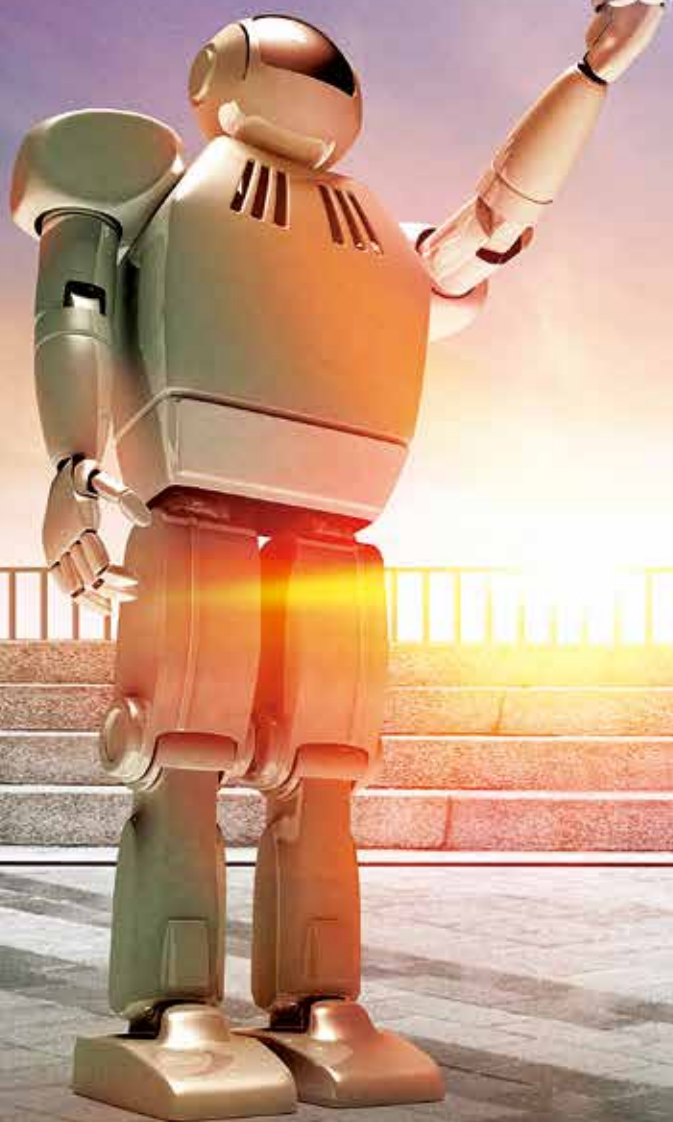


无网络 不传播

New Media

# 网络传播

2016年12月号 总第157期



风向

捍卫网络空间主权  
筑牢网络强国基石

月报

## 人工智能 无限可能

舆论场

复盘捐款门：  
让众筹慈善回归本质

探索

美国网络舆论引导  
和管理的策略

ISSN 1672-7967



129  
9 771672 796164  
邮发代号: 80-199



1 第一期  
微信公众号上的  
时政表达



2 第二期  
微信公众号上的  
正能量传播



3 第三期  
优秀微信公众号  
的必备基因

4 第四期  
新闻网站传播力  
是如何炼成的

5 第五期  
政务如何上头条



6 第六期  
国学文化的网络传播

7 第七期  
网络大V的舆论引领

8 第八期  
互联网+公益

9 第九期  
中国网媒的  
海外传播

10 第十期  
融合传播的  
挑战与变革

11 第十一期  
大数据与  
新闻表达

12 第十二期  
2015-2016  
中国新闻网站  
传播力年度报告

13 第十三期  
App的黄金窗口  
是否还在?

14 第十四期  
技术演进下的  
传播新浪潮

精彩不断奉上

# 网络传播沙龙

New Media Salon

在这里  
只为最亲爱的读者和网友  
送上最诚意的巅峰对话



15 第十五期  
移动的未来是视频，  
视频的未来是移动。



# 欢迎 订 阅

邮发代号 80-199  
刊号 CN11-5195/G2  
发行热线 01055635239

无网络 不传播

New Media  
**网络传播**

做中国网络传播的旗帜和号角

## 杂志介绍

《网络传播》杂志由中央网信办主管主办。作为全国网信工作指导性刊物,《网络传播》杂志致力于宣传、解读中央网络安全和信息化领导小组各项工作意图,引领网络传播主流,报道网络传播经验,研究网络传播规律;以丰富权威的资讯、典型详实的案例、前瞻先导的理论,为互联网管理者、从业者、研究者提供决策依据、实践案例和研究成果。

## 杂志信息

地址:北京市东城区朝阳门内大街190号207室

电子信箱:wangluocb@vip.sina.com

编辑部:010-55635235



微信二维码



## 订阅方法

1. 全国各地邮政营业网点或邮递员订阅;
2. 中国邮政订阅网 (<http://bk.11185.cn/>);
3. 中国邮政订阅热线: 11185;
4. 下载“手机邮局App”订阅;
5. 扫“中邮报亭”微信二维码订阅。

New Media  
**网络传播**

声明Declaration

遵中央关于互联网管理的精神，  
《网络传播》上级主管单位变更为  
中央网络安全和信息化领导小组办公室、  
国家互联网信息办公室

编辑出版 网络传播编辑部  
学术咨询委员会 陈昌凤 杜骏飞 方兴东 高 钢  
(按姓氏拼音排序) 胡 泳 李本乾 李良荣 彭 兰  
强 荧 沈 浩 宋建武 唐绪军  
韦 路 谢新洲 熊澄宇 张志安  
钟 瑛

执行主编 赵 帆  
副主编 孙光海  
编辑部主任 马冉冉  
副主任 孙文宾  
新媒体部主任 马婷婷  
内容合作部主任 周世琦  
首席选题编辑 刘沁娟  
编辑·记者 潘树琼 杨林林 孙语冰 杨 洋  
编务 刘 婷  
法律顾问 北京岳成律师事务所

地址 北京市东城区朝阳门内大街190号207室  
投稿邮箱 wangluocb@vip.sina.com  
编辑部 010-55635235  
发行部 010-55635239  
传真 010-55635239  
邮编 100010  
出版日期 每月28日

印刷 北京华联印刷有限公司  
刊号 ISSN1672-7967 CN11-5195/G  
广告许可证 京西工商广字第0412号  
定价 10.00元  
国内发行 全国各地邮局  
邮发代号 80-199  
举报电话 010-68995925



官方微信



官方微博

版权申明:

本杂志全部著作，由本杂志社享有相关著作权利。未经本杂志社许可，任何个人及组织不得转载、摘编或做任何利用。如有印刷质量问题或装订错误，请联系北京华联印刷有限公司调换。电话010-87110932

New Media

# 网络传播





26

## 人工智能 无限可能

人工智能给世界带来的影响将远超互联网在过去30年对世界造成的改变。其应用存在无限的可能性，我们需要重新想象每一件事情、每一个行业、每一个市场



风向

10

- 08 月度速览
- 10 捍卫网络空间主权 筑牢网络强国基石
- 14 网络扶贫：“互联网+”托起小康梦
- 16 “香港+”为创业青年“+油”
- 18 冬行西藏正当时 脱贫生态两不误
- 20 用匠心写匠人 以争鸣赢共鸣
- 22 网络理政助推政府治理现代化

月报

- 26 人工智能 无限可能
- 28 人工智能发展简史
- 32 关于人工智能的几点思考
- 34 三维度看人工智能产业发展态势
- 36 百度: 下一幕, 因智而能
- 38 搜狗: 搜索天生具备智能基因
- 40 格灵深瞳: 让计算机看懂世界
- 42 海康威视: AI开启城市新纪元
- 44 国际科技巨头描绘人工智能愿景
- 46 智能好物
- 48 **网络传播沙龙**  
网络直播——新媒体时代的一把火



32

### 关于人工智能的几点思考

当前制约机器人科技发展的瓶颈是人工智能, 人工智能研究的难点是对认知的解释与建构, 而认知研究的关键问题则是对自主和情感等意识现象的破解

舆论场

- 54 舆情热点
- 56 **网站转型之路**  
中青在线: 把握潮流 服务青年
- 58 长江网: 投注热爱 务实迭代
- 60 如何讲好“海昏侯墓”考古故事
- 62 打造网络公益新生态的“温州样本”
- 64 用创新激活主流媒体的内容“四力”
- 66 由支付宝风波看商业舆情演化
- 68 复盘捐款门: 让众筹慈善回归本质
- 70 网络传播视觉榜
- 74 中国新闻网站传播力12月榜



60

### 如何讲好“海昏侯墓”考古故事

中国江西网多次专门召开专题策划会, 组建采访、编辑、技术、美工等团队, 目标是全方位、立体化地呈现这次历史性考古发掘

探索

- 84 《网络安全法》织牢网络安全网
- 86 《网络安全法》这样“立”起来
- 88 护航个人信息 保障合法权益
- 90 短视频新闻的跨平台传播研究
- 93 美国网络舆论引导和管理的策略
- 96 **学习经典**  
法安天下, 德润人心



86

### 《网络安全法》这样“立”起来

立法的迅速推进源自我国面临国内外网络安全形势的客观实际和紧迫需要, 标志着我国网络空间法治化进程的实质性展开





# 风向

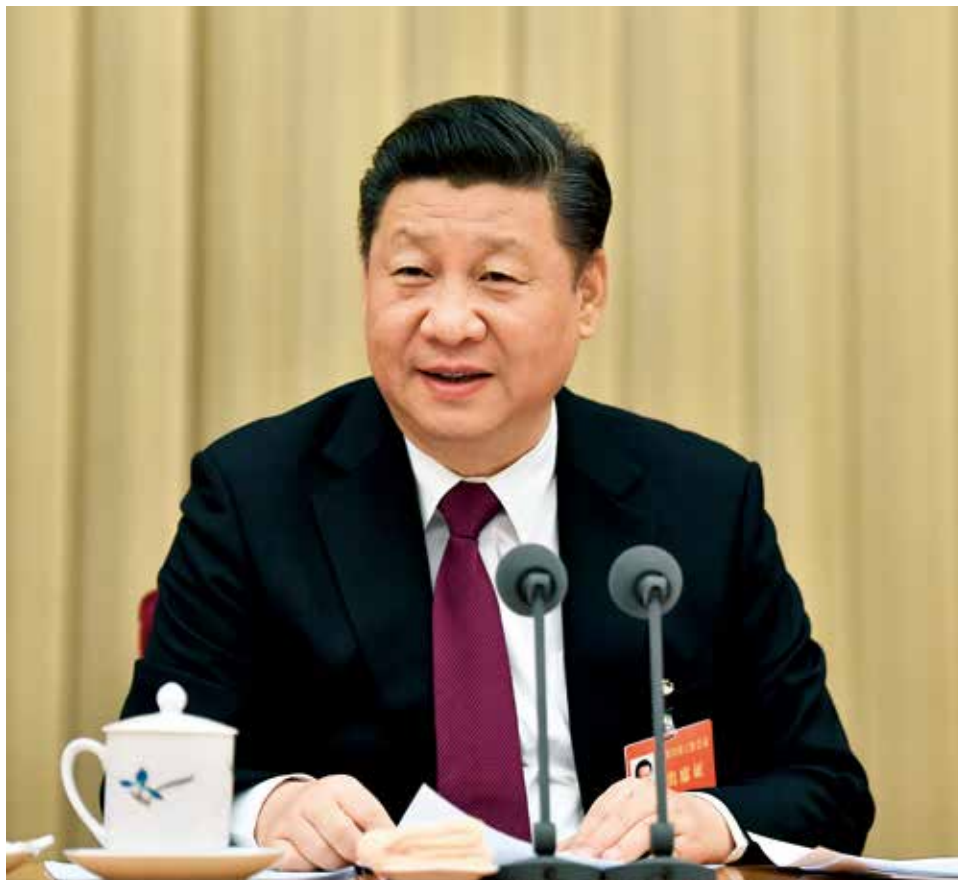
Trend

从此,《网络传播》将是中国网络传播的旗帜和号角,  
在这里,看到网信工作前沿报道、互联网政策解读;  
在这里,聆听黄钟大吕、微言大义;  
在这里,触摸网络传播领域前沿。

## 08 月度速览

- 10 捍卫网络空间主权 筑牢网络强国基石
- 14 网络扶贫:“互联网+”托起小康梦
- 16 “香港+”为创业青年“+油”
- 18 冬行西藏正当时 脱贫生态两不误
- 20 用匠心写匠人 以争鸣赢共鸣
- 22 网络理政助推政府治理现代化

# 月度速览



2016年12月14日至16日，中央经济工作会议在北京举行。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平发表重要讲话。图/新华社记者李涛摄

## 1

### 国务院印发《“十三五”国家信息化规划》

2016年12月27日，国务院印发《“十三五”国家信息化规划》（以下简称《规划》）。《规划》是“十三五”国家规划体系的重要组成部分，是指导“十三五”期间各地区、各部门信息化工作的行动指南。《规划》指出，“十三五”时期是信息化引领全面创新、构筑国家竞争新优势的重要战略机遇期，是我国从网络大国迈向网络强国、成长为全球互联网引领者的关键窗口期，是信息技术从跟跑并跑到并跑领跑、抢占战略制高点的激烈竞逐期，也是信息化与经济社会深度融合、新旧动能充分释放的协同进发期，必须加强统筹谋划，主动顺应和引领新一轮信息革命浪潮。

2

## 中美举行第三次打击网络犯罪及相关事项高级别联合对话

2016年12月7日，第三次中美打击网络犯罪及相关事项高级别联合对话在华盛顿举行。中美双方在此次对话中就推进打击网络犯罪、网络安全合作、完善热线联络机制、网络反恐合作、情报信息共享等达成广泛共识，取得积极成果，在落实两国元首达成的共识方面取得重要进展。双方提议2017年在中国举行第四次对话。中国公安部、国家网信办、外交部、工信部、国家安全部和司法部以及美国司法部、国土安全部、国务院、联邦调查局等部门负责人参加了对话。

3

## 第三届世界互联网大会举行总结表彰会

2016年12月21日，第三届世界互联网大会总结表彰会议在杭州举行。浙江省委书记、省人大常委会主任夏宝龙作出批示。中央宣传部副部长、中央网信办主任、国家网信办主任徐麟，浙江省委副书记、代省长车俊出席会议并讲话。徐麟指出，习近平总书记在第三届世界互联网大会开幕式视频讲话中清晰地描绘了全球互联网发展治理的愿景，引发与会嘉宾与国际社会热烈反响。我国治网主张正逐渐从理念共识走向具体实践。

4

## 争做中国青年好网民主题教育实践活动推进会在京举行

2016年12月27日，中央网信办、共青团中央联合召开争做中国青年好网民主题教育实践活动暨共青团网络新媒体工作推进会。中央网信办副主任任贤良希望共青团组织坚持围绕中心、着眼大局，进一步明确工作目标、突出工作主线、抓住关键环节、把握好“时、度、效”，切实巩固网络引导工作的成果。

5

## “剑网2016”专项行动查处行政案件514件，关闭网站290家

2016年12月22日，国家版权局在京公布了“剑网2016”专项行动成果。2016年7月至11月，国家版权局、国家网信办、工信部、公安部联合开展了打击网络侵权盗版“剑网2016”专项行动。各地共查处行政案件514件，行政处罚467万元；移送司法机关刑事案件33件，涉案金额2亿元；关闭网站290家。国家版权局有关负责人表示，通过5个月的专项治理，网络版权环境得到进一步净化，专项行动取得了显著成效。

6

## “净网2016”专项行动公布一批典型案例

2016年12月16日，全国“扫黄打非”办公室对外公布包括“江苏昆山刘某等人微信传播淫秽物品牟利案”等8起网络传播淫秽色情信息刑事案件和4起新闻客户端或网站传播色情信息行政处罚案件，以此集中曝光不法行为震慑不法分子。在“净网2016”专项行动中，各地各部门深入查办案件，将行政处罚与刑事打击结合起来，共查办网络“扫黄打非”案件862起，其中66起重点案件受到全国“扫黄打非”办公室单独或联合公安部挂牌督办。

7

## 国家网信办等三部门整治网络直播乱象

为加强互联网直播管理，促进行业健康有序发展，国家网信办、文化部、新闻出版广电总局于2016年12月下旬组成联合检查组，对网络直播平台进行专项检查。接受检查的十几家企业大都制定了管理规定，但有的落实不到位，依然存在低俗内容，有的无资质开展新闻信息直播，有的在用户实名制、弹幕管理、内容审核等方面存在漏洞。■

《国家网络安全安全战略》发布

# 捍卫网络空间主权 筑牢网络

文 / 本刊编辑部



供图/CFP

# 强国基石



当今世界，网络信息技术日新月异，网络安全已经成为影响经济社会发展、国家长治久安和人民群众利益福祉的重大战略问题。面对日趋复杂严峻的网络安全形势，迫切需要我们做好网络安全的顶层设计，加强战略规划和工作部署。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视网络安全和信息化工作。2014年2月，在中央网络安全和信息化领导小组第一次会议上，习近平总书记强调，“没有网络安全就没有国家安全，没有信息化就没有现代化”，开启了网络强国建设的伟大征程。随后，我国进入了网络安全和信息化“一体之两翼，双轮之驱动”协同发展的快车道。

2016年7月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《国家信息化发展战略纲要》，为我国的信息化发展指明了方向；11月7日，十二届全国人大常委会第24次会议表决通过了《网络安全法》，将于2017年6月1日正式施行。这些举措都是按照中央的重大战略部署进行和实施的。

“一引其纲，万目皆张”。2016年12月27日，国家网信办发布《国家网络空间安全战略》（以下简称《战略》），这是我国首次发布关于网络空间安全的战略。国家网信办副主任王秀军在发布会上介绍，《战略》经中央网络安全和信息化领导小组批准，贯彻落实习近平总书记网络强国战略思想，阐明了中国关于网络空间发展和安全的重大立场和主张，明确了战略方针和主要任务，切实维护国家在网络空间的主权、安全、发展利益，是指导国家网络安全工作的纲领性文件。

## 十字目标 中国声音

党的十八大以来，习近平总书记在多个场合就网络安全工作发表了系列重要讲话，提出了一系列新思想、新观点、新论断和新要求。为贯彻落实习近平总书记关于全球互联网发展的四项原则和五点主张，阐明我国关于网络空间发展和安全的重大立场主张，维护我国在网络空间的主权、安全和发展利益，根据中央网络安全和信息化领导小组决策部署，中央网信办会同外交部、工信部、公安部等部门经过深入调研，广泛征求各方意见，历时两年形成了《战略》。

“《战略》是代表中央发出的新的建设网络强国动员令，是向国际发布的中国在网络安全方面的宣言书。《战略》也昭告世界中国



国捍卫国家安全和网络安全的坚强决心, 以及通过国际合作共同建设和平网络空间的善意和愿望。”全国信息安全标准化技术委员会委员崔书昆表示。

网络空间机遇和挑战并存, 机遇大于挑战。《战略》要求, 要以总体国家安全观为指导, 贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念, 增强风险意识和危机意识, 统筹国内国际两个大局, 统筹发展安全两件大事, 积极防御、有效应对, 推进网络空间和平、安全、开放、合作、有序, 维护国家主权、安全、发展利益, 实现建设网络强国的战略目标。

对于《战略》首次明确的“和平、安全、开放、合作、有序”十字目标, 专家们一致认为, 这是明确的“中国声音”。国家信息安全中心专家委员会副主任宁家骏表示, 《战略》所提出的“十字目标”, 明确了要处理好安全与发展的关系。汕头大学国际互联网研究院院长、

左图: 2016年12月27日, 《国家网络空间安全战略》新闻发布会现场。

右上图: 《国家网络空间安全战略(2016)》。

右下图: 2016年12月27日, 记者在《国家网络空间安全战略》新闻发布会现场提问。

图/本刊记者 杨洋摄

互联网实验室主任方兴东则认为, “十字目标”符合全球发展方向, 贴近时代大潮。在复旦大学网络空间治理研究中心副主任沈逸看来, 《战略》首次以国家战略文件形式, 详细、系统、全面、完整地展示了中国对国家网络安全的看法, 清晰地提出了五大战略目标, 体现了新兴大国对全球网络发展的方向、理念与担当。

#### 四项原则 明确内涵

《战略》提出了尊重维护网络空间主权、和平利用网络空间、依法治理网络空间、统筹网络安全和发展四个方面的基本原则, 阐述了网络空间主权的内涵, 强调要坚持相互尊重、平等相待、求

同存异、包容互信、尊重彼此在网络空间的安全利益和重大关切; 坚持以人为本, 依法管网、依法办网、依法上网, 切实保障各方在网络空间的权益; 坚持以安全保发展, 以发展促安全, 正确处理好网络空间发展和安全的关系。

2015年7月通过并实行的新《国家安全法》首次明确了“网络空间主权”这一概念, 而《战略》则是首次明确“网络空间主权”的内涵。《战略》提出, 各国主权范围内的网络事务由各国人民自己做主, 各国有权根据本国国情, 借鉴国际经验, 制定有关网络空间的法律法规, 依法采取必要措施, 管理本国信息系统及本国疆域上的网络活动; 保护本国信息系统和信息资源免受侵入、干扰、攻击和破坏, 保障公民在网络空间的合法权益; 防范、阻止和惩治危害国家安全和利益的有害信息在本国网络传播, 维护网络空间秩序。

在专家们看来, 对“网络空间主

权”的阐释是《战略》的亮点之一。中国电子信息产业发展研究院研究员张莉认为，“和以往停留在概念相比，这次关于网络空间主权的提法相当具体，比如在‘原则’条目中，详细解释了网络空间主权的内涵，回应了国际社会的关切。”中国现代国际关系研究院院长助理张力则表示，“为了维护网络空间里民众的利益，必须要能够首先独立自主不受干涉地制定符合我国国情的网络空间管理政策，这是我们在《战略》中强调网络空间主权的要点。此外，捍卫网络空间主权也符合国际社会的共同呼声。”

作为顶层设计，《战略》还对一系列重要问题进行了说明。比如要发展还是要安全，一直是业界长期争论的问题。对此，王秀军在发布会上指出，《战略》贯彻了发展与安全的辩证思维，提出了要正确处理好发展与安全的关系，以安全保发展，以发展促安全，同时坚持对外开放，最大限度地利用网络空间发展的潜力，立足开放的环境，做好国家网络安全。同时，《战略》还树立了依法治网的理念，提出依法治网、依法办网、依法上网，让互联网在法治轨道上健康运行，保护网络空间信息依法有序流动，保护个人隐私和知识产权。

《国家网络空间安全战略》经中央网络安全和信息化领导小组批准，贯彻落实习近平总书记网络强国战略思想，阐明了中国关于网络空间发展和安全的重大立场和主张，明确了战略方针和主要任务，切实维护国家在网络空间的主权、安全、发展利益，是指导国家网络安全工作的纲领性文件。

## 九项任务 战略先行

中国的网民数量和网络规模世界第一，维护好中国网络安全，不仅是自身需要，对于维护全球网络安全乃至世界和平都具有重大意义。《战略》从九个方面提出了当前和今后一个时期国家网络安全工作的一些重大战略任务：一是坚定捍卫网络空间主权；二是坚决维护国家网络安全；三是保护关键信息基础设施；四是加强网络文化建设；五是打击网络恐怖和违法犯罪；六是完善网络治理体系；七是夯实网络安全基础；八是提升网络空间防护能力；九是强化网络空间国际合作。

习近平总书记在“4·19”讲话中指出，关键信息基础设施安全是网络安全工作的重中之重。《网络安全法》也对保护关键基础设施提出了明确要求。《战略》将“保护关键信息基础设施”列为重要战略任务之一，要求“采取一切必要措施保护关键信息基础设施及其重要数据不受攻击破坏”。对此，国家网信办网络安全协调局局长赵泽良在发布会上表示，关键信息基础设施已经成为能源、金融、交通、通信的关键问题，成为国家的命脉。加强关键信息基础设施保护，意味着网络安全工作“理念上要从分而治之到总体防护调整”。

赵泽良说，强调关键信息基础设施保护，“不是对现有网络安全制度、规定的否定”。他坦言，等级保护制度等是网络安全工作的重要制度，但“无论是等级保护制度还是其他制度，都应该根据形势和任务的发展，根据我们面对的威胁和挑战的不同，不断调整完善，以便在新的条件下发挥作用”。

专家们用“务实”二字来评价《战略》提出的“九项任务”，在他们看来，九项任务将有助于解决我国网络安全产业发展中的一系列瓶颈问题。“九项任务也是加强国家网络空间安全能力建设的九大举措。”国防科技大学国家安全与军事战略研究中心主任朱启超认为，“这些举措紧密结合我国国情，并充分反映了国家‘十三五’信息化发展规划、物联网产业规划、‘互联网+’行动计划以及‘一带一路’倡议等涉及网络安全能力建设的需求。可以说，《战略》是一个可以落地的务实战略，而绝不是挂在嘴上、贴在墙上的空谈战略。”

《战略》任务第七项“夯实网络安全基础”中提出要实施网络安全人才工程，加强网络安全学科专业建设，打造一流网络安全学院和创新园区。对此，360公司董事长周鸿祎表示，长期以来，网络安全人才缺口较大。“这项任务将推动企业加强网络安全人才的培养力度，推动更多高校参与到网络安全人才的培养工作中来，同时也有助于网络安全人才的合法权益得到相应的保护。”

网络强国，战略先行。《战略》出台以后，我国的网络安全工作将会进入一个新的阶段。王秀军表示，在中央网络安全和信息化领导小组的领导下，中央网信办将会同相关部门，整合各方力量资源，强化滚动实施，抓好日常的督促检查和中期评估，确保各项战略任务落到实处，取得实效。■

# 网络扶贫：“互联网+”托起小康梦

实施网络扶贫行动，就是要为农村地区群众提供用得上、用得起、用得好的网络服务，迅速将革命老区、民族地区、边疆地区、贫困地区的非网民转化为网民，开拓农村互联网应用市场，弥合数字鸿沟，让数字红利充分释放，让亿万人民在互联网共建共享中有更加广泛而且充足的获得感

文 / 本刊记者 刘沁娟

党的十八大提出，到2020年实现全面建成小康社会的宏伟目标。蓝图绘就，振奋人心。然而，它拖着一条沉重的“尾巴”——截至2015年底，中国仍然有5575万农村人口生活在扶贫标准线以下。这些农村人口，怎样与全国同步进入全面小康？

“全面建成小康社会，是我们对全国人民的庄严承诺。脱贫攻坚战的冲锋号已经吹响。”习近平总书记在2015年11月27日召开的中央扶贫开发工作会议上强调，我们要立下愚公移山志，咬定目标、苦干实干，坚决打赢脱贫攻坚战。

网络扶贫是全国脱贫攻坚战中的重要组成部分，网络扶贫行动是落实国家脱贫攻坚战略的重大举措。在中央扶贫开发工作会议召开一周年之际，为部署实施《网络扶贫行动计划》，总结交流做法经验，由中央网信办、国家发改委、国务院扶贫办联合江西省委省政府举办的全国网络扶贫现场推进会于2016年11月29日在江西省赣州市宁都县召开。

会上，由中国互联网发展基金会、中国扶贫基金会等15家单位联合发起的网络公益扶贫联盟正式成立；开通了国家贫困县名优特产品网络博览会平台，启动了网络扶贫“双百”项目；国家发改委、中国农业发展银行与江西省政府签署了

网络扶贫合作框架协议。

## 愿景：让“网络红利”惠及贫困人民

“可以发挥互联网在助推脱贫攻坚中的作用，推进精准扶贫、精准脱贫，让更多困难群众用上互联网，让农产品通过互联网走出乡村，让山沟里的孩子也能接受优质教育。”2016年4月19日，习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话，明确将“互联网”与“扶贫”联系在一起。

2016年7月，中办、国办印发的《国家信息化发展战略纲要》明确提出“实施网络扶贫行动计划”的战略任务部署；2016年10月，中央网信办、国家发改委、国务院扶贫办联合印发《网络扶贫行动计划》，对我国网络扶贫工作做出了整体部署，正式提出实施“网络覆盖工程、农村电商工程、网络扶智工程、信息服务工程、网络公益工程”五大工程。

“网络扶贫行动为推进精准扶贫、精准脱贫提供了新方法、新路径。”中央网信办副主任庄荣文在推进会上着重解读了《网络扶贫行动计划》的重要意义、内涵和要求。他指出，网络扶贫要整合各类资源和服务，建立起“一省一中心、一县一平台、一乡（镇）一节点、一村一带头人、一户一终端、一人一档案、一支队伍”的“七个一”网络扶贫信息服务体系。

庄荣文还在会上分享了网络扶贫经验，并提出让“网络红利”惠及贫困人民的殷切期望，“在信息时代，不让贫困地区群众掉队，很重要的一条就是不能在使用互联网上掉队。实施网络扶贫行动，就是要为农村地区群众提供用得上、用得起、用得好的网络服务，迅速将革命老区、民族地区、边疆地区、贫困地区的非网民转化为网民，开拓农村互联网应用市场，弥合数字鸿沟，让数字红利充分释放，让亿万人民在互联网共建共享中

网络扶贫要整合各类资源和服务，建立起“一省一中心、一县一平台、一乡（镇）一节点、一村一带头人、一户一终端、一人一档案、一支队伍”的“七个一”网络扶贫信息服务体系。





2016年11月29日，参加全国网络扶贫工作现场推进会的人员前往赣州市宁都县小布镇考察。“扶贫更先扶智”，小布镇中小学课堂教学采用“互联网+智慧校园”的模式，每个班都连接了互联网，利用网上的优质教育资源进行互动教学。图/本刊记者 刘沁娟摄

有更加广泛而且充足的获得感。”

### 经验：打通脱贫致富网络大通道

江西是革命老区，也是扶贫开发的重点区域。近年来，江西大力推进精准扶贫、精准脱贫，扶贫开发事业取得显著成效。从宁都县的“虎蛙稻”大米、宁都黄鸡、宁都肉丸、小布岩茶、野生山茶油和蜂蜜等土特产搭上电商快车，到南丰县一个小小的蜜橘成为橘农脱贫致富的“金果果”，再到瑞金市壬田镇凤岗村的一枚小小的咸鸭蛋成为带动村民脱贫致富的“金蛋蛋”，江西打通了群众脱贫致富的网络大通道。

江西省委常委、赣州市委书记李炳军在推进会上说，赣州作为江西脱贫攻坚的主战场，在推进网络扶贫方面做了一些有益探索，着力打通农产品销售的“最后一公里”，为贫困群众提供优质的文化教育资源。目前，全市96%的行政村已通宽带，电子商务进农村实现了全覆盖，“农家书屋+电商”模式受到中宣部和文化部的充分肯定。今年前三季度，全市农村电子商务交易额近120亿元，带动了包括贫

困群众在内的20多万人创业就业。

“我省互联网基础设施薄弱，普及率在全国排名第29位，而贫困地区的普及率更低，直接制约了我省网络扶贫的步伐。我们把加强贫困地区信息基础设施建设，作为网络扶贫的重点工程来抓。”江西省委宣传部常务副部长、省委网信办主任郭建晖提出，要推动“数据多跑腿，群众少跑路”，实现贫困地区群众幸福指数全面提升。

据悉，2015年末，江西建档立卡贫困人口两年内共减少了142万人，减少了41%；贫困发生率下降4个百分点。

### 发展：既富“脑袋”又富“口袋”

“好东西如果没有好平台，也难以走出农村。”随着电子商务加速向农村渗透，农村基础设施持续改进，第三方电子商务平台为农民提供了低成本的网络创业途径。“授人以鱼不如授人以渔。”推进会上，京东集团介绍了网信企业落实网络扶贫的做法和经验；阿里巴巴则表示将结合业务实际，推进网络扶贫，创新

发展实践。

“京东集团与国务院扶贫办共同选定200个国家级贫困县作为京东扶贫试点县，自行增加128个国定贫困县，从产业、创业、招工、金融等多渠道入手，带动贫困人群脱贫致富。”京东集团执行副总裁蓝烨介绍道。

阿里巴巴副总裁方建生指出，2016年7月，农村淘宝推出3.0模式，将村级服务站升级为当地的生态服务中心、创业孵化中心和公益文化中心。其中“创业孵化中心”就是希望对返乡年轻人的学习教育开展启蒙式培训。希望跟政府一起激发农民，激活农村的整个生态，让农村长出互联网的基因。

目前，贫困群众应用电商平台开网店卖产品的能力仍较低，贫困地区的电商扶贫工作还有很大的发展空间。据悉，推进会上，阿里巴巴、腾讯、百度、京东、去哪儿、美团大众点评等20余家网信企业与江西的赣州市、吉安市、宁都县等18个市区县签署了结对帮扶协议。这些网信企业将联合地方政府共同搭建互联网服务平台，为各地扶贫工作提供农村电商服务、商贸物流、人才培养、金融服务等方面帮扶，让更多的贫困户既富“脑袋”又富“口袋”。<sup>[1]</sup>

## 链接

### “网络扶贫双百项目”工程

该工程是为贯彻落实《国家网络扶贫行动计划》，充分发挥互联网在助推脱贫攻坚中的重要作用，统筹网信领域和社会各界资源开展网络扶贫工作，由国家网信办组织的围绕网络覆盖、信息服务、农村电商、网络扶智、网络公益等领域，有针对性地推出的100个网络扶贫重点项目、100家网络扶贫重点企业，旨在带动贫困地区特色产业发展，提高贫困群众生活水平。



## “香港+”为创业青年“+油”

“香港+”，不仅要“+”创新，还要“+”青年，更要“+”民生。青年朋友们要继续发挥自身优势，将聪明才智转化为造福香港和国家的能力，成为互联网领域的精英，成为国家的中流砥柱

文 / 本刊记者 马冉冉

“我是创客，为梦想，我要释放无限能量。”

“我觉得创客的精神是不断解决问题的精神，一种由无变有的精神。”

“世界那么大，没理由不去闯荡。我的寻梦之旅，通向世界任何地方。”

“香港创业一个最好的地方，就是中西合璧的文化交流。”

……

在2016年12月15日开幕的“香港国际创客节2016”的宣传片上，青春洋溢的创客们表达了自己对创客精神的理解。

伴随“大众创业、万众创新”的国家

战略在香港落地发酵，席卷全国的“互联网+”热潮，为两地创客的发展提供了广阔的发展空间。在这一背景下，香港国际创客节于2015年首次在港举行，由中国互联网发展基金会、香港资讯科技联合会、互联网专业协会和百川汇联合发起，被誉为香港最高规格、最大规模的年度国际性创新创业主题盛会。

在香港特区政府、中央政府驻港联络办及国家网信办的大力支持下，“香港国际创客节2016”进一步升级，将香港定位为“连接整合+全球创意、资源与力量”的中心，继续推动深度交流合作，推动青

年梦想的实践，助力香港经济转型。

### “香港+”，加什么

“今年创客节的主题是‘香港+’，这个‘+’——英语是Plus——是为香港增值的意思，而这个促使我们的社会增值、转型、升级，给我们青年人更多发展机会的驱动力，就是创新创业。”连续两年出席创客节的香港特别行政区行政长官梁振英在致辞中表示。

