



中国电视业面临的挑战与应对策略（下）

时间：2002-7-24 22:45:00 来源：中国新闻研究中心 作者：李刚/辽宁电视台台长 阅读1363次

事实上，电视节目的使用价值也非一般商品可比，它要通过视觉和听觉作用于人的精神生活，并以宣传正确理论、传播先进文化、倡导科学精神、塑造美好心灵、弘扬社会正气为价值实现的标准；要以导向的正确与否为尺度。以此为前提，呈现一个电视节目生产和管理领域的产业特征，对电视媒体的改革和创新是具有崭新意义的。比如，电视产品生产如何实行成本核算，降低成本；如何构建科学的生产工艺流程；如何制定市场营销战略，扩大电视节目和市场覆盖；如何开源节流，积累资金，扩大生产规模等等。

二、积极探索应对挑战的对策。

（1）以牢牢把握新闻节目的制作权为前提，以媒体掌握资产的控制权、干部任命权、节目终审权为原则，对有的节目实施“制播分离”，并与此相适应，重组电视片制作公司。

电视片走向市场始于90年代初，当时大部分是各电视媒体自己生产的电视剧（包括译制片）。渐渐地出现了一些电视传媒之外的制片公司，其经营范围也从电视剧逐步扩展到专题片，甚至栏目节目，如辽宁电视台曾经播出过的《中国娱乐报道》、《中国城市报道》等。由于市场广阔，成为又一投资热点。

从各台的情况看，以现有的节目生产部门和企业为基础整合组建一个到几个制片公司，这是走向市场的重要基础，以新的理念为指导制定新的发展战略，引入新的运行机制，必定会激发出强大的活力。

（2）开发和利用影视资源。今后几年，我国IT产业将会出现一个突飞猛进的发展时期。在这个发展阶段中，宽带网络传播以其快速、信息量大，特别是传播活动连续画面成为其有别于现在网络的“特点”。宽带网的终端不只是电视荧屏，通过电脑也可使用，最大的特点是互动性，通过点击随时收看自己喜欢的节目，改变了电视节目“我播你看”的传统收视模式，因此建立供互动式播出使用的影视资料库，以迎接未来的挑战，也是我们应当考虑的问题。

目前，各台磁带库拥有为未来提供互动使用的音像资源优势，这是一笔重要财富。我们面临的课题是如何清点片藏，并千方百计地增加磁带库的储备，使其从单纯的片藏功能，发展成一个为互动式传播提供影视制品的经营实体。

（3）实施灵活的广告经营策略。加入WTO后，由于国外资金和产品的准入，广告投入将进一步扩大，市场竞争更加激烈。在这激烈的竞争中最大限度地分割占领市场，获得自己应得的份额，一是靠节目的优化，二是靠广告经营策略。要认真地分析广告资源的流向格局，一方面通过努力使广告经营收入接近或达到应有的份额，另外还要通过发挥主观能动性争取更大的份

- 一分为三：广播电视事...
- 一个古老媒体的重生
- 2005电视风向指南(图)
- 央视“西部频道”缘何...
- 盘点2004 广电难言硕果
- 2003年中国电视变革思考
- 走过2003：中国电视产...
- 协同联盟：西部电视发...
- 专业化背景下省台生存...
- 创新政府行为 推进广...

额。策略上包括加强市场监测；制定广告经营中能够吸引客户的灵活政策；在分配上对广告从业人员实行能够充分释放个人能量的激励机制；除主要频道和主打节目外适当留出一些非黄金时段吸纳广告市场的零散客户；依据广告市场及客户的需求，灵活调整节目或开辟新栏目，以获取更大的广告效益；扩大横向联合，实行大广告经营策略等。

(4) 调整电视覆盖战略。根据广电总局提出的实现省、地（市）、县三级贯通、全国联网、统一管理、分级运营、利益共享、协调发展的“十五计划”，可以预测，电视传播和覆盖无序纷争的时代即将结束。面对新的格局，省级台要把握机遇，实施积极的覆盖策略，比如，建立自己的传输平台，以自有资源实现对等落地；在资金支持下，按互利原则，对重点地区缴纳落地费等。

(5) 以频道专业化整合为契机，塑造频道的形象。如何实施频道专业化，需要考虑的问题很多，主要有这么几点：一是频道模式的思考角度。目前，绝大多数频道定位在社会生活的层面，诸如政治、经济、文化、体育、教育、影视等等。其实专业化模式可以是多角度的，关键是我们的思路要打开，注重研究社会层面、受众层面、地区层面的需求现状，办出有别于其它的频道并以其特有风貌先声夺人。

二是频道的形象设计与包装。某个频道的定位一经确定，紧接着是频道的形象设计和包装。从目前看，这个问题在电视媒体的激烈竞争中越来越引起广泛的关注。笼统地讲，一个频道的形象设计和包装既是这个频道内容的外在表现形式，又是内容和形式的统一，主要目的是在受众中塑造起这一台的这一频道不同于那一台的那一频道的形象，在诸多专业化频道中体现出鲜明的个性特征。重点环节在于通过荧屏画面和形象向受众不断地揭示该频道传达何种信息，表现该频道所蕴含的文化特色、地域特点。

三是节目的设置和组合要以频道定位为核心。搞好该频道的各个节目和栏目的定位，做到节目和栏目定位精确，编导人员在具体的节目或栏目的采制、编辑过程中切入的题材角度和提炼主题精确。同时还要搞好前期策划，防止同一频道节目出现内容的雷同交叉。要认真研究早、午、晚黄金时段节目或栏目的配置组合，实行缜密、机智的布阵。既要保证黄金时段节目的收视率，又要考虑不同收视群体非黄金时段节目的配置，使整个频道的节目播出有张有弛，浑然一体。

(6) 制定网上发展战略。从长远的观点看，开办网站的最终目的，是为未来参与信息化进程留下一个接口，一是向网上尽可能地转录现有的节目，一是开办网站编辑部自编自采的节目。目前电视传媒还没有一家能够完整转录自己的播出节目，主要原因是受技术限制，当然在网上自采自编的节目更谈不上。但这并不妨碍对这个问题做前瞻性的思考。一旦时机成熟，要即时推出并扩大战果。

除了上述几个方面的对策外，现有的传统管理模式也要注意创新。比如，进一步完善节目质量的评估体系，加大技术创新的力度等等。

发展与变革永远是社会前进的主流，顺应潮流，及时应对，是我们的责任。我们应无愧于时代，在改革的大潮中有所作为，不辱使命。

文章管理: [beyondsun](#) (共计 978 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: 电视业

- 专家剖析中国电视业：盈利模式的认识误区（下） (2002-7-31)
- 专家剖析中国电视业：盈利模式的认识误区（中） (2002-7-31)
- 专家剖析中国电视业：盈利模式的认识误区（上） (2002-7-31)

[>>更多](#)

中国电视业面临的挑战与应对策略（下） 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.