

政策力挺！传媒股王者归来！

8月18日《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》正式出台；中央财政也于8月12日下拨了中央补助地方文化体育与传媒事业发展专项基金236亿元，并将用于文化传媒行业基础设置的改进以及相关设备购置，这将会提升文化传媒行业消费需求，从而进一步拉动行业基础性发展。传媒股上演王者归来。

详解习近平文化传媒新政

8月18日，新华社等央媒先后发布信息，标题为《习近平：着力打造一批形态多样新型主流媒体》。

中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。习近平强调，要着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团。算是解开了当天传媒股飙涨的谜底。看看18日的盘面，率先涨停了的人民网、浙报传媒、粤传媒以及表现不俗的中文传媒、出版传媒、中南传媒一水的国有传媒大盘股，带动不少民营传媒股草根们一起披红戴花。对于今年表现相对落寞的文化传媒股，尤其是国有文化传媒股来说，莫非临到八月，“春天”反倒来了？

对于部分背景深厚的国有文化传媒企业和有意投靠“大树”的市场化传媒企业来说，这是“文化产业大跃进”以来的最好政策机遇，有可能扶持出市值上千亿的巨型国有传媒航母。

政策出台的力和背景

审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》的中央全面深化改革领导小组，简称“深改组”，可谓是当下中国党政军权力的中枢。习近平为组长，副组长分别为李克强、刘云山、张高丽，核心主要囊括了国务院、人大、政协、军委、政法系统等部门负责人，中宣部部长刘奇葆也是核心组员之一。

小组成立于2013年11月中共十八届三中全会闭幕之际，此前的三次会议分别召开于1月、2月、6月，前两次会议分别通过了6个专项小组的决议、2014年工作要点的决议，解决了职责与架构、工作计划的问题。第三次会议则重点审议了财税体制改革、户籍制度改革、司法体制改革的三个意见和方案，进入三个关系到国家前途的关键方向的议题。

出乎意料的是，作为下半年的首次会议，文化传媒领域的议题成为深改组的第四次会议的焦点之一，并且集中在“推动传统媒体和新兴媒体融合发展”上。此高度已经超过了第一般国计民生问题的关注程度，可见最高决策层已经将对媒体的发展和管理放在了何等重要的位置上。

如果回顾本届领导层主政后一方面加强对传统主流媒体的管理监督，另一方面成立国新办，严打网络非法传播行为，近期还通过“微信十条”对新媒体工具“立典”，就不难理解高层推动新旧媒体融合的良好用心。拉动经济、提供娱乐都是衍生产品，融合发展的核心目标。

即将出台的“意见”会带来哪些影响

1、强势央媒和传媒央企、一线传媒国企在新媒体领域将通过“砸钱”、建“绿色通道”加速发展，获得更大的话语空间和发展空间。人民日报、新华社、中央电视台等当然一马当先，上海广电、湖南广电、南方报业、浙报集团等强势地方媒体平台背景的媒体集团也有先发优势。已经折腾出来的，人民网、东方明珠、百视通、电广传媒、浙报传媒、中南传媒，都可能在新媒体的路上扬帆而去，还没有动作的，也未必不会有“逆袭”之举。

2、互联网巨头BAT和360，已经小有气候的互联网企业们，在业务和资本上有望和国有传媒文化企业发生越来越多的“关系”，如果你听说乐视网“牵手中宣部开办党建轮播频道”并对之一笑置之的话，如果你对小马奔腾原董事长李明去世后引入国字头的华人文化产业基金入股也感觉顺理成章的话，相信未来几年内会有更多的文化传媒圈的“混搭”和“混合所有制”令我们见怪不怪。

3、围绕传统媒体和新媒体的融合，国有传媒企业和民营企业的融资，将会出现众多的新模式、新机遇，当然也有新陷阱，下一代传媒人的成功模式将既不同于传统的“新闻人”模式，也不同于逐渐传统化的“IT男”模式，而是寻找融合期转瞬即逝的更多间隙与窗口。

刘奇葆：加快推动

传统媒体和新兴媒体融合发展

今年4月中宣部部长刘奇葆已经在《人民日报》发表题为《加快推进传统媒体与新兴媒体融合发展的文章》，全文如下：

推动传统媒体和新兴媒体融合发展，是党中央着眼巩固宣传思想文化阵地、壮大主



流思想舆论作出的重大战略部署。习近平总书记强调，要加快传统媒体和新兴媒体融合发展，充分运用新技术新应用创新媒体传播方式，占领信息传播制高点。党的十八届三中全会提出，要整合新闻媒体资源，推动传统媒体和新兴媒体融合发展。我们要认真学习领会中央精神，进一步统一思想、提高认识，切实增强推动媒体融合发展的紧迫感责任感使命感。

