

中国媒体发展 研究报告

2013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 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

中国媒体发展 研究报告

2013年 第13期



国家“985”创新基地项目“社会转型与中国大众传媒改革”研究成果

中国媒体发展 研究报告

2013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. 2013 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与传媒改革”创新基地主办. —武汉: 武汉大学出版社, 2014. 8

ISBN 978-7-307-13650-2

I. 中… II. ①武… ②武… ③武… III. 传播媒介—发展—研究报告—中国—2013 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 136205 号

责任编辑: 韩秋婷 程牧原 责任校对: 刘欣 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: 湖北金海印务有限公司

开本: 880 × 1230 1/16 印张: 31.5 字数: 878 千字 插页: 3

版次: 2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-13650-2 定价: 65.00 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。

编委会成员

主编

罗以澄 张金海 石义彬 单 波

执行主编

张金海 吕尚彬

编委（以姓氏笔画为序）

石义彬 冉 华 吕尚彬 陈 刚 罗以澄

张金海 单 波 钟 瑛 郑保卫 秦志希

黄升民 黄 旦 强月新

编辑部

主任

张金海

副主任

吕尚彬 冉 华

成员（以姓氏笔画为序）

王松茂 冉 华 吕尚彬 刘友芝 张金海 周茂君

本刊实行匿名评审

目 录

上篇 2012 年中国媒体发展盘点与研究述评

竞争·转型·突围

——2012 年中国媒体发展盘点 强月新 刘莲莲 (3)

2012 年中国大陆新媒体研究的学术图景

——基于 9 种新闻传播类 CSSCI 期刊论文的分析 冉 华 邓 倩 (32)

在历史与现实间游走

——2012 年中国电视剧的生产与播出 王瀚东 高一萍 (41)

2012 年中国报业数字化和报纸产业转型研究述评 程 明 谢道喜 (54)

全媒体环境下媒介营销的探索、变革与迈进

——2012 年中国媒介营销活动评析 吕尚彬 迟 强 (64)

中篇 重大项目专题研究报告

国家社科基金重点项目“媒介融合背景下中国广播影视发展趋势和政策引导研究”中期成果报告

媒介融合背景下中国广播影视发展趋势和政策引导研究 庞井君 (77)

国家社科基金项目“突发事件中政府新闻发布效果评估体系建构研究”研究成果

我国政府新闻发布研究十年述评 侯迎忠 刘艳婷 (100)

中国经济缓增期外媒眼中的中国经济形象

——以 2012 年 7 月中国经济数据公布后西方主流媒体的报道为例 陈国昌 侯迎忠 (110)

基于混沌理论、复杂性理论视域下的西方危机公关实践研究 刘 佩 侯迎忠 (120)

国家社科基金项目“三网融合”背景下中国报业组织结构转型研究”中期成果报告

中国报业集团转型中经营环境演进分析 唐玥衡 (126)

我国报业组织结构转型的对策思考 陈 薇 (132)

大数据背景下的新媒介演进 张鸣民 (138)

国家社科基金项目“新语境下中国广播电视对外传播战略与对策研究”研究成果

新媒介技术对文化格局的冲击 李 东 (144)

对 CCTV-NEWS 的节目内容分析报告 刘 娜 冯 倩 (150)

国际视野下央视纪录频道的品牌战略浅析 刘 娜 李思康 (160)

我国国际传播人才教育及其发展态势探析 张楚楚 (171)

教育部人文社科重点研究基地武汉大学媒体发展研究中心项目“中西部传媒与社会发展研究”系列成果

西北民族地区舆论传播策略研究 刘俭云 (176)

西北农村地区信息化发展制约因素探讨

——基于甘肃农村田野调查 王 芳 李惠民 (181)

2013 年河南省微博舆情监测报告 杨海军 张雯雯 (187)

