

鹏城之声

第 二 辑

主编 刘 明



海天出版社
中国·深圳

目 录

代 序

深圳广播在发展中的定位	刘 明 1
-------------------	-------

消 息

香港国庆见闻	刘 明 潘之江 9
京九铁路全线开通	卢 裕 熊忼洋 蔡天丛 11
书市闭幕前两小时	陈溶冰 潘之江 11
书记也做义工	邵小波 12
深圳市隆重集会举行《香港基本法》宣传日活动	林卫春 潘之江 13
雷 雨 14	杨文华 叶文冰

言 论

八评“增创新优势 更上一层楼”	刘 明 16
迎接新挑战，再创新辉煌	余构文 石建华 潘之江 16
敢于试验，勇于创新	19
高新技术是发展特区经济的领头雁	21
辐射内地 走向国际	24
走向共同富裕	26

增强紧迫感新姿迎九七	28
万众一心，做好深港衔接	30
深圳义工现象系列评论	32
大家都来做义工	潘之江 32
人生的价值在于奉献	潘之江 33
唱好奉献这支歌	潘之江 35
关于医德医风的系列评论	37
还我革命的人道主义	石建华 38
病人面前无小事	石建华 40
讲医德就是讲政治	石建华 42
关键在于领导	石建华 44
不信东风唤不回	石建华 46
四评当代活雷锋陈观玉	47
时代的呼唤	石建华 47
无私奉献的楷模	王 健 49
大力弘扬传统美德	潘之江 51
无私奉献，艰苦奋斗	李北海 53
郑文友逃税现象透析	潘之江 邓 洁 55
沃尔玛现象	朱良骏 58
打铁需要自身硬	刘 明 61
关键在于落实	刘 明 62
群众举报好	石建华 64
清查要彻底 根治须治本	石建华 65
把青山留住	潘之江 66
看谁还敢乱来	潘之江 68
爱拼才会赢	李北海 70
记住这个教训	李北海 71
把功夫做到实处	刘晓青 72
菜价为什么没有暴涨	刘晓青 74
女人四十黄金价	王 健 75

谁知盘中餐 粒粒皆辛苦·····	王 健	76
山海情深 共图发展·····	袁承咏	78
筑造社会主义精神文明大厦·····	袁承咏	79
愿“绿地、碧水、蓝天”常在·····	陈 建	81
打假证件刻不容缓·····	陈 建	82

专 稿

罗湖桥头话九七（上篇）·····	刘 明 潘之江	83
刘晓青 王 健 袁承咏 雷秋生 杨文华		
蔡天丛 邵小波 卢 裕 张明霞 黄燕凌		
陈溶冰 章 安 熊忼洋等		
打工仔中毒以后·····	黄燕凌	96
在板结的土地上耕耘（含评论）·····		99
献一片热心·····	陈溶冰	99
献一片爱心·····	陈溶冰	102
雏鹏奋飞·····	陈溶冰	105
这是爱的奉献·····	潘之江	108
深圳商战（上）·····	朱良骏 刘晓青	110
深圳商战（下）·····	朱良骏 刘晓青	114
购物卡之谜·····	蔡天丛	118
闯出新天地·····	刘世倩 赵国丽 朱克奇 朱良骏	121
朱家良 刘 明 潘之江 李北海		
在裂变中新生·····		121
市场支点·····		125
盘活资产经营的新思路·····		129
靠新思路取胜·····	刘 明	133
万科现象的重要启示·····	李北海	135
重在“造血”·····	潘之江	137
从多元化到专业化、规模化·····	朱良骏	139

不容忽视的人才缺口	赵国丽	142
驻港部队的风采	李晓梅	145
当代活雷锋陈观玉	潘之江 刘晓青 张明霞	147
	雷秋生 陈溶冰 黄燕凌	
执著的追求		148
温暖送万家		150
走出中英街		153
谁来与洋快餐竞争	孙立遐	156
火爆的 VCD 机市场	赖灿辉	160
我市移动通信结束独家经营	张春元	163
在深圳做个书商怎么样	卢 裕	166
美丽的心灵之歌（之五）	叶 贞	169
永不闭幕的深圳书市	邵小波	171
商业受贿也犯罪	石秋萍	175

