



上海社会科学院
Shanghai Academy of Social Sciences

新媒体环境下传统媒体的创新与转型 ——以上海为例

上海社会科学院新闻研究所 强荧（所长 研究员）

2014年7月·首尔



目 录

01

转型必然性

02

转型基础

03

转型难题

04

三个代表项目

05

一些设想





一、上海传统媒体转型发展新媒体的必然性

1. 转型顺应了国内国际媒体转型发展的大趋势

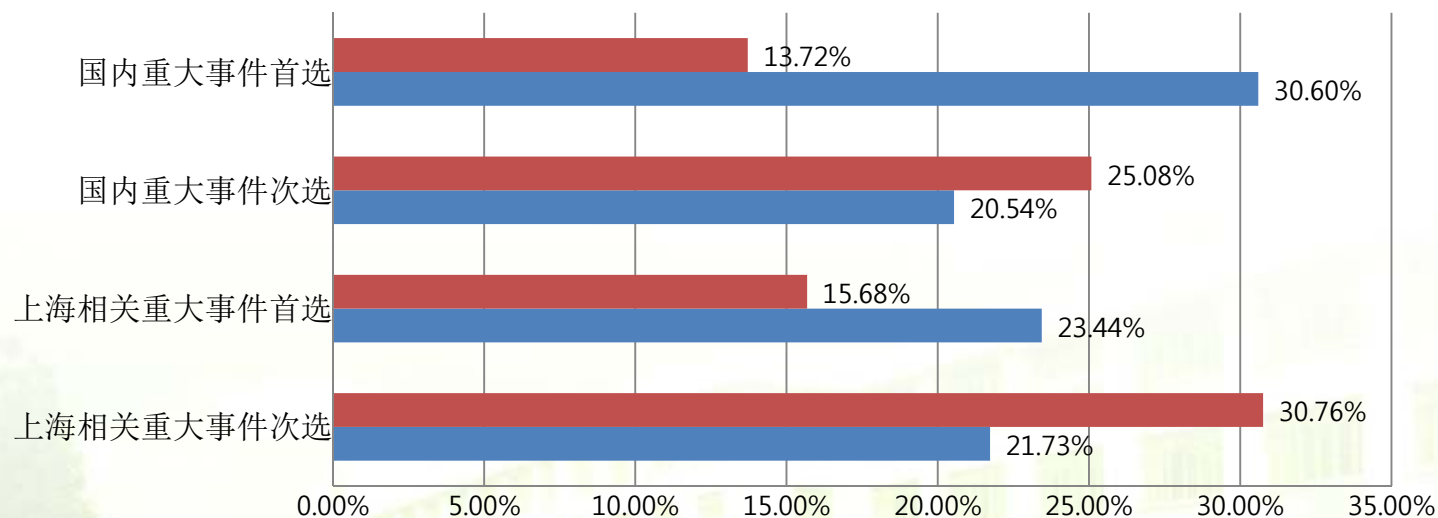
新媒体环境下，传统媒体已经面临着严峻的生存问题。

平面媒体：发行和广告下滑，不少报刊入不敷出、难以为继；

