

“十三五”高等院校应用型学科规划教材 · 广告学系列

# 电视广告实务

黄迎新 主编

DIANSHI GUANGGAO SHIWU



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

“十三五”高等院校应用型学科规划教材 · 广告

# 电视广告实务

DIANSHI GUANGGAO SHIWU

黄迎新 主编



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

## 内 容 简 介

在数字技术浪潮推动下,电视媒介形态发生革命性变革。数字电视、IPTV、互联网电视、手机电视、网络视频、楼宇视频、公交移动视频、户外幕墙视频等为电视广告提供了更多的“舞台”。电视广告的工作流程与产业链也因此发生相应改变。全书从电视广告发展现状、电视广告创意、电视广告拍摄、电视广告非线性编辑、电视广告媒介发布与效果测定等方面帮助读者认识和掌握数字时代电视广告的基本知识和业务技能。全书力求“三贴近”,即贴近时代、贴近市场、贴近实务。可以作为高校广告学专业、广播电视学专业、新闻学专业及其他相关专业师生的学习用书,也可以作为广告营销和影视制作等职场人士的进阶读物。

### 图书在版编目(CIP)数据

电视广告实务/黄迎新主编. —武汉:华中科技大学出版社,2014.11  
ISBN 978-7-5680-0538-8

I. ①电… II. ①黄… III. ①电视-广告学-高等学校-教材 IV. ①F713.80

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 275390 号

电视广告实务

黄迎新 主编

策划编辑:肖海欧

责任编辑:刘 烨

封面设计:龙文装帧

责任校对:邹 东

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)81321915

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:武汉科源印刷设计有限公司

开 本:787 mm×1092 mm 1/16

印 张:11.25 插页:2

字 数:281 千字

版 次:2015 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

定 价:25.00 元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换  
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务  
版权所有 侵权必究

“十三五”高等院校应用型学科规划教材 · 广告学系列

## 编 委 会

### 总主编

姚 曦 武汉大学

### 编 委

|     |        |
|-----|--------|
| 刘悦坦 | 山东大学   |
| 钱杭园 | 浙江农林大学 |
| 王 艺 | 广州大学   |
| 邬盛根 | 安徽大学   |
| 宋若涛 | 河南大学   |
| 杨同庆 | 首都经贸大学 |
| 李 苗 | 暨南大学   |
| 徐莉莉 | 中国计量学院 |
| 高丽华 | 北京工商大学 |

# 目录

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| 第一章 电视广告概论 .....             | (1)   |
| 第一节 电视媒介的发展历程 .....          | (1)   |
| 第二节 电视广告小史 .....             | (13)  |
| 第三节 电视广告的定义、特点和类型 .....      | (21)  |
| 第四节 电视广告的产业链及工作流程 .....      | (26)  |
| 本章思考题 .....                  | (32)  |
| 第二章 电视广告创意 .....             | (33)  |
| 第一节 电视广告创意概述 .....           | (33)  |
| 第二节 电视广告创意思维 .....           | (39)  |
| 第三节 电视广告创意表现 .....           | (52)  |
| 本章思考题 .....                  | (71)  |
| 第三章 电视广告摄像 .....             | (72)  |
| 第一节 电视广告摄像基础知识 .....         | (72)  |
| 第二节 电视广告摄像的操作与训练 .....       | (87)  |
| 本章思考题 .....                  | (101) |
| 第四章 电视广告非线性编辑 .....          | (102) |
| 第一节 非线性编辑系统基本知识 .....        | (102) |
| 第二节 电视广告非线性编辑操作与训练 .....     | (110) |
| 本章思考题 .....                  | (142) |
| 第五章 电视广告的媒介发布与效果测定 .....     | (143) |
| 第一节 数字时代电视广告的媒介形态 .....      | (143) |
| 第二节 数字时代电视广告的媒介选择与媒介组合 ..... | (149) |
| 第三节 数字时代电视广告的效果测定 .....      | (159) |
| 本章思考题 .....                  | (172) |
| 参考书目 .....                   | (173) |
| 后记 .....                     | (175) |

电视是 20 世纪最伟大的发明之一。它深入到千家万户,改变了人们的信息接收方式和休闲生活方式。借助于电视媒介,人们能够收看到新闻、电视剧、体育比赛、娱乐综艺、专题片等众多节目,当然也还有广告。要认识电视广告,必须首先认识电视媒介。

## 第一节 电视媒介的发展历程

电视媒介是随着科学技术、经济和社会文化发展到一定时期的产物,它随着时代的发展而不断进步,有自身的诞生、成长、成熟和转型的发展历程。

### 一、电视媒介的诞生

#### (一) 电视媒介诞生的基础

##### 1. 无线电通信理论的提出

1819 年,丹麦基尔大学的汉斯·克里斯蒂·奥斯特博士在做一项实验时,不小心将连接电池的导线落到了磁盘上,磁盘上的指针原来静静地指向正南,这时却剧烈地摆动起来。这一现象引起了奥斯特博士的注意,经过多次实验,他发现了电与磁有密切关系。受此启发,英国科学家法拉第于 1831 年提出“电磁感应定律”,明确指出变化的磁场在闭合导体里能产生感应电流现象。苏格兰物理学家詹姆斯·克拉克·麦克斯威尔于 1873 年发表了《电磁论》,提出振荡式放电必能产生放射性电波,这种电波无需导线即可传播,麦克斯威尔因此成为无线电理论研究的第一人,他也被称为“无线电之父”。德国科学家亨利希·赫兹于 1884 年用实验证明了麦克斯威尔理论的正确性,1888 年他发现了电磁波,并证明无线电波可以产生、发射和接收,为无线电通信奠定理论基础。后人为纪念赫兹的贡献,将无线电波波长计算单位确定为“赫兹”。

