



全球传媒蓝皮书®

BLUE BOOK OF GLOBAL MEDIA

全球传媒发展报告 (2013)

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT
OF GLOBAL MEDIA (2013)

主 编 / 胡正荣 李继东 唐晓芬



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2013
版

014014362

G219.1

21

2013

2012年度国家社科基金重大项目“国际传播发展新趋势与
加快构建现代传播体系研究”阶段性成果，编号：12&Z1



全球传媒发展报告 (2013)

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF GLOBAL
MEDIA (2013)

主 编 / 胡正荣 李继东 唐晓芬



G219.1
21
2013



北航

C1701271



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

全球传媒发展报告. 2013/胡正荣, 李继东, 唐晓芬主编.
—北京: 社会科学文献出版社, 2013. 12
(全球传媒蓝皮书)
ISBN 978-7-5097-5384-2

I. ①全… II. ①胡… ②李… ③唐… III. ①传播媒介-产业发展-研究报告-世界-2013 IV. ①G219.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 286404 号

全球传媒蓝皮书 全球传媒发展报告 (2013)

主 编 / 胡正荣 李继东 唐晓芬

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 / 李舒亚 陈 颖

电子信箱 / pishubu@ssap.cn

责任校对 / 赵敬敏

项目统筹 / 蔡继辉 任文武

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

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 23

版 次 / 2013 年 12 月第 1 版

字 数 / 372 千字

印 次 / 2013 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-5384-2

定 价 / 79.00 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

《全球传媒发展报告》课题组

课题组组长 胡正荣 李继东 唐晓芬

课题组成员 中文名（以姓氏拼音为序）

陈 瑶	程 巍	董文萍	范 洁
甘 露	杭 敏	姬德强	李承恩
刘 斌	刘 昶	龙 耘	吕岩梅
苗 璐	田 娇	王润珏	王亚男
王雨琼	吴 非	吴敏苏	张 磊
张新华	张 钊	周 菁	
周 亭			

英文名（以名字首字母为序）

Bob Wekesa Fernando Olivera Paulino

Isis Valle Costa Nelson Simões

Silvio Waisbord

主编简介

胡正荣 教授，博士生导师，中国传媒大学副校长、广播电视研究中心主任。

国务院学位委员会新闻传播学学科评议组召集人、教育部新闻学学科教育指导委员会委员等。美国哈佛大学肯尼迪政府学院客座研究员（2005）、英国西敏寺大学传播与媒介研究中心 Leverhulme 访问教授（2006）、新加坡《亚洲媒介》编委、韩国首尔大学《传播研究》编委、英国《全球媒介与传播》编委。发表论文、论著等成果 300 余万字，主持国家社科基金重大项目“国际传播发展新趋势与加快构建现代传播体系研究”、教育部人文社科重点研究基地重大项目“基于广播电视与新媒体的中国国际传播力建设研究”等多项省部级以上项目，主要研究领域为媒介研究（包括媒介发展战略、媒介政策与制度、媒介管理等）、传播政治经济学、新媒介等，主要讲授课程有“新闻传播学理论研究”“传播学理论”“媒介研究”等。

2000 年列为教育部“跨世纪优秀人才”，2001 年获国务院政府特殊津贴，2006 年获“新世纪百千万人才工程”国家级人选。

李继东 博士，中国传媒大学广播电视研究中心副教授，硕士生导师。已发表论文 40 余篇，出版专著有《英国公共广播政策变迁与问题研究》，主编和副主编有著作《21 世纪初我国大众传媒发展战略研究》《全球传媒产业发展报告（2011）》等 7 部，参与和主持国家社科基金重大项目、教育部重点研究基地重大项目、国家广播电影电视总局社科项目等科研项目 20 余项。2007 年英国牛津大学社会法研究中心访问学者，2009 年美国明尼苏达大学新闻与大众传播学院访问学者。获北京第十和第十一届哲学社会科学优秀成果奖二等奖等奖励。

