

社会转型与中国大众媒介改革论丛

走向在线社会信息传播系统 ——中国报业的转型之路

吕尚彬 熊敏 黄荣 著



人 民 出 版 社

走向在线社会信息传播系统

——中国报业的转型之路

吕尚彬 熊敏 黄荣 著



人民出版社

策划编辑：陈寒节

责任编辑：王志茹

装帧设计：朱晓东

图书在版编目(CIP)数据

走向在线社会信息传播系统：中国报业的转型之路/吕尚彬，熊敏，

黄荣 著. —北京：人民出版社，2018.9

(社会转型与中国大众媒介改革论丛/罗以澄 主编)

ISBN 978-7-01-019804-0

I. ①走… II. ①吕… ②熊… ③黄… III. ①报业-产业发展-
研究-中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 217560 号

走向在线社会信息传播系统

ZOUXIANG ZAIXIAN SHEHUI XINXI CHUANBO XITONG

——中国报业的转型之路

吕尚彬 熊敏 黄荣 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京中兴印刷有限公司印刷 新华书店经销

2018 年 9 月第 1 版 2018 年 9 月北京第 1 次印刷

开本：710 毫米×1000 毫米 1/16 印张：17.25

字数：245 千字

ISBN 978-7-01-019804-0 定价：68.00 元

邮购地址：100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话：(010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书，如有印制质量问题，我社负责调换。

服务电话：(010)65250042

本书是教育部人文社会科学重点研究基地重大项目
“传媒智能化背景下中国传媒和广告产业竞争力研究”
(批准号：16JJD860002) 中期成果

教育部“211”工程三期项目
“社会转型与中国大众媒介改革”课题成果
《社会转型与传媒发展研究丛书》编委会

编委会成员：

石义彬 罗以澄 吕尚彬 张金海
刘九洲 夏 琼 秦志希 陈 刚

主 编：

罗以澄

副主编：

吕尚彬

社会转型与传媒发展研究丛书·序

自从1978年12月18日，中国共产党十一届三中全会拉开了改革开放大幕之后，中国社会踏上了克服总体性社会危机，在经济全球化、社会市场化、传播数字化、政治民主化的发展轨道上，努力探求经济振兴、社会民主、文化繁荣、国民富裕、民族复兴的转型之路。中国传媒作为影响社会转型发展的核心要素之一，在与政治、经济、文化、技术等协同推进中国社会转型的同时，自身也在转型发展。因此，社会转型与传媒发展的互动互构、协同共进，是当代中国社会的一大重要景观。特别是进入改革开放的第二个三十年以来，伴随着中国社会着力建构和谐社会并开始探索构建公民社会，中国传媒正在本体化、市场化、数字化、国际化的轨道上，不断转型，持续刷新自己。所谓本体化，是讲中国传媒在政治与资本的博弈过程中，日益回归作为社会信息传播系统这一传媒本体，尽管艰难，却竭尽全力地逼近社会事实真相，承担着社会生活的“探照灯”与“监视器”职责；所谓市场化，或者叫产业化，是讲中国传媒在“两分开”的基础上，正在不断演进成为市场主体；所谓数字化，是讲中国传媒伴随着数字技术的创新与扩散，正在构筑新的内容生产与传播机制，并不断形成新的媒介样态；所谓国际化，是讲中国传媒在社会改革开放的大背景下，既不断学习、吸纳发达国家传媒运行的新技术、新经验、新惯例、新思维，又不断提升着自己的国际影响力和传播话语权。这样一些特点和走向，对于具体的传媒组织而言，已经成为影响和制约其发展的战略走向。探索和分析社会转型过程中的传媒转型的特点、规律和走向，这是当下研究中国媒介发展的核心议题和战略议题。因此，在

2008年,武汉大学新闻与传播学院开始承担教育部“211”工程三期项目“社会转型与中国大众媒介改革”课题时,研究的聚焦点就自然集中在“社会转型与传媒发展”上。经过了多年的艰辛探索和协同创新,课题组获得了一定的创新成果。《社会转型与传媒发展研究丛书》表述的就是这一重大课题的初步成果。

