

# 数字经济时代 传统媒体融合发展路径分析

文/刘翠敏

**摘要：**随着数字经济的发展，传媒业逐渐步入深度融合发展阶段，但是大多数传统媒体经营仍然步履维艰。传统媒体如何以数字经济作为突破口，是传媒产业面临的新课题。本文在研究数字技术与传媒产业市场结构变迁的基础上，通过分析传统媒体与平台媒体的多层次市场竞争，探索数字经济时代传统媒体融合发展的新路径，总结了传统媒体重新定位的三种商业模式和转型过程实践启示。

**关键词：**数字经济 多层次竞争 媒体融合

习近平总书记指出：“发展数字经济意义重大，是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择。”党的二十大报告提出建设“数字中国”，把发展数字经济作为建设现代化产业体系的重要内容进行部署，指出要“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群”。当前，数字技术正在加速深入融入经济社会发展各领域全过程，媒体深度融合同样需要数字技术支撑。2019年，习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时讲话指出：“推动媒体融合发展、建设全媒体成为我们面临的一项紧迫课题。要运用信息革命成果，推动媒体融合向纵深发展……推动媒体融合发展，要坚持一体化发展方向，通过流程优化、平台再造，实现各种媒介资源、生产要素有效整合，实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通……要探索将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中，全面提高舆论引导能力。”运用信息技术、发展数字经济是传统媒体实现融合发展、传媒产业实现转型升级的必由之路。近年来，我国数字经济快速增长，总量已稳居世界第二，为传统媒体实现数字化转型奠定了坚实基础，许多传统媒体纷纷发力新媒体，开启了全媒体时代。传统媒体借助平台型媒体带来的巨大流量，产生了大量爆款文章和视频，但是在数字经济催生新型传媒产业业态、助推传媒产业做大做强方面，依然步履维艰。尤其是2020年以来，新冠疫情使人们的线上需求得以充分释放，短视频用户规模快速增长，加速了传媒市场结构的改变，如何实现社会效益和经济效益双丰收成为传统媒体面临的一项紧

迫课题。迈上新征程，传统媒体要深入学习贯彻党的二十大精神，加快推进新型媒体平台建设，加快推动传媒产业转型升级。本文试图在研究数字技术与传媒产业市场结构变迁的基础上，通过分析传统媒体与平台媒体的多层次市场竞争，探索传统媒体深度融合发展的新路径、新模式。

## 一、数字技术与传媒产业市场结构变迁

在互联网出现之前，报纸、期刊、广播、电视等传统媒体与电信产业分别有专用的信息形式、传输平台和接收终端，不同子产业间的技术边界、产品边界、市场边界区分明显。传统媒体有着非常稳定的商业模式，通常采用的是“二次售卖”方式，先把内容产品销售给受众，获取受众的注意力，形成传播力，再把传播价值销售给广告客户。在“二次售卖”模式中，大多数媒体的核心盈利点是广告收入，传媒市场的竞争主要表现为传媒业各子产业不同企业间的竞争。

从20世纪70年代开始，数字技术的发展推进了电信业与传统媒体之间的融合。数字技术通过0和1两个数字的不同组合方式，对文本、语音和影像等复杂多样的不同信息形式，统一进行数字化的表达、处理和传输；互联网作为非专用信息传送平台，可以传送多种类型的数字化信息，将报纸期刊、广播电视、电信产业的专用传输平台统一到互联网平台，并且实现了信息传播由单向传递向双向传递的转换；智能手机等移动终端的出现，又将纸质媒介、收音机、电视机、电话等信息接收终端的功能集于一体。可以说，数字技术的发展推进了电信、广播电视、报刊等产业在信息形式、