



基于价值增值的 手机媒体发展与 创新研究

罗书俊 著

JYUJIAZHIZENGZHIDESHOJIMEITI
FAZHANYUCHUANGXINYANJIU



江西人民出版社
Jiangxi People's Publishing House
全国百佳出版社

JIYUJIAZHIZENGZHIDESHOUJIMEITI
FAZHANYUCHUANGXINYANJIU

基于价值增值的
手机媒体发展与
创新研究

罗书俊 著



江西人民出版社
Jiangxi People's Publishing House
全国百佳出版社

图书在版编目(CIP)数据

基于价值增值的手机媒体发展与创新研究/罗书俊
著. —南昌:江西人民出版社,2013. 12
ISBN 978 - 7 - 210 - 06346 - 9

I. ①基… II. ①罗… III. ①移动电话机 - 传播媒介
—研究 IV. ①G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 312282 号

基于价值增值的手机媒体发展与创新研究

罗书俊 著

出版:江西人民出版社

发行:各地新华书店

地址:江西省南昌市三经路 47 号附 1 号

邮编:330006

编辑部电话:0791 - 86898980

发行部电话:0791 - 86898893

网址:www. jxpph. com

E - mail:27867090@ qq. com web@ jxpph. com

2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32

印张:6. 375

字数:180 千字

ISBN 978 - 7 - 210 - 06346 - 9

赣版权登字—01—2015—1056

版权所有 侵权必究

定价:30. 00 元

承印厂:南昌市红星印刷有限公司

赣人版图书凡属印刷、装订错误,请随时向承印厂调换

罗书俊

江西泰和人，江西财经大学人文学院新闻传播系副教授、博士，中国广告教育研究会常务理事，江西省传播学会常务理事，主要研究方向为手机媒介发展、新媒介传播与营销。

手机：未来传播的移动接收终端

——为书俊博士新著《基于价值增值的手机

媒体发展与创新研究》序

人类传播总是朝着突破时空限制的方向不断向前发展的。然而，在网络媒体出现之前，媒体的发展演进却一直显现着时空分离的状态。于是便有了“时间偏向的媒介”与“空间偏向的媒介”之说。伴随着数字传播所出现的网络媒体，使传播无时不在，无远弗届，人类传播终于在同一媒体形态上同时突破了传播的时空限制。这是人类传播几千年理想的伟大实现。

论及人类传播的发展，其实还有一对重要概念值得关注，这就是“固定”与“移动”。一般来说，“固定”的媒介具有空间的限制而偏向时间，“移动”的媒介具有时间的限制而偏向空间。媒体发展演进的时空分离，具体呈现在媒体形态的时空特征上。

电波传播技术下出现的广播和电视，又催生了另一对重要概念：固定接收终端与移动接收终端，即作为电视电波固定接收终端的电视机与作为广播电波移动接收终端的收音机。收音机只能接收声音传输电波，而电视机却能同时接收声音、文字、图像传输的电波，两种媒体形态分别以固定接收终端与移动接收终端的不同物化形态而存在。从传播的内容形态看，电视显然优于广播，但电视终未能战胜和取代广播，就在于电视并不具有广播移动中传播的优势。

网络媒体出现之后，首先拥有的是网络传播的固定接收终端——电脑，其后一直在努力寻求着理想的移动接收终端，以实

现网络传播效率的最大化。智能手机的出现,网络传播理想移动接收终端的寻求与选择,终于有了一个安放。

在讨论网络传播接收终端时,有学者曾提出过“家庭接收终端”与“个人接收终端”的概念。我一直比较主张用“固定接收终端”与“移动接收终端”来作为网络传播接收终端的两大类型。作为网络传播接收终端,我们可以有多种选择,但迄今为止,其他可供选择的终端,在功能的齐备上和使用的便利上,均未实现对手机的超越。

手机实在是一个能得到特别关注的传播物。书俊在博士在读期间,即以极敏锐的目光给予特别关注,并且在其持续的研究中,清晰梳理出手机从通讯工具到媒体到移动接收终端的演进的逻辑轨迹,及其价值增值规律,并在现代传播发展的宏观框架下,检验其重大意义。尽管在某些细节的讨论上或有不周,却于手机的研究甚或现代传播发展的研究,不无启迪。

手机最初不过是作为一种移动通讯工具而出现的,它使人类通讯从固定走向移动,堪称通讯领域的一次重大变革。媒体的发展演进总是遵循着价值增值的规律。通讯工具从固定走向移动,是一种价值增值。手机作为一种移动通讯工具,也在其发展过程中不断实现着价值增值,从初始的语言传输,到其后的文字传输(短信)、图像传输(彩信),直到现在的视频传输。自此,手机也就从单纯的通讯工具演进为传播媒体,此于手机的发展,意义重大。

