



中国传媒产业发展 实证研究

An Empirical Study on Development of China's
Media Industry

向志强 著

学习出版社



中国传媒产业发展 实证研究

An Empirical Study on Development of China's
Media Industry

向志强 著

学习出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国传媒产业发展实证研究 / 向志强著. -- 北京: 学习出版社, 2016.9

ISBN 978 - 7 - 5147 - 0645 - 1

I. ①中… II. ①向… 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 (2016) 第 147086 号

中国传媒产业发展实证研究

ZHONGGUO CHUANMEICHANYE FAZHAN SHIZHENG YANJIU

向志强 著

责任编辑: 刘玉芬

技术编辑: 贾 茹

封面设计: 杨 洪

出版发行: 学习出版社

北京市崇文门外大街 11 号新成文化大厦 B 座 11 层 (100062)

010 - 66063020 010 - 66061634 010 - 66061646

网 址: <http://www.xuexiph.cn>

经 销: 新华书店

印 刷: 北京市密东印刷有限公司

开 本: 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张: 24.25

字 数: 409 千字

版次印次: 2016 年 9 月第 1 版 2016 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5147 - 0645 - 1

定 价: 52.00 元

如有印装错误请与本社联系调换

国家社科基金后期资助项目

出版说明

后期资助项目是国家社科基金项目主要类别之一，旨在鼓励广大人文社会科学工作者潜心治学，扎实研究，多出优秀成果，进一步发挥国家社科基金在繁荣发展哲学社会科学中的示范引导作用。后期资助项目主要资助已基本完成且尚未出版的人文社会科学基础研究的优秀学术成果，以资助学术专著为主，也资助少量学术价值较高的资料汇编和学术含量较高的工具书。为扩大后期资助项目的学术影响，促进成果转化，全国哲学社会科学规划办公室按照“统一设计、统一标识、统一版式、形成系列”的总体要求，组织出版国家社科基金后期资助项目成果。

全国哲学社会科学规划办公室

2014年7月

自序

传媒产业作为文化产业的核心组成部分，不仅是国家和地区软实力的重要组成，而且也成为许多国家国民经济的重要支柱；传媒产业不仅对政治、社会和文化产生了深刻影响，也为经济增长注入了强大动力。因此，如何又好又快发展传媒产业已成为各国普遍关注的、重要的现实问题。而促进传媒产业快速发展，一个重要的前提和基础就是厘清影响传媒产业发展的因素和机制，揭示传媒产业发展的内在规律。目前，对于影响中国传媒产业发展的层次和因素，学者们已从不同角度，依据不同学科背景，进行了相对系统的理论探讨，对中国传媒产业发展进行理论研究，既没太多研究空间，也难以在创新之路上走得更远。相对而言，目前对于影响中国传媒产业发展的层次和因素，很少有学者运用中国传媒产业发展的具体数据来对中国传媒产业发展的影响进行检验。并且不同影响层次和影响因素对中国传媒产业发展的作用不同，其中有些影响因素可能产生的影响显著，而有些可能产生的影响并不显著；有些影响因素可能产生正影响，而有些可能产生负影响；有些影响因素可能产生强影响，而有些可能产生弱影响，等等。对于这些问题的回答，仅仅依靠理论的推导是难以胜任的，只有通过实证研究，特别是通过中国传媒产业发展具体数据来加以分析，得出的结论才更加具有说服力。

由于影响中国传媒产业发展的因素众多，无法在有限的时间和精力内对所有影响层次和影响因素进行实证研究，因此在考虑数据获取可行性的基础上，结合影响因素的研究价值和研究意义，本书从微观影响中抽出传媒管理者特征以及传媒产业多元化经营，从中观影响中抽出关联产业以及人口特征，从宏观影响中抽出经济因素、制度因素和技术因素，从综合影响中抽出区域因素，采用相关分析、回归分析、灰色关联分析、因子分析、聚类分析等数理统计与数理模型的定量研究方法，分别探讨上述因素对中国传媒产业微观发展、中观发展、宏观发展以及总体发展

