



## 光线传媒：中国民营电视的标本还是模式

时间：2005-4-3 0:00:52 来源：和讯网 作者：李哲明 阅读971次

作为上世纪90年代末兴起的中国电视产业改革浪潮的产物，光线见证并经历了中国电视改革过程中的几乎每一个细节，其成长与发展历程对于中国民营电视研究有着绝对的标本意义，而其未来的发展趋势也应该说是代表了民营电视公司的发展方向。

说到光线传媒，没有人会否认它是中国民营电视公司的一面旗帜。从1998年启动资本仅十万元，靠卖策划报告、为厂商制作宣传短片为生的“光线电视研究策划中心”到1999年向全国100多家电视台发行的《中国娱乐报道》，再到今天拥有12档节目，每日制作量超过6小时，节目在全国近300个电视频道600台次播放的节目制作公司及媒体运营商，光线传媒在总裁王长田的带领下，五六年间成长为中国内地最大的民营电视制作公司，年收入达到了3个亿。

### ● 坚守娱乐节目 制作主阵地

光线传媒首先是一个节目制作公司，一个内容提供商，在现行的中国电视产业政策下，这恐怕也是绝大多数民营电视公司未来几年里所能担当的最主要角色。光线传媒是靠做娱乐类节目，具体说是靠做娱乐资讯起家的，用总裁王长田的话说就是“一个节目带来了一堆节目，然后带来了一个频道，或者是一个公司、一个行业”，这里的“一个节目”就是《中国娱乐报道》，即后来的《娱乐现场》。光线及其他一些民营电视制作公司如欢乐传媒、派格太合环球传媒等都不约而同地选择娱乐类节目作为突破口并非偶然，长期计划经济体制带给中国电视的是娱乐属性的长期缺位，电视台作为政府喉舌的定位也使娱乐类节目成为中国电视最柔性、最具产业化可能的节目类型。而在国际电视界，电视和娱乐的结合与电视和体育的结合一同被认为是最能带来丰厚利润两种产业结合。国外所有大的传媒集团，往往同时也是大的娱乐集团，比如说时代华纳、维亚康姆、迪斯尼、新闻集团等等。在中国随着中国电视娱乐属性的回归，娱乐类节目成为最具生长点的电视节目类型，娱乐节目制作也成为中国民营电视制作公司对抗国有电视台自办节目的“杀手锏”。

几年的摸爬滚打，大多数民营电视制作公司在娱乐节目制作方面积累了丰富的节目策划、节目制作经验，拥有一套和国际接轨的管理理念和营销模式，逐渐形成了自己的竞争优势。光线传媒目前已经形成了一条颇为完整的从策划、制作、包装、发行、广告到相关增值服务的产业链。这条产业链生产出来的产品是以被称为“娱乐界的《新闻联播》”的《娱乐现场》领军，结合陆续推出了《海外娱乐现场》、《百事音乐风云榜》、《明星》等一批栏目所形成的一个资源共享的娱乐资讯及综艺类栏目群。光线的信息发布平台如此强势，娱乐界甚至对它产生了某种依赖。2004年2月，著名演员吴若甫被绑架，他被解救出来后做的第一件事情，就是大清早跑到光线的演播室接受采访。赵薇的军旗装事件发生后，也是亲自打电话叫光线的记者到新疆去采访。因为明星们知道，他们一旦接受光线的采访，就相当于同时在五六个节目里露面，而且这些节目可以在全国数百家电视台播出。

- 网络与广播的“杂交优势”
  - 荧屏反腐的盛与衰
- 电视娱乐的发展与批评
- 中国电视业风动角弓鸣
  - 对决数字电视
  - 中国电视剧危在旦夕
- 中国电视，与谁相依为命
- 西部电视突围的三种可能
- 做电视传媒的基金管理者
  - 电视湘军的点金术
  - 凤凰之路
- 移动电视媒体热的冷思考
- 广播电视不能商业化的...
- 将移动电视引入大众市场
  - 凤凰卫视的故事
  - IPTV与数字电视
  - 播放帝国：广播革命
  - 变革中的广播电台
- 渠道垄断挤压民营电视...
- 制约数字电视产业发展...
  - 电视网上发展的研究
  - 公共广播电视危机症状

无论是从大的国家产业政策与行业定位来说，还是从企业内部利益诉求与竞争优势来说，继续坚守自己的主业——娱乐资讯及其他娱乐类栏目的制作，对民营电视制作公司都有着重大的意义，也是未来民营电视制作公司发展趋势之一，光线就在不久前向全国推出了一档全新的娱乐栏目《淑女大学堂》，受众群锁定为都市年轻女性，在娱乐节目分众传播的道路上迈出了重要的一步。

### ●借助新电视媒体 突破渠道壁垒

2005年新年伊始，当北京观众打开电视机调到北京四台，像往常一样准备收看热播娱乐资讯栏目《娱乐现场》时，会发现它原来的节目时段已被其他栏目所代替——《娱乐现场》已撤出北京四台而移师中国教育电视台三频道。北京电视台对此事件的说法是台里在2004年年末对各频道节目进行了专业化调整，《娱乐现场》原先所在的北京四台成为纯粹的影视频道，不再设置娱乐资讯类栏目。《娱乐现场》原可以转到北京二台，但这又与该频道原有的《每日文化播报》相冲突，北京台最终放弃了《娱乐现场》而选择了自办栏目《每日文化播报》。几乎与此同时，派格太合出品的娱乐节目《娱乐任我行》也要换地方了，今年7月因旅游卫视改版而更换平台的《娱乐任我行》，1月3日开始又重回旅游卫视的怀抱。

