



50多位国际业界领袖

8场论坛对话实录

GLOBAL TOPICS
INDUSTRIAL EXPERIENCE

全球话题 产业经验

4个权威行业调查

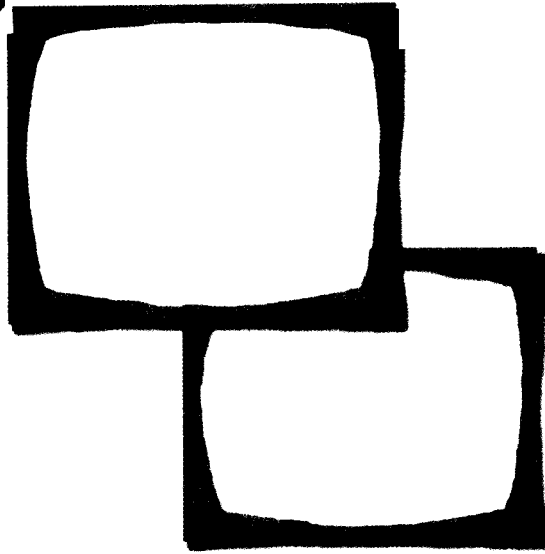
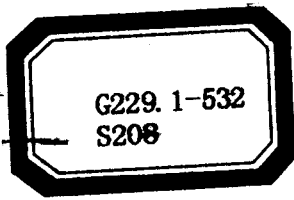
500多个市场重要数据

主 编: 陈晓萌
执行主编: 沈 旻
鲍晓群



上海电视节“白玉兰”国际电视论坛
MAGNOLIA INTERNATIONAL TV FORUM OF SHANGHAI TV FESTIVAL

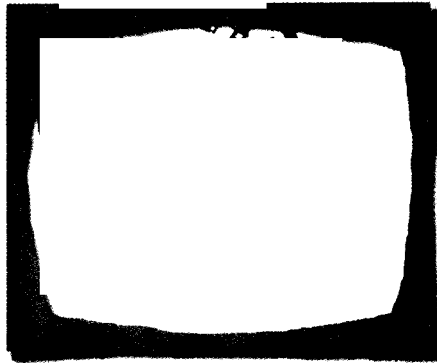
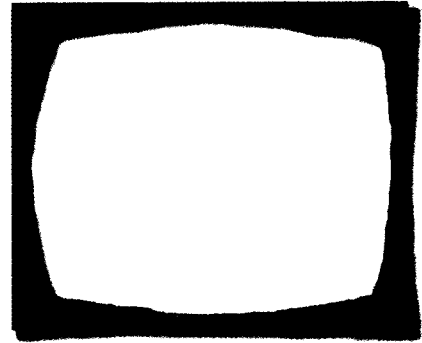
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100



- 40

GLOBAL TOPICS
INDUSTRIAL EXPERIENCE

全球话题 产业经验



主 编: 陈晓萌
执行主编: 沈 旸
鲍晓群

学 林 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

全球话题 产业经验 / 陈晓萌主编.

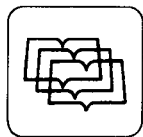
- 上海: 学林出版社, 2005.10

ISBN 7-80730-008-6

I.全... II.陈... III.电视事业——学术会议——文集

IV.G220-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第088821号



全球话题 产业经验

主 编: 陈晓萌

执行主编: 沈 旻 鲍晓群

责任编辑: 叶 刚

出 版: 上海世纪出版集团

学林出版社 (上海钦州南路81号3楼)

电 话: 64515005 传 真: 64515005

发 行: 新华书店 上海发行所

学林图书发行部 (上海钦州南路81号1楼)

电话: 64515012 传真: 64844088

制 作: 上海及事文化传播有限公司

印 刷: 上海汉斯利达彩色印务有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 22

字 数: 30万

版 次: 2005年10月第1版

2005年10月第1次印刷

书 号: ISBN 7-80730-008-6/G·3

定 价: 58.00元

代 序

黎瑞刚

(在第9届上海电视节白玉兰论坛上发言摘要)

