



未来媒体蓝皮书

BLUE BOOK OF FUTURE MEDIA

No.1

中国未来媒体 研究报告 (2018)

厦 门 理 工 学 院 / 编
国家广播电视总局发展研究中心
主编/林小勇 张苗苗

ANNUAL REPORT ON FUTURE MEDIA IN CHINA (2018)

非
外
借



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

2018
版



中国未来媒体研究报告 (2018)

ANNUAL REPORT ON FUTURE MEDIA IN CHINA
(2018)

厦 门 理 工 学 院 / 编
国家广播电视总局发展研究中心

主 编 / 林小勇 张苗苗



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

图书在版编目(CIP)数据

中国未来媒体研究报告. 2018 / 林小勇, 张苗苗主
编. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2018. 9
(未来媒体蓝皮书)
ISBN 978 - 7 - 5201 - 3353 - 1

I. ①中… II. ①林… ②张… III. ①新技术应用 -
传播媒介 - 发展 - 研究报告 - 中国 - 2018 IV. ①G219.2
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 199842 号

未来媒体蓝皮书

中国未来媒体研究报告 (2018)

主 编 / 林小勇 张苗苗
副 主 编 / 张 庆 贺 莹

出 版 人 / 谢寿光
项目统筹 / 周 琼
责任编辑 / 周 琼 刘 翠

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](http://www.ssap.com.cn)

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018
印 装 / 三河市龙林印务有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16
印 张: 23 字 数: 346 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 - 3353 - 1
定 价 / 108.00 元

皮书序列号 / PSN B - 2018 - 749 - 1/1

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



权威·前沿·原创

皮书系列为

“十二五”“十三五”国家重点图书出版规划项目

《中国未来媒体研究报告（2018）》

编 委 会

编撰单位 厦门理工学院

国家广播电视总局发展研究中心

福建省社会科学研究基地文化产业研究中心

福建省高校新型特色智库两岸文创研究院

主 任 朱文章 崔承浩

副 主 任 吴克寿 罗昌智

主 编 林小勇 张苗苗

副 主 编 张 庆 贺 莹

撰 稿 人 （按姓氏笔画排序）

王 兰	王 涛	王兆楠	田小军	邢 峥
朱 凯	刘 泉	刘晓敏	孙 宇	孙 璐
孙盛楠	李 珊	李 啸	李建勋	杨 阳
何 帆	冷莹莹	宋西顺	张 庆	张苗苗
陈文伟	陈 璐	林小勇	罗 惠	钟昊熹
官承波	贺 莹	贺 涛	钱黎明	倪英伟
韩丽楠	程 婧	鞠在秋		

主要编撰者简介

林小勇 厦门理工学院文化产业与旅游学院教授，高级编辑，福建省高校新型特色智库两岸文创研究院未来媒体方向负责人，福建省社会科学研究基地文化产业研究中心研究员，厦门市“五个一批”人才。曾任职于中央人民广播电台、中国广播影视集团和厦门广播电视集团等单位，从事采编、管理和研究工作，2016年调入厦门理工学院从事教学研究工作至今。主要研究方向为未来媒体、广播电视与互联网等。作品曾获中国新闻奖特别奖、中国广播电视新闻奖一等奖、福建省电视艺术奖一等奖等国家级、省部级奖项30多项。曾主持国家新闻出版广电总局部级社科研究重大、重点项目和福建省社科规划重大项目等多项省部级课题，出版论著2部，在《中国电视》《中国广播电视学刊》等核心期刊发表学术论文30多篇，多篇被人大复印报刊资料《新闻与传播》全文转载。论文论著曾多次获全国广播影视优秀学术论文论著二等奖、福建省电视艺术论文奖一等奖等奖项。多篇研究报告被国家广电总局采纳。研究成果曾获国家新闻出版广电总局2016年度网络视听年度优秀案例（优秀研究成果）。

张苗苗 国家广播电视总局发展研究中心副研究员，主任编辑，2018年广电蓝皮书编辑部副主任。曾在电视台工作多年，积累了扎实的采编工作经验。从事广播影视及网络视听领域政策研究工作已10余载。近年来主要研究方向包括广电新业态研究、广电供给侧结构性改革研究和智慧广电研究等。先后主持或作为主要执笔人完成共计40余项科研项目（含内参报告），主要包括：承担11部国家广电总局重点科研项目“中国广播电影电视年度发展报告”（广电蓝皮书）的编撰工作，该报告已成为业界、学界了解传媒