广播电视媒体：观众分流、影响力削弱的问题。



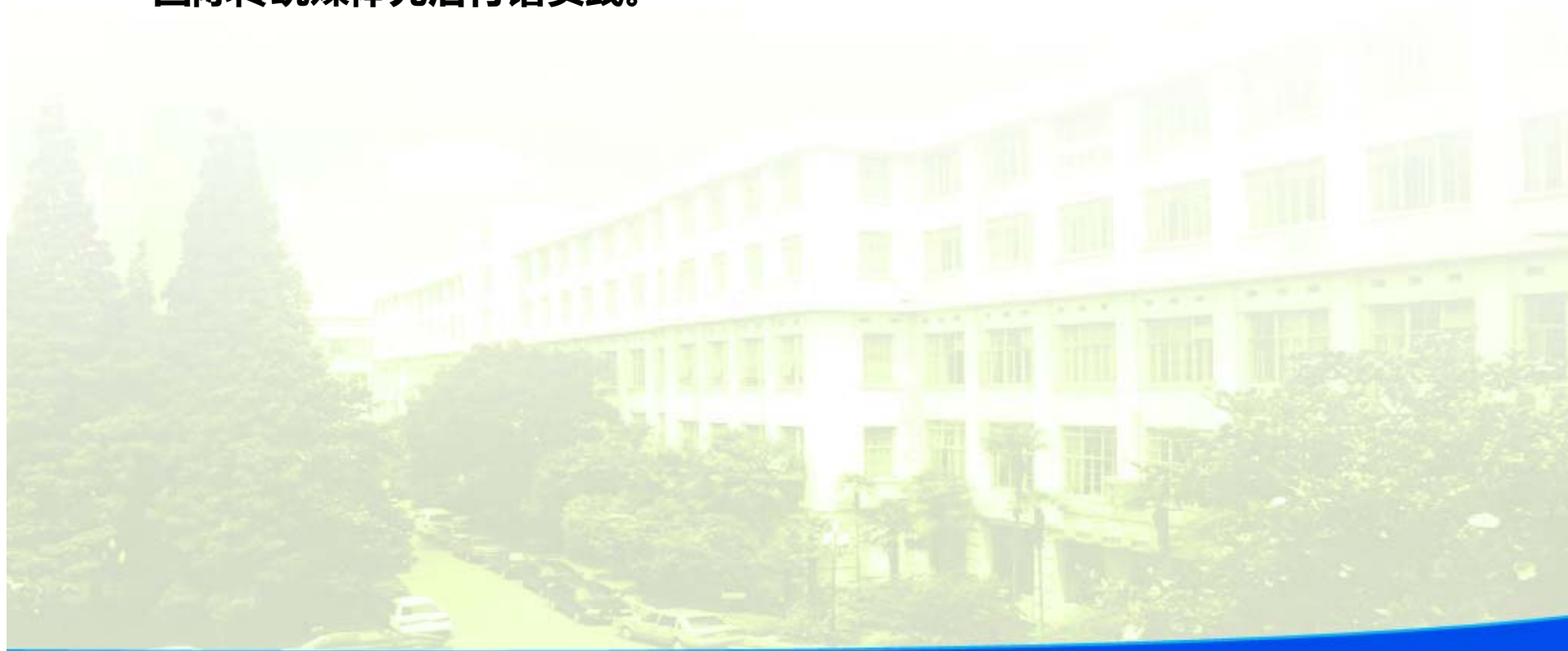
重大事件中媒体选择比较



重大事件发生时，商业网站抢在电视媒体之外的绝大多数主流媒体之前，发挥了第一影响力。



全球范围掀起了一场传统媒体逐步进行数字化转型的浪潮，国内国际传统媒体先后付诸实践。





一、上海传统媒体转型发展新媒体的必然性

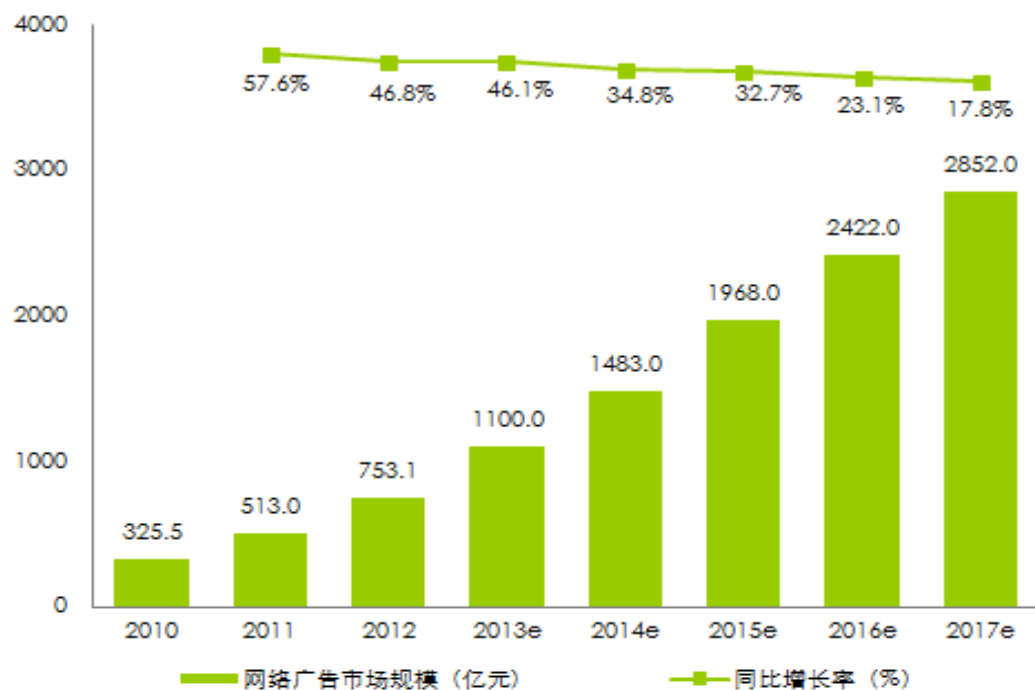
2. 转型是传统媒体应对市场化竞争的必然步骤

中国传媒业的转企改制和资源整合仍在加速进行
两大报业集团合并；大小文广合并；





