

传媒面孔

改革奋进
再迎都市媒体春天

□湖南日报社视视频、《三湘都市报》副总编辑 张军



展望2025,《三湘都市报》将迎来创刊30周年、视视频上线3周年。“三生万物,生生不息”,站在新的起点上,我们深感使命在肩。面对媒体变革浪潮,我们将直面挑战,深入贯彻习近平文化思想,锐意革新,深耕内容、技术、传播等核心优势,铸牢新媒体平台和品牌,力争把视视频打造为“自主可控有较大影响力”的短视频平台,再创都市类主流媒体的春天。

融媒改革纵深推进。按照“推进主流媒体系统性变革”要求,我们将全方位纵深推进融媒改革,深度释放媒体生产力。精细入微调整考核机制,大刀阔斧压减层级架构,营造活力四溢的高效新媒体生态,为内容生产注入原动力。持续发力调整现有系统,以互联网思维精细优化全媒体内容生产要素配置,把主要兵力投入新媒体主战场。加速全员视频化提质增效,强化自有采编IP影响力,筑牢主播矩阵根基,持续优化升级视视频APP,提升日活用户数量,增强用户黏性,以深度变革强势突围,打造非凡传播力与强大影响力。

内容为王、民生至上。我们将强化策划与用户双向思维,深入推进“改文风”,深化内容供给侧结构性改革。围绕宣传贯彻习近平文化思想,提升《青春学习堂》栏目,举办短视频大赛,将深邃理论通俗呈现,大众传播;策划推出“湖南社区文明节”,依托湖湘楷模力量,组织趣味文化会演与文明宣讲,推动新思想落地生根,实现线上线下广泛传播;秉持“人民至上、民生至上”理念,全网全平台优化升级民生报道,深耕百姓关注的热点、社区、医疗等领域,升级16楼深读等常设专栏,深挖素材;重磅打造“登峰者之”“走新”系列,《跟着舜舜去追“新”》,生动展现湖南新质生产力成就,以优质内容夯实“热搜、涨粉常态化”,驱动流量稳健增长。

正能量+澎湃传播。我们将坚守“正能量就是大流量”初心,全力打造正能量温暖+全媒体平台。社会效益优先,做大做强正能量与公益报道。精选并升级“感动湖南人物评选”等品牌活动,用故事激发温情,助力成长、树立楷模、帮扶学子、汇聚善举,落实教育帮扶、文化帮扶,让希望燎原湖湘大地,走向全国。升级《26℃》正能量专题专栏,推出《心有光芒 逆风飞翔》,寻找、聚焦平凡发光者,传递温暖力量。

经营转型再创新高。我们将秉持“两翼齐飞”,以融媒改革纵深推进,带动经营转型突破。“重垂直”深耕市场,一方面,构建采编经营深度合作机制,保障经营转型与业务增长。另一方面,经营策略“多点开花”,做强教育板块,以“三点半+优质新项目”构建多轮驱动,整合优质教育资源,着力打造特色教育生态,提升竞争力、激发盈利潜能;直面新媒体市场挑战,提升新媒体变现能力,强化主播矩阵商业转化,关停并转垂号,依商业逻辑推研新号,创新盈利模式,拓展收入渠道;扎根市州基层,派遣专业团队定制个性化新媒体服务方案,携手地方拓展份额。

编者按 崭新的2025已经到来。2024,媒体人用汗水换来收获,奋进中续写华章,汇聚担当与坚守、实干和奋斗,交出了一份沉甸甸的答卷。2025,面对新形势新任务,媒体人怎样整装再发?本期《传媒面孔》邀请5家视频媒体负责人,讲讲他们心中的“大写意”和“工笔画”。

全面启动新一轮系统性变革

□澎湃新闻编委会编委 赵昀



2025年,是澎湃新闻落实系统性变革的开局之年,在2024年外滩新媒体年会暨澎湃新闻成立10周年大会上,澎湃新闻提出了面向未来的“四新战略”,即“新内容、新场景、新技术、新引擎”,同年年底,澎湃新闻又启动新一轮系统性变革。

2025年,澎湃新闻将以“国内领先、影响全球”为目标,聚焦时政报道、舆论监督、正能量报道、国际新闻等核心内容板块,持续保持在全国互联网原创新闻媒体的领先优势。通过结构性调整,对原有13个新闻中心进行合并重组,成立7个新的新闻业务中心,进一步压减一般性内容、同质化内容,将传播力、引导力、影响力、公信力作为立身之本,坚持内容

