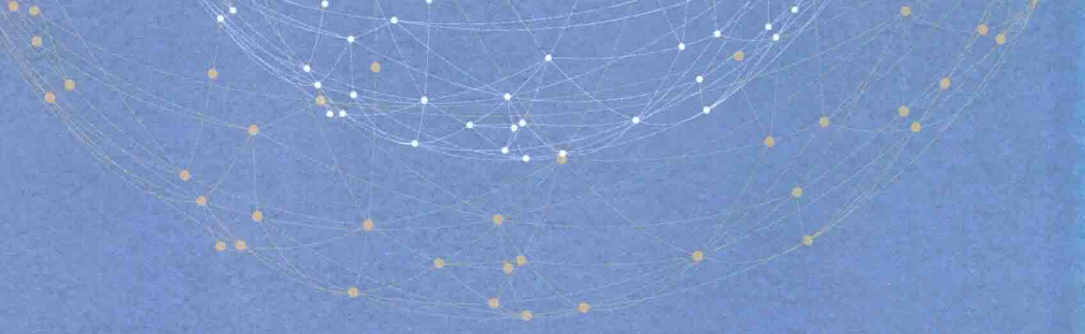




传媒集成经济研究

—— 基于互联网时代的新视野

樊拥军 | 著



CHUANMEI JICHENG
JINGJI YANJIU

JIYU HULIANWANG SHIDAI DE XIN SHIYE



人 民 出 版 社

传媒集成经济研究

——基于互联网时代的新视野

樊拥军 | 著

CHUANMEI JICHENG
JINGJI YANJIU

JIYU HULIANWANG SHIDAI DE XIN SHIYE

人 民 出 版 社

责任编辑:张伟珍

封面设计:周方亚

责任校对:胡 佳

图书在版编目(CIP)数据

传媒集成经济研究——基于互联网时代的新视野/樊拥军 著. —北京:
人民出版社,2017.8

ISBN 978-7-01-017907-0

I. ①传… II. ①樊… III. ①互联网络-影响-传播-媒介-产业经济
-研究-中国 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 166884 号

传媒集成经济研究

CHUANMEI JICHENG JINGJI YANJIU

——基于互联网时代的新视野

樊拥军 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京龙之冉印务有限公司印刷 新华书店经销

2017 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:22.5

字数:308 千字

ISBN 978-7-01-017907-0 定价:56.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

序 言

在传播技术、传媒市场、传受关系均发生重大变化的互联网时代，我国传媒经济理论研究队伍正在不断壮大，他们孜孜不倦地观察思考与分析总结业界的实践探索，呕心沥血从事理论与体系建设，近些年在诸多领域和层面取得长足进展，丰富了我国传媒经济学的基础理论内容。

但由于传媒产业复杂的社会身份属性，传媒管理体制的条块分割等外在因素，一定程度影响我国学者的主观能动自觉与学术眼光魄力：首先是相关理论研究思路相对狭窄，如过度粘滞于具体节目和栏目等枝梢末节，碎片化经验式总结意义终归拘谨；其次是研究的视野开阔度略显不够，割裂传媒发展与社会其他系统的相互作用，不能从更广产业经济与国民经济及社会进步的共赢层面，融会贯通深入关联，体现高屋建瓴般的理论指导价值；其三是理论体系深度尚有欠缺，或对国外一些理论概念进行中国化的实践佐证，或借用经济学、社会学理论表现的底气不足，仅能得出粗浅的交叉结论成果等……

今天互联网技术迅速发展和网络传播蓬勃态势，引发人类交往的前

所未有变化，社会急剧变革转型期各种力量结构震荡性调整，传媒市场关系资源格局重新配置，产业经济业态与运营收益模式翻天覆地革新，传媒经济现实运行规律进化发展……对不能适应的一些传统媒体而言，是步步退却的最坏时期，对积极进取的几大网络新媒体公司而言，却是如日中天的最好时期。面对当前传媒产业巨变大势，我国传媒经济的相关本土化理论创新研究，总体尚未完全有机有力有效的对接，没有担当其应有的理论前瞻性指导使命。

