

台湾非凡电视台的节目特色

吴琳琳

台湾属于典型的海岛经济,资源缺乏,对外贸易是其经济血脉,台湾民众获得岛内和国际财经信息显得更为重要和迫切;同时,台湾已进入投资理财的时代,民众对于投资理财的兴趣与参与度也渐行升高,因此台湾有许多电视财经频道。非凡电视台作为最早成立的台湾财经频道,目前在台湾的户数普及率高达99.9%,高居岛内财经专业频道排行榜第一名。非凡电视台旗下两频道为非凡商业台和非凡新闻台,商业台的节目内容以股市分析为主;新闻台节目内容以财经资讯、产业面、国际指数分析为主。

非凡电视台为何能在台湾众多的财经频道中脱颖而出,其频道特色是什么?带着这些问题,笔者深入研究了该台的节目。

一、非凡电视台的内容编排分析

1. 按时段分析(周一至周五的栏目编排)

(1) 早间时段:早9:00以前。

非凡商业台和新闻台早上7:00即开播,内容强调实用性和服务性功能,从不同角度提供当日盘前包括美国股市收盘后、期货、世界各国及其他股市资讯及新闻等。8:00以后,焦点逐渐转到即将开市的台湾股市上,商业台的“非凡早报”和新闻台的《Morning Call》栏目,帮助投资者掌握台股开盘前的第一手财经资讯,为股市开盘提前预热。

(2) 白天时段:9:00~18:00。

台湾的股市交易时间是从上午的9:00至下午的1:30,在这一时段里,非凡商业台和新闻台的节目完全以台湾股市为主轴而展开。

商业台在9:00~13:30推出《非凡抢先报》栏目,播报台股盘中最新报价、最新动向,并提供给观众丰富的统计整理资料,为投资者观盘、操盘提供详细的参考,同时在节目中广邀不同领域专长的分析师,陪观众一起看盘。在股市结束后的下午时间,商业台则播出由各投资顾问公司承包时段制作的股市解盘节目。

新闻台在9:00~14:00推出《非凡最前线》栏目,紧跟盘势脉动进行分析,并通过新闻SNG进行连线报道,直击新闻现场,追踪台股与期货最新走势、盘面个股变化,提供最新的产业与个别公司重大讯息,并与分析师一起根据盘面为观众分析。《非凡最前线》栏目不仅是财经节目收视第一,更常常居台湾同时段收视之冠。之后,新闻台在下午时段推出整点新闻,重点放在生活消费、健康养生等内容。

(3) 晚间时段:18:00~24:00。

商业台晚间时段侧重于对当天重大财经新闻进行盘整,

邀请专家解读当天盘面及盘势发展,为投资者提供完整的盘后讯息。其中,21:00~23:00推出《股市现场》栏目,是非凡自制的座谈节目,邀请各类分析师就股市现状及走势,提供自己的意见和看法。有时候《股市现场》也会开放电话热线,让观众来发表自己对行情的看法,尽可能为观众提供多元化的股市投资参考意见。该栏目是非凡电视台最久的招牌栏目,从开播到2008年已有13年时间,是与股票族一起成长的栏目,AC Nielsen的收视率调查显示,《股市现场》收视领先于同时期其他台的栏目。23:00以后,商业台播出投资顾问公司的股市解盘节目。

新闻台在晚间时段推出整点新闻,提供台湾岛内每日重大新闻及消费资讯报道、国际财经资讯,分析国际股汇市的变化。特别是《9点钱线新闻》,以财经新闻为主轴,而不是像其他新闻台那样报道八卦、血腥、暴力等煽情新闻,致力于让观众轻松看懂财经新闻,更专业、更有国际观。而《10点晚间新闻》栏目,则强调与欧美股市同步,追踪欧美股市开盘与盘中变化。台湾民众对外投资热情很高,因此,非凡新闻台与全球财经市场同步的新闻很受民众欢迎。

(4) 深夜至凌晨时段:24:00~早上6:00。

非凡商业台和新闻台深夜至凌晨时段主要安排重点栏目的重播。非凡商业台重播《股市现场》、《非凡财经晚报》、《非凡新闻通》;非凡新闻台重播《9点钱线新闻》、《10点晚间新闻》、《11点夜线新闻》和《股市现场》。其中《股市现场》作为非凡电视台的招牌栏目,在商业台和新闻台都重复播出,发挥了品牌效应。针对晚归或早起的观众,此时重播主打财经节目,既满足了这部分观众的收视需要,又充分利用了节目资源,节省了成本,同时扩大了品牌栏目的影响,可谓一举多得。

2. 周一至周五整体频道分析。

(1) 频道播出总时长:商业台,24小时;新闻台,24小时。

(2) 财经类节目比重:商业台,100%;新闻台,83%。

(3) 栏目数量:商业台,18个;新闻台,12个。

(4) 栏目自制比重:商业台,33%;新闻台,41.7%。

(5) 栏目时长:商业台最长栏目是《非凡抢先报》,长达4个半小时。最短栏目为半个小时,招牌栏目《股市现场》为2个小时。新闻台最长栏目是《非凡最前线》,长达5个小时,最短栏目为1个小时。

(6) 品牌栏目分布:商业台的《非凡抢先报》、《股市现场》,新闻台的《股市最前线》、几档整点晚间新闻等栏目,都是非凡电视台的品牌栏目。品牌栏目分布在全天各个时

段,以强势的品牌栏目带动前后时段的收视率,形成品牌栏目群落,成为整个频道的收视支持点,具有明显的“火车头”收视拉动效果。

(7)“跑马灯”的文字传播方式:在播报各种财经新闻时,将屏幕分割为三个区块,及时资讯视窗提供重要政治、财经新闻、台湾加权、气象、国际金融指数、国际气象等资讯。除了带给受众最新的信息,也引导观众等待收看即将播报的新闻内容。

3. 非凡商业台和新闻台周末节目分析。

随着台湾经济的发展,台湾民众越来越重视休闲娱乐生活,周末更是台湾民众休闲娱乐的好时光,周末收视人群多、层面广,各频道周末节目的竞争呈现白热化状态。由于周末股市、汇市停止交易,财经类节目不足以支撑整个频道,在这种情况下,为保证收视率,非凡商业台和新闻台在提供财经节目的基础上,针对观众的休闲娱乐需求重点开发相关节目。

非凡商业台和新闻台的周末节目主要有两大类:一类是与财经有关的节目,包括为投资者盘整一周全球总体经济情势及股市资讯,专门面对个人投资者的理财节目,挖掘各行各业的赚钱秘笈,介绍有特色的创业范例,邀请专家、业者共同探讨成功模式与创意商机等。另一类则是休闲、娱乐节目,如新闻台的《非凡大探索》栏目以报道新闻的口吻介绍美食,通过镜头表现令人垂涎的美食和顾客的满意见证,为观众提供有效的美食资讯。非凡商业台的《工作赢家》、新闻台的《快乐职场通》栏目则关注台湾民众的职场生涯。

值得一提的是,非凡新闻台以播报财经新闻为主,为了与广告相区隔,恪守台湾金融监管机关的相关法规,避免对金融市场造成不良影响,新闻台每周六推出的《与观众有约》栏目,发挥外部公评人的功能,让更多专家学者参与,并藉由网路问答机制,达到与观众充分互动,广纳意见的目的。

二、非凡电视台的营销特色分析

当前,台湾卫星频道暨有线电视台业者多达一两百家,区域密度之高为亚太有线电视普及率最高的地区。非凡电视台把原来本专业的财经产业内容加以生活化,在提供财经资讯的基础上,加入政治、生活消费、美食等软性内容,让整个电视台的节目更贴近一般大众。该台对其旗下的商业台和新闻台进行市场区隔,商业台的主要观众群是以北部、南部喜爱股市分析及“菜篮族”、“退休族”为主的普通投资者,内容主要侧重于股市分析;新闻台以争取都会地区高收入、高学历的观众为主,内容以财经资讯、产业面、国际指数分析为主。