鉴于创新创业对香港整体发展的重要性，香港特区政府一直大力推动创新与科技发展。一年前，他们成立了创新及



2016年12月15日，“香港国际创客节2016”开幕，主礼嘉宾共同为香港“创客”梦想护航助力。  
图/本刊记者 马冉冉 摄

科技局，推动“官、产、学、研”更紧密地合作。今年，他们更是投放了180多亿人民币推动创新创科，包括20亿元“创科创投基金”，支持本地的创科初创企业，资助大学进行更多中下游及应用研究。

“+”什么，这是一个开放性话题。中国互联网发展基金会理事长马利表示，进入互联网时代，香港在发挥传统优势的基础上，又添加了更多有利因素。

“‘香港+’，不仅要‘+’创新，还要‘+’青年，更要‘+’民生。希望青年朋友们继续发挥自身优势，将聪明才智转化为造福香港和国家的动力，成为互联网领域的精英，成为国家的中流砥柱。”

创客节筹委会联席主席、互联网专业协会会长洪为民在开幕致辞时讲道，香港国际创客节的每一项活动都将贯彻“香港+”的主题，并期望以“香港+”做基石，以互联网思维为主轴，用创新与创意，从香港出发，促进香港与内地及世界各地的广泛交流与合作，创出创客传奇。

## “香港+”，梦想坚持与实现

提到任泉，大家对他的印象可能还停留在电视剧《少年包青天》中的公孙策上。2016年3月17日，任泉发出微博消息宣布自己将息影；2016年12月15日，他以StarVC联合创始人身份出现在“香港国际创客节2016”的高峰论坛上，分享自己的创业经验，为香港创业青年指点迷津。

“现在很多同学有创业顾虑，但是年轻就是资本，就算失败也有收获。不能光想不做，也不能总想做大，要从小做。”正如任泉在论坛上分享的自己的创业经历，大学时期学的是表演专业，毕业后的他却想开餐厅，在家人都不理解的情况下，他向同学李冰冰借了几万块钱，加上自己打工赚的几万块钱开始创业，没想到开张3个月就开始盈利。2014年7月，任泉与李冰冰、黄晓明发布StarVC计划，寻找中国有创新力的公司。被问及对哪些公司感兴趣时，他表露了对科技类公司的兴趣。

同样对创新科技感兴趣的还有SAP大中华区首席客户官Scott Hunter，他提出数码化将是未来的新浪潮：到2020年，90%的6岁以上人口将拥有一台流通设备；70%的客户倾向于推荐简易的品牌体验；此外，供应网络也将更为数码化，物联网的发展速度也将增快；到2030年，科技革新会令超过20亿的工作“消失”。

分众传媒创始人江南春认为《孙子兵法》所讲的“道天地降法”对创业企业很重要，其中“道”排在第一位，也就是对于创业公司来说如何赢得用户的心是最重要的。“对于小型创业公司来说，同样有机遇，核心问题要从擅长的细分行业入手，越细分越有机会成功。”

而红杉资本投资人刘星更为看重的是其平台本身是否具有网络效应。他表示，市场是双边的，买方和卖方的分布越

为分散，则越能通过构建平台取得优势地位。平台越大，对买家的吸引力也越强。

## “香港+”，从零到一打造科技创新枢纽

12月16日晚在香港中环兰桂坊举行的“创汇021项目路演”上，邻趣团队经过一番激烈角逐，来自中国内地、香港、台湾以及韩国、美国等不同国家和地区的17支团队中脱颖而出，获得冠军。邻趣是一家C2C个性化跑腿服务平台，用户可以在“邻趣”上选购周边三公里以内的水果、生鲜、药品等多个有即时性需求品类的商品。邻趣的夺冠，意味着他们将获得专业投资者的指导建议以及更多投融资机会。

作为本届“香港国际创客节2016”亮点项目之一，“创汇021项目路演”涵盖的项目丰富多样，涉及科技智能、广告设计、生活服务、儿童教育等诸多领域。路演分为中文与英文两个专场，每个创业团队共有6分钟项目展示时间，展示结束后，由现场150位投资者进行模拟投资。每位投资者手上共有3000万虚拟投资金用于对各个路演项目进行投资分配，依此评选出最具实力的创业项目。

本次路演活动以“创汇021”为主题，“创”结合了“创新、创意、创业”的寓意，“汇”具有“汇合、汇聚、汇集”的意思，“021”则是英语的“zero to one”（“从零到一”），蕴含了主办方对香港努力成为创新创业中心的期望。

作为此次路演项目的主办方代表，香港资讯科技联合会会长邱达根表示，活动的最大目的是希望把现有的优秀创业团队及其项目推荐给投资者并为他们寻找到合适的商业伙伴，充分发挥香港“超级联系人”的角色。另一方面，也希望更多人知道香港拥有创新创业的基础，吸引世界各地的人才进驻，努力将香港打造成为科技创新枢纽。■

# 冬行西藏正当时 脱贫生态两不误

西藏最稀缺的是氧气，最不缺的是精神。编辑记者们在最不宜去西藏的冬季前往西藏，所依靠和寻找的，正是这样一种精神

文 / 本刊记者 潘树琼

“那一年，磕长头匍匐在山路，不为觐见，只为贴着你的温暖；那一世，转山转水转佛塔啊，不为修来生，只为途中与你相见。”雪域高原，大美西藏。2016年12月19日，来自人民网、新华网、澎湃新闻等22家网络媒体的24名编辑记者不远万里，冬行西藏，去人间圣地遇见一种精神，期待把一个真实的、发展的、幸福的社会主义新西藏展现给国内外网民。

## 最稀缺的是氧气，最不缺的是精神

西藏是地球上的第三极，除了具有人间仙境的美景外，也因海拔高、交通差，成为最贫困地区之一。正因为如此，西藏的发展需要走扶贫攻坚与生态建设相结合的路子；在奔向社会主义新西藏的路途中，更需大力弘扬一不怕苦、二不怕死，顽强拼搏、甘当路石，军民一家、民族团结的“两路精神”和特别能吃苦、特别能战斗、特别能忍耐、特别能团结、特别能奉献的“老西藏精神”。

正如西藏当地干部群众常年打气鼓劲的一句话，“西藏最稀缺的是氧气，最不缺的是精神。”编辑记者们在最不宜去西藏的冬季前往西藏，所依靠和寻找的，正是这样一种精神。

“冬行西藏”全国网络媒体西藏行由中央网信办网络新闻信息传播局指导，

西藏自治区网信办主办。编辑记者们深入拉萨、山南两市进行实地采访报道，围绕脱贫攻坚、生态文明、民族团结、宗教和谐、民生改善等15个采访主题，立足网络，利用“两微一端”，通过图文、微视频、H5、VR等形式，全方位、立体式呈现西藏的发展现状。

“此次‘冬行西藏’活动将紧紧围绕习近平总书记的重要讲话精神，大力宣扬‘老西藏精神’和‘两路精神’，宣传好、报道好西藏各族干部群众在区党委、政府的坚强领导下，大力推进经济发展、社会稳定、民生改善和生态文明建设的生动实践。”中央网信办网络新闻信息传播局副局长唐宋强调，媒体记者要积极展示大美西藏的新风采、新风貌。

西藏自治区党委常委、自治区副主席、区党委宣传部部长、区互联网党工委书记边巴扎西认为，西藏正处于历史上稳定发展的最好时期之一，现在举办“冬行西藏”活动对正面宣传西藏具有重要的现实意义。

## “手动”扶贫，让梦想照进现实

“每个梦想，都值得灌溉，别让阳光背后只剩下黑白……”光明网记者王恩慧看到山南市的适龄儿童因为教育精准脱贫工作能够坐在教室安心享有公平、优

质的教育时，他想到了这句歌词。

教育事关百年大计。一系列有力措施推进扶贫工作，为山南的每个孩子插上了梦想的翅膀，让梦想照进现实。教育精准扶贫给山南市贫困学生种下了一颗播种希望和延续梦想的种子，而长远来说，体现的是山南在全面建成小康社会进程中的智慧和勇气。

中国新闻网记者宋宇晟则被拉萨市达孜县的一家手工艺品合作社所吸引。

“一尊18公分高的佛像定价可以达到1.5万元，一年纯收入达七八十万元，成立以来吸纳了7户贫困家庭的待业青年就业。”达孜县扶贫办副主任童晋美认为，发展具有藏族特色的手工艺品产业，完全可以达到双赢目的。一方面可以保护当地藏族传统手工艺不失传；另一方面也能够通过这些产业带动当地贫困人口脱贫。“这些有藏族特色的传统手工艺品，为他们提供了脱贫致富的独特路径。”宋宇晟感慨道。

这种依靠手工艺脱贫致富的例子，在西藏并不少见。雅鲁藏布江沿江两岸有个民间说法：“杰德秀的女人不愁嫁，因为她们会织‘彩虹’。”难道杰德秀的女人个个都是织女吗？带着这一疑问，记者们来到了山南市贡嘎县杰德秀镇单增卓嘎家里一探究竟。



2016年12月23日，西藏拉萨，尼木县的藏民在制作藏香。图/中国网记者 王东海 摄

单增卓嘎是国家非物质文化遗产邦典工艺传承人格桑的女儿，她从13岁开始跟着父母学习编织技艺。2007年，单增卓嘎一家创办了编织邦典专业合作社，他们家的邦典不仅销售到山南、日喀则、拉萨等地，还远销尼泊尔、不丹及欧洲。单增卓嘎笑着告诉记者：“现在单靠这个，我家一年的纯收入基本能达40到50万左右，周围的乡亲也都一起致富了。”

新华网记者殷晓燕发自内心地感慨：“看到他们，我真正感受到了‘老西藏精神’的力量，真正明白了西藏‘短短几十年、跨越上千年’的根本原因，为什么西藏老百姓常说感恩感恩，只因为我们党默默做了大量为民利民的好事实事……”

### 既要绿水青山，也要金山银山

习近平总书记提出“既要绿水青山，也要金山银山”，生态保护与建成小康社会是统一的。因此，在精准扶贫攻坚行动中，生态脱贫是重要方面。西藏高度重视生态保护工作，投入大量资金进行生态建设，比如雅鲁藏布江的生态林建设、退牧还草、湿地保护等等，在一系列的治理举措下才有了西藏今天优质的生态环

境，也为西藏的旅游发展提供了重要的生态保障。

西藏之美，醉美在水。正如新华网西藏频道记者殷小燕所描述的那样：

“西藏的水最惹人喜爱，它个性十足，透着幽幽的蓝，蓝得不食人间烟火，却又深入人心。”然而，当她深入了解藏源之水雅鲁藏布江的“前世今生”后，她才明白这并非自然馈赠，而是凝聚着当地百姓的大量心血。

由于河水经年累月的冲刷，加上雨季和旱季流量差异巨大，每到冬天，雅鲁藏布江两岸大片的河滩就裸露出来，冬季风大，导致雅江河谷地带沙化明显。当地上了年纪的人还清晰记得，以前每到春冬季节，风沙就开始肆虐。

不想再忍受风沙之苦，从上世纪80年代初开始，山南就开始植树造林。但几经尝试，这里几乎被定义为造林禁区。想起风沙肆虐的状态，山南市痛下决心，尝试修筑“丁字坝”，采取大苗深栽的措施，硬是把树根扎在了雅鲁藏布江边。这160公里的绿色长廊，不仅大大改善了雅鲁藏布江两岸的生态环境和气候条件，还有效保护了沿江的数万亩农田、草

地和交通水利设施。

除了与自然环境斗争，当地民众与生俱来的生态保护意识也超出了编辑记者们的想象。“藏民们从不去江河里钓鱼，也不会驱赶打杀路边野狗，遇到牛羊群过马路时，还会自觉主动让行，这些非常值得我们学习借鉴。”

央广网记者牛夏来同样被西藏的生态发展所折服，今天的西藏魅力已经不单单是“天人一体”的人文景观，还有发展进程、变迁步伐。“从破败的土坯房到奢华的二层小洋楼；从水电短缺到户户配备电视冰箱；从无业无收入到技能培训产业分红……快乐、幸福、和谐随处可见；净空、净水、净土持续改善。”

环球网记者王丹则感慨道：“没来西藏之前，只觉得西藏天蓝地绿水清，感觉西藏的发展与全国相比距离很大，来了之后，才发现我之前的想法多么狭隘。在这里，我看到了融洽的汉藏关系，令人敬佩的基层干部，蓬勃发展的各项事业。作为一名记者，看到老百姓生活得到改善后发自内心的笑容，我就想立即把所见所感传递出去，让国内外网民看到西藏的发展变化”。<sup>[1]</sup>

# 用匠心写匠人 以争鸣赢共鸣

5天时间,近40名编辑记者,深入采访17位湖北工匠,在网络空间掀起一场用“匠心”报道“匠人”的宣传热潮

文/本刊记者 杨林林



2016年12月5日,编辑记者采访特高压试验基地带电作业工段旭东。图/马頔摄

依天工而开物,观物象而抒臆,法自然以为师,毕纤毫而传神。赵州桥、苏州园林、丝绸、景泰蓝、青花瓷……中华文明进程中,早早埋下了“工匠精神”的种子。高铁飞驰、蛟龙入海、玉兔登月……在新的发展时期,要变“制造大国”为“制造强国”,实现中华民族伟大复兴的中国梦,同样离不开“工匠精神”。

楚塞三湘接,荆门九派通。湖北省是中国最早的重工业要地,拥有深厚的工业文明底蕴。2016年11月28日至12月2日,中央网信办网络新闻信息传播局

与全国总工会宣教部联合开展了“中国梦·大国工匠篇”网络媒体深入企业采访活动。作为本年度系列活动的“收官之作”,第三次“中国梦·大国工匠篇”大型主题采访活动在荆楚大地火热展开。

5天时间里,来自中央新闻网站及部分商业网站的近40名编辑记者,分赴湖北武汉、孝感、黄石、咸宁、襄阳、十堰、宜昌等8座城市,走进航天、钢铁、船舶、石油、电力、汽车、建筑、餐饮、工艺美术等10余家企业,深入采访17位一线工匠,发挥网络媒体优势,传播大国工匠精神,在网络空间掀起一场用“匠心”报

道“匠人”的宣传热潮。

## 做好“匠心”报道意义重大

让工匠有名,名至实归;让工匠得利,利在国家。“鼓励企业开展个性化定制、柔性化生产,培育精益求精的工匠精神,增品种、提品质、创品牌。”在2016年的《政府工作报告》中,“工匠精神”首次被提及。随后,“工匠精神”又被写入《“十三五”发展规划纲要》,成为各界热议话题。为何在这一时期要着重强调工匠精神?

从国家层面来讲,弘扬传播工匠精神,有助于推动制造业由中低端向中高端转型。我国制造业发展亟待转型升级,摆脱旧有的以要素、规模驱动的增长模式。而对设计独具匠心、对质量精益求精、对技艺不断改进、对制造一丝不苟、对产品追求极致、对产业专注坚持等为特征的工匠精神,正是实现这一转型目标的重要依托。

从社会层面来讲,弘扬传播工匠精神,有助于在全社会倡导“做专、做精、做细、做实”的作风。湖北省总工会宣教部部长王华虎在活动启动仪式上说,“工匠不等于工业制造,工匠精神的内涵可以拓展到各行各业。”一段时期以来,浮躁之风冲淡了工匠精神。如今,我

们呼唤和重视工匠精神，将对各行各业形成良好的示范引导作用。

从个人层面来讲，弘扬传播工匠精神，有助于技艺传承和个人成长。东风汽车有限公司设备制造厂装配钳工朱卫东告诉记者，“不管从事哪个行业，能够获得社会的认可，都是坚持奋斗的动力。”大国工匠，不求名、不逐利，克服寂寞、抵制诱惑，长年在一线奋斗。而一个尊重劳动、鼓励创造的国家，一个懂得尊敬工匠、呵护工匠的社会，则应让默默劳作者得到合理回报，让成大器者得到充分激励。“我们长期以来不懂宣传，没有尽早让社会感受到力量，感受到信心。”采访期间，这样的观点被反复提及。

### 讲好“匠人”故事手段多样

去往武汉的列车刚刚出发，中央网信办与全国总工会的工作人员就开始在列车上讨论传播方案；到了驻地来不及休息，网媒编辑记者马上参加动员大会，熟悉各方情况，通过微博迅速报道；在接下来的几天里，网络媒体认真走访、提问、记录、整理，用一篇篇角度各异、形式丰富、精心打磨的报道，活灵活现地呈现大国工匠风采。

34年苦学不辍铸就行业“百科全书”的凌伟华、识别声音色彩的整音工匠吴宝卿、21年苦心钻研成“土专家”的铁轨工匠信恒均、给火箭药面动“微整形手术”的池新连……编辑记者用细腻的笔触、生动的语言、丰富的形式，真实还原出一个个令人钦佩的工匠形象。

《邹峰：航天“护心丸” 数控刀具“活刀谱”》《凌伟华：检修现场的“定海神针”是怎样炼成的》《匠心付出，雕琢航天的中国精度》《钳工周虎：“咬”定品质不放松》《闫旭东：超高压线上的“特种兵”》《A ‘commando’ working on extra-high voltage cables》等一篇



2016年12月5日，无人机航拍的带电作业工在40米高空超高压电塔上作业的场景。供图/国家电网

篇精品力作从湖北各地相继发出。

一个个好故事娓娓道来，发人深省，引发网友共鸣。网友@董董落芒说：“看到为火箭火药做整形的工匠，有国才有家，再危险都必须有人做，一干就是28年，又想起自己的工作，也要对病人负责，兢兢业业地工作！”@静影沉璧说：“寻找，穿越，足践，感受文章中一幅幅载满荆楚大地劳动工匠的实景场面……这种工匠精神像接力棒一样代代相传，感谢网媒记者的塑造和记录，人民热情点赞和崇尚这种工匠精神的‘钙’！”

编辑记者形式多样的作品，在网民中引发广泛关注，传播效果良好。截至发稿仅新浪微博平台#中国梦·大国工匠篇# #大国工匠湖北行#两个话题，就获得了超过1480万的阅读、近3000次讨论。

### 感受“工匠”精神引发共鸣

“中国梦·大国工匠篇”大型主题采访活动，既是一次对工匠故事的深入挖掘报道，也是一次对各行各业劳动精神、敬业精神的彰显，网络媒体同样被工匠们精益求精、执着奋斗的事迹深深感染。

工匠的默默坚守，让网络媒体重温初心。中国日报网记者朱凌青说：“无论

走得多远，都不该忘了为何出发，能在这份最不寂寞的工作里保持最深的定力，是我自认为需要修炼的匠心。”央广网记者孙瑞婷说：“在人人都有麦克风的网络媒体中，有影响力的网络媒体说什么、怎么说，很大程度上影响着人们对事情判断。网络媒体人更应坚守新闻专业主义，用精准的语言、客观的描述、求实的态度、正确的价值，在网络上传递正能量。”

工匠的精益求精，让网络媒体坚守责任。人民网记者赵越说：“从他们身上，我看到了什么是精益求精、执着坚守。这种精神适用于各个行业，在网络媒体人身上就体现为精心地打磨自己的每一篇稿件、每一张图片、每一条微博和每一篇微信推送，并且热爱新闻事业、坚守新闻战线。”中国西藏网记者杨眉笑说：“干一行爱一行，对待媒体事业要精益求精，对待采访对象要充分尊重，对待稿件作品要一丝不苟。在浮躁的社会保持新闻责任心和孜孜不倦的求知欲，这就是我认为的工匠精神。”

工匠的执着奋斗，让网络媒体凝聚动力。央视网记者孔华说：“只有不断学习、创新，才能赶上网络时代的步伐，才能在建设网络强国的时代有所作为。”新华网记者李天真说：“世代传承，匠人是文明延续的传播者。当代社会，媒体是人类文明、社会价值和科学技术重要的传播者，媒体人肩负着的不仅是快速有效的信息传播任务，更重要的是，让我们笔下镌刻出的每一个字都饱含民族精神、社会责任、职业操守和为人的道义。”

网媒编辑记者共同探寻身边的大国工匠，用劳模精神、劳动精神和工匠精神托起中华民族伟大复兴的中国梦，“中国梦·大国工匠篇”大型主题采访活动正当其时。■

# 网络理政助推政府治理现代化

网络理政的提出具有里程碑的意义,同时,网络理政并非就是把网络作为手段进行理政那么简单

文 / 本刊记者 孙语冰

当前,我国网民数量达7.1亿,互联网在理政方面的重要作用日益凸显,政府应如何适应这一新形势?从“网络问政”到“网络理政”,互联网治理的思路、模式、路径有哪些改变?

围绕相关问题,首届互联网治理智库联盟高峰论坛2016年12月16日在上海召开。本次论坛由上海市互联网信息办公室指导,复旦发展研究院传播与国家治理研究中心、中山大学互联网与治理研究中心共同主办,复旦大学新闻学院、中山大学传播与设计学院、复旦大学信息与传播研究中心协办。

会上,中山大学发布了《互联网与国家治理年度报告(2016)》,从网络舆论、内容生产、法治发展与治理模式、基层网络治理创新和国际网络治理六个方面探索互联网治理的发展路径、创新机制及现代化模式。复旦大学发布了《2016中国网络理政十大优秀案例》,涵盖了网络安全、网络服务、数据公开、网络沟通、危机应对、网络协商等各个治理面。

## 推进协同合作 打造学术共同体

舆论转型与网络社会研究有什么新动态、新取向?针对互联网治理智库联盟未来的发展方向,复旦大学党委书记焦

扬提出了“三个协同”的目标,即“多学科协同,构建网络研究的创新范式;多校协同,打造网络研究的学术共同体;多领域协同,广泛凝聚政府部门、学界、业界的智慧力量”。

国家互联网信息办公室网络新闻信息传播局副局长孙凯认为,新旧媒体的融合与转型推动两个舆论场迅速交融,网络媒体的议程设置和信息扩散能力在新旧媒体此消彼长的竞争中快速增强,网络舆论进入科学化调适和引导的新阶段,开展互联网治理“跨学科、跨地域、跨院校的交流合作”正当其时。

如果说“上海发布”是互联网环境下以政府为主导提供线上政务服务的典型案例,此后兴起的政府提供服务内容、企业提供平台的线上政务服务方式同样值得瞩目。上海市委副书记、市委宣传部分副部长、市网信办主任朱咏雷以“上海发布”为例,阐述了习近平总书记治国理政新理念新思想在上海的实践。提及网络理政,朱咏雷认为,创新服务途径、提升城市治理手段和能力、整合优化政府部门的公共服务资源,是“上海发布”坚持的方向。

## 借力网络平台 重构网络理政新范式

与会专家一致认为,“网络理政”的

提出具有里程碑的意义,同时,网络理政并非就是把网络作为手段进行理政那么简单。人民日报社上海分社副社长李泓冰认为,网络问政和网络理政是两个完全不同的概念,在此过程中,人民从被动应答到主动参与,执政手段变为执政目标,从根本上打破了传统惯例。

复旦大学新闻学院副教授、复旦发展研究院传播与国家治理研究中心研究员沈国麟认为,中国的网络理政体现的是国家-社会关系的重构,目标是要建设数字政府,推动数字治理,理念是要开放、安全、服务、回应和协商。

“微博与微信由原来的替代、竞争关系转向了共生共震关系,微博作为舆情引导第一场域的地位不可撼动。”复旦大学新闻学院教授、复旦发展研究院传播与国家治理研究中心研究员朱春阳建议,政务微博应定位于政府部门在社会危机中的沟通自救平台和网络群众路线平台。

## 把握舆情热点 提升引导能力

2016年,网络舆情呈现出显性舆论场热度下降、杂音减少的趋势,但隐性舆论场暗流涌动。人民网舆情监测室秘书长祝华新指出,在热点舆情背后,是社会转型时期的深层矛盾和公众的内心郁



结,这时需要充分展示十八大以来严厉反腐、全面深化改革给社会各阶层带来的“获得感”,以对冲这种“集体焦虑”。

上海社会科学院新闻研究所副所长戴丽娜认为,当前,舆论信息生产和传播主体构成呈现出海量和多元的特征,平台的崛起使传统主流媒体的地位受到威胁,融合与分化并存是当前舆论场域的显著特征。因此,要反思传统媒体的转型路径是否正确,构建以政府为主导的平台治理模式,并从战略规划、人才培养和策略调整等方面提升国际舆论引导能力。

复旦大学新闻学院副院长、复旦发展研究院传播与国家治理研究中心研究员张涛甫指出,互联网的介入使传统政治权力结构和传播权力结构被放大,原来的闭环格局被打碎,巨大的活性被释放,执政党应该成为意识形态的领导者、社会形态的引导者、社会情绪的疏导者以及中国话语的主导者。

### 部署开放数据 推进数字政府建设

2016年9月5日,《国务院关于印发促进大数据发展行动纲要的通知》正式发布,系统部署大数据发展工作。坚持创新驱动发展,加快大数据部署,深化大数据应用,已成为推动政府治理能力现代化的内在需要和必然选择。

复旦大学国际关系与公共事务学院副教授、复旦大学数字与移动治理实验室主任郑磊认为,政府不是生产者,政府只是做平台,也就是“政府即平台”。新的政府治理模式应为政府开放数据、社会利用数据,然后共同解决问题、提供服务、创造价值。

公安部第三研究所网络身份事业部执行主任严则明指出,网络治理必须以网络身份管理和服务基础设施建设先行,才能最大化地保障信息安全。网络身份标识技术和服务体系能够认定网络活动的责任主体和行为,具有“去身份化”和“碎片化”的作用。■



## 链接

### 2016 中国网络理政十大创新案例

#### 广东省佛山市南海区数据统筹局

广东省佛山市南海区顺应大数据时代的趋势,于2014年5月成立了全国首个数据统筹局,开始了数据统筹的探索和实践。

#### 宁夏回族自治区银川市政务微博矩阵

宁夏回族自治区银川政务微博通过“微博矩阵”的特殊形式,整合了银川市大大小小514家政务微博。

#### 中华人民共和国商务部门户网站

商务部的门户网站通过“单位组网、网站组栏”的群内容组织模式,保证子站信息发布的同时同步到主站进行集中展示,实现重要业务信息的实时无缝对接,突出在线办事功能。

#### 广东省潮州市地税局“支付宝缴税”

广东省潮州市地税局则是政府部门与第三方平台合作的典型代表,其开发的“支付宝缴税”实现了与金税三期的无缝对接,是全国首家实现“支付宝缴税”的地方政府部门,开启了移动办税的新时代。

#### 湖北省投资项目联合审批平台

自2015年12月31日启用以来,该平台利用互联网多向度的传播与信息对流,大力度推进简政放权。

#### 广东省深圳市宝安区“宝安通”民生 App

通过“宝安通”App,实现“个人办事不出街,企业办事不出区”,为群众和企业提供一体化、便捷化的审批服务。

#### 上海市“上海发布”微信公众号

“上海发布”作为上海市政府的官方微信公众号,自2013年6月8日正式运行以来其前台运营表现优秀,从用户视角出发进行账号设计和功能开发,注重账号界面的人性化和便捷性。

#### 湖北省武汉市“武汉交警”微信平台

包括18种微信车驾管业务功能,60万驾驶员关注了武汉交警微信,5万司机通过手机缴纳交通违法罚款,70%快速处理交通事故由微信平台处理。

#### 山西省交警110随手拍App

鼓励市民“人人当交警”,实现了“指尖上的监督”,在交通管理方面,让公民真正参与到公共事物管理中去,减少了交通违规事件的发生,也有利于减少警力投入,节约成本,提高交通管理部门的行政效率。

#### 上海市文化嘉定云

面向上海普通市民,整合嘉定区公共文化信息,并提供活动预告、门票订购等在线一站式服务,以“云”的方式整合集聚资源,打通线上线下订票,鼓励市民自主参与文化活动与互动。



# 月报

Monthly report

提供月度最重要的报告。  
在这里，故事呈现细节，背景展现视野，  
政略突出高度，数据显示力量。

- 26 人工智能 无限可能
- 28 人工智能发展简史
- 32 关于人工智能的几点思考
- 34 三维度看人工智能产业发展态势
- 36 百度：下一幕，因智而能
- 38 搜狗：搜索天生具备智能基因
- 40 格灵深瞳：让计算机看懂世界
- 42 海康威视：AI开启城市新纪元
- 44 国际科技巨头描绘人工智能愿景
- 46 智能好物
- 48 网络直播——新媒体时代的一把火 | 网络传播沙龙

# 人工智能 无限可能

文 / 本刊编辑部



供图/GETTY



2015年以来，“人工智能”成为科技界和产业界最热门的词汇之一。应用于各领域的智能设备、智能机器人，乃至人工智能大脑等新产品不断涌现。2016年3月，谷歌AlphaGo在与世界顶级围棋高手李世石的巅峰对决中以四比一取胜，这一标志性事件引爆了人们对人工智能的强烈关注。

1956年夏天，美国达特茅斯学院举行了历史上第一次人工智能(Artificial Intelligence)研讨会，这被认为是人工智能诞生的标志。如今，人工智能已经走过了60年，几经高峰和低谷，伴随着人机交互、机器学习、模式识别等技术的提升，人工智能成为了这一时代的新趋势。

五角大楼的CALO项目是史上最大的人工智能项目，它为Siri的诞生奠定了基础；IBM超级计算机沃森(Watson)无需进行人工编程，它的每一次体验都能让自己更快速一些……随着人工智能与大数据、物联网、生物技术、虚拟现实等新兴产业结合，它对其他产业乃至社会经济的渗透速度都将越来越快。

当前，新一轮科技革命和产业变革正在孕育兴起，生物技术、新材料技术、新能源技术广泛渗透，带动几乎所有领域发生了以绿色、智能、泛在为特征的群体性技术革命，大数据、云计算、移动互联网等新一代信息技术同机器人技术相互融合步

伐还在不断加快。毋庸置疑的是，未来人工智能技术的发展与飞跃，将极大地改变世界面貌，改变人们的生活方式。人工智能与虚拟现实、物联网等技术的融合，也将对未来社会的生产方式革命、产业结构调整、商业模式革新等产生巨大而深远的影响。在第三届世界互联网大会期间发布的《乌镇指数：全球人工智能发展报告2016》指出，2015年全球新增人工智能企业达到了806家，平均每10.9个小时就有一家人工智能企业诞生。

国家对人工智能的重视程度与扶持力度也在持续提升。“十三五”规划中，特别提到要形成人机交互网络空间，将人工智能上升为国家战略；2016年5月，国家发改委、中央网信办等联合印发《“互联网+”人工智能三年行动实施方案》；2015年7月发布的《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，明确指出要重点发展人工智能在家居、终端、汽车、机器人等领域的应用，并将“互联网+”人工智能作为11个重点行动模块之一……

在过去的数十年时间里，人工智能的学术、实践发展速度超过了所有人的想象。在未来几年内，人工智能给世界带来的影响将远超互联网在过去30年对世界造成的改变。

人工智能的应用存在无限的可能性，我们需要重新想象每一件事情、每一个行业、每一个市场。■

# 人工智能发展简史

整理 / 本刊编辑部

## 01 人工智能的诞生 (20世纪40~50年代)

### 1950年: 图灵测试

1950年,著名的图灵测试诞生,按照“人工智能之父”艾伦·图灵的定义:如果一台机器能够与人类展开对话(通过电传设备)而不能被辨别出其机器身份,那么称这台机器具有智能。同一年,图灵还预言会创造出具有真正智能的机器的可能性。

### 1954年: 第一台可编程机器人诞生

1954年美国乔治·戴沃尔设计了世界上第一台可编程机器人。

### 1956年: 人工智能诞生

1956年夏天,美国达特茅斯学院举行了历史上第一次人工智能研讨会,被认为是人工智能诞生的标志。会上,麦卡锡首次提出了“人工智能”这个概念,纽厄尔和西蒙则展示了编写的逻辑理论机器。



“人工智能之父”  
艾伦·图灵。

## 02 人工智能的黄金时代 (20世纪50~70年代)

### 1966年~1972年: 首台人工智能机器人Shakey诞生

1966年~1972年期间,美国斯坦福国际研究所研制出机器人Shakey,这是首台采用人工智能的移动机器人。

### 1966年: 世界上第一个聊天机器人ELIZA发布

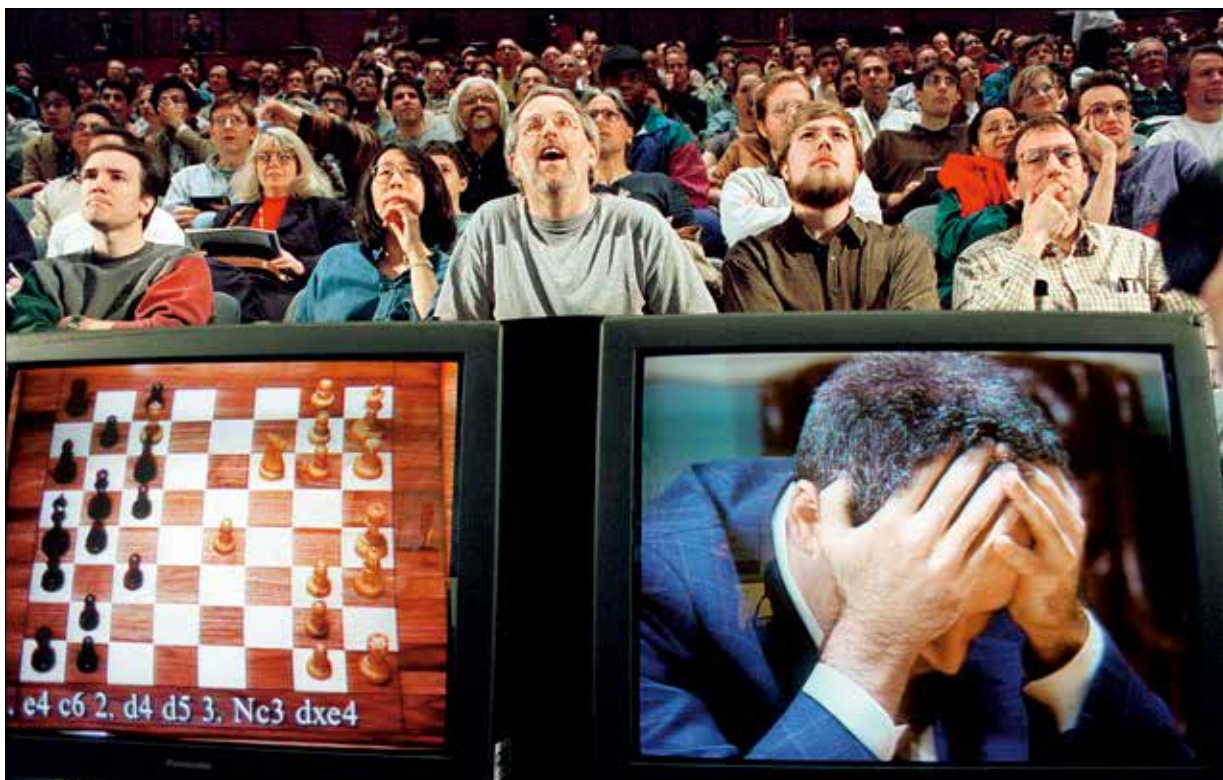
美国麻省理工学院(MIT)的魏泽鲍姆发布了世界上第一个聊天机器人ELIZA。ELIZA的智能之处在于她能通过脚本理解简单的自然语言,并能产生类似人类的互动。

