

《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》出炉

## 打好媒体深度融合的“组合拳”

海外网 李雪钦

随着5G、大数据、云计算、人工智能等技术的发展,媒体格局、传播方式及舆论生态发生巨大变化。中共中央办公厅、国务院办公厅日前印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》(下文简称《意见》),要求推动传统媒体和新兴媒体加快融合步伐,尽快建成一批具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体,建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系。在此背景下,如何借力传播技术的最新成果,让主流声音传播得更广、更远、更深,是业界面临的迫切问题。

## 定方向,布局四级“融媒”

“《意见》的出台是对2014年以来媒介融合经验的总结与肯定,同时也强调了媒介融合的方向不可改变,传统媒体必须顺应传播大局而变革,尽快嵌入现代传播体系。”复旦大学新闻学院教授朱春阳接受本报采访时表示,6年来,从中央媒体到县级媒体,形成了基于新闻传播技术的全国性覆盖网络,主流媒体基本上实现了新媒体化的改造过程,形成中央厨房模式等一系列媒介融合创新经验,带动了全国各级媒体的融合转型。

此次《意见》专门指出,要按照资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的原则,完善中央媒体、省级媒体、市级媒体和县级融媒体中心四级融合发展布局。“这个非常有现实意义!”南京大学新闻传播学院副院长胡翼青说,“之前央媒一级融媒体中心建设做得不错,县级融媒体中心全面铺开,中间的省级、市级还有较大提升空间,现在形成‘四级融媒’结构,未来一起推进,整体格局会逐渐完善。”



10月11日,观众在第三届数字中国建设成果展览会通过人民日报数字大屏了解新闻资讯。 陈彬摄(人民图片)

在四川大学文学与新闻学院教授王炎龙看来,当前部分地区融媒体中心建设已探索出适合自身的发展模式。例如,南京市江宁区作为县级融媒体中心建设全国首批启动区,搭建了“1+5”智慧融媒平台,涵盖政务服务平台、社会治理监控平台、应急广播平台、户外大屏联播网等平台,通过数据、资源、信息的高效共享,积极探索“媒体+政务+服务”模式,满足公众多样化需求。

“目前,各级媒体机构在融合发展过程中,还缺乏高效协作的机制。”胡翼青认为,地方融媒体中心需要相应制度与结构的支撑,才能更好地调配数据资源,助力区域经济社会发展。如深圳报业集团立足本土,建立了多个垂直客户端,其中“读特”以党政机关为服务对象,下载量超过600万;“读创”作为深圳商事主体的社交平台,下载量超过260万。

## 聚人气,增加用户黏性

中国互联网络信息中心发布的第46次《中国互联网络发展状况统计报告》

显示,截至2020年6月,中国网络视频(含短视频)用户规模达8.88亿,占网民整体的94.5%,其中短视频已成为新闻报道新选择,网络新闻用户规模为7.25亿,占网民整体的77.1%。

“强化媒体与受众的连接,以开放平台吸引广大用户参与信息生产传播,生产群众更喜爱的内容,建构群众离不开的渠道”正是《意见》强调的内容。对此,王炎龙说,主流媒体对新兴媒介平台的创新运用,推进了自身的融媒体中心发展。全媒体时代,唯有深度融合才能推动媒体驶向新蓝海。一批主流媒体积极拓展自媒体阵地,在微信公众号、新浪微博、今日头条、抖音、快手等平台上稳住阵脚。主流媒体推出的融媒体报道,在重大事件中往往引发强烈反响。

2020年上半年,众多媒体采用多种形式助力战疫,通过社交平台、新闻资讯类应用、短视频平台等发布信息,触达人群广泛。例如,央视新闻跟踪各地疫情数据,借助微博、哔哩哔哩等平台整合发布防疫信息,相关账号每日阅读

量超过百万;人民日报海外版旗下公众号“侠客岛”及时跟踪国内外抗疫动态,适时推送相关分析文章,多篇文章阅读量超过“10万+”。

疫情期间,人民日报、新华社、央视频等参与的故宫直播等现象级传播活动,与瞄准受众的喜好密不可分。专家指出,用服务“黏”住用户,才能聚起人气,今天的媒体应该成为集信息传播、社交网络、政务服务等功能于一体的“全服务平台”。

