



W

新闻出版优秀博士论文文库

# 产业融合趋势下的 中国传媒产业发展研究

*Research on Development of China's Media Industry under  
the Tendency of Industrial Convergence*

王润珏/著



中国书籍出版社  
China Book Press



新闻出版优秀博士论文文库

# 产业融合趋势下的 中国传媒产业发展研究

*Research on Development of China's Media Industry under  
the Tendency of Industrial Convergence*

王润珏/著



中国书籍出版社  
China Book Press

图书在版编目(CIP)数据

产业融合趋势下的中国传媒产业发展研究 / 王润珏  
著. — 北京:中国书籍出版社, 2011. 8

ISBN 978 - 7 - 5068 - 2401 - 9

I. ①产… II. ①王… III. ①传播媒介—产业发展—  
研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 042502 号

策划编辑 / 李建红

责任编辑 / 贺原平

责任印制 / 孙马飞 张智勇

封面设计 / 3A 设计工作室

出版发行 / 中国书籍出版社

地址:北京市丰台区三路居路 97 号(邮编:100073)

电话:(010)52257143(总编室)(010)52257153(发行部)

电子邮箱:bptougao@126.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京京海印刷厂

开 本 / 700 毫米×1000 毫米 1/16

印 张 / 18.25

字 数 / 200 千字

版 次 / 2011 年 8 月第 1 版 2011 年 8 月第 1 次印刷

定 价 / 38.00 元

“新闻出版优秀博士论文文库”  
专家委员会

主 任	郝振省		
副 主 任	魏玉山	范 军	
执行主任	王 平		
委 员	王 平	王 飏	刘兰肖
	刘拥军	李晓晔	张 立
	张晓斌	范 军	赵 冰
	郝振省	郝 捷	徐升国
	魏玉山		

## 摘要

中国传媒的产业化发展与传媒体制改革同步进行。传媒业是中国经济改革的特殊部类和后发领域，承担着分摊改革成本与风险的特殊任务；产业融合是当前产业发展的重要趋势，首先发生在传媒、电信领域，而这恰恰是政府管制的重心。本文尝试将产业经济学的相关理论应用于中国传媒产业研究，着重讨论产业融合趋势下中国传媒产业的现状、问题与未来发展。本文以对传媒产业发展规律的分析为逻辑起点，检视中国传媒产业的现实状态和国外传媒产业融合进程，解读信息技术发展和产业融合对中国传媒产业发展中主体间关系的影响。以此为基础，重点探寻具有中国特色的传媒产业发展模式与发展路径，并对未来传媒产业的定位、管制框架进行审视和思考，促进中国传媒产业持续而又合乎理性的发展。

**关键词：**传媒产业 产业融合 媒介融合 传媒产业融合 博弈

# Abstract

To apply the theories of industrial economics to China's media industry research, to probe the status, problems and future of China's media industry under the trend of convergence, is the main aim of this paper. To questing for the way of China's media industry convergence, this thesis sketches out the evolving law of media industrial, analyses the status of China's media industry and process of convergence in foreign countries, unscramble the influence of information technology.

**Key Words:** Media industry Industrial convergence Media convergence Convergence of media industry Game

# 序

## 融合:传媒与传媒产业发展的关键词



在数字技术逻辑下,媒介的融合几乎是无可改变的趋势。我们明显感受到,在数字技术与网络传播的背景下,大众对媒体的信息依赖、娱乐依赖和社会交往依赖,正迅速从传统媒体转向以网络为代表的数字新媒体。在此种状况下,传统媒体的生存和发展有两种可能的选择。一是选择以传统的方式继续生存和发展,那么则有必要进行价值的重新定位,实现价值重构。譬如报纸,当其遭受网络海量信息传播的挑战时,有必要实现意见主导的回归,实现信息传播价值的重构。二是谋求与新媒体的融合,在融合中实现价值增值。第一种选择,可能延缓传统媒体衰落的过程,也可能寻求到新的发展机遇,但总的来说,终归发展空间有限。而后一种,则是传统媒体谋求持续发展,实现价值增值的必然选择。

