



传媒经济蓝皮书

BLUE BOOK OF MEDIA ECONOMY

No.1

中国传媒经济 发展报告 (2018)

主编/卜彦芳 张学勤

执行主编/漆亚林 司思

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF
CHINA'S MEDIA ECONOMY (2018)



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

2018
版



传媒经济蓝皮书

BLUE BOOK OF
MEDIA ECONOMY

中国传媒经济发展报告 (2018)

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF CHINA'S MEDIA
ECONOMY (2018)

主 编 / 卜彦芳 张学勤
执行主编 / 漆亚林 司 思



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

图书在版编目(CIP)数据

中国传媒经济发展报告. 2018 / 卜彦芳, 张学勤主
编. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2018. 9

(传媒经济蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5201 - 3358 - 6

I. ①中… II. ①卜… ②张… III. ①传播媒介 - 经
济发展 - 研究报告 - 中国 - 2018 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 199873 号

传媒经济蓝皮书

中国传媒经济发展报告 (2018)

主 编 / 卜彦芳 张学勤

执行主编 / 漆亚林 司 思

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 高 雁

责任编辑 / 颜林柯

出 版 / 社会科学文献出版社·经济与管理分社 (010) 59367226

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 三河市龙林印务有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 28.25 字 数: 424 千字

版 次 / 2018 年 9 月第 1 版 2018 年 9 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 3358 - 6

定 价 / 98.00 元

皮书序号 / PSN B - 2018 - 733 - 1/1

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

出品方

中国传媒大学传媒经济研究所

联合出品方

北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司

中国社会科学院大学媒体学院

中国音乐学院艺术管理系

四川警察学院舆情研究中心

传媒经济蓝皮书

顾问

(按姓氏拼音为序)

黄 勇 原国家新闻出版广电总局副总编、发展研究中心主任，
研究员，中国广播电影电视社会组织联合会学术委员会
执行副主任

欧阳宏生 四川大学二级教授、博士生导师，成都大学特聘教授、
传媒研究院院长

邵培仁 浙江大学教授、博士生导师、传播研究所所长、学术委
员会委员

唐绪军 中国社会科学院新闻与传播研究所所长、研究员、博士
生导师

郑保卫 中国人民大学教授、博士生导师

周鸿铎 中国传媒大学教授、博士生导师、传媒经济研究所名誉
所长

传媒经济蓝皮书

专家委员会

主 席 周鸿铎

专家委员 （按姓氏拼音为序）

陈海泉 成都传媒集团党委委员、成都商报社总编辑、红星新闻总编辑

陈中原 中国教育报刊社高级记者

崔燕振 北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司董事总经理

范 周 中国传媒大学经管学部教授、博士生导师、学部长，文化发展研究院院长

杭 敏 清华大学新闻与传播学院副院长、博士生导师，传媒经济与管理研究中心副主任

黄楚新 中国社会科学院新闻与传播研究所研究员、博士生导师，传媒发展研究中心主任，新闻学研究室主任，新媒体研究中心副主任兼秘书长，《新媒体蓝皮书》副主编

李怀亮 中国传媒大学文法学部学部长、教授、博士生导师

陆 地 北京大学视听传播研究中心主任、教授、博士生导师

时统宇 中国社会科学院新闻与传播研究所研究员

宋培义 中国传媒大学经管学部教授、博士生导师、教授委员会主任

- 田科武 北京青年报社总编辑，北青社区传媒科技（北京）股份有限公司董事长
- 王 甫 中国广播电视音像资料馆副馆长，中国传媒大学兼职教授、博士生导师
- 吴锡俊 北京市国有文化资产监督管理委员会综合处处长，博士
- 叶蓁蓁 人民网总裁，中国网络社会组织联合会副会长
- 咎廷全 中国传媒大学经管学部教授、博士生导师、学术委员会主任
- 张志君 中国教育电视台副总编辑、研究员，《教育传媒研究》杂志总编辑
- 赵曙光 南京大学新闻传播学院教授、博士生导师
- 朱春阳 复旦大学新闻学院教授、博士生导师，媒介管理研究所所长，《新闻大学》常务副主编，教育部青年长江学者
- 朱 天 四川大学研究生院副院长，传媒研究中心主任、教授、博士生导师
- 朱鸿军 中国社会科学院新媒体发展研究中心副秘书长，《新闻与传播研究》副主编

