

全球传媒蓝皮书[®]

BLUE BOOK OF GLOBAL MEDIA

· 权威机构 · 品牌图书 · 每年新版

全球传媒产业 发展报告 (2011)

ANNUAL REPORT ON GLOBAL MEDIA INDUSTRIES
(2011)

主 编 / 胡正荣
副主编 / 李继东 唐晓芬



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

2011
版

中国传媒大学 211 工程三期重点学科建设项目成果



全球传媒产业发展报告 (2011)

主 编 / 胡正荣
副主编 / 李继东 唐晓芬

ANNUAL REPORT ON GLOBAL MEDIA INDUSTRIES
(2011)



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

图书在版编目(CIP)数据

全球传媒产业发展报告. 2011/胡正荣主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2011. 12

(全球传媒蓝皮书)

ISBN 978-7-5097-2898-7

I. ①全… II. ①胡… III. ①传播媒介-产业发展-研究报告-世界-2011 IV. ①G219.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 235269 号

全球传媒蓝皮书

全球传媒产业发展报告 (2011)

主 编 / 胡正荣

副 主 编 / 李继东 唐晓芬

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 皮书出版中心 (010) 59367127

电子信箱 / pishubu@ssap.cn

项目统筹 / 蔡继辉

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

责任编辑 / 郭 峰 吴 敏 周映希

责任校对 / 刁春波

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

版 次 / 2011 年 12 月第 1 版

印 次 / 2011 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-2898-7

定 价 / 79.00 元

印 张 / 23.75

字 数 / 410 千字

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

《全球传媒产业发展报告 (2011)》

课 题 组

课题组组长 胡正荣

课题副组长 李继东 唐晓芬

课题组成员 (以姓氏拼音为序)

甘 露	龚颖元	郭 尧	韩 茜	郝 文
胡蓓蓓	蒋佳惠	李 冰	李 杰	刘 斌
刘 昶	刘 琛	龙 耘	Priya Virmani	
王 建	王润珏	王雨琼	吴敏苏	颜巧容
张方方	张 晴	张新华	张艳秋	赵 欢

文献研究 (以姓氏拼音为序)

邓 烨	郭大鹏	刘 媛	孙天适	张 章
左登基				

主要编撰者简介

胡正荣 教授，博士生导师，中国传媒大学副校长、广播电视研究中心主任。国务院学位委员会新闻传播学学科评议组召集人、教育部新闻学学科教育指导委员会委员等。美国哈佛大学肯尼迪政府学院客座研究员（2005）、英国西敏寺大学传播与媒介研究中心 Leverhulme 访问教授（2006）、新加坡《亚洲媒介》编委、韩国汉城大学《传播研究》编委、英国《全球媒介与传播》编委。主要研究领域为媒介研究（包括媒介发展战略、媒介政策与制度、媒介管理等）、传播政治经济学、新媒介等。2000 年列为教育部“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，硕士生导师，中国传媒大学广播电视研究中心副教授。已发表论文 30 余篇，出版学术著作《英国公共广播政策变迁与问题研究》等 6 部。从事国家社科基金项目、教育部重点研究基地重大项目、国家广播电影电视总局社科项目等科研项目近 15 项。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。主要研究领域为传播政策与制度、传播产业与公共服务、新媒介等。

唐晓芬 中国传媒大学广播电视研究中心助理研究员，主要研究领域为媒介公共政策、媒介产业、宣传与公共关系。参与多项国家社科基金项目、教育部重点研究基地重大项目、国家广播电影电视总局社科项目等科研项目，主编《中国媒介转型与趋势》（中国传媒大学出版社，2009 年 4 月）。2010 年香港城市大学中国大陆新闻传播青年学者访问项目访问学者。

摘 要

《全球传媒产业发展报告（2011）》由教育部人文社会科学重点研究基地中国传媒大学广播电视研究中心策划、组织，并邀请众多国内外传媒产业研究的学者和专家共同编撰而成，是目前国内第一部世界性传媒类年度报告。本报告旨在从国家、行业和企业三个层面梳理和分析全球主要国家和地区的年度传媒产业发展概况，总结和提炼全球传媒产业发展模式，捕捉和探测全球传媒产业发展趋势，进而建构全球传媒国际竞争力评估体系。

作为开山之作，《全球传媒产业发展报告（2011）》由总报告、国家或地区报告和专题报告三部分构成。报告以“融合、转型和创新”为主题，首先分析了2010年以及2011年上半年全球传媒产业总体状况、主要行业和市场态势；其次分别对亚洲、欧洲、美洲和非洲13个主要国家和地区2005年以来传媒产业的发展进行了简要回溯，并着重分析了2010年以及2011年上半年各国和地区传媒产业发展情况；最后探讨了全球传媒产业国际竞争力评价体系、全球图书出版产业发展情况以及电视产业全球化和BBC产业发展个案。

《全球传媒产业发展报告（2011）》基于大量最新事实、数据和图表，全面、系统和深入分析了2010年全球传媒产业的整体发展状况与趋势，以及全球主要国家和地区传媒产业的发展状况与趋势，注重实证性和针对性，具有很强的实践意义和理论价值。本报告不仅为传媒业界提供具有全球视野和前瞻性、科学性的参照体系，而且也对传媒学术研究具有重要参考价值，同时也对政府决策具有重要的借鉴意义，还可作为高等院校师生和广大传媒爱好者有价值的学习和研究资料。

Abstract

Annual Report on Global Media Industries (2011) is the first annual report on global media industries in China, compiled by National Center for Radio and Television Studies, Communication University of China, co-composed by many excellent scholars and experts from different countries on media industries research. This report is aimed to describe and analyze the development of media industries in the main countries and regions all over the world, to find the business models and to catch the trend of global media industries, and to construct an index on global media competitiveness. The report explores the media industries in three levels, the national level, the industry level and the media organization level.

As the first volume, *Annual Report on Global Media Industries 2011* contains three parts, which is the general report, the annual reports of countries and regions, and the special reports. Firstly, the report analyzes the global market of media industries and sub-industries in 2010 and the first half of 2011. Secondly, the report briefly looks back upon the media industries since 2005 of 13 countries and regions in Asia, Europe, America and Africa, especially focuses on the period during 2010 and the first half of 2011. Thirdly, the report proposes an index on global media competitiveness analyzes the global publishing industries, and a study on the globalization of television industries. Besides, there is also a case study on BBC.

Basing on numerous latest facts and statistics, *Annual Report on Global Media Industries 2011* analyzes the development and tendency of media industries both in global level and in national and regional level. The report is empirically oriented and has highly practical and theoretical value. It tries to find a scientific benchmark of global media industries. It is useful to those who research the media industries, and it is also useful to those who make policy decisions in government. It can be also used as learning or research materials for those interested in related studies.

法律声明

“皮书系列”（含蓝皮书、绿皮书、黄皮书）由社会科学文献出版社最早使用并对外推广，现已成为中国图书市场上流行的品牌，是社会科学文献出版社的品牌图书。社会科学文献出版社拥有该系列图书的专有出版权和网络传播权，其 LOGO () 与“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称已在中华人民共和国工商行政管理总局商标局登记注册，社会科学文献出版社合法拥有其商标专用权。

未经社会科学文献出版社的授权和许可，任何复制、模仿或以其他方式侵害“皮书系列”和 ()、“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称商标专用权的行为均属于侵权行为，社会科学文献出版社将采取法律手段追究其法律责任，维护合法权益。

欢迎社会各界人士对侵犯社会科学文献出版社上述权利的违法行为进行举报。电话：010-59367121，电子邮箱：fawubu@ssap.cn。

社会科学文献出版社



目 录

Ⅱ I 总报告

Ⅱ.1	2011 年全球传媒产业发展报告	胡正荣 / 001
一	总体发展状况概述	001
二	行业与市场分析	005

Ⅱ II 亚洲篇

Ⅱ.2	中国传媒产业发展报告	王润珏 / 024
Ⅱ.3	日本传媒产业发展报告	刘 斌 郭 尧 / 044
Ⅱ.4	韩国传媒产业发展报告	龙 耘 胡蓓蓓 / 057
Ⅱ.5	印度传媒产业发展报告	刘 琛 / 069
Ⅱ.6	土耳其传媒产业发展报告	龚颖元 / 086

Ⅱ III 欧洲篇

Ⅱ.7	法国传媒产业发展报告	甘 露 刘 昶 韩 茜 / 099
Ⅱ.8	葡萄牙传媒产业发展报告	张方方 / 134
Ⅱ.9	北欧五国传媒产业发展报告	甘 露 刘 昶 赵 欢 / 157
Ⅱ.10	俄罗斯传媒产业发展报告	王雨琼 / 191



Ⅲ IV 美洲篇

- Ⅲ.11 美国传媒产业发展报告 李继东 / 205
- Ⅲ.12 墨西哥传媒产业发展报告 张 晴 / 239
- Ⅲ.13 巴西传媒产业发展报告 颜巧容 / 258

Ⅲ V 非洲篇

- Ⅲ.14 南非传媒产业发展报告 蒋佳惠 / 274

Ⅲ VI 专题篇

- Ⅲ.15 传媒产业国际竞争力评价研究 蔡继辉 王润珏 / 287
- Ⅲ.16 全球图书出版产业发展报告 张新华 李 杰 王 建 / 314
- Ⅲ.17 反思电视全球化：以默多克星空卫视在印度扩张为例
(Revising Televisual Globalisation: A Case Study of the
Murdoch Owned 'Star' in India) Priya Virmani / 332
- Ⅲ.18 媒介融合语境下 BBC 的公共服务与产业发展 张艳秋 郝 文 / 355



CONTENTS

Ⅰ General Report

Ⅰ.1 Report on the Development of Global Media Industries 2011

Hu Zhengrong / 001

1. *Overview of the Development*

/ 001

2. *Analysis on the Industry and Market*

/ 005

Ⅱ Report on Asian Countries

Ⅱ.2 Report on the Development of Media Industries in China

Wang Runjue / 024

Ⅱ.3 Report on the Development of Media Industries in Japan

Liu Bin, Guo Yao / 044

Ⅱ.4 Report on the Development of Media Industries in the South Korea

Long Yun, Hu Beibei / 057

Ⅱ.5 Report on the Development of Media Industries in India

Liu Chen / 069

Ⅱ.6 Report on the Development of Media Industries in Turkey

Gong Yingyuan / 086

Ⅲ Report on European Countries

Ⅲ.7 Report on the Development of Media Industries in France

Gan Lu, Liu Chang and Han Xi / 099



- B.8 Report on the Development of Media Industries in Portugal
Zhang Fangfang / 134
- B.9 Report on the Development of Media Industries in the Nordic countries
Gan Lu, Liu Chang and Zhao Huan / 157
- B.10 Report on the Development of Media Industries in Russia
Wang Yuqiong / 191

BIV Report on American Countries

- B.11 Report on the Development of Media Industries in the U.S.A
Li Jidong / 205
- B.12 Report on the Development of Media Industries in Mexico
Zhang Qing / 239
- B.13 Report on the Development of Media Industries in Brazil
Yan Qiaorong / 258

BV Report on Africa Country

- B.14 Report on the Development of Media Industries in the South Africa
Jiang Jiahui / 274

BVI Special Report

- B.15 Study on the International Competitiveness Evaluation of
Media Industries
Cai Jihui, Wang Runjue / 287
- B.16 Global Publishing Industries Development Report
Zhang Xinhua, Li Jie and Wang Jian / 314
- B.17 Revising 'Televisual Globalisation: A Case Study of the Murdoch
Owned 'Star' in India
Priya Virmani / 332
- B.18 Public Service and Industry Development of BBC in the Context of
Media Convergence
Zhang Yanqin, Hao Wen / 355



总 报 告

General Report

B.1

2011 年全球传媒产业发展报告

胡正荣*

一 总体发展状况概述

1. 全球传媒产业年均复合增长率达 1.7%，广播电视行业居于首位

据英国数据监测公司有关全球媒介产业的统计表明^①，2006～2010 年全球传媒产业年均复合增长率（以下简称 CAGR）达 1.7%，2010 年收入总额为 7817 亿美元，比 2009 年增长了 272 亿美元。从结构上看，2009 年广播电视（包括有线电视）

* 胡正荣，博士、教授，中国传媒大学副校长、广播电视研究中心主任。

① 鉴于目前世界上有关传媒产业的统计尚无统一的范畴和标准，本文所论的传媒产业包括图书、报纸、杂志、广播、电视、电影和互联网，主要数据来源于世界银行、普华永道、尼尔森、英国数据监测公司等。英国数据监测公司有关 2011 年全球媒介产业的统计（Datamonitor's Global: Media Industry Guide）和 Market Research. com 的统计表明，传媒产业主要是指传统传媒产业，包括广播电视及有线电视、报纸、图书出版、电影和娱乐、音乐视频及广告。<http://www.marketresearch.com/MarketLine-v3883/Global-Media-Guide-6509741/>。



所占比例最高，达 40%，且 2005 ~ 2009 年的 CAGR 为 3%；第二是图书出版占 30%，且 2005 ~ 2009 年的 CAGR 为 1.7%；第三是电影和娱乐占 14%，且 2005 ~ 2009 年的 CAGR 为 0.2%；第四是报纸占 9%，且 2005 ~ 2009 年的 CAGR 为 1.8%；最后是音乐及视频占 7%，且 2005 ~ 2009 年的 CAGR 为 -4%（见图 1、图 2）。

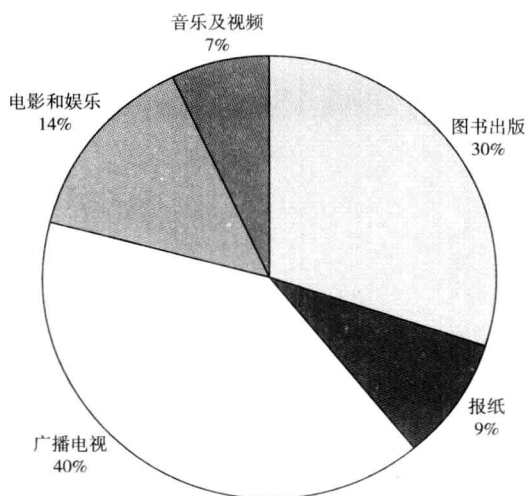


图 1 2009 年全球传媒产业收入结构

资料来源：Datamonitor's Global, "Media Industry Guide 2011", <http://www.marketresearch.com>。

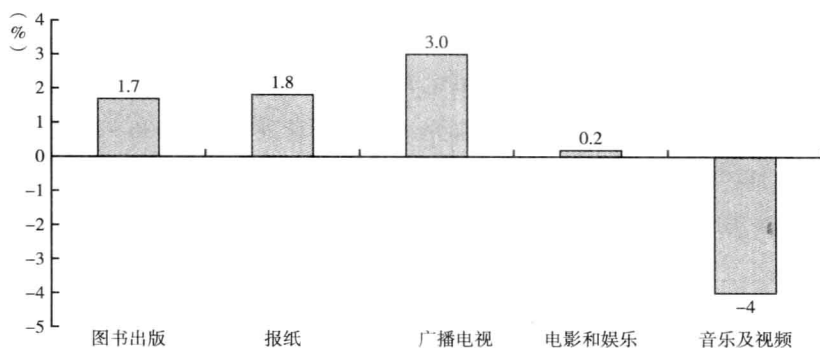


图 2 2005 ~ 2009 年全球传媒产业主要行业年均复合增长率 (CAGR)

资料来源：Datamonitor's Global, "Media Industry Guide 2011", <http://www.marketresearch.com>。

2. 美国稳居全球传媒产业市场之首，亚太地区增长率最高

毫无疑问，迄今美国仍是全球传媒产业最大的市场，2009 年其收入占全球



收入总额的 47.9%。^① 此外，普华永道的统计表明，2011 年美国娱乐和传媒产业^②的收入仍将位居全球之首，不过增长速度放慢，CAGR 预计为 5.3%，总额将达 7540 亿美元；位居全球第二的是 EMEA（欧洲、中东和非洲）地区，2011 年该地区的 CAGR 将会达到 5.5%，总额达到 6170 亿美元；第三是亚太地区，2011 年亚太地区娱乐和传媒产业的收入总额将达 4700 亿美元，预计 CAGR 最大，将达到 9.6%；CAGR 仅次于亚太地区的是拉美地区（达 8.9%），收入总额将为 680 亿美元。

尼尔森有关全球传媒广告市场的统计表明，2011 年上半年，全球各地区的电视、报纸、杂志和广播四大主要传媒行业的广告收入整体呈上升趋势，同比增长 7.2%。其中，亚太地区增长率最高，达 10.7%，随后依次是拉美地区、中东和非洲地区、欧洲以及北美地区（见图 3）。同期，增长率最高的国家是阿根廷，达 32%；第二是南非，为 27.4%；第三是土耳其，达 23.6%；中国位列第五，为 17.3%。而跌幅最大的国家是埃及，达 -51.5%，其次是希腊（-17.3%）、西班牙（-7.5%）（见图 4）。

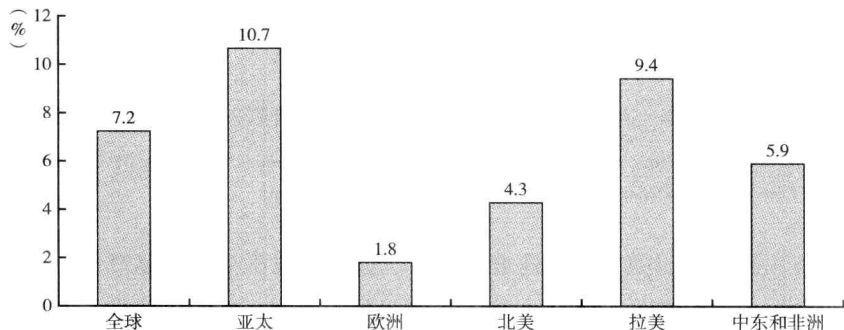


图 3 2011 年上半年全球及各地区传媒产业广告收入的同比增长情况

资料来源：Pricewaterhouse Coopers, “Global Entertainment and Media Outlook 2007 - 2011”, <http://www.marketingcharts.com/television/2-trillion-in-global-entertainment-media-spending-by-2011-763/>。

- ① Market Line, “Media-Global Group of Eight (G8) Industry Guide”, <http://www.marketresearch.com/MarketLine-v3883/Media-Global-Group-G8-Guide-6508282/>, 2010.
- ② 普华永道所统计的娱乐和传媒产业包括互联网、电视、广播、户外广告、电影娱乐、视频游戏和体育。

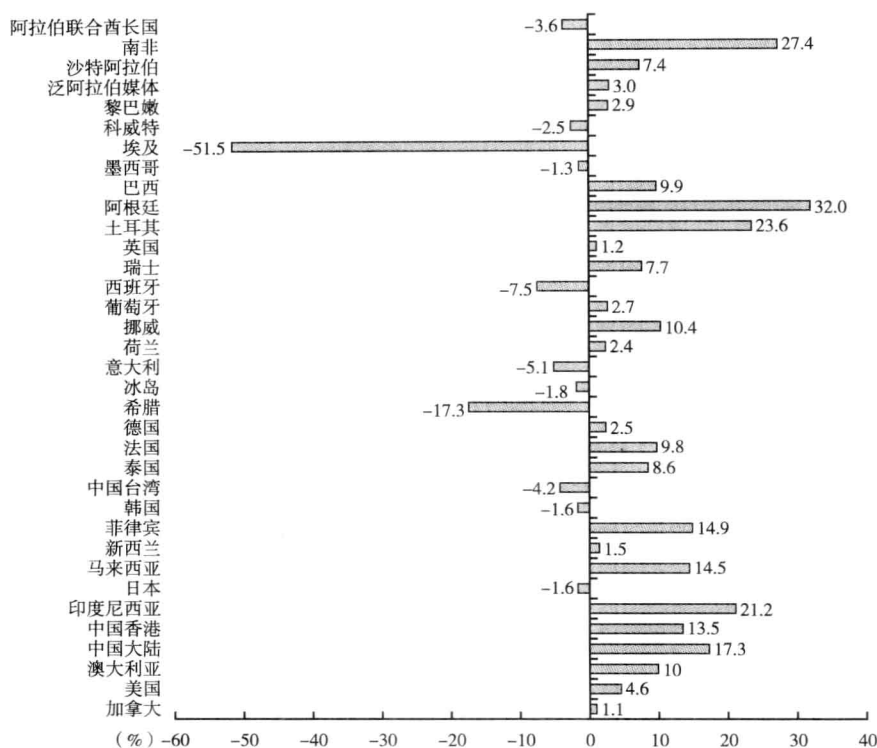


图4 2011年上半年主要国家或地区传媒产业广告收入的同比增长情况

资料来源: Nielsen, “Top-line Global Advertising Market Trends From Over 35 Countries”, <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports-downloads.html>。

3. 互联网发展迅猛，增长速度和品牌价值均领先于全球传媒产业

近年来，互联网无论是增长速度，还是品牌价值在全球传媒产业中均处于领先地位。2006~2010年，互联网的年综合增长速度持续超过了20%，其中，互联网广告增长了37.9%，网络接入等服务增长了18.8%。2011年，全球互联网广告和接入等服务收入预计将达3320亿美元，比2006年增加155亿美元，CAGR将达到13.4%。^①

据全球市场调研公司——明略行公司（Millward Brown Optimor）发布的《百名顶级品牌：最具价值的全球品牌2011》表明，网站等新媒体公司品牌价值不

① 资料来源: Pricewaterhouse Coopers, “Global Entertainment and Media Outlook 2007-2011”, <http://www.marketingcharts.com/television/2-trillion-in-global-entertainment-media-spending-by-2011-763/>。



仅名列前茅，而且增长幅度也是最高的。2011 年苹果公司位居“百名顶级品牌”排行榜首位，品牌价值达 1532.85 亿美元，增长率为 84%；位居第二的是搜索门户网站——谷歌公司，2011 年品牌价值达 1114.98 亿美元；2011 年社交网站 Facebook 成为全球品牌价值增长最快的企业，增长率高达 246%，品牌价值达 191 亿美元，首次跃居“百名顶级品牌”排行榜，位居第 35；而百度网站增长速度仅次于 Facebook，增长率为 121%，从 2010 年的第 75 名上升到 2011 年的第 29 名，品牌价值达 226 亿美元。此外，亚马逊网站首次超过沃尔玛公司，成为全球最具价值的零售品牌，2011 年其品牌价值比 2010 年增长了 37%，达 376 亿美元。^①

二 行业与市场分析

（一）报纸

1. 全球报纸日出版数量持续增长，日发行量有所下降

近年来全球报纸在数量上持续稳定增长，从 2006 年日出版 13223 种增加到 2010 年的 14853 种，增长了 12.3%（见图 5）。而日发行量在 2006~2008 年一直持续增长，2008 年达到近年来最高点，达 5.4 亿份，比 2006 年增长了 2200 万份。不过从 2009 年开始下降，2010 年下滑到 5.19 亿份，接近 2006 年的水平（见图 6）。

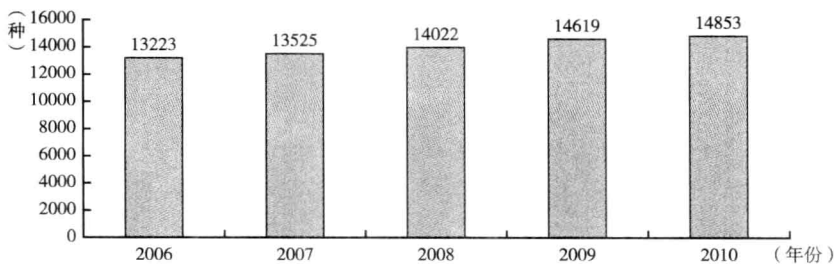


图 5 2006~2010 年全球报纸（付费）日出版数量变化情况

资料来源：WAN-IFRA/Christoph Riess, “World Press Trends 2011”, <http://www.wan-ifra.org/articles/2010/11/26/world-press-trends-and-more-reports>。

^① 数据来源：Millward Brown Optimor, “The BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands 2011”, http://c3232792.r92.cf0.rackcdn.com/WPP_BrandZ_report_FINAL.pdf。