

NEW
MEDIA

21世纪新媒体专业 系列教材

匡文波 / 著

手机媒体概论

INTRODUCTION TO 第二版
MOBILE PHONE MEDIA

- ▶ 国内第一部系统研究手机媒体的教材，新版反映了国内外手机媒体研究的最新成果
- ▶ 结构清晰，观点新颖，逻辑严谨，叙述平实，将艰涩的技术语言用浅显的语言娓娓道来
- ▶ 对手机媒体研究的理论模型做了重点介绍
- ▶ “案例”与“知识窗”提供丰富的背景知识，“你怎么看？”引导读者与作者对话，引发读者更深层面的思考

手机与互联网的结合已经使其成为重要的大众传播媒体。手机到目前为止已经经历了3代的发展，全球共有60亿人使用手机。人们用手机不仅可以通话，还可以上网阅读新闻、收发邮件、游戏娱乐、订购商品与服务，等等。可以说，手机已经成为迷你型电脑，成为新媒体中的新媒体，成为网络媒体的延伸与组成要素。

NEW
MEDIA

21世纪新媒体专业
系列教材

匡文波 / 著

手机媒体概论

INTRODUCTION TO 第二版
MOBILE PHONE MEDIA

福建师范大学
图书馆
藏书印



T0989240

中国人民大学出版社

0989240

图书在版编目 (CIP) 数据

手机媒体概论/匡文波著. —2 版. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 6
21 世纪新媒体专业系列教材
ISBN 978-7-300-16006-1

I. ①手… II. ①匡… III. ①移动电话机-传播媒介-高等学校-教材 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 127075 号

21 世纪新媒体专业系列教材

手机媒体概论

第二版

匡文波 著

Shouji Meiti Gailun

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京民族印务有限责任公司	版 次	2012 年 7 月第 1 版
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	印 次	2012 年 7 月第 1 次印刷
印 张	21 插页 1	定 价	35.00 元
字 数	426 000		

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

序 言

周锡生

当今世界充满变革与创新。在阐释当今世界变革特征的时候，“新媒体”被时常提及，尽管人们对它的定义还有不少争议。

近20年来，随着数字技术、信息技术的飞速发展，以互联网为代表的新媒体从诞生到逐步发展壮大，深刻改变了旧有的新闻信息传播方式，系统重塑了新的媒介生态和传播格局。旧媒体时代，新闻信息的传播速度还曾与交通工具竞跑；新媒体时代，昨日甚至数小时、数十分钟之前的新闻，都可能瞬息即逝，转眼间“轻舟已过万重山”。旧媒体时代，“受众”这个词体现了公众被动接受各类新闻信息的地位；新媒体时代，媒体人已经不再是专属的职业称号，自制互动、共享交流成为普遍行为。旧媒体时代，内容占据着绝对的核心地位，其他各个环节只是附属；新媒体时代，内容为王的观念在被继续强调的同时，网络、渠道、平台和终端的作用和价值日渐凸显，服务与市场的理念正在逐步深化。可以说，当今的新媒体已经跨越了媒介形态的界限，跨越了时空的拘囿，甚至也跨越了文化的隔阂。在这种态势下，建设新媒体、发展新媒体，成为传统媒体求生存、寻突破、谋发展的必由之路。

滚滚而来的新媒体浪潮绝不仅仅是改变了传媒业本身，更深刻渗透到世界的政治、经济、文化、科技等各个领域。“世界是平的”引发人们无限遐想，平的世界创造了无限的空间。放眼全球，新媒体已经成为世界政治较量的重要因素，成为各国执政者了解社情民意的重要手段，成为社会公众参政议政的重要平台，网络动员、网络聚集、网络拷问在社交媒体上成为常态，新媒体的运用和掌控能力日益成为执政水平的重要衡量标准。与此同时，以互联网产业为核心，逐步形成了包括媒体业、电信业、IT业等在内的比较完整的新媒体产业链，产业体系也日趋完善，有力地推动了文化创意产业的发展，成为国民经济的有机组成部分，且生机盎然，潜力巨大。新媒体的文化价值也在不断迸发当中，随着平板电脑、电子阅读器的迅速普及，数字阅读、数字出版势不可当，新媒体的文化传播和社会建设功能日益强大，跨界文化交流与合作的作用更加突出，极大地丰富和满足了人们的精神文化生活需求。从这个层面来说，建设新媒体、发展新媒体，已经不再单单是传媒业的职责，更需要从历史发展的宏观视野与现实的综合因素层面加以考量与谋划。

