

开启崭新的气象电视时代 ——中国气象数字付费频道的市场前景与品牌打造

石永怡

(北京华风气象影视信息集团有限责任公司, 100081)

提 要:“分众”时代的用户需求和激烈的国内外广电行业竞争, 推动了我国数字付费电视的发展。中国数字电视显示了巨大的潜力, 但发展瓶颈依然存在。在数字电视的格局下, 中国气象频道拥有独一无二的内容资源、强劲的用户需求和多元化产品的服务。如何在此基础上、于明晰的品牌定位下, 进行以内容建设为核心、协作运营机制为保障的中国气象频道的品牌打造, 是成就气象频道卓尔不群服务品质的必由之路。

关键词: 数字电视 气象频道 品牌 运营机制

数字电视可以给人们带来前所未有的观赏效果和更加个性化的视听选择。但我国究竟为什么要不遗余力地在全国大力推进数字电视业务的发展? 这背后有怎样的深刻背景和原因? 本文首先从推动数字电视开启的动因谈起。

1 启动数字付费电视频道的动因

1.1 “分众”时代要求电视频道提供更具个性化电视服务

物质发展与精神满足的关系理论指出, 人的精神文化需求是包含了物质基础满足在内的一种超越性满足需要。人们在满足了衣食之需之后, 必然要把更多精力转移到如何提升自身精神生活的质量上来。至2003年, 我国人均GDP已经达到1000美元, 消费结构由温饱型向发展型、享受型升级; 同时, 截至2002年底, 全国电视综合人口覆盖率已达到了94.54%, 2058个电视频道, 全国全年播出量达1000万小时的庞大市场。受

众因自身多元化的文化需求和电视媒体的急速膨胀, 获得了更大的媒体选择空间。他们已经逐步摆脱播什么看什么的被动局面, 按照自我需要主动参与到对海量电视节目的选择之中。因此, 为了吸引某类观众的长久驻足, 面向某类人群、更加对象化、个性化、多样化真正的专业频道呼之欲出。

1.2 竞争激烈广电思变

从1980年代以来到1990年代中期, 中国广告业的增长速度平均保持在30%以上, 远远超过GDP的增长速度。但是从1997年全球金融危机以来, 中国广告业的发展速度逐年放缓。2000年, 在报纸、广播、杂志都呈现良好势头(分别增长21%、25%、49%)之时, 电视广告却出人意料地呈现-12%的负增长。我国的电视广告收入已经走过了一个低基数, 高增长的阶段, 进入高基数、低增长的阶段。光靠广告经营早已无法平衡一些频道的运营开支。广电媒体的经营捉襟见肘, 不得不见危而思变。电视媒体

要站稳受众市场，亟须利用市场经济的手段来完善产业结构，寻求新的盈利点。

1.3 海外数字电视蓬勃发展

在国内蹒跚起步的数字电视产业，其实在国外一些发达国家已有十几年的发展历史。总体来看，世界各国都十分重视广播电视的数字化，并制定了一系列的政策和措施推进电视数字化的进程。在全球化的背景下，我国电视传媒要参与国际竞争，必须尽快发展数字电视，丰富媒体产业链和服务手段，将传媒事业做大做强。

根据国家广电总局下属的《广播电视台信息》杂志社发布的《2005—2006 中国数字电视产业报告》的统计数字，2005 年全球数字电视用户达到 1.7 亿，比 2004 年增加了 4000 万左右。英国是目前数字电视普及率最高的国家，数字电视用户已经达到了 70%，其次是美国，普及率为 55%，日本的数字电视普及率为 50%，欧洲的数字电视平均普及率约为 30%。全球数字电视平均普及率超过 16%。

2 我国数字电视市场发展现状

2003—2007 年，在中国历史上仅是短暂的一瞬。然而，在中国电视业发展的视域中，却正在进行着一场划时代意义的、深刻的媒介变革。从 2003 年起，中国的数字电视从理论、试验走向了实质性运营。四年 来，在国家和广电总局的大力推动下，我国制定了有线数字电视发展规划、过渡时间表以及一系列技术政策、标准规范，建立了由节目平台、传输平台、服务平台和监管平台构成的有线数字电视平台架构。有线电视数字化取得了突破性的进展，在信道选择、用户推广和数字内容构建上都探索和实践着一条有中国特色的有线电视数字化发展模式。

