



学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

学子论文：我国手机报纸发展现状及前景分析

<http://www.fristlight.cn> 2006-09-20

[作者] 贺宝庆

[单位] 东北师范大学文学院新闻系

[摘要] 2004年,我国诞生了第一家手机报纸。在随后的2005年,手机报纸在中国大地风生水起,成为各方关注的焦点。作为一种新生的媒介样式,手机报纸的出现值得我们关注和思考。本文就从手机报纸发展现状入手,试图对其前景进行分析,做出预测。

[关键词] 手机报纸;手机广告;3G;I-Mode;数字出版

2003年9月1日,《扬子晚报手机版》在江苏移动和联通两个平台同时正式开通。从这一天起,江苏省内开通GPRS功能的移动手机用户和联通CDMA手机用户通过手机就可以订制和阅读扬子晚报当天的新闻了,新闻开始以报纸的方式登陆手机。2004年7月1日,中国妇女报推出全国第一家“手机报”——《中国妇女报-彩信版》,实现手机用户与报纸的互动。此后的一年中,浙江、江西、广东、四川等地报业集团纷纷试水手机报纸(见附表)。一时间,手机报纸在中国大地如雨后春笋般迅速增长。其实,手机报纸是最新电信增值业务与传统媒体相结合的产物。由报纸、移动通信商和网络运营商联手搭建的信息传播平台,用户以手机为媒介浏览的新闻一种传播方式。作为一种新型的传播方式,它有其自身独具的传播优势。

一、手机报纸实现形式及传播优势 (一) 手机报纸实现方式,目前主要有三种:

1. 短信:可通过短信触发点播或短信定制。这是比较早期的传播方式。 2. 彩信:电信运营商将新闻以彩信的方式发送到手机终端上,用户可以离线观看;不过由于目前彩信的容量有限,最多只能传送100KB的文件,所以彩信版“手机报纸”中有部分新闻是以新闻摘要或是缩编的形式出现的。 3. WAP方式:用户既可以在WAP专设的“手机报刊”频道在线阅读,也可以通过WAP PUSH链接选择订阅。和彩信版相比,WAP版的“手机报纸”看起来不仅方便,而且自由度也很高。目前已开通服务的手机报纸大多采用的是彩信模式,WAP方式需要更多的技术支持和手机终端支持,目前还未广泛使用。(二) 手机报纸的传播优势现阶段,我国手机用户数量迅速上涨,这将为手机报纸提供巨大的受众资源。相对于传统报纸,手机报纸在传播的及时性、有效性、立体化方面有着得天独厚的优势。另外,得益于现代化的移动通讯网络,手机报纸还能实现受众与媒介之间的良性互动。

1. 受众资源丰富衡量一个媒体是否具有竞争力的一个重要因素就是现实和潜在受众。2005年,我国拥有3.93亿手机用户(含小灵通用户)。据信息产业部预测,2006年全国将新增手机用户4800万户,手机用户总量有望达4.4亿户,手机普及率将达到33%。目前,我国手机用户总数居世界第一。这为手机报纸提供巨大的受众资源。据悉,杭州的手机报纸用户在运行半年时间内就突破了1万人,发展势头十分喜人。 2. 信息传播方便美国媒介理论家保罗·莱文森认为,“人类有两种基本的交流方式:说话和走路。可惜,自人类诞生之日起,这两个功能就开始分割,直到手机横空出世,将这两种相对的功能整合起来,集于一身。手机之前的一切媒介,即使是最神奇的电脑也把说话和走路、生产和消费分割开来。惟独手机能够使人一边走路一边说话,一边走路一边发短信。于是,人就从机器跟前和禁闭的室内解放出来,进入大自然,漫游世界。无线移动的无限双向交流潜力,使手机成为信息传播最方便的媒介。”手机报纸的载体是手机,用户随时随身携带。编辑将新闻第一时间发送到用户的手机上。省去了报纸的印发环节,而且和电视、电脑相比,它不受地点限制,也为用户节省了接触媒介的时间。特别是遇到突发事件时,手机报纸可以像网站一样实现新闻的动态传播,用户不仅可以第一时间知道新闻的结果,而且可以时刻关注它的发展过程,使用户身临其境地感触新闻事件。

