



媒体融合蓝皮书

BLUE BOOK OF MEDIA CONVERGENCE

中国媒体融合 发展报告 (2017~2018)

北京市新闻工作者协会/编

梅宁华 支庭荣/主编

ANNUAL REPORT ON CULTURAL DEVELOPMENT
OF MEDIA CONVERGENCE IN CHINA (2017-2018)



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





媒体融合蓝皮书

**BLUE BOOK OF
MEDIA CONVERGENCE**

中国媒体融合发展报告 (2017~2018)

ANNUAL REPORT ON CULTURAL DEVELOPMENT OF MEDIA
CONVERGENCE IN CHINA (2017-2018)

北京市新闻工作者协会 / 编
梅宁华 支庭荣 / 主 编



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

图书在版编目(CIP)数据

中国媒体融合发展报告. 2017-2018 / 北京市新闻工
作者协会编. --北京: 社会科学文献出版社, 2017. 12

(媒体融合蓝皮书)

ISBN 978-7-5201-2044-9

I. ①中… II. ①北… III. ①传播媒介-发展-研究
报告-中国-2017-2018 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 313730 号

媒体融合蓝皮书

中国媒体融合发展报告 (2017~2018)

编 者 / 北京市新闻工作者协会

主 编 / 梅宁华 支庭荣

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 陈 颖

责任编辑 / 薛铭洁

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

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: 23 字 数: 378 千字

版 次 / 2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5201-2044-9

定 价 / 98.00 元

皮书序列号 / PSN B-2015-479-1/1

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

《中国媒体融合发展报告（2017~2018）》

编委会名单

主 任 梅宁华 北京市新闻工作者协会主席
支庭荣 暨南大学新闻与传播学院执行院长

编 委 （以姓氏笔画为序）

丁亚涛 北京日报报业集团新媒体中心主任
尹明华 复旦大学新闻学院党委书记
朱竞若 人民日报社北京分社社长
刘亚晶 北京市新闻工作者协会办公室主任
刘红兵 南方报业传媒集团党委书记、南方日报社社长
刘志远 北京广播电视台党组书记
刘海陵 羊城晚报报业集团党委书记、羊城晚报社社长
李婉芬 广州日报报业集团总编辑
佟力强 北京市网络信息办公室主任
范以锦 暨南大学新闻与传播学院院长
范三成 北京市新闻工作者协会常务副主席
杨兴锋 暨南大学传播与国家治理研究院院长
赵随意 南方财经全媒体集团总编辑
喻国明 北京师范大学新闻传播学院执行院长
魏 莞 北京网络媒体协会常务副会长

主编简介

梅宁华 历任中共北京市委宣传部宣传处干部、副调研员、副处长、处长。中共北京市丰台区常委、宣传部部长，区委副书记。1997年10月起历任北京市文物事业管理局党组书记、局长，北京市文物局党组书记、局长。2006年3月任北京日报社党组书记、社长，北京日报报业集团社务委员会主任委员。2006年10月任中国记协第七届理事会副主席。2014年7月任北京市记协第七届理事会主席。2014年9月任北京新闻道德委员会主任。第十一届全国人大代表。

支庭荣 中国人民大学传播学博士、北京大学管理学博士后、宾夕法尼亚大学安伦伯格传播学院访问学者。主要研究方向为传媒经济学、传媒社会学。现任暨南大学新闻与传播学院教授、博士生导师、执行院长。2011年入选教育部新世纪优秀人才支持计划，2015年入选广东特支计划宣传思想文化领军人才。系国家社科基金重大招标项目首席专家、教育部“马工程”教材编写专家。《媒介管理》《新闻事业经营管理》等作品入选“十一五”“十二五”国家级规划教材。获教育部高校人文社科优秀成果三等奖、教育部全国高校优秀教材二等奖、广东省哲学社科一等奖和二等奖、广东省教学成果奖一等奖。2016年、2017年获中国传媒经济年度观点奖。兼任中国高等教育学会新闻学与传播学专业委员会常务理事、中国新闻史学会视听传播研究委员会会长。

