

传媒书系
人民日报

传媒指数蓝皮书系列
BLUE BOOK OF CHINA'S MEDIA INDEX

中国传媒发展指数报告 (2011)

ANNUAL REPORT
OF
DEVELOPMENT
MEDIA
INDEX
(2011)

喻国明 主编

人民日报出版社

传媒指数蓝皮书
BLUE BOOK
OF CHINA' S MEDIA INDEX

中国传媒发展指数报告 **(2011)**

ANNUAL REPORT
ON CHINA' S MEDIA DEVELOPMENT INDEX
(2011)

中国人民大学新闻学院
中国人民大学新闻与社会发展研究中心
主编 / 喻国明

人民日报 出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国传媒发展指数报告. 2011 / 喻国明主编. —北京: 人民日报出版社, 2011.5

ISBN 978-7-5115-0403-6

I. ①中… II. ①喻… III. ①传播媒介—产业—研究报告—中国—2011

IV. ①G219.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第069128号

书 名: 中国传媒发展指数报告(2011)

主 编: 喻国明

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 梁雪云

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路2号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369512 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530

编辑热线: (010) 65369514

网 址: www.peopledaily.press.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京中新伟业印刷有限公司

开 本: 710×1000mm 1/16

字 数: 560千字

印 张: 41.5

印 次: 2011年5月第1版 2011年5月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-0403-6

定 价: 69.00元

本成果受到中国人民大学“985 工程”科学研究基金
“研究品牌计划”资助

中国传媒发展指数蓝皮书(2011)

编委会

主 编 喻国明

编委会成员 倪 宁 姚 林 王兰柱 赵 龙
刘建华 宋美杰 江 萍

主 笔 喻国明 刘建华 宋美杰 王 亮

主要撰稿人 刘佳莹 陈聿雷 朱而皓 巩昕頔
李 炜 陈 铮 马悦舒 易海涛
何叶青 符 辉 宋颖颖 陈 宇
陈 谨 张天培

出 品 单 位 中国人民大学新闻学院
中国人民大学新闻与社会发展研究中心

数据支持单位 国家新闻出版总署
国家广播电影电视总局发展研究中心
央视市场研究股份有限公司(CTR)
央视-索福瑞媒介研究有限公司(CSM)
慧聪邓白氏研究



中文摘要

中国传媒发展指数 CMDI (China Media Development Index, CMDI) (2011) 课题组, 秉承定量研究与定性研究相结合的方法, 立足静态与动态相渗透的观察视角, 致力数据深度性挖掘与事件社会眼解析, 形成关于 2011 年中国传媒产业综合发展水平的最新报告。

本报告分为总报告、主体报告、专题报告、媒介年度观察四个部分。

总报告是关于中国传媒发展指数(2011)最新研究结果。报告对 2009 年度 31 个省区总指数得分、排名及聚类作了详尽分析, 研究了 CMDI(2011) 总指数与分指数的动态变化, 对五个年度(2005、2006、2007、2008、2009)的发展趋势进行了重点梳理。对四大区域强弱指数分布进行了展示与解析。

主体报告包括全国报告与省市报告。全国报告对基础指标原始数据作了实证分析。31 个省市报告对本省省情、关键数据、指数趋势、关键事件、主要特征等, 作了展示与研究。

本期专题报告包括: 中国媒体品牌影响力排行榜评测分析报告(2010); 植入式广告: 研究框架、规制构建与效果评测; 论技术与传媒文化产业的关系。

最后是媒介观察报告, 采用网络智能文本采集分析软件对 2010 ~ 2011 年传媒产业进行盘点分析, 展示了从社会舆情观察传媒业的独

特视角。报告内容包括 2010 传媒产业关键词、10 大传媒行业报告、年度人物。行业报告对各媒体产业的生产能力、盈利能力、关键数据、观点声音、年度事件作了研究分析。

Abstract

By combining both qualitative and quantitative research methods and adhering to both static and dynamic perspectives, China Media Development Index (CMDI, 2011) Project dedicates to analyze data in great depth and events on the side of public people. This is the most updated report in the year of 2011 about China's comprehensive media development condition.

The report contains four parts: the General Report, Main Report, Monographs, and Annual Observation on media industry.

General Report is mainly about the latest findings of China's media development index (2011). It elaborately analyzes the CMDI scores, ranks and clusters of all the 31 provinces in 2009. It also explores the variations of overall index and individual index, and especially focuses on the trend fluctuations of continuous five years between 2005 and 2009. A demonstration and interpretation of the distribution of index degree of north, east, south and west traditional four areas is also included in this part.

Main Report is consisted of national report and several provincial reports. To be specific, national report is an empirical analysis based on the original data of basic indexes. Provincial conditions, key data, index tendency, important issues, main features are well illustrated in all of the

31 provincial reports.

Monographs of this year address three significant issues that are highly important and advanced in both academic and practical fields: Analysis of Ranking of China's Media Brands Influence (2010); Product Placement Research: Frames, Norm Construction and Effect Evaluation; Discussion of the Relationship between Technology and Media Culture Industry.

Finally, the Annual Observation on media industry makes an inventory of events in China's media industry during the year of 2010 to 2011, utilizing Web Intelligent Text Collection and Analysis software, and offers a unique angle of public opinion to observe the media industry. The content of this part includes key words of China's media industry, reports of 10 sub-industries, annual figures, and annual figures in the year of 2010. Particularly, the ten sub-industries reports analyze production capacity, profitability, key data, viewpoints and annual events separately and in great depth.

目 录

总报告

中国传媒发展指数 CMDI (2011) 总报告	001
--------------------------------	-----

主体报告

中国传媒发展指数与实证分析全国报告	016
北京市传媒发展指数与实证分析报告	036
上海市传媒发展指数与实证分析报告	049
广东省传媒发展指数与实证分析报告	062
江苏省传媒发展指数与实证分析报告	074
浙江省传媒发展指数与实证分析报告	084
山东省传媒发展指数与实证分析报告	095
天津市传媒发展指数与实证分析报告	105
辽宁省传媒发展指数与实证分析报告	115
河南省传媒发展指数与实证分析报告	128
湖北省传媒发展指数与实证分析报告	137
河北省传媒发展指数与实证分析报告	148
四川省传媒发展指数与实证分析报告	159
内蒙古自治区传媒发展指数与实证分析报告	169

福建省传媒发展指数与实证分析报告.....	179
黑龙江省传媒发展指数与实证分析报告.....	191
吉林省传媒发展指数与实证分析报告.....	201
陕西省传媒发展指数与实证分析报告.....	209
湖南省传媒发展指数与实证分析报告.....	221
山西省传媒发展指数与实证分析报告.....	233
安徽省传媒发展指数与实证分析报告.....	244
重庆市传媒发展指数与实证分析报告.....	256
江西省传媒发展指数与实证分析报告.....	266
新疆维吾尔自治区传媒发展指数与实证分析报告.....	275
云南省传媒发展指数与实证分析报告.....	283
甘肃省传媒发展指数与实证分析报告.....	294
宁夏回族自治区传媒发展指数与实证分析报告.....	304
广西壮族自治区传媒发展指数与实证分析报告.....	314
海南省传媒发展指数与实证分析报告.....	322
青海省传媒发展指数与实证分析报告.....	331
贵州省传媒发展指数与实证分析报告.....	341
西藏自治区传媒发展指数与实证分析报告.....	350

专题报告

中国媒体品牌影响力排行榜评测分析报告(2010).....	359
植入式广告:研究框架、规制构建与效果评测.....	390
论技术与传媒文化产业的关系.....	425



媒介年度观察

2010 年传媒业关键词	439
2009 ~ 2010 年报纸产业年度观察	460
2009 ~ 2010 年期刊产业年度观察	470
2009 ~ 2010 年电视产业年度观察	488
2009 ~ 2010 年广播产业年度观察	498
2009 ~ 2010 年图书产业年度观察	511
2009 ~ 2010 年音像产业年度观察	531
2009 ~ 2010 年电影产业年度观察	547
2009 ~ 2010 年户外媒体年度观察	557
2009 ~ 2010 年互联网产业年度观察	574
2009 ~ 2010 年手机产业年度观察	593
2009 ~ 2010 年度媒介人物	610
媒介、受众、社会经济环境与广告的结构方程模型构建	627

附 录

附录一:中国传媒发展指数 CMDI(2011)15 个基础指标标准值一览表	638
附录二:中国传媒发展指数 CMDI(2011)主要测评结果	640
附录三:中国传媒发展指数 CMDI 指标定义与公式	642
附录四:中国传媒发展指数 CMDI(2011)15 个基础指标原始数据	647

Contents

General Report

General Report of China Media Development Index(2011).....	001
--	-----

Main Report

The National Report of CMDI(2011)	016
The Provincial Reports of CMDI(2011).....	036

monograph

Analysis of Ranking of China's Media Brands Influence (2010).....	359
Product Placement Research: Frames, Norm Construction and Effect Evaluation.....	390
Discussion of the Relationship between Technology and Media Culture Industry	425

Annual Observation on Media Industry

Key Words of Media Industry in 2010.....	439
Report on Newspaper Industry in 2009-2010.....	460
Report on Magazine Industry in 2009-2010	470

Report on TV Industry in 2009-2010.....	488
Report on Radio Industry in 2009-2010	498
Report on Book Industry in 2009-2010	511
Report on Audio-visual Industry in 2009-2010	531
Report on Movie Industry in 2009-2010	547
Report on Outdoor Media in 2009-2010.....	557
Report on Internet Industry in 2009-2010	574
Report on Mobile Industry in 2009-2010	593
Report on Media Figures in 2010	610
Media, the Audience, the Social Economy Environment and Advertising Structure Equation Model Constructed.....	627

Appendices

Appendix 1 Standardized Scores of 15 Basic Indexes of CMDI (2011)	638
Appendix 2 Main Evaluation Outcomes of CMDI (2011)	640
Appendix 3 Index Definition and Formula of CMDI	642
Appendix 4 Original data of 15 Basic Indexes of CMDI (2011).....	647

总报告

中国传媒发展指数 CMDI (2011)

总报告¹

2010年5月,中国传媒发展指数(2010)新闻发布会的召开,标志着CMDI指标体系与叙事结构的科学成型和运作的常态化。中国人民大学“中国传媒发展指数(CMDI)(2011)”课题组在秉承前三次研究宗旨的基础上,继续以革新的视角审视中国传媒产业发展中的新现象、新问题,力求全面深刻展现中国传媒业发展态势,剖析其发展机理,指明其发展方向,完善并丰富本报告,以期更好地服务传媒产业与社会发展。CMDI(2011)的指数计算取自2009年度数据,省市关键事件与媒介年度观察源自2009~2010年传媒发展现状。

2009年,中国经济在全球金融危机后率先复苏,多项产业振兴刺激政策的实施,国民经济快速繁荣。与此相随,中国传媒产业也出现新气象:三网融合、数字媒体、出版转企改制、传媒上市、新闻出版业产值过万亿元、电影票房突破百亿元等,给予传媒产业投资者与经营者极大信心,推动传媒产业深入发展。2011年十一届人大四次会议政府工作报告指出,“十一五”期间,国内生产总值达到39.8万亿元,年均

1 说明:除标明出处外,本报告数据来源均来自《中国新闻出版统计资料汇编》(2010)、《中国广播电影电视发展报告》(2010)、央视市场研究(CTR)、央视索福瑞媒介研究(CSM)、慧聪邓白氏研究、《中国统计年鉴》(2010)。

本课题组由中国人民大学新闻与社会发展研究中心和中国人民大学新闻学院联合组建,课题组的负责人为喻国明教授。本研究报告的执笔人为喻国明、刘建华,中国人民大学新闻学院研究生宋美杰、王亮、巩昕嶝、李炜、刘佳莹、陈聿雷、朱而皓、陈铮、马悦舒、易海涛、何叶青、符辉、宋颖颖、陈宇、陈谨、张天培等负责本课题的所有数据采集、整理,并参与了分省市指数与实证分析报告、年度观察等研究的撰写工作。



增长 11.2%，“十二五”预期年均增长为 7%，2015 年国内生产总值将达到 55 万亿元，这为传媒产业的发展铺垫了扎实的基础，也明确了今后的发展前景与目标。当然，2010 年的通胀压力，也对传媒业产生一定的影响，我们的媒介年度观察将对此进行动态记录与解析。

中国传媒发展指数 CMDI(2011) 公布了关于 2009 至 2011 中国传媒业的研究结果，并进行了分析与阐释。本报告由以下内容构成：(1) CMDI(2011) 的编制与测评结果；(2) CMDI(2011) 指数的地区分类；(3) CMDI(2011) 的动态变化研究；(4) CMDI(2011) 的东中西部比较；(5) 主要结论。

一、CMDI(2011) 的编制与测评结果

中国传媒发展指数 CMDI(2011) 编制方法与上年相同，15 个指标计算出 5 个分指数，再合成一个总指数。具体做法是先对 15 个指标进行无量纲化，然后用乘法合成公式和指数等权重法计算出 5 个分指数，再合成为一个总指数。

CMDI(2011) 指标结构如下：

- (一) 生产指数：1. 报纸总印数、2. 电视年播出时长；
- (二) 盈利指数：3. 内容售卖收入、4. 广告收入；
- (三) 受众消费指数：5. 时间消费总额、6. 核心受众规模、7. 主媒介渗透性；
- (四) 广告竞争指数：8. 单位广告承载额、9. 千人广告成本、10. 广告开发度、11. 广告增长率；
- (五) 媒介环境指数：12. 人均 GDP、13. 城镇居民年人均可支配收入、14. 城镇居民文教消费支出、15. 城镇化率。

省市关键事件为便于比较，沿袭了上年指标体系，媒介年度观察关键事件的指标体系作了改进与完善，两套体系结构分别如下：

省市关键事件(2011) 指标结构：

- (一) 关注度：1. 大众媒体报告量、2. 论坛报道量、3. 贴吧报道量、4. 博客报道量；
- (二) 影响力：1. 大众媒体影响力：(1) 媒体类型(中央、行业、地方)、(2) 转载量；2. 草根媒体影响力：(1) 论坛类型(主流、行业、地方)、(2) 平均浏览量、(3) 平均回复量。



媒介观察关键事件(2011)指标结构:

媒体:1. 关注度:(1) 报纸报道提及量、(2) 网络报道提及量;2. 影响力:(1) 媒体类型、(2) 新闻转载量、(3) 新闻平均回复量;3. 显著度:(1) 标题新闻量、(2) 版面位置;

公众:1. 关注度:(1) 论坛平均浏览量、(2) 论坛标题发帖量;2. 影响力:(1) 论坛类型(主流、行业、地方);3. 参与度:(1) 论坛平均回复量、(2) 论坛发帖量、(3) 贴吧发帖量、(4) 博客发表量、(5) 微博发表量;

学术:1. 关注度:(1) 学术关注量、(2) CNKI 文章量;2. 影响力:(1) 期刊量级(核心/非核心)。

根据中国传媒发展指数的构建方法,我们使用《中国新闻出版统计资料汇编》(2010)、《中国广播电影电视发展报告》(2010)、央视市场研究(CTR)、央视索福瑞媒介研究(CSM)、慧聪邓白氏研究、《中国统计年鉴》(2010)及相关数据,对2009年我国31个省市自治区的发展总指数和5个单项指数进行得分测算和排序(结果见表1)。

利用描述统计四分位数的方法,在2009年31个省市自治区中,总指数排序在前25%的8个省区分别是:北京、上海、广东、江苏、浙江、山东、天津与辽宁,这个名单与上年CMDI(2010)总指数排序(图表见附录三)完全一致,说明了该省区传媒业在全国位置的相对稳定性,其他省区在很长一段时间内将很难撼动其地位。

总指数排序在后25%的8个省区分别是:江西、广西、宁夏、甘肃、青海、海南、贵州和西藏。近三年总指数排名后25%的省区名单几乎没有变化。值得一提的是云南省,2010年其从上年的26位上升到后25%中的第一位,2011年彻底摆脱了后25%的身份,上升到21位,而江西却跌入到后25%的行列中。山西传媒业表现非常抢眼,其得分为56.52,从上年的19位跃升到第10位,比其上年的得分(46.24)高出10个单位,与上年的第10位湖北(50.07)相比,也高出6个多单位。

总体来看,CMDI(2011)31个省区总指数的得分都明显高于上年,说明了2009年中国经济的复苏给传媒业带来的利好。总指数全国平均为56.33,比上年(49.42)高出6.91个单位,即使与CMDI(2009)的51.86相比,也高出4.47个单位;排名第一的北京(78.55)比上年的得分76.33高出2.22个单位;排名垫底的西藏(47.09)比上年的得分33.27高出13.82个单位。其他省区的总指数得分都高出上年,特别是经济欠发达地区,传媒业受经济影响较大,波动的幅度尤其明显。



表 1 中国传媒发展指数 CMDI(2011) 主要测评结果

(2009 年数据, 北京不含中央, 下同)

序 位	生产指数		盈利指数		受众消费指数		广告竞争指数		媒介环境指数		总指数	
	地区	指数	地区	指数	地区	指数	地区	指数	地区	指数	地区	指数
1	广东	91.83	广东	91.65	北京	89.79	北京	88.77	上海	100.00	北京	78.56
2	山东	89.24	上海	73.93	上海	76.13	上海	73.11	北京	92.55	上海	75.82
3	浙江	83.13	北京	73.59	天津	69.83	西藏	64.15	天津	79.04	广东	74.52
4	江苏	82.35	江苏	69.04	山西	61.85	福建	63.05	浙江	76.18	江苏	67.34
5	河南	81.53	浙江	64.16	广东	61.66	青海	62.57	广东	73.52	浙江	65.96
6	四川	79.88	山东	60.27	江苏	60.68	内蒙古	60.73	江苏	70.21	山东	62.08
7	河北	76.06	湖北	56.30	辽宁	59.64	宁夏	59.50	福建	63.17	天津	61.01
8	辽宁	72.97	四川	54.63	新疆	58.01	海南	58.53	内蒙古	61.92	辽宁	58.92
9	湖北	71.79	湖南	52.80	陕西	55.65	江苏	54.42	辽宁	61.20	福建	56.79
10	湖南	70.46	辽宁	52.64	浙江	54.46	贵州	54.40	山东	60.29	山西	56.52
11	新疆	70.08	天津	52.30	吉林	54.34	广东	53.93	重庆	56.76	湖北	56.18
12	山西	67.92	福建	51.26	山东	53.63	安徽	53.48	吉林	54.54	河南	55.92
13	安徽	67.63	河南	50.64	河南	53.09	天津	53.24	陕西	53.56	四川	55.82
14	云南	67.23	河北	49.63	黑龙江	52.86	湖南	53.21	湖北	53.25	河北	55.33
15	黑龙江	65.45	山西	48.52	河北	51.99	甘肃	53.10	湖南	52.65	内蒙古	55.00
16	江西	63.91	安徽	48.18	云南	51.85	山西	52.47	黑龙江	52.57	湖南	54.44
17	陕西	61.57	吉林	48.04	湖北	50.73	浙江	51.87	宁夏	51.98	黑龙江	53.39
18	内蒙古	61.44	黑龙江	48.02	福建	50.47	重庆	51.80	山西	51.84	安徽	53.27
19	吉林	59.33	重庆	47.32	西藏	48.57	云南	50.42	河北	51.79	吉林	53.21
20	广西	58.65	陕西	47.20	广西	47.70	吉林	49.82	海南	51.29	陕西	53.03
21	福建	56.00	江西	46.65	青海	47.50	四川	49.20	安徽	50.79	云南	52.09
22	上海	55.90	广西	46.14	重庆	47.43	湖北	48.83	广西	50.41	新疆	51.53
23	甘肃	54.93	云南	45.18	内蒙古	47.34	辽宁	48.13	江西	50.24	重庆	50.89
24	重庆	51.16	甘肃	44.15	甘肃	47.32	黑龙江	48.06	河南	49.71	江西	50.12
25	天津	50.66	贵州	44.13	宁夏	46.84	河北	47.19	四川	49.46	广西	49.93
26	贵州	49.50	内蒙古	43.59	安徽	46.25	陕西	47.17	青海	48.16	宁夏	48.97
27	北京	48.10	新疆	43.01	四川	45.91	山东	46.95	新疆	47.17	甘肃	48.82
28	宁夏	44.84	海南	42.44	贵州	44.91	江西	46.92	云南	45.78	青海	48.29
29	海南	43.51	宁夏	41.67	海南	44.06	广西	46.73	贵州	44.87	海南	47.96
30	青海	42.22	青海	40.99	湖南	43.09	河南	44.64	甘肃	44.60	贵州	47.56
31	西藏	41.32	西藏	40.66	江西	42.88	新疆	39.39	西藏	40.78	西藏	47.09
平均	全国	63.89	全国	52.22	全国	53.76	全国	54.06	全国	57.75	全国	56.33