

B 新媒体蓝皮书[®]

BLUE BOOK OF NEW MEDIA

· 权威机构 · 品牌图书 · 每年新版

中国新媒体 发展报告 (2011)

*ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT
OF NEW MEDIA IN CHINA (2011)*

中国社会科学院新闻与传播研究所

主 编/尹韵公

副主编/吴信训

执行主编/刘瑞生



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2011
版



中国新媒体发展报告 (2011)

中国社会科学院新闻与传播研究所

主 编 / 尹韵公

副主编 / 吴信训

执行主编 / 刘瑞生

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT
OF NEW MEDIA IN CHINA (2011)



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国新媒体发展报告. 2011/尹韵公主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2011.7

(新媒体蓝皮书)

ISBN 978-7-5097-2468-2

I. ①中… II. ①尹… III. ①传播媒介-发展-研究报告-中国-2011 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 118461 号

新媒体蓝皮书 中国新媒体发展报告 (2011)

主 编 / 尹韵公
副 主 编 / 吴信训
执行主编 / 刘瑞生



出 版 人 / 谢寿光
总 编 辑 / 邹东涛
出 版 者 / 社会科学文献出版社
地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦
邮 政 编 码 / 100029

责任部门 / 皮书出版中心 (010) 59367127 责任编辑 / 姚冬梅
电子信箱 / pishubu@ssap.cn 责任校对 / 刘晓静
项目统筹 / 邓泳红 姚冬梅 责任印制 / 董 然
总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部 (010) 59367081 59367089
读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季峰印刷有限公司
开 本 / 787mm × 1092mm 1/16 印 张 / 24
版 次 / 2011 年 7 月第 1 版 字 数 / 411 千字
印 次 / 2011 年 7 月第 1 次印刷
书 号 / ISBN 978-7-5097-2468-2
定 价 / 59.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换
▲ 版权所有 翻印必究

法律声明

“皮书系列”（含蓝皮书、绿皮书、黄皮书）为社会科学文献出版社按年份出版的品牌图书。社会科学文献出版社拥有该系列图书的专有出版权和网络传播权，其 LOGO () 与“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称已在中华人民共和国工商行政管理总局商标局登记注册，社会科学文献出版社合法拥有其商标专用权，任何复制、模仿或以其他方式侵害 () 和“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称商标专用权及其外观设计的行为均属于侵权行为，社会科学文献出版社将采取法律手段追究其法律责任，维护合法权益。

欢迎社会各界人士对侵犯社会科学文献出版社上述权利的违法行为进行举报。电话：010-59367121。

社会科学文献出版社

法律顾问：北京市大成律师事务所

新媒体蓝皮书编委会

(以姓氏笔画为序)

尹韵公 庄前生 刘瑞生 杨瑞明 吴信训
周世禄 钟 瑛 姜 飞 殷 乐 唐绪军

协编单位：上海市社会科学创新研究基地·上海大学文化繁荣与
新媒体发展研究基地

数据支持：北京缔元信（万瑞数据）

主要编撰者简介

尹韵公 中国社会科学院新闻与传播研究所所长，研究员，博士生导师。国务院学位委员会新闻学科评议组成员，国家社科规划办新闻学科评审组评委兼召集人，中央实施马克思主义理论研究和建设工程新闻学科首席专家，中央“四个一批”人才工程首批入选人才，教育部高校哲学社会科学重点教材评审组评委，全国记协常务理事，中国新闻史学会副会长，《中国大百科全书·新闻出版卷》（第二版）副主编，《新闻与传播研究》主编，国务院应急办公室专家组成员，北京大学、清华大学、中国人民大学、武汉大学、上海交通大学等三十余所大学的兼职教授、研究员、客座教授，享受政府特殊津贴。

吴信训 上海大学文科发展研究院院长，教授、博士、博士生导师。上海市社会科学创新研究基地（文化繁荣与新媒体发展研究方向）及上海发展战略研究所吴信训工作室首席专家（领军人物），上海市高校人文社会科学重点研究基地·上海大学影视与传媒产业研究基地主任，全国“十佳”广播电视理论工作者，享受政府特殊津贴，中国传媒经济与管理学会常务副会长兼秘书长，中国社会科学院新闻与传播研究所《新闻与传播研究》特约副主编。

