

附件 4

中国新闻奖参评作品推荐表

作品标题	主流平面媒体系统性变革下的技术突围与生态重构		参评项目	新闻研究		
字数 时长	8862 字		体裁	论文		
			语种	中文		
作者 (主创人员)	郝冠南		编辑	李净		
原创单位	《中国传媒科技》杂志社		发布端/账号/ 媒体名称	《中国传媒科技》		
刊播版面 (名称和版次)	专题		发布日期	2025 年第 6 期		
新媒体作品 链接				是否为 “三好作品”	否	
作品简介	<p>本文基于传媒产业权威数据与前沿政策导向，通过系统梳理平面媒体市场格局、技术演进脉络及中央媒体实践案例完成采编。文章深入调研《人民日报》、新华社等主流媒体的一线技术探索，结合对互联网云厂商、AI 企业、运营商等多方竞争格局的对比分析，形成兼具行业纵深感与战略前瞻性的研究成果。文章聚焦主流平面媒体在人工智能、大模型等技术驱动下的系统性变革，提出“自主可控、智能驱动、生态开放”的技术战略框架，并给出共建全国性公共技术平台、深化“平台+服务”融合模式等可操作性路径。传播上，作品面向传媒行业决策者、技术从业者及政策研究者，为媒体融合转型提供理论参考与实践指引。文章紧扣国家“人工智能+”行动与国产化替代战略，着力探索主流媒体以技术创新巩固意识形态阵地、提升国际传播效能的可行方案，对推动媒体从“内容供应商”向“智能服务体”转型、助力国家文化软实力建设具有积极的参考价值。</p> <p>刊发于武汉大学“CACJ 中国应用型核心期刊”《中国传媒科技》杂志后，在行业内产生良好影响。</p>					
传播数据	全网传播量 最高平台 发布链接					
	该平台 传播量		该平台 互动量		全网总传 播量(万)	

(推荐理由)
初评评语

本文作者郝冠南基于在人民日报社的长期一线工作经验，立足于主流媒体技术建设与融合转型的真实场景，将实践中反复验证的方法归纳为可讨论、可操作的框架性思考。文章对算力缺口、数据打通、采编流程智能化等具体问题的分析来自业务现场，提出的“自主可控、智能驱动、生态开放”路径和公共技术平台方案紧扣行业实际需求，对新闻传媒领域的系统性变革具有切实的参考价值。

签名（盖单位公章）
2026年5月6日



主流平面媒体系统性变革下的技术突围与生态重构

郝冠南

(人民日报社技术部, 北京 100733)



摘要:【目的】主流平面媒体在数字技术革命与政策驱动下, 正经历从传统内容生产向智能化、生态化转型的系统性变革。【方法】本文基于传媒产业数据与政策导向, 深入分析了平面媒体市场格局、技术发展趋势及面临的挑战, 并聚焦《人民日报》、新华社等中央媒体的技术实践与瓶颈。【结果】研究发现, 人工智能(AIGC)、大模型、云原生架构等技术正在重构内容生产与传播逻辑, 但算力不足、数据孤岛、人才短缺等问题亟待解决。【结论】对此, 本文提出以“自主可控、智能驱动、生态开放”为核心的技术战略框架, 倡导共建全国性公共技术平台、深化“平台+服务”融合模式、强化政策协同与人才培养, 推动媒体从“内容供应商”向“智能服务体”转型。未来, 通过夯实国产化底座、整合前沿技术与生态资源, 主流媒体将构建起安全可控、高效精准的新型传播体系, 助力国家文化软实力提升与国际话语权强化。

关键词: 主流平面媒体; 技术突围; 生态重构; 媒体融合; 人工智能

中图分类号: G223

文献标识码: A

本文编号: 1671-0134(2025)06-12-06 **DOI:** 10.19483/j.cnki.11-4653/n.2025.06.002

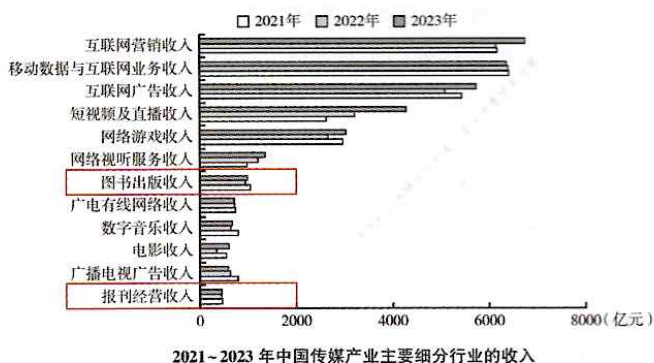
本文著录格式: 郝冠南. 主流平面媒体系统性变革下的技术突围与生态重构[J]. 中国传媒科技, 2025, 32(6): 12-17.



