

中国媒体发展 研究报告

2009年·媒体卷

武汉大学媒体发展研究中心 主办
武汉大学新闻与传播学院 主办
武汉大学“新闻传播与媒介化社会”创新基地



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

国家“985”创新基地项目“新闻传播与媒介化社会”研究成果

中国媒体发展 研究报告

2009年·媒体卷



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国媒体发展研究报告. 2009年, 媒体卷/武汉大学媒体发展研究中心, 武汉大学新闻与传播学院, 武汉大学“新闻传播与媒介化社会”创新基地主办. —武汉: 武汉大学出版社, 2009. 11

ISBN 978-7-307-07368-5

I. 中… II. ①武… ②武… ③武… III. 传播媒介—发展—研究报告—中国—2009 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 182573 号

责任编辑:詹 蜜

责任校对:刘 欣

版式设计:支 笛

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:湖北恒泰印务有限公司

开本: 880 × 1230 1/16 印张: 26 字数: 723 千字 插页: 3

版次: 2009 年 11 月第 1 版 2009 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-07368-5/G · 1463 定价: 48.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购买我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

编委会成员

主编

罗以澄 张金海 单 波

执行主编

张金海 吕尚彬

编委（以姓氏笔画为序）

石义彬 冉 华 吕尚彬 陈 刚 罗以澄
张金海 单 波 钟 瑛 郑保卫 秦志希
黄升民 黄 旦 强月新

编辑部（以姓氏笔画为序）

主任

张金海

副主任

吕尚彬 冉 华

成员

王松茂 冉 华 吕尚彬 刘友芝 张金海 周茂君

责任编辑

王松茂

技术编辑

鲍 嫚

英文目录

姜 帆

资料组成员

组长

周茂君 刘友芝

成员

彭浩浩 李燕妮 吴林珂 邵 菲 张 弛
余增辉 张婧婧 夏 亮 张 勤 吴创溪
陈 杨 罗志超 戴雅楠 李星昊 王红伟
田 东 李炳伟 王晓光 陈予燕 魏 琳
汤 殷 朱江波 李 博 宗 林 赵丽霞

目 录

上 篇

2008 中国媒体发展盘点与研究述评

合作·公开·深入·同步

——2008 中国媒体发展盘点	强月新 黄晓军 (3)
附录 1: 2008 中国媒体发展大事记	项目资料组 (31)
附录 2: 2008 中国媒体发展政策法规一览	项目资料组 (41)
附录 3: 2008 中国媒体发展研究论著选目	项目资料组 (45)
附录 4: 2008 中国媒体发展研究论文选目	项目资料组 (50)
附录 5: 2008 媒体发展研究译著一览	项目资料组 (61)
附录 6: 2008 传媒领域重要学术会议	项目资料组 (63)
而今迈步从头越	
——2008 年中国媒体发展研究述评	童 兵 陈 杰 (71)
2005—2008: 国内广告学研究述评	张金海 代婷婷 (83)
2008 年中国报业发展研究综述	吕尚彬 魏 琳 王晓光 陈予燕 汤 殷 (97)
2008 年国内网络传播研究述评	刘丽群 古耀远 (107)
2008 年出版业研究中的几个重大问题	冉 华 王松茂 (121)

中 篇

重大项目专题研究报告

教育部人文社科重点研究基地重大项目——

“我国广播电视公共服务体系目标与实施研究” 报告

公共广播电视及其政策安排的可能走势

——以英国为例	胡正荣 李继东 (133)
---------------	---------------

教育部人文社科重点研究基地重大项目——

“中国新闻传播法制建设研究” 报告

试论当前我国新闻法制建设的意义及环境	郑保卫 (145)
--------------------------	-----------

教育部人文社科重点研究基地重大项目——

“数字时代的全球媒介传播与文化身份认同” 报告

大众传媒与文化身份的再现和建构

——以 2008 年北京奥运会开幕式传播为例	石义彬 彭 彪 吴世文 (152)
------------------------------	-------------------

