

媒体融合 创新发展

Media
Integration & Innovation
Development

张子扬 主编

中央电视台发展研究中心 编

凤凰出版传媒集团

 江苏人民出版社

媒体融合 创新发展

Media
Integration & Innovation
Development

张子扬 主编

中央电视台发展研究中心 编

凤凰出版传媒集团

 江苏人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

媒体融合 创新发展/张子扬主编;中央电视台发展研究中心编. —南京:江苏人民出版社,2016. 6

(央视发展论丛·第一辑)

ISBN 978-7-214-17625-7

I. ①媒… II. ①张… ②中… III. ①传播媒介—研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 097006 号

书 名 媒体融合 创新发展

主 编 张子扬

编 者 中央电视台发展研究中心

责 任 编 辑 卞清波

责 任 校 对 史雪莲

装 帧 设 计 徐立权

出 版 发 行 凤凰出版传媒股份有限公司

江苏人民出版社

出版社地址 南京市湖南路 1 号 A 楼,邮编:210009

出版社网址 <http://www.jspph.com>

经 销 凤凰出版传媒股份有限公司

照 排 江苏凤凰制版有限公司

印 刷 江苏凤凰通达印刷有限公司

开 本 718 毫米×1000 毫米 1/16

印 张 26.5 插页 2

字 数 390 千字

版 次 2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷

标 准 书 号 ISBN 978-7-214-17625-7

定 价 52.00 元

(江苏人民出版社图书凡印装错误可向承印厂调换)

《央视发展论丛》图书编委会及编辑部成员名单

《央视发展论丛》图书编委会

主 任: 聂辰席

副 主 任: 魏地春 胡 恩

编 委: 聂辰席 魏地春 胡 恩 孙玉胜 张海鸽
邹 伟 袁正明 薛继军 姜文波 丁文华
程 宏 李 挺 朱 彤 黄传芳 张 宁
彭健明 董为民 宋宜纯 黄平刚 姚永晖
王晓真 盖晨光 齐竹泉 郎 昆 李欣雁
江和平 梁建增 王广令 庄殿君 魏 斌
唐水福 景春寒 范 昀 徐 进 智 卫
李跃山 任学安 张子扬 王全杰 黄瑞刚
倪代光 汪文斌 张晓海 金 越 李 琼
赵 刚 张利生 刘连喜

《央视发展论丛》(第一辑)

主 编: 张子扬

副 主 编: 张利生 刘连喜(执行)

《央视发展论丛》(第一辑)编辑部

主 任: 刘连喜

副 主 任: 杜宝凤 苏晓春 黎 斌 贾 健

责任编辑: 朱元亮

编 辑: 朱元亮 李海东 张腾之 肖频频 黄 鹂
朱旭红 姜 洁

编 务: 刘 兰 荣金花

代序一

树立广电传统媒体与新兴媒体融合发展高度自觉

——深入学习贯彻习近平同志关于媒体融合发展的重要论述

中央电视台台长 聂辰席

在中央全面深化改革领导小组第四次会议上,习近平同志就媒体融合发展发表重要讲话,深刻阐述媒体融合的工作理念、实现路径、目标任务和总体要求。这一重要讲话具有战略性、指导性和针对性,是新时期加快媒体发展的行动纲领。面对媒体发展新趋势、新格局、新变化,广播影视实现转型升级,必须深入学习贯彻习近平同志重要讲话精神,把融合发展作为一项长期战略任务,在融合中焕发生机活力,努力构建现代化广播影视立体传播体系。

把握“两个规律”,树立广电传统媒体与新兴媒体融合发展高度自觉

习近平同志指出,推动传统媒体和新兴媒体融合发展,要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律。融合发展是大势所趋,广电转型刻不容缓。我们必须增强问题意识、忧患意识、责任意识,创新理念手段,投身融合实践,尽快在媒体融合发展上见到成效、取得突破。

推动传统媒体与新兴媒体融合发展,是巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论的必然要求。当前,网络和数字技术裂变式发展,云计算、大数据等新一代信息技术广泛应用,不但带来了媒体格局深刻调整,也使舆论生态发生重大变化。互联网特别是微博、微信等新兴媒体,重新定义