在全球加速向网络化社会、数字化生存转型的过程中，我国的新媒体建设也与世界同步，与时代同行。目前，我国的网民数量已经超过5亿，手机



用户突破了10亿大关,均位居世界第一位,且还处于强劲增长当中。如此庞大用户规模的背后,是我国近年来新媒体征程中一个个开拓的脚印与卓然的成效。在当今中国,我们可以看到,新媒体的作用被普遍认可,新媒体的影响被广泛重视,新媒体的理念深入人心,传统媒体加快向新兴媒体战略转型,各类新媒体机构不断涌现且各具特色。从网络、手机、平板电脑到户外大屏、流动媒体,从主流新闻网站到各类商业网站和专业网站,新技术不断涌现,新功能不断被挖掘,新产品不断推出,呈现出万马奔腾、一日千里之势。

当然,新媒体在我国发展的时间还比较短,在采编、经营、技术、市场、管理、人才等方面还处于探索的阶段,实践过程中出现了诸多困惑与迷思,存在着各种矛盾与冲突,远未成熟。尽管如此,新媒体的蓬勃生机让我们对它的未来充满信心,而这蓬勃生机则是来自创新。创新是新媒体时代永恒的主题,谁能够加强创新,谁就能把握未来。新媒体本身就是创新的产物,创新是新媒体的生命力所在。为此,必须根据党和政府提出的新要求,适应时代的新特点,着力把握受众需求的新变化,着力把握技术突破的新契机,着力把握媒体发展的新态势,进一步创新思想观念、创新体制机制、创新内容生产、创新方式手段,加快新兴媒体建设,大力发展新兴业务,从而更好地贯彻落实中央战略部署,为加强国际传播能力建设、构建先进强大的现代传播体系做出贡献,为促进社会主义文化大繁荣、大发展发挥更加显著的作用。

新媒体是推动社会进步的重要力量,同时也要看到,新媒体是一柄双刃剑,随着新媒体地位和作用的日益增强,其所应承担的责任也越来越重要。从某些意义上讲,新媒体所应承担的社会责任甚至比传统媒体还要更重一些。多年来,我一直强调的一句话就是“网络无改稿”。如果说传统媒体的稿件签发后发现了错误,还有时间和可能予以纠正的话,新媒体的稿件一旦签发,几秒钟之内就可与全球难计其数的受众见面,根本没有时间和可能对稿件进行改正。因此,新媒体的把关责任十分重大,这既是对社会公众负责,也是对新媒体本身负责。在强调和开发新媒体的“媒体功能”的同时,有必要进一步强化其“媒体责任”。

新媒体领域日新月异的发展实践,以及在此过程中出现的矛盾与问题,要求理论研究总结规律、升华认识,并从理论层面加以阐释和指引。中国人民大学新闻学院有几位多年来潜心研究新媒体的专家学者,由他们领衔撰写的这套新媒体丛书,对新媒体的理论、技术、经营管理、业务流程、最新动态进行了全面深入的研究,反映了国内外新媒体研究的最新成果,对新媒体的管理者、研究者、学习者及业界从业人员都具有重要的参考价值。本套丛书的出版,相信会有助于推动我国新媒体的快速健康发展。

(作者系新华社副社长,中国记协副主席,新华网董事长)

前言

手机最初的主要功能是用来进行语音通话，但是与互联网的结合已经使其成为重要的大众传播媒体。手机到目前为止已经历了3代的发展，全球共有60亿人使用手机。人们用手机不仅可以通话，还可以上网阅读新闻、收发E-mail、游戏娱乐、订购商品与服务，等等。可以说，手机已经成为迷你型电脑，成为新媒体中的新媒体，成为网络媒体的延伸与组成要素。

手机正在从人际传播媒体向大众传播媒体发展，作为网络媒体的延伸，除了具备网络传播的各种优势外，手机还具有携带方便的特点，是能随时随地使用的新媒体。在中国，许多人误以为手机短信（SMS）就是手机媒体，并称手机短信为“第五媒体”。其实，手机短信在中国超乎寻常的发展只是由于垄断的移动通信体制下扭曲的收费方式造成的，手机短信的信息承载量十分有限，不代表手机媒体的未来。