教育部人文社科重点研究基地重大项目——
“中部媒介生态与媒体发展研究”报告

中部媒介生态与媒体发展——现状、问题与对策

..... “中部媒介生态与媒体发展研究”课题组 (164)

教育部人文社科重点研究基地重大项目——
“文化体制改革与中国传媒产业发展”报告

中国传媒体制改革的政策检视 张金海 杨 雪 (185)

中国传媒体制改革的进路与现状 (2003—2008) 李小曼 (192)

关于传媒体制改革的几个基本问题 冉 华 李 明 (199)

国务院新闻办公室和深圳市新闻办公室联合委托课题——
“政府信息公开与新闻发布制度研究”报告

政府信息公开与新闻发布制度研究

——深圳“9·20”特大火灾事故处置与信息发布的调查报告

..... 复旦大学国际公共关系研究中心课题组 (204)

下 篇

2008 中国媒体发展专题研究报告

经验学派媒介效果研究对拉扎斯菲尔德的路径依赖 张 卓 (227)

基于公共危机管理的媒介治理 张金海 王润珏 (233)

中国传媒产业的“政治性规制”及其变迁研究 黄玉波 (239)

我国传媒业的区域分异及反思 余建清 (247)

从分众传播到分众类广告传媒：基于受众本位与经济交易原则的
批判研究 钱广贵 (253)

数字元文本阅读结构中的流行性与消费性：关于数位元文本形式
与内容的探讨 李明哲 唐志宏 (260)

网络传播：公众参与与可持续发展的有效途径 林 婕 (267)

关于“出租车罢运”事件报道的中西文本对比研究 刘 娜 司文博 (273)

我国媒介上市公司核心竞争力缺失问题探析 王松茂 鲁 程 (283)

经济危机背景下中国上市传媒公司运营分析 徐同谦 (289)

论中国的主流报纸 吕尚彬 (299)

传媒新闻内容竞争的生态位分析：以 2008 年都市报和网络媒体的
奥运报道为例 张明新 强月新 (308)

媒介文本分析理论下的中国“城市主流生活杂志”
——以上海、广州、武汉三地杂志为例 张 莹 (318)

中国财经期刊的发展困境与现实出路 周茂君 苏 颖 (330)

中国电视 2008 年现象 王瀚东 张 萍 (339)

当前数字付费电视频道市场情况及运营对策探析 夏 琼 陈敏利 (353)

中国电视购物存在的问题与对策分析 刘建明 温姬彦 (361)

我国地方体育频道非均衡发展现状与对策探析	曾兰平 朱 琪 (368)
手机媒体与我国手机报的发展	
——兼论进入 3G 时代的手机报	程 明 彭晓妍 卢丽妍 (378)
西方名人广告研究：效果、假说与模式	孙 瑱 (387)
百货商场品牌形象对顾客忠诚的影响研究	乔 均 傅培培 (396)

Contents

Volume One

An Overview & Research Commentary of China's Media Development in 2008

Cooperation Openness Thoroughness Synchronization

An Overview of China's Media Development in 2008 Qiang Yuexin, Huang Xiaojun(3)

Appendix 1: Record of Great Events of China's Media Development in 2008

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University(31)

Appendix 2: Review of China's Media Development Policies and Regulations Issued in 2008

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University(41)

Appendix 3: Catalogue of Research Books on China's Media Development Published in 2008

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University(45)

Appendix 4: Catalogue of Academic Papers on China's Media Development Published in 2008

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University(50)

Appendix 5: Catalogue of Translated Books on Media Development Published in 2008

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University(61)

Appendix 6: Catalogue of Important Academic Conferences on Media in 2008

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University(63)

Taking a Step from the Beginning——Research Commentary of China's Media

Development in 2008 Tong Bing, Chen Jie(71)

2005—2008: Commentary of China's Advertising Research Zhang Jinhai, Dai Tingting(83)

