



全球传媒蓝皮书

BLUE BOOK OF GLOBAL MEDIA

全球传媒发展报告 (2015)

主编/胡正荣 李继东 唐晓芬

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF
GLOBAL MEDIA (2015)



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2015
版

2012国家社会科学基金首批重大招标项目“国际传播：建现代传播体系”，编号：12&ZD017
教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“基于广国国际传播力建设研究”，编号：12JJD860003
中国传媒大学协同创新中心出品

全球传媒蓝皮书

BLUE BOOK OF
GLOBAL MEDIA



全球传媒发展报告 (2015)

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF
GLOBAL MEDIA (2015)

主 编 / 胡正荣 李继东 唐晓芬



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

全球传媒发展报告. 2015/胡正荣, 李继东, 唐晓芬主编.
—北京: 社会科学文献出版社, 2015. 11

(全球传媒蓝皮书)

ISBN 978-7-5097-8314-6

I. ①全… II. ①胡… ②李… ③唐… III. ①传播媒介—
产业发展—研究报告—世界—2015 IV. ①G219.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 258654 号

全球传媒蓝皮书

全球传媒发展报告 (2015)

主 编 / 胡正荣 李继东 唐晓芬

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 蔡继辉 任文武

责任编辑 / 高 启 王 颀

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367090

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17.75 字 数: 269 千字

版 次 / 2015 年 11 月第 1 版 2015 年 11 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-8314-6

定 价 / 79.00 元

皮书序列号 / B-2011-206

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

《全球传媒发展报告》课题组

课题组组长 胡正荣 李继东 唐晓芬

课题组成员 (以姓氏笔画为序)

于啸月	王雨琼	王润珏	甘露	龙耘
刘昶	刘斌	刘奕奕	孙鹿童	李承恩
吴敏苏	陆娟	杭敏	张磊	周亭
周菁	周玲玉	段鹏	段茹佳	唐志成
姬德强	Savyasaachi Jain			

主要编撰者简介

胡正荣 教授、博士生导师，中国传媒大学副校长、教育部人文社科重点研究基地——中国传媒大学广播电视研究中心主任。兼任国务院学位委员会新闻传播学评议组召集人，国家哲学社会科学基金项目评委，2013~2017年教育部新闻传播学类专业教学指导委员会主任委员，国家留学基金管理委员会评审委员会委员等职。主要研究领域为传播学理论、媒介政策与制度、传播政治经济学、新媒体与国际传播等。讲授课程有新闻传播学理论研究、传播学、媒介研究等。主持“传播学”国家级精品课、国家级教学团队和中国传媒大学“发展中国家国际传播硕士项目”；国家社科基金重大招标项目1项，国家级、省部级和大型横向科研项目40余项。出版著作数10部，中英文论文230余篇，发表成果近300万字。曾任美国哈佛大学肯尼迪政府学院客座研究员（2005）、英国威敏大学勒沃霍姆访问教授（2006）、英国威敏大学荣誉博士（2011）。应邀在IAMCR等多个国际顶级传播学会会议上发表主旨演讲。兼任新加坡 *Media Asia*、韩国 *Journal of Communication Research*、英国 *Global Media and Communication*、香港《传播与社会学刊》和《现代传播》等国内外期刊编委以及亚洲媒介信息与传播中心（AMIC）顾问委员。2000年列为教育部“跨世纪优秀人才”，2001年获国务院政府特殊津贴，2006年获“新世纪百千万人才工程”国家级人选。

李继东 博士、研究员、硕士生导师，现供职于教育部人文社会科学重点研究基地中国传媒大学广播电视研究中心。担任“全球传媒蓝皮书”“国际传播蓝皮书”执行主编。已发表论文50余篇、专著《中国影视政策创新研究》《英国公共广播政策变迁与问题研究》两部；主编和副主编《中国国

