

中国电视发展战略丛书



中国电视新思考

——全国电视台台长访谈录

2004 - 2005

主 编：唐世鼎

中国传媒大学出版社

中国电视发展战略丛书 

中国电视新思考

——全国电视台台长访谈录

2004 - 2005

主 编：唐世鼎

 中国传媒大学 出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电视新思考——全国电视台台长访谈录 (2004 - 2005) / 唐世鼎
主编. 北京: 中国传媒大学出版社, 2005. 8

ISBN 7 - 81085 - 552 - 2

I. 电… II. 唐… III. 电视事业—管理—中国—文集
IV. G229.23 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 088936 号

中国电视新思考——全国电视台台长访谈录 (2004 - 2005)

主 编 唐世鼎

责任编辑 董媛婷

责任印制 曹 辉

封面设计 北京灵麒时代广告

出版人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405

<http://www.cuep.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京市后沙峪印刷厂

开 本 787 × 1092mm 1/16

印 张 21.5

版 次 2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7 - 81085 - 552 - 2/K · 363 定 价: 58.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

编辑委员会

专家顾问

- 黄 勇 国家广播电影电视总局副总编辑、规划院院长、发展改革研究中心主任
郭镇之 清华大学新闻传播学院 教授 博士生导师
李占五 国家发展和改革委员会经济体制综合改革司研究员

主 编

唐世鼎 中央电视台办公室主任

副主编

(按拼音排序)

- 白生广 河北电视台办公室主任
陈艳萍 内蒙古电视台办公室主任
郭光扬 宁波电视台办公室主任
何海涵 湖北电视台办公室副主任
黄来根 厦门广播电视集团行政管理部主任
李 宪 云南电视台发展研究部主任
刘旭东 江苏广播电视总台办公室主任
刘兆春 西藏电视台办公室副主任
陆 流 重庆广电集团(总台)办公室主任
亓敦明 山东电视台办公室主任
邱国荣 江西电视台办公室主任
苏启崇 广东电视台办公室主任
唐丽君 上海文广新闻传媒集团办公室主任
王 敏 温州电视台办公室副主任
温江南 北京电视台办公室主任
夏忆仁 安徽电视台办公室主任

阎晓军 河南电视台办公室副主任
熊光磊 福建广播影视集团办公室主任
薛雨农 湖南电视台办公室主任
阎 涛 青岛电视台总编室主任
杨政国 贵州电视台办公室主任
翟卫堂 青海电视台办公室主任
赵庆满 辽宁电视台办公室主任

执行副主编

黎 斌 中央电视台办公室事业发展调研处副处长
肖文俊 中央电视台办公室秘书处副处长

执行编辑

赵 鹏 中央电视台办公室事业发展调研处研究员
何 杰 中央电视台办公室事业发展调研处研究员
田大明 中央电视台办公室事业发展调研处研究员

统 筹

陈丽娟 陈 婕 王宇平 傅 琼 裴京花 任永雷

序

当前，我国已进入全面建设小康社会、加快改革开放和社会主义现代化建设的新的发展阶段。本世纪头 20 年是我们国家发展的重要战略机遇期，也是我国电视业发展非常难得、非常关键、非常重要的时期。机遇与挑战并存，既有许多有利的条件，同时也面临着一些新情况、新问题，呈现出一些新趋势、新特点，我们的工作任务将更重，要求也更高。为适应新形势，广播影视工作必须做到“七个适应”：一要适应全面建设小康社会、构建社会主义和谐社会、实现中华民族伟大复兴的要求；二要适应社会主义市场经济体制不断完善、社会主义市场经济不断发展的要求；三要适应广大人民群众不断增长的精神文化生活需要的要求；四要适应科学技术发展日新月异，尤其是数字技术快速发展的要求；五要适应国内相关行业和国际同类行业激烈竞争的要求；六要适应抵制西方敌对势力对我西化、分化和渗透的要求；七要适应广播影视自身发展客观规律的要求。

长期以来，广大电视工作者兢兢业业、开

拓创新，为我国电视事业产业的繁荣发展做了大量卓有成效的工作。新世纪、新阶段，电视工作者只要正确把握新形势，善于抓住机遇，勇于应对挑战，充分利用好各种有利的环境和条件，切实解决好前进中遇到的矛盾和困难，认真思考有关电视发展的战略性、全局性问题，突破传统观念的禁锢和框框，就完全有可能走出一条具有中国特色的电视改革发展之路，中国的电视业也就完全有可能在较短的时间内实现突破性的、跨越式的发展。