行业的重要研究成果和风向标；承担多项国家广电总局相关职能监管司局和直属机构委托项目，研究成果深受主管部门肯定；承担多项业界委托课题，撰写的调研报告能准确发现问题，并能提供有效对策路径，深受委托机构好评。在《新闻战线》《中国广播电视学刊》《传媒》等学术期刊发表论文 20 多篇。

张 庆 集美大学计算机工程学院讲师。曾任教于华南理工大学计算机工程学院，现任教于集美大学计算机工程学院，主要从事移动计算、人机交互技术等研究和 iOS 应用开发、UI/UE 设计、多媒体技术与应用等教学工作，是交互设计师课程、高校移动互联课程的认证教师，所讲授的“数据结构”曾获福建省省级精品在线课程。在《中国电视》等核心期刊发表学术论文多篇，研究报告曾被国家新闻出版广电总局采纳。曾主持和参与多项省厅级以上课题，曾主持企业委托横向课题 10 多项，多次指导学生参与全国和省级程序设计比赛并获全国二等奖、省级特等奖等奖项。

贺 莹 厦门理工学院文化产业与旅游学院副教授。2007 ~ 2012 年留学韩国期间，荣获“韩国未来 100 年人文奖”、连续五年（2007 ~ 2012 年）获“留韩全额奖学金”。2016 年入选福建省高校杰出青年科研人才支持计划。主要从事文化产业国际竞争力、媒体智能化应用等领域的研究。已主持福建省社科规划项目 3 项、主持省教育厅项目 2 项、参与省社科规划项目 3 项、参与省教育厅项目 3 项。独立撰写出版学术专著《中韩广播电视行业国际竞争力比较研究》1 部，在国内外核心期刊发表论文 10 余篇、研究报告 8 篇。

摘 要

未来媒体是在全球媒体融合转型的大趋势下，特别是在移动互联网、人工智能、大数据、虚拟现实、5G 等新技术以及经济社会发展强烈需求的共同驱动下，迅速发展壮大的新兴领域。《中国未来媒体研究报告（2018）》是厦门理工学院和国家广播电视总局发展研究中心联合编撰的关于未来媒体行业领域的年度发展报告，该报告及时反映我国未来媒体发展成果，填补了国内尚无未来媒体发展年度报告的空白。

《中国未来媒体研究报告（2018）》由“总报告”“发展篇”“热点篇”“环球视野篇”“案例篇”五大部分构成。报告整体分析了中国未来媒体的年度进展、发展状况、行业热点及案例等，既整理汇集中国未来媒体的年度进展和重要发展，又立足经济社会发展全局深入分析未来媒体发展热点及趋势等；既对国内有关媒体发展状况进行重点个案分析，又对国外主要国家的媒体人工智能应用进行重点研究分析。“总报告”提纲挈领展现了 2017 年我国未来媒体发展的整体环境及其在移动创新、智能创新、场景创新等方面取得的新进展、新亮点，并从未来媒体的概念界定、发展现状和特点等方面着手，探索研究未来媒体的发展趋向。“发展篇”重点从媒体融合、智能化发展、大数据应用、“VR/AR + 内容产业”、短视频发展、机器新闻发展、移动新闻客户端产品等方面，分析 2017 年前后中国未来媒体发展现状与特点。“热点篇”针对移动端人机交互技术发展趋势、广播与 AI 音箱的跨界发展、融媒体生产指挥调度中心、三维码运用、未来媒体的法律规制等热点重点问题进行深入研究，兼具实践指导和理论参考意义。“环球视野篇”聚焦德国、日本和韩国等国家的媒体人工智能应用发展情况。“案例篇”精选年度行业发展的部分典型案例，试图从不同侧面、不同视角分析其发展经验



与发展路径，以期提供借鉴和启示。

在信息技术和社会生活融合度越来越高的时代，媒体都在进行智慧化改造和升级，以适应用户未来的各种智慧化需求，未来媒体应运而生，呈现融媒化、众媒化、智媒化等特征。近两年，国家连续出台一系列与未来媒体发展紧密相关的政策文件，扶持推动与引导监管并重，使未来媒体发展的环境不断优化。2017年，未来媒体新技术不断完善，未来媒体的业态、内容和传播方式等不断丰富和提升，在移动创新、智能创新、场景创新等方面取得初步进展。

