

中国媒体发展 研究报告

2014年·媒体卷

武汉大学媒体发展研究中心 主办
武汉大学新闻与传播学院 主办
武汉大学“社会转型与中国大众传媒改革”创新基地



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

国家“985”创新基地项目“社会转型与中国大众传媒改革”研究成果

中国媒体发展 研究报告

2014年·媒体卷

本集刊为CSSCI收录刊源

武汉大学媒体发展研究中心
武汉大学新闻与传播学院 主办
武汉大学“社会转型与中国大众传媒改革”创新基地



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国媒体发展研究报告. 2014 年. 媒体卷/武汉大学媒体发展研究中心, 武汉大学新闻与传播学院, 武汉大学“社会转型与中国大众传媒改革”创新基地主办.
—武汉: 武汉大学出版社, 2016. 3
ISBN 978-7-307-17586-0

I. 中… II. ①武… ②武… ③武… III. 传播媒介—发展—研究报告—中国—2014 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 030910 号

责任编辑: 詹 蜜 责任校对: 李孟潇 版式设计: 支 笛

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)
(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 湖北金海印务有限公司

开本: 880 × 1230 1/16 印张: 19.5 字数: 551 千字 插页: 3

版次: 2016 年 3 月第 1 版 2016 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-17586-0 定价: 45.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购买我社的图书, 如有质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

编委会成员

主编

罗以澄 张金海 石义彬 单 波

执行主编

单 波 吕尚彬

编委（以姓氏笔画为序）

石义彬 冉 华 吕尚彬 陈 刚 罗以澄

张金海 单 波 钟 瑛 郑保卫 秦志希

黄升民 黄 旦 强月新

编辑部

主任

单 波

副主任

吕尚彬 冉 华

成员（以姓氏笔画为序）

王松茂 冉 华 吕尚彬 刘友芝 张金海 周茂君

本刊实行匿名评审

目 录

□ 上篇 中国媒体发展盘点与研究述评

整合·竞争·开拓

——2013 年中国媒体发展盘点 强月新 袁 满(3)

困境下寻出路,转型中求突破

——2013 年中国报业发展述评 罗以澄 王丹艺(30)

2013 年网络行业热点与重大举措深度分析 石义彬 闫 岩 刘 骏(37)

2013—2014 跨文化传播事件评析 跨文化传播研究小组(46)

2014 年中国电视综艺 王瀚东 诸冰羽(59)

重塑媒介生态 构建媒体平台

——2013 年中国媒介经济事件述评 吕尚彬 权 玺(69)

2013—2014 中国期刊业发展趋势

——基于文献计量学与内容分析法的研究 周立春 冉 华(79)

□ 中篇 重大项目专题研究报告

上海市“十二五”内涵建设项目中期成果报告

从新媒体到新新媒体

——美国新媒体之发展 戴元光 周鸿雁(91)

反思与重建

——2014 年中国传播学研究回顾 孙 蓁(103)

反思·创新·转型

——2014 年中国媒介经营与管理研究 孙 健(108)

新媒体的“新星”研究:2014 年图景 於红梅(114)

国家社科基金重大课题“跨文化传播中的中国国家形象建构研究”中期成果报告

论品牌形象传播与国家形象传播的五大差异 张 昆 钱广贵(121)

国家社科基金项目“互联网时代欧美文化产业制度转型危机:版权体系重构”中期成果报告

全球传媒产业制度转型与版权体系重构 郑 涵 赵为学(130)

国家社科基金项目“网络舆情危机传播中的新闻发布优化研究”中期成果报告

提升多元舆论场的精准引导力 梅文慧 刘亦宸(148)

改变传统舆论引导的有限效果范式 梅文慧(154)

教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“互联网信息生态环境下我国国际传播影响力研究”中期成果报告

传播影响力:概念、研究议题与评估体系研究评述 周 翔 李 静(160)

教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“国家经济发展战略框架下中国传媒经济发展的理论与实践研究”中期成果报告

2003—2014:中国传媒改革制度安排的检讨

——制度的意愿供给与实际供给的不均衡分析 冉 华 李 杉(173)

传统媒体与新媒体融合路径选择	陈 玥(179)
互联网的平台化生存逻辑与扩张路径	
——对 BAT 的案例分析	冉 华 王凤仙 陈 涛 曾 龙(185)
教育部人文社会科学重点研究基地重大项目：“转型期我国网络舆论生态系统的风险评估与调适机制研究”中期成果报告	
网络舆论生态系统调适机制存在的必要性及其构建	
——基于恢复生态学的视角	姚 曦 李春玲(192)
网络舆论生态系统信息流动特征分析	姚 曦 简予繁(200)
中国网络舆论生态研究述评	李斐飞 王 佳(210)

