



专业化背景下省台生存环境思考

时间：2003-7-17 14:20:09 来源：中国新闻研究中心 作者：熊忠辉 钱永兴 阅读3759次

一、频道专业化依据的迟到和缺失

频道专业化似乎已经成为当前省级电视发展的热潮。只要按按遥控器，新闻综合、经济、影视、生活、城市等等专业频道，让人目不暇接。电视竞争似乎硝烟四起、非常酷烈，其背后却是特色不明和资源不足：各地的专业频道在名称、内容、编排方式上雷同，许多频道黄金时段都播放影视剧，教育频道搞时装秀、文艺频道播股市行情咨询……

频道专业化应该是我国省级电视的发展趋势，但目前不过是长跑才起步，绝对没有完善和完成。我国省级电视台长期处在一个比较尴尬的境地。上有节目形态比较完善、节目质量比较优良的中央电视台，下有贴近地方群众、富有地方特色的地市级电视台，在两者夹击下，省级电视台的许多节目在定位、播出时段的安排上自主性不强，收视率也上不去，功能发挥不健全。

近几年里，国家对省级电视台的改革十分关注。推行频道制、无线有线合并、网台分离、建立公共频道、成立集团、缩减地市电视机构，等等，目的是促进省级电视机构尽快实现战略转变，解放和发展电视生产力。其中，频道专业化是这个结构性转变进程中的关键，事关生产、管理、运行机制的变革。

但是，在建设专业频道过程中，大多数省级台仓促上马，对频道结构的调整和设置缺乏内因和外因方面的有力支撑。许多专业频道的推出，并不完全是电视发展到一定高级阶段的内在需求，^[1]更多的是为了响应国家提出职能转变的要求。如果说频道制是电视媒体的结构性转变的话，相对应的必然是电视媒体的功能提升。但是，多数省级台实行专业化频道，并没有使电视媒体的信息传播效率有明显提高，相反，不少电视台在利润、收视率和受众的满意度方面还有退步现象。

“一刀切”地采用频道制，至少在目前是不够成熟的。不少电视台在原有基础上进行频道设置，有综艺组就开设综艺频道，有经济节目就开设经济频道。由于我国大多数电视台在节目制作机构的设置上本来就十分相似，这样的专业频道就难免进入“同质化”时代。频道的面目虽然挂起来了，但生产能力、节目质量却没有发生根本转变，呈现在受众面前的频道形象，自然是模糊的。

对省级电视台的发展来说，频道专业化的决策制定应该是一种被严格控制的行为，一哄而上，热闹是热闹，但难取得良好效果。一个好的决策体系，来自电视台对自己生存环境的熟悉和掌握程度。从这个意义说，熟悉频道的生态环境并非不重要。界定频道生态环境的范围和层次，探讨频道专业化与环境因素的互动关系，并从复杂系统研究角度分析频道及其环境管理的问题，是一个基础性的研究，能够为省级台频道专业化的发展提供科学的依据。

- 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...

电视台所处的生态环境正在发生变化。经济和文化的全球化，传播技术的网络化和虚拟化，受众身份认同的区域化，正在改变人们的活动、生产和管理方式。这样的生态环境可分为内外两个部分。内部环境主要讨论电视台内部的氛围、组织制度和政策形成的感受系统，外部环境则是频道专业化发展必须依赖的和无法回避其影响的电视台外部系统。我们这里所谈的主要指外部环境，但这两者并不是截然分开的。具体说来，影响频道专业化进程和质量的环境，主要有经济环境，政治、技术和人才环境，社会文化环境。

二、经济环境：省级电视台变革的制动闸

在全球性的生产要素流通市场体系中，商品、资本、劳动和知识（包括信息和知识）四类市场的分工与协作、流动与组合越来越频繁。这四类要素的作用，在我国目前的电视频道专业化进程中已有影响，但还有待进一步发挥。

（1）市场。在一定的时间和空间里，每一个频道都有自己的容量，容量并不是不变的，频道需要追随市场变化。频道专业化，必须选择有吸引力的市场并制定相应的对策，在选择目标市场前必须进行仔细的分析和评估。

