

庆百年华诞
谋传媒发展

第十六届中国传媒年会在长沙开幕

湖南日报·新湖南客户端9月15日讯(记者 刘瀚潏)庆百年华诞,谋传媒发展。9月15日,中国新闻出版研究院传媒杂志社联合湖南日报社、中共长沙市委宣传部主办的第十六届中国传媒年会暨“全国百家党媒看湖南”活动在长沙开幕,全国传媒行业的眼光聚焦湖南。

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央深刻把握时代发展大势和信息化趋势,作出了推动传统媒体和新兴媒体融合发展的重大决策部署。今年是落实“十四五”规划中关于“推进媒体深度融合,做强新型主流媒体”战略部署的开局之年,是落实中办国办《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》的关键之年。本届传媒年会就是在此重要背景下召开的。

本届年会之所以选择在湖南召开,盖因湖南深厚的红色文化底蕴及媒体融合所取得的突出成绩。近年来,湖南各主流媒体聚焦体制机制创新,纵深推进传统媒体与新媒体融合发展,形成了一系列现象级传播效应,彰显主流媒体的社会责任与担当。新湖南、芒果TV、时刻新闻等新型主流媒体不断壮大,芒果超媒市值一度突破1300亿元,马栏山视频文创园聚集各类文创企业3000多家……恰逢中国共

产党成立100周年之际,全国百家党媒聚首长沙,回顾党的百年光辉历程,共商新时代党媒高质量发展,具有特别意义。

本届年会以“庆百年华诞 谋传媒发展”为主题,为期两天。9月15日为开幕式、主题报告、主题演讲、圆桌论坛等活动环节。9月16日为“全国百家党媒看湖南”活动和三个分论坛活动环节。

15日的活动中,发布了《党媒如何提升主题宣传引领力》《中国广播电视全媒体发展报告(2021)》《构建传播指数体系 推动媒体融合发展》《中国传媒产业发展报告(2021)》等主题报告。

来自全国的党媒代表和学界专家围绕媒体融合创新、传媒新技术、市县融媒体中心建设、媒体人才培养等政策、技术、热点问题,结合融合发展实践和研究成果,进行主题演讲和交流讨论。部分与会嘉宾参加“全国百家党媒看湖南”活动,将深入山河智能、马栏山视频文创园、中车电力机车股份有限公司等地,感受湖南的奋进力量与勃勃生机。

据悉,中国传媒年会自2006年创办以来已经连续举办了15届,已成为传媒行业最具影响的年度盛会。

20年,传媒产业
从1500亿元增长到2.5万亿元

湖南日报·新湖南客户端记者 易禹琳

“2020年媒体融合传播矩阵覆盖的用户总数比2019年整体增长123%”“2020年中国传媒产业总产值达到2.5万多亿元”……今天上午,在长沙召开的第十六届中国传媒年会上,光明日报社副总编辑陆先高、国家广播电视总局发展研究中心主任祝燕南、人民网研究院常务副院长唐胜宏、清华大学新闻与传播学院教授、《传媒蓝皮书》主编崔保国分别作了《党媒如何提升主题宣传引领力》《中国广播电视全媒体发展报告(2021)》《构建传播指数体系推动媒体融合发展》《中国传媒产业发展报告(2021)》四个主题报告,为参会百家党媒带来了一个又一个令人振奋的消息。

“借船出海”,视频号跻身全国前三

陆先高以一个个鲜活的案例来诠释“党媒如何提升主题宣传引领力”。

“创作有品质的爆款产品,需要点燃用户互动的热情,增强用户的黏性。”陆先高以建党百年的主题宣传为例,介绍了“七一”当天,光明日报新媒体平台推出的《今天对话28岁》系列视频,在腾讯视频、头条号等平台播放量超过7千万次。在七一前期,光明网策划上线了“打卡百处红色地标”的互动性竞猜活动,超过367万网友参与“打卡”挑战。

