

# 传媒蓝皮书

## 中国传媒融合创新研究报告

RESEARCH REPORT ON THE INTEGRATION AND INNOVATION OF CHINESE MEDIA INDUSTRY

(2018~2019)

主 编 / 黄晓新 刘建华 卢剑锋



# 中国传媒融合创新研究报告 (2018 ~ 2019)

主编 黄晓新 刘建华 卢剑锋

 **中国书籍出版社**  
China Book Press

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中国传媒融合创新研究报告·2018—2019/黄晓新,  
刘建华, 卢剑锋主编. —北京: 中国书籍出版社,  
2019. 6  
ISBN 978-7-5068-7289-8

I. ①中… II. ①黄… ②刘… ③卢… III. ①传播媒  
介—研究报告—中国—2018—2019 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 084097 号

## 中国传媒融合创新研究报告(2018 ~ 2019)

黄晓新 刘建华 卢剑锋 主编

---

责任编辑 李 新

责任印制 孙马飞 马 芝

封面设计 楠竹文化

出版发行 中国书籍出版社

地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)

电子邮箱 eo@chinabp.com.cn

经 销 全国新华书店

印 刷 三河市顺兴印务有限公司

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 20.5

字 数 325 千字

版 次 2019 年 6 月第 1 版 2019 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5068-7289-8

定 价 98.00 元

---

版权所有 翻印必究

# 中国传媒融合创新研究报告(2018 ~ 2019)

## 出品方

中国新闻出版研究院传媒研究所

中国人民大学书报资料中心

《中国出版》杂志社

《传媒》杂志社

# 中国传媒融合创新研究报告(2018 ~ 2019)

## 课题组

课题组组长 刘建华 张文飞

课题组副组长 卢剑锋 杨晓芳

课题组成员 王更喜 杨驰原 刘向鸿 邸 昂 王卉莲

杨青山 段艳文 邹 波 郝天韵 杭丽芳

吴 琼

# 中国传媒融合创新研究报告(2018 ~ 2019)

## 编委会

编委会主任 黄晓新 中国新闻出版研究院党委书记、副院长  
编委(按姓氏笔画为序)

- 韦英平 中国海关出版社总编室主任  
王 娜 南京师范大学社会发展学院  
冯诗琪 扬州大学新闻与传媒学院  
卢剑锋 中国新闻出版研究院传媒研究所  
刘建华 中国新闻出版研究院传媒研究所研究员  
刘焕美 腾讯政务旅游中心运营总监  
刘 星 贵州师范学院旅游文化学院讲师  
任殿顺 中南传媒产业研究院研究员、新闻出版署出版融合发展(中南传媒)重点实验室学术委员会主任,《出版人》杂志执行主编  
闫伊默 华南师范大学新闻传播系主任记者  
朱雯溪 澳大利亚悉尼大学  
陈 彤 上海云部落 TMT 产业园运营总监  
邸 昂 中国新闻出版研究院传媒研究所  
李 炜 西藏民族大学新闻传播学院副教授  
李莎莎 河南大学新闻与传播学院  
吴 琼 安徽财经大学文学院新闻传播系主任、副教授

- 吴三军 首都经贸大学文化与传播学院副教授
- 杨青山 云南财经大学传媒学院新闻系主任、副教授
- 杨石华 中国人民大学新闻学院博士
- 段艳文 中国期刊协会《中国期刊年鉴》杂志社常务副社长、主编
- 郝天韵 《中国新闻出版广电报》产业与深度报道部记者
- 柳剑能 南方新闻网党委委员、副总编辑，兼南方报业传媒集团战略发展部主任
- 赵 晨 北京市委宣传部新闻出版研究中心主任科员，2018年挂职延庆区广电中心副主任
- 郭新茹 南京师范大学社会发展学院副教授
- 秦宗财 扬州大学新闻与传媒学院教授
- 黄小刚 华中师范大学国家文化产业研究中心博士
- 康璐玮 南京师范大学社会发展学院
- 董媛媛 北京交通大学语言与传播学院副教授
- 彭 莹 北京城市学院讲师、中国人民大学博士
- 鲍丹禾 现代教育报总编辑助理
- 虞 洋 《出版人》杂志记者
- 蔡海龙 北京工商大学艺术与传媒学院新闻系副教授