为王,从“大而全”向“专、精、深”转变,凸显精品意识,着眼最具优势、最有特色的领域,深耕细作,深度开拓。同时,强化特色定位,全力打造融媒品牌和爆款产品,形成头部平台效应更强大、特色定位更明晰的比较优势。

视频报道一直是澎湃新闻在融合转型发展中的重点,也是优势,2025年澎湃新闻将持续深化正能量视频共创平台的建设。2023年7月正式上线的澎湃新闻正能量视频共创平台,经过500余天的专项运营,共发布稿件18283篇,客户端总点击量已超30亿。

2025年澎湃新闻将继续深化这一平台的创新发展,推出更多高质量的正能量视频内容,传递社会正能量,弘扬社会主义核心价值观。以“暖闻频道”为基础,制定跨部门正能量报道机制,组建工作专班,迭代升级创新澎湃新闻正能量报道品牌“暖闻湃”,内容涵盖大美中国、大国重器、时代楷模、凡人微光、大国工程等凝聚民族自豪感和自信心的优秀内容,以直播、短视频、动画、图文报道等形式,整合澎湃新闻的正能量报道,通过各平台的分发,提高稿件的传播

力、影响力,让正能量视频报道内容可读、可信、温暖人心。

2025年,澎湃新闻还将不断拓展视频内容的领域,涵盖新闻、文化、科技、生活等多个方面,满足不同用户的需求。同时,将积极探索新的视频内容形式,如短视频、直播、VR/AR视频等,提升用户体验。重点打造AI数字人,进一步丰富数字人矩阵,将AI数字人技术运用到日常新闻视频报道的场景中,同时,进一步迭代升级,加强数字人的互动性、原创性和智能性的研究发展应用。解放记者、主持人的生产力,让真人记者更多从日常新闻播报中抽离出来,去新闻现场,去采访一线,去更需要真人挖掘的新闻事件中。

同时,澎湃新闻在调查新闻视频报道上将加强原创内容的生产。打造一支建设性的舆论监督报道团队,充分运用短视频、视频直播等手段,加大深度调查新闻报道和舆论监督报道的数量并提升质量,在坚持正确舆论导向的基础上,对舆论监督新闻报道做到“让事实说话”“帮忙,不添乱”,每一条稿件都要做到“件件有回音,事事有反馈”,促进反映的问题最

终得到妥善解决,维护党和人民群众的利益。编辑部将对现有部门架构和人员的调整,建立专业的调查视频报道团队,打造强有力的IP工作室,加大原创深度调查和舆论监督视频内容的生产力度,提升视频内容的质量和影响力。推动视频内容的多平台分发,充分利用自身的全媒体传播矩阵,将视频内容在多个平台进行分发,包括移动客户端、网站、社交媒体等,实现内容的多终端同步发布,扩大视频内容的传播范围。

2025年,澎湃新闻还将继续完善科学考核评价机制,对视频内容制作团队进行定期考核和评估。通过设立明确的指标和目标,激励团队不断提升内容质量和创新能力。同时,将考核结果与团队绩效挂钩,形成有效的激励机制;推动内部管理体制和运行机制的升级,优化资源配置和 workflows,提升组织效率和执行力;加强与其他部门的协同合作,形成合力,共同推动澎湃新闻视频内容的发展;建立完善的人才培养体系,通过举办培训、讲座、交流等活动,“请进来”和“走出去”同时推进,提升采编团队的专业素养和创新能力。

破除套路 重塑传播优势

□南方都市报编委、N视频首席执行官 陈伟斌



《南方都市报》近年来以N视频自有平台建设为驱动,以新思路、新话语、新机制、新形式的多维创新打开了短视频时代的传播新格局,更以年轻态的创新传播与服务大局、文化传承、阵地建设、文明交流互鉴同频共振。基于当前媒体深度融合持续推进,媒体生产要素面临着内部自我革新、外部传播变局等多方面影响,结合生产实践和市场探索,2025年我们将运用AIGC等新质生产力,助推N视频实现高质量发展,推进主流媒体系统性变革。我们将重点围绕以下3个方面着手。

