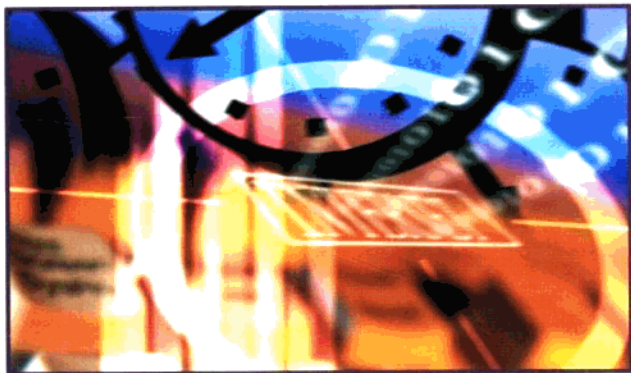




中国广播电视协会学术研究系列丛书

“武汉广电杯” 科学发展观与广播电视业征文选

SOLICIT ESSAYS ON SCIENTIFIC APPROACH OF DEVELOPMENT
& RADIO AND TELEVISION INDUSTRY



中国广播电视协会 编

“武汉广电杯”
科学发展观与广播电视业征文选

中国广播电视协会编

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

“武汉广电杯”科学发展观与广播电视业征文选/中国
广播电视协会编. —北京:中国广播电视出版社,2005. 10
ISBN 7-5043-4776-0

I. 武… II. 中… III. ①广播工作—武汉市—文集
②电视工作—武汉市—文集 IV. G229.276.31-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 117362 号

“武汉广电杯”科学发展观与广播电视业征文选

编 者	中国广播电视协会
责任编辑	聂珊珊
封面设计	马 申
监 印	赵 宁
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条9号(邮政编码100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	河北保定地矿部美术胶印厂
开 本	880毫米×1230毫米 1/32
字 数	280(千)字
印 张	10.625
版 次	2005年10月第1版 2005年10月第1次印刷
印 数	1000册
书 号	ISBN 7-5043-4776-0/G·1807
定 价	25.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

科学发展观——破解广电业 发展各种矛盾的总钥匙

(代序)

张振华

实践是理论的温床,理论则是实践的阶梯。恩格斯说:“要明确地懂得理论,最好的道路就是从本身的错误、‘从亲身经历的痛苦经验’中学习。”^①

当年我们曾经笃信“以阶级斗争为纲”,并且奉为“一抓就灵”,但结果却把经济抓到了崩溃的边缘。眼睁睁地看着一些国家和地区如“四小龙”、“四小虎”从我们身边扬帆而过。“本身的错误”和“痛苦经验”使我们幡然醒悟,下决心用“以经济建设为中心”取代了“以阶级斗争为纲”。正确的理论产生了巨大的物质力量,短短二十几年,中国发生了翻天覆地的变化。国人额手相庆:我们终于回到一条正确的轨道上来。

但是当我们读到下面这些数字:中国人口占世界的21%,但石油储量仅占1.8%、天然气占0.7%、铁矿石不到9%;中国经济每创造1美元的产值所消耗的能源是西方7个工业国家平均的5.9倍、美国的4.3倍、德国的7.7倍、日本的11.5倍;我国荒漠化土地已占国土总面积的27.9%,而且每年仍在以十万平方公里的速度增加着;我国600多座城市中,有400多座城市供水不足,其中100座城市严重缺水……此外,当“非典”袭来,当从媒体上不断传来诸如农民有病不看、看了则“一夜返贫”;一些贫困家庭的孩子考上了大学,但父母因无力供养,自觉无颜而自杀之类的