2010-2017年中国网络广告市场规模及预测



注释：1.互联网广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此次统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

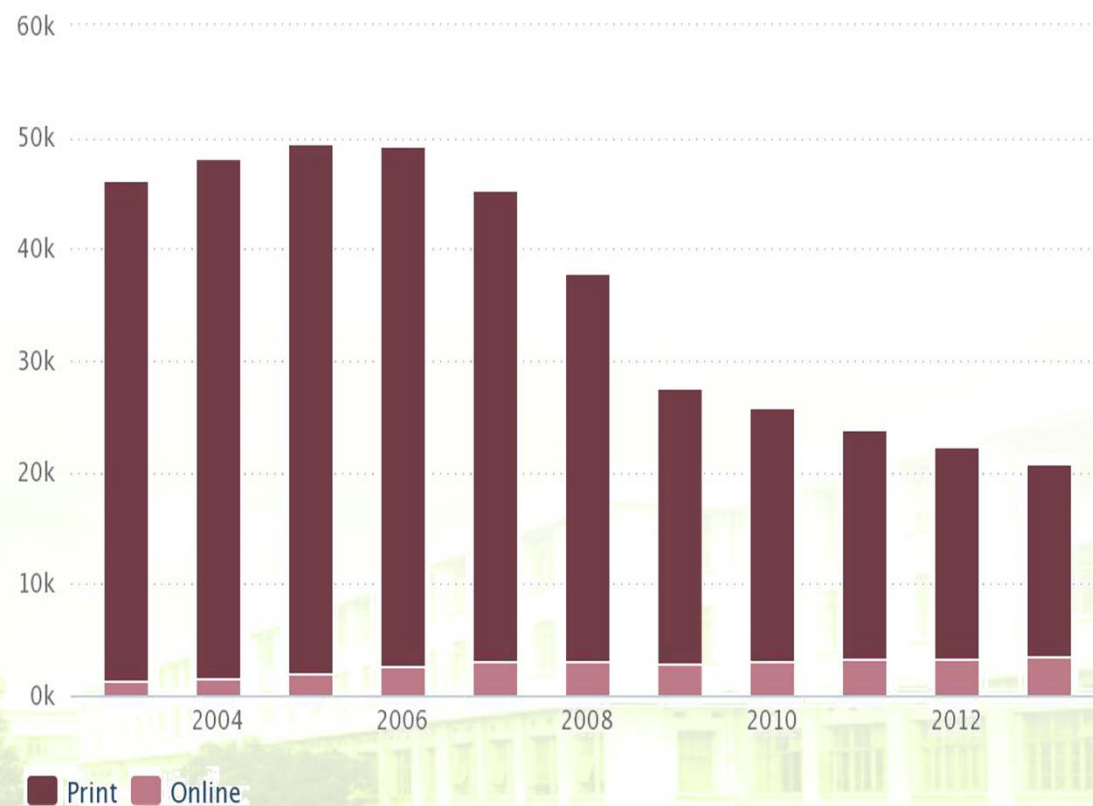
©2014.1 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2013年，互联网广告规模突破千亿大关，且同比增长了46.1%。与此同时，全国广播电视广告收入为1387亿元，增速增速比去年下降3.93%。



