



本期关注:2023年“融”媒体创新案例

全国百余家主要报业传媒集团和报社2023年经营规模和营收总额同比增幅达6.8%——

看多家媒体机构如何逆势上扬

□陈周行

“2023年,在新传播新营销的探索中,报业融合转型、经营模式创新取得显著成效,全国100余家主要报业传媒集团和报社经营规模和营收总额同比增幅达6.8%。”由中国广告协会报刊工作委员会日前发布的《2023年度全国报业经营整体分析报告》显示,2023年报业经营收入与2022年相比,广告收入占比从38.5%减少到35.6%,新媒体收入占比从23.6%减少到18.6%,发行收入占比减少了5.1个百分点,而多元化经营收入占比则大幅增加,从13.9%增至27.0%。媒体经营收入构成变化更趋科学合理,新媒体经营布局成果日益突显,多元经营占比大幅提高。

多元布局的背后,捕捉社会百态的传统跑线口记者化身成了电商“店小二”,与屏幕前的消费者热情互动;和“数字虚拟记者”做同事,呈现全新体验。在科技浪潮的席卷之下,传统与现代交织融合,携手演绎出传媒行业的全新篇章……全国百余家主流媒体经营负责人与业界专家借2023年度全国传媒经营工作总结大会,通过“融”媒体创新经典案例分享,为传统媒体“营”响力逆势上扬讲经验、谋思路。



长江严选直播间中主播“小严严”正在为大家推荐荆楚好品。

在数字化的浪潮中,挖掘媒体资源并推动内容的数字化向产业化转变,已然成为地方媒体在传媒经营发展中亟待把握的新机遇,同时亦面临着前所未有的新挑战。

“我们坚持‘端网速度、纸媒深度、全媒呈现’的原则,不断拓展全媒体阵地,一方面做大做强湖北日报、极目新闻等新媒体品牌,推进湖北日报客户端县级频道的全覆盖,打造区域超级传播平台;另一方面巩固发展第三方平台大号,积极探索垂直分众传播,构建‘三轮驱动’全媒体传播体系。截至目前,湖北日报传媒集团的全媒体用户总量已突破3.37亿。”湖北日报传媒集团党委副书记、总编辑赵洪松说。

南方都市报以N视频、大数据

报业转型显成效 实现营收规模稳中有进

研究院、湾财社、南都娱乐、南都高质量发展研究院等五驾马车并驾齐驱,建构年轻态生态体系;以“产业+”来增产增收,以“产品+”的模式来持续创收,以“整合+”的模式来串联资源,如打造“中国智媒营销大会”品牌IP,用媒体“营”响力促进企媒互利共赢。

“2023年,南方都市报社的整体营收是5.09亿元,同比增长4.1%,其中剔除发行收入后的主营业务收入是4.567亿元,增长7.73%,这也是2018年以来我们经营连续6年保持稳定的增长。这主要是得益于智媒转型的路。”

南方都市报社总经理陈文定说道。

“政务收入是去年增长最快的板块,有近100%的增长。目前澎湃已经在13个省建立了运营中心。同时,内容风控服务也是我们增长较快的一个板块。另外就是融媒体技术与管理输出。目前来说,纯广告的收入,约20%是政务,10%左右是版权,还有10%—20%是风控和技术输出。”作为第一家停掉纸媒、全部转到新媒体的媒体,澎湃新闻副总裁黄武锋认为,转型无疑是媒体发展的必由之路,也是应对市场挑战的关键所在。

事实上,从1.0图文阶段的起步,到同步推出“第六声”(Sixth Tone)平台;再到2.0阶段平台化的探索,实现视频内容全面上线;最终进入3.0阶段,引入生态化和全链条概念,推出AIGC 24小时直播、知识付费等创新产品,澎湃新闻通过优化布局和转型发展,不仅实现目前每日全网触达用户高达4.5亿,也探索出了包括打造优质广告发布平台、内容4A公司、新型政务服务商等多元化业务,以及内容风控服务和融媒体技术与管理输出等服务,为行业的转型发展提供了宝贵的经验和启示。

