

新媒体 新思维

田智钢◎主编

The new media
New thinking

人民日报
出版社

新媒体 新思维

主 编 田智钢

编 委 崔冠楠 刘婷婷 王 珂

王颖蛟 杨 虹 张 星

人民日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

新媒体 新思维 / 田智钢主编. -- 北京 : 人民日报出版社, 2016. 4
ISBN 978-7-5115-3765-2

I. ①新… II. ①田… III. ①传播媒介—文集
IV. ①G206.2-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第076795号

书 名: 新媒体 新思维
主 编: 田智钢

出 版 人: 董 伟
责任编辑: 林 薇 张炜煜
装帧设计: 阮全勇

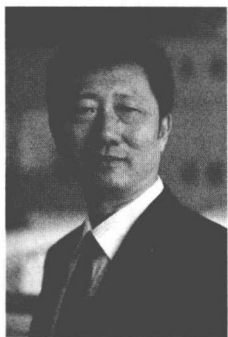
出版发行: 人民日报出版社
社 址: 北京金台西路2号
邮政编码: 100733
发行热线: (010) 65369527 65369512 65369509 65369510
邮购热线: (010) 65369530
编辑热线: (010) 65369514
网 址: www.peopledaily.press.com
经 销: 新华书店
印 刷: 北京鑫瑞兴印刷有限公司

开 本: 787×1092mm 1/16
字 数: 400千字
印 张: 32
印 次: 2016年5月第1版 2016年5月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-3765-2
定 价: 59.00元

序言一 *Preface*

认清新媒体发展趋势 自觉投身媒体融合



陈力丹，中国人民大学新闻学院责任教授、博导，学院学术委员会主任，博士后流动站站长，《国际新闻界》月刊主编；中国人民大学新闻与社会发展研究中心新闻传播所所长。1993年起享受国务院特殊津贴；第六届国务院学位委员会学科评议组成员。

2016年2月19日，习近平在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话中再度强调，党的新闻舆论工作要“创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强针对性和实效性。要适应分众化、差异化传播趋势，加快构建舆论引导新格局。要推动融合发展，主动借助新媒体传播优势。”这次讲话比2013年8月19日他关于宣传思想工作的讲话，有了更为鲜明的互联网传播形态的背景。

本书以中国人民大学新闻学院2013级新闻学和传播学在职硕士课程班同学的研究论文为主，他们以各自在媒体融合实践中的经验，与所学的新闻传播理论相结合，恰恰呈现了习近平总书记对新闻舆论工作提出的各方面的创新要求。

2015年8月12日23时30分左右，天津发生危险品仓库爆炸事件。8月13日0时30分左右，新媒体“澎湃新闻”就亮出了豪迈的招徕语：“我们是澎湃新闻天津爆炸前方报道组，关于此事故的情况，问我吧！”第一条新闻有8个新闻来源，有官方的，也有网民的，附图3张，均为现场目击者提供。随后数小时内，无数新闻网站提供了更多的各方面信息和图片。这就是互联网新闻传播的速度和质量。纸质版的中央党报，第二天只在第四版右下角就此事件刊登了一篇连电头仅有334字的报道，事故是否有死亡都没法确定，读者拿到报纸时，关于事故的影像和文字已经铺天盖地在社交媒体上传播开了，谁还看这条过时的新闻呢？形势喜人也逼人，传统媒体再不转变工作理念、手段、体制，习近平提出的“切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力”的要求便无从谈起。

技术创新相对简单，只要有充裕的资金就可以获得，而如何做能够跟上形势，首先在于理念的创新。习近平曾谈道：“有些做法过去有效，现在未必有效；过去不合时宜，现在却势在必行；过去不可逾越，现在则需要突破。”现在两三年过去了，我们尚没有对此加以研究和梳理，哪些不合时宜了，哪些要有创新。这就如同国务院经常废除一些不合时宜的政府文件那样，需要经常梳理，我们的工作才可能常做常新。这批同学的论文，一定程度上即是在梳理我们以往的理念。

能否获得创新理念，与我们的眼光和见识直接相关。所以在这里我建议作为硕士层面的我国新闻工作者，需要及时、全面地了解全世界互联网发展的进程，以及新闻传播运用最新传播技术的进程，看到差距才有追赶的目标。到哪儿去了解这方面的情况呢？有3个国际性的互联网和媒体发展报告是要必读的。