手机媒体是借助手机进行信息传播的工具，而且是网络媒体的延伸。如果说过去的10多年中，互联网改变了人类社会，那么今后10年，手机也会改变人们的生活及媒体产业。随着科技的创新，3G时代新技术得到广泛应用，手机的通信功能将渐渐被淡化，新闻传播、娱乐游戏、移动虚拟社区、信息服务等附加功能不断增强，继手机上网、手机游戏之后，手机小说、手机报纸、手机电视、手机电影等新业务都已出现。通过手机收看电视、阅读报纸、浏览小说……手机像一张大网，正在整合众媒体，成为媒介融合的新舞台。

不过，尽管手机媒体已日益重要，国内外从事手机媒体研究的研究者与研究成果却屈指可数，与手机媒体巨大的用户群、无穷的发展潜力形成了鲜明的反差。但愿本书的出版能够为中国手机媒体产业的发展、理论研究、人才培养和管理对策提供有益的启示。

本书亦是作者主持的国家社会科学基金项目《新媒体在“茉莉花革命”中的作用机理研究》代表性成果之一。

匡文波

中国人民大学新闻学院教授、博士生导师
中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员

2012年3月

目 录

第 1 章 手机媒体概说	1
第 1 节 手机的诞生与发展	1
第 2 节 手机由人际沟通工具向大众媒体的跨越	5
第 3 节 3G 使手机媒体走向成熟	18
第 2 章 手机媒体：新闻学和传播学研究的新领域	23
第 1 节 手机媒体的特征	24
第 2 节 手机媒体与新闻传播	31
第 3 节 手机传播带来的冲击	36
第 4 节 手机用户研究	41
第 5 节 拍摄手机对新闻传播的影响	47
第 6 节 手机媒体研究的理论模型	54
第 3 章 手机中的人际传播——手机短信	59
第 1 节 手机短信与人际传播	61
第 2 节 手机短信的利弊分析	65
第 3 节 手机短信的传播特征	69
第 4 节 彩信 MMS	74
第 4 章 手机报	76
第 1 节 中国手机报的发展	78
第 2 节 中国手机报发展策略	87
第 5 章 手机出版	96
第 1 节 手机出版概述	96
第 2 节 手机出版的发展	99



第 6 章 手机电视	109
第 1 节 手机电视:直观性、交互性的便携媒体	109
第 2 节 国外手机电视的发展	118
第 3 节 中国手机电视的发展	133
第 7 章 移动博客	143
第 1 节 手机博客的特性	144
第 2 节 手机博客新闻	149
第 8 章 手机广告	155
第 1 节 手机广告是网络广告的一种特殊类型	156
第 2 节 手机广告的发展	164
第 3 节 手机广告的未来发展	171
第 9 章 移动增值服务	180
第 1 节 手机游戏	180
第 2 节 手机动漫	188
第 3 节 手机音乐	193
第 4 节 移动商务	197
第 5 节 移动搜索:蕴涵着金矿	203
第 6 节 移动条码识别业务	213
第 10 章 手机媒体引发的问题	219
第 1 节 手机信息传播中的问题分析	220
第 2 节 手机功能多样化引发的侵犯隐私权问题	227
第 3 节 手机病毒	231
第 4 节 手机带来的人身安全问题——电池爆炸	241
第 5 节 手机带来的环境保护问题	244
第 6 节 形形色色的手机媒体新难题	247
第 11 章 手机媒体的管理	251
第 1 节 手机媒体管理的特殊性	251
第 2 节 我国手机媒体管理的现状及问题	255
第 3 节 发达国家对手机媒体管理的政策和法律	262



第4节 加强对手机媒体管理的对策	268
第12章 手机媒体的未来	277
第1节 3G时代发达国家手机媒体的发展	277
第2节 中国手机媒体的最新发展	303
第3节 手机媒体的发展趋势	308
参考文献	326



第1章 手机媒体概说

回顾人类传播史,我们不难发现,信息技术的发展起着历史性的杠杆作用。信息技术的每次创新都带来了信息传播的大革命,每一次革命都给人类的政治、经济、文化和社会生活带来不可估量的影响,推动了人类的文明不断向更高层次迈进。信息技术强而有力地改变着人类生产与生活的面貌,集中反映信息技术的标志就是信息传播方式的变革。人类的信息传播史可以视为信息技术的进步史。

第1节 手机的诞生与发展

印刷术、无线电技术、电视技术、计算机网络技术造就了报刊、广播、电视、网络四大媒体。今天,无线通信技术与计算机技术、信息网络技术的结合正在催生一种新型的大众化革命性媒体——手机媒体。

