

我国短视频新闻

的发展与传播研究

杨嘉媚 / 著

WOGUO DUANSHIPIN XINWEN
DE FAZHAN YU CHUANBO YANJIU



四川大学出版社



我国短视频新闻 的发展与传播研究

WOGUO DUANSHIPIN XINWEN
DE FAZHAN YU CHUANBO YANJIU

杨嘉岷 / 著



四川大学出版社

项目策划：徐 燕
责任编辑：吴近宇
责任校对：罗永平
封面设计：墨创文化
责任印制：王 炜

图书在版编目 (CIP) 数据

我国短视频新闻的发展与传播研究 / 杨嘉帽著. —
成都：四川大学出版社，2018.8
ISBN 978-7-5690-2303-9

I. ①我… II. ①杨… III. ①互联网络—媒体（新闻）
—研究—中国 IV. ①G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 203588 号

书名 我国短视频新闻的发展与传播研究

| | |
|------|-------------------------|
| 著 者 | 杨嘉帽 |
| 出 版 | 四川大学出版社 |
| 地 址 | 成都市一环路南一段 24 号 (610065) |
| 发 行 | 四川大学出版社 |
| 书 号 | ISBN 978-7-5690-2303-9 |
| 印 刷 | 成都金龙印务有限责任公司 |
| 成品尺寸 | 148mm×210mm |
| 印 张 | 7 |
| 字 数 | 205 千字 |
| 版 次 | 2019 年 5 月第 1 版 |
| 印 次 | 2019 年 5 月第 1 次印刷 |
| 定 价 | 36.00 元 |

版权所有 ◆ 侵权必究

- ◆ 读者邮购本书，请与本社发行科联系。
电话：(028)85408408/(028)85401670/
(028)86408023 邮政编码：610065
- ◆ 本社图书如有印装质量问题，请寄回出版社调换。
- ◆ 网址：<http://press.scu.edu.cn>



扫码加入读者圈



四川大学出版社
微信公众号

目 录

CONTENTS

| | |
|-----------------------------------|---------|
| 第一章 绪论 | (1) |
| 第一节 研究背景与研究意义 | (1) |
| 第二节 研究现状与研究不足 | (19) |
| 第三节 研究方法与研究框架 | (36) |
| 第二章 我国新闻类短视频的界定和现状 | (39) |
| 第一节 短视频发展概况 | (39) |
| 第二节 新闻类短视频概况 | (57) |
| 第三节 新闻类短视频发展现状 | (71) |
| 第三章 我国新闻类短视频的瓶颈与问题 | (87) |
| 第一节 新闻类短视频内容方面的瓶颈与问题 | (87) |
| 第二节 新闻类短视频管理方面的瓶颈与问题 | (102) |
| 第三节 新闻类短视频运营方面的瓶颈与问题 | (117) |
| 第四章 我国新闻类短视频问题的原因与分析 | (127) |
| 第一节 新闻类短视频内容问题的原因分析 | (127) |
| 第二节 新闻类短视频管理问题的原因分析 | (145) |
| 第三节 新闻类短视频运营问题的原因分析 | (158) |

| | |
|----------------------------|-------|
| 第五章 我国新闻类短视频发展的对策与建议 | (174) |
| 第一节 打造专业精准的优质内容 | (174) |
| 第二节 采取合理高效的管理举措 | (188) |
| 第三节 打造灵活多元的运营策略 | (198) |

第一节 研究背景与研究意义

一、研究背景

当前，世界各国已进入移动互联网时代，新闻传播的新业态也已经出现在人们面前。许多媒体报道认为，短视频将是非常重要的“风口”之一。2016年12月，《经济日报》报道，从国内现状来看，短视频领域用户数量持续爆发式增长，并受到各种资本的热捧。目前国内短视频的观看次数已经超过了影视剧等长视频的观看次数，占据了一半以上的份额。^①另一份来自 DCCI (Data Center Of China Internet, 互联网数据中心) 的数据则表明，81.5%的网络视频用户观看过短视频，更有近六成视频用户是短视频的忠诚粉丝。^②

从目前短视频的发展现状来看，新闻类短视频发展势头最为迅猛，最受社会各个群体关注和欢迎。新闻类短视频作为当下最具代表性的短视频类型之一，长期受到新闻传播业界和学界的高