### 1968年: 计算机鼠标发明

1968年12月9日,美国加州斯坦福研究所的道格·恩格勒巴特发明计算机鼠标,构想出了超文本链接概念,它在几十年后成了现代互联网的根基。

## 03 人工智能的低谷 (20世纪70~80年代)

20世纪70年代初,人工智能遭遇了瓶颈。当时的计算机有限的内存和处理速度不足以解决任何实际的人工智能问题。要求程序对这个世界具有儿童水平的认识,研究者们很快发现这个要求太高了:1970年没人能够做出如此巨大的数据库,也没人知道一个程序怎样才能学到如此丰富的信息。由于缺乏进展,对人工智能提供资助的机构(如英国政府、美国国防部高级研究计划局和美国国家科学委员会)对无方向的人工智能研究逐渐停止了资助。美国国家科学委员会(NRC)在拨款二千万美元后停止资助。



1997年5月10日，IBM“深蓝”超级计算机再度挑战卡斯帕罗夫，比赛在5月11日结束，最终“深蓝”以3.5:2.5击败卡斯帕罗夫，成为首个在标准比赛时限内击败国际象棋世界冠军的电脑系统。供图/CFP

## 04

### 人工智能的繁荣期 (1980年~1987年)

#### 1981年: 日本研发人工智能计算机

1981年，日本经济产业省拨款8.5亿美元用以研发第五代计算机项目，在当时被叫做人工智能计算机。随后，英国、美国纷纷响应，开始向信息技术领域的研究提供大量资金。

#### 1984年: 启动Cyc(大百科全书)项目

在美国人道格拉斯·莱纳特的带领下，启动了Cyc项目，其目标是使人工智能的应用能够以类似人类推理的方式工作。

#### 1986年: 3D打印机问世

美国发明家查尔斯·赫尔制造出人类历史上首个3D打印机。

## 05

### 人工智能的冬天 (1987年~1993年)

“AI(人工智能)之冬”一词由经历过1974年经费削减的研究者们创造出来。他们注意到了对专家系统的狂热追捧，预计不久后人们将转向失望。事实被他们不幸言中，专家系统的实用性仅仅局限于某些特定情景。到了上世纪80年代晚期，美国国防部高级研究计划局(DARPA)的新任领导认为人工智能并非“下一个浪潮”，拨款将倾向于那些看起来更容易出成果的项目。



## 人工智能真正的春天 (1993年至今)

### 1997年: 电脑深蓝战胜国际象棋世界冠军

1997年5月11日, IBM公司的电脑“深蓝”战胜国际象棋世界冠军卡斯帕罗夫, 成为首个在标准比赛时限内击败国际象棋世界冠军的电脑系统。

### 2011年: 开发出使用自然语言回答问题的人工智能程序

2011年, Watson(沃森)作为IBM公司开发的使用自然语言回答问题的人工智能程序参加美国智力问答节目, 打败两位人类冠军, 赢得了100万美元的奖金。

### 2012年: Spaun诞生

加拿大神经学家团队创造了一个具备简单认知能力、有250万个模拟“神经元”的虚拟大脑, 命名为“Spaun”, 并通过了最基本的智商测试。

### 2013年: 深度学习算法被广泛运用在产品开发生中

Facebook人工智能实验室成立, 探索深度学习领域, 借此为Facebook用户提供更智能化的产品体验; Google收购了语音和图像识别公司DNNResearch, 推广深度学习平台; 百度创立了深度学习研究院等。

### 2015年: 人工智能突破之年

Google开源了利用大量数据直接就能训练计算机来完成任务的第二代机器学习平台Tensor Flow; 剑桥大学建立人工智能研究所等。

### 2016年: AlphaGo战胜围棋世界冠军李世石

2016年3月15日, Google人工智能AlphaGo与围棋世界冠军李世石的人机大战最后一场落下了帷幕。人机大战第五场经过长达5个小时的搏杀, 最终李世石与AlphaGo总比分定格在1比4, 以李世石认输结束。这一次的人机对弈让人工智能正式被世人所熟知, 整个人工智能市场也像是被引燃了导火线, 开始了新一轮爆发。

## 大事记



①

### ① 1942年: “机器人三定律”提出

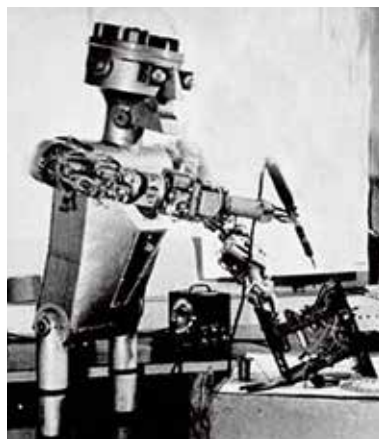
美国科幻巨匠阿西莫夫提出“机器人三定律”, 后来成为学术界默认的研发原则。



②

### ② 1956年: 人工智能的诞生

达特茅斯会议上, 科学家们探讨用机器模拟人类智能等问题, 并首次提出了人工智能(AI)的术语, AI的名称和任务得以确定, 同时出现了最初的成就和最早的一批研究者。



③

### ③ 1959年: 第一代机器人出现

德沃尔与美国发明家约瑟夫·英格伯格联手制造出第一台工业机器人。随后, 成立了世界上第一家机器人制造工厂——Unimation公司。

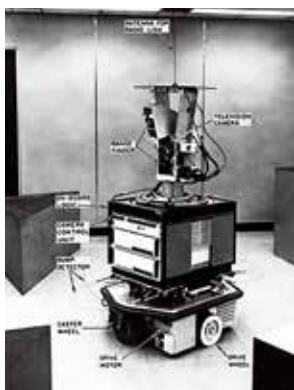




④

#### ④ 1965年：兴起研究“有感觉”的机器人

约翰·霍普金斯大学应用物理实验室研制出Beast机器人。Beast已经能通过声纳系统、光电管等装置，根据环境校正自己的位置。



⑤

#### ⑤ 1968年：世界第一台智能机器人诞生

美国斯坦福研究所公布他们研发成功的机器人Shakey。它带有视觉传感器，能根据人的指令发现并抓取积木，不过控制它的计算机有一个房间那么大，可以算是世界第一台智能机器人。

#### ⑥ 2002年：家用机器人诞生

美国iRobot公司推出了吸尘器机器人Roomba，它能避开障碍，



⑥



⑦

#### ⑦ 2014年：机器人首次通过图灵测试

在英国皇家学会举行的“2014图灵测试”大会上，聊天程序“尤金·古斯特曼”（Eugene Goostman）首次通过了图灵测试，预示着人工智能进入全新时代。

#### ⑧ 2016年：AlphaGo打败人类

2016年3月，AlphaGo对战世界围棋冠军、职业九段选手李世石，并以4:1的总比分获胜。这并不是机器人首次打败人类事件。



⑧

2016年3月9日，韩国，李世石人机围棋大战引广泛关注，韩国民众纷纷观战电视直播。供图/CFP

# 关于人工智能的几点思考

当前制约机器人科技发展的瓶颈是人工智能，人工智能研究的难点是对认知的解释与建构，而认知研究的关键问题则是对自主和情感等意识现象的破解

文 / 刘伟

人工智能是人类发展到一定阶段而必然产生的一门学科，它既包括人，也包括机和环境两部分，所以也可以说是人机环境系统交互方面的一种学问。它同样“有一个漫长的过去，但只有短暂的历史”。它的起源可以追溯到文艺复兴，接着，又在第一、二次工业革命浪潮中逐渐崭露头角。法国人帕斯卡尔研制了第一台现代意义上的数字计算机，第一、二次世界大战大大加快了该学科发展的进程，剑桥大学巴贝奇的差分机和图灵的测试进一步把人工智能领域的研究范围扩展到了人类学习、生活、工作等方面。到目前为止，研究人工智能的学科不但包括生理、心理、物理、数理、地理等自然科学技术领域，而且还涉及到哲学、伦理、法理、艺理、教理等人文艺术宗教领域。

1997年5月11日，名为“深蓝”的电脑毫无悬念地在标准比赛时限内击败了国际象棋男子世界冠军卡斯帕罗夫，从而证明了在有限的时空里电脑“计

算”可以战胜人脑“算计”，进而论证了现代人工智能的基础条件（假设）——物理符号系统具有产生智能行为的充分必要条件（Newell and Simon, 1976）是成立的。更有意思的是，2011年2月17日，一台以IBM创始人托马斯·沃森的名字命名的电脑在智力问答比赛中“狂虐”两位最聪明的美国人而夺得冠军，2016年3月9日至3月15日，“围棋名誉九段”AlphaGo在首尔以4:1的比分战胜了围棋世界冠军李世石九段，从而引发了人工智能将如何改变人

类社会生活形态的话题。

## 人机环境系统交互的产物

众所周知，当前制约机器人科技发展的瓶颈是人工智能，人工智能研究的难点是对认知的解释与建构，而认知研究的关键问题则是对自主和情感等意识现象的破解。

在真实的人机环境系统交互领域中，人的情景意识SA（Situation Awareness）、机器的物理SA、环境的地理SA等往往同构于同一时空中（人

2016年9月23日，小朋友在机器人演示厅体验机器人“小胖”的家庭影院功能。9月20日，中国制造的进化者家庭服务型机器人“小胖”（Fabo）正式面向公众发售，人工智能产品将走进中国家庭。“小胖”身高1.024米，相当于一名四五岁儿童的高度，它具有专为4-12岁的儿童研发的教育功能。供图/中国全球图片总汇



的五种感知也应是并行的)。人机环境交互系统往往是由有意识、有目的和有学习能力的人的活动构成,涉及变量众多、关系复杂,贯穿着人的主观因素和自觉目的,所以其中的主客体界线常常模糊,具有个别性、人为性、异质性、不确定性、价值与事实的统一性、主客相关性等特点,其中充满了复杂的随机因素的作用,不具备重复性。

在充满变数的人机环境交互系统中,存在的逻辑不是主客观的必然性和确定性,而是与各种可能性保持互动的同步性,是一种得“意”忘“形”的见招拆招和随机应变能力。这种思维和能力可能更适合复杂的人类。凡此种种,恰恰是人工智能所欠缺的地方。

### 人机之间的不同之处

人与机器相比,人的语言或信息组块能力强,具有有限记忆和理性;机器对于语言或信息组块能力弱,具有无限记忆和理性,其语言(程序)运行和自我监督机制的同时实现应是保障机器可靠性的基本原则。人可以在使用母语时以不考虑语法的方式进行交流,并且在很多情境下可以感知语言、图画、音乐的多义性,如人的听觉、视觉、触觉等在具有辨别性的同时还具有情感性,常常能够理解到只可意会不可言传的信息或概念(如对哲学这种很难通过学习得到学问的思考)。机器尽管可以下棋、回答问题,但对跨领域情境的随机应变能力很弱,对彼此矛盾或含糊不清的信息不能有效反应(缺少必要的竞争冒险选择机制),主次不分,综合辨析识别能力不足,不会使用归纳推理演绎等方法形成概念或提出新概念,更不用奢谈产生形而上学的理论形式。

人与机器在语言及信息的处理差异方面,主要体现在把表面上无关的事物

相关在一起的能力。尽管大数据时代可能会有所变化,但对机器而言,抽象表征的提炼,亦即基于规则条件及概率统计的决策方式与基于情感感动及顿悟冥想的判断机理之间的鸿沟依然存在。

### 人工智能与哲学

人类文明实际上是认知的体现,无论是最早的美索不达米亚文明(距今6000多年),还是四大文明之后以西方为代表的现代科技力量,其原点都可以落实到认知领域上。历史学家认为:以古希腊文化为驱动力的现代西方文明来源于古巴比伦和古埃及,其本质反映的是人与物(客观对象)之间的关系;而古印度所表征的文明中常常蕴含着人与神之间的信念;排名最后的古代中国文明是四大古文明中唯一较为完整地绵延至今的文化脉搏,其核心道理反映的是人与人、人与环境之间的沟通交流。在这些入、机(物)、环境之间系统交互的过程中,认知数据的产生、流通、处理、变异、卷曲、放大、衰减、消逝无时无刻不在进行着……

有人说人工智能是哲学问题。这句话有一定的道理,因为“我们是否能在计算机上完整地实现人类智能”,是一个哲学问题。康德认为哲学需要回答三个问题:我能知道什么?我应该做什么?我可以期待什么?分别对应着认知、道德和信仰。哲学不是要追究“是什么”,而是追求为什么“是”和如何“是”的问题。哲学意义上的“我”也许就是人类研究的坐标原点或出发点,“我是谁”“我从哪里来”“要到哪里去”这些问题也许就是人工智能研究的关键瓶颈。

### 结语

人工智能,尤其未来的强人工智能很可能是一种集科学技术、人文艺术、哲

学宗教为一体的“有机化合物”,是各种“有限理性”与“有限感性”相互叠加和往返激荡的结果,而不仅仅是科学意义上的自然秩序原理。它既包含了科学技术只服从理性本身而不屈从于任何权威的确定性知识(答案),又包含着诸如人文艺术以及哲学、宗教等一些迄今仍为确定性的知识所不能肯定的思考。它不但关注着人机环境系统中的大数据挖掘,而且对涉及“蝴蝶效应”的临界小数据也极为敏感;它不但涉及计算、感知和认知等客观过程,而且还对算计、动机与猜测等主观过程颇为青睐;它不但与系统论、控制论和信息论等“老三论”相关,更与耗散结构论、协同论、突变论等“新三论”相联。它是整体与局部之间开环、闭环、自上而下、自下而上交叉融合的过程,是通过无关——弱相关——相关——强相关及其逆过程的混关联变换。

通过研究,我们是这样看待人工智能技术问题的:首先人工智能不是被动地对环境的响应,而是一种主动行为,人工智能系统对环境信息的刺激下,通过采集、过滤,改变态势分析策略,从动态的信息流中抽取不变性,在人机环境交互作用下产生近乎知觉的操作或控制;其次,人工智能技术中的计算是动态的、非线形的(同认知技术计算相似),通常不需要一次将所有的问题都计算清楚,而是对所需要的信息加以计算;第三,人工智能技术中的计算应该是自适应的,人机系统的特性应该随着与外界的交互而变化。因此,人工智能技术中的计算应该是外界环境、机器和人的认知感知器共同作用的结果,三者缺一不可。■

(刘伟:北京邮电大学自动化学院教授、北京邮电大学人机交互与认知工程实验室主任,国家自然科学基金评议专家、国家工效标准化技术委员会委员)

# 三维度看人工智能产业发展态势

在第三届世界互联网大会上，乌镇智库联合网易科技发布了《乌镇指数：全球人工智能发展报告(2016)》。该报告从产业、学术与投融资三个维度切入，分析了全球人工智能产业发展现状及趋势。本文节选其中一些章节，以飨读者

## 产业与应用

人工智能企业的主要应用领域：

人工智能企业主要应用在安防、金融、个人助理、自驾、金融、电商零售、医疗健康和教育等领域（见图1）。

中美两国人工智能企业分布对比：

美国人工智能企业总数为2905家，全球第一。仅加州的旧金山/湾区、大洛杉矶地区两地的企业数量即达到1155家，占全球的19.13%。

中国人工智能企业数量虽不及美国，北上深三城占全球总数的7.4%，但在东亚地区位列前三，在全球范围内分列第3、第6、第8位。

中美人工智能专利数增长趋势：

美国人工智能专利申请数累积达到26891项，位列全球第一；中国共计15745项，位列第二。但自2012年开始，中国的专利申请数及专利授权数就超越美国。

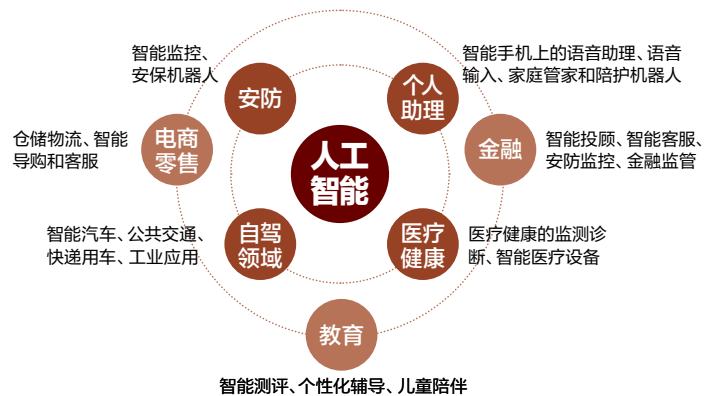


图1: 人工智能企业的主要应用领域

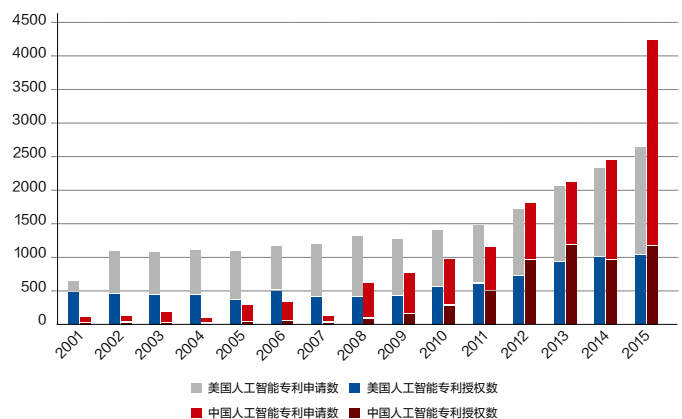


图2: 中美人工智能专利数增长趋势

自2001年,中国每年新增人工智能专利数增幅较大,申请数、授权数增长了40倍左右;美国整体上保持稳定增长趋势,在2011年开始加速,这与资本开始涌入该领域的节奏相近(见图2)。

### 中国省区市人工智能影响力排名:

全国32个省区市,均进入人工智能企业数、专利申请数、融资数三项前十排名的,包括北京、广东、上海、江苏、浙江。其中,北京、广东在三项排名中位列前二,地位稳固;而上海、江苏均进入前五名,名次略有不同;浙江获得一次前五,两次前十;四川、重庆各入围两个榜单,可谓是人工智能领域的西部重镇(见图3)。

AI 专利影响力榜单			AI 企业影响力榜单			AI 企业融资影响力榜单		
排名	省市	分数	排名	省市	分数	排名	省市	分数
1	北京	100	1	北京	100	1	北京	100
2	广东	92.39	2	广东	93.58	2	广东	94.67
3	江苏	91.27	3	上海	91.64	3	福建	88.03
4	上海	91.06	4	浙江	80.18	4	上海	75.80
5	安徽	76.41	5	江苏	77.69	5	江苏	71.84
6	台湾	74.78	6	四川	74.45	6	四川	62.02
7	重庆	74.68	7	福建	69.81	7	浙江	56.81
8	湖南	72.40	8	台湾	62.98	8	山东	37.93
9	河南	67.73	9	湖北	61.53	9	香港	36.01
10	浙江	67.36	10	山东	57.88	10	重庆	3.43

图3: 中国省区市人工智能影响力排名

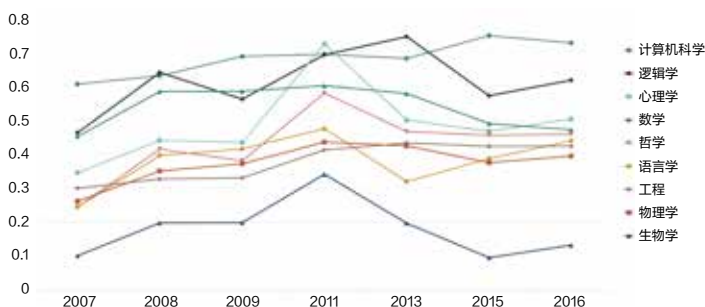


图4: 各学科与人工智能的相关度

### 学术与研究

#### 各学科与人工智能的相关度:

计算机科学与逻辑学,与人工智能整体上一直保持高相关度。心理学、哲学、语言学在2011年达到峰值,此后又迅速下降。经济学整体上一直保持上升趋势(见图4)。

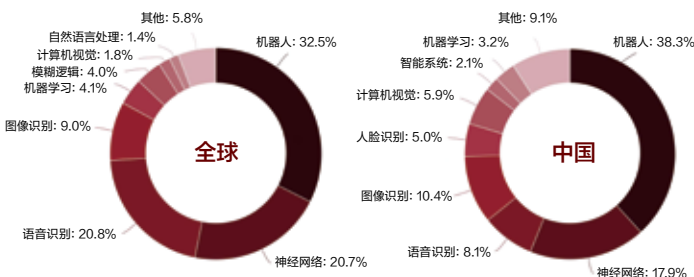


图5: 全球与中国人工智能申请专利各细分领域百分比

全球与中国人工智能申请专利各细分领域百分比:

人工智能专利在细分领域上的分布大体上相似,机器人、神经网络、语音识别及图像识别占主体部分(见图5)。

### 投资与融资

#### 全球各季度人工智能投资金额与投资频次:

近几年,人工智能领域投资呈爆发趋势,无论是投资金额或投资频次,都有明显的增加(见图6)。

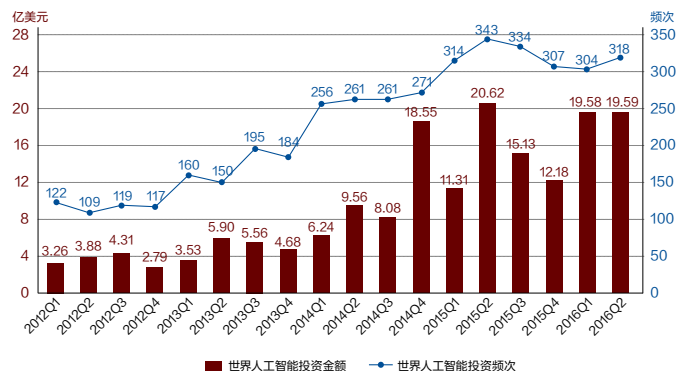


图6: 全球各季度人工智能投资金额与投资频次

# 百度:下一幕,因智而能

百度大脑开放共享的思路,实际上是希望在时代变革大幕开启之际,助力广大合作伙伴全面共享人工智能时代,完成下一幕的转型升级

文 / 本刊记者 马冉冉

“十三年了,久等了,你们辛苦了,很久不见,你们还好吗?昨天已经过去很久了,我现在很好,哪里都没有去,始终我在光阴里。”在2016百度世界大会现场,百度公司董事长兼CEO李彦宏现场展示了运用情感语音合成技术还原的张国荣声音的音频。

这是以张国荣在影视、电台等留存下来的原声建模,通过情感语音合成技术实现与粉丝“隔空对话”。据了解,任何一个人只要用30分钟按照要求录制50句话,就可以用百度大脑的语音合成技术模拟出这个人的声音,这意味着,今后每个人都可以拥有自己的声音模型。这是百度大脑所具备的基础能力之一,从语音、图像到自然语言理解再到用户画像……百度在这些领域的应用已经深入到人们的日常生活中。当这些能力赋予全社会的每个人,就能变换出无穷无尽的可能性,让我们重塑对未来的想象。

人工智能的这种神奇魅力吸引了各大科技公司,谷歌、Facebook、IBM等国外科技巨头纷纷通过成立人工智能实验室、并购初创公司等方式,在人工智能领域进行多点布局。百度亦不例外,在人工智能方面的研发可谓不遗余力,更是第一个把人工智能提到核心技术创新地位的国内互联网公司。

2015年底,百度挖来NEC美国智能图像研究院的负责人林元庆担任百度深度实验室主任,由他带领深度学习实验室研发具有统治级别的人工智能技术。在本刊的专访中,林元庆表示,“我觉得中国的互联网节奏非常快,尤其是人工智能的发展。现在人工智能的刚需已经很明显了,可以说非常旺盛,关键是如何把刚需挖掘出来,做出来,这才是重要的。”

## 百度大脑是百度人工智能的核心

《网络传播》:百度大脑目前有哪些阶段性成果,其价值体现在哪里?

林元庆:百度大脑已建成超大规模的神经网络,拥有万亿级的参数、千亿样本、亿级特征训练,能模拟人脑的工作机制。通过深度学习、大规模计算和大数据三大部分,百度大脑目前已经具备了语音、图像、自然语言理解和用户画像四大前沿能力。以语音识别为例,目前百度语

音识别的准确率能够达到97%。在人工智能时代,百度大脑将是百度向社会输出人工智能技术能力的核心,经过长期的投入与布局,未来百度大脑不仅将像百年以前的电力一样成为商业新能源,更将深入到生活中,将电影中的场景变为现实。

《网络传播》:百度大脑宣布对广大开发者、创业者及传统企业开放其核心能力和底层技术开放,是出于何种考虑?

林元庆:百度大脑开放共享的思路,实际上是希望在时代变革大幕开启之际,助力广大合作伙伴全面共享人工智能时代,完成下一幕的转型升级。百度大脑未来将与各行各业结合,衍生出不同领域的行业大脑,比如医疗大脑、交通大脑、金融大脑等。目前,百度大脑已经应用到教育、金融和娱乐等多个行业。

## 人工智能渗透百度所有产品线

《网络传播》:今年基本上全球各大

过去一年,人工智能从一个高精尖的科技变成了街谈巷议的热门话题,但人工智能背后的技术还是非常复杂的,需要投入、需要做的事情非常多。



2016年12月17日，南京《最强大脑4》发布会上，作为本季最大亮点——“人机大战”的主角，百度智能机器人“小度”实体形象首次曝光。供图/CFP

互联网公司都把人工智能作为最核心突破的领域，在这一领域，百度和其他公司的战略方向有何不同？

**林元庆：**百度在人工智能领域起步早，布局领域广，并且已经有很深的积累，既实现了对内业务的支持，也进行了大量对外技术的输出。目前，百度的人工智能几乎已经渗透到百度所有的产品线当中，以此改进百度全线产品的用户体验并提升用户黏性。比如说手机百度的语音搜索、凤巢的推广系统以及百度外卖的调度系统、百度金融结合人工智能给用户的画像等等。接下来百度一方面将进一步提升各项人工智能技术，打造平台化的对外输出能力；另外一方面还将着力把这些人工智能技术和能力应用到具体行业和垂类中，提升行业的效率，促进行业变革。

**《网络传播》：**虽然业界普遍认可人工智能的巨大前景，但在目前来看，人工智能在短期内还很难看到盈利，那么，怎么看人工智能的普及和商业化？

**林元庆：**人工智能已经为百度的搜

索业务提供了巨大帮助。人工智能的发展和普及有四大关键性的支柱——机器学习算法（特别是深度学习）、大数据、大规模计算，以及可供以上要素不断训练迭代的大应用。目前，人工智能在前三个领域都已经有了有一定程度的突破，同样关键的是人工智能技术的大规模应用，只有在制造业、医疗、汽车驾驶、娱乐等各个领域各个场景的不断应用，才能形成“数据-技术-产品-用户-更多数据-更强技术”这样的正向循环。在这些不断扩展的应用中，商业化也就是自然伴随而来的事情了。

### 互联网的下一幕是人工智能

**《网络传播》：**如何看人工智能在2016年的“爆发”？

**林元庆：**1956年夏天，“人工智能”首次被提出，但在之后的半个世纪都没有能够解决人工智能的问题。上世纪70年代到90年代，美国一直有人工智能的课程，但却没有实际的应用，在当时，任何一个领域都看不到有价值的人工智能

应用。上世纪90年代以后，数据量越来越大，计算的能力也越来越强，机器学习逐渐兴起；到2006年，深度学习的概念被提出，特别是在2010到2012年间，深度学习在语音识别和图像识别领域取得了突破性进展。深度学习的成功极大地推动了人工智能的商业化。实际上，在2013年，《MIT科技评论》就已经把深度学习列为当年的十大技术突破之首，但今年确实是人工智能大规模商业化落地的一年。

**《网络传播》：**人工智能将会如何影响各行各业？

**林元庆：**影响最大的是制造业。当人工智能时代到来，制造业会彻底被物联网改变。未来所有商品都能联网，将数据传回云端，通过人工智能技术进行分析，为消费者带来实实在在的价值。汽车工业也将被人工智能彻底改变，尽管安全问题的解决路径在传统汽车厂商与创新厂家间有所不同，然而我们基本上还比较自信，有一天会进入来自动驾驶时代。此外，娱乐业及健康产业同样也会被人工智能所改变。对于前者，虚拟现实与增强现实很可能会成为主流的内容形式，颠覆消费者对娱乐内容的消费方式；对于后者，通过基因分析、精准的医疗图像诊断，患者的疾病将得到更加精准和个性化的治疗。

**《网络传播》：**为什么说人工智能将为互联网注入下一幕的新动能？

**林元庆：**互联网发展经过了两个阶段，即PC互联网和移动互联网两个阶段，这两个阶段的发展依赖于人口红利。但现在来说，互联网的增长无法依靠人口红利来驱动，人工智能将是移动互联网的下一幕。过去一年当中，人工智能从一个高精尖的科技变成了街谈巷议的热门话题，但人工智能背后的技术还是非常复杂的，需要投入去做的事情非常多。■

# 搜狗：搜索天生具备智能基因

搜索的未来就是人工智能时代的皇冠，随着技术的突破，搜索引擎会自然而然演化成为问答引擎

文 / 本刊记者 刘沁娟

提起搜狗，大部分人第一时间想到的是它的输入法与搜索，而在第三届世界互联网大会上，搜狗CEO王小川在“移动互联网论坛”首次展示全场最精彩的“黑科技”——机器同传，展示了实时机器翻译技术，将演讲嘉宾的中文讲话实时语音识别并同步翻译为英文在大屏幕上显示。自此，人们打破了对搜狗的传

统印象。

当王小川说到“搜索的未来就是人工智能时代的皇冠”时，屏幕上实时显示出了“In the future, search will be the Crown of the AI Era”。随着他的话语逐渐完整，屏幕上显示的内容也自动修改。这是全球首次基于神经网络的实时机器翻译技术在大型活动上的展示，效果可

靠，准确率已接近人类同传翻译结果。

其实早在2011年，搜狗便开始深耕语音识别技术，至今已有5年时间的积累。目前，搜狗语音识别准确率超过97%，机器翻译准确率在90%左右。2016年12月做人工评测时，搜狗机器翻译在演讲、旅游、闲聊、日常口语等领域，采用5分制人工评分能达到4.4分。

2016年11月17日，浙江乌镇，搜狗CEO王小川在第三届世界互联网大会“移动互联网论坛”上首次展示机器同传。供图/搜狗





本刊近日专访王小川，讲使命谈未来，他对这次的人工智能浪潮十分乐观，笃信人工智能会让生活更加美好。“搜狗的使命是让表达和获取信息更简单。实际上，搜索就是在帮助人们获取信息，而输入法则在帮助人们进行表达。未来，搜狗会通过自然交互和知识计算，促进更多人工智能产品的落地，切实造福人类。”王小川说。

### “人工智能对自然语言的理解是我们最需要的”

《网络传播》：搜狗正在全面转向人工智能吗？进行人工智能研发的初衷是什么？

王小川：很多人问我，搜狗是转型做人工智能了吗？其实，搜狗并没有“转向”人工智能，搜狗本身是做搜索引擎的，而搜索天生就具备人工智能基因。

纵观搜索引擎的发展历史，我们会发现，原来的搜索是基于关键词的搜索，用户输入一个关键词，搜索引擎会返回10条链接，然后需要用户对于信息逐条进行筛选，但关键词并不是最好的搜索方法。搜索引擎往后的发展方向，会从关键词搜索，变成由人来表达一个完整的句子，可以是问题或命令，再由机器找出其中的含义，最终由机器直接给出答案，或者是机器来执行命令。人工智能在这个过程中发挥着巨大的作用。

《网络传播》：搜狗在人工智能领域已经发展到什么阶段？未来方向是什么？

王小川：基于人工智能最前沿的深度学习技术，搜狗在包括语音识别、自然语言理解、图像处理等方面，都已走在行业前端，并且相关技术已应用到了搜狗的产品中，包括搜索、输入法、广告系统等。比如，搜狗输入法刚刚推出的“智能分享”功能，可以让用户在使用QQ、微信等产品聊天时，不必跳出聊天场景，直接

在输入法中查找相应的内容，并发送给对方，极大地提升了使用体验。

人工智能对于自然语言的理解，是我们认为最需要做的，我们的主业是输入法和搜索，都是和文字信息打交道，但对于语言的理解是人工智能里最难的事。

### “人工智能让我们的生活更加美好”

《网络传播》：人工智能已经走过60年的历程。今年，谷歌研发的围棋机器人AlphaGo战胜了韩国棋王李世石，这让很多人意识到，人工智能已经今非昔比。那么，人类为什么需要人工智能？人工智能会给我们的生活带来哪些改变？

王小川：机器会帮助我们做一些简单的体力、脑力劳动，人类会被解放出来，去做更加有创造性和更加需要想象力的事——人工智能会让我们的生活更加美好。人工智能往下走主要是两个体系，一个是虚拟世界，另一个是机器智能。前者指的是游戏、小说、音乐、视频等文化创意产业领域的技术发展，把我们带向了虚拟世界，这能让人类找到自己的存在感；后者指机器智能将减少人的判断，把决策交给机器，让机器参与到人的决策之中。

《网络传播》：对霍金发出的“人工智能可能给中产阶级带来灾难”的警示，你怎么看？

王小川：目前人工智能还需要依靠人的传统经验来训练，但如果操作经验或者是数据量不够，机器还无法代替人类。人工智能能够取代一些职业，比如说棋手、审计、医生等，在这些方面机器都可以做很好的辅助，但是对于大家没见过的具有创造性的事情，比如规划、科研等，对于机器来说还很难。现在机器可以写文章、画图，在科研层面展示出了一些魔力，但是还没有到可以取代人的阶段。更难的层级，人作为一个生命，生命有对

环境的适应能力，还有自我的繁衍能力，机器还远远做不到。

### “我对这次的人工智能浪潮十分乐观”

《网络传播》：如果说2010年从搜狐分拆独立是搜狗第一次蜕变，2013年引入腾讯战略投资是第二次蜕变，那么，人工智能是否如外界所说，会为搜狗带来第三次蜕变的机会？人工智能将在此次蜕变中起何作用？

王小川：我对于这次的人工智能浪潮十分乐观，但是我也很紧张，也许我们自己做的搜索引擎就是会被颠覆的一部分。所以，我们会开始畅想未来的路在什么地方。我认为，搜索的未来就是人工智能时代的皇冠，随着技术的突破，搜索引擎会自然而然演化成为问答引擎。除了搜索引擎做问答以外，输入法的未来将向自动问答演变。

