

国际广播事业的新发展

主 编 夏吉宣 王冬梅 马为公

《辉煌·创新·发展》丛书之二

CRI
CHINA RADIO INTERNATIONAL
中国国际广播电台

1941—2006

国际广播事业的新发展

主 编 夏吉宣 王冬梅 马为公

中国国际广播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际广播事业的新发展 / 夏吉宣, 王冬梅, 马为公主编.

—北京: 中国国际广播出版社, 2006.11

(现代国际广播丛书: 辉煌·创新·发展; 2)

ISBN 7-5078-2704-6

I. 国... II. ①夏...②王...③马... III. 国际广播 - 广播工作

- 概况 - 中国 IV. G229.25

中国版本图书馆CIP数据核字 (2006) 第116799号

国际广播事业的新发展

主 编	夏吉宣 王冬梅 马为公
责任编辑	李 镇
版式设计	国广设计室
责任校对	徐秀英
出版发行	中国国际广播出版社 (83139469、83139489[传真])
社 址	北京复兴门外大街2号 (国家广电总局内) 邮编: 100866
网 址	www.chirp.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	北京印刷一厂
开 本	720 × 1000 1/16
字 数	270千字
印 张	21.25
印 数	2000册
版 次	2006年11月 北京第一版
印 次	2006年11月 第一次印刷
书 号	ISBN 7-5078-2704-6/G · 1148
定 价	55.00元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现印装质量问题, 本社负责调换)

努力构建 现代国际广播体系



中国国际广播电台诞生于战火纷飞的抗日战争，成长于欣欣向荣的新中国，发展于轰轰烈烈的改革开放新时期，见证了中国共产党领导的中国革命、社会主义建设和改革开放事业的主要历程。1941年12月3日，延安新华广播电台开办了日语节目，标志着中国人民对外广播事业由此创建和中国国际广播电台的诞生。65年来，国际台遵循“向世界介绍中国，向中国介绍世界，向世界报道世界，增进中国人民与世界人民之间的了解和友谊”的宗旨，为党和国家的中心工作创造了良好的国际舆论环境，得到了党和政府的高度赞赏和海内外受众的积极评价。

经过65年的发展，中国国际广播电台已经成为集音、视、网、报、刊于一体的综合性媒体，是世界最具实力和影响力的国际广播电台之一，目前使用43种语言（38种外语和汉语普通话及4种方言）向全世界广播，每天累计播出节目超过1000小时，每年收到受众来信200多万封，遍布世界各地的听众组织已达3600多个。

为纪念中国人民对外广播事业创建暨中国国际广播电台开播65周年，国际台组织编撰出版了四卷本的《辉煌·创新·发展》系列丛书。这套丛书内容丰富，既有国际传播的发展战略研究，又有新媒体的建设纪实；既有国际广播精品节目的集粹，又有来自全球受众的动人故事。丛书回顾了国际台65年的发展历程，总结了构建现代国际广播体系的现实经验，展望了现代化新型综合媒体的发展未来。相信丛书的出版，对于宣传中国国际广播事业的辉煌成就，展示当代国际广播人的精神风貌，提升国际广播理论的研究水准，推动对外广播事业又快又好地发展，将起到积极的作用。

2004年初，李长春、刘云山等中央领导同志在视察国际台时，提出了“构建现代国际广播体系”的战略目标。作为新时期党中央交给国际台的重要战略任务，构建现代国际广播体系成为国际台相当长一段时期内必须做好的中心工

作。当前要着力做好以下几个方面的工作：

一要继续办好无线广播。这是受众获取信息和娱乐消遣的重要渠道，应当随着社会需求的增长不断加强。要积极创造条件，尽快实现英语、华语和多语种的环球广播。

二要加快发展在线广播。近年来，国际台在线广播发展很快，势头很好。据最新统计，“国际在线”在保持全球79家主要国际广播电台网站排名第一的同时，又在全球2547家主要网络电台网站排名中占据第一。要按照中央的要求，努力将“国际在线”打造成中国在线广播的对外传播中心。

