

# 中国媒体发展 研究报告

2008年卷

武汉大学媒体发展研究中心 主办  
武汉大学新闻与传播学院 主办  
武汉大学“新闻传播与媒介化社会”创新基地



WUHAN UNIVERSITY PRESS  
武汉大学出版社

# 中国媒体发展研究报告

(2008 年卷)

武汉大学媒体发展研究中心  
武汉大学新闻与传播学院 主办  
武汉大学“新闻传播与媒介化社会”创新基地

武汉大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

中国媒体发展研究报告. 2008年卷/武汉大学媒体发展研究中心, 武汉大学新闻与传播学院, 武汉大学“新闻传播与媒介化社会”创新基地主办. —武汉: 武汉大学出版社, 2008. 11

ISBN 978-7-307-06621-2

I. 中… II. ①武… ②武… ③武… III. 传播媒介—发展—研究报告—中国—2008 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 164314 号

责任编辑:詹蜜

责任校对:黄添生

版式设计:支笛

---

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:武汉中远印务有限公司

开本: 880 × 1230 1/16 印张: 30 字数: 840 千字 插页: 3

版次: 2008年11月第1版 2008年11月第1次印刷

ISBN 978-7-307-06621-2/G · 1248 定价: 48.00 元

---

版权所有, 不得翻印; 凡购买我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

## 目 录

**上 卷** 2007 年中国媒体发展盘点与研究述评

2007 年中国媒体发展盘点 .....	强月新 黄晓军 (3)
附录 1: 2007 年中国媒体发展大事记 .....	项目资料组 (41)
附录 2: 2007 年中国媒体发展政策法规一览 .....	项目资料组 (50)
附录 3: 2007 年中国媒体发展研究论著选目 .....	项目资料组 (53)
附录 4: 2007 年中国媒体发展研究论文选目 .....	项目资料组 (57)
附录 5: 2007 年媒体发展研究译著一览 .....	项目资料组 (64)
附录 6: 2007 年传媒领域重要学术会议 .....	项目资料组 (66)
改革·转型·突破与融合的探究	
——2007 年中国媒体发展研究述评 .....	武汉大学媒体发展研究中心课题组 (70)
现阶段中国涉农媒体发展述评 .....	王瀚东 郭习松 (110)

**中 卷** 重大项目专题研究报告国家“985”创新基地“新闻传播与媒介化社会”重大研究项目——  
“新闻改革三十年研究”报告

中国新闻改革 30 年 (1978—2008 年) .....	李良荣 (121)
---------------------------------	-----------

## 国家社科基金项目——

## “市场经济条件下中国大众传媒新闻竞争力研究”报告

主持人语 .....	戴元光 (172)
竞争力, 基于新闻传媒公信力的理论探索 .....	戴元光 沈荟 倪琳 金璐 (176)

## 国家广电总局部级社科研究项目——

## “广播电视数字化发展研究”报告

主持人语 .....	黄升民 (204)
中国广电数字化战略布局 .....	黄升民 周 艳 (205)
中国数字电视市场发展现状 .....	王 薇 张 琳 (213)
中国移动多媒体广播 (CMMB) 发展现状 .....	马丽婕 孙雯雯 (224)
我国有线数字电视产业发展趋势及问题 .....	黄升民 王 薇 (233)

教育部哲学社会科学重大攻关课题——  
《新闻传媒发展与建构和谐社会关系研究》报告

主持人语 .....	罗以澄 (240)
构建和谐社会与新闻传媒发展 .....	罗以澄 詹绪武 (242)
新闻传媒对政治文明建设具有促进作用 .....	刘九洲 (251)
新闻传媒与和谐社会经济发展研究 .....	强月新 张瑜烨 (259)
传媒与和谐社会道德重构 .....	莫梅锋 吴晓倩 秦志希 (267)
跨文化传播的和谐理念 .....	单波 薛晓峰 (275)
传播新技术与和谐社会的构建：挑战与对策 .....	石义彬 岳改玲 彭彪 (283)

教育部人文社会科学基地重大项目——  
“西方传媒的社会控制”研究报告

主持人语 .....	(290)
“实际恶意”原则的发展及其思想意义 .....	单波 程曦 (291)