^① 《致弗·凯利——威尔涅茨基夫人》,《马克思恩格斯书信选集》,第440页。

消息时,我们再一次从“本身的错误”和“痛苦经验”中警醒:原来我们的经济增长大半是在“高投入、高消耗、高排放、低效益、低产出、难循环”的状态下实现的。原来除了经济 GDP,还应关注“绿色 GDP”。原来我们过去更多地关注经济的增长,而忽略了社会的进步。原来除了应该关注 GDP 这个“经济指标”,还应关注包括分配、就业、教育、卫生等在内的“幸福指标”。党中央认真研究和总结了所有类似的“原来”,终于在十六届三中全会上又响亮地提出了“以人为本,全面协调,可持续发展”的“科学发展观”这一全新的理念。

正如法国思想家拉美特利所说:“越是接近真理,便愈加发现真理的迷人。”^①如果说当年确定“以经济建设为中心”是全党、全国人民对现代国家根本使命认识的一次理性回归,那么,科学发展观的提出则为如何完成这一使命赋予了更加科学、缜密的理念,指出了合理的实现路径。它使我们跃上了一个新的认识平台,思想再次为之一亮,思维和视野豁然为之开朗、开阔,对以往某些观念和实践中的误区、盲区给予了理念矫正和理论关照,从而提升了发展的理性自觉和实践自觉。科学发展观的物化力量将长远地体现在未来的经济和社会发展的之中。

中国广电业十一届三中全会以来取得了长足发展,这得益于改革开放的大环境及广电人对自身发展空间的认知和开拓。但向前看,各种来自外部、内部的挑战、碰撞和矛盾仍在困扰着我们,“何以解忧?唯有杜康”。如何破解广电业发展中的种种矛盾?当然要靠科学发展观这把总钥匙、金钥匙。

当前广电业在发展中需要破解的矛盾可以列出一个很长的“问题单”。比如,如何看待和把握广播电视并重、内宣外宣并举的问题;如何看待和解决城市与农村两个媒体市场发展失衡的问题;如何界定、把握和发展广电公益性事业和经营性产业的问题;如何破解有线、无线、数字广播电视、网络、手机等传播渠道和途径越来越多,而广电节目特别是好节目越来越捉襟见肘的制约性

^① 《人是机器》,第4页。

问题;如何坚持“新闻立台”,首先把新闻节目做强,同时又发育和提升服务类、知识类、娱乐类节目的问题;在广电宣传中如何既坚持正确的舆论导向和节目品位,又提高广电节目的吸引力、竞争力、影响力和市场占有率,同时防止节目低俗化的问题;在产业经营中,如何破解跨地区、跨媒体、跨行业经营的政策空间同广播电视条块分割、地区所有的行政制约问题;如何打破广电经营中广告经营和其他经营的失调问题;以及在广电改革中如何认识和把握广电生产力和广电生产关系的内在规律性问题,等等。

任何事物的发展都有其内在规律性。广电改革中的某些“痛苦经验”再次告诉我们,违背规律、主观武断、急功近利、倚轻倚重、左右摇摆地作决策、办事业,到头来总要受到规律的惩罚,从而增大改革的成本,贻误事业的发展。

正是为了学习和贯彻科学发展观,并用之破解广电发展中的种种问题,中广协今年在全系统发起了一次“科学发展观与广播电视”的征文活动。这次活动得到了业界乃至学界同仁的积极响应,共收到 120 多篇论文。作者中既有局台长,也有普通从业人员;有的来自中央三台,更多来自省、市乃至区县级台。应征作品的内容从广播到电视,从频道设置、节目建设到资产管理、产业经营、技术发展和队伍建设,十分丰富。称得上是业界、学界同仁围绕科学发展观对广电业进行理性思考、实践透析的一次理论成果检阅。

现将本次征文评为一、二、三等论文的共 31 篇作品集纳出版,以飨读者,并期望对推动广电业的发展有所助益。

本次活动武汉市广电局不仅给予了经费支持,而且动员全局同志报送了十余篇论文。借本书出版之机,谨表感谢。

2005 年 9 月 28 日

目 录

科学发展观——破解广电业发展各种矛盾的

- 总钥匙(代序) 张振华 /1

一等论文

- 构建武汉广电传媒核心竞争力 吕值友 /3
- 用市场规律解读“三贴近” 李岭涛 赵 宏 /11
- 坚持科学发展观,加快推进有线电视
- 数字化和网络发展 杨军山 /22
- 科学发展观与科学受众观 唐 弦 周 毅 /33
- 资产管理创新:广播影视业贯彻科学发展观的
- 一个操作模式 李向阳 /42

