

电视节目主持人的 人才资本运营

王朝晖 著



 上海人民出版社

电视节目主持人的 人才资本运营

王朝晖 著



 上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视节目主持人的人才资本运营/王朝晖著. —上海:
上海人民出版社, 2008

ISBN 978-7-208-08292-2

I. 电... II. 王... III. ①电视台—人才管理学②电视节目—主持人—研究 IV. G222.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第189440号

责任编辑 张 晗

封面装帧 傅惟本

电视节目主持人的人才资本运营

王朝晖 著

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路193号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 635×965 1/16 印张 15.75 插页 2 字数 207,000

2009年3月第1版 2009年3月第1次印刷

ISBN 978-7-208-08292-2/C·322

定价 28.00元

本书出版获上海市教育委员会重点学科建设项目资助，项目编号：J51202

媒介经营管理研究的 新视野、新突破(代序)

复旦大学新闻传播学博士后王朝晖的专著《电视节目主持人的人才资本运营》终于问世了!在中国广播电视学与媒介经营管理学的学术领域,又多了一本精品佳作。笔者作为其博士后导师与第一读者,表示由衷的祝贺!

电视节目主持人,一般业内人士理解,是电视职业工作者之一,主要职责在于组织与串联电视节目,使节目顺利播出;新闻传播学学术界理解则是电视栏目与观众之间双向信息传递与感情交流的中介人,是联系电视节目与观众之间的纽带与桥梁。而本著作,根据人才资本运营理论,认为:电视节目主持人给电视节目带来高信誉度与高收视率、广告效应和竞争优势,成为电视台核心资源与核心竞争力的组成部分,要将电视节目主持人当作品牌来塑造和开发。这种观点富有创意,是媒介经营管理研究的新视野、新突破。

本书六章,逻辑结构严密,论证与阐述一气呵成:首先概述人才资本运营理论,然后从电视访谈节目入手探讨主持人的人才资本运营特征,接着重点研究中国电视节目主持人的测评和流动,最后对凤凰卫视节目主持人明星制进行案例分析。

第一章《人才资本运营理论概述》表明,人才资本运营是对人才资本进行经营管理的一种活动,即围绕人才开发,对人才进行投资从而形成人才资本存量,进而通过市场机制,按照国家、组织或企业的目标对人才资本进行使用、管理及优化配置,以实现人才资本的保值

增值,并达到国家、组织或企业收益最大化的目的。

第二章《节目主持人的人才资本运营特征》认为,人才在传媒业发展中占有特别重要的地位,品牌主持人给电视节目带来高收视率、广告效应和竞争优势,成为电视台的核心资源。访谈节目主持人是电视节目最直接的“把关人”,要求很高的素质和能力,因此其人才资本重要性更加突出。

第三章《电视节目主持人的测评》比较了世界品牌实验室和中央电视台对主持人的测评情况,前者推出的《中国最具价值主持人》排行榜,测评角度主要是品牌价值,并通过各种经济指标进行定量分析;后者除了考查收视率外,还兼顾主持人各种内在测评指标。在此基础上,对中国电视节目主持人测评标准进行总结,指出其中需要改进和加强的地方,并就主持人的人格、知识和能力等方面的测评方法提出了自己的构思。

第四章《电视节目主持人的品牌管理》从电视品牌的概念和特性出发,分析电视节目主持人的品牌内涵和特征。电视节目主持人的品牌定位非常重要,与此相关还包括主持人与电视节目风格的关系、电视节目主持人的品牌价值和品牌延伸。品牌节目主持人自身应具备专业知识、人格魅力、个性特征等特质,在此基础上可以通过搭建平台、精心包装、创设激励机制等途径构建节目主持人的品牌。

第五章《电视节目主持人的流动》探讨了电视节目主持人市场的现状及发展趋势,介绍了中央电视台的主持人流失情况,在此基础上着重对节目主持人流动进行经济分析。节目主持人流动有积极意义也有负面影响,电视台可以通过建设良好的企业文化,为主持人提供合理的薪酬方案,让主持人享有主体投资收益权,给主持人打造优秀的发展平台等策略来留住优秀的主持人。

第六章《凤凰卫视节目主持人的人才资本运营》分析了凤凰卫视的主持人明星制,总结了凤凰卫视的主持人来源和包装情况,发现凤凰卫视主持人的人才资本运营方法主要包括两个方面:一是张扬

