

中國傳媒發展指數報告 (2012)

ANNUAL REPORT ON CHINA'S MEDIA DEVELOPMENT INDEX (2012)

喻國明 主編

传媒指数蓝皮书
BLUE BOOK
OF CHINA'S MEDIA INDEX

中国传媒发展指数报告 (2012)

ANNUAL REPORT
ON CHINA'S MEDIA DEVELOPMENT INDEX
(2012)

中国人民大学新闻学院
中国人民大学新闻与社会发展研究中心
主编 / 喻国明

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国传媒发展指数报告. 2012 / 喻国明主编. —北京: 人民日报出版社, 2012.5

ISBN 978-7-5115-0982-6

I. ①中… II. ①喻… III. ①传播媒介—产业—研究报告—中国—2012

IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 075483 号

书 名: 中国传媒发展指数报告 (2012)

主 编: 喻国明

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 梁雪云

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369512 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530

编辑热线: (010) 65369514

网 址: www.peopledaily.press.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京中新伟业印刷有限公司

开 本: 710×1000mm 1/16

字 数: 500 千字

印 张: 36

印 次: 2012 年 6 月 第 1 版 2012 年 6 月 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-0982-6

定 价: 69.00 元

本成果受到中国人民大学“985 工程”科学研究基金
“研究品牌计划”资助

中国传媒发展指数蓝皮书(2012)

编委会

主 编 喻国明

编委会成员 倪 宁 姚 林 王兰柱 赵 龙
苏林森 刘建华 宋美杰 江 萍

主 笔 喻国明 苏林森 刘建华 宋美杰
王 亮 江 萍

主要撰稿人 段文韬 文 早 王 伟 史 林 任 艳
刘 晓 吴梦娜 张萧月 宋博思 李友至
佟亚涛 李 南 杨 雅 阿 润 卓 玛
林羽丰 周 畅 杨艾莉 陈亚楠 逢 丽
钟有为 赵 曼 胡杨涓 倪 婷 夏旭田
陶园园 谢丽莎 温裕全 雷 婷 潘佳宝

出 品 单 位 中国人民大学新闻学院
中国人民大学新闻与社会发展研究中心

数据支持单位 国家新闻出版署
国家广播电影电视总局发展研究中心
央视市场研究股份有限公司(CTR)
央视-索福瑞媒介研究有限公司(CSM)
慧聪研究(HCR)

序 言

本课题组自 2008 年在国内率先提出“传媒发展指数”这个概念,并创建了一整套用于评价测量的指标体系。目的是:1. 将我国现有的各种权威的经济社会和人民生活的数据与传媒业的数据形成关联,在这种关联中形成新的指标,实现对既有统计数据的价值挖掘;2. 构建传媒发展状况的评测指标体系,监测与评估全国及 31 个省市区传媒综合实力,为制定传媒发展战略提供科学可靠的依据;3. 通过舆情监测方法观察与评估媒介业在整个社会议题中的热点、重点和关键所在,以期为媒介业提供一个社会关照的镜子;4. 对我们锁定的当下传媒业的关键问题进行专项研究并以专题报告的形式加以呈现。

中国传媒发展指数的导出是以系统的、有机的及结构性的观点观察和分析传媒与各种社会因素的互动,探讨对传媒发展有重要贡献的社会与产业的影响因子。中国传媒发展指数 CMDI(2012)指标体系的构成为:

1. 传媒生产指数,包括报纸总印数、年电视播出时长等;
2. 传媒盈利指数,包括内容售卖收入、广告收入等;
3. 受众消费指数,包括时间消费总数、核心受众规模、主媒介渗透率等;
4. 广告竞争指数,包括单位广告承载额、千人广告成本、广告开发度、广告增长率等;
5. 媒介环境指数,包括人均 GDP、城镇居民年人均收入、居民文教消费支出、城镇化率等。