摘 要

2016~2017年,中国媒体融合进入了融合升级的新阶段。中央和地方对媒体融合继续给予了政策和财政两方面的大力支持,为转型发展提供了良好的外部环境。纵观全国,中央和地方的报业、广播电视媒体和新媒体集团,它们通过深入地与互联网及移动互联网相结合,针对媒体融合纷纷实施新措施,取得新成效。

传统媒体转型融合的新思路和新进展体现在以下几个方面:一是“移动优先”成为共识,部分媒体的纸质版被关闭,以客户端为主打的移动版上线升级,占领用户入口;二是“算法推送”受到关注,用户思维获得巩固,对“算法+”技术下的用户精准画像成为普遍追求,媒体与用户之间的交互升级;三是“内容厨房”纷纷改良,“中央厨房”和云生产平台得到广泛应用,通过流程再造和资源整合优化实现“内容+”的战略调整和扩张;四是“智能革命”方兴未艾,人工智能走向前台,写作机器人及VR、AR、无人机等技术,深刻塑造了媒体融合的技术和产品路线。

2016~2017年,如果说用户迁移和市场变化对媒体融合产生了某种“倒逼”的效果,那么技术给融合转型打上了更深的烙印。最近一年来的媒体融合可以概括为“双+融合”,其一是“算法+”,各大媒体客户端以“新闻+服务”为特色,在算法技术方面奋起直追。其二是“内容+”,包括怎样通过“中央厨房”的升级,做好N个入口和接口,实现内容的N次生产、N次传播。

通过多种因素的共同作用,最近一年来的传媒行业生态不断发生新的变化。一方面,传统媒体转型的步伐或主动或被动地不断加快,一些经过多轮改革未能扭转颓势的媒体陆续退出市场,以网、端、机器人为代表的新媒体则前赴后继地投入用户的争夺中。另一方面,主流媒体通过搭建融合集群,成功地将影响力从传统领域向新媒体领域延伸,通过创作H5、短视频等产品,巩固、



壮大了主流舆论阵地，传播力和影响力不断增强，在新生代用户群体中获得了良好的反响。这些新变化、新特点既说明媒体转型的阵痛期仍未过去，同时也昭示了媒体融合发展的未来已经初现曙光。

本报告分为五个部分，分别是总报告、探索篇、区域篇、借鉴篇及附录。在总报告部分，具体描述了中国媒体行业进入融合升级阶段的影响因素、主要特征，实现新突破的发展路径与四大亮点，以及一些全国代表性媒体的媒体融合实践及其成效。总报告重点解释了“融合升级”阶段的新环境、新任务、新举措，以及所取得的经验和下一步需要重点解决的问题。我国媒体融合的最新进展，突出地体现在以“移动优先”为标志的内生型融合在幅度和力度方面的大跨步前进。在探索篇部分，一方面对最近一年来理论研究的最新成果进行了概括，另一方面探讨了以BAT为代表的互联网企业的内容布局及其对媒体转型的启示，以及短视频作为产品、短视频App作为渠道的火爆带来的泛媒体生态的新变化。此外，在2017年引起争议的算法推送模式及其背后的理念、技术和所带来的对传统内容和营销模式的冲击，也是媒体融合探索的重要内容。在区域篇部分，选取了部分行政区（北京、天津、辽宁、内蒙古、河南、上海、浙江、四川、重庆、广西、广东等省区市及深圳特区），再现了这些区域的媒体融合的主要做法。在借鉴篇部分，课题组对国内外融合传播、短视频、人工智能的优秀案例进行了梳理，使其可供对照研究。附录部分，专家学者评选出了2016~2017年度中国媒体融合发展领军人物排行榜，并整理了最近一年来媒体融合发展大事记，力求全面、系统地呈现我国媒体融合的整体图景与特征。

