

中国媒体发展 研究报告

2010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
武汉大学“新闻传播与媒介化社会”创新基地



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

国家“985”创新基地项目“新闻传播与媒介化社会”研究成果

中国媒体发展 研究报告

2010年·媒体卷

本集刊为CSSCI收录刊源



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. 2010 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“新闻传播与媒介化社会”创新基地主办. —武汉: 武汉大学出版社, 2010. 11

ISBN 978-7-307-08258-8

I. 中… II. ①武… ②武… ③武… III. 传播媒介—发展—研究报告—中国—2010 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 201967 号

责任编辑:詹 蜜 高 璐

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:湖北省荆州市今印印务有限公司

开本:880×1230 1/16 印张:24.75 字数:693 千字 插页:3

版次:2010 年 11 月第 1 版 2010 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-08258-8/G·1825 定价:46.00 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）

王瀚东 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（以姓氏笔画为序）

主任

张金海

副主任

吕尚彬 冉 华

成员

王松茂 冉 华 吕尚彬 刘友芝 张金海 周茂君

责任编辑

王松茂

英文目录

陈 薇

资料组成员

组长

周茂君 刘友芝

成员

胡明达 付丽娜 谢许瑒 李 韵 罗 鑫

蒲慧敏 宋方方 吴晚林 艾思思 周钰涵

黄健源 蔡舒婧 冯 娟 袁恋淑 姚 赛

田 宓 陈 璨 王志勇 李 睿 马 静

周 豫 查小兰

本刊实行匿名评审

目 录

上 篇 2009 年中国媒体发展盘点与研究述评

改革·规范·融合·参与

——2009 年中国媒体发展盘点	强月新 孙丽丽 (3)
附录 1: 2009 年中国媒体发展大事记	项目资料组 (25)
附录 2: 2009 年中国媒体发展政策法规一览	项目资料组 (31)
附录 3: 2009 年中国媒体发展研究论著选目	项目资料组 (37)
附录 4: 2009 年中国媒体发展研究论文选目	项目资料组 (42)
附录 5: 2009 年媒体发展研究译著一览	项目资料组 (68)
附录 6: 2009 年传媒领域重要学术会议	项目资料组 (70)
危机传播研究述评	张金海 杨 雪 (76)
2000—2009 年国内传统媒体数字化研究述评	冉 华 李 明 (83)
2009 年中国新媒体发展研究综述	吕尚彬 陈小娟 魏 旭 (91)
2009 年中国内地传媒经济研究概述	
——基于四种新闻传播类核心期刊的分析	刘建新 强月新 (104)

中 篇 重大项目专题研究报告

教育部人文社科重点研究基地重大项目“我国广播电视 公共服务体系目标与实施研究”报告

2009 中国电视备忘录	胡智锋 周建新 (113)
--------------------	---------------

欧盟项目报告

社会转型与媒体驱动型公众参与	展 江 吴 麟 (121)
----------------------	---------------

国家社会科学基金重点项目“新中国六十年 新闻事业史研究”报告

如何想象，怎样激活？

——1949 年以来中国新闻事业史研究的现状、路径及内容	李 彬 刘宪阁 (148)
------------------------------------	---------------

教育部人文社科重点研究基地重大项目

“现代传媒与社会风险控制”报告

社会冲突性议题的媒介建构与话语政治：

以国内系列反“PX”事件为例 夏倩芳 黄月琴 (162)

教育部人文社科重点研究基地重大项目

“媒介健康传播与社会促进研究”报告

大众传媒健康传播的资源分布与理论模式 夏 琼 王超群 (182)

下 篇 2009 年中国媒体发展专题研究报告

中国媒介规制的发展、问题与未来方向 喻国明 苏林森 (209)

媒介融合与传播模式的变革：基于媒介技术发展的理论建构 杜骏飞 袁光锋 (225)

论跨文化传播的政治基础

——兼评多元文化主义与软实力 单 波 (231)

论传媒结构的合理建构 冉 华 (242)