##### 2. 从有线电报到无线电报

1844 年美国莫尔斯发明了有线电报,标志着电子传播时代的来临。1889 年俄国亚历山大·斯捷潘诺维奇·波波夫提出利用电磁波进行无线电通信的设想,并于 1894 年研制出一台无线电收发报机。几乎与此同时,意大利科学家古列尔莫·马可尼的无线电通信试验

也宣告成功,他还相继在英国伦敦和美国新泽西成立马可尼无线电公司,1901年马可尼完成了第一次跨越大西洋的远距离无线电通信试验,因此西方普遍将马可尼看做无线电通信的发明人。

### 3. 从电话到广播

远距离同步传送声音信号一直是科学家们的梦想。1876年,美国人贝尔发明电磁式电话,可以借助于电线将声音信号传递出去。1902年,美国人史特波斐德通过无线电波传送声音试验获得成功。最著名的无线电广播的发明人是加拿大人雷金纳德·奥布里·费森登。当时费森登在美国匹兹堡大学任教,1906年圣诞节之夜,费森登利用一台功率为1千瓦、频率为50 KHz的发射机向新英格兰海岸发射无线电信号。当时航行在大西洋一艘船只上的无线电报务员们从耳机里听到歌声、小提琴声和“祝大家圣诞节快乐”的人声。这标志着无线电广播的诞生。1920年11月2日,美国西屋公司电气专家弗兰克·康拉德主持建立的广播电台在匹兹堡正式播出,呼号KDKA,发射功率100瓦,这是美国第一个领有营业执照的商业广播电台,也是被公认的世界第一个正式的广播电台,它的成立标志着广播事业的正式诞生。到1924年,美国已经有这样的商业无线广播电台600座。

### 4. 从摄影到电影

照相是一种能把有形之物原样不变地记录下来的技术。法国人达盖尔是摄影术的发明人。1824年,达盖尔进行了利用暗箱制作幻视画的试验。1839年,他偶然发现他的药品箱中的曝光底片上有个清晰的影像,最终他发现水银蒸发导致底片显像的技术。1839年,法兰西科学艺术院将摄影术发明专利权授予达盖尔。

1832年,法国物理学家约瑟夫·普拉多利用“视觉暂留原理”发明了“诡盘”,能使被描绘在锯齿形的硬纸盘上的画片因运动而活动起来。摄影术的发明,增进了人们将动态物体记录下来的信心。1872—1878年,美国旧金山摄影师爱德华·慕布里奇用24架照相机拍摄腾空的奔马分解动作照片,并在幻灯上成功放映。1882年,法国生理学家马莱研制出能连续摄影的“摄影枪”。1888—1895年,法、美、英、德、比利时、瑞典等国都有拍摄运动影像和放映的试验。例如,美国发明大王爱迪生于1889年发明电影留影机,1894年,发明电影视镜,能够看到跑马、舞蹈等影像,不过每次只能供一人观看。1895年,法国卢米埃尔兄弟研制出“活动电影机”,有摄影、放映和洗印等功能,以每秒16画格的速度拍摄和放映影片,12月28日他们放映了《火车进站》等12部短片,那一天被认为是电影诞生之日,卢米埃尔兄弟也被称为“电影之父”。

## (二) 电视媒介的诞生

无线电通信、广播、电影等发明预示着一个新的传播时代的来临,在电子传播技术的推动下,电视媒介最终被研制出来。

### 1. 尼普柯夫的机械电视扫描盘

同步远距离传送活动的图像是众多科学家追逐的梦想。1884年,德国科学家保罗·尼普柯夫发明了机械电视扫描盘,当这种打上了螺旋线状的一系列小孔的圆盘转动时,影像即被分解成单个像点,逐一出现,由于人的视觉具有暂留现象,单个像点又被融合为一个完整的图像。1885年,他申请此项专利,在专利申请书中他称之为“电望远镜”,功能是“能使处于A地的物体在任意一个B地上被看到”。

## 2. 贝尔德的机械电视机

1925年4月,英国工程师约翰·贝尔德在伦敦一家百货店里展示了他的发明物——一台依据尼普柯夫的原理制造出的机械电视机。1926年1月26日,他在伦敦进行电视画面传送的公开展示,皇家科学院的人员能够看到电视上“一个清楚的木偶”。1927年他利用电话线将画面由伦敦发射到格拉斯哥,1928年将电视画面从伦敦传到纽约。1929年英国广播公司(BBC)与贝尔德合作试验播出无声图像,1930年成功播出了第一个有声音的电视舞台剧《口含一朵鲜花的勇士》。由于贝尔德在电视上的贡献,他被誉为“电视之父”。

## 3. 电子电视机的研制成功

几乎在贝尔德的机械电视机研制成功的同时,大洋彼岸的美国的电子电视机也宣告诞生。

电子电视机的研制历程可以追溯到1873年。1873年英国工程师约瑟夫·梅发现硒是一种光电体,即当光线照在含硒的物体上,能产生电子放射现象,照射的光线越强,放射的电子越多,照射光线越弱,放射的电子越少,这就是光电效应。这为电传图像奠定理论基础。

1878年,英国科学家克鲁克发明阴极射线管,1897年德国科学家布劳恩发明简易电子显像管,也称“布劳恩管”。1906年,澳大利亚电气工程师罗伯特·里埃本设计出放大的电子管。1907年,俄国罗津格教授设计出第一台电子显像的电视接收机。这些发明使得点传图像越来越清晰。

