

电视保卫战

云龙友 编著

TV

甘肃文化出版社



电视保卫战

云龙友 编著

甘肃文化出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

电视保卫战 / 云龙友编著. — 兰州: 甘肃文化出版社,
2007.7

ISBN 978-7-80714-433-5

I. 电… II. 云… III. 电视事业—研究—中国 IV.
G229.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第116020号

电视保卫战

云龙友 编著

责任编辑 / 马映峰

装帧设计 / 郑 屹

出版发行 / 甘肃文化出版社

地 址 / 兰州市城关区曹家巷1号

邮政编码 / 730030

电 话 / 0931-8454870

经 销 / 新华书店

印 刷 / 兰州成祥印刷有限公司

厂 址 / 兰州市七里河区彭家坪镇土门墩新村416号

开 本 / 850×1168毫米 32开

字 数 / 239千

印 张 / 11.75

版 次 / 2007年7月第1版

印 次 / 2007年7月第1次

印 数 / 1-2 000

书 号 / ISBN 978-7-80714-433-5

定 价 / 23.80 元

如发现印装错误, 请与印刷厂联系调换

序

孙伟

读了云龙友的《电视保卫战》一书，作为他的同行、同事并应他的热情邀请，说一点粗浅的看法和体会，也算是履行拉开本书序幕的职责。

电视是20世纪一个无与伦比的伟大发明。电视以有史以来最为完美的声像同步传播，开阔了最大多数人的眼界，随着“村村通”工程的实施，我们这个拥有13亿人口的泱泱大国也迎来了电视普及的兴盛期。2006年，我国电视覆盖率达到95%以上，电视观众达12亿多人，如此庞大的数字让电视从业人员受到鼓舞。但是随着数字化时代的来临，技术正在深刻改变我们的生活，也正在改写媒体市场版图，深深地影响着包括电视在内的传统媒体未来的生存和发展。在日趋激烈的市场竞争中，面对严峻挑战已渐露窘境的电视的出路何在，未来的趋向如何，无疑将引发更多的电视媒体工作者去探索、思考。

云龙友同志是一个从事报纸与电视工作二十多年的新闻记者，又是中国电视媒体发生一系列变化的亲历者、参与者。此次他作为中组部、教育部、科技部、中科院在甘肃省选派的“西部之光”访问学者，在华东师范大学访学

期间，以一个地方媒体电视人的切身体验，试图用全球化背景下的新视野，对中国电视媒体的生存境遇与竞争格局的新变化，对各路学者发表的有关各种电视文化现象的不同声音，进行一些“盘点”梳理、归纳以及理性思考。还对电视的诞生、发展历程，当前新媒体的挑战，乃至与狼共舞、互动共赢，都进行了较为系统的描述，从而形成《电视保卫战》一书。我从他送来的这部书稿中闻到了后电视时代媒体竞争的硝烟，透出些许“电视人”的悲壮和强烈的忧患意识，也传递了一个信息：高科技是翅膀但不是头脑。

这是一个思想的时代，作为职业电视人，我们不能对自己日日面对的问题熟视无睹，不能不去考虑时代发展不断赋予这些概念背后的新内涵。

如今，新技术的变革给世界带来了革命性的变化，新兴媒体正在不断挑战传统的电视受众市场。随着电视受众老龄化现象的加重，80年代后的受众越来越倾向于上网模式、手机电视。因为新媒体大大激发了受众的互动参与意识，关注受众精神和感情的释放，与之进行着充分的传达、交流和渗透，受众追求的是更加随意，更加自主。电视媒体面临重新定位，新一代电视受众的思维模式需要电视工作者去关注、引导、理解，他们渴望走向舞台中央的想法需要宽容和欣赏。

数字技术的传播手段及效果远远超出我们的想象。电视被精英把持，主导话语权正在消失，取而代之的是受众

积极参与的集体狂欢。它对像甘肃这样的西部省份的电视事业的冲击，更是不言而喻。毫不夸张地讲，这是一个一切变化都将成为可能的时代，一切的既有都在经受考验甚至被颠覆的时代。可以说，今天我们所有的传统媒体，都在承受大时代的洗礼。

我们可以从《电视保卫战》这本书中强烈地感受到一个电视人的使命感和责任感。希望有更多的电视工作者，在众声喧哗中沉下心来，热切关注电视，关心自己所从事的事业和工作，激发不断创新和变革的勇气与意识，为甘肃、西部乃至全国的电视事业改革与发展尽一份力。我相信，只要人类依然拥有梦想，电视作为一种视觉思维，一种视听观念，依然会散发它自身的独特魅力，也许数字革命时代的光临，预示着电视会再一次走向辉煌。

