

中国电视发展战略丛书



中国城市 电视台发展报告

陈正荣 著

中国传媒大学 出版社

中国电视发展战略丛书



中国城市 电视台发展报告

陈正荣 著

中国传媒大学 出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国城市电视台发展报告 / 陈正荣著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2007. 5

(中国电视发展战略丛书)

ISBN 978 - 7 - 81085 - 953 - 0

I. 中… II. 陈… III. 城市—电视台—发展—研究报告—中国
IV. G229.27

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 051478 号

中国城市电视台发展报告

作 者 陈正荣

责任编辑 赵 欣

责任印制 曹 辉

封面制作 北京灵麒时代广告

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024

电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 787 × 1092mm 1/16

印 张 18.5

版 次 2007 年 5 月第 1 版 2007 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 81085 - 953 - 0/K · 953 定 价: 48.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



► 作者简介

陈正荣 南京大学文学硕士，高级记者，中国广播电视协会全国城市电视台电视新闻委员会秘书长。从事电视新闻采制工作15年，先后担任电视台新闻部主任、发展研究部主任、频道总监、电视台副台长，被3所高校聘为兼职教授。主创的《为历史作证》、《东京高等法院判决东史郎败诉》、《和平中心里的较量》等20余部电视作品获得国家级、省级奖励。

公开发表的电视论文有《我在场》、《电视频道专业化过程中的九大误区》、《论专业频道设置》、《城市电视台新闻频道的框架》、《关注“南京现象”》等20余篇。

出版专著：《诗神的魅力》、《电视第三次浪潮》。

作者电子信箱：njtvczr@sina.com

序言

城市台的冬天

城市电视台的“冬天”来了！

我说这话，绝对不是危言耸听。

我国城市电视台的年龄一般都在 20 多岁上下。人的二十几岁是一个充满朝气的青春年龄。可是眼下城市电视台却显示出老态、疲态。在日益激烈的竞争中，有的城市台招架不住，有的城市台举步维艰，有的台只能维持现状。

这不由得使人想起数年前城市台曾经辉煌的“春天的光景”：

——大多数城市电视台在各地都唱主角戏，你要是问一个城市的市民，最喜欢看的是省台还是市台，那他肯定回答是城市台。在他们眼里省台是“农村台”。

——在同一个城市，不少城市电视台的收视份额超过省台。

——不少城市台的广告创收超过省台。

——城市台员工的待遇、福利让人好生羡慕。

——城市台的记者出去十分的风光。

再来看看城市台如今“冬天的景象”：

——省级台从农村走向城市，纷纷开设都市频道、城市频道，抢占城市的新闻资源，各个省台开设的民生新闻栏目就是针对城市受众。

——城市台的收视份额普遍在下降，而省级台的收视份额在逐渐扩大，不少省级台已经占据绝对的优势。

——城市台的广告创收总体出现下滑，而省级台的广告持续上涨。

——省级台冒尖的如湖南台、安徽台、江苏台等，都让人刮目相看。城市台在全国冒尖的能数出几个？

一个事实呈现在人们的面前：天平已经发生了不同程度的倾斜！在不少地方，城市台似乎变得不那么重要了。如此下去，很可能出现以下的情况：

——城市台由于承担了特殊的政治宣传任务，当然不用担心电视台哪一天会倒闭。

——同一个城市，由于省台的节目越做越好，本地新闻做到家了，娱乐节目也好看，电视剧又是强档，那城市居民只看省级台的节目，不再关注城市台的节目。这时候，城市

台会变得可有可无。

——城市台拼命挣扎,跟着中央台、省台走,做大量的节目,成本不断增加,入不敷出,越来越多的城市台加入“赤字”行列。

——由于国家依靠行政的手法推行网络整合,城市台的网络也被整合进省里了。

——新媒体在城市进一步拓展,但没有城市台的份儿。

当然,以上列举的只是有可能出现的情况。如何改变城市台目前的局面,让城市台能够步入良性的发展轨道?面对节目越做越好的中央台,面对收视率和影响力不断增强的省级台,城市台究竟怎样走自己的路?下一步城市台发展的重点又在哪里?