1923年,俄裔美国科学家佐里金(Zworykin)发明了电子电视摄像管并获得专利,他用自动扫描的电子束取代了尼普柯夫机械旋转扫描圆盘,这奠定了现代电视摄像技术的基础。1924年他又发明了电视显像管并申请了专利。1925年他与RCA公司的萨尔诺夫合作,1930年发明摄像机,1935年电子电视1秒24帧画面扫描线达343行。

电子电视的另一位天才发明家是美国人菲洛·方斯沃兹(Philo Farnsworth),他15岁时就有了研制电子电视的设想,1927年21岁的他用自制的电子电视装置传送了第一个电视画面——美元钞票,并取得了电子电视系统专利,当时1秒30帧画面扫描线达100行。1928年他又发明电子图像分解摄像机。

从1919—1925年,除了英国、苏联、美国等国科学家在研制电视外,德国、意大利、法国、日本等国在研制电视方面均有进展,世界各国的科学家提出了100多项有关电视发明专利权的申请。

## 4. 第一家电视台诞生

1936年英国广播公司(BBC)在伦敦郊外的亚历山大宫建立了全世界第一个电视发射台,11月2日以一场盛大的歌舞开始了电视的正式播出。英国因此成为世界上第一个播出电视的国家,1936年11月2日被认为是电视事业正式生日。

# 二、电视媒介在全球普及与成熟

20世纪20年代中期机械电视和电子电视的诞生,1936年第一个电视台的建立,为电视媒介的快速发展奠定了基础。电视媒介在全球的发展大致经历了起步期、停滞期、起飞期、成熟期、转型期等五个阶段。

## (一) 起步期(20世纪30年代)

英国:英国广播公司(BBC)于1931年开始自制节目播出,1937年2月,英国广播公司

(BBC)停止使用贝尔德机械电视系统而改为电子电视系统。5月12日,BBC通过电视转播车第一次户外实况转播英王乔治六世加冕的盛况。到1939年英国拥有的电视机为2万台,大部分集中在伦敦。

美国:美国第一座实验电视台出现于1928年,由通用电气公司的亚历克德森领导进行实验播出节目。1937年美国实验电视台已经增加到17座。1939年4月30日,美国无线电公司RCA电视台实况播出纽约世界博览会开幕式盛况,罗斯福总统致开幕词,成为第一个在电视上露脸的总统,不过当时纽约只有200台电视机。直到1941年7月1日,美国联邦电讯委员会(FCC)批准的第一家商业电视台WNBT才开始正式对外播出节目。

德国:德国于1935年3月开始在柏林定期播出电视节目。电视作为德国纳粹的政治宣传工具,受到严格控制,公众必须在“电视室”集体收看电视节目。1936年8月柏林举办奥运会,安置了三台摄像机在运动场、体育馆和游泳池旁,设立了28个集体收看点,并通过电缆向莱比锡等城市传送电视信号。

苏联:1931年4月首次试播电视,1934年研制出180扫描行电子摄像机。1938年建立了莫斯科和彼得格勒2个电视中心,试验240扫描行和343扫描行的电视播送。1939年3月,莫斯科电视台开始定期播出节目,在俱乐部、文化宫等地开放电视室,当时的电视机又大又笨,有一人多高,且价格昂贵。1939年米盖尔·拉夫宾和赛尔格耶·奥尔罗夫研制了可“放在桌子上”的家用电视机。

法国:1929年法国工程师勒内·巴泰勒米展示了30扫描行的电视机,1932年法国政府在巴黎建立了第一座实验性电视台,1935年在埃菲尔铁塔上进行电视试播,1938年起开始每天定期播出节目。

日本:电视研制工作开始于1928年。1939年5月日本广播协会进行的电视发射和接收试验成功。

## (二) 停滞期(1939—1945)

受第二次世界大战的影响,世界各国刚刚起步的电视传播事业被迫停止了发展的步伐。

1939年英国紧急中止了正在播出的米老鼠动画片,电视停播了7年。

1940年6月,法国巴黎沦陷,法国电视设备被德国纳粹掠夺。

1940年苏联参加了第二次世界大战,电视机生产停产,电视播送中止。

1941年美国参加了第二次世界大战,电视台只有6家播出节目,大量电视机生产厂家转为军工厂。

第二次世界大战时,德国和日本的电视沦为宣传工具,电视传播事业停滞不前。

## (三) 起飞期(1946—1960)

第二次世界大战以后,世界各国电视事业又得到恢复和发展。

1945年5月,苏联电视台开始恢复电视的正常播出。1946年7月,英国恢复电视播出。联邦德国、日本、意大利、法国相继于1952年、1953年、1954年、1955年恢复电视播出。

战后美国电视事业得到快速发展。1946年美国只有6家电视台、8000台电视机,1948年电视台增加到41家,1950年电视台增加到104座,电视机数量超过1000万台,全国24%的人口可以看到电视。1954年是美国电视发展最快的一年。电视台从上一年度的198座增加到415座,电视机从2700万台增加到3200万台,普及率达到全国人口的65%。到1960年,美国电视台有440座,美国三大电视网——NBC(全国广播公司)、ABC(美国广播公司)、

CBS(哥伦比亚广播公司)覆盖了全国人口的99%,垄断了64%的电视台。

在欧洲,荷兰、比利时、卢森堡、瑞士、瑞典、丹麦、挪威、葡萄牙、西班牙、土耳其、波兰、捷克斯洛伐克、匈牙利、保加利亚、罗马尼亚等国纷纷开办电视;大洋洲的澳大利亚于1956年开办电视,新西兰于1960年开办电视;1950年拉美的墨西哥、巴西、古巴相继引进电视;1954年非洲的摩纳哥开办电视,1959年尼日利亚开办电视;在亚洲,菲律宾于1953年、中国于1958年、印度于1959年建立电视台。据统计,1955年全世界开办电视的国家增加到20个。

