

周鸿铎 主编

媒介经营与管理丛书

Media Operation and Management III

下辑 叁

# 中外广播电视 法规比较

The Compare Between  
the Broadcasting Laws  
of China and Abroad

马庆平 主编



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

周鸿铎 主编

 媒介经营与管理丛书

Media Operation and Management III

下辑 参

# 中外广播电视 法规比较

The Compare Between  
the Broadcasting Laws  
of China and Abroad

马庆平 主编

经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

**图书在版编目 (CIP) 数据**

中外广播电视法规比较/马庆平主编. —北京: 经济管理出版社, 2004

ISBN 7-80207-130-5

I. 中... II. 马... III. ①广播工作—法规—对比研究—世界②电视工作—法规—对比研究—世界  
IV. G912.104

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 131894 号

**出版发行: 经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 王光艳

技术编辑: 蒋 方

责任校对: 超 凡

787mm×960mm/16

29.75 印张

511 千字

2005 年 1 月第 1 版

2005 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1 5000 册

定价: 48.00 元

书号: ISBN 7-80207-130-5/F·121

**· 版权所有 翻印必究 ·**

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

# 媒介经营与管理丛书

**主 编：**

周鸿铎 中国传媒大学教授、博导，传媒经济研究所所长

**编委会主任：**

黄 勇 广电总局副总编辑、广播电视规划院院长

**编委会委员：**

丁俊杰 中国传媒大学新闻与传播学院院长，教授、博导

于佩玲 中国传媒大学教授，继续教育学院院长

马庆平 中国国际广播电台经营办主任

云 虹 华中科技大学副教授

王建新 山东省淄博市广电局副局长

李新民 贵州省电视台台长

李晓枫 重庆广播电视集团董事长

陈中原 中国教育报刊社高级记者

陆 地 清华大学新闻与传播学院教授

时统宇 中国社会科学院研究员

孟 健 上海复旦大学教授

麦莉娟 北京师范大学教授

林吕建 浙江省广播电视局局长

欧阳宏生 四川大学教授、博导

郑保卫 中国人民大学教授、博导

赵德全 中广学会学术部主任

夏陈安 浙江电视台科技与教育频道总监

詹金灿 福建电影制片厂副厂长

詹成大 浙江省传媒学院管理系主任

黎 斌 中央电视台发展部副主任

## 总 序

《媒介经营与管理》丛书共有三辑，每辑四卷，共十二卷，同传媒经济丛书（共八卷）是姊妹篇。传媒经济丛书多侧重于经营理念和宏观经营谋略策划方面的分析研究，对经营决策者有重要的理论意义和实践意义。同样是媒介实体经营者的必读书。在市场经济条件下，作为媒介实体经营者来说，要能始终保持媒介产业公司在媒介市场上的核心竞争力，真正拥有独特的竞争优势，除了具有雄厚的经济实力外，还必须具有科学的知识结构体系，准确地理解国家关于媒介产业的宏观决策，并能根据宏观决策的要求，制定出能发挥本公司独特竞争优势的具体的媒介产业经营策略。媒介经营与管理丛书多侧重于经营与管理谋略的分析和研究，并提出了许多具有实践意义的媒介产业经营与管理的技巧、模式，对于媒介实体经营者具有重要的理论意义和实践意义。同样是媒介产业的宏观决策者的必读书。要彻底改变我国媒介产业经营与管理的现状，不仅媒介实体经营者要懂得媒介经营与管理，媒介产业的宏观决策者也必须懂得媒介经营与管理。只有这样，才能既保证媒介产业宏观决策的正确，又能对媒介实体经营者进行科学的指导，进而促进我国媒介产业健康发展。

