

产业融合视域下我国手机传媒发展路径分析

周 佳

摘 要：手机传媒展现出良好的产业融合发展前景。但随着市场竞争的加剧，手机传媒产业融合发展也面临着一些制约因素，突出体现在市场发展出现异化、产业融合理念有待提升、产业融合政策不够完善、产业融合技术标准不尽统一、产业融合监管机制不太健全等，需要坚持产业融合的理论指导和发展方向，通过政策指引、行业推动、企业创新，促进产业融合发展转型，构建产业融合良好生态，推动手机传媒产业的可持续融合发展。

关键词：产业融合；手机传媒；发展路径

作者简介：周 佳，男，助教，硕士。（马鞍山师范高等专科学校 艺术设计系，安徽 马鞍山，243000）

中图分类号：G206.2

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2016) 03-0077-04

据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布第37次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2015年12月，中国网民规模达6.88亿，半数中国人已接入互联网，移动互联网塑造了全新的社会生活形态。该《报告》同时显示，手机成了最常见的上网设备，用户量占到我国网民数量的九成，并且呈现出快速增长态势。与此同时，在当前“互联网+”视域下，借助我国互联网经济的发展，手机受到了大众传媒的青睐，实现了“互联网+传媒”在手机载体上的具体体现，而这也正是我国手机传媒产业融合发展的应然选择。20世纪70年代，基于产业发展之间的交叉运行，西方学者提出了产业融合的概念，并将其定义为“为了适应产业增长而发生的产业边界的收缩或消失”。^[1]进入21世纪，产业融合理论与实践在计算机、通信和广播电视等行业得到了广泛应用。目前国内学者在借鉴国外理论的基础上，对“产业融合”的认识也达成了共识，即指不同产业或同一产业内的不同行业之间，通过相互渗透、相互作用、交叉融为一体，显示出新的生机和活力，逐步形成新产业的动态发展过程，其特征就在于新的产业或新的增长点等融合的结果出现。手机传媒产业将信息产业、互联网产业、传媒产业等有机地融合在一起，既是对传统传媒产业的革新，也很好地体现出了“1+1+1>3”的发展效能。近年来，我国手机传媒产业发展迅速，并且展现出了良好的核心竞争力和未来发展前景，是产业融合的成功例证。

一、我国手机传媒产业呈现快速融合发展态势

我国手机传媒产业根植于传统传媒的运行模式，借助互联网信息技术革命而得到了快速融合发展，目前已经形成了一个具有良好发展前景的产业化集群，在我国信息产业和传媒产业的跨界融合方面居于重要地位。

据工业与信息部的统计发布，2015年，我国移动电话用户净增1964.5万户，总数达13.06亿户，移动电话用户普及率达95.5部/百人，其中4G移动电话用户新增28894.1万户，总数达38622.5万户，在移动电话用户中的渗透率达到29.6%。^[2]基于当前我国庞大的手机用户群，以及巨大的市场需求，在互联网经济的带动下，我国手机传媒产业基本上实现了全业态融合发展。当前，我国手机传媒产业融合发展呈现出以下特点：

（一）手机传媒的快速发展，吸引了传统媒体进入

特别是一些大型传媒企业，基于目前传统传媒的下行趋势，将未来传媒发展定位在新媒体方面，手

机无疑是其中的一个重要战略机遇。据不完全统计,目前我国主流传媒基本上都进入了手机传媒领域,如中央电视台、新华社等中国传媒巨无霸,都将一些视频或文字,通过手机APP形式,向广大手机用户开放,由此实现传统传媒在手机上的推广应用,促进业务融合转型。进入手机传媒已经成为了当前传统传媒发展的重要路径。

(二) 互联网传媒企业也在加速向手机传媒产业融合推进

近年来,我国主流互联网企业均推出了手机操作应用平台,例如央视网与空中网联合,推出了手机视频网络;腾讯、新浪、搜狐等互联网巨头,也纷纷推出了手机社区平台,推进手机传媒的多元化应用,这种互联网内容提供商的强势介入,为手机传媒产业融合发展提供了更为广泛的用户基础。

