



2008年新华社新闻学术年会论文选

数字化时代的 传媒战略转型

新华社新闻研究所 编

新华出版社



2008年新华社新闻学术年会论文选

数字化时代的 传媒战略转型

新华社新闻研究所 编

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

数字化时代的传媒战略转型: 2008 年新华社新闻学术年会论文选 / 新华社新闻研究所编.

—北京: 新华出版社, 2009. 12

ISBN 978 - 7 - 5011 - 9045 - 4

I. ①数… II. ①新… III. ①新闻工作—文集 IV. ①G21 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 217559 号

数字化时代的传媒战略转型: 2008 年新华社新闻学术年会论文选

主 编: 卓培荣

副 主 编: 刘光牛 白继红

责任编辑: 白 玉

装帧设计: 于 多

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

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

邮 编: 100040

经 销: 新华书店

照 排: 北京汉书鸿图文化传播有限公司

印 刷: 北京新魏印刷厂

开 本: 787mm × 960mm 1/16

印 张: 23.25

字 数: 336 千字

版 次: 2009 年 12 月第一版

印 次: 2009 年 12 月北京第一次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5011 - 9045 - 4

定 价: 36.00 元

本社购书热线: (010) 63077122

中国新闻书店电话: (010) 63072012

图书如有印装问题, 请与印刷厂联系调换 电话: (010) 89201322

深入贯彻落实科学发展观 建设世界性现代国家通讯社

——2008年新华社新闻学术年会综述（代序）

2008年12月15日至16日，2008年新华社新闻学术年会在北京召开。年会围绕“深入贯彻落实科学发展观，建设世界性现代国家通讯社”的主题，重点开设了“形势任务与发展战略”“优化完善体制机制”“开拓新思路方法”及“青年论坛：我为发展献一策”四个论坛。按照“务实、有效、有用”的原则，立足新华社实践、面向新闻界，着眼于当前传媒业各项改革发展实际，以推动实现《新华社2008-2015年工作设想》作为具体目标，认真贯彻学习实践科学发展观活动精神，努力用科学发展的眼光分析形势任务、探讨战略策略。

年会召开期间，新华社社长李从军，总编辑何平，副社长崔济哲、周树春等同志出席了部分场次会议并作重要讲话，对本届年会的研究成果和新闻学术年会的作用意义、组织方式等给予充分肯定，同时对全社工作提出新的希望和要求：一要清醒认识、准确把握当前国际国内形势和传媒业发展态势，把思想和行动统一到中央的决策部署上；二要认真贯彻学习实践科学发展观活动精神，用科学发展的眼光分析形势任务、探讨战略策略，解放思想，勇于创新，抓住机遇，应对挑战，加快发展；三要努力改革创新体制机制，着力进行观念创新、业态创新、业务创新和管理创新；四要加强业务研究，强化职业化建设，把一流的、职业化的标准贯穿到新闻报道和改革发展各项工作中，提高新华社履行职责的能力和水平。同时，在新闻研究中要大兴求真务实和调查研究之风，深入系统地研究新华社和新闻界在新形势下履行职责面临的重大课题。

为使与会同志开阔视野，激荡脑力，本届年会邀请清华大学熊澄宇教授做了题为《数字化时代媒体发展的格局与走向》的讲座，对数字化时代媒体形态的拓展、整合，信息内容的深化，传播方式的演变，内容产业的发展等进行了分析，通过数据、案例提供了不少新观点，受到普遍好评。

本届年会受到全社同志广泛关注，共有400多名同志提供了460多篇论文，约500人次参加了四个分论坛的讨论，80多人做了中心发言。论坛研讨和提交的相关论文均密切联系新闻界及新华社改革发展实践，广泛深入地研究了新闻媒体在新形势下履行职责面临的多项重要课题。研究成果体现了与业界、学界的活跃互动，涉及新闻传播理论、媒介集团发展战略、新媒体业态创新、媒介从业人员队伍建设等方面内容，在认识形势任务、共享新鲜经验、探讨对策思路等方面形成了诸多共识。

一、把握新形势下的传媒趋势，抓好媒体业态的创新融合

与会同志积极关注金融危机对传媒业带来的影响，认为其间有一些机遇，如国家对金融安全的重视会空前提高，一些媒体在金融危机中可能出现的困境、购并和兼并机会增加等，应充分把握，在“危”中寻“机”，科学制定方略。

