

New Media

网络传播

2019年8月号 总第189期

月报

网络扶贫 精准施策



ISSN 1672-7967



邮发代号: 80-199



风向

用行动迈出坚实步伐 靠奋斗书写精彩答卷

舆论场

政务从“媒”做起 打造城市新名片

探索

未成年人网络使用的现状与风险

New Media

网络传播

(2019年8月号 总第189期)

主管单位 中央网络安全和信息化委员会办公室
(国家互联网信息办公室)

主办单位 中国网络空间研究院

出版单位 《网络传播》编辑部

学术咨询委员会
(按姓氏拼音排序)

陈昌凤	杜骏飞	方兴东	高 钢
胡 泳	李本乾	李良荣	彭 兰
强 茨	沈 浩	宋建武	唐绪军
韦 路	谢新洲	熊澄宇	张志安
钟 瑛			

主编 夏文辉
副主编 孙光海 马冉冉
编辑部主任 刘沁娟
新媒体部主任 王 静
行政事务部主任 刘 婷
发行部主任 代秀强
首席选题编辑 潘树琼
编辑·记者 杨 洋 陈历凤 李 晗 刘 淼
特邀记者 李天楠
美编 李 凤

地址 北京市东城区朝阳门内大街190号
投稿邮箱 wangluocb@vip.sina.com
编辑部 010-55624927
新媒体部 010-55624933
发行部 010-55624926
传真 010-55635335
邮编 100010
出版日期 每月15日

印刷 北京华联印刷有限公司
刊号 ISSN 1672-7967 CN 11-5195/G2
定价 25.00 元
国内发行 全国各地邮局
邮发代号 80-199
举报电话 010-68300135



官方微信



官方微博

版权声明

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010-87110715

本刊已被CNKI系列数据库收录，其作者文章著作权使用费与本刊稿酬一次性给付。免费提供作者文章引用统计分析资料。如作者不同意文章被收录，请在来稿时向本刊声明，本刊将做适当处理。

局长主任
访谈



微信扫我 查看所有
已更新局长主任访谈

微言大义， 访地方网信领军人物， 谈前沿治网管网理念

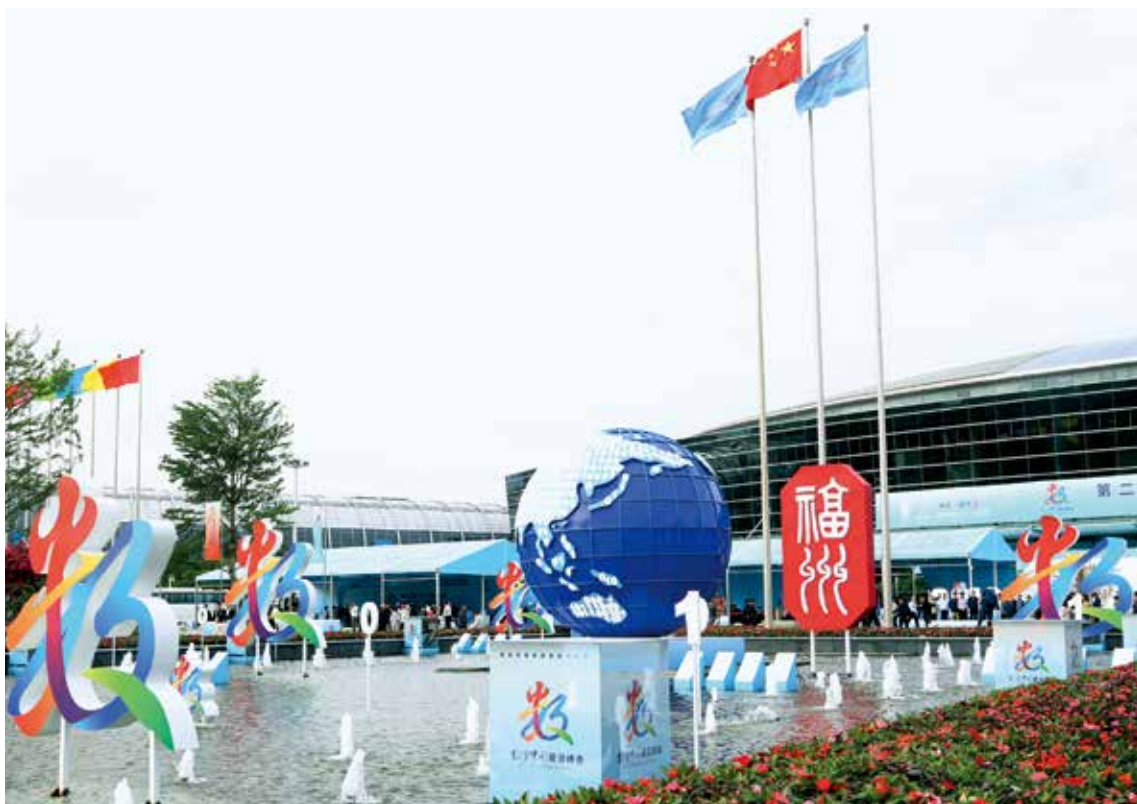
精彩不断奉上
敬请关注 ▶

网络传播

“局长主任访谈”是本刊重点推出的原创栏目，陆续播发各省市网信办主任的访谈文章，聆听他们的网信故事，分享管网经验，传播治网理念。

已受访单位名录：

北京市委网信办、浙江省网信办、贵州省网信办、安徽省网信办、新疆维吾尔自治区党委网信办、西藏自治区党委网信办、广东省网信办、上海市委网信办、甘肃省委网信办、黑龙江省委网信办、重庆市委网信办、湖南省委网信办、江西省委网信办、宁夏回族自治区网信办、陕西省委网信办、河北省网信办、湖北省网信办、青海省网信办、内蒙古自治区党委网信办、四川省网信办、成都市网信办、武汉市网信办



08

用行动迈出坚实步伐 靠奋斗书写精彩答卷

回首2019年上半年，全国网信战线迈出坚实步伐，在奋进中书写了精彩答卷，网信事业取得了显著成绩



风向

12

- 05 月度速览
- 08 用行动迈出坚实步伐 靠奋斗书写精彩答卷
- 12 开幕式：深化融合变革 推进网络媒体发展新跨越
- 14 主论坛：媒体纵深融合 产业加速变革
- 16 内容分论坛：守正创新 推进融合
- 17 产业分论坛：跨界共生 升级变革
- 18 技术分论坛：技术驱动 重塑智媒
- 19 国际传播分论坛：从容坦诚 合作共赢
- 20 创新求变再出发 引领发展新变革
- 22 报告 | 2018年中国互联网发展稳步推进

月报

- 25 网络扶贫 精准施策
- 26 习近平：如期全面打赢脱贫攻坚战
- 28 《2019年网络扶贫工作要点》：
扎实推动网络扶贫行动向纵深发展
- 30 图解 | 扶贫道路上，网信人从未缺席
- 32 解读 | “互联网+扶贫”助力脱贫攻坚
- 34 样本 | 迈入改革新阶段 踏上振兴新征程
- 36 样本 | 巧借力量搭平台 善用优势释红利
- 38 样本 | 下足“绣花”功夫 架起网络“天路”
- 40 样本 | 统筹推进明分工 多措并举现成效
- 42 样本 | 架设信息“通路”打通群众“心路”
- 44 网络覆盖工程：技术助力，架起贫困地区“信息高速路”
- 46 信息服务工程：高效触达，三农信息助力脱贫攻坚
- 48 农村电商工程：打造“新农商”，探索扶贫新路径
- 50 网络扶智工程：信息共享，优质教育资源走进大山
- 52 网络公益工程：雪中送炭，公益保险精准帮扶贫困户



32

“互联网+扶贫”助力脱贫攻坚

网络扶贫行动自2016年实施以来，为加快弥合“数字鸿沟”、助力打赢脱贫攻坚战作出重要贡献



58

政务从“媒”做起 打造城市新名片

实践“政务公开，从‘媒’做起”，出发点在于深刻理解新媒体是以习近平总书记关于网络强国的重要思想为指导，在依法治网背景下，“人民”上网之后具有鲜明思想意识和情感诉求表达的“人媒体”



92

新闻衍生舆情的样态、环境及应对

在新媒体背景下，新闻衍生舆情的现象频频出现，给社会舆情管理提出挑战

舆论场

- 55 舆情热点
- 58 网络传播沙龙 | 政务从“媒”做起 打造城市新名片
- 62 全球互联网口述史（OHI）：
钱华林：推进中国互联网进程的技术掌门人
- 66 强化担当，做好网络舆论引导
- 68 光影“冀忆”寻初心 重温来路再出发
- 70 巧用“达人”扩大朋友圈传播
- 72 “解锁”舆情处置的正确方式
- 74 大爱无声 真实记录
- 76 重塑流程 精准站位
- 78 网络传播视觉榜

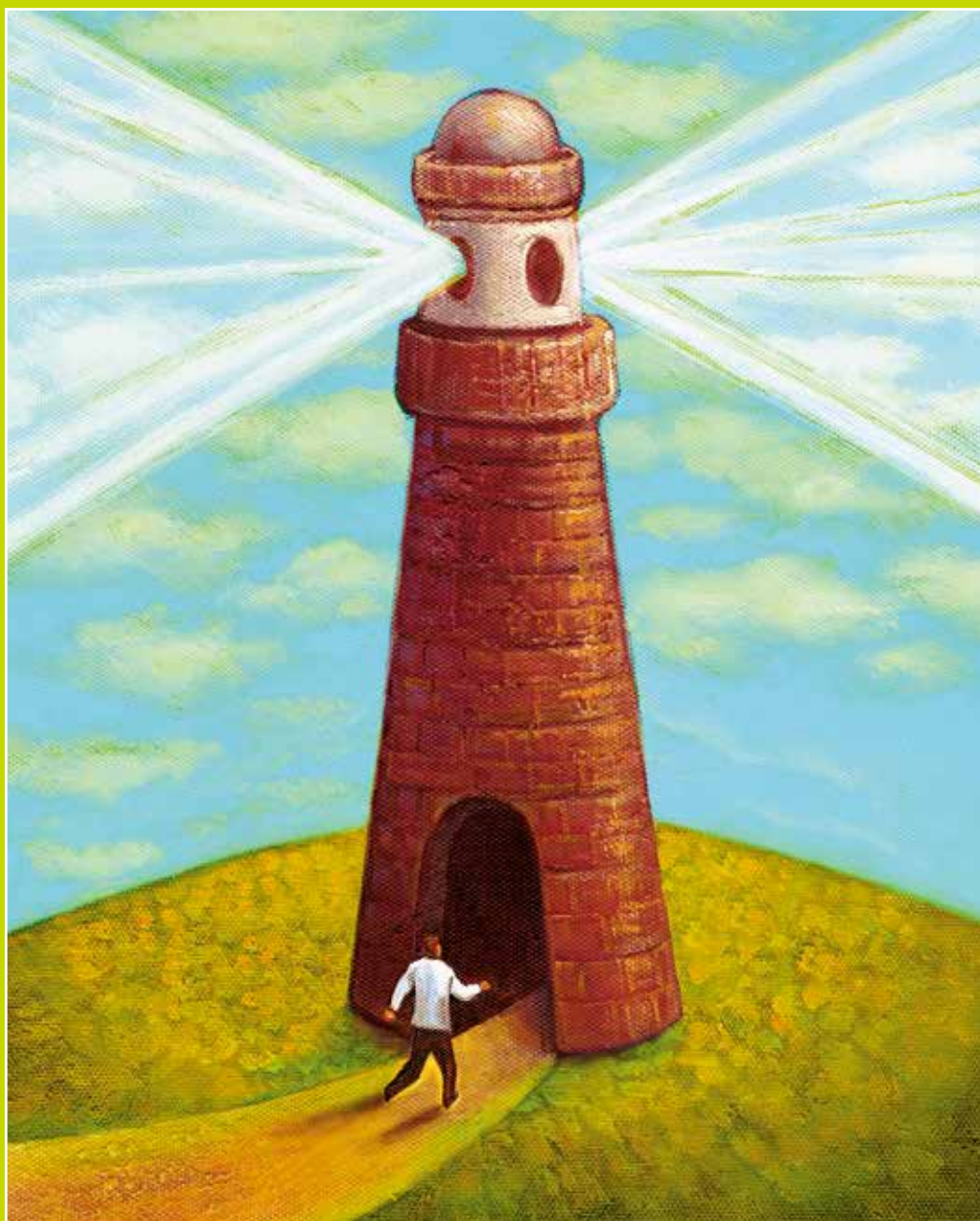
探索

- 83 报告 | 未成年人网络使用的现状与风险
- 86 《光明日报》：光明智库，释放时代性的思想力量
- 88 封面：媒体“智”化，坚持小而美的发展路径
- 90 图解理论：网络传播“特种兵”
- 92 新闻衍生舆情的样态、环境及应对
- 94 试论“三俗”内容的法律规制

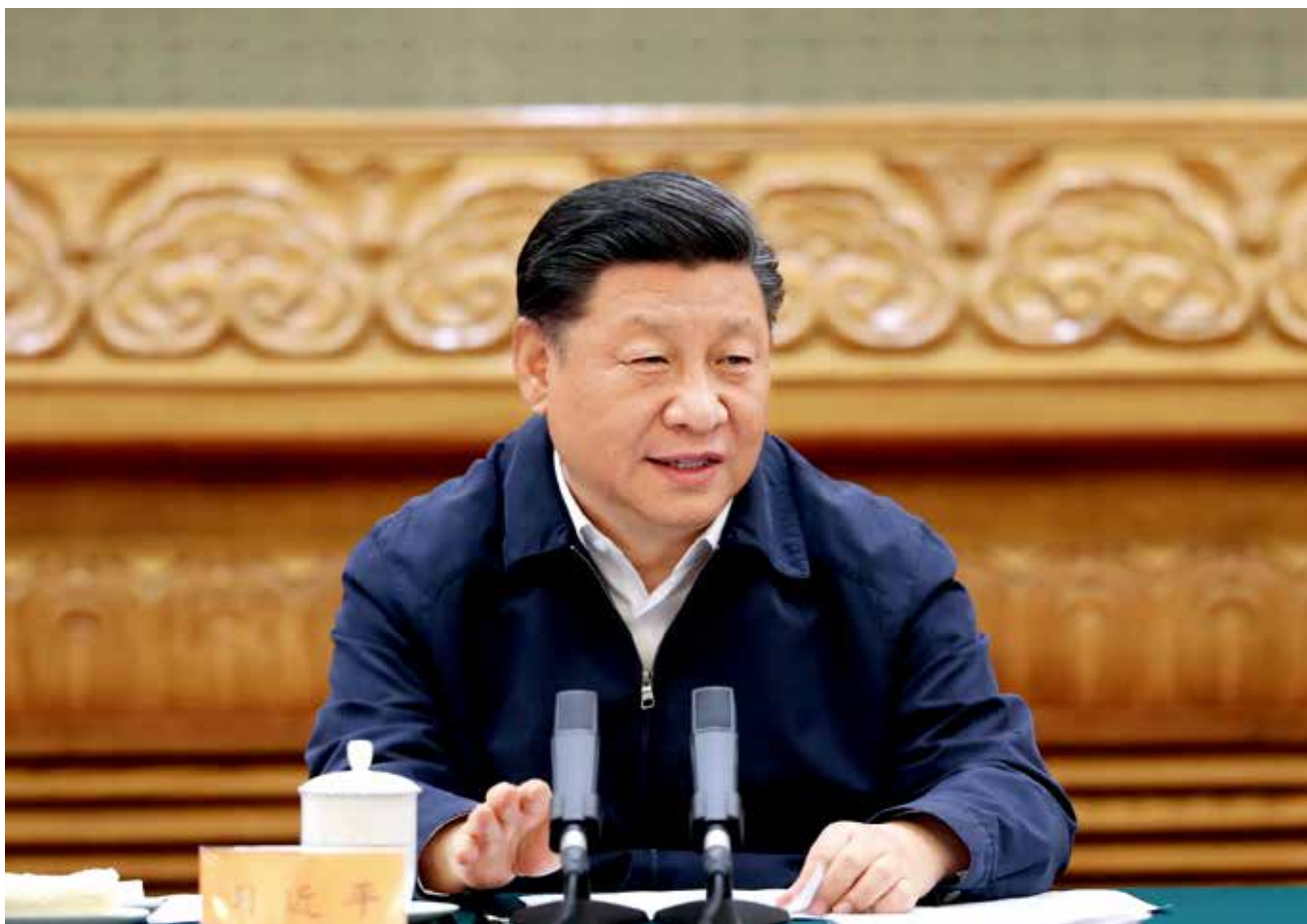
风向

Trend

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，触摸网络传播时代脉搏。



月度速览



图/新华社记者 黄敬文 摄



7月5日，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在北京出席深化党和国家机构改革总结会议并发表重要讲话。他强调，深化党和国家机构改革是对党和国家组织结构和管理体制的一次系统性、整体性重构。我们整体性推进中央和地方各级各类机构改革，重构性健全党的领导体系、政府治理体系、武装力量体系、群团工作体系，系统性增强党的领导力、政府执行力、武装力量战斗力、群团组织活力，适应新时代要求的党和国家机构职能体系主体框架初步建立，为完善和发展中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化提供了有力组织保障。要认真总结深化党和国家机构改革取得的重大成效和宝贵经验，巩固机构改革成果，继续完善党和国家机构职能体系，推进国家治理体系和治理能力现代化。

1

习近平：全面提高中央和国家机关党的建设质量

7月9日，中央和国家机关党的建设工作会议在北京召开。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平出席会议并发表重要讲话。他强调，新形势下，中央和国家机关要以党的政治建设为统领，着力深化理论武装，着力夯实基层基础，着力推进正风肃纪，全面提高中央和国家机关党的建设质量，在深入学习贯彻党的思想理论上作表率，在始终同党中央保持高度一致上作表率，在坚决贯彻落实党中央各项决策部署上作表率，建设让党中央放心、让人民群众满意的模范机关。习近平在讲话中指出，中央和国家机关党的建设必须走在前、作表率，这是由中央和国家机关的地位和作用决定的。中央和国家机关离党中央最近，服务党中央最直接，对机关党建乃至其他领域党建具有重要风向标作用。深化全面从严治党、进行自我革命，必须从中央和国家机关严起、从机关党建抓起。

2

习近平：扎扎实实推动经济高质量发展

7月29日，中共中央在中南海召开党外人士座谈会，就当前经济形势和下半年经济工作听取各民主党派中央、全国工商联负责人和无党派人士代表的意见和建议。中共中央总书记习近平主持座谈会并发表重要讲话。他强调，要增强信心、保持定力、坚定底气，统筹国内国际两个大局，坚持稳中求进工作总基调，促进经济持续健康发展。既要看到经济运行中的困难和问题，又要看到我国经济长期向好的趋势没有变，坚定不移深化供给侧结构性改革，培育新的经济增长点，扎扎实实推动经济高质量发展。习近平强调，下半年，我们要举行新中国成立70周年系列庆祝活动，做好经济工作意义重大，各地区各部门要再接再厉、继续前进。

3

习近平对地方人大及其常委会工作作出重要指示

近日，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平对地方人大及其常委会工作作出重要指示强调，县级以上地方人大设立常委会，是发展和完善人民代表大会制度的一个重要举措。40年来，地方人大及其常委会坚持党的领导、人民当家作主、依法治国有机统一，履职尽责，开拓进取，为地方改革发展稳定工作作出了重要贡献。习近平指出，新形势新任务对人大工作提出新的更高要求。地方人大及其常委会要按照党中央关于人大工作的要求，围绕地方党委贯彻落实党中央大政方针的决策部署，结合地方实际，创造性地做好立法、监督等工作，更好助力经济社会发展和改革攻坚任务。要自觉接受同级党委领导，密切同人民群众的联系，更好发挥人大代表作用，接地气、察民情、聚民智，用法治保障人民权益、增进民生福祉。要加强自身建设，提高依法履职能力和水平，增强工作整体实效。

4

国家网信办等4部门发布《云计算服务安全评估办法》

为提高党政机关、关键信息基础设施运营者采购使用云计算服务的安全可控水平，国家互联网信息办公室、国家发展和改革委员会、工业和信息化部、财政部制定了《云计算服务安全评估办法》(以下简称《办法》)，并予以发布。《办法》指出，云计算服务安全评估坚持事前评估与持续监督相结合，保障安全与促进应用相统一，依据有关法律法规和政策规定，参照国家有关网络安全标准，发挥专业技术机构、专家作用，客观评价、严格监督云计算服务平台的安全性、可控性，为党政机关、关键信息基础设施运营者采购云计算服务提供参考。该办法自2019年9月1日起施行。云计算服务安全评估结果由国家互联网信息办公室公布，评估结果有效期为3年。

5

二季度全国网信行政执法工作持续推进

二季度，全国网信系统持续加大行政执法力度、规范行政执法行为，依法查处各类违法违规案件。据统计，全国网信系统依法约谈网站648家，警告网站636家，暂停更新网站56家，会同电信主管部门取消违法网站许可或备案、关闭违法网站2899家，移送司法机关相关案件线索377件。有关网站依据用户服务协议关闭各类违法违规账号群组20余万个。各级网信部门结合开展“清朗”“剑网”“剑网”“网上扫黄打非”等专项行动严格执法，会同有关部门依法查处网上违法信息和违法行为，严厉处置一批违法违规网站平台。就网络生态问题频发，淫秽色情等有害信息反弹反复等问题，各级网信部门通过约谈整改、行政处罚、公开曝光等手段，依法加大网信行政执法力度。

7

“记者再走长征路”主题采访活动引发热烈反响

由中共中央宣传部组织的“记者再走长征路”主题采访活动于6月11日启动，历时月余。媒体记者沿红军长征经过的13个省区市接力式采访，踏寻革命先辈的足迹，用镜头和笔触传承长征精神，推出一批精品报道，持续引发社会各界热烈反响。广大干部群众表示，在红军长征出发85周年，新中国成立70周年的重要时刻，媒体记者重温伟大长征，讲好长征故事，传承长征精神，从中收获启迪与力量，将进一步激励全国人民奋力走好新时代长征路。而采访行程过半，报道团成员怀着敬仰之情踏上又一片红色热土，重温红军当年留下的红色印记。路途沿线，一段段感人的故事通过文字、图片、视频、音频等各种形式讲述、传播，令广大受众动容。

6

各地网信部门持续部署开展“不忘初心、牢记使命”主题教育

连日来，各地网信部门严格按照中央决策部署，牢牢把握“守初心、担使命，找差距、抓落实”的总要求，结合本地区网信工作实际开展主题教育，努力推动主题教育取得扎扎实实的成效。内蒙古、湖北、青海、新疆生产建设兵团网信办通过开展动员会、读书班、专题辅导、研究讨论等相结合的方式不断强化理论知识学习，转变思路理念，创新方式方法；山东、广西、贵州、宁夏网信办加强剖析检视，制定整改方案，推动检视整改精准发力、持续推进，把提升自身素质、解决工作问题、抓好整改落实作为检验主题教育成果的标准；浙江网信办紧扣实际抓特色，强调把主题教育开展得有“红船味”“浙江味”“网信味”；福建网信办组织干部赴中共福建省委旧址开展主题党日活动，缅怀历史，重温入党誓词；广东网信办综合运用互联网新技术新应用，策划推出一批主题教育融媒体作品，取得良好传播效果；西藏网信办组织党员干部参观西藏民主改革60周年专题展览，接受历史教育。

8

CNNIC授权WIPO AMC成为中国国家顶级域名争议解决机构



7月21日，中国互联网络信息中心(CNNIC)主任曾宇在瑞士日内瓦向世界知识产权组织仲裁与调解中心(WIPO AMC)主任艾瑞克·韦伯斯颁发了授权函，正式授权WIPO AMC成为第三家中国国家顶级域名争议解决机构。本次授权是CNNIC与WIPO AMC在域名领域加强合作的重要成果，将进一步发挥WIPO AMC在域名争议解决工作中的经验，拓宽中国国家顶级域名争议解决机构的地域覆盖范围，提升中国国家顶级域名争议解决的国际化水平。授权仪式后，曾宇与艾瑞克·韦伯斯就下一步工作进行了沟通交流，重申中国国家顶级域名争议解决工作要求，预祝WIPO AMC在相关工作领域取得更加丰硕的成果。艾瑞克·韦伯斯对未来不断深化的合作表示期待。

(新闻选取时间为2019年7月1日至31日)

用行动迈出坚实步伐 靠奋

——2019年上半年网信事业成绩斐然

文 / 本刊编辑部



5月6日至8日，以“以信息化培育新动能，用新动能推动新发展，以新发展创造新辉煌”为主题的第二届数字中国建设峰会在福建福州举办。图/本刊记者 潘树琼 摄

斗书写精彩答卷



“2019年，有机遇也有挑战，大家还要一起拼搏、一起奋斗。”习近平主席在2019年新年贺词中，展望未来一年的重要工作、奋斗征程，向新时代的奋斗者、追梦人致意。

奋斗的征途上，一个个重要的时间节点，正是我们不断前行的坐标：召开第二届数字中国建设峰会、“不忘初心、牢记使命”主题教育动员大会等重要会议；举行新春走基层、“追梦火焰蓝”等“网媒行”活动；出台《区块链信息服务管理规定》《2019年网络扶贫工作要点》等新规文件；开展清理恶意移动应用程序、网站安全专项整治等监管行动……回首2019年上半年，全国网信战线迈出坚实步伐，在奋进中书写了精彩答卷，网信事业取得了显著成绩。

重要活动：推动网信事业向前发展

“网络空间是亿万民众共同的精神家园”“加快数字中国建设，就是要适应我国发展新的历史方位，全面贯彻新发展理念，以信息化培育新动能，用新动能推动新发展，以新发展创造新辉煌”“推动我国新一代人工智能健康发展”……习近平总书记关于网络强国的重要思想为加快推进网络强国建设指明了前进方向、提供了根本遵循。

2019年上半年，全国网信系统用习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平总书记关于网络强国的重要思想武装头脑、指导实践、推动工作，举行一系列重要活动，推动网信事业不断

向前发展。

——召开“网络短视频正能量内容建设”座谈会。1月24日，中央网信办召开网络短视频正能量内容建设经验交流座谈会。会议强调，要继续深入推进网络短视频整治行动，维护良好网络生态，营造正能量充沛的“新主流”空间，用健康、优质的精品内容滋养人、鼓舞人、塑造人。

——举行2019年争做中国好网民工程推进会。2月14日，中央网信办联合教育部等部门在北京共同召开2019年争做中国好网民工程推进会。会议强调，要发挥广大网民积极作用，深化网络素养教育，健全多主体协同治理机制，推进网络文化活动品牌建设，助推网络综合治理体系加快建立健全。

——举办第二届数字中国建设峰会。5月6日至8日，以“以信息化培育新动能，用新动能推动新发展，以新发展创造新辉煌”为主题的第二届数字中国建设峰会在福建省福州市举办。峰会主论坛上，国家网信办发布《数字中国建设发展报告（2018年）》指出，当今世界，信息化是鲜明的时代特征，世界经济数字化转型成为大势所趋。

——召开第三届世界智能大会。5月16日至19日，第三届世界智能大会在天津召开。国家主席习近平向大会发来贺信指出，举办世界智能大会，旨在为世界智能科技领域搭建一个交流合作、共赢共享的平台。

——举办2019中国国际大数据产



5月26日, 2019中国国际大数据产业博览会在贵阳开幕。会议期间, 全球大数据业界的代表和嘉宾围绕“创新发展·数说未来”主题, 共商大数据产业发展与合作大计。
图/本刊记者 李晗 摄

业博览会。5月26日, 2019中国国际大数据产业博览会在贵阳开幕, 国家主席习近平向会议致贺信。会议期间, 全球大数据业界的代表和嘉宾围绕“创新发展·数说未来”主题, 共商大数据产业发展与合作大计。

