

中国传媒社会责任研究报告

RESEARCH REPORT ON SOCIAL RESPONSIBILITY OF MEDIA IN CHINA

(2017~2018)

主 编 / 黄晓新 刘建华 邸 昂



中国书籍出版社
China Book Press

专媒蓝皮书

中国传媒社会责任研究报告

RESEARCH REPORT ON SOCIAL RESPONSIBILITY OF MEDIA IN CHINA

(2017~2018)

主 编 / 黄晓新 刘建华 邸 昂



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

2017~2018 中国传媒社会责任研究报告/黄晓新, 刘建华, 邸昂主编.

—北京: 中国书籍出版社, 2018. 4

ISBN 978-7-5068-6860-0

I. ①2… II. ①黄… ②刘… ③邸… III. ①传播媒介-社会责任-研究报告-中国-2017—2018 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 087725 号

2017~2018 中国传媒社会责任研究报告

黄晓新 刘建华 邸 昂 主编

责任编辑 许艳辉

责任印制 孙马飞 马 芝

封面设计 楠竹文化

出版发行 中国书籍出版社

地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)

电子邮箱 eo@chinabp.com.cn

经 销 全国新华书店

印 刷 三河市顺兴印务有限公司

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 19.75

字 数 327 千字

版 次 2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5068-6860-0

定 价 98.00 元

版权所有 翻印必究

2017 ~ 2018 中国传媒社会责任研究报告 出品方

中国新闻出版研究院传媒研究所

中国人民大学书报资料中心

《中国出版》杂志社

《传媒》杂志社

2017 ~ 2018 中国传媒社会责任研究报告

课题组

课题组组长 刘建华

课题副组长 邸 昂 张文飞

课题组成员 卢剑锋 张书卿 李文竹 杨晓芳 杨驰原
杨青山 邹 波 王卉莲 郝天韵 杭丽芳

2017 ~ 2018 中国传媒社会责任研究报告

编委会

编委会主任 黄晓新 中国新闻出版研究院党委书记、副院长

编委（按姓氏笔画为序）

于重榕 云南美术出版社办公室主任、副编审

王 波 南京邮电大学副教授、南京大学文化产业博士后

申玲玲 西北政法大学新闻传播学院副教授、博士后

刘小三 西藏民族大学新闻传播学院副教授、博士

刘建华 中国新闻出版研究院传媒研究所执行所长、研究员、
博士后

刘 敏 云南警官学院学报编辑部副编审、博士

闫伟华 内蒙古大学文学与新闻传播学院讲师、博士

陈南先 广东技术师范学院文学与传媒学院教授、博士

陈柏福 湖南师范大学文化产业管理系副教授、博士

邓子璇 湖南师范大学历史文化学院文化产业管理专业研究生

邸 昂 中国新闻出版研究院传媒研究所

李 玲 中国丝路智谷研究院研究员

李慧娟 浙江理工大学史量才新闻与传播学院副教授、杭州市
舆情研究中心主任、博士

吴文汐 东北师范大学传媒科学学院副教授、博士

吴 琼 安徽财经大学文学院新闻传播系主任、副教授，南京
大学博士

应站锦 中文天地出版传媒股份有限公司证券法律部

张名章 昆明理工大学艺术与传媒学院教授

何 睿 上海财经大学人文学院讲师、博士

杭丽芳 云南大学传播学硕士，云南华一教育集团控股有限公
司董事，昆明亚满福科技有限公司总经理

周 皓 云南大学传播学硕士、云南省交通运输厅

郭玉荣 东北林业大学博士、商道纵横研究员

郭沛源 清华大学博士、商道纵横总经理

童之磊 中文在线董事长兼总裁

魏国彬 安徽财经大学艺术学院院长、教授、博士

主编简介

黄晓新

男，湖北洪湖人。中国新闻出版研究院党委书记、副院长。曾任新闻出版总署印刷复制管理司副司长、反非法和违禁出版物司副司长。2011年8月挂职任新疆维吾尔自治区新闻出版（版权）局党组成员、副局长，《新疆文库》编辑出版工作领导小组办公室副主任、《新疆文库》编辑出版委员会副主任。2014年7月任新疆维吾尔自治区新闻出版广电（版权）局党组成员、副局长（正厅级）。主持中央文资办重大项目“中国新闻出版多语种语料库研究”“全民阅读的社会学研究”等多项国家、省部级课题，多篇论文被《新华文摘》、人大复印报刊资料《出版业》等刊物全文转载，主要从事新闻出版管理与阅读社会学研究。

刘建华

男，江西莲花人。中国新闻出版研究院传媒研究所执行所长、研究员。中国社会科学院哲学所博士后，中国人民大学传媒经济学博士。中国新闻出版研究院书画社执行社长、中央国家机关书法家协会会员、中国新闻出版书法家协会会员，北京文艺评论家协会会员，新华社《瞭望智库》首批入驻专家。著有《舆情消长与边疆社会稳定》《对外文化贸易研究》《传媒国际贸易与文化差异规避》《民族文化传媒化》等书10余部，《中国传媒发展指数报告》主笔，《一本书学会新闻采写》（6部）丛书主编，发表论文80余篇。主持“舆情消