一些研究从国家政治决策和产业格局的角度，对金融危机带给新闻信息服务产业的冲击做了分析，认为国际金融危机对新华社的发展既是挑战更是机遇。当前，需要强化适应时代需求的终端产品，围绕分众化和差异化实施战略整合。完善传者与受众个体的有机互动，提升受众参与度，通过整合文字、图片图表、音视频、金融服务资讯等多种终端产品，围绕分众化和差异化打造融合多媒体的终端载体，以较低成本重构传播渠道直抵终端消费者，提升受众参与度和对新闻信息产品的粘性。目前对于新华社而言，创建一个直接面向受众的“库媒体”是值得探索的道路之一，可利用数字电视网络，通过与服务提供商的合作，实现电视实时收看新华网。

二、统筹国内国际视野，在新舆论格局下提高引导能力

与会同志认为，传媒应以科学发展观为指导，树立科学的新闻观，强化新闻报道中以人为本的理念。在市场化环境中，以视频报道、财经报道等报道样式及手机媒体、网络媒体等新媒体形态为突破口，牢牢抓住新兴增长点，抢占争夺舆论话语权的前沿阵地。通过抓重点报道、抓精品报道、抓智库职能建设，积极探索舆论引导新途径，保持对网络舆情动态和走向的高度关注，研究如何提升媒体在党和政府决策体系中的作用。

当前，进一步提高中国媒体的国际传播能力，积极参与国际竞争也是媒体的重要职责。为此，应完善日常采访对外报道管理机制、推动本地雇员“全球化”、

完善对外应急报道机制体制、扩大与海外媒体和学术机构的交流与合作等。

同时，还要进一步探索提高突发事件报道水平，理顺体制机制，使新闻媒体在国家的应急管理中产生重要的推动作用。一是信息发布职能，公布事实真相，疏导恐慌情绪；二是社会动员职能，形成应急处置的力量支持体系；三是舆论监督职能，确保应急处置政策执行到位。对于新华社等拥有各地驻点记者的媒体机构而言，要使各个分社、工作站真正成为驻地省市应急体系的重要组成部分，重点需要落实以下几点：一是要将分社纳入省市应急处置的指挥体系，成为应急管理办公室的成员单位。二是要建立日常信息通报制度。三是要为记者采访提供便利条件。

特别是新华社等权威媒体，要突破重大突发事件报道的瓶颈，增强在报道中的“介入能力”，创新报道方式方法，增强舆论引导能力。具体措施如：拓宽信息搜集渠道，借助外力完善突发事件预警体系；组建多支快速反应小分队，确保迅速赶到突发事件现场有效开展报道；规范突发事件报道核实机制、辨识机制和写作要求，确保准确无误。加强突发事件报道信息源建设更是重中之重。一要强化官方通道，畅通民间渠道，有效发挥签约摄影师、通讯员、线人的作用。二要提高记者新闻嗅觉，鼓励记者广交朋友，建立自己的信息雷达收集网。三要发挥媒体新闻热线的作用，建立媒体之间的新闻线索联动机制，加强舆情监测水平。

与会同志认为，媒体要履行好职能，除了及时充分地提供资讯，还应以客观全面的“观点”加强舆论引导。加强和改进评论工作是一个重要方面，特别是要注重评论人才的挖掘、管理和培训，建立媒体的评论人才库。二是要加强“观点新闻”报道的规范化运作，在报道中兼听则明，防止偏听偏信、以讹传讹；交代清楚背景，以便记者、编辑和受众判断其观点；客观表述，无论标题、导语和正文，都应强调“是谁的观点”；对重要观点及其发表人应保持跟踪，以及时修正报道；资源共享，在一定范围内对有价值的观点和发表人充分开发利用。

三、以视频业务为突破点，实现通讯社事业跨越性发展

与会同志提出，在新媒体技术快速发展的背景下，新华社要在现有条件下做好视频新闻内容，其中的三个重要支撑是：做强视频直播、做精新闻评论、做好社会新闻集成。在此基础上积极适应媒体差异化竞争的需求，努力形成供稿、合办深度报道栏目等业务发展格局，利用网络、电视、手机等平台输出多类型新闻信息产品，拓展传播渠道。依托新华网平台建立多媒体载体，积极开展网络视频业务，占领传媒“合竞时代”的舆论制高点。

