

权威发布中国传媒创新报告、深度解读传媒创新秘笈

主 编：郝振省

副主编：魏玉山

执行主编：杨驰原

机遇与挑战

——在浙江传媒学院讲传媒

《新华每日电讯》与核心价值观的有效传播
向公益传媒、公共服务回归的努力
增强“三力” 打破境外电视“不可战胜”的神话
新媒体变革
报业集团全媒体转型的路径选择
品牌引领 创意争锋
iPad 来了，传统杂志如何生存？
2011 年中国电视综艺节目特点和趋势
我国手机媒体的发展趋势和应用创新
《中国国家地理》的新媒体发展之路
让报纸“活”起来
三网融合时代的受众变化与媒体

中国传媒
创新报告系列丛书


中国书籍出版社
CHINA BOOK PRESS

中国传媒
创新报告系列丛书

主 编：郝振省
副主编：魏玉山
执行主编：杨驰原

机遇与挑战

——在浙江传媒学院讲传媒



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (C I P) 数据

机遇与挑战：在浙江传媒学院讲传媒 / 郝振省主编.
—北京：中国书籍出版社，2012.7
ISBN 978 - 7 - 5068 - 2739 - 3

I. ①机… II. ①郝… III. ①传播媒介—中国—文集
IV. ①G219.2 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 162595 号

责任编辑 / 庞 元

责任印制 / 孙马飞 张智勇

封面设计 / 吴凤鸣

出版发行 / 中国书籍出版社

地 址：北京市丰台区三路居路 97 号（邮编：100073）

电 话：(010) 52257143（总编室）

(010) 52257153（发行部）

电子邮箱：chinabp@vip.sina.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 世纪千禧印刷（北京）有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 17.5

字 数 / 320 千字

版 次 / 2013 年 1 月第 1 版 2013 年 1 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5068 - 2739 - 3

定 价 / 36.00 元

版权所有 翻印必究

抢抓机遇 乘势而上 做建设社会主义文化强国的主力军

李东东

2012年1月8日，第七届中国传媒年会在杭州召开，传媒界的很多朋友相聚在西子湖畔，共同就“文化强国建设：传媒业的机遇与挑战”这一主题进行探讨。我参加了这次会议，感到会议主题切合当前传媒业发展大局，研讨的内容也很充分。按照往年惯例，传媒杂志社将会议演讲内容编辑成书，在中国书籍出版社出版。前三届以我在会议上的讲话代序，今年他们又热情邀请我作序，我就对2011年我国传媒业取得的成绩做一点回顾和总结，同时就如何继续深化改革、科学发展，用强有力的工作把文化大发展大繁荣的蓝图变成现实，和大家交流、探讨。

一、2011年中国传媒业发展背景

2011年是中国共产党成立90周年，是辛亥革命一百周年和西藏和平解放60周年，大事多，喜事多，新闻宣传的任务很重。同时，去年还是新闻出版业“十二五”规划开局之年，是新闻出版体制改革深入推进的攻坚之年，也是我们向新闻出版强国迈进的起步之年。在过去的一年中，传媒业同仁更加自觉地以科学发展观为指导，转变发展观念，提高发展质量，在加快转变发展方式、深化体制机制改革等各个方面创造了新业绩，取得了新成就。

2011年10月召开的党的十七届六中全会，是我们党在全面建设小康社会关键时期和文化改革发展重要阶段召开的一次十分重要的会议，对文化建设作出了重大战略部署，给文化改革发展带来了前所未有的机遇。作为文化产业的重要组成部分，传媒业的改革发展也将进入历史最好时期。我们必须进一步用

六中全会精神武装思想、振奋精神，理清思路，合理规划，抓住机遇，乘势而上，把传媒业的改革和发展提高到一个新水平，继续当好文化体制改革的排头兵，继续做好社会主义文化强国建设的主力军。

二、2011 年中国传媒业发展成绩喜人

2011 年，在党中央国务院的正确领导下，在文化体制改革的有力推动下，我国传媒业产业结构调整和资源整合力度不断加大，产业规模实力稳步提升，转变发展方式取得了重大进展，为“十二五”期间产业转型升级奠定了基础。

（一）新闻出版产业保持平稳增长态势，集团化建设成效进一步显现

近年来，在改革的推动下，新闻出版产业保持平稳增长态势。2010 年，全国新闻出版产业实现总产出 1.27 万亿，增加值达到 3500 亿。报刊产值也在稳步增长，成为我国核心文化产业的重要组成部分。2010 年，全国共出版报纸 1939 种，总印数 452 亿份，比 2009 年增长 3.0%；实现总产出 734.9 亿元，较 2009 年增长 13.8%，有 23 种报纸的平均期印数超过 100 万份。全国共出版期刊 9884 种，总印数 32.2 亿册，比 2009 年增长 2.0%；实现总产出 156.5 亿元，比 2009 年增长 4.1%。由此可见，新闻出版业不仅是新闻、宣传的主阵地，也是文化产业的主力军，为我国经济文化建设作出了积极贡献。

在集团化建设方面，2010 年，经批准的中央和各省（自治区、直辖市）以及副省级城市各类新闻出版集团共有 120 家，拥有资产总额 3234.2 亿元、实现主营业务收入 1785.8 亿元。出版集团、报刊集团和发行集团拥有的资产总额和实现的营业收入在书报刊出版和出版物发行领域所占比重分别为 73.5% 和 53.8%， “行业龙头” 的地位与作用初步显现。截至目前，已有 7 家报业集团、报刊社的经营部分已经在境内外上市，大众消费和科学技术类期刊集群开始出现，中大型报刊骨干企业正在形成。

（二）新闻出版体制改革取得重大突破

中央领导多次指出，新闻出版改革发展，始终走在文化改革发展的前列，为整个文化体制改革提供了经验。目前，全国 10 万多家印刷复制单位、1 万多家国有新华书店率先转制为企业，全国经营性图书、音像出版单位基本完成转制。去年 5 月，中共中央办公厅、国务院办公厅《关于深化非时政类报刊出版单位体制改革的意见》出台，明确提出到 2012 年 9 月底前全面完成非时政

类报刊单位的转企改制任务。新闻出版总署按中央要求，按照统筹规划、分类指导，突出重点、稳步推进的原则，开展非时政类报刊出版单位体制改革。目前，已有 1600 多家非时政类报刊单位完成了转企工作。同时，中央 23 家相关部门以及湖南、湖北、重庆、上海、天津等 16 个省区市已经上报报刊改制方案，涉及首批转企改制地方报刊 942 个。

（三）新闻出版业数字化转型升级加速

2010 年国内数字出版产业总体收入规模超过 1000 亿元，比 2009 年增长了 31.57%。报刊网、电子报刊、网络报刊等新业态发展迅速，传统报刊业的新媒体业务不断增长，新产业收入不断扩大，2010 年数字报纸出版收入达到 28 亿元，其中数字报纸（网络版）收入约 6 亿元，互联网期刊收入为 7.49 亿元。传统出版企业与内容集成商、技术商、渠道商、平台商和终端生产商之间的合作越来越紧密，产业模式不断创新，产业政策环境也在进一步优化。

（四）公共文化服务体系建设持续推进

胡锦涛总书记在庆祝建党 90 周年大会上的重要讲话中指出，只有我们把群众放在心上，群众才会把我们放在心上。新闻出版总署实施的农家书屋工程、东风工程、全民阅读工程等新闻出版公共服务重大工程，都包含报刊业服务的内容，发挥了报刊业在社会主义和谐社会建设中的重要作用。报刊业自身也在开拓城市社区及农村市场，进一步满足基层人民群众的文化需求，其中党报农村版，都市报社区版、地方版均做出了有益的探索。目前，我国已经实现人均年拥有期刊 2.4 册，千人拥有日报 90 份，部分地区还实行党报免费赠阅，切实做到了服务群众、改善民生，保障了人民的基本文化需求。

