

1854年4月22日，美国第一份华文报刊《金山日新录》在旧金山创刊，这份以华人为读者的刊物已经颇具现代报纸的雏形，被认为是世界上第一份中文报纸。2015年5月21日，同这份刊物一样服务于华人社群，但更具有时代创新性的后辈们——近200家海外华文新媒体的代表，将齐聚北京，共同见证华文媒体的下一个时代。

在“首届海外华文新媒体高峰论坛”即将举行之际，海外网采访了准备参会的部分华媒代表。他们对此次盛会充满期待——



仙居县美景



云南西双版纳泼水节



沈阳故宫



泉州一景

“首届海外华文新媒体高峰论坛”为海外华文媒体代表安排了多条采风线，包括浙江（仙居县）、云南（昆明、普洱、西双版纳）、辽宁（沈阳）、福建（泉州）。

# 全球华媒呼唤互联互通大平台

刘凌

面。美国中文网北京办事处负责人张立群毫不讳言：“华文媒体经营遇到的困难，很大一部分来自于同行竞争。”面对这样的媒体环境，“寻求最大公约数”成了海外华文媒体的共同诉求。《马来西亚东方日报》执行总编辑陈立良对海外网表示，希望在互相竞争的同时，也能存异求同，寻求更大的合作空间。

二是外来压力。内部竞争环境有待改善，外部新媒体的长驱直入让海外华文媒体感到新压力。陈立良介绍，面对来势汹汹的新网媒挑战，传统纸媒纷纷扩展数码业务。张立群则道出了这种转型背后的必然性：对于传统华文媒体来说，如何凝聚华人第二代是一个亟待解决的问题。

三是技术掣肘。“传统纸媒在向新媒体转型的过程中，技术比较欠缺已成为发展的瓶颈。”张立群话锋一转，指出了海外华文媒体转型的另一关键因素。

坛、合作论坛和技术论坛4个分论坛，邀请多位经济与传媒领域的专家学者、相关政府官员、互联网业界精英等为海外华文新媒体答疑解惑、出谋划策。

“一带一路”建设中，华文新媒体能否找到契合点？传统媒体转型遭遇瓶颈怎么破？什么是新媒体最新流行趋势？互联网技术将带领我们走入怎样的时代？海外华文媒体发展中的困惑，也是广大读者心中的疑问，答案就在今日论坛上。

## ●期待建立全球化传播平台

近200家海外华文新媒体报名参加，300余位海外媒体精英、华商侨领、资深学者、IT领袖出席……首届海外华文新媒体高峰论坛将辐射全球近50个国家和地区的华文媒体。对于这场思想的盛会和前所未有的交流平台，海外华文媒体充满期待。

“希望通过这次论坛搭建起稳定宽广的媒体合作网络，通过信息资源共享和互助的方式，构建更为强大的信息发布平台。”新西兰天维网总经理王玮在接受海外网记者专访时表示，一旦建成全球化的立体传播网络，全球华文新媒体的合作与共享就不再是遥远的愿景。“整个华文新媒体行业的发展趋向，包括来自不同地区的同行们对于发展前景的看法、判断和声音都可以在这个平台上交汇。”这次论坛能否成为全球立体传播网络的基础，王玮认为，值得期待。

缅甸中文网总经理张国栋说：“希望在这个平台上与全球受邀同仁进行充分的交流，争取实现一定程度的合作。”

美国中文网北京办事处负责人张立群则用“立体、多层次、跨媒体和全球化”几个简单的词汇描述了他心中的传播网络，“希望能从这次论坛中获得启发。”

“非常期待结识全球的华文新媒体领域同仁。”新欧洲集团董事长陈翔表达了相同的期许，“不过，最为重要的是，能通过这样的论坛，看到祖国对于海外企业致力于新媒体发展的支持，也看清未来新媒体领域的可持续发展方向。”

（作者系海外网主编）

## ●“华文新媒体高峰论坛”应运而生

1979年，古老的东方古国终于揭开她的神秘面纱，走上改革开放之路。崛起的中国开始向世界释放经济红利和无与伦比的文化魅力。实力和友善为中国赢得了朋友和信任。2014年10月，中国同21国签约决定成立亚投行，仅仅5个月，朋友圈就扩大到50个。

祖国的影响力也传递给了海外华文媒体。“华裔移民不断涌入，华文媒体的信息需求量也越来越大，这为海外华文媒体提供了更大的发展空间。”新西兰天维网总经理王玮告诉海外网记者，与此同时，海外华文媒体也开始希望借助故土之力，凝聚力量，共谋发展。缅甸中文网总经理张国栋受访时表示，我们一方面期待与国内主流媒体沟通交流，同时也期待与全球海外华人媒体同仁争取合作。“我们想听到国内民众对我们的期待。”

正当其时，人民日报海外版主办、海外网承办的首届海外华文新媒体高峰论坛暨人民日报海外版创刊30周年座谈会将于5月21日在北京开幕。针对华文媒体发展过程中的瓶颈与症结，本届论坛下设战略论坛、融合论

