

王杨宝
主编

宁夏广电传媒集团简史



黄河出版传媒集团
阳光出版社

王杨宝
主编

宁夏广电传媒集团简史



黄河出版传媒集团
阳光出版社

图书在版编目(CIP)数据

宁夏广电传媒集团简史 / 王杨宝主编. — 银川:
阳光出版社, 2012.8
ISBN 978-7-5525-0323-4

I. ①宁… II. ①王… III. ①广播电视—传播媒介—
企业集团—概况—宁夏 IV. ①G229.274.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 179262 号

宁夏广电传媒集团简史

王杨宝 主编

责任编辑 姚发国
封面设计 伊 森
责任印制 郭迅生

黄河出版传媒集团
阳光出版社 出版发行

地 址 银川市北京东路 139 号出版大厦(750001)
网 址 <http://www.yrpubm.com>
网上书店 <http://www.hh-book.com>
电子信箱 yangguang@yrpubm.com
邮购电话 0951-5044614
经 销 全国新华书店
印刷装订 宁夏捷诚彩色印务有限公司
印刷委托书号 (宁)0012134

开 本 670mm×970mm 1/16
印 张 15.5
字 数 250 千
版 次 2012 年 8 月第 1 版
印 次 2012 年 8 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5525-0323-4/Z·21

定 价 39.00 元

版权所有 翻印必究

《宁夏广电传媒集团简史》编辑委员会

主 编

王杨宝

副主编

陈玉波 王建宁 平吉文 仝 华

执行主编

平吉文

编 委

李生龙 夏 琨 朱跃峰 杨剑虹

杨 才 周 勇 马彦军 钱献峰

编辑部主任

钱献峰

成 员

王 倩 许云霄 强 强 孙 乐 唐晓翔

撰稿人员

张 简 李 珊 杨 艳 赵秀荣 张 旺 郭 静

这是一部关于宁夏广电传媒集团有限公司的企业简史，也是一部记述宁夏广电经营发展历程的产业简史，从中可以大致勾勒出宁夏广播电视经营活动的萌芽、宁夏广播电视产业化的雏形、宁夏广电传媒的集团化发展的轮廓。

我们撰写《宁夏广电传媒集团简史》，目的是“存史、资政、育人”。我们存的是宁夏广播电视产业不断发展、壮大的历史，资的是如何建设广电产业、如何发展社会主义文化企业这个政，育的是具有广播电视媒体实践经验和企业管理能力、能把宁夏的广播电视产业不断推向前进的新人。

序

《宁夏广电传媒集团简史》是我区第一部文化企业简史,记载了宁夏广电传媒集团有限公司及所属企业的发展历程。宁夏广电传媒集团成立只有短短三年时间,但其属下的产业经营活动最长的已延续了 60 年时间,代表了宁夏广电产业发展的脉络,很有必要进行梳理和总结。尤其是近年来,宁夏文化体制改革风生水起、波澜壮阔,作为自治区文化企业中的骨干和龙头,将自身的发展历程聚集成册,让我们清晰地了解宁夏广电体制改革的探索、实践、经验,是十分必要的,也是很有意义的。

近年来,宁夏高度重视文化产业的发展,在文化企业跨地区重组、有线电视网络整合、数字化平移、特色文化精品创作生产等方面都有一些新的突破,文化企业经营活力和市场意识明显增强,经营业绩显著提高,多次受到中宣部领导的肯定,在 2012 年全国文化体制改革座谈会上受到中宣部的表彰。编辑《宁夏广电传媒集团简史》,叙记宁夏广电传媒集团发展历程,透视宁夏文化体制改革的脉络,资政育人,昭示后人,是一件十分有意义的事。希望广大广播电视工作者、广电企业管理人员、广电领域的同志们都能关注这本书的出版,关注宁夏广电事业的建设,关注宁夏广电企业的发展。一本书的出版虽为沧海一粟,但通过一本书能得到一些新的启示,对发展我国广电传媒产业

