

 中国社会科学院创新工程学术出版项目



全球传媒蓝皮书

BLUE BOOK OF GLOBAL MEDIA

全球传媒发展报告

(2016~2017)

主编/胡正荣 李继东

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF
GLOBAL MEDIA (2016-2017)

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

2017
版

 中国社会科学院创新工程学术出版项目

中央高校建设世界一流大学（学科）
和特色发展引导专项资金



全球传媒蓝皮书

BLUE BOOK OF
GLOBAL MEDIA

全球传媒发展报告 (2016~2017)

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF
GLOBAL MEDIA (2016-2017)

主 编 / 胡正荣 李继东



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. 2016-2017 / 胡正荣, 李继东主编. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2017. 6

(全球传媒蓝皮书)

ISBN 978-7-5201-0588-0

I. ①全… II. ①胡… ②李… III. ①传播媒介-产业发展-研究报告-世界-2016-2017 IV. ①G219.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 063430 号

全球传媒蓝皮书

全球传媒发展报告 (2016 ~2017)

主 编 / 胡正荣 李继东

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 蔡继辉 吴 敏

责任编辑 / 张 超 吴 敏

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 59367018

印 装 / 北京盛通印刷股份有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 18.75 字 数: 282 千字

版 次 / 2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5201-0588-0

定 价 / 89.00 元

皮书序列号 / PSN B-2012-237-1/1

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010-59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

《全球传媒发展报告（2016～2017）》

课 题 组

课题组组长 胡正荣 李继东

课题组成员 （以姓氏拼音为序）

陈 莎	段 鹏	甘 露	杭 敏	姬德强
李语然	刘 斌	刘 昶	龙小农	吕玉洁
舒凌云	孙 璐	王润珏	文小琳	吴敏苏
杨惠钧	张 磊	张 楠		

主要编撰者简介

胡正荣 教授、博士生导师，中国传媒大学校长，教育部人文社科重点研究基地中国传媒大学国家传播创新研究中心主任。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，教育部 2013 ~ 2017 年新闻传播学类专业教学指导委员会主任委员，国家留学基金委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、新媒介与国际传播等。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”。主持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。出版著作数十部，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 年）、英国威敏大学勒沃霍姆访问教授（2006 年）、英国威敏大学荣誉博士（2011 年）。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》、《现代传播》等国内外期刊编委，亚洲媒介信息与传播中心（AMIC）顾问委员。2000 年被列为教育部“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，博士生导师，现供职于教育部人文社科重点研究基地中国传媒大学国家传播创新研究中心。“全球传媒蓝皮书”“国际传播蓝皮书”执行主编。2007 年英国牛津大学社会法研究中心访问学者，2009 年美国明尼苏达大学新闻与大众传播学院访问学者。已发表中英文论

文 60 余篇、著作《中国影视政策创新研究》(2013 年) 等近 20 部。主持国家社科基金项目“我国国际传播话语体系建设的理论创新研究”，参与国家社科基金重大项目、国家新闻出版广电总局社科重大项目、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。获第八届全国广播电视学术著作评选决策管理类一等奖、北京第十届和第十一届哲学社会科学优秀成果奖二等奖、2008 年度北京市宣传系统优秀调研报告、2002 年全国出版社市场营销论坛优秀论文一等奖等奖励。主要研究领域为传播理论与历史、传播政策与制度、传播公共服务与产业发展、国际传播、营销传播和消费者行为等。主要研究兴趣为全球传媒产业、国际传播话语、信息传播行为、影视政策等。主要讲授课程为传播学理论、传播学史、传播政策研究、整合营销传播和消费者洞察等。

摘 要

《全球传媒发展报告(2016~2017)》围绕“数字媒体与媒体融合”这一主题,共分总报告、国别篇和专题篇三大板块,分析了2015~2016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、传播行为和新闻消费三个层次分析了全球信息传播发展态势;国别篇从总体发展概况、行业与市场结构和发展趋势三个层次分别梳理和分析了2014~2015年中国、美国、日本、法国和非洲等国家和地区的信息传播市场发展情况;专题篇则围绕“媒体融合”讨论了国际财经媒体发展、广播电视主流媒体未来发展、互联网经济新趋势、台湾媒体融合发展和视听美学思维的融合建构等问题。

Abstract

Annual Report on the Development of Global Media (2016 ~ 2017) focus on the theme of digital media and media convergence analyzed media development of the world's major countries and regions from the year 2015 to 2016 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 three levels including the overall looks of global communication industry, communication behaviors, and digital news consumption. The Country Part separately combed and analyzed the development of media market in China, U. S. , Japan, France and South African from 2014 to 2015 from three levels: general developing situation, industry and market structures and developing trends. The Focus Part discussed the development of international financial press, the new trends of main broadcasting media and internet economic, media convergence in Taiwan and aesthetics thinking from the perspective of media convergence .

目 录



I 总报告

B.1 数字媒体与媒体融合：2016年全球传媒发展报告

.....	胡正荣 李继东 / 001
一 总貌：移动互联网、订购费、流量	/ 002
二 传播行为：智能手机、付费电视、联结式电视	/ 004
三 新闻消费：电视新闻、搜索与社交网络	/ 014

II 国别篇

B.2 面向“互联网+”：2016年中国传媒产业发展报告

.....	王润珏 文小琳 / 020
-------	---------------

B.3 移动化、社交化：2016年美国传媒发展报告

.....	张 珊 李继东 / 037
-------	---------------

B.4 加拿大传媒产业报告

吕玉洁 姬德强 / 056

B.5 法国传媒业发展报告

甘露 / 094

B.6 新媒介环境下日本电视业的融合与创新

刘 斌 陈 莎 / 159

B.7 日本 ICT 产业的现状及问题探究

刘 斌 张 楠 / 176

B.8 非洲广播电视数字化：现状、挑战与机遇

舒凌云 龙小农 / 194



III 专题篇

- B. 9** 国际财经媒体发展及评述 杭 敏 / 216
- B. 10** 广播电视主流媒体未来发展战略探讨
——以北京电台和北京电视台为例 段 鹏 / 234
- B. 11** 从网红经济到共享经济：互联网经济新趋势探析
..... 杨惠钧 张 磊 / 243
- B. 12** 台湾媒体融合发展策略前沿
——基于台湾《联合报》的实地调研 孙 璐 / 255
- B. 13** 在新常态和融媒体业态下视听美学思维的融合建构
..... 李语然 / 270

皮书数据库阅读使用指南

CONTENTS



I General Report

B.1 Digital Media and Media Convergence: Report on the Development of Global Media in 2016

Hu Zhengrong, Li Jidong / 001

1. Overall Looks: Mobile Internet, Subscription Price, Cellular / 002

2. Communication Behaviors: Smartphone, Pay TV, Associative TV / 004

3. News Consumption: TV-News, Search and Social Networking / 014

II The Country Part

B.2 Facing Internet Plus: Report on the Development of China's Media Market in 2016

Wang Runjue, Wen Xiaolin / 020

B.3 Mobilization and Socialization: Report on the Development of American Media Market in 2016

Zhang Shan, Li Jidong / 037

B.4 Report on the Development of Canadian Media Market

Lv Yujie, Ji Deqiang / 056

B.5 Report on the Development of French Media Market

Gan Lu / 094



- B.6** Convergence and Innovation of Japan's TV-industry in
New Media Environment *Liu Bin, Chen Sha / 159*
- B.7** Research on the Status and Problems of Japan's ICT Industry
Liu Bin, Zhang Nan / 176
- B.8** Digitalization of African Broadcasting: Status,
Challenges and Chances *Shu Lingyun, Long Xiaonong / 194*

III The Focus Part

- B.9** Development and Comments of International Finance Media
Hang Min / 216
- B.10** Discussion on the Developing Strategy of Mainstream
Broadcasting Media: Taking Beijing Radio and Television
Station as Examples *Duan Peng / 234*
- B.11** From Wanghong Economy to Sharing Economy: An Analysis on
the New Trend of Cyber Economy *Yang Huijun, Zhang Lei / 243*
- B.12** Forefront of the Developing Strategy of Media Convergence in
Taiwan: Based on the Field Research of Taiwan's
United Daily News *Sun Lu / 255*
- B.13** Convergent Construction of Audio-visual Aesthetics Thinking
under the Format of New Normal and Convergence Media
Li Yuran / 270

总 报 告



General Report

B.1

数字媒体与媒体融合： 2016年全球传媒发展报告

胡正荣 李继东*

摘 要： 数字媒体与媒体融合成为 2016 年度全球传媒（信息传播业）发展的三大趋势之一，从传播业总貌看，2016 年美、中、日传播业收入仍居全球前列，互联网广告是全球广告继续增长的主要动力，数据流量费用已成为移动互联网的主要收入。世界主要国家人们的传播行为变化体现为，全球固话连接率持续下降，4G 移动人口覆盖率继续上升，智能手机拥有量保持增长，看电视仍是网民最为普遍的传播行为。英、美、中等国家人均看电视的时长在下降，看电视的方式日趋多样