《网络传播》：互联网红利正在消退，中国互联网也在向人工智能方面角逐，搜狗如何凭借技术红利和数据红利在这场竞争中取胜？

王小川：搜狗是一家搜索引擎公司，公司的性质决定了在过去十几年的实践中，搜狗积累了大量的数据资源、庞大的用户量以及领先的算法，这些都是搜狗在竞争中的优势。

数据红利方面，搜狗输入法的语音识别技术背后是庞大的语料数据支持。目前，搜狗输入法日均语音请求接近1.9亿次，用户每天产生的语料规模超过16万小时，远超国内任何语音公司使用的语料规模；技术红利方面，搜狗本身的技术底蕴很深厚，2016年4月，搜狗向清华大学捐赠1.8亿元，共同成立了天工智能计算研究院，这是企业首次与中国顶级高校一起集合全球顶级资源在人工智能学术和技术领域的合作，共同研发的成果也将运用到搜狗的产品中。■

# 格灵深瞳：让计算机看懂世界

格灵深瞳想做的是“第一个将计算机视觉商业化的公司”，而切入智能安防监控领域是第一步

文 / 本刊记者 潘树琼

颐和园腹地的红墙四合院，河水凉亭，满目古色。抬头一看，“格灵深瞳”四个字组成的牌匾，特别显眼。若不是提前知晓目的地，笔者一定不会相信这古香古色的四合院里，居然装着一家致力于计算机视觉研究的人工智能科技公司。

比尔·盖茨认为IT界的下一个大事件是计算机视觉与深度学习的结合。2014年6月中旬比尔·盖茨访问北京时，他到访的第一家创业公司便是格灵深瞳。

格灵深瞳创立于2013年4月，是一家将三维计算机视觉和深度学习技术应用于商业领域的科技公司。格灵深瞳的“野心”是让计算机看懂世界，事实上，教机器看懂这个世界，从很多年前开始就有人持续致力在做了，只不过采用的大多是“摄像头+强算法”的理论框架。Google、百度等巨头同样在做，不同的是他们还是偏重搜索、社交；但格灵深瞳想做的是“第一个将计算机视觉商业化的公司”，而切入智能安防监控领域是第一步。

本刊专访格灵深瞳联合创始人、CTO赵勇，他曾供职于Google总部研究院，是Google Glass最早期的核心研发成员。让我们看看他眼中的计算机视觉发展到了什么程度？人工智能又将如何发展？

## 人工智能为计算机视觉赋予智慧的光芒

《网络传播》：第三届世界互联网大会上举行了一场领先科技成果发布活动，多数事关人工智能，且该词被参会嘉宾频频提及，你是否觉得，人工智能发展的最好时机已经到来？

赵勇：跟过去三四十年来相比，现在肯定是最好的时机。人工智能已经发展到了一定程度，开始为社会提供具有商业价值的产品和服务，现在各大企业纷纷投入研发。但这并非这是这一两年的作用，而是持续积累下来的成果。在今天，我们还把人工智能当作新闻来看，再过五年，人们并不觉得它是新闻，它已经变

成事实了。这个行业所产生的影响和市场已经大大增加，我相信在五年以后，人工智能在安防领域的市场会比今天大一百倍。

《网络传播》：计算机视觉对安防的意义有哪些？相比之下，格灵深瞳的安防设备和其他安防设备有哪些不同之处？

赵勇：安防行业已经建立了一套完整的“眼睛”体系，到处都有摄像头，这些摄像头从以前的模拟变成了数字，从

深瞳人眼摄像机Foveacam是首款基于人眼工作原理的摄像机，可以达到2亿像素动态瞬时分配，在50米内可以展现清晰的可视别人脸，100米内看清全身特征，摄像机视角达到了70度。图/本刊记者 潘树琼 摄



孤立变成了网络连接。所以，在安防领域锻炼出来了一种能力——眼睛和记忆的能力。但是，过去我们只用了电脑的眼睛和记忆，真正思考和选择的还是人脑。而未来的核心则是赋予摄像头“思考”的能力。

北京200多万个摄像头，每天产生的录像时长有200多万天，即5000多年，这么多的图像，倘若要抓取数据，需要耗费大量的人力。所以，格灵深瞳就是为每台计算机装上“安全脑”。这个安全脑首先要去理解每幅图的所有目标，识别他们是谁；其次，它不是单个脑子，而是一套协同合作的脑袋网。以前是海量的孤立的数据，未来安全脑会搜集所有的数据，去理解、关联和分析这些数据，最终为客户提供情报。

《网络传播》：除了安防领域，计算机视觉还能用在哪些行业？

赵勇：比如，可以为商场提供VIP客户识别服务。当顾客走进商场，系统根据人脸识别提示这是一位VIP客户，服务员接到指令，便会有针对性地提供服务。此外，可以为父母提供孩子的动态，当孩子进入学校、离开学校、进入小区门口时，父母都能收到信息提示，告知父母孩子的行踪。

在这个世界上，每一个人都有他的关键人。对于商场来说，顾客是他们的关键人；对于父母来说，孩子是他们的关键人。我们的技术就是为人们提供这种服务，帮助他们去了解各自的关键人。

《网络传播》：计算机视觉在安防领域已经达到了“让机器看得懂”的目标，那么，下一步，怎样实现“让计算机做出反应”？

赵勇：现在已经可以做出反应了。所谓的做出反应就是提供情报，人工智能领域是一个情报体系，而非执行体系。人工智能产品提供情报，然后由执法机关

机器人最困难的是拥有意识，因此，应该捍卫人类的灵魂和情感，一方面让机器人拥有情感很难，另一方面，人们不应该去触碰情感机器人的研究，因为这触及了人类伦理和情感层面的底线。

采取相关行动。比如，有犯罪高危人员走进小区了，通过人脸识别，系统提示保安注意防范，保安接收到情报后，便会密切关注这个人的动态，这就是情报服务。

### 把未来一个齿轮一个齿轮地变成现实

《网络传播》：斯皮尔伯格导演的科幻电影《人工智能》里描绘了一个机器人小孩为了得到人类的“母爱”而不断“努力”的故事，影片结局是2000年之后，地球上已经没有了人类，只剩下机器人。你觉得人类会迎来这一天吗？

赵勇：这是艺术创作，好莱坞的电影为了制造噱头吸引人们去看，所以会幻想比较极端的科幻场景。我们今天让人工智能去开车、去服务、去提供情报，但它们其实是没有物理形态的，而是一系列运行在服务器和系统里面的软件。它们有感知和认知的能力，能很好地完成工作，可以为我们提供非常出色的服务，但它们是没有意识的。

人的智能有三个层次，感知、认知、意识。但对机器人来说，它们可能有超过人类的感知和认知能力，但并不具备意识。什么是意识？意识是一个指挥官，它调动了你的感知和认知能力，去完成任务。人工智能的未来并不是去创造一堆有自我意识的机器人，成为一种新的物种。我们今天所做的所有人工智能，都只是做一种很聪明的机器，其终极目标都是为人类服务。

《网络传播》：好莱坞创造了很多同时具备感知、认知和意识的机器人，例如暖心的大白。你预测一下，人类何时会真正意义上拥有一个大白这样的朋友？

赵勇：现在已经开始了，人工智能不一定是人形的东西，在家里就有隐形的大白。比如，智能牙刷能通过口腔脱落细胞判断你的口腔健康状况；智能马桶可以帮你分析肠道疾病；拿一根棉签掏一下耳朵，产生一些采样，快递到一个实验室，它们会立即给你一个非常权威的报告。这些东西就是大白。

大白不是一个大白，是无数个大白。有大白的医院版、大白的药物版、大白的家庭诊疗版等等，这都是会出现的。当然，我不认为会出现一个大白那样的机器人，把所有事儿都办了。无论从技术可行性和效率来说，都达不到那样的要求。

《网络传播》：有人说在人工智能的发展上存在一个奇点，越过这个奇点就能具备意识。你觉得这个奇点存在吗？

赵勇：在认知和感知领域，人工智能的很多东西已经超过人类了，但在意识层面就差得远了。人类最宝贵的东西便是灵魂，而人工智能最大的缺陷也在于此。机器人最困难的是拥有意识，因此，应该捍卫人类的灵魂和情感，一方面让机器人拥有情感很难，另一方面，人们不应该去触碰情感机器人的研究，因为这触及了人类伦理和情感层面的底线。■

# 海康威视：AI开启城市新纪元

小到一个商城的客流客情分析，大到一个城市的人、车、物等属性分析，在这样的技术应用下，“智慧城市”所能真正带给人们的安全、便捷、智能不再遥远

文 / 陈宗年

以云计算、大数据、人工智能与物联网为代表的数字技术的迭起，带领全球迈向数字化新时代。中电海康控股公司海康威视从2006年开始，就“瞄”上了人工智能（AI）的快船，通过重构自身业务模式以从容应对行业变革。在第三届世界互联网大会上亮相的智能泊车机器人，既是海康威视涉足人工智能产业化的突破性应用，更是人工智能有效解决城市生活难题的有力印证。

## “互联网化”的智能停车

城市是人类社会高度进步，工业、现代化高度发展的集中体现之一。当城市规模扩大、人口密集度越来越高，城市本身因土地资源稀缺无法随之扩大时，城市曾经给人们带来的便捷生活、舒适体验也会随之变成烦恼。

这万千的烦恼里，停车难算是人们在都市生活中最有感触也最为普遍遭遇的问题：伴随着传统停车场规划车位少、过道空间狭隘、地下空间照明不足、环境差等现状，带来了大流量时期无空位停车或进场等待时间长、车辆刮擦事故等问题。

泊车机器人的概念在迪拜首先被提出，在德国得以发展，而全球首个最终落地实施的项目就是在浙江乌镇第三届世界互联网大会会场试运行的海康威视智能泊车机器人。2016年11月16日，来自全球各地的嘉宾在乌镇亲身体验了智能停车场的方便与快捷。作为全球首个机器人智能停车应用案例，海康威视智能泊车机器人呈现出真正“互联网化”的智能停车体验。

“将汽车驶入停车场入口处的指定位置后，拉上手刹、熄火、锁好车门，剩下的事情就全都让机器人去完成。”这是体验者对智能泊车系统的描述。车主只需通过智能停车场的App点击取码，当智能停车系统确认车辆熄火、车内无人后，系统将自动生成取车码，并为泊车机器人规划泊车位置和最优路径，调度泊车机器人驶出，进行车辆停泊，整个过程可在

2分钟内完成。

智能泊车机器人可以同时调度500辆汽车，让同等面积停车场的车位数量增加20%~40%。比如此次乌镇物联网街的智能停车场，通过改造后，将此前的64个车位增加到了89个。

## 人工智能作用凸显

作为以视频为核心的物联网解决方案和数据运营服务提供商，海康威视是全球视频监控数字化、网络化、高清智能化的见证者、践行者和推动者。数字化、网络化、智能化，这是海康威视凭着对技术的敏锐开拓和市场的前瞻性研究捕捉到的产业发展趋势。

如果说数字化时代的关键技术是视频压缩编码，网络化时代的关键技术是视频编码、网络传输、SOC技术，

能否尽快抓住智能化时代，打开这个窗口期，在这一波技术浪潮中占领一席之地，则需要对这个行业更进一步深刻理解，研究适用于行业发展的人工智能技术新方向，制造出自己行业的技术优势。





## 人工智能任重道远

当前，视频结构化技术和大数据技术已经在公安、楼宇、交通、工厂、民用安防领域得到广泛应用，但由于人工智能在当前国内的基础还比较薄弱，总体上人工智能的发展，也面临一定的困难。

技术浪潮中占领一席之地，则需要对这个行业更进一步深刻理

解，研究适用于行业发展的人工智能技术新方向，制造出本行业的技术优势。

海康威视把当前的人工智能研发重点聚焦在视频结构化处理和大数据技术两方面，并已经推出了一系列基于人工智能、深度学习技术的产品。2015年推出后端产品“刀锋”“脸谱”系列，2016年推出前端智能感知产品“深眸”系列，已经在很多行业得以应用，不仅在前端实现各种复杂环境下人、车、物的多重特征信息提取和事件检测，还能后端模仿人脑的记忆及思考，集目标提取、检索、分析、存储及行业应用于一体。

视频结构化技术是融合了机器视觉、图像处理、模式识别、深度学习等最前沿的人工智能技术，是理解视频内容的基石；大数据技术为人工智能提供强大的分布式计算能力和知识库管理能力，是人工智能分析预测、自主完善的重要支撑，其包含海量数据管理、大规模分布式计算和数据挖掘三大部分。

视频的结构化处理，让视频大数据所包含的价值爆发出来，为更多行业的“可视化”管理和智能应用提供了很好的数据依据。小到一个商城的客流客情分析，大到一个城市的人、车、物等属性分析，在这样的技术应用下，“智慧城市”所能真正带给人们的安全、便捷、智能不再遥远。

那么智能化时代的关键技术，现在来看无疑就是

深度学习、云计算、云存储、大数据、深度学习协处理器设计技术。

关于智能化，海康威视在最初成立智能分析团队，聚焦研究如何快速实现背景建模和提取移动目标，以降低运动检测的误报，针对特定的场景做专用产品，成为诸多特定产品的领导者，比如常见的交通抓拍系列产品，获得了很好的市场回报。最近几年，不同于之前讲的“智能化”也就是VCA的建模方法，人工神经网络的深度学习快速兴起，把人工智能技术推向一个新的高度。视频智能分析是人工智能一个非常重要的应用方向，深度学习已经在视频智能分析应用上取得了实质性突破。

人工智能的重要作用正逐步显现。当前，比如用户面对海量的视频数据已无法简单利用人海战术进行“人眼”检索和分析，需要人工智能作为助手或专家，实时分析视频内容，探测异常信息，进行风险预测。在这一领域，海康威视有一定的技术沉淀和积累，但是能否尽快抓住智能化时代，打开这个窗口期，在这一波技

从人工智能本身看，当前数据资源分散，开放和共享程度低，难以开展多维数据融合分析，使得人工智能缺乏更多有效的数据支撑；行业领域专业知识的积累还存在一定的薄弱环节，因而会出现对视频内容的理解能力偏弱，同时也很少涉及大范围场景的关联行为分析，没有积累有效的经验知识用于异常分析和风险预测；当前很多的智能只是一种反应式智能，根据输入条件进行自动判断而已，并不具备成长能力，这是人工智能技术在行业应用中需要解决的问题。

新技术的融合应用，对企业提出更高的要求。产业的智能化发展必然面临“应用结构复杂，涉及的外部资源多、事务密集、数据量、用户数多”等问题，如何为不同层次的客户提供不同产品与解决方案也是对企业综合实力的一个挑战，需要能够将云计算、云服务、大数据、物联网技术更好地融合。

大数据方面，以云服务为基础平台，解决大数据应用的关键技术及数据融合，充分利用视频图像结构化算法，进而运用人工智能技术进行海量数据挖掘和分析，才能进入到智能应用方面，实现机器视觉、语音识别、生物特征识别等关键技术的突破，提升智能技术在安防各领域的实战应用和效能。

海康威视一直聚焦在视频技术，有深厚的技术积累，同时，整个人工智能技术的产业化应用在安防领域的技术窗口还并未出现，我们对未来还是乐观的。■

（陈宗年：海康威视董事长）

# 国际科技巨头描绘人工智能愿景

推动人工智能领域前进的谷歌、微软、IBM等科技巨头，已为人工智能的未来描绘出了无比美好的愿景

文 / 本刊记者 孙语冰

在经历了60年“三起两落”的发展后，以深度学习为主要标志的人工智能正迎来复兴。很多国际科技巨头都已将研究开发人工智能作为企业的核心战略，持续投入巨资并招聘领军人才，强力拓展在该领域的布局。有专家预测，未来2至5年，人工智能应用与产业发展将迎来真正的爆发期。而直接推动人工智能领域前进的谷歌、微软、IBM等科技巨头，已为人工智能的未来描绘出了无比美好的愿景。

## 微软：人工智能从“对话即平台”融入生活

1991年，比尔·盖茨在创建微软研究

院时曾提出过一个愿景：让计算机能看会听，并理解人类的想法。25年来，微软公司持续投入在人工智能领域的发展。现在，借助全新发布的聊天机器人Zo、Cortana Decices SDK、智能套件以及扩展智能工具，“对话即平台”的愿景即将成为现实。

在微软Build2016开发者大会上，微软CEO纳德拉首先提出了对话即平台的人工智能发展方向。微软全球执行副总裁陆奇在发布会上宣布：“今天，我们终于具备了对话即平台的条件。”在庞大的数据量、用户连接和技术条件达到一定要求后，以对话为核心的人工智能将回

归到人们所期待的最自然的交互形式，最自然的体验是直接和电脑说话。

这一革命孕育出的便是人工智能伴侣虚拟机器人“微软小冰”。微软在2014年5月推出了这款能和用户在互联网上进行对话的“机器人”。截至2016年5月，据微软公开数据显示，微软小冰已经拥有数千万用户，累计对话超过200亿次，平均对话23轮，微软小冰也被称为全球科技史上最大规模的一次图灵测试。大数据推动了微软小冰的发展，而每一代微软小冰的跃升也越来越明显。在微软小冰的基础上，微软又分别在日本和美国相继推出了“凛菜”和“Zo”，两个机器人都受到了极大的关注。

微软的长远战略是希望人工智能应用不但拥有智商（IQ），还要有情商（EQ）。正是基于这一理念，微软在聊天机器人领域屡屡开创研究成果。2016年10月，微软成为业内第一家实现对话语音识别技术达到人类专业水平的公司。Skype Translator获得了突破性进展，现已支持9种语言的互译，可以帮助不同地区的人们在交流时即时了解对方的意图；基于微软新的智能语言和语音识别技术，Microsoft Translator可以实现现场实时翻译多种语言，在人与人之间建立联系，破除语言障碍。

2016年11月16日，第三届世界互联网大会“世界互联网领先科技成果发布活动”现场，国际商业机器公司发布了IBM Watson 2016，该技术将在医疗、美食、金融等行业发挥巨大作用。图/本刊记者 潘树琼 摄



在微软眼中，人工智能的发展方向是用来帮助人们的工作和生活，包括在情感上与人类交流，以后的人工智能将不再是被强化的概念，而会像你在生活中使用电灯、电脑、手机那样司空见惯，和生活融为一体，而这一切将从“对话即平台”人工智能开始。

### IBM: 打造针对商业的人工智能平台

多年来，各个科技公司一直在通过人机大战展示它们在人工智能方面的进展。其中，IBM是底蕴十分深厚的一支力量。1997年，IBM的“深蓝”超级计算机战胜了国际象棋大师卡斯帕罗夫；5年前，IBM Watson系统在电视知识竞赛节目《Jeopardy!》中打败了人类对手，用自然语言实现了深度问答，展示了其强大的学习能力，自此，Watson声名大噪。

认知计算平台Watson是目前IBM在人工智能领域的重要布局，IBM希望利用Watson的语义分析、自然语言处理和机器学习造福人类。Watson代表的是一种名为“认知计算”的计算模式，具体包括理解、推理和学习三方面。首先，Watson主要运用计算系统处理结构化和非结构化数据的能力进行认知协作；其次，运用“假设生成”算法，Watson能从数据中抽丝剥茧，寻找事物间的相关联系；最后，Watson从大数据中提取关键信息，以证据为基础进行学习。根据万能的三步，Watson就能“以不变应万变”，改变商业解决的方式，由此提升效率。

“Watson是针对商业的人工智能平台。”事实上，IBM公司董事长、总裁兼CEO罗睿兰的这句话就是Watson最大的特点。虽然谷歌和微软的最终目的也是商业化，然而罗睿兰所说的“商业化”是目前持续在进行中的商业化。仅以医疗行业为例，Watson目前不仅最重视这个领

在微软眼中，人工智能的发展方向是用来帮助人们的工作和生活，包括在情感上与人类交流，以后的人工智能将不再是被强化的概念，而会像你在生活中使用电灯、电脑、手机那样司空见惯，和生活融为一体，而这一切将从“对话即平台”人工智能开始。

域，而且已经在和产业进行深入衔接。

在与多伦多一所医院的合作中，Watson分析大量因感染而死亡的早产儿数据，试图找出早期可观察的警示信号。系统发现，通常在死亡前24小时开始，这些婴儿的心率就开始偏离正常值。这一结果可以给医院提供极大的参考。

IBM首席创新官Bernard Meyerson博士表示：“它最顶级的用处，就是准确预测未来，让你能够从根本上改变历史的进程。因为它能够预知即将发生的事情，让你有机会在不喜欢的事情到来之前改变它的发展路径。你可以减轻或消除负面的结果，让事情往积极的方面发展。”

### 谷歌: 机器学习时代已经来临

2016年3月，AlphaGo在人机围棋比赛中以4:1的成绩战胜了世界顶级围棋棋手李世石，体现了谷歌在人工智能领域的突破，一时间，机器学习成为世界瞩目的焦点。

2015年11月9日，谷歌发布了人工智能系统TensorFlow，并宣布开源。“深度学习就是发生在我们身边的一次工业革命，它正在以千丝万缕的方式渗透到科技与生活的方方面面。”来自Google Research的阮巨城博士在接受采访时认为，“科技从业者能不能跟上深度学习的浪潮将在一定程度上决定他未来的发展。”

实际上，谷歌为了推出这个庞大的人工智能平台已经默默做了三年的努力，谷歌更希望人们称它为“机器智能”。谷歌认为，人工智能”这个词包含太多言外之意，他们想打造的是可以应用于机器的智能。

TensorFlow平台的开放，使人们有机会窥探谷歌的机器学习系统。以Google Photos为例，这款产品的标志性功能是能够在图片中识别出用户指定的物品，而通过学习，电脑可“知道”边境牧羊犬的样子，而且可以识别出不同年龄和毛长的边境牧羊犬。对于人类来说，这可能十分容易，但没人能够从数百万张图片中筛选出来这些照片，同时还能识别出不同的犬种，而机器学习系统就可以做到。

谷歌发力机器学习并非简单地代表编程技术发生了转变，实际上，这已经属于“深度学习”算法——从大脑结构中获取灵感围绕复杂神经网络建立起来的算法——“谷歌大脑”就属于“深度学习”努力的成果。如今，机器学习技术开始越来越多地出现在谷歌的热门产品中，并正在逐步走上人工智能的中心舞台。机器学习专家佩德罗·多明戈斯曾表示，谁赢得人工智能大战，谁就能主导信息时代的下一阶段。而谷歌也希望能以主导者的身份站在人工智能领域的潮头上。■



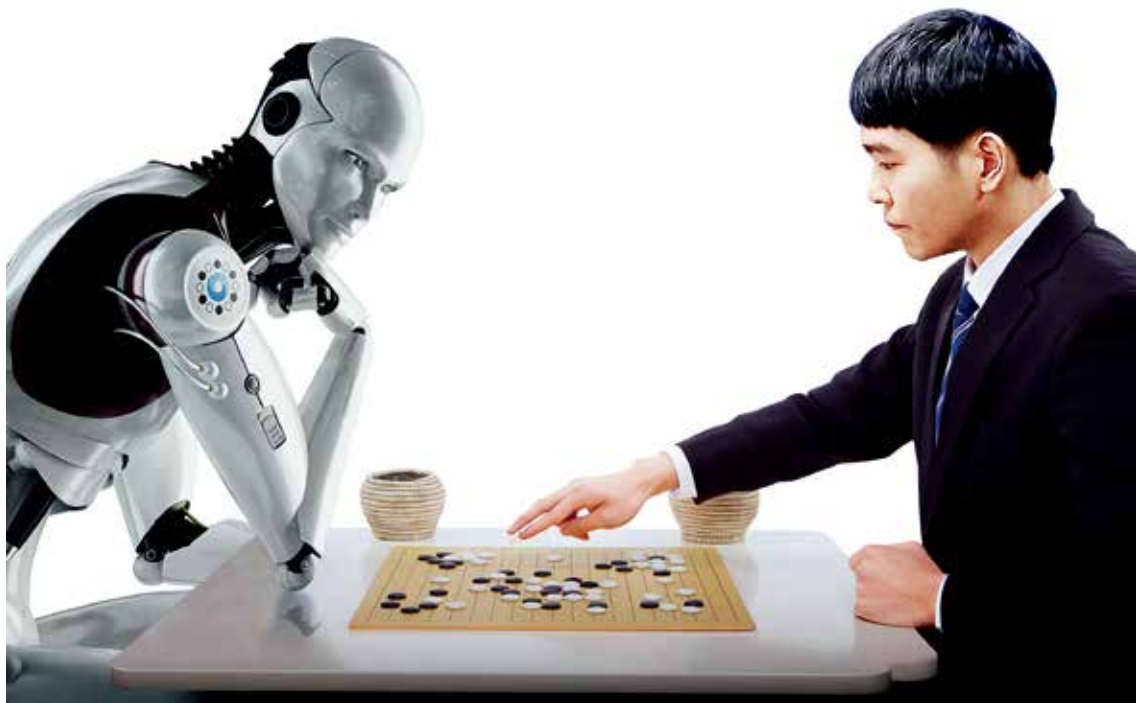
# 智能好物

谷歌的AlphaGo挑战人类智慧；IBM Watson为中国明星李宇春设计“认知礼服”；特斯拉增强型自动辅助驾驶可“享受”赛车的乐趣；机器人不但可以劲歌热舞，还能“参悟佛法”……这些智能好物，正在不断带给人们惊喜

整理 / 本刊编辑部

## ① 人机对弈

当地时间2016年3月15日，韩国围棋九段选手李世石在韩国首尔和谷歌人工智能机器人AlphaGo对战五局后，投子认输，以1:4败北AlphaGo。AlphaGo是一款围棋人工智能程序，利用“价值网络”计算局面，用“策略网络”选择下子。它通过两个不同神经网络“大脑”合作来改进下棋，这些大脑是多层神经网络，跟谷歌图片搜索引擎识别图片在结构上是相似的原理。







## ② 认知礼服

这是中国第一套由人工智能、设计师与明星本人共同合作完成的礼服。在构思阶段，IBM Watson建立了李宇春的“时尚形象”与粉丝及公众评论之间的关联模型；在设计阶段，IBM Watson从三十万张图片里识别出礼服的时尚元素，包括廓形、面料、颜色等，并推荐了3000张图片供设计师参考。按照传统，设计师可能需要8至14天时间来手动完成这个过程，而IBM Watson将这个�过程缩减到几乎实时。



## ③ 辅助驾驶

目前，特斯拉全系车型都可以由车主自由选装自主辅助驾驶套件。当驾驶员使用钥匙启用召唤功能，车辆会自动驶出车库，并探测驾驶员所在位置，停靠到驾驶员附近。在第三届世界互联网大会上，特斯拉发布一款Model S车型，整套最新的2.0硬件系统包括8个摄像头，可以覆盖360度可视范围，对周围环境最远监控距离可以达到250米。12个超声波传感器，接近上一代系统的2倍。此外，车辆还搭载比上一代运算速度快40倍的处理器，运用自主研发的声纳与雷达系统软件，当车辆接收到驾驶员变道信息时，系统会根据周围道路的情况，自动完成车道变换。



## ④ 劲歌热舞

2016年11月16日，素有“中国科技第一展”之称的第十八届中国国际高新技术成果交易会在深圳会展中心开幕，各种功用的人工智能机器人成为全场最为瞩目的焦点。图为机器人进行跳舞表演。



## ⑤ 机器人手机

当地时间2016年4月14日，日本东京，夏普公司发布一款新手机“RoBoHoN”。这款手机具有机器人外形，售价达21万3840日元（约合人民币12680元），它具有普通手机的通话、拍照等基本功能，此外，还可以通过人工智能技术与用户聊天。

## ⑥ 贤二机器僧

“我老婆脾气暴躁怎么办？”“只好跟她过下去咯，我又不能劝你离婚。”“妈妈老是唠叨怎么办？”“老人嘛，让着她吧！”回答这些问题的贤二机器僧自从2015年10月1日诞生以来便迅速成为一枚“网红”，它身高近60厘米，能跟人语音对话，能理解简单的指令；但不同的是，它身穿黄色僧袍，会说佛经佛法，还动不动就说“我去问我师父”。贤二机器僧“住”在北京千年古寺龙泉寺，如今它的公众号粉丝已经达到34万。



# 网络直播——新媒体时代的一把火

人们越来越不满足于“旁观”“围观”的状态，更希望以参与者、见证者、创造者的身份深入其中，网络直播无疑提供了一个不错的渠道。但在行业的发展过程中，自律与他律并行，真善美与流量齐飞，才是健康向上之道

文 / 本刊见习记者 郭沛沛





微信扫我  
查阅往期沙龙干货

2016年12月14日，第十五期“网络传播沙龙”现场。图/本刊记者 潘树琼 摄



年关岁末，如果盘点2016年度最热话题，“网络直播”无疑是其中之一。无论是那个“集智慧与美貌于一身”的80后女孩papi酱，还是“王思聪”的巨资投入，都将网络直播推向“风口”之中。

2016年12月14日，央视新闻新媒体新闻部主任杨继红，中央网信办移动网络管理局副局长侯召迅，斗鱼直播联合创始人兼CEO张文明，KK直播CEO刘琼等资深媒体人、管理部门相关负责人及行业代表与现场百余名观众齐聚“网络传播沙龙”现场，对话网络直播行业发展新生态。

值得一提的是，本期沙龙通过澎湃新闻全程视频直播，这也是“网络传播沙龙”举办以来首场视频同步直播，澎湃新闻总裁、总编辑刘永钢亲临现场坐镇指挥。

### 杨继红：社交是用户的接口，得媒体者得天下

美国总统大选落下帷幕，这场始终贯穿着“丑闻”“互黑”事件的大选，让杨继红输掉了200块的红包，同时也让她注意到了两张照片——“2008年的时候，所有的话筒都是递给采访对象，而到了2016年，所有的镜头都是朝向自己。”杨继红指着现场投影上两张记者在不同时期采访希拉里的照片说：“现在已经变为‘以我为中心’，‘我在场、我发布’成为新闻报道的一种标配。”

杨继红认为，过去“鹰”的时代已一去不复返，一家媒体雄踞传播高地的绝对优势正在丧失；现在是“鸽”的时代，自媒体的活跃完善了传媒生态，拼的不再是脚下的山头，不再是天然给予的俯冲能力，而是飞翔能力，是吸引用户抬头注目的能力。“我们需要这样的能力，而社交正充当着这样的接口。”

“无论从大数据分析还是网络直播

来看，社交带来的价值是用户单体贡献率聚集起来的最大化”，杨继红依据其多年的研究判断道，“在媒介发展过程中，用户行为趋于社交化，消费时间趋于碎片化，优势媒体趋于平台化。”

“所有的用户给予你的单体贡献全部基于你赋予他的表达感和存在感。”在沙龙现场，杨继红不止一次强调用户的“参与感”“存在感”，她大胆预测，2017年将是微视频自我发布的时代，用户通过简单的图文、简单的视频表达自己深刻的思想、深思熟虑之后的社会观察，以此来建立其在人群中的社会地位。

有人说网络直播是仅次于电视节目的高度媒体化的大众传播平台，对电视形成的冲击也是最大的；也有人说美国大选的结果代表着草根阶层对传统媒体和精英阶层的挑战。面对这样的质疑，杨继红以鲁迅《野草》题词中一句“吸取露，吸取水”予以回应，“作为媒体要吸取自媒体的水与露，作为媒体人要吸取生活中的水与露，只有像草根一样根植于这片土地，在共同发展的过程中才不会被谁颠覆。一个良好的生态是物种多样化的，越有繁茂的小草和草根们存在着，才越有更好的乔木和灌木存在着。社会生态也是一样，需要声音多元化，他们之间应该是良好的生态互补和互哺关系。”

目前央视已在紧锣密鼓地建设其新的业务格局，从三微一端到一网一平台。对此，杨继红说，这个新的业务格局应该穷尽了现在所有能够看到的传播形式和手段，就目前来看，她坚信，“视频的未来在移动，移动的未来在视频”。

### 侯召迅：直播源于生活，但高于生活

“只需要一部手机，就有属于自己的舞台。”侯召迅毫不掩饰对直播这种形



2016年12月14日，①央视新闻新媒体新闻部主任杨继红，②中央网信办移动网络管理局副局长侯召迅，③斗鱼直播联合创始人、CEO张文明，④KK直播CEO刘琼，⑤“网络传播沙龙”主持人郭沛沛齐聚一堂，共同探究网络直播发展趋向。图/岳琦 潘树琼 摄

式的喜爱和认可，“直播就是为了更好地活着，为了活得精彩，通过直播，可以随时随地分享生活的状态，体会活着的质量和感受。”颇具情怀的他用了“好玩、好使”两个词总结了“现象级”直播热产生的原因。

任何一种新兴事物刚开始时都会存在鱼目混珠、泥沙俱下的情况，网络直播也不例外。直播这把火不仅烧出了“现象”，也烧出了“乱象”——部分直播平台以及个人投机取巧，大打“擦边球”，传播色情、暴力、谣言、诈骗等信息以博取眼球。为促进互联网直播行业健康有序发展，2016年11月4日，国家互联网信息办公室发布《互联网直播服务管理规定》（以下简称规定）对其进行规范，并在2016年12月1日正式实施。

“出台规定，我们的目的和目标都是好的，就是希望大家能够更好地使用直

播工具，更好地服务于生产和生活，让人们通过直播发现生活的美，体验人生的欢乐和众生的不同，更多地发现诗和远方。”面对业界对规定“史上最严”的解读，侯召迅表示，“谈不上最严，只能说是最低的要求，是最低底线，是一个边界。”

经过几年的发展，直播行业已过了“野蛮生长”和“百团大战”的阶段，资本因素和法规的出台又让这个行业经历了新一轮洗牌。对今后的发展方向，侯召迅指出内容为王、技术为犖，“直播只是一个载体，是一个实现渠道，而内容是灵魂、是血与肉。在抢占先机后，以内力来决定的发展力、内容创新的持久力就成为竞争优势。毕竟在互联网时代，时间和注意力是最宝贵

的资源，而直播恰巧争夺的就是这样的资源”。

### 张文明：潜在需求爆发直播“火”，内容和产品将赢在未来

如果说2010年以前，PC秀场直播占据直播领域的主流市场，那么到了2014年，游戏直播足可与其争锋，而斗鱼正是抓住机遇的其中一家。2016年8月份，斗鱼宣布完成15亿元C轮融资，成为第一家走到C轮的直播平台，继续领跑行业。

张文明介绍，早在2008年，他们就已经意识到直播会是一个风口，因为即便是在不怎么流畅的PC端播放也能引得上百万用户观看，“直播这种方式是用户的潜在需求，只是当时条件还不成熟。如今随着智能手机的普及和宽带速度的提升，用户参与的天性被极大地释放出来。”据统计，目前中国直播用户的数量已经达到了3.25亿人，“单看斗鱼平台，同时在线人数就可达到四五百万”。

把斗鱼推向行业前列，另一个功不可没的形式即为“弹幕”，“斗鱼是第一家做直播加弹幕的公司，在直播过程



沙龙现场观众。  
图/本刊记者 潘树琼 摄

过去“鹰”的时代已一去不复返，一家媒体雄踞传播高地的绝对优势正在丧失；现在是“鸽”的时代，自媒体的活跃完善了传媒生态，拼的不再是脚下的山头，不再是天然给予的俯冲能力，而是飞翔能力，是吸引用户抬头注目的能力。

