



全球传媒蓝皮书[®]
BLUE BOOK OF GLOBAL MEDIA

全球传媒产业 发展报告 (2012)

ANNUAL REPORT ON GLOBAL MEDIA INDUSTRIES (2012)

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)

2012
版

2012年国家社科基金重大项目“国际传播发展新趋势与加快
构建现代传播体系研究”阶段性成果，批准号12&ZD017

全球传媒蓝皮书

BLUE BOOK OF
GLOBAL MEDIA



全球传媒产业发展报告 (2012)

ANNUAL REPORT ON GLOBAL MEDIA INDUSTRIES
(2012)

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)

图书在版编目(CIP)数据

全球传媒产业发展报告. 2012/胡正荣主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2012. 12

(全球传媒蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 4041 - 5

I. ①全… II. ①胡… III. ①传播媒介 - 产业发展 - 研究报告 - 世界 - 2012 IV. ①G219.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 289414 号

全球传媒蓝皮书

全球传媒产业发展报告 (2012)

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 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 / 柳 杨 张丽丽 任文武

责任校对 / 王 平

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 北京季峰印刷有限公司

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 - 4041 - 5

定 价 / 79.00 元

印 张 / 23

字 数 / 398 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（2012）》

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）

陈瑶	程巍	付卓	甘露
郭尧	杭敏	胡泳	黄艾
姬德强	李嘉	李睿	刘琛
刘斌	刘昶	龙耘	吕岩梅
宋海莲	王健	王润珏	王雨琼
吴敏苏	杨冰清	余晶颖	张建军
张磊	张晴	赵春光	周菁
周亭	朱婉君		

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、韩国首尔大学《传播研究》编委、英国《全球媒介与传播》编委。发表论文、论著等成果 300 余万字，主持国家社科基金重大项目“国际传播发展新趋势与加快构建现代传播体系研究”、教育部人文社科重点研究基地重大项目“基于广播电视与新媒体的中国国际传播力建设研究”等多项省部级以上项目，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，主要讲授课程有“新闻传播学理论研究”、“传播学理论”、“媒介研究”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，中国传媒大学广播电视研究中心副教授，硕士生导师。已发表论文 40 余篇，出版专著有《英国公共广播政策变迁与问题研究》，主编和副主编有著作《21 世纪初我国大众传媒发展战略研究》《全球传媒产业发展报告（2011）》等 7 部，参与和主持国家社科基金重大项目、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 20 余项。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。获北京第十和第十一届哲学社会科学优秀成果奖二等奖等奖励。

主要研究领域为传播政策与制度、传播产业与公共服务、传播理论和新媒介等，主要讲授课程有传播学概论、传播学史、传播政策研究、媒介研究、新闻业务（写编评）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）。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

2011 ~ 2012 年全球传媒产业步入了基于数字标准的新常态时期，全面数字化、网络化和全媒体化成为全球传媒产业的显著特征，不仅表现在印刷类报刊发行量和收入的整体下降、广播电视的数字转型、互联网等新媒介广告和品牌价值的快速上升等方面，还表现为传媒生产、传播和消费模式的变革。同时，中国等新兴经济体传媒产业迅速发展，而欧美发达国家的发展则相对放缓甚至下滑，全球传媒产业格局、市场结构和组织结构面临重构和重组。

《全球传媒产业发展报告（2012）》围绕“深度数字化、网络化和全媒体化”这一主题，共分总报告、国家篇和专题篇三大板块，从总体发展概况、行业与市场分析和发展趋势三个层次分别梳理和分析了 2011 ~ 2012 年全球传媒产业，以及中国等新兴经济体和美国等欧美发达地区的 11 个国家的传媒产业，并讨论了全球互联网运营管理、全球视听新媒体产业、全球电视节目类型和模式、国际传媒集团的上市与社会责任、新闻集团和 Televisa 传媒集团的全球化和数字转型 6 个专题。

Abstract

The global media industry is stepping into a digital normal, with the characteristics of profound digitalization, internalization and multi-mediation, manifested by not only the decline of circulations and revenues of print media, the digital switchover of broadcasting media and the dramatic increase of new media advertising and brand value, but also the transformation of models in media production, diffusion and consumption. Meanwhile, the emerging economies, China for example, is increasing rapidly in terms of media industries, whereas the developed economies, the USA for example, is shrinking. Thus the structure of global media industry, market and company is undergoing reconfiguration and reconstruction.