人工智能
解析助读

1. 平面媒体市场、政策以及技术发展趋势

2023年, 传媒产业发展呈上升趋势, 总产值31518.23亿元, 同比上升8.38%^[1]。平面媒体(图书出版和报刊经营)市场收入相比2022年略有增长。



图片来源: 传媒蓝皮书: 中国传媒产业发展报告(2024)^[1]

1.1 平面媒体市场分析

1.1.1 平面媒体市场数据态势

全国报业以全媒体传播体系为建设目标, 在内容生产、技术应用、传播渠道、体制机制、人才培养、运营服务等方面呈现出多元化的创新发展新态势。根据国家新闻出版署2023年度报纸核验情况, 全国2168家报纸出版单位共出版报纸2405种。全国报纸印刷总量基本稳定, 全国报纸总印数达到260.1亿份, 总发行量为258.4亿份(含电子报发行量), 营业总收入

616.6亿元, 利润总额达66.4亿元, 利润总额保持稳步增长态势^[2]。坚持移动优先策略, 积极完善传播矩阵, 全国报业新媒体渠道总量达到12438个。全国报业新媒体年度利润总额为9.3亿元, 同比增长7.3%^[3], 新媒体收入成为拉动报业经济增长的重要支点。

2017~2023年中国传媒产业各媒介形态发展情况

项目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
报纸种类(种)	1884	1871	1851	1810	1752	1709	—
期刊种类(种)	10130	10139	10171	10192	10185	10139	—
报纸出版总印数(亿份)	362.50	337.30	317.60	289.14	276.00	266.00	258.00
期刊出版总印数(亿册)	24.92	22.90	21.90	20.35	20.00	20.00	18.00
图书出版总印数(亿册)	92.40	100.10	105.78	103.73	110.00	114.00	102.56
广播播出时间(万小时)	1491	1526	1553	1580	1589	1602.15	—
电视播出时间(万小时)	1881	1925	1951	1988	2014	2003.64	—
电影院数量(家)	9504	10463	11309	11856	14201	12568	12725
营业影院数量(块)	50776	60079	69787	72710	75377	76486	86310
手机用户数量(亿户)	14.17	15.66	16.01	15.94	16.43	16.83	17.27
网民总人数(万人)	77198	82851	90359*	98899	103195	106744	109225
手机上网人数(万人)	75265	81698	89690*	98576	102874	106510	109072
移动互联网接入流量(亿GB)	245.9	711.1	1220.0	1656.0	2216.0	2618.0	3015.0
App数量(万款)	403	452	367	345	252	258	261

注: *为2020年3月数据。

资料来源: 课题组根据国家统计局、国家广播电视总局、工业和信息化部、CNNIC公开数据整理。

全国报刊行业的经营结构出现明显变化, 不能以过去单纯的广告、发行收入评估报刊行业的业绩, 报刊行业的收入变得多元化。2023年, 全国主要报业传媒集团和报社经营规模与营收总额同比增幅达6.8%^[4], 报业融合转型、经营模式创新取得显著成效。

1.1.2 平面媒体市场分析解读

(1) 央地媒体差异化发展路径显现

中央媒体作为意识形态主阵地, 其发展仍高度依

赖财政拨款与政策扶持，2023年全国财政文化资金预算安排3933.7亿元^[5]，中央媒体的财政专项补贴（如媒体融合发展、国际传播能力建设，全媒体传播体系建设等）通常纳入此类。与之形成鲜明对比的是，地方媒体在财政支持逐年缩减的背景下，通过“报业+金融”（如参股地方商业银行）、“报业+文旅”（运营文化创意园区）等多元化模式实现营收增长，2023年全国100余家主要报业传媒集团和报社经营规模和营收总额同比增幅达6.8%^[6]。这种“国家队保安全、地方队闯市场”的差异化格局，既保障了主流舆论阵地的稳定性，也激活了市场主体的创新活力。