## 强技术,走得更快更远

有媒体从业人员认为,媒体深度融合发展的标志之一是媒体与受众联系不断增强,想要吸引更多的目标受众群体,就要不断创新技术和手段。媒体在坚持生产优质内容的同时,及时搭上技术快车,才能走得更快更远。

当前,无人机、机器人、虚拟主播等创新应用备受关注,人工智能、AR、VR技术也为新闻工作提供便利。全国两会期间,不少记者随身携带的5G+AR采访眼镜,具有向拍摄者和采访者直接展示参会人员的个人资料,并实时传送采集内容到云平台的实用功能。

王炎龙表示,传统媒体还应与技术领先的互联网平台深度合作,把互联网平台企业的先进技术引入自身媒体融合建设中。如人民日报新媒体中心在打造短视频平台“人民日报+”时引入快手的算法技术,“央视频”也与腾讯深度合作。

也有业内人士指出,当前新技术应用和媒体需求之间还存在一定差距,例如目前通用的算法技术能够实现精准推荐,但缺乏自我修正能力,容易引发信息茧房、媒体社会责任危机等问题。

无论什么形式的媒体,都离不开把关人的角色。在胡翼青看来,传统媒体人除了生产内容外,还很适合在各类新媒体平台担任把关人的角色。“现在很多平台要培养一支专门把关内容的队伍,工作量巨大,这些工作可以交给各类传统媒体去做,一方面可以激活传统媒体的人力资源,另一方面也能为新媒体平台节约成本。”

新车云发布、车企直播、智能卖车、线上融资租赁……突如其来的疫情给汽车消费市场带来一定冲击,也极大推动汽车行业线上线下的融合互补。其中,近期被业界频频提及的“互联网+融资租赁”,已被视为激活汽车下沉市场的“良方”,有望为车市注入新活力。

如今,中国汽车市场正由增量时代进入结构性调整为主的存量时代,下沉市场蕴藏着巨大的汽车消费潜力。一二线城市由于车辆限购等政策的限制,汽车保有量趋于饱和,而三线及以下城市尤其是广大的县区及农村市场的汽车消费潜力还没被充分挖掘。罗兰贝格机构统计数据显示,在“90后”的助推下,三四五线城市的中端汽车市场已成为增长较快的消费领域。但汽车厂家在下沉市场布局较少,如作为汽车流通主渠道的传统4S店大都分布在一二线城市,对于三线及以下城市尤其是县区和农村市场来说,4S店覆盖率极低,且购车门槛高,使得下沉市场消费者面临买车用车难的问题。

今年4月末,发改委等十一部委联合发布《关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知》,明确了促进汽车消费的一系列政策支持。其中,在用好汽车消费金融一项中,该通知明确鼓励金融机构积极开展汽车消费信贷等金融业务,以释放汽车消费潜力。作为汽车金融新模式,汽车融资租赁简言之就是“以租代购”,把使用权和所有权分开,让客户既可以开上车,又不需要承受太大的经济压力。通过汽车融资租赁“拦路虎”被层层解决,手头资金有限但信用资质不错的消费者能够提前开上新车。例如,“首付3000元起开新车”的毛豆新车网等,低首付、宽信审,大幅降低汽车消费门槛,能有效激发传统渠道无法购车用户的汽车消费热情。

除了满足下沉市场消费者的购车需求外,“互联网+融资租赁”也为提振车市、扩大内需注入动力,是挖掘下沉市场汽车消费潜力、解决汽车消费区域不平衡问题的有效途径。“互联网+融资租赁”的新业态还能弥补传统新车销售网络在时间、空间和品牌方面的局限,补足传统汽车金融对低门槛购车需求的缺口,对盘活整体汽车市场、促进国内流通大循环具有积极意义。据艾瑞咨询《中国汽车融资租赁行业研究报告》预测,汽车融资租赁市场规模将在2021年达到3897亿元。

当然,中国汽车融资租赁业务仍处于起步阶段,消费者接受度、法律及征信问题、使用权和所有权分离等,仍是业界面临的难题。要彻底规范化融资租赁平台,健全的市场经济信用体系必不可少。今年6月,银保监会发布《融资租赁公司暂行监督管理办法》,为融资租赁业务经营划出了多条红线,旨在引导融资租赁公司合规经营、防范风险,促进行业健康可持续发展。