^① 搜狐网：《短视频社交走红 快手用户持续爆发式增长》，http://www.sohu.com/a/121443950_114731。

^② 和讯网：《酷6网 CEO 杜昉首亮相：坚持短视频不动摇》，<http://tech.hexun.com/2013-08-13/157056437.html>。

度关注。本章将探讨本书的研究背景和研究意义，对既有的研究成果进行梳理整合，并对研究内容、研究方法、研究思路、研究的创新之处进行说明。

对于短视频的界定，学界尚无统一观点。从字面意义来看，短视频首先是通过视频长度来加以区分的。优酷网创始人古永锵认为，短视频短则 30 秒，长则不超过 20 分钟。易观智库认为短视频不超过 20 分钟，通过媒介平台进行拍摄、编辑、上传、播放、分享、互动等，形态涵盖纪录短片、DV 短片、微电影等。美国皮尤研究中心早在 2012 年就开始研究 YouTube 网站上的视频观看数据，并得出结论：最受欢迎的视频长度在 2.1 分钟左右，这样的视频比当地的电视新闻时间要略长一些，但比网上的晚间新闻合集要短。知名研究机构 ComScore 在 2014 年的一份报告中公布，网络视频的平均时长（不包括网络视频广告）在 4.4 分钟左右。^①

本书将短视频定义为：以智能手机为平台，时长在 5 分钟以内，具备制作周期短、内容广泛、原创度高、参与度高、形式自由灵活等特点的视频表现形式。从发展现状来看，短视频具有生产流程更迅速，制作条件更简单，时长更短，传播速度更快，受众参与度更高，社交媒体属性更强等特点。

只有在独特的时代条件下，才可能产生独特的新生事物。短视频也是在移动互联网时代背景下出现的必然产物。

^① 腾讯网：《短视频，究竟多“短”才最合适？》，<http://news.qq.com/original/quanmeipai/daunshipin.html>。

（一）互联网技术和智能技术提供驱动力

1. 智能手机的诞生发展

智能手机，又名智慧型手机。1992年，世界上第一台智能手机在美国诞生。这台智能手机由IBM公司研发，即Simon Personal Communicator，被称为是一款“革命性通信设备”。作为信息科技领域中的集大成者，智能手机具备目前通信平台几乎所有已开发的功能。智能手机是指“像个人电脑一样，具有独立的操作系统，可以由用户自行安装软件、游戏等第三方服务商提供的程序，通过此类程序来不断对手机的功能进行扩充，并可以通过移动通信网络来实现无线网络接入的这样一类手机的总称”^①。从本质上看，智能手机是一台携带移动功能的微型计算机（电脑），包括硬件和软件两个层面。从硬件层面来看，主要由CPU、GPU、内存、外存、通信模块、电源管理、屏幕、摄像头、音频处理器、感应器、蓝牙、各类接口等元器件构成；软件层面主要有操作系统、安全防护、软件包、应用市场、云服务^②。

互联网技术和智能技术的发展，使智能手机超越了通信领域，向新闻、娱乐、摄影、摄像、社交、搜索、支付等综合性功能发展，几乎满足了社会群体在生活和工作中所有的要求。近年来，随着互联网硬件技术和软件技术的不断提升，智能手机操作系统功能不断完善，其摄影摄像功能得到了长足发展。智能手机价格降低使大部分社会群体都能拥有一部性能优秀的智能手机，摄像头传感器的发展和成像算法的改进使手机像素不断提高，图像编辑技能不断趋于便捷……这些条件的具备为用户随时随地拍

