

中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

B

新媒体蓝皮书

BLUE BOOK OF NEW MEDIA

中国新媒体 发展报告 *No.6* (2015)

中国社会科学院新闻与传播研究所

主编/唐绪军

副主编/吴信训 黄楚新 刘瑞生

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF
NEW MEDIA IN CHINA (2015)



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2015
版

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目



中国新媒体发展报告

No. 6 (2015)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF NEW MEDIA IN CHINA
(2015)

中国社会科学院新闻与传播研究所

主 编 / 唐绪军

副主编 / 吴信训 黄楚新 刘瑞生



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国新媒体发展报告. No. 6, 2015/唐绪军主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2015. 7

(新媒体蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 7562 - 2

I. ①中… II. ①唐… III. ①传播媒介 - 发展 - 研究报告 - 中国 - 2015 IV. ①G219. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 116443 号

新媒体蓝皮书

中国新媒体发展报告 No. 6 (2015)

主 编 / 唐绪军

副 主 编 / 吴信训 黄楚新 刘瑞生

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 邓泳红 郑庆寰

责任编辑 / 郑庆寰 王 颀

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367090

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 28.25 字 数: 470 千字

版 次 / 2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 7562 - 2

定 价 / 79.00 元

皮书序列号 / B - 2010 - 145

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

新媒体蓝皮书编委会

(以姓氏笔画为序)

刘瑞生 杨瑞明 吴信训 闵大洪 宋小卫
孟威 赵天晓 钟瑛 姜飞 秦雯
钱莲生 殷乐 唐绪军 黄楚新 彭兰

协编单位：上海市社会科学创新研究基地/吴信训工作室·上海
大学文化繁荣与新媒体发展研究基地

欲了解中国新媒体发展最新动态，请关注“新媒体蓝皮书”微信公众号，
以及新媒体蓝皮书的官方微博新浪微博“@中国新媒体发展报告蓝皮书”。



主要编撰者简介

唐绪军 中国社会科学院新闻与传播研究所所长，研究员，所学术委员会主任，兼任中国社会科学院研究生院教授、教授委员会委员、新闻学与传播学系主任、博士生导师、系学位评定委员会主任，《新闻与传播研究》主编，中国记协第八届理事会常务理事、国家新闻出版总署报业专家顾问团顾问，享受政府特殊津贴。

吴信训 上海大学中国艺术产业研究院院长，教授，博士生导师。上海市社会科学创新研究基地（文化繁荣与新媒体发展研究方向）及上海发展战略研究所吴信训工作室首席专家，全国“十佳”广播电视理论工作者，享受政府特殊津贴，中国传媒经济与管理学会常务副会长兼秘书长。

黄楚新 中国社会科学院新闻与传播研究所新闻学研究室主任，传媒发展研究中心主任，副研究员，博士。首都互联网协会新闻评议专业委员会评议员，《中国报业》杂志学术顾问，《中国青年社会科学》杂志特约作者。

刘瑞生 中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员，《新闻与传播研究》副主编，国家互联网信息办公室互联网新闻研究中心特约研究员，北京市微博客发展管理专家顾问团成员，中国社会科学院青年人文社会科学中心特约研究员。

摘 要

《中国新媒体发展报告》是由中国社会科学院新闻与传播研究所主持编写的关于新媒体发展的最新年度报告，2015 卷分为总报告、热点篇、调查篇、传播篇和产业篇等五个部分，全面分析中国新媒体的发展现状，解读新媒体的发展趋势，探析新媒体的深刻影响。

2014 年是中國大陸全功能接入国际互联网 20 周年，在用户数量、市场规模、技术条件多年高速量化积累的基础上，网络发展进入了质变飞跃的时代。网络安全成为国家战略的关注点，媒体融合成为中央深化改革的重要任务，网络助政成为国家治理的重要手段。

本书总报告全面概括了当前中国新媒体的发展态势，盘点了移动互联网、网络信息安全、微传播力、自媒体、媒体融合、互联网金融、数据新闻、微博发展、微信谣言传播、新媒体经济等新技术、新应用和新形态；深入分析了国家对网络信息安全、媒体融合的顶层设计，网络空间法治化、微信谣言传播，互联网金融、传统媒体的融合转型，数字版权等全社会关注的热点和焦点；重点解析了新媒体的快速发展对当今中国社会政治、经济以及文化传播等方面的深刻影响；展望了中国新媒体的未来发展趋势。