节目（节目编排）

听新年钟声 迎香港回归	潘之江 刘晓青 杨文华	178
豆豆和妈妈	高 艳	181
深圳人眼中的深圳人	晓 昱	188
倾听生命	胡晓梅	194
问鼎之路	陈 希	203
美丽的记忆	王月嵘	211
妻子该如何保持女性的性魅力	卿海波	218
拼搏奥运 情系中华	潘 迪	226
谈谈“缴费自选一本通”的不规范运作问题	红 石	231
中秋思乡夜 谁敲月下门	周 阳	240
爱与和平鸽	小 妹	247
1996 年 11 月 28 日《898 早新闻》（存目）	雷 雨	250
	姜迎春 童小琴 张明霞 丘惠萍 潘之江	

业务论文

言论写作中的求异思维	雷秋生	251
党报理论——毛泽东新闻思想的灵魂	杨文华	257
电台节目设置刍议	胡 凯	264
浅论民俗与新闻传播	雷秋生	269
简洁明快 通俗易懂	胡 凯	276
DAB 发射机测试用 COFDM 信号的产生	郑朝晖	283
郑坤元 李 栋 王 儇		
美国 HARRIS PT-10FM 调频立体声发射机		
调制度设置与音质改善的探讨	王 柯 张晓峰	293
广播技术的现在与未来	郑朝晖	300
深圳广播电台建台十周年文艺晚会		
音响技术方案的设计	齐 兵	304
与记者谈录音	齐 兵	307

深圳广播在发展中的定位

(代序)

刘明

我国城市广播的定位问题实际上贯穿着中国城市广播改革的始终。这也是不同城市广播同仁长期思考的一个课题。我国城市广播改革中出现的系列化、专业化、对象化趋势，实际上已经昭示了我国城市广播发展的方向。

系列化、专业化、对象化是我国十几年 广播改革历史的经验总结

我国的广播改革始于1980年。1981年元旦，中央人民广播电台对台湾广播的《空中之友》节目开播，由徐曼主持，我国的广播第一次出现“节目主持人”的称谓。

从1980年10月召开的第十次全国广播工作会议提出广播要“自己走路”开始，首先是广播新闻报道逐渐改变过去那种依赖报纸和新华社以及照搬报纸宣传方式的做法，以体现广播新闻“新、快、短、活”的特点，增加了自采自编的消息和录音报道。而中央人民广播电台和广东人民广播电台率先开办的具有鲜明广播特点的主持人节目突破了传统的广播节目模式，令广播界耳目一新。这一切改变了广播宣传的观念。

广播“自己走路”在1983年得到了很好的发挥。而“扬独家之

优势，汇天下之精华”的广播特色使全国广播系统全面开始了以新闻改革为主体的广播改革。广播新闻开始注重其时效性、信息量以及报道面和报道深度。具有广播特点的录音报道、现场报道、现场直播等报道形式大量增加。而主持人节目更是受到了普遍欢迎。这些主持人节目包括社教、文艺、服务等内容，以朴实亲切的谈心式的交流，一改过去那种居高临下、灌输式的宣传而赢得了大量听众。但这些萌芽性的改革实际上只能称是广播改革的起步和探索阶段。1986年12月珠江经济广播电台的开播和一系列改革，标志着我国广播改革进入了一个全新阶段。以珠江经济台为契机的“珠江模式”，其实质就是系列化、专业化、对象化的早期试验。主要表现在三个方面。

一是把中国广播传播模式从“以播者为中心”向“以听者为中心”转变，确定了听众是广播的主人的地位。听众的中心地位为广播走向系列化、专业化和对象化创造了条件。珠江台的创办实际上就是系列台的开始。