中国文化创意产业集群及园区发展现状与问题 邵培仁 杨丽萍 (248)

危机传播中媒体的社会责任 张 琼 杨 雪 (258)

中国公众外交中媒体的作用 林 婕 (264)

基于受众心理生态位实证测量的新旧媒体竞争研究：

以“使用与满足论”为视角 张明新 (272)

报道真相还是制造悬疑：群体性事件报道中的中国媒体角色及其叙事

——以石首事件为例 刘 娜 张 丽 (281)

从英、美、澳三国主流大报对新疆“7.5事件”的报道看

新闻偏见 吴世文 石义彬 (286)

从“价值转移”到“价值回归”

——论数字化背景下传统报业发展的价值取向 王润珏 冉 华 (299)

2009 报业经济新场景：世界与中国 朱春阳 (305)

论中国大陆市场化报纸媒体的资本转换 张 微 (313)

我国主要报业上市公司经营绩效的实证分析 刘友芝 朱江波 (319)

网络世界的狂欢与自省

——中国互联网国庆60周年报道研究 肖 璐 (329)

湖北省主流网络媒体的SWOT分析 洪杰文 陈 莎 (337)

多元主体治理范式：互联网监管新视角 余晓莉 (347)

从“时政频道”到“快乐中国”：湖南卫视的转型历程及其

动因分析 王 琼 秦志希 (354)

我国东中西部省级卫视发展的比较研究 张 琪 (362)

电视情感类栏目的商业逻辑和道德悖论 罗 飞 (369)

关于两岸传媒分众化发展的思考 周茂君 吴 朋 (375)

“传播概念”中的概念传播

——《传播概念·Public Opinion》的翻译问题 文 芳 王瀚东 (381)

Contents

Volume One **An Overview & Research Commentary of China's Media Development in 2009**

Reform, Paradigm, Convergence, Participation	
—An Overview of China's Media Development in 2009	Qiang Yuexin, Sun Lili (3)
Appendix 1: Summary of China's Media Development in 2009	
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University	(25)
Appendix 2: Review of China's Media Development Policies and Regulations Issued in 2009	
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University	(31)
Appendix 3: Catalogue of Research Books on China's Media Development Published in 2009	
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University	(37)
Appendix 4: Catalogue of Academic Papers on China's Media Development Published in 2009	
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University	(42)
Appendix 5: Catalogue of Translated Books on Media Development Published in 2009	
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University	(67)
Appendix 6: Catalogue of Important Academic Conferences on Media in 2009	
..... Information Group of Media Development Research Center of Wuhan University	(70)
Research Commentary of Crisis Communication	Zhang Jinhai, Yang Xue (76)
Review of the Digitization of Traditional Media in China from 2000 to 2009	
.....	Ran Hua, Li Ming (83)
Review of China's New Media Development in 2009	
.....	Lu Shangbin, Chen Xiaojuan, Wei Xu (91)
Review of China Media Economics in 2009	
—An Analysis Based on Four Core Communication Journals	Liu Jianxin, Qiang Yuexin (104)

Volume Two **Special Research Report of Major Projects**

Major Project of the Key Research Institute of Humanity and Social Science of
Chinese Ministry of Education

 —Report of “Research on the Creative Industry and Cultural Construction of Chinese Film and TV Industry”
Memorandum of Chinese TV in 2009 Hu Zhifeng, Zhou Jianxin (113)

Report of the EU Project

Social Transformation and the Media-driven Public Participation Zhan Jiang, Wu Lin (121)

National Social Science Foundation of China—Report of “Research on the History of

Modern Chinese Journalism in 60 years”

Some Reflections on How to Imagine and Reactivate the Journalism History in PRC since 1949

..... Li Bin, Liu Xiang (148)

Major Project of the Key Research Institute of Humanity and Social Science of Chinese Ministry of Education

—Report of “Modern Media and Social Risk Control”

