数字蓝皮书

2011~2012年
中国网络经济发展生态报告

主笔：胡延平
撰稿：邹剑宇 李学凌 李甬
范新宇 巴曙松

社会科学文献出版社

需要全本请访问 www.ertongbook

摇图书在版编目(悦陨孕)数据

摇圆园园远~圆园园苑年中国网络经济发展生态报告/胡延平主
笔.摇原北京:社会科学文献出版社,圆园园苑.猿
摇(数字蓝皮书)
摇陨杂月晕摇苑原缘园怨苑原园缘远怨原园

摇Ⅰ.圆…摇Ⅱ.胡…摇Ⅲ.网络经济原经济发展原中国原
圆园园远~圆园园苑原研究报告摇Ⅳ.云源怨猿

摇中国版本图书馆悦陨孕数据核字(圆园园苑)第园圆愿怨愿号

摇摇摇摇摇
数字蓝皮书
摇摇圆园园远~圆园园苑年中国网络经济发展生态报告

主摇摇笔:胡延平
撰摇摇稿:邹剑宇摇李学凌摇李摇甬摇范新宇摇巴曙松
责任编辑:杨摇群摇光摇知摇汤摇兮
责任印制:同摇非

出版发行:社会科学文献出版社
(北京建国门内大街缘号摇电话 远缘圆远怨愿怨园摇邮编 员园园园园缘)
网址:澡贼贼责:// 憎憎憎.泽泽凿葬责.糟燥皂.糟灶
经摇摇销:新华书店总店北京发行所
排摇摇版:北京中文天地文化艺术有限公司
印摇摇刷:北京科技印刷厂

开摇摇本:愿愿园×员圆猿园毫米摇员/猿圆开
印摇摇张:员猿
字摇摇数:猿园园千字
版摇摇次:圆园园苑年猿月第员版摇圆园园苑年猿月第员次印刷
印摇摇数:园园园员原缘园园园

陨杂月晕摇苑原缘园怨苑原园缘远怨原园/云·员猿摇摇摇摇定价:圆愿.园园元

摇摇摇摇摇版权所有摇摇翻印必究

目摇摇录

告别荒漠：新媒体与精神生态的重建（代序）
…… 吴摇征摇博士摇员

冲突——新旧经济体系转换之际的制度性摩擦 …… 员
权力消费 …… 圆
制度复制 …… 源
制度决定论 …… 苑
信息殖民论 …… 员员
管制的代价 …… 员源
结论：新经济的制度特征 …… 员愿

改革——互联网与当前中国社会变革之间的促动关系 …… 圆蒇
深度结合已经开始 …… 圆原
整合体制内存量资源 …… 圆缘
割裂是目前最突出的问题 …… 圆缘
网络经济：开放自由的经济 …… 圆苑
网络经济呼唤制度变革 …… 圆愿
网络经济推动制度变革 …… 猿员
政府以改革推进网络的发展 …… 猿远
塑造改革与发展的推进主体 …… 猿愿

鸿沟——数字化差距成为信息时代的南北问题 …… 源园
电脑普及水平：美国是中国的 缘缘倍 …… 源园
网络普及率：缘年差距拉大 圆员倍 …… 源员
国民经济信息化投入：中美相差 源缘倍 …… 源圆
社会信息化指数：落后美国 源园年 …… 源圆
员怨怨园~圆园园园 失去的 员园年 …… 源猿
中国发展互联网起步不比美国晚，但是不在同一条起跑线上 …… 源猿
第一次现代化：一个距离工业现代化还有 员猿年的国家 …… 源源
第二次现代化：信息革命绝对不是今天才开始发生的事情 … 源缘
真正的差距到底在哪里？两个现代化应该同时进行 …… 源远
信息富有者和信息贫困者之间的鸿沟 …… 源苑
全球视野中的数字鸿沟尤为触目惊心 …… 源怨
信息技术革命最大赢家美国也不能幸免 …… 缘员
跨越数字鸿沟，消解数字冲突 …… 缘圆
政策风向：重要的是具体如何落实 …… 缘猿
跨越信息鸿沟，从跨越理解的鸿沟开始 …… 缘源
深层信息化：发展、蜕变过程才刚刚开始 …… 缘缘
新四化：国家发展目标体系必须确立的核心内容 …… 缘远
数字周期：不回避以数字化为前导的第二次现代化 …… 缘苑
中国如何化数字鸿沟为数字机遇 …… 缘苑
亚太经合组织会议：聚焦数字鸿沟 …… 缘愿
国家：化数字鸿沟为数字机遇 …… 缘怨
企业：从数字鸿沟到数字红利 …… 远园