在我国，由于长期不认识媒介的经济属性和产业功能，过分地强调媒介的政治属性和喉舌功能，因此，对媒介产业系统的管理干部配备基本上都是行政管理干部；对媒介产业部门的管理基本上采用的是行政手段；对媒介产品的生产只讲投入不讲产出，没有产品成本意识；对媒介产品质量的要求，只对上级负责，很少对群众负责；对职工的培养多注重新闻宣传方面的知识，基本上没有经营与管理知识方面的训练，等等。总之，目前我国媒介产业系统既缺乏媒介经营与管理方面的知识，又缺乏人才。而我国市场经济的发展和信息社会的到来，又急需媒介经营与管理的知识和人才。媒介经营与管理丛书就是为适应这种形势发展的要求和我国媒介产业发展的实际而撰写的。

媒介经营与管理丛书由于是在国内外媒介产业部门提供的经验的基础上，根据我国媒介产业的实际和发展趋势撰写而成的，具有前瞻性、实用

性、可操作性。这套丛书共分三辑，其基本内容如下：

《媒介经营与管理》上辑：

#### （一）《媒介经营与管理总论》

本书从一般经营与管理的基础知识出发，深入地分析了媒介经营与管理的核心理论和媒介经营与管理的操作技巧。主要内容有媒介经营与媒介管理的互动以及应采用的策略和媒介市场、媒介生产、媒介产品、媒介资本的经营与管理以及应建立的具有中国特色的媒介经营与管理体制。

#### （二）《报业产业经营与管理》

报业产业是媒介产业体系中的一种传统产业，它的历史最长，人们对于它的特点最了解。本书从中国的实际出发，针对报业产业的具体业务，详细分析了报业产业的定位策略、价格策略、资源开发策略以及现代报业产业的经营与管理机制。

#### （三）《广播电视经营与管理》

广播电视产业是电子媒介产业群中经营时间最长、经验最丰富、目前经营效益最好的产业群之一。本书根据我国广播电视的产业功能被认知和开发起步较晚的特点，并结合西方发达国家的较先进的经营与管理经验，从广播电视产业市场分析入手，以分析广播电视节目的经营与管理为核心，具体剖析了广播电视产品成本经营管理、品牌经营管理以及其他国家和地区广播电视产业经营与管理的基本经验。

#### （四）《网络产业经营与管理》

网络产业是电子媒介产业群中的一种新兴产业，也是一种最有发展前途的媒介产业形式。由于网络产业的形式和发展是同网络技术的发展和应用的同步的，所以本书在分析网络产业经营与管理时紧紧抓住网络技术及其经营与管理这一基本问题，以此为核心全面分析了网络产业经营与管理的理念与策略。在网络时代，由于网络已成为各类经营实体以及社会人个体之间的联结纽带，给网络经营与管理带来了许多前人未曾接触到的问题，因此，在本书中既分析了网络与传统媒介、商务、金融等相融合而形成的新的经营实体的经营与管理问题，又分析了实施对网络产业经营与管理必须树立的创新理念。创新是实现网络产业经营与管理的关键。

媒介经营与管中辑：

#### （一）《媒介组合策略》

媒介组合是一种综合性的媒介现象，是未来媒介产业发展的一种趋势，特别是多媒体和互联网络的出现，加快了媒介组合化的步伐。由于媒介的组合运作，深刻地影响着人们接触媒介和运用媒介的基本方式。本书

主要从媒介产业发展政策、媒介产业发展的总体趋势、媒介产业的新技术和媒介产业的实践操作等层面分析了媒介组合应采用的基本策略以及实现媒介组合的实践意义。

## **(二)《传媒集团运营机制》**

传媒集团是媒介产业发展的总趋势,即是媒介产业发展规律的一种必然。我国虽然已组建了许多传媒集团,但真正规范化的传媒集团还尚未形成,因此,本书所分析的运营机制相对于我国传媒集团的现状具有超前性,同时对今后规范化的传媒集团运营有着重要的借鉴价值。

## **(三)《媒介财务管理》**

财务和财务管理贯穿于媒介产业的各个领域,对于媒介产业的发展具有重要意义。本书从媒介产业财务管理的基础理论和技巧入手,系统地分析了媒介产业财务模式、财务计划、财务预算、财务决策、盈利目标以及媒介产业各领域的具体财务管理制度、资金筹措、资产(包括无形资产)管理、收益管理、财务风险等。同时还分析了如何合法避税以及报表分析的财务管理等。

## **(四)《媒介调查分析》**

媒介产业要生存和发展,就必须准确地认知自己,就必须准确地了解受众和媒介市场。媒介调查提供了对这三个方面进行认知的实用工具。本书结合媒介实体的需要和实证调查研究的特点、程序,系统地分析了媒介调查的基础理论、常用方法和应用领域,具有很强的实用性和可操作性,特别是对媒介产业转制后的各类媒介经营实体的经营与管理具有重要的理论意义和实践意义。

媒介经营与管理下辑:

### **(一)《广播电视经营管理模式》**

广播电视产业在媒介产业群中具有重要的地位。广播电视经营管理模式对于我国确立科学的媒介经营管理模式产生着重要的作用。本书从目前我国广播电视产业经营管理现状入手,详细分析了广播电视产业宏观经营管理模式、产品经营管理模式、机构管理模式、投资战略模式以及新闻宣传管理模式、播出管理模式、行政管理模式等。由于广播电视产业是一种信息产业,它随着科学技术的发展和社会生产力的变化,其经营管理模式也必然出现相应的变化,充分表现出广播电视经营管理模式的动态性特点。

### **(二)《电视频道经营实务》**

频道制是我国电视产业发展的一种方向,也是我国电视媒介管理体制

深化改革的一项重要举措。频道专业化是合理利用频道资源的有效措施。本书以典型案例为背景,以频道制和频道专业化为核心,全面分析了频道制的具体内容和运作方式;全面分析了频道专业化经营管理的技巧。本书所分析的内容对我国电视产业转制将会起到一定的借鉴作用。

### (三)《国内外广播电视法规比较》

市场经济是法制经济。在我国,由于市场经济起步较晚和媒介产业进入市场的步伐迟缓,所以有关媒介产业经营与管理方面的法规很少,更没有形成具有中国特色的媒介产业法律体系。本书以广播电视法规为例,将中国大陆现有的部分法规同欧美、日本、韩国和印度的广播电视法规进行比较,为建立具有中国特色的媒介产业法规提供了一定的可供借鉴的实例。

### (四)《世界五大媒介集团经营之道》

为适应我国媒介产业发展的需要,本书选择介绍了时代华纳、迪斯尼、贝塔斯曼、威卡姆、默多克新闻集团等世界级的五大媒介产业集团的成功发展历程以及经营之道。主要分析了这五大媒介产业集团的现状以及它们在发展过程中所采用的经营策略,以供我国媒介产业经营实体借鉴。

总之,媒介经营与管理问题对于我国的媒介经营管理者来说,还是一个新问题,这套丛书的公开出版发行对于普及媒介经营与管理基础知识和提高我国媒介经营管理者的素质将会起到积极的作用,同时也解决了高校应用传播学专业以及其分支学科——传媒经济专业学生的用书问题。

对于媒介经营与管理问题,虽然早在20世纪80年代初我们就开始了调查研究,但是,由于宏观的社会环境和人们主流思想认识上的原因,真正有创造性的突破性进展还是近几年的事情。这种现实决定了媒介经营与管理理论在许多方面还不够成熟,同其相适应,在经营与管理策略上还具有一定的探索性。这样,我们敬送给读者的这套丛书难免还存在着不完善的地方,敬请读者和专家不吝赐教,以便在今后的再版中修改。

周鸿铎

2004年12月18日于北京

## 前 言

我国的传媒业正在经历一场变革。广播电视在这场变革中起着重要作用。数字化将使得电视的频道数量猛增，网络化将使得广播电视的传输方式发生质的变化。越来越多的人可以通过个人电脑、电视机、移动电话、甚至通过游戏控制板接入因特网。人们接触媒介的方式比以前任何时候都要广泛。家庭可以通过高速电话线体验全新的媒体服务。人们还将通过电视机收发电子邮件，在家中购物，制定个人收视时间表等。媒体技术革命正在创造出新的媒介形态。

