

王洪田  
和他缔造的娱乐传奇

# 娱乐为王

王洪田 / 著



华夏出版社  
HUA YI PUBLISHING HOUSE



## 图书在版编目 (CIP) 数据

娱乐为王: 王长田和他缔造的娱乐传奇 / 王洪田著

北京: 华艺出版社, 2004. 12

ISBN 7-80142-630-4

I. 娱... II. 王... III. 文娱活动-私营企业-企业管理-经验-中国 IV. F719.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第127603号

## 娱乐为王——王长田和他缔造的娱乐传奇

---

作者: 王洪田

出版人: 鲍立衍

策划: 吴玉鹏

责任编辑: 宋福江

装帧设计: 张洁

出版发行: 华艺出版社

社址: 北京北四环中路229号海泰大厦10层

邮编: 100083 电话: 82885151

印刷: 北京铭成印刷有限公司

开本: 705 × 1000 1/16

字数: 300千字

印张: 27

印数: 1-20000册

版次: 2005年4月北京第1版第1次印刷

书号: ISBN 7-80142-630-4/I·275

定价: 32.00元

投稿热线: 010-82885023

发行热线: 010-82885151-222 联系人: 宋福江

Email: fujang\_Song18@sina.com

---

华艺版图书, 版权所有, 侵权必究

华艺版图书, 印装错误可随时退换



百事音乐风云榜

百事  
音乐风云榜  
THE MUSIC KING

娱乐之王



# 李霞

1999年至今主持《娱乐现场》

英文名称: LRSA

生日: 1月14日

身高: 165cm

体重: 45kg

血型: O型

籍贯: 新疆.吐鲁番.

学历: undergraduate

优点: 爱笑 可爱 迷人

缺点: 不善装束

最喜爱的小动物: 考拉

座右铭: 阳光总在风雨后

音乐人生感悟: 在这个标榜个性的时代, 听音乐和对音乐的理解也要Q一点, 不必太在意此刻的潮流走向, 将至爱进行到底。

娱乐为王



# 索妮

SuoNi

1999至今主持《娱乐现场》

英文名: Sonia Chang

生日: 6月11日

星座: 双子座

身高: 165CM

体重: 46KG

学历: 毕业于浙江广播电视高等专科学校

爱好: 音乐、舞蹈、美术、文学……

太多了。对了, 还有和咪姆说话。

最喜欢的小动物: 猫

最大愿望: 做歌手

永久观点: 不粉饰自己, 不随波逐流。



娱乐为王

# 何炅 HeJiong

2000年至今主持《百事音乐风云榜》

生日：4月28日

星座：金牛

身高：1.72

体重：50公斤

血型：A型

学历：北外阿语系5年制大学本科

最喜欢的动物：狗

最喜欢的节日：教师节

优点：重感情！是个不错的

老师，也是个很好的主持；

知情达理、善解人意，

爱爸爸妈妈，也爱所有

的朋友

缺点：不经意间会有

些忧郁

个人座右铭：做最

坏的打算，尽最

大的努力。



## 《娱乐为王》写了些什么

严格地讲，中国真正意义上的娱乐业是从1999年开始产生的，标志就是光线公司的成立和《中国娱乐报道》（后改名为《娱乐现场》）的开播。业界也流行“先有王长田，后有娱乐资讯”的说法。

5年之前，光线是一个只有10万元家底的小公司，王长田也是一个无助又无奈的青年创业人：坚信这个产业光明的方向，但不坚信自己是不是能坚持到那一天。

那时候，王长田想不到，包括所有的人都想不到，短短的5年后，他的光线变成了一个年销售2.5亿元的公司，横亘于电视、网站和报纸等多重媒体，他自己成了中国娱乐新闻的“教父”，而那时候说起来还需要遮遮掩掩的娱乐精神到今天已经成了最符合这个时代的流行时尚。现代社会中一件东西要流行，应该、必须、绝对要包含一种元素——娱乐。