脉络——圆圆园园年中国网络经济发展脉络与变化趋势 …… 远源
震荡：网络经济“地震”烈度，中国将会大于美国 …… 远源

阵痛：全行业调整不可避免，但结局不至于耸人听闻 …… 迈缘
扩张：企业处境更加艰难，但网络经济不会大幅缩水 …… 迈缘
转折：[illegible]时代彻底宣告终结，网络经济正式上路…… 远远
归位：网络概念逐渐清晰，网络军团开始兵分三路 …… 远远
回归：[illegible]流派重操旧业，中间产业带未来价值无限 …… 迈苑
蜕变：走过分水岭，网络已开始真正质变成为经济 …… 迈苑
整合：资源、要素重新组合，缔结未来产业新结构 …… 迈愿
兼并：中性名词在今后的发展中继续发挥良性作用 …… 迈愿
结盟：利益共同体塑造产业共同体，网络成行成市 …… 迈怨
分化：战国纷争初见分晓，同类竞争将分出一二三 …… 迈怨
融合：互联网疆界拓宽的背后是产业、经济、政治
格局以信息为中心的重组 …… 苑园
错位：提高有效供给将是解决供不应求问题的关键 …… 苑园
规模：网络经济渐具规模经济特性，规模效应显现 …… 苑员
成本：主流经济网络化与应用服务边际化相互促动 …… 苑员
人流：小范围内将有人才回流，整体而言人才依然
严重短缺 …… 苑园
开放：入关有助于以压促变，但是 宰鞘豹效应不会
立即显现 …… 苑蒇
管理：法规批量出台，对网络的规范开始从管制向
管理归位 …… 苑蒇
周期：网络产业、网络经济的发展也有经济周期 …… 苑源
门户：不再是这个领域潮流的制造者和领导者 …… 苑源
分众：标志着互联网开始逐步分化，形成新的社会分工…… 苑缘
秩序：中国的前途在于融入国际社会，但首先要克服
来自全球化的危机和自我恐惧 …… 苑缘

需要全本请访问 www.ertongbook

传统：不败的传统企业只会是那些逐渐不再“传统”的企业 …… 第一元
权力：互联网所带来的最大改变，是改变了权力的分配…… 第一愿
鸿沟：世界各个地区里不同国家的互联网发展也不平衡 … 第一愿
安全：在短时间内不能完全靠信息产品的国产化来解决 … 第一怨
驱动：技术创新依旧是经济增长的核心引擎 …… 愿员
无线：移动的最大魅力在于互联商务得到无限放大 …… 愿员
宽带：互联网的大规模商业应用将会由此成为事实 …… 愿圆
带宽：宽带到来之前带宽不足依旧是主要发展瓶颈 …… 愿猿
转型：浪潮中的一股暗流是 陨蚤灶 向内容 垣商务移动 …… 愿猿
模式：不管采用哪一种模式，盈利都是商务的终极目标 … 愿源
变革：网络商业是一场世纪长跑 …… 愿缘

政策——政府推进信息化战略决策必须认知的基础因素…… 愿远
电子商务发展框架：国家的选择 …… 愿远
对内放开，对外部性开放：通信产业的公共特性 …… 怨缘
推进国民经济信息化的公共政策究竟在哪里？ …… 员园源
宏观决策、立法最重要的是必须为发展预留出空间 …… 员园源
一切按照规律办事：管理互联网首先应该认识互联网 … 员园园

媒体——网络传播与传统传媒力量消长的近距离观察 …… 员园远
中国新闻媒体网上发展 …… 员园远
商业网站涉足新闻发布 …… 员员员
网络传播领域存在的问题 …… 员员园
网络新闻传播管理 …… 员员源
网络媒体对中国传播格局的影响 …… 员员苑
新 陨蚤灶: 传统媒体的第二次网络总动员 …… 员员怨