主要研究领域为传播政策与制度、传播产业与公共服务、传播理论和新媒介等，主要讲授课程有传播学概论、传播学史、传播政策研究、媒介研究、新闻业务（写编评）等。

唐晓芬 中国传媒大学广播电视研究中心助理研究员，主要研究领域为媒介公共政策、媒介产业、宣传与公共关系。参与多项国家社科基金项目、教育部重点研究基地重大项目、国家广播电影电视总局社科项目等科研项目，主编《中国媒介转型与趋势》（中国传媒大学出版社，2009）。2010 年香港城市大学中国大陆新闻传播青年学者访问项目访问学者。

摘 要

《全球传媒发展报告（2013）》首次尝试从三个层次拓展和转变研究工作：一是从关注传媒产业拓展到审视传媒发展问题；二是由分析广电、报刊和互联网等传媒延伸到整个信息传播领域；三是从基于行业区隔的分析路径向以行业融合为基础的纵横交织转变。

基于此，全书围绕“移动化、社交化和智能化”这一主题，共分总报告、国家篇和专题篇三大板块梳理和分析 2012 ~ 2013 年世界主要国家和地区传媒发展态势。总报告从产业、消费者和政策三个层面分析了 2012 ~ 2013 年全球传媒发展总貌。国家篇从总体发展概况、行业与市场结构和发展趋势三个层次分别梳理和分析了 2012 ~ 2013 年中国、巴西和俄罗斯等新兴经济体与美国、加拿大、法国、日本和韩国等发达国家等 10 个国家和地区的传媒产业。专题篇则从新兴产业、内容生产、传统媒体转型以及政策变迁方面讨论了全球视听新媒体产业、互联网广告、全球真人秀节目、欧美广电组织著作权、北美地区数字出版移动化、巴西互联网政策和俄罗斯传媒转型等 8 个专题。

Abstract

Annual Report on the Development of Global Media (2013) tries to expand and change the research approach for the development of media and communications throughout the world in three respects, from focusing on media industries to the development of media and communications, from analyzing media to information communications as a whole, from the sector-specific vertical approach to the convergence approach interweaving in the vertical and the horizontal.

Take the mobilization, socialization and intelligentization as the theme, *Annual Report on Global Media Industry 2013* contains three parts, which are the general report, the annual reports of countries and the special reports. The report explores and analyzes the global media development, 10 emerging and developed nations from three levels, which are the overview, sub-industries and market and trends, and also discusses the global audio visual new media industries, internet advertising, global reality show, digital publishing in North America, Brazil's internet policy and the transition of Russian media from the emerging industries, content production, the transition of traditional media and policy change perspectives.

目 录



Ⅱ I 总报告

- Ⅱ.1 从传媒到传播：2013 年全球传媒发展报告 胡正荣 李继东 / 001
- 一 产业发展概貌：总额与结构 / 002
- 二 用户发展聚焦：数字新闻消费与媒介使用行为 / 005
- 三 政策发展概况：透明、安全与高效 / 012

Ⅱ II 国家篇

- Ⅱ.2 2013 年中国传媒产业发展报告 王润珏 / 016
- Ⅱ.3 移动化、社交化与数字化：2013 年美国传媒
产业发展报告 董文萍 李继东 / 034
- Ⅱ.4 高度集中与移动化：2013 年加拿大传媒产业报告 姬德强 / 055
- Ⅱ.5 数字化全面推进：2013 年德国传媒产业报告 程 巍 / 079
- Ⅱ.6 数字化助力传统媒体：2013 年法国传媒产业发展报告
..... 甘 露 刘 昶 / 097
- Ⅱ.7 智能化、数字化与云服务：2013 年日本传媒发展报告
..... 刘 斌 田 娇 / 134
- Ⅱ.8 变化与延续：2013 年韩国传媒产业发展报告 龙 耘 李承恩 / 150
- Ⅱ.9 2013 年巴西新闻传媒发展报告
..... Fernando Olivera Paulino and Silvio Waisbord / 163