在国外学习时,给我印象最深的还是普通民众、包括一些上层人士,对中国的隔膜和不了解,尤其是对中国发展中的媒体很不了解。讲到中国的媒体,他们会说propaganda,这是个贬义词。有时候,我喜欢跟他们纠正:那不是propaganda,那是publicity。我对他们说,中国的媒体现在是产业,他们也不能相信。我认为,中国的媒体这几年发展得非常迅猛。比如,上海文化广播影视集团(SMEG)现在已经形成了包括广播、电视、电影、文化、网站、报纸、杂志,一直到旅游业、会展业、酒店业,我们还有众多文艺演出场所,文艺团体已形成了产业链。当我将这些告诉我的美国朋友时,他们顿时会瞪大眼睛说:“really?!你别是在说维亚康姆、新闻集团或者是时代华纳吧?”尽管国际上还是存在着很多隔膜和不了解,但中国目前影视产业的发展还是非常迅猛的。正是我们十几年的发展壮大,才使我们今天能够坐在“白玉兰”国际电视论坛上,跟国际著名的媒体集团一起讨论娱乐经济和影视产业。

所谓“娱乐经济”,我认为,如果从经济角度来看娱乐的话,可以发现娱乐中到处蕴藏着商机;而从娱乐的角度观察经济的话,娱乐正在成为经济的一个非常重要的增长点。最近几年国内许多影视单位都进入了产业集团化发展阶段,但是如何把这些产业充分的整合好,需要我们认真思考。在美国的一段经历让我感触很深:我去美国正好是9.11前一周,哥伦比亚大学在曼哈顿岛上,实际上我目睹了9.11的全过程,也是看着纽约从9.11的阴影中走出来的。当时我在《纽约时报》看到一篇文章,作者写到,什么时候百老汇复苏了美国就复苏了。百老汇实际上是媒体、旅游、影视衍生产业链高度整合在一起的商业闹市区。百老汇这个地方白天游人如织,晚上灯火璀璨。百老汇提供了一个我很好的观察美国的视角:从商业角度关注文化产业多元化的经营,对人们的生活方式包括城市发展形态的改变。记得当时在百老汇42街上我很激动,因为我想到地球另一面的上海,如果有一天上海也在文化产业经营上面能够达到这样一个高度的话,上海才能真正称为国际化大都市,就像美国人会为纽约而骄傲一样,中国人也会为上海而骄傲。但是我深知,这需要付出很长时间的 effort,百老汇不是一天能建成的。但是,从我们中国的媒体产业发展来说,我还是有信心的。

上海的广电媒体提出了“立足上海,面向全国,走向世界”的口号,但是从现在的运作来说,应该说只是做了一些初步的工作。国际化和地方化是一个相对概念。国际化在某种程度上是要求更强的地方化。我们提出这个口号,是走向世界的一个方面。对于今天的SMEG来说,更重要的是面向全国。最近我们也一直注意到这么一种动向,国内整体媒体产业市场对内容需求大量增加。大家知道,由于中国长期计划经济的影响,形成了条块分割、四级办台的模式。应该说这种模式有不合理的东西,造成了很多的资源浪费。但是从这个问题的另一面来看,这种模式也提供了很多的内容发展空间。因为众多的电视台并不是每个电视台都有足够的节目制作能力,所以这就产生了大量需求内容、而内容极其匮乏的问题,它给内容提供商提供了相当大的空间。我认为首要是完成观念的转变,就是制作观念的转变。要从传统的为播出而制作的观念转变成为市场而制作。以前我们制作电视节目是投资下去、完成播出,然后有广告收入,算是完成了一个循环。今后全国广阔的电视市场是我们主攻的一个目标,必须为市场制作。第二,完成角色的转变。要从地方性广播电视台的角色定位,转化成一个面向全国,甚至面向海外华语世界的内容提供商、发行商的角色。从我来说,国际大型媒体集团首先是供应商的角色,他

