



二00二年中国传媒走势分析

时间：2002-7-25 21:53:04 来源：中国新闻研究中心 作者：郭乐天 阅读527次

2001年岁末。经过15年的艰难谈判，中国正式加入世界贸易组织。在这15年的中，媒体开放一直没成为龙永图的谈判筹码，因此有人戏称：“WTO”与传媒“无关”。但开放必然带来挑战和冲击。开放的中国对传媒带来的最大影响是对现行的传媒运作和经营模式的挑战，其次是人力资源的冲击。最重要也是潜在的冲击是世界贸易组织的游戏规则——公平、公正，反对歧视等对人的观念的改变。

近些年来，随着技术革命的突飞猛进。传媒的革命也已经使得报刊、广播电视以及互联网四大媒体发生了历史性的变革，特别是传输手段的改变，使报刊、广播电视从过去的铅字、（报刊）模拟（广播电视）到现在和网络一样实现了数字化。因此，分析预测2002年的中国传媒走势，必须考虑到以下两点：一是WTO对中国传媒的影响；二是数字化概念下的中国传媒的发展方向。

那么，到底二00二年的中国传媒会有哪些发展趋势？

概括起来说，新闻的监管机制将得以加强；舆论监督力度加大为开放媒体的报道内容提供了方便；纸质媒体在竞争趋向处于劣势；广播电视集团化的变革将是一道亮丽的风景线；网络新闻媒体在积极政府的扶持和自身的不断发展中有所发展；资本将正式进入媒体，形成国际资本国内资本多元化的媒体的资本运作市场；跨行业大概念下的新闻集团开始运行。

一、坚持正确的舆论导向和强化舆论监督机制将交相辉映，公民的知情权日益受到重视和保护 对老百姓来说，舆论监督及各媒体对各种老百姓关心的事件的及时报道从来没有象2001年这样丰富多彩。就9月26日到10月22日，前后不到一个月的时间，中国的普通民众经由新华社和中央电视台，知晓了《26天报销4个省部级干部》（中新社）。另外，中国的百姓也是在大众媒体上获知诸如“厦门远华走私案”；“广西南丹矿山重大透水事故”；“3·16石家庄特大爆炸案”等重大突发性事件和重大责任、灾难性报道的。特别值得一提的是这些重大的突发性和灾难性事故的报道均是在第一时间让老百姓获知，这在以前是从来没有过的。而类似媒体对对南京冠生园新月饼用陈馅的报道，则从上到下等到赞许。从过去的一年里，媒体报道内容的开放及新闻舆论对社会广泛进行监督并获得高层认可的现象来分析。叫了多年的给百姓更多知情权将会在新的一年里更加得以重视。

从另一个方面来看，2001年全国各新闻媒体因违规（导向出错）而被中宣部和新闻出版署及广电总局公开处罚的数字也是越来越高。广播电视方面，也开始对允许入境的国（境）外电视节目进行严格的内容审核。日前广电总局规定：从2002年1月1日起，20多家已被批准在中国大陆落地的境外卫星频道必须把信号放在官方规定的鑫诺卫星上，通过对这个中央平台的

- 中国要培育大型传媒企业
 - 四川休闲产业论纲
- 奥运为中国媒体带来什么
 - 奥运媒体的发展分析
 - 报业演进的三驾马车
- 四川文化产业发展现状...
 - 香港报业大蚀底
- 广东报业发展人文审思
- 市场影响下的重庆传媒
- 文化消费市场开发研究
- 都市报如何迈向产业化
- 科学把握中国媒介走势
- 传媒调查：地方媒体兴危
 - 2005 报业拐点？
- 广告“冷冬”逼迫报业变革
 - 地方媒体兴危
- 传媒精英众论财经媒体
- 产业变局与省级电视的...
- 传媒产业进入融资市场...
- 2004传媒创新年度报告
- 报业集团如何提高资源...
- 对当代中国传媒产业困...

