

中国 媒体融合

MEDIA
CONVERGENCE
IN
CHINA

实践
案例

中共中央宣传部新闻局 编

学习出版社

中国 媒体融合

MEDIA
CONVERGENCE
IN
CHINA

实践 案例

PRACTICE

中共中央宣传部新闻局 编

学习出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国媒体融合实践案例/中共中央宣传部新闻局编. — 北京: 学习出版社, 2016. 9

ISBN 978-7-5147-0639-0

I. ①中… II. ①中… III. ①传播媒介—研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第116335号

中国媒体融合实践案例

ZHONGGUO MEITI RONGHE SHIJIAN ANLI

中共中央宣传部新闻局 编

责任编辑: 宋 飞

技术编辑: 周媛卿

出版发行: 学习出版社

北京市崇外大街11号新成文化大厦B座11层 (100062)

010-66063020 010-66061634 010-66061646

网 址: <http://www.xuexiph.cn>

经 销: 新华书店

印 刷: 北京联兴盛业印刷股份有限公司

开 本: 787毫米×1092毫米 1/16

印 张: 18.25

字 数: 234千字

版次印次: 2016年9月第1版 2016年9月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5147-0639-0

定 价: 50.00元

如有印装错误请与本社联系调换

推动传统媒体与新兴媒体深度融合 打造新型主流媒体

（代序）

蒋建国

推动传统媒体和新兴媒体融合发展，是党中央交给我们的重大政治任务，是新闻战线面临的崭新时代课题。2016年2月，习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上发表重要讲话，强调融合发展关键在融为一体、合而为一。这是2014年8月中央深改组会议之后，总书记再次就推动媒体融合发展提出明确要求、作出战略部署。总书记的重要讲话，为全国新闻宣传战线深入推进媒体融合发展注入了强大动力、指明了努力方向。

近年来，新闻媒体认真贯彻落实中央决策部署，融合发展探索有力、推进有序，取得明显成效。一是对融合发展的认识不断深化，二是推进力度不断加大，三是重点项目有序展开，四是融合队伍得到锻炼，五是传统媒体的网络空间影响力不断提升。可以说，融合发展正在进入加速期，任务艰巨，前景可期。我们要认真学习领会习近平总书记重要讲话精神，加快推进传统媒体与新兴媒体从初步探索走向深度融合，尽快打造一批形

态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成拥有强大实力和传播力公信力影响力的新型媒体集团，为党的新闻宣传事业作出新的贡献，为全面建成小康社会提供强大舆论支持。

一、推动局部突破走向全面深化

传统媒体与新兴媒体融合发展工作已全面破题、开局起步，人民日报、新华社、中央电视台等中央媒体在融合发展的内容、技术、机制等方面实现了突破。嫩芽初上、春笋破土，接下来要加快步伐、乘势而进，推动传统媒体向网络空间全面迈进，逐步构建主流媒体权威声音和正能量占据主导的舆论引导新格局。

要向互联网全面拓展。目前，互联网已成为经济社会运行的重要平台，公众特别是年轻人主要通过网络获取信息。人在哪里，阵地就在哪里。媒体融合要深度发展，必须真正做到“互联网+”，借助网络传播优势，勇于和善于在新媒体领域找到位置，并逐渐占据主导、占领互联网舆论阵地。国内外不少媒体都以数字化信息传播技术为手段，开始了数字化转型，数字化数据化正在成为媒体融合探索实践的主流路径和方向。向互联网拓展，还要把争取用户、发展用户、集聚用户作为重要抓手，最大限度满足用户信息需求，在服务中实现引导。

要推进资源整合。推进媒体融合，要协调资源、加快发展，坚持资源整合与媒体融合并举。各种资源如何合理配置，各方力量如何有效整合，企业事业机制如何无缝对接等，必须下功夫解决好。要重点整合功能重复、内容同质、力量分散的媒体