所以，“娱乐为王”的“王”就有了两重意思，一个是王长田的“王”，一个是王者的“王”。

这本书，名字叫《娱乐为王》，但结构却是严谨的，作者作为光线的老员工，曾经与王长田一道共同创造了光线的开山之作《中国娱乐报道》，并曾历任光线节目《网络天下》、《体育界》的制片人，目前是光线的人力资源总监。作者经历了光线发展的各个时期，并见证了光线的从无到有的整个历程。该书以翔实的资料、平实的笔触、深刻的剖析，第一次全景揭秘光线的经营之道，第一次展现娱乐新闻的教父王长田与光线如何从一个节目，延展一个公司，并造就了一个无法复制的娱乐传奇。作者还第一次全面解析四年音乐风云榜颁奖礼的风雨历程，一个成功娱乐节目的操作全案，以及光




线的企业文化和精英团队的塑造。无疑，“这将是一本好看、也容易看、也让人愿意阅读的书”。

全书共分为八个部分：

“不可复制的传奇”：作者以亲历者的身份，回顾了王长田以及光线在1999年初一直到2000年的10月的一年零九个月，早期光线人如何孤军奋战艰难地在嘉德楼开始创业，如何开始策划制作《中国娱乐报道》的全历程，以及如何一步步奠定了“娱乐界新闻联播”的霸主地位。这是一个鲜为人知的历史，光线曾经的种种疑问，在这里都能找到最后的注脚。

“核心竞争力”：作者第一次全面揭示光线五年从一个“作坊”式的小公司发展成今天在国内首屈一指的娱乐传媒旗舰企业的一些成功经验。作者试图全面剖析光线引以为豪的传媒娱乐一体化、传媒娱乐工业化、传媒娱乐品牌化以及光线在资本运营、经营理念等方面的一些尝试，是关心民间电视制作公司走势最好的参照。尤其值得一提的是，在光线的核心竞争力上，作者将光线的成功的一部分归于独特的企业文化，无论是“管理就是服务”、“王长田的管理之道”都贯穿着一个报人向一个经营者关于管理理念的浓缩，其间一些案例和做法，或可成为同类公司的标杆。

“王长田和光线群英”：王长田是一个什么样的男人，魅力何在，何以造就了光线这样一个传奇的企业，关于王长田见诸于报端的报道已足以勾画出一个60年代出生的成功的儒雅男人形象。王长田这样评价自己：“在一个男人快到40岁的时候，事业不大不小，钱挣得不多不少，生活水平不低不高，还有就是



衣服穿得也是不老不少……”《南方周末》对他的评价是“不是过去对文化人的最高赞誉精英这个概念所能够概括的”。而在作者的眼中，王长田是一个有梦想并矢志不渝前行的男人。“做记者最重要的使命就是去影响和改造社会。一个国家的娱乐业不可能总是依赖别的国家过活。在电影方面不能永远依靠好莱坞，需要有自己的文化产品。”王长田用自己的五次冒险成就了今天的光线，也使得光线的“光线”照亮中国的娱乐传媒业。这个男人有着太多传奇的色彩，作者以特殊的身份解读王长田，从中能了解一个成功企业家的心路历程。光线的成功在于她拥有一批优秀的人才队伍，单纯从这一点而言，光线的核心团队在整个传媒市场就注定具有不可复制性。作者收录了早期光线文采俱佳的段佳松写就的光线群英（芳）谱：对每个人赋予一首词，并借用古文的形式写尽早期光线人的极具个性的团体雕像。

“娱乐的旗帜如何飘扬在《体育界》”：光线当年进军体育节目的制作，曾遭到很多质疑。作者一手创办《体育界》并担任该节目制片人一职，期间对《体育界》有着异于常人的感情。作者试图全面地展现一个节目的诞生以及在发展中一些困惑。

“《娱乐现场》成功之谜”：光线的王牌节目《娱乐现场》在全国引领电视娱乐节目之先，有着与光线一样的传奇和神秘色彩，一个节目如何操作，其成功动因是什么？作者作为当年节目的创始人之一，第一次全面揭密《娱乐现场》的成功之道，无论对新闻还是娱乐界的从业成员都极具借鉴价值。

“音乐风云榜距离格莱美有多远”：作为光线第二个品牌节目，

其连续四年举行的“音乐风云榜”颁奖典礼，被称为“中国的格莱美”。四年的风云榜颁奖礼可谓一波未平一波又起，尤其第四届颁奖礼，因王长田自揭颁奖黑幕而成为当年娱乐圈一个强烈关注的新闻。其中的背景耐人寻味。作者试图通过回顾四年的风云榜路，揭示一个品牌的音乐榜是如何炼成的，其中也透露了许多不为人知的内幕。