（2）报业收入结构发生颠覆性变革。尽管2023年全国报纸印刷总量较上年下降4.7%，但产业综合收入却逆势增长7%^[7]，这主要得益于资产运营收益、数据要素变现、资本运作收益等经营模式的战略转型。这种“报业搭台、资本唱戏”的模式，正在重构传统报业的盈利逻辑。

（3）数字化转型面临三重挤压困境。报业在数字化进程中遭遇多维挑战：一是流量壁垒。头部商业平台占据超八成的移动端用户时长^[8]，而报业客户端用户活跃度年均下降明显。二是成本压力。AI赋能的采编系统建设成本超传统流程数倍，但内容变现能力却滞后于技术投入。三是人才断层。具备全媒体技能的复合型人才缺口较大，而传统采编人员转岗率较低。这种“高投入、低产出、难转型”的困境，倒逼报业探索“技术外包+内容共创”的轻资产模式。

（4）人工智能成为产业重构核心变量。生成式AI技术正在重塑传媒价值链。一是在生产端。比如人民日报创作大脑AI+、AI编辑部、智媒引擎、智能审校平台、写意智能创作引擎、人民智媒大模型等新质生产力工具深度赋能全媒体新闻生产。二是传播端。比如人民日报客户端、视界客户端、英文客户端通过主流媒体推荐算法优化和智能推荐，使优质内容的传播触达率显著提升。人工智能技术创新重塑媒介形态与传媒业态，成为推动传媒生态发展的核心动力。

1.2 政策引领

在数字技术革命与舆论格局重构的双重浪潮中，我国媒体融合发展正经历从“相加”到“相融”的战略跃迁。自2020年《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》确立“正能量是总要求、管得住是硬道理、用得好是真本事”的总体原则以来，党中央持续以政策创新引领行业变革：从国家“十四五”规划锚定全媒体传播体系建设目标，到近期为实施全面国产化替代注入财政动能；从党的二十届三中全会部署主流媒体系统性变革路径，到中央经济工作会议将人工智能列为未来产业核心引擎。这些政策环环相扣，构建起“技

术赋能、安全筑基、创新驱动”的媒体融合生态框架，为中央媒体打造新型主流媒体航母提供了战略支撑。

1.2.1 政策颁布

（1）2020年9月中共中央办公厅、国务院办公厅发布《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》^[9]明确“正能量是总要求、管得住是硬道理、用得好是真本事”的总体原则，要求传统媒体与新兴媒体在体制机制、流程管理、人才技术等方面深度融合。提出“建成一批具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体”的目标，构建网上网下一体、内宣外宣联动的主流舆论新格局。强调移动优先战略，推动资源向互联网主阵地倾斜，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。

（2）2024年9月，党的二十届三中全会通过《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》^[10]，明确“构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系，推进主流媒体系统性变革”战略部署。要求通过流程再造、技术创新（如人工智能、AI算法）和体制机制改革，重构媒体融合发展技术底座，形成资源集约、协同高效的全媒体传播体系。强调主流媒体需强化互联网思维，深化内容生产供给侧结构性改革，提升传播力、引导力、影响力、公信力。要求构建更有效力的国际传播体系，推进国际传播格局重构，深化主流媒体国际传播机制改革创新，加快构建多渠道、立体式对外传播格局。

（3）2024年12月《中央经济工作会议》提出2025年重点工作任务：加强基础研究和关键核心技术攻关，超前布局重大科技项目，开展新技术新产品新场景大规模应用示范行动，开展“人工智能+”行动，培育未来产业^[11]。

（4）2025年3月国家新闻出版署《关于组织实施2025年度出版融合发展工程的通知》要求贯彻党的二十届三中全会精神，推动出版融合发展，培育新质生产力^[12]。

1.2.2 政策分析

这一系列政策组合拳，标志着我国媒体融合进入“全要素重构”的攻坚阶段。从移动优先战略到国产化替代工程，从AI技术创新到传播体系再造，政策导向始终贯穿“守正+创新”的辩证统一。在国产化全替代的安全底线与“人工智能+”的创新高线之间，主流媒体既要通过流程再造激活内容生产力，又要借助技术突破拓展传播影响力，尤其要构建更有效力的国际传播体系。随着国家新闻出版署《2025年出版融合发展工程》的实施，一个以数字技术为引擎、以优质内容为内核、以安全可控为保障的新型媒体生态正在加速形成，为构建全媒体传播新格局、提升国家文