樊拥军是我的博士研究生当中非常勤奋和努力的，他入学时已经是河北大学的副教授，入学之后以夙兴夜寐的专业学习态度而著称。这本展现在我们面前的学术专著《传媒集成经济研究——基于互联网时代的新视野》便是他勤勉治学的高水平研究成果。这本专著针对传媒发展产业环境、市场驱动因素、经营管理模式等变化，立足国情现实，牢牢抓住良好经济收益是传媒安身立命根基的主题，遵循互联网经济思维逻辑要求，全方位考究进步技术、市场经济、资本及政治文化等交互作用合力，审视处于困境的传统媒体产业升级换代焦点问题，观照活力十足的网络新兴媒体产业持续发展集中矛盾，始终直面媒体产业重大格局演化与长远发展核心命题，寻求最有效的经济形态服务我国传媒做强做大做活，是本研究领域前沿的最具价值的成果之一。

具体地说，这本学术专著的创新性突出表现在：

1. 它借鉴产业集群经济、投入产出效率、新增长理论等经济学精华，承继规模经济和范围经济理论之长，吸收信息经济、比特经济、体验经济、注意力经济等互联网时代的产业理论精髓，立足现实特殊国情和传媒市场活跃要素资源流动，整合传播学、现代管理学、社会学、政治学关联成果，博取杂糅，理实结合，通过不同学科理论的交叉互补，建构完备的传媒经营方向、管理理念、运作路径对策体系，传媒集成经济在概念、对策、理论等方面，贡献了富有启发性的跨学科新颖创见。

2. 它提出复合需求与因应性满足,拓展传播学涵化与扩散理论。传媒集成经济将研究视野范围转向用户、市场、产业、社会等,拓展传播学的受众需求与满足理论,时代复合需求与因应性满足作为传媒经营发展宗旨,是对时代大势的集成总结,丰富经济学的消费者偏好理论认识,体现传媒经济理论的实践指导价值。著述还拓展传播学涵化与扩散理论,倡导将传媒集成经济集约型发展内涵特质,嵌入社会生活方方面面,走出传媒经济研究就是如何赚钱的误解与误区,发挥集成经济先进思想的引领价值与涵化扩散作用,服务产业经济转型,推进政治民主改革,完善传媒经营管理文化。

3. 传媒集成经济根植于互联网进步技术精神及网络经济平等共利意识。作者在著述的批判建构中,主张通过集成创新与服务创新,形成网络市场新生业态交往效益,追求传媒经济与国民经济共生共荣,重视社会福利正外部效应,以人的全面发展为方向张扬人本主义经济立场,辅助传媒产业全方位变革提升,服务产业健康发展壮大,达到经济效益和社会效益双赢,有理有据地论证集成经济必然成为我国传媒市场化持续发展的理性选择。“市场不仅仅是 GDP 增长的工具,市场是人类实现自我价值、追求卓越的一种途径。只要我们尊重了人的基本权利,给每个人平等的自由,市场经济自然就会到来。反之,如果我们的体制和政策不尊重人的基本权利和自由,再多的改革措施都不可能建立起真正的市场经济制度。”^①其超越传统媒体攫取垄断利润的运营局限,警惕新媒体大公司恶性竞争的无端耗费等建设性理念,值得学界和业界予以关注。

4. 在整体性战略方向和对策理论体系建构中,作者进一步指出传

^① 张维迎:《改革要从功利主义转向权利优先》,中国改革论坛网, <http://www.chinareform.org.cn/people/z/zhangweiying/Article/201601>。

媒集成经济的优势,如突破传统媒体规模经济与范围经济天花板效应、经营路径依赖、增长极困境及风险危机预警等,对产业及社会进步的系列引领作用,也可看作具有新意的观点。此外,散布于书中的一些创新策略,同样有具体运营操作指导意义,如组织结构优化的扁平化网络结构,用户客户资源纳入传媒集成经济管理板块并持续开发,集群经济转为集成经济,集成规模经济与集成范围经济,软硬资源的分类与整合成效及路径,集成创新与服务经济等等。

