

中国媒体发展 研究报告

2011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
武汉大学“社会转型与中国大众传媒改革”创新基地



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

中国媒体发展 研究报告

2011年·媒体卷

本集刊为CSSCI收录刊源

武汉大学媒体发展研究中心
武汉大学新闻与传播学院 主办
武汉大学“社会转型与中国大众传媒改革”创新基地



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. 2011 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“社会转型与中国大众传媒改革”创新基地主办.

—武汉: 武汉大学出版社, 2012. 5

ISBN 978-7-307-09648-6

I. 中… II. ①武… ②武… ③武… III. 传播媒介—发展—研究报告—中国—2011 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 047498 号

责任编辑: 詹 蜜

责任校对: 黄添生

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: 24 字数: 672 千字 插页: 3

版次: 2012 年 5 月第 1 版 2012 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-09648-6/G · 2474 定价: 48.00 元

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

目 录

上 篇 2010 中国媒体发展盘点与研究述评

——2010 年中国媒体发展盘点

变革 扶持 普及 承担

——2010 年中国媒体发展盘点	强月新 熊 燃 (3)
附录 1 2010 年中国媒体发展大事记	(27)
附录 2 2010 年中国媒体发展政策法规一览	项目资料组 (42)
附录 3 2010 年中国媒体发展研究论著选目	项目资料组 (46)
附录 4 2010 年中国媒体发展研究论文选目	项目资料组 (51)
附录 5 2010 年媒体发展研究译著一览	项目资料组 (76)
附录 6 2010 年传媒领域重要学术会议	项目资料组 (83)
战略联盟：中国报业成长绕不开的话题	罗以澄 姚劲松 王声平 (90)
新媒体事件研究：话语运动与传播赋权	
——基于“我爸是李刚”事件的个案考察	石义彬 吴世文 谭文若 (96)
网络热点事件中网络舆论的表达形态研究	
——以“宜黄事件”为例	石义彬 胡琼之 王彦林 (102)
2010 年跨文化传播事件解析	单 波 刘 学 李丹丹 (108)
融合背景下中国媒介营销的调整、整合与创新	
——2010 年中国媒介营销活动评析	吕尚彬 徐同谦 (123)
2010 年中国期刊行业发展的热点探究与分析	冉 华 刘艳娥 (131)

中 篇 重大项目专题研究报告

国家社科基金重大项目“互联网管理与中国特色网络文化建设研究”研究成果

我国重大网络舆论事件基本状况与传播特征分析	钟 瑛 余秀才 (139)
搜索中立？	
——基于“3Q 大战”事件的实证考察	罗 昕 (151)
网络论坛参与者参与动机的实证研究	陈 然 (161)

教育部重大课题攻关项目“国际传播理论、现状与发展趋势研究”研究成果

非政府组织及其国际传播分析

——以环境非政府组织绿色和平组织为例	吴 飞 傅丽英 (167)
--------------------------	---------------

教育部重点研究基地重大攻关课题“中国报业发展战略转型研究”研究成果

- 中国报业转型发展的民本化战略走向 吕尚彬 赵 寰 (198)
- 论中国传媒产业化转型与政府作为 钱广贵 (205)
- 中国报业数字化转型的问题与对策 吕尚彬 陈 薇 (212)

国家哲学社会科学基金项目“我国大众传媒的竞争与合作研究”研究成果

- 中国传媒发展的竞争策略：基于“生态位”理论的考察 强月新 张明新 (219)

国家哲学社会科学基金“媒介融合对新闻传播的影响研究：
新技术环境下如何提升中国新闻网站的国际影响力”研究成果

- 新媒体中的政治报道：形态演进与内容呈现 肖 璐 (236)

