



中华人民共和国国务院新闻办公室

The State Council Information Office of the People's Republic of China

[首页](#)
[>](#)
[新闻发布](#)
[>](#)
[部委新闻发布](#)
[>](#)
[中国社会科学院](#)

中国社科院举行2019年《中国新媒体发展报告》蓝皮书发布会

时间：2019-06-25
 来源：
 中国网

A+
 A-
 打印
 收藏
 分享
 评论

原标题：中国社科院《中国新媒体发展报告》（2019）蓝皮书发布会

中国社会科学院新闻与传播研究所于2019年6月25日举办“中国新媒体发展报告”（2019）蓝皮书发布会。



发布会现场（中国网 孙宇 摄）

中国社会科学院新闻与传播研究所党委书记、副所长赵天晓：

各位领导、各位专家，大家下午好。一年一度的《中国新媒体发展报告》发布暨新媒体发展研讨会现在正式开始。请允许我代表中国社会科学院新闻与传媒研究所以及中国社科文献出版社介绍一下今天领导和主要嘉宾，他们是：中国社会科学院副院长、党组成员高培勇，中国记协党组书记、常务副主席、中国记协新媒体专业委员会主任胡孝汉，中央网信办网络新闻信息传播局李谦，中国社会科学院科研局副局长吕嵩崧，社科文献出版社总编辑杨群，社科院新闻与传播研究所所长唐绪军，社科院新闻所副所长、纪委书记季为民，社科院新闻所新闻学研究室主任黄楚新，人民网副总裁、人民网研究院院长唐维红，北师大新闻传播学院执行院长喻国明，中国人民大学新闻学院党委书记周勇，中国社会科学院大学媒体学院执行院长漆亚林，人民网舆论与公共政策研究政策中心祝华新，南京大学紫金传媒研究院副院长赵曙光，中国传媒大学政务实验室主任侯镔，中央财经大学互联网经济研究院副院长欧阳日辉，新闻写作杂志主编梁凤鸣，传媒杂志编辑部主任左志新，趣头条研究院院长柳霞。

出席今天发布会和研讨会的媒体有人民日报、光明日报、经济日报、新华社、中新社、中国青年报、中国日报、中国经济时报、中国经济导报、深圳特区报、21世纪经济报道、中国教育报、北京日报、北京晚报、中国社会科学报、新京报、北京青年报、中国新闻出版报、经济参考报、第一财经日报、南方日报、解放日报等。广播电视台有中央广播电视总台、北京电视台。网络媒体有人民网、新华网、中国网、央视网、中国青年网、社科网。杂志媒体有新闻与写作传媒等，另外中国社会科学院新闻传播研究所的史主任和研究人员以及社科大学媒体学院的一些学生代表也参加了今天这个会，对各位领导、各位专家、各位嘉宾的莅临我们表示热烈地欢迎。

下面，我们请中国社会科学院副院长、党组成员高培勇副院长致辞。

中国社会科学院副院长高培勇：

表中国社会科学院向这部蓝皮书的原创单位，中国社会科学院新闻与传播研究所，出版单位，社会科学文献出版社以及参加蓝皮书编撰的各位专家学者表示热烈的祝贺。

十年对于个人来说，足以青丝变白发，但对蓬勃发展的互联网新媒体而言，只不过是转瞬之间，我们哲学社会科学工作者的使命其实也就是这样，以个人有限的生命去探索人类社会无穷无尽的发展和变化。互联网作为人类历史上最伟大的发明之一，正在深刻改变着社会生活的方方面面，我们有责任去关注它、认识它、研究它，从而使之更好地为我所用。作为国家级的专业研究机构，中国社会科学院新闻与传播研究所十年前就已敏锐的学术眼光开始关注新媒体的发展，推出了国内第一部以新媒体命名的蓝皮书。十年来，这部蓝皮书通过详实权威的统计数据，独特新颖的理论视角，忠实记录了新媒体在中国发展的轨迹，盘点了各年度新媒体发展过程中的热点、难点和焦点，成为了解中国新媒体发展现状和未来趋势不可或缺的重要参考资料。

本月初，我参加了第五届皮书学术委员会第二次全体会议暨第十届优秀皮书奖中评会，我并非意外的是，这部新媒体蓝皮书在社科文献出版社出版的总共426种皮书中，综合评价得分排名位居第二，超过了许多历史上比它更悠久的历史老牌皮书。我本人是从事经济学研究的，习惯于从供需平衡的角度去考虑问题，我想，这部新媒体蓝皮书之所以能够取得如此的佳绩，一方面与其紧扣信息发展的趋势，顺应人们对信息社会的了解和探求的需求有关。另一方面，也与蓝皮书的作者们术业专攻能够为人民提供真知灼见有直接的关联。社会有需求，你有能力满足这种需求，你就一定能获得成功。今年的这版新媒体蓝皮书，我以为有如下四个方面的特点：

其一，把握了数字经济发展的趋势。事实上，互联网的发展不仅关乎传媒业，更是生产力的一次质的提升。因此，讨论新媒体的发展，不能单就媒体而论媒体，只有跳出媒体行业从整个经济发展的大趋势中来看新媒体的发展，才能既见森林又见树木。这一版新媒体蓝皮书在这方面做的是不错的，其内容涉及到数字引领经济高质量发展、多元主体战略布局、产业互联网、数字经济与实体经济深度融合、智能+推动打造数字生态系统，工业互联网创新发展进入快车道等方面的内容，让我们看到新媒体的发展和数字经济的发展是密不可分的，新媒体是推进数字经济发展与繁荣的新动力，反过来也可以说，数字经济为新媒体的发展与创新提供了新平台。

其二，把握了国家发展战略的大势。党的十八届五中全会、“十三五”规划纲要等，对实施网络强国战略、互联网+行动计划、大数据战略等作出了部署。

其三，把握了新兴媒体蓬勃创新的态势。在数字经济发展的背景下，在国家发展战略的指导下，新媒体的发展自然也有其自身的特点和重点，互联网既是一个技术问题，也是一个政治问题，基于互联网发展起来的新媒体同时也是意识形态的最前沿。今年的这一版新媒体蓝皮书站在维护国家政治安全、文化安全、意识形态安全的高度，一方面，从宏观的角度临摹和分析了中国新媒体发展的总体概况和未来趋势。另一方面，也从微观的角度解剖麻雀，着重探讨了全媒体理念短视频发展，县级融媒体中心建设、区块链技术、人工智能运用、社交网络传播现状、网络舆论场的新变化、网络广告发展、新媒体版权保护等重要议题，可以说，问题意识突出、抓住了新媒体发展创新的重点和难点，提供了可兹参考的对策建议。

其四，把握了服务国家发展的实势。通过建设县级融媒体中心，构建现代传播体系，引导群众、服务群众，是新时代增强党的执政能力建设的重要环节。数字丝绸之路是共建“一带一路”的重要举措，新媒体成为共建“一带一路”的重要组成部分，并不断发挥引领作用，成为构建人类命运共同体的强劲驱动力。

上述各个领域在今年这一版新媒体蓝皮书中都有论述，并且有独到的见解，显示出了编纂者把握大局、服务国家发展的学术能力。

各位朋友，面临百年未有之大变局，加快推进网络强国建设的实施，打造新型大国媒体传播体系，是新时代赋予新闻传播学者及媒体从业者的历史使命与责任担当，我相信，新媒体蓝皮书的编撰者们以其睿智和洞见可以在其中大有作为。

最后，预祝本次发布会和研讨会圆满成功，祝新媒体蓝皮书越办越好。谢谢大家。

赵天晓：

刚才高院长总结和评价了新媒体蓝皮书这个报告的几个方面的特点。谢谢高院长对我们工作的鼓励，下面请中国记协党组书记、常务副主席、中国记协新媒体专业委员会主任胡孝汉致辞。

中国记协党组书记、常务副主席、中国记协新媒体专业委员会主任胡孝汉：

尊敬的培勇副院长，各位同行，各位朋友，大家下午好。今天由中国社会科学院新闻与传播研究所主持编撰的《中国新媒体发展报告》（2019）在这里正式发布了，我谨代表中国记协、中国记协新媒体专业委员会对这版新媒体蓝皮书的发布表示热烈祝贺。《中国新媒体发展报告》是国内研究新媒体最早、最专业的年度报告，每年报告发布都引起社会广泛关注，今年更是非同寻常，因为这是这部蓝皮书的第十次发布。大家知道，这十年是中国媒体行业风云激荡、革故鼎新的十年，这部新媒体蓝皮书成为新时代中国新媒体发展的见证者和记录者，每年一版蓝皮书单独来看，只是一年来发展状况的概述，但串联起来就能看出来中国新媒体的发展脉络。

2010年，这部新媒体蓝皮书首次发布时，中国互联网用户规模仅4.57亿，互联网普及率仅为34.3%，当时门户网站拥有巨大的影响力，博客的热潮尚不完全退去，微博刚刚兴起，社交媒体的概念初为认识，中国还处在3G时代，用户对于智能手机知之甚少，移动互联网的大幕尚未拉开，人们对媒体的未来充满朦胧的期待和忐忑的担忧。

已走入互联网+时代，带动了网络直播、短视频产业的蓬勃发展。今年5G即将商用，移动互联网即将迎来智能时代。过去的十年，是中国互联网新媒体、新应用波澜壮阔、奔流向前的十年，是中国移动互联网、社交媒体、数字经济崭露头角、方兴未艾的十年，是舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化的十年。今天，在新媒体蓝皮书发布第十个版本的时间节点上，回首过去，展望未来，我们自然感慨良多，对于媒体人、媒体的研究者来说，过去的十年也是不能忘却的十年，传统媒体经历了转型的阵痛，融合的艰辛和创新的磨砺在探索的道路上不断砥砺前行。

中国社会科学院新闻传播与研究所是我国重要的媒体研究机构，成立40多年来，为马克思主义新闻观的传播发展，为中国传媒业的改革发展，为传统媒体与新兴媒体的融合发展作出了巨大贡献。十年十版新媒体蓝皮书，就是该所诸多贡献之一，也成为我们新闻同行参阅的范本。

借此机会我谈三点建议：

一是我们要认真研究、深刻领会这些新思想、新观点、新论断，并以此为指引，追寻新媒体的发展规律、传播规律和市场规律，推进具有全球视野、中国特色与全媒体特征的新媒体建设和研究。

二是要加强对新媒体技术的研究，运用信息革命的成果推进媒体融合向纵深发展。新媒体基础是新技术，新技术的特点是发展迅速，迭代快，比如H5、VR、AI等等一个接一个层出不穷。随着5G的商用，人工智能更是一项不可忽视的新技术。

三是要加强对现实问题的研究，以问题为导向，为新媒体发展提供学理支撑。怎么样能做到流程优化，通过什么样的办法才能达到平台再造的目的，实现各种媒介资源生产要素的手段有哪些，这些都是传统媒体和新兴媒体融合发展过程中的现实问题，只有深入实际调查研究，才有可能找到解决这些问题的办法。

同行们、朋友们，作为记者之家，中国记协积极落实党中央决策部署，顺应时代发展要求，于2018年7月成立了新媒体专业委员会，助力媒体融合发展。我们举办了中国新媒体大会，开展新媒体新闻信息采编传播培训，并在中国新闻奖的评选中增设了媒体融合奖项，用于那些奖励在短视频新闻、移动直播、新媒体创意互动、新媒体品牌栏目、新媒体报道界面和融合创新方面作出突出贡献的优秀作品。我还向大家预告，我们也将编辑出版中国新媒体年鉴、中国新媒体发展研究报告，为促进新媒体和媒体融合发展贡献更多智慧和力量。

