

2017-2018互联网及新媒体趋势研究

@新媒沈阳

2017年12月12日



清博



清博指数



清博舆情

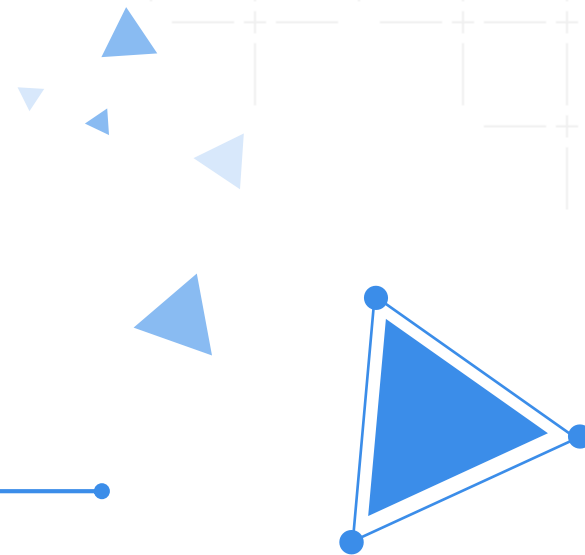


目录

- 1 / **新起点：信息化、网络化、智慧化社会构建**
- 2 / **新生代：90、95后引领媒介消费新格局**
- 3 / **新生态：媒体平台竞争日趋激烈**
- 4 / **新媒介：企业新媒体、短视频、直播崛起**
- 5 / **新大陆：超级APP的垂直化布局**
- 6 / **新赛制：媒介内容智能化管理**
- 7 / **新物种：人机数一体化智能传播**
- 8 / **新趋势：2018媒体发展趋势预判**

01 *Part One*

新起点



社会发展新起点

➤ 十九大胜利召开，新时代 新思想 新征程

■ 新时代：新时代中国特色社会主义

- ✓ 以全新的视野深化对共产党执政规律、社会主义建设规律、人类社会发展规律的认识

■ 新思想：推动构建人类命运共同体

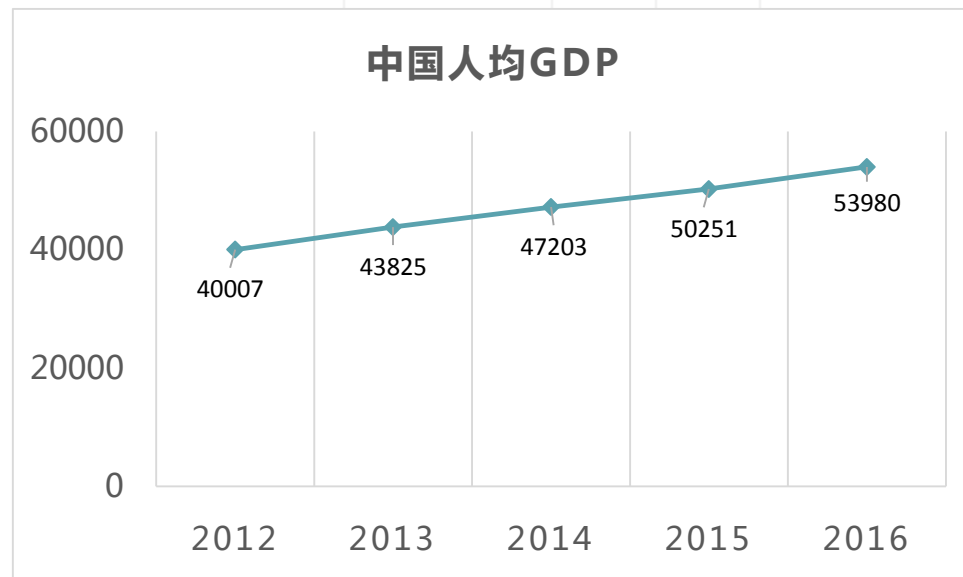
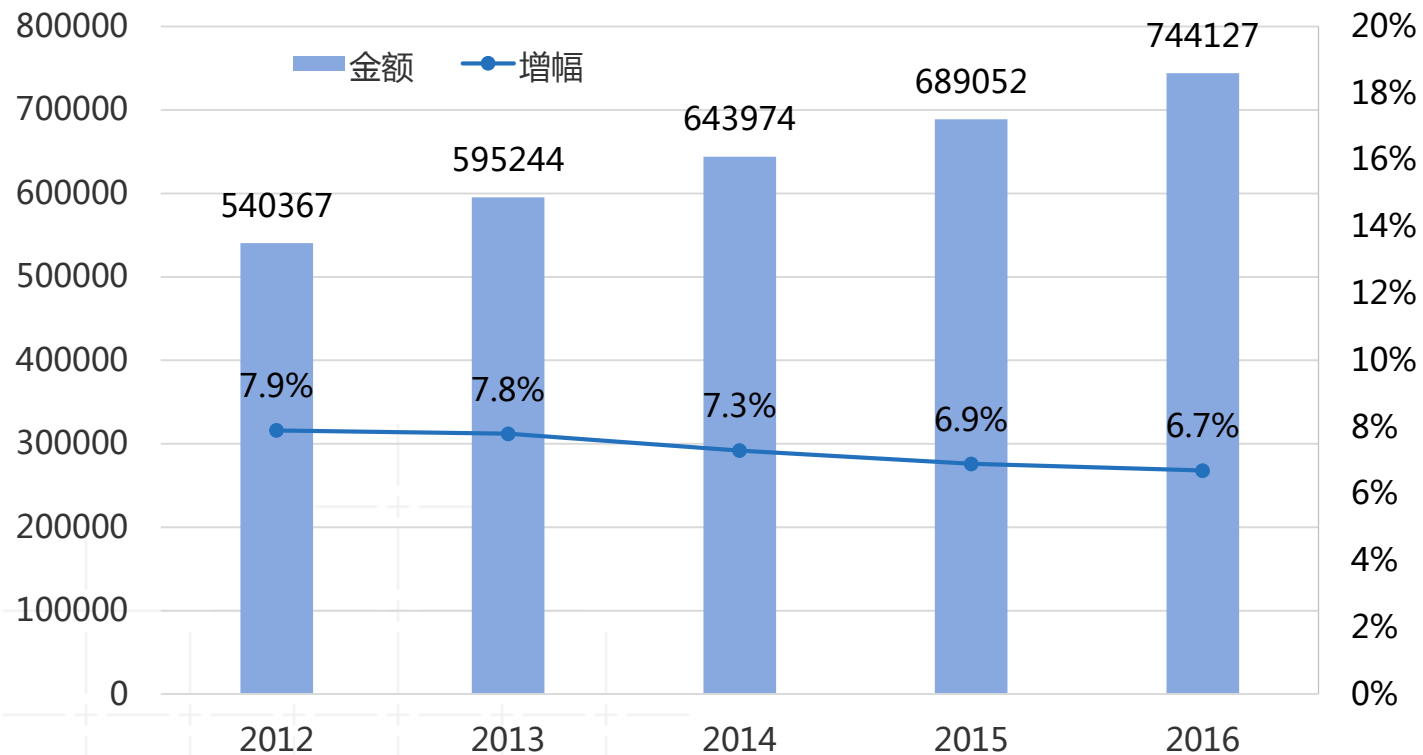
- ✓ 平等、开放、进步、包容、多元，推动构建人类命运共同体，携手建设更加美好世界

■ 新征程：从“社会主义现代化国家”到“社会主义现代化强国”

- ✓ 从2020年到2035年，在全面建成小康社会的基础上，基本实现社会主义现代化
- ✓ 从2035年到本世纪中叶，把我国建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国

中国人均GDP的持续上升

2012-2016年国内生产总值及其增长速度



消费升级

战狼2的超高票房

“瑕不掩瑜的良心剧” 燃爆剧场和舆论场

- ✓ 票房57亿，华语票房第一名
- ✓ 单日票房达3.57亿，华语影史“破十”速度新纪录
- ✓ 正面和中性观点居多，占接近九成，豆瓣5星占29.3%

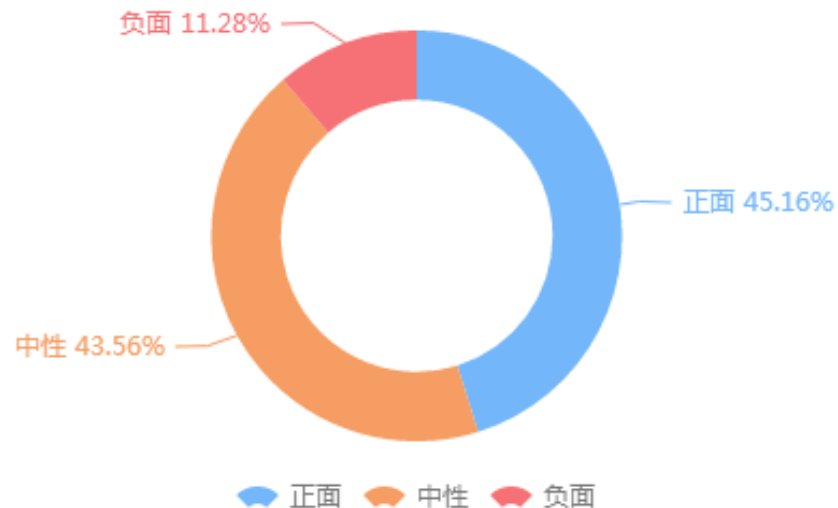


国产
战争片
模范

国际团队
全情投入

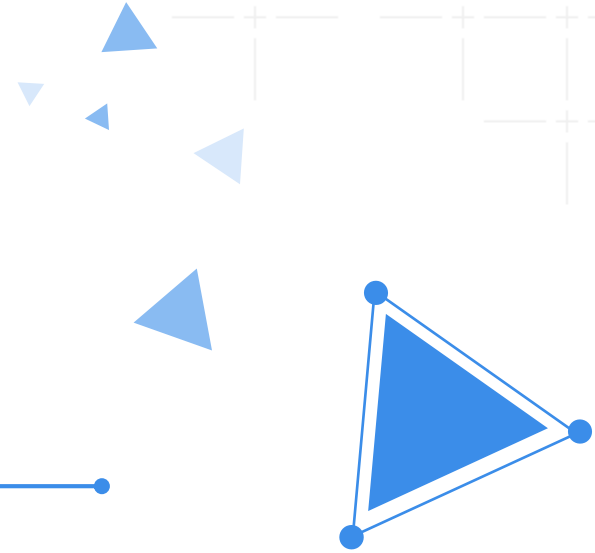
超级
英雄IP

主旋律
激荡人心



注：来自清博舆情系统 (yuqing.gsdata.cn)

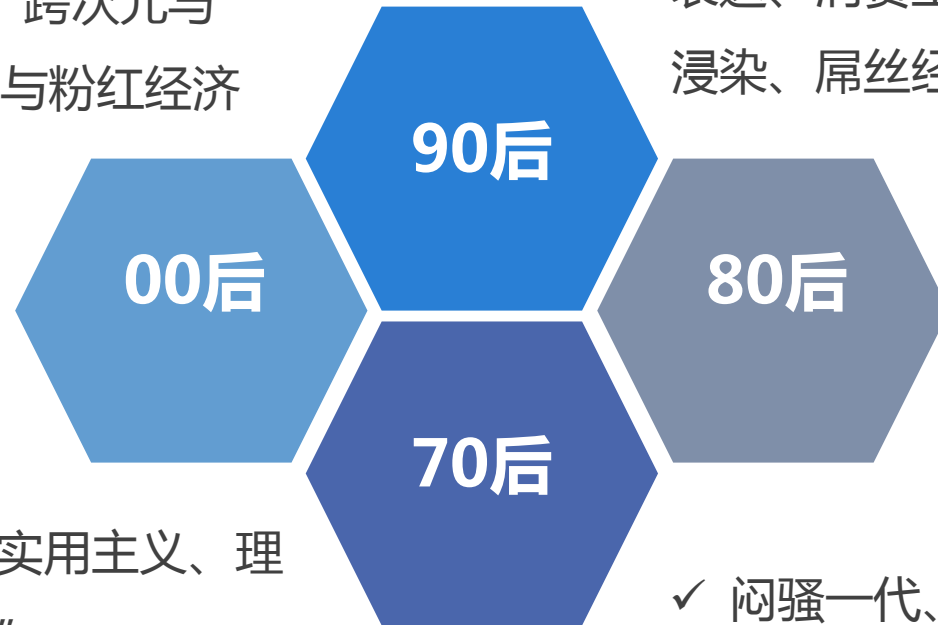
02 *Part TWO* 新生代



网络环境下的代际差异凸显

- ✓ 网络原住民、尝试新事物、敢于show真我、跨次元与脑洞系、亚文化与粉红经济

- ✓ 独生子女、自我与洒脱、内涵表达、消费主义、外来文化的浸染、屌丝经济



- ✓ 激情一代、实用主义、理性、“正经”

- ✓ 闷骚一代、形式表达、怀旧情结、小资情结

2017年**世代互怼**，成为了一种文化现象：

保温杯、油腻中年、人设崩塌

「九零后新特点」

符合90后的文化语境
网络爆款的互联网属性

网感

视听

“视听+社交”被多平台运用
短视频成为更易被接受的传播形式

“快手”纪录、“B612”美颜
满足用户展示自己的需求

赋权

90后

依赖

“微信成瘾” “手机依赖”
培养用户粘性、活跃度

社交属性增强
社群内的人际传播

互动

娱乐

泛娱乐狂潮来袭
手游、综艺等热度可观

有人开玩笑说：九五后都有人开始离婚了」

内容消费年轻化



00后老阿姨

90后秃头了

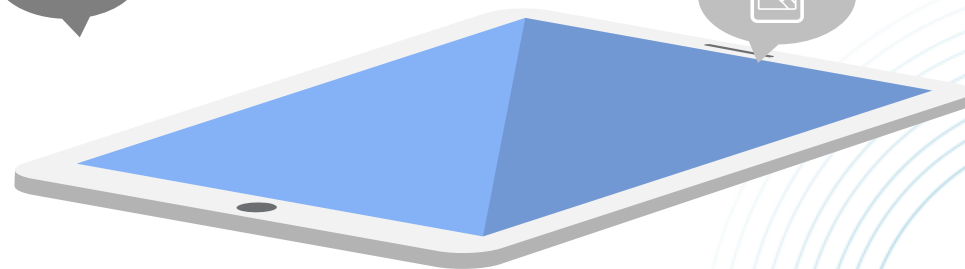
90后中年危机

90后油腻了

95后结婚了

95后离婚了

90后性冷淡



内容消费的背后折射出年轻人生活方式的新特点

「媒体青春属性凸显」

极简化、个性化、移动化、娱乐化、超级帐号兼容化，让业余速成**专业**（PUGC）

90后
95后

明星
效应

亚文化

宅腐
经济

敢于
SHOW
自己

强扩散
效应

逗比
文化

病毒性
剧本



「中产阶层的内容消费需求」



- 依据审美和品味各自划分的“圈子”，形成新的消费鄙视链。

✓ 媒体分众市场逐渐形成，是“豆瓣文青”还是“B站二次元”，玩抖音还是快手……审美、品位成为中产阶层消费相当看重的一点，文化资本的作用日益突出



- 中产阶层在舆论消费中希望获得自我的身份认同，消除阶层焦虑感。

✓ 当代中国中产阶层有着两面性：一面是为光鲜生活所累的倦态，一面是精神认同的匮乏与困窘

✓ 舆论消费成为中产阶层表达自我、寻求认同的窗口



- 中产阶层希望在舆论消费中看到其社会价值。

✓ 比如“雷洋事件”在“中产阶级”标签的引导下，广大中产阶层聚集网络，以法律视角监督雷洋案的每一步进展，并不断提出以法为据的诉求

「草根阶层的内容消费习惯」



互动——弹幕文化与打赏机制的盛行

- ✓ 草根阶层是“弹幕大军”的主力，在吐槽、打call、表白等各种心态下形成情感的共鸣与互动
- ✓ 打赏机制，从网络直播一直蔓延到微信公众号、各类内容社区，是另一种内容消费的互动形式



二次创作——消费者与生产者身份的重叠

- ✓ 草根阶层在内容消费的同时，还创造了巨大的内容衍生品
- ✓ 草根阶层容易在共同内容爱好下形成细分圈子
- ✓ 通过对不同类型文本实现内容的二次创作，被赋予了消费者和生产者的双重身份



表达——短视频平台成为消费主阵地（快手）

- ✓ 快手汇集了诸多当下流行的元素，因而迅速占领了草根阶层的内容消费市场
- ✓ 在二三线城市和乡镇农村地区，快手成为草根的主流内容消费平台
- ✓ 在直播之后，短视频内容成为又一个风口

「金领阶层的海外信息获取和私密交流化」

现有相关报告

LinkedIn 2013年调查报告

- ✓ 90%的富裕消费者都使用社交媒体，而44%的富人在社交媒体上参与与金融机构的互动
- ✓ 富人使用社交媒体主要用于专业用途，其中有50%的富人使用社交媒体与专业人士保持联系，有三分之一的富人使用社交媒体参与专业内容互动
- ✓ 36%的富人使用社交媒体来“发现”和“思考”

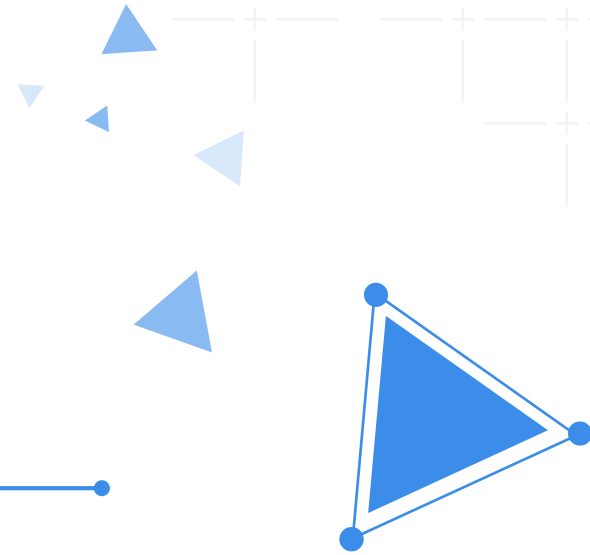
2017胡润财富报告

- ✓ 在千万资产家庭中，金领占比20%
- ✓ 金领主要包括大型企业集团、跨国公司的高层人士，他们拥有公司股份、高昂的年薪、分红等来保证稳定的高收入。这部分人占20%。他们财富中现金及有价证券部分增长至20%，他们拥有500万以上的自住房产，价值50万以上的汽车

