



融合坐标

——中国媒体融合发展年度报告(2015)

人民日报社 编

人民日报出版社

融合坐标

——中国媒体融合发展年度报告 (2015)

人民日报社 编

人民日报 出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

融合坐标: 中国媒体融合发展年度报告. 2015 / 人民日报社编. —北京: 人民日报出版社, 2016.6

ISBN 978-7-5115-3962-5

I. ①融… II. ①人… III. ①传播媒介—发展—研究报告—中国—2015 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 121691 号

书 名: 融合坐标——中国媒体融合发展年度报告 (2015)

编 者: 人民日报社

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 赖凌丽 马苏娜

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.press.com

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: 318 千字

印 张: 20.75

版 次: 2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-3962-5

定 价: 89.00 元

《融合坐标——中国媒体融合发展年度报告（2015）》

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 编委、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
- 张 忠 人民日报社 地方部主任
- 江 夏 人民日报社 经济社会部主任
- 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
- 杨 健 人民日报社 评论部主任
- 王方杰 人民日报社 内参部主任
- 崔士鑫 人民日报社 研究部主任
- 宋光茂 人民日报社 计划财务部主任
- 陈国华 人民日报社 管理保障局局长
- 高 沁 人民日报社 技术部主任

赵嘉鸣 人民日报社 对外交流合作部主任

王咏赋 人民日报海外版 副总编辑

丁 伟 人民日报社 新媒体中心主任

余继军 人民日报数字传播有限公司 董事长

牛一兵 人民网股份有限公司 总裁

余清楚 人民网股份有限公司 总编辑兼副总裁

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

万仕同 《新闻战线》总编辑

宋建武 中国人民大学新闻学院 教授

主 编：牛一兵 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

统 筹：何 炜 人民日报媒体技术股份有限公司 副总经理

陈 颖 人民日报社 评论部副主编

执行主编：唐胜宏 人民网股份有限公司 研究院副院长

杨 暄 人民日报社 总编室副主编

编 辑 (以姓氏拼音为序):

黄福特 人民日报社 地方部

刘 畅 人民日报社 总编室

王 洋 人民日报媒体技术股份有限公司

魏 贺 人民日报媒体技术股份有限公司

杨 旭 人民日报社 总编室

张天培 人民日报社 研究部

张 旻 人民日报媒体技术股份有限公司

周 轺 人民日报社 国际部

邹雅婷 人民日报社 海外版

主报告及媒体融合发展综合评价指标体系课题组:

宋建武 中国人民大学新闻学院 教授

王佳航 中国政法大学新闻传播学院 副教授

陈璐颖 中国政法大学政治与公共管理学院 博士研究生

王 枢 湘潭大学文学与新闻学院 硕士研究生

白 净 中国政法大学新闻传播学院 硕士研究生

特别鸣谢中共深圳市委、深圳市人民政府
对年报编撰工作的支持！

把握融合发展的时代机遇

“一条新的起跑线”。有人曾这样论述媒体融合这场大变革。在2014年8月中央深改组会议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》后，2016年2月，习近平总书记再次就融合发展发表重要讲话，并提出了“融为一体、合二为一”的明确要求。党中央从战略高度谋篇布局，就是因为，融合发展既为我们的国际传播提供了弯道超车的机遇，也是我们打造新型主流媒体必须回答的时代命题。

当前，媒体融合进入关键时期。“所当乘者势也，不可失者时也”。搭乘“互联网+”的快车，深入转型、深层融合、深度洗牌，正在传媒行业不断上演。坚持以先进技术为支撑、以内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理走向融合，各媒体集团均积累了大量经验，趟出不同的道路，取得了可喜进展。大家都希望在这轮变革中赢得主动、赢得优势、赢得未来。

思想解放的程度，决定了融合发展的力度；思想认识的高度，决定了融合发展的深度。作为崭新课题，融合发展需要有新的理论指引，也呼唤鲜活的实践探索。2014年，被称为“中国媒体

融合发展元年”，当媒体融合发展成为国家战略，应时而动，人民日报社组织撰写了《融合元年——中国媒体融合发展年度报告（2014）》。今年，我们继续推出《融合坐标——中国媒体融合发展年度报告（2015）》，多维度、多视角解析媒体融合纵深之年的创新图景，直面体制机制创新、赢利模式探索、复合型人才培养多方面问题，力图为未来融合发展的政策决策、实践探索和理论研究提供有价值的参考。

