

新闻与传播学博士文丛

大媒体产业：

从媒介融合到产业融合

——中美电信业和传媒业关系研究

傅玉辉 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

新闻与传播学博士文丛

XINWENYUANCHUANBOXUEBOSHIWENCONG

傅玉辉 著

大媒体产业：从媒介融合到产业融合

——中美电信业和传媒业关系研究

中国广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

大媒体产业：从媒介融合到产业融合：中美电信业和传媒业关系研究/傅玉辉著. —北京：中国广播电视出版社，2008.7

(新闻与传播学博士文丛)

ISBN 978-7-5043-5580-5

I. 大… II. 傅… III. 电信—邮电业—关系—传播媒介—产业—对比研究—中国、美国 IV. F632.3 G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 036968 号

大媒体产业：从媒介融合到产业融合

——中美电信业和传媒业关系研究

傅玉辉 著

责任编辑 沈楚瑾 李晓霖

封面设计 郭运娟

责任校对 张 哲

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtv.com.cn

电子信箱 crtvp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

字 数 308(千)字

印 张 17.75

版 次 2008年7月第1版 2008年7月第1次印刷

印 数 4000册

书 号 ISBN 978-7-5043-5580-5

定 价 35.80元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

序一 愿信息传播产业融合的历史迷雾早日散去

陈力丹

这本书是傅玉辉在其博士论文的基础上修改、丰富而成的。对于信息传播领域不同产业之间横向关系的纵向考察，本质上是传媒产业融合研究。我们已经进入了融媒时代，但只是从理念上感知它，尚没有专论。这本书的出版有助于推动学界和相关行业对这个问题的关注和深入研究。三年甘苦，于兹有成，为之作序，颇感欣慰。

1995年，《今日美国》的专栏作者凯文·曼尼写了一本书，叫做《大媒体潮》。他在书中系统地论述了大媒体的概念、产业背景和未来发展趋势，并以新闻的笔法和视角对信息传播领域新的产业现象作了描述和概括。他认为：“大媒体”是一种全新的传播概念和传播方式，向人们提供包括通信、影视、音乐、商业、教育等内容覆盖面极广的全方位资讯和娱乐，包括上述资讯和娱乐生产的全部内容、设备和过程。较过去的媒体而言，它容量大，技术要求高，多采用现今最为先进和尖端的传播技术和手段：投入资金大，跨行业多，当然也以更深、更广的方式介入人们的生活。他对美国的大媒体产业发展充满了自信：“在大媒体产业方面，美国将大显身手。”^①

当时，美国正在孕育着1996年电信法以及日后一系列的产业融合的重大事件。而《大媒体潮》代表着当时人们对于信息传播领域的产业融合的一种新的现实洞

^① Maney, Kevin. *Magamedia Shakeout: the Inside Story of the Leaders and the Losers in the Exploding Communications Industry*, New York: John Wiley & Sons, Inc., 1995, p. 350.



察和历史判断。由于信息传播领域产业融合发展阶段不同，所以在那个时期，我国研究界并未对信息传播领域的产业融合予以足够的重视，研究论著很少。

十多年后的现在，信息传播领域产业融合的总体趋势已经较为清晰了。

美国信息传播领域的产业融合自1996年电信法实施之后进入了交叉竞争阶段，整个产业融合过程跌宕起伏、风起云涌，经历了十余载的分分合合，在竞争基础之上又形成了新的垄断格局，而这种竞争垄断的格局是在产业融合的基础上得以存在和发展的，是体现着更高市场竞争水平的集中和融合。

我国信息传播领域产业融合在技术和服务层面上已经积聚了成熟的技术条件和丰富的企业资源，但是以“三网融合”为主要体现的信息传播领域的产业融合进程，则基本上持续停留在国家大政方针和战略原则的层面上，而在具体产业层次的融合，则止步制度层面和管制体系的制约和束缚。如今，我国信息传播领域的独立管制体系尚未出现端倪，而应该具有过渡性质的高效的综合管制体系也尚未成为可能，多头管制、齐抓共管背后，是迅猛发展、问题迭出、效率低下、模式陈旧的管制现状。所以，虽然自1995年以来及至今日，我国在信息传播领域的产业融合已经进行了大量的准备和探索工作，但是并没有真正取得类似美国1996年电信法所带来的突破。

虽然我国在信息传播领域产业融合的技术、服务、组织上都做了大量的铺垫工作，但是由于制度层面和管制体系的种种不确定性，整个信息传播领域的产业融合进程仍然没有取得突破性进展，而本应在融合基础上开展各种新的信息传播服务的仍未尽快实现。