传媒经济蓝皮书

编 委 会

编委会主任 漆亚林

编 委 （按姓氏拼音为序）

卜彦芳 中国传媒大学经管学部教授、博士生导师，传媒经济研究所所长

陈 鹏 南开大学传播学系主任、硕士生导师，北京文化发展中心智库专家，《网络视听蓝皮书》主编，《影视蓝皮书》执行主编

陈 洲 北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司总经理助理兼研究部总监

池建宇 中国传媒大学经管学部副教授、硕士生导师

高 萍 中国传媒大学经管学部副教授、硕士生导师

郭海英 中国传媒大学经管学部教师、博士

杭孝平 北京联合大学教授、硕士生导师，网络素养教育研究中心主任，千龙智库专家

冷述美 中国传媒大学经管学部副教授、硕士生导师

刘 菁 北方工业大学文法学院广告学系教师、博士

刘 茜 成都大学传媒研究院研究员、硕士生导师

漆亚林 中国社会科学院大学媒体学院负责人、教授、硕士生导师

- 曲俊义 英国塑料资本集团中国区总裁，博士，中国传媒大学传媒经济研究所兼职研究员
- 曲小刚 中国传媒大学经管学部副教授、硕士生导师
- 司 思 中国音乐学院艺术管理系副教授、博士
- 王文杰 对外经济贸易大学公共管理学院副教授、硕士生导师
- 王文锋 湖南理工学院新闻传播学院院长、教授、硕士生导师
- 王锦慧 中国传媒大学经管学部副教授、硕士生导师
- 吴旖旎 湖南理工学院新闻传播学院教师、博士
- 辛 路 辽宁广播电视台新媒体发展管理中心主任，辽宁卫视广告部主任，博士
- 姚 旭 中国传媒大学马克思主义学院副教授、硕士生导师
- 张学勤 四川警察学院副研究员、博士，四川省广播影视高等教育学会副会长，成都大学传媒研究院文化产业研究中心主任
- 张 燕 中国传媒大学经管学部教授、硕士生导师
- 赵曙光 南京大学新闻传播学院教授、博士生导师
- 赵 丹 中国传媒大学经管学部教师、博士
- 周政华 腾讯研究院高级研究员，《互联网前沿》执行主编
- 朱 天 四川大学研究生院副院长，传媒研究中心主任、教授、博士生导师

传媒经济蓝皮书

课 题 组

组 长 卜彦芳

副组长 张学勤 漆亚林 司 思

成 员 (按姓氏拼音为序)

董紫薇	杜亚乘	好 娜	黄斌圆	李嘉可
刘书亮	卢梦琪	罗 蕾	骆子珩	庞曼曼
譙金苗	孙 敏	徐 朔	杨 勇	姚 响
张竞予	张 妍	郑 玄	周长城	

主要编撰者简介

卜彦芳 中国传媒大学教授、博士生导师，传媒经济研究所所长，传媒经济学博士。主要研究领域：传媒经济、媒介经营与管理、媒体融合、影视产业发展等。2007~2008年在韩国首尔大学传播系从事博士后研究，完成课题“中日韩文化影视贸易比较研究”。2013~2014年在美国北卡罗来纳大学教堂山分校新闻传播学院做访问学者，完成课题“媒介融合背景下美国电视台转型发展研究”。主持和参与国家社科基金、教育部、原国家新闻出版广电总局等国家级和省部级课题多项，包括“三网融合背景下内容提供商的产业地位重塑及发展战略研究”“娱乐类节目的内容引导与跨屏传播管理研究”“国际传媒秩序重构背景下中国传媒业发展战略研究”等。在《现代传播》《新闻大学》《中国广播电视学刊》等传媒领域重要期刊发表论文50多篇，出版《传媒经济理论》、《传媒经济学：理论与案例》（第一版和第二版）、《广播电视经营与管理》和《文化软实力探析：产业与贸易视角》等著作。

张学勤 四川警察学院舆情研究中心副研究员，中国传媒大学传媒经济学博士，四川大学广播电视文艺学博士后，主要研究领域为文创产业、网络舆情、文化传播、三国文化等。策划主持文化产业项目“红军飞夺泸定桥精神提炼与文化传播”“传媒变革高峰论坛之城市对话”等。在《中国广播电视学刊》《电视研究》等刊物发表论文30多篇，代表专著有《文化创意产业集群发展中的政府定位研究》《文化、媒介与传播建构》《青梅煮酒论三国》《文创策论十章》等。主要学术兼职：中广联西部学术研究基地学术部副主任、四川省广播影视高等教育学会副会长、成都大学传媒研究院文化