Media Construction and Political Discourse on Social Conflict Issue: An Example of Series

of Anti “PX” Event in China Xia Qianfang, Huang Yueqin (162)

Major Project of the Key Research Institute of Humanity and Social Science of Chinese Ministry of Education

—Report of “Research on the Media Health Communication and Social Promotion

Resource Distribution and Theoretical Model of Health Communication

..... Xia Qiong, Wang Chaoqun (182)

Volume Three Special Research Report of China’s Media Development in 2009

The Development, Problems and Future Directions of Chinese Media Regulations

..... Yu Guoming, Su Linsen (209)

Media Convergence and the Change of Communication Mode: the Theory Construction

Based on the Development of Media Technology Du Junfei, Yuan Guangfeng (225)

Research on the Political Foundation of Cross-cultural Communication—Comment on

Multiculturalism and Soft Power Shan Bo (231)

Research on the Rational Construction of Media Structure Ran Hua (242)

Current Situation and Problems of China’s Cultural and Creative Industry Garden

..... Shao Peiren, Yang Liping (248)

Media’s Social Responsibility in Crisis Communication Zhang Jinhai Yang Xue (258)

The Role of Media in Chinese Public Diplomacy Lin Jie (264)

Competition between the Internet and Traditional Media: Based on Empirical Measurement of

Audience Needs Ecological Niche with the Uses and Gratifications Approach

..... Zhang Mingxin (272)

Reporting the Truth or Manufacturing the Suspense: the Role and Narration of Chinese

Media in Mass Events Report Liu Na, Zhang Li (281)

News Bias based on the Report about “Xinjiang 7.5 Event” in UK, US and Australia’s

Mainstream Newspaper Wu Shiwen, Shi Yibin (286)

From “Value Transfer” to “Value Return” —Analysis of the Value Orientation of

Development of Traditional Newspaper in Digitalization Wang Runjue, Ran Hua (299)

NEW Scene of Newspaper Economics in 2009: China and the World Zhu Chunyang (305)

Research on the Capital Transformation of Market-oriented Newspaper in Mainland China

..... Zhang Wei (313)

Empirical Analysis of Business Performance of Chinese Main Listed Newspaper Companies

.....	Liu Youzhi, Zhu Jiangbo (319)
Carnival and Self-Communion in Cyber World: Research on News Coverage of China 60th Anniversary of National Day	Xiao Jun (329)
The SWOT Analysis of Mainstream Websites in Hubei	Hong Jiewen, Chen Sha (337)
A New Multi-subject Regulation Framework for Internet	Yu Xiaoli (347)
From “Government Propaganda” to “Entertainment Landmark”: the Transition Course and Motivators of Hunan Satellite Television	Wang Qiong, Qin Zhixi (354)
The Comparative Study on the Development of Provincial Satellite TV in Central and Western China	Zhang Qi (362)
Embarrassment between Traditional Morals Propaganda and Economic Logic in Domestic TV Talk Show	Luo Fei (369)
Discussion about Mainland and Taiwan Audience Classification	Zhou Maojun, Wu Peng (375)
Problems in the Translated Version of Communication Concepts Public Opinion	Wang Handong, Wen Fang (381)

上 篇

2009 年中国媒体发展盘点与研究述评

改革·规范·融合·参与

——2009年中国媒体发展盘点

强月新 孙丽丽

2009年,新中国迎来60华诞,整个传媒业也在经历金融危机的严峻考验后,实现了稳定的发展。但伴随着传媒体制改革的深入和新媒体的冲击,传统媒体要找寻新的出路,而对于新媒体来说,盈利模式仍在探索中。推进文化体制改革,加强从业人员管理,是媒介规制的大方向。面对着纷繁复杂的媒介事件,网络媒体表现抢眼,传统媒体则显现出更多的理性和专业精神。2009年给了我们许多惊喜和深思。