《社会转型与传媒发展研究丛书》是由武汉大学新闻与传播学院的多个研究团队分工负责、联合攻关,才得以推出的一套丛书。整体而言,我们组织这套丛书注重创新性、前瞻性,兼顾实用性。

第一,创新性。中国社会转型过程中的传媒发展问题,已经成为当今全球传播学者所关注的解析“中国案例”的一大战略性话题。这套丛书,便是学术界首推的解决“中国社会转型与传媒发展”这一复杂性问题的学术专著系列。丛书的议题与观点均颇具新意。其中,既有对于社会转型背景下中国公民社会建构与新闻传媒发展一般关系的探究,又有基于协商的民意而对于转型社会的大众媒介与公共决策机制的分析;既有对于转型社会背景下网络与传统媒介新闻宣传的比较,也有对于媒介、民族主义与现代性规划的深度分析;既有对于政府危机公关与大众媒介应对的洞察,也有对于中国社会经济转型中的传媒产业化发展问题与战略思路的探究,还有对于包括报业、广电、网络企业在内的中国十五大传媒集团产业发展的观察。

第二,前瞻性。整套丛书,重视对于中国传媒发展现实问题的捕捉、分析与解决,更注重中国传媒及新闻改革未来走向的探究与思考。这对于转型中的大众传媒在中国社会政治、经济、文化、生态文明构建过程中充分发挥本体功能,具有重要的指引作用。

第三,实用性。丛书以理论与实践相一致为撰述的基本指导思想,既重视学理层面的探索与创新,又重视对于中国传媒发展实践的指导意义,从而表现出较强的实用性。

这套丛书是集体合作、团队协作创新的结晶。作为这套丛书的主编,我要向各部著作的作者及参与者表示衷心的感谢。是你们的精心研究和创造性劳动才促成丛书的生成。我还要向人民出版社及本丛书的策划编辑陈寒节先

生表示诚挚的谢意，正是有你们的杰出工作和鼎力支持，这套丛书才得以如此迅速地、精彩地问世。当然，尽管我们做了最大的努力，但由于我们的水平有限，书中“大端之谬，小节之失”在所难免，恳请读者批评指正。

罗世

2013年1月28日

序

在某种意义上，本书既是对课题组最近十余年关于中国报业及传媒业发展思考的一个总结，又是一个探索中国传媒业发展进路的新开始。

2009年出版《中国大陆报纸转型》的时候，我们还倔强地使用了“转型”的概念，试图揭示报业的未来走向。因机缘巧合，2008年底我们还申报成功教育部重点研究基地重大项目（批准号：08JJD860220）“中国报业发展战略转型研究”。那个时候，还是中国报业发展的“黄金时期”。虽然“寒冬论”等盛世危言已经振聋发聩，但我们依旧相信“转型”之后的报业尚有活路。不过，这个课题的研究却十分艰难，我们持续观察、分析、探索将近十年才于去年草草结题。“艰难”在于两个方面：一是研究对象变化剧烈，难以准确洞察其发展变化的内在规律。近些年，我们课题研究对象的变化似乎是戏剧性的，中国报业的命运惊心动魄而又悲怆无比，从生存的顶点断崖式跌到深不见底的“谷底”。2004年之前，还是报纸最为辉煌的时代，被学者称为“大报纸的时代”。时间的车轮转到2005年，报业经营的“拐点”突现之后，似乎在一夜之间报纸进入了最为艰难的时代，进入了面临灭顶之灾的时代。尤其是到了现在，报业的衰落似乎无可挽回。在地铁的列车上，一个个年轻人大多专注地盯着手里的智能手机屏幕而不再读纸报、纸刊；常年守着报摊谋生的大爷或者大妈，无奈地看着行人从自己的面前匆匆走过而不再停留，大街上的报刊亭一天天在消失；从前的优秀报人或者深度报道记者开始纷纷“转场”移动互联网、智库、高校与其他新媒介，以重新寻求生存的峰顶；一些新闻与传播学院的

学生们也已经把报纸视为“古典传媒”，传统的报社即使有留京户口的诱惑，似乎也不再是他们趋之若鹜的理想职场。特别是1985年以后出生的所谓“网生代”逐步成为社会的中流砥柱的时候，报业似乎正在传媒产业里被次要化、边缘化。二是自身研究能力的局限。基于互联网的发展，讨论以报业的转型为核心的传媒演进话题，是一个典型的“复杂性挑战”问题。时常感觉作者的思维和知识结构难以跟上中国互联网及其平台媒体的日新月异的发展。在整个课题研究展开的艰难进程中，不断学习，不断突破，持续地构建自己与传媒发展变化相适应的洞察能力与知识结构，一直是课题组的艰巨任务之一。

从思想轨迹来看，本书基本观点的形成，有几个关键点。一是大约在2012年导入产业更替与再生理论，跳出一般意义的业界趋势追踪和表层分析，试图从产业更替的内层面洞察互联网产业对媒介生态的颠覆逻辑，这才形成对中国传媒产业演进逻辑与轨迹的基本判断；二是基于长时段演进轨迹的判断和长期的产业观察，2013年上半年形成以互联网平台为基础的报业实现产业转型的思路。从转型的角度思考报业及传媒业的走向，则是在2014年前后。在2014年中国传媒大会会议上的主报告之一《重组中重生：报媒的转型生存逻辑》，则是最早从转型的角度发声的。到了2015年11月，在深圳大学新闻与传播学院辜晓进教授组织的学术沙龙上，与曹轲先生、唐润华先生纵论“报业路在何方”这一核心话题，转型就成为我的核心支撑话语了。

如果说中国报业发展的基本路径是转型的话，那么其目标则是成为“在线社会信息传播系统”的一部分。事实上，今天的传媒就是在线社会信息传播系统。所谓媒介融合，所谓传媒资源重组，所谓互联网的“倒整合”，其结果则是生成在线社会信息传播系统。当然，“上线”“在线”“隐线”“超线”则可能是基于智能传播新技术不同发展阶段所形成的在线社会信息传播系统的不同形态。例如，今天的传媒学术界瞩目的智能媒体，即是在线社会信息传播系统的较高级阶段的形态。因此，我们在2016年又成功申报教育部重点研究基地重大项目（批准号：16JJD860002）《传媒

智能化背景下中国传媒和广告产业竞争力研究》，进一步探索中国传媒产业的智能化发展之道。

本书集中讨论基于互联网发展的中国报业的转型，以至于形成在线社会信息传播系统，以期第四次工业革命背景下中国当代传媒的智能化发展进路提供一种基础性思考。

是为序。

吕尚彬

2018年8月8日

目 录

引 论	1
第一章 中国报业发展战略转型的机理分析	11
第一节 核心概念	11
第二节 报业的生命周期及中国报纸产业重组	19
第二章 市场与互联网双重视阈下中国报业的困境	47
第一节 中国媒介产业化演进与报纸的产业化转型的纠结	47
第二节 互联网的发展与报业“数字化转型”的无奈	67
第三章 中国报业致困原因与影响因素	81
第一节 中国报业致困原因	81
第二节 中国报业困境的影响因素	102
第四章 中国报业转型战略的基本路径与内容	120
第一节 中国报业的激进式变革	120
第二节 市场化转型战略	140
第三节 互联网化转型战略	149
第五章 新型传媒业态:重构与“网生代”的连接	177
第一节 在线社会信息传播系统的初级形态及其特征	177
第二节 用户战略	186
第三节 平台化战略	196
第六章 2011 年以来发达国家报业发展状况及分析	210
第一节 美国报业发展及其付费墙战略	210

第二节 日本报业发展及其多元化跨位战略	227
第三节 英国报业发展及其平台战略	240
第四节 发达国家报业转型发展战略分析	248
结 语	259
后 记	263

引 论

在当代中国新闻传播与媒体发展的现实图景之中，有两大传媒发展事件非常引人注目：一是以报纸、电视为代表的传统媒体的日益衰落；二是以互联网为社会传播构造的新范式，正在重组传媒资源，构建着在线社会信息传播系统。本书着力探讨的核心问题是中国报业在新的在线社会信息传播系统构建过程中转型的可能性及其战略走向。

一、研究背景和价值

在中国传媒产业激进式变革正波澜壮阔地展开的历史进程中，中国报业正处于断崖下跌、化蛹蝶变、凤凰涅槃、转型的“关键时刻”，不断凸显“关键问题”。

“关键时刻”的出现，既有全球报业面临的共性背景，又有中国报业自身的特殊背景。

所谓“共性背景”，强调的是全球报业共同面临的来自新技术革命、传媒新技术的创新与扩散、互联网的强劲发展所带来的颠覆性压力。众所周知，互联网导入商用之后，传统纸媒逐步成为夕阳产业。尤其是在最近十几年中，纸报的生存空间越来越小，读者持续流失，印刷广告收入接连下跌。虽然《纽约时报》《华尔街日报》《卫报》等国际知名大报纷纷实施“网络优先”战略，先后开始通过网络版和移动 APP 增加订阅收入和广告收入，但是这仍然无法抵消用户的持续流失和印刷广告的不断下滑。例如，为了限制非自愿裁员的规模，2016 年 10 月，《华尔街日报》面向全世界的员工——包括管理层和普通员工——提供买断雇佣合同的机会，他

们通过获得自愿离职补偿的方式离开报纸。^①

所谓“特殊背景”，强调的是中国报业面临的独有的背景。这有两点不容忽视：一是以报业为先导的传媒产业化进程正在推进之中，但报业自身却难以可持续发展；一是传统报业一直充当新闻宣传、舆论引导的“排头兵”。在中国改革开放和社会主义市场经济体制转型过程中，传媒产业化进程逐步展开。1978年中国传媒市场重开以来，从刊登广告、自办发行、扩版扩容、集团化发展，到新闻宣传与可经营性资产两分开、转企改制、媒介融合等，此前的每一步产业化的探索，报业都走在其他传媒产业的前面，引领整个传媒产业化发展。但是，中国传媒市场化进程中的报业却是“出师未捷身先死”。中国传媒产业化的进程，依旧任重而道远，按照行政差序格局配置传媒资源的壁垒依然如故、传媒大市场尚需构建、传媒市场主体尚需培育，而报业自身却面临巨大的生存危机，其命运难以自持。在党的新闻宣传、舆论引导的传媒方阵里，以各级党报为主体的报业，一直担当着思想宣传、信息传播、社会整合、价值引领的“排头兵”。不过，伴随着用户的不断流失和“85后”“95后”“00后”等互联网原住民、移动互联网原住民与传统报纸的隔膜，导致这个“排头兵”也逐步丧失其“阵地”，难免“有序退市”的命运。在全国范围内，仅仅在2017年12月29日一天内，休刊、停刊的报纸包括《渤海早报》《假日100》《采风报》《球迷》《北京娱乐信报》《台州商报》《大别山晨报》《皖南晨刊》《无锡商报》《西凉晚报》《白银晚报》《西部开发报》《北部湾晨报》《上海译报》《楚天金报》等十几家。

中国报业向何处去？中国报业将如何转型发展？中国报业所面临的这些共性背景与特殊背景凸显出中国传媒发展的“关键问题”，要求传媒学界和传媒业界必须共同探索中国报业的转型发展战略走向。

分析解决这一“关键问题”的肯綮在于顺应中国传媒产业演进的大

^① 晨曦编：《最牛的纸媒也扛不住，《华尔街日报》鼓励员工主动买断离职》，腾讯科技，<http://tech.qq.com/a/20161022/022728.htm>。

势,在市场的轨道与互联网的平台上,重构报纸产品与互联网原住民和新型用户的有效供求关系。显然,本书对这一“关键问题”的努力探讨与着力解决,具有重大的学术理论价值和重要的实践指导价值。

