

## ■ 浅析中国传媒品牌运营方略

2006-12-04

作者： 段京肃

关键词： 传媒品牌 | 阅读： 741次 |

如今，中国的受众面对的是一个拥有众多传媒企业、多种传播方式以及丰富多样的传媒内容的大媒体市场，但有时我们打开电视，会不假思索地调到固定频道收看《开心辞典》、《超级女声》；走到琳琅满目的报摊前面，《南方周末》、

《中国新闻周刊》等报刊瞬间就能吸引我们的眼球。这样的媒介接受行为有时甚至成为生活中的一种习惯。更有甚者，在2004年，竟然出现了有人抢注中央电视台《实话实说》、《同一首歌》等名牌栏目为商标为白酒等的商标。

探究一下这种现象背后的成因，不怪乎这些栏目、这些报刊已经形成了自己独有的品牌，并在受众心目中留下了深深的烙印，所以它们能在与其它同类产品的市场交锋中，一下就占得上风并抢得市场先机。可以说，在市场经济环境下，我国传媒间的竞争已经步入了品牌竞争的时代，品牌俨然成为媒体竞争的王牌。

### 媒介品牌的必备内涵

对于媒介产业而言，品牌主体首先包括媒介企业本身，而在更大程度上，媒介品牌需要由它所生产的产品来体现，具体来讲，媒介产品包括报纸的专栏作品，广播电视的频道栏目等等。评判一个媒体的品牌价值，可以从很多角度来进行衡量，笔者认为有几点主要标准必须涵盖其中：

信息可信度和社会责任感：媒体的信息传播内容与客观事实相符合。刊登虚假或失实的报道，会对媒体的信誉造成严重伤害。这就要求媒体记者本着对受众和社会负责的态度，报道新闻时力求做到实事求是。这也要求媒体从业人员不能避重就轻，必须将事实真相和事物的来龙去脉如实地展现在媒体受众面前，而不是取其细枝末节。

对于事物的判断力与预见力：打造媒介品牌必须通过有效的信息产品和优质服务逐渐形成。媒体要力创知名度高、个性独特的品牌栏目，培植名牌主持和传媒英才，向受众提供高质量的资讯服务。传媒作为资讯传播渠道，先于普通受众对进行中的事件做出预判，展示事物可能的进展方向，并进而提供建设性的参考意见，对受众的社会认知、决策及相关的社会行为产生影响。

媒体人员素养：媒体从业人员必须树立鲜明的品牌意识和品牌观念经营媒介，媒体人员需要具备较高的人文思想和强烈的信息意识，能够将信息进行理性地加工提炼，使无序信息变成有序信息，形成信息的有效传播。媒介从业人员也要不断加强自身的知识积累，对新闻事件和重要信息的内在逻辑和客观规律进行客观分析和理解，进而给出建设性的指导意见。

受众的忠诚度：媒体在社会公众心目中具有良好的声誉，受众接受该媒体信息的行为稳定，并且对其传播内容和价值产生情感认同。这就要求媒体提高传播内容质量，方便受众接触媒体信息，并强化受众对于特定栏目的价值认同，从而增强受众对该媒介品牌的情感忠诚度。

媒介品牌就如同媒体的形象，是受众对于媒体的系统评判，是其外在传播形式与内在媒介素养的综合，标志着一种特殊的文化品味和人文追求。品牌对于媒体的市场扩张和资本扩张极为重要，因此，综观我国的媒体市场，大小媒体无一例外地都在努力建构经营自己的媒介品牌。

### 建构一流的媒介品牌

创建一流的媒体品牌是个长久而持续的过程，需要媒体企业的精心筹划和努力经营，才能逐步实现这一目标。分析一下目前我国有一定市场影响力的媒体品牌，大多都具备鲜明的品牌意识和个性定位，能在变化的市场形势中不断优化品牌机制，并能够运用整合营销传播的策略和实施全方位市场推广的方针。综合有效的运用这些品牌营销战略，使得这些传媒能始终站在变幻莫测的市场大潮前头。