媒介经济方面,报业体制改革持续推进,报纸退出机制迈出实质性步伐,多种经营方式的拓展,增强了报业的抗风险能力。出版业的体制改革全面铺开,数字出版的产值有望超过传统出版。广电行业亮点颇多:三网融合取得实质性进展,跨地区跨行业整合有了新举措,电视剧的制作和营销上了一个新台阶。互联网的网民结构不断优化,广告持续升温,格局正悄然发生着变化。与金融机构的合作提升了电影产业的资金能力,多样化的题材和精准的定位,满足了观众多样化的需求,也促进了电影的出口。

政府规制方面,推进文化体制改革,加强从业人员管理是宏观方面的大方向。规范化成为行业规制的目标:报业内部管理不断细化;出版业的体制改革有了明确的时间表和路线图,对复制经营活动的管理进一步加强;国家积极推动数字电影电视产业的发展,提升产业的技术含量,逐步建立动漫产业的长效监管机制;针对观众对于电视广告的颇多非议,广电总局出台新规,对广告的播出时间、内容等进行了限制。

2009年的新媒体,最有影响的事件是“微博”的出现,它以简单快捷的方式为公民参与与社会事物提供了新平台。在网络视频方面,版权问题日益凸显,随着3G技术的推广,手机视频受到重视。电子杂志呈现多极化的发展,但仍面临困境。即时通信呈现社区化、群体化趋势,跨平台即时通信软件更加受到青睐。IPTV的用户规模持续增长,产业格局不断调整。数字电视在政策拉动下快速发展,双向、高清是其发展的主要方向。移动电视经过一系列兼并重组后,规模效应显现。

国庆60周年、武广高铁试运行等大事件,彰显了新中国发展的成就,媒体的报道不仅全面、立体,也更突出了平民视角。公共危机依然频发,但在报道上,更加及时、充分、恰当。民生新闻震撼人心,公民对自身权利的维护、对不公正的抗争,令人动容,而传统媒体和新媒体的合作,更是最终还原了事件真相,并推动相关法规的修改。网络媒体的作用进一步显现,网民积极参与对社会事物的讨论,并推动事件透明化。当今的中国站在国际舞台上,显现出更多的自信和从容,这在一系列涉外事件的报道中,有所体现。2009年的媒介事件,有感动、有悲伤、有自豪,使人百味杂陈。

1 媒介经营盘点

盘点2009年中国的媒介经营,改革是一个关键词,虽然媒体改革已持续多年,并取得

了很大的成绩,但始终没有触及深层次,媒体发展的最大障碍依然是创新能力的疲软和体制的约束,2009年,体制改革的深入推进,为媒介组织的进一步发展提供了动力。

1.1 报业应对体制改革与新媒体的双重挑战

在相关政策的推动下,2009年的报业改革持续深入,报纸退出机制迈出实质性步伐,以产权为核心的合作与重组加速;多家报业集团涉足相关产业,实施多元化发展战略;报业以内容为核心竞争力,积极涉足新媒体;受经济环境的整体影响,报纸广告增长缓慢,并呈现出区域性差异。

1.1.1 体制改革快速推进

2009年4月,新闻出版总署下发《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》,为新闻出版单位的改制定下“路线图”。到2011年年底,所有非时政类报刊出版单位,将基本完成转制任务。在报社层面,开展实质性的新闻编辑和经营业务“两分开”改革,将其经营部分转企改制,《科技日报》、《农民日报》等国家级媒体被列入试点。

报纸退出机制在2009年迈出实质性步伐。8月,由于“经营不善,严重资不抵债,无法继续正常出版”,《中华新闻报》经新闻出版总署批准后发布停刊清算公告,成为首家倒闭的中央级新闻报纸。