市场研究机构Spectrem Group 2011年调查

- ✓ 46%的脸谱用户是百万富翁或富婆（净资产高于100万美元），较去年的26%有所增加。而相比之下，推特和LinkedIn上的富人比例低得多，分别为3%和19%
- ✓ 有一半以上的脸谱百万富翁用户根本没时间上线

03 *Part Three* 新生态



媒体平台的激烈竞争

- 腾讯广告联盟未来走向赋能与生态
- 腾讯市值首度超过Facebook成为全球第五大市值公司

01

优势

汇聚10万+APP，
75% 头部APP

02

赋能

数据赋能合作伙
伴，深度挖掘数据
价值

03

技术

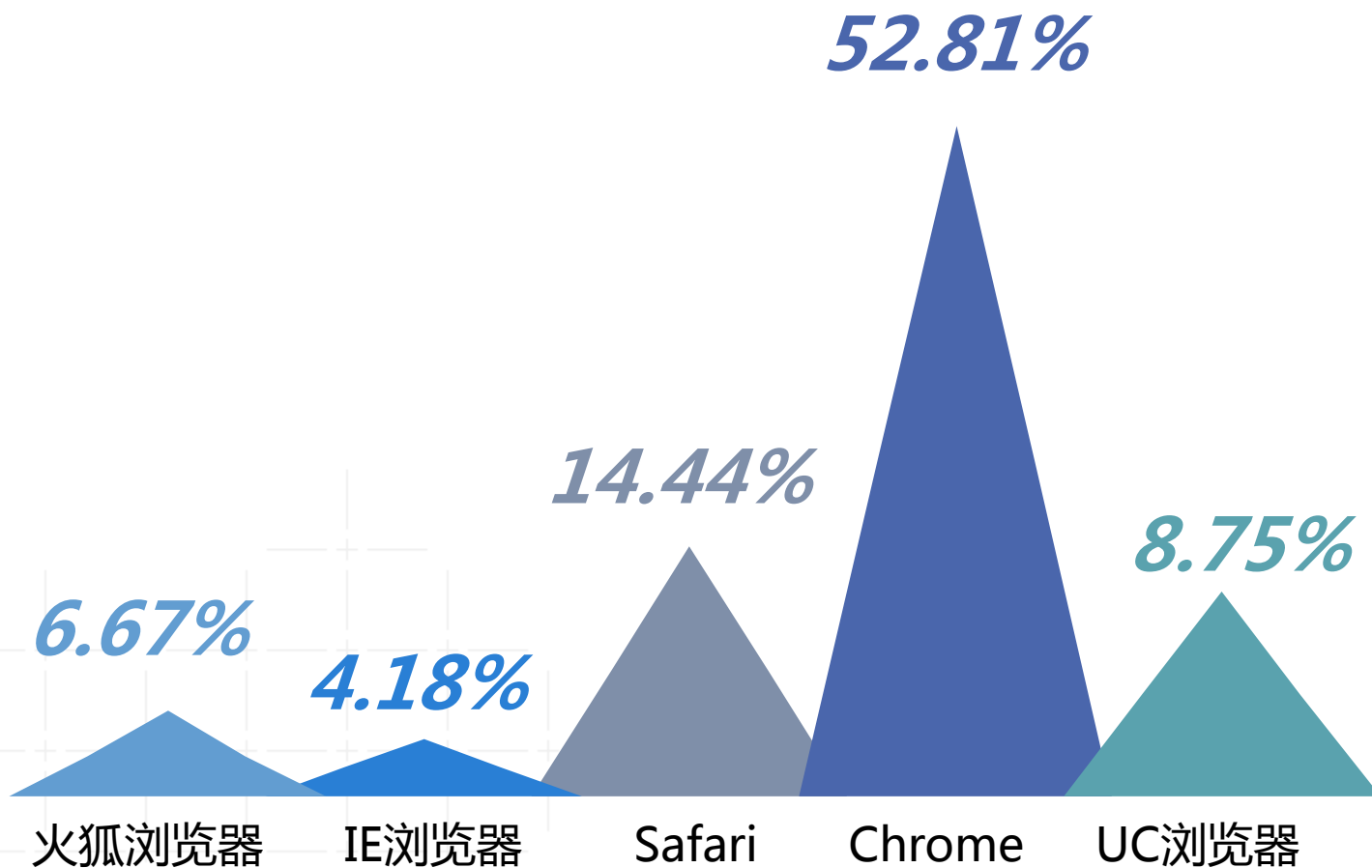
基于数据实现流量
的精细化投放

04

生态

全面孵化，提升流
量价值和转化效果

媒体平台的激烈竞争



UC流量分布

- ✓ 目前UC浏览器海外用户**超过1亿**
- ✓ 在印度和印尼两地市场份额分别为**55.4%**和**47.5%**
- ✓ **新浪原总编辑周晓鹏入职UC**

数据来源：Statcounter2016年3月-2017年3月年度全球主流浏览器市场份额

媒体平台的激烈竞争

文本的智能推荐

基于用户行为画像和兴趣标签，实现用户和文本的精准匹配

01

视频的算法滤镜

智能识别短视频内容分类、标题、标签信息，面向目标用户进行试探性推荐，基于用户反馈优化算法

02

境外媒体的收购

全球化战略布局，以共同合作、自营模式、并购三种模式打入海外市场

03

今日头条的 三赛道策略

媒体平台的激烈竞争

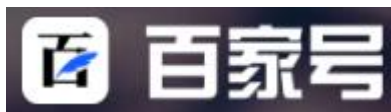
信息流核心数据屡创新高



百度PC到
移动的流量
平衡策略

- ✓ 第三季度手机百度用户使用时长比第二季度**提升15%**
- ✓ 在国内DAU（日活跃用户）超过1亿头部APP中增长率**排名第一**

「媒体平台的激烈竞争」



- ✓ 基于信息流的搜索引擎百度为内容创作者提供的内容发布、内容变现和粉丝管理平台



百度搜索的流量生态



到与熊掌号互通，升级到百度的内容（用户）生态



- ✓ 百度熊掌号是内容和服务提供者入驻百度生态的认证账号
- ✓ 帮助内容和服务提供者连接全网用户
- ✓ 充分利用百度生态开放的优势，获取流量、沉淀用户、塑造品牌...

「媒体平台的激烈竞争」

➤ 新华社“30亿”级系列互动产品

互联网+新闻

用爱豆（偶像）连接网友，用OFO（共享单车）连接民众，用嘻哈连接二次元，互联网思维无非连接二字。

媒体融合下的创新能力

以传播的关键节点来设计，在重大新闻播发时推出个性化号外，让网友在个性化的接力发布中刷出存在感。打造新“三可”的标志性产品。

创新体系下的传播能力

互联网传播特别是社交媒体传播，不仅要可读、可听、可看，还要可互动、可分享、可体验。前“三可”是基本要素，后“三可”是鲜明特点。

1

创新调研

2

标志性产品

3

系统化创新

从其他资讯客户端看媒体新趋势

新浪

- ✓ 善于**利用营销**，新浪微博的**年轻化**趋势更加明显。

搜狐

- ✓ 打造属于自己的**门户矩阵**，但无论是搜狐畅游、浏览器等都有点力不从心。

网易

- ✓ 有精彩的**策划和专题**，少而精的产品，例如网易云音乐和网易严选。



一点资讯

- ✓ 在自媒体分化的众多调性中，属于**偏文艺范**的。

趣头条

- ✓ 另辟蹊径，主攻三四五线市场，以**女性用户**为目标用户群。

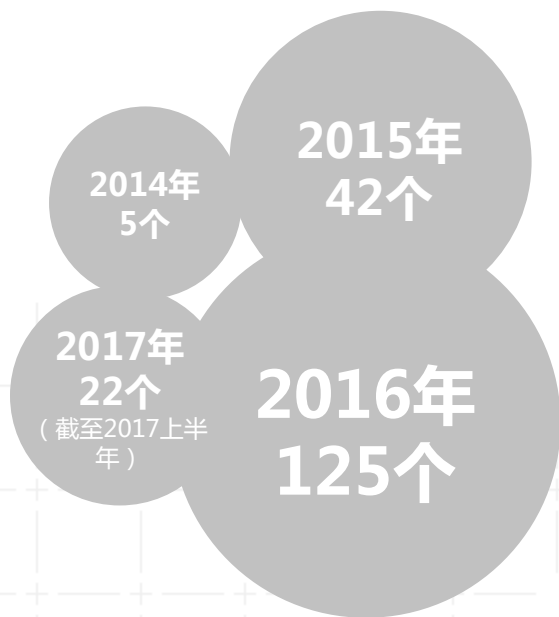
畅读

- ✓ 利用技术化创新，切入**数字化阅读**媒体资讯平台。

「媒体与资本联姻更加密切」

自媒体融资状况

每年获融资
自媒体数量



单轮融资
数量级



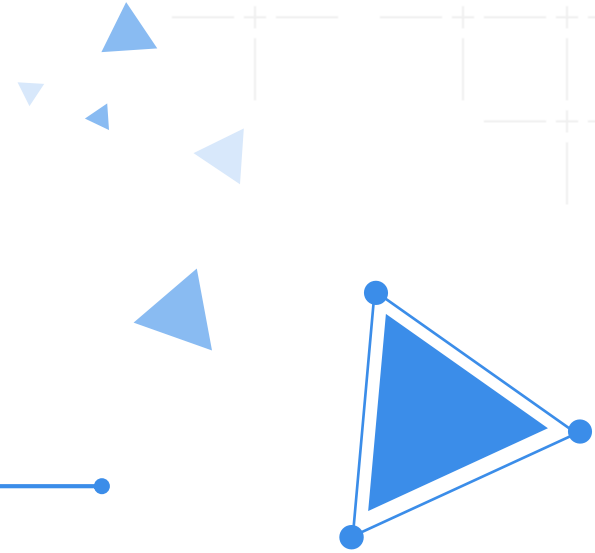
最受欢迎的
内容



内容创业
成功案例



04 *Part Four* 新媒介



日臻完善的媒介数据生态系统

内容

- ✓ 平台的融合与分化（两微一端、短视频、直播...）

营销

- ✓ 数据驱动智能决策（精准营销、场景营销、个性化营销）

广告

- ✓ 内容、传播、触达、转化的数据化渗透

舆情

- ✓ 发现问题、解决问题、建立连接、评估效果、预测未来

「移动营销引领趋势」

VR/AR/CR/MR

人工智能AI

大数据

场景

直播

可穿戴设备

未来媒体...

短视频

AI 成为营销发展新趋势：更聪明、更高效、更个性

- ① 90后成为移动消费的主力军
- ② 注重品质和个性化的商品和服务
- ③ 粉丝经济的崛起打乱了原有的消费
- ④ 对产品的忠诚度越来越低

「移动营销的去中介化」

受众属性标注

触发渠道构建

营销效果评估

智能方案生成

移动通讯基础设施（移动、联通、电信）被腾讯等大平台去中介化；

营销平台被微信大号、网络大IP架空；

去中介化趋势下，移动营销越来越实时化、碎片化、便捷化。

AI+营销：未来可期

营销的智能投放和效果评估

随着人工智能技术的发展，AI已经渗透到各行各业，AI+营销也成为了媒体发展的一大趋势

国内外AI+营销平台

 Baidu 百度 | AI开放平台

- ✓ 借助AI技术辅助坐席人员实时了解客户意图，推荐话术应答，促进销售成单

 Tencent AI Lab

- ✓ 应用探索结合了腾讯场景与业务优势，有内容、游戏、社交和平台工具型AI

 conversica

- ✓ 通过人工智能助理实现销售业务初期的自动化，给客户带来更自然的体验

 cnes AVISO+
Satellite Affirmity Data

- ✓ 利用机器学习技术为企业提供销售预测分析

AI+营销：未来可期

AI+新闻编辑室

- ✓ 自动写作+自动摘要
- ✓ 抽取式新闻写作
- ✓ 像人类一样阅读和思考

AI+信源捕获

- ✓ 基于传感器应用生成内容
- ✓ 信息传播的可视化追踪
- ✓ 个性化精准投放

AI+资讯视频

- ✓ 实现文本和视频之间的转换
- ✓ 高效寻找视频片段和资源
- ✓ 深度学习转化视频特征

AI+智能分发

- ✓ 将用户的好奇点与内容匹配
- ✓ 通过信号源攫取用户兴趣点
- ✓ 精准把握用户、预测需求

AI+资讯服务

- ✓ 大量深度阅读和舆情分析
- ✓ 深度神经网络技术
- ✓ 强化学习、迁移学习技术

机器视觉

智能控制

指纹识别

专家系统

自动规划

虹膜识别

人脸识别

视网膜识别

掌纹识别

智能信息检索技术

「AI+营销：隐私悖论？」

利用数据优化个人体验？

VS

侵犯隐私？



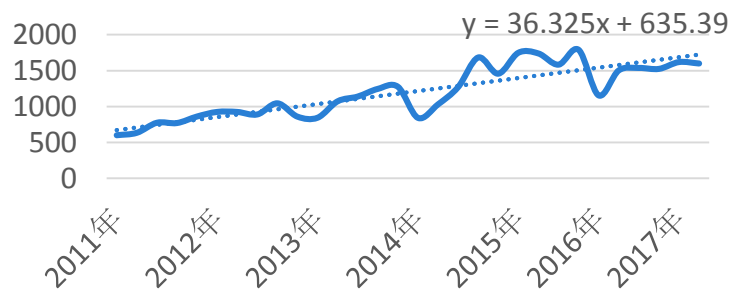
- 精准营销
- 定制服务
- 个性化体验



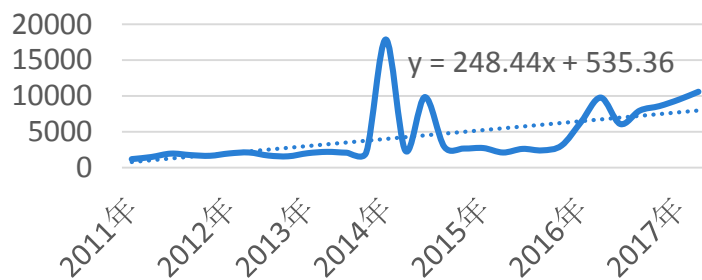
- 数据在监视你？
- 数据无所不知？
- 天眼无处不在？

新媒体、人工智能、短视频、直播

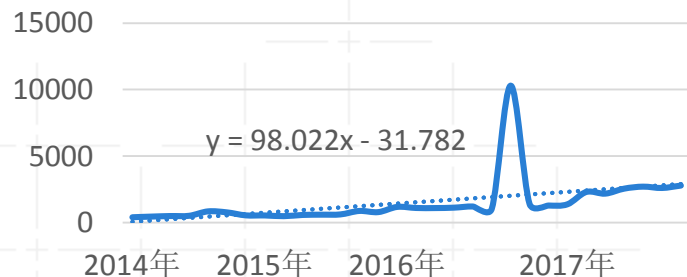
新媒体搜索指数



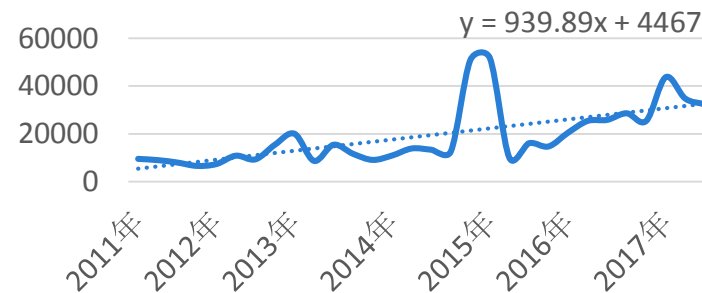
人工智能搜索指数



短视频搜索指数



直播搜索指数



直播 > AI > 短视频 > 新媒体

- 短视频、直播成媒介新宠
- 智能化成媒体发展新命题

四词的搜索指数变化

为企业服务的媒体营销大数据

TalkingData

01

Talking Data

第三方移动数据服务
移动广告效果追踪

大数据媒体与企业应用平台
提供数据新闻

02

数据猿

 **数据猿**
DataYuan.cn

 **友盟+**

03

友盟

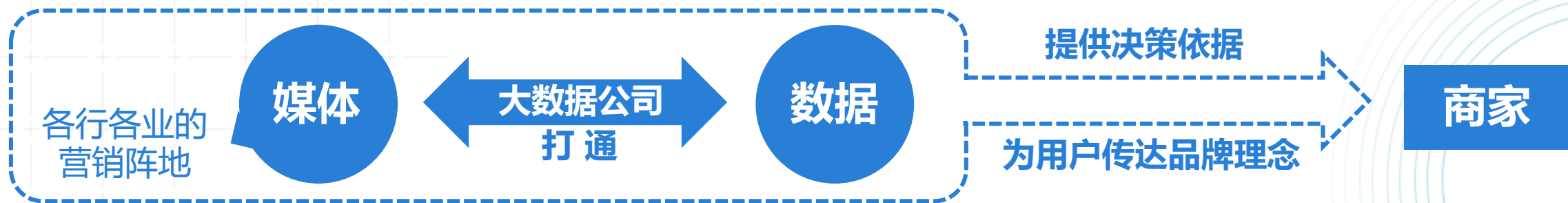
品牌广告、APP和天猫淘宝
推广服务监测

新闻资讯等多维内容
品牌内容营销

04

腾讯营销平台

 **腾讯营销平台**
腾讯智慧 我们了解TA



报纸的倒闭与版面消失

序号	报纸名称	发行地区	报纸类型	停刊时间
1	楚天金报	湖北	都市报	2017年12月1日
2	京华时报	北京	都市报	2017年1月1日
3	东方早报	上海	都市报	2017年1月1日
4	贵州商报	贵州	都市报	2017年1月1日
5	上饶广播电视报			
6	时尚生活导报			
7	时代商报			
8	萍乡广播电视报			
9	赣东都市报	江西	都市报	2016年7月4日
10	今日早报	浙江	都市报	2016年1月1日
11	都市周报	浙江	都市报	2016年1月1日
12	九江晨报	江西	都市报	2016年1月1日
13	壹早报	湖南	都市报	2016年1月1日
14	鹤都晚刊	云南	都市报	2016年1月1日
15	安防市场报	全国	行业报	2016年1月1日
16	河南电力报	河南	行业报	2016年1月1日
17	天天商报	浙江	都市报	2016年1月1日

