

**编者按** 2022年，传媒界在技术领域有着别开生面的发展。媒体领域，转播云为体育赛事的观看带来更丰富、直观的体验，北京冬奥会可以在云端合成360度可自由观看的特效转播，卡塔尔世界杯直播延迟低于1秒。主流媒体深入智媒领域展开布局，浙江省委宣传部宣布建设“传媒大脑”，澎湃新闻完成B轮融资投入技术、内容、运营板块发展。传媒科技发展上，2022年，数字藏品、

虚拟人、AIGC、VR/AR等虚拟生态内容爆发强大能量，为元宇宙提供现实接口，同时技术也为老年人提供更多生活便利。但元宇宙概念本身遇冷，相关元宇宙社交平台发展并不理想。互联网产业内，互联网人的“寒冬”来临，大厂开启人员大换血。网络游戏板块中，国内游戏受版号与市场影响走上出海之路。期刊界，“少年系”期刊受到市场的强烈欢迎，知网涉嫌垄断事件在年末迎来大结局。

# 2022年传媒业十大发展趋势

■中国出版传媒商报记者 张馨宇

## 活动赛事“云”上见

2022年是有很多重大赛事的一年。随着“云”上技术的升级，世界级活动赛事的拍摄、转播逐渐转移到了云端，2022北京冬奥会、冬残奥会、2022世界杯等活动赛事均利用“云”转播技术为观众带来更加丰富、更加清晰、更加自由的观看体验。

1月25日，北京2022年冬奥会向公众开放“北京2022云展厅”，是奥运史上首个云上展厅，打造公众与北京冬奥会和冬残奥会的线上沟通互动乐园——“冰雪狂欢城”。除此之外，北京冬奥会由“奥运转播云”带来全球转播，赛事画面基于全球云基础设施传输至世界各地，转播设备也在转播云的支持下迁移上云，可以在无人前往现场的情况下完成奥运转播，节省大量人力和时间成本。据悉，北京冬奥会赛事时长约1000小时，转播内容总生产量超过6000小时，并首次全程以4k/8k格式转播，通过阿里云提供技术支持向全球传播。北京冬奥会还利用AI算法和3D建模结合，在云端合成360度可自由观看的类似“子弹时间”的特效式转播。

2022卡塔尔世界杯期间，阿里云再次提供技术支持，利用全球加速、RTS超低延时技术将国内直播延迟缩短至1秒，端到端直播延时最快可达500毫秒，单场直播峰值带宽接近40Tbps，相当于1秒内传输1万部高清电影。国内观众在线上几乎无延迟地直观感受“云”赛事，与全世界在同一时刻共同见证梅西捧起大力神杯。瞬时传播让体育赛事与观众之间的联结更加紧密，其意义不仅仅在于用户的观看体验和传播端的转播效果，更在于国内观众可以在“云”上与现场观众、全球观众一起共同创造出属于这一时代的集体记忆。

## 主流媒体深入智媒市场

2022年5月30日，由浙江省委宣传部主办的“浙江宣传”微信公众号上线，随后便以犀利、有趣、利落、有温度的文风不断推出爆款文章，成为主流媒体界的“顶流”，入选“2022年中国应用新闻传播十大创新案例”。其中《“低级红”“高级黑”的六种形式》“人民至上”不是“防疫至上”切实贴合人民关注的热点问题，以人民群众能看懂的话语，让读者对其产生高度的认同与共鸣。12月，浙江再次“搞个大新闻”，由浙江省委宣传部指导筹建的省级重大传播平台及其全新技术公司——传播大脑科技(浙江)股份有限公司(筹)以百万年薪向全球招聘领军人物CTO，推进浙江传播体系，深化“新闻+服务”功能，以技术为牵引，探索数字文化创新发展的新模式。

主流媒体借力技术蝶变不止浙江一家，2022年8月8日，澎湃新闻宣布完成B轮融资，上海文化产业投资基金独家出资4亿元，对澎湃新闻的运营主体——上海东方报业有限公司(东方报业)增资入股。宣布融资消息的同时，澎湃新闻发布新一轮的战略，启动涉及内容、技术、运营的5个新板块，即澎湃新闻开放平台、澎湃新闻中英文网站、澎湃新闻频道、数字内容生态实验室、澎湃新闻ESG项目，加速自身市场化、智媒化的发展布局。

## 传媒“国家队”聚首数字藏品

2022年是数字藏品的爆发之年，数字藏品也是2022年传媒界最引人注目的科技产品。腾讯、蚂蚁、百度等互联网巨头纷纷开展相关业务，并建立起自己的数字藏品一手交易平台，蚂蚁与2021年12月上线数字藏品售卖平台鲸探，2022年2月22日，鲸探在APP端正式上线。2022年1月18日，百度区块链品牌上线百度首个数字藏品平台“百度超级链钱包”，APP端名为“星际口袋”。腾讯旗下数字藏品交易软件“幻核”于2021年8月2日上线，2022年8月16日起幻核停止数字藏品发行。截至2022年8月，国内数字藏品平台已经超过700家。其中7家数藏平台有央媒背景，分别为灵境·人民艺术馆、财新·新华数藏、豹豹·青春宇宙、人民科技数字藏品平台、光明艺品、元元。

