



## 中国新闻业的商业性发展（2）

时间：2002-7-30 18:41:28 来源：中国新闻研究中心 作者：孙旭培 阅读2127次

在报纸消费市场方面，公费市场与自费市场的分化愈加显著。虽然从总体上看，中国报纸主要依靠公费订阅的情况并没有发生根本变化，但是自费订阅和购买报纸的比例在迅速增加。特别是在沿海经济发达地区，增长更快。1995年，《广州日报》自费订阅的比例已达75%，《海南日报》为50%，《温州日报》为33%。从自费订阅、购买的报纸的分类来看，服务性、娱乐性和地区性报纸占主要部分。笔者于1994年11月和1996年2月，两次对北京街头和地铁报摊进行调查，分别购得报纸94种、98种，其中绝大多数为服务、娱乐性报纸，政党报纸仅一种。

占据公费市场份额最多的仍然是中共中央机关报《人民日报》和各省委机关报。《人民日报》公费订阅的比例高达95%以上，但其发行量一直在下降，1996年单期发行量仅为209万份，不及70年代末期的一半。因此，中央和省、地级党的有关部门常常得向下发“红头文件”，要求各单位订阅这些机关报。报纸公、自费市场此消彼长的趋势仍在发展。

过去，中国报纸由于多为公费市场占据，为方便订阅，历来采取的是邮发合一的发行体制。即订阅者在当地邮局填写订单，交纳费用后由邮局每天将报纸送达订阅者。所以报纸由印刷厂印成后，直接打包送至邮局，再逐级分发到全国各地邮局，最后送达订户。这种发行体制，不但要向邮局付很多发行费，而且送达不及时。现在报纸由印刷厂——邮局——读者方式，向印刷厂——读者方式转变，特别是城市报纸纷纷直接走向报摊。自1997年元月1日起，《北京青年报》每天由报社专聘的送报人走街串巷，将报纸直接送达读者，因他们以头戴红帽为标志，被称为“小红帽”。但由于种种原因，目前并没有迹象表明，以公费市场为主的各类机关报也能采取此种发行方式。

### 广播电视业现状

中国实行“四级办广播、四级办电视、四级混合覆盖”的方针。四级是指中央、省、地、县四级政府。没有任何非政府的广播、电视事业。这一基本特点，在实行改革、开放政策后几乎没有变化。中国广播电台与电视台都是分开经营，互不隶属，因而下面分别介绍之。

#### 一、广播业在竞争中求发展。

十几年来，中国的广播事业在与电视、报纸的竞争中努力发展自己。1979年，中国只有97家广播电台，到1992年底，中国已有812家广播机构，算上其中一些下属台，共有943个广播电台。到1996年底，这一数字又增长至1238个。

- 新媒体环境下的媒企关系
- 媒介生态环境的四轮驱动
- 2002：中国新闻业回望

广播曾在中华人民共和国建初期扮演过重要角色。在改革开放初期，由于电视业的迅速掘起，广播显得受到了冷落，不少电台只能靠政府增加拨款来维持。到80年代末至90年代初，情况发生了变化。在华南的广东省，人们很容易收到香港电台的广播节目，一些大陆广播电台从未尝试过的新颖的节目形式，使广东的广播工作者得到了启发。1986年底，广东人民广播电台在全国第一次创办下属播音机构——珠江经济广播电台，以报道经济生活为主要内容，采取直接和与观众进行对话的方式，其间插播流行音乐。由于它贴近群众生活，快捷而且能提供多种信息服务而受到听众欢迎。在此成功范例带动下，成立经济广播电台的做法，由南方向北方，由中心城市、大城市向中等城市推广。与此同时，不少广播电台开设系列台，如新闻台、音乐台、交通台、教育台、儿童台等，这样既是在同报纸、电视的竞争中争取受众，也有明显的经济动机，就是增加更多的广告时间。因为各下属台在政策许可的范围内，可以独立承揽广告业务。国家在这类电台发展的过程中没有严格的限制，为它们的发展提供了较为宽松的环境。

由于各广播电台之间在听众上毕竟存在着竞争，许多台不断谋求有所改进，最为显著的就是在技术设备上的不断更新，如经济发达地区的广东电台及其系列台，不但实现了调频、调幅广播，还逐步实现了数字录音制作和部分数字音频节目播放，又于1996年8月，首次实现了广播节目利用卫星传送。

在地方广播电台播出的新闻节目中，新华社发布的消息及各级机关报上登载的消息占有相当大的份量，自己采写的新闻基本上要与报纸上的消息保持一致。各地的电台一般都转播中央人民广播电台每天早晨6：30至7：00的“新闻和报纸摘要节目”，有些电台还在每晚7：00至7：30转播中央电视台的“新闻联播”节目的声音信号。转播新闻节目是不需要付费的。但播出新闻只占各电台每日播出节目的很少部分，其他大多数的时间段为综艺、服务性节目。但不同台的这些节目在质量上参差不齐，有的地方台节目的主持人，仅靠一两张CD盘和一张能说会道的嘴，就能对付两个小时。