锁定目标市场，争取渗透市场和更多的合格有效市场，是频道发展的步骤。江苏电视台城市频道在推出长达一个小时的新闻栏目《南京零距离》前，请有关院校的学者进行了周密的调查分析。首先，弄清潜在市场——可能会观看该频道节目的受众。在此基础上，划清有效市场——有机会观看这个节目的人群，为栏目在时间和空间上的分布打下基础。然后进一步弄清合格有效市场和渗透市场——愿意花费一定时间观看该节目的人群和观看其他相似节目的人群。最后瞄准目标市场——那些能够平均每天收看该节目达到一定时间的观众，他们是收视率的主要支撑者。

《南京零距离》目前高居南京地区收视率榜首，证明事前的市场评估是有价值的。许多台并不真正重视细分市场，前期调研工作很不扎实，有的只花费很少的钱做几十份问卷，有的索性模仿兄弟台的频道样式，简单地或想当然地设定一些节目。如此，对象化没有做好，专业化就成为无土之垠，频道就会缺乏核心竞争力。

电视拥有自然性、对资源的控制以及政府的特许权，各地观众接收外省的基本是卫视频道，因此省级台之间的竞争整体上还是不完全竞争，主要集中在影视剧、综艺娱乐节目方面，而新闻类节目因其浓厚的区域性很难介入，只有省会城市存在两级的比较明显和全面的竞争。在所有的电视台进入全面竞争之前，区域性仍然是个保护屏障。这种由不完全竞争导致的垄断完全可能导致电视媒体整体资源配置的低效率。

（2）顾客。电视生产两类顾客：观众和广告。专业化的频道必须吸引特定的观众群体和广告。因此，必须掌握观众的人口学特征，了解观众是如何做出选择的，清楚观众收看行为的决定因素。但是，许多台缺乏有效的组织形式和运作机制来收集、分析观众信息。

人口特征包括自然结构、地区结构和社会经济结构。自然结构指年龄和性别。地区结构中的城乡结构最能体现物质生活水平、消费需求上的差异。社会经济结构包括文化教育、收入和消费、劳动力资源、在业人口的职业结构等。社会的开放程度越来越大，一定区域内的人口特征总是变化着。如由教育引起人口的社会经济变动，由人口迁移和流动带来的机械变动。这些变动改变着观众的结构，从而对电视节目进行反弹。

观众收看行为主要受到社会、个人和心理因素的影响。社会因素包括参照群体、家庭、角色与地位。个人因素包括年龄、职业、经济状态、生活方式、个性与自我观念，心理因素包括动机、感觉、学习、信念与态度。

细分观众是吸引有效广告的前提。我们注意到，许多频道的广告投放，不分节

目的性质和收视对象漫天散花，如果不注重频道对象与产品之间的关联性，就会影响开拓有效的市场。如果只是打着专业频道的幌子，对象模糊，频道结构不健全、不科学，肯定会影响广告收入。因此，受众的对象化应该成为频道专业化的基础。

(3) 合作伙伴与竞争对手。合作和竞争并存，但目前竞争是有限的，这里主要谈合作。频道专业化需要划定多个频道，需求多样化和经营多角化的内在要求需要合作。电视频道需要多种节目，并不是所有的节目都能够或需要由自己制作，应该借助其他力量。节目从制作到播出，需要经过采集信息（购买或者自制都需要）、生产、营销、服务等阶段，这是一个价值链，它将频道经营分解为战略性相关的许多活动，频道正是通过比竞争对手更廉价或更出色地开展这些活动来赢得竞争优势，单个电视机构不可能在每个价值活动上都占有优势。因此，要选择合适的方式，使得每个价值活动的收益之和最大，实现价值链。