## ●华媒面临“三大难题”

公元5世纪，华夏大地处在“分久必合”的转型期。随着商品经济的逐渐繁荣，一批中国商人，延续着祖先勤劳坚毅的秉性，背井离乡，远赴东南亚做起了生意，成为第一代华侨。此后的1400年间，伴随着战争与苦难，追寻着财富与理想，越来越多的中国人远渡重洋，定居异国他乡。这个日益壮大的群体，不可避免地需要一些纽带，共享信息，建立归属感，华文媒体就这样出现了。时至今日，全球华文媒体已经遍布世界50多个国家，大大小小，林林总总，其数量难以计量。

当地时间进入21世纪，互联网时代的到来和人群体的演变为海外华文新媒体创造了更广阔的天地，同时也蓬勃发展160余年的海外华文媒体出了三道现实难题。

一是同行竞争。由于分散于全球各地，海外华文媒体自然形成了“各自为战”甚至是“同根相争”的局

# 也谈新闻毕业生的第一份工作

刘凌

学新闻的第一份工作，到底该不该去新媒体？这样一个话题，近来在圈子里引起了不大不小的争议，参与讨论者甚众。

主张把传统媒体作为职业起点的人认为，在传统媒体里能够更好地锤炼新闻基本功，找到做新闻的感觉；而在新媒体中，学不到真东西，容易沾染标题党、段子手等毛病，滋生浮躁之气。

新媒体的拥趸则坚称，在传统媒体没落的背景下，新媒体在内容生产、信息传播上势头正劲，待遇和机会更多。

当然，也有人从不同角度解剖传统媒体和新媒体的概念及其发展，试图揭示危机或是展现远景。

对于这场新旧媒体孰优孰劣之争，不妨换个角度看。

首先，回到讨论的主题来观察，这一问题可以解读为：新闻学子希望从第一份工作中获得什么？

是采、写、编、评的基本功吗？不可否认，传统新闻技能在互联网的冲击下，正在成为一门渐渐失传的手艺。标题党、二传手这类毛病，不独专属于新媒体，传统媒体一旦患上，“病情”尤甚。名为记者、实为“炒菜师傅”（翻炒网络热点）和“剪刀手”（复制粘贴网络内容）的新闻人可不在少数。

当然，更多“铁肩担道义，妙手著文章”的新闻工作者仍在勉力维护媒体的荣光。靠内容取胜，传统媒体自不必论，越来越多的新媒体也开始显露锋芒，无论是内部的采编规范，还是视觉化的呈现方式，抑或独到的观点表达，都有不俗的水准。可以想见，这些优质内容的背后，不仅有从业经历丰富的领跑者，也有初次涉足的新闻人。

是“化腐朽为神奇”的运营技能吗？有研究认为，互联网时代使“新闻运营”这一工种应运而生。从简单的拟标题、编段子，到用户维护、整体推广，实际上都是为了把新闻内容推广出去。

“新闻运营”看上去是新媒体的拿手好戏。不过，传统媒体在转型过程中也逐渐显示出在运营上的后发优势。比如，本报的微信公众号“侠客岛”，从面向“受众”到面向“用户”转变，把报纸和新媒体都视为“产品”；人民日报的“中央厨房”，身兼程序员、推销员、服务员、联络员诸种职能，源源不断地为用户送上新闻大餐。

其次，如果把两个客体——新媒体和传统媒体——合二为一，则问题又变成了：学新闻的第一份工作，到底该不该去媒体？其实这一问题本身，暗含了一个前提：学新闻的第二份工作，恐怕不是媒体。

以笔者的观察，很多新闻专业的毕业生，已不愿把新闻作为自己的职业选择。其中原因十分复杂，既有传统媒体“衰落”带来的行业待遇和口碑的降低，也有高校新闻教育与实际工作对接的问题等等。

无论传统媒体还是新媒体，前景都是乐观的，但如何留住学子，让新闻成为他们的第一份乃至终生的工作，还需要整个行业的探索和努力。

# 北京国际电影节：“微”势力发威

吕春荣

近期，一场国际范儿十足的北京国际电影节重磅登陆，在“星”势力驾到北影节的同时，北影节的“微”势力也势不可挡，“风一样”地闯入小伙伴们的微信“朋友圈”。

## ●“微”风暴

4月16日，第五届北京国际电影节大幕正式揭开。伴随着阿诺·斯瓦辛格、吕克·贝松、周迅、陈可辛等国内外大腕相继登陆，本届电影节的小宇宙也瞬间爆发，关注度飙升。

与北影节红毯的星光熠熠相比，“朋友圈”里的北影节也光芒四射。小伙伴的朋友圈里，关于北影节的话题早就“口水口水齐飞”，分分钟掀起观影浪潮。“小伙伴约吗？”“当我北影节‘男票’好吗”等话题火速引爆朋友圈。有网友惊呼，“用生命在抢票，如果抢不到，很难当男票”

