



经济新闻报道研究丛书

电视财经栏目研究

The Study of
TV Business Programs

蔡海龙 著

中国传媒大学出版社



Economic News Report

经济新闻报道研究丛书

电视财经栏目研究

The Study of
TV Business Programs



蔡海龙 著

中国传媒大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

电视财经栏目研究 / 蔡海龙著. —北京:中国传媒大学出版社, 2018. 3
(经济新闻报道研究丛书)
ISBN 978-7-5657-2100-7

I. ①电… II. ①蔡… III. ①经济—电视节目—研究—中国
IV. ①G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 197060 号

电视财经栏目研究

DIANSHI CAIJING LANMU YANJIU

著 者 蔡海龙
责任编辑 吴 磊
封面设计 风得信设计·阿东
责任印制 曹 辉

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024
电 话 86—10—65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 16.25

字 数 260 千字

版 次 2018 年 3 月第 1 版 2018 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2100-7/G·2100 定 价 69.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录

C O N T E N T S

绪 论 /1

- 一、大众传播的经济功能观 /1
- 二、我国大众传媒经济功能的发挥 /3
- 三、国内电视财经栏目与财经频道的发展 /5

第一章 资讯类电视财经栏目的代表及特征 /20

- 一、央视财经频道《经济信息联播》的创办历程及栏目特征 /20
- 二、北京电视台财经频道《首都经济报道》栏目的特征 /32

第二章 专题类电视财经栏目的典型案例及特征 /36

- 一、央视财经频道《生财有道》栏目的特征 /36
- 二、北京电视台财经频道《财富故事》栏目的特征 /41
- 三、北京电视台财经频道《理财》栏目的特征 /45
- 四、北京电视台财经频道《经济法眼》栏目的特征 /48

第三章 评论类电视财经栏目的典型案例及特征 /54

- 一、北京电视台财经频道《天下财经》栏目的特征 /55
- 二、第一财经频道《今日股市》栏目的特征 /60
- 三、第一财经频道《谈股论金》栏目的特征 /61

第四章 深度报道类电视财经栏目的代表及特征 /65

一、央视财经频道《经济半小时》栏目发展历程及特征 /66

二、央视财经频道《中国财经报道》栏目的特征 /78

第五章 谈话类电视财经栏目的代表及特征 /85

一、央视财经频道《对话》栏目发展历程及特征 /86

二、第一财经频道《波士堂》栏目的特征 /91

三、第一财经频道《头脑风暴》栏目的特征 /96

第六章 媒介融合背景下电视财经栏目的发展策略 /101

一、重视观众收视需求,加强内容建设 /101

二、积极拥抱互联网,构建新的传播平台 /103

三、开发适合新媒体传播的融媒体内容 /105

四、采用更为科学的方式与指标对财经节目的传播效果进行评估 /105

附录 A 国内知名电视财经栏目节目案例 /106

央视财经频道《经济信息联播》节目案例 /106

北京电视台财经频道《首都经济报道》节目案例 /126

央视财经频道《生财有道》栏目往期节目选题 /150

央视财经频道《生财有道》栏目节目案例 /155

央视财经频道《经济半小时》栏目往期节目选题 /166

央视财经频道《经济半小时》栏目节目案例 /178

央视财经频道《中国财经报道》栏目往期节目选题 /193

第一财经频道《波士堂》栏目节目案例 /203

第一财经频道《头脑风暴》栏目节目案例 1 /206

第一财经频道《头脑风暴》栏目节目案例 2 /210

第一财经频道《头脑风暴》栏目节目案例 3 /212

附录 B 国内知名电视财经栏目制片人访谈 /215

《中国财经报道》原制片人姜诗明访谈 /215

《中国财经报道》制片人李洋访谈 /219

参考文献 /248

后记 /250

绪 论

在新媒体传播快速发展的时期,电视在整个传播生态系统中的影响力虽然受到了一定的冲击,但其作为家庭媒体的地位仍然未受到根本性动摇。中国的电视媒体已经进入了一个频道专业化和品牌化的时代,电视经济频道、财经频道以及电视财经栏目就是中国电视频道专业化、品牌化建设的一个突出表现。本书致力于对目前国内知名电视财经栏目进行研究,希望对财经媒体的从业者以及经济新闻传播领域的学术研究有所助益。