同行们、朋友们，中国新媒体的发展已取得了巨大成就，但前面的道路依然崎岖漫长，机遇与挑战并存，我相信在党和政府顶层设计和国家战略保障下，中国的新媒体发展一定会取得更加丰硕的成果。中国记协新媒体专业委员会也希望能与中国社会科学院新闻与传播研究所在推动媒体融合、促进新媒体发展方面有更多的合作。

最后，祝本次发布会和研讨会圆满成功。谢谢大家。

赵天晓：

胡书记在致辞中回顾了新媒体十年的发展历程，以及在这个过程中我们十本的新媒体发展报告，对这个过程的记录和对未来的启迪这方面的不可或缺的作用，同时也对我们今后的工作提出了三点殷切的期望，谢谢胡书记。下面请中国社会科学院科研局副局长吕嵩崧发言。

中国社会科学院科研局副局长吕嵩崧：

尊敬的高副院长、尊敬的胡书记、各位同仁，大家下午好。非常高兴参加新媒体蓝皮书《中国新媒体发展报告》（2019）发布会，首先我代表科研局对发布会的召开表示诚挚的祝贺。皮书成果作为社科文献出版社的重要学术品牌，自创立至今得到了社会各界的良好的反馈，在经济、社会、政治等各个领域的预测分析中发挥了重要作用。社科院一直以来十分重视科研成果的转化，在项目研究和成果出版等各个方面提供了巨大的支持。皮书项目就是我院重点资助的图书品牌之一，自创新工程实施以来，皮书项目成为了我院每年常规资助的图书品牌。经过多年积累和发展，皮书品牌不仅成为中国社会科学院社科文献出版社的知名学术出版品牌，也成为了中央主管部门高度关注的出版品牌，这与我院和社科文献出版社共同建立的严格的评审机制和管理机制是分不开的。

新媒体蓝皮书以其良好的学术质量和社会评价多年来位列皮书评价排名前50位，并列入社科院创新工程学术出版资助项目。今年是新媒体蓝皮书系列发表的第十个年头，十年树木成林，十年厚积薄发。新媒体蓝皮书长期关注中国新媒体发展，今年新媒体蓝皮书《中国新媒体发展报告》（2019）融合了全国数十位著名新媒体研究学者的学术心得，紧跟时代发展，深入探讨了短视频发展、区块链媒体发展、人工智能发展、小程序发展、新媒体版权等当前的重要问题，结合个案剖析，指出了当前新媒体发展存在的不容忽视的问题，并提出了针对性的政策建议，是一部有价值的研究报告。

在百年未有大变局的时代背景下，新的时代的新闻研究工作者面对的形势严峻、挑战严峻、使命艰巨，需要我们认清形势、紧跟时代步伐，在继续加强新闻传播学等传统学科建设的同时，要注重新媒体研究等新型学科的发展，敢于立时代潮头，发思想的先声。要自觉践行习总书记知识分子当以报效祖国和人民为抱负的嘱托，始终保持着为科学事业奉献青春的一腔热血之初心，不随波逐流，甘于寂寞，不忘担当，自觉将个人理想融入到国家发展的大背景下，展现出新时代科学工作者的精气神。在书桌前实现价值，在奋斗中创新梦想。

最后，祝愿新媒体蓝皮书越办越好，祝愿新闻所的工作更上新台阶。社科院科研局也将继续为新媒体蓝皮书做好各项服务工作，谢谢大家。

赵天晓：

社科文献出版社总编辑杨群：

尊敬的高院长、胡主席，尊敬的各位学者、专家、媒体的朋友们，大家下午好。因为我们是皮书的出版者，我们每年出400多种皮书，多数的皮书都有发布会，为了显现出版者和编撰者的合作亲密无间，往往发布会我们是共同主办，共同主办就要来参加，参加就要说两句。刚才各位领导的讲话都是有理有据，我只能说一点客套应景的话。

首先，作为我们今天会议的共同主办者，感谢各位领导、各位专家学者、媒体的朋友，在这样一个酷暑的下午，从各处来到广西大厦，参加新一年的新媒体蓝皮书的发布。确实，我参加过几次，多年来我们在座的很多学者，都是已经比较熟悉了，每年这个时候都会从四面八方来参加发布会。肯定在撰著过程中也会有很多合作，这不仅是我们新闻所的一个皮书，在这当中也有其他的院校或者其他的给予很多出版前的交流沟通，非常感谢。

第二，作为出版者祝贺新一年度新媒体蓝皮书的出版发布，确实，今年是第十个年头，在我们全社出版的皮书里面不算年头长的，但是高院长刚才致辞中提到了427种皮书，综合评分第二位，那是非常难得的。因为确实根据院里的要求，院领导多次指出，皮书存在和发展、影响就是在于质量不断地提升，没有质量就没有皮书的价值，所以这些年我们一直从形式到内容不断对各皮书编研单位提出要求，要做的更好，做的更规范，做出每年相关领域问题研究包括对问题的描述、对问题存在的对策建议等更精准，所以十年能做到这一步真的是非常不容易，也祝贺这新的一年，祝贺祖国的十年之路。

第三，关于皮书我是没有发言权的，但是从以往几年我也参加过的皮书来看，正如刚才高院长提到的四个特点，确实每一年度的新媒体蓝皮书大体，至少从我这个外行来看，能够紧密切合当年新媒体发展的状况，比较精准的能够描述出当年发展的特质的东西，对未来发展的趋势有一个很好的描述，对于存在的问题如何解决也有很好的建议。今年这个皮书除了总报告，我觉得总报告的题目大概就是今年的主题，中国新媒体发展的新布局，就是有了新的动向，智能+全媒体，确实，总报告引领了下面各个篇章的热点有7篇、调查有7篇、传播有5篇、产业有6篇，相信一会儿的研讨大家还会有更好的介绍。

第四，出版社皮书的有关情况。就一点，根据院领导的要求，根据主管部门的要求，皮书会在现有的基础上，对它的质量要求无论是从形式、规范到内容本身，会日益的严，目的无非就是使我们的皮书能够真正发挥专家学者的资政作用，能够真正发挥专家学者研究的独特见解，为各级政府的决策，为一般社会公众或者实物部门应用，发挥真正的作用。我们可能会和各个皮书原创单位有更多的沟通交流，希望我们前端靠各原创单位，后端出版、宣传、传播会尽我们之力，努力认真的做好出版工作，使我们皮书真正发挥作用。

要说的就是这些，谢谢大家。

赵天晓：

提到社科文献出版社大家就会想到皮书系列，应该说从20多年前第一本经济发展报告蓝皮书的出版，到现在刚才杨总介绍已经是427种皮书系列，在学界、在业界，在整个社会上应该说有广泛的影响。他们取得这样的成功，是跟他们作为出版人的用心是分不开的。谢寿光社长、杨群总编辑，以及皮书出版分社的同志们，在新媒体蓝皮书十年之际，把十个总报告结集出版，印发了十周年纪念版。

下面有请杨总向楚新主编赠书。

下面再请高培勇副院长、胡孝汉书记、杨群总编辑和唐绪军所长共同为我们2019新媒体发展报告进行揭牌面世。

下面请唐绪军所长介绍本年度新媒体蓝皮书的主要内容。

《中国新媒体发展报告》主编、中国社会科学院新闻与传播研究所所长唐绪军：

尊敬的高院长、尊敬的胡主席，各位来宾、各位专家学者，大家下午好。很高兴我们一年一度又在这里相会了，我简要地把第十版的新媒体蓝皮书的内容给大家汇报一下。有些可能是新朋友，对我们这部蓝皮书并不太了解，刚才我们已经揭幕了，这是我们从2010年开始的第十版蓝皮书。我们的特色和亮点，就是国内第一部最早关注新媒体发展动态的年度报告。非常荣幸的是，我们连续六年从2013年到2018年荣获优秀皮书一等奖。这是我们突出的两个亮点。在编撰这部皮书过程中，我们形成了五个方面的坚持的原则：时代性、开放性、全面性、前沿性、专业性。我们未必完全达到了这个目标，但是这是我们奋斗的一个方向，不展开说了。需要说的是我们对新媒体的理解，刚才有些人问我关于数字经济怎么也在你们新媒体蓝皮书中间，这是因为我们持一种开放的态度来看待新媒体，我们对新媒体的理解是依托于互联网移动通信和数字技术等新的电子信息传播技术而兴起的媒介形式及其应用。

传统媒体时代，媒体都是有专门人在控制的，它是稀缺资源，由于互联网的出现，新的介质层出不穷，特定的介质形态和特定人相结合就成为一种新的媒体。所以，我们的关注范围就非常的广泛。我们研究的重点有五个方面，关注新媒体发展现状、分析新媒体热点焦点、探索新媒体传播影响、展望新媒体未来趋势、提出新媒体发展建议。那么，从这几个方面来说，其实蓝皮书就是一个典型的智库报告，我们理解这个智库报告从内容上来说无非就是关注两个字，如果把它抽象化了，一个是“态”，一个是“势”。态就是现状，是一个行业和研究领域发展的基本状况。势，就是趋向，是一个行业或者研究领域发展的未来走向。态，是实然的，是具体存在的，势是或然的，是我们现在看不到的，所以只有准确把握“态”才能科学预测“势”，我们做的这个皮书也想达到这个方向。

联起来的话，就是一个不断地发展的过程。我们可以看一下从互联网+智能化、智能互联、全媒体是一个不断发展的过程。本年度第十版新媒体蓝皮书，我们的主题是“智能+”和全媒体，这是我们对去年2018年整个状况的概括。分成五大板块，总报告1篇、热点7篇、调查7篇、传播7篇、产业6篇。作者团队一共有51位专家学者，或者是研究者、参与人这部新媒体蓝皮书的研究和撰写。主要内容包含媒体融合、县级融媒体中心建设、区块链媒体、政务新媒体、网络舆论场、人工智能等等。

对于2018年中国新媒体总体状况与发展态势，我们概括成六大进展、提出了十大展望。六大进展：一是国家战略部署为新媒体布局与发展提供了根本性保证，这是从顶层设计角度来说的。去年一整年，我们国家开了一系列的工作会议，都跟新媒体、都跟网络的发展有关系。二是新媒体理念与价值认同得到了重塑。刚才胡孝汉主席讲到中国记协2018年在中国新闻奖的评选中首次对新媒体的作品纳入了评奖的体系中间，这也是一个很好的说明。三是产业互联网开启数字经济的下半程，这是厚实基础，只有在坚实的数字经济基础上新媒体才能有更好的发展。四是智能+为产业转型升级赋能，这是技术的加持。五是互联网专项治理成果显著，这是环境的优化。在这个基础上，全媒体打造了新的数字传媒生态，媒体得到了升级。

十大展望，我们认为未来几年中间数字经济将成为我国经济高质量发展的核心动力，人工智能和5G的商用将开启智能互联的一个新的时代，以短视频为代表的网络视频业的发展势头还会继续下去，以工业互联网蓬勃发展为基础、传统产业加速了数字化的转型和升级，互联网巨头多项布局竞争的边界趋于模糊。网络空间主流意识形态建设将得到进一步的加强，信息消费将成为最具活力的消费领域。新零售向深层次数字化的方向发展，粉丝经济成为互联网经济的重要商业模式，网络扶贫持续走向深入。

盘点2018年中国新媒体的热门或者说焦点有哪些呢？我们把它抽象了五个焦点：一是政务新媒体呈高质量发展趋势。二是重大主题报道成为媒体融合实践场。三是县级融媒体中心建设上升为国家战略。四是网络直播和短视频行业发展途径各异。五是5G+4K为新媒体业提供了新的契机。简单说一下，在政务新媒体方面，2018年2月国务院办公厅印发了《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》，明确了政务新媒体的定义和定位，它是干什么的，由此启动了政务新媒体的提升、优化以及整顿。