同志们、朋友们，回顾过去，我们取得了显著的成绩和进步，也积累了非常宝贵的经验：一是必须坚持社会主义先进文化前进方向；二是必须坚持以人为本，满足人民精神文化需求，保障人民基本文化权益；三是必须坚持解放思想、改革创新，改革创新是传媒业的本质特征和生命力所在。实践证明，每一次认识上的重大突破，每一次体制上的重大革新，每一次科技上的重大应用，都会给传媒业发展带来一次重大机遇。因此，我们必须立足长远，着眼当前，不断解放思想，开拓创新，创造传媒业发展的新优势。

三、2012 年传媒业面临的挑战与机遇

在充分肯定成绩的同时，我们也必须清醒地认识到，传媒业依然面临着严峻的挑战，改革发展的任务依然十分艰巨。

从国际环境来看，全球思想文化交流交融交锋使传媒业面临多元思想文化环境的冲击。境内外敌对势力对我国施压促变的一贯立场没有改变，仍在通过各种途径、运用各种手段，企图强迫我们接受西方价值观和制度模式。这些都不可避免地反映到传媒领域，使传媒界成为思想文化交融交锋的前沿。从国内环境来看，社会意识多样化和思想文化领域的空前活跃，给传媒业正确把握和有效引导舆论导向带来重大挑战。从传媒业自身来看，我国传媒业发展仍然处于初级阶段。当前，束缚阻碍传媒业科学发展的体制机制弊端尚未根本革除，传统计划经济体制下形成的传媒业格局还没有根本改变，与国际大型传媒集团相比，我国传媒业的舆论影响力和市场竞争力还有相当差距。

但综合分析今后几年的发展环境，我们相信，今后几年仍然是一个机遇大于挑战的态势，我国传媒业科学发展的条件更加有利、空间更加广阔、后劲更加充足。

（一）党的十七届六中全会决定为传媒业发展提供了难得的历史机遇

党的十七届六中全会作出了《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，《决定》指出：坚持中国特色社会主义文化发展道路，深化文化体制改革，推动社会主义文化大发展大繁荣，努力建设社会主义文化强国。到二〇二〇年，文化改革发展奋斗目标是：文化产业成为国民经济支柱性产业，整体实力和国际竞争力显著增强。这是自党的十七大以来，我们党首次将文化建设作为中央全会的主要议题，也是在共和国 60 年历史上第一次提出建设社会主义文化强国的宏伟目标和战略任务。这不仅给整个文化改革发展提出了新的更高的要求，也为传媒业的发展创造了更加有利的政策条件和发展机遇。

（二）“十二五”规划为新闻出版业科学发展做出了全面部署，提供了有力保障

2011 年 4 月，新闻出版总署正式发布了《新闻出版业“十二五”时期发展规划》，对今后 5 年新闻出版业科学发展进行了总体布局。《规划》提出：

到“十二五”期末，新闻出版业发展方式转变基本到位，新兴业态蓬勃发展，数字出版等战略性新兴产业领域的发展达到世界先进水平。新闻出版产品和服务更加丰富，公共服务能力和水平进一步提高。基本扭转新闻出版产品和服务的出口逆差状况，大幅度提升中华文化的国际传播力和影响力。基本形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的产业格局，以民族文化为主导、吸收外来有益文化共同繁荣的开放格局。基本建立起统一开放、竞争有序、健康繁荣的现代出版物市场体系，以人为本、面向基层、惠及大众的新闻出版公共服务体系和技术先进、传输快捷、覆盖广泛的现代传播体系。为保证规划目标的实现，今后几年，国家在推动新闻出版业改革发展方面的整体投入和政策支持力度将不断加大，这就为新闻出版业科学发展提供了有力保障。

（三）我国国民经济和社会事业快速发展，文化消费快速增长，为传媒业发展提供了巨大的发展空间

目前我国人均国民收入水平位于 3000 ~ 5000 美元之间，根据国际经验，这一区间正值文化消费跨越增长阶段。当前我国文化消费相对水平较低，据统计，2010 年全国城镇居民家庭消费支出中，人均文化教育娱乐服务支出比重仅为 12.1%，表明我国居民文化消费潜力远未得到释放。伴随着国民经济的快速发展，人们在基本物质生活需求不断得到满足的同时，对文化消费的需求加速增长，消费观念也在不断更新，文化消费已逐渐成为人民群众追求生活质量的新标志。文化消费和文化产业交互增长，必将为传媒业提供广阔的发展前景和巨大的发展空间。