主持人的个性,二是激发主持人的潜能。实践表明凤凰卫视主持人的人才资本运营效果不错,做到了低成本投入和高效益产出,同时实现了主持人价值高度资本化和电视台的高速发展。

这几方面的论述与探讨,既对广播电视学与媒介经营管理学的学科建设添砖加瓦,又对电视节目主持人如何培养使用与经营管理有现实指导意义。

21世纪以来,中国新闻传播学教育从总体看规模扩大、层次提升、结构优化,同时,加强学科建设与学术研究的严峻挑战与发展机遇并存。据教育部高教司统计,截至2005年全国共有661个新闻传播学类专业点,其中新闻学209个,广播电视新闻学146个,编辑出版学50个,广告学232个,传播学24个。中国新闻传播学教育与科研蓬勃发展的态势,顺应了中国大众传媒业大发展的形势。

而据《2006年中国广播电视年鉴》统计,2005年,全国共有广播电台273座,电视台302座,广播电视台(县市级)1932座,教育电视台50座;还有广播发射台、转播台6.5万座,微波站2444座,卫星收转站150万座等。广播听众近12.22亿人,广播人口覆盖率94.48%;电视观众近12.38亿人,电视人口覆盖率95.81%。而全国各级电视台的节目主持人总计2万多人,成为各级电视台的台柱子。

中国是个大众传媒业大国,有着丰富多彩的媒介经营管理实践。相对于中国大众传媒的经营管理实践而言,有关研究大众传媒经营管理的书籍与论文实在太少了。而中国传统的新闻学重在研究新闻理论、新闻业务与新闻事业史,对传媒经济与传媒业经营管理在相当长时期内未能重视并提到议事日程;甚至中国高等院校的新闻传播院系长期以来没有把培养新闻传媒经营管理人才列入教学规划之中。只在社会主义市场经济体制确立以来、特别近几年,中国的一些新闻传播院系,才把培养传媒业经营管理人才提到议事日程并列入计划,才把媒介经营管理列为必修的专业课程,也才有了几本相关的教科书。而据笔者44年新闻教学经历与近24年广播电视专业教学

经历,只见过少量的相关或相近的学术论文,尚未见过“电视节目主持人的人才资本运营”方面的专著,因此这本著作是另辟研究蹊径的开山之作。

本著作是根据王朝晖于2005—2007年间在复旦大学从事新闻传播学博士后研究的出站报告修改而来。王朝晖认真学习与刻苦钻研,广泛听取师长与同行的意见与建议,除参考了大量国内外论著和资料外,还亲自到实践第一线作社会调查与个案分析。功夫不负苦心人,这部专著的前身博士后出站报告,就曾获得多位专家与评委老师的好评,又经修改,某些不足已得到弥补与克服,著作更显成熟。因此,本著作是作者数年奋斗、辛勤之劳作。

中国共产党的十七大,标志着文化体制改革包括传媒改革将掀开新的一页。媒介经营管理研究近年来异军突起,成为新闻传播学边缘学科与交叉学科中的后起之秀,是与中国传媒业的发展联系在一起的。改革开放以来,随着社会主义市场经济体制的建立,传媒业发生了质的变化。为适应市场竞争的需要,传媒实行企业化管理。本书从全新的视角对电视节目主持人的人才资本运营,作了进一步的探索与研究,并对节目主持人的测评指标与品牌建造,提出了自己的构思与建议。因此,本著作也是应运而生的适时之作。

本书不仅选题、研究角度新颖,内容扎实丰富;而且观点正确,论据充分,研究方法科学;理论与实践紧密结合,行文流畅。笔者认为,本书完全可以用作大专院校相关专业的教科书与电视台从业人员的培训材料。

谈一些阅后感悟,是为序。

张骏德^①

2008年教师节

^① 复旦大学新闻学院教授、博士生导师,上海建桥学院文化传播系主任。

前 言

随着知识经济的飞速发展,人才的价值越来越被企业发现和利用。人才资本通常被认为是凝聚在人自身中的品质、知识、能力、经验等要素的总和。人才资本运营则是对人才资本进行投资、开发、利用和管理的活动。人才资本运营要求企业把人才资本作为一种重要的经营对象,围绕人才规划与组织(投入与培养、配置与营运、产出与分配、管理与服务等)建立起良性的人才开发产业链,发挥人才资本在生产经营中的主导和决定性作用,使人才这一可变资本创造价值和剩余价值,实现人才资本使用效能的最大化。