了人们获取信息的方式和舆论生成的方式,成为影响社会舆论的重要力量。如果我们不有效占领新兴舆论阵地,噪音杂音充斥其间,舆论工作主导权和话语权就会受到挑战。增强新媒体环境下宣传思想工作实效性,必须在巩固发展传统业务基础上,加快数字化、网络化、移动化转型步伐,通过传统媒体与新兴媒体无缝对接、同步壮大,做到宣传思想文化阵地无缝对接、主流思想舆论不断巩固壮大。

推动传统媒体与新兴媒体融合发展,是增强主流媒体信息内容传播力、影响力、竞争力的重要途径。对于新闻媒体来说,内容永远是根本,是决定其生存发展的关键所在。然而,在互联网时代,无限丰富的信息稀释了传统媒体的内容价值,“内容为王”的运作逻辑受到挑战。新兴媒体诞生和发展的过程,实际上是网络技术和信息内容结合与发展的过程。推动媒体深度融合,运用云计算、大数据等新的传播技术和社交化、分众化、精准化等新的传播理念,可以有效实现内容与技术相互支撑、内容与渠道有机结合,给传统内容资源带来新附加值,不断提升内容传播的有效性和感染力,增强媒体信息内容的核心竞争力,最大限度将内容优势转化为发展优势。近年两会期间,广播电视广泛使用云计算、大数据等新媒体技术,用跨界比对、图表模拟、3D演示等方式,解读方针政策、关注百姓需求,取得了良好传播效果。

推动传统媒体与新兴媒体融合发展,是广播影视行业转型升级的必由之路。媒体格局的深刻调整和舆论生态的重大变化,对广电发展格局、发展空间、发展模式产生重大而深远的影响。在新的传播环境下,广播影视生产制作社会化、传输方式多样化、服务形态多元化,形成多元参与、开放融合、多重叠加、价值重构的发展局面。置身风起云涌的互联网时代,广播影视行业已经到了革新图强的重要关口。要以深度融合转变广电传播模式,实现传统媒体与网络媒体、手机媒体、社交媒体等新媒体之间的聚合互动;以深度融合转变广电运营模式,通过跨媒体、跨区域、跨行业的合作运营,促使单一的、分散的运营模式向集约化、规模化方向转变;以深度融合转变广电服务模式,实现由简单服务向精细化服务转变,更好地满足用户多平台、多终端、多样化的文化需求。

以先进技术为支撑,在融合发展中打造广播影视行业新优势

习近平同志指出,推动媒体融合发展要坚持传统媒体与新兴媒体优势互补。当前,传统媒体与新兴媒体“互补效应”在增强,两者动态聚合特征更加明显,竞合共生关系愈发凸显。广电传统媒体要顺应互联网传播移动化、社交化、视频化的趋势,瞄准和利用最新最好技术,增强借力发展意识,加快“四个转变”,争创广电媒体发展新优势。

从覆盖优势向受众优势转变。受众是广播影视发展的基础,只有掌握了受众才能占领舆论阵地、抢占信息制高点。近年来,广播影视行业基本构建了技术先进、覆盖广泛的现代传播体系,初步形成统筹有线、无线、卫星的广播电视传输覆盖网,广播电视覆盖率持续攀升。新兴媒体对传统媒体的冲击,最直接地体现在与受众的关系上。传统媒体与新兴媒体融合,不能只追求外在形式的改变,而应强化受众意识,为受众精心服务,与受众共创价值。随着信息技术的演进,广播影视要坚持“人民至上”的理念,努力增强有效传播能力和抵达受众能力,不断巩固扩大主流思想舆论阵地。要以服务受众为核心,致力于改善受众体验,提升服务用户的质量;以受众为本,时刻关注受众需求变化,做好受众行为习惯分析,做到量身定做、精准传播;加强与受众的互动交流,提高受众的关注度和参与度,在互动中参与、在参与中传播。

从数字化成果优势向传播力优势转变。先进技术是驱动广播影视发展创新的关键要素,必须紧盯技术前沿,瞄准发展趋势,不断以新技术新应用引领和推动媒体融合发展。当前,我国广播影视数字化改造取得了长足进步,节目内容不断丰富,生产效率不断提高,为提升传播力奠定了坚实基础。而以互联网为基础的新兴媒体已从数字化迈向了新的发展阶段,逐步向智能化、万物互联和大数据演进。广播影视要巩固和扩大数字化成果,充分利用新一代信息技术,努力提升面向多终端、多用户、多业务的智能化水平,不断提高广播影视的生产力和传播力。