一群“男票”哭了，北影节则乐了。本届电影节不仅吸睛，更吸金，自4月9日北影节展映环节电影门票开售起，票房市场一直非常火爆。

“北影节确实一票难求。”作为今年北京电影节的独家票务系统支持平台与售票平台，格瓦拉生活网北京电影节项目负责人顾莹表示，“开票当天（9日）开始，格瓦拉北京电影节3分钟出票量即破万张。开票1个半小时，北京电影节的销售额已超200万元。热门影片更在开票1分钟内即被抢光。像《美国往事》、《消失的爱人》等热门电影的票在开票不久就被抢光。”

顾莹表示，截至4月20日，格瓦拉生活网在展映环节的整体票房数据已经突破500万元。与此同



北影节现场“星”光闪耀

时，往年被冷落的国产电影，今年销售情况喜人。中国故事和华语势力两个单元中的国产影片，均已售票殆尽。

## ●“微”创新

提前预热，主动出击，有效借力“微”势力，是本届北京国际电影节赢得高关注、高人气的法宝。当前，我国的微信用户量已达到7亿，刷微信玩朋友圈已成了绝大多数中国人的生活习惯，“微”势力已不容小觑。

客观的数字，可观的前景，使得本届电影节组委会早早瞄准微信这一战线。北京国际电影节宣传部部长原婧表示，电影节宣传组成立之初的宣传

目标，便是在注重传统媒体之外，把更多的关注点放在新媒体上，要主动寻找话题，分开内容层次，推进微宣传。为此，组委会做了大量的工作。

原婧表示，本届电影节在微信推广上开拓了多条宣传战线。

首先，一开始电影节便建立了自有平台即官方公众号。自1月份起，公众号便“刷”起了存在感，推送量每周一到两条，并逐月增长，3月份以来，已达到每天一条。当前，成效显著，电影节官方公众号已成功吸引了数万有效粉丝订阅。除自有平台，电影节也发动多个力量和渠道助力推广。今年组委会以自身品牌号召力组织了“QL”联盟，成功吸引了上千家推广平台自愿加入，共同协助组委会进行推广。

其次，组委会搭建了一支专业的影评人队伍。组委会今年与专业影评人网站“玩影网”合作，组建了一只将近500人的影评人队伍，利用影评人自身的平台替电影节发声。

再次，电影节主动出击，联系本届电影节的合作媒体、承办机构及大专院校，合力打出一套宣传组合拳。组委会还利用一些合作伙伴承办方，如时尚集团、中影等自有渠道定点发声。

此外，组委会还与专业类的网站合作，例如时光网、格瓦拉等专业性“大咖”平台。

除渠道外，电影节在制作内容时也精挑细选。一方面，以电影节亮点为主，发布一些“高大上”的新闻，适应媒体口味。另一方面，在微信平台增添了一些花絮及延展性报道，走“小清新”风格，适合大众口味。

## 融券新政不改牛市格局

海外版 04月20日 第2版

4月17日，证券业协会等4家自律组织联合发布《关于促进融券业务发展有关事项的通知》，扩大融券券源，充分发挥融券业务的市场调节作用。证监会同时表态，券商做两融业务不得开展场外配资、伞形信托等活动。在股债双降之下，市场猜测管理层此举为鼓励融券，有打压股市之嫌。然而隔日，证监会就对此予以否认，称“这是误解误读”。央行19日下午突然宣布降准，也给股民吃下一颗定心丸。专家表示，股市近期的任性上涨引发了市场担忧，短期存在震荡调整的可能，融券新政只是为了规范市场运行。

搜狐山东烟台网友：顺势而为在我国股市尤为重要。当然，获利多少才应该跑路，那就是仁者见仁智者见智了，不贪心就不会有大问题。

腾讯网友“蓝黑”：中国股市，胆小莫入，你输不起！钱少莫入，你赔不起！

海外网友“Tonycp”：任何预测都显得那么的苍白无力。一切交由市场去定夺，而市场将因盘面的变化而变化。

凤凰网上海网友：股市有自己的运行规律，提示风险应该是常理。经济学家要求政府干预，真让人笑掉大牙。

## 提升中巴关系为全天候战略合作伙伴关系

海外版 04月21日 第1版

习近平指出，中巴始终相互信任、相互理解、相互支持，是全天候朋友。两国高层保持密切交往，各领域合作全面深入发展，在国际和地区事务上保持密切沟通和协作。在不远的也门撤侨行动中，中巴互帮互助。中国军舰搭载许多

巴基斯坦公民从亚丁港撤离，巴基斯坦军舰协助从穆卡拉港撤离8名中国留学生。这再次充分证明了中巴全天候友谊的珍贵。

凤凰网广西壮族南宁网友：希望巴基斯坦能够稳定发展，中国应该尽自己的努力帮助他们实现富强，同时实现自身梦想，让热爱世界和平的国家和人民过上好生活。

网易湖北网友：我亲爱的巴基斯坦兄弟，愿你们早日消灭恐怖主义。

海外网广东省广州市网友：中巴是患难与共的兄弟，点赞！

腾讯哈尔滨网友：十分赞成习总书记的主张！站得高，看得远，习总书记为人民考虑。

新浪云南昆明网友：祝贺中巴升级为全天候战略合作伙伴关系。中巴友谊万岁。（海外网徐政综合整理）

网友评报