

新媒体前沿

**NEW MEDIA
INDUSTRIES FRONTIERS
(2012)**

主 编 / 胡正荣
副主编 / 唐晓芬 李继东



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

新媒体前沿(2012)

NEW MEDIA INDUSTRIES FRONTIERS

主 编 / 胡正荣

副主编 / 唐晓芬 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

新媒体前沿. 2012/胡正荣主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2012. 12

ISBN 978 - 7 - 5097 - 4036 - 1

I. ①新… II. ①胡… III. ①传播媒介 - 研究 - 世界 IV. ①G219.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 289404 号

新媒体前沿 (2012)

主 编 / 胡正荣

副 主 编 / 唐晓芬 李继东

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 / 任文武

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

责任编辑 / 张静鸥 林 木 任文武

责任校对 / 曹艳浏

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 北京鹏润伟业印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

版 次 / 2012 年 12 月第 1 版

印 次 / 2012 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 4036 - 1

定 价 / 79.00 元

印 张 / 20.25

字 数 / 353 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

《新媒体前沿》课题组

课题组组长 胡正荣

课题组副组长 唐晓芬 李继东

课题组成员	曹三省	陈瑶	程巍	范洁	付玉辉
	甘露	郭尧	胡泳	黄艾	姬德强
	蒋为民	柯妍	李冰	李嘉	刘斌
	刘昶	刘畅	刘思一	龙耘	石丹
	王蕾	王丽	王晓盟	王雨琼	吴敏苏
	熊艳红	徐帆	杨冰清	杨光辉	余晶颖
	张斌	张方方	张洪忠	张建军	张磊
	张蕊	张新华	章戈浩	左登基	

目 录

全球新媒体产业 2011 年发展概况综述	001
----------------------------	-----

专题与案例篇

第一章 数字时代的受众商品论	019
第二章 移动大趋势与社会变迁	030
第三章 新媒体技术发展趋势	037
第四章 移动互联与传统媒体的新生	050
第五章 从 3G 到 4G：移动通信技术的新一轮代际变迁 ——2011 ~ 2012 年中国移动通信产业发展综述	066
第六章 美国电子书消费现状	080
第七章 2012 年北京、成都、广州移动互联网视频使用情况报告	090
第八章 中国网络视频发展概况	106
第九章 Facebook 运营模式探悉	121
第十章 《愤怒的小鸟》之腾飞 ——芬兰 Rovio 娱乐媒体公司崛起之路	135
第十一章 电商的灵魂 ——亚马逊电子供应链分析	146
第十二章 NOW TV 产业价值链分析	158
第十三章 百视通：“上海模式”的 TMT 路径	166
第十四章 新媒体·创新·创业 ——加拿大瑞尔森大学的数字媒体区（DMZ）	183

国别篇

第十五章	中国新媒体发展概况	193
第十六章	日本新媒体发展概况	202
第十七章	韩国新媒体发展概况	217
第十八章	俄罗斯新媒体发展概况	232
第十九章	英国新媒体发展报告	238
第二十章	法国新媒体发展概况	251
第二十一章	德国新媒体发展概况	268
第二十二章	美国新媒体发展概况	284
第二十三章	加拿大新媒体发展前沿	296
第二十四章	巴西新媒体发展概况	307

全球新媒体产业 2011 年发展概况综述

胡正荣*

一 全球互联网与手机媒体发展概况

(一) 2011 年全球互联网用户数近 23 亿，全球三分之一以上人口为网民

2011 年，全球互联网用户数 22.67 亿，占全球人口 32.7%（见表 1）；2010~2011 年，全球每秒新增 7.25 个互联网用户。

表 1 2011 年全球互联网用户数据

单位：户，%

地 区	2011 年用户数	渗透率	全球用户占比
亚 洲	1016799076	26.2	44.8
欧 洲	500723686	61.3	22.1
北 美 洲	273067546	78.6	12.0
拉美与加勒比海地区	235819740	39.5	10.4
非 洲	139875242	13.5	6.2
中 东	77020995	35.6	3.4
大洋洲与澳洲	23927457	67.5	1.1
全 球	2267233742	32.7	100

资料来源：www.internetworldstats.com。

全球互联网用户发展大致呈现如下特征：

(1) 在家庭接入率和渗透率上，发达国家远远高于发展中国家。2011 年，发

* 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。

达国家 70% 家庭接入互联网，冰岛、荷兰、挪威和瑞典等发达国家互联网用户渗透率达 90%；发展中国家 20% 家庭接入互联网，互联网用户渗透率达 25%。^①

(2) 发展中国家发展迅速，但整体渗透率依然不高。2007 ~ 2011 年发展中国家互联网用户数量翻倍，但是整体渗透率只达到 25%。^②

(3) 非洲、中东、拉美与加勒比海等地区互联网用户增长迅速，2011 年比 2000 年增长超过 1200%。其中，非洲地区尤其明显，增长近 3000%，其次为中东地区，增长近 2250%（见表 2）。

表 2 2000 年、2011 年全球互联网用户对比数据

单位：户，%

地 区	2011 年用户数	2000 年用户数	比 2000 年增长
非 洲	139875242	4514400	2988. 4
中 东	77020995	3284800	2244. 8
拉美与加勒比海地区	235819740	18068919	1205. 1
亚 洲	1016799076	114304000	789. 6
欧 洲	500723686	105096093	376. 4
大洋洲与澳洲	23927457	7620480	214. 0
北 美 洲	273067546	108096800	152. 6
全 球	2267233742	360985492	528. 1

资料来源：www. internetworldstats. com。

（二）2011 年，全球手机用户数近 60 亿，发达国家渗透率超过 100%，发展中国家用户增长迅速

2011 年，全球手机用户数 59.6 亿，占全球人口的 85.6%，用户数比 2010 年增长 12.2%（见表 3）。

2011 年全球手机用户发展大致呈现如下特征：

(1) 发达国家市场饱和，发展中国家用户增长迅速。2011 年，全球发达国家手机用户数达 14.6 亿，渗透率 117.8%；发展中国家手机用户数达 45.2 亿，渗透率 78.8%（见表 4）。

① ITU World Telecommunication/ICT Indicators database.

② ITU World Telecommunication/ICT Indicators database.

表 3 2010 ~ 2011 年全球手机用户数据

单位: 亿户, %

	2011 年	2010 年	增长率
手机用户数	59.6	53.1	12.2
渗透率	85.6	77.1	10.2

资料来源: 世界银行 (World Bank)。

表 4 2011 年发达国家和发展中国家手机用户数据

单位: 亿户, %

	发达国家	发展中国家
手机用户数	14.6	45.2
渗透率	117.8	78.8

资料来源: 国际电信联盟 (ITU)。

根据 ITU 的数据, 2011 年新增的 6.5 亿手机用户中, 发展中国家用户超过八成, 其中印度新增 1.4 亿; 中国和印度成为全球手机用户最多的国家。

(2) 根据 ITU 的数据, 2011 年, 全球共有 105 个国家的手机用户渗透率超过 100%。尽管非洲以 53% 位居手机用户渗透率全球最低水平, 但是部分非洲国家近年来手机用户增长迅速, 博茨瓦纳、加蓬、纳米比亚、塞舌尔和南非等国家的手机用户数超过本国人口数。

(3) 在手机网络方面, 2011 年, 全球共有 159 个国家或地区启用 3G 商用服务, 人口覆盖率达到 45%, 是 2G 网络覆盖率的一半。^① 手机 3G 网络的发展, 直接促进了移动宽带用户的迅速增长。

(三) 2011 年全球移动宽带用户数近 12 亿, 两倍于固定宽带用户

根据 ITU 的数据, 2011 年全球移动宽带用户数近 12 亿, 比 2010 年增长 36.3%, 2007 ~ 2011 年年均增长率达 45%; 全球固定宽带用户数达到 5.9 亿, 是移动宽带用户数的一半。

2011 年, 全球宽带渗透率持续增长, 其中移动宽带用户渗透率增长尤为显著。自从 2008 年全球移动宽带用户渗透率首次超过固定宽带用户渗透率, 前者一路领先, 两者的差距在 2011 年达到 1.8 倍 (见表 5)。

① ITU World Telecommunication / ICT Indicators database.

表 5 2007 ~ 2011 年全球移动宽带与固定宽带用户渗透率

单位: %

	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
移动宽带	4.0	6.3	9.0	11.2	15.7
固定宽带	5.2	6.1	6.8	7.7	8.5

资料来源: 国际电信联盟 (ITU)。

具体而言, 2011 年全球宽带用户发展呈现如下特征:

(1) 全球固定宽带用户渗透率增长趋缓, 移动宽带用户渗透率增长显著 (见图 1)。2007 ~ 2011 年, 固定宽带用户渗透率年增长率最高达 20.9%, 移动宽带用户渗透率年增长率最高达到 57.5%。即使受全球金融危机的沉重打击, 近年来移动宽带用户渗透率的年增长仍普遍高于固定宽带用户渗透率的年增长幅度。2011 年, 全球移动宽带渗透率较 2010 年增长 40.2%, 开始进入第二轮高速增长期; 而固定宽带渗透率的年增长幅度较 2010 年同期反倒出现下降, 发展态势趋缓。

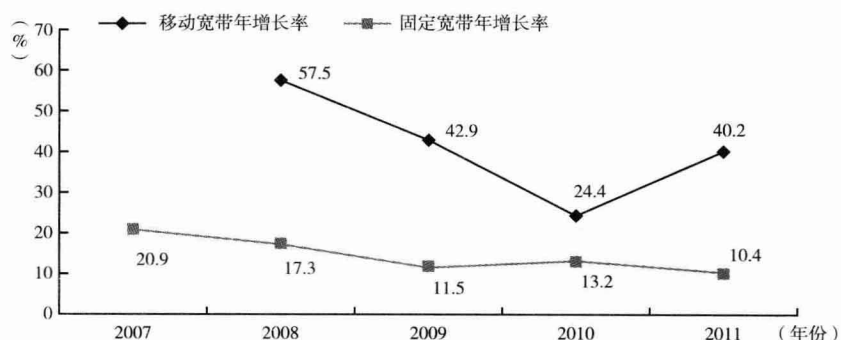


图 1 2007 ~ 2011 年全球宽带用户渗透率年增长率

资料来源: 国际电信联盟 (ITU)。

(2) 发达国家宽带用户渗透率远高于发展中国家。发达国家的移动宽带用户渗透率超过 50%, 固定宽带用户渗透率达到 25%; 发展中国家移动宽带用户渗透率为 8%, 固定宽带用户渗透率达 4.9% (见图 2)。

2011 年, 全球移动宽带渗透率排名前 10 位的国家或地区都属于发达国家或地区。其中, 韩国是移动宽带渗透率最高的国家, 达到 91%, 日本位居第二 (见表 6)。

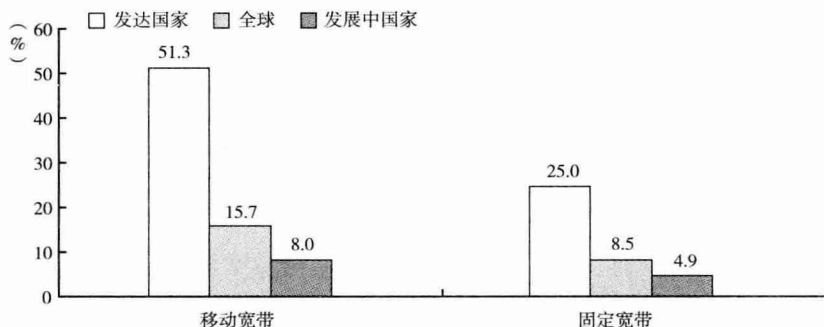


图 2 2011 年全球宽带用户渗透率

资料来源：国际电信联盟（ITU）。

表 6 2011 年全球移动宽带渗透率前 10 位国家/地区

单位：人

排名	国家/地区	移动宽带用户数 (每 100 人)	排名	国家/地区	移动宽带用户数 (每 100 人)
1	韩 国	91.0	6	中国香港	74.5
2	日 本	87.8	7	葡 萄 牙	72.5
3	瑞 典	84.0	8	卢 森 堡	72.1
4	澳大利亚	82.7	9	新 加 坡	69.7
5	芬 兰	78.1	10	奥 地 利	67.4

资料来源：国际电信联盟（ITU）。

(3) 金砖国家（巴西、俄罗斯、印度、中国和南非）宽带用户增长迅速。中国、俄罗斯和巴西跻身 2011 年全球固定宽带用户数排名前 10 位的国家之列（见表 7）。其中，中国的固定宽带用户渗透率达到 12%，2011 年新增用户数 3000 万，约占全球新增用户数的一半。

表 7 2011 年全球固定宽带用户数量前 10 位国家/地区

单位：户

排名	国 家	用户数	排名	国 家	用户数
1	中 国	156487000	6	英 国	20438000
2	美 国	90000000	7	韩 国	17859003
3	日 本	34615907	8	俄 罗 斯	17423113
4	德 国	26679420	9	巴 西	16831584
5	法 国	22800000	10	意 大 利	13886000

资料来源：国际电信联盟（ITU）。

(四) 2011 年全球互联网广告市场规模 728.4 亿美元，移动广告市场规模 53.35 亿美元

1. 互联网广告收入持续增长，英、美等国互联网广告比重增强

2011 年，全球互联网广告市场规模 728.4 亿美元，比 2010 年增长 13.9%（见表 8）。

表 8 2008 ~ 2011 年全球互联网广告市场规模

单位：亿美元，%

	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
广告收入	509.5	554.3	639.8	728.4
年增长率	—	8.8	15.4	13.9

资料来源：艾瑞咨询。

2011 年上半年英国互联网广告支出首次超过电视广告支出。根据 IAB（互动广告局）、PWC（普华永道）和 WARC（世界广告研究中心）共同发布的报告，2011 年上半年英国互联网广告开支 22.6 亿英镑（约合 34.8 亿美元），占本国广告行业市场份额的 27%，首次超过电视广告（26%），其中视频和社交媒体的作用至关重要。

2. 移动广告规模初显，亚太、北美和欧洲成为主要广告市场

2011 年，全球移动广告市场规模达 53.35 亿美元，比上年增长 150%；广告收入来源于显示、搜索和短信三项；亚太、北美和欧洲占全球移动广告收入 93% 以上（见表 9）。

表 9 2011 年移动广告开支分类统计

单位：亿美元，%

地 区	显示	搜索	短信	总计	占比
亚 太	4.91	13.84	0.41	19.16	35.9
北 美	5.72	8.11	2.95	16.78	31.5
欧 洲	3.67	9.00	1.14	13.81	25.9
拉 美	0.31	0.74	0.83	1.88	3.5
中东和非洲	0.44	1.24	0.04	1.72	3.2
全 球	15.05	32.93	5.37	53.35	100

资料来源：IAB 和 IHS。

二 全球数字媒体发展概况

（一）2011 年全球数字电视用户数近 7 亿，渗透率达 35%

2011 年，全球数字电视用户数 6.94 亿，渗透率达 35%。其中，西欧地区数字电视渗透率最高，达到 79%；其次为北美地区，达到 88%；中欧与东欧地区位列第三，达到 37%；亚太地区虽然用户数量居全球各地区之首（2.89 亿），但是渗透率只有 28%，低于全球平均水平（见表 10）。

表 10 2011 年全球数字电视用户数及家庭渗透率

单位：亿户，%

地 区	用户数量	渗透率
亚 太	2.89	28
西 欧	1.45	79
北 美	1.29	88
中、东欧	0.71	37
拉 美	0.39	23
中东与非洲	0.21	8
全 球	6.94	35

资料来源：Cisco。

全球数字电视用户数量排名前 10 位的国家中，只有中国和美国的用户数量超过了 1 亿，其他各国的用户数在 1600 万~5000 万户（见表 11）。

表 11 2011 年数字电视用户数排名前 10 位国家

单位：万户

排 名	国 家	用户数	排 名	国 家	用户数
1	中 国	14883	6	法 国	2620
2	美 国	10501	7	英 国	2494
3	印 度	4219	8	巴 西	1947
4	日 本	3571	9	西 班 牙	1686
5	德 国	2664	10	俄 罗 斯	1620

资料来源：Digital TV Research。

芬兰和西班牙的数字电视渗透率达到 100%，巴林、法国、以色列、克罗地亚、捷克、科威特、塞浦路斯和突尼斯等国的渗透率均在 96% 以上（见表 12）。

表 12 2011 年数字电视渗透率排名前 10 位国家

单位：%

排 名	国 家	渗透率	排 名	国 家	渗透率
1	芬 兰	100	6	克罗地亚	96
2	西 班 牙	100	7	捷克共和国	96
3	巴 林	98	8	科 威 特	96
4	法 国	98	9	塞浦路斯	96
5	以 色 列	97	10	突 尼 斯	96

资料来源：Digital TV Research。

整体而言，西欧是目前全球数字电视渗透率最高的地区，芬兰最先在 2008 年实现数字电视 100% 的渗透率，接着西班牙在 2011 年完成数字电视转换，意大利和英国则预计在 2012 年完成数字电视转换（见表 13）。

表 13 部分西欧国家数字电视转换时间

单位：%

完成转换的时间	国 家	2011 年数字电视渗透率
2008 年	芬 兰	100
2011 年	西 班 牙	100
2012 年	意 大 利	87
	英 国	95
2013 年	葡 萄 牙	63
2014 年	法 国	98
	爱 尔 兰	72
	挪 威	89
2015 年	丹 麦	79
2016 年	奥 地 利	73
	荷 兰	76
2017 年	比 利 时	70
	德 国	74
	瑞 典	69
	瑞 士	56

资料来源：Digital TV Research。

(二) 2011 年全球付费电视用户过半，有线付费电视市场趋于饱和，卫星直播电视和 IPTV 发展迅猛

2011 年，全球付费电视（包括数字电视和模拟电视）用户占电视用户总数的 52%，比 2007 年上升 11 个百分点。全球付费电视收入 1760 亿美元，比 2007 年增长 30%。其中有线电视（包括有线数字电视和有线模拟电视）收入最高，达 890 亿美元，全球市场接近饱和；卫星直播电视发展强健，2011 年收入 760 亿美元，预计到 2015 年将超过有线电视；IPTV 收入增长迅速，从 2007 年的 15 亿美元增长到 2011 年的 100 亿美元。^①

从区域看，2011 年北美地区的付费电视收入超过 895 亿美元，占全球付费电视收入的一半以上；西欧付费电视收入近 324 亿，占全球付费电视收入的 18.4%（见表 14）。

表 14 2011 年北美和西欧付费电视收入情况

单位：亿美元

	北美	西欧		北美	西欧
地面数字电视	—	15.27	IPTV	42.79	28.89
模拟有线电视	73.33	35.55	卫星直播电视	375.20	157.29
有线数字电视	404.15	86.51			

资料来源：Digital TV Research。

根据 Digital TV Research 的预测，北美地区的付费电视收入将在 2013 年达到最高，此后将呈现下降趋势（见表 15）。

表 15 2007 ~ 2017 年北美地区付费电视收入情况

单位：亿美元

	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
模拟有线电视	185.88	150.13	117.09	94.13	73.33	49.99	26.73	4.65	2.58	0	0
有线数字电视	286.66	323.00	370.79	396.00	404.15	417.53	433.13	437.55	429.02	413.29	399.91
IPTV	5.64	12.75	23.16	33.72	42.79	51.30	58.71	64.79	69.61	73.18	76.00
卫星直播电视	283.53	310.38	325.78	352.76	375.20	384.93	390.06	394.69	398.64	402.61	406.58

资料来源：Digital TV Research。

① Digital TV Research.

欧洲地区的订费与视频点播费用也较为可观。2011 年, 欧洲订费与视频点播收入 337 亿美元, UPC、BSkyB 和 Kabel Deutschland 3 家运营商在用户数量和收入等各项指标中均位列前 5 名 (见表 16、表 17)。

表 16 2011 年欧洲用户数量前 5 名的运营商

单位: 万户

排名	付费电视运营商	服务范围	用户数量
1	UPC	德国、比利时、荷兰、奥地利、瑞士、波兰、罗马尼亚、爱尔兰、斯洛伐克、捷克、匈牙利	1508
2	BSkyB	英国、爱尔兰	1047
3	Kabel Deutschland	德国	837
4	Tricolor	俄罗斯	693
5	Rostelecom	俄罗斯	580

资料来源: Digital TV Research。

其中, BSkyB 作为全欧洲收入最高的付费电视运营商, 其收入水平占总体收入近 20%。

表 17 2011 年欧洲订费与视频点播收入前 5 名的运营商

单位: 亿美元

排名	付费电视运营商	服务范围	收入
1	BSkyB	英国、爱尔兰	66.70
2	UPC	德国、比利时、荷兰、奥地利、瑞士、波兰、罗马尼亚、爱尔兰、斯洛伐克、捷克、匈牙利	32.98
3	CanalSat	法国	28.69
4	Sky Italia	意大利	26.15
5	Kabel Deutschland	德国	15.63

资料来源: Digital TV Research。

2011 年, 全球点播电视的收入 (包含电影和电视节目的收入) 达 39 亿美元, 比 2007 年增长近 61%。^① 其中, 美国的点播电视收入为 14.55 亿美元, 占全球收入的 37.3%; 意大利位居第二, 占全球收入的 13.2%; 英国排名第三, 占全球收入的 6.5%; 中国排名第四, 占全球收入的 5.3% (见表 18)。

^① Digital TV Research。

表 18 2011 年全球点播电视收入前 10 位国家

单位：亿美元

排 名	国 家	收 入	排 名	国 家	收 入
1	美 国	14.55	6	日 本	1.37
2	意 大 利	5.15	7	德 国	1.32
3	英 国	2.54	8	加 拿 大	1.28
4	中 国	2.05	9	韩 国	0.73
5	法 国	1.63	10	西 班 牙	0.56

资料来源：Digital TV Research。

2011 年，付费直播卫星用户数 1.54 亿，占全球电视用户总数的 11.1%，收入 760 亿美元。Digital TV Research 预测，到 2015 年直播卫星电视的收入将超过有线电视（见表 19）。

表 19 2011 年付费直播卫星电视收入排名前 10 位国家

单位：亿美元

排 名	国 家	收 入	排 名	国 家	收 入
1	美 国	349.01	6	意 大 利	26.15
2	英 国	62.71	7	墨 西 哥	21.47
3	巴 西	42.01	8	南 非	17.33
4	法 国	29.08	9	日 本	16.49
5	加 拿 大	26.19	10	澳大利亚	15.04

资料来源：Digital TV Research。

2011 年全球 IPTV 用户数 5100 万，占全球电视用户总数的 3.7%，总收入 97 亿美元。美国、法国和日本为全球 IPTV 收入最高的三个国家，其中美国的收入占全球收入的 40% 以上（见表 20）。

表 20 2011 年全球 IPTV 收入排名前 10 位国家/地区

单位：亿美元

排 名	国家/地区	收 入	排 名	国家/地区	收 入
1	美 国	40.34	6	中 国	2.68
2	法 国	10.61	7	加 拿 大	2.45
3	日 本	8.51	8	中国香港	2.36
4	韩 国	4.19	9	德 国	2.27
5	比 利 时	2.98	10	荷 兰	2.01

资料来源：Digital TV Research。