当手机与互联网联接,不仅进一步强化了手机的媒体意义,并且成为互联网移动接收终端的理想选择,而具有了网络传播移动接收终端的意义。从媒体到移动接收终端,手机被纳入现代网络传播的结构化框架,促进着现代传播革命的进步。

书俊在武汉大学完成其博士学位,我为其导师,实则为师友

之间。我常叹佩其勤思而敏学。毕业后书俊供职于江西财经大学,时常来武大小聚,喝喝小酒,探讨学问与人生,畅叙师生之谊与朋友之情,甚是欢娱。有学生如此,有朋友如此,亦足慰晚年之人生。书俊现又就读于江西财经大学公共管理专业博士后,仍在学术的道路上奋进着。我想,以其学术之执着,天赋之勤敏,成为一位出色的学者,完全是可以期待的。

谨为序。


2014.3.7 张书俊

目 录

1 导论	1
1.1 研究背景与研究意义	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 研究意义	5
1.2 相关研究文献综述	6
1.2.1 媒介发展研究述评	6
1.2.2 手机媒体发展研究综述	17
1.3 本研究力图解决的主要问题、理论资源	23
1.3.1 研究的主要问题	23
1.3.2 理论资源	25
1.4 研究思路与研究方法	27
1.4.1 研究思路和框架	27
1.4.2 研究方法	29
2 价值增值:新旧媒体发展演进的基本法则	30
2.1 媒体价值的整体评判	30
2.1.1 以“关系”为核心的哲学价值论	30
2.1.2 以“效用”为核心的经济学价值理论	34
2.1.3 从“价值链”到“价值网”的理论发展	37

2.1.4	媒体价值本质及相关概念	38
2.2	价值增值:媒体演进的基本法则	40
2.2.1	“变异”和“选择”:达尔文主义的核心	40
2.2.2	新旧媒体演进中“变异”与“遗传”	43
2.2.3	价值增值:基于“选择”的媒体演进法则	48
2.3	新旧媒体发展演进中价值增值	56
2.3.1	纸质媒体发展演进中的价值增值	57
2.3.2	电子媒体发展演进中的价值增值	59
2.3.3	数字媒体发展演进中的价值增值	61
3	手机媒体的发展与演进	64
3.1	移动式通讯工具	65
3.1.1	语音通话	65
3.1.2	短信和彩信沟通	66
3.1.3	视频交流对话	69
3.1.4	移动即时通讯	69
3.2	媒体化传播工具	71
3.2.1	短信传播:媒体化传播的初级形态	71
3.2.2	媒体化传播主要形态之一:手机报	73
3.2.3	媒体化传播主要形态之二:手机电视	78
3.2.4	媒体化传播主要形态之三:移动互联	81
3.3	平台化服务工具	85
3.3.1	移动娱乐服务	85
3.3.2	移动生活服务	88
3.3.3	移动商务应用	89
4	基于功能维度价值增值的手机媒体发展检视	94
4.1	竞合:手机媒体传播模式与功能的双重审视	94
4.1.1	人际传播与大众传播的竞合	94

4.1.2	广播模式与互动模式的竞合	97
4.1.3	竞合视野下手机媒体功能的双重审视	99
4.2	公共服务:手机媒体化传播的主要功能之一	101
4.2.1	从公共领域到传媒公共服务	101
4.2.2	手机媒体公共空间的形成与比较	103
4.2.3	中国话语下手机媒体公共服务的检视与构建	107
4.3	影响手机媒体功能价值增值的两大障碍	109
4.3.1	利益驱动下的封闭式经营:产业维度的检视	109
4.3.2	主体权益保障机制的缺失:管理维度的检视	112
5	基于效益维度价值增值的手机媒体发展检视	115
5.1	手机产业价值链及商业模式的演进	115
5.1.1	第一代手机产业价值链及商业模式	115
5.1.2	第二代手机产业价值链及商业模式	116
5.1.3	第三代手机产业价值链及商业模式	121
5.2	手机媒体产业价值链构建存在的问题	128
5.2.1	线形思维桎梏节点创新	129
5.2.2	固化起点阻碍产业发展	132
5.2.3	协同缺乏隔离信息交流	135
5.3	基于价值链的商业模式分析	137
5.3.1	五力分析与商业模式	137
5.3.2	手机媒体产业的商业模式检视	140
6	融合视野下手机媒体的未来发展	150
6.1	功能定位:手持全媒体移动终端	150
6.1.1	媒介、媒体与全媒体终端	150
6.1.2	技术进步是手持全媒体移动终端产生的前提	153
6.1.3	移动生活是手持全媒体移动终端产生的 内在驱动	157