本报告认为，除融合化、移动化、智能化和场景化等发展趋势之外，未来媒体发展还将在新思维、新空间和新交互等方面发力，“区块链+未来媒体发展”、“5G+未来媒体发展”、无界面交互等皆充满无限可能和机遇。

本报告致力于探索中国未来媒体发展的导向趋势和基本规律，为中国未来媒体大发展、大繁荣提供智力支持。

关键词：未来媒体 智慧媒体 人工智能

目 录



I 总报告

B.1 中国未来媒体发展报告（2017）

.....	林小勇 张苗苗 / 001
一 未来媒体的概念变迁洞悉	/ 002
二 未来媒体发展的环境分析	/ 006
三 未来媒体发展的热点创新	/ 013
四 未来媒体发展的前景趋势	/ 021

II 发展篇

B.2 移动交互与文化重塑

——中国未来媒体融合发展报告（2017）

.....	宫承波 孙 宇 / 027
-------	---------------

B.3 中国未来媒体智能化发展报告（2017）	林小勇 罗 惠 / 048
B.4 VR/AR + 内容产业发展报告（2017）	宋西顺 / 066
B.5 未来媒体大数据应用发展报告（2017）	刘 泉 / 074
B.6 短视频发展报告（2017）	孙 璐 / 088
B.7 中国机器新闻发展报告（2017）	李 啸 / 108



- B.8** 中国移动新闻客户端产品发展报告（2017） 冷莹莹 / 126
- B.9** 台湾智慧媒体发展报告（2017） 邢 峥 / 145

III 热点篇

- B.10** 移动终端人机交互技术发展趋势 张 庆 / 160
- B.11** 从“简单相加”到“相通相融”：广播与 AI
音箱的跨界之路 李 珊 / 173
- B.12** 未来媒体的法律规制 田小军 何 帆 / 185
- B.13** 全 IP 化融媒体生产指挥调度中心的设计 刘晓敏 陈文伟 / 192
- B.14** 二维码在未来媒体的运用 李建勋 / 208

IV 环球视野篇

- B.15** 德国媒体人工智能应用发展报告（2017） 贺 涛 / 219
- B.16** 日本智慧媒体发展报告（2017） 杨 阳 / 230
- B.17** 韩国媒体人工智能应用发展报告（2017） 贺 莹 / 243

V 案例篇

- B.18** 应急广播与新媒体在突发公共事件传播中的融合之道
..... 孙盛楠 / 257
- B.19** 从“快笔小新”到“媒体大脑”
——国家通讯社业务智能化实践探析 钟昊熹 程 婧 / 270
- B.20** 腾讯：AI + 内容，做未来媒体生态“连接器”
..... 王 兰 / 277
- B.21** 云 + 端：爱奇艺智能视频综合服务实践
..... 王 涛 王兆楠 / 290

B. 22	美图：人工智能技术应用探索	陈 璐 倪英伟 / 301
B. 23	新媒体语境下信息传播的十个关键词	钱黎明 / 309
B. 24	爱青岛：城市智慧媒体大数据平台探索	韩丽楠 鞠在秋 朱 凯 / 325
Abstract		/ 333
Contents		/ 335

皮书数据库阅读使用指南

总 报 告



General Report

B.1

中国未来媒体发展报告（2017）

林小勇 张苗苗*

摘 要： 在大数据、移动互联网、人工智能、量子信息、虚拟现实、5G 等新技术以及经济社会发展强烈需求的共同驱动下，在传统媒体与新兴媒体融合发展的大趋势下，我国未来媒体发展方兴未艾。近年来，随着国家信息化、人工智能和战略性新兴产业等发展战略的实施推进，我国未来媒体发展的整体环境良好，跨界融合不断延伸渗透到其他相关行业，未来媒体不断呈现更多可能。未来媒体的新技术、新业态、新趋势层出不穷；未来媒体发展在移动创新、智能创新、场景创新等方面成为年度热点。除融合化、移动化、智能化、

* 林小勇，厦门理工学院教授，高级编辑，主要研究方向为未来媒体、广播电视与互联网等；张苗苗，国家广播电视总局发展研究中心副研究员，主任编辑，2018 年广电蓝皮书编辑部副主任，主要研究方向为广电产业（广电新业态）、智慧广电、内容创作等。



