



新媒体蓝皮书[®]

BLUE BOOK OF NEW MEDIA

中国新媒体发展报告 *No.3*

(2012)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF NEW MEDIA
IN CHINA (2012)

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)

2012
版

新媒体蓝皮书

BLUE BOOK OF
NEW MEDIA



中国新媒体发展报告 No.3 (2012)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF NEW MEDIA
IN CHINA (2012)

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)

图书在版编目(CIP)数据

中国新媒体发展报告. No. 3, 2012/尹韵公主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2012. 7

(新媒体蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 3610 - 4

I. ①中… II. ①尹… III. ①传播媒介 - 发展 - 研究报告 - 中国 - 2012 IV. ①G219. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 162950 号

新媒体蓝皮书

中国新媒体发展报告 No.3 (2012)

主 编 / 尹韵公

副 主 编 / 吴信训

执行主编 / 刘瑞生

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 / 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 / 张立生

项目统筹 / 邓泳红 姚冬梅

责任印制 / 岳 阳

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (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

印 张 / 25

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

字 数 / 428 千字

版 次 / 2012 年 7 月第 1 版

印 次 / 2012 年 7 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 3610 - 4

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

新媒体蓝皮书撰写课题组

组 长 尹韵公

副 组 长 吴信训

课题组成员 (以姓氏笔画为序)

王 文	王凤翔	王文博	王建磊	向 芬
刘瑞生	刘鹏飞	江 凌	许 雯	许薇薇
孙翠翠	李 珠	李大元	李卫东	李未柠
李艳程	李爱玲	杨 宾	杨斌艳	杨瑞明
吴小坤	余 红	闵大洪	宋 超	张 丹
张 逸	陈志群	罗 昕	周世禄	官建文
赵振宇	钟 瑛	济 生	贺 涛	秦 雯
贾金玺	党生翠	殷 乐	高 虹	高红波
唐胜宏	彭 兰	韩 福	雷 霞	窦含章

协编单位：上海市社会科学创新研究基地/吴信训工作室·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

主要编撰者简介

尹韵公 现任中国社会科学院中国特色社会主义理论体系研究中心主任，研究员，博士生导师，享受政府特殊津贴。1998年至2012年2月任中国社会科学院新闻与传播研究所所长，长期关注网络新媒体并发表《论网络文化》等多篇具有较大影响力的论文。其他兼职有：国务院学位委员会新闻学科评议组成员兼召集人，国家社科规划办新闻学科评审组评委，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，中央“四个一批”人才工程新闻界评审专家，教育部高校哲学社会科学重点教材评审组评委，中国新闻史学会第一副会长，中国新闻文化促进会第一副会长，《中国大百科全书·新闻出版卷》（第二版）副主编，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。

吴信训 上海大学中国艺术产业研究院院长，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

2011 年以来，新媒体的成长进入到一个极为特殊的阶段。

一方面，在信息经济和新技术革命的推动下，新媒体的网络化、全球化、全民化、移动化、社会化、融合化发展态势更为显见，新媒体用户持续增长、普及程度进一步提高，新媒体应用不断推陈出新、社会化水平日益提升，新媒体在全面而深刻地影响着人类的社会生活，成为推动社会发展的新力量。

另一方面，发展速度快、社会渗透性强的新媒体迅速催生出庞大的虚拟空间，在与现实社会的紧密融合中，亦在一些领域产生了激烈冲突，并且引发了诸多前所未见的矛盾与问题，给全球各国带来了严峻的挑战，新媒体治理成为世界普遍难题。

作为世界新媒体发展最快、用户最多、应用最丰富的国家，中国也拥有最庞大和最为复杂的新媒体虚拟空间，形成了独具中国特色的新媒体传播生态。尤其是处于社会发展的关键期，新媒体与中国社会的融合和冲突效应都日益凸显。

在“双刃剑”功效尤其是负面效应日益凸显的新媒体成长阶段，由新媒体所引发的社会问题和危机事件在全球日呈高发和频发态势，网络安全成为最重要的安全问题。这对于正同步经历急剧社会转型和传媒转型的中国而言，如何在善用新媒体的同时消解其风险，当务之急是在从国家战略制高点的高度大力推进新媒体发展战略的同时，努力探索具有中国特色的新媒体治理之道。

Abstract

Since 2011, the growth of new media has entered into a very special stage.