民营电视公司制作的节目东奔西跑的现象背后，折射出的正是他们小媳妇般无奈的处境。虽然作为电视节目内容供应商的民营电视公司早已告别了国家政策的边缘地带，但和渠道控制者电视台相比，他们从来没能获得平等的话语权。实际上，民营电视公司在节目的时段选择和价格制定方面都处于弱势。

目前，电视台向民营电视公司购买节目，基本使用目前通行的电视制作公司贴片广告政策——利用电视节目播出的广告时间段交换电视节目，换言之，电视台几乎在不花钱的情况下，就将他们的节目播出权买下。而在有些频道，电视台还要求制作公司必须以每月预付款的方式包销由电视台收益的剩余广告时间。《娱乐现场》这次出走，据光线人士透露就是因为去年末北京台又提出新的条件，《娱乐现场》除买断自身节目的两分钟广告时段外，还要再买下北京台所拥有的另外4分钟广告时段，“这笔费用一年大概要6000多万元，对于光线来说难以承受”，这显然使民营电视生存空间更加窄小。据业内人士透露，在国外，1个小时节目可以换5分钟~7分钟广告，国内一个节目可能只有1分钟的贴片广告，在这样的环境下，制作公司原本10%的赢利比例将变得更加微弱。

有鉴于此，光线传媒等几大民营电视制作公司正在积极寻找出路，打破电视台对播出渠道的垄断成为他们的共同目标。欢乐传媒就联合上海开麦拉买断在国内处于相对弱势的卫视台——内蒙古卫视15年的经营权。与欢乐传媒这种做法不一样的是，光线传媒更看好数字电视、网络电视等正在兴起的新电视媒体。

刚刚过去的2004年被称为“数字电视年”，国家出台了《中国有线电视向数字化过渡时间表》，目前全国已经批准了49个数字电视试点城市，135个数字付费电视频道，实际开播70多个频道。同时，随着宽带网络的建设和宽带用户的增长，基于电信网的网络电视（IPTV）也开始蓬勃发展起来，新华社、中央人民广播电台等传统媒体纷纷进军网络，很多电信运营商甚至声称2005年是网络电视年。

数字电视、网络电视的发展不仅带来了节目内容的大量需求从而扩展了民营电视制作公司的市场空间，更重要的是给他们带来了打破渠道壁垒的希望。目前，光线传媒正与北京广电集团筹划一个数字付费频道，预计2005年5月开播，同时，在光线建立的E视网，各种宽频服务正在推出。届时光线散布各地的记者站、每天入库的将近30个小时的素材资料、以及所积累的具有完全自主知识产权的将近四万小时娱乐素材等等都将为光线旗下数字付费频道、网络电视频道提供内容保障。

## ● 合资或上市 谋求生存与发展

资金一直是民营电视公司面临的困境之一，资金的匮乏严重影响了民营公司的业务扩展和竞争实力的提升，与国外资本联合或者上市融资成为未来民营电视公司发展的另一大趋势。2004年11月29日，国家广电总局和商务部共同颁布了《中外合资、合作广播电视节目制作经营管理暂行规定》（第44号令），降低了外资准入门槛，规定外资媒体公司可入股国内广播电视节目制作经营企业，但中方投资人持股比例不应少于51%。合营企业可以制作专题、专栏、综艺、动画片等广播电视节目，但不得制作时政新闻和同类的专题、专栏节目。

这条法令的颁布，对主要从事娱乐类节目制作的民营电视公司来说，挑战固然存在（外国传媒集团的进入使娱乐节目市场竞争更显激烈，进一步挤压了处于弱势的民营公司的生存空间），但也为民营电视公司与国外资本合作壮大自身实力提供了政策保障。光线传媒总裁王长田也透露，公司近期正在运作与欧洲一家著名的节目内容制作商成立合资公司的项目。但是并非所有民营电视公司都能如光线传媒那样寻求到适合的外资来全面提升自己的竞争力。尽管第44号令已经将合资对象从《关于促进广播影视产业发展的意见》上规定的“国有电视节目制作单位”变成“中方”，但民营电视商想获得外资传媒公司资本的青睐并不是一件易事，外资一般都会选择国有媒体或者实力已经比较强大的企业合作，例如华纳和中影以及横店集团的合作。“民营电视商致命的弱点根源，在于缺乏自己的网络和播出平台，在市场上处于弱势地位”，唐龙国际一位内部人士表达了这一有些悲观的看法。与地方台相比，民营电视节目制作公司缺少政策和渠道优势，不大可能被外资公司选为合作伙伴。

除了与国外资本联合，民营公司还有另外一条路可走，即上市。“如果进展顺利的话，2005年底光线就可以上市”，光线传媒总裁王长田说，他透露暂定的目标是香港主板。而据《经济参考报》报道，在《欢乐总动员》平台上起飞的民间传媒新贵欢乐传媒，也将完成其首次融资之旅——到新加坡上市。但是由于政府对传媒行业的严格控制，再加上目前行业中大部分民营公司存在规模小、盈利少的问题，很多准备上市的制作公司都经不起上市前的财务问题审查，也使得上市之路对很多民营制作公司来说是前途渺茫。

文章管理: mycddc (共计 5126 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: 光线传媒

- 光线传媒：把娱乐业当工业做 (2005-1-25)
- E视娱乐联盟横空出世——光线、电信、宽带、手机打造中国数字电视 (2003-9-10)

[>>更多](#)

光线传媒：中国民营电视的标本还是模式 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:  密码:

[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.