

中国新兴媒体融合发展报告

2014—2015

新华社新媒体中心 编

新华出版社

中国新兴媒体融合发展报告

2014—2015

新华社新媒体中心 编



图书在版编目 (CIP) 数据

中国新兴媒体融合发展报告. 2014~2015/新华社新媒体中心编

北京: 新华出版社, 2015. 8

ISBN 978-7-5166-1874-5

I. ①中… II. ①新… III. ①传播媒介—发展—研究报告—中国—2014~2015

IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 162730 号

中国新兴媒体融合发展报告 2014~2015

编 者: 新华社新媒体中心

出 版 人: 张百新

责任编辑: 王 婷

责任印制: 廖成华

责任校对: 刘保利

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号 邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com> <http://press.xinhuanet.com>

经 销: 新华书店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

照 排: 新华出版社照排中心

印 刷: 北京文福旺印刷有限责任公司

成品尺寸: 185mm×260mm 1/16

印 张: 22.75

字 数: 320 千字

版 次: 2015 年 7 月第一版

印 次: 2015 年 7 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-1874-5

定 价: 78.00 元

图书如有印装问题, 请与印刷厂联系调换: 010-88152721

前言

传统媒体和新兴媒体融合发展，直接关系到主流舆论阵地的发展壮大，关系到意识形态领域的安全。习近平总书记指出，要加快传统媒体和新兴媒体融合发展，充分运用新技术新应用创新媒体传播方式，占领信息传播制高点。2014年之所以被称为“媒体融合年”，正是因为这一年在我国媒体融合的发展历史上，有其显著的标志性意义。

首先，“媒体融合”在这一年首次进入中央高层的重要议事日程，党和政府的政策多次以高级别专题会议和高级领导人署名文章的形式对外公布，高层关注力度之大前所未有。这表明“媒体融合”这一概念从最初的理论探讨层面已逐步进入到社会信息传播的各个实践层面，并且在经济、政治领域受到高度瞩目。

2014年8月18日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。习近平同志发表重要讲话，要求“着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。要一手抓融合，一手抓管理，确保融合发展沿着正确方向推进”。在2014年初的全国宣传部长会议上，刘云山同志对推进传统媒体与新兴媒体融合发展提出了明确要求。在2014年4月专门召开的推动媒体融合发展座谈会上，刘奇葆同志强调要积极推动传统媒体与新兴媒体融合发展。这些重要讲话和中央文件均显示出，当其与中国社会转型以及国家战略发展的要求相结合时，媒介融合已经投射为“主流媒体在未来传播格局中的角色和地位”的问题，它就从一种产业概念迅速拓展为一种政治概念，开始承载重大深远的政治和社会意义。

其次，人们对于“媒体融合”的基本观念在过去的一年中达到了新的高度。我国的媒体融合有两层意义：从政治层面来讲，是要求传统媒体成为互联网上的主流传播渠道，抢占互联网上的舆论阵地；在技术层面上来讲，就是要将新的传播技术整合起来，创造一种新的媒体业态。从技术的角度看，“媒体融合”所要求的多媒体终端设备已经由硬件和软件的改进而得到解决；从渠道的角度看，在以信息的数字化为基础的各项媒体技术革新的推动下，一种新的现代传播体系也逐步成形。当前，传统媒体在融合发展过程中面临的首要任务，就是如何去运用这种新的技术、新的渠道，去构建新的传播关系、新的媒体平台，也就是要解决这一新的媒体系统的用户平台如何构建，其内容如何生产、如何分发，商业模式如何建立等问题。媒体融合不仅是新旧媒体的交替，关键是怎样用新技术适应新的传播关系。从目前的发展来看，解决这一层次的媒体融合问题将是未来一个时期内新闻与传播领域的核心命题。

再者，“媒体融合”于这一年在社会各个领域中被讨论的广度和深度也是前所未有的。作为当前最能体现传播技术变革与社会形态变迁的关键热词，媒介融合具有鲜明的实践性。“媒体融合”与风行时下的“互联网+”两个概念之间关联密切，在当下最值得关注的互联网发展就是生态型互联网应用平台作为最大的融合型渠道的形成。随着互联网作为一种变革动力被引入越来越多的产业领域，媒体融合的范畴也在不断跨界，而我们关于媒体融合的讨论中也越来越明显地回荡着互联网浪潮的拍击声。

