

飞天之旅

舒展广播影视改革发展新思维



舒展著

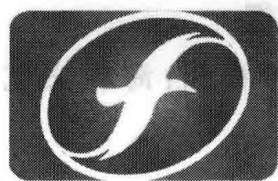


海峡出版发行集团

THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP

海峡文艺出版社

Haixia Literature & Art Publishing House



飞天之旅

舒展广播影视改革发展新思维



海峡出版发行集团 | 海峡文艺出版社
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | Haixia Literature & Art Publishing House

图书在版编目(CIP)数据

飞天之旅/舒展著. —福州:海峡文艺出版社,
2010.8

ISBN 978-7-80719-531-3

I. ①飞… II. ①舒… III. ①广播工作—研究—中国 IV. ①G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 166921 号

飞天之旅

作 者 舒 展

责任编辑 唐晓燕

出版发行 海峡出版发行集团
海峡文艺出版社

经 销 福建新华发行(集团)有限责任公司

社 址 福州市东水路 76 号 14 层 邮 编 350001

网 址 www.hx-read.com

发 行 部 0591-87536797

印 刷 福州千帆印刷有限公司 邮 编 350003

开 本 787×1092 毫米 1/16

字 数 360 千字

印 张 16.75

版 次 2010 年 8 月第 1 版

印 次 2010 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-80719-531-3

定 价 58.00 元

如发现印装质量问题,请寄承印厂调换



舒展，1951年9月出生于湖北仙桃，1969年3月入伍，在部队期间，曾任师政治部主任、师政委、南京军区政治部宣传部部长。1996年12月转业到地方工作，任福建省广播电视厅党组成员、副厅长。2000年3月起至2003年8月，任福建省广播电视局党组副书记、副局长（其中，2003年1月至2003年8月主持省广播电视局工作）。2003年8月至今，任福建省广播影视集团党组书记、董事长。同时也是福建省文联副主席、福建省电视艺术家协会主席、中国新闻家协会理事、中国书法家协会会员，并被中国传媒大学聘为特聘教授，南京政治学院和福建师范大学聘为兼职教授，高级职称。

自序

“飞天”，语出《易·乾》：“九五，飞龙在天。”比喻有龙兴之象，亦指飞向天空。唐李邕有《日赋》：“乍出海而融朗，忽飞天而光大。”更广为人知的，则是佛教中的奏乐之神，又名“香音神”，是象征自由快乐的天神。在敦煌石窟壁画中，有许多婀娜多姿、形态生动的飞天，以其不朽的艺术形象著称于世。

在当下中国，人们还常用“飞天”喻指广播电影电视，例如国家广播电影电视总局主办的电视剧年度评奖，就定名为“飞天奖”。

本书取名“飞天之旅”，即源于“飞天”一词上述丰富含义，基本反映了本人近年来致力于广播影视事业改革发展的心路历程和思考趋向，寄寓对中国广播影视事业飞速发展，走向辉煌灿烂的热诚期盼和理想追求。

郑强

2010年6月

目录

Contents

自序

战略 - 规划

- | | |
|--------------------------------|-----|
| 福建省广播影视集团的“蓝海战略” | 002 |
| 抓导向 讲特色 求质量 创一流 | 007 |
| 树立四种意识 实现五个突破 | 016 |
| 建设文化强省 广播影视先行 | 038 |
| 新起点 新目标 新举措 确保集团新一轮改革发展全面推进与落实 | 045 |
| 高起点 高标准 高效益 全面推进集团新一轮改革与发展 | 066 |

改革 - 发展

- | | |
|----------------------------------|-----|
| 着眼先行 攻坚克难 大力推进广播影视文化体制改革 | 098 |
| 坚定不移推进经营性影视文化事业单位转企改制 | 104 |
| 解放思想 规划未来 抢占先机 科学运作 打造全国一流影视文化企业 | 109 |
| 总结经验 认清形势 明确任务 扎实推进全省有线数字电视整体转换 | 116 |
| 也谈制播分离改革 | 125 |