Research Summary of Newspaper's Development in 2008

..... Lu Shangbin, Wei Lin, Wang Xiaoguang, Chen Yuyan, Tang Yin(97)

Commentary of China's Internet Communication Research in 2008

..... Liu Liquan, Gu Yaoyuan(107)

Several Important Issues in the Research of Publishing Industry in 2008

..... Ran Hua, Wang Songmao(121)

Volume Two

Special Research Report of Major Projects

“Research on the Objects and Implementation of the Public Service System of China's Broadcasting and Television”: Major Project of Key Research Institute of Humanities and Social Sciences of the Ministry of Education

Public Broadcasting and Television and Possible Trends of Its Policy Arrangement

..... Hu Zhengrong, Li Jidong(133)

“Research on Construction of the Legal System of China's Journalism and Communication”: Major Project of Key Research Institute of Humanities and Social Sciences of

the Ministry of Education

On Significance and Environment of Current Construction of the Legal System of China's Journalism
..... Zheng Baowei(145)

“Global Media Communications and Cultural Identifications in Digital Era”: Major Project of Key Research Institute of Humanities and Social Sciences of the Ministry of Education

Reappearance and Construction of Mass Media and Cultural Identity: Taking the Communication of the Opening Ceremony of 2008 Beijing Olympic Games as an Example
..... Shi Yibin, Peng Biao, Wu Shiwen(152)

“Research on Media Ecology and Media Development in China's Central Area”: Major Project of Key Research Institute of Humanities and Social Sciences of the Ministry of Education

Media Ecology and Media Development in China's Central Area: Current State, Questions and Countermeasures

..... Group of “Research on Media Ecology and Media Development in China's Central Area”(164)

“Reform of Cultural Administrative System and Development of China's Media Industry”: Major Project of Key Research Institute of Humanities and Social Sciences of the Ministry of Education

An Overview of the Policies of China's Media System Reform

..... Zhang Jinhai, Yang Xue(185)

An Overview of the Status of China's Media System Reform Li Xiaoman(192)

Several Basic Issues about Media System Reform Ran Hua, Li Ming(199)

“Research on Government Information Disclosure and News Dissemination System”: Issue Jointly Commissioned by the Information Office of the State Council and the Information Office of the Shenzhen Municipal Government

Research on Government Information Disclosure and News Dissemination System: Investigation Report of Accident Management and Information Dissemination of Shenzhen 9.20 Extraordinarily Serious Fire

... Group of the Research Centre of International Public Relations of Fudan University(204)

Volume Three

Special Research Report of China's Media Development in 2008

Path Dependency to Paul Lazarsfeld in Empirical School's Media Effect Study

..... Zhang Zhuo(227)

The Media Management of Public Crisis Zhang Jinhai, Wang Runjue(233)

A Study on Political Regulations of China's Media Industry Huang Yubo(239)

Reflections on Regional Difference of Media Industry in China Yu Jianqing(247)