目前我国信息传播领域的三大相关产业的总体特点是：电信业因忙于自身的战略转型和行业重组，有劲使不出；而传媒业则由于自身严格管制的限制，有劲使得慢；至于互联网业则活力勃发，恣肆蔓延，亟待疏导和规范。管制层面上，电信业和传媒业还是比较严格的，互联网业则属于管制的薄弱环节。由于管制的滞后和发展的迅猛，互联网发展中的问题层出不穷，管制体系力不从心，而电信业和传媒业的力量无法真正渗透到这个产业之中成为中坚力量。

互联网业使得信息传播门槛降低，信息传播权力下移，信息传播图景日益丰富而复杂，这既给信息传播领域的产业融合带来了无限的机遇，也为产业融合之后的综合性管制带来了重重挑战。产业融合之后，信息传播产业的发展并不是一劳永逸，而是面临更大的市场竞争和行业管制的压力。不管是重起炉灶形成新的独立管制体系，还是现有基础上建立有效的综合管制体系，我国信息传播产业的管制体制

创新和改革方面都还有许多事情要做。

这种不确定性只是迟滞了产业融合的进程，并不能从总体上模糊信息传播领域产业融合前进的方向。现阶段我国信息传播领域产业融合似乎已经遇到了一层阻碍产业融合的窗户纸，迟迟无法捅破，而捅破这层窗户纸的“一指禅”却掌握在相关政府管制部门手中。虽然来自技术和组织乃至用户需求方面的力量也在起积极的作用，但是这些力量都无法真正在政策层面起到重要的决定作用。而政府的抉择则在于选择一个最为有利的时机，来推进信息传播领域的产业格局优化和管制体系调整。

由此看来，似乎我国信息传播领域产业融合进程快速推进的时机仍未成熟：一是基于移动通信3G技术所引发的电信业新一轮重组尚未进行；二是广电行业的数字电视网建设工程尚未全部完成；三是推进产业融合的相关立法和管制体系尚未建立。这三大因素成为我国信息传播领域产业融合进程的三大障碍，而这些条件基本成熟也要等到2008年之后了。因为2008年之后，电信业的重组将基本到位，广电行业的数字电视网建设也已基本完成，IPTV等融合性业务的推进也基本趋于成熟，3G的应用也将从移动服务层面为产业融合提供新的网络和业务支撑。所以从这个意义上说，2008年前后将成为我国信息传播领域产业融合进程的重要转折点。

北京大学学者周其仁在为《管制的黄昏——中国电信业万亿元重组实录》（社会科学文献出版社，2003）一书作跋《“管制”是否日近“黄昏”？》，指出：“我还是认为本书定名为《管制的黄昏》可能是过于乐观了。这里所讲‘管制’，应该是指‘政府为控制企业的价格、销售和生 产决策而采取的各种行动’。考虑到我国的传统和现状，容我实话实说，我可没有看到政府对电信业的管制日近黄昏的迹象。”与电信业的管制现状一样，信息传播领域的产业大融合成功的图景也不会在一个早晨就一蹴而就；即使我国信息传播领域的产业融合出现新的转折点和突进点，其所面临的问题也不会有所减少，仍将面临新的问题和挑战。

无论如何，从近百年以及近十年信息传播领域的产业融合进程来看，笼罩在我国产业融合上的历史迷雾必须散去，新的信息传播领域的产业融合的新图景必将到来。当然，这个进程仍有阻碍和挑战，但是我国产业融合的趋势是无法阻挡和逆转的。我对我国信息传播领域的产业融合既充满信心，又充满期待。

傅玉辉先读工业经济学，再读古典文学，后读新闻传播学，先后投身于建筑行业、新闻出版行业和电信行业，学业和经验都颇为丰富。2003年进入中国人民大



学新闻学院攻读传播学方向的博士研究生以来，为了消除对于信息传播产业发展的困惑，求得对于信息传播领域产业融合的正解，他深刻地思考电信业和传媒业产业的关系，其博士论文是这一思考的一个过程性版本。这个版本未必是一个信息传播领域产业融合研究最为完善的思考版本，但是却将我们带入了有着150余年历史的以电信业和传媒业为主体的信息传播领域产业融合的过程之中，让我们从大历史的坐标系中，更为广阔和清晰地洞察这一融合进程的脉络，尤其是近十年以来，随着互联网业的加入，信息传播领域的产业融合更是得到了飞速的发展，呈现出了新的态势。