化软实力提供了强劲动能。

1.3 技术发展趋势

平面媒体技术应用正从“工具升级”转向“生态重构”。AIGC与智能体技术重塑内容生产与传播逻辑，云原生架构支撑平台敏捷迭代，多模态搜索与智能审校筑牢安全底线。未来，随着垂直大模型与行业数据的深度融合，平面媒体将在政务服务、文旅传播等领域开拓更多“媒体+”场景，实现从“传统报业”向“智能服务商”的战略转型。

1.3.1 AIGC技术重构内容生产流程

过去三年，平面媒体加速拥抱生成式人工智能（AIGC），通过技术赋能实现内容生产的降本增效。垂直大模型在越来越多的平面媒体构建起“智能生产—审校—分发”全链条系统。系统可自动生成新闻通稿、视频脚本，并通过语义分析技术实现多情感倾向性校验，显著提升人工编辑效率。此外，AIGC在设计领域的应用尤为显著，设计师通过输入关键词即可获得多套适配不同平台的动态海报方案，结合用户画像数据优化排版与配色，显著缩短设计周期。

1.3.2 智能体技术拓展传播交互边界

智能体（AI Agent）技术正从单一问答功能向场景化服务升级。例如，封面传媒推出的“苏轼”风格化智能体，不仅能解析诗词、讲述历史，还可通过多模态交互（文本、语音、图像）为文旅宣传提供沉浸式服务。平面媒体通过将智能体嵌入客户端，实现“新闻+知识图谱”的深度融合：用户阅读新闻时，智能体可自动关联背景信息、推荐延伸内容，并通过情感分析技术调整回复策略，增强用户黏性。未来，智能体还将向虚拟主播、AI编辑等方向延伸，推动平面媒体从“单向传播”向“双向对话”转型。

1.3.3 云原生架构提升平台响应能力

云原生技术的应用使媒体平台具备更强的弹性扩展能力。以腾讯云传媒云原生平台为例，其通过容器化部署和微服务架构，实现客户端功能模块的动态更新与热加载。平面媒体借此可快速迭代专题页面、互动活动等轻量级应用。同时，云原生架构支持“数据湖+大模型”的协同运作，确保历史素材与实时数据的高效调用。

1.3.4 多模态搜索与智能审校技术落地

针对平面媒体海量图文资源的管理需求，多模态搜索技术通过语义分析与图像识别，实现跨媒介内容的精准检索。例如，人民日报全媒体新闻生产平台的“全媒体数据库”可识别图片中的人物、场景并进行智能标注，编辑通过自然语言输入“握手”即可快速定位相关音视频素材。在内容安全方面，新华社的“新华较真”和《人民日报》的“智能审校平台”结合规

则引擎与机器学习，不仅能检测敏感词、违规图片，还可通过情感分析识别潜在导向问题，显著减轻人工审核压力。

2. 主流平面媒体的技术发展现状和规划需求

2.1 主流平面媒体的技术发展现状

2.1.1 《人民日报》

（1）技术突破与平台建设。《人民日报》以人工智能为核心驱动力，依托成立的AI工作专班，实现了新闻生产全流程智能化升级。2023年底，报社国传技术支撑体系建设项目建成单体综合算力强、安全可靠的报社数据中心，建成自主可控、技术领先的“一云两地三中心”的国产专属云网络架构；建成包括纸媒采编、新媒体采编以及期刊采编系统，服务报社“策、采、编、审、校、印、发、播、评”全业务、全流程、全留痕的内容创作和数据融通联动的九大业务系统；同时，报社研发“人民日报创作大脑AI+”“AI编辑部”“智媒引擎”等平台，实现了从新闻采编到视频剪辑、传播效果分析的智能作业。据了解，上述平台在全国两会、进博会等重大报道中累计提供超百小时的视频智能处理服务和亿级次内容推荐，获得29项发明专利和3项软件著作权，充分展示了在技术研发与应用上的领先实力。

