

图书基本信息

书名：<<产业融合趋势下的中国传媒产业发展研究>>

13位ISBN编号：9787506824019

10位ISBN编号：7506824019

出版时间：2011-8

出版时间：中国书籍出版社

作者：王润珏

页数：274

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 内容概要

中国传媒的产业化发展与传媒体制改革同步进行。

传媒业是中国经济改革的特殊部类和后发领域，承担着分摊改革成本与风险的特殊任务；产业融合是当前产业发展的重要趋势，首先发生在传媒、电信领域，而这恰恰是政府管制的重心。

本文尝试将产业经济学的相关理论应用于中国传媒产业研究，着重讨论产业融合趋势下中国传媒产业的现状、问题与未来发展。

本文以对传媒产业发展规律的分析为逻辑起点，检视中国传媒产业的现实状态和国外传媒产业融合进程，解读信息技术发展和产业融合对中国传媒产业发展中主体间关系的影响。

以此为基础，重点探寻具有中国特色的传媒产业发展模式与发展路径，并对未来传媒产业的定位、管制框架进行审视和思考，促进中国传媒产业持续而又合乎理性的发展。

## 作者简介

王润珏，1982年生，女，湖南长沙人，博士，毕业于武汉大学新闻与传播学院，目前为中国传媒大学在站博上后。

先后发表专业论文20余篇，参与撰写论著3部，参与多个教育部人文社科重点研究基地重大项目。研究方向为媒介经营与管理、媒介发展。

书籍目录

序

导论

第一章 媒介融合、传媒产业融合与信息产业大融汇

一 媒介融合：以信息技术为基础的媒介生存形态混一

(一)媒介演进的基本法则

(二)新的技术催生新的媒介形态

(三)新的技术引发传统媒介形态的变革

(四)媒介生存形态的混一

二 传媒产业融合：传媒产业结构的变化与转型

(一)传媒产业运作基础的转变

(二)传媒产业成本与收益关系的转变

(三)传媒产业市场结构的调整

(四)传媒产业的融合与重构

三 信息产业大融汇：多产业边界变动的发展趋向

(一)市场边界的不断模糊

(二)产业关联的动态变化

(三)产业归属的再认识

第二章 产业融合趋势下中国传媒产业发展的现时性考量

第三章 西方国家传媒产业融合进路批判断

第四章 中国传媒产业融合进程中主体间关系重构

第五章 中国传媒产业融合的路径选择

第六章 中国传媒产业融合的再思考

参考文献

章节摘录

了浓重的“行政色彩”。

政府不仅把握着集团组建的最终审批权，还直接干预传媒集团的构成单位、利益分配和人员配置等具体环节。

今天，我国传媒依然有着复杂的行政管理体系：图书、报刊等纸质媒介主要隶属国家新闻出版总署，广播和影视传媒隶属广电总局，网络、手机等新兴媒介则分别隶属文化部、新闻出版总署和国务院新闻办公室。

行政配置主导的传媒资源配置方式，在一定程度上减少了传媒以市场为主导进行资源配置的交易成本，能有效控制在传媒市场化过程中可能出现的舆论风险、意识形态风险和市场的失序与失控。然而，随着我国市场经济体制的成熟与完善和传媒产业属性的不断扩大，这一方式已表现出越来越明显的负外部性特征。

首先，资源的优化配置无法实现。

以“集团化”为例：组建传媒集团的目的是通过规模扩张降低平均成本，实现规模效应。

但事实却是，我国许多报业、广电传媒集团的组建是行政主导下的合并与划拨，而不是传媒自发的、基于不同媒体优势的资源优化组合。

有的集团完成形式上的组建后，内部矛盾重重，媒体间资源、利益难以平衡，组织内部权力分配难以协调，机构设置各自为政。

“集”而不“团”、“整”而不“合”的现象普遍存在。

传媒集团的组建不仅没有带来市场交易内部化、交易成本降低的预期收益，却面临着因体制建立困难、内部整合困难、机制改革困难等问题造成的运作成本增加，资源效用最大化无从实现。

产业融合为传媒业提供了一个更加广阔的资源配置空间，也提供了更加丰富的优势资源。

然而，在现行的资源配置方式下，政府偏好依然是传媒产业宏观管理的基本前提和传媒内部自我管理的重要目标指向。

这就决定了传媒产业只能在政策默许的范围内进行有限的资源配置和改革尝试。

……

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>