## 主编简介

### 黄晓新

男，湖北洪湖人。中国新闻出版研究院党委书记、副院长。武汉大学图书情报学院硕士研究生毕业，曾在福建师范大学历史系任教。历任国家新闻出版总署印刷复制管理司副司长、反非法和违禁出版物司副司长，挂职任新疆维吾尔自治区新闻出版广电（版权）局党组成员、副局长（正厅长级）。

参与组织实施并主编大型历史文献丛书《新疆文库》出版重点工程，著有《阅读社会学》，策划、主编《画说史记》《文化市场实务全书》和《中国传媒融合创新发展报告》《中国印刷业发展报告》系列蓝皮书等。主持中央文资办重大项目“中国新闻出版多语种语料库研究”“全民阅读的社会学研究”等多项国家、省部级课题，在有关专业期刊发表论文40余篇，多篇论文被《新华文摘》和人大复印报刊资料全文转载，主要从事新闻出版管理与阅读社会学研究。

### 刘建华

男，江西莲花人。中国新闻出版研究院传媒研究所执行所长、研究员。中国社会科学院哲学所博士后，中国人民大学传媒经济学博士。中国新闻出版研究院书画社执行社长、中央国家机关书法家协会会员、中国新闻出版书法家协会会员，北京文艺评论家协会会员，新华社《瞭望智库》首批入驻专家。著有《舆情消长与边疆社会稳定》《对外文化贸易研究》《传媒国际贸易与文化差异规避》《民族文化传

媒化》等书 10 余部，《中国传媒发展指数报告》主笔，《一本书学会新闻采写》（6 部）丛书主编，发表论文 80 余篇。主持“舆情消长与边疆民族地区稳定研究”国家社科基金等 30 余项课题。研究成果获国家级、省部级多项奖励，多篇论文被《新华文摘》、人大复印报刊资料《新闻与传播》、“中国社会科学”等媒体多次全文转载，主要从事新闻传播理论、书法符号传播、传媒经济与文化产业研究。

### 卢剑锋

女，山西大同人，中国新闻出版研究院传媒研究所助理研究员。担任《中国传媒融合创新研究（2015—2016）》主编之一，《中国传媒社会责任研究报告（2015—2016）》副主编之一，主要从事传媒管理、新媒体应用研究。

# 前 言

“中国传媒融合创新研究”课题是中央级公益性科研院所基本科研业务费专项资金资助项目，是中国新闻出版研究院的重要研究课题，《中国传媒融合创新研究报告（2018—2019）》是该课题最新的研究成果。2017年—2018年，中国新闻出版研究院已先后推出《中国传媒融合创新研究（2015—2016）》《中国报业融合创新研究报告（2016—2017）》，得到政府、业界与学界的一致肯定与好评。今年继续推出的《中国传媒融合创新研究报告（2018—2019）》，是全面反映最新中国传媒融合创新理论和实践的传媒蓝皮书，本书梳理和分析2018年中国传媒融合创新实践的发展历程和现状，勾勒中国传媒融合的特点、规律、发展方向，从而总结经验、预测未来发展趋势，为中国传媒融合出谋划策，同时通过对传媒融合创新经典案例的分析总结，举一反三，为未来传媒融合创新发展提供借鉴和启示。本书的研究对象是2018至2019年传媒业融合创新，所说的融合创新是指因追求传统媒体和新兴媒体融合发展而导致的创新，与其他原因所导致的创新有着根本不同，这是本报告研究的立足点和出发点，也是本报告差异化研究的价值所在。