□ 下篇 中国媒体发展专题研究报告

2013—2014 年中国城市社区报发展检视与反思	赵乐乐(225)
我国真人秀价值链研究	刘 娜 陈 洁(230)
新媒体概念辨析	周茂君 彭铁鑫(236)
网络信任：从权威性向开放性的渐进	闫 岩(242)
网络“吐槽”的后现代性和亚文化特征分析	刘建明 杜瑞雪(249)
微博对政治信任的影响研究：从使用、内容和评价切入	洪杰文 庞航宇 徐开彬(255)
“二分法”政治与网络中的冲突性事件传播	乔同舟(266)
网络自制剧《万万没想到》的视觉文化传播	郭传红(272)
互联网时代中国纸媒与商业网站的网络版权问题研究	刘友芝 刘 铮(278)
两岸女性经济数字营销模式的比较研究	王 晔 廖佳如(284)
符号消费式广告：层级图式系统的初步探讨	张 微(291)
广告的大数据生存：形态、价值与产业	谭辉煌(298)
韩国广告产业发展的经验与启示	
——数字时代的再思考	廖秉宜(303)

整合·竞争·开拓

——2013年中国媒体发展盘点

张月娟 文 李 勇

2013年的中国媒体发展可以归纳概括为整合、竞争、开拓。

整合，是指2013年上半部新闻机构，在十八届三中全会之前，一系列的规划和调整动作，其核心脱离不开“整合”。如，传统媒体新闻机构“插班”，电视总台的改革，各省级广电部门与新闻宣传部门的整合也计划大规模展开，在这之前，各大传媒集团也加入整合重组中。在资本运作的手段中，不断做大做强。

竞争，是指2013年各媒体所面临的竞争生存状态。一方面，无论是传统、泛传统媒体还是新媒体，都面临着激烈的竞争。另一方面，在激烈的竞争中，各媒体为了生存和发展，纷纷采取各种方式，如：通过整合和重组等方式，保障市场竞争的健康、有序。

开拓，是指在激烈的市场竞争环境下，各媒体根据自身特色和优势，不断提高技术含量，创新商业模式。2013年，各大媒体之间的强强联合，如：央视的进军网络、新媒体等，都是大数据的建设和应用上，都看到了中国媒体人不断开拓的眼光和智慧。

上篇 中国媒体发展盘点与研究述评

2013年媒介经营盘点

（一）报业

2013年，面临读者流失、广告营收下降、经营成本上升等困境，中国报业创新求变，积极应对，取得了更多新进展。但同时，在市场竞争日益激烈、经营成本不断攀升、转型和发展的压力下，在数字化转型、数字化转型、经营新模式等方面努力探索。

4. 报纸整体发行量下降，都市报逆势增长

根据中国新闻出版广电总局发布的《2013年全国新闻出版业基本情况》，2013年全国报纸总发行量同比下降了8.1%，为历年下降幅度最大。2013年全国报纸发行量同比下降了8.1%，同比下降了8.1%。从报纸类别来看，都市报在零售市场内仍保持强势地位，日类和新闻类报纸零售量均呈上升趋势。

值得注意的是，在整体发行量下降的大背景下，都市报、财经报、科技报和时政类报纸逆势增长。在报纸竞争的上游，报纸竞争日益激烈，都市报和时政类报纸的普及，还得益于党报办报理念的转变，中央和地方各级党报积极应对，通过改革，帮助都市报成为“问题”，并将“走基层”

（1）本文系作者根据中国新闻出版广电总局发布的《2013年全国新闻出版业基本情况》、《2013年全国报纸发行量统计公报》、《2013年全国报纸零售量统计公报》等资料整理而成。

（2）本文系作者根据中国新闻出版广电总局发布的《2013年全国新闻出版业基本情况》、《2013年全国报纸发行量统计公报》、《2013年全国报纸零售量统计公报》等资料整理而成。

整合·竞争·开拓

——2013年中国媒体发展盘点^①

强月新 袁 满

2013年的中国媒体发展可以归纳概括为整合、竞争、开拓。

整合,是指2013年上自国家机构,下至各传媒集团之间一系列的规划和调整动作,其核心脱离不开“整合”一词。伴随国家新闻出版广播电影电视总局的成立,各省级广电部门与新闻出版部门的整合也开始大规模铺开,在这之后,各级传媒集团也加入到整合队伍中,在资本运作的过程中不断做大做强。

竞争,是指2013年各媒介组织之间的生存状态。一方面,无论是微信、微博等新媒体的大行其道,还是各传媒集团的整合兼并,竞争双方的此消彼长,层出不穷的媒介产品,无不昭显传媒行业竞争的激烈。另一方面,政府也通过行政部门改革、发布通知、颁布规划、改进管理办法等方式,进一步监督和规范媒介环境,保障市场竞争的健康、有序。

开拓,是指在激烈的市场竞争环境下,各媒介组织根据自身特色和优势,不断提高技术手段、创新盈利模式。2013年,无论从行业间的强强联合、本土电影的进军海外、新媒体业务的创新,还是大数据的处理和使用上,都看到了中国媒体人不断开拓的勇气和智慧。

一、2013年媒介经营盘点

(一)报业

2013年,面临读者流失、发行量和广告收入持续下滑等困境,中国报业相较上一年担负了更多的压力。但同时,在市场“倒逼”之下,各地报业组织继续寻求转型、突围和发展之路,在集团化建设、数字化转型、转变经营模式等方面努力探索。