——举行“不忘初心、牢记使命”主题教育动员大会。6月11日, 中央网信办“不忘初心、牢记使命”主题教育动员大会举行。会议深入学习贯彻习近平总书记在“不忘初心、牢记使命”主题教育工作会议上的重要讲话精神, 对中央网信办主题教育作出动员部署, 教育活动扎实推进。

此外, 2019年上半年还相继召开了第七届中英互联网圆桌会议和2019中德互联网经济对话等, 围绕数字经济、网络安全、数据和人工智能等议题进行深入交流, 共同应对互联网发展中的问题和挑战。

正面宣传: 内容建设守正创新

2019年1月, 习近平总书记在主持中共中央政治局第十二次集体学习时发表

重要讲话。他强调, 要“深刻认识全媒体时代的挑战和机遇”“全面把握媒体融合发展的趋势和规律”“推动媒体融合向纵深发展”。习近平总书记指出:“正能量是总要求, 管得住是硬道理, 现在还要加一条, 用得好是真本事。”

2019年上半年, 媒体融合发展取得积极成效, 网络内容建设和管理工作不断展现新气象、实现新作为。新华网总编辑郭奔胜表示, 在重大主题报道中, 新华网始终坚持融合思维、创新思维, 深入推进内容与技术融合, 打造了一批可互动、可分享、可体验的融媒体产品力作, 在网上持续产生刷屏之效。央视网董事长、总经理钱蔚表示, 中央广播电视总台成立后, 对媒体融合发展高度重视, 明确提出“台网并重、先网后台”的发展战略。作为总台旗下创办最早的新媒体, 央视网正在以助力总台融合转型为目标, 守正创新, 以变应变, 着力做强多屏传播体系、技术支撑体系、产品服务体系、生态链接体系, 全力落实总台这一战略。

“构建网上网下同心圆, 更好凝聚社会共识, 巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础。”在全国网络安全和信息化工作会议上, 习近平总书记深刻阐述加强网上正面宣传等重大问题并提出明确要求。

2019年上半年, 网上正面宣传守正创新, 既坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向, 又深入推进理念、内容、形式、方法、手段等创新, 推动宣传的质量和水平进一步提升。

“生态文明媒体行”“聚焦黄河生态带 见证出彩河南”等“生态行”;“重走解放路 奋进新时代”“2019北京网络媒体红色故土行”等“红色行”;“庆祝新中国成立70周年——网络名人走进天府之国”“返故乡·看发展”等“名人行”;“重走振兴路 相约在龙江”“乡村振兴 网络先行——全媒体助农浙江行”等“发展行”……2019年上半年, 全国网信系统加强网络内容建设, 举办丰富的“网媒行”活动, 这些重大主题宣传出新出彩、亮点纷呈, 让党的声音成为网络空间最强音。

网络空间风清气正，是人民的共同期待。要压实互联网企业的主体责任，决不能让互联网成为传播有害信息、造谣生事的平台。要加强互联网行业自律，调动网民积极性，动员各方面力量参与治理。

新规文件：不断夯实制度基础

要推动依法管网、依法办网、依法上网，确保互联网在法治轨道上健康运行。2019年上半年，国家互联网信息办公室密集出台新规、文件，为网络空间全面清朗不断夯实制度基础。

1月10日，国家互联网信息办公室发布《区块链信息服务管理规定》，旨在明确区块链信息服务提供者的信息安全管理责任，规范和促进区块链技术及相关服务健康发展，防范区块链信息服务安全风险，为区块链信息服务的提供、使用、管理等提供有效的法律依据。

3月30日，国家互联网信息办公室公开发布第一批共197个区块链信息服务名称及备案编号。

5月21日，国家互联网信息办公室会同国家发展和改革委员会等部门发布《网络安全审查办法（征求意见稿）》，旨在提高关键信息基础设施安全可控水平，维护国家安全。

5月28日，国家互联网信息办公室会同相关部门研究起草了《数据安全管理办法（征求意见稿）》，向社会公开征求意见，旨在维护国家安全、社会公共利益，保护公民、法人和其他组织在网络空间的合法权益，保障个人信息和重要数据安全。

5月31日，国家互联网信息办公室

发布《儿童个人信息网络保护规定（征求意见稿）》公开向社会征求意见，旨在规范收集使用儿童个人信息等行为，保护儿童合法权益，为儿童健康成长创造良好的网上环境。

6月13日，国家互联网信息办公室会同有关部门起草的《个人信息出境安全评估办法（征求意见稿）》向社会公开征求意见，旨在保障个人信息安全，维护网络空间主权、国家安全、社会公共利益，保护公民、法人的合法权益。

清朗的网络空间和有序的网络环境离不开法治的保障，新规、文件的出台，对维护良好的网络生态具有重要的意义。有法可依、有规可循成为网信事业发展的常态。

治理行动：网络空间风清气正

“天下之事，不难于立法，而难于法之必行。”网络空间风清气正，是人民的共同期待。要压实互联网企业的主体责任，决不能让互联网成为传播有害信息、造谣生事的平台。要加强互联网行业自律，调动网民积极性，动员各方面力量参与治理。

2019年上半年，全国网信系统对当前互联网存在的违法违规行为打出一系列“组合拳”：持续推进App乱象专项整治、专项整治教育类App涉黄低俗乱象；约谈百度、搜狐、新浪网、微信、

多闪、聊天宝等多个平台；启动网络生态治理专项行动、“剑网2019”专项行动；开展网站安全专项整治；统筹指导网络视频平台全面推行“青少年防沉迷系统”……

重拳出击，彰显实效。截至6月12日，网络生态治理专项行动累计清理淫秽色情、赌博诈骗等有害信息1.1亿余条，注销各类平台中传播色情低俗、虚假谣言等信息的违法违规账号118万余个，关闭、取消备案网站4644家；二季度，全国网信系统依法约谈网站648家，警告网站636家，暂停更新网站56家，会同电信主管部门取消违法网站许可或备案、关闭违法网站2899家……

越来越多的网信企业在发展过程中，主动承担社会责任，充分发挥自身的平台影响力和优势，为社会作出应有的贡献。2019年上半年，一批学习类App企业共同发布行业自律倡议，倡导建设高效、健康、有价值的“互联网+教育”行业，加强审核，杜绝色情暴力、网络游戏、商业广告及违背教育教学规律等内容。

习近平总书记指出，信息化为中华民族带来了千载难逢的机遇。我们必须敏锐抓住信息化发展的历史机遇，加强网上正面宣传，维护网络安全，推动信息领域核心技术突破，发挥信息化对经济社会发展的引领作用，加强网信领域军民融合，主动参与网络空间国际治理进程，自主创新推进网络强国建设，为决胜全面建成小康社会、夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利、实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的贡献。

不忘初心、牢记使命。全国网信系统将在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，以坚如磐石的信心、只争朝夕的劲头、坚韧不拔的毅力，一步一个脚印把网信事业推向前进。■



开幕式

2019中国网络媒体论坛在天津举行 深化融合变革 推进网络媒

文 / 本刊编辑部



7月29日至30日，2019中国网络媒体论坛在天津举行。图为开幕式现场。图/本刊记者 潘树琼 摄

7月29日至30日，由中央网络安全和信息化委员会办公室指导，中共天津市委网络安全和信息化委员会、人民日报社、中华全国新闻工作者协会、中国网络社会组织联合会主办的2019中国网络媒体论坛在天津举行。

此次论坛以“融合与变革：中国网络媒体发展新跨越”为主题，深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，特别是习近平总书记关于网络强国

的重要思想和关于新闻舆论工作重要论述，围绕新时代网络媒体发展趋势和加强网上内容建设等话题开展研讨，汇聚行业发展新观点、新思路。

今年是京津冀协同发展五周年。五年来京津冀迎来了大变革、大发展、大跨越的历史新阶段。此次论坛上，天津市委书记李鸿忠，中央宣传部副部长、中央网信办主任、国家网信办主任庄荣文共同启动“瓣瓣同心·协同五年谱新篇”——

京津冀协同发展五周年网络主题活动，中央网信办副主任、国家网信办副主任杨小伟为网络媒体采访团授旗。在天津当地，网络媒体赴滨海新区融媒体中心、国家海洋博物馆、智慧滨海运营管理中心、天津智能网联汽车产业研究院、绿色生态屏障等地进行实地采访。

庄荣文在论坛开幕式致辞时表示，习近平总书记高度重视新闻舆论工作，多次强调要管好用好互联网。特别是今

体发展新跨越

年1月25日主持中央政治局第十二次集体学习时，习近平总书记指出，正能量是总要求，管得住是硬道理，用得好是真本事，强调要运用信息革命成果，推动媒体融合向纵深发展。这是前行的指引，更是奋进的号令。网络媒体要强基固本，做正能量的传播者；勇于创新，做融合变革的先行者；敢于亮剑，做主流价值的捍卫者；奋发有为，做新技术的引领者；担当负责，做清朗空间的守护者。在引导舆论、引领思想、传承文化、服务人民中，努力抢占传播制高点，共同推动互联网这个“最大变量”变成事业发展的“最大增量”。

天津市委副书记、市长张国清表示，天津市委、市政府高度重视网络强市建设，按照习近平总书记“导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要”的要求，积极推进媒体融合发展，坚决巩固党的新闻舆论阵地。组建了天津海河传媒中心，在国内率先实现省级党报、电台、电视台、网络的实质性整合，全力发展“报网声屏”一体化的新型主流媒体。经过一年多实践，成功推出了一批感人至深、广为传播的精品力作，“津云”新媒体建设迈出坚实步伐。本次论坛在天津召开，为天津全面学习推动媒体融合发展新理念、新思路，提供了一次难得的机会。将认真学习汲取各位嘉宾的真知灼见，主

动顺应全媒体时代发展新趋势，进一步创新思路招法，推动媒体融合向纵深发展，更加响亮地唱响主流舆论最强音，让正能量更强劲、主旋律更高昂。

全国人大社会建设委员会副主任委员、中国网络社会组织联合会会长任贤良表示，我国媒体融合已由形式融合、内容融合一跃而升级至以体制机制融合为主要特征的融合3.0时代。面对媒体融合发展带来的新特征、新变化、新挑战，要建好、管好、用好各类互联网平台，使主流媒体更具强大传播力、引导力、影响力、公信力。中网联将努力做好以下工作：一是深耕打造好中国网络媒体论坛这一品牌活动。二是加大对网络社会组织参与正能量传播的统筹协调力度，让正能量成为网上最强音。三是紧密结合中网联的业务范围切实发挥好服务功能，为网络媒体加快转型升级、从业者提升能力水平提供服务，共同应对媒体融合深度发展带来的新形势、新挑战。

中华全国新闻工作者协会党组书记、常务副主席胡孝汉在致辞时说，中国记协将以本次论坛为契机，进一步提高思想动力，增强机制引力，激发队伍活力，提升服务能力，深化新媒体采编人员教育培训，加强网络媒体业界的服

务联系，激励网络媒体工作者创作更多更好精品佳作，为推进媒体深度融合鼓劲加油。

本次论坛还设置了内容、产业、技术和国际传播四个分论坛，分别围绕“加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局”“跨界共生：网络媒体的升级变革助推产业高质量发展”“新技术赋能‘智媒体’”和“网络媒体国际传播新格局”等主题，多维度探讨新时代网络媒体变革升级与融合发展之路。

与会嘉宾认为，推动媒体融合向纵深发展是大势所趋，网络媒体要勇于求变、积极应变，在理念思路、方式方法、体制机制等方面大胆创新，当好改革“先行者”，争做融合“排头兵”。要深耕优质内容，从比数量向拼质量转变，从抢流量向聚民心跨越。要推动关键核心技术创新不断实现突破，加快抢占全媒体时代的技术高地，全面提高舆论引导能力。

中国网络媒体论坛是我国网络媒体界层次最高、最具权威性和影响力的年度盛会，是观察中国网络媒体发展走向的重要窗口。来自主管部门、国家部委、中央和地方新闻单位、中央和地方新闻网站、各地网信办、主要商业网站、新媒体机构、互联网企业的嘉宾以及业界专家、网络社会组织代表共计800余人参加了此次论坛。■



媒体纵深融合 产业加速变革

2019中国网络媒体论坛于7月29日在天津召开,在主论坛上,政界、学界、业界嘉宾共话媒体融合与变革

文/本刊记者 潘树琼



7月29日,“瓣瓣同心·协同五年谱新篇”——京津冀协同发展五周年网络主题活动在论坛上启动。图为采访团授旗仪式现场。
图/本刊记者 潘树琼 摄

从第一位网友到8.54亿网民,从第一份报纸电子版上线到“四全媒体”出现,从文字、图片的单一形态到短视频、VR、AR的丰富呈现……自1994年中国接入国际互联网以来,我国的网络媒体顺应历史潮流,逐渐走上舆论“主战场”。“船到中流浪更急,人到半山路更陡”,进入新时代,我国的网络媒体发展面临着哪些变革与发展?有哪些趋势?又将如何推进媒体融合建设?

7月29日,以“融合与变革:中国网络媒体发展新跨越”为主题的2019中国

网络媒体论坛在天津开幕。在主论坛上,政界、学界、业界嘉宾共话媒体融合与变革。

推动媒体融合向纵深发展

今年1月25日,习近平总书记在主持中央政治局第十二次集体学习时强调,要运用信息革命成果,推动媒体融合向纵深发展。

如何进一步构建全媒体传播格局,推进媒体深度融合?人民日报社副总编辑兼海外版编辑部总编辑许正中认为,

在媒体深度融合时代,网络媒体要推进四项改革,提升四种能力:第一,要推进内容生产改革,提升信息聚合能力;第二,要推进传播渠道改革,提升信息分发能力;第三,要推进技术手段改革,提升人工智能运用能力;第四,要推进媒体运营改革,提升服务用户能力。许正中指出,“好内容可以跨平台传播,好内容能自带流量,好内容能构成入口。”网络媒体要坚持导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要,加快内容生产、传播渠道、技术手段、媒体运营等方面的改革,

不仅生活领域要消费升级，信息也要消费升级。在经历了粗放的信息生产阶段后，媒体下一步发展的关键在于能否有效推进信息消费升级，让主流声音成为流行。而媒体要重返“主战场”，不能只靠内容精心打磨、信源专业可信，还要用流行手段，适配流行语境，产出流行爆款。

不断提升“脚力、眼力、脑力、笔力”。未来媒体平台的竞争力可能取决于数据算法和算力，要用主流价值导向驾驭算法。

当下，移动传播是信息传播的主渠道，是新闻舆论的主战场。新华社副社长、党组成员刘思扬认为，作为主流媒体，挺进移动互联网主阵地，是主流媒体融合的必答题。要深刻认识全媒体时代的机遇，推动媒体融合向纵深发展。把握“用得好的真本事”的内涵，推动媒体融合纵深发展，必须始终坚持“创新为要”这个关键。要打造一批传得开、叫得响、留得住的精品报道，让正能量更强劲、主旋律更响亮。随着5G、大数据等新技术不断发展，把握数据是未来媒体发展的重要基础，媒体要从“消息总汇”向“数据总汇”跨越。

然而，在媒体融合与变革进程中，技术的力量既然能为掌握其用法的媒体增添“双翼”，也可能成为技术弱势者的羁绊。中央广播电视总台党组成员、副台长阎晓明认为，技术变革是内容宣传遇到的最大变数，“5G+人工智能”已从研究试验阶段影响到媒体的传播方式，乃至舆论格局，新技术要求媒体发展更具前瞻性。就“内容制作的变与不变”而言，互联网的内容制作需要坚守政治立场、尊重新闻规律，这是

“不变”。但是随着互联网的发展，技术变革是内容宣传遇到的最大变数。近年来，伴随微博、微信、客户端等不同媒介形态的出现，技术、内容已经进入相互启发的阶段，媒体需要调整当前的机制以适应新形态需求，根据网络特性进行内容升级，这是“变”。

促使优质内容稳步回归

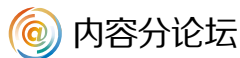
在网络媒体的发展历程中，以腾讯、网易等为代表的商业媒体是一股不可忽视的强劲力量。作为平台方，在经历了平台分发、技术更替等发展阶段后，他们将目光重新锁定在了内容上。

“媒体融合发展是一项复杂的系统工程，也是一场跨时代的变革与创新。在即将到来的5G时代，媒体融合发展还将有更多可能。”腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾认为，只有优质内容才能让用户产生共鸣，内容建设仍旧是媒体融合发展的根本。网络媒体的优势在于信息传播的覆盖面、触达率和互动性，传统媒体的优势则集中在公信力、权威性和专业度。在推进媒体融合实践中，除在技术和平台层面积极作为，腾讯还高度重视与主流媒体在产品、内容的协同中，寻求优势互补，共创价值传播增量。媒体融合发展是一项复杂的系统工程，也是一场划时代的变革

与创新。在即将到来的5G时代，媒体融合发展还会迎来更多可能。

媒体是引导社会发展的重要力量，媒体信息也是社会信息的重要构成。在经历了粗放的信息生产阶段后，下一步信息如何消费升级？网易公司创始人兼首席执行官丁磊表示，不仅生活领域要消费升级，信息也要消费升级。在经历了粗放的信息生产阶段后，媒体下一步发展的关键在于能否有效推进信息消费升级，让主流声音成为流行。而媒体要重返“主战场”，不能只靠内容精心打磨、信源专业可信，还要用流行手段，适配流行语境，产出流行爆款。“我们强调流行，因为流行意味着时代性，可以流行的东西，总是更新、更年轻、更有传播力；无法流行的东西，会慢慢失掉话语权。未来媒体的核心能力，就是制造流行的能力。”但同时，从媒体融合深度来看，网上要有快速传播的能力，网下还要有沉淀经典的能力，让信息不仅仅是单纯的易耗品，而是成为具有长期增长性的内容产品。

目前，互联网正在从消费领域向实体经济逐渐转向，互联网的应用场景从4G（人和人的通讯）到5G（人与万物）的互联，面临着技术挑战。那么，网络媒体能不能融得好？怎样才能融得好？中国工程院院士刘韵洁认为，未来，网络要适应与实体经济的深度融合，就需要进行智能、安全、可定制的变革。网络好比我们的交通，路上有普通车道、专用车道、高速公路、普通铁路、高铁，而在虚拟网络中，我们可以根据车联网、能源互联网、工业互联网等不同的需求，设置不同的网络。5G和未来网络的发展，将助力全球网络媒体行业的创新和发展，未来网络创新试验环境将为网络领域的技术创新和产业试验提供重要支撑。■



守正创新 推进融合

让主流媒体和商业平台携手协调发展，共同建设健康生态

中央网信办副主任、国家网信办副主任 杨小伟

在砥砺前行的路上，唯守正以行稳，唯创新以致远。创新，就是要在议题策划上多出新，不断提升作品张力。好的议题往往“上接天线、下接地气”，“上接天线”，就是要从党和国家工作大局中找切入点，这样才能有高站位、大格局；“下接地气”，就是要从受众的需求中找结合点，让人民群众有共鸣、增共识。

全国人大社会建设委员会副主任委员、中国网络社会组织联合会会长 任贤良

面对媒体融合发展带来的新特征、新变化、新挑战，我们要切实强化责任担当，积极主动作为，建好、管好、用好各类互联网平台，让主流媒体借助这些平台，牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点，使主流媒体更具强大传播力、引导力、影响力、公信力，努力形成网上网下同心圆。

中国记协党组成员、书记处书记 吴兢

中国记协积极发挥管理引导和机制杠杆作用，当好引领新媒体内容建设的指挥棒。2018年，中国新闻奖首次设立媒体融合奖项，中国记协首次举办中国新媒体大会，树立媒体融合、内容建设的新标杆。我们将继续创新做好奖项评选、大会举办、品牌活动等工作，立好内容标杆，促进媒体生产更多群众喜爱的融合精品。

人民日报社新媒体中心主任 丁伟

如何进行内容供给侧改革？主要有四点建议：一是真，所谓真就是传播信息要真材实料，表达观点要真知灼见，传递情感要真情实感；二是新，所谓新就是表达新、形式新，好看易懂好玩，既“有意义”也“有意思”；三是准，所谓准就是分众化、个性化传播，运用算法推荐实现从“千人一面”到“千人千面”；四是融，所谓融就是调动多媒体手段，实现从可读到可视，从平面到立体，从一维到多维的融合升级。

新华网总编辑 郭奔胜

推进媒体融合发展，内容是根本，传播力、引导力、影响力、公信力归根到底靠优势的内容筑就。凝聚人心、汇聚力量，构建网上网下同心圆，归根到底靠优质的内容实现。主流媒体必须坚持内容为王，把内容作为核心要素和战略资源来生产、来获取、来利用。

应急管理部新闻宣传司司长 申展利

我们积极推动应急管理政务新媒体从PC端向移动端发展，构建应急管理系统新媒体矩阵，在重大政策宣传、重要工作部署、重点舆情引导等方面，全系统统一安排、同步跟进、整体联动、集体发声。为全面提升应急管理新闻宣传水平，我们坚持开门办网，开门办新媒体，携手主流媒体和商业平台从三个方面大力推进政务新媒体的发展：一是传播平台互联互通；二是权威信息分发共享；三是内容创作合作共赢。

跨界共生 升级变革

充分实现新时代网络媒体的政治价值、社会价值、经济价值协调统一、齐头并进

天津市滨海新区区委常委、宣传部部长 马波

滨海新区积极探索媒体融合发展之路，组建滨海新区融媒体中心，构建“一报、一网、一端、一刊、两台、三微”的传播格局，初步实现传统媒体与新媒体的“化学融合”，形成传播滨海声音、讲好滨海故事全媒体矩阵，全面打造国内一流的融媒体中心。

央广网副总编辑 伍刚

从3G时代到今天的5G时代正好是10年，在整个国家网络强国战略视野下看到了“5G+AI”全媒体传播格局新的图景，这是一个全新的经济社会生态全景图。刚刚公布的创新指数，中国是17位，4G总的用户已经达到了11.7亿，数字经济在全国是31.4万亿，整个AI产业在全球名列第二。可以说，“5G+AI”在中国最大的创新应用场景上发挥得淋漓尽致。

中国文化产业发展集团总经理助理、北京科印传媒文化股份有限公司总经理 常晓霞

融媒体是文化产业不可分割的一部分，同时也推动着文化创意产业的加速升级。这种加速和推动不仅表现在外在技术的创新上，也表现在对于文化产业内部的推动上，借助融媒体将真实的社会现象、民生需求，通过文化创意的方式传达到更广泛的大众当中去。外部的创新技术是重要的推动力，现在大众可以通过AR、人工智能等技术来感受文化内容。

喜马拉雅副总裁 潘田

平台的一端是内容创作者，一端是用户，对内容创作者提供服务，对用户更重要的是把更精准的内容推送给他，每个用户在平台上都有个性化的标签。用户用他自己收听的行为去投票，听的时间越长，内容会更优质。我们做了正向循环，更好的内容可以分到更好的用户那里去。

国家广播电视总局、广播电视科学研究院、互联网视听研究所所长 施玉海

融合媒体应注重服务用户，而不是覆盖用户，广播电视融合媒体的定位要从信息传播变成信息服务，可以从媒体行业定位、服务模式和功能设置等方面入手。在融合媒体环境下以固移并举的方式，在统一标准、统一尺度的管理模式下，更好地完成舆论引导。

拼多多联合创始人 达达

对于大量中国制造的工厂来讲，材料和制造并不是难点，营销和行销才是。营销是消费者想要什么，行销是消费者想买时能不能马上买到这个商品，这样传播体系具备了更大的潜力，我们让消费者的意志决定新品的研发，充分了解这些用户的需求，通过专业化团队的转化，最后给到上游生产端。■

技术驱动 重塑智媒

新技术赋能智媒体，展望数字联通的智慧未来

共青团中央宣传部部长、中国青少年新媒体协会会长 景临

站在5G时代来临前的黎明，新技术对新媒体的赋能从没有像今天这样令人期待，也没有像今天这样引人深思。首先，我们不能偏离正确导向。其次，我们不能忘记以人为本。第三，我们不能忽视青年群体，青年是新技术赋能天然的拥趸、最大的市场，我们应当主动地、真诚地、谦虚地、广泛地、频繁地深入到青年中去。

中央网信办网络数据与技术局副局长 郭涛

我们要坚持技术创新与产业安全发展相统一的原则，强化技术驱动，全面提升技术的能力和水平，规范数据资源利用，防范大数据等新技术带来的风险，在国家政治安全、文化安全、意识形态安全等方面为网络建设保驾护航，使网络传播在法治轨道上运行。

天津市委网信办副主任 徐恒

面对新媒体不断发展，舆论生态、媒体格局、传播方式的深刻变化，天津守正创新、以变应变，我们组建津云新媒体集团，打造“中央厨房”，全天候响应、全要素打通、全流程写作。目前津云为建设五个现代化天津提供了有力的思想和技术支持。

中国日报新媒体中心主任 柯荣谊

新媒体必将被技术重塑，未来的发展之路要怎么走其实有非常多的可能性，有技术人员强大的投入和国家发展的强大靠山，以及那么多的内容从业者全心全意投入，我相信中国的媒体在国际上还比较被动的日子很快会过去，一定会有中国媒体在全世界掌握话语权的一天。

清华大学网络空间国际治理基地副主任、教授 崔保国

新技术的进程给网络空间秩序带来变局和不确定因素。网络空间治理结构是分四大层次展开的，第一是基础层，包括海底电网、卫星构成的一个全球性的电讯网络；第二是逻辑层，是全球的互联网协议秩序，这种秩序现在也在被打破；第三是平台层，就是互联网跨国公司，平台性公司对互联网的秩序和结构起着至关重要的作用；第四是应用层，包括互联网媒体、各种产品、数据和内容。

津云新媒体集团股份有限公司党委书记、董事长 韩颖新

技术输出为我们带来了可观的经济收益，但是我们更看重的是通过这种技术搭台，我们与兄弟网站形成的宣传合力。特别是各兄弟单位反馈的技术问题以及提出的技术需求，都进一步地丰富和完善了内容管理系统，促使我们不断地完善升级技术平台的功能。

从容坦诚 合作共赢

向世界发出中国好声音，讲好中国故事，构建中国网络媒体国际传播新格局

中央网信办网络新闻信息传播局局长 **黄其正**

积极引导社会全面客观看待我国的发展阶段，坚持“四个自信”，在国际传播中把这种自信充分体现出来、传播出去，既不盲目自大，也不妄自菲薄，以虚怀若谷的胸怀，大方讲成就、从容讲不足、坦诚讲矛盾，展现好当代中国的形象，对无中生有的攻击必须敢于亮剑。

央视新闻中心副主任、外语频道总监 **江和平**

运营模式催生融合传播闭环机制。中美女主播电视辩论是典型的由平台发起最终引爆舆论场的传播案例，在海外，路透社、《纽约时报》普遍认为中国官方报道直接进入了美国主流舆论，在国内刘欣多次登上热搜榜。我们实现了内容采集、制作、分发、舆情监测与传播的闭环，促成新媒体传播的经典案例。

中国新闻网总编辑 **陶光雄**

我们对基于移动互联网和全球化社交平台的网络传播进行了坚持不懈的探索，建立了包括中新网、中新英文网移动客户端的国际平台。在内容输出上进行二次加工，坚持长话短说、官话民说、废话不说的中心风格。在题材选择上，注重民间视角、人文表达，以社会发展、人文生活小细节，注释国家发展大成就。

中国日报网总编辑 **韩蕾**

全球广交友，合作求共赢。通过拓展海外媒体“朋友圈”把中国好故事、好声音推出去，利用他们有效的渠道打通国际传播“最后一公里”。中国日报网已经与全球60多个主流媒体合作，针对不同的属性定位和特点，差异化、分众化地推送中国文化，包括不同主题的内容产品，这些内容已经成为海外民众了解中国发展的重要渠道和信源。