千龙网：九家媒体联合并入？ …… 员猿远
新华网：媒体航母？ …… 员猿愿

转型——主流经济网络化进程中的传统产业结构调整 …… 员源缘
道路与时刻表 …… 员源苑
国际电子商务大会：折射“主流”春潮 …… 员缘园
圆园园园年主题：主流经济网络化 …… 员缘圆
潮头之一：家电产业借网转型 …… 员源源
中国进入行业电子商务年 …… 员源远
无线技术放大互联网市场 …… 员缘愿
网络经济不是虚拟经济 …… 员缘缘
传统互联网公司由虚转实 …… 员缘远
网络经济从来就不等于“圆园园员” …… 员缘苑
实例：空载货车上网找活 …… 员缘苑

结盟——产业的纵向分化与横向整合同时进行，资源借网
摇重组 …… 员缘圆
强强联合，优势互补 …… 员缘圆
打入地方，节省广告 …… 员缘猿
你有品牌，我有资源 …… 员缘缘
物流信息流，分而治之 …… 员缘缘
数字化产业联盟 …… 员缘远
中国企业上网服务联盟 …… 员缘愿
圆猿家网站组成“上海热线网站联盟” …… 员缘愿
京沪等地圆园家房地产网站联盟成立 …… 员缘怨
中国第三代移动通信知识产权联盟成立 …… 圆园园园
中国互联网商业应用策略联盟成立 …… 圆园园园

兼并——资本市场的快速发育使资源加速流动，产业良性
摇调整成为可能 …… [illegible]
新生代：借收购丰满羽翼 …… [illegible]
优势网站：借并购巩固垄断地位 …… [illegible]
拍卖网站：并购凸显市场整合 …… [illegible]
传统巨头：借收购高歌猛进网络业 …… [illegible]
被收购方：这也许是更好的选择 …… [illegible]
游戏的规则也在发生改变 …… [illegible]
被并购是风险投资退出的重要机制 …… [illegible]
不是你死我活，而是一起好好活 …… [illegible]
网络公司并购相关产业 …… [illegible]
借并购装上现实的车轮 …… [illegible]
中国会出现 [illegible]吗？ …… [illegible]
竞争关系仍然存在 …… [illegible]
收购之后：是整合、孵化还是拼凑？ …… [illegible]
整合：形成真正的规模效应 …… [illegible]
孵化：另一条可行之路 …… [illegible]
千万不要沦为拼凑 …… [illegible]
中国互联网业国际化的重要途径 …… [illegible]
造谣与辟谣：兼并之年多事之秋 …… [illegible]
网络界资本主导阶段将会在中国来临吗？ …… [illegible]

蜕变——商业 [illegible]企业生存状态与转型努力 …… [illegible]
[illegible] 从 [illegible]到商务 …… [illegible]
天极网：浓厚的 [illegible]资讯服务色彩 …… [illegible]
赛迪网：大举进军 [illegible] …… [illegible]
[illegible] 转向有前途的商业数据服务 …… [illegible]

硅谷动力：领跑行业电子商务 …… 圆愿
愿愿愿：要做电子商务“巨无霸”？ …… 圆怨
阿里巴巴：墙内开花墙外香？ …… 圆员
美商网：出口大使 …… 圆园
索易：潮流边缘的淘金客 …… 圆园
耘国：电子商务真的这么残酷？ …… 圆园
亚商在线：利润来自服务 …… 圆员
万象网：包罗万象，还是找到特色 …… 圆园
粤粤粤是证券之星的道路吗？ …… 圆园
没有了 渊渊渊的盛润 …… 圆园
圆圆圆：“数字农民”的成功之道 …… 圆园
员员员运：“没有模式”就是我的模式 …… 圆园
瀛海威：能否东山再起 …… 圆园
掌门网：将无线互联进行到底 …… 圆员
新润迅：后来居上者？ …… 圆苑
猿猿猿：换帅转型为上市？ …… 圆愿
中国万网：万网计划打造万家网站 …… 圆怨
中华网和它的三套车 …… 圆园
东方网景：陨陨不做独行侠 …… 圆园
世纪互联：向第二代 陨陨转型 …… 圆园
三九健康网：用“水泥”和“鼠标”铸造航空母舰 …… 圆园
金卫网：通向健康的医疗信息高速公路 …… 圆员
中卫网：把医院搬到网上 …… 圆苑
中国健康网：健康发展的电子商务网站 …… 圆愿
中运网：不要物流的电子商务 …… 圆怨
金干线：早起的鸟儿有虫吃 …… 圆园
启迪：寻找网络教育着陆点 …… 圆员