有所裨益,则是一件十分欣慰的事。

是为序。

宁夏回族自治区党委常委 宣传部部长 蔡国英

2012年6月

001	综述:彰显宁夏广电的产业化历程
001	(一) 早期的发展与沿革
002	(二) 新时期的探索与实践
006	(三) 面向未来的规划与愿景
	第一章 宁夏广电传媒集团有限公司
009	第一节 引 论
010	第二节 改革扬帆——集团公司组建成立
011	一、班子任命
012	二、工作分工
012	三、资产、节目、人员的剥离
013	四、工商注册
014	五、办公场所
014	六、资金支持
014	第三节 体制机制的艰难探索
014	一、依照 92 号文件精神建立集团公司管理体制
015	二、按照 139 号文件精神规范集团公司管理体制
015	三、现任领导班子完善集团公司管理体制
016	四、董事会的组建
016	五、集团公司资产改由财政部门监管
017	第四节 公司管理制度的建设
018	第五节 干部的选拔聘用

018	一、开展干部选拔配备工作
019	二、聘任集团公司部门临时负责人
019	三、开展集团公司处级干部竞聘工作
020	四、组织实施中层干部竞聘上岗工作
022	五、集团公司、网络公司部分职能部门实行合署办公
022	六、根据实际需要选拔调整干部
023	第六节 产业经营的巩固与拓展
024	一、巩固发展有线电视网络经营主业
027	二、将广告业务作为支撑总台事业的重要经营点
028	三、发掘培育集团新的经济增长点
029	第七节 股权重组与网络整合
029	一、网络股权顺利回购
031	二、引进战略投资者
031	三、网络整合实现“一省一网”
033	第八节 新总部蓝图
035	第九节 企业文化及企业宣传
035	一、企业品格的提出
036	二、企业品格的内容
036	三、企业宣传和推广
038	第十节 全覆盖 户户通
038	一、全国广播电视公共服务均等化的契机
039	二、宁夏作为“户户通”工程试点省区的确立
040	三、全面实现宁夏广播电视公共服务全覆盖
045	四、做好后续运营,加强服务保障
047	第十一节 党建及廉政工作
048	一、党建工作扬帆领航
050	二、作风整顿活动蓬勃开展
051	三、纪检监察职能得到强化
052	四、工青妇工作增强向心力

第二章 宁夏广播电视网络有限公司

055	第一节 引论
056	第二节 宁夏有线电视的诞生与早期发展
056	一、宁夏有线电视的诞生
057	二、有线电视台时期的网络发展状况
059	三、银川地区农村有线电视网的建设
059	四、行政区域有线电视的早期发展
061	第三节 宁夏广电网络产业化的开始
061	一、广电网络的生存之道
062	二、栽下梧桐树引得凤凰来
064	第四节 编织宁夏广电的“天罗地网”
064	一、1800 千米干线撑起广电产业一片天
066	二、建造宁夏广播电视“高速路”
068	三、未雨绸缪 跻身宁夏信息化建设行列
069	第五节 首府市区网改尘埃落定
069	一、互利互惠的银川城市网改
070	二、“有线通”通万家
071	三、隔街相望后的第一次握手
072	第六节 分久必合的广电网络资源
072	一、整合——一支弦上利箭
073	二、宁夏广电网络资源一统局面的形成
074	三、一方产业“诸侯”
075	四、恪守安全播出生命线
076	第七节 数字化——有线电视永恒的主题
076	一、搭台唱大戏
077	二、小小机顶盒 平移大舞台
081	三、双向互动 诠释有线电视数字化
082	四、“户户通”——农民的数字电视

084	第八节 “以人为本”的用工选拔机制
087	第九节 不为拥有但求长久的服务理念
087	一、有线电视,无限服务
089	二、96200——广电人的客服中心
091	第十节 以党建促发展
092	第十一节 十个字凝聚一片心
095	第十二节 广电网络产业发展任重道远

第三章 宁夏广电传媒集团广告分公司

097	第一节 引论
098	第二节 宁夏广播电视广告的诞生和起步
098	一、宁夏广播电视广告的诞生
099	二、宁夏广播电视广告起步期
099	第三节 宁夏广播电视广告的跨越式发展
100	一、广告营销
103	二、对外宣传
105	三、制度完善
107	四、团队建设
109	第四节 宁夏广播电视广告稳步增长期
109	一、创新广告营销形式
111	二、挖掘文化市场资源
111	三、规范播出 树立典范
112	四、紧抓宣传 提升媒体影响
113	五、人文关怀 凝铸企业文化
116	第五节 “赛马机制”聚人才
118	第六节 专业媒体彰显实力
119	第七节 用心赢得精彩——小省份的大广告