在媒体产业链中所处的就是金字塔的顶端，他是起决定因素的。SMEG的定位目标应该在这里。

对于目前国内媒体产业出现的集团化、规模化的经营态势，我认为正好可以用四个英文单词来概括，它们是 Convergence; Consolidation; Competition; Confusion. Convergence——就是兼并与融合。这些年，大的媒体中的兼并事件不断出现，包括我们国内说的资源重组，成立集团都是这种兼并。Consolidation——是整合。因为成立集团之后，你拥有那么多资源，很重要一点是怎么来整合这些资源。在美国时，我曾与 AOL 时代华纳的一些朋友聊起，我觉得他们也同样面临这些问题。怎么把两大产业部分有机地整合在一起，产生更大的效益？其实这个问题也是共同的问题。上海的广电媒体也面临这些问题。很多资源忽然之间为一个大集团所拥有，但是在这个大的集团下，怎么把这些资源有效地整合在一起，而不是简单地像搭积木一样把它拼凑起来，这是一个很重要的问题。Competition——是竞争。对于媒体行业来说，竞争永远是好的，有竞争才会有活力。Confusion——是模糊化。现代传媒模糊化的概念，由于数字技术的出现而产生的。原来传统的纸质媒体或者是电子媒体、网络媒体，出现了这么一种界线相互模糊，包括电信跟广播电视之间的界线也在逐渐模糊，同时包括媒体集团。因为它集团化的经营、规模化的经营、网络化的经营，使我们传统上很多行业之间的界线在模糊，我们很多地域之间的界线也在模糊。所以说这也是我们面临的一个趋势。

中国媒体业发展到今天，做大平台确实是重要的一步。这个平台既对我们这样的国有媒体开放，同时也应该是对那些富有活力、提供高质量、优秀节目的内容提供商开放。在这个平台上，大家一起繁荣中国的广播电视事业，繁荣中国的广播电视内容产业。为此，我们将不遗余力地与各种合适的中外媒体企业，展开相互间更多的合作，上海电视节的存在与发展应该是与这种更远的产业愿景相依存的，希望“白玉兰”国际电视论坛拥有这样的气度和广度，容纳多元的、具有指导意义的声音，吸引并促成各种形式的合作，成为一个真正国际性开放的大平台。

最后，我还是把话题回到上海，现在，美国的版权产业已经攀升为第一大出口行业，对于像上海这样一个城市，我也希望有一天，上海的文化广播影视娱乐产业能够成为这个城市的支柱产业。

本文作者：上海文广新闻传媒集团 (SMG) 总裁

编者按：

2002年，中国两大影视活动——上海电视节与上海国际电影节第一次同时举办。它的背景是作为中国影视产业重镇的上海，刚刚完成了历史上第一次集团化的战略转移。1995年上海广播电视业与上海电影业合流；2000年，上海广播电视业与上海文化业兼并，2001年上海文化广播影视业与上海政府管理职能剥离，4月成立上海文化广播影视集团 (SMEG) 及其上海文广新闻传媒集团 (SMG)、上海电影集团 (SFG)。成立一年多的 SMEG 和 SMG 表现出对市场的期盼与雄心，同时也在接受着市场的挑战与检验。作为上海影视产业对资源整合的呼应，当年上海电视节的学术研讨会，第一次亮出“白玉兰”国际电视论坛品牌。取义“论坛”是为了集合更高端的战略观点、呈现更宽广的产业视野与国际经验。时任 SMEG 总裁助理、现任 SMG 总裁黎瑞刚先生在论坛上发表了如上演讲。现在看来，他的许多精辟观点，可以认为是对产业整合最适宜的注解，其中不少观点至今仍闪烁在 SMG 的集团经营理念中。这种在国际论坛平台上阐述观点、在具体产业运营中予以实践的模式，恰是“白玉兰”国际电视论坛功能的一个完整演绎。

值此上海电视节“白玉兰”国际电视论坛《论坛实录 产业报告》一书出版之际，我们特意将黎瑞刚先生在当年论坛上的发言摘要作为代序。

CONTENTS 目录

代序 / 黎瑞刚

上篇：“白玉兰”论坛

对话全球话题：

● 东方国际电视论坛——全球电视产业新愿景	1
中国广播影视业发展的总思路	朱虹 9
传播业的变革	(美国) 露西·胡德 10
中国的话语权：中国融入世界的前提	刘长乐 11
韩流产生的背景和意义	(韩国) 崔文洵 13
面对变化中的媒体	(美国) 艾里克·米卡 15
未来的全球电视产业	(美国) 罗伯特·G·皮卡特 16
现场对话	主持人：袁鸣 27

● 世界传媒高峰论坛——电视的影响力	27
发现别人的历史——德国公共电视台的使命	(德国) 马库斯·沙希特 32
新的收视方式对美国未来电视的挑战	(美国) 托德·P·利维特 33
大洋洲电视的数字生存与影响	(澳大利亚) 施嘉里 36
韩剧的文化亲和力	(韩国) 金容喆 37
电视——现代社会的守望者	叶志康 38
现场对话	主持人：张蔚 39