刘瑞生 中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员，《新闻与传播研究》副主编。

摘 要

2010年是新媒体发展史上极具标志性意义的一年，互联网和手机等新媒体继续高歌猛进，快速在全球扩张，纵深向社会渗透，新媒体领域“革命”不断、热点频发，新媒体发展出现了质的跨越。

全球视野下，中国新媒体在2010年表现出三个重要发展特征：新媒体的民族品格和中国特色彰显；在社会化、融合化中的主流作用凸显；普及化中的有序性渐显。

在发展广度上，2010年，全球互联网网民已突破20亿人，手机用户超过50亿户，中国互联网网民超过4.5亿人，手机用户已接近9亿人，中国成为名副其实的全球新媒体用户第一大国。

在发展形态方面，中国三网融合有了突破性进展，在宽带、移动互联网以及3G网络的蔓延下，台式机、手机、平板电脑、笔记本、掌上电脑等新媒体终端极为多样化，新媒体技术不断更新，应用层出不穷，社交网站、微博、新闻网站、新媒体音视频、手机报、电子书等新媒体形态推陈出新、日益丰富。

在发展深度上，中国新媒体社会化水平进一步提高，新媒体经济、网络民主、新媒体颜色革命、网络意识形态战、电子政务、电子商务、网络流行语的“火热”等则让新媒体纵深渗透至政治、经济、文化、军事等诸多领域。

2010年以来，新媒体领域极为活跃，微博“火热”登场、网络“水军”泛滥、3Q“大战”热演等，这些热点正反映了2010年新媒体的深刻变革。

Abstract

2010 was the great symbolic year in the history of the development of new media. Internet and mobile phones and other new media continued to triumph. With the depth of penetration of Internet to the society, there was a rapid development of new media in the world. New media “revolution” continued to proceed. Major event in the field of new media happened frequently. New media development experienced with a qualitative leap.

From global perspective, China’s new media emerged in 2010, Chronology of the development of three important features: New media highlighted chinese characteristics and national character. In the socialization, development trend of integration, new media played a role of the mainstream. The ordering of Popularity was appearing.

There are a large number of Internet users exceeded 20 billion in 2010 and more than 50 billion mobile phone users worldwide. With more than 450 million Internet users and near 900 million mobile phone users, China began to become a truly global superpower new media users.

A breakthrough was made in China’s tri-networks integration. Social networking sites, microblogging, news sites, new media of audio and video, mobile newspapers, electronic books and other paper forms of new media have developed rapidly. With the Phenomenon of new media economy, the network of democracy, new media color revolutions, ideological warfare in network, e-government, e-commerce, Internet buzzword of the “hot”, new media penetrate deeply to political, economic, cultural and military fields.



目 录

Ⅱ I 总报告

- Ⅱ.1 中国新媒体的本土化与社会化
——2010年中国新媒体发展特征、传播影响与热点解析
..... 尹韵公 刘瑞生 / 001

Ⅱ II 热点篇

- Ⅱ.2 新媒体与意识形态安全
——美国之音“拟停对华广播”背后的西方对华传播战略转型
..... 刘瑞生 周世禄 甄宇鹏 / 013
- Ⅱ.3 美国政府的对华网络外交 闵大洪 / 025
- Ⅱ.4 1998~2010年中国重大网络舆论事件与传播特征
..... 钟 瑛 余秀才 / 040
- Ⅱ.5 2010年中国未成年人互联网运用报告
..... 李文革 季 琳 栾军波 / 052
- Ⅱ.6 中国“三网融合”发展历程、问题及政策建议
..... 丰家卫 姜 飞 / 064
- Ⅱ.7 中国“三网融合”试点推进中的问题与对策
——以山西省为个案 姜 飞 胡 虎 丰家卫 / 076
- Ⅱ.8 解密“维基解密” 季为民 / 082



- B.9 “3Q大战”：中国互联网的一场“运动” 杨斌艳 / 094
- B.10 从规模经济、范围经济到虚拟经济
——新媒体盈利能力分析 郭志法 / 100
- B.11 网络社会网民媒介素养探析 冷冶夫 刘新传 / 108
- B.12 中国物联网发展报告 向 芬 / 114