本书收录了 32 篇全国各级电视台台长的专访，内容涉及我国电视业改革发展的宏观战略构想和各种前沿问题。这些台长一直工作在电视改革、发展的第一线，他们对近几年电视改革、发展的回顾与反思，凝聚着电视实践的经验和智慧，具有很重要的参考价值。相信无论在理论上，还是在实践上，本书都会对下一步我国电视业的改革发展提供重要的借鉴作用。

中 宣 部 副 部 长
国家广播电影电视总局局长

王太华

2005 年 10 月 17 日

导论一

挺立于电视改革发展的时代潮头

摆在读者面前的这部《中国电视新思考——全国电视台台长访谈录（2004—2005）》，生动地反映了近几年中国电视改革发展的历史性进程和当前的最新进展，真实地记录了中央和地方电视台台长们对中国电视改革发展的思考、探索、实践和创新的轨迹，读来令人深受鼓舞。

在这部访谈录中，出现频率最高的几个关键词是：竞争、改革、创新、发展，资源、品牌、效益、竞争力。从这些关键词中，人们就可以感受得到中国电视改革发展的时代脉搏，感受得到在改革发展的时代潮流中台长们的所思所想和所作所为。这就是当今中国电视改革发展的主旋律。

经过近 26 年改革开放洗礼的中国社会，已经初步建立起社会主义市场经济体制，进入全面建设小康社会的现代化建设新的历史阶段。在这个阶段，广播电视赖以生存和发展的经济基础、体制环境、社会需求等，都已发生重大而深刻的变化，正面临五大挑战：一是人民群

众生活水平的提高和消费结构的变化,对广播电视产品的多样化需求日益增长;二是市场经济体制对广播电视业的影响日益加深,要求广播电视业按经济规律行事并与之相适应;三是高新技术的应用及其技术系统的升级,迫切要求广播电视业态结构的转型,生产、经营、管理方式的转变和从业人员素质的提高;四是国内外多种传媒的激烈竞争和新媒体的挑战,对广播电视生存和发展空间的挤压日益加剧;五是我国经济结构战略性调整和产业结构优化升级,对广播电视业的结构战略性调整的要求日益迫切。这一切表明,国家经济和社会发展状况已经为广播电视改革发展提供了外部环境和历史机遇,中国广播电视业的战略机遇期和结构性结构调整期已经到来。

处于这样一个挑战与机遇并存的新的历史阶段的中国电视业,一方面要敢于迎接内外部挑战,善于抓住历史机遇,加快发展步伐,推进事业与产业快速、健康发展,不断壮大实力,巩固阵地,拓展市场,在传媒群雄竞争之中立于不败之地,为推进全面建设小康社会进程发挥更大作用,以丰富多样的电视产品最大限度地满足人民群众的精神文化需求;一方面要勇于冲破观念性、体制性、政策性、利益性等诸多障碍,不断深化内部各项改革,寻求建立与精神文明建设要求和市场经济规律相适应的新的体制机制,为加快电视事业和产业发展提供必要的内部条件和有力的思想与物质保障。这个历史任务已经落在当今中国电视人的肩上。而作为各级电视台的领军人物,台长们更是负有崇高的使命和沉甸甸的责任。他们的思考、探索和实践,正在书写着中国电视改革发展新的篇章。

广播电视改革发展是一个系统工程,不仅涉及广播电视本身所具有的特殊性,而且涉及经济体制、政治体制、文化体制改革的诸多方面,涉及党对意识形态、新闻媒体和影视文化的领导、执政和管理方式的转变,具有相当的复杂性和艰巨性。电视台作为党和政府的喉舌,作为社会影响力最大的大众传媒,其改革发展尤其显示出这种特殊性、复杂性和艰巨性。

但是,我们的电视人没有在困难面前却步,而是以开拓进取的精神和百折不挠的勇气,不断推动着电视的改革和发展。这些年来,中央和地方电视台依据党的十六大和中央关于文化体制改革的精神,紧密结合各自的实际情况,解放思想、与时俱进,全面引入先进的管理和经营理念,注重研究制定目标战略和品牌战略,积极推进频道制改革和节目创新、人事分配制度改革和机制创新,稳步推进部分频道和资产实行事业与企业分营、所有权与经营权分开、制作与播出分离等方面的改革,从而有力促进了电视事业和产业的持续、快速发展,取得了令人瞩目的成就,开创了电视发展的全新格局。