- B.10 生存与发展：2012 年俄罗斯传媒产业发展报告 王雨琼 / 175
- B.11 数字化与政策变化：2013 年东非传媒产业发展报告
..... Bob Wekesa / 190

B III 专题篇

- B.12 2013 年全球视听新媒体产业发展现状与趋势
..... 吕岩梅 周菁 范洁 / 221
- B.13 超越传统：互联网广告发展趋势探析 王亚男 张磊 / 240
- B.14 全球真人秀节目收视表现与发展趋势报告 周亭 陈瑶 / 254
- B.15 欧美国家广电组织著作权使用与管理情况报告 杭敏 / 270
- B.16 2013 年北美地区数字出版移动化发展报告 苗璐 张新华 / 285
- B.17 英国文化创意产业背景下电视产业发展分析
——以英国广播公司（BBC）为例 张钊 / 298
- B.18 受保护的中立：巴西互联网的生态政治
..... Nelson Simões, Fernando Oliveira Paulino and
Isis Valle Costa / 312
- B.19 俄罗斯传媒转型：专业化与政府管理并存 吴非 / 334

CONTENTS



Ⅱ I General Report

- Ⅱ.1 The Annual Report on the Development of Global Media 2013
Hu Zhengrong, Li Jidong / 001
1. *Overview of Industry Development: Total Value and Structure / 002*
2. *Focusing on the Users: Consumption of Digital Journalism and Media Usage Behavior / 005*
3. *Overview of Policy Development: Transparency, Safety and Efficiency / 012*

Ⅱ II Reports on Countries

- Ⅱ.2 Report on the Development of Media Industry in China 2013
Wang Runjue / 016
- Ⅱ.3 Report on the Development of Media Industry in the U.S.A 2013
Dong Wenping, Li Jidong / 034
- Ⅱ.4 Report on the Development of Media Industry in Canada 2013
Ji Deqiang / 055
- Ⅱ.5 Report on the Development of Media Industry in Germany 2013
Cheng Wei / 079
- Ⅱ.6 Report on the Development of Media Industry in France 2013
Gan Lu, Liu Chang / 097
- Ⅱ.7 Report on the Development of Media Industry in Japan 2013
Liu Bin, Tian Jiao / 134



- Ⅲ.8 Report on the Development of Media Industry
in South Korea 2013 *Long Yun, Li Chengen / 150*
- Ⅲ.9 The Development of Brazilian News and Journalism 2013
Fernando Olivera Paulino, Silvio Waisbord / 163
- Ⅲ.10 Report on the Development of Media Industry in Russia 2013
Wang Yuqiong / 175
- Ⅲ.11 Report on the Development of Media Industry
in East Africa 2013 *Bob Wekesa / 190*

Ⅲ III Special Reports

- Ⅲ.12 Report on the Current Situation and Development Trend in Global
Audio-visual New Media 2013 *Lyu Yanmei, Zhou Jing and Fan Jie / 221*
- Ⅲ.13 Beyond Tradition: New Trends in Internet Advertisement
Wang Yanan, Zhang Lei / 240
- Ⅲ.14 Report on the Performance and Trends in Global Reality Show
Zhou Ting, Chen Yao / 254
- Ⅲ.15 Report on Broadcasting Copyright and its Management
in Europe and North America *Hang Min / 270*
- Ⅲ.16 Report on the Mobilization of Digital Publishing
in North America 2013 *Miao Lu, Zhang Xinhua / 285*
- Ⅲ.17 On the Development of British TV in the context
of Cultural Creative Industry *Zhang Zhao / 298*
- Ⅲ.18 Protected Neutrality: The Ecosystem Politics of Brazil's Internet
Nelson Simões, Fernando Oliveira Paulino and Isis Valle Costa / 312
- Ⅲ.19 The Transition of the Russian Media: Professionalization
and State Regulation Coexist *Wu Fei / 334*