我一直认为,网络与其说是一种媒体,不如说是一个平台,其平台价值远远大于其媒体价值。当传统媒体进入网络这一平台空间,媒体的边界便自然消失了,网络化生存便成为所有传统媒体的共同生存常态。媒介生存形态与传播形态的混一,媒介内容与传播渠道的融合,正是在网络这一平台上实现的。

## 二

媒介的融合,有技术的逻辑,也有市场和制度的逻辑。

今年我们热衷讨论的“三网融合”问题,从技术逻辑讲,并不存在障碍,从社会资源优化配置的经济学领域来看,也是理所当然。然而,“三网融合”却在市场选择面前被搁浅。其间,电视、电信、互联网几大市场主体,基于各自的利益展开博弈。所谓制度供给和制度选择,一定是谋求并尽可能实现各利益主体之间的相对利益均衡。即使国家权力者欲以权利的力量推进“三网融合”,依然遭遇到诸多实现的阻碍。此外,内容生产的融合,接收终端的融合,大体情形也不外如此。

所谓融合,意味着传媒格局的重组,意味着市场与权力的重新分配。我们说,融合是传媒与传媒生产发展的必然趋向,但我们还必须明确地意识到,融合也是一个艰难的过程。此一过程充满着各种看得见或者看不见的多重障碍。

## 三

媒介融合是一个概念,媒介产业融合则是另一种概念。一个合乎逻辑的思考:媒介融合必然造成媒介产业的融合,以及在此基础上的产业重构。其中包括,媒介横向产业链将充分扩展,纵向产业链将充分延伸,以及由此造成媒介产业格局的整体改变及产业组织的重新建构。

媒介产业融合是一个概念,信息产业的融合则是另一种宽泛的概念。在信息化的社会,媒介产业的融合将在社会信息产业的发展的整体框架下运行,而媒介产业融合所造成的另一种趋势,则是促进整个社会信息产业的融合。我们关于“三网融合”的讨论,早已将互联网与电信业信息化社会的两大支柱信息产业纳入其中。

当我们关于融合话题延展至信息产业,需要检视的问题就更多



了,更复杂了。

#### 四

王润珏博士,从本科到硕士到博士,一直就读于武汉大学,受到良好环境的熏陶,接受到良好的学术训练,加之自身聪慧,更成就了她的优秀。

她的博士论文的选题所涉及的主要内容,正是上述一系列话题。论文中关于媒介融合的基础性问题的探讨,是其思考的逻辑起点,而关于信息产业大融合的讨论,是其思考的宏观视域,论文的中心则集中安放于传媒产业融合的深入分析与讨论。

论文的分析框架充满着逻辑的力量,具体问题的讨论,深入而缜密,基本达成其预设的研究目标。

学者以解决现实问题为己任,然而,重大现实问题却非某一学者的某一研究领域所能解决。该论文于中国传媒产业融合的路径选择,自有其贡献,但问题的解决还有赖学者与业界众多专家的努力,本论文的研究价值,也有赖于传媒产业融合的进程的实践检验。