另外，在新华社视频业务建设的过程中，要积极探寻产业化路径，创新报道体制机制。如建立现代企业制度，形成视频业务发展的管理运行体系，依靠资本化、市场化、公司化的手段，构建适合媒体实际情况的资本运营管理制度。加强人力资源建设，尤其是视频记者的职业化建设。同时还应积极与科研机构合作，研发新媒体时代的行业标准，从源头上把握住市场。

四、加强职业化建设，打造适应新媒体业务需要的从业人员队伍

与会同志认为，应加大媒体机构改革力度，做好人事工作，引进满足事业发展需要的各类人才。同时注重培训工作，着重培养专家型人才。

新闻采编人员的职业设计与规划应具体体现在岗位设置、准入、岗位培养、考核、继续教育、晋升和退出等多个环节，需要建立起适应不同业务发展要求的体制机制保障。采集环节应构建起广泛的新闻信息收集网络，要强化国家通讯社的职能，确保与权威部门的联系，以相应的制度保障信息畅通，确保信息源的多样化、信息传递的及时性。在编辑环节，要确保编辑部、分社总编室和一线记者有及时、良好的沟通，从而形成文字、摄影、视频等报道表现形式的联动。新闻产品的签发环节，对专线设置和固定专栏应当相应设置标准。此外，要建立适应市场化的奖罚机制，奖罚要注重及时性和公正性。

为强化对外报道和国际报道，还应改进外国专家的聘用与管理工作，重点开拓聘请高端音视频外籍专家的渠道：完善和规范外国专家聘请机制，探索灵活多样的聘请模式；用人单位要做好专家上岗培训；利用外脑培训人才，不断扩展各语种各类外文干部的专业培训和外语培训；建立科学规范的管理体系，加强专家管理考核方面的规章制度建设，依法管理，改进服务。

五、加强新闻信息产品的营销工作，为事业的可持续发展提供内生动力

媒介产品的市场营销是其实现影响力的前提，与会同志认为，为拓展新华社产品的营销工作，应科学分解营销任务，科学构建营销服务系统，找准营销工作突破口，努力在市场化运营模式、视频产品营销、终端受众市场等方面实现突破，科学地构建平面、广电、新媒体、新华08、报刊发行等方面的营销服务体系。同时还应关注海外营销服务体系，并完善用户服务和新闻信息产品评价工

作。

与会同志认为，新华社媒介产品的广告销售和品牌建设应贯穿“大策划、大品牌、大服务”发展战略，实施品牌营销策略，加强与大品牌客户的战略合作，重点开发国内外知名品牌企业客户，提升大客户的数量和质量。另外，还要重点发展广告业、公关业和咨询服务业三个重点业态。

在视频产品营销、开拓终端受众市场等方面，可尝试建立现代企业制度，以带动营销工作的突破。培育属于新华社的企业家和职业经理人群体；实现根本性的体制创新和转型；实行股份制改造，建立现代企业制度，确立市场竞争的主体地位；建立多元投资结构，提高经济运行效益；通过战略性购并，迅速提升核心竞争力。

六、在新闻实践中落实科学发展观，加快创新步伐

与会同志认为，对于新闻媒体和新闻工作者而言，学习好、宣传好科学发展观是两个根本任务。为此，要运用“科学的新闻观”即中国特色的社会主义新闻理论指导新时期的新闻实践，科学地传播新闻事实。具体讲，就是以科学的态度、正确的认识和实事求是的精神对待新闻事实，在新闻工作中遵循科学规律、经济规律、自然规律和社会发展规律。这是科学发展观在新闻事业中的具体体现，是马克思主义新闻观在新时期新闻传播活动中的具体体现。

新闻媒体要宣传好科学发展观，其自身的发展、科学发展是前提。目前，新闻界正在活跃的新闻实践及理论探索中丰富着中国特色社会主义新闻学，积极探索党报党刊（台）与市场的结合，将内容、形式、体制、机制等方面的创新日常化、制度化。如，不少纸媒在新的传播环境下，追求思想性和深度，提出办有思想与灵魂的报纸，以评论、热点追踪等提供背景、分析、观点，以取长补短，发挥优势。面对当前纸媒成本的压力，也有不少媒体尝试改变报纸形态，或以各种策划提升、扩大品牌影响力，像论坛经济、峰会经济等均为社会效益、经济效益双赢的尝试，以品牌优势栏目带媒体，突出特色。这些举措均提高了媒体的竞争力、影响力。

