

WENYIXIANGJUNBAIJIAWENKU

文艺
湘军

百家文库

影视方阵

湖南电视现象 卷



644726

湖南电视现象卷

湖南文艺出版社



C0402105

文艺湘军百家文库
影视方阵

责任编辑:张先瑞

*

湖南文艺出版社出版、发行

(长沙市河西银盆南路 67 号 邮编:410006)

湖南省新华书店经销 长沙鸿发印务实业有限公司印刷

2000 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:9

字数:200 千

ISBN 7-5404-2387-0/I·1787

本方阵定价:198.00 元 本册定价:19.80 元

若有质量问题,请直接与本社出版科联系调换

总 序

文选德

文艺的繁荣、文明的进步，需要一点一滴的积累，每日每时的创造，也需要对创造成果的检视和总结。这也是文化积累的一项重要工作。只有这样，那些闪烁着美与智慧之光的创造性劳动才不致被岁月的长河湮灭，文明的火炬才会代代相传。中国古代早有修典的传统，辉煌灿烂的中国古代文明正是通过一部又一部规模宏大的典藏而得以保存、流传的。这使今天的中国人受益匪浅，为之自豪。

为庆祝湖南省文联成立五十周年，迎接全省第七次文代会的召开，省文联的同志们组织出版了这套《文艺湘军百家文库》，这是一件好事，也是一件盛事。入选此套文库的作者，除一部分德高望重、成果丰硕的老文艺家外，大多是我省当前较有影响、十分活跃并且颇具潜力的中青年文艺家。作为文艺湘军的中坚力量，他们生逢改革开放的伟大时代，投身澎湃向前的生活洪流，文思泉涌，才情迸发，创作了许多脍炙人口的名篇佳作，为当代湖南的文化建设作出了贡献。以文库的形式，将他们的创造性成果结集出版，是很有

必要的。这套文库，与此前我们组织出版的《当代湖南作家作品选》、《当代湖南戏剧作家选集》、《当代湖南文艺评论家选集》一起，构成了当代湖南文坛艺苑蔚为壮观的整体图景。

“盖文章者，经国之大业，不朽之盛事”，文学艺术在我国从来就具有很高的地位。在建设有中国特色社会主义整体框架中，有中国特色社会主义文化是极为重要的部分，而文艺，则是这先进文化中最为五彩斑斓、动人心弦的因子。不管时代怎么发展、社会怎么变化，优秀的文艺作品，总会具有不朽的生命力，总会在民族的心灵中留下恒久不灭的投影。我相信，这套文库的出版，将不仅仅是给历史留下一份档案，某种程度上对未来的文艺创作也会具有典范和启示的意义，它必将进一步激发湖湘热土上作家艺术家的创造激情，使湖南的文学艺术有一个更大的发展。

在新千年的地平线上，杰出的文学艺术将如日中天，光华夺目。让我们怀着庄严的心情，踏着坚实的步履，迎接文艺新时代的到来。

是为序。

2000年5月于长沙

目 录

总序（文选德）/001

新世纪广播电视发展的战略思考（魏文彬）/001

地方电视媒体制播分离的思考与尝试（欧阳常林）/016

电广传媒——传媒产业进入资本市场的有益探索
（龙秋云）/028

谈谈《快乐大本营》（汪炳文）/043

重视包装 强化品牌（刘惠东、张 峥）/057

创造财富（章虹伟）/071

《玫瑰之约》的定位及发展战略（韩 炜）/083

- 在乡村发现什么? (李 兵) /092
- 《经济环线》: 专业目光和思辨色彩 (李 咏) /099
- 从《聚艺堂》谈“湖南电视现象” (彭 健) /109
- 广播电视系统体制问题的思索 (黄河清) /113
- 《经视新闻》零距离接近世界 (周诗星) /123
- 谈谈主题性频道包装 (吕树丰) /138
- 试论编排的科学形成与实施 (刘惠东、张 峰) /148
- 电视频道专业化的问题与机会 (张华立) /160
- 用企业经营的理念来经营媒体 (刘沙白) /177
- 新青年: 创新就是电视 (杨 晖) /186
- 从《还珠格格》的成功看电视剧的制片管理 (刘向群) /196
- 综合艺术的再综合——《零点追踪》的新尝试
(黄子林) /205
- 电视音乐是怎样不断的 (王 平) /214
- “湖南电视现象”与湖湘文化 (刘健安) /221
- 论传媒产业 (魏文彬) /229
- 总跋 (谭 谈) /233