第一个报告是联合国国际电信联盟（ITU）发布的《衡量信息社会报告》。该项系列报告2006年启动，跟踪全球信息通信技术（ICT）发展状况，对“将数字鸿沟转化为人人享有的数字机遇”的实现程度进行评估。此后，ITU每隔一段时间发布一次《衡量信息社会报告》。该报告被公认为是世界上全球ICT发展状况数据和分析最可靠、最公正的资料库，为各国政府、金融机构、各企业的分析师广泛采用。

目前最新的是2014年11月24日发布的第六份报告。中国大陆的ICT发展指数排名，在世界166个国家和地区中位居第86位；固定宽带普及率排名第67位；家庭互联网普及率位列全球第34位；中国城镇地区与农村地区互联网普及率的差距为34.1%；移动宽带综合价格分指数排名，在世界110个经济体中居第101位；固定宽带的网速，居世界排名第42位，高速互联网用户比例仅2%。而中国的近邻韩国IDI（国际电信联盟发布的信息与通信技术发展指数）排名世界第二，家庭宽带普及率世界第一，城乡互联网差距世界最低（4%），高速互联网用户比例世界最高（37%）。中国互联网络信息中心（CNNIC）每次发布《中国互联网络发展状况统计报告》，都给人带来兴奋，因为

与自身相比，发展广度和速度都很快。但这也无形中造成我们的盲目乐观，因为只有自己与自己的比较，没有与世界先进水平进行比较。只有与世界先进水平比，才可以令我们保持清醒的头脑，找到差距，追赶上去。

第二个值得关注的报告是美国金融分析师玛丽·梅克尔（Mary Meeker）个人每年发布的《互联网趋势报告》。1995年她发表“互联网报告”（The Internet Report），由于对亚马逊和美国在线等网络公司做出了看好的预见，由此名声大振，并每年发布一个报告。她在2015年《互联网趋势报告》中，预测了互联网未来发展的方向、影响和挑战，通过大量的案例、翔实的数据展示了互联网“重构”人们日常生活、行业发展逻辑、社会连接关系的巨大作用。对于正处媒介融合新阶段的中国传媒业而言，这些新现象、趋势将给媒体转型带来诸多启示和思考。正如梅克尔所言，“20年巨变=人们用各种移动设备实现了全天候联系”。移动互联网改变了人与人、人与社会的连接关系。对于正处于媒介融合新阶段的中国传统媒体而言，它们与受众、广告主、消息源的连接关系同样面临重构。由此，传统媒体转型的首要意义在于构建新型的媒体与用户的关系。

在中国，“媒介融合”被最高决策层提上了议程，上升为国家战略。微博、微信等各类利用互联网技术的传播形态发展迅速，传统媒体虽然积极谋求转型，但“不转即死”的预期强烈。国际上，互联网对传统“关系”的颠覆愈演愈烈。玛丽·梅克尔在2012年的报告中提出，“新的移动设备+互联+用户界面+沟通方式+美观……重新定义了人类生活和习惯”。2014年的报告重点阐述了“重构”的五大领域：即时通信应用、内容和分发渠道、日常活动、数字钱币、垂直产业，而这种移动设备与众多传感器带来的数据井喷，将推进大数据崛起、计算成本的下降与“云”的兴起。2015年的报告则通过观念的重塑、消息传递的重塑、内容生产的重塑、新一代（12-24岁）对互联网用途的重塑等，全面阐述了互联网的颠覆力。人们的工作环境、工作方式、消费方式、连接方式、商业模式、监管重点都在发生剧烈变化。

移动互联网特性使得传统媒体转型并非简单的信息载体变化，也不是将内容、品牌和影响力简单地从“纸”迁移到“屏”，而是一种新的媒体与用户关系的重构。从国内外媒体实践来看，互联网对传统媒体的冲击，最深刻的表现是在媒体和用户的关系，我在此前做过论述。用户概念不仅是指受众——信息的被动接受者，也包括广告主和消息源，这些“用户”的主动性在大幅提升，甚至发挥着改造媒体内容生产、盈利模式、信息传播模式的决定性作用。（《重构媒体与用户的关系》，《新闻界》2014年第24期）

第三个值得关注的是每年美国皮尤研究中心发布的《新闻媒体状况报告》。这是由皮尤慈善信托基金会支持的。该基金会由美国太阳石油公司创始人约瑟夫·皮尤（Joseph N. Pew）的四个儿女创建，支持文化、教育、环境、健康和人文服务、公共场所政策和宗教等发展和研究。皮尤研究中心2003年起每年发布的《新闻媒体状况报

告》，记录了美国报业十几年来从黄金时代走向深度衰退、转型所经历的艰难和曲折。该报告显示，从2014年起，移动端强势崛起，移动化成为美国新闻业发展的关键词。2015年全美访问量排名前50位的新闻网站及其APP中，有39家的移动端流量超过桌面端。社交网络中以关系和算法驱动的信息流，体现了一种全新的动力机制。这一机制之下，人们的信息获取和消费方式被人与人之间的社会关系法则和技术支撑的机器法则进一步中介化了。最新的专门研究报告显示，当前用户中有63%在推特和脸谱上获取新闻。

美国传统新闻机构所面临的数字化转型压力，依据所在行业的不同而有所差异：报业转型压力最大，电视业次之，广播业再次之。它们根据各自的资源禀赋，确立适合自身的数字化转型策略。美国报业面临的是一种由于发展逻辑和商业模式没落所导致的行业性衰退，报业转型迫在眉睫。电视新闻业主动拥抱变革和潮流，CNN加强移动新闻网站建设，积极开发各细分类新闻APP，并在脸谱、推特和Google+等社交媒体开设专门的CNN频道；FOX数字新闻网则在网站显著位置，推广自家为各移动平台开发的细分和综合类新闻APP；CBS新闻则在YouTube上开设专门频道“CBS新闻在线”；NBC新闻入驻脸谱新闻发布平台“即时新闻”。美国广播业在移动和社交时代迎来了行业的新生，这得益于智能手机、平板电脑和车载广播设备等移动端平台的普及。

美国新闻业的转型对中国新闻业数字化转型带来的借鉴在于：第一，在移动和社交领域积极布局，开展多渠道内容分发，主动适应主流用户的信息消费习惯；第二，建立资本运营平台，积极投资或并购新兴数字新闻机构；第三，放开对媒体资产的所有权限制，允许社会资本投资或控股传统媒体机构。

各位同学若能及时了解全球互联网和媒体发展的动向，处于领导岗位的，可以比别人更早地鉴戒到成功的经验，创新事业；即使在普通记者编辑的岗位，也可以比别人更早地预见到自己所承担的工作未来会发生何种变化，及时做好应对。新闻传播业处于巨大的转折中，了解最新的动向，才可能自觉投身媒体融合。

陈力丹

2016年2月23日

序言二 *Preface*

80后的怀旧与新媒体的思考



田智钢，北京电视台新闻节目中心记者，中国人民大学新闻学院文学硕士，近年来专注于新媒体领域的研究学习，主编出版了《新媒体时代的新闻传播》《自媒体》《媒体的变革》等著作。

忽然发现，自己已经有很久没有完整地读过一本书了，这个时间，大概持续了一年多，或许，工作忙是个不错的借口。不过，庆幸于自己的工作，每天都能让自己思考，聊以安慰吧，至少还不算浑浑噩噩度日。

曾经有一段时间，因为要写毕业论文，每天泡在国家图书馆，那些日子里，曾经感慨，在这样熙熙攘攘的城市里，图书馆就是个世外桃源，可以真正让人安静下来，思考一下自己，反思一下自我，然后想着以后要增加来图书馆的次数，外面的世界太纷繁，太匆忙，忙得来不及静下心来写一首诗。

我已经很久没有写过一首诗了，借口还是工作忙。还有一个原因，就是怕下笔之后

说服不了自己，连自己都看不下去，又如何能拿给其他人看？曾经要出版自己的诗集，要把自己笔下的许多故事讲给我的读者听。而如今，似乎生活里只剩下奔波，每天有预约的采访，还有采访之后需要播出的新闻，都在等着我写稿、剪片、配音、出片……

