



## 「郎旋風」深入傳媒： 透過「現象」看「本質」

書名：《本質 II — 破解娛樂傳媒行業  
以小博大之謎》

主編：郎咸平等

出版社：東方出版社

出版日期：2007年5月

### 郎

咸平，近年來頗受爭議的經濟人物之一，不論自詡為「《皇帝的新裝》裏說真話的孩子」，還是自嘲為「財經界的謝霆鋒」，其「炮轟」言論讓不少民企老闆心驚肉跳而對簿公堂，也被「自由」衛士嗤之以鼻懷疑其炒作，卻得到「新左」同仁熱烈回應更以之標榜。不過，在本書以「破解本質」為題旨而進行的案例分析中，「郎旋風」吹起的並不是冷峻刺骨的「北風」，而是「東風」——在資金、技術、人才具備的情況下，所欠缺的針對「行業本質」的洞察與分析。

書中伊始，郎咸平繼續其對中國企業界的責難拷問，包括自由經濟的濫觴、「餓狼現象」、外資「洪水猛於獸」、遊戲規則亟待法治化等，進而點明主旨：需透過「現象」，認清「行業本質」，才能突圍。於是，與他在香港中文大學的學生一起，郎咸平挑選了電影、賭博、廣告這三個「大家非常熟悉，又極其難把握本質的行業」進行個案分析，包括獅門娛樂公司 (Lions Gate Entertainment Corp.)、拉斯維加斯的永利集團 (Wynn Resorts) 和中國大陸的分眾傳媒控股有限公司 (Focus Media)。

暫且不提在中國尚未合法化的賭博行業，就電影而言，曾製作了《電鋸驚魂》、《華氏911

1》、《撞車》等影片的一「獅門」從中小型公司起家，採取「選擇偏門題材」和「開拓家庭影碟市場」兩大策略而屢拍好戲並穩步擴張，其重點在於認識到電影行業的本質，是要懂得如何準確刺中觀眾的幻想神經。而對以電梯液晶電視廣告為主營業務的「分眾傳媒」來說，其成功崛起所依賴的正是「『分』開受眾」和「利用受眾的無聊時間」這兩個行業本質。時下對戶外廣告及媒體的研究方興未艾，書中相關的策略分析和前景預測，頗有新意。

在傳媒行業的市場化、產業化和資本化研究日趨繁盛的今天，關注焦點已從政治經濟的「宏大敘事」進階到了操作運營的「細枝末節」。本書勝在詳實的資料、醒目的圖表及同業之成敗案例對比，儘管這一方面因增強了可讀性而類似通俗讀物，但另一方面也正是這份「易讀」說明：道理確實很簡單，關鍵是要能想到並做到——也即該書獨特的參照意義所在。

■王楨

香港浸會大學電影電視系  
哲學碩士研究生