目前,我国电视业的改革发展方兴未艾,正在形成巨大的时代潮流,奔腾向前,势不可挡。其基本发展趋势将是:一、加快资源整合和结构调整,发掘优势资源和潜在资源,着力提高传播质量和效果,拓展新的发展空间,增强可持续发展能力。二、全面推进频道制和各项配套改革,实施品牌战略和人才战略,大力推动节目、栏目创

新,积累和打造各自特色品牌,着力提升核心竞争能力。三、借助数字化发展契机,调整产业结构,推动产品市场化,大力发展内容产业和新媒体业务,着力培育文化消费市场和新的经济增长点,不断壮大电视实力。四、深化体制机制改革,逐步实行公益性和经营性资源资产分类管理和经营,着力构建公共服务体系和市场运营体系,促进电视事业和产业共同发展。这种发展趋势将给全面建设小康社会带来丰厚的文化建设成果,将给全国人民提供更加丰富多彩的精神文化产品。

全力推进我国电视的改革发展,努力实现做强做大的发展目标,使中国电视成为国内最强大、最具影响力的传媒,并走向世界,成为具有强大国际影响力的传媒。这既是全面建设小康社会、构建社会主义和谐社会、繁荣社会主义先进文化以及促进世界和平发展事业对电视业的客观要求,更是中国电视人尤其是台长们苦心孤诣的追求。中国电视人将会抓住机遇,奋力开拓,挺立于时代潮头,拼搏于宣传阵地,以自己的知识、智慧、才干、创造性劳动和奉献精神,铸造新时期中国电视改革发展新的辉煌!

〔作者黄勇,国家广播电影电视总局副总编辑、
规划院院长、发展改革研究中心主任〕

导论二

解读中国电视新思考

世纪之交，中国广播电视与整个国家一道进入“转型时期”。所谓转型，是指中国从计划经济国家进入市场经济，从相当的封闭走向全方位的开放。转型意味着制度的改革，转型期间的中国社会正在持续的变化过程中。与国家的转型与社会的变迁相应，中国电视也脱颖而出，成为市场经济中的弄潮儿，从传统的单纯事业性质转向宣传与产业并重的双重属性，出现了经济飞跃发展的势头。电视机构数量极大增长，水平逐步提高，电视事业发生了翻天覆地的变化，迅速进入繁荣时期。

21 世纪初期，走向世界的中国面临着更大的机遇和挑战。一方面，中国加入 WTO 之后，外国媒体看好中国市场，纷纷以各种直接或者间接的方式进入中国的传媒领域；另一方面，中国电视业也以积极的心态放眼世界，力图在国际市场与各国强势媒体进行公平较量。中国电视媒体瞄准“国内先进”和“世界一流”的远景，从自身做强做大开始，陆续设定今后的发展目标。

中国地域的发展很不平衡，各地差异极大。活跃在中国电视传媒市场的，除了单一全国性超级媒体中央电视台之外，一些省级电视台和某些传媒集团在发展速度、经营规模和传播效益方面呈现各不相同的局面，一些经过整合的市级电视台则实力大增，跃跃欲试。它们都力图在现有媒介格局中不断突破和创新。