此外,我们创造了一个观察媒介业的新视角,从社会的眼中看传媒业。媒介业热点事件的评测指标与方法是一种基于智能化网络语义分析技术的新一



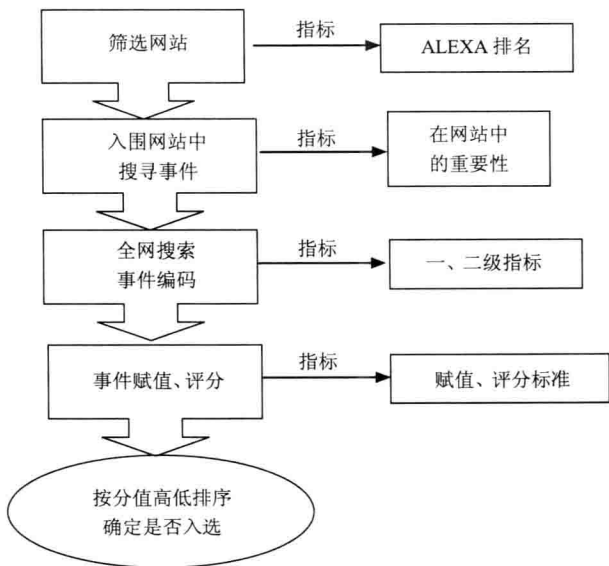
代传播内容分析方法,它客观地呈现出社会眼中的传媒业关键事件、关键数据、关键人物、关键政策、关键声音(意见)等等。具体地说,它是由三个层面(大众媒体、社会化媒体、学术期刊)、两个维度(关注度、影响力)的指标构成:

(一)大众媒体:1.关注度:(1)报纸报道提及量、(2)网络报道提及量;2.影响力:(1)媒体类型、(2)新闻转载量、(3)新闻平均回复量;3.显著度:(1)标题新闻量、(2)版面位置。

(二)社会化媒体:1.关注度:(1)论坛平均浏览量、(2)论坛标题发帖量;2.影响力:(1)论坛类型(主流、行业、地方);3.参与度:(1)论坛平均回复量、(2)论坛发帖量、(3)贴吧发帖量、(4)博客发表量、(5)微博发表量。

(三)学术期刊:1.关注度:(1)学术关注量、(2)CNKI文章量;2.影响力:(1)期刊量级(核心/非核心)。

这一部分的智能化搜索分析的操作流程如下:



由此我们可以归纳出传媒发展指数的核心内涵:不同的环境要素会对传媒组织和传媒业产生不同的约束并决定其选择空间,从而使得传媒组织的行为出现不同的增长特征和发展路径。所谓评价和改善传媒发展指数,即是要对现存的传媒产业结构进行有序的排查和厘清,采纳一系列精当而敏感的指



标展示出传媒业的动态发展速度及质量,实现对传媒业与社会环境互动的有效监测,从而优化传媒组织、传媒业与其发展环境之间的匹配程度,形成正向激励机制,有效地抑制传媒发展战略的偏离,从把握自身状况和媒介所处的大环境来审视传媒产业的发展及其选择,希望这项研究能给我国的传媒经济研究和业界决策提供一些有益的参考。

本报告共分为三个部分:1.主报告,包括中国传媒业整体状况的分析报告、中国传媒发展指数 CMDI (2012) 总报告、中国传媒产业及其与宏观经济的关系:“十一五”回顾与“十二五”展望、31个省区分报告等。2.专题报告,包括中国媒体品级指数排行榜(2011)、我国宏观经济关系对广告业的影响:基于改革开放以来数据的回归分析、广告开发度:联系广告与宏观经济的纽带、解读“十一五”期间的中国报纸出版业等。3.媒介观察,包括跨界、整合与改制:社会视野下 2011 年中国传媒业发展关键词、10 大传媒行业年度观察、微博产业年度观察、年度媒介人物、年度媒介规制、年度传媒产业事件等。此外,还有附录,包括中国传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标标准值一览表、中国传媒发展指数 CMDI (2012) 主要测评结果、中国传媒发展指数 CMDI 指标定义与公式、中国传媒发展指数 CMDI (2012) 指标原始数据等,以方便人们对本报告概念的理解和资料的查阅。

本报告为中国人民大学科学研究基金(中央高校基本科研业务费专项资金资助)、中国人民大学研究品牌资助项目、中国人民大学“985 工程”新闻传播研究哲学社会科学创新基地的支持项目成果。本课题组的组长为中国人民大学新闻学院喻国明教授,课题的主要研究人员和报告的执笔者为:苏林森博士(中国劳动关系学院文化传播学院讲师)、刘建华(中国人民大学新闻学院在读博士、云南大学国家文化产业研究中心副教授)、宋美杰(中国人民大学新闻学院在读博士)、王亮(中国人民大学新闻学院在读博士、西安外国语大学教师)。中国人民大学新闻学院 2011 级的部分硕士研究生参与了本课题的数据采集、分析和报告初稿的写作。