资源，优化重组传统媒体内部资源配置，有效整合线上线下资源，通过报网合一、台网融合，努力让所有资源流动起来，实现各种资源的互联互通。

要努力构建平台。未来媒体的竞争，重要一点是平台的竞争，特别是各类移动终端平台的竞争，关键在于传统媒体能不能建立传播平台、获得移动入口。目前，大多数传统媒体在平台和入口方面还不具有优势。要集中资源、集中力量，加快新平台建设，特别是中央主要媒体要通过多种方式，努力构建适应互联网特点的传播平台。“论事易，为事难，为事易，成事难”，打造平台不是一件容易的事情，但必须要做，既要利用互联网企业的已有渠道，也要致力建设自有平台。

二、加快从“相加”阶段迈向“相融”阶段

要切实贯彻习近平总书记重要讲话精神，推进融合发展尽快从相“加”阶段迈向相“融”阶段，从“你是你、我是我”变成“你中有我、我中有你”，进而变成“你就是我、我就是你”。重点要做好以下工作。

增量发展与存量改造一体布局。推动融合发展，不少媒体都选择从增量做起，成立新部门，引进新人才，开发新应用，推出新产品等。“做增量”取得的成效，鼓舞了媒体融合发展的信心。接下来，要在“做增量”的基础上，尽快推进“改存量”，深入到运行管理、体制机制层面，打破束缚融合发展的旧有藩篱，在渠道、平台、经营、管理等各方面走向深度融合，

从传统媒体与新媒体简单嫁接阶段，走向融为一体、合而为一，使媒体融合有新起色新发展。

报道创新与采编流程创新同步推进。近年来，传统媒体涌现出一批融合报道精品，特别是2016年两会报道，成为各媒体融合报道产品的大集结、融合发展成效的大展示。传统媒体与新兴媒体融合，在报道创新方面迈出了坚实步伐。下一步，具备条件的媒体要加大力度，深入推进采编流程调整，以符合媒体融合发展需求、适应新媒体生产规律、提高新闻生产力为目标，建立全媒体内容生产流程整体架构，提高内容生产效率，扩展信息分发渠道，努力实现新闻信息一次采集、多种生成、多元传播。要加强后台技术支撑，强化数据库建设，实现生产要素的有效整合，以及信息内容、技术应用、平台终端、采编力量的共享融通。同时，要因地制宜、分类施策，认真分析自身特点，研究自身需要，不跟风、不盲从，积极探索、科学推进。

推进产品创新与体制机制融合并行并重。传统媒体与新兴媒体融合，既有发展问题，也有改革问题。近年来，传统媒体致力于产品创新，初步形成一批“现象级”融合产品和知名新媒体品牌。推进媒体深度融合，在产品创新的同时，要进一步通过制度改革，使媒体运行管理机制与融合发展相适应。要围绕解放新闻生产力、激发创造活力，推动体制机制改革创新。这是融合发展的难点，也是媒体融合走向深度发展阶段不容回避的重大课题。传统媒体要更加积极主动地调整原有不适应融合发展的机构设置，探索新闻媒体内部组织的重构再造，推动组织机构一体化、传播体系一体化，实现人员、管理、运营融合，

防止传统媒体和新兴媒体发展“两张皮”。同时，要在确保党管媒体的前提下，探索发挥市场作用，努力建立可持续发展模式，为融合发展注入源源不断的动力，为打造新型主流媒体提供强有力的体制机制支撑。

三、以内容优势赢得发展优势

习近平总书记强调，内容永远是根本。融合发展必须坚持内容为王，以内容优势赢得发展优势。新闻媒体要突出自己的核心竞争力，在融合发展方面取得新成绩。

始终抓住核心优势。新闻信息的专业生产能力，始终是传统媒体的核心竞争力和优势所在。互联网传播时代，优质内容、专业信息仍然是稀缺资源。推进媒体融合，新闻信息生产优势只能加强不能削弱。目前，媒体融合转型在内容建设上依然有很大的空间，要通过发挥内容生产优势，精心采编、精准推送，在权威、精准、鲜活上下功夫，用专业的报道、理性的解读、深入的分析，赢得市场、获得用户，掌握网络空间舆论主导权和话语权。