“借船出海”,光明日报的视频号,用一年半的时间实现了粉丝数从零到百万的突破。今年以来,光明日报视频号跻身媒体账号头部,排名稳定全国前三。在抖音平台上,光明日报也取得不俗成绩。

广播电视“六大工程”建设全面走向战略纵深

祝燕南发布《中国广播电视全媒体发展报告(2021)》。2020年以来,广播电视坚持全媒体传播,大融合传播,全年全国新增资讯类广播电视节目制作播出时间分别为255万小时、600万小时,公益广告节目的播出时间同比大幅度增长,达到了42%,都创历史新高。

报告显示,在舆论引导能力提升工程、新时代精品工程、智慧广电建设工程、视听中国播映工程、安全

播出工程、管理优化工程六个方面都取得不俗成绩。其中精品工程建设,《山海情》《光荣与梦想》《觉醒年代》《百炼成钢》等电视剧获得广大观众赞誉。

自建客户端减半,但平均下载量显著增长

会上,唐胜宏发布《2020媒体融合传播指数总报告》。报告显示,2020年媒体融合传播矩阵覆盖的用户总数比2019年整体增长123%,自有平台和第三方平台共同发展,触达人群更加广泛。2020年报纸、广播电台、电视台共运营308个自建客户端,数量较2019年减半,但平均下载量显著增长。

报告显示,相比2019年,各媒体入驻聚合视频客户端粉丝量增长迅速,发力视频生产传播成效显著。其中报纸和电视入驻聚合视频客户端的账号数量增幅均超过了30%。同时,2020年抗击新冠肺炎疫情期间,报纸表现最突出。因人员隔离缘故,总体上新闻报道数量下降,但媒体仍然提供了大量快捷、准确的新闻报道,成为权威信息来源。其中报纸网站的平均原创新闻量(30645篇)、原创率(53%)、被转载新闻篇次(17.5万)在各类媒体中最高。

20年,1500亿元增长到2.5万亿元

崔保国发布《中国传媒产业发展报告(2021)》,他用数字点赞了飞速发展的中国传媒业:2000年中国传媒产业总产值只有1500亿元,2013年突破了1万亿元,2018年突破了2万亿元,2020年虽受疫情影响但依然正向增长达到了2.5万多亿元,预计将于2024年超过3万亿元。

崔保国表示,中国传媒生态系统有自己独特的发展道路和模式。网络数字媒体和平台媒体已经成为传媒产业的主体板块,传统主流媒体包括正在打造的新型主流媒体仍然占有主导地位。他认为媒体融合已取得初步成果,传统媒体都在和大平台对接,同时打造自己的平台。但中央级媒体需要突破思维,要用全球视野、全球思维、全球市场打造国家级媒体出海。县级媒体近年发展迅速,因此,全国的媒体融合突破关键在省级这一层。省级报业集团、省级广电集团必须找到创新发展出路。

超融合,强移动,跨平台,组件化,北大方正电子有限公司执行总裁郑伟以该公司打造的某平台为例,强调4个关键词。

所谓超融合,即媒体平台通过再造重组,基于新技术,实现业务、流程、管理、数据一体融合。“移动优先”早已成为媒体人的共识。但在郑伟看来,移动优先已经到了成品发布环节。应基于该理念,强调核心业务的移动化,即每个记者编辑都能在移动智能终端上完成所有操作。

跨平台,组件化都与移动新闻客户端有关。前者实现媒体制作一个产品,各种终端设备呈现的内容几乎一致;后者则将写代码的开发形式变成搭积木式的开发形式,让产品构建具有高性价比和高稳定性。