二等论文

- 以人为本:舆论监督的终极价值取向 胡桂林 /55
- 以科学发展观引导广电网络发展
- 论通信新技术与广电网络的技术走向
- 高 见 韩高鹏 李学姪 /66
- 求是、人本、创新
- 以科学发展观强化对台宣传的有效性 景 艳 /74
- 社会满足与形象建构
- 中国广电媒体贯彻科学发展观,实现
- 可持续发展的核心动力 栗轶玫 /88
- 我国电视媒体人力资源战略管理之我见
- 闫军才 龙小洵 /99

增强公信力是改进典型宣传工作的重中之重

..... 梁建增 孙金岭 /109

未雨绸缪,科学规划,在全球互联网上打造中国网络
电台旗舰

——从全球网络电台发展趋势看中国网络电台建设

..... 伍 刚 /117

论科学发展观与城市广电传媒的管理与创新

..... 严克勤 /128

民生新闻——构建和谐社会的舆论支点

..... 胡 北 张春梅 /139

今天我们怎样做电视新闻 雷喜梅 /150

三等论文

打造“看得见的广播”的几点思考

..... 宋成卫 应响洲 李高翔 /165

迈上亿元台阶后的思考 张苏明 /173

珍惜有限资源,挖掘资源潜力

——县级广电可持续发展之我见 孔 莉 石月平 /181

贯彻科学发展观,大力实施品牌战略

——兼论省级广电媒体新时期的发展战略

..... 黄运全 黄正谋 卢传才
肖前进 杨 萍 /189

中国广播产业制度创新的成本与收益分析

..... 刘 斌 丛 径 /201

工具理性与价值理性的统一

——关于中国广电产业科学发展观的思考

..... 黄玉波 /217

实施可持续发展战略是广播的必然选择 刘玉慧 /228

以科学发展观指导广播电视产业发展 顾顺坤 /236

坚持科学发展观,提高对外广播宣传的实效性

..... 夏吉宣 /243

多民族地区的文化传播 张 静 /248

电视媒体的边缘化趋势值得注意 任保国 /277

让科学发展观体现在每个节目中 金俊全 路良魁 /284

坚持科学发展观,探寻广播可持续发展的

路径选择 雷 激 /292

科学发展观指导下的广播电视报媒体运作

——安徽广播电视报社媒体改革初探 孙 力 /303

媒体要注重受众意见平台建设 朱惠鹏 /311

凸现特色:省级卫视边缘化突围战略 ... 高世铭 郝文胜 /317

附录

“武汉广电杯”科学发展观与广播电视业征文

优秀论文目录 /324

一等论文

构建武汉广电传媒核心竞争力

吕值友

改革开放以来特别是加入世贸组织以后,中国经济的市场化、社会的多层化、价值取向的多样化进一步凸现,广电媒介的功能和角色、生存和发展的环境空间发生了巨大而深刻的变化。国外传媒巨头借文化准入之机大肆进行文化扩张;境内传媒从广告市场到自有品牌、节目资源、人才资源、收视市场份额、技术、体制机制等各方面,展开了全方位的立体竞争;技术进步、政策调整带来电信等其他行业渗透广电领域。在这种内挤外压的激烈竞争态势下,谁拥有了核心竞争力,谁就抢占了广电传媒生存与发展的高地,抢得发展扩张的难得机遇。所谓广电传媒核心竞争力主要指:各种资源总体整合能力;独有品牌文化难以被对手替代的能力;一业为主、多元拓展扩张的能力。