政务新媒体在服务群众方面绩效更加显著，这一部蓝皮书中间，我们有专门的一份报告，论述了政务新媒体的质量提升方面所取得的成绩。在重大主题报道方面彰显了新的传播力，我们去年的最重要的一个主题报道是改革开放40年，还有两会的报道，在这个大的主题宣传中间，各个媒体单位以及各个新媒体的平台都用了很多新的技术来进行创新报道。县级融媒体中心的建设，是去年的一个重点突出的热点，从时间线上看，2018年1月，全国宣传部长工作会议使县级融媒体中心建设的全面启动期。2018年8月，全国宣传思想工作会议，把县级融媒体中心的建设上升到国家战略的高度。2018年9月，县级融媒体中心建设现场会提出了典型示范。2018年11月，中央深改办通过的关于加强县级融媒体中心建设的意见使得县级融媒体中心的轮廓出现。2019年1月，一个规范、一个要求正式发布，提出了县级融媒体中心建设的标准。

县级融媒体从此蓬勃的发展。但是，在这个建设过程中间存在着许多问题，我们通过调研发现，县级融媒体中心在基层层面房地产化情况较为突出，就是要房子、要设备、花钱，但是并没有在名义的回流、重视群众的服务方面下更多的功夫。

视频的发展仍然是2018年非常火爆的一个方面，但是到了去年的下半年，视频、短视频有一点发展平缓，不像上半年那么发展的迅速。在这个过程中，视频日志Vlog显示出了它强劲的竞争力，各个平台都在争夺视频日志，因为这种表现形式更为丰富，叙事感更强的短视频形式更能够吸引人。在这个中间，出现了一个新词，就是KOL，是一个意见领袖在一个网络时代的一个新用法。由于这些意见领袖积极传递以及表达他们的观点具有一定的权威性，在网络语境下被视为一种新的营销手段。5G+4K，大家都知道，一个是通信的标准，一个是清晰度的标准，尤其是视频行业带来了一个新机遇。

由此中国新媒体发展动向呈现这么几个方面：一是新媒体产业新巨头在崛起，原来是BAT，但是现在今日头条、美团、滴滴有强劲的追赶的能力，5G、区块链新产业将逐渐落地，随着5G的商用化，像VR、AR、MR都可能进入实用阶段，新媒体产业上市融资将更为便利，这主要是由科创板开启了。产业互联网成为突破的新的方向，组织、架构、调整成为新的趋势，为了适应新的变化，必须内部组织结构要有新的调整。

在整个发展中间，2018年新媒体的发展中间，我们认为也存在很多的问题，其中主要的有这么几个：一是在区块链媒体的发展过程中间，由于更多的依靠于比特币一类的数字货币吸引网民存在着很大的泡沫，在我们这部蓝皮书中间，专门有一个份报告讨论什么叫区块链媒体，它不是报道区块链媒体，而是以区块链技术构建的媒体。

网络舆论场出现了新的变化，中等收入群体走入了舆论的聚光灯，在2018年的637件热点事件中经过统计分析，中等收入的人群在其中扮演了重要的角色。网络“黑公关”去年引起大家关注的一个问题，因为“黑公关”替人消除一些所谓的负面舆情，在这个过程中间也引起了很多的纷争，所以需要我们对这个现象予以重视，光靠政府是不行的，必须企业主体和行业组织共同努力。

网络广告发展非常迅猛，但是也存在着亟待正视的问题。这中间主要有两个问题：一是“隐私换广告”，大家都知道现在算法的推荐，你上了哪个网，算法推荐都会把很多相应的东西推送给你，这中间就存在着我们的隐私被利用。二是所谓“二跳”广告，表面上是一种广告，点击它以后是会出来另外一个广告，更有隐蔽性、欺骗性。

总的来说，2018年中国新媒体的发展有令人兴奋的一面，也有令人担忧的一面，不多说。对于新媒体发展我们提出了八点建议。

第一，要大力发展数字经济，支持并规范产业互联网发展，推动实体经济与数字经济深度融合，着力将我国建设成为世界网络强国。

体传播党的创新理论的能力和水平。

第三，全面推进“智能+”，深化人工智能、5G等研发应用，注重把握网络社交模式更替规律，推动智能零售、产能共享、新型信息消费等行业热点发展，加强人工智能保障和改善民生相结合。

第四，着力推动和规范短视频行业发展，新闻短视频的创新、生产和传播，发挥大数据在新闻信心产品生产中的作用，注重社交电商与短视频的结合，以及网络视频新业态、新服务、新模式的出现。

第五，提高数字治理能力，推动互联网治理进一步精准化和精细化，加强网络主流意识形态建设，强调新媒体报道人文价值，防止出现信息娱乐化倾向，深化媒体和智库交流，鼓励大力发展国家级新媒体专业智库。这中间区块链技术应该加强应用的研究。

第六，推进媒体融合因地制宜、因时制宜创新发展，加大媒体融合发展力度、广度和深度，加快传统整合转型进程，及时评估县级融媒体中心建设效果，鼓励创新媒体创新移动传播理念方式和劬劳，加大移动传播人才的培养力度。

第七，提升数字问题出海对传播中华文化的推动作用，加强网络文化国际交流，培育新型文化业态和文化消费模式，鼓励互联网平台企业全球化发展，推动互联网和新媒体行业人才工作体制机制科学化、规范化，进一步加强网络版权保护力度。

第八，坚持依法治网，重视网络安全，加大依法保护数据力度，进一步完善网络空间综合治理体系，坚持发挥“数字丝绸之路”，对共建“一带一路”的引领推动作用，通过新媒体讲好中国故事，推动全球网络空间互信共治合作。

刚才胡孝汉书记也讲了，这里很多都是我们下一步需要研究的问题，我们将在网络强国思想的指引下更努力的工作、更深入的研究，争取把我们新媒体蓝皮书一年办的比一年更好。谢谢大家。

赵天晓：

唐绪军所长对今年报告的总体内容给大家做了一个发布和介绍。最后让我们共同以热烈的掌声对《中国新媒体发展报告》（2019）的出版发行，对各位领导光临并给我们致辞讲话表示热烈的感谢。发布会环节就到此，下面转入研讨环节，请黄楚新主任主持。

社科院新闻所新闻学研究室主任黄楚新：

各位领导、各位来宾，各位朋友下午好，非常高兴新媒体蓝皮书又一次跟大家见面了，今天我们邀请来的一些朋友都是我们的老朋友。每年的新媒体蓝皮书既是一个重要的发布时刻，也是一个媒体大咖各种思想迸发的时刻，每次在蓝皮书发布会上都有很多新的思想、新的观念、新的理念产生，的确可以称之为真知灼见。下面，我们有请第一位，是来自人民网的副总裁、研究院院长唐维红女士。大家欢迎。

人民网副总裁、人民网研究院院长唐维红：

谢谢黄主任，我先抛砖。很高兴参加这个研讨会，去年也是在这里，很高兴能有这个学习和交流的机会。在昨天我们人民网具有了第八版的移动蓝皮书发布，我们很珍惜这次来学习的机会。新媒体今年是第十版，它不仅是一个研究成果。刚才听了唐所长的介绍，内容非常丰富和多元，是51位专家学者的结晶，是很重要的研究成果，既有整个一年的工作的记录，更有一些研判和预测，很特别是给我们在第一线的从业人员有了针对性和指导性，非常有意义的一件事，我觉得首先是一个成果。第二个是一个连接的平台，书里的内容很丰富，不仅有从业的观察还有管理的建议，还有舆情、新兴产业方面的涉猎，我觉得通过这个蓝皮书可能也架起了管理者、从业者、专家学者甚至用户的连接和平台。我觉得这是一种非常有意义的一件事，也再次代表人民网祝贺第十版蓝皮书的发布。

现在媒体用的最多的就是媒体融合，“融合”是个关键词，从2014年开始国家把这个上升到国家战略开始，媒体从怎么融合到深度融合这块一直在探讨、一直在思考，所以怎么做，怎么是新媒体的优势，怎么发挥传统媒体的优势，怎么保持媒体的竞争力和活力也是我们一直在思考和探索的问题。人民日报是71岁了，也是刚刚过了生日，6月15日是人民日报的生日，人民网到现在也已经22岁了。所以，我们觉得新媒体的“新”是相对来说的怎么能保持，年代可能不一定等同于新和旧或者是传统，怎么能保持媒体的创新力、媒体的创新力、媒体的生命力、媒体的创造力是我们一直在探索和研究的问题。

现在的人民日报不光是一个报纸，也是一个网络的新型媒体。昨天徐总跟大家分享了我们综合的受众覆盖了9亿，也是一个正青春的新型媒体，也在不断的常做常新。在探索中、在摸索中可能三方面的创新，对我们能保持媒体鲜活的生命力和创新力有所帮助，首先还是守正创新，这可能是党报党媒党网一直在强调的。2019年我们把人民网树为党建年、新闻年、创新年，我们在强调这种把方向和举旗帜，而且在这方面，大家在探索新的技术的方面我们可能更把人民网的新闻评论、深度报道还有舆论监督、政策解读这些新闻更强调要做强做大，回归新闻或者是重塑新闻的竞争力，这是我们在创新方面守正创新要坚持的一个方面。

第二，技术创新。这一点大家肯定是认同的，就像刚才说的新媒体的判断一样，我们移动互联网的蓝皮书判断也是中国移动互联网已经步入了智能时代，这是我们昨天蓝皮书发布的判断，技术每一次的变革等引领了传播业态的变化，所以对技术的敏感是我们一直想追求、一直在探索的。在这一块

第三，机制创新对我们来说是非常重要的。今年两会还没有结束我们就启动了人民网机制的优化，很多内容部门重新来布局、来重组，我们成立了深度调查部，我们重新成立了评论部，过去评论部是在大的编辑中心里重新把机构调整优化了一下，就是为了更适应现在的媒体生产传播形式，希望通过机制的创新能焕发出更大的创造力。

我们希望特别是在人才队伍的建设还有人事体制方面能有所突破，给媒体的创造力能提供一些更持久的支撑，这方面也特别希望得到专家学者还有业界的支持和关注。

最后我做一个预告，也知道我们新媒体蓝皮书要出版了，我们提前跟唐所长约定了，过几天要请唐所长带着专家学者到我们人民网做访谈，针对这次中国新媒体第十本的蓝皮书做一些解读，也欢迎大家来关注。人民网特别是人民网研究院愿意用各种方式跟专家学者和业界加强联系和沟通，希望我们在媒体的深度融合方面有更多的探索，能合作共赢，能在各方面作出我们的贡献。

最后，再次祝新媒体蓝皮书越办越好。谢谢大家。

黄楚新:

非常感谢唐总从三个方面跟我们分享她的观点。第一个是守正创新，守正创新既是人民日报的一种传统，也是人民网做的非常好的。第一个技术创新方面，也是很多方面做的非常好，包括AI、VR的使用已经步入到了新闻的很多流程当中。尤其是刚才唐总说的机制的创新，媒体融合和重视的发展，我们面临最大的困难就是如何在体制机制当中进一步创新，我们也非常期待人民网，期待唐总的团队在机制体制当中创新，能够引领新媒体的发展，引领媒体融合的发展，再次感谢唐总。下面，我们有请北京师范大学新闻传播学院执行院长喻国明教授给我们分享他的观点，喻老师去了新闻传播学院以后，带领团队在媒体融合当中，在新媒体方面巨作频频，我们也非常期待喻老师更我们带来新的观点。

北师大新闻传播学院执行院长喻国明:

谢谢。我去了北师大之后我们提了一个口号，叫学金融到五道口，学新媒体到新街口，虽然离这个目标还有一定的距离，但我们是朝这个方向努力的。其实真的是这样的，因为我们今天面对很多新的问题，陌生的问题，比如区块链、5G、大数据、传统媒体，这对我们做传统事情的人来说都是新的事物，但是这个东西本身并不是最关键的，因为它还是可以通过学习来做的。一段时间的学习或者是某种开放性的整合连接，这是能解决新技术进入到我们这个领域里面带来的一系列的挑战问题。现在更需要解决的是一些顶层设计的问题，如果顶层思路打通的话，可能对我们未来局面的掌握更加自觉，更加有效的驾驭时代潮流更加重要一些。比如我以5G技术作为对我们传播领域的影响，我用一个例子来讲一讲他对今天新闻传播的实践，对于新闻传播学科本身到底带来了怎样的革命性的改变。

我认为技术分两类，一类是改良性的技术，比如3D技术，它实际上只是对视觉的改善。但是5G技术不是这样的，改良和改善其实就看它对整个这个领域、这个社会、这个时代发展的重点，以及它的发展基本逻辑、基本目标是否有一些深刻的触动和重构，这可能是改良和革命的去去年。为什么说5G是个革命性的技术，我们简单就可以从几个方面来看。

第一，对于传播主体巨大的革命性的释放。我们知道在视频没有出现之前，视频这个工具不是为大多数人可以轻易的掌握之前，虽然过去我们有电视，但是那是高技术重装备的东西，它的门槛是极高的，很大程度上即使在网络社交媒介出现之后，说人人都是传播者这样所谓的那个年代，但是如果传播的主要方式还是书写文字性的方式的时候，其实还是一种精英逻辑在里面起着作用，绝大部分还是沉默的大众，他们只是一个点赞者、转发者、阅读者、消费者，而不是内容的创造者，不是发言的主体，因为书写文字是有一定的精英逻辑在后面支撑的，并不是每个人写的文字都能够足以有这样的活力和能力进行社会性的分享的价值和魅力在里面。

我们也看到过有这样的研究成果，在书写文字时代的时候，在社交媒介上虽然内容很多，但是95%的内容都是由3%-5%的人来撰写和发出的，其他人其实就是“打酱油”或者看客、转发、点赞，但是5G和4G开始，使视频成为一种连普通的老百姓，再普通的哪怕没有文化程度，哪怕经济条件只能买得起几百块钱一个智能手机，这样的一个情况时代，在有网络的时代下，只要经过短短几分钟的学习，就可以毫无障碍的把自己的生存状态，把自己的所思所想，把自己的所感所要表达的东西理论上可以和全社会进行分享。所以它在人类历史上第一次把社会性传播的发言者的门槛降到了如此之低的程度，这就造成了海量的普罗大众成为今天真正意义上的传播者，这是一个革命性的转变。4G已经带来了这样的转变，但是5G作为比4G更高水平的技术，不但短视频能够大行其道，中长视频也必然成为5G时代的最主要的表达方式。

第二，社会表达主要交流的语言必然要从过去的书写文字转化成视频语言，这是一个重大的转变。因为我们知道书写文字相对来说是比较单纯的，它里面表达的含义干净、整洁，没有太多的杂音或者附加成份，所以那时候的逻辑本身更大程度上适合于表达事实性的、逻辑性的、理性的东西，但是5G所带来的视频的东西...关键性的交流都已经会被视频所取代，这是一个趋势。当这种表达方式成为社会表达主要的语言形态的时候，它就会带来一系列的问题。因为它参与这种关键性传播的时候，它的要素已经远远超出了理性逻辑事实这个层面，有越来越多的场景性的因素、关联性的因素，以及我们过去对它缺少足够研究甚至基本是空白研究的非逻辑、非理性的成本会参与到未来社会性、关键性、主流性的传播当中来。我们过去学大众传播的人或者实践者，其实对传达和表达理性信息、逻辑信息本身还是有一整套的经验、做法、模式。但是，对于现在越来越多的非逻辑、非理性的成份如何进行它的配置，如何利用他们的机制和规律来起到作用，其实我们在这方面几乎可以说是一种空白。而这样的时代随着5G的商用，大概在2、3年以后就会成为一种社会基本现实的时候，留给我们的时间真的非常紧凑，而我们所面对的如此繁复的一种话语方式的改变、表达逻辑的改变，在这一点上来说我

很多的问题要解决，而我们对这样新的表达方式本身缺少把控力，这可能是未来在传播尤其是政治传播、社会传播当中一个相当大的风险之所在。

第三，参与这个传播的内容主体会发生重要的改变。有了社交媒体之后，内容生产的主体就开始多元化了，过去在没有互联网之前、没有社交媒体之前，基本是专业媒体人、专业传播统揽或者承包社会传播的基本职能，但是有了社交媒体之后开始了UGC，个人生产内容，有OGC机构生产内容，当然也有PGC，专业生产内容。但是，5G之后还会出现一个更重要的生产类别，就是MGC，就是技术生产内容。因为5G是一个两高两低的通信技术，高速率、高容量，低时延、低能耗。低能耗和高容量就造成了万物互联的一个基本现实，客户可以让所有的传感器可以永远在线，因为它能耗低，而且高容量可以把很多的传感器连为一体。

按照华为5G技术专家的话来说，在5G的网络之下，他可以连接5亿的场景、50亿个人和500亿个数据传感器，就代表着无论是来自于环境还是我们自身戴的可穿戴设备，都会参与到未来的内容生产当中去，而这种内容生产所呈现出来的类别、呈现出来的价值公用以及它对社会的影响、对商业的影响、对人际关系的影响是及其深刻的。所说的媒介是人体延伸的基本含义，是外部的物理性连接。它在未来、在5G条件下有这么万物互联传感器的存在的情况下，它还会实现物理性连接、心理性连接、心理性连接，连你的情绪都可以进行某种程序上的数字显示的时候，整个社会呈现出新的样貌，社会管理、社会协同、社会协调以及人民的生活都会发生翻天覆地的改变，这就是一种媒介在如何改变的现实。

看起来5G是一个技术、速度本身的东西，但事实上它在很大程度上是在改变着我们这个世界的游戏规则、构造方式，而当MGC这样的传感器资讯成为海量内容的时候，对我们的舆论管控都会发生重大的影响。什么叫大数据？大数据有多维数据，从不同角度定义一个人，定义一个状态，叫大数据，不在于数据大，而在于维度多。在这种情况下，当没有MGC出现的时候，人的社会控制相对来说还比较好控制，所以我们可以通过删贴、屏蔽来进行一种舆论的掌控。但是，当MGC这种无限类别的东西从很多方面来定义一个人、定义一个事件、定义一个状态的时候，简单的用删贴、屏蔽能解决社会认同和舆论导向的问题吗？我不相信。对我们整个的舆情管理，因为我是做舆情研究的，都会产生巨大的管控方式、管控模式的改变，这难道不是一个革命性的改变吗？更不要说还有很多其他领域的改变。时间关系我就举这几个例子。我们会发现整个的技术进步，代表着传播学科的革命性改变。在我看起来，现在技术本身对于传播的基础性的影响力是非常重大的。

刚才讲到媒介融合的概念，很多人都理解媒介融合是媒介和媒介的融合，所以那些一亩三分地的媒介之间如何去整合，去想尽了一切的办法。其实，媒介最主要的含义和趋势，就是媒介作为一个基础性的社会传播的底层逻辑去连接更多的社会资源、商业资源、人民生活的资源，成为社会生活的基础设施。比如做县级融媒体，如果仅仅把它作为一个通讯工具，仅仅把它作为一个传播工具肯定做不成，因为县级融媒体有什么样的优势，从内容的角度来说它一无是处，仅仅是离老百姓近一点，这在媒介的条件之下、在互联网的条件之下，时间消灭空间，这种优势根本可以忽略不计。所以，你做传播、做内容、做县级融媒体，一定是不可能成功的。省级融媒体中心都没有解决的问题，国家队都没有解决的问题，一个县级融媒体靠那些人，相对来说专业素质相对低一些，技术条件相对差一点，资金供给相对短缺一点的条件之下，怎么可能做成比省级融媒体和国家级融媒体更好的事情呢。但是它不是一无是处，如果我们把它做一个社会生活的基础设施，把它做成一个普通老百姓在那样的条件之下解决他所有的比如缴费、投诉、寻找物业管理、跳广场舞等等的问题，把它变成社会生活基础平台的话，连接起更多的商业、更多的社会资源，把它成为人民离不开的社会生活的东西。在这个条件之下，它的传播的传通能力自然而然作为一个附产品出现。所以做县级融媒体一定不要把它作为一个传播中心去设计和建设，这么做就做错了位置，首先要按照老百姓的需求和人民生活的逻辑去把它做成一个综合性的服务平台，这才是做县级融媒体的核心逻辑之所在，不按照这个逻辑做，不可能做成功县级融媒体，这就是我的基本看法。我但愿我说错了，但是在我们做学理研究的人看起来，我们如果不说明这种情况的话我们对不起自己的学术良心。整个传播学的学术构造都在发生更大的改变，在我看起来传播学的学术构造正在发生革命性的改变，它的基础部分应该是电信传播学，通讯技术如何在影响着传播的样式、传播的种类等等的东西，然后就是符号传播，因为今天各种各样的符号都能成为传播的载体，一个承载物，也会形成各种各样的机制规律角色扮演的的问题。再有就是人际传播学，这个人际传播学不是传统意义上的狭义的人际，而且人与人、人与他人、人与社会等等这样的人际社会的传播。还有再高一层的人机传播，人和机器，人和物怎么来进行沟通，这些其实应该成为今天传播学构造体系的基本构造。我们讲新媒体报告里面应该按照这样的框架去考察定性技术，去考察符号相关的构造，然后再讲人的传播，再讲所谓的人机，包括人工智能，把它梳理成这样几个层次去考察，或许我们对象关的问题会看的更清晰一点。我就说这些，谢谢。

黄楚新:

非常感谢喻老师，给我们开了一个5G环境下的小型讲座，说到了很多内容，包括5G环境下对新闻生产、对话语方式、对舆论引导、舆情预警等等有哪些冲击和影响，观点非常新颖，也提到了媒体的融合，包括现在全国各地开展的轰轰烈烈的县级媒体的融合，我也很赞成喻老师的观点，县级媒体融合不仅仅是一个介质的融合，我们如何在打造民生方面，打造政务方面，更多的服务群众、引导群众，这可能是县级融媒体的终极目标。

第三位有请人民网舆论与公共政策研究中心主任祝华新老师。祝主任就是像刚才唐所长说的KOL，舆论意见领袖，在业界当中很多观点也是非常犀利，我们非常欢迎祝老师给我们带来新的观点。

人民网舆论与公共政策研究中心祝华新:

非常荣幸，我就是社科院新闻所毕业的。我们也一直在给社会蓝皮书在写年度网络舆论场分析报告，我们写了第12年。我主要对目前新媒体舆论场最新的动向发表一些个人的看法。

当前社会舆论相当程度上是在新媒体的平台上，尤其是在每个中国人手机上生成，目前呈现于显舆情减少，隐舆情暗流涌动，特别是社会舆情大幅度减少，体制内的杂音某种程度上是今天舆论场最大的值得我们关注的一个特征。如何凝聚共识，党员干部、知识分子、企业家三大社会精英阶层在中