（四）新闻出版体制机制改革强力推进，为传媒业大发展提供强大动力

新闻出版体制改革从积极探索、开展试点到扩大试点，再到全面展开、由点到面，加快推进，取得一系列阶段性重大成果，空前地解放了新闻出版生产力，带来了新闻出版事业大繁荣、产业大发展和整个行业传播力、竞争力的大跨越。

（五）传媒业基于数字化的媒体融合为实现产业战略转型升级创造了广阔前景

传媒业同仁已经清楚地意识到，全面跟进数字化新趋势，实现产业战略转型升级，已成为我国实现向新闻出版强国迈进的重要战略任务，也是传媒业自我发展的必然选择。《新闻出版业“十二五”时期发展规划》也明确提出我国的新闻出版产业格局已进入战略调整期，产业形态的升级换代已进入加速期，

因此将数字出版列入“以做优做大做强新闻出版产业、提高新闻出版业整体实力和竞争力为目标”的“五大产业”之一。突出强调要顺应数字化、信息化、网络化趋势，推进新闻出版业的转型和升级。

四、抢抓机遇，乘势而上，推动传媒业又好又快发展

今年是实施新闻出版业“十二五”规划的第二年，同时我们也将迎接党的十八大的召开，新闻宣传、体制改革和产业发展的任务都很重。对于传媒界来说，我想关键要做好以下几个方面的工作。

（一）深入学习贯彻六中全会精神，用六中全会精神指导传媒业的改革、发展和创新

党的十七届六中全会对文化建设、文化改革、文化发展作出了全面的部署。这将成为引领传媒业改革、发展和创新的指导方针。在过去的几年中，传媒业一直走在文化体制改革的前沿，已经成为文化产业的主力军，呈现出良好的发展态势。今后，我们要在六中全会精神的指引下，以高度的文化自觉和文化自信，进一步提高对加快传媒业改革创新的使命感和紧迫感，增强主动性和积极性，继续深化传媒业体制改革，大力发展传媒产业，不断完善公共服务体系，推出更多的精品力作，以满足和丰富人民群众对精神文化生活的需求。

（二）进一步加强舆论引导能力建设，坚持不懈地用社会主义核心价值体系引领多元多样多变的社会意识

十七届六中全会突出强调了社会主义核心价值体系的重要性，并从中国特色社会主义事业全局和战略高度，提出了全面推进社会主义核心价值体系建设的总体目标和任务。对于传媒业来说，如何牢牢把握正确导向，加强舆论引导能力建设，用社会主义核心价值体系引领多元多样多变的社会意识，是广大传媒工作者面临的时代课题。我们一定要宣传好、实践好社会主义核心价值体系，精心打造主流媒体在多元传播格局中的强势地位，尤其要加强对互联网等新兴媒体的建设、运用和管理，形成网上正面舆论强势，使互联网和手机等新兴媒体成为传播社会主义先进文化的前沿阵地。同时，要通过深入开展“走基层、转作风、改文风”活动，引导广大新闻工作者增强使命感、荣誉感和责任感，进一步增强新闻宣传的吸引力和感染力，切实提高舆论引导能力，充分发挥传媒对社会文明进步的积极作用。

（三）进一步深化报刊改革，推进体制机制创新，优化报刊资源和结构

去年，在各地各部门的积极努力下，非时政类报刊出版单位体制改革取得了积极进展。按照总的时限要求，非时政类报刊出版单位转企改制工作将在今年9月底前完成，因此还需要传媒界的同志们抓紧工作，保证改制任务的按时完成。但是，全面完成非时政类报刊出版单位转企改制，只是体制改革迈出的第一步，下一步还要继续推动报刊出版企业完善法人治理结构，建立现代企业制度，在企业内形成有效率、有活力、有竞争力的微观运行机制，重塑市场经营主体。在此基础上实现跨媒体、跨地区、跨行业发展，打造大型综合性和专业性、集约化和立体式报刊传媒集团、大型骨干企业和战略投资者。到“十二五”期末，形成北京、上海、广州等10家左右具有较强辐射能力的报刊出版产业集聚中心，打造10家左右跨地区、跨行业、跨媒体经营的大型国有报刊传媒集团，整合教育、科技等优秀期刊组建3~5家大型专业出版集团，建设20种在国际上有一定影响力的重点学术期刊。