的影响，并提出促进中国传媒产业发展的对策和建议。

本课题的研究是从2007年开始的，至2015年课题完成，前后经历了近8年时间。在此期间，本人陆续邀请了1位博士研究生和9位硕士研究生参与研究。这10位研究生分别为邓恩、谢亚可、黄盈、张冀、颜婷、欧阳刘婕、姜羽、杨珊、刘倩、汤青，其中7位硕士研究生分别以本文的7章内容作为其学位论文的内容，目前7位硕士研究生都已顺利通过论文答辩。同时本人将其中主要内容整理成论文分别在《新闻与传播研究》（3篇）、《国际新闻界》（1篇）、《现代传播》（2篇）、《新闻大学》（1篇）、《财经理论与实践》（1篇）发表，目前一共发表8篇论文。本课题研究进行到2013年时，由于已完成了课题任务的80%，因此按照国家哲学社会科学规划办的要求，本人将课题研究成果申请了国家社科基金后期资助，并顺利获得了批准，本书则为国家社科基金后期资助结项专著。另外需要说明的是由于本研究时间跨度较大，前后所考察数据的年份并不完全一致，而且作为后期资助申报前的研究内容无法重复研究，也就无法统一考察年份，由此必然影响各章节所研究问题的连续性，这只能留待以后补充和完善。

综观当下学术界对于传媒产业发展问题的研究，虽然成果显著，但定性研究居多。本书以实证研究为基础，通过对影响中国传媒产业发展因素的分析，揭示中国传媒产业发展内在规律，寻求中国传媒产业发展研究框架与范式。本文不仅可以解释中国传媒产业发展的具体现象，也可以丰富和创新传媒经济学的相关理论，特别是可以形成和发展中国传媒经济学的相关理论，确切地说，本书是传播理论和传播研究中国化与本土化的具体体现。实际上本书也仅仅是中国传媒产业发展影响因素实证研究的开始，因为中国传媒产业发展实证研究有着巨大的发展空间和拓展潜力，需要更多的学者给予高度的关注和重视，需要更多的学者投入更大的热情、更多的时间和更充沛的精力。中国传媒产业发展实证研究，是一个庞大的知识体系和系统工程，具有深厚的学术内涵和无穷的学术价值。为此笔者将继续沿着这一研究路径前行，也期待据此能为中国传媒产业研究，特别是为中国传媒经济学的研究贡献自己的绵薄之力。

向志强

2016年4月于岳麓山下

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 选题背景与选题意义	(1)
一、选题背景	(1)
二、选题意义	(3)
第二节 文献综述	(5)
一、国外文献	(5)
二、国内文献	(13)
三、国内外文献述评	(22)
第三节 研究思路、框架结构与研究内容	(23)
一、研究思路	(23)
二、框架结构	(28)
三、研究内容	(28)
第四节 研究方法与创新点	(33)
一、研究方法	(33)
二、创新之处	(42)
第二章 传媒管理者特征与中国传媒产业微观发展实证研究	(45)
第一节 指标选择与研究方法	(45)
一、指标选择	(46)
二、数据来源	(50)
三、数据处理	(50)
四、研究方法	(54)
第二节 研究结果及分析	(55)
一、董事会运作能力与中国传媒企业发展的 研究结果及分析	(55)

二、董事背景与中国传媒企业发展的研究 结果及分析	(59)
三、独立董事履职与中国传媒企业发展的 研究结果及分析	(63)
四、董事会报酬激励与中国传媒企业发展的 研究结果及分析	(66)
第三节 研究结论	(70)
一、董事会运作特征与中国传媒企业发展的 研究结论	(70)
二、董事会成员特征与中国传媒企业发展的 研究结论	(71)
三、独立董事特征与中国传媒企业发展的 研究结论	(71)
四、董事会报酬特征与中国传媒企业发展的 研究结论	(72)
第四节 对策建议	(72)
一、提高传媒企业董事会运行效率	(72)
二、选择适当的传媒企业董事	(74)
三、完善传媒企业独立董事会功能	(75)
四、健全传媒企业董事激励制度	(76)
第三章 传媒产业多元化经营与中国传媒产业微观发展 实证研究	(78)
第一节 指标选择	(78)
一、传媒上市公司多元化指标选择	(79)
二、传媒上市公司绩效指标选择	(84)
三、控制变量选择	(88)
第二节 研究方法	(89)
一、研究假设	(89)
二、模型构建	(90)
三、数据来源	(92)
四、数据处理	(93)
第三节 研究结果及分析	(94)
一、总体多元化经营与中国传媒企业发展的	