产业研究中心主任、四川省广电局剧本评审专家、四川新华文轩出版项目评审专家。

漆亚林 中国社会科学院大学媒体学院负责人、教授、硕士研究生导师、新闻学硕士点负责人，传媒经济学博士、广播电视艺术学博士后。主要研究方向：新闻实务、传媒经济、广电艺术。目前的学术研究聚焦于媒介融合和环境传播。曾主持教育部人文社科项目、中国青少年研究中心项目、中国青年政治学院学术创新支持项目，以及人民网、上海大学等企事业单位委托的项目。在《现代传播》《电视研究》《中国电视》《新华文摘》等学术期刊发表（转发）40多篇论文。著有《中国电视剧农村女性形象研究》《模式与进路：中国都市报发展战略研究》等。主要学术兼职：中国传媒大学传媒经济研究所副所长、中国高等院校影视学会影视国际传播专业委员会理事、国际华莱坞电影学会理事、中国认知传播学会理事。

司 思 中国音乐学院艺术管理系副教授，艺术营销与传播教研室主任，中国传媒大学传媒经济学博士。2008～2009年由国家留学基金委资助参加美国凯斯西储大学联合培养博士项目，2012～2013年在英国牛津大学路透新闻研究所做访问学者。历任商务部《中国经贸》杂志社编辑部主任、美国 USA Sino News 驻克利夫兰 NBA 体育记者。主要研究方向为文化艺术经济、产业集群、新媒体与音乐产业等。主持北京市社科重点课题、牛津大学路透新闻研究所课题、中国音乐学院课题以及多项横向课题。在英文 EI 索引、英文期刊及其他中文核心期刊发表中英文论文 30 余篇，英文合著有 *Media and Entertainment Industry: The World and China* 等。主要学术兼职：中国传媒大学传媒经济研究所副所长、牛津大学路透新闻研究所访问研究员、北京民族音乐研究与传播基地兼职研究员。

摘 要

《中国传媒经济发展报告（2018）》以中国传媒大学传媒经济研究所（IME）为核心，联合国内学界、业界、政府部门等众多专家编写而成。本书针对中国传媒经济发展在多个维度和环节的重要问题进行研究和分析，积极探索传媒内容创新、传媒产业发展、传媒经营管理、传媒生产要素等各个层面的传媒经济现象，深入挖掘 2017 年中国传媒经济的年度热点、最新动态、创新业态，并对未来传媒经济发展态势进行展望和预测。

所谓传媒经济，狭义上指传统媒体和新媒体所面临的诸多经济问题和现象的总和，如传媒产品供给、受众需求、传媒市场结构、竞争战略、传媒要素市场等研究内容；广义上还包括产业层面、宏观层面的传媒经济总体运行状况，以及市场、技术、资本等推动传媒经济发展的重要力量，如传媒产业、资本运营、政府管制、技术应用等一系列课题。

自 1994 年中国全面接入互联网以来，传媒经济搭上了数字与网络技术的快车道，新旧媒体同台竞争、交织共融的新传媒生态奠定了中国传媒经济的基本格局。以 2013 年 3G 牌照发放为开端，移动互联时代的传播矩阵、应用形态、商业模式发生深刻变革，以移动端为核心的多屏传播语境进一步塑造着中国传媒经济的发展方向。随着大数据、物联网、AR/VR、人工智能等尖端科技的快速升级迭代，中国传媒经济发展已经站在 5G 时代、智媒时代、互联网下半场的临界点上。在此背景下，本书的出版，意在镌刻传媒产业智能化、传媒消费移动化、传媒资本扩大化、传媒经济成熟化的时代印记，设想未来中国传媒经济与智能科技深度融合的新方向、新格局、新形态。

参照传媒经济学的基本研究框架与逻辑，立足于当前传媒经济发展的生



态环境与传播语境，本书从传媒经济发展的四个层次（产品层次、媒体层次、产业层次、宏观层次）出发，分设总报告、传媒内容、传媒市场、传媒资本与技术、传媒管理、传媒学术教育六大部分，展开对中国传媒经济的研究。

在总报告，以推动传媒经济发展的五大力量（市场、技术、资本、政府、教育）为基本线索，重点描述了纸媒、广电、新媒体等传媒经济主体的内容创新成果、市场竞争结构、整体发展态势，并对知识付费、媒体融合、IP运营、短视频等传媒新业态进行分类总结，展现了2017年中国传媒经济发展的全貌与未来趋势。

在内容篇，以新闻资讯、广播电视、影视作品、数字音乐、动漫游戏、网络文学等多元产品的内容创新、经营管理与对外贸易为切入点，描述中国传媒经济的核心内容布局，揭示了引领传媒内容融合发展的“泛娱乐化”趋势。

在市场篇，将电视市场、新闻客户端市场、网络视频市场、电影市场等传统媒体市场，结合短视频市场、知识付费市场等传媒新业态市场，共同整合为中国传媒经济的主体市场结构，同时运用SCP、多元回归等统计分析模型对市场集中度、电影票房收入等市场效率与福利问题进行量化研究，揭示了以移动端为核心市场的“移动优先”融合趋势。