On the one hand, under the impetus of the information economy and the new technological revolution, there is the more obvious trend of Network, globalization, national, mobile, socialization, integration in the new media development. The users of new media continues to grow and further enhance the popularity. The application of new media continues to introduce new and the social level of new media is rising. As a new force in promoting social development. The new media has a profound impact on human social life.

On the other hand, with the rapid development and the strong social penetration, the new media rapidly spawned a huge virtual space, which conflicted with the reality of society. The virtual space has led to many contradictions and problems of unprecedented. The new media has posed a serious challenge to the countries around the world. Now the governance of the new media has become general problem in the world.

With the rapid development, the largest user and the most abundant applications in new media, China also has the largest and most complex virtual space. China has formed a unique new media ecology. Especially in the critical period of social development, the new media and social integration and conflict effects are becoming increasingly prominent.

In the current growth stage of the new media, “Double-edged sword” effect, especially the negative effects become increasingly prominent. Social problems and crises in caused by the new media in the world has the trend of high incidence and frequent. Network security has become the most important security issues. China is synchronization experienced a sharp social transformation and the media in transition. How to make the best use of new media, but digestion of the risks is one of the most important issue in China. China should vigorously promote the development of new media strategy and explore the new media governance with Chinese characteristics.

目 录



B I 总报告

- B.1 成长中的新媒体：虚拟和现实社会的冲突与融合**
..... 尹韵公 刘瑞生 / 001
- 一 发展态势：新媒体成为推进中国社会成长的新力量 / 002
- 二 传播转型：虚拟和现实社会的冲突与融合 / 006
- 三 成长特征：具有中国特色的新媒体生态 / 011
- 四 应对策略：中国特色的新媒体发展战略和治理之道 / 015

B II 热点篇

- B.2 网络对谣言的自净化作用研究** 人民网研究院 / 022
- B.3 微博的发展态势、传播特征及治理策略** 刘瑞生 许薇薇 / 049
- B.4 微博舆论形成与互动机制的实证研究**
..... 李卫东 贺涛 赵振宇 / 062
- B.5 微博对新闻报道的影响** 周世祿 王文博 / 073
- B.6 社会化媒体：网络时代的关键转折** 彭兰 / 080
- B.7 世界政治中的社交媒体与数字行为主义** 王文 / 091
- B.8 三网融合背景下建设中国广电网的宏观战略思考** 济生 / 103



- B.9** 2011 年中国网络舆情指数年度报告
..... 中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所/艾利艾咨询 / 115
- B.10** 2011 年中国社交网络舆情发展态势 刘鹏飞 / 130
- B.11** 社会转型风险与网络舆论
——对网络舆论发生机制的实证研究 余红 陈志群 / 141
- B.12** 中国网络舆情监测产业发展状况、问题与对策 党生翠 / 151
- B.13** 全球新媒体的发展动向 吴信训 / 158
- B.14** 中国新媒体产业园区发展报告 李大元 / 174

B III 网络媒体篇

- B.15** 2011 年的中国网络媒体与网络传播 闵大洪 / 184
- B.16** 中国主流媒体网站管理现状调查分析 钟瑛 罗昕 / 197
- B.17** “2012 年两会” 互联网专题报道效果分析 杨斌艳 / 229
- B.18** 2011 年新媒体视频发展报告 殷乐 孙翠翠 / 238
- B.19** 2011 年中国网络游戏发展报告 雷霞 / 247
- B.20** 2011 年数字音乐发展报告 向芬 / 255
- B.21** 2011 年中国网络广告发展报告 王凤翔 / 267

B IV 移动与电子媒体篇

- B.22** 新闻网站移动化发展报告 贾金玺 张逸 / 280
- B.23** 《前线手机报》：党刊的移动化传播探索
..... 杨宾 李爱玲 韩福 / 290
- B.24** 移动 APP 应用状况调查报告 杨斌艳 / 297
- B.25** 2011 年中国 IPTV 发展报告 王建磊 / 312



- B.26 2011年中国手机电视产业发展报告 江 凌 / 320
- B.27 2011年中国手机报发展概况 宋 超 / 329

B V 借鉴篇

- B.28 欧盟的数字化战略与新媒体发展 杨瑞明 / 337
- B.29 2011年中外电子书产业发展报告 吴小坤 吴信训 / 353
- B.30 2011年度中外数字报纸发展报告 李 珠 / 364
- B.31 中外新媒体教育发展报告 高 虹 / 373