第一，建议要研究贸易战背景下的舆论和社会心理走向。在中美贸易摩擦中，要求民营企业共赴国难的呼声抬头，今后民企的口碑可能更多取决于扶助国内民生，而不是扬名国际，加入国际供应链的民企会受到道义的批评，抗衡美欧的企业会受到追捧。在华外资企业管理人员和中介机构从业人员有可能在舆论场上会被黑化和妖魔化。中美经贸摩擦引发了舆论的广泛关注，境内舆论普遍支持党和政府应对举措，特别是主流媒体驳斥崇美的言论，歪理邪说，广泛的凝聚了社会共识，今天网民公众流露出强烈的爱国情感，但是也出现了一些极端言论，民粹主义有所抬头，特别是有关抵制美货、驱逐美资企业的一些激进主张获得一些草根网民的认同。在中美贸易摩擦持续的背景下，像联想这样一些加入全球化产业链的民营企业从事国际经贸交往的中介机构，容易成为民粹舆论攻击目标。我们觉得在今天这样一个舆论场变化下，国家利益根本所在还是避免与世界近来和科技脱钩，这恐怕是国家利益根本。当前国际环境波诡云谲、国内经济下行压力加大的背景下，尤其需要坚定市场信心、稳定公众预期，如果听了某些民众观念扩散，恐动摇市场和舆论场信心。建议我们主流媒体在中美贸易摩擦中，一方面勇于亮剑，坚定维护国家利益，维护党和政府，应对国际复杂局面大政方针的权威。另一方面，注意研究网上各种纷乱的声音，对一些非理性的言论及时做好扶正的工作。尤其是当前要警惕民粹，坚持十八届三中全会提出的国家治理现代化的政策走向，越是面临困难局面，越要凝聚政治定力，展示大国风范。

第二，重视涉经济的舆论引导。我们讲舆论引导不光是意识形态问题，经济话题舆论场的引导也至关重要。因为中央经济工作会议提出“六稳”，即稳就业、稳金融、稳投资、稳外贸、稳外资、稳预期，其实“六稳”核心就是稳定市场主体的预期。最近中央政治局会议提出，宏观政策要稳，微观政策要活，社会政策要托底的总体思路。当前稳定市场主体预期、稳定公众舆论场的心理预期至关重要。

在这一点上，对于民营经济今天市场最有活力的主体，关于民营经济不仅要讲必要性，更要讲必然性。对于私营经济退场论，不仅需要正面阐述，更要对错误言论进行批判。这点上特别建议尤其是像涉及到科技创新问题，我觉得防止对我们的国内一部分企业、一部分科技创新的主体做一些民粹的划分和这种内耗。我觉得最近我比较欣赏一篇文章《联想向右，华为向左，一样的星辰大海》，网上流传的一个帖子。我们现在强调科技自主创新能力，华为是我们公认的典范，是中流砥柱，也在遭受美国的疯狂打压，我们都寄予深切的同情和崇高的敬意，但是也要看到中国众多的科技企业都在创新路上，有的做过历史性贡献。像联想在中国科技、科研力量、市场化和国际化方面，某种程度上还是华为的先驱。我觉得客观的评价中国的科技实体和经济实体，它们的发展历史路径包括当年贸工技的路径，这是八十年代、九十年代中国的特殊国情所决定的，不能超越历史阶段来对企业提出苛求。5月19日，人民网刊发一篇评论：与其坐而“联想”，不如奋起“华为”。就是针对网上所谓联想断供华为的谣传，提出中美贸易摩擦期间，面对各种困难、障碍和挑战，特别是来自外部的倾轧，呼吁社会各界消除内部的纷扰，团结一致，众志成城。今天我觉得涉经济话题的舆论引导，避免民粹的干扰，来巩固各个市场主体对未来的预期，这点上对于我们凝聚共识、振奋民族精神，形成举国一致抗衡美国的贸易霸凌主义有至关重要的意义。

第三，在政策走向上，我比较欣赏最近中国经济体制改革研究会副会长陈剑在宏观经济走势高峰论坛上的一篇演讲，这篇演讲的题目叫做《进一步释放市场社会和思想的活力》，建议在当前严峻的国际挑战面前，为凝聚国内士气，适度开放民生问题的意见表达，调整社会关系，避免四处突击，避免政府和社会各界关系绷的那么紧。

在新中国成立初期，国民经济恢复初期，以及战争带来的某些破坏，使我们的阶级关系紧张、失业工人、知识分子、小手工业者和农民对我们有不满和不同的意见，我们当前总的方针就是肃清国民党残余、特务土匪，推翻地主阶级，解放台湾西藏，跟帝国主义斗争到底，为了孤立和打击当前的敌人，就要把人民中间不满意我们的人变成拥护我们的人。我们建议在当前面临百年未有之变局，鼓励经济下行、国际环境构成严峻挑战，关键是做好中国自己的事情。我们的政策取向、舆论走向要营造积极的氛围，对传统业态和“三新”经济（新业态、新产业、新商业模式），秉持包容、审慎、监管的方式，积极鼓励企业放大手脚，做大做强，稳定市场信心和预期。比如目前像大棚房的整治，户外广告牌匾的整治，清理整治不规范地名，这些工作势在必行，但要避免一刀切和运动式执法，防止把好事办砸，防止削弱市场的活力，限制经济的发展。一刀切的做法，会给社会生活带来诸多不便，同时也是对公共资源的浪费。

尤其是像滴滴这样新经济业态，目前面临企业平台和政府监管部门、消费者、公众舆论三方博弈，去年顺风车命案以来，有关监管部门挟着强大名义，对网约车痛下杀手，还是不能用旧的生产关系来约束新的生产力。尤其是今天中等收入群体像网约车，中等收入的群体对美好生活的需求也是新时代的刚需，政府以实行审慎包容监管的政策，努力探讨新的生产关系，来规范新的生产力，来促进新的生产力的发展。

所以在今天中美贸易战、科技战非常严峻的局面下，尤其要凝聚共识，尤其是要上下一心，我觉得做到社会舆论通畅表达，为经济的发展营造相对宽松的、有利的发展环境、政策的环境、舆论的环境，在这一点上，我们民族历来有紧急关头奋起的非凡凝聚力，我们建议要加强当前国内外环境变局下的舆论生态研究，我们也积极的提出一些舆论引导和政策走向的建议。谢谢大家。

黄楚新：

非常感谢祝主任给我们分享了中美经贸摩擦环境下的网民心态的特征，以及我们相关的一些应对措施。随着中美贸易摩擦的加剧，对各方面的影响已经慢慢凸显出来了，我们如何既要保持爱国理性，也有要能够更加理性的对待这场可以说是战争，祝总对我们提出了很多积极有效的对策，也应该是对我们政府有帮助的。下面我们有请中国人民大学新闻学院党委书记周勇教授给我们分享他的观点。他是长期以来关注新媒体的发展，尤其是短视频的发展，在这方面有很多建树，写了很多重要文章和论述，下面有请周教授。

中国人民大学新闻学院党委书记周勇：

十年做下来，而且形成一个非常稳定的架构和非常有序的传承的资料积累，还是非常难得的，就这个皮书。也成为了很多研究者的很重要的手头的资料。所以，我觉得整个团队在这方面做了很重要的贡献，对于我们来说。

要说的东西很多，在皮书里面都有，我这里就不赘述了，提几个小的建议。因为我看到这个皮书对整个过去一年的媒体融合、新媒体的发展状况有一个非常清晰的描述，梳理了很多很宝贵的资料。因为这本书在过去一年的体例和各方面比较稳定，像整个互联网发展报告一样，形成了一个非常重要的基础数据的积累，这是很难得的。从描述性的角度来说，这个皮书的水平已经做的非常高了，对整个资料的梳理。我想提几个方面建议。

在描述的基础之上，有几个方面还是可以多一些分析的，当然很多分析已经有了，我希望能够看到更多这方面的东西。

第一，结合现在媒体发展的状况，可能对未来整个媒体特别是主流媒体的发展转型效果的评估，也许可以体现一些。从2014年8月18日，中央深改组提出打造新型主流媒体，到今年的1月25日，我们已经看到整个鼓点越来越急，从一开始的顶层设计到现在甚至具体的行动，在很多像唐总所在的人民网、像新华社、中央广播电视总台的机构里脚步是越来越快的，最近中央广播电视总台整个机构已经基本开始运作几大业务中心。这里面包括从成立新闻新媒体和视听新媒体等等举措，我想未来会看到官方主流媒体在舆论场上再度发力和起步，这是一个特别值得关注的现象。我们社科院作为这样一个权威机构，能够拥有这样一个很好的资源整合能力，是不是可以对整个媒体融合这些年敲锣打鼓搞了这么多年，现在已经进入快车道的情况下，东西效果的评估评测是不是可以做一些这样的工作。

第二，是不是从横向角度关注一些整个媒体格局的变化。具体在调查和研究中间，到底这个格局快产生哪些变化，正在发生和将要产生哪些变化，我觉得这是很值得关注的。我记得在5月份的时候，在成都开过一个会议，当时有一个专家提出，他说，这里有官方媒体和商业平台，在全媒体格局里提到了商业平台。当时这个专家说，未来可能商业平台在整个传媒体系里的地位和定位是一个新的定位，它也可以做主流，我接触到很多商业平台都在试图主流化。在这样情况下，我们的官方主流媒体、商业媒体、民间资媒体构建的主体，还有中国传统的新闻业体制，依照传统媒体的业务划分和层级划分所设立的体制，将来会出现哪些变化？过去像我搞电视出身的，电视台在整个格局体系里是非常严格的，过去叫司局办电视、司局办广播，从层次之外还有一个是行政区划，各地之间划地为牢，大家很难闯开路子，过去电视界有一些尝试，最后都失败了。在未来媒体融合大技术背景之下，未来的媒介格局、体制机制会不会发生变化，特别是整个大格局的变化也是值得关注的一个现象。

第三，一些新的产品形态还需要有更系统的研究。我们学界在对新闻传播业里很多新的技术形态我们有关关注，像刚才喻国明老师讲的5G非常的清楚，在这样一个非常清晰的描述和非常清晰的梳理，在今天研究里还是相对少的。比如我注意到这本皮书里有一篇关于区块链，特别好。到目前为止，无论是请教技术专家，还是请教权威的专家，因为我自己本身不是研究传媒技术的，但是我觉得能够把区块链这个东西讲清楚，而且能够把区块链对我们传媒业的作用、未来发展讲清楚，可以说到现在为止还是很有遗憾的。所以我本人在方面非常期待看到在现有的研究基础上，进一步把这块做深做透。包括像人工智能，人工智能语音、人工智能语音技术在今天媒介技术的应用，从微软的小冰到后来新华社搞虚拟主播，这些都是新的产品形态，包括新华社的媒体大脑生产视频，通过机器自动生成视频，动辄可以生产出上万条短视频。像这样新的技术形态和产品形态，对于传媒业来说到底意味着什么，或者说它的未来想象的空间在哪里，这也是值得探讨的。比如我最近关注一个小话题，比如新华社的人工智能的虚拟主播，我一直在困惑一个问题，这个虚拟主播为什么要有？为什么它化身出很多复制的人出来，我们就觉得它是很好的。我对这个问题没有想太透，想抛出来和各位专家同行一起探讨思考。所以第三个建议就是对新的技术条件下的产品形态，是否可以再做一些更为系统的梳理。

