

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

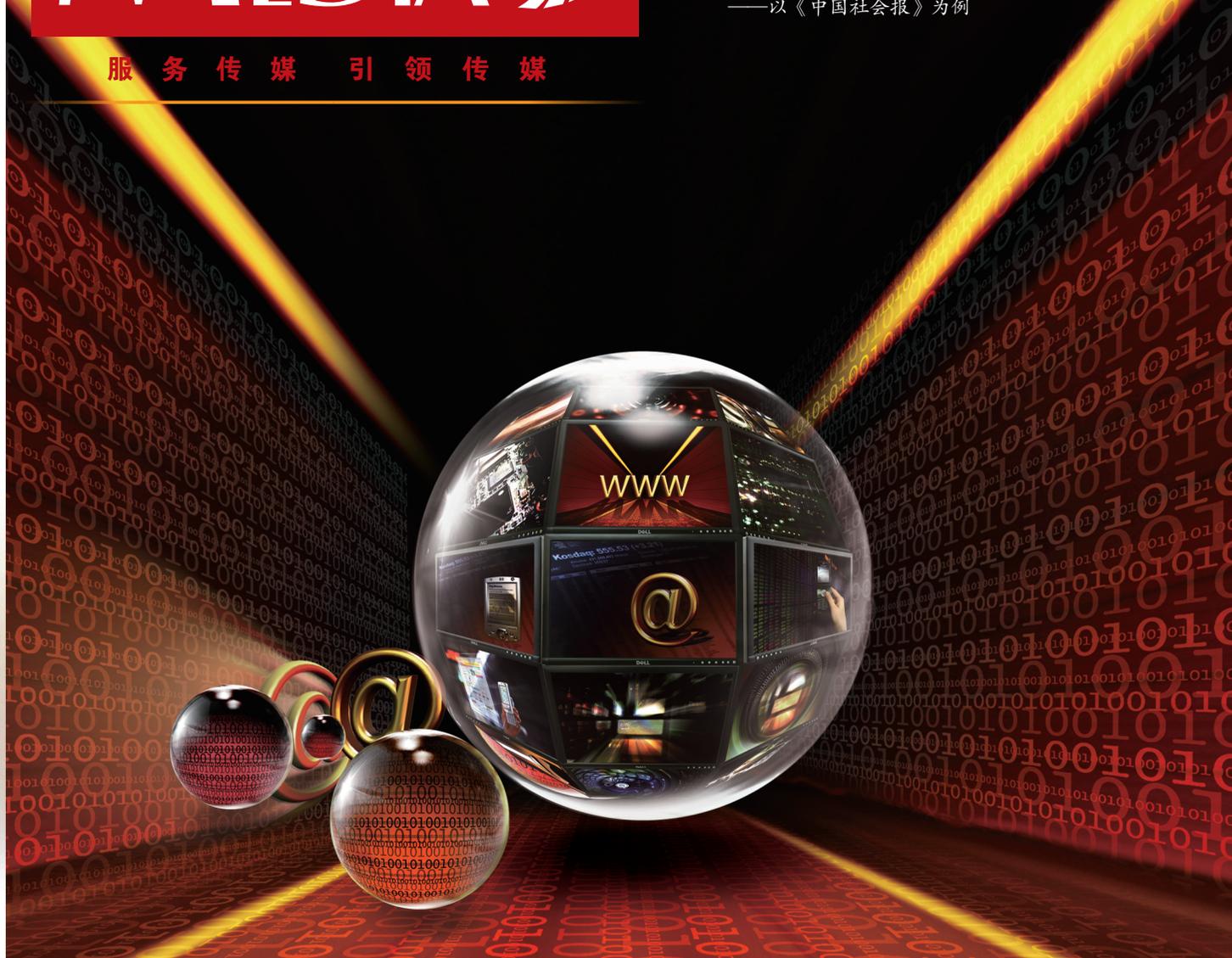
服务传媒 引领传媒

P10 世界传播体系重构下的中国传媒发展战略机遇

P22 连接与分享时代的全球传媒产业发展

P25 提高融合传播能力需做足“四字”功夫

P29 融合转型期行业报发展路径探析
——以《中国社会报》为例



传媒产业: 发展提速 未来可期

ISSN 1009-9263



12

9 771009 926141

2017年6月下 12 总第257期

本期观点

崔保国 清华大学新闻与传播学院副院长、教授

观点：

相较于英美等发达国家，中国的传统媒体行业起步较晚，但中国的互联网行业却是和全球同步发展，一些互联网企业的规模和发展速度甚至已经领先世界发达国家。在技术和资本驱动下的中国传媒产业快速发展，传媒产业的格局也发生了翻天覆地的变化。

P10

赖永强 华西手机报总编辑

观点：

作为一线的新闻舆论工作者，应该在日常的融合新闻生产过程中，认真地做足“准”“新”“微”“快”四字功夫，提高融合传播能力，从而以优质的内容赢得用户。

P25

严碧华 《民生周刊》杂志副主编

观点：

在移动互联网时代，在人人都可能成为传播者的背景下，新闻期刊如果要立足，要有效传播，不能忽视读者对问题研究性报道的需求。需求倒逼供给，尤其是在新闻期刊唱衰的大环境下，新闻期刊报道内容也需进行供给侧改革，方向是加强研究性报道。

P26

目录CONTENT



特别策划

传媒产业：发展提速 未来可期

- 009 《2017年中国传媒产业发展报告》在清华发布
预计2018年中国传媒产业市场规模将突破2万亿元
- 010 世界传播体系重构下的中国传媒发展战略机遇 / 崔保国 何丹岷
- 016 中国传媒产业15年 / 王薇 黄升民
- 019 媒体融合：主流媒体应谋求弯道超车 / 吴信训 吴圆圆
- 022 连接与分享时代的全球传媒产业发展 / 杭敏

传媒评论

- 025 提高融合传播能力需做足“四字”功夫 / 赖永强
- 026 移动互联网时代新闻期刊如何突围 / 严碧华

报刊观察

- 029 融合转型期行业报发展路径探析
——以《中国社会报》为例 / 周佳泉
- 031 《中国知识产权报》新媒体运作的探索与实践 / 张海志
- 033 行业报媒体融合发展的实践与探索
——以《中国食品安全报》为例 / 张玮

广电聚焦

- 035 《见字如面》的传播学解读 / 孟祥斌 丁智攀
- 039 浅析文化类电视节目对表演与文化元素的创新融合运用
——以《见字如面》为例 / 常诚
- 041 文化类电视节目中“综艺性”的生成与把握
——以《见字如面》为例 / 杨紫玮

新兴传媒

- 043 满足用户需求的视频网站自制内容生产策略 / 刘永坚 王玉燕
- 046 社群传播与互联网金融 / 赵传奇
- 047 VR产业化历程及趋势 / 韩韶君
- 051 《人民日报》微信公众号的传播策略与影响力探究 / 张淑华 王红 苗彩霞
- 054 新媒体与认可工作宣传的关系初探 / 陈丹丹
- 056 商业健身会所微信公众号用户持续使用意愿影响因素分析 / 孙金蓉 闵捷 王啸天

海外传媒

- 060 《华盛顿邮报》数字化转型的五大策略 / 张蕊
- 062 日本经济新闻社的三大发展战略 / 赵原

媒体实战

- 064 只有扎根基层，作品才有生命力
——《民主与法制》周刊枣庄法院采访基层行活动随想 / 连继民
- 065 新媒体新闻传播的特征与制作原则 / 曲宏 严涛
- 067 电视舞蹈选秀节目发展的问题与出路 / 杨金莉
- 068 电视综艺节目如何运用互联网思维
——以《女神的新衣》为例 / 王璐扬
- 070 《中华好故事》如何传播中华文化的独到魅力 / 王秀军
- 071 VR技术让两会新闻报道更接地气 / 邹雨舟 黄义

传媒广角

- 073 网络媒体时代儿童文学发展的问题及对策分析 / 许诺晨
- 075 地产广告话语“对话质”仪式的探析
——以《新民周刊》地产广告为例 / 江作苏 黄欣欣
- 079 消费社会中“人”作为广告受众的主体性危机 / 苏娜 罗玲玲
- 082 互联网时代“虚拟现实游戏”的审美教育价值探究 / 霍美辰 李贺

理论探索

- 085 全媒体时代新闻传播伦理的重构 / 丁婷婷
- 087 大数据时代数据新闻的传播特点与报道策略 / 李婷婷

传媒书评

- 091 基于传媒经济学视角的新媒体平台研究 / 廖磊
- 093 新媒体与绘画艺术的完美结合 / 汪滢滢
- 095 动画电影研究的新方向 / 苏菲

连接与分享时代的全球传媒产业发展

“C一代”的兴起，使媒介生产和消费也随之发生了变化，这种变化不仅体现在发达国家，也体现在发展中国家的传媒市场中。随着手机运用的不断普及，媒体生产的内容需要充分满足受众“连接与分享”的特性需求。

P22

媒体融合：主流媒体应谋求弯道超车

传统媒体必须在科技创新和内容创新两个方面狠下功夫，补短扬长。要加大科技创新的开发力度，增加科技研发经费的投入。在内容服务上，则需着力在创新技术支持下，利用互联网思维与新型受众思维（即用户需求）实现传统优质内容与新型服务内容的综合开拓与传播。

P19

融合转型期行业报发展路径探析

——以《中国社会报》为例

行业报在背靠行业、市场两大优势，坐拥行业媒体特有的价值品质、载体特征及运行环境基础上，相当一个时期以来，始终呈高高在上之姿、挟居高临下之势，这是一柄双刃剑，在维护了信息发布传播权威性的同时也日渐丢失了行业读者、地方受众的认同感。这是传统媒体的共性问题。

P29