继续坚持内容创新。要把握新兴媒体传播规律，将内容创新作为发挥内容优势的主要着力点。探索将新闻单位的原创生产与互联网上的信息整合结合起来，实现内容生产方式的转型升级；强化信息服务意识，开发适应用户需求的个性化新闻产品；创新内容生产手段，通过数据化新闻、可视化新闻以及动漫、H5 页面等各种新形式，使报道活起来、动起来。同时，要将原

创新闻版权保护作为重要课题，提上日程。这一问题已存在多年，随着新媒体新技术新应用的不断出现，版权问题愈发复杂和突出，要从立法修法、行政监管以及媒体自身加强维权意识等多方面多措并举，保护新闻作品创新。

以技术发展促进内容建设。技术不仅是传播的手段与工具，更是提高内容生产能力的必要抓手。“内容为王”要以先进技术为支撑，缺少技术支撑、渠道建设和传播手段，内容优势将难以发挥。要顺应时代发展潮流，从最新的技术发展中借势，以技术发展促进内容生产。当前，虚拟现实技术如火如荼，有研究机构预计2020年全球将有218亿美元的市场潜力。美联社正在着手搭建虚拟现实门户网站，发展沉浸式新闻报道。智能装备、3D技术、机器人写作、无人机新闻采制等也正方兴未艾。要始终保持对技术的敏感性与前瞻性，紧盯技术前沿，瞄准发展趋势，不断以新技术新应用促进新闻内容生产。

四、加强全媒体人才队伍建设

方向定了，人才队伍是关键。推进媒体融合深入发展，必须要有适应融合发展和融合传播的人才。当前，队伍建设要抓住以下几个方面。

培养一批“全媒记者”。要始终把培养高素质人才作为重要目标，培养一批具备全媒体采编播技能、既可分工合作又可单兵作战的“全媒记者”“全媒编辑”。要开展全员转型培训，通过走出去、请进来等多种方式，培养运用新媒体的能力，提

升融合发展的本领。

建设一支“融媒队伍”。要不断调整优化人才结构，增加软件、数据、营销、战略分析等人才在团队中的比重，逐步建立一支适应融合发展、理念先进、业务精湛、作风优良的“融媒”采编、经营和管理队伍。可以通过多种方式引进新型人才，发挥其引领、辐射作用，逐渐带动更多人才在融合发展的实践中成长起来。

形成一个激励人才的机制环境。要探索融合发展中的人才激励措施，围绕凝聚人才、激发活力、鼓励创新，改进内部考核和管理方式，建立科学合理、适应新媒体特点的薪酬体系、绩效考评和晋升淘汰机制，调动新闻从业人员的融合发展积极性，提升新闻队伍的职业荣誉感。

五、坚持一手抓融合、一手抓管理

一手抓融合、一手抓管理，确保融合发展沿着正确方向推进，是党中央对推进传统媒体与新兴媒体融合发展提出的明确要求。在推进融合发展的过程中，要始终以此为遵循，以融合促发展，以管理促融合。

坚持党管媒体原则，把导向要求挺在前面。新闻媒体要把党管媒体原则贯彻到新媒体领域，落实到实际工作各环节，始终传播主流意识形态和主流价值观念，将导向要求落到实处。对各种新兴媒体和传播业态，要统一管理、科学管理，无论是传统媒体还是新兴媒体，无论是体制内媒体还是商业网站，内

容管理必须坚持统一标准，确保面向大众传播的新闻信息始终遵循统一要求和标准，确保融合发展沿着正确方向推进。

坚持一体管理、一体负责，提升全媒体管理水平。对传统媒体及所办新媒体，必须坚持一体发展、一体管理、一体负责。传统媒体所办的新媒体，政治立场不能变，导向要求不能变，社会责任不能变。各级各类媒体要建章立制、制定措施、加强管理，进一步提高内部管理的科学化水平，通过流程管理和技术设计把导向要求和安全要求贯穿到融合发展的全过程。