从媒体优势向平台优势转变。媒体平台化是融合发展的重要趋

势。从以新闻传播为主要功能的媒体转变为集信息生产、交换、消费等多功能于一体的服务平台,有利于使广播影视在新的传播格局中不断拓展提升自身价值。要始终坚持“内容为王”,打造一体化、多元化平台,在传统业务基础上开发融合视听节目、社会服务、民生信息、医疗健康、互动游戏等多种业务形态的内容资源,为用户提供个性化多样化的产品和服务。

从内容安全管理优势向全媒体融合管理优势转变。安全播出是广播电视的生命线,广播电视历来高度重视安全播出工作。当前,广播影视业务形态、用户需求、监管对象日趋复杂多样,给科学管理、依法管理带来新课题。在传统媒体和新兴媒体融合过程中,必须一手抓融合,一手抓管理。要加强融合发展中的内容监管和播出安全保障,实现对融合网络、业务、终端、用户的统一监测监管和多层级联动、跨区域协同的监测监管;加强新媒体信息安全风险评估研究,全面掌握信息安全状况,及时发现信息安全隐患,不断强化全行业信息安全风险防控意识和信息安全防护水平。

以重点项目为抓手,推动形成一体化业务流程、平台渠道、服务方式和管理手段

习近平同志指出,要牢固树立一体化发展观念,推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。一体化发展,是媒体融合的内在要求和基本方向。要实施重大项目带动战略,通过流程优化、平台再造,实现各种媒介资源、生产要素的有效整合,实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段的共融互通,不断提升集成服务水平。

优化生产业务流程,加速生产融合。适应“融媒时代”的变革,搭建涵盖采集、制作、加工、共享等环节,实现节目创作技术化、制作流程一体化、资源共享便捷化的内容制作平台。一是改革内容生产方式。使内容生产从粗放单一向高效集约转变,从封闭独立向开放多元转变,从专业化生产向受众参与转变,实现内容产品深度开发和多次增值。二是强化内容共

享。进一步提升内容资源的共享利用水平,科学分析应用场景,打通关键环节,构建内容交换接口,形成取用便捷、资源共享的广播影视资源系统。三是优化业务流程。加快推进“采、编、播、存、用”制播流程再造和优化升级,实现从节目创意到技术制作的内容生产全流程一体化,进一步推动业务层面实质性的深度融合。

优化传输业务流程,加速传播融合。适应广电传播和服务体系向双向、协同、智能转变的发展需要,构建支撑全业务集成、全方位运营、全媒体服务的集成播控平台。一是实现协同覆盖。推进有线、无线、卫星传输网络的互联互通和智能协同覆盖,做到全程全网、无缝连接,使用户随时随地接收综合信息服务。二是实现融合播控。适配广电网络与电信网络传输,面向多终端全媒体,集内容集成、服务封装、认证计费、用户管理等多功能于一体,实现内容的碎片化集成、亮点化索取、最优化组合。三是实现智能分发。加强广播电视网与电信网、互联网的业务互联能力建设,更好地满足对交互型业务与多媒体业务的支撑。加快构建宽带、融合、安全、泛在的新一代广电信息化基础设施,提升内容分发智能化水平。

优化管理业务流程,加速管理融合。加快建设集制度规范、运行机制、技术标准、研判分析、及时处置于一体的监测监管平台。一是强化全方位监管。整合优化监管资源,覆盖传播平台、通道和终端等环节,实现对视听节目监测、监管、指挥、调度的有机统一。二是提高分析研判能力。针对监测监管信息的属性结构和内在关联,进行多特征、多维度的分析与研判,提高监测预警、主动发现和辅助决策实效。三是完善技术标准。科学规划融合监测监管平台体系架构,制定规范数据标准和数据交换接口标准,促进广播影视信息安全体系建设和运行维护的系统化、规范化。

优化服务业务流程,加速服务融合。适应新需求、走向服务端,建设面向用户、互动体验、多元智能、内容丰富的服务新体系。一是服务融合化。加强广电与物联网、数字家庭等新技术的融合应用,推广智能家庭、电子支付、民生服务等新业务,提供便捷的多媒体综合服务。二是服务多

