

方兴未艾的澳大利亚数字广播

邓黎

2013-02-17 06:37:59 来源:《新闻战线》(2012年第8期)

2008年12月,一个名叫“雷达(Radar)”的澳大利亚电台开始在互联网上播出。初期的“雷达”没有主持人,播放的也只是些无名乐队的作品。短短几年间,“雷达”已经成为澳大利亚媒体巨头“南十字-奥斯特罗(Southern Cross Austereo)”集团旗下的第三大品牌。从今年起,该公司将在其广播、电视、网络等多媒体平台上全面推出“雷达”。

“雷达”的发展历程,可以说是近年来澳大利亚数字广播市场从起步、培育到成熟的一个缩影。“雷达”今天的成功,不仅意味着第三代广播——数字广播的发展已经势不可挡,而且预示着以数字广播平台为载体的多媒体无线广播时代的到来。那么,是什么造就了“雷达”的成功呢?

数字广播技术的“拿来主义”

与欧洲国家相比,澳大利亚的数字广播起步较晚。

早在上个世纪80年代,德国就开始了数字广播技术的研究。当时人们对数字广播的想象还只停留在声音的数字化传输上。1986年,欧洲研究协调机构——“尤里卡计划”把数字广播列为它的第147个研究项目。在这个项目下开发出来的数字广播系统,被称为“尤里卡147—数字音频广播(EUREKA 147-DAB)”系统,也被简称为“尤里卡147”系统或DAB系统(Digital Audio Broadcasting,即数字音频广播)。

在欧洲开发DAB系统的同时,美国开发了IBOC(In-Band On-Channel)系统,此外,还有一些国家致力于发展自己的数字广播系统。它们与DAB系统一个重要区别在于,DAB以声音广播为主要目标,而其他系统则希望在进行声音广播之外,同时搭载图像乃至视频。1994年,DAB系统被国际电信联盟(ITU)确认为该组织成员的数字广播标准。目前,大多数西欧国家和包括中国在内的不少亚太国家都采用了DAB数字广播系统。

虽然同为西方发达国家,但澳大利亚在数字广播方面的研究却比欧洲晚了十多年。其主要原因在于澳大利亚地广人稀,进行相关研究的投入和产出不成正比。

澳大利亚人有收听广播的习惯。据统计,94%的澳大利亚城市人口每周收听广播的时间达到19个小时。澳大利亚人不仅在开车时收听广播,不少老年人在家里也会打开收音机。有意思的是,已经被一些国家淘汰的调幅广播(AM)在澳大利亚依然与调频广播(FM)二分天下,而且拥有大批忠实粉丝。谈话类广播对声音的质量要求不高,因而使用调幅广播;音乐台讲求声音品质,所以使用调频广播。从调幅和调频广播的区分可以看出,在澳大利亚,广播是讲究“实惠”的产业,只要能够满足需求,并不一定要采用最新的技术。

直到2005年,时任澳大利亚通信、信息技术与艺术部长海伦·库南(Helen Coonan)才提出了第一个真正意义上的数字广播

计划。这份计划宣布，澳大利亚将采用“尤里卡147”数字广播系统，即DAB+系统。此时，欧洲的DAB技术已经相当成熟，澳大利亚的“拿来主义”，使它节省了不少先期的研发成本。不仅如此，近年来澳大利亚着力解决了DAB+系统的一些技术瓶颈，例如在隧道里的广播信号覆盖问题等，并在这些领域掌握了一些核心技术。因此，虽然起步较晚，但澳大利亚的数字广播技术却达到了世界一流水平。

“雷达”搭上数字广播快车

2008年，“雷达”开始网络播出时，就是奥斯特罗公司未来数字广播在澳大利亚全面推广所做的布局。当时，包括英国、法国在内的许多欧洲国家已经搭建了数字广播平台。澳大利亚的广播业者也已经认识到，数字广播是广播业应对新媒体挑战的唯一出路。只有利用数字广播搭建的多媒体传输平台，广播业才有可能与来势汹汹的互联网竞争。