鲜明的品牌意识和个性定位：通常来讲，品牌名称是可以用语称呼的部分。品牌名称需要将媒介特征、媒介精神以及主要传播内容融入其中，达成与受众群体的有效沟通的目的，创造品牌的印象价值，进而提升品牌知名度。

确立品牌名称后需要进行市场定位，定位是品牌之母。媒介在定位品牌时，需要通过精细的市场调查和策划设计，不断征求受众对信息的需求，根据市场竞争态势树立准确的市场形象，从而形成独有的媒介风格，抢占媒介市场。像南方日报集团的每份报纸都有自己旗帜鲜明的媒介定位和品牌理念。如《南方日报》的品牌理念为“高度决定影响力”，彰显省级党报的指导功能，《南方周末》的品牌理念为“深入成就深度”，体现其调查报道的深度力度所在。安徽卫视在实施自己的品牌战略时，通过对市场进行科学的调查研究，和对相关资讯的分析判断，建立起其“专业电视剧频道”的品牌形象，并逐步发展其价值链的优势。借助几大黄金剧场的时段，安徽卫视不断创新广告形式，强化广告经营方面的营销和推广，成为了省级卫视中品牌营销的典例。

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

■ 上一篇 PREVIOUS

MORE >>

- 参与式影像与参与式传播

作者： 韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

■ 下一篇 NEXT

MORE >>

- 浅议媒介发展和使用的不可逆性

作者： 段京肃 | 2006-12-04

问题的提出媒介的发展本来是人类社会一个极为正常的现象。但是事实上，在媒介发展史上每当一种新的媒介技术和媒介形式出现并在全社会开始普及的时候，都会遭到来自不同社会力量的抵抗和反对。远的不说，就以广播……

■ 动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

品牌标志也是品牌整体内涵中不可或缺的一部分，品牌标志的建立需要通过整体视觉系统，将抽象的内蕴特征与具体可见的视觉形象融为一体，以某种图案或符号的形式来表现媒体特质，有效传达媒介信息。《新京报》在创刊伊始就推出标徽“长城烽火台”，标志简洁明快，易读易记，且具有强烈冲击力。长城象征中国 and 北京，“象征守土有责的媒体责任意识和媒体的政治意识和大局意识”；烽火台是最具中国特色的传播方式，“象征媒体的终极价值和基本要素”，同时也象征着“媒体必须发挥预警和监督作用” [1]。

**优化品牌机制：**树立好的媒介品牌形象并不停步于选择品牌名称和品牌标志，而是需要长期不懈的经营活动。由于媒介环境一直处于不断的变迁之中，加上媒介品牌也有自身的运作周期，所以，媒介必须转变观念，注重从营销的角度去对媒介品牌进行包装和传播。从原来的媒介本位向受众本位转变，根据受众要求和市场变化，对栏目品牌和整体包装不断进行调整。

只有对媒体内容架构不断进行动态调整并逐步优化品牌，才又可能建立起富有竞争力的强势媒介品牌。媒体的名牌栏目在诸多同行的激烈竞争中，也如逆水行舟，不进则退。迪斯尼总裁就曾经宣称：“每隔七年迪斯尼就会进行一次大调整。”《东方时空》作为中国电视首家新闻杂志类栏目，也是在不断地调整变化中。近年来，《东方时空》不断以内容为依托，积极改版，提升新闻的品质和质量，适应广大观众的需求。在实现自我创新的同时，也取得了良好的社会效果。“纵观《东方时空》9年的发展，创新的追求贯穿始终”，“有突破、有创新，老的子栏目要有新气象，新的子栏目要有新面貌。” [2] 这样的不懈追求终于迎来了栏目的深度发展。2004年9月1日，在中央电视台的新一轮改版中，《东方时空》时间的调动成为其中最为抢眼的大举措。一改创办十余年来早上播出的历史，调整到中央电视台傍晚18：14播出，与每晚《新闻联播》、《焦点访谈》共同打造晚间黄金时段的新闻板块，可以说这一刻开启了《东方时空》新十年的里程碑式的起点。