对于新华社社办报刊而言，也应关注、研究、借鉴每个时期各类媒体的新理念、新探索，以交流、开放的心态取长补短，才能适应市场、赢得市场、赢得发展，为发展中国特色社会主义新闻理论和实践作出应有贡献。

本届年会的大量论文密切联系新华社战略转型中的具体问题，提出对策思路，已被加工梳理成不同形式的产品提供给相关决策者，许多建议已被次年工作

方案采纳并付诸实施。作为研究成果的集中展示，依照历年学术年会论文选编辑体例，按照论文的主题与质量，我们筛选编辑成了副题同为《2008年新华社新闻学术年会论文选》的四册论文集，其中《加快建设世界性现代国家通讯社》《实现新华社视频事业新突破》《打造信息业务的国际竞争力》（内部版上、中、下）供全社同志参阅；公开出版的《数字化时代的传媒战略转型》选录了60篇论文，从战略转型、队伍建设、舆论引导模式创新、信息传播力提升等方面就一些相对具有普遍意义的问题提出了一系列思考和对策建议，希望能对推动传媒业改革发展，进一步提升媒体传播力与影响力提供一些理论支持。

新华社新闻研究所
2009年10月

目 录

深入贯彻落实科学发展观 建设世界性现代国家通讯社 ——2008年新华社新闻学术年会综述(代序)	(1)
数字化时代的战略转型	
顺应新媒体革命大趋势 加快向世界性现代国家 通讯社转型	刘 江 钟沈军 (3)
科学发展观指导下的新闻信息采编职业化建设问题	吴锦才 (20)
源头创新重塑核心价值 ——Web 2.0时代新华社战略转型刍议	严文斌 俞 铮 (27)
略论树立科学的新闻观	吴国清 (35)
改革开放三十年与新闻事业	文有仁 (43)
数字化助推传统媒体转型 ——兼谈新华社如何应对数字化时代机遇与挑战	张永平 (53)
关于参与国际舆论竞争的思考	邹 云 (56)
关于纸质媒体网络建设的思考	林 晨 (63)
新媒体与传统媒体的融合与发展	张 敏 (68)
浅析新华社新媒体业务的市场机遇	程 婧 (74)
数字化新技术带来新闻传媒的变革	吴军秀 (84)
新媒体内容产业的发展现状与趋势对新华社的启示	周 琳 (91)
中国互联网的网站排名机制与启示	秦 丹 (96)
SNS社交网站对传统新闻概念的冲击与挑战	李隆强 杨 晶 (105)

多媒体业态下的队伍建设

- 从制度和机制上建设一流的职业化采编队伍 于绍良 李 勇 (113)
- 职业化建设的内容和制度保障分析 刘 刚 (119)
- 记者职业化标准建设探析 陈晓虎 (125)
- 刍议新华社多媒体发展战略与人才新技能培养 黄 文 (132)
- 以职业化建设为重点 推动采编业务战略转型和科学发展 谭 飞 (139)
- 建设一流的职业化营销团队的五个维度 李迎建 (144)
- 关于推进新华社职业化培训的思考 程军利 (151)

转型期的舆论引导模式创新

- 用科学发展观指导新闻摄影与时俱进 徐祖根 (157)
- 以科学发展观推动转型期的中国新闻对外报道 韩 松 (162)
- 加强国际评论 扩大报道影响 陈鹤高 (167)
- 在新格局中努力抢占舆论引导的制高点
——学习胡锦涛总书记考察人民日报重要讲话的体会 陈 芸 (173)
- 从北京奥运会看舆论引导模式创新 刘光牛 (179)
- 抗震救灾报道对以人为本报道的启示 李龙师 (185)
- 媒体行动以及在国家应急体系中的作为和地位
——从“5·12”大地震报道谈起 冯 诚 唐卫彬 张先国 (193)
- 树立科学的新闻价值观
——2008年新闻实践的启示 李 灿 (200)
- 统筹 创新 求变
——宁夏五十周年大庆报道探索 王存理 (206)
- 彰显人性与党性的光辉
——从汶川地震报道看“新华体”在中国新闻史上的
地位及影响 葛素红 (210)
- 发展报道的新课题 陈国权 (215)
- 从《抗震救灾手机报》看手机报舆论
引导新优势 邹晨洁 陈 静 单长虹 (220)
- 从原创和整合角度论手机报未来的发展 程 森 刘佳慧 (226)