数字广播是将音频、文本、图片等多媒体信号进行数字编码、调制、传递和接收的技术。与传统的调频（FM）和调幅（AM）广播相比，数字广播的声音质量更好，频段使用效率更高。更重要的是，数字广播平台可以在音频信号之外搭载文字、图片甚至视频信号，这使得广播得以向多媒体发展，也开辟了广播向新媒体形态融合的空间。

在澳大利亚，人们习惯于说“NO WORRIES（别担心）”。但在过去的10年里，传统媒体所感受到的来自新媒体的压力，却让人不能不担心。澳大利亚报纸和电视的广告收入都出现了不同程度的下滑，广播因为其伴随性特点暂时得以幸免，但随着互联网的发展，网络广告蚕食广播广告是迟早的事。正因如此，在澳大利亚，最积极推动数字广播发展的是那些像“雷达”那样自负盈亏的商业电台。

2009年年中，澳大利亚先后在悉尼、墨尔本、布里斯班、帕斯和阿德莱德5个州府城市推出数字广播。而这5个城市占据了澳大利亚约6成人口。当时，获得数字广播牌照的广播电台基本上是把调幅和调频平台上播出的节目，在数字广播平台上同步播出。而“雷达”是第一批纯数字播出的电台中的一员。

2008年12月，“雷达”开始网络播出时，为了控制成本，不仅没有主持人，而且只播放那些主流音乐台不屑一顾的无名乐队的作品。让人没有想到的是，这种“只放音乐不说话”的模式，却契合了不少听众的口味。借力数字广播平台的“雷达”如鱼得水，听众人数稳步上升。虽然仍坚持“用音乐说话”，但它在数字广播平台播出的第一年，就能够雇用一位主持人，节目中也开始出现一些大牌乐队的作品。2010年，“雷达”获得澳大利亚商业电台联盟年度大奖“数字广播创新节目形态奖”，这也是澳大利亚商业电台联盟首次针对数字广播设立的奖项。在“最新音乐”的口号下，“雷达”聚合了一大批铁杆粉丝。

“雷达”闯回传统媒体

澳大利亚地广人稀，大部分人口集中在为数不多的几个大城市，而在内陆中小城市、面积广大的农业、矿业区和土著居民区，人口分散。据此，澳大利亚的数字广播建设分两步走：第一步，在主要大城市（州府）建设DAB+数字广播系统；第二步，在人口分散的其他地区进行数字广播建设。因此，总体来说，澳大利亚是分地区、分阶段地推广数字广播：先人口稠密地区后人口稀少地区，先全国性广播电台后地区性广播电台。

与一些数字广播发展较快的欧洲国家不同的是，澳大利亚政府将数字广播作为现有调幅和调频广播的“补充”，而不以在短期内使用数字广播代替模拟广播为目标。这使得澳大利亚将在很长的时间里，保持数字广播和模拟广播并存的局面。但是，自数字广播的概念提出后，澳大利亚推进、实施的速度却相对较快，在某些技术领域还取得了突破性进展，处于世界领先地位。

目前，在人口稠密的悉尼、墨尔本、布里斯班、阿德莱德和帕斯，已经实现了数字广播的全覆盖，在这5个城市里，每个城市都新增了高达20个纯数字广播电台。据尼尔森公司调查，2011年上半年，在数字广播覆盖的5个州府城市，有69.1万人收听数字广播，占这些城市总人口的5.6%，而在数字广播推出之初的2009年，这个比例仅为1.6%。

从上述数据不难看出，数字广播在澳大利亚广播市场占据的份额还很小，处于初始阶段，但其发展速度却很快，仅仅18个月的时间，收听人数就增加了2.5倍。值得注意的是，虽然年轻人是最早接受数字广播的人群，但具有更强购买力的中、老年听众却是人数增长最快的群体。

