

全球化信息化背景下我国广播电视发展战略研究系列之

■ 胡正荣 主编



中国广播电视 发展战略

北京广播学院出版社

教育部人文社科重点研究基地 2000 年项目
“全球化、信息化背景下我国广播电视发展战略研究”系列之一

Development Strategies for China's Broadcasting Industry

中国广播电视发展战略

主 编 胡正荣

执行主编 李 煜

北京广播学院出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国广播电视发展战略/胡正荣主编. —北京:北京广播学院出版社,
2003.8

(“全球化、信息化背景下我国广播电视发展战略研究”系列之一)

ISBN 7-81085-196-9

I. 中... II. 胡... III. ①广播事业—发展战略—研究—中国②电视事
业—发展战略—研究—中国 IV. G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 064369 号

中国广播电视发展战略

主 编:胡正荣

责任编辑:欣 雯

出版发行 北京广播学院出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮 编 100024

电 话 65779405 或 65738538 传 真 010-65779140

网 址 <http://cbbip.bbi.edu.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 装 北京中科印刷有限公司

开 本 880×1230 毫米 1/32

印 张 8.875

版 次 2003 年 8 月第 1 版 2003 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-196-9/N·96 定价:22.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

我们如何与时俱进?

——代总序

胡正荣

说到中国的广播电视业,一个有目共睹的事实便是,我们只用了近20年便发展壮大到了西方发达国家需要30多年乃至更长时间才能达到的规模。截至2001年底,我国已有广播电台301家,广播节目1935套;电视台357家,电视节目2194套;有线电视用户9091万户^①。频率、频道大量增加,节目数量和质量大幅度提升,由广播电视带动的消费业和其他相关产业也明显壮大。总之,一句话,我们的广播电视业成绩斐然。

不过,自20世纪90年代末、本世纪初以来,我们的广播电视业明显地感受到了发展中的困惑和问题。其实,这与我国日益走向开放、更加进步中出现的困惑是同步的。这种感受随着我们加入世界贸易组织(WTO)、我国政治、经济、社会和文化的进一步深化改革而变得更加强烈,更具有不确定性。

在肯定成就的同时,我们也可以看到我国的广播电视实践中的诸多难题,“目光短浅,视野狭隘;体制不顺,机制不活;各自为政,力量分散;方向不明,后劲不足”(徐光春语)。实践竞进的速度之快,以至于纷纷以快对快,只有时间用来关注具体战术,而没有时间研究整体战略;只有心思沿袭他人和前人的经验,而没有心力引进科学理念与运作;只

^① 国家广播电影电视总局《中国广播电视年鉴》编辑委员会:《2002中国广播电视年鉴》,中国广播电视年鉴社2002年版,第508、509页。

能进行脚疼医脚,头疼医头的局部改良,而不可能进行全局性的系统创新;只能涉及节目等表层调整,而无力进行机制、制度等深层改革。我们需要小思路,更需要大智慧!

面对广播电视实践提出的种种问题,学术界则显得要么无动于衷,要么全身进入。前者保持了学术的独立和高洁,但是,学术生命略显苍白无力;后者积极实践,以身作则,但是,难免事本主义,我注六经。前者只顾抬头看路;后者只顾埋头拉车。

传统的学术范式和话语体系难以胜任变化如此迅速而剧烈的时代和如此多样化的事业。我们努力尝试与时俱进,建构新的学术范式。这或许也是我们这些中青年学者必须完成的任务。

(二)

我们可以看到,前几年的“新经济”和网络狂潮给我们的实践和研究以清醒的一击。在泡沫破裂、浮躁渐退的时候,人们又重新认识曾经被视为过时的观念和运作。战略研究和战略制定便是曾经被认为落伍的东西。就在几年前,人们还认为当今世界变化如此迅速,当人们花太多的时间去制定战略的时候,社会、市场早已经发生了变化,从而使制定的战略成废纸一张。但是,近两年来,特别是当产业兼并和整合日益成为家常便饭的时候,人们越来越觉得战略的研究和制定是如此之重要。

“战略回归”已经成为产业发展的重要特征并成为一个热潮。为什么?人们从潮涨潮落中认识到,只有对自身的发展和现状进行科学而深入的研究与思考,通过制定战略来调动、积累和优化所有的优势资源,才可能在市场上建立起真正有效的核心竞争力和竞争优势。

加入WTO后,我国市场上必将会有一批胜利者,也会有一大批失败者。我们广播电视的竞争其实还远未充分,市场还远远没有成熟,我们媒体的整体成本与效益有着明显的剪刀差,我们广播电视的产品缺乏变化等等,这些问题使得我们不得不思考这样一个问题,即我国广播电视业的核心竞争力和竞争优势何在?