本课题第一部分总报告总结梳理了2018年我国传媒融合创新实践的现状，剖析了目前中国传媒融合创新的问题，并预测了中国传媒融合创新的未来发展趋势。第二部分分报告从内容融合创新、渠道融合创新、平台融合创新、产品融合创新、经营管理融合创新五个角度对国内融合创新案例进行科学归类和评价，分析问题，总结经验。第三部分国际报业融合创新案例对法国、澳大利亚等其他国家传媒业的融合创新实践进行了介绍和分析。第四部分热点观察对媒体融合创新的方方面面从不同角度切入，做出了深度剖析和探讨。

我们非常希望能以这套丛书为起点，与业界精英和专家学者建立广泛而深

入的合作，推动中国传媒的融合创新与历史转型，为行业发展提供智库服务。

在此，对参与本书撰写的各位专家所付出的辛勤劳动和大力支持表示诚挚的谢意。

《中国传媒融合创新研究》课题组

2019年4月18日

# 目 录

## 总 报 告

中国传媒融合创新的现状、问题与发展趋势 .....	(3)
第一节 中国传媒融合创新现状 .....	(3)
第二节 中国传媒融合创新的突出问题 .....	(11)
第三节 中国传媒融合创新的发展趋势 .....	(17)

## 内容融合创新篇

第一章 凤凰涅槃：凤凰传媒内容融合创新研究 .....	(23)
第一节 “书比天大”：凤凰传媒核心竞争力的升级与突破 .....	(23)
第二节 “文化+X”：内容融合经营逻辑的创新与重构 .....	(27)
第三节 借鉴价值：此山之石，可以攻玉 .....	(31)
第二章 南方报业推进内容深度融合四大战略举措 .....	(35)
第一节 以先进技术为支撑，强化数据优先战略 .....	(35)
第二节 以重点项目为抓手，强化移动优先战略 .....	(38)
第三节 以内容建设为根本，强化产品优先战略 .....	(40)
第四节 以团队建设为目标，强化人才优先战略 .....	(42)

第三章 《三联生活周刊》融合创新实践研究 .....	(46)
第一节 《三联生活周刊》融合发展背景 .....	(46)
第二节 《三联生活周刊》的融合发展路径 .....	(48)
第三节 从《三联生活周刊》看周刊转型融合新趋势 .....	(53)
第四章 深耕内容生产，短视频行业才能“保鲜” .....	(55)
第一节 短视频发展脉络与特点 .....	(55)
第二节 短视频的创作特点 .....	(60)
第三节 短视频面临的主要问题 .....	(61)
第四节 规范短视频发展的有效手段 .....	(63)

## 渠道融合创新篇

第五章 中国科传融合创新：推进产业链一体化，走向产消融合 .....	(69)
第一节 融合发展的理论：从媒介融合到产消融合 .....	(70)
第二节 战略定位：产业链一体化，融入科技创新活动过程 .....	(72)
第三节 三大业务集群：智库、教育、医疗健康的融合发展 .....	(74)
第四节 融合创新实例：“爱医课”教学平台与纸介质教材 两相宜 .....	(76)
第五节 三层业务结构：信息服务，知识服务，平台服务 .....	(78)
第六节 融合创新实例：科技期刊全流程数字化与集群化 .....	(79)
第七节 三类支撑平台：内容资源、技术与经营管理平台 .....	(81)
第八节 融合创新实例：按需印刷支撑传统出版转型发展 .....	(83)
第六章 “掌控终端，内容为本”打造党媒集团新标杆 .....	(86)
第一节 战略先行，夯实融媒基础 .....	(86)
第二节 掌控终端，构建融媒格局 .....	(88)
第三节 内容为本，提升新闻“四力” .....	(90)
第四节 改革创新，推动深度融合 .....	(94)