际传播发展报告》《北京市文化产业融合及其规制研究》《全球传媒产业发展报告》《世界主要媒体的国际传播战略》《广播影视发展政策》《中国广播电视公共服务体系：目标与实践研究》《21 世纪初我国大众传媒发展战略研究》等著作 10 余部。主持国家社会科学基金项目“我国国际传播话语体系建设的理论创新研究”，参与国家社会科学基金重大项目、国家新闻出版广电总局社会科学重大项目、教育部重点研究基地重大项目以及国新办、文化部、江苏卫视、南京电视台、大连广播电视台和深圳广播电影电视集团等机构委托项目 20 余项。曾任英国牛津大学社会法研究中心访问学者（2007）、美国明尼苏达大学新闻与大众传播学院访问学者（2009）。获第八届全国广播电视学术著作评选决策管理类一等奖、北京第十和第十一届哲学社会科学优秀成果奖二等奖、北京市宣传系统优秀调研报告（2008）、全国出版社市场营销论坛优秀论文一等奖（2002）等奖励。

唐晓芬 博士，中国传媒大学广播电视研究中心助理研究员，主要研究领域为媒介公共政策、媒介产业、宣传与公共关系、新媒体研究。参与国家社会科学基金项目、教育部重点研究基地重大项目、国家新闻出版广电总局社会科学项目等科研项目研究。曾任香港城市大学中国大陆新闻传播青年学者访问项目访问学者（2010），入选 2013 年北京市青年英才项目。

摘 要

《全球传媒发展报告(2015)》围绕“社会化生产与营销”这一主题,共分总报告、国家篇和专题篇三大板块,分析了2014~2015年世界主要国家和地区传媒发展态势。总报告从全球传播业总貌、传播行为、社会化传播和新闻消费四个层次分析了全球信息传播发展态势。国家篇从总体发展概况、行业与市场结构和发展趋势三个层次分别梳理和分析了2013~2014年中国、美国、日本、英国、法国、韩国、俄罗斯和印度等国家和地区的传媒市场发展情况。专题篇则从社会化传播影响的角度讨论了全球视听新媒体、有线电视机顶盒、传统电视转型等问题。

Abstract

“Annual Report on the Development of Global Media (2015)” focus on the theme of “socialized production and marketing,” analyzed media development of the world’s major countries and regions from the year 2014 to 2015 in three major parts (the general report, the country part and the focus part). The general report analyzed the development of global information and communication from four levels including the overall looks of global communication industry, communication behaviors, socialized communication and news consumption. The country part separately combed and analyzed the development of media market in China, U. S. , Japan, UK, France, South Korea, Russia and India from 2013 to 2014 from three levels: general developing situation, industry and market structures and developing trends. The focus part discussed global audio – visual new media, cable TV boxes, transformation of traditional TV and other problems from the perspective of socialized communication and its influence.



❖ 皮书起源 ❖

“皮书”起源于十七、十八世纪的英国，主要指官方或社会组织正式发表的重要文件或报告，多以“白皮书”命名。在中国，“皮书”这一概念被社会广泛接受，并被成功运作、发展成为一种全新的出版型态，则源于中国社会科学院社会科学文献出版社。

❖ 皮书定义 ❖

皮书是对中国与世界发展状况和热点问题进行年度监测，以专业的角度、专家的视野和实证研究方法，针对某一领域或区域现状与发展态势展开分析和预测，具备权威性、前沿性、原创性、实证性、时效性等特点的连续性公开出版物，由一系列权威研究报告组成。皮书系列是社会科学文献出版社编辑出版的蓝皮书、绿皮书、黄皮书等的统称。

❖ 皮书作者 ❖

皮书系列的作者以中国社会科学院、著名高校、地方社会科学院的研究人员为主，多为国内一流研究机构的权威专家学者，他们的看法和观点代表了学界对中国与世界的现实和未来最高水平的解读与分析。

❖ 皮书荣誉 ❖

皮书系列已成为社会科学文献出版社的著名图书品牌和中国社会科学院的知名学术品牌。2011年，皮书系列正式列入“十二五”国家重点图书出版规划项目；2012~2014年，重点皮书列入中国社会科学院承担的国家哲学社会科学创新工程项目；2015年，41种院外皮书使用“中国社会科学院创新工程学术出版项目”标识。

中国皮书网

www.pishu.cn

发布皮书研创资讯，传播皮书精彩内容
引领皮书出版潮流，打造皮书服务平台

栏目设置：

- ☐ 资讯：皮书动态、皮书观点、皮书数据、皮书报道、皮书发布、电子期刊
- ☐ 标准：皮书评价、皮书研究、皮书规范
- ☐ 服务：最新皮书、皮书书目、重点推荐、在线购书
- ☐ 链接：皮书数据库、皮书博客、皮书微博、在线书城
- ☐ 搜索：资讯、图书、研究动态、皮书专家、研发团队