润珏博士现就读中国传媒大学博士后,师从著名学者胡正荣教授。其成长为一名优秀学者,是可以期待的。

是为序。

张金海

2011. 7. 23 于武昌珞珈山

# 目 录

序 / 1

导 论 / 1

**第一章 媒介融合、传媒产业融合与信息产业大融汇 / 34**

一 媒介融合：以信息技术为基础的媒介生存形态混一 / 35

（一）媒介演进的基本法则 / 35

（二）新的技术催生新的媒介形态 / 40

（三）新的技术引发传统媒介形态的变革 / 47

（四）媒介生存形态的混一 / 52

二 传媒产业融合：传媒产业结构的变化与转型 / 57

（一）传媒产业运作基础的转变 / 57

（二）传媒产业成本与收益关系的转变 / 59

（三）传媒产业市场结构的调整 / 61

（四）传媒产业的融合与重构 / 64

三 信息产业大融汇：多产业边界变动的发展趋向 / 67

（一）市场边界的不断模糊 / 67

（二）产业关联的动态变化 / 69

（三）产业归属的再认识 / 72

## 第二章 产业融合趋势下中国传媒产业

### 发展的现时性考量 / 76

- 一 传媒产业融合面临制度阻梗 / 77
  - (一) 行政配置与资源的非优化组合 / 77
  - (二) 双轨制与非产权改革下市场主体的缺失 / 80
  - (三) 制度惯性与既得利益主体的改革惰性 / 83
- 二 新旧博弈关系凸显传媒产业弱势 / 87
  - (一) 传媒与政府：不同时期不同利益取向下的  
产业政策的调整 / 87
  - (二) 媒介竞争：有限市场空间内的非理性内耗 / 91
  - (三) 资本、技术：传媒产业参与竞争的“短板” / 94
- 三 融合：传媒产业生存危机的催化剂 / 97
  - (一) 分散弱小：超常规发展的后遗症 / 97
  - (二) 价值流失：动摇传媒产业的生存根基 / 101
  - (三) 反复试错：数字化之路困难重重 / 104

## 第三章 西方国家传媒产业融合进路批判 / 108

- 一 以高度市场化为前提的融合起点 / 108
  - (一) 1996 电信法：“放松管制”刺激下的美国传媒产业 / 108
  - (二) 传媒市场化改革：欧洲传媒产业的重大变革 / 111
  - (三) 邮政改革：助推日本传媒产业发展 / 115
- 二 以企业行为为主体的融合方式 / 119
  - (一) 时代华纳与康卡斯特：两个具有代表性的案例 / 120
  - (二) 以市场为主导、企业为主体的资源重新配置 / 124
- 三 以信息产业大融汇为指向的融合趋势 / 129
  - (一) 传媒产业：一个趋于消失的概念 / 129
  - (二) 从基础技术到产业形态的全面变革 / 132