我们面临的是一个日益不同的竞争环境,相当多的业务基础和发

展空间正在快速变化,因此,我们的广播电视业必须做好战略的准备。按照美国波士顿咨询公司创始人布鲁斯·亨得森推动的“企业战略”和“竞争优势”概念,战略的精髓就是通过差异化而形成压倒其他所有竞争者的独特优势。

成功的全球性企业,必然有着清晰的发展战略和强大的竞争优势。当然,更重要的是他们有完成战略的强大领导力。

我们广播电视的战略以及由此形成的竞争优势不仅仅是如何应对挑战,而更应该是深思熟虑,寻找未来的新增长点。从当前我国广播电视业现状看,我们的产业链不健全,其中最为缺乏的就是研究与发展环节(R&D)。研发就是为战略服务的。通过研发,可以知道如何取舍和选择什么,可以确立目标,可以决策,可以明确如何实施和完成战略。

(三)

作为教育部重点人文社科研究基地,北京广播学院广播电视研究中心团结了我国一流的广播电视研究人员、教授和学者。我们的使命就是科学研究、培养人才、学术交流等,关注前沿课题,与国际先进学术思想沟通,与我国广播电视实践对话,成为我国广播电视业重要的“思想库”和“人才库”。该中心 2000 年成立以来,我们承担了多项重大科研项目,如我主持的“全球化、信息化背景下我国广播电视发展战略研究”,曾庆瑞教授主持的“电视剧艺术学学科体系”研究,黄升民教授和吕锐教授共同主持的“新科技对广播电视影响及对策研究”,朱羽君教授主持的“当前我国广播电视新闻改革研究”等。

本系列是我负责的“全球化、信息化背景下我国广播电视发展战略研究”项目的研究成果。系列一《中国广播电视发展战略》从整体观照我国广播电视发展战略的各个环节,如媒介生态、受众、内容、产业、集团、制度以及发展方向等;系列二《外国媒介集团研究》重点研究国外媒介集团的发展进程、宏观规制、组织结构和运营模式等问题,同时提供著名媒介集团的个案分析;系列三《媒介市场与资本运营》重点关注日益变化的国际和国内媒介市场,特别是市场运作、资本运营等问题;系列四《中国西部广播电视发展战略》将重点考察与我国东部有着明显不

同的西部广播电视发展过程、问题和解决思路等。

本项研究的出发点是希望推进我国广播电视业的战略研究和战略制定。因此,在研究成果的设计上努力做到有总体研究,也有个案分析;有纵向研究,也有横向比较;有地域性研究,也有国际化观照。

我们真诚期待着广播电视研究者、实践者以及关注广播电视的其他人士,给我们提出宝贵意见和建议,帮助我们不断进步,同时,也共同推进我国广播电视业的发展。

(四)

系列一《中国广播电视发展战略》的作者是北京广播学院广播电视研究中心的年轻研究人员。研究框架和结构、审订由胡正荣完成,本册由李煜负责主编,各章节完成人如下:

第一章 广播电视媒介发展观	张 冰
第二章 广播电视媒介生态与市场发展	郭 强
第三章 广播电视受众战略	周 亭
第四章 广播电视媒介内容形态	张 磊
第五章 广播电视体制发展战略	李 煜
第六章 广播电视媒介产业	柯 妍
第七章 广播电视集团化战略	刘丰海
第八章 广播电视媒介发展趋势	杜 萱

正是这个研究集体的通力合作,才使得这项工作得以完成。在此,对他们的辛苦以及众多支持我们进行此项研究的教育部、国家广播电视总局、北京广播学院和其他广播电视部门的朋友们表示感谢。

2003 年夏于北京

Contents 目 录

代总序:我们如何与时俱进? /胡正荣

- 1 **第一章 广播电视媒介发展观**
Chapter 1 Prospect on Broadcasting Media Development
第一节 农业、工业、信息时代特征 /1
第二节 农业、工业、信息时代的产业运作方式 /5
第三节 农业、工业、信息时代媒介观比较 /13
- 25 **第二章 广播电视媒介生态与市场发展**
Chapter 2 Broadcasting Media Ecosystem & Market Development
第一节 生态与市场 /25
第二节 国际媒介生态 /41