本书收入了全国研究新媒体的数十位著名专家学者撰写的报告，深入探讨了中国网络空间安全、微传播力、微信发展状况、微信谣言传播、微博发展态势、互联网金融、移动媒体舆情、传统媒体转型、新媒体产业发展、网络助政、新型社交网络、数据新闻、数字版权等重要问题。同时，还总结了中外数字报纸、手机视频、智能可穿戴设备、IPTV 等新媒体产业的发展状况。

本书认为，2014 年，在国家顶层设计的强化下，中国新媒体在社会发展中的战略地位进一步提高，快速移动化与融合化助推新媒体的功能不断拓展，影响力不断扩大。新媒体与政治、经济、传媒、文化的深度融合效应不断释放正能量。各种新思维、新技术、新应用、新业态竞相呈现，助推中国成为移动互联网大国。

目 录



B I 总报告

B.1 国家战略：中国新媒体发展的新阶段

.....	唐绪军 黄楚新 刘瑞生 / 001
一 总体概况与发展态势	/ 002
二 热门盘点与焦点透视	/ 007
三 传播分析与影响解读	/ 013
四 未来展望与政策建议	/ 024

B II 热点篇

B.2 2014 年网络空间安全发展研究报告	方兴东 胡怀亮 / 027
B.3 2014 年中国微信发展报告	余秀才 赵天浩 童石石 / 038
B.4 微信公众号“谣言”传播研究报告	何凌南 张志安 李姝慧 蔡晓纯 / 052
B.5 新媒体时代的“假新闻”现象与治理对策研究	林卓颖 何桂林 刘自然 曹燕妮 / 065
B.6 2014 年中国移动舆论场舆情发展报告	刘鹏飞 周亚琼 张 力 / 084
B.7 2014 年中国互联网金融发展报告	欧阳日辉 / 101
B.8 2014 年中国电视业融合转型研究报告	殷 乐 向家莹 / 119



- B.9 2014 年中国报纸微传播力研究报告
..... 黄楚新 张安 王丹 / 130
- B.10 2014 年中国智能可穿戴设备发展研究报告
..... 姜飞 黄先超 / 146

B III 调查篇

- B.11 2014 年中国政务新媒体发展报告 侯 铨 / 162
- B.12 数据新闻的发展现状、问题及对策 钟 瑛 李 苏 / 176
- B.13 2014 年中国电视与新兴媒体融合现状、
问题及对策 谭 天 张冰冰 / 193
- B.14 2014 年中国政务微信平台研究 童清艳 叶 然 迟金宝 / 205
- B.15 2014 年网络助政发展报告 阳美燕 刘 厚 李 慧 / 229
- B.16 2014 年数据新闻发展态势与展望
——以新华网为例 吴卓晶 马轶群 刘 君 / 244
- B.17 基于微信的网络谣言的量化研究 匡文波 郭育丰 / 258
- B.18 微传播格局中的熟媒介
——2014 年中国微博发展报告 刘瑞生 中亚美 / 267

B IV 传播篇

- B.19 移动互联时代的央企新媒体传播影响力
研究 刘 蕾 陆冬梅 黄 妍 郭 悦 薛艳君 / 278
- B.20 中央纪委监察部网站的传播新态势 向 芬 / 294
- B.21 政务微博的传播效果与提升策略
——以浙江省县（区）政务微博为例 王 井 / 304
- B.22 电视业对“大数据”的创新应用 郭小平 柯善永 / 317
- B.23 新型社交网络应用模式发展报告 李卫东 杨雪兰 / 330
- B.24 2014 年中国数字媒体版权管理研究报告 王 颖 / 343

B V 产业篇

B. 25	2014 年中国新媒体产业发展报告	郭全中 郭凤娟 / 354
B. 26	2014 年移动阅读终端产业分析报告	吴小坤 吴信训 / 365
B. 27	“互联网 +”：2014 年中国有线电视产业涅槃重生	高红波 / 373
B. 28	2014 年中国手机视频行业发展报告	江 凌 / 382
B. 29	基于 IP 的视听内容产业发展态势与新动向报告	王建磊 / 392
B. 30	2014 年中外数字报纸发展报告	李 珠 / 403
Abstract		/ 418
Contents		/ 420