长与边疆民族地区稳定研究”国家社科基金等 30 余项课题。研究成果获国家级、省部级多项奖励，论文被《新华文摘》、人大复印报刊资料《新闻与传播》、“中国社会科学”等刊物多次全文转载，主要从事新闻传播理论、书法出版传播史、传媒经济与文化产业研究。

邸 昂

女，河南信阳人，中国新闻出版研究院传媒研究所助理研究员，法国巴黎行政与管理学院管理学硕士，从事传媒经济与对外文化传播研究。

前言

“中国传媒社会责任研究”课题是中央级公益性科研院所基本科研业务费专项资金资助项目，是中国新闻出版研究院的重要研究课题，《中国传媒社会责任研究报告》是该课题的研究成果，《中国传媒社会责任研究报告》与《中国传媒融合创新研究报告》相得益彰、互为补充，成为中国新闻出版研究院传媒研究所的两大拳头产品。

中国新闻出版研究院已推出《中国传媒社会责任研究报告（2016）》一书，得到政府、业界与学界一致肯定与好评。今年推出的《中国传媒社会责任研究报告（2017~2018）》，主要聚焦于中宣部试点的社会责任报告制度媒体机构与在国内外上市的中国传媒公司。我们对本编委会认真筛选的21家上市传媒与中宣部公布的38家第三批试点社会责任传媒进行了深入研究与客观评析，力图使本报告既具鲜活的一手实践材料，又具深远的成熟理论总结，使其成为中国传媒社会责任研究的主推手。

本书选取利益相关方对新闻媒体社会责任进行界定。新闻媒体社会责任的主要利益相关方包括公众（读者和社会大众）、政府、出资人、媒体从业人员等。社会责任的概念按照广义的标准进行界定，原则上应包括以下内容：对党和政府的责任，主要发挥舆论导向作用，重点是意识形态与主流价值观的导向，遵守国家法律法规，发挥社会效益；对出资人的责任，主要是确保企业盈利能力与经济效益；对读者的责任，主要是确保提供内容精良丰富多样的传媒

产品，满足消费需求；对作者的责任，主要是保护知识产权，使作者获得最大化的精神利益与财产利益；对社会的责任，主要是积极开展公益慈善行动，披露企业履责信息；对环境的责任，主要是绿色出版、环保与生态文明建设等。

本书是由总报告与若干分报告组成的框架体系。无论是总报告抑或是分报告，大体按照传媒基本情况、媒体执行社会责任现状（根据社会责任维度体系舆论引导与社会监督责任、市场责任、社会责任、责任管理四个一级指标N个二级指标所涉及的内容分别进行分析）、媒体执行社会责任存在的问题、媒体社会责任执行力提升路径与方法这一结构行文，在彰显不同作者个性特征的同时，确保本报告作为国家级智库研究成果的规范性、严肃性与权威性。

本书总报告包括上市传媒社会责任报告与试点媒体社会责任报告，主要是对上市传媒与试点媒体进行全景式的现状概述与理论归纳，以期为中国传媒社会责任工作的推进发挥强大的理论指导作用。分报告包括图书出版、报刊传媒、广播影视、互联网新媒体四个篇章。图书出版部分包括中文传媒社会责任报告、时代出版社会责任报告、中南传媒社会责任报告、南方传媒社会责任报告、凤凰传媒社会责任报告；报刊传媒部分包括浙报数字文化集团（浙报传媒）社会责任报告、粤传媒社会责任报告、华闻传媒社会责任报告、博瑞传播社会责任报告、读者传媒社会责任报告；广播影视部分包括电广传媒社会责任报告、东方明珠传媒社会责任报告、广西广电社会责任报告、湖北广电社会责任报告、中视传媒社会责任报告；互联网新媒体部分包括新华网社会责任报告、人民网社会责任报告、新浪网社会责任报告、腾讯社会责任报告、阿里巴巴集团社会责任报告、中文在线社会责任报告。

在此，对参与本书撰写的各位专家所付出的辛勤劳动和大力支持表示诚挚的谢意。

《中国传媒社会责任研究》课题组

2018年2月

目 录

总报告

中国试点媒体社会责任指数总报告	(3)
第一节 研究方法和技术路线	(3)
第二节 试点传媒社会责任指数排名	(6)
第三节 试点传媒社会责任年度特征	(8)
第四节 试点传媒社会责任总体情况分析	(8)
第五节 试点传媒社会责任存在问题	(12)
第六节 试点传媒社会责任执行力提升的建议	(13)

图书出版篇

第一章 中文传媒社会责任报告	(17)
第一节 中文传媒基本情况	(17)
第二节 中文传媒执行社会责任现状	(20)
第三节 中文传媒执行社会责任存在的问题	(29)
第四节 中文传媒社会责任执行力提升路径与方法	(30)

