



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

中国电视市场竞争是一场乱局

时间: 2007-5-17 10:26:45 来源: 中国新闻研究中心 作者: 徐立军 阅读693次

发稿: 中国新闻研究中心

作者: 徐立军

单位: CCTV经济频道频道编辑策划组组长

地址: 北京复兴路11号

邮编: 100859

我身在市场当中, 感觉到这一两年的时间过得很快, 中国电视市场的变化变脸也很快。有很多重要的媒体现象和媒体事件值得我们认真关注、细心研判。比如: 珠三角的本地电视市场份额, 从不足1/4到半壁江山, “革命性”的翻本儿压倒港台电视, 这为我们本土电视节目迎接境外挑战提供了宝贵的经验; 比如: “超级女声”把一个娱乐节目整成了一个社会现象, 让我们需要对媒体经营模式作出重新的考量。还有一些事情也每天在我们身边发生着, 频道频频改版、栏目上下更迭、广告价格之争等等, 量变或者质变着。

而我个人对这个变局的一些初显判断——就是在这些具体现象的背后是什么? 当我们跳出战场作为一个观局者能看到什么?

我个人认为, 今天的中国电视市场竞争基本上是一场乱局。为什么这么说? 我们能够梳理几个脉络式的线索, 作为这场乱局的突出表现:

一、数量的急剧增长没有带来产业结构的提升和市场格局的变化。

频道和节目数量越变越庞大。全国范围内频道的数目已从20多年前的1位数, 到10多年前2位数, 到如今的4位数。电视节目的数量就已经难以计数了, 要是再加上那些“昙花一现”型的流星节目, 那数目就更超过我们的想象力了。而且这种数量“增肥”的趋势仍在路上, 还看不出有刹车的迹象。

这种数量的增长带来的是什么呢? 好象没有谁从中获利。我们从两个极端来看: 一方面, 没有绝对的市场领跑者出现, 谁也别想一家独大地占据市场制高点; 一方面, 大部分的电视频道和节目在无谓的空对空播出。因为观众的电视遥控器使用习惯也发生着残酷的变化, 那就是从“上下键”浏览到“数字键”选择。这意味着什么? 意味着以前也许还能够被观众偶然“碰到”的节目和频道, 今后, 很多节目和频道将无情地被观众忽视, 根本就不被浏览到。

所以, 在看似热闹的战局之中, 没有市场英雄崛起, 只有一片行同虚设的伪“业主”在玩着无人喝彩的独角游戏。

- 韩网络媒体打败正规军
- 对竞争优势升级
- 张立伟: 新闻纸也是体...
- 明天谁来买我们的报纸
- 解析传媒的核心竞争力

二、市场波动越来越大，忠实观众越来越少，所有电视频道的核心资产集体贬值。

全国电视观众构成出现“无主”的游离观众比重越变越高，导致所有节目和频道的收视率波动越变越剧烈，幅度越变越大。“胜者也不为王”，看似收视率高了，但忠诚度越变越低，满意度越变越差。今天你弄个节目火一把，明天你整个改版热闹一阵，但是争来的观众是算谁的呢？谁的都不是，只有成为了你的忠实观众才算是你的！靠一时一地的争夺得来的观众仍然是“无主”的观众，今天是你的，明天就换“主”了。现在的中国电视市场上，忠实观众的培育也越来越艰难，这意味着所有电视频道的核心资产集体贬值。因为，在这样的一个市场环境中，忠实观众是一个频道和电视媒体总资产的核心部分，最珍稀的部分，真正属于自己的部分。是比办公大楼、电视设备演播室、流动资金甚至比电视人才还要宝贵的资产。这是我们所有的电视人都面临的危机。

三、市场竞争越来越激烈，但是缺少章法，更无套路。

当3000多个频道和难以数计的节目在960万平方公里的领土好像天网一样密集播出时，我们不难想象各个电波在空中交织、摩擦、碰撞、火拼、覆盖的局面。谁也不会轻易的退让一个收视百分点，谁也不会那么容易的被打败，谁也不会那么轻松的就从这个网络中“下线”。前几年，我们还挺流行说“跑马圈地”，现在早就进化到了“攻城掠地”；“井水不犯河水”的亚和平状态已经升级到了“你争我夺、斤斤计较”的对抗状况；战火已经从本土烧到了外围。观众资源、收视资源、广告资源、频道外部资源的占有优势时时处在更新、转换、易主的状态，谁也不能担保“一朝占有，时时拥有”这句话。每个频道都时时警惕、处处防范自己的资源领地被反客为主，同时每个频道又时时整装、处处准备从别人手里争夺更多的资源。

这种竞争覆盖面很广、战线拉的很长，声势造的很大，动作表现的很有力度、很有花样。不过我们会发现，尽管竞争很激烈，但出拳缺少章法，更无套路；尽管上星的频道越来越多，但产业集中度却很低，群龙混杂，各分天下；尽管节目越来越花哨，收视率也见涨，但数字含金量却在下降，吆喝声叫了座却没怎么叫来钱。

这些竞争的负面结果，也许已经被意识到了，而且都开始采取了，或马上就要采取各种应对的战略、战术来解决、处理这些电视发展进行曲中出现的不合拍的“噪音”。

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: [电视](#)

- [电视画面的影调语言 \(2007-10-1\)](#)
- [电视节目的本土化思维 \(2007-10-1\)](#)
- [电视剧<花开有声>观后 \(2007-8-10\)](#)
- [建设社区电视频道的实践与思考 \(2007-7-18\)](#)
- [电视剧市场交易模式回顾与展望 \(2007-7-18\)](#)

[>>更多](#)

中国电视市场竞争是一场乱局 [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◆投稿信箱◆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.