1. 报纸零售发行整体下滑,部分报纸逆势上升

根据世纪华文全国报刊发行监测数据显示,2013年上半年,全国报纸总零售量环比下降8.87%,达到历年下降最高值;2013年全年,报业发行市场环比下降2.16%,同比下降10.83%。从报纸类别上看,都市报在零售市场仍然处于强势地位,IT类和财经类报纸零售量持续走低^②。

值得注意的是,在整体发行量下滑的大环境中,党报、社区报和时政类报纸却呈现上升势头。党报销量的走高,既得益于自身读者群的稳定和零售点的普及,还得益于党报办报理念的调整。中央和地方各级党报时刻坚守群众路线,帮助群众解决实际问题,并将“走基

^① 本文系国家社科基金重点项目“增强主流媒体的传播力公信力影响力研究”(项目编号:14AXW001)阶段性成果。

^② 田珂. 发行整体下滑 党报成“好声音”——2013年中国报业发行市场盘点[EB/OL]. <http://www.chinesebk.com/Article/huawen/shuju/201402/17630.html>.

层、转作风、改文风”的理念落实到报道方式和言语方式上,以群众喜闻乐见的形式组织报道。

2. 继续推进报业数字化转型,云报纸崭露头角

从2012年开始,“云报纸”就成为报业数字化探索的新趋势。2013年5月17日,全国60余家媒体在北京启动成立了全国云报纸技术应用平台,其中29家全国主流报纸签约该平台,“在云端,看报纸”的口号就此打响。

云报纸实现了传统纸媒和互联网技术的融合,用图片替代了以往二维码生硬的符号形态,具有实时、互动和全天候三方面特点。云报纸更拓展了传统的经营模式,将精准营销带入到报纸经营中,读者在阅读报纸时,可以对喜欢的广告进行更深入的了解,在拍照进入云端的同时,也将读者信息提供给广告商,以便其更精准地进行广告投放,以及与读者互动。目前,云报纸正在新一轮的市场竞争中崭露头角,虽然面临着使用习惯未养成、软件繁杂、技术不成熟、安全性有待提高等问题,但它作为我国传统媒体升级转型的探索和尝试,在报业发展与转型过程中有巨大的发展潜力。

3. 机构合并创造良机,报业发展大有可为

2013年10月28日,经中共上海市委批准,由解放日报报业集团和文汇新民联合报业集团整合重组的上海报业集团正式成立,其总资产规模达到208.71亿元,净资产为76.26亿元。集团共拥有16家纸质媒体、1家出版社和10余个新媒体产品,期发行总量超过250万份,形成了早报、日报、晚报、周报、周刊、月刊、出版物等结构合理、品种较为齐全的纸质媒体群^①。这使得上海真正实现了“一城一报”的格局。这样的合并并不意味着“抱团取暖”,而是为了更好地整合和分配优势资源,充分进行资本运作,避免本地报纸恶性竞争,从而真正成为跨行业、跨区域、多元化经营的大传媒集团。

4. 跨行业、跨区域并购,走多元化发展之路

多元化发展是近年来报业摆脱因收入来源单一而面临的运营风险的重要渠道之一。在多元化发展的过程中,报业集团大多遵循两种发展模式,一种是以资本为基础的纵向发展,如甘肃日报报业集团在经营报刊的同时,充分利用渠道优势,积极开展物流配送服务,并同时向家政服务、电子票务等方向拓展。另一种是依托品牌优势,围绕自身品牌和产业,向跨行业、跨区域方向发展。如2013年1月,浙报集团斥资32亿元收购了盛大网络旗下的边锋网络和浩方对战平台,浙报集团由此获得“一个拥有2000万活跃用户、2亿注册用户、80万移动用户的成熟网络平台”^②。

多元化经营在一定时间和阶段内对缓解报业经营压力、促进报业发展具有重要意义,但也应清晰地认识到,如何认识并解决多元化经营所带来的人才短缺、管理能力不足、协调能力较弱等问题,才能从真正意义上降低报业多元化经营所带来的风险,保持报业的健康发展。

(二)广播电视产业

1. 电视剧收视惨淡,真人秀节目独树一帜

2013年,我国电视剧产量出现13年以来的首次回落,总产量减少2000集^③。而已经播

① 文新·文汇新民联合报业集团简介[EB/OL]. <http://www.wxjt.com.cn/JiTuanInfo.htm>.

② 吴锋,刘骥云.2013年中国报业发展回顾与近期展望[J].编辑之友,2014(2).

③ 中研普华.2013年我国电视剧总产量减少2000集[EB/OL]. <http://www.chinairn.com/news/20140221/09323121.html>.

