

## 附件3

## 新闻业务研究作品推荐表

|      |   |      |             |
|------|---|------|-------------|
| 标题   | 南昌视频通讯社建设实践与思考  |      |             |
| 作者   | 李良生、彭金鸿   | 编辑   |             |
| 刊登刊物 | 《新媒体研究》   | 作者单位 | 南昌广播电视台     |
| 刊发栏目 | 媒介经营与管理   | 刊发日期 | 2024年7月25日  |
| 字数   | 6852  |      |             |
| 作品简介 | <p>文章聚焦媒体深度融合及视频社会化大背景下,传统媒体向新媒体、智媒体转型的必要性、紧迫性与比较优势,系统性地对南昌视频通讯社建设的逻辑起点、实施路径、举措成效进行梳理解读。理论联系实际,主题突出、逻辑清晰、层次分明。实践性较强,为各级主流媒体在新时代更好地担负起新的文化使命,用心用力讲好地方故事、中国故事,进一步推进媒体融合和深层次变革提供了参考借鉴。</p> |      |             |
| 社会效果 | <p>本文为江西省社科基金一般项目,江西省宣传思想文化领域高层次人才专题项目“凝聚起‘自信、发奋、齐心’的精神力量——打造‘南昌视频通讯社’路径研究”的研究成果,中国知网等平台收录,具有一定理论研究价值及社会指导价值。</p>   |      |             |
| 推荐理由 | <p>本文将理论与实践相结合,全面展示了主流媒体通过视频化转型塑造主流舆论新格局,有效提升传播力影响力的一系列创新举措,为各级媒体提供了很好的借鉴路径。</p> <p style="text-align: right;">签名:<br/>202 年 月 日</p>  |      |             |
| 作者姓名 | 彭金鸿   | 手机   | 15170019969 |

ISSN 2096-0360  
CN 10-1330/Q2

14

2024

New Media Research

# 新媒体研究

2024年 第10卷  
7月下 总第226期

主管：中国科学技术协会  
主办：中国科技新闻学会



RCCSE中国核心学术期刊

投稿邮箱：nrmagz@126.com

美国EBSCO学术数据库收录

《中文科技期刊数据库》收录

《中国核心期刊（遴选）数据库》收录

《万方数据—数字化期刊群》全文收录

《国家哲学社会科学学术期刊数据库》全文收录

《中国学术期刊网络出版总库》及CNKI系列数据库收录

主管：中国科学技术协会  
主办：中国科技新闻学会  
出版：《新媒体研究》杂志社

XINMEITI YANJIU

# 新媒体研究

2024年 第14期 第10卷 7月下

## 编委（按姓名汉语拼音排序）

蔡尚伟 曹三省 常江  
陈昌凤 陈积银 郭全中  
黄楚新 江鸿 彭兰  
沈阳 宋建武 王胜源  
谢新洲 喻国明 曾润喜  
詹新惠 张洪忠 张明新  
赵子忠 钟沈军 周葆华

## 专家委员会

主任：许英  
委员：徐九武 刘泽林  
常汝先 吕建华  
金振蓉 梁沂滨  
李宪 祁书彦

## 本刊声明

凡投稿本刊的稿件，作者文责自负，确保稿件不涉及保密事项，署名无争议。对于以任何形式侵犯他人著作权行为，作者应独立承担法律责任，本刊概不承担任何连带责任。作者来稿不代表本刊观点。

## 投稿方式

稿件请用Word格式文件，以附件方式发到本刊投稿邮箱：nrmagz@126.com。

如发现印装质量问题，请联系本刊编辑部调换。

社长：李宪  
副社长：崔琦 王昆仑  
总编辑：段艳文  
主编：王翔凤

编辑部  
编辑：朴妍 叶昌盛  
路汇通 高红娜  
美术编辑：郑雨潇

新媒体事业部：王昆仑

发行部：秦立根

编辑部电话：010-64462956 64462811

发行部电话：010-64465797

投稿邮箱：nrmagz@126.com

微信公众号：新媒体研究杂志

官方网站：www.xmtjy.org.cn

中国标准连续出版物号：ISSN 2096-0360  
CN 10-1330/G2

创刊年份：2015

刊期：半月刊

出版日期：每月10日和25日

发行范围：公开

国内发行：中国邮政集团有限公司  
北京市报刊发行局

订阅方式：全国各地邮局

邮发代号：80-773

印刷厂：廊坊市瀚源印刷有限公司

编辑部地址：北京市朝阳区东土城路8号  
林达大厦A座23层A室

邮编：100013

定价：18.00元

# 新媒体研究

2024年 第14期 第10卷 7月下 2024年7月25日出版（半月刊）

## 目次 CONTENTS

### 本期聚焦

|                          |    |   |
|--------------------------|----|---|
| ChatGPT介入学术出版的伦理研究：赋能与失范 | 陈丽 | 1 |
|--------------------------|----|---|

### 理论研究

|                   |                    |    |
|-------------------|--------------------|----|
| 网络信息特性与网络行为关系研究进展 | 王雨函, 温林海, 李敏       | 7  |
| 媒介变迁下的谣言传播研究      | 张乐怡, 周怡洁, 俞定国, 闫燕勤 | 12 |

### 应用研究

|                                     |               |    |
|-------------------------------------|---------------|----|
| 社交机器人“评论罗伯特”的智能传播机制与社交应用研究          | 陈淑婷           | 17 |
| 短视频平台中公共政策传播策略研究——基于抖音中“三孩”政策短视频的分析 | 姚丹, 闫春慧       | 21 |
| 互动仪式链视角下抖音“一起看”视频的情感传播              | 孙丹, 张怀艳       | 26 |
| 抖音直播间中残疾人的空间实践与价值创造                 | 王利刚, 李小柯, 林煦丹 | 30 |
| 深度媒介化时代大学生在短视频中的媒介形象建构及转向           | 熊惠, 李依谕, 邱春艳  | 36 |

|                                |     |    |
|--------------------------------|-----|----|
| 社交媒体信息过载对用户数字囤积行为的影响机制研究       | 张喆勤 | 41 |
| 媒介本体论视角下的朋友圈点赞：单向可见、追随者假象与具身失灵 | 郑怡娴 | 47 |