在电视传播技术方面,美国于20世纪40年代初开始了彩色电视的研制,1954年全国广播公司(NBC)正式开播彩色电视节目,宣告彩色电视的诞生。1958年法国在美国NTSC制式基础上开发出SECAM制式,其色彩效果更佳,但在与黑白电视技术兼容性能上下降,苏联和东欧国家也基本采用SECAM制式。1963年联邦德国在吸收美国和法国彩色电视制式基础上开发出PAL制式,其优点是传送范围广,色彩受障碍物影响小,传真度较好。

在电视诞生后的很长一段时间里,电视节目制作只有两种方式:一种是通过摄像机直接实况转播,另一种是通过电影胶片拍摄,经过冲印扫描播出。这决定了节目形态除了播放影片外,基本上是体育比赛、文娱活动、口播新闻等,连广告也是采用直播方式。这样的节目制作难度很大,口误、忘词、技术出错等现象时有发生。20世纪50年代初期磁带录像技术研制开始启动,1956年美国安培公司在全美广播业者会议上展示了使用4个旋转磁鼓的2英寸磁带录像机,这种录像机画面效果与直播效果无异,无需冲印,可以即时倒放,可以反复使用。1959年,日本东芝公司发明螺旋式录像技术。磁带录像技术改变了电视播出方式,节目质量大大提高。

#### (四) 成熟期(1961—1980)

20世纪60年代后,所有的电视网节目都彩色化了,录像节目成为电视播出的主流。美国三大电视NBC、ABC、CBS全面展开了收视率的争夺战。例如,NBC创办的《星期六晚间剧院》、ABC的《奥运会转播》和CBS主持人克朗凯特的《晚间新闻》都成为美国电视节目的优秀代表。

随着电视技术的不断成熟以及电视新闻报道(如肯尼迪兄弟、马丁·路德·金的先后遇刺、越战、水门事件等)的影响力越来越强,美国电视迎来了高速发展的黄金期。在20世纪50年代早期,一般美国家庭还只能收看到3个左右的电视频道;60年代初,有55%的美国家庭能够收看到4~6个频道的节目,有24%左右的家庭可以看到7~10个的频道;但是到了80年代初期,能够收看到7~10个频道的美国家庭已经达到了40%,还有27%左右的家庭可以收到11~20个的频道。<sup>①</sup>1952年美国34%的家庭拥有电视机,1959年电视机家庭拥有率达到86%,1970年这一数字达到95%,到1980年,电视普及率达到98%。美国全国广告收入1950年大约为60亿美元,到1980年达到537.3亿美元,而电视广告占全国广告总量的比例从1950年的不足1%增加到1980年的接近20%,达到114.88亿美元。

全球电视也在飞速发展。1969年7月19日,美国“阿波罗11号”宇宙飞船到达月球的时刻,全球47个国家的7.2亿人通过卫星转播收看了这一人类壮举。截至1976年,已经有127个国家开办了电视,观众人数超过13亿,占当时世界人口的三分之一。<sup>②</sup>截至1998年,

① 彭晓华:《电视产业经营学》,四川大学出版社,2005年版。

② 张雅欣:《电视概论》,中国广播电视出版社,1997年版。

开办电视的国家有 196 个,各大洲开办电视数见表 1-1。

表 1-1 世界电视事业一览表<sup>①</sup> 单位:个

| 地区   | 国家数 | 开办电视国家数 | 开办彩色电视国家数 |
|------|-----|---------|-----------|
| 全世界  | 196 | 184     | 183       |
| 亚洲   | 44  | 43      | 43        |
| 欧洲   | 45  | 43      | 43        |
| 南北美洲 | 38  | 38      | 38        |
| 大洋洲  | 16  | 11      | 10        |
| 非洲   | 53  | 49      | 49        |

三、电视媒介的数字化转型

20 世纪 90 年代后,世界电视媒介发展发生了重大转变,传统电视媒介开始向数字电视媒介转型。

(一) 传统电视媒介发展放缓

20 世纪 90 年代后,传统电视发展低迷,电视收视率连年下降,“过去 25 年里,美国三大电视网已将上世纪七八十年代建立起来的 90% 以上的垄断份额丢失殆尽,到 2005 年,只有不到三分之一的美国家庭在黄金档收看 NBC、CBS 或 ABC”<sup>②</sup>。

传统电视发展脚步放缓是多种原因合力作用的结果。首先,电视节目创新艰难,电视内容缺乏足够的吸引力。经过 60 年代、70 年代电视节目花样翻新的“井喷”之后,电视节目创新变得日益困难。体育节目、娱乐节目和电视剧成为电视观众主要收视对象,当内容资源变得贫乏时观众注意力就发生转移。其次,新媒体的普及导致电视观众人数下降。“据美国在线出版商协会(OPA)的一项调查显示,人们的娱乐习惯正在改变,互联网正在成为人们的第一选择。OPA 日前对 18 岁至 24 岁、25 岁至 34 岁和 35 岁至 54 岁的 1235 位美国人进行了一次调查。结果发现,目前有 45.6% 的 18 岁至 54 岁的美国人选择互联网为家庭的第一娱乐选择,而不是选择电视”<sup>③</sup>。第三,广告主削减电视广告投入,导致电视产业发展速度变慢。因为数字录像机在家庭的普及,利用科技力量可以帮助观众跳过广告,广告效果开始大打折扣,同时电视广告发生效果的成本上升,以美国为例,1972 年一个 30 秒的全美职业橄榄球超级杯的广告价格是 8.6 万美元,有 5664 万人可以看到,千人成本为 1.52 美元。2001 年同样的广告要花 210 万美元,有 8846.5 万人可以看到,千人成本为 23.74 美元。因此,像宝洁、麦当劳这样的大广告主开始大幅度削减电视广告投入,而将广告费用更多地投放在互联网和电子游戏之类媒体上。

