



传媒蓝皮书[®]

BLUE BOOK OF CHINA'S MEDIA

2012年：
中国传媒产业
发展报告

REPORT ON DEVELOPMENT OF CHINA'S MEDIA INDUSTRY

(2012)

主 编 / 崔保国



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

2012
版

传媒蓝皮书

BLUE BOOK OF
CHINA'S MEDIA



2012年： 中国传媒产业发展报告

REPORT ON DEVELOPMENT OF CHINA'S
MEDIA INDUSTRY (2012)

主 编 / 崔保国



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

图书在版编目(CIP)数据

2012年：中国传媒产业发展报告/崔保国主编。—北京：
社会科学文献出版社，2012.4

(传媒蓝皮书)

ISBN 978-7-5097-3306-6

I. ①2… II. ①崔… III. ①传播媒介-产业-研究
报告-中国-2011~2012 IV. ①G219.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第063824号

传媒蓝皮书

2012年：中国传媒产业发展报告

主 编 / 崔保国

出 版 人 / 谢寿光

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 / 人文分社 (010) 59367215

责任编辑 / 王琛珺 周志静

电子信箱 / renwen@ssap.cn

责任校对 / 韩海超

项目统筹 / 宋月华 范 迎

责任印制 / 岳 阳

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 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 24.75

版 次 / 2012年4月第1版

字 数 / 424千字

印 次 / 2012年4月第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-3306-6

定 价 / 69.00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

本书入选 CSSCI (中文社会科学引文索引)

2012 ~ 2013 来源集刊

2012 年传媒蓝皮书出品方

清华大学传媒经济与管理研究中心

清华大学清华—日经传媒研究所

清华大学文化产业研究中心

清华大学—网易未来媒体研究中心

央视—索福瑞媒介研究有限公司

中国新闻出版研究院

央视市场研究股份有限公司

DCCI 互联网数据中心

2012 中国传媒蓝皮书

课 题 组

课题组组长 崔保国

课题副组长 杭 敏 侯琰霖 何丹媚

课题组成员 (排名按姓氏拼音为序)

陈 华	崔保国	丁以绣	董 璐
高小涵	龚若昀	杭 敏	何丹媚
侯琰霖	林 杨	陆诗雨	苗伟山
任皎洁	王琳琳	王文雨	王卓彦
徐 佳	岳小乔	赵曙光	张 锐
张世悬	郑立波	周 逵	

2012 年中国传媒蓝皮书

编 委 会

编 委 (按姓氏拼音为序)

- 陈昌凤 清华大学新闻与传播学院教授
- 陈 刚 北京大学新闻与传播学院副院长、教授、博导
- 陈 永 《现代广告》杂志社社长
- 程曼丽 北京大学新闻与传播学院副院长、教授、博导
- 崔保国 清华大学新闻与传播学院副院长、教授、博导
- 邓忻忻 中国传媒大学传播系系主任、教授、博导
- 丁俊杰 中国传媒大学教授、博导
- 董 璐 国际关系学院文化与传播系副教授
- 杭 敏 清华大学新闻与传播学院副教授
- 郝振省 中国新闻出版研究院院长、研究员
- 胡正荣 中国传媒大学副校长、教授、博导
- 胡延平 DCCI 互联网数据中心创始人、CEO
- 黄升民 中国传媒大学广告学院院长、教授、博导
- 金兼斌 清华大学新闻与传播学院党委书记、教授、博导
- 李希光 清华大学新闻与传播学院教授、博导
- 刘 云 浙江大学广播影视研究所副所长、教授
- 卢 斌 北京电影学院教授,《中国动漫产业发展报告》主编
- 陆 地 北京大学新闻与传播学院教授、博导
- 陆小华 新华社中国新华新闻电视网总编,清华大学兼职教授
- 栾轶玫 中央人民广播电台网络发展部主任,北京大学、中国政法大学兼职教授