B III 网络媒体篇

- B.13 2010年的中国网络媒体与网络传播 闵大洪 / 120
- B.14 网络文化的主要形式及其特质 彭 兰 / 139
- B.15 2010年中国新闻网站发展报告 杨斌艳 / 151
- B.16 微博“热”的“冷”解析
——2010年中国微博发展态势、传播功能及社会影响
..... 周世禄 刘瑞生 王文博 / 158
- B.17 2010年搜索引擎发展报告 王凤翔 / 169
- B.18 2010年博客发展报告 张化冰 / 180
- B.19 2010年网络论坛社区和社交网站发展报告 刘瑞生 赵 康 / 185
- B.20 2010年新媒体视频发展报告 殷 乐 徐曼曼 / 191
- B.21 网络游戏的正负效应及规制策略 雷 霞 / 199
- B.22 中国网络媒体从业者基本状况调查分析
..... 钟 瑛 李亚玲 李贞芳 刘 瑛 / 207
- B.23 基于不同平台的网络意见领袖传播特征初探 向 芬 / 221
- B.24 中国大学生网络意见领袖媒介素养调查 余 红 杨学丽 / 228
- B.25 2010年中国网络传播法规发展报告 王 颖 / 237

B IV 移动与电子媒体篇

- B.26 2010年中外电子书产业发展报告 吴信训 吴小坤 / 242
- B.27 2010年中国数字电视与IPTV发展报告
..... 吴信训 王建磊 高红波 / 258



B. 28	2010 年我国多媒体互动杂志发展报告	袁光曦 / 271
B. 29	2010 年我国手机电视运营分析	江 凌 / 277
B. 30	2010 年中国手机报发展报告	宋 超 / 286
B. 31	2010 年度中外数字报纸发展报告	李 珠 / 295
B. 32	新媒体背景下的数字图书馆	冷 崧 / 304

B V 借鉴篇

B. 33	三网融合：国外的规制与中国的融合监管策略	郭小平 / 309
B. 34	美国联邦政府对网络传播的法律规制	张满丽 / 319
B. 35	2010 年美国社交媒体发展报告	殷 乐 / 332
B. 36	俄罗斯网络新媒体发展报告（2000 ~ 2010 年）	张 丹 / 340
B. 37	雅虎：创新困境中的变革与奋争	杨瑞明 / 350
B. 38	2010 年美国新闻网站发展报告	贾金玺 / 361

皮书数据库阅读**使用指南**





CONTENTS

Ⅰ I General Report

- Ⅰ.1 The localization and Socialization of China's New Media
—*On Development Characteristic, Diffuse Influence and Hot Topic of
China's New Media in 2010* Yin Yungong, Liu Ruisbeng / 001

Ⅱ II Hot Topics

- Ⅱ.2 On New Media and Ideological Security
Liu Ruisbeng, Zhou Shilu and Zhen Yupeng / 013
- Ⅱ.3 The American Government's Internet Diplomacy to China *Min Dabong / 025*
- Ⅱ.4 Communication Characteristics of Significant Online
Public Opinion Cases in China(1998-2010) *Zhong Ying, Yu Xiucui / 040*
- Ⅱ.5 Report on the Internet Used by Chinese
Minors in 2010 *Li Wenge, Ji Lin and Luan Junbo / 052*
- Ⅱ.6 Report on the Progress of “Tri-network Convergence”
in China *Feng Jiawei, Jiang Fei / 064*
- Ⅱ.7 Issues and Countermeasures during “Tri-network Convergence”
Trials in China
—*A Case Study of “Tri-network Convergence” in Shanxi*
Jiang Fei, Hu Hu and Feng Jiawei / 076



- B.8 Disclose WikiLeaks *Ji Weimin / 082*
 B.9 360 vs QQ: A Movement of Chinese Internet *Yang Binyan / 094*
 B.10 From Scale Economy, Economy of Scope to Fictitious Economy
 —*The Research on New Media Profitability* *Guo zhifa / 100*
 B.11 Study on the Media Literacy of the Netizen in Networked Society
Leng Yefu, Liu Xinchuan / 108
 B.12 Development Report on Internet of Things in China *Xiang Fen / 114*