传媒业的变革与社会系统的大环境对这场变革的作用一直是媒介管理学所关注的。在人们十分关注作为现代媒介的广播电视的新闻宣传“喉舌”功能的同时，其固有的法律属性也不应当被忽视。随着我国广播电视产业化发展，广播电视已不再是一个单纯的技术概念或传播学术语，它的内涵具有诸多法律属性，或者说有法律概念的实质特征。首先，在“媒体即权力”的视野中，作为最主要的媒体，广播电视一直是“第四种权力”的象征。而这种权力属于法律的范畴。其次，广播电视已由单纯的“工具客体”向“责任主体”转变，人们曾经一直从一种“工具论”或“功能论”的角度来认识广播电视的本质，广播电视也如同一双筷子、一台机床一样，“尽其所能、听我之命、为我所用”。但随着社会的法制观念的逐渐成熟，人们发现广播电视是一个具有独立行为能力的“责任主体”，是在享有权利的同时独立承担义务的“法律主体”。再次，广播电视按照“准公共产品”和“公益性”的要求，总是要用法律的理念和原则来规范自身的行为，如公共信条、公正原则、合法传播等。可见，广播电视这个概念就是法律内涵的体现，离不开法律的视线。

以法治业是广播电视产业发展规律的内在要求。法对于广播电视的产业化发展以及对于产权关系、市场关系、利益关系、经营规则等进行了规范，保证了广播电视产业的健康发展。健全的法制还为广播电视产业的发展创造了健康、公正的外部环境，法制越健全越有利于广播电视产业的发展。没有有效的法律体系和执法体系，就不可能保障广播电视产业的正常

发展。美国当代广播电视业的发展继承了美国法治的传统，以法治业“从一定意义上也保证了美国整个电子传播产业在相当长的时间内仍能居世界的领先地位”。另外，法治是一种理性的办事原则。“法治”一词又经常被理解为依法办事。广播电视产业的运行必须有法可依，有法必依，执法必严，违法必究。

世界各国的广播电视体制主要有三种类型，即国有国营制、私有私营商业制和国有公营与私营制相结合的媒介体制。上述各种体制都有一定的利弊，没有一个国家的广播电视体制堪称完美。商业广播电视以营利为目的，娱乐内容漫无节制，因而受到很多批评。国营广播电视体制也有一些内在的矛盾，它的非商业化和非政府化的规定，为广播电视的资金带来疑问，并使国营媒介处于两难境地。几十年来，各种制度既互相竞争，又互相借鉴、吸收、融合。演变的结果是各国制度都已不属“纯粹”，而具备了多种成分和因素。

信息化是现代社会的发展趋势。随着信息时代的到来，人们越来越认识到媒介与信息传播活动在社会构建中的重要性。以广播电视为代表的大众传播的发达、完善与自律是现代社会进步、成熟的一项标志，中国社会的现代化在一定程度上也将有赖于此。纵观各国广播电视的发展历程，我们可以清楚地看到，政治和法律因素是影响广播电视发展的重要因素。与此同时我们也应当看到，广播电视的规制趋势正逐步从法律规制向社会道德规范规制与契约规制相结合的方向发展。从《美国佛罗里达州坦帕市与时代华纳公司前进纽豪斯合伙公司关于有线电视服务的特许权协议》的合同条款之中我们或许可以得到很多启发和灵感。

近年来，随着我国广播电视业的飞速发展，广播电视立法工作也取得了很大成绩。到目前，已基本形成了以《广播电视管理条例》为纲，以相应的行政法规和规范性文件为基础的较为全面的广播电视法规体系。同时，广播电视领域的改革也在稳步推进当中，广播电视业发展中出现的新问题、新情况给广播电视立法工作提出了一系列新课题、新挑战。