1. 学术价值

第一,促进报纸产业发展理论的当代转型。我国的当代报业发展理论经历了党报理论、市场化报纸理论等不同阶段。尽管这些理论在过去有效地指导了报纸新闻传播实践,但是随着新闻改革与社会转型向纵深发展,传统的报纸发展理论已经显现出局限性。在传播主体、传播对象与传播媒介、传播内容发生了巨大转型的今天,传统的报纸发展理论已经难以有效地解释和引导报纸媒介与报纸产业的发展及其走向,亟待进行理论的创新和转型。本课题聚焦于产业逻辑、技术逻辑的博弈场域中的报纸产业在市场与互联网视阈下发展战略的转型,探讨互联网作为一种重构社会传播的新范式,在报纸产业的转型历程中的框架与基础功能,探索报业转型发展过程中颠覆性变革的路径与对策思路,由此提出在全球化背景下我国报纸产业转型、再生发展的理论框架,进而试图达到促进报纸媒介发展理论的当代转型的目的。

第二,为解决中国报业战略转型过程中的问题提供理论资源支持和路径指示。目前报纸产业发展战略转型过程中,出现了重视物的转型而忽视人的转型、重视数字化业态转型而轻视产业制度创新、重视信息表达途径与方式转型而轻视信息质量与品质提升、重视自身优势的延伸而忽视互联网平台的发展、重视“两微一端”的建设而忽视用户智能化演进、重视新型产品和服务的开发而轻视报社组织结构转型等问题。报业产品与新型用户失联这一产业的核心问题,并没有得到解决。导致这些问题的根源有两个:一是报纸产业制度创新变革的滞后与制度资源供给的严重不足;二是“实践先于理论”“摸着石头过河”的报业转型实践路径本身,缺乏系统的理论指导。本课题试图超越过去的一般跟进式、总结性、解释性研究,而从学理层面,运用产业变迁、平台媒介等多学科理论资源,解析中国报业发展战略转型的宏观环境、微观环境因素,分析报业战略转型的条件与依

据,提出基于中国传媒产业演进轨迹与“互联网+报业”战略的转型新思路;通过理论创新,试图提出具有实践指导意义的中国报业“转型与再生”发展的理论观点和系列命题,为解决报纸产业战略转型过程中的问题提供理论资源的支持和路径指示。

2. 实践价值

其一,为促进我国报业发展战略转型实践提供“互联网+报纸”的新转型战略对策思路。媒介的多载体化、传播的全球化以及信息的数字化等趋势,导致报纸形态的多元化、复杂化、数字化,导致报纸产业的内部条件和外部战略环境的巨大变化。尤其是传播科技进步引发的媒介革命方兴未艾,使报业与其他媒介的竞争与整合日益加剧。有线电视、卫星电视、数字电视、手机、互联网等新媒介狂飙与广播、电视、报纸、杂志、电影等原有媒介秩序和传播系统形成的激烈竞争使报纸媒介传播形态正在发生大变革、大汇流、大整合,也使报纸产业发展战略转型异常复杂和艰辛。课题组追踪研究中国报业发展演变轨迹及湖北日报、上海报业、浙江日报等具有代表性的传媒集团媒介融合的进程多年后发现,以2014年为界线,中国报业的转型发展实践明显分为两个截然不同的战略走向。此前,转型发展的战略走向集中在以报为中心的“报网互动”,大多做产品的延长线或者产品平台。对这种“报纸+互联网”的思路,我们称之为“数字报纸1.0”。2011年、2012年、2013年、2014年以来的报业整体“断崖式下跌”,迫使报业寻求新的突围思路。此后,报业整体开始探索向互联网的迁移,形成新的战略走向,互联网企业办报,以互联网思维、互联网逻辑、互联网平台重组产业资源。对这种“互联网+报纸”的新战略走向,我们称之为“在线社会信息传播系统(数字报纸2.0)”。基于“在线社会信息传播系统”的战略构想,本课题将探索中国报业转型的路径与内容、新型智能报业(具有纸质出版物的互联网媒介平台)等问题,提出促进报业战略要素转型和“在线社会信息传播系统”的战略构想实施的应对策略和操作建议。

其二,促进国家传播能力和舆论引导能力的提升。迄今为止,中国报