



明伦新闻传播学研究书系

Media Convergence of Television

*A Study on Innovation and Development of Mega
Television Industry in the Era of Media Convergence*

电视媒介融合论

融媒时代的大电视产业创新发展

高红波 著



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

Media Convergence of Television
A Study on Innovation and Development of Mega
Television Industry in the Era of Media Convergence



电视媒介融合论

融媒时代的大电视产业创新发展

高红波 入 著



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

图书在版编目(CIP)数据

电视媒介融合论：融媒时代的大电视产业创新发展 /
高红波著. -- 北京：社会科学文献出版社，2018.9

(明伦新闻传播学研究书系)

ISBN 978 - 7 - 5201 - 2949 - 7

I. ①电… II. ①高… III. ①电视 - 传播媒介 - 研究
IV. ①G22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 134088 号

· 明伦新闻传播学研究书系 ·

电视媒介融合论

——融媒时代的大电视产业创新发展

著 者 / 高红波

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 王 绯

责任编辑 / 张建中

出 版 / 社会科学文献出版社·社会政法分社 (010) 59367156

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 59367018

印 装 / 三河市东方印刷有限公司

规 格 / 开 本：787mm × 1092mm 1/16

印 张：15.75 字 数：265 千字

版 次 / 2018 年 9 月第 1 版 2018 年 9 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 2949 - 7

定 价 / 68.00 元

本书如有印装质量问题，请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

本书为教育部人文社会科学青年基金项目
“‘互联网+’视域下电视融媒体产业创新发展研
究”（项目编号：16YJCZH020）成果。

代序 关注传播前沿的青年学者

——记河南大学广播电视系主任高红波

一分耕耘一分收获。青年学者高红波，在广播影视传播前沿的教学科研领域，走出了一串闪光的脚印。

高红波，山东省广播电影电视局与北京大学联合招收的首批博士后，1976年出生于河南省安阳市，祖籍山东，这个名字是父亲从当时热映的电影《永不消逝的电波》中得到启发，“红波”二字取“红色电波”之意。冥冥之中，注定了他和广播影视的一份不解情缘。

在21年的工作旅程中，高红波先后担任了安阳人民广播电台节目主持人、记者，河南电视台编辑、记者，2005年起先后攻读广播电视新闻学硕士和传播学博士学位，2011年进入河南大学新闻与传播学院广播电视系任教，从没有离开过对“红色电波”的业务实践和科研探索。

一 广电博后 初识融媒

2013年7月，博士后出站时，他饱含深情地在出站报告《融媒时代山东省大电视产业创新发展研究》的“后记”中写道：“两年前，我怀着对电视产业的强烈关注和对祖籍地山东省的莫名向往，第一次来到济南，参加山东省广播电影电视局举办的博士后招聘面试。两年后，这份对于融媒时代山东省大电视产业创新发展建言献策的博士后科研工作报告最终成型，完成了我想为山东电视业发展尽一份微薄之力的心愿。两年来，山东广播电视总台与北京大学联合培养的博士后科研工作和生活，加深了我对电视产业的理解，续上了我对祖籍山东的情缘。”

在站期间，高红波将电视传播研究向互联网融合发展方向深化，开启了其电视融媒体的研究，公开出版专著《中国IPTV城乡传播体系建构研究》（中国书籍出版社，2012年），获得首届中国传媒经济与管理学会科研成果专著类二等奖，主编教材《新媒体节目形态》（河南大学出版社，



2013年),获得第八届中国高校影视学会优秀著作奖。在《新闻与传播研究》《编辑之友》《南方电视学刊》等期刊发表《新媒体需求与使用对农民现代化观念影响的实证研究》《我国农村公共传播网建设的新思路》《视听新媒体节目形态的类型与特征》《嬗变的视频:大电视产业竞争格局新解》《大数据时代电视平台的战略转型》等一系列论文。其中,《新媒体需求与使用对农民现代化观念影响的实证研究》一文,获得第二届全国新闻学青年学者优秀论文奖。其博士后项目“融媒时代山东省大电视产业创新发展研究”获得了山东省博士后科研创新基金三等资助,博士后出站报告由北京大学图书馆收藏,并被收入《传播前沿——山东广电博士后研究成果文集》(山东大学出版社,2014年)。

