

中共中央宣传部主管 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)

1 (下)  
2019  
传媒  
MEDIA

# M 传媒 MEDIA

服务传媒 引领传媒

P09 建设县级融媒体中心 更好地引导服务群众

——基于浙江省湖州市县级媒体的调研

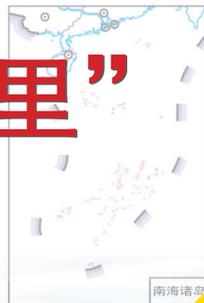
P14 县级媒体融合的意义和路径

P17 大数据+人工智能+云服务: 技术创新驱动县级融媒体中心建设

P19 开放合作, 共同推进县级融媒中心的建设



## 打通媒体融合“最后一公里” ——县级融媒体中心建设专题



ISSN 1009-9263



9 771009 926141

中共中央宣传部主管

2019年1月下 02 总第295期

万方数据

## 本期观点

**黄楚新** 中国社会科学院  
新媒体研究中心副  
主任兼秘书长

观点：

县级媒体融合进程中，新闻从业人员将首先面临挑战，如在内容方面，记者获取信息、传播信息理念亟待提升，需要根据内容整合新媒体传播形式，实现传播对象、传播渠道精准化、传播力影响力最大化。“采、写、编、评”综合性要求，也给新闻采编人员造成一定程度的本领恐慌等。为了更好地适应媒体融合，获得更多适应新媒体生产环境的人才，各县级媒体在融合转型过程中均把用人机制的改革创新作为重点。

P14

**王 鸣** 杭州凡闻科技有限  
公司联合创始人、  
董事长

观点：

融媒体的建设需要结合地方自身情况找到切合实际的方法；需要以开放合作的心态来推进建设，做到专业、共享、不排他，很难有一家公司能同时掌握报纸、电视、网站的采编、数据等全部技术。融媒体中心的建设离不开未来的运营，包括政务服务、民生服务，且这些服务最终将对接各政府部门，实现县级融媒体自身的造血功能和盈利模式。

P17

**李向荣** 央广新媒体文化  
传媒（北京）有限  
公司执行总裁

观点：

央广网作为中央广播电视总台领导下的中央重点新闻网站，希望通过融媒体联合工作室、系统平台建设、个性化定制、产品宣传发布渠道等多种形式与各地媒体单位展开全面、长期、创新的合作。期待在县级融媒体中心建设的大潮中，与大家携手共进，不断探索，以“共享技术平台、生产优质内容、增强传播影响力、培养融媒人才”为目标，开放合作，实现共赢！

P19

## 目录CONTENT



### 特别策划

打通媒体融合“最后一公里”

——县级融媒体中心建设专题

- 009 建设县级融媒体中心 更好地引导服务群众  
——基于浙江省湖州市县级媒体的调研 / 殷陆君 李振军
- 014 县级媒体融合的意义和路径 / 黄楚新
- 017 大数据+人工智能+云服务：技术创新驱动县级融媒体中心建设 / 王鸣
- 019 开放合作，共同推进县级融媒中心的建设 / 李向荣
- 021 县级融媒体中心建设路径探索 / 张庆洁
- 024 积极推进融媒体中心建设 扎实服务基层群众生活  
——延庆区融媒体中心建设的几点体会 / 董喜延
- 027 县级融媒体中心建设的“轻快”方案 / 张晓刚
- 030 长兴传媒集团：融合路上我们一直在努力 / 周澹
- 033 县级融媒体中心建设核心是加强制度的顶层设计 / 陈立新

### 报刊观察

- 036 党报如何讲好全面从严治党故事  
——关于《中国纪检监察报》“来自巡视一线的报道”的思考 / 何韬
- 038 淮北日报社融合发展的实践与探索 / 刘永忠
- 040 搭建有趣、有味、有用的人文家国  
——以《国家人文历史》为例 / 李林