新世纪广播电视发展的战略思考

魏文彬

从本世纪 90 年代后期开始，国内国际广播电视格局发生了急剧变化。变化的根源，主要的是卫星覆盖。卫星覆盖，打破了区域界限，也打破了境内境外界限。从而，使广播电视而向全世界，一步步走向全球化、国际化。

随着广播电视国际化格局的逐步形成，一场全球性的广播电视大竞争将在 21 世纪初期悄然来到。我们必须看到，卫星广播电视节目所传播的，是一个国家、一个民族的实力、精神、思想、立场、对外的影响。在五花八门的节目竞争的背后，掩盖着国家和民族之间的经济之争、文化之争、政治之争，掩盖着国家和民族之间的影响之争、地位之争。所以，这种竞争，实质上是国家利益之争、民族利益之争。深刻认识这种格局的变化，在广播电视国际化的过程中，抓住机遇，让湖南广播电视走向全国、走向世界，是我们的历史责任；在广播电视国际化的过程中，让湖南广播电视为维护国家和民族的利益作出贡献，是我们的社会责任。

作为广播电视节目已经上星的内陆大省的广播电视工作

者，我们必须立足湖南实际，冷静面对这种急剧变化的格局，增强历史责任感和社会责任感，从战略上积极确定我们当前及今后一个时期的工作思路和对策。这样，就需要我们对以下几个重大问题，进行再研究、再认识、再思考。

一、竞争问题

当前，广播电视的竞争进入了更为激烈的阶段。广播电视特有的政治属性和产业功能，是竞争的原动力，卫星技术又使这种竞争逐步扩展到全国，最终扩展到全球。我们不仅要站在维护地区利益、经济利益的立场上对待这种竞争，更要站在维护国家利益、民族利益的立场上来对待这种竞争。

具体地说，从大文化圈的层次来看，广播电视面临着出版、报刊、娱乐等行业的竞争。从新闻界的层次来看，广播电视面临着报纸行业的竞争。从广播电视内部的层次来看，存在着各省市台之间的竞争。这些竞争，从总体上讲，还是属于内部竞争。特别值得警惕的，是国际计算机互联网的冲击、国外卫星数字直播电视以及国际广播的冲击。

从全国各省市卫视节目的现状来看，我们面临的竞争形势越来越严峻。现在，全国共有 29 家电视台的节目上卫星，今年将会达到 30 多家，有近 50 套节目落地。我们湖南卫视节目播出两年来，已在全国产生了较大的影响，尤其是周末节目产生了一种轰动效应。近来一段时间，来湖南考察学习的外省市的同行较多。我们必须看到，他们来考察学习的目的，就是要超越你。来湖南考察学习的人越多，湖南卫视就越是“众矢之的”。国内外发行的英文报纸《二十一世纪报》今年 2 月 24 日发表长篇报道，认为由湖南卫视《快乐大本

告》节目所带来的电视快乐旋风，已经引发电视界的新一轮竞争。

广播电视行业的竞争与其他行业的竞争一样，其基本规律是：优胜劣汰。我们要在竞争中取胜，要在竞争中向前发展，就要始终使自己在竞争中保持优势。大家都还记得，80年代初期，电视以地域性覆盖的方式发展时，是无所谓优势、劣势可谈的。当时，我省大部分地方只能收看中央和省台两套电视节目。只要看得到，哪怕是一台黑白电视机收看一部老掉了牙的电影，大家都看得津津有味。正是这样的环境，使我们一些同志养成了妄自尊大的心理。在今天，当电视节目上星以后，以交叉性覆盖的方式发展时，还有不少同志没有从妄自尊大的心理状态中醒悟过来。我们必须懂得，卫星电视交叉性覆盖的最大特点，就是我中有你，你中有我。随之而来的，便是严酷的竞争。我们平时所说的“比学赶帮超”，也是一种竞争。但是严格意义上的竞争，离不开两个字，这就是：淘汰。如果不能发挥自己的优势，甚至滑向劣势，就会在竞争中淘汰出局。所以说，今天的电视行业，面临着竞争，实质上就是面临极大的危机。面对这种竞争和危机，我们必须经常研究分析我们在节目、人才、技术、地域等方面的优势和劣势，扬长避短，趋利避害，使自己立于不败之地。