样化。推进影视内容的多终端、多屏幕传播,并将社交属性引入传统媒体节目以增强互动性,在保障用户多渠道、多选择收看内容的同时做到内容精准投放。三是服务智能化。推进终端智能化,加快研发推广标准化、智能化的终端设备,做到操控简便、反应迅速;推进业务的智能感知,实现自动关联与推荐,更好地满足用户个性化需求。

代序二

坚持节目创新创优 推动台网融合发展

中央电视台副台长 胡 恩

党的十八大以来,我国进入文化体制改革加速发展期,党中央提出要建设新型主流媒体的发展目标。为此,中央电视台认真学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神,紧紧围绕落实“四个全面”重大战略布局,不断提高节目品质,紧抓节目创新创优,高度重视传统媒体与新兴媒体的融合发展,通过节目创新创优与媒体融合发展机制的带动,在电视终端及新媒体终端加大发力,进一步提升全台的核心竞争力。

一、坚持正确舆论导向,加强节目创新创优力度

中央电视台是国家媒体,是党和人民的喉舌,承担着极其重要的政治使命和社会责任,始终坚持将正确舆论导向放在首位。在此指导思想下,努力加强节目创新创优的力度,坚持内容为王,制作出更多弘扬主旋律、传播社会主义核心价值观的电视作品。

1. 围绕“中国梦”打造品牌节目

精心打造具有主题内容新、制作水平高、社会影响大、群众口碑好的重点品牌节目。紧紧围绕新闻专题、大型直播活动、电视剧、纪录片、动画片等,实施品牌节目培育工程、重大革命和历史题材创作工程,进一步深化“中国梦”的宣传,充分运用“走基层”“寻找最美”等活动的宣传形式,讲

好普通人寻梦、追梦、筑梦、圆梦的故事,创作出一批以“中国梦”为主题的文艺作品、专题节目、纪录片、法制节目、影视剧和公益广告等优秀作品。积极面对市场竞争,抓好节目创新创优工作,打造一批制作精良的季播节目,并使优秀的季播节目播出常态化。2015年中央电视台戏曲频道播出的《叮咯咙咚呛》,既突出浓重的传统戏曲文化色彩,又兼顾流行时尚元素,传统戏曲与时尚流行的碰撞融合,得到了各年龄层次观众的喜爱,不仅在传统收视率方面取得突破,节目视频在视频网站也取得超过200万的点击量,微博热门话题讨论量达到1.3亿。另外,像《第三极》《互联网时代》《记住乡愁》《等着我》《中国汉字听写大会》《开讲啦》《出彩中国人》《客从何处来》等品牌文化节目也得到社会的认可与观众的好评。

2. 紧抓创新创优,全面落实精品战略

力争在纪录片内容创作、生产模式、传播方式上实现创新,重点强化原创纪录片项目的创作,进一步强化重点项目在电视市场的竞争力和影响力,如《东方主战场》《光明与阴霾》《筑梦之路》《舌尖上的中国3》《大太平洋》《二战启示录》《中国,我们的故事》《被遗忘的卫国者》《地球一夜》等重点项目,让这些重点纪录片项目成为中央电视台的标志性文化产品,成为中华文化“走出去”的重要传播载体,成为弘扬“中国梦”、宣传社会主义核心价值观的电视文化精品。根据电视剧制作规律,在自制剧、定制剧和题材规划方面,突出整体规划在电视剧战略布局中的作用。推出更多传播核心价值观、反映中国好故事、体现央视水准的大剧、好戏。在动画片的创作方面,努力提升常规剧目的质量,积极推进重点片目,全面落实动画片创作的精品化战略,制作一大批深受青少年喜爱的,展示“中国梦”、社会主义核心价值观和优秀传统文化及时代特色的动画片。

3. 强化管理创新,建立激励创新创优的机制

中央电视台进一步加强各频道节目创新创优的机制管理,充分、合理利用节目创新基金,加强节目创新力度,提升各频道应对市场竞争的能力。重点推进创意合作、节目孵化、智力支持和创意大赛四个平台建设,充分发挥节目创投大会、节目创意大赛等品牌活动作用,搭建“央视创意”研发互动平台,整合社会创新资源为节目组所用。重视频道在新媒体平

