



学术网 >> 实务 >> 经营管理

也谈广播电视报的生存

2004-03-22

作者: 李莉 | 5000字节 | 阅读: 47次 | 评论: 0条 | 关键词: 广播电视报

[关键词]: 广播电视报

据统计, 现在中国的广播电视报已经有300多家了, 在上个世纪60年代广播电视报刚刚兴起的时候, 它只是一张印制粗糙的节目单; 上个世纪80年代末90年代初, 随着广播电视的迅猛发展, 广播电视报的发行量也一度成为亮点, 有的广播电视报发行量甚至高达上百万份; 从九十年代中期以来, 全国很多广播电视报出现了发行量大幅度下降、广告减少、日子越来越不好过的局面; 而今天, 它俨然已经演变成了影视文化娱乐类报纸, 生存的危机也就随之凸显了……

在报业竞争的压力下, 广播电视报靠节目预告单去“抓”牢受众的做法已经不现实了, 目前, 各电视台都增设了收视指南, 并在短时间内滚动播放, 加上其它报纸, 如都市类报纸也在不遗余力地刊登节目表, 这使得广电报依赖节目单发行的方法大打折扣, 失去了以往的优势。另外, 现代科技也向广播电视报的发展提出了挑战, 网络版的节目单虽然现在还不是广播电视报的最大敌人, 但它已经开始让广电报的受众分流……当然, 广播电视报的困境也有来自于自身的原因, 现在大多数电视报对所刊登内容的深度把握不准——不是过深, 就是过浅, 甚至是庸俗。明星的八卦新闻充斥着版面, 新闻图片极度煽情, 语言文字低俗……是一些广播电视报的常见现象, 这些都降低了广播电视报的品位。广电报的有些文章文气十足, 似乎很有文采, 可事实上大多数广播电视报受众的文化层次是比较低的, 这就违背了“最合适的才是最好的”的原则, 使得电视报的服务与服务对象严重脱节, 所以这类文章属于出力不讨好的那类, 同样不会对广电报的发展起积极的作用。

还有, 广电报的发展还受到机制、体制的羁绊。首先要明确的是广电报的分类: (一) 从主办单位来分, 第一类是广播电视厅局主办的, 跟电台、电视台是兄弟单位, 这在广播电视报业是普遍现象。现在这些广播电视报大都已经名称和财政上独立。第二类是电视台主办的, 如深圳电视台主办的《南方声屏报-深圳电视》。第三类是日报晚报办的影视副刊, 如商丘日报社主办的《京九晚报-影视周刊》。第四类是其他单位主办的, 如大同广播电视学会主办的《大同广播电视报》。(二) 以行政区域来分, 有全国性的广播电视报, 如《中国电视报》。有省级的广播电视报, 如《湖北广播电视报》, 有市级广播电视报, 如《淄博声屏报》《南京广播电视报》。①

无论电视报属于以上哪种类型, 它实际上都难于摆脱“附属”的干系, 在市场竞争中会表现得畏首畏尾。说到底还是体制与机制的问题。

所以广播电视报的生存受到了前所未有的挑战, 那广电报如何在竞争中站稳脚跟呢? 笔者认为, 首先要做到的就是: 明确一点与走出两个误区。

明确一点就是要明确新闻媒介竞争态势的特点, 第一, 传媒竞争已经从名誉之战演变成利益之战; 第二, 传媒竞争已经从赢利竞争转变成生存竞争; 第三, 传媒竞争已经从发行市场份额竞争演变成均衡状态下的最大综合效益竞争。②

而两个误区是指: 第一, 单纯以广告的经营额这样的指标来判断报纸的经营状况。衡量一张报纸经营状况的好坏, 发展空间如何, 不能再单纯用广告经营额这样的指标来判断, 净利润、净资产、负债比率、流动比率等财务指标比广告经营额更能看出一张报纸的当年经营状况、生存状况和成长能力, 更能判断出其发展前景。例如, 在中国, 广告经营额最大的报纸在广州, 而净利润额最大的报纸并不在广州, 利润率最高的报纸也不在广州。③第二, 把广播电视报的生存寄托



jn 文章 jn 动态

SEARCH >>

■ 上一篇文章 Previous

· 新闻线人制度保护刍议

作者: 萧燕雄 周少四 | 2004-03-23

[内容提要] 本文以新闻线人的制度保护为议题, 在阐明新闻线人出现的必然性和必要性的基础上, 分析了新闻线人人身、财产权益缺失的现状和原因, 并提出了保护新闻线人的看法。 [关键词] 新闻线人 制度伴随越……