信号再度加密，达到对这些境外电视频道节目的监控和管理。

二、媒体之间的竞争趋向激烈 报业集团的发展举步维艰 在所有媒体的竞争过程中一个很值得关注的问题是纸质媒体的发展力度将越来越削弱。一方面，报刊与电视与网络媒体在争取读者方面已表现不出强势，有关研究机构对受众在获取新闻信息来源做了调查，受众获得新闻的最快的途径是网络，最直观的是电视，最详细的是刊物而一直以来占主导地位的报纸对受众的影响却越来越小。另一方面是，这几年来，报业集团在发展和运作中尚未有找到十分有效的经营模式。依然是依靠比较单一的广告。根据慧聪媒体监测公司提供的媒体广告收入监测报告显示，2001年上半年，全国广播电视的广告收入出现负增长；报刊媒体广告收入增长速度由上年同期的33%大幅下降为9%；网络媒体广告虽然收入总量较小，但继续保持了升势。媒体广告收入比上一年有大幅度的下降的原因，主要有国家政策调整带来的变化（2000年底国家税务局出台了《企业所得税税前扣除办法》和国家药监局发布处方药不得在媒体上做广告）。一个值得注意的现象是，尽管全国广播电视在2001年的上半年广告收入呈负增长，但广播电视的总收入并没有出现负数，而报刊方面随着广告收入的下降则受到了很大的冲击。原因是，广播电视拼命在做增殖的文章，即通过制作节目，播节目，再卖节目来提高收入。而报纸除了在降低成本方面做些努力外似乎难以找到新的经济增长点。进入2001年的9月从中央到地方的新闻出版管理部门给各级机关报下了一个通知，要求2002年的机关报的发行数量在原由的基础上下降一定的百分比。这个通知和过去的要求增加成了很大的反差。是不是可以看做报刊在发行方面造成的浪费现象较为严重。行政管理部门通过对发行量的调控要求纸质媒体的老总们转变过去的依靠发行量获得广告市场的观念。

三、广播电视改革将成新宠： 2001年的秋天，美国在线时代华纳被允许进入珠江三角洲；VIACOM的儿童频道节目被允许变成“尼克知识乐园”通过唐龙国际的代理在全国200家电视台落地；香港的凤凰卫视允许进入广东的有线电视网。这是一种先兆：广播电视受WTO的影响和冲击将是最大的。与开放相对应的是，美国在线时代华纳被允许进入是与中央电视台英语节目输出美国成对等的置换。凤凰卫视入主广东则是CCTV中国国际电视总公司与香港凤凰卫视携手，共同组建合资公司以开拓全球华语电视市场。而在这一期间，中央电视台频频与境外媒体展开从股权到项目层次的紧密合作。2001年底中国广播影视集团正式成立也说明这样一个道理，机遇和挑战并存。2001年8月中央批转了由中宣部、国家新闻出版署、广电总局起草的《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》。这个意见对广播影视业的改革给予了以下的政策：广电集团要以广播电台、电视台、电影制片厂、互联网站和传输网络公司为主体，广播、电影、电视三位一体，有线无线两台合并。广电集团可以兼赢报刊、图书、音像电子出版和电影生产。从以上这些规定来看，2002年媒体改革广播电视将成为新宠。

四、网络新闻媒体将在政府加大对对其的支持上有所发展 于11月下旬刚刚结束的全国新闻网站经验交流会获取的信息，中央要求各地对网络媒体加强关心和扶持。按照丁关根的话来说：各级党委宣传部门要进一步加强对新闻网站工作的领导，像重视传统媒体一样重视新闻网站，纳入议事日程，摆到重要位置，提出要求，加强指导，帮助解决工作中存在的实际问题。这对目前尚处于困境的网络媒体来讲无疑是个利好的消息。“尽管到目前为止世界上没有一个人知道如何通过网络媒体赚钱”（美国新闻传播学教授Dan Gillmor语）但一项调查表明特别是上网的人数每年在大幅度地上升。互联网已经在越来越多地改变人们的生活习惯。美国一项调查显示，在美国上网的人主要是已婚人群，且妇女比男人多。互联网从1999年的狂热到2000年的跌落和2001年的冷思考，相信其成熟期在不断地上升。目前制约网络媒体发展的一个重要因素是互联网游戏规则的不公正，即网络内容供应商（ICP）提供给网友的新闻资源是免费的，而其上传资源是要付费的；而网民所获得新闻资源是要付费的（上网费），ICP和网民的费用又是支付给网络运营商（ISP）即中国电信成了互联网媒体的最大获利者。如果说WTO对媒体的影响来看，网络恰恰应该是收益者。按照已公布的中国开放行业时间表，电信将在三年内