序号	报纸名称	发行地区	报纸类型	停刊时间
18	海口晚报	海南	都市报	2015年12月9日
19	上海商报	上海	专业报	2015年10月1日
20	长株潭报	湖南	都市报	2015年9月21日
21	生活新报	云南	都市报	2015年7月1日
			业报	2015年1月1日
			业报	2014年8月1日
			业报	2014年5月21日
			业报	2014年5月1日
26	竞报	上海	专业报	2014年4月25日
27	新闻晚报	上海	都市报	2014年1月1日
28	中国网友报	全国	专业报	2012年12月25日
29	体育周报	湖北	专业报	2011年12月30日
30	长河晨刊	山东	都市报	2010年9月15日
31	大众收藏报	全国	专业报	201年1月1日
32	中华新闻报	全国	专业报	2009年8月28日
33	市场报	全国	专业报	2009年4月1日
34	中国足球报	全国	专业报	2009年3月4日

近年内，超过50家传统纸媒停/休刊倒闭

预计未来三年内，将有超过**百家**报纸期刊将面临停刊！

传统媒体对互联网的依赖程度深化

间接依赖

A

- ✓ 利用互联网技术、互联网+尝试

直接依赖

B

- ✓ 与技术深度融合，技术孵化作用凸显

绝对性依赖

C

- ✓ 完全互联网化、流量平台对传统媒体的影响是绝对性的

「朋友圈中的情绪主导式传播」

图文、短视频比文字链接更受朋友圈欢迎

朋友圈中
“生活”和互动更受关注

61.4%用户打开微信必刷朋友圈
每天用“朋友圈”58%使用率第一

“点赞”是朋友圈
最热互动，占比57.6%

6成以上用户将朋友圈
用作个人生活记录

问题

「内容创业的庞大群体」



➤ 移动互联网进入下半场，次级入口争夺升温，各种**垂直社区、音频、短视频、直播**先后崛起，**内容创作者的自由度**和**行业的繁荣度**随之提升。



- ✓ 目前国内**短视频领域**的创业团队将**近1.8万个**
- ✓ 腾讯、阿里、秒拍、今日头条等平台累计投入**超60亿元**来扶持短视频领域的内容创业者
- ✓ 直播在2017年平稳增长，中国直播市场规模将达**340亿元**

数据来源：<http://www.iimedia.cn/59698.html>，2017-11-13，中国新闻网
数据来源：<http://www.iimedia.cn/59681.html>，2017-11-09，新京报

内容的过载与真相的缺失

媒体生产力解放，海量的内容供给

1

个性化分发技术，带来信息获取渠道的多元化

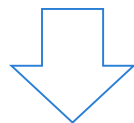
2

信息外延不断扩展，有流量处即内容

3

内容创作的全社会普及

4



内容过载

A

- ✓ 超过半数用户对自媒体内容质量感到担忧
- ✓ 内容过载带来劣质信息泛滥

真相缺失

B

- ✓ 现场素材成为网民第一信源
- ✓ 用户获取深度报道和全面报道难度加大



工具的内容化

工具与内容相结合：

- 稳定流量
- 开拓新的营销渠道

工具产品内容化：

- 影响工具产品效率
- 降低用户体验

用户体验与商业变现 之间的平衡和取舍



- 手机淘宝将内容化作为战略转型重点，开设淘宝头条号、淘宝达人，用达人撰写、拍摄的内容为商品导购，实现内容与店铺的双赢



- 迅雷坚持以内容带动广告的策略，兼顾用户体验和广告价值
2017年第三季度总营收达到4,730万美元



- 工具带动流量，内容通过流量变现
- 平衡好工具效率与用户粘度的关系
- 伪头部内容的取舍



「非媒体的资讯供给」

墨迹



- “天气+”理念：以**气象大数据**为基础，天气为入口，为用户提供更多**生活化、场景化**的服务
- 同类软件市场占有率：**53.9%**
- 2017年6月，墨迹注册用户**5亿+**，月活跃用户**1亿+**
- 2017年10月，月活跃人数达**10753.9万人**

WiFi万能钥匙

- 资讯阅读 个性化推荐
- 2017年10月月活跃人数达**30924.7万人**
- 环比增长**3.44%**

WiFi万能钥匙 广告平台



推荐 视频 小说 招聘 二手 买车 借

中国建全球最大飞机场，总投资800亿人民币，2019年竣工



财经车 9评论

距离您368米，美女上传了一段视频，免费观看

柠檬

立即下载

(广告) 连通

点此投放广告

雪碧加牙膏没想到这么厉害，看完我马上跟着做，省钱又实用



中国养生堂 1评论

姑娘你这安全裤比裙子还长不觉得尴尬吗



连接



朋友



连尚·发现



未登录

自媒体中的伪原创浪潮

伪原创



在别人已经有的文章基础上进行的创作和修改，转而成为自己的文章，让搜索以为是原创

- ✓ 数字替换
- ✓ 尾部总结
- ✓ 词语替换
- ✓ 新增加图片
- ✓ 文字排序
- ✓ 段落替换
- ✓ 首段总结
- ✓ 关键词替换添加

伪原创收益要低于原创的**30%**份额



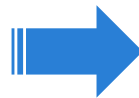
「ID、IP到Platform」



罗振宇



个人知识型脱口秀



知识服务App

- **魅力人格**将是新媒体时代最关键的传播节点
- 受众被细分后，会**基于兴趣发生分化与重组**，形成一个个高粘度、高聚合力的**社群组织**
- 与大众传播下的规模经济模式不同，未来社群组织的生存将遵循**范围经济**的逻辑

「娱乐明星的微博发布」



张杰

9月26日 10:10 来自 iPhone 7 Plus

今年的结婚纪念日，我们有了最好的礼物，娜娜，辛苦了❤️，永远爱你~们，你们都是我的宝贝❤️👶🎁. 📍 苏州·金鸡湖（商圈）



张杰宣布谢娜怀孕

☆ 收藏

📄 1129955

💬 385125

👍 3453498



M鹿M

10月8日 12:00 来自 vivo X20全面屏手机

大家好，给大家介绍一下，这是我女朋友@关晓彤

鹿晗公布恋情



☆ 收藏

📄 1191638

💬 2854870

👍 5704525



李晨

9月16日 01:12 来自 iPhone 7 Plus

我们，永远.....



李晨求婚范冰冰

☆ 收藏

📄 1628800

💬 184568

👍 2212694

全面高效的
新闻源

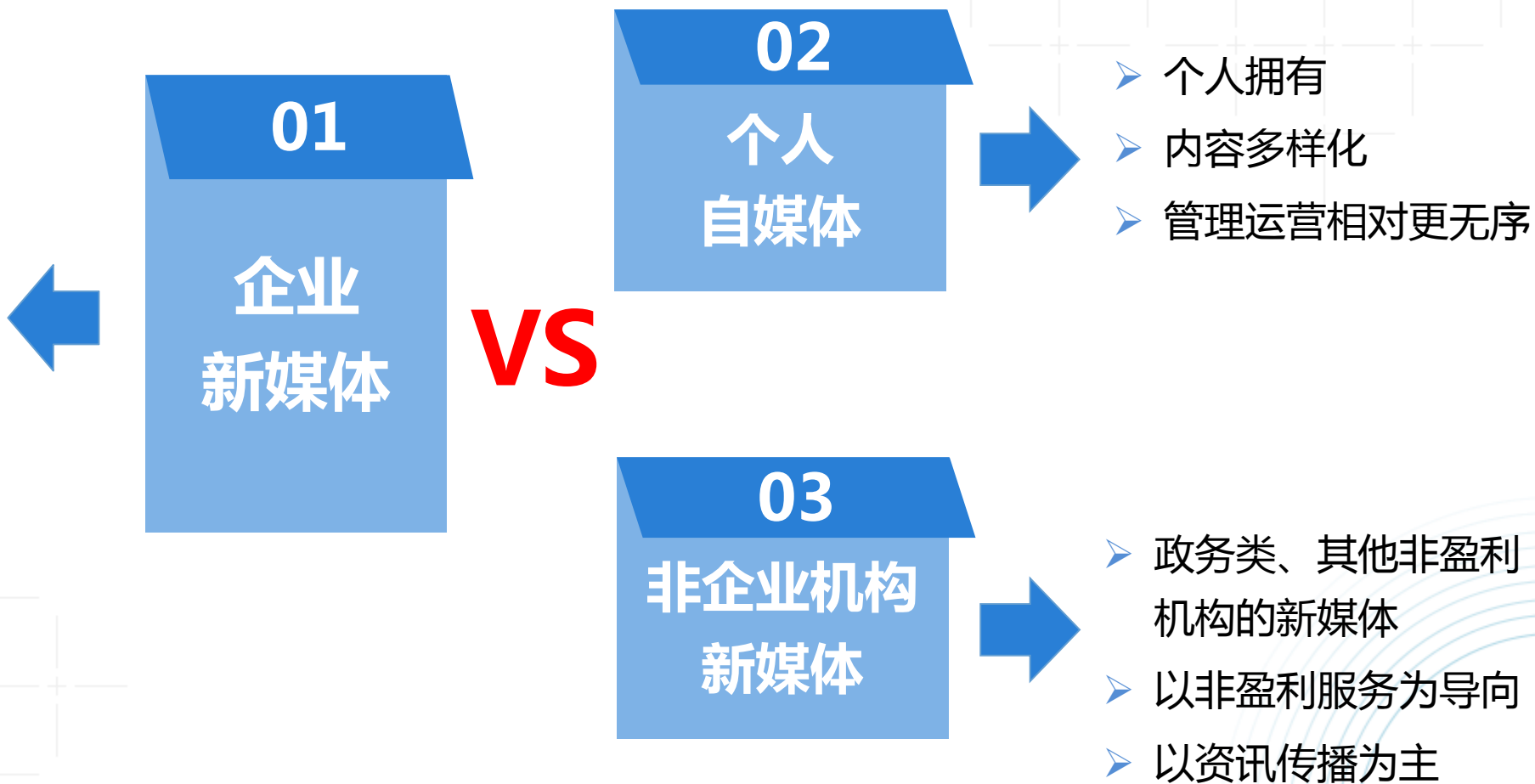
澄清事实
和辟谣

具有
引导舆论作用

「企业新媒体：资讯、业务与交易」

特点：

- 为盈利服务
- 与业务相结合
- 存亡发展跟随企业发展周期
- 功能多样化
- 运营规范 and 专业化



「企业新媒体：资讯、业务与交易」

分类：

01

资讯类

- 以**品牌传播或新闻信息传播**为主要目标
- “内容为王”最明显
- 媒体属性最明显

02

资讯+业务混合类

- 以**配合业务服务**为主要目标
- 同时承载资讯与企业业务
- 新媒体内部结构多样化

03

交易类

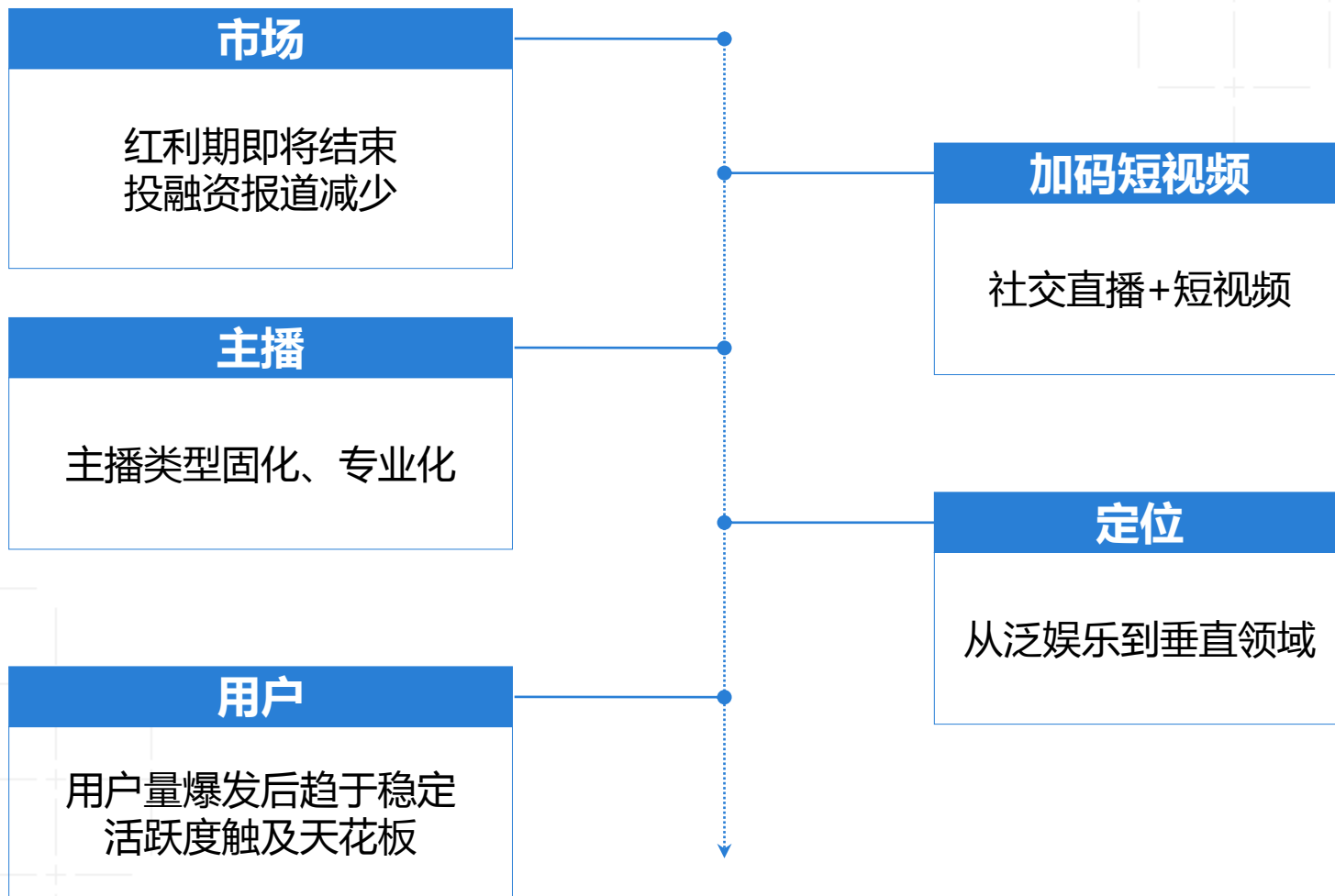
- 以**实现交易**为主要目标
- 可实现信息传播到交易的闭环

直播平台生态圈

行业应用



直播的微降与稳定



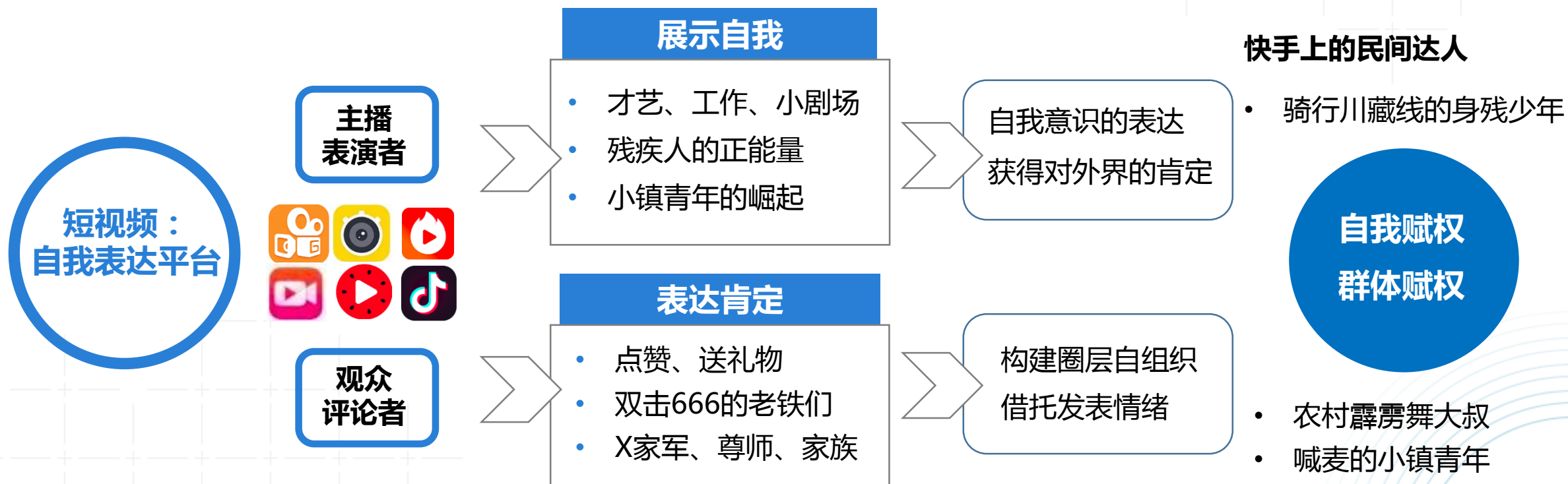
短视频平台生态圈

行业应用



短视频平台赋权

为普通人赋权，让平凡人不平凡



快手：日上传短视频1千4百万，日活1.2亿

「现实社会到网络社会的关系映射」



打破阶层固化：
流量跨圈层交互

为普通人赋权：
重构话语权生态



不同阶层的信息获取渠道差异化发展



不同阶层的信息获取渠道特征

- 信息渠道的圈层化凸显
- 信息调控与全民媒介素养提升
- 各阶层媒介信息获取能力提升

短视频中的越轨与失控

➤ 为争取有限的赋权资源，违美、违常、违俗、违德的越轨行为常在

✓ 残缺-审美的越轨者

- 残疾人比例
- 异质性表演：生吃死猪、异食灯泡、炸裤裆

✓ 小剧场-媒介景观下的越轨戏剧

- 段子演绎：预设-（曲解）-尴尬-幽默效果
- 越轨内核-景观塑造

✓ 触及法律的越轨

时间	事件	后续
2016年12月	踩踏警车	寻衅滋事 刑拘10日
2017年1月	网络伪慈善 诈骗	逮捕拘留
2017年3月	损坏共享单车	无后续
2017年3月	损坏乐天超市物品	无后续



短视频中的普通人的生活

普通人的形象

- ✓ 流动于城市中，或定居在农村里
- ✓ 体力劳动者、奇特职业、务农或无业

内容	特征
工作	表现其工作状态，例如厨师做饭，司机开车
才艺	唱歌、跳舞、乐器、杂耍、
晒娃	主角为家中小孩
宠物	以宠物（猫、狗）之类为主
吃播	以吃东西为主
美色	以自拍脸，身材为主，无明显内容
喊麦	喊麦歌曲
小剧场	段子演绎