5. 传媒集成经济以合作共赢境界服务社会进步终极目标,其运营方向的开放性、包容性与机动性,理论更新完善的与时俱进自觉性,开创传媒经济发展的新阶段。作者站在社会系统整体协同角度,密切联系制度经济学观点,进一步提出传媒集成经济诸多正向作用与优势发挥,除了产业经营主体需要内生性自我改造,还需要市场经济发展机制相辅相成,政治体制创新保障。制度匹配性的变革发展,是助推媒体产业融入市场经济,整合资源实现供给侧改革目标的不可或缺要素,恰如诺思所说:“经济运行中的正式规则是由政治体制来定义和保证实施的,因此政治体制是决定经济绩效的基本因素。”^①

而对于本项研究的缺陷不足,正如作者自我的反省与认识:一是如果方法论上从事一些有价值的实证性或调查访谈等,获得第一手数据材料与鲜活的直接案例,将更有力地支撑对策性、务实性理论体系建构;二是传媒产业经济发展必须遵循现实各种力量支配方向,才能顺利达至经营目标,而抱着学以致用、经世济人的作者有时难免理想化色彩过浓;三是因本书涉猎学科繁杂,互联网时代的国内外传媒集成经济研究可供参阅成果较少,作者囿于学科背景导致集成经济理论纵深和广度开

^① [美] 道格拉斯·C. 诺思:《理解经济变迁过程》,钟正生、刑华等译,中国人民大学出版社2008年版,第46—47页。

拓不够，一些理论建设只能浅浅而为。

综上所述，作者所阐释的互联网时代的传媒集成经济对策理论体系，在我国传媒经济学与传播学理论方面均有一定程度的突破创新，而最重要的是，任何对策性的创新理论体系需要实践检验其具备的实践指导价值和及所几点的理论价值。这正是这本学术专著最具魅力之处。

是为序。

喻国明

2017 年元旦

于京师大厦

（教育部新长江学者特聘教授，北京师范大学新闻传播学院执行院长，中国人民大学新闻与社会发展研究中心主任，中国传媒经济与管理学会会长。）

目 录

序 言	喻国明 1
绪 论	1
一、研究背景和对象	1
二、研究主题和方法	18
三、研究框架和思路	21
第一章 传媒集成经济的内涵及特征	23
第一节 传媒集成经济的内涵解读	24
第二节 传媒集成经济的优势特征	36
本章小结	50
第二章 资源板块结构优化与传媒集成经济效益	52
第一节 资源结构优化的集成经济管理效益	53
第二节 结构板块优化的集成经济协同效益	63
第三节 结构板块优化的集成经济多重效益	73
本章小结	82

第三章 用户资源有效开发与传媒集成经济效益	84
第一节 用户人气资源是集成经济基础	85
第二节 用户关系资源的集成经济营销收益	95
第三节 用户交往资源的集成经济效益开发	101
第四节 用户资源集聚路径与集成经济持续发展	106
本章小结	113
第四章 联结核心关联产业与传媒集成规模经济	115
第一节 核心产业联结的传媒集成规模经济	116
第二节 关联产业联结的传媒集成规模经济	134
本章小结	144
第五章 联结非关联产业与传媒集成范围经济	145
第一节 联结平台功能拓展传媒集成范围经济	146
第二节 联结复合产业共同发展集成范围经济	151
第三节 联结复合产业开创传媒集成生态经济	156
第四节 BAT 联结平台打造与集成范围经济发展	160
本章小结	179
第六章 整合社会硬资源与传媒集成经济拓张	181
第一节 整合传统产业资源的集成经济拓张	182
第二节 整合多元资本的传媒集成经济拓张	195
第三节 整合硬资源拓张的集成经济管理功效	204
本章小结	210
第七章 整合内外软资源与传媒集成经济拓张	212

