

创新与融合



城市广电媒体改革发展

中国广播电影电视社会组织联合会
扬州广播电视台

编

中国广播影视出版社

中国广播电影电视社会组织联合会学术研究系列丛书
“扬州广电杯”征文获奖作品选

创新与融合： 城市广电媒体改革发展

中国广播电影电视社会组织联合会
扬州广播电视台 编

中国广播影视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

创新与融合：城市广电媒体改革发展 / 中国广播电视
影电视社会组织联合会，扬州广播电视台编. — 北京：
中国广播影视出版社，2016. 5
(中国广播电影电视社会组织联合会学术研究系列丛书)
ISBN 978-7-5043-7683-1

I. ①创… II. ①中… ②扬… III. ①广播事业—体
制改革—研究—中国 ②电视事业—体制改革—研究—中国
IV. ① G229. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 088070 号

创新与融合：城市广电媒体改革发展

中国广播电影电视社会组织联合会、扬州广播电视台 编

统 筹：刘 媛

责任编辑：王 佳

封面设计：海燕·贝壳悦读

出版发行：中国广播影视出版社

电 话：010-86093580 010-86093583

社 址：北京市西城区真武庙二条 9 号

邮 编：100045

网 址：www.crtip.com.cn

电子信箱：crtip8@sina.com

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京天正元印务有限公司

开 本：710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数：656 (千) 字

印 张：33. 5

版 次：2016 年 5 月第 1 版 2016 年 5 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5043-7683-1

定 价：100.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

出版说明

中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，对传统媒体与新兴媒体融合发展作了全面的战略部署。城市广电是最贴近市民的主流媒体，其地方优势是中央级媒体和省级卫视无法相比的。但是，随着新兴媒体的快速发展，其互动性强、渠道广泛、精准到达等特点，给城市广电带来严峻挑战。传统媒体与新兴媒体优势互补、互融共生势在必行。近年来，各城市广播电视台在跨界融合、提升传播影响力方面作了积极有益的探索，其中不乏可学可鉴的成功经验。为此，中国广播电影电视社会组织联合会与扬州广播电视传媒集团联合举办“创新与融合：城市广电媒体改革发展”主题征文活动，旨在顺势而为，汇聚各路创新融合的精彩华章与业内同仁共享，并全面深入地研究探讨改革发展战略，促进城市广播电视与新兴媒体的融合，更加有效地传播社会主义核心价值观，更好地服务受众、传递正能量、扩大影响力、提升竞争力。

征文活动于2016年1月31日结束，总计来稿192篇。《中国广播电视学刊》编辑部对参赛作品进行初评，淘汰了66篇。2016年3月20日，中国广播电影电视社会组织联合会在北京召开定评会。评委会经过认真评议，评选出一等奖10篇、二等奖20篇、三等奖40篇、优秀奖56篇。现将一、二、三等奖作品结集出版。

本书编辑部

序 言

提高认识 改革创新 再创城市广播电视发展新辉煌

张海涛

城市是人类生产生活的美好家园，是各类要素资源和经济社会活动的集中之地。经过三十多年的改革开放，我国城市发展取得了举世瞩目的成绩。广播电视作为我们党和国家的重要宣传阵地、文化载体、信息工具，在推进城市发展、提升城市形象、丰富群众生活等方面发挥着重要的作用。

一、提高认识，自觉将中央对城市工作的要求与广播电视具体实践结合起来

当前，我国城市发展已经进入新的历史时期。全国 80% 以上的经济总量产生于城市、50% 以上的人口生活在城市。随着我国新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化的不断推进，还有大量人口将不断进入城市，做好城市工作意义重大。

去年 12 月，党中央召开了中央城市工作会议，站在协调推进“四个全面”战略布局的高度，对城市工作进行了战略部署，提出要按照创新、协调、绿色、开放、共享发展的要求，坚持人民城市为人民，尊重城市发展规律，统筹空间、规模、产业三大结构，统筹规划、建设、管理三大环节，统筹改革、科技、文化三大动力，统筹生产、生活、生态三大布局，统筹政府、社会、市民三大主体，完善城市治理体系，提高城市治理能力，不断提升城市环境质量、人民生活质量、城市竞争力，建设和谐宜居、富有活力、各具特色的现代

化城市，走出一条中国特色城市发展道路。今年3月，全国人大通过的《国民经济和社会发展规划“十三五”规划纲要》对建设新型城市、推进新型城镇化进行了全面而详尽的规划。

城市是全面建成小康社会、加快实现现代化的“重要引擎”和“火车头”。我们广播电视工作者要认真学习、深入领会习总书记在新闻舆论工作座谈会、在网络安全和信息化工作座谈会上的重要讲话精神，认真学习、深入领会中央关于城市工作会议要求，充分发挥广电在城市建设发展中的独特作用，进一步增强服务城市的积极性、主动性和创造性，自觉把中央的要求化为广播电视服务城市发展的具体实践行动。

