

传媒书系
人民日报

传媒指数蓝皮书系列
BLUE BOOK OF CHINA'S MEDIA INDEX

中国传媒发展指数报告 (2010)

DEVELOPMENT INDEX
(2010)

喻国明 主编

人民日报出版社

传媒指数蓝皮书
BLUE BOOK
OF CHINA'S MEDIA INDEX

中国传媒发展指数报告 (2010)

中国人民大学新闻与社会发展研究中心

主编 / 喻国明

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国传媒发展指数报告. 2010 / 喻国明主编. —北京: 人民日报出版社, 2010.5

ISBN 978-7-5115-0074-8

I. ①中… II. ①喻… III. ①传播媒介—产业—研究报告—中国—2010 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 068532 号

书 名: 中国传媒发展指数报告 (2010)

主 编: 喻国明

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 梁雪云

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 65369512 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530

编辑热线: (010) 65369524 65369514

网 址: www.peopledaily.press.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京中新伟业印刷有限公司

开 本: 710×1000mm 1/16

字 数: 620 千字

印 张: 40

印 次: 2010 年 5 月 第 1 版 2010 年 5 月 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-0074-8

定 价: 69.00 元

本报告是 2010 年度中国人民大学 985 科学研究基金
“研究品牌计划”资助项目成果

传媒指数蓝皮书

编委会

主 编 喻国明

编委会成员 倪 宁 姚 林 王兰柱 赵 龙
刘建华 江 萍

主 笔 喻国明 刘建华 江 萍

主要撰稿人 欧 亚 张佰明 苏林森 宋美杰 李 治
胡文博 廖思捷 鲁慧蓉 王 雯 张天培
李 华 胡 静 王亚萍 金 韶 王 鑫
宋 美 王 棋 蒲 媛 杨晓东 王娇艳
束丽娜 孙 鹏 李 敏

出 品 单 位 中国人民大学新闻学院
中国人民大学新闻与社会发展研究中心

数据支持单位 国家新闻出版总署
央视市场研究股份有限公司(CTR)
慧聪邓白氏研究中心
央视-索福瑞媒介研究有限公司(CSM)



中文摘要

中国传媒发展指数 CMDI(China Media Development Index, CMDI)(2010)体系,秉承上年研究宗旨,沿袭其指标构建体系,结合当前实际,在研究内容与方法上作了一些改进,形成关于中国传媒产业综合发展水平的最新报告。

本报告分为总报告、主体报告、专题报告、媒介年度观察四个部分。

总报告是关于中国传媒发展指数(2010)的最新研究结果。报告对 2008 年度 31 省区总指数得分、排名及聚类作了详尽分析,并且研究了 CMDI(2010)总指数与分指数的动态变化,特别对其四年来(2005、2006、2007、2008)的发展趋势进行了重点梳理。报告对四大区域指数进行了分析,重点探讨了西部与东部、中部、东北及全国平均指数之间的关系。对 2007 年传媒产业占文化产业比重进行了结构性分析,对两者的关系作了尝试性研究。

主体报告包括全国报告与省市报告。全国报告对基础指标原始数据作了实证分析。31 个省市报告对本省省情、关键数据、关键事件、主要特征、传媒产业与文化等,作了概要展示与重点研究。

本期专题报告包括:中国媒介规制的发展、问题与未来方向;微博:中国本土化发展战略——一种基于用户培育的差异化竞争;试论品牌

形象管理“点—线—面”一体化传播的新模式;区域经济语境中的民族文化与传媒产业。

最后是媒介观察报告,它采用词频统计等内容分析手段对 2009 ~ 2010 年传媒产业进行盘点与描述。包括 2009 年传媒产业关键词、10 大传媒行业报告、年度人物与年度规制。行业报告对各媒体产业的生产能力、盈利能力、关键数据、观点声音、年度事件作了研究分析。



Abstract

China Media Development Index(CMDI,2010) system adheres to the purposes of the study and the index system constructed last year and combines with the current situation. What's more, some improvements have been made on the content and methods of the report, which appears to be the latest report on China's media industry's comprehensive development.

The report contains four parts: the General Report, Main Report, and annual observation on media industry.

General Report is about the latest findings on China's media development index (2010), which contains the elaborate analysis of the CMDI scores, ranks of 31 provinces and cluster in 2008. we also explores the changes of overall index and individual index, especially, the trend between 2005 and 2008. We has a comparative study on media index of four districts of China, which focuses on the relationship of indexes of the west, east, southeast and national average of China. And then,we do a study structurally about the proportions of media industry in

culture industry, and make a tentative study on the link of these two industries.