出的电视剧收视率也一片低迷,2012 年仅卫视播出的电视剧中,收视率超过 1% 的只有 5.8%,而 70% 电视剧的平均收视率低于 0.5%^①。

与电视剧形成鲜明对比的是,真人秀节目独树一帜,形成收视竞技局面。其中,湖南卫视的户外亲子真人秀节目——《爸爸去哪儿》开启了中国电视娱乐节目户外全景拍摄的新时代,并凭借“户外真人秀”和“亲子”两大卖点成为 2013 年度最热综艺节目。由该节目衍生出的手机游戏及同名改编电影等,开启了中国电视综艺节目新的商业模式。此外,歌唱竞技类真人秀成为 2013 年度与户外真人秀分庭抗礼的一支力量。其中,浙江卫视的《中国好声音》与湖南卫视的《我是歌手》一度火爆。

2. 广播电视产业发展态势良好,广告收入成核心竞争力

随着数字技术的迅猛发展,我国广播电视产业不断向着数字化、网络化和融合化方向迈进。到 2013 年年底,我国有线广播电视用户 2.29 亿,入户率达到 54.14%,数字电视用户 1.72 亿户,占有线广播电视用户的 74.95%。^②

2013 年,全国广播电视广告收入达到 1387.01 亿元,增速比上年下降 3.93%,广播和电视广告增速分别降到 2.74% 和 6.97%。^③ 央视和部分省级广电机构在广告收入上依然延续了上一年的良好势头,这反映出它们在黄金时段特别是优势节目上的核心竞争力。其中,央视 2013 年黄金资源广告招标累计揽金 158.8134 亿元,创造了 19 年以来的最高值。此外,部分省级广电的广告收入也相当可观,浙江卫视以《中国好声音》《中国蓝剧场》《中国梦想秀》等节目为主的黄金资源广告拿到了 16.7 亿元的收入,江苏卫视的《非诚勿扰》节目吸收了约 20 亿元的广告收入。

3. 继续推进“三网融合”,打造网络视听新媒体

按照国务院的方案,2013 年是三网融合第二阶段的起始年。在国家政策的大力扶持以及移动互联网技术迅猛发展的支撑下,越来越多的电台、电视台尝试与互联网、电信企业合作,逐渐向跨屏、多屏、多终端的融合形态转变,目前我国很多地区已经形成较为成熟的 IPTV 模式以及 OTT 模式。数字电视产业也向着智能化、高清化不断迈进,互联网电视、4K 超高清电视、OLED 电视,以及小米、乐视等智能电视提供给受众更多的选择。

在大力推进“三网融合”的形势下,各地广电机构和网络媒体加大合作力度,在品牌、采编、技术、业务,以及传播方式上相互借鉴和学习。2013 年初,由湖南卫视和上海宏蝠网络合作推出的呼啦应用正式上线,搭建起电视观众在电视大屏和手机小屏之间的互动通道。同年 7 月,由河南卫视和爱奇艺网站合作的节目《汉字英雄》正式播出,成为国内首档网台联动的文化综艺季播节目。“网台合办”逐渐成为传统电视媒体与新媒体合作的主要形式。

4. 资本运作频繁,强强联合成趋势

进入 2013 年,广播电视媒体在资本运作方面日渐频繁,通过入股、收购、合作等方式,不断集中优势资源,推动自身和整个广电产业的不断发展。

① 人民网. 盘点 2013 年电视圈乱象:“贰作”盛行 原创动力匮乏[EB/OL]. <http://culture.people.com.cn/BIG5/n/2014/0224/c172318-24445933.html>.

② 中国经济网.“广电蓝皮书 2014”:视听新媒体格局即将形成[EB/OL]. http://www.ce.cn/culture/gd/201407/09/t20140709_3128972.shtml.

③ 中国经济网.“广电蓝皮书 2014”:视听新媒体格局即将形成[EB/OL]. http://www.ce.cn/culture/gd/201407/09/t20140709_3128972.shtml.

2013年7月末,华策影视公司以现金和发行股份相结合的方式,购买了克顿传媒100%股权,以期利用克顿传媒领先的数据挖掘和处理能力,提高剧集质量,降低经营成本。同年8月,SMG(上海文广)旗下百视通新媒体以3.07亿元人民币认购风行网增资,加快实现了电视内容的网络化和广告售卖的一体化。频繁的资产运作,是我国广电机构在发展过程中的典型表现,是市场环境下社会资源集中,不同传媒企业之间优势互补、强强联合的重要标志。

5. 加强版“限娱令”再下,卫视发展喜忧参半

2013年10月12日,新闻出版广电总局下达了《关于做好2014年电视上星综合频道节目编排和备案工作的通知》,规定每家卫视每年新引进版权模式节目不得超1个,卫视歌唱类节目黄金档最多保留4档;此外,要求进一步扩大电视上星综合频道新闻、经济、文化、科教等类型节目的播出比例。面对电视观众娱乐的天性,以及来自互联网和其他广电机构的竞争,此次加强版“限娱令”出台后各大卫视面临的压力显而易见。

当然,限娱令的背后也意味着机遇,其对卫视未来发展的刺激作用主要表现在:首先,有利于打破省级卫视以“综艺+电视剧+新闻”三驾马车为主的节目结构,有助于保持电视节目的多样性;其次,对歌唱类节目的控制将在更大程度上刺激原创类电视节目的生产,进一步均衡制作公司的工作重心;最后,加强版“限娱令”的出台,将进一步加大各卫视对“次黄金档”的重视,进一步优化节目内容和编排方式。