此外，新媒体平台建成了人民日报中文客户端、英文客户端和视界客户端、人民号以及人民网+客户端；建成中国共产党新闻网、“一带一路”新闻合作联盟平台、网上领导留言板、全国党媒信息公共平台、全国党媒区块链运营系统等。

（2）算法支撑与安全保障。在算法推荐和内容风控上，《人民日报》首创“基础信息+价值观双权重评估模型”，建立了自主知识产权的主流媒体算法推荐系统。汇聚整合建成报社全媒体矩阵自产、自有、权威的内容资源的新闻全媒体数据库。依托传播内容认知全国重点实验室，构建了主流价值语料库。智能审校平台日均审核上百万字稿件，有效保障了内容安全与意识形态安全。

（3）存在的问题。一是技术底座基础支撑不足。当前，报社的AI算力资源不足且尚未形成统一调度，部分产品依赖外部云服务，存在数据安全和成本压力问题；同时，国产化替代任务较重，芯片及核心软件适配建设仍处于探索阶段，尚未形成统一的技术底座，客观上影响了产品快速迭代和大规模推广。二是技术赋能与业务深度融合不够。虽然部分AI工具已在采编、审校、分发等环节得到应用，但整体覆盖率和应用深度仍有待提升，尤其对国际传播领域的技术支撑和场景赋能不够。与一些互联网头部平台相比，在智能化赋能、多模态内容生成、数据驱动决策、跨平台协同

等方面还存在不足。三是信息化资源投入不足。相较于互联网大厂,报社在资金、设备、技术支持等方面仍显薄弱,距离高水平、全链条的智能化生产格局还存在差距,制约了技术成果的培育、转化和推广。四是专业复合型技术人才缺乏。面对人工智能技术的跨界融合需求,在算法研发、数据标注、模型调优、多模态以及国产化替代等方面的人才储备方面还有较大提升空间,既懂媒体技术又懂新闻采编的复合型人才还比较稀缺。

2.1.2 新华社

(1) 研发与应用实践。新华社近年来推出了“采编助手”“新华较真”审校工具及本地化部署的DeepSeek模型,为新闻生产和内容审核提供了有力支持。据悉,新型智能工具已使新华社在新闻选题、稿件审核、标题生成等环节实现了智能化改造,部分产品在全社范围内得到广泛应用,并在部分重大报道中发挥了示范作用。

(2) 技术协同与项目推进。新华社内部通过专班制与重点实验室协同攻关,形成了以大模型训练与强化学习为核心的产品迭代机制。

(3) 存在的问题。新华社也面临算力资源不足和国产芯片替代滞后的挑战,目前正在积极探索与外部合作、扩大资源投入的途径。

2.1.3 经济日报和光明日报

(1) 技术投入现状。经济日报社和光明日报社技术投入和规模都不大,顶层设计和统一规划还有提升空间,难以满足全媒体业务升级的需求。

(2) 存在问题与改进方向。两个报社的技术现状反映出媒体在技术基础设施建设与智能化应用上的普遍瓶颈,亟须借助行业公共共享技术平台和政策扶持,有效降低各自独立建设的成本与重复投入,提升基础技术资源和人员储备,从而实现降本增效和整体技术升级。

2.2 主流平面媒体的技术规划与需求

2.2.1 平台化生态重构:从内容生产到价值共生

在政策驱动与技术变革的双重作用下,平台化转型是建设新型主流媒体的必经之路,主流平面媒体正在加速构建“自主可控平台+开放生态”模式。中央媒体通过云原生架构整合采编资源,形成“中央厨房+地方总站”协同机制,实现“一次采集、多端分发”的全媒体传播体系。省级媒体则依托垂直领域优势,打造“媒体+政务+服务”平台。地市级媒体通过入驻中央、省级云平台,共享技术资源与传播渠道,形成“三级联动”传播矩阵。这种平台化转型不仅可以提升内容生产效率,更可以通过用户数据反哺优化传播策略,实现从“产品思维”