### 媒介经营与管理

|                |          |    |
|----------------|----------|----|
| 南昌视频通讯社建设实践与思考 | 李良生, 彭金鸿 | 51 |
|----------------|----------|----|

### 媒体观察

|                                 |         |    |
|---------------------------------|---------|----|
| 男性气质焦虑与建构：抖音男性用户“晒健身”现象分析       | 卞清, 李国庆 | 55 |
| B站鬼畜视频的伦理问题及治理路径                | 彭彬      | 61 |
| 社交减负、情感互联与“在场”建构：数字交往时代播客使用现象研究 | 王恺欣     | 66 |
| 目录学视角下的App页面研究——以百词斩为例          | 孙婷婷     | 70 |
| 短视频中非遗传承人形象的“他塑”“自塑”与“共塑”       | 郑元瑶     | 75 |

### 传媒论坛

|                        |              |     |
|------------------------|--------------|-----|
| 数字乡村建设中的新农人短视频实践研究     | 李旭绵          | 80  |
| 抖音平台中襄阳城市形象的场景化再造与传播研究 | 王思, 魏晓莉      | 85  |
| 短视频传播中时间的重塑与感知         | 张熙佳          | 89  |
| 基于用户在线评论的红色文旅景区服务质量评判  | 卢璠, 逢仁霞, 郭顺利 | 93  |
| 涵化理论下算法对用户的影响研究        | 尹思筠          | 100 |

# 南昌视频通讯社建设实践与思考

李良生, 彭金鸿

**摘要** 在数智时代大背景下, 视频的迅猛发展及其对社会的全面介入, 成为新时代媒介融合的生动景观。面对内外环境、受众群体、平台渠道、传播效果等发生巨变带来的机遇与挑战, 南昌视频通讯社的建设, 既是传统媒体积极拥抱数字化改革, 瞄准视频化、大众化、碎片化、多元化网络时代特征转向的全新探索, 也构筑起一种多元立体的传播形态, 在新闻宣传、融合服务、精品创作、文化传播等方面发挥积极作用。

**关键词** 视频; 媒介融合; 南昌视频通讯社; 数字化; 视频化; 传统媒体

中图分类号 G2 文献标识码 A 文章编号 2096-0360 (2024) 14-0051-04

新型主流媒体建设是新时代主流媒体转型发展、主力军全面挺进主战场的必然要求, 也是媒体深度融合的主要目标。习近平总书记强调, “推动媒体融合向纵深发展”“让党的声音传得更开、传得更广、传得更深入”<sup>[1]</sup>。

通讯社是指专业从事新闻信息采集、发布的传播机构, 自其诞生以来, 对世界新闻格局产生了巨大影响, 在今天依然发挥着重要作用。在数智时代大背景下, 通讯社不断打破原有的业务边界, 功能和作用也在不断丰富和拓展, 特别是以视频为核心的内容生产, 成为广大主流媒体转型发展的普遍共识。南昌广播电视台谋划推进南昌视频通讯社建设, 一方面是源于拥有丰富的视频内容资源数据, 同时具备较强的视频采集、内容创作、平台传播能力, 通过建立以视频内容为核心的生产、传播、运营体系, 向全国全网提供地方主流媒体最权威、最专业的音视频产品服务, 不断增强主流舆论话语权和影响力。

## 1 南昌视频通讯社建设的逻辑起点

截至 2023 年 12 月, 我国网络视听用户规模达 10.74 亿, 网民使用率 98.3%, 短视频人均单日使用 151 分钟<sup>[2]</sup>。作为一种新兴视听业态, 视频的文化、政治、经济属性进一步强化和彰显, 成为经济社会、

舆论宣传、信息传播、文化建设和广受人民群众欢迎的新媒介<sup>[3]</sup>。读者在哪里, 受众在哪里, 宣传报道的触角就要伸向哪里, 宣传思想工作的着力点和落脚点就要放在哪里。作为主流媒体的南昌广播电视台, 必须转变思维、创新载体、优化内容、提升服务, 运用新理念、新技术、新应用, 占领信息传播制高点。

### 1.1 理论逻辑: 加快形成传媒新质生产力的需要

新质生产力是由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生的先进生产力质态, 以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵, 以全要素生产率大幅提升为核心标志, 特点是创新, 关键在质优<sup>[4]</sup>。新质生产力与传统生产力相比, 是变革和替代, 继承和发展, 突出了“新”和“质”, 这要求宣传思想工作必须以创新为引领, 推动新质生产力加快发展。

面对新媒体传播的数字化、及时性、个性化、多媒体性等特征, 主流媒体要充分运用 VR、AR、人工智能、互联网、大数据、云计算等现代科学技术手段, 将创新融入宣传思想工作全过程。以更加优质的信息内容、精准的传播形式、多元个性的表达、深入人心的效果, 来有效应对和引导人们思想观念多样、多变、多元的特点。培育掌握创新表达、先进技术和数字应用的新型劳动者, 引进更加智慧化、智能化、绿色化、高端化等特征的劳动资

基金项目: 本文为江西省社科基金一般项目, 江西省宣传思想文化领域高层次人才专题项目“凝聚起‘自信、发奋、齐心’的精神力量——打造‘南昌视频通讯社’路径研究”的研究成果(项目编号: 23ZXRC39)。

作者简介: 李良生, 南昌广播电视台, 中共南昌市委宣传部, 高级记者, 研究方向为新闻传播。

彭金鸿, 南昌广播电视台, 中共江西省委党校, 研究方向为新闻传播、媒介融合。

料<sup>[5]</sup>，分析研究信息、数据、知识等新的劳动对象，不断开辟新领域新赛道，夯实发展新质生产力的物质基础。南昌视频通讯社通过重构信息传播、内容生产、政务商务服务等产业链价值链，打造多元综合功能与盈利模式，特别是在创新质效全过程不断发力、以新质生产力提升新闻宣传的传播力、引导力、影响力、公信力。