Newspaper Print and Online Ad Revenue



PEW RESEARCH CENTER

全球范围来看，美国纸媒的广告份额下降而网络媒体的份额上升也是大势所趋。



一、上海传统媒体转型发展新媒体的必然性

3. 保持意识形态领导权的重要步骤

从全球范围看，互联网作为新媒体的典型代表，不仅不是去政治化的，反而在不可避免地被深刻地政治化。

首先，美国在互联网政治中处于霸主地位，在互联网政策上存在着桌面上与桌面下两套标准。

其次，跨国互联网技术合作成为必然，加深了互联网政治的全球化。

第三，互联网已经引发了不同以往的社会行动，显示了强大的政治影响力。

第四，恐怖分子和国际犯罪集团通过利用网络，把攻击目标对准了敌对国的公民、商业、重要基础设施和政府，威胁他国国家安全。



二、上海传统媒体转型新媒体的基础

1. 历史传统

合并前的文新集团是中国最大的报业集团之一，旗下《文汇报》创刊于1938年，见证并记录了中国半个多世纪的历史进程；《新民晚报》创刊于1929年，1980年代后，始终定位在面向广大市民的综合性报纸，着眼于“飞入寻常百姓家”。





二、上海传统媒体转型新媒体的基础

2. 品牌积累

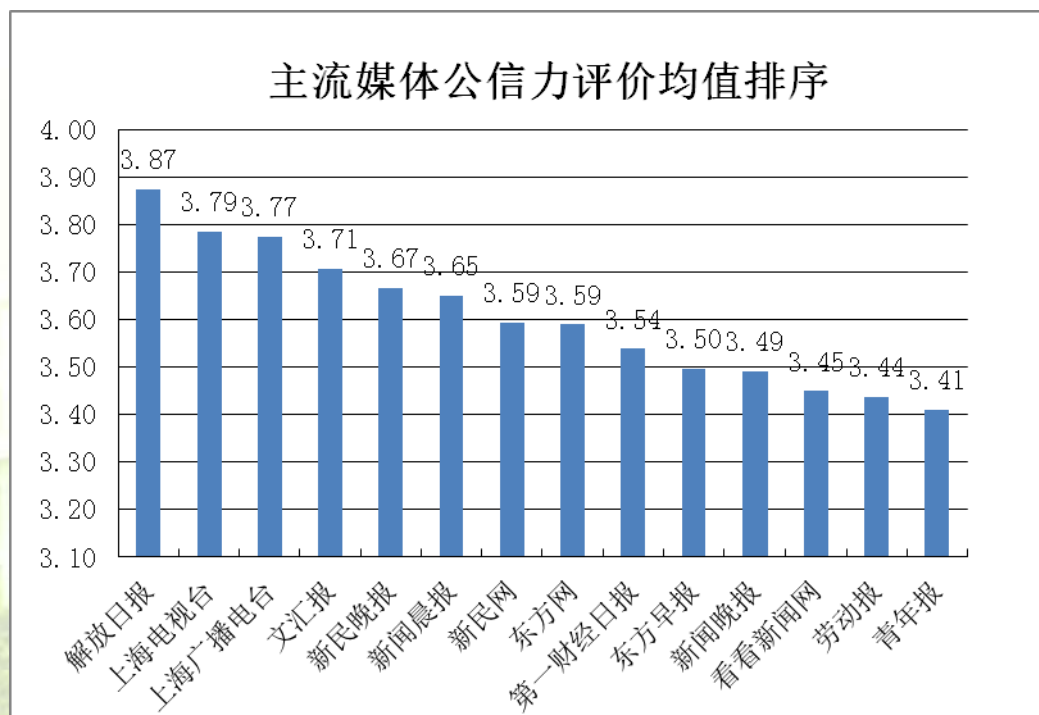
在2013年全国报刊出版集团总体经济规模综合排名中，解放、文新两大集团分列第五位和第6位，旗下《解放日报》、《新闻晨报》和《文汇报》、《新民晚报》均入围全国百强报纸。《新民晚报》和《新闻晨报》的报刊广告价值分列第4和第10位。