“激情燃烧的梦工场”：在光线有一个内部刊物叫《同志们》，这是光线人的精神栖息地，早期的光线人以此铸就了有着明显时代烙印的企业文化，作者收录了1999年至今的二十篇精彩而不乏幽默的文章。其中涉及到早期光线人对工作、生活的一些随笔感悟，更是当时光线人的一种真实的不可复制的精神状态，很有阅读的快感。

“光线何处去”：光线的一些做法已经成为外界了解这个行业的窗口，未来社会化制作公司的走向，以及面临的机遇和挑战，光线人对此做出了自己的判断。此外，这个章节中作者还回望了中国民营电视制作业的十年历程以及总结了民营电视制作公司的现状。

另外，本书还收录了王长田的一些重要演讲片段，让我们能有机会更全面地了解王对整个行业的一些睿智而深刻的理解，如《民营电视十指关》、《没有强大的制作业，就没有强大的电视业》，被行业从业人员的奉为圭臬之作。

这还是中国第一本关于民营电视制作公司的案例全分析。关心娱乐、关心传媒、关心光线、关心民营电视制作公司的人，都不应该错过它。

**【王长田和他缔造的娱乐传奇】**

试读结束：需要全本请在线购买：[www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

# 目 录

引子 / 2

## 第一部分：不可复制的传奇

“光线”始终立足于做一个优秀的电视内容供应商，我们的产品要占据电视市场一个不可替代的位置，并不断为广告客户，为娱乐和传媒界创造新的价值。

..... / 4

那一年，王长田别无选择 / 4

策划案的足迹 / 9

嘉德楼，传奇开始的地方 / 13

《中国娱乐报道》的诞生 / 16

最早的光线人 / 22

样片出来了 / 29

小说纷纭看片会 / 32

解读开篇节目 / 37

把节目发出去 / 39

从子夜到黎明 / 43

《怀抱》奠定影响力 / 49

“光线十五条”的出炉 / 57

E标的诞生 / 59

搬进新家：光线梦工场 / 64

五年扩张之路 / 68

2000年：80%人反对的决定 / 68

2000年：投身网络节目 / 71

2001年：《体育界》的开播和中国音乐界最好的奖 / 74

2002年：节目群的形成 / 77

2003年：形成产业链 / 81

2004年：做综艺节目 / 82

2005年：要有自己的频道 / 87

试水电影业 /91

总裁论道：宽带娱乐 内容为王 /97

附：激情走过 /101

## 第二部分：核心竞争力

“中国的传媒、广告市场大概在一千亿元以上，也有人说是一千六百亿的市场份额，但目前市场的总量，娱乐行业最起码也是一两千个亿，这么大的空间，我们才吃了两个多亿。世界上最大的传媒娱乐公司总的经营额是一千六七百亿，我们是它的千分之一，所以我们是老鼠他们是大象，但这并不表明我们不能成长为大象，或者是中国土生土长的一个大象，可能比外国的小一点，但它也是一只大象。而且从这么点的小老鼠长成大象，这个过程应该是非常快乐的、非常有趣的。”  
(王长田语)