**下 卷** 2007 年中国媒体发展专题研究报告

2007 年我国传媒经济发展的八个关键词 .....	陈刚 余建清 (315)
传媒产业发展与国家力量主导	
——全球化博弈框架中的现实选择 .....	梅明丽 (324)
我国传媒企业上市融资缺陷问题研究 .....	王松茂 (334)
2007 年以来中国媒体上市时机的主要影响因素研究	
——以新闻出版业为例 .....	刘友芝 陶大坤 (342)
基于需求相似理论的内容产业对外贸易战略选择 .....	聂莉 (352)
传媒体制改革“两分开”的路径选择 .....	冉华 王润珏 (358)
中国传媒改革现状的制度分析 .....	耿蕊 余晓莉 (364)
互联网在乡村社会的扩散与应用：以湖北省为例 .....	强月新 张明新 (370)
网络媒体十七大专题报道评析 .....	洪杰文 汪贝 (379)
因特网与公众外交传播 .....	林婕 (389)
中国电视谈话类节目中公共领域私人化现象透视 .....	刘娜 (398)
超越“选秀”：2007 年中国真实电视的转型 .....	张卓 (403)
从文艺片到商业片——中国电影市场化发展考察 .....	周茂君 姜云峰 (411)
我国报业的数字化历程与发展战略 .....	李卓钧 董少伟 (421)
中国广告产业核心竞争力的消解与重构 .....	张金海 廖秉宜 (426)
中国广告业与社会和谐发展的冲突及其影响因素分析 .....	吕尚彬 钱广贵 (436)
试论产业融合背景下的广告产业升级 .....	黄迎新 (446)
广告素养理论研究及其社会行动的进展 .....	周丽玲 周璐 周宇博 (453)
关于《广告法》修订的讨论误区 .....	徐卫华 (463)
论广告文化与社会文化冲突问题 .....	程明 周亚齐 (467)
后记 .....	(472)

# Contents

## **Volume One**    **An Overview & Research Commentary of China's Media Development in 2007**

- An Overview of China's Media Development in 2007 ..... Qiang Yuexin, Huang Xiaojun (3)
- Appendix 1: Summary of China's Media development in 2007  
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (41)
- Appendix 2: Review of China's Media Development Policies and Regulations Issued in 2007  
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (50)
- Appendix 3: Catalogue of Research Books on China's Media Development Published in 2007  
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (53)
- Appendix 4: Catalogue of Academic Papers on China's Media Development Published in 2007  
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (57)
- Appendix 5: Catalogue of Translated Books on Media Development Published in 2007  
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (64)
- Appendix 6: Catalogue of Important Academic Conferences on Media in 2007  
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (66)
- Reform, Transformation, Breakthrough, Convergence—Research Commentary of China's Media Development in 2007  
..... Subject Group of Media Development Research Center of Wuhan University (70)
- Review of China's Agriculture-related Media Development in Current Stage  
..... Wang Handong, Guo Xisong (110)

## **Volume Two**    **Special Research Report of Major Projects**

- Major Project Named Journalism Communication & Media  
Society of National 985 Innovation Institute—Report of Journalism Reform in 30  
years  
China's Journalism Reform in 30 years (1978-2008) ..... Li Liangrong (121)
- National Social Science Funding Project—Report of “Research on News Competitive-  
ness of China's Mass Media under the Condition of Market Economy”  
Emcee's Words ..... Dai Yuanguang (172)
- Competitiveness—A Theoretical Exploration Based on Public Credibility of News Media  
..... Dai Yuanguang, Shen Hui, Ni Lin, Jin Lu (176)

Ministry-level Social Science Research Project of the State Administration of Radio Film and Television—Report of the Research on Digitization Development of Radio and Television

Emcee’s Words ..... Huang Shengmin ( 204)

Digitization Tactic of China’s Broadcasting & Television ..... Huang Shengmin, Zhou Yan ( 205)

Development Actuality of China’s Digital TV Market ..... Wang Wei, Zhang Lin ( 213)

Development Actuality of China Mobile Multimedia Broadcasting ( CMMB)  
..... Ma Lijie, Sun Wenwen ( 224)

Development Trend & Problems of China’s Cable Digital TV Industry  
..... Huang Shengmin, WangWei ( 233)

Major Project of Philosophy Social Science of the Ministry of Education—Report of “Research on the Relationship between Development of News Media and Construction of Harmonious Society”

Emcee’s Words ..... Luo Yicheng ( 240)

Construction of Harmonious Society & Development of News Media  
..... Luo Yicheng, Zhan Xuwu ( 242)

On the Promoting Influence of News Media to the Construction of Political Civilization  
..... Liu Jiuzhou ( 251)

Research on News Media & Economic Development of Harmonious Society  
..... Qiang Yuexin, Zhang Yuye ( 259)

Media & Moral Reconstruction in Harmonious Society  
..... Mo Meifeng, Wu Xiaoqian, Qin Zhixi ( 267)

Harmonious Idea of Trans-Culture Communication ..... Shan Bo, Xue Xiaofeng ( 275)

New Technology of Communication & Construction of Harmonious Society: Challenges and Countermeasures ..... Shi Yibin, Yue Gailing, Peng Biao ( 283)

Report for the MOE Project “Social Control of Western Media” of Key Research Institute of Humanities and Social Sciences of the Ministry of Education

Emcee’s Words ..... Shan Bo ( 290)

Development and Significance of the Principle of “Actual Evil Intention”  
..... Shan Bo, Cheng Xi ( 291)

**Volume Three** Special Research Report of China’s Media Development in 2007

Research on the Eight Key Words of China’s Media Economic Development in 2007  
..... Chen Gang, Yu Jianqing ( 315)

Media Development and State Dominance: the Realistic Choice under the Frame of Globalization  
..... Mei Mingli ( 324)

Study on the Defects of Media Enterprise Listing for Financing in China ..... Wang Songmao ( 334)

Study on the Major Factors Affecting the Opportunity for Chinese Media's Entry into the Stock Market Since 2007—Taking the News Publication Industry as the Example .....	Liu Youzhi, Tao Dakun (342)
Selection of the Foreign Trade Strategies of Content Industry Based on Demand Similarity Theory .....	Nie Li (352)
Path Selection of “Two Separation” in the Media System Reform .....	Ran Hua, Wang Runjue (358)
System Analysis of the Actualities of China's Media Reform .....	Geng Rui, Yu Xiaoli (364)
Diffusion and Usage of the Internet in Rural Area: Taking Hubei Province as A Case .....	Qiang Yuexin, Zhang Mingxin (370)
An Analysis on Special Report of the Internet on the 17th National Congress of the Communist Party of China .....	Hong Jiewen, Wang Bei (379)
Internet and the Communication of the Public Diplomacy .....	Lin Jie (389)
On the Privatization of Public Sphere in Chinese TV Talk Show Program .....	Liu Na (398)
Transcending Talent Show: The Transformation of China's Reality TV in 2007 .....	Zhang Zhuo (403)
From Literary Film to Commercial Film—On the Market-oriented Development of Chinese Film Industry .....	Zhou Maojun, Jiang Yunfeng (411)
The Digitization Course & Developmental Strategy of the Newspaper Industry in China .....	Li Zhuojun, Dong Shaowei (421)
Clearing up & Reconstruction of the Core Competitiveness of China's Advertising Industry .....	Zhang Jinhai, Liao Bingyi (426)
Study On the Conflicts and Influencing Factors Between Chinese Advertising Industry and the Social Development .....	Lv Shangbin, Qian Guanggui (436)
The Advertising Industry Upgrade under the Background of Industry Convergence .....	Huang Yingxin (446)
Current Theoretical Research and Social Practice of Advertising Literacy .....	Zhou Liling, Zhou Lu, Zhou Yubo (453)
On the Discussion Erroneous Zone of the Amendment of Advertising Law .....	Xu Weihua (463)
On the Conflicts between Advertising Culture and Social Culture .....	Cheng Ming, Zhou Yaqi (467)
Postscript .....	(472)

# 上 卷

**2007** 年中国媒体发展盘点与研究述评



## 2007 年中国媒体发展盘点<sup>①</sup>

强月新 黄晓军

2007 年的媒体发展更趋激烈，媒体竞争合作意识越来越明显。传统媒体的数字化进入关键时期，新媒体向纵深发展，政府规制既注重放开，又不忽视规范整治。重大媒介事件的报道与时代同步，往往交织着不同媒介的舆论推动，创新和不足并存，共同推进社会和谐。

2007 年的中国报业广告经营整体上缺乏明确亮点，报业经营的重心已经由注重外延型增长转向注重内涵增长和规范化建设，报业于 2007 年终于突破上市坚冰。出版业资本运作渐入佳境，企业兼并重组整合，走出去战略步伐加快，传统出版向数字出版转型，营销方面有新的创新。广电业跨地区跨媒体发展表现明显，节目经营通过创新以求突破，广电事业通过内容整合，实现跨媒体运营并进军新媒体。中国电影市场已连续几年以两位递增的速度迅猛发展，2007 年更以引人注目的成绩冲入新一轮大牛市。2007 年中国互联网企业上演集体上市第三波，在线广告形式多样，即时通信市场被其他行业和国外竞争者瓜分，搜索引擎提供搜索之外的更多功能。

政府媒体规制建设方面，传媒产业内外开放力度加大，舆论监督得到有力保障，行业管理建设卓有成效。加强广电节目制作的管理，严格规范广电节目内容，加强群众参与的选拔类广播电视活动和节目的管理。报刊行业进一步规范报社记者站管理，对广告进行更加严格的监管。加快扶持动画产业，推动影视业发展。推进网络文化建设，大力推广国家域名应用，保障国家信息安全，开展具体整治活动，对互联网传播内容进行整理、查处非法网络电视台。电子商务转向务实发展阶段，颁布手机媒体新标准。

新媒体发展方面，互联网发展迅速，网络文化平台开始初步成型，国家加强网络管理，网络日益影响我国的民主化进程；博客作为个人新闻发布媒体日益扩展其影响力，“SNS”网站火爆、RSS 技术与移动 3G 的结合、网络自由标签——Tag、超文本系统 Wiki 技术标志着媒体发展真正进入 Web2.0 时代。新媒体向纵深发展，视频网站进入高速增长期，第三次上市高潮来临，电子商务稳步发展。中国数字电视产业全面迈进发展新阶段。手机电视和楼宇电视仍然是较热的领域。手机报和多媒体报不断蔓延。

新媒介环境下新闻报道呈现出新的特点。党的十七大新闻报道方式有新的突破，各类媒体积极携手备战奥运新闻大战。成就报道充分利用背景材料。解读性报道注重说老百姓听得懂的话。灾难报道用温暖淡化血腥。民生新闻从好看到好用。茶水验尿事件、杨丽娟追星事件反映出舆论监督报道应强化责任意识。华南虎事件的报道则凸显网络与传统媒体联动的力量。纸包子事件的报道让我们警惕新闻策划给虚假新闻留下空间。重庆最牛钉子户事件、山西黑砖窑事件的报道，则体现出媒体把握主动权，积极引导舆论的能力。