3. 传播功能全面手机报纸发送的新闻,不是短信意义上的文字新闻,而是一个多媒体数据包。这个多媒体数据包包含了图片、文字、声音、动画等,可涵盖4开8版报纸的全部内容。这样,用户不仅可以去看、去听,而且还可以借助图片和动画等形式更深刻地去理解新闻。充分调动受众的视听器官,实现新闻的多维阅读。 4. 传播速度极快、范围极广传统报纸由于受地域发行的限制,传播范围仅限于报纸发行地区。即便是全国发行大报也不能保证完全覆盖所有地区,何况地区性报纸,其受到的地域限制就更加明显。但现代化的移动通讯网络却遍布全球,我国现有移动通讯网络覆盖率达100%。这解决了传统报纸的地域限制问题,它能够将报纸传播的范围更加广泛,并且保证发行有效到位。另一方面,由于运输的限制,报纸在发行上有滞后性。报纸相对于网络、广播、电视等及时媒体,它的时效性相对

便快捷。5. 互动极其广泛迅速传统大众传媒的重要特点之一就是传播的单向性很强, 受众对媒介信息的反馈大部分是事后的、延时的、缺乏即时性和直接性。传统媒体缺乏与受众的有效、即时互动, 极大地影响了传播的效果。手机报纸的用户可以通过短信等方式实现与编辑的有效互动, 不仅可以及时迅速地得到新闻, 而且可以发表自己的见解。而报社方面, 不仅给用户发送他所需要的新闻, 更可达到跟踪、线索收集、读者调查、读者评报等多方面的功能。手机报纸真正体现了传播的人性化和个性化。

二、现阶段手机报纸发展的瓶颈

虽然手机报纸相对于传统报纸有独具的优势, 但现阶段手机报纸还受技术的不完善、内容缺乏创新、盈利模式不完善等原因的制约, 手机报纸的发展还存在瓶颈。

(一) 内容缺乏创新性

现阶段手机报纸的内容绝大部分是报纸的翻版, 没有原创内容。现阶段, 手机报纸缺乏自主健全的采编体系和运作管理体系、专业的媒体从业人员队伍等。手机报纸目前的有关媒体业务所有运作, 包括新闻来源都是依附于传统报纸或者互联网, 缺乏创新性和针对性。在强调“内容为王”的媒介产品竞争时代, 内容同质化无疑将是手机报纸发展的死穴。受众在使用手机报纸时享受到了一定的便利和自主性, 但求异、求新的需求心态最终会使人们厌倦不能带来新内容的手机报纸。产品内容的同质化以及无法满足消费者的多样性需求将会降低手机报纸的市场竞争优势。在市场消费日趋细化的今天, 手机报纸作为一种新产品必须具有独特业务。

(二) 总体受众资源丰富, 有效受众相对较少

有效受众是指目前的手机报纸的实际用户和潜在用户。主要是知识水平高、经济基础好、对资讯高度敏感的人群。目前, 我国消费水平有限, 而手机报纸价格相对较高。彩信手机报的包月价在10元到25元不等, 一年定价在240元左右。相比于传统报纸在价格上没有优势。其次, 目前支持彩信和WAP浏览的手机在手机用户中并不普及, 拥有彩信手机的用户只占20%左右。这也限制了手机报纸的发展。《杭州日报》手机报免费体验阶段有10万多订户, 而到收费期只剩下1万订户。另一方面, 手机报纸有效受众也不稳定。相对于那些低收入的人群, 手机报纸的有效受众掌握多种信息资源的机会和渠道要多。那么, 在占有大量信息资源的前提下, 他们还会坚持长期选择手机报纸吗? 无线上网的手提电脑和手机无线上网功能, 会分流走这部分消费人群。能否将这些消费人群锁定的, 也会影响到手机报纸的市场基础。

(三) 技术不完善

目前, 我国移动通讯还处在2G向3G的过渡阶段, 许多技术还不完善, 如下载速度过慢, 连接不够稳定等。无论是中国移动的GPRS (以及目前在少数城市做试点的EDGE技术) 还是中国联通力推的CDMA 1X, 在传送速度上都比互联网要慢。当用户在手机与互联网中进行选择时, 这是用户会考虑的一个重要因素。另一方面, 手机自身的设计也制约着手机报纸的发展。目前, 能够收发多媒体短信的手机, 一般一个屏幕只能显示100个左右的汉字, 一个版面的报纸通常都在5000多字, 要想看完一张报纸, 读者需要翻阅50页左右, 阅读起来十分麻烦。而目前, 中国移动彩信的理论容量为50K, 文字加图片, 一般SP (内容供应商) 规定的文字在2200字以内。对于一般新闻稿件以2200~2500字的文字容量, 一次要发送5~8条信息。人们习惯于宽屏和浏览式阅读, 而对狭窄视觉范围内的频繁翻页阅读, 人们还需要适应过程。手机报纸重庆就曾遭冷遇。面市半年多, 订制人数只有1000户左右。而一部分用户虽然订制了该业务, 却不怎么看。主要原因是阅读不习惯。