(三) 手机传媒在当前互联网信息技术的支撑下,呈现出多元化融合和创新发展态势

手机媒体形式日益多样,例如手机报、手机广播、手机杂志、手机电视、手机游戏等,都得到了快速发展。我国一些影响力较为广泛的电视节目,都开通了网络频道,方便用户通过智能手机进行访问,这在某种程度上提升了手机传媒的应用范围,也通过这些传媒领域的融合发展,带动了整个手机传媒行业的跨越式发展。

(四) 手机传媒产业的快速发展,也吸引了我国通信行业主要运营商的全方位参与

一般来说,通信行业运营商主要提供手机与互联网联系的网络介质,但为了占据手机传媒的市场份额,这些主要通信运营商也都建立了各自的手机传媒内容基地,在开展自身通信服务的同时,通过整合手机传媒内容产业链条,从而进一步助推了手机传媒产业的快速融合发展。^[3]

(五) 我国手机传媒产业融合引领市场转型升级

与传统的报纸产业和广播电视产业相比,在互联网经济的大环境下,目前我国手机传媒产业在国家顶层设计、行业发展推动、企业创新开发、公众积极参与等共同因素作用下,已经初步形成了多方主体协同共进、加速推进手机传媒业态发展的良好态势。手机传媒是互联网信息技术与传媒的有机结合体。作为手机传媒的硬件支撑,互联网信息技术在其中起到了重要的助推和保障作用。随着互联网信息技术的一次次创新,未来我国手机传媒产业将会呈现出跨越式、一体化发展,这也正是当前我国众多行业巨头青睐并布局手机传媒市场的源动力。^[4]

二、我国手机传媒产业的融合发展存在着诸多制约因素

当前我国手机传媒产业融合乘产业创新和互联网经济的东风,得到了迅猛发展,取得了显著成效,但正因为产业融合发展速度过快,目前也出现了一些制约因素,在某种程度上影响了手机传媒产业的可持续融合发展,急需改进或提升。

(一) 手机传媒市场竞争不尽规范

总体来说,目前我国手机传媒产业融合的整体发展状况是良好的,符合市场经济的特征和预期。但由于此行业发展速度过快,相应的配套机制和管控措施明显滞后,从而出现了一些异化现象,主要体现在:一是市场化有些过度,有些企业单纯为了经济利益,将社会公共利益置之不顾,只要能够获得利润,想尽一切办法钻政策、法律的空子,有时甚至越过了法律的底线,赚取一些不法利益,从而造成了手机传媒行业的混乱无序,也体现出了相应的规则与规范不足;二是在手机传媒产业链的一些环节存在垄断,特别是在技术、平台及传输领域,主要为几家大型企业所控制,留给中小企业的市场空间相对有限;三是政府对手机传媒产业融合发展基本上持放任态度,缺乏必要的政策管控和良好的市场引导,从而束缚了我国手机传媒产业的健康发展。

(二) 手机传媒产业融合理念还需提升

目前国内的相关行业对产业融合理论中的分工与融合、竞争与垄断的关系认识不清晰,对于手机传媒产业融合的内涵和外延的政策界定还需要提升。在手机传媒领域,市场竞争会同时面临与多个不

同的产业和无数更多的企业竞争，虽然融合后变得更强、更大，但融合后的问题也變得更多、更复杂。以前单纯的竞争与合作、对手与朋友的关系，也演变为亦敌亦友。竞争与合作因条件与环境因素不时转变立场而共存。所有这些变化都需要政府制定产业政策者有所考虑。