#### 四 西方传媒产业融合模式的批判 / 137

(一) 超大型传媒集团的规模困境 / 137

(二) 公共广播电视体制的危机 / 139

### 第四章 中国传媒产业融合进程中主体间关系重构 / 143

#### 一 中国传媒产业融合中不同主体的不同取向 / 144

(一) 政府：政治与经济的双重取向 / 144

(二) 传媒业：建立独立市场主体的迫切需求 / 147

(三) 电信业：强势产业的扩张战略 / 151

#### 二 传媒与政府：政府主导下的不对等博弈 / 154

(一) 传媒与政府博弈关系 / 154

(二) 产业融合背景下政府与传媒的新一轮博弈 / 160

#### 三 政府部门之间：既定体制下的行政分权 / 165

(一) 传媒产业政府管理体系的形成与变化 / 166

(二) 标准之争：政府部门间博弈的典型事件 / 172

(三) 产业融合背景下政府部门间博弈关系解读 / 178

#### 四 传媒与电信及其他产业：集体博弈中的联盟 / 183

(一) 信息技术：外生变量引发产业间的关系变动 / 183

(二) 传媒与不同产业的博弈关系 / 187

### 第五章 中国传媒产业融合的路径选择 / 193

#### 一 中国传媒产业融合的动力 / 193

(一) 融合：信息经济时代产业演进趋向 / 193

(二) 传媒产业可竞争市场的出现 / 196

(三) 资本：产业发展的强大推力 / 200

#### 二 文化体制改革背景下的传媒产业发展的制度安排 / 202

(一) 以相关主体利益平衡为原则的制度设计 / 203

(二) 以市场主体实力较量为基础的行政配置 / 206

- (三) 以市场运作机制为主导的多种所有制竞合 / 208
- 三 中国传媒产业融合的发生与展开 / 212
  - (一) 媒介形态、传媒市场：高度分化基础上的重新聚合 / 212
  - (二) 产业联合：传媒产业融合进程的中间步骤 / 215
  - (三) 从产业分工到产业链的重组 / 219
- 四 中国传媒产业融合的发展指向 / 223
  - (一) 传媒产业竞争优势的重塑 / 223
  - (二) 模块化：开放系统中的重新均衡 / 226
- 第六章 中国传媒产业融合的再思考 / 231**
  - 一 全球化：不容忽视的宏观经济背景 / 231
    - (一) 传媒产业的全球化发展 / 232
    - (二) 全球化对中国传媒产业融合影响的 SCP 模型分析 / 234
  - 二 传媒产业：产业定位与目标函数的重新设定 / 239
    - (一) 幼稚产业：我国传媒产业的现时状态 / 239
    - (二) 战略产业：涉及国家经济安全与文化安全 / 242
    - (三) 信息生产：传媒产业的基本任务与核心能力 / 245
    - (四) “三分开”：传媒产业目标与功能实现的保障 / 248
  - 三 管制框架：必要的调适与创新 / 252
    - (一) 政府改革：从越位、缺位到归位 / 252
    - (二) 制度改革：回应产业融合引发的制度需求 / 257
    - (三) 产业政策：产业发展的适度引导与推动 / 261
- 参考文献 / 265**

# 导 论

## 一、问题的提出

### (一) 传媒产业：中国改革的特殊部类

新中国成立以后，中国传媒有着浓重的意识形态色彩，在相当长的一段时间内，传媒一直被称为“新闻事业”，采取党政机关行政单位的运作模式。1950年，中宣部曾提出关于报纸实行企业化经营的思路，1956年，刘少奇也曾有过改革新闻体制的思考，但均未对中国传媒发展产生显著影响。

1978年中国共产党十一届三中全会提出了经济体制改革的任务，整个中国由此开始了一场涉及政治、经济、文化等各个层面的整体性变革。中国传媒具有实质意义的改革亦始于此时。“事业型单位、企业化管理”的媒介运作思路的提出和实施，为中国传媒开启了市场的大门，同时也拉开了中国传媒改革的序幕。中国传媒的改革实际上包括两个部分：一是由事业向产业的转变（传媒体制改革）；二是产业的自我积累与发展模式的转变（传媒产业改革）。在中国社会变革的宏阔背景之下，中国传媒产业发展与中国传媒体制转变同步发生。

“党和人民宣传喉舌”的定位是传媒产业化发展的逻辑起点。这

## 2 产业融合趋势下的中国传媒产业发展研究

一特殊属性决定了对传媒的改革必然同时涉及中国改革的全部内容——社会改革、经济改革和政治改革三个层面。因而，在传媒改革的制度安排、路径选择等问题上，我们不得不慎而又慎。在传媒改革的进程中，局部试点、边缘尝试、政策回缩等现象也时有发生。中国传媒产业的发展常常面临着经济效益和社会效益的双重考量，也不断遭遇着行政、体制、资本等多重约束。

改革是一个复杂的过程，也是一个痛苦的过程，必然会带来这样或那样的问题。能否及时发现、处理、化解问题，关系改革成败。传媒改革是中国改革的组成部分，服从于中国改革的整体设计。施拉姆的研究表明，媒介具有守望环境、协调社会、实现社会遗产以及法律、习俗传递等多重功能。对处于矛盾凸显期的中国社会而言，媒介的上述作用显得尤为重要。

从改革的进程安排来看，传媒领域是中国改革的后发领域，其体制改革和产业化发展的使命不仅仅是实现传媒由事业向产业的转型、传媒产业的自身规模扩张和竞争力提升，同时还承担着分摊改革成本与风险的特殊任务。这就使得对中国传媒产业发展路径的选取，既不可复制西方传媒产业，又应有别于中国的其他产业领域，也因此而极具特殊性。

### （二）产业融合：产业发展的重要趋势

从产业发展的角度来看，产业产生和发展的过程即可视为社会分工的产生和细化过程。固定的产业边界及由此出现的产业分立是传统工业时代产业经济的重要特征之一。然而，随着全球范围内信息技术的快速发展和广泛应用，特别是互联网的发展和成熟，产业融合（convergence）悄然出现。有学者将这一现象称为“能引发整

