

中国广播

CHINA BROADCASTS

两会专题 多平台多视角发声 融合传播创新出彩

——中央人民广播电台 2018 全国两会报道综述

改革开放 40 年·变革中的广播 广播引领传统媒体向交互型融合媒体进阶

——对广播媒体 40 年交互功能进化的研究

名家论坛 智慧广电的建设内容及发展思路

传媒观察 以“第三生活空间”打造车载广播的市场价值



NO.298 | 2018/04
人民币 15.00 元 港币 20.00 元
国内统一刊号: CN11-3074/G2
国际标准刊号: ISSN 1004-9061



卷首语

- 1 抓住大有可为的机遇期 开创有声阅读的新时代 王 秋

两会专题

- 4 多平台多视角发声 融合传播创新出彩
——中央人民广播电台2018年全国两会报道综述
中央人民广播电台总编室
- 8 湖北广播电视台两会报道的创新实践 王俊健 孙 俊
- 11 回归专业 听见两会好声音 李红忠 龙俊峰

特别策划

- 13 有声读物, 广播节目产品化的突破口
主题策划: 本刊编辑部
栏目主持: 刘浩三 肖婧为
- 14 有声读物的缘起与传播本质 李秀丽 孟 伟
- 18 有声读物的内容选择与语言表达的创新融合 王海燕
- 21 沉浸的故事: 增强现实技术有声书的内容创新 童 云
- 24 中央人民广播电台在有声阅读领域的探索与实践 傅 淳
- 28 广播与出版跨界合作 形成有声阅读新模式
——北京人民广播电台《长书天地》节目的《红案白案》案例
张 璐 张 蓉
- 30 新媒体背景下有声微小说的制作与传播
——以贵州广播电视台故事广播《美德少年》为例 王 喆
- 33 有声读物发展的现状与趋势 谭天琦

名家论坛

- 37 智慧广电的建设内容及发展思路 邹 峰

改革开放40年·变革中的广播

- 40 广播引领传统媒体向交互型融合媒体进阶
——对广播媒体40年交互功能进化的研究 吴生华

传媒观察

- 46 数据驱动广播广告的经营思路 方 乐
- 51 以“第三生活空间”打造车载广播的市场价值 牛存有
- 55 浅议传统广播实现在线音频内容付费的必要条件 夏恩博
- 59 节目综合评价体系建设的路径思考 张建康
- 62 互联网环境下少儿广播发展思路探索
——以儿童内容品牌“凯叔讲故事”为借鉴 李 默
- 67 浅议广播电台客户端未来发展之路 朱 珊

传媒与法

- 70 论案件报道需要坚守的特殊规则 阚敬侠

业务研究

- 73 如何制作高水准的新媒体产品
——以央媒新媒体产品为例 尤 青
- 76 新媒体环境下广播电视营销模式研究
——以河南广播电视台的运营为例 李浩然
- 79 论广播文艺节目在文化传承中的担当 邢晓春
- 82 广播可视化的现在和未来
——以北京人民广播电台青年广播为例 张 婷
- 85 广播节目视频同步直播的得失及应用策略 汪海东
- 87 试论广播节目中互动话题的设置 徐定华
- 91 我们是这样讲述长征的
——以央广《解码长征八十问》节目为例, 谈广播重大主题宣传拓展 马 艺

媒介前沿

- 94 两会报道怎么写才好看?
- 94 田进: 目前的重大任务是提升网络视听内容品质
- 94 揽人才, 补短板, 培养新媒体意识, 广播电台融媒体发展要注意什么?
- 95 新闻的新变化呼唤新理念
- 95 广播+视频直播主持人如何应对新挑战

大事记

- 07 中央决定组建中央广播电视总台
- 10 中央人民广播电台作品获第三届亚广联气候变化和减灾奖
- 96 “新智慧、新生态、新视听”CCBN2018主题报告会召开
- 96 “2017年度中国广播电视行业十大科技关键词”评选结果公布
- 96 中央人民广播电台中国之声获得“微博年度媒体消费传播奖”
- 96 智慧广电联盟在贵阳成立

彩页

- 彩一、彩二、彩三: 两会声音 央广表达
——中央人民广播电台2018年两会报道融合传播 创新出彩
- 彩四: “走出概念·快速见效”媒体融合发展论坛
- 封三: 两会广播记者风采

- 1 Grasping the Opportunity to Create a New Era of Audible Reading
Wang Qiu
- 4 Innovation of Converging Media Communication with Cross-platform and Multi-dimensional: A Summary of China National Radio's Coverage of NPC&CPPCC in 2018
General Editorial Department of China National Radio
- 8 Innovation of NPC&CPPCC Covered by Hubei Media Group
Wang Junjian, Sun Jun
- 11 Return to Professional: Good Voice of NPC&CPPCC
Li Hongzhong, Long Junfeng
- 13 Audible Readings: Breakthrough in Commercialization of Broadcast Programs
Theme Planner: Newsroom of China Broadcasts
Column Hosts: Liu Haosan, Xiao Jingwei
- 14 Origin and Essence of Communication of Audible Readings
Li Xiuli, Meng Wei
- 18 Innovation and Convergence of Content Organization and Language Expression of Audible Readings
Wang Haiyan
- 21 Immersive Stories: Content Innovation in Augmented Reality of Audio Books
Tong Yun
- 24 An Exploration of Development of Audible Reading: A Case Study of the Practice of China National Radio
Fu Chun
- 28 A New Mode of Audible Reading is Formed through Cross-border Cooperation in Broadcasting and Publishing Industry: A Case Study of Pingshu Program of Radio Beijing Corporation
Zhang Lu, Zhang Rong
- 30 Production and Dissemination of Hint Audible Fiction in the Context of New Media- A Case Study of "Juvenile of Virtue" Program of Guizhou Story Radio
Wang Zhe
- 33 Status and Trend of the Development of Audio Readings
Tan Tianqi
- 37 Content and Development Ideas of Intelligent Radio and Television
Zou Feng
- 40 Radio Promote Involutions during 40 Years: From Traditional Media to Interactive Converging Media
Wu Shenghua
- 46 Management Ideas of Broadcast Advertisement involving Data Driven
Fang Le
- 51 Enhance Market Value of Vehicle Broadcasting with "The Third Living Space"
Niu Cunyu
- 55 A Brief Analysis of Traditional Radio Achieving Payment for Audible Content Online
Xia Enbo
- 59 Reflections on the Construction of Comprehensive Program Evaluation System
Zhang Jiangeng
- 62 Exploration on the Development of Children's Broadcasting in the Internet Environment: Learn from the Children's Brand "Kai Shu's Storytelling" as a Reference
Li Mo
- 67 A Brief Discussion on the Development of Radio App in Future
Zhu Shan
- 70 On the Unique Rules that the Case Reports Need to be Upheld.
Kan Jingxia
- 73 How to Make New Media Products with High-quality by National Media Agencies
You Qing
- 76 Research on the Marketing Mode of Radio and Television in the New Media Environment: A Case Study of Henan Broadcasting System
Li Haoran
- 79 On the Role of Art Broadcasting Programs in Cultural Inheritance
Xing Xiaochun
- 82 Present and Future of Broadcast Visualization: A Case Study of Youth Frequency of Radio Beijing Corporation
Zhang Ting
- 85 Gain & Loss of Application Strategy of Radio Program Broadcast Synchronously in Live Video
Wang Haidong
- 87 On the Setting of Interactive Topics in Radio Programs
Xu Dinghua
- 91 On Major Theme Publicized by Radio: A Case Study of "Eighty Questions of Decoding the Long March" Program Produced by China National Radio
Ma Yi