在站期间,由于有教育部公派留学经历和广播电视新闻业务实践经验,高红波还受到他曾工作过的河南安阳广电局邀请,作为主创人员赴德国、法国、意大利、比利时、奥地利等欧洲国家,采访制作了大型电视人物纪实系列节目《海外安阳人》。同时,作为河南电视台、河南人民广播电台的节目评审专家,参与各类广播电视节目评奖和研讨活动。这些延续的广播电视业务实践经验,对其科研探索和实践教学也大有裨益。

二 孜孜以求 电视融媒

博士后出站后,高红波继续在电视融媒体研究的道路上进行科研探索,孜孜以求。2014年以来,先后在《中州学刊》《中国电视》《现代传播》等期刊发表《“大电视产业”国际创新的经验及其启示》《电视媒体与新兴媒体融合发展研究的学理思考》《中国虚拟现实(VR)产业发展的现状、问题与趋势》《中国电视融媒体产业的创新与发展》等一系列电视与新兴媒体融合发展的学术论文。2015年,他主持申报的《电视媒体融合发展创新研究》科研项目获批河南省社科规划项目,并在2016年以优秀等级结项。在此基础上,高红波申报的科研项目《“互联网+”视域下电视融媒体产业创新发展研究》获批2016年度教育部人文社会科学青年基金项目。

为更好地研究电视融媒体,高红波在其担任所长的河南大学影视艺术研究所发起了“首届河南大学影视研究博士论坛”,团结河南大学文学院、新闻与传播学院、外语学院的青年博士教师共同探讨电影电视研究的方法、路径与成果。同时,举办“影视沙龙”活动,主要邀请影视业界导演

和主创人员带作品做客河南大学，与高校师生一起交流探讨影视创作经验和体会。已先后邀请了国内著名纪录片导演张以庆、央视原《夕阳红》栏目策划人李再军、河南电视台《少儿绘本剧》主创人员等代表嘉宾。

在高校教学科研岗位上不懈努力的高红波，时时感念山东省广播电影电视局与北京大学联合培养博士后工作经历带给他的难忘经历和可贵的启迪。高红波告诉记者，博士后工作期间两位合作导师——北京大学电视研究中心主任、博士生导师俞虹、山东省广电局博士后科研工作站站长、博士生导师吉保邦，对于他的科研和教学工作影响是长期的，即使在出站之后，他还时时能够从这段宝贵的学习和工作经历中得到启发。比如其电视融媒体研究的科研转向就受到了合作导师吉保邦的诸多指导，组织创办“影视沙龙”“博士论坛”等活动的想法和初衷就受到了合作导师俞虹教授领衔北京大学电视研究中心举办“公益记者节”“万柳29号”等学术活动的直接启发。

此外，承蒙山东省广电局主办的《现代视听》期刊推荐，2016年5月，高红波撰写的论文《略论大电视产业的增量空间、市场结构与发展前景》，获得山东新闻奖新闻论文复评二等奖。这也更加鼓励和坚定了他继续在电视融媒体研究方向上奋力开拓的决心和信心。

三 明德新民 止于至善

河南大学的校训是：“明德新民，止于至善。”进入这所拥有百年历史的高校工作以后，高红波遵循校训，教书育人，先后为河南大学新闻与传播学院广播电视新闻专业、广播电视编导专业本科生开设了《广播电视新闻学》《新媒体节目形态》等课程，为戏剧与影视学学术型硕士、广播电视艺术硕士（MFA）开设《广播电视学理论与前沿》《广播电视业务实践》等课程。因其备课认真，课堂讲解理论联系实际，广受学生欢迎，2015年、2017年两次被授予河南大学教学质量一等奖。

在研究生实践教学方面，高红波依据广播电视专业硕士强调动手操作能力的特点，结合《广播电视业务实践》课程，组织创办了“河南大学铁塔映像广电专硕（MFA）影像作品展映活动”，开创了河南省高校广播电视艺术教育研究生影像作品展映活动的先河。2016年，由他辅导学生创作的以“一带一路”为背景的人物纪录片《方阔的故事》，获得第十一届通讯杯国际大学生微电影大赛中南赛区纪录片类一等奖；由他担任指导教师