在政策层面，自我国数字电视启动以来，党中央和国务院就一直高度重视广播影视数字化工作，对于数字电视的发展予以极大的政策支持；在用户推广上，我国探索有线电视数字化整体转换模式。所有试点单位都建立了有线数字电视技术平台，青岛、杭州、深圳、绵阳、梧州、南阳等城市已完成整体转换，进入了开展多种业务、拓展服务领域的新阶段。佛山、大连、太原、广西、广东、重庆、天津、上海、云南、四川、遵义、厦门、泉州等地区正大力推进整体转换；在技术标准上，我国已取得了突破性的成果，摆脱了单纯依靠国外知识产权的被动局面；有线电视网络整合，我国也取得了重大进展。原有分散的有线电视网络得到进一步整合，市场运营主体培育得到加强，有线网络运营环境得到改善；在数字电视内容建构上，总局已批准建立了四家全国性付费频道集成运营机构，它们是中央数字电视传媒公司、上海文广互动电视有限公司、鼎视数字电视传媒有限公司和电影卫星频道节目制作中心。中央电视台中央数字传媒有限公司和上海文广集团已经开播了高清电视。

3 中国气象频道的市场前景

在中国数字付费电视飞速发展的宏阔格局中，中国气象频道已登上中央数字集成传媒平台向各全国各地的有线数字电视用户进行整频道的节目传送，实现了从散点节目到“重拳出击”的质的飞跃，从根本上改变了目前中国电视天气节目的整体面貌。经过市场的考验，频道节目和播出格式也得到了广大用户和受众的初步认可。在今后，在 100 余套有线数字电视节目中，如何成就中国气象频道自身的卓尔不群，就成为我们孜孜以求的目标。

通过分析，我们认为中国气象频道的市

场优势包含以下三个层面。

3.1 独一无二的内容资源

天气与每个社会个体生活之间有着紧密的连接纽带。澳大利亚在运营气象频道时曾做过的调查显示，与 FoxNews、CNN 有线电视网、TNT 有线电视网、Discovery 探索频道相比，气象频道对人们的生活帮助最大，能够最大限度地帮助人们如何分配时间。随着全球环境的不断恶化和我国经济高速发展所带来的资源、环境、生态压力的日益加剧，今后一段时期内，我国自然灾害的形势十分严峻。这便需要让广大人民群众通过最普及的电视媒体及时准确地掌握和利用各类气象预警预报信息。而我们全国、各省市的电视气象服务部门恰恰具有气象的独家内容储备和独有的气象信息资源，这是其他任何电视运营机构都无法克隆和复制的。

3.2 受众需求非常强劲

天气资讯与每个人的生活都息息相关，是人们重要的出行参考。全国性的调查数据显示，在各种类型的电视节目里，天气预报节目的收视率和接触程度排名第一，每天收看气象节目的观众达 10 亿人次。

央视·索福瑞媒介研究（CSM）于 2004 年发布的《中国数字电视报告》中显示，针对城市居民潜在用户 60 个付费专业频道个人需求情况调查中，气象频道需求高居第五位，需求百分比高达 78.1%。仅次于新闻、电视剧、喜剧电影、法制频道。这说明，中国气象频道在数字电视平台上具有强劲的市场需求。

在此需要特别提及的是，华风影视集团为了让中国气象频道能够真正地贴近实际、服务群众，倾听广大观众真正的呼声，掌握受众需求的第一手资料，在 2006 年 9 月，斥资委托央视研究调查公司对全国电视受众

进行了抽样调查。调查方式包括访谈和调查问卷两种，调查样本达 1000 余份。通过这次大规模受众调查我们看到了现有气象电视节目优势与不足，同时也更加坚定了我们推进中国气象频道，打造中国气象频道品牌的决心和信心。