<sup>①</sup> 本文系教育部社科重大攻关课题《新闻传媒发展与构建和谐社会的不关系研究》（项目批准号：05jzd00026）资助。

## 1 媒介经营盘点

### 1.1 报业

对中国报业来说，刚刚过去的2007年是承载着太多产业思考、创新压力、负重前行的一年，2007年的中国报业广告经营整体上缺乏明确亮点。根据央视市场研究媒介智讯的广告监测数据，2007年1~10月全国电视、报纸、杂志、电台、户外五大传统媒体广告增长率为9.2%，比2006年下降了9个百分点；其中报纸与2006年同期比较下降0.98%，出现负增长，前10个月广告刊登规模为368亿元人民币，比2006年同期减少了3.65亿元人民币。如果扣除刊例提价因素，报纸广告经营的整体形势实际上更为严峻。<sup>①</sup>2007年报纸广告主要支柱行业受冲击巨大，房地产广告增长继续下滑，仅增长1.3%，比2006年的增长率下降了16个百分点，这是多年来房地产广告增长率最低的一年。商业及服务业广告比2006年的增长率下降了15个百分点，出现了9.97%的负增长。这两个行业的广告占了报纸广告总量的47%，它们增长乏力对整个报纸广告的影响非常明显。除此之外，药品、食品、电脑及办公自动化类别的广告继续着负增长趋势。而值得关注的是，通信行业出现了17.44%的负增长。如果说2007年报纸广告市场还存在亮点的话，那就是汽车（交通）和金融类广告的增长，尤其是金融类广告出现了85%超高速增长。<sup>②</sup>究其原因，媒体形态的不断扩充及新媒体的强势崛起，使广告商投放路径多元化，对传统媒体投放兴趣和信心下降，导致报纸广告增长乏力。一系列数据显示，报纸广告营业额仍在延续去年下滑颓势，广告市场份额进一步减少，报业困境仍未逝去，达摩克利斯之剑依旧高悬。

2007年中国报业读者市场规模萎缩暂时得到缓解，但男性读者、年轻读者离开报纸的趋势依然明显，报纸读者老龄化趋势更加显著。根据CTR市场研究在36个城市的读者调查（CNRS）数据显示，与2006年下降5.2%的结果相比，2007年全国城市报纸读者的到达率为65.7%，有0.3%的小幅增长。读者结构上，与2006年比较，男性读者稳定，女性读者提高0.6%，15~24岁读者下降18.5%，降幅比2006年多出3.6%。25~34岁读者下降12.7%，而55~64岁读者增长1.5%，65岁以上增长14.8%。由此可见，读者总规模稳定主要原因是女性读者略增以及55岁以上老年读者的增加，而24岁以下年轻读者流失相当严重。<sup>③</sup>随着互联网的勃兴，网络受到年轻读者及高学历读者的青睐，年轻人群的媒体接触习惯正在发生巨大变化，这对报纸等传统媒体形成强烈冲击。

新闻纸价格上升，部分报纸提价，《南方都市报》挑战低价发行死结。从2007年第四季度开始，国内新闻纸价格大幅上涨，目前每吨已冲破5100元人民币，最高已达到5400元人民币，比2007年第三季度每吨4500~4600元人民币的价格增长了超过13%，据中国报业协会数据，2007年我国新闻纸用量约350多万吨，2008年会增长到380多万吨。新闻纸在报纸生产成本中占到60%以上，其价格上涨无疑增加了报社成本。

3月10日，南京《扬子晚报》、《现代快报》、《金陵晚报》的每份定价由0.5元上调至0.7元。涨价原因即为新闻纸等原材料价格上升所致。（11月，《南方都市报》将其深圳地区的零售价提到每份2元，年订阅价提到每份720元，使得该报成为全国最贵的都市类报纸。该报主编庄慎之表示，《南方都市报》提价并非出于“经营不善”的被迫之举，而是希望能够在全国报业中率先扭转“价值与价格倒挂”现象，实现报纸价格向价值的回归和靠

<sup>①</sup> 陈刚、宋杰 《艰难的攀岩：2007年的报业广告经营》，《中国报业》，2008年第2期。

<sup>②</sup> 姚林 《2007，转型中的中国报业》，《中国报业》，2008年第1期。

<sup>③</sup> 姚林 《2007，转型中的中国报业》，《中国报业》，2008年第1期。

拢。针对该报的提价，深圳和广州其他媒体持观望的态度。以上报纸提价举动，多数报纸态度谨慎。因而在目前的报业生态下，除非政府介入，各家报纸主动联合形成价格联盟，否则报纸发行难以从根本上扭转。<sup>①</sup> 从全国范围看，绝大多数都市报零售价格仍维持在 0.5 元，南昌、青海、昆明等地报纸零售价还低于 0.5 元。