北京外国语大学国际新闻与传播学院院长 **姜飞**

新媒体体现在三个新，一是基础媒介的更新，二是传播终端的创新，三是传播理念的创新。我们更多的是讲新媒体国际传播在传播终端层面的使用，如何创新地突破我们的局限呢？还得在理念上进行传统媒介创新。

腾讯云副总裁 **王寒冰**

去年，腾讯推出融媒体解决方案。首先，由技术成熟的混合云方案承载着丰富的内容素材建立内容库；其次，通过内容生产中心进行整合和发声，用小程序、PC等进行多终端引流，建立一套融媒体的运营平台，统一调动和协同提升引流的覆盖活跃度，实现与整个产业链的对接。

2019中国互联网大会在北京召开 创新求变再出发 引领发展新变革

文 / 本刊记者 李晗



7月9日至11日，2019中国互联网大会在北京举行。图/本刊记者 李晗 摄

从1994年全功能接入国际互联网到今天，中国网民规模达8.54亿，互联网普及率达61.2%，超过全球平均水平。2018年全球互联网科技企业20强中，中国企业占了9席。25年来，中国互联网从无到有、从小到大、从弱到强，如今站在时代浪潮之上，正面临着新的挑战与机遇。

7月9日至11日，围绕“创新求变再出发，优质发展谱新篇”主题，2019中国互联网大会在北京举行，专家学者与业界共同回顾中国互联网的发展历程，总结互联网推动社会进步和国民

经济增长的规律和经验，探讨互联网行业在构建互联网健康可持续发展市场环境，应该承担的责任和应尽的义务。

新动能构建新生态

当前，5G已经正式商用，工业互联网等新兴基础设施建设不断增强与完善，从“互联网+”升级到“智能+”，新技术、新业务、新模式不断出现，新动能正在构建新生态。以互联网为代表的信息技术日新月异，正引领社会生产生活的新变革。

如今，业界有一个流行的说法叫作互联网下半场。7月9日，在大会开幕式上，阿里巴巴技术委员会主席王坚在主旨报告环节表达了自己的看法，“是互联网公司进入了下半场，并不是互联网进入了下半场，真正的互联网还没有开始。”他认为，这恰恰表明了一个早期时代的结束，互联网公司在过去的几十年里刚刚完成了它们的上半场，要想一想它们下一步干什么。无论是谷歌还是Facebook，它们本身为人类创造了很多价值，但它们的商业模式没有大的变化，都是靠广告活下来的。所以这些传

当前, 5G已经正式商用, 工业互联网等新兴基础设施建设不断增强与完善, 从“互联网+”升级到“智能+”, 新技术、新业务、新模式不断出现, 新动能正在构建新生态。以互联网为代表的信息技术日新月异, 正引领社会生产生活的新变革。

统的互联网公司, 担忧上半场和下半场是对的。

时间的流转, 背后暗藏着的是观念的变迁。奇安信董事长奇向东在主题演讲中表示, 互联网企业进入下半场, 应该要做出一些改变。思维决定成败, 在20年前创业时观念一定是新的, 但如果依然用以前的观念去面对今天, 那么你的企业一定会出问题。我们应该踩着风口, 成为那些勇敢转变观念的人。

那么如何看待风口的转变? 腾讯集团副总裁马斌认为, 当互联网把时间性、空间性打破后, 特别是信息、人、商品、物流以及资金资本的流动性进入新的思维视角, 原来的模式一定会发生剧变。To B、To C都不重要, 重要的是每个行业都在重构。如今, 移动互联网进入了获取流量的下半场, 5G的到来将推动产业互联网发展, 如何把握好这个周期, 选择不做什么比做什么更重要。

5G新场景应用引关注

5G技术的成熟无疑是推动互联网进入下半场的重要动力之一。在5G应用新生态分论坛上, 嘉宾们透露了该领域最新行业动态: 无须光纤即可实现同步直播的5G摄像机背包、随时可佩戴的墨镜形态5G+VR终端、智慧港口中省去光缆的卸货暗桥……这些创新应用场景, 预示着5G技术落地开花后的前

沿趋势。

建立适应5G时代的新商业模式, 成为业界探索的一大焦点。中国联通5G行业组办公室负责人刘世江表示, 5G牌照的发放加快了推进从试商用到商用的步伐, 计划明年实现全国商用。接下来最重要的是怎样建立5G的商业模式。他基于现在的思考, 提出了三种模式——“连接+”“融合+”“生态+”, 这三种产品模式将实现5G发展模式的闭环。

针对5G产品的开发, 华为AR产品总监卫丁在会上介绍, “华为的VR产品及策略着重考虑兼容性、平台性, 我们在业界首创分体式设计。”他表示, 华为在VR这块主要提供两方面支持: 一是底层的技术能力, 主要目标就是能够达到最佳的显示效果, 以及流畅的交互; 二是开放生态, 让更多应用商使用华为的引擎和平台。以后还会接入一些周边的生态, 包括手套、手柄交互类和单车设备类。同时, 构建华为VR应用市场, 帮助开发者分发内容, 使其触达更多消费者。

目前, 5G创新场景应用已经在全国各地铺开。中国信息通信研究院无线研究中心5G技术专家张丛武在会上表示, 北京市将围绕城市副中心、大兴国际机场、世园会、国庆庆典、北京冬奥会等五个重大工程、重大活动场所需要, 开展5G自动驾驶、大健康大医疗、

工业互联网、智慧城市、超高清视频应用等五大类典型场景的示范应用。吉林、辽宁5G试点重点在车联网和工业互联网方面, 国家智能网联汽车应用(北方)示范区(吉林)已经搭建V2I的测试条件。沈阳中德高端装备制造产业园2020年将推动建设10家智能工厂。

行业自律与服务投诉并举

新技术和新业态的普及与繁荣, 对网络安全提出了更高的要求。为了进一步规范安全评估服务市场、保障服务质量, 引导企业提高安全风险防范和应急处置能力, 创造良好的行业发展环境, 在大会闭幕式上, 近20家安全评估服务机构现场签署了《互联网新技术新业务安全评估第三方服务自律公约》。

《自律公约》重点突出了人员培训、信用评价、自我承诺、社会监督、畅通沟通协作等行业共性要求, 中国互联网协会将坚决做好相关的推进及监督工作, 使公约发挥实效。下一步, 中国互联网协会将以《自律公约》为着力点, 在畅通宣传交流机制、贯彻信用监督、提升队伍专业素质、建立安全评估能力评价体系、完善行业标准规范等方面继续开展工作, 积极稳妥、深入细致地将安全评估服务自律工作做好做实。

此外, 在闭幕式的权威发布环节, 中国互联网协会研究部主任助理王朔发布了《中国互联网发展报告2019》; “互联网信息服务投诉平台”也宣告正式启动, 腾讯、百度、阿里巴巴、京东、美团、支付宝、字节跳动等16家接入平台企业代表参加启动仪式。在强化行业自律的同时, 为网民搭建服务投诉平台, 多措并举, 方能发挥聚合政府、产业、学界的纽带作用, 共同助力中国互联网进入更加精彩的下半场时间。



2018年中国互联网发展稳步推进

7月11日，中国互联网协会在北京发布《中国互联网发展报告（2019）》（以下简称《报告》）。《报告》显示，截至2018年底，我国网络基础设施建设情况良好，云计算、大数据、5G等前沿技术快速发展，电子政务应用等不断深入。本刊节选《报告》重要成果，以飨读者

整理 / 本刊记者 李晗

中国互联网基础设施建设情况

我国4G网络建设进入优化提升阶段，深度覆盖效果显著，网络覆盖率已超98%的全国人口。截至2018年底，我国4G基站总规模超过370万个，继续保持全球最大4G网络。

截至2018年底，我国进行的5G技术研发试验第三阶段测试工作已基本完成，我国稳步推进5G商用进程。测试结果表明，5G基站与核心网设备均可支持非独立组网和独立组网模式，主要功能符合预期，达到预商用水平。自2018年下半年起，运营商主导的5G产品研发试验启动，在产业链主要环节基本满足商用需求的条件下，我国将启动5G商用服

务。在商用初期，我国将重点在中频频段（2.6GHz-6GHz）开展5G网络部署，在实现良好覆盖的同时，可有效支持智慧城市、车联网、工业互联网等垂直行业应用。

中国云计算发展状况

《云计算发展三年行动计划（2017-2019）》明确了五项重点工作：技术增强行动、产业发展行动、应用促进行动、安全保障行动、环境优化行动。

2018年我国云计算市场规模测算达到907.1亿元，增速31.1%。其中，公有云市场规模测算达382.5亿元，增速44.40%（见图1）。2018上半年我国公有

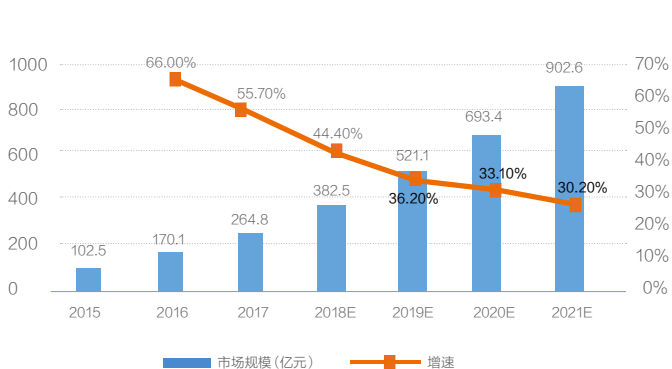
云IaaS厂商排名前五的分别为阿里云、腾讯云、中国电信、AWS和金山云。

2018年私有云市场规模测算为524.6亿元，增速22.9%（见图2）。预计未来几年仍将保持快速增长态势，到2021年市场整体规模将接近2000亿元。超过半数的企业采用硬件、软件和服务整体购买的方式部署私有云，少数企业单独购买软件和服务。

中国大数据发展状况

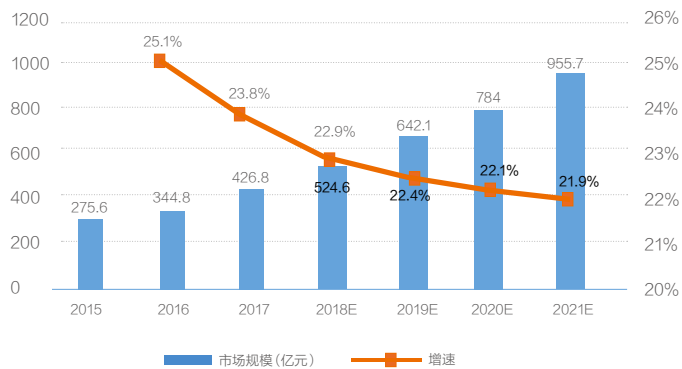
我国大数据产业快速发展，为提升政府治理能力，优化公共民生服务促进经济转型和创新发展作出了积极贡献，成为推动经济社会发展的新动能。2018

图 1: 2015-2021 年中国公有云市场规模及增速



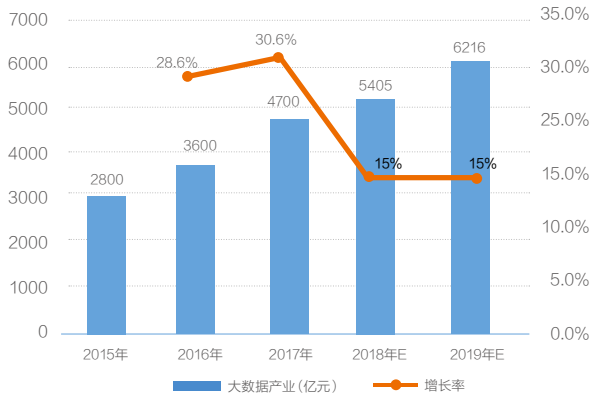
数据来源: 中国信息通信研究院

图 2: 2015-2021 年中国私有云市场规模及增速



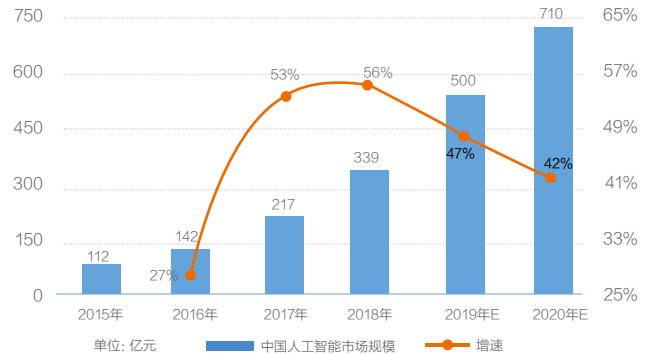
数据来源: 中国信息通信研究院

图 3: 2015-2019 年中国大数据产业市场规模趋势



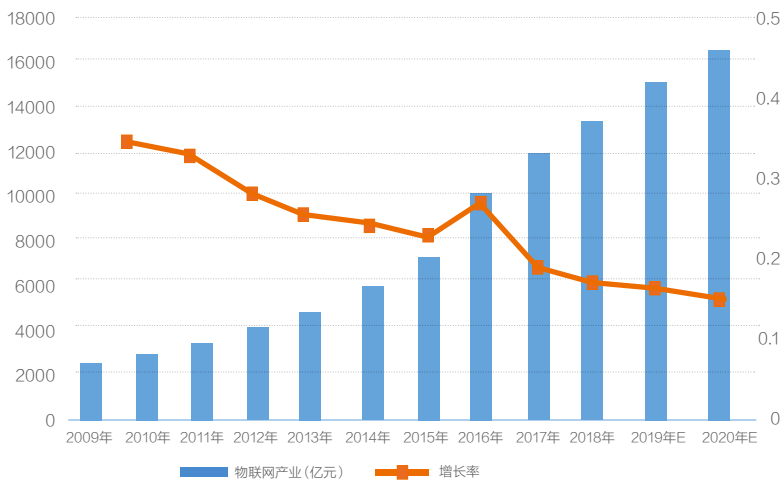
数据来源: 中国信息通信研究院

图 4: 2015-2020 年中国人工智能产业发展规模



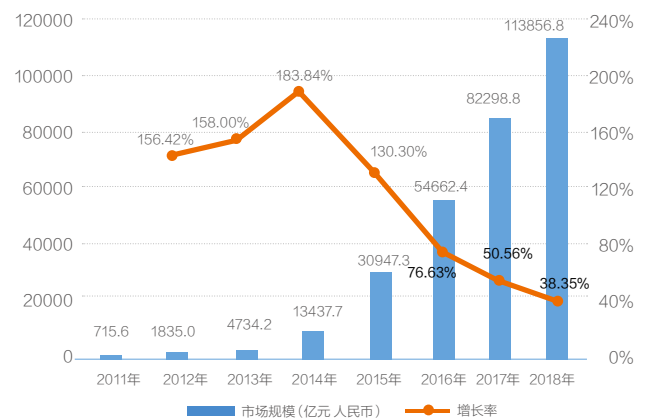
数据来源: 前瞻产业研究所

图 5: 2009-2020 年中国物联网产业规模及预测



数据来源: 中国信息通信研究院

图 6: 2011-2018 年中国移动互联网市场规模



数据来源: 易观

年我国大数据产业规模推测达到5405亿元,较2017年的4700亿元同比增长15%,2019年有望达到6216亿元,并且未来几年我国大数据产业将保持在10%~15%的发展增速(见图3)。

中国人工智能发展状况

2018年,中国人工智能市场规模约为339亿元(见图4),同比增长56%,我国于全球的市场份额由2017年的9.41%增长至12.56%,我国人工智能产业已经成为全球范围内的第二力量。

中国物联网发展状况

2018年,我国物联网产业规模达到1.2万亿元,预计未来几年将继续保持高速增长(见图5),成为全球最大市场;主要聚集区发展成效显著,引领带动作用凸显;领军企业加速生态建设,中小企业深耕垂直领域。

中国移动互联网发展状况

2018年,中国移动互联网市场规模达11.39万亿元,发展增速降至38.35%(见图6)。受宏观经济形势变化和网民红利触顶的双重因素影响,自2014年以来

移动互联网市场发展迎来拐点,其发展增速开始逐年下降,已由高速发展步入平稳发展阶段。

中国电子政务发展状况

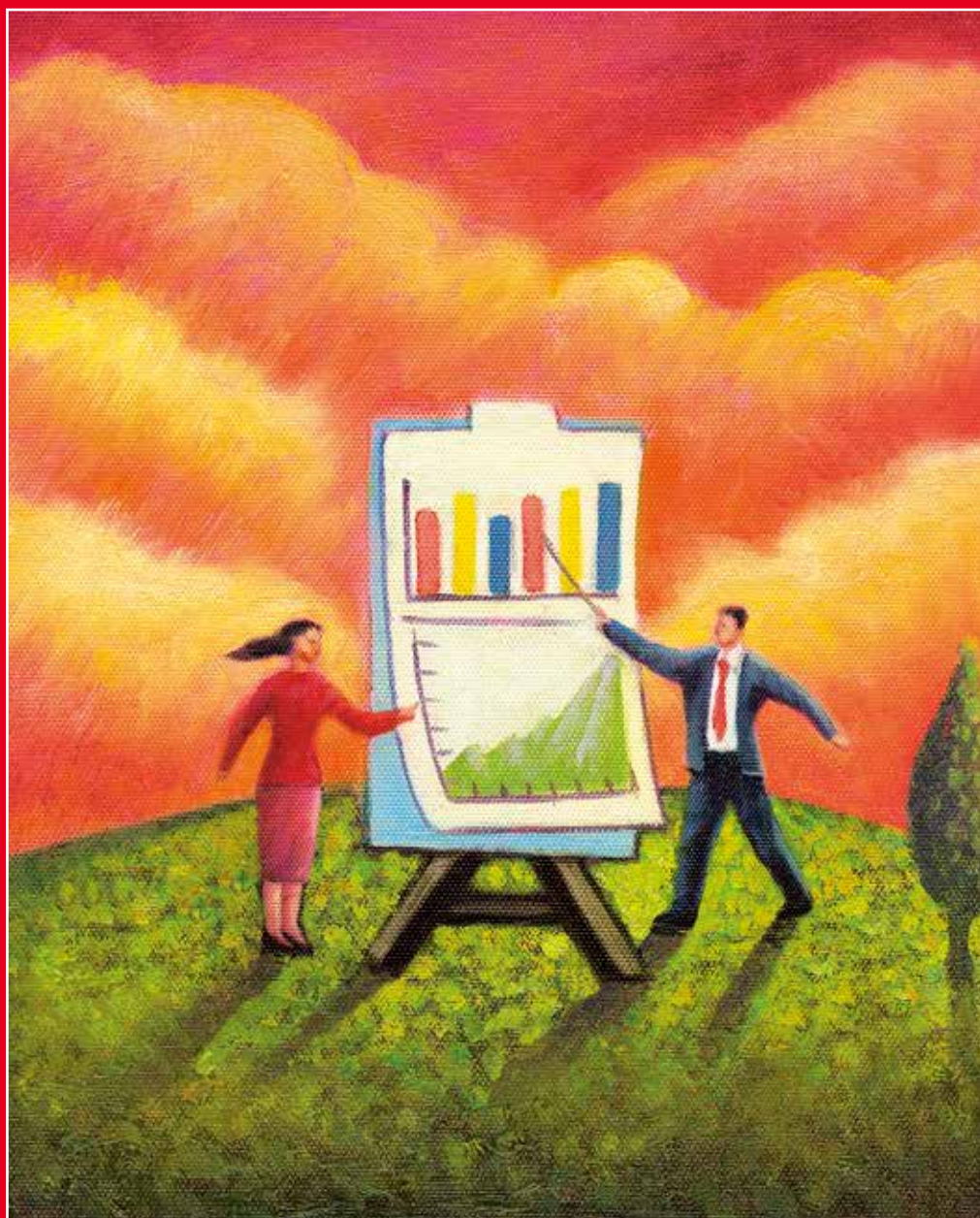
2018年,政府网站信息公开和政务服务受到更多关注,公开和服务能力相对较高,但与国家相关要求对比仍有较大差距。此外,政府网站传播应用水平明显低于其他指标,政府网站的使用率、影响力和满意度亟待提升。^[14]

(备注:图表中年份后标注E的数据为测算数据,非实际统计数据)

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。



网络扶贫 精准施策

文 / 本刊编辑部

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央,站在全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴中国梦的战略高度,作出脱贫攻坚的重大决策部署,开启了脱贫攻坚的伟大进程。

今年全国两会期间,习近平总书记参加甘肃代表团审议时指出,“这些年来,脱贫攻坚力度之大、规模之广、影响之深前所未有,取得了决定性进展。取得这样的成绩实属不易,谱写了人类反贫困历史新篇章。”

在全党全国人民全力推进下,脱贫攻坚工作取得了前所未有的进展,特别是“精准扶贫”方略实施以来,脱贫攻坚坚持从实际出发,对症下药,因地制宜,多管齐下,成效显著:2013年至2018年,我国连续6年超额完成千万减贫任务。6年间,全国累计减少贫困人口8239万人,贫困发生率从10.2%下降到1.7%。

网络扶贫行动是打好脱贫攻坚战的重要组成部分。四年来,各地区、各有关部门深入学习贯彻习近平总书记重要指示精神,深入实施《网络扶贫行动计划》,强化统筹协调、部门协同、上下联动和整体推进,网络扶贫行动取得明显成效:基本完成前三批电信普遍服务试点4.3万个贫困村光纤建设项目,贫困村通宽带比例达到97%;截至2018年,累计支持737个国家级贫困县开展电子商务进农村综合示范;通过卫星和网络免费向贫困地区孩子推送704学时的优质教学资源;963家三级医院通过远程医疗、教学、培训等方式,结对帮扶832个贫困县的1180家县级医院……

成绩来之不易,经验弥足珍贵。为扎实推动网

络扶贫行动取得新的更大成绩,中央网信办等部委印发《2019年网络扶贫工作要点》,部署7个方面25项重点任务。5月召开的2019年全国网络扶贫工作视频会议强调,要压实工作责任,坚持统筹协调,坚持目标标准,坚持精准方略,坚持求真务实,坚持可持续稳定脱贫,确保各项任务落到实处,扎实推动网络扶贫行动取得新的更大成效。

当前,全国剩下的贫困人口尚有1600多万人,都是贫中之贫、困中之困,这些人的脱贫工作,是难啃的硬骨头。这就决定了攻克深度贫困堡垒必须采取特殊措施和手段,既要稳又要准。

本刊编辑部围绕“网络扶贫 精准施策”组织专题稿件,梳理习近平总书记关于扶贫工作的重要论述,明确“前进方向”;列表说明2019年网络扶贫工作重要任务,提供“行动指南”;呈现中央网信办以及地方网信办创新扶贫模式,积极助力打赢脱贫攻坚战,打造“扶贫样本”;讲述网信企业生动鲜活的网络扶贫故事,助益“五大工程”;详解专家支招网络扶贫行动发力方向,全力“破解难题”。

“行百里者半九十,越到紧要关头,越要坚定必胜的信念,越要有一鼓作气攻城拔寨的决心。”今明两年脱贫攻坚任务依然艰巨繁重,网信战线要深入学习贯彻习近平总书记关于扶贫工作的重要论述,牢牢把握网络扶贫工作的正确方向,扎实推进各项工作,进一步发掘互联网在精准扶贫、精准脱贫中的潜力,着力增强贫困地区和贫困群众自我发展的内生动力,不断巩固提升网络扶贫成效。■

习近平：如期全面打赢脱贫攻坚战

党的十八大以来，习近平总书记对脱贫攻坚作出一系列新决策新部署，提出一系列新思想新观点，为新时代打赢脱贫攻坚战提供了行动指南，为全球贫困治理贡献了中国智慧和方案

认清形势

打赢脱贫攻坚战，是全面建成小康社会的底线任务和标志性指标，是必须完成的重大任务。今后两年脱贫攻坚任务仍然艰巨繁重，剩下的都是贫中之贫、坚中之坚、硬仗中的硬仗。

——2019年4月19日，中共中央政治局召开会议，听取2018年脱贫攻坚成效考核等情况汇报，对打好脱贫攻坚战提出要求，习近平主持会议

脱贫攻坚战进入决胜的关键阶段，各地区各部门务必高度重视，统一思想，抓好落实，一鼓作气，顽强作战，越战越勇，着力解决“两不愁三保障”突出问题，扎实做好今明两年脱贫攻坚工作，为如期全面打赢脱贫攻坚战、如期全面建成小康社会作出新的更大贡献。

——2019年4月15日至17日，习近平在重庆考察并主持召开解决“两不愁三保障”突出问题座谈会时强调

农村1000多万贫困人口的脱贫任务要如期完成，还得咬定目标使劲干。

——2018年12月31日，习近平发表二〇一九年新年贺词

心系百姓

我这次来江西，是来看望苏区的父老乡亲，看看乡亲们生活有没有改善，老区能不能如期脱贫摘帽。

——2019年5月20日，习近平在江西考察，在红军烈士后代、退伍军人孙观发家，同孙观发一家和当地镇、村干部拉家常

脱贫攻坚是我心里最牵挂的一件大事。这次我专程来看望乡亲们，就是想实地了解“两不愁三保障”是不是真落地，还有哪些问题。小康不小康，关键看老乡，关键看脱贫攻坚工作做得怎么样。

——2019年4月15日，习近平在重庆考察，在石柱土家族自治县中益乡华溪村同村民等围坐在一起，共话脱贫攻坚

我一直惦记着贫困地区的乡亲们，乡亲们一天不脱贫，我就一天放不下心来。我们党是全心全意为人民服务的党，党的一切工作就是要为老百姓排忧解难谋幸福。全面小康路上一个不能少，脱贫致富一个不能落下。

——2018年10月23日，习近平在广东考察，在英德市连江口镇连樟村贫困户陆奕和家，同他们拉家常

聚焦精准

全面建成小康社会取得决定性进展，要正确认识面临的短板问题，聚焦短板弱项，实施精准攻坚。

——2019年4月22日，习近平主持召开中央财经委员会第四次会议强调

要改进工作方式方法，改变简单给钱、给物、给牛羊的做法，多采用生产奖补、劳务补助、以工代赈等机制，不大包大揽，不包办代替，教育和引导广大群众用自己的辛勤劳动实现脱贫致富。

——2017年6月23日，习近平在深度贫困地区脱贫攻坚座谈会上发表讲话

要坚持因人因地施策，因贫困原因施策，因贫困类型施策，区别不同情况，做到对症下药、精准滴灌、靶向治疗，不搞大水漫灌、走马观花、大而化之。

——2015年6月18日，习近平在贵州召开部分省区市党委主要负责同志座谈会并发表重要讲话

深化帮扶

脱贫攻坚期内已脱贫的贫困县、贫困村、贫困户，相关政策要保持一段时间，做到摘帽不摘责任、摘帽不摘政策、摘帽不摘帮扶、摘帽不摘监管。

——2019年4月19日，中共中央政治局召开会议，听取2018年脱贫攻坚成效考核等情况汇报，对打好脱贫攻坚战提出要求，习近平主持会议

脱贫攻坚明年就要收官，要把工作往深里做、往实里做，重点做好那些尚未脱贫或因病因伤返贫群众的工作，加快完善低保、医保、医疗救助等相关扶持和保障措施，用制度体系保障贫困群众真脱贫、稳脱贫。

——2019年4月15日至17日，习近平在重庆考察并主持召开解决“两不愁三保障”突出问题座谈会时强调

扶贫干部要真正沉下去，扑下身子到村里干，同群众一起干，不能蜻蜓点水，不能三天打鱼两天晒网，不能神龙见首不见尾。

——2017年6月23日，习近平在深度贫困地区脱贫攻坚座谈会上发表讲话

确保实效

要把握脱贫攻坚正确方向，确保目标不变、靶心不散，聚力解决绝对贫困问题，加大对非贫困县、贫困村内贫困人口的支持，严格执行贫困县退出标准和程序，确保脱贫成果经得起历史检验。