一是破除套路化追求话语新表达。当下视频内容领域正迎来前所未有的发展瓶颈和生存挑战,随着舆论影响力不可避免地由传统媒介向网络空间延伸,如何运用群众喜闻乐见的网络语言,提升视频内容吸引力感染力,不断推出有思想有温度、有情有趣、有用有料的作品,成为众多媒体的一道必答题。N视频作为大湾区青年交流阵地,与青少年的联系互动更要主动作为、主动求新。虽然过往我们打造出了一系列年轻态的视频范本,但随着时间推移和网络变化,有些经验打法已显现出套路陈旧、曲高和寡的窘境,亟须果断进行迭代或淘汰。

未来一年,N视频将全面进行产品升级,包括新闻直播、专题策划、资讯与评论等全品类产品,以传播数据、运营逻辑倒推生产模式,深化用户兴趣趋势研究,让产品形态更贴合互联网传播生态,紧跟时代步伐。

二是培育新人才应对市场新需求。N视频近年来以新表达、新技

术、新创意持续打造年轻化平台,聚拢了一支平均年龄不到28岁的视频队伍。我们以高质感的可视化内容,实现对中华优秀传统文化、国内外时事热点的深度挖掘和广泛传播,这些优质内容不仅实现影响力提升,也获得了丰厚的商业转化成果。然而,一路走来并不平坦,特别是以AIGC、微短剧为代表的新技术和新风口,不断冲击着媒介生产和传播格局,迫使我们需加快新媒体技术人才的培养,特别是AIGC的专业技术人员。

2025年,N视频已做好二次创业的准备,依托已经建成的南方报业AIGC创作培训基地,在内容孵化、专业培训、平台开发等多方面贯穿AIGC创新要素,进一步解放采编、生产、商业等工作领域的价值潜力。在内部须通过快速完成AI扫盲提升素养,打造一批具有新技术特色的品牌IP栏

目,整合组建AI全流程团队,加大媒体AI平台研发力度,将N+智绘平台打造成高效优质的媒体应用模型,走出南都特色的AI商业模式,以积极应对市场需求和报社发展。

同时,我们将深化与AIGC创作社区的联动,通过多平台合作培育影响力价值,拓展内容生产的深度和广度,满足内容和商业市场需求。

三是建立适应时代发展的全新评价体系。

融媒体时代,N视频全方位挺进互联网主战场,占领主阵地、掌握主动权。未来很长一段时间,我们将仍面临媒体深度融合这场不容回应的自我革命。

在考核评价的顶层设计上,我们将始终坚持以内容建设,不断提升优质内容生产和创意传播,倡导以传播力、影响力为主体的评价考核标准,进一步理顺、优化生产关系和生产模式。

在团队的底层设计上,我们将着力打造具有影响力的个人IP和产品IP,以拳头产品为核心聚拢内容团队,改革考核条线划分的传统办法,以打破协同壁垒,使团队效力得以充分发挥,具备更强劲的综合作战能力和市场竞争力。

2025年,我们将积极拥抱系统性变革,重塑以内容建设为主导的正确方向,注重新媒体端的流量和变现考核,培养和引进更多具备互联网思维的内容、运营、技术等创新型人才,充分传递主流声音,表达火热的基层实践,讲好中国故事、大湾区故事、广东故事。

以品质
深耕影响力

□大河报·豫视频看见新闻部总监 游晓鹏

2024,似乎时间比以往过得都更快。在我们团队所处的热点深度新闻这个赛道,时间从来不是以天或者小时计算,而是以分,以秒。这个赛道出了名的卷,我们的记者始终承受着“既要又要还要”,“文图有了视频什么时候出”“20分钟可以拉起直播吗”“能再快点赶上这一波微信推送吗”……所以,我们变得比以往任何时刻都更专注,更超能。

当然,很多同行说,如今能够专注地做稿子是一种幸福,那么我们每天都处在这样一种幸福当中。很感谢这样包容而充满激情的工作环境,让我们的原创报道时不时地在全民关注事件中保持存在感。我们在视频的转型与探索上也有了收获:2024年底,我们主创的微纪录片荣获第34届中国新闻奖。

展望2025,我们要做的是哪些?总结起来主要是两点。

一是以品质深耕影响力。2024年下半年,河南日报报业集团提出打造强势自主可控平台和有强势传播能力的三方新媒体产品。“双强”战略是我们内容生产部门的指导方向,影响力打造是落实“双强”战略的核心。毫无疑问,对于一家媒体来说,擦亮媒体属性,做好主责主业是核心,影响力仍然是所有主流媒体的常测试卷,而影响力的塑造以及与互联网上其他内容竞争的关键,如今已经转向品质。

