



后制播分离时代电视何去何从？

[【发表评论】](#) [【加入收藏】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【关闭窗口】](#)

后制播分离时代电视何去何从？

作者：张昊 文章来源：人民网 点击数：201 更新时间：2009-4-15

3月上旬，众多媒体报道了这样一则新闻：第一批取得电视剧《我的团长我的团》播出权的四家卫视，为了争夺收视率，展开了一轮收视大战。最终，为避免《团长》恶播事件再度发生，23家电视台签署了自律公约承诺书。这种现象折射出我国电视频道数量的过剩和电视节目内容的匮乏。

制播分离 频道数量猛增之后的及时雨

在“四级办电视、四级办广播、四级混合覆盖”的大背景下，我国电视台呈现出爆发式增长。在十几年的时间内，电视观众能收看到的频道数量从四五个猛增到上千个。频道数量的猛增。据《中国广播电视年鉴2007》数据显示，截止到2006年底，全国共有电视台296座，承载着2984套节目的制作和播出。全国城乡居民每户平均收看到的频道数达到了40.6个，这个数字必将会随着数字电视普及而进一步高速增长。

如此多的频道让电视媒体之间对广告资源展开了激烈的争夺。一方面，广告商最为看重的受众“眼球资源”并不会随着频道数量的增加而增加，而频道的增加实际上稀释了受众的注意力。另一方面，各个电视台的人力资源规模也没有随着频道数量的增加而同步扩大，各个电视台尤其是省市级电视台，难以完全依靠自己的力量满足受众对于电视节目的需求，电视播出的内容资源就出现了短缺。于是，争取更多的受众注意力和填充播出时间就使得“制播分离”模式浮出了水面。

实际上，制播分离在我国电视产业中实践得最早也是最彻底的领域，是电视剧领域。在电视台经营行为的推动下，电视剧成为电视台制播分离的典型。社会上独立的电视剧制作公司生产电视剧，形成卖方市场；电视台购买电视剧播出，形成买方市场。在大众传媒之中，电视是接触人群最广、最为强调娱乐功能的媒体，电视剧则是电视娱乐功能的主要表现。根据《中国电视收视年鉴2008》的数据，2007年电视剧占到全国电视市场收视份额的31.9%，具体到省级卫视，电视剧的收视贡献则高达48.9%，“省级卫视收视明显倚重于电视剧”。而拍摄电视剧的投资比拍摄电视新闻节目和电视娱乐节目的投资大很多，并且电视台购买电视剧播出比自己投资拍摄电视剧要简单实用许多，风险也降低许多。

“独播剧”敲响后制播分离时代

按照我国目前的情况，电视台之间依靠播出平台资源，各电视台之间剧目趋于同质化还能生存，这可能得益于我国巨大的市场。根据《中国电视收视年鉴2008》，2007年电视广告投放总额达2454亿元，占全国各传统媒体广告投放总额的79%，如此规模巨大、利益诱人的市场分得一小杯羹就能得到可观的利润。而电视频道的爆发式增长，使电视台渠道资源的稀缺性弱化，如果电视台继续坚持制播分离的模式，就会出现各个电视台节目内容的同质化。频道数量的猛增，又必然会引起电视台之间对于广告资源的争夺，而不以内容为基础竞争是低水平的竞争，也不利于我国电视产业的长远发展。如果“内容为王”依旧是新闻媒介发展的永恒规律的话，我国的电视产业必然要走出制播分离的窠臼，走向后制播分离时代，具体到电视剧领域，就是电视剧的“独播”时代。

我国目前的精品电视剧的首播多采用“4+1”模式，即四家省级卫视加一家地面频道首播，首轮播出之后其他电视台第二轮、第三轮跟进播出，《我的团长我的团》就是采用这一模式。有资料显示，2005年浙江卫视首创了购买电视剧的“4+1”模式，当时是为了提高购买资金的使用效率。

[\[1\]](#) [\[2\]](#) [下一页](#)

免责声明：作品版权归所属媒体与作者所有!!本站刊载此文不代表同意其说法或描述，仅为提供更多信息。有异议请联系我们。

文章录入: guwc 责任编辑: guwc

- 上一篇文章: [向海外读者讲西藏的故事](#)
- 下一篇文章: [“村村通”10周年 县级官员是“制盲”关键](#)

[【发表评论】](#) [【加入收藏】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【关闭窗口】](#)

站内搜索

文章 下载 影视 关键字

最新热门

最新推荐

会员评论 (评论内容只代表网友观点,与本站立场无关!)

[| 设为首页](#) | [| 加入收藏](#) | [| 联系站长](#) | [| 友情链接](#) | [| 版权申明](#) | [| 管理登录](#) |

建议您使用1024*768分辨率浏览本站效果更佳

中国广播电视协会 版权所有

联系电话: 010-86091726 86091907 技术支持: 9fcs.com

信息产业部ICP/IP地址信息备案号: 京ICP备05037832号