报业跑马圈地式粗放发展模式已经终结，2007 年报业经营的重心已经由注重外延型增长转向注重内涵增长和规范化建设，全国各地报社掀起建设“和谐型”报社热潮。首先是以硬件建设促和谐，湖北日报社、洛阳日报社、锦州日报社和惠州日报社等先后迁入新的传媒大厦，为员工创造了和谐的工作环境。其次是以改善福利待遇促和谐，尤其注重改善报社内边缘弱势群体的生活状况。长期以来，基层发行员不仅报酬偏低，未享受养老、医疗和失业等社保福利，且无节假日休息机会。从 2007 年起不少报社大幅度提升和改善发行员的福利待遇：杭州日报社、宁波日报社等先后为基层发行员购买了社保；温州日报发行公司提高了发行员待遇，基层发行员平均月薪达到 1700 元，最高可达 3000 元……这些温馨实惠的人文关怀举措提高了基层员工的积极性，营造了“和谐发行”的新局面。同时，随着报刊经营压力越来越大，报社开始打造精益化管理模式。2007 年有三大举措：一是强力推进报纸“瘦身运动”，一方面继续推进报纸版面瘦身，《南方日报》推出了 680 型黄金报型，成为“史上最瘦省级党报”；另一方面推出“减版运动”，一些城市的都市生活类报纸掀起“减版潮”。在广告增长放缓的情况下，报纸瘦身运动旨在降低经营风险。二是设定最佳发行量杠杆，成都商报社将发行量控制在 60 万份左右，若发行公司未能有效控制发行量，超过了额定量，将受处罚；新华日报报业集团对其所属报纸实施“限量”发行政策，其发行公司总经理马培军称“过去是担心发行量太小，现在担心发行量过大，‘限量’比‘少量’更难。”报刊发行由追求发行量最大化变为追求发行效益最大化，有效发行成为新时期的主要诉求。三是发行队伍合并，江苏等地报社开始收缩发行战线，同一报业集团内的多支发行队伍大多被合并整顿，《现代快报》等开始对基层发行人员进行辞退或分流，以优化发行队伍，提高报社利润空间。<sup>②</sup>

中国报业数字转型进入关键时期。2007 年中国数字报业实验室先后召开 4 次会议：1 月 27~28 日，中国数字报业实验室在广州举行“中国数字报业商业模式”研讨会。对数字报业框架内可能建立的其他收入模式进行了热烈的探讨。在研讨会开幕当天，作为报业数字化交流平台的“中国数字报业网”正式开通。3 月 3 日，中国数字报业实验室在宁波举行第二次常务理事会。这次会上确定报纸网站、手机报、多媒体数字报刊、数字化平台、手机二维码、电子商务、户外数字媒体、电子阅读器、移动采编系统等九大类为数字报业项目的创新方向。5 月 31 日~6 月 2 日，“数字报业新技术现状与应用前景”研讨会在北京举行。数字报业实验室发布了第一批中国数字报业创新项目共 45 项。9 月 15~17 日，“借奥运契机，发展数字报业”研讨会在北京举行。<sup>③</sup>

在主管部门的主导下，各报业集团和报社纷纷开始进行数字报业建设。2007 年 1 月，文汇新民报业集团与知名网络杂志平台 XPLUS 合作，推出电子《文汇报》，开始共同经营数字报纸领域。继 2006 年底开通《东南商报》网络版后，2 月起，宁波日报报业集团又相继推出《宁波日报》、《宁波晚报》、《东南商报》和《慈溪日报》等四家报纸的新型电子报，“中国宁波网”充分整合集团的 8 家报纸内容，着力打造《对话》、《天一论坛》、《宁波网视》等品牌栏目。3 月 2 日，《人民日报》手机报在北京创刊，面向全国手机用户正式发行。4 月 19 日，在推出“4i”战略后，解放日报报业集团又联合银河传媒、智高广告共

① 吴锋 《2007 中国传媒十大创新报告之报刊篇：平稳经营 融合创新》，《今传媒》，2008 年第 1 期。

② 吴锋 《2007 中国传媒十大创新报告之报刊篇：平稳经营 融合创新》，《今传媒》，2008 年第 1 期。

③ 闵大洪 《数字报业：2007 年的大亮点》，《新闻传播》，2008 年第 2 期。

同合资成立了“上海银翰解放广告有限公司”，宣告了解放日报报业集团的数字战略升级。5月，《中国国家地理》也在中国移动全网开通手机报。6月15日，《广州日报》创造性地推出了滚动 INNEWS，它混合了报纸、互联网、手机等多种传媒，整合文字、图片、音频、视频等媒体形式的信息，使《广州日报》能24小时全天候报道并与读者互动，它将使《广州日报》由传统纸媒逐渐向多载体多终端的内容提供商转变。6月18日，作为发展数字报业战略的重要项目，宁夏日报报业集团与全球领先的网络杂志平台服务商新数通兴业科技有限公司合作开发的“多媒体数字报”亮相。8月，《成都商报》创立中国首个报网互动的新社区传媒平台——“社区金版”网站，深入开发社区资源，梳理全新的新闻传播模式。“社区金版”是《成都商报》Web2.0版本——EN传媒的切入点。E传媒，即《成都商报》所构筑的覆盖成都市区近800个楼盘的网上论坛和1000个业主的QQ群；N传媒，即随《成都商报》针对特定区域轮次发行的10份社区报。EN传媒在新闻报道中高度互动，是国内报业在媒体融合上的一次大胆尝试。11月30日，湖南首个完整展现报纸形态的数字化报纸——潇湘晨报数字报正式上线。该报数字报率先开通视频板块，读者在阅读采编人员的文字和图片稿库之外，还可以看到第一新闻现场的视频。这一多媒体新闻的手法克服了报纸信息“扁平化”的不足，将有效扩展读者与报纸的交互体验模式。12月14日，由南方报业传媒集团南方周末报系出品的南方周末报系网站——南方周末新闻社区正式上线。作为国内最具影响力媒体之一的官方网站，其目的是服务更多知识性读者，将南方周末报系的影响力向数字世界里延伸。

随着数字报业发展战略的全面推进，报业出版单位普遍加大数字报业投入。据新闻出版总署传媒研究所2007年中国报业竞争力检测报告显示，2007年，数字报纸和手机报纸数量激增，截至11月底全国多媒体数字报刊数量已达700多种（不包括通常意义上的PDF版），手机报增加到300多种。但从总体上看，报业数字化的转型尚处于发展初期，数字报业的盈利模式仍在探索之中。<sup>①</sup> 央视市场研究股份有限公司媒介产品研究顾问姚林指出：“数字报业转型的核心是找到适合报业的新的传播模式。”<sup>②</sup>

自2005年报纸媒体出现第一次报业联盟大潮后，2006年经历了短暂回落，2007年报业市场上又重新吹起了报业联盟的第二次热浪。1月，《中国气象报》与6家行业报签署合作协议，宣布7报联手“资源共享、优势互补、服务公众、宣传科学”。4月，《北京青年报》、《广州日报》、《钱江晚报》、《成都商报》、《大河报》等17家全国主流报纸宣告成立“中国城市第一媒体联盟”；同月，《南方都市报》、《京华时报》、《半岛都市报》等12家中心城市的主流媒体宣布成立“中国城市主流媒体联盟”。5月，深圳报业集团、广州日报报业集团签署协议，建立战略合作联盟，资源共享，优势互补，共谋发展。7月，青岛、烟台等6家市报宣布成立“鲁中南报业联盟”，共同创办《鲁中南新闻》专刊。11月，《青岛日报》、《珠海特区报》签约加入“五强联盟”，“中国东部城市党报广告联盟”成立。除此之外，还有全国法制报媒体联盟、全国奥运媒体联盟、全球商报联盟等。数量之繁多、性质之多样、跨度之广泛，在中国报业发展过程中史无前例。究其原因，随着新媒体的爆发成长，报纸媒体广告、读者面临被截流的趋势，为了应对新媒体挑战，传统报纸媒体纷纷战略结盟，开创共赢的竞合时代。

另一方面，面对新媒体高速增长的效益诱惑以及媒介融合的趋势指引，借奥运会临近的契机，报纸在跨媒体经营方面实现了重大发展，诸多报纸与网络、电视媒体联盟纷纷浮出水面。3月，15家报纸与拥有北京奥运采访权的搜狐网结成奥运媒体联盟，这是中国网络与平面媒体体育新闻全方位合作的一次尝试。同月，由北京奥组委官方授权的《体育新报》在

<sup>①</sup> 新闻出版总署传媒发展研究所《2007中国报业竞争力检测报告》，《中国报业》，2008年第1期。

<sup>②</sup> 姚林《2007，转型中的中国报纸产业》，《中国报业》，2008年第1期。

北京正式创刊，该报搭建起新媒体与传统媒体的桥梁。4月，新浪网与成都传媒集团在北京联合举行新闻发布会，宣布成立战略合作伙伴，双方将以期刊为起点，逐步延伸到新闻内容、市场活动、市场经营多个领域，展开广泛深入的合作。7月，TOM网联合20多家报纸成立“奥运报道联盟”，打造“报+网”一体化传播模式。9月，南方报业传媒集团旗下21世纪报系与中央人民广播电台旗下的经济之声频道合作，将在新闻资源共享、市场活动开发、广告经营方面共同合作。另外，浙江在线、深圳新闻网、荆楚网在内的20多家报业网站加盟新浪等门户网站，发起“奥运报道联盟”，共同打造丰富、一体化奥运报道内容。11月，内蒙古日报社《北方新报》与内蒙古电视台经济生活频道缔结战略联盟合作协议。12月，在整合了报刊、电视、网络等6家地产传媒之后，成都传媒集团旗下“地产系”正式启动，率先拉开了中国房地产跨媒体整合营销运作的序幕。

报业于2007年终于突破上市坚冰。2007年10月，国家新闻出版总署署长柳斌杰在接受采访时表示“允许新闻出版传媒的整体上市，而不是局限于过去将报纸的采编业务与广告等商业经营剥离开来的做法……”此后短短一个月内，中国新闻出版业上市热潮迅速升温。<sup>①</sup>1月16日，由广州日报报业集团控股的广东九州阳光传媒股份有限公司（证券简称“粤传媒”）在深圳证券交易所挂牌上市。首日涨幅207.08%，“粤传媒”是首家由代办股份转让系统（俗称“三板”）挂牌公司成功转主板的公司，也是第一只正式拿到国家新闻出版总署批文，并在主板上市的传媒股。11月19日，湖北日报传媒集团与上市公司武汉国药科技股份有限公司签署了《资产重组意向书》，准备借壳上市。若交易成功，湖北日报传媒集团将成为报业中实现整体上市的第一家。加之之前四川日报报业集团参股新华文轩登录港股市场，解放日报报业集团经营性资产注入新华传媒，实现部分经营业务上市。