(二) 多元竞争局面的形成

当美国传统三大电视网发展步履放慢时,有线电视和卫星电视异军突起。

① 《中国广播电视年鉴》(1998),北京广播学院出版社,1998 年版。  
② 《收视率下降,美国电视媒体衰落的信号?》,新浪传媒 <http://news.sina.com.cn/z/mgdsjtlz>。  
③ 郑维东:《媒体影响力评估体系建设与媒体广告价值分析(上)》,中国广告网 <http://www.cnad.com/autonews/mediajingyin/20058810452916879.htm>。

尽管美国早在 1948 年开始有线电视的研制,但真正兴起是在 20 世纪 80 年代。1980 年 7 月,美国联邦通信委员会(FCC)大幅度放宽了对有线电视的限制,有线电视得到迅速壮大。至 1999 年年底,美国已建有 11197 个有线电视系统,有线电视网络总长度不低于 2000 万公里,基本节目收视用户达 6854 万户,普及率为 68%,全年经营总收入 369 亿美元。有线电视的强劲增长势头对无线电视形成了很大的压力,从美国电视市场黄金时段份额在 20 世纪 90 年代的变化可见一斑:无线电视 66%、有线电视 32%、公共电视 2%。无线电视在广告市场上独领风骚的时代已经过去了。1960 年至 1995 年美国有线电视发展情况见表 1-2。

表 1-2 1960—1995 年美国有线电视发展情况<sup>①</sup>

| 年份   | 有线台数量/个 | 用户的数量/百万户 | 占全美电视家庭的百分比/(%) |
|------|---------|-----------|-----------------|
| 1960 | 640     | 0.7       | 1.4             |
| 1965 | 1325    | 1.3       | 2.4             |
| 1970 | 2490    | 4.5       | 7.6             |
| 1975 | 3360    | 9.8       | 14.3            |
| 1980 | 4048    | 15.5      | 20.5            |
| 1985 | 6600    | 37.3      | 43.7            |
| 1990 | 10200   | 54.0      | 58.0            |
| 1995 | 13000   | 60.0      | 63.0            |

卫星电视是另一个快速增长的市场。美国卫星电视在 20 世纪 80 年代就出现了,1992 年后大批卫星电视公司成立,例如启明星伙伴公司(Primestar Partners)、直达电视公司(Direct TV)、美国卫星广播公司(USSB),此外还有美国天空广播公司、回声之星公司等。1999 年直达电视公司相继收购 USSB、Primestar Partners,到 2001 年直达电视公司用户有 1000 万户,回声之星公司的用户超过 700 万户,两者占据美国卫星用户 90% 的市场份额。在英国,1989 年天空广播公司(BSkyB)通过欧洲的一颗广播卫星向英国家庭直播电视节目,到 1999 年 27% 的英国人口收看该公司的 15 个频道的节目,公司年收入达到 25 亿英镑。日本 2000 年前有 4 个直播卫星电视公司,2000 年后又新增 8 家卫星电视公司,其中天空完美电视台(Sky Perfect TV)是龙头老大。

### (三) 数字技术全面介入电视媒介

数字技术全面介入到电视媒介上,表现在从电视内容生产、电视传输通道、电视接收终端以及电视媒介管理系统等全部实现数字化。

内容生产的数字化主要表现在拍摄和编辑的数字技术应用上,像数字摄像机、ENG(电子新闻采集)、EFP(电子外景制作)与 ESP(电子演播室制作)、VSS(虚拟演播室)、非线性编辑系统等已经普遍运用到电视台、电视节目制作公司和广告制作公司。

电视传输通道的数字化,是指电视信号传输中采用数字技术。从过去的无线、有线和卫星三种传输方式,发展为地面微波数字技术传输、卫星数字技术传输、线缆数字技术传输和互联网络传输四种数字传输方式。

<sup>①</sup> 陈犀禾:《当代美国电视》,复旦大学出版社,1998 年版。

电视接收终端的数字化,表现在电视机与数字技术的结合上。20世纪80年代以前的接收终端主要是接收模拟信号的黑白和彩色电视机。日本20世纪60年代即开始了高清晰度电视(HDTV)的研制工作。1981年日本广播协会(NHK)首次展示高清晰度电视。这种电视宽高比为16:9,而不是以往的4:3,每秒画面60帧,比以往每秒30帧增加了1倍,扫描线为1125行,是原来525行的两倍多。在画面清晰度方面,达到35mm电影胶片效果。1986年欧洲研制出另一套高清电视系统,“高清晰度复用模拟分量”(HD-MAC)制式为唯一标准制式,它具备对欧洲普遍采用的PAL和SECAM两种制式的兼容能力,是用于卫星直播传送的一种彩色电视制式。1987年美国联邦通讯委员会(FCC)设立HDTV咨询委员会,开始推进美国高清电视研制。1992年美国采用数字技术研制高清晰度电视初见成效,1996年美国联邦通讯委员会(FCC)确认以“大同盟”数字式电视技术作为美国高清晰度电视标准。目前高清数字电视机主要包括等离子体电视机和液晶电视机两种。但高清数字电视机还不是真正的数字电视机。目前数字电视机主要借助于机顶盒(Set-Top Box),它是一种将数字信号转换成模拟信号的变换设备,主要技术包括信道解码、信源解码、上行数据的调制编码、嵌入式CPU、MPEG-2解压缩、机顶盒软件、显示控制和加解扰技术等。它把经过数字化压缩的图像和声音信号解码还原成模拟信号送入普通电视机。目前,机顶盒功能改造向因特网浏览、视频点播、家庭电子商务、电话通信等多功能转换。数字电视机目前正在研制数字电视一体机,数字电视一体机被认为是“真正意义上的数字电视”。它能将数字电视信号直接接入电视机而不需要机顶盒和额外电缆的设备标准。

