

CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...



## 中国电视产业经营研究 (5)

时间: 2002-7-31 18:20:40 来源: 中国新闻研究中心 作者: 肖王君 阅读1330次

### (一) 过分依赖广告经营

我国各级电视台在产业经营中过分依赖广告经营的现象十分突出, 可能因为广告经营是最省心又容易产生经济效益的一种经营方式。实际上, 广告经营之所以相对好操作, 是因为电视台在我国政治经济生活中所占据的特殊地位。国家电视台数量有限, 而企业为了在市场经济中生存发展, 强烈要求树立企业形象和产品品牌, 供需之间的矛盾才造就了广告经营的便利。可过分依赖广告经营毕竟不是长久之计, 也不是科学的产业经营策略。

一篇文章指出, 中央台在财务收入上过分依赖于广告收入, 而广告收入又有增速放缓的趋势。过去中央台是国内唯一能够覆盖全国的电视台, 在广告效果上有较大的优势, 基本居于垄断地位, 广告收入占全国电视台广告收入的1/3。

但随着上星电视台数量的增加, 中央台广告正面临着严峻的挑战, 中央台也到了需要大力开拓广告以外的产业经营项目的时候。其实, 各地方电视台又何尝不是如此呢? 广告经营成了他们最主要的经营项目, 对于其它的经营方式则关注较少。

### (二) 其它经营方式落后

电视产业经营方式是多种多样的, 如发行经营、节目经营、资本经营等。各电视台应根据具体情况选择经营方式, 才能扬长避短。不过, 在我国电视产业经营发展过程中, 许多经营方式还没有引起重视。如果电视台能选择适合自身的经营方式, 将利于产业经营发展。象我国的上海、湖南等地电视业就选择了资本经营方式, 成功地通过股票上市从资本市场上募集了资金。充足的资金促进了两地电视事业的发展, 特别是湖南电视业从落后省区一跃成为中国电视业的新贵, 这充分说明了选择正确产业经营方式的重要性。

### 六、国家对电视产业经营缺乏有力的法制管理

几十年来, 我国对电视事业实行的基本是“条块结合”、双重领导的管理体制。所谓“条条”管理, 是指从中央到省, 再到省以下电视机构之间直接的纵向对口的领导。“块块”管理则是指各省(自治区、直辖市)政府以及省以下各级政府对本级所属的电视机构的直接领导。“条块结合”、双重领导就是指“条条”和“块块”领导缺一不可。根据1983年中共中央37号档明确规定的精神, 各地广播电视机构受本地党委、政府和上级广播电视管理部门双重领导, 以本地党委、政府领导为主。

这种管理方式符合我国的基本国情, 保证了我国电视宣传工作的顺利开展和稳步、健康、高速的发展。

我国的电视事业管理体制长期以来是一种行政管理体制, 而缺乏法制管理力度。现在的矛盾在于, 市场经济是法律经济, 在市场经济建立与完善的过程中, 电视产业的经营管理无疑应纳入法制化的管理轨道。一方面法律可以约束控制电视产业经营行为; 另一方面, 我国电视产业经营也需要法制的保护。

但我国的情况并不乐观, 至今还没有这方面的立法。电视业界人士都迫切希望相关法律的出台, 认为应该逐步建立以行业大法《广播电视法》为核心的, 法规和规范性文件相配套的系统、完善的电视法律体系。在缺乏专业立法的情况下, 一些电视台已经开始用现有的法律武器

- 体育节目的数字化经营
- 收视率: 下一站广告
- 现代电视传媒品牌策略
- 中国电视市场的回顾与...
  - 论电视栏目管理
- 网络电视市场未来归谁
- 外资进入我国广电业的...
- 凤凰卫视怎样应对同质化
- 广播节目亦可“流动”

保护自己的利益。如中央台就率全国媒体之先，设立了专职律师。

概言之，电视产业经营是我国电视媒体发展的必然趋势，如果能解决好上述影响电视产业经营的问题，无疑会加快我国电视产业经营的步伐。

### 参、中国特色电视产业经营展望

探索一条具有中国特色的电视产业经营之路，必须符合中国国情。中国社会主义市场经济体制下的电视产业与西方资本主义市场经济体制下的电视产业之间最根本的区别就在于所有制的差异。我国的电视产业属于国家，它是中国政治上层建筑中的重要组成部分，它不属于任何个人和集团。我国电视产业是党的喉舌，是为党、政府和人民服务的，电视产业经营必须具有鲜明的党性，这在任何时刻都是不可动摇的，电视产业经营的目的，首先是实现社会效益，其次才是经济效益，两者是主与次、前与后的关系。

之所以要走电视产业经营之路，是为充分发挥电视的产业功能，解除计划经济时代遗留的种种禁锢，让我国电视产业能够高速、高质、高效的健康发展。建设有中国特色的电视产业经营之路任重道远，针对当前我国电视产业经营中出现的问题，正确处理喉舌功能与产业功能的关系、改革节目经营方式、大力发展资本经营和实施企业化经营应为当务之急。