### 广电聚焦

- 042 顺应理论下节目主持人话语构建的“循规”与“破矩” / 赵岩
- 044 消费主义、技术与视觉文化：漫威电影青年亚文化建构的三个  
支点 / 蔡林杉

### 新兴传媒

- 047 慕课传播的特征、模式与反思 / 付静
- 049 视频网站自制节目的互动模式探索 / 杜颖 郑苏淮

- 051 移动客户端新闻直播的发展特点分析 / 高一哲
- 053 国产网络剧产业的要素构成和传播策略 / 梁福春

海外传媒

- 057 韩国家庭剧主题选择的传播学分析 / 罗娟
- 059 网络时代全民媒介素养教育的提升策略  
——以印度“反假新闻培训”为例 / 曲升刚
- 061 美国广告专业教育的经验与启示 / 赵文琰
- 063 由“4Ps理论”看新媒体下报纸的营销策略  
——以《纽约邮报》为例 / 宋文雅 颜毓洁

媒体实战

- 065 “冲突、场景、互动”：《爱情保卫战》的节目创新与反思 / 刘临春
- 067 新丝路题材纪录片的审美意蕴构建 / 吉平 刘昭
- 070 提升民族文化传播力与影响力的路径  
——以“国乐大典”为例 / 秦莹莹
- 072 《赢在博物馆》：让文物在青少年心中“活起来” / 贺华
- 074 《我们在行动》：践行精准扶贫的公益传播 / 杨馨兰 田力

媒体融合

- 076 县级融媒体中心建设的成功经验与创新路径 / 王娇

传媒广角

- 079 可持续性：商业广告的生态伦理探析 / 黄慧
- 081 网络时代广告公司营销服务的转型思考 / 张晓凯

理论探索

- 083 播音主持教学论的理论体系构建研究 / 孟宪林
- 085 网络民意爆发的特点及有效引导  
——以“红黄蓝幼儿园事件”为例 / 刘婷
- 087 基于SoLoMo理念的城市品牌整合传播策略研究  
——以哈尔滨市为例 / 张薇 黄世晴
- 091 创业机会识别视角下的特色文化企业创建研究 / 杭敏 李东晓

广告·书评

时态使用对英语新闻报道的影响研究（钟鹰翔）/ 汉字传播研究的拓荒之作（温晓芳）/ 报业转型的范式探讨与路径选择（金欣）/ 对我国新闻传播教育的理性探索和前沿思考（褚玉晶）/ 伦理和心理学视角下的新闻实践解析（李静）/ 社交媒体背景下我国信息流广告设计传播路径研究（郟阳）

建设县级融媒体中心  
更好地引导服务群众

——基于浙江省湖州市县级媒体的调研

2018年11月初，我们深入湖州市及其下辖长兴、安吉、德清三县，采用实地考察、座谈会和个别交流等方式进行专题调研。湖州市在推进县级融媒体中心建设上起步早、工作实、推进快，长兴、安吉、德清三县先行先试，出实招、求实效，取得阶段性成果，探索出富有特色和亮点的县级媒体深度融合发展的新路子。

P09

县级融媒体中心建设路径探索

在北京，随着2018年7月21日海淀区融媒体中心正式挂牌，全市16个区融媒体中心均已宣告成立，建设速度在全国居于领先地位。北京市希望通过“下定一个决心、创造一个条件、建好一支队伍、聚合一个平台、探索一个机制、再造一个流程”，切实加快区级融媒体中心的建设，推动传统媒体与新兴媒体从简单相加到真正相“融”，最终实现优势互补，从而达到聚合共振效果。

P21

积极推进融媒体中心建设  
扎实服务基层群众生活

——延庆区融媒体中心建设的几点体会

为建设融媒体中心，延庆区委宣传部和区广电中心干部赴人民日报社、光明日报社、北京团市委等单位调研考察，为融媒体中心高效建设打下基础，经过99天的日夜奋战，完成融媒体中心机构设置、流程再造、人员整合、平台搭建、新媒体矩阵建设、业务培训等一系列工作，延庆区融媒体中心于2018年6月16日正式挂牌，在数据化、智能化、移动化、一体化的媒介深度融合上，开始新的实践和探索。

P24