皮书数据库阅读**使用指南**

CONTENTS



Ⅱ I General Report

- Ⅱ.1 New Media in the Growth: the Conflict and Integration between
the Virtual World and the Real Society *Yin Yungong, Liu Ruisheng* / 001
1. *Development Trend: New Media in China has Become a New Force to Promote
 Social Development* / 002
2. *Disseminate Transition: Conflict and Integration between the Virtual World and
 the Real Society* / 006
3. *Growth Characteristics: Formed a Unique New Media Ecology* / 011
4. *Solving Strategies: Building the Mode of Development and Governance on New
 Media to Adapt to China's National Conditions* / 015

Ⅱ II Hot Topics

- Ⅱ.2 A Study on the Internet's Self-purification of Rumors
Institute of People Daily Online / 022
- Ⅱ.3 The Trend, Characteristics and Governance of Micro-blogging
Liu Ruisheng, Xu Weiwei / 049
- Ⅱ.4 Empirical Analysis of Micro-blogging Opinion Formation and
Interactive Mechanism *Li Weidong, He Tao and Zhao Zhenyu* / 062



- B.5 How the Micro-blogging Impacts News Report and How to Be Win-win *Zhou Shilu, Wang Wenbo / 073*
- B.6 Social Media: A Key Change in the Internet Era *Peng Lan / 080*
- B.7 Social Media and Digital Activism in the World Politics *Wang Wen / 091*
- B.8 Research on the Strategies of the Construction of China Broadcasting Network System Under the Three-network Convergence Background
Ji Sheng / 103
- B.9 Annual Report on the Online Public Opinion Index in 2011
IRI of Communication University of China / 115
- B.10 Report on the Trend of China Social Network Public Opinion and Sentiment in 2011
Liu Pengfei / 130
- B.11 Social Transformation Risk and Online Public Opinion
—*Empirical research about the mechanism of online public opinion*
Yu Hong, Chen Zhiqun / 141
- B.12 Report on Internet Public Opinion Monitoring Industry *Dang Shengcui / 151*
- B.13 Global Trends of New Media Development *Wu Xinxun / 158*
- B.14 Development Report on New Media Industrial Parks in China
Li Dayuan / 174

B III Internet Media

- B.15 Analysis on Chinese Internet Media and Internet Communication in 2011
Min Dabong / 184
- B.16 On Management Status of Mainstreamed Media Websites in China
Zhong Ying, Luo Xin / 191
- B.17 Analysis on Chinese Websites Reports of the NPC and CPPCC Sessions in 2012
Yang Binyan / 229
- B.18 Annual Report on the Development of New Media Video in 2011
Yin Le, Sun Cuicui / 238



- B.19 Annual Report of China Online Games Development *Lei Xia / 247*
- B.20 Digital Music Report in 2011 *Xiang Fen / 255*
- B.21 Report on the Development of Online advertising in
China in 2011 *Wang Fengxiang / 267*

BIV Mobile and Electronic Media

- B.22 Report on Development of Mobile News Websites *Jia Jinxi, Zhang Yi / 280*
- B.23 On Party Journals' Mobile Spreading to an Example of
Frontline Mobile Newspaper *Yang Bin, Li Ailing and Han Fu / 290*
- B.24 Report on the Mobile Application Software Used in China *Yang Binyan / 297*
- B.25 Report on the Development of IPTV in 2011 *Wang Jianlei / 312*
- B.26 An Analysis on the Mobile TV Industry in China in 2011 *Jiang Ling / 320*
- B.27 A Study on the Development of Mobile Phone Newspaper
Business in 2011 *Song Chao / 329*

BV Learning from Foreign New Media

- B.28 The European Union's Digital Agenda and the New Media
in Europe *Yang Ruiming / 337*
- B.29 A Report on E-Book Industry in 2012 *Wu Xiaokun, Wu Xinxun / 353*
- B.30 Development Report of Domestic and Foreign Digital
Newspaper in 2011 *Li Zhu / 364*
- B.31 Report on the Development of China's New Media
Education *Gao Hong / 373*

