

# 新媒体：“新三板，我来了！”

本报记者 刘 晓

传统媒体转型的路径之一，是借助自己旗下的新媒体登陆资本市场。近期，全国中小企业股份转让系统（新三板）又迎来或即将迎来一批新媒体中的“吃螃蟹者”。传统媒体为何要全力打造新媒体？新媒体能从新三板中收获什么？



## 水到渠成与迫在眉睫

顶层设计的出台为新媒体挂牌新三板提供了前所未有的机遇。去年8月，中央深改领导小组审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，提出推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合；国务院“互联网+”行动指导意见的提出，为传统媒体的创业创新提供了指南。

机遇可贵，危机同样紧迫，这使得新媒体上市既水到渠成，又迫在眉睫。其中，最大的压力来自于转型的迫切。辽宁报业传媒集团董事长孙刚认为，报纸面临阅读率和影响力急剧下降和盈利能力急剧衰退的现实，而组建新媒体集团并登陆资本市场，是传统媒体寻找出路的有效抓手。

“市场在消减，不做新媒体迟早陷入绝境。湖南卫视与互联网企业相比，优势在于内容的创意、生产已经形成了成熟的体系，具备持续不断的内容创新能力。”湖南广播电视台副台长、湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司董事长聂致表示。

芒果TV也面临同样的问题。过去，通过把节目卖给其他网络视频网站，可以轻轻松松收入几个亿。然而，从去年开始，湖南卫视推行独播策略，将热门资源投放到自己的网络视频平台，这相当于减少了卖节目的收入，并增加了大量的资金和人力投入。

打造有竞争力的新型主流媒体和新型媒体集团，离不开大资本、大融合。手握优势资源，一大批具备内容优势和发展潜力的新媒体集团选择登陆新三板，寻求更大的发展空间。

聂致认为，如果能登陆新三板，芒果TV将一举解决三大难题：一是获得通畅的融资渠道，解决资金的问题；二是解决了芒果TV终极市场化；三是有助于芒果TV探索股权激励制度。

先行者已经尝到了甜头。2014年报告显示，荆楚网营业收入较上年同期增长124.84%，净利润增长近600%；龙虎网和舜网传媒的销售收入也分别增长了30%左右，实现了盈利。

## 多点布局与多点盈利

在媒体融合的风口上，新三板无疑为新媒体集团的发展壮大创造了机遇，提供了成功的样本。然而，新三板毕竟不是点石成金的聚宝盆，作为新媒体集团，还必须拥有持续创业、创新的续航能力，才能实现持续性的增长与发展。

孙刚表示，北国传媒上市后将以平台驱动发展的思路布局“互联网+传媒”、“互联网+文化”、“互联网+区域”，在内容、形式、手段、体制机制上进行全方位创新，通过设立产业先导基金、实现资本市场的股权投资等，力争成为辽报传媒集团最具生机的支柱产业。

荆楚网涉足的业务范围同样广泛，覆盖网站运营、手机报、户外媒体、动漫、移动客户端、电子商务、互联网游戏、专业软件研发等领域。2014年，荆楚网购买了湖北特别关注传媒有限责任公司5%的股权，后者近期也于新三板上市，成为华文期刊“第一股”。此外，荆楚网在大数据、金融信息服务等方面也有布局。

尽管新媒体集团在资本市场如鱼得水，但仍然面临不少挑战，其中之一就是盈利模式问题。在2014年年报中，荆楚网的广告收入较上年同期增长108.20%，达4572.78万元，占总收入的比重达58%。北国传媒招股书中同样显示，广告在主营业务收入占比最高。

在多点布局的情况下，新媒体集团的盈利模式略显单一。业内人士认为，盈利模式的单一性、不稳定性、投资回报周期过长都是亟待解决的问题，创新盈利模式势在必行。

## 捷足先登与跃跃欲试

抢滩新三板，省市区队先行。

在广电方面，“芒果台”一枝独秀。近期，湖南卫视旗下的网络视频平台“芒果TV”完成超过5亿元的A轮融资，公司估值超过70亿元，并计划在今年登陆新三板。

报业集团的步子迈得更大些。一个月前，辽宁日报新媒体集团（北国传媒）在新三板挂牌，成为全国首家经中宣部同意在新三板挂牌上市的省级党报新媒体公司。一年前，湖北日报传媒集团控股的湖北荆楚网络科技股份有限公司（荆楚网）成为新三板上市的第一家省级重点新闻网站。而包括南京的新闻网站龙虎网以及济南日报报业集团旗下的舜网在内的地方媒体，同样在去年挂牌上市。