丁亥年仲夏于兰州

引 子

2006年10月的一个美丽的夜晚，北京大学正在进行一场题为“颠覆电视”的精彩演讲。“颠覆电视”，一个耸人听闻的题目，报告刚一点题就语惊四座。报告者黎瑞刚先生今天是第一次到北大演讲，他用一个半小时的时间一再宣示，到了颠覆过去那种习以为常的固有的电视思维模式的时候了。并希望通过这样一个题目给在场的受众一次头脑激荡，头脑风暴。

黎瑞刚何许人也？演讲大会主持人、北京大学新闻传播学院院长徐泓这样介绍：“今天即将为我们作精彩演讲的是上海文广新闻传媒集团总裁、东方卫视董事长黎瑞刚先生。”

上海文广新闻传媒集团是一家集广播、电视、报刊、网络于一体的大型多媒体集团，旗下的东方卫视、第一财经、新娱乐，在国内外都有很高的知名度，2006年所推出的IPTV东方宽频电视、东方龙手机电视，更是新媒体业务的先驱。显而易见，上海文广新闻传媒集团是一个当代中国迅速成长的新兴的媒体巨人，而2002年黎瑞刚先生出任这个集团的总裁时才33岁，被业内誉称为“少帅”。他在担任上海文广新闻传媒集团总裁以后，提出了实现两个转变的战略：一个是从为播出而制作转变为为市场而制作，一个是从地域性传媒市场机构转变为面向全国乃至全球华语世界的内容发行商、服务商。这些战略构想的提出和实

施，使黎瑞刚先生迅速成为热点人物。2003年，他被英国的《亚洲电视》杂志评为未来一年里最值得关注的亚洲电视行业风云人物；2004年，当选新经济年度人物；2005年，当选美国《综艺杂志》综艺版年度人物、中国传媒十大年度人物。实际上在“颠覆电视”开讲之前，黎瑞刚先生已经以他的年龄、才干、思想颠覆了中国广播电视界。

我知道黎瑞刚这个名字，是因为他曾经是我弟弟的同學。他少年时代的一段时光，是在黄河上游的滨河城市兰州度过的。高中毕业后他考入复旦大学新闻系，回到故乡上海，如鱼得水。凭着他的勤奋与睿智，把自己造就成一个饱学之士。这使得他在以后的日子里，不仅工作非常出色，更善于在理论层面进行结合实际的瞻性思考。作为复旦大学新闻学院的本科生、硕士生、博士生，黎瑞刚可谓新闻科班出身，而且对电视事业情有独钟。他大学毕业后的第一份工作是在上海电视台担任电视编导，后来又从事了很多工作，一直到当上SMG总裁。正如他自己所说，他的职业生涯始终跟电视密切相关。

黎瑞刚以全球化视野下的新思维和生动的语言讲了下列问题：

一、“颠覆电视”就是颠覆旧的媒体观念和思维模式。

二、旧的电视观众是“沙发上的土豆”，看电视是集体的狂欢。

三、新媒体的涌现使电视的内涵发生变化。

四、电视老龄化倾向严重，年轻受众正流向新媒体。

五、新技术的变革会对媒体产业“颠覆”性的影响。

六、下一代电视是什么？

七、新一代电视观众将变得更加自由随意。

八、电视的商业模式正由免费模式走向免费与付费相结合的模式。

九、80年代后的观众将是新媒体的受众主体。

十、创新改变世界，电视人未来的机遇源自不断创新与变革的勇气。

黎瑞刚在北大的演讲，不但同他在美国哥伦比亚大学、英国金融时报论坛、上海国际电视节上的演讲一样引人入胜，而且在电视界更是引起了巨大反响，掀起卷地波澜。

知识经济的今天，数字化冲破了传统媒介一向固守的边界。信息技术正改变以往大众传播和地域性传播的方式，使传播范围迅速扩大到了全球，对传统的媒体观念和思维模式冲击巨大。

这让我想起早在1997年，一个名叫希利斯·米勒的美国学者在北京谈全球化给人自身的影响时，他援引W·本杰明的话说：“新的技术、新的生产方式与消费方式这些19世纪工业化带来的变化，使人类产生了一种完全不同于过去的、全新的感性，随之而来的是在世界范围内的一种新的生活方式。”面对新媒体的巨大挑战，传统电视媒体的处境如何？电视媒体是否真的会被颠覆？或许，真的到了电视媒体工作者们静下心来思考如何打一场电视媒体保卫战的时候了。由此引出本书命题：电视保卫战。