创新 - 实践

- 确立三大定位 实现四项目标 突出五个重点 142
- 创新提升 持续求效 不断增强舆论引导能力 150
- 巩固提升主频道的实力、活力与核心竞争力 154
- 立足台海资讯综艺前沿 跻身全国一流卫视频道 159
- 创新节目与营销 提升队伍与管理 164
- 提高对台对外宣传的节目竞争力、活动影响力和覆盖传播力 168

经营 - 管理

- 认清形势 明确责任 掌握办法 178
- 坚定信心 咬定目标 举措断然 增强合力 184
- 抓好产业突围是第一要务 189
- 目标在前 坚定信念 苦心经营 勇于拼搏 194
- 推动改革强化管理 勇挑重担加快发展 197

致辞 - 寄语

- 在福建广播电视中心金鼎揭幕仪式上的致辞 210
- 在“与海西同行”大型电视主题晚会上的致辞 212
- 在集团成立五周年系列庆典活动总结表彰会上的致辞 214
- 在中国电视长城平台节目工作会议上的致辞 218
- 在第十届全国电视新闻通联工作会议上的致辞 221
- 在“第四届全国电视栏目剧评优暨研讨会”上的致辞 225

在“迎接新中国成立 60 周年重点影片创作会”上的致辞	227
在大型电视系列专题片《海西之路》开播新闻发布暨创作研讨会上的致辞	230
在大型航拍电视片《飞越海西》新闻发布会上的致辞	234
在大型历史人文纪录片《过台湾》开机仪式暨新闻发布会上的致辞	237
在电视连续剧《邓子恢》开机仪式上的致辞	239
在大型电视情景剧《船来船往》开拍新闻发布会上的致辞	241
在“妈祖之光·世遗之华”大型电视综艺晚会记者会上的致辞	243
在第三届全球闽南语歌曲创作演唱大赛总决赛暨颁奖典礼记者会上 的致辞	246
在《纠风·效能之窗》开播暨“政风行风热线”开通仪式上的致辞	248
《学习宣传贯彻十七大精神》的征文序言	250
《福建电影五十年》画册序	252
编辑手札	255

战略 — 规划

福建省广播影视集团的“蓝海战略”

——在中国传媒大学“传媒趋势与影响力”论坛上的演讲

在象征收获的金秋时节，各位领导、专家学者、业界同仁汇聚海峡西岸，交流研讨，共同谋划大学与传媒的合作共赢，必将推动中国传媒的改革创新和文化产业的繁荣兴盛。福建省广播影视集团能够参与和承办这样高端的活动，和各位共襄盛举，十分荣幸。借这个机会，我围绕“传媒趋势与影响力”的主题，向大家报告一下福建省广播影视集团成立5年来的探索与思考。

借用时下风行的“红海”与“蓝海”理论，来分析目前广电媒体的发展环境，我们可以看到一片拥挤的“红海”：内容选择上，随着数字化整体转换，频率频道已不再是稀缺资源，许多城市都已经可以收看几十套甚至上百套的节目，内容严重同质化，受众出现审美疲劳；传播手段上，网络、手机等新兴媒体迅猛发展，年轻人中不常听广播、不常看电视的，越来越多；运营层次上，随着政策的逐步开放，海外资本、国际传媒巨鳄正想方设法进入中国传媒市场，更加剧了竞争的残酷程度。在这一片“红海”中，有全球级和国家级的“航空母舰”，

所到之处，骤掀惊天大浪；更有市县两级大大小小的“冲锋艇”，“百舸争流，千帆竞发”；省一级广电媒体夹在其中，为数也不少，各自“领海”十分有限，如何另辟蹊径，找到自己的“蓝海”，至关重要。

我们福建省广播影视集团自 2004 年成立后确定的改革发展总体战略，恰恰与蓝色的大海有关，就是：立足海西区位，挖掘海峡特色，辐射海外市场，从而在传播意义上实现从省级媒体向区域媒体，乃至向全球性媒体的转变跨越，打造一艘独具海峡特色的传媒旗舰。