个产业体系构架历史性变迁的新变化”。<sup>①</sup>

产业融合是产业演进过程中的一个阶段，是当前全球范围内已经发生但尚未完成的产业结构体系的一次重大调整<sup>②</sup>，它将带来传统产业边界模糊化和经济服务化，促使产业间新型竞争协同关系的建立和更大的复合经济效应产生。<sup>③</sup> 20世纪90年代，在信息化进程的推动下，产业边界的模糊消失首先出现在电信、广播电视、出版等行业之间。传媒产业成为产业融合——新一轮产业体系架构变化的先发领域。在这场变革中，传媒产业既是技术革新的因变量，又是产业融合的自变量。传媒与电信、出版等领域的融合对其他产业间的边界变动有着重要的辐射效应和参照意义，也因此而备受关注。

全球经济一体化和信息技术的创新与扩散使得产业化尚不充分的中国传媒产业也被纳入这一整体性的变迁之中。而中国传媒产业的融合又恰恰发生在中国社会改革和转型的关键时期。经济增长的同时社会矛盾正日益凸显，资源消耗不断加剧。以劳动密集型产业为主，以大量能源消耗为代价的粗放式经济增长，必然导致我国的发展后劲不足。如何保持社会、经济的良性发展，成为我们必须面对的问题。加快转变经济发展方式、推进经济结构战略性调整是我国实现可持续发展的必然要求。在新一轮全球产业结构变动中，能否跟随并顺应潮流变化，以此为契机改善既有产业结构、发展新兴产业，对我国自主创新型经济发展模式的建立和产业的可持续发展

---

① 周振华：《信息化与产业融合》，上海三联书店，2003年，第1页。

② 该报告中，将融合视为一个正在进行的过程，必然会带来以下几个方面的结合：一是电视与出版业，二是原先分离的物理性基础设施，三是计算机信息储存与处理能力的交互方式，四是电子产品的普及化。参见KPMG，“Public Issues Arising from Telecommunication and Audiovisual Convergence, Summary Report”，Brussels：European Commission，1996。

③ 日本学者宫泽建一最先从企业组织角度对此进行探讨，并把这种“复数主体通过网络联结产生的经济性”称为“联结经济性”，或称为“复合效应”。参见周振华：《信息化与产业融合》，上海三联书店，2003年，第208~212页。



#### 4 产业融合趋势下的中国传媒产业发展研究

至关重要。因此，在产业融合的背景下对中国传媒产业发展的讨论所关系的也就不仅仅是传媒产业的良性发展能否实现，而是中国产业的整体发展。

按照国家改革的步骤安排，我国传媒产业正处于深化改革、逐步发展的产业成长阶段；同时，全球产业发展与变迁的历史趋势又将其推向产业变革的潮头浪尖。传媒的发展道路面临两难：一是按照既定的步骤，稳步推进，逐步建立传媒产业市场主体，完善传媒市场体制；二是以“融合”为突破口，加大体制改革力度，在行政和市场的双重推动下加速完成市场和资源的重组，实现传媒产业的跨越式发展。然而，任何一种选择的代价都可能是巨大的。第一种方式可能使我国再次错失产业发展的良机；第二种方式则可能使我们不得不面对一系列超常规发展的后遗症。

摆在我们面前的问题是：传媒产业，因其属性和任务的特殊性，成为政府管制的重心和是改革的后发领域，一直采用“摸着石头过河”的渐进式改革思路。然而，传媒产业又是产业融合的先发领域，新的趋势挑战着传媒产业的生存能力，也挑战着与传媒产业发展相关的诸多规约（管制政策、传媒体制），变革已迫在眉睫。面对无先例可循的现实，中国传媒产业应作何选择？

对中国传媒产业而言，“融合”是机遇也是考验。随着产业边界的消失，传媒产业将得以在一个更广阔的产业领域内进行资源的优化配置，拓宽业务领域，扩大市场范围；新的产业环境也为在前期传媒体制改革中留下的许多悬而未议或是议而未决的问题提供了新的解决思路。但是，与此同时，产业融合也对中国的传媒企业竞争力、传媒市场体制、传媒产业制度、政府治理能力等诸多问题提出了新的要求。传媒产业资源的垄断优势，以及长期以来的政策保护等也将随着产业边界的消失而逐渐消失。未来的竞争将不仅局限于传媒业内，而是将升级为在新的产业框架内不同领域对生存空间的