二是产业功能的确立。珠江经济台从一开始就把自己不仅当作是政治宣传的工具，具有党和政府喉舌的功能，同时还是一种产业，可以开展多种经营，创造社会效益和经济效益。

三是形成了我国第一个专业台。人民台以全民为听众对象，大而全，只能是综合式的传统模式。而由专业台组成的系列台制是广播观念的革新，这也是从珠江台开始的。

珠江经济台以“板块节目”为特点，采用热线电话的形式展示了“大众型、信息型、服务型、娱乐性”的崭新面貌，开拓了全国广播同行的视野。继珠江经济台之后，上海、北京等地也相继建立了系列台。到1991年，经济台在全国已有15家。以“直播热”、“系列台热”为主要特征的广播改革推动了中国广播的深刻变革。这种变革为20世纪90年代初期广播走出低谷、深化改革打下了坚实基础。随着全国经济改革的高潮的到来，广播改革也到了日新月异的阶段。大板块直播、热线参与、主持人直播等广播方式被大量采用，而且是持续升温。全国经济台发展到70多家，而且新闻台、文艺

台、音乐台、信息台、交通台、教育台、儿童台、英语台等系列台、专业台在各地纷纷设立。而 1992 年上海东方广播电台的开播则标志着中国不仅出现了广播热，而且达到了高潮。它的“以信息性适应时代，以服务性争取市场，以参与性赢得听众，以明星主持为标志”的办台方针也得到了全国广播界的一致认同。

与此同时，以中国广播热为契机，地处改革开放前沿的深圳广播也得风气之先。深圳广播电台以整点新闻为主干，以主持人直播板块节目为主，她的“朝夕相处，为您服务”的办台方针很快在强手如林的竞争环境中赢得了 76% 的听众。3 年后由 SCA 开发了“万通信息台”，这个专业性的股市台，有特定的收听对象，率先实行有偿服务，有偿收听。1995 年又开播了深圳经济广播电台。现在正筹建交通台。特区广播也逐步形成了系列化、专业化、对象化的格局。

广播走向系列化、专业化、对象化是中国广播改革的必然结果，这也是对中国广播改革的经验总结。

系列化、专业化、对象化是 21 世纪城市 广播发展的必然趋势

展望 21 世纪的中国城市广播，系列化、专业化、对象化将是其主要特征，因为：

（一）中国城市广播改革所走过的路子已证明系列化是一条成功之路。

系列化的特征就是广播要专业化、对象化。以“珠江模式”为主要内容的中国城市广播在今后还将巩固、完善、发展系列体制。“珠江模式”是我国广播工作者经过数十年的艰苦探索才找到的一条比较符合广播规律和特点的路子。其精髓就在于直播和主持人制。而这两点的实质是与听众平等地交流。广播的形式会变化发展，但是把听众作为主人的实质是不会变化的。

（二）我国城市广播经过近十年的改革与发展，已基本形成了系列化的格局。

广播向窄播发展，由单一到多元，从整体到分化。结果是综合电台纷纷派生出几家专业台，一套节目演变成几套节目。原来由人民台承担的宣传任务已逐步分解到几个专业台来承担。实践证明这种系列化制是成功的。

我国几个大的中心城市目前都已形成了程度不同的系列化。北京台、天津台、上海台、广州台、南京台以及沈阳台、成都台和深圳台等，这些台在今后相当长的时间内都将巩固和发展这种系列化格局，做到更加专业化，更加贴近听众，扩大收听率，提高创收水平。

（三）城市广播系列化也是社会主义市场经济的要求。

广播是党和人民的喉舌，同时也是一项产业。一方面广播作为党和人民的喉舌的功能不能变，无论怎样改革，广播的喉舌功能只能加强，不能削弱。但另一方面，广播作为产业需要创收。这两者都需要广播窄播化。可以预见到的是政府对广播的拨款将越来越少。因此，广播要依靠自身求发展，只有向产业化方向去努力。产业化不是需要广播在目前阶段去搞多种经营，而是多建系列台，充分开掘广播资源，扩大广播有效播出时间。而在将来，广播将形成集团经营的格局。广播集团仅仅依靠一套节目播出是无法想象的。