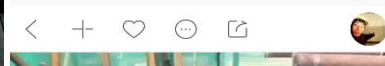
2.2w 播放
2月前
GL旋宇: ...
204 喜欢
54 评论



20.5w 播放
2月前
淮北刘浩: 主要看气质
4176 喜欢



18.1w 播放
6月前
蔡❤️姐: 老铁们给个双击发财走运哦😄😄
2688 喜欢



7308 播放
15天前
农民工阿仁: 进来的朋友大家好。都给我个双击呗。
323 喜欢
112 评论



14.4w 播放
1天前
薪薪~艺艺: 双击评论6666薪薪艺艺永远爱你们.....
29558 喜欢
2216 评论



14.4w 播放
1天前
薪薪~艺艺: 双击评论6666薪薪艺艺永远爱你们.....
29558 喜欢
2216 评论

「喊麦，跨越阶层，超越身份的信息互联」

➤ 喊麦，喊出情绪，获得认同



天佑：依靠喊麦跨越阶层

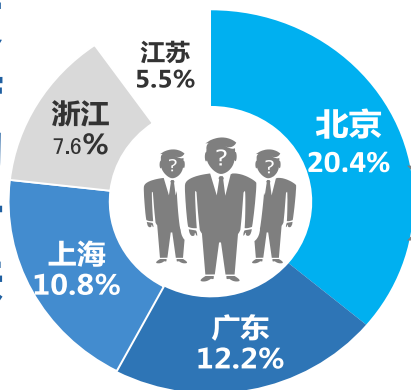
几年前：
小镇青年、
街舞演员、烤串摊主

现在：
著名主播
身价：一亿+
看家技能：喊麦
支持团体：天佑军

喊麦的小镇青年

OPPO 蓝领 快乐大本营
屌丝 印象 草根
三四五线 专科学历 vivo 洗剪吹
庞麦郎 浮夸 《小时代》

支持的老铁们

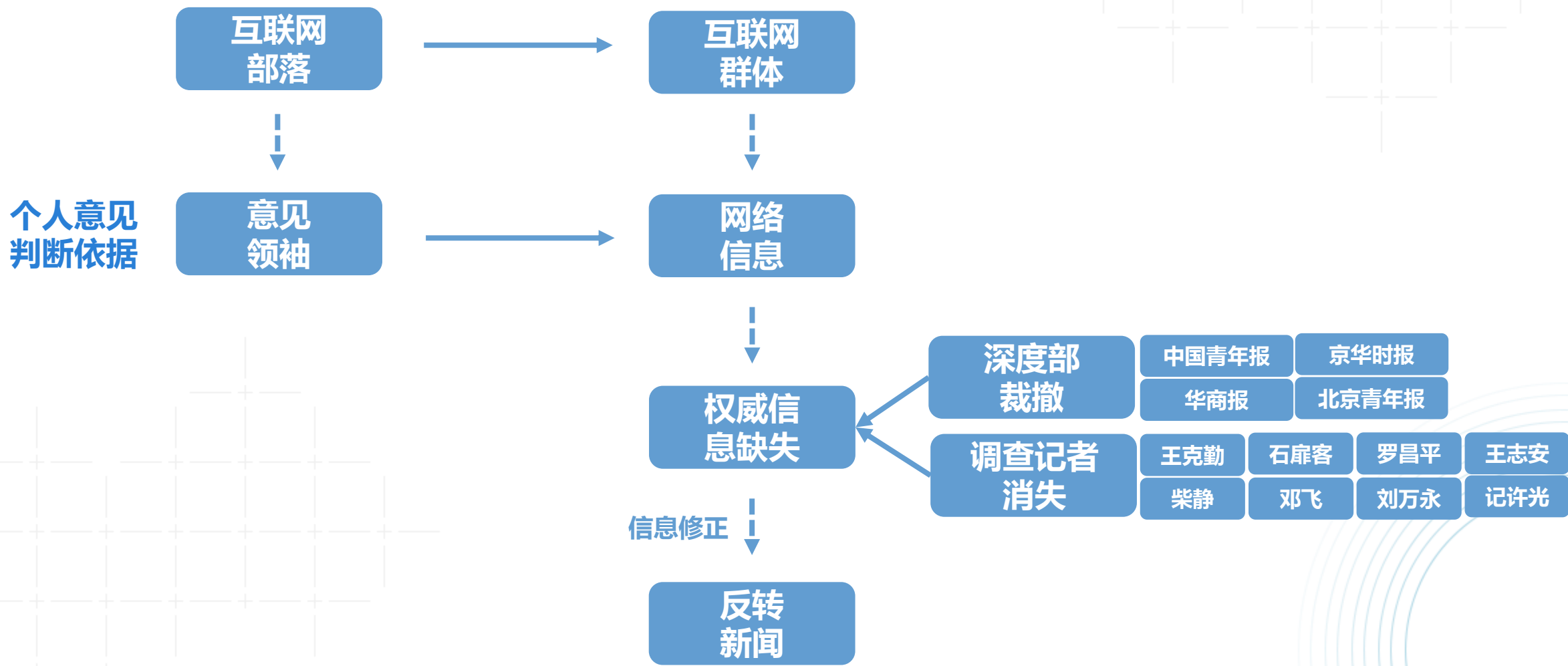


54%男性
57%90后
66%单身
43%本科学位
76%有全职工作
75%在一二线城市

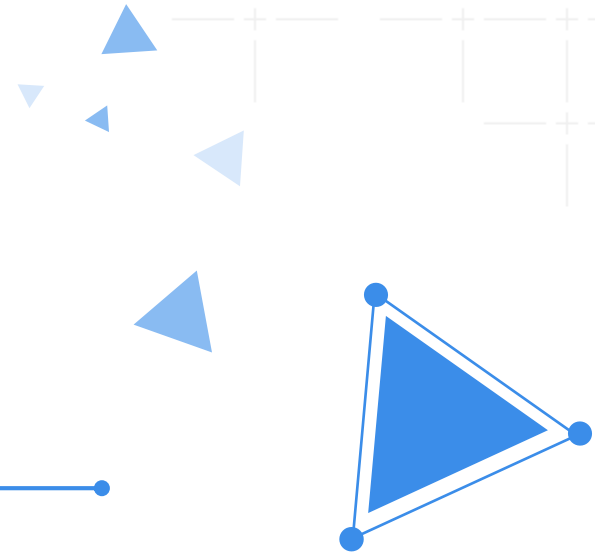
喊麦特征

- 原生态内容：粗糙而有趣
- 靠低门槛、生活化的视频APP起家
- 同类群体自嗨，其他群体围观
- 内容付费意愿低，打赏付费意愿高
- 成名比挣钱重要


「反转新闻的动因与常态化」

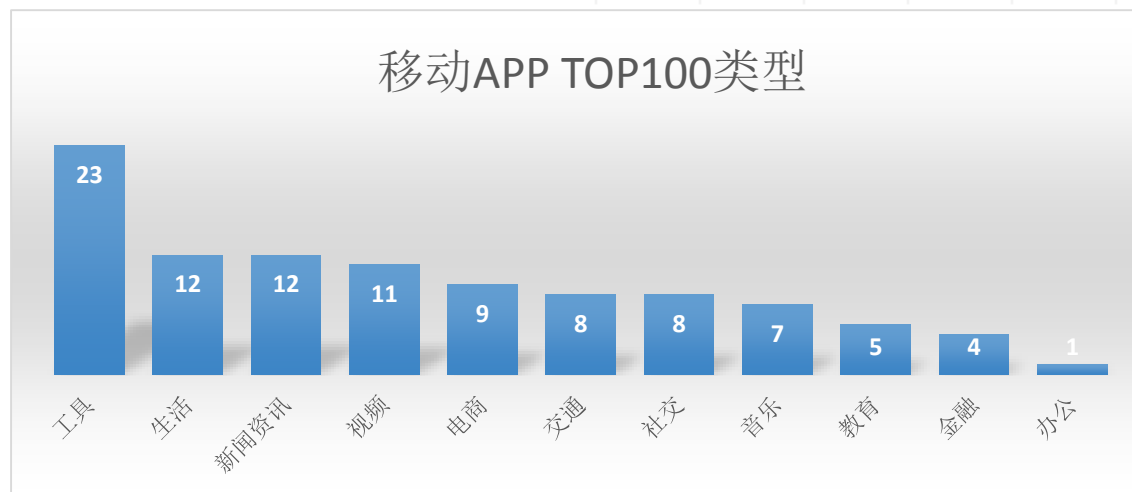


05 *Part Five* 新大陆



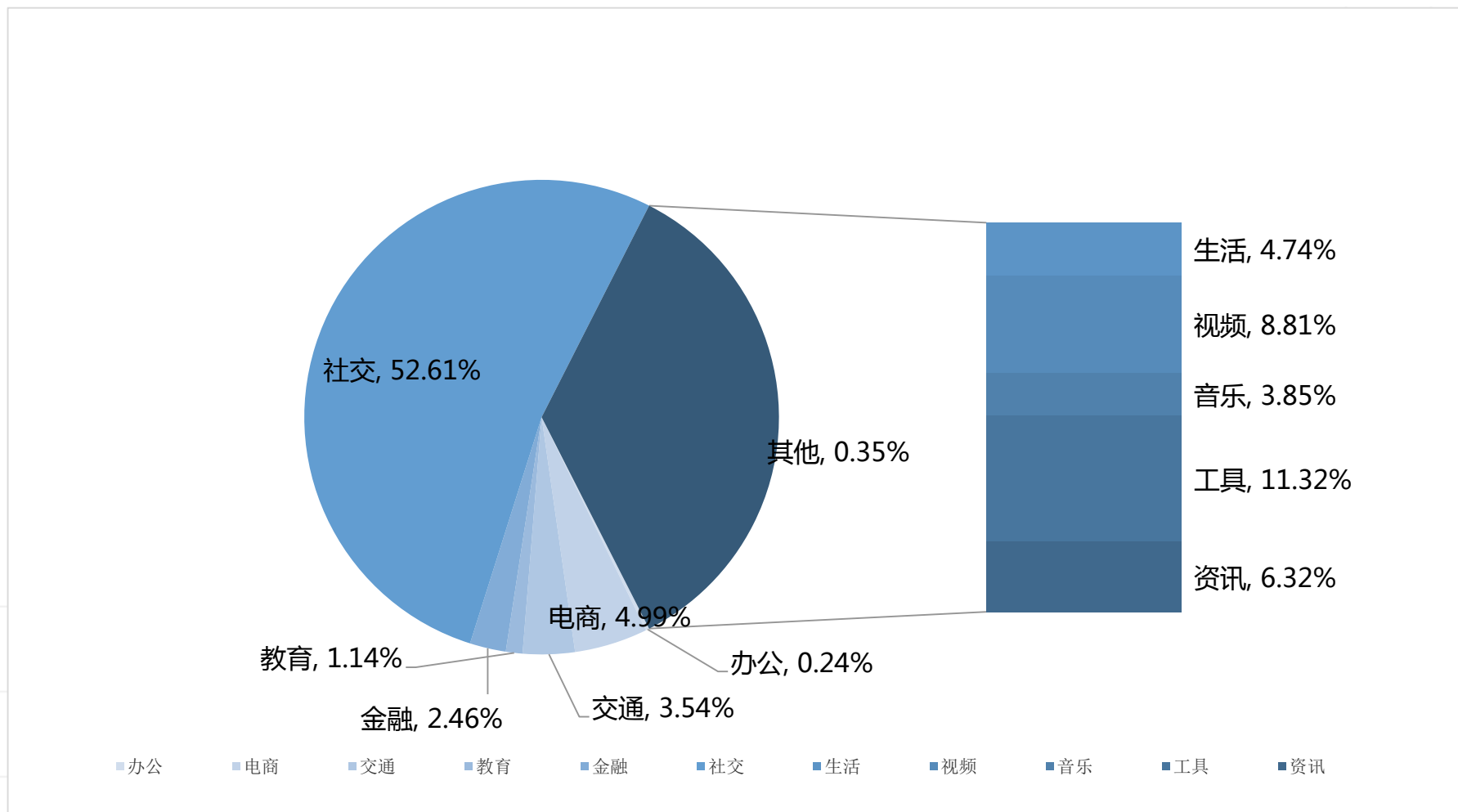
移动APP流量

排名	APP名称	月活跃人数 (万人)
1	 微信	897058.8
2	 QQ	56830.8
3	 爱奇艺	49656.1
4	 腾讯视频	49252.7
5	 淘宝	41531.6
6	 微博	37643.5
7	 支付宝	35934.6
8	 优酷	34529.4
9	 WIFI万能钥匙	30924.7
10	 手机百度	27687.4



- ✓ 社会化分享已渗透到网民生活中
- ✓ 微信和QQ是仅有的月活超5亿的两款APP

移动APP TOP100

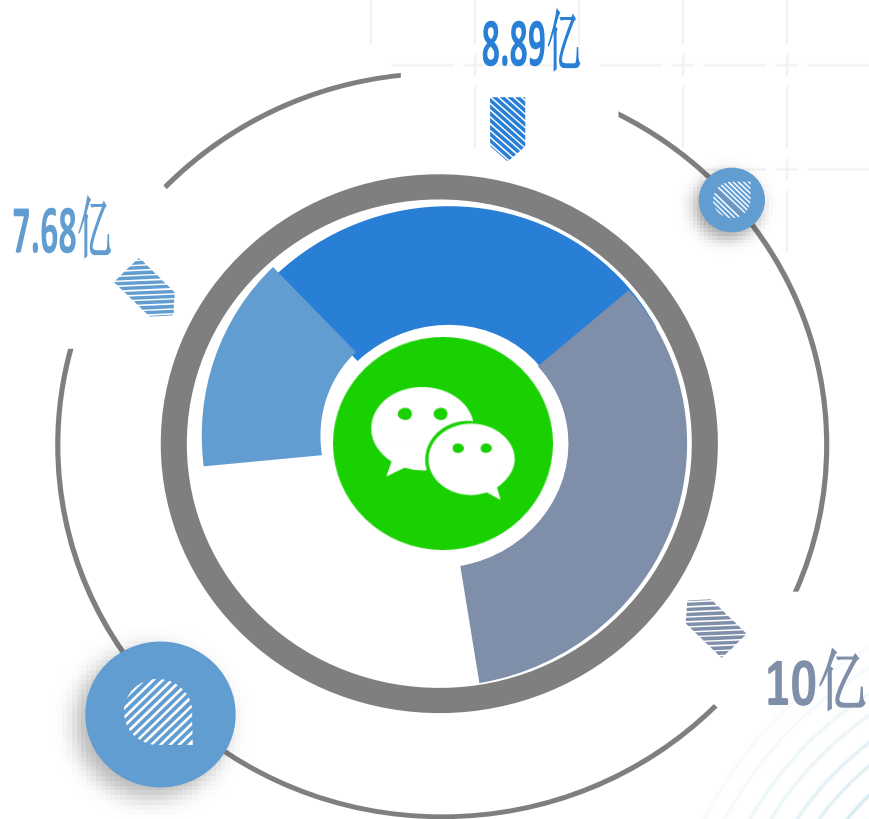


✓ 社交分享成为App流量主入口

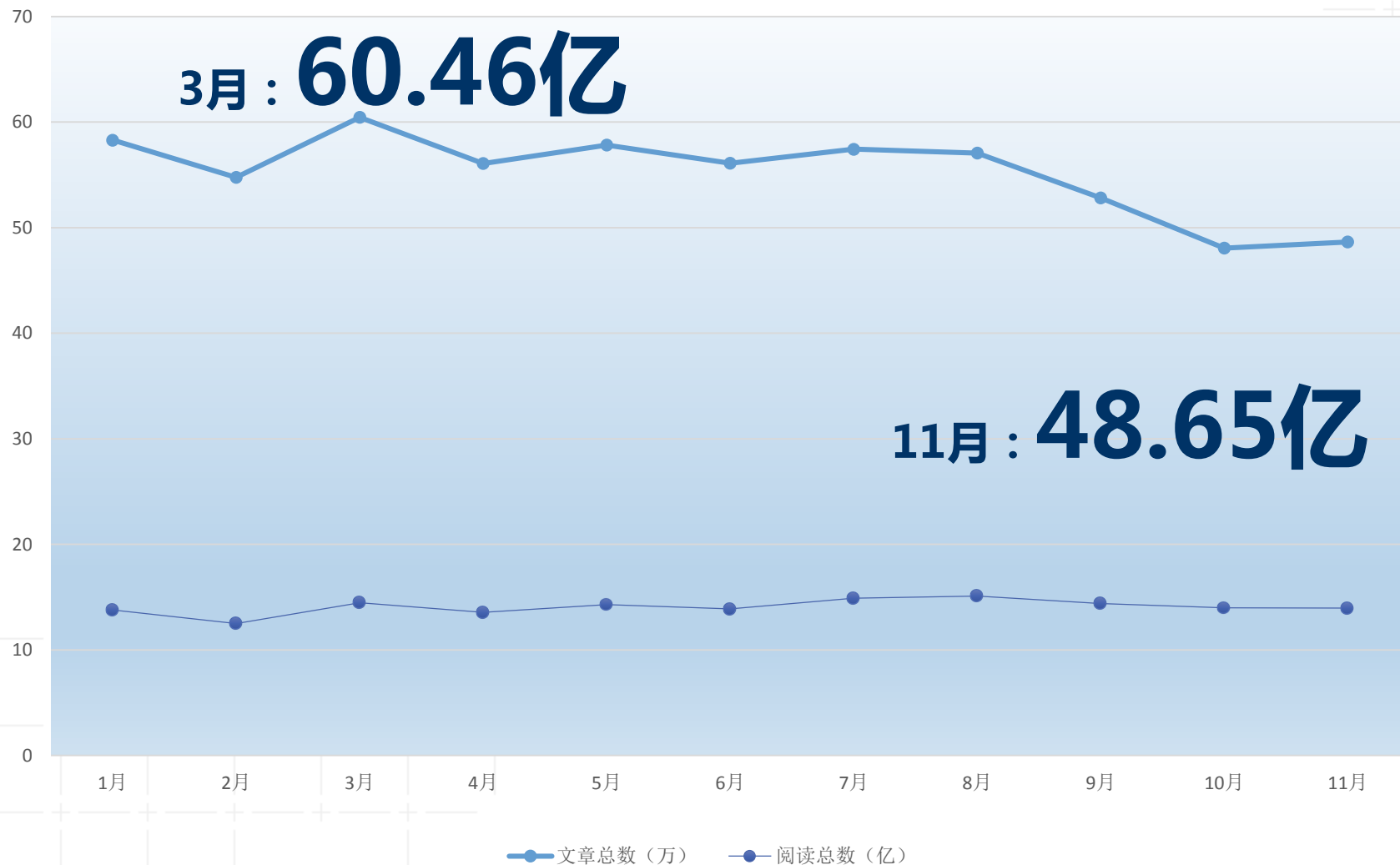
腾讯微信的流量黑洞

微信是中国人信息交往的基础设施

厄里将21世纪称之为“居住机器”的时代，微信是“居住机器”迄今为止的最普及、最典型的呈现。不仅是因为微信是群体感在日常生活中伴随性，使得查看微信、进入微信成为用户的惯性行为，在中国有接近中国大陆人口半数以上的人以自我或者群的直接参与方式被编制到整个社会网络中，这种参与方式依托媒介的传播，史无前例的深深介入大众的现实生活，传播、媒介成为构建的主体力量，微信正成为中国人们存在的一种方式。