(三) 电影产业

1. 产业结构优化:并购重组提高综合竞争力

2013年,我国电影市场资本运作风生水起,大交易频出,堪称“并购年”。据统计,全年并购案总金额累计达到22亿元人民币,已超过内地电影总票房。^①其中,万达以26亿元并购美国AMC影院,乐视网15.98亿元同时收购花儿影视和乐视新媒体,光线传媒8.3亿元入股新丽传媒,华谊兄弟6.7亿元并购广州银汉科技公司,华策影视16.52亿元收购克顿传媒并以1.8亿元资金入股最世文化等均是传媒公司延伸产业链的重要举措。

电影行业并购潮的出现,拓宽了同质或不同质企业之间理念、平台和内容的融合渠道,促进影视与文学、游戏等不同文化形态进行优势互补和交叉渗透。未来,为了获得规模优势及实现企业间优势互补的传统的横向并购,为降低交易成本、布局产业链的纵向并购,以及分散风险、多元化布局的混合并购将不断出现。^②

2. 营销模式创新:新媒体助阵中小成本电影

2013年,一批质量上乘的中小成本电影涌现,并取得了叫好又叫座的可喜成绩,如《北京遇上西雅图》《中国合伙人》《致青春》等。这当中,新媒体营销可谓居功至伟。参演明星利用新媒体对电影的宣传,营销团队对具有共鸣话题的制造及传播……这一系列方式使得电影通过新媒体平台得到最大程度的推广,相对有限的营销投入产生了巨大的社会影响力。此外,大数据同样也在电影业中四两拨千斤,通过精准的量化数字计算可能的投资回报率,以提供对电影市场的理性预估,并提出影视制作及投资决策的建议。《小时代》便是以大数据为支撑取得票房胜利的小成本电影典范。

^① 东方网. 2013中国影市关键词低成本电影井喷大数据来袭[EB/OL]. <http://enjoy.eastday.com/c8/2014/0115/2219701657.html>.

^② 孟佳. 盘点2013年影视行业十大并购案[EB/OL]. <http://news.entgroup.cn/movie/1018853.shtml>.

3. 电影市场保卫战：影院市场地广人稀，电商争夺移动终端

2013年，投资者依然保持了对电影产业的极高热情。据艺恩 EBOT 日票房智库数据显示，2013年全国新开业影院数达903家，影院数量相比去年同比增长39.6%。但与此同时，影院投资市场的收益情况并不乐观，观影人次同比增长32.4%，观影人次增速低于影院数量增速；放映场次增加了约40%，票房收入却增加不到30%。^①可见，单银幕成本升高而产出却在降低，电影市场呈现“地广人稀”的尴尬局面。

随着观影人群年轻化以及新媒体时代的冲击，电影票电商争夺战的主战场渐渐转移到以App为代表的移动端，其中代表电商有时光网、猫眼电影等。2013年6月，安卓平台排名前十的电影票App单月新增下载量达266万^②；12月初，微信银行卡中也添加了购买电影票功能。

4. 国产电影“翻身仗”：民营、国外血液注入，国产电影水平提升

在2013年217亿元的电影票房年收入中，国产电影占127亿元，同比增长54.32%，并以58.6%的比例翻身压住进口片。其中，33部国产片票房过亿元。^③

值得关注的是，国产电影火爆的背后，是我国电影市场格局所发生的巨大变化。2013年我国电影票房位居世界第二，一方面，中国电影市场在世界电影产业的权重显著提升，吸引了欧美电影巨头以技术、合拍、合作等各种方式进入中国市场，客观上促进了国产电影水平的提升。另一方面，民营影视公司表现活跃，新入市场的光线传媒、乐视影业等新媒体发展迅速，从而进一步提升了国产电影的制作水准。^④

(四) 互联网

综观2013年，我国网络应用服务蓬勃发展，产业整体实力进一步加强，并形成横向延伸、纵向深入、跨界融合发展的态势。

1. 跨界融合渐成趋势，新型产业格局形成

2013年，互联网产业跨界融合发展趋势愈发凸显，开放合作、垂直融合的产业新格局正在形成。

横向方面，互联网与零售、金融等传统产业融合加速。一方面，教育、医疗、旅游等传统行业与互联网进行融合与重构，实现了资金流、信息流、物流“三流融合”。另一方面，互联网加速向金融等传统领域进军，“互联网金融”取得可喜收益。2013年6月，阿里巴巴集团支付宝推出余额宝；8月，腾讯旗下的微信平台、财付通联手华夏基金推出“活期通”；10月，百度推出在线理财产品“百发”……互联网金融凭借着开放、透明、便利、低准入等一系列优于传统金融模式的特性，丰富了人们投、融资的渠道与方式，促进了民间资本流通，给传统金融模式带来了颠覆性的冲击。

纵向方面，互联网产业链正进行更广泛的垂直整合。电信运营商、内容和应用服务商、设备制造商、终端厂商、软件商等企业加速将自身业务向产业上下游延伸，通过企业并购、业务合作等形式，有针对性地打造硬件、软件、应用服务一体化的特色服务。截至2013年

① 2013年全国电影总票房217亿元同比增长27.51%[N]. 中国新闻出版报, 2014-01-07.