——2019年3月7日，习近平参加十三届全国人大二次会议甘肃代表团审议时指出

要坚持党中央确定的脱贫攻坚目标和扶贫标准，贯彻精准扶贫精准脱贫基本方略，既不急躁蛮干，也不消极拖延，既不降低标准，也不吊高胃口，确保焦点不散、靶心不变。

——2018年6月，习近平对脱贫攻坚工作作出重要指示

脱贫攻坚工作要实打实干，一切工作都要落实到为贫困群众解决实际问题上，切实防止形式主义，不能搞花拳绣腿，不能搞繁文缛节，不能做表面文章。

——2017年6月23日，习近平在深度贫困地区脱贫攻坚座谈会上发表讲话

认真整改

对考核发现的责任落实不到位、扶贫标准把握不精准、“三保障”工作不够扎实、形式主义官僚主义问题较为突出、脱贫摘帽后松劲懈怠等问题，要高度重视并坚决整改，确保脱贫工作务实，脱贫过程扎实，脱贫结果真实。

——2019年4月19日，中共中央政治局召开会议，听取2018年脱贫攻坚成效考核等情况汇报，对打好脱贫攻坚战提出要求，习近平主持会议

要整治问题不手软。脱贫攻坚工作中存在的形式主义、官僚主义现象，影响脱贫攻坚有效推进。要落实责任不松劲。

——2019年3月7日，习近平参加十三届全国人大二次会议甘肃代表团审议时指出

开展脱贫攻坚专项巡视非常必要。脱贫攻坚成效显著，但也存在一些共性问题，要用好专项巡视成果，强化整改落实，促进精准脱贫攻坚。

——2019年2月22日，习近平主持召开中共中央政治局会议，审议《关于中央脱贫攻坚专项巡视情况的综合报告》

《2019年网络扶贫工作要点》： 扎实推动网络扶贫行动向纵深发展

1

聚焦深度贫困地区， 加大网络扶贫工作力度

主要任务包括：深入开展“网络扶贫深度贫困地区行”活动，推动更多网络扶贫举措和项目向深度贫困县、贫困村倾斜，促进深度贫困地区特色产业发展，支持深度贫困地区发展“互联网+旅游”，加大对深度贫困地区的政策资金支持等。

2

突出特殊贫困群体， 创新网络扶贫帮扶举措

主要任务包括：精准帮扶因病致贫因病返贫群众，带动贫困妇女增收脱贫，关爱贫困学生和困境儿童，加大对残疾人、孤寡老人、留守妇女等贫困群体的帮扶力度，开展少数民族语言语音技术研发应用和推广等。

7

压实工作责任， 巩固和提升网络扶贫成效

主要任务包括：加强网络扶贫工作的统筹协调与督促落实，强化政策协同和资源整合，推动各项任务落实。加强监测评估，跟踪评估网络扶贫成效。加大宣传力度，开展网络媒体“脱贫攻坚地方行”活动，营造脱贫攻坚良好氛围。

6

充分释放数字红利， 增强贫困地区内生动力

主要任务包括：做好网络扶贫与乡村振兴和数字乡村战略衔接，因地制宜、因势利导，推动脱贫摘帽的贫困县加快数字乡村建设，指导深度贫困地区全面统筹数字乡村建设，防止“数字鸿沟”进一步拉大。发挥网络扶贫带头人作用，普及信息技术知识，帮助贫困人口提升信息技能。

4月28日，经中央领导同志同意，中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办、工业和信息化部联合印发《2019年网络扶贫工作要点》。通知要求，网络扶贫工作要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实习近平总书记关于扶贫工作的重要论述，认真落实《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见》，围绕解决“两不愁三保障”突出问题，聚焦深度贫困地区、特殊贫困群体和建档立卡贫困户，充分发掘互联网和信息化在精准脱贫中的潜力，扎实推动网络扶贫行动向纵深发展，不断激发贫困地区和贫困群众自我发展的内生动力，为打赢脱贫攻坚战作出新的更大贡献。

《2019年网络扶贫工作要点》部署了7个方面25项重点任务

3

引导网信企业持续参与网络扶贫， 增强脱贫攻坚的可持续性

主要任务包括：引导网信企业与贫困地区开展网络扶贫结对帮扶，瞄准建档立卡贫困户，实施一批网络扶贫结对帮扶项目，加强帮扶项目的跟踪落实等。

4

加大组织实施力度， 务实推进网络扶贫东西部协作

主要任务包括：加快推进东西部网信产业合作，强化东西部劳务对接和人才支持，推动网络扶贫东西部协作项目落地等。

5

瞄准建档立卡贫困户， 推进网络扶贫工程升级版

主要任务包括：深化拓展网络覆盖工程，加快推进电信普遍服务第四批试点建设。扎实推进农村电商工程，深化电商扶贫频道建设，打好建制村直接通邮攻坚战，大力推进“快递下乡”工程。大力实施网络扶智工程，实施学校联网攻坚行动，深化宽带卫星联校试点，扩大优质教育资源覆盖面。优化提升信息服务工程，推进部门间扶贫工作的信息共享、数据交换、比对分析等，为宏观决策和工作指导提供支撑。加快构建线上线下结合的乡村便民服务体系。务实开展网络公益工程，精准开展网络公益扶贫项目。

扶贫道路上，

网络扶贫是全国脱贫攻坚战中的重要组成部分，实施网络扶贫行动具有重要的现实意义和深远影响。近年来，中央网信办积极参与网络扶贫行动，精心谋划、深入实施、狠抓落实，在网络扶贫领域开展了一系列工作。

推进扶贫，调动各方力量

会同有关部门印发了多份文件：

《网络扶贫行动计划》

《2018 年网络扶贫工作要点》

《2019 年网络扶贫工作要点》

开展了一系列社会动员活动：

- 2017 “互联网+” 精准社会扶贫论坛
- 2017 第四届世界互联网大会“共享红利：互联网精准扶贫”论坛
- 2018 “互联网+” 社会扶贫论坛
- 2018 中国国际数博会“网络扶贫：大数据助力精准扶贫”高端对话
- 2018 “为爱而生、聚力前行”社会扶贫倡议书的发起
- 2018 第五届世界互联网大会“网络公益与扶贫”论坛
-

截至 2018 年底，已经组织了 4 次互联网企业与深度贫困地区结对帮扶活动，共计 56 家企业与数十个贫困县签署了帮扶协议。

网信人从未缺席

● 定点扶贫，给予资金支持

- 出资 300 万元设立佛坪高中高考激励基金，截至 2018 年底已发放奖励金 116.8 万元
- 出资 30 万元左右，继续开展高考激励基金项目
- 出资 80 余万元资助佛坪县银厂沟村文明建设项目
- 出资 120 万元资助佛坪县养老机构基础设施改善
- 2019 年上半年，捐赠 100 万元支持佛坪县发展特色产业

向当地图书馆捐赠价值 20 余万元的电脑、图书

向当地驻村干部捐赠价值 3 万余元的电话卡

● 脱贫路上，一直在行动

团结社会各界

- 2016 年底会同相关机构发起成立“网络公益扶贫联盟”，成立之初就吸收 100 多家网信企业参加，动员 7 亿多网民和社会各界共同参与脱贫攻坚。
- 2018 年 5 月设立“网络扶贫专项基金”，截至 2018 年底，已协调多家企业共计捐赠 6000 万元。

扶贫实效落地、精准到人

- 2018 年 12 月，通过线上线下多种方式，在 11 个城市、600 余社区街道、8000 多居民小区范围内，集中展示推广深度贫困地区优质的农特产品。
- 2018 年 10 月捐赠 50 万元支持四川省凉山州昭觉县开展致富带头人项目，计划资助 6 位彝族贫困户。

精准脱贫，是责任，更是使命，脱贫攻坚的第一线，永远有我们的身影，网络扶贫的道路上，我们的脚步从未停歇！

（来源：中国网信网）



“互联网+扶贫”助力脱贫攻坚

网络扶贫行动自2016年实施以来，为加快弥合“数字鸿沟”、助力打赢脱贫攻坚战作出重要贡献

文 / 王大洋

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央把脱贫攻坚作为全面建成小康社会的底线任务和标志性指标，作出系列重大部署，举全党全国全社会之力推进。经过6年多的不懈努力，脱贫攻坚取得重大历史性成就。连续6年每年减贫规模都在1000万人以上，改变了以往新标准实施后减贫人数逐年递减的趋势；贫困人口从2012年底的9899万人减少到2018年底的1660万人，打破了前两轮扶贫每当贫困人口减到3000万左右就减不动的瓶颈；全国832个贫困县已有436个脱贫摘帽，改变了贫困县越扶越多的局面；作为发展中国家，保持经济高速增长与大规模减贫同步，有效避免掉入中等收入陷阱。脱贫攻坚取得的巨大成就，为全球减贫事业贡献了中国智慧和方案，彰显了中国共产党领导的政治优势和社会主义制度优势。

作为脱贫攻坚的一项超常规举措，网络扶贫行动自2016年实施以来，围绕解决“两不愁三保障”突出问题，聚焦深度贫困地区和特殊贫困群体，充分挖掘互联网在精准扶贫、精准脱贫中的潜力，不断激发贫困地区和贫困群众自我发展的内生动力，为加快弥合“数字鸿沟”、助力打赢脱贫攻坚战作出重要贡献。



2016年11月29日，全国网络扶贫工作现场推进会在江西南都召开。参会人员走进宁都县小布镇，考察宁都电商园、赖沙电商村、小布镇“互联网+农家书屋”、网络扶贫开展情况等。图为工作人员介绍“扶贫口袋书”。图/本刊记者 刘沁娟 摄

网络扶贫行动作出五大贡献

一是在解决“用不上”问题方面取得了新进展。基本完成前三批电信普遍服务试点4.3万个贫困村光纤建设项目，贫困村通宽带比例达到97%。截至2018年底，我国贫困村固定宽带用户数达4522.9万户，移动宽带用户数达16854.6万户。

二是在解决“用不起”问题方面取得了新进展。引导支持基础电信企业对

建档立卡贫困户的基础通信服务资费套餐给予最大幅度折扣优惠。如中国电信四川公司向建档立卡贫困户免费赠送“致富包”套餐，为14.35万户贫困户节省通信费用1300余万元。

三是在解决“用不好”问题方面取得了新进展。截至2018年，累计支持737个国家级贫困县开展电子商务进农村综合示范，完善电商扶贫公共服务体系，推进贫困地区农产品上行。纳入综合示

范的贫困县2018年网络零售额超过1700亿元,同比增长50.5%。

四是在解决“用不活”问题方面取得了新进展。通过卫星和网络免费向贫困地区孩子推送704个学时的优质教学资源;建设运营益农信息社27.2万个,提供公益服务9579万人次,开展便民服务3.14亿人次;组织动员40家网信企业在凉山州实施帮扶项目62个。

五是在解决“用不准”问题方面取得了新进展。截至2018年底,中国社会扶贫网注册用户4165万人,贫困群众发布帮扶需求400多万件,对接成功率超过70%。963家三级医院通过远程医疗、教学、培训等方式,结对帮扶832个贫困县的1180家县级医院。

网络扶贫行动六大发力点

打赢脱贫攻坚战是全面建成小康社会的底线任务,兑现这项承诺是党中央向全党全国人民立下的“军令状”,必须完成,没有任何退路。现在距离2020年完成脱贫攻坚目标任务只有不到一年半的时间,正是最吃劲的时候。网络扶贫行动各相关地区和部门要认真学习领会和贯彻落实习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上的重要指示精神,牢记做好网络扶贫各项工作的初心和使命,为如期全面打赢脱贫攻坚战、如期全面建成小康社会作出新的更大贡献。

一是突出深度贫困地区,在加大网络扶贫工作力度上作出新贡献。以西藏、四省藏区、南疆四地州和四川凉山州、云南怒江州、甘肃临夏州这“三区三州”为代表的深度贫困地区,是全国贫困程度最深、扶贫成本最高、脱贫难度最大的区域,是脱贫攻坚的“坚中之坚、难中之难”。要在电信普遍服务中加快深度贫困地区贫困村光纤网络建设步伐,优先

支持深度贫困地区贫困村4G网络建设,优先支持深度贫困地区贫困村信息化建设,引导基础电信企业、互联网企业深入深度贫困地区开展结对帮扶,推动更多网络扶贫举措和项目向深度贫困县、贫困村倾斜。

二是突出特殊贫困群体,在创新网络扶贫帮扶举措上作出新贡献。全国建档立卡贫困户中因病致贫的比例超过40%,包虫病、大骨节病、风湿类风湿病等地方病多发,是贫困地区党委政府和贫困群众的心病。这些人群的比例越高,脱贫难度很大。要充分发挥网络扶贫优势,精准帮扶因病致贫因病返贫群众。同时,针对留守妇女、儿童、老人、残疾人等特殊贫困群体的实际需求,设计推出更多、更好的公益项目,为2020年脱贫攻坚探索新的扶贫道路。

三是突出普通话普及教育,在完善网络扶贫长效机制上作出新贡献。由于多种原因,贫困地区特别是少数民族聚居地区很多人不会汉语、不识汉字、不会说普通话。由国务院扶贫办、教育部发起和指导,中国扶贫志愿服务促进会负责组织实施的“学前学会普通话”行动试点项目目前已覆盖凉山州11个深度贫困县和安宁河谷6个县市区民族乡镇的2540个村,惠及儿童110452人。要充分利用互联网和信息化技术手段,开发先进适用软件,推进学龄前儿童“学前学会普通话行动”,帮助少数民族儿童实现听懂、能说、敢说、会用普通话的目标,有效阻断贫困代际传递。

四是突出精准消费扶贫,在巩固网络扶贫帮扶成果上作出新贡献。实施精准消费扶贫,有利于动员社会各界扩大贫困地区产品和服务消费,调动贫困人口依靠自身努力实现脱贫致富的积极性,促进贫困人口稳定脱贫和贫困地区产业持续发展,有效减少和防止贫困人

口返贫。互联网在消费扶贫方面具有独特优势。要鼓励和支持互联网企业积极参与消费扶贫,支持贫困地区完善网络基础设施和公共服务平台,不断提高贫困人口使用网络 and 用户终端等能力。鼓励大型电商企业为贫困地区设立扶贫专卖店、电商扶贫馆和扶贫频道,并给予流量等支持,解决好贫困地区特别是深度贫困地区的农产品产销对接问题。

五是突出平台渠道建设,在扩大网络扶贫社会参与上作出新贡献。要运用“互联网+”新模式深入推进社会扶贫工作,积极搭建社会扶贫平台,畅通社会扶贫渠道,凝聚社会扶贫力量,构建全社会力量参与脱贫攻坚的大扶贫格局。国务院扶贫办将积极推进中国社会扶贫网建设,构建爱心帮扶、电商扶贫、扶贫众筹、扶贫展示、扶贫评价五大平台,组织引导贫困群众通过互联网发布帮扶需求,广泛动员社会各界爱心机构、人士通过互联网参与贫困地区脱贫攻坚,精准对接好这些需求。

六是突出社会舆论引导,在营造网络扶贫良好氛围上作出新贡献。大扶贫需要大宣传,攻坚战传播正能量。要加大网络扶贫宣传力度,组织网络媒体广泛宣传网络扶贫各项惠民、富民政策措施,宣传先进典型,推广经验做法,形成常态化宣传工作机制,引导全社会关注支持参与网络扶贫,不断提高网络扶贫行动的社会影响力。在国家扶贫日、世界电信日、世界互联网大会等重要时间节点和场合,通过举办网络扶贫主题论坛、推送扶贫公益短信等形式,营造良好舆论氛围,擦亮“网络扶贫”名片。同时,要做好网络舆情监控,对打着扶贫旗号开展不法行为的情况,做到早发现、早处理,防止影响脱贫攻坚大局。■

(王大洋:国务院扶贫办社会扶贫司副巡视员)



迈入改革新阶段 踏上振兴新征程

——中央网信办助力佛坪打赢脱贫攻坚战

文 / 本刊记者 刘沁娟

佛坪县位于秦岭南坡腹地，因为交通不便，缺乏支柱产业，是陕西省的深度贫困县之一。作为中央网信办的定点扶贫点，佛坪县于2018年9月下旬正式“摘帽”，退出贫困县序列。

“我们原先的主导产业是花卉苗木和大鲵养殖，2017年成立银厂沟村集体经济合作社，运营以来已建立300亩观光农业。在中央网信办的帮扶下，‘绿野仙踪’专业合作社正在积极扩建，民宿产业正在加紧建设。”在佛坪县西岔河镇银厂沟村党支部书记马光明看来，中央网信办的帮扶效果很明显，最主要的是拓宽了村民的思路，比如说发展乡村旅游、全域旅游，村民开农家乐等，这对银厂沟村实现村民增收致富起到了很大作用。

电商让“钱袋子”鼓起来

“昔日野山棕，今日摇钱树”，这句俗语是佛坪县西岔河镇银厂沟村“绿野仙踪”专业合作社产销两旺的生动写照。这一切都要得益于中央网信办的精准帮扶。

银厂沟村因其地理位置偏远、人均耕地面积少、发展落后被划分为贫困村。为了维持生计，有劳动力的村民多选择外出打工，收入极不稳定。

野山棕是秦岭山中的常见林木，生长在海拔1200米左右无污染的大山深处，拥有防潮湿、耐腐蚀、不生虫、韧性强的特点。佛坪县山多田少，山区有上好的野山棕，但村民们并没有意识到野山棕的作用。

2013年，在外打工的姜东在一次返乡途中发现了家乡漫山遍野的山棕树，当时他心想，如果把这些棕榈做成床垫，会是一条不错的致富之路。2014年，姜东和妻子返乡，用打工积攒的二十多万元，购买设备、原材料，且动员乡亲们加入并教授技术，在自家的农家院挂牌成立“绿野仙踪”专业合作社。

姜东依然记得创业之初的不易：“那会儿我们没有渠道，也没有推广，自己背着宣传单到汉中西安各大商场小区去宣传。结果却不尽如人意，当时做的一百张床垫，一张都卖不出去。”

这时候，中央网信办来到佛坪帮助当地脱贫。银厂沟村属于中央网信办的定点帮扶村，2017年3月初，时任中央网信办驻银厂沟村第一书记的李冬建议姜东通过电商把产品卖到全国各地。姜东把这个好消息告诉家人，但家人并不放心：“在网上，见不到人，他们怎么会买我们的东西？”

面对乡亲们的疑惑，李冬主动帮助

姜东对接网络销售平台，实现“精准订单”。姜东拿着对接订单，按照自有人力实施生产，有效规避了市场风险。如今，有了网络销售这个“定海神针”，姜东的野山棕垫年销量达2000张，实现销售收入65万元。合作社也吸纳了二十多户群众入股，十多名贫困户在家门口务工，人均增收5000元。

此外，在中央网信办协助宣传报道后，合作社生产的棕榈床垫不仅销往全国各地，今年4月份还卖到了澳大利亚。

“自打来了第一书记和扶贫工作队后，村里发生了很大的变化，道路宽了也硬化了，还搞起了专业合作社，村民的钱袋子也鼓了起来。”马光明激动地说。

信息化平台打造智慧医疗

“这位患者的心电图显示为窦性心律，局限性右束支阻滞，建议结合症状尽快就医检查或拨打120急救电话。”53岁的银厂沟村村民肖生萍感觉肩背不适，心慌心悸，到村卫生室用可穿戴式12导联心电图机进行了检测，三分钟后，千里之外的北京解放军总医院远程心电诊断中心出具了诊断报告。

7月3日，“决战脱贫攻坚 决胜全面小康——陕西在行动”网络主题活动



7月3日，“决战脱贫攻坚 决胜全面小康——陕西在行动”网络主题活动首站走进佛坪县西岔河镇银厂沟村开展集中采访。图为佛坪县西岔河镇银厂沟村党支部书记马光明介绍银厂沟情况。图/陕西网 叶建峰 摄

首站走进佛坪县西岔河镇银厂沟村开展集中采访。村医韩春俊告诉西部网记者石永波，接到诊断报告后，他就紧急联系了肖生萍的家属告之诊断情况，目前已经将病人送到了汉中的大医院接受进一步的检查和治疗。

由于村里的条件有限，平常只能看一些感冒发烧等常见病，今年初在中央网信办的牵线下，中国互联网发展基金会组织北京恩福健康科技有限公司捐赠了智慧医疗设备和软件系统，可与北京的大医院直接连接，远程对冠心病、心脏病等进行监测和诊断。

据中央网信办驻银厂沟村第一书记訾雪岩介绍说，通过这些系统和设备，可以为群众家庭提供镇村智慧健康一体信息化平台，打造智慧医疗，实现公卫服务无纸化，减轻基层医生的工作压力。

“中央网信办对村里的支持很大，搞得很好，驻村第一书记和我们同吃同住，给予了很多帮助，非常感谢他

们。”该村唯一的在册贫困户李家顺对采访团记者说。李家顺今年78岁，是村里的五保户，家里就他一个人。他已经从原来居住的土坯房搬到了侄子盖的砖瓦房，生活质量有了很大提高。

近年来，在中央网信办的倾心帮扶下，银厂沟村完成了银厂沟污水处理站、污水管网、银厂沟大桥、乡村大舞台、旅游公厕、油菜花海观景平台、智慧旅游大屏幕等基础设施建设，拓宽了村级道路，村公共设施水平显著提高。

一如既往做好定点扶贫工作

举办摄影界网络名人“走进佛坪看扶贫”网络公益活动，让更多的人认识佛坪、关注佛坪；指导趣头条与佛坪县签订平安乡镇捐赠及寻趣乡村宣传战略合作协议并举行了签约仪式；举办2019佛坪第十届秦岭大熊猫文化旅游节之“主播带你游佛坪”采风活动，全网共计4950万总观看量、评论690

万条……近年来，中央网信办充分发挥网信优势，不断创新扶贫模式，精准施策、多点发力，在助力佛坪县脱贫攻坚、文化教育事业发展、全域旅游、电子商务、人才培养等方面给予了大力支持和帮助。

6月18日至19日，中央宣传部副部长、中央网络安全和信息化委员会办公室主任、国家互联网信息办公室主任庄荣文一行到中央网信办定点扶贫县佛坪县调研定点扶贫工作——看望慰问贫困户肖生贵、李家顺，调研秒家庄村智慧农业示范项目、肖家庄村秦岭臻药种植基地、佛坪初级中学基础教育信息化和中心敬老院消防设施建设，并看望慰问了五保老人。

在中央网信办调研佛坪脱贫攻坚工作汇报会上，庄荣文指出，佛坪这两年发展思路清晰明确，战略规划实施有力，脱贫攻坚扎实有效，各项工作成绩显著。以“整县脱贫退出”为标志，佛坪迈入了改革发展的新阶段，踏上了乡村振兴的新征程。

庄荣文强调，做好脱贫攻坚和定点扶贫工作，一要提高政治站位，深入学习贯彻习近平总书记关于脱贫攻坚工作的重要指示精神，依托网信优势，结合佛坪实际，创新政策举措，强化贯彻落实，切实增强责任感、紧迫感、使命感。二要聚焦重点任务，牢牢把握产业发展内生动力、绿色生态优势资源、扶志扶智治本之策和网信特色突出优势，切实提升佛坪脱贫攻坚和乡村振兴的工作成效。三是要加强组织领导，强化责任落实，攻克坚中之坚，注重久久为功，务求扶贫实效，推动脱贫攻坚各项工作任务不折不扣落到实处。

庄荣文表示，中央网信办将一如既往地做好定点扶贫工作，努力帮助佛坪实现稳定脱贫、推进乡村振兴。■



巧借力量搭平台 善用优势释红利

——中网联积极助力脱贫攻坚

文 / 本刊记者 潘树琼

“我不想天气那么变化莫测”“我不想每天只有书本”“我想去探索我不知道的世界”“我想让我们的生活更加丰富多彩”……2018年6月，由中国网络社会组织联合会（以下简称中网联）牵头主办的第二届汉藏双语移动应用程序征集活动启动仪式上，十几个西藏孩童通过镜头，表达了自己对接触网络、接触外面精彩世界的渴望。自举办以来，该活动搭建起汉藏移动互联平台，更好地促进了汉藏经济文化共通共融。

“让网络红利惠及更多群众”，这是中网联自2018年5月9日成立以来，充分

发挥自身优势和作用，坚持精准扶贫、网络扶贫的成果之一。短短一年时间，中网联用大量参与脱贫攻坚的实际行动，切实履行了社会责任，彰显了社会组织的公益性，并得到民政部社管局的通报表扬，称“中国网络社会组织联合会在脱贫攻坚中不失声不缺位，积极主动履行社会责任”。

流量扶贫，开创精准扶贫新模式

“我先买了，你们随意”“土家腊肉，安排上了”……3月19日，户外人气主播钱小佳在湖北省鹤峰县通过直播

向网友们推介土家腊肉等当地特产，引发网友抢购热潮。这是由中网联指导斗鱼直播特别策划的“鱼你同行，造梦公益”——斗鱼公益主播大行动中的一个环节。

曾经，鹤峰县作为国家重点帮扶的贫困县，由于销售渠道受限、电商运营人才匮乏、宣传意识不足等因素，烟熏腊肉、富硒茶、农家蜂蜜等农产品长期面临着滞销的困境。随着公益主播团将鹤峰县作为“流量扶贫”的第一个定向帮扶地点，情况发生了很大转变。

主播团充分利用流量优势，向网友宣介当地特色农产品，带领观众以“边看边买”的方式帮助贫困地区销售特产，取得了良好效果。直播间热度最高时达到2315万人次观看，实时售出1061斤农家腊肉、788斤恩施富硒茶叶以及123斤农家蜂蜜。在直播的三四个小时里，近3万人在线下单，热销的烟熏腊肉更是供不应求，订单已经排到了2020年12月，为当地村民带来了数十万元的收入。

斗鱼相关负责人在接受采访时表示，“流量扶贫”是“互联网+精准扶贫”新模式。“流量扶贫大行动”将自身优势与当地特产嫁接起来，通过直播让好产品被更多人认识和购买，解了当地村



4月8日，在中网联的指导下，“美团点评酒店民宿从业人员培训班”在陕西省汉中市佛坪县文化馆开班。供图/中网联

民“酒香也怕巷子深”的燃眉之急，为当地脱贫攻坚添砖加瓦。

据了解，湖北省鹤峰县是斗鱼“流量扶贫”的首个定向帮扶地点，今后“流量扶贫大行动”还将组织主播前往湖南、四川、云南、新疆、福建等省份的贫困地区，帮助当地销售优质特产、增加百姓收入，让“直播+电商+公益+扶贫”创新模式惠及更多人。

正如中网联相关负责人所说，公益事业是扶危济困的事业，是凝聚人心、增强正能量的事业。扶贫来源于公益，但公益不应止于扶贫。通过直播带动农产品销售，为农村脱贫点燃科技火种，成为政府扶贫的有力补充。活动号召平台主播在自身发展的同时，也时刻关注公益事业的发展，利用其自身影响力和粉丝号召力，提高公众对公益活动的关注度，并且承担起作为公众人物的社会责任感。

搭建桥梁，从网络脱贫走向网络致富

4月8日，在中网联的指导下，“美团点评酒店民宿从业人员培训班”在陕西省汉中市佛坪县文化馆开班，这标志着旨在提升贫困地区服务业从业人员创业技能的美团点评“新青年追梦计划”正式启动。

佛坪地处秦岭腹地，2018年刚刚摘掉贫困县的帽子。以往，当地村民常常三四天才能接一个编竹筐的活，挣上20多元钱；而如今借助互联网的宣传，随着西成高铁的开通，越来越多的背包客慕名而来，走进层层密林探寻大熊猫的踪迹，原生态成为佛坪当地新的旅游卖点。“希望游客在偶遇野生大熊猫的同时，还能吃上地道的农家美食。”大古坪村村民马芬去年花了10多万元，把自家的房子改造成农家乐，靠秦岭里的野生大熊猫和羚牛念起了生意经。