一、手机的发展

手机,原本只是一种人们在移动中进行人际传播的通信工具,又称为移动电话、移动电话。在美国英语中,手机拼写为 Cell Phone;在英国英语中则拼写为 Mobile Phone;在新加坡等国英语中被称为 Hand Phone。目前手机已经经历了3代的发展,进入了3G(Third Generation)时代。

在手机诞生及发展初期,即第一代手机(1G)时代,手机只是能移动的电话,没有新闻内容的传播。

2G的手机除了最基本的通话功能外,还可以用来收发邮件和短信,可以上网、玩游戏、拍照,等等。2G手机虽然在硬件技术上存在屏幕小、电池持续时间短、网速低等瓶颈,但是建立在2.5G技术基础上的各种增值业务,尤其是手机新闻业务、手机报、手机电视、手机上网、移动商务、移动搜索、手机广告等被广泛使用。在2G时代,手机媒体基本成型。

3G即第三代移动通信系统。国际电信联合会(ITU,以下简称为国际电联)规定,第三代移动通信系统要能兼容第二代移动通信系统,同时要提高系统容量,提供对多媒体服务的支持以及高速数据传输服务。其数据传输速率在高速移动环境中支持144Kbps,步行慢速移动环境中支持384Kbps,静止状态下支持2Mbps。与前两代系统相比,第三代移动通信系统的主要特征是可提供丰富多彩的移动多媒体业务。

目前国际电联接受的3G标准主要有以下三种:WCDMA、CDMA2000与TD-SCDMA。WCDMA全称为Wideband CDMA(宽带分码多工存取),

概念

3G即第三代移动通信技术,是指支持高速数据传输的蜂窝移动通信技术。3G服务能够同时传送声音及数据信息,速率一般在几百Kbps以上。

【知识窗】 最早的手机及其发明人马丁·库帕

1973年4月的一天，一名男子站在纽约街头，掏出一部约有两块砖头大的无线电话并打了一通，引得路人纷纷驻足观望。这个人就是手机的发明者马丁·库帕（Martin Cooper），见图1—1。从1973年手机注册专利开始，一直到1985年，才诞生出第一台现代意义上的、真正可以移动的电话，但是其

重量达3公斤，非常重且不方便，使用者要像背包那样背着它行走。不过从那以后，手机的发展越来越迅速。1999年时，手机的重量降为60克，与一个鸡蛋的重量相差无几。除了质量和体积越来越小外，手机的功能越来越多，而1995年问世的第一代模拟制式手机（1G）只能进行语音通话。



图1—1 最早的手机及其发明人马丁·库帕

它是基于GSM网发展出来的3G技术规范，是欧洲提出的宽带CDMA技术。CDMA2000是由IS-95技术发展而来的宽带CDMA技术，由美国主推。TD-SCDMA全称为Time Division-Synchronous CDMA（时分同步码分多址接入），是由中国提出的3G标准。

2009年1月7日，工业和信息化部为中国移动、中国电信和中国联通发放3张第三代移动通信（3G）牌照，中国正式步入3G时代，这将对新闻媒体的发展带来革命性的影响。

回顾手机的发展，我们可以发现，手机技术演进的一般规律是：外观越来越轻小，功能越来越多，价格越来越便宜。目前，手机已经不是“移动电话”，而是具有通信功能的迷你型电脑。而且，手机CPU也进入了“多核”时代。

智能手机是当今手机发展的主流。智能手机的本质特征是：在硬件上具有CPU，在软件上具有操作系统。

手机CPU如同电脑CPU一样，是整台手机的控制中枢系统，也是逻辑

概念

智能手机（Smartphone），是指像个人电脑一样，具有独立的操作系统，可以由用户自行安装软件、游戏等第三方服务商提供的程序，通过此类程序来不断对手机的功能进行扩充，并可以通过移动通信网络来实现无线网络接入的这样一类手机的总称。



部分的控制中心。微处理器通过运行存储器内的软件及调用存储器内的数据库,达到对手机整体监控的目的。

进入2011年后,智能手机硬件开始进入“双核”时代。在2011年年初的国际知名展会上,摩托罗拉公司、LG公司以及三星公司就已正式发布了采用双核处理器的智能手机产品,而HTC公司在近期公布的双核处理器智能手机的主频更是已经高达1.2GHz。智能手机的硬件发展就此进入了一个新的阶段。

手机处理器的发展与PC行业的进步非常相似,都是从单核向多核方向发展。但是,双核智能手机时代来得比人们预期的更快。2000年3月6日,AMD公司正式发布了全球首款1GHz主频处理器——AMD Athlon 1GHz,而直到2005年4月AMD公司的双核处理器——AMD Athlon 64 X2才现身,期间经历了5年时间。而智能手机处理器从单核1GHz主频发展至双核,却仅仅用了不到2年时间。