到“生态思维”的跨越。

2.2.2 智能技术赋能:人机协同重塑生产传播逻辑

生成式AI与大模型技术成为媒体融合的核心引擎。在内容生产端,智能辅助工具覆盖选题策划、稿件生成、审校分发全流程,通过语义分析技术实现敏感词拦截与情感倾向校验,人工编辑效率显著提升。传播端,算法推荐与智能检索技术突破信息茧房,构建“价值导向+用户画像”双维度推荐模型,提高优质内容的传播触达率。国际传播方面,AIGC技术实现多语种新闻稿自动生成与文化适配,结合虚拟主播技术打造沉浸式传播场景,推动中国故事的叙事升级。

2.2.3 基础设施升级:国产化与智算能力并重

主流媒体积极践行国家“两重双新”重大战略安排,加速推进基础设施的国产化替代工程。中央媒体打造自主可控的、服务行业的全国性公共智算中心是未来三年的必然趋势,平台底座采用国产AI芯片集群支撑大模型训练,预计算力规模年均增长150%。省级媒体和县级融媒体将依托中央云平台完成国产化改造,构建“云边端”协同架构。这种集约化建设模式不仅筑牢了安全底线,更为AIGC、虚拟现实等新技术应用提供坚实底座。

2.2.4 构建自主可控大模型能力,逐步落实党管算法

中央媒体将实现专业领域知识管理、模型训练与模型微调、智能体搭建、能力评测等一站式服务工具链,结合媒体自有数据资产等大数据语料库和训练集,通过全局化精加工训练微调,构建自主可控的大模型,同时为大模型应用开发者提供一套行业模型迭代的能力、一套复杂智能体搭建的能力,从而使行业大模型具备专业领域知识的“专知”能力,构建传播主流思想舆论意识形态的新阵地、新帮手。

2.2.5 国际传播体系重构:技术驱动叙事全球化

为落实党的二十届三中全会关于“构建更有效力的国际传播体系,推进国际传播格局重构,深化主流媒体国际传播机制改革创新,加快构建多渠道、立体式对外传播格局”相关要求,中央媒体作为党的外宣工作主力军,必须勇于“挑大梁”“唱主角”,当好中国故事“主讲人”、舆论斗争“扛旗者”、国际传播能力建设“排头兵”,加快形成同我国综合国力和国际地位相匹配、相适应的国际传播能力。数字化技术在重构国际传播生态中要发挥决定性作用,探索借助垂直领域大模型、区块链、“短视频+直播”,基于国别的精准传播等技术和传播场景,驱动内容生产,实现传播国际化、全球化。

2.2.6 安全与创新平衡:党管算法与数据赋能并行

主流媒体构建“技术创新+安全可控”双轨机制。在算法治理层面,建立“基础信息+价值观”双权重

评估模型，通过智能审校系统实现内容全生命周期监管。数据安全方面，采用国密算法加密传输，结合区块链技术实现数据溯源。创新层面，通过数据中台整合用户行为、内容传播等多维度数据，构建精准用户画像，衍生出舆情监测、政策评估等增值服务。

主流平面媒体正经历从“单一内容生产者”到“智能生态构建者”的战略转型。平台化聚合资源、智能化赋能生产、国产化筑牢安全、全球化拓展边界，共同构成媒体深度融合的核心逻辑。未来，随着大模型、5G-A、元宇宙等新技术的迭代，媒体将进一步向“虚实融合、智能决策”方向演进，成为国家文化软实力传播的数字先锋。

3. 四维竞争体系技术生态的博弈和角力

本章节重点分析互联网云厂商、AI 新锐企业、垂直服务商以及运营商系企业在媒体行业的优劣势。

3.1 云厂商与垂直服务商的角力：技术优势与生态短板并存

以阿里云、华为云、腾讯云为代表的头部云厂商凭借深厚的技术积累和创新能力，在媒体领域的 AI 应用、内容生产自动化等场景快速渗透。例如，阿里云依托电商基因构建的智能分发算法，腾讯云在游戏与音视频领域的优化能力，华为云基于昇腾芯片的国产化算力底座，均对媒体客户形成吸引力。然而，这些厂商普遍存在三方面短板：一是政企适配能力不足：民企身份使其在政务云、涉密领域的资质获取与信任度上弱于运营商背景的云服务商；二是场景整合深度有限：AI 模型与媒体采编系统的接口标准化程度不足，需客户二次开发成本较高；三是本地化服务能力弱：依赖线上渠道，缺乏覆盖全国的属地化运维团队，难以响应区域媒体的定制化需求。