第一节 整合人才机制软资源的集成经济拓张	213
第二节 整合社会资本软资源的集成经济拓张	224
第三节 整合文化及联盟软资源的集成经济拓张	236
本章小结	243
第八章 传媒集成经济的突破性发展价值	245
第一节 超越规模与范围不经济的拓展价值	246
第二节 走出传统经营路径依赖的突破价值	255
第三节 摆脱传媒经济增长极缺陷的发展价值	261
第四节 完善传媒危机风险预警的管理价值	269
本章小结	274
第九章 传媒集成经济的社会发展引领作用	276
第一节 集成服务创新实践的引领功效	277
第二节 主张合作共赢思想的引领价值	283
第三节 遵循生态文明发展的引领意义	295
第四节 倡导人本主义精神的引领地位	300
本章小结	308
第十章 传媒集成经济理论创新及实践发展	310
第一节 传媒集成经济的理论创新与未来发展	311
第二节 传媒集成经济的实践成效及外在条件	321
本章小结	329
参考文献	331
后 记	343

绪 论

一、研究背景和对象

（一）传媒转型发展动力体系

苏洵在其名篇《审势》中有执政战略的精辟见解：“彼不先审天下之势，而欲应天下之务，难矣！”^① 用之指导今天的各项专业研究，就是要把握时代大背景，选择明确参照坐标轴系，定下具体方向路径，采纳科学策略方法，方可不逆大势，不悖事理，顺势而为，事半功倍，服务社会人生。

通观当今世界和我国社会形势，可用“巨变”和“剧变”两个关键词概括：“巨变”意味现实变化之大之广前所未有；“剧变”表明现实变化之快之烈应接不暇。一切正如那句颇有哲理意蕴的话：这世界唯一不变的就是变！对此，传统媒体人的应变已经有力不从心的种种表

^① 《苏洵集·审势》，中州古籍出版社 2010 年版，第 144 页。

现，而紧跟互联网时代发展，举公司之力不断从事技术、经营和服务创新。目前，如日中天的马化腾、马云、李彦宏等风云人物，面对日新月异的新媒体市场和变动不居的用户群体，无不曾公开感慨变化之“巨”叫人难以捉摸，变化之“剧”令人难以预测！

双重变化叠加效应造就的客观状况是：遍地涌流的交往活力，燃起芸芸众生新兴的希冀和需求，刺激新兴的行为和举动，滋生新发的问题和矛盾。改革开放 30 多年后，转型期的中国城市规模迅速膨胀，人口流动极速加快，国民经济总量大增，各领域成就辉煌，但与此同时，阶层关系鸿沟区隔固化，社会呈现碎片化与极化特征，形形色色力量聚合拉扯中，个人与个人、个人与群体、群体与群体、集团与组织、民众与政府、国内与国外等多向冲突纷繁复杂。面对交错丛生、潮起潮落的彼此纠葛博弈作用景观，究天人之际、察古今之变、体中外之情，无不因利益根本关系千头万绪地扭结。恰如庞德所言：没有一个社会，居然会有如此多的利益，以致在满足人们需要时不会有什么竞争和冲突。^①

马克思除了提出矛盾是社会发展的根本动力外，对此也早有洞察：“把人和人连接起来的唯一纽带是天然性，是需要和私人利益，人们所争取的一切，都同他们的利益有关。”^②若深层透析当前现状，追求和维护利益自然归于个体、群体及各行各业生存发展需求，而不同需求的交融与凝集，构筑起的复合需求与满足供应关系，即为宏观大变下无处不在、无时不在的矛盾对立统一，成为推促产业变迁、市场进化及整个人类社会发展的重要动力。

若再进一步放眼世界，站在我国改革转型的“前沿阵地”，全面观察各种变化则可发现：因应社会复合需求且创造层出不穷复合需求并予

① [美] 罗斯科·庞德：《通过法律的社会控制——法律的任务》，商务印书馆 1984 年版，第 35 页。

② 《马克思恩格斯全集》第 37 卷，人民出版社 1972 年版，第 82 页。

以满足的主要作用动力源，主要是互联网技术革新、市场演化变迁和资本呼风唤雨三大力量，它们与不同国家的政治、文化、习俗等势力交互作用，共同形成支配人类发展的合力体系，充分体现马克思主义经济基础与上层建筑关系的论断。