加速融资租赁成为更加常态化的购车模式,对中国汽车消费市场十分必要。随着征信体系不断完善及国民消费习惯转变,期待汽车融资租赁大力盘活下沉市场、激发消费活力,促进中国汽车消费转型升级。

## 激活下沉市场也需要线上助力

青晨

## 互联网大咖秀



皮特·奥利弗:

## 创造互联新体验

海外网 吴倩

英国电信公司(BT Group)是欧洲主要电信运营商之一,总部位于伦敦,其主要业务包括英国本土长途业务、国际电信服务及互联网服务。皮特·奥利弗(Pete Oliver)是英国电信公司消费者部市场总经理,目前领导并负责英国电信的中小型企业业务,为100万客户提供移动和数字等服务。

皮特·奥利弗出生于英国,1999年在伯明翰大学取得法律学士学位,2004年又在该校取得电信及商业管理硕士学位,从此便和电信行业结下不解之缘。从业以来,奥利弗一直专注于商业、数字、销售和市场营销领域,涉足面向消费者和企业的业务。他对科技和娱乐充满激情,曾带领过多个团队,为所在公司实现持续的收入增长和业务扩张。

奥利弗的职业生涯始于一家互联网初创公司,并在相应岗位上推动了数字化转型。在过去的7年里,奥利弗一直很自豪能带领团队在英国发布诸多改变行业规则的产品,服务过包括英国电信体育公司(BT Sport)、英国电信移动通信公司(BT Mobile)等业内尖端企业。2019年,他带领团队推出英国首个5G网络服务。2020年,他帮助英国电信重新推出电视业务,并与多家知名企业合作推出多样的销售套餐,进一步扩大业务范围。

在电视业务的创新方面,英国电信为电视应用添加新的移动及多屏使用功能,并推出一项使用语音控制的免提搜索技术,让用户可以轻松搜索节目。“我们为用户提供了多样选择,让用户能够灵活决定以何种方式观看他们喜爱的内容。新的电视应用将精彩节目带入多个屏幕,使用户能够随时随地享受精彩剧集。”奥利弗说。

作为英国电信公司的营销负责人,奥利弗下一步的任务是“最大限度地利用品牌”,并推出相应产品和服务。英国电信在一份关于其任命的声明中评论道:“这种新的管理结构,将确保我们能够灵活有效地为英国各地客户创造最佳的互联体验和服务。”

奥利弗表示,他喜欢组建高绩效的团队,并将营销职能整合为一个单一部门,为客户提供通讯连接、移动和数字服务。他曾说,虽然一些后台效率和技能可以共享,但每个品牌都将继续使用自己的专用营销资源进行运营,“我们每天都在努力为客户提供最广泛的融合产品和服务,力争在最好的网络上实现最佳用户体验。”

图片来源于网络

## 虚假信息、高额赔偿、预付押金

## 网络招聘有“陷阱”,当心!

本报记者 康朴

互联网时代,时效性强、成本低、覆盖面广的网络招聘,凭借自身优势,成为当前用人单位招聘的主流形式。尤其是今年以来,受疫情影响,许多线下招聘活动转移至线上。但另一方面,招聘网站上发布的信息往往良莠不齐,有不法分子以光鲜亮丽的职业和高薪诱导求职者踩进“陷阱”。人社部日前发布《网络招聘服务管理规定(征求意见稿)》,以期规范网络招聘服务行业发展,为求职者保驾护航。

## “云招聘”已成主流

南京师范大学大四学生小王近日通过招聘网站参加南通市2021届高校毕业生秋季网络招聘会。他已向十几家单位递交简历,正陆续收到笔试和面试通知。“一些同学通过‘云招聘’找到了心仪的工作,有的从简历到录取仅用时几天,省时省力,方便快捷,我也想试试。”小王告诉记者。他仔细对比企业在网络上发布的各种招聘信息,在学校完成了简历投递和线上笔试。“如果能远程面试就更好了,在熟悉的环境里更放松,有助于自己的发挥。”小王说。

“云宣讲”“云招聘”……在疫情防控的特殊背景下,有关部门和地方政府、行业协会、社会招聘机构、平台企业等加强合作、创新服务,帮助求职者“云上找工作”。有越来越多的求职者和小王一样喜欢网络应聘,网络已经成为求职的主要途径。