平台自主研发,资源自主聚合

平台自主研发,是南方+和掌上春城2个客户端强调的“吸粉”要诀。

上个月,南方+客户端下载量突破8000万,南方报业传媒集团南方+运营总监刘羽表示,让她感受最深的是技术的力量。

潮涌东风劲,融合正当时
——第十六届中国传媒年会主题演讲嘉宾发言摘登湖南日报·新湖南客户端记者 刘瀚潏
周阳乐 通讯员 肖星南

金秋九月,“湘”约星城,大咖云集,共襄盛事。

9月15日下午,第十六届中国传媒年会主题演讲环节,8位传媒行业“大咖”登台,围绕主题,结合融合发展实践和研究成果发表演讲。记者采撷嘉宾们的精彩观点,以飨读者。

发扬党媒光荣传统,走好
媒体深度融合新的长征路

湖南日报社党组书记、社长 姜协军

去年,湖南日报社以改革创新为主线,以建设新型主流媒体集团为目标,迈出了推进媒体深度融合的新新步伐。

坚持“移动优先、一体发展”原则,移动优先,引导全员树立新媒体意识;一体发展,推动传统媒体和新兴媒体交融并存。

坚持以新湖南客户端为主导,重塑组织架构,再造采编流程,力促采编力量向互联网主阵地汇集,采编内容向移动端发力。

坚持守正创新,内容为王,从“国之大者”中找方向,从省之大计中找坐标、从民之大业中找落点。

遴选优秀人才,盘活人力资源,构建人才梯队。探索试行职务与职级分离管理模式,加大优秀年轻干部选拔力度;加大人员培训交流力度,积极引进人才。

走自主可控的技术支撑路径,组建技术研发团队,自主解决华声在线新闻网站、新湖南客户端、“新湖南云”平台的技术问题。

加速向用户意识、市场思维转变,加速由单向内容生产者转型为提供一揽子综合服务的新型主流媒体集团。

短视频、直播成为传播的主样式
江苏广播电视总台党委书记、台长
卜宇

互联网技术的产生改变了媒体的整体格局,报纸、广播、电视,一夜之间被定义为传统媒体,新的格局到底形成了怎样的博弈和趋势?

我认为有8个方面:传统媒体不再是传播主渠道,但长时间内仍是信息的主出口,移动端已成为传播主渠道;经过新技术工具处理的信息更受到用户关注,但真正公正永远是核心因素;单一的传播不能形成“现象级”的热点,立体传播是常态化策略;普适性的传播日趋式微,定制化精准传播兴起;情绪化表达不利于平台良性发展,汇聚专业权威的意见成为平台竞争的焦点;视频内容新生态正在建立,短视频、直播成为传播的主样式;云技术平台成为媒体必备支持系统,分析评估成为必要环节;用户画像开发维护为精准有效传播提供有力支撑,同时助力媒体实现精准营销。

媒体融合,是让主流媒体
挺进主战场的有力武器

北京大学新媒体研究院院长 谢新洲

互联网既是意识形态斗争的主战场,也是媒体市场竞争的主战场。媒体融合,是让主流媒体挺进主战场的有力武器。

主流媒体要跟上时代,就必须跟上信息革命的步伐,及时掌握和运用先进技术,不断提升传播力、引导力、影响力、公信力。

目前我国媒体融合发展主要分为两步走,一方面是以中央媒体机构、地方传媒集团为主体的规模型的融合,另一方面是以地市县媒体机构为单位的精准融合。融媒体要结合自身定位与地方的实际,进行差异化的布局和调整。我们要合力推进媒体融合向纵深发展,通过占点连线,与当地线上线下意见领袖建立长效的沟通机制,进军网下,深入网上,通过建立网格化管理机制,布局新闻线索采集和舆情监控,通过建立融媒体的联动机制,推动融媒体向纵深方向发展,提高主流媒体在战场的竞争力。

构建符合互联网传播规律
的全媒体传播体系

上海报业集团副社长 季颖

媒体融合如何向纵深发展?要坚持改架构、改流程、改机制,构建符合互联网传播规律的全媒体传播体系。

以解放日报为例,在改架构上探索“一支队伍、两个平台(解放日报、上观新闻)”、“部门制”改为“频道制”,组建9大频道和4个中心,频道下设若干栏目,频道设总监、栏目设主编,采编人员通过全员竞聘上岗。

