



融合元年

——中国媒体融合发展年度报告(2014)

人民日报社 编

人民日报出版社

融合元年

——中国媒体融合发展年度报告(2014)

人民日报社 编

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

融合元年: 中国媒体融合发展年度报告. 2014 / 人民日报社编. —北京: 人民日报出版社, 2015.5

ISBN 978-7-5115-3217-6

I. ①融… II. ①人… III. ①传播媒介—发展—研究报告—中国—2014 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 090111 号

书 名: 融合元年——中国媒体融合发展年度报告 (2014)

编 者: 人民日报社

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 赖凌丽 马苏娜 王 怡 郭煜瑞 王 慧

封面设计: 春天书装

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369509 65369510 65369846

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65363532

网 址: www.peopledaily.com.cn

经 销: 新华书店

印 刷: 北京鑫瑞兴印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

字 数: 302 千字

印 张: 20

版 次: 2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-3217-6

定 价: 89.00 元

《融合元年——中国媒体融合发展年度报告（2014）》

编辑委员会

- 主任：杨振武 人民日报社 社长
- 副主任：卢新宁 人民日报社 副总编辑
- 王一彪 人民日报社 秘书长
- 编委：程庆民 人民日报社 办公厅主任
- 杨 涌 人民日报社 总编室主任
- 许正中 人民日报社 新闻协调部主任
- 牛一兵 人民日报社 地方部主任
- 温红彦 人民日报社 政治文化部主任
- 吕岩松 人民日报社 国际部主任
- 刘学渊 人民日报社 研究部主任
- 赵嘉鸣 人民日报社 对外交流合作部主任
- 余继军 人民日报社 数字传播办公室主任
- 薛松岩 国家新闻出版广电总局 产业规划发展司司长
- 廖 玗 人民网股份有限公司 总裁
- 叶蓁蓁 人民日报媒体技术股份有限公司 总经理
- 董 伟 人民日报出版社 社长

胡锡进 环球时报社 总编辑

丁 伟 人民日报社 新媒体发展中心筹备负责人

策 划：何 炜 人民日报媒体技术股份有限公司 副总经理

潘 健 人民网股份有限公司 总裁助理、副总编辑

人民日报媒体技术股份有限公司 副总经理

执行主编：纪雅林 人民日报社 总编室

唐胜宏 人民网研究院

编 辑（以姓氏笔画为序）：

王 洋 人民日报媒体技术股份有限公司 调研部

王汉超 人民日报社 地方部

毛文正 人民日报媒体技术股份有限公司 调研部

田 丰 人民日报社 地方部

邹雅婷 人民日报媒体技术股份有限公司 调研部

张 旻 人民日报媒体技术股份有限公司 调研部

苏 艺 人民日报社 总编室

商 旻 人民日报社 总编室

制 图：蔡华伟 人民日报社 总编室

柳慧斌 人民日报媒体技术股份有限公司 技术部

编辑委员会 联系方式

电 话：010-65367307

电子信箱：ronghenianbao@pdm.cn

地 址：北京市朝阳区金台西路2号 人民日报媒体技术股份有限公司

邮政编码：100733

加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展

◎ 刘奇葆

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。习近平总书记强调，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。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。要认真学习领会中央精神，进一步统一思想、提高认识，切实增强推动媒体融合发展的紧迫感、责任感、使命感。

一、推动媒体融合发展是一项紧迫的战略任务

当前，网络和数字技术裂变式发展，带来媒体格局的深刻调整和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，对传统媒体冲击之大、影响之深也超乎想象。从媒体发展格局看，传统媒体面临严重的生存危机。面对新兴媒体的全方位挑战，传统媒体的受众规模不断缩小，市场份额急剧下降，业务骨干流失严重，生存状况堪忧。越来越多的人通过新兴媒体获取信息，青年一代更是将互联网作为获取信息的主要

途径。从舆论生态变化看，传统媒体存在丧失舆论主导权的危险。新兴媒体话题设置、影响舆论的能力日渐增强，大量社会热点在网上迅速生成、发酵、扩散，传统媒体的舆论引导能力面临严峻挑战，舆论主导地位受到很大削弱，甚至被网络舆论牵着鼻子走。可以说，传统媒体已经到了“救亡图存”的重要关口，不走融合发展之路，将被边缘化、丧失话语权。从意识形态安全看，抵御敌对势力的攻击渗透必须用好新兴媒体。近年来，西方敌对势力极力通过网络与我争夺阵地、争夺人心，互联网已经成为舆论斗争的主战场，直接关系到我国意识形态安全和政权安全。面对这种严峻形势，推动传统媒体和新兴媒体融合发展刻不容缓，必须跟上时代发展步伐，加快融合发展进程，巩固壮大主流思想舆论，这是我们必须肩负起的历史责任。

媒体融合发展是传媒领域一场重大而深刻的变革。传统媒体和新兴媒体可能不是一个简单的此消彼长的关系，而是在一定条件下，比如在融合发展的条件下此长彼长的态势。传统媒体和新兴媒体的关系，大体要经历三个阶段，一是传统媒体建设新兴媒体，二是传统媒体和新兴媒体互动发展，三是传统媒体和新兴媒体融合发展，现在正进入第三个阶段。目前，很多媒体都开始了融合发展的探索，也有不少亮点。在2014年全国两会宣传报道中，中央主要媒体加强互动融合，通过网站、微博、微信、客户端等，立体化、互动式、全天候传播“两会”信息，发出主流声音，成为融合发展的一次大探索。同时也要看到，融合发展是一个全新的课题，我们在许多方面还存在跟不上、不适应、不到位的问题，必须进一步提高思想认识，加强统筹规划，制定总体思路，明确工作目标，在融合发展之路上走稳走快走好。

推动媒体融合发展要按照积极推进、科学发展、规范管理、确保导向的要求，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，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、

经营、管理等方面深度融合，加快建设形态多样、手段先进、具有强大传播力和竞争力的新型主流媒体，努力达到世界一流水平。

二、努力形成适应媒体融合发展的观念和认识

观念引领行动，认识推动实践。总的来说，我们对媒体融合发展的趋势看得越来越清楚，但在实际工作中还存在一些滞后认识和观念偏差。有的满足现状，患得患失，担心打破原有的利益格局，认为融合发展多此一举、没有必要，不搞融合发展也还能活；有的存在畏难情绪和惰性心理，对融合发展缺乏信心，不愿试不愿闯，坐等给政策、给资金、给项目；还有的存在惯性思维，用办传统媒体的方法来对待融合发展，拿出的方案、提出的措施往往不对路。这些问题和现象的根源，就是没有挪动屁股、更新观念，没有跳出传统媒体的本位和思维。推动媒体融合发展，首先要解放思想，破除陈旧观念的束缚，形成适应融合发展的新观念新认识。

一是树立一体化发展观念。一体化发展，是媒体融合的内在要求和基本方向。现在，传统媒体都在积极发展新媒体业务，办了新闻网站、开了法人微博、建了客户端，实现了互动发展。但传统媒体业务与新媒体业务总体上还是并行的，整体优势没有充分发挥出来。要树立传统媒体和新兴媒体一体化发展的理念，实现各种媒介资源、生产要素的有效整合，实现信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍的共享融通，形成一体化的组织结构、传播体系和管理体制，做到你中有我、我中有你。

二是强化互联网思维。推动媒体融合发展，很重要的就是要充分运用网络技术手段去改造传统媒体，这就要求我们必须用全新的互联网思维，来谋划和推进各项工作。要适应新兴媒体平等交流、互动传播的特点，树立用户观念，改变过去媒体单向传播、受众被

动接受的方式，注重用户体验，满足多样化、个性化的信息需求。要适应新兴媒体即时传播、海量传播的特点，树立抢占先机的意识，高度重视首创首发首播，充分挖掘和整合信息资源，在信息传播中占据主动、赢得优势。要适应新兴媒体充分开放、充分竞争的特点，树立全球视野，强化市场观念，提高市场营销和产品推介能力，做大做强自身品牌。

三是增强借力发展意识。推动媒体融合发展，当然要坚持以我为主、加强自主建设，提高技术研发创新能力。但在互联网飞速发展、新技术新应用层出不穷的今天，融合发展所需要的技术都靠自己研发，是不可能的，也没有必要。要打破小而全、大而全的观念，能用社会的、别人的技术要尽量用，不能关起门来搞融合，什么都自己来建。要通过多种形式，充分利用别人成熟的技术、平台、渠道、手段等借力推进，实现更好更快发展。