目 录

主报告

中国传媒业总体状况的分析报告.....	001
中国传媒发展指数 CMDI (2012) 总报告	009
中国传媒产业及其与宏观经济的关系——十一五回顾与十二五展望	026
北京市传媒发展指数与实证分析报告.....	059
上海市传媒发展指数与实证分析报告.....	071
广东省传媒发展指数与实证分析报告.....	082
浙江省传媒发展指数与实证分析报告.....	091
江苏省传媒发展指数与实证分析报告.....	099
山东省传媒发展指数与实证分析报告.....	111
天津市传媒发展指数与实证分析报告.....	115
辽宁省传媒发展指数与实证分析报告.....	119
四川省传媒发展指数与实证分析报告.....	123
福建省传媒发展指数与实证分析报告.....	127
湖南省传媒发展指数与实证分析报告.....	131
河南省传媒发展指数与实证分析报告.....	135
湖北省传媒发展指数与实证分析报告.....	139
黑龙江省传媒发展指数与实证分析报告.....	143

陕西省传媒发展指数与实证分析报告	147
吉林省传媒发展指数与实证分析报告	151
安徽省传媒发展指数与实证分析报告	155
内蒙古自治区传媒发展指数与实证分析报告	159
山西省传媒发展指数与实证分析报告	163
江西省传媒发展指数与实证分析报告	167
河北省传媒发展指数与实证分析报告	171
重庆市传媒发展指数与实证分析报告	175
云南省传媒发展指数与实证分析报告	179
新疆维吾尔自治区传媒发展指数与实证分析报告	183
广西壮族自治区传媒发展指数与实证分析报告	187
宁夏回族自治区传媒发展指数与实证分析报告	191
甘肃省传媒发展指数与实证分析报告	195
贵州省传媒发展指数与实证分析报告	199
青海省传媒发展指数与实证分析报告	203
海南省传媒发展指数与实证分析报告	207
西藏自治区传媒发展指数与实证分析报告	211

专题报告

中国媒体品级指数排行榜(2011)	215
我国宏观经济关系对广告业的影响	306
广告开发度:联系广告与宏观经济的纽带	327
解读“十一五”期间的中国报纸出版业	338

媒介观察

跨界、整合与改制:社会视野下 2011 年中国传媒业发展关键词	347
2010 ~ 2011 年报纸产业年度观察	356
2010 ~ 2011 年期刊产业年度观察	369
2010 ~ 2011 年电视产业年度观察	381
2010 ~ 2011 年广播产业年度观察	393
2010 ~ 2011 年图书产业年度观察	403
2010 ~ 2011 年音像产业年度观察	420
2010 ~ 2011 年电影产业年度观察	435
2010 ~ 2011 年户外媒体产业年度观察	446
2010 ~ 2011 年互联网产业年度观察	458
2010 ~ 2011 年手机产业年度观察	474
2010 ~ 2011 年微博产业年度观察	490
2010 ~ 2011 年度媒介人物	500
2010 ~ 2011 年度媒介规制	520
2010 ~ 2011 年度传媒产业事件	534

附 录

中国传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标标准值一览表	542
中国传媒发展指数 CMDI (2012) 主要测评结果	544
中国传媒发展指数 CMDI 指标定义与公式	546
中国传媒发展指数 CMDI (2012) 指标原始数据	551

图表目录

图 1	传媒盈利市场份额	002
图 2	2010 年全国分媒介盈利分布	003
图 3	1999 ~ 2010 年我国广告增长率与 GDP 增长率比较	004
图 4	2004 ~ 2010 年我国核心受众规模及增长率	006
图 5	2001 ~ 2010 年我国媒介环境变化	007
图 6	2002 ~ 2010 年我国媒介环境指标增长率	008
图 7	31 个省区 CMDI (2012) 5 个分指数箱线图	020
图 8	4 个省区 CMDI (2012) 总指数的 15 个基础指标柱状图	022
图 9	三类省区传媒 CMDI (2012) 优势指标与劣势指标比较雷达图	023
图 10	十一五期间历年全国广告额和主要宏观经济指标增长率	045
图 11	十一五期间历年北京市广告额和主要宏观经济指标增长率	046
图 12	十一五期间历年上海市广告额和主要宏观经济指标增长率	046
图 13	十一五期间历年广东省广告额和主要宏观经济指标增长率	046
图 14	北京传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	061
图 15	上海传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	073
图 16	广东传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	084
图 17	浙江传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	093
图 18	江苏传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	101
图 19	山东传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	113
图 20	天津传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	117
图 21	辽宁传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	121
图 22	四川传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	125
图 23	福建传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	129
图 24	湖南传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	133