多元一次函数回归分析	(95)
二、相关多元化经营与中国传媒企业发展的 多元一次函数回归分析	(105)
三、总体多元化经营与中国传媒企业发展的 二次多项式曲线回归分析	(106)
第四节 研究结论及对策建议	(109)
一、研究结论	(110)
二、中国传媒产业多元化经营存在的问题	(111)
三、改进中国传媒产业多元化经营的对策建议	(113)
第四章 关联产业与中国传媒产业中观发展实证研究	(116)
第一节 指标选择与研究方法	(116)
一、指标选择	(117)
二、研究方法	(118)
三、数据来源	(118)
四、数据处理	(118)
第二节 研究结果	(119)
一、关联产业与中国报业发展多元线性回归的 研究结果	(119)
二、关联产业与中国杂志业发展多元线性回归的 研究结果	(124)
三、关联产业对中国广播业发展多元线性回归的 研究结果	(127)
四、关联产业对中国电视业发展多元线性回归的 研究结果	(132)
第三节 结果分析	(136)
一、关联产业与中国报业发展多元线性回归的 研究结果分析	(136)
二、关联产业与中国杂志业发展多元线性回归的 研究结果分析	(139)
三、关联产业与中国广播业发展多元线性回归的 研究结果分析	(142)
四、关联产业与中国电视业发展多元线性回归的 研究结果分析	(145)

第四节 研究结论及对策建议	(148)
一、研究结论	(148)
二、对策建议	(151)
第五章 人口特征与中国传媒产业中观发展实证研究	(154)
第一节 指标选择与研究方法	(154)
一、指标选择	(155)
二、研究方法	(162)
三、数据采集	(162)
四、数据处理	(162)
第二节 研究结果及分析	(162)
一、人口特征与中国报业发展相关分析的研究 结果及分析	(162)
二、人口特征与中国广播电视业发展相关分析的 研究结果及分析	(173)
三、人口特征与中国网络业发展相关分析的研究 结果及分析	(186)
第三节 研究结论	(194)
一、人口特征与中国报业发展相关分析的 研究结论	(194)
二、人口特征与中国广播电视业发展相关分析的 研究结论	(195)
三、人口特征与中国网络业发展相关分析的 研究结论	(196)
第四节 对策建议	(197)
一、依据人口特征确定中国传媒产业经营管理策略	(198)
二、提高城镇化水平推动中国传媒产业发展	(198)
三、依托广播电视媒体发展中国涉农传媒	(199)
四、适应老龄化趋势发展中国“银发媒体”	(199)
五、顺应人口发展趋势制定中国传媒产业发展规划	(200)
第六章 经济因素与中国传媒产业宏观发展实证研究	(201)
第一节 指标选择与研究方法	(201)
一、指标选择	(202)