总 报 告

General Report

B.1

从传媒到传播： 2013 年全球传媒发展报告

胡正荣 李继东*

摘 要：

鉴于全球传媒业日渐向更广的信息传播业拓展，行业界限日渐模糊，本文首次尝试从产业、消费者（用户）和政策三个层面梳理了2012~2013年度全球传媒发展概况，着重分析了全球传媒产业的收入总额与结构、数字新闻消费与媒介使用行为、促进网络中立以及发展下一代网络和互联电视等政策问题。

关键词：

全球传媒产业 数字新闻 媒介消费与使用 政策发展

随着数字常态时期的到来，互联网、移动通信技术和数字技术的发展，传媒业日趋与电信业和信息技术业交融，跨界和跨区域运作方兴未艾，传媒产业范围

* 胡正荣，中国传媒大学副校长，广播电视研究中心主任、教授、博士生导师；李继东，中国传媒大学广播电视研究中心副教授。



拓展了，传媒业延伸到信息传播业，而且在内容生产、信息消费和平台建设等方面也日渐去媒介区隔化。由此，2013 年年度报告尝试着从产业、消费者和政策三个层面来研究整个传播业。

一 产业发展概貌：总额与结构

1. 电视收入增幅居传播行业之首，美国传播业收入仍独占鳌头

无论是 2011 年全球传播业还是 2012 年娱乐与传媒行业均保持增长，电视收入在传播业增幅最快，电信收入增长额最大。2011 年全球传播业^①收入 21170 亿美元，增幅达 3.7%，其中，电信产业增长额度最大，比 2010 年增长了 496 亿美元，达 14989 亿美元；从增幅上看，电视最大，为 6.6%，达 4132 亿美元。从国家来看，美国传播业各个行业均位居全球之首，其中电信收入近 2979 亿美元，超过其他国家传播业的整体收入；日本居第二位，近 2210 亿美元，中国位居第三，为 1377 亿美元。同时，美国其他产业收入也是最高的，电视为 1601 亿美元、邮政为 529 亿美元、广播为 192 亿美元，整个传播业总额达 5301 亿美元。^②另据普华永道的测算表明，2012 年全球娱乐与传媒市场收入达 1.6 万亿美元，复合增长率为 5.6%。^③

2. 拉美、中东和非洲地区广告增长最快，欧洲广告收入持续下降

2012 年全年和 2013 年上半年全球广告收入持续保持增长势头，拉美、中东和非洲等发展中地区增幅位于前列，欧洲是全球广告收入唯一下降的地区。据统计，2012 年全球广告小幅攀升，比 2011 年增长了 3.2%，达 5570 亿美元。除欧洲之外，其他地区均在增长，中东和非洲地区增幅最大，为 14.6%，特别是埃及，增长了 20.4%；拉美地区次之，为 6.7%；随后是北美地区，为 4.6%；亚太地区的增幅有所放缓，从 2011 年的 11.5% 下降到 2012 年的 2.8%，主要源于

① 这里所说的传播业包括电信、电视、广播和邮政，其中邮政收入仅包括中国、印度、俄罗斯、巴西、英国、法国、德国、意大利、美国、加拿大、日本、奥地利、西班牙、芬兰、瑞典、爱尔兰和波兰。

② Ofcom. *International Communications Market Report 2012*, <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/cmr12/icmr/ICMR-2012.pdf>.

③ PwC (2013), *Global entertainment and media outlook 2013-2017*, <http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/data-insights.jhtml>.



