



海外网朝鲜频道新年上线

带你了解一个真实的朝鲜

海外网 董博

平壤民俗公园



海外网朝鲜频道网页截图

李进军大使贺词

值此新年伊始、万象更新之际，欣闻人民日报海外网“朝鲜频道”上线试运行，我谨代表中国驻朝鲜大使馆对此表示衷心祝贺！

海外网自建立以来秉持“海外视野，中国立场；文化情怀，思想高度”办网方针，致力打造中国特色外宣新媒体。相信此次“朝鲜频道”上线开通，将为增进中朝两国民众相互了解和理解，巩固中朝友好民意基础发挥重要作用。

2016年，中国政府将继续坚定不移地发展中朝友好关系。中国驻朝鲜大使馆及我本人将继续支持包括海外网在内的媒体开展积极的涉朝新闻报道和宣传，希望“朝鲜频道”为促进中朝友好作出应有贡献。



平壤牡丹峰区凯旋广场凯旋门

朝鲜频道带着你了解朝鲜变化

“很多人以为朝鲜是不变的，其实朝鲜是在变化的。遗憾的是，朝鲜的变化却是外界极少数人能看到的。”海外网朝鲜频道总顾问李春日如是说。

“2007年，我到金日成综合大学读经济学博士课程。读完博士后，从2011年开始做博士后研究，专门研究朝鲜对外经济合作等领域。”李春日告诉记者，随着赴朝交流机会的增多，他觉得朝鲜的变化越来越大，“每次到朝鲜，我都会新的感受——尤其是到平壤，我能够切身感受到这座城市的变化。”

从住宅环境到服装颜色，从出行方式到娱乐生活，平壤的变化随处可见，甚至平壤的城市地图都会因为新增建筑而飞快更新。位于平壤市中心的“未来科学家大街”在2015年完工，该住宅区内的住宅环境和各项服务设施都“堪称一流”。据熟悉朝鲜情况的专家介绍，过去，平壤的出租车数量很少，现在数量增长很多，“已接近2000辆”。朝鲜频道设立的初衷，就是要通过最直观的方式，讲述中朝交流的故事，同时让全世界的中文读者了解一个真实的朝鲜。

朝鲜频道将打造中朝交流资讯平台

从上世纪70年代朝鲜电影《卖花

姑娘》风靡中国，到中国的《渴望》、《潜伏》、《任长霞》……传遍朝鲜，种种现象说明，中朝两国的交流不仅仅停留在口头上。

为了更好地沟通中朝交流，服务在朝同胞及中文读者，朝鲜频道从文化、艺术、投资等多个方面，设立“直通朝鲜”、“艺术圈”、“投资解码”、“朝鲜百科”等多个栏目，及时准确地呈现朝鲜人民的真实生活，同时为中文读者打造一个全方位了解中朝交流动态的资讯平台。

朝鲜频道将通过全媒体手段，使用文字、图片等多种形式向全球中文受众提供全面的涉朝资讯服务，讲述中国故事、传播中国声音，成为促进中朝友好重要资讯平台。

朝鲜频道将成为涉朝中文服务平台

随着朝鲜的经济特区、经济开发区逐步建立，各种对外投资的法规逐步完善，朝鲜正通过多种方式向世界“招手”。而来自世界各地的投资者也把目光投向了朝鲜。

朝鲜的商业机会同样吸引着中国商人。分析人士表示，很多中国投资者并不了解朝鲜有关投资的法律法规，此前国内也鲜有翻译解读相关政策的著作。海外网朝鲜频道的出现，正好搭建了一个“答疑解惑”的平台，可以让投资者避免“摸着石头过河”。

朝鲜中国商会会长梁彤军告诉记者，目前每年平壤的“国际商品展”十分火爆。在刚刚结束的第11届平壤秋季国际商品展览会上，来自朝鲜和中国、新加坡、马来西亚、德国、瑞士、越南、蒙古、罗马尼亚、波兰等10多个国家和地区的300余家企业参展。参展的中国企业接近110家，约占全部参展企业总数的1/3，展品涵盖汽车、机械、家电、建材等八个大类。梁彤军说，目前越来越多的中国投资者来到朝鲜，十分希望海外网朝鲜频道发挥平台优势，为更多在朝中国同胞提供服务信息，让中国投资者可以提前了解当地的政策法规。他一再表示：“十分期待朝鲜频道的上线！”