聚焦行业经验：

● 电视剧专场——中国电视剧市场 2005-2006	49
----------------------------	----

《中国电视剧市场报告 2005 — 2006》发布	主持: 陈晓萌 发布: 郑维东	56
中国中央电视台和电视剧市场	汪国辉	59
韩国的电视剧市场	(韩国) 李殷珪	62
中国香港电视剧的制作和海外发展	李德基	63
青春偶像剧在中国	赵宝刚	65
现场对话	主持人: 陈 文	67

● 动画片专场——国际经验和中国原创: 分析动画市场 73

迪士尼——一种现代娱乐方式	(美国) 瑞慕容	78
中国电视动画与央视动画二十年	赵文江	79
日本专业动画频道的运营战略	(美国) 米乐佛	81
中国动画市场的商机与策略	陈 文	82
韩国动画产业的发展模式	(韩国) 金永源	85
现场对话	主持人: 顾陆丰	87

● 电视品牌专场——频道品牌的建设和管理

	主讲: (美国) 琳达·翁 主持人: 鲍晓群 罗 军	91
一、品牌的定义		95
二、品牌建设时间表		96
三、策略的组成部分		99
四、将策略转化为创意		101
五、品牌的培育		104
六、新的趋势		106

● 节目模式专场—节目创新：解析节目创意要素		111
节目模式拓展的平台	(英国) 苏·亚当斯	115
世界电视模式市场概况	(丹麦) 简·英德尔·安德森	116
欧洲著名节目模式公司的经验	(荷兰) 休伯特·迪默	117
电视节目模式的新类型	(法国) 奥利弗·里维特	118
现场对话	主持人: 鲍晓群	119
 ● 传媒人力资源专场—传媒人力资源管理的国际经验		123
传媒人力资源的发展思路	宗 明	128
德国国家电视台 ZDF 的培训经验	(德国) 玛莉塔·路易宁	129
构筑央视新世纪人才工程	杨晓民	131
美国传媒业的人力资源管理	(美国) 大卫·A·克莱特	133
从薪酬管理看传媒业的人才管理	陆 强	137
现场对话	主持人: 沈 莉	141
 ● 艺人经纪专场—媒体和艺人经纪：探讨媒体造星产业		147
艺人经纪人、经理人与艺人的关系	(美国) 雷德龙	152
日本艺人经纪公司的发展历程	(日本) 中井秀范	153
中国香港无线对华人演艺界的贡献	乐易玲	154
中国艺人经纪与娱乐媒体的现状	宋 柯	156
2004—2005 上海地区华语艺人形象调查	富玲云	159
现场对话	主持人: 蔡志行	171

CONTENTS 目录

下篇：“白玉兰”调查

● 第九届上海电视节、第六届上海国际电影节国际影视节目市场调查

说明	178
第一部分：参展机构总体特点	179
第二部分：电视剧市场分析	180
一、中国内地产电视剧、海外引进剧、合拍剧交易情况分析	180
二、参加交易的电视剧内容分析	181
三、参加交易的电视剧制作机构分析	182
第三部分：电视节目（栏目）市场分析	184
一、参展电视节目（栏目）地区和来源分析	184
二、参加交易的电视节目（栏目）类型分析	185
三、参加交易的电视节目（栏目）内容分析	190
四、参加交易的电视节目（栏目）制作机构分析	192

● 第十届上海电视节、第七届上海国际电影节国际影视节目市场调查

说明	197
第一部分：参展机构调查	198
一、参展概况	198
二、参展机构特征	200
第二部分：影视节目交易市场调查	203
一、中国内地电视节目市场概况	203
二、影视节目交易市场调查	204
第三部分：中国内地电视节目交易市场概况	231

一、中国内地电视节目交易市场的发展	231
二、中国内地主要的电视节目交易市场	234
 ● 第十一届上海电视节、第八届上海国际电影节国际影视节目市场调查	
说明	243
第一部分：上海国际影视节目市场交易调查	245
第二部分：上海国际影视节目市场参展机构调查	248
一、上海国际影视节目市场参展概况	248
二、上海国际影视节目市场参展机构特征	250
三、展商行业预测与商务拓展方向	254
第三部分：上海国际影视节目市场调查	256
一、电视剧市场调查	256
二、动画片市场调查	264
三、电视节目（栏目）市场调查	269
四、纪录片市场调查	278
五、电影市场调查	280
第四部分：中国内地影视市场综述	285
一、中国内地电视节目的市场概况	285
二、中国内地动画片市场发展概况	290
三、中国内地电影市场发展概况	294
 ● 中国各主要电视台节目供需调查	311
第一部分：中国各级电视台节目质量和自制能力调查	312