二、研究方法	(205)
三、数据来源	(206)
四、数据处理	(206)
第二节 研究结果及分析	(207)
一、经济因素与中国传媒产业宏观发展相关分析 结果及分析	(207)
二、经济因素与中国传媒产业宏观发展灰色关联度 分析结果及分析	(218)
三、经济因素与中国传媒产业宏观发展分位数回归 分析结果及分析	(223)
第三节 研究结论	(226)
一、经济因素与中国传媒产业宏观发展相关分析的 研究结论	(227)
二、经济因素与中国传媒产业宏观发展灰色关联度 分析的研究结论	(227)
三、经济因素与中国传媒产业宏观发展分位数回归 分析的研究结论	(228)
第四节 对策建议	(229)
一、进一步推进市场化以营造中国传媒产业发展 良好环境	(229)
二、进一步加大文体广播财政支出以推动中国传媒 产业快速发展	(230)
三、进一步加快经济发展以带动中国传媒产业发展	(230)
四、进一步引导受众文化娱乐消费以拉动中国传媒 产业发展	(230)
五、进一步提高传媒科技含量以促进中国传媒 产业发展	(231)
第七章 制度因素与中国传媒产业宏观发展实证研究	(232)
第一节 指标选择与研究方法	(232)
一、指标选择	(233)
二、研究方法	(238)
三、数据来源	(238)
四、数据处理	(239)

第二节 研究结果	(242)
一、制度因素与中国传媒产业宏观发展相关分析的研究结果	(242)
二、制度因素与中国传媒产业宏观发展灰色关联分析的研究结果	(253)
三、制度因素与中国传媒产业宏观发展分位数回归分析的研究结果	(254)
第三节 研究结论	(258)
一、制度因素与中国传媒产业宏观发展相关分析的研究结论	(258)
二、制度因素与中国传媒产业宏观发展灰色关联分析的研究结论	(258)
三、制度因素与中国传媒产业宏观发展分位数回归分析的研究结论	(259)
第四节 对策建议	(259)
一、推进传媒产业市场化减少行政审批	(259)
二、法律上规定国家对传媒的控制权	(260)
三、建立传媒产品权益保护的专门机构	(261)
四、发展信贷保险市场并培育文化产权流转市场	(261)
五、合理有效利用外资防范风险	(262)
第八章 技术因素与中国传媒产业宏观发展实证研究	(264)
第一节 指标选择与研究方法	(264)
一、指标选择	(264)
二、研究方法	(270)
三、数据来源	(274)
四、数据处理	(274)
第二节 研究结果	(274)
一、描述分析	(275)
二、相关分析	(277)
三、回归分析	(297)
第三节 研究结论	(315)
一、技术因素影响下媒介多方融合	(315)
二、技术因素影响下媒介形态一体化	(315)

三、技术因素影响下广告投放精准化	(316)
第四节 对策建议	(316)
一、传统纸媒积极向数字化出版转型	(316)
二、广播电视媒体依托新媒体技术打造媒介品牌	(317)
三、网络媒体驱动技术创新	(318)
四、移动新媒体探寻定制化服务	(319)
第九章 区域综合因素与中国传媒产业总体发展实证研究	(320)
第一节 指标选择与研究方法	(321)
一、指标选择	(321)
二、研究方法	(322)
三、数据来源	(323)
四、数据处理	(323)
第二节 研究结果	(323)
一、因子分析结果	(323)
二、聚类分析结果	(326)
三、产业集聚指数测度结果	(328)
第三节 结果分析	(330)
一、中国传媒产业总体发展水平分析	(330)
二、中国传媒产业总体发展区域差距分析	(331)
三、中国传媒产业区域非均衡发展增长极分析	(333)
第四节 研究结论及对策建议	(338)
一、研究结论	(338)
二、对策建议	(340)
结论与展望	(344)
参考文献	(348)
名词索引	(361)

Contents

Chapter One Introduction	(1)
1. Background and Value	(1)
1) Background	(1)
2) Value	(3)
2. Literature Review	(5)
1) Review of Foreign Literature	(5)
2) Review of Domestic Literature	(13)
3) Comments on Literature Review	(22)
3. Idea, Framework and Contents of Research	(23)
1) Idea of Research	(23)
2) Framework of Research	(28)
3) Contents of Research	(28)
4. Methods and Innovation of Research	(33)
1) Methods of Research	(33)
2) Innovation Points	(42)
Chapter Two The Empirical Research on the Characteristics of Media Administrators and the Micro-Development of China's Media Industry	(45)
1. Indexes Selection and Research Methods	(45)
1) Indexes Selection	(46)
2) Origin of Data	(50)
3) Processing of Data	(50)