- 孟建 复旦大学新闻学院教授、博导，复旦大学国际公共关系研究中心主任
- 闵大洪 北京网络媒体协会会长
- 彭兰 中国人民大学新闻学院教授、博导，新媒体研究所所长
- 邵培仁 浙江大学人文学院副院长、教授、博导，《中国传媒报告》主编
- 沈颖 CTR 央视市场研究媒介与产品研究部总经理
- 孙宝寅 清华大学新闻与传播学院教授
- 唐绪军 中国社会科学院新闻与传播研究所副所长、教授
- 田珂 北京世纪华文国际传媒咨询有限公司总经理
- 田涛 央视市场研究股份有限公司副总经理
- 王兰柱 央视一索福瑞媒介研究有限公司总经理
- 魏玉山 中国新闻出版研究院副院长、研究员
- 吴信训 上海大学传媒经济研究中心主任、教授、博导
- 肖东发 北京大学新闻与传播学院教授、博导
- 熊澄宇 清华大学新闻与传播学院教授、博导，文化产业研究中心主任
- 姚林 央视市场研究股份有限公司整合营销部总经理
- 尹鸿 清华大学新闻与传播学院常务副院长、教授、博导
- 喻国明 中国人民大学新闻学院副院长、教授、博导
- 答廷全 中国传媒大学媒体管理学院教授、博导
- 赵曙光 清华大学新闻与传播学院党委副书记、副教授
- 赵子忠 中国传媒大学新媒体研究院院长、教授、博导
- 郑保卫 中国人民大学新闻学院教授、博导，新闻与社会发展研究中心主任
- 郑维东 央视一索福瑞媒介研究有限公司副总经理
- 周鸿铨 中国传媒大学教授、博导，传媒经济研究所所长

摘 要

《2012年：中国传媒产业发展报告》是由清华大学新闻传播学院传媒经济与管理研究中心牵头，联合国内外学术界众多专家学者共同编撰的，系社会科学文献出版社“蓝皮书”系列中的一册，目前已连续出版九年。该书邀请传媒研究与运营管理方面的专家，在对当年中国传媒各领域发展状况进行分析的同时，也对未来中国传媒产业的走势进行科学分析与预测。“传媒蓝皮书”自出版以来，引起了较大的社会反响，国内外各大媒体纷纷转载。目前“传媒蓝皮书”已经成为研究中国传媒产业的权威著作，并于2012年被认证为“中文社会科学引文索引”（CSSCI）来源集刊。

2011年是我国“十二五”规划的开局之年，“十二五”规划明确提出我国将推动文化产业成为国民经济支柱性产业，这无疑为文化传媒业增添了新的动力。在这一年里中国传媒产业取得了跨越式的发展，中央对中国传媒长期发展的总体产业布局及自上而下推动深化改革的产业政策，为未来的传媒产业大发展大繁荣奠定了制度基础。新体制下的企业运行机制更加市场化，使媒体产业获得更大的发展空间和自由度。在2011年的股市中，包括近40家上市公司的传媒板块成为资本市场的风向标，给奋力前行的中国传媒产业带来了信心和希望。通过资本运作获得大量资本的传媒产业将会出现很多创新举措，并给未来几年传媒产业市场带来激动人心的新气象。

《2012年：中国传媒产业发展报告》在结构上分为：总报告、报纸产业、图书产业、期刊产业、广播产业、电视产业、电影产业、互联网产业、移动媒体产业、广告与受众市场、传媒资本市场及海外传媒产业12个部分，对传媒产业总体以及各细分行业的发展状况与趋势进行了深入而透彻的分析。

本书既具有实证研究价值又具有理论探索价值。传媒产业是一个高速发展的新兴产业，而目前理论界对传媒产业的研究还很薄弱，对传媒产业的新现象、新问题还不能提供有力的理论解释。该书对传媒产业和传媒管理的理论探索，具有

一定的理论创新意义。

本书同时具有重要的现实意义。它对传媒产业及其各个行业所做的系统分析和梳理，对政府主管部门、传媒管理和运营机构都具有重要的参考价值，将对传媒政策的制定、传媒机构的运营战略等产生重要影响。另外，本书对于从事新闻传播特别是传媒经济与管理专业的高校师生以及研究人员来说是一本很有意义的参考书。

Abstract

Report on Development of China's Media Industry 2012 (*The Blue Book of China's Media 2012*) is an edited work led by the Tsinghua University School of Journalism and Communication, and Center of Media Economy and Management Studies, contributed by many domestic and foreign media experts. Now in its 9th consecutive year of publication, it claims an important position among *The Blue Book Series* published by Social Sciences Academic Press (China). The contributors of the book, i.e. researchers and professionals in the field of China's media and media management, offer extensive observations to all aspects of the development of media industry, as well as scientific analyses of its trends. Since its first publication, the book has garnered intense public attention, and has been quoted by many in domestic and foreign media. *The Blue Book of China's Media* has now become one of the authoritative works on the study of China's media industry.

2011 is an opening year of China's "12th Five-Year Plan", in which it was stated that China will promote the cultural industry to be the pillar industry in National Economy. The general industry layout and top-down policies has become an important impetus of the culture & media industry during the year, contributed to a big leap of China's media industry, and set a basis for the long-term development of China's media. The enterprise operational mechanism under the new system is more market-oriented, so that the media industry winning more development space and freedom. Besides, in the stock market of 2011, the media section with nearly 40 listed companies has become the vane of the capital market. So we believe that with the financial support of the capital market, the media industries may launch more innovative initiatives and bring exciting new atmosphere to the media industry market in the next few years.