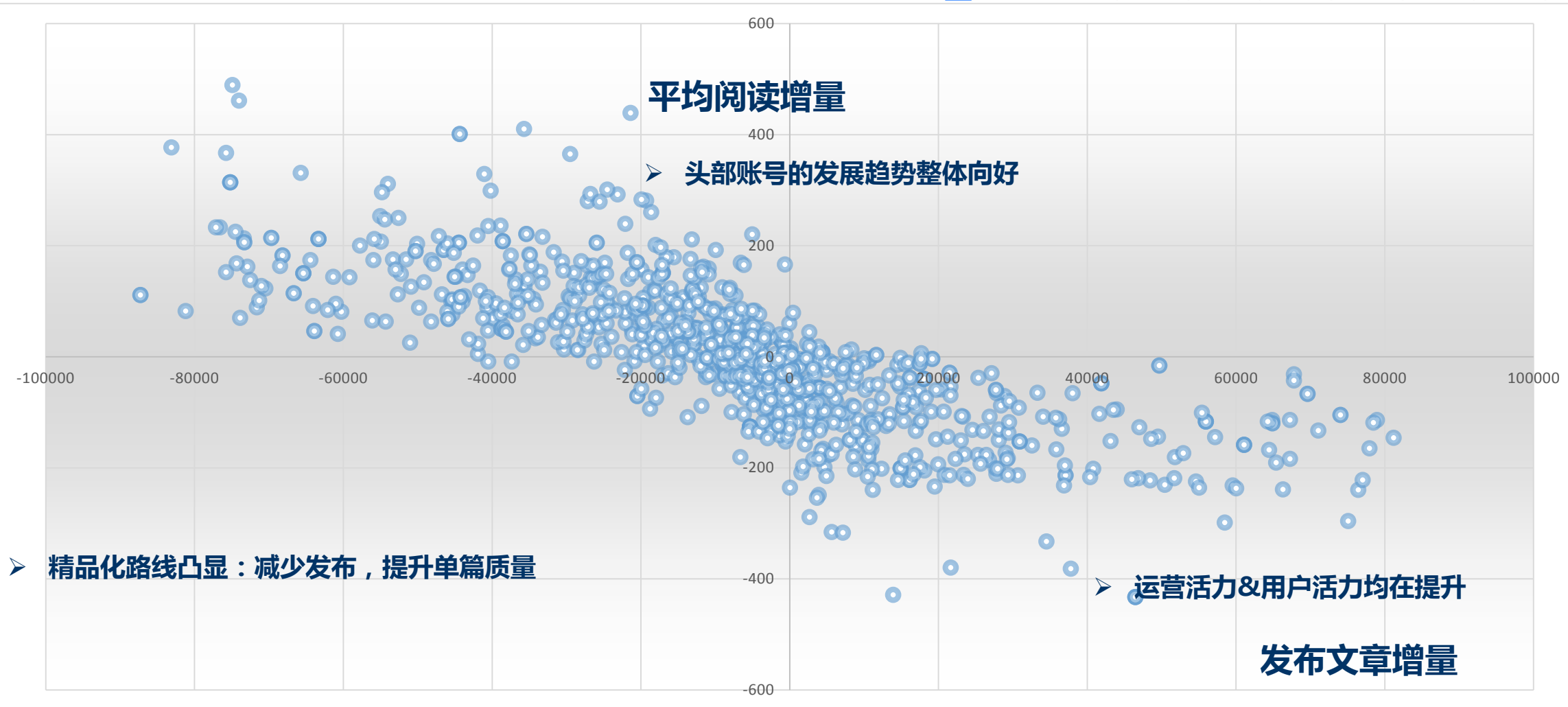


TOP1000微信公众号热度走势



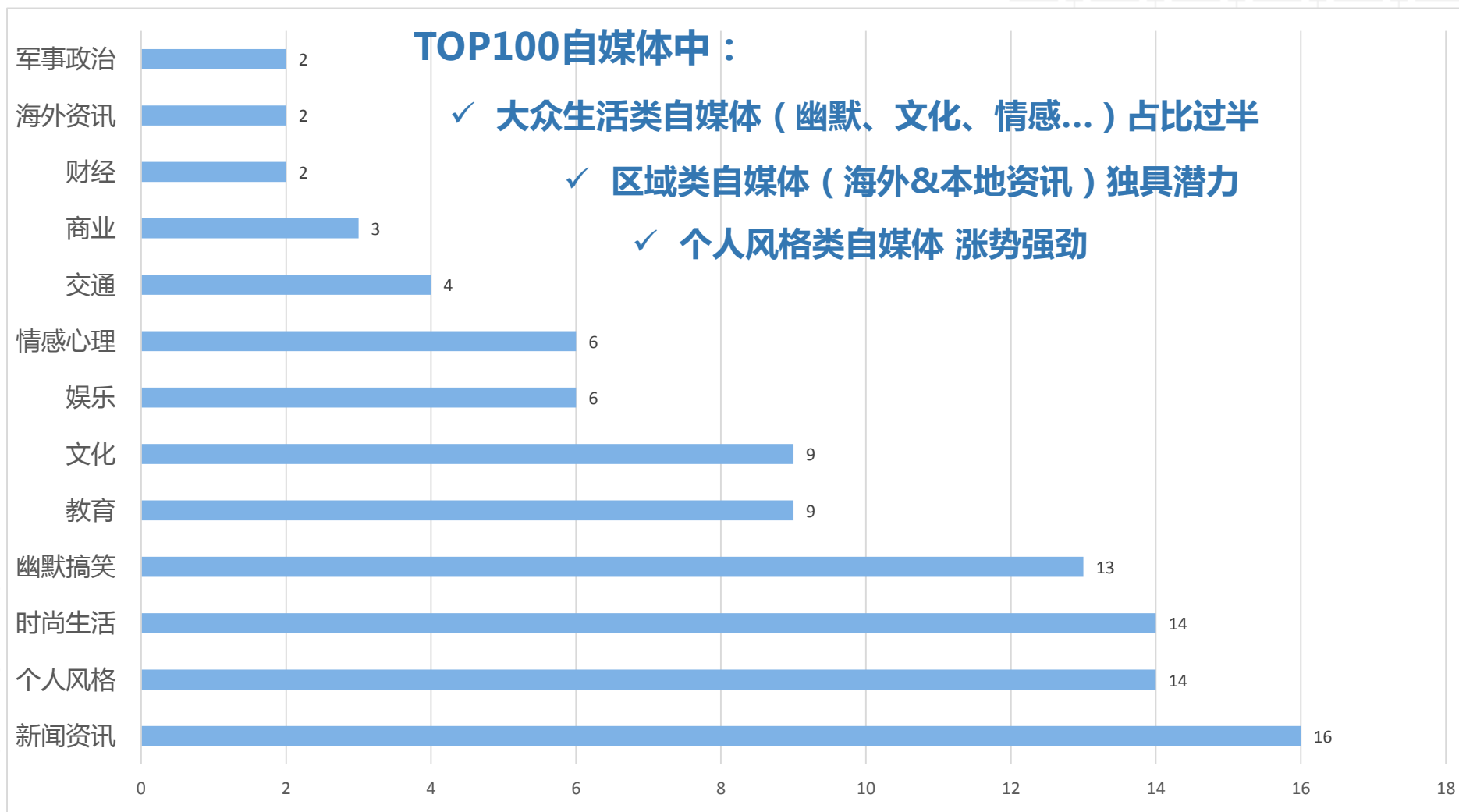
- ✓ 公众号内容战竞争加剧
- ✓ 近半年来，微信公众号发文总数不减，阅读总数持续下滑