一、大众传播的经济功能观

电视是典型的大众传媒,从事的是大众传播活动。就大众传播所发挥的社会功能而言,传播学发展史上有几位特别重要的研究者对其进行过归结,并强调了其中的经济功能。

1. H. 拉斯韦尔归结为传播的环境监视功能

在传播学研究史上,最早对传播的社会功能作出较为全面分析的是H. 拉斯韦尔。他在1948年发表的《传播在社会中的结构与功能》一文中,将传播的基本功能概括为三个方面:(1)环境监视功能;(2)社会协调功能;(3)社会遗产传承功能。其中环境监视功能是指:自然与社会环境不断变化,只有及时了解、把握并适应内外环境的变化,人类社会才能保证自己的生存和发

展。在这个意义上,传播对社会起着一种“瞭望哨”的作用。^① H. 拉斯韦尔概括的传播的社会功能中,“社会环境”当然也包括与人们日常生活息息相关的经济环境,因而,新闻媒体的“环境监视功能”就包括对经济环境的监视。

2. W. 施拉姆归结为传播的经济功能

传播学的集大成者 W. 施拉姆曾在 1982 年出版的《男人、女人、讯息和媒介》(中译本为《传播学概论》)一书中,从政治功能、经济功能和一般社会功能三个方面对先前的传播功能观进行归结。

施拉姆对大众传播的社会功能所做的归结包括:

(1)政治功能:监视(收集情报);协调(解释情报,制定、传播和执行政策);社会遗产、法律和习俗的传递。

(2)经济功能:关于资源以及买和卖的机会的信息;解释这种信息、制定经济政策、活跃和管理市场;开创经济行为。

(3)一般社会功能:关于社会规范、作用等的信息,接受或拒绝它们;协调公众的了解和意愿,行使社会控制;向社会的新成员传递社会规范和作用的规定;娱乐(消遣活动,摆脱工作和现实问题,附带学习和社会化)。^②

与先前其他传播研究者提出的传播功能观不同,施拉姆传播功能分类法的重要贡献是明确地提出了传播的经济功能,在施拉姆的大众传播功能中指出了大众传播通过经济信息的收集、提供和解释,能够开创经济行为。

施拉姆还对大众传播社会功能中的“经济功能”做了进一步说明:“没有任何经济学家以类似的专一性写过关于经济体系中传播功能的文章,但是,从一些像博尔廷这样的经济学家的著作中,还是有可能拼凑出一套经济功能的。首先,传播必须满足绘制环境的经济图表的需要,以至每个人和组织都能构成自己对在特定时刻的买和卖的机会的印象。这种印象的一部分将通过广告完成,一部分通过对价目表和生意的分析完成。其次,经济政策必须或者是通过个人和组织,或者是通过国家起关联作用。市场必须加以管理和控制,制造商、商人、投资者和消费者必须决定怎样进入市场。最后,必

① 郭庆光. 传播学概论[M]. 北京:中国人民大学出版社,1999:113.

② 同上书,115.

须提供技术方面的指导和对经济行为的展望。”^①

二、我国大众传媒经济功能的发挥

改革开放之后,在“以经济建设为中心”的思想指导下,我国的新闻媒体为适应社会发展的大趋势,做出了相应的改变和创新,为国家的经济建设、人民生活生活条件的改善、公司与个人的投资行为贡献自己的力量。伴随着始于1978年的改革开放,中国的经济已经奇迹般地持续了近40年的高速增长,成为世界经济舞台上举足轻重的力量。2010年,中国经济总量就已超越日本,成为世界第二大经济体。从改革开放至今,中国的市场经济环境已经逐渐成长起来,市场经济体制及其相应的规范也基本建立并日趋完善,伴随着整个国家经济的繁荣,国民的财富也得到了快速增长。在这样的经济环境中,企业的活力得以增强,企业并购重组频繁上演,国内外的资本市场也空前活跃,普通民众积极投身各类经济活动中,投融资渠道也在扩大。在这样的背景下,民众对经济信息的需求、对与经济现象和经济问题相关报道、分析、评论的需求变得更加突出,这催生了经济新闻报道以及经济类媒体的诞生与蓬勃发展。