中，用户能实时用弹幕跟主播和其他观众进行互动，这种感染力和参与感是非常强的。”张文明补充道，“这正是传统媒体和直播的不同，没有一种媒介可以像直播一样把单向传播变成如此彻底的双向互动，这也正是直播的魅力所在。”

对于规定的出台，张文明表示，“作为企业，我们坚决遵守国家网信办的指导。一个行业如果想健康发展，必须出台相关的规范。”张文明坦言道，行业发展到现在，确实出现了“劣币驱逐良币”的现象，规定的出台正如一场及时雨，对直播行业将是很好的洗刷和警示。

2015年移动直播经历爆发式的增长，但也带来了内容同质化的弊病。2016年10月，“直播鼻祖”Meerkat倒闭，其公司合伙人透露，直播内容的单调性使其用户在短短几个月之后就开始降低使用频率。这为业界敲响了警钟，如今多家直播平台与电商、旅游、体育等行业跨界合作，行业垂直细分领域崛起。谈及今后的发展方向，张文明表示，斗鱼已从泛娱乐方面向泛生活方面转变，今后将不断加大在垂直领域的深耕力度。

**刘琼：社群文化造就草根达人，品牌整合营销成为可能**

在所有直播平台中，KK直播可能

不是最有名的一个，但其CEO却是给我们留下最深印象的一个。在沙龙一开场，刘琼就表现出了对这个行业、对自己所从事的这份事业的尊重和热情，“规定的出台是对我们这些想把直播行业做大做好的企业最大的保护，我们怕有些‘打擦边球’的企业把整个行业都破坏掉。”早在规定出台前，KK直播就已完成对主播的实名认证，目前在内容审核和技术开发上都做了升级，“我们可以在10秒钟之内，对所有的违规内容进行自动阻断。”

与其他直播平台不同的是，KK直播是从移动端起家。刘琼认为，直播就是人与人之间传递信息的工具。与杨继红的判断一样，在刘琼看来，直播具有极强的社交属性，“在快速传递文字、图片、声音、视频等多媒体信息时，自行携带互动功能，这是人与人之间的社交新形式。一旦成为社交载体以后，今后很多生活方面都会因为直播而改变。”

因为长期关注直播和社交媒体，刘琼对诸如美国大选这样的“黑天鹅”事件的出现有其独到的见解，“新媒体的使用是其中一个关键因素”，“为什么直播看起来不会从精英领域发起，因为它更接近年轻人，更容易形成社群，然后在社群里面形成一个达人。这是一个‘圈子文化’，而直播的低门槛恰好使得‘草根圈子’的覆盖面极高。”刘琼表

示，今后无论在运营上还是内容上，品牌整合营销将是KK直播的重点。

技术的发展和物质生活水平的丰富，使得人们越来越不满足于“旁观”“围观”的状态，更希望以参与者、见证者、创造者的身份深入其中。网络直播无疑提供了一个不错的渠道，但在行业的发展过程中，自律与他律并行，真善美与流量齐飞，才是健康向上之道。■

## 栏目简介

“网络传播沙龙”是《网络传播》杂志独家打造的品牌栏目，旨在加强杂志与读者、线上与线下、业界与学界的多方互动，探索读者提出问题、业界贡献案例、学者剖析原理、政界整合治理的整套解决方案。沙龙邀请最权威的专家，以最前沿的话题，最深度的解读，开启互联网领域的探索之门，立志成为互联网管理者、从业者和研究者的高端交流互动平台。

“网络传播沙龙”由中国石油天然气集团公司全程战略支持。欢迎关注《网络传播》杂志官方微信、微博平台@网络传播杂志 留言给我们，朝阳门内大街190号，我们不见不散！



# 舆论场

Forum

众声、真相、后台、各省舆情，这是一个网络舆论生态的研究平台。

在这里，缤纷芜杂舆论场中择其大要；

在这里，泥沙俱下之后一锤定音；

在这里，花团锦簇中梳其里络；

在这里，掌握舆论场。

- 54 舆情热点
- 56 中青在线：把握潮流 服务青年 | 网站转型之路
- 58 长江网：投注热爱 务实迭代 | 网站转型之路
- 60 如何讲好“海昏侯墓”考古故事
- 62 打造网络公益新生态的“温州样本”
- 64 用创新激活主流媒体的内容“四力”
- 66 由支付宝风波看商业舆情演化
- 68 复盘捐款门：让众筹慈善回归本质
- 70 网络传播视觉榜
- 74 中国新闻网站传播力12月榜

# 舆情热点



2016年12月14日，湖北襄阳，“爱心妈妈”王华革（前排右二）37年照顾智障、脑瘫儿子，将他培养成为了全国特奥会乒乓球比赛冠军、小提琴手，王华革从北京拿到“全国文明家庭”的荣誉回到襄阳后，市文明办、市妇联工作人员前往铁路社区看望王华革并表示祝贺。供图/CFP

## 1

### 第一届全国文明家庭出炉

第一届全国文明家庭表彰大会于2016年12月12日在京举行。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平亲切会见全国文明家庭代表，并发表重要讲话。他强调，我们要重视家庭文明建设，努力使千千万万个家庭成为国家发展、民族进步、社会和谐的重要基点，成为人们梦想起航的地方。对此，网民们深受鼓舞，纷纷表示要积极向全国文明家庭学习，向他们看齐。

## 2

### 中国“入世”15年

2016年12月11日是中国加入世贸组织15周年的纪念日。15年前的那一天，中国在经过艰苦而漫长的谈判后，正式成为世贸组织第143个成员。多位学者指出，中国加入世贸组织15年来成绩斐然，经济实力和活力显著增强，成为世界经济发展不可或缺的力量。有媒体刊文指出，“入世”15年，中国的关键词是“开放”和“融入世界”；未来15年，中国的关键词将是“改革”和“影响世界”。



### 3 南京大屠杀死难者国家公祭仪式举行

2016年12月13日是第三个南京大屠杀死难者国家公祭日，南京大屠杀死难者国家公祭仪式在侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆举行。社会各界人士共同为南京大屠杀遇难同胞默哀，撞响和平大钟，放飞和平鸽，铭记历史，毋忘国耻。2014年2月27日，我国以立法形式将每年的12月13日设立为南京大屠杀死难者国家公祭日。



2016年12月14日，江苏南京，南京市民黄先生手捧鲜花前往侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆哭墙，祭奠在南京大屠杀中罹难的爷爷奶奶。供图/CFP

### 4 ATM机转账可撤

自2016年12月1日起，ATM机转账24小时内可撤销的新规在全国正式实施。部分网民表示支持，认为新规对于保护资金安全起到了很大的作用。部分网民则认为，转账资金24小时后到账太不方便，将影响人们的正常工作生活。也有网民认为，在加强政策措施的同时，更重要的是加强用户对自身信息的保护意识以及防范诈骗意识。

### 5 2016年中国最具幸福感城市出炉

12月1日，“2016年中国最具幸福感城市”调查推选活动公布结果：成都、杭州、南京、西安、长春、长沙、苏州、珠海、北京、上海获前10排名。《人民日报》刊文指出，一线城市的经济压力远高于其他城市，并非宜居城市。但是，四线及以下城市也可能并非理想中的宜居城市，逃离一线，返回小城市，工作机会少，做什么都需要靠关系，干事要“拼爹”成为对此现象最为形象的描述。

### 6 火车票丢失可补办

自2017年1月1日起，铁路部门将进一步完善实名制车票挂失补办办法，旅客若在列车上、出站检票前丢失实名制火车票，可找列车长或到车站出站口办理挂失补办手续。对此，舆论普遍认为这不仅能避免旅客损失，而且更加方便旅客购票出行。

### 7 江苏一法院诗意判决书走红

12月中旬，江苏泰兴市法院的一份民事判决书在网上走红并引发争议。该判决书是为一对年轻夫妻的离婚诉讼而立，文中引用了“众里寻他千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处”的古诗文，用语也极具个性化，如“生活平淡，相辅相成，享受婚姻的快乐与承受生活的苦痛是人人必修的功课”等等。这样的诗意表达，与人们印象中严肃而刻板的法院判决书迥异，引发争议亦在所难免。有人赞其充满人文情怀；亦有人质疑其缺乏法意，有失法院裁决之本分。

### 8 韩国总统朴槿惠遭国会弹劾

据韩联社报道，当地时间2016年12月9日下午，韩国国会在全体会议上以234票通过了朴槿惠总统的弹劾案。舆论认为，“亲信门”事件发酵48天，令曾靠标榜原则和信用叱咤政坛的朴槿惠失信于民，耗尽了她的18年来的政治资产。亦有网民指出，朴槿惠遭弹劾部分原因可归咎于韩国同意美国在其境内部署萨德系统。<sup>[1]</sup>（数据支持：中青华云）



当地时间12月9日，朴槿惠与韩国总理黄教安一起现身，与国务委员会面交谈。当天，韩国国会表决通过朴槿惠弹劾案，她将被立即停职，并由总理代行总统职责。供图/CFP

# 中青在线：把握潮流 服务青年

在深化创造新闻文化产品过程中，中青在线将坚持不流于浮躁，把握更多可为的空间，与推动社会进步、提升文化自信的大趋势相融合，为实现清朗网络空间做出积极贡献

文 / 闵捷 唐轶

中青在线作为中国青年报社新媒体事业的重要组成部分，近年来把握行业潮流，全力投入报社的媒体融合发展进程，参与打造“网报融合”的全媒体传播生态圈，优先发展移动端的产品和平台，包括“中国青年报”客户端，中青在线的即时新闻、H5作品、VR作品、视频直播等，正在产生越来越大的影响力。

## 全媒体传播，打造网报融合新平台

在加强思想性、青年性的基础上，中青在线与中国青年报社的采编部门紧密配合，实现报纸端、PC端、移动端三端融合，突出强化移动端功能，24小时中青报随手看。

“部门主导、三端融合”，是中国青年报社媒体融合发展的重要思路和方法。报社的新闻采编部门，过去的工作重点是办好《中国青年报》这张报纸，现在中青在线安排人员与报社的新闻采编部门做好对接，协助内容生产部门做到既努力办好报纸，又积极开展新媒体内容的生产和传播，通过微信、微博、H5、视频等技术，针对青少年关心的重大时政、成长成才等领域，不断推出富有特色的移动端产品，还相应提升了中青在线的内容影响力。

“部门主导、三端融合”的改革探

索，在中国青年报社有效地凝聚了编辑记者的智慧和力量。在“践行核心价值观、倡导青年好活法”“争做向上向善好青年”等专项工作中，在习近平总书记关于共青团和青少年工作的新媒体解读系列作品中，在冰点周刊、暖闻周刊、军事周刊等品牌版面的全媒体共建中，相关同事勤奋工作，各种新闻产品的制作和传播三端并进，出现了一批内容精品和传播范例。

例如2016年1月13日，中青在线首发了中青报冰点周刊的特稿——《湍流卷不走的先生》，深入、真实地展现了年近百岁的老一辈科学家李佩的人生经历和思考。她是“两弹一星”元勋郭永怀的遗孀，被称作“中科院最美的玫瑰”“中关村的明灯”。文章上线后，在青年中产生很大影响。这篇稿子刷屏朋友圈，在中青报官方微信获得47万的阅读量，人民日报官微阅读量超过了100万，在很多个微信

公众号里制造了10万+，微信阅读量累计超过1千万。

与此同时，中青在线与新浪、腾讯、搜狐、百度、360、今日头条等众多网络媒体保持密切协作，大力发展合作传播渠道，扩大了优质内容的传播力，提高了正面引导的效果。

## 新技术应用，发力喜闻乐见新形式

作为有效适配移动端和PC端的技术，H5作品具有很强的表现力和传播力，得到众多青年的喜爱。中青在线敏锐地把握了这个趋势，从2014年下半年努力发展H5技术，组建了专业团队。

2016年1月，中青在线参与制定了H5牵引全媒体发展计划，协助报社采编部门掌握H5技能、制作H5产品。我们还与报社的共青团新闻中心携手，与各地共青团共建H5工作室，带动喜欢H5的团员青年创造优质作品。

中青在线将继续提升传播背后的文化品味和内涵，增加人文关怀与现实关照的结合度，增加青年文化、时尚文化、红色文化的结合度，增加优秀传统文化与社会主义核心价值观的结合度。



扫码查看“网站转型之路”  
新媒体平台全部稿件

至今中青在线已原创制作了近600个H5作品，点击量达4亿3千万次，成为移动互联网时代报社开展青年引导工作的重要手段。中央网信办、共青团中央等上级部门，对中青在线的H5制作能力给予充分认可。例如在中央网信办传播局指导下，中青在线制作的《习近平总书记讲过的中国故事》《史上最好玩的党员准则测试》，都是主题重大、内容好看、传播广泛的H5作品。

在团中央宣传部指导下，中青在线于2016年清明节制作的“用你的手为英烈碑文描金”H5作品刷爆朋友圈，通过3D全景模拟以及大数据应用，并引入了“众筹”概念，短短几天就有1500万访问量，超过800万人直接参与描金。

2016年，按照H5牵引全媒体发展计划，中青在线与报社的10个采编部门一一对接，分别协助建立了H5工作室，将H5技术体现的“适配、开放、融合、共享”思维，深深嵌入中国青年报社全媒体转型的生产、制作、传播、运营环节。

视频直播、VR等业务也是中青在线新技术探索的重要部分。2016年是长征胜利80周年，中青在线精心准备，在两个月的时间派出13位记者，分别前往江西、湖南、贵州、陕西等九省，参加“长征路上奔小康”网络媒体走转改活动，报道长征沿线各省的发展与变化，共完成7个H5、14个VR、32篇图文稿件、近50篇微博作品。

H5作品《邀你亲历长征路上那些生死攸关的时刻》，2016年8月24日上线，截至8月27日下午6点，作品的点击量就达到了83万6436次。14个VR大气磅礴，再现长征历史场景，让读者在手机上就能有身临其境之感，大大增强了长征纪念作品的趣味性和传播力。

中国青年报社与北京新媒体集团携手，以联合报道、联合传播的形式，以



2016年8月24日，中青在线出品的《邀你亲历长征路上那些生死攸关的时刻》H5，获得网友的大量转发点赞。供图/中青在线

青年喜闻乐见的视频直播为重点，2016年9月15日开始正式合作，双方成功开展了“天涯共此时”中秋晚会、G20杭州峰会等直播项目，还打造了“共青团新闻联播”“高校新闻联播”两档特色节目。如G20杭州峰会期间，中青在线与北京新媒体集团实现了对峰会的58小时不间断视频直播。这不仅是一次用互联网资源配置方式实现战略合作的关键跨越，还是全面打通多种平台、实现完全互联网化开放性直播的突破。

### 正能量传递，联动线上线下新渠道

中青在线抓住移动互联网时代的脉搏，以共青团和青少年为主要受众，以服务青少年创新创业为主线，倡导青年好网民，传递社会正能量。

通过线上线下联动，使指尖上的正能量充沛，让校园里的主旋律高昂。如

2016“指尖正能量”全国高校移动网络作品传播工程，由中央网信办移动局指导，团中央学校部、中国青年报社主办，中青在线承办。此活动覆盖学校800余所，共征集到作品3000余份，涌现出了一大批优秀的移动网络作品。

2016年春节期间，在中央网信办社会局、共青团中央学校部指导下，中青在线发起“回乡看中国”网上寻找百名青年观察员行动，邀请网友在春节返乡期间观察家乡的变化，感受以习近平同志为核心的党中央治国理政成就。活动共征集到作品2107份，涵盖乡情、民俗、环境、乡村治理等多方面。300多家网站、200多家微信公众号发布活动信息；微博话题阅读量115.9万；百度搜索相关结果超过500万条。

为了进一步扩大“中国梦”网上传播效果，鼓励和引导网民寻梦、追梦、圆梦，在中央网信办传播局的指导下，中青在线于2016年4月启动“百部中国梦网络微电影”创作征集活动。活动旨在通过影片展示各行各业的人为实现中国梦做出的贡献，以及青年人爱祖国爱家乡的情怀。活动得到了广泛关注，最终，由网民票选出了100部“中国梦”网络微电影，并通过专家评审出优秀专项奖，获奖作品于2017年1月在中央新闻网站、主要商业网站和专业视频网站联合展出。

作为正在转型的中央新闻网站，中青在线将继续提升传播背后的文化品味和内涵，增加人文关怀与现实关照的结合度，增加青年文化、时尚文化、红色文化的结合度，增加优秀传统文化与社会主义核心价值观的结合度。在深化创造新闻文化产品过程中，我们会不流于浮躁，会有更多可为的空间，会与推动社会进步、提升文化自信的大趋势相融合，为实现清朗网络空间做出积极贡献。■

（闵捷：中青在线总编辑；唐轶：中青在线总编辑助理）

# 长江网：投注热爱 务实迭代

大部分地方新闻网站面临着相似的“三缺”局面：缺钱，缺技术，缺乏有效的管理体制和市场意识

文 / 郑萌 王卫华

2016年，对于传统媒体来说，是危机四伏的一年；对于各色新媒体来说，则是野蛮生长的一年。在信息传播渠道纷繁的当下，地方新闻网站面临巨大冲击，内容上无法与中央新闻网站相比，经营上无法与商业门户网站抗衡，时刻面临严峻挑战。

大部分地方新闻网站面临着相似的“三缺”局面：缺钱，缺技术，缺乏有效的管理体制和市场意识。随着移动互联网的迅猛崛起，特别是在大数据技术开始大规模商用的背景下，“腹背受敌”的地方新闻网站何去何从？近年来，长江网根据自身核心业务和市场需求，积极布局移动互联网，创新拓展运营模式，在实践中深刻感悟到：只有坚定不移地走转型之路，才能在媒体变革的新形势下，找到生存和发展的新航道。

## 坚持自主开发，实现新媒体技术升级

当转型成为趋势，对于移动互联网的布局也就成了地方新闻网站生存发展的重要支点。2014年下半年，长江网决定打造一款“新闻+服务”的App，作为进军移动端的主打产品。是技术外包还是自主开发？长江网毅然选择了后者，因为外在的技术力量很难做出完全符合自身需求的产品，更不用说后期调整维护、迭代升

级的巨大沟通成本。

当时，网站面临不少技术难题，内部技术团队没有开发客户端的经验，能否开发出来，开发能达到什么样的水平，谁都说不准。一切从零开始，没有现成模板，没有过往经验，技术人员在边学边做中摸索，失败了就从头再来。

长江网以务实的态度循序渐进，给内部技术团队一定的宽容度和成长机会。起初网站制定的目标较低——“做出来就行”，技术人员们不服气——“这可是我们自己开发的产品，不能拿不出手”。因此，每一阶段的研发都能够超出期待，“我们又有了一个更好的方案，过两天就能实现！”“攻城狮”们常常为此兴奋不已。有了内在动力，长江网移动客户端的开发完全变成了一次充满惊喜的体验。

2015年4月，由长江网自主研发打造的武汉市首款时政新闻客户端“武汉通”App开始试运行，7月1日正式上线。

“武汉通”客户端除设置有头条、武汉、天下、时评等十余个新闻栏目以及视频、荐新闻、移动数字报等移动端特色产品外，还秉持“新闻+服务”的理念，聚合了智能公交、医院挂号、网上车管所、天气查询、在线翻译等10多项便民服务功能，满足市民的生活服务需求，“随时随

地，掌握武汉”。由此，长江网开始步入移动互联网时代。

客户端推广是业界难题，网站为此动了不少脑筋。通过仔细梳理自身的政务资源、内容资源，线上策划一系列针对政务人群、白领、大学生等目标群体的知识测试、互动答题、竞赛投票、“零元夺宝”等活动；线下走进机关食堂、大型展览等进行地推……借助各种方式强力推荐，“武汉通”受众不断增长，活跃度持续上升，综合传播力在“中国新闻网站App传播力榜”排20名上下。

通过不断试错和培训学习，长江网的技术实力迅速提升。“武汉通”App2.0版、长江网PC端“荐新闻”板块，可以根据受众浏览习惯推荐新闻资讯；网站还实现了包括网络舆情监测、产品口碑监测、舆论引导培训在内的新媒体传播大数据监测。

## 淬炼服务产品，在服务用户中发展自身

网站转型不仅是传播方式的更新，更是思维方式的转变，是对自身的突破与淬炼。随着传统广告、流量变现等赢利模式的走弱，网站经营面临着巨大挑战。

没有经济实力，就不可能实现良性发展。转变经营思路，首先从树立用户观



2015年7月1日,《武汉通》App上线启动仪式。供图/长江网

念做起。过去,网站视网友为受众,与报纸的读者、广播的听众、电视的观众相似,只是互动性更强;现在,长江网尝试着以“用户”的观念来研究和对待网站的服务对象,重视用户体验,研究用户需求,在服务用户中发展自己。

长江网将技术实力与媒体经验相结合,推出了“新媒体管家”服务产品,根据客户需求提供定制化的资源匹配、舆情监控、第三方测评和软件开发等服务,达到了良好的营销效果和社会口碑。

2013年8月,长江网开通湖北首个舆情频道,同时上线了网络舆情云服务平台,目前这个平台已经历两次升级并逐步实现移动化。2015年投入使用的移动政务学习考核云平台,先后在全市《准则》《条例》网络测试和“市水务系统行政执法人员涉水法规在线培训考核”中进行应用,取得良好效果。

长江网还运用视频力量,探索微电影商业市场开发,以举办武汉大学学生

微电影大赛为契机,将微电影行业的新生力量集合到长江网的网络平台上。2015年,网站成立了“微电影个性化定制拍摄工作室”,为武汉公交集团策划打造了《锤钉兄弟》《暖暖公交心》《开往春天的594》《微笑的力量》等公交员工本色出演的系列真人微电影。其中,《暖暖公交心》在全国公交首届微电影大赛中摘得桂冠,《锤钉兄弟》也获得了“共筑中国梦”中国网络视听节目优秀作品奖。

近两年,长江网不断完善和拓展“新媒体管家”服务产品,努力研发新的产品项目,不少优秀项目还获得了财政扶持。其中,“文化产业大数据云服务平台”“报刊新闻信息移动云服务平台”项目获得省市资金扶持;“大数据新闻分析挖掘云服务平台”项目,获评国家新闻出版广电总局“2016年度网络视听节目内容建设专项资金扶持项目”优秀案例。

## 创新传播形式,提升媒体融合实力

新闻网站的核心竞争力,是在市场竞争中所具有的能够持续有效地向读者提供服务,并获得盈利和持续发展的综合能力。长江网作为长江日报报业集团旗下的新闻网站,承担着守好武汉网上舆论主阵地的使命,同时也在运用新技术新手段,创新传播形式、提升传播效用,进行了积极有益的探索。

2016年9月,“2016国家网络安全宣传周”在武汉开幕,长江网网络直播间推出图文直播,并对每一则重要新闻进行数字化分享,利用PC端、微博、微信、App、图说、H5、小游戏等多个渠道多种形式,形成立体化、个性化的传播报道,其中图说新闻《网络安全宣传周 你知道吗?》和《网络安全大家谈》阅读量双双实现10万+。

2015年初,武汉获评全国文明城市,长江网第一时间推出“文明红包 全民疯抢”微信创意互动,其形式新颖、内容有趣,充满正能量,半天时间转发超5万。随后,长江网还策划“做文明市民 领文明证书”等活动,吸引了10余万网友热情参与。

长江网还推出了本地化的“准自媒体平台”——i新闻,培育媒体传播裂变新力量,鼓励网民用新闻的眼光审视自己工作、学习和生活的城市,发现身边的美好与不足,推进城市发展。i新闻平台通过用户生产内容的方式,丰富了长江网的原创内容。

互联网大大加速了新闻媒体产品的迭代,移动业态中的各类呈现方式,正在细分领域各领风骚。面对这个颠覆传统、逆流而上的网络时代,地方新闻网站更应不忘初心,砥砺前行,不断迎接新挑战。<sup>[1]</sup>

(郑萌:《长江日报》编委、长江网总编辑;  
王卫华:长江网办公室主任)



《千年大墓 惊世发掘——南昌海昏侯墓出土》网络专题截图。供图/中国江西网

## 如何讲好“海昏侯墓”考古故事

中国江西网多次专门召开专题策划会，组建采访、编辑、技术、美工等团队，目标是全方位、立体化地呈现这次历史性考古发掘

文 / 王宣海

第二十六届中国新闻奖评选结果11月2日揭晓。由国家网信办网络新闻信息传播局推荐、江西日报社中国江西网制作的网络专题《千年大墓 惊世发掘——南昌海昏侯墓出土》荣获中国新闻奖最高奖——网络专题类一等奖。

再次全面审视这一获奖专题，回想起团队漫长的创作过程，辛苦并快乐着——能够通过互联网的特色表达和广泛传播，讲好“北有兵马俑南有海昏侯”的中国考古好故事，传递文化自信的正能量。打磨作品犹如烹饪一顿佳肴，选材、加工、配色，背后的制作过程精细而繁杂，细细品来，体会有三：内容为王，技术为要，制作为上。

### 内容为王，强化“文化自信”优质主题

海昏侯墓是我国迄今发现的保存最好、结构最完整、功能布局最清晰、拥有

最完备祭祀体系的西汉列侯墓园。作为考古所在地的网络媒体，我们多次专门召开专题策划会，组建采访、编辑、技术、美工等团队，目标是一定要精心创作出一个无愧于时代的大型网络专题，全方位、立体化地呈现这次历史性考古发掘。

如何无愧于时代呢？我们从党的十八大以来习近平总书记的系列讲话精神中悟到，南昌海昏侯墓出土的文物之多、种类之丰、工艺水平之高，正是文化自信的最好诠释。于是，我们将专题定位于通过海昏侯墓葬发掘过程和发掘成果，介绍文物知识和价值；通过展现海昏侯墓葬文物，体现中华民族博大精深的文化；设置系列互动环节，引导价值取向，激发受众对文化自信的自觉。

具体来说，从网络专题搭建的雏形开始，就围绕“文物与文化”来展开，如“探索发掘”页设置了“专家解说”“文

物列举”“考古高科技”等系列；在“珍奇文物”页中，将车马器、剑、金钱、漆器、木器等历史首现的文物以融媒体形式展示；在“江西考古”页中，将万年旧石器时代的仙人洞和吊桶环遗址、新干县商墓遗址等赣鄱古遗址进行关联呈现。“南昌海昏侯墓文物网上展厅”是该专题的又一个特色内容，通过图文、视频等形式编排，清晰地陈列出了墓葬里的金饼、马蹄金、雁鱼灯等数量庞大的文物。这些在公开展览中都难以足额亮相的巨量珍宝，弥补了全球网友不能及时前往现场观看的遗憾，更直观地为此次重大考古发现留存了宝贵的可方便查询的数码记录。

同时，我们在专题内容的选取上实现互联网“融”的特色：一是报网融合，将《人民日报》、新华社、《经济日报》、《光明日报》、《江西日报》等中央及地

方纸媒关于海昏侯墓发掘的文字图片融入；二是台网融合，将中央电视台、江西广播电视台、南昌广播电视台等关于海昏侯墓发掘的音视频融入；三是原创融合，将采编团队采写的原创内容进行融媒体报道，通过高清图集、小专题、小视频、微博、微信、H5、全景、论坛等形式呈现。

### 技术为要，强化视觉饕餮盛宴呈现

对于网络媒体来说，内容是核心，技术是驱动和手段。通过运用互联网技术，采用消息、通讯、评论、访谈、特写、高清图、音视频、Flash动画、无人机、3D特效、AR、VR全景等多媒体技术呈现手段，新闻专题作品就能丰满起来，就能直观、形象、生动、鲜活。《千年大墓 惊世发掘——南昌海昏侯墓出土》正是多媒体技术较为完美呈现的“集大成者”。

我们的新闻专题上线后，在互动环节如论坛、微博、微信、手机客户端等，有众多网友留言，希望能去考古现场感受，去亲身体验。如何既能满足广大网友的心愿，又不影响考古发掘工作？我们的团队在相关部门的支持下，启动了专题全沉浸式创新报道方案。该方案的创新体现在三个方面：

一是利用时下最时髦的无人机全景技术。通过720度全景，航拍了海昏侯墓的全貌及墓下的方方面面，让网民和受众在全景的虚拟空间里，身临其境地浸入大墓，体验和观察大墓。这个全景无人机技术呈现，一融入专题当天就获得了1.7万的访问量；

二是制作了三个三维视频。我们的团队在电视直播和全景体验之外，还专门采集了很多细节，围绕网民最关心的两个部分（发掘过程和车马坑）制作了三个三维视频。这两个三维视频用简洁文字配上系列数据，不仅弥补了电视直播和全



从上至下：分别为南昌西汉海昏侯墓出土的雁鱼灯、青铜火锅和博山炉。

景体验的不足，还避免了视觉盲区，让观众对大墓的文物保护感受得更加真切；

三是开设了网上展厅。在专题中开设专门的网上展厅，目的就是希望通过一幅幅美轮美奂的文物照片向全球网友展示我国灿烂的历史文化。我们结合现有的技术条件，使用了3D建模、贴图、Flash编程等技术系统，加上整体设计上的美观视觉、清晰结构，将近千件精品文物图片设计成18个章节，完成了网上展厅的工程。这种“博物馆式”的阅读体验，缩短了科学新闻与社会公众的距离，把各种信息内容都尽可能“动”起来，让相对枯燥的历史文献和各种考证资料也变得有趣易读。

### 制作为上，强化穿越时空古今交融

什么是精品网络新闻专题作品？中国记协评奖办的要求是：主题得当，特色鲜明；容量大、采集广、更新快；交互性

强、表现形式多样；页面结构清晰、逻辑分明、布局合理，页面设计新颖美观，富有特色，达到内容与形式完美统一。

从打造精品的角度出发，这个专题从上线以来，就围绕古今交融理念进行制作。如制作了720度全景和三维视频，强调的是受众体验的舒适度、穿越感。在每个超链接的页面里，都制作了“网友互动”板块，将专题文章页面直接与网站的“大江论坛”“手机江西网”、微博、微信关联。如“网友评说”“墓主猜想”等专题页面，集纳网络评论精品文章和网友精彩观点，实现了专题制作上的交互性。在每个篇章的页面上，大量使用了毛笔飞白、墨迹、云纹、八宝阁、繁体书法印章、透明的Flash动画等与考古发掘、传统文化主题契合度统一的制作手法，将整个专题的历史底蕴、文化品位烘托呈现。在页面制作配色上，全部采用了古朴典雅的底纹，配上墨迹，融入暗红字体，增添了神秘气氛。

随着刘贺印章的面世，千年海昏侯墓的主人身份被确认。为了展现这个惊世发掘，我们的制作团队在每个篇章进入时，还专门制作了“进入”按钮，且这两个字选用的是繁体字，也是最反映中国厚重文化的文字表现形式——书法印章。这是该专题作品的特色制作，在中国新闻奖定评时获得了评委们的一致好评。中国新闻奖评委、山西省广播电视台高级编辑安兴对此评述道，墓主被确认为刘贺的最关键的铁证是“大刘记印”这一玉印，中国江西网的专题篇章选用“进入”繁体书法印章，属于一大特色，也是对这一重大证据的呼应。“进入”两字的繁体印章设计，也是一种增强视觉冲击力的体现，提示受众和网民将要点点击进入的是具有传奇色彩和厚重历史的千年帝王侯之墓，增加穿越时空的心理预期。■

（王宣海：中国江西网副总编辑、主任记者）

# 打造网络公益新生态的“温州样本”

温州顺应“互联网+公益”的时代潮流，先行先试推进网络公益生态治理，着力构建“开放、透明、有序、高效”的网络公益新生态，为全国各地提供了借鉴样本

文 / 王丹

2015年5月，浙江瑞安一家三口因家中煤气爆炸而受伤，网上出现多个募款账号，募集所得款达数百万元，远远超出实际医疗费。由于网上募捐系多个身份不明的人发起，没有权威部门监督，款项去向也无公开公示，遂引发网民对网络募捐议论纷纷。网上募捐迫切需要加强规范管理，是当前无法回避的难题。

习近平总书记指出，随着互联网特别是移动互联网发展，社会治理模式正在从单向管理转向双向互动，从线下转向线上线下融合，从单纯的政府监管向更加注重社会协同治理转变。温州顺应“互联网+公益”的时代潮流，先行先试推进网络公益生态治理，着力构建“开放、透明、有序、高效”的网络公益新生态，为全国各地提供了借鉴样本。

## 实施三大整合，迈向规模运作

据不完全统计，温州开展过网络公益活动的公益组织共有80多家，2015年以来开展各类网络公益活动650次。然而，这些网络公益组织存在分布零散、公信力缺乏、运营管理阻力大、人员流动性大等问题，既影响社会效益最大化，又限制行业整体水平提升。

在温州市网信办的指导下，温州新闻网、壹加壹等5家单位共同发起，联合



供图/CFP

85名网络公益人士和44个网络公益组织，于2016年8月9日成立温州市网络公益联合会（以下简称联合会）。联合会把当地有影响力的公益组织和公益人士吸纳为会员，推选有威望的公益组织负责人担任副会长、常务理事。联合会不但成立秘书处联络会员开展日常工作，还分门别类成立若干个专项公益小组，选择有影响力的公益组织负责人担任小组召集人。

做大做强温州互联网公益事业，必须打破目前公益平台“低、小、散”的状

态，打造好自己的强大平台。在温州市网信办、市慈善总会的指导和协调下，2015年3月温州网搭建乐善365温州网络公募平台，建立了基于“最透明的公益行为、最开放的公益伙伴、最创新的公益实践、最全面的公益资讯”的公益矩阵，向温州地区的公益机构免费开放。公益机构通过该平台可以发起网络公募、发布公益项目。截至2016年10月，乐善365平台累计筹款639.28万元，累计发起各类项目和救助165个，累计参与人数达8.6万人次。



精心策划活动是提高凝聚力的重要抓手,只有成功策划、举办好切合社会迫切需求、反映各方诉求的公益活动,才能打出口碑,扩大影响力,团结各方力量参与。2016年9月17日,联合会对在14号台风“莫兰蒂”袭击中被泥石流掩埋的泰顺女孩“天天”发起网络募捐,21个单位会员参与动员,1700位网友捐款,短短6个小时内募集11万元爱心款。同时,联合会发挥和集中会员的资源和优势,主动对接主管部门、全国知名公益组织,承揽举办大型公益项目,努力实施“走出去”战略。2016年99公益日,联合会组织所有单位会员发起“互联网公益伙伴联合行动”,开展1:1配捐活动,获得腾讯公益61万元配捐款,有力支援了温州网络公益组织。

### 落实三个到位,推进规范治理

2016年9月1日正式实施的《慈善法》,为网络公益规范运作提出了新的要求和规范。公益项目运作是否规范,所募善款用途是否公开透明,公益组织管理是否严格,是当前网民普遍关心的问题。

项目规范运作到位是前提。建立健全规章制度,严格依法依规运作是规范管理的起码要求。《乐善365温州网络公益捐助平台项目管理暂行办法》的制订出台,对公募项目的评估、立项、实施、资金管理作出一系列具体规定,特别是对资金管理提出了硬性要求。为了保证所立项目的质量,特别引入立项调研制度,由联合会秘书处组织专家或委托专业机构对特定公募项目的受益对象、救助目标、救助方式、救助标准、社会效果进行调研和评估。调研结果经捐助人认可、理事会审议、网络公示后,方可立项。温州市慈善总会每年出具专门的财务报告,对拨付的善款进行定期检查,确保所有善款进入专门账户,做到专款专用。

