

权威发布中国传媒创新报告、深度解读传媒创新秘笈



在 北 讲 传 媒

主 编：郝振省
副主编：魏玉山
执行主编：周志懿

改革开放30年 凤凰与中国传媒新出发
透过赛场我们还应看到什么？——奥运会对中国文化国际传播的启示
经济下行期的传媒马太效应
广播产业经营及资本运作的实践与思考
让创意更精彩 让大众更快乐——永远创造快乐的湖南电视
传媒发展的文化理解
在创新中谋求战略转型
整合区域资源 构建产业集群 提高经济质量
破局：经济危机与中国传媒的发展

湖南人民出版社

在 北 讲 传 媒

主 编：郝振省
副 编：魏玉山
执行主编：周志懿

湖南人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

在北大讲传媒 / 郝振省主编. —长沙: 湖南人民出版社,
2009. 4

ISBN 978 - 7 - 5438 - 5699 - 8

I. 在… II. 郝… III. 传播媒介 - 研究 - 中国 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 055991 号

在北大讲传媒

主 编: 郝振省

副 主 编: 魏玉山

执 行 主 编: 周志懿

出 版 人: 李建国

责 任 编 辑: 黎晓慧

装 帧 设 计: 李彦生

出版、发行: 湖南人民出版社

网 址: <http://www.hnppp.com>

地 址: 长沙市营盘东路 3 号

邮 编: 410005

经 销: 湖南省新华书店

印 刷: 长沙化勘印刷有限公司

印 次: 2009 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 787 × 1092 1 / 16

印 张: 17.5

字 数: 270000

书 号: ISBN 978 - 7 - 5438 - 5699 - 8

定 价: 29.80 元

营销电话: 0731 - 2226732

(如发现印装质量问题请与承印厂调换)

推进全面创新 加快科学发展

(代序)

李东东

2008年正值我国改革开放30周年。改革开放30年，是中国社会发生翻天覆地变化的30年，也是中国经济快速健康发展的30年。30年来，我国传媒业在改革中前进，在创新中发展，走过了不平凡的道路，取得了历史性的成就。30年来，传媒记录并见证着改革开放的每一步历史性跨越，传媒工作者以极大的热情和勇气参与并推动着改革开放的历史车轮滚滚前行。下面，我想就改革开放30年来传媒业取得的成就和经验，就传媒业面临的新形势、新情况、新问题，就传媒业如何以科学发展观为指导，进一步解放思想、深化改革、加快发展，和同志们交换意见。

一、改革开放30年来，传媒业 改革和发展成就巨大

30年来，我国传媒业伴随着改革开放的伟大事业一起发展，一起变化，无论是产业规模、传媒产品，还是管理体制、经营方式，都有了长足的进步。可以概括归纳为以下几方面。

(一) 传媒业发展硕果累累

改革开放30年来，我国传媒业得到了快速发展。据统计，报纸总量从1977年的193种增加到目前的1942种；千人日报拥有量稳步提高，报纸年总印数达到438亿份，成为全世界报纸发行总量最大的报业市场；报业经济迅猛发展，以刊例价格计算，2007年全国报业广告经营额达720多亿元。我国已经成为世界报纸出版大国。期刊则从930种增加到2008年的9821种，2007年全国期刊总印

数达到了 30.41 亿册，期刊市场已经形成 170 多亿元的规模，也已步入期刊出版大国的行列。图书、音像制品和电子出版物发展迅速。2007 年，我国年出版图书 27 万余种；到 2007 年，音像制品发行总金额为 31.46 亿元，电子图书已有 160 多万种面市，通过数字化和互联网传输的报刊已有 3 万多种。以上数字说明，30 年的改革开放，我国已经由一个传媒弱国发展成为名副其实的传媒大国。

传媒生产力的发展极大地丰富了传媒产品的种类，极大地增强了传媒业的产业实力，满足了人民群众日益增长的多层次、多样化的精神文化需求，为改革开放和现代化建设提供了必要的精神动力和智力支持。

（二）新闻报道公开、透明

改革开放以来，我国社会更加开放，思想文化领域日趋活跃。尊重差异，包容多样，提高透明度，成为传媒工作的基本原则，媒体对突发事件报道的时效性和透明度大大提高。2008 年 5·12 四川汶川特大地震发生后，我国媒体牢牢掌握新闻宣传工作的主动权，以最快的速度及时、准确地向全世界传递了灾区的实际情况，不仅激发了全国人民万众一心、众志成城，不畏艰险、百折不挠，以人为本、尊重科学的伟大抗震救灾精神，激发了全世界华人华侨的爱国热情，而且在全世界人民面前树立了更加真实、更加开放的国家形象。在奥运会期间，我们履行了有关承诺，对境外媒体开放，向世界展现了中国人民乐观、开放的精神面貌。更公开、更透明、更开放，已经成为我国传媒业的一大亮点。