（四）竞争的需要要求广播要走系列化的路子。

广播业已经成为竞争激烈的市场。在这个市场中，广播竞争的基本要素包括节目、受众和广告。节目是根本，是第一要素。只有高质量的节目才能参与广播市场竞争，赢得了竞争才能赢得听众。有了听众才能有广告。这是发展广播的一条规律。为了在竞争中取胜并在市场中求得生存与发展，广播就必须提高自己的节目质量以满足不同层次听众的需要。

（五）系列化、专业化和对象化是国际上广播的惯例。

考察一下境外国外的电台，它们基本上都是系列化和专业化的。这并非说我国城市广播非要照搬境外国外电台的模式不可。但是广播特有的规律是带有共性的，这一条应该遵循，好的经验就应该借鉴。

以最近的香港广播来说，2000 多平方公里、600 多万人口的香港，目前拥有广播节目 13 套。其中作为政府台的香港电台共有 7 个系列台。第一台，中文台，以报道新闻和公共事件节目为特色；第二台，中文台，以青少年为主要广播对象，着重播放流行音乐和歌曲；第三台，英文台，其播出对象为外籍人士和懂英文的华人；第四台，中英文双语台，专播古典音乐；第五台，多语种电台，是一个为不同特殊阶层听众需要而设的电台；第六台，以转播 BBC 为主；第七台，交通台，发布最新交通信息。香港商业电台也有 3 个系列台，商业一台、商业二台和英文商业台。

德国的市级电台自由柏林广播电台共有 6 套节目，6 个系列台，其中包括：“城市广播”、“信息与服务之声”、“古典与文化之声”、“多种文化”、“信息台”和“青年台”。“多种文化”以 21 种外语向柏林的外国人广播。“青年台”则面对 14 - 25 岁的听众，以播出时尚、谈话、音乐为主。美国、法国、英国、日本等国家的城市广播也基本上是这套路数。

这些广播电台之所以成功（像香港商业电台每年的广告费收入已达到 3.5 亿多港币），很重要的一点是依照广播规律办广播。广播规律是所有广播人必须遵循的。而这个规律最主要的是确定听众作为主人的地位。听众作为主人的广播规律决定了城市广播的定位要走系列化、专业化和对象化的道路。

（六）广播资源的开发利用为系列化、专业化、对象化创造了必要的条件。

广播资源包括频率资源、时间资源、受众资源和节目资源。

频率资源是有限的，它是广播的基本资源。频率由于分配等原因不可能无限制扩张。一方面，要充分、有效、合理地使用现有频率资源；另一方面，要加大频率资源的开发利用。现代科学技术也为开发创造了条件。比如 FM 调频广播 SCA 的开发利用，现在国内许多城市台的系列台中如信息台、股市台、儿童台等都是在利用边频广播。信息高速公路和有线广播电视网也为广播提供了几十个频率，完全可以满足广播的窄播要求，使之系列化，而且更加专业化。

有线广播电视网中的广播频率的收听效果将会更好，比较适合办一些专业的音乐广播和信息广播。

时间资源、受众资源和节目资源也都是可以开发的。通过开发，它们将更加丰富，广播将更受欢迎。

综上所述，可以预见我国城市广播在今后相当长的时间内都将走系列化、专业化、对象化的路子。

深圳广播在发展中的定位问题

深圳是个新兴的年轻城市，她的目标是要建成一个国际性的大都市，形成一个区域性的经济中心。

深圳的广播事业也是一项新兴的事业。如果不算深圳建特区以前以及建特区之初的有线广播，深圳的无线广播只有 10 年的历史。这 10 年恰巧是我国广播改革风起云涌的 10 年。由于深圳特殊的地理位置和她作为改革开放的窗口，深圳的广播事业同样也处在中国广播改革的前沿，同样深深地打上了中国广播改革的烙印。

1986 年 10 月 12 日，深圳广播电台开台试播。三年的试播期间，深圳广播电台基本上是采取了传统的广播模式。有主持人节目，但不是直播，更不可能开通热线。由于受到诸如频率的覆盖、人才以及财力的限制，每天只有早、中、晚 3 次新闻，自采新闻很少，大量的的是采用报纸的新闻。只有几个诸如《空中欢乐园》等带音乐娱乐性的主持人录播节目。