第二章 时代出版社会责任报告	(32)
第一节 时代出版基本情况	(32)
第二节 时代出版社会责任现状	(34)
第三节 时代出版执行社会责任存在的问题	(39)
第四节 时代出版社会责任执行力的提升路径与方法	(41)
第三章 中南传媒社会责任报告	(44)
第一节 中南传媒基本情况	(44)
第二节 中南传媒执行社会责任现状	(49)
第三节 中南传媒执行社会责任存在的问题	(55)
第四节 中南传媒社会责任执行力提升路径与方法	(57)
第四章 南方传媒社会责任报告	(59)
第一节 南方传媒基本情况	(59)
第二节 南方传媒执行社会责任现状	(60)
第五章 凤凰传媒社会责任报告	(69)
第一节 凤凰传媒基本情况	(69)
第二节 凤凰传媒执行社会责任现状	(70)

报刊篇

第六章 浙报数字文化集团（浙报传媒）社会责任报告	(79)
第一节 浙报传媒基本情况	(79)
第二节 社会责任履行情况	(80)
第三节 面临的问题及提升路径与方法	(91)
第七章 粤传媒社会责任报告	(93)
第一节 粤传媒的发展战略和经营理念	(93)
第二节 粤传媒业务经营布局	(95)
第三节 粤传媒在资本市场上的重大举措	(97)
第四节 粤传媒对投资人的责任	(98)

第五节 粤传媒履行的社会责任	(99)
第六节 粤传媒的投资和决策失误及其教训	(101)
第八章 华闻传媒社会责任报告	(103)
第一节 华闻传媒基本情况	(103)
第二节 华闻传媒执行社会责任现状	(104)
第三节 华闻传媒执行社会责任存在的问题	(111)
第四节 华闻传媒社会责任执行力提升路径与方法	(113)
第九章 博瑞传播社会责任报告	(115)
第一节 博瑞传播基本情况	(115)
第二节 博瑞传播执行社会责任现状	(117)
第三节 博瑞传播执行社会责任存在的问题	(126)
第四节 博瑞传播社会责任执行力提升路径与方法	(129)
第十章 读者传媒社会责任报告	(132)
第一节 读者传媒基本情况	(132)
第二节 读者传媒执行社会责任现状	(133)
第三节 读者传媒执行社会责任存在的问题	(140)
第四节 读者传媒社会责任执行力提升路径与方法	(141)

广播影视篇

第十一章 电广传媒社会责任报告	(145)
第一节 电广传媒基本情况	(145)
第二节 电广传媒执行社会责任现状	(147)
第三节 电广传媒执行社会责任存在的问题	(155)
第四节 电广传媒社会责任执行力提升路径与方法	(157)
第十二章 东方明珠传媒社会责任报告	(159)
第一节 东方明珠传媒基本情况	(159)
第二节 东方明珠执行社会责任现状	(161)

第十三章 广西广电社会责任报告	(173)
第一节 广西广电基本情况	(173)
第二节 广西广电执行社会责任现状	(175)
第三节 广西广电执行社会责任存在的问题	(182)
第四节 广西广电社会责任执行力提升路径与方法	(184)
第十四章 湖北广电社会责任报告	(186)
第一节 湖北广电基本情况	(186)
第二节 湖北广电执行社会责任现状	(187)
第三节 湖北广电执行社会责任存在的问题	(195)
第四节 湖北广电社会责任执行力提升路径与方法	(196)
第十五章 中视传媒社会责任报告	(198)
第一节 中视传媒基本情况	(198)
第二节 中视传媒执行社会责任现状	(199)
第三节 中视媒体执行社会责任存在的问题	(207)
第四节 中视传媒社会责任执行力提升路径与方法	(208)

互联网新媒体篇

第十六章 新华网社会责任报告	(211)
第一节 新华网基本情况	(211)
第二节 新华网执行社会责任现状	(212)
第三节 存在的问题	(219)
第四节 改进的方向	(220)
第十七章 人民网社会责任报告	(222)
第一节 人民网基本情况	(222)
第二节 人民网执行社会责任现状	(225)
第三节 人民网执行社会责任存在的问题	(238)
第四节 人民网社会责任执行力提升路径与方法	(239)

第十八章 新浪网社会责任报告	(241)
第一节 新浪网基本情况	(241)
第二节 新浪网执行社会责任现状	(242)
第三节 新浪网执行社会责任存在的问题	(250)
第四节 新浪网社会责任执行力提升路径与方法	(252)
第十九章 腾讯社会责任报告	(256)
第一节 腾讯基本情况	(256)
第二节 腾讯执行社会责任现状	(257)
第三节 腾讯执行社会责任存在的问题	(266)
第四节 腾讯社会责任执行力提升路径	(268)
第二十章 阿里巴巴集团社会责任报告	(270)
第一节 阿里巴巴集团基本情况	(270)
第二节 阿里巴巴集团执行社会责任现状	(271)
第三节 阿里巴巴集团执行社会责任存在的问题	(281)
第四节 阿里巴巴集团提升社会责任的路径	(283)
第二十一章 中文在线社会责任报告	(285)
第一节 中文在线基本情况	(285)
第二节 中文在线执行社会责任现状	(286)
第三节 中文在线执行社会责任存在问题	(293)
第四节 中文在线社会责任执行力提升途径	(294)
参考文献	(296)

总报告