

# 三网融合背景下广播电视公共服务体系的SWOT分析

宋芳, 马军

(内蒙古工业大学国际商学院, 内蒙古 呼和浩特 010080)

**摘要:**科技的不断发展,使三网融合成为媒体发展的新趋势,三网融合主流趋势的发展给广播电视公共服务带来了机遇与挑战。本文从三网融合背景下广电体系影响的角度出发,运用SWOT分析方法,对三网融合下广播电视公共服务体系的内部优势、内部劣势、外部机会与外部威胁进行分析,根据得出的分析结论提出战略规划、探索新的运营模式、拓展业务等建议,从而完善我国广电公共服务体系。

**关键词:**三网融合;广播电视公共服务体系;SWOT分析

**中图分类号:**G22

**文献标识码:**A

随着十八大的召开,在以公共服务为中心转型的我国政府发展中,公共服务体系的建构与健全凸显着重要性。本文通过对广播电视公共服务体系在三网融合背景下进行SWOT分析,并借助三网融合背景优势,化挑战为新契机,促使我国广播电视行业进一步发展。

## 一、三网融合背景下广播电视公共服务体系的现状

### (一)三网融合的发展政策

有学者指出:“三网融合是指广播电视网、电信网与互联网的相互融合”,其中互联网是核心。通过技术对三大网络的优化,使之提供的通信业务具有多媒体综合的特点,但在现阶段主要表现为技术上趋向一致,业务范围趋向相同。

2001年通过的“十五规划纲要”,首次明确提出“三网融合”,“促进电信、电视、计算机三网融合”<sup>[1]</sup>。2006年通过的“十一五规划纲要”,提出积极推进“三网融合”。但因某些因素制约,使得发展进度十分缓慢。2010年5月通过的《推进三网融合总体方案》,该方案指出推进广电和电信业务双向阶段性进入是三网融合试点阶段的重点<sup>[2]</sup>。

2012年温家宝同志在政府报告中指出:要不断地创新和发展信息技术,注重网络基础设施的建设,从本质上推动三网融合的发展<sup>[3]</sup>。

2014年李克强总理在政府工作报告中指出:“加快4G发展,全国推行三网融合”。2014年3月14日,《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》中指出:要加大对广电网络服务平台建设的投入,促进产业与服务业的融合发展,全面推进三网融合。

### (二)广播电视公共服务体系的现状

\* 收稿日期:2014-06-05

基金项目:内蒙古自治区科技计划项目“内蒙古广电网络公司传输公共服务体系构建及其应用研究”(20130362)

作者简介:宋芳(1989-),女,内蒙古工业大学国际商学院2013级硕士研究生;马军(1971-),女,内蒙古工业大学国际商学院教授,管理学博士,研究方向为公共管理、产业经济。

### 1. 传输覆盖服务

在三网融合背景下,信息采集和传播的渠道实现了信息丰富、渠道和技术的多元化。广播电视公共服务体系在试听新媒体交叉与融合、竞争与合作的条件下,使信息在获取与传播的渠道上丰富与多元。这是由于互联网与传统的广电媒体的相互融合,促使网络信息承载量、音视频资源、各媒体信息的供给量大幅增加。由于三网融合,更多的信息和服务被传播,有更多的途径提供服务,为建立广播电视公共服务体系提供了丰富的信息数量与供给渠道。

### 2. 节目内容服务

广播电视通过立体展现手法声、光、影的利用,带来好的听觉和视觉效果,带动观众参与网络和手机等互动,制造娱乐热点话题,使参与性娱乐代替欣赏性娱乐,观众的注意力被深深吸引。它能够提供给大部分公众的所需,做到节目传播普及性与思辨性,重点内容与常规内容、热点事件与普通事件的协调,并且节目内容要满足不同年龄、不同群体公众的需要,使公众拥有较为均等的享受广播电视传播内容的条件。

## 二、三网融合下广播电视公共服务体系的SWOT分析

### (一)内部优势分析

#### 1. 传输覆盖范围广

广播电视“村村通”工程,于1998年开始在全国实行。西藏和新疆边远地区也从2000年起实施“西新工程”,电视覆盖的部分“盲区”被消除。2011年,“户户通”工程在还未通达有线网络的农牧区实施,截至2011年底,内蒙古广播电视综合覆盖率分别达到97.41%、96.19%。据国家广电总局统计:截至2013年8月底,我国有线数字电视用户达到1.54亿户,有线数字化程度约为71.42%。

#### 2. 服务内容与质量不断完善

三网融合背景下,广播电视公共服务体系服务形式和质量随着数字化进程、新业态的产生,提高了建立健全的要求。不断创新的新式服务,在覆盖面和便利程度上推动了广电公共服务体系的建立,使服务体系更人性化,服务质量不断提高。根据图1