媒体融合的坐标，以移动互联网的发展为基础。第37次《中国互联网络发展状况统计报告》中的数据显示，截至2015年12月，我国网络新闻用户规模为5.64亿，较2014年同期增长8.8%；其中，手机网络新闻用户规模为4.82亿，较2014年同期增长16.0%；作为信息类基础应用，网络新闻已成为即时通信和搜索引擎之外的第三大互联网应用。伴随着手机网络新闻用户规模的快速提升，移动终端已成为用户获取新闻资讯的首选工具，传统媒体意识到，必须通过自主开发的新闻客户端直接联系用户，从而更好地融入移动互联网传播格局。

媒体融合的坐标，以全媒体平台的建设为路径。从中央媒体到地方媒体，都深刻认识到，媒体融合发展应以用户为中心、以用户平台搭建为首要任务。通过用户平台建设，汇集海量用户，形成用户数据库，打通新闻生产的各个环节。从2015年两会报道开始，人民日报社试行“中央厨房”工作机制，借新流程倒逼新机制，靠新技术催生新产品，强力推进人力资源聚合、生产流程融合、采编力量整合、网上网下结合，加速了记者与报纸、网站、“两微一端”之间的高效对接。此外，“中央厨房”还为数百家海外主流媒体量身定做、定制推送新闻产品，占领国际舆论场，提升国际话语权，扩大了人民日报的全球传播力和影响力。

媒体融合的坐标，以积极拥抱新技术为抓手。传播学者丹

尼斯·麦奎尔所说,“真正的传播革命,其最直接的驱动力,一如既往,是技术。”新媒体,不仅是“内容新,形式新”,最关键的核心是“技术新”。大数据分析、实时引擎搜索、云计算技术、虚拟现实等在互联网时代对用户有着至关重要的吸引力。从2014年的APEC会议,到2015年8月的天津港爆炸事故,再到2016年的全国两会,重大活动、重大事件的新闻报道,新技术在采访、编辑、传播中发挥着越来越重要的作用。机器人写稿帮助记者处理繁杂的数据,无人机航拍呈现震撼壮观的全景图片,VR/AR为读者呈现三维的感官体验……这些新的技术手段拓宽了新闻报道的方式方法,给予用户有别于以往的媒体体验。做好媒体融合,必须不断发现、利用新技术,才能在互联网时代开发出新的蓝海。

在本书中,中宣部副部长蒋建国、人民日报社社长杨振武、工业和信息化部部长苗圩、新华通讯社社长蔡名照、解放军报社社长李秀宝、中华全国新闻工作者协会党组书记翟惠生、中央人民广播电台台长阎晓明、中央电视台台长聂辰席亲自撰文,纵论媒体融合顶层设计,描绘中国媒体发展“蓝图”,振奋人心,鼓舞力量。

清华大学新闻与传播学院教授彭兰、中国传媒大学副校长胡正荣、暨南大学新闻与传播学院院长范以锦、北京大学新闻与传播学院教授谢新洲等知名学者为媒体融合的具体实践进行深度探讨,提供真知灼见。构建“美丽天下”电视媒体生态产业圈的广西电视台、建设区域融媒体的扎克(ZAKER)、催生融合新引擎的温州日报报业集团、整合大数据新技术的腾讯新闻、打造多重互联网情景体验的乐视等众多转型案例,展示了融合进程中精彩纷呈、追云逐日的媒体今日之形象。

马克思有句名言:“人们要求新东西——形式和内容都新。”媒体融合与跨界发展是一场全方位的革新,是一次全新的艰苦征

程，更是一次凤凰涅槃、浴火重生的良机。本书中的理论思考和发展蓝图都启示我们，媒体融合发展是一场惠及长远的变革，也是一场始于足下的创业。乘着“互联网+”的东风，尽快从相“加”阶段迈向相“融”阶段，着力打造一批新型主流媒体，融合发展的未来必将“苟日新、日日新、又日新”。

