



入世一年的中国传媒市场新格局

时间：2003-3-4 18:01:49 来源：中国新闻研究中心 作者：童兵 阅读3593次

中国加入世界贸易组织时届一年，总数逾万的中国传媒面临的市场格局发生了和继续发生着重大的变动。中资传媒整合紧锣密鼓，外资传媒进入得陇望蜀，建章改制呼声与日俱增，新闻竞争浪潮风起云涌。中国传媒正经历着一场深刻变化。

一、内变外进的媒介市场新格局

一年来，整合事件接连不断，集约强度不断提升，传媒规模迅速扩张。在首都北京，继1998年新办《北京晨报》，取得当年投入当年收回的良好效益之后，2001年年底，又利用停办一张亏损报纸改办《北京现代商报》，停办一家杂志改为《文明》杂志，还创办了英文报纸《今日北京》和《中关村》杂志。这样，在已有《北京青年报》《北京晨报》《北京晚报》《十月》《父母必读》《中国大学生》《职业女性》等规模品牌的基础上，加上新办报刊的成功运作，北京报刊市场呈现出欣欣向荣的发展态势。广州一地即有《广州日报》《羊城晚报》和《南方日报》三大报业集团，一年来都在不断培育自己的生长点。《南方日报》有《南方周末》《南方都市报》等大型子报，子报们又继续繁衍出一代子报，《南方周末》衍生出《21世纪经济报道》，《南方都市报》衍生出《南方体育》，《21世纪经济报道》再次衍生出《21世纪环球报道》，实现了南方日报集团“四代同堂”。

一年来，跨地区经营不仅成为事实，而且渐成风潮。入世前夕，中央新闻主管部门颁发了深化新闻出版广播影视业改革的若干意见，入世后主管部门又提出了实施细则，鼓励经过批准的新闻集团实行多媒体兼营和跨地区经营，对于反对地方封锁，促进市场开放发挥了积极作用。

外资媒体的不断进入，是中国入世一年中最具挑战性的传媒竞争新态势。广电传媒进入先声夺人。经广电主管部门批准，目前在三星级以上酒店和特殊社区落地的境外电视频道已达34个，以凤凰卫视、阳光卫视、华娱卫视、星空卫视最为抢眼。据报道，外国电视节目已占据中国内地三分之一的电视播出时间。一些外资传媒还明确表示，希望不久的将来能被允许在北京、上海、广州等大城市落地。

继广电传媒，外资平面媒体与网络媒体也争先恐后纷纷进入。位居世界第四大媒体的德国贝塔斯曼集团已同中国最大的文学网站榕树下签约，吸纳榕树下的每天6000篇稿件和160万网友。在前几年同中国科技图书公司合资成立上海贝塔斯曼文化实业公司后，前不久，贝塔斯曼又同上海包装集团和印刷集团结盟，合资成立国内最大的图书印刷公司。香港长江实业旗下的TOM.COM与上海美亚投资公司及五洲传播出版社合资成立五洲宽频电视传播公司，建立9个频道的影视数据库。

入世一年来，中国的传媒市场呈现出内变外进的鲜明格局。以媒介集团为龙头的中国传媒选择

- 传媒业“加锁”外资缓行
- 外资走进新时代
- 入世初中国大陆报业的...

内涵增长与外向联合的双向发展方针，集约组合使规模化程度提升，占据市场的份额扩大。目前国内共经批准成立了68个传媒集团，其中包括38个报业集团，13个广电集团，9个出版集团，5个发行集团和3个电影集团。这些集团占据了传播资源的大头。2001年，内地报业广告营业额超过1亿元的报社（集团）已经达到50家以上，占内地报业广告营业额的80%。

同有实力的外资媒体相比，中国的一些大媒体还是相当弱小的。美国一张《纽约时报》2000年的广告收入为60亿美元，相当于我们一万多家报刊广告总收入的4倍。在时代华纳、迪斯尼、贝塔斯曼、维亚康姆、新闻集团、索尼、TCL、环球、日本广播公司等九大传媒巨头的管控下，全球50家传媒娱乐公司占据了当今世界95%的传媒产业市场。这些跨国公司差不多都有产业在中国市场落地，而且都在谋求在中国有更大的发展。

