

新时代背景下中国传媒经济发展的创新思路探究

朱怡婷

安徽财经大学 安徽 蚌埠 233030

[摘要]新时代背景下,中国传媒经济持续向高质量方向发展。当前新型媒体运营格局已形成、传媒细分领域呈两级分化发展态势。结合传媒经济发展现状和未来发展趋势,提出加强新型数字技术的推广应用、塑造数智化媒体新业态、构建媒体新型平等互动模式、加速媒体经济生态格局的构建、注重媒体技术创新型人才培养的创新思路,以期匹配新时期对中国传媒经济提出的新要求提供有益借鉴。

[关键词]新时代;传媒经济;互联网技术;数字技术

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.1452

一、传媒经济发展现状

(一) 新型媒体运营格局逐步形成

新时代背景下,传媒产业为适应新消费需求,形成了新型媒体运营格局。疫情期间,直播、短视频以及线上购物等领域的营业额稳步提升,用户线上需求得以充分释放。此后,线上直播带货、电商向多元化和普及化方向发展,传媒产业运营模式融入电商,最终形成“社区+电商+数字服务”的媒体运营新格局。随着媒体与电商的深度融合,传统媒体实现了全方位的资源盘活。新时代下的中国传媒承担着品牌传播、产品营销等多种新功能。

(二) 传媒细分领域呈两极分化发展态势

传媒细分领域主要包括传统业务与新型业务两大模块。传统业务为报刊、图书、电影等;新型业务为网络视听、网络广告、网络游戏等。在新时代背景下,线上消费规模持续扩大使得传统领域传媒业务和新型业务出现两极分化的发展态势。例如,传统领域业务受到疫情影响收入下降,但网络视听、网络游戏等互联网业务在疫情背景下呈超常发展态势。据“传媒蓝皮书”课题组数据显示,直播、视频等应用场景促使移动互联网接入流量加速增长。2020年,移动互联网接入流量消费高达1656亿GB。

二、传媒经济未来发展趋势

新时代发展背景下,中国传媒经济正在步入理性发展期,且传媒经济相关领域的数字化转型发展均表明传媒经济的发展前景广阔。从发展环境视角而言,传媒经济监管政策更为精细化和严格化,且完善的保障政策有利于传媒经济持续稳定发展。从发展内容来看,传媒经济未来发展内容将通过知识付费、电商运作等方式实现内容变现,极大地拓宽了传媒经济发展渠道。从技术手段来看,大数据、人工智能等数字技术与传媒经济紧密结合,实现传媒经济的数字化发展。总体而言,新时代中国传媒经济的应用领域将逐渐向教育、医疗以及金融等领域拓展,为中国经济高质量发展提供有效助力。

三、中国传媒经济发展的创新思路研究

(一) 加强新型数字技术的推广应用

在大数据、人工智能技术以及互联网技术等数字技术与传媒产业深度融合背景下,极大地发挥新型数字技术对传媒产业智能化发展的促进作用,进而为推动传媒经济多元化盈利模式的构建提供多元化发展路径。首先,中国传媒经济应加强新型数字技术的推广应用,通过5G技术的普及推广,为传媒经济构建生态系统提供可行性路径。其次,充分借助人工智能、互联网技术等先进数字技术,加速拓展媒介的信息采集能力,从传统互联网模式向物联网模式转型,在媒介各个领域融入多种媒介技术,加速重构整个媒介生态系统,进而推动传媒经济发展。最后,加速智能化媒体体系建设。相关媒体企业可通过引入新型数字技术,加速媒体经济数字化转型。具体而言,新型传媒体系建设以互联网技术为主导;多样化传媒传播方式以新型技术为基础;传媒经济经营模式以智能化媒体为核心,以此实现传媒经济各领域的智能化发展。

(二) 塑造数智化媒体新业态

在新时代背景下,中国传媒经济发展模式持续转型,且相关“下沉市场”具有加大发展潜力有待释放。首先,相关传媒企业应不断强化新技术的应用水平,通过实现社会场景的智能化、全连接的方式为消费者提供丰富的场景体验。此外,还可借助数智化媒体新闻运营模式,利用精准化的革新推动方式,有效满足各类用户的信息需求。其次,相关传媒企业还应充分利用AI数字技术,加速媒体数字化转型,布置多样化的智能应用场景,不断丰富消费者的消费体验。最后,将大数据技术、AI技术深度运用到新型媒体经营过程中,加速新型媒体经营模式的改革,塑造数智化媒体新业态,使得媒体生产力得到充分解放的同时,为传媒经济发展提供更为广阔的创新空间。

