



■本期关注:新质生产力中的视听力量

——一组最新数据背后——

行业商机“钱”景无限

□本报记者 李雪昆

网络视听作为当代信息传播的重要载体,如潮涌般奔腾不息,融入生活,织就万千繁华。轻触屏幕,世界便在眼前展开,视听盛宴,更演绎着时代的华章,视听新形式不仅改变了我们的生活方式,也引领着科技和文化的新潮流。我国10.74亿人的网络视听用户规模,98.3%的网民使用率,15.5亿个短视频账号,人均每日使用短视频时长已达151分钟,一个直播间正带动30余种新职业的诞生……随着近期多组网络视听相关数据的发布,可见网络视听“第一大互联网应用”的地位也更加稳固,一组最新行业数据的背后,或许也正给这一阵地带来更多可能。庞大的从业者体量、可观的市场规模,更成为推动网络视听成为新质生产力的重要力量。

新兴企业充满活力
产业发展有了更强根基

- 网络视听用户领先即时通讯
1414万人
- 行业市场规模达到
11524.81亿元

“网络视听已经成为我们日常生活中不可或缺的重要组成部分。”中国网络视听协会副秘书长周结表示,在用户规模上,网络视听与排名第二的即时通讯的差距正进一步扩大。还记得在《中国网络视听发展研究报告(2023)》中,当时网络视听用户领先即时通讯184万人,而到了今年,这个势头进一步上升,已经领先了1414万人,这便是网络视听蓬勃发展的一个具体体现。

“市场大了,能干的事必定也就更多了。简单的数字增长背后是网络视听行业迅猛发展的写实,反映出大众对于信息获取和娱乐方式的转变。人们越来越倾向于通过视频、音频等多媒体形式来获取信息、进行交流和娱乐,这也为网络视听应用不断探索新的商业模式和盈利方式、为行业的可持续发展提供了有力支撑。”西北政法大學新闻传播学院(艺术学院)院长孙江说。

综合参考全国广播电视行业统计公报、企业公开财报和公开营收等相关数据,《中国网络视听发展研究报告(2024)》推算出过去一年,我国网络视听行业的市场规模达到11524.81亿元,以网络视听为主营业务的存续企业达到66.08万家。特别是近5年来,网络视听领域的创业持续旺盛,新兴企业特别是小微企业充满活力,如雨后春笋般涌现。

在孙江看来,随着数字化、网络化、智能化的快速发展,网络视听领域成为一个充满机遇的新兴产业。小微企业凭借自身的灵活性、创新性和敏锐的市场洞察力,能够快速适应市场需求变化,抓住发展机遇,成为推动行业发展的重要力量。同时,小微企业在网络视听领域的创新能力和竞争优势也凸显出来,通常他们更加注重技术创新和模式创新,能够开发出更具创意和个性化的产品和服务,并在与大型视听平台形成差异化竞争的过程中,实现自身的快速成长。因此,网络视听领域中的小微企业所发挥的作用不容小觑。

此外,《中国新闻出版广电报》记者还观察到,短视频平台正成为主题主线宣传的重要阵地。过去一年,相关内容的播放量达580多亿次,正能量话题的阅读/观看量达到776.8亿次。这一成绩凸显了短视频平台在引导公众意识、塑造社会价值观方面的强大能力,也揭示了新时代媒体融合发展的新格局。

“《人民日报》、新华社、中央广播电视总台三大央媒的头部短视频粉丝数量超过10.13亿,头部20个短视频政务号的粉丝数量接近4亿,彰显了央媒和政务媒体在短视频平台的影响力,也说明了数字时代,主流媒体仍然是公众获取信息的重要来源。”周结补充道。



本版图片均为资料图片。

指尖分享频“出圈” 最强CP有了强依托

- 人均当日使用时长达到 151分钟
- 七成以上用户因看短视频/直播购买商品

过去的一年,移动端网络视听使用时间长达187分钟。具体看来,短视频的用户黏性最大,人均当日使用时长达到151分钟,是网民日常使用首选。这其中,短视频/直播拉动消费效应明显,七成以上用户因看短视频/直播购买商品。短视频/直播和电商、文旅成为最强CP。《中国网络视听发展研究报告(2024)》中这组数字的背后又意味着哪些机遇?