在佛坪，像马芬这样希望靠山致富的人不在少数。也正因为如此，这次针对酒店民宿从业人员的专题培训班，不仅吸引了当地100多名从事酒店民宿工作的学员到场学习，更受到佛坪县文旅局的欢迎，希望以“造血式”培训提升佛坪县酒店和民宿软实力，培育本地乡村旅游人才，让更多从业者成为乡村“富民”新兴产业代言人，以此推动佛坪县乡村旅游产业健康发展，从而带动贫困户脱贫致富。

靠山致富的想法很快有了回报，美团点评副总裁陈荣凯表示，2019年清明期间，佛坪光是熊猫谷一个景区就卖出了将近1万张门票，佛坪的旅游产业蕴藏着巨大潜力。有能力有市场，就可以实现可持续发展，从脱贫走向致富。

正如全国人大社会建设委员会副主任委员、中国网络社会组织联合会会长任贤良在开班仪式致辞中所言，中网联组织部分互联网企业走进佛坪，就是要搭建一座产业扶贫、消费扶贫、教育扶贫的桥梁，助力佛坪县的经济社会发展。希望发挥互联网企业优势，不局限也不满足于网络扶贫取得的成绩，还要努力在网络致富上作出更大贡献。

整合资源，形成脱贫攻坚帮扶合力

参与脱贫攻坚，既是社会组织的重要责任，又是社会组织服务国家、服务社会、服务群众、服务行业的重要体现，更是社会组织发展壮大的重要舞台和现实途径。自成立以来，中网联积极整合资源，充分调动社会组织力量，助力脱贫攻坚。

一是搞好宣传发动。召开社会组织扶贫工作座谈会、互联网企业扶贫工作座谈会，参与主办网络扶贫工作推进会，传达中央扶贫精神，解读国家扶贫政策，指导有关互联网企业制定扶贫工

作计划，发布《网络扶贫倡议书》，动员广大网络社会组织和互联网企业积极参与网络扶贫工作。

二是开展交流研讨。主办2018网络扶贫高峰论坛、协办第五届世界互联网大会“网络公益与扶贫：消除饥饿与贫困”分论坛，邀请中外政府机构、国内外社会组织、企业、智库等出席活动，共同探讨如何在减贫与发展领域更好地发挥互联网的作用，加强政府、社会组织和企业之间的协作，缩减“数字鸿沟”，释放“数字红利”。

三是推广典型案例。组织开展网络扶贫优秀案例征集活动，推选出8个网络扶贫最佳创新案例、30个网络扶贫优秀案例；参与主办“因爱同行”2018网络公益年度总结发布活动，推选出扶贫攻坚、教育助学等领域45个网络公益典型。通过会议发布、媒体宣传、线上展示等多渠道宣传推广，树立网络扶贫典型，引导网络社会组织和互联网企业积极参与网络扶贫工作。

2019年，中网联的网络扶贫主要思路是“发挥优势、整合资源、精准对接”。第一是搭平台，加强与脱贫需求地和互联网企业的联系，帮其达成扶贫合作相关意向；第二是办活动，此前已经举办的取得良好效果的活动，中网联今年将继续举办；第三是推出落地项目，寻找相关机会，将扶贫项目实施落地，为扶贫事业的发展贡献力量。

中网联相关负责人表示，现在距离2020年完成脱贫攻坚目标任务仅有不到一年半的时间，剩下的都是难啃的硬骨头，是贫中之贫，困中之困，正是最吃劲的时候，越到紧要关头，越要坚定必胜的信心，越要有一鼓作气的决心。希望广大社会组织尽锐出战、迎难而上，为如期全面打赢脱贫攻坚战、如期全面建成小康社会作出新的更大贡献。■



下足“绣花”功夫 架起网络“天路”

——四川网络扶贫工作向纵深推进

文 / 高鹏

四川是全国脱贫攻坚的主战场。近年来,全省网信系统深入贯彻落实习近平总书记关于实施网络扶贫行动的重要指示精神,尤其是对四川及凉山脱贫攻坚的重要指示精神,突出发挥互联网和信息化在精准扶贫中的重要作用,下足“绣花”功夫,压紧压实工作责任,聚力聚焦重点地区,抓细抓深帮扶项目,推动网络扶贫区域全覆盖、网信力量参与全覆盖、贫困群众需求对接全覆盖,实现网络扶贫工作“随时随地、四通八达”。

强化统筹协调,网聚攻坚力量

四川省委、省政府高度重视网络扶贫工作,将其纳入全省脱贫攻坚总体部署、纳入年度目标考核。省委网络安全和信息化领导小组会议专题研究网络扶贫工作,审议通过《四川省网络扶贫行动计划》。省委网信办作为牵头抓总部门,始终把网络扶贫作为政治机关重要政治任务统筹推进,成立省级三十多家部门(单位)参加的网络扶贫行动部门协调小组,形成省、市、县、乡、村五级联动机制。四川省级相关部门(单位)、21个市(州)和相关县(市、区)网信部门建立专责队伍,定期召开联席会议和不定期召开专题会议,研究推动重大项目和重要活动落地实施。广泛号召和充分发动

互联网企业、网络社会组织等参与网络扶贫工作,推动政府、市场、社会协同互动,整合汇聚资金、技术、人才、项目等优势资源。四川网络扶贫工作合力进一步形成,活力进一步释放,构筑起网上网下同心圆。

下足“绣花”功夫,深耕帮扶项目

四川坚持以钉钉子精神抓落实,下足“绣花”功夫做工作,以项目为抓手、以项目落地为指标、以跟进追踪项目推进情况为手段,坚持靶向发力、分类施策。四川省委网信办会同扶贫开发、卫

生健康、教育、商务等部门,实行“一县一策”“一村一计”,精准剖析贫困地区贫困人群实际困难,精准对接地方需求和企业意向,精准制定帮扶项目计划。坚持“清单制+责任制”,建立网络扶贫项目工作台账。按照分级负责、属地管理原则,各地各部门对各自推进的网络扶贫重点项目明确实现路径、覆盖范围和完成时限,即时跟进工作进度,按时上报进展情况。除凉山州重点项目每月向四川省委网信办报送工作进度外,其余市(州)项目推进情况每季度上报一次。四川省委网信办及时汇总全省相关情况,

四川省绵阳市安州区综合帮扶工作队通过微信朋友圈,把昭觉县庆恒乡核桃卖成“牌子货”,为当地村民增收七万余元。图/《四川日报》记者 何海洋 摄



定期报送四川省委网信委和中央网信办。据不完全统计,全省纳入台账管理的网络扶贫重点项目从《四川省网络扶贫行动计划》印发时的35个增加到目前的132个。截至2019年6月底,全省已完成网络扶贫重点项目56个,正在实施的项目113个,预计今年年底完成全部项目的90%以上。

聚焦重点难点,精准扶贫济困

四川省坚持聚力聚焦彝区藏区等深度贫困地区。彝区藏区是全省贫困程度最深、脱贫任务最重、脱贫难度最大的地区,凉山是全国典型的深度贫困样本地区,一直受到习近平总书记的格外关怀和深情牵挂。2018年10月,在凉山召开了全国深度贫困地区网络扶贫工作现场推进会暨网络扶贫凉山行活动,活动达成多个意向,中国电信、阿里巴巴、腾讯、58集团等互联网企业与凉山州政府、州级部门、凉山州17县(市)达成签约项目95个。同时,按照“中央要求、援建所能、地方所需”的原则,浙江、广东两省网信部门推动落实二十多个东西部协作对口帮扶项目,佛山、凉山两地将网络扶贫列入“1+8”对口帮扶协议,腾讯在凉山会东、普格、昭觉、雷波等县实施“腾讯为村”计划,唯品会对凉山州300名小学、初中、高中学生实施圆梦助学计划,浙江龙泉投资700万元在广元市昭化区启动“龙泉·昭化”东西部协作电商扶贫。甘孜、阿坝藏区启动实施了汉藏双

语手机、医学影像远程诊断等网络扶贫项目。

借助互联网的力量,彝区藏区百姓大大受益,人民生活生活面貌也发生了深刻变化。

力推五大工程,打造特色品牌

人口多、底子薄、不平衡、欠发达是四川省的基本省情。针对区域差异和发展上的不平衡,省地各部门因地制宜,纷纷探索符合实际的思路、举措,奋力推进网络扶贫五大工程。

网络覆盖方面,通过贫困地区信息基础设施的改善,不断缩小城乡“数字鸿沟”,为“互联网+”带动村民脱贫致富奠定了基础。截至目前,全省行政村光纤通达率、4G通达率分别达到98%、93%,信息高速路通达甘孜、阿坝、凉山等地部分基本通信难保障的贫困地区,实现“一步跨千年”。

农村电商方面,44个贫困县(含20个深度贫困县)获国家级电子商务进农村综合示范项目,创建21个省级电子商务脱贫奔康示范县,全省电商产业扶贫链吸纳贫困人口就业超过2万人,促进贫困地区人均增收3250元,带动151个县(市、区),建设贫困县电商服务网点11071个。

网络扶智方面,全省实现8760个边远农村教学点数字教育资源全覆盖、15万个班级“优质资源班班通”、450万名师生“网络学习空间人人通”,成都七

中、成都实验小学、成都机关三幼等优质校(园)优质教育资源通过“一块屏”方式传输到民族地区228所中小学、幼儿园。全面推进精准扶贫农民网校建设,230多万农村青壮年、返乡农民工接受专业技能培训。

信息服务方面,建成扶贫大数据平台,中国社会扶贫网四川注册用户270万余人、发布需求信息12万余条、对接成功8万余条。四川科技扶贫在线入驻专家1.8万余名、信息员4.5万余名,在线专家服务14.9万次。实现全省625万贫困人口、11501个贫困村和88个贫困县基本状况、致贫类型、贫困需求等内容一键查询。

网络公益方面,围绕困难群众生产生活需求,用好用足各类互联网资源,精准实施“爱心包裹”“暖冬行动”“轮椅天使压疮防治”“云朵妈妈专业志愿者培训”等公益项目。四川省委网信办联合四川团省委实施“免费车票”公益扶贫项目,有效解决义务教育阶段贫困儿童上学放学路途远、坐车难的问题。

三年来,社会各界给予四川网络扶贫工作极大的支持和关注,超过百万网民积极参与四川网络公益活动,上百家企业开展线上线下帮扶项目。通过网络扶贫五大工程的实施,全省上下形成对网络扶贫工作的共识,各地各部门工作成效得到人民群众的认可,起到统一认识、凝聚人心、巩固阵地的良好效果。

下一步,四川省委网信办将认真总结网络扶贫工作经验做法,紧密结合数字乡村战略实施,更好运用互联网、大数据等新技术新应用巩固提升网络扶贫工作成效,推动精准扶贫、精准脱贫往深里走、往实里做,为同步实现全面小康贡献更多网信力量。
(高鹏:四川省互联网信息办公室信息化协调处处长)

四川省委网信办将认真总结网络扶贫工作经验做法,紧密结合数字乡村战略实施,更好运用互联网、大数据等新技术新应用巩固提升网络扶贫工作成效,推动精准扶贫、精准脱贫往深里走、往实里做,为同步实现全面小康贡献更多网信力量。



统筹推进明分工 多措并举现成效

——内蒙古全力推进网络扶贫行动

文/朱寰

按照2016年中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办联合印发的《网络扶贫行动计划》总体要求，内蒙古自治区党委网信办结合内蒙古自治区网络扶贫工作实际，采取了一系列措施，包括开展试点示范、打造典型案例、召开专题会议等，全力推进网络扶贫行动。

做好顶层设计

内蒙古自治区党委网信办会同自治区发改委、扶贫办、工信厅、通信管理局联合制定印发《内蒙古自治区网络扶贫三年行动计划（2018—2020年）》，提出加大“互联网+”扶贫力度，加强统筹协调，创新工作机制，从网络设施、移动终端、信息内容、电商平台、公共服务等方面综合施策、系统部署、同步推进，组织实施网络覆盖、农村电商、网络扶智、信息服务和网络公益等五大工程，提出了组织实施贫困地区网络覆盖工程、大力发展电子商务、深入推进网络远程教育、建立完善“七个一”信息服务体系、开展“N+1”网络公益扶贫活动等重点工作，明确了各地区各部门任务分工，推动网络扶贫行动向纵深发展，进一步发挥互联网、大数据等在脱贫攻坚中的作用，凝聚全社会力量推进

精准扶贫、精准脱贫。到2020年，内蒙古自治区将实现贫困地区宽带网络基本覆盖、网络扶贫行业应用广泛开展、信息服务体系基本完善，贫困地区“造血”能力进一步提升，贫困群众共享互联网和信息化发展成果进一步显现。

开展试点示范

内蒙古自治区党委网信办选取内蒙古自治区兴安盟科尔沁右翼中旗为网络扶贫工作试点地区。通过组织实施网络扶贫行动五大工程，实现补齐网络基础设施短板，拓宽农畜产品网上销售渠道，提高贫困人口就业创业能力，健全扶贫信息综合服务体系，汇聚社会公益扶贫脱贫力量的五个工作目标。

第一，内蒙古自治区通管局深入推进电信普遍服务工作，特别是要集中力量推进开展5%未通宽带贫困村的网络

覆盖工作，缩小贫困地区与其他地区的信息化差距。

第二，内蒙古自治区广电网络集团牵头实施推广内蒙古公共文化服务平台。通过使用平台的远程教育、法律咨询、农牧资讯、社会服务、党建工作、电视图书馆、远程医疗、旅游服务、便民服务等一系列功能，整体提升扶贫工作水平。

第三，加强与阿里巴巴、京东、苏宁等大型电商平台的合作和交流，采取在国内大型电商平台建立科右中旗扶贫馆和覆盖173个行政村的“草原淘宝”门店相结合的形式，重点推介当地特色产品（包括农畜产品、民族特色产品和乡村旅游产品等），拓宽特色产品网上营销渠道，带动贫困群众持续增收、稳定脱贫。

第四，内蒙古自治区教育厅继续推

到2020年，内蒙古自治区将实现贫困地区宽带网络基本覆盖、网络扶贫行业应用广泛开展、信息服务体系基本完善，贫困地区“造血”能力进一步提升，贫困群众共享互联网和信息化发展成果进一步显现。



2018年7月6日,“脱贫攻坚在行动 绿色发展看兴安”网媒探访团前往内蒙古自治区兴安盟突泉县杜尔基镇红光村脱贫攻坚指挥部扶贫车间探访。图/本刊记者 刘沁娟 摄

进“同频互动课堂”系统建设和应用,积极争取自治区内优质教育资源向本地区尤其是师资力量薄弱的中小学输送。

第五,在充分利用当地现有扶贫信息平台的基础上,为充分满足工作需要,建立扶贫信息综合大数据平台,支持当地扶贫信息化建设;优先筹划建立动态数据收集和扶贫工作队员管理平台;建设地理信息平台,实现基于地理信息的政务信息管理;建设政务服务平台,提升政府便民服务水平。

第六,会同当地企业建设有机水稻认领平台,实现水稻种植的全过程视频追踪和溯源体系,广大网民可以通过平台认领水稻种植,个性化定制种植过程,实现从田间到餐桌的定向服务。

第七,开展一对一网络公益扶贫活动。组织不少于10家网信企业各帮扶一个贫困村的一对一网络公益活动。加强网络宣传引导,运用多种形式的可视化网络作品,向全社会讲好网络扶贫故事,传播网络扶贫好声音,提升脱贫攻坚网络宣传影响力。

打造典型案例

内蒙古自治区党委网信办主动对接北京字节跳动科技有限公司,推荐“兴安盟·哈日道卜大米”入选该公司“山货上头条”网络扶贫项目。使用人工智能技术,实现个性化信息推荐效果,精准匹配消费者需求和贫困地区农产品销售需求。充分发挥今日头条、抖音、西瓜视频、火山小视频等互联网平台优势,整合平台优质的创作者资源和平台流量资源,通过图文、图集、短视频、小视频、直播等丰富的内容形式,宣传推广当地特色物产,提升产品价值,拉动产业发展,助力脱贫攻坚。在“山货上头条”扶贫项目助推下,使得“兴安盟·哈日道卜沙地大米”在短时间内销量破4.5万单,销售额破310万元,占有线上销售的90%,惠及229户建档立卡贫困家庭,让兴安盟大米品牌走向全国。因扶贫成效明显,方式方法新颖,“兴安盟·哈日道卜沙地大米”成为2018年“山货上头条”项目6款重点打造的扶贫产品之一。

召开专题会议

2018年,内蒙古自治区党委网信办组织28家自治区有关部门和单位召开全区网络扶贫工作调度会。会议传达了中央网信办、国家发改委、国务院扶贫办在四川省凉山州举办的全国深度贫困地区网络扶贫工作现场会推进会精神,听取了内蒙古自治区有关单位网络扶贫2018年工作进展和2019年工作计划的汇报。会议指出,深入实施网络扶贫行动是《中共中央 国务院关于打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见》的明确要求。会议强调,一是要进一步提高对网络扶贫工作的认识,切实增强网络扶贫工作的责任感、使命感和紧迫感;二是要突出网络扶贫工作的重点,以网络覆盖工程为基础,农村电商工程为动力,网络扶智工程为核心,信息服务工程为支撑,网络公益工程为保障,全力推进网络扶贫行动向纵深发展;三是要压实网络扶贫工作责任,切实加强组织领导,压实各级工作责任,强化落地,务求实效,做到人员到位、责任到位、工作到位、效果到位。

做好六项工作

下一步,内蒙古自治区党委网信办将按照中央网信办等部委联合印发《2019年网络扶贫工作要点》文件要求,一是聚焦贫困地区网络扶贫工作实地调研,进一步了解基层工作实际;二是加快推进东西部网信产业合作,推动网络扶贫东西部协作项目实施;三是引导网信企业与贫困地区开展网络扶贫结对帮扶;四是将网络扶贫工作纳入内蒙古自治区信息化综合试点示范工作内容;五是推进网络扶贫五大工程升级版;六是做好网络扶贫与数字乡村建设衔接。■
(朱寰:内蒙古自治区党委网信办信息化发展与技术处)



架设信息“通路” 打通群众“心路”

——西藏网络扶贫工作健康协调发展

文/卞文

“感谢这个网络扶贫活动，双语手机让我们和亲戚朋友的联系更加方便、更加实惠了，每天都能联系了！”西藏自治区日喀则市定日县加措乡比布村村民格桑的幸福洋溢在脸上。

而这，正是西藏农牧民群众对网络扶贫汉藏双语手机捐赠活动发自内心点赞的一个缩影。

手机服务：更好向贫困群众传播党的声音

党中央、国务院高度重视西藏网络扶贫工作，早在2017年就将西藏列为首批七个试点地区之一，在全国率先推进网络扶贫，凸显了对西藏的特殊关怀和深情厚爱。中央网信办积极贯彻落实党中央、国务院的治藏方略和网络扶贫政策，着眼于为贫困农牧民群众提供汉藏双语移动互联网信息服务，通过中国互联网发展基金会成立网络扶贫专项基金，组织腾讯、小米、中国移动等网信企业募集2900万元资金和价值800万元的移动通信服务，由西藏自治区党委网信办负责实施，在西藏开展网络扶贫汉藏双语手机项目。

网络扶贫汉藏双语手机项目通过研发推广汉藏双语国产手机，并向贫困农牧民群众免费发放，以资讯、政策、科技、娱乐等信息为主要内容，以藏语音视频技术为重要载体，以移动互联网为



2018年7月30日，网络扶贫双语手机捐赠公益活动发布会暨网络扶贫工作推进会在西藏拉萨举行。
图/本刊记者 潘树琼 摄

支撑，开展面向基层农牧民的定向精准扶贫手机服务，旨在逐步消除群众使用移动终端和信息服务时的语言障碍，更好向贫困群众传播党的声音。此次活动覆盖西藏7个市地、27个区县、1054个乡镇、172个乡、910个村、132座寺庙点，直接受益群众2万户。该项目获评2018年网络公益年度项目。

汉藏双语手机捐赠工作是以局部切口带动整体工作、以务实举措推动政策落地的一次重要尝试，是发扬“两路”精神架设青藏高原“信息通路”、打通基础

群众“心路”的一项重要举措，也是对西藏“一全三多”（即全方位、多机制、多渠道、多平台）网络扶贫工作思路的具体实践。

“一全三多”：加快弥合贫困地区数字鸿沟

“一全三多”网络扶贫工作，通过积极动员全社会力量广泛参与网络扶贫事业，带动贫困地区信息化水平提升，“互联网+电商扶贫”“互联网+教育扶贫”“互联网+医疗扶贫”显著增强了贫困群众的获得感，加快弥合贫困地区数

字鸿沟,让贫困地区、贫困群众在信息化浪潮中不掉队。

全方位,打造网络扶贫大格局。自2017年建立起全区36个委办厅局参与的西藏自治区网络扶贫工作机制,定期召开网络扶贫工作会议,确定了39个网络扶贫试点地区。试点地区重点扶持农村电商工程、网络扶智工程、网络扶贫信息服务工程,有效推动西藏网络扶贫工作健康协调发展。同时,西藏自治区党委网信办在主持编制由自治区人民政府发布的《西藏自治区“十三五”时期信息化发展规划》中,也将网络扶贫工作列入重点发展项目,落实责任,定期督导,保证网络扶贫在全区脱贫攻坚工作中发挥实效作用。

多机制,加快贫困地区信息化基础设施建设步伐。通过政策、资金、企业、技术的主力作用,充分发挥电信普遍服务机制、援藏机制、IPv6规模部署行动计划等作用,通信运营商积极落实“提速降费”、大力推进“光改”、实施宽带降费等举措,加大对贫困县的技术和资金倾斜,优先扶持贫困地区的网络覆盖工程,补齐边境县乡、深度贫困地区发展短板。各地市积极加快农村社会公共服务和农业农村信息化建设,西藏自治区党委网信办、西藏自治区经济和信息化厅、西藏大学、中国移动西藏公司等多部门联手推进以移动互联网为载体、藏语文音视频为手段的农牧区信息化扶贫;拉萨、林芝、昌都、日喀则在全区先后启动数字城市试点建设。

多渠道,推动贫困地区电商扶贫再上新台阶。通过政府部门以点带面、网信企业精准定位、金融扶贫服务为先,全力支持贫困地区电商扶贫。以贫困县、建档立卡贫困村及贫困户为重点,通过西藏农村综合信息服务站全面升级建设、“互联网+精准扶贫”专项行动

“一全三多”网络扶贫工作,通过积极动员全社会力量广泛参与网络扶贫事业,带动贫困地区信息化水平提升,“互联网+电商扶贫”“互联网+教育扶贫”“互联网+医疗扶贫”显著增强了贫困群众的获得感,加快弥合贫困地区数字鸿沟,让贫困地区、贫困群众在信息化浪潮中不掉队。

等,选取试点行政村,从物流体系建设、电商人才培养、产品溯源建设等途径,提升农村电商的质量规模。结合特色产业扶贫,充分发挥区内电子商务与商贸物流协会引领作用,利用区商务厅与阿里云合作的“藏货通天下”平台,全方位做好贫困户自产农特产品的网销服务。积极发挥阿里巴巴、京东、苏宁等大型互联网企业的带动作用,高起点地打造农村电商运营平台,助力贫困户脱贫。进一步完善西藏金融精准扶贫工作机制,通过银行与自治区行业主管机构签订产业扶贫贷款战略框架协议、农行西藏分行等金融机构农牧区移动端支付环境建设等重要举措,逐步形成“金融+网络扶贫”的有效模式,创造性地开展金融网络扶贫工作。

多平台,建立健全贫困地区信息服务体系。通过打造西藏自治区“互联网+政务服务”平台、“西藏发布”政务双微发布大厅为代表的西藏“扶贫+政务信息”新媒体体系,建立自治区权威信息发布渠道。通过全区扶贫开发系统的升级,建立起了人有名、户有卡、村有册、乡有簿、县有档、地市有平台、自治区有数据库的建档立卡信息系统。通过“扶贫+公共文化服务信息化”平台建设,积极推进贫困县公共数字文化服务网络建设,其中山南、林芝两市实现公共数字文化服务工程全覆盖。通过西藏农村综

合信息服务平台升级建设,以及同步开展的“益农信息服务社”建设,积极推动农牧区技术进步和增收致富。

未来展望: 将网络扶贫与数字乡村建设等工作相结合

下一步,根据党中央、国务院对网络扶贫工作的要求,西藏将结合区情,以信息化发展中群众的需求为导向,将网络扶贫工作与数字乡村建设、加快边境地区发展、南亚大通道建设等重要工作紧密结合。一方面,进一步强化顶层设计,充分发挥网信办在全区网络扶贫协调机制中的统领作用,引导各行业各部门从制度建立、工作程序、项目规划等方面加强统筹规划,建立网络扶贫工作绩效考核办法,加大工作督查力度;另一方面,开展“网络扶贫深度贫困地区行”活动,注重扶贫与扶志、扶智相结合,改变新生代基层农牧区群众落后思想观念、增强脱贫信心、培养创业技能、全面提升素质和能力,通过网络扶智催生“内在动力”,彻底拔掉穷根子。同时,继续推进藏语语音、视频技术研发和应用工作,加强网络扶贫信息化内容建设,整理和开发符合基层农牧民群众日常生活所需的App,逐步消除基层群众使用网络服务时的语言障碍。

(下文: 西藏自治区党委网信办网络安全和信息化协调处)

网络覆盖工程

技术助力，架起贫困地区“信息高速路”

如何在贫困地区充分释放互联网红利，为贫困群众提供用得上、用得起、用得好的信息网络服务，是脱贫攻坚需要解决的重要问题

文 / 本刊记者 李晗

“今年春节期间，独龙江乡迪政当村青年木金辉用手机在网上购买了一台小钢琴。也许大家会说，这不就是网购嘛，值得在这里说道吗？独龙族是从原始社会末期直接过渡到社会主义社会的少数民族，全族迈出这一步，实在是太不容易了！”2019年全国两会“代表通道”上，贡山县人大常委会主任马正山面对直播镜头，生动讲述着这个曾经贫困落后的小县城发生的改变。

如何在贫困地区充分释放互联网红利，为贫困群众提供用得上、用得起、用得好的信息网络服务，是脱贫攻坚需要解决的重要问题。中国移动充分发挥自身优势，利用信息化手段推进扶贫工作，持续完善贫困地区通信基础设施建设，为贫困地区插上信息化的翅膀。

从“放炮传信”到信息高速路

云南省贡山县独龙江乡深处峡谷是独龙族的聚居地，自然条件十分恶劣，一直是云南乃至全国最为贫穷落后的地区之一。说到这里的通信历史，当地流传着“放炮传信”的故事：二十多年前，从独龙江乡到贡山县城要走4天，叫人马驿道。独龙江乡巴坡村有430多平方公里，该村斯拉洛村民小组100多户，有些住在东边，有些住在西边，通知开会要用很长时

间。当时的老县长发明了“放炮传信”的方式，并约定重要会议和紧急会议放两炮，一般会议放一炮，头天晚上放炮，第二天下午开会。

2004年，云南移动实施“兴边富民移动通信工程”，中国移动云南公司贡山分公司副总经理马春海一个人顶风冒雪，爬了三天高黎贡山，到独龙江乡采集基站资料。独龙江乡有6个村委会，干这个工程用了差不多三年时间。因为独龙江乡不只是山多，灾也多，无灾不成年，冬天是雪灾，夏天是山体滑坡、泥石流。除去雨季和大雪的冬季，独龙江乡施工黄金

期也就一两个月。

在艰苦的条件下，马春海无数次翻越高黎贡山，为独龙江乡巴坡、马库、献九当、龙元、迪政当、孔当等6个边远山区行政村开通了GSM移动通信网络，从此宣告中国最后一个不通电话的少数民族聚居区进入了通信时代。