### 1.2 现实逻辑：视频社会化新生态的现实性需要

《中国视频社会化趋势报告》将2020年定义为中国视频社会化元年。《中国视频社会化趋势报告》指出，更高质量、更专业的视频技术和视频环境成为视频社会化的助推剂，而未来“以人为本”将成为视频社会化新趋势，“万物互融”将引领视频社会化新生态<sup>[6]</sup>。作为一种新的文化形态，视频化社会不仅塑造了新的生活方式甚至建构了新的社会秩序，而且还塑造了现代社会的认知观念和心理结构<sup>[7]</sup>。在视频社会化中，视频媒介使得现实生活得到无限拓展与延伸，受众广泛参与进入经济社会、新闻宣传、大型直播、舆论监督等社会活动之中。碎片化、分散化的表达方式，更加符合并迎合了大众的阅读习惯，智能化、移动化的视频传播形式，使受众不再受时间、地域的限制。大众还承担起观看、评论、转发、点赞等参与者和“把关人”的角色。

视频社会化特征的出现，使得强化视频生产的基础性地位和功能性定位迫在眉睫。南昌视频通讯社拥有最为核心的视频采集和加工、宣发等全要素能力，打通了从信息生产到信息传播再到信息反馈的全链条，符合大众更加多元的阅读习惯，能够更加精准地投递给受众，并构建两者之间的良性互动。

### 1.3 实践逻辑：视频通讯社的枢纽功能建设需要

随着数字技术的快速发展，视频业务迅速崛起，并呈现出行业化、场景化、融合化的多样性特征。以总台央视等为代表的视频业务媒体强势发力，利用自身的影响力不断拓展。例如成立于2010年的央视国际视频通讯社，经由“全球发布系统”向全球媒体机构提供音视频新闻内容服务，向世界展现真实、立体、全面的中国媒体信息，目前已签约500多家媒体机构，遍布全球近140个国家和地区，覆盖全球主要国家和地区的主流媒体。先后发起成立了“丝路视频新闻联盟”“非洲视频媒体联盟”“拉美伙伴”和“太平洋岛国伙伴”等合作机制<sup>[8]</sup>。

央视国际视频通讯社的发展为南昌视频通讯社建设提供了经验借鉴。其定位、功能、服务主要包含以下几个方面：

一是丰富的新闻素材。央视国际视频通讯社实行7×24小时发稿机制，为全球媒体和用户提供权威、专业、丰富的视频新闻内容服务，相当于全媒

体传播中心的定位和职责。

二是新闻直播信号。顾名思义就是各种重大事件、重大活动的现场直播。近年来，南昌广播电视台已经常态化承担江西省、南昌市各种重大活动的官方直播和新闻宣推任务。

三是多样化的视频内容布局。南昌广播电视台不断深化“内容+技术+艺术”融合，加快构建长、中、短、微视频生态体系，为南昌视频通讯社建设提供了坚实基础。

## 2 南昌视频通讯社建设的实施路径

南昌视频通讯社建设，一方面要坚持党性原则，牢记党媒姓党，把党的路线方针政策和重大决策部署宣传好、阐释好、落实好<sup>[9]</sup>。另一方面要立足数字化转型的时代背景，坚持用互联网思维、科技化手段、以受众为中心，将视频通讯社打造成为能够满足多样化需求的传播主体，充分发挥出新型主流媒体的综合效能。

### 2.1 顶层设计：坚持科学规划引领

根据国家广电总局《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》以及《江西省广播电视和网络视听“十四五”发展规划》，按照《南昌市深化文化体制改革攻坚行动方案（2022—2024年）》工作部署，在充分讨论研究和多方论证的基础上，南昌广播电视台出台《“南昌视频通讯社”建设三年发展规划（2024—2026年）》（以下简称《规划》）。《规划》提出，要聚焦“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，着力强化主流媒体的政治属性、传播属性和经济属性，全面提升全媒体传播格局，当好意识形态的“扛旗者”、南昌故事的“主讲人”、赣鄱文化国际传播的“排头兵”，增强广大人民群众对城市的认同感、自豪感、归属感，凝聚起英雄城“自信、发奋、齐心”的精神力量。

为有力推动南昌视频通讯社建设，《规划》还推出了三大政策赋能举措：

一是有序推动简政放权提质增效，将“自主用工权、财务核算权、经营自主权、精品创作规划权”下放，进一步明确主体责任，释放事业建设和产业发展的活力。

二是为实现全台更高水平收支平衡的工作目标，集中清理显性和隐性壁垒，重点强化机关在“十个方面”的赋能能力。

三是为提高管理效能，建立以工作结果为导向的考核机制，依据全年主要工作及责任状的落实质效，对相关责任人进行“十分制”考核评价，年终的评价结果作为干部任用、评先评优及考核奖惩的

重要依据。

## 2.2 理念思维：突出三重价值属性

传播主体的大幅增加和“信息海洋”边界的极大扩展，让信息无处不在、无所不及、无人不用<sup>[10]</sup>。南昌视频通讯社重点从政治属性、传播属性和经济属性三方面发力，不断提高产品服务的专业性、服务中心工作的有效性、实现产业价值的最优化。

在政治属性方面，主要体现为围绕中心、服务大局的能力水平。对全市重大项目、重点工作、重要活动进行全过程、全方位、全天候的视频记录、新闻报道、直播宣推、策划执行，成为南昌市线上线下主流视频内容的第一或唯一采集方和供应商。对外持续推送题材重大、内容新颖、形式多样、立意深远的高质量广播电视和新媒体稿件，始终保持南昌市在总台央视上稿全省领先的成绩。在传播属性方面，主要体现为音视频产品和传播平台的专业化、影响力。始终坚持以正能量澎湃大流量，全面优化会展、文演、直播、制作、宣推等专业要素“工具箱”。做强做优“洪观新闻”“小政视频”“新闻说报”“恰噶南昌”抖音号、“南昌广播电视台”“南昌文旅频道”“绿茵路1号”视频号等新媒体矩阵，使之成为全国有影响力、全网有话语权的重要网络平台。在经济属性方面，主要体现为产品服务的传播价值和市场价值。