■ 下一篇文章 Next

· 频道专业化中的 S T P 营销

作者: 张芳芳 | 2004-03-22

从世界经济的发展历程中, 我们可以清楚地看到一条由宽泛向专业化发展的轨迹。中国的电视传媒产业自然也要经历这样一个环节。首先, 在本世纪初, 电视频道专业化进行了尝试与讨论; 到了2003年, 中国电视频道专业……

如何提升 你的专业高度?

这里汇集国内20余家专业出版机构
近5000种图书, 目前国内传媒专业
程度最高的网络主题书店 >>>

中华传媒书店
BOOK.MEDIACHINA.NET

于其网络版。笔者认为，广播电视报的网络版的前景并不乐观。就像网络电视不能一时取代普通电视一样，由于受技术、阅读习惯、受众特点等方面因素的影响，网络版的广电报也不能在短时期内取代纸质的广电报，甚至它永远都不能取代纸质广电报。事实上，试图利用网络版的广电报缓解竞争压力不会有明显的成效，因为网络版的广电报也没有明显的核心优势，它与纸质媒介的广电报面临着几乎同样的困境。

所以，广电报的生存问题，不在于它是纸质媒介还是网络媒介，而在于它自身的均衡状态下的最大综合效益的追求。如果从发行量角度观察，所谓均衡状态下的最大综合效益是追求最佳发行量而不是最高发行量。最佳发行量的含义之一，是要求发行量与发行成本，或者说与发行补贴之间比例要合适。^④

广播电视报要想在激烈的市场竞争中占有一席之地，建议注意以下几个方面：

第一，注重经营。广播电视报的经营主要分四个层次：1、发行与广告，发行与广告并举，相互补充，相互配合；2、新闻生产过程中诸多环节的经营，在成熟的市场上，采编与印刷是分开的，甚至策划都可以独立出来；3、无形资产的经营，例如信誉、品牌等；4、投资运营与资本运营。

第二，要对广播电视报领域进行全行业整合。市场竞争与行政手段共同服务于整合。已经开展7个多月的“治理党政部门报刊散滥和利用职权发行”工作，取得的重要阶段性成果表明报业的整合治理有其积极的作用，据治理工作领导小组办公室提供的最新材料，在这次治理整顿中共停办报刊677种，直接减少全国基层和农民年报刊征订费用1.8亿元。所以广播电视报业不防也来一次整合，让市场作为竞争的主导，附以行政手段加以规范，以减员增效节支为目的，整个广播电视报市场只由几家甚至一家大的报纸经营不是没有可能的。如果通过市场竞争，只存在几家有存活能力的广电报，然后这些报纸再根据广电报的地域性、市场性、家庭性、娱乐性、工具性等特点进行经营，也许不失为一良策。

第三，广电报的新闻工作者的素质问题。应该多吸纳有多学科背景的人，他们可能会为报纸的创新提出意想不到的建议，关键是挖掘与发现能洞察导致昨天成功而不适应今天形势、明天要求的東西的人才。积极革新用人制度，以市场为导向淘汰与广电报体制、机制不相适应的人员，大胆启用新人。

广播电视报市场还是一个未分割的蛋糕，它等待着英明人士的青睐！

参考资料：

① 参见《广播电视报的现状和发展前景》，来源：世纪易网，2003年2月17日21:52；

② 参见《再造传媒》，第五页，陆小华 著，中信出版社，2002年9月第一版；

③ 参照《再造传媒》，第七、八页，陆小华 著，中信出版社，2002年9月第一版；

④ 参照《再造传媒》，第八页，陆小华 著，中信出版社，2002年9月第一版；

作者：李莉（O3级研）

单位：北京广播学院

E_mail:bbily@tom.com

QQ:260920868

李莉