Report on Development of China's Media Industry 2012 consists of 12 sections, including: the Annual General Report, Reports on Newspaper Industry, Publishing, Periodicals, Radio Broadcastings, Televisions, Internet, Mobile Media, Advertising and Target Markets, Overseas Media Market, and media capital market.

This book is a valuable guide, compatible with both empirical and theoretical studies. With its scale and structure changing fast, the media industry itself is an emerging

industry at a high stage of development. Yet in contrast to this, there is a general lack of theoretical study and reflections on the new problems and phenomena. The book thus finds itself with certain creative contributions to media industry and media management theories.

The book is also of practical significances. With systematic reviews and analyses of the media industry and its sub-sectors, the book is a useful reference for government policymaking, and for setting operational strategy by media enterprises. It is also valuable to researchers, teachers and university students specializing in journalism and communications, especially in media economy and management studies.

中国皮书网

发布皮书研创资讯，传播皮书精彩内容
引领皮书出版潮流，打造皮书服务平台

栏目设置：

- 资讯：皮书动态、皮书观点、皮书数据、皮书报道、皮书新书发布会、电子期刊
- 标准：皮书评价、皮书研究、皮书规范、皮书专家、编撰团队
- 服务：最新皮书、皮书包目、重点推荐、在线购书
- 链接：皮书数据库、皮书博客、皮书微博、出版社首页、在线书城
- 搜索：资讯、图书、研究动态
- 互动：皮书论坛

www.pishu.cn

中国皮书网依托皮书系列“权威、前沿、原创”的优质内容资源，通过文字、图片、音频、视频等多种元素，在皮书研创者、使用者之间搭建了一个成果展示、资源共享的互动平台。

自2005年12月正式上线以来，中国皮书网的IP访问量、PV浏览量与日俱增，受到海内外研究者、公务人员、商务人士以及专业读者的广泛关注。

2008年10月，中国皮书网获得“最具商业价值网站”称号。



权威报告 热点资讯 海量资料

当代中国与世界发展的高端智库平台

皮书数据库 www.pishu.com.cn



皮书数据库是专业的社会科学综合学术资源总库，以大型连续性图书皮书系列为基础，整合国内外其他相关资讯构建而成。包含七大子库，涵盖两百多个主题，囊括了十几年间中国与世界经济社会发展报告，覆盖经济、社会、政治、文化、教育、国际问题等多个领域。

皮书数据库以篇章为基本单位，方便用户对皮书内容的阅读需求。用户可进行全文检索，也可对文献题目、内容提要、作者名称、作者单位、关键字等基本信息进行检索，还可对检索到的篇章再作二次筛选，进行在线阅读或下载阅读。智能多维度导航，可使用户根据自己熟知的分类标准进行分类导航筛选，使查找和检索更高效、便捷。

权威的研究报告，独特的调研数据，前沿的热点资讯，皮书数据库已发展成为国内最具影响力的关于中国与世界现实问题研究的成果库和资讯库。

皮书俱乐部会员服务指南

1. 谁能成为皮书俱乐部会员？

- 皮书作者自动成为皮书俱乐部会员；
- 购买皮书产品（纸质图书、电子书、皮书数据库充值卡）的个人用户。

2. 会员可享受的增值服务：

- 免费获赠该纸质图书的电子书；
- 免费获赠皮书数据库100元充值卡；
- 免费定期获赠皮书电子期刊；
- 优先参与各类皮书学术活动；
- 优先享受皮书产品的最新优惠。

3. 如何享受皮书俱乐部会员服务？

(1) 如何免费获得整本电子书？

购买纸质图书后，将购书信息特别是书后附赠的卡号和密码通过邮件形式发送到 pishu@188.com，我们将验证您的信息，通过验证并成功注册后即可获得该本电子书的电子书。

(2) 如何获赠皮书数据库100元充值卡？

第1步：刮开附赠卡的密码涂层（左下）；
第2步：登录皮书数据库网站（www.pishu.com.cn），注册成为皮书数据库用户，注册时请提供您的真实信息，以便您获得皮书俱乐部会员服务；