下 篇 2010 中国媒体发展专题研究报告

- “十一五”时期中国传媒业发展的检视与思考 王润珏 (249)
- 美国媒介批评中的民主危机论及其问题 刘学 向宗平 (259)
- 中国传媒治理结构变迁及其政治动因 殷 琦 (267)
- 新闻与广告：议程设置的比较研究 张 微 窦光华 (276)
- 变局中的困境与突围
- 省级卫视限播背景下广告经营策略分析 程 明 谭淑娴 (282)
- 媒介、环境与受众的涡旋互动
- 论广告传播在数字互动媒介中的涡旋控制模式 赵 鹏 江 南 (289)
- 新媒体环境下党报价值的回归 张金海 黎 明 (294)
- 城市媒介群落的“入侵种”
- 区域性报纸地方版发展策略思考 张艳红 陈桂婷 (300)
- 吉林省报纸广告产业集中度、市场份额及收入分配的粗略分析：
- 基于媒体视角 高红阳 杨 柳 (307)
- 报业上市公司经营绩效差异的经济影响因素研究
- 基于企业战略管理的分析视角 刘友芝 胡玉婷 (314)
- 股权激励的媒介样本：博瑞传播激励变革研究 王松茂 晋艺菡 (322)
- 数字内容产业监管体系构建研究 黄玉波 (328)
- 2010 年湖北省热点网络舆情分析报告 石义彬 朱剑虹 贺 程 (335)
- 基于用户视角的网络媒体公信力评价体系的构建及实践
- 以湖北省网络媒体为例 洪杰文 陈 婷 (345)
- 台网融合中的网络媒介呈现与受众参与
- 对凤凰卫视与凤凰网的台网融合与互动实证研究 陈 薇 (357)
- 故事的讲述与意义的建构：叙事学视角下的《中国国家形象片》
- 刘 娜 刘 娜 (365)
- 中国 3D 电影产业的发展现状与策略分析 司峥鸣 (372)

Contents

Volume One **An Overview & Research Commentary of China's Media Development in 2010**

Reform, Support, Responsibility

—An Overview of China's Media Development in 2010 Qiang Yuexin, Xiong Ran (3)

Appendix 1: Summary of China's Media Development in 2010

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (27)

Appendix 2: Review of China's Media Development Policies and Regulations Issued in 2010

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (42)

Appendix 3: Catalogue of Research Books on China's Media Development Published in 2010

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (46)

Appendix 4: Catalogue of Academic Papers on China's Media Development Published in 2010

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (51)

Appendix 5: Catalogue of Translated Books on Media Development Published in 2010

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (76)

Appendix 6: Catalogue of Important Academic Conferences on Media in 2010

..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University (83)

Strategic Alliances: The Focus in the Growth of Chinese Newspaper

..... Luo Yicheng, Yao Jinsong, Wang Shengping (90)

The New Media Events Study: The Discourse Movement and Communication Empowerment

..... Shi Yibin, Wu Shiwen, Tan Wenruo (96)

The Morphological Study of Internet Expression of Public Opinion in the Hot Events

..... Shi Yibin, Hu Qiongzi, Wang Yanlin (102)

The Analyze of Cross-Media Communication Event in 2010

..... Shan Bo, Liu Xue, Li Dandan (108)

The Adjustment, Integration and Innovation of Media Marketing in China In Converging

..... Lv Shangbin, Xu Tongqing (123)

The Research on Hotspot of Periodical Industry In China in 2010

..... Ran Hua, Liu Yane (131)

Volume Two **Special Research Report of Major Projects**

Major Project of National Social Science of Foundation of China—Report of “The Management of Internet and the building of Internet Culture with Chinese characteristics”
Communication rule and Characteristics of Significant Online Public Opinion in China

..... Zhong Ying, Yu Xiucui (139)

Search Neutral?

- Based on Empirical Research of “3Q War” Event Luo Xin (151)
 An Empirical Study of Motivation of BBS Participants Chen Ran (161)

Major Project of Chinese Ministry of Education—Report of “On the Status Quo and Development Trend of International Communication Theory”

- NGO and its International Communication We Fei, Fu Liying (167)

Major Project of the Key Research Institute of Humanity and Social Science of Chinese Ministry of Education—Report of “Research on the Transformation of Chinese Newspaper Industry Strategy”

- The Transformation and Development of China’s Newspaper and its People-oriented Strategy
 Lv Shangbin, Zhao Huan (198)
 On the Transformation of with the China’s Media Industry and the Government’s Role
 Qian Guanggui (205)
 The Problems and Countermeasures of Digital Transformation of Chinese Newspaper
 Lv Shangbin, Chen wei (212)

National Social Science Foundation of China—Report of “Research on the Mass Media Competition and Cooperation in China”

- Competition Strategies of China’s Media: An Ecological Niche Theory Approach
 Qiang Yuexin, Zhang Mingxin (219)

National Social Science Foundation of China—Report of “Research on the Media and Communication”

- Political Reporting in the New Media: Forms and Content Presentation Xiao Jun (236)