中国皮书网依托皮书系列“权威、前沿、原创”的优质内容资源，通过文字、图片、音频、视频等多种元素，在皮书研创者、使用者之间搭建了一个成果展示、资源共享的互动平台。

自 2005 年 12 月正式上线以来，中国皮书网的 IP 访问量、PV 浏览量与日俱增，受到海内外研究者、公务人员、商务人士以及专业读者的广泛关注。

2008 年、2011 年中国皮书网均在全国新闻出版业网站荣誉评选中获得“最具商业价值网站”称号；2012 年，获得“出版业网站百强”称号。

2014 年，中国皮书网与皮书数据库实现资源共享，端口合一，将提供更丰富的内容，更全面的服



法律声明

“皮书系列”（含蓝皮书、绿皮书、黄皮书）之品牌由社会科学文献出版社最早使用并持续至今，现已被中国图书市场所熟知。“皮书系列”的 LOGO () 与“经济蓝皮书”“社会蓝皮书”均已在中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局登记注册。“皮书系列”图书的注册商标专用权及封面设计、版式设计的著作权均为社会科学文献出版社所有。未经社会科学文献出版社书面授权许可，任何使用与“皮书系列”图书注册商标、封面设计、版式设计相同或者近似的文字、图形或其组合的行为均系侵权行为。

经作者授权，本书的专有出版权及信息网络传播权为社会科学文献出版社享有。未经社会科学文献出版社书面授权许可，任何就本书内容的复制、发行或以数字形式进行网络传播的行为均系侵权行为。

社会科学文献出版社将通过法律途径追究上述侵权行为的法律责任，维护自身合法权益。

欢迎社会各界人士对侵犯社会科学文献出版社上述权利的侵权行为进行举报。电话：010-59367121，电子邮箱：fawubu@ssap.cn。

社会科学文献出版社

目 录



Ⅱ I 总报告

Ⅱ.1 用户、连接与网络：2015 年全球传媒发展报告

.....	胡正荣 李继东 / 001
一、全球传播业概貌：结构与类型	/ 002
二、全球传播行为：使用与连接	/ 005
三、社会化传播：网络与使用	/ 010
四、新闻消费：数字用户与传统用户	/ 014

Ⅱ II 国家篇

Ⅱ.2 探索与转型：2015 年中国传媒产业发展报告	王润珏 / 019
Ⅱ.3 移动化、社交化与数字化：2015 年美国 传媒发展报告	于啸月 李继东 / 038
Ⅱ.4 ICT 技术政策与日本传媒产业的发展	刘 斌 段茹佳 / 054
Ⅱ.5 变与不变：2014 年英国传媒市场发展报告	孙鹿童 唐志成 / 073
Ⅱ.6 新媒体发展速度放缓：2015 年法国传媒发展报告	甘 露 / 095



- B.7 数字时代的社会化生产与营销：2015 年韩国传媒
产业发展报告 龙 耘 李承恩 / 149
- B.8 数字化、社会化和移动化：2015 年俄罗斯传媒
产业发展报告 王雨琼 / 164
- B.9 图绘复杂的景观：2015 印度传媒发展报告 Savyasaachi Jain / 180

B III 专题篇

- B.10 中国内地用户对有线数字电视机顶盒业务需求
调研分析报告 段 鹏 / 206
- B.11 全球视听新媒体产业发展情况和趋势研究 周 菁 / 230
- B.12 跨界与创新：CCTV 证券资讯频道的运营模式
分析 陆 娟 / 246
- B.13 传统电视如何应对新媒体时代：融合与用户 刘奕奕 / 254
- B.14 中央电视台俄语国际频道对外传播中的问题与
改进策略 周玲玉 周 亭 / 261



CONTENTS



Ⅱ I General Report

- Ⅱ. 1 The Annual Report on the Development of Global Media 2015
Hu Zhengrong, Li Jidong / 001
1. *The Overview of Global Communication Industries: Structure and Form* / 002
2. *The Global Communicative Behavior: Usage and Connection* / 005
3. *Social Communication: Network and Usage* / 010
4. *News Consume: Digital User and Traditional User* / 014