**整合营销传播：**媒体品牌的整合营销战略，是指围绕媒体及其产品品牌而展开的塑造媒介形象的所有规划活动。媒介运用公共关系、新闻策划、附属产品开发等一系列营销手段，策划有一定创意并能产生社会效应的活动，让受众获取对于同一媒体的品牌信息。

其中凤凰卫视就是媒介中整合营销传播的典型例子，从1996年3月中文台开播以来，凤凰卫视已然成为全球颇有影响力的华人卫星电视台，内地一直以来都是凤凰卫视最大的收视市场。凤凰卫视的“明星主持”策略改变中国新闻播报一贯的风格，轻松诙谐中不乏睿智思辨的光芒，为其赢得了一批忠实观众。每个节目主持人作为栏目代言人，个个都个性鲜明，主持风格各异，明星主持们也被誉为凤凰卫视的驰名商标。此外，凤凰成立初期就策划了飞越黄河的活动，在社会产生广泛影响，之后凤凰卫视组织了千禧之旅、欧洲之旅、穿越风沙线、寻找远去的家园、两极之旅等多个大型采访活动，这些举动都被称作华语传媒史上的壮举。凤凰卫视的典例证明，好的频道品牌并不是品牌节目的简单相加，而是需要整体营销策划，需要在宏观战略的指引下，再做具体细化节目的品牌策划。

像这样一种以公共关系理论来建立媒体品牌的方法，对于处于初始商业化阶段的中国媒体市场，具有非常重大的借鉴意义。目前，媒体公关可谓是大势所趋，不少内地媒体也已经从中尝到了甜头，《北京晚报》的《健康快车》栏目，就是通过吸收会员出版书籍等活动使得这个栏目深入人心。

**全方位市场推广：**如果媒体已经拥有一个在本行业中处于领先地位的知名品牌，这意味着该品牌得到受众充分认同并产生良好口碑，媒体在此阶段就应充分运用品牌延伸或扩张战略，发挥和利用领导品牌的效应，开发和拓展其它相关品牌，从而使得整个媒介集团最大限度地挖掘品牌的潜力，始终保持市场领先地位。

同时，品牌延伸的优势在于媒介集团可以对同一信息资源进行反复包装再生产，从而获得多重效益。从品牌塑造和扩张的角度来看，媒体全方位的市场推广还有助于业务范围的扩大，形成立体式和多元化的联合品牌，进而形成整体的品牌宣传网络。同时，这种品牌扩张的成本较低，在不破坏核心品牌识别的基础上，能够有效地发挥品牌效应，强化品牌价值。

媒体品牌的市场推广已经从地方性扩展至全国性，从单一的媒体公司延伸到多元化经营的集团公司。以广州日报报业集团为例，广州日报报业集团经过近十年的扩张，已经拥有10种报纸、3种杂志、一家出版社，并建立了100多家图书报刊发行连锁店和几个大型图书发行中心，形成了日发行量120万份、年产值20多亿的规模。品牌的无限延伸也为媒体集团提供了无穷往复的盈利空间。像媒体巨头迪斯尼的经营策略通常是，每推出一部新电影后，票房收入是第一轮收入，发行录像带是第二轮，然后是全球各地的迪斯尼主题公园，每播放一部卡通片，就在公园里新增一个卡通人物，最后是特许经营和品牌产品的销售。在这样的循环品牌推广造势下，迪斯尼的盈利份额中，老本行电影发行加上电视只占30%左右，主题公园占20%，其余的50%都来自衍生品品牌产品销售。

#### 实施品牌战略的意义

提高节目质量，在激烈的市场竞争中获胜

目前，我国媒介环境已经发生了很大的变化，从资讯极度匮乏的阶段发展到信息过度膨胀、媒体竞争硝烟四起的时代，大报小报纷纷走上报摊，电视广播栏目迅速增加，网络媒体更是如同雨后春笋，这样的媒体发展态势使得媒体间的竞争不断加剧。为了赢取市场份额，媒介必须具备鲜明的个性，排斥毫无特色的内容和千篇一律的形式，这就要求媒体必须具备独树一帜的品牌。媒介品牌的提出，可以帮助媒体企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。与此同是，以名牌媒体为龙