两年多来,武汉广电大胆探索,勇于实践,坚持在内容、产业、技术、人才、体制机制、企业文化等方面构建核心竞争力,武汉广电的影响力、竞争力进一步提升,综合实力显著增强。在“十一五”期间,武汉广电将以科学发展观为指导,不断增强核心竞争力,努力实现宣传创新、节目创优、经营创收,力争成为拥有自主知识产权和文化创新能力、主业突出、核心竞争力强的多功能、现代化的综合性传媒实体,成为全国知名、省会前列、华中一流的具有影响力和扩张力的传媒实体,成为武汉先进文化发展的主力、文化产业的龙头、城市经济发展的新增点。

如何构建武汉广电传媒核心竞争力呢?我认为,按照科学发展观全面、协调、可持续地统筹发展的要求,必须坚持以下六条。

第一,必须坚持内容为王,品牌至上;倾力打造自己的精品名牌,做强做大内容产业;提高收听、收视率,扩大影响力,最大限度地争取受众的青睐。这既是实践“三个代表”、实现“三贴近”的必然要求,也是广电传媒立足市场的根本。

“内容”和“品牌”是广电传媒核心竞争力的核心因素,是具有自主知识产权和精神产品特征的广电文化产品,是做大做强广电传媒、提升广电传媒竞争力和影响力的重要途径,也是发展和释放广电传媒节目生产力、满足人民群众日益增长的精神文化需求的最有力的武器。

有人把传媒经济的实质概括为“影响力经济”,我们拿什么去“影响”受众,去争取受众的青睐,争取更大的市场份额呢?无疑是内容。而什么样的内容才能在信息爆炸、视觉疲劳的今天争取受众的眼球、耳朵呢?只有那些有自己的鲜明特色,定位准确,内容贴近群众、贴近实际、贴近生活,制作精良的品牌栏目、精品节目,才能占据一席之地。

高质量的品牌节目永远是广电传媒争夺受众注意力资源的焦点所在,也是广电传媒打造核心竞争力的首要环节,各级电视台无不投入重兵,主攻强攻。武汉市广播电视局(集团)在做强做大内容产业,构建自己的核心竞争力方面进行了成功的实践,从走进中央电视台蜚声全国的科教品牌栏目《科技之光》,到立足武汉实际、深受本地百姓喜爱的品牌栏目《都市写真》、《百姓连线》、《都市田野风》、《都市茶座》、《影视前沿》、《健康》等,还有2004年以来推出的系列城市形象宣传片《魅力武汉》、《武汉水云间》、《今日大武汉》等,这些品牌栏目成为构建武汉广电传媒核心竞争力的重要组成部分。同时,武汉广电加大新闻节目改版力度,采取一系列新的措施,电视新闻中心以内容产业为中心,组建《武汉新闻》、《百姓连线》、《都市写真》、《财经圈点》四大栏目部,具体负责时政、民生、评论、经济四类新闻节目的采编播工作,人事分配改革紧锣密鼓、激励鼓劲;节目栏目改进改版稳步推进、亮点纷

呈,有力地促进了收听收视率大幅提升,促进了电视新闻链的形成和品牌节目的打造。文艺、影视频道精心策划,精心编排,争取注意力,2004年电视收视率32周获得武汉地区第一名,2005年以来连续23周保持第一名,稳居领先地位;《科技之光》推出北京版、武汉版,科普品牌焕发新的活力;《百姓连线》荣获“全省十佳电视栏目”称号,《都市写真》被推荐参加“全国十佳电视栏目”评选。收听收视率是检验栏目群众喜好程度和节目市场份额的具象指标,武汉广电正在完善以收听收视率和投入产出比为主要指标的节目栏目评价体系,为构建内容产业的核心竞争力进一步提供了强有力的措施与保证。

第二,必须坚持整合广电资源,发展文化产业;以资本为纽带,以市场为依托,倾力培植广电龙头企业,以龙头企业的高速发展带动整个广电产业的良性循环和科学发展。

国家广电总局《关于促进广播影视产业发展的意见》指出,“广播影视产业要成为国民经济的新型产业,成为我国经济文化产品的重要生产基地”。要实现这个宏伟目标,必须按照公益性和可经营性分开的原则,大力培植广电企业,大力发展广电传媒生产力,以龙头企业为依托,形成广电传媒产业链。

