



# 2021 传媒业发展的“时”与“势”

■中国出版传媒商报记者 晓 雪



**编者按** 2020年,是穿越危情的一年,在传统媒体被普遍唱衰的背景下,我们依然看到了机构媒体在疫情面前呈现出来的专业能力和责任担当;2020年,媒体融合再次在制度层面得到顶层设计加固,深度融合启幕;2020年,短视频、直播带货大火,传统媒体越来越驾轻就熟地玩直播,渐渐成为与网红、自媒体媲美的一股新势力。2021年,传媒业又会面临怎样的压力?迎接怎样的机会?开年时刻,我们邀请了传媒学者、研究机构及媒体高管代表预测趋势,希望从他们的前瞻预判中找到一些前行的灵感与思路。

华闻传媒产业创新研究院院长冯玉明的关心点在于,2021年,业界如何借助建党百年、“十四五”开局、后疫情时代经济社会重大变化的契机,在既有的内容产品创新、前沿技术应用、采编流程再造以及传播渠道拓宽等分门别类的单点突破或局部尝试的基础上,针对大家普遍面临的、制约创新发展、高质量发展的共性问题,拿出系统性解决方案。经济日报报业集团艺术与与设计杂志社社长、中国服饰报社总经理钱竹说,2021年,中国经济将进入新发展阶段,媒体融合发展将进入“下半场”,我们面临任务更加艰巨,也更加具有挑战性。中共中央党校(国家行政学院)文史教研部高级经济师郭全中预判,智慧城市运营必将成为媒体深度融合的新热点,会有更多的媒体加入到智慧城市运营的战略布局中。

通过数字化和市场化实现转型与融合发展

钱竹(经济日报报业集团艺术与与设计杂志社社长、中国服饰报社总经理)

当下,面对新冠肺炎疫情严重冲击,面对严峻复杂的国际形势和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务,可以说,2021年,中国经济将进入新发展阶段,媒体融合发展将进入“下半场”,我们面临任务更加艰巨,也更加具有挑战性。2021年,我最关心的就是传媒行业如何稳住自身优势,不断适应互联网平台新变化,紧跟时代潮流,紧盯技术前沿,瞄准发展趋势,明确适合本刊融合发展实际的技术方向、优化技术布局、整合技术资源、强化技术赋能,打牢媒体深度融合发展技术基础。

2021年,新冠疫情仍在全球肆虐,我国对于疫情整体控制情况良好但近期仍有局部地区反弹。各行各业都在发展中遇到一场大考,传媒业也不例外。作为传统媒体的负责人,我感到在媒体融合发展这条路上,我们守正创新不足、主动作为不足、勇开新局不足,推动媒体融合发展发生深层次、根本性变革的做法不到位。

互联网并不是主流媒体发展的绊脚石,必须适应并灵活运用好第三方平台拓展传播渠道,针对各平台不同传播规律和用户年龄层特点,实行差异化策略,运营好微信、微博、抖音、快手等平台账号,努力成为艺术、设计领域宣传报道和舆论引导的“优质内容供应商”。探索“艺术与设计”APP合作新模式,提前谋篇布局,运用自有平台鼓励记者、编辑及懂网络、有活力的设计师、艺术家开号发声,扶持有鲜明特色的账号加快发展。

如今互联网新媒体传播形式变化迅速,传统传媒业转型不彻底不到位,缺乏互联网思维可能是媒体深度融合的痛点难点。为此,大力推动主力军全面挺进主战场,必须加快推动全员转型,以互联网思维优化人力资源配置,把更多优秀人才向互联网主阵地投送,向移动端汇集,集中优势力量,占领新兴传播阵地。

因此,在体制机制上也要有所变化,完善绩效考核体系,建立适应深度融合发展需要的考核机制、薪酬机制,切实发挥绩效考核的导向作用。建立融合发展激励机制,定向开展项目扶持和人才激励,培育优秀的融媒体项目、推出高质量的融媒体产品,充分激发人才队伍的积极性主动性和创造性。

方向决定道路,道路决定命运。《艺术与设计》杂志社将推进人才兴业战略。应弘扬以忠诚敬业、极致求精、专注持恒为核心的工匠精神,完善人才脱颖而出的体制机制,强化技能培训和职业素养涵养,打造一支门类齐全、结构合理、技能突出、能干善创的高素质从业队伍,切实解决多年来困扰行业的人力资源问题。

新的一年,我们将通过加大投入,使采编人员熟练掌握融媒体内容生产的新技能,从注重对人才单一素质的培养转变为对综合素质的培养,优化各层次人才分布,加强管理、专业技术和经营三支人才队伍建设,根据人才的年龄、能力、专业、特长、兴趣,科学合理地配置人力资源。建设常态化、分层次的培训体系,加快建立一支善用现代传播手段、掌握“跨界叙事”能力的全媒体人才队伍,充分调动各个年龄段人才的积极性。

2021年是“十四五”的开局之年,这个新开端对中国传媒业意义非凡,出版传媒业要对标中央期待,找准发展目标,加快建设全媒体传播体系,不断加快内容融合、渠道融合、平台融合和经营融合,建设新媒体融资产合。要凝聚社会共识、引领社会话题、不断孵化互联网产品以及推出新的亮点。

艺术与与设计杂志社在“十三五”期间大力推进媒体融合发展,目前拥有上千万的粉丝和数字用户,“艺术与设计”新闻APP日活用户逾10万人,超过了纸刊的用户数。目前,我们已经形成了“四刊、两微一端”的融合传播新布局。“十四五”期间,我们将推出艺术设计领域“媒体+资讯+数据+服务+交易”五位一体的商业模式,打造中国新型创意产业服务商。“十四五”期间,我们将以“新技术、新产品、新运营”主题、以内容为本的基础上,嫁接出新的果实。

2021年,我们要举全社会力量组织开展庆祝中国共产党成立100周年宣传活动,生动鲜活讲好中国共产党故事,为党的百年大庆记载伟业、展示辉煌。我们与中共延安市委宣传部等部门已经启动了“摇篮,新中国的美术从这里走出大型综合传播项目,这一主题传播项目将讴歌伟大的党带领中国人民取得的翻天覆地的变化和成就,在展现经典美术作品的同时,使人们更加深刻领会习近平总书记关于“不忘初心、牢记使命”的指示精神,激励全国人民为实现中华民族伟大复兴中国梦而努力奋斗。

## 媒体融合期待系统性措施

冯玉明(华闻传媒产业创新研究院院长)

产。只有从基于客观事实的行业发展数据出发,才能做出根基牢固的目标规划和路径设计,才能通过数据积累回溯,发现规律,切准关键。期待进入新发展时期,在5G、物联网、大数据、云计算等前沿技术支撑下,出版传媒业的数据采集、发布机制更理性、更客观、更科学,可供研究使用的行业数据质量更高,据此开展的数据决策也能更科学更精准。

对于机构媒体来说,2020年的抗疫宣传报道,是引导力、传播力、创新力的一场大考。疫情让全社会的移动化、数字化内容需求大大增加,一方面检验了新闻出版业转型升级、融合发展的效果,另一方面也客观上加快了出版传媒业拥抱数字技术、加快融合发展的速度。总体上看,新闻出版业应对有力,反应迅速,全员、全程、全时、全力投入了疫情防控传播,内容丰富,形态多元,交出了令人满意的抗疫行动答卷。

但个别媒体在抗疫报道中的失语、失实、失范问题仍然存在,全媒体人才队伍的专业素养有待提升。疫情发生后,出版传媒机构主动作为,持续推出了各种线上内容产品和服务,但据数据监测显示,受私域流量和可持续产能的限制,形成可稳定持久商业模式的内容项目并不多。从长远看,疫情的发生,将持续改变受众的信息接触和内容偏好,获取方式,机构媒体应充分发挥权威性、专业化的优势,加大公共卫生防疫知识和生命健康教育类的内容供给;加快应用新技术、新手段、新渠道建立与受众的云上连接,或许是行业专业媒体和城市生活服务类媒体的新机遇、新空间;同时,与用户粘性高、内容管控效果好的互联网平台展开深度合作也是取长补短深度融合的重要路径。

未来五年是全社会顺应新趋势、形成新格局的关

键期,出版传媒业应把通过转型升级、融合发展,实现高质量发展的目标放在战略高度加以重视。其中最关键的是,秉持创新引领发展的原则,加快生产要素整合与内容产品创新,不断寻找现有业态与新技术的内在结合点,持续探索内容产品的新形态、信息服务的新模式以及传媒产业的新边界。