目前应用在智能手机上的操作系统主要有PalmOS、Symbian、Windows mobile、Linux和Android、iPhoneOS与黑莓七种。目前,iPhone OS系统在技术上可谓独占鳌头,但是,谷歌Android后来居上,发展最快,市场占有率最高。

目前具有电脑功能的智能手机正在成为移动通信的主流。到2013年,全世界手机上网用户数量将达17.8亿,超过使用电脑上网的用户数量,同时,智能手机和其他能上网的手机数量将达到18.2亿部。

二、手机的媒体化

1981年,全球首个移动通信网络Nordic Mobile Telephony(北欧移动通信,以下简称NMT)相继在沙特阿拉伯、瑞典和挪威开通。中国首位手机用户出现在1987年的广州,用户是广州人(现任广东中海集团董事长的)徐峰。

从发明电话至2001年,固定电话花了125年的时间才使其用户突破10亿,而移动电话只花了21年,就在2002年年底达到了同一水平。全球移动用户从10亿达到20亿只用了3年时间。互联网和移动网络通信已经成为55岁以下人群娱乐休闲的首选媒体,超越了电视、电台、报纸、杂志和电影院。

据工业和信息化部统计,截至2011年11月底,中国手机用户规模已达9.753 35亿人。据《通信信息报》2012年2月1日报道,2011年全年,国内3G用户新增8 046.9万,总数突破1.28亿。

据工业和信息化部2012年2月14日发布的通信业运行报告显示,1月份,全国移动电话用户累计净增1 034.5万,达到99 659.8万。移动电话用户中,3G用户净增817.6万,达到13 660万。

据工信部电信研究院2012年2月25日发布的一份报告显示,截至2011年年底,全球移动用户突破60亿,新增6.9亿,普及率达86.1%,其中中国手机用户数量已经达到9.8 758亿。全球3G用户累计达到11.5亿,占移动



用户总数量的 20%。2011 年,中、美、印三国的 3G 用户成为全球增长的主要来源,分别为 26.4%、15.2%和 13.8%。而 WCDMA 的用户为 4 002 万,占 3G 用户总量 31.2%,CDMA2000 的用户为 3 719 万,占 29%,TD 用户为 5 121 万,占 39.9%。

据中国工业和信息化部 2012 年 5 月 23 日发布的数据,截至 2012 年 4 月底,中国手机用户已经达到 10.300 52 亿;截至 2012 年 3 月底,全国 3G 用户总数接近 1.52 亿户。中国手机用户的增长是全球手机用户发展的一个缩影。爱立信公司 2012 年 2 月 25 日公布的数据显示,全球手机普及率在 2011 年第四季度达到 85%,若以一用户一手机计算,目前手机用户接近 60 亿。其中,约 75%为 GSM 用户,15%为 WCDMA/HSPA 用户。移动宽带用户年同比增长约 69%,目前已接近 10 亿。所有地区的智能手机数量都有强劲增长,占 2011 全年手机销量的 30%,而 2010 年为 20%左右。报告显示,在 2011 年第四季度新增的 1.8 亿新手机用户中,印度和中国占到 35%,巴西、印度尼西亚和孟加拉国则紧随其后。

在发达国家与新兴国家,手机用户的一个特点是智能手机用户数量超过了传统手机用户。全球手机普及率排在前 10 名的国家分别是瑞典、韩国、丹麦、荷兰、冰岛、挪威、卢森堡、瑞士、芬兰和英国。^①

在世界许多地区,手机的拥有率超过了 100%,许多人拥有不止一部手机。60 亿手机用户的四分之一是那些拥有两部手机的人,比如,有人会使用一部普通手机和一部黑莓手机或 iPad,还有人使用多个 SIM 卡来节省通话费用。许多人干脆抛弃了传统的座机电话,这已经成为一种世界潮流。显然,人手一部手机的时代即将来临,手机正在成为与人形影相随的信息平台。

目前,手机正在实现由人际沟通工具向大众媒体的跨越。跨越的标志之一是日本 I-MODE 手机及其相关信息服务的发展,另一个标志是中国等国家尝试通过手机短信进行新闻传播与出版活动。但是,手机要真正完成由人际沟通工具向大众传播媒体的跨越,还依赖于 3G 技术的普及,以及建立在 3G 技术之上的手机报纸、手机电视和手机广告的发展。