信息公开透明到位是关键。乐善

365平台建立不久,就对所承接慈善项目的相关信息,从立项到实施的全过程都在媒体、乐善365平台上公示,实行公开、透明的运作与社会化监督有机结合。目前,乐善365平台已对160个公募项目进行了信息公开公示。同时,着力建立“网络公益透明指数”,积极研究完善网络公益组织信息披露机制,进一步增强公益组织履行信息披露义务的行业约束,推动网络公益组织及时公开机构基本信息、募捐活动信息、接受捐赠信息、捐赠款物使用信息和财务信息。2016年8月,联合会明确要求单位会员要在乐善365平台发起公募项目,必须事先在平台公开公示发起单位信息和公募项目信息,项目立项后通过乐善365平台进行公示,公示3个工作日后无人异议,才可正式上线发起筹款。目前,乐善365平台基本实现了让捐赠者知道去哪里奉献爱心,让求助者知道去哪里寻求帮助,让社会公众知道每一笔善款的去向。

自治自律和社会监督并重是保障。为维护网络公益领域内部秩序,确保网络公益事业在规范健康的轨道上运行,联合会努力推动制订和协调实施有关公益行为、组织治理和人员资质等方面的规章制度,加强诚信建设,推进行业公开透明。目前,正在推动制订《温州市网络公益组织自律公约》。在推进自律自治的同时,积极探索建立第三方监督机制,加强对网络公益事业的行业监管,维护网络公益组织良好公信力。例如,设立网络公益举报中心,受理网民举报;针对网民的投诉,联合会聘请媒体人士、市民网络观察员、律师等专业人员组成独立调查小组,对单位会员发起公募的公益项目进行调查。

### 做好三项工作,促进科学发展

谋划和推进互联网公益事业的科

学发展,是一门永恒的学问。只有运用互联网思维推动互联网公益生态治理创新,共建共治共享互联网公益,才能使互联网公益健康、良性发展,发挥最大社会效益。

做好会员服务,实现联合会和会员共同发展,是谋求科学发展的出发点。会员最迫切的需求,就是对信息、资金、人才的需求,就是对合作机会的需求。由于准确把握了会员需求,联合会着力搭建统一的信息和技术服务机制,举办论坛、沙龙、调研考察等活动,受到会员的热烈欢迎。同时,多方筹款,用来帮助会员发展。此外,联合会还在网络公益活动中引入律师援助公益活动制度,聘请了两位资深律师担任法律顾问,为公益活动提供法律咨询服务,帮助会员处理公益活动中的法律事务和法律纠纷。

做好品牌经营,扩大温州网络公益的影响力,是谋求科学发展的着力点。制定实施品牌战略,找准突破口,精心设计和培育社会需求大、效果反响好的网络公益项目,做好推介工作,引导网络公益资源流向最需要的地方和领域。温州各类网络公益组织一年多来荣获中央部委省委各类奖项和荣誉称号20多个,如温州新闻网精准扶贫平台被中央网信办列入全国网信企业网络扶贫“双百”项目。

做好创新示范,推进温州网络公益事业创新发展,是谋求科学发展的落脚点。按照中央网信办推进网络社会组织建设工作的部署,温州积极推进网络社会组织建设试点工作,积极打造互联网行业党建团建示范点,率先在联合会中建立党团组织,搭建起党组织与协会管理层、会员单位的协同架构,开辟了“党建引领、组织共建、信息共享、活动共抓”的局面。■

(王丹:中共温州市委宣传部副部长、市网信办主任、市委副秘书长)

# 用创新激活主流媒体的内容“四力”

内容为王的法则不能丢，但内容为王不能局限于新闻为王，媒体必须以用户为中心，提供满足用户资讯、实用、社交和娱乐四大需求且充满竞争力的内容产品

文 / 李立

2014年中央提出建设新型主流媒体，这是在国家全面深化改革的宏大语境下，在传统媒体话语权不断受到冲击且面临困境的背景下，从顶层设计的角度来设定传媒转型的最终目标和诉求。习近平总书记视察解放军报社时强调，要顺应互联网发展大势，推进理念、内容、形式、体制机制等全方位创新。这为建设新型主流媒体，完成媒体转型提供了方法思路和路径依据。

近年来，四川在通过内容创新建设新型主流媒体方面做出了很多有益探索和尝试，以新闻门户网站、移动新闻客户端和社交网络为矩阵的四川网信方阵突破传统思维限制，创造了大量优质有影响力的内容产品。在内容创新方面，四川新型主流媒体的根本理念是，内容为王的法则不能丢，但内容为王不能局限于新闻为王，媒体必须以用户为中心，提供满足用户资讯、实用、社交和娱乐四大需求且充满竞争力的内容产品。

## 运用策划力，

### 在资讯类产品上突出报道主题、做出深度

新型主流媒体最重要的工作就是围绕中心服务大局，为网络用户生产主题鲜明且富有深度的资讯类产品。而要做到有深度，需要突出主题，精心策划。

2016年5月27日，作为国家重点工程、民航“十三五”规划重点工程的成都天府国际机场举行了简洁、朴素的开工仪式，前后只有25分钟。四川省委宣传部在总体策划报道时大胆创新，明确提出了“以新媒体为主”的报道模式，让新媒体担当报道主力军，为整个宣传报道把关定调。在前期充分采访调研掌握丰富素材的基础上，制定了《成都天府国际机场开工新媒体宣传报道方案》，这是四川首次在政务新闻类报道中制定详尽专业的新媒体报道方案。该方案以深度报道为思路、数据新闻为形态、PC端移动端为渠道，萃取、梳理成都天府国际机场的区位、潜力优势，创新易于移动传播、亲和力强、阅读体验好的内容新形态，包括融合直播、H5作品、手绘漫画、MG动画、话题引导等八大系列30余件原创新媒体产品。

## 激活表现力，

### 在实用类产品上结合报道议题、呈现力度

实用类产品是直接能带给网络用户学习、生活指导的知识、技能类媒介产品。它们常成为中心议题报道中直接面对网络用户现实需求的一类特殊产品。

7月23日至24日，2016年第三次二十国集团(G20)财长和央行行长会议在成都举行。这是G20成立17年以来，首次将

会议移师中国西部。四川网络新媒体便更多地在实用类媒介产品上下功夫，制作了对网络用户有直接帮助的诸多产品。

预热阶段，成都发布、微成都等移动新闻客户端推出“成都人的国际范儿生活”“跟着G20学外语，逛成都”等系列视频、互动微博、中英文说唱歌曲等，为会议召开营造了良好的网络舆论氛围，同时也为网民提供了寓教于学的学习工具。会议召开期间，四川省内网络媒体围绕宣传重点，推出《揭开G20财长和央行行长会议落户成都的奥秘》等原创稿件40余篇，突出宣传成都的城市国家中心地位；推出《欧央行行长等大佬陆续抵蓉 他们最爱四川哪张“名片”》等报道，从文化、旅游、饮食等方面展现成都地域特色；《媒体点赞G20成都会议 成都不断亮相国际会议有何底气？》等稿件，突出宣传成都在中国西部城市中的金融优势。这些报道标题新颖，图文并茂，避开对金融专业问题的讨论，使受众强烈感受到“Sichuan, More than Pandas”。四川新闻网在公开会议举行后，刊发专家解读两篇《甘犁：成都建设西部金融中心 迎来金融创新新契机》《李后强：G20会议给成都带来5大效应》，以专业的视角深度解读G20财长和央行行长会议历史上首次移师中国中西



2016年5月27日，国家重点工程、民航“十三五”规划重点工程的成都天府国际机场开工。供图/四川网信办

部城市的重大意义。

“一图看懂”类新闻可视化媒介产品具有化繁为简、举重若轻、内在关系清晰可见、能一次性整体把握等优点，是一种典型的实用型产品。2016年9月24日至27日在成都举行的第22届世界航线发展大会期间就有很多这样的产品。比如四川在线“图个明了”栏目制作的《为啥国际大会总偏爱成都？》，四川网络广播电视台制作的《三分钟，帮你秒变世航会知道分子！》，成都全搜索“图解”栏目制作的《成都签约9条定期直飞航线》等。

### 发挥想象力， 在社交类产品上设置讨论话题、形成热度

想象力的本质是通过发散性思维将同对象相关的符号和内容与对象本身建立联系，让对象意义和美感都获得丰富与增值。社交网站正好符合这一相关性和发散性特征，它的网络用户往往对多义性的、有争议的和有丰富阐释力的话题进行议论、转发和微内容的再生产，从而使话题对象成为大众所关注的焦点与热点。

2016年5月以来，成都市网信办会同成都地铁公司，借鉴大事件营销理念，以地铁3号线开通运营为契机，组织协调各级各类新媒体，以微博、微信、微视、

新闻客户端和专业信息发布平台等为载体，通过博文、直播、动漫、评论、H5等多样化的线上报道和熊猫列车征名、市民现场体验等线下活动，成功助推“盼达”号熊猫主题列车成为“新晋网红”，向世人展示了现代文化与古蜀文明交相辉映、经济发展与人文生态和谐共生的国际化大都市形象。

在具体操作中，围绕大熊猫是成都面向世界最具国际范的文化元素，将“全球唯一熊猫主题列车”作为本次城市形象营销的新闻吸睛点，并吸收流行的萌文化、少女心元素，对车辆外观、车厢拉环、看板、座椅挡板等熊猫元素创意细节进行深挖分析，同时注重把握报道节奏，把最为重要的新闻要素放在首发日。在3号线开通当日和次日上班移动上网高峰期，通过分享传播的方式引爆热点，形成网络传播热潮。

### 诉诸体验力， 在娱乐类产品上凸显互动趣味、感受温度

娱乐是人的根本需求。在媒介产品中添加娱乐的成分，甚至直接在重大题材报道中设计娱乐类产品，已经成为新媒体报道的一个必需组件。四川网络媒体在不少重大报道中依托相关议题，通

过数字技术、多媒体技术以及虚拟现实技术等，生产诉诸用户体验的具有互动性和趣味性的产品，让用户感受到温度。

例如在新机场报道中，针对年轻受众的视觉需求，人民网、新华网、腾讯网、四川在线、四川网络电视台、成都全搜索等媒体采用了动画、拼图游戏、彩信手机报、话题讨论等多种形式介绍新机场，并融入了当前一些热门话题，令报道内容更具趣味性，眼球吸附力大增。如新华网制作的《机场CP的小船是这样说翻就翻的》中，以动画的形式比较了天府机场与国内其他机场的异同，语言幽默风趣；微观四川在《太阳的后裔降落太阳神鸟机场》一文中，将当下热爆娱乐圈的韩剧角色与新机场相结合，令人印象深刻；四川新闻客户端的“成都新机场”拼图游戏则以新机场的图片为素材，并采取游戏通关送流量的方式吸引逾2万人次参与。

内容创新和理念创新、形式创新、体制机制创新等，是传媒转型过程中建设新型主流媒体的方法和途径。四川的实践证明，内容创新能为媒介转型带来希望，为主流媒体带来生机与活力。■

（李立：成都大学文学与新闻传播学院副教授，博士）

# 由支付宝风波看商业舆情演化

从支付宝“圈子”风波的演化路径来看，无论是企业刻意为之，还是无心之举，读懂用户的诉求才是王道

文 / 马雪健 杨兼

2016年11月底，围绕支付宝上演了一场从商业话题转向娱乐话题，再转变为舆情话题的网络风波。对于企业而言，舆论反馈是商情的重要内容，舆情的正与负关乎企业的整体运营状况。因此，在自媒体主导的社会舆论评价体系中，企业对商情的把握，实际上反映了涉事主体的情商。而所谓的情商，直接作用于企业的危机公关行为，影响舆情的整体走势。从支付宝“圈子”风波的演化路径来看，无论是企业刻意为之，还是无心之举，读懂用户的诉求才是王道。

## 支付宝“圈子”风波舆情演化路径

2016年11月24日，支付宝最新版本面向部分用户开始测试“圈子”产品。在这款网络社区类产品中，支付宝根据实名认证账号下的消费数据，将用户划分为不同特征的人群，以“扫码+推荐”的方式，邀请用户进入相应的“圈子”。其中的信用生活圈带上了芝麻信用作为新事物，该圈在测试过程中表现亮眼，从上线时20多名用户，不到1个月，已经积累40多万用户，用户的活跃度非常高。然而，测试并非面向所有用户开放，这种逐步公开的“灰度测试”考验着用户的耐心。

转折点出现在11月27日。当天支付



针对支付宝“校园日记”等圈子引发的争议，支付宝母公司蚂蚁金服董事长彭蕾于2016年11月29日发布了内部信予以回应。供图/CFP

宝在最新版本里进行圈子的灰度测试，而最新的游戏规则是芝麻信用分必须750分以上才能评论，校园日记、白领日记等圈子设定只有女性用户才能发帖，并出现了对圈子中展示个人信息的用户的打赏功能。随后，因出格的美女照片，开放以信用分级的用户权限的做法招致大量非议。

支付宝以在线支付起家，其App在

移动互联网时代也是当之无愧的移动支付龙头。然而，如同业界评论所说，支付宝在社交领域却一直成绩平平。从支付宝切入社交，相对社交切入支付，难度无疑大大提升。商业推广过程中打“擦边球”往往是商家心照不宣的手段。然而，移动互联网时代的用户经过各种推广方式的长期“洗礼”，显然已经对各种营销套路有了相当程度的了解，随着用户精神层次的提升，对过于低俗的营销手段往往是反感的。因此虽然芝麻信用提升了知名度，但是口碑却并不尽如人意。

这次“圈子”测试广为网友所诟病的还有一点，即按照芝麻信用分制定了用户参与互动的权限。这在网友眼中，无疑是按照经济能力将用户分成了三六九等。虽然近年来“穷”经常被网友用来调侃自嘲，但是落实到商家行动，几乎是立刻就会招致反感。

芝麻信用涉及到大量用户的真实信息，这种严肃的商业征信体系在此次测试中成为了营销中用以划分用户层次的标准，特别是“圈子”中上传的出格照片，被网友“扒皮”找出与背后的真实用户并不相符，实际是从网上随意找出的贴图。严肃的信用问题和网络低俗内容联系在一起，一方面被不少人质疑为自降“身价”，另一方面则被认为是为网络诈骗

骗提供生存土壤。

值得庆幸的是，支付宝并没有放任这种情况继续下去。“校园日记事件”后，11月29日下午，蚂蚁金服董事长彭蕾就通过媒体发表了表态信《错了就是错了》，认错、坚决纠正、“请大家继续鞭策”，抛开其实质内容与阿里的目的不谈，彭蕾的态度让大家倾向于认为支付宝是“犯了错误的好人”，而不是“露出马脚的坏人”。支付宝及时正确发声止损，没有让事态进一步扩大。

### 企业应该如何读懂用户

抛开“圈子”引发的争议不谈，支付宝所记录的消费金额区间、各功能的使用频率和停留时间，都意味着个体用户的消费能力、消费习惯和口味偏好。而芝麻信用则拿到了更加具体的用户生活数据信息，这些数据无疑是对用户相当精准的描绘。大量真实、具体的用户数据是支付宝乃至阿里系公司读懂用户的一个巨大优势。

然而从这次“圈子”引发的商业舆情风波看，仅仅只对具体的数据进行量化分析显然是不够的。用户情感和宏观舆情层面上的偏好，往往需要更加宏观地判断和把握。也就是说，量化分析能够精准地预测具体行为模式与偏好，而舆情思维借助日积月累对用户群体乃至网络大环境的观察分析，往往在对环境形势做出判断方面更为有利。用户对这种出格的推广手段能否接受，或能在多大程度上接受，是需要舆情思维来辅助数据做出判断的。

产品口碑的建立是一个长期的过程。支付宝在切入社交市场时做出了多次尝试，新年“敬业福”活动在事后看来其实是毁誉参半的。这次“圈子”风波过后，在诸多的网络分析中，也有不少人提及了支付宝的猴年“敬业福”活动，而

这些分析也都倾向于认为支付宝的切入尝试并不成功。这次的“圈子”也未能幸免。很显然，在思维层面上还需要对产品口碑做长期观察。

“圈子”风波作为一起商业舆情事件，支付宝的反应是及时的，根据用户反应做出了实时的策略应对。在坦然承认错误以后，从网友的反应看，大多数人还是将这场风波当成商业上的失败尝试看待的。

### 舆情“反哺”商情的策略分析


第一步：制造舆论热点吸引注意力。随着自媒体人群与现实消费者的耦合性逐步增强，制造网络舆论热点已经成为商家的必备手段。2009年7月，百度贴吧魔兽世界吧中一个名为“贾君鹏你妈妈喊你回家吃饭”的帖子引爆舆论场，借此影响，百度“魔兽贴吧”成了各大媒体关注的对象。网民除了质疑背后的商业炒作外，还通过各种途径开始人肉“贾君鹏”，直到策划方站出来承认该行为系炒作后，网络狂欢才逐渐回落。而此时，无论是策划公司还是赞助企业，都已经达到了名利双收的目的。

第二步：借助事件营销扩大传播力。学会借势，对企业营销及品牌宣传可以产生事半功倍的效果。再拿“贾君鹏事件”为例，当“贾君鹏语录”红遍大街小巷后，不少品牌开始以此作为噱头，制作出诸如“贾君鹏，你妈给你买某某手机了”“你妈让你玩某某游戏”等植入式广告，在被网民调侃的同时，产生了不小的宣传效果。而在此次支付宝“圈子”风波后，不同“圈子”开始为自己造势，运营“圈子”的技术公司也是纷纷为自己代言，借势的效果很快显现。

第三步：放大社会效应提高影响力。放大过程实际上是设置公共议题的过程，在此期间，主流媒体、专家学

者、相关权威机构、意见领袖等将起到关键作用。媒体在对负面现象进行引导的过程中，实际上正是在为品牌的社会形象构建提供契机。无论从媒体的评论，还是各式各样的专家解读，其最终目的是为了引导话题回归主流话语体系，让几欲失控的舆论态势回归理性。此时，往往会形成较为成熟的观点与共识，消费者的注意力也相对集中，若能巧妙策划，将企业的品牌内涵成功植入，将会使舆论自然而然地对品牌形成亲近感。

第四步：把握关键节点修复公信力。从舆情处置的角度来看，当舆论逐渐回归理性时，涉事企业积极的表态、正确的处置方法等，会让消费者产生认同感，特别是部分品牌的拥趸，他们也会主动地引导舆论，减少不必要的歪曲误读。在此阶段需要注意的是，涉事企业要保证口径的统一，切不可乱发声。支付宝“圈子”遭到网民诟病后，阿里巴巴董事局主席马云表态自查，支付宝母公司蚂蚁金服董事长彭蕾发布致歉信，二者身份及影响力实际上代表了企业的处置态度，为舒缓负面情绪起到了积极作用。

第五步：事后设置议题放大品牌力。商业舆情与政务舆情的处置实际上是两种思路。政务舆情往往讲究“速战速决”，即以最有效的方式平息舆论关注，或责任切割，或转移注意力，或线下处置。但商业舆情的处置除了要消除负面影响外，还要考虑到对品牌的打造，于是就出现了“不怕坏新闻，就怕没新闻”“酒香还怕巷子深”的解读。基于此，我们会看到“商战”中借势炒作者甚多，企业的公关公司也会借助热点事件的“余热”，持续策划针对性活动与话题，以最低的成本获得更多的“眼球效益”。

（马雪健 杨兼：荆楚网舆情中心）

# 复盘捐款门：让众筹慈善回归本质

在互联网时代，在众筹慈善领域，信息传播的每一个环节都会影响最后的结果。在这一过程中，只有对信息传播的规律、特征及时总结，对出现的漏洞及时弥补，对出现的误解及时澄清，慈善的路才能越走越远

文 / 李颖

罗尔“捐款门”被称为2016年反转新闻中的“打脸之王”。11月的最后两天，深圳媒体人罗尔为女儿筹集治病费用的新闻走出深圳，成为全国公共舆论场的热点事件。

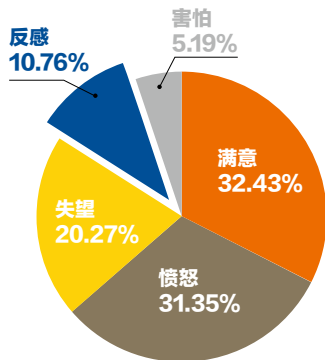
11月29日起，由罗尔撰写的微信公众号文章《罗一笑，你给我站住》阅读量快速上涨，赞赏资金猛增，一度触发系统bug，导致单日5万限制失效，短时间内就筹得善款200余万元。11月30日，有网友称，罗尔经济条件优渥，有房有车，引发“诈捐”讨论。罗尔就此站在了舆论的风口浪尖。12月1日，微信官方与罗尔及其朋友共同发表声明，通过微信打赏所获捐款将全部原路退回。两天后，罗尔再次接受媒体采访，称不能卖房救女，房子要留给儿子，让本已日趋缓和的民意再度沸腾，对其的指责与批判超过此前。此后几天内，罗尔撰写了长文披露事件前后的心路历程，声称“我错了，但我不是骗子，却在网民声讨中成为真正的骗子。”12月15日，罗尔再发文《罗一笑，你给我顶住》，提到女儿37天的医疗费为281849.27元。

罗尔捐款门事件跌宕起伏，在全社会范围内引发了针对众筹慈善、大病医保、社会诚信等重要议题的热烈讨论。本文将从数据层面对该事件复盘，并对

捐款中可能涉及的几个环节进行分析。如果遇到下一个罗尔，又该如何避免再出现类似的情况呢？

## 数据中的“罗尔捐款门”

从监测数据来看，舆情走势与事件的关键节点密切相关。笔者对国内及海外网络数据进行过往30天追溯，可以看到，12月1日发表声明退款与12月5日“房子归儿子”的言论传播成为罗尔捐款门中的两个舆论峰值。同时，微博依然是最主要的舆论场，但微信和客户端的表现较以往也更为积极。该事件发端于微信公众号，发酵于微信朋友圈，进而进入更开放、更广阔的公共舆论场，移动端特征明显。而在事件传播过程中，移动端特别是人际之间的关系互动，如朋友圈里的



罗尔捐款门舆论场情绪分类

示范效应，也极大地影响了事件走向。

从情绪角度来看（见左图），舆论场中以愤怒、反感、失望等负面情绪为主，而积极情绪则主要出现在12月3日宣布退款以后。

与此同时，在罗尔捐款门事件中，子话题走向也有较为明显的分水岭。如果说事件前期重点议题是与孩子和病情有关，那么在罗尔接受电视台采访后，舆论焦点就已经偏离了慈善相关议题，而直接指向了罗尔本人。

## 如果遇到下一个罗尔，该怎么做

罗尔本人的回应极大地搅动了舆论场，同时也引发了人们对于众筹慈善、大病医保等重要议题的大范围讨论。罗尔事件之后，在互联网时代，还如何能够树立起人们的信心？如何回归众筹慈善的互助本质，恐怕需要事件其他各方，包括微信平台、网民以及相关政府机构的积极参与，携手解决。

信息的准确与公开是基石。互联网时代，众筹慈善成为很多重病家庭自助的渠道。同样，罗尔发布微信公众号文章的行为也是一种个人求助的行为。个人求助是公民的一项正当权利，不属于慈善，但给予罗尔资金帮助的捐款行为却是慈善行为。

而在这一过程中，求助信息的准确与公开就至为关键。罗尔事件最开始偏离其自定轨道，起因就是信息的不准确与不公开。罗尔从一开始就夸大了医疗费用开销（每天上万元），当院方用数据（个人支付3.62万元）反驳时，罗尔最核心的求助诉求已经瓦解，连带着后续所有其他回应都被蒙上了一层疑云。

求助信息的准确与公开，一方面要求求助者诚实守信，一旦受到质疑就很难再辩解翻身；另一方面，则要求救助者能够有效识别信息真伪，对施助行为可能涉及的法律问题进行明晰。在众筹慈善快速成长的今天，罗尔事件的发生也是一次及时的提醒。对众筹慈善平台、求助行为的规范以及温暖且理性的众筹慈善理念普及，是未来需要重点思考的工作。

打赏与募捐需要区分。人们看到信息后，开始进入决策环节。而恰恰在这一环节又出现了新的挑战——打赏与救助该如何区分？从最终效果上来看，罗尔得到了网民的救助和支持，获得了慈善救济，而网民们也完成了自己的救助行为。但由此，打赏也就成为一个特殊的资助渠道，这显然并不是这一功能设计的初衷。

根据微信官方披露数据显示，有大量用户在短时间内给《罗一笑，你给我站住》打赏，11月30日凌晨0点仅过1分钟，打赏金额即已超过每日5万元限额，在随后的80分钟内超过200万元。微信官方也一再强调，微信赞赏功能并非募捐工具，但在具体操作时，协议文字是否能够起到严格限制作用，有待商榷。

人际影响与朋友圈转发。罗尔事件之所以爆发成为热点事件，恰恰是因为他和他的朋友太懂媒体了，深谙微信公号运营与朋友圈传播的规律。

朋友圈上沉淀的强关系，在众筹慈



2016年11月30日，广东深圳，罗一笑的父亲罗尔现身回应传言。供图/CFP

善的议题上容易发挥巨大的带动作用。首先，与慈善相关的议题，较少引发观点冲突；其次，众筹概念决定了救助成本较低，人们容易参与；第三，朋友圈中的标杆式人物做示范，容易产生从众心理；第四，朋友圈已经成为个人品牌形象塑造和展示的重要场所，个人在慈善领域的参与也会极大提升个人美誉度。因而，在对互联网时代众筹慈善概念进行思考时，需要将心理学维度纳入进来。在转发功能上，可设置短暂延迟，给予个体冷静时间。

舆论场自我修正与官方积极表态。罗尔事件，与一般热点舆论事件有所不同，虽然议题依然延伸到大病医保、慈善监管等领域，但由于相关政府和医疗机构的快速发声，反而成为舆论场自我修正最强大的动力。

11月30日，事件甫一爆发，深圳民政局就率先表态，称已介入调查。同一天，深圳儿童医院发表声明，对笑笑住院信息以及花费进行了公开回应，同时字里行间蕴含温情。通报披露，笑笑一共住院三次，截至11月29日，住院

总费用合计为204244.31元，其中医保支付168050.98元，自付36193.33元，三次平均自付费用占总治疗费用比例为17.72%。这一组翔实的数据，不仅在这一起单一事件中起到了重要的澄清作用，同时，还有力地维护了医疗机构的形象，对当时动不动就提“看病贵”的言论予以回击。

同时活跃的还有深圳社保，借助罗尔事件热度，该部门迅速推出了社保“科普”解读，对深圳医保政策进行了详细阐释，实现了有效的政策宣导。

热点事件爆发时，不躲不闪，反而迎面回应、坦诚沟通，政府声音成为这次事件中最积极的正能量。

罗尔捐款门，是一次新闻反转，也是一次及时的提醒。在互联网时代，在众筹慈善领域，信息传播的每一个环节都会影响最后的结果。在这一过程中，只有对信息传播的规律、特征及时总结，对出现的漏洞及时弥补，对出现的误解及时澄清，慈善的路才能越走越远。■

（李颖：中国传媒大学媒介素养教学与研究中心副主任，媒商实验室首席专家）



## 网络传播视觉榜

栏目简介：年终岁末，新旧交替之际，回首2016，这一年有很多照片在记忆中定格：女排夺冠、美国大选、古巴领袖逝世等等，这些画面不一定最美，但却被永久地印刻进2016年的历史。本期从政治、军事、民生、体育、文化等领域，选取6张照片，以图回顾2016。

### ① 穿越火线

2016年6月29日，河北省军区司令部直属队“超级战队”暨军事技能汇报演示活动拉开大幕。











微信扫我  
查阅往期视觉榜



②	③	
④	⑤	⑥

## ② 告别领袖

当地时间2016年12月1日,古巴圣克拉拉,运送古巴革命领袖菲德尔·卡斯特罗骨灰的灵车经过当地,民众夹道相送。

## ③ “救驾”来迟

2016年9月29日,四川成都,今年在大熊猫繁育研究基地内出生的23只大熊猫宝宝集体亮相。一只大熊猫宝宝不小心掉下台子,工作人员赶紧上前“救驾”。

## ④ 唇枪舌战

当地时间2016年9月26日,美国亨普斯特德市,美国民主、共和两党总统候选人——希拉里和特朗普于霍夫斯特拉大学展开首场电视直播辩论。

## ⑤ 上学“水”路

2016年6月27日,江西都昌县莲花村,村民谭火初用木盆接送小孩上下学。连续两周,他每天都用木盆将孙女送到学校,放学时再将她们接回家。

## ⑥ 女排精神

当地时间2016年8月20日,巴西里约热内卢,2016里约奥运会女排决赛中,中国3:1战胜塞尔维亚。这是中国女排继1984和2004两届奥运会夺冠后第三度加冕奥运冠军。





Top News Websites | 中国新闻网站  
**传播力榜**

树坐标

呈现网站传播实力 引领网络传播风向

## 中国新闻网站传播力2016年12月榜发布

中央网信办《网络传播》杂志倾力打造的“中国新闻网站传播力2016年12月榜”发布。

12月综合传播力总榜显示，人民网、新华网、中国网领跑前三强；央视网、中国新闻网、央广网、大众网、东方网、中国日报网、中国经济网依次进入前十。在前十强网站中，中央主要新闻网站占8席，省级网站占2席。

中央主要新闻网站综合传播力榜显示，人民网、新华网、中国网傲视群雄，占据前三名；央视网、中国新闻网、央广网、中国日报网、中国经济网、国际在线、中国青年网依次进入前十。

全国行业新闻网站综合传播力榜显示，前三位分别是未来网、中国搜索、海外网；正义网、中工网、中国军网、法制网、中国警察网、中国电力新闻网、半月谈网分列第四至十名。

省级网站综合传播力榜显示，大众网、东方网、红网位列前三甲；第四至二十名分别是华龙网、四川新闻网、南方新闻网、齐鲁网、千龙网、观察者网、中

国江西网、长城网、北青网、浙江在线、中国江苏网、澎湃新闻、界面、东北网、东南网、芒果TV网、河北新闻网。

城市网站综合传播力榜显示，深圳新闻网、青岛新闻网、舜网夺得前三名；中原网、杭州网、大洋网、胶东在线、水母网、东莞阳光网、沈阳网紧随其后排在第四至十名。

12月被转载指数显示，前十名的网站分别是中国新闻网、新华网、人民网、中国网、央广网、中国青年网、中国经济网、东方网、央视网、澎湃新闻。

12月App传播力榜显示，前十名依次是东方头条、时刻新闻、央视新闻、上海观察、中国新闻网、南方+、光明云媒、澎湃新闻、羊城派、山东24小时。

同时，杂志也推出中国新闻网站传播力2016年下半年榜，半年榜根据各家网站2016年7月至12月在榜单上的数据相叠加，并按现行权重占比核算出传播力指数排名，随12月榜一同发布。



## 中央主要新闻网站 综合传播力12月榜

名次	网站	参数	综合传播力指数	Alexa值	China Rank值	发稿量 (单位:篇)	原创量 (单位:篇)	被转载 指数	微信			微博		
									文章数	阅读量	点赞数	文章数	阅读量	评论数
1	人民网	21267.1	12456	3386	20W+	24K+	27103	708	2694W+	172266	2408	273195W+	1740119	
2	新华网	18100.7	14125	3621	15W+	19K+	33028	556	526W+	46324	514	35576W+	83478	
3	中国网	17211.5	7857	2273	35W+	26K+	25452	440	226W+	16437	1008	9916W+	32198	
4	央视网	13091.0	13802	2533	5W+	11K+	9332	711	598W+	73246	2288	31121W+	128108	
5	中国新闻网	12975.1	1159	1829	6W+	15K+	56374	438	661W+	61538	1562	103222W+	438390	
6	央广网	10242.9	1228	2093	3W+	9K+	13303	524	257W+	17183	1980	21719W+	83227	
7	中国日报网	9112.1	2202	2524	2W+	3K+	3676	220	448W+	43701	64	55W+	1051	
8	中国经济网	8918.0	1083	1329	5W+	5K+	11976	576	2007W+	93539	847	9440W+	81507	
9	国际在线	8447.1	1198	2009	4W+	5K+	7396	265	38W+	8234	700	14887W+	115548	
10	中国青年网	8446.6	1111	2263	7W+	3K+	12497	102	59W+	7033	900	19271W+	80133	
11	光明网	8268.5	1174	2213	3W+	3K+	7620	238	140W+	10376	643	5903W+	15023	
12	中青在线	4927.5	2183	501	2W+	2K+	2670	319	224W+	26680	886	29181W+	105555	
13	中国台湾网	4462.1	1093	628	2W+	2K+	2954	141	42W+	5186	577	3506W+	48831	
14	中国西藏网	3421.0	1005	573	6W+	1K-	1773	86	4W+	930	709	261W+	209	

## 中央主要新闻网站

### 移动端 传播力12月榜

名次	网站	综合传播力指数
1	人民网	13401.4
2	中国新闻网	12729.2
3	央视网	12042.2
4	新华网	9864.5
5	中国经济网	8776.9
6	光明网	8595.8
7	中青在线	8316.6
8	央广网	5957.9
9	中国青年网	4877.9
10	国际在线	4453.0
11	中国网	4226.4
12	中国台湾网	3416.0
13	中国日报网	3202.5
14	中国西藏网	1434.5

### PC端 传播力12月榜

名次	网站	综合传播力指数
1	人民网	15752.4
2	新华网	14922.1
3	中国网	14505.8
4	央视网	10402.3
5	中国新闻网	10003.1
6	央广网	8217.0
7	中国日报网	7185.1
8	国际在线	6781.7
9	中国青年网	6677.6
10	光明网	6634.9
11	中国经济网	5681.8
12	中青在线	3399.5
13	中国台湾网	3358.2
14	中国西藏网	2726.0

### 微信 传播力12月榜

名次	网站	综合传播力指数
1	人民网	17566.0
2	中国经济网	13699.7
3	中国新闻网	6433.9
4	中国日报网	6153.7
5	央视网	5565.2
6	新华网	5072.5
7	中青在线	3523.8
8	央广网	3194.0
9	中国网	3109.4
10	光明网	2827.8
11	中国青年网	2556.7
12	中国台湾网	2112.3
13	国际在线	1955.4
14	中国西藏网	1608.3

原创文章、发稿量统计时段: 2016年11月16日-12月15日, 仅统计中文网页。(W表示万, K表示千)