Ⅱ II Reports on Countries

- Ⅱ. 2 Report on the Development of Media Industry
in China 2015 *Wang Runjue* / 019
- Ⅱ. 3 Report on the Development of Media Industry
in the U.S.A 2015 *Yu Xiaoyue, Li Jidong* / 038
- Ⅱ. 4 Report on the Development of Media Industry
in Japan *Liu Bin, Duan Ruijia* / 054
- Ⅱ. 5 Report on the Development of Media Industry
in UK 2014 *Sun Lutong, Tang Zhicheng* / 073
- Ⅱ. 6 Report on the Development of Media Industry
in France 2015 *Gan Lu* / 095



- B. 7 Report on the Development of Media Industry
in the South Korea 2015 *Long Yun, Li Cheng'en* / 149
- B. 8 Report on the Development of Media Industry
in Russia 2015 *Wang Yuqiong* / 164
- B. 9 Report on the Development of Media Industry
in India 2015 *Savyasaachi Jain* / 180

B III Special Reports

- B. 10 Report on the Development of Cable TV Box in Mainland
of China *Duan Peng* / 206
- B. 11 Report on the Development of Global Audio-video New
Media Industries 2015 *Zhou Qing* / 230
- B. 12 Crossover and Innovation: ON the Operational Model of
CCTV Securities and Information Channel *Lu Juan* / 246
- B. 13 How Traditional TV Survive in the Internet Era: Convergence
and User *Liu Yiyi* / 254
- B. 14 Analysis on the Problems and Its Improvements of the CCTV Russia
Channel's International Communication *Zhou Lingyu, Zhou Ting* / 261

总 报 告



General Report

B. 1

用户、连接与网络： 2015年全球传媒发展报告

胡正荣 李继东*

摘 要： 本报告关注了全球传播总貌、传播行为变化、社会化传播和新闻消费四个主题，聚焦于用户、连接和网络三个关键词。总的看来，本年度全球传播业收入继续增长，中国跃居世界第二大传播市场，互联网广告持续大幅增长，而移动互联网已是数字广告的主力。同时，全球传播行为在发生着变革，中国人对传统媒介的使用率最低，移动连接增幅却是最高；而韩国宽带连接额定速率最高。在社会化传播方面，意大利社交网络的周使用比重最高，18~24岁

* 胡正荣，中国传媒大学副校长，广播电视研究中心主任、教授；李继东，中国传媒大学广播电视研究中心研究员。



的人使用社交网络最多，而且社交网络呈现高集中度。在新闻消费方面，网络已成为人们获取新闻的第一媒体，数字用户的比重已超过传统用户，有66%的智能手机用户通过网络看新闻。

关键词：全球传媒 传播业 传播行为 社会传播 新闻消费

一 全球传播业概貌：结构与类型

1. 中国成为全球第二大传播市场，美国传播业收入位居全球首位

2013 全球传播业总收入 118445 亿元（12050 亿英镑），比 2012 年增长了 2.1%。^① 其中美国仍位居首位，中国超过日本，首次位居第二位（见图 1）；美国的电信收入达 17723 亿元（1790 亿英镑），仍比其他国家的总和还要多。同样，美国电视、邮政和广播的收入也是遥遥领先。

从人均收入来看，美国也是居首位，为 10334 元，澳大利亚居第二位（9626 元），日本居第三位（9163 元）。中国仅高于尼日利亚和印度，为 935 元，不及俄罗斯和巴西（见图 2）。

2. 电视收入仍保持增幅最大，互联网广告持续保持高速增长

就传播业收入结构而言，全球电信业收入增长仍是最大的，2013 年增长了 180 亿英镑，达 8420 亿英镑；电视收入持续保持增幅最大，为 3.1%，总额达 2540 亿英镑；随后是广播，增幅为 2.7%；邮政则持续下降，为 -0.6%。

从收入类型上看，广告投入整体上保持增长态势，2013 年增幅达 5%，为 302 亿英镑，近 5 年年均增长 6%。据 eMarketer 的统计表明，2014 年全

^① 共统计了 18 个国家，包括英国、法国、德国、意大利、美国、日本、澳大利亚、西班牙、荷兰、瑞典、波兰、新加坡、韩国、巴西、俄罗斯、印度、中国和尼日利亚。