Take digitalization, internalization and multi-mediation as the theme, the *Annual Report on Global Media Industries 2012* is divided into three parts: the general report, the annual reports of individual countries, and the special reports. The report explores and analyzes the global media industry, particularly twelve of the emerging economies and the developed countries, from three levels, which are overview, sub-industries and market structure as well as development trends. It also presents six special reports on the practice and experience of global internet operation and management, the development of global audio-visual new media, the development of global TV genre and format, the social responsibility of international media groups and their operations as a listed company on stock markets, and the digitization and strategies of globalization for both the News Corporation and Group of Televisa.

目 录



Ⅱ I 总报告

- Ⅱ.1 步入数字常态时期的转型与重组：2012 年全球
传媒产业发展报告 胡正荣 / 001
- 一 总体发展状况概述 / 002
- 二 行业与市场分析 / 006
- 三 发展趋势 / 021

Ⅱ II 国别篇

- Ⅱ.2 平稳发展与深化改革：2012 年中国传媒产业发展报告 王润珏 / 024
- Ⅱ.3 3D·电子书·社会媒体：2012 年日本传媒产业发展报告
..... 刘 斌 郭 尧 李 嘉 / 048
- Ⅱ.4 范式革命的到来：2012 年韩国传媒产业发展报告
..... 龙 耘 赵春光 / 062
- Ⅱ.5 2012 年印度传媒产业发展报告 刘 琛 / 075
- Ⅱ.6 深度数字化、网络化、多平台化：2012 年美国传媒
产业发展报告 李继东 / 085
- Ⅱ.7 2012 年加拿大传媒产业发展报告 余晶颖 姬德强 / 116
- Ⅱ.8 数字英国：2012 年英国传媒产业发展报告 张建军 / 147



- B.9 稳中求变 缓步推进：2012 年法国传媒产业发展报告
..... 甘 露 刘 昶 杨冰清 / 167
- B.10 数字化与融合：2012 年德国传媒产业发展报告 程 巍 / 204
- B.11 数字化与转型：2012 年意大利传媒产业发展报告 付 卓 / 216
- B.12 数字化·融合·转型：2012 年西班牙传媒
产业发展报告 宋海莲 朱婉君 / 241

B III 专题篇

- B.13 全球互联网运营管理实践与经验
——以网络音乐与网络动漫为例 杭 敏 / 259
- B.14 融合共进：2012 年全球视听新媒体发展报告 吕岩梅 周 菁 / 272
- B.15 全球电视节目类型与模式趋势报告 周 亭 王 健 / 286
- B.16 探寻公共性：国际传媒集团的上市与社会责任承担
..... 张 磊 陈 瑶 / 309
- B.17 新闻集团数字化与全球化战略研究 黄 艾 / 321
- B.18 Televisa 传媒集团的全球扩张和数字化 张 晴 李 睿 / 336



CONTENTS



Ⅱ I General Report

- Ⅱ.1 Transformation and Restructure in the Digital Normal: Report on the
Development of Global Media Industries 2012 *Hu Zhengrong* / 001
1. *Overview of the Development* / 002
2. *Analysis on the Industries and Market* / 006
3. *Outlook & Trends* / 021

Ⅱ II Report on Countries

- Ⅱ.2 Stable Development and Profound Reform: Report on the
Development of Media Industries in China 2012 *Wang Runjue* / 024
- Ⅱ.3 3D E-Book Social Media: Report on the Development of
Media Industries in Japan 2012 *Liu Bin, Guo Yao and Li Jia* / 048
- Ⅱ.4 The Coming of Paradigm Revolution: Report on the Development
of Media Industries in South Korea 2012 *Long Yun, Zhao Chunguang* / 062
- Ⅱ.5 Report on the Development of Media Industries in India 2012 *Liu Chen* / 075
- Ⅱ.6 Profound Digitalization, Internetization and Multi-platform
Change: Report on the Development of Media Industries
in the U.S.A 2012 *Li Jidong* / 085