(四) 盈利模式单一

从目前手机报纸的实践看, 主要通过三种手段实现赢利: 一是对彩信定制用户收取包月订阅费; 如中国妇女报手机版用户, 每月的包月费用为20元; 二是对WAP网站浏览用户采取按时间计费的手段。如重庆联通对其手机报用户制定的最低价为5元看40分钟 (600K)。三是借鉴传统媒体的赢利方式, 通过吸引用户来获取广告。现阶段最主要的盈利主要靠前两种。这部分收入还需在服务商和报社之间分配。这对于手机报纸的长期发展显然是杯水车薪。浙江手机报发展到100万用户, 对移动来说单纯靠彩信数据量, 一个月的收入尚不及其他业务一天的收入。没有足够的利润空间, 服务商和报社是否还有兴趣开发手机报纸? 答案不得而知。而对于手机广告来说, 现阶段的发展也受诸多因素限制。用户是否愿意接受广告? 广告的收发费用由谁承担? 这些都将是考虑的现实问题。在媒介经济高度发达的今天, 如不解决利润问题, 手机报纸的发展将举步维艰。

三、手机报纸前景分析

虽然手机报纸发展还处于起步阶段, 还收各种因素的制约, 但它作为一种新生的传播方式, 有其自身的顽强生命力。随着技术的进步、各种制度的完善, 人们消费观念的成熟, 手机报纸必将迎来发展的春天。

(一) 3G为手机报纸发展提供技术可能

真正的手机报纸应该是建立在3G技术基础之上, 用户可以高速上网获取多媒体新闻信息, 真正做到看新闻、听新闻。3G是将无线通信与国际互联网等多媒体通信结合的新一代移动通信系统。它能够处理图像、音乐、视频流等多种媒体形式, 提供包括网页浏览、电话会议、电子商务等多种信息服务。目前, 我国已经制定了具有自主知识产权的3G标准。信息产业部表示, 中国将在2008年奥运会以前提供3G的应用。据此预测, 2006年将是发放3G牌照的最佳时机。专家预测, 未来5年, 3G将会在全球范围内迅速普及, 到2008年, 3G多媒体手机的销量将达到3.8亿部。随着3G时代的来临, 手机报纸流量、传输速度、多媒体等技术难题将得到解决。手机可以更快更好地承载目前传统报纸的传播方式和内容, 手机报纸方便快捷的优势将凸显出来。3G时代, 手机报纸将迎来飞跃发展的春天。

(二) 市场前景广阔

目前, 我国手机用户数量巨大, 但手机报纸用户却相对较少。手机媒体发展还处于起步阶段, 但其市场前景广阔。日本I-Mode模式的成功是有利的证明。在日本, I-Mode用户占生产年龄人口的42%, 占总人口的28%, 占上网手机用户总数上午

60%。从1999年2月开始，至2005年初，日本移动用户数已经超过8300万，其中有7500万以上的WAP用户。I-Mode深受欢迎首先在于能够使用户以低廉的费用上网，并且达到56Kbps的速度。在日本报纸发行量饱和并走下坡路之时，《朝日新闻》、《日本经济新闻》等报社纷纷通过I-Mode手机媒体传送新闻。日本手机用户可以菜单式地选择网络信息服务。例如，有的手机用户需要每天通过手机阅读《日本经济新闻》，可以每月增交200日元的手机费；若还需要每天通过手机阅读《朝日新闻》，可以每月再交纳200日元。这些收费由服务商与报社分成。其次，I-Mode还可以用于商品促销、广告宣传，而且还可以用于市场调查与顾客管理，并且与其他媒体联动。日本手机媒体的崛起，不仅使得各种网站与之联盟，还促使传统媒体与之相结合，并出现了形式多样的手机广告。近年来，日本手机广告年收入均超过100亿日元。I-Mode取得如此辉煌的成绩，对我国移动通讯产业来说，有很多值得借鉴的经验和启示。特别是在市场运作、广告投放方面都有非常有益的帮助。相比之下，我国拥有世界上最大的手机用户资源，如果推广成功，手机报纸市场前景将十分广阔。