① 360百科：《智能手机》，<https://baike.so.com/doc/347505-368081.html>。

② 360百科：《智能手机》，<https://baike.so.com/doc/347505-368081.html>。

摄、编辑、上传短视频奠定了坚实的基础。

另据 2016 年 1~7 月的《中国手机市场运行情况分析报告》显示,这一时间段内,国内手机出货量 3.04 亿部。其中,4G 手机出货量 2.81 亿部,占比 92.4%。随着 4G 手机的大规模普及,2015 年,三大手机运营商开始加速高速宽带网络基站建设,增速降费效率明显。手机流量技术革新将使数据流量的费用和速度不再是手机用户担心的问题,视频画面也更加清晰。形象的视频、生动的语音让生活表达更真实,手机用户开始频繁打开视频软件,消磨休息时间。短视频由于时长短,耗费流量相对较少,自然成了流量资费改革过渡期的首选。2015 年 4 月的统计数据 displays,有 10.1% 的手机视频用户选择用 4G 观看短视频,用户习惯正逐渐养成。^①从目前的趋势来看,手机的短视频拍摄、编辑和上传等功能将进一步提升,其重要的社交功能也将再次刷新人们的认知。

2. 宽带移动互联网的普及

2013 年 8 月 17 日,国务院发布了“宽带中国”战略实施方案,部署未来 8 年宽带发展目标及路径,意味着“宽带战略”从部门行动上升为国家战略,宽带首次成为国家战略性公共基础设施。2015 年 11 月 16 日,由工业和信息化部主办的“互联网+”协同制造与创业创新发展论坛在深圳举行。工信部原副部长怀进鹏在论坛上表示,“互联网+”为未来产业和技术创新的相互促进并支撑经济发展带来了新的成长空间。他说,作为最重要的信息基础设施,宽带支撑着物联网、云计算等高新技术产业的发展,工信部未来将进一步加大“宽带中国”战略的实施力度。网速提升和资费下降为用户带来了良好的用户体验,解决和改善了

^① 肖妮:《互联网新闻发展模式转向短视频:内容占主导地位》,载《新闻研究导刊》,2017 年第 5 期。

短视频发展过程中的流量问题，使随时随地拍摄、浏览和分享视频成为可能。

我国互联网产业发展势头迅猛，国外的互联网专家也对此加以肯定。2018年5月，被誉为“互联网女皇”的凯鹏华盈（KPCB）合伙人玛丽·米克尔（Mary Meeker）正式公布了《2017年互联网趋势报告》（“Internet Trends”），这是她第23次公布年度互联网报告。在本次报告中，玛丽·米克尔全面概括了2017年全球互联网发展趋势，分析了包括用户、互联网应用、电子商务与广告、数据收集与优化等内容在内的互联网趋势，并深度分析了中国互联网市场的变化与竞争。报告指出，中国正在成为全球互联网巨头中心，与美国的差距进一步缩小。^①

互联网经济与国家宏观经济紧密相连。在我国宏观经济发展领域，由于消费者信心指数连创四年新高，宏观经济取得了长足发展。2017年数据显示，我国的GDP增长，62%由消费拉动，而在2003年这一指数仅为35%。消费经济已经成为我国宏观经济的重要特征。在此良性刺激的背景下，我国互联网经济的发展也趋向良好。有数据显示，目前我国移动互联网用户数为7.53亿，2017年同比增长8%，移动端数据使用同比增长162%，前一年增速为124%。同时，中国正成为全球最大互联网公司的中心。当前，在全球市值最高的20家互联网公司当中，中国占据了9家，美国占据了11家。相比5年之前的数据，中国仅占据2家，而美国占据了9家。^②中美在该领域的差距正在进一步缩小。

在我国宽带移动互联网迅猛发展的推动下，包括长短视频和

① 中大创投：《互联网女皇玛丽·米克尔：〈2017年互联网趋势报告〉》，http://www.sohu.com/a/145338249_160340。

② 中大创投：《互联网女皇玛丽·米克尔：〈2017年互联网趋势报告〉》，http://www.sohu.com/a/145338249_160340。

多人互动移动游戏在内的在线娱乐于 2017 年出现了明显的快速增长。其中，我国移动互联网媒体娱乐使用时长在 2018 年 3 月份达到月均每日 32 亿小时，其中视频占 22%。同时，优酷、腾讯、爱奇艺等优质视频网站实施了差异化竞争，并推动了全行业付费时代的到来。