二、媒介市场重组的政策支撑

中国传媒市场内变外进的新格局，是入世一年来中国媒介生态变化、传播政策调整促成与支撑的。

中国政府加入世贸组织的议定书庄严承认并无条件执行该组织的基本原则：低关税和减除贸易壁垒、最惠国待遇、国民待遇、跨境服务和消费、人力资源自由流动、保护知识产权、信息透明。这些原则推动着中国的新闻传媒业的开放，开始规范中国传媒的运作。低关税降低了海外媒介进入的门槛，最惠国待遇给了所有成员国准入中国市场的机会，国民待遇和跨境服务保障中国公民有权接触入境的海外传媒，人员自由流动使国内传媒人士有可能加入进入中国的外资媒体就业，对知识产权的尊重要求中国传媒业有偿利用他人的知识产品，并加大打击海盗行为的力度，信息透明原则对中国新闻报道的公开性提出了更高的要求。

除经济牵动外，政府角色的反思和转换也改变着媒介生态。十分明显，进入WTO后政府首当其冲。长期的计划经济体制和东亚经济管理模式，政府主导经济代替市场配置资源等传统领导经济工作的做法，受到猛烈冲击。政企不分、局社不分等错位、越位、缺位等政府行为有了一定的改善。

入世前后有关部门对新闻监管的法律法规的修订，在一定程度上推动和规范着传媒新格局的形成。首先应该指出，入世前不久颁布的关于深化新闻改革的文件，是对新闻改革20多年的总结，也是为适应入世而提出的政策规范。这一年中，以新修订的《中华人民共和国著作权法》《出版管理条例》《音像制品管理条例》《印刷业管理条例》和《计算机软件保护条例》为核心的“一法四条例”，构成了目前我国新闻出版和版权管理的基本法律框架。正是这些法律和法规保障了入世一年来外资传媒进入后，传播与营销活动的顺畅和社会安全。

新的媒介生态的出现，除了中国有利的经济、政治和法制等客观条件外，同外资传媒看好中国市场前景，不遗余力、主动进入不无关系。全球最大会计师事务所之一，知名的管理顾问机构普华永道预测，全球娱乐与传媒产业未来5年内每年将以7.2%的速度增长，而中国未来5年信息传媒产业的成长速度约是世界增长率的3倍。据荷兰VNU集团旗下的AC尼尔森公司调查，中国内地2001年媒体广告总量达112亿美元，在亚太地区列第一，是澳大利亚广告总量的3.7倍，年增长率为15.8%。广大的中国市场对外资传媒具有极大的吸引力。新闻集团总裁兼首席运营官彼得·彻南讲得十分透彻：“我们已经获得了一个机会，现在应该埋头苦干把它做好。”

适应入世的媒介生态的形成，同国内传媒业人士和学者积极谋划，科学论证，奋力开拓有着直接关系。他们指出，一个经济上文化上的强国，其传媒产业也应该是强盛和壮大的；经济大国和文化大国同时也应该是传媒大国。外资传媒进入之后，我们可以从竞争对手那里学到许多东西来壮大自己。他们呼吁学会用市场的观点，资本的观点和传媒业发展规律的观点来整合我国的传媒资源，在“做强”的基础上，达到稳步“做大”。

三、市场正企盼文明的媒介生态

从总体上看，入世一年来中国传媒市场内变外进的新格局力度还不强，市场争夺也不算激烈。无论中资传媒还是外资传媒，对未来都有一种期盼和希望。

随着入世后保护期的缩短，政府角色的逐步转换，中国新闻法制同国际法的接轨，受众对传媒需求的变化，一个文明的媒介生态和更为开放的传媒市场的新格局必将在人们的期盼中呈现。目前这种前景已端倪初现。