场景化的发展趋势外，区块链技术将为未来媒体发展带来新思维，5G 技术将为未来媒体发展带来新空间，无界面交互设计将为未来媒体发展带来更多符合人的本性的产品设计。

关键词： 未来媒体 智慧媒体 媒体融合

在传统媒体与新兴媒体融合发展的大背景下，在大数据、移动互联网、人工智能、量子信息、虚拟现实、5G 等新技术以及社会经济发展强烈需求的共同驱动下，以用户为核心，以互联网为主导，以信息技术为主要驱动力的未来媒体发展得如火如荼。未来媒体的边界不断扩大，也不断模糊；在媒体融合发展、信息化发展和战略性新兴产业发展等相关国家战略的指导下，未来媒体在数字化、网络化基础上呈现融媒化、众媒化、智媒化等特征。未来媒体作为迅速发展壮大的新兴领域，也是我国媒体从业人员和教育工作者需要学习和探索的重要领域。探寻未来媒体发展的新业态、新形式、新渠道、新空间等，构筑中国特色未来媒体发展的理论体系，既是中国新闻传播理论与与时俱进的必然要求，也是构建新时代中国特色媒体框架体系和推进国家治理能力现代化的必然要求，更是发展新时代中国特色社会主义文化，实现中华民族伟大复兴中国梦的重要使命。

一 未来媒体的概念变迁洞悉

媒介随着技术的发展而不断变化，我们从未来媒体的概念变迁角度进行归纳，尤其是通过对媒体融合节点前后的比较，初步得出以下五点结论。

1. 新媒体是个阶段性相对概念

从时间上看，后一种媒介形态相对之前的形态，就是新媒体。因此，传统媒体与新媒体仅是一个相对的概念，新媒体并非某种媒介的专指。1967



年美国哥伦比亚广播电视网(CBS)技术研究所所长P. 戈尔德马克最早提出的“新媒体”其实是电子录像EVA,与当下人们所熟知所接触的新媒体有很大不同。现在许多人将诞生于1969年美国军方部署的ARPA网基础上的互联网等同于新媒体,其对后来互联网发展之快、应用之广产生了深刻的影响。国际上,互联网的媒体属性真正被认可是在1998年。那一年5月,在联合国新闻委员会年会上,互联网被正式称为继报刊、广播、电视等传统大众传媒之后的“第四媒体”。在联合国正式将互联网称为“第四媒体”之后的2000年前后,中国国内“网络媒体”一词开始流行并成为“热词”,“网络媒体”的叫法不胫而走,并逐步被人们所认可。按照国外学者的标准,当一种媒体使用的人数规模达到全国人口总数的20%以上时,其才能被称为大众传媒。^①2008年底,中国互联网络信息中心(CNNIC)在其第23次《中国互联网络发展状况统计报告》中宣布,中国网民规模已达2.98亿,普及率达22.6%,中国网络媒体正式成为大众传媒的元年可认定为2008年。

截至目前,并没有哪一种新媒体取代了传统媒体。广播没有取代报刊,电视也没有取代广播,互联网到目前为止也没有取代广播、电视或其他任何一种传统媒体。而且,即使在科技如此发达的今天,原始传播、口耳相传等方式也并没有因为各种新兴媒体的强势发展而消失,在大量移动互联网产品——各种表情包、衣着配饰乃至道具等中依稀可见原始传播的影子。

2. 媒体不同发展阶段的矛盾重叠

以我国为例,21世纪以来我国媒体的发展,实际上是一种跨越式的发展。其显著特点就是,媒体发展的一个阶段还没有结束,另一个新的阶段便开始出现,导致二者叠加并存,不同发展阶段的阶段性特征并存,不同发展阶段的矛盾也同时存在。比如,目前我国早已进入移动互联网时代,但出现移动互联网产品与传统门户网站、电子版报纸等并存发展的情况;我国媒体发展不平衡不充分,一方面信息过载,另一方面受众用户对信息文化的高质