（三）手机传媒产业融合政策相对滞后，产业融合技术标准不统一

作为一个新兴传媒产业，手机传媒产业涉及到相对众多的行业、管理和市场问题。由于条块分割和管控不力，目前我国手机传媒行业出现了一些产业融合政策管理方面的问题，突出体现在产业融合政策相对模糊、产业管理规范有所缺失等。^[5]与此同时，行业标准作为新兴产业的科学引领，在手机传媒产业融合发展中具有重要地位和作用。但现实问题却是，目前我国手机传媒产业融合技术标准体系尚未形成，这在某种程度上影响并制约了手机传媒产业融合的可持续发展。我国手机传媒产业融合涉及到诸多手机行业和传媒行业的技术规范，并且由此衍生出了一系列新鲜事物，涵盖了我国互联网经济的方方面面，而对于电子技术来说，为了保障不出现技术壁垒，对于一些基础技术出台明确的行业标准是非常必要的，如前些年出现的手机充电器的接口问题，由于各个厂家的标准不一，从而给消费者造成了很大的浪费和使用中的困惑。因此，对我国手机传媒产业融合来说，当务之急是要出台产业技术标准，特别是对于手机电视标准、手机支付标准等目前引起广泛讨论的事物，需要尽快明确相关的技术规范，从而引领相关企业在标准之上进行创新，也有利于消费者更好地适应手机传媒新常态。

（四）手机传媒产业融合发展的科学监管机制不尽健全

手机传媒产业作为一个新兴产业，融合发展速度很快，而作为政府行业监管，却相对有所滞后，突出表现为：一是手机传媒产业融合的业务监管和市场秩序监管严重缺失，当前亟待纳入国家层面的监管议程；二是从国家公共秩序出发，我国出台了“手机实名制”等政策，但目前落实不到位，从而给层出不穷的手机诈骗提供了可乘之机；三是与手机传媒产业融合发展息息相关的信息传播安全问题，近年来受到了国家的高度重视，但如何处理好手机信息传播的私密性与公共安全性，仍需要监管部门进行探索与促进；四是手机传媒产业融合的舆论监管凌乱无序、手段单一；五是目前利用手机媒体从事违法犯罪问题日益突出，急需强化相应的监管力度和管控效能。^[6]

三、产业融合视域下我国手机传媒产业的可持续发展路径

党的十八届五中全会提出了创新发展的核心命题，结合当前我国“互联网+”时代的产业融合发展方向，对本文所探讨的手机传媒产业来说，尽管有一定的制约影响因素，但在产业融合理论指导下，在互联网经济的强力带动下，在中央顶层设计的规制下，明确手机传媒产业融合发展的演进路径，可以做到以创新为基础，以发展为动力，全力提升中国传媒产业融合发展的核心竞争力。

（一）创新产业融合发展转型

根据产业融合理论，产业经济的可持续发展，要重点做好内外部各种资源的优化配置与规范管理。对于手机传媒产业融合来说，目前我国不少企业还存在手机与传媒的简单结合，即把传统传媒内容粘贴到手机上，相当于电子版的报纸或缩小版的荧屏，缺少互动交流与多媒体应用等现代传媒要素。这明显不利于手机传媒的传播与发展。在当前经济社会发展语境下，我国手机传媒产业融合要本着创新发展和转型升级的理念，妥善处理好市场与政府的辩证关系，在尊重市场规律的同时，要注重政府政策的指引，特别是针对手机传媒产业在发展中存在的一些政策、法规限制，要及时打破行业壁垒和条块分割管理，加快推进产业融合转型，确保整个手机传媒产业融合在更高水平和发展阶段上的提质增效。

（二）制定产业融合发展标准

对于手机传媒来说，行业标准的制定，相当于给予整个行业发展的框架与边界界定，方便相关企业在标准内自由进行竞争，也有利于政府的监管与规制。基于此，我国政府有关部门要在充分调研的基