逐步开放，允许外商从事ISP。也就是说ISP将会出现竞争市场，这对ICP来讲无疑是个好的消息。另外，《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》中，明确规定了“允许新闻网站在新闻出版系统融资，必要时可吸收国有大企业参股”。进一步拓展了融资的渠道。同时，中央要求各地在人才方面以从传统媒体中选拔优秀人才到新闻网站任职。这些规定和做法无疑使政府的新闻网络媒体在新的一年里会有一个提升时期。还有一个值得注意的是，经过一年多的摸索各地的政府的新闻网站已在积极寻找创新机制和赢利模式。信息的有偿使用（新闻有偿出让、手机短信息定制、宽带内容供应）；注册用户收费；以及不断拓展网络广告。因此2002年网络媒体在政府的扶持和依靠自身的创新将会得到稳步发展。

五、资本将正式进入媒体，形成国际资本国内资本多元化的媒体的资本运作市场。 中国媒体的资本运营可以上溯到1999年。掌握着湖南电视媒体的电广传媒于1999年的3月在深圳成功上市（电广传媒000917），接着是2000年3月《成都商报》借壳四川电器（600880）改称“博瑞传播”，后是信息产业部的赛迪集团借壳“ST港澳”（00504）上市，股票随即改为“赛迪传媒”。时之今日，沪深股市从事传媒业务的上市公司除了上面提到的外还有“东方明珠”、“中视股份”、“聚龙网络”、“歌华有线”、“信联股份”等。很早的时候就有消息传出，上海的文新报业集团正在谋求上市。有消息说海通证券已在给文新报业集团做上市前的辅导。由于报业急需逐步向产业化方向发展，又因为其性质的特殊性，关于上市的问题一直是高层边看边议的内容。但有一点各方都比较认可的是，就是现在的报业集团已不仅仅是做新闻了，假如把那些和报刊本身关联度不大的产业拿出来上市或许能得以获得通过。据了解现在从北到南那些早期成立的报业集团都在寻找这条捷径的。

而在国内正想方设法在资本上做文章的时候，境外的传媒结构和资本早已各种方式进入中国。最早的应算是年初，AOL时代华纳斥资一亿美金入主香港华娱卫视。或许我们可以把AOL时代华纳的这一举措看成是当年的“博瑞传媒”带有一种“借壳”的味道。因为华娱卫视已经进入广东的地方有线电视网。还有TOM·COM和广州日报报业旗下的广告公司的合资经营也是一个案列。有人断言，随着中国传媒产业化特征的凸现，传媒可能是中国最后一个暴利行业。因此，在新的一年里以各种灵活多样的方式进入国内传媒市场的国际传媒资本将和国内传媒走资本运营相交融，成为多元的状况。

六、跨行业大概念下的新闻集团开始运行。 为迎接WTO的挑战中国传媒的应对措施只有一个，那就是做强做大。随着技术的革命带来的传媒变革和国家在强化传媒提升和国际传媒竞争实力的导向的作用，或许在新的一年里将会有有一个大的囊括所有媒体的大的新闻集团的出现。因为数字的革命已经使这种运作方式成为可能。这种运作方式将是：报纸、期刊、广播电视和网络将在一个平台上运行，以实现资源的全方位的共享。

文章管理: [beyondsun](#) (共计 978 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: [中国传媒](#)

- [谁演绎了2004年中国传媒闹剧？ \(2005-1-18\)](#)
- [吕岩梅简历 \(2004-1-20\)](#)
- [中国传媒大学广播电视研究中心 \(2004-9-16\)](#)
- [试论中国传媒市场化历程 \(2004-3-22\)](#)
- [影响未来：中国传媒30人 \(2005-5-9\)](#)

[>>更多](#)

二00二年中国传媒走势分析 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交 重写

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.