拯救城市电视台,只能靠城市台自己。新闻立台、广告立台、导向立台、电视剧立台、节目立台……近年来,业界提出了诸如此类的理念,都从不同侧面强调了城市电视台发展中的某一方面、某一重点,这些理念都是有一定道理的。但我认为,当前城市台最需要解决的是两大关键性问题:

第一,做足本土的东西。本土化,不是一个新的提法,但考察一下城市电视台目前的情况,就会发现并没有做到家。因此,城市台最迫切的事情是要把城市里的东西做好,做到位,做到家。新闻节目,老百姓肯定看你城市台的;想了解生活等各类资讯,也看你城市台的;想看娱乐节目,也会打开你城市台的频道。城市的各种资源都得到充分的运用。话说回来,如果你城市电视台做不到家,做不到位,留的缝隙太大,那人家省台自然而然就来做了,而一旦省台做了,做到位、做到家了,你城市台还剩下多大的生存空间?

第二,做新的东西。新的东西,是指新媒体带来的机遇。尽管有的新媒体目前还处于起始阶段,但城市台如果不尽早介入,那肯定没有城市台的份儿。丧失了这个机会,城市台就会失去未来的舞台。

所以,以上的这两点,是这本书最后的落脚点。

之所以我要强调这两个方面,主要是基于这样的认识:相比较而言,城市台最大的优势就在于它的地缘性,和老百姓很贴近。城市台就要把这种地方的东西做到家,把本土的优势发挥到家。当然,本土化的含义涉及到的范围应该很广泛。如何实现本土化,其过程中关涉到体制、机制保障,关涉到微观管理等方方面面,这些都要跟得上。但对于一个媒体来说,最重要的是它的产品,也就是节目,本土化的最终目的就是要物化成具体的节目,从频道的播出终端显示出来。

另外,强调新媒体机遇的重要性,意图是想表达一个愿望:在未来的新领域,不能没有城市台的声音。尽管有的新媒体,目前还很难看出效益,但城市台要有远见。本来,中国电视无论是政策还是发展现状已经开始向央视、省级台倾斜了,如果城市台再不主动、提前介入,抓住机遇,很有可能出现的情况是:未来的新媒体与城市台没有多少关系。那样的话,城市台的格局就会变得越来越小。

本书分三大部分:

第一部分,是总论篇。主要回顾城市电视台的发展历史,分析目前城市台的体制特

点与机制利弊,着重分析城市台眼下面临的竞争环境,在此基础上提出了目前城市电视台当务之急是要实行两大战略:本土化战略与新媒体战略。

第二部分,是节目篇。着重分析目前城市电视台的节目设置、节目类型、节目形态以及创新趋势。

第三部分,是案例篇。重点考察了广州、南京、沈阳、青岛、苏州、深圳、杭州等七个最有代表性的城市台,这七个台都在某一方面具有代表性。分析了它们的体制特点、机制改革情况以及节目设置情况。

本人的想法是利用占有的资料,对城市电视台的发展情况做一个总体梳理、描述与分析,提出自己对城市台的一些认识,以引起城市台电视人的注意,同时也为研究城市台的学界提供一些来自一线的参考资料。

写完这本书的时候,正值南京寒冷的冬天。

不过,冬天总会过去的。

那么,城市台的冬天还会有多长时间?

