岁月留声60年

——谈经论道：广东电台优秀论文集

白　玲　张云江　主　编
李宏图　谭天玄　副主编

广东省出版集团
广东人民出版社

需要全本请访问 www.ertongbook.com

岁月留声60年

——谈经论道：广东电台优秀论文集

白　玲　张云江　主　编
李宏图　谭天玄　副主编

广东省出版集团
广东人民出版社
·广州·

图书在版编目（CIP）数据

岁月留声60年——谈经论道：广东电台优秀论文集/白玲，张云江主编．—广州：广东人民出版社，2009.9
ISBN 978-7-218-06328-7

Ⅰ.岁… Ⅱ.①白…②张… Ⅲ.广播工作—广东省—文集
Ⅳ.G229.276.5-53

中国版本图书馆CIP数据核字（2009）第152536号

出版监制	金炳亮　卢家明
责任编辑	魏书苗
装帧设计	张力平　张竹媛　陈小丹
责任技编	周　杰
出版发行	广东人民出版社
	（地址：广州市大沙头四马路10号）
印　刷	广州伟龙印刷制版有限公司
开　本	787毫米×1092毫米　1/16
印　张	25
插　页	1
字　数	400千
版　次	2009年9月第1版　2009年9月第1次印刷
书　号	ISBN 978-7-218-06328-7
定　价	160.00元（共四册）

如果发现印装质量问题，影响阅读，请与出版社（020-83795749）联系调换。

【出版社网址：http://www.gdpph.com　　电子邮箱：sales@gdpph.com】

图书营销部：020-83781020　83790604　直销：84343206

岁月留声60年丛书编委会

主　任　白　玲　张云江

副主任　李宏图　谭天玄　刘建国　徐　鸣
　　徐东绚　洪楚仪　赵随意

成　员　张　帆　范干良　林　玲　谭耀辉
　　黄　冬　李　明　丁海平　阙俊波
　　丘丽萍　潘双双

总　序

飞声南粤六十载，　而今迈步从头越

南方广播影视传媒集团党委书记

2009年的这个金秋十月，对于广东广播人来说，实在是值得大喜大乐。新中国六十年华诞，广东电台六十年盛典，甲子大庆双双至，南粤广播喜盈门！

在大喜大庆的时刻，回首六十年，广东电台曾播放的动听声音仍然萦萦于耳——

1949年10月20日，新中国的开国大典刚过，“中国人民从此站起来了”的伟人之声还在耳边回荡，伴随着广州解放的欢庆锣鼓，“广州人民广播电台”的呼号就飞扬广州上空。人民广播开新篇，广东电台启华章。

1980年12月29日，那一位老人在中国的南海边画下一个圈后不久，经济体制改革之风从南国吹向内地，广东电台调频立体声台因时正式播音。全国调频创第一，技术创新领风骚。

1986年12月15日，“珠江，珠江，珠江通四海，经济第一台！”全国第一家全直播的广播电台——珠江经济台横空出世。一声呼号起珠江，掀动中国广播潮。

在大喜大庆的时刻，回首六十年，广东电台所走过的辉煌历程不禁历历在目——

1949年10月17日，中国人民解放军广州市军事管制委员会派出接管小组，

需要全本请访问 www.ertongbook.com

马皓、田蔚、尹敏一身戎装，威风凛凛，来到沙面肇和路67号，接收国民党广州广播电台。改旧制，焕新声。10月18日，广州人民广播电台试播，20日，正式开播。

1959年9月，向国庆十周年献礼，坐落在流花湖畔的广州广播大厦建成启用，广东电台从沙面迁于此。新址新楼新面貌，广东广播展新颜。

1979年后的几年，广东电台率先在全国开展多种广播形式的改革尝试，走“大众”路线，设立大众生活、大众科学、大众信箱、文化生活节目。一批主持人应运而生，很快得到大众的认可和喜爱。尝试大板块节目，推出正点新闻。大胆试验，大力创新，为随后的珠江经济台创立打下坚实的基础。

1986年，珠江经济台开播，首创主持人直播、听众热线参与、大板块组合、全天滚动播出等崭新的广播形式。“珠江模式”轰动全国，开创了中国广播发展的划时代历程。

2002年，广东广播中心正式投入使用。这座现代化的广播中心融入了数字化、网络化、智能化的设计理念，至今仍然称得上国内一流、世界先进。

跨入新世纪，广东电台进一步解放思想，锐意创新，坚定实施跨越式战略，再次创造了广播发展的辉煌：经营创收高速增长，提前两年实现国家广电总局提出的经营创收“五年翻一番”目标，连续六年保持全国省级广播电台首位。收听市场持续称雄，连续七年保持在珠江三角洲和广州地区占有70%以上的份额。