2012 年中国的增幅仅为 1.9%；欧洲持续大幅下降，为 -4.2%（见图 1）。^① 2013 年第一季度全球广告收入比 2012 年同期增长了 1.9%，达 767 亿美元。其中欧洲继续下降，为 -4.4%，北美地区持平，而中东、非洲、拉美和亚太地区则在增长。拉美以 11.9% 的增长率遥遥领先；其次是亚太地区，持续稳增，为 5.8%；随后是中东和非洲地区，增幅达 2.9%，埃及因国内局势不稳成为该地区唯一下降的国家，降幅达 20%^②。

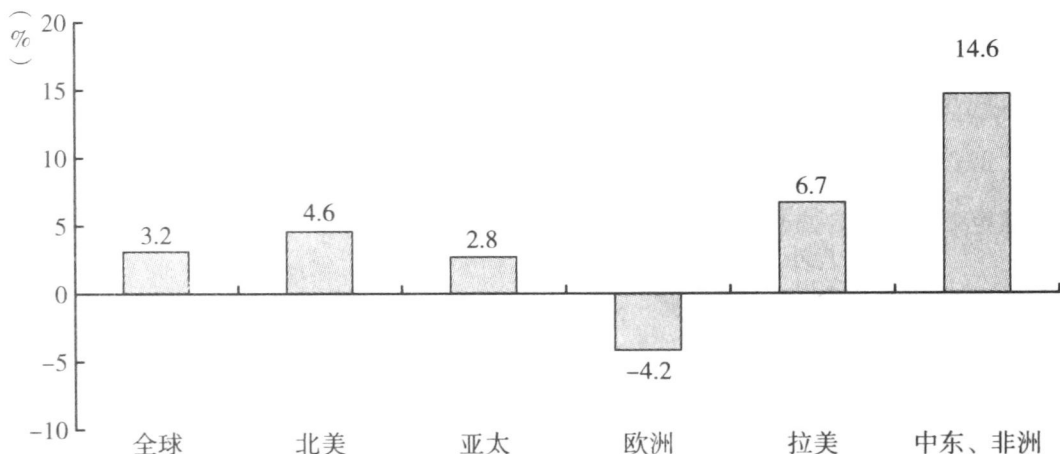


图 1 2012 年相较于 2011 年全球各区域广告收入变化

资料来源：尼尔森（2012）。

3. 电视广告总额稳居首位，互联网广告增幅最大

从媒介类型上来看，全球电视广告总额仍名列前茅，互联网增幅最大。2012 年电视广告仍居于首位，占总额的 62.8%。报纸次之，比重为 19.5%；随后是杂志（8%）、户外（2.3%）、互联网（1.9%）和影院（0.3%）（见图 2）。就增幅而言，互联网最大，为 9.9%；户外次之，为 7.7%；广播第三，为 6.1%；影院第四，为 5.8%；电视第五，为 4.3%，这得益于北美地区下半年市场迅猛增长；报刊整体下滑，报纸下降了 -0.2%，杂志的降幅更大，为 -1.6%。其中

① Nielson (2013), Global Adview Pulse Lite-Q4 2012, <http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2013%20Reports/Nielsen-Global-AdView-Pulse-2012-Q4%20LITE.pdf>, 2013 年 4 月 23 日。

② Nielson (2013), Global Adview Pulse Lite-Q1 2013, <http://www.nielsen.com/us/en/reports/2013/global-adview-pulse-lite-q1-2013.html>。



欧洲杂志广告降幅最大，为 -7.7% ；北美次之，为 -2.5% ；中东和非洲第三，为 -2.4% 。值得注意的是，报纸广告除了欧洲下降了 -7.5% ，其他地区均有所增长^①。