From Demassificational Communication to Advertising Demassificational Media: a Critical Research based on the Audience-orientation and the principals of economic transaction	Qian Guanggui(253)
Popularity and Consumerism in Digital Text Reading: On the Forms and Contents of Digital Text	Li Mingzhe, Tang Zhihong(260)
Internet Communication: An Effective Way for the Public to Participate in the Sustainable Development	Lin Jie(267)
The Comparative Textual Study on the News Reports about "Taxi Drivers' Strike" Event	Liu Na, Si Wenbo(273)
On the Defect of Core Competitiveness of Chinese Media Listed Companies	Wang Songmao, Lu Cheng (283)
Analysis of the Operation of Chinese Listed Media Company Under the Background of Economic Crisis	Xu Tongqian(289)
On China's Mainstream Newspapers	Lu Shangbin(299)
A Niche Analysis of News Content Competition among Urban Newspapers and the Internet: The Case Study of 2008 Olympic Coverage	Zhang Mingxin, Qiang Yuexin(308)
Media Discourse Analysis of "City Mainstream Living Magazines" —Take Three Sorts of Magazines as Subject Investigated	Zhang Xuan(318)
Development Plight and Realistic Way of China's Financial Journal	Zhou Maojun, Su Ying(330)
The Phenomenon of Chinese TV in 2008	Wang Handong, Zhang Ping(339)
Analysis of Market Conditions and Operation Countermeasures of Current Pay Channels of Digital TV	Xia Qiong, Chen Minli(353)
Analysis on China TV Shopping: Current Situation, Problems and Countermeasures	Liu Jianming, Wen Jiyan(361)
Analysis on the Non-balanced Development Status of Local Sports Channel	Zeng Lanping, Zhu Qi(368)
Mobile Media and the Development of China's Mobile Newspapers: Also on the Mobile Newspapers at the Entry of 3G Era	Cheng Ming, Peng Xiaoyan, Lu Liyu(378)
From Demassificational Communication to Advertising Demassificational Media: a Critical Research Based on the Audience-Orientatation and the Principals of Economic Transaction	
The Effects of Celebrity Advertising: A Review of Western Studies	Sun Zhen(387)
Research on the Influence of the Brand Image of Department Store on Consumers' Loyalty	Qiao Jun, Fu Peipei(396)

上 篇

2008 中国媒体发展盘点与研究述评

合作·公开·深入·同步

——2008 中国媒体发展盘点^①

强月新 黄晓军

2008 年,国内大事不断,媒体乘奥运举办的东风发展迅速,在年末又遭国际金融危机寒意逼人。传统媒体在多方压力之下更重调整创新。新媒体发展深入,盈利瓶颈尚待突破。政府规制信息更为公开,行业监管力度增大。新闻报道紧扣时代脉搏,与大事同步,在报道时效和舆论引导上渐趋成熟。2008 年,中国媒体发展悲喜交集,但更踏实理性。

2008 年报业广告先抑后扬,小起大落。营销手段创新,报业合作加强。报业数字化按计划有条不紊进行着转型攻坚。出版业进入新一轮探索:传统出版与数字出版联手;出版行业实现跨区域重组,上市步伐加快掀起直接融资热潮;出版业进入战略投资时代。广电产品营销重在质量、合作与理性。广电上市公司挑战与机遇并存。互联网应用转向,互联网广告先加大投放后收缩,前景依然可观。2008 年电影产业突飞猛进:投资主体多元化,电影市场良性发展,院线建设日趋成熟,电影数字化取得重大进展。

政府规制方面,对内信息公开走向法制化轨道,对外继续深入开放采访权限。行业规制加大监管力度:报业体制改革提上议程;出版业管理体系进一步完善;对网络视听节目和电信行业、广告行业、影像制品制作、影视作品内容加大管理力度,完善了监管。广电总局出台移动多媒体广播技术标准;对电影版权的保护越来越严格。新出台鼓励数字电视产业发展的若干政策将为数字电视融资带来新的机遇。广电总局积极推动动漫业发展,加强电视动画片的播出管理,是扶持国产动漫政策的进一步发展。

回望新媒体,博客数量大增,干预现实的力度不断加大。网络视频市场集中度提高,广告价值逐渐得到认可;电子杂志用户数量增大,但面临转型或突围的选择;即时通信服务更加多元化,合作大于竞争成为趋势。手机媒体发展渐入佳境,手机电视技术趋于成熟,但仍然存在发展瓶颈。网络电视技术标准日益明确,合作共赢成为主流;数字电视乘国内大事顺畅发展,但简单技术切换未给用户带来实惠;移动电视市场规模增大,进入综合实力竞争阶段。数字报业继续推进,但尚未真正实现多媒体化。