管理学也是人学,任何形式的管理,归根结底是对人的管理。在企业中首先出现的是传统的人事管理,后来演变为现代人力资源管理。人力资源管理学说发轫于20世纪的美国,作为一种理论体系,70年代开始兴起,80年代蓬勃发展,90年代风靡世界。从发展趋势来看,人才资本运营由人力资源管理进化而来,彻底做到“以人为本”,在21世纪将成为企业经营管理最重要的内容。企业的“企”字,拆开来就是“(到)人(为)止”,可以说企业经营管理的最高境界是人才资本运营。

如果将人事管理和人力资源管理看作前者,将人才资本运营看作后者,则虽然从内容上看,它们都离不开管人、用人,但是深加探讨,却有着明显的不同。主要表现在:1. 从管理视角而言,前者的管

理视人力为成本,后者的管理则视人才为资本;2. 从管理活动而言,前者的管理多为“被动反映型”,而后者的管理多为“主动开发型”;3. 从部门性质而言,前者与生产、效益关系不大,后者则与生产和效益紧密结合;4. 从管理地位而言,前者的管理处于执行层,而后者则处于决策层;5. 从管理焦点而言,前者的管理是以事为核心,而后者则以人中心,注重人事相宜;6. 从管理深度而言,前者的管理注重管好现有人才,而后者的管理则更加注重开发人的潜能。^①

综上所述,人才的合理配置和有效开发是实现人才资本增值的保证。人才的合理配置是人才资本运营的前提和基础,人才的有效开发始终贯穿于企业的经营管理过程。任何一种资源只有被充分利用,才有可能实现利益的最大化。任何一种资本都应该是在不断地运动和积累中实现增值,人才资本也不例外。总之,人才资本运营应该成为各行各业都共同关注的话题,企业在引才、育才和用才时,应牢固树立“以人为本”的管理理念,用先进的制度和机制来保证人尽其才、才尽其用,努力形成一种人才辈出的良好局面,实现人才资本的增值,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

二

今天的电视作为视听工业和媒介文化的载体,它的长处是画面。在人的视听觉比例中,视觉大约占 2/3,视觉印象大于听觉印象,甚至听觉的成功在某种意义上也是借助视觉想象来完成的。由此可见电视影响力产生具有强大的生理基础。巴特认为,对画面的信息解码可以分为三个层次:语言讯息、被编码的肖似图像讯息和非编码的肖似图像讯息。而电视中把这三种讯息连接在一起以产生传播意义的媒介者,无疑是那个向观众进行阐释的节目主持人。^② 因此,很多

① 刘传福:《传媒业人事管理的几点思考》,《当代电视》,2004 年第 7 期。

② 张玉洪:《主持人:电视品牌栏目亲密伙伴》,传媒学术网 http://academic.mediachina.net/academic_xsjd_view.jsp?id=1818。

时候,我们看一个电视节目,实际是在看一个主持人。他(她)像一块磁石一样吸引着我们关注他(她)正在说什么和将要说什么。

在谈话节目中,主持人的作用尤其重要,他们称得上是节目的“灵魂”和“核心”,节目的命运在很大程度上是操纵在他们手中。《实话实说》能出彩,大概就出在崔永元身上,崔永元已经成了《实话实说》的品牌标志。有了好的主持人,谈话也就成功了一大半。那些兼做编导和制片人的主持人,对节目的影响当然也是决定性的。主持人是电视访谈节目最直接的“把关人”,要求很高的素质和能力,因此其人才资本更加可贵。奥普拉·温弗瑞(Oprah Winfrey)电视访谈类节目的成功达到了前所未有的高度。她主持的脱口秀节目平均每周吸引3300万名美国观众,发送到了100多个国家,并连续10多年排在同类节目的首位,给后人树立了一道难以逾越的标杆。奥普拉·温弗瑞处在一种极为发育的商业环境中,围绕着她名字形成了一个集团化的文化产业,所以,她具有真正商业意义上的品牌价值。奥普拉·温弗瑞在电视访谈节目风靡世界的基础上,通过各种方式使自己不断增值,获得了巨大的财富和成功,身价达到10亿美元,是节目主持人的人才资本运营的杰出代表。