的大学生创新创业项目《风语工作室》，获得河南省“创青春”大赛二等奖。

在指导研究生方面，取“高山流水遇知音”之意，高红波将“高山流水”作为其指导研究生的微信群名称。2012年担任硕士生导师以来，他已先后培养戏剧与影视学术型硕士毕业生3人、在读1人，广播电视专业型硕士（MFA）毕业生11人、在读8人。其中，1人获“河南省优秀毕业研究生”称号，3人获“河南大学优秀毕业研究生”称号，3人获得国家研究生奖学金，多人获得国家研究生助学金。

目前，高红波老师担任河南大学影视艺术研究所所长、河南大学新闻与传播学院副教授、广播电视系主任、硕士生导师。兼任中国新闻史学会视听传播委员会理事、中国高校影视学会网络视听专业委员会理事、中国高校影视学会影视产业与管理委员会理事、上海大学上海市社会科学创新研究基地新媒体与文化繁荣方向特聘研究员、河南电视台金象奖评委、河南日报报业集团《新闻爱好者》期刊学术顾问等。迄今发表电视与新媒体传播相关学术论文70多篇，连续多年担任中国社会科学院新闻与传播研究所主编的《新媒体蓝皮书》撰稿人，在电视融媒体教学和科研工作的道路上，奋发图强，孜孜以求。我们祝愿他取得更多更好的成绩！

山东新闻出版广电博士后工作站

博士后风采系列追踪

2018年1月

目 录

绪 论	1
第一章 大电视产业的基本概念及研究思维向度	7
第一节 大电视产业的基本概念	7
第二节 大电视产业研究的思维向度	15
第三节 大电视产业融合发展的学理审视	22
第二章 全球视野下大电视产业的竞争格局	34
第一节 电视产业的“网络融合”新空间	34
第二节 视频网站的“超级电视”新探索	47
第三章 区域视域下大电视产业的创新发展	54
第一节 山东省大电视产业创新发展研究	54
第二节 河南大象融媒体集团创新发展报告	89
第四章 三网融合下大电视产业的媒介嬗变	108
第一节 IPTV：电视与专用互联网的融合	108
第二节 互联网+：中国有线电视产业涅槃重生	119
第三节 VR 影视：电视融媒体产业新的增长空间	131
第五章 “互联网+”时代大电视产业的内容创新	144
第一节 微电影：网络时代的影像表达	144

第二节	网络剧：视频网站的自制狂欢	154
第三节	网络节目：多元化的主体诉求	162
第六章	融媒时代大电视产业的创新与发展趋势	174
第一节	2015年中国电视融媒体产业创新发展报告	174
第二节	2016年中国电视融媒体产业创新发展报告	186
第三节	2017年中国电视融媒体产业创新发展报告	197
余 论	209
第一节	推进媒体深度融合：我国新型主流媒体建设的 “顶层设计”	209
第二节	融合转型与公共服务：“互联网+”视域下中国 电视改革前瞻	216
附 录	223
参考文献	228
后 记	237

绪 论

媒介融合 (Media Convergence) 是数字技术的应用与发展为全球传媒业带来的一场“生态变革”。传统媒介的文字、声音、图像等原属不同的“原子”，经由数字技术的融合，纷纷变身为一串串由“0”和“1”重新编码的“比特流”，广播、电视、报纸、期刊、手机、互联网等各种媒介形态内容在其实质上有了统一编码的基础。大数据、云计算、移动互联网技术的快速发展和应用，消弭了传统的媒介产业和通信产业之间的界限，极大突破了传统媒介信息传播在时间和空间上所受的局限，把媒介融合的范围拓展到产业结构和媒介形态等各个方面。在这样一种媒介生态的巨大变革中，传统电视媒介无疑受到了以数字技术和互联网技术为基础的新媒体的强力冲击。传统电视媒介如何迎接以双向互动传播为特征的新媒体浪潮的挑战，传统电视媒体如何才能顺应媒介融合的时代潮流，在事业和产业发展的“危”中寻“机”，这是本研究重点关注和思考的问题。