其中，短视频领域的发展尤其引发了新闻传播业界和学界的高度关注。随着宽带移动互联网提供的速度和平台，以“短、准、快、乐”为特点的短视频逐渐成为互联网领域的“风口”，从快手到抖音都获得了各大平台、资本和粉丝的青睐。报告进一步显示，短视频在我国互联网市场的持续发力，逐渐形成了庞大的用户规模，并带来了巨额的利润收入，快手、抖音、梨视频、澎湃新闻等都已成为新闻传播界的现象级产品。如快手用户规模在 2017 年已达到 1.04 亿，引起了广告商的强烈关注。报告显示，2017 年我国广告商预算越来越向视频产业倾斜，在线视频广告预算超过传统电视广告预算，成为国内国际广告商们争相抢夺的“新阵地”。

3. 短视频编辑硬件与技术的提升

从短视频内容生产的链路环节来看，它的制作和发布主要包括拍摄、编辑、转码、存储、分发、播放等流程，每一步所涉及的技术对短视频质量乃至行业发展都至关重要。在短视频拍摄环节，主要包括横竖屏拍摄、多段录制、片段回删、摄像头切换、摄像头缩放、闪光灯打开/关闭、定时拍、点击拍/长按拍、手动对焦和曝光、美白磨皮、滤镜、AR 动画等功能。其中，AR 动画是 AR 技术在短视频行业的典型应用。AR 全称增强现实 (Augmented Reality)，它将虚拟的信息应用到真实世界，被人

类感官所感知，达到超越现实的感官体验。^①在短视频拍摄阶段，AR动画综合运用面部特征点定位、人脸检测与追踪等技术，准确定位并识别用户的面部表情和不同手势、动作，打造出可爱、搞笑、卖萌、穿越等各种效果，增加了短视频拍摄过程中的趣味性，成为短视频行业的功能标配。从拍摄环节的基本功能来看，短视频App需要在设计、开发过程中考虑用户的实际需求，在满足基本功能的基础上根据分层用户的基本特征，内置相关功能，保证用户在使用短视频App过程中的用户体验和作品质量。

从目前的短视频编辑来看，便捷易懂的编辑技术为用户使用软件制作原创性短视频提供了坚实的基础。编辑任何一个视频作品，其目的都是为了更好地叙述故事、表达内涵与塑造形象。也就是说，用户在编辑过程中用镜头的分解、组合等方式重构新闻事件的时空关系，用以表达新闻事件独特的内涵与人物，从而达到叙述、抨击或抒情的目的。从短视频的“原生态”前期拍摄到“蒙太奇”后期剪辑，从传统剪辑技术形成的“动作剪辑”时期到当前全新的“数字合成”时期，新闻传播编辑业务的发展经历了纯拍摄、线性编辑、非线性编辑和数字合成等几个历史阶段，这些历史阶段的更迭背后都是计算机硬件和编辑技术不断提升给予的“助力”。与20~30分钟的长视频相比，短视频有时候虽然只有十几秒的画面呈现，但也需要经过后期编辑才能成为有意义、高质量的作品，包括导入、剪辑、制作字幕、制作音频、制作特效等编辑手法。从短视频发展现状来看，业界一方面尽力降低短视频编辑的难度，趋向打造傻瓜式、自动化编辑平台，方便用户“一秒做大片”；另一方面却对短视频的内容呈现提出了更

^① 顾杰杰：《短视频内容生产的PUGC模式研究——以“梨视频”为例》，安徽大学2018年硕士学位论文。

高要求，需要更灵活、更丰富的多样化和自定义功能，使用户能够根据个人创意和思路，完成作品的个性化剪辑，使短视频作品更具吸引力，更具传播力。

4. 短视频技术提供优化方案

一是数据量。相比文字、图片和语音等传播形式，视频的数据量往往要比文字、图片、语音大得多。因此，如何解决大数据量的视频在上传、存储和播放过程中面临的问题是短视频行业未来发展必须要面对的。随着短视频用户的增多，短视频平台上作品的数量、访问量会快速增长，这些作品和用户必然带来庞大的数据量和浏览量。解决大数据量与弱网环境下的短视频的拍摄、编辑、合成、上传、存储、转码、鉴别、分发、播放与监控，需要短视频服务商在服务器架构、网络优化、智能算法等方面做进一步的探索与实践。根据目前的实践来看，短视频服务商一般会在网络环境较差或网络拥塞的情况下，采用 CDN（Content Delivery Network，内容分发网络）等方式来优化网络链路，确保数据传输的稳定性和速度，对于大文件的上传往往采用先切片再分段上传的方式，减少失败率。^① 对于数据存储，往往会采用分布式存储或云存储的方式解决，但其中的数据安全性与隐私性也是需要注意的问题。在播放模式上，往往会采用 HTTP 断点续传或基于流媒体协议的 HLS（HTTP Live Streaming，即流媒体网络传输协议）来完成，通过网络自适应、算法模型量化来匹配用户的网络状况，保证播放的流畅。