TOP1000微信公众号热度走势



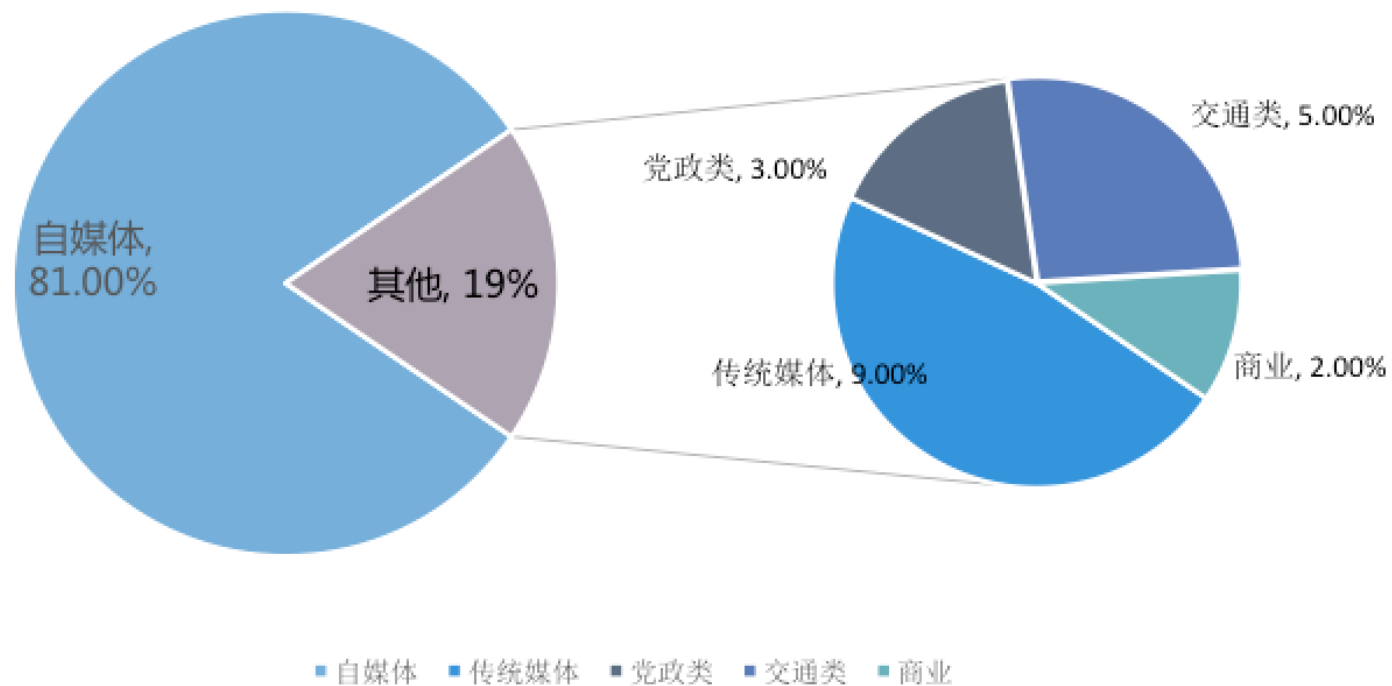
数据说明：增量取自2017年1月和10月的TOP1000数据比对

细分领域公号释放潜力

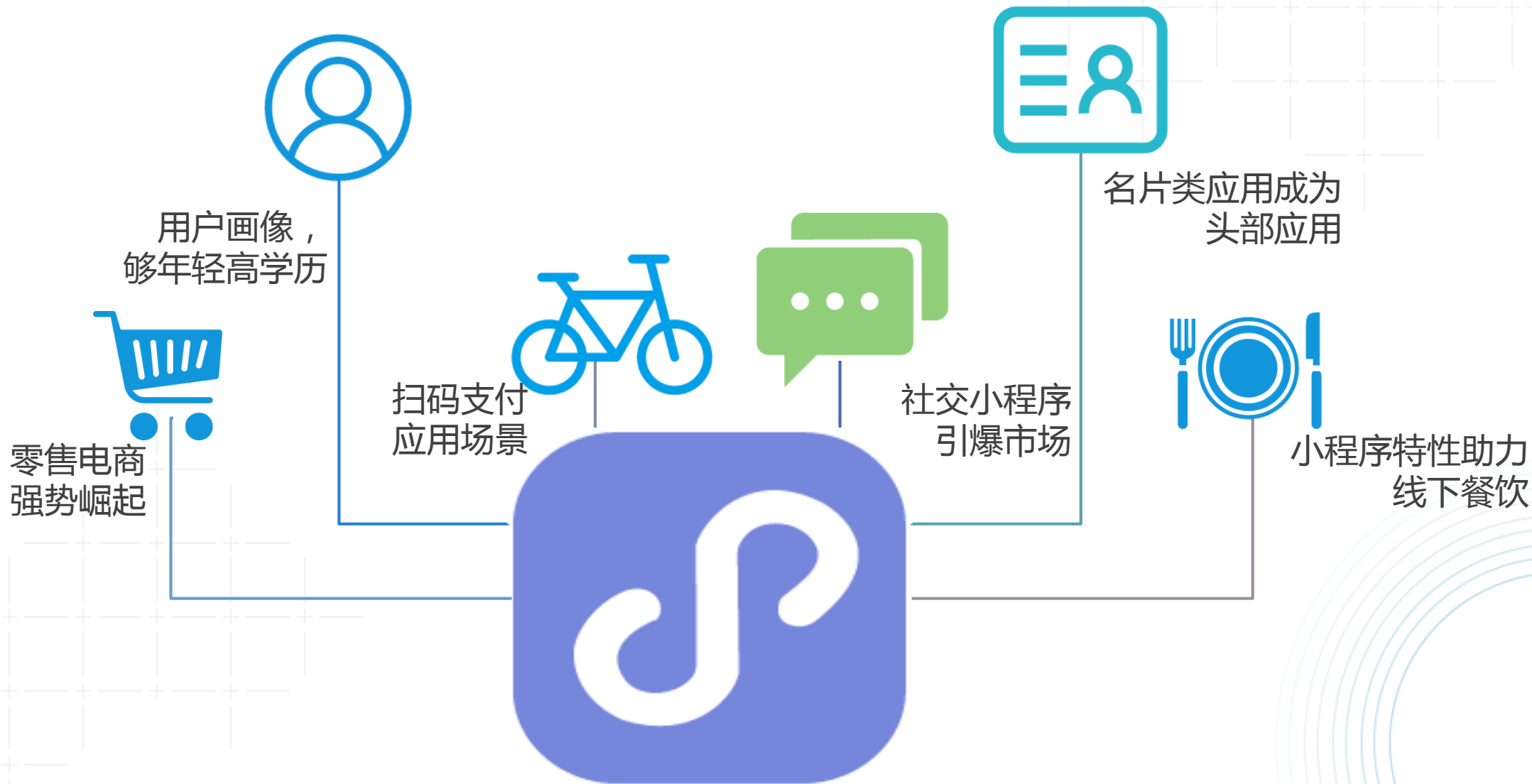


「细分领域公号释放潜力」

- ✓ TOP100公号中，自媒体占比达**81%**，在新媒体场域话语权不断提升
- ✓ 传统媒体、交通类、党政类等其他类别公号占比仅**19%**



小程序-生态分布



小程序-未来动向



2018 年微信小程序数量有望突破 300 万个

去中心化的小程序电商将成为未来的大风口

小程序游戏有望被引入并爆发

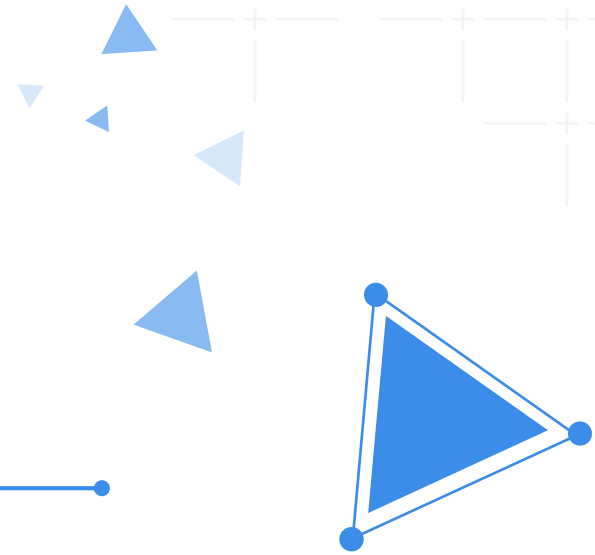
人工智能技术未来将为小程序进一步赋能

内容媒体转接小程序输送能量

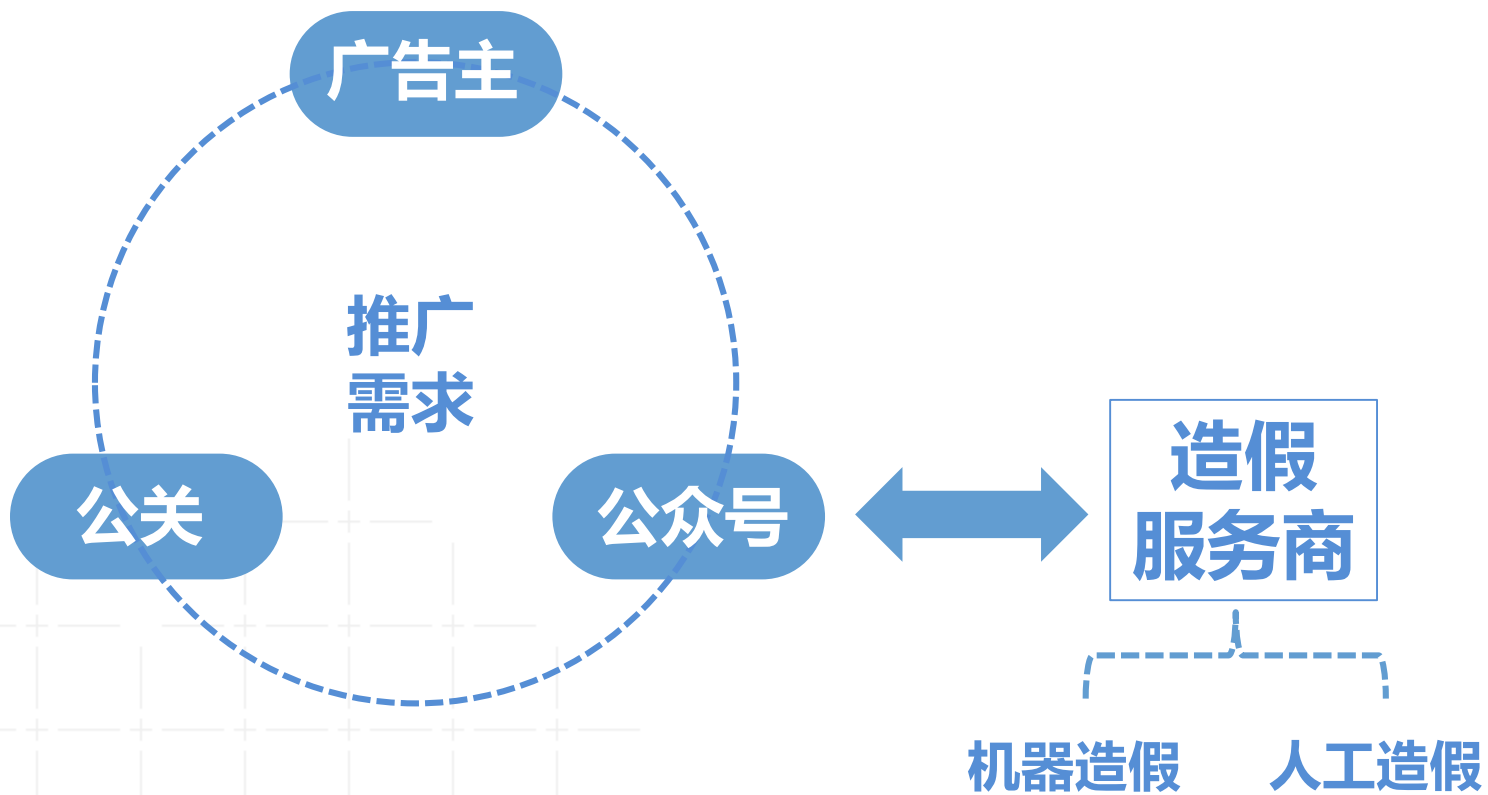
未来支付宝的加入将引爆小程序类的竞争

小程序将成为物联网的链接器

06 *Part Six* 新赛制



阅读量造假产业链



阅读量造假新趋势：
支持控速

微信服务

支持控速

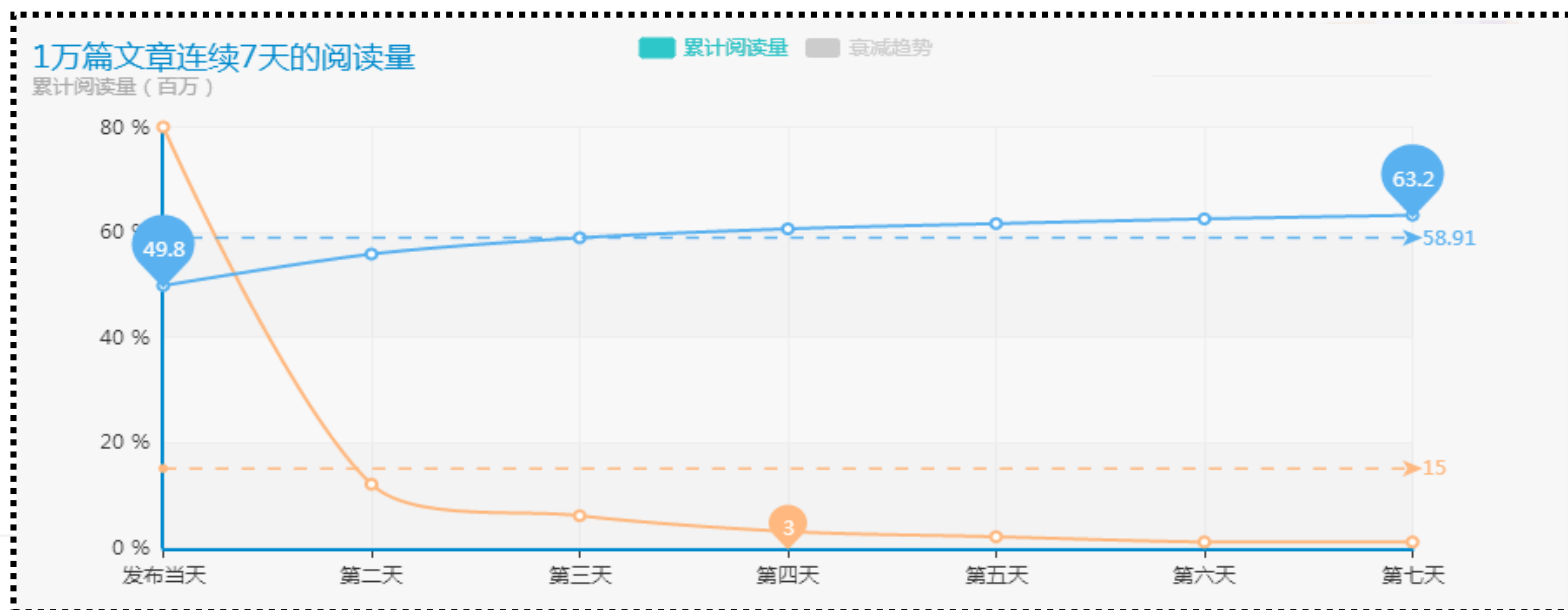


支持控速每小时进入量

- 公众号阅读
- 公众号关注
- 公众号点赞
- 公众号留言
- 公众号投票

微信公号刷阅读分析

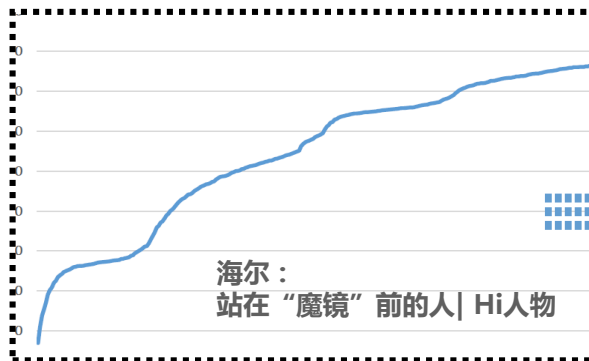
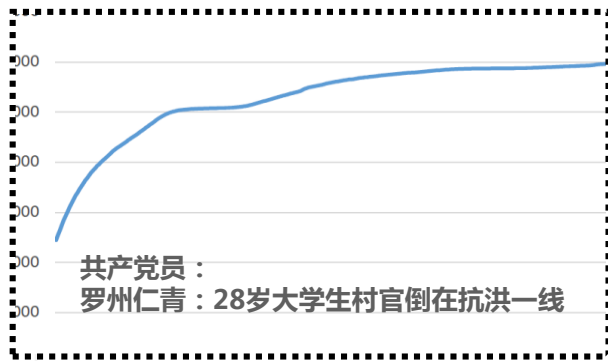
随机抽取**1万**篇文章连续**7天**的阅读数据进行监测发现：



正常情况下，发布首日，文章阅读数完成**70-80%**，次日**12%**，然后不断衰减，**第4日**开始基本不再增长，“非造假阅读量”的衰减趋势一般满足该规律

微信公号刷阅读分析

随机抽取四篇文章，对**72h**内累计阅读数变化进行监测（**10min**基准）



以min为基准，文章
阅读数增长一般呈
现**曲线状**变化

阅读数**折线状**变化
疑似“**问题账号**”

「造假的悖论：劣币驱逐良币」

畸形的产业链

- 投放内容者**喜欢**高阅读量
- 投放渠道**需要**高阅读量
- 微媒微号为了证明自己的**影响力**也需要造假的流量

评价体系失衡

- “流量一口碑”
天平向**流量**倾斜
- 流量成为**唯一评价指标**，不再追求文章质量

造假的悖论

- **内容生态**遭到破坏
- 微信公众号刷量现象影响广告主**广告投放积极性**
- 偏离**原有的定位**

从流量造假到流量劫持

流量劫持方法

上古时代

- Hub 嗅探
- MAC 欺骗
- MAC 冲刷
- ARP 攻击
- DHCP 钓鱼
- DNS 劫持
- CDN 入侵

中世纪

- 路由器弱口令
- 路由器 CSRF
- PPPoE 钓鱼
- 蜜罐代理

工业时代

- WiFi 弱口令
- WiFi 强制断线
- WiFi 伪热点
- WLAN 基站钓鱼

百度疑遭神马流量劫持，推出“烽火计划”



腾讯起诉OPPO流量劫持



牌照之困

牌照盘点

- **互联网电视牌照**：央视国际、杭州华数、上海文广、南方传媒、湖南电视台、中国国际广播电台、中央人民电台……
- **IPTV牌照**：
 - ✓ 全国性牌照(百视通、央视国际、南方传媒、国广东方)
 - ✓ 地方性牌照(华数、江苏电视台)
 - ✓ 省级播控平台牌照(辽宁广播电视台、广东广播电视台、湖南广播电视台)
 - ✓ IPTV传输牌照(中国电信和中国联通)
 - ✓ IPTV行业牌照(北京华夏安业科技有限公司)
- **OTT牌照商**：未来电视、百视通、华数传媒、芒果TV、CIBN互联网电视、银河互联网电视、南方新媒体

拥有牌照的新媒体稀少！

仅列举代表性企业，供参考

「牌照之困」

新媒体与许可证：

- 新闻资讯：《互联网新闻信息服务许可证》
- 互联网视频、音频：《信息网络传播视听节目许可证》
- 直播：《网络文化经营许可证》
- 新媒体出版：《互联网出版服务许可证》



拥有许可证的新媒体依然很少！

媒体的导向性趋势不断增强



资讯获取中的个人隐私保护问题的法治强化

✓ 多项法律关注和强化对个人信息、隐私的保护

2012年人大常委会通过《关于加强网络信息保护的决定》
《刑法修正案（九）》中有对个人信息保护的规定

2016年12月27日《电子商务法》，对“电子商务数据信息”进行规定

2012

2016

2016

2017

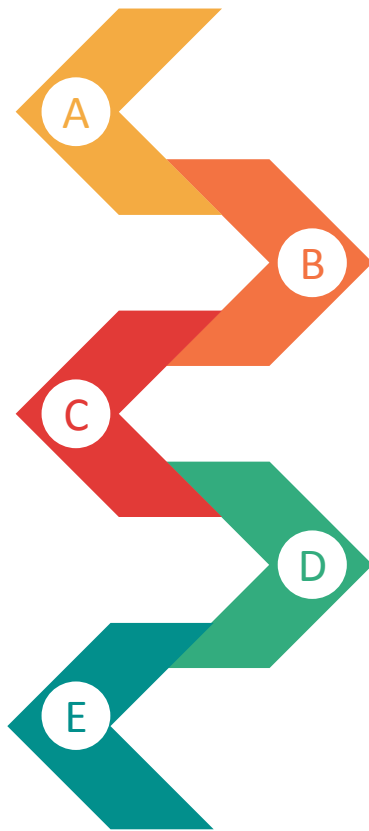
2016年《网络安全法》，规范网络运营者在网络空间中搜集、处理、使用、传输个人信息的行为

《最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》正式开始实施，泄露信息严重的可处三年以下有期徒刑或拘役

内容管理系统

➤ 内容管理系统

- 囊括资源池、云计算基础平台、内容管理集群、内容管理应用各个层次
- 同步更新、精确查找、自动匹配、个性推荐
- 对于媒体行业来说——各种形态的媒体资源的管理



- 应用在各个领域各个行业
- 未来趋势将会：标准化流程、智能化管理、个性化定制

从内容采集、创建、分析、传递的生命周期出发，为政府、媒体、企业等提供内容管理服务

「中国新闻史学会年会在郑州召开」

论题更具时代性

- ✓ 论题涉及：新闻史、新闻与传播教育、构建中国传播话语体系、互联网治理、海外华文媒体与“一带一路”建设、中国特色新闻学理论、广告学的未来、公共关系等

论题围绕中国新闻事业200年

- ✓ 回眸中国近代新闻事业创立200周年、现代新闻事业创立100周年

**中国新闻传播学界的一次盛会，全方向，
全领域覆盖，有史以来第一次**

2017年

2015年

2016年

2014年

论题开始涉及新媒体

- ✓ 论题涉及：中外新闻史、台湾与东南亚华文新闻传播史、新媒体、广告与数字营销、国家形象与品牌传播、视听传播、少数民族新闻传播史、新丝路、马克思主义新闻观教育等

论题主要涉及传统媒体及相关史学

- ✓ 论题涉及：新闻传播史论、新闻报刊史、新闻传播界人物专题史、中共革命报刊史、传播史、新闻传播体制政策史、新闻教育与少数民族新闻传播史、港澳台及海外新闻传播史、广告、广电、通讯社史等

媒体的一带一路

一带一路相关媒体合作

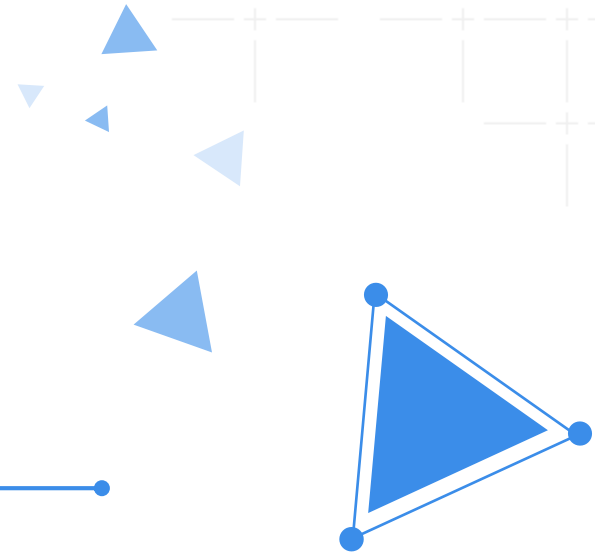
- ✓ “一带一路”媒体合作论坛（2015年成立）
- ✓ “一带一路”媒体传播联盟（2016年成立）
- ✓ “一带一路”旅游城市媒体联盟（2016年成立）
- ✓ 中国一带一路网（2017年成立）
- ✓ “一带一路”文化发展论坛（2017年举办）
- ✓ “一带一路”记者组织论坛（2017年举办）

沿线国家主流媒体



07 *Part Seven*

新物种



机器成为一种媒介新物种

多平台到达、多渠道
网络、多介质融合

全知、全能、全息
AI拓宽媒体疆域



每个人都是媒体，人是种子，
媒体变成了土壤

体联网时代，一切皆媒体
与生俱来的信息器官

机器成为一种媒介新物种

Genetechnology : 对人本身的自我改造和识别

基因技术

机器人

Robot : 对现实世界的操控

AI : 自我学习和优化进步

人工智能

大数据

BigData : 对现实世界的高维认知

Battery New Technology : 能源动力方面的个性化和移动化

新一代
电池技术

无人机

UAV : 飞行能力的普及化

含虚拟现实、增强现实, Mixed Reality : 人类意识世界的现实化扩展

混合
现实
技术

机器成为一种媒介新物种

技术在中国的生命发展周期

小众技术
年销量50万

分众技术
年销量达500万

大众技术
年销量达5000万

小众技术对社会的影响是随机的、零碎的，
分众技术对社会的影响是周期性的、常见的，
大众技术对社会的影响将是大规模的、需要严格规范

「技术发展的新起点」

人工智能

- ✓ 更强大的智能功能、更自然的人机交互依靠人工智能技术的成熟
- 自然语言处理、计算机识别、语音识别.....

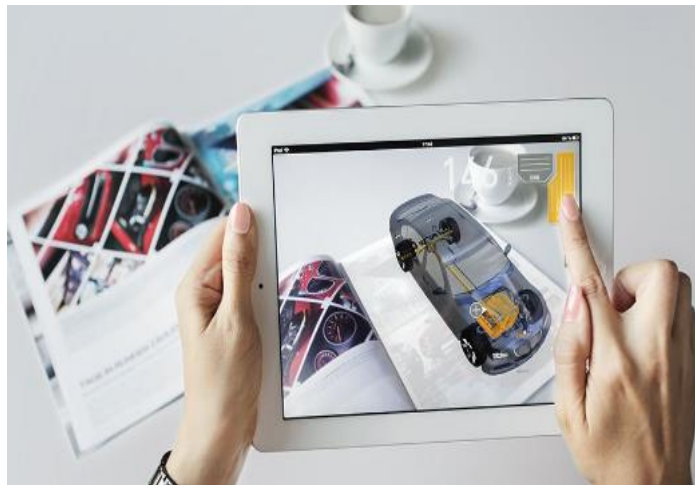
大数据分析

- ✓ 数据一切可数据的
通用数据、用户数据、行业数据、场景数据.....
- ✓ 大数据分析对媒体有着全方位的渗透
内容生产、关系匹配、用户挖掘、全面连接

机器人

- ✓ 代表性公司：
- ✓ 波士顿动力
- ✓ 机器人和人工智能结合，可能会出现大规模杀伤性人工智能武器

技术超级融合下的机遇与挑战



- ✓ 挑战1：弱人工智能逐渐向强人工智能演化，信息霸权主义或将导致认知钝化
- ✓ 挑战2：半机器人和机器人大量出现，“超人”监管难题或将左右国家战略决策
- ✓ 挑战3：AR、VR等MR混合现实设备持续发展，混淆虚拟与现实边界控制人脑
- ✓ 挑战4：虚拟货币一旦利用失当，其危害将突破国家边界限制席卷全球

数据融合应用企业生态圈

垂直应用



数据融合应用企业生态圈

行业应用



资讯大数据分析

凡闻

热点榜单
事件跟踪
监控事件的生命周期
事件的深度挖掘

TRS

大数据挖掘
互联网营销
人工智能
信息安全

清博

舆情阶段性报告
新媒体传播报告
粉丝数据画像
行业研究报告
企业/行业/产业评估
机器新闻&自动报告

未来趋势

- ✓ 由人工智能算法及深度学习评估企业数据智库供应最佳因应之法
- ✓ 结合数位智能语音系统进行相关智能服务
- ✓ 政府风险、政务舆情等政策性的评估、监测
- ✓ 数字营销对策(纠察数据造假, IP版权)

传播大数据-未来动向

01

舆情

人民网监测 清博

新浪
微舆情

TRS

慧科



- ✓ 拓展人工智能及智能问答系统
- ✓ 提升高效数据处理信息技术
- ✓ 着重数字营销，针对营广公品提供市场现况，商务大数据等方案情报
- ✓ 掌握市场趋势讯息，规避风险及商业融资创投政策举措
- ✓ 国家政治风向风险评估，政务舆情应对

未来科技：机器智能引进



阿尔法围棋

阿尔法狗

- 人工智能：“深度学习”

波士顿动力机器人

- 机械进化人力

阿尔法零

- 机器智能：“自学”



人脸识别技术—天眼不再是神话

01

- 透过新媒体 + 科技：未来科技媒体人脸辨识及情境模拟



✓ 翔创科技的识别牲畜的APP应用

02

- 新一代则在智能制造、智慧城市、智能农业等领域得到广泛应用

03

- 从人脸识别、人眼识别、到人体识别甚至延伸到猪脸识别.....