“媒体融合”作为现代传播一个关键概念的兴起，与当前人类生活的数字化、网络化、信息化变革息息相关。但要说清什么是媒体融合，如何达成媒体融合却不是一件容易的事。从一定意义上，“融合”不是一种确定状态，而是媒介数字化、社会信息化革命背景下的一种演进过程。“新媒体”“跨媒体”“多媒体”“全媒体”等概念和实践应用均与之相关，并且可以视为在“媒介融合”基础上衍生出来的传播形态。纵观“媒介融合”理论的发展，不难了解其多义性和复杂性。行业实践来看，媒介融合不是一种目标状态，而是呈现为一种应对过程。在这种应对过程中，媒介融合的学术研究与行业实践相携而行、牵引互动。由于传播新技术对时间和空间的急速压缩，媒介融合研究需要几乎同步完成态势分析、理念认知、现象总结、模式提炼、实践策

论等多重任务。这也使得媒介融合难以形成一个凝聚共识的确定性概念。

但越是这样，越需要梳理、回顾和展望。面对“媒体融合”作为热词的不断升温，作为潮流的不断激荡，作为未知的不断探问，相关各界更需要一个空间来剖解实践、碰撞思考。新华社社长蔡名照同志提出，我们不仅需要在一个在传统媒体领域占主导地位的国家通讯社，也同样需要一个在新媒体领域占主导地位的国家通讯社。自2013年以来，新华社以国家通讯社的责任和胸怀，组织编写并发布“中国新兴媒体融合发展报告”，冀望能全面记录一年来中国新兴媒体在融合发展方面的实践和探索，追踪并解析传媒业技术演进、市场变化、产业革新过程中涌现的热点，研判中国新兴媒体融合发展趋势与走向，集合前沿思考建言中国新兴媒体产业的健康发展。这项富于意义的工作在实施过程中得到了国家有关部门、媒体界同仁及社会各界的支持和认可。

今年的“中国新兴媒体融合发展报告”与往年相比，在研究方法、结构体例等方面有了较大改进。在报告所反映的时间段上，我们以2014年4月14日刘奇葆同志在推动媒体融合发展座谈会上的讲话为开端，对讲话发表后一年时间里我国媒体融合发展状况进行梳理总结。这一年时间，正是我国新兴媒体融合提速升级、继往开来，进入全新阶段的一年。在报告的编辑结构上，我们以2014年8月18日习近平同志在中央全面深化改革领导小组第四次会议上的重要讲话以及此次会议审议通过的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》为指引，从内容融合、渠道融合、平台融合、经营融合、管理融合五个方面进行篇章编排，并置整体发展态势分析于前，缀案例集、大事记于后。在报告的整体风格设计上，力图理论性与实践性并重，思想性与工具性兼具。

为完成本报告的撰写工作，我们集合当前我国媒体融合研究领域的中青年学者组建了课题组，他们来自清华大学、中国人民大学、中国政法大学等院校及中国社会科学院，由中宣部媒体融合专家组成员宋建武教授领衔，在长期细致、深入的媒体融合研究基础上形成了这一成果。新华社及其新媒体中心的多位领导同志对本报告的研究工作予以了具体指导和大力支持。调研过程中，课题组实地考察了北京、上海、江苏、浙江、湖北、湖南、广东、四川等省市的媒体集团，得到各地业界、学界人士鼎力襄助。

报告中还有多篇案例是本课题组根据公开资料整理，在此对这些成果提供者的贡献一并表示诚挚谢意！

《中国新兴媒体融合发展报告》课题组

2015年5月20日

目 录

前言	(1)
第一章 发展态势	(1)
一、国家战略	(1)
二、技术趋势	(4)
三、模式探索	(14)
四、实践前沿	(21)
第二章 内容融合	(45)
一、融合背景下内容生产方式的变化趋势	(45)
二、融合背景下内容生产流程的创新	(53)
三、2014 年媒体内容融合创新实践	(57)
第三章 渠道融合	(66)
一、渠道融合发展趋势	(66)
二、2014 年终端创新发展动向	(75)
第四章 平台融合	(88)
一、用户平台是媒体融合的关键	(89)