教育部人文社科项目“转型社会我国大众媒介对争议性事件的报道与传播研究”中期成果报告

作为新闻的争议性事件：内涵、传播特征与新闻价值观的变迁	陈刚	魏文秀	(194)
安徽省传媒产业与文化产业融合发展研究	黎泽潮	李浩然	王玉洁 (209)
湖北广电产业发展及其运营机制研究	马二伟	李杉	(219)
文化产业与旅游业联动链研究			
——以大湘西为例	彭祝斌	莫梅锋	(227)
鄂西土家族非物质文化遗产生产性传承人之生存状况考察		黄迎新	(231)
文化品牌传播中如何运用媒体构建其文化认同			
——基于土家“女儿会”的传播现象研究	张贤平	黄永红	郑玲 (237)
电视与柳村人的“国家”	张丕万	代婷婷	(242)
论西部传媒产业发展的相对滞后			
——基于社会发展要素的分析	肖迪	姜伟	(248)
论西部民族地区传媒的社会功能定位	李明		(252)
武汉大学人文社会科学“70后”学者学术发展计划学术团队“发展广告学与中国案例研究”创新团队研究成果			
广告学的发展与发展广告学			
——广告学研究的一个新视域	程明		(257)
发展广告学研究述评	余晓莉		(260)
全球化博弈中的我国广告产业创新战略研究	廖秉宜		(267)
我国广告产业国际化竞争策略问题研究	王松茂		(273)

下篇 2013年中国媒体发展专题研究报告

大数据时代的传播管理	曾琼	(283)
机遇与挑战：大数据时代的媒介内容分析	褚金勇	(288)
“网络体”语体特点与传播规律的实证分析	姜伟	(293)
网络舆情传播规律研究	张厚远	(300)
从“张艺谋超生门”看网络对媒介公共领域的构建	周茂君	刘冰芬 (306)
信息可视化在网络舆情信息服务中的作用	王朝阳	(312)
我国青少年网络接触状况调查分析	钟瑛	李青青 (318)
信息型关系对政务微博政治信任的培育		
——以葛剑雄微博为借鉴	陶文静	(329)
传统媒体的数字化转型：CNN的网络平台化	肖迪	李杉 (335)
纯粹意识形态广告：“双重言说”、“非双重言说”与符号消费	张微	(341)
高等广告教育价值取向的偏差与调适	陈新平	(347)
中国广告产业区域非均衡性研究		
——基于空间经济学的计量分析	柳庆勇	李亚圆 (354)
媒体经营中的品牌传播服务空间	舒咏平	戴世富 (362)
基于罗默模型的新媒体与文化创意产业发展研究	魏正聪	(368)
舆情产业初探		
——基于新型信息服务产业的业态发展分析	梅文慧	(374)
基于受众心智的媒体品牌资产测评模型：一项探索性研究	刘超	洪翠柳 (381)

论国有传媒企业的产权制度改革	钱广贵 (387)
基于产业关联的我国文化企业多层次直接投资模式研究	
——以影视文化企业为例	刘友芝 王 蕾 (392)
1998—2012：我国城市形象研究的现状、进路与前瞻	
——以 CSSCI 所收论文为例	谭辉煌 (397)
2012—2013 年我国电视节目市场的发展及其思考	冉 华 白嗣新 (405)
国际品质 市场路径	
——2012—2013 年中国纪录片的生产与传播	张 卓 陈 思 (413)
中国电视业制播分离研究的基本现状及其思考	陈 铭 刘吉桦 (418)
对电视媒体过度娱乐化的思考	宋若涛 (425)
近代新闻传播关键词研究综述	周光明 朱 臻 丁 倩 (431)
《读者》现象及《读者》办刊理念解析	杨 魁 王 超 (440)
媒介人员科学素质对风险报道的影响	胡登全 殷 俊 (453)
中西全媒体新闻教学比较研究	肖 珺 (460)
认同的异化与重塑	
——对当前两岸关系发展困境的跨文化思考	王丽红 (473)
不在场的“对话”：新媒体场域中跨文化冲突的建构与调适	
——基于“切糕事件”的考察	吴世文 (481)
后现代语境中新观念摄影的先锋语言与文化传播反思	田欣欣 李文渊 (488)

Contents

Volume One An Overview & Research Commentary of China's Media Development in 2012