- B.7** Report on the Development of Media Industries in Canada
Yu Jingying, Ji Deqiang / 116
- B.8** Digital Britain Report on the Development of Media Industries
in the United Kingdom *Zhang Jianjun / 147*
- B.9** Stable Changes, Slowly Advance: Report on the Development
of Media Industries in France 2012 *Gan Lu, Liu Chang and Yang Bingqing / 167*
- B.10** Digitalization and Convergence: Report on the Development
of Media Industries in Germany *Cheng Wei / 204*
- B.11** Digitalization and Transformation: Report on the Development
of Media Industries in France 2012 *Fu Zhuo / 216*
- B.12** Digitalization• Convergence•Transformation: Report on the
Development of Media Industries in Spain 2012 *Song Hailian, Zhu Wanjuan / 241*

B III Special Report

- B.13** The Practice and Experience of the Global Internet Management:
Focusing on Internet Music and Animation *Hang Min / 259*
- B.14** Convergence and Common Development Report on the Development
of Global Audio-visual New Media 2012 *Lyu Yanmei, Zhou Jing / 272*
- B.15** Report on the Development of Global TV Program
Genre and Format 2012 *Zhou Ting, Wang Jian / 286*
- B.16** Exploring Publicity International Media Groups Being
Listed and Taking Social Responsibility *Zhang Lei Chen Yao / 309*
- B.17** Studies on the Digitalization and Globalization Strategy
of the News Corporation *Huang Ai / 321*
- B.18** The Global Expansion and Digitalization of Grupo Televisa
Zhang Qing, Li Rui / 336

总 报 告

General Report



B.1

步入数字常态时期的转型与重组： 2012 年全球传媒产业发展报告

胡正荣*

2012 年 10 月 18 日美国第二大新闻类周刊《新闻周刊》在临近建刊 80 年之际，宣布将于 2013 年初转向全数字模式，在平板电脑、网络等数字平台上发布内容，并将于 2012 年 12 月底出版发行最后一期美国版纸质期刊；无独有偶，10 月 8 日，英国 BBC 启动了广播 iPlayer，向多平台和互动化转型；普华永道也在 4 月的《全球娱乐和传媒展望（2012 ~ 2016）》报告中提出，传媒与娱乐业的数字起步阶段已经结束，步入了基于数字技术的新常态时期（New Normal），数字模式已经成为企业的核心和常态，企业必将重组和重构以适应新模式。^① 凡此种，都昭示着数字常态时期的到来。实际上，全面数字化、网络化、移动化和全

* 胡正荣，中国传媒大学副校长，广播电视研究中心主任，教授，博士生导师。

① “The ‘End of the Digital Beginning’”，<http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/insights-and-analysis.jhtml>.



媒体化是 2011 年以来全球传媒产业的显著特征，它不仅表现为印刷报刊发行量和收入的整体下降，还表现为互联网、智能手机等新媒介迅猛发展，传媒运营和消费的全媒体化，更为重要的是，对于越来越多的互联网、手机和平板电脑等融合终端用户来说，它们已很难将互联网、手机应用程序与数字报刊、广播、电视等媒介形态区分开来。

一 总体发展状况概述

1. 中国跃居全球第三大市场，拉美和亚太地区增长幅度最大

2011 年全球传媒消费和广告市场继续保持增长势头，拉美和亚太地区增幅最大，中国首次超过德国成为全球第三大娱乐与传媒消费和广告市场，美国仍是全球最大的市场。据普华永道（Price Water House Coopers）统计表明，2011 年全球娱乐与传媒消费增长幅度达 4.9%，总额达 16045.83 亿美元，高于 2010 年 4.5% 的增幅。其中，美国仍独占全球娱乐和传媒消费市场的鳌头，2011 年消费总额达 4638.6 亿美元，遥遥领先于其他国家；位居第二的是日本，达 1928 亿美元；中国跃居第三，达 1090.6 亿美元；随后是德国（993.4 亿美元）、英国（852.3 美元）和法国（771 亿美元），均超过了 500 亿美元。从区域上看，拉美（9.5%）、亚太（5.4%）和欧洲、中东和非洲地区（EMEA，5.2%）增幅位列前三，北美地区表现也不俗，增幅达到 3.3%。^①

具体到全球广告市场而言，2011 年总额同样持续上升，增长幅度却有所下降，亚太地区（不包括日本）的增长幅度最大，北美地区所占比重仍为最大，中国仅次于美国和日本。实力传播公司（Zenith Opti Media）于 2011 年 12 月和 2012 年 3 月公布的数据表明，^② 2011 年全球广告总额为 4640 亿美元，比 2010 年增长了 3.7%，低于 2010 年的增长幅度；预计 2012 年增长幅度有所回升，但也没有超过 2010 年的水平（见表 1）。从区域市场份额来看，2011 年北美仍居于首位，

① Price Waterhouse Cooper, Global Entertainment and Media Outlook: 2012 - 2016, <http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/data-insights.jhtml>.