中基网：根深才能叶茂 …… 圆猿
员园员远程教育网：寻找助推火箭 …… 圆源
网大：网罗教育和文化 …… 圆缘
洪恩在线：要叫好也要赚钱 …… 圆苑
和讯：为网上交易的明天积蓄力量 …… 圆愿
东方亿融：证券咨询的大超市 …… 圆怨
赢时通：做得好也嫁得好 …… 圆员
海融：不可忽视的追赶者 …… 圆圆
易趣：无所谓 月或 悦 …… 圆猿
酷必得：围绕 猿悦做文章 …… 圆缘
华夏旅游网：传统体制走出新经济 …… 圆远
携程：要做旅游电子商务老大 …… 圆苑
中国旅游资讯网：背靠大树好乘凉 …… 圆愿
人民网：明日黄花还是英雄本色 …… 猿园
新华网：网上国家队 …… 猿员
中青在线：数字青年的先锋 …… 猿猿
北京青年报：为传统媒体注入新的经济元素 …… 猿源
中国日报：一只世界看中国的眼 …… 猿远
千龙网——一只小小“九头鸟” …… 猿苑
东方网：网络大上海 …… 猿怨
新浪：领跑者的代价 …… 猿园
搜狐：由虚转实的门户 …… 猿圆
上海热线：国企门户 …… 猿猿
中公网：成长轨迹挥洒自如 …… 猿缘
圆员世纪：转型在线服务提供商 …… 猿远
员远虚拟社区 还是那个 员远吗？ …… 猿愿
网易：网聚人的力量 …… 猿怨

栽[illegible]：真正操盘的还是资本 …… 猿圆员
云[illegible]：卒子能不能渡过河？ …… 猿圆猿
多来米：做了上家找下家 …… 猿圆源
招聘：人力资源的鼠标 垣水泥 …… 猿圆远
藻龙：变换了身份还 [illegible]吗？ …… 猿圆苑
缘[illegible]月：真正的对手在国外 …… 猿圆愿
中华英才：不在乎当第一 …… 猿猿园
悦[illegible]：人“狐”共舞 …… 猿猿员
亿唐：理当痛定思痛 …… 猿猿圆
亿家家：栽[illegible]的新家 …… 猿猿猿
“找到啦！”：找到自己的未来没有 …… 猿猿猿
中文热讯：团结起来力量大吗？ …… 猿猿源
炎黄在线：连锁经营的胜利 …… 猿猿缘
赛龙：将生活垂直到底 …… 猿猿远
搜房：不与传统房地产商为敌 …… 猿猿苑
中国资讯行：做网上商业信息资讯中心 …… 猿猿愿
旌旗：高举电子商务的大旗 …… 猿怨园
当当：拓展新空间 …… 猿园园
卓越：适销对路的电子商务 …… 猿园园
博库：收费的精神食粮 …… 猿园员
中国寻书网：走健康之路 …… 猿园圆

无线——拓展无线互联市场疆域的十二个现实触点 …… 猿园源
触点一：亚洲有能力成为领导？ …… 猿园缘
触点二：接入设备市场，第一个战场？ …… 猿园苑
触点三：投资银行和市场分析机构的判断 …… 猿园愿
触点四：软件行业的新机会？ …… 猿猿园

需要全本请访问 www.ertongbook

触点五：特征、趋势、应用与障碍 …… 猿源圆
触点六：不同的声音也存在 …… 猿源缘
触点七：起因与归宿：人本主义 …… 猿缘苑
触点八：宰粤孕，做秀心态与务实之道 …… 猿缘愿
触点九：历史的必然，移动邂逅互联 …… 猿远猿
触点十：中国的历史性机遇 …… 猿远远
触点十一：宰粤孕与无线互联网的八种发展趋势 …… 猿苑愿
触点十二：猿郧选择，技术应该大于制度 …… 猿愿圆

金融——信息网络技术对金融服务业领域的冲击与对策…… 猿愿缘
网络金融正在成为席卷所有金融服务的大潮 …… 猿愿缘
网络经济时代的金融游戏新规则 …… 猿愿远
网络经济的发展对金融机构存在的合理性提出了挑战 … 猿愿愿
网络大潮冲击下的银行战略：困境与选择 …… 猿怨圆
两极发展，协作共存，推进“ 大金融 ”：网络金融时代
金融机构的发展趋势展望 …… 猿怨圆