6.2 路径选择:平台聚合与网状重构	158
6.2.1 聚合:交互式移动信息平台的合理建构	159
6.2.2 基于价值增值的手机产业价值网构建	161
6.2.3 基于手机产业价值网的商业模式创新	168
7 结语:手机媒体的未来发展	175
参考文献	180
后记	193

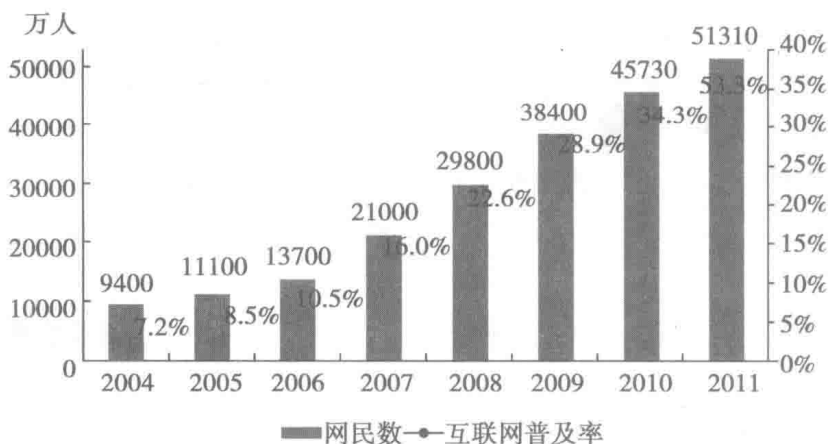
1 导 论

1.1 研究背景与研究意义

1.1.1 研究背景

人类生活的世界目前正在发生什么样的变化? 人类正在步入一个真正的媒体化社会 (mediatized society), 互联网和手机 (移动终端) 的普及推动了这一后信息时代的来临。

根据中国互联网络信息中心 (CNNIC) 2012 年 1 月发布的统计数据显示, 截至 2011 年底, 中国网民规模达到 5.13 亿, 互联网普及率为 38.3%, 较 2010 年提升了 4 个百分点。互联网的高速发展不仅增强了虚拟社会和现实社会的融合度, 也大大推进了我国社会的媒体化进程。

图 1-1 中国网民规模及普及率^①

1.1.1.1 媒体社会化与社会化媒体的蓬勃发展

媒体社会化不仅改变了人类的信息传播环境,也改变着人类的日常生活。从传统的报纸、广播和电视到数字时代的互联网络、手机和 ipad,媒体形态日趋多样,媒体信息日趋丰富,正如尼古拉斯·尼葛洛庞帝所预言的那样:“在数字化空间,人类可以随时随地,完全按自己所需获取更加大量、更加清晰的信息,而不再受现实社会中信息传播的时间、地点的困扰。”^②对于生活在媒体化社会中的人来说,其关于社会政治、经济、文化生活的全部想象和建构都与传播媒介紧密相连并通过各种各样的传播方式来得以实现。

媒体社会化是一个包含延伸、替代、聚合和接纳的动态进化过程。它不仅包括人类感官的延伸也包括人类思维的延伸,它不仅构建了虚拟社会还在不同程度上替代或改变了现实社会的

^① 来源:中国互联网信息中心:《中国互联网络发展统计报告》(2012年1月)

^② 尼古拉斯·尼葛洛庞帝. 数字化生存[M]. 胡冰, 范海燕, 等译. 海南出版社, 1997:24.

1.1.1.2 手机用户的规模化增长和手机的功能拓展

随着移动互联技术的日趋成熟,社会化媒体的发展和应用与手机这一移动终端之间的关系日趋紧密。从砖头式“大哥大”的语音通讯到中文界面的短信沟通,从黑白屏幕到彩色图像再到移动中的视频传送,从单纯的人际传播工具到融人际传播和大众传播为一体的中介性传播工具,我们已经充分感受到手机“随时随地传送信息和获取信息”所带来的真切体验。以现代中国为例,手机的发展变化主要体现在两个方面:

一是在用户需求的推动下,传播与网络技术的创新使手机逐步成为现实社会中最具规模性的媒介工具。截至到2011年11月,我国手机用户总数达到9.75亿户,手机普及率为72.8%。手机在用户数量和使用频率上已经远远超过了电视、互联网等媒介(见图1-3)。

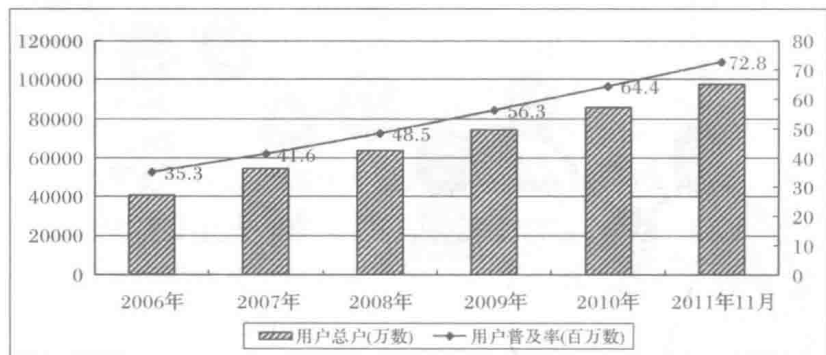


图 1-3 2006—2011 年手机电话用户数量及普及率^①

二是网络融合和移动互联的实现大大拓展手机的信息与服务功能,使其成长为兼具通信、信息传播及多元服务功能的移动

^① 根据中国工信部发布《全国电信业统计公报》历年数据整理而成。

终端媒体。传统的语音通信和短消息服务已经无法满足日益增长的市场需求,从文字到视频、从单向到互动、从信息沟通到全方位生活服务已成为消费者购买和使用手机时主要的价值追求。如今,手机上网不仅成为一种日常生活的常态,基于移动互联的移动即时通讯、移动搜索、手机游戏、手机购物、手机支付、位置服务等功能也得到广泛应用,手机逐渐演变成日常生活中必不可少的信息与服务终端。

事实上,作为计算机网、通信网、广电网、物联网等不同产业“圆圈”融合的交叉核心,手机不仅是现代社会最具成长潜力和创新能力的媒体之一,也逐步成为关乎广电、电信等多产业融合式关联发展成败的焦点之一(如图 1-4 所示)。

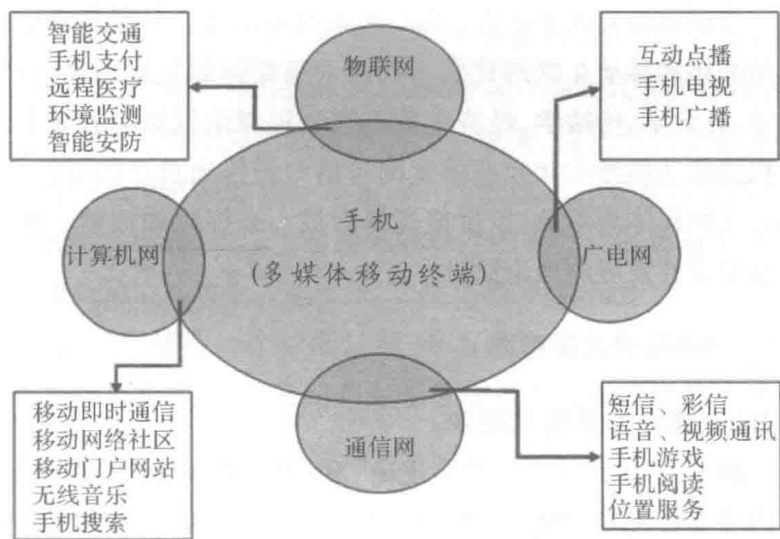


图 1-4 移动互联时代手机的多功能应用

1.1.2 研究意义

本研究的意义主要体现在两个方面：

1.1.2.1 实践意义

智能化手机与移动互联网的完美结合,将使手机从最初单一的通讯工具演变为超越人际传播和大众传播的多元化信息与服务终端,乃至发展成为个性化的信息与服务平台。本研究以手机媒体之传者与受众、经营者与用户的需求满足为核心来探讨手机媒介未来的功能定位,探讨在手机媒体发展过程中如何实现传播价值和经济价值的双重增值,探讨个人信息与服务平台的合理构建与管控、手机产业价值网的竞合发展和手机媒体商业运营模式的创新,这无论对解决手机媒体目前发展过程中存在的障碍还是对手机媒体的未来发展都具有现实的指导意义。

1.1.2.2 理论意义

本研究将以媒介价值为核心来审视新旧媒介发展演进中的价值规律和移动互联网背景下我国手机媒体的发展历程,借鉴哲学、社会学、传播学、经济学等不同学科理论就如何更好实现手机媒体功能维度和效益维度的价值增值提出自己的看法,力图以手机媒体为对象、以价值逻辑为核心来探讨和构建一种分析新旧媒介发展的理论框架。

1.2 相关研究文献综述

1.2.1 媒介发展研究述评

20世纪以来,在“技术决定论”和“社会建构论”的影响下,国内外学者大多围绕“技术”和“社会”这两个基本维度来研究新旧媒介(包括手机)的发展演进。对此,美国学者布里恩·温斯顿将其分别概括为媒介研究中的“技术决定论”和“文化决定论”,前者视技术为压倒一切的因素,后者则把技术牢牢置于社