1990 年 6 月 18 日，受“珠江模式”在全国广播界所产生的效应的冲击，深圳广播电台进行第一次节目改版，这次改版的路子基本是“珠江模式”，其特征是“以整点新闻为骨干，大板块主持人直播节目”，并播出了“朝夕相处，为您服务”的台标。这些都是符合广播规律的做法。而“朝夕相处，为您服务”更是确立了听众是广播的主人的地位，把广播放到了一个为听众服务的位置，这是一大进步。改版后的节目很受听众欢迎，在很短的时间内赢得了深圳的 76% 点多的收听率，打破了深圳听众被香港电台垄断的局面。从这

以后几年内进行的多次节目调整和改版，更加贴近生活，贴近实际，贴近听众。以内涵求发展，节目更为丰富多彩，播出时间更长，听众更加欢迎。

随着深圳社会经济的发展，深圳的广播事业仅仅依靠一个频率、一套节目已远远不能满足听众的需要。1993年，利用SCA边频开发了边频广播，开通了“万通信息台”，这是个专业化的股票信息台，听众基本是股民。1994年12月，利用国家所调配的调频频率开办了经济台。1995年又对现有两个频率进行调整，以第一台、第二台的呼号播出。第一台定位于以新闻为主，第二台定位于以经济、音乐为主。现在积极筹办第三台，定位是以交通为主。至此，特区广播已基本形成了系列化的格局。

研究深圳广播在发展中的地位问题，除了要遵循广播规律外，首先必须明确深圳的地理位置、社会特征以及人群构成等因素。

其一，深圳的地理位置。

深圳毗邻香港，是珠江三角洲的一部分。在这2000多平方公里的范围内，空中电波纷繁多样，光是调频和调幅广播就可以收听到30多家，也就是说有30多家电台在竞争着深圳的听众。深圳的广播一是要有自己的地缘特点，首先把深圳的听众吸引住；二是要有专门的节目或者电台扩大对香港的广播。

其二，深圳的社会特征。

深圳是个经济特区，又毗邻香港，中央要求深圳不仅在经济建设方面要走在全国的前面，而且在精神文明建设方面也要走在全国的前面。广播是为两个文明建设服务的。广播要壮大自己的事业，必须走集团化经营的格局。集团化首要的一点是广播要系列化。在最近刚刚通过的《深圳市社会主义精神文明建设“九五”规划》中，明确提出广播在“九五”期间要办成交通台、儿童台和英语台。按照这个规划去实施，深圳的广播事业就应当拥有6个专业台6套节目。

其三，人群构成。

深圳是个新型的移民城市，人群多样化是深圳人口的一大特征，

100多万的常住户口，200多万的劳务工，这是深圳人群的基本构成。而这300多万人口中又以年轻人居多。

依上所述，深圳的广播在定位时应注意：

首先，要强化深圳广播的新闻宣传，从广播来说，新闻永远都是主业，无论怎么变怎么发展，新闻只能加强，不能削弱。目前，深圳电台第一台是定位于新闻，但从发展来看，还不能适应需要。新闻台应该更加专业化，不仅是个台还应该是个“网”，应当成为深圳广播新闻的传输发布中心。

其次，深圳的广播要适应香港'97回归后的需要。深港经济要衔接，深圳要在保持香港的繁荣稳定方面发挥作用。因此，在广播的专业化和对象化方面，应着重考虑1997年后的因素。

第三，深圳的目标是要建设成一个现代化的国际性城市，要建成区域性的经济中心、金融中心、贸易中心和运输中心。深圳的广播要想立足于深圳，就必须围绕这几个中心去定位，寻找自己的位置，以适应深圳社会经济发展的需要。