中国驻朝鲜大使寄语朝鲜频道

中朝两国自1949年10月6日建交，朝鲜是同新中国最早建交的国家之一。多年来中国也一直是朝鲜的主要贸易伙伴。中国新任驻朝鲜大使李进军在2015年上任之初就曾表示，“中朝两国是山水相连的友好邻邦，两国人民的友谊源远流长。不断巩固和发展中朝传统友好合作关系是中国党和政府坚定不移的方针”。

在得知海外网朝鲜频道即将上线试运行，中国驻朝鲜使馆第一时间表示了支持，李进军大使发来贺词（全文另发）。使馆有关负责人表示：“2016年，中朝关系将迎来新的发展机遇”，“相信朝鲜频道将成为讲述中国故事、传播中国声音的新平台和促进中朝友好的新纽带”。“我馆愿积极支持朝鲜频道工作，共同为涉朝舆论和中朝友好注入更多更强的‘正能量’”。

视频直播的春天来了？

本报记者 刘 峤



刚刚过去的2015年，视频直播成为互联网表现最抢眼的领域之一。从娱乐到体育，从游戏到秀场，视频直播几乎凭“一己之力”激活了不少相关行业。不过，历经一年的经营与博弈，视频直播平台亦有喜有忧，既有站稳脚跟谋划大业的成功者，也不乏被后浪拍在沙滩上的先行者。

进入2016年，视频直播仍被许多业内人士视为颇具深耕潜力的富矿。面对可以预期的“全民直播”时代，视频直播的春天是否到来了？

行业格局群雄割据

2014年，亚马逊以历史上最大的一项收购规模，拿下游戏视频直播网站Twitch。进入2015年，视频直播的行情更是一路看涨：年初，社交网站推特收购直播网站Periscope；年底，社交网站脸书也开始向用户开放视频直播功能。

在国内，视频直播同样在2015年迎来爆发。新浪微博副总裁曹增辉日前表示，过去微博主要以短文和图片市场为主，而从2015年下半年开始，短视频及直播市场开始了爆发。2016年，视频有望成为微博的成熟内容市场之一。

相较于海外视频直播行业巨头领衔的格局，以游戏和娱乐为主体的国内视频直播仍处于群雄割据的纷争时代。

2015年9月，北京普思投资董事长王思聪发

起的直播网站熊猫TV正式上线。作为其布局电子竞技生态链的重要一环，该平台的上线引发业界关注。此前，以YY直播为班底的虎牙直播、浙报集团投资的战旗、腾讯旗下的龙珠TV以及表现强势的斗鱼TV、火猫TV构成了游戏直播行业的第一集团。熊猫TV的横空出世，无疑在视频直播的大市场里分走了一杯羹。

游戏视频直播的热度源于中国游戏市场规模的迅速扩张。数据显示，2015年第三季度中国网络游戏市场规模达353.9亿元。2015年，国内游戏用户规模约为5000万，而到2017年这一数字将上升至1.48亿。

由此，游戏直播也成为资本青睐的热土。2015年，多个直播平台宣布获得千万级别的融资。

除了游戏视频直播外，以UGC（用户生产内容）为主的视频直播平台同样如雨后春笋般诞生。从早期以“主播”为代表的秀场模式，到更吸引眼球的明星直播和更加平民化的个人直播，视频直播的大门几乎已向所有互联网用户敞开。2015年年底，新浪与秒拍联合推出“秒拍直播”，使视频直播与社交结合得更加紧密。

从主持人转型投资者的张泉灵认为，2016年将是视频爆发的一年，视频将更多以直播的方式进行。“传统的概念里，直播比录播贵，因为需要大量的设备。但

是现在直播的门槛越来越低，手机的直播成本要比做一个栏目的后期编辑便宜多了。”

行业前途仍存变数

试水者纷纷进入、投资者迎难而上，2016年的视频直播领域是扶摇直上还是迎来调整，仍是未知数。从整个行业而言，这是视频直播最好的时代，但对平台个体而言，也是最危险的时代。