三要积极占领新媒体阵地。在高新技术日新月异的今天，谁掌握了最新的媒体技术，谁就拥有了舆论竞争的控制权。因此，要积极发展数字广播、数字电视、卫星广播、卫星电视、网络广播、网络电视、移动电视、手机电视等新媒体业务，不断拓展外宣新阵地。

四要加快推进境外节目落地。国际台近年来先后在芬兰、法国、瑞典等重点国家和没有播出语种的国家，有计划地推进节日本土化落地。特别是2006年1月在肯尼亚建成并开播了调频广播电台，开创了中国国际广播在境外整频率节目落地的先河。但国际舆论“西强我弱”的局面并未根本改变，因此，要不断加强国际广播的硬件建设，加大境外节目整频率和本土化落地力度，提高节目质量，丰富信息内容，使越来越多的境外受众听得到、听得懂、喜欢听国际台的各类节目。

国际广播是党和人民的重要宣传阵地，是维护国家安全、促进祖国和平统一的重要舆论工具，是沟通中国与世界的有效载体，也是推动构建和谐世界的重要力量。全面推进现代国际广播体系，预示着中国国际广播电台将进入更加开放、更加创新、更加人文、更加和谐的新时代。要树立和坚持“开放办台、改革立台、创新强台、人才兴台”的现代办台理念，努力建设与之相适应的宣传管理体系、行政服务体系、人才保障体系、财务运行体系和技术发展体系。

新的历史时期，中国国际广播电台肩负着更为重要的职责和使命，面临着全新的挑战和难得的发展机遇。要高举邓小平理论和“三个代表”重要思想的伟大旗帜，全面落实科学发展观，加快推进现代国际广播体系建设，实现国际台由传统媒体向现代媒体转变，由单一媒体向综合媒体转变，由对外广播向国际传播转变，把国际台建设成为集无线广播、在线广播和多媒体传播于一体的综合性现代媒体，为全面推进小康社会建设、构建和谐世界做出新的更大的贡献！

中共中央宣传部副部长
国家广播电影电视总局局长

王太华



序 言

为纪念中国人民对外广播事业创建暨中国国际广播电台成立 65 周年，中国国际广播电台编辑出版了一套四卷本的《辉煌·创新·发展》丛书。《国际广播事业的新发展》是这套丛书的第二册。

1982 年 6 月，在中国人民对外广播发展史上具有里程碑的意义。随着一个新的电台呼号“Radio Beijing's Capital Service”在北京上空响起，中国国际广播电台首外一套节目在中波 1251 千赫正式开播了。频道创建之初，只有简陋的办公场所，每天只播出 1 小时的英语节目，这一切在今天看来都是那么微不足道。但是，她的诞生，却昭示着一个新时代的到来。从此，中国人民对外广播肩负起了双重使命：让世界了解中国，让中国了解世界。它表现出的是全球化的发展思路，是中国与世界融合的愿望，是中国走向世界的决心。

回顾历史，社会的每一次巨大进步，无不仰仗着科技的发明和发展。信息化时代的到来，也为媒体提供了更大的发展空间。1998 年 12 月 26 日，国际台开办了自己的网站，2002 年正式定名为“国际在线”。今天，“国际在线”已发展成为用 43 种文字、48 种语言发布内容，包括了网络电台和播客平台等新媒体在内的多语种、多媒体网站，访问者遍布全球。

1999 年 3 月 28 日，国际台第二套对内广播开播了。“劲曲调频”，一个响亮的名字，以前卫的音乐、时尚的风格、年轻激情的主持人，打造出了一个享誉京城内外的国际流行音乐电台；其时尚、动感、国际化的频道形象，吸引着四面八方的听众。

1999 年春天，几乎在“劲曲调频”开播的同时，另一个新举措也酝酿成熟了——国际台电视中心正式宣告成立。目前，经过几年的发展，国际台

电视中心每天制作和传送上星的电视节目达5个多小时，用户遍及全国300多个频道、台。

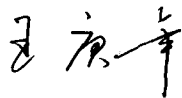
2005年6月28日，随着一声响亮的呼号“第一资讯、资讯第一”，一个新的对内广播频率“环球资讯广播”开播了。一个展示国际台资源优势的播出平台搭建成功，几代国际广播人的梦想得以实现。