4) Research Methods	(54)
2. Result of Research and Analysis	(55)
1) Research Result and Analysis With Respect to the Operating Capability of the Board of Directors and the Development of China's Media Industry	(55)
2) Research Result and Analysis with Respect to the Background of the Board of Directors and the Development of China's Media Industry	(59)
3) Research Result and Analysis with Respect to the Function of Independent Directors and the Development of China's Media Industry	(63)
4) Research Result and Analysis with Respect to the Directors Incentive Mechanism and the Development of China's Media Industry	(66)
3. Research Conclusion	(70)
1) Research Conclusion of the Feature of Operation of the Board of Directors and the Development of China's Media Industry	(70)
2) Research Conclusion of the Feature of Members in Board of Directors and the Development of China's Media Industry	(71)
3) Research Conclusion of the Feature of Independent Directors and the Development of China's Media Industry	(71)
4) Research Conclusion of the Feature of Reward of the Board of Directors and the Development of China's Media Industry	(72)
4. Countermeasure and Suggestion	(72)
1) The Improvement of Operation Efficiency of the Board	(72)
2) The Appropriate Election of Directors	(74)
3) The Promotion of Functions of the Independent Board	(75)
4) The Perfection of Directors Incentive Mechanism	(76)

Chapter Three The Empirical Research on Diversified Media Operation and Micro-Development of China's

Media Industry	(78)
1. Indexes Selection	(78)
1) Indexes Selection of Diversified Media Operations	(79)
2) Indexes Selection of Media Performance	(84)
3) Selection of Contolled Variables	(88)
2. Research Methods	(89)
1) Research Hypotheses	(89)
2) Model Construction	(90)
3) Origin of Data	(92)
4) Processing of Data	(93)
3. Result of Research and Analysis	(94)
1) Regression Analysis with Multiple Function of First Degree in Terms of Total Diversification and the Development of China's Media Industry	(95)
2) Regression Analysis with Multiple Function of First Degree in Terms of Related Diversification and the Development of China's Media Industry	(105)
3) Regression Analysis with Quadratic Polynomial Curves in Terms of Total Diversification and the Development of China's Media Industry	(106)
4. Research Conclusion and Suggestion	(109)
1) Research Conclusion	(110)
2) Problems of China's Diversified Media Operation	(111)
3) Suggestions for Promoting China's Diversified Media Operation	(113)

Chapter Four The Empirical Research on Associated Industries and the Meso-Development of China's Media Industry

1. Indexes Selection and Research Methods	(116)
---	---------

1) Indexes Selection	(117)
2) Research Methods	(118)
3) Origin of Data	(118)
4) Processing of Data	(118)
2. Result of Research	(119)
1) The Result of Research Based on Multiple Linear Regression with Respect to Associated Industries and the Development of China's Newspaper Industry	(119)
2) The Result of Research Based on Multiple Linear Regression with Respect to Associated Industries and the Development of China's Magazine Industry	(124)
3) The Result of Research Based on Multiple Linear Regression with Respect to Associated Industries and the Development of China's Radio Industry	(127)
4) The Result of Research Based on Multiple Linear Regression with Respect to Associated Industries and the Development of China's TV Industry	(132)
3. Analysis of Result	(136)
1) The Analysis of Research Result Based on Multiple Linear Regression with Respect to Associated Industries and the Development of China's Newspaper Industry	(136)
2) The Analysis of Research Result Based on Multiple Linear Regression with Respect to Associated Industries and the Development of China's Magazine Industry	(139)
3) The Analysis of Research Result Based on Multiple Linear Regression with Respect to Associated Industries and the Development of China's Radio Industry	(142)
4) The Analysis of Research Result Based on Multiple Linear Regression with Respect to Associated Industries and the Development of China's TV Industry	(145)
4. Research Conclusion and Suggestion	(148)
1) Research Conclusion	(148)