立足海西区位，发挥政策优势。“海西”是台湾海峡西岸经济区的简称。2004 年福建省委提出建设海峡西岸经济区的战略，正好与我们影视集团成立同步。今年 5 月份，国务院出台关于支持海西建设的《若干意见》，海西构想从地方决策上升为国家战略，其中对海西的发展定位包括了要成为“两岸人民交流合作先行先试区域”和“我国重要的自然和文化旅游中心”，这为我们集团的发展提供了巨大的政策支持 and 作为空间。

挖掘海峡特色，彰显文化优势。福建与台湾地缘相近、血缘相亲、文缘相承、商缘相连、法缘相循。福建连同台湾所拥有的海峡区域特色文化，是历史地理风云际会、两地同胞血浓于水而造就的独一无二的文化资源。特别是妈祖、闽南、客家三大文化，深刻影响着台湾的各个阶层、族群，是构建台湾社会人文的重要基石，也是两岸扩大交流合作、拓展文化产业的不竭源泉。运用现代广播影视手段挖掘好传播好海峡区域特色文化，我们集团就有了搏击传媒市场的核心竞争力。

辐射海外市场，运用人脉优势。福建是著名的侨乡，旅居在外的华人、华侨达到 1000 多万人，其中不乏各界精英。海外侨胞胸怀祖国、心系桑梓，依托他们在世界各地积累的人脉资源、雄厚资本，我们集团的对外传播便有了沟通的桥梁和情感的纽带，为争取全球影响力奠定了基础。

海西、海峡、海外，这就是福建省广播影视集团的“蓝海”。围绕这个“蓝海”，集团成立5年来采取了一系列战略性举措：

一是挖掘文化资源，提升核心竞争力。媒介传播，内容为王，文化为魂，因为文化最具影响力、持久力。我们立足海西、海峡、海外三个基石，紧扣妈祖、闽南、客家三大文化，敢于先行先试：在省委宣传部的直接领导下，连续四年六次，赴台举办并向全球直播“妈祖之光”大型电视晚会和“全球闽南语歌曲创作演唱大赛总决赛”，还组织了“海峡东岸行”电视新闻直播、“两岸快乐小天使活动营”、“梨园百花春——两岸戏曲名家联袂演出”等大型媒体合作和文化交流活动；2010年元旦和春节期间，又将分别在马来西亚和台湾地区举办一年一度的“闽歌赛总决赛”和“海峡缘，客家欢”大型电视主题晚会；集团已经有多档广播电视节目在台湾主流媒体黄金时段通栏播出；影视剧创作生产突出抓海峡题材，连续两届共有8件作品获得“五个一工程奖”。

二是打造载体平台，提升传播能力。集团在大陆地方媒体中首批赴台湾驻点；同时拥有东南卫视、海峡卫视两个卫视平台，实现了节目在国内、东南亚、北美、欧洲的传播与覆盖；SNG卫星车数量达到5台，购置了大型高清数字转播车，2009年承担了北京奥运会排球项目的转播任务；省重点工程——福建广播电视中心（即集团新大楼）已经基本落成，采用全新的技术设备和智能管理，将于2010年下半年正式启用；集团协助省里建成了全国首创、覆盖到全省所有行政村的应急视频会商指挥系统；主导福建全省有线电视数字化整体转换，力争2010年全面完成。总之，集团已经初步拥有立足福建、横跨两岸、辐射海外的传播能力。

三是着力产业发展，提升经济实力。集团改革产业管理体制机制，同时加强收视率调查和节目质量评估工作，广告创收逐年稳步上升，

到 2008 年底已经比集团成立之初整整翻了一番；3 家影视剧、音像制品创作生产单位在转企改制的基础上进行资产重组，组建海峡影视产业总公司，将于下个月挂牌成立；同时还在筹建一家对台对外合作的投资管理型总公司，规划了十大产业对接合作项目。