字节跳动等新兴云厂商则以算法推荐与短视频生态为突破口，但其技术架构开放性不足，容易形成数据孤岛，导致媒体客户迁移成本高企。

3.2 AI 新锐企业：技术领先但生态单薄

以 DeepSeek、杭州六小龙为代表的 AI 新锐企业在大模型、自然语言处理、多模态生成等领域技术领先。但这类企业普遍面临三大瓶颈：一是行业整合能力弱：技术与媒体业务流程脱节，难以嵌入采编系统全链条；二是数据壁垒显著：缺乏媒体专有语料库，模型微调需客户提供大量标注数据；三是生态协同不足：依赖单一技术单点突破，无法提供云网融合、算力调度等综合解决方案。

3.3 垂直服务商：场景深耕与跨域局限

地方报业集团联合组建的技术公司在区域媒体数字化转型中表现活跃，通过本地化服务实现采编流程再造与数据资产盘活。但这类服务商存在先天性缺陷：

一是技术天花板低：依赖外购通用云服务，缺乏自主研发能力，难以应对 AIGC、大模型等前沿技术迭代；二是跨区域协同困难：受限于地域资源与行政壁垒，难以形成全国性服务网络；三是商业模式单一：依赖地方政府补贴，市场化盈利能力薄弱，可持续发展存疑。

3.4 运营商系：资源优势与创新挑战

移动云、天翼云、联通云等同属运营商阵营的云服务商，凭借网络基础设施与政企客户资源，在政务云、行业专网等领域形成差异化竞争。例如，天翼云依托中国电信的固网优势，在智慧城市领域占据先机；联通云通过“云网一体”战略深耕金融、医疗等垂直行业。但运营商系云厂商普遍存在创新机制僵化、市场化激励不足等问题，导致其在技术迭代速度与客户响应灵活性上落后于互联网云厂商。

4. 推动主流媒体系统性变革的技术战略设想

针对当前主流媒体在技术变革过程中面临的算力瓶颈、数据安全与系统协同等共性挑战，行业需聚焦“技术整合力”“生态构建力”“安全可控力”三大维度，通过顶层设计实现技术底座重构与生态协同创新。作为主流媒体技术革新的实践者，笔者基于行业实践经验，提出以下战略设想与实施路径。

4.1 技术战略核心框架

主流媒体的系统性变革需以“自主可控、智能驱动、生态开放”为核心理念，构建覆盖技术底座、生产流程、传播体系的全链条解决方案。

在自主可控方面，建议加速国产化替代进程，打造安全可靠的算力基础设施；在智能驱动方面，建议深化 AIGC、大模型等技术应用，实现人机协同的内容生产与传播升级；在生态开放方面，建议通过平台化整合与跨域协作，构建资源共享、能力互补的行业生态。

4.2 技术战略实施路径

4.2.1 共建全国性公共技术平台

针对媒体行业普遍存在的重复建设与数据孤岛问题，建议在行业主管部门统筹下，联合中央媒体、地方报业集团与技术服务机构，共同构建全国性公共技术平台。该平台将提供充足的国产化算力，集成智能采编、多模态审校、内容分发与安全风控等核心功能模块，采用统一技术标准与开放接口，实现跨机构资源调度与数据互通。通过集约化建设，可显著降低中小媒体的技术投入成本，同时依托平台沉淀的行业数据资产，为 AI 模型训练与场景优化提供支撑。