/104

传媒娱乐一体化 /104

传媒需要娱乐 /105

娱乐需要传媒 /108

娱乐优化世界 500 强 /109

一块共同的蛋糕 /110

来自境外的竞争者 /111

光线已经先行一步 /112

五年磨一剑 /115

娱乐传媒工业化 /117

流水线作业，光线的核心竞争力之一 /121

流水作业案例：《体育界》 /130

品牌化生存，光线的竞争力之二 /132

资源共享体系，光线的竞争力之三 /136

“数一数二”的经营策略，光线的竞争力之四 /140

# 目录

经营案例：《网络天下》的死去 /143

资本运作，光线的竞争力之五 /144

王长田的资本之旅 /148

第一次与资本打交道 /148

上市的理由和压力 /153

驳斥投资者 /156

资本的用途 /159

构建传播平台 /160

用兵之道：光线竞争力之六 /162

王长田的管理之道 /162

怎样留住核心人才 /165

管理就是服务 /168

管理开始创业 /172

有意见就贴出来 /174

附录 1：

我的“不吐不快” /176

附录 2：

一三五七通告 内部荐才 猎手有奖 /177

不怕外资竞争 /178

总裁论道：对传媒和娱乐我们有想法 /182

## 第三部分： 王长田和他的光线群英

“其实这么多年有条线一直贯穿着我走的道路，那就是紧跟媒体。我们现在为电视台制作、提供节目，这实际上也是与媒体一脉相承的。在每次的转变中，我心里并不是很有底，因为这世上没有绝对有把握的事情。我只能一咬牙一跺脚就决定做了。每当信心不足时，我就会想，我这么勤奋的人，这么努力的人，又能

吃苦，对大局的判断也正确，在具体的项目操作上也有想法，不会不成功。这个时候就有了信心，然后就会投入地去做事情。”（王长田）

..... /186

王长田们的意义 /186

王长田档案：电视是一种很牛的媒体 /188

王长田档案：我最美好的时光在复旦度过 /199

王长田档案：一个男人的冒险史 /201

另一个王长田 /212

一群什么样的人

    群英(芳)谱（部分） /215

总裁论道：十指关 /231

## 第四部分：娱乐的旗帜如何飘扬 在《体育界》

..... /238

让娱乐的旗帜飘扬在体育界的上空 /238

我们让他们看起来真正像个明星 /242

我们了解体育界 /248

未开播先有广告 /252

标新立异，《体育界》样片回顾 /256

    样片一：风水宝地探奥秘 体育迷信看究竟 /256

    样片二：奇女子导演爱情大片 男主角竟是萨马兰奇 /258

    样片三：场上竞争金腰带 场下抢夺金饭碗 /260

体育界特别节目：为了忘却的十强赛 /262

附：体育节目的商业价值（节） /269

# 目 录

## 第五部分：《娱乐现场》成功之谜

..... /274

五年五个宣传片 /274

第一年：尊严与霸气 /274

第二年：天天和你在一起 /276

第三年：娱乐的态度 /277

第四年：娱乐盛宴 /278

第五年：娱乐传闻到此为止 /280

一个王牌节目的产生 /284

目标受众定位精确 /284

找到属于自己的节目形态 /286

让它个性鲜明 /288

成熟的市场化运作 /288

北派娱乐新闻的八度空间 /291

《娱乐现场》八种武器 /292

## 第六部分：音乐风云榜， 距离格莱美有多远？

..... /298

颁一个奖有多难？ /298

音乐颁奖惊人内幕 /299

四年风云路 /313

第二届：背景 实录：80位明星留下手印 王菲杰伦成最大赢家 /313

第三届：背景 实录：明星走绿色星光大道 摇滚单元许巍拿大奖 /316

第四届：背景 实录：颁奖典礼暗藏硝烟 光线呼吁公平法则 /320



评委是公正的保障 /327

总裁论道：“格莱美”给中国带来什么？ /330

牵手真正格莱美 /332

第五届：将规则进行到底 /333

## 第七部分：激情燃烧的梦工场 (《同志们》文选)

我们的一个口号是“工作是为了娱乐 生活是为了娱乐”这个非常能够准确地概括我们现在做的工作。每天睡四个小时的觉，他会特别娱乐。(王长田)

..... /336

总裁论道：没有强大的制作业，就没有强大的电视业 / 369

## 第八部分：光线何处去

“一直以来，电视台掌握着所有的频道资源，拥有所有节目和广告的播出权，他们决定着民营电视制作公司的命运，要你的节目或者不要你的节目，让你的节目在哪个频道，安排在黄金时段还是垃圾时段，都由电视台说了算。”拥有合法身份以后，民营制作单位可以更大规模地为电视台的频道提供节目内容，甚至是为某个频道提供完整的整体频道内容。

..... /374

背景：民营电视十年 /374

光线对中国电视产业未来的基本判断 /384

总裁论道：民营电视节目制作及市场策略 /394

附录1：光线传媒节目群 /398

附录2：光线大事记(1998-2005)/409

后记 /417

【王长田和他缔造的娱乐传奇】