台的资源整合和宣传推广工作,在全台统一部署下,整合频道核心资源,借助新媒体传播的特点,制作出一批具有混媒特点、适合多渠道平台传播的优质节目。

努力构建新型制播关系。从适于内容创新的运作机制入手,研究激发制作活力的新机制,积极探索新型制播关系,加快培育节目制作市场主体。依托中央电视台现有节目制作力量,进行节目制作和市场营销,拓展市场空间。同时继续探索与深化社会节目制作公司、海外团队在节目创意和制作等领域的研发合作机制;探索更加成熟、稳定的制播分开合作模式,打通优质社会资源的进入通道。

强化对重点节目资源的统筹协调,加强顶层设计,提前策划、科学研究,优化节目编排和播出统筹管理。探索建立节目大数据平台,进一步贯彻执行“引导力”“影响力”“传播力”以及节目专业品质的“专业性”等在内的“三力一性”栏目综合评价体系。

二、高度重视媒体融合发展,打造新型主流媒体

近年来,电视媒体面对来自新兴媒体的冲击,纷纷厉兵秣马,改革创新。无疑,随着整个媒体竞争格局变得更加复杂,电视媒体已经迎来了改革攻坚的关键期。有着近60年发展历史的中央电视台同样面临着这样一个重要的历史转折期。2014年8月18日,中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,把媒体融合发展提升到国家战略高度,对新形势下如何推动媒体融合发展提出了明确要求,做出了具体部署。按照中央的要求,面对人民群众的期待,加强传统媒体和新兴媒体的融合,加快新型媒体集团建设已作为中央电视台战略发展的明确目标被提上议事日程,推动电视媒体和新兴媒体融合已经时不我待,刻不容缓。

中央电视台要准确把握国内外传媒环境的变革以及新媒体飞速发展的趋势,加速向国际一流媒体建设迈进。强化互联网思维,突出重点、抓住关键、攻坚克难、持续发力。在媒体融合的过程中,树立一体化发展理

念,在内容、渠道、平台、运营管理等方深度融合,努力探索出具有央视特色、体现国际水平的媒体融合发展之路。

1. 推进台网融合向战略纵深发展

全力推进台网融合,强化互联网思维,以用户为中心,以新闻为龙头,以视频为核心,破除壁垒,有序融合。在中央电视台的一些节目中,比如《中国汉字听写大会》《中国谜语大会》等,“手机摇一摇”“在线答题”等台网互动的许多新媒体手段都得到了体现。我们将继续建立健全台网融合工作机制,做大做强央视网,将网络视频、互联网电视、IPTV、微博、微信客户端等新的传播渠道有效整合,实现电视媒体与新兴媒体业务融通、资源共享、传播互动、优势互补,坚持内容创新与技术创新互动,努力构建全媒体品牌内容矩阵、优质渠道联盟和优势产业集群。

2. 搭建一流的新媒体跨屏传播平台

增强新型主流新媒体的影响力和点击率,优化完善“一云多屏、全球传播”的传播体系,将央视新闻、财经、体育、综艺、少儿、音乐戏曲、影视剧、纪实、教育知识、央视影音、央视网等内容资源通过电视屏、手机屏、互联网和平板电脑屏等平台进行传播,实现“一个央视、一个品牌、多种内容、全媒体多屏幕传播”的格局。2015年1—5月,央视网月度独立用户达5亿人,单月覆盖用户数超过中国网民总数的75%(目前中国网民总数6.49亿人);截至2015年5月,CNTV移动终端业务平台客户端合计下载用户数约为1.57亿人,较2014年同期增长73%;“CBox央视影音”PC及移动客户端累计用户下载3.9亿次(其中PC端2.8亿次,移动端1.1亿次);CNTV手机电视总体(2015年1—5月)累计用户数8700余万人;截至2015年5月,CNTV移动传媒视频已开通公交、广场、快客、国航机舱、澳航机舱、列车、香港港中旅办证大厅电视频道、国航AVOD、E项目组、公开课项目、勤能教育项目等,总体日均覆盖用户数为5480万人。

建设“央视新闻”多媒体采集集成平台,运用大数据等手段,做最好的新闻。目前“央视新闻”微博、微信客户端用户数分别达到3340多万和463.8万,2015年6月20日端午节后一周的微博博文阅读数量就达到7.9亿次。通过“央视新闻”微博、微信客户端的建设,增强与受众和用户