二、立足城市、明确定位，大力推进城市广播电视本地化发展

办好城市广播电视，首先要把握好城市台的职能定位。要放在网络时代发展和城市发展新常态的大背景下来考虑，解决好城市台“是什么，做什么，怎么做”的问题。城市的核心是人，城市工作的关键在民生，主要12个字：衣食住行、生老病死、安居乐业。老百姓关心身边事，这为城市台发展提供了广阔空间。城市台是当地党委、政府联系人民群众的桥梁和纽带。当地党委政府政令是否畅通、老百姓是否满意、生活是否便利，是城市广播电视工作的重要评判标准。

办好城市广播电视，要充分挖掘和发挥当地城市的特色。城市台由于受到地域局限，无法与中央、省级媒体抗衡，但是全国各地城市的历史文化、自然条件、经济发展状况各不相同，形成了各自的特色。一方水土养一方人，一方水土也培育着一方的媒体。每座城市的鲜明特色为城市广播电视发展造就了难以复制的元素。城市台要充分挖掘当地独特的风土人情，充分展现当地的文化民风，助推全国广播电视繁荣发展。

办好城市广播电视，要坚定不移地实施本地化战略。我们对全国城市广播电视发展状况进行了调研分析，发现凡是办得好的城市台，都专心致志实施本土化战略。比如，扬州台在本地的收视率、收视份额都远远高于中央和省级卫视，其成功经验就是对本地资源进行精耕细作，与时代同步

同行同进，与城市相生相伴相随，真正把当地党委政府的需要和普通市民的需求紧紧连接在一起。要因地制宜、扬长避短，聚焦城市精神，扎根城市治理，服务普通市民，为政务发布、城市管理、社区服务搭建平台，在惠民、利民、便民、富民上下功夫，在热点、焦点、重点、难点问题上做文章，使节目主题更加鲜明、重点更加突出、服务更加贴心，真正成为人民群众离不开的好朋友、好助手。

三、牢固树立发展新理念，大力推进城市广播电视开放共享、创新融合、联合发展

随着互联网、大数据、云计算等信息技术应用不断推广普及，城市台不仅面临中央和省级节目的激烈竞争，还面临着互联网、手机等新兴媒体的激烈竞争。城市台要牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享发展的新理念，不负众望、不辱使命，推动城市广播电视发展上新水平。

大力推动城市广播电视开放共享。城市地域的封闭性带来了节目内容的可复制性，不同的城市台有各自不同的城市文化基因，城市台与台之间的节目互补性很强、可复制性强。各城市台在新闻共享、剧目合拍、跨区服务、节目联制、队伍培训等方面有广阔的合作空间。开放共享成为城市台发展的必由之路，这有利于提高节目内容的广度和深度，又有利于节约开支、降低节目制作成本。

大力推动城市广播电视创新融合。认识新媒体、拥抱新媒体、把握新媒体，是广播电视与新媒体融合发展的基本要求。习总书记曾强调：宣传思想工作是做人的工作，人在哪儿，重点就在哪儿。目前我国手机用户和网民数量庞大，主要集中在城市。满足手机用户、网络用户需求是城市广播电视工作的重要方面。城市台要加快与新媒体融合，充分发挥新媒体社交、互动等功能，使广播电视媒体与城市联系更紧密、更具黏性。坚持人民城市为人民的出发点和落脚点，大力推进内容、体裁、形式、方法、手段、业态、技术、体制、机制创新，不断提升城市广播电视的影响力、公信力和竞争力。

近年来，全国各地城市台积极发展新媒体，大力推进融合创新、改革发展取得了丰硕的成果，积累了宝贵的经验。中广联合会召开城市广播电视改革发展征文活动，目的就是要把一些城市台的好经验、好做法、好模式，通过联合会平台，相互学习、相互沟通、相互交流，充分发挥典型案例的引领示范作用，让“星星之火，行业燎原”。我们相信，在党中央的正确领导下，通过各城市台共同努力、艰苦奋斗，我国城市广播电视发展一定能取得新进展、实现新跨越、再创新辉煌！

（作者系全国政协常委，中国广播电影电视社会组织联合会分党组书记、会长）

目 录

CONTENTS

序 言

提高认识 改革创新 再创城市广播电视发展新辉煌 张海涛 / 1

一 等 奖

构建新闻“中央厨房”