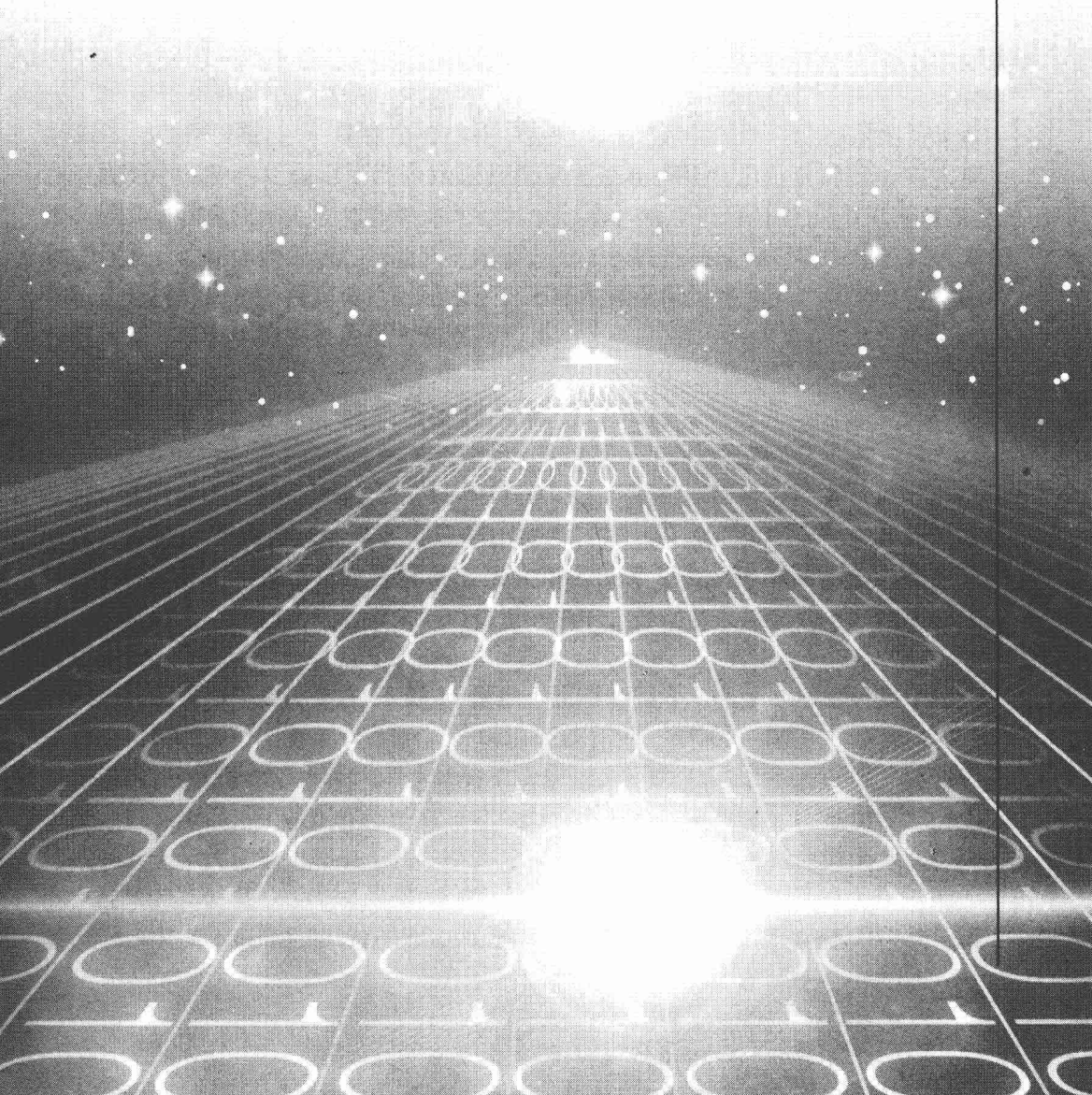
- 从三鹿奶粉事件透视手机传播机制 于 怡 穆美林 (234)
- 手机媒体的舆论表达研究
——以新华网两会“飞信访谈”为例 李 欣 刘莹莹 (241)

网络社会的信息传播力提升

- 跨文化新闻信息传播过程特点与对策分析 顾震球 (255)
- 用好专家资源 提高经济报道公信力 张持坚 (261)
- 用科学发展观指导重大突发事件报道 王进业 (266)
- 把握重大突发事件舆论引导主动权 蒋作平 (271)
- 在突发事件报道中如何挖掘调研“深井” 赵东辉 孔 博 吴 俊 (278)
- 做好突发事件流言控制报道的一些思考 郭根深 (284)
- 实践科学发展观 有效提升《新华每日电讯》采编实力 田朝晖 (291)
- 从《中国证券报》实践看报刊品牌建设 钱昊旻 (296)
- 大手笔拓展对外宣传新思路
——新华社海外专版未来发展路径分析 王红玉 闵 捷 (302)
- 食品安全报道着力点研究 白继红 (306)
- 如何从会议报道中抓取独家新闻 李新民 (312)
- 提高眼界 增强深度 体现特色
——农村科技创新报道的探索与实践 王金湘 (319)
- 不辱国家摄影队的历史使命
——从国内六家主流都市报采用情况
看新华社奥运图片报道 张骞艺 荣 彦 (324)
- 以科学发展观为指导 加强和改进新华社网络评论工作 王甘武 (331)
- 论移动新媒体环境下时政新闻的传播力和影响力 陈知春 王文清 (338)
- 论图表新闻的时代使命 高 山 (344)
- 思考当前全球金融危机的四个维度
——兼谈对新闻信息真实性的再认识 刘丽娜 (350)
- 网络时代依然能量巨大的“把关人”和不再“沉默的螺旋”
——“拉萨3·14事件”在英国主流媒体传播过程
的个案研究 黄慧文 (356)

数字化时代的传媒战略转型
SHU ZI HUA SHI DAI DE CHUAN MEI ZHAN LUE ZHUAN XING

数字化时代的战略转型





顺应新媒体革命大趋势 加快向世界性现代国家通讯社转型

□ 刘 江 钟沈军

2008年9月上旬，新华社党组召开工作座谈会，讨论制定了《新华社2008-2015年工作设想》，明确提出要加快“三个拓展”，实现战略转型，把新华社建设成为中国特色社会主义世界性现代国家通讯社。社党组做出的这一重大部署，顺应了信息技术发展和新媒体革命的大趋势，对于新华社进一步创新观念、创新业态、创新体制机制、创新队伍建设，更加积极主动地应对数字化时代带来的机遇与挑战，不断提高舆论引导水平，不断增强国际传播能力，努力打造国际一流传媒，具有十分重要的现实和深远意义。

信息技术作为第一传播力， 正在引发新闻传播史上的第五次大革命

科学技术是现代新闻事业发展的历史性杠杆。纵观400多年的现代新闻发展史，技术创新引发了信息传播的五次大革命，每一次媒体革命都给人类的政治、经济、文化和社会生活带来不可估量的影响，推动着人类文明不断向更高层次迈进。

第一次媒体革命发生在15到16世纪，当时德国人古登堡发明的机器印刷技术得到推广，促使“新闻纸”问世，从而奠定了现代报刊业的基础。第二次媒体革命发生在19世纪上半叶，以电报的发明应用为标志的技术革新催生了新闻通讯社，进一步促进了报纸媒体的发展壮大。第三次媒体革命发生在本世纪二三十年代到五十年代，电力和电子技术革命导致了广播、电视新闻媒体的诞生、扩展和空前繁荣，使其成为影响人数众多、涉及面很广、感染力很强的大众传播工具。第四次媒体革命发生在上世纪90年代中期，以数字化、网络化为特征，诞

生了网络媒体,这种被称为继报纸、广播、电视之后的“第四媒体”的出现,给媒体传播带来了具有里程碑意义的大革命。

当前,传播的网络化、无线化加快更新换代,而且两者之间相互结合、相互促进,开始出现以数字化无线网络为基础,以无线移动通信工具为载体,以开放式、自主式、互动式交流和服务为特征,以多媒体无线即时传播为特点的第五次新闻媒体大革命。第五次媒体革命产生了第五媒体,即真正的移动多媒体。我们正在进入移动多媒体时代。

信息传播技术的八大发展动向

当前正在以前所未有的速度、广度和深度向前推进的第五次传媒大革命,其内在驱动力来自近些年来信息技术日新月异的飞跃发展。这些技术性的突破,归纳起来主要发生在以下八个方面:

第一,网络宽带化。

网络带宽是互联网尤其是需要高码流传输的网络视频发展的突出瓶颈。为此,早在1996年,美国政府就发起了信息高速公路计划,日本及欧洲各国也纷纷跟进,并于上世纪末初步建立了以光纤材料为主干网、以光缆和ADSL为用户接入网的宽带互联网络。近几年,中国新一代互联网示范工程从试验示范走向商用取得实质进展。目前世界各国正在研发第二代光纤宽带互联网。从理论上讲,第二代光纤宽带互联网最高网速可达每秒100兆比特(100Gbps),是现阶段最高网速的10倍。在核心网宽带化取得进展的同时,用户接入网也出现光纤宽带化趋势。

带宽迅速拓宽的重要意义,是解决了视频等高码流信息的传输瓶颈问题,使网络视频传输速度大大加快,传输成本不断降低。在带宽40兆比特的条件下,下载一个十五分钟的视频只需要1秒钟。

第二,传输流媒体化。

所谓“流媒体”并非指流动媒体,而是指采用“流式传输”的技术方式在网络上播放的媒体格式。它是指商家用视频传送服务器把节目打成数据包传送到网络上,用户不必等到整个文件全部下载完毕后再观看,而是通过用户计算机的相关软件将多媒体视频文件的下载、解压、解码、再现形成源源不断的“流”,一边供前台观看,一边将剩余文件继续下载、解压,从而使得视频信息的发送和接收时滞缩短,基本上可达到同步,用户可以边下载边播放观看视频文件。

流媒体的技术意义,在于实现了高码流视频信息的即时传播、即时接收和即

时享用，而且这种即时传播还可以是双向的，从而使得视频、音频信息的即时性互动成为可能。目前，流媒体技术正广泛运用于多媒体新闻发布、在线直播、视频点播、远程视频会议、语音、视频聊天、电子商务、远程教育等许多方面，不仅为网络新闻视频服务奠定了基础，而且能更好地满足人们在互联网上对视频的多样化、个性化需求。

第三，数字无线化。

数字技术最早是依赖有线网络发展起来的，数字通信特别是高码流的数字视频通信实现由有线向无线的飞跃，关键在于数字化无线通信技术的成熟和发展。目前，数字化无线通信技术已经发展到第三代（3G），最近我国政府正式宣布将发放3G牌照。3G的最大优势，是使传统手机的功能从单纯的语音通信扩展到文字、图片、视频、音频等多媒体信息处理，从无线电话通信扩展到无线网络通信，从而使手机朝向无线移动多媒体网络计算机终端的方向迈出了重要的一步。

现在，日本、欧洲正向3.5G过渡，世界上一些发达国家正在大力研发第四代（4G）移动通信技术。在视频业务爆炸性增长的刺激下，许多技术运营商也在加快对4G网络的投资。移动运营商T-Mobile在德国波恩对4G网络的测试中，获得了每秒40兆（40Mbps）的下载速率，这是目前固定线路宽带上网网速的3倍多。从3G到4G的带宽是革命性的变化。如果说，3G是“第一代无线信息高速公路”，使手机从语音时代跨入图像和视频时代的门槛，那么4G将作为“第二代无线信息高速公路”，把手机推上移动网络视频时代的新高峰。

第四，电视数字化。

在相当长一段时间里，电视节目使用的是模拟视频技术。在数字化的初始阶段，视频信号需要将模拟信号转换成数字视频文件后存储在数字硬盘中，需要使用时，就将硬盘中的数字视频文件还原成为模拟信号的视频输出。现在，摄像机、影碟机、计算机等已经实现了数字化，其采集或摄录的已经是数字信号，加之后期的存储、加工、利用方式等也完全数字化，从而可以省略掉从模拟到数字又到模拟这样的反复转换过程。

电视数字化具有多重意义。首先，它有利于电视、电影等媒体数据的采集、制作、存储和加工利用；其次，它使电视、电影等媒体达到高清晰度水平；再者，它为电视、电影等影像媒体与有线和无线网络等电信载体找到了统一、通用的“数字语言”，从而创造了网络视频传输的前提条件，奠定了多网合一的技术基础，为网络视频、手机视频的兴起和繁荣开辟了道路。

第五，多网合一化。

“多网合一”主要指电信网、互联网、广电网三大主干网的网络融合。另外，