《中国媒体融合发展报告》已连续出版七年。与往年的报告相比，本报告具有以下特色。

一是重视新媒体集团的发展情况。在总结梳理《人民日报》、新华社、中央电视台等旗舰型标杆媒体以及上海、浙江、广东等地先进主流媒体的融合表现的同时，在区域篇中对全国十多家新媒体集团的运营情况给予了较多关注。

二是重视融合传播力的整体表现。将媒体融合与传播效果结合起来，将新做法、新举措与具体的重大主题宣传报道关联起来，便于传媒行业在媒体融合中找准坐标方位，思考如何进一步打造自己的优势，探索融合传播力高、舆论引导力强、市场影响力大的媒体融合之路。

三是重视国内、国际的横向比较。从世界的角度来看,各国、各地区或深或浅地都在进行媒体融合的探索。与国外相比,中国的媒体融合进展较快、亮点突出、举措多样化。国外也有一些新的、成功的经验和做法,值得国内媒体借鉴参考。

关键词: 媒体融合 融合升级 移动优先 算法+ 内容+

从《报告》看传媒业走势

(代序)

范以锦*

在北京新闻工作者协会和暨南大学新闻与传播学院的共同努力下,《中国媒体融合发展报告(2017~2018)》出版了。报告课题组对近年来中国传媒生态、媒体业态、媒介形态进行了调研,形成了既有翔实材料又有理论分析报告,从中可以看到中国传媒的现状,也可以看出其走势和未来发展的前景。

在互联网快速发展、各类传播平台异彩纷呈的今天,传媒的热点、亮点还是不少的。我们只要纵观近年发生的一些传媒事件,就可看到那些热点、亮点。从媒介形态和媒体业态来看,在全新理念、媒介技术、互联网思维等因素的助力下,原有的媒体和各类传媒平台向新的高度攀升,出现了更符合用户需求的新的内容产品。互联网的快速发展,使信息分发市场形成了以传统媒体为代表的媒体型产品、以微博微信等平台为代表的关系型产品、以今日头条为代表的算法推荐型产品。如今算法推荐又衍生出新的接受信息的方式而获得用户青睐,2017年9月初,新浪上线的“即时推”,运用AI功能捕捉用户兴趣。以往各大新闻客户端的算法内容推荐,都是通过用户浏览行为的大数据来权衡信息比重,没有针对用户即时的兴趣来推荐内容。“即时推”在保持了大数据信息分析的基础上,加强了对即时兴趣的推荐,引导用户就当前兴趣点进行持续阅读,这是新浪对于内容算法推荐的一种自我创新。除原有基础上的创新之外,新技术带来的更具智慧的媒介产品逐渐进入人们的视野,并向规模化、产业化发展,特别是VR(虚拟现实)、AR(增强现实)、MR(混合现实)产

* 范以锦,暨南大学新闻与传播学院院长、教授、博导,原南方日报社社长、南方报业传媒集团董事长。



业，引发各方面人士的高度关注。马化腾说：“未来会有什么产品颠覆微信？VR！”中共中央办公厅、国务院办公厅于2017年1月印发了《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》，其中谈到“加紧人工智能、虚拟现实、增强现实、微机电系统等新兴移动互联网关键技术布局，尽快实现部分前沿技术、颠覆性技术在全球率先取得突破”。尔后，各部门纷纷出台指引新产业发展的举措。3月2日，光明网“钢铁侠”多信道直播云台首次应用于全国两会报道，进行了VR拥抱新闻报道的新探索。该直播云台可以同时为16家平台提供高达3K画幅、4M码流的视频和VR信号，观众无须安装任何软件，即可通过手机裸眼观看高清VR直播。同时，通过光明网独有的多平台云适配技术，网友使用微信等热门社交平台也可方便快捷地观看、分享、参与VR直播互动。3月5日上午，国务院总理李克强作政府工作报告时，提出要加快培育壮大包括人工智能在内的新兴产业，“人工智能”首次被写入了政府工作报告。可以预料，VR、AR、MR将极大改变社会大众的信息交互模式，中国政府营造良好的生态圈，将推动这一新的技术产业和相关产业的发展。

