



■本期关注:媒体数据资产入表

“点数成金”，这些媒体何以走在前列

□本报记者 朱子钰

数字时代悄然走来，2024年是《企业数据资源相关会计处理暂行规定》实施的第一年，该政策明确了数据的资产属性及入表的适用范围、会计处理使用准则、列示和披露要求。作为提升竞争力和经济效益的重要手段，实现数据资产入表，企业需要经历数据资源化、数据产品化和数据资产化三个阶段。当前数据资产入表企业以信息技术服务行业为主，但媒体行业数据资源丰富，专家预测，未来其将逐步成为重点领域。

河北日报报业集团、南方财经全媒体集团、大众报业集团、吉视传媒股份有限公司等率先突破，获得相关数据资产登记证书。其中，河北日报报业集团成为全国首家完成数据资产入表和评估的省级党报集团，南方财经全媒体集团创造广东首个数据资产入表融资案例……那么，“点数成金”何以在这些媒体中逐步实现？

将俯拾皆是资源变为数据资产

《企业数据资源相关会计处理暂行规定》正式实施后，数据资产被纳入企业资产负债表。让数据从“仓库中沉睡”真正变为在企业财务报表中“跳动”，背后的探索尤为重要。

“当前数据资产入表企业以信息技术服务行业为主，但媒体行业数据资源丰富，如新闻数据库、用户行为数据等，未来有较大的发展空间，将逐步成为重点领域。”中国传媒大学文化产业管理学院副教授蒋多告诉《中国新闻出版广电报》记者，目前媒体行业已有人民网、新华网、浙数文化等企业开始通过搭建数据交易服务平台探索数据资产入表路径。

如今年2月，河北日报报业集团

旗下的河北日报数智科技有限公司联合人民数据管理(北京)有限公司，以“河北日报全媒体数据资源库”为基础，助力河北日报报业集团成为全国首家完成数据资产入表和评估的省级党报集团。

人民数据管理(北京)有限公司副总经理刘文中接受记者采访时透露，人民网·人民数据与河北日报报业集团共建了“数据要素x”联合实验室。实验室由人民数据与河北日报数智科技有限公司联合建设。

2024年10月，人民数据对河北日报报业集团递交的数据确权申请进行相关审核。据记者了解，河北日报报业集团稿件数据集合了河北日报报业集团采编人员的原创稿

件，数据每日更新，总计约有1400万条数据。基于人民数据五大类108项实质审查标准，经专家组审核，河北日报报业集团提交的数据审核申请符合标准，正式向河北日报报业集团发放数据资源持有权证书、数据加工使用权证书和数据产品经营权证书。

而为完成本次数据资产入表和评估，河北日报数智科技有限公司联合人民数据以及河北日报报业集团相关财务、技术人员，建立数据资产入表专班。“从资源库功能架构、系统安全、数据质量、相关收支情况和集团经营情况等多个维度对全媒体数据资源库做了全方位的梳理分析，顺利完成了数据盘点、

质量评估、数据确权、合规性审查、价值评估等关键步骤，有力保障了整个数据资产入表和评估过程的合规性与安全性。”刘文中表示。

实际上，源源不断的新闻报道、专题策划、视频音频等各类内容，本身就是媒体俯拾皆是的数据资产。“多年来，我们深耕河北本地市场，对河北的政治、经济、文化、社会等各方面有着深入了解和报道积累。这使我们掌握了大量关于河北地区的独家数据，无论是地方政策解读、区域经济发展数据，还是民俗文化特色数据等，都是我们独有的宝贵资产。”河北新闻网副主任、河北日报数智科技有限公司总经理李琳告诉记者。

直观展现内部数据资产规模和利用效率

数据越来越值钱钱了。据国家工业信息安全发展研究中心预测，到2025年，我国数据要素市场规模有望达到1749亿元。紧紧抓住“数据”核心生产要素和“算力”核心生产力，扬帆逐浪数字经济新蓝海，媒体数字化转型与业务发展迎来了新的机遇。

“媒体数据中涉及的数据属性多元，个人数据、企业数据和公共数据融合使用，必然会给数据权属确认带来挑战。在数据权属边界模糊的情况下，数据产品的设计与实践也会存在一定的困难，而在数据资产入表和评估时，比较可靠的就是以数据产品作为确认载体。”新华社

旗下中国经济信息社数据资产运营首席执行官赵丽芳告诉记者。

此前，南方财经全媒体集团南财金融终端“资讯通”数据资产完成入表，并在广州数据交易所落地融资对接服务下，获得中国工商银行广东自由贸易试验区南沙分行授信500万元，成为广东省首个数据资产入表融资的成功范例。

