

国家新闻出版署主管 中国新闻出版研究院主办

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）

中文核心期刊 CSSCI（扩展版）来源期刊



# M 传媒 MEDIA

服务传媒 引领传媒

- P23 组织新媒体到扶贫一线践初心强四力  
——中国记协扶贫点系列直播覆盖人群超3亿人次
- P09 共建媒体融合新生态  
——访澎湃新闻总裁、总编辑刘永钢
- P12 内容源的生态建设：澎湃新闻和湃客们
- P50 内容、场景与用户有机结合的抖音营销传播



## 澎湃五周年与传媒生态

ISSN 1009-9263



9 771009 926141

2019年8月上 15 总第308期

## 本期观点

**杨深来 澎湃新闻派客创作者平台运营总监**

观点：

内容不存在“孤芳自赏”，真正好的内容并不会没有人看。但是，酒香也怕巷子深。“湃客”通过精细化运营话题、专题，通过不同维度细分用户的兴趣，最终结合关注推送等客户端平台的运营资源与方式，进行更高效的分发，拉动优质内容的长尾，让好内容找到对的人。

P12

**葛素表 新华社新媒体中心副总编辑**

观点：

创新确实是一个很令人激动的词汇，但实际上，创新是件不容易的事。在现实中，如何实现从亮点式创新向常态化创新的转化是一个难题。为此，新华社新媒体中心成立了专门从事创新的团队，每个编辑记者都要跟踪移动互联网最新探索，由此组合成创新兴趣小组。

P14

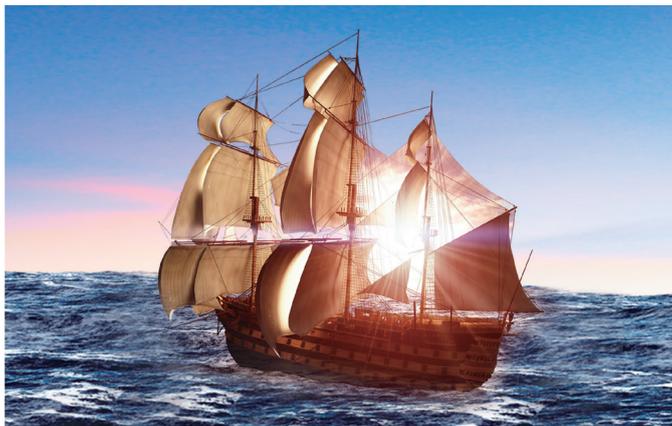
**方 莹 封面新闻、《华西都市报》总编辑**

观点：

面对人工智能时代，封面新闻在推进深度融合发展的过程中，一直坚持前瞻性的视野，从上线伊始就把建设“引领人工智能时代的泛内容生态平台”作为发展愿景，此后持续致力于建设智媒体。在封面的定义中，智媒体是智能媒体、智慧媒体、智库媒体，分别代表了技术维度、价值维度、社会维度。

P19

## 目录CONTENT



### 特别策划

#### 澎湃五周年与传媒生态

- 009 共建媒体融合新生态  
——访澎湃新闻总裁、总编辑刘永钢 / 左志新
- 012 内容源的生态建设：澎湃新闻和湃客们 / 杨深来
- 014 运用新理念新技术打造媒体新生态  
——新华社新媒体中心融合发展的新探索 / 葛素表
- 017 传媒生态变革与创新的思考 / 杭敏
- 019 媒体融合迈向纵深：视频化与智媒化 / 方莹
- 021 触电新闻客户端的传播力、影响力和变现能力 / 潘华平

### 本期特稿

- 023 组织新媒体到扶贫一线践初心强四力  
——中国记协扶贫点系列直播覆盖人群超3亿人次 / 陶韬

### 报刊观察

- 027 构筑媒体融合发展的战略支撑  
——以微商传媒的探索实践为例 / 韩新东 梁爽
- 029 找准切口，撬动传统媒体的经营转型  
——以柯桥日报社为例 / 王强
- 032 动漫期刊的融合传播与IP创新  
——以《知音漫客》为例 / 杨永强

### 广电聚焦

- 034 向网而生：网络影视的精品创作 / 马中骏
- 036 从大屏到小屏：媒体变革下新闻现场直播语言的影响与变化 / 罗幸 许丽君
- 039 媒体融合背景下如何提升地方新闻传播影响力  
——以内蒙古广播电视台为例 / 王黎明

041 浅谈中国纪录片的国际传播策略 / 黎明婉

### 新兴传媒

044 数据挖掘如何提升新媒体财经产品的传播力 / 马联

047 人工智能时代新闻业面临的挑战与对策 / 段蕾

050 内容、场景与用户有机结合的抖音营销传播 / 宋戈 张亦弛

053 从“今日头条”看手机新闻客户端的用户体验提升 / 黄晓慧 李凤鸽

### 海外传媒

056 信息时代国外简报新闻如何“迷住用户” / 蒋框

058 撬动好莱坞：Netflix与美国传统影视产业的话语权博弈 / 金文恺

### 媒体实战

062 媒体助力乡村振兴战略的作用与路径 / 蒲仕明

064 试论电视新闻报道的语境把握 / 陈其真

067 历史文献纪录片的创作特点探析

——以《我们一起走过——致敬改革开放40周年》为例 / 李羽

069 以改革的精神写好改革述评

——解析《河南日报》的两次重大主题报道 / 卢松

072 口述历史在人文历史纪录片中的作用 / 刘丹阳

### 媒体融合

074 浅析发散思维在融媒体中的应用 / 杨京达

077 引导自媒体弘扬社会正气 传递新时代文明实践新声

——山东省齐河县推进融媒体中心建设的有益探索 / 孙茂同 李晓楠

### 传媒广角

080 地域性传统文化传播的创新路径分析

——以广西壮族“三月三”文化节传播为例 / 黄立安

82 西部城市形象的短视频传播研究

——以重庆、西安、成都在抖音平台的形象建构为例 / 杜积西 陈璐

### 传媒教育

085 AI时代新闻学教育变革路径探析 / 宋雷

088 “互联网+”背景下的广告学教学改革与实践 / 张薇

### 理论探索

091 沉浸式传播：第三媒介时代音乐传播新范式 / 马海娇 韦文杰

094 参与式交互纪录片的场域建构与传播思考 / 闫敏 夏明英

## 组织新媒体到扶贫一线践初心强四力

——中国记协扶贫点系列直播覆盖人群超3亿人次

按照中国记协党组“不忘初心、牢记使命”主题教育和增强“四力”教育实践工作总体安排，7月下旬，中国记协新媒体专业委员会组织湖北长江云、湖南红网、重庆华龙网、四川封面新闻等委员单位，邀约快手科技等电商企业，到甘肃文县开展为期一周的定点扶贫系列直播报道活动。

P23

## 共建媒体融合新生态

——访澎湃新闻新闻总裁、总编辑刘永钢

截至2019年7月，澎湃新闻新闻客户端用户数已达1.53亿，在全网50余个渠道进行分发，官方微博粉丝数达1731万，秒拍号粉丝数1938万，头条号粉丝数1212万，同时拥有几十个子账号，形成了强大的矩阵传播网络，社交媒体日均点击量累计超1亿次。

P09

## 传媒生态变革与创新的思考

在产业蕴含巨大发展潜力的背景下，重要的组织管理层面探索在于如何对既有的资源进行有效的整合，形成创新的商业模式，推动传媒组织的可持续发展。传媒产业中的创新风起云涌、创业层出不穷，然而如何有效实现新媒体创新业务的货币化营收，仍然是我们在不断探索与思考的议题。

P17