② 2013年电影行业关键词盘点[EB/OL]. <http://www.huxiu.com/article/25695/1.html>.

③ 中国新闻出版广电总局. 2013年全国电影总票房217亿元同比增长27.51%[R]. 2014-01-07.

④ 人民网. 2013中国十大传媒事件(下)[EB/OL]. <http://media.people.com.cn/n/2013/1226/c372892-23952208.html>.

10月底,我
顶盒也迎来

出货量达到3.48亿部,同比增长178%^①。2013年,互联网高清机
顶盒,市场占比由2012年的4.7%上升到15.1%^②。

2. 移动

快速普及,“终端+应用”完善产业链

2013年
3G用户增速
用户中的渗

互联网市场规模突破300亿元,移动互联网网民规模达6.52亿^③。
截至2013年11月底,中国3G用户总数达3.87亿户,在移动电话
用户中的渗透率已达6%^④。移动互联网应用的蓬勃发展,正在创造着全新的商业消费模
式。2013年,我国移动搜索市场规模约为27.9亿元,移动游戏市场规模约为91.1
亿元,移动支付市场交易规模达4675.3亿元;微信和国际品牌WeChat的合并月活跃账户数
达到2.719亿,比去年同期增长124.3%;2013年,苹果中国区手机应用数量超过100
万。^⑤移动互联网纵向一体化产业发展平台和生态体系正在建立,并向生产、生活领域深度
渗透。

3. 网络信息安全治理加强,网民权益保护任重道远

据《中国网民权益保护调查》显示,2013年我国网民的损失保守估计达1491.5亿元,其
中时间损失估价316亿元,金钱损失1789亿元。^⑥面对如此严峻的局面,政府和各部门加
强了对网络安全问题的治理力度。2013年6月到12月,公安部统一部署了集中打击整治网
络违法犯罪专项行动,包括网络谣言、网络卖淫、网络传销和网络敲诈勒索等。同年11月,
中共十八届三中全会审议通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》明确提
出,加大依法管理网络力度,加快完善互联网管理领导体制,确保国家网络和信息安全,进
而将网络和信息安全重要性提升到国家战略高度,进一步推动中国安全网络环境构建进
程。^⑦这一系列举措的实施,使网络垃圾及不良信息得到了一定控制。但网络安全任重而道
远,网民权益的保护力度还需进一步加强。

(五)出版业

2013年,从大部制、出版大数据,到呼吁全民阅读立法、出版高端人才培养、数字出
版基地建设,无论是宏观层面还是微观层面,中国出版产业都呈现出发展、变化、融合、上
升的趋势。

1. 行政管理机构重组,探索跨界资源整合

2013年3月22日,国家新闻出版广电总局正式挂牌;5月10日,湖北省新闻出版广电
局正式成立。此后,各省级广电部门与新闻出版部门的合并也开始大规模铺开。各种“跨
界”资源的整合,加速了出版业跨越式发展。2013年6月22日,人民教育出版社有限公司、
人教教材中心有限责任公司、陕西人民出版社有限责任公司、陕西出版集团发展有限公司4
家股东,按比例出资共同组建陕西西北人教玉成文化传媒有限公司,此举是人教社和地方出
版企业探索跨地域经营的战略性尝试。同年5月,时代出版传媒股份有限公司旗下全资子公

① 工业和信息化部. 2013年中国工业通信业运行报告[R]. 2013-12-30.

② 格兰研究. 2013年中国机顶盒白皮书[R]. 2013-10-30.

③ 易观智库. 2013年中国移动互联网统计报告[R]. 2013-12-30.

④ 工业和信息化部. 2013年中国工业通信业运行报告[R]. 2013-12-30.

⑤ 2013中国互联网发展10大动向[N]. 人民日报, 2013-12-26.

⑥ 中国互联网协会反垃圾信息中心. 中国网民权益保护调查[R]. 2013-12-30.

⑦ 中国新闻网. 官方: 加大依法管理网络力度确保国家网络安全[EB/OL]. <http://www.chinanews.com/gn/2014/04-11/6053007.shtml>.

