

## 首份报告勾画新兴市场网民画像

中国出版传媒商报 5月20日,中国社科院新媒体研究中心与趣头条联合发布了《三线及以下新兴市场网民触网习惯研究报告》,并举办了以“新兴市场的发展机会与数字乡村建设”为主题的研讨会。中国记协、中国社科院新媒体研究中心、中国人民大学、北京大学、中国传媒大学以及趣头条研究院的多位专家出席了研讨会,并对报告进行了深入探讨。

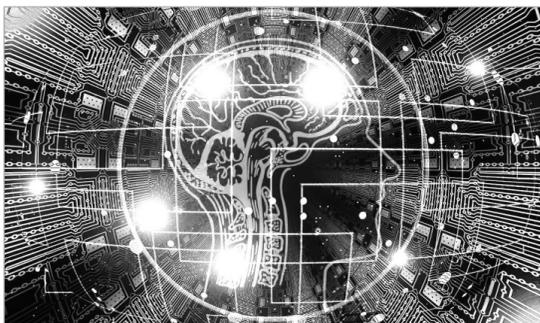
“报告契合国家发展战略,非常有意义”,中国记协书记处书记田玉红表示,该报告的出现正当其时,为推动相关工作的开展提供了扎实的数据支持。

### 特别报道

# AI与媒体对接的未来空间

中国出版传媒商报 记者 晓雪/编译

未来最大的技术“变数”就是人工智能(artificial intelligence),特别是人工智能在媒体领域的应用。媒体管理者需要真正搞清楚人工智能到底是什么,人工智能会取代媒体行业哪些工种?人工智能如何为出版商省时、节流并提高生产效率?搞清楚了这些问题,才能掌握未来媒体的去向。



媒体界关于人工智能依然存在巨大的困惑,这也阻碍了人工智能在媒体上的应用发展。或许,在以下两人的思考中,我们会掌握人工智能的现状以及它对数字出版带来的真正影响:

芬兰 Utopia Analytics(乌托邦数据分析公司)联合创始人兼首席执行官玛丽·桑娜·帕克里(mary-sanna Paukeri)认为,从目前来看,人工智能给媒体业已经带来了一些好处。同时,她在关注人工智能的局限性,认为有些人工智能媒体项目并没有给人留下深刻的印象。

IBM全球企业咨询服务部(IBM Global Business Services)合伙人托马斯·罗斯(Thomas Ross)在一份题为《Watson与媒体:了解人工智能如何以及未来将怎样推动媒体向前发展》的报告中,介绍了IBM如何在媒体和其他重要行业中部署人工智能,Watson是IBM的人工智能系统的简称。

### 人工智能的潜力

玛丽桑娜个人已经参与了数百个人工智能项目,她发现,一些媒体公司对人工智能带来的机遇并不满意,其中一个重要原因是,这些项目往往没有很好地利用人工智能算法。玛丽桑娜指出:“人工智能项目的成功,只有9%归功于机器学习算法,另有91%是另外一回事。一个人工智能项目要想成功,同时需要具备工具、数据和数据科学家三大因素,机器学习算法只是工具的一部分。”

如果出版商掌握的数据质量不好,或者说没有足够的数量,甚至运行项目的人员缺乏经验,不管工具有多好,项目都不会成功。

玛丽桑娜提出机器学习算法在媒体中可能扮演三大关键角色:一是创建更高效的系统,二是提升内容质量,三是提供数据分析。

在效率方面,人工智能可以自动调节用户正在消费的内容,收集用户对文章的反馈,同时增加网站的访问量,增加广告收入,能更好地吸引用户,最终节省人类劳动力。玛丽桑娜说:“人工智能还可以通过删除垃圾邮件和仇恨类言论,提高整个媒体包的质量。与人类不同,机器在做重复性工作时不会感到疲倦,并能保证极高的准确率。”

第三,人工智能可以通过数据分析描绘出媒体行业现有业务的全方位图景,通过人工智能技术可以构建用户画像、标注各项注意事项,以及及时捕捉业务的进展情况。玛丽桑娜补充说,人工智能可以创造全新的功能类型,比如谷歌搜索工具本质上是机器学习。此外,人工智能未来将扮演的一个关键角色是分析非结构化数据,创建个性化系统——不仅针对细分市场,还可以针对个人。

我们人类和人工智能提供的技能有何完全不同的地方?这或许是我们所有媒体人都在关心的话题。玛丽桑娜认为,人工智能与人类无关;人类擅长创造、想象和思考,拥有先进的沟通和说服技巧,以及社交智慧,这些技巧能让人类通过一些简单的对话让另一个人产生美好的感觉;同时,人类是有感情的,人类的每一个决策都由其背后的制度决定——目前,机器还做不到这一点。

### 媒体人工智能应用案例

一家中型媒体公司利用传统的谷歌分析工具来突出其用户如何消费内容的轨迹。这家公司希望通过一些技术手段吸引用户在网站上停留更长时间,阅读更多内容。为此,他们采用了一个基于人工智能的评论工具来分析网站内容的性质,例如,人工智能可以分析出一个评论是一般性评论还是主要针对记者的,媒体可以据此做出调整。

芬兰在线媒体公司 Alma media 通过人工智能可以实现自动内容审核,降低了人力成本,节省了大量资金,同时网站访问量也增加了30%。

一家教育类网站通过人工智能技术及时发现令人不快的评论。人工智能技术对网站评论进行分类,分为无关紧要的、暴力或露骨的。同时,机器人也会让评论者知道他们的评论是不可接受的,并给出原因。这家教育网站自称拥有大量青少年用户,他们还会非常重视评论区出现的那些关于自残的言论,会马上发送给评论者一条实时信息,并向其提供帮助。

瑞士 Tamedia 媒体公司运营着一家网站——Tutti.ch,这家网站希望通过人工智能技术降低人工审核成本。过去,他们将广告审核工作外包给了20多名人工审核员,现在,人工智能工具让这家网站劳动力减少了8%,同时,网站自己的人工审核员不用加班就可以完成广告审核任务。

更重要的是,人工智能也带来了工作满意度的大幅提升,将员工从大量的日常事务性工作中解放出来,专注于那些更有趣和更棘手的事情。

### 以数据为中心

早在2004年,IBM就开始将人工智能视为数字时代的关键技术,并在这方面投入了大量资金。作为IBM全球企业咨询服务部的合伙人,托马斯·罗斯见证了人工智能在行业应用中的各种可能。

托马斯提出:“人工智能应用的出发点永远是数据,而不是人工智能本身。”计算机最擅长处理数据并从数据中产生“洞察力”,但问题是,计算机可能只能看到我们正在使用的一小部分数据。计算机技术近年来最重要的发展是能够理解非结构化数据——内容、图片、视频、文本,以及语义描述。

IBM在能够阅读和理解内容的人工智能技术上投入了大量资金,将之广泛应用到媒体中,因此,托马斯对媒体部署人工智能所面临的挑战也深有体会。

托马斯介绍说,最初,IBM的人工智能媒体项目主要是做一些内容总结工作或突出显示一些内容。2017年,IBM为20世纪福克斯(20th Century Fox)的惊悚科幻电影《摩根》(Morgan)制作了一个基于人工智能技术的预告片。IBM的工程师们给 Watson 看了100部恐怖电影预告片的片段。Watson 对这些预告片的画面、声音进行了创作构成的分析,并对人物的语调和背景音乐进行分析,以判断声音与情感的对立关系,最终制作了一部预告片。这是IBM人工智能系统 Watson 在实现自动驾驶和疾病诊断之后,又增加的一项新技能。但托马斯说,电影预告片并不是这项系统的主要用途,“我们把它应用到现实生活中有丰富内容的运动中,比如网球或高尔夫球,把运动场景缩小到人们能看到的范围”。

托马斯介绍说,在创建高尔夫球画面剪辑片段时,Watson 并没有使用这项运动的元数据,而是从解说员的兴奋程度来判断要强调哪些画面内容是相关的,以及对高尔夫球特定动作的识别,即什么姿势与剪接内容相关。通过人工智能技术,内容经过优化后可以为每个用

报告指出,第一,新兴市场用户触网习惯迥异,为数字乡村建设提供重要参考。与一二线城市用户相近的主题喜好:美食、生活、音乐等,不同的是,新兴市场用户更爱广场舞、三农、奇闻等具有乡村小镇特点的主题。第二,新兴市场消费潜力巨大,是待开拓的流量“蓝海”。但在各家企业蜂拥而至时,若想切下这块新消费的蛋糕,就需要“取之有道”,深刻洞察这一市场用户的消费需求特征、购买模式,并与地区经济发展水平结合起来,善于因势利导,才能快速激活市场。

报告提出,移动内容平台在新兴市场有着广阔的发展空间,但深挖背后新动能,则考量的是各家平台的技术、服务模式上的创新能力。

(晓雪)

### 聚焦

## 腾讯进一步强化内容布局

中国出版传媒商报 记者 陈莹

5月21日~22日,2019腾讯全球数字生态大会在云南昆明举行。这是2018年腾讯进行组织架构调整后,首次公开、全面地对外宣布腾讯战略布局。为期2天的会议设置了近30场行业主题专场,涉及数字文创、智慧教育、企业微信、QQ、信息流、内容生态等业态。

腾讯公司总裁刘炽平在大会主旨演讲中表示,数字世界与物理世界正紧密融合,数字化将给经济社会发展带来巨大机遇。他认为,当前产业发展中发生着3个重要演化:一是从“开放生态”演化到“生态开放”。二是从“互联网产业”演化到“产业互联网”。三是从“数字全球化”演化到“全球数字化”。

值得注意的是,会期内腾讯集中公布了一批在内容领域的新布局,“新文创”也已成为腾讯的高频词。这些带着前瞻和洞察的业务布局,或将成为刺激中国内容产业新一轮增长的推动力。

早在今年两会期间,全国人大代表、腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾就曾提出,内容业务是腾讯在通信、社交、“互联网+”以外,唯一一个自己做的业务。他表示,腾讯希望基于互联网,通过新文创打造更多中国文化符号。

大会上,腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官程武重点介绍了腾讯新文创战略,分享了腾讯在新文创方面的“七种武器”,又被称为“七个葫芦娃”,包括网络游戏、网络动漫、网络文学、网络音乐、网络视频、影业和电竞。当前中国“泛二次元”用户规模接近3.5亿。这七种武器为腾讯在用户端集聚了巨大能量,也是腾讯在文化生产领域持续深入创新的工具、基础和平台。

腾讯公司副总裁陈菊红表示,好内容与低质内容在巨大的内容流量中裹挟在一起,泥沙俱下,用户要在资讯消费中沙里淘金需要付出越来越高的成本。为此,腾讯将打造内容与技术相结合的 ConTech 机制,消解目前内容供给所产生的“丰饶的贫瘠”问题,让用户和真正的好内容站在一起。

腾讯公司副总裁林松涛表示,现在已经进入短视频的“亿+”时代。在内容生态论坛上,腾讯宣布将全面升级内容生态,发力短视频和加强内容“中台”建设。据悉,在短视频领域,腾讯旗下“微视”将对创作能力、互动模式和内容服务进行升级;在内容中台上,企鹅号将成立原创专家委员会,同时会加强版权保护,拥抱融媒体。此外,企鹅号还发布了腾讯融媒体平台,打造全新生态。

腾讯公司副总裁、企鹅影视首席执行官孙忠怀认为,在未来5G新技术的驱动下,看似已经触顶的行业天花板,将重新被捅破,迎来新的“蓝海”。视频行业的发展将会从单纯的量变迎来飞跃性的质变,这里面有巨大的挑战,但也充满新的契机,是视频行业竞争真正的“下半场”。

在数字文创分论坛上,腾讯游戏副总裁侯淼表示,TGC腾讯数字文创正在进行更多优质IP内容的孵化与文化体验的创新。他还介绍了“TGC腾讯数字文创”品牌在4个维度的思考与计划:包括在传承中探索数字创新;拓展IP的表现形式与影响力;连接技术与内容,助力数字内容体验创新;拓展数字文创的社会应用,通过内容、形式、技术等方面深化创新。

在智慧媒体分论坛,腾讯云媒体及运营商行业总经理舒文琦发布了腾讯云媒体超级大脑全景生态图,详解了腾讯云媒体超级大脑对于媒体产业提升媒体属性与生产效率的可能性。其中,智能媒体生产平台——腾讯智眸,借助腾讯在多媒体人工智能及流媒体处理领域的技术积累,可将媒体生产效率平均提升10倍。

在信息流分论坛,腾讯副总裁殷宇表示,腾讯信息流将全面整合QQ看点、QQ浏览器信息流、天天快报3款产品,统一推荐引擎、社交能力、搜索能力、扶持政策。会上还正式发布了“领域合伙人计划”,通过流量倾斜、产品组件、内容消费场景三大维度,扶持合作伙伴。目前腾讯三大信息流产品日活跃用户已达1.58亿。

本次大会还透露一个重要信息,QQ即将上线卡嘣APP(即3D厘米秀),QQ小游戏中心、QQ群开放生态,为用户创造更多元化、多场景的优质社交体验。QQ还发布了“双十”扶持计划,为开发者提供10亿流量和10亿分成的全面扶持。

户提供他们喜欢的球员的更多信息。这种应用的挑战在于计算机要善于总结,不同的是,电影预告片需要讲述一个故事,而这种讲故事的能力对计算机来说其实很难,需要计算机先理解故事,并掌握人们会如何反应。

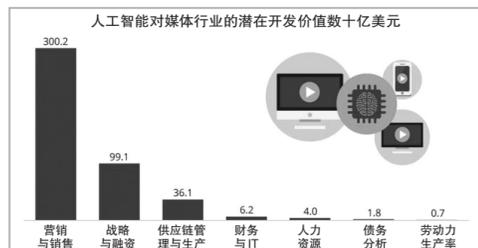
IBM曾经联合德甲以及美国人工智能个性化平台 Iris TV 一起做过一个人工智能项目。在这次合作中,福克斯体育制作了一个基于人工智能技术的FIFA世界杯亮点机器人,它可以让人们浏览所有世界杯比赛的历史节目,还可以选择特定球员或特定的场景,得到个性化剪辑片段。