记者从人社部网站了解到,今年3月20日至6月30日,人社部发起实施“百日千万网络招聘专项行动”,208万家用人单位发布岗位信息2761万人次,劳动者投递简历近2000万份。实施百日免费线上技能培训行动,大规模开展免费线上职业技能培训,实名注册学员总人次突破1300万,线上培训总人次超过1200万。许多高校毕业生、农民工就业得到有效保障。

今年教育部与9家社会招聘机构联合推出“23456校园网络招聘服务”,已提供岗位信息1522万余条,累计注册毕业生669万人次,投递简历3736万人次。“全国高校毕业生网上签约平台推动11个省近900所高校开展网签工作,今年已有64.5万毕业生完

成网上签约。”教育部高校学生司司长王辉表示。人社部、退役军人事务部、全国总工会、全国工商联也于10月15日至11月14日在全国范围内开展2020年金秋招聘月活动,网络招聘是其中重要一环。

## 没赚钱却先交钱?

不过,面对旺盛的网络招聘需求,网络招聘服务水平亟待提升。“招聘信息不完善,作息时间没有,工资写个大概范围,要求吃苦耐劳。”有网友吐槽起一些网站上粗糙的招聘信息,“找到与自身情况匹配的工作很难。”

另一方面,一些招聘平台审核不严往往给不法分子可乘之机,导致虚假招聘信息充斥。主播梦、模特梦、高薪梦……许多看起来光鲜亮丽的职业和高薪回报让不少求职者丧失警惕,不仅工作没找到,钱还搭进去不少。

小张和小杨在网上看到某公司招聘信息后,应聘成为公司签约主播。上班几天后两人因工作内容与约定不合提出辞职,公司却搬出合同要求按规定赔偿10万元违约金和高额赔偿金,两人这才发现由于疏忽并未注意到合同中不合理的条款。

不仅全职工作充满“陷阱”,兼职同样需要小心。研究生刘若彤向记者讲述自己最近受骗的经历。小刘在某招聘网站看到一个剧本翻译的职位,英文出色的她顺利通过笔试,对方却要求缴纳2400元的保证金以防“泄密”,并称这是行规。“翻译酬劳是一个字6毛钱,对方给我10万字的稿件任务。”小刘起初也有疑虑,不过对方的营业执照打消了她的怀疑。但是投入工作后她才发觉剧本质量粗糙,

而且工程浩大,难以完成,试图联系对方沟通进展时,却发现早已被拉黑。

小刘的经历绝非个例。一些招聘网站以交纳服装费、体检费、培训费、保险费、押金、手续费等名义收取应聘者钱款,得逞后要迅速脱身,要么找借口不给安排工作,待骗取的钱财累积多了,便人去楼空。

## 多措并举避风险

专家认为,网络招聘的市场需求一直没有被很好地解决。从招聘方看,由于行业、公司类型、职位等级等方面的不同,会带来明显不同的招聘需求。“对应聘方而言,应届毕业生、务工人员、白领等不同群体的需求各不相同。双方需求差异很大,但双方能够直接掌握的信息却非常有限:招聘方只有一个招聘描述,而求职者只有一个简历信息,信息不对称影响网络招聘的效率,也容易产生信息混杂。”

为解决这些问题,人社部起草《网络招聘服务管理规定(征求意见稿)》,提出用人单位向网络招聘服务机构提供的单位基本情况、招聘人数、招聘条件、用工类型、工作内容、工作地点、劳动报酬等招聘信息,应当合法、真实。

《意见稿》提到,网络招聘服务机构应当对提供的网络招聘服务收费实行明码标价,不得向劳动者收取押金,不得以欺诈、暴力、胁迫或者其他不正当手段,牟取不正当利益。人社部门将运用大数据等技术,推行远程监管、移动监管、预警防控等非现场监管,提升网络招聘服务监管精准化、智能化水平。

另外,专家提示,求职者应该擦亮眼睛,如果招聘单位要求收取费用,更应小心。求职者要尽可能多了解应聘公司及岗位信息,对于工作内容、工作条件、工作地点、劳动报酬等关键信息无法提供或含糊其辞的,应提高警惕。在工作过程中,注意保存劳动合同、工资发放记录、打卡记录、工作成果等相关证据,在发生纠纷时,更好地保护自身权益。