各家媒体浓墨重彩,谱写 2008 年重大事件。成就报道展示中国新面貌。灾祸报道,媒体主动出击,引导舆论。公共卫生危机报道对时效性和议程设置提出了要求。瓮安事件以及渝川罢工罢课事件表明群体事件报道公开、及时是关键。新媒体在报道方面力量凸显,独立性增强。“艳照门事件”、“3·14 拉萨暴乱”使网络力量得以彰显。网络问责与网络问政凸显互联网的多种能量。手机媒体在柑橘生蛆事件中的巨大威力。金融危机下经济新闻报导的理性分析与人文关怀并重,新闻人在 2008 年经历一系列亦忧亦喜的大事后,显得踏实而理性。

^① 本文系国家社科基金项目《我国大众传媒之间的竞争与合作研究》(项目批准号:08BXW011)资助。

1 媒介经营盘点

1.1 报业在成本与市场的夹缝中艰难前行

1.1.1 报业广告先扬后抑，广告收入“小起大落”

据慧聪媒体研究的数据统计显示，上半年我国报纸广告刊登额（按刊例价格计算）385.14亿元，同比增长15.2%。第一季度报纸广告增幅近3年以来首次出现大逆转，打破了过去两年报刊广告增长幅度低于同期GDP增长速度的固有局面。2008年的前两个季度的广告收入终于不负众望，给了报纸媒体前所未有的兴奋。这一方面是由于北京奥运会对中国广告市场的拉动，另一方面是由于报业广告资源环境的变化。受到全国乃至全球高度关注的北京奥运会，无疑是企业推广和塑造品牌的难得机遇，奥运会对广告市场的拉动作用非常明显。这样使报纸广告在前8个月之前的增长率达到23.6%。但是，这种态势只维持到7月，2008年8月以后报纸广告的增长就开始明显减速。到了8~9月份，报纸广告同比开始出现负增长，10月份虽有反弹，但是在金融危机全面爆发的阴影下，11月份再次呈现负增长，下半年报刊广告同比增幅不到3%。报纸广告的资源主要来自房地产、商业、汽车、通信、金融、食品等行业，前3个行业的集中度高达63%~65%，而前6个行业的集中度则达到了80%。2008年报业广告恢复增长的重要原因是房地产、商业和金融业的贡献。^①因此，这些行业广告的变化主导着报业广告的趋势。值得注意的是，进入第四季度后，报业广告增长出现了明显的下行，其结果将使全年的增长率低于前三季度的增长率。可以说，奥运会的拉动已经结束，国民经济下行的影响已经开始显现出来。前三季度的广告额大幅度增长并不代表着回暖，而是“严冬”前的预兆。

1.1.2 报纸涨价成为2008年报业经营共识，报纸读者加速流失

据了解，2007年年底新闻纸的价格为4700元/吨，然而到2008年年初，市场价格就上调至4900元/吨。在此后的一年里，新闻纸价一路飙升，最高时达到6300元/吨，为近10年来的最高点。自20世纪90年代中期以来，全国的晚报、都市类报纸进入了厚报时代，一些报纸动辄50版甚至100版，主观上想以更大的信息量获得更大的发行量，以亏损发行的方式争取广告商的投入，靠广告来弥补发行。然而纸价的上涨似乎使持这种想法的报社遭到越来越大的压力，对于报业而言，每一分成本的付出无疑是纯利润的失去。于是，报纸涨价便成为许多报社迫不得已的选择，经受不住纸张成本压力的各大报业集团，纷纷宣布涨价。2008年3月起，南京的《扬子晚报》、《现代快报》、《金陵晚报》三份报纸，同时从0.5元/份上提到0.7元/份，提价幅度为40%；2008年4月，财经类报纸加入提价行列，《经济观察报》、《中国经营报》先后从2元/份提到3元/份，幅度为50%。此后，多家报纸先后提高零售价格，上升幅度从50%到100%不等。

报纸涨价对报纸零售市场造成了沉重打击。根据慧聪媒体研究监测的数据显示，报纸涨价后零售销量下降20%~30%，尽管随着时间的推移，零售量有略微回暖的迹象，但与涨价前比较仍有差距。这就意味着这次涨价加速了报纸读者的流失速度，转而投向其他媒介。^②