周结介绍,调查显示,超过七成用户因观看短视频/直播而购买过商品,去年年度累计GMV(商品交易总额)超过10万元的账号数量多达74.3万个。超四成用户经常收看旅游或者风景类的短视频,有近三成用户表示会因为短视频或直播去某地旅游。“近年火热的文旅现象,比如‘淄博现象’等,其背后很大程度是短视频和直播在推动,这种跨界的合作势必在未来一段时间内成为常态。”

记者从抖音方面了解到,2023年“村超”相关话题在抖音站内播放超130亿次,相关直播超3亿人次观看;榕江县在抖音生活服务平台的订单同比增长超3倍,其中旅游订单同比增160多倍;随着天水麻辣烫的“出圈”,仅一个月的时间,天水商家在抖音上的麻辣烫订单环比增长259%……2023年以来,淄博烧烤、贵州“村超”、天津大爷跳水、哈尔滨冰雪、天水麻辣烫相继“火出了天际”。低线城市越来越成为短视频用户的“旅游胜地”,县域及乡村也逐步火爆起来。其中的基本逻辑大多是:“短视频内容走红一达人用户跟进直播与短视频—官方承接/宣推—多方狂欢”。无论是有组织的策划,还是自发爆火,直播和短视频内容都已经成为文旅发展的“有效杠杆”。“可以说,人们用指尖的分享正不断带红一座座城市,商家和地方政府接力用热情和服务迎接来客,最终把流量转化为文旅口碑。



聚光灯

再塑传播逻辑 重置“破圈”密码

□崔燕振

万山磅礴看主峰。从习近平总书记2023年在地方考察时提出“新质生产力”概念到在中央经济工作会议上强调“发展新质生产力”,从今年1月主持中央政治局第十一次集体学习时系统阐述新质生产力到将其浓墨重彩地写入今年的政府工作报告,这一系列的论断论述为各类生产要素和市场主体准确把握新质生产力的科学内涵和发展路径提供了根本遵循,与此同时,也清晰地地为文化产业发展指明了航向。作为文化产业的新兴力量,网络视听产业未来将向何方,如何前进,亦 can 从中寻到指引和方法。

晓看红湿处,花重锦官城。在中国经济发展转型过程中,新质生产力正在赋予中国经济发展新的动能、新的未来和新的希望。新质生产力在媒体传播领域,在视听消费领域,一个主要的表现,可以概括为——“新质传播力”。新质传播力也正从一个新的视角洞察着中国的媒体传播和网络视听消费。

从用户视听消费方式和娱乐方式的变迁中可以看到行业的新趋势、新动向。在媒体融合进入新10年之际,我们发现,从早先对用户偏好的研究,到今天对流量密码的研究,行业正在以精細点状燃爆的方式拓展着发展路径。比如,正火爆“出圈”的天水麻辣烫,告诉了我们今天的传播逻辑以及“出圈”密码,那便是对某一点精細且极致的刻画和放大。

在《中国网络视听发展研究报告(2024)》中可以清晰地看到,视听消费已成为网络流量的重要内容。其中,

13—34岁的人群成为网络视听用户的主力军,这是这一市场中最活跃的青春力量,也势必是视听消费的主力军。

在我看来,今年会成为网络视听发展的关键节点。Sora的横空出世,AIGC的持续火爆,都在告诉我们,网络视听的传播和消费,生产和流行都有了全新的逻辑,有了和以前完全不同的流程和制作环节。技术的迭代让这一行业变得更加繁荣,更极致的视听体验、更丰富的内容供给和更多元的消费选择会在2024年得到体现。

与之相适应的是,当视听传播的手段越来越发达、越来越精致、越来越能实现美轮美奂的效果时,人们对于情感、对于温度、对于精神体验方面的诉求会愈加突出,这也将为视听行业带来更多的机遇。