2006年5月8日，国际台数字付费电视频道“环球奇观”正式开播，视频媒体播出业务全面展开。

当前，在全球媒体寻求全方位发展的大潮中，拥有65年历史的国际台，正以崭新的姿态出现在世界面前。一个以无线广播为主体、以在线广播为支撑、以多媒体传播为方向的新型媒体，正在国际台初步形成，并以新的实力与水平，活跃在国际舆论舞台上。

本书以生动形象的笔调，展示了国际台从单一的对外广播媒体，向涵盖广播、电视、互联网、报刊杂志的综合媒体发展的过程，展示了几代国际广播工作者不断拓展新业务，谋求新发展的精神风采。

国家广播电影电视总局党组成员
中国国际广播电台台长 总编辑



目录 / CONTENTS

落地篇·让世界了解中国

推进对外广播节目海外落地工作	田进	/1
论国际台节目海外落地发展战略	王庚年	/5
围绕重大国际事件，采取主流传播手段 贴近主流社会受众，参与主流舆论竞争	夏吉宣	/10
新兴的业务，成功的实践		/16
· 国际广播新兴的业务	温飏	/16
· 节目海外落地事业的历史沿革和发展概况	刘晖	/20
· 节目海外落地事业的机构与机制	温飏	/29
· 创新节目落地模式	刘晖 温飏	/42
· 海外落地节目传播效果显著	温飏	/45
· 附：中国国际广播电台主要合作伙伴的来函		/47
不断推进，扩大覆盖		/52
· 第一个，但不是最后一个		
——中国首个境外调频台 CRINairobi91.9FM 建设纪实	牛道斌	/52

- 圆满完成国家“西新工程”的两大重点项目 尚春雁 /59
- 建设中的CRI老挝万象调频台 尚春雁 /65
- “‘本土化’落地的方向是正确的” 朱博英 /67
- 走向世界 朱博英 /72
- 有力的技术保障 魏敏华 滕莉 /79

随风潜入夜 润物细无声 /83

- 华语海外落地节目：
凝聚世界华人华侨 郭彦 刘小勇 何劲草 /83
- 英语海外落地节目：
架起绚丽多彩的空中彩虹 杨磊 李培春 /91
- 对西亚非地区的海外落地节目：
成为发展中国家人民的知心朋友 殷立青 陈莲英 张立 陈立明 /103
- 对俄东地区的海外落地节目：
稳扎稳打 注重实效 王向东 /106
- 对西欧拉美地区的海外落地节目：
覆盖范围广 传播途径多 高世军 /112
- 对东南亚和北亚地区的海外落地节目：
亲和友好 增进了解 斯勤 蔡建新 /120

展 望 /124

- 聚精会神 谋求新的发展 夏吉宣 刘晖 温飏 /124

在线篇·让世界了解世界

- “国际在线”发展总体概况(1998~2006年) 谢宏钰 /126
- “国际在线”发展大事记 张 弘 /130
- 打造自己的企业文化 杨冬霞 董雪枫 /140
- “国际在线”中文网发展概况 钟 和 /145
- 网上对外宣传的主力军
——“国际在线”外文网 张 弘 /152
- 日文网发展概况 付 颖 /154
- “做好、做强、做大”韩文网 朱正善 /158
- 不断前进的“国际在线”法文网 杨晓岚 /161
- “国际在线”新媒体新业务情况 胡越强 /162

多媒体篇·让中国了解世界

- 记述视频事业的开创历程 /168
- 开篇的话 谷 雨 /168
 - 开创视频事业 打造多功能强势媒体 刘广聚 /170
 - 开拓创新 谋求发展 高世军 /178
 - 激情永远与我同在
——做一个合格的CRI的电视人 何 宇 /187
 - 生命中永远的纪念
——记《环球新闻杂志》的足迹 周 骏 /191
 - 电视中心要做成一个专业化的内容提供商
——访新闻中心主任尹力 敖丹娜 /196
 - 变中求通
——国际资讯项目组定岗定编与竞聘上岗的前后变化 杨 楠 /201
 - 节目部的“故事会” 毛 颖 /205
 - 在路上
——《环球奇观》频道开播小记 李冬晓 /207
 - 锲的故事 马重阳 /209
 - 起 点
——纪念《环球奇观》频道开播 马重阳 /210
 - 依托国际台语种优势 服务国家外宣大局
——发展中的电视中心译制部 刘 琳 /215
 - 成长的印迹
——电视中心事业发展部的故事 范 晶 /219
 - 电视中心未来技术平台构想 田西勇 /221
 - 未来篇
——打造视频节目的制作基地 金 力 /223
- 环球资讯 聆听天下 /226
- 艰难起步 洪 琳 /226
 - 难忘“9·28” 李 欣 /232