市场经济是法制经济，广播电视产业的发展必须有健全的法规体系。本书用比较法选择了世界上部分国家关于广播电视产业发展过程中所制定的一些法规，同时也选择了我国关于广播电视产业发展过程中的一些有关规定，供研究和制定我国规范化的广播电视法规参考。

编 者

2004年10月

# 目 录

## 第一篇 欧美广播电视法规

### 第一部分 美国广播电视法规

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| 1967 年美国公共广播法摘译 .....                              | 3   |
| 美国国际广播法(节选) .....                                  | 6   |
| 美国有线电视法 .....                                      | 16  |
| 美国佛罗里达州坦帕市与时代华纳公司前进纽豪斯合伙<br>公司关于有线电视服务的特许权协议 ..... | 74  |
| 美国有关媒体所有权的规定 .....                                 | 124 |
| 美国媒体紧急报警系统规定摘译 .....                               | 125 |
| 紧急状态下美国总统对通信享有的权力 .....                            | 126 |
| 美国战时紧急状态下无线电频谱使用与协调程序 .....                        | 128 |
| 美国国家安全与紧急待命实施规定 .....                              | 131 |

### 第二部分 英国广播电视法规

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 英国通信法草案政策框架 .....      | 139 |
| 英国有线电视的政府规制 .....      | 194 |
| 英国的委托制片制度 .....        | 195 |
| 英国独立电视委员会节目准则 .....    | 196 |
| 关于续延英国广播公司的皇家特许状 ..... | 238 |

### 第三部分 欧洲十四国广播电视法规名录

## 第二篇 日本、韩国、印度广播电视法规

### 第一部分 日本广播电视法规

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 日本有线电视市场准入手册····· | 265 |
|-------------------|-----|

### 第二部分 韩国广播电视法规

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 韩国广播电视法·····              | 288 |
| 韩国广播电视法实施令·····           | 326 |
| 韩国广播电视委员会《广播电视法》实施条例····· | 355 |

### 第三部分 印度广播电视法规

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 1997 年印度广播法摘要 ····· | 367 |
| 印度有线电视网络(管理)法·····  | 369 |

## 第三篇 中国广播电视法法规

### 第一部分 中国广播电视体制规制

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 广播电视管理条例·····   | 377 |
| 有线电视管理暂行办法····· | 384 |

### 第二部分 中国广播电视业务规制

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 广播电台电视台审批管理办法·····      | 388 |
| 互联网等信息网络传播视听节目管理办法····· | 393 |
| 广播电视广告播放管理暂行办法·····     | 398 |
| 卫星电视广播地面接收设施管理规定·····   | 401 |
| 境外卫星电视频道落地管理办法·····     | 402 |
| 电视剧管理规定·····            | 405 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法(试行)..... | 411 |
|-------------------------------|-----|

### 第三部分 中国广播电视规制改革

|                                             |     |
|---------------------------------------------|-----|
| 关于广播电视工作的汇报提纲.....                          | 418 |
| 关于积极推进广播影视集团化改革的实施细则(试行).....               | 428 |
| 关于广播影视集团融资的实施细则(试行).....                    | 431 |
| 关于广播影视集团实行多媒体兼营和跨地区经营的实施<br>细则(试行).....     | 433 |
| 关于加快广播影视高新技术应用的实施细则(试行).....                | 434 |
| 关于广播影视“走出去工程”的实施细则(试行).....                 | 437 |
| 关于实行广播电视节目制作、发行行业准入制度的实施<br>细则(试行).....     | 440 |
| 关于市(地)、县(市)广播电视播出机构职能转变工作的<br>实施细则(试行)..... | 443 |
| 关于加快有线广播电视网络有效整合的实施细则(试行).....              | 445 |
| 关于加强网上传播广播电影电视类节目管理的实施<br>细则(试行).....       | 447 |
| 关于加强广播影视法制建设的实施细则(试行).....                  | 450 |
| 关于促进广播影视产业发展的意见.....                        | 452 |
| 后记 .....                                    | 461 |