报业上市有利于推进报业各项体制改革，有利于报业进一步做大做强，为报业未来跨越式发展提供强大动力，随着文化体制改革的深入，报业集团上市已是大势所趋。但就目前涌动的传媒业上市热潮中，传媒企业上市融资后的资金投向目前在传媒内部也存在颇多争议。一种观点主张传媒企业可以利用上市融资进行多元化业务拓展。但也有观点主张，媒体仍然要拿上市融来的资金提升媒体的核心竞争力，包括延揽精英人才、加大品牌推广力度、改善印刷质量、完善发行网络等。<sup>②</sup>可见，未来上市以后的经营之路将会存在更多变数、更多风险，报人应理性应对上市后的经营之路。

正如原南方报业传媒集团董事长范以锦在12月11日《财经》年会上所说“中国报业要做大做强，必须解决两个问题，一个是报业跨区域、跨媒体、跨行业发展问题；另一个是报业企业的资本市场建设问题。”2007年的中国报业正一步一个脚印地朝这两个方向迈进，未来我国报纸媒体的发展也将会更加坚定地朝着预定远景前行。

## 1.2 出版

### 1.2.1 资本运作渐入佳境

2007年，在新的起点和高度上，书业借力资本市场，“上市”无疑是中国出版业最热的关键词。1月，新闻出版总署推荐了6家出版企业上市，中国出版业面临重新洗牌。4月，2006年底已借壳上市的上海新华传媒股份有限公司又向解放日报报业集团和上海中润广告有限公司定向增发股票，资产价值逾20亿元人民币。5月30日，四川新华文轩在香港上市，它是在港上市的第一家纯书店股。11月20日，中国证监会发行审核委员会批准了辽宁

<sup>①</sup> 《2007年度传媒界言论》，《传媒》，2008年第1期。

<sup>②</sup> 胡旭 《传媒业上市热潮中的冷思考》，《新闻战线》，2008年第2期。

出版传媒股份有限公司首次公开发行 A 股的申请, 辽宁出版传媒股份有限公司成为中国第一家编辑业务与经营业务合并实现整体上市的出版企业。12 月 21 日, 辽宁出版传媒股份有限公司在上海证券交易所挂牌上市, 正式登陆 A 股市场。之后, 又一家国有出版机构——江苏凤凰出版传媒集团也即将登陆资本市场。

新闻出版总署提出要推动有条件的出版、发行集团公司股份制改造、上市融资, 通过吸引国有资本、民营资本、境外资本参股, 建立规范的股份制公司, 实现股权结构多元化。随着出版发行体制改革的进一步深入, 上市融资将作为做大做强的重要途径。<sup>①</sup>

### 1.2.2 企业兼并重组整合

2007 年又被称作图书发行业调整年。2007 年, 全国各发行单位间整合资源, 调整结构也取得新的突破。8 月 8 日, 安徽新华发行集团兼并重组安徽文化音像出版社, 发行企业的兼并重组取得进展。11 月 20 日, 由原深圳发行集团和海天出版社整合组建而成的深圳出版发行集团正式成立, 成为目前中国内地出版发行业唯一集出版物生产、销售及多元文化产业于一体的企业实体。这也是“下游整合上游”的先例, 是经新闻出版总署批准的首个真正整合上下游资源的企业实体。

同时, 跨地域资源整合也有了新突破。区域之间的贸易壁垒是近几年出版物发行市场的明显特征之一。为了尽快实现统一开放竞争有序的出版物大市场, 培育一批有一定规模和实力的出版物发行主体, 新闻出版管理部门一直在鼓励组建跨区域的发行集团, 实现跨区域经营。有代表性的是江苏省新华发行集团与海南省新华书店于 5 月 31 日签署了《联合投资意向书》, 决定组建由江苏方面控股的海南新华发行有限责任公司。江苏发行集团控股 51%, 海南将全部资产和业务整合进新公司, 占股 49%。这标志着新华书店在进行跨地区战略重组方面又有了新的突破。12 月 7 日, 江西出版集团联合中国宋庆龄基金会重组中国和平出版社方案获批准, 我国出版业第一例真正意义上的跨地域兼并重组实现。<sup>②</sup> 2007 年以来, 以新华书店为代表的跨区域合作渐入佳境。这些跨区域的联合、购并的尝试, 有利于整合两者的市场和资本资源, 探索了新华书店跨区域合作、资本合作、合作双赢, 加快做大做强的新思路。<sup>③</sup>