Competition, Transformation, Breakthrough

—An Overview of China's Media Development in 2012 Qiang Yuexin, Liu Lianlian(3)

The Academic Prospect of New Media in Mainland in 2012

—Based on the Analysis of 9 Communication CSSCI Journals Ran Hua, Deng Qian(32)

Wandering between Reality and History: China's TV Dramas on Screen in 2012

..... Wang Handong, Gao Yiping(41)

Review of Newspaper Digitization and Industry Transformation of China in 2012

..... Cheng Ming, Xie Daoxi(54)

The Exploration and Change of Media Marketing under the Environment of Omnimedia

—The Chinese Media Marketing Activities Review in 2012 Lü Shangbin, Chi Qiang(64)

Volume Two Special Research Report of Major Projects

Major Project of the National Social Science—Research Production of “Study on the Trend and Policy of Chinese Radio, Television and Film under the Background of Media Convergence”

Study on the Trend and Policy of Chinese Radio, Television and Film under the Background

of Media Convergence Pang Jingjun(77)

Project of National Social Science Foundation of China—Research Production of “The Construction of Performance Evaluation System of the Government News Release during the Emergency”

The Review of Ten Years Studies of the Chinese Government Press Releases

..... Hou Yingzhong, Liu Yanting(100)

Chinese Economy Image in the Slowly Increasing Period

—The Western Mainstream Media Report in 2012 July after Chinese Economic Data

Released Chen Guochang, Hou Yingzhong(110)

The Study on the Practice of Western Crisis Public Relations Based on the Perspective

of Chaos Theory, Complexity Liu Pei, Hou Yingzhong(120)

Project of National Social Science Foundation of China—Research Production of “Study on the Transformation of China Newspaper Organization Structure under the Background of Integration of Three Networks”

The Evolution Analysis of China Newspaper Publishing Group's Management

Environment during the Process of Transformation Tang Yueheng(126)

The Transformation Strategy of Newspaper's Organizational Structure in China	··· Chen Wei(132)
Research on the Evolution of New Media under the Background of Big Data	····· Zhang Mingmin(138)
Project of National Social Science Foundation of China—Research Production of “Study on the External Communication Strategy and Countermeasures of Chinese Broadcast and TV in the New Context”	
The Influence of New Media towards Culture Format	····· Li Dong(144)
Analysis of the Content on CCTV-NEWS	····· Liu Na, Feng Qian(150)
A Brief Analysis on Brand Strategy of the CCTV Documentary Channel under the International Perspective	····· Liu Na, LI Sikang(160)
The Research on the Education of International Communication Talents and its Development Trend	····· Zhang Chuchu(171)
Project of the Key Research Institute of Humanity and Social Science of Chinese Ministry of Education—Research Production of “Study on the Media of Central and Western Regions Social Development”	
Study on the Communication Strategy of Northwest Minority Areas	····· Liu Jianyun(176)
Analyzing on Restricting Factors of Rural Informatization in North-west of China	····· Wang Fang, Li Huimin(181)
—Based on Rural Investigation of Gansu Province	····· Yang Haijun, Zhang Wenwen(187)
Henan Province in 2013 Micro-blog Public Opinion Monitoring Report	····· Yang Haijun, Zhang Wenwen(187)
Project of Humanity and Social Science of Chinese Ministry of Education—Research Production of “Study on the Controversial Events and its Communication China Mass Media during the Social Transformation Period”	
Controversial Event: Concept, Characteristic & Changes of Values	····· Chen Gang, Wei Wenxiu(194)
Study on the Convergence of Media Industry and Cultural Industry of Anhui Province	····· Li Zechao, Li Haoran, Wang Yujie(209)
Study on the Development of Hubei Radio and Television Industry and its Operation Mechanism	····· Ma Erwei, Li Shan(219)
Study on the Linkage between the Cultural Industry and Tourism Industry	····· Peng Zhubin, Mo Meifeng(227)
—Taking West of Hunan Province as an Example	····· Peng Zhubin, Mo Meifeng(227)
The Investigation of Survival Situation of Tujia Intangible Cultural Heritage	····· Huang Yingxin(231)
Inheritors in West of Hubei Province	····· Huang Yingxin(231)
How to Build Cultural Identity through Media in the Communication of Brand Cultural	····· Zhang Xianping, Huang Yonghong, Zheng Ling(237)
—The Research is Based on the Communicational Phenomenon of Tujia “Girals Festival”	····· Zhang Xianping, Huang Yonghong, Zheng Ling(237)
Television Watching and Liucun Villagers' Imagination about the Country	····· Zhang Piwan, Dai Tingting(242)
On the Relative Lag of Media Industry Development in the Western Region	····· Xiao Di, Jiang Wei(248)
—Based on the Analysis of Factors of Social Development	····· Xiao Di, Jiang Wei(248)
On the Social Functions of Media in Western Ethnic Areas	····· Li Ming(252)
Project of Humanity and Social Science of Wuhan University “Post-70s Academic Team Development — Research Production of “Development Advertising and Chinese Practice”	
Emcee's Words: Development of Advertising and Development Advertising	