Volume Three Special Research Report of China’s Media Development in 2010

- Rethinking of the China’ Media Industry Development in “Eleventh Five-Year Plan” Period
 Wang Runjue (249)
 Rethinking the Crisis of Democracy in American Media Criticism
 Liu Xue, Xiang Zongping (259)
 The Change of Chinese Media Governance Structures and its Political Motivation
 Yin Qi (267)
 A Comparative Study of the Agenda Setting Between the News and Advertising
 Zhang Wei, Dou Guanghua (276)
 The Plight of and Breakthrough of Provincial Satellite TV in the Changing Situation
 Cheng Ming, Tan Shuxian (282)
 Vortex Interaction among Media, Environment, and Target Audience
 —Demonstration of Vortex Control Mode of Advertising Communication within Digital Interacted Media
 Zhao Peng, Jiang Nan (289)

The Return of Value of Party newspaper in the New Media Environment	 Zhang Jinhai, Li Ming (294)
The Foreigner of Urban Media Community	 Zhang Yanhong, Chen Guiting (300)
Rough Analysis of Concentration Ratio, Market Share and Income Distribution of Newspaper Advertising Industry in Jilin Province: Based on Media Perspective	 Gao hongyang, Yang liu (307)
On the Economic Factors Effecting the Operating Performance of the Newspaper Listed Company	 Liu Youzhi, Hu Yuting (314)
On the Sample of Equity Incentives in Media Listed Company	 Wang Songmao, Jin Yihan (322)
On the Regulatory System of Digital Content Industry	 Huang Yubo (328)
The Analysis Report of Internet Network Public Opinion Hotspot in Hubei Province in 2010 report	 Shi Yibin, Zhu JianHong, He Cheng (335)
The Construction and Practice of Media Credibility Evaluation System-based on User Perspective of Internet	 Hong Jiewen, Chen Ting (345)
Internet Media Presentation and Audience Participation in the Convergence of TV and the Internet: An Empirical Study of the Convergence and Interaction of Phoenix's TV and Internet	 Chen Wei (357)
Story Telling and Meaning Construction: An Analysis on China National Publicity Film	 Liu Na, Liu Na (365)
Current Situation and Strategic Analysis of the 3D Film Industry in China	 Si Zhengming (372)

上 篇

2010 中国媒体发展盘点与研究述评 ——2010 年中国媒体发展盘点

变革 扶持 普及 承担

——2010 年中国媒体发展盘点^①

强月新 熊 燃

2010 年是我国“十一五”规划的收官之年，国民经济取得了突破性发展，国内 GDP 总量跃居世界第二，传媒业发展稳中有进。在国家大力扶持下，传媒业逐渐摆脱金融危机的阴霾，开始全面回暖，稳重有进。随着文化体制改革进一步深化、新媒体发展日益迅猛，传统媒体急须谋求一条变通之路，而新媒体在技术的日趋成熟下，盈利模式日渐明朗。推进文化体制改革、推动文化信息产业发展以及加强从业人员管理仍是媒介规制的主题。面对社会转型期的各种突发事件，传统媒体应对更加从容、自信，而网络媒体的参与也越发积极。

媒介经营方面，报业体制改革继续深化，报刊退出机制全面展开，报业在多元化经营中探索变通之路。广播电视创新不断，三网融合促使广电企业谋求资本运作，电视购物、3D 电视开始升温，省级卫视在娱乐节目和自制电视剧方面强势出击。互联网商业价值继续扩大，竞争愈发激烈，移动互联网用户猛增，微博带来新革命。出版业转企改制进入尾声，产业重组进一步升级。国家扶持下的电影票房突破百亿元大关，国产影片精品不断，营销手段多元化，产业前景广阔。

政府规制建设方面，政府扶持成为主旋律。推进文化产业体制改革，促进文化产业和信息产业的发展是宏观层面的大方向。在传媒各行业的管理上，规范成为不变主题：除规范媒体从业人员外，报业内部管理不断科学；出版业数字战略得到大力实施；广电行业出台多条规定加强对节目的监管，提高产权意识；互联网则加强安全管理，提升产业素质；广告业对虚假违法广告的整治力度进一步加大。

新媒体的使用日趋普及，微博成为年度主题词，它以简单快捷的方式开启了更加扁平的网络化交流时代，受到越来越多人的喜爱。网络团购成为网络购物的新风尚，由此产生的实惠价格备受年轻人欢迎；腾讯与 360 之争折射出新媒体发展中的问题引人关注；手机媒体的使用量飞速增长，直接推动了即时通信和社交网络的应用；电子出版物借平板电脑之东风抢滩市场，但随即而来的版权争端则困扰整个新媒体发展；此外 IPTV 用户继续增长，国内数字电视产量大幅提高，移动电视的广阔前景引起外资关注。

