

国家新闻出版广电总局主管 中国新闻出版研究院主办

中文核心期刊 CSSCI (扩展版) 来源期刊

邮发代号: 2-970 国内统一刊号: CN11-4574/G2 国际标准刊号: ISSN1009-9263 定价: 18.00元(人民币)



M传媒 MEDIA

- P09 李东东: 共创媒体融合繁荣发展新局面
- P16 传播力三个层次撕裂后的媒体内容价值
- P22 爱奇艺的媒体融合发展之路
- P24 建设“高维舆情”, 助力“精细治理”
- P27 “两微一端”用户使用行为与动机研究

服务传媒 引领传媒

实践推动转型 示范引领融合 ——第十一届中国传媒年会专题

ISSN 1009-9263



9 771009 926141

2016年8月下 16 总第237期

FOUNDER 方正

智慧·融合

方正媒体大数据整体解决方案

多位一体的新媒体矩阵传播
融合媒体的一体化新闻业务平台
全媒体整合营销平台
互联网信息服务平台



北京北大方正电子有限公司
BEIJING FOUNDER ELECTRONICS CO., LTD.

地址:北京市海淀区上地信息产业基地五街9号方正大厦 邮编: 100085
电话: 010-82531711/1713 传真: 010-62981438



本期观点

李东东 全国政协委员、中国新闻文化促进会理事长

观点：

媒体融合的创新实践持续不断，传统媒体转型升级有很多成功的案例。认真总结实践经验，为媒体融合的深化、发展提供示范引领，是传媒业自身发展的必然要求，也是传媒机构、传媒人职责所在。

P11

卢卫 中国互联网协会秘书长

观点：

互联网不仅是战略性新兴产业的关键领域，也是大众创业、万众创新的网络基础和支撑，还是优化经济结构、转变经济增长方式、推动社会发展、促进改革创新的重要力量。

P13

孙继炼 解放军报社总编辑

观点：

军事媒体是中国媒体之林中一片挺拔阳刚的方阵，是国家现代传播体系中的重要力量。在媒体融合的今天，千帆竞渡，百舸争流，《解放军报》有信心当好中国军事传媒旗舰，努力实现军事新闻媒体融合的突破发展。

P39

目录CONTENT



特别策划

实践推动转型 示范引领融合

- 009 实践推动转型 示范引领融合
第十届中国传媒年会在广州举行 / 息慧娇 杨春兰
- 011 共创媒体融合繁荣发展新局面 / 李东东
- 013 推进互联网产业发展，构筑经济社会发展新动能 / 卢卫
- 016 传播力三个层次撕裂后的媒体内容价值 / 范以锦 匡骏
- 019 融·变·通：媒体融合推动营销模式创新 / 李楚源 黄佩
- 022 爱奇艺的媒体融合发展之路 / 耿聃皓
- 024 建设“高维舆情”，助力“精细治理” / 蓝云 余元锋
- 027 “两微一端”用户使用行为与动机研究 / 何凌南 张志安 李威 赖凯声

特别报道

- 032 中国记协召开防汛抗洪抢险救灾宣传报道工作座谈会 / 高方
- 035 借力新媒体平台 传递正能量
——湖北日报大学生记者团探索抗洪救灾报道新路径 / 李樵 周天竞 杨成

报刊观察

- 039 努力实现军事新闻媒体融合突破发展
——以《解放军报》为例 / 孙继炼
- 041 地市报如何打造区域性新型主流媒体
——以《漯河日报》为例 / 甘德建
- 043 《珠江时报》媒体融合发展的实践与展望 / 吴礼晖
- 046 互联网时代如何推进高校校报创新发展 / 杨红霞

广电聚焦

- 048 中阿广电 握手宁夏
——中阿广播电视交流合作谱写新篇 / 马莉
- 051 音乐广播的特色化发展
——以浙江电台动听968栏目为例 / 李凌燕
- 053 论地市级电视台农村栏目品牌建设 / 孙江宇
- 056 “互联网+”背景下影视业的发展前景 / 荀俊钦

要文推荐

新兴传媒

- 058 新浪微博公益传播的类型与特色 /张勇
060 文学类微信公众号的传播策略 /崔晓艾
063 网络剧：从大众娱乐到意义建构 /冯宗泽

海外传媒

- 065 韩剧助推国家形象塑造的传播学分析
——以《太阳的后裔》为例 /武阔

媒体实战

- 069 音乐真人秀节目《跨界歌王》的成功之道 /许涛
071 微新闻的标题制作策略
——全国团组织微信公众号综合影响力排行榜标题分析 /李千驹
073 从《财经郎眼》看财经类谈话节目的发展趋势 /郭世俊

传媒广角

- 075 出版企业与互联网公司合作开发数字出版的思考 /刘冬燕
077 媒介融合背景下记者型主持人的角色嬗变与能力重构 /张晋升 龚逸轩
080 大众媒介对非物质文化遗产传播的作用与策略
——以鞍山“非遗”为例 /李丹

理论探索

- 082 中国主流媒体在国际舆论场中的话语权构建研究 /宋婧
085 新闻报道如何对旅游业开展舆论监督 /王书瑞 何春耕
087 自媒体时代网红传播的特征、存在问题及对策研究 /张瑞

传媒书评

- 090 传媒经济的理论指导与实践探究
——评《传媒经济学：理论、历史与实务》 /刘大旭
091 英语新闻写作的原则与实践
——评《英语新闻写作教程》 /张宏伟 唐俊红 杜小梅
092 浅析网络英语新闻的听读技巧
——评《网络英语新闻视听读》 /叶荷
093 基于网络媒体的高校思政教育探究
——评《人文关怀视阈下高校网络思想政治教育实施方法研究》 /秦艺书
094 高校网络思想政治教育的现状与发展趋势研究
——评《大学生网络思想政治工作研究与实践》 /郑子敏
095 从传播到流行 从流行到接受
——评《中国当代流行音乐的传播与接受研究》 /马珂

传媒电讯

- 096 书籍承载希望 阅读点亮梦想
2016年“百社千校”阅读活动正式启动 /高方

传播力三个层次撕裂后的媒体内容价值

媒体传播力三个层次包括内容传播力、平台传播力、“声誉”传播力。在互联网尚未形成气候的年代，这三者是一致的，因此传统媒体不仅具有强大的内容传播力，还具有良好的经济效益。

P16

建设“高维舆情”，助力“精细治理”

南方舆情以助推“国家治理体系和治理能力现代化”为中心，提出建设新型智库，专注“治理现代化”研究领域，重塑媒体价值，努力探索传统媒体融合、转型的“南方经验”。

P24

“两微一端”用户使用行为与动机研究

目前用户使用社交媒体主要基于三个需求，维护社会关系、打发时间和获取朋友动态。用户更多的是通过在线社交关系、娱乐、互动获取信息，而不是像过去为了找到重要的东西来专门地去使用信息。

P27