手机正在从人际传播向大众传播发展。手机媒体作为新媒体的延伸,除了具有新媒体的各种优势外,还具有携带方便的特点,是能随时随地使用的新媒体。手机作为媒体打破了地域、时间和电脑终端设备的限制,可以随时随地接收文字、图片、声音等各类信息,实现了用户与信息的同步。在中国,许多人误以为手机短信(SMS)就是手机媒体,并称手机短信为“第五媒体”。其实,手机短信只是手机媒体在现阶段的一种重要存在形式,但不是手机媒体的主流。

手机媒体的魅力在于它高度的便携性、互动性以及随之而来的增值服务。一方面,手机媒体能够给受众提供新闻信息,用户可以按需获取信息;另一方面,手机媒体具有的互动性也是其突出的特点。从未来发展的角度看,手机媒体的发展趋势之一是大众化,手机媒体由少数社会精英的“专利”发展为大众化的媒体;二是手机媒体的 3G 化、多媒体化、娱乐化等。

^①参见新加坡早报网,
2009-03-03。



如果说过去的10多年中,互联网改变了人们的生活,那么今后10年,手机也会改变生活。随着科技的创新,3G等新的技术得到广泛应用,手机的通信功能将渐渐被淡化,新闻传播、娱乐游戏、移动虚拟社区、信息服务等附加功能不断增加,继手机上网、手机游戏之后,手机小说、手机报纸、手机电视、手机电影等新业务都已出现。通过手机收看电视、阅读报纸、浏览小说……手机像一张大网,正在整合众媒体。

第2节 手机由人际沟通工具向大众媒体的跨越

虽然发明手机的主要目的是用来进行语音通话,但是手机与互联网的结合已经使其成为了一个重要的大众传播媒体。人们通过手机不仅可以通话,还可以上网、阅读新闻、收发E-mail、游戏娱乐、订购商品与服务,等等。手机已不仅仅是现代通信业的代表,而是越来越成为通信与计算机技术相融合的产物,手机已经成为网络媒体的延伸与组成要素。

目前,手机正在实现由人际沟通工具向大众媒体的跨越。跨越的标志之一是手机上网的普及。但是手机要真正完成由人际沟通工具向大众传播媒体的跨越,还依赖于3G技术的普及,以及建立在3G技术之上的手机报、电视和广告的发展。

2005年是一个具有纪念意义的年份。在这一年,日本利用手机上网的互联网用户数量超过了使用计算机上网的用户。当年,日本有6 920万人使用手机上网,而使用PC上网的用户数量是6 600万,二者都超过了日本人口的50%。在这两类用户中,有4 860万人同时使用手机和PC上网,占网民总量的50%以上。日本成为了世界上第一个手机上网用户超过计算机上网用户的国家。

据中国互联网络信息中心(China Internet Network Information Center, 以下简称为CNNIC)2012年1月发布的统计报告,截至2011年12月底,中国网民数量突破5亿,达到5.13亿,互联网普及率达到38.3%。截至2011年12月底,中国手机网民数量达到3.56亿,同比增长17.5%。

3G时代的到来使手机正加速从人际传播媒体走向大众传播媒体。手机媒体作为网络媒体的延伸,除了具有网络传播的各种优势外,还具有高度的便携性、私隐性、贴身性。

在中国,方便、低资费的短信已经成为许多手机用户常用的沟通方式。而多媒体短信(Multimedia Messaging Service, 简称为MMS, 即彩信)具有丰富的内容和直观的视觉效果,突破了文本的限制。彩色图片、声音、动画等多媒体的应用,使手机短信进入一个多彩的世界。不过,在此要特别强调的是,手机短信并非“第五媒体”的全部,手机短信只是手机媒体在现阶段的一种初级存在形式,并不代表未来的方向。中国手机短信发达是特殊的电信收费体制造成的,在日本、美国等发达国家,极少有人发短信。



一、手机在中国由人际沟通工具向大众媒体跨越的尝试

随着手机技术的不断发展,在手机制造、通信和收发短信产品形式的基础上,衍生出了手机游戏、手机上网、手机电视等多种产品形式,一个围绕手机不断成长壮大的经济产业链正在形成。手机将服务功能、新闻功能、娱乐功能、经济功能集于一身,形成一种新的大众化媒体。