第四章 宁夏广电综合开发公司

- 122 第一节 基本情况
- 122 第二节 宁夏人民广播电台服务部(1952~1984)
- 123 第三节 宁夏广播电视服务公司(1984~1991)
- 124 第四节 宁夏广播电视器材供应站(1983~1991)
- 126 第五节 宁夏广播电视总公司(1991~2009)
 - 127 一、经营销售
 - 127 二、工程技术
 - 128 三、音像制品
 - 129 四、开发建设
 - 131 五、业务拓展
- 135 第六节 宁夏广电综合开发公司(2009 年至今)

第五章 宁夏广电物业有限公司

- 139 第一节 基本情况
- 140 第二节 物业服务
 - 140 一、安全保卫工作
 - 141 二、卫生保洁工作
 - 142 三、绿化工作
 - 142 四、家属区物业工作
- 143 第三节 车辆运营管理
- 144 第四节 团队建设
 - 144 一、努力打造学习型团队
 - 145 二、集团公司为物业公司发展提供支持 with 指导
 - 147 三、发挥党支部在企业中的战斗堡垒作用
 - 147 四、认真做好党风廉政工作
 - 147 五、践行耕读传家,勤俭办企业
- 148 第五节 企业文化

149	第六节 宁夏广电汽车服务有限公司
-----	------------------

第六章 宁夏广电节目制作有限公司

152	第一节 基本情况
152	第二节 公司的架构与职责
153	第三节 节目公司运营模式
154	一、以大制作推动品牌化建设
154	二、以灵活机制集聚社会资源
154	三、加强平台建设,延伸节目产业链
155	四、探索现代节目生产运营机制
155	五、以专题片制作作为突破口,打造“现金牛”业务
155	第四节 策划与制作相得益彰
161	第五节 专题片制作业务的反复探索

第七章 宁夏家有购物有限公司

163	第一节 宁夏首个电视购物频道的诞生
164	第二节 宁夏家有的管理机构
164	一、公司股东会
164	二、公司董事会
164	第三节 宁夏家有的规范化建设
164	一、综合管理
164	二、财务管理
165	三、团队建设
165	第四节 宁夏家有“走出去”
165	一、市场营销与推广
167	二、实体店经营
168	三、公司业绩

第八章 宁夏中广传播有限公司

169	第一节 宁夏中广传播的诞生与发展
171	第二节 指挥发展的决策机构
171	一、公司股东会
171	二、公司董事会
173	第三节 “内强筋骨”的管理体系
173	一、综合管理
173	二、财务及资产管理
174	三、团队建设
174	第四节 建设宁夏手持电视传播之路
174	一、市场营销与推广
180	二、战略合作
181	三、成立银南办事处
181	四、启动移动多媒体广播车载电视项目
181	五、专项资金支持
183	第五节 用技术打造宁夏 CMMB 网络地图
183	一、信号覆盖
184	二、技术维护

第九章 其他

187	第一节 土地处置工作
188	第二节 开发 LED 移动媒体车项目
189	第三节 开发建设银川新火车站户外广告项目
190	第四节 文博会招商引资
191	大事记
228	后记

综述：彰显宁夏广电的产业化历程

（一）早期的发展与沿革

宁夏广电经营活动的开端,可以上溯到 20 世纪 50 年代。1952 年成立的宁夏人民广播电台服务部,首开宁夏广电经营的先河。当时,宁夏人民广播电台服务部以维修收音机、扩大机为主,随后逐渐实行自收自支,增加了无线电元器件、整机及唱片等产品的销售、广播电视器材的经销等。

改革开放后,宁夏广电开始经营广告业务。1979 年,宁夏人民广播电台与宁夏电视台先后设立广告科,开办广告节目,开展广告经营业务。1979 年至 1983 年期间,每年广播和电视广告创收仅有 10 万元左右。自 1984 年开始,宁夏广播电视广告业务不断扩大,制作水平不断提高,收入较快增长。1991 年广告创收突破百万元,1997 年广告创收突破千万元,2005 年广告创收进入亿元时代。

1991 年春节前夕,固原县 1000 户城镇居民告别了自家屋顶上“傲然耸立”多年的电视天线,率先进入了有线电视时代。宁夏第一个行政区域有线电视网由此诞生。1991 年 9 月,永宁县自筹资金 30 万元开工建设以县城为中心,辐射周边农村的邻频有线电视网,并于 1992 年 2 月投入试运营。随后,石嘴山、平罗、贺兰、灵武、盐池、吴忠、青铜峡、中宁、中卫、同心等 16 个市、县(区)纷纷建起了自己的有线电视传输网,建设城镇干线 174 千米,在册用户 62000 余户,一时间全区掀起了一股迅猛的“有线风”。1993 年,随着国家提出四级办广播电视的方针,银川地区有线电视网络建设拉开了序幕,按照“一地一网、一网两台”的分配方针,实施分片建设,分别成立了宁夏有线电视台和银川有线电视台进行管理。至此,宁夏有线电视网建设全面铺开。