随着改革开放以及中国经济的崛起,在经济建设蓬勃发展的大潮中,在全球经济一体化的发展趋势下,我国新闻媒体充分发挥其经济信息传播功能,努力探索,不断提升着自己的经济信息传播能力。具体表现在以下几个方面:

1. 综合类新闻媒体加大经济报道的力度

在国内众多的综合类新闻媒体中,经济新闻报道成为仅次于时政报道的重要报道类型。无论是传统的综合性大报,还是消息汇总式的广播新闻栏目或电视新闻栏目中,经济新闻报道都占有较大比重。除此之外,各家报社、广播电台、电视台还纷纷创办经济新闻版块或经济新闻栏目,或是创办

^① 威尔伯·施拉姆,威廉·波特. 传播学概论[M]. 陈亮,周立方,李启,译. 北京:新华出版社,1984: 32-33.

经济领域针对某一具体产业的版面,如房地产的专版、汽车专版等。这些内容都丰富了综合类新闻媒体中经济新闻报道的形态与数量。

2. 纷纷创办专业的经济类媒体

伴随着改革开放后中国经济建设的快速发展,出现了大批经济类媒体。其中,既包括大量经济类报刊、电台经济频率的创办,也包括从中央电视台到地方各级电视台财经频道、经济频道、经济生活频道的创办。

以创办经济类报刊为例,1979年10月,由人民日报社主办的《市场报》创刊;1981年7月,由新华通讯社主办的《经济参考报》创刊;1983年由国务院主办的《经济日报》创刊;1987年1月,由中国国际贸易促进委员会主办的《中国贸易报》创刊;1987年5月,由中国人民银行、中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、中国人民保险公司、交通银行、中国实业银行等八家主要金融机构主办的《金融时报》创刊;1989年,由全国工商联主办的《中华工商时报》创刊。在从1989年至1999年的十年中,我国又陆续创办了一系列财经报纸,如1991年7月由国家财政部创办的《中国财经报》;1994年11月由国务院发展研究中心主办的《中国经济时报》创刊;1991年7月1日,由新华通讯社创办的《上海证券报》创刊,这是新中国第一张以提供权威证券专业信息为主的全国性证券类日报,也是中国证监会指定的披露上市公司信息报纸和中国保监会指定披露保险信息报纸;1993年1月由新华通讯社主办的《中国证券报》创刊,这是中国证监会指定的披露上市公司信息报纸;1993年,中国证监会指定的披露上市公司信息报纸《证券时报》创刊;1995年4月,由国家发展计划委员会主管(2003年政府改革,改为国家发展与改革委员会)主办的《中国经济导报》创刊。

2000年之后,以《21世纪经济报道》《经济观察报》《第一财经日报》《财经》《财富》《理财周刊》等为代表的一批新兴市场化财经媒体开始加入经济类媒体的竞争之中。其中2001年1月1日南方报业集团旗下的《21世纪经济报道》创刊,2004年《第一财经日报》诞生。

在当下网络传播、移动互联网传播兴起的背景下,各门户网站、不同种类的新闻客户端也都专门开设了“财经”“经济”频道,或者股票、汽车、房地

产等与经济相关的更为细分的频道。

3. 电视经济栏目与经济频道的发展

作为传统媒体中最具竞争力的电视,在这一波经济媒体的发展浪潮中,也有自己不俗的表现。这体现在从中央电视台到地方各级电视台对经济节目的重视上,除了在日常新闻报道中加大经济报道的分量之外,还纷纷开办专门的经济栏目;随着电视台经济报道、经济栏目的发展,各级电视台又纷纷创办经济频道或经济生活频道,并积极打造自己的电视经济栏目与频道品牌。随着频道专业化、品牌化战略的推进,各级电视台又在之后的改版中将频道呼号改为“财经频道”。