手机媒体独有的互动性还开拓了新闻报道的信源。新华网发出的第一条有关中石油吉林石化爆炸的图片新闻,不是来自摄影记者,而是当地居民用手机拍摄后传输来的。

手机媒体的特点在于个性化、互动性和即时性,因此,手机媒体成功与否的关键在于内容。手机体积小,其受众又多在移动中使用,因此,手机媒体的内容必须短小精悍并具有冲击力。目前已经在上海投入试用的手机电视可以在 30 秒钟内播放 4 条新闻。

手机的通信功能正在被淡化,新闻传播、游戏娱乐、移动虚拟社区、信息服务等附加功能则不断增加。手机媒体的应用不断向其他传统媒体延伸。

手机媒体打破了地域、时间和电脑终端设备的限制,可以随时随地接收文字、图片、声音等各类信息,实现了用户与信息的同步。尽管手机短信只是手机媒体目前的一种初级存在形式,但却创造了巨大的市场。

超过 10 亿人的手机用户规模使中国短信增值服务形成一个巨大的市场。从基本的每条短信一角钱的收入,到笑话、新闻、铃声、图片等增值业务的收入,短信已经形成了一个大市场。不仅是移动通信运营商,就是固定通信运营商、增值电信运营商和门户网站等也在从这个大市场中不同程度地获利。目前,中国的手机媒体基本上是建立在短信/彩信技术之上的。

方便、低资费的短信已经成为许多手机用户常用的沟通方式。在节假日,短信成为人们表达祝福的新方式,在春节、五一国际劳动节、国庆节等节日中,短信量都呈现爆炸性的增长。

短信不仅给中国的运营商带来了丰厚的利润,而且还救活了岌岌可危的互联网产业。依靠与运营商合作经营短信业务,大批网站走向了赢利。对于新浪、搜狐、网易这三大门户网站来说,短信业务的收入占总收入的比例曾经在 30% 以上。中国移动的手机用户现在可以通过新浪、搜狐、网易等门户网站享受订阅服务,例如每天订阅 15 条重大新闻。他们也可以从网上下载名人照片或卡通图像。

多媒体短信突破了以往的文本限制,彩色图片、声音、动画等多媒体的应用,使手机短信具有更丰富的内容和更直观的视觉效果。中国移动 2002 年推出了以图像、声音、文本的多媒体为特征的彩信业务。众多网站的加盟也使得短信业务迅速普及。

据 CNNIC2012 年 1 月发布的统计报告,截至 2011 年 12 月底,中国手机网民规模达到 3.56 亿,手机上网正在成为主流。

【知识窗】 手机：向大众媒体跨越

在手机彩信的基础上，人们开始尝试进行大众传播活动，如中国的彩信报纸及手机短信出版。

2004年2月24日，人民网推出国内首家以手机为终端的“两会”无线新闻网，首次实现借助手机报道国家重大政治活动新闻的历史性突破。

2004年7月18日，《中国妇女报》推出全国第一家“手机报”——《中国妇女报·彩信版》，掀开了手机与报纸联姻的序幕。

2005年1月10日，杭州报业集团和杭州移动宣布合作推出一份彩信手机报纸。它以《杭州日报》、《都市快报》、《每日商报》为主要信息来源，信息经过整合编辑后变成适合在手机上观看的新闻，再通过基于GPRS技术的彩信业务平台，将新闻通过彩信发送到用户的手机上。

2005年4月5日，浙江日报报业集团、浙江移动通信有限公司和浙江在线新闻网站决定联手启动国内首张省级手机报——《浙江手机报》。

2005年8月8日，广东移动宣布与新华社广东分社、广州日报报业集团、南方报业传媒集团和羊城晚报报业集团等联合推出“手机报纸”。目前推出的手机报纸共9份，其中包括《广州日报》、《信息时报》、《足球报》以及《新华每日电讯》、《参考消息》、《南方日报》、《羊城晚报》、《南方都市报》、《新快

报》等。“手机报纸”将依照传统报纸的发行模式，实行按天计费。目前推出的是彩信版和手机上网浏览，其中彩信版报纸如包月订阅，包月费不超过每月15元，而按天点播则最高为0.8元/条；WAP（手机上网）依据不同的页面收费，每天不限次反复阅读，最高费用为1元/天。据介绍，所有报纸在推广期内供读者免费阅读。接下来，广东移动还将与各大报纸共同推出彩信手机报料，让报料读者第一时间把现场照片发送到报社平台，并通过“手机报纸”实现读者与报社的互动，开通互动评论的栏目。