媒介的研究往往是从现象开始的，本研究也不例外。2011年底，笔者应邀在欧洲的法国、德国、比利时、奥地利等国参与拍摄制作了一个海外华人的电视系列节目，对于海外华人的电视生活进行了较为细致的观察。在法国巴黎，几位中国留学生每天把网络视频当电视看；在德国法兰克福，一位年轻的中国白领凌晨时分还在网上观看电影《笑傲江湖》和《百里挑一》等婚恋电视栏目。对于青年一代来讲，网络视频就是电视，电视机则成了一台行将被淘汰的破旧的显示器。2012年被称为“互联网电视元年”。这一年 OTT TV (互联网电视) 盛行，借着“过顶传球”(Over the Top) 名义，小米、小红、彩虹等各种互联网电视盒子风起云涌，大大超出了“三网融合”进程中 IPTV (交互式网络电视) 的风头。家电商场的电视机专区，也早已成为智能电视的天下，3D 电视机、互联网电视机、云电视等概念高频次出现，电视机终端设备的变化，令人目眩神迷。2013年，电视荧屏上开始出现一块块电子科技的“补丁”，这个黑白相间的二

二维码小方块，正试图担负起拓展手机用户和电视内容跨屏互动的功能。2014年，中国广播电视网络有限公司挂牌成立，致力成为继中国移动、中国联通、中国电信之后的“第四运营商”。2015年，“互联网+”成为媒体深化融合新引擎，“互联网+电视”的趋势与潮流，汹涌而至，不可遏抑。这一系列现象，用学术的眼光审视，即美国学者伊契尔·索勒·普尔（Ithiel De Sola Pool）在《自由的科技》（*The Technologies of Freedom*）一书中所提出的“媒介融合”问题。

媒介融合引发了传媒生态的变革。数字技术、网络融合、云计算等高新科技的发展和运用，让传统电视与互联网不可避免地融合在一起，衍生出IPTV、OTT TV、视频网站和手机电视等视听新媒体形态，为电视产业带来新的机遇和挑战。这种传媒生态的变革在很大程度上拓展了传统电视产业的范围，其上下游产业包括机顶盒、智能电视、互联网电视、移动终端等设备生产商、技术运营商、网络运营商和内容集成商共同建构起电视新媒体产业链条。这个被技术驱动扩大的新的电视媒体产业，其实质是在传统电视业中增加了信息通信产业的部分功能，同时又拓展了视频内容生产和传播的多种管道，打破了传统电视媒介的边界。随着下一代互联网（CNGI）、下一代广播电视网（NGB）、移动网络（Mobile Web）等网络信息新技术应用，媒介融合的步伐将进一步加快，传媒业竞争正呈现融合与竞合、信息功能升级、新经济空间增量变革的新趋势。由于目前学术界和实业界尚没有统一的名词来称谓这个范围扩展之后的新的电视媒体产业，笔者暂称之为“大电视产业”。

“大电视产业”以视频信息传播为中心，跨越了传统电视产业和视听新媒体产业，这种“媒信”产业互融的结果使其产业的整合与竞争格局发生了巨变。放眼传统电视产业的竞争，在国内基本上是以中央电视台和各省级电视台为主体，基本营销模式为向用户提供优质内容，吸引观众注意力，通过售卖广告时间实现盈利。同时，有线电视网络收视费用也是一笔重要的产业收入。我国传统电视产业的这两项收入，放置在全球范围内来看，收入总和跟发达国家相比有着很大的差距。媒介融合促使视听新媒体加盟到“大电视产业”中，由于新媒体技术应用全球同步的特性，加之中国经济的持续、快速发展，我国视听新媒体产业发展迅猛，与发达国家几乎同步，这在一定程度上为增强我国媒介产业的国际竞争力打开了一条新的通道。此外，由于我国经济社会发展不平衡，媒介产业区域性发展也快