凤凰卫视也创造了一个奇迹,作为一个后起之秀,短短几年声名鹊起,刷新了电视台最快赢利的记录。在广播电视学界,有学者把凤凰卫视的成功归纳为一种凤凰现象,称之为“凤凰模式”。凤凰在市场化运作方面一个不容忽视的策略就是,选择有潜质的人才,辅之以一定的栽培和包装,结合受众的喜好,开辟一块用武之地,同时张扬主持人的个性,激发主持人的潜能,全力塑造明星主持人。名主持效应使得凤凰卫视迅速成长,有点类似“蛋孵鸡”。随着凤凰影响力与日俱增,凤凰与明星之间的关系又变成了“鸡生蛋”。因为在凤凰这块金字招牌下的主持人、评论员和记者,往往比在别的电视台工作更容易成名。通过“凤凰造星”和“百鸟朝凤”的良性循环,凤凰的人才资本运营取得了很好的效果,做到了低成本投入和高效益产出,同时实现了主持人价值高度资本化和电视台的高速发展。实践再一次证

明,主持人,特别是在受众心目中具有深远影响力的品牌主持人,会给电视节目带来高收视率、广告效应,电视节目的传播力、竞争力正是建立在其人才资本运营的基础之上的。

三

主持人的人才资本运营离不开人才资本度量。世界品牌实验室(World Brand Lab)从2004年以来连续推出三期《中国最具价值主持人排行榜》,引发了众多褒贬不一的争论。中央电视台则从2002年以来连续四年评选了十大优秀播音员主持人。《中国最具价值主持人排行榜》的测评角度主要是品牌价值,并通过各种经济指标进行定量分析;中央电视台的优秀播音员主持人评选除了考查收视率外,还兼顾主持人各种内在测评指标。无论这些排行榜及其做法是否可信和可行,主持人对于塑造电视品牌所作出的贡献,早已得到普遍的关注和认可。

随着国外电视逐步进入中国以及中国电视体制改革的深入,面对激烈的市场竞争,中国电视媒体的经营开始从生产时代向营销时代迈进。当今中国,众多电视媒体正在积极打造自己的品牌,作为电视栏目形象代言人的主持人更是肩负重大使命。“品牌”早已不是新名词,但用于节目主持人时,却代表了一种新的意义。它描述了受众对节目主持人的一种印象或情感,它带给电视传媒的不仅是市场份额,还有价值巨大的无形资产。在节目主持人的品牌运作过程中,电视传媒为了创造更多的市场价值,必须进行品牌的延伸,中国电视节目主持人的品牌管理还可以更上一层楼。

人才资本的最大特性是人才自身的不可分割性,从而具有高度的自主能动性。当人才的“资本”效益回报与其实际贡献差距较大时,就会产生人才危机或利益风险,这是人才资本区别于物质资本的本质特征。当人才资本的回报率远远低于人的实际创造价值时,人才资本就要用其自身的流动来“投票”,那么人才流失就不可避免。

中国电视节目主持人流动的现象已经屡见不鲜了,如中央电视台这些年主持人流失较多,原因是收入少、压力大以及外界的诱惑等。节目主持人流动有积极意义也有负面影响,电视台可以通过建设良好的企业文化,为主持人提供合理的薪酬方案,让主持人享有主体投资收益权,给主持人打造优秀的发展平台等策略来留住优秀的主持人。

目 录

媒介经营管理研究的新视野、新突破(代序)	张骏德	1
前 言		1
第一章 人才资本运营理论概述		1
第一节 人力资源开发与管理的升华		1
第二节 人才资本的界定、特征和核算		4
第三节 人才资本运营的内容、机制和建议		18
小 结		37
第二章 节目主持人的人才资本运营特征		38
第一节 节目主持人是电视台的核心资源		38
第二节 电视访谈节目主持人的人才资本		43
第三节 奥普拉·温弗瑞的人才资本运营		47
小 结		62
第三章 中国电视节目主持人的测评		64
第一节 世界品牌实验室和中央电视台主持人测评情况		64
第二节 世界品牌实验室和中央电视台主持人测评比较		74
第三节 中国电视节目主持人测评标准和方法构思		78
小 结		88