二、上海传统媒体转型新媒体的基础

3. 政治优势

在党管媒体的坚定原则
下，传统主流媒体依然具有优
秀的权威性和公信力。





二、上海传统媒体转型新媒体的基础

4. 新媒体实践经验

近年来，上海传统媒体已经积极着手了一系列新媒体实践。最基础的是开设网站、微博、微信、客户端。其他有代表性的特色实践还包括：

一是上海广播电视台旗下，百视通新媒体公司在新媒体技术、内容、产品、渠道等领域形成领先全球的综合优势；

二是原解放集团逐步形成覆盖多种渠道的传播能力，扩张电子阅报栏，改版解放牛网，打造大申网，架构全媒体多通道复合出版系统等；

三是原文新集团形成“1+4+X”的新媒体发展战略架构；

四是东方网建设了内容“中央厨房”等。



三、上海传统媒体转型新媒体的难题

1. 资本难题
2. 运营方式与影响力难题
3. 技术难题
4. 商业化生存难题
5. 人才队伍难题



四、上海传统媒体转型发展新媒体的三个代表项目

1. 澎湃新闻项目（www.thepaper.cn）

“澎湃”作为一个新媒体项目，是上海报业集团改革后公布的第一个成果，2014年6月上线。通过优质原创内容吸引流量，依靠海量用户来获取广告收入。

在产品模式上，“澎湃”要成为“中国第一个新闻问答产品”。

在内容生产上，澎湃一是为UGC转化为新闻源提供可能。二是内容写作以深度报道见长。三是在内容分类上进行创新。

在资本结构上，一部分来自政府，一部分来自财团，

“澎湃”的核心成员还实现了对项目的持股。

在盈利模式上，重在国有资产的保值增值。





四、上海传统媒体转型发展新媒体的三个代表项目

2. 上海观察APP项目

上海观察是上海报业集团成立后的第一批重点新媒体项目之一，去年底上线以来，用户已逾10万。主要产品是新闻内容，围绕事关上海发展的重大问题、焦点话题，展开深度报道。主要读者是党政干部、城市利益相关者和一切关注上海的境内外人士。作为一个新闻类的APP，上海观察最大的特点是采用了收费模式，对中国而言这也是一次大胆的实验。





四、上海传统媒体转型发展新媒体的三个代表项目

3. “直通990” 全媒体

“直通990”节目开办于2011年5月，是一个上海广播电视台与上海市民政局联手创办的民生节目，联通各类政府资源，整合社会各方力量，面向全体市民，提供高效、便捷、跨界的非紧急类公共服务。目前，该节目已经形成了由广播、网站、微博、微信、APP等多种传播渠道构成的“全媒体”。目前，该节目已经形成了3000-4000个案例，200项办事指南。

电台节目全年无休地每天直播3小时，开播一年半，广播非黄金时段收听率翻番。





五、关于上海传统媒体转型发展新媒体的一些设想

1. 管理部门应帮助传统媒体与新兴媒体整合发展过程当中普遍遇到资金、人才、技术、盈利模式的难题。
2. 鼓励适当借助外力，克服传统媒体因固化的思维模式和工作惯性带来的整合发展障碍。
3. 设立专门基金，鼓励市场化媒体在新兴媒体业务方面大胆尝试技术驱动型发展模式，鼓励高端新技术的应用。



五、关于上海传统媒体转型发展新媒体的一些设想

4. 进行上海传统媒体的资源整合，进行差异化定位、分类化运营，同时，避免对技术、项目的重复投资，在集团层面加强对资源的合理有效调配。
5. 鼓励发展各种低成本、碎片化的新媒体产品，探索将碎片化资源整合为大平台的盈利模式。
6. 鼓励各单位建设好用户数据库和内容资源库，探索线上线下相融合的服务产品。



上海社会科学院
Shanghai Academy of Social Sciences

谢谢
THANKS