2010 年上海世博会、广州亚运会、深圳特区成立 30 周年等大事件，彰显了我国在改革开放以来取得的重大成就，对此媒体投入大量精力，承担起向世界发出中国的声音的重任。一系列成就报道不仅全面、客观、及时，还注入了更多的平民视角，增添互动性的同时使百姓也能够分享到国家的喜悦。社会转型时期各种问题频发，在公共危机中，媒体基本履行了其社会职责，及时、客观、恰当的报道有效维持了社会稳定。网络媒体的力量进一步显现，网民积极参与对热点事件的讨论，推动信息透明公开化。日渐强大的中国在涉外报道方面更加成熟，媒体在见证国家发展的同时，也时刻捍卫着国家利益。

^① 本文是 2010 年湖北省软科学研究专项课题“媒介融合背景下湖北传媒产业创新研究”的阶段性成果。

一、媒介经营盘点

1. 报业积极变通谋求发展

2010年,我国报业继续深化体制改革,报刊退出机制全面展开。市场方面,报业加快资本运作,广告收入上升;在与新媒体融合过程中,报业迈出实质性步伐;竞合中的我国报业正在数字化、跨区域化、多元化道路上继续探索。

(1) 体制改革继续深化

2010年,中国报刊退出机制工作在全国范围内推广。新闻出版总署署长柳斌杰表示,报刊改革方面,要按不同性质分类改革,时政类报刊要在3年内完成内部机制改革,实行宣传与经营两分开;非时政类报刊出版单位要在两年内全部完成转企改制。“改制是体制机制的第一步。对企业来说下一步最重要的是选择发展方向,进行股份制改造、公司制改革,最终建立现代企业制度,全面提升竞争力”。^①

2月,文汇新民联合报业集团旗下的上海东方体育日报社整体转制为上海东体传媒有限公司。10月,辽宁省委宣传部接中宣部批复,同意将辽宁日报传媒集团所属辽沈晚报社列为全国都市报,作为非时政类媒体整体转制的试点。

(2) 多元化经营推进市场化进程

尽管目前我国报业市场化水平较低,2010年的报业市场化进程仍在努力探索中。资本运营方面,4月文汇新民联合报业集团旗下的新民传媒广告有限公司相继进行两次资本运作。上海新华传媒股份有限公司撤资退出,文汇新民联合报业集团则对新民传媒广告公司增资5000万元。8月,粤传媒发布公告,向其实际控制人广州日报社的全资子公司广州传媒控股有限公司定向增发3.74亿股,用以购买广州日报社旗下约42亿元传媒资产,自此,广州日报社将42亿元资产成功注入粤传媒。

2010年多家报业集团在种好自家田地的同时,开展多元经营。河南日报报业集团斥资1600余万元打造的动漫产品《少林海宝》,受到央视及多家省级电视台追捧,该集团还成立大河传媒置业有限公司,进军房产中介领域。8月,湖北日报传媒集团与汉王科技合作力推数字阅读,该集团还在房地产开发、酒店、文化产业园等多领域涉足。

(3) 跨区域化、专业化经营崭露头角

当前媒介融合的大环境下,报业继续做出各种尝试以谋求自身发展。基于新媒体的强势和自身的瓶颈,2010年报业继续朝着跨地域化、专业化方向发展。

4月,南方报业集团承办新版《今日广东》并同步上网,《欧洲商报》、《美洲商报》等海外华文媒体要求整版刊用《今日广东》。羊城晚报报业集团旗下《新快报》进入深圳市场,推出深圳新闻版。8月,《经济日报》与台湾地区《经济日报》全面合作框架协议在重庆签署。

综合类报纸的市场饱和使得一些报纸另辟新战场,通过专业化以寻求市场空隙。2月,北京第一家公开发行的社区报——《北京社区报》亮相,年内发行量突破30万份。12月,由深圳报业集团和深圳地铁集团全面合作的免费报纸《地铁早八点》于2011年2月正式投放市场。

^① 孙正一,柳婷婷,刘廷飞.2010:中国新闻业回望(下)[J].新闻记者,2011(1).