中国媒体融合发展年度报告（2015）编委会

2016年5月

目 录

把握融合发展的时代机遇

第一章 主报告 媒体融合的新阶段：传统媒体互联网化

一、媒体融合发展新阶段的理论起点·····	002
（一）国家战略：在互联网上建设主流新闻舆论阵地·····	002
（二）技术进步：互联网已成为社会基础连接·····	003
（三）行业发展：传统媒体互联网化是其商业模式创新的前提·····	004
（四）传统媒体互联网化的两个标志·····	005
二、2015：媒体融合全面推进·····	007
（一）内容融合·····	007
（二）渠道融合·····	014
（三）平台融合·····	019
（四）经营融合·····	025
（五）管理融合·····	029
三、2015 年中国媒体融合发展中的问题·····	034
（一）对媒体融合的认识仍然有待深化·····	034
（二）缺乏技术人才和互联网思维·····	035
（三）应重新理解媒体和用户·····	036
（四）现有体制机制无法支持传统媒体在互联网上的发展·····	037
（五）媒体融合缺少公允的行业评价标准·····	038

四、媒体融合发展综合评价指标体系..... 039

 内容融合评价指标..... 039

 平台融合评价指标..... 041

 渠道融合评价指标..... 043

 经营融合评价指标..... 043

 管理融合评价指标..... 044

【专家观点】寻找媒体融合的评价标准..... 044

第二章 2015 媒体融合发展专题探讨之高端声音

推动传统媒体与新兴媒体深度融合 打造新型主流媒体..... 052

 蒋建国

在推动融合发展中更好引领社会舆论..... 058

 杨振武

以信息通信新技术新应用推动媒体融合发展..... 065

 苗 圩

坚持创新为要 推动融合发展..... 072

 蔡名照

军队媒体融合发展评价体系构建初探..... 080

 李秀宝

打造全媒型人才队伍 助力媒体融合发展..... 088

 翟惠生

回归声音的美好..... 094

 阎晓明

打造智慧融媒体：不断提升舆论引导质量和水平..... 098

 聂辰席

第三章 2015 媒体融合发展专题探讨之央媒转型

人民日报全媒体平台“中央厨房”：探索融合新途径..... 108

新华社全媒报道平台正式启动·····	116
中央人民广播电台：突出声音特色 推进融合发展·····	121
中央电视台：央视新闻的“三微一端”产品矩阵·····	127

第四章 2015 媒体融合发展专题探讨之专家观点·业界探索

产品融合·····	135
产品结构、产品层次、文化基因：“内容”转型为“产品”的三个关键··	136
彭 兰	
技术成为媒体融合的主导逻辑·····	144
黎 斌	
第一财经：整合资源 挖掘产品·····	153
黄福特	
广西电视台构建“美丽天下”电视媒体生态产业圈·····	158
黄福特	
流程融合·····	163
传统媒体转型的五力框架·····	165
郭全中	
媒体融合亟须以大数据为基础的考核标准·····	176
杜泽壮	
融媒时代媒介生态系统重构与流程再造·····	183
胡正荣	
媒体融合还远未真正启动·····	191
刘 畅 周 轲 采访整理	
ZAKER 打造区域融媒体：技术基因与内容基因的结合重生·····	196
刘 畅 张天培	
温州日报报业集团打造融合新引擎·····	204
杨 旭 采访整理	
对话美国媒体融合专家亨利·詹金斯：媒体融合需要关注粉丝经济·····	209
张朋辉 杨 旭 周 轲 采访翻译	

独树一帜的《赫芬顿邮报》..... 217
 李秉新

英国 BBC：要建媒体融合大平台 222
 李应齐 采访翻译

系统融合 228

媒体融合：传播变革与社会进步的交叠演进 229
 高 钢

转型中的社会责任意识与产业发展思路..... 239
 殷 航 范以锦

媒体系统融合方式探讨 248
 谢新洲

打造多重互联网情景体验..... 255
 张天培 杨 旭

腾讯新闻：整合大数据新技术，打造新模式 261
 黄福特 采访整理

第五章 媒体融合大事记

2015 年..... 268

第六章 附录

媒体融合前沿 284

多元产品融合发展唱响两会最强音..... 285
 张天培 杨 旭 周 轲

内容为王，让新技术拥有新活力..... 291
 黄福特

虚拟现实（VR）技术如何改变新闻业 294
 张 旻

各大媒体集团融合项目列表 303

一、中国日报 303

二、经济日报 304

三、成都传媒集团 305

四、成都商报 306

五、大众报业集团 307

六、广州日报 309

七、河南日报报业集团 310

八、江苏省广播电视总台（集团）..... 311

九、南方报业传媒集团 313

十、深圳商报 313

十一、四川日报报业集团 315

第一章

主报告 媒体融合的新阶段： 传统媒体互联网化