2014年初，习近平总书记给云南省贡山县独龙江乡群众回信，强调“加快脱贫致富步伐，早日实现与全国其他兄弟民族一道过上小康生活的美好梦想”。

同年，独龙江乡公路隧道正式贯通。马春海和同事们在独龙江乡开山后立即



2018年7月1日，云南昭通绥江县会议镇黄坪村方家片区，中国移动云南公司昭通市绥江县分公司党员干部和方家片区党支部党员在李子收购开始前，举行重温入党誓词的仪式。供图/中国移动

进驻到独龙江乡，架光缆、竖铁塔、装设备、测信号，争分夺秒地为早日开通4G基站而努力。公路不通，他们就身背肩扛，走遍独龙江乡每一个大小山头，终于在2014年6月底成功将4G基站建成开通，独龙江乡也成为当时怒江唯一所有村委会都开通了4G的乡镇。经过一年多的网络建设和优化，贡山县所有城乡及风景区实现了4G网络连续覆盖。

这一跨越是我国贫困地区分享信息化红利的一个缩影。2004年至2015年，中国移动在“村通工程”中累计投入458亿元，建设了6.2万个通信基站。其中，在珠穆朗玛峰大本营率先开通了2G和4G基站；在南沙岛礁开通移动通信基站，完成了对南端蓝色国土的覆盖，实现“隔山隔水不隔音”的美好愿景。

“互联网+”探索脱贫新路径

子世应是云南丽江人，今年51岁，1990年来到独龙江乡打工。开始主要跑运输，到了这两年，当地村民陆续有人请他帮忙在往返县城时捎带快递。尤其是4G网络在独龙江乡铺开以后，让他带快递的人越来越多，这让子世应看到了开办快递业务代理的商机。“即使在贡山县城，三年前也只有两家快递公司，如今在独龙江乡就有8家快递公司。”子世应向媒体介绍道。

村民生活发生巨变的背后，是“互联网+”的落地开花。2015年11月15日，云南省首个乡镇级“移动互联网+项目办公室”在独龙江乡揭牌。马春海也有了新的头衔——项目办公室负责人。该项目从“互联网+政务服务”“互联网+电商”“互联网+旅游”“互联网+教育”“互联网+宽带乡村”等5个领域入手，为独龙江乡信息化建设提供优质服务。

中国移动云南公司与云南省农业厅还共同打造了“彩云优品”电商平台，为

中国移动将持续推进完善贫困地区通信基础设施建设，并通过信息化手段，在改善民生、产业扶持、医疗健康、教育扶智等方面持续发力，全力以赴助力贫困地区脱贫攻坚，努力让贫困地区、贫困群众搭上互联网发展快车。

独龙江乡特色种养业的销售搭建互联网平台，让苹果、重楼、当归、独龙毯等特色产品通过网络销售出去。为了让村里的乡亲熟悉并用好平台，马春海和工作人员多次深入乡里6个行政村开展现场培训，还有很多年轻人电话咨询他如何开店。现在村里人人都会网上开店，人人争当电商，当地贫困户走上了一条可持续发展的致富道路。

通路通网后，语言隔阂成为村民“走出去”面临的一大障碍。《网络扶贫行动计划》指出，实施网络覆盖工程，要推动民族语言语音、视频技术研发，以及要消除少数民族群众使用移动终端和信息服务时的语言障碍。

2018年，中国移动与云南省教育厅开展“语言扶贫”项目，为深度贫困群众提供移动定制品牌4G+智能手机免费领或半价购优惠；手机预装“语言扶贫”App，帮助贫困人群自助识字、学普通话；补贴流量费用，免去贫困人口流量付费的后顾之忧。

“语言扶贫”App基于人工智能和大数据技术，为中小学和少数民族地区汉语学习者提供个性化语言学习系统。该系统支持语言及语音智能评测与诊断，帮助学习者至少完成500个高频词和1000个常用句的普通话学习，通过日常生活场景化教学，提升学习兴趣和学习效果。

2018年底，独龙江乡农民人均纯收入达到6122元，比十年前增长近6倍，率

先实现整乡整族脱贫摘帽。十年间，昔日村民住的茅草房、木板房、篾芭房，如今已被水电入户、卫生整洁、广播电视设施齐全的框架结构安居房取代，村民们对未来的生活更加有信心。

“一跃千年”开通5G基站

2019年4月，中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办、工业和信息化部联合印发《2019年网络扶贫工作要点》。其中提到，深化拓展网络覆盖工程，加快推进电信普遍服务第四批试点建设。据悉，中国移动自2015年起全面参与前四批试点中25省的网络建设。其中，前三批行政村有线宽带覆盖总投资近80亿元，第四批偏远地区4G覆盖试点中参与18省的建设，建设规模超过4500个行政村。

4月，中国移动云南公司为独龙江乡开通了5G基站，这也是云南省第一个开通5G的乡镇。在5G网络支撑下，独龙族群众现场体验5G虚拟现实。5月，怒江州贡山独龙族怒族自治县老县长高德荣在自己的家乡独龙江乡使用5G网络拨通云南首个5G电话，连线对话中央媒体云南行采访团，这是云南首个双向5G语音和高清视频通话。

下一步，中国移动将持续推进完善贫困地区通信基础设施建设，并通过信息化手段，在改善民生、产业扶持、医疗健康、教育扶智等方面持续发力，全力以赴助力贫困地区脱贫攻坚，努力让贫困地区、贫困群众搭上互联网发展快车。

信息服务工程

高效触达，三农信息助力脱贫攻坚

以科技推动三农信息普惠，让三农信息实现更高效分发和更精准触达，从而使得更多贫困地区从中获益，助力脱贫攻坚和乡村振兴

文 / 本刊记者 李晗

秋子是湖南怀化人，出生在一个叫“老寨村”的侗族寨子，这里隶属于通道侗族自治县，是湖南省20个国家级贫困县之一。2017年，她开始发布短视频，分享湘西侗寨风情。如今，秋子已成长为肩负着家乡脱贫希望的“三农合伙人”和“优秀扶贫达人”，为家乡卖出了32万元的小黄姜，帮助了69个贫困家庭，还让200多万粉丝爱上了这里的乡村好风光。

这位侗族姑娘通过拍短视频带动乡亲们脱贫的背后，是平台方给予的大力扶持。平台方探索出“带动式”“精准式”“造血式”三种扶贫模式，以科技推动三农信息普惠，让三农信息实现更高效分发和更精准触达，从而使得更多贫困地区从中获益，助力脱贫攻坚和乡村振兴。

打造网络扶贫带头人

2016年10月，中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办联合印发《网络扶贫行动计划》。《计划》在“实施信息服务工程”中提出，培养一村一带人。在每个贫困村选取有文化、懂技术、会经营的能人及村“两委”成员特别是村党组织书记作为网络扶贫带头人，发挥带头人的示范引领作用，

加强培训指导，提高信息技能。

秋子成为网络扶贫带头人是从“乡野丫头”这个账号开始的。秋子从小的梦想就是离开老寨村，然而当她终于来到渴望中的城市，却因为适应不了城市的生活，不到一年，就回到了家乡。后来，因为经常在视频平台上刷到一些人分享自己的家乡，秋子便萌生了做三农账号的想法，想把侗族文化也传播出去。

2017年，秋子返乡后遇到了堂哥四海，他是非物质文化遗产侗族琵琶歌的市级传承人。堂哥提议可以把当地动听的侗歌通过短视频的方式传播

出去，两人一拍即合。于是便买了一台600多万像素的数码相机，花了900多元组装了电脑，秋子是出镜人，堂哥和嫂子负责拍摄和剪辑，草台班子一样的“乡野丫头”就这样开始了。从发布第一条短视频至今，“乡野丫头”一共发布1000多条视频，吸引了超过200万粉丝，单条视频最高播放量达700万次。随着粉丝和播放量越来越多，秋子把村里的农产品通过山货店铺对外销售，腊肉、剁椒、腌酸肉等土特产也成为网红商品。

2018年6月底，秋子被评为“三农合伙人”。据了解，“三农合伙人”计划



2018年10月，家住湖南怀化老寨村的侗族姑娘秋子在采摘家乡的小黄姜。供图/字节跳动扶贫

是字节跳动扶贫发起的公益项目之一，旨在招募志愿推进三农信息普惠事业的个人和机构，帮助贫困地区农产品销售和乡村旅游发展，助力脱贫攻坚、乡村振兴。11月，秋子在平台带动下，以“三农合伙人”身份参加了帮助国家级贫困县湖南花垣县十八洞村推广猕猴桃的项目。那是秋子第一次参与扶贫，几个合伙人一起用5个小时卖掉了三万六千多颗猕猴桃，销售额接近十万元。

截至目前，像秋子这类创作者的“三农合伙人”累计帮扶河南卢氏县、陕西洋县、广西龙胜县、陕西富平县等13个贫困县，通过内容创作帮助当地销售农产品超过38.5万单。

培训人才与打造品牌并举

仅仅打造扶贫带头人还不够，树立品牌才是可持续发展的关键。2019年6月21日，由农业农村部信息中心和字节跳动扶贫联合开展的“110”网络扶贫创新活动第一站走进重庆市。

活动为来自项目核心示范县重庆巫山县及湖北省、安徽省的10个国家级贫困县的788名学员开展专项培训，以提升贫困地区农民信息化素养，通过视频平台宣传打造县域农业品牌，为脱贫攻坚和产业振兴提供持续动力。

其中，人才培训是“110”网络扶贫创新活动的重要内容之一，以信息化的引领和驱动的创新作用，为贫困县域扶贫扶智。通过开展内容创作、新媒体运营等多种技能培训，帮助贫困地区培养相关专业人才。此前，“扶贫达人培训”已开展43期，累计培训学员15278人，覆盖全国约90%国家级贫困县。2019年，秋子参与了首期“美好乡村创业研修班”的学习。研修班为“扶贫达人”优秀学员提供进阶培训，课程

2016年10月，中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办联合印发《网络扶贫行动计划》。《计划》在“实施信息服务工程”中提出，培养一村一带头人。在每个贫困村选取有文化、懂技术、会经营的能人及村“两委”成员特别是村党组织书记作为网络扶贫带头人，发挥带头人的示范引领作用，加强培训指导，提高信息技能。

包括内容创作、电子商务、品牌管理、企业管理等全方位技能。

在人才培训的基础上，该专项活动还为巫山县支柱型扶贫产业巫山脆李进行品牌策划，制定营销方案，整合平台资源助力巫山脆李推广。抖音达人“乡村胡子哥”为巫山脆李制作了4条短视频，累计获得76万点赞，带动脆李销售2917单；不少扶贫达人培训班的学员在培训过程中，通过内容创作方式参与了巫山脆李的宣传推广，将课堂所学应用到实践当中。

截至8月初，该专项活动话题量已超8000万，帮助当地售出巫山脆李23万斤，带动巫山县416户建档立卡贫困家庭实现增收。

匹配农产品供给与需求

“精准式”扶贫，即科技精准地匹配供给与需求，项目产生的销量精准地惠及建档立卡贫困户。

曾经，内蒙古兴安盟沙地大米仅能在周边销售，2018年10月，字节跳动扶贫团队深入国家级贫困县兴安盟科尔沁右翼中旗哈日道卜嘎查，帮助当地村民打造有机大米品牌。依托“山货上头条”扶贫公益项目，当地的新鲜大米上市一

个月就能卖到全国，总销量45万斤，总销售额近320万元，占当地线上销售的90%。

字节跳动扶贫相关负责人表示，移动互联网时代的三农信息创造了三方面价值。第一类是技术价值，技术下乡出海，真正帮助农民解决实际生产问题，让他们增收高产。第二类是人文价值，真实、生动地记录美丽新农村，当地的风土人情，持续传播农村美好文化。第三类是经济价值，平台给予优质创作者流量扶持，让农村地区农产品迅速找到有潜在消费兴趣的用户，也是内容创作为贫困地区带来的直接收益。

下一步，字节跳动扶贫将与农业农村部、国务院扶贫办、北京市扶贫协作和支援办等各级政府部门深度合作，辐射带动更多的贫困地区，形成更具规模的帮扶模式，把三农信息的价值发挥到最大化，助力脱贫攻坚。与此同时，还将进一步深化扶贫培训工作，与更多贫困县合作，实现贫困地区的人才与产业对接、本地农产品与营销对接、本地旅游项目与市场对接，为贫困地区留下能够长期驻足本地的新媒体人才，带动本地区贫困户共同脱贫，为脱贫攻坚和乡村振兴提供持续的源动力。

农村电商工程

打造“新农商”，探索扶贫新路径

通过“新农商”机制，让农人变农商，让农村有现代化企业，让农户成为产销加工一体化的主体

文 / 本刊记者 李天楠

从烂在地里无人问津的“土货”，到电商平台上销量火爆的网红水果，云南省文山州丘北县产的雪莲果“火了”。

昔日，因为销路狭窄，产出率低，雪莲果滞销严重，当地农户不得不改种其他农作物维持生计。如今，因为超4亿消费者的购买需求，雪莲果被卖到脱销。从滞销到脱销，一字之差，实现了从“土货”到“金果果”的漂亮翻身。

逆袭：从滞销到脱销

26岁的舒跃文是土生土长的文山州丘北县腻脚乡阿落白村人。最近，他正为8月份文山州丘北县腻脚乡雪莲果新农商合作社的正式运营而忙得不可开交。作为合作社的带头人，舒跃文背负着让乡里的建档立卡贫困户脱贫的重任。据了解，目前该合作社141户成员均为乡里的建档立卡贫困户。

雪莲果对于这些贫困户有多重要？在丘北县尚未脱贫的51个贫困村中，有3000多户建档立卡贫困户，共计1.6万多人。作为我国雪莲果的主产地之一，种植雪莲果是该县很多建档立卡贫困户赖以为主业。

对于几年前当地雪莲果产业的状况，舒跃文概括为“品相好的卖不起价，品相不好的烂在地里”。2016年以前，由

于雪莲果市场销路窄，并且缺乏统一的种植规范标准，雪莲果卖不了好价钱，并且产出率很低。

直到2016年底，这种情况得以改善。当年，拼多多农货团队赴丘北县考察时了解到雪莲果滞销的困境。“当时，只有广东、广西和福建地区的消费者才对雪莲果有需求，而且多被用来煲汤，市场规模有限”，“多多大学”负责人蓝天表示，前去考察的专家认为，雪莲果香脆可口，有较高的营养价值，宜直接食用。丘北县雪莲果的命运就此改变。

2018年，丘北县的雪莲果彻底火了，在电商平台上销售十分火爆，从贱卖的“土果”成为最受欢迎的网红水果之一。于是，农户的积极性也被激发了，2018年丘北县雪莲果种植面积超过2.5万余亩。

转变：从弱势到强势

雪莲果大卖，可新的问题又出现了。舒跃文算了一笔账，以腻脚乡为例，农户把雪莲果卖给收购商的价格是0.5元/公斤，而电商平台上雪莲果销售的价格超过4元/公斤，价差达8倍之多。刨去1元/公斤的物流成本，0.6元/公斤的人工、耗材成本，0.1元/公斤的代办费，剩下1.8元的毛利润都进了收购商的口袋中。

但在整个雪莲果生产销售环节中，种植、收割、打包、发货……农户几乎占据了整个生产销售环节的大部分，可农户的口袋依旧是“瘪”的。

对于这些世代“面朝黄土背朝天”的农户来说，产业经济的概念过于遥远。在雪莲果整个产业分配链中，收购商占据主导地位，农户面对市场价格波动带来的影响毫无办法。因此，当地的

积极推动贫困地区农村资源变资产、资金变股金、农民变股东改革，制定实施贫困地区集体经济薄弱村发展提升计划，通过盘活集体资源、入股或参股、量化资产收益等渠道增加集体经济收入。

资源优势没法转化成发展优势，种植雪莲果的农户依然难以摆脱贫困。

对此，拼多多平台拿出一套解决方案，其与中国农业大学达成战略合作，通过现代农业种植、流通、财务、电商运营等专业知识的培训，共同培养一万名“新农人”成为带头人。此外，还打造以建档立卡贫困户为核心成员的新农商合作社，通过合作社提高贫困户的收益。舒跃文便是通过这种方式被推选出来的。

在这种模式下，合作社销售的雪莲果全部源于合作社的建档立卡贫困户，他们无偿成为合作社的“股东”，并享有一系列优先条款：合作社需优先收购成员的农产品，成员则可以任意选择销售对象；合作社的所有运营利润，都面向合作社成员分红，确保其在收购款的基础上，有更多额外收益；随着公司规模扩大，将逐渐覆盖更多的农产品和农副产品，“股东”始终保有均等分红的权利。

“通过‘新农商’机制，让农人变农商，让农村有现代化企业，让农户成为产销加工一体化的主体。”蓝天表示。

据悉，项目初期，平台方会对合作社提供技术、资金、资源等方面的扶持；中期形成较为稳定的第三方“代服务”机制；后期则逐渐退出，由合作社全权掌控，并由当地政府确保利益分配依规进行，让合作社中的贫困户成为链条利益主体。

这种模式的优势，舒跃心里早就有了数，“以前种植一亩雪莲果最终的收益是500到1000元，在这种新模式下，他们每亩的收益将会达到2000至3000元。”

质变：从输血到造血

2018年6月15日，《中共中央 国务院关于打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见



6月14日，云南省文山州丘北县，媒体记者实地采访云南雪莲果项目，了解扶贫兴农新模式。图为云南省农科院经济作物研究所专家向记者介绍雪莲果种植情况。图/本刊记者 刘沁娟 摄

见》(以下简称《意见》)出台。

在培育特色产业方面，《意见》指出，深入实施贫困地区特色产业提升工程，因地制宜加快发展对贫困户增收带动作用明显的种植养殖业、林草业、农产品加工业、特色手工业、休闲农业和乡村旅游，积极培育和推广有市场、有品牌、有效益的特色产品。

今年4月26日，在拼多多与云南省政府正式签署的《战略合作框架协议》中提到，未来5年内，将推动100个“多多农园”项目落地云南，覆盖500个贫困村，培养5000名云南本土农村电商人才，孵化和打造100个云南特色农产品品牌，主要涉及云南的优势产业，比如像茶叶、核桃、雪莲果、花椒、菌类等特色产业。

今年6月，在扶贫兴农文山站活动上，上海援滇干部联络组文山小组组长、丘北县副县长黄海滨也提出，丘北县的雪莲果扶贫试点项目，要以雪莲果产业为切入点，打造发展产业、稳固脱贫成果的新模式。

在探索新的电商扶贫路径方面，《意见》指出，动员大型电商企业和电商强县对口帮扶贫困县，推进电商扶贫网络频道建设。积极推动贫困地区农村资源变资产、资金变股金、农民变股东改革，制定实施贫困地区集体经济薄弱村发展提升计划，通过盘活集体资源、入股或参股、量化资产收益等渠道增加集体经济收入。

拼多多副总裁井然透露，“多多农园”模式未来还将复制到贵州、甘肃、西藏、青海、新疆、海南、宁夏等省、自治区。

目前，舒跃文所在合作社的贫困户雪莲果的种植面积在300亩左右，按亩产2吨计算，刨除一部分废果、坏果，总产量大概在500吨。作为新农商合作社的带头人，舒跃文今年也给自己定了一个“小目标”——争取把这500吨雪莲果全部通过网店卖出去。“届时，这些贫困户的收入翻倍应该没有问题。”舒跃文说。^[1]



网络扶智工程

信息共享，优质教育资源走进大山

信息化建设让外面的优质教育资源走进大山，可以逐步缩小区域、城乡数字化教育差距，扩大优质教育资源覆盖面

文 / 本刊记者 李天楠

2013年，从兴义民族师范学院毕业后，银兴锋没有将教书育人的梦想留在城里，而是把它带回了老家——贵州乌蒙山深处的纳雍县，银兴锋成为董地中学的一名数学教师。

2015年以前，银兴锋和当地其他老师一样，将课本上的知识一笔一画地写在黑板上。2015年以后，银兴锋“吃”粉笔灰的机会逐渐变少了。与此同时，他又多了一个身份——董地中学电教管理员。而国家级贫困县纳雍县的教育信息化建设之路也是在那一年开始的。

扶智信息化，优质资源进大山

“很多学生对于立体几何图形缺乏想象力，怎么讲都理解不了。”在纳雍，银兴锋的这种无奈，很多教师都有。

由于历史、自然等诸多因素的制约，留守儿童多、学生失学率高、教育资源配置不足、师资力量薄弱等问题一直阻碍着纳雍县教育事业的发展。而教育落后造成这些地区群众文化素质难以提高，贫困状况难以扭转，使其陷入“经济落后——教育落后——经济更落后”的恶性循环。

2015年，纳雍县委县政府斥资五十多万，开始对当地进行“班班通”教育信息化建设，由此打开了教育事业发展的新天地。截至今年3月，纳雍县已拥有“班班通”信息化设备三千余套，基本满足了当地信息化教学。

通过信息化教学的引入，纳雍县接入了国家教育资源公共服务平台、贵州省教育资源公共服务平台、毕节市教育云等平台的课程资源，让学生们可以接触到更加丰富鲜活的优质课程。

信息化给当地教学条件带来的变



5月28日，国内某校四年级的学生通过“双师课堂”系统，向远在新西兰的外教学习英语。供图/视觉中国

让外面的知识走进大山，所带来教育质量的提升是显而易见的。学生理解数学立体几何不再只靠想象，做物理实验、化学实验之前，看一眼平台上的演示，便可以知道完整的规范操作流程。

化，让负责当地教育信息化建设的纳雍县教育科技局电教中心主任梁志鸿深有感触，“以前一堂课45分钟，教师有一半时间都是在写板书，课堂上的效率很低。通过信息化改造，教师的讲课效率大大提高，单位时间内学生可以获取更多的知识。”

2018年，社会力量也开始加入当地的教育信息化建设。这一年，云校（北京）科技有限公司与贵州省毕节地区的国家级贫困县纳雍县结成帮扶协议，重点在当地建设智慧教育云平台，推动当地“三通两平台”（宽带网络校校通、优质资源班班通、网络学习空间人人通，建设教育资源公共服务平台和教育管理公共服务平台）的建设，加速《教育信息化2.0行动计划》在当地的实施。

截至2018年9月，在当地，共有67所智慧教育中心试点学校。

教育均衡化，山里山外都一样

通过纳雍县各学校已架设的智慧教育硬件设施和网络，云校为当地建设了全面覆盖教、学、测、评、管的资源公共服务平台和管理公共服务平台，提供完整覆盖课前、课中、课后和课外的教学全流程数字化服务。

在北京云校大数据技术研究院院长陈正拜看来，让外面的优质教育资源走进大山，可以逐步缩小区域、城乡数字化教育差距，扩大优质教育资源覆盖面，最终，把优秀的教育资源送到祖国最贫困的地方去，实现优质教育

的共享。

通过智慧教育云平台，纳雍县的师生们可以获得大量的优质教学课件、精彩微课、精品题库等教学资源。这些教学资源覆盖各个学段学科和版本的备课资源一百多万条、备课包五千多个、试题五百多万道、微课资源一万多节。

梁志鸿表示，通过这些教育平台，纳雍县的学生可以得到和外界一样的优质教学资源。

在智慧教育云平台上，纳雍县的学生所学习的课程与其他地方是一致的，均来自全国名师的讲解。同时，为了更好地适应纳雍县的教学水平，该平台还和当地教育局一起组织了教学资源征集活动，把当地优秀教师的教学资源征集起来放到平台上，供当地师生使用。

让外面的知识走进大山，所带来教育质量的提升是显而易见的。学生理解数学立体几何不再只靠想象，做物理实验、化学实验之前，看一眼平台上的演示，便可以知道完整的规范操作流程。

“现在，学生在家门口，就可以学到全国最好的学校、教师的课程。”银兴锋表示，平台上完备的教学内容体系，使得每位教师都可以迅速查找到自己所需要的资源，并且还能从这些课程中学到自身所不具备的教学技能。

除了主要学科以外，以往，纳雍县很少有专业教师给孩子们上音乐课、美术课，以及普及安全教育、德育教育等知识的课程。现在，通过教育资源公共服务平台，有上千节音乐、美术、国学、

安全教育、德育教育等课程可供教师选择。

教学质量提升最有效的衡量标准是学生的成绩。信息化教学给学生带来的成绩提升令银兴锋感到欣喜，他说：“以往学校数学的平均分只有四十多分，现在基本都是六十分以上。”而董地中学的整体成绩，也从县里27所初级中学的中下游，提升到了中上游。

教学专业化，教师也得一起学

“班班通”、智慧教育中心等平台相继建成，丰富了纳雍县教师的教学手法和方式。可光有设备还不行。“巧妇难为无米之炊”，米的问题解决了，如何让这些习惯了传统教学方式的教师成为“巧妇”，也是需要解决的难题。

银兴锋的第二重身份——电教管理员就是专门解决这个难题的。作为董地中学的电教管理员，银兴锋的职责是参加县里统一的信息化教学培训，学习相关平台的使用方法，回到学校后，再通过“二次培训”，将相关知识传授给其他教师。

为了让当地的教师快速熟悉使用方法，在纳雍县政府、教育局的支持和配合下，云校对67所试点学校的校长、电教管理员及教师代表进行了6场、每场3小时，共计201人次的培训，对整个平台的每一个教学模块进行了详细的讲解和实操训练。电教管理员回校后，再对全校教师开展集中式培训，确保全校的教师都会使用，并帮助教师解决在教学运用中遇到的技术问题。

和往年一样，银兴锋今年的暑假依旧比正常假期少休一个星期。8月19日，他要前往县城进行为期一周的信息化教学培训。新的学期，他希望能更好地运用这些信息化平台，让自己学生的成绩更上一层楼。

网络公益工程

雪中送炭，公益保险精准帮扶贫困户

对标政策要求，“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”实现对贫困人口的精准帮扶

文 / 本刊记者 李天楠

从家里的顶梁柱到变成家里的累赘，32岁的朱润一度对生活失去信心。两年前，刚满30岁的朱润被查出身患T淋巴细胞性白血病，患上这种重病，让原本就贫困的小家庭风雨飘摇。

而一笔意想不到的保险款，让这个濒临破碎的家庭重新点燃了希望的火苗。

遭遇重疾，贫困家庭风雨飘摇

多年前，在云南省镇雄县中屯村，才读完初中一年级的朱润，因为父母离异，家庭贫困，只能辍学外出打工。多年后，通过自己的努力，朱润成了家，日子虽然过得清苦，可儿女双全，妻子贤惠，这让三十而立的朱润很满足当下的生活。他也暗自下定决心，要做个称职的父亲和丈夫，逐步改善家庭的生活条件。

可一场突如其来的疾病，差一点让朱润的生活变得支离破碎。2017年9月2日，朱润突然感到脚疼，“一开始还可以勉强走路，后来脚就钻心地疼，根本走不了路”。诊断显示，朱润得了白血病。

不断地打针、吃药、做化疗，每一样对这个家庭来说，都是一笔巨额的开支。每每想到这些，朱润就常常一个人偷偷地躲在被窝里掉眼泪。

更可怕的是，顶梁柱倒下了，家里便失去了经济来源。由于当地医疗条件



“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”团队入户走访项目受益人。供图/中国扶贫基金会

的限制，朱润大部分的治疗只能在昆明进行。治疗期间，妻子邓思凤一边照顾朱润，一边在医院周围打点儿零工，“打的都是散工，一个月只有几百块的收入。”想到那段日子的艰辛，邓思凤的眼眶也变红了。

十几万的医疗费带来的压力随即开始显现。除去当地政府四重保障政策的报销，医疗费还差四万多元。夫妻俩

找身边的亲戚和朋友去借，东拼西凑，可是还有近两万元的缺口。朱润夫妇犯愁了。

“如果我没了，这个家也就完了。”想到妻子和孩子，朱润只想继续活下去。

好在这时希望出现了。就在朱润一家举步维艰之际，“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”让他们重新看到了生活的希望。