## 2.3 运行体系：九条赛道构筑支撑

赛道思维，指从赛道选择的角度对企业经营方向进行定位以便获得错位竞争优势的思维模式。近年来，随着媒体融合向纵深发展，新热点、新路径频出，各大主流媒体纷纷在新赛道发力。例如人民日报新媒体把“视频化”作为加快推动媒体深度融合发展的关键举措，以可视化手段不断提升新媒体宣传报道水平，写下了媒体融合的崭新答卷<sup>[11]</sup>。

南昌视频通讯社通过全链条布局文演会展、视频直播、视频制作、视频宣推四大业务板块，打造县区拓展、政务服务、视听制作、互联网、文旅会展、广电云视、青少艺训、南昌优选、广电服务等九条重点赛道，构建“新闻+政务服务商务”“全媒体、全业务、全链条”的新型主流媒体。例如在视听制作赛道方面，突出发挥广电“制作力”优势，以精品视频制作、大型活动直播为重点方向，覆盖政务、商务市场，形成“技术力+艺术力+制作力”新势力。在文旅会展赛道方面，强化专业要素引领，通过承办活动、造节办会、合作运营，探索“媒体+政府+头部企业+第三方平台”的联合甲方模式，服务市县全域旅游会展产业。充分发挥传媒大剧院、演播室、录音棚等资源优势，通过引进、自创、合作的方式，挺进演唱会、音乐会、儿童剧等市场，打

响广电演艺品牌。在广电云视赛道方面，强化以“5G出行场景户外媒体+广播电视技术+软件开发和系统运维”为主营业务，采用技术研发、技术应用、技术合作的方式，探索布局VR、AR、XR、AI等技术应用，承接智慧城市，特别是智慧文旅等相关项目，实现视听应用场景新突破。

## 3 南昌视频通讯社建设的举措成效

2023年以来，南昌广播电视台自觉履行主流媒体责任担当，全力打造南昌视频通讯社，通过优质视听体验增强信息传播实效，以高质量内容提升传播力、引导力、影响力、公信力，以新质生产力提升新闻宣传、融合服务、信息传播质效，在全新的传播环境中引导舆论、凝聚共识，向全国全网展现了英雄之城自信、发奋、齐心的良好精神风貌。

### 3.1 守正创新，奏响主流宣传最强音

2023年，南昌广播电视台充分发挥视频通讯社的主阵地作用，继续将学习宣传贯彻党的二十大精神作为全年报道主题主线，推动党的科学理论“飞入寻常百姓家”，让地方好声音传遍全世界。立足南昌、放眼江西、面向全国，内宣外宣亮点频现。中秋、国庆双节假期，总台央视央广8天45次高频聚焦南昌。全年在总台央视发稿1002条，总分4010分，总台发稿数量、分值，央视、央广发稿数量、分值均位列全省第一。圆满完成南昌市委、市政府交办的系列重大项目重点工作专题片、汇报片、宣传片37部。《新时代 新南昌》等专题片先后在市委经济工作会议、新春团拜会及全市各县区两会等重要场合播放。

围绕“全面深入学习贯彻党的二十大精神”“实干奋进拼经济”等重大主题以及城市建设、产业转型、人才招引、会展经济和文明城市创建等重点工作，在广播、电视和新媒体平台同步开设33个专题专栏；推出“项目为先、实干奋进，争分夺秒拼经济·一线调研”系列报道，采制播发稿件14条；推出“项目为先、实干奋进，争分夺秒拼经济·权威访谈”13期；推出“经济工作方法论”系列述评10期、“城市管理方法论”系列述评8期。相关稿件内容在全网阅读量近1亿人次，多条稿件被“学习强国”学习平台、央视频、今日头条等采用。一个个紧扣中心的主题宣传，记录南昌高质量发展的坚实步伐，为推动党的创新理论深入人心，汇聚改革发展正能量贡献了媒体力量。

### 3.2 融合服务，以正能量澎湃大流量

汇聚南昌视频通讯社的资源要素，强化全方位的沟通协同能力，以服务效能提升推动政务服务转

型升级。以特色赛道为突破口,产业核心竞争力不断增强,全媒体、文旅会展和精品制作赛道等在社会效益、经济效益方面均取得亮眼成绩。新媒体矩阵打造出一批爆款产品,有力推进了媒体融合向纵深发展。特别是在省市重大活动的策划执行和直播宣传方面,全程参与了世界VR产业大会、飞行大会、南昌马拉松、迎新春和国庆烟花晚会、八一广场升旗仪式、国际龙舟赛、横渡赣江等活动,总观看量超5亿人次。其中,“弘扬爱国志 奋进新征程”八一广场升旗仪式7场直播观看量超1亿人次,3场烟花晚会直播吸引全网近1.5亿人次观看,原创微博话题#2023世界VR产业大会#和#我是VR达人#的总阅读量达3.8亿人次。作为唯一的官方直播信号源,南昌视频通讯社向人民日报、新华社、央视网、澎湃新闻、凤凰网、今日头条等50余家中央、省市区、商业媒体提供了拉流地址,为南昌赢得了巨大流量和新的良好口碑。策划打造的“Live南昌”慢直播IP,总阅读量达到2亿人次。白鹤小镇慢直播在澎湃新闻App、官网和手机版官网上线24小时阅读量达“160万+”。

通过新闻宣传“聚”流量、活动策划执行“造”流量、大型网络直播“推”流量、网络短视频“引”流量等举措,以正能量澎湃大流量,有力助推南昌成为“外地人喜欢、南昌人自豪、年轻人向往”的新晋网红城市。