产权重组与合作的步伐进一步加快。2009年3月,《楚天都市报·襄樊版》创刊,这是继2008年5月《铁岭日报》更名为《辽沈晚报·铁岭版》之后,全国第2个具有独立刊号的报纸地方版。先行者辽宁日报传媒集团则继续发力,至2009年年底,辽宁中部城市7家地市级党报中的5家都已加入省级党报集团主办序列。2009年5月,西江日报社和南方日报社达成《关于西江日报社与南方日报社深化合作的框架协议》,开展产权合作。合作双方共同出资组建西江传媒有限公司,其中西江日报社控股51%,南方报业传媒集团以现金和输出品牌等方式控股49%。^①建立在产权基础上的合作使得合作双方的利益有了制度保障,更能形成长效机制。

1.1.2 拓展多种经营方式

2009年,多家报业集团实施相关多元化战略,积极涉足文化产业。大众日报报业集团投入5亿元打造的山东文化产业职业学院开始招生,成为国内首个挺进文化教育领域的报业集团。浙江日报报业集团联合省财务开发公司、中国烟草集团浙江公司等国有企业共同组建国有文化产业投资基金,将通过资本运作方式,培育发展文化传播产业骨干企业和新兴文化产业。无锡日报报业集团决定,从2009年起连续5年每年划拨2000万元文化产业发展资金,加快进入新兴文化产业项目的步伐。湖北日报传媒集团等多家报业集团开建文化产业园平台,试图在新一轮文化产业潮流中抢占先机。^②

1.1.3 全力布局新媒体

2009年,在金融危机和新媒体的双重夹击下,对内容实行多次开发成为报业共识,各地报社通过改造自身新闻网站和与新兴媒体开展战略合作两种方式,全力布局新媒体。1月,宁波日报报业集团全媒体新闻部成立,首批15名记者每人配备高清摄像机、数码相机、录音笔和笔记本电脑,实行全天候的多媒体信息发布。5月,宁波日报报业集团设立基于手

^① 王志勇,刘剑飞.2009年中国报业发展亮点[J].青年记者,2009(36).

^② 吴锋.2009年中国报业发展回顾与展望[J].新闻战线,2010(1).

机报纸、手机电视的3G事业部,实现多媒体、即时和互动的移动新闻播报。

2009年3月,《三湘都市报》与华声在线及户外媒体公司每天传播网进行整合,形成涵盖报纸、网络、手机报、户外新媒体的全媒体传播链。9月,由阿里巴巴集团与浙江日报集团合作创办的时尚生活周刊《淘宝天下》在杭州诞生,通过网络和线下共同发行,以网络发行为主,并尝试全新的广告模式。

1.1.4 广告艰难增长

2009年,传媒业广告市场整体达到13.7%的增长率,而报业的增长为9.4%。据央视市场研究机构CTR针对2009年报业市场的各类监测数据显示,西北地区成为年度报业广告黑马,其增幅高达28%。东北地区增幅为10.6%。而华北、华东、华南的增幅分别为14.2%、7.4%、0.8%。这一现象的产生,与区域经济的特点有一定关系:西北地区、东北地区外向型经济不是很多,因此没有受到国际金融危机太大的影响,当然,也与这两个地区过去的广告投放基数比较低有关。2009年报纸广告增长的主要动力来自医疗保健行业、娱乐及休闲等,房地产广告则产生了1%的向下拉力。此外,IT类、金融业、通信等也对报纸广告产生了不同程度的负贡献。^①

1.2 出版业在金融危机中逆市增长

据新闻出版总署公布的统计数据显示:2009年,中国图书销售增长20%,新媒体出版增长40%,出版业产值增长40%、投资增长36%。我国图书出版品种27.57万种、70亿册,销售额1456亿元,仅次于美国,位居世界第二;印刷复制业总产值达到5746亿元,位居世界第三;数字出版总产值达到750亿元,年增长50%以上。除了在市场上取得了不错的业绩外,出版业还在体制改革、数字化发展等方面有诸多亮点。