《中国媒体融合发展报告（2017~2018）》紧贴时代的潮流，密切关注这些变化，其归纳出的“移动优先成为共识”“算法推送受到关注”“中央厨房和云生产平台得到广泛应用”“智能革命方兴未艾”等新情况，高度概括了媒体的新变化，也为媒体实践者和研究者呈现了媒体融合的技术和产品路线。

传统媒体转型步伐加快，但并非都能成功。思路对头、举措正确，转型可能成功，反之可能失败。研究者应尽可能提供一些成功的案例，并分析成因，供实践者借鉴，让转型者少走弯路。由北京新闻工作者协会和暨南大学新闻与传播学院合作完成的《中国媒体融合发展报告（2017~2018）》是南北业界和学界共同完成的研究成果，“总报告”、“探索篇”、“区域篇”、“借鉴篇”及“附录”五个部分，条理清晰，一环扣一环。该报告描述了媒体融合升级阶段的影响因素、特征，展示了一些有代表性的媒体的实践样本，尤其是选取的一些优秀案例，呈现了其中的亮点。此外，还整理了近年来的大事记和介绍了一些领军人物的思路，比较全面地展现了中国媒体的发展现状。在总结已取得经验的同时，也提出面临的新环境，下一步要解决的问题、实行的新举措及突围发展路径。

《中国媒体融合发展报告》至今已发布七年，年年发布不能炒冷饭，要有



新情况、新理念、新举措。《中国媒体融合发展报告（2017～2018）》的一个重要特点就是除了继续关注传统媒体的生存状况外，尤其重视新型媒体集团的发展情况。通篇报告既有理论的概括，又有实践的展示，无论对业界还是学界都有参考价值。

纵观2017年的中国传媒业发展，有令人振奋的精彩，也有令人遗憾的方面。无论精彩还是遗憾，都值得我们总结、思考。尤其是经过多年的实践尚未突破的难题，更值得我们深思。研读《中国媒体融合发展报告（2017～2018）》，以及其他机构出版的各类报告，媒体转型中的商业模式、赢利模式的探索能令人眼前一亮的成功案例还很少。不是研究者不愿写，而是实践中还缺乏有说服力的案例。商业模式并非只是经济问题，而是关系媒体如何巩固和发展主流舆论阵地的大问题。我们经常讲要打造大型的、新型的媒体集团，其最终的发展目标应该达到“两强”：强大的传播力、强大的经济实力。做强做大，既是国家出于舆论安全提出的要求，也是媒体自身的生存之道。要达到这个目标并非易事。2017年继续有一批纸媒停刊，有的停刊转型未能成功，包括颇有影响力的都市类媒体也有转型失败的案例。可以预料，这绝不是特例，还会有一批纸媒倒下去，转型失败的案例也还会继续出现。无论坚守还是转型，如果不在创新中求变都有可能被淘汰。期待学界和业界能更多地关注这种现象，也期待《中国媒体融合发展报告》能一如既往地坚持出版，更期待有更多的学界、业界人士参与类似的课题研究，并提供更多有价值的媒体融合发展报告，为推动中国新型传媒业的发展做出贡献。

目 录



I 总报告

- B.1** 2016~2017年中国媒体融合升级的进展、亮点与未来趋势 课题组 / 001
- 一 融合升级：多元驱动下我国媒体融合走向深入 / 002
- 二 2016~2017年我国媒体融合发展的四大亮点 / 012
- 三 我国媒体融合升级的主要成就 / 019
- 四 媒体融合未来发展的新趋向 / 026

II 探索篇

- B.2** 2016~2017年媒体融合理论研究的新鲜话题 朱文哲 / 033
- B.3** BAT内容生态链与TMT产业大融合 课题组 / 050
- B.4** “视频+”机遇下的内容创业现状与趋势 课题组 / 069
- B.5** “算法+”趋势下的内容生产模式再造 课题组 / 087