2000年5月,银川有线电视台实行了台、网正式分离。2000年7月18日,银川新世纪有线电视网络有限公司正式挂牌(后更名银川广播电视网络有限公司)。2001年4月25日,宁夏青鸟广播电视网络有限公司成立(后更名宁夏广播电视网络有限公司)。宁夏青鸟广播电视网络有限公司和银川新世纪有线电视网络有限公司的成立,标志着以首府银川市为中心的有线广播电视网络正式步入产业化之路。

从2002年开始,宁夏广播电视网络有限公司先后完成了银川、吴忠、贺兰、永宁、灵武、盐池、青铜峡、中卫、红寺堡、同心、西吉、隆德、泾源、固原、彭阳、中宁、海原等市、县(区)网络的整合工作,基本实现了全区一张网。2006年,进行了从模拟电视到数字电视的整体转换,使宁夏成为全国第三个完成有线电视数字化的省区。

2009年9月,在深化文化体制改革的大潮中,宁夏广电传媒集团应运而生。它承载了宁夏广播电视总台的经营性资产和经营性业务,以转企改制为突破口,破冰前行,全面踏上了广电产业化、产业集团化的道路。目前,宁夏广电传媒集团下设广播电视网络公司、广告分公司、节目制作公司、综合开发公司、物业公司等五家子分公司,家有购物、中广传播等两家参股公司,资产总额逾10亿元;拥有一个技术先进、功能齐全、覆盖80万有线数字电视用户和80万农村户户通数字电视用户的广电网络传输服务体系,已成为宁夏信息化建设的重要组成部分。自此,宁夏广电产业进入了全新的发展时期。

(二) 新时期的探索与实践

新时期社会主义文化大发展、大繁荣,迫切需要文化产业高速、稳健地发展壮大,以做好文化发展的经济支撑。文化产业是战略性新兴产业,发展空间巨大。作为宁夏文化产业的重要组成部分,作为宁夏广电产业的龙头企业,宁夏广电传

媒集团要做“大文化”的有力支撑。

自2009年改制运营以来,宁夏广电传媒集团在自治区党委、政府的亲切关怀下,深刻认识产业前景,牢牢把握发展契机,积极稳妥地建立适应广电文化企业运营的体制机制,充分激发产业潜力,不断释放文化效能,切实创造社会效益和经济效益,不断用自身的探索与实践书写着宁夏广电产业新的历史,以此更好地推动宁夏广电产业科学发展、跨越式前进,努力在文化体制改革、西部大开发机遇中大有作为。

1. 聚精发展创新体制,凝心探索激活潜力

为了深化广电体制改革,夯实广电产业基础,积极培育广电产业体系,促进宁夏广电传媒集团可持续发展,集团公司领导班子心忧发展,苦苦探索建立适应广电传媒企业运作要求的新型管理体制机制,建立符合广电产业特点的现代国有企业产权关系、法人治理结构、组织形态和管理制度。

优化企业治理结构

针对运行管理中的一些突出问题,集团公司从优化完善体制机制入手,对建立现代企业管理制度、完善公司治理结构进行有益探索,坚持“责权明确,管理科学”的原则,以整合促融合,以融合促发展,研究决定将集团公司与宁夏广播电视网络公司进行融合,将有线电视网络业务直接纳入集团公司经营管理,将广告公司、节目制作公司变更为子公司,以达到突出主业、多元盈利的效果。依此,形成集团公司新的组织架构,并依法设立董事会、监事会,进一步完善公司法人治理结构,使管理体制更加符合市场竞争的需要,更加适应广电传媒企业运作要求,使企业运营更加顺畅、高效。

完善集团管控模式

为进一步理顺公司总部、子分公司之间的定位和管理关系,集团公司加紧完善管控模式。具体来看,就是由集团公司经营有线网络主业,实行总部—分公司管理模式,集团公司作为总部全面管理分公司;各市、县网络分公司负责有线网络业务的具体经营、运转、服务,直接对总部负责。其他多元化业务由各子公司经营,实行母子公司管理模式,集团公司是母公司,其他业务按全资、控股、参股的