4.2.2 深化“平台+服务”融合模式

在技术平台基础上，可探索多元化商业模式。

一是在基础能力输出方面。向行业提供云原生架构、国产化算力集群、智能工具链等标准化服务，按需收费。

二是增值服务延伸方面。针对国际传播、政务融合等场景需求,开发定制化解决方案(如多语种 AIGC 生成系统、舆情监测中台),形成技术附加值。

三是生态收益共享方面。通过跨媒体、跨行业的数据融合与场景联动,衍生广告精准投放、文化 IP 运营等创新业务,构建可持续的生态收益机制。

4.2.3 构建协同创新与人才培养机制

一是跨部门技术协同方面。联合高校、科研机构与产业链上下游企业成立联合实验室,聚焦大模型调优、多模态交互等前沿领域,推动技术攻关与成果转化。

二是人才共享与培养方面。建立行业技术人才库,通过定向培训、专家轮岗、产学研项目合作等方式,培育兼具新闻素养与技术能力的复合型人才梯队。

4.2.4 强化政策衔接与资金保障

一是政策适配方面。积极对接国家“人工智能+”行动、国产化替代工程等政策导向,争取专项资金与税收优惠,降低技术研发与平台运营成本。

二是风险共担方面。推动设立“媒体技术变革专项基金”,吸引社会资本参与公共技术平台建设,形成政府引导、市场主导、多方共担的投入机制。

结语

主流媒体的系统性变革既是技术驱动的必然选择,亦是巩固意识形态阵地、提升国际话语权的战略需求。笔者认为,通过“夯实国产化底座、深化智能技术应用、构建开放生态”三位一体的技术路径,可有效破解当前行业面临的算力瓶颈、数据孤岛与安全风险。未来,需进一步强化政策协同、生态共建与人才储备,推动媒体从“内容供应商”向“智能服务体”转型,最终构建起技术自主可控、传播高效精准、生态活力充沛的新型主流媒体格局。这一进程不仅将重塑传媒行业价值链,更将为提升国家文化软实力、讲好中国故事提供坚实的技术支撑。🔗

参考文献

- [1] 崔保国,赵梅,丁迈,杭敏.传媒蓝皮书:中国传媒产业发展报告(2024)[M].北京:社会科学文献出版社,2024:1-12,100-107.
- [2] 黄楚新,许可.2023 中国报业数据展现新趋势[EB/OL].(2024-09-20)[2024-09-20].https://www.cssn.cn/skgz/bwyc/202409/t20240920_5778313.shtml.
- [3] 杜一娜,尹琨.《中国报业创新发展报告(2023 年度)》发布,新媒体收入成为拉动报业经济增长重要支点[EB/OL].(2024-09-03)[2025-04-13].https://www.nppa.gov.cn/xxfb/ywdt/202409/t20240903_861369.html.
- [4] 汤广花.2023 年度全国传媒经营工作总结大会传递积极信号——百余家主要报业传媒集团和报社经营向好[EB/OL].(2024-02-27)[2025-04-13].https://www.chinaxwcb.com/2024/03/11/99838903.html.
- [5] 中华人民共和国财政部.国务院关于财政文化资金分配和使用情况的报告[EB/OL].(2024-01-03)[2025-04-13].https://www.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/caizhengxinwen/202401/t20240103_3924798.htm.
- [6] 搜狐网.多元经营占比猛增!百余家主要报业传媒集团和报社经营向好[EB/OL].(2024-03-01)[2025-04-13].https://business.sohu.com/a/761085465_121119272.
- [7] 崔保国,赵梅,丁迈,杭敏.传媒蓝皮书:中国传媒产业发展报告(2024)[M].北京:社会科学文献出版社,2024:102.
- [8] 孙冰.腾讯+阿里+百度+头条+快手占据移动互联网用户八成使用时长[EB/OL].(2020-07-03)[2025-04-13].https://www.ceweekly.cn/company/2020/0703/303777.html.
- [9] 新华社.中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》[EB/OL].(2020-09-26)[2025-04-13].https://www.gov.cn/xinwen/2020-09/26/content_5547310.htm.
- [10] 新华社.中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定[EB/OL].(2024-07-21)[2025-04-13].https://www.gov.cn/zhengce/202407/content_6963770.htm.
- [11] 共产党员网.中央经济工作会议在北京举行 习近平发表重要讲话[EB/OL].(2024-12-12)[2025-04-13].https://www.12371.cn/2024/12/12/ARTI1734011636857721.shtml.
- [12] 国家新闻出版署.国家新闻出版署关于组织实施 2025 年度出版融合发展工程的通知[EB/OL].(2025-03-21)[2025-04-13].https://www.nppa.gov.cn/xxfb/tzgs/202503/t20250321_888045.html.

作者简介:郝冠南(1981—),男,河北辛集,技术部融合保障处处长,研究方向为数字媒体技术。

(责任编辑:李净)



全文速递
「码」上阅读