* 胡正荣，教授，博士生导师，中国传媒大学校长、国家传播创新研究中心主任；李继东，研究员、博士生导师，供职于中国传媒大学国家传播创新研究中心。



化，中国家庭平均收听广播的比重最高，英国数字广播设备拥有量最大。就新闻消费而言，电视和网络仍是人们获取国际新闻、国内新闻和本地新闻的主要来源，网络则是明星八卦新闻最主要的来源，全球网民最喜欢看国内新闻和国际新闻，对教育新闻和文化艺术新闻的喜好度相对较低；大多数网民获取新闻首选搜索、新闻品牌，多数网民青睐一种新闻源。2015年人们运用社交媒体获取新闻的比重都在持续增长。

关键词：传播业 电视 移动互联网 智能手机 新闻消费

一 总貌：移动互联网、订购费、流量

（一）美、中、日传播业收入继续名列全球前三位，互联网广告仍是全球广告费增长最主要的推动力

2014年全球传播业^①总收入达102542.3亿元，增长率为1.5%。其中，美国、中国和日本的传播业收入总额仍位居全球前三，分别为27229.2亿元、11632.95亿元和9478.8亿元，而美国电信产业收入总额高于所比较的其他国家总和，同时，电视、广播和邮政也居于首位（见图1）。电视产业增长幅度最大，增长了5%，计1034.04亿元，总值达21025.48亿元，而电信产业增幅仅0.5%，不过总额却高达72899.82亿元。

2014年全球广告费增长到24386.11亿元，主要动力源于互联网，2010～2014年，互联网广告年复合增长率达17.9%，2014年已达6893.6亿元，而

① 本报告所言的传播业（communications sector），主要包括电信、电视、广播和邮政。本报告主要资料来源于Ofcom（2016）：International Communications Market Report 2015，单独标注除外。

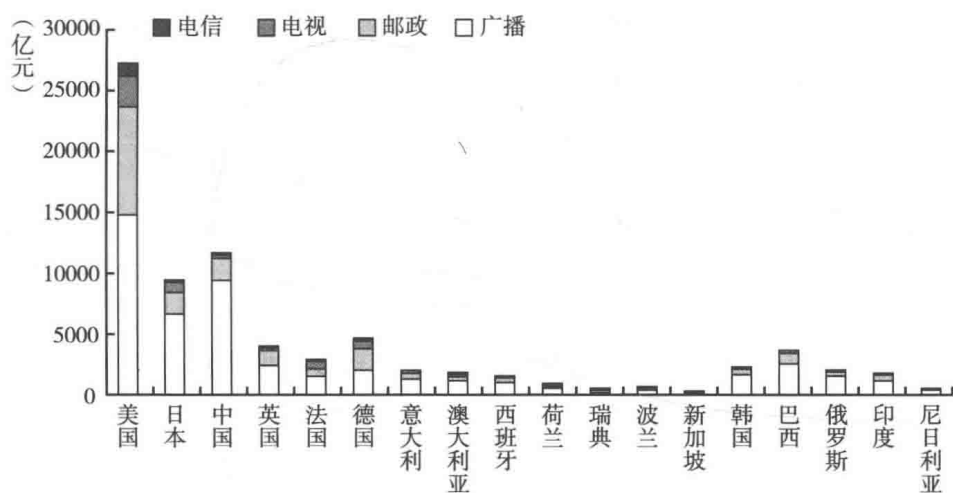


图1 2014年全球主要国家传播业收入

2014年电视广告的增幅仅为5.3%，不过其总额还是最高的，达8530.83亿元（见图2、表1）。

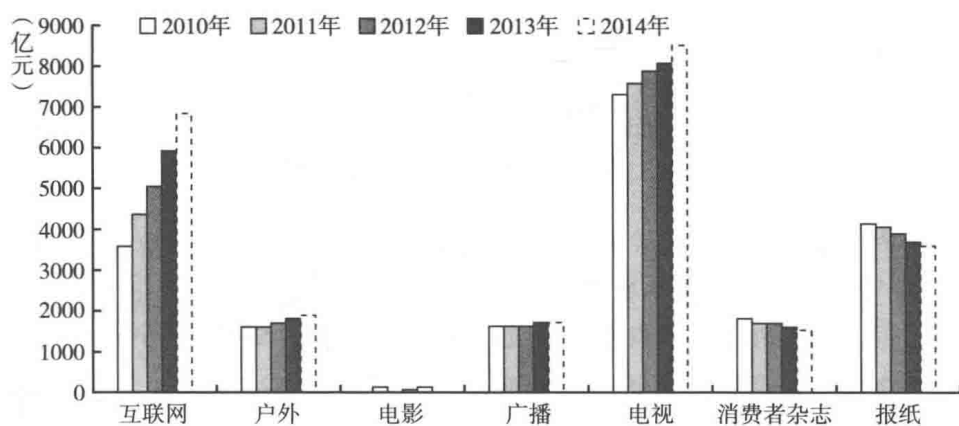


图2 2010~2014年全球媒体广告支出

（二）全球电视收入增长的主力仍是订购费，广播收入持续增长

2014年全球电视产业收入总额达21025.48亿元，其中，订购费仍是全球电视收入增长的主要动力，增幅达5.4%，计10771.25亿元，已达总额的半数以上。



表 1 2010 ~ 2014 年全球媒体广告费增速变化

单位: %

项目	互联网	户外	电影	广播	电视	消费者杂志	报纸	综合
同比增长率	16.5	5.5	3.3	3.6	5.3	-4.2	-3.1	6
复合年增长率	17.9	4.5	4.5	2.3	3.8	-3.2	-3.3	4.9