基础上,结合手机传媒产业融合的发展现状,借鉴国外的先进经验,本着严格安全法规、尊重技术规范、促进市场繁荣、适当超前规制、维护公共秩序等原则,尽快制定出手机传媒产业融合发展的统一标准,方便产业链条上的各个企业运行高效,优化政府、企业之间的资源配置,努力形成一批行业标杆企业,引领我国手机传媒产业走向世界。

(三) 完善产业融合激励政策

目前国家政策的推陈出新,为手机传媒产业融合发展注入新活力。2013年底,我国对主要通信运营商全面开放4G牌照,与此同时,国家设计了未来信息产业发展的整体框架,从国家层面提出了加快推进电信网、广播电视网和互联网的三网融合政策,通过资源整合与优化配置,为进一步推动手机传媒产业融合发展拓展了更加广阔的空间。结合我国手机传媒产业融合发展的现状,当前发展瓶颈之一就在于产业融合政策的相对滞后。从公共治理角度,我国需要出台更多的相关产业政策,激励手机传媒产业链条上的相关各方主体,积极顺应媒介融合和产业融合之势,在体制、机制、观念、业务模式、内容、产品和服务等诸多方面创新变革:一是完善手机传媒产业创新激励政策;二是出台开放的手机传媒产业投融资政策;三是出台税收激励政策;四是出台手机传媒产业兼并收购、上市和重组的激励政策等。^[7]

(四) 健全产业融合规范监管

手机传媒与信息安全、社会公共秩序密切相关,这从一个侧面说明了市场监管的重要性。基于此,相关部门要重点出台《手机传媒管理条例》等有关法律法规,将这种新兴产业纳入到具体规范中,明确手机传媒的法律概念、企业规范、政府职能、监管措施、奖励惩罚等,将手机传媒与我国当前的信息安全法律制度进行统一部署与严格执行,明确监管部门职责,确保监管及时、有效。

(五) 构建产业融合生态环境

手机传媒产业的快速发展,不仅改变了社会公众的生活方式,也对我国传媒产业整体格局带来了革命性的变化,这是我国“互联网+传媒”在手机载体上的具体体现。基于此,我国当前要积极构建手机传媒融合发展新业态,全力提升手机传媒产业融合发展的“文化力”与“发展力”:一是要从网络运营商角度,提升手机网络的优化与速率提升,给手机用户更好的网络体验;二是从手机技术制造商角度,赋予智能手机更好的硬件支撑和软件保障,满足手机传媒的各种技术要求;三是从内容提供商角度,既要坚持符合核心价值观的内容植入,杜绝不良信息传播,也要注重手机用户的参与兴趣,达到手机用户对知识、信息等供给的需求实现;四是从政府部门角度,要努力打造具有社会广泛参与的网络监管,通过良好的政策引领和必要的市场规范,构建出具有手机传媒产业融合可持续发展的新生态环境,促进手机传媒产业在“十三五”规划和未来发展中,主动承担起产业兴国、文化强国的历史使命。

参考文献:

- [1] 张磊. 产业融合与互联网管制 [M]. 上海: 上海财经大学出版社, 2001: 65-68.
- [2] 景洋子. 试论传媒产业融合现状及发展趋势 [J]. 中国报业, 2016 (5): 74-75.
- [3] 长江证券, 上海证券, 民生证券, 平安证券, 清华大学, 四川省社会科学院. 中国传媒业投资发展报告 (2015) [J]. 资本市场, 2015 (4): 19-51.
- [4] 金栋昌, 朱仁伟. 我国手机传媒产业发展动力的传播学解释——基于拉斯韦尔“5W”模式的分析 [J]. 新闻知识, 2010 (2): 28-31.
- [5] 黄传武. 我国新媒体产业市场分析 [J]. 通信企业管理, 2009 (3): 82-83.
- [6] 张皓. 浅析智能手机对体育赛事传播的影响 [J]. 思想战线, 2013 (S1): 153-154.
- [7] 韩军. 三网融合下传媒产业发展的路径及对策分析 [J]. 宏观经济研究, 2011 (12): 49-58.