如今，各行各业都在开发拥有行业特征的数字藏品。2021年12月24日，新华社免费发布利用中国授权的Zxchain(腾讯的区块链)铸造的2021重要新闻事件照片“新闻数字藏品”，是中国内地首个发布新闻数字藏品的主流媒体。2022年1月31日，解放日报从过往6个虎年中挑选出具有时代特色和年味的新年报纸版面铸成数字藏品。2月7日，上海证券报从上证报30个重大历史瞬间中随机抽取5个有重大资本市场纪念意义的新闻版面做成中国首个证券报数字藏品。3月3日，上海交响乐团发行中国最早的交响乐唱片数字藏品，由鲸探发售。11月21日，新华社旗下财新·新华数藏品平台发行熊猫Panball系列世界杯盲盒数字藏品，纪念世界杯开幕前中国大熊猫“京京”“四海”抵达卡塔尔首都多哈的大熊猫馆。



## 虚拟生态显能量

2022年，伴随着人们对元宇宙概念的逐渐接受、元宇宙相关技术的进步，数字人、虚拟产业、AIGC(AI Generated Content, 人工智能生成内容)逐渐显现出新的发展势能。其中，数字人市场不断升温。数字人是由AR、动作捕捉、3D渲染、深度学习、全息投影等技术融合发展而成的产物。目前的主流媒体虚拟形象主要有“知名主持人推出数字分身”和“创建新的虚拟主持人IP”2种。2022北京冬奥会期间，央视新闻推出百度智能云的AI手语数字人进行赛事直播，为听障群体提供服务，据测试，该数字人手语可懂度在85%以上。摩登天空年度战略同样全面布局虚拟业态，打造首位虚拟音乐人Miro。今年8月，中华书局古联公司正式推出全国首位超写实数字人“苏东坡”，未来将利用苏东坡数字人形象展开文旅合作等相关产业开发。川观新闻客户端推出数字人记者“小观”，24小时推荐热点新闻，用户还可以与其进行对话产生交互。市场对于数字人的尝试无疑是为人们进入元宇宙提供场景基础。今年7月，北京市发布《北京市促进数字人产业创新发展行动计划(2022—2025年)》，是国内首个数字人产业专项支持政策，其发展目标指出，到2025年，北京数字人产业规模突破500亿元。

除了数字人产业，VR、AR等虚拟生态也在2022年显现能量，其不断深入各个生活场景，在医疗、文旅、教育等各行各业展开深度融合，如VR看房、VR演唱会、VR购物等。字节跳动旗下PICO专注于建设XR平台，今年10月，PICO上线《云游中国》相关内容，用户戴上PICO VR一体机便可足不出户云游山河，11月期间，PICO再次上线“全球首次3D全景VR大熊猫直播”，用户可以近距离沉浸式观看大熊猫。11月，工业和信息化部、教育部、文化和旅游部、国家广播电视台总局、国家体育总局等五部门联合印发《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划(2022—2026年)》(以下简称《行动计划》)，《行动计划》指出到2026年，我国虚拟现实产业总体规模(含相关硬件、软件、应用等)超过3500亿元，虚拟现实终端销量超过2500万台的发展目标。

2022年，AI也越来越有“智慧”，不仅挑战了现有的行业与就业格局，还让人们对于AI有了更深的依赖。AI作画、AI编曲、AI剪辑、AI写作等等，是AI算法重大突破的表现，也让AIGC在今年获得巨大爆发。AI绘画方面，Midjourney、NovelAI、Stable Diffusion不断占领市场，科技公司也在纷纷入局AI作画，微软的“NUWA-Infinity”、Meta的“Make-A-Scene”、谷歌的“Imagen”和“Parti”、百度的“文心·一格”等。2022世界大会上，百度文心模型补全《富春山居图》，用AI画笔连接万物，将AIGC带到了大众眼前。10月初，敦煌画院与6open展开合作，开设“我Ai敦煌，天马行空”永久展览，更加深入地推动敦煌文化的传播。10月26日，AI文生图模型Stable Diffusion背后公司Stability AI宣布获得1.01亿美元的超额融资，在此轮融资后Stability AI估值已达10亿美元。12月8日，由“文心·一格”续画的小曼未尽稿同著名海派画家乐震文补全的同名画作《未完·待续》，以110万元在朵云轩拍卖成交。AIGC产业链还有很多待开发的蓝海领域，但目前来看，由于AI创作拥有版权、伦理等问题存在，其商业化应用仍需时日。

## 元宇宙风向再成谜

2022年，元宇宙既是“热点”也是“槽点”。2021年底，美国社交媒体平台Facebook宣布该平台部分品牌更名为Meta，拉开全面迎接元宇宙的序幕。今年2月10日，港股上市公司现代传播集团正式宣布将公司英