- A New Perspective Cheng Ming(257)
- Review on the Development Advertising Yu Xiaoli(260)
- The Innovation Strategy of Advertising Industry of China in the Globalization Game
..... Liao Bingyi(267)
- Study on the International Competitive Strategy of China's Advertising Industry
..... Wang Songmao(273)

Volume Three Special Research Report of China's Media Development in 2013

- Study on the Communication Management in the Big Data Era Zeng qiong(283)
- Opportunities and Challenges: Analysis of Media Content in Big Data Era Chu Jinyong(288)
- The Empirical Analysis of the Stylistic Features and Propagation law of Network
Language Varieties Jiang Wei(293)
- The Research of the Regularity in the Internet Public Opinion Propagation
..... Zhang Houyuan(300)
- How Does the Web Construct the Media Public Sphere?
—A Case Study of Zhang Yimou's Scandal of Violating the One Child Policy
..... Zhou Maojun, Liu Bingfen(306)
- Information Visualization in Information Services in the Internet Public Opinion
..... Wang Chaoyang(312)
- A Survey and Research on China Youth's Network Contacts Zhong Ying, Li Qingqing(318)
- Information Based Relationship Brings up Political Trust in Microblog Space:
Take the Microblog Jianxiǒng Ge for Example Tao Wenjing(329)
- The Digital Transformation of Traditional Media: Network Platform of CNN
..... Xiao Di, Li Shan(335)
- Pure Advertisement of Ideology: "Double Speech", "Non Double Speech" and
Consumption of Symbol Zhang Wei(341)
- The Aberration and Adjustment of Value Selection in Higher Advertising Education
..... Chen Xinping(347)
- A Study of the Regional Unbalance of Chinese Advertising Industry
—A Quantitative Analysis Based on Spatial Economics Liu Qingyong, Li Yayuan(354)
- The Service Space of Brand Communication in Media Management
..... Shu Yongping, Dai Shifu(362)
- The Study of New Media and the Cultural and Creative Industry Development Based
on Romer Model Wei Zhengcong(368)
- The Preliminary Study of the Public Sentiment Management Industry: The Development
Analysis of the Industry Status Based on a New Type of Information Service Industry
..... Mei Wenhui(374)
- The Model of Audience-Based Media Brand Equity: An Exploratory Study
..... Liu Chao, Hong Cuiliu(381)
- Study on the Property Institution Reform of the State-owned Media Enterprises
..... Qian Guanggui(387)

Study on the Multi-level Direct Investment Pattern Research

—Take the Case of Television Enterprise Industry Liu Youzhi, Wang Lei(392)

1998-2012: Status, Orientation and Preview of City's Image Research

—Take the Thesis from CSSCI for Example Tan Huihuang(397)

Study on China's TV Market in the 2012-2013 Ran Hua, Bai Sixin(405)

International Standard & Marketing Route

—The Production and Communication of Chinese Documentary in 2012-2013

..... Zhang Zhuo, Chen Si(413)