作者自序

2007年2月于南京

目 录

序言 城市台的冬天 /1

第一部分 总论篇

第一章 城市电视台的历史与现状 / 3

第一节 城市电视台发展历史 / 3

第二节 城市电视台现状 / 6

第二章 城市电视台面临的竞争环境 / 10

第一节 城市电视台的竞争坐标 / 10

第二节 同城之争:省会城市台与省台之争 / 13

第三节 覆盖之争:地级城市台与省台之争 / 20

第三章 城市电视台的体制沿革与机制选择 / 25

第一节 城市电视台的管理体制 / 25

第二节 城市电视台的组织构架 / 38

第三节 城市电视台的机制选择 / 40

第四章 城市电视台的频道设置与节目构架 / 55

第一节 城市电视台的频道设置 / 55

第二节 城市电视台的节目构架 / 61

第三节 新闻频道 / 67

第五章 城市电视台的经营创收与产业发展 / 72

- 第一节 城市电视台的广告创收 / 73
- 第二节 城市电视台的网络经营 / 77
- 第三节 城市电视台的频道经营 / 79
- 第四节 城市电视台的多元化经营之路 / 80

第六章 城市电视台的合作 / 84

- 第一节 城市电视台合作的历史 / 84
- 第二节 城市电视台合作方式与组织形态 / 86
- 第三节 城市电视台之间的合作案例 / 89
- 第四节 城市电视台合作的瓶颈与前景 / 95

第七章 城市电视台的两大支撑性战略 / 97

- 第一节 本土化战略 / 98
- 第二节 新媒体战略 / 105

第二部分 节目篇

第八章 城市电视台民生新闻潮 / 115

- 第一节 电视新闻的三次浪潮 / 115
- 第二节 民生新闻热潮 / 117
- 第三节 民生新闻新走势 / 127

第九章 城市电视台早间、午间、夜间新闻 / 131

- 第一节 城市电视台早间新闻 / 131
- 第二节 城市电视台午间新闻 / 139
- 第三节 城市电视台夜间新闻 / 143

第十章 城市电视台故事化热潮 / 150

- 第一节 电视故事热的兴起 / 150
- 第二节 电视栏目剧 / 153
- 第三节 电视故事化的前景 / 157

第十一章 城市电视台方言节目 / 159

第 一 节 杭州:方言节目的源头 / 159

第 二 节 浙江方言节目热 / 162

第 三 节 全国方言节目热 / 164

第 四 节 方言节目的生存空间 / 165

第十二章 城市电视台电视摘编与电视读报 / 169

第 一 节 电视摘编 / 169

第 二 节 电视读报 / 172

第 三 节 电视读网 / 175

第十三章 城市电视台评论节目 / 178

第 一 节 城市电视台评论节目现状 / 178

第 二 节 电视,如何评论? / 181

第 三 节 城市电视台部分评论性节目评介 / 182

第十四章 城市电视台社教节目 / 185

第 一 节 社教节目的历史与现状 / 185

第 二 节 社教节目新走势 / 188

第 三 节 城市电视台部分社教节目评介 / 190

第十五章 城市电视台法制节目 / 196

第 一 节 “法制盛宴”红红火火 / 196

第 二 节 法制类节目形态 / 200

第 三 节 法制类节目新走势 / 200

第十六章 城市电视台娱乐节目 / 203

第 一 节 娱乐节目的现状 / 203

第 二 节 城市电视台娱乐节目做什么? / 206

第十七章 城市电视台纪录片 / 209

第 一 节 城市电视台纪录片现状 / 209

第 二 节 城市电视台纪录片的出路 / 213

第 三 节 纪录片交流、评奖渠道介绍 / 215

第三部分 案例篇

第十八章 广州电视台:受境内外电视挤压最严重的城市台 / 221

- 一、基本概况 / 221
- 二、组织构架 / 222
- 三、竞争环境 / 222
- 四、管理机制 / 223
- 五、频道设置与节目构架 / 225

第十九章 南京电视台:与省台竞争最激烈的城市台 / 229

- 一、基本概况 / 229
- 二、组织构架 / 230
- 三、管理机制 / 230
- 四、频道设置与节目构架 / 232

第二十章 沈阳电视台:我国北方实力最强的城市台 / 236

- 一、基本概况 / 236
- 二、组织构架 / 237
- 三、管理机制 / 237
- 四、频道设置与节目构架 / 238

第二十一章 青岛电视台:最有发展潜力的计划单列市台 / 241

- 一、基本概况 / 241
 - 二、组织构架 / 243
 - 三、管理机制 / 243
 - 四、频道设置与节目构架 / 245
- 附录:青岛电视台管理体制改革的座谈会纪要 / 247