司北京时代华文书局有限公司，获得国家新闻出版广电总局批准颁发的“中华人民共和国图书出版许可证”，这是中国出版业跨地区发展首家获批出版资质的出版机构。

2. 出版业与银行业强强联合

2013年，出版业与银行业联合渐成趋势，通过银企间的双向战略合作，积极实现互惠互利、共建共赢，以推动企业持续长远发展。2013年2月26日，湖南省新闻出版局与交通银行湖南省分行签署支持新闻出版业发展战略合作协议。根据协议，交通银行湖南省分行将在未来一年内，为湖南省新闻出版产业发展提供50亿元的意向性融资，并提供包括本外币融资、本外币结算等在内的全方位金融服务。国家新闻出版广电总局也在2013年3月4日宣布，安徽出版集团专门与中国进出口银行总行及安徽省分行在图书版权贸易、文化印刷服务、高科技文化产品进出口等方面达成多个合作意向。同年11月28日，中国出版集团公司及旗下中国出版传媒股份有限公司与中国工商银行、交通银行、中国农业银行、中信银行、北京银行在京正式签署战略合作协议。

3. 搭建数字出版平台，探索出版转型路径

瞄准数字阅读和移动阅读市场的数字出版平台建设成为2013年出版业的焦点。从1月正式上线的“新华悦读”数字阅读平台，专攻数字阅读和移动阅读市场，到2月启动的“面向终身教育的数字资源聚合与投放云服务关键技术研发与运营示范”，4月推出的“中国出版发行在线交易中心”和“大佳移动出版平台”，再到8月启动的中国图书进出口(集团)总公司国际数字资源交易与服务平台——“易阅通”，这些举措说明传统出版商更多地聚焦交易平台、移动阅读服务等业务的拓展。

同时，也需要看到，我国图书出版业还存在两个方面的问题：一是传统阅读呈边缘化趋势；二是产业“造血”功能不足，宏观管理层面的风吹草动仍然是产业发展的主动力，出版业自身转型变革的力度还远远不够。

4. 出版与技术加速深度融合，产业协作已成大势所趋

在技术应用快速发展、内容生产快速膨胀、用户需求快速变化的数字出版产业成长期，技术、内容和运营的产业协作与融合已成必然趋势。2013年，柔性显示技术、3D打印技术和增强现实(AR)技术受到广泛关注，江苏凤凰出版集团等出版商与相关技术服务商开始联合攻关。柔性显示技术使数字终端进化成外观各异、屏幕可以附着到不平整的表面上，甚至是被拉伸的形式；增强现实(AR)技术在人工智能、遥感、游戏娱乐、信息互动等许多领域投入应用。这些技术与内容的整合在未来的时间里将会推动数字出版取得更大的发展。

同时，内容提供商开始大规模构建数字内容加工与管理平台，以整合优质数字内容，提高数字资源的管理水平。2013年以来，电子工业出版社、作家出版社等出版单位，以及中文在线等技术服务商都开始积极探索数字版权资产的管理与运营模式，产业界的共识是产业链协作及数据整合成为必然。

5. 盗版整治力度加大，版权意识得到加强

网络盗版行为是影响出版业健康发展的最为重要的问题。从2013年3月开始，全国扫黄打非办公室部署和实施了以打击非法出版物、清理网络淫秽色情和打击侵权盗版为重点的“清源”“净网”“秋风”三个专项行动。2013年6月，国家版权局责令亚马逊中国公司对亚马逊中国网站第三方平台销售盗版书事件进行整改；11月，新浪、百度、天涯社区等网站因登载网络淫秽色情信息，被责令全面整改。与此同时，出版行业版权意识得到了较大提高。2013年4月，以传播和鼓励“版权保护”为宗旨和目标的公益性基金——北京智慧版权保护

基金会正式成立。同年11月,中国青年出版社中青文文化传媒有限公司就百度文库在线提供中青文文化传媒旗下3本书的电子版本一事向百度索赔损失1818.65万元。

二、政府规制建设

2013年,是传统媒体深化改革的一年,也是新媒体迅速发展的一年。为确保整个传媒业健康发展,政府通过行政部门改革、发布通知、颁布规划、改进管理办法等方式,进一步监督和规范从业单位及从业者行为,构建传媒和谐生态。

(一)宏观层面的政策规制

1. 政府谋划部署促进新闻传媒业发展

2013年我国出台了多项政策促进新闻传媒业的发展。2月,新闻出版总署公布了新闻出版改革发展的12项工作要点,对政府行政管理体制、非时政类报刊出版单位体制、报刊编辑部体制、党报发行体制、现代出版物市场体系的改革做出了重要批示,并在新闻出版产业转型升级、出版传媒企业集团化发展、出版传媒企业融资、产业基地建设和新闻出版国际传播力建设等方面提出明确方向^①。

3月10日,国家将原来的“国家新闻出版总署”和“国家广播电影电视总局”合并为国务院直属的“国家新闻出版广播电影电视总局”。这使得新闻出版和广播影视领域公共资源得以有效整合,国有文化资产与产业化力量进一步接轨,有利于新闻出版广播影视业做大做强,增强文化整体实力和竞争力。

2. 国家高度重视视听新媒体建设

2013年8月,国务院下发《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》,明确要求“加快广电和电信业务双向进入,加强互联网新兴媒体建设,实施网络文化信息内容工程,推动优秀文化产品网络传播”^②,以扶持网络等视听新媒体的建设与发展。国家新闻出版广电总局还明确提出,在确保节目审核主导权的前提下,加大对社会资本的运用;鼓励网络视听节目服务机构打破技术界限、条块分割和所有制界限,跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组。^③在政策利好、社会资本充足和技术不断优化的大环境下,我国视听新媒体结构整合深入发展,市场规模和用户规模进一步扩大,产业链各环节逐步形成良性共赢的生态。