应该说,“十四五”时期,传媒业内外部因素都将发生不小的变化,行业发展的进度和质量,必将诸多因素共同作用的结果。如果一定要挑出权重系数较大的制约因素的话,我认为最重要的因素是政策:出版传媒业既是国家宣传思想文化主阵地,也是国家文化产业的重要构成。“十三五”期间,党和国家先后出台了多项政策措施,极大调动了业界的积极性和主动性,拓宽了国家对出版传媒业的支持范围。“十四五”期间,能否加快研究制定出台与行业深度融合发展相适应的产业政策 and 系统性措施,是行业发展的关键。

其次是市场。实践证明,出版传媒业只有正确处理意识形态属性与产业属性、社会效益与经济效益的关系,才能获得持久的发展动力。实现社会效益与经济效益的统一必须尊重市场规律,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用。因此,“十四五”时期,外部市场环境与社会文化需求将直接决定了行业发展的两个效益。

再次是技术。从行业发展历史看,技术变革从来都是影响传媒业发展变化的最重要的原生性动力因素。未来五年,新技术的升级迭代一定会继续催生很多未知的新业态诞生,在深度融合发展环境下,无论机构还是从业者,持续坚守内容定力的同时,始终保持对新技术的敏感,应该是发展中的规定动作。

## 2021年传媒业发展六大关键词

郭全中(中共中央党校(国家行政学院)文史教研部高级经济师)

2021年传媒业发展的外部环境整体向好,互联网企业的生态系统更为全面和强大,媒体深度融合进入全方位探索阶段,新热点、新探索、新举措将不断涌现。

**平台经济反垄断措施强化** 随着平台企业规模越来越大、实力越来越强、涉及领域越来越多、动员能力越来越大,存在着平台化垄断的可能性。国家相关部门去年出台《关于平台经济领域的反垄断指南(征求意见稿)》,今年将会真正落地,强化反垄断和防止资本无序扩张,显而易见的是今年将系统化地推出反垄断措施和提升反垄断的调门。需要指出的是,反垄断绝不是为了限制平台企业的可持续发展,而是为了更好地支持平台企业创新发展、增强国际竞争力。

**全方位、全产业积极探索** 互联网平台企业不断拓展产业边界,打造更全面、更系统、更为健康的生态系统,阿里巴巴、腾讯等互联网巨头已经有相对成熟的生态系统,并从消费互联网大力向产业互联网进军;字节跳动、快手等新的平台企业的生态系统不断完善,尤其是直播电商风生水起。可以看出,互联网平台企业正在积极破圈,不断拓展产业边界。传统媒体在推动媒体深度融合时积极推动产业融合,可以预见的是,为了探索新的商业模式和盈利模式,今年将进行更为多元的产业融合探索,重点在于垂直产业服务、直播带货等等。

**智能互联网企业上市** 2011年,快手创立,2012年,字节跳动成立,二者都是基于大数据与人工智能技术打底的智能互联网新巨头。经过近几年的高速发展,字节跳动去年的营业收入预计将超过2000亿元,而快手去年上半年的营业收入达到253亿元,出于未来发展以及投资者等因素的考虑,智能互联网新巨头既需要通过上市打通直接资本通道,也需要更好地回报投资者。今年能够相对明确的是快手将在港交所上市,而字节跳动也可能会剥离抖音等资产在港交所上市,当然也不排除未来会在内地进行二次上市。除了字节跳动和快手之外,B站也可能在港交所

上市,而蚂蚁金服是否会重启上市计划无疑会更引人关注。

**供给侧结构性改革提速** 由于互联网的革命性冲击,传统媒体的市场空间被大量蚕食,尤其是传统电视遭遇到了极其严峻的冲击,广告收入出现断崖式下滑,大量传统媒体已经没有自我造血功能,只能依靠政府拨款、财政补贴才能生存。今年元旦刚过,《遵义晚报》、《益阳城市报》、《皖北晨报》、广元晚报、内江晚报、德阳晚报等6家报纸停刊或者休刊,预示着传统媒体业的供给侧改革提速。而可以预计的是,今年会有更多的电视频道停办、更多的市场化报刊停刊或者调整刊期,以降低运营成本。