的数据可看出,我国居民家庭可接受到的电视频道数量不断增加。

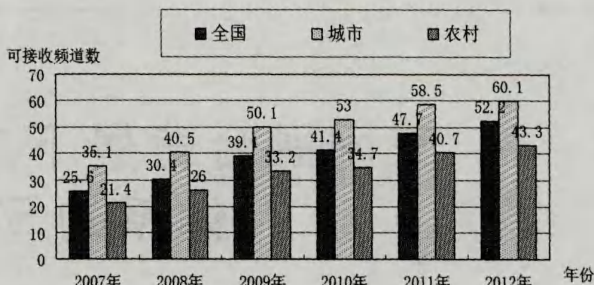


图1 全国及城乡居民家庭可接受电视频道数量

数据来源:CSM 媒介研究全国收视调查网

另外,广电系统具有更丰富的内容管控经验。作为国家政府喉舌部门的广电,其意识形态领域的监管具有重要地位,在奥运会等活动中就验证了其安全播出体系和应急机制,媒体所承载的社会责任和“利润的最大化”被同时注重。网络发布的《中国广播电视公信力评测报告》显示:受众对不同媒体对同一事件报道的信任程度不同,见图2。

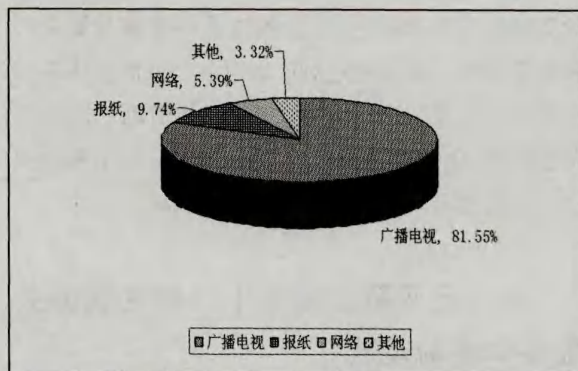


图2 对不同媒体的信任程度

数据来源:《中国广播电视公信力评测报告》

### (二)内部劣势分析

#### 1. 机制不健全

##### (1)管理体制不健全

中国电信、移动、联通是电信业经过重组制后的全业务运营商。而广播电视网络仍没有形成统一的竞争主体,仍是由中央到地方的分级管理、分散经营的行政事业管理体制,能与三大电信运营商媲美的企业难以找到。股东的利益和地方网络公司管理层利益在推进国家级有线电视网络整合的过程中受到

影响,组织结构、人际关系能否在整合之后的国家级有线网络公司尽快整理好,更快地实现现代化企业运营,是即将面临的挑战。

## (2) 市场运行机制不完善

三网融合为新、老媒介提供了一个自由的竞争平台,广播电视网络仍停留在依靠政策发展的阶段。而市场竞争机制被电信系统的移动业务较早引入,积累了丰富的市场运作经验,形成了自上而下的科学管理体制和规范的营销策略,拥有大量的专业性人才。

## 2. 网络技术水平低下

传输宽带电视信号是广播电视网络的主要方式,但全网全通的单向网络并没有完成,网络建设的规模与质量并不统一。广电网络在实施双向网改时,不仅需要时间的检验,更要与电信网或互联网所进行的光进铜退工程实现融合或对接。

## 3. 投入不足

广电服务本质是一种公共产品,又加上运营经验的缺乏,广电在资金实力上与电信无法相比,广电的短板是投入不足且不稳定。广电系统缺乏科研和技术维护专业型人才,然而电信的专业人才队伍为完善网络系统提供有利的支撑。

## (三) 外部机会分析

### 1. 国家政策支持

国家政策对广电的倾斜可从三网融合互相准入的内容看出,网络电视(IPTV)的集成播控平台将由广电负责建设管理,电信负责传输。以广电总局NGB建设为契机,政府全力支持广电有线网络的改造,为此拨启动资金800亿元。

### 2. 可实现资源共享

三网融合不仅可以整合三大网络中所有有价值的视频、图片、文字等新闻信息资源,拥有更多的途径汇集信息;也使更多信息资源得到交换和整合,突破传统媒体的局限。今后媒介的发展趋势应是一个多元化、一体化的媒介传播平台,实现资源共享,为观众提供最优质的服务<sup>[4]</sup>。

### 3. 多元化的传播方式

信息传播的方式和渠道随三网融合的发展改变甚大,人类随新媒体进入到了全媒体时代,是传统媒体与新媒体共存融合的趋势。媒体在三网融合背景下可以利用手机、微博、微信等传播模式传播信息,