军服所属年代：2007-2017

中国人民解放军 建军90周年

✓ 人民日报10亿浏览量的H5产品

人脸识别技术—天眼不再是神话

✓ 旷视科技：智能视觉云平台

Face ID人脸识别

- ✓ 在线身份验证
- ✓ 人脸比对技术
- ✓ 海量用户运营
- ✓ 从端到云多重验证

Face++人脸识别

- ✓ 人脸识别云平台
- ✓ 人脸检测关键点识别
- ✓ 灵活、弹性的云服务

Image++图像识别

- ✓ 上千种场景识别
- ✓ 中英文识别
- ✓ 物体识别

KoalaCam智能迎宾机器人

- ✓ 精准人脸识别
- ✓ 互动体验
- ✓ 应用于公司前台、智能商业

Megvii C1智能相机

- ✓ 人脸自动抓拍与传输
- ✓ 人脸检测与追踪
- ✓ 人脸识别比对

Vision Hacker游戏

- ✓ 移动体感游戏
- ✓ 摄像头捕捉用户动作
- ✓ 摇头的方式操控

- ✓ 人脸识别
- ✓ 物体识别
- ✓ 文字识别
- ✓ 汽车识别
- ✓ 动物识别
- ✓ 语义识别

.....

AR:基于现实世界的虚拟世界

增强现实 (Augmented Reality , 简称 AR) 技术 , 是种实时计算摄影机影像的位置及角度 , 并加上相应图像、视频、3D模型的技术 , 目标是在**屏幕上把虚拟世界套在现实世界并进行互动**。



增强现实AR

- 基于现实 , 融入虚拟的可视化环境
- 增强人对现实的感知

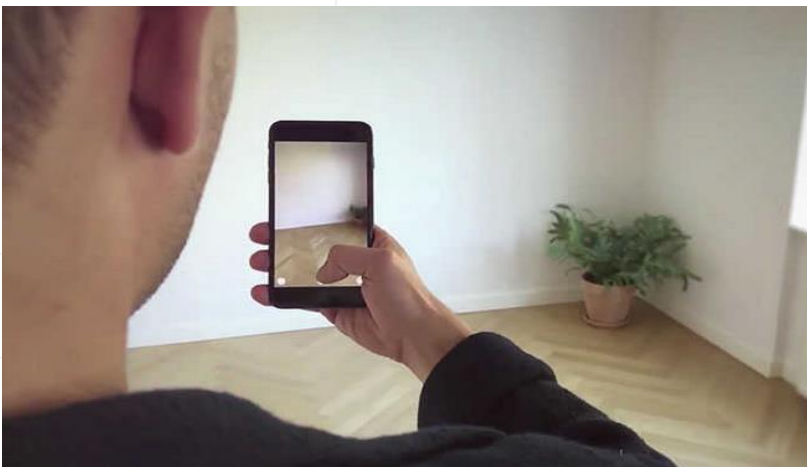
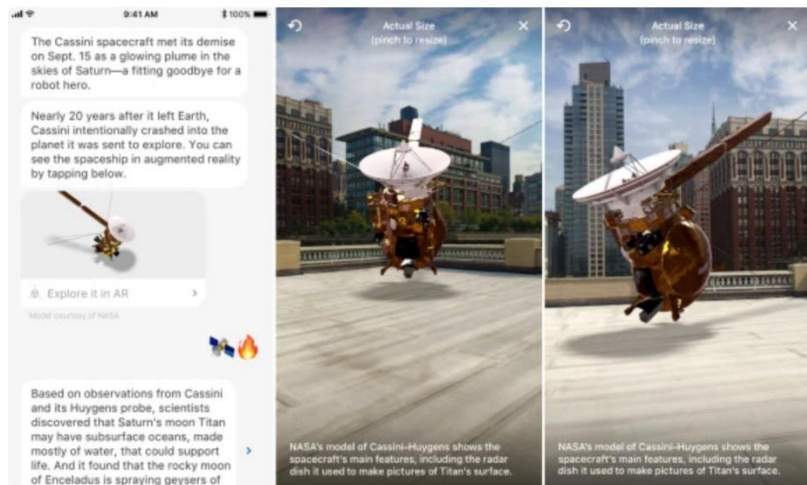
VS



虚拟现实VR

- 借助技术形成完全的虚拟环境
- 完全沉浸于虚拟世界中

AR和短视频的结合将是未来可能的爆点



➤ **3D新闻**
Quartz报导飞船卡西尼 (Cassini) 最近在土星上提前退休

➤ **提供产品元数据**
澳大利亚麦当劳基于AR的App, 展现食材的来源、生成过程

➤ **效果呈现**
最新的宜家应用 **Ikea Catalog**, 利用AR技术将虚拟家具投射到客厅



智能翻译机：破除语种霸权时代的到来

翻译机

人工智能翻译硬件

装有翻译APP的手机

翻译APP的蓝牙播放器

电子词典

耳机类 Pilot翻译耳机 (Waverley Lab)、Pixel Buds翻译耳机 (Google)

翻译机类

应用场景

- 出国旅游、学习或工作
- 国际会议、展览
- 日常生活

特点特征

- **人工智能技术支撑**：通过语音识别、自然语言理解、机器翻译、语音合成等人工智能核心技术进行翻译
- **独立使用**：独立的产品
- **不断优化**：通过机器学习，根据不同用户和场景不断优化准确度与适用范围

用户需求

- 更准翻译
- 更多语种
- 交互体验

翻译机是全球信息交流通畅的基础设施

科大讯飞2017年度发布会

→ 晓译翻译机1.0plus系统

- ✓ 离线系统
- ✓ 多语言
- ✓ 一键求助

未来的翻译场景

全双工

语种
自适应

自动
声纹判断

2017百度世界大会

百度共享Wi-Fi翻译机

一键
翻译

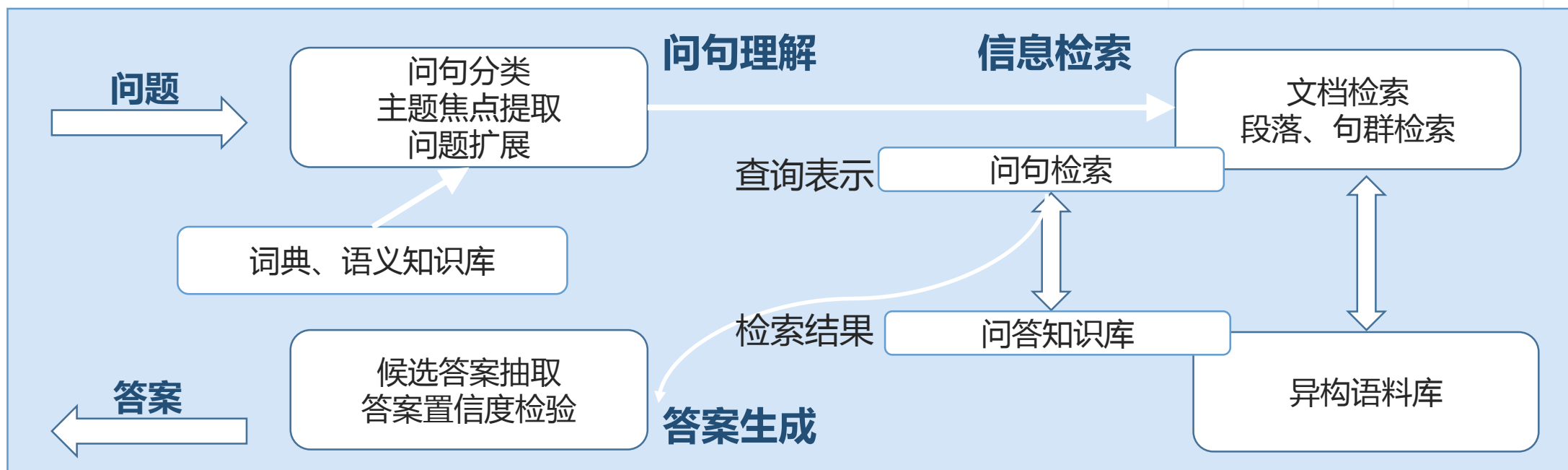
- ✓ 自动识别语种

自带
Wi-Fi

- ✓ 全球云通信技术
- ✓ Cloud SIM 科技
- ✓ 自带80多个国家移动数据流量

人工智能翻译机的思考

翻译机问答的处理框架



核心难点

✓ 实现问句及答案的语义表示

不仅需要表示问答语句的句法语法信息，更需表示问句及答案在语义层面上的用户意图信息和语义层匹配信息。

✓ 实现问句答案间的语义匹配

系统必须合理利用语句高层抽象的语义表示去捕捉到两个文本之间关键而细致的语义匹配模式。

「智能音箱，半新的交互形式，全新的产品形态」

Alexa不是你的男朋友或女朋友，
他是你的**智能音箱**。

- ✓ 语音交互
- ✓ 智能家居
- ✓ 内容提供
- ✓ 互联网服务

.....



下班后你疲惫地走进家门，径直走向沙发瘫入其中，

“Alexa，开下灯。”

“Alexa，空调开到26度。”

“Alexa，我要听一首抒情的曲子。”

想了想冰箱的食材好像不多了，

“Alexa，帮我下一盒鸡蛋和三个西红柿。”

玩了一会游戏，

“Alexa，《纪念碑谷》第十关怎么过啊？”

闹钟响了不想起床，甚至不想把手深出暖暖的被窝，

“Alexa，15分钟之后叫醒我。”

准备出门，

“Alexa，帮我叫辆出租车。”

「亚马逊Echo，智能音箱的领军者」

- 2014年11月6日，家庭智能音箱Amazon **Echo**发布，多次被划为亚马逊的业务重点
- Strategy Analytics表示，到2017年年底，亚马逊Alexa在智能音箱类产品中的覆盖率将达到68%

大脑：Alexa

外观多样



Echo Dot



Echo



Echo Plus



Echo Spot



Echo Show

全向声音采集

改版：降价、提高音质、拓展智能应用

「2017，智能音箱元年」

➤ 2017年，国内外互联网企业广泛布局智能音箱，掀起新一代风潮

➤ 智能音箱元年的背后

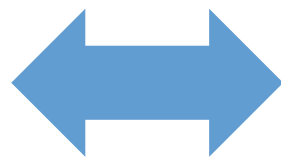
- ✓ 人工智能技术的进步与发展
- ✓ 企业业务生态布局与优化
- ✓ 人工智能变现的新渠道



智能音箱的期望与困局

智能音箱的本质与未来？

- 人工智能语音的新浪潮
- 智能家居的核心交互入口
- 初期：以硬件占领市场
后期：以服务创建生态



制约智能音箱发展的因素？

- 人工智能相关技术尚未成熟
- 用户习惯亟待培养
- 初期推广策略渲染过高市场预期

「未来媒体——人工智能问答交互系统」

➤ 从被动接收精选信息到主动、便捷探索海量信息

✓ 问答交互系统的母系统

✓ 问答交互系统的三个角度：

准确的算法；

有吸引力的对话机制；

高质量的新闻内容

✓ 问答交互系统的发展方向

向用户提供新闻内容

引导用户阅读相关新闻

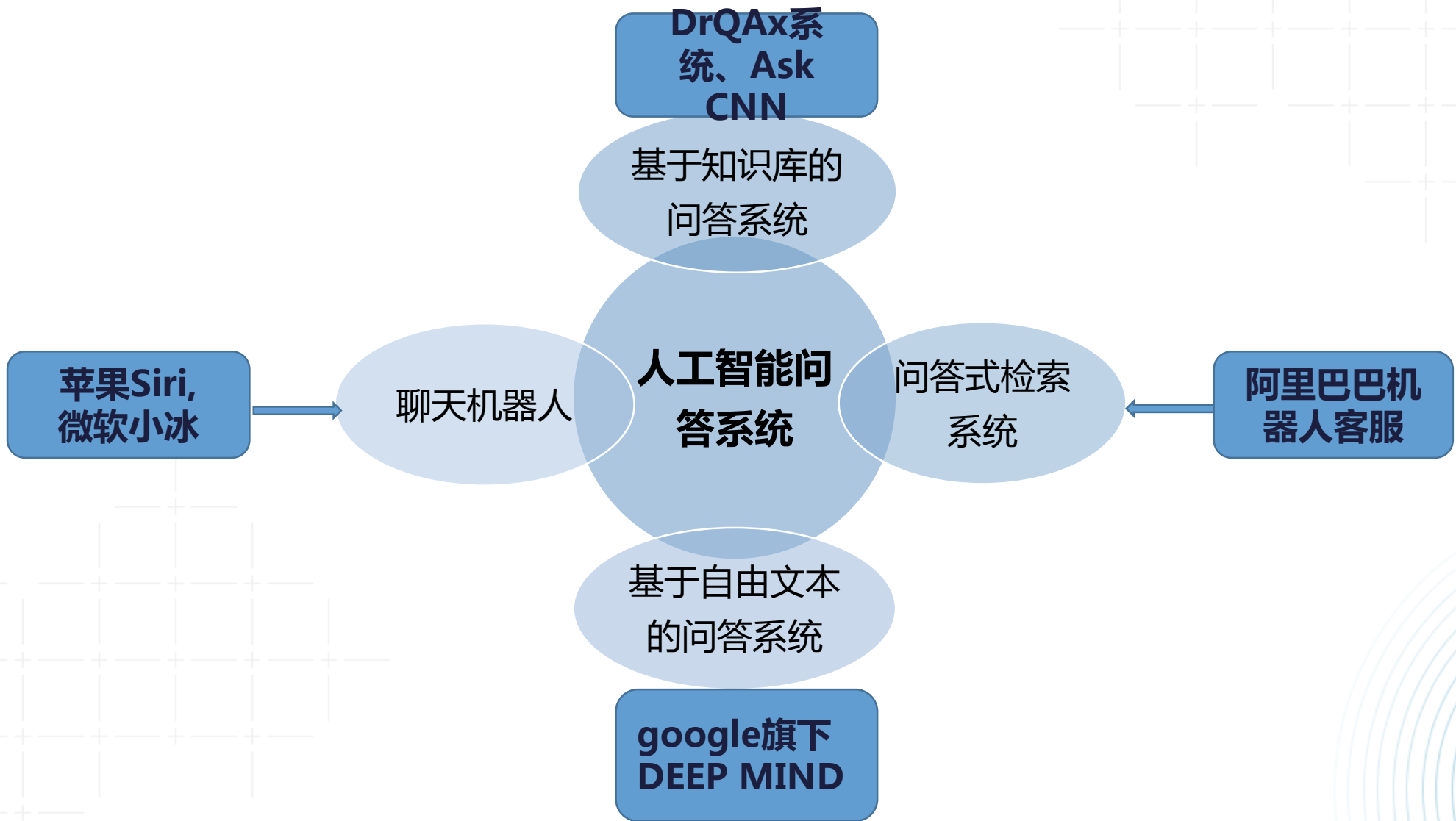
回答用户问题

解析用户
意图与需求

提炼新闻内容
以回答问题



人工智能问答系统生态圈



内容生产环节中的人工智能

➤ 机器内容生产：对信息的智能化收集与加工

● 国内外案例

- ✓ 洛杉矶时报-机器人Quakebot
- ✓ 卫报-#Open001
- ✓ 美联社机器-Wordsmith
- ✓ 纽约时报-机器人编辑Blossom
- ✓ 腾讯-Dreamwriter
- ✓ 新华社-快笔小新
- ✓ 第一财经-DT稿王
- ✓ 今日头条-Xiaomingbot

● 可参与环节

- ✓ 线索收集
- ✓ 选题筛选
- ✓ 信息采集
- ✓ 数据分析
- ✓ 文稿撰写
- ✓ 编辑校对
- ✓ 事实核查

● 优势

- 数据获取的海量与多渠道
 - 结合环境信息，充分分析信息
 - 加速新闻成稿时间
 - 为深度与评论新闻解放人才
 - 更易提取标签，更准确的内容分发
- **擅长领域**：体育、财经、灾难、犯罪

新华系的智能媒体探索

横跨各省的无人机机队

- 2015年6月15日
新华网组建国内媒体首个新闻无人机队
- 2016年1月9日
新华网无人机频道正式上线



天津滨海新区爆炸核心区域



航拍《西狭颂》碑所在景区

- 灾害类事件的报道
- 从宏观角度拍摄地况地貌、风土人情
-



新华网 无人机



新华系的智能媒体探索

新华社客户端的媒体化转型



➤ 新华社客户端依托百度云进行人工智能、大数据和云计算等领域功能，实现全方位的智能化转型升级

满足受众的信息获取需求

- 根据语音识别结果进行新闻搜索和推荐
- 通过语音接口实现文字新闻的智能情感播报和读取

拓展媒体平台服务的新领域

- 新华社客户端接入语义理解和智能机器人，提供语音智能问答以及诸如天气、机票等生活类的服务对接

「繁荣与泡沫并存」

➤ 政策红利、巨头生态布局下，资本大量涌入人工智能市场

Face++ 旷视科技的“旷世”融资

✓ 2017年10月31日，国内人工智能公司旷视科技Face++宣布完成C轮4.6亿美金融资。

为了人工智能终将创造的所有美好

Power Human with AI.