图 25	河南传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	137
图 26	湖北传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	141
图 27	黑龙江传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	145
图 28	陕西传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	149
图 29	吉林传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	153
图 30	安徽传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	157
图 31	内蒙古传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	161
图 32	山西传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	165
图 33	江西传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	169
图 34	河北传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	173
图 35	重庆传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	177
图 36	云南传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	181
图 37	新疆传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	185
图 38	广西传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	189
图 39	宁夏传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	193
图 40	甘肃传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	197
图 41	贵州传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	201
图 42	青海传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	205
图 43	海南传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	209
图 44	西藏传媒发展指数 CMDI (2012) 15 个基础指标得分全国排名	213
图 45	不同覆盖范围的媒体的品级指数均值图	299
图 46	品级指数不同媒介介质的媒体品级指数中意见领袖维度均值图	301
图 47	不同媒介介质的媒体品级指数中自身软实力维度均值图	302
图 48	1982 ~ 2010 年中国广告增长率、社会消费品零售总额增长率和 GDP 增长率比较	307
图 49	1979 ~ 2010 年中国广告额及其占 GDP 的比重	317

图 50	1982 ~ 2010 年中国历年 GDP 和广告额增长	328
图 51	1979 ~ 2011 年历年广告额及广告开发度	331
图 52	2006 ~ 2010 五年报纸出版总印数图	339
图 53	2006 ~ 2010 五年报纸出版总印张数图	340
图 54	2006 ~ 2010 五年报纸按级别分类平均品种结构图	342
图 55	2006 ~ 2010 五年报纸出版品种数图	343
图 56	2006 ~ 2010 五年报纸出版平均期印数图	344
图 57	2006 ~ 2010 五年报纸出版折合用纸量图	345
图 58	传媒业地域高频词网络	348
图 59	传媒行业高频词排序	352
图 60	传媒集团高频词网络	353
图 61	2009 年与 2010 年全国报纸总印张数比较	356
图 62	2009 年与 2010 年报纸广告收入比较	356
图 63	2010 年全国部分地区报纸广告收入比较	357
图 64	2005 年 ~ 2010 年期刊广告收入与期刊广告增长率比较	369
图 65	2010 年全国部分地区期刊广告收入比较	370
图 66	2006 ~ 2010 年受众期刊消费时间比较	370
图 67	2009 年与 2010 年全国公共电视播出时间比较	381
图 68	2009 年与 2010 年全国电视广告收入比较	381
图 69	2010 年全国部分地区电视广告收入比较	382
图 70	2006 ~ 2010 年广播广告收入与增长速度	393
图 71	2006 ~ 2010 年广播广告单位承载额与增长速度	394
图 72	2006 ~ 2010 年广播广告开发度与增长速度	394
图 73	2006 ~ 2010 年广播听众日收听时间与变化	395
图 74	2007 ~ 2010 年全国图书出版总量	403
图 75	2009 年与 2010 年各类图书销售册数比较	404



图 76	2008 年、2009 年、2010 年各类图书销售金额增长率变化	405
图 77	2010 年全国出版物发行网点分布	405
图 78	2010 年各类图书进出口种次比例分布	406
图 79	2006 ~ 2010 年音像电子出版单位数量及变化	420
图 80	2006 ~ 2010 年录音制品品种数、出版数量、发行数量、 发行总金额增速变化	421
图 81	2006 ~ 2010 年录像品种数、出版数量、发行数量、 发行总金额增速变化	421
图 82	2006 ~ 2010 年电子出版物品种及出版数量增速变化	422
图 83	2007 ~ 2010 年音像制品发行总金额	422
图 84	2006 ~ 2010 年音像制品、电子出版物销售数量进出口 种次、数量、金额增速变化	423
图 85	2010 ~ 2011 票房	435
图 86	2010 ~ 2011 年国产片与进口片票房	436
图 87	2010 年和 2011 年前十月 LED 投放总额对比	446
图 88	中国网民规模	458
图 89	中国互联网普及率	459
图 90	中国分类域名数	459
图 91	中国网站数量	459
图 92	中国互联网广告市场规模	460
图 93	中国搜索引擎市场规模	460
图 94	中国电子商务市场交易规模	461
图 95	中国在线视频行业市场规模	461
图 96	2009 年至 2011 年我国移动互联网用户规模	474
图 97	2007 年至 2011 年移动短信规模与增长速度	475
图 98	2007 年至 2011 年增值业务收入与所占比重	476