1. 运用整合行销传播策略建设其品牌栏目。

在激烈的媒体竞争环境下,为了吸引更多观众,非凡电视台注重运用整合行销传播策略推广其品牌栏目。以商业台的《当代理财王》为例,该栏目在周末播出,透过谈天说地的座谈形式,带领观众在理财的各个领域中遨游。为将其塑造成品牌栏目,非凡电视台采用整合行销策略对该栏目进行宣传:在电视台内,利用台内的节目资源周一至周五做精彩内容的预告播出;新闻台将其专家访问或一段精彩内容制作成新闻播出;其杂志《非凡商业周刊》刊登宣传稿来强调该栏目与其他同质

性栏目的差异。在电视台外,在该栏目播出时,只要观众发来email对节目进行评价,即赠送《今周刊》或其他小赠品;此外,该栏目还通过在校园或私人企业举办投资理财演讲活动来提高自身的品牌形象和知名度。

2. 栏目主持人的品牌效应。

国际电视发展的趋势是强调主持人的个人魅力。非凡电视台的很多栏目主持人大多走过“记者——著名记者——主持人”的道路,而且在他们担任主持人时,又参与到栏目策划、采访、编辑等各个环节,所以他们对栏目的理解比较深刻,很多栏目也因此带上某种主持人的个性色彩,增加栏目的智慧和创造力,主持人的品牌也自然而然地建立起来,而这又进一步促进栏目的品牌拓展。

3. 资源的整合利用。

为实现收入来源多元化,非凡电视台进一步整合其资源,并加以增值利用。如依托非凡电视台丰富的财经资讯资源,于1997年创办《非凡商业周刊》;将高收视率的《非凡大探索》、《好主意好生意》等栏目的精彩内容编辑出版成杂志或书,将电子媒体的快速与平面媒体的深度进行很好的结合。非凡电视台正规划成立全台湾最大的财经网站,未来将逐步迈向财经专业整合传播媒体。

三、非凡电视台存在的不足

当然,非凡电视台也有其不足之处。该台将部分频道时段卖出,由投资顾问公司承包时段,制作股市解盘节目,从而增加非凡电视台的收入,又可增加其节目来源。但这同时也给非凡电视台的节目声誉带来潜在的危机。由于投顾分析师可信度参差不齐,一些投顾分析师可能会误导观众。根据财团法人证券投资人员及期货交易人保护中心的统计,2004年~2005年第一季,投资人因投资顾问公司或证券业纠纷申述有增无减,平均每一季投资人申述案件高达219起,最高的一季为319起。因此,如何消除由于卖出时段而可能带来的可信度危机隐患,是非凡电视台必须面对的问题。

目前,祖国大陆的财经频道基本上是准综合频道,以消费者为主,除了财经内容外,大部分都是商品消费节目,包括商品供销信息、精品名品指南,还播放电视剧、体育赛事等。随着资本市场的发展,投资参与人数的增多,财经频道发展有其广阔的空间。如何根据我们的实际情况发展财经频道?通过分析代表台湾财经频道较高发展水平的非凡电视台的节目特点,或许能带来些许借鉴和启发。

注释:

陈飞宝:《当代台湾传媒》,九州出版社,2007年1月,第345页。

陈文广:《非凡电视台整合行销传播策略研究》,台湾世新大学新闻学系研究所硕士论文,2005年12月,第94页。

陈文广:《非凡电视台整合行销传播策略研究》,台湾世新大学新闻学系研究所硕士论文,2005年12月,第95页。

张雅芳:《电视财经节目与投顾分析师可信度之研究》,铭传大学传播管理研究所在职专班硕士学位论文,2005年6月,第1页。

(作者系厦门大学新闻传播学院博士生)

(本文编辑:李彩英)