

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

P09 网络视听内容呈现品质化发展趋势

P12 2018 中国网络影视精品研究报告

P16 用“破”与“立”的辩证法则打造新时代网络内容精品

P30 走向改革史的深处寻找新闻人的足迹
——关于《文摘报》“旧报新读”栏目的思考



网络影视精品化路在何方?

ISSN 1009-9263



9 771009 926141

2018年7月下 14 总第283期

本期观点

魏 星 中国中央电视台新媒体机构副总经理

观点：

面对困境，央视网思考求索，更加坚定了走内容精品化路线才是破局之道。越是众声喧哗，唯有精品才能响亮发声；越是大浪淘沙，唯有精品才能留下浓墨重彩。打造内容精品，绝非企业的一时之功或内容生产部门的一己之力，而是从顶层设计到底层支撑的全盘变革，是多层次、多维度的大胆创新，是一个“破”与“立”并行的过程。

P16

王 娟 腾讯视频总编辑、企鹅影视高级副总裁

观点：

腾讯视频在内容上整体是朝着强底线、高品质、正能量、创新性、多样化的方向前进，在这一点上，各种品类都恪守同一标准。腾讯视频的评估体系最在意的不是外界认为的卡司IP流量明星等，这些是加分项，但不是决定项。以影视剧为例，腾讯在评估时认为，剧的核心是故事，好好讲故事，讲好故事，比什么都重要。腾讯视频愿意为好故事买单，而不是为“卖名字”“卖卡司”的内容买单。

P18

殷陆君 中国记协国内部主任

观点：

新闻传播的机理在于传播信息、传达故事、传递情感，决定抵达多少人心灵深处。新兴媒体更关注媒体吸引多少眼球、受众点击率、互动率，在看书看皮、读报读题、双微读图的时代，仍然有如此多的人关注深度文摘、温度文人、厚度文化，值得珍惜。它也激励我们要创新形式、内容、方法、手段、体裁，创新理念、体制、机制、载体，更好地传播信息、传导情感、传递价值、更加快速地贴近和到达受众。

P30

目录CONTENT



特别策划

网络影视精品化路在何方？

- 009 网络视听内容呈现品质化发展趋势 / 陈林 董潇潇
- 012 2018中国网络影视精品研究报告 / 陈思 靳戈
- 016 用“破”与“立”的辩证法则打造新时代网络内容精品 / 魏星
- 018 网络影视进入精品新时代 / 王娟
- 020 爱奇艺在精品网络影视剧上的布局 / 陈潇
- 022 优酷的网络影视精品追求 / 何冀兵
- 024 秉持工匠精神 传承时代价值
——搜狐视频打造网生精品的实践 / 刘明丽

特别报道

- 026 从连年亏损到连续三年盈利 《金鹰报》转型创新展活力 / 钱尔赫

报刊观察

- 027 回顾历史是为了更好地出发
——《文摘报》“旧报新读”栏目的实践与思考 / 刘昆
- 030 走向改革史的深处寻找新闻人的足迹
——关于《文摘报》“旧报新读”栏目的思考 / 殷陆君
- 032 城市党报新媒体时政报道传播效果提升策略
——以《长江日报》为例 / 朱建华 李艳梅
- 034 负面信息如何实现正面宣传
——以《中国纪检监察报》为例 / 曹溢

广电聚焦

- 037 VR技术对纪录片的影响及发展思路 / 秦秀宇
- 039 方言广播：区域文化传承的重要载体 / 张昱

新兴传媒

- 041 社交直播APP的传播特征解析 / 莫彦峰 葛菲
- 043 社交媒体如何做好场景营销 / 刘忱
- 046 网络直播正向传播的“四维”建设 / 李荣庆
- 048 场景时代网络直播的发展与规范 / 郑亚楠 王国洋

海外传媒

- 050 美国纽约公共广播电台播客的发展路径 / 张晓菲
- 053 新媒体时代好莱坞电影的宣传策略 / 傅煊贻
- 055 美国《纽约客》付费墙营销模式的成功之道 / 姚芳

媒体实战

- 057 移动媒体时代诗歌朗诵艺术传播的新路径
——以《为你读诗》为例 / 朱俊瑛
- 059 我国网球赛事直播平台用户偏好与满意度探析 / 闵捷 孙金蓉
- 063 科普类节目的电视传播与创新之路
——以《未来架构师》为例 / 曹菲
- 065 如何在新闻报道中践行健康传播理念
——以“鸿茅药酒事件”新闻报道为例 / 赵鹏 朱帆
- 068 访谈节目中敏感问题的提问方法和策略 / 李元红

媒体融合

- 070 融合编辑部创新实践的三种模式 / 张美玲
- 072 融媒体时代全国两会报道的发展轨迹与趋势 / 付强
- 074 创新传播视域下的“纸媒+电商”新业态 / 曹佳欣

传媒广角

- 076 告别“洗白”：中国人演绎中国故事
——刘亦菲当选《花木兰》主角事件分析 / 何明星 苏慧文
- 079 中国电影2013~2018年海外传播影响力研究 / 吴越 张蓉 赵昱

传媒教育

- 081 新媒体语境下新闻理论教学的问题与方法探索 / 姚琦
- 084 “国标”视域下传媒专业“融合工作室”模式构建 / 刘彤
- 087 深度融合背景下融合媒体云教平台的创新发展 / 陈卓威 殷豪良
- 089 融媒体时代新闻教育的“供给侧”改革 / 靳舍

理论探索

- 092 从生理传感新闻的诞生看实时传播效果研究 / 华金香
- 094 跨文化传播学研究的三个维度 / 王妍

网络视听内容呈现品质化发展趋势

近年来，虽然网络视听节目保持数量品质双增长的良好发展态势，但不容否认，其精品化发展还任重道远。网络视听节目整体品质不高，有数量缺质量、有“高原”缺“高峰”现象仍然存在，思想性艺术性俱佳、口碑与流量等高的原创精品节目依然偏少。网络视听节目品质化发展的苗头来之不易，巩固和推动这种向好向上的趋势并使之成为行业发展大势，还要从业各方继续努力。

P09

2018中国网络影视精品研究报告

网络影视在很大程度上还是要依赖广告收入的，植入广告、“便利贴”和“创可贴”等会员无法规避的广告内容仍将消耗付费用户的时间和耐心，甚至可能造成付费用户的流失。想要打破这个局面，网络影视行业需从两个层面发力：第一个层面是提高核心竞争力，持续生产无可取代的精品内容；第二个层面是灵活创新付费机制，提升用户的界面使用体验，用优质的服务和良好的操作性能吸引更多的付费用户。

P12

城市党报新媒体时政报道传播效果提升策略

——以《长江日报》为例

移动互联网时代，标题成为流量的重要入口，这在新媒体平台上体现得更为明显。长江日报微信公众号推送的习近平总书记在湖北的内政外交活动显著的特点是，在转发新华社、央视等新媒体平台上的内容时，对标题都做了适当处理，处理之后让湖北或武汉的元素得以突显，这无形当中增强了内容的贴近性，有利于与本地用户建立关联。

P32