### 3.3 精品思维,抢占信息传播制高点

2023年,南昌视频通讯社不断强化主动意识、创新意识、精品意识、受众意识,共生产优质原创短视频4000余条。2500余条短视频登上央视新闻客户端、央视频平台。直播拆条短视频450余条,登上抖音同城榜及社会榜60次。14个《江豚归来》短视频在CCTV纪录、央视频、B站、海外社交媒体平台发布,累计播放量突破千万次,同名微博话题阅读量超1亿人次。记录英雄城、英雄舰、英雄兵故事的南昌舰微纪录片《“舰”证》系列短视频在人民网、海军政治部视频号等100余个官方媒体平台发布,全网观看人数超1.1亿人次。短视频《追光者》《南昌:一件T恤的智造之旅》先后在全国30多个主要城市和地区的电视台,以及美国、加拿大、新西兰、意大利等国播出。大美南昌系列短视频在央视新闻客户端、央视频实现常态化推送。海量的短视频在全网、广播电视媒体广泛转发引用,为宣传南昌、推介南昌、展示南昌提供了优质的视听素材,在塑造南昌城市形象、提升城市影响力和美誉度上发挥了重要作用。

通过南昌视频通讯社的溢出效应,为城市发

展注入了全新活力。2023年,南昌全年接待游客1.9亿人次,同比增长16.9%,实现旅游综合收入1977.79亿元,增长41.3%,旅游人次和收入均创历史新高,成功入选“2023年中国十大旅游目的地必去城市”。

## 4 结论

随着数字化时代潮流奔涌,媒体融合从相融走向深融,新技术的迭代升级,融合传播的深化推进,视频社会化的特征凸显,正在塑造主流媒体发展新格局。南昌视频通讯社建设,是作为地方主流媒体的南昌广播电视台不断深化体制改革、优化资源要素配置、改进内容生产方式、面向网络化视频化社交化转型的有力尝试。但要进一步发挥视频通讯社的功能和效用,还必须以新质生产力提升为引领,在内容创新、服务创新、协同创新、人才创新等方面发力,以优质内容为根基、以受众需求为中心、以宣传质效为标准,不断抢占主流舆论场,巩固壮大主流思想舆论阵地。

### 参考文献

- [1] 梁迎梅. 媒体深度融合视角下主流媒体影响力提升策略研究[J]. 新媒体研究, 2023, 9(17): 67-71.
- [2] 蒋肖斌, 沈杰群. 网络视听用户10.74亿人 短视频人均单日使用151分钟[N]. 中国青年报, 2024-03-28(7).
- [3] 2023短视频蓝皮书发布[J]. 中国广播电视学刊, 2024(1): 135.
- [4] 乔晓楠, 马飞越. 新质生产力发展的分析框架: 理论机理、测度方法与经验证据[J]. 经济纵横, 2024(4): 12-28.
- [5] 王晓明, 沈华. 对新质生产力的理论认识、战略认识、实践认识[J]. 科技中国, 2024(4): 10-12.
- [6] 窦蔚. 媒体融合发展对传统媒体的影响挑战[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2024, 21(5): 76-78.
- [7] 孟建, 符艺娜. 视频化社会: 对一种社会文化形态的阐释[J]. 新闻爱好者, 2024(3): 9-13.
- [8] 慎海雄. 共担媒体责任 厚植丝路友谊[J]. 国际传播, 2023(5): 1-2.
- [9] 胡氏. 融媒时代高校校园媒体的价值意蕴、转型升级与发展路径[J]. 新媒体研究, 2023, 9(17): 62-66, 82.
- [10] 王燕文. 抢占媒体深度融合发展制高点[N]. 学习时报, 2019-03-27(1).
- [11] 张意轩, 朱利. 人民日报新媒体: 在短视频赛道上壮大主流价值[J]. 传媒, 2024(8): 16-18.

## 南昌视频通讯社建设实践与思考

作者：李良生，彭金鸿

**摘要：**在数智时代大背景下，视频的迅猛发展及其对社会的全面介入，成为新时代媒介融合的生动景观。面对内外环境、受众群体、平台渠道、传播效果等发生巨变带来的机遇与挑战，南昌视频通讯社的建设，既是传统媒体积极拥抱数字化改革，瞄准视频化、大众化、碎片化、多元化网络时代特征转向的全新探索，也构筑起一种多元立体的传播形态，在新闻宣传、融合服务、精品创作、文化传播等方面发挥积极作用。

**关键词：**视频；媒介融合；南昌视频通讯社；数字化；视频化；传统媒体

新型主流媒体建设是新时代主流媒体转型发展、主力军全面挺进主战场的必然要求，也是媒体深度融合的主要目标。习近平总书记强调，“推动媒体融合向纵深发展”“让党的声音传得更开、传得更广、传得更深入”<sup>[1]</sup>。

通讯社是指专业从事新闻信息采集、发布的传播机构，自其诞生以来，对世界新闻格局产生了巨大影响，在今天依然发挥着重要作用。在数智时代大背景下，通讯社不断打破原有的业务边界，功能和作用也在不断丰富和拓展，特别是以视频为核心的内容生产，成为广大主

流媒体转型发展的普遍共识。南昌广播电视台谋划推进南昌视频通讯社建设，一方面是源于拥有丰富的视频内容资源数据，同时具备较强的视频采集、内容创作、平台传播能力，通过建立以视频内容为核心的生产、传播、运营体系，向全国全网提供地方主流媒体最权威、最专业的音视频产品服务，不断增强主流舆论话语权和影响力。