2014 年全球广播收入增长了 3.9%，达 2421.377 亿元，而且从 2010 年以来持续保持增长势头，18 国的广播收入占了全球广播收入总额的绝大部分，为 1973.293 亿元，增幅达 3.5%。其中，美国广播收入总额增长幅度最大，只有日本和意大利的广播收入分别下滑了 2.4% 和 1.5%，主要源于广告费的下滑。

2014 年电信业（固话、固网、移动及其数据业务）零售总额增长了 0.7%，达 50754.13 亿元，主要动力源于固网和移动数据业务。

（三）中、英互联网广告占比位居前列，数据流量费用成为移动互联网的主要收入

互联网广告持续增长，2014 年中国和英国互联网广告费占比最大，43% 的广告费源于网络，中国的年均增幅最高，达 9%。英国的移动互联网广告费最高，人均近 215.425 元；美国次之，为 204.136 元；澳大利亚第三，为 152.176 元。

2014 年所比较国家的移动互联网收入总额增长了 6.6%，达 14907.41 亿元，信息费除外，主要源于移动数据流量的增长，增幅达 76%。移动互联网服务拥有量最高的是新加坡，百人互联网连接率达 183 人（包括专用移动互联网接入和手机接入）。

二 传播行为：智能手机、付费电视、联结式电视

（一）全球固话连接率继续下滑，荷兰固定宽带拥有量最高

固话连接百人连接率持续下降，主要源于手机使用的增长，以及诸如邮

件、手机短信、即时通信服务和社交网站等文本传播的广泛应用。2009 ~ 2014 年，除西班牙外，各国手机拥有量都在增长（见图 3）。

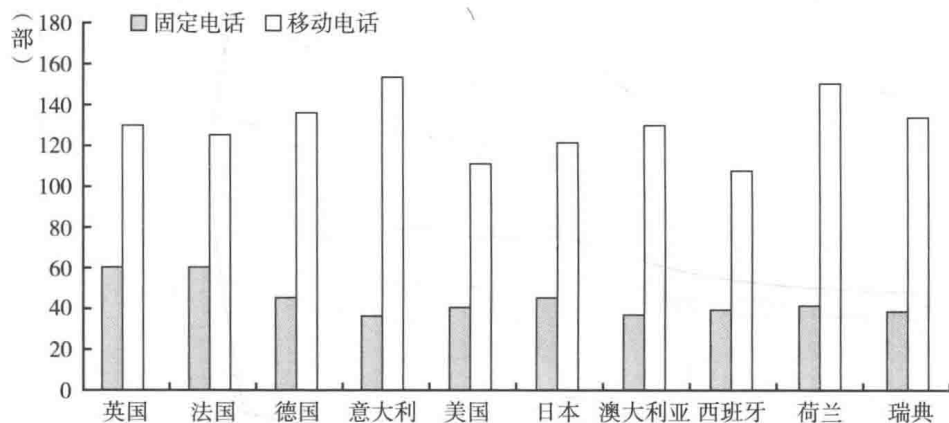


图3 2014年固话连接和移动电话连接百人拥有量

资料来源：IHS/industry data/Ofcom。

截至2014年底，中国固定电话用户2.49亿户，移动电话用户达到12.86亿户；固定宽带接入用户突破2亿户，其中8M以上用户达到8206.7万户；移动宽带用户达到5.83亿户，其中4G用户达到9728.4万户。移动电话用户普及率达94.5部/百人，比上年提高3.7部/百人。固定电话用户总数2.49亿户，比上年减少1755.5万户，普及率下降至18.3部/百人。2014年各国固话连接和移动电话连接百人拥有量变化见表2。^①

表2 2014年固话连接和移动电话连接百人拥有量变化（与2009年比较）

单位：部										
项目	英国	法国	德国	意大利	美国	日本	澳大利亚	西班牙	荷兰	瑞典
固定电话	+2	-5	-3	-4	-9	-1	-10	-2	-2	-14
移动电话	0	+26	+5	+4	+19	31	-2	-2	-2	+25

^① 工信部：《2014年手机用户净增5698万户总数12.86亿户》，http://finance.ifeng.com/a/20150121/13448068_0.shtml。