不是在抱怨这种生活，恰恰相反，这是我喜欢节奏！

如果说少年时代的梦想实现了，那必定是个让人开心的事，何况于我，小时候受父亲的影响，立志要做个记者，完全不管不顾自己理工男的身份，毅然决然地抛下计算机专业去写小说、搞新闻。

现在，我也算是如愿以偿了。

所以，我喜欢并投入于这种生活，但匆匆忙忙，再去图书馆是何日？

似乎遥遥无期！

其实，只是想让自己可以有时间思考一下。

要思考。

如同这本论文集。邀请陈力丹教授作序时，恩师就与我提到了这个问题，对于做传媒行业的我们，尤其是一线的记者、编辑，认清新媒体发展的趋势，就是我们要思考的事情。

多年前，新闻学院毕业的学生，如果能在报社、电台、电视台谋得一份工作，写写稿子，做做节目，应该是一份体现专业对口、学有所成的朝阳职业，那个时候，喝茶水看报纸、坐沙发看电视的安逸时光，似乎也把光阴走慢了，我们安静地读报、看新闻，到点睡觉，朝九晚五，生活就在不经意间翻着月份牌。

“月份牌”是个暴露年龄的词，80后的我们，小时候翻过月份牌，看过黑白电视机，玩过任天堂游戏机，还在家里对着电视机唱过卡拉OK……

然而，现在一切都不一样了。

我们发现，一篇绞尽脑汁写出来的稿件、一条层次分明的电视新闻，虽然都是记者的用心之作，但有时候竟然抵不过一条简单明了的新闻推送。

互联网、无线网络、智能手机……这一切不仅在改变着我们的生活，同样也在改变着生活的节奏，“从前阅文章，后来读段子，现在看热词”，网络让我们进入了一个速读时代，我们习惯于简单粗暴、直截了当地第一时间接收手机资讯。

高密度、快速度、肤浅化、碎片化的媒介逻辑，让我们变得无手机不欢，与此同时，社交软件也将我们的生活紧紧捆绑，看手机不再成为一种消遣，而成为一种可怕的依赖。

新媒体正在改变着我们的生活。

作为一线媒体从业者，面对来势汹汹的传媒变革，我们又该如何应对？

据某公共关系咨询公司2014年发布的《亚太地区媒体从业者的数字化生活》报告的数据显示，突发信息的处理能力，已经成为互联网时代媒体的核心竞争力之一，其中，有68.8%的记者会在社交媒体上关注并获取突发事件的报道。此外，信息追踪挖掘也是记者使用社交媒体的首要目的，其次是用来跟踪同领域媒体或关注对象所发布的信息，另有数据显示，近半数的记者选择使用社交媒体进行选题线索的搜寻与挖掘。

正是得益于快捷的信息发布方式，新闻信息的数量也在陡增，相对于新媒体的无处不在，传统媒体的新闻工作者也受到了不同程度的影响，除了新闻线索的获取方式，对内容的制作方面也是如此。调查显示，74.2%的一线新闻记者与自媒体作者每周生产的原创内容不超过5篇，而65.7%的原创内容生产者在撰写一篇具备时效性的新闻时，平均要花费2-5个小时进行资料收集和查证研究等工作。

传统媒体的新闻记者，似乎患上了新媒体依赖症，而在倚重于新媒体新闻资讯的同时，原本精雕细琢的“新闻创作”，似乎一夜之间也找不到存在的价值了，相对于手机屏幕的只言片语，长篇累牍、结构工整、条理清楚的一条新闻稿，仿佛也不能吸引读者读下去了。

可见，接收短平快的新闻资讯、阅读关键词的新闻快餐，成为大众阅读的新方式。

因此，对于当下媒介环境以及未来的媒体生态，如何构建符合新媒体时代的信息发布形式，如何把握新闻内容的制作技巧，又让我们走在了思考的路上。

新媒体有着比较明显的平台烙印，传统媒体与新媒体的融合，体现在附属的网站、客户端，这一类新媒体的形式，以报纸的电子版、手机APP，电视台的网站、客户端、公众号等为代表。而一诞生就以新媒体面目示人的手机客户端，则没有经过传统媒体的过渡，在新媒体生态环境中白手起家。