在海量信息里,如果持证记者、主流媒体不能够给公众提供更靠近现场和真相的可信信息,更有附加和深度价值的有用信息,那无疑是失职。想要交出满意的答卷也并非易事,因为我们对获取影响力的苛刻是同样的,它是不是自主可控的,是不是可留存、可落地的、可转化的、可链接的,新闻业这个链条上每个人都不能只考虑自身环节。2025年,我们在这个链条上的各个环节都要围绕品质做文章。

二是以学习适应新变化。环境变化之快且永不停息,从业者感同身受,学习是应对变化最好的办法。2025年会是我们的深度学习年,我们将重点强化三种思维:传播思维、用户思维、平台思维。我们同样将继续学习使用最前沿的技术,比如大河报·豫视频的全员AIGC培训已经进行多轮。当然,虽然我们面临着更快的节奏和索取,但采访、传播的碎片化不能使我们的学习碎片化,低头走路也不能忘了仰望星空,时刻学习、终身学习的意识比以往任何时刻都重要,我们将努力打破知识面的空白,及时掌握传播规律,为处在转型变化关键期的行业作出应有的贡献。

2025,“我们视频”一路向前

□新京报我们视频编辑部副主编 徐永刚

“我们视频”作为《新京报》旗下的新闻短视频品牌,一直专注于国内外重大热点事件的报道传播,创立8年来,已成为国内新闻短视频领域的标杆,吸引了大量年轻用户和互联网受众的关注。随着国内短视频平台的发展,越来越多的机构媒体开始在这一领域布局,这也对“我们视频”的未来发展提出了新挑战。2025年,“我们视频”将在内容建设、制作手段、运营传播上拓展创新,提升内容和品牌的竞争力。

在内容建设方面,对重大突发新闻做到快速响应和及时报道,确保内容的即时性与准确性,采用短小精悍的形式直接呈现新闻事件的关键点,满足受众快速获取信息的需求。同时推出深度解读内容,分析事件背后原因、影响及社会意义,利用视频形式解答观众的疑问,提升信息的传播价值。加强与领域专家学者的合作,在突发事件发生后通过专家解读提供专业视角,以直播互动

或短视频访谈形式增强内容的权威性和公信力。

提前规划,做好主题报道策划。“我们视频”不仅关注当下热点,同时前瞻性地布局,规划月度、季度、年度策划选题,针对2025年即将举办的重大活动,“我们视频”将提前谋篇布局,组建专门策划团队,做好内容的深度挖掘和形式的合理创新。

2025年“我们视频”还将在民生和环保领域发挥机构媒体的监督职责,民生和环保问题直接关系到人民群众的生活质量和生命安全,发力民生环保监督调查报道是新闻机构在新时代背景下承担社会责任、彰显媒体价值的重要途径之一。

2025年“我们视频”将推陈出新,在确保流程简捷高效的基础上,探索将AI智能工具运用到新闻短视频制作环节,通过AI技术提升视频的剪辑效率,如自动化字幕生成、内容剪辑建议、画面优化等,提高制作效率并保证高质量的视

频输出。对于不同的内容题材,利用AI创意元素增强视频的视觉吸引力,加入动态图表、动画效果等形式,使得视频内容更加生动、易于理解。

此外,探索虚拟主播和AI技术在新闻短视频及直播中的应用,提升受众的新鲜感和互动体验。虚拟主播可以用于日常新闻播报、热点事件解读。除了日常的新闻报道视频外,尝试在适合题材的短视频中加入直播链接或与直播结合,增加互动性,通过弹幕、评论等方式提升受众的参与感。

2025年“我们视频”在运营传播上将加强跨平台传播运营,扩大“我们视频”的受众覆盖面,加强与各大社交平台合作,针对不同平台的特点有针对性产出差异化内容,开发系列短视频节目,精准面向不同的受众群体。例如,抖音侧重短小、娱乐化内容,B站侧重年轻群体的深度讨论,微博则聚焦实时热点和互动,从而形成多渠道、多场景的传播矩阵。加强



社交互动与社区建设,通过评论、点赞、分享等互动机制,加强与受众的互动和黏性。尝试建立用户社群,围绕某些专题内容或热点话题形成固定读者群体,根据用户兴趣设置不同的社群讨论,同时也会成为“我们视频”的新闻线索来源。