第四章 电视节目主持人的品牌管理	90
第一节 电视节目主持人的品牌概念	91
第二节 电视节目主持人的品牌定位	94
第三节 电视节目主持人的品牌构建	99
第四节 湖南卫视和东方卫视主持人品牌管理案例	105
小 结	109
第五章 中国电视节目主持人的流动	111
第一节 电视节目主持人市场的现状及发展趋势	111
第二节 中央电视台的主持人流失情况	114
第三节 节目主持人流动的原因分析	121
第四节 主持人流动的影响与对策	130
小 结	136
第六章 凤凰卫视节目主持人的人才资本运营	137
第一节 凤凰卫视的主持人明星制	138
第二节 凤凰卫视主持人的人才资本运营方法	148
第三节 凤凰卫视主持人的人才资本运营效果	160
小 结	163
【附 录】	164
附录 1 中国电视选秀节目的人才资本运营	164
附录 2 人才资本运营随想	195
附录 3 专访丁海森:主持人是电视节目的核心竞争力	202
附录 4 主持人从此向商业活动说“不”	216
附录 5 湖南:三大争论困扰“主持人跳槽案”	223
参考文献	228
后 记	237

第一章 人才资本运营理论概述

第一节 人力资源开发与管理的升华

一、导 论

经济全球化迅速发展的新世纪里,如何应对越来越复杂多变的竞争环境,保持生存和发展,成为企业不得不思考并解决的重大问题。这一问题同样引起了学者们的关注。战略管理领域学者提出要保持企业的持续发展,企业必须获得其核心竞争力。战略人力资源管理领域的学者通过大量的实证研究,表明人力资本及其管理应该是企业的核心能力。随着人力资源开发和管理的升华,大量的企业实践成果也不断提醒人们,在知识经济时代,人才资本应该是企业的核心竞争力,人才资本的获得、整合和扩张是企业保持竞争优势的源泉。

早在 200 多年前,经济学鼻祖亚当·斯密便提出人力资本概念,他指出固定资本中包含所有居民或社会成员的才能,这种才能是通过教育、学习和学徒过程等活动获得的,一般都要付出现实的成本。因此,它可以被看作是固定在个人身上的、已经实现了的资本。此后许多著名经济学家继承和发展了人力资本这一思想,萨伊提出教育是一种资本,能促进生产力的发展,马歇尔认为知识和组织是一个独立的生产要素,马克思的劳动价值论为人力资本的重要思想奠定了基础。20 世纪 60 年代,西奥多·W·舒尔茨第一个明确系统地阐

述了人力资本理论,他论述了人力资本在经济增长中的关键作用。明赛尔在其著作《人力资本投资与个人收入分配》中首次将个人收入与人力资本投资联系起来,建立并完善了人力资本收益模型。随着时代的发展,人力资本作为经济学的一门分支已经发展起来,其理论不仅在经济学领域占有一席之地,在管理学中也产生了重大影响,为管理理论的创新发展开辟了一条道路。

但是随着知识经济的到来和蓬勃发展,国际经济环境发生了惊人的改变,人力资本理论已经不适应新时代的发展,人才资本理论在其基础上应运而生。西方发达国家在人力资本、人才资本方面的理论和经验非常丰富:西方国家经济的发展依赖于其丰富、优质的人才资本;许多经济学家、管理学家致力于人才资本方面的研究;西方的许多大型企业在人才资本运营方面的成功经验,也证明了人才资本运营是企业提高经济效益的途径。发展中国家也认识到了人才资本在经济发展中起的关键作用,以及人才资本投资的重要意义。发展中国家的企业借鉴许多成功跨国公司的经验,开始注重人才资本运营,以建立其竞争优势,在全球化经济的激烈竞争中存活。因此人才资本运营在全球经济发展中起着举足轻重的作用,也是现代企业经营中的重要部分。

二、国内外的相关研究

(一)国外关于人力资本的研究

尽管人力资本思想在西方国家已经有几百年的历史,但是一直没有被处于主流学派的新古典经济学派所认同。直到20世纪五六十年代,随着世界经济的复苏和科学技术的蓬勃发展,一些新经济问题出现了,这些“经济之谜”引起许多学者对人力资本思想的重新审视和发展。20世纪60年代,西奥多·W·舒尔茨在其一系列文章中系统明确阐述了人力资本概念与性质、投资内容和途径,以及人力资本在经济增长中的作用。这也标志着现代人力资本理论的确立。