“南方财经全媒体集团能够成功获取这样的示范案例，主要来自集团的战略眼光，长久以来打造的数据要素能力。”南方财经合规科技研究院院长、《21世纪经济报道》总裁虞伟表示，从2019年起，南方财经全媒体集团便设立数据管

理委员会作为数据管理主体机构，开始进行数据合规研究和企业级数据治理工作，并配套制定了一系列数据资产管理制，通过加大数据业务的投入，打造并推出了一系列数据与资讯、研究深度结合的产品。

在此次数据资产入表和融资的过程中，合规确权获得重大进展。南方财经全媒体集团的数据资产来源形式多样，合规确权是摆在数据资产确认前一个不可逾越的困难点。“由于有专业的数据合规团队，深知数据合规确权对于数据资产认定的重要性，在启动入表工作的同时，我们的数据合规团队也同步启

动数据资产梳理、登记申请工作，终于在2024年12月取得了‘资讯通’相关数据资产登记凭证。”虞伟认为，此举一方面为入表工作奠定了坚实的基础，另一方面也为融资提供了强有力的支持证据。

通过推进数据资产入表，能够更直观地展示企业内部数据资产规模和利用效率，为投资者提供更准确的企业价值评估依据，增强市场信心。“推动数字化转型，数据资产化将促使南方财经全媒体集团加强数据治理，提升数据质量，推动数据中心从内部成本中心向利润中心转变，构建以数据驱动的新商业模式。”虞伟充满信心。

从单一内容生产转向数据驱动商业模式

虽然目前媒体行业在数据资产入表和评估层面操作还比较少，但部分媒体的先行先试提供了先进样板经验，总体而言已成为一种未来发展方向，对媒体行业发展利好。“从数据资产入表到数据资产入表融资体现了数据作为企业资产到资本的跨越，企业能够以数据作为抵押物或证券化标的物获取融资，融资渠道进一步拓展，并且推动了媒体企业从单一的内容生产向数据驱动的商业模式转型。”蒋多评价道。

在数据资产化的大趋势下，媒体具有独特的优势。媒体积累了海量的新闻、图片、视频等数据。“这些数据具有较高的时效性和权威性，经过智能化处理和分析，可转化为高价值的数据资产。”刘文中提到，媒体强大的传播能力使其能够通过数据洞察受众需求，优化内容分发，提升传播

效果 and 用户黏性。同时，媒体在数据管理和使用中注重安全与合规，能够为数据资产的市场化应用提供保障。此外，媒体的数据资产还可通过对外授权、交易等方式实现商业变现，进一步拓展收入来源。

媒体单位单独完成数据资产入表存在诸多挑战，若内部缺乏强大的数据处理与分析能力、丰富的数据管理经验、专业知识以及必要的技术工具和平台，就难以高效处理复杂数据并准确评估数据资产价值。吉视传媒股份有限公司数字技术部主任常昕向记者分析，若内部对数据资产入表相关的合规要求和行业标准不熟悉，易面临合规性风险。此外，大量的数据处理分析工作需要投入大量时间和资源，若无专业团队和技术支持，会增加企业在时间和成本上的投入。

因此，数据资产入表催生了数据采集、清洗、评估、交易等配套服务需求。“媒体数据服务产业链进一步延伸，数据要素进一步从资源向资产、资本升级。”蒋多说。

早在2024年4月24日，中国经济信息社成立数据资产运营研究中心，同时启动了“数据资产入表全国行”活动，旨在推进包括媒体行业在内的千行百业开发形成数据资产并充分释放数据的价值。而人民数据作为人民网“党管数据”的理论和实践平台，经过6多年的发展和积累，具有丰富

场景变现能力，可以根据对方所拥有的数据资源，设计可变现的数据产品，助力这些“很可能给企业带来经济利益”的数据资源实现资源入表的目标。

未来更好地推进此项工作，需要行业内外协同发挥作用。“数据资产运营需要专业的技术人才和先进的技术支撑。培育数据服务生态，未来可联合高校、研究机构培养数据资产管理人才，弥补专业人才缺口。媒体企业应加强相关人才的培养和引进。”吉视传媒股份有限公司媒资生产部副主任姜川建议。

当数据成为“新石油”
如何避免“资源诅咒”

□朱琪

2000余万元！媒体的数据资产能这么值钱？今年2月，河北日报报业集团作为全国首家完成数据资产入表和评估的省级党报集团，一石激起千行心里的“浪”。数据资产入表，是媒体转型的“价值觉醒”，进而找到“破局密码”？还是套上了“合规枷锁”，迷失在“第二增长曲线”的白日梦中？

一场从资源沉淀到价值流通的破壁实验，既在解码数据要素市场化中的媒体生存法则，也在酝酿从流量逻辑到资产逻辑的媒体价值变革。在这场变革中，媒体既拥有“内容+数据”的复合优势，又面临传统运营思维与数字经济规则的剧烈碰撞。究竟是抓住机遇完成价值跃迁，还是在数据确权、流通风险的泥潭中越陷越深？答案或许藏在媒体人对数据本质的重新认知中。