本书将收录的媒体大致分为几种类型。第一类是以中央电视台为代表的国家级电视台，第二类是省级电视播出机构，第三类是在媒体改革探索中欣欣向荣的重要城市电视台。

中国电视的发展进入了制度创新的崭新阶段，竞争正未有穷期。我们应该对中国电视人的努力目标表示关切，我们也应该对他们的奋斗结果寄予信心。

〔作者郭镇之，清华大学新闻传播学院教授〕

目 录

序 王太华/001

导论一 黄 勇/001

导论二 郭镇之/004

第一部分 国家第一大电视台的前沿思索/001

003 赵化勇 我们的目标是成为世界前列的电视媒体

中央电视台在世纪之交已经形成以电视传播为主业，多媒体、多元化的发展格局，中央电视台下一步的发展目标是打造有世界影响力的中国电视传媒。

014 张长明 启动“新世纪人才工程”，全面实施人才兴台战略

从战略高度认识人才问题，提出“以人为本，人才兴台”的宏伟设想，建设中央电视台的“新世纪人才工程”。

021 罗 明 改革宣传报道，树立品牌竞争力、公信力和影响力

调查结果显示，83.8%的观众在国内外发生重大事件时，会在第一时间收看中央电视台的相关报道。

034 胡 恩 探索与建立科学的内容生产管理模式

中央电视台的节目生产管理、节目经费管理、节目综合评价及栏目末位淘汰已迈向规范管理之路。

044 何宗就 以高新技术推动中央电视台事业发展

新闻共享系统、中国音像资料馆、全流程综合业务管理网络系统、多通道硬盘播出系统、数字总控系统……数字化是技术发展的大趋势，目前中央电视台总体数字化率为93.58%。

054 李晓明 电视产业经营的核心问题

电视经营过程中存在着“政事不分”、“企事不分”、“管办不分”的现象，全国收视市场和广告市场无序竞争现象时有发生，这些因素都在不同程度上阻碍了产业发展。针对这些问题，中央电视台近年进行了一系列的改革，目前已基本建立起一个产业链的雏形。

069 高峰 数字时代传统电影的现代化

拥有丰富影片资源的中央新闻纪录电影制片厂面对数字技术、高清技术，将何去何从？我们提出了“经营历史”的新概念。

080 孙玉胜 体育电视产业，路在何方？

现在离2008年奥运会还有1000多天，现在除了要让远处的观众看到精彩而高清晰的奥运会节目之外，我们还期望借此进一步提升中国体育电视团队的专业水平和职业化水准，更重要的是我们还期望北京奥运会能成为中国体育产业化运作进程的最大转折点，并最终希望体育电视事业由此健步走向成功的远方。

第二部分 省级电视机构的领导人：纵横捭阖的谋略/091

097 刘敏 志在潮头

北京电视台的发展目标是要在2005年以前实现全国一流、在2010年以前做到亚洲领先，在建台50周年至建党100周年期间的2020年左右达到世界前列水平。

106 黎瑞刚 责任与梦想

中国电视媒体以承担社会责任为己任，它为经济领域的发展创造一个良好的社会环境的同时，也面临创造经济效益，谋求自身发展的问题。二者孰轻孰重？这个一度被学术界热烈争论的问题，在上海文广新闻传媒集团的实践中，体现为责任与梦想的兼顾与追求。

117 欧阳常林 打造“最具活力的中国电视娱乐品牌”

湖南电视台以频道为发展单元。2004年，湖南卫视频道第一次提出了“全国收视、全国覆盖、全国品牌、全国市场”——“四全强势大平台”的推广概念，分别对收视、覆盖、品牌以及市场拓展进行了全新定位。在此

基础上，湖南卫视的市场定位可概括为“最具活力的中国电视娱乐品牌”。

127 王学峰 品牌时代 品牌战略

这几年，安徽电视台以“电视剧”为品牌，走出一条富有特色的电视媒体发展之路，让业界在安徽电视台骄人的成绩面前不得不赞叹“风景这边独好”。成绩面前，我们更加坚定了这个理念——“品牌时代，品牌战略”。

138 韩国强 面向市场 创新发展

山东电视台的发展理念是“面向市场，创新发展”，就是要坚持改革创新，努力改变不适应事业发展和市场观念的旧的思想、体制和机制，以电视节目制作为龙头，在进一步深化内部管理改革的同时，开始了产业化尝试。

147 张惠建 以独特的资源优势锻造有世界影响力的华语传媒

南方广播影视传媒集团依靠集团特有的比邻东南亚的地域优势，扩展广东电视传媒的影响力，“向南辐射港澳、东南亚及欧洲、美洲、澳洲等地区，成为有较强影响力的华语传媒”。

157 舒 展 实现海峡西岸传媒品牌的跨越

福建广播影视集团的五年规划是：成为有活力、有实力、有竞争力、有影响力的现代产业集团，成为有品牌特色的海峡西岸传媒旗舰。

167 周 莉 以“四大转型”推动事业快速发展

江苏省广播电视总台正在积极推进江苏广电总台（集团）在四个方面实现重大转型：一是由单一公益宣传事业功能主体向公益性宣传事业、经营性广电产业双重主体转型；二是由单一广播电视播出机构向以内容提供为核心的媒体集团转型；三是由单一行政主导型管理模式向行政主导事业部分、市场主导产业部分的分类管理模式转型；四是由单一赢利的产业经营模式向一业为主，相关多元赢利的产业经营模式转型。