二、传统主流媒体的用户平台构建	(97)
第五章 经营融合	(106)
一、媒体经营融合趋势分析	(107)
二、2014 年我国媒体经营融合新动态	(113)
三、媒体经营融合的重点探索领域	(122)
第六章 管理融合	(132)
一、新政策：媒体融合成为全面深化改革的重要战略组成	(133)
二、新法规：进一步出台规范媒体融合发展空间	(136)
三、瓶颈分析：传统媒体管理融合机制问题	(141)
四、对策探析：管理融合过程中的两大问题	(144)
第七章 建议与展望	(156)
一、现阶段我国媒体融合政策解读	(157)
二、以平台思维更新对媒体融合的认识	(167)
三、以数据化生存构建媒体新的商业模式	(175)
四、以现代传播体系确立融合发展目标	(182)
第八章 融合案例	(193)
一、人民日报社：三大主攻方向拓展主流媒体阵地	(193)
二、新华社：“新闻+创意”的媒体融合实践	(198)
三、中央电视台：台网融合一体化发展	(203)
四、北京电视台：“大媒体”引领融合发展	(209)
五、歌华有线：网络运营转向平台运营	(215)
六、上海报业：以平台促进发展	(220)

七、东方网：打造多媒体融合发展的平台型传媒集团	(227)
八、百视通：“内容+平台与渠道+服务”的媒体生态	(232)
九、无线苏州：手掌上的服务大厅	(238)
十、浙报集团：“新闻+服务”建构用户平台	(243)
十一、温州都市报：用“三大再造”启动媒体融合	(250)
十二、瑞安日报：“互联网+政务平台”的融合实践	(256)
十三、垄上传媒模式：“频道+渠道”	(262)
十四、芒果 TV：广电转型全媒体的生态变革	(268)
十五、南方新媒体：IPTV 为基础多元演进	(275)
十六、微信公众平台：搭建互联网生态系统	(281)
十七、台湾《联合报》系：融合背景下的组织变革与劳资协商	(286)
附录 1：中国新兴媒体融合大事记（2014 年 4 月—2015 年 4 月）	(298)
附录 2：线上到线下：O2O 给新媒体带来的机会	(335)

第一章 发展态势

当前，互联网和数字技术迅猛发展，信息传播方式、社会交往方式、经济运行方式都在改变，带来了媒体格局的深刻调整 and 舆论生态的重大变化。新兴媒体发展之快、覆盖之广超乎想象，对传统媒体带来很大冲击。面对这一严峻形势，推动传统媒体和新兴媒体融合发展已刻不容缓。媒体融合背景下，新的媒体技术和由其催生的新媒体形态的裂变式发展，深刻地影响着媒体格局和舆论生态。传统媒体日渐式微，市场份额不断缩小、广告经营额减少、受众流失情况严重，而新兴媒体的发展却是“狂飙突进”。从舆论生态生成的角度看，新兴媒体的话题设置能力、影响力在不断扩大，传统媒体的舆论引导能力面临巨大挑战。如何扭转颓势，重塑主流媒体机构在互联网时代的话语权和影响力成为迫切需要解决的问题。2014年以来，在中央关于推动传统媒体与新型媒体集团融合发展的战略部署下，媒介融合观念与认知加速转化成中国传媒发展的鲜活实践，从简单叠加、相互结合走向深度融合，在我国传统媒体与新兴媒体之间正在进行着一场广泛而深刻的“传播革命”。

一、国家战略

推动传统媒体和新兴媒体融合发展，是党中央着眼巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论做出的重大战略部署。2014年是媒体融合发展的关键之年，媒体融合发展上升到国家战略的高度。政策上的利好，强力推动着中国

传统媒体和新兴媒体融合发展的进程。

(一) 政策动向

党的十八届三中全会提出，要整合新闻媒体资源，推动传统媒体和新兴媒体融合发展。2014年8月18日，习近平主持召开中央全面深化改革领导小组第四次会议时表示，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。要一手抓融合，一手抓管理，确保融合发展沿着正确方向推进。

2014年4月23日刘奇葆同志在《人民日报》上发表重要署名文章《加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展》指出，推动媒体融合发展要以中央主要媒体为龙头，以重点项目为抓手，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本。刘奇葆同志还强调要努力形成适应媒体融合发展的观念和认识，包括树立一体化发展观念、强化互联网思维、增强借力发展意识、发扬攻坚克难精神；“科学技术是第一生产力”，媒体融合发展要实现突破，就必须瞄准和利用最新技术，利用大数据和云计算技术推进新闻生产；利用移动互联技术实现弯道超车；利用微博微信技术拓宽社会化传播渠道。对于新闻媒体来说，内容永远是根本。媒体融合还必须进一步增强媒体内容生产的核心竞争力，一要在品质上追求专业权威；二要在传播上注重快捷精简；三要在服务上注重分众化互动化；四要在展示上实现多媒体化。重组媒体内部组织结构、构建现代化的立体传播体系、建立科学有效的媒体管理体制，是未来推动媒体融合的发展方向。