最后一个建议，关注整个媒体融合或者融媒体发展的溢出效应。刚才，喻老师提出一个特别重要的观点，我特别赞同。就是县级融媒体中心建设里，到底是作为媒体还是利用媒体整合资源的问题。我非常赞同这一点。其实，今天的媒介、传媒业的意义或者说媒介这样一个行当的意义，恐怕不是在媒体本身，还是在于整个社会资源的整合。比如万物互联的技术之下，有些家电厂商包括汽车厂商开始试图把它的产品作为一个媒介平台，比如汽车的整个车体内的玻璃是不是可以成为媒介平台，一些大的汽车厂商正在做研究。比如家里的微波炉或者排气扇可不可以成为一个媒介的平台。因为我是湖南人，比如我们喜欢炒一道菜叫小炒肉，在有的电器制造商的眼里，他觉得风扇可以成为媒介的入口，我们同时可以有在线的几万人一起炒辣椒炒肉，大家在一起交流这方面的心得，产生一个新的互动。所以这些东西这种溢出效应，包括数字经济等等，这些溢出效应可能对我们未来传媒节的发展研究来说都是一些值得关注的话题。

我就提这样一些建议。谢谢。

黄楚新:

非常感谢周勇教授，他给我们提出了四个建议，这四个建议都是非常前沿的问题，也是非常重要的问题。我适当的回应一下。

第一，关于传媒转型的效果评估问题。我们其实也是早就意识到应该做这个事情了，曾经和唐总、祝总一起发布过对媒体融合和效果的评估。但是基于我们这边有一些技术条件的限制，因为我们也是好几次搬家，搬到这边来以后，没有电信的专线，所以上次高培勇副院长来我们新闻所调研工作的时候，唐所长还专门对院里提出这样一个请求，我们下半年的时候有可能又会搬家一次，也许搬到王府井的历史所那边，也有可能搬到奥运村中国历史研究院那个地方，现在还没有确定。但是如果一旦有了这种技术条件，我们也非常希望和人民网的业界，还有和北师大、人大这些学界共同做这个事情，我觉得这是非常有必要的。

第二，关注媒体格局的变化。现在媒体格局发生很大的变化，我们传统的也是主流媒体，但是新型的商业媒体也是主流媒体，我们如何关注这种变化、关注这当中发生的深刻性变化，我们未来也会做一些相关的报告。

自于中央财经大学的欧阳教授，他今天也过来了，跟我们分享区块链，他对于这方面的研究，就像刚才唐老师所说的，新媒体无论是内涵还是外延，我们对它的定义是非常广泛的，我们不仅仅看到了原来所谓媒体或者新媒体的一亩三分地，包括区块链在内的、共享单车之内的、共享经济、数字经济在内的，我们都纳入了新媒体、新经济这块的，所以一会儿邀请欧阳教授讲讲区块链方面和我们传媒相关领域的变化。

下面有请中国社会科学院大学媒体学院执行院长漆亚林教授给我们分享他的观点，大家欢迎。

中国社会科学院大学媒体学院执行院长漆亚林：

首先祝贺中国新媒体发展报告发布会成功召开，同时也感谢新闻所对我们媒体学院的支持力度非常的大，包括这次新媒体蓝皮书是我们有一些老师参与其中，在一些项目和学术资源方面给我们提供了帮助，表示感谢。另一方面，听到了上面几位专家的发言，深受启发，收获良多，再次表示感谢。

在这儿我谈一些个人的肤浅的观点。在这个报告中，我带着学生对2018年的西方一些媒体在融合发展过程中出现的一些特点进行了梳理，我想借这样一个话题，通过大量2018年西方媒体融合特点，来观察中国媒体发展的趋势，以及给我们提供的一些启示。经历了像雾像风又像雨的后真相时代，2018年西方媒体将公信力放在了关系利益发展的重要位置。大家都知道在2016年、2017年是后真相时代给我们媒体带来了一些不太好的现状。在2018年的时候，西方媒体已经开始注意到这个问题了，而且也采取了实际的行动，这给我们中国的媒体带来一些启示。西方媒体在2018年底采取了哪些行动？首先第一个是建设性新闻的崛起。当然建设性的新闻并不是在2018年才开始有的，其实像我们国内的经济观察报曾经有一个口号叫“理性建设性”。在这个公信力失去的背景下，西方媒体开始注意到公众对于媒体的信任是多么的重要，媒体的公信力是多么的重要。所以，建设性新闻的崛起在这个背景下应该说具有重要的意义。

第二，西方媒体在建设公信力或者新闻的公信力和权威性的标准体系方面，也给我们有很好的启示。包括一些西方的一些平台，他们都在探索如何去建立一套科学的、完善的权威性的公信力体系评价指标。但是，我们再看看国内的一些相应的媒体，在我看来，评价体系是非常必要的，我们再看一些新闻报道，尤其在一些公共事件中的失语、遮蔽，与谣言和假新闻是一样的，都不利于建设社会的诚信体系，所以非常有必要建立这套具有公信力的标准体系。

第三，保障信源的权威性，这是在西方媒体尤其是西方的平台媒体，他们在这方面有一些比较大的行动。这是我们观察到的一些现象。而且它采用一些技术，尤其是我们说的在技术的发展过程中，新闻的失实，包括假新闻多了，西方媒体在开始采用技术的方式，来减少这种假新闻，或者来进行甄别方面提供有力的帮助。

另外，平台与媒体的合作方面，西方的媒体也给我们提出一些启示。西方的尤其是平台，为了信息的权威性和公信力，和很多主流媒体合作，这是他们的一个方式。但是反观我们国内的所谓新兴主流媒体，在新闻记者发布了2018十大假新闻，我们看很多的假新闻实际上来自于所谓的新兴主流媒体。比如像有一些传统主流媒体的公号发布出来的，在这一块我们还有很多可以借鉴的地方。

第二，智能技术成为内容生产机制创新的驱动力，刚才好多老师已经讲到，尤其是喻国明老师已经讲到，在5G时代，技术对于传播发展带来的革命性的变化。在西方国家，西方的一些媒体在创建高效生产模式方面，技术起了非常重大的作用，尤其是智能技术。对于信息的捕捉，包括信息的处理，包括AI还有语音技术、区块链等等，在新闻传播当中的作用作用是日益凸显的。提高信息的甄别能力，这一点是西方的一些主流媒体采用智能技术，在这方面也有比较大的作为，也有一些比较良好的效果。

第三，平台与媒体的关系方面是一个剪不断，理还乱的关系。无论是它们之间是一个彼此需要，但各有所需，因为在平台更重要的是用户至上，在观察当中发现，2018年的平台，是让用户对新闻的获取和新闻的获取量是在逐渐的下降。所以，平台逐渐把它的社交功能和它的新闻功能是在博利，在分利。

第四，传统媒体有所反弹，但是反弹的高度有所观察。包括今天看了卫报的数据，说卫报是在20年来首次出现盈利，当然我们也有考证，包括像纽约时报的用户量订阅量达到450万，还都是在增长。我们国内的媒体在发展中也是不平衡的，但是我们在研究过程中可能会出现对于媒体发展的趋势，采用一种分类对待或者区别对待，才可能发现其中的一些真实的情况。比如今年去广东，跟包括像羊城晚报、深圳特区报、广州日报还有几家媒体在一起聊的时候，他们认为他们的日子挺好过的，他们党报日子挺好过的，但是都市类媒体不是那么好过。所以，这跟我们在研究过程当中提出一些实地考察中要区别对待。我就谈这些观点，谢谢大家。

黄楚新：

非常感谢漆亚林教授，他从四个方面给我们分享了如何批判的吸收西方媒体在发展过程当中他们的经验。西方媒体社会化程度比较高，跟市场接轨比较早，在发展过程当中，我们如何把西方媒体发展中的优势包括数字化程度、包括平台的优势，包括智能技术方面的优势等等，我们如何把它们好的方面吸收过来，的确，无论是在过去还是当下，尤其在都市化转型过程中，都市化媒体转型过程中，这一点要向他们学习。比如纽约时报数字用户的订阅，国内媒体有些在尝试着做这方面的工作了。下面我们有请南京大学紫金传媒研究院副院长赵曙光教授分享他的观点，他也是长期关注媒体的发展，尤其是新媒体经济的发展，他们也出了相关的新媒体蓝皮书，网络评论蓝皮书，所以也有很多关于新媒体发展的新的观点、新的理念。

南京大学紫金传媒研究院副院长赵曙光：

第一，过去的十年，从新媒体蓝皮书出版的角度来说，是我们出了十年蓝皮书，但是如果从周期的角度来说，从08年到现在，大概我们到2019年凑了一个完整的朱拉格周期，从经济学角度来说，一个朱拉格周期意味着一个基础设施建设投资的周期跑完了。最近中央又开始准备再重新刺激基础设施建设的增长。所以，过去这十年蓝皮书的发展还是挺有意义的，如果把过去这十年的数据加起来去看，基本上对回顾过去十年宏观经济的刺激和新媒体之间的互动，在一个完整的逐拉格。周期的研究还是挺价值的。

第二，互联网和新媒体为什么会有影响，我觉得这个蓝皮书比较好的包括很多老师提到的像区块链、互联网治理，就没有局限在一个新媒体的媒体范围内研究。有的时候和很多朋友聊天，其实在美国没有融合媒体学术这个概念，和他们聊，他们也不清楚这是一个什么含义，这是一个比较有中国特色的词。而且一般来说，通常提融合，基本上都是弱勢的提融合，中医才提中西医结合，一般西医不提中西医结合。一般提中西医结合，我们清朝的时候才提“中学为体，西学为用”。新媒体对整个社会的影响，包括互联网影响这么大，我觉得非常重要的一点就是整个媒体，像喻老师讲的我赞同，互联网越来越是一个入口，重点不在入口，重点还是在于转化，就是说到底这个媒体能够对经济和社会发展为什么产生这么大影响，是因为它的转化率高。今天我们上一个网站，上完之后能干什么，很多媒体上完以后，我们焦点在于影响舆论、影响注意力，但是焦点不在于影响转化。有的时候，看完一个好人好事的报道，你觉得很好，很感动，结果你看了页面下面想要捐10元，没有渠道捐钱，转化瞬间就没有了，过了十分钟感动没有了，再让他捐钱，他不捐了。所以整个互联网新媒体非常重要的原因，就是它越来越多和整个经济社会发展越来越紧密，不断提高入口转化率的水平，对整个经济社会发展的影响也越来越大。所以，我们才看说县级融媒体也好，融媒体建设也好，搞来搞去都是几个保质、几个电视和几个网络网站在搞，其实转化中没有什么进步，给大家搞一些内容给大家看看，但是转化率有多大的提高呢？

第三，我个人的判断，以前喻老师写过一篇文章，我们原来还请他做过一个讲座，叫“互联网的下半场”。1969年的时候美国84台电脑连在一起攒了一个互联网的雏形，2019年基本上50年过去了，如果从互联网红利角度来说可能也跑的差不多了。从1969年到2019年50连过去了，从周期角度来说，工业革命到现在为止，我们经历了四波长周期，康德拉季耶夫周期被称之为周期中间最长的周期，这样五六十年的周期跑的也差不多了。反映在我们政治领域里，现在领导开始念叨县级融媒体，抖音、头条开始念叨，渠道下沉要往三四线可能包括小县城里面去开拓市场。我们从这个角度上看，也许互联网的周期跑的也差不多了，美国人也可能在问，谁去开启下一个康德拉季耶夫周期，如果大家都不去开启这个周期，只能在这一轮技术增长的红利里面切蛋糕，蛋糕就这么大，如果大家切来切去，我们说的大国之间就容易产生摩擦。谁去开启下一波的周期，可能相当大的程度决定了谁去分享下一波的红利，以及它在全球范围内的国家之间的综合的核心竞争力。所以腾讯马化腾在知乎上也问了说我给你点钱，谁能告诉我基础科研里有哪些新的重大突破，在知乎上问了这个问题，很多人回答。我个人觉得不管新一轮的康德拉季耶夫周期在哪儿开启，但是肯定不会再在互联网领域开启了，一个新的周期肯定在一个新的领域开启了。如果放在一个更大的周期里研究，十年跑了一个朱拉格周期，同时这十年又是康德拉季耶夫周期相对后半部分的段，我们怎么去看新媒体发展的和整个经济社会的增长和社会治理机制的融合，还挺值得研究的。