<b>第七章 整合最强声音 讲好中国故事</b>	
——中央广播电视总台的融合创新研究 .....	(98)
第一节 中央广播电视总台的成立 .....	(98)
第二节 组建中央广播电视总台的目的 .....	(99)
第三节 中央广播电视总台成立后的融合创新举措 .....	(100)
第四节 中央广播电视总台成立后面临的挑战及应对策略 .....	(105)
<b>第八章 直播答题：2018 年现象级网络产品的突破与反思</b> .....	(110)
第一节 2018 年的第一个现象级网络产品 .....	(110)
第二节 直播答题的产品逻辑和传播创新 .....	(111)
第三节 直播答题推进的媒介融合 .....	(115)
第四节 自律与规制：直播答题如何乘风而行 .....	(117)
<b>平台融合创新篇</b>	
<b>第九章 文化与金融结合，线上与线下结合</b>	
——中南传媒的融合发展创新实践 .....	(123)
第一节 文化与金融结合 .....	(124)
第二节 线上与线下结合 .....	(129)
第三节 中南传媒融合创新的启示 .....	(133)
<b>第十章 春晚传媒“两新平台”融合创新探索与实践</b> .....	(135)
第一节 春晚传媒推动“两新平台”建设的实践 .....	(136)
第二节 “两新平台”建设对春晚传媒融合转型的影响 .....	(142)
第三节 利用“两新平台”建设推动都市类报纸融合转型 .....	(145)

## 产品融合创新篇

第十一章 强化核心竞争力：时代出版传媒的产品融合创新实践与 启示 .....	(151)
第一节 时代出版传媒的产品融合创新实践 .....	(152)
第二节 时代出版传媒产品融合创新的主要经验 .....	(156)
第三节 时代出版传媒产品融合创新的趋势及启示 .....	(160)
第十二章 湖北日报传媒集团媒体融合创新发展的经验与特点 .....	(162)
第一节 湖北日报传媒集团基本概况 .....	(162)
第二节 湖北日报传媒集团媒体融合创新发展经验 .....	(163)
第三节 湖北日报传媒集团媒体融合创新发展的特点 .....	(171)
第十三章 基于“两微两端”的新闻杂志媒介融合发展研究 ——以《Vista 看天下》的融合实践为例 .....	(174)
第一节 《Vista 看天下》的市场定位 .....	(174)
第二节 《Vista 看天下》的内容特色 .....	(176)
第三节 《Vista 看天下》的融合发展之路 .....	(180)
第四节 《Vista 看天下》的融合发展对策分析 .....	(183)

## 经营管理融合创新篇

第十四章 长江出版传媒股份有限公司经营管理融合创新研究 .....	(189)
第一节 长江传媒的组织架构和经营情况 .....	(189)
第二节 集团管理 .....	(196)
第三节 长江传媒的经营管理之道 .....	(201)

第十五章 融汇与联动：江苏卫视创新发展之路的实践与思考·····	(206)
第一节 江苏卫视融汇发展实践·····	(207)
第二节 江苏卫视融汇发展存在问题·····	(210)
第三节 江苏卫视融汇发展的特点·····	(211)
第四节 江苏卫视融合发展的启示·····	(213)
第十六章 《中国新闻周刊》媒体融合创新研究·····	(217)
第一节 《中国新闻周刊》媒体融合创新实践·····	(217)
第二节 《中国新闻周刊》媒体融合创新特点·····	(224)
第三节 《中国新闻周刊》媒体融合存在的问题·····	(225)
第四节 新闻周刊深化融合创新的路径方法·····	(226)
	
第十七章 算法新闻：模仿、影响及其使用·····	(231)
第一节 算法新闻在传媒业中的运用·····	(232)
第二节 人与技术：模仿律下的算法新闻·····	(233)
第三节 模仿律视野下算法新闻带来的“风俗”与“时尚”·····	(237)
第四节 不确定性中的算法新闻使用·····	(240)
第十八章 浅谈 VR 对传媒发展的影响·····	(242)
第一节 什么是 VR?·····	(243)
第二节 VR 对人们生活的影响·····	(243)
第三节 VR 的现状·····	(245)
第四节 VR 的前景·····	(246)
第十九章 人工智能产业在中国的发展和应用·····	(248)
第一节 人工智能发展的三个阶段·····	(248)
第二节 人工智能的主要技术发展情况·····	(250)
第三节 人工智能产业的发展情况及应用领域·····	(251)