总 报 告

General Report



B.1

成长中的新媒体： 虚拟和现实社会的冲突与融合

尹韵公 刘瑞生*

摘 要：2011年以来，中国新媒体发展态势强劲，互联网和手机用户数量持续增长，新的应用和传播形态不断涌现。新媒体不仅进一步变革着大众传播格局，而且快速向政治、经济、文化等诸多领域渗透，成为一种高度社会化的媒介。具备强大传播功能的新媒体日益深刻地影响着社会发展，其“双刃剑”效应进一步凸显。快速、开放发展的新媒体极大拓展了人类空间，虚拟与现实的社会冲突成为世界性新问题，各国在大力发展新媒体的同时也在不断加强新媒体治理。如何趋利避害，化新媒体风险为国家发展机遇，是当前中国最重要的问题之一。

关键词：新媒体 传播革命 虚拟社会 国家发展

* 尹韵公，中国社会科学院中国特色社会主义理论体系研究中心主任、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。



2011年以来,新媒体的成长进入到一个极为特殊的阶段。

一方面,在信息经济和新技术革命的推动下,新媒体的网络化、全球化、全民化、移动化、社会化、融合化发展态势更为显见,新媒体用户持续增长、普及程度进一步提高,新媒体应用不断推陈出新、社会化水平日益提升,新媒体在全面而深刻地影响着人类的社会生活,成为推动社会发展的新力量。

另一方面,发展速度快、社会渗透性强的新媒体迅速催生出庞大的虚拟空间,在与现实社会的紧密融合中,亦在一些领域产生了激烈冲突,并且引发了诸多前所未有的矛盾与问题,给全球各国带来了严峻的挑战,新媒体治理成为世界普遍难题。

作为世界新媒体发展最快、用户最多、应用最丰富的国家,中国也拥有最庞大和最为复杂的新媒体虚拟空间,形成了独具中国特色的新媒体传播生态。尤其是处于社会发展的关键期,新媒体与中国社会的融合和冲突效应都比较显著。

在“双刃剑”功效尤其是负面效应日益凸显的新媒体成长阶段,由新媒体所引发的社会问题和危机事件在全球日呈高发和频发态势,网络安全成为最重要的安全问题。这对于正同步经历急剧社会转型和传媒转型的中国而言,如何在善用新媒体的同时消解其风险,当务之急是在从国家战略制高点的高度大力推进新媒体发展战略的同时,努力探索具有中国特色的新媒体治理之道。

一 发展态势:新媒体成为推进中国社会成长的新力量

基于网络而兴的新媒体已经成为人类有史以来发展最快、影响深广的最强势媒体。2011年以来,中国新媒体用户持续增长、应用不断丰富,网络化和社会化程度不断提高,新媒体已经成为中国社会文化生活的中心和推进中国社会成长的新力量。

1. 网络化水平不断提高,用户持续增长,中国日益被新媒体连通

作为当前社会领域中最热的词之一,新媒体虽然发展迅猛并形成了蔚为壮观的新媒体景观,但是目前对于新媒体并无统一的概念。一般而言,新媒体是指报刊、广播、电视等传统媒体之后新兴的传媒形态。不过,新媒体的热兴实际上却始于互联网。21世纪以来,互联网迅速发展,中国社会的网络化程度不断提高,



基于网络的新媒体不仅掀起了大众传播领域革命，而且对人类社会产生着广泛而深刻的影响。所以新媒体在广义上可以说是指网络媒体。^①

经过初始阶段的超常规高速发展后，近几年来，随着网络技术、网络基础设施、网络资源、网络用户等持续稳定增长，中国社会的网络化程度日益提高。尤其是2011年以来，随着广播电视网、互联网、电信网三大网络的日趋融合，新媒体以及大众传播的网络化发展态势更为明显。据中国互联网络信息中心（CNNIC）估算，截至2012年3月，中国网民数量达到5.27亿人，互联网普及率近40%。此外，2012年4月，中国手机用户数量则突破10亿户，达到10.3亿户，手机网民已经超过3.5亿人。作为世界新媒体用户第一大国，随着移动互联网的发展，中国社会网络化水平不断提高，新媒体已经成为连通中国社会的重要平台。

2. 移动化发展趋势明显，应用日益丰富，新媒体成为中国社会的“中心”