56	第三章 广播电视受众战略
	Chapter 3 Broadcasting Audience Strategies
	第一节 了解受众 /57
	第二节 受众的发展趋向 /61
	第三节 中国广播电视受众的现状 /66
	第四节 节目——受众战略的核心 /75
	第五节 受众研究——贯穿受众战略的武器 /84
89	第四章 广播电视媒介内容形态
	Chapter 4 Content Format of Broadcasting Media
	第一节 广播电视语言 /90
	第二节 广播节目类型 /98
	第三节 电视节目类型 /105
	第四节 栏目创意与广播电视节目编排 /118

122	第五章 广播电视体制发展战略
	Chapter 5 Development Strategies for Broadcasting System
	第一节 广播电视体制问题的梳理 /122
	第二节 我国广播电视制度的发展 /125
	第三节 广播电视体制改革的新进程 /141
	第四节 广播电视体制的创新与发展 /148
158	第六章 广播电视媒介产业
	Chapter 6 Broadcasting Media Industry
	第一节 广播电视产业性质、功能与结构 /158
	第二节 广播电视产业的需求、生产和市场 /166
	第三节 产业管理和产业经营 /179

200	第七章 广播电视集团化战略
	Chapter 7 Broadcasting Media Groupization Strategies
	第一节 西方媒介集团对中国广电业的影响 /200
	第二节 我国广播电视集团化的现状分析 /208
	第三节 对目前我国广播电视集团化若干问题的探讨 /217
238	第八章 广播电视媒介发展趋势
	Chapter 8 Trends in Broadcasting Development
	第一节 广播电视专业化 /238
	第二节 媒介整合 /246
	第三节 广播电视市场化与产业化 /253
	第四节 媒介全球化与本地化 /259
	第五节 媒介重新规制 /262
	第六节 新旧媒介的冲突与共生 /267

第一章 广播电视媒介发展观

传播是自然界和人类社会的普遍现象。自然界的传播,例如鸟语、雷电、花粉传授、基因遗传等,皆是自然界中的信息流动。人类社会的传播则是指发生在人类社会中的信息流动。人类传播是自然界和人类社会长期发展的产物,而它和人类社会之间又存在一种互动的关系。一方面,它在人类的生产劳动和社会实践中不断地得到改进,另一方面,它又推动并促进了人类社会的发展。因此,一部文明演进史就是一部文化传播史。

第一节 农业、工业、信息时代特征

人类社会从诞生到现在,已有二三百万年的历史了。在这历史发展的长河中,人类社会逐步地从低级阶段走向高级阶段,迄今为止,已经历了农业时代、工业时代,进入了信息时代。

一、农业时代的特征

农业时代是人类历史上最漫长的一个发展阶段,它大约开始于公元前八千年以前,几乎延续了一万年左右。关于农业社会的特征,可以从两方面来分析。首先来看一下农业社会的经济特征。农业社会的生产规模较小,这主要是因为生产工具和可利用能源的限制。这一时期的生产工具多为木材、钢铁所制成的投枪、鱼网、犁等较为简易的工具;而所能利用的能源也只是人力、畜力和一些诸如风力、水利等自然资源。这样便大大地限制了农业社会的生产规模,使生产只能维持较低水平。由于生产力水平的低下,农业社会的产业结构十分单一,一般以农业为主,农业成为国家的主要经济支柱。

农业社会的另一个重要特征是其森严的等级制度。这种等级制度是以土地私有制为基础的,拥有土地的人处于统治地位,享有广泛的政治、经

济特权。而森严的等级制度必然导致文化意识形态的单一,统治阶级通常会利用宗教和神学从精神上奴役和统治劳动阶级。因此,农业社会通常以宗教为最高权威,受宗教的统治。

二、工业时代的特征

18 世纪 70 年代,蒸汽机的发明拉开了工业革命的序幕。这是一场动力和能源的革命,在它的推动下,生产力有了极大的发展。

工业社会的特征概括起来有以下五个方面。首先是群体化特征。在工业社会里,生产、分配、教育、通信等都走向群体化。工业社会改变了农业社会小作坊式、小农经济的生产,形成了大规模、区域性的生产方式。这种生产方式打破了传统的以家庭为生产单位的经营模式,使人与人之间的联系、配合更加密切,最终走向了群体化。其次是标准化。在工业社会里,产品、事件、经济结构、语言等逐渐趋向标准和统一。标准化的制定为衡量一事物提供了客观统一的尺度,有利于生产效率的提高。第三是同步化。在工业社会里,人们的各种活动,甚至于整个社会都趋于同步化。社会化大生产在社会发展中形成了一个庞大的产业链,每一个部门、每一个人都仿佛是链条上的一个零件,随着链条同步运动。第四是集中化。集中专门的人解决单一的问题。技术分工是进行社会化大生产的前提条件,它将一项生产任务分解为不同的步骤,再将每一步骤交给专门的人去完成。这样做有利于生产效率的提高。最后一个特征是大型化。工业社会要求的是大规模的生产、大规模的分配,大学校、大工厂、大机构,什么都是越大越好。