电视媒介管理系统的数字化,是指电视台借助于数字化管理系统来管理节目和办公操作。它是一个集硬件和软件为一体的综合性管理业务工作平台,包含内容生产、内容编辑、内容储存、内容传输、资料库等在内的操作系统,具体而言它包括节目制作子系统、节目播出子系统、信息检索子系统、远程传输子系统、客户关系管理子系统、广告管理子系统等。

#### (四) 产业融合背景下电视媒介的兼并重组

1985年美国联邦通信委员会开始放松对广播电视业的管制,出现了电视媒介的兼并风潮。表1-3显示,从1985年到1995年,美国三大电视网ABC、NBC、CBS都被兼并了。据统计,1985到1995年美国电视集团或独立电视台有3/4的至少转换过一次产权,平均每年有100个左右的电视台买卖案发生。1996年美国颁布《电信法》,该法案进一步解除了有线电视、无线电视与电信产业之间的界限,这加快了电视业的并购风潮。仅1998年美国就有119个有线电视系统被收购,交易金额达622.9亿美元。2001年1月,时代华纳公司与美国在线公司(AOL)合并,成为集电视、互联网、电信、报纸、杂志、电影以及其他娱乐产业一体化的媒介集团。

表 1-3 1985—1995 年美国电视企业兼并情况<sup>①</sup>

| 年份   | 兼并公司   | 被兼并公司   | 金额/亿美元 |
|------|--------|---------|--------|
| 1985 | 首府传播公司 | ABC     | 35     |
| 1986 | 通用电气公司 | RCA+NBC | 62     |
| 1986 | 新闻集团   | 都会媒体公司  | 20     |

<sup>①</sup> 彭晓华:《电视产业经营学》,四川大学出版社,2005年版。

续表

| 年份   | 兼并公司   | 被兼并公司     | 金额/亿美元 |
|------|--------|-----------|--------|
| 1988 | 索尼公司   | CBS 的唱片公司 | 20     |
| 1989 | 时代公司   | 华纳兄弟公司    | 140    |
| 1995 | 时代华纳公司 | TBS       | 75     |
| 1995 | 迪斯尼公司  | 首府/美国广播公司 | 185    |
| 1995 | 西屋电气公司 | CBS       | 54     |

#### 四、我国电视媒介发展历程

我国(大陆)电视媒介自 1958 年诞生,经过事业起步阶段、曲折发展阶段、产业化探索阶段,目前处于事业与产业混合发展阶段。随着数字技术和文化体制改革的深入,我国电视媒介将迎来更辉煌的未来。

##### (一) 电视事业起步阶段

20 世纪 50 年代是全世界电视事业恢复发展的时期,到 1958 年年底,全球有 67 个国家开办了电视。在此国际形势下,我国准备创办电视。而真正促成中央广播事业局下决心尽快上马是一件偶然的事,“1957 年下半年,我们得到台湾将在美国的帮助下建立电视台,并定于 1958 年‘双十节’开播的消息。我们坐不住了,下决心要争这口气,一定要走在他们的前头”<sup>①</sup>。这样,一个带有政治任务色彩的决定加速了我国电视的诞生。

1957 年 8 月 17 日,中央广播事业局决定设立电视实验台筹备机构。1958 年 4 月,北京广播器材厂成功试制 1 千瓦图像发射机 1 部、500 瓦伴音发射机 1 部、播送室低周控制设备 1 套、摄像机 7 台,为电视台建立提供了必要的物质基础。

1958 年 5 月 1 日,中国第一座电视台——北京电视台(中央电视台前身)试播节目。第一天试播从晚 7:00 开始,持续 1 小时左右,播出的节目有:先进生产者的“五一”座谈、纪录片《到农村去》、诗朗诵、舞蹈、科教片《电视》等。尽管当时全北京只有 50 台电视机,但仍然标志着中国电视正式诞生。9 月 2 日,北京电视台正式开播,每周播出四次(星期二、四、六、日)。新生的北京电视台自办节目能力很低,节目大多靠其他新闻和文艺单位支援。除影片外,其他节目大多在黑白摄影机前直接演播。

1958 年 10 月 1 日,中国第二座电视台——上海电视台建成并试播。之后,天津、黑龙江、吉林、广东、陕西、辽宁、江苏、山东、湖北、四川、云南等地先后建立电视台或实验电视台,到 1960 年,全国建有电视台、试播台 29 座。不过内容生产能力严重不足,据统计,各电视台播放的节目中,故事片占 50%,剧院转播占 30%,其余的 20%主要由新闻片、纪录片、科教片、小型文艺片分割,只有极少量体育节目、文艺晚会、电视剧。

##### (二) 电视事业曲折发展阶段

20 世纪 60 年代初期,受国内经济的影响,电视台生存十分困难。1963 年 2 月,电视台(包括转播台)由 36 座减少至 8 座。1966—1976 年,十年“文化大革命”给中国带来深重的灾难,经济萧条、文艺凋零,在极“左”政治高压下,社会生活极度贫乏,电视事业也受到重创。