中国具有全球最大、最开放、最活跃的新媒体市场，自1994年开通互联网以来，所有源于西方国家的新媒体应用几乎都在中国落地并勃兴。

综观中国新媒体，无论是基于新的信息网络技术而生的新媒体应用，还是革新于传统媒体的新媒介形态，从网络论坛、电子邮件、即时通信、搜索引擎到播客、维客、社交网站、博客、微博客、轻博客，以及网络广播、网络电视、网络游戏、网络音乐、网络文学、网络电影、网络视频、网络广告、网络电话、网络报纸、网络杂志、手机短信、手机彩信、手机报、手机电视、电子书、电子报等，都在中国获得蓬勃发展。至今中国已经拥有最丰富的新媒体应用（见表1）。

^① 本报告中的新媒体采用广义和开放性的指称，包括了新兴媒体和新型媒体。一般而言，新媒体有狭义和广义两种说法。狭义新媒体仅指区别于传统媒体的新型传媒，主要包括被称为第四媒体的传统互联网（基于电脑为终端的计算机信息网络产生的各种传播媒介）和第五媒体的移动互联网（基于手机等移动通信工具为终端的移动通信网络出现的新传播媒介）。广义的新媒体则包括大量的新兴媒体，指依托于互联网、移动通信、数字技术等新电子信息技术而兴起的媒介形式，既包括网络媒体，也包括传统媒体运用新技术以及和新媒体融合而产生或发展出来的新媒体形式，例如电子书、电子纸、数字报、IPTV等。但是由于网络自身的融合以及由此而产生的媒介融合，无论是传统媒体还是新兴媒体，都出现了网络化的发展态势，因此新媒体可以统称为网络媒体。关于新媒体的定义，请参见尹韵公、刘瑞生《新媒体发展的全球视野与中国特色——2009年中国新媒体发展态势与前沿问题》，尹韵公主编《中国新媒体发展报告（2010）》，社会科学文献出版社，2010，第2~3页。



表 1 2010 ~ 2011 年各类网络应用使用率

单位: 万户, %

应 用	2010 年		2011 年		用户年增长率
	用户规模	使用率	用户规模	使用率	
即时通信	35258	77.1	41510	80.9	17.7
搜索引擎	37453	81.9	40740	79.4	8.8
网络音乐	36218	79.2	38585	75.2	6.5
网络新闻	35304	77.2	36687	71.5	3.9
网络视频	28398	62.1	32531	63.4	14.6
网络游戏	30410	66.5	32428	63.2	6.6
博客/个人空间	29450	64.4	31864	62.1	8.2
微 博	6311	13.8	24988	48.7	296.0
电子邮件	24969	54.6	24577	47.9	-1.6
社交网站	23505	51.4	24424	47.6	3.9
网络文学	19481	42.6	20267	39.5	4.0
网络购物	16051	35.1	19395	37.8	20.8
网上支付	13719	30.0	16676	32.5	21.6
网上银行	13948	30.5	16624	32.4	19.2
论坛/BBS	14817	32.4	14469	28.2	-2.3
团 购	1875	4.1	6465	12.6	244.8
旅行预订	3613	7.9	4207	8.2	16.5
网络炒股	7088	15.5	4002	7.8	-43.5

资料来源: 中国互联网络信息中心 (CNNIC)。

随着中国三网融合的推进和 3G 发展进入规模化, 移动互联网及应用成为热点。2011 年, 中国电信、中国移动和中国联通三家基础电信企业共完成 3G 专用设施投资近 1000 亿元, 3G 基站规模达到 80 万个, 其中 TD^① 基站超过 22 万个, 3G 网络已覆盖全国所有城市和县城以及部分乡镇, 3G 用户增长超过 7000 万户, 达到 1.2 亿户。在 3G 的强势推进下, 中国移动互联网发展迅猛, 基于移动互联

① TD 就是我国自主研发的 TD-SCDMA (Time Division-Synchronous Code Division Multiple Access, 时分同步码分多址接入)。该项通信技术也属于一种无线通信的技术标准, 它是由中国第一次提出并在此无线传输技术 (RTT) 的基础上与国际合作, 完成了 TD-SCDMA 标准, 成为 CDMA TDD 标准的一员的。在与欧洲、美国各自提出的 3G 标准的竞争中, 中国提出的 TD-SCDMA 已正式成为全球 3G 标准之一, 标志着中国在移动通信领域已经进入世界领先之列。