② Zenith Opti Media, Quadrennial Events to Help Ad Market Grow in 2012 Despite Economic Troubles, Global Advertising Growth Continues as Latin America and Asia Pacific compensate for weakening Europe, <http://www.zenithoptimedia.com/zenith/global-advertising-growth-continues-as-latin-america-and-asia-pacific-compensate-for-weakening-europe/>.



表 1 2009 ~ 2012 年全球各区域传媒广告年度增长率对比

单位：%

区 域	2010 年相比 2009 年	2011 年相比 2010 年	2012 年相比 2011 年
北美	2.7	1.8	3.6
美国	2.3	1.6	3.6
西欧	5.1	1.4	1.5
亚太	10.7	6.4	7.4
日本以外亚太地区	19.2	11.7	9.9
欧洲中部和南部	7.1	8.0	6.5
拉美	18.8	9.7	9.2
中东和北非	7.7	-14.9	1.0
其他	14.5	6.4	6.8
全球	6.8	3.7	4.8

资料来源：实力传播公司。

占全球主要媒体广告^①总额的 35%，第二是亚太地区，第三是西欧（见图 1）。从增长幅度来看，除日本之外的亚太地区 2011 年相较于 2010 年的增长幅度最

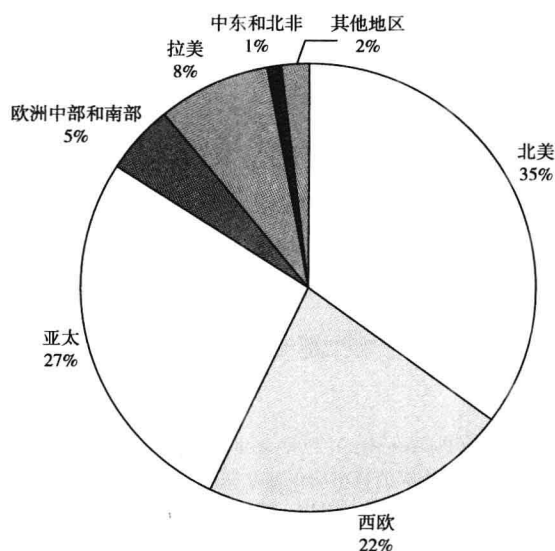


图 1 2011 年全球主要媒体广告区域分布情况

资料来源：Zenith Optimedia。

① 全球主要媒体广告包括报纸、杂志、电视、广播、影院、户外和互联网。



大, 为 11.7%; 其次是拉美, 为 9.7%; 第三是欧洲中部和南部, 为 8% (见表 1)。就国家而言, 2011 年美国仍拥有世界上最大的广告市场, 广告总额达 1541 亿美元, 达全球市场的 33%; 其次是日本, 近 454 亿美元; 中国已跃居第三, 达 309 亿美元; 第四是德国, 为 244 亿美元; 第五为英国, 近 184 亿美元。

2. 电视广告稳步上升, 互联网广告市场发展迅猛

2011 年全球电视广告稳步增长、市场份额稳居首位, 互联网广告增幅和市场份额均领跑全行业, 报刊广告继续下降。据普华永道统计表明, 互联网广告是 2011 年全球娱乐和传媒消费市场中增长最快的, 达 18.7%, 计 760 亿美元, 与报纸广告不相上下; 第二是互联网接入 (包括有线和无线); 第三是电视收视费和执照费 (TV Subscriptions and License Fees^①), 为 7.2% (见图 2)。^② 而据实力传播公司 (Zenith Optimedia) 统计表明^③, 2011 年全球互联网广告市场份额已达 16%, 比 2001 年增长了 14%, 已接近报纸的市场份额, 其中, 丹麦、挪威、韩国、瑞典和英国的互联网广告市场份额均超过了 25%, 英国已高达 33%; 近年来, 位居首位的电视广告市场份额平稳上升, 从 2005 年的 36.9% 增长到 40%, 而报刊的广告市场份额依旧不断下滑, 2011 年报纸占 20%、杂志占 9% (见图 3), 分别比 2001 年减少了 12% 和 5%。