目 录

第一章 从远处看	(1)
一、电视的诞生及其发展轨迹	(1)
二、电视是什么	(6)
三、中国电视业随着改革开放的步伐前进	(13)
四、中国最强势的国家电视台	(20)
第二章 风起云涌	(23)
一、自上而下掀起“改版风暴”	(23)
二、不用地域命名的东方卫视出世	(29)
三、湘沪率先冲出地方视野	(33)
四、珠三角以“本土化”突围	(35)
五、贵州台“鲤鱼跳龙门”	(41)
六、雾都叫卖麻辣烫	(46)
七、安徽卫视构筑电视剧大卖场	(53)
八、江苏台运作情感	(59)
九、四川卫视打造中国最好的故事	(65)
十、《南京零距离》引发模仿热	(75)
第三章 引发思考	(82)
一、新闻娱乐化与娱乐节目	(82)

二、方言一拥而上	(101)
三、电视节目主持人	(111)
四、真人秀	(131)
五、超级女声	(139)
六、“大长今”现象	(145)
七、百家讲坛	(157)
第四章 狼来了	(170)
一、境外媒体虎视眈眈	(170)
二、互联网高歌猛进	(177)
三、手机电视异军突起	(190)
四、业内竞争加剧	(195)
第五章 天外有天	(205)
一、英国的电视玩家	(205)
二、美国的蓝色传奇	(214)
三、法国国家电视台何以受欢迎	(228)
四、中国与西方传媒差距	(235)
第六章 数字化	(243)
一、数字化浪潮来临	(244)
二、数字电视是电视业发展的一个新里程碑	(253)
三、数字化依然是“内容为王”	(257)
四、SMG 数字化发展战略	(261)
五、数字电视在全球各地	(264)
六、全球数字电视发展的五大特点	(267)

第七章 与狼共舞	(270)
一、报业先行	(271)
二、网上广播	(276)
三、互动共赢	(285)
四、走出国门	(296)
第八章 区域媒体	(299)
一、省级卫视生存状况	(299)
二、独特的全国竞争优势	(305)
三、发展新思路	(316)
第九章 保卫电视	(325)
一、头脑风暴唤醒电视人危机意识	(325)
二、创新是各项事业进步的灵魂	(335)
三、变革孕育着新的机会	(342)
四、《读者》神话的解读给予的启示	(346)
五、电视保卫战已经打响	(349)
后 记	(360)

第一章 从远处看

一、电视的诞生及其发展轨迹

据统计，我国现有电视播出机构 1700 多家，电视台 429 家，电视频道 3000 个以上，居世界第一位，电视观众 12 亿多人。

（一）先从电影说起

电视是什么？用黎瑞刚的话来说，中国人对电视早期的集体记忆就是每到周末的时候，弄堂里的家家户户，每人搬个小板凳聚集在一台电视机前看电视，就像农村看露天电影一样。

电影诞生于 1895 年，是年 12 月 28 日，法国人卢米埃尔兄弟用他们的摄影机在“大咖啡馆”放映了 11 部 1 分钟影片。人们惊奇地看到，在一块布上再现了现实中的自然风光和生活图景，工厂、火车站、大海、男人、女人、自行车等等，简直像一种魔术，令人匪夷所思。两年后，即 1897 年，也是法国人梅里爱开创了真正用镜头组合的影片，叫“戏剧电影”。但这仍然是无声电影。到了 1927 年，将声音录制在胶片上与画面同时放映的技术已经成熟。1930 年，德国拍摄的一部有声电影《蓝天使》引起轰动。彩色

电影是随着技术的发展而问世的。1935年至1936年，美国和德国相继发明了多层乳剂彩色胶片，为彩色电影拉开了帷幕，彩色作为电影的一种新的表现力出现在银幕上。但黑白电影的辉煌一直持续到20世纪50年代，从60年代起，彩色电影才成为主流。

电影自诞生以来，经过一百多年的发展，已不仅仅是给人类提供娱乐，更是成为人类表达自己思想的最具影响力和最有效的方式，尽管有人曾说“看电影其实是集体在一个黑暗的大盒子里做梦”，但电影的影响力有目共睹，作为影像媒体核心的电影早已成为人们生活的一部分。电影的文化力量和经济力量之间的错综复杂的关系占据了电影历史的重要地位，并继续占据重要位置。电影不只是娱乐，也不是纯粹的商业，电影是力量，是影响力。

（二）电视是20世纪一个无与伦比的伟大发明

早在1884年，德国科学家保罗·尼普科夫（Paul Nipkow）设计了旋转盘机械扫描像素的传送电信号方法。这一科研成果便是现代化电视发明的雏形。1925年，一个名叫约翰·洛吉·贝尔德的英国人造出了世界上第一台电视机。贝尔德曾是电气工程师，后来他集中精力进行用无线电波传送图像的研究，在黑斯廷斯一家小作坊作第一次电视表演。1925年10月2日，全球第一个电视雏形诞生，贝尔德推出了一台机械式电视机。1926年1月，英国广播公司用贝尔德的发射机播送图像，进行了世界上第一次电视无线传输。1927年，贝尔德开始用无线电连接伦敦与纽约等地