皮书数据库阅读 **使用指南**

B.1

国家战略：中国新媒体发展的新阶段

唐绪军 黄楚新 刘瑞生*

摘要： 2014年以来，中国新媒体步入了新的发展阶段。网络信息安全上升为国家战略，媒体融合成为中央深化改革的重要任务，网络助政成为国家治理的重要手段，互联网金融方兴未艾，移动互联网日益勃兴。新媒体不断渗透到各行业，一些新的问题不容忽视：微信谣言亟须治理，网络信息安全亟待提高，互联网金融需要规范。

关键词： 新媒体 媒体融合 网络信息安全 国家战略 微信谣言

* 唐绪军，中国社会科学院新闻与传播研究所所长，研究员，所学术委员会主任，博士生导师；黄楚新，中国社会科学院新闻与传播研究所新闻学研究室主任，传媒发展研究中心主任，首都互联网协会新闻评议专业委员会评议员；刘瑞生，中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员，《新闻与传播研究》副主编，国家互联网信息办公室互联网新闻研究中心特约研究员，北京市微博客发展管理专家顾问团成员，中国社会科学院青年人文社会科学中心特约研究员。



一 总体概况与发展态势

2014 年是中國大陸全功能接入國際互聯網 20 周年，在用戶數量、市場規模、技術條件多年高速量化積累的基礎上，網絡發展進入了質變飛躍的階段。網絡安全成為國家戰略的關注點，媒體融合成為中央深化改革的重要任務，網絡助政成為國家治理的重要手段。

2014 年，中國互聯網企業的国际影響力日益增強，中國成為國際互聯網交流的重要場所。“互聯網+”從多角度引發產業範式變革，從互聯網到移動互聯網，從電子商務到社交媒體，從傳統媒體到媒體融合，從數字化生活到數字化生產，各種新思維和新業態競相呈現，熱度空前。

1. 中國成為移動互聯網大國

當今，在世界範圍內，越來越多的人正改變以前的閱讀、收聽和收視方式，形成新媒體接觸習慣。據國際電信聯盟（ITU）發布的《2014 年信息與通信技術》報告顯示，到 2014 年底，全球互聯網用戶數量約為 30 億，其中 2/3 來自發展中國家，大約 3/4 的用戶通過移動設備訪問互聯網，這一比例還在穩步增長。作為發展中國家的代表，中國正處於移動互聯網社會態勢中。中國互聯網絡信息中心（CNNIC）發布的第 35 次《中國互聯網絡發展狀況統計報告》顯示，截至 2014 年 12 月 31 日，中國網民數量為 6.49 億人。其中，手機網民規模達 5.57 億，網民中利用手機上網人群達 85.8%，手機端即時通信使用率為 91.2%。而早在 2014 年 6 月底，我國手機網民規模首次超過 PC。這些數字表明，中國受眾正大規模向移動互聯網平台遷徙，移動終端已經成為人們接觸媒體的主要渠道。

由於智能手機的大面積普及，我國移動互聯網業務高速增長。2014 年，我國移動互聯網市場規模達到 2134.8 億元，與 2013 年相比增長 115.5%，預計到 2018 年整體移動互聯網市場規模將突破 1 萬億元大關。在各細分行業結構分布中，移動購物占到 54.3% 的份額，較上年提高 17.5 個百分點，預計到 2018 年將占到整體份額的 64%。移動廣告市場從 2014 年開始逐步向成熟化發展，佔據 13.9% 的市場份額，預計到 2018 年其占比可達到 23%，穩步提升。

在移動化社會中，移動互聯網正向更廣泛的生活、工作等領域滲透。推廣



普及移动资讯、移动阅读、移动游戏、移动电子商务、移动视频等移动应用，为用户提供各类实用信息和全方位网络服务成为各行业必须面对的任务。未来的世界将是移动互联的世界，中国已成为移动互联世界中的重要一员。

2. 微传播正成为一种主流传播

在当今信息高度发达的互联网新媒体时代，社会发展更加多元、生活方式更加丰富、工作节奏更加快捷、信息需求更加多样。与这些变化相适应的新媒体传播方式的一个重要特点就是“微传播”。所谓微传播，指的是以微博、微信、移动客户端等新介质为工具的信息传播方式。微传播通过及时快速更新信息、利用图片链接多媒体形式推送、转发评论，实现与用户即时双向互动。