本书作者基于电信业和传媒业的融合现实而对于这个问题进行思考本身，就蕴涵着信息时代产业融合的深刻影响。而这只是我们亲身经历的产业融合历史进程中的一个小小细节。

诚如本书作者在本书中所论述的那样，融合不是信息传播产业发展的终点，融合为我们提供了一个对于信息传播领域产业融合的研究视角。通览本书，使得我们对于信息传播产业融合历史的认识更为清晰，对于产业融合的未来，把握更为明确，同时也让我们认识到应该对该领域保持持续而长期的关注，继续进行长期的跟踪观察和研究分析工作。

从目前的信息传播领域产业融合进程来看，产业融合的新突破为期不远，值得期待，但产业融合获得新的发展之后需要进行关注和研究的问题更多。所以当融合的历史迷雾散去时，我们将看到更多融合所带来的可能性，看到信息传播前进更远的路标，看到既充满问题又充满魅力的各种信息传播领域产业融合的新的现象，以及在此基础和平台之上所延展的更具有创造性的未来。

傅玉辉书生本色，性情宁静，好学深思，留心学问，着意读书。他在中国人民大学读书的三年，我们师生都处于各自极其忙碌的工作和学习过程之中。自2003年从中国社科院新闻与传播研究所到中国人民大学新闻学院任教以来，我的工作节奏陡然加快，而他自2003年以来也在电信领域经历着行业变革的震动、电信重组的困惑，经历着对于未来思考的痛苦和有所收获的欢欣中。我们都处于学问和人生的转折与融合点。从我的这些在学问、家庭以及工作之间奔波穿梭的学生身上，我也似乎看到了自己当年奋力于学术研究以及在人生路上辗转前行的身影，对于他们的努力和甘苦，每每感慨系之。

转瞬之间，傅玉辉博士生毕业已一年有余。虽然毕业之后并没有进入新闻传播学的学术研究机构，但是他对于新闻传播领域的关注和研究却从未停止。信息传播领域的产业融合是一种具有历史性、现实性和生命力的社会经济现象，而对于这个

课题的研究也将是具有生命力和现实价值的。希望有更多的学者和业界人士来关注这个研究方向，更希望本书作者在这个领域以及其他相关研究领域能够甘于寂寞，沉涵学问，勇于探索，时有新获，同时也希望他能够以一个学者的标准来要求自己：在学术研究上坚持不说违心话、不说套话，无愧于一个学者纯正的学术研究信念。

2008年4月6日于北京时雨园



序二 山雨欲来风满楼——从电信业的产业融合变革大潮谈起

侯自强

互联网的快速兴起正在成为现代服务业的新业态，强烈冲击电信业和媒体业，电信业正在发生巨大快速的变革。兼并重组不断涌现，传统运营模式和结构正在大规模瓦解中，被发展中的新结构替换。更为激进的新经营方式纷纷涌现。犹如我国的春秋战国时期旧秩序“礼崩乐坏”，新思想快速发展，出现各诸侯国合纵连横大动荡大改组的局面。

为了迎接这一挑战，各个运营商纷纷开始了转型的进程，提出了自己的转型目标。但多是就事论事化解目前危机，缺乏从历史发展进程高度的分析。电信业走向何方成为关注的焦点。

以报刊书籍和广播电视为主体的单向传播的传统媒体，同样面临向交互的个性化的新媒体演化的挑战和机会。一方面媒体的形式不断更新，计算机互联网、手机移动互联网、IPTV、手机电视……层出不穷。另外一方面是向双向、交互和个性化新媒体的演化。从博客、WiKi、社交网络到视频共享/播客层出不穷，个人制作内容UGC和通信内容正在成为媒体内容的重要组成部分。P2P流媒体的出现大幅度降低了内容的分发和播出门槛，而手机DC和DV能力的不断提高为个人创作内容提供了基础。

下一代的媒体受众将以生于20世纪80年代后期，掌握和熟悉互联网的一代为主导，这些受众身处于日益丰富的媒介环境中，主要通过互联网和各类新型的影音消费电子产品满足视听娱乐需求。他们将对未来发展趋势产生决定性影响。三网融合、电信业与媒体业的融合和演化成为关注的焦点。