Main Report includes national report and provincial reports. National report is a empirical analysis based on the original data of basic indexes. Otherwise, We have a overall presentation and analysis with priorities which covers provincial conditions, key data and events, main features, media industry and culture of 31 provinces in provincial reports.

As for monograph, we have four parts in this issue: The development, problems and future directions of Chinese regulation of media; Tentative study on the localization strategy of micro-blogging in China——competition of differentiation based on user breed; Tentative study on the new mode of brand image management, integration communication described as “ point-line-plane”; The national culture and media industry in regional economy context.

Finally, the report has an annual observation on development of media industries in which you are about to see keywords of media industry in 2009, reports of 10 media industries, figures and regulations of the year. In detail, studies of scale, profit, key data, reviews and annual events of every media industry will be found in industry reports.

目 录

总 报 告

中国传媒发展指数 CMDI(2010) 总报告.....	001
------------------------------	-----

主 体 报 告

中国传媒发展指数全国报告.....	018
北京市传媒发展指数与实证分析报告.....	038
上海市传媒发展指数与实证分析报告.....	050
广东省传媒发展指数与实证分析报告.....	062
江苏省传媒发展指数与实证分析报告.....	075
浙江省传媒发展指数与实证分析报告.....	087
山东省传媒发展指数与实证分析报告.....	097
天津市传媒发展指数与实证分析报告.....	106
辽宁省传媒发展指数与实证分析报告.....	115
河南省传媒发展指数与实证分析报告.....	124
湖北省传媒发展指数与实证分析报告.....	135
河北省传媒发展指数与实证分析报告.....	145
四川省传媒发展指数与实证分析报告.....	154
内蒙古自治区传媒发展指数与实证分析报告.....	166
福建省传媒发展指数与实证分析报告.....	174
黑龙江省传媒发展指数与实证分析报告.....	184
吉林省传媒发展指数与实证分析报告.....	193
陕西省传媒发展指数与实证分析报告.....	202
湖南省传媒发展指数与实证分析报告.....	213

山西省传媒发展指数与实证分析报告	227
安徽省传媒发展指数与实证分析报告	236
重庆市传媒发展指数与实证分析报告	246
江西省传媒发展指数与实证分析报告	259
新疆维吾尔自治区传媒发展指数与实证分析报告	267
云南省传媒发展指数与实证分析报告	272
甘肃省传媒发展指数与实证分析报告	282
宁夏回族自治区传媒发展指数与实证分析报告	292
广西壮族自治区传媒发展指数与实证分析报告	301
海南省传媒发展指数与实证分析报告	309
青海省传媒发展指数与实证分析报告	316
贵州省传媒发展指数与实证分析报告	323
西藏自治区传媒发展指数与实证分析报告	331

专题报告

中国媒介规制的发展、问题与未来方向	339
微博:中国本土化发展战略——一种基于用户培育的差异化竞争	363
试论品牌形象管理“点—线—面”一体化传播的新模式	377
区域经济语境中的民族文化与传媒产业	398

媒介年度观察

2009 年传媒产业关键词	439
2008 ~ 2009 年报纸产业年度观察	449
2008 ~ 2009 年期刊产业年度观察	463
2008 ~ 2009 年电视产业年度观察	477
2008 ~ 2009 年广播产业年度观察	492
2008 ~ 2009 年图书产业年度观察	501
2008 ~ 2009 年音像产业年度观察	517
2008 ~ 2009 年电影产业年度观察	533
2008 ~ 2009 年户外媒体年度观察	546



2008 ~ 2009 年互联网产业年度观察.....	556
2008 ~ 2009 年手机产业年度观察.....	571
2008 ~ 2009 年度人物.....	582
2008 ~ 2009 年度规制.....	598

附 录

附录一:中国传媒发展指数 CMDI(2010) 15 个基础指标标准值一览表...	609
附录二:2009 年传媒产业之网络内容呈现高频词总汇总表	611
附录三:中国传媒发展指数 CMDI(2009) 主要测评结果	617
附录四:中国传媒发展指数 CMDI 指标定义与公式	618
附录五:中国传媒发展指数 CMDI(2010) 15 个基础指标原始 数据一览表.....	622