在微传播时代，信息传播更加碎片化，用户定位更加精准，内容生产更加强调短小精悍、鲜活快捷，因此，传播方式更加需要细微化。各种微传播方式通过简短有力的表现方式传播最重要的信息，比如微博通过 140 个字符，微视频只有 3 分钟，而微电影的时长也不过半小时。在移动化的社会，这些微内容、微信息快速流动、跨平台流动，用户通过微博、微信、客户端等载体，随时随地实时获取信息。例如，在“两会”期间，中央级的网络媒体采取各种手段方便用户快捷获取重要信息，人民网开设了移动直播室，通过微视频、微博、微信、微闻天下等四“微”的有机结合，对“两会”进行图文直播或实时报道。新华网在官方微博平台开设“两会微现场”“两会粉丝团”等栏目，使“两会”报道内容向社交媒体扩展。各大型门户网站也不断创新“两会”的报道方式，它们的微传播建立在移动客户端以及微博、微信平台推出“微播报”“微视频”“微直播”等系列栏目，通过移动端在最短的时间内将“两会”的有关信息传递给广大网民。

微传播以风趣幽默的方式表达严肃的政治话题，突破了政治传播的常规方式。2014 年深受网民喜爱的网络动漫《领导人是怎样炼成的》，时长仅为 5 分钟，在网上推出仅仅几天之后，在各大网站的点击率就超过 1000 万次，远远超出了同类视频。该视频被网民称为“接地气”“亲民、顺民”“很萌”，这种传播方式拉近了中央领导人和人民群众的距离。

据人民网舆情监测室发布的数据表明，2014 年的移动舆论场中超过一半的突发舆情都最先在“两微一端”首次曝光或发酵升级。从 2014 年年初“东莞扫黄”事件到“马航失联”，从广东茂名 PX 事件再到香港“占中”舆情在



微博微信中的传播，微传播舆论场中不仅滋生话题，也更容易将主流话语体系加入网络思维与草根表达，改变了传统的媒体思维与舆论定式。微传播正以其独特的传播方式成为一种主流传播。

3. 网络空间法治化得到加强

2014年对于互联网行业可谓法治化的管理之年。当前，互联网技术和各种应用快速发展，但现行管理体制的各种问题也充分暴露出来，主要集中在“多头管理、职能交叉、权责不一、效率不高”。2014年，中央网络安全和信息化领导小组从互联网管理的顶层设计层面理顺了体制机制，这将有效改变管理跟不上网络发展的局面。与此同时，网络空间法治化进程加速，国家相关法规条例陆续推出。

2014年8月28日，国务院下发了《国务院关于授权国家互联网信息办公室负责互联网信息内容管理工作的通知》。将全国互联网信息内容管理授权给重组的国家互联网信息办公室，并负责统筹互联网的监督管理执法，这从根本上解决了过去在互联网领域管理权存在的问题，使执法主体更明确，效率更快速。8月，国家网络信息办公室颁布了《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》（以下简称“微信十条”），这对不断加强微信中出现的谣言传播等问题的管理起到了重要作用。为了规范新闻网站采编人员的采访编辑工作，将全国各地新闻网站的采编人员纳入统一管理，在新闻网站推行新闻记者制度，网信办与国家新闻出版广电总局联合下发了《关于在新闻网站核发新闻记者证的通知》。近年来，网络剧、微电影飞速发展，各种问题也不断出现，为进一步加强网络剧、微电影有关制作人员及选题管理，国家新闻出版广电总局颁布了《关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》及《补充通知》。通知要求网络剧必须坚持先审后播的规定，对违反规定的某些互联网电视机顶盒和App客户端强行勒令禁播，没有经过登记的境外影视剧也不得擅自在网上播出。网络“人肉搜索”一直是极富争议的行为，最高院发布《关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》，对“人肉搜索”曝光个人隐私的行为给予了明确的约束，同时，也明确了如果出于公共利益且在必要范围内可免责。

2014年的网络治理行动力度进一步加大。多部门联合开展“扫黄打非·净网2014”专项行动，一批违法网站被查处，新浪网因传播淫秽色情信息被

吊销《互联网出版许可证》和《信息网络传播视听节目许可证》。依法查处淫秽色情网站 110 家，关闭相关频道、栏目 250 个，关闭微博客、博客、微信、论坛等各类账号 3300 多个，关停广告链接 7000 多个，删除涉黄信息 20 余万条。^①