中央部署了媒体融合发展的战略目标，同时又进一步明确了实现这一战略

目标的具体路径。推动传统媒体与新兴媒体融合发展，首先要更新观念，以技术为支撑，坚持内容为根本，进行配套的组织变革，最终实现在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。

（二）部委配套政策

为积极推动媒体融合发展，各部委相继出台政策，为媒体融合发展提供有利的政策环境。国家网信办、新闻出版广电总局、国家版权局等相关单位依照各自的职能，在各自专管领域部署工作，全力推进媒体融合发展。

1. 国家网信办

2014年9月18日，国信办网络新闻信息传播局副局长汪祥荣透露，网信办将出台措施，为积极推动媒体融合提供有力支持。首先，要加强网络安全和信息化顶层设计和战略统筹；其次，大力支持重点新闻网站建设，推动实现多媒体发展、多级发展和多语种发展，提升网站的设置和舆论引导能力；第三，推动传统媒体和新媒体互利共赢，正能量有效传播；最后，制定重点网站人才发展战略。

2. 国家新闻出版广电总局

2015年4月9日，新闻出版广电总局、财政部联合印发《关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见》。《指导意见》提出了创新内容生产和服务、加强重点平台建设、扩展内容传播渠道、拓展新技术新业态、完善经营管理机制和发挥市场机制作用等6项推动融合发展的重点任务，特别强调，要将传统出版的专业采编优势、内容资源优势延伸到新兴出版，依托先进的技术和渠道，借力推动出版融合发展，建立健全一个内容多种创意、一个创意多次开发、一次开发多种产品、一种产品多个形态、一次销售多条渠道、一次投入多次产出、一次产出多次增值的生产经营运行方式，激发出版融合发展的活力和

创造力。

3. 国家版权局

网络媒体长期非法无偿使用传统媒体的内容资源，一直广受诟病。2015年4月17日，国家版权局印发《关于规范网络转载版权秩序的通知》，对于规范网络转载版权秩序做了明确要求。《通知》共包括九条规定，明确了著作权法律法规中涉及网络版权转载的几个重要问题，引导传统媒体进一步改进内容管理工作，鼓励报刊单位和互联网媒体积极开展版权合作，同时要求各级版权行政管理部门加大版权监管力度。《通知》旨在打击未经许可通过网络转载他人作品的侵权行为，推动完善网络转载许可付酬机制，有效规范网络转载版权秩序，营造健康良好有序的互联网版权市场环境。2015年4月22日，国家版权局为推动《通知》的贯彻落实，专门召开“规范网络转载版权秩序座谈会”，南方报业集团、今日头条、网易新闻等40余家传统媒体和网络媒体代表与会。据了解，网易新闻、搜狐新闻、今日头条已分别与2000余家传统媒体建立了良好版权合作关系。

二、技术趋势

（一）终端显示技术

随着技术的发展，媒体终端不单单局限于报纸、电视、收音机等，多终端呈现和接收信息，是媒体融合发展的一大趋势。

1. 裸眼式3D显示技术

裸眼式3D显示技术，顾名思义就是摆脱了眼镜的束缚，凭肉眼便可体验3D效果的显示技术。目前在各类展会上发布的裸眼3D产品种类繁多，包括裸眼3D液晶显示器、裸眼3D手机、裸眼3D数码播放器、裸眼3D游戏机等。

裸眼 3D 技术能够更逼真、立体地反映现实世界，是终端显示领域的一场革新。在 2012 年 9 月份由科技部出台的《新型显示科技发展“十二五”专项规划》中，裸眼 3D 被定性为“最有生命力且终将成为显示技术共性平台的下一代显示技术”，与激光显示一起被视为“十二五”期间重点发展的两大共性关键显示技术。^① 目前虽然裸眼 3D 显示技术仍处在研发阶段，在分辨率、可视角度、可视距离等多方面还有很多不足，但裸眼 3D 显示技术仍具有良好的市场前景。

2. 4K 电视

4K 电视的分辨率是 2K 投影机 and 高清电视的 4 倍，在此分辨率下，观众将可以看清画面中的每一个细节，每一个特写，得到一种身临其境的观感体验。电视作为家庭最主要的媒介接收终端，在技术的催生下，不断革新，从高清电视、3D 电视、智能电视到 4K 电视，沿着这一路径发展，观看者享受更智能、更清晰、更直观的体验。根据市场研究公司 Dataxis 的《4K 电视市场和预测（2013—2018 年）报告》预测，到 2016 年国产便宜的 4K 电视机销售将有助于推动亚太地区成为 4K 电视机单一的最大市场，占全球 4K 电视家庭的 42%。

3. 车载移动媒体

车载移动媒体，简要地说就是一种位移状态时的信息接收终端，主要包括机顶盒、液晶显示屏、天线、车载电源等，应用于公交、地铁、出租车、私家车、长途客车、飞机等场所。作为移动媒体最早出现的应用形态，车载移动媒体是目前区别于传统模拟电视和网络电视的一种新型电视媒体，也称数字电视地面广播。移动互联网技术的发展为车载媒体创造了更多的可能性。移动化是

^① 陈阳，裸眼 3D 时代：“看”出另一个世界 [N]，中国经济导报，2013—10—31.