六十年的发展，广东电台的干部员工队伍由建台之初的40人扩充到如今的500多人。

六十年的发展，广东电台由当初1台500瓦发射机的小范围覆盖拓展到今天遍及全省和周边省区，在广东省9000万常住人口、7200万广播听众中，广东电台的听众规模高达5500万人，听众占有率超过70%！

六十年的发展，广东电台的规模由当初仅有一个频道，壮大到今天已拥有九个广播频道、两个数字电视频道、两家报纸和一家影音出版公司，成为我国最具规模和实力的省级电台。

如果把过去的六十年比作画卷，广东广播人呈现给人们的是缤纷彩绘；如果把过去的六十年当成诗篇，广东广播人书写的是壮美词章。在欢庆六十周年台庆之际，广东电台精心编辑出版这套《岁月留声60年》丛书。这套丛书既描绘了

广东广播六十年的发展梗概，也反映了广东电台人的精神风貌；既有理论成果，也有策划文案。虽然不能涵盖发展之全貌，但也足以作为广东电台六十年历程的一个纪念。我衷心的祝福这套丛书在广东电台的发展进程中能够承上启下，继往开来。

有道是，六十甲子一轮回。这里的轮回绝不是重复。历史的发展规律是波浪式前进，螺旋式上升。这里的轮回，就是前进，就是上升，就是从此再出发。2009 年的当下，广东电台乃至广东广播经过六十年的发展、六十年的成长，又跃上了一个崭新的起点。

当广东电台站在新起点上正要大步再前行，我预祝，广东电台新一轮征途风清月朗，前程似锦！作为一个在广东电台工作了 30 年的广播人，我相信，只要进一步开阔视野，能够跳出广播看广播，只要进一步改革创新，能够立足广播办广播，广东电台人一定能够创造新一轮的辉煌！

目录 contents

从“珠江模式”到跨越式发展 ——广东电台改革20年的创新、传承与突破	白　玲	1
信心和机制是广播经营发展的根基 ——简论广电经营工作科学发展的八项要件	张云江	10
广播电台数字化、网络化播控系统整体解决方案	刘建国	22
从英国经验看广东广播电视集团化改革	谭天玄	36
经济信息特点与报道质量	徐　鸣	51
对理论广播宣传的几点认识 ——从《常青树》节目开办一年的编播实践谈起	徐东绚	55
等闲识得东风面　潮起潮落几度春 ——从“太平洋”看中国唱片业的发展	赵随意	63
广东广播与岭南文化	方　亢	73
为广播魅力的升腾喝彩 ——关于珠江经济广播电台诞生的历史回忆	余统浩	80
广播功能的总体发挥和广播的整体效益	曾广星	88
“林中路” ——广播特点、优势及其利用	余碧君	96

广播管理的几点思考 李镇祥 103
改革与模式
——珠江经济台开办引起的思考 江 英 108
主持人与“大板块” 周无忌 113
大板块节目的设计依据 李一萍 126
珠江经济台的大板块节目 王 坚 130
主持人的形象 周 郁 140
走出“魔圈”
——主持人与播音员语言特征辨析，兼与张颂教授商榷 李 东 146
直播，在振兴广播中不寻常的作用
——论作为广播生产方式的直播 区念中 156
电话在新广播模式中的地位 徐 晖 陈大海 167
广播节目中使用电话的前景与展望 何乃谦 174
电话讨论节目的主持人实践 窦文涛 180
电话讨论节目的缘起与发展 余瑞金 192
办看得见的电台
——珠江经济台的户外活动及跨媒体合作 蒙乃康 202
大潮涌珠江
——系列台迎着市场相继建成 林 玲 206
一条办系列台的路子
——广东新闻台三周年 高作则 213
从卫星广播的实践看新闻专题节目的策划 杨 湛 221
音乐台的专业化和多元化 王玉琼 225
广播走向市场的探索
——从音乐之声的实践谈起 赵泽民 231
对财经广播发展的思考 谭述维 梁志江 244
坚持有用性的原则办经济信息节目 吴刚明 253
广播教育的优势与弱点 古敬深 260
创新在现代新闻实践中的意义 傅 辛 胡苹华 265

目录 contents

“滚动式新闻”	吕继端　刁剑平	270
“合力”打造的精彩——广东全省主要电台新闻宣传协作探索	张敬忠	274
寻求广播新闻“活”与“深”	牛日成	280
试论舆论监督与和谐社会建设的关系	张　坚	288
广东“民声热线”——舆论监督的一种新探索	钟翠萍	295
办出有特色的国际新闻节目	许映金	301
借助专家力量　办出节目特色——浅论广东电台《今日世界》	安　琪	309
广播剧：瑰丽辉煌的想象空间——谈谈广播剧的美学欣赏	何　强	316
打造广播精品，办看得见的广播——从羊城交通台《大吉利车队》看广播剧的新特点	黄健瑜	324
时代呼唤高水准的理论宣传——广东电台理论宣传的改革与探索	邓东力	332
试论“以编辑为中心”	范干良	343

论新时期新闻播音 徐明珠 347
多媒体：广播的机遇与挑战 谭耀辉 353
受众调查与广东电台 黄 冬 362
新技术对广播改革的影响
——“珠江模式”20年回顾 曾志群 371
如虎添翼
——广播广告想象力刍议 吴永权 382
后记 389

广东电台
需要全本请访问 www.ertongbook.com

从“珠江模式”到跨越式发展

——广东电台改革20年的创新、传承与突破

白　玲

1986年12月15日珠江经济广播电台正式开播，轰轰烈烈、异彩纷呈的中国广播改革序幕由此拉开。在开放的广东大地上，由珠江台首创的大板块节目结构，以新闻、经济信息为节目骨架，主持人直播，热线电话互动等崭新的广播模式，使得因遭受境外媒体强势冲击一度显得疲弱不堪的广东广播一下子又焕发出勃勃生机。“珠江模式”带来的广播改革春风，也迅速吹向全国各地。此后的20年里，改革和创新成了中国广播发展的强大动力。创立了“珠江模式”的广东电台也以“珠江模式”所蕴含的创新精神不断地开拓新领域、创造新局面，并在跨入新世纪后有了新的突破，开始了跨越式发展的新旅程。

一、创新：“珠江模式”的核心价值

珠江台的成立，从办台思路、节目形态到播出方式等都有了与中国境内以往的广播大不一样的变化，这种全新的变化由后来的专家学者概括为“珠江模式”。“珠江模式”尽管最容易为人们所称道，在一时间被内地电台学习借鉴并广为复制的，是大板块节目、主持人直播、热线电话互动等看得见的形式，但实质上，“珠江模式”最重要的内涵和价值是改革创新精神。

1. 改革开放的潮流是“珠江模式”创新的初始动力

党的十一届三中全会，特别是1979年邓小平同志第一次南巡之后，改革开放的春风从广东大地频频吹起。在这改革开放的潮流中，面对着传统广播观念对改革开放形势发展的种种不适应，面对着电视这个新兴媒体对广播形成的强势冲击，面对着当时广东电台与香港电台的收听率3比7的尴尬，广东电台萌发了改革的冲动，鼓起了创新的勇气。

2. 珠江经济台的成功实践是“珠江模式”创新的典型示范

“珠江，珠江，珠江通四海，经济第一台！”随着这一声呼号，珠江经济广播电台正式开播，全国第一家全直播的广播电台横空出世！

此后，珠江经济台又创造了多个全国第一：

第一个采用大板块内容组合节目形态；

第一个采用主持人直播；

第一个让听众通过热线电话直接参与节目；

第一个实施全天滚动式新闻播出；

第一个在公共场所设立固定直播室。

……

这一个个第一，每一次既是创新的成果，也是创新精神的具体展示。

二、突破：跨越式发展战略的实施

正是由于我们意识到“珠江模式”的核心价值在于创新，所以，当珠江经济台开播，特别是当“珠江模式”正式确立后，广东电台在随后多年的发展中特别注重的是：创新精神的弘扬，创新能力的提升。近年来，我们更是将这种创新推上了一个新的层次——跨越式发展。这里所说的“跨越”主要体现在以下几个方面：

1. 观念的跨越

这是最关键，也是最难做到的跨越。观念不改，行为难变。因此，在2003

年初的党委中心学习组扩大会议上，我们明确提出要更新观念，超越自我。经过几年的努力，我们在多种观念上实现了跨越：

一是发展的观念。打破自满自足观念，树立跨越式发展目标。“珠江模式”开创了中国广播先河，这一次创业成功后，尽管我们年年有创新、有进步，但是对远期目标的探讨不够，创造新经验的冲劲不足，再创辉煌的激情不高。我们强烈地意识到，大浪淘沙，不进则退。在新的形势面前，我们必须要有跨越式的发展。