在改流程上,核心是实现“移动优先”,新闻首发上观。改造传统流程,让采编链条围绕新闻动起来,快起来,转起来。在改机制上,突出“采编为宝”,开展采编专业职务序列改革和首席岗位竞聘,采编专业职务序列设置4档、1-10级,为一线采编人员建立起另一条长期、稳步、可预期的晋升通道。围绕传播力、影响力两个核心指标,以鼓励多出优质作品为导向,突出优劳优得,推动稿酬考核制度改革。

让党的创新理论插上新媒体的
翅膀中国期刊协会党刊分会特派代表、
新湘评论杂志社社长、总编辑 任晓山

在党的百年辉煌历程中,党刊作为一支不可或缺的理论力量,是党密切联系人民群众的重要桥梁和纽带。党刊在服务党和人民的事业中,自身也得到了发展壮大。

《新湘评论》始终坚守党刊的根本定位,发扬优良传统,传承红色基因,用好红色资源,明确“姓党、名理、字新湘”的基本定位;坚守融合转型的发展方向,立足于自身优势,努力实现刊、网、微深度融合,下一步将结合优势,开发APP,让党的创新理论插上新媒体的翅膀,飞入寻常百姓家;坚持内容平台的核心优势,构建前有“辛湘平”、中有“辛湘言”“辛湘理”、后有“辛声”的评论矩阵,下一步将把核心生产力放到活跃的互联网生产线上,扩大优质内容的产能,创新内容的传播手段,改进内容的表达方式,放大优质内容的传播力、竞争力。

打造具有更强互联网基因
的平台型媒体

长城新媒体集团总编辑 赵兵

过去,我们的平台是典型的媒体型平

台,靠传统媒体的权威性、影响力形成平台效应,但不是真正有聚合资源能力的平台。平台型媒体是指在互联网思维下整合不同资源,具有融合性体制机制,以开放共享的技术平台为支持,重构与用户关系的融媒体生态系统。以长城新媒体的探索来看,平台型媒体应该具有更强的互联网基因,是传统媒体转型和深度融合的一个重要方向。

想要打造平台型媒体,有几项重要的基础工作要做。一是搭好平台,坚持技术驱动,强化技术引领,为融合发展技术赋能,这是平台型媒体建设的基础性工程。二是要搭实平台,坚持内容为王,以传播效果为导向,打造融媒精品,形成新的增长点和竞争力。三是要壮大平台,广泛汇聚资源,做优内容联动。四是要经营平台,从做新闻、做政务、做服务,实现功能创新,助力并融入基层治理和治理能力现代化建设。

网红时代,如何打造独立
的党报IP?荆州日报传媒集团党委书记、社长
代志武

无论媒体格局、舆论生态、传播技术发展什么样的变化,对新闻媒体来说,内容是根本。如何打造独立的党报IP?“内容为王”更是关键所在。荆州日报社致力于凸显品牌组合的杠杆作用,延伸党报品牌IP。

一是提升内容的生产能力,培养意见领袖,我们提出了媒体成长工程,培养一批业务精深、区域知名、社会认可,有思想、有思路的名记者、名编辑、名主播和名专栏。二是通过城市合伙人计划,城市新媒体人通联计划,签约创新工作室计划,大力发展内容生产协作体,加快报社生产内容从产品到品牌的转变。三是拓展服务能力,建立党报区域智库,做实“新闻+服务”,探索建立“新闻+数字化应用服务”场景。四是优化党报的品牌组合,孵化IP工作室,2016年,我们开始推进微创IP工作室,工作室形成了良性循环发展,为报社注入了创新创优创收的新活力。

新技术助力媒体融合向纵深发展
东软集团副总裁 钱树森

打造一个能管控生产全生命周期的融媒体平台,不是简单的在实验室,而是需要很多不同体验的用户一起打磨。每家新闻客户端有自己的用户群。把用户经验积累下来,形成“词典”。在业务发展的时候,可以针对需要定制产品。