**减量式改革** 在互联网时代下,人人都有麦克风、人人都可以是自媒体,大量的一般性新闻已经不再是传统媒体的优势。在这种情况下,传统媒体应采取减量提质式发展模式,强化策划能力和重点新闻报道能力,重点发力优质和精品内容,而不再是之前的贪图发文数量的模式。

需要注意的是,传统媒体的减量式改革是针对优质内容生产的,而对于自身的新媒体既要注重优质内容的生产,又要大胆引入各类优质自媒体,丰富自身内容的数量和种类。

**智慧城市运营成为新热点** 对于很多传统媒体来说,“智慧媒体、智慧政务、智慧城市”“三智一体化”发展是根本出路,目前,智慧媒体转型已经成为传统媒体转型的共同目标,而且智慧政务也在积极推进中。但是由于某些传统媒体观念与能力的制约,智慧城市运营尚未纳入转型战略中。

而随着“杭州城市大脑”的日益成熟,浙江省很多传统媒体还是布局本地的“城市大脑”,目前台州、宁波、温州等地正在积极推进中,随着浙江省智慧城市运营的示范性效益,可以预见的是,智慧城市运营必将成为媒体深度融合的新热点,会有更多的媒体加入到智慧城市运营的战略布局中。

守正创新,为少年儿童奉献阅读精品

项勇义(浙江教育报刊总社副社长、副总编辑)

少儿报刊最为明显的特征,就是读者对象的特定性,少儿报刊是面向少年儿童报刊,是面向未来的报刊。办少儿报刊,一定意义上来讲也是办教育。少儿报刊工作者,既是期刊工作者,也是教育工作者。办少儿报刊和办学校,有一个契合点,这个契合点,就是育人。培养人,是办少儿报刊的初心和使命。

一份优秀的少儿报刊,可以成为少年儿童的人生启蒙者,成为阅读习惯的培养者,成为校园文化建设的推动者,成为丰富多彩的社会实践活动的组织者。可以相伴一程,相随一生。无论媒体传播环境和格局如何变化,少儿报刊为少年儿童健康成长服务的宗旨不会变,为少年儿童奉献优秀的、健康的、高雅的精神文化产品的任务不会变。少儿报刊归根到底,是通过所提供的内容,来实现培养人的使命的。少儿报刊越是面临生存和发展的挑战,追求精品内容的信念越是不能动摇,少儿报刊工作者越要有定力,心态不能浮躁。否则,少儿报刊可能会有迷失自我、丧失核心竞争力的危险。

少儿报刊对精品内容的追求,既要坚守优良传统,也要勇于创新。

少儿报刊的守正,务必做到“三个坚持”。一是坚持“育人”的办刊宗旨,以培养能担当民族复兴大任的时代新人作为使命任务,重视对少年儿童世界观、人生观、价值观的引领,体现人文精神,贯彻素质教育。二是坚持内容原创,形成办刊特色。要以编辑部的原创策划、名家名师的原创文章,少年儿童的原创作品,共同构成本期刊不可替代的原创特质。三是坚持进校园活动的公益性。活动进校园常常是期刊进校园的先声和桥梁,唯有纯粹的、以学生为本的活动,才能得到学校、家长和师生的支持和信任,功利性很强的活动,有悖初心,也常常难以持续。

少儿报刊的内容创新要着力做到“四个更”。一是更为广阔的视野。科学的视野和人文的视野,国际的视野和国内的视野,历史的视野和现实的视野。兼收并蓄,又有所选择。二是更加温暖的情怀。谆谆善诱,诲人不倦。既要有贴近少年儿童的“入乎其里”,更要有引领的“出乎其外”。引导才是重心,注重“传道和解惑”,努力做有温度的人生指引者。三是更加深刻的时光印记。更好地反映时代主题和时代的气息,力求每一步都踩在时光中那些至关重要的节点上。更好地把握新时代少年儿童的心理特点,反映他们的思考和关切。四是更有勇气地探索。创新永无止境。在媒体融合,跨界资源整合上,在视频、抖音等少年儿童喜闻乐见的新传媒产品上,进行更大胆的探索。