当然新媒体蓝皮书在这方面已经做了很好的贡献，把区块链和相关的都纳入了研究，没有局限在我们说的媒体的内容，已经作了很好的探索，我们也期待着将来第十一年、第十二年的时候，新媒体蓝皮书能够做的更好，我们也感谢黄楚新老师，也特别做一个小广告，我们受中央网信办的委托，每一年编网络评论的蓝皮书，请各位老师专家多多支持我们，也感谢老师帮我们推广，谢谢。

黄楚新：

非常感谢赵曙光，在中国，的确，我们无论称之为互联网下半场也好，还是互联网用户下沉也好，的确，中国的互联网已经面临发展的关口，也就是说，未来的中国互联网市场是在广大的农村、在广大的三四线城市以下的新兴的市场。我们如何引导他们，如何抓住这个新兴市场，目前正在开展的县级媒体融合，中央要求引导群众、服务群众，这是一个导向，但是究竟做的怎么样，像喻老师等等一批学者和专家也在关心、期待。所以，我们下面有请来自于中国传媒大学政务新媒体实验室主任侯镔老师给我们分享，侯镔老师也是长期以来关注政务新媒体，尤其是关注一些新兴互联网市场新媒体，包括这一段时间清理整顿微博用户，他也是一个积极的呼吁者，有一些政务性媒体、微博、微信仅仅做一个监事号，不去维护它，有请分享他的观点。

中国传媒大学政务新媒体实验室主任侯镔：

感谢黄楚新老师的邀请，给我这个机会，其实今天的学习是更多，特别是前面喻国明老师和祝华新老师，因为这一块我们共同的关注点就是从政府的角度看待互联网的发展。

这个报告里收录的这次在B6，大家可以系统的去了解我背后的一些观点，我想在这块分享并且借这个场合对政务性的发展作出一些观察和建议。

今年是新媒体蓝皮书发布的第10个年头，我也是中途参与进来，这是我第六次参与和发布，所以感慨蛮多的，特别十年背后有许许多多的维度去看，十年前我们的整个政府的政务公开条例正式立法，到现在也十年了，从08年之后新闻发言人制度也是正式规范建立起来，到现在也是十年了。这十年既是线下的一个励精图治到现在可以说迈向新时代的十年，同时我也看到从08年整个新媒体，从BBS不断开放话语的权力，到现在来看整个是新媒体从零的一个格局。从我个人来说，我也希望多关注政务新媒体，我们都是他们的客户，到现在来看，以党委政府主体的话语权势来说，我想今天随便调研一下，我估计还是相对比较弱的，我们可能还是比较关注于以前不管是商业平台，还是法人媒体的相关平台，其实我们更加关注的依然是传统的媒体的新媒体，法人媒体的新媒体。

体有没有被更多的人民群众直接的关注，我相信这个比例一定是很弱的，我们肯定会关注我们的党报、我们的人民日报、包括人民网，我们会关注新华社的官方微博、微信，但是媒体的格局发展和演变到现在之后，一个重要的主体必须重新确立它的一种信源的权威发布优势，那就是我一直关注的政务信息的问题。

所以以往一说网络的话，或者说舆情，其实我也在回顾这十年来，我的思维也是在不断地撑开，是被迫的撑开。以前是就在研究网络，就舆情在研究问题的回应和应对。但是每每在研究过程当中，许多关节总是打不通，今天下午有多位老师提出了顶层设计的重要性和迫切性，我对这块非常之认同。舆情回应我们2016年国办出台了61号文件，创新命名了一个类型，叫政务舆情，写到红头文件里面去。所以现在有舆情之后，谁来回应？最早是以祝老师领衔的在人民网当中黄金一小时，黄金二小时、黄金四小时，要求快，因为互联网不等人，我们还在用传统的套路要求四小时内召开新闻发布会，做不到。像4月18日这次四川的地震，本来来不及说，还开什么新闻发布会，几乎在30秒之后，我正好在成都体验了这次，确实，不等官方发布，全面的视频、全面的各种求证信息图片海量的来了，所以这里面谁来主政，谁来正声，这就凸显出政务性的关键时候，在移动互联网特别是喻老师前面分享的5G的低延时，几乎是同步的传播。这个话语体系，这个话语主体如何的凸显。

从去年来看，在这个问题上现在有了很大的突破，因为国务院办公厅在去年底，2018年12月27正式发布了关于推进政务性媒体健康有序发展的意见，也可以说以前发的确实是不健康也失序的。所以现在什么是政务新媒体，政务新媒体的定位，确实是从实践了十年之后刚刚确立起来的。有一些老师，我听到政务性新闻进入了下半场，我觉得不是下半场，是刚刚入场。前面如果说从09年微博出现以后，有了第一批政务微博，入场到现在可能今年8月份是微博十年，也算是第一批政务微博的试水到出现的时期。

对于这么一种新的事物出现以后，这十年只是一场热身，该入住的，不该入住的，文件一刀切的，或者管理者、运维者，他们自称为小编，凭着自己的一腔热情，进入了以后，现在可以看到两极分化，效应非常明显，已经创建了网络强国战略指导下，非常扎实的、成效非常好。我相信大家稍微关注的话，比如银川，成都，湖南公安检查，但是一样是凤毛麟角。整体来说，我认为有这些文件以后，正在出现一种新的、重整旗鼓的入场，我们现在看到的是整个七零八落的，该入驻的依然没有，已经入驻的“僵尸”化，“僵尸”了好几年的，死了都没人买，横尸遍野，随便搜索一下都比比皆是。今年4月份，国办秘书局又下发了关于政府网站和政府行为考核检查指标，现在规范起来了，“僵尸”号久不更新，直接被扣分，面临考核当中，大批的政务微博两三年没有动，甚至说从注册到现在五六年没有更新过的，近期整个清理是一个热潮，公开的层面可以看到从浙江的长兴，到随后跟进的江苏，到广东，近期有4、5个省份在红头文件下发集中，主要是微信公众帐号。我们现在到底是进场，还是退场，还是重新的下半场，从我的观察来看，现在是重整旗鼓，重新定位，重新出发。在这个出发过程中，目前的表现确实给人感觉还是比较复杂的，因为这个层面来说太复杂，我追踪监视第八年，线上沟通协调对线下整个社会稳定性方面的工作两个总数据对比起来，它们实现了非常高层次的系统治理、根源治理，依法治理、源头治理，可以说就是我们现在所说的社会治理的一个新的格局和体系。但是遗憾的是，这样一种模式可能还没有在全国得到普及。

我很同意前面几位置老师所提到的，目前整个未有之大变局、大格局，所以新媒体前面加上政务之后，对政务性的理解，我现在真的去正本清源了，老百姓认为政务新媒体是新闻媒体下的党委和政府，但是动作这十年的发展看到，我们基本理解为党委政府拥有了一个新兴的媒体、新鲜的媒体、新颖的媒体，有了一个新的“玩具”。甚至我的批评还比较尖锐一些，我们在转型办媒体，我们要法人媒体干什么？要法人媒体现在的法人媒体的新媒体，我们如何职能和功能方面的界定。

我想现在新媒体对我们的冲击，我认为这种危机来说，从中央和文件来说，这层窗户纸捅破了。因此，现在我感觉现在面临这样一个格局，顶层设计确实非常紧迫。比如顶层的架构设计，现在涉及到这一块的相关主体，比如政府，从小政府角度来说，政府。同样也是2013年国务院授权国家网信办开始执法，它是执法部门的中央网信系统，还有就是从一开始成立的各个北京发布、浙江发布，又是以党委宣传部门为主导的，所以这三个核心主体，关心、职责怎么界定，现在看也是一团糟。从网络意识形态安全的责任角度来说，一出事上面是打宣传和网信的屁股，但是他们的权威发布和引导，真的能够仅仅从一个帖子或者网上解决问题吗？解决不了。因为依法治网以后，大量舆情都是因为线下社会治理的盲区、漏洞死角，以及依法行政不规范、不作为、慢作为，换句话说把人民群众对美好生活的需求没有达到满足，他们对民主参与意识觉醒以后，现在老百姓的一种表达，上网之后就成了一种舆情。这个时候网上有危机的时候，找网信，这明显的是这不是我闯的祸，却要打我的屁股，所以我一直替网信说你们是背锅侠，你们是冤大头。对宣传来说的话这是政府，在这三个主体上看到顶层设计，从中宣部、中央网信办到国办，谁来沟通做协调，这个问题都是一个大问题。所以我们尝试着从基层让这哥三坐在一起，我们尝试帮助他们引导，区分这个定位，要协同起来。不说你的问题，要打我的屁股，这不公平，既然要打我屁股，我就咔嚓咔嚓，外部的舆论说你袒护一个懒政和不作为的政府，把人民群众直接推到我们的对立面，这就是我现在观察的顶层设计，太可怕了。由此造成了现在整个新媒体是对我们现在整个的执政体系，对我们国家的线下直播理政体系都造成了很大的冲击，现在迫切需要组织再造。

平台再造，最核心的是流程再造。如果从这个角度考虑的话，舆情来了谁去回应，什么时候回应，在哪儿回应，线上的舆情要在线下回应吗？希望的问题现在都像蜘蛛网一样，这10年到现在我还没有完全把它理清楚，理清楚是在我们选择的试验田和报告里面的相关数据，那都是我们在密切观察追踪和互动的试验田。如何看待平台，说到平台再造我很高兴，今天老师邀请我很高兴，我一定要去听听最前沿的金石之声。来不及和其他的同仁去确认一些最新的想法，一股脑先写出来，你们通过了，我们就好说了。所以，每年这是我一次确认，也是在现场和大家学习的一个非常好的机会。因此，现在我很高兴看到县级融媒体中心，在这一块，我比较关注，既然有法人媒体，有官方媒体，现在还有商业平台的商业媒体，对于政府媒体，我们把党和政合在一起，平时老百姓提的政务性媒体，其实就是一个笼统的政治性媒体。所以商业媒体，我们的官媒就是法人媒体的新媒体和党政合一之后的政治性媒体，这三个媒体到底之间怎么撮合，这又是一个三维互动的关系。所以县级融媒体还仅仅是媒体吗？如果这么做是没有出路的，但是出路又在哪里呢？我们认为人民群众在哪里，我们就把触角延伸到哪里。我关注到县级融媒体，我到下面走了很多，投资厉害的，一家有3000万，全国目前县级行政区市2851个，几百个亿没了，一两艘航母没有了，目前成效怎么样呢？我们是整合执政资源，还是再创立一个自己的媒体平台，非把人民群众表达诉

感觉，我们整个作为政务性来说，才刚刚进入一个规范的发展，以前的许多实践来说，我想真的是重整旗鼓再出发。这是目前我的判断。

黄楚新:

非常感谢侯锬主任，为我们分享了政务性媒体方面的重要观点，政务性媒体发展的很快，但是如何使这些不仅仅是重视数量，还要重视政务性媒体发展的质量，也是现在中央和国家已经看到这个问题了，所以发出了一系列的通知。当然未来政务性媒体如何走向更加规范、如何跟基层的媒体融合更加紧密融合在一起，可能是未来大家无论是学界还是业界都非常关注的。下面有请来自于中央财经大学互联网经济研究院欧阳教授分享他的观点，刚才好几位教授都提到了区块链技术与经济范畴的，也属于媒体范畴的，在谈媒体融合的环境之下，其实我们说的内容也在融合，我们不仅仅邀请了专门研究媒体的业界和学界的专家，也邀请了其他领域的比如研究数字经济、互联网经济，包括区块链相关方面的专家来加入我们团队，撰写相关的报告，下面有请欧阳教授。