这其中，新闻资讯的快捷推送作为一种基础性功能，正在被倚重。由此可见，内容仍然是媒介生存的第一要素，至于其延伸的服务方式和商业模式，与传统媒体的转型或变革一样，都将是一次新的探索。我们可以预见的是，以新闻资讯发布为推手的新媒体，未来将具有综合的服务性、互动性和覆盖性。

因此，对于新闻内容的制作，新闻学院的学生理应学以致用，这是我们的优势所在。对于新闻原创，《中国青年报》首席评论员曹林是这么讲的：

“记者永远不要丢了优质新闻内容的生产能力，无论融合到什么程度，内容总得有人生产，新媒体发展越成熟越会注重内容的原创，内容的竞争越激烈。记者要把自己的优势与新媒体结合起来，不要轻易离开传统媒体，传统媒体仍然是内容生产的最好平台。”

不可否认，新媒体的运作形式，是一次产业的变革，我们身在其中，感受到媒体的行业秩序正在重构，而网络平台对于内容的精准推送，用户对于喜好讯息的精准获取，未来将让新媒体变成一个八面玲珑的消费品。

所以，新闻专业是内容基础，媒体创新是大势所趋，勤于思考是顺势而为。

在拟定这篇序言的标题时，笔者想到了正在经历这个时代的一个群体——80后，尽管这个词现在已经有些过时。

所谓80后的怀旧，皆因这个快速变革的时代，作为80后的我们都一一经历过，特别针对从事传媒行业的这一批人而言，我们有理由怀念当年没有互联网的日子。那个时候，我们写作文没有网络资料可以参考，却一笔一画地写满三四页稿纸，大学时手机也不是人人都有，谈恋爱约会往往是在宿舍楼下喊一嗓子，接触网络时最先认识的是一只企鹅，和陌生人聊得火热的时光仿佛还历历在目……

这样的日子也别有一番风情，不是吗？

然而，就在我们来不及怀念旧日光阴的时候，就要匆匆忙忙地步入互联网时代，就要进入传统媒体与新媒体厮杀的今天。

其实，怀念何尝不是一种反思？昨日对新闻专业的选择，既是对未来职业的规划，也是一种书生意气的新闻情怀，至今我仍然时时想起并享受当年码格子写文章的那些日子，对于文字的敬畏，对于新闻阵地的坚守，都是因为当年那个低调而崇高的新闻理想。

所以，即使现在安静读书的时光越来越少，我仍然保持抽空写写字的习惯，只为体会与笔墨互动的那种亲密感。

身体与灵魂，必须有一个在路上；

就让我们在每日的来回奔波中，也别让思考的步履停下来；

怀旧与探索，都应该是一种对于未来的思考。

2016年3月

于北京会议中心

目录 *Contents*

浅议“互联网+”时代数字电视频道的发展之路	白 巍 001
“互联网+”时代纸媒发展探索	蔡 倩 008
传统媒体与新媒体在议程设置过程中的整合效应分析	曹 建 014
整合——新媒体时代的媒体商业模式重构	常德帅 020
“互联网+”时代 传统新闻网站的发展探索与思考	陈 辰 026
“互联网+”时代媒体融合发展探索	陈 柳 032
互联网思维下的新闻节目制作	崔 菲 037
浅谈“互联网+”时代主流媒体的融合与发展	崔冠楠 044
——以新华社客户端的模式为例	
互联网+新媒体冲击下传统报业去向	邓 阳 049
——试论互联网冲击下报业该何去何从	
互联网+时代自媒体定制新闻推荐的利与弊	范 敏 056
——以今日头条手机 APP 为例	
自媒体传播特性与现状分析	房 方 063
浅谈互联网影响下传统出版业的转型道路	冯 佳 070