The Current Status and Reflection on Research of Commission in Chinese

Television Industry Chen Ming, Liu Jihua(418)

The Reflection on the Over Entertainment on Television Media Song Ruotao(425)

Review of Modern Journalism Keywords Research

..... Zhou Guangming, Zhu Zhen, Ding Qian(431)

“Reader” Phenomenon and the Analysis of “Reader” Idea Yang Kui, Wang Chao(440)

The Influence on Risk Report Produced by Media Employees' Scientific Quality

..... Hu Dengquan, Yin Jun(453)

A Comparative Study Between Chinese and Western Omnimedia Teaching Xiao Jun(460)

The Alienation and Reshaping for Identity: A Cultural Review of the Relations Across

Taiwan Straits Wang Lihong(473)

Absent “dialogue”: Construction and Adaptation of Transcultural Conflict in New Media Field

—A Case Study of “Xinjiang Nuts Cake” Event Wu Shiwen(481)

Postmodern Context New Conceptual Photography Pioneer in Language and Culture

Communication Tian Xinxin, Li Wenyan(488)

上篇 2012 年中国媒体发展盘点与研究述评

竞争·转型·突围

——2012年中国媒体发展盘点^①

强月新 刘莲莲

2012年中国媒体发展状况基本上可以概括为竞争、转型与突围。从媒体整体生存环境来看,全球经济形势低迷与国内经济增速放缓塑造了中国传媒的大环境。如果说经济形势对媒体营收具有总体性限制作用,导致媒体营收总体上呈现趋缓态势,那么不同媒体类型之间形成了外部竞争压力,而同类媒体之间的相互竞争则形成了内部竞争压力。在双重竞争压力之下,媒体开始施展浑身解数,或转变经营重点,改变经营策略,或进行整合与兼并,或集约发展以整合资源,或拓展新的经营领域以探寻新的增长点,从而在竞争中创造奇迹,实施突围。

传统媒体的营收状况总体上呈增长放缓态势,其中报纸受到其他类型媒体尤其是新媒体的冲击较大。为应对营收整体下降的状况,在国家推动下,报业纷纷进行资源整合,并进行融资和多元化经营,而非时政类报刊开始走上转企改制道路。广电营收总体保持持续增长,但增长势头减弱,而“限娱令”的出台则推动节目结构调整,品牌效应得以彰显,纪录片则走上规模化生产道路,其市场效应初步彰显。出版、动漫等创意产业在政府推动下开始走上重组、多元经营和国际化发展轨道。

新媒体发展势头依旧强劲。随着3G手机的普及,手机这一移动互联网终端超过网络成为第一大上网终端,并在电子商务方面表现抢眼,其市场潜力得到初步发挥。微博的社会化功能进一步彰显,微信成为网络问政新平台,而微博则发挥着政务信息发布、反腐和公益三大功能。网络视频行业盈利模式单一,整合与并购成为2012年度主题,并开始涉足以手机为平台的移动视频业务。电子商务竞争激烈,但增长较快,厂商有进有退,呈现“一超多强”局面。传统媒体与新技术之间的结合越加紧密,新技术运用不断刺激新业务的产生,商机频频显现,其中,广播电视OTT和3D市场效应初步彰显。

在媒体规制方面,传统媒体的规制具有内容规范特征,而新媒体的规制则重在规范竞争行为和规范言论两个方面。国家规制使得传统媒体和新媒体的内容结构更加合理,市场行为更加规范。

从2012年的发展状况来看,竞争导致转型,在转型过程中媒体尤其是新媒体呈现优胜劣汰局面,在此过程中,传媒发展所面临的老问题得以显现,一些问题得到了解决或缓解,一些疑难杂症依旧存在,但从总体上来看,在国家与市场两种力量的推动下,中国媒体产业布局 and 结构将渐趋合理,竞争行为将越来越理性和规范化。