国家网络信息办公室以及相关部门制定颁发的关于网络管理的系列法规条例将进一步净化我国的网络空间，推动依法治网，有利于促进我国互联网行业持续健康有序发展。

4. 中国互联网企业国际影响力剧增

自中国大陆接入国际互联网 20 年来，我国互联网新媒体的发展速度惊人。世界 30 亿网民中有 6 亿多在中国，我国网民人数位居世界第一，移动互联网用户数也位居世界第一。在位列世界前十位的互联网公司中有 4 家是中国企业，其中包括阿里巴巴、腾讯、百度、京东，中国已成为名副其实的互联网大国。

伴随着中国互联网业的快速发展，2014 年中国互联网企业再次掀起海外上市热潮。新浪微博拆分上市，最高融资金额达 3.28 亿美元，成为全球范围内首家上市的中文社交媒体；猎豹移动、途牛、京东、迅雷、陌陌等不同类型的 12 家互联网公司在美国纽交所或纳斯达克上市；阿里巴巴在纽交所上市，融资 250 亿美元，创造了规模最大的 IPO 交易纪录，阿里也因此成为仅次于谷歌的世界第二大 IT 公司。当今，中国互联网企业越来越多地开始迈向国际市场，如百度的葡萄牙文搜索在巴西上线，并入股打车应用软件开发美国优步 (Uber) 公司；在美国上市的猎豹移动，63% 的月活跃用户来自海外。小米手机公司，成立仅四年便迅速成为继三星、苹果之后全球第三大智能手机生产商，其估值达 400 亿美元。^②

中国互联网企业的海外融资金额不断攀升，影响力日益扩大，这反映了国际市场对未来中国互联网市场潜力的持续看好，也反映了中国互联网企业在产品设计创新、经营方式革新、品牌打造出新、行业结构更新等多个方面的不断

① 新华网：《国信办开展“扫黄打非·净网 2014”专项行动，依法查处淫秽色情网站 110 家》，http://news.xinhuanet.com/politics/2014-04/20/c_1110319679.htm。

② 《小米靠低价品牌创造巨额利润，美媒：策略有效》，<http://www.neiqiunews.cn/a/sz/2014/1105/16987.html>。



突破。中国的大型互联网企业也在通过不同方式向世界互联网输出新的产品和新的理念。这些互联网企业带动了自主研发能力不断提升，也带动了海内外市场份额不断扩大，并将助力中国从网络大国成长为一个真正的网络强国。

5. 各种自媒体发展迅速

2014年，以微博、微信、App等形态为主体的“自媒体”加速发展。互联网的不断普及和逐步完善极大地扩展了网民的言论自由空间。据腾讯公布的数据表明，微信用户已达6亿，微信公众账号达580万个，日均增长数由上年的8000个上升至1.5万个，国内政务微信账号已达到25万个，其已经成为国内最大的移动社交应用平台。经新媒体指数大数据平台测算，排名前500名的微信公众号每条信息的平均阅读量达1万以上，微信平台的服务和传播价值不断放大。

2014年微视频社交风起云涌，美拍等App成为短视频社交的一种新的流行方式，内容分享、社群互动、交友结圈成为视频应用在社交中的三大模式，微视频逐渐成为社交媒体发展的一种主流形式。自媒体以微传播的形态，快速而大面积地进行覆盖，甚至对传统新闻媒体的议题设置、宣传报道、舆论引导进行解构。这也是今天以互联网为代表的新媒体对传统媒体报道的最大挑战。中国进入互联网时代后，网民自发贡献、提取、聚合新闻信息，通过各种应用平台进行信息传播。微信的方便快捷使个体的能量得到无穷释放，用户利用原创、转发、评论等方式来表达自己的存在感，促进了朋友圈的情感交流。但是，这种个体能量的释放、信息的自由传播，也带来许多新的问题。有的大肆宣扬历史虚无主义，有的谣言信息危害社会稳定，有的利用圈内好友的信任感传播诈骗信息。一些自媒体平台还传播涉恐、涉暴、涉黄等方面的信息。这给我国的意识形态安全、社会发展稳定、生活工作安危等带来极大危害。

社交媒体的发展促进了一批自媒体的成长。随着4G、5G网络、各种可穿戴设备和视频社交软件的快速发展，社交媒体平台的发展趋势将呈现不断专业化、智能化和全媒体化的态势，自媒体的发展将更加繁荣。

6. 媒体融合转型加快，探索发展新模式

2014年以来，报纸、杂志及广播电视的广告收入仍然不断下滑。为了应对日益增大的市场压力，报纸、广电等领域纷纷走上了转型之路：通过各种途径尝试“融合式转型”。大众报业集团成立山东手机传媒有限责任公司，