浅论央视在新媒体互联网时代下的转型之路.....	高 宁	077
互联网 + 影响下的广播发展历程及发展方向	宫智华	084
试论移动互联时代的媒体转型	郭儒逸	091
微信公众号：纸媒的出路还是死路.....	贺 斌	097
浅谈互联网 + 背景下传统媒体如何重新构筑商业模式	赫 梅	103
论互联网 + 时代报业的生存之道	胡 月	109
互联网 + 时代报业的生存之道	惠 葳	115
浅谈移动互联网时代行业媒体转型.....	江 芳	122
论互联网 + 对新闻传播活动的影响	荆晓敏	128
浅谈“互联网 +”时代传统媒体发展.....	李建勇	134
“互联网 +”时代报业转型之路探析.....	李 晓	140
论互联网 + 对新闻传播活动的影响	李 贞	147
浅析互联网 + 时代媒体的发展特点与趋势	刘 昊	154
网络游戏玩家消费意愿影响因素研究	刘 湖 王榆尧	159
互联网时代的新闻创新——融合新闻	刘丽园	171
互联网 + 时代传统纸媒发展思考	刘宁远	177
新媒体冲击下报业的转型与生存之道	刘倩云	183
新时代传统媒体应该如何转型	刘思嘉	189
互联网 + 时代新媒体在医疗体系的应用	刘婷婷	195
浅析移动电台的发展现状与未来的发展空间.....	刘相玲	201
浅析手机媒体的特点.....	刘元春	210
“互联网 +”时代中小出版社的发展策略	刘 喆	217
“互联网 + 时代”传统媒体的新媒体运营思考 ——以人民日报系微信公众号为例.....	马 黎	223
“互联网 + 时代”的新闻版权抗争与维护	孟 曦	228
互联网 + 时代法制类电视节目的发展探索	米 莎	233
“互联网 + X”已热浪来袭，推进社会新生活.....	戚 琳	239
“互联网 +”时代的传统媒体盈利模式思考	乔 峤	245

浅谈“互联网+”时代都市型对农广播的发展 ——以天津农村广播为例	沈 欣	251
“互联网+”时代政务新媒体的发展思考	苏晓晓	259
“互联网+”时代图书销售形态初探	孙笑岚	265
论互联网冲击下报业的转型与生存之道	童祉颖	271
互联网冲击下的报业的生存之道	王安慧	277
互联网+时代媒体发展探索	王德祥	283
众筹新闻：传统新闻媒体转型的新思路	王景瑄	288
浅析新媒体环境中传统媒体与新媒体的良好融合	王竞尧	294
新媒体时代 传统媒体如何更好地转型	王 珂	300
试论“互联网+”与传媒的融合	王丽萍	306
以互联网电视为例试论互联网+时代融合媒体发展趋势	王漫雪	313
“互联网+”时代，如何实现传统媒体与新媒体的融合发展	王梦媛	319
浅析“互联网+”时代中新闻网站的战略转型	王珊宁	325
“互联网+”时代下传统电视媒体的演变思考	王 玮	331
新媒体背景下传统媒体的营销策略	王泉婧	337
浅析互联网时代传统报业的转型探索	王晓璇	344
“互联网+”时代媒体融合的思考	王漪萌	350
新媒体环境下 医药信息传播的新机遇	魏 莹	357
试论新媒体冲击下传统媒体的生存之道	吴硕宇	363
浅谈互联网+时代报业的生存之道	吴 翌	369
互联网时代纸质媒介机构的转型思考	许梦醒	375
互联网+时代 行业报纸的生存之道	杨 虹	383
互联网+时代 传统媒体人是出走还是留守	杨斯涵	390
互联网时代传统媒体发展思考	叶 奂	396
“互联网+”时代传统编辑出版人员的职业转型	于 贺	402
“互联网+”时代的媒体发展趋势及品牌传播研究	于 洋	408
“互联网+”时代下新媒体管理工作探析	余 慧	414

六问如何挖到网络访谈的“宝藏”	袁 晗 421
试论互联网 + 时代的平面媒体出路	张 芳 428
浅谈“互联网 +”时代的出版产业	张 黎 434
浅谈互联网 + 时代传统纸媒新思考	张黎姣 440
对当前传统纸媒经营工作的一些思考	张龙飞 446
浅谈互联网 + 时代的媒体转型	张 星 451
浅析传统媒体新闻网站的现状与转型发展	张雪娥 457
浅谈“互联网 +”时代电视媒体的挑战与转型	张 延 463
互联网 + 时代电视媒体发展思考	张玉昕 469
传统媒体的思考：以微信公众号的方式做传媒	张 竹 476
大数据时代传统媒体的转型之道	赵彩瑞 481
浅析“互联网 +”环境下公益传播的利弊	周明婕 487

