



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

中国数字电视产业化受困价值判断错位

时间: 2005-4-11 8:01:07 来源: 经济观察报 作者: 何辉 阅读976次

不论是日前广电总局大力倡导的“青岛模式”，还是其他几个模式，都已暴露出中国数字电视在其发展道路上所遇到的特有难题。在所有问题中，缺少成功商业模式是最大的问题。然而，仅仅知道这一点并不足以解决问题。我个人认为，在缺少成功商业模式的背后隐藏着一个内在的发展障碍——“价值判断错位问题”。

这一问题在最近关于数字电视发展的热烈讨论中似乎被忽视了——或者更准确地说，是未被揭示。

我在此所指的“价值判断错位”是指中国目前的社会结构中，不同的阶层、不同的人群、不同的利益集团在数字电视发展问题上所暴露的对同一事物的价值出现不同的认知。

对数字电视的“价值判断错位”主要表现在两个方面。

首先是数字电视的广电管理者、投资者、经营者以及潜在受众之间对数字电视价值判断的复杂的多重错位。广电总局已经下定决心要发展数字电视。从战略上讲，这种决定是符合中国广播电视发展需要和全球数字化发展趋势的。但是投资者对中国数字电视的价值判断更为现实。

实际上，目前资本市场还未真正肯定中国数字电视在当前的投资价值。资本的特性是追逐利润，然而目前的数字电视资产回报率远远没有形成对资本的真正吸引力。数字电视经营者则处于巨大的期望和欲罢不能的无奈之间，对数字电视的现实价值判断徘徊不定。

业内人士都很清楚，目前我国很多数字电视频道的节目资源是现成的(旧的)节目资源，有些数字频道的节目内容甚至是把无线电视频道内容照搬到数字平台上。换句话说，在我国，目前还没有大量资本实实在在地注入数字电视，我国目前的数字电视也没有足以支撑自身发展的收入来源。

为什么数字电视无法开发自己的独有的高品质专业节目内容？道理很简单，因为没有足够的资本投入。为什么缺少足够的资本投入？因为回报率太低、风险太大。这是一个怪圈，然而却充满了吸引力。在管理者、投资者、经营者对数字电视议论得沸沸扬扬时，潜在受众就如同等待着挤奶的乳牛。令人遗憾的是，相对于群情激昂、“志在必得”的广电管理者、经营者，潜在受众在目前中国数字电视发展过程中发言权却是最少的。直到现在，我国的广电管理者、经营者一直把发展数字电视的思考重心放在研究“模式”本身，采用一种典型的站在“生产者”立场的思维，而忽视了对数字电视潜在受众的切实研究，因此价值判断的错位和分歧就成为了一种必然。

- 荧屏反腐的盛与衰
- 电视娱乐的发展与批评
- 中国电视业风劲角弓鸣
 - 对决数字电视
- 中国电视剧危在旦夕
- 中国电视，与谁相依为命
- 西部电视突围的三种可能
- 做电视传媒的基金管理者者
 - 电视湘军的点金术
 - 凤凰之路
- 移动电视媒体热的冷思考
- 广播电视不能商业化的...
- 将移动电视引入大众市场
 - 凤凰卫视的故事
 - IPTV与数字电视
 - 播放帝国：广播革命
 - 变革中的广播电台
- 渠道垄断挤压民营电视...
- 制约数字电视产业发展...
 - 电视网上发展的研究
 - 公共广播电视危机症状
 - 数字电视为何难进百姓...

根据国际上数字电视发展的经验，潜在受众对数字电视的价值判断倾向于把数字电视看作作为一种“嗜好”媒体。“嗜好媒体”的节目内容的特征是高度专业化和个性化。数字电视不是一种公共性媒体，它是细分群体的媒体(甚至是“个人”的媒体)。这就意味着制作节目需要更加专业的队伍、更加多的资本投入以及针对更加细分化的人群。

其次，老百姓(包括非潜在受众)群体内部对数字电视价值判断的错位。数字电视“整体平移”发展模式不能仅仅被理解为技术性解决方案。“整体平移”如果缺乏小区居民对数字电视价值的集体认同，在推进过程中必将举步维艰。

如今小区居民的收入情况、生活形态和消费方式可能千差万别。有些专家提出如果把数字电视的收视费在原有基础上增加8-10元左右将解决数字电视的商业模式问题。这一解决方案其实是将费用转嫁给老百姓。如果“价值判断错位”问题解决不了，增费只能是理论上的解决方案。小区居民对数字电视的“价值判断错位”最根本的原因在于我国居民的整体生活水平仍然不算高，还不足以支撑数字电视的全面推广。

从以上两个方面来看，数字电视商业模式成败的关键是统一数字电视的广电管理者、投资者、经营者以及潜在受众的价值判断，形成价值认同。构建数字电视成功商业模式的起点在于改变老百姓的观念，在于加大对原创性内容的投资，而不是在于为任何一个利益集团谋取当前的可观利润。

(作者系中国传媒大学广告学院副教授)

文章管理: mycddc (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 数字电视

- 对决数字电视 (2006-1-12)
- 如何寻找和拓展移动数字电视的运营思路 (2005-8-10)
- IPTV与数字电视 (2005-7-4)
- 数字电视是怎么要了国家广电总局的命? (2005-4-24)
- 国内有线数字电视市场现状调查 (2005-4-12)

>>更多

中国数字电视产业化受困价值判断错位 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.