广播电视行业的竞争，其焦点主要是节目的竞争、技术的竞争和人才的竞争。我们必须从现在开始，从长远来考虑在这种竞争中的对策。不仅要考虑战术对策，更要考虑战略对策。战术对策只能解决一个节目、一项技术、一种人才的问题。而我们要考虑的战略对策，所要解决的是节目的整体质量、技术的整体水平、人才的整体活力问题，也就是整体

结构上的实力问题。这样，才能从长远不断增强我们的竞争力。

在竞争的问题上，我们一定要有历史责任感和社会责任感。随着广播电视国际化格局的逐步形成，各个国家、民族、地区会越来越重视广播电视在其他国家、民族、地区的影响。任何忽视和轻视这种影响的态度，都是不明智的。要看到，如果被外省的电视淘汰，我们损害的是湖南的利益，将无颜面对三湘父老；如果被境外的电视淘汰，我们损害的则是国家和民族的利益，那就是“守土失职”。所以，竞争越激烈，我们的责任越重大。

二、空间问题

广播电视的发展，正在由区域空间向无区域空间延伸。空间问题，是广播电视行业日益激烈的竞争局面所带来的又一个重要问题。

由于近些年数字技术、卫星直播技术、因特网技术等高新技术的应用，广播电视覆盖，从技术上讲正在从有线空间转向无线空间，从效果上讲正在从有限空间转向无限空间。这里所说的无限当然是相对的。尤其是直播到户的卫星电视直播技术的应用，使电视覆盖的空间正在无限扩大，成为全球电视发展的热点。在今天许多发展中国家正在进行有线电视网络建设的同时，一些发达国家例如美国、法国、德国、日本，已经开始应用卫星电视直播技术，使电视节目从卫星直接进入家庭。一颗大功率卫星，可传送 200 多套电视节目。在美国，直接用天线收看卫星直播多套电视节目的用户，现在已达 660 万户，已经对美国的有线电视造成了极大

的冲击。日本索尼公司已在数字卫星电视接收机生产销售方面，打开了新的市场。有关方面预测，到2001年，全世界接收直播到户的卫星电视节目的用户，将达到一亿户。另外，美国微软公司和麦考行动电话公司也正在实施“空中互联网”计划。他们计划耗资90亿美元，发射288颗卫星，覆盖全球，于2005年投入使用。到时，只要有一台笔记本电脑，无论在世界上任何地方，不需要任何电话线、光缆等地面线路，就可以及时获得地球上任何一个地方的信息，与世界保持同步。有人预言：“要不了多久，上海东方明珠塔将成为电视文化的历史遗迹。”这就更不用说我们的一些转播发射塔了。所以，卫星直播技术的应用，使我们看到广播电视的传输和覆盖，正在经历“无线——有线——无线”的发展过程。前一个无线，主要是靠微波和转播台站；中间的有线，主要是靠光缆网络；后面的无线，主要是靠卫星直播。这种发展变化，完全符合唯物辩证法的否定之否定规律，即新质不断否定旧质，使事物不断发展。广播电视覆盖方式和状态的这种变化，迫使我们必须重新重视和研究空间问题。

当然，从国内来看，广播电视的传输和覆盖，现在主要还是有线与无线相结合、微波与卫星相结合、地面与空中相结合。但是，在高新技术飞速发展的今天，我们必须用高瞻远瞩的眼光来认识空间问题。电视要研究被称之为“无线电缆”的“卫星电视直播”，因为这是今后电视节目传输和覆盖最先进、最便捷的方式，是必然趋势。广播要研究“数字音频广播”。这种广播是继调幅、调频广播之后的第三代高新技术广播，不少发达国家已经开播、我国正在广东佛山试播。湖南的广播也应对此及早研究。另外，国内国际的广播

电视行业不少已进入“计算机网络”，实行网上播出。湖南卫视的《快乐大本营》和《玫瑰之约》节目也已上网。我们要进一步摸索成功的经验。这些问题，与我们未来的发展和生存空间息息相关，我们必须积极开展研究。