1. 迅猛普及应用的互联网技术，成为满足时代复合需求和改造人类交往关系的重要作用力量，成为传媒经济持续发展的传播支持条件

1967年，加拿大著名学者麦克卢汉宛如神谕般指出，构成我们时代的媒体或程序的电子技术，正在重新塑造和构建社会互相依赖关系的模式，以及我们生活的方方面面。^①有技术决定论者之称的美国经济学家索洛，20世纪50年代就提出增长速度方程，至今看来仍未过时。“据统计，20世纪初，发达国家提高生产率，只有5%—20%来自于科学技术，50年代以后，则60%—80%依靠科学技术的进步。科学技术对美国经济的贡献已达到1/3，对世界经济的贡献则达到了14.7%。”^②互联网技术的市场转化与平民应用普及，技术本身蕴含的进步精神要素对社会各方面的革命醇化影响与作用力度，远超这些曾经名盛一时的学者想象力，印证了改革开放总设计师邓小平关于科技是第一生产力的预判。

“技术的产生源于人类的需求和愿望。……技术在带给人们极大物质需求满足的同时，也一步步重塑着人们的生活。”^③通观人类历史，进步技术发明创造都以满足人类需求为内驱力，提高生产效率，改善生活水平，同时作为文化思想的革新发酵力量，对人类的精神世界和存身的自然世界，产生全面立体、多重维度和强大效度的改造重构作用；对

^① 转引自刘晓芳：《21世纪的无边疆的虚拟扩张——外包与ASP》，《互联网周刊》1999年第17期。

^② 王晓林：《社会发展机制优化论》，中央民族大学出版社2007年版，第206页。

^③ 李淮芝、蔡元：《新媒体的数字化生存与发展》，测绘出版社2011年版，第44页。

人类交往风貌塑造产生广阔深度影响，反过来映照人类的创造性与开放性本质。“科技文化价值观正向作用的发挥，很大程度上取决于对技术创新中科技和文化价值观冲突的有效调适。因为技术在本质上是一种开放式的演进，这使技术活动成为人的一种内在向度。技术既是人自我创造、自我展现的过程，也是使自然和人的创造物被再造、被展现的过程。总之，人建构了技术，技术也是人本质的对象化，它反映着人的开放性的本质力量。”^①

互联网作为人类集体智慧结晶创新的伟大成果，以无限技术革命能量和渗透力量，在媒体信息传播形态转变、精英与大众话语权利消长、社会变革进化等方面，产生不可估量的作用力，而且以高度包容和交互联结的传播功效，重塑再构阶层群体关系，引发人类经济交往活动发生翻天覆地的变化，也强有力地反作用于上层建筑系统，促进政治文明与精神文明传播，推动人类步入更为开放自由的崭新时代。传媒经济形态进化及传媒经济增长，其他社会功能与传播价值实现，同样受利于我国互联网技术推广应用对社会多层面再造与立体化重塑贡献；同样受决于互联网技术对传媒产业升级的支持能力与外部拓展的兼容并包能力；同样受益于互联网技术对传媒用户客户新生需求与满足的平台手段供应能力。

2. 互联网与资本交融的全球化市场，作为调配资源基础力量逐渐超越政府有形之手的主导，成为传媒经济持续增长的外在作用环境

人类社会生产分工伊始，即出现市场交换与系列交易规范，树立公开、公平、公正、合理等原则，这些是人类集体自由交往、互利共赢的智慧累积，是经济活动走向高效的必然产物，是人类发展至今都不可逾