据悉，由大众传媒有限公司主导的山东省互联网传媒集团，以及郑州、合肥等城市的重点新闻网站也在跃跃欲试。

“新媒体集团+新闻网站”构成了本轮登陆新三板的主力军。以北国传媒为例，该公司的主营业务包括提供新闻资讯服务、互联网广告服务、户外广告服务、移动增值服务和信息技术服务。公司目前主要媒体资源包括北国网、大辽网等网站媒体以及机场媒体、城市户外媒体、手机移动媒体等。

# 海外网：寻觅有温度的新闻

程 瑶

“善不是一种学问，而是一种行为。”在中国，善行几乎每时每刻都在发生。无论是“消防战士30楼高空飞身营救救生女”抑或“长沙女婴被陌生人抱走 全城接力2小时寻回”——这些在网络上被转发过多次的新闻都让人们看到人性的本真和纯善，也给社会带来了更多温暖和正能量。

习近平总书记曾提出，媒体应“大力激发社会正能量，为实现中国梦提供强大精神动力”。“暖”新闻的接力报道正好可以激发民族团结、自信、自强等凝聚力，激励每一个中国人向善、向好。为此，海外网第一时间响应中央网信办的号召，设立“暖新闻”专题板块，全情投入寻找有温度的新闻。除了立足本土，海外网亦结合自身特色，将视野转向海外，寻觅海外凸显善良、感动人心的新闻，用温情为世界带去温暖。

《日本遗孤自费出书 纪实讲述中国人温暖善良》一文就是个很典型的例子。它主要讲述前日本在华战争中的遗孤中岛幼八自费撰写回忆录，讲述他与其中国养父母的感人故事。他曾坦言出书是为了回报中国人的养育之恩，让日本人重温这段历史，了解真正的中国人和国人的善心。

而关于“国侨办毛里求斯义诊获赞民众排队求诊”的报道，同样得到了很多读者包括海外华侨华人的认可。这条新闻讲述了国务院侨办“文化中国 中华医学”团在毛里求斯著名华人私立医院为侨胞进行健康咨询及义诊活动，在当地引起热烈反响的情景。

为了突出特色，让故事更打动人，海外网首次尝试用新闻类H5专题页面的传播方式报道“暖新闻”。不同于传统网页版新闻，H5页面更适合在移动端阅读。这种无限滚屏的方式，为读者提供了更为有趣的体验，同时更利于用户通过微信等移动社交平台在海外华人圈进行传播。

海外网这种国际化传播的方式在海外华侨华人当中产生巨大的向心力。“暖新闻”稿件一经刊发，便获得大量华侨华人及华媒转载和“点赞”。很多海外华人表示更恋“家”了，心也离得更近了。

西班牙《侨声报》社长戴华东在转发时感叹：“这种创新的传播方式不仅把故事讲好了，也为海外华文媒体同行带来了新思路，我们将在新闻的传播方式上努力创新。”

网友则表示“新闻讲述活多了”。在西班牙留学的网友“天天想海鲜”表示，留学的生活很苦，但是看到“暖新闻”专栏，心里觉得祖国就在身边，“睡前习惯了用手机翻翻海外网的新闻，很方便”。

“暖新闻”的报道在当下无疑是激励美好，使人性的美好一面尽情散发的一剂良药。作为媒体，将这剂良药播送出去义不容辞。

(作者系海外网编辑)

新新媒体时代，如果你说玩不转微博、微信等社交媒体，那么，不好意思，你OUT了。

同样，社交网络的崛起为世界各国提供了一个角逐国际话语权的新战场。当前，各国领导人越来越多地投身社交网络，新媒体外交已成一种潮流。

## 各国政要玩转新媒体

不久前，印度总理莫迪为访华热身，特意于5月4日开通新浪微博，并发出首条微博：“你好中国！期待通过微博与中国朋友们互动。”这一声微博招呼引来网友们的“强势关注”。

网友们纷纷脑洞大开，不少网友甚至根据莫迪主页公布的个人资料推测出他的星座，还有网友对莫迪表示欢迎，邀请他去家乡玩耍。据媒体统计，莫迪发出首条微博后几小时内，便收获了数万名粉丝。截至目前，莫迪的微博粉丝数量已达17万，首条微博转发已超9000次。