^① 闵大洪:《中国网络媒体20年》,电子工业出版社,2016。



量个性化需求又不断增加；我国广播电视播出机构有 2500 多个，广播电视节目 4300 多套（不含数字付费广播电视节目），但是频道频率定位节目存在同质化、专业化创新度偏低等情况，不能充分满足广大受众用户的需求；又如，我国中东西部地区由于经济发展程度不同，广播影视行业发展也不平衡，同时，一些经济欠发达地区，既要大力培育新兴媒体抢占互联网舆论阵地，又要巩固发展传统媒体主阵地，有时难以统筹兼顾；等等。当然，即使同一阶段也会因为不同媒体的实际情况导致发展道路大相径庭。总之，目前，媒体不同发展阶段的矛盾重叠，甚至出现了顾此失彼、左支右绌的情况。这也是未来媒体发展的新挑战。

3. 媒体变迁过程中呈融合发展趋势

后出现的媒介形态总以这种或那种方式向之前的媒介形态学习，并改造、修正和融合前媒介形态。新媒体就是这样，在学习传统媒体的基础上，不断改造和修正传统媒体。当然，互联网、移动互联网出现之后，给媒体带来的变革远比之前的新媒体大得多。尤其是近些年来，传媒领域的融合实践在业务融合、内容融合、技术融合的基础上逐步进行跨界融合，并呈现出移动为先、泛媒体化、交叉融合的特点，不少媒体主动与相关科技公司联合打造融媒体产品，技术融合不断深入，媒体的跨界融合让未来媒体呈现更多的可能性，未来媒体的边界也越来越模糊。同时，媒体融合也呈明显的交叉融合且彼此相互作用。媒体融合的概念是在新媒体概念提出之后才产生的。进入 21 世纪以来，依靠大数据、云计算等技术以及资本，媒体融合发展实践进入深度融合阶段，各媒体纷纷探索实践多媒体多终端等一体化模式。我们可以看到，“媒体融合”是基于互联网的出现及计算机信息技术的发展而出现的，呈明显的“相互作用”效应。一方面，媒体融合随着数字化、网络化技术的发展，不断打破不同媒介的界限，为不同媒介实现融合提供了基础；另一方面，媒体自身发展的需求也加快推动了“媒体融合”的发展。

4. 全媒体、融媒体等概念是我国传媒业融合的本土化探索

在“媒体融合”学理性概念引入国内之前，我国传媒业已经开始了融



合的路径探索,“全媒体”是我国对传媒业走向融合所进行的本土化概括。由于全媒体常被解读为品类齐全的声、屏、报、网等各类媒体资源的汇总,往往容易忽略整合各类媒体资源,使其真正融为一体,因此,2009年“融媒体”概念被首次提出。相较于“全媒体”,作为媒体融合更高级阶段的“融媒体”概念带来的是“媒介门类融会贯通”的理念更新。之后,不断有学者和业界人士建议用“融媒体”代替“全媒体”。除了包含全媒体之“全”的意思外,“融媒体”更注重各媒介之间的“融”,也就是打通不同介质、平台,再造新闻生产与消费各相关环节流程,并熟悉各类采编技能等,能以最小的运营成本达到最好的传播效果。^①

5. 未来媒体是当下媒体与未来发展走向的标示

从媒体的概念变迁中我们也可以看到,关于“未来媒体”学界和业界尚未形成明确而统一的概念。本报告采用“未来媒体”的概念,主要是强调其战略性和方向性,而不是阶段性和相对性。当然,未来媒体与当下媒体的联系是紧密的,未来媒体的发展根植于当下媒体,通过当下媒体的发展可以探究未来媒体的发展趋势。因此,本报告中的未来媒体,实际上是指当下媒体与未来发展走向的标示,是在大数据、移动互联网、人工智能、量子信息、虚拟现实、5G等新技术以及经济社会发展强烈需求的共同驱动下,基于传统媒体与新兴媒体融合发展大趋势,以用户为导向,以数字创意为基础,以互联网为主导,以计算机信息技术为驱动的新型媒介和新型媒介组织,主要包含三层含义。一是从字面上看,未来媒体即未来的媒体,即现在之后所有的媒体形态。为方便研究,这个时间跨度一般为5~10年。时间跨度太短则变成了当下媒体,时间跨度太长又会因为媒体技术的迅速革新而失去现实意义。二是从内涵上看,未来媒体即超媒体,它既包含也拓展了媒体的内涵,未来媒体以新兴媒体为核心层,外延至由AR、VR、MR构成的强调体验的混合现实互联网和以大数据为核心的智能互联网(含物联网)等;

^① 李玮:《跨媒体·全媒体·融媒体——媒体融合相关概念变迁与实践演进》,《新闻与写作》2017年第6期。