图 99 移动互联网用户网络应用	477
图 100 2009 年与 2010 年新浪微博注册人数比较	490
图 101 2009 年与 2010 年各大微博市场占有率比较	490
表 1 中国传媒发展指数 CMDI (2012) 主要测评结果	009
表 2 CMDI (2012) 总指数与分指数年增长速度排序	015
表 3 CMDI (2012) 聚类结果	018
表 4 上海、广东、湖南、云南 4 个省区 CMDI (2012) 总指数与单项指数比较	021
表 5 2006、2010 年全国媒介产业规模	026
表 6 2006 ~ 2010 年历年全国广告额及媒介分布	028
表 7 2006 ~ 2010 年不同媒介受众日均接触时间	029
表 8 十一五期间中国报业主要指标	030
表 9 2006 ~ 2011 年报纸广告刊例额	031
表 10 2006 ~ 2010 年全国广电节目时长	032
表 11 2006 ~ 2010 年全国广播电视收入情况	033
表 12 十一五期间中国新媒体发展主要指标	035
表 13 2006 ~ 2010 年中国居民消费结构	041
表 14 2006 ~ 2010 年中国经济结构	042
表 15 2006 ~ 2010 年中国主要宏观经济指标	042
表 16 2006 ~ 2010 年历年各省广告营业额与 GDP 等指标 相关分析结果	048
表 17 2006 ~ 2010 年历年各省电视广告营业额与 GDP 等指标相关分析结果	049
表 18 2006 ~ 2010 年历年各省广播广告营业额与 GDP 等指标相关分析结果	049



表 19	2006 ~ 2010 年历年各省报纸广告营业额与 GDP 等指标相关分析结果	050
表 20	2006 ~ 2010 年历年各省杂志广告营业额与 GDP 等指标相关分析结果	050
表 21	2006 ~ 2010 年中国广告行业结构分布	051
表 22	2010 年各省传媒产业与宏观经济指标相关分析结果	052
表 23	北京 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	060
表 24	上海 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	072
表 25	广东 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	083
表 26	浙江 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	092
表 27	江苏 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	100
表 28	山东 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	112
表 29	天津 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	116
表 30	辽宁 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	120
表 31	四川 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	124
表 32	福建 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	128
表 33	湖南 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	132
表 34	河南 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	136
表 35	湖北 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	140
表 36	黑龙江 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	144
表 37	陕西 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	148
表 38	吉林 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	152
表 39	安徽 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	156
表 40	内蒙古 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	160
表 41	山西 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	164
表 42	江西 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	168

表 43	河北 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	172
表 44	重庆 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	176
表 45	云南 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	180
表 46	新疆 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	184
表 47	广西 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	188
表 48	宁夏 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	192
表 49	甘肃 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	196
表 50	贵州 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	200
表 51	青海 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	204
表 52	海南 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	208
表 53	西藏 2012 年媒介发展单项指数得分及其在全国的排序	212
表 54	各类媒体品级指数指标体系	217
表 55	所有评测媒体品级指数总排行榜	218
表 56	五个指标及总分的均值和方差情况	232
表 57	五个指标及总分的均值和方差情况	232
表 58	所有评测报刊品级指数总排行榜	234
表 59	所有评测报纸品级指数总排行榜	245
表 60	省级党报品级指数排行榜	254
表 61	地市级党报品级指数排行榜	256
表 62	地市级晚报品级指数排行榜	259
表 63	都市报晚报品级指数排行榜	260
表 64	都市报品级指数排行榜	264
表 65	晚报品级指数排行榜	266
表 66	专业报品级指数排行榜	269
表 67	期刊品级指数排行榜	271
表 68	广播电视品级指数排行榜	272