随着融媒体的形成,内容生产流程已率先改变,媒体不再是单纯的内容发布系统,但广告、考核、媒体资源库等链条却相对滞后,必将制约着融合的深入。要做到全渠道推广,根据下载量、阅读量、转载量等,定制自己的考核评价体系,应用AI技术、大数据让媒资库变得更智能化。

做信息要有技术团队支撑自己的IT。如果团队过于庞大,会成为一个重资产团队;如果过小又做不了自主可控。联合运营能解决这个问题。让自己的技术团队关注核心能力、核心技术架构、核心业务能力打造,把一些非核心业务放给IT公司支撑。

技术推动 传播破圈

——第十六届中国传媒年会圆桌论坛侧记

湖南日报·新湖南客户端记者 龙文洪

河南卫视的“中国节日”系列节目凭啥全网爆红?

市级媒体的庆祝中国共产党成立100周年大会直播为何吸引千万人次观看?

随着媒体深度融合进入转型期,竞争愈发激烈,技术与内容怎么完美融合,助力传播破圈?

9月15日,在第十六届中国传媒年会主题为“技术推动 传播破圈”的圆桌论坛上,来自媒体和技术行业的负责人分享了经验。

超融合:一体化,全周期

“技术与内容充分融合,是媒体融合的前提。”人民日报媒体技术股份有限公司副总经理陈玉林认为,在传统媒体时代,传统媒体掌握传播渠道,只需要做好内容即可。随着移动互联网时代的到来,大众也拥有了传播渠道,传统媒体只生产内容会失去竞争力。

陈玉林介绍,他们公司的关注方向是传统媒体向新媒体的融合。他们从运营角度出发,帮助传统媒体提高生产策划内容、应用技术的能

力,覆盖从策划到传播的产品全生命周期。

超过千万人次网友关注。

“用一句话概括我们的特点,就是做好内容生产本职工作的同时,高度重视技术的自主研发。”昆明报业传媒集团党委委员彭涛认为,拥有了自主研发的技术平台,才得以形成全市一体的传播体系,从而产生社会效益。

优质内容是不可忽视的根本

展现娇憨唐宫小姐姐的中国古典舞《唐宫夜宴》、演绎水下飞天的舞蹈《洛神水赋》……今年春节开始,河南广播电视台推出的“中国节日”系列节目屡屡“破圈”。目前,播出的5期节目在全网的点击量超过200亿次。

秘诀在哪?

“面对激烈的竞争,我们进行了整体改革,以‘融转用’理念指导媒体融合发展,即融合传播、转型升级、用有效。同时,确定了‘新闻立台、文化兴台’的主战略。”河南广播电视台数字多媒体总监徐红晓介绍,该台提前一年谋划“中

国节日”系列节目的制作和传播。在选题上,选择了春节、元宵节、七夕节等7个重要传统节日,将节日文化内涵与河南深厚的历史文化相结合;形式上,选取区别于晚会的特别节目,时长为30至50分钟;推广平台则瞄准年轻人喜爱的抖音、B站等以试听产品为主要传播方式的新媒体平台。

在今天的会议上,人民网研究院发布了《2020媒体融合传播指数总报告》。报告显示,2020年,位于疫情中心的《湖北日报》的融合传播力在省级报纸中排名第5位。这份报告还指出,疫情期间,受外因影响新闻报道的数量下降,但快捷、准确的新闻报道成为权威信源,被转载次数增加。媒体整合资源打造精品,虽然传播渠道减少,但平均粉丝量均有增加。

湖北日报传媒集团副总编辑周芳介绍,2020年新冠肺炎疫情期间,该集团有2000多名工作者驻守一线,报纸报道没有中断一天。4月8日武汉解封后,报道均采取全媒体分发。疫情期间,该集团旗下新媒体矩阵用户呈现爆发式增长,目前已经超过1.5亿人。

先进技术是支撑,优质内容依然为不可忽视的根本。