四是发扬攻坚克难精神。融合发展是一场全方位的革新，也是一场新的艰苦创业征程。它不同于以往的改版扩版和栏目调整，也不是在原有框架下修修补补，如果不思进取、怕这怕那，工作就难以推进。要以浴火重生的胆识、你行我更行的气度，勇于挑起担子、把责任扛在肩上，解难题、啃骨头、往前走。要站在新兴媒体发展前沿，解放思想、大胆探索、锐意创新，加快融合发展步伐，实现赶超、争创一流。

三、瞄准和利用最新技术推动融合发展

科学技术是第一生产力。现代科技的加速发展，推动新闻传播从“铅与火”“光与电”走到了“数与网”。新兴媒体诞生和发展的过程，实际上就是网络技术和信息内容相互结合与发展的过程。技术与内容互为支撑、相互融合，是一体之两翼、驱动之双轮，共同构成核心竞争力。现在，传统媒体在技术研发应用、升

级维护方面还很滞后，网络技术的短板制约了自身的发展。融合发展要实现突破，关键是顺应互联网传播移动化、社交化、视频化的趋势，把当今可用的技术都囊括到我们的视野中来，进入我们的项目设计，用最好的技术，达到最好的水准，取得融合发展的最佳效果。

一是利用大数据和云计算技术推进新闻生产。大数据和云计算是当前具有代表性的两种新技术，这两种技术的发展和运用深刻影响着社会生产生活，为创新新闻生产开辟了广阔空间。在媒体融合发展过程中，我们要重视和用好这两种技术，优化媒体内容制作、存储、分发流程，提升数据处理能力，为内容生产和传播提供强大支撑。运用大数据和云计算技术，首先要掌握海量的数据资源。经过几十年的发展，新闻媒体积累了丰富的数据资源，这是我们的宝贵财富。要把这些优势资源整合起来，建设和完善专业化、规模化、现代化的内容数据库，同时加强对各方面数据的收集整理，不断夯实融合发展的信息资源基础。要加强数据新闻生产，充分挖掘大数据背后潜藏的新闻价值，拓宽新闻来源、丰富新闻内容，为用户提供高质量的新闻信息产品。

二是利用移动互联技术实现弯道超车。现在，移动互联网发展很快，智能手机、平板电脑等移动终端已成为人们上网获取信息的最主要手段。有人说，未来的世界是移动互联的世界。近两年，国外很多大型传媒机构都在向移动互联网布局，但总体来说，大家起步的时间、相互的差距并不大，我们在移动互联网上多下功夫，就很可能实现弯道超车。从目前来看，客户端是访问移动互联网主要入口，也是比较成熟的技术应用，很多媒体都开发了移动客户端，要办出特色、办出影响。要加强手机网站建设，丰富信息内容，完善服务功能，着力打造移动互联网上的新闻门户。同时，积极利用移动通信技术平台，办好手机报，促进其规范有序发展。商业网站在移动客户端、手机浏览器、应用商店等方面技术比较成熟，要积极关注、善加利用，借助它们的技术和平台，

扩大在移动终端的覆盖面和影响力。

三是利用 4G 技术发展网络音视频。4G 技术的应用与推广，为音视频信息传播提供了极大便利，一批互联网企业正瞄准 4G 技术应用发力，网络音视频业务将呈现爆发式增长。要主动适应 4G 技术特点，加快产品应用研发，提高网络音视频节目品质，积极发展微视频等业务，抢占 4G 技术应用高地。要积极利用无线宽带技术开展多媒体直播报道，提高媒体的反应速度，第一时间发出形象直观的报道。要面向 4G 建设手机电视集成播控平台，与移动运营商平台进行对接，整合各方面广播电视资源、视频数字内容，把移动视频聚合起来。

四是利用微博微信技术拓宽社会文化传播渠道。互联网社交类应用日益普及，社交网站已成为互联网新业务的服务入口和用户来源。2013 年底，月球车“玉兔”微博在网上亮相，用拟人化的口吻播报探月计划，并用网络语言与网友互动，吸引和感动了很多。推动媒体融合发展，要密切关注并有选择地发展社交类应用和技术，促进社交平台与新闻传播平台有效对接，增强平台黏性，集聚更多的忠实用户。要借助商业网站的微博、微信等技术平台，建好法人账号，扩大用户规模，提升传播效果。

以上这几个方面的技术，是现在能够看得比较准的，新闻媒体要结合实际积极应用。同时还要看到，信息网络技术发展日新月异，更新换代的周期越来越短，比如可折叠电子纸、可穿戴设备、5G 等呼之欲出，将会带来信息传播新的变革。我们必须紧盯技术前沿，瞄准发展趋势，不断以新技术新应用引领和推动媒体融合发展。