(4) 报刊广告收入开始回暖

据 CRT 市场研究公司提供的数据, 2010 年全国传媒业广告市场整体达到 13% 的增长率。慧聪邓白氏研究^①对大陆报纸广告刊登的数据统计显示, 2010 年, 报刊广告市场继金融危机之后迎来了增长, 这个增长是连续 5 年来少有的—次双位数的增长, 达到了 16.94%。机动车、家电、家居家装这三个行业的增长最为显著, 而房地产的绝对值贡献则是最大, 同比去年增长 12.48%。除通信类 2010 年对比 2009 年同期广告投放额度略有下降外, 其他 22 个行业均呈上升趋势。^② 另外, 《成都商报》成为了中国都市报中第一个广告年收入突破 10 亿元的报纸。^③

(5) 多媒体报纸井喷式发展

随着 2010 年美国苹果公司的数字产品 iPad 上市, 国内媒体竞相进入电子移动终端市场。截至年底, 全国已有包括《中国日报》、《南方都市报》、《人民日报》等在内的 40 余家报纸推出 iPad 终端应用程序。

南方报业集团进入广播电视领域, 实现了“报纸听得见, 广播看得见”的目标。《南方都市报》正式入主凯迪网络, 成为该网最大股东。^④ 5 月, 文汇新民联合报业集团联合汉王科技, 在汉王电子书上推出集团旗下的部分报刊, 成为国内领先、沪上首家涉水电子阅读器产业的报业集团。

随着电子移动终端设备的兴起与普及, 有关网络报纸的资费问题浮出水面。1 月, 作为党报的《人民日报》正式推出电子版收费阅读服务。3 月, 《人民日报》数字报推出新的收费标准, 前四版内容长期免费, 五版及五版以后版面内容, 当天免费。网络报纸付费问题引起了传媒业界普遍的关注, 关于这一收费举措是否能够引起我国传统媒体的数字化收费潮流等方面的争论, 成为业界和学界的热点话题。

2. 广播电视产业以创新求发展

2010 年是中国广电业的 3D 元年, “创新引领发展”成为年度主题词。内容、技术、市场是推动广电业快速、健康、和谐发展的三驾马车。只有内容新、技术强、市场活, 中国广电业才能迎来长久的繁荣, 更好地引领整个传媒业。

(1) 广播电视产业延续良好发展态势

2010 年, 体制机制改革继续深化, 三网融合及数字化进程的大力推动, 我国广电业延续着良好发展态势。据国家广电总局初步统计, 2010 年 1—10 月全国广播电视广告收入同比增长超过 10%。目前虽然电视广告播出时间缩短, 但是我国电视业经济效益却保持增长态势, 2011 年中央电视台黄金资源广告招标额超过 127 亿元, 同比增长超过 15%, 创 17 年来的新高。

据 2010 年 12 月《统计快报》反映, 全国有线广播电视用户 18 730 万户, 比 2009 年增

^① 慧聪邓白氏研究是提供一站式的市场研究与媒介监测解决方案的信息集团。在 IT、通信、汽车、家电、医药、媒体、化工、工业品等多个行业提供市场研究服务, 提供 1 400 多家平面媒体监测与 7 000 多个网址源监测的媒体监测解决方案, 是国内一流的市场研究机构。详见 <http://baike.baidu.com/view/5057990.htm>。

^② 慧聪网 [EB/OL]. 详见 <http://www.media.hc360.com/>。

^③ 尹婷婷 [EB/OL]. 广告年收入首破 10 亿 全国登广告感恩成都 [N]. 成都日报, 2010。

^④ 黄常开, 王军. 解密《南方日报》“珠三角战略”——党报品牌区域市场的链式扩张路径解析 [J]. 中国记者, 2011 (2)。

长 6.89%，其中数字电视用户数 8 798 万户，比 2009 年增长 39.19%。

2010 年全国广播电视行业总收入预计 2 238 亿元，首次突破 2 000 亿元，比 2009 年增长 20.78%。其中，广播电视广告收入 970 亿元，比 2009 年增长 24.04%；有线电视网络收入预计 506 亿元，比 2009 年增长 20.77%。^①

据国家广电总局发展研究中心的数据显示，目前我国广播综合覆盖人口率达到 96% 以上。由于私家车数量猛增以及城市交通拥堵等因素影响，广告商加大了广播电台广告的投放力度，其增速领跑其他传统媒体。不少广播电台获得了突破性的发展，如 2010 年浙江电台交通之声（FM93）广告额破亿元，成为浙江首个广播亿元频道。^②