^① 慧聪网：<http://www.media.hc360.com/>。

^② 慧聪网：<http://www.media.hc360.com/>。

1.1.3 营销手段创新,报业合作加强

在内外压力下,媒体开始从粗放营销向精细营销转变,强化内部管理和版面控制。《金陵晚报》对报纸版面进行了优化,删减阅读率低、广告价值低的版面。文新集团严格控制版面,并注重提高广告的含金量,不因价格太低的广告浪费版面。部分提高价格的报纸通过策划系列营销活动,消除读者对报纸提价的反感和排斥心理。如《申江服务导报》2008年11月提价时,在原来报纸之外新增《申周刊》,A版提升为铜版纸,新设计母报VI视觉系统,买报纸赠环保袋、快餐优惠券。不断优化、降低渠道成本,聚焦和思考渠道的有效运营,挖掘新的利润点,变单一的报纸发行为多元化的物流配送,积极向产品开发、广告收集、家政服务等领域拓展。对原有的广告客户实施客户关系管理,维持客户的忠诚度,通过策划新的营销活动,扩大客户来源,吸引潜在广告客户,以应对广告收入的下滑。

另外,两个或两个以上的媒体与其他企业为增强竞争优势,在内容生产、营销渠道、客户资源、促销手段、品牌塑造等方面开展合作,从而增加受众、降低营销费用、扩大传播效果、提升品牌影响力。2008年5月12日,新闻出版总署正式行文批准《铁岭日报》更名为《辽沈晚报·铁岭版》。这是我国首次批准一家地市级党报纳入到省级报系,也是全国第一家省级报纸与地市级报纸跨地域进行资源整合、严格按照新闻出版法规合作出版和经营地方版的成功范例,标志着我国省级报业集团跨地区整合地市报资源,推动报业由分散粗放型的传统格局向规模集约型现代格局的转变迈出了实质性步伐。^①

不同地区间的媒体联动也在奥运赛事的拉动下进行。在备战奥运报道的前夕,11家都市报与腾讯网正式结盟,正式签订2008年北京奥运报道联盟协议,同时也正式向外界宣布了联盟的名字——“捷报奥运联盟”。

1.1.4 报业数字化从“远虑”变为“近忧”

据《中国传媒产业发展报告(2007—2008)》显示,新媒体的迅速成长已经使中国传媒产业结构发生了很大变化,2007年新媒体增长的势头在传媒产业中的比重增加到28.07%,而传统媒体下降到71.93%,2008年将成为传统媒体转型攻坚的关键年份。^②

自从2006年8月新闻出版总署启动了传统报业向数字报业转型的“数字报业实验室计划”之后,“数字化转型”就成为我国报业的发展方向。2008年国家新闻总署启动“中小城市综合信息门户发展计划”,主要立足于中小城市,利用报社在当地的资源优势,推动中小城市的数字报业发展。2008年年底,新闻出版总署启动“信息网络传播权保护计划”,作为数字报业发展的坚强后盾。^③

据2008年我国首个多媒体数字报纸测试报告显示:在335份多媒体数字报纸中,具备视频播报功能的仅有5份,具备语言播报功能的有30份。这些数据反映了现阶段我国数字报纸在这一方面的欠缺。另外,报业数字化过程中还存在以下问题:①同质化新闻泛滥,缺少创新特色。②过分依赖母报,缺乏独创品牌。③盈利模式混乱,市场定位模糊。④资金融通困难,难以大规模运作。④数字报纸始终处于进退两难的尴尬境地。