未来媒体发展的一大趋势，车载媒体的先天基因优质，顺应了用户移动化的需求，满足用户在移动状态时的信息需求。2014年以来各路厂家对车载移动媒体市场更为看好，将汽车视为另一大智能移动接收终端，纷纷在这一领域发力。苹果公司已明确表示进军汽车市场。福特公司目前已经和中国多家互联网企业合作，将中国广播、豆瓣音乐、蜻蜓FM等多款应用置入福特“应用汇”，为用户带来更多元的车载互联收听体验。

（二）信息传输技术

信息传输技术，是指充分利用不同信道的传输能力，使信息得到可靠传输的技术。有效性和可靠性是衡量信息传输性能的两个主要指标。目前信息传输技术的革新主要体现在物联网、5G技术、OTT技术等。

1. 物联网

物联网是以互联网为核心和基础的，是互联网的延伸和扩展。物联网技术使得物品与物品之间的信息交换成为可能，通过智能感知、识别技术等通信感知技术，广泛应用于网络的融合中，因此也被称为继计算机、互联网之后世界信息产业发展的第三次浪潮。早在2005年，国际电联（ITU）就公布了《下一代互联网白皮书》，其中并没有局限于终端和网络的发展，而是在泛在网环境下（即无处不在的网络）描述了下一代互联网包含的四个存在——服务网（IoS, Internet of Service）、物联网（IoT, Internet of Things）、媒体网（IoM, Internet of Media）、企业网（IoE, Internet of Enterprise）。纵观全球ICT行业发展，物联网无疑是2014年的一个爆发点。从2014年初Google以32亿美元收购智能家居企业Nest，到下半年苹果标志性的可穿戴计算产品Apple Watch，分别标志着物联网在家庭互联网和个人互联网领域的突破。未来物联网将会连接“经济的几乎所有领域”，包括民生服务、交通运输、农业生产和医疗保健等。近些年我国物联网产业发展势头良好，技术研发取得重大

进展,市场化应用稳步推进。作为物联网的一大核心产品,联网汽车受到越来越多的关注,把汽车变成智能手机的一种延伸。基于物联网的智能家居设备也是2014年十分热门的新产品,大量产品涌入市场。物联网作为一种融合发展的技术,能产生庞大的产业集群效应。美国《福布斯》杂志评论未来的物联网将比现有的Internet大得多,市场前景将远远超过计算机、互联网、移动通信等市场。^①

2. 5G 技术

5G是4G的延伸,中国(华为)、韩国(三星电子)、日本、欧盟都投入了相当的资源研发5G网络。2015年3月3日,欧盟数字经济和社会委员古泽·奥廷格正式公布了欧盟的5G公私合作愿景,力求确保欧洲在下一代移动技术全球标准中的话语权,预计欧盟的5G网络将在2020年—2025年之间投入运营。移动通信技术经历了从1代到4代的变迁,分别由不同的业务能力和标志性技术构成。发展到第5代的移动通信技术,并不会完全替代4G、WiFi,而是将4G、WiFi等网络融入其中,为用户带来更为丰富的体验。用户不用担心自己所处的网络,不再需要通过手动连接到WiFi网络,系统会自动根据现场网络质量情况连接到体验最佳的网络之中,真正实现无缝切换^②。

3. OTT TV

目前我国的OTT TV产业链主要由四大环节组成:OTT内容制作、内容集成、内容传输(互联网接入)、内容接收(终端)。OTT TV对于电视业具有颠覆性的意义,它不仅能为用户提供更多的频道、提供点播、回看功能,还

^① 互联网那点事,2014年中国物联网产业发展分析报告[Z].<http://www.alibuybuy.com/posts/86007.html>2015-5-15.

^② 《谷歌执行董事长大胆预言:互联网即将消失,物联网无所不能》<http://news.163.com/15/0127/20/AH0BUOK00014SEH.html>.