Contents

General Report

General Report of China Media Development Index(2010).....	001
--	-----

Main Report

The National Report of CMDI(2010).....	038
The Reports of CMDI(2010) on Beijing.....	038
The Reports of CMDI(2010) on Shanghai.....	051
The Reports of CMDI(2010) on Guangdong.....	063
The Reports of CMDI(2010) on Jiangsu.....	076
The Reports of CMDI(2010) on Zhejiang.....	088
The Reports of CMDI(2010) on Shandong.....	098
The Reports of CMDI(2010) on Tianjin.....	106
The Reports of CMDI(2010) on Liaoning.....	115
The Reports of CMDI(2010) on Henan.....	124
The Reports of CMDI(2010) on Hubei.....	135
The Reports of CMDI(2010) on Hebei.....	145
The Reports of CMDI(2010) on Sichuan.....	154
The Reports of CMDI(2010) on Inner Mongolia.....	166
The Reports of CMDI(2010) on Fujian.....	174
The Reports of CMDI(2010) on Heilongjiang.....	184
The Reports of CMDI(2010) on Jilin.....	193
The Reports of CMDI(2010) on Shanxi.....	202

The Reports of CMDI(2010) on Hunan.....	213
The Reports of CMDI(2010) on Shanxi.....	227
The Reports of CMDI(2010) on Anhui.....	236
The Reports of CMDI(2010) on Chongqing.....	246
The Reports of CMDI(2010) on Jiangxi.....	259
The Reports of CMDI(2010) on Xinjiang.....	267
The Reports of CMDI(2010) on Yunnan.....	272
The Reports of CMDI(2010) on Gansu.....	282
The Reports of CMDI(2010) on Ningxia.....	292
The Reports of CMDI(2010) on Guangxi.....	301
The Reports of CMDI(2010) on Hainan.....	309
The Reports of CMDI(2010) on Qinghai.....	316
The Reports of CMDI(2010) on Guizhou.....	323
The Reports of CMDI(2010) on Tibet.....	331

monograph

The development, problems and future directions of Chinese regulation of media.....	339
Tentative study on the localization strategy of micro-blogging in China——competition of differentiation based on user breed.....	363
A new model for brand image management of “point-line-surface”infegrated communications.....	377
The national culture and media industry in regional economy context.....	398

Annual Observation on Media Industry

Media Industry key Words in 2009.....	439
The Report on Newspaper Industry in 2008 ~ 2009.....	449

The Report on Magazine Industry in 2008 ~ 2009.....	463
The Report on TV Industry in 2008 ~ 2009.....	477
The Report on Radio Industry in 2008 ~ 2009.....	492
The Report on Book Industry in 2008 ~ 2009.....	501
The Report on Audio-visual Industry in 2008 ~ 2009.....	517
The Report on Movie Industry in 2008 ~ 2009.....	533
The Report on Outdoor Media in 2008 ~ 2009.....	546
The Report on Internet Industry in 2008 ~ 2009.....	556
The Report on Mobile Industry in 2008 ~ 2009.....	571
The Report on Media figures in 2009.....	582
The Report on Media Policies in 2009.....	598

Appendices

Appendix 1	The Standard Scores on 15 Indexes of CMDI (2010)	609
Appendix 2	Overall words of media industry in 2009.....	611
Appendix 3	Main results of estimate on CMDI.....	617
Appendix 4	The Formula and Definition on CMDI.....	618
Appendix 5	The original data on 15 Indexes of CMDI (2010).....	622

▶▶ 总报告

中国传媒发展指数 CMDI(2010)总报告¹

2008、2009年连续两次中国传媒发展指数(CMDI)发布,引起传媒学界、业界及社会广泛关注。党的十七大报告提出的“推动社会主义文化大发展大繁荣”重大战略,使作为文化产业核心层的传媒产业获得极大发展。中国人民大学“中国传媒发展指数(CMDI)”课题组以此作为指导思想,通过构建“主流媒介”代表性指标,追踪考察近三年中国传媒发展态势,进行综合测量与评价研究,编制与公布中国传媒发展指数,以期服务传媒产业与社会发展。CMDI(2010)的指数计算取自2008年数据,省市关键事件与媒介年度观察立足于2009~2010年传媒现状。

2008年是大悲大喜与命运起落的一年,自然灾害、金融危机、奥运会等交错在一起。2008年是改革开放30周年,也是文化产业发展10周年(以1998

¹ 说明:除标明出处外,本报告数据来源均来自《中国新闻出版统计资料汇编》(2009)、《中国广播电影电视发展报告》(2009)、央视市场研究(CTR)、央视索福瑞媒介研究(CSM)、慧聪邓白氏研究、《中国统计年鉴》(2009)。

本课题组由中国人民大学新闻与社会发展研究中心和中国人民大学新闻学院联合组建,课题组的负责人为喻国明教授。本研究报告的执笔人为喻国明、刘建华、江萍等,中国人民大学新闻学院2009级传媒经济专业方向硕士研究生宋美杰、李治、胡文博、廖思捷、鲁慧蓉、王雯、张天培、李华、胡静、王亚萍、金韶、王鑫、宋美、王棋、蒲媛、杨晓东、王娇艳、束丽娜、孙鹏、李敏等负责本课题的所有数据采集、整理,并参与了分省市指数与实证分析报告、年度观察等研究的撰写工作。