3. 加强记者队伍网络活动管理与规范

2013年4月16日,国家新闻出版广电总局下发《关于加强新闻采编人员网络活动管理的通知》,要求新闻采编人员坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主的方针,自觉抵制有害信息的渗透和传播,不引用、不报道未通过权威渠道核实的网络信息,不传播、不转载网上流言、传言或猜测性信息^④,对网络新闻的规范化采编起到了举足轻重的作用。在新闻网站管理方面,要求新闻单位必须加强新闻网站内容审核把关及新闻采编人员网络活动管理,按照

^① 新闻出版总署办公厅. 2013年新闻出版改革发展12项工作要点确定[EB/OL]. <http://www.gapp.gov.cn/news/1656/141090.shtml>.

^② 国务院. 关于促进信息消费扩大内需的若干意见[EB/OL]. http://www.js.xinhuanet.com/2013-08/15/c_116951133.htm.

^③ 朱新梅,熊艳红. 2013年中国视听新媒体发展动态[J]. 中国广播电视学刊, 2014(2).

^④ 晋雅芬. 采编人员设立职务微博须经单位批准[N]. 中国新闻出版报, 2013-04-16.

传统媒体刊发新闻报道的标准和流程,严格审核所属新闻网站发布的信息。在加强博客和微博管理方面,要求新闻单位设立官方微博必须向其主管单位备案,并指定专人发布权威信息,及时删除有害信息。此外,还要求新闻单位不断加强和改进舆论监督,并强化对本地媒体、所辖媒体和中央媒体在地方记者站、分支机构、新闻网站地方频道新闻采编人员及新闻业务的监管。

(二)传媒各行业的政策规制

1. 报刊业

2013年1月31日,《2013年新闻出版改革发展工作要点》对实施报刊编辑部体制改革、深化党报发行体制改革提出了明确要求。该要点提出,原则上不再保留报刊编辑部体制:对现有报刊编辑部,区别不同情况实施不同改革办法;鼓励和支持党报党刊出版单位和大型新闻出版传媒集团公司对报刊编辑部进行整合,鼓励和支持以党报党刊的子报子刊、实力雄厚的行业性报刊出版企业为龙头对报刊编辑部进行整合,形成大型综合性或专业性报刊出版传媒集团公司。^①2013年,党报发行经过改革,解放和发展了报刊生产力,报刊业“小、散、滥”的结构性弊端得到规避,报刊出版传播能力得到增强,报刊业转型和升级速度不断加快。

2. 广播电视行业

(1)新旧版“限娱令”对比。2013年10月12日,国家新闻出版广电总局下发《关于做好2014年电视上星综合频道节目编排和备案工作的通知》。该文件被媒体称为“加强版限娱令”,与2011年广电总局发布的“限娱令”相比,主要有以下三点不同:

第一,扩大新闻等播出比例:周时长占总比30%。2011年版“限娱令”明确提出,从2012年1月1日起,每个电视上星综合频道每日6:00至24:00新闻类节目不得少于2小时;18:00至23:30必须有两档以上自办新闻类节目,每档新闻节目时间不得少于30分钟。而“加强版限娱令”要求进一步扩大电视上星综合频道新闻、经济、文化、科教、生活服务、动画和少儿、纪录片等类型节目的播出比例,总播出时长按周计算不少于30%,并对具体类型节目的播出时段、时长进行了明确规定。

第二,黄金档:每周每家两档到择优播出只留一档。老“限娱令”对娱乐节目的总量进行了控制,要求上星综合频道晚7点30分至10点黄金档,每周娱乐节目量不得超过两档,全国卫视台一年内的选秀节目不得超过10档。加强版“限娱令”则明确提出抵制过度娱乐,防止雷同浪费。对歌唱类选拔节目,通知明文规定:每季度总局通过评议会择优选择一档歌唱类选拔节目安排在黄金时段播出,其余不得安排在19:30至22:30之间播出。

第三,新增要求:引进境外版权每年禁超一个。针对近年来电视台大量引进境外节目模式、原创作品数量走低的局面,加强版“限娱令”还明确要求坚持自主创新,加强引进管理,“各电视上星综合频道每年播出的新引进境外版权模式节目不得超过1个,当年不得安排在19:30至22:00之间播出”。这对于当前我国电视节目跟风化与同质化的现象起到了一定的遏制作用。

(2)“三网融合”进入快速发展期。2013年7月11日,国务院办公厅发布了《国家新闻出版广电总局主要职责内设机构和人员编制规定》,提出“定机构、定编制、定职能”的“三定”方案,加强推进新闻出版广播影视领域的公共服务。^②2013年8月8日,国务院印发了

^① 新闻出版总署办公厅. 关于印发《2013年新闻出版改革发展工作要点》的通知[EB/OL]. <http://www.gapp.gov.cn/news/1663/140875.shtml>.

^② 新华网. 解码国务院新组建机构的“三定”方案[EB/OL]. http://news.xinhuanet.com/ziliao/2013-07/18/c_124886052.htm.