

业界领军人物共话中国网络媒体的未来资本发展之路 网络媒体更要站在变革创新最前沿

如何借资本市场之力实现影响力的迅速提升;互联网媒体如何进行资本市场运作,网络媒体如何获取与选择风险投资呢?针对大家关注的问题,昨日下午,以“中国网络媒体的未来资本发展之路”为题的论坛上,来自业界的领军人物和专家进行了一次思想交流。中原报业传媒集团全媒体新闻中心记者 孙娟 董艳竹 徐智慧 张竞昶 实习生 詹瑞雪/文 张翼飞 廖谦 白韬/图

■声音

目前虽然有很多声音包括“渠道为王”等,但是内容为王并不过时。在众声喧哗中,在碎片阅读中,公众还是需要新闻的分析、解读。——人民网总裁、总编辑 廖玘

在当前既空前繁荣又空前纷杂的网络生态环境下,谁能够提供高附加值的信息内容,谁能将内容产品化、个性化到符合网民需要的黏合度,谁就能占据制高点。——新华网总裁 田舒斌

做好区域手机报,就要做好“三个一”,即“一省一报,一地一端,一企一报”。——中国移动手机阅读基地总经理 戴和忠

开放的互联网传播环境,改变了传统媒体的单向传播方式,在这样新的环境中,媒体建设的基本思路是品牌的多渠道传播。——东方网党委书记、董事长 何继良



廖玘 人民网总裁、总编辑
内容为王并不过时

进入新世纪的第二个十年,曾被视为坚冰的文化事业单位转企改制取得了突破性进展——以人民网2012年的成功挂牌上市为契机,众多长期处于传统体制之下的主流媒体纷纷计划踏足资本市场。

一年半的上市,人民网不仅是更有名了,而且更有钱了,股票市值超过270亿元,进入资本市场后,人民网的影响力也更大。

廖玘说,目前虽然有很多声音包括“渠道为王”等,但是内容为王并不过时。在众声喧哗中,在碎片阅读中,公众还是需要新闻的分析、解读。



田舒斌 新华网总裁
网络媒体
更要站在变革最前沿

说起网络媒体面临的前景,被誉为网络媒体“国家队”代表的新华网总裁田舒斌首先给大家分享了两个案例:一是今年一季度,除中国内地外,MSN在全球其他地区停用;另一个是今年7月,谷歌关闭了RSS新闻聚合产品Google Reader。田舒斌说:“这两个产品,都曾经具有全球影响力,如今却成为历史,不能不引起我们的思考——未来的新闻信息产品的方向在哪里?很显然,在市场细分化程度不断提高、网民信息需求愈发多元的激烈竞争态势下,仅仅提供单一、单调的信息产品和服务,已经远远不能满足市场和受众需求,更难说提升网络媒体的传播力和影响力。”

田舒斌认为,在当下,网络媒体需要产品形态的变革、产品理念的变革、传播模式的变革,唯有变革,才能在未来的竞争中拥有独特位置。



戴和忠 中国移动手机阅读基地总经理
区域手机报要做好“三个一”

“中国移动手机报是国内最早、最大的手机报平台,目前每个月用户超过5000万,尽管如此,面对新媒体的发展,手机报相比之前现在已稍显落后。”当前,区域手机报今后发展之路如何,该发展过程中应该怎样创新,戴和忠作了具体调研,并谈了自己的看法。

中国移动手机报致力于构建全新的图书发行渠道,以手机和移动电子书为业务主要呈现形态,向用户提供海量图书内容服务,让人享受随时随地阅读的乐趣。那么,移动互联网环境下,手机报到底还有多大增长的空间?内容是不是免费?如何面对新媒体冲突?戴和忠表示,通过调研发现,针对手机用户而言,传统手机报依旧有较大的发展空间,同时,手机报可以成为传播社会正能量的重要平台,因为它的门槛较低,可以主动发声。

此外,戴和忠认为,尽管传统手机报用户量在下降,但本地手机报和区域手机报的用户量却在持续增长。做好区域手机报就要做好“三个一”,即“一省一报,一地一端,一企一报”。



何继良 东方网党委书记、董事长
地方新闻网想“制胜”
需要多渠道传播

全媒体竞争时代,地方新闻网站如何能在强手如林中脱颖而出?东方网党委书记、董事长何继良表示,打造品牌化的多渠道传播是制胜法宝。

东方网是上海最具影响力的新闻门户网站,也是国务院新闻办确定的地方重点新闻网站。何继良表示,开放的互联网传播环境,改变了传统媒体的单向传播方式,过去牢牢掌控在媒体手中的议程设置权开始分散让位于社交媒体和自媒体。在这样新的环境中,媒体建设的基本思路是品牌的多渠道传播。

他山之石,可以攻玉。10月29日上午,东方网与中原报业传媒集团旗下中原网在郑州签订战略合作协议。双方将发挥优势,共同建设巩固基于互联网的舆论阵地,增强主流意识形态影响力,做大做强权威媒体网站及衍生服务,提高市场竞争力。