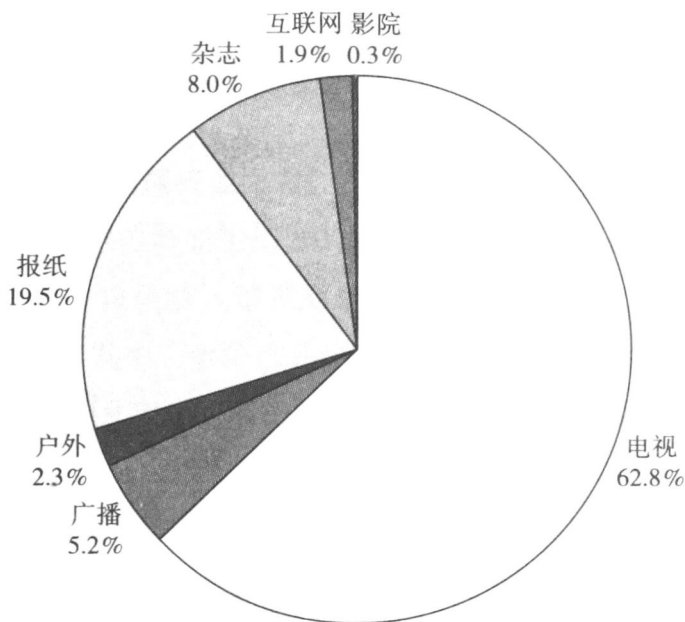


图2 2012年全球主要媒介广告比重

资料来源：尼尔森（2012）。

4. 广电订购费收入增幅最大，有线电视仍是最主要的付费电视平台

就广播电视收入而言，增幅最大的是付费电视订购费，其中有线电视收入总额仍居于主导地位，而IPTV增幅最大。2011广播电视订购费收入增幅最高，其中电视订购费增幅达 10.5% ，达2129.9亿美元，2007~2011年复合增长率达 9.0% 。广播订购费虽然所占比重仍很小，但增幅高达 12.5% ，为480亿美元，2007~2011年复合增长率为 8.5% 。就广告、执照费收入而言，2007~2011年电视广告复合增长率为 1.8% ，执照费为 1.4% ；广播广告复合增长率为 -2.7% ，而2011年却增长了 1.5% ，达320亿美元。^②

① Nielson (2013), Global Adview Pulse Lite-Q4 2012, <http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2013%20Reports/Nielsen-Global-AdView-Pulse-2012-Q4%20LITE.pdf>, 2013年4月23日。

② Ofcom. *International Communications Market Report 2012*, <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/cmr12/icmr/ICMR-2012.pdf>.



另据普华永道的测算表明，2012 年以后的五年全球付费电视订购费收入的复合增长率为 4.3%，有线电视仍是全球付费电视服务的最主要的平台，但其所占比重趋于下降，而 IPTV 将会是增长最快的（复合增长率达 14%），特别是在中国、美国和韩国等^①。

二 用户发展聚焦：数字新闻 消费与媒介使用行为

随着数字常态时期的到来，数字消费持续增长，2012 年数字消费已占总额的 27%，而非数字的传统消费从 2008 年的 88% 下降到 2012 年的 73%，预计 2017 年将下滑到 53%^②。这期间，数字消费行为是最为重要的，而数字新闻的获取和消费又是最具代表性的。

（一）数字新闻获取与消费：类型与平台

1. 国内新闻仍是数字新闻消费的主要内容，美国人更喜欢商业和经济类新闻

大部分国家网民对国内新闻的关注度要高于国际新闻，美国网民关注商业与财经、经济 and 国内政治的程度最高。据路透社和 YouGov 网络市场调研公司 2012 年做的一项关于英、法、德、美四国数字新闻消费调查统计表明，英、法、美三国网民喜欢国内新闻的比重高于国际新闻，而德国网民喜欢国际新闻则更多一些，高出 3%。其中，英国人对国内新闻的关注度最高（74%），德国人则对国际新闻关注度居首位（64%），美国人更喜欢本市新闻（56%），德国人则更喜欢本地区新闻（62%）。从四国网民对主要专业新闻类型喜欢程度而言，美国人关注商业与财经、经济 and 国内政治新闻的程度最高，英国人关注程度最高的则是娱乐与明星、体育新闻，德国人则最喜欢科技新闻，关注文化与艺术新闻程度最高的国家是法国，值得注意的是四国对健康与教育新闻的关注程度相近，均为

① PWC (2013), *Global Entertainment and Media Outlook 2013 - 2017*, <http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/data-insights.jhtml>.

② PWC (2013), *Global Entertainment and Media Outlook 2013 - 2017*, <http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/data-insights.jhtml>.