新媒体的发展让已经承受不小压力的传统纸媒,还要面对广告收益的下降,纸张、发行成本的增加等威胁其生存根本的重压。2008年,中国报业在成本与市场的夹缝中艰难前行。

① 刘剑飞、陈道珍:《2008年报纸电视媒体营销大盘点》,《传媒》,2009年第2期。

② 崔保国主编:《中国传媒产业发展报告(2007—2008)》,中国社会科学文献出版社2008年版。

③ 戴建平:《数字报业:中国报业的必由之路》,《传媒观察》,2008年第2期。

④ 林娜:《网络时代下的报业数字化转型》,《江苏商论》,2008年第7期。

1.2 出版业进入新一轮探索创新阶段

2008年,出版外贸在接连遭受了国内无序竞争,人民币升值两轮冲击后又遇金融危机雪上加霜,但国内出版物实物出口数量较小,副作用尚未完全显现。金融危机对2008年我国版贸输出量的影响不是太大,图书版权输出数量持续上扬。

1.2.1 传统出版与数字出版联手,出版社借用多种媒体进行互动式营销

图书是一个周期长的纸质媒体,在如今多媒体融合的时代,出版社将其内容资源进行不同媒体形式的发布传播,并形成互动,发挥各自媒体的效应至最大化,扩大受众群体,可以推动图书的销售,延长图书的市场生命周期。2008年图书《非诚勿扰》以全媒体方式与电影、手机、互联网等媒体形式同步出版,开创了我国图书多媒体同步出版的先例,《非诚勿扰》多媒体出版首战告捷,除了得益于同名电影的强势放映效应,还得益于出版社的前期介入。《非诚勿扰》的多媒体出版,源于湖北长江出版传媒集团和中文在线于2008年10月达成的数字出版战略合作,双方达成协议将在资本、资源、技术等全方位开展合作。长江文艺出版社负责传统纸书出版,并通过纸质图书渠道发行;而中文在线则获得该书数字出版独家授权,并与汉王、移动梦网等高科技互联网企业共同实现多渠道的同步数字出版,达到了整合共赢。^①

1.2.2 网络渐成图书零售重要渠道,新华书店开始进军网上零售

网络书店由于其起步早、渗透广;资源丰富、价格优惠;服务周到、便捷性强等优势在图书零售的渠道之争中,毫无疑问地占据了有利地位。网络书店对传统实体书店的冲击由来已久,这种冲击在2008年更是愈演愈烈,无论是国有还是民营的书店,均遭受了来自网络书店的巨大冲击。民营书店囿于租金成本递增等因素纷纷关闭,而大型图书商厦则加快了网上书店的搭建工作。从2008年9月16日开始,北发图书网联合所属北京图书大厦、王府井书店、中关村图书大厦等7家分网站,推出“百日百种图书大酬宾”活动。^②这标志着新华书店开始进军网上零售业,同时,也预示着网络将逐渐成为图书零售的重要渠道。

1.2.3 出版资金进入战略投资时代

在年出版23万多个品种的激烈竞争态势下,拥有自己的主攻板块,形成自己的出版品牌,是决定出版单位能否生存乃至胜出的关键所在。鼓励和支持各社争取国家级或省级重大出版项目,为各社谋取最大的利益,成为集团设立出版基金的重要目的,也是争取重大出版工程项目的重要手段。2008年7月,江西出版集团用于扶持精品出版物编辑出版的2000万元专项资金陆续“反哺”给集团所属各社。凤凰出版传媒集团2008年投入出版专项资金1700万元……与各集团成立初期零星扶贫式的投入相比,2008年的“大手笔”则更多地带有了战略投资的色彩。^③随着深化改革、转企改制步伐的加快,这种战略投资的色彩正在变浓。

1.2.4 民营教辅迫于政策形势剧变压力整合销售渠道

2008年,随着课改省份的增加,地方性高考方案的实施,分省命题、区域化带来了新

^① 王坤宁:《延长产业链条 推动图书销售》,《中国新闻出版报》,2009年2月16日。

^② 张艳平:《网络渐成图书零售重要渠道》,艾瑞网, <http://column.iresearch.cn/u/zhangyanping/archives/2008/35572.shtml>。