《大媒体产业：从媒介融合到产业融合》一书从历史发展的高度，以产业融合和大媒体产业现象为研究对象，以中国和美国大媒体产业比较研究为参照体系，从信息传播活动历史的发展演变角度，揭示了我国大媒体产业发展的主要趋势，并为我国大媒体产业发展提出策略建议。

该书认为：“信息传播的产业融合就是指原先处于产业分立状态的两个或者两个以上的信息传播相关产业，由于技术、市场、服务和管制等因素的推动，逐渐趋向融合的一种产业现象。产业融合是信息传播产业创新发展的一种重要形式。产业融合不但促进了不同产业的共生共存发展，同时还推动了新型产业形态和产业生态环境的形成。大媒体产业是一种基于电信业和传媒业之间的产业融合所形成的跨越传统产业边界、跨越不同媒介形式、跨越不同国家区域的新型信息传播产业形态。大媒体产业的出现将人类信息传播活动推向更高的发展层次。大媒体产业的最高目标和未来发展方向是围绕人类对于信息传播不断变化的潜在需求，为人类提供最为人性化的信息传播服务。”

该书对于对现代传媒的演化和发展有兴趣的读者很有参考价值。

2008年4月25日

目 录

序一	陈力丹
序二	侯自强
第一章 导 论	1
一、选题意义	1
二、研究概况	9
第二章 大媒体产业的建构和批判	16
第一节 信息传播产业视角	16
一、产业和管制的关系框架	17
二、电信业：重要的信息传输产业形态	18
三、传媒业：重要的信息内容产业形态	21
第二节 产业融合的趋势	25
一、产业融合的界说	25
二、电信、传媒产业关系演进阶段	28
三、大媒体产业：从媒介融合到产业融合	34
第三节 大媒体产业的建构性和批判性	44
一、大媒体的诞生	44
二、大媒体产业的性质	47
三、大媒体产业的双重视阈	49
四、大媒体产业的基本特征	52
第四节 大媒体产业的现实意义	54
一、传媒业的新均衡演进	55
二、电信业开放型产业结构的塑造	59



三、开拓新的传播学研究领域	62
第三章 中国信息传播领域产业融合与大媒体产业	64
第一节 中国电信业和传媒业	66
一、中国电信业的历史发展路线	68
二、中国传媒业的历史演进轨迹	71
第二节 从产业分立向产业融合演进	72
一、中国电信业发展进程	72
二、中国传媒业发展进程	78
第三节 中国大媒体产业的历史坐标判定	85
一、产业内涵	85
二、产业市场体系特征	87
三、外部环境和重要契机	93
第四节 中国大媒体产业演进趋势	102
一、产业融合的塑造功能	103
二、全方位的融合趋势	106
三、大媒体产业和新信息传播世界	109
第四章 美国信息传播领域产业融合与大媒体产业	114
第一节 塑造世界信息传播格局	117
一、美国电信业	117
二、美国传媒业	123
第二节 以产业融合塑造新信息传播产业形态	128
一、美国电信业的融合取向	128
二、无所不在的美国传媒业	131
第三节 美国大媒体产业历史进程	136
一、市场体系和批判视野	136
二、数字融合拉开融合序幕	137
三、在边界消失处确立	139
四、动态产业范围的形成	140
第四节 美国大媒体产业效应	143
一、发展动力分析	143
二、产业融合过程描述	147

三、产业融合途径和方法	151
四、新产业均衡的寻求之路	154
五、利弊得失略论	156
第五章 中美大媒体产业比较	158
第一节 产业关系历史演变	160
一、中国大媒体产业：从条块分割到冲突协调	160
二、美国大媒体产业：从产业分立到产业融合	162
三、产业关系发展进程比较分析	163
第二节 产业市场结构比较分析	164
一、中国大媒体产业：从行业垄断到有效竞争	165
二、美国大媒体产业：从自然垄断到寡头竞争	165
三、产业市场结构特征比较	166
第三节 产业管制体制比较分析	168
一、中国大媒体产业管制走向	168
二、美国大媒体产业管制特征	170
三、中美大媒体产业管制体制比较分析	173
第四节 产业企业组织比较分析	175
一、中国大媒体产业：从分立运营到组织融合	175
二、美国大媒体产业：企业组织的生态和结构	176
三、企业组织比较分析	177
第五节 产业发展趋势比较分析	178
一、中国大媒体产业：从封闭结构到开放结构	178
二、美国大媒体产业：融合和细分并存	179
三、产业发展趋势与结构调整比较分析	181
第六节 产业市场总体比较分析	182
一、共同之处及其历史原因	183
二、差异之处及其历史原因	189
第七节 美国大媒体产业的启示	192
一、塑造开放式结构	192
二、把握市场化方向	193
三、建立独立产业管制	193
四、推行现代企业制度	194



