

## 浅议媒介“三跨”悖论

2004-11-25

作者：潘力剑

关键词：三跨 跨媒体 | 阅读：193次 |

现在国内“跨媒体、跨区域和跨行业”提法甚嚣尘上。这里的跨媒体、跨区域都比较好理解，其中概念不清的是“跨行业”。如果“跨行业”指的是大家一般意义上理解的“跨出新闻文化产业之外”，笔者认为，这“三跨”不能同时并存，“三跨”是一个悖论。原因如下：

一、跨区域、跨媒体取决于国家政策。目前跨区域、跨媒体在政策上还不能顺利实现，此时“跨行业”并不是媒体集团理性选择的结果

目前国内的媒体市场基本是分割的，中国统一的传媒市场还没有形成。跨区域也只有南方日报报业集团和光明日报报业集团合办《京报》等极少数案例。

跨媒体现在也谈得很多，李嘉诚先生的Tom公司一直被认为是一个跨媒体的典型。但是Tom的跨媒体实际上也只是在政府管制相对较松的边缘领域，如户外广告、如杂志（《三联生活周刊》）、电子科技类的报纸（《电脑报》）以及网站（www.tom.com），它还没有也无法进入中国传媒业的核心领域；国内也只有上海文广新闻传媒集团创办《第一财经》这样极少的案例。可以说，国内的跨区域、跨媒体还处于一个非常初级的阶段。在政策不明朗的情况下，对于传媒集团来说，这两跨很难有大的突破。

而由于这两跨不能实现，传媒集团将受到双重局限：一则市场区域受到限制，二则媒体品种也受到限制。

由于一些效益较好的传媒集团具有一定的资金沉淀，而传媒集团的国有事业法人性质又使它不受真正的投资硬约束。因此，投资冲动将促使国内传媒集团将资金投入到自己不熟悉的其他行业。

可以说，这是过去和现在国内很多传媒集团进行跨行业投资的根本原因。实际上，“跨行业”并不是传媒集团理性选择的结果。

二、如果跨区域、跨媒体可以实现，则传媒市场扩大后，国内传媒集团应该走专业化道路，此时则不能跨行业

如果跨区域、跨媒体可以实现，则国内传媒市场将大大扩大。而市场扩大后走专业化道路不仅是《国富论》的一个著名论断，也是国内外产业发展的经验。就是国外发达国家的传媒产业发展经验也可以证明，大的传媒集团如新闻集团、维亚康姆等几乎都只在新闻文化产业内部进行全球化的投资运作，极少跨出新闻文化产业本身。

同样，如果国内媒体市场的扩大，也必将促使国内传媒集团走专业化的道路。即在一个更大的、统一的、处于上升期的传媒市场，传媒集团要将主要资源投入到自己更熟悉的传统媒体、新媒体以及可以依托自身宣传优势的文化产业以及与传媒业关联性较强的其他行业。而这些领域本身就on需要极大的资源投入，任何一个传媒集团的资源又都是有限而不是无限的。如果要在新闻文化产业这个大主业加大投入，受制于其内部资源，传媒集团就不可能再有更多的资源去“跨行业”。

可以说，“跨媒体、跨区域和跨行业”只能存在其中的“一跨”或“两跨”，“三跨”同时并存不仅从逻辑上经不住推敲，而且也不符合国内外传媒业的产业发展经验。

三、“三跨”结论的错误在于其假定“传媒集团的资源不受约束”是错误的

“三跨”提法的根本问题在于其假设前提是错误的，因为从结论往前推至假设，它实际上暗含了一个基本假定：“传媒集团的资源不受约束”，因此传媒集团可以想怎么跨就怎么跨。但实际上，不管是多大的集团，都有其自身的资源约束，因此也必然有其自身的边界。每家企业都拥有其独特的有形资源和无形资源，这些资源决定的不是企业想做什么，而是它能做什么。有形资源如现金、房地产、机器设备和原材料等等；无形资源是以知识或技能形态表现的战略资源，包括品牌、技术专长、人力资本、公司文化和组织能力等等。传媒企业受制于其资源约束，不可能想怎么跨就怎么跨。

四、“三跨”实际上同时包括了两种对立的发展战略，因此不可能成立

如果再来深究一下，就可以发现“三跨”其实是在讨论媒介企业的发展战略问题。“跨区域”指的是跨地区办报、办刊等，此时传媒企业仍然是专注于传媒业本身，并没有脱离传媒业；“跨媒体”实际上指的是传媒企业扩展其媒体产品线，增加媒体品种，从而最大限度共享信息。因此，“跨区域、跨媒体”是个专业化的发展战略；而从传媒业进入其他行业则毫无疑问是个多元化的发展战略。

但是，我们都知道，专业化和多元化是两种完全对立的企业发展战略。要专业化，就不能多元化；要多元化，就不能专业化。这是毫无疑问的。

如果我们不被“三跨”的字面所迷惑，而深究了其各自代表的战略本质，就会发现这甚至是个自相矛盾的提法。如果笔

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH»

上一篇 PREVIOUS

MORE»

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE»

多极的世界与多元的文化

作者：侯洪 张春华 | 2004-11-25

内容提要 国际新闻传播与国际关系政治有着密切的联系。在正在举行的“中法文化年”活动中，国内外各类媒体对之进行了跟踪式、多层次、多视角、全方位的报道，这种长时间、高密度、立体化的传播在国内外产生了良好的……

动态 NEWS

MORE»

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

者把“媒介要跨区域、跨媒体、跨行业”改成“媒介要专业化，又要多元化”，我们就可以很容易发现，这种提法甚至是荒谬的——两种互斥的发展战略怎么能同时并存？

如果深究了“三跨”问题的本质，我们不仅可以从逻辑上，也可以从理论上，还可以从实践上得出：“三跨”不可能同时并存，“三跨”明显是个悖论。

作者简介：

复旦经济系硕士毕业，现在文汇新民联合报业集团从事媒体投资发展工作。

地址：上海威海路755号文新报业大厦3511室 邮编：200041

电子邮件：cnbusiness@163.com

（责任编辑：）

收藏本文

！ 打印本页 ！ 关闭窗口 ！

读者留言

用户名： \* 密码：（游客）请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱： \* 游客发言需提交邮箱

效验码： \* 请输入：6243

**发表评论** 评论内容：不能超过250字，需审核后才会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。

▲ 返回首页

传媒资讯网 | 传媒学术网 | 传媒考研网 | 传媒博客 | 传媒社区 | 传媒书店

| 关于我们 | 会员注册 | 交换链接 | 联系我们 | 法律声明 | 广告服务 |



© 2001-2009中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved