

中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

# B

# 新媒体蓝皮书

BLUE BOOK OF NEW MEDIA

# 中国新媒体 发展报告

*No.7 (2016)*

中国社会科学院新闻与传播研究所

主编/唐绪军

副主编/吴信训 黄楚新

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF

NEW MEDIA IN CHINA (2016)



社会科学文献出版社  
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2016  
版

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

新媒体蓝皮书

BLUE BOOK OF  
NEW MEDIA



# 中国新媒体发展报告

## *No. 7 (2016)*

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF NEW MEDIA IN CHINA  
(2016)

中国社会科学院新闻与传播研究所

主 编 / 唐绪军

副主编 / 吴信训 黄楚新



社会科学文献出版社  
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

## 图书在版编目(CIP)数据

中国新媒体发展报告. No. 7, 2016 / 唐绪军主编

—北京: 社会科学文献出版社, 2016. 6

(新媒体蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 9182 - 0

I. ①中… II. ①唐… III. ①传播媒介 - 发展 - 研究报告 - 中国 - 2016 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 108899 号

## 新媒体蓝皮书

## 中国新媒体发展报告 No. 7 (2016)

---

主 编 / 唐绪军

副 主 编 / 吴信训 黄楚新

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 邓泳红 郑庆寰

责任编辑 / 郑庆寰

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: [www.ssap.com.cn](http://www.ssap.com.cn)

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 27.75 字 数: 465 千字

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


书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 9182 - 0

定 价 / 79.00 元

皮书序列号 / B - 2010 - 145

---

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

## 新媒体蓝皮书编委会

(以姓氏笔画为序)

刘瑞生 闵大洪 宋小卫 吴信训 孟威 姜飞  
杨瑞明 钟瑛 赵天晓 彭兰 钱莲生 唐绪军  
黄楚新 殷乐

**协编单位：**上海市社会科学创新研究基地/吴信训工作室  
· 上海大学文化繁荣与新媒体发展研究基地

欲了解中国新媒体发展最新动态，请关注“新媒体蓝皮书”微信公众号，以及新媒体蓝皮书的官方微博新浪微博“@中国新媒体发展报告蓝皮书”。



## 主要编撰者简介

**唐绪军** 中国社会科学院新闻与传播研究所所长，研究员，所学术委员会主任，兼任中国社会科学院研究生院教授、教授委员会委员、新闻学与传播学系主任、博士生导师、系学位评定委员会主任，《新闻与传播研究》主编，中国社会科学院新媒体研究中心主任，中国记协第八届理事会常务理事、国家新闻出版广电总局新闻报刊司改革发展管理专家咨询委员会成员、人民网舆情智库专家顾问、全国新闻出版行业领军人才，享受政府特殊津贴。

**吴信训** 上海大学中国艺术产业研究院院长，教授，博士生导师。上海市社会科学创新研究基地（文化繁荣与新媒体发展研究方向）及上海发展战略研究所吴信训工作室首席专家，全国“十佳”广播电视理论工作者，享受政府特殊津贴，中国传媒经济与管理学会常务副会长兼秘书长。

**黄楚新** 中国社会科学院新闻与传播研究所新闻学研究室主任，传媒发展研究中心主任，中国社会科学院新媒体研究中心副主任兼秘书长，博士。首都互联网协会新闻评议专业委员会评议员，《中国报业》杂志学术顾问，《中国青年社会科学》杂志特约作者。

## 摘要

《中国新媒体发展报告 No. 7 (2016)》是由中国社会科学院新闻与传播研究所主持编撰的关于新媒体发展的最新年度报告，分为总报告、热点篇、调查篇、传播篇和产业篇等五部分，全面分析中国新媒体发展现状，解读新媒体发展趋势，探析新媒体的深刻影响。

2015年，新媒体进一步深度嵌入我国社会经济和民生生活，成为影响中国未来发展的重要因素。互联网平台成为经济发展新动能，“互联网+”成为媒体深化融合新引擎，网络舆论影响政府决策和中国政治进程，中国新媒体战略传播力量在全球传播变局中凸显。

本书总报告全面概括了中国新媒体的发展态势，盘点了移动互联网、互联网经济、网络信息安全、“两微一端”、媒体融合、“互联网+”行动计划、报业新媒体与资本市场、政务新媒体、互联网巨头公司与传统媒体等新技术、新应用和新形态；深入分析了“互联网+”行动计划的顶层设计以及国家对媒体融合、网络信息安全、网络舆论的高度重视，新媒体版权发展与管理，大数据与隐私保护，互联网治理，电子商务，新媒体产业，新媒体的国际传播影响等全社会关注的热点和焦点；重点解析了新媒体的高速发展对中国政治、经济、文化、社会等方面的深刻影响；展望了中国新媒体未来发展趋势。

本书收入全国研究新媒体的数十位著名专家学者撰写的分报告，深入探讨了中国网络空间安全、云传播、媒体融合、大数据与隐私保护、微信谣言传播、互联网治理、互联网国际舆情、传统媒体转型、网络视频、网络助政、电子商务、搜索引擎网站、新媒体版权、自组网等重要问题。同时，还分析了中外数字报纸、电视融媒体、移动阅读、手机视频等新媒体产业的发展状况。

本书认为，2015年，国家战略持续助推新媒体发展，传统媒体与新兴媒



体通过优势互补、“一体化”发展深度影响中国社会各层面发展，新媒体影响力不断深入与扩大。在我国大力推动网络和信息化事业发展的顶层设计强化下，新媒体连接多行业多领域发展，成为中国社会转型新阶段的关键因素。各种新技术、新理念、新形态、新模式的竞相呈现，推动中国成为网络强国。

# 目 录

---

## I 总报告

- B.1** “互联网+”：中国新媒体发展新契机  
..... 唐绪军 黄楚新 王 丹 / 001
- 一 总体概况与发展态势 ..... / 002
- 二 热门盘点与焦点透视 ..... / 011
- 三 传播分析与影响解读 ..... / 020
- 四 未来展望与政策建议 ..... / 033

## II 热点篇

- B.2** 网络空间新型犯罪特点及趋势 ..... 李慧君 / 037
- B.3** 个人信息安全与隐私保护研究报告  
——基于大数据应用视角 ..... 匡文波 童文杰 / 050
- B.4** 2015 年中国媒体融合发展报告 ..... 黄楚新 王 丹 彭韵佳 / 068
- B.5** 2015 年中国互联网国际舆论研究报告  
..... 刘鹏飞 张 力 周亚琼 / 085
- B.6** 微信谣言传播特征与受众心理机制分析  
..... 何凌南 胡灵舒 余丽君 张志安 / 102
- B.7** 2015 年中国电子商务发展报告 ..... 欧阳日辉 刘洋雪 / 119





- B.8** 2015年基于新媒体平台的中国新闻传播：  
用户行为及发展状况 ..... 殷乐 于晓敏 / 140
- B.9** 中国搜索引擎网站的现实图景与责任反思 ..... 钟瑛 李秋华 / 158
- B.10** 2015年中国新媒体版权保护年度报告 ..... 朱鸿军 季诚浩 / 176

### III 调查篇

- B.11** 互联网治理与舆情管理：现状与趋势 ..... 刘志明 殷乐 / 191
- B.12** 2015年政务新媒体发展报告 ..... 阳美燕 刘厚 李婷 / 204
- B.13** 自组网/网状网络技术的应用发展报告  
..... 姜飞 禹卫华 吴湛微 / 218
- B.14** “互联网+”行动：2015年媒体深度融合新趋势 ..... 孟威 / 235
- B.15** 2015年中国电视媒体融合发展报告 ..... 于焯 / 246
- B.16** 2015年报业新媒体新三板挂牌企业竞争格局研究 ..... 夏涌 / 259
- B.17** 2015年从“+互联网”到“互联网+”传媒  
转型研究报告 ..... 刘友芝 王蕾 / 270

### IV 传播篇

- B.18** 中国云传播发展报告 ..... 李卫东 陈文泰 / 282
- B.19** 2015年微视频现状与变革走向  
——以新华网、秒拍、YY、微视为例 ..... 刘君 / 298
- B.20** 中国企业海外主流社交平台舆论生态研究  
..... 郭悦 黄妍 范克妙 计利红 / 307
- B.21** 基于影响力指数相关性分析的政务微信优化实证研究  
——以浙江省为例 ..... 王井 / 320
- B.22** 网络空间精神文明建设研究  
——以河北省为例 ..... 梁跃民 / 330
- B.23** 2015年中国网络信息安全状况、问题及对策 ..... 王颖 / 339

## V 产业篇

<b>B.24</b>	2015 年新媒体产业发展报告 .....	郭全中 郭凤娟 / 347
<b>B.25</b>	2015 年中国移动阅读产业发展报告 .....	吴信训 吴小坤 / 358
<b>B.26</b>	2015 年中国电视融媒体产业创新发展报告 .....	高红波 / 368
<b>B.27</b>	媒体融合背景下的视听竞争格局与发展态势报告 .....	王建磊 / 378
<b>B.28</b>	变量聚合, 快速崛起: 2015 年我国手机视频 行业发展报告 .....	江 凌 / 388
<b>B.29</b>	2015 年度中外数字报纸发展报告 .....	李 珠 / 398
Abstract .....		/ 414
Contents .....		/ 416

皮书数据库阅读 **使用指南**



# 总 报 告

General Report

## B. 1

### “互联网 +”：中国新媒体发展新契机

唐绪军 黄楚新 王丹\*

**摘 要：** 2015 年以来，新媒体进一步深度嵌入我国政治经济和社会民生，成为影响中国未来发展的重要因素。“互联网 +”成为媒体深化融合新引擎，互联网平台成为经济发展新动能，互联网巨头向传统媒体渗透，政务新媒体向社群化发展，网络舆论影响政府决策和中国政治进程，中国新媒体战略传播力量在全球传播变局中凸显。新媒体在快速发展中也出现了一些亟待正视的问题：全球网络空间犯罪日益突出，新媒体版权保护严重滞后，大数据中的用户数据安全与隐私保护的重要性日益显现。

**关键词：** 新媒体 “互联网 +” 媒体融合 互联网治理 新媒体产业

---

\* 唐绪军，中国社会科学院新闻与传播研究所所长，研究员，所学术委员会主任，博士生导师；黄楚新，中国社会科学院新媒体研究中心副主任兼秘书长，中国社会科学院新闻与传播研究所新闻学研究室主任，博士；王丹，中国社会科学院研究生院新闻学与传播学硕士研究生。



## 一 总体概况与发展态势

当今，中国社会转型正在进入一个新阶段，其变化的速度、广度、深度、难度均前所未有的。与此同时，伴随互联网与数字媒体的迅速普及，新的信息技术颠覆了传统的线性、单一的传播结构和形态。作为新兴的传播平台，新媒体给政治生活、社会治理、企业经营、人际关系等带来巨大而深远影响，成为影响中国当今以及未来发展的重要因素。

2015年，国家“互联网+”行动计划的政策推动，为中国媒体的融合发展注入了新的动力。传统媒体与新兴媒体优势互补“一体化”发展，通过新技术、新理念、新形态、新模式推动媒体深度融合，并促进产业活力的焕发。移动社交网络应用普及，大数据拓展加速，以云计算、H5等新技术为创新点的新闻客户端表现更具个性化，跨行业合作创造新机遇，“中央厨房”、多端互动成为热点……

这一年，我国大力推动网络和信息化事业发展。截至2015年底，网民规模达6.88亿人，手机网民达6.20亿人，网站达423万家，中国国家顶级域名“.cn”注册保有量居全球第一位，网民中使用手机上网的人群占比提升至90.1%，电子商务交易额突破20万亿元，网络经济以30%以上的速度发展。<sup>①</sup>互联网新媒体日益成为各行业创新驱动发展的先导力量。

### 1. 中国互联网深度嵌入社会民生经济各层面

互联网对个人生活方式的影响进一步深化，搜索引擎、网络新闻作为互联网的基础应用，使用率均在80%以上。由于移动端即时、便捷的特性更好地契合了网民的信息需求，伴随着手机网民的快速增长，移动商务类应用成为拉动网络经济增长的新引擎。从基于信息获取和沟通娱乐需求的个性化应用，发展到与医疗、教育、交通等公用服务深度融合的民生服务，<sup>②</sup>互联网正逐步发展成为我国社会经济民生生活的基础设施。

<sup>①</sup> 中国互联网络信息中心：第37次《中国互联网络发展状况统计报告》，2016年1月22日。

<sup>②</sup> 资料来源：中国互联网络信息中心第36次《中国互联网络发展状况统计报告》，<http://j.news.163.com/docs/99/2015072401/AV8FSSH19001SSH2.htm>。

随着手机终端的大屏化和手机应用体验好感的不断提升，手机作为网民主要上网终端的趋势进一步明显。移动互联网的快速发展掀起了用户由传统媒体向新媒体迁徙的浪潮。根据路透社发布的《2015年路透社数字新闻报告》，在其所调查的12个国家中，平均每周使用智能手机获取新闻的用户达到46%，在一年内上涨了10%。<sup>①</sup>

2015年我国互联网广告市场规模达到2097亿元，同比增长36.1%，占中国广告市场份额近50%。<sup>②</sup>其中，移动广告是我国互联网广告增幅最快的部分，移动广告的市场规模增长80%，达到147.7亿美元。网络广告、在线视频、在线教育、泛娱乐、社交网络、互联网金融、在线医疗、智能硬件、电商与O2O、二手车电商 & 在线养护和在线旅游成为2015年中国互联网年度热点应用。<sup>③</sup>

总体来看，2015年互联网尤其是移动互联网进一步深度嵌入我国政治经济和社会民生，对各行业产生了更加深刻的革命性影响。

## 2. 互联网平台增强经济发展新动能

2015年，互联网平台经济飞速发展，受到经济社会各界广泛关注。从现象看，互联网平台已形成巨大经济规模，展现了极强的拉动就业的能力，促进了共享经济的蓬勃发展，对经济格局产生重大影响。

我国政府高度重视互联网平台经济，连续出台政策推动其快速、健康发展。从作用上看，互联网平台将数据作为新的生产要素，革新了商业组织模式，大幅降低了创新、创业成本，并成为促进经济发展的新动能。

近年来，电商、App商店、租房、打车、P2P网贷等各类型互联网平台大量涌现。互联网平台基于信息技术构建形成了连接多个参与方的虚拟空间，成为提供交易撮合、信息汇聚和能力开放的互联网信息服务中介。<sup>④</sup>互联网平台通过吸引参与方之间产生信息交换或物品、服务交易，而收取佣金或开展增值服务。平台经济的这种商业模式已成为互联网经济的主要表现形式，我国大力

① 《路透社：2015年数字新闻报告完整版》，<http://www.useit.com.cn/thread-10116-1-1.html>。

② 艾瑞咨询：《2015年中国互联网年度热点洞察报告》，<http://www.199it.com/archives/428979.html>。

③ 艾瑞咨询：《2015年中国互联网年度热点洞察报告》，<http://www.199it.com/archives/428979.html>。

④ 王思博、陈才：《发展互联网平台经济，培育经济增长新动力》，中国信息通信研究院网站。



发展互联网平台经济，对于推动产业转型升级、促进经济稳健增长，具有重大战略意义。

互联网平台的发展给大众生活的方方面面带来颠覆性影响，推动了生产和消费方式的重大变革，有力地驱动了经济增长，成为备受瞩目的经济、社会现象。互联网经济总量在近20年经历了爆炸式增长。据“互联网女皇”玛丽·米克尔的《2015年互联网趋势报告》，1995年前15大互联网公司的市值总和为170亿美元，而2015年则达到2.4万亿美元。包括阿里巴巴、百度、腾讯和京东在内，全球15大互联网公司均基于平台模式运营。根据普华永道报告，全球分享型经济公司的营收目前约为150亿美元，而到2025年将增长至3350亿美元。

### 3. “两微一端”的新媒体传播平台正在形成

移动互联网对新闻业的影响日渐深远，技术演进和民众媒介消费习惯的改变，不仅改变了新闻生产、传播流程，同时改变了新闻的语言、叙事和理念。微信、微博和客户端正成为新媒体传播尤其是移动媒体传播的新选择。如何做好信息传播的移动化、社交化和视觉化，正成为基于新媒体平台的新闻传播的重要议题。

以“微博”、“微信”和“新闻客户端”为主体的“两微一端”正成为中央和地方传统媒体积极适应移动互联网趋势，向新媒体进军的主要手段，也为各媒体类门户、资讯网站和平台紧跟时代大潮进一步开拓发展提供了契机。微博、微信普及率提高，用户端蓬勃发展。调查显示，截至2015年8月，经认证的媒体类微博为26259个，其中传统媒体微博为17323个。在传统媒体微博中，报纸类为3571个，约占21%；电视类为7312个，约占42%；电台类为3002个，约占17%；杂志类为3359个，约占19%；通讯社类为79个，占比不到1%。<sup>①</sup> 媒体类微博已经形成大规模的集群。

据最新《微信数据化报告》，截至2016年2月，微信公众号已超过1000万个，其中泛媒体类公众号所占比例最高，超过1/4。<sup>②</sup> 数量众多的媒体公众号发挥着巨大的传播力。新媒体指数监测数据显示，2015年1月1日至11月

① 《“两微一端”的点与面》，中国新闻出版广电网，<http://data.chinaxwcb.com/epaper2015/epaper/d6167/d6b/201512/63351.html>。

② 腾讯企鹅智酷：《微信数据化报告》，<http://b2b.toocle.com/detail--6319893.html>。

30日，每周WCI（微信传播力指数）排名前1000的微信公众号共发布文章212万余篇，总阅读量超过814亿人次，点赞总数达到5.1亿次。<sup>①</sup>

媒体类微信公众号是“媒体+社交网络”的产物，这种组合带来了一种新的传播格局，即新闻借助强社交链广泛传播，文章价值、趣味性和给人以情感触动等因素加上基于朋友之间相互信任的背书使相应的新闻得到大量转发。微信成为网民获取新闻资讯的重要来源，新闻广度（新闻App）+新闻过滤（微信等社交平台）成为网民获取新闻的左右手。<sup>②</sup>

Trustdata 市场调查机构的数据表明，中国移动新闻客户端在2015年达到5.2亿个。2015年用户覆盖率1~10位的多属互联网公司，可视为新闻客户端的第一列方阵。传统媒体新闻客户端在用户中覆盖率较大，占据10~20位的第二列方阵。截至2015年底，传统主流媒体新闻客户端在360手机助手、安智等8大应用中的总下载量超过8000万次，平均下载量高达367061次。继2014年7月22日“澎湃新闻”上线后，2015年广东“并读新闻”（4月15日）、北京“无界新闻”（9月16日）、武汉“九派新闻”（9月23日）和重庆“上游新闻”（11月18日）也接续上线，形成了“东澎湃、西上游、南并读、北无界、中九派”的新闻客户端局面。

调查数据还显示，“两微一端”的发展水平与地区经济水平呈正相关。在新闻网站前50强分榜中，北京有16家，广东有4家；商业网站前50强分榜中北京更是占据了42家；杂志前100强分榜中，北京有67家，上海有11家，广东有9家；在报纸中情况相对均衡，但北京媒体也占到两成，其次是上海、广东、浙江等地。<sup>③</sup>由此看来，在“两微一端”的变革时代，北、上、广等东部一线城市引领着发展的大潮，中部、东北地区的表现总体上比较平淡，部分媒体“两微一端”的发展可圈可点，而广大西部地区则发展欠佳。<sup>④</sup>

① 《“两微一端”的点与面》，中国新闻出版广电网，<http://data.chinaxweb.com/epaper2015/epaper/d6167/d6b/201512/63351.html>。

② 腾讯企鹅智酷：《微信数据化报告》，<http://b2b.toocle.com/detail--6319893.html>。

③ 人民网舆情监测室与中国社会科学院新媒体研究中心：《媒体“两微一端”融合传播排行榜》，2015年11月25日。

④ 人民网舆情监测室与中国社会科学院新媒体研究中心：《媒体“两微一端”融合传播排行榜》，2015年11月25日。



#### 4. 全球网络空间犯罪日益突出

随着信息技术的飞速发展，网络空间已成为陆海空天之外的第五空间，网络安全关系国家安全，已成为国家战略。在复杂的全球网络安全形势下，网络犯罪呈现组织化、规模化、跨国化、移动社交化趋势。全球范围内国际协作、联合打击网络空间犯罪的模式基本形成。我国也通过出台法律法规和政策性文件，并启动各类专项治理行动，打击网络空间犯罪。

网络犯罪已成为全球各国不得不面对的严峻问题。2015年，英国因网络犯罪而蒙受210亿英镑损失，网络犯罪数量较2014年飙升20%，接近2/3的企业对于政府处理网络犯罪的执法能力感到担忧。据保险经纪公司Lloyd's预测，网络犯罪每年让全球企业损失4000亿美元，其中，金融业是网络攻击的主要对象。

网络犯罪不仅侵害个人、企业等主体的利益，而且成为威胁国家安全、社会稳定的重要问题。一方面，网络犯罪波及的影响面越来越广，潜在的网络漏洞与安全威胁几乎覆盖所有连接互联网的用户。另一方面，非法倒卖信息、通过网络贩卖违禁品、提供色情服务等网络犯罪行为已经严重扰乱社会治安。2015年，P2P平台欺诈、非法吸存等事件频频曝光，网贷平台诈骗成为一种新型网络犯罪行为暴露在公众面前。截至2015年11月底，互联网金融领域问题平台涉及的投资人数约为15.7万人，涉及贷款余额为82.7亿元。2016年1月，e租宝涉嫌非法吸存近400亿元，牵涉投资人近80万人。

跨境网络犯罪现象越来越普遍，网络犯罪形式翻新，治理难度日益加大。打击网络犯罪需要国际联合，实现线索共享、信息互通。同时，完善法律法规，开展专项治理行动也是打击网络犯罪的有效措施。随着跨国、跨境网络犯罪案件日趋频繁，共享资源、联合打击网络空间犯罪已成为全球网络空间治理的新态势。德、法国已在打击网络犯罪交易平台、网络恐怖主义等方面建立了跨国合作。目前，中国已与美、英、澳、韩以及中国香港、中国澳门、中国台湾等70余个国家和地区建立了联合治理机制，与美、英等多国政府签署网络犯罪治理相关协议、文件，重点打击黑客、电信网络诈骗、网络商业窃密等违法犯罪行为，并在打击网络恐怖主义、网络赌博以及互联网应急响应机制等领域建立合作机制。

#### 5. “互联网+”成为媒体深度融合新引擎

2015年3月，在十二届全国人大三次会议上，国务院《政府工作报告》





提出制订“互联网+”行动计划。7月，《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》正式发布。10月，党的第十八届中央委员会第五次全体会议强调指出，实施网络强国战略，实施“互联网+”行动计划。“互联网+”激发新技术环境下新的生产生活方式和商业产业模式，成为推动媒体融合发展的新引擎。

“互联网+”行动计划指出，“推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场”。就传媒而言，这意味着借助于互联网向传统媒体产业输出优势功能，在生产、互动、营销、管理等各个环节充分体现互联网思维，推动产业升级，从组织建构、生产模式、产品流通、产业体系等各方面全方位实现融合发展的创新变革。

“互联网+”计划是传统媒体转型的必要途径，互联网可以激发用户的信息需求，提升传统媒体业务水平，促进传统媒体业整体业态升级。<sup>①</sup>2015年，我国传统媒体顺应新环境，积极探索发展规律，“互联网+”融合实践创新变革有声有色，经济“双引擎”之下的传媒产业新态势正在形成。以人民日报社、新华社、中央电视台为代表的主流传统媒体，大胆探索“中央厨房”“全媒体平台”“智慧融媒体”等，主导深度融合发展格局。目前，人民日报社已拥有44家网站、118个微博机构账号，142个微信公众号和31个手机客户端，用户总计扩展到3亿个，正在推动用户的全方位覆盖、传播的全天候延伸和服务的多领域拓展。新华社客户端总下载量超过6500万次，新版新华网通过集成文字图片、视音频等多种主观形式，聚焦发生在全球各地的重大新闻，以多媒体形态、立体化表达为网民推出全新沉浸式体验。中央电视台新闻微博、微信、微视频及客户端“三微一端”用户达到2.3亿个，央视网月度独立访问用户5.15亿个。

2015年，在媒体融合技术创新方面，主流传统媒体继续发挥主动性，积极抢占技术应用高点，以可视化、数据化、智能化为重点，融合传播领域得到了突破性进展，一些新技术应用可与新兴媒体比肩而立。无人机新闻报道，成

<sup>①</sup> 黄楚新、王丹：《“互联网+”意味着什么——对“互联网+”的深层认识》，《新闻与写作》2015年第5期。