——“媒体融合”视域下城市广电的

新闻生产体制建设 陈韵强 赵亚光 / 2

城市广电传媒在媒介融合中运用社交媒体策略研究 曹 钢 / 10

媒体融合时代城市台的三大转型 颜兆祥 / 18

创新体制机制 推进新闻立台

——台州广电集团新闻立台的实践与探索 胡舜文 厉永兵 / 24

新媒介环境下地方广电媒体的突围路径

——绍兴广电转型发展的战略选择与路径探索 刘孟达 / 35

城市广电构建产业新平台的探索 兰国良 / 43

构建传统广电媒体新生态 李治平 / 49

提升电视新闻栏目融合传播效力的探索 唐 宁 / 54

- 武汉《电视问政》：构建城市公共治理平台 顾亦兵 / 61
- 融媒体视野下扬州广电集团
“TV+互联网”模式探析 周安华 陈 晓 / 77

二等奖

- 广电媒体“变脸”转型：要“面子”还须换“里子” 卞海峰 / 88
- 新媒体语境下扬州广电的产业发展路径与创新策略 周根红 / 93
- “互联网+”背景下广电媒体盈利新模式探析 高宪春 解 葳 / 100
- 城市广电新媒体发展现状与趋势探析
——以长三角区域为例 阎 安 / 110
- 论我国视频网站质量评估的若干维度 顾远萍 丁俊杰 / 118
- 多媒体互联时代电视节目的融合传播 曹 健 / 125
- 城市电视台在社会建设和管理中发展 赵 琴 / 135
- 城市广电媒体在融合发展中
既要伸手抓“大”，也要握拳抓“小” 洪 磊 / 142
- “互联网+”的信息论评析 李文明 吕福玉 / 148
- “且融且坚守”：城市台民生新闻面对
新媒体冲击的应对之策 邹美福 / 169
- 城市电视台电视问政节目的探索与思考 覃露莹 / 175
- 新媒体时代城市电视台的转型与发展 王忠云 / 182
- 城市广电融媒体发展需要下好“三步棋” 黄德判 / 189
- 关于城市广电与新媒体融合的实践与思考
——以绍兴市广播电视台为例 陶甚健 / 196

城市台舆论监督实效提升路径探析 ——以《台州深观察》为例	葛 昕 / 203
武汉电视问政的传播学解读	胡桂林 / 209
城市电视台供给侧改革的“四则运算”	丁慎毅 薛 晶 / 218
论公共服务价值与电视文化的融合 ——以扬州电视台为例	张爱凤 / 225
新媒体环境下城市电视台的“本土再造” ——以扬州广播电视台为个案考察	曾一果 朱倩倩 / 234
论情感营销与节目公益服务的融合 ——以扬州电视台为例	王 永 / 242

三等奖

在不断探索中闯出融合发展的康庄大道 ——以重庆广电各媒体为例论析融合发展的路径探索	陈义东 / 250
多媒体融合境遇下我国传统电视节目的 困境与进路	崔 茵 董立娟 / 256
城市广电媒体在融合发展转型升级中要处理好五方面关系	张 娟 / 263
地方台电视栏目转型的策略思考 ——从安庆电视台《百姓问政》栏目说起	柯思德 徐耀东 / 269
城市台人力资源研究与对策分析	许文卿 段 琳 / 275
城市电视台地域文化类节目创新探析	刘桂荣 张淑玲 / 282
“互联网+温州广电”融媒体创新模式思考	郑国健 / 288
城市台助推加快构建 “四众”“创客经济”新模式的实践与思考	尤道远 / 294

媒介融合时代传统新闻编辑部的转型研究	严俊	宋宣谕	/ 299
浅议西藏英语广播互联网媒体发展趋势及策略	王骏		/ 306
“互联网+”时代视听信息传播应有大数据思维	徐旭伟		/ 315
让创新在城市台节目中唱主角	刘波	王晓博	/ 323
西藏城市广播媒体融合发展环境分析及对策初探	王清江		/ 329
地方台国际新闻突破思考			
——以深圳卫视《直播港澳台》为例	陈人欢		/ 335
以改革思维推进广电媒体融合发展	郑士炎		/ 338
城市广电媒体与新媒体的融合发展	杨宁三		/ 343
融媒体时代：网络谣言与应对策略			
——以厦门广播电视集团的实践为例	杨光华		/ 350
重实际 找问题 出实招 促融合			
——石嘴山新闻传媒中心的融合发展	张宇强		/ 357
城市广电与新媒体融合的扬州实践	张雅洁	周依	/ 362
新媒体环境下的新闻报道策略与舆情处置剖析			
——以扬州两起突发事件的新闻传播对比为例	季海波		/ 367
荧屏书香飘 大众诵读热			
——以运城广播电视台《心灵物语》为例	原启民	丁理	/ 376
城市台发展新媒体的几点思考	刘小勇		/ 383
拓展渠道 建好平台 创新内容			
——关于城市台融合发展的思考	吕蔚		/ 388
传统广电媒体如何在融媒体时代转型升级	李申建		/ 395
新媒体环境下如何促进市民践行社会主义核心价值观			
——以地方电视宣传为例	林青		/ 400
从建构论的视角看传统媒体对网络舆情的作用	林荧章		/ 407