不同区域的人口、文化和经济等环境的差异性，是本地频道的特色所在；本地的新闻节目、社教节目，是竞争力的核心，其余的可以考虑合作引进。比如江苏电视台的卫视频道，肩负宣传江苏的重大任务，做好新闻节目非常重要。针对以前的新闻少、粗、散的现象，新频道推出了长达一个小时的大型新闻节目《江苏新时空》，运用多种播报方式和新闻制作手段，有力地向外展示了江苏的新形象。合作类型有资源补缺、联合研制和市场营销三大类。合作关系有非正式合作、契约性合作、合资或股权参与。合作伙伴可以是节目经营机构和非节目经营组织，节目经营机构包括其他媒体、制作公司，非节目经营组织包括政府机构、金融机构以及企业，还包括中介组织如评估机构、咨询公司、会计师事务所、经纪人公司等。这些机构组织可以提供有利于节目运营的信息资源或资金。通过制播分离等机制加强与这些机构组织的合作，是促进频道专业化发展的一种比较好的形式，但目前许多台仍然没有重视探索多种合作形式，节目质量和运营效率都受到限制。

三、政治、技术和人才环境：省级电视台变革的辅助器

省级电视台在频道专业化进程中可能遇到和产生许多问题，如信息不完善，规模报酬递增导致闭塞和垄断，外部性与公共物品稀缺等。信息不完善主要指电视频道专业化过程中对人口、文化等资料掌握不够，可能导致市场细分不科学。规模报酬递增导致垄断是指部分栏目或台由于经济收益良好，不愿意拆散重组。外部性与公共物品稀缺则涉及电视节目制作和播出的人员、技术和设备方面，如主持人、工程师、有线和卫星技术及设备不足、资金和场地不足，等等。这些问题，许多是电视台解决不了的，需要政府大力支持。

政府还可以通过产业政策进行干预。产业政策包括产业结构政策和产业组织政策。结构政策是扶植具有潜在优势的，能够带动整个结构升级的频道、栏目或相关组织的发展，使资源配置朝着有利于结构高级化的方向倾斜。如本地的新闻、社教等纪实性节目，需要政府在舆论和其他资源上进行支持。在非新闻性的业务经营中，需要政府牵线搭桥，江苏省政府就十分支持江苏广播电视总台大胆引资。再如湖南卫视，电视剧的制作已经有一定规模，就值得扶持。组织政策则是对频道规模结构、竞争与协作关系的限制与引导，形成既有利于竞争又不过度的市场组织结构，使得效率和规模经济利用之间达到某种平衡。电视台一定要在许可的范围内争取各种有利于频道建设的政策。

频道专业化的进程和质量还与技术和人才环境关系密切。技术主要指频道专业化所需要的物质材料等硬性储备，人才环境则指电视台所能够吸纳专业人才（包括节目制作人才和技术设备维护研发工程人员）的软性环境。

对当前各省级电视台来说，技术和软性人才环境在一定程度上存在落差。

技术的差异性主要表现在节目图像的清晰度和传输方便度上。但这些并不是频

道专业化的关键。卫星技术和有线技术作为基础技术，在许多地方都可能解决。数字技术在若干年内，还不是吸引观众的主要因素。

在“内容为王”的时代，在基本收视条件满足的条件下，频道专业化的人才环境才是重中之重。人才创新机制是降低进入壁垒的强有力的决定因素。比如，东部和西部地区在电视频道质量上的根本性差别，不在技术，也不在文化内涵，而在于把文化传播出来的人才，包括制作和营销人才。

但是，在技术和人才环境创新方面，当前存在着不少认识障碍。比如技术上为创新而创新，重视革命性创新而忽视改进型创新，重视高技术而轻视低技术，重视硬技术创新轻视软技术如生产管理技术、质量控制技术，重视面向市场忽视规范管理（如光纤网络的全面铺设，就有许多不规范之处）。而在人才环境上，采编人员素质有待进一步提高，经营管理人才缺乏，社会上的信息咨询和策划机构和人才不足，都制约着频道专业化的进展。