就各级电视台创办的电视财经栏目而言,综合考虑其内容与形态特征,可以将其分为以下几种类型:资讯类电视财经栏目、专题类电视财经栏目、评论类电视财经栏目、深度报道类电视财经栏目以及谈话类电视财经栏目。

三、国内电视财经栏目与财经频道的发展

(一)中央电视台财经频道的发展历程

中央电视台财经频道(CCTV-2)正式创建于1973年5月(以下简称“央视财经频道”)。在20世纪90年代之前,由于技术上的“开路”优势,一直作为央视一套的辅助和补充,是中央电视台仅有的两大综合频道之一。时至今日,历经四十余年的发展,央视二套已经形成“财经频道”的呼号与定位。在对央视财经频道的知名栏目进行描述与分析之前,我们先对其发展历程做一个简要梳理。

央视财经频道的发展与我国政治、经济发展的大背景是息息相关的。1978年中国共产党的十一届三中全会以后,全党和全国工作的重点转移到以经济建设为中心的轨道上来。在这一历史背景下,1984年以来中央领导同志多次指示,中央电视台要加强电视经济宣传,为建设有中国特色社会主义市场经济服务,为改革开放服务。面对国内和世界形势的变化,中央电视台适时开办了一系列经济栏目,不断强化经济宣传。

1. 央视经济部的成立与《经济生活》栏目的创办

1984年12月,中央电视台成立经济部,专门负责制作经济方面的节目。当时,上级明确规定经济部的工作方针是:开发信息资源,服务四化建设。

1985年1月1日,由中央电视台经济部主办的《经济生活》栏目,通过中央电视台第一套节目向全国播出。这是中央电视台第一个宣传经济的电视栏目。《经济生活》节目的主要内容是介绍国内外经济、科技发展动态、经验、行情以及提供各类社会服务。每周二、四19:00在第二套节目播出,每周一晚上在一套节目播出,每期20分钟,主持人为张宏民、卢静。^①

1986年,根据中央领导的指示精神,广播电影电视部在青岛召开“中央电视台第二套节目向全国传送会议”,专题研究经济宣传和中央电视台第二套节目向全国各省、自治区、直辖市传送的问题。会议提出,中央电视台第二套节目应以传播综合经济信息为主要特点。在这次会议上还决定1987年2月1日中央电视台正式通过国际卫星向全国传送经济节目。

青岛会议后,中央电视台经济部经过短时间的筹备,在《经济生活》的基础上创办《综合经济信息》栏目,栏目长度由原来的20分钟增加至40分钟。

1987年2月1日,中央电视台第二套节目开始向全国播放,《综合经济信息》正式开播。《综合经济信息》栏目的宗旨是:“宣传党和政府的经济政策;传播国内外信息和商品行情;沟通城乡和国内外产、供、销渠道;当好企业和消费者的参谋,为四化建设服务,为人民服务。”《综合经济信息》栏目内设有:“经济新闻”“市场信息”“经济博览”“世界经济窗口”“消费者之友”“周末热门话题”“外汇牌价”“广告”等版块。

《综合经济信息》栏目每天的节目内容除了一般的新闻消息,从周一到周日每天还分别安排《经济纵横》(周一)、《经济博览》(周二)、《世界经济窗口》(周三)、《科技与效益》(周四)、《企业家园地》(周五)、《信息发布会》(周六)、《消费者之友》(周日)。中央电视台第二套节目向全国传递综合经济信息是我国广播电视发展史上的一件大事,是电视加强经济宣传的重大措施。

^① 赵化勇. 中央电视台发展史(1958—1997)[M]. 北京:中国广播电视出版社,2008:148.