一、2012 媒介经营盘点

2012年,受全球经济形势影响,国内经济增速放缓,中国媒介经营在此背景下亦受影

^① 本文系教育部人文社会科学重大项目“传媒生态变革与新闻传媒发展体制与机制研究”阶段性成果,项目编号:11JJD86003。

响。受到经济因素影响,兼之新媒体的逐渐成熟对受众市场的瓜分,传统媒体收入整体具有增长下滑的趋势。据CTR统计,传统媒体2012年全年的广告刊例花费虽然增长了4.5%,但其增长水平远远低于2008—2011年13.5%的平均增长水平。尽管如此,传统媒体也进行了一系列调整,一方面,传统媒体或继续以内部调整和转型为手段,激发自身参与市场竞争的能力,或以外部之数字化拓展为路径,通过实现媒体间融合来抢占市场制高点;另一方面,国家继续采取自上而下的方式出台相关改革措施,对传统媒体的未来发展施加影响。而新媒体则面临着如何避免自身发展中存在的难题而从传统媒体手中抢占更多的市场份额。

(一)报业营收下降,拐点倒逼转型迎来新曙光

2012年,中国报业面临着读者流失、发行下滑、广告萎缩等发展困境。困境之形成既有全球经济低迷的影响,也与继2011年以后面对发展增速放缓的主动改革转型有关,同时也有新媒体技术的冲击和报纸自身发展的瓶颈等因素。这些问题的出现迫使报业在2012年不得不进行进一步的转型和突围,以应对生存的挑战。其中,非时政类报刊转企改制初见成效,各类报纸实施数字化转型,搏击报业资本市场,“走基层、转作风、改文风”(以下简称“走转改”)活动轰轰烈烈地开展,报业突围露出了新的曙光。

1. 报业广告下滑,营收状况不容乐观

2012年,报业广告出现大幅滑落。2012年上半年传统媒体广告刊例花费同比增长3.9%,增幅为近五年最低。根据CTR的数据显示,在传统的四大媒体中,报纸成为唯一负增长媒体,2012年前三季度报业广告同比下降8.2%,全年-7.5%的降幅与媒体整体逆向而行;在广告资源量上,报纸的广告面积降幅为-17.2%。而国家工商总局发布的数据表明,2012年全国报纸广告总收入550亿元,比上一年增长18.6%。中国广告协会报刊分会主任梁勤俭认为,“虽然整体的数据表明报刊广告的整体走势是积极的,但现实是很多报社的经营在2012年出现了负增长的现象”^①。当然,广告的下滑并非仅仅表现于报业,电视媒体广告也出现下滑势头,甚至以互联网为代表的新媒体的广告收入增幅也呈现大幅放缓的趋势。从广告来源来看,与2011年相比减少的将近85亿元的报纸广告收入中,有将近60亿元来自于汽车、零售业和房地产三大行业广告投入的减少。

报业广告收入的变化可以看成是经济发展的晴雨表。首先,2012年,世界经济形势整体低迷,中国GDP增速放缓(CTR统计显示,2012年中国GDP增长率为7.8%,这是中国自1999年以来年度GDP增长率第一次低于8%,也是1998年以后最低的年度增长率),与经济发展关系比较密切的政府的广告投入及上述三大行业广告投入的减少直接影响了报业的广告收入。从中可以看出报纸广告收入对于经济发展的依赖。其次,新媒体的强势发展对报业广告市场的冲击较大,尤其是新媒体对于年轻受众的分流使得具有消费潜力的年轻人成为广告主广告投入的重点,而传统媒体尤其是报纸的读者规模被新媒体所蚕食,其读者群的平均年龄逐步增大。再次,都市类报纸和一些专业性报纸如财经类报纸的发行量出现了较大面积的滑坡,这对报业收入造成了直接和间接影响。世纪华文对全国60个城市的监测数据显示,与2011年相比,2012年全国报纸单位零售总销量下滑了3.09%^②。

2. 非时政类报刊转企改制,寻求突围

媒体经营管理体制的改革一直是传媒产业化、集团化改革最受关注的焦点。2012年,非时政类报刊出版单位转企改制是国家文化体制改革的两大重点任务之一。为此,新闻出版

^① 梁勤俭. 开拓思路 良性发展——2012年报刊广告经营工作总结[J]. 广告人, 2013(4).