## 全国行业新闻网站 综合传播力12月榜

名次	网站	参数	Alexa值	China Rank值	发稿量 (单位:篇)	原创量 (单位:篇)	微信			微博		
							分享	点赞	评论	转发	评论	点赞
1	未来网	7349.5	3518	1238	11W+	4K+	158	285W+	15957	960	20171W+	81143
2	中国搜索	6748.9	2133	1203	5W+	1K-	196	993W+	122467	298	1443W+	7905
3	海外网	5311.0	1240	850	5W+	3K+	214	6W+	837	1384	20166W+	69754
4	正义网	4433.3	1015	360	1W-	3K+	141	61W+	4334	921	7733W+	56047
5	中工网	4385.4	1773	593	4W+	3K+	0	0	0	1320	66W+	23
6	中国军网	4368.1	1182	421	1W-	1K+	380	503W+	57820	1281	19189W+	70987
7	法制网	4150.2	1011	438	1W+	2K+	172	11W+	976	1524	27851W+	156612
8	中国警察网	4007.5	1016	461	1W-	1K+	227	95W+	8272	518	2666W+	15622
9	中国电力新闻网	3980.5	1002	445	1W-	3K+	127	8W+	866	129	76W+	24
10	半月谈网	3945.9	1003	385	1W-	1K-	161	408W+	31011	769	9917W+	39115
11	中国质量新闻网	3926.4	1015	357	1W-	3K+	74	6W+	421	198	74W+	23
12	中国文明网	3869.0	1017	613	4W+	1K-	154	35W+	3244	129	1916W+	67211
13	中国新闻周刊网	3542.6	1001	345	1W-	1K-	184	541W+	38523	0	0	0
14	环球人物网	3506.0	1000	333	1W-	1K-	113	267W+	20727	61	2615W+	5035
15	证券时报网	3414.8	1012	365	2W+	1K-	192	155W+	8444	710	3990W+	4679
16	中国安全生产网	3410.8	1008	335	1W-	1K+	98	144W+	7773	199	44W+	93
17	中国商务新闻网	3401.6	1003	367	1W+	1K+	203	1W-	217	342	100W+	30
18	中国侨网	3374.6	1009	349	1W-	1K+	126	27W+	2510	0	0	0
19	人民论坛网	3366.7	1003	381	1W-	1K-	132	143W+	11130	168	126W+	200
20	求是网	3343.2	1011	521	1W-	1K-	137	23W+	2815	238	799W+	2783
21	中国军视网	3307.3	1001	436	1W-	1K-	170	36W+	5395	117	116W+	200
22	人民铁道网	3244.7	1022	358	1W-	1K+	199	15W+	2002	420	677W+	1361
23	民主与法制网	3187.2	1001	391	1W-	1K+	131	1W+	96	265	153W+	348
24	中国科技网	3163.8	1008	414	1W-	1K-	106	4W+	505	291	395W+	534
25	中国石油新闻中心	3144.0	1015	386	1W-	1K-	76	40W+	2819	598	192W+	116
26	中国石化新闻网	3114.2	1003	410	1W-	1K-	59	4W+	680	157	134W+	4307
27	中国民航网	3095.3	1010	339	1W-	1K-	168	28W+	1483	302	186W+	234
28	党建网	3085.0	1001	357	1W-	1K-	180	175W+	22687	0	0	0
29	中国发展网	3080.7	1001	330	1W-	1K+	0	0	0	0	0	0
30	中国农业新闻网	3067.5	1003	430	1W-	1K-	126	10W+	823	384	121W+	255
31	中国教育新闻网	3054.9	1007	399	1W-	1K-	60	41W+	2075	101	31W+	15
32	中国交通新闻网	3052.1	1003	351	1W-	1K-	130	26W+	1130	48	134W+	232
33	中国劳动保障报新闻网	3046.9	1001	335	1W-	1K-	180	57W+	3171	44	17W+	17
34	华夏经纬网	3028.7	1023	493	2W+	1K-	66	1W-	141	0	0	0
35	中国经济周刊网	3028.5	1017	446	1W-	1K-	131	13W+	766	465	292W+	178
36	人民政协网	3018.0	1089	429	1W+	1K-	0	0	0	0	0	0

此榜单收录前36名,更多榜单详见《网络传播》杂志官方微信微博。

榜单QQ交流群: 243146041;  
 电话: 010-55635235;  
 邮箱: wangluocb@vip.sina.com;  
 或直接在微博微信留言亦可。

### 新闻网站 App传播力12月榜

名次	主办网站	App名称	
1	东方网	东方头条	4626.5
2	红网	时刻新闻	4315.7
3	央视网	央视新闻	4167.4
4	上观	上海观察	4057.7
5	中国新闻网	中国新闻网	4031.2
6	南方新闻网	南方+	4024.8
7	光明网	光明云媒	4003.4
8	澎湃新闻	澎湃新闻	4003.0
9	金羊网	羊城派	3964.9
10	大众网	山东24小时	3906.6
11	中国军网	解放军报	3871.6
12	浙江在线	浙江新闻	3435.9
13	新华网	新华炫闻	3307.0
14	荔枝网	荔枝新闻	3150.0
15	央视网	央视影音	2982.2
16	中国江西网	江西手机报	2974.3
17	东方网	翱翔	2835.6
18	看看新闻网	看看新闻	2824.9
19	界面	界面新闻	2693.1
20	洛阳网	掌上洛阳	2654.8
21	北方网	前沿	2598.6
22	封面新闻	封面新闻	2502.3
23	每日甘肃网	甘肃爱城市	2445.1
24	温州新闻网	温州新闻	2428.3
25	中青在线	冰点暖闻	2404.8
26	西部网	陕西头条	2369.6
27	中安在线	中安新闻	2356.1
28	中华泰山网	最泰安	2348.9
29	海外网	海客新闻	2253.5
30	成都全搜索	in成都	2222.2
31	胶东在线	胶东在线	2142.1
32	东莞阳光网	东莞阳光台	2129.3
33	陕西传媒网	掌中陕西	2095.8
34	南海网	南海网	2089.3
35	长江网	武汉通	2063.8
36	宜宾新闻网	掌上宜宾	2053.5

### 中央新闻网站 12月被转载指数

名次	网站	被转载指数
1	中国新闻网	56374
2	新华网	33028
3	人民网	27103
4	中国网	25452
5	央广网	13303
6	中国青年网	12497
7	中国经济网	11976
8	央视网	9332
9	光明网	7620
10	国际在线	7396
11	参考消息网	5252
12	中国日报网	3676
13	中国台湾网	2954
14	中青在线	2670
15	法制网	2324
16	中工网	2114
17	未来网	2026
18	中国军网	1810
19	中国西藏网	1773
20	正义网	1771
21	中国文明网	1765
22	中国侨网	1514
23	党建网	1466
24	中国搜索	1444
25	海外网	1400
26	中国社会科学网	1217
27	中国警察网	1211
28	中国发展网	1128
29	人民论坛网	1118
30	求是网	1078
31	理论网	1074
32	中国消费网	1055
33	消费日报网	1042
34	中国煤炭网	1029
35	紫光阁网	1019
36	中国气象网	1017

### 地方新闻网站 12月被转载指数

名次	网站	被转载指数
1	东方网	10960
2	澎湃新闻	9023
3	红网	7980
4	大河网	6217
5	大众网	5946
6	金羊网	5103
7	四川新闻网	4981
8	千龙网	4828
9	四川在线	4592
10	第一财经	4432
11	中国江苏网	4368
12	中国江西网	4343
13	中安在线	3985
14	华龙网	3844
15	新民网	3840
16	荆楚网	3566
17	南方新闻网	3315
18	河北新闻网	3305
19	东北新闻网	3270
20	云南网	3236
21	齐鲁网	3211
22	长城网	3153
23	北方网	3096
24	大洋网	2884
25	东南网	2709
26	浙江在线	2310
27	映象网	2295
28	广西新闻网	2227
29	南海网	2171
30	西部网	2152
31	东北网	2128
32	青海新闻网	1919
33	中国吉林网	1893
34	长江网	1869
35	深圳新闻网	1813
36	天山网	1812

## 省级网站 综合传播力12月榜

名次	网站	参数	Alexa值	China Rank值	发稿量 (单位:篇)	原创量 (单位:篇)	微信			微博		
							新增	关注	点赞	新增	转发	评论
1	大众网	9986.2	1208	1572	10W+	11K+	631	805W+	59949	954	7424W+	37686
2	东方网	9648.4	5118	1631	48W+	9K+	339	84W+	8130	1513	4029W+	14393
3	红网	7857.4	2513	619	19W+	11K+	516	239W+	14840	717	743W+	4016
4	华龙网	7457.3	1951	1182	13W+	7K+	398	200W+	68573	1085	1010W+	1970
5	四川新闻网	6902.5	1039	767	3W+	9K+	166	12W+	599	643	499W+	1160
6	南方新闻网	6494.8	1338	849	7W+	7K+	324	40W+	1727	560	297W+	204
7	齐鲁网	6464.0	1101	543	5W+	9K+	472	130W+	12362	1123	1881W+	5515
8	千龙网	6291.7	1037	954	4W+	6K+	181	5W+	477	1344	6337W+	13416
9	观察者网	6270.5	2117	703	1W-	2K+	581	1536W+	131271	1369	28988W+	256431
10	中国江西网	6236.4	1103	420	5W+	8K+	236	307W+	19977	1569	1520W+	28722
11	长城网	5977.5	1119	511	5W+	8K+	423	15W+	4579	574	118W+	15061
12	北青网	5921.1	1830	1224	1W+	4K+	6	1W-	56	95	123W+	327
13	浙江在线	5720.9	1149	763	5W+	5K+	432	275W+	8770	543	254W+	3
14	中国江苏网	5709.8	1031	634	8W+	7K+	208	5W+	516	846	243W+	189
15	澎湃新闻	5660.4	1208	337	1W-	5K+	163	362W+	21297	862	97535W+	752347
16	界面	5535.3	1198	1035	1W+	2K+	207	153W+	6980	801	13725W+	40513
17	东北网	5522.6	1029	1410	2W+	1K+	176	53W+	1806	262	130W+	243
18	东南网	5075.9	1014	539	2W+	5K+	132	7W+	527	402	206W+	137
19	芒果TV网	5024.0	1006	1121	7W+	1K-	98	32W+	2405	1561	36998W+	298102
20	河北新闻网	4992.9	1229	493	2W+	5K+	0	0	0	290	289W+	498
21	金羊网	4985.3	1306	779	3W+	3K+	256	67W+	12272	1060	1001W+	496
22	广西新闻网	4961.2	1061	890	2W+	2K+	194	72W+	4680	378	441W+	853
23	东北新闻网	4923.6	1064	1260	3W+	1K+	294	11W+	1808	773	241W+	83
24	大河网	4859.4	1135	777	10W+	3K+	135	16W+	1130	620	669W+	1487
25	北方网	4741.8	1059	857	4W+	2K+	500	73W+	1461	1628	580W+	780
26	鲁网	4702.9	1006	525	1W+	4K+	325	30W+	2514	678	749W+	379
27	新蓝网	4678.1	1065	1045	2W+	1K+	0	0	0	392	247W+	91
28	荆楚网	4669.1	1071	588	2W+	3K+	238	78W+	3257	1382	960W+	1628
29	四川在线	4569.5	1373	538	2W+	3K+	320	79W+	4074	376	273W+	632
30	新民网	4561.5	1041	944	7W+	1K-	119	67W+	4981	632	5988W+	11290
31	黄河新闻网	4428.4	1001	473	2W+	4K+	134	5W+	398	305	106W+	64
32	扬子晚报网	4405.4	1023	812	4W+	2K+	0	0	0	0	0	0
33	多彩贵州网	4363.8	1011	427	2W+	3K+	476	107W+	5641	466	836W+	2112
34	云南网	4353.7	1045	447	1W+	3K+	182	27W+	1538	1302	2633W+	8561
35	中国山东网	4311.6	1004	403	2W+	4K+	269	3W+	256	699	107W+	61
36	映象网	4289.8	1050	393	2W-	3K+	150	40W+	2369	590	2155W+	10036



**省级网站 移动端传播力12月榜**

名次	网站	
1	澎湃新闻	12142.7
2	观察者网	11078.8
3	大众网	10144.2
4	东方网	8847.0
5	看看新闻网	8193.9
6	红网	7869.6
7	界面	7607.6
8	中国江西网	7594.3
9	上观	7414.8
10	金羊网	6551.5
11	南方新闻网	6271.0
12	封面新闻	6262.1
13	浙江在线	5994.8
14	齐鲁网	5919.4
15	西部网	5869.6
16	芒果TV网	5463.3
17	每日甘肃网	5458.2
18	南海网	5060.1
19	北方网	4785.2
20	千龙网	4447.1
21	荔枝网	4391.7
22	陕西传媒网	3966.3
23	中安在线	3811.4
24	多彩贵州网	3731.1
25	中国甘肃网	3393.9
26	广西新闻网	3303.4
27	东北新闻网	3293.6
28	新民网	3208.2
29	今晚网	2975.1
30	四川新闻网	2965.8
31	海疆在线	2904.1
32	华龙网	2891.7
33	北青网	2777.0
34	云南网	2767.4
35	映象网	2753.7
36	长城网	2447.8

**省级网站 微信传播力12月榜**

名次	网站	
1	观察者网	11710.9
2	大众网	6586.4
3	澎湃新闻	5604.6
4	中国江西网	4353.9
5	华龙网	3967.7
6	南海网	3333.3
7	浙江在线	3283.8
8	红网	3068.1
9	界面	2958.6
10	看看新闻网	2787.9
11	新民网	2476.0
12	齐鲁网	2451.4
13	每日甘肃网	2436.1
14	金羊网	2272.4
15	广西新闻网	2252.9
16	宁夏新闻网	2222.5
17	多彩贵州网	2209.2
18	东方网	2207.2
19	荆楚网	2184.6
20	四川在线	2114.1
21	东北网	2040.9
22	芒果TV网	2037.0
23	映象网	1983.4
24	北方网	1939.7
25	海南在线	1927.6
26	上观	1923.8
27	上海热线	1838.1
28	海疆在线	1828.0
29	南方新闻网	1806.1
30	西部网	1802.3
31	云南网	1786.4
32	中国甘肃网	1779.1
33	鲁网	1748.7
34	青海新闻网	1745.5
35	天山网	1732.6
36	中国吉林网	1719.6

## 城市网站 综合传播力12月榜

名次	网站	参数	Alexa值	China Rank值	发稿量 (单位:篇)	原创量 (单位:篇)	微信			微博		
							分享	点赞	评论	转发	评论	点赞
1	深圳新闻网	4606.9	3239	699	4W+	2K+	216	108W+	3472	1222	2114W+	3227
2	青岛新闻网	4289.0	1787	687	1W+	1K+	131	80W+	4536	351	459W+	1058
3	舜网	4027.2	1059	668	2W+	1K+	150	20W+	533	23	25W+	13
4	中原网	4017.4	1001	528	1W-	1K+	345	324W+	49761	58	71W+	372
5	杭州网	4013.5	1041	635	1W+	1K-	243	189W+	7279	896	1770W+	3750
6	大洋网	4006.9	1018	602	2W+	2K+	127	12W+	692	616	508W+	384
7	胶东在线	3960.2	1009	411	1W+	2K+	332	66W+	4652	699	390W+	1455
8	水母网	3881.5	1068	362	1W+	2K+	156	73W+	4256	694	736W+	642
9	东莞阳光网	3763.5	1012	387	1W-	1K+	190	193W+	5934	932	507W+	3
10	沈阳网	3700.8	1008	403	2W+	1K-	163	296W+	16931	301	286W+	513
11	福州新闻网	3645.2	1087	554	1W+	1K+	190	13W+	817	698	179W+	68
12	成都全搜索	3644.2	1488	395	1W-	1K+	261	74W+	15463	682	857W+	1637
13	宜宾新闻网	3545.8	1014	365	1W-	1K+	528	292W+	28192	558	95W+	160
14	长江网	3493.0	1273	438	3W+	1K+	222	4W+	504	375	87W+	11
15	洛阳网	3478.9	1010	344	2W+	1K-	178	402W+	42862	70	36W+	15
16	南昌新闻网	3372.9	1010	405	1W-	1K+	172	69W+	9774	673	85W+	252
17	泉州网	3329.0	1007	410	1W-	1K-	160	93W+	8656	847	402W+	289
18	环渤海新闻网	3322.2	1009	434	1W-	1K-	183	140W+	1915	0	0	0
19	西安网	3320.1	1002	375	1W-	1K+	251	11W+	866	2666	896W+	1403
20	中国宁波网	3318.2	1015	430	1W+	1K+	76	7W+	498	237	258W+	158
21	海口网	3285.2	1023	362	1W+	1K+	185	20W+	1032	950	586W+	1751
22	泸州新闻网	3268.8	1014	341	1W-	1K+	0	0	0	478	275W+	924
23	延边新闻网	3254.2	1000	406	1W-	1K-	128	136W+	5173	458	121W+	27
24	新疆网	3168.3	1008	353	1W+	1K-	159	21W+	938	285	213W+	438
25	西安新闻网	3161.1	1005	381	1W-	1K-	0	0	0	1023	754W+	511
26	合肥在线	3158.2	1023	401	1W-	1K-	198	74W+	3799	474	428W+	481
27	名城苏州网	3129.9	1008	429	1W-	1K-	105	81W+	12916	177	57W+	138
28	南宁新闻网	3096.8	1002	339	1W-	1K-	179	119W+	14656	492	262W+	270
29	安庆新闻网	3094.6	1000	385	1W-	1K-	0	0	0	217	99W+	140
30	扬州网	3090.7	1010	404	1W+	1K-	182	12W+	424	691	368W+	479
31	漳州新闻网	3081.5	1017	335	1W-	1K-	220	59W+	1440	327	113W+	16
32	宁德网	3077.8	1000	362	1W-	1K-	244	32W+	1110	167	102W+	273
33	湘潭在线	3056.9	1009	326	1W-	1K+	0	0	0	364	86W+	28
34	中华泰山网	3049.4	1001	334	1W-	1K-	120	22W+	3347	1070	259W+	157
35	张家口新闻网	3040.9	1016	337	1W-	1K-	0	0	0	475	151W+	144
36	厦门网	3036.0	1183	415	1W+	1K-	169	21W+	1029	335	136W+	64



榜单QQ群 微信扫我 查阅往期榜单

## 中国新闻网站2016下半年

### 综合 传播力总榜

名次	网站	传播力
1	人民网	98296.4
2	新华网	91069.4
3	中国网	78067.2
4	中国新闻网	55509.4
5	央视网	49422.1
6	大众网	45657.1
7	央广网	44778.3
8	中国日报网	38788.3
9	东方网	37171.1
10	光明网	34433.2
11	国际在线	33669.6
12	中国青年网	33095.9
13	中国经济网	32236.6
14	华龙网	30468.5
15	红网	28860.7
16	北青网	28369.9
17	四川新闻网	28192.2
18	中国搜索	24837.0
19	齐鲁网	23627.0
20	未来网	23147.3
21	中国江苏网	22892.6
22	南方新闻网	22025.2
23	海外网	21343.6
24	千龙网	20922.1
25	东北网	20853.1
26	长城网	20270.2
27	中国江西网	20115.9
28	大河网	18770.0
29	北方网	18113.2
30	芒果TV网	17851.8
31	观察者网	17437.7
32	东南网	17043.7
33	东北新闻网	16797.8
34	河北新闻网	16731.6
35	浙江在线	15654.9
36	中工网	15547.1

### PC端 传播力总榜

名次	网站	传播力
1	新华网	78031.9
2	人民网	77009.3
3	中国网	67820.7
4	中国新闻网	45654.9
5	央视网	41089.9
6	央广网	37913.0
7	大众网	36347.8
8	东方网	32150.2
9	中国日报网	32087.9
10	光明网	29392.2
11	国际在线	29000.6
12	中国青年网	28309.7
13	华龙网	24975.5
14	北青网	24825.1
15	四川新闻网	24550.6
16	红网	24384.0
17	中国经济网	21040.7
18	中国江苏网	19982.1
19	齐鲁网	19910.6
20	南方新闻网	19098.2
21	未来网	18315.5
22	海外网	18196.9
23	千龙网	17970.8
24	东北网	17938.6
25	中国搜索	17674.2
26	长城网	17415.0
27	大河网	16152.4
28	中国江西网	15830.9
29	北方网	15387.5
30	东南网	14758.7
31	芒果TV网	14646.1
32	东北新闻网	14544.8
33	河北新闻网	14488.9
34	中工网	13540.2
35	浙江在线	12503.1
36	金羊网	12457.7

### 移动端 传播力总榜

名次	网站	传播力
1	人民网	36417.2
2	观察者网	26380.4
3	中国经济网	25059.4
4	中国新闻网	21100.1
5	大众网	20480.9
6	央视网	19391.4
7	澎湃新闻	18509.6
8	新华网	17356.1
9	中国搜索	15508.4
10	中国军网	12954.9
11	中国江西网	12512.3
12	光明网	12147.8
13	中青在线	11869.1
14	央广网	11865.2
15	东方网	11457.1
16	红网	11175.1
17	洛阳网	10961.7
18	看看新闻网	10409.3
19	浙江在线	10051.2
20	未来网	9528.4
21	上观	9424.3
22	半月谈网	9106.3
23	界面	9069.6
24	海外网	8937.4
25	南海网	8741.3
26	齐鲁网	8657.5
27	中国日报网	8241.2
28	宜宾新闻网	8172.5
29	西部网	8165.2
30	环球人物网	8125.6
31	杭州网	8040.8
32	东莞阳光网	8033.5
33	华龙网	8012.1
34	中原网	7941.5
35	金羊网	7859.9
36	芒果TV网	7852.6



# 探索

Exploration

网络传播规律之探索，  
网络传播之前沿学术探讨，  
业界交流之精神家园。

- 84 《网络安全法》织牢网络安全网
- 86 《网络安全法》这样“立”起来
- 88 护航个人信息 保障合法权益
- 90 短视频新闻的跨平台传播研究
- 93 美国网络舆论引导和管理的策略
- 96 法安天下, 德润人心 | 学习经典

# 《网络安全法》织牢网络安全网

《网络安全法》的出台从根本上填补了我国综合性网络信息安全基本大法、核心的网络信息安全法和专门法律的三大空白

文 / 高红静



“没有网络安全就没有国家安全。”2016年11月7日，十二届全国人大常委会第二十四次会议高票通过《中华人民共和国网络安全法》。这是我国第一部网络安全领域的法律文件，它的出台，是网信领域的里程碑式事件。法律着眼现实、立足长远，对维护国家总体安全具有深远意义。

本期探索刊登三篇文章，从不同角度对《网络安全法》进行专业解读，以飨读者。



2016年9月19日，国家网络安全宣传周开幕式在武汉举行。图/本刊记者 杨洋 摄

“没有网络安全就没有国家安全，没有信息化就没有现代化。”在中央网络安全和信息化领导小组第一次会议上，习近平总书记提出网络安全和信息化是事关国家安全和国家发展、事关广大人民群众工作生活的重大战略问题。2016年7月初通过的《国家安全法》也明确提出：“国家建设网络与信息安全保障体系，提升网络与信息安全保护能力。”在此背景下，国家出台《网络安全法》，将已有的网络安全实践上升为法律制度，通过立法织牢网络安全网，为网络强国战略提供制度保障。

《网络安全法》的出台具有里程碑式的意义。它是全面落实党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会相关决策部署的重大举措，是我国第一部网络安全的专门性综合性立法，提出了应对网络安全挑战这一全球性问题的中国方案。此次立法进程的迅速推进，显示了党和国家对网络安全问题的高度重视，对我国网络安全法治建设是一个重大的战略契机。网络安全有法可依，信息安全行业将由合规性驱动过渡到合规性和强制性驱动并重。

《网络安全法》出台的重大意义，主要表现在以下几个方面：

一是构建我国首部网络空间管辖基

本法。

作为国家实施网络空间管辖的第一部法律，《网络安全法》属于国家基本法律，是网络安全法律体系的重要基础。这部基本法律规范了网络空间多元主体的责任义务，以法律的形式催生一个维护国家主权、安全和发展利益的“命运共同体”。具体包括，规定网络信息安全的总体目标和基本原则；规范网络社会中不同主体所享有的权利义务及其地位；建立网站身份认证制度，实施后台实名；建立网络信息保密制度，保护网络主体的隐私权；建立行政机关对网络信息安全的监管程序和制度，规定对网络信息安全犯罪的惩治和打击；规定具体的诉讼救济程序等。此次《网络安全法》的出台从根本上填补了我国综合性网络信息安全基本大法、核心的网络信息安全法和专门法律的三大空白。

二是提供维护国家网络主权的法律依据。

《突尼斯协议》提出共识，尽管互联网是全球的，但是每个国家如何治理，各国是有自己主权的。一些西方主要国家为维护网络空间主权，很早就制定了法律法规，并将维护网络安全纳入国家安全战略，且形成了比较完备的网络安全法律体系。2014年7月，习近平主

席在巴西的演讲中特别提出了“信息主权”的概念。他强调，虽然互联网具有高度全球化的特征，但每一个国家在信息领域的主权权益都不应受到侵犯，互联网技术再发展也不能侵犯他国的信息主权。2016年7月推出的《国家安全法》首次以法律的形式明确提出“维护国家网络空间主权”。随之应运而生的《网络安全法》是《国家安全法》在网络安全领域的体现和延伸，为我国维护网络主权、国家安全提供了最主要的法律依据。

三是服务于国家网络安全战略和网络强国建设。

现如今，网络空间逐步成为世界主要国家展开竞争和战略博弈的新领域。作为一个拥有大量网民的发展中国家，我国不断感受到来自西方国家如美国的战略压力。这决定了网络空间成为国家利益的新边疆，确立网络空间行为准则和模式成为我国的当务之急。现代国家必然是法治国家，国家行为的规制由法律来决定。《网络安全法》中明确提出了有关国家网络空间安全战略和重要领域安全规划等问题的法律要求。这有助于实现推进中国在国家网络安全领域明晰战略意图，确立清晰目标，厘清行为准则，不仅能够提升我国保障自身网络安全的能力，还有助于推进与其他国家和

行为体就网络安全问题展开有效的战略博弈。网络信息是建设网络强国的必争之地，网络强国宏伟目标的实现离不开坚实有效的制度保障，《网络安全法》的出台意味着建设网络强国的制度保障迈出坚实的一步。

四是在网络空间领域贯彻落实依法治国精神。

十八届四中全会通过了《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》，为我国的国家治理体系和治理能力现代化指明了方向，也为网络空间治理提供了指南。依法治国，正蹄疾步稳地落到实处，融入到国家行政、社会治理与公民生活中的点点滴滴。与已经相对成熟的领域和行业相比，互联网领域可以称得上是蛮荒之地，因为互联网的飞速发展才短短22年，许多监管、治理手段都是后知后觉地根据问题进行后期的补充。但此次《网络安全法》破除重重障碍，拨云见日，高举依法治国大旗，开启依法治网的崭新局面，成为依法治国顶层设计下一项共建共享的路径实践。依法治网成为我国网络空间治理的主线和引领，以法治谋求网治的长治久安。《网络安全法》还考虑到网络的开放性和互联性，加强法治工作的国际合作协调，让人类共同面临的网络

犯罪无处遁形，通过科学有效、详细的法律进行惩罚和约束，达到正本清源的目的。

五是成为网络参与者普遍遵守的法律准则和依据。

网络不是法外之地，《网络安全法》为各方参与互联网的行为提供非常重要的准则，所有参与者都要按照《网络安全法》的要求来规范自己的行为；同样，所有网络行为主体所进行的活动，包括国家管理、公民个人参与、机构在网上的参与、电子商务等都要遵守本法的要求。

《网络安全法》对网络产品和服务提供者的安全义务有了明确的规定，将现行的安全认证和安全检测制度上升成为法律，强化了安全审查制度。通过这些规定，使得所有网络行为都有法可依，有法必依，任何为个人利益触碰法律底线的行为都将受到法律的制裁。

六是助力网络空间治理，护航“互联网+”。

目前，中国已经成为名符其实的网络大国，截至2016年6月，中国网民规模达7.10亿。但现实的网络环境却十分堪忧，网络诈骗层出不穷、网络入侵比比皆是、个人隐私肆意泄露。《网络安全法》的出台将成为新的起点和转折点，公民个人信息保护进入正轨，网络暴力、网络谣言、网络欺诈等“毒瘤”生存的空间将被大大挤压，而“四有”中国好网民从道德自觉走向法律规范，用法律武器维护自己的合法权益。国家网络空间的治理能力在法律的框架下将得到大幅度提升，营造良好和谐的互联网环境，更为“互联网+”的长远发展保驾护航。市场经济本质是信用经济，其精髓在于开放的市场+完善的法律，从这种意义上讲，“互联网+”必须带上“安全”才能飞得长远。■

（高红静：国家信息技术安全研究中心）

国家网络空间的治理能力在法律的框架下将得到大幅度提升，营造出良好和谐的互联网环境，更为“互联网+”的长远发展保驾护航。市场经济本质是信用经济，其精髓在于开放的市场加完善的法律，从这种意义上讲，“互联网+”必须带上“安全”才能飞得长远。

# 《网络安全法》这样“立”起来

立法的迅速推进源自我国面临国内外网络安全形势的客观实际和迫切需要，标志着我国网络空间法治化进程的实质性展开

文 / 黄道丽

如何应对网络安全威胁已是全球性问题，国际网络安全的法治环境正发生变革，欧美等网络强国纷纷建立全方位、更立体、更具弹性与前瞻性的网络安全立法体系，网络安全立法演变为全球范围内的利益协调与国家主权斗争，有法可依成为谈判与对抗的必要条件。

2015年《中华人民共和国国家安全法》和《中华人民共和国反恐怖主义法》相继通过；2015年7月，作为网络安全基本法的《中华人民共和国网络安全法（草案）》第一次向社会公开征求意见；2016年11月7日，全国人大常委会表决通过了《网络安全法》。立法的迅速推进源自我国面临国内外网络安全形势的客观实际和迫切需要，标志着我国网络空间法治化进程的实质性展开。

## 立法定位： 网络安全管理的基础性“保障法”

科学的立法定位是搭建立法框架与设计立法制度的前提条件。立法定位对于法的结构确定起着引导作用，为法的具体制度设计提供法理上的判断依据。

第一，该法是网络安全管理的法律。《网络安全法》与《国家安全法》《反恐怖主义法》《刑法》《保密法》《治安管理处罚法》《关于加强网络信息保护的

决定》《关于维护互联网安全的决定》《计算机信息系统安全保护条例》《互联网信息服务管理办法》等法律法规共同组成我国网络安全管理的法律体系。因此，需做好网络安全法与不同法律之间的衔接，在网络安全管理之外的领域也应尽量减少立法交叉与重复。

第二，该法是基础性法律。基础性法律的功能更多注重的不是解决问题，而是为问题的解决提供具体指导思路，问题的解决要依靠相配套的法律法规，这样的定位决定了不可避免会出现法律表述上的原则性，相关主体只能判断出网络安全管理对相关问题的解决思路，具体的解决办法有待进一步观察。

第三，该法是安全保障法。面对网络空间安全的综合复杂性，特别是国家关键信息基础设施面临日益严重的传统安全与非传统安全的“极端”威胁，网络空间安全风险“不可逆”的特征进一步凸显。在开放、交互和跨界的网络环境中，实时性能力和态势感知能力成为新的网络安全核心内容。

## 立法架构： “防御、控制与惩治”三位一体

在上述背景下，传统上将风险预防

2016年9月20日，第三届国家网络安全宣传周论坛现场，来自中俄美各国的网络信息企业汇聚一堂，探讨网络空间的安全发展之道。图/本刊记者 潘树琼 摄





寄托于惩治的立法理念面临挑战。为实现基础性法律的“保障”功能，网络安全法需确立“防御、控制与惩治”三位一体的立法架构，以“防御和控制”性的法律规范替代传统单纯“惩治”性的刑事法律规范，从多方主体参与综合治理的层面，明确各方主体在预警与监测、网络安全事件的应急与响应、控制与恢复等环节中的过程控制要求，防御、控制、合理分配安全风险，惩治网络空间违法犯罪和恐怖活动。

法律界定了国家、企业、行业组织和个人等主体在网络安全保护方面的责任，设专章规定了国家网络安全监测预警、信息通报和应急制度，明确规定“国家采取措施，监测、防御、处置来源于中华人民共和国境内外的网络安全风险和威胁，保护关键信息基础设施免受攻击、入侵、干扰和破坏，依法惩治网络违法犯罪活动，维护网络空间安全和秩序”，已开始摆脱传统上将风险预防寄托于事后惩治的立法理念，构建兼具防御、控制与惩治功能的立法架构。

## 制度设计：

### 网络安全的关键控制节点

《网络安全法》关注的安全类型是网络运行安全和网络信息安全。网络运行安全分别从系统安全、产品和服务安全、数据安全以及网络安全监测评估等方面设立制度。网络信息安全规定了个人信息保护制度和违法有害信息的发现处置制度。法律制度设计基本能够涵盖网络安全中的关键控制节点，体系较为完备。除了网络安全等级保护、个人信息保护、违法有害信息处置等成熟的制度规定外，产品和服务强制检测认证制度、关键信息基础设施保护制度、国家安全审查制度等都具有相当的前瞻性，成为该法的亮点。

面对网络空间安全的综合复杂性，特别是国家关键信息基础设施面临日益严重的传统安全与非传统安全的“极端”威胁，网络空间安全风险“不可逆”的特征进一步凸显。

《网络安全法》规定了网络安全等级保护、关键信息基础设施安全保护、网络安全监测预警和信息通报、用户信息保护、网络信息安全投诉举报等制度，以及网络关键设备和网络安全专用产品认证、关键信息基础设施运营者网络产品和服务采购的安全审查、网络可信身份管理、网络安全事件应急预案/处置、漏洞等网络安全信息发布、网络安全人员背景审查和从业禁止、网络安全教育和培训等制度。可以看出，一部契合网络安全战略，关注技术、管理与规范的网络安全保障基本法，由十多套（部）配套制度共筑框架的法律体系已悄然成型。

## 重中之重：

### 关键信息基础设施安全保护办法

关键信息基础设施保护制度是网络安全法若干制度设计的核心之一。《网络安全法》在“网络运行安全”一般规定的基础上设专节规定了关键信息基础设施保护制度，首次从网络安全保障基本法的高度提出关键信息基础设施的概念，并提出了关键信息基础设施保护的具体要求。

第一，《网络安全法》中明确界定了关键信息基础设施概念的本质，即“一旦遭到破坏、丧失功能或者数据泄露，可能严重危害国家安全、国计民生、公共利益”，并规定关键信息基础设施的具体范围由国务院另行制定。这表明，作为

网络安全领域的基本法，应当尽可能确保网络安全法的稳定性而不宜进行过于细化的条款设定这一立法需求。

第二，关键信息基础设施安全保护办法是《网络安全法》中预留接口的下位法，也是法律中唯一明确规定“由国务院制定”的行政法规。政治、法律传统等国情的差异导致我国关键信息基础设施保护制度的构建不能简单照搬外国的经验，应建立符合我国国情且具有较强可操作性的关键信息基础设施保护制度；同时也科学合理地推动网络安全等级保护制度的演进与变革，有效融合等级保护评测和关键信息基础设施的风险评估等，实现制度间的互补和融合，降低关键信息基础设施运营者的守法成本和行政执法成本。