1.2.1 体制改革全面铺开,重组力度加大

随着《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》等政策的出台,新闻出版业加快了改革的步伐。2009年年初,中国出版集团公司旗下的中国图书进出口(集团)总公司和中国出版对外贸易总公司正式完成战略重组,对外统一使用“中国图书进出口(集团)总公司”的名称开展业务,这是我国出版业第一家跨国经营的公司,将构建中国最大的出版物进出口平台。4月17日,中华工商联合出版社有限责任公司成立,这是第一家中央级出版社与地方出版集团跨区域战略重组的出版单位。6月26日,天津出版总社、内蒙古新华发行集团股份有限公司、北方联合出版传媒(集团)股份有限公司在北京签署《战略合作框架协议》,以资本运作方式进行资源整合、组建大型出版“航母”。

目前,148家中央各部门各单位出版社转制全面展开,103家高校出版社和268家地方出版社转制工作基本完成,29家出版企业集团公司已组建完成,453家图书出版社已完成或正在转制。30个省级新华书店系统完成了转制,出版、报业、发行等上市公司达到39家。^②

1.2.2 数字出版产值达750亿,业态呈现多样化

根据2009年《第六次全国国民阅读调查》的数据:我国包括在线阅读、手机阅读、手

^① 牛春颖. 2009报业广告状况或成今年预演 [N]. 中国新闻出版报, [2010-02-02].

^② 璩静. 改革·发展·跨越——我国新闻出版业迈上新台阶 [EB/OL]. <http://news.xinhuanet.com/politics/>.

持式阅读器阅读等方式的数字图书阅读开始普及。国民各类数字媒介阅读率达到 24.5%，全国约有 2.8% 的成年人只阅读各类数字媒介而不读纸质书。我国数字出版发展迅速，2009 年整体收入超过 750 亿元，将有望超过传统出版。

2009 年新闻出版总署实施了国家数字复合出版系统、数字版权保护技术平台、中华字库、国家知识资源数据库等重点工程，组织实施了中华民族网络游戏出版工程。北京、上海、广东、湖南和湖北等地设立网络文化建设重点工程（基金）支持数字出版。中国出版集团公司、高等教育出版社、上海世纪出版集团、湖北长江出版传媒集团等都成立数字出版或数字媒体事业部（公司），并制订了相应的数字出版发展规划。

大企业的投资也为数字出版注入了新鲜的血液，不仅募集了资金，还使企业的管理更加规范。如方正集团与上海张江集团共同投资 2.85 亿元组建中国数字出版技术有限公司，成为我国迄今为止投资规模最大、合作层次最高的数字出版项目，涉及包括移动阅读终端研发、图书门户运营、数字复合出版技术研发三个领域。

1.3 广播电视发展取得突破

2009 年在应对全球金融危机，保持经济平稳较快发展的大格局下，作为文化产业主导力量的广电媒体，适时调整发展战略，增强抵御风险能力，在实现技术创新、推进“三网融合”、进行跨区域整合等方面有所突破。

1.3.1 “三网融合”取得实质性进展

2009 年 5 月，国家发改委在《关于 2009 年深化经济体制改革工作的意见》中指出，要“落实国家相关规定，实现广电和电信企业的双向进入，推动‘三网融合’取得实质性进展”。而早在 3 月，中广传播与中国移动就正式签订合作协议，共同推进具有 CMMB 功能的 TD-SCDMA 手机发展。7 月 31 日，科技部、国家广电总局和上海市政府举行了中国下一代广播电视网（NGB）启动暨上海示范网部局市合作协议签字仪式，上海计划在 2010 年完成 50 万户的示范网络建设。不论是从市场需求的角度，还是从完善产业链的角度来看，跨界融合正成为广电行业发展的趋势。

1.3.2 广电开启事企分开之门

2009 年 10 月 21 日，广播电视制播分离改革推进大会在上海举行，同时上海广播电视台、上海东方传媒（集团）有限公司揭牌。上海广播电视台将继承原上海文广的事业体制，由中共上海市委宣传部领导，原上海文广的播出资源和涉及新闻制作的部门，都将置入电视台。新成立的东方传媒，将由上海广播电视台控股，囊括原上海文广除新闻以外的全部制作资源，进行转企改制，走融资上市的道路，这是首家广电体系传媒集团实现“整体制播分离”，拉开了中国广电传媒体制改革的大幕。电视台将改变原有“自产自销”的模式，这对于 IPTV、互动电视甚至互联网视频运营商而言无疑是利好消息，也令社会资本投资广电领域终于有门可入。按照广电总局部署，目前改革的重点是中央电视台、中央人民广播电台和部分省级、副省级电台电视台。