五、确立可盈利模式	195
六、寻找双重均衡	196
第六章 中国大媒体产业发展策略	198
第一节 推进技术融合	200
一、技术推动力不可缺失	201
二、适应产业发展总体趋势	202
三、采取务实的技术选择	203
四、技术选择挑战和应对原则	204
第二节 推动制度融合	205
一、产业制度融合的三大原则	205
二、产业制度内容构成的三大要点	208
三、产业制度融合挑战和应对原则	208
第三节 推动市场融合	210
一、两种市场观照视角	210
二、业务构成的三个特点	211
三、市场需求培养的三个层面	212
第四节 推动产业重组	214
一、实现全方位融合	214
二、以用户为中心的服务融合	215
三、信息传播产业结构重塑	215
四、设定新的产业评价标准框架	216
五、建立融合的产业管制体系	219
第七章 结论：历史考察和未来归宿	227
主要参考文献	247
附录 博士学位论文答辩委员会决议及论文评阅意见	258
后 记	264

第一章

导论

随着商业化和交往网络的密集，随着资本的不断投入和宣传机构组织程度的提高，交往渠道增强了，进入公共交往的机会则面临着日趋加强的选择压力。这样，一种新的影响范畴产生了，即传媒力量。

—— [德] 尤尔根·哈贝马斯 (Jürgen Habermas)

21 世纪是一个高度信息化的时代，是信息经济和知识经济占主导地位的时代。信息经济和知识经济有两大支柱，一是以高新科技为代表的传播技术产业，二是从事新闻和信息产品生产的媒体产业。新闻传播学作为将这两大领域有机联结的桥梁，在今后的国家建设和社会发展中必将发挥越来越重要的作用。

——方汉奇

无论是出现现代新闻业的萌芽，还是从欧洲封建社会末期的王权报刊转变到政党报刊，从资产阶级取得政权后的政党报刊转变到大众化的商业报刊，以及通讯社的建立、广播电视业的普及、因特网传播的推进，其基本的动力始终是市场经济的发展，它顽强地为现代新闻业的发展开辟着道路。

——陈力丹

一、选题意义

人类生活在信息之中，生命和历史的进程就是信息传播的历程。“信息交流渗

透到我们所做的一切事情之中，它是形成人类关系的材料，是流经人类全部历史的水流，不断延伸着我们的感觉。”^①

“信息既不是物质，也不是能量，它在物质运动过程中所起的作用是表述它所属的物质系统，在同其他任何物质系统全面相互作用（或联系）的过程中，以质、能波动的形式所呈现的结构、状态和历史。”^② 信息传播的历史凝结着人类的智慧，包含着人类的情感，传递着人类的文明。信息传播的历史研究对于确定人类发展历史与现实的坐标来说，是一种不可缺少的认知方式。对于不同国家信息传播历史的研究其实也是对人类信息传播过程的一种独特考察。历史的传统，文化的血脉，民族的精神，都在信息传播的河流中流淌。

不管是当代中国的和平崛起，还是中华民族的伟大复兴，都必然要求作为中国信息传播产业主体的电信业和传媒业在世界范围内做强做大，要求我国信息传播产业发展和产业结构调整顺应世界大媒体产业发展的总体趋势。据统计资料显示，我国经济总体实力和美国经济总体实力之间（见图 1-1）、我国大媒体产业和美国大媒体产业之间还存在着相当大的差距（见图 1-2）。2002 年，我国 GDP 占美国当年 GDP 的 12.25%，而我国 2004 年大媒体产业的估计产值占美国大媒体产业估计产值的 17.93%。可见，我国信息传播产业做强做大的任务还很艰巨，还有很长的一段路要走。