吴摇征摇博士

告别荒漠：新媒体与精神生态的重建*

（代摇序）

摇摇清朝康熙年间，在今天的河北境内，曾经有一个名叫木兰围场的原始森林，康熙帝将之划作皇家猎苑后，每年秋天携文武百官来此行猎。当时的木兰围场森林茂密，河水清澈，野生动物成群，四周驻有八旗官兵。但在清朝后期，由于国库空虚，八旗官兵的俸禄没了着落，官兵们便开始了开垦。再后来，清政府又开始出卖山林，以供采伐；到最后，整个围场的土地均被拍卖出去供耕种。今天北京地区的飞沙走尘，均与过去数个世纪内发生在北京附近的类似的故事有关。

同样的生态悲剧在中外历史上屡屡发生。发生在英国中古时期的“公地的悲剧”就是著名的例子。

“公地”（[illegible]）制度是英国当时的一种土地制度——封建主在自己的领地中划出一片尚未耕种的土地作为牧场，无偿提供给当地的牧民。然而，差不多所有的牧场最终都废弃了。原因说起来并不复杂：由于是无偿放牧，每一个牧民都想尽可能增加自己的牛羊数量；然而牧场的承载量是一定的，随着牛羊数量无节制地增加，牧场最终因过度超载而成了不毛之地。

---

* 本文系根据作者的数次演讲整理而成。

摇摇晃晃年，美国生物学教授哈定（[illegible]）在《科学》杂志上发表了一篇题为《公地的悲剧》（[illegible]）的文章，他指出，人类过度使用空气、水、海洋水产等看似免费的资源，必将付出无形而巨大的代价。自哈定的文章发表以来，“公地的悲剧”已成为在环境科学、经济学、社会学、政治学等领域广泛谈论的话题。

迄今为止，以电视为代表的传统媒体仍然是构成人类整体的人文环境的重要组成部分。然而，互联网技术的广泛应用和迅速普及正在引发全球性的媒体革命，人类的人文生态环境也正在发生革命性的变化。在思考新旧媒体的特点及其相互关系时，我们同样想到了“公地的悲剧”。

早在 [illegible]年代初期，当互联网在美国刚开始向公众开放时，就有人担心互联网作为一种自由准入、高度开放的公共资源，同样可能发生“公地的悲剧”。比如，网络带宽是一定的，但网站数量、上网人数每年呈几何级数增加，网上势必会越来越拥堵，而且网络最终可能因极度超载而彻底瘫痪。

如今，尽管网民的数量已大大增加，尽管技术专家预言的“无限带宽”并未实现，而且网络的速度之慢仍然令人扼腕，但网络仍然在运转。越来越多的专家倾向于认为，技术的发展，最终会克服带宽瓶颈。

互联网可能出现的“荒漠化”或“公地的悲剧”的，恐怕不是技术条件，而是内容资源，以及与内容相关的注意力资源。这才是问题的关键。

互联网作为一种崭新的媒体，它的最重要的特点之一就是它提供了海量信息。单就数量而言，信息的供给远大于需求。不过，我们常常能听到这样的抱怨：真正有价值的信息并不多，所

以就质量而言，我们就难说信息是供大于求的。

有人会反驳说,网上有质量的信息多得是,你说有价值的信息不多,是因为你不会找或者没有花时间去找。从理论上讲,这是对的。但正如凯恩斯说的,从长远看,人都是要死的。“ 人固有一死 ” 这条看似只属于哲学的问题同时也是经济学的前提。我们都熟悉马克思的 “ 一切节省归根到底都是时间的节省 ” 命题，我们也可以说，一切资源的稀缺都是时间的稀缺。说网上缺乏有价值的信息，实际上是指我们难于在有限的时间内找到对我们有用的信息。

高海伯（[illegible]）首创 “ 注意力经济 ” 的概念，其实是发挥了时间是最终的稀缺资源的思想。他指出，在信息时代，信息不再是稀缺资源，而是人的注意力。借助于日新月异的技术手段，所有的东西的生产都可以不断翻番，但惟有人的注意力是不可以生产的，更谈不上提高其 “ 生产率 ”。人的注意力是一种不可再生和复制的准天然资源。注意此，就不能注意彼。所谓注意力经济，就是在信息量巨增的环境下，围绕争夺注意力这种稀缺资源而进行的经济。