178 李新民 从西部视角看中国电视发展

把握时机，有所作为，贵州电视台在电视业界也呈现一道独特风景：推出专业频道“天元围棋付费频道”，新建电视大楼荣获中国建筑工程“鲁班奖”……

189 杨国钧 出精品，创品牌，走有河北特色的电视媒体之路

创立“农民频道”，创立《激情久久》节目形态……河北电视台面对来自省内外媒介的越来越强烈的冲击和竞争，只有选择创新求变，才能突出重围，走出一条符合现代市场环境要求，有本土特色的电视媒体之路。

201 唐源涛 放眼楚天舒

湖北电视台以积淀数千年的荆楚文化为基础，突出的是人文特色，寻找省级卫视定位；以电视的改革、改版与体制机制创新和节目创新的“双改、双创”为动力，开拓湖北广电事业。

211 李 刚 做负责的电视媒体

面对当前中国电视传媒业日新月异的变革，如何将“三贴近”的宣传理论思想与电视台实际工作相结合？这是辽宁电视台无时无刻不在思索的一个问题。

222 杨 松 有新起点就有新高度

没有人想到，在全国电视媒体进入白热化竞争的2004年，江西卫视能够跻身于全国省级卫视频道竞争的第一阵营，在全国的平均到达率为3.81%，居全国卫视频道第六位，在全国特别是省会城市的市场份额稳步上升，进入省级卫视排名的前六位，在北京和上海地区位居前四名……

230 李晓枫 公益为本，经营为用：中国广电媒体的基本属性

媒体的“公益性”与“经营性”是当前理论和实务界研究与探索的热点，尤其是广电媒体“经营性资产”与“公益性资产”剥离问题，更是人们关注的焦点。重庆广播电视总台对此也有自己的思考和理解。

243 关方方 以机制创新寻找事业发展新突破

“天苍苍、野茫茫，风吹草地见牛羊”。在这样一片遥远的土地上，内蒙古电视台的改革的步伐不但没有停顿，反而更加快速和独特。

252 周绍成 以“新闻立台、文艺兴台”振兴中原电视

河南电视台以“新闻立台、文艺兴台”的办台理念和“新闻加娱乐”的内容定位，全新面对传媒新时代的挑战。

259 杨文虎 频道竞争时代的发展之路

面对新的机遇、新的挑战，云南电视台提出了发展文化产业、打造文化品牌、参与区域竞争的发展思路。

267 韩 辉 从“雪域高原”起飞

面对与国内同行的差距，西藏电视台并不背包袱、不气馁。他们的发展规划是“品牌立台、人才兴台、科技强台、经营富台”。

273 白居璧 西部的探索之路

面对内地电视机构近几年的快速发展，青海电视台变压力为动力，最近几年，经营收入高速增长，实现广告收入翻两番，节目质量不断提升。

278 侯友权 西部听潮

新疆生产建设兵团电视台，这个最晚起步的计划单列的省级电视台，以其新疆生产建设兵团党、政、军、企合一的特殊体制，以及兵团人在半个世纪屯垦戍边事业中形成的特别能吃苦、特别能战斗、特别能奉献的精神，在中国电视媒体中独树一帜。

第三部分 城市电视机构领导人：地域优势就是我们的竞争力/283

285 楼树军 脚踏实地 向区域性强势媒体迈进

作为全国最早的城市电视台，青岛电视台面对激烈的媒体竞争，从城市发展和自身特点出发，制定新的发展战略，脚踏实地地向建设区域性强势媒体的目标迈进。

294 周 旻 飞跃海峡 飞向梦想

作为全国广电系统第一家通过 ISO 质量认证的广播电视机构，厦门广播电视集团 2005 年 2 月 1 日成功开播“海峡卫视”，迎来了又一个难得的发展机遇和契机。

306 赵惠峰 塑造地方电视竞争力

走挖掘地方特色之路、新闻立台、发挥地方优势，成就了宁波电视台独特的魅力。