二是广播的观念。广播，给人的印象往往是只闻其声，不见其人，曾经在听众中颇有神秘感。改革开放后，我们逐步开设了户外直播室，开展了一些户外活动，但一直没有人从观念上把这些与广播联系起来。在提出跨越式发展的时候，我台明确地提出了办“看得见的广播”这个概念，鼓励各系列台开办更多的户外直播活动和节目。通过办“看得见的广播”促使电台名主持人和名记者走近听众，既扩大个人的品牌影响力，也加深听众对广东电台及其节目的品牌印象。在办“看得见的广播”观念的影响下，近几年，广东电台每年举办的户外直播活动都有250多场。我们的听众不仅能从收音机里听得到广东电台的播音员、主持人的声音，还能够经常在广州市的各大舞台上、各个广场上，在全省各地的城镇和乡村看得见这些播音员与主持人的形象和风采。

三是品牌的观念。研究品牌的专家认为，品牌战略是当前市场决战的焦点。这一观点对于广播市场同样适应。在当前激烈的竞争中，广播也只有凭借品牌才能更有效地占领市场，并且站稳市场。过去我们也重视抓名牌、出精品，现在，我们要用品牌的理念来经营节目，要使打造品牌成为每个节目、每个频道所追求的目标。由办出名牌到创造品牌，是一种质的提升，更是一种观念的跨越。由于强化了品牌观念，近年来，各系列台的品牌节目越来越多。如新闻频道的《民声热线》，音乐之声的《天生快活人》、《美丽早晨》，珠江经济台的《以案说法》，交通之声的《大吉利车队》，南粤之声的《非常美丽非常夜》等等，在广播界和听众中都已是响当当的品牌。随着品牌意识的增长，品牌节目的增多，广东电台的收听率和收听市场份额都有大幅增长。根据央视索福瑞、尼尔森和赛立信等媒介市场调查公司的调查结果显示，广东电台的总体收听率连续多年保持50%的增幅，收听市场份额保持在70%左右。

四是经营的观念。在一段时间内我台实施系列台二级经营承包责任制，积极开展广告经营，获得了很大的成功。但是，广告份额有限，市场竞争激烈，继续遵循以往的路子维持原有的增长水平已倍感艰难，而要实现广电总局提出的五年翻一番目标简直是天方夜谭。于是，我们调整了经营方针，要求紧紧抓住广播广告这一主营业务，奋力拓展广告外市场。为此，我们还采取了扩大和改善覆盖，开发新的广告市场；积极探索演出、制作、节目营销、职业培训等广告外的经营；整合资源，发挥群体优势，实现规模效益等措施。经营观念的变化，带来了经营成效的明显增强。这几年，我台每年的经营增长速度都在20%以上，广电总局2002年底提出的五年翻一番目标，我台在2006年就已提前实现。

2. 模式的跨越

广东电台创造了“珠江模式”。然而，模式一旦形成，就可能成为进一步创造的桎梏。“珠江模式”只是一种适应当时形式的广播生产方式的变革，在市场经济深入人心，传媒竞争格局出现新的变化之后，这一模式原有的一些内涵显然已经过时。广东电台要发展，要做强做大，就必须跨越自己创造的旧模式。近几年来，我们重新研究市场，重新研究受众，重新研究自己，在管理体制、经营模式、节目营销、技术革新、品牌战略、机制创新等方面，进行了大胆的开拓探索。我们以“珠江模式”所蕴含的创新精神，跨越了模式本身给我们带来的束缚。

3. 体制的跨越

我国广播电视体制是依照行政辖属分级，不同级别广播电视实行的是属地管理，条块分割严重。这样不仅造成了广播电视有系无统、支离破碎、重复建设、水平参差不齐等弊端，而且因为各属一方政府，广播电视的发展一直难以跨越属地的鸿沟。集团化改革为广东广播改变这种状况提供了极好的机会。为了贯彻落实中央关于文化体制改革的有关精神，做大做强广播电视产业，2004年广东组建了全国第一个由省、市、县三级广电系统联合组成的全省性广电传媒集团——南方广播影视传媒集团。在集团的统一部署下，我们在以往与全省各市县台广泛的业务合作的基础上，创造性地以联合发展的方式在跨级别、跨地域经营与发展

方面进行了成功的探索。

一是在省内跨级别的联合。从2004年2月26日广东电台首次与云浮广播电视台签署联合发展协议，到目前我台已经同佛山市、江门市、韶关市、河源市、梅州市、揭阳市、阳江市、汕尾市以及怀集、台山、罗定、潮安、遂溪、廉江等16家市县广播电视台（电台）实现了联合发展。我们与联合发展台从宣传业务、人才交流培训、技术、节目、大型活动、经营等方面进行多层次联合协作，同时为每个合作台专门指定我台的一个系列频道与其对口。

二是跨地域的联合。2005年1月21日，我台与广西梧州电台签署了跨省区联合发展协议。联合发展当年，梧州台两个频道收听率就提高一倍以上，在梧州可以收听到的11个电台中占了78%的市场份额；广告创收翻了一番，员工全年人均收入也比上一年增加了31.2%。目前，广西壮族自治区广电局、国家广电总局都已正式发文充分肯定了这种跨地区发展的机制和做法。

实践证明，联合发展对于跨越现行广播电视体制，改变条块分割现状，解决广播电视有效覆盖，从而更好地把党和政府的声音传入千家万户，都是行之有效的。

4. 媒体的跨越

我台的媒体跨越主要体现在两个方面：

首先是从单一的广播媒体向综合媒体跨越。我台以前主要经营的是9个广播频道，还有《声报》和《投资快报》两家报纸。近年来，我台总台和各系列台先后都开设自己的网站。2006年，我台又实现了新的突破：开办了两个数字电视频道——《开心购物》和《邮轮旅游》频道，在全国广播界创造了广播人办数字电视的先例。

其次是广泛开展跨媒体合作。我台在2003年就与《羊城晚报》达成了有关宣传信息交流的合作意向，并已多次进行了联合采访。例如在青藏铁路全线通车之前，两家就联合前往采访，以《重走青藏，再看天龙》为专栏进行报道。我台也与新华社广东分社签署协议，建立长期战略合作伙伴关系。从去年起我台还与新华社广东分社、南方日报社合作主办年度广东十大新闻人物评选活动。我台还利用交通频道的品牌节目广播小品《大吉利车队》的节目品牌和资源，与广

东电视台合作制作《大吉利车队》动漫版。在“五一”黄金周期间，该节目在广东电视台试播，收视率就达到了4个百分点。

5. 行业的跨越

在市场上，行业经营往往导致垄断。而行业垄断从某种意义上说也是行业自身发展的障碍。而要破除这一障碍，就需要实行跨行业经营。清华大学陆地教授在他的专著《中国电视产业的危机与转机》中认为，“跨行业经营能把中国电视产业从近乎孤立和神秘的垄断状态中解放出来，参与国内国际产业市场的大循环，从而获得超常规发展的能量”。我们觉得，这一观点对于广播也是适应的。因此，近两年，我台对跨行业合作与经营做了多方面的尝试。

我台的《民声热线》节目是跨行业合作办节目的成功范例。这个节目由省政府纠风办和我台联合主办，每个月由一个政府职能部门的领导到直播室来参与节目，倾听群众的呼声，解决群众的问题。自从开播以来，该节目社会反响强烈，舆论引导效果良好。中共中央政治局委员、广东省委书记张德江，省长黄华华，省纪委书记王华元都分别作了批示予以肯定和勉励。

我台南粤之声与深圳多家汽车公司、商场连锁店签订协议，近3000台公共汽车和出租车、10家名店全天播放南粤之声节目。股市广播举办“粤港金股汇”系列活动，与香港新城财经台合作，引国际著名的财团和金融机构进军内地，组织两地金融企业家和投资者进行交流。我们还成立了“天天精彩文化传播公司”、“广东天网联动信息网络有限公司”，主要从事广播电视节目策划，文化活动组织与策划，信息服务，电视剧、综艺、专题、动画故事片的制作、复制、发行等业务。天网公司将充分利用媒体的优势，和各大运营商紧密合作，不断拓展电信、移动的增值业务，走多元化的发展道路。我台参与制作的第一部电视剧也将在明年春节前启动。我们期待，通过这些跨行业的合作与经营能够为我台“获得超常规发展的能量”。

三、产业发展：跨越式发展的新目标

经过20年的改革创新，中国的广播有了很大的发展，但不可否认的是，直

广东电台
需要全本请访问 www.ertongbook.com