视频直播平台目前还未寻找到合适的盈利模式。在UGC内容参差不齐的情况下，主播仍是稀有的抢手货。动辄百万级别的年薪和千万级别的“转会费”，助长了直播平台之间的烧钱大战。由于目前视频直播平台和功能趋于雷同，观众群基本跟随着明星主播流动，而非固定于平台之上。一旦主播被天价挖走，用户流失可想而知。而平台还需要支付相当大的运营费用和硬件租赁费用，一着不慎就会伤筋动骨。

当前，视频直播平台的收入集中于虚拟道具、广告、游戏分发等领域，在市场竞争激烈的情况下，这些收入能否填补主播的巨大支出，仍有待观察。此外，不少打色情“擦边球”的低俗内容依然存在直播平台中，如不及时整治，容易蔓延到整个行业当中。

2016年，视频直播行业变数仍存。从全球来看，由于盈利模式的不明朗，不少直播平台选择依靠于互联网巨头门下。而在国内，以BAT（百度、阿里、腾讯）为首的互联网领军者尚未展开在视频直播领域的大规模布局。面对视频直播这块肥肉，一旦巨头出手，极有可能改变整个行业的格局。

视频直播的春天距离不远，不过抵达春天的路途依然曲折。

制止「流量劫持」须从监管入手

本报记者 卢泽华

流量是互联网行业的命脉，无论是百度的“信息流”、腾讯的“用户流”还是阿里的“资金流”，都必须通过“流量”这一形式具体呈现。近日，“流量劫持”成为业界热词。今日头条、美团点评、360、腾讯、微博、小米等6家互联网公司共同发表了一份《六家公司关于抵制流量劫持等违法行为的联合声明》，呼吁联合抵制流量劫持等违法行为，上演了一场互联网版的“六合围剿”。具有讽刺意味的是，当笔者正在浏览这则声明的时候，页面左右两侧赫然弹出两则醒目的广告，说明这个页面可能已经遭遇“流量劫持”。

什么是“流量劫持”？通俗来讲就是通过互联网技术，恶意地将用户的访问请求定向到其他地址，锁定主页或不停弹出新窗口，强制用户访问某些网站。流量劫持容易造成用户流量损失，影响用户体验，甚至还有泄密的危险。

其实，早在6家公司发表声明之前，百度与搜狗掀起的口水大战以及在上海浦东判决的我国首起流量劫持刑事案就已经在舆论界掀起波澜。在互联网生态链上，流量劫持已覆盖了移动阅读、电商、社交通讯等多个领域，成为行业的普遍现象。

从根源上看，“流量劫持”折射的是行业利益分配体系的扭曲和垄断格局的弊端。在行业利益分配上，运营商在某种程度上占据着有利地位。掌控整个互联网行业流量阀门的三大运营商，目前并没有固定的信息披露机制，也不具备处罚权，这为运营商内部人员及其关联方实施流量劫持行为创造了条件。而互联网公司的寡头竞争也是流量劫持的主因之一。目前，我国互联网流量入口被少数巨头所把控，这些巨头在自己的优势行业直接采取或变相采取流量劫持的方式延伸业务链条，进一步强化行业垄断。可以说，流量劫持表面上“劫持”的是用户的流量，根本上是对互联网行业信息、用户、资金三大资源主导权的抢夺。

因此，“流量劫持”的实质是在一个在诸侯混战，多方竞争的产业格局中，业内巨头们无秩序的“跑马圈地”行为。行业巨头掌控话语权与控制权，因此抗议流量劫持的公司只是联合声讨“某些机构”，却不敢正面呛声。这是合纵连横，也是投鼠忌器。最终，维权战沦为口水战，最终伤害公众权益，打乱行业生态。

互联网需要规则与秩序。在这次关于流量劫持的讨论中，有人寄希望于运营商来加强监管，然而，运营商本身处于网络流量的利益链条之中，过度依赖运营商，会陷入“既当球员，又当裁判”的悖论。因此，管理部门针对流量劫持的现状对运营商和行业巨头们画地为牢，约法三章，是非常必要的。种种乱象表明，流量劫持问题的解决有赖于破除“监管真空”，明确监管主体，制定相关规则，从法律、制度层面上统一监管，建立健全相应的制度法规，从行业系统外部撑起维护互联网企业和用户权益的“保护伞”。