· 在探索中前进	于昕怡 /235
· 回忆“两大战役”	任 燕 /239
国际流行音乐频道 HIT FM	/249
· 调频 88.7 的历史	汪 宇 /249
· 时尚、动感、公益的国际流行音乐调频	单 蔚 /252
FM91.5 轻松调频	/273
· 概述	
——从“开创”到现在	王 璐 /273
· 附：广播节目表（2006年10月）	/275
· 英语让我们的视野更广阔	王 璐 /276
· 我的 PIK 情结	林少文 /279
· 《Real Time Beijing 清新直播》的创业回忆	廖吉波 /286
· 《轻松新闻杂志》与中国并肩奔跑在快行线上	Trevor Metz (大麦) /289
· 《Easy FM 轻松调频》让我享受工作	戴以戎 /290
· 《Joy FM 欢乐调频》	
——我生命中的精彩时光	Larry London /291
· 七嘴八舌说李柯	王 璐 /293
· 主持人也是演员	小 飞 /296
· 专题	
——广播艺术的最高形式	李耘 程浩 戴以戎 李培春 林琳等 /299
· “鲜水河”的联想	
——轻松调频教学节目	王姗姗 /305
· 与转播城市的听友见面	
——人数最多的龙门阵	崔 红 /307
· 2006年春天最明媚的声音	
——轻松调频校际英文歌曲邀请赛	辛 欣 /309
· 轻松调频的朋友们	王璐 张弛 李茜 /315
· 附：Easy FM 的 QQ 群	
——我们存在着……分享生命之轻	/318
· 听众之“声”的点点滴滴	/319

落地篇·让世界了解中国

推进对外广播节目海外落地工作

田进

随着我国改革开放步伐的加快和我国国际地位的进一步提高，广播电视节目如何在境外扩大有效覆盖的问题，越来越紧迫。怎样解决相关的一系列理论与实践问题，各级广电媒体都进行了卓有成效的探索。中国国际广播电台坚持与时俱进，不断探索节目的海外落地工作，尝试海外落地节目“本土化”的新模式，颇有新意。进一步总结落地工作的经验，理清思路，确定重点，明确新的前进方向，是十分必要和有意义的。

一、进一步统一思想，提高认识， 增强海外落地工作的紧迫感和责任感

我们党历来重视对外宣传工作。党的十六大以来，以胡锦涛同志为总书记的新一届党中央领导集体把加强和改进对外宣传工作作为党和国家的一项具有全局性、战略性的任务来抓，进一步加强了外宣工作的领导和具体指导，提出了在新的历史时期对外宣传工作的新目标、新任务和新要求。

中央领导同志对广播节目海外落地工作十分关心和重视，多次强调要认真解决转播手段，组建海外发射基地，加强环球网建设；要在继续扩大覆盖的同时，提高节目质量，增强对受众的吸引力，增强节目的针对性、有效性，争取收听率有明显提高；要大力发展国际台互联网在线广播，让在线广播成为对外宣传工作的重要力量，不断拓展对外宣传的新渠道，尽快形成同我国国际地位相适应的现代广播影视对外宣传体系。中央领导同志的关心和重视是对国际广播对外宣传和海外落地工作的勉励和鞭策，我们要认真领会，坚决贯彻，抓住机遇，开拓创新，大力推进我国广电媒体对外节目的海外落地工作。

对外广播在外宣工作中具有不可替代的重要地位。冷战时期，美国利用美国之音和自由欧洲电台对前苏联和东欧各国实施“电波战”，认为它们对促成“和平演变”发挥了“无可替代”的巨大作用。冷战结束后，美国之音和自由欧洲电