^① 李淮芝、蔡元：《新媒体的数字化生存与发展》，测绘出版社 2011 年版，第 51 页。

越的行为主题。互联网技术勃兴，不过将人类市场经济交往形态优势，再次通过技术平台张力，进行无限自由扩张，以网络经济超越时空局限的纵横联结能量，遵循社会化大生产的集约经济原则，容忍试错的开拓创新精神，依靠实用、便捷、高效的交易渠道空间供应，使市场竞争作用和调节配置资源的无形之手威力得到最大程度发挥，迫使各国传统产业、企业和个人跟进调整，进行生产营销资源的最优化配置和传播整合，满足时代复合需求。与之对照的是，因互联网技术平台的无影灯监督效应，让各种不合市场经济规则的人为干扰与阻挠势力，包括以往政府滥权规制之手，也逐渐在其市场调配力量面前相形见绌。

聚焦到我国的传统媒体产业经济，长期形成的管理思维、经营模式、精英意识等惯性力量，导致产业战略转型动作迟缓，对应策略实施难达期望成效，归根结底是互联网时代的市场经济根本原则，网络经济规律及其精神内核要求，没有真正成为主导我国传统媒体变革路线。因此，仅仅十几年时光，便与网络传媒公司的竞争中处于相对劣势状态。非理性干预与规制有形之手约束，不能突破性发展的惯性经营思路，在互联网技术与各种资本联合作用的活跃市场经济面前，传统媒体愈发显得迟滞保守，稍作分析近些年的经济败落轨迹走向，即昭然若揭。

因此，市场经济规律主导作用下的生存压力当前，既要坚持发挥我国传媒产业经营的政治方向优势，又要顺应互联网技术和资本联合的市场经济发展趋势，利用其中积极要素作用与资源配置协调功效，利用传媒累积的社会资本地位和影响，重整产业资源组合结构大局，彻底摆脱逆市场发展规律、逆技术进步趋势、逆消费者正当喜好的管控思维和落后经营方式。作为政府管理者，把握好传媒转型改革的政治大方向盘，让有形和无形“两只手”协调配合发挥正向作用，则能推促我国传媒产业经济在互联网时代得到健康快速发展。

3. 互联网时代的资本运作影响力量，成为各个产业做大做强

发促进因素，同样是传媒经济大规模、超范围发展的杠杆性支配资源

资本对剩余价值的利益追逐野性及合理性，使其在成熟的西方国家市场中，快速集聚数量惊人的再生产资本，合成一种惊人的杠杆性驱动力量，左右着无数产业的命运；活跃的资本力量翻手为云、覆手为雨，在全球化的市场中纵横捭阖、左冲右突，彰显其操盘的能量与作用，正在逐渐影响许多国家的国民经济乃至人类历史的前程。对此，当年全面深刻批判资本主义社会并号召推翻之的马克思，也曾为其创造的生产力水平发出客观赞叹。

有人批评资本流动的超强破坏性与攫取私利、牟取暴利的无德作恶原始野性。确实值得人们警觉资本的负面杀伤力，如近些年不断爆发的金融危机，波及全球，挫伤多少产业，毁掉多少生灵，但世界经济史呈现的规律及当今市场发展的事实同样揭示：健全的资本市场管理、监督制度，完善的资本运作使用制度，不仅能够遏制资本投机扩张的为恶结果，消除其不合理乃至非法的流动和使用，而且促进资本价值有效有力地整合，对产业经济的聚变性发展、规模性扩张、范围性突破等，起到积极促进的为善作用。

如今在经济全球化进程中，进入互联网时代的各种有形社会资本，跨越原来的时空障碍高速流动，于世界经济发展中兴风作浪、左冲右突；而无形社会资本的兴发与聚合，同样在各个产业经济层面及社会领域起着重大影响与推动作用。而在传媒产业领域，除了利用市场资本有形价值力量扩张自身，媒介拥有多年积淀的品牌、声望、权威地位、公共形象、服务口碑等无形资本，如同强大的磁场中心引力，在互联网为基础的新媒体语境下，仍然能够倚仗传媒影响力所集结的经济效应^①，

^① 喻国明：《影响力经济：对传媒产业本质的一种诠释》，《现代传播》2003年第1期。