从消费者调查来看，澳大利亚人对数字广播还处于观望阶段。但据普华永道公司预测，未来1~2年内，澳大利亚数字广播市场将逐渐成熟，购买数字广播收音机的消费者人数会出现大幅度增加，到2014年6月，将有约16%的澳大利亚家庭拥有数字收音机，这还不包括家用汽车上可能装配或搭载的数字广播收音机。

澳大利亚商业电台组织为推广数字广播不遗余力。它们除了在现有的调幅和调频电台中专门拨出广告时段宣传数字广播外，还积极游说汽车生产厂商把数字广播收音机作为标配或是选装配件安装在新出厂的汽车里。目前，BMW已经向其5系以上客户提供数字广播收音机的选装配件。

随着数字广播市场的成熟，今天的澳大利亚数字广播电台已经开始向多媒体领域开疆拓土。今年年初，“南十字-奥斯特罗”集团宣布将“雷达”作为企业的第三大战略品牌，在其电视、网络、乃至调频节目中播送“雷达”电台的节目。从数字广播出发，“雷达”又闯回传统媒体，并成为音、视、图、文多媒体形态融合发展的一个全新平台。

数字广播将逐渐替代模拟广播

回顾以“雷达”为代表的澳大利亚数字广播发展历程可以看出，数字广播是广播未来发展的趋势。

新媒体时代，纸媒、广播和电视等传统媒体面临巨大挑战。实现数字化是传统媒体应对这一挑战的前提。从广电行业看，数字化可以扩大广播和电视搭载的信息资源，实现点播、互动等多媒体功能，从而提高传统媒体的吸引力。澳大利亚将在2013年关闭所有模拟电视信号。随着数字广播基础设施的建设，数字广播也已进入市场成熟期。

在数字广播发展较早的一些欧洲国家，数字广播正逐步替代模拟广播。英国计划在2015年关闭全部调频广播，而挪威也将在2017年关闭调频广播。法国宣布，从2013年开始，所有进口到法国的汽车都要装配数字广播收音机。而汽车生产大国德国，也于2011年在全国范围内推广数字广播，这将促使德国汽车生产商把数字广播收音机作为汽车的标准装配。

经过近几年的发展，澳大利亚数字广播市场正从培育期走向成熟期。未来5年，预计澳大利亚数字广播市场将迎来一轮快速发展。《澳大利亚数字广播报告2011》指出，在稳步推进人口稀少地区的数字广播建设的同时，澳大利亚将重点提高数字广播在大城市的知名度和保有量，尤其将加大与汽车生产厂商的合作。一旦数字广播收音机在汽车领域的推广取得突破，澳大利亚数字广播市场的前景将更加光明。

最后需要关注的是，澳大利亚在推进数字广播时结合本国情况，采取了分阶段、分地区、分技术的建设方案。在数字广播建设中，澳大利亚面临的主要挑战是，既要保证公民获得数字广播服务的公平性，又要兼顾基础设施建设的投入与产出比。澳大利亚迟迟没有开始在小城市和广大农业和矿业区的数字广播建设，就是因为还在寻找最佳技术和最佳方案，从而花最少的钱实现最大的效益。中国地形复杂，广大农村地区的人口密度远高于澳大利亚，但在这些地区采取何种广播技术、如何实现公平与效益，同样是未来推进数字广播时不得不思考的问题。相信未来中澳应有机会寻求分享在农村地区发展数字广播的技术与经验。

（作者系中国国际广播电台驻澳大利亚首席记者）

文档附件：

隐藏评论

用户昵称： (您填写的昵称将出现在评论列表中) 匿名

请遵纪守法并注意语言文明。发言最多为2000字符（每个汉字相当于两个字符）

3611

发表

中国社会科学院电话：010-85195999 中国社会科学网电话：010-84177878；84177879 Email: skw01@cass.org.cn

投稿邮箱：skw01@cass.org.cn 网友之声信箱：skw02@cass.org.cn 地址：北京市朝阳区望京中环南路1号

版权所有：中国社会科学院 版权声明 京ICP备05072735号