3. 基于新技术的品牌价值领跑全行业, 传媒产业步入数字模式时代

在 2012 年全球百名最具价值的品牌中, 基于数字和互联网等新技术的品牌价值位居前列且增幅强劲, 其中, 苹果公司的品牌价值最高, 社交网络脸谱 (Facebook) 增幅最大。据统计, 2012 年位居首位的苹果公司比 2011 年增长 19%, 价值达 1829.51 亿美元; 第二是 IBM, 增幅达 15%, 价值为 1159.85 亿美

① VOD 点播、按次付费 (Pay-per-view) 和 Over-the-top 除外。

② 普华永道所统计的娱乐与传媒消费市场包括互联网广告和接入、电视订购费和执照费、户外广告、电视广告、视频游戏、广播、B2B、电影娱乐、报纸、消费类杂志、消费类和教育类图书以及音乐唱片。Price Water House Coopers, Global Entertainment and Media Outlook: 2012 - 2016, <http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/data-insights.jhtml>; World Press Trends: Newspaper Audience Rise, Digital Revenues Yet to Follow, <http://www.wan-ifra.org/press-releases/2012/09/03/world-press-trends-newspaper-audience-rise-digital-revenues-yet-to-follow>.

③ Zenith Optimedia: Quadrennial Events to Help ad Market Grow in 2012 Despite Economic Troubles, Global Advertising Growth Continues as Latin America and Asia Pacific Compensate for Weakening Europe, <http://www.zenithoptimedia.com/zenith/global-advertising-growth-continues-as-latin-america-and-asia-pacific-compensate-for-weakening-europe/>.

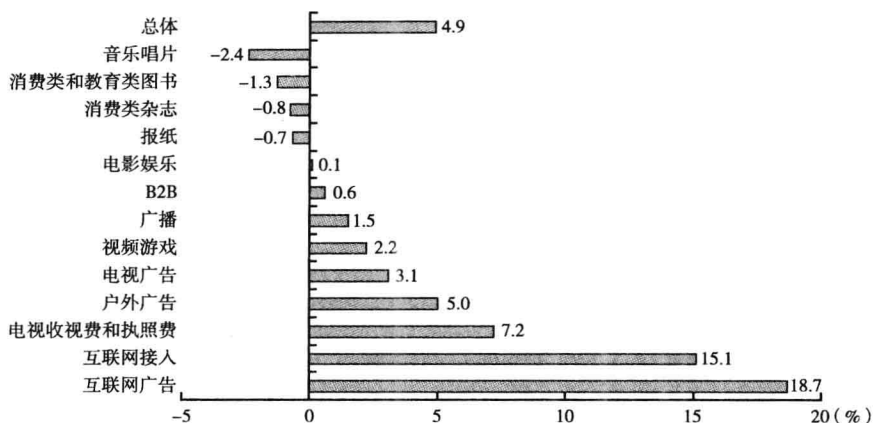


图2 2011 年全球娱乐与传媒产业主要行业增长率

资料来源：普华永道。

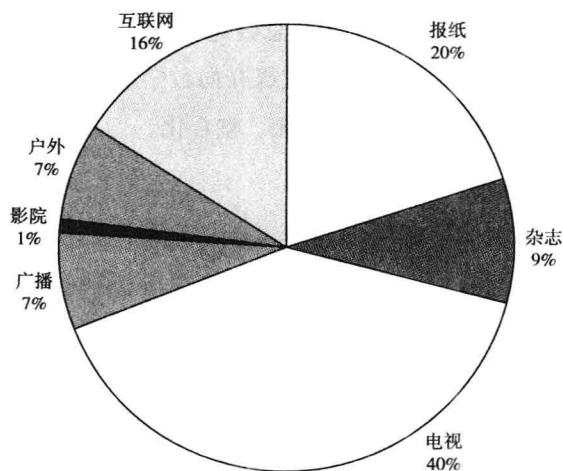


图3 2011 年全球传媒主要行业广告市场份额

资料来源：实力传播公司。

元；谷歌位列第三，比2011年下滑了3%，价值达1078.57亿美元。2012年社交网站脸谱网（Facebook）品牌价值增幅继续领跑全球，比2011年增长了74%，达332.33亿美元，位居第19位；搜索引擎百度的品牌价值增长了8%，达243.26亿美元，上升到第25位；腾讯公司的品牌价值增长了19%，达179.92亿美元，上升到第37位，比2011年上升了15位；网络零售商亚马逊的品牌价