① 梅益:《荧屏岁月记》,人民出版社,1993 年版。

电视成为“进行全面无产阶级专政的工具”，文艺节目被视为“毒草”而停播，“假、大、空”新闻流行。从1967年1月起，北京电视台例行播出台标、毛主席像、毛主席语录，打上字幕“让我们敬祝我们心中最红最红的红太阳、我们最敬爱的伟大领袖毛主席万寿无疆”。电视播出时间大大压缩，一周播出两三次，电视新闻基本为毛主席接见外宾或红卫兵的消息。

这一时期，电视的意识形态功能被放大，广播电视作为“喉舌”，忠实履行党的宣传功能。电视台没有产业经营市场空间和需求，生存完全依赖政府拨款，是单纯的事业单位。由于经费短缺、设备老化、观念落后，电视台节目制作能力十分低下，宣传手段单一落伍。这一时期，电视覆盖率不高，仅仅覆盖少数大中城市的一小部分家庭。据统计，60年代中期，全国电视机拥有量只有5万多台，其中北京、上海占有3万多台。

这一时期，电视技术仍有缓慢发展，使用录像技术、微波传送技术和彩色电视技术。1966年，北京电视台首次采用电视录像设备，但使用范围极为有限。远距离微波传送技术始于60年代初，到1975年，全国有25个省（包含直辖市、自治区）能通过微波接收北京电视台节目。1972年10月，我国派出代表团考察欧洲五国彩色电视发展状况，做出使用PAL制式作为我国彩色标准的决定，1973年10月1日，通过引进设备，正式播出彩色电视节目。

### （三）电视产业化探索阶段

1978年12月18日至22日，党中央召开十一届三中全会，会议确立了把中国的工作重心转移到经济建设上来，从此中国进入改革开放的新时期，中国面貌焕然一新。

#### 1. 广告经营实践

1979年1月28日（农历正月初一），上海电视台播出我国第一个电视广告——参桂补酒，吹响电视产业化探索的号角。

1979年初，中央广播事业局召开全国电视节目会议，中央电视台决定改革生存方式，改全额预算为差额补助，这意味着中央电视台尝试走自办节目、播放广告和接受赞助之路。1979年11月，中央宣传部发出《关于报刊、广播、电视台刊登和播放外国商品广告的通知》，提出“广告宣传要着重介绍四化建设中可借鉴参考的生产资料，消费品除烟酒外，也可以刊登”。这表明中央转变了对广告的态度，电视广告正式走上荧屏。

目前，广告已经成为各电视台经营收入的支柱，电视广告在四大媒介广告经营中占据首位。据统计，2010年全国广告经营额为2340.5亿元，其中电视广告经营额为666.8亿元，占总经营额的28.5%。

#### 2. 产业经营观念的解放

1983年第十一次全国广播电视工作会议确定了“四级办电视、四级混合覆盖”的方针，提出了“广开财源，提高经济效益”的口号。1988年，广东电视台实施“事业单位，企业化经营”的试点实践。1992年邓小平的南方谈话极大地解放了思想，传媒领域的改革大刀阔斧地展开。

1989年，北京广播学院周鸿铎教授发表《探讨广播电视事业的经济属性》一文，提出电视业具有双重属性——政治属性和经济属性，与之相适应，存在双重功能——喉舌功能和产业功能。该文直接暗示电视可以是一个产业。1995年，复旦大学李良荣教授提出传媒同时具有形而上的上层建筑性和形而下的信息产业性<sup>①</sup>。“双重属性”论是对已走向市场的中国

<sup>①</sup> 李良荣、沈莉：《试论当前我国新闻事业的双重性》，《新闻大学》1995年第2期。

传媒业实践的追认,隐藏着传媒产业化身份认可——在不触动传媒上层建筑性的前提下,承认传媒具有信息产业特点,为“事业性质、企业化管理”提供理论支撑,由此引发媒体经济的起飞。

2002年召开的党的十六大,第一次将文化分成文化事业和文化产业,还提出要“抓紧制定文化体制改革的总体方案”。2003年6月,包括深圳在内的9个地区和35个文化单位成为文化体制改革试点。2005年年底,中共中央、国务院下发《关于深化文化体制改革的若干意见》。2006年3月,中央召开全国文化体制改革工作会议,新确定了全国89个地区和170个单位作为文化体制改革试点。2007年11月,党的十七大从中国特色社会主义事业“四位一体”总体布局的战略高度,提出兴起社会主义文化建设新高潮、推动社会主义文化大发展大繁荣的战略任务。2011年10月,党的十七届六中全会通过《中共中央关于深化文化体制改革,推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》。2012年2月,《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》发布。文化体制改革成为当今一项重大国家战略,在此背景下文化事业与文化产业的并进发展成为重大课题,电视领域的管理体制改革的产业政策调整成为重中之重。