中国首部手机短信连载小说作品名为《城外》，作者笔名千夫长。这篇一共4200字的小说被分割为60个章节，每章70个字，分次发送给手机订户。2004年8月，《城外》的版权已经被电信运营商华友世纪通信公司以18万元人民币的价格买断。千夫长介绍说，《城外》的主题是婚外恋，《城外》取名源自钱钟书名著《围城》，探讨的话题是婚外恋，写的是“城外的风景，两个人的故事”。除了通过短信阅读之外，用户可以通过手机短信（SMS）、手机上网（WAP）、手机接听（IVR）等不同方式多角度欣赏《城外》。

2004年11月15日，在上海和北京同时通过彩信首发的《距离》被称为“中国第一部真正意义上的手机小说”，彩信每次能够发送的文字最多可以达到2万字。11月16



第1章

手机媒体概说

概念

SMS (Short Message Service) 是一种存储和转发服务。也就是说，短信并不是直接从发送人发送到接收人，而是始终通过 SMS 中心进行转发。如果接收人处于未连接状态（可能电话已关闭），则消息将在接收人再次连接时发送。

概念

WAP (Wireless Application Protocol) 为无线应用协议，是一项全球性的网络通信协议。WAP 使移动互联网有了一个通行的标准，其目标是将互联网的丰富信息及先进的业务引入到移动电话等无线终端之中。

概念

IVR (Interactive Voice Response) 即互动式语音应答，用户只须用电话即可进入服务中心并根据操作提示收听手机娱乐产品。该服务可以根据用户输入的内容播放有关的信息。



日,中国台湾作家黄玄的《距离》正式上线,引发了手机文学的讨论热潮。

2004年12月17日,空中网先让手机版电影《功夫》与观众见面,之后,发行方才在北京和上海举行首映式,许多影迷是通过手机直播了解到现场的实时新闻的。12月23日,影迷通过手机这一终端看到了《功夫》10个拆分的电影片段。

各通信公司和广电机构联手展开的各种尝试把手机电视推到了受众面前。2004年4月,中国联通在全国范围内推出“视讯新干线”移动媒体业务,与国内12家电视频道达成协议,让它们为“视讯新干线”提供内容,其中包括央视新闻台、央视4套和9套、凤凰资讯台、BBC等。2004年12月初,天津联通开通基于CDMA手机的掌上电视(GOGOTV),利用CDMA移动通信网络在手机上成功实现流畅清晰的视音频传输效果,用户可以通过手机轻松收看中央电视台、天津卫视及其他省市电视台的近20套节目。

2005年1月1日,上海移动与上海文广传媒集团联手推出手机电视业务试点。2月6日,它们又推出中国第一部“手机短剧”——《新年星事》,共10集,每集3分钟。北京乐视传媒投资300万,于2005年4月27日开机拍摄中国首部用胶片制作的专门在手机上播放的电视连续剧《约定》。

2005年10月12日,众多用户通过手机直播观看神舟六号载人飞船发射过程,并通过手机短信获得及时而丰富的新闻。

2006年年底,CMMB(中国移动多媒体广播,China Mobile Multimedia Broadcasting)完成地面补点试验网建设,进行系统的试验;2007年一年中,CMMB完成地面补点示范网建设,开始商用试验;2008年,CMMB启用卫星系统,形成全国网络,正式开始运营,为2008年北京奥运会提供服务。

在2008年北京奥运会新闻报道中,包括手机电视在内的手机媒体扮演了重要的角色。

概念

CMMB,中国移动多媒体广播。国内自主研发的第一套面向手机、笔记本电脑等多种移动终端的系统,利用S波段信号实现“天地”一体覆盖、全国漫游,支持25套电视节目和30套广播节目。

手机收看电视,手机阅读报纸,手机浏览小说……手机像一张大网整合了传统媒体的许多内容。手机正在成为媒介融合的新平台。这张网的力量大到任何传统媒体都不能忽视它的存在。几年以前,美国报业协会已经做出判断,认为报纸的移动电子业务将是未来几年里最有发展潜力的业务,因此各报社都在不遗余力地发展自己的移动电子业务。美国报业协会正在与NandoMedia媒体网络公司合作创建一个全国性的报纸数据库,为移动用户提供信息丰富的各地报纸。移动新闻信息的优势在于它可以随时随地为用户服务,它既像传统的报纸一样方便,又有传统报纸所无法比拟的容量。

二、日本手机媒体的实践开启了手机的大众媒体时代

日本的I-MODE诞生于1999年2月22日,是世界最成功的无线互联网