#### 一、正确处理喉舌功能与产业功能的关系

##### (一) 电视产业经营必须坚持党的领导

电视产业作为中国传媒产业的一部分具有神圣的喉舌功能。不管电视产业自身具备什么特质，都必须坚持党的领导，这一点是明确且肯定的。

我国的电视事业从诞生之日起，就是党的新闻事业的重要组成部分，是党、政府和人民的喉舌，是党和政府与人民群众联系的纽带。党的宗旨是全心全意为人民服务，这同样也是中国电视产业的宗旨。在党的领导下，电视产业必须同中央保持一致，还要代表广大人民群众的利益，任重道远。

电视产业经营的目的是为了缓解电视业资金周转的困难，为电视业发展积蓄资金。虽然由于电视业自身的特点，电视产业经营的任务会繁重一些，但电视产业功能的发挥在任何时候绝不能偏离党的领导，如果偏离了，就是背叛了党和人民的利益，最终必将走向灭亡。

##### (二) 充分利用喉舌功能对电视产业经营的促进作用

如前所述，笔者认为喉舌功能对电视产业经营有很大的促进作用，产业经营者应该充分利用这种作用，为产业功能的发挥做好准备。

首先，应利用喉舌功能给予中国电视产业的特殊地位。作为党的喉舌，新闻媒体有许多超越其它行业的特权，比如采访权、监督权、报导权等，电视媒体更是因为其具有的图像优势、现场优势等产生强大的影响力。因此，在产业经营过程中应充分考虑到电视产业的优势地位，为产业经营铺垫道路。例如，可以利用电视产业的传播优势、电视节目的名牌效应等免费开拓市场。

其次，应认识到党和政府的控制和指导可以降低电视产业经营的风险。市场经济的法则是优胜劣汰，一旦进入了市场，就像冲进了战场，随时都有倒下的危险。电视产业经营应充分听取党和政府的宏观监控，不要盲目投资，因为如果经营失败，不仅会损失物质财富，还有可能损坏电视业的社会公众形象，在群众中造成负面影响。这种宏观监控不是包办，也不是强制，而是在综合各方情况后进行指导，这样可以大大降低电视产业经营的风险，避免无谓的投资浪费。

#### 二、改革节目经营方式

与世界先进电视媒体的发展水平相比，我国电视节目经营方式还相当落后，集中体现在电视节目制作、播出和交换过程中。

长期以来，我国电视节目制作费用都靠国家财政拨款，全台统一核算，实行“收支两条线”。节目编创人员辛苦创作的电视节目不在市场中交换，而是统一交到台里播出。播出时段的广告收入，被视为播出收入，而非制作收入，也就是说节目制作和经济效益没有关联。这不仅大大打击了节目编创人员的积极性，而且极易造成“大锅饭”的懒散局面。

目前，我国电视节目交换主要以原始交换和低价补偿交换方式进行。①原始交换，即简单的以物易物，是指各级电视台间、电视台各部门间互通有无，交换各自制作的电视节目，这种交换是纯粹的等量交换，与节目质量并无关系。②低价补偿交换方式，是在一方没有可以交换的节目时，用一定量的货币作为补偿，但这种补偿往往只是一点意思表示，不能体现节目的市场价

值。

现存的电视节目经营方式与电视产业市场运作已经严重的不相适应。电视节目是电视产业的主营产品，也是电视产业综合实力的象征，它对电视产业的发展起着举足轻重的作用。节目经营——这一主营业务水平的高低，将决定电视产业经营的成败。电视产业节目经营的改革重点应是现存的制播体制和销售方式，只有打通这两个环节，节目经营才能产生效益。

改革节目经营方式首先要明确电视节目（除新闻节目外）的商品属性。

根据马克思政治经济学原理，商品是直接以交换为目的而生产的劳动产品，商品具有二重属性：一是它的自然属性，即它的使用价值；二是它的社会属性，即它的价值。使用价值是物品的有用性，即物品能够满足人们某种需要的属性。价值是凝结在或者说物化在商品中的人类劳动。价值是商品的内在属性，是交换价值的内容和基础，交换价值则是价值的表现形式。一切商品都是使用价值和价值的统一体。

我国电视产业长期以来对电视节目的商品属性采取了回避的态度，但在社会主义市场经济体制下，电视产品正以商品的方式流动，并被纳入了商品交换的轨道。首先，电视产品具有显而易见的使用价值。特别在我国，电视产品不仅满足人们对信息、对娱乐的渴求，而且还满足人们深层次的精神需求——对高尚情操的向往。第二，电视节目是电视工作者体力、脑力劳动的结晶。我国电视节目在国内外拥有广阔的、潜力巨大的市场，节目需求量大，供需双方都希望市场中实现合作。除新闻节目外，电视节目这一特殊商品应该与其它商品一样在市场中进行交换。

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: 肖王君

- 中国电视产业经营研究 (9) (2002-7-31)
- 中国电视产业经营研究 (8) (2002-7-31)
- 中国电视产业经营研究 (7) (2002-7-31)
- 中国电视产业经营研究 (6) (2002-7-31)
- 中国电视产业经营研究 (4) (2002-7-31)

>>更多

相关文章: 电视产业

- 当前电视产业化进程中10大矛盾 (2006-7-1)
- 技术革命与中国电视产业化改革 (2005-12-4)
- 移动电视产业让你欢喜让你忧 (2005-2-19)
- 走过2003: 中国电视产业备忘 (2004-4-23)
- 《世界电视产业市场概论》出版 (2003-1-24)

>>更多

中国电视产业经营研究 (5) 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