慢不一，各地传媒发展指数有升有降，区域性媒介产业竞争正在加剧。作为媒介融合的产物，“大电视产业”面临区域性竞争和全球性竞争的双重市场力量的对比，在本土化和全球化之间拥有广阔的市场发展空间。

2014年8月18日，我国全面深化改革的国务院会议上通过了《推动传统媒体与新兴媒体融合发展》的决议，这一政策指导性的文件的出台，再一次点燃了传统媒体与新媒体融合的研究议题，媒体融合成为我国传媒业深化改革的发展指向，这一研究领域迅速引起各界关注。

2015年5月，中共中央宣传部新闻局编的《中国媒体融合发展的实践与探索》一书，由学习出版社出版发行。同月，人民日报社编的《融合元年——中国媒体融合发展年度报告（2014）》，由人民日报出版社正式出版发行。这两本书均以时任中宣部部长刘奇葆发表在《人民日报》2014年4月23日06版的《加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展》一文代序，收纳了人民日报社、新华社、中央人民广播电台、中国国际广播电台、中央电视台等全国重要媒体机构在媒体融合方面的创新发展案例，还系统梳理了中国媒体融合发展的理论思考与实践探索。其中，电视媒体融合发展的理论文章主要有：田进的《深入贯彻落实中央部署 加快推进广电媒体与新兴媒体融合发展》，胡占凡的《推动台网深度融合 打造新型主流媒体》。电视媒体融合发展的主要案例有：《中央电视台：推动台网深度融合》《湖南广播电视台：以我为主建设新型主流媒体》《上海文化广播影视集团有限公司：“台网融合”接棒“制播分离”》，以及北京广播电视台的《建设“大媒体”平台 探索媒体融合发展之路》，辽宁广播电视台的《抢先机 促融合 迎接传媒发展新常态》，江苏广播电视总台的《深入推进媒体融合 打造全国一流新型主流媒体》，山东广播电视台的《策划先行 产品驱动 移动传播 融合发展》，河南省新闻出版广电局的《大象融媒 融创天下》，湖北广播电视台的《微信摇电视 融合有深意》等。

电视媒体融合发展创新的实践探索方面，中央电视台网络传播中心的主要做法是“加强顶层设计，推动融合发展”，“面向移动互联网，建设4G视频传播中心”^①；北京广播电视台的主要做法是“超越电视屏幕的传播模式”，“走‘大媒体’之路”，投资3亿元建成“与北京电视台媒资系

^① 中央电视台：《媒体融合让好内容更抓眼球》，载《中国媒体融合发展的实践与探索》，中共中央宣传部新闻局编，学习出版社，2015年，第88—100页。

统和内容生产网打通”的“私有云计算中心”，“形成了新媒体云基础支撑平台”^①；上海文化广播影视集团的主要做法是加强“台网融合”，加速推进传统媒体向媒体转型；辽宁广播电视台的媒体融合实践则突出了一个“抢”字，即“资源整合抢机遇”“平台融合抢观众”“终端硬件抢市场”“内容生产抢速度”“渠道扩张抢收入”“机构重组抢发展”^②；江苏广播电视总台则致力于建设“全国一流的新型主流媒体”，打造“云·组团·多终端”的新型传播体系^③；河南省新闻出版广电局则率先在全国建立起第一家“融媒体集团”——大象融媒体集团，谋求多种媒体形式融合创新发展；湖北广播电视台对“微信摇电视”做出了创新性探索；湖南广播电视台启动“芒果TV”独播战略，开启了“以我为主”“打造视听新平台”“建设IP化新生态”“实现制播一体化”“建设新型主流媒体”的新探索。^④

据统计，截至2016年底，全国有线广播电视实际用户22829.53万户，数字电视实际用户20157.24万户，付费数字电视实际用户5817.15万户。^⑤截至2017年2月，中国IPTV用户达1亿，占宽带总用户数（3.07亿）的三分之一。^⑥奥维云网监测数据显示，截至2016年12月，互联网电视终端保有量2.13亿台，其中智能电视机激活量9729万台，盒子激活量3186万台。^⑦另据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第40次中国互联