中央财经大学互联网经济研究院副院长欧阳日辉:

首先对新媒体蓝皮书的发布表示祝贺，已经连续十年的出版，非常值得我们敬佩的事情。我自己刚才想了一下，我已经参加新媒体蓝皮书撰写五年了，刚才侯老师说写了六年，我写了五年了。自我参与写作以来，也是为一等奖作了一些贡献了。同时感谢唐老师和黄老师对我的邀请，我是一个跨界的，刚才黄老师介绍了，我不是搞媒体的，我来之前也诚惶诚恐，后来进来以后，听了唐老师介绍的时候讲到，我们是在数字经济这么大背景下研究的新媒体，听了以后，我心里踏实了一些，说明我可以做一个发言。

今天听了媒体界的各位大咖的发言，感触很多，给了我很多启发，唐老师和喻国明老师，是我们媒体界的大咖，他们今天高屋建瓴的谈到新媒体和产业的发展，对我的启发很多，如沐春风，所以要感谢给我一个跨界的机会。新媒体的蓝皮书我写了这么多年，其实对我还是蛮有收获的。近几年，媒体记者找我的越来越多，我几乎每天都会接受媒体的采访，后来我就问他们，你们怎么知道我的？他们说，我们通过新媒体蓝皮书知道的。这是让我一个意外的收获，今年我写了一个区块链媒体的话题，这个话题当时是受一次课题评审的启发，网信办委托了一个机构做区块链媒体的课题报告，当时我是评审专家，评审过程中，我对这个报告有一些不同的想法，后来说是不是写区块链媒体的报告。我为了写这个报告还是下了一些功夫的，我特意找到了火币网，和他们的人聊，也找到了区块链的科技公司，也跟他们聊了关于区块链媒体的情况。最后我想证明一个观点，就是区块链媒体并不是包老区块链的媒体，基于这么一个核心观点，已经得到了唐老师的发布，所以我后面就不想再讲区块链媒体的话题了。我想讲一个观点，就是新媒体的发展推动了“四新”经济的发展，新媒体蓝皮书里要加强“新媒体+新产业”的研究，我想讲这么一个话题。数字经济概念是一个维度的概念，另外一个维度，中央政府一直在讲四新技术，新技术、新产业、新业态、新模式，“四新”技术的发展对新旧动能转换的作用和影响。我梳理了一下这几年新媒体的发展对我们“四新”经济的发展起到了重要推动力量。

第一，从媒体人转行来看，我在调研过程中发现很多金融领域、电商领域从业人员都是从媒体转行过来的，特别从一些原来的网站媒体，比如现在的新浪、搜狐原来的传统的网站领域里，转行到了金融和电商领域里，还有其他的领域也是一样，很多都是媒体人。

第二，新媒体对于推动新的业态发展有重要作用，具体到共享经济，比如知识分享这么一个新的业态。很多人都是原来从媒做媒体出身，转到做知识分享的业态。

第三，新媒体和新业态形成一个新的产业。近几年在电子商务里有一个很重要的业态，叫内容电商，这个内容电商就是由原来的网红经济包括今天讲的短视频直播等等业态转向了电商的领域。因为，网红也好，短视频也好，它们实现的变现途径基本是三个：广告、打赏、电商。通过电商手段变现的话更加的稳妥和可靠。今天短视频的红火也兴起了一个新的业态，抖音，兴起了一个新业态叫抖商，今年3月份专门召开了一次很大规模的抖商大会，原来有微信微商，抖音有抖商，这都是因为新的媒体出现对我们的新的产业或者新的经济的业态的起到一个很大的作用。也就是说，我的一个核心观点，就是新媒体+新产业，并不是一个业态的简单的叠加，是一个资源重组、价值重塑和相互融合、赋能的过程。不是一个简单的+，是一个能够产生化学作用和化学反应的过程，最后会形成一个新的媒体的生态，也会形成一个依托新媒体形成新的产业的生态，是这么一个状态。所以，加强新媒体+新产业大的板块的研究，在新媒体蓝皮书里还是很有必要的。前面各位专家包括唐老师也提到了产业互联网等等，这些新的在互联网领域和经济领域最新的一些概念。

首先，内容质量比较差，关于新媒体的内容质量有很多的批评，也有很多的报道，我不再重述。现在网信办比较关注的一个领域，就是黑色产业链，互联网的黑色产业链离不开新媒体的影子，与新媒体发展相关。自媒体乱象，这是新媒体发展过程中存在的问题，这几年，在我本人领域之外，非经济的领域我就参加两个报告，一个报告是新媒体报告，第二个报告属于网信办管的。中国互联网发展状况统计报告，每年发两次统计报告之前研讨，我这几年都参加了。我对互联网发展状况统计报告，当时我也提了几次建议，我说互联网的发展统计里，目前比较重头的是侯老师的领域，他在报告对电子政务统计的非常完整，然后把经济和社会垄断到一个部分里了，我建议把这个恰当的分开。电子政务这块我们依然保留，在报告里，应该再划分出互联网对经济的影响和对社会的影响，在报告里划分出这两个章节。他们觉得这个意见挺好，但是统计的数据的改变和门类的改变也是挺费劲的，也一直朝着这个方面努力。

我想就我们新媒体蓝皮书的后面的写作提几个建议：一是新媒体蓝皮书理所当然是要对新媒体产业的做重点的研究，除了这个之外，还有几个方面也要注意。第一个方面，加强政产学研用多方的联合撰写。这么多年的报告，我仔细观察了一下，更多的是学界的人在进行新媒体蓝皮书的撰写。刚才各位老师包括周勇教授也谈到了，新媒体发展，技术的应用有的时候并不是学界技术搞的明白能讲的清楚的，我们报告里也吸收了腾讯小赵的报告，除了这个之外，包括我们政府的，可能机关不一定写，但是政府下面的研究机构比如网控院和新闻出版署下面的研究机构等等，也要把政府研究机构进行

务民生领域并不是京东和阿里在竞争的，而是阿里和腾讯在竞争，未来是阿里、腾讯和今日头条在竞争，这里面与新媒体密切相关。所以要有有效的吸纳一些产业界的研究人员，他们大部分都有研究机构，比如阿里有阿里研究院，美团也有研究院，原来我们国务院发展研究中心的来有为到美团研究院做院长去了，美团做副总裁兼研究院院长，腾讯也有研究院、京东也有研究院，京东还不止有一个研究院，怎么我们把产业界的人员吸纳进来，也是我们今后可以考虑的方向。

第二个建议，加重互联网+产业的研究内容，建议可以单独设立一个板块，新媒体+产业，专门设一个板块，重点研究新媒体对政治、经济、社会到底产生哪些影响，刚才周教授提到了有哪些溢出效应，不仅仅是新媒体本身，新媒体产业本身研究，到底有哪些溢出效应，对经济、政治、社会产生哪些影响，这可以考虑设立一个板块。

最后一个建议，我们研究当今社会讲跨界，我们新媒体从方法上要讲跨界，不仅仅是传播领域的研究方法，还要考虑经济学领域和社会学领域得到一些研究方法，把一些其他领域的研究方法纳入我们研究体系中，可能有助于我们更加清晰的看清新媒体发展脉络和未来的趋势。谢谢大家。

黄楚新:

非常感谢欧阳日辉教授为我们提出了三个中肯的建议，我们未来如何在政产学研加大力度，尤其和互联网产业研究加深加透，如何在跨界方面进行更深入的、更多的合作，这是我们努力的方向。

今天非常感谢各位专家守时，本来是我们赵书记做总结，我代替他做一个小结。我用四个关键词做小结：一是感谢。我们新媒体蓝皮书连续六年获得皮书一等奖，的确要感谢在座的每一位专家，包括喻老师是多年连续参加我们蓝皮书的发布会，包括祝华新主任、唐维红主任、漆亚林教授、侯骋主任等等都是长期多年参加我们蓝皮书发布会。大家知道这些媒体大咖、专家，平时非常忙，我们这么一个小型的会议，他们可以连续多年抽空参加，我们心里非常感谢。

二是感谢作者，今天在座的既有专家，也有我们双重身份的作者，这些作者是我们蓝皮书的宝贵的财富，我们蓝皮书是一个跟我们社会蓝皮书、经济蓝皮书来说，我们是一个小弟弟，创编到今年是十周年，社会蓝皮书已经有二十周年了，他们是我们的大哥哥，而且他们都是非常豪华的阵容，比如社会蓝皮书是我们的李培林副院长牵头，好几个蓝皮书都是学部委员等等牵头，而且他们做的很早。我们新媒体蓝皮书，在新闻所的所长唐绪军所长主编的带领之下，我跟他2013年接手，从接手在我们团队尤其在我们新闻所党委大力支持、关怀指导之下，包括我们在座的今天很多的同事积极参与，我们每一次发布会都是作为全所的一个主要的工作，大家全员参与，所以非常感谢我们所领导对我们蓝皮书的支持，感谢蓝皮书作者多年来的支持。当然我们也期待像喻国明教授、周勇教授这些还没有给我们制稿的大咖们，未来也能够把优秀的稿件给我们，像欧阳教授所说的，虽然我们蓝皮书并不是很伟大，但是我们也可以是共生共荣，可以大家美名传播的更远一些，以后接受采访的时候不是从别的渠道，有可能是从蓝皮书的渠道当中，因为有几个数字我可以跟大家汇报一下。我们新媒体蓝皮书，今年和第一名相差分数已经不到一分了，仅仅是0.9分了，就是社会蓝皮书，他们已经是20多年了，我们是十周年。所以我们从创立起来，每一次都是位居前十名，基本上这几年是第二名，这方面的各位作者都是非常的用心。

三是感谢媒体支持，每一次发布会之后，由我们唐所长带队，我们团队都会去人民网做视频的直播，影响力、传播力都非常的大，我觉得包括今天在座的各家媒体来为我们报道，长期以来对我们工作的支持，没有媒体对我们的内容进行传播，我想社会影响力也没有那么大，因为皮书的评价体系当中，专门有一项就是媒体和社会影响力，每一次媒体和社会影响力的得分都是满分，都是100分，由此可见，我们媒体尤其人民网非常给力的支持我们，有他们的鼎力支持的。我们的出版单位社科文献出版社，为我们打开绿色通道，无论编辑当中还是出版流程中给我们优惠政策，我们的书每年接受通稿的时间比较短，编辑的时候也很紧凑，但是我们能够如期按时、如约的基本在6月底之前面市，这也是和他们大力支持紧密相关的。当然，我们也非常感谢现在还在辛勤工作的那些小或伙伴们，包括中国网、包括新媒体蓝皮书的推广团队，他们通过微博、通过微信还有通过抖音，都对社会、向公众进行传播，所以在座的每一位专家、每一位大咖，你们这些的精彩观点、这些真知灼见，都会通过我们的传播渠道还有其他媒体的报道传播出去，这样的话，为我们国家媒体的发展当然也是为了我们国家治国理政方面能够提出一个很好的参考作用，从而推动我们国家媒体尤其在媒体转型的关键时刻作出重要的贡献。

第二个关键词就是期望，期望在座各位领导、各家媒体，我们已经走过了十年了，未来的十年，未来更长的时间，我们更加需要各位领导、各位媒体、各位专家、各位作者的积极支持，如果没有大家的积极支持，我们未来的发展会成为一句空谈，所以现在这个十年可能既是我们的荣誉，既是某一个节点的终点，但也是一个重要的起点，所以期望大家一直鼎力支持我们。谢谢大家。今天下午的研讨会到此结束。

[【纠错】](#) 责任编辑：王时丹