一、推动媒体融合发展是一项紧迫的战略任务

当前，网络和数字技术裂变式发展，带来媒体格局的深刻调整和舆论生态的重大变化，新兴媒体发展之快、覆盖之广超乎想象，对传统媒体带来很大冲击。从媒体发展格局看，传统媒体的受众规模不断缩小，市场份额逐渐下降，越来越多的人通过新兴媒体获取信息，青年一代更是将互联网作为获取信息的主要途径。从舆论生态变化看，新兴媒体话题设置、影响舆论的能力日渐增强，大量社会热点在网上迅速生成、发酵、扩散，传统媒体的舆论引导能力面临挑战。从意识形态领域看，互联网已经成为舆论斗争的主战场，直接关系到我国意识形态安全和政权安全。可以说，传统媒体已经到了一个革

命图存的重要关口。面对这种严峻形势，推动传统媒体和新兴媒体融合发展刻不容缓，必须跟上时代发展步伐，加快融合发展进程，这是我们应当肩负起的历史责任。

媒体融合发展是传媒领域一场重大而深刻的变革。传统媒体和新兴媒体可能不是一个简单的此消彼长的关系，而是在一定条件下、比如在融合发展的条件下此长彼长的态势。传统媒体和新兴媒体的关系，大体经历了三个阶段，一是传统媒体建设新兴媒体，二是传统媒体和新兴媒体互动发展，三是传统媒体和新兴媒体融合发展，现在正进入第三个阶段。目前，很多媒体都开始了融合发展的探索，也有不少亮点。在今年全国两会宣传报道中，中央主要媒体加强互动融合，通过网站、微博、微信、客户端等，立体化、互动式、全天候传播两会信息，发出主流声音，成为融合发展的一次大探索。同时也要看到，融合发展是一个全新的课题，我们在许多方面还存在跟不上、不适应、不到位的问题，必须进一步提高思想认识，加强统筹规划，制定总体思路，明确工作目标，在融合发展之路上走稳走快走好。

推动媒体融合发展要按照积极稳妥、科学发展、规范管理、确保导向的要求，以中央主要媒体为龙头，以重点项目为抓手，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合，加快建设形态多样、手段先进、具有强大传播力和竞争力的新型主流媒体，努力达到世界一流水平。

新闻媒体是党和人民的喉舌。推动媒体融合发展，要始终坚持党管媒体原则，坚持

团结稳定鼓劲、正面宣传为主方针，把正确导向贯穿到融合发展的各环节、全过程，使融合后的媒体继续成为主流媒体，不断巩固壮大主流思想舆论。

二、努力形成适应媒体融合发展的观念和认识

观念引领行动，认识推动实践。总的来说，我们对媒体融合发展的趋势看得越来越清楚，但在实际工作中还存在一些滞后认识和观念偏差。有的满足现状，患得患失，担心打破原有格局，认为融合发展多此一举、没有必要，不搞融合发展也还能活；有的存在畏难情绪和惰性心理，对融合发展缺乏信心，不愿试不愿闯，坐等给政策、给资金、给项目；还有的存在惯性思维，用办传统媒体的方法来对待融合发展，拿出的方案、提出的措施往往不对路。这些问题和现象的根源，就是没有挪动屁股、更新观念，没有跳出传统媒体的本位和思维。推动媒体融合发展，首先要解放思想，破除陈旧观念的束缚，形成适应融合发展的新观念新认识。

一是树立一体化发展观念。一体化发展，是媒体融合的内在要求和基本方向。现在，传统媒体都在积极发展新媒体业务，办了新闻网站、开了法人微博、建了客户端，实现了互动发展。但传统媒体业务与新媒体业务总体上还是并行的，整体优势没有充分发挥出来。要树立传统媒体和新兴媒体一体化发展的理念，实现各种媒介资源、生产要素的有效整合，实现信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍的共享融通，形成一体化的组织结构、传播体系和管理体制，做到你中有我、我中有你。