就目前来说，虽然我们还不能立即应用某些高新技术如卫星电视直播技术来拓展新的空间，但是，湖南卫视上星播出两年来的实践，已经让我们深刻认识到了空间问题的极端重要性。当初我们在筹建上星时，不是有不少闲言碎语吗？然而，两年来的实践证明，湖南的电视节目上星，是湖南的广播电视事业抢占发展和生存空间极其重要的一步。就是现在，我们也只能说，在新形势下的电视“星球大战”中，我们湖南暂时没有落伍，暂时没有败下阵来。如果当初不上星，在今天的形势下，湖南的广播电视可能是另外一种“湖南现象”。大家也许没有忘记，就在我们筹建上星工作时，在湖南的许多地方，人们实际上已经在收看山东卫视、浙江卫视和云南卫视的节目。湖南电视台节目的收视率在1993年前后之所以比省会电视台还低，除了节目质量外，难道没有传输质量的原因吗？当然，用冷静的眼光看问题，上星的节目越多，拓展空间的压力就越大。空间问题，已经成为广播电视行业竞争带来的一个最直接的重要问题，已经成为我们将来以什么样的方式生存的重要问题，应当引起我们的足够重视。

三、产业问题

在社会主义市场经济体制的条件下，广播电视既是一项富有政治特色、文化特色的事业，也是一项富有经济特色的

产业，这已经开始得到社会的公认，得到领导的承认。应该说，对于广播电视产业问题，我们算是认识和行动得比较早的。在1993年确定改革思路时，就明确提出“由计划型向产业型转变，由松散型向紧密型转变”，“创办大广播、大电视、大宣传、大产业”，比别人早了好几年。也应该说，我们在产业问题上的认识和实践，是引发“湖南现象”的重要原因之一。但是，我们还应该看到，即使在今天，广播电视产业问题在相当一部分同志那里还停留在口头上。广播电视产业究竟怎样才能形成自己的优势、应当走什么样的发展路子？广播电视产业与其他产业相比，有哪些共性即普遍性、有哪些个性即特殊性？这些问题在我们内部需要进一步认识和研究。

根据产业发展的普遍规律来认识和研究问题，广播电视产业与其他产业一样，只有形成集团优势、走产业化的路子，才能保持充足的发展后劲。对这个问题的认识，不能离开国际经济发展的大背景。当前，国际经济发展总的特点是什么？就是全球经济一体化。这也是世纪之交世界经济发生的最重要的变化。有专家认为，“这实质上是一场以少数发达国家跨国公司为主导的全球产业结构调整”。全球经济一体化，要求各国经济在体制上进行新的改革，在结构上进行新的调整，在资源上进行新的配置，在秩序上进行新的整合。这种改革、调整、配置、整合的结果，就是导致许多战略产业正以空前未有的速度和程度，迅速集中，规模越来越大，越来越国际化。全世界的化工、电讯、钢铁、飞机制造、媒体等产业，都是如此。美国和英国甚至不惜修改法律，来促进电讯、有线电视、计算机、媒体、娱乐业之间的收购和合并。为什么会出现这种国际性的“资产重组”大趋

势？原因并不复杂。这是因为市场经济从某种意义上讲，是竞争经济。而竞争首先需要的是实力。谁拥有雄厚的资本、先进的技术，谁就占有竞争中的优势。全球经济一体化条件下的“资产重组”，与当初生产社会化条件下的资本集中、后来生产国际化条件下的跨国经营是一脉相承的，它是国际经济专业化协作、规模化发展的必然结果。美国迪斯尼公司用 190 亿美元买下美国广播公司、美国波音公司收购麦道公司、美国花旗银行以 820 亿美元高价收购旅行者公司、德国奔驰汽车公司与美国克莱斯勒汽车公司合并，就是在这种经济背景下发生的。在这样的形势下，亚洲的经济发展也越来越活跃。这种国际化的经济战略重组，已经对我国经济产生了重大影响，迫使国内产业界的许多有识之士下决心要走规模化、集约化、产业化的发展之路。