(1)要发展武汉广电产业,首先必须加强频道频率资源的开发经营。以现有的4个广播频率、7个电视频道为主体,狠抓广播电视广告主业,巩固广告主阵地,充分挖掘广告资源,积极开拓广告营销渠道,努力扩大广告市场份额,增加广告收入,增强创收盈利能力,确保广告创收两位数平稳增长,确保增加可用财力。

(2)大力发展广电企业特别是龙头企业。2003年完成武汉广电网络公司与中信公司合资工作后,引入资金1.1亿元,改善网络条件,武汉有线网络作为全国第三大网,覆盖武汉三镇各城区,用户130多万户,传输50多套电视节目;2004年,加大改革力度,扩张广电网络,把立足自身与走出去相结合,把行业扩张与业务整合相联系,先后与武钢和电信签订协议,结成合作伙伴关系。积极争取国家广电总局批准,武汉市成为数字电视试点城市,发展数字电视用户5万户,传输102套海内外节目。为进一步加快

武汉广电产业发展,将尽快实施网络公司和数字电视公司资源整合,积极推进数字电视整体平移,加快数字电视发展步伐;在网络公司内设立数据业务分公司,数字电视业务、IP 业务统一由其运营,加快数字电视、IP 电视和宽带网络新业务的开展;在此基础上,进一步实现网络公司和城区网络的业务整合,统一规划、统一技术标准、统一市场运营、统一新增业务的开发和建设,使网络整体实力迅速得到提升,真正发挥广电龙头企业的作用,进一步增强武汉广电核心竞争力。同时,围绕武汉城市圈建设,形成一个辐射武汉周边 8 个城市的广播电视网络,进一步扩大武汉的影响,提升武汉市作为中部重要城市的作用和地位。积极寻找通讯业、大型企事业、民营企业等合作伙伴,发挥各自优势,探索三网融合的新路子。

(3)进一步做大做强影视公司品牌。在已组建武汉影视艺术传媒有限公司的基础上,进一步深化人事分配制度改革,加强经营管理,重点抓机制、抓项目,积极融资,吸收社会和民间资本,加强与有实力、有特色的横店集团等民营机构的合作,壮大武汉市的影视产业;发挥武汉广电在电视剧制作方面的品牌优势,投拍《中华之剑》、《大汉巾帼》、《陪读》、《中美外交风云》等一系列有影响的电视剧,做大做强影视公司品牌。待条件成熟再通过招商引资对影视公司进行增资扩股,进行新的资产重组和股份化改造,打造国内一流的专业影视公司,进一步做强做大我市影视产业。

(4)成立广告公司和节目公司,按市场规律实行公司化运营。对提供信息服务、政策允许经营的媒体资源,如广播、电视的综艺娱乐类节目、体育节目、科技社教节目、影视剧制作、销售等,逐步从目前的事业体制中分离出来,按照产业发展的方向和现代企业制度的要求组建公司。盘活现有节目资源,扩大市场交易,充分发挥现有节目资源的创收增值能力。

(5)组建新的物业公司,在武汉广电道观河度假村暨影视基地成功运作的基础上,进一步搞好广电中心招商引资及红霞村、香港路等基地运营管理,全面经营管理武汉广电的固定资产,充

分发挥其经营管理职能,确保固定资产保值增值。

目前,武汉广电通过大胆改革,资源整合,已形成以网络公司、数字公司、影视公司、广告公司为骨干和龙头的产业群。随着对主体业务进行公益性事业与经营性产业的进一步明确划分,除新闻以外的节目生产和经营也将相继步入市场轨道,进行市场化运作。

第三,必须坚持以科技为先导,抢占发展的制高点;积极采用高新技术,提升广电功能;密切追踪发展步伐,促进产业升级;理性面对新技术带来的挑战与机遇,大力拓展服务领域和发展空间。