二是强化互联网思维。推动媒体融合发展，很重要的就是要充分运用网络技术手段去改造传统媒体，这就要求我们必须用全新的互联网思维，来谋划和推进各项工作。要适应新兴媒体平等交流、互动传播的特点，树立用户观念，改变过去媒体单向传播、受众被动接受的方式，注重用户体验，满足多样化、个性化的信息需求。要适应新兴媒体即时传播、海量传播的特点，树立抢占先机的意识，高度重视首创首发首播，充分挖掘和整合信息资源，在信息传播中占据主动、赢得优势。要适应新兴媒体充分开放、充分竞争的特点，树立全球视野，强化市场观念，提高市场营销和产品推介能力，做大做强自身品牌。

三是增强借力发展意识。推动媒体融合发展，要加强自主建设，提高技术研发创新能力。但在互联网飞速发展、新技术新应用层出不穷的今天，融合发展所需要的技术都靠自己研发，是不可能的，也没有必要。要打破小而全、大而全的观念，能用社会的、别人的技术要尽量用，不能关起门来搞融合，什么都自己来建。要通过多种形式，充分利用别人成熟的技术、平台、渠道、手段等借力推进，实现更好更快发展。

四是发扬攻坚克难精神。媒体融合发展

是一场全方位的革新，也是一场新的艰苦创业征程。它不同于以往的改版扩版和栏目调整，也不是在原有框架下修修补补，如果不思进取、怕这怕那，工作就难以推进。要以浴火重生的胆识、你行我更行的气度，勇于挑起担子、把责任扛在肩上，解难题、啃骨头、往前走。要站在新兴媒体发展前沿，解放思想、大胆探索、锐意创新，加快融合发展步伐，实现赶超、争创一流。

三、瞄准和利用最新技术推动融合发展

科学技术是第一生产力。现代科技的加速发展，推动新闻传播从“铅与火”“光与电”走到了“数与网”。新兴媒体诞生和发展的过程，实际上就是网络技术和信息内容相互结合与发展的过程。技术与内容互为支撑、相互融合，是一体之两翼、驱动之双轮，共同构成核心竞争力。现在，传统媒体在技术研发应用、升级维护方面还很滞后，网络技术的短板制约了自身的发展。融合发展要实现突破，关键是顺应互联网传播移动化、社交化、视频化的趋势，把当今可用的技术都囊括到我们的视野中来，进入到我们的项目设计，用最好的技术，达到最好的水准，取得融合发展最佳效果。

一是利用大数据和云计算技术推进新闻生产。大数据和云计算是当前具有代表性的两种新技术，这两种技术的发展和运用深刻影响着社会生产生活，为创新新闻生产开辟了广阔空间。在媒体融合发展过程中，我们要重视和用好这两种技术，优化媒体内容制作、存储、分发流程，提升数据处理能力，为内容生产和传播提供强大支撑。运用大数据和云计算技术，首先要掌握海量的数据资源。经过几十年的发展，新闻媒体积累了丰富的数据资源，这是我们的宝贵财富。要把这些优势资源整合起来，建设和完善专业化、规模化、现代化的内容数据库，同时加强对各方面数据的收集整理，不断夯实融合发展的信息资源基础。要加强数据新闻生产，充分挖掘大数据背后潜藏的新闻价值，拓宽新闻来源、丰富新闻内容，为用户提供高质量的新闻信息产品。

二是利用移动互联网技术实现弯道超车。现在，移动互联网发展很快，智能手机、平板电脑等移动终端已成为人们上网获取信息的最主要手段。有人说，未来的世界是移动互联网的世界。近两年，国外很多大型传媒机构都在向移动互联网布局，但总体来说，大家起步的时间、相互的差距并不大，我们在移动互联网上多下功夫，就很可能实现弯道超车。从目前来看，客户端是访问移动互联网主要入口，也是比较成熟的技术应用，很多媒体都开发了移动客户端，要办出特色、办出影响。要加强手机网站建设，丰富信息内容，完善服务功能，着力打造移动互联网上的新闻门户。同时，积极利用移动通信技术平台，办好手机报，促进其规范有序发展。商业网站在移动客户端、手机浏览器、应用商店等方面技术比较成熟，要积极关注、善

加利用，借助他们的技术和平台，扩大在移动终端的覆盖面和影响力。

三是利用微博微信技术拓宽社会化传播渠道。互联网社交类应用日益普及，社交网站已成为互联网新业务的服务入口和用户来源。去年底，月球车“玉兔”微博在网上亮相，用拟人化的口吻播报探月计划，并网络语言与网友互动，吸引和感动了很多