1.3.3 广电开展跨地区跨行业资源整合

2009 年年底，国家广电总局正式批复湖南卫视与青海卫视深度合作协议，双方将成立合资公司，湖南卫视负责节目、团队以及主持人的输出，和频道的包装策划，进一步打破现有卫视竞争格局。6 月 29 日，江苏有线与昆广网络合作建设“昆明互动数字电视平台”，江

苏有线先期出资 1 250 万元,而随着用户的增加,双方可以选择逐步增资的方式来扩大投资规模,最终投资规模可以达到 5 000 万元。^①这是对有线电视数字化跨区域整合的有益探索。

从 2009 年 6 月起,湖南卫视的新媒体阵地——金鹰网相继推出了“芒果手机游戏乐园”平台和“芒果游戏乐园”平台,湖南卫视率先进入网络游戏产业。11 月 12 日,湖南广电集团与盛大网络签署战略合作协议,双方将共同出资 6 亿元成立盛视影业有限公司,在影视制作、发行及相关衍生业务环节全面合作。12 月,湖南卫视和淘宝网联合宣布斥资 1 亿元建立“湖南快乐淘宝文化传播有限公司”,打造与网购有关的电视节目和影视剧。

1.3.4 发展新媒体业务,打造新经济增长点

2009 年,传统广电媒体布局网络视频新媒体已形成一定规模,根据央视索福瑞的《中国广播电视网站研究报告》(2009 年)显示,全国共有广播电视网站 397 家,日均访问量已逼近 5 000 万人次。向新媒体领域的积极发展,将形成广电产业新的经济增长点。

12 月 28 日,央视网通过“台网捆绑”的方式打造国家网络电视台,充分利用中央电视台现有的节目资源,实行实时的网络直播并提供点播、搜索、下载、互动评论等服务。在此基础上,央视网将深度挖掘 40 万小时的历史库存节目,建立网上影像博物馆,并计划整合全国电视节目资源,建立“全国网络视频联盟”,将央视网的平台向各个省市电视台以及拥有合法社会资质的制作机构开放。^②同时,各地网络电视台也纷纷上线,浙江广电、湖南广电、山东广电、上海文广等在网络电视台业务方面都有比较大的动作。这无疑将加剧互联网视频领域的竞争,国内视频网站可能迎来新一轮整合热潮。

1.3.5 电视剧进入品质竞争阶段

2009 年国产电视剧的产量出现了理性的回落,但有影响力的电视剧大幅增加,出现了众多引起社会广泛关注和深入讨论的电视剧,《蜗居》、《我的团长我的团》、《潜伏》等所引发的关注远超出剧作本身,电视剧进入品质竞争阶段。

在一些热播剧的背后,电视剧的营销方式不断进行创新。如一部电视剧开播前,同名图书就先出版发行,各大电视台、网站纷纷推出该剧专题,电视剧在电视台播出的同时,版权还卖给多家视频网站,《人间正道是沧桑》、《我的兄弟叫顺溜》等都曾在视频网站上热播。首映礼、零点场、幕后揭秘节目、配套专题片,甚至后产品的开发,开始进入电视剧的营销环节。中国电视剧市场从播出方式的竞争上升到营销方式的竞争,并凸显出“大片化”的未来发展趋势。^③

1.4 互联网发展态势喜人

来自 CNNIC 的统计报告显示:截至 2009 年 12 月,我国网民规模已达 3.84 亿,互联网普及率达到 28.9%。域名总数为 1 682 万,其中 80% 为 .CN 域名,网站数量达到 323 万

^① 郎朗.江苏有线探路跨区整合 广电运营商欲瘦身九成 [N]. 二十一世纪经济报道, [2009-07-02].