媒体增创新价值 智能引领服务新篇章

融合10年来,通过构建新媒体传播矩阵,或整合资源,或技术赋能,或集中优势打造IP活动,或推进媒体服务下沉,或开拓新的国际市场,全国主流媒体拓展了多种营销模式。

例如,《新民晚报》精心打造的国际传播IP“老外讲故事”,该系列报道在新媒体时代全面采用全周期、全流程的运营模式,不仅巧妙借助外力进行推广和宣发,更在《新民晚报》自身平台上积极开展海外输出。“我们在线上通过四季的融媒体产品精心推送,结合线下‘老外讲故事’俱乐部举办主题外宣活动,建立起《新民晚报》的国际友人资源库,成功搭建起国际传播的矩阵。目前,‘老外讲故事’系列在境内外总点击量已超过37.87亿次,成为国际传播领域一个现象级的IP。”《新民晚报》范浩表示,借外嘴讲好中国故事,借外眼去看好中国的发展,“老外讲故事”不仅是一个国际传播的好IP,同时也带来了一定的经济效益。

“以前觉得做好内容就够了,如

今只是前提,你做不好内容,没有你的影响力和你的粉丝,所有营销就无从谈起。”黄武锋如此表示。

“助推传统媒体向智媒转型升级,让AI数字人‘飞入寻常百姓家’。”在元宇宙技术日新月异的当下,海峡都市报“百万数字人计划”项目的负责人提到,通过运用AI技术,《海峡都市报》实现了数字人直播、访谈、交互等前所未有的全新体验,为受众带来了更加生动、智能的新闻呈现方式。同时,报社全面开展了新闻+政务商务服务的数字化应用,推动了新闻内容的创新变革,也更更新海都广告服务应用场景,为广告业态改革提供新思路、新产品。

武汉大学数据新闻研究中心主任王琼同样表示,数据智能在创新服务方面发挥着不可或缺的作用,目前媒体的商业模式正经历着深刻的变革,逐渐从传统的内容+广告模式,转向咨询+技术服务的模式。比如,南都全员大数据研究院进行数据化转型,年营收超过2亿元。“传统的内容服务的毛利大概是

60%,而SaaS服务的毛利一般都是在90%以上。”在王琼看来,大数据和人工智能技术是驱动媒体发展的核心与关键力量,在数字化浪潮汹涌的今天,必须高度重视这两项技术的发展,通过深度挖掘和应用数据智能,媒体不仅能够提供更加精准、个性化的服务,还能够开创出更加广阔的业务领域。



“媒体+”兴起正当时

面对媒体生态重构、竞争赛道改变等多重变化,各媒体顺势而动、因势而谋,顺势而为、乘势而上,挖存量、寻增量,不断通过“媒体+”开拓营收新方式。

“如果您省心、省时、省力地挑选到优质产品,还想要做传媒电商,欢迎认识长江严选。”长江日报社相关负责人表示,长江严选作为长江日报报业集团旗下全资电商平台,自主研发了全国独有的品牌+传播+销售的一体化传媒电商平台,销售额从2020年的1300万元到2022年的4300万元,再到2023年突破8100万元,业绩一路攀升。该负责人表示:“一边是产品,一边是传播,相辅相成,落地生根。追求美好的,我们一路升级打怪,看到了流量的神话,也确定了传播的价值,找到了助力乡村的发展点。我们也期待传媒电商能够成为我们传媒的春天事业。”

南通报业传媒集团相关负责人则讲

多元经营占比大幅提高

述了文旅与媒体融合的丰硕成果,他以首届南通网友节系列宣传报道为例表示,首届南通网友节系列宣传报道全网点击量超过3亿次,不仅一些话题被大量转发,活动整体还创收超过100万元。同时通过评出南通十大热门网红打卡地、十大文艺网友等活动,全方位展示了南通经济社会发展的成果,让大家以网络名人的传播力、影响力带动更多的人认识南通、爱上南通。