的互动。未来几年,将重点布局“内容+平台+终端”的全产业链,以4G移动视频集成播控平台建设为契机,探索跨媒体、跨领域、跨行业的跨界合作模式,大力发展跨屏业务。进一步完善发掘内容产品及增值业务潜力,构建起一个良好的跨媒体生态系统。推进“CBox 央视影音”“跨媒体视频数据库和用户数据库”“4G 手机视频集成播控平台项目”“视频内容聚合平台项目”“社交电视平台项目”等重点项目建设,集中力量打造有影响的现代新型多媒体产品。

3. 打造媒体融合发展的保障体系

完善跨平台媒资和版权管理体系,继续挖掘中央电视台海量视频资源的新媒体二次开发与传播,完善跨平台媒资管理体系,优化台网媒资内容的共同开发和利用。建设适应媒体融合发展的版权管理体系,实现节目版权内容的多媒体传播、多渠道营销和多层次开发,延伸传统的内容产业链,形成跨媒体的多元版权赢利模式,将增加版权收入作为中央电视台经营管理的重点工作推进,并建立系统化的新媒体版权管理机制,强化新媒体版权保护。

4. 完善具有互联网思维的人才、技术、体系建设

打造具有互联网思维的人才队伍,优化节目制作人员结构,在电视栏目中配备具有新媒体知识和技能的专业人才,建设新媒体内容制作团队;完善干部队伍的媒体融合战略意识,打造具备电视媒体和新媒体综合管理能力的复合型干部队伍;加强媒体融合发展知识技能培训,强化员工的互联网思维,推进和鼓励一线台网员工在业务层面的交流协作。

在技术体系建设方面,保持对最新媒体技术的了解、掌握和使用,充分利用科技成果驱动新媒体内容产品的创新,积极探索新技术的实际应用;加快大数据技术的研发和应用,有效挖掘现有的数据存量,用大数据手段提升节目影响力;把握移动通信级数高速发展动向,建设4G时代手机视频集成播控平台;探索云技术、可穿戴设备、智能家居、虚拟现实等媒体技术的最新发展和应用,探索未来发展的增长点。

完善跨媒体综合评价体系。随着媒体融合工作的深入,原有的传统电视节目收视调查方法已无法全面评估电视节目在全媒体空间的传播影

响力。如 2015 年央视“春晚”的电视观众规模比 2014 年微有下降,但是央视“春晚”直播网站却取得了最高同时在线人数超 1400 万的成绩,在 4 个多小时的“春晚”直播中,总播放次数超过 7000 万,累计播放时长超 1.04 亿小时。随着观众观看电视节目途径的多样化发展,电视节目的传播已经不仅仅局限于传统电视屏幕,传统电视节目收视调查方法已经不能全面、客观反映电视节目的真实影响力,构建电视节目的全媒体传播效果评估体系势在必行。中央电视台正在不断探索跨媒体影响力评估体系,提升体系的科学性、指标的有效性、测量的合理性、数据来源的可靠性与可得性,以跨媒体综合考评体系为工具,改进节目策划和制作,优化全媒体传播效果,提高中央电视台传播决策和经营管理的有效性。

节目的品质是电视媒体的立足之本,创新创优是电视媒体的责任之本,媒体融合是电视媒体的发展之本。中央电视台要认真贯彻落实中央的战略部署,一如既往地举全台之力,强化节目创新创优的制作理念,加速媒体融合发展步伐,加快实现建成具有强大传播力、公信力、影响力、舆论引导能力的新型主流媒体的发展目标。

目 录

contents

- 001〉 代序一 树立广电传统媒体与新兴媒体融合发展高度自觉
——深入学习贯彻习近平同志关于媒体融合发展的重要论述 聂辰席
- 001〉 代序二 坚持节目创新创优 推动台网融合发展 胡 恩

背景篇

- 003〉 媒体融合 创新发展:央视发展之挑战与机遇 刘连喜
- 011〉 国际主要电视媒体的媒体融合发展探索 任永雷
- 025〉 国际主流媒体“媒体融合”策略及效果简析 盛 情
- 038〉 媒体融合大潮呼唤全新电视综合评价体系 王 莹
- 049〉 媒体融合的三个断想 肖频频
- 069〉 国外电视媒体 App 发展战略及启示 温世君
- 076〉 浅析国内电视台新媒体发展中的一些常见问题 闵 瑞、柴如瑾
- 082〉 媒体融合政策解读与媒体融合面临的窘境 唐 陟、崔黎黎、胡 健

战略篇

- 097〉 一体发展 技术支撑 内容根本
——试论央视融合发展的关键词 张利生