根据世贸组织的规定，政府的作用是补充市场，而不是替代市场，因而政府要有服务意识和成本效益意识。政府在经济活动中，既不能缺位，又不能越位和错位。政府要转变职能，减少行政干预，增加管理工作的公开性和透明度。重要的经济规定和政策要形成法律，要坚决克服管理随意性、缺乏稳定性和可预见性、公信度差等弊病。邓小平指出，政府只管你该管的事，不要管那些你管不了又管不好的事。政府应从代替市场转变到调控和监管市场上来。

抓紧传媒市场的法制建设，用法律调节市场行为和规范传媒竞争，是放在我们面前的又一件重大任务。入世一年来新闻法制调整取得了一定的成绩，但必须指出，这只是初步的。新闻出版广播电视系统与入世法律文件不符的法律法规的修订废止工作，还刚刚开始。根据国际惯例，国际条约一经国内立法机关批准，凡是国内法律同国际条约有冲突的，都要修改国内法律，新闻法规的调整也不例外。

随着入世时间的推移，人们的社会观念和生活方式必将发生新的改变，一系列新事物和意想不到的社会问题将出现在人们面前。这一切，将导致新闻传播的内容发生相应的变动。于是，以“内容为王”而展开的中外传媒业之间和国内传媒业之间的竞争也必将呈现新的局面。入世初期，一些社会问题，诸如失业人员总量增加，居民收入分配差距进一步扩大，贫富阶层不断分化，劳资矛盾成为最主要的群体间矛盾，部分社会群体的边缘化趋势将逐步加剧，群体间突发事件在一定时期内可能增加，弱势群体寻求保护的呼声日益强烈，社会保障体系的建立亟待完善等等，对这一系列问题的报道与评论，将成为这一时期传媒重要的报道内容。为此，党和政府对新闻调控政策的调整，社会民众与传媒界对新闻出版自由观念的更新，成为当务之急。党和政府传媒主管部门指导传媒集团建设的思路和方针有待调整。中央对于传媒集团寄予很大希望，要求积极推进集团化建设，把传媒做大做强。这一指导思想是正确的，但目前组建工作基本上由政府行为，而不是通过兼并、联合、重组，实现跨媒体、跨区域、跨行业的发展，不是一种根据市场经济原则而组建的经济行为。要总结1996年以来建设传媒集团的经验教训，不求数量，保证质量，在整顿的基础上发展壮大，坚持以强求大。

更为有效的文明的媒介生态形成之后，我国传媒将更有序地发展壮大，一个具有中国特色的社会主义传媒市场新格局，必将出现于世界的东方。

参考文献：

- ①《WTO：中国改革与发展的制度升级》，《21世纪经济报道》2001年11月12日
- ②《加入世贸组织对中国社会的影响及政府政策选择》，《中国经济时报》2002年5月7日

（复旦大学新闻学院博士生导师、教授 童兵）

文章管理：web@cddc.net（共计 2723 篇）

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏：童兵

- [中国都市报二次创业 \(2005-4-17\)](#)
- [毛泽东新闻思想与邓小平新闻理论比较 \(2004-11-22\)](#)
- [童兵：执政能力建设和大众传播使用 \(2004-10-25\)](#)
- [新闻学与传播学研究概况及10大课题 \(2004-10-15\)](#)
- [新闻改革新思路和新闻教育新突破 \(2004-2-2\)](#)

[>>更多](#)

相关文章：传媒市场

- [我国传媒市场已经形成 \(2003-2-21\)](#)
- [论传媒市场 \(2001-9-20\)](#)
- [现代传媒市场细分发凡（下） \(2002-8-3\)](#)
- [现代传媒市场细分发凡（中） \(2002-8-3\)](#)
- [现代传媒市场细分发凡（上） \(2002-8-3\)](#)

[>>更多](#)

← 入世一年的中国传媒市场新格局 会员评论[共 1 篇] |

 [qi qi guai guai](#) [wethilly于2003-3-5发表]

← 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.