四是推进合作共赢，提升运作能力。首先是在内部实现资源优化配置，先后整合了广播电视新闻的时政、评论和直播，对台对外的节目、活动、产业，影视剧的创作、购销、编排，技术方面的设备、播出、传输等资源。再则是在外部寻求战略合作伙伴，通过提供日常新闻报道和大型联合直播，集团得到了中央电视台、中央人民广播电台以及凤凰卫视等的关心支持，新闻宣传质量明显提高；通过节目入岛和文化交流，集团与台湾东森、中天、民视、TVBS 等主流媒体，台中、台南、南投、彰化等县市官方机构，以及台湾政界、商界、学界、宗教界、文化艺术界的众多知名人士，都建立了深厚的人脉关系，对台宣传和文化交流因此得以取得突破；特别是今年以来，通过高层互访和项目磋商，我们集团与中国传媒大学建立了战略合作伙伴关系，成为校董会副董事长单位，承办本次全会，明天双方还要签署节目研发、影视产业、人力资源等方面一系列合作项目，这将为今后我们集团的改革发展注入强大的理论指导和智力支撑。

核心竞争力、传播能力、经济实力和运作能力，正是媒体影响力的题中之义。但是，今天的“蓝海”很快又将成为“红海”，价值创新的课题始终摆在我们面前。最近，我们集团把新一轮改革发展的总体目标确定为“三主四有一特色”，就是：再通过 5 年的努力，把集团打造成宣传思想战线的主流媒体、对台对外宣传的主要窗口、影视文化产业的主体阵地，形成有雄厚经济实力、有强大传播能力、有核心竞争力、有品牌影响力，独具海峡特色的全国一流传媒集团。

为此，我们还要努力实现“五大突破”，即宣传创新、产业突围、

改革攻坚、人才立足和文化制胜。具体来说，围绕宣传创新，我们要以更高的站位和更广的视野，去展示和传播海西的新形象；要巩固优势，不断突破，提升集团对台对外的宣传品牌效应和媒体平台作用。围绕产业突围，我们要开拓新兴领域，形成多元并举的产业发展新格局；要优化资源配置，追求集约化经营的规模效益。围绕改革攻坚，我们要按照现代企业制度，组建影视文化、对台合作、广告经营、广播电视数字网络等四大总公司；要着眼媒体资源的产业链开发，运作推进制播分离；要以明晰产权和提高效益为目标，实行更严格更科学的运营成本核算，分别建立事业和产业两种不同的财务管理体系。围绕人才立足，我们要把人才选拔和培养作为一项战略工程抓紧抓好；要大力推进人事制度改革，真正实现“能上能下、能进能出”。围绕文化制胜，我们要提高集团员工的文化素养，为改革发展注入文化动力，形成独特的传媒品格和文化风格。总之，新的“蓝海”已经在我们的前方，“五个突破”就是我们再度出发的新航线。

（2009年11月5日在中国传媒大学“传媒趋势与影响力”论坛上的演讲）

抓导向 讲特色 求质量 创一流

——福建省广播影视集团的探索与思考

今年是中国电视发展 50 周年,恰逢中国改革开放 30 周年,又是中国举办奥运会之年,在这一中国电视发展的重要节点上,总结电视行业的发展经验,探讨电视行业面临的挑战及发展战略,具有十分重要的意义。电视作为当今具有重大影响力的媒介,面临着严峻的发展竞争环境,正经历着一场深刻的技术变革、体制转型和结构调整,承载着重大的社会责任和历史使命。

福建省广播影视集团成立于 2004 年 2 月 8 日。作为传媒集团,她是年轻的,但她是福建电视发展历史的延续,也是中国 50 年电视发展交响曲的一个响亮音符。集团由 10 个电视频道、6 个广播频率等共 46 个部门组成,员工人数接近 5000 人。近四年来,福建省广播影视集团勇于创新,先行先试,努力探索电视发展规律,各方面工作取得了良好的成效。福建省广播影视集团所属的 10 个电视频道在全省的收视份额已经达到了 50%,牢固确立了福建主流媒体的地位,是推进海峡西岸经济区建设和服务祖国和平统一大业的重要平台,广告收入比集团成立前的 2003 年

翻一番,实力大大加强了。过去的经验值得总结,未来的发展更值得思考。福建省广播影视集团跨越式大发展是怎样取得的呢?主要的经验就是集团着力抓导向、讲特色、求质量、创一流。