✓ 本轮由中国国有资本风险投资基金、蚂蚁金服、富士康集团联合领投，中俄战略投资基金、阳光保险集团、SK集团等参投。

✓ 此次融资也刷新了**全球人工智能领域单轮融资最高记录**。

「繁荣与泡沫并存」

➤ 高昂成本下，人工智能产品尚难快速变现，资本的耐心却有限

✓ 技术上还未完全成熟：
显示、定位、计算等处
有待技术进步

✓ 研发成本、制作成本高



✓ 2016年中国VR线下体验店最多时达到了**3万家**，但实际盈利的却不到**30%**，随后大量**倒闭**。AR状况与此类似

✓ 资本提前、大量涌入炒热概念，反而造成了目前VR的低谷

VR/AR成为风口的同时，却难掩泡沫隐患

「技术风险日益加大」

技术冲动

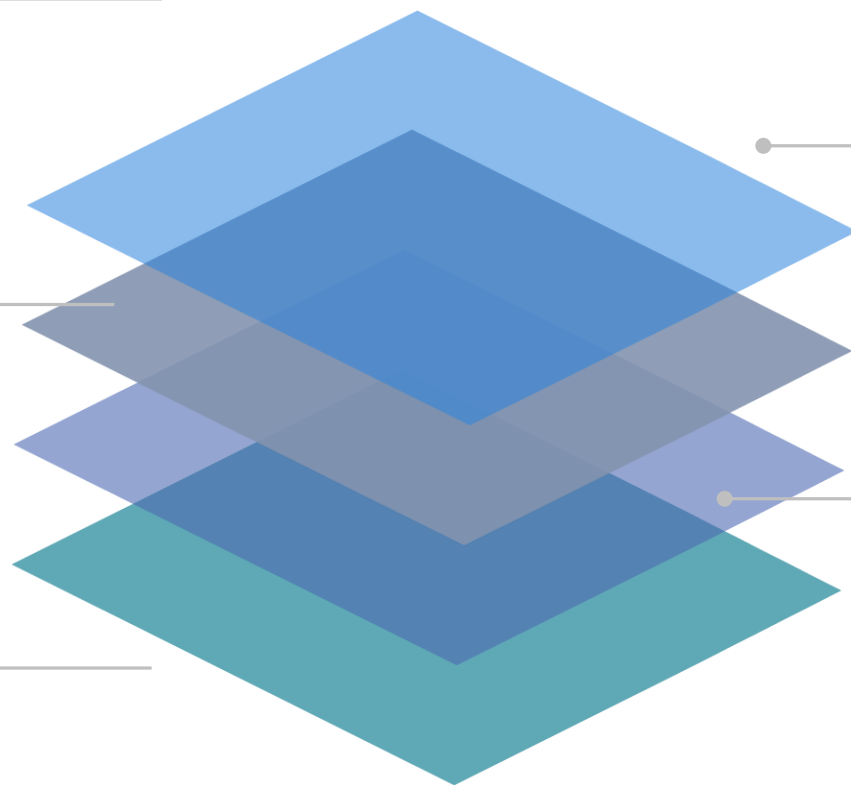
新技术的涌现速度远超过其带来的安全隐患被识别的时间。

个人隐私泄露

各种数据急剧泛滥的时代加速扩张了个人隐私风险。

版权侵蚀

版权侵蚀的雪崩扩展，机器抓取，伪原创分发。



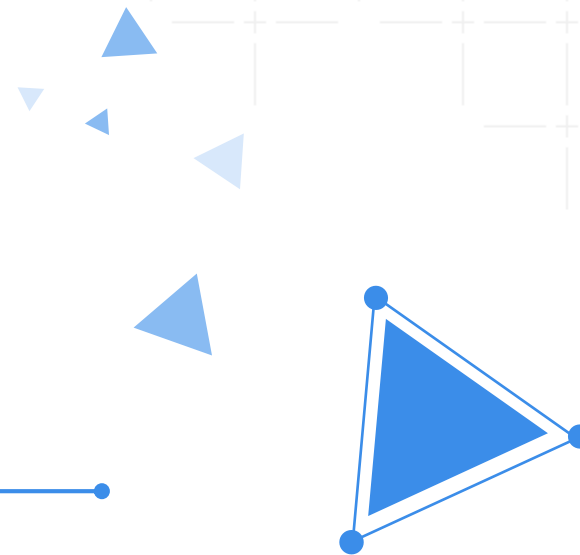
信息偏食

个性化订阅大行其道的同时也增加了群体极化的风险。

茧房困境

信息茧房加剧网络群体极化和导致社会粘性的丧失。

08 *Part Eight* 新趋势



2018年媒体趋势判断

政治&互联网的
连接日益强化

互联网规模扩张
下的垄断效应

“运镜能力”成为网
络环境中的必备技能

政府决策的科学性&
舆论处理能力将进一
步受到公众关注

新技术的超级融
合引爆媒介生态

「各大互联网公司的责任意识强化」

➤ 新网络、新服务、新责任



「互联网扩张下的规模排他效应」

➤ 互联网垄断性VS现实社会冲突

互联网平台具备天然的规模排他性

A

中国互联网公司的国际化扩张趋势凸显

B

共享经济的垄断性演化，从早期具有免费的共产经济色彩，向后期具备垄断的资本主义风格演化

C

- ✓ 传统的新闻客户端较为分散，不具备平台属性，更多由传统编辑在主导，但随着新闻客户端的平台化，越来越多的自媒体、大IP会逐渐向大平台聚拢，也会逐步具备规模排他性属性

数据的聚合高维效应

“消灭押金和数字化上帝”



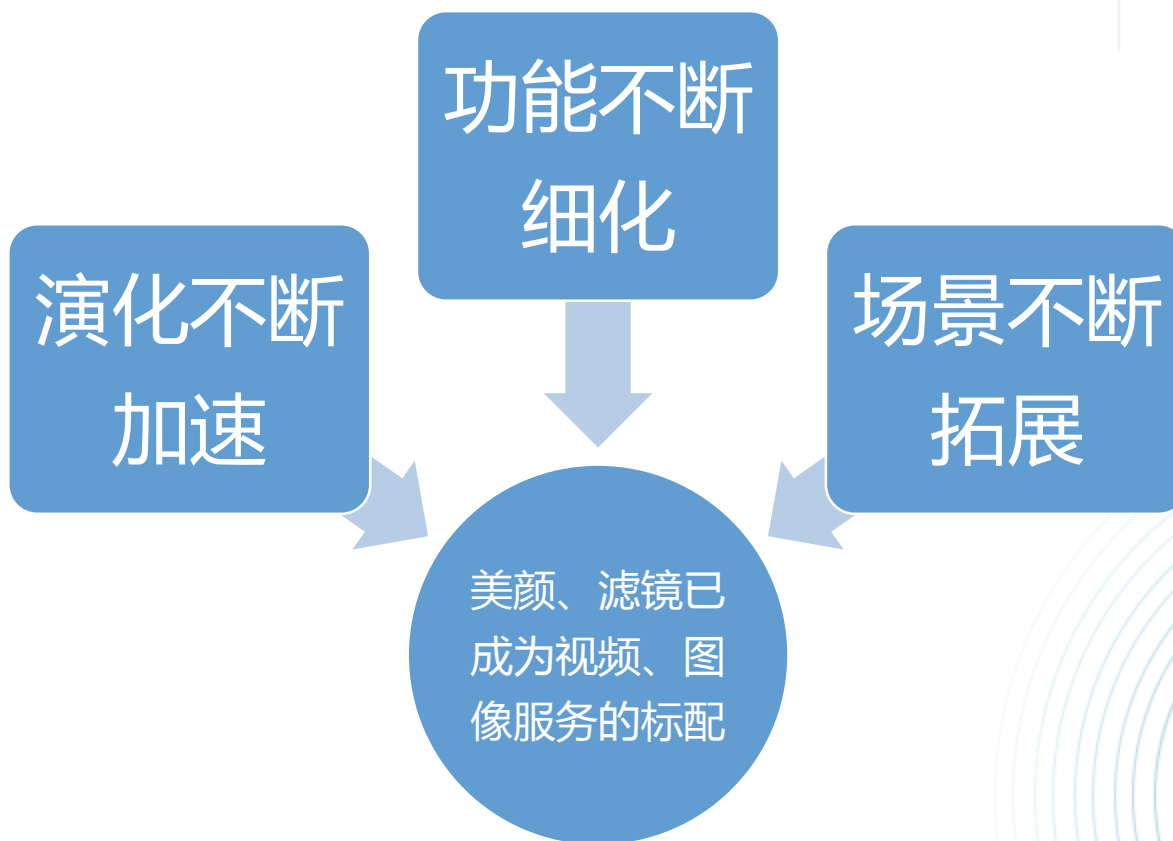
行业服务接入与完整数据链条构建



数据主导权之争：大平台的全域布局和数据聚合下，数据的聚合高维趋势越发明显

“运镜能力”成为网络环境中的必备技能

➤ 短视频、直播时代，镜头运用能力成为一种基础技能



“美颜社会”的形成与演化

弱关系交互中“美颜”的加速迭代与强化

美女比

1:4?

现实朋友圈

网络朋友圈

缓慢演进

加速迭代



内容：多种形态，图片、短视频、直播...

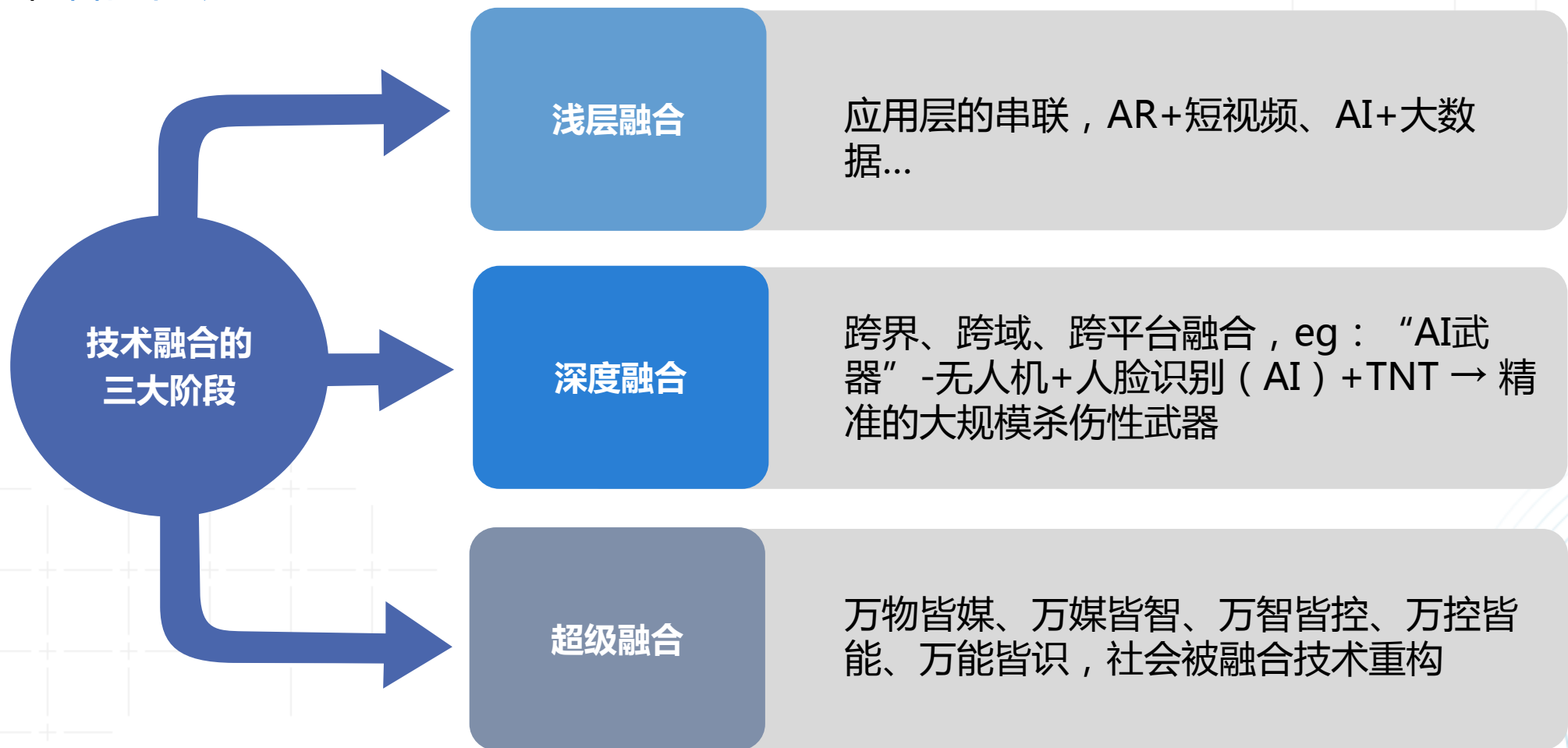
工具：多款滤镜、多类应用，拍照、修图、视频...

社交：多元场景，私密社交（1V1）、直播/短视频（1Vn）、广场社交（nVn）...



新技术的超级融合引爆媒介生态

- 未来颠覆性新技术是全球政治经济发展的最大技术变量，基础技术对各个细分领域进行深度融合、渗透和智能化改造



政府科学决策能力将进一步受到公众关注

- ✓ 舆情事件中政府决策的**及时性**、**科学性**、**有效性**有待提升
- ✓ **大数据+人工智能**助力于政府智慧决策

01

利用互联网思维，充分发挥第三方的作用

05

借鉴海外“经社民”网络舆情的研究成果

02

未雨绸缪，加强网络舆情的预测和研判

06

多维度数据库构建，建立回应口径库、案例库、媒体库...

03

强化对社群和生活服务类信息的数据分析

07

构建自媒体的正能量推送渠道

04

加强对未来媒体和新兴社区的研究（VR/直播...）

08

借助新媒体的力量实现政策的通俗化解读

未来媒体的数据内容和智能生产

人工智能辅助未来新闻变革

“媒体大脑”

- ✓ 智能采集多维数据，自动检测新闻事件，自动生成数据新闻和富媒体资讯内容

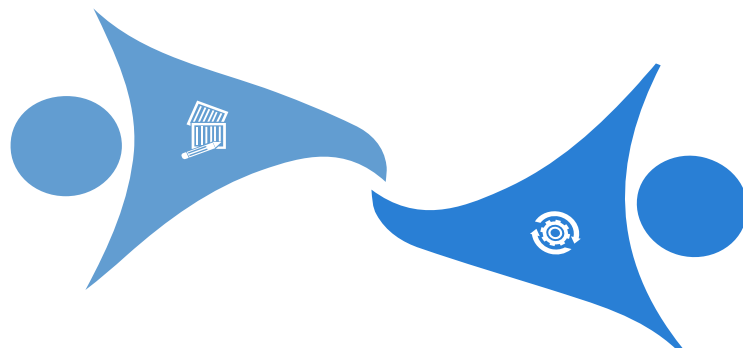
.....

数据推动新闻内容智能生产

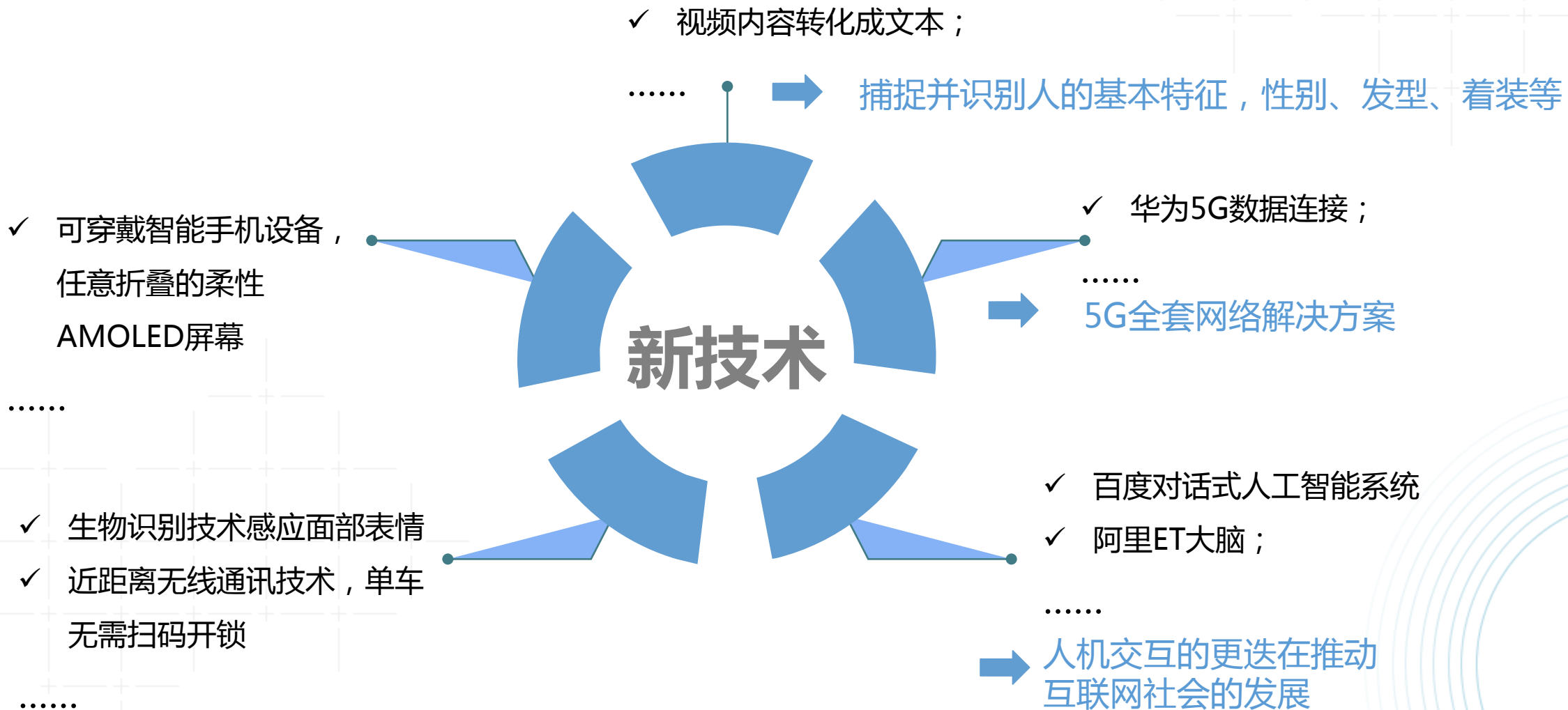
“媒体之眼”

- ✓ 覆盖更多的领域和场景，对重大新闻事件形成算法模型，关联数据，自动成稿，持续报道

.....



人机交互加速迭代助力社会发展



观点提供



◆ **沈阳** 知名学者

细节统筹



◆ **向安玲** 清博研究院 副院长

参与制作



◆ **王燕竹** 清博研究院 研究员



◆ **吕志超** 清博研究院 研究员

感谢以下人员对本报告的支持：何雪冰、刘晓雨、刘芬、陶迈卿、闫佳琪、冯杰、李潇、冯凡、庄敏仪等

数据支持



◆ **清博大数据** (<http://www.gsdata.cn/>)



谢谢观看
THANKS