（四）进一步完善新闻报刊公共文化服务体系建设

“十二五”期间，要继续按照公益性、基本性、均等性、便利性的要求，加快新闻出版公共服务体系建设，努力构建公益出版生产供给体系、新闻出版公益性产品体系、新闻出版公共服务网络体系和政策环境保障体系，建立完善新闻出版公共服务体系的投入保障、运行管理和绩效评估机制，不断提高新闻出版公共服务水平，更好地保障人民基本文化权益。在增强报刊业公共服务能力方面，总署将加强新闻报刊产品供给、网络体系、重大工程、资源平台和服务保障的体系化制度化规范化建设，以加大财政扶持力度实施重大项目工程为核心加强报刊公共服务建设，以建设管理技术平台加强法规制度为切入点建立新闻报刊市场良好秩序，完善新闻采编队伍管理。同时，通过实施城乡阅报栏（屏）建设工程，在全国城市和乡镇车站、商场、广场等人流密集地点建设阅报栏和电子阅报屏10万个，扩大党报等主流媒体的社会影响力，满足城乡群众报纸基本阅读需求。

（五）进一步促进传媒业与数字技术的融合，用数字技术改造传统传媒业，抢占传媒产业发展的制高点

传媒业的数字化建设早已成为传媒单位的共识，并得到新闻出版总署的大力指导与支持。为推动报刊数字化转型与产业升级，总署将做好以下几方面的工作：一是分类推进报刊业数字化进程，对区域性报纸、专业性报纸、学术性

期刊等媒体的数字化发展提出具体建议；二是建设全国报刊数字化重点项目，主要包括国家学术论文数字化发布平台、全国报刊电子样本库等；三是鼓励报刊产业化升级的数字化产业化探索和基地建设，针对数字化发展过程中内容、技术、平台脱节的问题，鼓励基于互联网平台的新闻信息门户网站和报刊新媒体出版产品的建设，鼓励媒体单位积极探索成熟的报刊数字化信息服务商业运营模式，同时，推进报刊数字化项目实现产业化，开发新业务、新应用；四是解决制约报刊数字出版的基础性问题，包括标准、人才、资金、版权保护等突出问题。

（六）加强对传媒业的管理，杜绝虚假报道，确保传媒公信力

近年来，经过持续不断的整治，假报刊、假记者站、假记者、假新闻等违法违规行为得到一定遏制，但在部分地区仍屡打不绝。与此同时，部分数字媒体尤其微博上虚假新闻问题严重损害了新闻媒体的公信力，引起了社会公众的不满和批评。为此，需要采取有效措施加强管理：一是严格规范新闻媒体采编程序，确保公信力；二是整治假新闻、假记者；三是对个人借助互联网、微博、博客传播社会新闻加强管理，信息一定要真实、准确；四是加强传媒道德建设，提高新闻从业者的道德素养。针对目前报刊记者在管理中存在的问题，新闻出版总署拟从5个方面采取17项措施，进一步加强对报刊分支机构及记者站的监督管理。同时，要建立科学规范的管理体系，2010年新闻出版总署已经开始着手实施报刊的出版质量评估，今年将在全行业推行报刊出版质量的综合评估体系，建立产品的质量检测标准，全面提升报刊的质量。

党的十七届六中全会已经为我们明确了建设社会主义文化强国的宏伟目标，传媒业的改革发展进入了最好的历史时期。我们一定要以更加昂扬的斗志、更加饱满的精神、更加忘我的工作，在六中全会精神指引下，再接再厉，再创佳绩，为推动社会主义文化大发展大繁荣，把我国建设成为社会主义文化强国作出更大的贡献！