人。推动媒体融合发展，要密切关注并有选择地发展社交类应用和技术，促进社交平台与新闻传播平台有效对接，增强平台粘性，集聚更多的忠实用户。要借助商业网站的微博、微信等技术平台，建好法人账号，扩大用户规模，提升传播效果。

还要看到，信息技术发展日新月异，更新换代的周期越来越短，比如4G技术已开始应用和推广，可折叠电子纸、可穿戴设备、5G技术等呼之欲出，将会带来信息传播新的变革。我们必须紧盯技术前沿，瞄准发展趋势，不断以新技术新应用引领和推动媒体融合发展。

四、进一步增强媒体信息内容的核心竞争力

对于新闻媒体来说，内容永远是根本，是决定其生存与发展的关键所在。应当看到，“报纸”是两个部分，一个是“报”，一个是“纸”。“报”是传播的内容，融合发展就是为了使“报”适应和运用新的技术、新的方式，更好地加以生产和传播。“纸”是传播的载体，是物质的、技术的，现在就是要用新的技术来换旧的技术，用互联网技术、电子技术来换“纸”。可以说，“报”是核心，“纸”是为“报”服务的。推动媒体融合发展，在强调技术引领和驱动的同时，必须始终坚持“内容为王”，把内容建设摆在十分突出的位置，以内容优势赢得发展优势。

一是在品质上追求专业权威。传统媒体在信息采集核实、分析解读等方面，有着新兴媒体无法比拟的优势。要通过融合发展，最大限度地把这个优势发挥出来，延伸和拓展到新兴媒体。要依托强大的采编力量、权威的信息渠道、规范的采编流程，进行专业化的新闻生产，着力打造优质的新闻产品，确保网上网下的报道真实准确、全面客观。要加强信息资源的挖掘和加工，深耕信息内容，推出思想性强、观点鲜明的深度报道和评论言论，进一步提升信息内容的品质。

二是在传播上注重快捷精简。新兴媒体传播的一个重要特点就是微传播，各种微内容、微信高速流动、跨平台流动，用户随时随地能够获取信息。这就要求我们多在“微”字上做文章，多生产精准短小、鲜活快捷、吸引力强的信息，在传播中抢得先机。要用好微博、微信等传播平台，形成即时采集、即时发稿的报道机制，努力抢占第一落点。要加强短视频、微视频的创作生产，丰富报道方式，把报道内容直观形象地呈现出来。

三是在服务上注重分众化互动化。现在，一般化的信息不再是稀缺资源，人们的个性化需求越来越多，倒逼内容生产必须在特色化、分众化上下功夫。在媒体融合发展的过程中，既要提供共性新闻产品，也要加强个性化新闻生产。要认真研究用户的不同需求，有针对性地生产特色信息产品，点对点推送到用户手中，做到量身订做、精准传播，提高新闻宣传的实效性。互动是新兴媒体的独特优势和显著特征，在融合发展的进程中进行内容生产，必须将互动思维渗透到采编播各个环节。要加强媒体与用户间的互动交流，吸引用户提供新闻线索、报道素材和意见建议，提高用户的关注度和参与度，在互动中参与，在参与中传播。

四是在展示上实现多媒体化。在新媒体环境下进行新闻生产，必须采取多媒体化的展示方式，以多样化的展示、多介质的推送，使我们的新闻报道动起来、活起来。去年，互联网上有一段5分多钟的视频“领导人是怎样炼成的”，用动漫的形式讲述了中国领导人的选拔过程，把我们的领导人以卡通人物的形象展现在公众面前，短短几天点击量超过1000万次，社会反响很好。在媒体融合发展的过程中，要综合运用图文、图表、动漫、音视频等多种形态，实现内容产品从可读到可视、从静态到动态、从一维到多维的升级融合，满足多终端传播和多种体验的需求。

五、建立适应融合发展的组织结构、传播体系和管理体制

推动媒体融合发展，既需要进行技术升级、平台拓展、内容创新，也需要对组织结构、传播体系和管理体制作出深刻的调整和完善。从目前情况看，我们的一些体制机制还不能适应融合发展的要求，束缚了新闻生产力的发展。要加快改革步伐，积极探索创新，推动形成一体化发展的体制机制，为融合发展提供坚实保障和有力支撑。

一是重组媒体内部组织结构。在融合发展过程中，媒体内部组织结构的重组是一大难点。要根据融合发展的需要，加强新兴媒体的力量，改变传统媒体和新兴媒体分立单干