(三) 构建新型媒体平等互动模式

作为传媒经济的重要组成部分之一,互动模式构建对于打破传播者与用户沟通边界,提升双方交流效率具有推动作用。在新时代背景下,传媒企业应基于大数据技术构建新型

平等互动模式，收集并测算用户的实际偏好，定时推送个性化、精准化的媒介信息。这一模式的建立能使用户有效获取关于政治、文化多种信息的同时，可实现供给端和消费者的双向信息传递。另外，传媒企业可依托媒介平台构建新型平等互动模式，使信息传播权由传统的集中模式转变为分离模式。同时，新型平等互动模式的融入使媒介平台成为信息传播的重要渠道，有效融合受众多元化需求的同时，为其提供多种综合性服务。综合而言，应加速媒体新型平等互动模式的构建，促进传媒经济发展新传播格局，使信息传播效率得到大幅提升。

（四）加速媒体经济生态格局的构建

在新时代背景下，受众信息需求日趋多元化，这对媒体表现手段和信息生产方式提出更高要求。为充分匹配新时代传媒经济的发展需求，传媒企业应加速构建媒体经济生态格局。首先，垂直细分媒体经济领域。垂直细分媒体经济领域有利于传媒经济市场的重构，使媒介传播内容的生产和传播效率得到大幅提升，并传媒产业投资向多维度、多领域拓展提供了新机遇。故传媒企业应将研发中心放至现相关细分领域，如将研发内容细分至硬件、游戏各类领域，还可将传统行业细分为汽车类、房产类、亲子类以及旅游类，加速实现原有内容的再生产，重构媒体经济生态格局。此外，加强垂直领域内容创新力度。各媒体机构应加强垂直领域内容的创新，通过积极引入互联网创新思维模式，为自身创造更为广阔的发展空间的同时，增强企业自身竞争力。其次，实现新媒体与主流媒体的融合发展。在新时代背景下，为更好地匹配智慧化媒体发展需求，传媒企业应加深数字技术应用，实现主流媒体应与新媒体形式有效融合，打破二者间的信息共享壁垒，利用新旧媒体互补优势构建舆情控制场域，为促进媒体经济全方位互联提供重要基础。最后，注重知识产权保护。在推进传媒经济发展过程中，应健全和完善传媒经济管理，强化知识产权保护力度，保证传媒经济稳定持续发展。相关传媒企业应不断提高对文化、技术等软实力对传媒经济发展的重要性认知，通过加强知识产权保护提高软实力发展水平。与此同时，还应通过出台相关的知识保护政策维护相关研发者的实际利益，充分激发知识研发者的积极性，从而为推进媒体经济生态格局的构建提供有效助力。

（五）注重媒体技术创新型人才培养

作为传媒经济发展过程中的重要组成部分，媒体技术创新型人才缺乏成为当前亟须解决的问题。针对此，相关传媒企业应通过培养信息交互型人才、引入复合型技术人才以及培养智能化平台开发人才的方式，推进中国传媒经济的有序

发展。首先，培养信息交互型人才。具有互联网思维的信息交互型人才是推动传媒经济发展转型升级的核心推动力。因此，传媒企业应通过定期对相关人员进行定期培训，促使其熟练掌握信息交互设备应用方法以及相关软件的熟练运用和维护，有效实现媒介与用户的互动性的同时，搜集并整合相关新闻素材。其次，引入复合型技术人才。传媒企业应通过出台员工激励政策吸引兼具信息传播能力和内容研发的综合型人才，促进新技术在传播平台的应用水平，有效提升平台信息的运用效率，进而为媒体提供资源共享的多元化平台。最后，培养智能化平台开发人才。传媒企业应通过加强技术研发的资金、人力等资源投入力度，推进智能化平台开发人才培养集成，使得新闻生产力得以最大限度地调动，进而为推进中国传媒经济发展提供核心推动力。

四、结束语

新时代下，中国传媒产业总体规模持续增长，但受疫情影响整体增速有所下降。后疫情时代，数字技术与传媒经济深度融合，勾勒出新型传媒生态体系，形成新型媒体运营格局。文章结合当前中国传媒经济发展现状和未来发展趋势，提出强化新型数字技术的应用力度、塑造数智化媒体新业态、构建媒体新型平等互动模式、加速媒体经济生态格局的构建等创新发展思路，为与新时期对中国传媒经济提出的新要求相匹配提供有效发展路径。

参考文献

- [1]周鸿铨. 新时代传媒经济发展进路与前瞻[J]. 教育传媒研究, 2018(2): 23.
- [2]李辽, 张劲松. 新媒体背景下传媒经济发展的新思维探究[J]. 城市党报研究, 2020(12): 15-18.
- [3]耿国锋. 新媒体语境下传媒经济发展的新思维探究——评《智媒时代的传媒经济学》[J]. 当代财经, 2021(12): 2+155.
- [4]吴科. 互联网背景下的传媒经济发展探讨[J]. 传媒论坛, 2020(17): 17+19.
- [5]杜娜. 回顾·对比·展望: 中国传媒经济学的发展历程[J]. 传媒经济与管理研究, 2021(1): 127-136.
- [6]卜彦芳, 董紫薇. 历史进路、理论记忆与框架建构: 中国传媒经济研究四十年[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019(5): 127-133.

作者简介:

朱怡婷(1997.1-)女,安徽六安人,安徽财经大学硕士研究生,研究方向:传媒经济。