从国内情况来看，不少经济学家认为，在 21 世纪，我国无论是工业制造、现代农业、房地产、高新技术，还是媒体、文化娱乐和现代服务业，其根本出路还是在于规模化、集约化发展。然而，目前我国企业的规模与国际上的相比，差距很大。我国目前最大的制造业企业，是江苏的仪征、扬子、南京、金陵四家石化公司合并后的企业集团。但是其销售额却只有世界 500 强企业最后一名的一半。所以，有位青年经济学家说：我们在 21 世纪拼的是什么？“拼的是建设和经营大企业的组织能力。”同样的问题摆在我们面前：作为广播电视行业，我们在 21 世纪拼的是什么？我们的回答应当而且只能是：拼的是建设和经营大媒体的组织能力！这不是一时的心血来潮，而是严酷的竞争环境和强烈的竞争压力迫使我们作出的唯一选择！实际上，从 1997 年开始，国内传媒业的集团公司正在不断组建。《经济日报》、上海的《文

汇报》和《新民晚报》，已经在全国报业界率先组建了报业集团。《新民晚报》除了在国内拥有多个经营实体外，还与日本合资组建了“新民电子信息咨询服务有限公司”，在美国注册了“新民国际有限公司”。广东省已经将组建广播电视集团的工作提上了议事日程。去年底，广东省广播电视厅党组决定，组建广东广播电视企业集团公司，为下一步组建广东广播电视集团打下基础。这些，都展示了媒体业在世纪之交参与新的竞争的崭新姿态。

当然，广播电视产业要规模化发展，必须从实际出发，既要符合市场经济发展的规律，更要符合广播电视发展的规律。这也就是说，要通过发挥广播电视的行业优势，来寻求广播电视产业的市场主体地位。初步看来，与其他产业相比，广播电视产业的特点主要有：一是与宣传紧密相连，二是在商品市场、资金市场、信息市场三类市场中主要活跃于资金市场和信息市场，三是知识密集的程度较高。我们要根据这些特点，发挥好行业优势，寻求快速发展。而要发挥好广播电视的行业优势，又必须走集团化的道路。集团化是对付竞争的较高级的战略手段。这是因为，只有集团化经营，才能更有效地对资金、技术、设备、人才进行合理配置、充分利用，从而形成更强的竞争力。从我们湖南的现状来看，现在已有7个电视频道、4套广播节目，再加一张报纸，可谓“多路诸侯”。但是，我们的资金、技术、设备、人才配置得怎么样、利用得怎么样呢？这是值得我们认真思考和研究的问题。在竞争日趋激烈的形势下，我们只有将“多路诸侯”变成“联合舰队”，才能有更强的战斗力。所以，我们要用市场经济的眼光，来认识产业规模问题。规模大不一定有实力，但是没有规模肯定没有实力。我们追求的，是各种

资源能够合理配置的规模，是有质量即有技术、知识含量的规模，是形成投入、产出良性循环的规模。从这个意义上来看问题，这几年我们搞广电中心及配套建设、组建上市公司，决不能简单认为是“铺摊子”，而是创建湖南广播电视集团化、产业化的重要基础，是关系到湖南广播电视事业全局和长远利益的大事。在进入新世纪以后，我们要在这个基础上更加扎实地向前迈进。

四、人才问题

各行各业的竞争，最终体现为人才的竞争。人才为兴业之本。战国时代的墨子认为：“尚贤者，政之本也”。意思是启用人才，是国家的为政之本。《尚书》中记载：立业在子“知人安民”。知人，就是招揽贤才，知人善任。历史上，从周公“一饭三吐哺”到曹操下《求贤令》“唯才是举”，从刘邦自称“吾不如三人杰”到朱元璋认为“天下之治，天下之贤共理之”，无不体现了这些历史人物依靠人才建功立业的明智。过去，我们的广播电视事业能发展、振兴，就在于启用了一批人才；今后，我们要将广播电视事业推上新台阶，必须对人才问题有新的认识。

在世纪之交的今天，我们要从知识经济时代要求的高度和广播电视事业规模化发展需要的高度，来认识人才问题。“当今世界科学技术突飞猛进，知识经济已见端倪”。21世纪是以知识经济为标志的时代。知识经济时代与农业经济时代、工业经济时代相比，对人才的要求更为严格、更为特殊。人才或人力资本是知识经济体系中的第一资源。知识经济时代，需要的是具有新科技知识和富有创造性思维的人