3.3 服务产品多元化满足受众需求

中国气象频道提供的是一种多样化的服务，兼具专业化与大众化的特色。它除了提供气象频道的应涵之意——以最快的速度，不间断的、全天滚动播出的方式，播出全国及世界各地区的天气预报、气象资讯信息。此外，还以最先进的传播手段第一时间追踪最新发生的天气/气候与自然灾害动态，并进行多角度的气象解读和评论；拍摄、引进科普专题片为新近发生的重大自然灾害及生态环境事件，提供相关背景信息；制作气象生活服务类节目贴近受众需求。

从我们此次进行的受众调查结果看，受众对多元化气象项目的需求欲望很高：六成以上的受众对不同气候下旅游地区的旅游常识、不同气候下旅游地区的风景特色感兴趣；七成以上受众关注灾害性天气对居民生活的影响；六成以上受众关注灾害性天气对周围环境的影响，居民的防灾常识和灾害天气的发展趋势；接近半数受众对灾害性天气的成因有浓厚的兴趣。根据受众的需求，中国气象频道在不断调整栏目的内容和形式的同时，对气象服务进一步细分，力图让不同栏目具有更加明确的受众指向。

4 中国气象频道的品牌打造

4.1 中国气象频道品牌的自我定位

（1）中国气象频道的愿景：全国上下气象部门通力合作，充分利用气象广博的资源，打造多媒体、领先的公众气象服务产

品。

(2) 中国气象频道的使命：充分利用气象资源，在“大气象”概念的引领下，坚持“以人为本、无微不至、无所不在”的服务理念，统一布局，地方节目定时接入，共同打造全天候、独一无二的气象服务和灾害预警预报发布平台，让气象服务信息快速、高质传递。全国上下合作共赢，通过内容整合，扩大与提升中国气象局的气象服务品牌。

(3) 中国气象频道的品牌定位：全方位、多角度的电视气象服务。

(4) 中国气象频道品牌的品牌属性：可靠的、亲切的、快速的、及时的、高品质的。

(5) 中国气象品牌的核心承诺：“满足你关于天气的一切需要”。

4.2 以内容为核心的品牌打造

(1) 以气象资讯为主，相关专题为辅的内容构建

从此次华风影视集团进行的全国范围的受众调查看，人们对气象服务的需求已不仅仅满足于简单天气预报信息的接纳，对气候变化以及由此产生的生态变化、环境问题也日益关注。目前中国气象频道的节目，还主要以全球、全国、各地的天气形势和预报为主，不断循环滚动播出。根据此次调研结果，今后，气象频道在资金允许、频道入户量达到一定规模的前提下，还会引进优秀的国外气象、地理专题节目，对气象、地理等专题节目投入制作力量。继续对气象系统原有的“八轨道”服务进行电视化的深入开掘，从生活、心理、经济、健康等多视角去阐释和解读，从而吸引更多受众的关注。

我国是世界上受自然灾害危害最严重的国家之一。充分发挥电视媒体的大众传播功能，完善突发性公共安全事件预警应急体系

的需要，特别是针对有广泛公众影响的灾害性天气，进行现场报道，是聚集和提升中国气象频道影响力的重要方式。从 2002 年至今，华风集团每年都对沙尘暴、台风、暴雨等重大灾害性天气进行追踪报道，尤其是在 2006 年中国气象频道开播后，直播的频次更多，从社会学、公众心理、媒体社会公德、社会保险等视角，对台风“珍珠”、“碧利斯”、“格美”的直播追风报道引起了社会各界的积极反响。这些特色节目进一步提升了气象节目在社会公众心中的影响力。

(2) 专业性信息的大众读解

电视作为人民群众最喜闻乐见和普及率最高的大众传媒，正是因为其视听结合、生动直观，最大限度地逼近现实生活的媒介属性。为了满足不同学历层次、不同年龄段受众的需求，电视节目中的话语表达应该足够地通俗、易懂。气象频道在“大气象”概念引领下，可以传播气象、自然、环境的知识，受众对这部分内容的需求愿望也很高。但我们讲解这些知识背景时的传播方式一定要是直观的、通俗的，甚至是有趣的、有悬念感的、好看的。总而言之是电视化的。