“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”全程使用蚂蚁金服的区块链技术，将该项目打造成一本“公共账簿”，包括捐款人、公益机构、保险公司、受保人在内的所有项目参与方，共同“记账”和监督，任何一方都无法篡改账目。

精准帮扶，公益保险雪中送炭

2018年，朱润正在昆明接受治疗，朱润的父亲在县医院照顾他时，偶然看到了“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”的宣传资料，便替朱润交了资料。没想到不久，1.75万元的保险款项便打到了朱润的户头，解了这家人的燃眉之急。

为发挥互联网平台优势，探索解决贫困农户主要劳动力医疗保障问题，2017年7月，在国务院扶贫办和国家卫健委的指导下，阿里巴巴公益、蚂蚁金服公益、蚂蚁金服保险平台联合中国扶贫基金会推出“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”。该项目为18至60周岁的建档立卡贫困户提供专属扶贫公益保险，降低因病致贫因病返贫的发生率。

为实现精准帮扶，“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”通过中国扶贫基金会和地方县人民政府签署合作协议，并基于县扶贫办提供的建档立卡贫困户名单来筛选出符合要求的受益保障对象，不需要用户自行申报。因此，即便朱润的父亲没有替他申请该项目，因为符合保险的各项要求，朱润依旧可以被纳入受益保障对象之内，得到相应的保险款。

据云南省镇雄县副县长张启仙介绍，在“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”落地镇雄县不到两年的时间里，已

覆盖当地33万多建档立卡贫困户，有5386人受益于该项目，合计获得1148万元的理赔。

实际上，目前镇雄县的贫困人口是23.8万余人，“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”的覆盖人数已超过当地目前的贫困人口数量。张启仙表示，“从2013年至今，镇雄县已有超过30万人脱贫，而这些已脱贫的群体中，只要符合要求仍可以享受‘顶梁柱健康扶贫公益保险项目’，目的就是防止因病致贫因病返贫。”

在全国，截至2019年7月15日，“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”已为云南镇雄县、四川南江县、新疆巴楚县等12省69县479.68万人次提供了健康保障，包含“三区三州”贫困县8个、深度贫困县17个；已有41660人次直接获得理赔资金，理赔总金额为8058.87万元，其中最高赔付金额为10万元。

预计到2020年，“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”将覆盖全国1000万人次的贫困群众。

对标政策，特定群体专属扶贫

2016年10月，由中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办联合印发的《网络扶贫行动计划》强调，要通过网络公益扶贫项目实现建档立卡对象、特困

人员低保对象等贫困人口与广大网民的对接。

今年，由中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办、工业和信息化部联合印发的《2019年网络扶贫工作要点》明确提出，精准帮扶因病致贫因病返贫群众。

对标政策要求，“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”很好地实现了对贫困人口的精准帮扶。

在款项募集方面，依托阿里巴巴“公益宝贝”和蚂蚁金服“爱心捐赠”两个互联网公益平台面向公众募捐，募集的善款进入中国扶贫基金会，由基金会通过合作保险公司完成投保。此举实现了通过网络公益扶贫项目让建档立卡对象、特困人员低保对象等贫困人口与广大网民的对接。

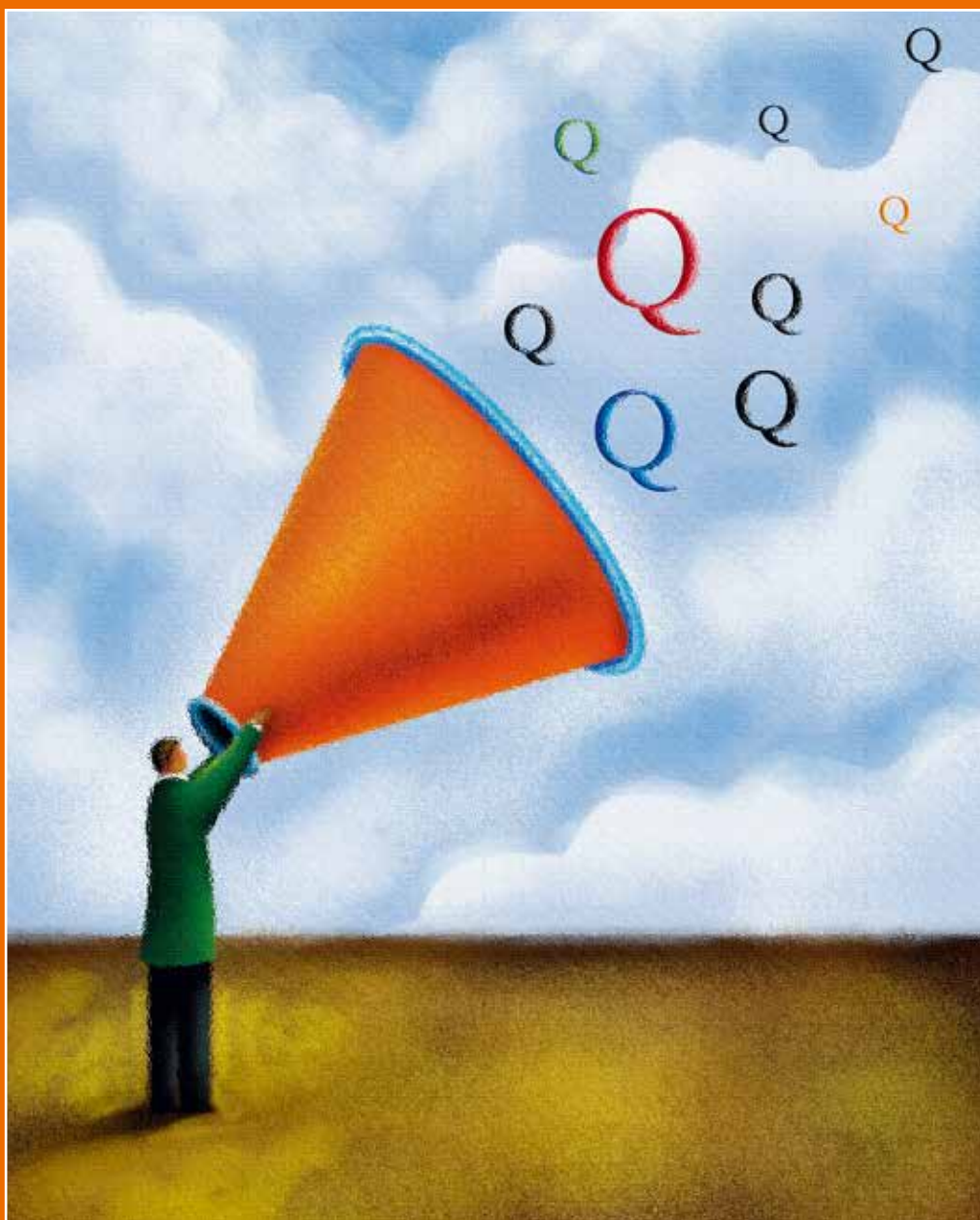
在服务对象方面，“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”为现行贫困标准下18至60周岁的建档立卡贫困户提供专属扶贫公益保险。当入保的贫困户生病住院的费用符合报销条件时，便启动县-乡-村三级联动，由当地干部辅助为其在支付宝端进行理赔操作，并不限次数，可根据住院产生费用情况进行多次报销，真正实现精准帮扶因病致贫因病返贫群众。

此外，为了确保扶贫工作更加公开、透明、可信赖，“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”全程使用蚂蚁金服的区块链技术，将该项目打造成一本“公共账簿”，包括捐款人、公益机构、保险公司、受保人在内的所有项目参与方，共同“记账”和监督，任何一方都无法篡改账目。所以，捐赠款项、覆盖县域和人数、理赔情况等信息，均能得到及时公布，做到透明、公开、可追溯。同时，每个受益人都能在项目平台上查询自己的保单信息，通过手机快捷理赔；每个捐赠人也都能看到项目帮助到了哪些人，理赔了多少资金。■

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。





7月22日，首批25只科创板股票在上海证券交易所上市交易，科创板正式开市。供图/视觉中国

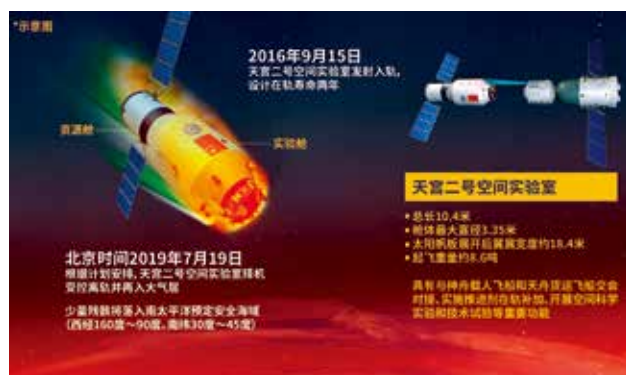
1

科创板开市为科创企业高速发展助力

7月22日，首批25只科创板股票在上海证券交易所上市交易，科创板正式开市。首批25家企业均属于科创板重点支持的新一代信息技术、高端装备、生物医药等高新技术产业和战略性新兴产业，其研发投入显著高于现有A股可比公司。对此，专家表示，科创板推出一系列新政策，使科创企业能以更快的速度实现跨越式发展。科创板正成为推动国家高科技领域实现高速发展助推器。有评论员评论道，科创板提供了一种对面向世界科技前沿、符合国家需要、掌握关键核心技术、市场认可度高的科技创新企业的“识别”方式，以强大包容性，助推科创企业腾飞。

2 天宫二号完成历史使命获关注

2019年7月19日晚间,由中国航天科技集团五院抓总研制的天宫二号空间实验室,以受控的方式,圆满完成离轨和再入大气层,少量残骸落入南太平洋预定安全海域。天宫二号的“回家”,标志着中国载人航天工程空间实验室阶段全部任务圆满完成。媒体评论,被网友爱称为“二丫”的空间实验室,在太空中开展了14项科学实验任务,是中国载人航天历次任务中应用项目最多的一次。天宫二号的任务成功凝结了几代航天人的心血与汗水。中国空间站的发展也随着更先进的空间实验室的入役,从而大踏步迈入新时代。



3 网民点赞通过立法监管电子烟行为

2019年7月22日,据媒体报道,目前国家卫生健康委正在会同有关部门开展电子烟监管的研究,计划要通过立法的方式,对电子烟进行监管。谈及电子烟的健康危害,有专家表示,电子烟产生的气溶胶含有许多有毒有害物质,而且对尼古丁等含量标识模糊容易导致吸烟者吸食过量,另外电子烟还存在爆炸、高温烫伤等风险。且电子烟的使用容易诱导青少年使用传统烟草,加速吸烟者年轻化趋势。对此,网民纷纷点赞通过立法监管吸电子烟的行为,认为此举将有力减少公民尤其是青少年吸电子烟行为,助益国民身体健康。

4 青少年过度使用社交媒体易抑郁引热议

近日,《美国医学会杂志》发表研究称,青少年使用社交媒体和看电视时间越长,越容易得抑郁症。研究指出,年轻人会将自己的生活与社交媒体上理想化的形象进行比较,自信心降低,容易得抑郁症,父母应该增加与孩子的交流,降低患抑郁症风险。对此,网友纷纷留言表示赞同,“每天在社交媒体上看别人秀丰富多彩的生活,再回头看看自己这平淡如一潭死水,死气沉沉的青春,想不抑郁都难。”“确实,每次看完别人的美好生活都有一种很强的自卑感。”对此,专家表示,应引导青少年养成健康的用网习惯,适度使用社交媒体,不应过度沉溺其中。

5 30款App违规收集个人信息被通报整改

7月11日,App专项治理工作组公告显示,探探、人人、趣店、春雨医生、天天酷跑、韵达快递等30款App因违反《网络安全法》关于收集使用个人信息的规定,被通报整改。App专项治理工作组要求,上述App运营者30日内完成整改,逾期未完成整改的,工作组将建议相关部门依法处置。对此,网友纷纷表示应该严厉查处这种行为,认为个人信息泄露轻则接到骚扰电话,重则遭受财产损失,甚至威胁到人身安全,必须责令其好好整改。

6 山东大学留学生学伴制度惹争议

据媒体报道,7月6日,山东大学2018年学伴制度再度改革,升级为1个留学生配3个学伴,此事引发了网友对留学生“特权”的议论。而网友对山东大学留学生学伴制度的质疑,让这一制度再次引发争议。对于学伴制度引发的争议,21世纪教育研究院副院长熊丙奇表示,学伴制度的意义不用赘述,但“质疑者并不是质疑学伴制度,而是质疑给留学生当学伴。

发展留学生教育，重要目的之一是促进大学多元文化建设，而建设多元文化，就必须消除身份特权，对所有学生平等对待。对于留学生，不应再配专门的宿舍，进行专门的集中管理，而是当成普通学生的一员”。随后，山东大学就中外学生“学伴”项目致歉，表示将不断改进。

7 网友点赞“快递小哥”也能评职称政策

近日，苏州22名“快递小哥”获评快递工程专业技术职称。报道称，今年，江苏在职称序列中首次增设快递工程专业，分初级、中级、副高级、正高级四个层次，对应的职称为技术员及助理工程师、工程师、高级工程师、正高级工程师。网友对此纷纷点赞，认为开展快递工程技术人员职称认定评审，进一步打破了学历、资历等条件限制，有利于调动这些人的积极性，促进快递行业健康发展。专家表示，快递工程专业技术资格的认定，是一种体现从业者的劳动价值，改善从业环境的激励手段，将有利于新型产业的劳动者更有职业尊严，更易获得社会认可。

8 微信公众平台上线“常读用户”分析功能引热议

近日，微信公众平台上线“常读用户”数据分析功能，可查询用户年龄、细化地域分布等。从操作上看，运营方登录微信公众平台，点击用户分析-常读用户分析，即可看到性别、年龄、城市、终端等细分数据。有微信公众号运营者表示，这对公号小编来说无疑是“福音”——以后运营者可以按照性别、年龄、城市等因素精准筛选读者、创作文章了。有网友评论道，微信此举对于优质账号来说，会得到更精准的打开，而对于这些用户来说，他们也有机会获得更优质的内容和服务。

9 新浪微博因明星势力榜被约谈

7月22日，北京消协通报称陆续接到多起因新浪微博明星停榜引发的退款投诉。消费者反映为参加新浪微博“明星势力榜”的某明星打榜而购买虚拟鲜花，存在退花不退款、拖延退款等行为，要求主办方尽快退款。7月22日，北京市消协联合海淀消协紧急约谈新浪微博相关负责人，希望新浪微博避免在公告中出现类似“本月为该明星购买鲜花的用户将于近日收到退款”等模糊承诺，发生退款情况应及时向消费者公布详细的退款方案。而大部分网友对“打榜”行为表示不认可，认为这种鼓舞粉丝购买虚拟鲜花实则是骗钱的榜单应当好好整改。但也有网友表示担忧，数据造假产业链之所以存在，是因为当人人都信奉数据时，自然有人利用规则，用金钱做出数据，并建议从源头上查处数据造假行为。

10 百度账号“章子欣父亲发文造假”陷风波

7月13日下午，疑似杭州失联女孩章子欣的遗体被找到。而在遗体身份尚未确定之际，一个名为“章子欣父亲”的百度账号却发表了“希望下辈子她还是我的女儿”的消息。随后被证明这属于百度新闻当值编辑未得到父亲确认回复的情况下，私自发布的消息。7月14日凌晨，百度新闻负责人陈磊表示这是团队的管理出了问题。这一事件引发大量关注。网友表示，愿逝者安息，同时希望能加强管理。媒体评论道，章子欣这一悲剧结果让全网痛心。悲呼过后，真相和家属成了大众的最大关切。在这个关头，如果互联网公司还在想着流量，而不惜“以父之名”发布虚假信息，这样的企业管理和文化真让人不寒而栗，也不是一句违反规定就能说得过去的。对生命搜索结果的关注，在网上汇集成了巨大流量，但这种流量绝不容许有半点商业染指。■

(舆情事件选取时间为2019年7月1日至31日)

网络传播沙龙

New Media Salon



政务从“媒”做起 打造城市新名片

实践“政务公开，从‘媒’做起”，出发点在于深刻理解新媒体是以习近平总书记关于网络强国的重要思想为指导，在依法治网背景下，“人民”上网之后具有鲜明思想意识和情感诉求表达的“人媒体”

文 / 本刊记者 潘树琼



随着互联网的快速发展，政务新媒体犹如雨后春笋般不断涌现。从“两微一端”到短视频平台、知识分享平台、音频平台等，数量众多、类型多样的政务新媒体，丰富了政务公开的途径，也成为贴近群众、服务群众的新渠道。

2018年12月，国务院办公厅发布《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》；2019年4月，国务院办公厅公布了《政府网站与政务新媒体检查指标》。近年来，我国政务新媒体的发展从无到有，从有到精，从精到优。7月30日，以“政务公开 从‘媒’做起”为主题的第二十一期网络传播沙龙召开。本次沙龙由《网络传播》杂志主办，成都发布为合作方，新浪微热点大数据研究院为合作单位。沙龙围绕政务新媒体应如何认清自身定位等话题，邀请来自政界、学界和业界的嘉宾共同探讨，为我们打开认识和了解政务新媒体的另一扇窗户。

做好城市服务 打造靓丽名片

一直以来，政务新媒体除了具有信息传达功能和政务服务功能外，还对塑造城市形象和政府形象起着重要的作

用。中共成都市委宣传部副部长、市委网信办主任曾义在致辞中表示，成都市高度重视政务新媒体工作。一是坚持唱响主旋律，凝聚城市发展正能量；二是坚持精打服务牌，推动城市治理现代化；三是打造网民喜爱好平台，推动政务新媒体与政务网站融合运行。

作为网红之城的成都，如何借助政务新媒体的力量更好地宣介自己？作为成都最先成立的政务发布平台，“成都发布”从拥有第1个粉丝到拥有1000万用户，也面临着转型升级的课题。对此，“成都发布”总编辑谭麟指出，“成都发布”结合城市特色，从两个方面进行了转型升级。一是内容为王，以“一山连两翼”推进。其中，“一山”是政务信息发布，“两翼”是精品报道和精品栏目。二是支撑内容，进行体制机制创新。

在转型过程中，尤其需要考虑的问题是，如何让新思想新理念“飞入寻常百姓家”？谭麟介绍，“成都发布”强化互联网思维，突破“我说你听”的单向发布局限，不仅“发”还要“讲”，以小故事讲大道理，让用户爱听、听懂、听明白，想说、愿说、说出口声。同时，走出摘抄为主、信源狭隘的内容困局，做“四全媒体”，与社会各界“键对键”共同生产，用多种形式展现成都基层火热实践，形

7月30日，以“政务公开 从‘媒’做起”为主题的第二十一期网络传播沙龙在北京举办。图/本刊记者 潘树琼 摄



7月30日，以“政务公开从‘媒’做起”为主题的第二十一期网络传播沙龙在北京举办。图/本刊记者 潘树琼 摄

成网上网下同心圆。

政务新媒体如何打造新时代的城市名片？新浪微博政务运营总监徐丽华提了三点建议，第一，在政务公开上，以新媒体为发布厅，设立时刻在线的政府新闻发言人；第二，以新媒体为纽带，强化互动和服务，打通线上线下的渠道和办事服务的能力；第三，在城市形象塑造上，调动一切力量参与到整个城市形象的塑造中。

明晰当下定位 着眼未来趋势

事实上，除了城市服务，从2009年第一条政务微博发布，政务新媒体已经走过十年历程。尽管如此，随着时间推移，其属性和定位依然值得深入探讨。

正如中国传媒大学媒介与公共事务研究院政务新媒体实验室主任侯锴所说，政务新媒体是政府的新媒体，站在以人民为中心的角度看待政务新媒体，可见政务不单是政府的业务，而是政治事务。实践“政务公开，从‘媒’做起”，出发点在于深刻理解新媒体是以习近平总书记关于网络强国的重要思想为指导，在依法治网背景下，“人民”上网之后具有鲜明思想意识和情感诉求表达的“人媒体”；关键点在于明确定位，政务新媒体是党和政府的“媒介执政资源”，而不是重复建设的“官方媒体资源”，它是治理主体而不是新闻媒体；风险点在于充分认知“媒”是策略、工具和手段，而非偏离党政主业的其他媒体业务。

北京外国语大学国际新闻与传播学院院长、教授、博士生导师姜飞认为，政务新媒体有三大属性：一是本质属性，即平台，它是政府业务平台的自然延伸，目标是处理政事，这一属性的比例占50%；二是精神属性，即媒介，它是连接器、服务器、调节器，目标是好感传播，这一属性占30%；三是物理属性，即媒体，要在内容处理上按照倒金字塔和新闻信息处理手法，目标是发扬媒体眼球引力属性，这一属性占20%。

而这些属性都是基于新媒体之上的，新媒体的概念由来已久，但如何理解这个“新”？姜飞总结了三个层面：第一，基础媒介的更新，从2G、3G、4G到5G，这是信息运行基础媒介的更新。第

二，传播终端的创新，由原先的广播电视报纸到现在的互联网，由原来的大屏到小屏，是传播终端的创新。第三，传播理念的维新，人们在不同的媒介发生变迁，当基础媒介更新、传播终端变新，必须更新理念。

在明晰属性、认清定位的基础上，中国传媒大学教授、博士生导师，中国传媒大学出版社副社长张毓强介绍了政务新媒体应担当的三大责任：第一，做党的人民路线执行者的前端；第二，做党和国家传播治理现代化的前端；第三，做舆论引导现代化的前端。同时，政务新媒体还应当扮演三个基本角色：一是做好政务信息的传播者，要做到严谨、真实、授权发布；二是做好宣传引导的媒介，要发布具有服务性、吸引力与权威性的内容；三是做好新媒体，要实现互动、融合，在现代与传统逻辑中平衡发展。

随着技术发展，政务新媒体的作用和定位又将发生变化。传媒杂志社社长兼主编杨驰原认为，5G将给媒体行业带来剧变，应密切关注三大趋势：一是由“移动优先”变成“移动唯一”，想要有影响力、吸引力，必须抓住移动端；二是短视频将更多应用于新闻传播，“无视频不新闻”是趋势所在；三是版权将成为媒体核心竞争力。他同时给出了5G时代政务新媒体发展的四大策略：一是贯彻顶层设计，用足政治优势；二是加强整合优化，突出引领功能；三是加强技术应用，强化服务功能；四是加强流程管理，提高专业水平。

在力量支撑上，中华环保联合会副主席杜少中则认为，政务新媒体要突出政务，可以寻求外部技术支撑，特别是在初始阶段，但是政务绝对不能外包，希望更多的政府部门可以尝试真正做成网上指尖政府、指尖网上政府。

政务新媒体有三大属性：一是本质属性，即平台，它是政府业务平台的自然延伸，目标是处理政事，这一属性的比例占50%；二是精神属性，即媒介，它是连接器、服务器、调节器，目标是好感传播，这一属性占30%；三是物理属性，即媒体，要在内容处理上按照倒金字塔和新闻信息处理手法，目标是发扬媒体眼球引力属性，这一属性占20%。

“好”的政务新媒体应有所为有所不为

那么，什么样的政务新媒体可以称得上是“好的”？在具体实践中又该如何操作？

北京快手科技有限公司副总编辑张鹏认为，一个“好”的政务新媒体：在意识上，要轻装上阵，要有轻快的发布节奏和轻松的工作氛围；在传播上，要有的放矢，不能企图一个平台覆盖到所有的用户，要更加契合传播平台的特点来进行分享；在内容上，要严肃活泼，严肃的内容和活泼的内容可以充分结合，核心目的是把政务信息传播出去，而不是通过一种表现形式来吸粉，这是政务信息发布不可忘记的初衷；在运营上，要内外双修，和平台方做更多的互动和交流，同时虚心听取外部专家的意见；在机制上，则要高效联动，通过政务内容和头部单位发布，反馈正向的激励刺激大家更多地发布。

而一个“好”的政务新媒体，一定是有为有所不为。正如蓝媒汇创始人韩辉所说，政务新媒体要“本本分分”做好本职工作：其一，本职是政务服务，核心是能否及时发布公众最为关心的有效内容，与网民有效互动，最终形成政府与公众沟通的新平台；其二，拒绝官

话套话空话，拒绝成为领导人的专栏；其三，拒绝“自嗨”式运营模式，拒绝玩个性、追流量；其四，除了内容及形式多样化，还要重运营，不能一发了之；其五，政务新媒体应坚持该关的关、该扩的扩。

从具体实践来看，字节跳动有限公司政务运营总监王博认为，可从三个维度加强政务新媒体的服务能力：首先，把热点当作常态化工作，不间断地策划活动；其次，打造城市新名片，创新扶贫新模式；最后，执法破案创佳绩，充分与网友互动，不断催生正能量。

到底什么样的账号才叫良性运行的账号？新浪微热点大数据研究院副院长高威建议，“要厘清政务新媒体运营思路，建立政务新媒体良性联动机制。”首先，要实现发布互动粉丝增长和内容导向形成良性循环；其次，要建立政务新媒体的良性联动机制，不能只是自己玩儿自己的；第三，要确保内容发布安全可靠，可以学习传统媒体的三审三校制，这种审核制度可以有效避免因内容审核不严而产生的问题；第四，对账号管理一定要做到心中有数，要知道一个账号的运营怎样是健康的，怎样是有效的，要定期进行数据盘点和分析。■



“全球互联网口述史(OHI)”工程由互联网实验室创始人、浙江传媒学院互联网与社会研究院院长方兴东博士于2007年发起。该工程选取对中国乃至全球信息领域全程发展有特殊贡献的人物,通过深度访谈,多层次、全景式反映中国信息化发生、发展和全球崛起的真实全貌。这些“口述者”是信息化发展进程中的代表人物,是凝聚时代变革的典范,聚焦和深入透视他们,可以更好地还原历史的精彩,展现人类独特的创造力。

在中国全功能接入国际互联网25周年之际,本刊将连载“全球互联网口述史(OHI)”系列文章,以飨读者。

全球互联网口述史(OHI)

钱华林： 推进中国互联网进程的技术掌门人



人物简介：

钱华林,中国科学院计算机网络信息中心研究员,曾任网络信息中心副主任,是中国互联网重要的开创者之一,于1994年4月首次实现了中国与Internet的完全连接。主持建立了我国的域名体系,担任我国与Internet的技术和行政联络员,并组织中文域名系统的研究和开发。目前任中国互联网协会副理事长,两岸四地中文域名联合会主席等职。独立及联名发表科技论文一百多篇,获得中科院及国家科技进步奖十多次,享受国务院政府特殊津贴。