虚拟人、AIGC、VR/AR等虚拟生态内容爆发强大能量，为元宇宙提供现实接口，同时技术也为老年人提供更多生活便利。但元宇宙概念本身遇冷，相关元宇宙社交平台发展并不理想。互联网产业内，互联网人的“寒冬”来临，大厂开启人员大换血。网络游戏板块中，国内游戏受版号与市场影响走上出海之路。期刊界，“少年系”期刊受到市场的强烈欢迎，知网涉嫌垄断事件在年末迎来大结局。



18.6亿美元，占全球TOP100手游发行商收入的38.4%。国内游戏厂商共同向“钱”看，集中出海，不过今年国内手游集中出海也导致海外竞争正在朝着“卷”起来的方向发展，不论是运营策略或者游戏内容的本土化都是网络游戏出海即将面临的挑战。

## “少年系”期刊涌现创刊潮

今年，面向青少年群体的杂志扎堆在纸媒市场崭露头角，《少年新知》《问天少年》《光明少年》《栩栩多多》……呈现出“少年派”景象。《少年新知》第4期的印量达15万册，《问天少年》第1期就销售5万册。

少年刊物有很长时间的发展史，但目前“少年派”们在做的，就是进一步发展青少年杂志市场，开拓少年市场的内容细分领域并深耕垂直内容。《少年新知》是首份青少年人文思想启蒙杂志，《问天少年》是首份针对我国本土航空航天内容的青少年科普杂志，《商界少年》是首份给青少年看的财经杂志，《光明少年》是首份以新闻视角提升学生核心素养的综合性杂志。仅仅拥有好内容不足以支撑“少年派”杂志的成功，要想内容更直接、深度地触达读者，还需要进行深度的互联网化经营。《少年新知》在发行渠道上完全互联网化；《问天少年》在新媒体渠道利用其母刊《航空知识》在18个平台的23个账号进行多平台宣传；《商界少年》截至8月底仅在抖音渠道就获取了破亿的短视频曝光次数，连续5个月位列抖音期刊杂志榜首；《光明少年》通过网络直播、社群营销与自主传播相结合获得可观的成绩。目前家庭教育内容是社会较为关切的热点问题，良好的市场反馈也表现出读者目前对“少年”主题的迫切需求。(链接：9月16日6、7版“少年派”原创科普期刊崛起背后的故事)

## 知网被罚，终结知识垄断

自2021年12月7日长江日报独家报道《100多篇论文被知网擅自收录，89岁教授起诉知网获赔70余万元》起，赵德馨教授告知网事件开始发酵，知网成为舆论风波的中心。2021年12月10日，知网主办单位发布《关于“赵德馨教授起诉中国知网获赔”相关问题的说明》向赵德馨教授道歉。事情没有就此结束，随后作家陈应松宣布起诉知网。舆论持续发酵，2022年4月17日，中科院相关人士公开表示停用知网消息属实。5月13日，据国家市场监督管理总局消息，市场监管总局根据前期核查，依法对知网涉嫌实施垄断行为立案调查。6月1日，知网关联公司同方知网数字出版技术股份有限公司发生工商变更，董事长王明亮卸任，新董事长刘长欣上任。6月8日，知网发出通知表示，知网目前正在进行各项业务整改。2022年12月26日，市场监管总局依法对知网滥用市场支配地位行为作出行政处罚决定，责令知网停止违法行为，并处以其2021年中国境内销售额17.52亿元5%的罚款，计8760万元。同日，运营知网的同方知网(北京)技术有限公司、同方知网数字出版技术股份有限公司、《中国学术期刊(光盘版)》电子杂志社有限公司发布了一份《公告》及《整改方案》，提出包含5个方面的15条知网整改措施。

## 技术渗透银发产业

人口老龄化是我国现在乃至未来很长一段时间的国情，第七次全国人口普查结果显示，全国人口中，60岁以上人口约为2.6亿，占18.7%，其中，65岁以上人口约为1.9亿，占13.5%，银发产业充满潜力并不断引起重视。今年2月，国务院印发《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系建设规划》，其中提出，强化老年用品的研发，加快推进互联网、大数据、人工智能、第五代移动通信(5G)等信息技术和智能硬件在老年用品领域的深度应用。科大讯飞打造“科技养老”综合智能服务平台，将人工智能技术服务于老年人的生活、安全中，据悉，平台上线以来，老人应急事件处理平均用时缩短3小时，处置效率提升80%。

第50次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2022年上半年，数字适老化及信息无障碍服务持续推进。截至2022年6月，工业和信息化部已组织完成对452家网站和APP的适老化、无障碍改造和评测，让互联网更有温度。数据显示，我国50岁及以上网民在2008年底仅占比5.7%，截至2022年6月该占比已显著提升至25.8%，规模接近3亿。2022年12月7日，第一财经商业数据中心(CBNData)联合喜马拉雅发布了《喜马拉雅双十一声动好物节收听兴趣洞察》，该报告显示，老年人在喜马拉雅平台上表现活跃，其偏好内容聚焦在“消费观念”“健康养生”等话题，诸如“月入10万，你会怎么花”以及“冬季养生指南”等。技术不断深入银发产业，弥合数字鸿沟。老人群体的社会交往与日常生活已经通过互联网大大超出了物理空间，连接整个世界。