台分别采取“软渗透”和“硬杀伤”的对华广播策略，美国之音加强对民主、人权、选举等内容的新闻报道，以“弥补”中国大陆媒体报道的所谓“不足”；自由亚洲电台则专门负责报道中国社会所谓的“阴暗面”。面对复杂多变的国际形势，我们的对外广播要在中央的统一领导和部署下，充分发挥对外宣传主力军的作用，在把中国的声音传向世界各地，树立良好国际形象，营造有利的国际舆论环境等方面发挥重要作用。

衡量对外广播宣传的实效，既要看到对外广播节目的质量，更要看节目在海外落地的效果。截至2005年底，国际台用43种语言每天向全世界播出1035小时（包括本土发射、海外发射、境外卫星与有线播出和在线广播），从节目制作数量和广播发射能力上看，这已经是个不小的成绩。下一步要紧紧围绕“提高宣传实效”这一目标，把节目在海外落地的质量作为检验对外广播工作的一个重要标准和努力方向。在抓海外节目落地工作上，要采取切实可行的办法，下硬工夫，下实工夫。要利用一切可能的途径和渠道，采取一切可能的办法和技术手段，寻求广泛的支持与合作，不断扩大广播节目海外落地的范围。要改变“重宣传、轻落地”的观念，在节目采制、编排、播出的过程中就应着重考虑节目的落地问题，节目制作得越精彩，越要考虑能不能落地，能在多大范围内落地，有多少人能听到我们的节目，力求实现传播效果的最大化。

二、坚持节目“本土化”落地方向， 增强海外落地节目的竞争力

扩大对外广播节目海外有效落地的一个重要方面，就是要提高落地节目的质量。要继续坚持“本土化”落地的节目经办法，进一步研究符合广播外宣规律、具有广播外宣特点的政策与策略，改善引导艺术和宣传技巧，把“我们要宣传什么”和“外国人需要了解什么”结合起来，提供高质量的节目内容，进而增强我对外广播节目内容的竞争力，使落地落到人，入耳入到心，真正达到宣传的实际效果。近年来国际台在探索“本土化”落地方面取得的成绩，是与国际台转变节目经营理念，注重对象国和地区的受众研究、舆情研究，并不断改进对外广播节目内容、创新形式的努力分不开的。

外宣节目也要讲究“三贴近”，即贴近中国社会与经济实际，贴近国外受众对中国信息的需求，贴近国外受众的思维习惯。落实“三贴近”的关键是把我们要说的与听众想听的巧妙地结合起来，在报道的选题、角度和内容以及节目的形式等方面进一步强化对外广播节目的本土特色、文化色彩和人文理念。针对不同对象国家和地区、针对不同对象听众群的需求和喜好，构建不同的节目模式，制作不同的节目版本，从内容到形式、从节目模式到节目风格、从语言特色到播音主持，尽可能地贴近对象听众。要创新落地节目形态，按照当地电台的风格和对象听众的特点，在内容上满足对象听众的需求，在形式上接近对象听众喜闻乐见的形式，在宣传技巧上符合对象听众的思维习惯和接受程度，在节目风格

上与合作电台相统一或融合，在节目编排上满足合作电台要求，长短兼备，灵活多样，让人愿意听、听得进。要改进对外新闻报道，争取对国内重大报道的首发权，做到对国际重大事件的及时报道和评论，以增强我落地节目的影响力，力争掌握国际舆论的主动权。节目要以文化、娱乐等为软包装，以思想、价值观等为硬内核，做到“随风潜入夜，润物细无声”。要强化生活味、人情味，增强服务性、参与性和互动性。要加强对海外受众，特别是西方受众心理和收听习惯的研究，同时还要深入研究美国之音、BBC及对象国和地区的主流广播机构的报道手法和技巧，扬长避短，形成特色优势。要注重“播后”环节的调研和反馈，探索建立科学的评估标准和机制，了解对象国和地区受众的收听情况和评价，并将反馈情况用于节目制作、编排艺术的改进和提高。