新职业带动新就业
传统经济转型有了强赋能

- 短视频账号总数已达 15.5亿个
- 职业网络主播数量已达 1508万人

作为数字经济的重要分支,网络视听在提供新就业渠道方面也贡献显著。结合各主要视听平台的数据,根据统计模型估算可见,截至2023年年底,以网络视听业务为主的平台上,短视频账号总数已达15.5亿个。这一数字不仅代表着巨大的内容生产和消费市场,更意味着在这一领域中活跃着无数的内容创业者和从业者。

“进一步研究发现,我国职业网络主播数量已达1508万人,成千上万的普通人通过网络视听平台找到了展现自己才华和创意的舞台,实现了自我价值。”周结说道,特别值得注意的是,网络视听平台拥有10万粉丝的账号数量超50万个,拥有100万粉丝的账号数量约为4万个,拥有1000万粉丝的头部账号有1000余个,这说明腰部账号撑起了网红经济。

采访中,记者从快手方面了解到,今年2月,中国青年报社联合快手所做的“新职业带动新就业状况调查”显示,八成受访新职业青年通过短视频/直播平台实现就业创业,受访青年对于长期从事数字生态新职业的意愿较高。

“半年时间,我在快手直播间帮助上万件农产品走出大山。”东北农业大学2022届毕业生文淼“跨界”成为直播氛围师这一新职业中的一员。在助力直播间里,文淼不仅当“捧哏”带动氛围,还横跨直播的各个阶段,负责设备调试、后台操作、维护直播秩序、数据复盘等内容。

以直播电商为例,一个直播间可带动30余种新职业,既包含产品研发师、直播电商操盘手等创新型新职业,也包含店铺运营师、活动运营师、直播氛围师等运营型新职业,数字平台正不断推动着多元职业发展。

短视频/直播行业正吸纳大量就业,形成专业化、职业化的新职业生态。中国职业技术教育学会副会长、人社部中国就业培训技术指导中心原党委书记陈李翔表示,随着短视频/直播生态与产业深度融合,更多新业态和新职业不断成长。短视频和直播平台与实体经济相融合,赋能传统经济的数字化转型,正实现着数字时代创业的就业倍增效应。

“探店作为一种新兴业态,对于经济复苏、消费提振具有较好的助力作用。”抖音相关负责人表示。

《2023年抖音生活服务年度数据报告》显示,2023年,探店达人数量增长2.89倍,超58万人依靠探店获得稳定收益,达人总交易额提升超2倍,达人探店助力实体商家增收946亿元。而另一组数据也显示,仅今年春节假期期间,319万人返乡探店,打卡家乡宝藏小店,发布784万条视频,这些视频为家乡带来经济收入11.85亿元。

南京大学历史学院考古文博系教授、博士生导师张良仁同时还是一名抖音美食探店达人。他一边探美食,一边给大家讲解食物背后的历史。凭借这“独门绝技”,张良仁成了粉丝眼中“考古里最懂美食的,美食界最懂考古”的“斜杠教授”。他为网友提供知识饕餮的同时,也带火了包括南京京华汤包店在内的80多个宝藏小店。

“新一轮的人工智能和大数据等技术一方面在制造业产生了替代劳动和提高劳动生产率的作用,另一方面也在服务业创造了大量就业岗位,形成了数量庞大的基于平台经济的灵活就业等新就业形态劳动者。”上海交通大学安泰经济与管理学院特聘教授陆铭表示,随着短视频和直播团购融入人们的日常消费习惯,探店达人会成为越来越年轻人的职业新选择。

通过观察不难发现,2024年春节档,票房头部影片均是沿着温暖现实主义逻辑而展开,几乎每一个打动人心的传播点、故事点、情节点,都是温暖现实主义叙事的释放,都是与人们情绪价值、心理价值的碰撞。

因此,在内容生产方面,无论是短视频,还是剧集,在温暖现实主义的氛围和基调下,对于一些优质题材的挖掘、释放、放大,会让受众看到这个时代更多的精彩内容,传递更多积极向上的力量。故事讲述的方式要越来越能够打动人、感染人、引导人,唯此,新质传播力的价值才能伴随视听产业的高速发展贡献更充足的力量。

(作者系北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司董事总经理)