基于微信公众号的对农电视媒体转型探索研究

- 以湖北垄上频道“打工服务社”微信公众号为例 陈小娟 / 413
- 新媒体环境下中小城市电视台的发展策略研究 彭 艳 / 424
- 关于地方广播电视如何融合新媒体的思考 ... 陈安洪 王安祥 吴丁全 / 430
- 融合生态中城市广电媒体的发展策略 郑海江 / 441
- “互联网+”思维下的广播节目
- 以枣庄广播电视台《市民热线》节目实践为例 邢 军 / 448
- 关于城市电视台媒介融合发展的思考 李 硕 / 453
- 地方媒体融合发展的趋势与路径选择 林 晶 / 460
- 《阳光问廉》：地市台问政节目的创新运作 杨 醒 夏 辉 / 466
- 从触网、用网到进一步融合
- 广电媒体如何走好与新媒体的融合发展之路 卢 俊 / 471
- 浅议互动时代的舆论影响
- 从郑州人民广播电台打造全媒体新常态谈起 朱奕安 / 482
- 强化新闻立台践行“走转改”是城市广电媒体的生存之本 王忠奇 / 487
- 渠道、内容、用户：传统媒体转型的三个支点 刘 志 / 492
- 服务升级与内容运营：
- 城市电视台转型发展的两条线索 易前良 陆 希 / 500
- 全媒体时代新闻融合传播创新的策略 金莉萍 / 508
- 附录：首届扬州广电杯“创新与融合：
城市广电媒体改革发展”征文优秀奖目录 / 517



一等奖



构建新闻“中央厨房”

——“媒体融合”视域下城市广电的新闻生产体制建设

陈韵强 赵亚光

新闻“中央厨房”是通俗说法，事实上，它是拥有多个传播终端的现代传媒集团通过产业链改造构建的一个新闻集成中心。

广播电视台传统的新闻生产是一种封闭的垂直线性流程，它以某一栏目为单位，从选题申报开始，到报道在本栏目播出为止。为应对新媒体挑战，近年来各台纷纷“抢滩”互联网平台，创建各种新型传播终端，以集团化方式组团出击。一些台由此开始尝试将传统的垂直线性新闻生产体系改造为多终端融合的交互型生产体系，这个新体系的核心就是新闻集成中心——所有信息都汇集到这个中心，经加工处理成各具特色的新闻产品后分发至不同的传播终端。这就相当于一个“中央厨房”，记者把新闻素材采集回来，再由编辑烹制成不同口味的菜肴，送到不同需求的食客面前。

一、城市广电构建新闻“中央厨房”的必要性

首先，构建新闻“中央厨房”是实现“范围经济”、降低成本、提高效率的现实需要。

城市台覆盖面窄，人、财、信息等资源有限，深耕地方是唯一选择。但按传统模式，台下属各传播终端在内容生产上大多采取封闭式、小而全的运作方式，信息资源独享，采编各自为政。对同一新闻事件，台内各栏目和网站等往往各派记者采访，多支印有相同台标的话筒指向同一采访对象的情形屡见不鲜，而最终呈现的报道却大同小异。更有甚者，各栏目之间为自身利益还常常展开

激烈竞争，彼此封锁信息源及新闻素材、音像资料等，让台内本应相互依托、相互协作的新闻生产活动变成了一个零和游戏。这不仅是资源的极大浪费，也造成了报道内容严重的同质化。