B III Internet Media

- B.13 Analysis on Chinese Internet Media and Internet
 Communication in 2010 *Min Dabong / 120*
 B.14 Study on the Main Forms and Features of Cyber Culture *Peng Lan / 139*
 B.15 The Status of News Websites in China in 2010 *Yang Binyan / 151*
 B.16 Reflection on Hot Phenomenon of Micro Blog in 2010
Zhou Shilu, Liu Ruisheng and Wang Wenbo / 158
 B.17 Report on the Development of Search Engine *Wang Fengxiang / 169*
 B.18 Report on the Development of Blog in 2010 *Zhang Huabing / 180*
 B.19 Development Report on BBS and Social Network
 Site in China in 2010 *Liu Ruisheng, Zhao Kang / 185*
 B.20 Annual Report on the Development of New Media
 Video in 2010 *Yin Le, Xu Manman / 191*
 B.21 Rationally View and Actively Guide about Online Games *Lei Xia / 199*
 B.22 Survey on Basic Status of Internet Media Employees
 in China *Zhong Ying, Li Yaling, Li Zhenfang and Liu Ying / 207*
 B.23 Analysis on Opinion Leaderships from Different
 Internet Application *Xiang fen / 221*
 B.24 On Media Literacy of Online Opinion Leaders from
 Colleges and Universities Students *Yu Hong, Yang Xueli / 228*
 B.25 Annual Report on the Regulations about Network
 Communication in China (2010) *Wang Ying / 237*



ⅢⅣ Mobile and Electronic Media

- Ⅲ.26 Report on E-book Industry in 2010 *Wu Xinxun, Wu Xiaokun / 242*
- Ⅲ.27 Report on the Development of Digital TV and IPTV in 2010
Wu Xinxun, Wang Jianlei and Gao Hongbo / 258
- Ⅲ.28 Report on China's Multimedia-based Interactive Magazine in 2010
Yuan Guangxi / 271
- Ⅲ.29 An Analysis on the Operation Mode for Mobile TV
in China in 2010 *Jiang Ling / 277*
- Ⅲ.30 Report on China's Mobile Newspaper Industry in 2010 *Song Chao / 286*
- Ⅲ.31 Development Report of Domestic and Foreign Digital
Newspaper in 2010 *Li Zhu / 295*
- Ⅲ.32 The Context of New Media Development of
Digital Library *Leng Song / 304*

ⅢⅤ Learning from Foreign New Media

- Ⅲ.33 Tri-networks Convergence: Abroad Regulation and Strategy
of Convergence Supervision in China *Guo Xiaoping / 309*
- Ⅲ.34 The Internet Communication Legislation of the U.S.
Federal Government *Zhang Manli / 319*
- Ⅲ.35 The State of Social Media in the U.S. (2010) *Yin Le / 332*
- Ⅲ.36 Report on the Development of Russian Internet
Media(2000-2010) *Zhang Dan / 340*
- Ⅲ.37 Yahoos: Finding a Way for Transition from Predicament
Yang Ruiming / 350
- Ⅲ.38 Status of News Websites in the U.S. in 2010
Jia Jinxi / 361



总 报 告

General Report

B.1

中国新媒体的本土化与社会化

——2010年中国新媒体发展特征、传播影响与热点解析

尹韵公 刘瑞生*

摘 要：2010年是新媒体发展史上极具标志性意义的一年。中国新媒体发展在全球视野中表现出三个重要发展特征。在全球新媒体快速发展和不平衡格局中，中国已成为全球新媒体用户第一大国，涌现了一批新媒体民族品牌，新媒体的民族品格和中国特色彰显。在社会化、融合化发展大势下，中国新媒体形态日益丰富，在新闻传播和社会发展中的作用越来越积极，主流作用凸显。中国在新媒体高速普及化发展中，建设与管理新媒体的能力在不断提高，新媒体发展的有序性和规范化日渐提升。

关键词：新媒体 发展特征 中国特色

* 尹韵公，中国社会科学院新闻与传播研究所所长、研究员、博士生导师；刘瑞生，中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员。



无论是纵览全球还是放眼中国，2010年都是新媒体发展史上极具标志性意义的一年。一方面，互联网和手机等新媒体继续高歌猛进，快速在全球扩张。在西方国家主导的新媒体发展格局中，经过十几年的奋进，中国新媒体的本土化发展特征日益鲜明，具有中国特色的新媒体发展道路逐渐成形。另一方面，新媒体纵深向社会渗透，成为促引国家社会发生全面变革的社会化媒体。