二是编解码问题。短视频是一种非常耗费网络带宽的服务。从国内短视频解决方案提供商来看，主要有云帆加速、腾讯云、

① 褚俊杰：《国内短视频盈利模式探析》，上海师范大学 2018 年硕士学位论文。

阿里云、金山云、网易云等企业。^① 音视频编解码技术是视频行业的核心和灵魂，有效解决了有限带宽下提高传输速度、传输质量的问题，对视频的编码质量和压缩效率有重要的影响。视频编解码器是对数字视频进行压缩或解压缩的程序或设备，视频流传输中常见的编解码标准有 H.261、H.263、H.264、WMV、RealVideo、QuickTime、H.265 等。从实现角度来看，视频编码器产品按照平台来分类，大致可以分为两类：一类是“硬编码”，另一类是“软编码”。所谓硬编码是指所有编码工作都是由芯片完成，没有操作系统和软件参与的编码方案；软编码是指由操作系统支持，并有软件参与工作的编码方案。软编码根据所使用的操作系统分为两大类：一类是加载嵌入式操作系统的方案，另一类是基于多媒体服务器的方案。^② 从硬编码与软编码的差异上来看，硬编码在启动速度上快于软编码，但在编码质量上稍微逊色。此外，硬编码与手机硬件平台的相关性较大，因此会出现适配性不足的问题。软编码具有参数调整方便、升级容易等特点，但存在 CPU 负载重的问题。从长远来看，由于对视频网络化和传播和管理的需求，软编码将会是未来视频编码器的主流。

在基于 Android 的视频处理应用开发过程中，硬编码主要通过 Android 提供的 API 来调用底层的硬件模块实现编码，软编码主要通过 JNI (Java Native Interface, 即 Java 本地接口) 调用 X264、openH264 等第三方的编码库来完成编码，调用过程需要占用 CPU 资源，因此在编码过程中会出现手机发热的情况。H.265 是继 H.264 之后由国际标准组织发起并建立的全新一代视频压缩标准，H.265 在 H.264 的基础上进一步提高了压

^① 朱杰、崔永鹏：《短视频：移动视觉场景下的新媒介形态——技术、社交、内容与反思》，载《新闻界》，2018 年第 7 期。

^② 易观：《2018 中国短视频 MCN 行业发展白皮书》，<https://www.analysys.cn/analysis/trade/detail/1001185/>。

缩效率、错误恢复等能力，达到了“高画质、低码流”的效果。H. 265 技术在移动短视频领域的运用，也将会为用户提供更清晰、更流畅的服务和用户体验。^①

5. 5G 技术助力短视频入驻手机

短视频行业何去何从，很大程度上取决于技术的高低，因为短视频 80% 的基础设施成本都在带宽上，随着 5G 技术的发展，移动端网速将大幅提升，使用费用不断下降，将极大地推动短视频的发展。沿着这种技术变迁的思路，可以预计未来的短视频行业仍将有较大的发展空间。在保持社交化特征的基础上，5G 时代的移动短视频将呈现出新特征。一是 PGC（Professional Generated Content，专业生产内容）将变得越来越重要。目前，在各移动短视频平台上，UGC（User Generated Content，用户生产内容）占据了很大比重。这固然对于开拓市场、吸引受众、提高应用的人气有立竿见影的效果，但对平台商业价值的实现并无显著的贡献。在未来的短视频领域，UGC 一定还会继续，因为只有保持这种内容的生产模式，才能维持移动短视频的社交活跃性和用户黏性。但是，优质的视频内容，主要来自某个领域受过良好训练的专业人才。所以，在度过初期的市场影响力提升阶段后，短视频平台的 PGC 会越来越重要。与 PGC 关联性较强的 OGC（Occupationally Generated Content，企业广告主生产内容）以及 MGC（Media Generated Content，短视频联盟生产内容）也会越来越多地涌现。^② PGC 在制作和传播的专业性方面，具有绝大多数 UGC 难以比拟的优势，对平台的价值和用户的体验都会比 UGC 优越，因此将在 5G 时代成为越来越多移动短视