（2）三网融合背景下广电企业谋求上市

2010 年被称为三网融合元年，随着试点的全面展开，不少广电企业都面临着融资难的困境，而银行贷款等无法迅速填补三网融合进程中的巨大投资缺口，更多的广电企业试图通过上市来破解三网融合融资瓶颈。10 月 11 日，湖南广播电视台所属的中南出版传媒集团股份有限公司刊登招股意向书和初步询价及推介公告，它将成为第一家全产业链整体上市的出版传媒类上市公司。^③

另外省级卫视为了顺应三网融合的趋势，也建立深度合作谋求新发展。2010 年初，湖南卫视通过对青海卫视输出节目、团队、主持人等方式，与其展开深度合作，获得广电总局批复；2 月，上海文广与宁夏卫视签订合作协议，意在加深宁夏和西部的报道厚度。此类合作开创了体制内电视媒体跨区域深度合作的序幕。

（3）3D 电视引领视界新时代

2010 年也被称为 3D 元年。3D 以技术创新颠覆了平板电视传统收看方式，极具冲击力的画面效果和真实震撼的视觉体验赢得了消费者的一致认可，并迅速成为市场消费热点，引领视界进入新时代。有数据显示，2010 年全球 3D 电视消费增至 120 万台左右，2013 年将增至 1 560 万台，到 2018 年，全球 3D 电视的出货量有望达到 6 400 万台。但目前国内 3D 电视价格高、片源有限，消费者尚处在观望阶段，3D 电视的销售量暂时并不理想，但其发展空间还很大。

（4）媒体零售业成为电视产业新增点

2010 年 11 月 12 日，由长沙广播电视台、株洲广播电视台、湘潭电视台联合开办的电视购物频道首播，其定位为国内首个专注女性消费者媒体购物品牌的嘉丽购，也是国内首个由市级广电联办的电视购物频道。《2010 年中国通信营销渠道行业发展白皮书》调查显示，我国电视购物所占的份额低于我国社会消费品零售总额的 1%。^④而在发达国家这一比例高达 10% 左右，可见我国电视购物存在一定发展空间。

由于国家广电总局鼓励各级电视台自办电视购物频道，这些购物频道在品牌度、推广渠道以及成本等方面，相比电视购物企业更有优势。但目前国内电视购物频道发展参差不齐，同质化严重，因此必须走差异化细分市场的道路，才能获得更大的发展空间。

① 国家广电总局网站 [EB/OL]. 详见 <http://www.sarft.gov.cn/articles/2011/01/14/20110114163045950874.html>.

② 国家网络电视台网站 [EB/OL]. 详见 <http://news.cntv.cn/20101208/103395.shtml>.

③ 湖南频道 [EB/OL]. 详见 <http://hn.rednet.cn/c/2010/10/10/2084534.htm>.

④ 数据来源：2010 年中国通信营销渠道行业发展白皮书 [R].

(5) 不断尝新, 省级卫视重洗娱乐牌

8月26日, 2010年中国国际影视节目展正式开幕, 自制剧成为本届影视节目展的最大亮点。安徽卫视以“剧行天下”为宣传语, 大举推出《新包青天》等自制剧。省级卫视自制剧的推出, 给大量民营影视制作公司带来极大的竞争压力。有专家预测, 民营影视公司将面临重新洗牌的局面。

由于受到政策限制和特殊因素的影响, 近年电视娱乐节目渐入沉寂。2010年婚恋节目热潮重燃娱乐硝烟, 江苏卫视《非诚勿扰》、湖南卫视《我们约会吧》的收视率长期高居不下, 由此产生的热门话题也成为大众谈论的焦点。东方卫视的《中国达人秀》成为选秀节目的最大亮点, 该节目总决赛第一次将电视选秀节目的舞台搬进体育场, 并且成为时隔三年后广电总局首次允许通过短信投票的方式决定冠军归属的选秀节目。^① 此外, 已经连续举办五年的湖南卫视《快乐中国跨年演唱会》将大型跨年音乐演唱会成功克隆至全国。同年, 江苏卫视、东方卫视等多家省级卫视也纷纷抢滩跨年演唱会市场。

(6) 广播电台变招求生存

2010年广播电台无论是在技术更新, 还是在传播形态多元化以及广告收入等方面, 都取得了显著的成绩, 其中“广播大联盟”开启重大事件播报新模式。上海世博会期间, 东方广播公司下属七套广播联合美国、日本等九个国家的十二家电台以及全国城市广播联盟二十五家电台、长三角交通广播联盟、全国戏曲广播联盟等数十家电台, 推出世博特别节目, 通过电波的力量辐射全国乃至全球。