## 1 南昌视频通讯社建设的逻辑起点

截至2023年12月，我国网络视听用户规模达10.74亿，网民使用率98.3%，短视频人均单日使用151分钟<sup>[2]</sup>。作为一种新兴视听业态，视频的文化、政治、经济属性进一步强化和彰显，成为经济社会、舆论宣传、信息传播、文化建设和广受人民群众欢迎的新媒介<sup>[3]</sup>。读者在哪里，受众在哪里，宣传报道的触角就要伸向哪里，宣传思想工作的着力点和落脚点就要放在哪里。作为主流媒体的南昌广播电视台，必须转变思维、创新载体、优化内容、提升服务，运用新理念、新技术、新应用，占领信息传播制高点。

### 1.1 理论逻辑：加快形成传媒新质生产力的需要

新质生产力是由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生的先进生产力质态，以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵，以全要素生产率大幅提升为核心标志，特点是创新，关键在质优<sup>[4]</sup>。新质生产力与传统生产力相比，是变革和替代，继承和发展，突出了“新”和“质”，这要求宣传思想文化工作必须以创新为引领，推动新质生产力加快发展。

面对新媒体传播的数字化、及时性、个性化、多媒体性等特征，主流媒体要充分运用VR、AR、人工智能、互联网、大数据、云计算等

现代科学技术手段，将创新融入宣传思想文化工作全过程。以更加优质的信息内容、精准的传播形式、多元个性的表达、深入人心的效果，来有效应对和引导人们思想观念多样、多变、多元的特点。培育掌握创新表达、先进技术和数字应用的新型劳动者，引进更加智慧化、智能化、绿色化、高端化等特征的劳动资料<sup>[5]</sup>，分析研究信息、数据、知识等新的劳动对象，不断开辟新领域新赛道，夯实发展新质生产力的物质基础。南昌视频通讯社通过重构信息传播、内容生产、政务商务服务等产业链价值链，打造多元综合功能与盈利模式，特别是在创新质效全过程不断发力，以新质生产力提升新闻宣传的传播力、引导力、影响力、公信力。

## 1.2 现实逻辑：视频社会化新生态的现实性需要

《中国视频社会化趋势报告》将2020年定义为中国视频社会化元年。《中国视频社会化趋势报告》指出，更高质量、更专业的视频技术和视频环境成为视频社会化的助推剂，而未来“以人为本”将成为视频社会化新趋势，“万物互融”将引领视频社会化新生态<sup>[6]</sup>。作为一种新的文化形态，视频化社会不仅塑造了新的生活方式甚至建构了新的社会秩序，而且还塑造了现代社会的认知观念和心理结构<sup>[7]</sup>。在视频社会化中，视频媒介使得现实生活得到无限拓展与延伸，受众广泛参与进入经济社会、新闻宣传、大型直播、舆论监督等社会活动之中。碎片化、分散化的表达方式，更加符合并迎合了大众的阅读习惯，智能化、移动化的视频传播形式，使受众不再受时间、地域的限制。大众还承担起观看、评论、转发、点赞等参与者和“把关人”的角色。

视频社会化特征的出现，使得强化视频生产的基础性地位和功能定位迫在眉睫。南昌视频通讯社拥有最为核心的视频采集和加工、

宣发等全要素能力，打通了从信息生产到信息传播再到信息反馈的全链条，符合大众更加多元的阅读习惯，能够更加精准地投递给受众，并构建两者之间的良性互动。

### 1.3 实践逻辑：视频通讯社的枢纽功能建设需要

随着数字技术的快速发展，视频业务迅速崛起，并呈现出行业化、场景化、融合化的多样性特征。以总台央视等为代表的视频业务媒体强势发力，利用自身的影响力不断拓展。例如成立于2010年的央视国际视频通讯社，经由“全球发布系统”向全球媒体机构提供音视频新闻内容服务，向世界展现真实、立体、全面的中国媒体信息，目前已签约500多家媒体机构，遍布全球近140个国家和地区，覆盖全球主要国家和地区的主流媒体。先后发起成立了“丝路视频新闻联盟”“非洲视频媒体联盟”“拉美伙伴”和“太平洋岛国伙伴”等合作机制<sup>[8]</sup>。

央视国际视频通讯社的发展为南昌视频通讯社建设提供了经验借鉴。其定位、功能、服务主要包含以下几个方面：

一是丰富的新闻素材。央视国际视频通讯社实行7×24小时发稿机制，为全球媒体和用户提供权威、专业、丰富的视频新闻内容服务，相当于全媒体传播中心的定位和职责。

二是新闻直播信号。顾名思义就是各种重大事件、重大活动的现场直播。近年来，南昌广播电视台已经常态化承担江西省、南昌市各种重大活动的官方直播和新闻宣推任务。

三是多样化的视频内容布局。南昌广播电视台不断深化“内容+技术+艺术”融合，加快构建长、中、短、微视频生态体系，为南昌视频通讯社建设提供了坚实基础。

## 2 南昌视频通讯社建设的实施路径

南昌视频通讯社建设，一方面要坚持党性原则，牢记党媒姓党，把党的路线方针政策和重大决策部署宣传好、阐释好、落实好<sup>[9]</sup>。另一方面要立足数字化转型的时代背景，坚持用互联网思维、科技化手段、以受众为中心，将视频通讯社打造成为能够满足多样化需求的传播主体，充分发挥出新型主流媒体的综合效能。

### 2.1 顶层设计：坚持科学规划引领

根据国家广电总局《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》以及《江西省广播电视和网络视听“十四五”发展规划》，按照《南昌市深化文化体制改革攻坚行动实施方案(2022—2024年)》工作部署，在充分讨论研究和多方论证的基础上，南昌广播电视台出台《“南昌视频通讯社”建设三年发展规划(2024—2026年)》(以下简称《规划》)。

《规划》提出，要聚焦“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，着力强化主流媒体的政治属性、传播属性和经济属性，全面提升全媒体传播格局，当好意识形态的“扛旗者”、南昌故事的“主讲人”、赣鄱文化国际传播的“排头兵”，增强广大市民群众对城市的认同感、自豪感、归属感，凝聚起英雄城“自信、发奋、齐心”的精神力量。