如《爸爸,去哪儿》、《我是歌手》等节目为传播和竞争,用微博进行节目宣传。根据图3可知受众对同一事件报道的获取来源渠道。

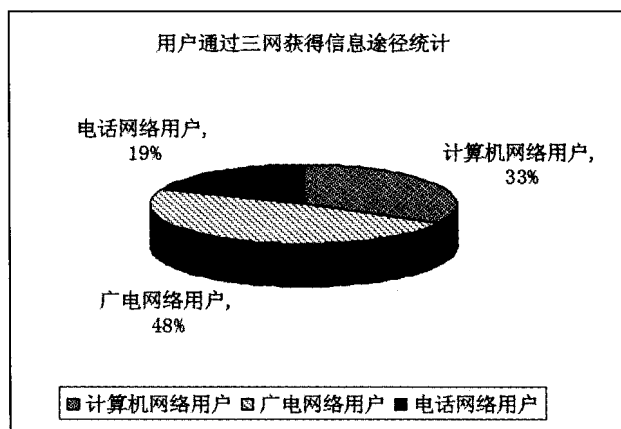


图3 用户获得信息的来源

数据来源:CSM 媒介研究全国收视调查网

## 4. 加快广电网络的基础建设

国家的政策一直鼓励广电“专网建设”,不断提升广播电视网(NGB)的市场竞争力。有线数字电视整体转换和移动多媒体广播(CMMB)的成果是下一代广播电视网(NGB)的基础,有线无线相结合、全程全网的中国下一代广播电视网技术体系的自主开发符合我国国情,它具有可管可控、互联互通、全程全网、宽带双向等主要特点。

## (四) 外部威胁分析

### 1. 现有用户资源分流

电信已形成一整套市场运行规则,客户群体的可观数量和品牌优势得以保障,3G和4G正在广泛推行使用,促使手机上网的人数猛增。据相关数据统计显示,2013年我国网民规模已达6.18亿,手机网民达5亿,并依然保持着快速增长的势头。由此可见,新兴媒体势头强劲,在占有受众市场中具有很大比例。

### 2. 传统业务受到冲击

三网融合使电信网络可开展很多原来在广电的业务,这让广电不仅失去电视传输通道的垄断地位,而且使其社会价值也受到影响。传输语音、数据、视频的能力在三网融合下被电信运营商同时具备,广泛应用新的移动通信技术,并将光纤向用户端延伸,在双向传输业务中充分利用电信网的移动性及传输频带,冲击了有线电视网。广电业务的单

一性及传统的事业管理模式影响,冲击了广电的传统优势业务。

### 3. 经济利益受损

广电除了宣传政策法规、社会舆论导向、政府形象宣传等工作,还要增加收入。市场经济体制下,广电的广告收入大幅度减少。经了解,手机和互联网这两大优势传输渠道被电信所拥有,并且掌握大量的信息资源,这是吸引广大商户强有力的“诱饵”,原本广电大量的广告客户源流向电信。

### 4. 优质的电视节目稀缺性突出

频道资源随新媒体的发展不断增加,高产量、高质量的电视节目却不断减少,电视内容的单一化与传播渠道的多元化的矛盾使得优质优量的电视节目十分稀缺。节目是新旧媒体的核心,但现阶段我国

电视节目的生产能力无法满足与日俱增的传播容量,其典型就是火爆一时的娱乐节目,部分节目在理念与内容上盲目跟风、模仿。从根本上缺乏对节目本质上的改革和创新,只是一味的依靠外在形式的“包装”和改版,这不仅使媒介资源浪费,并且使大量的受众流失。

### (五)分析结论

根据下表可以看出:目前国家对于广播电视公共服务体系的建设十分重视,加大投入,不断完善公共服务体系。基于以上分析,广电应主要采用 SO 策略,利用有利的宏观环境,充分发挥自身优势,抢抓机遇,乘势而上,精心规划,积极推进,创造性地开展工作,不断完善体系的建设。

表 SWOT 分析

内部能力 外部因素	优势 (strengths) S1 传输覆盖范围广 S2 服务内容与质量不断完善	弱点 (Weaknesses) W1 机制不健全 W2 网络技术水平低下 W3 人员、资金投入不足
机会 (Opportunities) O1 国家政策、资金的支持 O2 资源整合,实现资源共享 O3 多元化的传播方式 O4 加快广电网络的基础建设	SO 战略组合 SO1 加强与其他媒介合作 SO2 创新形式,拓展业务	WO 战略组合 WO1 完善相关体制 WO2 推进网络双向化 WO3 提升员工综合素质 WO4 加大资金投入
威胁 (Threats) T1 现有用户资源分流 T2 传统业务受到冲击 T3 经济利益受损 T4 优质的电视节目稀缺性突出	ST 战略组合 ST1 充分利用覆盖范围广的优势 ST2 创新广播电视节目的内容、形式 ST3 注重资源的开发与利用	WT 战略组合 WT1 制定战略转型规划 WT2 创新运营模式 WT3 转变服务方式,体现多元化 WT4 拓展制作与传播增值业务 WT5 借鉴其他媒介的经验 WT6 创新节目的形势与内容 WT7 注重受众的不同需求