第二十二章 苏州电视台:经济实力最强的地市级城市台 / 251

- 一、基本概况 / 251
- 二、组织构架 / 251
- 三、管理机制 / 252
- 四、频道设置与节目构架 / 254

第二十三章 深圳电视台:广告收入最多的城市台 / 258

一、基本概况 / 258

二、组织构架 / 258

三、管理机制 / 259

四、频道设置与节目构架 / 261

附录:深圳广电集团 2005 年度目标管理量化考核责任制实施方案 / 265

第二十四章 杭州电视台:实行完全频道制的城市台 / 273

一、基本概况 / 273

二、组织构架 / 274

三、管理机制 / 275

四、频道设置与节目构架 / 277

参考文献 / 279

后记 / 281

第一部分

总论篇

- 城市电视台面临的最大竞争对手是谁？中央台？省台？还是境外电视台？
- 我国广电体制驳杂多样，有的局台合一，有的局台分家，有的搞集团，有的搞总台，有的电视、电台分开，究竟什么样的体制适合城市电视台的发展？
- 城市电视台的管理机制包括用人机制、成本机制、分配机制、考核机制等等，机制如何改革才能适应新的竞争形势的需要？
- 中心制还是频道制更能激发城市台的活力？
- 城市电视台的节目形态有哪些？
- 城市电视台的创收空间究竟有多大？
- 城市电视台的合作之路究竟在何方？
- 城市电视台未来战略的重点在哪里？

第一章

城市电视台的历史与现状

- 城市电视台普遍诞生于20世纪80年代前后。
- 我国现有电视台314座,除了中央电视台和各省电视台,其余都是城市电视台,拥有电视频道2124个。
- 四级办电视,中央台超级垄断,省台全面崛起,城市台处境艰难,县级台不会停办。
- 城市台之间实力差别很大,许多台是“赤字运行”。但中国城市台不存在倒闭的问题,只存在日子过得轻松与拮据的问题。
- 城市电视台中目前有3家台上星:深圳台、厦门台、延边台。

城市电视台,顾名思义就是城市开办的电视台。中国的城市有直辖市,有省会城市,也有地级市,还有县级市。几乎每一个城市都拥有自己的电视台。这些城市电视台的发展历史、生存环境大体相似,同时,因为城市电视台的观众具有相似的市民特征,所以,城市电视台常常作为一个群体概念来使用。本书探讨的就是这个电视机构群的发展问题。书中城市电视台的范围涉及省会城市电视台、副省级城市电视台、计划单列市电视台、地级市电视台、县级市电视台。

第一节 城市电视台发展历史

回顾城市电视台的历史,大体上经历了以下几个发展阶段。

一、起步阶段

1954年,毛泽东提出我国要办电视。1955年2月5日,中央广播事业局向国务院提出报告,在北京建立电视台。同年2月12日,周恩来作了批示。随后,新中国建立电视台

的提案被列入了文教五年的发展计划。

1957年8月17日,中央广播事业局成立北京电视台试验台筹备处。1958年5月1日19时整,我国第一座电视台——北京电视台(中央电视台前身)开始试验播出,4个月后的9月2日开始正式播出。节目播出形式是直播,图像为黑白色。所以,我国电视学界、业界将1958年定为我国电视的起步年。

这一年里,我国还成立了两家电视台。1958年10月1日,我国第二座电视台上海电视台试验播出。

1958年12月20日,哈尔滨电视台(黑龙江电视台的前身)成立,这是新中国建立的第三座电视台。

在随后的60年代、70年代里,我国主要的省(自治区、直辖市)都相继建立了电视台。

二、四级办电视阶段

1980年,我国有电视台38座。1983年3月,第十一次全国广播电视工作会议在北京举行,会议确定了“四级办广播,四级办电视,四级混合覆盖”,这成为我国广播电视事业的发展方针。从此,中央、省(自治区、直辖市)、省辖市(地、州盟)、县(旗)四级行政层次开始办电视。电视台如雨后春笋般涌现出来,1985年包括市县在内的电视台已经发展到172座。