第三，《网络安全法》规定，“国家鼓励关键信息基础设施以外的网络运营者自愿参与关键信息基础设施保护体系；国家网信部门和有关部门在关键信息基础设施保护中取得的信息，只能用于维护网络安全的需要，不得用于其他用途。”这在一定程度上鼓励了网络运营者，尤其是承担重要社会职能的网络运营者能够利用其自有的技术能力和资源优势更加积极地投入关键信息基础设施保护的工作中，促进政府和企业双方共同保障关键信息基础设施安全运行。<sup>[4]</sup>（黄道丽：西安交通大学法学院、公安部第三研究所）

# 护航个人信息 保障合法权益

《网络安全法》的出台落实能够遏制个人信息滥用乱象，提升个人信息保护水平，最大程度地保障用户合法权益和社会公共利益

文 / 洪延青

当下，信息革命的浪潮和全面铺开的数字化使得人们的生产生活越来越与互联网深度融合。在线下的各种场景逐渐搬到网上的同时，个人信息得以挣脱纸面的束缚，直接以比特的形式被海量地记录、传输、存储和使用。经过数字化、网络化后，个人信息一方面继续保有“单独或者与其他信息结合识别”特定个人的能力，另一方面又能在现代计算和存储能力的支持下，价值得到进一步挖掘和释放。

在全面拥抱个人信息数字化和网络化的同时，许多境内外的网络犯罪团伙已将目标瞄准了个人信息，窃取了数以亿计的个人信息，并形成了交易个人信息的地下黑产。他们利用个人信息与特定个人之间的紧密关系实施各种犯罪，例如以个人信息为基础的精准诈骗。除此之外，冒用个人网络身份更是直接造成了不可估量的经济损失。

个人信息的收集和使用与个人的权益息息相关，数字经济能否持续健康发展，在很大程度上取决于能不能在开发和利用个人信息的同时做到趋利避害。对此，《网络安全法》在第四章“网络信息安全”中用相当大的篇幅对网络运营者处理个人信息的行为做出了规范，具体有以下五方面特点和创新。

## 个人信息保护最为综合的权威规定

目前，我国尚未制定统一的个人信息保护法。在《网络安全法》出台之前，个人信息保护方面最主要的法律是2012年通过的全国人大常委会《关于加强网络信息保护的決定》和2013年通过的全国人大常委会《关于修改〈中华人民共和国消费者权益保护法〉的決定》，以及2009年通过的《刑法修正案（七）》和2015年通过的《刑法修正案（九）》。

《网络安全法》不仅继承了上述法律关于个人信息保护的主要条款内容，而且根据新的时代特征、发展需求和保护理念，创造性地增加了部分规定，例如最少够用原则（“网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息”）、个人信息共享的条件（“未经被收集者同意，不得向他人提供个人信息。但是，经过

处理无法识别特定个人且不能复原的除外”）、个人的数据权利（“个人发现网络运营者违反法律、行政法规的规定或者双方的约定收集、使用其个人信息的，有权要求网络运营者删除其个人信息；发现网络运营者收集、存储的其个人信息有错误的，有权要求网络运营者予以更正。网络运营者应当采取措施予以删除或者更正”）等。

## 明确个人信息保护的责任主体

《网络安全法》在“网络信息安全”这一章的开头，就明确提出了“谁收集，谁负责”的基本原则，将收集和使用个人信息的网络运营者，设定为个人信息保护的责任主体。法律规定：“网络运营者应当对其收集的用户信息严格保密，并建立健全用户信息保护制度。”按该条

《网络安全法》规定，“在发生或者可能发生个人信息泄露、毁损、丢失的情况时，应当立即采取补救措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告”。相比以往的法律规定，新增了个人信息安全事件发生后的强制告知和报告。



2016年国家网络安全宣传周期间，来自武汉多所学校的中小學生参观、体验了网络安全博览会。  
图/本刊记者 潘树琼

款的规定，无论是在防范内部人员倒卖个人信息，还是保障系统不被攻破导致信息泄露等方面，收集和使用个人信息的网络运营者都是第一责任主体。通过明确责任，一能避免个人信息泄露导致严重后果后“无人负责”的局面，二能倒逼网络运营者重视对其掌握的个人信息的工作。

### 接轨国际先进理念

目前，全球公认的个人信保护方面的主要法律文本有OECD隐私框架、APEC隐私框架、欧盟《通用数据保护条例》、欧美“隐私盾”协议、美国“消费者隐私权法案（讨论稿）”等。综合这些立法，可得出个人信息保护的主要原则，包括目的明确原则、同意和选择原则、最少够用原则、开放透明原则、质量保证原则、确保安全原则、主体参与原则、责任明确原则、披露限制原则等。

上述原则在《网络安全法》中均得到体现。例如，开放透明原则是指应以明确、易懂和合理的方式如实公示其收集或使用个人信息的目的、个人信息的收集和使用范围、个人信息安全保护措施等信

息，接受公共监督。该原则具体化于《网络安全法》规定：网络运营者应“公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围”。

### 实现个人信息保护和利用的平衡

在大数据和云计算时代，包括个人信息在内的数据，只有充分地流动、共享、交易，才能实现集聚和规模效应，最大程度地发挥价值。但数据在流动、易手的同时，可能导致个人信息主体及收集、使用个人信息的组织和机构丧失对个人信息的控制能力，造成个人信息扩散范围和用途的不可控。如何实现两者的平衡是新时期个人信息保护的重要挑战之一。

对此，《网络安全法》首先在法律层面给予个人信息交易一定的空间，这是一个巨大的进步。《关于加强网络信息保护的决定》规定“不得出售”公民个人信息；而《网络安全法》规定“不得非法出售”公民个人信息，换句话说，按《网络安全法》的规定，在一定情形下是可以出售公民个人信息的，无疑给符合规定的个人信息交易开了绿灯，为我国大数据产业发展提供了空间。

其次，《网络安全法》进一步规定了合法提供个人信息的情形，这也是一个重要的创新。法律规定，“未经被收集者同意，不得向他人提供个人信息。但是，经过处理无法识别特定个人且不能复原的除外。”从条文理解，至少在两种情形中，可以合法对外提供个人信息：一是被收集者也就是个人的同意；二是将收集到的个人信息进行匿名化处理，使得无论是单独或者与其他信息相结合后，仍然无法识别特定个人且不能复原。

### 新增个人信息强制告知和报告

《网络安全法》规定，“在发生或者可能发生个人信息泄露、毁损、丢失的情况时，应当立即采取补救措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告”。相比以往的法律规定，新增了个人信息安全事件发生后的强制告知和报告。

在全球范围看来，包括个人信息安全事件在内的网络安全事件的强制报告和告知，是近期的立法重点。许多国家和地区都注重通过强制对外报告和告知，进一步增强组织和机构的责任主体意识，敦促其认真对待保护个人信息的义务。在美国，联邦层面有健康保险携带和责任法案、金融业的格雷姆-里奇-比利雷法案，规定了数据安全事件强制告知和报告制度。在欧盟，《通用数据保护条例》和欧盟网络信息安全指令也都规定了强制告知和报告义务。

《网络安全法》加强了对个人信息的保护，让人民安全地享用互联网带来的红利，是贯彻习近平总书记重要指示的具体体现。《网络安全法》的出台落实能够遏制个人信息滥用乱象，提升个人信息保护水平，最大程度地保障用户合法权益和社会公共利益。■

（洪延青：四川大学网络空间安全研究院）

# 短视频新闻的跨平台传播研究

——以美国NOW THIS为例

文 / 刘柳

伴随着互联网技术的快速发展、智能手机等移动终端的迅速普及以及社交媒体平台的日渐成熟，受众特别是年轻一代的新闻消费行为正在发生着深刻变革，新闻行业从生产方式、产品形态到传播链条都面临着全新挑战。各大新闻机构为了能在移动社交浪潮中屹立不倒，不断创新。

位于美国纽约的NOW THIS作为一家专门生产短视频新闻的公司，自2012年成立以来，发布视频总点击量从2014年7月的不到100万次迅速跃升至2015年10月的6亿次，截至2016年1月，其视频总点击量突破10亿次。NOW THIS能够在众多竞争对手中脱颖而出，赢得受众特别是美国年轻一代的欢迎，与其执行专注生产短视频新闻产品、勇于尝试跨平台传播等策略密不可分。

## 美国受众新闻需求的新特征

**移动化：**更多受众在移动状态下获取新闻。美国互联网流量监测机构Comscore2016年7月8日发表的报告显示，96%的千禧一代（18-34岁）的受众从移动设备上获取新闻，其中36%的年轻人只从手机上获取新闻，94%的35-54岁人群也利用智能手机或笔记本电脑获取部分或全部新闻，72%的55岁及以上的人群

也表示每月至少一次利用移动设备获得新闻。

**视频化：**受众对视频新闻需求增长迅猛。正如美国娱乐杂志《Variety》联合主编安德鲁·沃伦斯汀在其专栏中写道：

“年轻用户正在移动媒体平台上观看越来越多的短视频内容，但是对于迅速增加的关注群体来说，短视频内容仍显得远远不足”。基于这一现状，美国在线对英美两国600家媒体进行的调研显示，绝大部分传媒机构将视频列为其2017年第一大业务，半数的英国新闻机构与56%的美国媒体认为创造优质内容是推动视频业务发展的首要助推器。

**社交化：**更多年轻受众倾向于在社交平台上获取新闻。美国Knight Foundation2016年5月11日的报告显示，美国移动新闻的用户数量巨大，几乎全部成年的移动用户都会利用移动设

备获取新闻，社交媒体网站与其App是受众获得新闻的重要来源。半数的社交媒体使用者会付出时间获取新闻，安装App的移动用户会花费更多时间阅读新闻。18-24岁的年轻人与年收入7.5万美元的高收入阶层更加倾向于利用社交媒体App来获取新闻。70%的Facebook用户、34%的Twitter用户及20%的Instagram用户表示，每日会利用这些社交媒体获取新闻。

Socialbakers对Facebook上视频观看情况的调查显示，阅读完成率排名前25%的视频长度都不到21秒，且20%的用户在开始看一段视频后10秒左右离开，33%观众会在30秒左右时离开，45%会在1分钟左右离开。移动状态下的用户停留时间不断缩短，使得新闻产品必须篇幅短小、主题明确。新闻实践与研究显示，受技术、平台与新闻行业的推动，短视频

新闻实践与研究显示，受技术、平台与新闻行业的推动，短视频新闻是一种有巨大潜在消费需求的新兴新闻产品形式，因为这是一种“有力”“有趣”的叙事方式。



NOW THIS 视频网站截图。

新闻是一种有巨大潜在消费需求的新兴新闻产品形式，因为这是一种有力有趣的叙事方式。

### NOW THIS短视频新闻的传播之道

主要制作短视频新闻的NOW THIS由赫芬顿邮报联合创始人肯·莱勒与前任首席执行官埃里克·海皮奥联手推出，视频内容涉及政治、经济、科技、娱乐等议题，视频时长从6-90秒不等。目标受众是使用Facebook、Twitter、Snapchat等主流社交媒体平台的移动人群。该公司颠覆传统的电视新闻阅读体验，极力打造年轻化、个性化的新闻，目前69%的用户是18-34岁的年轻人。长期跟踪社交媒体新闻传播与受众行为的美国公司Newswhip2016年2月发布的调查显示，NOW THIS是Facebook上发布短视频新闻账户中获得受众互动量最多的。美国视频分析公司Tubular Labs也曾将NOW

THIS评为Facebook最佳新闻账户。

第一，选取最有影响力的社交平台，实现跨平台的新闻内容分发。NOW THIS从创立第一天起便选择将美国时下最火爆的社交媒体平台作为其最主要的发布渠道，借助平台的影响力迅速贴近受众。

平台之一：Facebook。粉丝数量为1400万。该平台是NOW THIS开设账号最多而且投入力量最多的社交平台。NOW THIS每天为多平台制作60则视频，一半在Facebook发布。

平台之二：Snapchat。NOW THIS将这一平台视为未来发展的潜力所在，目前是该公司用户数量第二大的平台，大约有15%的用户。NOW THIS主要发布年轻人最关注的每日突发新闻、娱乐、流行文化以及美国总统大选实时消息等。

平台之三：Twitter。粉丝数量为61万。共设有@nowthis news、@nowthis gif两个账号，每天通常会发布30条内容。通

过twitter，用户可以和NOW THIS保持实时互动，提交反馈。

平台之四：Instagram。粉丝数量为42.1万。NOW THIS在这一传统图片分享平台上主要发布15秒左右的视频内容，内容很少涉及政治等硬新闻或突发新闻报道，科学、技术和创新等题材是常见的选材。NOW THIS在该平台每日发布的视频数量是其他平台中最少的。

平台之五：Tumblr。NOW THIS在这一轻量级博客平台上主要发布视频与动图等内容。其编辑指出，Tumblr的用户非常喜欢自由表达的内容，对于奥巴马总统或民主党的内容很感兴趣。

平台之六：Vine。粉丝数量为500万。该平台要求在6秒内完成完整的叙事框架，因此NOW THIS发布的6秒短视频在静音的状态高度依靠画面来叙事，具有较强的内容创意性和幽默感。

平台之七：Youtube。目前共有2万余名

订阅者,累计发布3268条视频,平均每天上传6条视频,视频累计播放1300万次。

第二,基于不同平台的特质,制作符合受众兴趣的短视频新闻。NOW THIS总裁斯特凡诺普洛斯在谈到该公司成功的策略时指出,NOW THIS采取分发媒介(distributed media)策略,即针对每一种平台的特质生产视频,并根据受众的喜好做出调整。在表现手段上,Facebook基于用户在移动状态下的视频观看体验,支持静音自动播放,因此NOW THIS在该平台发布的短视频采取高度可视化、图形化的方式,并使用大号文字配合叙事;而视频的音频一般采用音乐素材,音视频同时播放使受众的新闻消费体验更加立体,但对不便收听音频的受众来说,缺失音频也不会造成信息理解障碍。在视频时长的控制上,NOW THIS坚持差异化策略。Facebook上的视频在2分钟以内,通常为60-90秒;其他平台上的视频更短,Twitter上为30至60秒,Snapchat为10秒,Instagram为15秒,Vines仅有6秒。

第三,在尽可能短的“闭环”内讲好新闻故事,视频起始5秒必须抓住观众的“眼球”。NOW THIS利用6-90秒不等的短视频讲述新闻故事。创始人莱勒认为,时间的严格限制能砍掉多余的东西,让叙述更集中、节奏更快,好的创意反而能浮现出来。NOW THIS排名前十的“爆款”视频平均时长为77秒,它有一条准则:好视频一定是能在一分钟内实现完整叙事的视频。因此,在视频发布过程中,NOW THIS逐渐删除了类似视频介绍、出镜主持人叙事等手法,聚焦于使用音乐、字幕、定格动画等方式来有效且迅速地讲故事。

第四,在新闻中注入情感因素,让新闻介入受众的社交行为之中。NOW THIS从创办之初,便给其短视频新闻内容增添了大量的社交属性。其生产的新闻内

容侧重软性新闻,注重挖掘新闻内容的情感性,契合人们寻找有趣、新奇的心理。NOW THIS2016年1月27日推出的新闻视频讲述了在一场暴风雪后只有女性参议员出现在议会工作的场面。不单单使用C-span电视台的视频,视频编辑以一位女性参议员“看看四周,这样是不是很棒”的话作为开端,反复出现多个只有女性在会议期间工作的画面,还穿插了流行歌手碧昂斯和美国脱口秀女王奥普拉·温弗瑞这些美国杰出女性的励志照片。这则短视频能在多个表现自然灾害的视频中获得受众的欢迎,重要原因之一便是诉诸情感,柔弱却坚强的女性形象很容易引发受众的情感共鸣,一周时间内引发了超过6000万次的观看。

第五,关注统计数据,从中寻找视频播放完成率、表现最差报道等关键数据。除了负责制作视频的5个编辑团队,NOW THIS还设立了分析团队,主要追踪已发布视频的表现,持续向视频制作人和编辑报告视频的播放表现,包括视频播放完成率、表现最差报道等数据,在公司内部形成了“持续的反馈循环”。例如,分析团队关注Snapchat用户对发布内容的截屏次数,注意用户感兴趣的议题;此外,对用户已在已发布视频后的留言中询问其他方面的问题,NOW THIS团队会将其作为新的选题意向,编辑团队通常会在48小时内用一个解释性视频跟进报道,或者会通过回复告诉用户所掌握的更多的信息。

通过上述分析可见,NOW THIS能够在短短四年内获得众多美国受众的认可,主要在于其在“生产-传播-反馈”这一闭合新闻链条各个环节紧密贴合受众的新闻消费特点。然而,不可忽视的是,摆在类似NOW THIS这类专注短视频新闻制作公司面前的仍有不少挑战。从用户方面来说,不同用户自身在阅读文本与

视频新闻上的偏好、技术障碍、网络速度、上网花费等因素可能会制约相当一部分人群获取短视频新闻内容。从短视频制作公司角度看,能否持续制作具有专业化、个性化的视频吸引受众,如何与社交平台在受众新闻消费行为分析等层面进行合作等挑战都是在未来发展过程中不可避免的问题。<sup>[1]</sup>

(刘柳:中国外文局对外传播研究中心编辑、助理研究员,美国密苏里新闻学院访问学者。本文受国家留学基金委国际区域问题研究及外语高层次人才项目资助。)

#### 参考文献

- 1.余婷、陈实:《从“互动”到“卷入”——新闻入口移动社交化背景下美国媒体社交团队发展趋势探析》,《新闻记者》,2016年第4期,第59页。
2. knight foundation, <HOW PEOPLE USE SMARTPHONES TO ACCESS INFORMATION ><http://www.knightfoundation.org/publications/mobile-first-news-how-people-use-smartphones-access>,2016-05-11.
3. Kenneth Olmstead, Amy Mitchell, Jesse Holcomb, Nancy Vogt, <The Audience for Digital News Videos><http://www.journalism.org/2014/03/26/the-audience-for-digital-news-videos/>,2014-03-26.
4. Andrew Wallenstein, <The Smart Thing About Dumb Mobile Video News><http://variety.com/2014/voices/columns/1201157691-1201157691>,2014-04-17.
5. Jessica Davies, <UK and US publishers agree: Video is where the money is>, <http://digiday.com/publishers/survey-uk-us-publishers-believe-video-will-top-revenue-driver-differ-header-bidding>, 2016-08-04.
6. Adam Lella, <The State of Mobile News Audiences in 3 Charts>, <https://www.comscore.com/Insights/Blog/The-State-of-Mobile-News-Audiences-in-3-Charts>, 2016-07-08.

# 美国网络舆论引导和管理的策略

互联网时代，美国的网络舆论影响涉及到政府工作的各个领域。互联网既是政府传统舆论引导方式的补充，同时也在特定时期充当了舆论引导的主阵地

文 / 赵高辉 徐换歌

伴随着互联网的迅速发展，网络舆论管理和引导呈现出前所未有的复杂状况。许多国家高度重视网络舆情的管理和引导，积极采取措施对网络舆论的内容和活动主体进行规范，形成了一些较为成熟的经验和做法。

中国用“舆论引导”“舆论管理”表达对于舆论的影响和控制，美国并没有相应的概念。但是，对于影响舆论，尤其是政府影响公众舆论，研究者和普通市民都不陌生。在美国，政府影响舆论的研究和实践历史悠久，从拉斯维尔、李普曼的舆论著作，到罗斯福的“炉边谈话”，显示了政府影响舆论理论和实践的卓越成就。

互联网时代，美国的网络舆论影响涉及政府工作的各个领域。互联网既是政府传统舆论引导方式的补充，同时也在特定时期充当了舆论引导的主阵地。

自2003年以来，政府、政党和政客日益重视互联网在影响舆论中的作用，从邮件到社交平台，网络成为赢得民心的重要一环。

## 美国网络舆论引导控制的方法

具体来看，美国政府影响网络舆论的方式大致可以分为两种类型：积极的引导和消极的管控。

### 1. 通过信息沟通制度引导网络舆论

美国政府信息沟通的重要途径是白宫的新闻发布体系。白宫每天都会举办简短的新闻发布会，每次持续的时间在70分钟左右，每天约有50位媒体记者参加。发布会录像也会发布在白宫的网站上。美国白宫网站设有简报会议室，白宫通过这个平台提供及时和准确的总统最新活动和公开声明，以照片、视频、文本、公告、命令、新闻发布等形式发布信息

息，引导公众关注的焦点和对于重要政策、焦点事件的看法。美国总统每周也会发表几分钟的电视讲话，就重要政策进行阐释。

上述这些信息通过白宫网站的专门栏目发布和留存，便于传统媒体和公众进行查看，同时提供一键转发按钮，方便观看者向Twitter、Facebook、Instagram、Google+和YouTube等社交媒体分享。此举扩大了政府政策、行政事务的公众知晓率。此外，不断的信息累加和方便的链接体系形成了信息的相互补充，构建对于政策和热点事务的整合阐述，对于引导网络受众的看法影响深远。

尽管白宫网站看似是一种不起眼的日常政府沟通，但是会成为美国新闻媒体对于重大事件的核心信息来源。以美国传统媒体以及他们的网站为中介，政府可以将自己的观点、做法传递到媒体网站和公众之中，形成对于重大事件和国家政策的官方解释，因其权威性，传播效果优于其他网络信息源。

### 2. 通过政治活动来引导网络舆论

美国的总统选举是最重要的政治活动，也是公众政治参与的最典型体现。因此，在这场耗时巨大的政治事件中，如何最大程度地影响选民的态度和行为是每一个候选人力求做到的。从这一活动

在美国，政府影响舆论的研究和实践历史悠久，从拉斯维尔、李普曼的舆论著作，到后面罗斯福的“炉边谈话”，显示了政府影响舆论理论和实践的卓越成就。



当地时间2016年9月16日，希腊雅典，美国“棱镜门”主角爱德华·斯诺登通过网络视频在雅典民主论坛上发表演讲。供图/CFP

中我们可以看到如何在美国政治生活中政府发动、引导和影响公众舆论。

自从2008年奥巴马通过Web2.0赢得总统大选之后，美国政治领域已经充分认识到新型网络平台在影响大众认知上的强大威力。纽约时报网站撰文认为，“奥巴马的网络选战改变了政治。”而且，来自社交网站上的视频材料要么是自己选择的，要么是来自朋友的推荐，因此比电视广告具有更大的影响力。政治家可以选择话题来影响公众的看法，引导公众认同自己的观点或政治主张。

实际上，网络开始在美国选举活动中发挥作用，通过建立网站来影响受众和社会舆论几乎与互联网的发展同步进行。1996年有了候选人网站，1998年使用电子邮件，2000年有了在线筹款，2003年开始利用博客，2004年开始出现

在线家庭聚会。2004年以后，几乎每个参选人都建立了网站、博客等，一些人在MySpace、Facebook等社交媒体上建立自己的账号。2006年以前，参选人想要让个人视频或者媒体视频到达受众很难，但是YouTube出现之后，一切都变得简单了。社交媒体不仅宣传政治内容，同时也将内容聚焦在参选人的个人生活中，以此对候选人进行全方位的宣传，多层次影响受众。

### 3. 通过审查制度来管理网络舆论

对于美国的网络言论，一般不能通过行政手段进行管理和控制，但是在一定条件下，美国的网络舆论可以通过司法的手段进行审查。美国通过审查来管控网络言论、影响舆论的做法主要基于两种法律依据，即以保护青少年的名义进行的审查和以国家及大多数人民安全

的名义进行的审查。

首先，以保护青少年的名义进行的审查，主要是审查“攻击性”和“伤害性”的言论，这些审查是联邦政府为了应对青少年通过网络越来越容易获得色情和淫秽信息的现实而采取的行动。在具体的操作层面，国会通过了一系列的法案，如1996年的传播礼仪法案（Communications Decency Act）、儿童在线保护法案（Child Online Protection Act）和儿童互联网保护法（Children's Internet Protection Act）。这些法案的目的是为了保护青少年健康成长而对网络行为进行约束。目前最主要的形式是在公共图书馆、学校等公共场所的电脑网络加装过滤软件。而在私人领域则采用自主选择过滤或者不过滤的形式来进行约束。作为电信法



(Telecommunications Act)的补充修正,这些法案将传递、散布或者允许淫秽信息通过网络扩散定义为非法行为并加以控制。但是,在这一过程中,由于上述法案在实施中存在着定义模糊、难以操作等问题而备受争议且官司不断。这也意味着美国有关管理部门可以通过将网络信息认定为有害性信息而加以过滤和删除,从而以审查之名影响网络观点的传播,并影响网络舆论。

其次,以国家安全的名义进行的网络监控和审查。斯诺登发布的美国秘密文件表明,美国实行了几个广泛的在线监控项目,棱镜和上游(UPSTREAM)是最为著名的两个例子。通过这些项目,国家安全局与大的电信及互联网公司合作监控美国国内甚至国外的电话和网络传播。

美国联邦调查局也会启动项目对特殊群体进行监控,审查他们的网络言论和信息发布行为,甚至通过特殊手段对发言人进行处理。比如在2009年美国联邦调查局发起“警觉鹰行动”(Operation Vigilant Eagle)监控白人至上主义和民兵/主权公民极端组织。除了上述做法,商业网络公司如Facebook、Google,同样会进行一系列的审查。公司的律师还会根据一些规则为员工制定审查标准,而这些标准制定的依据却不为人知,这就为政府和企业合作进行秘密审查进而影响网络舆论开了方便之门。

### 美国网络舆论引导管控方式的启示

上述分析尽管并非美国网络舆论引导和管理的全部,但是基本上代表了美国政府在该事件上的典型做法,有选择地吸收其中的某些合理元素,有利于优化我们的网络舆论引导和管理机制。

第一,在网络舆论引导与管控事务中改变语词框架。

框架理论发现,传播者采用什么样的叙述语词,既表现了其对某一事物的看法,也会影响接受者对之的看法。在美国,当我们看到有关影响舆论的研究或者报道,相关的语词多与法律相关,较为常见的是执法部门、国家安全部门、司法部门、合法、违法、保护青少年、国会、诽谤等,这些语词所代表或者试图表达的是一个立法及执法体系,在一定程度上会弱化接受者对政府此类行为的反抗性解读。

在中国,当提到网络舆论的引导和管控,容易让人与网评员、网警、网监、网宣办等语词相连。这些带有行政意味的词汇也常常出现在一些部门的文件或者通知中,并在个别时期通过网络渠道传播。在当前公众对于某些地方政府信任度不高的语境中,很容易引发网民的负面解读,从而加剧网络言论引导和控制的难度。因此,适度调整叙述方式,可能会在一定程度上弱化网民的对抗情绪。

第二,加强各个部门的联动机制,并提高信息控制的规范性。

网络舆论的引导和管理应该形成各个部门联动的机制。通过立法告诉网民什么可以传播,什么不能传播;通过执法部门的依法行动,告诉网民传播什么会产生什么后果。单纯的删帖既不是解决不良信息传播的有效方法,也不能起到惩前毖后的长远目标。网民关注删帖问题,并不是反对删帖本身,而是希望在操作上能够更透明,更规范。比如,根据举报删帖的行为在操作层面如何把控?如何甄别删帖举报的真实性和合理性?解决了这些问题,对于网络言论的管理就更容易做到依法、合理、有度,也会减少网民的质疑和猜测。虽然,对于删除的网络言论通过申诉也可以恢复,但是这种后续的机制往往在相关信息的传播中因各种原因被淡化或者忽略,无法消除网

民对于删帖行为本身合理性和规范性的疑问。

第三,善用网络做好政治传播。

从我国目前的政治传播架构看,政府部门的各种新闻发布会是最权威的政治传播渠道。尽管,政府在该领域做了诸多的制度建设,比如设立新闻发言人制度、培训相关人员,但是在整个体系的运转中,仍存在着诸多不足。信息发布的内容、形式、时机以及主持人的说话方式、与记者互动的方式等都需要及时总结经验教训,不断改进和优化,在网络舆论的信息源头上占据制高点。同时,政府部门要学会善用社交媒体来进行政策的二次传播。比如,在美国白宫的网站上,各种信息都可以一键分享到社交媒体,从而扩大了信息的传播效果。我们的各级政府也可以在新闻发布会或者信息发布平台设置一键分享到社交媒体的按钮,或者通过自身的微博、微信平台进行转发和分享,这种看似简单的链接设置和操作,有可能获得倍增的传播效果,从而增加以权威信息引导网络舆论的机会和可能。

网络舆论引导和管控是当下中国互联网发展和治理的重要工作,其成效的优劣既在操作层面影响政府工作的推进,也在认知层面影响政府的形象。尽管世界各国在网络舆论引导中有不同的策略和方法,但是作为互联网最为发达的国家,美国影响网络舆论的方式在理念和操作上有其可取之处。即便其他国家的具体做法未必适合我国的国情,但至少其发现问题、分析问题、应对问题的内在逻辑,可以作为我们不断优化互联网治理的理念参考。<sup>[1]</sup>

(赵高辉:东华大学人文学院副教授;徐换歌:东华大学人文学院。本文系教育部青年基金项目“微博传播与大学生自我认同”[12YJC860050]的阶段性成果。)



栏目简介：“学习经典”，紧跟习近平总书记，紧跟习近平总书记在重要会议、重要场合上的引经据典，立足中华优秀传统文化，把时政中的经典内容作时代性的解读。

## 法安天下, 德润人心



文 / 曹雅欣  
中国文化网络  
传播研究会  
常务副秘书长

中 中共中央政治局2016年12月9日下午就我国历史上的法治和德治进行第三十七次集体学习。习近平总书记在主持学习时强调，法律是准绳，任何时候都必须遵循；道德是基石，任何时候都不可忽视。在新的历史条件下，我们要把依法治国基本方略、依法执政基本方式落实好，把法治中国建设好，必须坚持依法治国和以德治国相结合，使法治和德治在国家治理中相互补充、相互促进、相得益彰，推进国家治理体系和治理能力现代化。

习近平总书记指出，法律是成文的道德，道德是内心的法律。法律和道德都具有规范社会行为、调节社会关系、维护社会秩序的作用，在国家治理中都有其地位和功能。法安天下，德润人心。法律有效实施有赖于道德支持，道德践行也离不开法律约束。法治和德治不可分离、不可偏废，国家治理需要法律和道德协同发力。

习近平总书记强调，改革开放以来，我们深刻总结我国社会主义法治建设的成功经验和深刻教训，把依法治国确定为党领导人民治理国家的基本方略，把依法执政确定为党治国理政的基本方式，走出了一条中国特色社会主义法治道路。这条道路的一个鲜明特点，就是坚持依法治国和以德治国相结合，强调法治和德治两手抓、两手都要硬。这既是历史经验的总结，也是对治国理政规律的深刻把握。

要强化道德对法治的支撑作用。坚持依法治国和以德治国相结合，就要重视发挥道德的教化作用，提高全社会文明程度，为全面依法治国创造良好人文环境。要在道德体系中体现法治要求，

发挥道德对法治的滋养作用，努力使道德体系同社会主义法律规范相衔接、相协调、相促进。要在道德教育中突出法治内涵，注重培育人们的法律信仰、法治观念、规则意识，引导人们自觉履行法定义务、社会责任、家庭责任，营造全社会都讲法治、守法治的文化环境。

要把道德要求贯彻到法治建设中。以法治承载道德理念，道德才有可靠制度支撑。法律法规要树立鲜明道德导向，弘扬美德义行，立法、执法、司法都要体现社会主义道德要求，都要把社会主义核心价值观贯穿其中，使社会主义法治成为良法善治。要把实践中广泛认同、较为成熟、操作性强的道德要求及时上升为法律规范，引导全社会崇德向善。要坚持严格执法，弘扬真善美、打击假恶丑。要坚持公正司法，发挥司法断案惩恶扬善功能。

要运用法治手段解决道德领域突出问题。法律是底线的道德，也是道德的保障。要加强相关立法工作，明确对失德行为的惩戒措施。要依法加强对群众反映强烈的失德行为的整治。对突出的诚信缺失问题，既要抓紧建立覆盖全社会的征信系统，又要完善守法诚信褒奖机制和违法失信惩戒机制，使人不敢失信、不能失信。对见利忘义、制假售假的违法行为，要加大执法力度，让败德违法者受到惩治、付出代价。

要提高全民法治意识和道德自觉。法律要发挥作用，首先全社会要信仰法律；道德要得到遵守，必须提高全体人民道德素质。要加强法治宣传教育，引导全社会树立法治意识，使人们发自内心信仰和崇敬宪法法律；同时要**加强道德建设，弘扬中华民族传统美德，提升全社会思想道德素质。**



微信扫我  
查阅学习经典往期内容

# 《网络空间研究》

Journal of Cyber Affairs

汕头大学创刊单月出版，竭诚奉献

主办：汕头大学

学术委员会主席：郑永年

承办：汕头大学国际互联网研究院

主编：方兴东

融汇学术与战略，跨越学科藩篱，立足网络前沿，关联多级学科  
全球视野，中国情怀，汇聚海内外重量级专家学者  
打造全新影响力的网络空间高端智库，搭建中外学术对话和思想交流的重要平台

## 2016 年度深度专题

- 中国《网络安全法》的进程研判、意见建议与影响分析
- ICANN 管理权移交和全球网络治理下一个 10 年
- 新一届美国总统网络空间战略和对华政策研判

## 2017 年度重点选题预告

- 习近平总书记网络强国战略和网络空间治理思想研究
- 美国大选与传统政治结构的范式转变
- 全球数据跨境流动和数据管理规则冲突
- 解谜多利益相关方模式——网络治理的希望与迷途
- 云管端时代的产业格局、行业洗牌和企业命运
- 把脉网络生态——网络生态的谎言与真实
- 从开放到垄断，从天使到魔鬼——互联网巨头是如何逆袭的
- 新媒体前沿与传播学的未来
- 预见智能社会——万物互联时代的社会动力学
- 新权力的崛起——网络超级平台在全球秩序中的角色、作用与趋势
- 中美网络空间实力对比、竞合关系和博弈走势
- 全球失序——是不是互联网惹的祸
- 其他选题：网络命运共同体——下一个 10 年全球网络空间格局研究与分析、传统媒体命运与媒体融合战略、全球和中国互联网反垄断浪潮、超级网络平台治理模式研究、互联网分裂与碎片化趋势与对策、中美网络治理历程与模式比较研究、网络强国战略——消极防御与积极防御的战略选择、印度互联网的崛起和挑战、全球和中国主要网络社会组织全景扫描等。

倡导 理念：新时代，新社科  
New Society, New Science

秉承 愿景：同一个网络，同一个命运  
One Cyberspace, One Destiny



国际标准连续出版物号：ISSN1001-4225

国内统一连续出版物号：CN44-1058/C

邮发代号：BM6071

订阅热线：0086-754-86503620

邮箱：stuiii@163.com

地址：广东省汕头市金平区大学路 243 号汕头大学



# 100

网聚正能量 共绘同心圆

2016年度

网络正能量精品

2016 Online Positive Energy Selections

指导单位：国家互联网信息办公室

主办单位：中国互联网发展基金会

承办单位：人民网 央视网 中国新闻网 中国青年网 环球网



五个一百微博  
二维码



五个一百微信  
二维码