三、加强领导，充实力量， 大力推进海外落地工作

国际台要切实加强对广播节目海外落地工作的领导，把推进海外落地工作列入重要议事日程，制定出具体办法和措施，明确责任，真抓实干。2003年国际台成立了节目海外落地办公室，专门负责节目海外落地项目的组织、协调、实施、管理、监督和外联等工作，要进一步充实工作力量，积极与有关部门沟通，争取资金、技术等各种支持。

国际台节目“本土化”落地模式采取无线、在线双管齐下，联合采访，本土制作，以我为主及一线贯通的方式，既增强了国际台落地节目的影响力和感染力，又规避了对象国特别是西方国家对国际台节目落地准入的限制，效果好、受限少，可以说已经在节目海外落地工作中迈出了新的步伐。

在技术手段上，要根据目前世界各国对外广播的布局 and 我国的实际情况，采取短波、中波、调频、直播卫星和互联网在线广播等多种传播手段并举的战略，努力提高覆盖率，增强覆盖效果。要继续扩大本土发射信号的有效覆盖，改善本土发射信号的收听效果；巩固利用好阿尔巴尼亚广播发射基地，改善我广播节目对欧洲、北非和北美地区的有效覆盖；加快落实古巴、加拿大租机项目，扩大对中南美洲和北美的广播有效覆盖；根据我外交总体布局，继续在大国、周边国家和发展中国家的重点城市租用调频、中波时段，扩大节目的有效落地和影响力；大力发展互联网在线广播，加大在线节目的制作量，提高节目水平，扩容技术设备，增加网站服务器数量，提高国际在线在对象国的点击率、浏览量。同时，工作要有前瞻性，要充分利用目前业已成熟的直播卫星技术、互联网技术、中短波数字调幅广播、移动传输等，积极占领未来传播技术制高点。

在落地方式上，要更新观念、开阔思路，因地制宜。积极同境外节目代理机构、合作伙伴电台开展灵活多样的协作，探索符合国际市场规模的商业模式，可以考虑采取市场运作方式，如建立国际台节目海外交流与发展公司，以合理规避对象国在政治、法律、经济等方面的壁垒和难题。在扩大传播、跨国传播等领域，

要善于观察和借鉴美国之音、BBC等在扩大节目落地方面的做法，有针对性地制定我国国际广播节目在同一地区落地的对策。

在宣传推广上，要加大策划和投入的力度，按照国际惯例和国际市场运作方式，加强我国广播电视节目在海外的宣传推介，提高知名度，树立品牌形象。可以考虑在海外知名媒体，特别是欧美著名报刊杂志上刊登我广播电视节目宣传广告；可以通过举办受众有奖收听收看调查、海外受众联谊会等活动方式，扩大社会影响力；要特别注意加强节目“推销”前后的市场调研，注重消费者反馈。

(作者为国家广电总局副局长)

论国际台节目海外落地发展战略

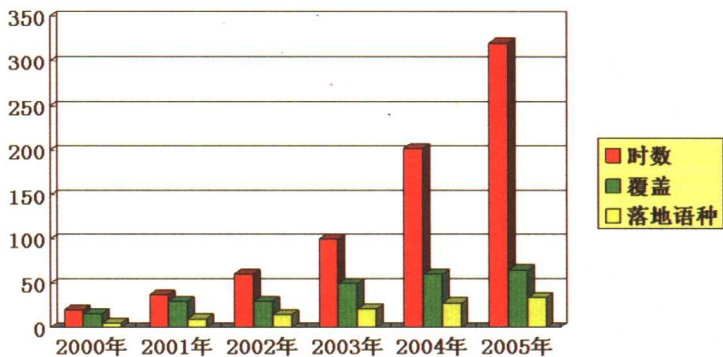
王庚年

作为国家广电总局“走出去工程”的重要组成部分，国际台的节目海外落地，对于增强我国国际舆论竞争能力、提升我国外宣整体实力具有重要意义。近年来，国际台围绕“构建现代国际广播体系”目标，坚持外宣“三贴近”原则，强化落地实效，取得了显著成效，初步探索了一条具有自身特色的节目海外落地新模式。