(三) 国家政策支持 2003年4月，信息产业部重新调整了《中华人民共和国电信条例》所附的《电信业务分类目录》，增值电信业务的分类不再基于网络，而是基于业务特征。新目录以许可证制度为电信业务市场准入管理确立了清晰的游戏规则，而且更体现出电信市场大门进一步向企业敞开的愿望。为充分发挥市场配置资源的作用，对于包括手机报纸等信息服务业务的第二类增值电信业务，新目录中对企业准入政策相对宽松，从而鼓励中小型企业参与竞争，促进发展。从网络运营商的角度上看，目前手机用户的语音自费总量呈下降趋势，积极发展各类增值电信业务时期新的经济增长点。对手机报纸的发展而言，国家产业政策的导向就是要实现传统报纸、网络运营商和用户的多赢局面。在新闻出版总署今年制定的《新闻出版科技发展“十一五”规划》明确提到，手机短信、手机新闻、手机小说、手机报纸、手机音乐、手机电视、手机游戏等以手机为载体的新型出版形态已经在我国纷纷涌现，它将成为未来信息流通和信息传递的重要载体。“网络时代，搜索为王”，互联网与无线通信信息技术的聚合体——中文信息无线互联网搜索技术，必将成为3G时代的无线核心技术，而且它也将完全是我国拥有自主知识产权的技术，该技术已经由人性化智能文字信息搜索发展到了音频和视频信息的搜索。必须制定振兴产业发展的相关政策，大力推动数字出版产业的发展。国家政策的大力扶持为手机报纸的发展提供了一个宽松的环境和有利的机遇。

(四) 电子出版是将来报业发展的必然趋势世界报业协会在2004年的战略发展报告中指出，新技术的推广需要新服务的支持。无线通信技术的发展日新月异，目前广泛使用的GSM手机将很快被彩屏的GPRS手机所取代；而10年之内，GPRS手机将让位于更先进的UMTS手机。作为传统媒体的报纸，在这种新的传播方式中将能寻找到新的市场机会——不但承担为用户提供信息服务的重任，而且将是新技术得以推广的主要动力。2005年《中国报业发展报告》预测，未来10年中国报业将有八大趋势，其中趋势之六是，未来三五年内，报纸出版单位将树立“数字报业”战略，加快向数字内容提供商转型，发挥新闻和原创内容优势，占据新兴的内容产业的制高点。手机报纸无疑是报纸数字化出版的一条重要途径。相对于传统印刷出版，数字化出版具有高效、优质、节能、成本低等优势。随着数字技术的进步，数字化出版将是报业发展的一个重要方向。手机报纸将随着数字出版的发展迎来新的浪潮。结语虽然手机报纸在我国发展仅有短短两年时间，但是它的出现却是引人注目的。现阶段，手机报纸还存在着很多障碍和不利因素，但它作为一种新兴的传播方式，确实给人们提供了许多便利。将来，随着技术的完善、政策的完善、用户认知的不断提高和运营模式的逐渐形成必将会使手机报纸的发展越来越快，而报纸出版业将因此出现新的机遇和挑战。参考文献：申琦：《传媒》，《手机报纸发展的瓶颈》[C] 2005年 08期 陆云红：《手机报的传播特点》，《当代传播》[C] 2005年 02期 万辉：《手机报：“第五媒体”魔力初显》，《中关村》[C] 2006年 Z1期 保罗·莱文森：《手机——挡不住的呼唤》[M] 何道宽译 中国人民大学出版社 2004年第1版 支庭荣：《大众传播生态学》[M] 浙江大学出版社 2004年第1版 匡文波：《论手机媒体》，《国际新闻界》[C] 2003年第3期 紫金网：<http://www.zijin.net> 中华人民共和国新闻出版总署：<http://www.gapp.gov.cn> 中华人民共和国信息产业部：<http://www.mii.gov.cn/>

[我要入编](#) | [本站介绍](#) | [网站地图](#) | [京ICP证030426号](#) | [公司介绍](#) | [联系方式](#) | [我要投稿](#)

北京雷速科技有限公司 Copyright © 2003-2008 Email: leisun@firstlight.cn