## 二、电视的商业性发展效果最显著。

1958年，中国建立了第一家电视台——北京电视台（中央电视台的前身）到1979年共有无线电视台97座。实行改革、开放政策以来，电视业的发展突飞猛进。截至1996年中期，中国无线电视台为980座，电视机拥有量达2亿9千万台，电视观众超过9亿，已初步建成由天上卫星、地面微波、地下电缆，有线和无线电视相结合的电视覆盖网络。电视人口覆盖率由1980年的30%增至1996年的87%，电视机数量和电视观众人数均居世界第一位。90年代以来，中央电视台和山东、浙江、云南、新疆等10多家省级电视台陆续通过卫星向全国传送电视节目；1996年，卫星加密技术在中央电视台开始使用，向各地收费的有线电视台传送文艺节目。

进入90年代以来，在电视业结构与管理体制上，开视发生有意义的变化。电视事业逐步向企业化管理过渡。最先做出尝试的是上海市广播电视局，1990年它开始组织广播影视产业集团，筹建浦东上海影视公司，成立上海广播电视传播公司、广播电视制作公司和上海有线电视台。同时，电视产业经营也向多功能化发展，经营各种与电视相关和不相关的行业。

电视业与报业、广播业都是国家所有，因此过去也是由国家拨款经营，但随着广告收入和其它经营收入增加，国家拨款所占比例渐小。1992年国家财政给广播、电视业拨款总额为23.8亿元，而仅仅电视台的广告收入一项就达20.39亿元（这比1982年的0.72亿元增长了28倍多（7））。在三大媒介中，电视的广告收入增长最快，而且高于报纸和广播。1996年，全国电视广告收入90亿7894万元，报纸为77亿6891万元，而广播仅为8亿7267万元。

值得一提的，中国的有线电视发展得极为迅速。自80年代中期，中国第一家有线电视台在湖北沙市成立之后，短短十几年时间，已发展到1996年的1300多家。许多地方、部门，把有线电视看成一种投资少，见效快的赚钱途径，以至出现许多未获得登记的有线电视台。中国有线电视台规模大多比较小，用西方的标准来看，即使覆盖面最广的有线台，也只是中等规模的。有线台的收入除广告之外，主要来源于安装有线电视终端和向用户收缴收视费。为了增加收入，吸引观众，不少有线电视台在节目播出上显得混乱，节目质量差，盗版播放的情况屡有发生。很多地方有线电视台经常播出的是港台武打片、凶杀片和某些外国片。许多节目来自走私的录像带。虽然1992年政府“为维护公众免受暴力和淫秽内容损害的权益”，开始削减有线电视台，但至今仍有很多未经过广播电视管理部门批准的有线电视台在播出它们的节目。相比之下，利用卫星天线接收境外电视节目则受到严格控制。1993年10月5日，国务院专门发布了《卫星电视广播地面接收设施管理规定》，明确指出“对单位设置卫星地面接收设施接收卫星传送的境外播放的电视节目”，要根据国家主权作一些必要的限制。根据这一规定，“个人不得安装和使用卫星地面接收设施”，考虑到一些单位和人士因业务工作的需要，“经审查批准后方可安装接收设施”，比如金融、经贸等单位，三星级以上的涉外宾馆，专供外国人和港、澳、台人士办公或居住的公寓等。但实际上，在各大、中、小城市，越来越多的三星级以下宾馆和招待所，以及越来越多的普通居民都安装了接收境外卫星电视节目的设施和收看这些节目。很明显，严格禁止各级电视台和个人转播、收看境外卫星电视节目的规定，将面临越来越大的挑战。

电视业务在竞争中有不少进步。一些大城市的电视台减少了念新闻稿的现象，开始有越来越多的同期音像内容；街头的现场采访已经相当普遍。一些电视台开办了杂志化的栏目去触及当前的热门话题，深度报道和追踪报道司空见惯。根据1996年8月统计的中央电视台收视率调查显示，每天看“新闻联播”节目的观众达3亿3千4百多万人。超过1亿观众的节目有7个，其中“焦点访谈”以其深度报道著称。此外，电视有比报纸更高一些的新闻自由度。1996年，中央电视台拍摄了一部反映中国禁毒的长篇系列片，在国内反响很大。戒毒所这类单位第一次在观众面前亮相，这是其他中央级新闻媒介所不曾有过的。

文章管理: CDDC (共计 554 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏: 孙旭培

- 论当前新闻写作模式的改革 (2006-3-16)
- 2006年，中国新闻业怎么走？ (2006-1-9)
- 谚语、格言中的传播原理 (2004-11-22)
- 诽谤法的核心问题——美国学者艾里克·伊斯顿对孙旭培关于“公众人物”问... (2004-3-30)
- 如何看待“跨地区监督”？ (2004-3-10)

>>更多

相关文章: 新闻业

- 有感于孙旭培教授2006年中国新闻业怎么走 (2007-9-8)
- 2006年，中国新闻业怎么走？ (2006-1-9)
- 网络新闻业：英雄传奇的开始 (2004-12-24)
- 2004：中国新闻业回望（上） (2004-12-10)
- BBC新闻台台长访谈：处于十字路口的新闻业 (2004-1-10)

>>更多

中国新闻业的商业性发展 (2) 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交 重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿邮箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ [版权所有](#) ◆ [不得转载](#) ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.