正如著名经济学家霍肯曾在《下一代经济》中提到的那样:“工业社会的标志是扩张、大规模生产、环境质量下降、技术革新、富裕、消费行为准则、高工资、专业化与分工、商品耐用性降低及服务职业化,它的特点是大规模经济、大群人生生产和消费大量商品。”

三、信息时代的特征

1. 信息时代的定义

“信息社会”这一名词和概念,最早是日本学者于 20 世纪 60 年代创造出来的,并被日本学者译为英文广为传播,最终为西方国家所接受。

1964年1月,日本的杂志《朝日放送》发表了柳卓忠夫的文章《信息社会中的社会学》一文,首次提出了“信息社会”一词。之后,从1964年11月到1966年7月,该杂志连续21个月逐月发表了一系列论述信息社会特征的文章。从此,信息产业、信息产业社会、信息社会的概念在日本人的心中扎下了根。

1970年,日本人第一次把“信息社会”译成了英文,他们根据日文的含义,在英译中使用的英文词是 information society、information-oriented society、information-centered society 等。但是,在日本,“信息社会”这一概念并没有得到人们充分的认识,相反,关于这一概念的论述,西方学者却走在了日本人的前面。

怎样才算进入了信息社会呢?西方学者比较公认的信息社会的主要数量指标是信息产业和信息从业人员在整个国民经济中所占的比重。

一是信息产业的产值超过国民生产总值的一半以上。其中信息产业包括主要信息部门及生产、处理和分配信息产品和服务的部门,如电子计算机制造、电信、印刷、新闻媒介、广告、会计和教育,以及风险管理工业企业等;次要信息部门即生产供产品生产和其他公司内部消费的信息产品和服务部门,如信息咨询服务机构等。^①

二是信息部门的从业人员超过全部就业人口的一半以上。其明显的标志是从事创造、处理和分配信息工作的“白领员工”,包括电脑程序设计师、系统分析人员、图书管理人员、新闻记者、律师、教师、工程师、医生、护士等,超过了蓝领工人。^②

2. 信息时代的特点

一般认为,信息社会具有以下几个特点:

(1)产业结构发生了巨大的变化,社会经济的主体由制造业转向以高新技术为核心的第三产业,即信息产业占据主导地位。随着信息经济的发展,信息产业成为国民经济的主导产业,并在国民经济中占据主

^① 马克波拉特:《信息经济:定义和度量方法》,在美国商务部和电讯局1977年5月的特别出版物中发表。

^② 约翰·奈比斯特:《大趋势——改变我们生活的十个新趋势》,中国社会科学出版社,1984年版,第13页。

要的地位。在发达国家中,国民经济的发展已经从发展以满足人们物质需求为主要内容的农业、工业的阶段,转向发展以满足人们信息需求为主要内容的信息产业的阶段。

(2)劳动力结构发生了巨大的变化,劳动力主体不再是机械的操作者,而是信息的生产者和传播者。随着信息技术的发展,一个建立在电子计算机、卫星和光纤通信以及数字技术基础上的全球网络正在形成,它的发展使得全世界的人们可以共享信息和进行信息交流。因此信息的生产者和传播者取代了工业社会里机械操作者的位置,成为了劳动力的主体,他们大部分的时间都花在信息符号的处理与交换上,而不是放在长期以来的物资与能量的转换上。

在信息社会,信息的生产者和传播者通常面临着两个方面的问题。一是信息的研究。在信息社会中,任何一个决策的制定和实施都离不开对信息的研究与加工。当今社会,信息的获取已不成问题,关键是如何加工和利用信息,这便需要对所获得的信息进行研究。然而,随着信息的专业性和技术性的逐渐增强,对于信息的研究越来越难,因此信息社会对专业性人才的要求也越来越高。二是加强信息传递媒介工作。信息的技术性越强,就越需要加以说明和解释。因此,媒体从业人员为了满足受众的需要,将不再是简单地报道,而必须对信息进行解释,以改进媒介的信息传递效果。媒体从业人员将更加专门化,媒介的形式将更加多样化,而同时社会对信息产品也将付出更大的支出。