2010年8月国家广电总局正式批准中央人民广播电台开办“央广广播电视网络台”(CNBN), 中国国际广播电台开办“中国国际广播电视网络台”(CIBN)。地铁电台推动“交通广播”升级, 2010年12月8日, 第一视频“地铁0号线”全球同步上线。

3. 互联网行业竞争愈加激烈

据CNNIC发布的《第27次中国互联网络发展状况统计报告》显示: 截至2010年12月, 我国网民规模达到4.57亿人, 较2009年底增加7330万人; 互联网普及率攀升至34.3%, 较2009年提高5.4个百分点。我国网民规模已占全球网民总数的23.2%。^② 其中搜索引擎首次成为国内互联网第一大应用; 移动互联网规模陡增; 电子商务类互联网应用继续引领我国互联网经济发展, 网络购物用户年增长48.6%, 我国消费型互联网趋势明显。

(1) 移动互联网发展迅猛

2010年中国3G部署和推广渐入佳境, 用户规模及终端出货量不断提升, 移动互联网稳步发展。据艾瑞咨询研究发现: 由于手机电子商务和手机游戏等细分行业在本年度良好的市场表现, 以及基于手机应用商店为核心的产业链生态的初步形成, 中国移动互联网市场稳步提升, 2010年市场规模达202.5亿元, 同比增长31.1%。^③ 研究还指出, 2010年中国移动互联网用户规模达3.03亿人, 同比增长30.0%。其中在细分行业构成中, 移动增值服务份额最高, 占比57.3%, 手机游戏和手机电子商务居于其次, 分别占比12.7%和11.8%。

① 陈栋. 2010年传媒盘点之广电篇: 创新引领发展 [J]. 今传媒, 2011 (1).

② 中国互联网络信息中心. 第27次中国互联网络发展状况统计报告 [R]. 2011 (1).

③ 艾瑞网 [EB/OL]. 详见 <http://news.iresearch.cn/viewpoints/132139.shtml>.

截至2010年底,手机网民在总体网民中的比例上升至66.2%。^①智能手机价格和通信成本继续降低,手机应用商店模式受到追捧,App Store等全球主流手机应用商店也在进入中国市场,互联网企业纷纷加速手机业务的创新。网易推出网易手机邮,用户可通过网页端和手机客户端两种使用形式,实现用手机随时免费收发邮件、网页和手机互通等功能。业内专家普遍认为,移动互联网的发展将会对传统互联网形成巨大的冲击。

(2) 微博引爆互联网新革命

2010年又被称为“微博发展元年”,很多知名网站的主要活动阵地向微博转移。据《第27次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示,2010年国内微博用户规模约6311万人,在网民中的使用率为13.8%,其中手机网民中手机微博的使用率达15.5%,手机微博的快速发展带来了手机端信息生产和消费行为的快速拓展。

国内微博网站从形式上以效仿Twitter模式为主,门户网站的微博各有自己的核心竞争力。如新浪微博力推名人圈,以“名人”为突破点,逐步打造人气;腾讯微博主要抓用户资源和即时通信端。

据CNNIC分析,微博将对互联网产业产生深远影响,使新闻媒体的传播形态发生变化;将对其他社交网络应用市场产生较大影响,加快社交网络的平台化发展和实时搜索等网络服务的技术开发与应用^②。

(3) 团购成为网络购物的新风尚

据艾瑞咨询对2010年各网络应用服务的用户数据分析,团购服务位居2010年最受网民欢迎的应用服务之榜首。据CNNIC的统计数据显示,2010年网络购物用户增长率高达48.4%,网上支付和网上银行也以45.8%和48.2%的年增长率,远远超过其他类网络应用。^③团购用户规模达到1875万人,在网民中占比为4.1%。

2010年春天开始在我国逐渐兴起的网络团购以价格低、小额支付等优势吸引众多网民参与,团购网站的数量目前已超过1800家。而团购导航网站提供的信息多,方便用户比较挑选,同时为用户提供了交流分享的场所,其用户访问黏性显著高于团购网站。与此同时,团购陷阱、售后服务无法保障等一系列问题还须进一步的规范管理。

(4) 视频网站多元化发展

2010年我国视频网站围绕上市、版权、合作等关键词展开角逐。

多家视频网站纷纷步入资本市场。6月,盛大旗下的酷6借壳上市公司华友世纪成功上市,成为中国第一家独立在美国上市的视频网站。8月,乐视网在深圳创业板上市,成为首家在A股上市的视频公司。12月,优酷正式在美国纽交所成功上市。