一、各级电视台对各类节目质量的评价	312
二、各级电视台自制节目的能力	314
第二部分：中国各级电视台节目供求调查	317
一、各级电视台自制节目的发行	317
二、各级电视台对自制、外购或广告置换节目的选择	319
三、各级电视台对娱乐类节目自制、外购或广告置换的选择	321
四、各级电视台对节目版权、节目品牌等的态度	327
五、各级电视台对节目创意、发行和推广环节的态度	329
调查结论	331
一、对目前电视节目的质量评价不高	331
二、目前电视台节目发行的比例较低	331
三、节目需求相对比较大的是城市电视台：需求大的节目类型是电视剧、动画片、娱乐类节目	331
四、节目发行市场将向更有序、规范的方向转变	332
后 记 / 陈晓萌	333
图表索引	334
人名索引	341

东方国际电视论坛 全球电视产业新愿景

中国国家广播电视总局的权威人士与来自美国、欧洲、亚洲最具影响力的传媒机构的巨头以及全球著名传播学者，聚首上海，共襄盛典，智力碰撞，风云对话，引领潮流，共同探讨21世纪传媒产业的发展 and 未来，共商东西方电视媒体交流与合作。

时 间: 2005年6月12日13:30—17:00

地 点: 浦东世纪大道1号国际新闻中心二楼

论坛嘉宾: 1)朱虹 中国国家广播电视总局新闻发言人,办公厅主任。

2)露西·胡德 新闻集团高级副总裁。

3)刘长乐 凤凰卫视控股有限公司董事局主席兼行政总裁。

4)崔文洵 韩国文化放送(MBC)社长。

5)埃里克·米卡 《综艺》周刊执行总监。

6)罗伯特·G·皮卡特 美国传媒发展经济管理学家。

论坛主持: 袁 鸣 上海东方卫视著名主持人,对外事务总监。

嘉宾简介



论坛演讲嘉宾

朱虹 Zhu Hong

中国国家广播电影电视总局新闻发言人、办公厅主任

1957年生，湖北洪湖市人。研究员，法学博士。1977年，考入武汉华中师范大学政治系学习，毕业留校任助教、讲师、教授。1989年赴英国莱斯特大学大众传播研究中心任高级访问学者、荣誉研究员。1991年，调中共中央办公厅调研室工作，历任处长、局长、中央宣传思想工作领导小组秘书组组长。2001年调任国家广电总局办公厅主任、法规司司长、新闻发言人、中国广播电影电视集团秘书长。

机构网址：<http://www.sarft.gov.cn/>



论坛演讲嘉宾

露西·胡德 Lucy Hood

新闻集团高级副总裁

露西·胡德拥有哥伦比亚大学商学院研究生院的工商管理学硕士学位和耶鲁大学的学士学位。在新闻集团的十余年工作中，曾涉足电视、出版社、网络业和无线业等多个行业。目前负责内容策略、多平台发展和全球联盟战略。与此同时，担任网络、卫视和有线电视的创意与分销总监，是美国电视艺术与科学学院会员，每年艾美奖最佳喜剧片奖的评委。

机构介绍

新闻集团是当今世界上规模最大的综合性传媒公司之一，涵盖电视、电影、书籍、杂志、网络以及报纸等多种行业。新闻集团各种媒体每天24小时连续向全球70多个国家和地区的观众播放节目。集团还发行超过175种不同的报纸，每周发行量逾四千万份，销售额和发行量居全球第一。

机构网址：<http://www.newscorp.com/>



论坛演讲嘉宾

刘长乐 Liu Chang Le

凤凰卫视控股有限公司董事局主席兼行政总裁

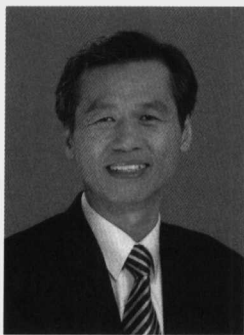
1951年，生于上海。1980年，毕业于北京广播学院，并进入中央人民广播电台。1988年，移居国外。1996年，创立凤凰卫视。2000年6月30日，凤凰卫视在香港创业板挂牌上市。他领导的凤凰卫视连续多年被评为“最受尊敬企业”。