坚持正面宣传为主，始终筑牢底线、亮明底色。党中央推进融合发展、建设新型主流媒体的目的，就是要在互联网领域巩固壮大主流舆论。当前，主流声音唱响网络空间、权威声音引领网络舆论的引导格局正在逐步形成，要抓住媒体融合的有利契机，重大主题宣传统一策划，重要专题采访活动统一安排，重大宣传报道统一推送，着力提升议题设置和有效发声能力，提高网上正面宣传水平，使正面宣传在互联网的信息海洋中突出出来、闪亮起来。

目 录

- 001 推动传统媒体与新兴媒体深度融合
打造新型主流媒体（代序）

◇蒋建国

实践与探索

- 003 全力推动媒体融合发展 加快建设新型
主流媒体

◇人民日报社

- 011 推进“媒体融合” 我们主要做了这六件事
——以新华社新媒体中心的媒体融合探索为例

◇新华社

- 024 媒体融合不是物理组合 而是化学反应

◇光明日报社

- 034 平台为基础 内容为根本 机制为保障
切实推动媒体融合发展走向深入

◇经济日报社

- 043 探索中国日报特色的融合发展之路

◇中国日报社

- 054 以重点项目为抓手，以机制建设为路径，
以内容创新为根本 ◇中央人民广播电台
- 062 深度融合 一体发展 创新“电视+新媒体”
传播模式 ◇中央电视台
- 070 固本创新 融合发展 ◇中国国际广播电台
- 082 深度融合 整体转型 全力打造新型
主流媒体 ◇上海市委宣传部
- 095 全力推进媒体融合，发力占领网上舆论场 ◇上海报业集团
- 101 打造最具影响力、覆盖全媒体
产业链的新型媒体集团 ◇上海广播电视台
- 109 推动媒体融合发展从“相加”迈向“相融”
积极抢占舆论引导制高点 ◇江苏省委宣传部
- 120 深入推进媒体融合 打造全国一流
新型主流媒体 ◇江苏广播电视总台
- 129 以“三三”制助推融合发展 ◇浙江日报报业集团
- 138 集群发力 推进媒体融合创新 ◇浙江广电集团

- 147 加快推动媒体融合发展 着力打造
新型主流媒体 ◇福建省委宣传部
- 159 打造新型主流媒体 加快报业转型升级 ◇厦门日报社
- 168 大力推动媒体融合发展 构建媒体
传播生态圈 ◇湖北省委宣传部
- 179 以我为主 融合发展 建设新型
主流媒体 ◇湖南广播电视台
- 188 加快推动媒体融合发展 实现舆论引导能力和
可持续发展能力双提升 ◇南方报业传媒集团
- 194 坚持内容为本 渠道为先 切实提升
广电媒体传播力引导力 ◇深圳广播电影电视集团
- 202 “五抓”推动融合 “深化”还需攻坚 ◇重庆市委宣传部
- 209 多媒体融合 全媒体发展 探索媒体
深度融合发展之路 ◇四川省委宣传部
- 217 坚持“四位一体” 深化融合发展 ◇四川日报报业集团

调研与思考

- 229 打造有强大竞争力的新型
主流媒体 ◇光明日报媒体融合发展专题调研组
——媒体融合发展系列调研报告之一
- 238 以产品为关键抓手 力促媒体
融合发展 ◇光明日报媒体融合发展专题调研组
——媒体融合发展系列调研报告之二
- 246 重构采编生产流程 推动深度
融合发展 ◇光明日报媒体融合发展专题调研组
——媒体融合发展系列调研报告之三
- 254 内容生产仍然是核心竞争力 ◇光明日报媒体融合发展专题调研组
——媒体融合发展系列调研报告之四
- 262 破解媒体融合发展的人才瓶颈 ◇光明日报媒体融合发展专题调研组
——媒体融合发展系列调研报告之五
- 269 补齐融合发展的技术短板 ◇光明日报媒体融合发展专题调研组
——媒体融合发展系列调研报告之六

实践与探索

《中国媒体融合实践案例》