《综合经济信息》开播以后,主要宣传了党和政府的改革开放政策,包括物价政策、特区政策、外贸政策、企业承包政策、乡镇企业政策、国家财政金融政策等。^①这个经济栏目的创办,得到了各级经济主管部门、企业界和全国各地电视台的大力支持,开办后受到观众特别是经济界人士的欢迎。到1988年4月初,全国已有130家省级、地市级电视台以及相当多的县级电视台收、转这个栏目。1987年2月,央视二套向全国传送以后,仅一年半的时间,全国转播《综合经济信息》节目的城市就达到145个。

2.《经济半小时》《经济信息联播》栏目的创办

1989年12月18日,中央电视台开播了专门的经济新闻栏目《经济半小时》。时至今日,《经济半小时》仍然是中央电视台制作的非常优秀的电视经济栏目,在国内观众中具有较高的知名度和美誉度。

1992年,央视二套节目创办了《经济信息联播》,但后来由于种种原因停播了一段时间。在恢复播出后,《经济信息联播》栏目逐渐发展成为央视财经频道的龙头栏目。

3. 央视二套的历次改版

从20世纪90年代中期开始,随着频道化建设的推进,央视二套逐步确立了经济频道的定位。

1995年年底,中央电视台明确提出,改版第二套节目,使之成为以经济为主的综合频道。改版后的第二套节目将以突出经济特色为宗旨,由财经报道、经济评论、经济服务等囊括经济生活各方面的内容和各式各样的节目样式所构成。

1996年,根据中央电视台的安排,经济节目发生了自创办《经济生活》以来又一次大的调整 and 变化。1996年6月,经济部由新闻中心划归广告经济信息中心。

1996年7月,中央电视台全面调整为以经济节目为特色的频道,开启了央视二套节目的频道专业化改革。

^① 赵化勇. 中央电视台发展史(1958—1997)[M]. 北京:中国广播电视出版社,2008:150.

根据经济节目规划,1996年7月1日,央视经济部在二套节目中集中推出了《经济半小时》(新版)、《财经报道》(每次10分钟)、《生活》(每次30分钟)、《金土地》(每次30分钟)、《环球经济》(每次30分钟)、《企业家》(每次30分钟)、《供求热线》(每次20分钟)、《欢乐家庭》(每次30分钟)等八个经济类新栏目,并筹办《商务电视》(每次30分钟)栏目,形成了中央电视台第二套节目以经济节目为特色的格局。央视二套在完成对《经济半小时》栏目全面改版的基础上,推出《生活》栏目,同时实现《中国财经报道》的全天滚动播出。这些栏目的创办,使央视二套经济节目的播出时长由过去的每天首播60分钟增加到180分钟,也使中央电视台经济报道栏目专业结构更加合理,特色更加鲜明;经济节目从品种到质量都有了一个突破性的发展。央视二套形成了以经济节目为主的综合频道,奠定了中央电视台经济专业频道的基础。当然,时至今日,其中不少栏目已经从央视财经频道播出的节目中消失了。

1997年5月5日,央视第二套节目又全面调整。观众从此可以每天从早上到夜间收看完整而系统的经济节目。其中,《经济半小时》《生活》《财经报道》三个经济栏目进入黄金时段。这次调整和规划的具体安排是:《财经报道》更名为《中国财经报道》,由原来每天滚动播出四次增加到六次。《中国财经报道》以全方位报道发生在中国及世界的重要经济新闻为主旨,突出信息的及时性、权威性、知识性、服务性。栏目由《财经要闻》《今日专访》《沪深股市》《证券市场》《财经人物》《每周调查》等小栏目组成,力求准确把握中国市场脉搏,及时扫描全球财经动态。《经济半小时》栏目为经济节目的主干,其宗旨是关注社会经济生活中的重大热点、难点、焦点,展开追踪报道和深入评析。^①

央视第二套节目开创以经济为特色的频道,是继央视第一套节目《东方时空》新闻改革之后形成的又一种新的电视频道的改革模式。这样的改革,使中央电视台的经济节目实现了节目形态多样化,栏目系列化。频道整体上包括四个结构单位:(1)深度报道(《经济半小时》);(2)经济新闻节目(《中国财经报道》与《世界经济报道》);(3)服务类节目(《生活》《商务电

^① 赵化勇.中央电视台发展史(1958—1997)[M].北京:中国广播电视出版社,2008:352.