浅议“互联网+”时代数字电视频道的发展之路

摘 要

“互联网+”是目前非常炙手可热的一个名词，因为它给传统行业——交通、金融、旅游乃至影视都带来了翻天覆地的变化。人们在感叹其带来的变化时，也在享受其带来的变化。那么作为传统行业的数字电视频道在这个大环境下是否有机会发展，是否应该利用“互联网+”来改变自身的现状。本文将从“互联网+”的内涵和技术方面给数字电视频道带来的机遇和挑战来展开讨论。

关键词

“互联网+” 数字电视频道 技术 融合 发展

个人简介

白巍，从事过网络、电视媒体新闻、运行管理等方面的工作。现从事数字频道的新闻编辑工作，对开路频道、数字电视频道以及网络媒体都有一定的了解。



随着2015年“互联网+”写入总理的政府工作报告后，“互联网+”这个概念也随着各种传统行业在互联网上的大放异彩而变得炙手可热。那么，作为传统媒体的电视媒体，尤其是在国内刚起步不久的数字付费频道是否能够利用“互联网+”的时代绽放光彩呢？

一、基础概念及基本现状

1. “互联网+”：其实说到“互联网+”这个新兴名词，没有一个权威的辞典给出一个完整而确切的解释。不过在2015年3月的全国两会上，马化腾提交的《关于以“互联网+”为驱动，推进我国经济社会创新发展的建议》议案中提到，“互联网+”是指利用

互联网的平台、信息通信技术把互联网和包括传统行业在内的各行各业结合起来，从而在新领域创造一种新生态。

那么其实“互联网+”概念最早的提出可以追溯到2012年11月，易观国际董事长兼首席执行官于扬在易观第五届移动互联网博览会上首次提出“互联网+”理念。而随着互联网技术的飞速发展，人们也越来越享受着“互联网+”给大家的便利——坐在家里打车，随时随地语音视频聊天，随时随地购买火车票，远在千里就可以送女友一束鲜花……那么交通、通信、旅游、商贸甚至是金融这些传统行业都已经在“互联网+”的大背景下不再传统，甚至新兴起来。

因此“互联网+”这个词进入了总理2015年的政府工作报告，国务院也为此印发了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》。“互联网+”成为经济发展的一个重要支撑。

2.数字电视频道：数字电视频道从广义上来说，是基于电视技术的发展，电视信号由模拟信号发展到数字信号的频道类型。而我们在这里要谈的数字电视频道是狭义方面的，从其发展来看，在发达国家，又被称为数字收费频道，即基于数字电视技术的发展，产生的电视台加密加扰播出内容，观众借助于解码器解密收看的电视频道。在发达国家，由于其完善了市场机制，以及国民的收视习惯等因此，是的数字电视频道的盈利模式主要是通过收取用户的收视费用，如著名的美国气象频道（The Weather Channel）。

而在我国，数字付费频道是指以有线数字方式播出、传输并须单独付费才能收听收看的专业化广播电视频道^[1]。从发展初期来看，也是进行了基础的观众细分，创立了很多类型的频道，并且严格按照付费频道来进行管理。但是由于我国观众的收视习惯、市场等因素，使得很多数字频道都无法做到以收取收视费用来生存，更不用提盈利二字。因此，目前大部分数字频道虽然必须通过付费平台集成商来运营频道，但是，其如何发展，如何壮大也成为了从事该行业人员的一大课题。

3.那么，在“互联网+”的时代里，作为传统媒体的电视，尤其是数字电视频道，如何抓住这一机遇发展壮大呢。

二、“互联网+”和数字电视频道的“志同道合”

（一）“互联网+”和数字电视频道的特征和特点：“互联网+”和数字电视频道如何进行融合，如何达到默契，又如何才能互促互进。我们就首先要了解这两个产物。

1.“互联网+”的六大特征：分别是跨界融合、创新驱动、重塑结构、尊重人性、开放生态以及连接一切。跨界融合即“+”，及协同一切；而创新是“互联网+”的特质，要求变，变才能发挥力量；重塑即打破，打破原有的规则；尊重人性是对人体验和以人为本