(3)贸易不再主要局限于国内,跨国贸易和全球贸易成为主流。^①信息时代最突出的一个特点便是信息网络的介入,以微电子技术为基础的新技术革命正在广度和深度上不断推动着科技进步与社会经济的变化。尤其是信息技术日新月异的发展,使信息网络的覆盖面日益扩大,现已形成了全球范围的网络。这一变化大大推动了全球经济一体化的进程。而其最直接的产物,便是跨国公司的出现。跨国公司是世界上各国对外直接投资的主要形式,一般指母公司在—国而若干子公

^① Frederick, Howard H. C: *Global Communication & International Relations*, p77. 对信息社会特点的几点总结。

司在另一国的公司组织,子公司与母公司之间有着契约关系。^①跨国公司的作用在于它在全球建立了嵌入当地市场的生产网络,由于子公司的本土化——资本、人员、技术等,母公司便间接地介入到关系网络中,从而获得了与原有网络成员相同的待遇,这一点是其他所有投资方式都无法比拟的。继而各公司在各自优势基础上的联合构成了更大的紧密的关系网络,利用这种生产网络,跨国公司是很容易击败各个独立的竞争对手而抢占各国市场的。

(4)产品结构发生了巨大的变化。由于信息产业的发展及其向各个产业部门的渗透,不仅使生产过程发生了巨大变革,而且也使产品结构发生了巨大变革。产品的价值构成已由物质成分占主要地位,逐渐变为信息成分占主要地位,产品生产朝多样化、信息化、节能化、节物化的方向发展的局面。信息经济的发展,产品的开发是以满足消费者的需求为目的的,因此产品的生产者要根据消费者的嗜好和时尚的变化创造出更加多样化的产品。

第二节 农业、工业、信息时代的产业运作方式

回顾人类社会发展的历史,从生产力的角度来看,已经跨越了农业经济时代、工业经济时代,现在已经进入了信息经济时代。每一经济时代都有其特定的产业结构,并在此基础上形成了各个时期不同的产业运作方式。

一、农业时代的产业运作方式

农业经济阶段是人类历史上最漫长的一个发展阶段,它是农业在国民经济中占主要地位和起主导作用的经济阶段。自人类诞生到工业革命开始,农业经济阶段可以划分为两个时期,即原始农业时期和古代农业时期。

1. 原始农业时期

原始农业时期始于一万余年以前,按照生产力的状况划分,它是农

^① 张幼文:《世界经济一体化的历程》,学林出版社,1999年版,第250页。

业发展的最初阶段。生产工具以石器为主,动力是人力。土地是最重要的资源,土地的利用靠自然肥力,撂荒耕作,刀耕火种,靠天吃饭,不知兴修水利。大部分地区以谷物生产为主,少部分地区以游牧为主。

畜牧业是原始农业出现的标志,它是从狩猎中发展起来的。畜牧业的发展,不仅给人们提供了许多重要的生活资料,丰富了肉类储备,而且提供了乳类及其制成品等富有营养价值的新食品和役畜。因此,畜牧业的出现,是人类经济史上的第一次革命,即农业革命,它推动了物质文明和文化的进步。

2. 古代农业时期

古代农业时期是农业发展的早期阶段,亦称传统农业阶段。该阶段的生产工具是铁器农具,动力是畜力。开始应用驯化、选种和育种技术,注意用地和养地,并兴修水利。古代农业时期比起原始农业时期有了巨大的进步。

随着生产力的发展,畜牧业从农业中分离出来,这是人类历史上第一次社会大分工。分工后,一部分人从事畜牧业,另一部分人从事农业。畜牧业规模较小,从业者组成部落,以放牧、驯养为生。从事农业的人则组成了较大规模的共同体,定居从事农耕。

第一次社会大分工后,铁制工具出现了。铁制工具不仅提高了农业生产的效率,而且使附属于农业的手工业日益发展,生产日益多样化,并最终从农业中分离出来,形成了第二次社会大分工。随着生产分为农业和手工业两大门类,出现了以交换为目的的商品生产。商品交换范围的扩大,出现了海外贸易,人们的交流范围进一步扩大,金银等贵金属逐渐成为普遍的交流媒介。

随着商品交换日益频繁,范围的不断扩大,出现了商业。商业的发展,方便了生产者的产品交换,缩短了生产者销售产品的时间,扩大了市场空间。金属铸币出现了。

二、工业时代产业运作方式

工业经济阶段是指工业革命到信息革命的这一段历史时期,是工业出现并逐步在国民经济中占主要地位和起主导作用的时期。工业经济的发展经历了两个阶段,即第一次工业革命阶段和第二次工业革命