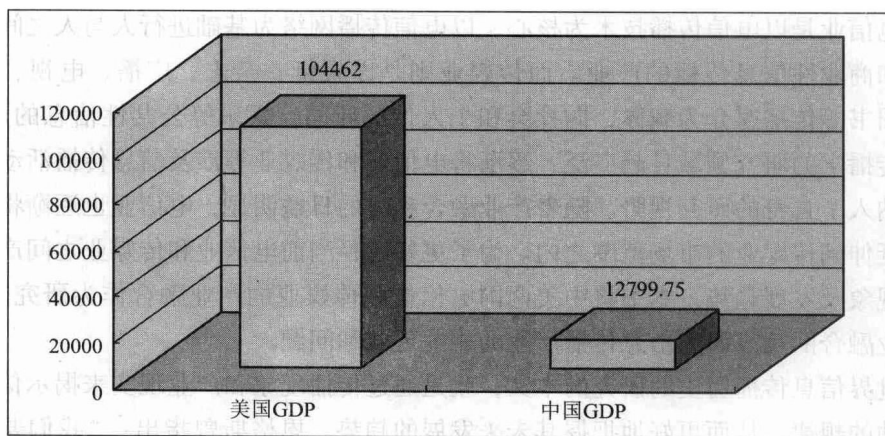
陈力丹教授认为：“新闻流通能力的大小建立在一个国家和地区综合经济实力的基础之上，这不是道义问题。……只有发展中国家努力发展自身的综合国力，才是改变世界新闻流通不平衡、不合理状况的根本途径。”^③ 由此可见，中国大媒体产业只有依靠自身的努力做强做大才是根本的出路。而中国大媒体产业做强做大的问题不仅仅是一个经济问题，更是一个涉及世界信息传播平衡发展和我国信息传播产业在世界格局中地位确立的重大问题。不管从我国电信业的发展现状来考察，还是从当前传媒业的学术研究来梳理，本书研究现象所涉及的主题都和我们国家和民族在 20 世纪的历史和 21 世纪的发展密切相关。

本书将选择从电信业和传媒业之间产业融合的角度，来考察当前信息传播领域的技术融合、媒介融合、市场融合、服务融合、企业融合和管制融合等融合现象，及其所产生的新型信息传播产业形态。

① 陈力丹，《精神交往论》，开明出版社，1993，题记。

② 郭庆光，《传播学教程》，中国人民大学出版社，1999，第 4 页。

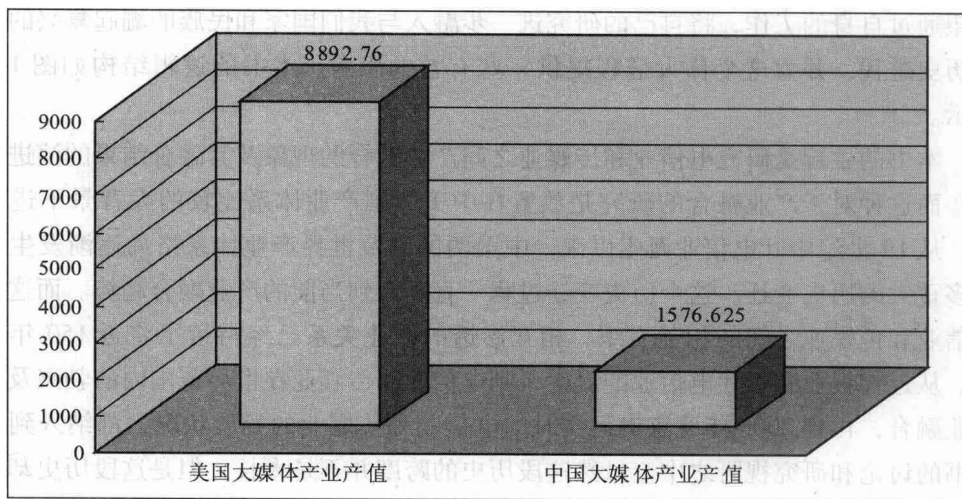
③ 陈力丹，《世界新闻传播史》，上海交通大学出版社，2002，第 393 页。



(单位: 亿现值美元)

图 1-1 中美 2002 年国内生产总值比较

资料来源: 中国社会科学院美国研究所, 《美国年鉴 (2004)》, 中国社会科学出版社, 2004, 第 152 页。
国家统计局, 《中华人民共和国 2002 年国民经济和社会发展统计公报》, 2003-02-28。根据相关资料整理。



(单位: 亿现值美元)

图 1-2 中美大媒体产业估计产值比较

资料来源: 国家统计局, 《中华人民共和国 2004 年国民经济和社会发展统计公报》, 2005-02-28。崔保国, 卢金珠, 《2004 ~ 2005 年: 中国传媒产业的现实与发展趋势》, 人民网, 2005-09-07。
U. S. Census Bureau. *Statistical Abstract of the United States: 2006* (125th Edition), Washington, D. C., 2006, p. 733, 根据以上资料整理。中国数据为 2004 年, 美国数据为 2003 年。