头进行传媒业重组，可以拉动我国传媒业进行战略性结构调整，促进我国传媒业实现增长方式的转变，从而实现媒体资源的优化配置和重新洗牌。

#### 开发和巩固媒体的受众资源

众所周知，没有稳定的受众，一个媒体就不可能发展壮大，因此，受众对媒介品牌的理性认识至关重要，媒介能否打造出受众认可的品牌将是决定其能否争取到受众更多注意力的关键。现今的受众面对的是信息高度膨胀的媒介时代，大多数信息消费者都会受到从海量信息存贮中进行选择的困扰，而品牌可以提高受众做出选择的效率，帮助受众有效识别和选择信息。同时，品牌便于受众对媒介产品质量进行合理监督，如果发现媒介传播的信息有误或媒介人员存在失职行为，消费者可以及时向有关部门反映并追究该媒体责任，从而形成媒体集团和受众之间的良性互动。媒体的品牌营销策略则能不断巩固受众资源，培养消费群体对媒体的忠诚程度，为媒介赢得更多读者或观众，从而媒体也从中获得相应的利润。

#### 媒体获取稳定的高额收益

在市场经济条件下，媒体企业除了新闻作品外，生产的其他产品基本上都是商品，价值和使用价值都要通过市场来实现，市场成为媒体产品配置和利润获得的主要手段。所以，在目前的媒介市场环境下，品牌含量越高的频道，知名度越高的栏目，广告价位就越高，这已成为一个不争的事实。“中央电视台现有400多个栏目，其中品牌栏目不到100个，但正是这20%的品牌栏目，为中央台贡献了80%的利润。”[3] 提高媒体的品牌地位，增加媒介产品的品牌价值，是媒体在与对手的竞争中处于优势的必胜砝码。近年来随着市场竞争的加剧，媒介经营费用不断上升，平均利润则不断降低，媒介受众和广告资源的配置则更趋向于市场的垄断者。

今年盛夏，一场名为“超级女声”的媒介事件席卷中国，湖南广播电视集团在中国的娱乐市场掀起狂潮，不仅稳定了其卫视龙头老大的位置，同是也为其赢得了滚滚不断的财源。除了2800万冠名权和伴随着每场比赛几十万投票量增长的短信收入，《超级女声》年度总决赛的广告报价高达11.25万元/15秒，超过了央视1套最贵的19点45分时段11万元/15秒的报价。[4] 此外，湖南卫视集团的着眼点还不在于电视产生的收益，其重点操作的领域在于超级女声品牌延伸的产业链。为此，湖南广电集团专门成立了天娱公司，负责后续运作超级女声等其他品牌。天娱传媒董事长在接受记者采访时表示，超级女声的品牌目前值几个亿。

以《超级女声》为代表的不少传媒栏目产生了良好的社会效益和经济效益，它们的巨大成功不仅成为我国传媒品牌运营的成功典例，同时也向世人昭示了我国的媒体从业人员日益成熟，越来越具有品牌运营眼光，能够将栏目的品牌创建和市场成功接轨。我们拭目以待在不久的将来能够涌现出更多独具特色的媒体品牌，丰富中国的媒体市场和受众生活。

注释：

- [1] 《[新京报发刊词] 责任感使我们出类拔萃》2003年11月11日《新京报》
- [2] 梁建增著：《创新为先内涵是金——中央电视台新版〈东方时空〉的探索》，《新闻战线》2002年第7期
- [3] 支庭荣著：《媒介管理》暨南大学出版社，2004年8月第2版第279页
- [4] 戴婧婷著：《央视，节目娱乐化的生机与危机》，《中国新闻周刊》2005年08月15日出版，2005第29期，总第239期

（责任编辑：）

收藏本文

∴ 打印本页 ∴ 关闭窗口 ∴

#### 读者留言

用户名： \* 密码：（游客）请在用户名处输入化名，无需密码  
邮箱： \* 游客发言需提交邮箱  
验证码： \* 请输入：6122

发表评论 评论内容：不能超过250字，需审核后才会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved