

人民日报

传媒书系
SERIES OF THE BEST
MEDIA BOOKS

MEDIA

Chuanmeifazhan de
Fanshi Geming

传媒发展的范式革命： 传统报业的困境与进路

基于2015—2016中国报业
景气状况调查与研究

新闻学论集第33辑（专辑）

喻国明 丁汉青 主编

人民日报出版社

人民日報
傳媒書系
SERIES OF THE BEST
MEDIA BOOKS

MEDIA

Chuanmeifazhan de
Fanshi Geming

傳媒發展的范式革命： 傳統報業的困境與進路

基於2015—2016中國報業
景氣狀況調查與研究

新聞學論集第33輯（專輯）

喻國明 丁漢青 主編

人民日報出版社

图书在版编目(CIP)数据

传媒发展的范式革命:传统报业的困境与进路:基于2015—2016中国报业景气状况调查与研究/喻国明,丁汉青主编. —北京:人民日报出版社,2016.8

ISBN 978-7-5115-4112-3

I. ①传… II. ①喻…②丁… 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(2016)第201842号

书 名: 传媒发展的范式革命:传统报业的困境与进路——基于2015—2016
中国报业景气状况调查与研究

主 编: 喻国明 丁汉青

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 梁雪云

封面设计: 春天书装工作室

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路2号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369509 65369510 65369846

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369526

网 址: www.peopledaily.press.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京鑫瑞兴印刷有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 290千字

印 张: 19

版 次: 2016年10月第1版 2016年10月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-4112-3

定 价: 42.00元

本项研究为中国人民大学新闻与社会发展研究中心自选研究项目“中国传媒业的发展困境与转型之路”的成果

本特刊编委会

喻国明 张建新 丁汉青 胡怀福 杨保军 李 彪

本特刊出品方

中国人民大学新闻与社会发展研究中心

中国报业协会

中国人民大学新闻学院

CHUANMEI

CHUANMEI FAZHAN DE FANSHI GEMING
CHUANTONG BAOYE DE KUNJING YU JINLU

代序言

中国发展的“紧要关头”：呼唤传媒 研究者的责任与大智慧

“这是一个最好的年代，也是一个最坏的年代；这是一个智慧的年代，也是一个愚昧的年代。”狄更斯在其小说《双城记》开篇语中这句宿命式的名言，似乎总适用于每一个发展变化中的大时代。就中国社会的当前发展而言，人们普遍的心结是，无法判断这是一个最好的年代，还是一个最坏的年代，但几乎人人都是可以确认的是——这是一个充满迷宫式选择与错愕的纠结年代。中国社会正经历着一场深刻的革命，从未有哪个时代的社会格局像现在这样纷纷扰扰、万象横生。显然，我们所处的时代，在历史发展的大坐标系上，恰处在一种必须做出某种重大抉择的“紧要关头”。如果说，在非“紧要关头”时，我们尚可以将关注的重点放在“如何做”这类战术性问题上的话，在“紧要关头”时，我们必须将关注重点放在“在哪做”“做什么”这类战略性的问题上，因为它是“系好衬衣的第一个纽扣”。正是在这个意义上，我们说，方向比速度更重要。

然而，时下的中国传媒业的研究如同一个寓言所描述的：在黑夜里，有一个醉汉丢了钱，他在路灯下一圈一圈地寻找，直到倒卧在地。勤奋的记

者们完整再现了醉汉是如何转了一圈又一圈，并且访问了他的家属，甚至追溯了他的童年；专家们则争吵不休，有人说他应该再多转一圈，有人说他应该转得更快一点，有人说他为什么醉酒带钱走夜路呢——要么策略有问题要么背后有阴谋，还有人说这“本质上”是一个法治问题，加强酒后理财机制建设势在必行。

这个寓言几乎成了所有传媒领域问题的公共讨论的“标准模板”：几乎人人都是在醉汉逻辑框定的范式内寻找答案。其实，事实的真相是，钱并不在路灯下，只是因为醉汉觉得灯下最明亮、最便利。这也正是我们目前应对发展中的危机与困境时的真实状态——短视、自欺、直觉主义、饶舌和隔靴搔痒。远见卓识缺位，整体性的理解力丧失，一切流于虚浮和泡沫，最终被一盏路灯、一条新闻或一句断言所遮蔽了。必须指出的是，在当前的“紧要关头”，我们需要竭力呼唤理论的超越意识和批判力，重归时代思想者的关键位置。而选择的大智慧的第一要义是：我们所面对的外部环境究竟发生了哪些深刻的变化？这些变化对于我们意味着什么？接下来，需要做的就是——“有勇气来改变可以改变的事情，有胸怀来接受不可改变的事情，有智慧来分辨两者的不同。”这便是现时代传媒学术研究者的责任和担当，我们以此来自勉也就教于传媒学术和实践界的各位同人。

2015年10月至2016年3月，基于对以报业为代表的传统媒介业困境与发展状况的深刻理解和关注，中国人民大学新闻与社会发展研究中心与中国报业协会携手合作，共同开展中国报业景气状况调查。调查所获得的来自实践一线的大量数据与案例对于我们真切认识转型困境中的传统媒介业的状况和深层次原因具有特殊重要的学术认识价值和决策参考意义。

本书包括总论篇、专题报告篇、专家座谈与访谈篇、研究篇四部分。

总论篇中的《现实与出路：把脉中国报业》为整个研究的概括，本篇中数据出自专题篇三份专题研究报告。

专题报告篇包括《专题一：2015年全国报业景气状况调查报告》《专题

二：全国报业景气指数舆情分析》《专题三：中国大陆报业现状深描：总体衰退加剧表象下的三重危机》。专题一采用问卷调查法了解传媒经营者对本报业综合经营情况的判定与预期，用以综合反映报业的经营与发展状况。专题二采用舆情分析法，分析相关报业网站、微博、微信公众号上关于报业新闻报道内容的情感倾向，检测当前新闻媒体、社会公众等主体对报业的基本判断。专题三采用深度访谈法深入了解从业者对当前报业经营状况的真实感受。上述三份专题报告所采用的研究方法与研究视角相互补充，其研究发现共同构建起一幅完整的中国大陆报业现实图景，从而可以全面反映当前报业的运营状况，并为推测报业未来发展变化趋势提供基本依据。上述三份专题研究报告篇幅较大，故每份报告前均设置报告摘要，以帮助读者快速抓取核心信息。

专家座谈篇与访谈篇包括1篇专家座谈、1篇人民日报访谈及10篇采用匿名形式呈现的访谈精要。

研究篇包括6篇深度解析当前形势下报业困境与发展之道的研究性论文。

希望这些来自实践一线的数据、案例和研究性文字能够为中国传媒业的发展起到一种正本清源、开拓未来的积极作用。

中国人民大学新闻与社会发展研究中心主任 喻国明教授

2016年7月 于北京明德新闻楼

CHUANMEI

CHUANMEI FAZHAN DE FANSHI GEMING
CHUANTONG BAOYE DE KUNJING YU JINLU

目录

| 总 论 篇 |

- 现实与出路：把脉中国报业 / 003
 - 一、中国报业经营现状 / 004
 - 二、中国报业目前存在的三大问题 / 005
 - 三、中国报业三大问题原因剖析 / 007
 - 四、促进中国报业健康发展的策略建议 / 010
 - 五、结语：2016 年中国报业发展展望 / 014

| 专题报告篇 |

- 专题一：2015 年全国报业景气状况调查报告 / 019
 - 一、报告综述 / 019
 - 二、报业集团 / 022
 - 三、报业单位 / 041
 - 附录 1 2015 年全国报业集团景气度调查问卷 / 069
 - 附录 2 2015 年全国报业景气度调查问卷 / 076

- 专题二：全国报业景气指数舆情分析 / 085
 - 一、研究方法 / 086
 - 二、描述统计分析 / 088
 - 三、报业 2015 年度热词 / 095
 - 四、报业景气度舆情现状解读 / 100
 - 五、相关建议分析 / 107
- 专题三：中国大陆报业现状深描：总体衰退加剧表象下的三重危机 / 111
 - 一、问题的提出 / 111
 - 二、中国大陆报业现状 / 112
 - 三、报业经济压力加剧背后的三重危机 / 123
 - 四、2016 年报业展望 / 129
 - 附录：深度访谈 / 132

| 专家座谈与访谈篇 |

- “中国报业景气状况研究”专家座谈会精华录 / 135
- 人民日报社的融合与转型 / 149
- 案例一：“基本可以维持正常运营” / 155
 - 一、党报集团基本情况 / 155
 - 二、被访者对报业的判断 / 156
- 案例二：“下滑幅度巨大” / 159
 - 一、地市级党报广告收入基本状况 / 159
 - 二、被访者对报业的判断 / 160

- 案例三：“整体运营不错” / 163
 - 一、地市级党报的基本状况 / 163
 - 二、被访者对报业的判断 / 165

- 案例四：无线城市项目推动数字化转型 / 167
 - 一、无线城市项目的基本情况 / 167
 - 二、被访者对报业的判断 / 169

- 案例五：“主要收入为广告，未来开展多元化经营” / 171
 - 一、报业公司基本情况 / 171
 - 二、被访者对报业的判断 / 172

- 案例六：“面临改革困境” / 175
 - 一、集团基本情况 / 175
 - 二、报业集团面临改革困境 / 176

- 案例七：“生存较为艰难” / 177
 - 一、报社基本情况 / 177
 - 二、被访者对报业的判断 / 178

- 案例八：“亟需政策、资金和具体项目的支持” / 181
 - 一、报社发展的基本情况 / 181
 - 二、被访者对报业的判断 / 182

- 案例九：“人力资源状况堪忧” / 183
 - 一、党报集团基本情况 / 183
 - 二、关于纸媒的四点思考 / 184

■ 案例十：新媒体业务运营良好，纸媒广告收入大幅下滑 / 185

一、集团基本情况 / 185

二、被访者对报业的判断 / 186

| 研 究 篇 |

■ “平台型媒体”的理论范式与实践路径（上）/ 191

——“平台型媒体”的缘起、理论与操作关键

一、互联网作为一种“高维媒介”构造和激活了以个人为基本单位的社会传播的全新格局 / 192

二、“个人”被激活之后的媒介生态重构是一场革命 / 193

三、未来传媒转型发展的主流模式：“平台型媒体” / 198

四、“平台型媒体”：运行法则与操作要点 / 201

■ “平台型媒体”的理论范式与实践路径（下）/ 209

——平台型媒体的生成路径与发展战略

一、催生平台型媒体形成的四个动因 / 210

二、平台型媒体的特征及形态架构 / 213

■ 试析传统媒介与新媒体的合作模式与操作要点 / 221

一、执行力欠缺、技术人才匮乏、规避体制性风险：传统媒体与互联网公司合作的三大主因 / 222

二、“新旧媒体”合作的案例分析及简要评价 / 224

三、“新旧媒体”合作的原则及操作之关键 / 231

- 中美报业数字化转型现状之比较 / 235
 - 基于《中国经营报》与《华尔街日报》的分析
 - 一、案例选择 / 236
 - 二、研究方法 / 236
 - 三、数据分析 / 239
 - 四、研究讨论 / 244
- 理解传统媒体的现实境遇 / 249
 - 一、传统媒体正在经历着的衰退：受众流失—广告下行—投资者转身 / 250
 - 二、传统媒体现实境遇不乐观的实质：吸聚注意新旧模式的碰撞 / 260
 - 三、洞察用户——传统媒体重建吸聚注意新模式的逻辑起点 / 262
 - 四、结语 / 263
- 移动互联时代传统媒体核心竞争力再造路径研究 / 265
 - 一、引言 / 265
 - 二、关系传播和情感传播成为移动互联时代的软硬件 / 266
 - 三、移动互联时代的信息生产格局：UGC+PGC 和 OGC 多元化生产方式 / 268
 - 四、移动互联时代的商业模式：从单点支撑到生态圈布局 / 270
 - 五、结语与讨论 / 275
- “互联网+”时代媒体融合转型的做点研究 / 277
 - 一、媒体融合的历史脉络梳理 / 278
 - 二、当前传统媒体融合转型的思考与反思 / 280
 - 三、集成经济视角下的传媒集团融合转型的路径选择与未来趋势 / 285

CHUANMEI

CHUANMEI FAZHAN DE FANSHI GEMING
CHUANTONG BAQYE DE KUNJING YU JINLU

CHUANMEI

总 论 篇

现实与出路：把脉中国报业^①

《中国报业景气状况研究》课题组^②

2015年10月至2016年1月，中国人民大学新闻与社会发展研究中心与中国报业协会携手，共同开展中国报业景气状况调查。调查发现，目前中国报业不仅正在失去广告价值（广告主离开），而且还正在失去渠道价值（发行量减少）；不仅正在失去渠道价值，而且还正在失去内容提供者价值（报业内容景气指数走低）；不仅正在失去内容提供者价值，而且还正在失去影响社会的价值（社会影响力下降）。内容（特别是新闻报道）提供者价值与影响社会价值的流失正在导致报业“空心化”。谋求重生的报业急需改变此前过于重视数字化或融合“形式”的做法，重新回归报业的核心价值——用专业内容（尤其是新闻报道）获取社会影响力。报业重生不仅意味着走出当前传统商业模式坍塌所带来的经济困局，实现国有资产保值增值；而且更意味着寻得切实可行的专业内容价值补偿方式（如版权、交叉补贴等），继续承担起环境监测、社会协调等功能。