第3步：注册成功后登录，点击进入“会员中心”；

第4步：点击“在线充值”，输入正确的卡号和密码即可使用。



（本卡为图书内容的一部分，不购书刮卡，视为盗书）

皮书俱乐部会员可享受社会科学文献出版社其他相关免费增值服务

您有任何疑问，均可拨打服务电话：010-59367227 QQ:1924151860

欢迎登录社会科学文献出版社官网(www.ssap.com.cn)和中国皮书网(www.pishu.cn)了解更多信息

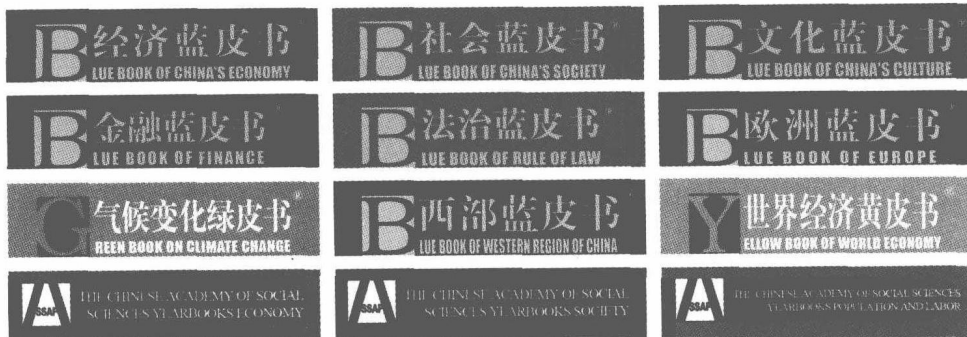
“皮书”起源于十七八世纪的英国，主要指官方或社会组织正式发表的重要文件或报告，并多以白皮书命名。在中国，“皮书”这一概念被社会广泛接受，并被成功运作、发展成为一种全新的出版形态，则源于中国社会科学院社会科学文献出版社。

皮书是对中国与世界发展状况和热点问题进行年度监测，以专家和学术的视角，针对某一领域或区域现状与发展态势展开分析和预测，具备权威性、前沿性、原创性、实证性、时效性等特点的连续性公开出版物，由一系列权威研究报告组成。皮书系列是社会科学文献出版社编辑出版的蓝皮书、绿皮书、黄皮书等的统称。


皮书系列的作者以中国社会科学院、著名高校、地方社会科学院的研究人员为主，多为国内一流研究机构的权威专家学者，他们的看法和观点代表了学界对中国与世界的现实和未来最高水平的解读与分析。


自20世纪90年代末推出以经济蓝皮书为开端的皮书系列以来，至今已出版皮书近800部，内容涵盖经济、社会、政法、文化传媒、行业、地方发展、国际形势等领域。皮书系列已成为社会科学文献出版社的著名图书品牌和中国社会科学院的知名学术品牌。

皮书系列在数字出版和国际出版方面也是成就斐然。皮书数据库被评为“2008~2009年度数字出版知名品牌”；经济蓝皮书、社会蓝皮书等十几种皮书每年还由国外知名学术出版机构出版英文版、俄文版、韩文版和日文版，面向全球发行。



法律声明

“皮书系列”（含蓝皮书、绿皮书、黄皮书）由社会科学文献出版社最早使用并对外推广，现已成为中国图书市场上流行的品牌，是社会科学文献出版社的品牌图书。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。

未经社会科学文献出版社的授权和许可，任何复制、模仿或以其他方式侵害“皮书系列”和 ()、“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称商标专用权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，电子邮箱：fawubu@ssap.cn。

社会科学文献出版社

目 录



Ⅱ I 总报告

- Ⅱ.1 在融合中转型的中国传媒产业 崔保国 侯琰霖 / 001
- Ⅱ.2 跨界、整合与改制：社会视野下 2011 年中国传媒业发展关键词
——基于传媒业相关文本的词频分析 喻国明 宋美杰 / 014
- Ⅱ.3 2011 年中国传媒行业发展概况 何丹媚 张世愚 王文雨 / 022
- Ⅱ.4 2011 年中国传媒行业经营状况分析 苗伟山 岳小乔 陆诗雨 / 030

Ⅱ II 中国报纸产业发展报告

- Ⅱ.5 2011 年中国报业关键词 唐绪军 卓宏勇 / 039
- Ⅱ.6 2011 年报业广告市场分析及 2012 年展望 姚 林 / 049
- Ⅱ.7 2011 年中国报纸发行市场分析 田 珂 蔡正鹏 崔江红 / 058

Ⅱ III 中国图书产业发展报告

- Ⅱ.8 2011 年图书出版产业报告 魏玉山 / 069
- Ⅱ.9 2011 年中国出版产业年度盘点 卞卓舟 肖东发 / 081

Ⅱ IV 中国期刊产业发展报告

- Ⅱ.10 2011 年中国期刊发行市场分析 田 珂 崔江红 蔡正鹏 / 090