四、进一步增强媒体信息内容的核心竞争力

对于新闻媒体来说，内容永远是根本，是决定其生存与发展

的关键所在。应当看到，“报纸”是两个部分，一个是“报”，一个是“纸”。“报”是传播的内容，融合发展就是为了使“报”适应和运用新的技术、新的方式，更好地加以生产和传播。“纸”是传播的载体，是物质的、技术的，现在就是要用新的技术来换旧的技术，用互联网技术、电子技术来换“纸”。可以说，“报”是核心，“纸”是为“报”服务的。推动媒体融合发展，在强调技术引领和驱动的同时，必须始终坚持“内容为王”，把内容建设摆在十分突出的位置，以内容优势赢得发展优势。

一是在品质上追求专业权威。传统媒体在信息采集核实、分析解读等方面，有着新兴媒体无法比拟的优势。要通过融合发展，最大限度地把这个优势发挥出来，延伸和拓展到新兴媒体。要依托强大的采编力量、权威的信息渠道、规范的采编流程，进行专业化的新闻生产，着力打造优质的新闻产品，确保网上网下的报道真实准确、全面客观。要加强信息资源的挖掘和加工，深耕信息内容，推出思想性强、观点鲜明的深度报道和评论言论，进一步提升信息内容的品质。

二是在传播上注重快捷精简。新兴媒体传播的一个重要特点就是微传播，各种微内容、微信息高速流动、跨平台流动，用户随时随地能够获取信息。这就要求我们多在“微”字上做文章，多生产精准短小、鲜活快捷、吸引力强的信息，在传播中抢得先机。要用好微博、微信等传播平台，形成即时采集、即时发稿的报道机制，努力抢占第一落点。要加强短视频、微视频的创作生产，丰富报道方式，把报道内容直观形象地呈现出来。

三是在服务上注重分众化互动化。现在，一般化的信息不再是稀缺资源，人们的个性化需求越来越多，倒逼内容生产必须在特色化、分众化上下功夫。在融合发展的过程中，既要提供共性新闻产品，也要加强个性化新闻生产。要认真研究用户的不同需求，有针对性地生产特色信息产品，点对点推送到用户手中，做到量身定做、精准传播，提高新闻宣传的实效性。互动是新兴媒

体的独特优势和显著特征，在融合发展的进程中进行内容生产，必须将互动思维渗透到采编播各个环节。要加强媒体与用户间的互动交流，吸引用户提供新闻线索、报道素材和意见建议，提高用户的关注度和参与度，在互动中参与，在参与中传播。

四是在展示上实现多媒体化。在新媒体环境下进行新闻生产，必须采取多媒体化的展示方式，以多样化的展示、多介质的推送，使我们的新闻报道动起来、活起来。2013年，互联网上有一段5分多钟的视频《领导人是怎样炼成的》，用动漫的形式讲述了中国领导人的选拔过程，把我们的领导人以卡通人物的形象展现在公众面前，短短几天点击量超过1000万次，社会反响很好。在媒体融合发展的过程中，要综合运用图文、图表、动漫、音视频等多种形式，实现内容产品从可读到可视、从静态到动态、从一维到多维的升级融合，满足多终端传播和多种体验的需求。

五、建立适应融合发展的组织结构、传播体系和管理体制

推动媒体融合发展，既需要进行技术升级、平台拓展、内容创新，也需要对组织结构、传播体系和管理体制做出深刻的调整和完善。从目前情况看，我们的一些体制机制还不能适应融合发展的要求，束缚了新闻生产力的发展。要加快改革步伐，积极探索创新，推动形成一体化发展的体制机制，为融合发展提供坚实保障和有力支撑。

一是重组媒体内部组织结构。在融合发展过程中，媒体内部组织结构的重组是一大难点。要根据融合发展的需要，加强新兴媒体的力量，改变传统媒体和新兴媒体分立单干的状况，推动传统媒体和新兴媒体深度融合。要重构新闻采编生产流程，升级采编系统，建立统一指挥调度的多媒体采编平台，实现新闻信息一

次采集、多种生成、多元传播。要转变用人机制，建立统一的人才管理体系，加大新兴媒体内容生产、技术研发、资本运作和经营管理人才的培养引进力度，优化人才结构、统一调配使用。要完善绩效考核机制，探索媒体融合发展条件下吸引人才、留住人才、用好人才的有效办法，形成干事创业的良好环境。