“有节有节,无节无节,升腾的烟火气映射出文旅‘出圈’的秘籍。”新华日报传媒有限公司韩雅丽以“节”为媒,讲述了新华智旅如何链式赋能城市文旅品牌的精彩案例。她提到,在举办2023中国(徐州)汉文化旅游节时,《新华日报》坚守创新之道,秉持融合与跨界的工作理念。在塑造主流媒体主流舆论矩阵时,整合央媒、省媒、境外媒体以及自媒体,找准关键节点,用微视角聚合报道素材呈现徐州汉文化的

魅力,为徐州文旅的蓬勃发展注入了强劲动力。“得益于此次活动的成功举办,2023年徐州国庆假期接待游客675万人次,同比增长194.2%,实现旅游总收入91.26亿元,同比增长229.82%,带动效应显著。”韩雅丽进一步说道。

对此,中国社会科学院新媒体研究中心秘书长黄楚新也提出了自己的见解。他认为,面对新机遇、新挑战,各媒体机构可在以下几个方面发力:社交化,完善互动机制,增强用户黏性;数字化,推进产业升级,盘活数字资源;生态化,延展产业边界,构建媒介化社会;规范化,加大行业监管,实现规范运营。

观点

力耕不欺 内容为王

□张博

我国报业在经历了十几年的高速发展后,从2012年上半年开始进入下滑期,一些报纸出现发行量和广告双双断崖式下滑的局面。而近年来,每年新年伊始都会有一批报纸宣布停刊、休刊,更是让整个报业笼罩在瑟瑟的寒冬中。

很多人悲观地认为报纸将死,我国报业没希望了,但从日前发布的《2023年度全国报业经营整体分析报告》中可以看到,在传统报业下滑的局面中出现了另外一番景象——全国100余家主要报业传媒集团和报社2023年经营规模和营收总额同比增幅达6.8%。

天道酬勤,力耕不欺。

一批不屈的报人“顶风冒雪”、砥砺前行,依靠执着和智慧,通过积极探索走出了一条适合自身的发展之路,如《南方都市报》营收超过5亿元,其中2/3来自新媒体及多元化经营;《南国早报》的占比达到85%;《生活报》《海峡导报》等经营收入中来自新营销的比例都在70%左右;将主阵地转移至客户端的封面传媒、上游新闻等的经营收入中80%—100%都来自新媒体、新营销。

然而,在成绩面前依然需要冷静的头脑,应清楚地认识到,即使在新媒体快速扩张时代,受众阅读某一媒体的精力和时间在急剧收缩,但这并不意味着受众对阅读质量的要求下降,更不意味着对传统媒体的信任减弱。相反,传统媒体的社会影响力仍然巨大,受众更希望把有限的时间花费到对自己有用的信息中去,对阅读内容和质量都有了更高的要求。

在成绩面前更需要客观的态度,应清楚地意识到,形式永远是内容服务的,无论技术如何升级,AIGC时代下“内容为王”也永远不能被轻视,只有用内容去获得读者的支持,用价值认同获得黏性才能长久,不然一切将是空谈,只能是昙花一现。要真正理解习近平总书记指出的“内容永远是根本,融合发展必须坚持内容为王,以内容优势赢得发展优势”的要义。

在成绩面前更需要与时俱进的锐意,应清楚地意识到,尽管目前大家在移动优先、流程优化、多元拓展等方面取得了长足进展,在数据化和智能化方面也展现出喜人的成绩,但智能化、数据化是前进的新方向,是实现营收增长的新动能,更是以新质生产力推动产业高质量发展的有力实践,还需要进一步优化。

逆势上扬,迎风飞翔。

在实现“十四五”规划目标任务的关键一年,各媒体应该在不折不扣做好党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者的同时,以有价值的新闻为基础,用新质生产力、新方式实现社会效益和经济效益双丰收。