^② 牛千.央视网将实行“台网捆绑”打造国家网络电视台 [EB/OL]. [2009-10-12]. <http://tech.163.com/09/1012/00/5LCPP05D000915BF.html>.

^③ 赵培.2009 娱乐行业报告电视篇 [EB/OL]. [2009-10-12]. http://yule.sohu.com/20091222/n269126164_3.shtml.

个。^①其中,商务交易类应用的用户规模增长最快,年平均增幅达68%。中国互联网从娱乐型向消费型转化的趋势加快。

1.4.1 互联网广告持续升温,格局发生新变化

受全球经济复苏的影响,中国网络广告市场持续升温。据iResearch发布的《2009—2010年中国网络广告行业发展报告》称,以运营商营收总和计算中国网络广告市场规模,2009年中国网络广告市场规模达206.1亿元,同比增长21.2%。预计2010年,网络广告市场的规模有望超过300亿元。

2009年,四大门户网站的广告收入都有所提高,但除腾讯的市场份额保持不变外,其余三大门户网站广告收入的市场份额均有不同程度的下降,网络广告的市场格局正在发生新变化。四大门户网站在经历2008年奥运会推动的强劲增长之后,增速放缓。而搜索引擎、视频及社交网站等凭借各自的优势迅速抢占广告市场,成为拉动网络广告市场增长的主要力量。数据显示,2009年中国搜索引擎广告市场规模69.5亿,同比增长率继续保持38.2%的高速度,其中百度和谷歌市场份额增速最快,分别占21.3%和11.1%^②。经历几年的激烈竞争和快速发展,视频及社交网站无论在用户体验方面还是在盈利模式探索方面,均有所突破,其广告所体现出的互动性和参与性逐渐受到受众和广告主的青睐,有望成为网络广告新的增长点。

1.4.2 互联网企业资本运营活跃

2009年有多家互联网企业上市,4月2日,搜狐旗下的畅游公司在美国纳斯达克上市,融资1.2亿美元;10月16日,新浪与易居的合资公司——中国房产信息集团(CRIC)在美国纳斯达克上市,募集资金约2.16亿美元。

互联网企业的并购、融资、股权变动等亦十分活跃。9月28日,以新浪CEO曹国伟为首的新浪管理层,以约1.8亿美元的价格,购入新浪约560万普通股,成为新浪第一大股东。盛大通过收购上市公司华友世纪,分拆盛大游戏上市,并收购视频网站酷6,合资成立盛视影业,通过一系列资本运作打造娱乐帝国。

重点新闻网站的转企改制工作积极推进,已被确定为试点单位的中央和地方重点新闻网站,更是紧锣密鼓地进行各项工作的落实,如中国网络电视台(CNTV)已同步启动了融资和上市的相关计划。

1.4.3 网民结构不断优化

在经历了多年的迅猛发展后,我国网民规模的增幅有所放缓,但结构却在不断优化。数据显示,我国宽带普及率继续提高,宽带网民规模达到3.46亿人。农村网民的规模持续增长,达到10681万,占整体网民的27.8%。网民的年龄结构更加均衡,30岁以上年龄段人群占网民总数的38.5%,这部分人群更为成熟,消费能力较强,是互联网经济发展的重要用户群。同时,网民学历结构更为均衡,网民层次更为多样化。

由于3G牌照的颁发,手机上网用户在2009年取得了飞速的发展。CNNIC《报告》数据显示,截至2009年年底,我国手机网民规模一年内增加了1.2亿,已达到2.33亿人,占整体网民的60.8%。其中只使用手机上网的网民有3070万,占整体网民数量的8%。随着

^① 第25次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. <http://www.cnnic.net.cn/html/Dir/2010/01/15/5767.htm>.

^② 数据来源:2009—2010年中国搜索引擎行业发展报告[R].