一、抓导向

在经济全球化、信息一体化的今天,世界范围内各种不同思想文化相互交流、相互借鉴和相互激荡。电视作为当今最具影响力的媒体,必须抓好舆论引导工作,牢牢把握正确的舆论导向。从国际层面看,竞争格局尚未根本扭转,发达国家和地区凭借其经济科技优势,加紧对外输出文化资本和文化价值观,在促进文明多样性的同时,也加剧了文明的冲突和文化的竞争。国家与国家之间的竞争越来越体现为综合国力的竞争,因此,构建社会主义核心价值体系,有效抵御西方的一些不良的思想文化渗透,提升国家文化软实力显得尤为迫切。从国内看,社会思想意识日益多元多变,呈现出多变性的特点,统一思想、形成共识的难度进一步加大。面对着各种思想差异、利益诉求、社会矛盾,如何正确对待,是对我们能否坚持正确的舆论导向的现实挑战。面对复杂的国际国内环境,我们更应保持清醒的头脑,增强大局意识、全局观念和责任意识,贯彻落实党的十七大精神,以科学发展观为指导,以社会主义核心价值体系为根本,坚持新闻的党性原则,坚持党对新闻工作的领导,坚持正确的舆论导向,牢固树立为人民服务、为社会主义服务、为党和国家工作大局服务的意识,正确对待社会效益和经济效益,任何时候都把社会效益放在首位。

总结几年来的实践经验,在抓导向上,我们的体会有三点:

一是抓导向必须坚持舆论导向金不换。舆论导向是新闻媒体的性质、功能和价值所在,是集团赖以生存的生命线,舆论导向正确是党和国家之福,也是集团之福。多年来的实践告诉我们,不管电视行业怎么样竞争激烈,不管面对的困难有多大,我们电视人都要坚持政治家办台,要坚持正确的舆论导向,依靠正确的导向立足。在导向问题上,没有大小之

分,不存在电视栏目黄金时段和非黄金时段之分,电视作为当前影响力最大的媒体,只要节目一播,各个地方的人都可能看得到。在宣传问题上无小事,集团始终坚持正面宣传为主、团结稳定鼓劲的方向。

二是抓导向必须转变观念。集团化是前所未有的大改革,各个省的广播影视所面临的具体环境不尽相同,面对的困难也不尽相同,全国没有统一的模式可以借鉴,要有“摸着石头过河”的胆量,只有敢闯敢试才能获得发展的机会。广播影视从原来的计划事业体制向事业产业体制转变,需要广播电视人员转变观念。我们不能以计划经济的手段抓宣传,也不能用市场经济的手段抓导向。媒体从业人员必须转变高高在上的姿态,必须提高为党、政府和人民群众服务的水平。我们要进一步解放思想,实事求是,只有集团发展了,宣传水平提高了,才能增强为党、政府和人民群众服务的能力。这才是抓住了抓导向的根本,才是发展了抓导向。

三是抓导向必须处理好两个效益的统一。电视必须坚持社会效益和经济效益的统一,社会效益是发展的前提,经济效益是发展的保障。社会效益提高了,自然也带动了经济效益的增长。几年来,福建省广播影视集团能够稳妥地处理好两者之间的关系,在集团实现快速发展的同时,也取得了很好的社会效益,为海峡西岸经济区建设呐喊助威,为推动祖国的和平统一大业贡献力量,福建省委、省政府是满意的。

四是抓导向必须促进沟通。现代传播学认为,在传播过程中,媒体是传播者,受众是受传者,媒体与受众之间应该是信息互动、双向沟通的关系。而在传统的传播模式中,媒体与受众之间是单向沟通,信息由媒体向受众传播,受众没有权利决定信息传播的内容。电视行业的发展要求电视媒体工作者从媒体本位向受众本位转变,电视节目、栏目、频道以受众为中心,根据受众需要设定传播内容,媒体与受众之间是信息互动、双向沟通的关系。除了与受众加强沟通外,在具体的工作实践中,电视媒体工作者还须做到:一要加强与政府部门的沟通。党和政府的路线方针政策