新媒体领域“革命”不断、热点频发，正反映了2010年新媒体的深刻变革。

一 发展特征：民族品格与中国特色日益彰显

2010年，中国新媒体在社会网络化程度持续提高和网络社会化水平继续提升的两大态势下，表现出三个重要发展特征：一是民族品格和中国特色彰显；二是在社会化、融合化中的主流作用凸显；三是普及化中的有序性渐显。

1. 在全球新媒体快速普及和不平衡的发展格局中，中国新媒体在发展方式、文化特质等方面益发彰显民族品格和中国特色

西方国家由于在技术、资本与标准方面具有绝对优势而主导全球新媒体发展格局，导致全球新媒体快速普及，但存在严重的不平衡性。

据国际电信联盟统计，2010年全球互联网网民数量超过20亿人。尽管发展中国家网民人数增长迅速，2010年已达到12亿人，但发达国家每百人网民数量在2000年就已达到24.6人，2010年则超过71.6人，而发展中国家在2000年每百人仅有2.0个网民，2010年虽较2000年增长近十倍达到21.1人，但仍落后发达国家10年以上（见表1）。到2010年末，全球使用手机数量达到52.82亿部，发达国家每百人拥有116.1部手机。尽管发展中国家每百人拥有手机数量在2000~2010年十年间增长了11倍，2010年已达到67.6个，但仍不及发达国家2004年的普及程度。此外，发达国家与发展中国家在新媒体发展方面的不平衡性还更严重地体现在资本、技术、市场占有及标准方面。

2010年是中国新媒体发展史上具有标志性的一年，本年度中国互联网网民数超过4亿人，年底达到4.57亿人，超过1/3的中国人成为网民。从2000年到2010年，中国网民从2250万人增长到4.57亿人，增长了约20倍。中国互联网起步较晚，2000年的普及率还不到1.7%，当时不仅远远不及发达国家平均水平



(24.6%)，而且大大低于世界平均水平（6.4%），甚至还略低于发展中国家2%的普及率平均水平。经过十年的奋起直追，中国互联网普及率在2010年达到34.3%，是发展中国家平均水平21.1%的1.6倍，与发达国家在普及率方面的差距逐年缩小。此外，中国手机用户在2010年突破8亿户，2011年3月底达到8.9亿户，是美国3.03亿手机用户的近3倍，在用户规模上是名副其实的新媒体第一大国。

表1 2000~2010年全球每百人网民数量变化

单位：人

区域 \ 年份	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
发达国家	24.6	29.4	37.7	41.5	46.3	51.0	53.6	58.8	62.0	66.6	71.6
世界	6.4	8.0	10.7	12.3	14.1	15.9	17.5	20.8	23.8	27.1	30.1
发展中国家	2.0	2.8	4.3	5.5	6.6	7.8	9.4	12.3	15.3	18.5	21.1
中国	1.7	2.6	4.5	6.0	7.1	8.4	10.4	16.0	22.6	28.9	34.3

资料来源：国际电信联盟。

根据互联网世界数据中心2010年6月的统计，中文语种网民2000~2010年期间增长率达到1277%，目前仅少于英语网民（5.37亿人），中文作为互联网第二大语种，在互联网上的话语权大有增强。

在全球互联网行业的激烈角逐中，2010年中国3G在继续推进，三网融合已启动。2010年12月，当当网和优酷网在美国纽约交易所上市。在门户网站、搜索引擎、即时通信、新闻网站、电子商务、网络购物、网络论坛、博客、微博、移动通信、网络视频等新媒体的诸多领域，百度、腾讯、阿里巴巴、新浪、搜狐、网易、人民网、新华网、中国移动、当当网、优酷网等民族品牌已成长为新媒体世界的“强者”。

2010年，中国国内生产总值（GDP）达到5.88万亿美元，一举超越日本成为世界“老二”，GDP世界第二意味着中国是一个世界经济大国，尽管还不是一个经济强国，但因这在中华民族的现代化崛起之路上具有里程碑意义而鼓舞人心。同样，在新媒体领域，中国成就突出。但是，在互联网普及率、带宽等很多方面中国与西方国家之间还有非常大的差距。中国新媒体的强国之路虽然任重道远，但十余年间中国新媒体奋进之路成绩喜人，特别是与发达国家在多种层面的