电视媒介的大众属性要求我们气象节目的、主持人、编导、出镜记者以及节目嘉宾时刻牢记电视传媒的特殊性，和所面对的电视观众的广泛性。一个优秀的气象节目从业者不但要有正确完整的天气观，同时还要具备从大众视点解读天气和理解气象信息的能力，从内心深处去关注不同受众的需求，真正走进受众心里，通过节目赢得群众的亲近和信赖。

(3) 独特的频道播出格式（频道编排）

中国气象频道采用了世界先进的播出格式理念，将节目、频道 ID、片花、收视宣传片、频道宣传片，这些播出物均匀地分布在播出轨道上。这种非栏目化，整频道打通的播出方式，以 10 分钟为基本单元，全天

高频次滚动播出,内容随时更新。虽然从目前的频道面貌看,由于气象信息实时资料的提供速度还无法跟上高频次的滚动播出,气象信息在短时间内及时更新的最初设想在频道开播初期还没有完全实现。但频道设计的这种先进的播出理念,已经从根本上改变了目前中国电视天气预报的整体面貌。这种不断滚动的播出格式契合了现代社会人们快速的生活节奏,和追求高效的时代要求。

但从观众反馈上看,一些用户对频道现有10分钟快速滚动的模式还不太适应。人们期待中国气象频道能够在先进的播出格式框架基础上,增加一些气象与健康、饮食、出行等与百姓生活联系更加紧密的内容。他们希望能够看到更多的气象、地理、自然和环境的背景知识,也希望看到旅游地区的风景名胜画面。这就需要中国气象频道在现有的基础上进行节目类型的分布调整,适当增加专题片和与气象相关的生活服务类节目的比例。

4.3 上下协作的运营机制

真正市场化的竞争机制是建立在合理的管理运营机制之上的。只有建立起有效、合理的运营机制才能大大增强企业自身的抗风险能力,提高企业的竞争力,实现企业的良性循环和长远发展。从频道发展的现状看,中国气象频道要在众多数字频道中脱颖而出,迫切需要中央和各省市的气象影视部门展开互动协作,沟通互补,建立合作共赢的运营机制,共同推动中国气象频道的跨越式发展。

在用户推广机制上,自2006年5月18日开播后,中国气象频道在数字有线付费电视系统内运行,中国气象局作为频道的开办主体把节目信号提供给中央数字传媒数字付费频道集成机构,由集成机构按照市场机制进入地方数字有线电视网,然后再以一定的

价格卖给数字电视用户。但从目前的频道落地结果看,由于各地由模拟电视到数字电视整体平移、转换的步伐不尽相同,全国范围内气象频道的入户数量还并不十分理想。为了改变目前频道落地难的现状,扩大频道的入户量,目前,华风影视集团正在积极和有关节目平台集成商协商,探讨“以各省、市为单位分区代理”的用户推广机制,努力实现中国气象频道用户数量的快速增长。

在频道节目集成机制上,全部依靠中央业务中心制作节目无法照顾到特殊地域、环境中受众的需求,无法给不同环境、不同地域的用户提供最具个性化、人性化的气象服务。因此,在中央业务中心制作主体节目,统筹节目编排的框架下,各地方气象节目的提供,更希望得到各省、市兄弟单位影视中心的大力支持。

5 结语

马克思主义认为,事物的发展都陈陈相因,呈波浪式前进。事物发展是前进性和曲折性的统一。在新旧事物交替的过程中虽然道路曲折,但是前途光明。在国内推广发展的4年中,中国的数字付费电视显示了巨大的潜力和前景,但困局同样缠绕着这个新生事物时,我们必须放弃狭隘的目光和轻视新生事物的心态,充分认识中国电视的数字化变革这个战略机遇期对于气象电视事业的发展所具有的重要作用;必须紧紧抓住可以大有作为的重要战略机遇期,迎接挑战,解放思想,更新观念,创新工作机制,做好提升节目质量、推进频道营销、凝聚电视人才工作。努力建设国际水准的中国气象频道,使之在保障社会公共安全、建立灾害预警应急体系和建设社会主义新农村、构建和谐社会中发挥越来越重要的作用,为全面建设小康社会做出应有的贡献。