### 3. 广电集团化探索

1999年6月,无锡广电集团正式成立,这是我国第一家广播电视集团。随着我国市场经济的日益深入,随着加入WTO所带来的国际传媒竞争压力,同时还有印刷媒体集团化的示范效应,国家广电总局上层对广播电视领域的集团化变得急切起来。2000年11月,国家广电总局下发《关于广播电影电视集团化发展试行工作的原则意见》,明确指出,在以宣传为中心的前提下,广播电视“可经营其他相关产业,逐步发展成为多媒体、多渠道、多品种、多层次、多功能的综合性传媒集团”。2001年8月,中共中央办公厅、国务院办公厅转发中央宣传部、国家广电总局、新闻出版总署联合发布的《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》(中办发[2001]17号文件),指出:我国广播电视集团属于事业性质,实行企业化管理。文件要求建立健全党委领导与法人治理结构相结合的领导体制,宣传业务与经营业务相对独立的组织结构。在此背景下,2000—2004年,我国广电领域出现集团化浪潮。2000年12月,湖南广播影视集团挂牌成立,这是我国第一家省级广播影视媒体集团。随后,山东、上海、北京、江苏、浙江等省级广电集团相继成立。2000年12月,武汉广电集团成立,成为我国第一家副省级和省会城市广电集团。随后,福州、南京、长沙等省会城市广电集团相继成立。据不完全统计,1999—2004年,全国组建广电集团总共有20家。广电集团化是广电集团内部的横向联合,广电集团化运动是行政主导而非市场主导的结果。缺乏真正跨行业、跨地域的广电集团。这个阶段的广电集团化,基本上在上一级行政管辖权力领导下开展。2004年下半年国家广电总局完成新旧班子交接,总局开始实行新规,不再批准组建广电集团。12月,在海南省博鳌举行的全国广播影视工作会议上,国家广电总局明确表示:今后不再批准组建事业性质的广电集团——作为喉舌性质的电台、电视台组建的事业性质的广电集团,容易与社会上一般理解的产业集团相混淆。今后只允许组建事业性质的广播电视台或总台;此前已经成立的事业性质的广电集团,可以将集团改为总台,已经成立的广电集团“要继续保留事业性质,就一定要把经营性资产剥离,组建新的产业经营公司或集团公司”。广电事业属性与产业属性的深刻矛盾,使广电内部体制改革成为电视集团化和产业化最大的难题。

4. 民营资本的渐入

20 世纪八九十年代的国家政策是禁止民营资本进入电视内容生产,1995 年国务院颁布的《影视制作经营机构管理暂行规定》(第 16 号令)中明确规定:个人、私营企业不得进入影视制作领域。进入 21 世纪以来,国家政策对于民营资本的态度表现出双重心态:既想利用民营资本发展电视产业,又担心民营资本对传媒“喉舌”功能的消解,因此在政策上表现出游移不定、若即若离的状况。

1999 年 11 月,国务院发布《关于加强广播电视有线网络建设管理意见的通知》,提出网台分离,这被电视业界看做“制播分离”的信号。2002 年 5 月起到 2003 年 8 月,有 13 家民营企业获得“广播电视节目制作经营许可证”,8 家民营企业获得“电视剧制作许可证”(甲种证)。2003 年 12 月,国家广电总局发布《关于促进广播影视产业发展的意见》,对国内外各种资本进入影视制作产业持肯定和鼓励态度。随后中央电视台 10 个栏目试点制播分离。2005 年 8 月,《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》颁布,鼓励和支持非公有资本进入以下与电视产业相关的领域:动漫和网络游戏,电影电视剧制作发行,广播影视技术开发运用,电影院和电影院线,农村电影放映,音像制品分销,有线电视接入网,户外、楼宇内、交通工具内、店堂等显示屏广告业务等。但不得投资设立和经营广播电台(站)、电视台(站)、广播电视发射台(站)、转播台(站)、广播电视卫星、卫星上行站和收转站、微波站、监测台(站)、有线电视传输骨干网等,不得利用信息网络开展视听节目服务及新闻网站等业务,不得经营报刊版面、广播电视频率频道和时段栏目,不得从事书报刊、影视片、音像制品成品等文化产品进口业务。2009 年 7 月 16 日,《广电总局关于推进广播电视“制播分离”改革(修改稿)》中提出,“除影视剧外,电视台从市场购买节目的比例,原则上每年不低于播出总量的 30%”。这个文件激发了民营电视节目制作企业的热情。由此可见,我国政策对于民营资本进入电视产业的态度总体上是逐步放宽的。

1994 年,第一家民营电视机构——北京嘉实广告文化发展有限公司成立,主要从事专业电视节目制作、发行和广告代理等业务,由此打响中国电视产业制播分离的第一枪。从 1994 年至今,已经有近 3000 家民营电视制作公司了,出现嘉实、光线传媒、银汉传播、唐龙国际、东方风行、唯众、派格太合、欢乐传媒、其欣然、保利华亿、华谊兄弟、东方影都、冠华世纪、星美、海润、横店集团等代表性企业。(见表 1-4)

表 1-4 我国广电传媒上市公司一览表

| 证券代码   | 证券简称 | 上市年份 | 股票类型 | 实际控股方                      | 发行价/元 | 发行数量/股   | 筹资金额/元     |
|--------|------|------|------|----------------------------|-------|----------|------------|
| 600832 | 东方明珠 | 1994 | A    | 上海广播电影电视发展有限公司             | 5.10  | 4000000  | 204000000  |
| 600088 | 中视传媒 | 1997 | A    | 中央电视台无锡太湖影视城               | 7.95  | 50000000 | 397500000  |
| 000839 | 中信国安 | 1997 | A    | 中信集团公司                     | 7.09  | 50000000 | 354500000  |
| 000917 | 电广传媒 | 1999 | A    | 湖南广播电视产业中心                 | 9.18  | 50000000 | 459000000  |
| 600037 | 歌华有线 | 2001 | A    | 北京北广传媒集团                   | 15.5  | 80000000 | 1240000000 |
| 600831 | 广电网络 | 1994 | A    | 陕西广播电视信息网络股份有限公司(2001 年控股) | 4.00  | 28420000 | 114000000  |
| 002238 | 天威视讯 | 2008 | A    | 深圳天威视讯股份有限公司               | 6.98  | 63600000 | 467660000  |