二是构建现代化的立体传播体系。传播力关系影响力。要通过融合发展，加快构建现代化的立体传播体系，丰富传播形态和传播样式，拓展传播渠道和平台终端，使我们的媒体传播更加快捷、覆盖更加广泛，做到“用户在哪里，我们就覆盖到哪里”。在现行体制下，办报纸的、办通讯社的、办电台电视台的，功能不同、各有定位。要从各自实际出发，积极探索适合自己的融合发展模式，科学规划传播体系基本架构，明确各自的战略方向和发展重点，构建立体化、广覆盖的传播格局。

三是建立科学有效的媒体管理体制。推动媒体融合，必须坚持一手抓发展，一手抓管理。要理顺管理体制，破除制约融合发展的体制机制壁垒，统一导向要求和内容标准，对网上网下、不同业态进行科学管理、有效管理，立好规矩、亮明底色、筑牢底线，使传播秩序更加规范。要推动媒体资源整合，着力解决功能重复、内容同质、力量分散的问题，优化资源配置，进一步解放新闻生产力。

推动传统媒体和新兴媒体融合发展，既是战略任务，也是紧迫任务。我们要锐意进取、奋发有为、扎实工作，不断开创媒体融合发展的新局面，开辟党的新闻事业新天地。

（原文刊于《人民日报》2014年04月23日06版

本书转载时有修改）

目 录

加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展 / 刘奇葆

第一章 主报告：中国媒体步入融合发展元年	001
一、何谓融合	002
（一）融合实质：打破原有 全面提升	003
（二）融合进程：三个阶段 四种模式	003
（三）融合目的：打通 整合 提升	005
二、何谓元年	006
（一）政策条件：媒体融合首次进入国家战略	006
（二）业界条件：传统媒体转型升级迫在眉睫	007
（三）整体环境：用户与市场对融合充满期待	009
三、融合现状	011
（一）概述	011
（二）融合举措	014
（三）融合效果	029
四、融合特点与问题	031
（一）2014 媒体融合的特点	031
（二）2014 媒体融合问题	039

五、融合发展的趋势分析	044
(一) 科技的发展对媒体的影响	044
(二) 媒体传播的未来趋势	049
(三) 媒体融合将向何处去	053

第二章 2014 媒体融合发展专题探讨之高层声音

加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展 构建立体多样的现代化传播 体系	060
蔡名照	
全面推进媒体融合发展 加快打造新型主流媒体	068
杨振武	
加强信息通信技术应用创新 推动传统媒体和新兴媒体融合发展	076
苗 圩	
发挥传统出版优势 加快推动融合发展	083
蒋建国	
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	090
田 进	
推动台网深度融合 打造新型主流媒体	098
胡占凡	

第三章 2014 媒体融合发展专题探讨之专家研讨

融合发展大势下的新兴媒体	106
胡 泳 杨慧珺 刘 雯	
大数据时代传媒业的转型进路——试析定制内容、众包生产与跨界 融合的实践模式	116
喻国明 李慧娟	
媒体融合中的新型媒体集团思考	126
赵子忠 王 昕	

融合对传统媒体组织架构的影响及变革的响应.....	132
刘 庆	
以资本促进融合	138
郭全中	
中国日报《继续活着》项目——深度报道的多媒体综合呈现	147
孙 鹏	
解析支撑媒体融合的平台建设	161
陈 川	
为更多用户更有效提供更多信息——专访“今日头条”CEO 张一鸣	168
苏 艺	
在融合中探索创新——专访“今日俄罗斯”通讯社社长基谢廖夫及 第一副总编辑科切特科夫	173
林雪丹 曲 颂	
充分了解网络能够做什么——专访英国广播公司（BBC）媒体发展部 首席运营官（COO of BBC Future Media）安迪·康罗伊	178
李应齐	

第四章 2014 媒体融合发展案例

人民日报：项目带动 深度融合	184
新华通讯社：“创意 + 新闻”成为常态	188
中央电视台：推动台网深度融合	191
光明日报：推出二维码新报头 发挥报网各自优势	194
经济日报：构建立体化传播体系	196
中国国际广播电台：从对外广播到国际传播	199
中国日报：全面拓展国际传播新手段	203
四川日报报业集团：加快构建“大格局”	207
南方报业传媒集团：深耕主业 多元开拓	210
上海报业集团：在“精、联、创、合”上下功夫	213