随着相关政策的出台,视频网站的版权问题再次引起各方关注。6月,全国网络视频版权监测与调查取证服务平台启动,标志着视频内容盗播取证技术出炉。面对盈利更加艰难的局面,国内视频网站纷纷进行版权合作。9月,酷6网宣布与华纳兄弟国际品牌服务公司达成版权方面的合作,未来酷6将获得华纳公司欧美影视作品在中国地区的网络播放权。这也是国内视频门户网站与欧美影视公司进行的首次版权合作。版权费高涨也使得视频网站纷纷开始了各自的自制内容计划。5月,土豆网宣布启动“橙色盒子”的网络自制剧计划,视频网站纷纷进入自制剧开发时期。

① 传媒经济参考[J]. 2011(3).

② 中国互联网络信息中心. 第27次中国互联网络发展状况统计报告[R]. 2011(1).

③ 新华网[EB/OL]. 详见http://news.xinhuanet.com/fortune/2011-01/19/c_121000953_3.htm.

(5) 婚恋网站

2010年,电视相亲节目带动了婚恋网站的发展,国内各大婚恋网站获得了大量的注册用户资源。据《中国经济周刊》报道,2010年有1600万人注册成为世纪佳缘网的新会员。当前相亲网站的付费率为15%左右,如果保守按照信息服务费平均每人200元来计算,世纪佳缘网线上业务就能实现4.8亿元的营收。^①

目前我国婚恋网站的核心盈利模式主要包括:线上增值服务(包括会员收费)、线下互动活动、广告。^②一方面,用户注册为付费会员后,将按照不同服务期限及赠送虚拟货币数量分别收费;另一方面,举办一些收费相亲会等活动。目前我国婚恋网站发展面临许多问题,必须采取有效手段将用户资源转化为盈利资本,探索出有效地盈利模式。

(6) 互联网行业竞争矛盾激化

2010年网络商战碰出火花,其中腾讯与360的“3Q大战”和盛大文学与百度文库的版权之争最为关注。

从10月27日至11月初,奇虎360公司和腾讯公司在互联网业务中产生纠纷,先是腾讯宣称:在360公司停止对QQ进行外挂侵犯和恶意诋毁之前,腾讯将在装有360软件的电脑上停止运行QQ;随后360公司采取相应措施应对。纠纷不断升级,双方不正当的竞争行为直接影响了用户的利益,工信部会同相关部门对此进行调查处理,最终平息该纠纷。

与此同时,盛大文学有限公司首席执行官侯小强在微博上怒指百度公司须为盗版问题以及国内文化创意产业负责。侯称,盛大文学旗下网站的知名小说中95%以上都出现在百度文库中。11月3日,盛大文学宣布,有史以来最大规模针对百度的连锁诉讼或将形成。面对指责,百度方面称“毫无压力”。这场版权之争,凸显了各大网络公司冲突的一面。

4. 出版业驶入市场化、数字化快车道

2010年,是新闻出版总署确定的改革决胜年,这一年,新闻出版体制改革进入全面提速、纵向深入、务求实效的新阶段。市场方面,中国出版业累计生产图书135.8万种、338亿册,是“十五”期间的2倍;报纸年发行量接近500亿份,新闻出版业总资产、总产出、总销售较“十五”时期实现翻番,中国出版业“航空母舰”已初具规模。^③

(1) 转企改制接近尾声

根据中央关于深化文化体制改革的总体部署,2010年我国经营性图书、音像出版单位基本完成转企改制,1251家非时政类报刊出版单位转制或登记为企业法人,3000多家国有新华书店完成转制,出版社包括地方出版社、高校出版社、中央各单位各部门出版社在内的经营性出版社基本转制成企业。新闻出版业深化改革、成效显著,体制改革产业发展全面进入新阶段,新闻出版业呈现大改革态势。

(2) 产业重组进一步升级

截至2010年底,共有100多家新闻出版企业集团组建,45家新闻出版企业上市,包括

① 李凤桃.1.8亿单身男女的生意[N].中国经济周刊,2011-05-06.

② 邹迎九.我国婚恋网站的问题及发展策略[J].新闻知识,2010(4).

③ 中国新闻出版网[EB/OL].详见http://www.chinaxwcb.com/2011-02/21/content_217469.htm.