精英 论道

ELITES' FORUM

- 003 《新华每日电讯》与核心价值观的有效传播 / 解国记
- 010 向公益传媒、公共服务回归的努力
——对广电最新动向的一种解读 / 张 聪
- 018 增强“三力” 打破境外电视“不可战胜”的神话 / 徐惠如
- 023 新媒体变革
——跨入人本传媒时代 / 刘 冰
- 028 报业集团全媒体转型的路径选择 / 王 纲
- 036 品牌引领 创意争锋
——从羊城创意产业园看传统媒体发展的新路 / 周建平
- 041 iPad 来了，传统杂志如何生存？ / 朱学东
- 048 2011 年中国电视综艺节目的特点和趋势 / 谢耘耕
- 053 我国手机媒体的发展趋势和应用创新 / 吴红晓
- 060 《中国国家地理》的新媒体发展之路 / 才华烨
- 065 让报纸“活”起来 / 王 楠
- 073 三网融合时代的受众变化与媒体应对 / 李学东



品牌篇

CREATIVE CLASSICS

- 079 铸“今晚”品牌 创报业奇迹 / 杨驰原 马 莉 彭 波
- 091 提升全媒体传播力 推动传统报业走向现代传媒集团 / 李建国
- 097 社交网络的发展趋势 / 陈一舟
- 101 《汽车族》：顶层设计，系统运营 / 孙 刚
- 105 《淘宝天下》的远征 / 杨智昌
- 109 华商传媒集团报纸发行新策略 / 张永刚 翟树卿
- 113 以攻为守，使变更由危机变良机 / 李洪洋
- 119 南航传媒：奏响改制上市的华丽乐章 / 王建宁
- 126 浙报集团：品牌驱动发展 / 丁晓琴
- 131 小城大报之“扬晚”故事 / 彭 波
- 139 扬帆破浪，齐鲁青未了
——齐鲁电视台品牌飞跃 / 齐鲁电视台

年度报 告篇

INDUSTRY INVENTORY

- 151 2011 年度十大新政 / 传媒杂志社编辑部
- 162 2011 年度十大事件 / 传媒杂志社编辑部
- 172 2011 中国传媒创新报告 / 中国新闻出版研究院传媒研究中心
- 182 难中求进 坚韧攻关
——非时政类报刊转企改制阶段性成果综述 / 杨春兰 黄逸秋
- 190 盘点 2011 中国电视 / 王文杰
- 195 2011 互联网行业发展盘点 / 詹新惠

访谈 篇

AUTHORITATIVE INTERVIEW

- 205 以实事求是的精神办好《求是》
——访求是杂志社社长李宝善 / 卢剑锋
- 212 媒体要做推动文化大发展的主力军
——访中国记协党组书记翟惠生 / 杨驰原 高 方