为有力推动南昌视频通讯社建设，《规划》还推出了三大政策赋能举措：

一是有序推动简政放权提质增效，将“自主用工权、财务核算权、经营自主权、精品创作规划权”下放，进一步明确主体责任，释放事业建设和产业发展的活力。

二是为实现全台更高水平收支平衡的工作目标，集中清理显性和

隐性壁垒，重点强化机关在“十个方面”的赋能能力。

三是为提高管理效能，建立以工作结果为导向的考核机制，依据全年主要工作及责任状的落实质效，对相关责任人进行“十分制”考核评价，年终的评价结果作为干部任用、评先评优及考核奖惩的重要依据。

## 2.2 理念思维：突出三重价值属性

传播主体的大幅增加和“信息海洋”边界的极大扩展，让信息无处不在、无所不及、无人不用<sup>[10]</sup>。南昌视频通讯社重点从政治属性、传播属性和经济属性三方面发力，不断提高产品服务的专业性、服务中心工作的有效性、实现产业价值的最优化。

在政治属性方面，主要体现为围绕中心、服务大局的能力水平。对全市重大项目、重点工作、重要活动进行全过程、全方位、全天候的视频记录、新闻报道、直播宣推、策划执行，成为南昌市线上线下主流视频内容的第一或唯一采集方和供应商。对外持续推送题材重大、内容新颖、形式多样、立意深远的高质量广播电视和新媒体稿件，始终保持南昌市在总台央视上稿全省领先的成绩。在传播属性方面，主要体现为音视频产品和传播平台的专业化、影响力。始终坚持以正能量澎湃大流量，全面优化会展、文演、直播、制作、宣推等专业要素“工具箱”。做强做优“洪观新闻”“小政视频”“新闻说报”“恰噶南昌”抖音号、“南昌广播电视台”“南昌文旅频道”“绿茵路1号”视频号等新媒体矩阵，使之成为全国有影响力、全网有话语权的重要网络平台。在经济属性方面，主要体现为产品服务的传播价值和市场价值。

## 2.3 运行体系：九条赛道构筑支撑

赛道思维，指从赛道选择的角度对企业经营方向进行定位以便获得错位竞争优势的思维模式。近年来，随着媒体融合向纵深发展，新热点、新路径频出，各大主流媒体纷纷在新赛道发力。例如人民日报新媒体把“视频化”作为加快推动媒体深度融合发展的关键举措，以可视化手段不断提升新媒体宣传报道水平，写下了媒体融合的崭新答卷<sup>[11]</sup>。

南昌视频通讯社通过全链条布局文演会展、视频直播、视频制作、视频宣推四大业务板块，打造县区拓展、政务服务、视听制作、互联网、文旅会展、广电云视、青少艺训、南昌优选、广电服务等九条重点赛道，构建“新闻+政务服务商务”“全媒体、全业务、全链条”的新型主流媒体。例如在视听制作赛道方面，突出发挥广电“制作力”优势，以精品视频制作、大型活动直播为重点方向，覆盖政务、商务市场，形成“技术力+艺术力+制作力”新势力。在文旅会展赛道方面，强化专业要素引领，通过承办活动、造节办会、合作运营，探索“媒体+政府+头部企业+第三方平台”的联合甲方模式，服务市县全域文旅会展产业。充分发挥传媒大剧院、演播室、录音棚等资源优势，通过引进、自创、合作的方式，挺进演唱会、音乐会、儿童剧等市场，打响广电演艺品牌。在广电云视赛道方面，强化以“5G出行场景户外媒体+广播电视技术+软件开发和系统运维”为主营业务，采用技术研发、技术应用、技术合作的方式，探索布局VR、AR、XR、AI等技术应用，承接智慧城市，特别是智慧文旅等相关项目，实现视听应用场景新突破。

### 3 南昌视频通讯社建设的举措成效

2023年以来，南昌广播电视台自觉履行主流媒体责任担当，全力打造南昌视频通讯社，通过优质视听体验增强信息传播实效，以高质量内容提升传播力、引导力、影响力、公信力，以新质生产力提升新闻宣传、融合服务、信息传播质效，在全新的传播环境中引导舆论、凝聚共识，向全国全网展现了英雄之城自信、发奋、齐心的良好精神风貌。

### 3.1 守正创新，奏响主流宣传最强音

2023年，南昌广播电视台充分发挥视频通讯社的主阵地作用，继续将学习宣传贯彻党的二十大精神作为全年报道主题主线，推动党的科学理论“飞入寻常百姓家”，让地方好声音传遍全世界。立足南昌、放眼江西、面向全国，内宣外宣亮点频现。中秋、国庆双节假期，总台央视央广8天45次高频聚焦南昌。全年在总台央视发稿1002条，总分4010分，总台发稿数量、分值，央视、央广发稿数量、分值均位列全省第一。圆满完成南昌市委、市政府交办的系列重大项目重点工作专题片、汇报片、宣传片37部。《新时代 新南昌》等专题片先后在市委经济工作会议、新春团拜会及全市各县区两会等重要场合播放。

围绕“全面深入学习贯彻党的二十大精神”“实干奋进拼经济”等重大主题以及城市建设、产业转型、人才招引、会展经济和文明城市创建等重点工作，在广播、电视和新媒体平台同步开设33个专题专栏；推出“项目为先、实干奋进，争分夺秒拼经济·一线调研”系列报道，采制播发稿件14条；推出“项目为先、实干奋进，争分夺秒拼经济·权威访谈”13期；推出“经济工作方法论”系列述评10期、“城市管理方法论”系列述评8期。相关稿件内容在全网阅读量近1亿人次，多条稿件被“学习强国”学习平台、央视频、今日头条等采用。一个