科技是推动广播电视不断发展的基础。广播电视高新技术含量和整体技术水平如何,已经成为衡量广电传媒实力和竞争力的最重要标志之一。广电传媒要发展,不能靠“拼数量”,而要靠“拼质量”,要积极占领广电传媒技术的制高点,拥有核心技术,不断提升现代化水平,带动新一轮广播电视产业优化升级,进一步提升广播电视功能,拓展服务领域和发展空间。

保持对相关技术发展的敏锐度,储备一定的人才和知识,跟踪、学习、掌握、运用每一种对本行业产生重大影响的技术,抢抓机遇,这种组织的能力就是一种重要的核心竞争力。广电技术的发展日新月异,广播不过百年的历史,电视更只有数十年的历史,然而技术的革新使这个行业潮起潮落的周期似乎比大多数行业都短。武汉广电密切追踪技术发展步伐,坚持以信号质量为中心、以安全防范为重点、以优质热忱服务为宗旨、以技术创新为追求、以激活人才为根本、以推进武汉广播电视事业产业发展为目标,精心规划,总体谋划,重点推进数字化、网络化、产业化,积极占领广电传媒技术制高点;成立技术管理委员会,统一管理全局技术工作;武汉广播数字化播出走在全国前列;电视即将实现硬盘播出;网络不断升级改造;数字化转播车在各类大型活动和体育比赛转播中发挥重要作用;改造现有演播室,新增虚拟演播室;技术设备公开招标,透明操作。进一步加强技术调研和规划,目前正在着手研究和制订武汉广电“十一五”技术规划,力求用战略

的眼光研究前沿技术与实用技术,让技术和技术人才为广电事业产业发展提供坚强有力的支撑与保证,进一步增强武汉广电在科技应用方面的核心竞争力。

第四,必须坚持以人为本,人才制胜;建立一个完善的人力资源开发体系,拥有一支强大的人才队伍,形成广电竞争的基础和利器。

在知识与资本日益对等甚至是知识雇佣资本的时代,人力资本对企业竞争力的作用已毋庸置疑。作为信息产业的子产业,广电媒体的核心竞争力之一是智力资源,是优秀的人才和先进的人力资源管理。既要敞开胸怀吸引人才,不拘一格选拔人才,又要科学合理使用人才,搞活机制留住人才;既要有自己的名记者、名编辑、名主持,也要有优秀的宣传、技术、经营、管理的人才。

武汉广电坚持以人为本,构建和谐环境,加大人事分配改革力度,2003年广播节目中心作为全市试点全员竞聘上岗,变身份管理为岗位管理;2004年,武汉广电面向全国举办“寻找主持人、代表大武汉”主持人公开选拔赛,15名主持新人正式签约加盟,74人进入武汉广电人才库;同时,举行内部电视主持人竞聘定岗比赛,调整一批、淘汰一批,主持人新阵容、新形象亮相后获得广泛好评,带动《武汉新闻》等栏目收视率大幅上升;成立全局(集团)播音员主持人管理委员会,大力培养优秀节目主持人,首次评选出12名优秀播音员主持人,除一次性奖励外,每月实行特殊的岗位津贴;设立全局(集团)突出贡献奖,32个项目受到表彰奖励;2005年初,电视新闻中心全员竞聘上岗,一批优秀人才脱颖而出,进一步激发了干部职工的积极性、主动性和创造性。

在此基础上,武汉广电将进一步做好人才资源规划,建立合理的人才资源结构,实施科学的人才考评体系,大力培养和引进懂宣传、会经营、善管理的复合型人才以及名记者、名编辑、名主持,拔尖的技术研究和开发人才,特别是大力培养名牌主持人。武汉广电以务实为原则,不拘一格使用人才,正在努力使之成为“使用人才的高地,积蓄人才的洼地,真正人才的用武之地”。

第五,必须坚持体制创新、机制创新、管理创新;通过体制变