① 褚俊杰：《国内短视频盈利模式探析》，上海师范大学 2018 年硕士学位论文。

② 蒋建华：《5G 时代，移动短视频将何去何从？》，http://www.sohu.com/a/249799454_770746。

频的生产形态。

（二）社会群体进行网络社交的需求

社交平台作为互联网发展中的革命性成果，改变了人们的交流方式和信息传播渠道。而随着移动互联网的兴起，社交平台又将迎来新的转变。随着 Web2.0 技术的发展，凭借人机互动、实时场景等特点，移动社交使随时随地创造并分享内容成为可能。两个陌生人可通过共同兴趣爱好和关注点，在社交平台上迅速地建立联系。“社交网络源自网络社交，网络社交的起点是电子邮件”^①，而伴随着网络技术的革新，从文字到图文再到视频音频，几乎和人类媒介的发展史相对应，社交平台的介质也不断发展进步，使人类生活越来越方便。

近几年，随着各项技术的发展，短视频社交的春天俨然已经到来，短视频社交被认为是继微博、微信之后的又一全新的社交主流模式。2018 年，借着短视频的东风，重庆、西安、济南、兰州等一批城市成为社交平台上的“网红”，去重庆体验轻轨穿楼，去西安喝摔碗酒，去济南听一听连音社，去兰州吃一碗牛肉面——越来越多的城市以古朴而时尚的新面貌吸引着游客，魅力值“飙升”^②，短视频社交平台上的信息传播形成了以地域、集群为特征的传播话语生态圈，显示了强大的影响力。从短视频与社交的关系来看，短视频丰富了社交平台的内容，社交也增加了短视频平台的黏性，两者形成了一种相互依存的平衡关系，短视

① 潘曙雅、王睿路：《资讯类短视频的“标配”与前景》，载《新闻与写作》，2017 年第 3 期。

② 李修齐：《短视频内容引导与版权保护体系》，载《中国出版》，2017 年第 16 期。

频社交迎来了“风口”。^①

（三）优质新闻类内容的需求

过去三年，短视频行业的火爆吸引了众多资本涌入。但从2017年年底开始，这股投资热似乎有一点退潮的趋势。一些研究者认为，短视频行业体量还在爆炸，它仍是一个巨大的“风口”；但也有一些研究者持相反观点，他们认为短视频公司并不具备高投资价值，变现问题更是行业发展的最大掣肘。有媒体统计发现，最近几年投身短视频的媒体人“可以列一张表”，几乎“每月都有媒体人辞职投身短视频”，从知名媒体人王利芬、张泉灵、封新城、徐沪生到前澎湃新闻新闻 CEO 邱兵。所以不少业界人士预测，短视频是传媒媒体的下一个收益巨大的“风口”。易观智库的《中国移动短视频市场 2017》也认为，随着用户碎片化趋势延续，以及多媒体内容消费习惯的深化，未来我国短视频市场还会进一步增长。^② 艾瑞统计数据显示，截至2016年7月1日，短视频行业共获得43笔投资。2014年之前短视频行业获投资较少，而2014年、2015年短视频行业投融资持续火热；截至2016年7月已有9笔投资，更有超越2015年之态势。^③

从上面的数据可以看出，短视频的经济体量越做越大，未来发展不可限量。但新闻传播界的有识之士也认为，依靠经济体量占据市场份额的阶段已告一段落，接下来的竞争将在“优质内容”平台上激烈展开。当前，国内短视频普遍以讨巧的搞笑、恶

^① 潘曙雅、王睿路：《资讯类短视频的“标配”与前景》，载《新闻与写作》，2017年第3期。

^② 易观：《中国移动短视频市场分析 2017》，http://www.sohu.com/a/129495172_204078。

^③ 艾瑞咨询：《2016年中国短视频行业发展研究报告》，<http://www.social-touch.com/thinking/research/view?id=35>。