社会体系运转离不开报业等“软力量”。当前报业之困不仅是行业之困，更是社会发展之困。报业谋求重生不仅需要自身努力，更需要社会各方的支持。

① 本文数据材料来自“中国报业景气调查研究”的三份基础报告——《2015年全国报业景气状况研究调查报告》《全国报业景气指数舆情分析》及《中国大陆报业现状深描：总体衰退加剧表象下的三重危机》。文中将不再一一注明数据出处。

② 中国报业景气状况研究课题组成员来自中国人民大学新闻与社会发展研究中心、中国报业协会。课题主要负责人为中国人民大学新闻与社会发展研究中心主任喻国明教授，中国报业协会胡怀福秘书长。本报告由中国人民大学新闻学院副教授丁汉青执笔。

我们认为，相关主管部门面对当前中国报业危局，首先，需意识到社会的良性发展离不开发挥环境监测、社会协调等功能的报业；其次，需顺应新媒体技术给传统媒体带来的这次重生机会，采取积极措施，优化“存量”，引导“增量”，最终打造出有巨大社会影响力的“新”报业！

一、中国报业经营现状

传统营收下降之势不可阻挡，新业态“补血量”赶不上老业态“失血量”，报业资金链面临断裂风险。

（一）2015年中国报业传统营收（广告与发行）深度下跌，且2016年预期更加悲观。

从发行上来看，2015年报纸发行量与发行收入与2014年相比“持平”者分别为36.1%与43.3%，“略有减少”者分别为37.7%与31.73%，并且被调查者对2016年发行量与发行收入变化的预期较2015年更悲观。考虑到通货膨胀与行政力量助推报纸发行的事实，报纸发行量与发行收入实际变化可能较数据显示更为消极。

从广告收入看，2015年广告收入与广告实际价格与2014年相比“持平”者分别占比15%与59%，“略有减少”者分别占比33.3%与27.9%，“大幅减少”者分别占比41.7%与4.9%。预期2016年比2015年相比“持平”或“略有减少”者均有不同程度的增加。得益于行政助推，报业发行相对广告更乐观些，不过，情况更糟糕的广告可能更能反映目前报业市场的真实状况。

（二）报业新业态“补血量”比不上老业态“失血量”，不少报业面临资金链断裂危险。

报业衰退迹象早已显现，“狼来了”的预警也已响了多年。在报业传统

营业收入沦落至今日境地之前，报业当然早已开始另觅出路：建设网站、“两微”等新媒体渠道自不必说，涉足印刷、版权、影视、游戏、教育、体育、演艺、旅游、活动、会展、物流、房地产、艺术园区、投融资、电子商务平台、智慧城市建设等领域也已相当普遍。不过，调查显示，报业集团（2015年）与报社（2014年）传统经营收入（主要包括广告与发行）在总收入中的比例分别高达65.9%与66.6%。对广告、发行等传统经营收入的过分倚重致使传统营收“失血”严重时，其他新业态收入无法及时补上“窟窿”。报业资金链吃紧现象已显露出来。

二、中国报业目前存在的三大问题

在中国大陆报业经营压力增大背景下，报业人员、社会影响力及资源配置效率低下等三大问题凸显。

（一）人员问题：人力资源结构不匹配与核心人才流失问题严重。对报业而言意味着乏人可用，可持续发展堪忧；对社会而言，意味着新增一份社会不稳定因素。

报业发展离不开人才支持，目前报业人力资源面临结构不匹配与核心人才流失双重危机。

1. 人力资源结构与新经营格局不匹配，老业态产生冗员，新业态乏人可用。

在原商业模式中，业务部门负责采编出报，经营部门负责将读者注意力卖给广告主，原商业模式的长期运行已“固化”出相对稳定的人力资源结构。该人力资源结构与新经营格局所要求的人力资源结构存在一定的差距：一方面，老业态萎缩产生冗员；另一方面，新经营格局中出现的新业态（如游戏、智慧城市建设等）乏人可用。人力资源结构无法迅速调整到位，新业态又