第四，深圳的广播应充分考虑深圳不同人群的需要，满足不同层次听众的需要；深圳广播要满足200多万打工青年和本市年青人的需要，提高素质，引导需求，深圳广播责无旁贷。

第五，深圳广播在定位时还必须考虑到其他几个因素，诸如：军人、学生、汽车司机、农村城市化后的妇女等等，这也是不容忽视的一个听众群体。

从上述几个因素来看深圳广播，必须要系列化、专业化和对象化。

系列化是事业发展的需要，专业化是提高宣传质量的要求，而对象化则是广播满足听众需求的必要条件。从深圳的广播历史以及对特区未来广播发展的展望，努力探索系列化、专业化、对象化的路子，深圳广播必将拥有广阔的天地和光辉灿烂的明天。

香港国庆见闻

刘 明 潘之江 卢 裕
熊忼洋 蔡天丛

连日来，香港同胞以空前的爱国热情举行了形式多样的活动，以此来表达对 97 回归普天同庆之日的殷切企盼和他们对香港平稳过渡、繁荣稳定的信心。本台赴港采访组参加了香港各界自发组织的各种庆祝活动。下面请听各位记者发回的报道：

【我是记者卢裕。今天铜锣湾除了保持平日购物天堂的繁华和气派之外，更增添了一份节日的独有的欢乐气氛。记者发现，有的高楼大厦四周插满了一面面鲜艳的红旗，庆祝中华人民共和国成立 47 周年的巨大条幅特别醒目。在铜锣湾的大街上，记者还看见许多行人手持一面面小国旗，记者上前采访了一位手持国旗的小姐，（录音“今年中秋和国庆连在一起，明年香港要回归祖国，月圆，人更盼望着团圆，我们香港人的心情特别高兴。”）】

【我是记者熊忼洋。这次我们在香港参加的活动特别多，感受最深的是在大球场香港各界青年举办的迎国庆、盼回归大型活动，现场共有两万多香港青年参加，场面十分热烈感人，一位香港女青年对我们说：（录音：“作为一位生活在香港的青年人来讲，面对着九七的来临，我们的心是觉得非常兴奋的，很高兴，因为明年我们就要回到祖国的怀抱里，那实在是这几年一直渴望着的事情。”）】

【我是记者蔡林。知名爱国人士、全国政协委员、香港恒兴基玉

集团有限公司董事会主席施祥鹏在国内十多个省市有投资项目，他对祖国和香港的未来充满信心，在炮台山海景大厦，记者采访了他，施祥鹏是这样说的：（录音：“各个阶层，所以说香港今年都参与了，那么为什么有那么多人参加呢？是大家有个回归感，有个归属感。”）】

据了解，今年由香港各界代表组成的“香港同胞庆祝中华人民共和国成立 47 周年”筹备委员会规模空前，参加的工商社团有 105 多个。

在港岛、在九龙、在新界，一个个欢庆的场面，一份份喜悦的心情，正是 '97 回归庆典的序曲和前奏，再过 273 天，香港的历史即将翻开新的一页，明年的今天，600 万香港同胞将迎来回归后的第一个国庆节。

（1996 年 10 月 1 日播出）

京九铁路全线开通

陈溶冰 潘之江

各位听众，现在是9月1日下午3点50分，我现在站在深圳火车站第一站台，在我身边，是一列装扮一新的红色列车。再过20分钟，它就要从祖国的南大门沿着新建成的京九铁路驶向北京。用三年零七个月的时间，建成2000多公里的铁路，这在人类铁路史上是一个壮举。它的建成圆了中国人一个世纪之梦。

专程来深圳乘坐这趟列车的香港同胞对记者说：

〔录音：“这京九是一个巨大成就，贯通南北，坐上这趟列车非常幸运，非常光荣，我宁愿坐火车也不愿坐飞机啦。”〕

铁道部副部长孙永福前来参加深圳的开车典礼，他说：

〔录音：“京九铁路的开通之后为沿线的经济发展也创造了一个良好的条件，再一方面这条铁路把我国首都北京和香港紧密地连接起来了。”〕

各位听众，现在，列车已缓缓驶离站台，带着我们的希望，它驶向远方，也必将带着越来越强盛的中国，驶向21世纪。

（1996年9月1日播出）