### 1.2.3 走出去战略步伐加快

2007 年 4 月, 商务部等六部委公布了《文化产品和服务出口指导目录》, 新闻出版总署还出台了扶持出版“走出去”的 8 项政策措施。9 月, 中国作为主宾国参加了第 20 届莫斯科国际书展, 137 家出版社参加书展, 成为莫斯科书展上的一大亮点。10 月 10 日, 在 2007 年第 59 届法兰克福书展上, 来自全国 100 多家出版单位的 270 多人参观了展览, 这是继 2006 年之后, 第二次在法兰克福书展上实现合同输出数量大于引进数量。中国国际出版集团也在法兰克福书展上与世界上最大的期刊出版商——桦榭集团下属意大利分公司签署了版权输出合同, 以版税 9 万欧元授权该公司以分册出版的形式在意大利出版发行《互动汉语》意大利文版。这不但创下了我国同类出版物版权输出的版税收入之最, 也创造了我国向单一对象国输出版权获得版税的最高纪录。

同时, 一些颇具实力的出版集团采取和国际著名出版机构建立战略合作伙伴关系的策略, 共同开拓海外市场, 取得了不少突破。2007 年 4 月, 由中国青年出版总社投资的中

① 陈华 《2007 出版集团 6 大看点》, 《中国图书商报》, 2007 年 2 月 9 日。

② 孙鲁燕 《2007 图书发行业调整年》, <http://news.sina.com.cn/c/2008-03-20/092315187356.shtml>。

③ 马莹、方菲、郭虹、王东、吴妍、李雅宁 《2007 年中国书业大势大事》, 《中国图书商报》, 2007 年 12 月 18 日。

国青年出版社举行伦敦分社成立仪式，这是中国在英国注册的第一家以出版英文图书为主的专业出版社。北京国际图书博览会期间，中国出版集团公司分别与法国、澳洲出版社签订协议，注册成立三方合资出版社。随后又和培生教育集团共同合资组建“中国出版（纽约）有限公司”。这是中国出版集团在“走出去”实践中，灵活运用“借船出海”和本土化战略的重要举措。江西出版集团与美国长青书局合作在美国洛杉矶市成功地举办了“中国江西出版文化周”，可谓是机构与产品同时“走出去”的典型范例。<sup>①</sup>

#### 1.2.4 传统出版向数字出版的转型

随着通信技术对出版业的影响，新型的产品、出版流程、销售渠道等都受到了互联网的深刻影响。数字技术正以不可阻挡之势“冲击”出版业。2007年，中国数字出版也从“无意识”，走到了抉择的十字路口。

2007年，出版集团的数字化和信息化建设可谓风生水起。长江出版传媒集团专门成立了数字出版部。山西出版集团专门成立电子书出版中心。四川出版集团在2006年成立的数字出版部门基础上，集中对成员单位的各种相关资源予以统一管理和调配，探索出一条适合大型出版集团推进数字化出版工作的思路。同时，集团报刊的数字化工作也已提上议事日程。凤凰出版传媒集团的内容数字化工程也取得较大进展，正努力建设数字化办公平台、数字化经营管理平台、内容平台，逐步实现“数字集团”和实现业态更新。山东出版集团启动信息化建设，第二批出版管理系统开始运转。<sup>②</sup>

就目前而言，传统出版向现代转型的途径或方式主要包括以下几个方面：第一，以纸介出版物为基础，推出与之相配套的光碟、光盘。第二，以纸质出版物的文本为依据，打造电子图书、网络杂志等延伸产品乃至电子书库、在线图书馆、网络书店等延伸平台。第三，集中资源和精力发展科技、医药等专业出版板块，因为这是目前乃至将来数字出版中发展和增值最快的部分。第四，以出版物为基础，利用互联网等现代传输技术和平台，为读者提供相关在线信息、咨询、辅导、培训等服务，尤其是在线教学、健康、财经等辅导服务。第五，充分利用出版品牌的影响和现代出版、传输等技术，广泛介入传媒、娱乐、教育、广告等领域，实现“跨行业”发展。<sup>③</sup>

#### 1.2.5 营销方面的创新

2007年网络营销成为各出版社市场部、发行部、编辑部日常运用的营销手段。2007年有不少图书都选择了网络首发和预售。网络首发和预售为图书在地面书店的热销打下了良好基础。<sup>④</sup>利用网络论坛的低成本优势，多数出版社普遍选择利用强势网络论坛甚至自建论坛进行营销。广西科技出版社利用网络媒体中的网络论坛“零费用”的特色，对该社重点图书《LuLu脊美瑜伽》进行论坛宣传，一个月内网友点击率达到100多万。北京大学出版社自建出版社网络平台。除了论坛，可以免费自建的博客空间和淘宝书店的利用也是2007年出版行业的营销亮点。浙江少年儿童出版社在淘宝网上开辟了该社的网上书店，销售出近万册图书，销售码洋十余万，信誉度达到了三钻的星级。通过网络寻找和发现潜力作者，也是2007年畅销书市场的突出特色。年度畅销书《山楂树之恋》、《致我们逝去的青春》等分别来自于网络论坛和个人博客。

① 田丽丽 《盘点2007出版集团年度表现》，《中国图书商报》，2007年12月11日。

② 田丽丽 《盘点2007出版集团年度表现》，《中国图书商报》，2007年12月11日。

③ 崔元和 《数字出版：出版革命的第三次浪潮》，《中国图书商报》，2008年1月4日。

④ 《回眸2007营销6大趋势》，《中国图书商报》，2007年12月30日。