莫迪并非第一位开通新浪微博的领导人，此前已有包括英国首相卡梅伦在内的4位外国首脑开通了微博。

事实上，各国领导人越来越多地投身社交网络。2013年12月，卡梅伦在Twitter上分享了他和马云的自拍，他发推文说：“马云给我俩来了张自拍，我答应了他要分享一下。”2014年1月，韩国总统朴槿惠在网上公开了出席达沃斯论坛时收到的珍贵礼物——一块未经雕琢的水晶……

以社交媒体为代表的新媒体，让首脑们的沟通从官方延伸到民间，成为各国加深交流的外交新手段。

## 美国领导人善用社交媒体

以美国为例，近年来，其利用新媒体推动外交工作的做法逐渐被世人熟知。

奥巴马和希拉里都是善用新媒体做外交的领导人，因此，他们对利用新媒体推动外交工作起了带头作用。

奥巴马本身就是全世界最先加入社交网络的首脑，拥有庞大的粉丝群。除了Twitter外，奥巴马还四处开设社交账号，Facebook、Google+都有。据统计，他的Twitter账号已经拥有超过5000万粉丝。2009年2月23日，白宫任命了一批新媒体技术人员，充任奥巴马的网络顾问，白宫对外宣称是白宫“新媒体小组”。

对希拉里而言，她一上任国务卿就大力支持社交媒体，把充分利用社会化媒体列为美国“21世纪治国外方略”的重要措施。

2010年1月7日晚，她和奥巴马在白宫小范围宴请10名美国IT界高层时指出，美国21世纪的重要策略就是利用Google、Twitter和YouTube等技术力量来推动外交。

2010年1月21日，希拉里在关于技术政策的演讲中，正式抛出了“网络外交”的概念。据媒体报道，这场讲话的幕后推手是国务院创新高级顾问罗斯。罗斯被称作美国新媒体外交的“三驾马车”之一，他也是美国国务院推行社会化媒体外交的核心人物。

有媒体称，美国的新媒体外交，是有重点地突破，不是平均用力。美国和哪个国家关系不好、哪个国家对美国的威胁大，就对哪个国家重点发力，重点“关照”。比如说，古巴、伊朗、阿富汗、巴基斯坦、俄罗斯，就是美国新媒体外交的重点领域。据说为了加强对伊朗的渗透，在两国没有外交关系的情况下，建立了“美国驻伊朗虚拟大使馆”。

# 外交新潮流 拥抱e时代

庞 晟



## 中国应发挥海内外民众能动性

随着社交媒体的崛起，“网络外交”的涵义越来越多元化。在国际外交平台上，普通民众参与外交的可能性正在增加。

中国人民大学新闻学院教授雷蔚真认为，新媒体促成的公众对公众的自发交流，不仅呼应了政府的主张和行动，还能起到政府外交无法实现的效果。在2008年西藏“3·14”事件期间，中国民众和海外华侨华人利用网络媒体发出了民间的观点，他们自发地在网络论坛、博客、视频网站上发布有关西藏问题真相的帖子和视频，在CNN等西方媒体的网站上留言、发送电子邮件，抗议不实报道；甚至有大学生建立了专门的网站，针对西方媒体报道的不实之处予以一一揭露和批判。

这些自发行为产生了良好的社会效果。《纽约时报》的一位专栏作家表示，尽管他并不同意中国读者在新媒体中的所有观点，但这些表达令他重新思考对西藏问题的认知框架。

中国在国内拥有世界上最多的人口，在海外拥有数量庞大的侨民，具备在新媒体平台上开展民间外交的优势。雷蔚真认为，华侨华人是开展公共外交的天然桥梁。在新媒体时代背景下，充分调动华侨华人的积极性，就可以向全世界发出更响亮的中国声音。

(作者系海外网编辑)