视》);(4)专业对象节目(《金土地》《经营有道》)。^①

随着香港回归和市场经济改革的深入,根据中央领导关于加强电视经济报道的指示精神,中央电视台在1997年专门成立了经济宣传顾问委员会,以指导电视经济报道工作。1997年7月8日,中央电视台经济宣传顾问委员会成立大会暨第一次全体会议在北京举行,中央12个部委办领导和14位著名经济学家、企业家应邀担任中央电视台经济宣传顾问。他们都表示要积极支持中央电视台办好经济节目,向全民普及经济知识,为改革开放和建设社会主义市场经济竭诚尽力。至此,从1984年到1997年,经过12年努力,中央电视台经济部已经发展成为实力雄厚、制度健全并有专业策划队伍的经济节目制作部门。^②

2000年,央视二套节目专业化建设进一步加强,经过详尽的调研和设计,央视二套于2000年7月3日对所属时段进行改版与调整,频道呼号为“经济·生活·服务频道”。频道的定位为:经济政策的宣传窗口、经济成就的展示平台和经济生活的联系纽带。此次改版的三大原则是:节目内容设置与目标观众要求相统一,加大经济生活服务类节目比重;节目播出时间与电视观众收视规律相符合,对原有名牌栏目的播出时间进行调整;节目形态与观众欣赏习惯相一致,新推出的栏目更具平民性和服务性。此次改版后经济类栏目的布局是“十老八新”,即十个老栏目重新定位、全面改进,八个新栏目按需设计、全新推出。原有的十个老栏目,即《经济半小时》、《中国财经报道》、《生活》、《商界名家》(原《经营有道》)、《幸运52》、《商务电视》、《金土地》、《欢乐家庭》、《商桥》、《中国市场信息》(原《供求热线》),进行了重新定位包装,使之焕发新的活力。新推出八个适应时代需求、创意独特、制作手段先进的新型栏目,即《证券时间》《地球故事》《开心辞典》《对话》《证券之夜》《清风车影》《中国房产报道》《互联网时代》。随后又推出《艺术品投资》这一专业性栏目。这次改版使经济频道增加了经济类节目的比重,确立了以大经济为主的频道基本风格,使央视二套节目收视率排名在前十位的栏

① 赵化勇. 中央电视台发展史(1958—1997)[M]. 北京:中国广播电视出版社,2008:353.

② 同上书,354.

目当中,经济类栏目由改版前只占二至三个席位,升为改版后稳占七至八个席位,并稳居收视率排行第一的位置。^① 此次改版,使央视二套频道整体风格更加大众化、多样化,节目的服务性、娱乐性增强,为观众构建了全方位、便利的经济生活服务信息网络,成为受众了解、从事经济活动的参谋。^②

进入2002年,央视二套节目更加注重品牌节目的延伸,不断提升频道形象。《中国经济年度报告》《中国经济年度人物评选》节目的推出,进一步凸显了经济专业频道的定位。经济类节目比重的大幅度增加,初步确定了以“大经济”为主的基本风格。