从1985年到1995年的十年间,我国的电视事业更是进入快速发展期。1995年我国的电视台已达837座,全国约有3亿人口拥有电视机。

三、有线电视大发展阶段

从1990年到2000年是我国有线电视大发展时期。

1990年11月16日,国家广播电影电视部发布了《有线电视管理暂行办法》。其中规定,广播电影电视部负责全国有线电视管理工作 and 有线电视事业发展规划,企业事业单位可以申请开办有线电视台;个人不得申请开办有线电视台、站,有线电视台、有线电视站必须完整地直接接收、传送中央电视台、地方电视台的新闻和其他重要节目。禁止利用有线电视站播放自制节目。从此以后,全国许多地方开设有线电视台。

自1992年开始,行政区域性的有线电视台开始联网,各大中城市都开始建立有线电视台。截至1995年,全国有线电视台已经发展到1200多家,覆盖全国30多个省市自治区。一般来说,城市(省会城市、地级市)和各个省都开设了有线电视台。

20世纪90年代后期,随着中国教育电视台的成立,各省都建立了教育电视台。

以南京市为例。

南京电视台成立于1980年1月17日,拥有两个频道。南京有线电视台1992年9月

28日正式开播,拥有5套节目。1999年,江苏有线电视台成立。2000年,江苏教育台成立。至此,南京地区拥有江苏无线台两个频道、江苏有线台1个频道、南京无线台两个频道、南京有线电视台5个频道,江苏教育台拥有1个频道。4家电视台形成了4个互不关联的格局。这种状况普遍存在于全国大多数省会城市。地级市一般有无线台和有线台两家电视台,没有教育台。

四、无线、有线合并阶段

无线、有线电视台合并的构想,在1999年就已经提出了。

1999年11月,国务院办公厅转发了信息产业部和国家广电总局《关于加强广播电视有线网络建设管理的意见》(82号文),核心内容是网台分离;电视与广播、有线与无线合并;停止四级办台。

2000年11月,国家广电总局又下发了《关于广播电影电视集团化发展试行工作的原则意见》(284号文),明确提出无线、有线、教育三台合并。

三台真正进入合并阶段是2001年。这一年,国办《关于转发中央宣传部、国家广电总局、新闻出版总署〈关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见〉的通知》(17号文),列出了无线、有线合并时间表,明确各省市无线、有线必须在2001年7月1日前完成合并。这一次,各地都依靠行政手段推进了合并工作。各个城市只保留了一个电视台的呼号。2001年无线、有线台合并前,我国有3000多家电视台,合并后全国有300多家电视台,频道数量与合并前大体相当。

五、行政手段推行集团化阶段

中国的广电集团行动起步于1999年。

1999年6月,我国第一家市级广电集团——无锡广播电视集团揭牌。

2000年12月,第一家省级广播影视媒体集团——湖南广播影视集团成立。

2000年8月,在兰州举行的全国广播影视局长座谈会上,原国家广电总局局长徐光春同志在讲话中指出,加快推进大型影视集团的组建是2001年内地整个广电改革的重点。

2000年11月,国家广电总局又下发了《关于广播电影电视集团化发展试行工作的原则意见》(284号文),明确提出要做到广播、电视、电影三位一体;无线、有线、教育三台合并;省级、地级、县级三级贯通。

2001年,国办《关于转发中央宣传部、国家广电总局、新闻出版总署〈关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见〉的通知》(17号文),对组建广电集团的指导思想、原则、体制、融资等方面作了全面规定,第一次明确要求积极推进集团化建设,实行跨媒体、