经济学上有个“范围经济”理论，它认为，一个生产某种系列产品的企业，把两种或更多的系列产品合并在一起生产比分开来生产的成本要低。新闻是一种特殊的信息产品，一家传媒机构围绕同一新闻事件、在旗下不同终端发布的快讯、消息、深度报道等产品拥有相同的价值观和诸多相同要件（如五个W一个H），具有典型的系列化生产的特征，符合实现“范围经济”的条件。而“范围经济”的前提是，对企业内部的生产资源进行重新配置，实现系列产品的一体化生产。就城市广电而言，就是打通内部各传播终端之间的条块分割，建设一个“中央厨房”式的“同渠道采集、多平台分发”的内容生产体系，在节约成本的同时，通过对同一新闻事实多平台、多维度、多层次的展示，创造出超过单次传播数倍的影响力和传播价值。扬州广电总台从2012年起，就开始探索在电视新闻频道、广播电视报和新媒体各终端之间实现局部的“范围经济”。通过整合采编资源，形成采集与编发两大环节，统一的采集端负责采访新闻，编发端则掌控着频道各栏目、广电报新闻版，以及总台官网、官微、手机APP等新闻端口。记者提供新闻的成品和半成品，编辑则根据各传播端口的属性、定位及用户喜好、消费习惯等进行再加工，由此大大节省了人力和财力，各终端的报道也呈现出明显的区分度和层次感，提升了综合影响力。

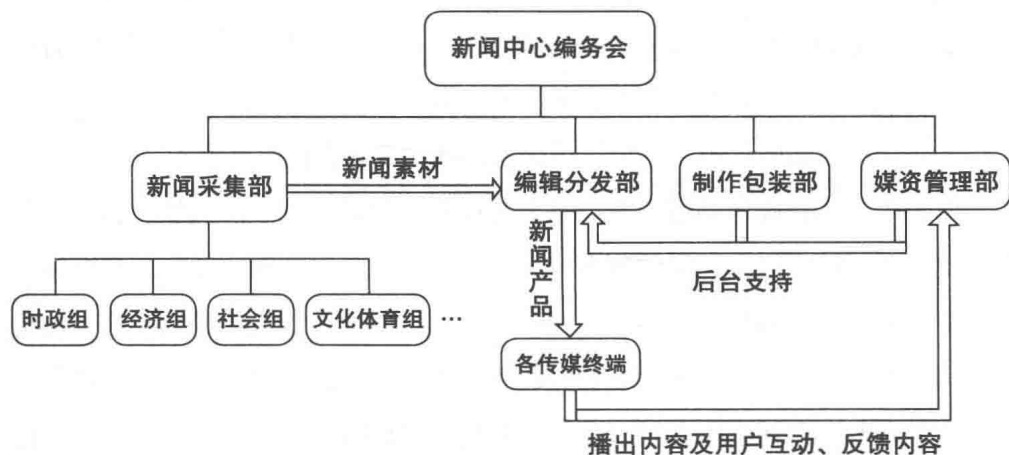
其次，构建新闻“中央厨房”是推进媒体深度融合的客观要求。

传统媒体与新媒体的融合发展是大势所趋，但目前绝大多数城市台的“融合”仍处于较低层次。新媒体更多只是作为广电的附属体而存在，广播电视内容常常被照搬、最多是稍微加工后推送至新媒体平台，而未能遵循互联网传播规律，生产出具有新型传播终端特点的内容产品，因而很难吸引用户关注并实现盈利。同时，广播电视各栏目也未能利用新媒体进行进一步延伸和衍生，进而与用户实现有效互动，更无法完成全媒体环境下完整的链条式传播循环。正如黎瑞刚所言：“我们看起来是一个大花圃，但花圃里是很多盆景，相互的养分吸收不到，相互的根系也不通……”

要改变这一状况，就必须对台内广播电视和新媒体资源进行重新整合，搭建一体化的内容处理平台，让彼此“根系”相连，实现统一的信息采集、策划与个性化处理、分发的有机结合。在这个平台上，新媒体与广播电视各栏目一样，都是全台“多极传播”中不可或缺的一“极”，并与各栏目实现全流程互动。以成都台为例，他们通过打造全媒体生产调度中心，初步形成了一个面向电视、广播、官网、手机 APP 等不同终端的融合性的全媒体平台，新媒体的活跃度和影响力大大增强。他们的手机 APP “看度” 已拥有 54 万用户，每天点击量超过 100 万，其中 60% 是看新闻。而新媒体强大的影响力和互动性又对广播电视节目形成了“反哺”。

二、新闻“中央厨房”的构成

酒店厨房的主要工序就两块，一是在市场上采购食材，二是厨师根据顾客需求将食材配置烹炒出不同风味的菜肴。新闻“中央厨房”与此类似，以新闻采集和编辑分发两大部门为主干。它们与其它支持部门一起，在新闻中心编务会的统领下协调运作，形成一个“集约化采集、即时化发布、多点化传播”的新闻传播体系。（结构及运作流程如图）



新闻采集部主要负责对记者的管理，在“中央厨房”中承担“食材”（信息）采集的职能。该部可按采访业务，分为时政、经济、社会、文化体育等专业采