数据资源≠数据资产：
媒体必须跨越的认知鸿沟

媒体集团的数据资源涵盖三大维度：一是内容数据，如新闻稿件、音视频素材等；二是用户数据，包括阅读偏好、行为轨迹等；三是运营数据，如传播效果、广告投放效率等。然而数据资源要转化为数据资产，还需要三个必要条件：可计量价值、可确权归属、可流通交易。南方财经全媒体集团的实践颇具启示性——其打造的资讯类数据产品“南财主题库”并非简单打包新闻稿件，而是通过550个主题概念标签将非结构化内容转化为可量化的投资决策依据。这种从“信息记录”到“决策燃料”的质变，踩到了数据资产化的“离合器”。

当前媒体数据管理的最大痛点，恰恰在于将“数据收集”等同于“资产管理”。比如，搭建基于用户行为数据的用户画像系统，如果缺乏数据清洗标准和价值评估模型，再多的用户行为数据也只是“数字废矿”。常见的行业通病是对数据资产的运营仍停留在技术工具层面，未能建立与媒体业务深度融合的价值创造体系。

从“流量生意”到“数据服务”：
商业逻辑的重构之痛

传统媒体转型往往陷入“流量变现”的路径依赖，但数据资产入表要求更彻底的商业模式革新。媒体数据资产可分为三大类型：一是结构化数据：如用户注册信息、交易记录等；二是非结构化数据：如视频、图片、社交平台评论等；三是高价值场景数据：如财经市场情绪指数、舆情监测标签库等。其核心属性是时效性(如新闻热点的即时性要求数据快速更新)、可加工性(通过自然语言处理等AI模型提升数据价值密度)和网络效应(用户行为数据的积累可增强平台黏性，形成正向循环)。

当河南日报社旗下河南大河财立方的“立方舆情通”通过情绪分析模型预测区域经济波动时，当南方财经全媒体集团的市场情绪指数成为金融机构风控参考标准时，媒体已悄然从“内容供应商”升级为“数据服务商”。这种转变的核心在于“数据产品化能力”：需要将碎片化信息提炼为可定价、可交付的标准化商品。但现实远比理论更骨感。不少媒体热衷开发的城市大数据平台，往往因缺乏场景化产品设计而沦为政务数据的“展示橱窗”。反观长沙市广播电视台(集团)“我的长沙”APP，将新闻传播与政务服务数据打通，在“公安到站预测”“学区房政策模拟”等民生场景中实现数据价值释放。可见，媒体数据资产的价值不在数据库容量，而在解决痛点的精准度。

“确权困局”与“流通悖论”：
政策红利下的暗礁

媒体的数据来源主要包括：原创采编(自有采编人员的宣传报道成果)、自有平台(网站、APP等用户行为日志)、第三方合作(如与政府部门共享公共数据)、公开数据爬取(需符合数据安全法与个人信息保护法要求)。数据资产入表的最大障碍，来自法律权属与技术实现的双重不确定性。2022年《中共中央 国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》虽划分了数据持有权、加工使用权与经营权，但具体到媒体场景仍存在大量模糊地带。例如，政务数据合作项目中，媒体对原始数据的清洗标注是否形成新权属？用户评论数据的二次开发是否构成隐私侵权？

更隐秘的风险在于数据流通的“科斯悖论”——理论上数据流通范围越广价值越高，但实际交易中却因安全顾虑导致流动性折损。浙江日报报业集团运营浙江政务服务网时，通过“数据可用不可见”的隐私计算技术，在保障个人信息安全的前提下完成医疗数据与保险服务的对接。这种平衡安全与效率的“戴着镣铐跳舞”，正是媒体数据运营的核心能力。

“人才断层”与“人才转型”：
比技术瓶颈更致命的隐患

当媒体的数据中台因算法工程师无法理解新闻采编规律，导致用户画像模型与内容生产完全脱节时，暴露出行业最严峻的挑战——“数字人才的结构性失衡”。媒体数据运营需要的是“跨界物种”：既能用Python清洗数据，又能读懂新闻报道的社会价值；既知晓区块链的加密原理，又理解著作权法的微妙边界。这样的人才，全国目前普遍存在断层，也难以在短时间内完成转型转化。

入表不是终点而是起点。数据资产入表对媒体的真正价值，不在于财务报表的账面增值，而在于倒逼组织进行数字化转型。但这场变革没有捷径，需要媒体人以“内容工匠”精神打磨数据产品，以“技术极客”思维突破合规瓶颈，更需以“战略家”视野重构商业生态。

(作者系上海报业集团东方网数字传播研究院执行院长)