217

抓住改革发展机遇 推动报刊业做大做强做优

——访新闻出版总署改革办主任、出版产业发展司司长范卫平 / 卢剑锋

224

《读者》：如何续写传奇

——访读者出版传媒股份有限公司总经理彭长城 / 毕磊

230

公益齐鲁 公信天下

——访齐鲁电视台台长徐龙河 / 马莉

236

党媒更应立潮头

——访中国新闻史学会会长程曼丽 / 杨驰原 卢剑锋

244

何力的下一站：《全球商业经典》 / 彭波

249

七十年的坚守：人民广播为人民

——访中央人民广播电台副总编辑史敏 / 马莉

255

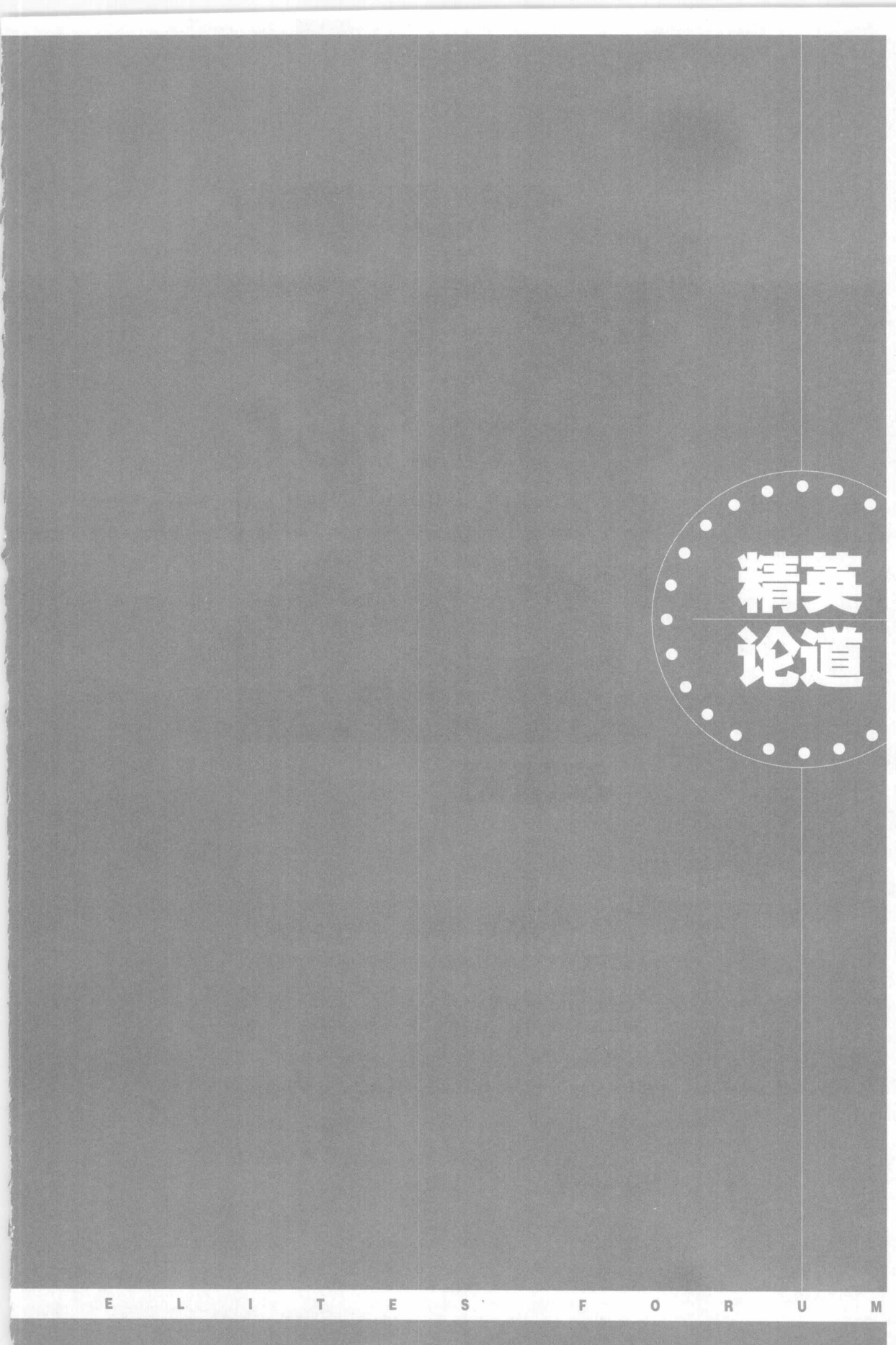
打造网台联动新模式

——访 PPTV 网络电视副总裁、总编辑陈峰 / 彭波

259

用改革赢得未来

——访中国电力报社总编辑白俭成 / 马莉



精英 论道

E L I T E S F O R U M



解国记

《新华每日电讯》总编辑。新华社高级记者，享受国务院特殊津贴。曾任新华社河南分社副社长、新华社黑龙江分社社长，1999年起任新华社《新华每日电讯》总编辑。出版新闻著作主要有《既然当记者》、《中外新闻轶事》、《中外新闻掌故》、《记者到总编》、《新闻微观》等。作品曾获中国新闻奖，被《中外新闻名著鉴赏大辞典》、《中外新闻特写名篇赏析》、《新闻传播精品导读》等收录。