之间的电视，结果大获成功。随后他创办了世界上最早的
一家电视公司。1928 年，他又首次进行彩色电视试验。
1929 年 9 月 30 日，电视第一次公开播送节目，内容是电
子管发明人弗莱明的讲话。1930 年 7 月 14 日有了实况电视广
播，观众在科利西姆剧院的大荧屏上看到了实况节目。也
在这一年，世界上第一个电视剧《花言巧语的人》在英国
电视屏幕上声画俱全地播出。

美国于 1928 年在纽约州斯克内克塔迪的 WGY 电台试
验播出电视节目。1930 年，美国全国广播公司（NBC）在
纽约市建立实验电视台。1931 年 9 月，美国邀请贝尔德到
纽约帮助美国建立电视广播。

1932 年，贝尔德成功地转播了赛马实况，把现场气氛
带给了观众。贝尔德被誉称为“电视之父”。

1933 年，美国首先采用全电子电视技术。1934 年，美
国法恩斯沃斯在英国展示了他的电子电视机，以其优异的
性能、清晰的画面击败贝尔德。英国 BBC 当然就采用这种
现代电视机。1936 年 11 月 2 日，BBC 在伦敦北区亚历山大
宫设立一座电视台，正式播送电视节目，这一天被公认为
世界电视的誕生日。

1939 年，美国无线电公司（RCA）在纽约万国博览会
上作电视表演。同年 4 月 30 日，由美国全国广播公司
（NBC）第一次播出黑白电视节目，也是世界上第一次进行
电视实况广播。第二年，也就是 1940 年，美籍匈牙利科学
家彼德·戈德马克在哥伦比亚广播公司研究所试验彩色电

《电视保卫战》

视，发明了世界上第一台彩色电视机。1954年，美国彩色电视节目正式播出。1964年，美国有电视台607座，电视机6000万台。而此时的英国有电视机1250万台。

最先发明电视雏形的德国却是时隔半个世纪于1935年开始在柏林试验电视，电视台则以电视雏形发明人的名字命名为尼普科夫电视台。3月22日试播，清晰度很差，同年8月电视发射机烧毁。直到1952年，德国黑白电视节目才正式播出。1967年正式播出彩色电视节目。

当英国1936年正式播送电视节目的时候，苏联开始在莫斯科和列宁格勒建立电磁发射装置。次年，莫斯科建立苏联中央电视台，试验播出电视节目，两年后正式播出，后因卫国战争而停播。1945年5月7日恢复播出。1964年，苏联有电视台173座，电视机700万台。1967年开始有了正规的彩色电视。1970年，在莫斯科郊区坦基诺的电视中心建成，它有一个1700英尺高的电视塔，拥有65部录像机，成为欧洲最大的电视中心。

法国于1938年试播电视节目。1950年开始有了电视。法国与英国之间进行了试验性实况转播交流。到1964年，法国成立了广播电视局，当时法国电视有两个频道，一个是黑白电视，一个是彩色电视。按联合国教科文组织1964年出版的《国际大众传播》一书公布的数字，此时法国电视台120座，电视机333.6万台。

再看看日本的电视发展步伐。在英国发明电视机28年后的1953年，日本电视广播公司和东京广播公司创立，从

此日本开始播送商业性黑白电视节目，当时有收费电视1485台。1957年创办彩色电视试验台。1960年日本经济高度增长时电视机达到414万多台，同年正式播出彩色电视节目。1964年在日本举办奥林匹克运动会时，电视出现“爆发性的普及”，猛增到1560万台，比同期英国的电视机多了300多万台。

（三）中国的电视业起步较晚

1958年5月1日，中国建立了第一座电视台——北京电视台，试验播出，5月15日第一次播出了自办电视新闻节目《图片报道》，9月2日正式开播。10月1日，国庆庆典活动实况转播，这是中国第一次电视新闻现场直播。也是1958年10月1日，上海电视台建成，这一年上海生产出第一批国产电视机。从1960年开始，中国有了每晚固定播出的栏目《电视新闻》，而此时中国的老百姓仍不知电视为何物。1977年，北京电视台播出两套彩色电视节目。其实，中国电视的实质性发展始于改革开放年代。1978年5月1日，北京电视台改名为中央电视台，同年12月开办电视教育节目。初期的电视节目形态，具有明显的电影模仿痕迹，到20世纪90年代，中国电视节目形态进入飞速发展时期。在改革开放短短的二十多年里，从黑白电视到彩色电视，再到直角、平面、液晶、等离子、高新电视，越来越多的中国人能够欣赏到非常清晰的电视画面。

1977年，北京电视台开始播出两套彩色电视节目，而这时候，一些发达国家已处在电视大普及、大兴盛的时期。