III 区域篇

- B.6** 北京市媒体的自我变革、最新突破与监管实践 付玉辉 / 102



B.7 天津市“津云中央厨房”建设与融合创新

..... 殷 莉 孙 莹 谢灵佳 / 114

B.8 辽宁省媒体融合发展现状、问题与建议 张恒军 蔡馥谣 / 128

B.9 内蒙古自治区媒体行业的矩阵建设与精准融合 苏也菲 / 140

B.10 河南省媒体融合移动优先策略及其成效

..... 周宇豪 何焱宁 吴 丹 / 151

B.11 上海市报业集团深度融合与文广集团“第四轮改革”

..... 钱晓文 / 162

B.12 浙江省媒体融合发展打造“浙江模式” 廖卫民 / 181

B.13 四川省媒体行业融合升级与创新路径 吴 丹 王炎龙 / 198

B.14 重庆市媒体融合的重点突破与现代传播体系构建

..... 刘国强 郭 秋 / 211

B.15 广西壮族自治区媒体融合发展战略、主要经验与

未来增长点 李庆林 江 宇 覃 哲 / 223

B.16 广东省媒体融合发展整体表现与典范案例 麦尚文 吴雨伦 / 234

B.17 深圳报业与广电媒体融合发展的铿锵探索 王建磊 / 243

IV 借鉴篇

B.18 国外媒体融合发展关键词：踏入“沉浸态”、大数据驱动与

机器人“助攻” 金芃伊 / 254

V 附录

B.19 2016~2017年中国媒体融合发展排行榜 / 272

B.20 2016~2017年中国融合传播优秀案例 TOP20 课题组 / 275

B.21 2016~2017年中国短视频优秀案例 TOP10 课题组 / 288

B. 22	2016 ~2017年中国人工智能应用优秀案例 TOP10	课题组 / 292
B. 23	2016 ~2017年国外媒体融合优秀案例 TOP10	课题组 / 296
B. 24	2016 ~2017年国外短视频优秀案例 TOP10	课题组 / 301
B. 25	2016 ~2017年国外人工智能应用优秀案例 TOP10	课题组 / 305
B. 26	2016年中国媒体融合大事记（9 ~12月）	课题组 / 310
B. 27	2017年中国媒体融合大事记（1 ~8月）	课题组 / 317
Abstract		/ 329
Contents		/ 332

皮书数据库阅读 **使用指南**

总 报 告



General Report

B. 1

2016 ~ 2017年中国媒体融合升级的 进展、亮点与未来趋势

课题组*

摘 要： 本报告系统梳理了2016~2017年中国媒体融合升级的现状、亮点与趋势，做出我国媒体融合已进入了“深度融合、多元融合、融合升级”新阶段的基本判断。报告从移动优先、交互升级、“厨房”再造、智能革命等方面回顾了一年来媒体融合的新亮点，概括了现阶段我国媒体融合升级的主要成就，并从政府引导、制度建设、跨界合作、人才培养等方面对未来媒体融合的发展提出了若干建议。

关键词： 媒体融合 多元融合 融合升级 跨界融合

* 执笔：支庭荣，暨南大学新闻与传播学院教授；汪金刚，暨南大学新闻与传播学院博士生。



自党的十八大以来五年是砥砺奋进的五年。习近平总书记在党的十九大报告中指出,思想文化建设取得了重大进展。例如,加强党对意识形态工作的领导,文化事业和文化产业蓬勃发展,互联网建设管理运用不断完善,主旋律更加响亮,等等。在这一系列伟大成就中,媒体融合是其中的一个亮点。

以习近平同志为核心的党中央高瞻远瞩,多次部署媒体融合工作,为推进我国媒体融合发展指明了方向。2016年2月19日,习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话中再次强调,要适应分众化、差异化传播趋势,加快构建舆论引导新格局;要推动融合发展,主动借助新媒体传播优势。^① 习近平总书记的系列重要讲话,为媒体融合提供了根本遵循。