推出《山东手机报》及其客户端；粤传媒联手甲骨文尝试大数据转型；“新华社发布”客户端上线，“人民日报”客户端上线；四川日报报业集团一口气发布6款新媒体产品。^①报业在转型的过程中，不断探索传统媒体转型与新媒体的融合发展模式。以浙报集团为例，其转型思路是“孵化器模式”，其微信、微博一共有数百个公众号，全面撒网，对其中较为突出的公众号进行重点培育。

2014年成为我国媒体融合战略元年。中央全面深化改革领导小组审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，为媒体未来的发展明确了方向。以新媒体为本位，形成两微一端、视频、户外屏等多态化发展模式，定制化、可视化、数据化、移动化已成为媒体发展的大方向。新闻客户端成为传统门户的重要移动渠道，满足了不同公众群体的需求。主流媒体以其传统形态为基础，“两微一端”成为标准配置。以“@人民日报”“@央视新闻”“@新华社发布”“澎湃新闻”为代表，主流媒体大举进军新媒体领域。“@人民日报”法人微博在人民网、新浪网、腾讯网三大平台上的粉丝总数突破6000万个。央视新闻在“两微一端”的用户合计超过1亿人，微信公号有210万个关注者。

二 热门盘点与焦点透视

1. 网络信息安全成为国家战略

2014年，有关互联网发展与网络信息安全的一个具有的标志性的重大事件是中央网络安全和信息化领导小组的正式成立。习近平总书记亲自担任这个小组的组长。这标志着国家把网络安全与信息化建设提升到了国家战略的层面，意义十分重大。这充分显示了我国最高层领导在保障我国网络安全、维护国家权益、规范网络行为、促进信息化发展方面的决心和信心。在该领导小组的集中统一领导下，将可以统筹协调我国有关网络安全和信息化建设的重大问题，制定我国网络安全和信息化发展战略，部署网络安全及信息化建设的宏观规划，制定网络发展的重大政策，从而不断增强国家网络安全保障能力，提高

^① 崔保国：《2014年中国传媒业回望》，《新闻战线》2015年第1期。



我国安全的整体实力。

习近平总书记将网络安全放在国家安全的高度上，将信息化建设作为现代化建设的重要组成部分。他强调：“没有网络安全就没有国家安全，没有信息化就没有现代化”。同时，将网络强国作为我国建设网络、发展网络的战略目标。这一强国目标就是要把我国建设成网络基础设施基本普及、自主创新能力显著增强、信息经济全面发展、网络安全保障有力的国家。目标的具体实施措施就是要保障我国在基础设施方面有大投入，提高民族品牌创新能力，同时要以网络安全为保障。

网络信息安全牵一发而动全身。网络信息安全系统与一个国家的金融通信行业、文化传媒行业、能源交通领域、国防军事要地等方面关系紧密。世界上的许多国家都将网络信息安全提升到国家安全战略高度加以筹划指导。我国将网络信息安全放在国家安全战略地位是顶层设计的重要体现。

2. 媒体融合提升到深化改革的战略层面

2014年被称为“媒体融合元年”。2014年8月18日，中央全面深化改革领导小组审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》（以下简称《意见》），至此，我国媒体融合发展被提升到全面深化改革重要组成部分的战略层面。在当前传统媒体影响力不断式微，新型媒体不断抢占用户的背景下，《意见》对推动媒体融合发展做出了具体部署。意见要求“要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”。

在统一的设计和规划下，广播电视报刊等传统媒体和各种网络新兴媒体要充分发挥各自独特优势，突破各种壁垒，实现优势互补、达到资源共享。网络媒体作为互联网时代成长起来的新兴媒体，具备适应互联网生态环境的灵活运营机制，拥有大批熟练掌握现代传播工具的复合型人才，所以要积极参与管理机制的创新，主动利用自身丰富的经营管理经验和宝贵的人才队伍资源，带动媒体重建组织结构，再造传播流程，推动实现新型媒体集团结构和功能的有机整合，形成合理高效的发展模式。

这场深度的媒体融合绝不是仅仅开通网站、开设微博、微信等新媒体工具这样的微小改革，而是一场涉及媒体理念、传播方式、经营机制以及新闻采访编辑体制等方面的媒体融合革命。在这场革命中，我们已无退路可走，必须勇