刘长乐热衷于社会文化活动。2004年7月，获香港特别行政区政府委任为太平绅士。2005年3月，刘长乐增补为香港特区全国政协委员。

机构介绍

凤凰卫视拥有凤凰卫视中文台、电影台、欧洲台、美洲台以及信息台等五个频道，覆盖全球逾百个国家和地区，为全球13亿华人提供内容丰富的高质素节目。凤凰卫视控股有限公司还有多媒体业务，主要包括凤凰网及凤凰周刊。

机构网址：<http://www.phoenixtv.com/>



论坛演讲嘉宾

崔文洵 Choi Moon Soon

韩国文化放送（MBC）社长

1984年，获得首尔大学研究所英语英文学硕士学位。毕业后，进入MBC报道局。1993年，升任劳动组事务处长，两年后任劳动组委员长。1998年，进入劳动组合联盟任委员长。2003年，升至部长，年底调入报道制作局。2005年2月，任MBC社长。

机构介绍

成立于1961年，韩国文化放送（MBC）是一家致力于公众服务的广播公司。它的大股东是广播文化基建机构，是由政府筹资的社会事业机构。公司的基本运作资金主要来源于其广告收入。MBC运营多种媒体渠道，包括电视台及无线电广播频道。如今它的网络已经覆盖了19个地区站点以及10个全国辅助站点。现在，MBC运营一个国家电视频道、一个FM及AM广播频道，一个FM标准频道以及四个电缆频道，其中三个电缆频道是由卫星进行传播的。

机构网址：<http://www.mbc.co.kr/>

论坛演讲嘉宾

埃里克·米卡 Eric Mika

《综艺》周刊执行总监



1989年，进入国际媒体报刊企业《综艺》公司。曾任维旺迪环球公司副总裁。2002年，在戛纳开创了广告创意市场。2003年，参与创立了BCMA（品牌内容销售协会）。现主持多个电视节目，并此之外，还主持每年一度的Eutelsat Hotbird（杰出卫视工作者）电视颁奖晚会。

机构介绍

《综艺》周刊是全球最具权威的娱乐和媒体产业资讯来源，现已登陆84个国家，已有100年历史。其内容涵盖新闻、时事、节庆、综合报道、电影、电视制作等领域。该刊提供了深度分析，洞察电影、电视、音乐和戏剧的最新发展。

机构网址：<http://www.variety.com/>

论坛演讲嘉宾

罗伯特·G·皮卡特 Robert G. Picard

美国著名传媒经济学家

世界传媒经济大会创始人



主要研究传媒市场的经济结构，及传媒产业的核心问题。研究范围涉及印刷业、广告、广播和新兴媒体。撰写和编辑了二十多本学术著作，例如《媒体财经》、《欧洲数字陆地电视》、《传媒市场变化的应对策略》、《报纸产权和经营的新观念》。是《媒介经济期刊》的创始人和编辑。现任教于加利福尼亚州立大学和路易斯安娜大学土尔库经济与商业管理学院，并且是巴黎大学、阿姆斯特丹大学的客座教授。

主持人简介



主持人

袁 鸣 Yuan Ming

东方卫视主持人

东方卫视“环球新闻站”主播，中国广播电视学会主持人节目研究会理事，上海慈善基金会理事兼宣传大使，中国上海“申博市民代表”。毕业于上海外国语大学，英国剑桥大学国际关系学硕士，长江商学院EMBA。先后获得全国电视主持人大赛金奖和中国电视节目主持人最高荣誉“金话筒”奖，还获得上海市委，市政府共同颁发的“上海市优秀专业技术人才奖”。是全国电视观众所熟悉和喜爱的节目主持人。加盟东方卫视后，策划并建立“环球新闻站”栏目。

机构介绍

东方卫视是上海文广新闻传媒集团享誉华语电视界的知名电视频道品牌。

东方卫视已覆盖中国的主要城市，并进入中国澳门特区、日本、澳大利亚等国家和地区，还开辟了北美频道和亚洲频道。东方卫视24小时播出，节目内容、形式和编排富有鲜明的中国现代都市色彩，它的内容以新闻见长，娱乐补充，影视支撑、体育特色。

机构网址：<http://www.dragontv.cn/>