2018年,IBM展开了一项新的研究项目——Project Debater,在这个项目中,IBM创建了一台能够深入理解文本和内容的机器人,它能够与人类进行辩论。这个实验是在一个50人辩论组里完成的,在今天的拉斯维加斯消费电子展(CES 2019)上,IBM以“我们是否应该推行素食主义”这个例子,对人工智能项目 Project Debater 进行了演示。IBM认为,虽然人类是优秀的辩手,能够利用情绪、声音的变化等来增强他们的论点,但机器人在传递事实和丰富辩手的知识方面却具有优势。作为一项持续性的工作,IBM最终希望推出一款让人们参与“无偏见辩论”的系统。

但托马斯也指出,目前,人工智能被过度炒作,成了无处不在、无人不晓的新技术。“虽然许多工作都可以自动化,让机器人来干,在一些使用场景中可以应用人工智能。但我们需要区分真正有创意的东西和那些阻碍我们前进的貌似有创意的东西。”

### 率先获得增值的媒体领域

人工智能如何影响媒体



来源:麦肯锡数据分析

人工智能(AI)正在改变所有行业的商业实践和劳动力市场,颠覆了企业管理者看待公司内部结构性问题的方式。虽然人工智能经常与科技和金融行业联系在一起,但未来几年,媒体已经并将继续将人工智能融入行业的方方面面。

根据麦肯锡分析公司(McKinsey Analytics)的研究,在媒体行业,人工智能预计将为该行业的营销和销售部门带来最大的价值,仅这一领域的价值就有望增加3000亿美元。未来几年,媒体行业的战略和融资部门预计将为人工智能带来990亿美元的增加值。

媒体业的许多领域预计将从人工智能中获得最大收益,如营销和财务部门,这些部门会率先应用传统的人工智能技术,机器学习和回归分析等统计技术。人工智能潜在附加值目前较小的领域是劳动生产率 and 欺诈分析领域,则有待于从人工智能正在研发的先进技术取得突破性进展。

### 网媒潮势

## BAT一季度广告收入全面下滑

中国出版传媒商报 近日,BAT发布一季度财报,阿里巴巴营收和利润不及预期,腾讯营收和利润增速放缓。而百度作为国内首屈一指的搜索引擎,上市14年来首次出现亏损,广告收入持续下降。这表明,广告作为互联网巨头的一种收入,整体在下降,作为一种支出,整体也在下降,主打流量的基础商业模式,正在缓慢衰弱中。自去年以来,各个互联网巨头相继提出转型产业互联网,希望打通另一个潜在的、巨大的、价值更高的产业市场。

出现这种情况的主要原因就是产业互联网深度改变行业的今天,互联网巨头对流量控制的格局也大不相同。一般来说,流量可以分为传统流量和私域流量。传统流量就是对外开放平台提供的流量,在淘宝和京东这样的电商平台上的商家,获取的用户流量就是传统流量。私域流量是相对传统流量而言的,狭义上来说,私域流量就是商家所说的“老客户”。广义上讲的话,私域流量是一个群体,这个群体具备对某一产品的共同需求,从而被商家聚集到一处,公众号就是典型的私域流量池。(晓雪)

## 科大讯飞发布多款AI产品

中国出版传媒商报 5月21日,科大讯飞举行2019新品发布会,推出多款人工智能产品与一个智能物联网操作系统iFLYOS 2.0,产品包括翻译机3.0、转写机、智能录音笔、智能办公本、输入法9.0、学习机X1 Pro。

科大讯飞董事长刘庆峰在发布会上提出,未来持续跨越人工智能新鸿沟最重要的三个方向:第一,是在数学的基础算法上的突破;第二,脑科学和数学统计建模方法的深度融合;第三,研究人机耦合下的技术创新。刘庆峰表示,今年开始逐步进入到人工智能红利兑现阶段。

据悉,此次发布的讯飞翻译机3.0增加了新的行业

AI翻译场景,实现了医疗、外贸、体育、金融、能源、计算机、法律等七大热门行业的覆盖。同时,讯飞翻译机3.0还新增了多个翻译语种,包括外语与方言,整体支持的语言已经可以覆盖到近200个国家和地区,还可识别出多地区语音。

iFLYOS是科大讯飞于2018年推出的一套基于云端的智能物联网操作系统,该系统为第三方智能设备提供以语音为主要交互方式的软硬一体化解决方案,快速实现语音交互能力。iFLYOS 2.0在iFLYOS基础上增加21种方言识别、中英混合识别功能,同时支持双全工,用户和智能设备可以连续对话。(一鸣)