（三）新媒体迅速融入百姓生活

通信技术与网络技术的广泛应用，为新闻时效性和透明度的提高提供了强有力的技术支撑。利用数字新媒体，打造现代传播的新阵地、新平台，成为近年来我国传媒界不断探索的新领域。统计显示，截至 2008 年 6 月底，我国网民数量达到 2.53 亿，首次大幅度超过美国，网民规模跃居世界第一位。截至 2008 年 5 月底，我国手机用户已达 5.92 亿，每年发送短信在 1000 亿条以上，手机网民规模达到 7305 万人。随着新媒体受众的飞速增长，手机报、数字报、网络报刊、移动电视等新媒体形态迅速融入广大群众的生活，成为影响平民百姓工作、生活的重要媒体形态。截至目前，我国已有 400 多种多媒体报纸、150 多家新闻网站，新媒体的崛起和媒体的整合与融合，大大提高了我国传媒界的传播力和影响力。

（四）公共文化服务体系初步形成

为了满足人民群众日益增长的精神文化需求，共享文化发展的成果，在全力

推动产业改革与发展的同时，新闻出版总署在构建新闻出版公共文化服务体系上，大力推进农家书屋工程、社区书屋建设，惠及 64 万个行政村，7 万家社区，9 亿人口，成为公共服务与产业发展的惠民工程；认真组织重点出版工程，即文化传承重点出版工程和主体出版工程；全力抓好少数民族文字出版东风工程，进一步提高少数民族地区文化发展水平；组织推进全民阅读工程，通过全民阅读，传播先进文化，树立核心价值观，提高全民族的素质；努力开展文化环境保护工程，清理文化垃圾，保护未成年人健康成长。

（五）对外开放新格局逐步形成

改革开放以来，我国新闻出版业逐步扩大对外开放的领域，不断扩大合作范围，参与国际竞争的实力逐渐增强。加入 WTO 以来，中国政府逐一兑现入世承诺，向世界全面开放了书报刊分销市场，并在出版、印刷、发行等环节加大了引进外资的力度，中外合资、合作的印刷、发行、出版企业已达 2500 多家。与此同时，实现了由“引进来”向“走出去”的转变，“走出去”的渠道日渐多元化，版权贸易结构逐年改善，引进输出比例由 10 年前的 15:1 缩小到 2007 年的 5:1，实物出口总量逐年增加。2005 年以来，国家相继出台 8 项鼓励“走出去”的相关政策，“对外图书推广计划”已经推出 1400 多种中国精品图书在 40 多个国家和地区翻译出版，受到世界各国人民的欢迎。

改革开放 30 年来，传媒业之所以能够取得如此巨大的成就，原因是多方面的，最为重要的一条就是坚持改革创新。30 年来，每一次观念上的创新，都为传媒业的发展注入了新的活力，极大地促进了传媒业的变革和发展。改革开放以来，传媒的产业属性被传媒从业者逐步认识，并广泛接受，思想观念的创新使媒体在产品功能、发展模式等方面发生了深刻的变化。从开始做广告到自办发行，从为社会提供有偿服务到进行资本运营，传媒的产业功能一步步得到拓展。近 10 年来，传媒的产业化进一步加速，领域不断拓展，在整体转制、股份制改造、上市融资和跨地区、跨媒体发展等方面取得一系列重大成果。目前，全国已经组建了 24 家出版集团公司、49 家报业集团，出版行业上市公司已达 11 家，已有上千种经营性报刊完成转企改制，40 多家各类报刊集团实现事企分开。一批实力雄厚、具有较强影响力和竞争力的党报集团，正在以资本为纽带，跨地区发展，跨媒体兼营，加快向大型国有综合性传媒集团转型，逐步形成文化领域的战略投资者。

二、充分认识当前传媒业面临的严峻形势， 把握机遇，迎接挑战

当前，我国传媒业正处于改革发展的攻坚阶段和关键时期，推进我国传媒业科学发展，必须科学分析和清醒认识当前传媒业面临的严峻形势。

（一）传媒业自身发展面临严峻挑战

当前，束缚阻碍传媒业科学发展的体制机制弊端仍未根本革除，解决制约传媒业发展的长期性深层次矛盾的改革亟待进一步深化。信息技术革命导致多元化传播格局加快形成，传统报刊、广电面临新兴媒体的强大压力，向数字传媒转型之路任重道远；传媒资源配置方式不适应社会主义市场经济要求，报刊业科学有效的准入、退出机制尚未建立；传媒业布局分散、结构不合理、产业规模小、集中度低、内容同质化的问题没有根本解决，增长方式从速度数量型向质量效益型的转变刚刚开始。

（二）当前传媒业面临的成本上涨、效益下滑的困境还远远没有结束

近年来，受国际经济形势持续疲软的影响，国内经济困难因素明显增加，各类产业都受到不同程度的负面影响，传媒业也正处于成本上涨、效益下滑的困境之中。如在新闻报刊领域，新闻纸市场从2007年底的每吨4700~4800元上涨到2008年最高时每吨6100~6300元，上涨幅度达到30%。虽然目前新闻纸价格有所回落，但是因为新闻纸是报纸成本中最大的一块，所以纸价上涨给报业集团报纸成本带来了很大压力。在传媒业成本增加的同时，企业广告投放却明显减少，传媒广告收入下滑。从2008年5月份以来，受四川汶川特大地震灾害、奥运广告集中投放等影响，9月之后企业广告投放明显减少，很多报刊集团广告收入处于下滑状态，经营情况异常困难。

（三）宏观经济的不确定性将对传媒业带来的影响和困难还没有充分显现

2008年以来，世界经济金融形势复杂多变，不稳定、不确定因素明显增多。次贷危机引发的金融危机愈演愈烈，从金融领域扩散到实体经济领域，酿成了一场历史罕见、冲击力极强、波及范围很广的国际金融危机。在国际金融危机冲击下，实体经济增速大幅下滑。目前，这场金融危机不仅本身尚未见底，而且对实体经济的影响正进一步加深，其严重后果还会进一步显现。受国际金融危机快速蔓延和世界经济明显减速的影响，加上我国经济生活中尚未解决的深层次矛

盾和问题，目前我国经济运行中的困难增加，经济下行压力加大。宏观经济的不确定性进一步导致传媒行业盈利预期风险加大，而且给全国传媒业改革发展带来较大影响。从我们调查的部分报业集团的情况来看，2008年9、10、11月份广告相比2007年同期，下滑百分之十几，通信、汽车、房地产等行业广告都有较明显的下滑，宏观经济变化给2009年报刊的发行工作也带来了一定的困难。此次全球性的金融危机对传媒业经营所影响的程度和范围有多大，暂时难以判定，我们要把困难估计得更充分一些，把应对措施考虑得更周密一些，确保传媒业实现平稳快速增长。

面对严重困难和严峻挑战，传媒战线在认清困难的同时，也要看到，当前我国传媒业改革发展也面临着难得的战略机遇期：党的十六大以来把深化文化体制改革、大力发展繁荣文化事业和文化产业提到了空前的战略高度，为传媒业的改革指明了方向；《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》对加强社会主义文化建设作出了全面部署，为传媒业发展提供了强大政策支持，创造了良好条件、提供了广阔空间；国家着力推行行政管理体制改革，为推进传媒业改革和发展提供了有利的宏观调控、市场监管和公共服务环境；国家当前为应对经济危机保持国民经济持续健康运行、加大基础设施和公共服务投资力度的宏观政策，为传媒业战胜困难加快发展创造了新的机遇。我国经济发展的基本面没有改变，经过30年改革开放，经济实力加强，综合国力增强，抵御风险的能力显著提高，完全可以变压力为动力，化危机为机遇，继续保持经济社会良好的发展趋势，传媒业迎难而上，通过努力，最终将受惠于我国经济社会的平稳快速增长，实现自身的繁荣发展。

三、以科学发展观为指导，在时代的高起点上 开创传媒业发展新局面

总结改革开放30年积累的宝贵经验和财富，要在新的历史起点上坚持改革创新、扎实工作，在继承既有发展成果中坚持解放思想，创新发展思路，在进一步全面深化改革中破解发展障碍转变发展模式，构建符合科学发展观要求的新闻出版体制机制，开创我国传媒业繁荣发展的新局面。

（一）坚持正确舆论导向，提高舆论引导水平

胡锦涛总书记在2008年6月考察人民日报社的重要讲话中指出：“舆论引导

正确，利党利国利民；舆论引导错误，误党误国误民。”新闻媒体要牢固树立政治意识、大局意识、责任意识、阵地意识，把坚持正确导向放在新闻宣传工作的首位。始终坚持党的领导，坚持马克思主义在传媒领域的指导地位，坚持社会主义先进文化的前进方向，为我国经济社会又好又快发展提供精神动力和舆论支持。传媒业要正确处理意识形态属性和产业属性、文化属性的关系，正确处理社会效益和经济效益的关系，坚持社会效益第一的原则，努力实现社会效益和经济效益的统一。

要不断增强传媒业的影响力和公信力，通过对重大政策和新闻事件的及时发布和权威解读，通过为广大人民群众提供真实的、高品质的、丰富的新闻信息服务，通过自觉抵制、杜绝刊登虚假低俗内容，充分发挥并不断加强传统媒体的影响力和公信力，巩固多元传播格局下主流媒体地位，创新传媒的内容和形式，努力提高舆论引导水平。

（二）深化体制机制改革，培育市场经营和公共服务两大主体

进一步深化体制机制改革，培育传媒业。通过进一步深化改革，切实破除阻碍全行业发展的公益性事业和经营性产业长期不分、事业单位企业化管理、主体地位缺失、功能定位不明确的体制弊端，破除因体制问题导致的行业在市场经济环境下公共服务功能弱化、自我发展能力不强的根本性障碍。新闻报刊领域要按照分类指导、循序渐进的原则，有步骤地推进国有企事业单位、行业协会等社会团体、中央部委所办的经营性报刊出版单位转企改制，力争三年内建立起新体制的基本框架。鼓励经营性报刊出版企业在确保国有资本占主导地位的前提下进行公司制、股份制改造，完善法人治理结构，实行国有投资主体多元化，开辟融资渠道。公益性报刊出版单位要实行事企分开，实现采编和经营两分开，剥离经营性资产（包括所属经营性的报纸出版单位），成立经营性文化企业，面向市场独立经营。要深入推进公益性报纸出版单位内部人事制度、收入分配制度、养老医疗等保险制度的改革，引入竞争机制，提高工作质量和效率，改善服务。

（三）优化传媒业结构布局，实行集团化、集约化发展

要运用市场和政策双重机制，突破传媒业不同形态媒体相互分割的产业壁垒，打破计划经济时期形成的条块分割、地区封锁的市场壁垒，鼓励推动传媒业以资本、业务、市场为纽带实行跨地区、跨行业、跨媒体经营，实行集团化、集约化、专业化发展。优化产业结构、完善产业链、提高资源利用效率，延长产业周期、降低发展风险，促使传媒业由分散、弱小、低水平重复建设的传统格局向

规模化、集约化的现代传媒体系转变。推动传媒业发展模式由数量型、粗放型向质量型、效益型转轨，推动传媒业经济增长由主要依靠资源投入向主要依靠提高资源利用效率带动转变，全面提升发展质量。

（四）大力发展数字传媒，推动传统产业升级

加快推进数字传媒发展战略，促进传统传媒业的整体变革和产业升级。当前，技术发展带来的媒体格局变化日新月异，新闻传播和出版业发展到了由传统媒体向数字化媒体方向转变的关键时期，巩固传统媒体在多元传播格局下主流地位的任务刻不容缓。传统媒体要顺应数字化、网络化、多媒体传播技术影响下的内容产业发展趋势，积极拓展行业内涵和外延，建构数字化、网络化的信息资源聚合平台和传播平台，重组运营组织和业务流程，发展数字内容产品，开拓增值服务业务，实现传统媒体核心竞争能力与信息网络传播技术的深度融合。行业管理部门要将数字化纳入促进传统媒体产业升级的整体战略核心，采取积极推进、指导扶持的发展政策，加大政府推动传统媒体产业升级宏观政策及重大项目的实施力度，力争通过重点工程的实施带动全行业加快产业升级的进程，把握培育新业态、占领新阵地的主导地位和主动权，推动传统媒体向现代传媒产业的转型。

（五）构建公共服务体系，促进公共文化服务

发展公益性传媒出版事业，构建传媒业公共服务体系。新闻出版总署将按照国家确定的政府主导、增加投入、改善服务、保障权益的公共服务体系建设基本方针，充分发挥政府职能，大力构建符合科学发展观要求的公共服务体系，解决行业当前面临的城乡区域发展不均衡，农村公共文化服务体系建设长期薄弱的突出问题。将以服务“三农”和服务少数民族为重点，大力发展公益性新闻出版事业，构建新闻出版业公共文化服务体系。通过增加财政投入、增加资源配置、实行优惠政策、实施重大项目工程等方式，扶持“三农”和少数民族新闻出版事业，促进新闻出版工作作为社会主义新农村建设服务；巩固和加强少数民族新闻出版事业的发展基础，保持少数民族文字报纸的品种数量稳中有升。实施促进公共服务体系建设的重大政策、重点工程和重大项目，探索建立新闻出版业公共服务的有效渠道和有效载体。保障人民群众的基本文化权益，使传媒业发展成果惠及广大人民群众。

（六）切实转变政府职能，推进行业科学发展

新闻出版总署将以提高政府对行业发展的服务水平为核心，加快建设服务型政府。要切实履行好宏观调控、依法行政、公共服务和市场监管四项主要职能，

按照贯彻落实科学发展观的要求，深入调查研究新闻出版业发展现状及发展要求；认真研究解决行业发展面临的突出问题及根本性障碍，从建立符合新闻出版业科学发展要求的市场化的宏观调控体系入手，从为行业发展创造有利的宏观政策环境入手，逐步改善政府服务行业发展中存在的服务意识不强、服务水平不高、服务手段不足的薄弱环节，切实加强政府服务行业发展的能力，提高服务行业发展的水平，促进传媒业全面协调可持续发展。

2009年是建国60周年，党中央和人民群众对新闻传媒业繁荣发展的要求和期待更加殷切。传媒业要以科学发展观为指导，深化创新意识，加大创新力度，不断取得新进展、创造新业绩，满足社会发展和人民群众的精神文化需求，更加自觉、更加主动地为推动社会主义文化大发展大繁荣，为全面建设小康社会贡献力量。

（作者系国家新闻出版总署副署长）

精英 论道

ON THE ROAD ELITE

- 003 改革开放 30 年 凤凰与中国传媒新出发 / 刘长乐
- 018 透过赛场我们还应看到什么?
——奥运会对中国文化国际传播的启示 / 孙玉胜
- 021 经济下行期的传媒马太效应 / 姚 林
- 038 广播产业经营及资本运作的实践与思考 / 汪 良
- 040 故事会与改革开放 30 年
——全力打造中国大众文化的精品工程 / 何承伟
- 048 让创意更精彩 让大众更快乐
——永远创造快乐的湖南电视 / 欧阳常林
- 058 传媒发展的文化理解 / 尹明华
- 058 在创新中谋求战略转型 / 郑 强
- 069 第一财经跨媒体、跨行业成长之路 / 高韵斐

- 078 整合区域资源 构建产业集群 提高经济质量 / 姜凤羽
- 081 回归区域 / 闫爱华
- 092 破局：经济危机与中国传媒的发展 / 陈 刚
- 097 金融危机对传媒业的影响及对策研究 / 谢耘耕
- 110 金融危机对传媒业的影响及对策 / 蔡尚伟

创新 经典

INNOVATE CLASSIC

- 127 地面突围
——齐鲁电视台的创新之路
- 134 光荣与梦想
——《英语周报》的奋进 25 年
- 142 制造影响力
——“重庆第一大报”《重庆商报》的创新传奇
- 151 从《辽沈晚报·铁岭版》创办看报业品牌拓展路径
- 160 《今晚报》：改革开放催生的报业奇葩
- 165 铸剑
——重庆广电集团的创新传奇
- 174 改革开放 30 年 广东电视台与时代同行

184

影响中国

——中国第一张都市报《华西都市报》的崛起历程

190

品牌经营为第一经营

——泉州晚报社“一体化运作”打造强势媒体

200

在变革中寻求突破和创新

——安徽电视台新一轮改革发展纪实



行业 盘点

INDUSTRY INVENTORY

211

2008 中国传媒创新报告 / 2008 中国传媒创新报告课题组

221

中国报业：重压之下积极转型 / 周志懿

230

中国电视：在挑战中前行 / 谢耘耕 李文超

239

中国期刊：平平淡淡又一年 / 杨春兰

245

中国网络媒体：踏上新征程 / 闵大洪

254

手机媒体：渐入佳境 / 杨 成 肖 倩

262

后 记

精英
论道

N T H E R O A D E L I T E



刘长乐

现任职务：凤凰卫视控股有限公司董事局主席兼行政总裁。

1980 年进入中央人民广播电台，先后任记者、编辑、新闻评论员、高级管理人员，多次参与重大事件的报道和评论，多次获优秀新闻大奖。

1988 年移居海外，在中国本土及海外的投资项目包括石油、道路建设、房地产、贸易及文化事业等。

1996 年 3 月 31 日，创立凤凰卫视有限公司，2000 年 6 月 30 日成功在香港联交所创业板上市，易名为凤凰卫视控股有限公司，出任董事局主席兼行政总裁。刘长乐目前还担任中国传媒大学和南开大学的客座教授、南京大学的校董，美国国家电视艺术科学院国际董事会理事。