^② 田珂. 发行态势相对稳定 竞争格局井然有序[J]. 中国报业, 2013(2).

总署先后组织召开了部分首批中央各部门各单位非时政类报刊出版单位主管单位座谈会和部分省区市新闻出版局非时政类报刊改革工作座谈会，确定了在党的十八大前全国须要转企改制的非时政类报刊出版单位改革范围。到2012年年底，中央各部门、单位和省区市两批改革方案基本批复完成，全国3388种应转企改制的非时政类报刊中，共有3271种完成了改革任务，占总数的96.5%^①。

然而，非时政类报刊的转企改制工作还有很长的路要走，尤其是从制度层面来说，国家事业单位改革尚未启动，这就难以为非时政类报刊提供足够的制度支撑，导致在改革过程中出现改革目标不清、步骤不明和范围模糊等诸多问题。而对参与改革的非时政类报刊而言，如何建立符合现代企业制度的报刊内部管理体制机制是深化改革的关键环节，也是参与市场竞争、赢取生存空间的核心问题。

3. 进军资本市场，实现跨区合作、多元经营

随着市场经济体制的确立和文化体制改革的深入推进，报业迫切需要通过深化改革，创新体制机制，提高竞争力。对于报业存量的改革，除了非时政类报刊的转企改制之外，就是报业旗下时政类网站的转制上市。2012年4月27日，在中央及有关部门推动下，人民网成功登陆上海证券交易所，成为第一家在国内A股上市的新闻网站和第一家在国内A股整体上市的媒体企业。因为有人民日报社的背景，人民网的此次上市被称为“官网”第一股。

同时，跨区合作、多元化经营也是2012年报业集团拓展市场的主要措施。在省际合作方面，南方报业传媒集团与合肥日报报业集团合办了《江淮晨报》，中国新闻出版传媒集团和合肥日报报业集团合办了《东方周报》。在省内跨区域合作方面，大众日报报业集团在烟台市场创办了《蓝色快报》，在东营市场创办了《黄三角早报》。在多元化经营方面主要表现为传媒业进一步加快向金融业进军的速度，如大众日报报业集团、浙江日报报业集团、华商传媒集团等纷纷成立投资公司，涉足投资领域，而河南日报报业集团注资4.4亿元成为信阳银行的第一大股东^②。

4. 改版与云服务：报纸的数字化转型

在数字化冲击之下，2012年报纸进行了集体改版，《京华时报》、《新京报》、《北京晨报》、《广州日报》、《深圳晚报》、《生活新报》等多家报纸纷纷对版面进行了较大调整。此外，为了应对纸报发行颓势，以吸引年轻读者，各报运用各种手段和技术，新招奇招怪招迭出。如：《三晋都市报》在中秋节推出的会发光的报纸；《三秦都市报》推出中国首份4D报纸。

另一方面，报纸在参与数字化过程中，经历了从电子报起家到报网互动再到全媒体的发展布局。而2012年，“云报纸”成为报业数字化探索的新趋势。《京华时报》于2012年5月推出云报纸服务；长江日报报业集团于2012年11月集结旗下的《长江日报》、《武汉晚报》、《武汉晨报》等7家报纸正式推出全媒体云报纸平台。云报纸实现了从二维到三维、从静态到动态的转变，读者的阅读体验得到了进一步拓展。但云报纸的发展也面临着软件种类庞杂、精确营销难等问题，这些问题的存在使得云报纸在短期内难以对改善报业经营状况作出足够的贡献。

5. “走转改”的常态化

2011年8月9日，中宣部等五部门为贯彻落实胡锦涛同志“七一”讲话精神，推动新闻

^① 全国3271种非时政类报刊完成转企改制 占总数96.5% [EB/OL]. [2013-05-11]. <http://media.people.com.cn/n/2012/1025/c40606-19380145.html>.

^② 郭全中. 2012年传媒经营管理点评[J]. 青年记者, 2012(36).