转型。

## 三、三网融合下完善广播电视公共服务体系的建议

广播电视公共服务体系在面对三网融合所带来的机遇与挑战时,要充分利用其优势契机,变阻力为动力,完善广电服务体系的建设,推动政府向服务

### (一)制定战略转型规划

广播电视在三网融合下,应制定战略转型规划,以此缩小与电信的差距。根据广电的现状,建立一套适应三网融合的体制机制,为了实现有线电视网络提供向网络、数字化、综合化的信息服务,在现阶段转型的战略是向现代、交互、数字、综合业务服务

商转变。

## （二）探索新的运营模式

首先要提升市场运作能力,这就要求业务创新、服务创新和运营模式创新。探索、培育基于互动门户、VOD 和时移电视的互动广告运营模式是创新的运营模式重点,给用户带来全新的“电视”体验——把互联网上典型的服务与应用移植到双向机顶盒平台,实现了多元化。另外要及时为每一个家庭、每一个终端提供精细化的周到服务,做到明确服务定位,完善服务规范,严格服务管理。创造好的公众口碑与服务品牌,使受众权益得到维护。<sup>[5]</sup>

## （三）推进网络双向化改造并拓展业务

三网融合背景下,双向宽带网是广电实施战略转型的必要条件。在网改策略中,第一需要在全网推广机顶盒互动业务,就要实施低成本、低带宽双向化的改造;第二要获得更大的宽带和语音业务市场份额,这就要分阶段、分区域对宽带接入网进行扩容、提速。这种策略既可缓解资金不足的现状,又符合全网部署双向业务的战略需要。<sup>[6]</sup>广电与电信在资源上应合理利用、优势互补,在节目内容方面应注重发展高清电视、互动电视、手机电视等业务,以满足各种受众群体。

## （四）提升员工综合素质

广电在三网融合市场竞争下取胜的技术保障是广电的业务建设。生产力中最活跃的要素是劳动者,企业发展的质量在很大程度上取决于劳动者的素质。因此,广电员工要学习高科技理论知识和掌握一定的专业技能,提高自身的应变能力和综合素质,培养出一批懂技术、懂经营、懂管理的复合型人才。

## （五）内容创新

在三网融合的背景下,不断创新节目的理念、内容、形式是电视节目吸引受众的关键与基础。满足受众的需求是作为文化产品的电视节目首要问题;优质的精品节目是吸引消费者的眼球进而实现电视节目制播方的利益的关键。在媒体环境与受众需求

千变万化的现状下,传统电视节目必须坚持做到保持节目理念、内容、形态与宣传策略的创新。现代传媒的信息泛滥,就要求运营模式要以受众为中心。但是有限的资源并不能让所有节目都成为品牌节目。好的节目编排能使整套节目的整体效应充分反映。把节目的亮点充分反映出来,带动受众参与进来,提升节目的整体效果,从而提高频道的整体竞争力。

## （六）模式创新

与其他媒体合作是任何媒体提升的必要条件,这种合作是要求在节目创意、制作、反馈等多个环节的合作,而不是仅仅传播模式的改变。最大程度的贴近民生,满足民意就是要把主动权交给观众,通过网络新媒体可以征集到受众的创意、节目设计到邀请嘉宾等环节意见。节目的影响力与竞争力、受众的参与度因利用通讯设备和网络与受众互动而增加。随科技在全球化的发展,传播渠道与传播载体的多样化,使很多网络平台成为电视节目新的传播阵地。

## 参考文献:

- [1][6]梅海艳.三网融合下广播电视面临的挑战[J].现代视听,2011(02):41-43.
- [2]王大伟.国家级广电网络公司有望上半年挂牌[EB/OL].[http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_a55c91ca01015kpf.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_a55c91ca01015kpf.html).2012-07-21.
- [3]李育林,沈嘉达,金洪申.三网融合对广电的影响及广电应对策略[J].有线电视技术,2013(05):41-43.
- [4]王晓敏,邱晗.三网融合下传统媒体的生存与发展问题探析[J].学习与探索,2013(07):104-105.
- [5]郑英兰.三网融合给广播电视网络带来的机遇与挑战[J].中国有线电视,2012(06):684-687.