① 北京广播电视台：《建设“大媒体”平台 探索媒体融合发展之路》，载《中国媒体融合发展的实践与探索》，中共中央宣传部新闻局编，学习出版社，2015年，第113—122页。

② 辽宁广播电视台：《抢先机 促融合 迎接传媒发展新常态》，载《中国媒体融合发展的实践与探索》，中共中央宣传部新闻局编，学习出版社，2015年，第135—144页。

③ 江苏广播电视总台：《深入推进媒体融合 打造全国一流新型主流媒体》，载《中国媒体融合发展的实践与探索》，中共中央宣传部新闻局编，学习出版社，2015年，第159—170页。

④ 湖南广播电视台：《以我为主建设新型主流媒体的探索》，载《中国媒体融合发展的实践与探索》，中共中央宣传部新闻局编，学习出版社，2015年，第284—289页。

⑤ 国家新闻出版广电总局发展研究中心：《中国广播电影电视发展报告（2017）》，中国广播影视出版社，2017年，第372页。

⑥ 潘红梅：《IPTV发展报告》，载《中国视听新媒体发展报告（2017）》，国家新闻出版广电总局网络视听节目管理司、国家新闻出版广电总局发展研究中心编著，中国广播影视出版社，2017年，第55页。

⑦ 董年初、张武琪：《互联网电视发展报告》，载《中国视听新媒体发展报告（2017）》，国家新闻出版广电总局网络视听节目管理司、国家新闻出版广电总局发展研究中心编著，中国广播影视出版社，2017年，第66页。

网络发展状况统计报告》显示，截至2017年6月，中国网络视频用户规模5.65亿，网络视频用户使用率为75.2%。^① 这些数据表明，作为“大电视产业”的增量部分，以“互联网+电视”为核心特征的“电视融媒体”，主要包括IPTV、OTT TV和网络视频等，已经成为与传统电视产业争夺用户的不可忽视的力量。

新媒体产业是文化产业未来发展的核心。目前中国新媒体产业发展势头迅猛，与国外新媒体产业发展齐头并进且具有一定的后发优势，传统媒体与新兴媒体融合发展是一次传媒产业转型升级，有望告别传统媒体产业固有的国际差距，全面塑造、提升中国新媒体产业国际竞争力的良机。目前，电视产业、互联网产业和电信产业间的产业融合竞争，正在形成一个跨界的以视频产业和设备生产为中心的“大电视产业”，其实质是电视媒体与网络媒体融合发展的新媒体产业形态。剖析国内外前沿领域的典型案例，破解电视媒体与网络媒体融合发展过程中可能遇到的新情况和新问题，可以为我国电视新媒体产业未来的发展找到理论依据和应对策略。

本书的主要内容结构如下。

“绪论”。主要是研究背景的交代和对“媒介融合”与“大电视产业”的初步认识。

第一章“大电视产业的基本概念及研究思维向度”。重点是从学理层面，界定基本概念，从电视新媒体融合、电视新媒体平台、电视新媒体内容、电视新媒体产业等四个维度，结合前人研究成果，分析和研究媒介生态的改变给电视媒介带来的变化。综合运用媒介环境、传媒经济和产业融合理论，探寻电视媒体与新兴媒体融合发展的学理基础。

第二章“全球视野下大电视产业的竞争格局”。主要探讨媒介融合背景下“大电视产业”竞争格局及跨界合作。重点关注了著名电视机构（如英国BBC、美国Comcast、中国CNTV等）、互联网企业（如YouTube、Netflix、LeTV等）的电视新媒体战略，从产业融合的角度探讨传统电视与互联网融合与竞争的趋势和规律。

第三章“区域视域下大电视产业的创新发展”。主要是从区域发展传播的视角，对山东省大电视产业进行个案研究，以及对河南大象融媒体集团进行调研和思考。尝试提出山东省大电视产业发展的全球本土化策略，

^① 中国互联网络信息中心：《第40次中国互联网络发展状况统计报告》，2017年7月。

主要包括云媒体平台建构、视听终端定制和电视活动营销等。在对河南大象融媒体集团调研基础上，综合整理了大象融媒发展的概况、融媒体实践探索等，对其“新闻岛”项目进行了简要的评析。