2016~2017年,我国中央和地方主流媒体纷纷加大推进媒体融合发展的力度,进一步创新理念、整合资源、转型升级,在媒体深度融合方面稳步推进,取得的成果异彩纷呈。可以说,我国媒体融合发展已经由简单的物理变化的相加式转型阶段升级到化合反应的深度相融相生阶段,内容建设与技术革新相互激发,新型移动融合媒体吐故纳新,创新、创业、创造不断取得突破,不仅深刻重塑着媒体格局,也进一步推动了舆论生态环境的优化。

在融合实践中,中央级媒体发挥排头兵作用,军容齐整,歌声嘹亮;地方媒体同样盛装出发,焕发时代魅力。作为传统媒体寻求转型与突破的战略部署,媒体融合立足于数字技术新趋势,适应新兴媒体新挑战,不断有序推进、滚滚向前,这不仅是当代媒体人的责任担当,更是一种历史的潮流。“大鹏一日同风起,扶摇直上九万里。”我国媒体行业的融合进程正在突破瓶颈期,跃进由内而外、质效并重的崭新阶段,未来媒体融合的发展必将取得更大突破。

一 融合升级:多元驱动下我国媒体融合走向深入

2016~2017年,我国媒体行业整体上呈现多元融合、多样发展、多种创新的新态势,实现力度与成效并重的媒体融合成为中央和地方媒体的共同目标。媒体融合热度始终不减,各类媒体融合发展论坛纷纷举办。各级媒体在实

^① 杜尚泽等:《习近平在党的新闻舆论工作座谈会上强调坚持正确方向创新方法手段提高新闻舆论传播力引导力》,《人民日报》2016年2月20日,第1版。



践中坚持正确的政治方向、坚持协同创新、坚持因地制宜,不断发现问题、总结经验、主动求变,连续推出多元融合的发展举措。传统媒体与新兴媒体在融合发展的深度、广度、力度方面不断增强,融合方式、技术、类型呈现百舸争流的喜人局面。

(一) 国家政策促进与管控并行,推动媒体融合良性发展

作为国家战略的媒体融合发展不仅仅关系着媒体行业的发展前景,也关乎我国社会经济领域的深刻转型,必须兼顾社会效益与经济效益,统筹推进、管控并行。2016年7月,国家新闻出版广电总局公布了《关于进一步加快广播电视媒体与新兴媒体融合发展的意见》,对当下广播电视媒体与新兴媒体融合的宗旨和条件做出了明确要求,对传统媒体和新兴媒体的融合提出了清晰的措施和方向。2016年8月,国家版权局等多个部门下发了《关于开展打击网络侵权盗版“剑网201”专项行动的通知》,针对不断凸显的网络文学、新闻、影视等作品的盗版侵权现象进行整治,有力维护了新闻媒体及相关从业者的切身利益。

在融合媒体的发展壮大中,近几年国家层面的许多政策都在持续发挥着积极的作用,促使其健康、稳定地发展。例如,2015年3月,国家新闻出版广电总局、财政部印发《关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见》,为推动新闻出版企业转型升级和行业融合发展提供资金支持;2015年5月,文化部办公厅发布《2015年扶持成长型小微文化企业工作方案》,推动小微文化企业健康发展;2015年6月,国务院印发《关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》,从融资、财税政策和平台建设等方面促进“双创”工作;2015年8月,国务院颁布《促进大数据发展行动纲要》,大力发展大数据产业^①;2016年3月,国务院三网融合工作协调领导小组办公室发布《关于在全国范围推进三网融合工作深入开展的通知》,大力推进三网融合;等等。这些政策措施的出台既为加强舆论引导工作提供保障,营造良好的舆论氛围,也为媒体转型升级保驾护航,创造良好的融合环境。

在促进媒体融合快速发展的同时,管理部门也出台了相关政策法规来规范

^① 黄楚新:《中国媒体融合发展现状、问题及趋势》,《新闻战线》2017年第1期。