“ 注意力经济 ” 的概念被介绍到中国来以后，被迅速地庸俗化了。不少人把注意力经济狭隘地、功利化地理解为以金钱换名声或以名声换金钱的 “ 炒作经济 ”、“ 做秀经济 ”。于是，一段时间以来，中国的网络经济常常围绕网站的 “ 面子 ”、“ 名号 ” 做文章，而不是围绕网站的内容建设做文章。许多网站所 “ 烧 ” 的钱，都是为缺乏实质性内容的名声而 “ 烧 ” 的。强调网络媒体要注重内容建设，并非重复酒好不怕巷子深的老套，一概排斥推广和宣传。我们在以宣传和推广争夺注意力时，不要忘了我们的本职工作是为网络用户最有效地利用自己的注意力，让他们在尽可能短的时间内获取他们所要获得的信息。

漫无边际地搜索和浏览，长时间地接触重复的、平面化的信息，都是对注意力的巨大浪费。这使我们想到了信息与知识的区别。简单地说，知识是人经过精心研究（[illegible]）和领会（[illegible]）后的信息，即被深度注意、处理后的信息。一个内容提供商所担当的，应该是知识导航和知识集成的角色。它所提供的内容，说到底是深加工后的而不是粗放的信息。这种内容上的深加工，恰好像把水库里的水变成自来水，又如何把自来水变成纯净水，甚至利用自来水做成橙汁之类的饮料。

有人把中国的 [illegible] 戏称为 [illegible]，并非完全是无的放矢。满足于 [illegible] 的内容提供商是没有竞争力的。[illegible] 的吸引力何在？在于你提供的内容中注意力的含量。注意力含量决定了信息的质量——它是知识还是简单的信息。满足于复制和粘贴的 [illegible] 是极容易被复制、被替代的。这样的 [illegible] 越多，它们彼此之间的竞争就越激烈，但正如有人已经指出的，这种竞争只是一种“低水平过度竞争”，竞争再激烈，也掩盖不了这样一个事实：“多个”实际上是“一个”。

真正的竞争不应该以打倒对手为出发点，而应该首先从如何“打倒自己”开始。“打倒自己”，就是努力使自己尽快扬弃既存的模式，探索出与众不同更与自己以前不同的模式，不是在一条众所周知的套路上追赶或围堵对手，而是在“独辟蹊径”、“异军突起”上做文章。换句话说，不是对既有的蛋糕趋之若鹜，一心想去切蛋糕，而是去做新的蛋糕。

具体到媒体领域，从“切蛋糕”转向“做蛋糕”，就是把目光从大众转向分众。

自从托夫勒首次使用“分众”这个词以来，“分众”在欧美传播

学界一再被谈论。但这个话题历久弥新，不是因为它是一种理论时尚，而是西方媒体产业的现实已越来越呈现出“分众”的趋势。

互联网上的分众化趋势是再明显不过了，但分众化并不限于互联网。即使是在传统媒体产业中，这种趋势也日益明显。以美国为例，作为专业频道的“历史频道”（与[illegible]的利润率却高于典型的大众资源频道[illegible]这的确有些出人意料。广告收入是与电视台占有眼球的数量成正比的。和以播发最新的时事新闻著称的[illegible]相比，作为专业频道的历史频道所拥有眼球就该少得多。可事实并非如此。这是为什么呢？

要回答这个问题，就必须分析一下“黄金时间”的概念。所谓黄金时间，就是电视台在获取最高收视率的时间。对于报纸、杂志等平面媒体来说，不存在“黄金时间”。广播电视内容的呈现方式是时间性的，这种方式具有流逝性和不可逆性。当你错过某个节目，你就很难再看到或听到它。相反，报纸、杂志的内容呈现的方式是空间性的，它没有黄金时间，而只有“黄金空间”（比如报纸的头版，杂志的封面）。

“黄金时间”的出现，是由电视这种大众媒体两面性——既迎合又强制——决定的。一方面，它是与多数人的作息时间、生活习惯、文化教育素养相适应的，它为人们接收信息提供了方便；另一方面，它对少数人又具有强制性。即使你在生活习惯、教育水准、文化趣味上与“多数人”（即“大众”）不符，你也得将就电视的时间安排和内容布局。

信息发送者完全掌握信息传播的主动权，受众生活习惯和文化素养的整齐划一，是“黄金时间”得以成立的两个要素。两个要素中如果有一个发生变化，“黄金时间”的内涵和外延就会发生变化，如果两个要素都发生变化，那么“黄金时间”的概

需要全本请访问 www.ertongbook