

拼实力、拼耐力

——厦门广电鏖战移动电视市场

文 / 燕文慧 黄合水

今年5月31日起,厦门市民惊喜地发现,公交车站、轮渡码头、中山路等公共场所也能看电视了。这就是厦门电视台全新推出的厦门移动电视频道,它既是厦门广电集团的第6套电视节目,也是全省第一个数字移动电视频道。专门为移动人群打造的电视频道,使人们随时随地看电视的梦想成为现实。

试播两月:不打无准备之仗

厦门移动电视早在今年3月就开始试播,并对今年厦门的马拉松赛进行了直播。经过2个多月的实验播出,这次正式开播的厦门移动电视在节目编排、终端布点、技术保障等方面都进行了大幅度的优化创新。节目分为新闻、资讯、娱乐三大类,

播出时间从早上6点半到晚上11点半。新闻类节目中每天同步播出《新闻联播》、《厦视新闻》、《特区新闻广场》三个栏目,世界杯期间还对赛事进行转播,大大方便了市民在户外对新闻娱乐资讯的需求。到正式开播日为止,厦门广电数字传媒公司已经在轮渡、火车站、机场、医院、公交车站、中山路等公共场所和观光巴士、402路公交车、部分私家车等交通工具上,安装了300个终端,初步完成了重要场所的终端布点,每天覆盖人群达35万人次。该公司副总经理林瑞松介绍,这套节目采用世界上最先进的数字电视技术,通过无线数字信号发射、地面数字接收的方式播放和接收电视节目。其最大特点是移动、固定均可接收,

在处于移动状态、时速150公里以下的交通工具上,仍能保持电视信号的稳定和清晰。无线数字信号可覆盖全岛,以及翔安、集美、海沧、同安大部分地区和漳州、金门部分地区。

厦门电视台全面进军移动电视市场,直逼厦门公交移动电视的领军者城市T频道,给T频道的经营带来一定的压力。

优势决定竞争力

相比较城市T频道来说,移动电视频道有不少自身优势。

1、技术基础

数字移动电视是国际公认的新兴媒体。它是以地面无线数字技术为支撑,采用无线数字信号发射,可同步直播电视节目,面对移动人群发布应急信息,是真正意义上的移动电视;而城市T频道是以车载视听媒体技术为基础,依托纵横交错的城市公共交通网络,整合而成的一个新媒体。它采用硬盘、车载多媒体播放,类似于VCD、DVD播放机。

2、节目资源

节目资源是厦门移动电视频道相对于城市T频道来说最具竞争力的因素。厦门移动电视频道依托厦门广电集团丰富的节目资源优势,



实现对央视新闻节目的转播和厦门电视台新闻、资讯和娱乐类节目的直播。在“注意力经济”时代,谁的节目内容能吸引受众的注意力谁就具有竞争力,因此,在当今媒体竞争中,“内容为王”是极其重要的一条准则。2004年6月,北广传媒移动电视有限公司全国首家开播公交移动电视频道,它针对北京居民平均乘车时间为40分钟的特点,推出了“黄金一小时”的节目布局原则,以新闻、资讯和娱乐节目为主,在编排上实行周循环错位滚动播出,让在固定时间乘车的观众可以看到不同的节目。厦门移动电视频道在受众调查的基础上,提出了“新闻+资讯+娱乐”的频道定位。针对移动交通工具上的人群具有广泛性和快速流动的特点,移动频道的资讯涵盖了新闻、财经、体育、文化、教育、娱乐、旅游、就业、气象、交通等方方面面,在世界杯期间还将对赛事进行转播,满足不同市民群体的多方面需要。该频道节目绝对不仅仅是一般电视节目的重复和剪接。在资讯的选择和传播上,突出闽南特色,针对市民的收视惯性和审美趣味,加强财经和娱乐资讯的报道。在节目的风格定位上,追求趣味性、平民性和贴近性。相比而言,城市T频道节目资源匮乏,节目都是自拍自录的,然后在公交车上滚动重复播放一周,且多为广告节目,节目内容和质量不容乐观。虽然目前已经和新华社、阳光卫视、厦门音像出版社等进行了合作,但不足以同厦门广电集团丰富多彩的节目资源相抗衡,节目资源缺乏是城市T频道发展的一个巨大障碍。可以说,厦门移动电视频道的节目资源无论是在数量还是在质量上,都是城市T频道望尘莫及的。

3、时效性

移动电视和城市T频道在技术

上的本质不同决定了二者在时效性方面的巨大差别。厦门移动电视频道是通过无线数字信号发射、地面数字接收的方式播放和接收电视节目的,它可以同步直播电视节目。其交互实时性的特点使得移动人群能够及时快速地获得即时有效的信息,时效性方面大大加强。而城市T频道播放的都是提前一周录制的节目,这些节目在公交车上滚动重复播出一周,在一个时期内乘客每天看到的都是相同的节目,时效性大大减弱。

4、运营模式

厦门移动电视频道的开播源自于厦门广电和地面无线数字电视技术(即移动电视技术)的结缘。广电集团提供内容支持,移动电视提供技术支持,这样可利用二者各自的特长和优势,实现地面无线数字电视技术和广电资源结合的产业化运作。厦门广电的运营模式思路是通过自己搭建的无线数字电视平台,提供覆盖全市的免费高清无线数字节目,由此带来一个新的广告收视人群,从而通过由此衍生的广告收入实现商业回报。这种运营模式已经由从2004年6月起在北京、上海、长沙、南京等地移动电视的相继开播和运营中得到初步肯定。厦门广电集团若将此运营模式运用于公交车这个移动人口巨大的市场上,前景将是非常广阔的。

进军公交市场并不易

虽然厦门移动电视有以上诸多其他媒体无可比拟的优势,运营3个月内现也在移动电视市场占领很大份额,取得可观效益,但是否就能说它可以轻而易举地替代城市T频道,一举占领公交车这个潜力巨大、极具诱惑力的市场呢?答案仍是不确定的。

首先,城市T频道有强大的技术做后盾。据厦门世通华纳文化传播有限公司总经理张乐阳介绍,目前厦门市使用的公交移动电视系统已经是第三代产品,其故障率已经小于3%,是目前国内技术最先进、运行最稳定的公交移动电视系统。并且该系统在播放的同时具有监控功能,不同于普通户外视频广告媒体节目内容难以监管的缺点。因此,在安全监管方面,绝不亚于移动电视。

其次,城市T频道与公交系统已经建立起良好的合作模式,积累了诸多优质广告客户群。厦门700多辆公交车安装了公交移动电视系统。据厦门大学计划统计系2005年所做的受众调查,厦门250万市民中,75.60%以公交车作为市内主要出行工具,每日受众超过100万人次;公交车上经常看该频道的受众占调查总数的35.38%;调查中对该频道表示喜欢和很喜欢的乘客超过了调查总人数的一半(56.26%)。广大广告主看准这一潜力巨大的市场,纷纷在该频道上投放广告。三年下来,积累了大量的优质广告客户群。目前广告主对这种新兴媒体越来越认同,经过两年的发展,已积累了如可口可乐、厦门移动、厦门电信、厦门联通、建设银行等众多优质的广告资源。2004年全年的广告收入已经达到了1000多万元,2005年增长了30%-40%。

可以说在公交这个市场领域内,厦门城市T频道经过三年的努力已经成为市场领导者。在三年后的今天,厦门移动电视频道想要进入该市场分得一杯羹,并不是那么容易,仍需要拼实力、拼耐力,在资本运作、营销方面发扬优势,运筹帷幄,决胜千里。