四、社会文化环境：省级电视台变革的营养基

每一个区域都有自己特色的文化形成，对开放性的电视频道来说，频道分化涉及把这种文化与其他文化进行传输和引进两方面的问题。从业务上看，可分为内部传输和对外交流两类。所谓内部传输，指省台频道把具有本地特色的信息（主要是新闻和社教类）作为主打节目吸引本地观众，加强贴近性。对外交流则指本地电视机构把本地节目输送给其他电视机构，同时引进能够反映其他文化形态的节目。

社会文化环境的差异，是频道专业化生存的根本之一。我们目前的频道专业化的“同质化”倾向非常明显，与电视台没有真正熟悉、摸清、掌握本土的文化特质是分不开的。当然，本地文化也是处在一个大文化“趋同”的状态下，比如影视剧和综艺类、时尚类频道，就难免被大文化控制。因此，频道专业化决不仅是在现有频道数量超出实际需要的基础上的改进，而应该是确定适当的频道数量进而发展特色的提升。否则，恰到好处的专业化频道很难经营起来。

文化具有外生性和内生性。文化因素不仅表现在核心价值观和生活方式上，很多时候还涉及细节性内容如饮食习惯、色彩偏好等等。这些外生性可以成为频道的传播内容。内生性则指电视台长期处在一种文化状态和演进趋势的制约下，受到其影响而采取一定的管理方式和思维模式。这种内生性文化是必须正确对待的，有的已经成为惰性因素，需要改良。

从频道专业化的角度出发，单单强调外部文化环境显得过于远视。事实上，内部的文化环境更重要。作为生产性组织的电视台，其管理方式、组织结构、发展战略等组织文化，是其适应外部环境、整合内部资源过程中形成的行之有效的价值观和经营实践理念。这些影响着频道专业化的管理绩效。但电视媒体的文化常常是顽固的拒绝变化的，被认为是理所当然和不易被意识到的。这也是多数省级台的频道专业化停留在表面而没有发生根本改变的深层原因之一。

当前，频道专业化大都从容易辨识的结构、行为、过程开始，少数在逐步向制度的设计和改造迈进，但深层次的价值、目标和战略等需要成员共享的理解和判断，以及最底层的诸如信念等终极源泉，还很少甚至没有触及。这样，除了节目生产经营形式上的变化以外，深层次的文化形态仍然阻滞着频道发生根本改变，本地的竞争优势并未凸显。

电视媒体不完全是经济利益取向型组织，它还肩负着重要的舆论和教化功能，因此，它需要社会价值系统的认定。目前，无论是从电视的高技术信息产业属性，还是西方发达国家引领的经济全球化看，我国的省级电视台都需要突破传统的管理方式。省级电视台发展得如何，直接影响到整个中国的电视生产力的解放进度。频道专业化的建设状况，直接影响着省级电视台的发展前景。归根到底，频道专业化

的建设，与创造一个什么样的环境和气氛，容留一些什么样的人，怎样做，做些什么样的事密切相关，应该着力通过对领导方式、组织结构、运行制度等方面的管理改造来进行。

注释:

[1] 《频道专业化的理性思考》，《电视研究》，2001年第11期。

主要参考文献:

- (1)、陆地：《中国电视产业发展战略研究》，新华出版社，1999年。
- (2)、席酉民主编：《企业外部环境分析》，高等教育出版社，2001年。
- (3)、(英)戴维·莫利，凯文·罗宾斯著，司艳译：《认同的空间—全球媒介、电子世界景观与文化边界》，南京大学出版社，2001年。

通联：复旦大学新闻学院02级博士生 熊忠辉

邮编：200433；电话：021-55071198

E-mail:zhuix@sina.com,zhuix346@163.com

文章管理: web@cddc.net (共计 2723 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：熊忠辉

- 电视节目资源的效能管理 (2008-9-1)
- 电视直播：即时围观的重构 (2008-9-8)
- 重审地面频道的核心价值 (2008-7-21)
- 传媒组织变革——在中心制与频道制之间 (2008-7-22)
- 电视新闻同城竞争调查 (2006-11-5)

[>>更多](#)

专业化背景下省台生存环境思考 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.