# 第一篇

## 欧美广播电视法规



# 第一部分 美国广播电视法规

## 1967 年美国公共广播法摘译

### 第一条 国会政策

1. 为了公众的利益，鼓励公共广播电视的发展，并鼓励公共广播电视促进教育和文化的发展。

2. 为了公众的利益，鼓励发展有创造性的节目，使得不到广播服务和高质量广播服务的受众的节目需求得到满足，特别是儿童和少数民族。

**第二条 公共广播公司的建立（该公司适用《哥伦比亚特区非盈利公司法》）**

本法授权建立一个非盈利公司，名为“公共广播公司”。该公司不是美国政府机构或行政机关。该公司将遵守本法的规定，并和《哥伦比亚特区非盈利公司法》（D. C. Code, Sec. 29—501 et seq.）相一致。

### 第三条 董事会的职责

1. 公共广播公司董事会（以下简称董事会）由 9 名成员组成，由参议院建议和同意，由总统任命。来自同一政党的成员不得超过 5 人。

2. 董事会成员将从教育、文化、市政事务或者艺术、广播、电视领域中做出突出贡献的非全职人员中挑选，并且应尽量代表各个地区、各个行业，并具备各种与公司职能相关的才能和经验。

### 第四条 董事会主席、副主席的选举及董事会成员的补贴

1. 董事会将每年从其成员中选举一位主席、一位或多位副主席。

2. 董事会成员不被视为美国政府的官员或雇员。他们将参加董事会会议，履行与会议或其他活动相关的职责。在此期间每天获得 150 美元的补贴，包括旅行的时间。但每一财政年度的补贴总额不得超过 1 万美元。

若离家或离开非通常的工作地点，董事会成员将被允许支出旅行费用和实际、合理、必需的费用。

**第五条 职员和雇员：任期、补贴、资格、免职、党派属性、行使人事权的政治资格**

公司的总裁和其他有关职员由董事会提名并任命，其任期和补贴由董事会决定。非美国公民不得担任。公司的职员，除正、副主席外，其他职员在被公司聘用期间，仅从公司获得薪金或补贴。但是如果其参与董事会有关的机构或委员会的工作，而这些机构或委员会不享受公共广播公司拨款的情况下，他们可以从这些机构或委员会获得相应的补偿。

**第六条 公司的非盈利性和非政治性**

1. 公司无权发行股份或者公告分配、支付股息。
2. 除了薪水和合理的服务报酬之外，公司的任何主管、官员、职员或其他个人，均不能从公司收入或资产中获取利益。
3. 公司不得赞助任何政党和公共机构的候选人。

**第七条 公司的目标和活动：《哥伦比亚特区非盈利公司法》授予的权力**

1. 为了实现第一条规定的目标，公司应：
  - A. 促进公共传播的全面发展，促使公共传播实体能提供各种不同来源的、高质量、丰富多彩、有创造性、优秀的节目，并严格地坚持客观性，保持不同节目的平衡性；
  - B. 帮助建立和发展一个或多个互联互通的公共传播服务传输系统，以便使所有的公共传播实体能在其选择的时间内提供这些服务。
2. 公司有权从个人、私有企业、州政府、联邦政府部门和其他组织机构获得赞助，并有权与他们签订有关合同。

**第八条 法律允许公用传输公司对公共广播和电视服务提供免费或低费用的互联通信服务，但应遵守联邦通信委员会的规定**

**第九条 向国会报告**

1. 公司将在每年的 5 月 15 日以前，向总统和国会提交上一财政年度（截止到 9 月 30 日）的报告，报告应包括：
  - A. 综述公司的经营活动、财政状况、职责范围内成就及公司认为合适的建议；
  - B. 综述上一财政年度联邦政府分派给公共传播实体的资金库存情况；
  - C. 列举得到公司资助的节目制作者的姓名、节目题目或描述每笔资助的数量。