^③ 田丽丽、韩飞:《出版资金进入战略投资时代》,中国书业新闻网,2008年7月9日。

的问题,一统天下的教辅风光不再,竞争进入了市场细分阶段,细化品种、细化渠道、细化政策成为民营教辅书业的经营手段,销售渠道整合优化的重要性凸显。由此不少民营教辅公司开始整合渠道,渠道功能由单一的流通功能转化为集流通、产品推广、信息采集、个性服务于一体的多种功能,供应链上中下游之间的关系也由松散向紧密合作转变。针对总发行商缺乏对分销渠道的把握能力,分销商不具备对品牌的运作能力,导致对终端控制无力等问题,北京曲一线文化传播有限责任公司成立北京五三金典图书有限公司,将以前分开的新华、民营、直营三个渠道整合在一起,从而降低新课标实施后,分省命题范围扩大,教辅地方版本化,所带来的成本和退货加大的风险。

1.2.5 出版行业实现跨区域重组,上市步伐加快掀起直接融资热潮

推进我国文化体制改革,实现出版机构资源重组、优势互补是做强做大文化产业的必然选择。2008年3月24日,江西出版集团打破地区界限,与中国和平出版社签署改制合作协议,此举标志着出版行业真正实现了跨区域重组。这一合作是以地方出版集团对中央出版单位进行跨区域重组,具有较强的开创性和探索性。近年,出版业上市步伐开始加快,掀起了一轮直接融资热潮。先有粤传媒IPO登陆中小板,四川新华文轩连锁股份有限公司在香港上市,后有辽宁出版传媒打包编辑业务和经营业务上市、湖北日报集团借路国药科技签订《资产重组意向书》等。目前已有9家改制到位的出版、报业、发行集团在境内外上市,14家新闻出版企业的上市计划提上日程。2008年7月31日,科大创新对安徽出版集团定向增发收购其出版发行资产的方案获得证监会通过。由此,安徽出版集团成为国内第二家实现出版资产整体上市的出版集团。^①

1.2.6 出版谨慎涉水动漫产业

动漫产品有着巨大的市场空间和利润空间,但由于投资高、风险大,虽然前景看好,出版业在其投资上都表现出相对谨慎的态度。2008年,在安徽合肥举办的首届中国国际动漫产业交易会上,众位出版界巨头的联袂出席显示了出版集团进军动漫产业的雄心。由安徽出版集团和上海城漫漫有限公司等5家单位联合出资成立的时代漫游文化传媒股份有限公司于2008年6月诞生,安徽出版集团为控股股东。由于我国的动漫产业还没有形成一个成熟的赢利模式,贸然建基地、制作动画片风险很大。因此,需要从基础做起,摸索出一些成功的经验,有效地规避风险。凤凰集团的动漫中心依托江苏少儿出版社,集团仅投入了几百万元资金。吉林出版集团的动漫公司也仅有300万元的规模。比较起来,安徽出版集团时代漫友公司投资规模相对较大,但从动漫产业发展对资金的需求看,1000万元的投入也并不是一个大数字。^②不管怎样,这些占据全国出版业半壁江山的出版集团,从河边试水到逐步迈向深水区,对于推动我国动漫产业的发展将产生良好的集群效应。

1.3 广播电视在困境中平稳增长

总的来说,2008年中国的广电业不负重望,面对奥运带来的发展契机与金融危机带来的挑战,不仅获得了良好的国际形象,而且还创造了良好的经济效益。2009年,中国广电业同样面临着金融危机带来的挑战,也面对着体制继续放开的契机,期待着突破。

1.3.1 广电产品营销关键词:质量、协同、理性

电视剧由量向质转变。2008年,电视剧市场呈现出三大趋势。第一,电视制作向大集

^① 尚邵湘:《新闻出版业改革及面临的问题》,《今传媒》,2009年第1期。

^② 姚红:《出版集团迈向动漫产业深水区》,《出版商务周报》,2008年8月21日。