在资本·技术篇，主要研究了传媒核心生产要素的投入、配置与运营问题，一方面对传媒上市公司的融资效率、财务状况进行客观评价，提出资本运营的创新建议；另一方面，对机器生产新闻、移动直播、智能屏读革命等现象进行深入解读，设想未来传媒技术应用的新方向，指出了资本与技术嵌入媒体形态的“智慧媒体”趋势。

在管理篇，以融媒体建设为切入点，从媒体融合的技术基础应用、传播矩阵构建、人才资本流动、融合政策变迁、融合效果评估、社会效益评价等多维度全面解读融媒体的发展路径，集中体现了媒体管理从“相加”走向“相融”的深度融合趋势。

在学术教育篇，对传媒经济领域的学术研究与人才培养现状进行总结。

一方面,基于中国期刊网 CNKI 关于传媒经济的数百篇文献,从话语机制、理论机制、路径机制和传媒规制 4 个方面对 2017 年度传媒经济研究成果进行综述;另一方面,以传媒经济学教育成果为研究对象,对各高校设立传媒经济学学科点、专业方向的情况进行统计分析,提出传媒经济人才培养的国际化目标。

与其他传媒类的行业报告相比,《中国传媒经济发展报告(2018)》具有以下特色。首先,本书是中国第一本以传媒经济为研究对象的权威报告,第一次对传媒经济的整体运行状况、市场结构、内容布局、传播格局、创新业态进行分类总结,对于传媒经济学的后续研究和传媒经济领域的商业拓展,具有重要的理论和应用意义;其次,本书为传媒量化研究收集了大量全新数据、提供了多种研究方法,在传媒影响因素实证研究、传媒评价指标体系构建等方面都分享了一系列数据翔实、论证有力的论文和报告以飨读者;最后,本书还为有志于从事传媒经济研究与教育的学者与考生讲解了国内各大高校的人才需求与培养状况,对于传媒学子的求学与就业具有较大的帮助。

关键词: 传媒经济 媒体融合 泛娱乐化 智慧媒体 移动优先

Abstract

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF CHINA'S MEDIA ECONOMY (2018) is edited by the Institute of Media Economics (IME) of Communication University of China. Many experts from domestic academic, industry, and government departments contributed papers. This book focuses on the research of important issues of the development on China's media economy in many dimensions, and actively explores the phenomena of media content innovation, media industry development, media management, media production elements and other aspects, and deeply excavates the annual hot spots in 2017. Finally, this book prospects and forecasts the future development of media economy.

In the narrow sense, media economics refers to the summation of many economic issues and phenomenon that traditional media and new media are facing, such as the supply of media products, the demand of the audience, the structure of media market, the strategy of competition, the media elements market and so on. In a broad sense, the field of media economics research also includes the overall operation of media economy at the industrial level and the macro level, as well as the important powers to promote the development of media economy, such as the market, technology and capital. The main concerns of media economics at the macro level are media industry, capital operation, government regulation, technology application and so on.

Since China's access to the Internet from 1994, media economy has achieved rapid development relying on digital and internet technologies. The new ecology of media convergence has established the basic structure of China's media economy. With the release of 3G licenses in 2013, profound changes have taken place in the propagation matrix, application patterns, and business models in the mobile Internet era. The multi-screen communication context with mobile

terminals shapes the developing direction of China's media economy. In recent years, with the rapid upgrading of cutting-edge technologies such as big data, Internet of things, AR/VR, and artificial intelligence, the development of media economy have entered the 5G and the intelligence media era. In this context, this book aims to review the history of intelligent media industry, mobile media consumption, media capital expansion, media economy maturity, and looks forward to the new direction of the deep integration of China's media economy and intelligent technology in the future.

This book is based on the basic research framework and logic of media economics, and reflects the current environment and context of media economic development. From the four levels of media economic development (product, media, industry, and macro), this book analyzes the current situation of China's media economy with the general report and other five chapters, including the media content, media market, media technology and capital, media governance and management , and media academic education.

In the general report, based on the five major powers (market, technology, capital, government, education) that promote the development of media economy, this book focuses on the content innovation, market competition structure and overall development trend of media economic subjects such as newspaper media, radio and television, new media and so on. At the same time, this book also categorizes and summarizes new phenomena in the media industry such as content payment, media convergence, IP operations, and short video, showing the overall picture and future trends of China's media economic development in 2017.

In the Content chapter, based on the content innovation, business management and foreign trade of diversified products, such as news information, radio and television, film and television works, digital music, animation games, net literature, this book describes the overall layout of China's media economy and explains the pan-entertainment trend that leads to the convergence of media content development.

In the Market chapter, the traditional media market, such as the TV market, the audience market, the online video market and the film market, combined with