一、国际台节目海外落地现状

截至2005年底，中国国际广播电台的对外广播主要有两种方式：无线广播和在线广播（由42种文字组成的中国语种最多的网站）。无线广播每天用43种语言（38种外语和汉语普通话及4种汉语方言），累计播出656小时。其传播方式一是由国内发射台由大功率短波、中波频率远距离对外发射；二是由境外、海外的发射台、电台、广播机构用中波、调频频率在当地发射。通过海外发射设施播出的节目，一般通称为海外落地节目。落地节目多为中波、调频，易于收听，音质好，便于深入当地主流社会，为各国特别是发达国家对外广播广泛采用。

加强节目海外落地，是当今国际广播的发展大势所需，也是对外广播实现在本世纪头20年内，推动自身跨越式发展的重要途径。面对新的形势和任务，国际台在政策支持、落地布局、模式创新、节目推介、技术跟踪等方面进行了适当调整和加强，进一步扩大了落地成果。



中国国际广播电台节目海外落地六年成果对比图

覆盖范围不断扩大。截至2006年6月30日，国际台已有30种外语和汉语普通话及4种华语方言在境外实现落地。每天节目落地总时数达370小时，覆盖全球60多个国家和地区，包括欧美重点国家，如美国、加拿大、英国、法国、德国、俄罗斯以及巴西、南非、日本、澳大利亚等。

传输平台日益丰富。目前，国际台落地节目使用中波、调频、短波、直播卫星、网络广播、有线电视入户和手机等多种播出平台；同时把落地节目推送到美国、英国和芬兰等境外媒体在线广播平台，争取到了更多的海外受众。

落地模式得到创新。长期以来，国际台节目海外落地受三大难题困扰：一是从国内制作播出的节目，与对象国电台的节目形式和当地受众收听习惯存在较大差距；二是主要西方国家对境外电台节目的准入设有严格限制；三是一些国家坚持“对等落地”原则，即双方为对方节目提供同等落地条件。为破解这三大难题，国际台进行了落地模式的创新。

首先，实行境外代理制。即寻求境外合作伙伴，运用商业化运作模式，购买重点国家城市电台时段播出国际台落地节目。事实证明，这一方法是行之有效的。借助这一方式，国际台的节目落地范围得到较显著的扩大，并获得了较前更多样的落地渠道。目前，代理制已成为国际台落地工作的有效方式之一。

其次，在重点国家和没有播出语种的国家，有计划地推进节目“本土化”落地。这一探索突出表现在成功推出芬兰语和法语“本土化”落地节目。国际台与合作伙伴电台联合制作的芬兰语和法语“本土化”落地节目，由国际台提供节目素材，由芬兰大众媒体公司和法国主流电台（BFM）按本国听众需求和接受习惯，在语言、形式和风格上进行“本土化”编译、包装，并分别通过芬兰30家调频电台和法国18家及比利时6家主流调频电台播出，同时推动合作伙伴建设以介绍中国为主的芬兰语和法语网站。这一“本土化”落地模式取得了显著成效，改善了传播效果，增强了国际台节目的针对性、贴近性和实效性，吸引了更多听众。比如，海外华人称，国际台“本土化”法语落地节目是“我国国内媒体节目在国外落地的一个创新，在法国受到广泛欢迎”，“国际台‘本土化’节目的播出，增加了芬兰民众对中国的了解，对芬兰舆论起到积极引导作用”。芬兰大众媒体公司受众调研显示，国际台芬兰语“本土化”节目收听率达5%左右，这在信息渠道发达、媒体数量众多的芬兰是一个相当高的数字。

广播实效大大增强。国际台节目海外落地的扎实推进，大大提高了我对外广播的宣传实效。

一是收听质量明显改善。2006年上半年，国际台共收到来自五大洲、161个国家和地区的135.6万封听众来信和电子邮件。这充分表明，国际台中波、调频落地节目弥补了短波收听质量不稳定甚至不佳的缺陷，赢得了更多的听众。据来自欧洲、北非、北美和拉美地区15个国家的听众反馈显示，这些节目声音清晰，音质优良，信号稳定，频率恰当，时间合适，收听方便，在部分地区，短波达到了类似中波收听的效果。2006年1月至6月，国际台驻外记者站对部