2002年元旦,央视二套(经济·生活·服务频道)播出了《CCTV2001中国经济年度报告》,梳理、解读中国经济,全景式勾勒和评点本年度的重大经济事件。《CCTV 2001中国经济年度报告》还在京、沪、穗等代表中国不同地域特色和经济发展水平的六大中心城市进行了居民消费调查,并由特邀评论员在节目中作精彩点评和分析,使节目在当时众多的年度经济报道中独树一帜,是一次以完全电视化的手段“撰写”中国经济年度报告的全新探索。此后至2006年每年举办一次。2006年起,经济频道在原来的《中国经济年度报告》的基础上,推出了“CCTV 经济生活大调查”活动。2006年度的“经济生活大调查”和国家邮政局联手,利用全国邮政网络,把调查问卷印制在10万张免邮资明信片上,并在国家统计局的指导下,科学划分投放区域和投放对象,对全国31个省、自治区、直辖市,300多个县,104个城市样本地区百姓的经济观点和评价进行调查,这在国内媒体尚属首次。^③

2002年,央视二套在将频道定位为“经济·生活·服务”频道的同时,重新启播《经济信息联播》,并改版了若干经济栏目,开始朝着经济频道方向迈进。同年7月,《经济信息联播》栏目以直播的形式恢复播出,同年11月,《今日证券》和《证券时间》两个栏目整合为《中国证券》,两个栏目强强联合,优化了资源配置。

时至2003年,中国电视发展逐渐显现出一种新的态势。多频道时代不

① 赵化勇. 中央电视台发展史(1998—2008)[M]. 北京:中国广播电视出版社,2008:140.

② 吴信训. 新编广播电视新闻学[M]. 上海:复旦大学出版社,2012:117.

③ 赵化勇. 中央电视台发展史(1998—2008)[M]. 北京:中国广播电视出版社,2008:146.

容置疑地到来了,频道资源已经不再稀缺。而与此同时,一直困扰央视二套的难题是“频道定位模糊,频道形象含混”。于是在2003年10月20日,央视二套再度全面改版,以更鲜明的“经济频道”的定位取代原先“经济·生活·服务频道”,着力打造国家级的经济频道。根据新的频道定位,中央电视台经济频道对栏目的设置与编排进行了全新的整合。首先,对不符合频道新定位的栏目进行调整:取消《东方时空》《新闻30分》《新闻调查》《实话实说》《中国新闻》在中央电视台经济频道的重播;《精品赏析》《正大综艺》《人民子弟兵》《夕阳红》等栏目调出;周六、周日的《体育赛事》不再设为常规节目。其次,以大经济观、大资讯观和实效信息观为理念基础,使新推出强势栏目与原有品牌栏目形成有机结合:将《经济信息联播》《经济半小时》互相捆绑,强力打造频道龙头,在早间、午间分别推出《第一时间》《全球资讯榜》两档资讯节目,配合晚间龙头,合力塑造频道主干。《互联时代》《中国房产报道》《清风车影》于2003年2月正式整合为《前沿》栏目,由原来的三个栏目交替播出,变成了同一个栏目周一至周六连续播出,增加了旅游、教育和服装等消费方面的内容,使栏目的服务性更强。^①

这次改版推出的央视二套并不是完全专业化的财经频道,而是以经济资讯为核心内容,具有专业特色的服务频道,即“大经济观”理念下的经济频道。所谓“大经济观”,是以“大众、综合、实用”作为频道定位的核心理念。在内容上,新版央视二套精心打造了五大版块:(1)资讯版块:覆盖早间、午间、晚间三大时段。早间栏目《第一时间》、午间栏目《全球资讯榜》与晚间龙头栏目《经济半小时》《经济信息联播》构成经济频道的主线,主打经济资讯。(2)服务版块:包含《生活》《前沿》《健康之路》《为您服务》,这类栏目主要为受众的生活服务。(3)财经版块:《中国财经报道》主打财经评论;《中国证券》实时连接市场,财经、证券讯息同步传递;培育《艺术品投资》《鉴宝》等新兴栏目。(4)深度资讯版块:涵盖《对话》《经济与法》,透过人物,深入解读经济事件;展开话题,多方面阐释背景观点。(5)益智娱乐版块:全新设计两档娱乐竞技栏目《非常6+1》和《绝对挑战》,与《开心词典》《幸运52》共同营造

^① 赵化勇. 中央电视台发展史(1998—2008)[M]. 北京:中国广播电视出版社,2008:141.