年文化部设立文化产业司为标志),经济、文化、社会发展无一不影响传媒产业。2009年国务院通过《文化产业振兴规划》,八项重点工作为传媒产业提供发展新契机。2010年,全球经济危机得到遏制,经济正在复苏,世界经济不平衡得到缓解,为转嫁危机成本引起的国际贸易争端,给了传媒产业机会与挑战。2010年还是西部大开发十周年,新的规划即将制定,对区域传媒发展比较意义重大。

2008到2010年,以传媒产业为核心的中国文化产业进入发展新阶段,中国传媒发展指数CMDI(2010)公布对这一阶段的研究结果,并进行了分析与阐释。本报告由以下部分构成:(1)CMDI(2010)的编制与测评结果;(2)CMDI(2010)指数的地区分类;(3)CMDI(2010)的动态变化研究;(4)CMDI(2010)的东中西部比较;(5)传媒产业与文化产业关系分析。

一、CMDI(2010)的编制与测评结果

中国传媒发展指数CMDI(2010)编制方法与CMDI(2009)相同,15个指标计算出5个分指数,再合成一个总指数。具体做法是先对15个指标进行无量纲化,然后用乘法合成公式和指数等权重法计算出5个分指数,再合成为一个总指数。

CMDI(2010)指标结构如下:

- (一)生产指数:1. 报纸总印数、2. 电视年播出时长;
- (二)盈利指数:3. 内容售卖收入、4. 广告收入;
- (三)受众消费指数:5. 时间消费总额、6. 核心受众规模、7. 主媒介渗透性;
- (四)广告竞争指数:8. 单位广告承载额、9. 千人广告成本、10. 广告开发度、11. 广告增长率;
- (五)媒介环境指数:12. 人均GDP、13. 城镇居民年人均可支配收入、14. 城镇居民文教消费支出、15. 城镇化率。

关键事件指标结构如下:

- (一)关注度:1. 大众媒体报告量、2. 论坛报道量、3. 贴吧报道量、4. 博客报道量;
- (二)影响力:1. 大众媒体影响力:(1)媒体类型(中央、行业、地方)、(2)转



载量;2. 草根媒体影响力:(1)论坛类型(主流、行业、地方)、(2)平均浏览量、(3)平均回复量。

根据中国传媒发展指数的构建方法,我们使用《中国新闻出版统计资料汇编》(2009)、《中国广播电影电视发展报告》(2009)、央视市场研究(CTR)、央视索福瑞媒介研究(CSM)、慧聪邓白氏研究、《中国统计年鉴》(2009)及相关数据,对2008年我国31个省市自治区的发展总指数和5个单项指数进行得分测算和排序(结果见表1)。

利用描述统计四分位数的方法,在2008年31个省市自治区中,总指数排序在前25%的8个省区分别是:北京、上海、广东、江苏、浙江、山东、天津与辽宁,这个名单与中国发展指数RCDI(2007)中的名单惊人地一致,可见我国传媒与区域综合发展水平呈高度正相关。CMDI(2009)总指数排序(图表见附录三)在前25%的8个省区分别是北京、上海、广东、浙江、江苏、山东、天津与四川,四川从第8位跌至第12位,有趣的是,辽宁从第12位跻身到第8位。

总指数排序在最后25%的8个省区分别是:云南、甘肃、宁夏、广西、海南、青海、贵州和西藏,中国发展指数RCDI(2007)中排序在后25%的8个省区是陕西、安徽、四川、青海、云南、甘肃、贵州和西藏,CMDI(2009)总指数排序在后25%的8个省区分别是青海、广西、云南、宁夏、甘肃、贵州、海南和西藏。CMDI近两年总指数排名后25%的8个省区名单没变,而RCDI(2007)中排序在后25%的陕西、安徽、四川不在CMDI的后8个省区。说明了这8个省区是我国传媒综合发展水平相对较低的地区,8省区内部相互之间的位置发生了变化,如青海从第24位跌至29位,云南从26位上升后25%中的第一位。但总的来说,这8个省区没有谁摆脱后25%的区位。

陕西与四川虽然地处西部,经济发展水平落后东中部,但传媒等文化产业可以成为西部地区的部门增长极,获得较大发展。剩余50%的15个省区排在中间,这与目前这些省区国民经济综合发展水平是相对应的。这个排序和指数得分的情况反映出我国传媒产业省市区综合发展水平。