部门和西部部分广播电视媒体在人才方面的政策和实践。分析西部广播电视人才发展的问题和制约因素。并就西部广播电视人才的发展问题提出相应对策。

在西部广播电视业发展中,四川省无疑位居前列,所以在附录部分以个案的形式对四川省及其省会成都市的广播电视发展战略进行可行性分析。

第一章 西部大开发中的广播电视事业发展战略

第一节 覆盖问题

一、“村村通”工程

“村村通广播电视”工程是国家为解决广大农村和边远山区(主要是西部地区)百姓难以看电视听广播问题而实施的工程。从1998年开始实施,到2000年底,基本上实现了全国通电行政村“村村通”的任务。解决了10万个行政村7000多万农牧民群众收听收看广播电视的问题,使我国的广播电视人口综合覆盖率分别从1998年末的88.3%和89%提高到92.1%和93.4%。^①考虑到西部地区地形复杂、地广人稀、少数民族聚居。此举更是意义重大。

(一) 西部各省(区、市)取得的成绩

1. 四川省

2000年,建成开通广播电视盲村13310个,至此,全省通电的行政村都能收看到中央和省台各一套节目,收听到中央的一套广播节目,新增有线电视用户130.77万户,新增广播电视覆盖人口329.4万人,广播人口覆盖率达到92.85%,电视覆盖率达到93.61%。

2. 重庆市

2000年完成了全市3476个行政村“村村通”工程建设,解决了近100万贫困人口收听收看广播电视难的问题。“村村通”实现后,全市已形成了有线电视光纤传输、多路微波传输、卫星接受有线入户或建立无线差转台、站等多种传输方式的广播电视立体覆盖网,广播电视覆盖

^① 《人民日报》2001年4月2日。

率从 1998 年的 87.2% 提高到 92.5%。

3. 贵州省

至 2000 年 10 月底,全省共建设农村卫星广播电视收转站 9676 座。全省实现村村通广播电视。广播覆盖率达到 76.24%,较上年增加 5.72 个百分点。电视覆盖率达到 85.34%,较上年增加 4 个多百分点。

4. 云南省

2000 年省内凡是通电的行政村,均已实现了“村村通”。到 2000 年底,全省广播电视覆盖率分别达到了 87.4% 和 89%。

5. 西藏自治区

2000 年又有 700 多个行政村的农牧民群众听到广播看到电视。尤其在林芝地区,2000 年底全地区广播电视人口覆盖率已经达到 85% 以上,林芝等县已经基本实现“村村通”。到 2000 年底,西藏全区已建单收站 1242 座,有线电视站 31 座,收转站 1061 座,总计 2334 座。广播、电视人口覆盖率分别达到 77.7% 和 76.1%,与实施“村村通”工程以前相比分别提高了 22.8% 和 26.2%。

6. 陕西省

1998 年完成 950 个村;1999 年完成 3220 个村;到 2000 年 11 月,全省 6261 个村的“村村通”工程全部完成。全省广播电视人口覆盖率分别达到 85.5% 和 86.99%。

7. 甘肃省

1997 年底前已通电的 5117 个乡和行政村的“村村通”工程,于 2000 年完成。并且制定了《甘肃省村村通广播电视补充建设计划》,确定对全省 1998 年以来新通电、移民或只能看到 1 套节目的 2124 个行政村实施通广播电视的建设任务。到 2000 年末,全省广播电视覆盖率分别达到 85.63% 和 86.14%。

8. 青海省

2000 年一年完成 648 个盲点村通电视的任务。至此,全省已通电的农村、牧区基本实现了通电视的目标,全省电视人口覆盖率由上年的 82% 提高到 86%。如以牧为主的海北藏族自治州,安装“村村通”电视

设备 37 套,卫星地面站 50 套,太阳能视听设备 30 套,使该州电视人口覆盖率由 80.7% 提高到 89.2%,给牧区起到了示范作用。

经过努力,全省的广播人口覆盖率由上年的 60.2% 提高到 2000 年末的 63.3%。

9. 宁夏回族自治区

2000 年完成了全区 917 个盲点乡“村村通广播电视工程”建设。全区广播、电视人口覆盖率分别由 1998 年的 80.0% 和 81.6% 上升到 2000 年的 85.2% 和 86.0%,是全区近年来广播电视覆盖率上升较快的一个时期。

10. 新疆维吾尔自治区

2000 年,全疆建成开通广播电视盲点村共 1685 个,基本实现了 20 世纪末全疆村村通广播电视的宏伟目标。这项工程,新增覆盖人口约 85 万人,广播和电视人口覆盖率均增加 5 个百分点,分别达到 87.91% 和 90.28%。

11. 内蒙古自治区

到 2000 年底,全区完成 3017 个广播电视盲点的建设任务,每个盲点最低实现了中央一套广播和电视、自治区一套电视节目的覆盖,全区约增加广播电视覆盖人口 65 万,广播电视综合覆盖率分别达到 85.58% 和 81.42%。

12. 广西壮族自治区

2000 年继续实行政村“村村通”工程建设,并在扶贫移民异地安置场地,建设卫星广播电视地面收转站。全面完成 654 个广播电视盲村和 344 个扶贫移民异地安置场点的“村村通”工程建设。实现了全区通电行政村村村通广播电视。广播人口综合覆盖率达到 85%,电视人口综合覆盖率达到 90%。

对于基础设施建设落后于东部和中部地区的西部地区来说,“村村通”工程的意义非凡。截至 2000 年底,通过三年的努力,西部各省(区、市)均已达到或超过预定目标,广播电视人口综合覆盖率有了不小的提高。见表 1-1。