第四章“三网融合下大电视产业的媒介嬗变”。从媒介融合的新业态入手，研究未来电视媒体与网络媒体的融合发展。撷取了电视融媒体创新发展中表现较为突出的IPTV、广电宽带和VR影视等，通过对这些电视融媒体业态发展历史与现状的梳理，从典型案例研究中判断其未来发展趋势与产业价值，探讨大电视产业发生发展的基础条件和市场空间。

第五章“‘互联网+’时代大电视产业的内容创新”。从视听新媒体节目的类型和特征入手，研究电视与新兴媒体融合发展的“内容经济”，即在电视新媒体节目内容层面，找到“大电视产业”创新发展的源泉和趋势，找到视听新媒体节目形态的变化与革新。重点关注微电影、网络剧、网络节目等视听新媒体节目形态的相关研究成果和发展趋势，欲从视听新媒体节目的维度，探究大电视产业内容创新发展的内在规律。

第六章“融媒时代大电视产业的创新与发展趋势”。大电视产业包括传统电视产业和电视融媒体产业两大组成部分。其中，电视融媒体产业是电视产业与电信产业融合发展的产物，也是大电视产业中最为活跃的组成部分，其核心特征是“互联网+电视”。本书借助上市公司定期报告数据，梳理总结了2015年、2016年和2017年中国电视融媒体产业创新发展报告，希望以此延伸对于大电视产业创新发展的趋势研判。

“余论”。主要是在大电视产业研究基础上对中国传媒业“推进媒体深度融合，建设新型主流媒体”深化改革的前瞻。

媒介融合是当今世界传媒业发展的必然趋势，三网融合是目前我国政府正在强力推进的改革措施，在这样的大背景下，厘清“大电视产业”的内涵与外延，研究“大电视产业”的创新发展策略，具有理论和实践双重意义。在理论意义方面，本研究旨在创建一种新的电视媒体产业理论范式，尝试为媒介融合背景下传统电视产业的转型与升级，为重新定位电视传媒机构在产业价值链条上的角色和作用提供一种新的视角和理论依据。在实践意义方面，本研究通过对国内外著名电视媒体机构和视听新媒体发展典型案例的分析，结合此领域中的最新发展动向和前沿理论成果，为中国未来“大电视产业”的发展提供借鉴。

第一章 大电视产业的基本概念及 研究思维向度

美国专栏作家凯文·曼尼（Kevin Maney）较早意识到电信与传媒产业的融合，在其专著《大媒体潮》中，率先提出了“大媒体”（Mega media）这一概念。凯文·曼尼所指称的“大媒体”，是“一种全新的传播概念和传播方式，向人们提供包括通信、影视、音乐、商业、教育等内容覆盖面极广的全方位资讯和娱乐，包括上述资讯和娱乐生产的全部内容、设备和过程。较过去的媒体而言，它容量大，技术要求高，多采用现今最为先进和尖端的传播技术和手段；投入资金大，跨行业多，当然也以更深、更广的方式介入人们的生活”。^①显然，凯文·曼尼认为电信与传媒产业的融合，在内容传播方面必然以媒介信息为归宿，由于没有办法对包罗万象的内容传播确切描述，只好借用“Mega”（意为“百万，大”）这个前缀来修饰中心词“媒体”。

第一节 大电视产业的基本概念

目前，我国电信与传媒产业的融合步伐加快，网络技术、数字技术的应用与发展助推着视频内容传播的浪潮，传播内容越来越聚焦于影像，传播符号越来越依赖于视频。IPTV、OTT TV、视频网站、手机电视等成为视听新媒体发展最热的领域。随着带宽的增加，“视频”已经成为媒介融合时代传播内容的重心。受凯文·曼尼“大媒体”概念的启发，笔者聚焦媒介融合中的视频传播，尝试提出“大电视产业”的概念，希望通过“视频

^① [美] 凯文·曼尼：《大媒体时代——当今世界媒体新潮》，林琳译，《新闻大学》，1998年秋季号。