个紧扣中心的主题宣传，记录南昌高质量发展的坚实步伐，为推动党的创新理论深入人心，汇聚改革发展正能量贡献了媒体力量。

### 3.2 融合服务，以正能量澎湃大流量

汇聚南昌视频通讯社的资源要素，强化全方位的沟通协同能力，以服务效能提升推动政务服务转型升级。以特色赛道为突破口，产业核心竞争力不断增强，全媒体、文旅会展和精品制作赛道等在社会效益、经济效益方面均取得亮眼成绩。新媒体矩阵打造出一批爆款产品，有力推进了媒体融合向纵深发展。特别是在省市重大活动的策划执行和直播宣传方面，全程参与了世界VR产业大会、飞行大会、南昌马拉松、迎新春和国庆烟花晚会、八一广场升旗仪式、国际龙舟赛、横渡赣江等活动，总观看量超5亿人次。其中，“弘扬爱国志 奋进新征程”八一广场升旗仪式7场直播观看量超1亿人次，3场烟花晚会直播吸引全网近1.5亿人次观看，原创微博话题#2023世界VR产业大会#和#我是VR达人#的总阅读量达3.8亿人次。作为唯一的官方直播信号源，南昌视频通讯社向人民日报、新华社、央视频、澎湃新闻、凤凰网、今日头条等50余家中央、省市、商业媒体提供了拉流地址，为南昌赢得了巨大流量和新的良好口碑。策划打造的“Live南昌”慢直播IP，总阅读量达到2亿人次。白鹤小镇慢直播在澎湃新闻App、官网和手机版官网上线24小时阅读量达“160万+”。

通过新闻宣传“聚”流量、活动策划执行“造”流量、大型网络直播“推”流量、网络短视频“引”流量等举措，以正能量澎湃大流量，有力助推南昌成为“外地人喜欢、南昌人自豪、年轻人向往”的新晋网红城市。

### 3.3 精品思维，抢占信息传播制高点

2023年，南昌视频通讯社不断强化主动意识、创新意识、精品意识、受众意识，共生产优质原创短视频4000余条。2500余条短视频登上央视新闻客户端、央视频平台。直播拆条短视频450余条，登上抖音同城榜及社会榜60次。14个《江豚归来》短视频在CCTV纪录、央视频、B站、海外社交媒体平台发布，累计播放量突破千万次，同名微博话题阅读量超1亿人次。记录英雄城、英雄舰、英雄兵故事的南昌舰微纪录片《“舰”证》系列短视频在人民网、海军政治部视频号等100余个官方媒体平台发布，全网观看人数超1.1亿人次。短视频《追光者》《南昌：一件T恤的智造之旅》先后在全国30多个主要城市和地区的电视台，以及美国、加拿大、新西兰、意大利等国播出。大美南昌系列短视频在央视新闻客户端、央视频实现常态化推送。海量的短视频在全网、广播电视媒体广泛转发引用，为宣传南昌、推介南昌、展示南昌提供了优质的视听素材，在塑造南昌城市形象、提升城市影响力和美誉度上发挥了重要作用。

通过南昌视频通讯社的溢出效应，为城市发展注入了全新活力。2023年，南昌全年接待游客1.9亿人次，同比增长16.9%，实现旅游综合收入1977.79亿元，增长41.3%，旅游人次和收入均创历史新高，成功入选“2023年中国十大旅游目的地必去城市”。

#### 4 结论

随着数字化时代潮流奔涌，媒体融合从相融走向深融，新技术的迭代升级，融合传播的深化推进，视频社会化的特征凸显，正在塑造主流媒体发展新格局。南昌视频通讯社建设，是作为地方主流媒体的南昌广播电视台不断深化体制改革、优化资源要素配置、改进内容生

产方式、面向网络化视频化社交化转型的有力尝试。但要进一步发挥视频通讯社的功能和效用，还必须以新质生产力提升为引领，在内容创新、服务创新、协同创新、人才创新等方面发力，以优质内容为根基、以受众需求为中心、以宣传质效为标准，不断抢占主流舆论场，巩固壮大主流思想舆论阵地。

## 参考文献

- [1]梁迎梅. 媒体深度融合视角下主流媒体影响力提升策略研究[J]. 新媒体研究, 2023, 9(17): 67-71.
- [2]蒋肖斌, 沈杰群. 网络视听用户10.74亿人短视频人均单日使用151分钟[N]. 中国青年报, 2024-03-28(7).
- [3]2023短视频蓝皮书发布[J]. 中国广播电视学刊, 2024(1): 135.
- [4]乔晓楠, 马飞越. 新质生产力发展的分析框架: 理论机理、测度方法与经验证据[J]. 经济纵横, 2024(4): 12-28.
- [5]王晓明, 沈华. 对新质生产力的理论认识、战略认识、实践认识[J]. 科技中国, 2024(4): 10-12.
- [6]窦蔚. 媒体融合发展对传统媒体的影响挑战[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2024, 21(5): 76-78.
- [7]孟建, 符艺娜. 视频化社会: 对一种社会文化形态的阐释[J]. 新闻爱好者, 2024(3): 9-13.
- [8]慎海雄. 共担媒体责任厚植丝路友谊[J]. 国际传播, 2023(5): 1-2.
- [9]胡民. 融媒时代高校校园媒体的价值意蕴、转型升级与发展路

径[J]. 新媒体研究, 2023, 9(17): 62-66, 82.

[10]王燕文. 抢占媒体深度融合发展制高点[N]. 学习时报, 2019-03-27(1).

[11]张意轩, 朱利. 人民日报新媒体: 在短视频赛道上壮大主流价值[J]. 传媒, 2024(8): 16-18.

### **基金项目:**

江西省社科基金一般项目, 江西省宣传思想文化领域高层次人才专题项目“凝聚起‘自信、发奋、齐心’的精神力量——打造‘南昌视频通讯社’路径研究”的研究成果(项目编号: 23ZXRC39)。

### **作者简介:**

李良生, 南昌广播电视台, 中共南昌市委宣传部, 高级记者, 研究方向为新闻传播。

彭金鸿, 南昌广播电视台, 中共江西省委党校, 研究方向为新闻传播、媒介融合。