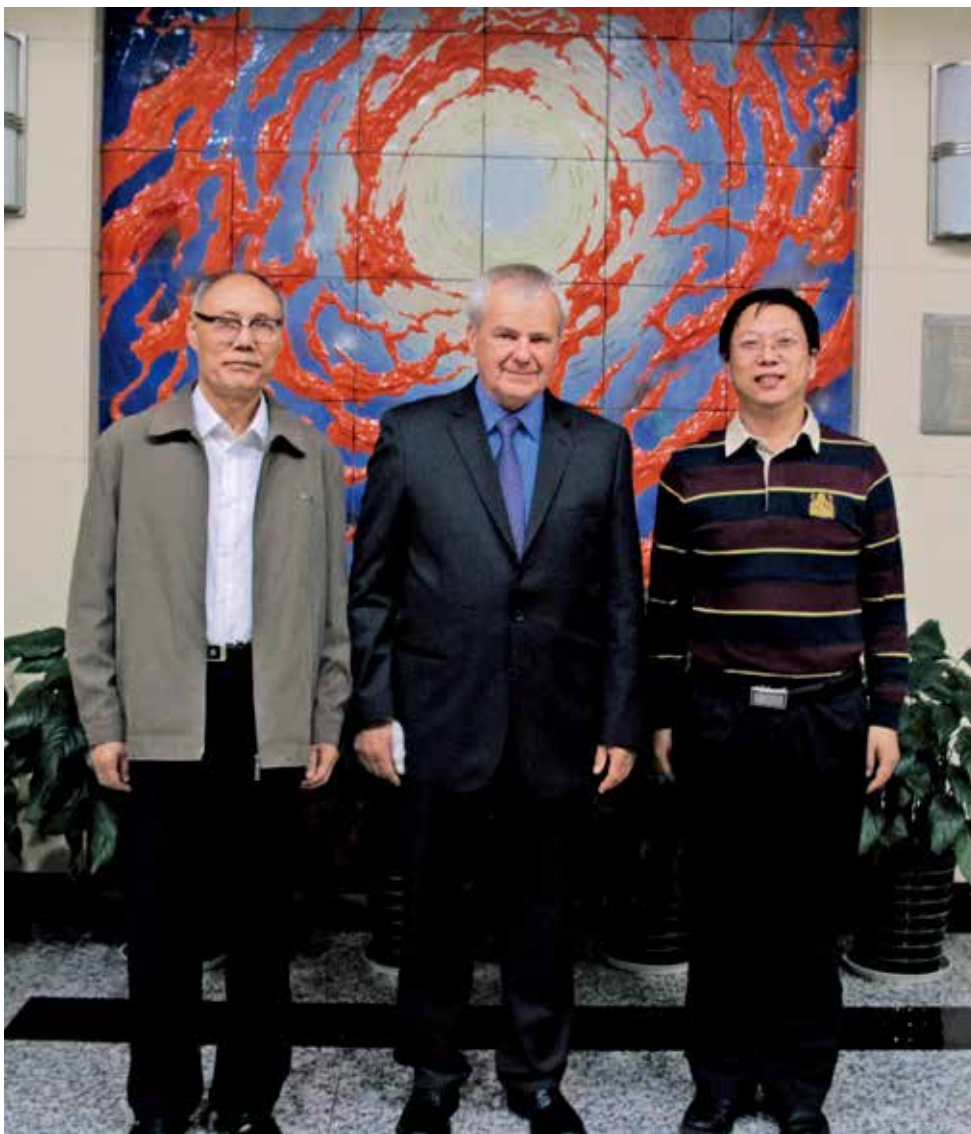
中国互联网雏形诞生

这个项目是由世界银行给中国的重要学科发展项目支持贷款的,世界银行专家起的名字是“中国国家计算与网络设施”,我们自己叫“中关村地区教育与科研示范网络”。原本贷款并不支持IT领域工程性质的项目,清华大学胡道元教授出了很大力气,争取把信息领域的工

程项目列进去。后来经过世界银行专家组讨论,同意拿出420万美元,在中关村地区建设一个超级计算中心。为了让这个地区的科学家用好超级计算机,必须要建立互联中科院、北大和清华的网络,通过网络使用计算中心的计算资源。当时对网络的要求很简单,一是要用光缆,二是速率不能低于10兆比特每秒。同时,

国家计委还配套相当于420万美元的人民币专项资金。项目很大,大家都想承担,国家计委让我们分别写方案,由专家评审。

当时主要是清华、北大、中科院三家做方案。清华是胡道元和吴建平牵头,北大是张兴华和任守奎牵头,中科院的方案由计算所负责总体设计的王行刚研



2014年，钱华林（左）与德国措恩教授合影。供图/钱华林

究员牵头。几家方案报上去以后，当时请了21个在京专家进行评审，比分比较接近。我们中科院比清华高0.7分，略微胜出。当时国家计委科技司的人就说，你们多一点也算多，就由你们中科院牵头，他们两个大学参加。因此，这个项目就明确由我们中科院牵头来做。王行刚总牵头，三家单位一起讨论了网络方案，确定以

TCP/IP为主，兼容DECnet和X.25/X.400等已有协议。1990年4月份工程启动，清华和北大的人员不变，中科院这边由计算所网络研究室承担全部网络工程的实施。作为研究室主任的马影琳，全面负责研究室的工作，包括NCFC项目，而我作为副主任，只承担网络工程项目的技术工作。到1992年底，三家的院、校网络基

本建成。1993年，我们完成了三家单位之间的三角形光缆骨干网。

由于全网各处的光缆，都以10兆速率运行，而且当时思科的路由器对中国禁运，我们只能从DEC公司买到设备，而DEC只有10兆速率的网桥。他们的路由器速率很低，最高只有64Kbps，无法满足NCFC工程项目的需求。所以刚完成的

NCFC网络，是用网桥放在三角形的三个端点，将三个院、校网络互联在一起。每个院、校网络的内部，有一批连到各个研究所、各个大楼的六七十个以太网。

网桥有什么问题呢？它的端口是用以太网方式对外发送数据帧的，而以太网是用广播方式进行通信的。对小的局域网而言，没有问题；网络大了，数十个以太网网络通过网桥连接，每个人发出的数据包，都会广播给网上的所有人，就产生了广播风暴，使得网络信道充满了无用的数据包。为了解决这个问题，每个单位接入这个三角网的时候，都要有一个路由器来隔离一下。但当时买不到能支持10兆速率的路由器，我们自己就开发。利用开源的软件，在PC机上安装4块以太网卡，修改开源软件，构成一个拥有4个10兆以太网端口的路由器。路由器是要7×24小时不间断工作的，PC路由器显然比不上专用路由器耐用。为了能让这种PC路由器长期稳定地工作，把PC机的硬盘、显示器、键盘等部件全部拆除，软件装在一张3英寸软盘上，插到一个软盘驱动器里。只要一启动PC机的电源开关，软盘驱动器就开始工作，将软件引导到内存并启动路由软件，然后软盘驱动器自动停止工作，整个PC路由器不再有转动部件运转，既降低了能耗，又提高了长期运转的可靠性。

我们做了30台这样的路由器，运行TCP/IP协议族中的RIP路由协议。而这个中关村教育与科研示范网运行TCP/IP，实际上已经是中国互联网的雏形了。

打通中国第一个互联网国际信道出口

网路初步建成后，大家担心的事情又来了：没有什么用处。原因是多方面的：从事超级计算的人可以通过网络来用超级计算机，但由于美国的禁运，超级计算机还没有进来；即使进来了，从事超级

计算的人也很少，网络也是空闲着的；当时PC机还没有上网，只有一批小型机连了进来，所以上机的人也不多；网络上没有什么大家急需的信息和资料；另外，中关村地区范围不大，发邮件可能对方根本不看，还不如骑自行车跑一趟。以往国内一些单位建设过局域网，使用率不高，大家称它们为花瓶。NCFC完成后，很多人担心又多了一个花瓶。但我们坚信，这个网络是科研人员迫切需要的，国外网络上有大量科技资料，也有大量科研人员上网，如果我们能与国外的学术网络互连，就一定会很有用。因此，NCFC的管理委员会和工程技术人员开始筹划与国际互联网的连接。

当时要打通国际互联很困难。1992年6月份，我和马影琳到日本神户参加一个年会，称为“INET92”，我们找到美国国家科学基金会负责国际联网的斯蒂芬·戈德斯坦，跟他谈要求连接到他们的学术网——美国国家科学基金会。他没有答应，说他们的网络上连了很多政府部门和军事、军工部门，他不敢轻易答应同中国连接。

为了解决这个困难，我们上上下下都在做工作。中科院副院长胡启恒做的高层的工作，她担任NCFC管理委员会主任，委托管委会的其他成员也一起利用各种机会去做工作，例如北大副校长陈佳洱，担任过我国的自然科学基金委主任，与美国的国家科学基金会对口，容易沟通。

我们当时跟美国密苏里大学堪萨斯分校的计算与通信系系主任理查德·海塞林顿关系非常好。1993年8月下旬，我和马影琳去参加“INET93会议”，这个会议在旧金山召开，规模很大，有一千多人参会。我俩去了以后，理查德·海塞林顿本来并不参会，但他专门飞过来，问我们住在哪个宾馆，他也来帮忙，陪着我们



2004年4月15日，钱华林向温顿·瑟夫介绍用于NCFC的自制路由器。供图/钱华林

找参会的互联网界重量级人物，把他们介绍给他们，并说明我们的来意。

还有韩国Kaist大学的一个教授，叫全吉男，是韩国互联网之父，他对中国联网非常关心，也帮了很多忙。最典型的一次就是这次旧金山会议之后，在旧金山北边召开的一个叫CCIRN的小会，是洲际科研网络协调委员会的会议，大概四五十个人的规模，全吉男是亚太地区CCIRN的主席。这个会就是专门讨论各个国家之间科研互联网怎么互相配合、互相协调的。

全吉男认为我们应该去参加这个会议，这个会上把中国和俄罗斯要联网的事情作为议程进行了简短的讨论。会上很多国家，特别是欧洲的一些科学家，都说完全应该让中国和俄罗斯的科研网络连进来，说科技没有国界，必须进行交流。会上，斯蒂芬·戈德斯坦的上司斯蒂芬·沃夫说美国能源部也希望与中国同行互联。他们这些人对中国1994年4月20日能连到国际互联网上起了很大作用。

到了1993年底，美国国家科学基金会意向性地同意中国连进Internet了。同时，我们安排李庆云高工加紧国际信道的租用、测试和开通。1994年3月，她对北京到夏威夷的卫星信道的误码率进行了多次反复测试。1994年4月，中美双边科技联合会议召开期间，中国科学家代表团与美国国家科学基金会官员见面，胡启恒与美国国家科学基金会的负责人

商谈，正式敲定了此事。

要开通与国际互联网的连接，当时在国内也是有障碍的。我国电信政策规定，租用的国际专线只能由作为租用单位的网络中心自己使用，不能给别的研究所和大学共享使用。规定认为那样就是把租来的国际信道转租给别人，这是不允许的。我们去见邮电部的领导，说明网络就是要共享的，不然大家连在一起就没有意义了，也就不能利用网络做学术交流了。最后当时的朱高峰副部长答应我们的要求。

当时国际互联的速率不是很高，只有64Kbps，但费用很贵。世界银行专家组认为国际联网的任务超出了世行贷

款的支持范围，不能从项目经费中支付。NCFC管理委员会讨论此事时，管委会成员、科技部的冀复生总工，答应给我们以设立一个研究项目的名义支持经费，并让钱天白和我去他办公室填了一些表格，给我们300万元经费，分三年用，每年100万元，不足部分请中科院帮助解决。

除了上面讲的国际障碍、国内政策障碍、项目经费障碍外，国际联网的最后一道障碍就是设备和技术障碍。没有成熟的思科路由器，就用DEC公司的NIS600作为国际联网的出口路由器，并安排李俊、张曦琼等作开通网络连接的技术准备。1994年4月19日深夜，李俊与

美方技术人员配合完成了网络协议的开通，并宣布4月20日为中国实现全功能国际联网的日子。

4月20日开通当天并没有什么仪式，那时候不重视这些。我们在1994年4月20日开通中国与Internet的连接，运行TCP/IP协议，当时互联网上的所有功能就都能用了，所以我们叫作全功能连接。国际互联网协会每季度出版一期杂志，叫Newsletter，最后一页的封里是一张彩色的世界地图，有互联网全功能连接的国家，颜色是红的；只能通电子邮件的国家，颜色是黄的；没有任何网络功能的，用白色充填。4月20日以后出版的所有Newsletter，就都把中国标成红色了。

人物故事：

独特的自行车情怀

1969年，一个同事给了我一张自行车票，但卖车的商店总是缺货。我在738厂工作的一个大学同学发现他们那里的商店不时会有自行车出售，我让他帮我盯着点，一有车赶紧通知我。有一天，他发现商店有自行车卸货，就通知了我。第二天一大早，我借了别人的自行车赶到大山子，排队等候商店开门，终于买到了一辆天津自行车厂出品的飞鸽加重自行车，价格172元，相当于我当时三个月的工资。

此后，我们一家四口就在这两个轮子上出行。它的年龄比我两个女儿都大。我很幸运，我的同事有被偷走过10辆自行车的，像我这样一辆也没被偷的，实属罕见。有时接待完外宾，他们看我推着自行车送其离开，就会帮我和车照相，说这自行车质量这么好，可以送到原厂家当文物展出了。一直到现在，我都会骑着它上下班，从单位到家只要7分钟。有时候去北京交大、北邮、电信研究院、清华、北大开会，我也都是骑自行车。

当时CNNIC的毛伟主任要送我一辆可折叠自行车，说是轻便些，我谢绝了。后来他又要送我一辆电动自行车，说是省力些，我还是谢绝了。我觉得这辆自行车结实，大梁长，骑起来稳当。我现在很少打车，能骑自行车的，我就骑自行车；骑不了自行车的，我就坐地铁或者公交。我基本上不愿意打车，一个人占一个车，占一个道，污染空气。

访者点评：

钱华林老师是比较幸运的，根服务器能够落到中科院里，他在技术这块起了关键性的作用。应该说只有根服务器落到他们这里，他作为一个学术界人士，才有可能在互联网界占据一个比较重要的位置。我觉得国内学术界在整个互联网的发展过程中，真正起到的作用非常有限，没有太多空间，但钱老师在里面作出了极大的贡献。

而且钱老师跟一般的学者也不一样，他不仅积极参加国际网络的治理，还在产业界有所作为，他是具有产业眼光的学者，所以他的视野会比传统的、一般的学者更加开阔。他成为继胡启恒院士之后，第二位入选国际互联网协会（ISOC）的“互联网名人堂”的中国人，可谓实至名归。

——方兴东 全球互联网口述史（OHI）发起人

（本文根据访谈整理，文字有删减。欲了解完整版，请关注《全球互联网口述史（OHI）》系列丛书。）

强化担当，做好网络舆论引导

做好网络舆论引导工作，树立党委、政府的良好公众形象，提高群众对互联网信息的正确判断能力，对做大做强主流思想舆论具有十分重要的意义

文 / 贾瑞霞

近年来，互联网和新兴媒介快速发展，已经成为人们获取信息、参与讨论、表达意见的重要渠道。做好网络舆论引导工作，树立党委、政府的良好公众形象，提高群众对互联网信息的正确判断能力，对做大做强主流思想舆论具有十分重要的意义。

做好网络舆论引导意义重大

做好网络舆论引导，是做好新时代意识形态工作的有效途径。截至2019年6月，我国的网民规模已达8.54亿，网络舆论成为新媒体时代看得见的民意人心。意识形态工作是争取人心的工作，做好网络舆论引导是做好新时代意识形态工作的有效途径。我们可以配合党委、政府的中心工作、重大部署，开展正面引导；围绕网上的热门话题，快速组织有深度、有说服力的文章，解疑释惑；针对敌对势力的造谣、歪曲和攻击，迅速开展有针对性的舆论斗争，澄清是非；在各种重大突发事件发生后，第一时间披露事实真相，以正视听，把谣言传播的空间压缩到最低程度。

做好网络舆论引导，是走好网上群众路线的实际行动。习近平总书记指出，“网民来自老百姓，老百姓上了网，民意也就上了网。群众在哪儿，我们的领导

干部就要到哪儿去，不然怎么联系群众呢？”“善于运用网络了解民意、开展工作，是新形势下领导干部做好工作的基本功。”网络舆论是党委、政府了解民意的重要平台、接受群众监督的重要方式、联系群众的重要渠道。人民群众通过网络发声表达意见和诉求。如果我们置之不理，就是置群众利益于不顾。我们要学会通过网络走群众路线，经常上网看看，潜潜水、聊聊天、发发声，了解群众所思所愿，收集好想法好建议，积极回应网民关切、解疑释惑。

做好网络舆论引导，是凝聚发展共识的迫切需要。当前，东营市正处于转型升级、爬坡过坎、滚石上山的关键时期，实现新时代东营发展目标定位，亟须通过积极有效的网络舆论引导，坚定全市上下推动高质量发展的信心决心，形成

万众一心共促发展的良好局面。近年来，东营市网络舆论引导工作取得了一定成效，但与新形势新任务相比，我们的工作还存在一些不适应的地方。比如，相关人才队伍的作用发挥不明显，大多是兼职，工作积极性不高，满足于完成任务等等。对这些问题，必须引起高度重视，认真研究解决。

扎实做好网络舆论引导工作

坚持正确方向，旗帜鲜明讲政治。必须坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，始终与以习近平同志为核心的党中央保持高度一致。深入开展理想信念宣传教育，深化新时代中国特色社会主

网络舆论是党委、政府了解民意的重要平台、接受群众监督的重要方式、联系群众的重要渠道。人民群众通过网络发声表达意见和诉求。如果我们置之不理，就是置群众利益于不顾。我们要学会通过网络走群众路线，经常上网看看，潜潜水、聊聊天、发发声，了解群众所思所愿，收集好想法好建议，积极回应网民关切、解疑释惑。



供图/视觉中国

义和中国梦教育引导，大力弘扬社会主义核心价值观，发展健康向上的网络文化。深入开展网上舆论斗争，对挑战政治底线的错误思想言论，要亮剑斗争、批驳澄清，做到博弈中不缺位、对抗中不失声、辩驳中不失理，牢牢把握网上意识形态工作话语权。

坚持分类施策，增强网络舆论引导针对性科学性。针对不同主题，分类研究舆论引导之策，把该说的说到位，让该热的热起来，该冷的冷下去，达到“春风化雨、润物无声”的效果。围绕庆祝新中国成立70周年，组织专家学者撰写文章，让网民在互动中受教育、增自信、凝共识。围绕加快新旧动能转换、实施“三大战略”、推进“四项重点工作”和五个“三年行动计划”等东营市委、市政府重点工作，主动设置议题，多角度、多层次做好宣传阐释，赢得群众最广泛的拥护和支持。围绕住房、交通、医疗、教育等民生话题，弄清事实根源、及时回应争议、厘清模糊认识，深入宣传党委、政府坚决维护群众利益的态度主张和积极解决问题的政策措施，疏导好网民的非理性情绪。

坚持全程引导，赢取工作主动权。坚持端口前移，在出台重大政策措施、实施重大项目、举办重大活动前评估舆

论风险、制定舆情应对预案，有针对性地开展舆论预热、收集群众反馈，加强政策解读和权威发布，正确引导公众预期，争取群众的理解和支持。坚持第一时间发声引导，发生重大突发舆情，发挥网络舆论引导短、平、快的优势，抢占第一落点，主动密集发出正确声音，回应网民关切、冲刷不实信息，做到关键时刻不缺位、不“失声”。

坚持协同联动，线上线下同向发力。无论什么舆情，都是先有现实矛盾，再有舆论反映；舆论引导是否成功，说到底还是要看现实问题的解决情况。坚持实体工作第一性、新闻舆论第二性原则，线上只要有如实反映，线下就要有积极行动，依法高效地把问题处理好。增强舆论引导协同性，涉事地方和部门自觉承担起线下处置问题、线上发声回应的责任，宣传、网信部门积极履行搭建平台、协调媒体、研判舆情、提出建议的职责，部门之间、上下之间充分沟通信息、共享资源。加强与中央、省级等重点新闻网站和知名商业网站的沟通联系，通过他们讲好东营故事、传播好东营声音。

坚持效果至上，丰富网络舆论引导形式。现在，网络舆论引导的渠道日益多元，从最初的网站跟帖，到后来的论坛、博客、微博、微信等社交媒体，再到新兴

的自媒体、问答社区、视频网站以及直播平台。网络舆论引导的形式日益多样，既有传统长篇评论、新闻图片、漫画，又有歌曲、动画、短视频、视频专题片、网络直播、H5、小游戏等别具一格的形式。开展网络舆论引导时，应根据内容和要求选择合适的引导形式，形成全方位、多样化引导态势，以适应不同文化水平、不同接受习惯的群众需求。

打造高素质网络舆论引导队伍

做好新时代网络舆论引导工作，关键是建设一支高素质网络舆论引导队伍。

强化责任担当。党委要高度重视，纳入重要议事日程和重点工作计划，及时研究新情况、解决新问题，把网络舆论引导工作紧紧抓在手上。按照属地管理、分级负责和谁主管谁负责的原则，主动把责任承担起来。部门单位的政务自媒体，凡是开办就要建立相应管理制度，凡是有信息发布就要有审核，确保发布的信息导向正确、事实准确、来源规范、合法合规。

提高专业能力。网络舆论引导队伍不仅要熟悉本部门单位的业务工作，还要掌握互联网宣传规律；不仅要打牢文字功底，还要掌握互联网新技术新手段。强化实践锻炼，积极参与网络舆论引导实战练兵，锻炼成为政治敏锐、反应迅速、善用网言网语的专家型人才。完善教育培训制度，根据网络技术知识更新速度快、政策法规内容多的特点，定期对网络舆论引导队伍进行系统培训。

壮大队伍规模。进一步充实网络舆论引导队伍，确保网络舆论引导有人干、干得好。重视发挥重点网民、意见领袖的作用，团结一切可以团结的力量，共同打造风清气正的网络舆论空间。开展好青年网络文明志愿行动，完善网络文明志愿服务激励机制，动员广大团员青年和志愿者成为唱响网上主旋律的生力军。■
(贾瑞霁：中共东营市委常委、宣传部长、网信委副主任)

光影“冀忆”寻初心 重温来路再出发

——长城新媒体“七一”大型直播活动回眸

文 / 邵荃 张妍

7月1日，在党的98岁生日这天，长城新媒体集团精品创作中心、记者站管理中心、技术中心三大中心联手，并首次联合8家中央及地方主流媒体，借助自有平台及新华社现场云，举办了一场横跨12地、全移动化操作的“七一”特别直播活动。

此次直播，以大家耳熟能详的12部银幕红色经典作品串接，12路直播记者奔赴河北12地，采用“演播室访谈+视频+现场报道+网友互动”等形式，以移动化、场景化、互动化为特色，在近两个小时的时间里，与广大网友一起重温峥嵘岁月，记录建党98周年以来燕赵大地的发展变化。直播活动推出后，好评如潮，网民踊跃留言参与互动，许多业内人士也纷纷点赞，“创意好、有气势、形式活”。

不忘初心、牢记使命

今年是建党98周年、新中国成立70周年。6月份起，“不忘初心、牢记使命”主题教育全面启动，让今年的“七一”具有了更加深刻的意义。作为一家创立不久、新近诞生的省级新媒体集团，在这样的一个关键节点上，该拿出什么样的作品来庆祝党的生日？

98年来，作为红色文化资源重要聚

集地的河北，红色基因早已深深注入了燕赵文化血脉之中，并留下了许多弥足珍贵的革命史料和遗址。李大钊的故居及纪念馆、抗战烽火中的八路军129师司令部旧址、狼牙山五壮士纪念地、战斗英雄董存瑞纪念馆、西柏坡革命圣地，以忠诚使命为内核、艰苦奋斗为底色的塞罕坝人，太行山上的新愚公李保国……800多处红色旅游资源、160余处红色旅游景点。更为难得的是，以这些人物、事件为主题的一系列红色电影《建党伟业》《小兵张嘎》《董存瑞》《开国大典》《李保国》等也同样享誉全国。

“就用红色电影讲述发展故事！”利用河北的红色资源，在“七一”这个特殊的日子，引导大家铭记初心，牢记使命，聚力发展。6月20日，在“不忘初心、牢记使命”主题教育学习培训会结束后，策划组一班人最终敲定下了报道方向——直播。

统筹建构、内部协同

策划、筹备、主控这样一次大型直播报道，在长城新媒体集团还是第一次，所以主创人员从各个方面进行了细致考虑。

内容：精雕细琢。《建党伟业》《小

兵张嘎》《回民支队》《太行山上》《李保国》等12部影视作品，关照河北全域11个设区市+雄安新区，12个衔接历史与现实的直播点位，纵贯土地革命时期、抗日战争时期、解放战争时期、新中国成立后等4个历史时期。策划团队与各地记者站一一对接，充分考虑个性，多次修改直播方案，最终实现了影视剧与直播点位、直播内容的无缝衔接，内容上既丰富多彩，又符合当地特色。

嘉宾：千挑万选。1个演播室、12个点位，出镜嘉宾的选择也是直播内容的重要一环。讲红色故事，谈发展变化，与直播内容又深度契合。80岁的张子诚，一个基层放映员、老电影人、老电影海报收藏者；何振虎，河北省广播电视协会会长，《河北影视剧发展史》的作者，资深影视文化研究者。演播室内，佩戴党徽的两位老党员，一位拿着自己珍藏的老海报讲述海报收藏、老电影放映的故事；一位拿着《河北影视剧发展史》讲述红色影视作品创作史，诠释了河北红色影视人的初心。演播室外，各记者站邀请了基层党支部书记、纪念馆馆长、党史研究室负责人、见证变迁的老人、烈士后人等，作为出镜嘉宾讲述他们的故事。

执行：分秒必争。此次大型直播建



“初心·冀忆”“七一”大型直播活动海报。供图/长城新媒体集团

立“中心协作、地市联动”的一体化工作机制，既完成了一次直播联动的实战大演练，也实现了集团大型直播调度能力的一次大提升。

直播计划从7月1日上午9点半开始，主体内容为100分钟，每个点位直播时间控制在5分钟，包括30秒以内的影视剧片段、1分钟的记者红色文化介绍、3分30秒的嘉宾和记者现场访谈。执行团队对照方案，逐项拍表演练，逐个点

一项收获。

此次直播，涉及12个点位，全部使用4G背包，提前踩点测试，针对不同型号的摄像机、手机等设备进行调试，直播当天全部直播点位均为移动直播。雄安新区记者站还利用中国移动布设的基站实现了5G直播，为整场活动增添了亮点。

在客户端直播页面上，采用短视频、图片、文字等多种形式，同步发布

位细致对接，前方报道团队、演播室导播团队、技术保障团队密切协同。

直播当天，为增强开篇效果，在临时增加了一段3分钟短视频的情况下，整个直播时长为1小时44分14秒，比计划时间只延长了1分14秒。

全程全效、融合创新

今年1月25日，习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时讲话指出：“信息化为我们带来了难得的机遇。我们要运用信息革命成果，加快构建融为一体、合而为一的全媒体传播格局。”充分运用新媒体传播技术，加强媒体间业务上的融合协同，放大传播效果，也是本次直播活动的

背景材料，丰富直播内容；在互动区，设置留言室，发起#最喜欢的红色电影##点赞家乡新变化#等话题，引导网友留言；设置互动专区主持人，与演播室嘉宾、网友实现三方互动，增加了直播的互动性、参与性。

此次大型直播中，长城新媒体集团主动联合人民雄安网、石家庄广播电视台、安平县融媒体中心等单位携手合作，既充实了报道力量和资源支持，同时也丰富了各家新闻单位的报道内容。

直播前，设计制作横版、竖版海报图，集纳主题、时间、合作媒体、直播二维码等推广元素；同时，刊发《直播预告|河北12地联动在光影冀忆中寻初心》推介活动，发布直播平台、直播链接、互动话题等信息。稿件经网微端发布，海报图也在两微、朋友圈等渠道推送，提前预热。

在直播平台的选择上，这次我们调动了集团下属网微端，通过长城网、长城24小时客户端、长城网官方微博进行发布。事前与新华社现场云积极对接，实现同步播出。

直播后，组织碎片化传播及延续性报道。《长城新媒体集团雄安首场5G直播在白洋淀顺利完成》《“七一”大型直播献礼党的生日 致敬银幕下的红色燕赵》稿件以及相关短视频等通过多平台再次传播。一场直播衍生出了一个专题，不仅提高了直播报道的传播力，还增强了报道可读性。

回眸过去，有收获也有很多不足和遗憾；面向未来，长城新媒体集团将把新媒体探索之路更加坚定地走下去，坚持守正创新，不忘初心、牢记使命。■
(邵荃：长城新媒体集团副总编辑；张妍：长城新媒体集团精品创作中心活动部副主任)

巧用“达人”扩大朋友圈传播

“新疆是个好地方·达人西游”网络主题传播活动已成功推出6季，被称为地方党委、政府善用新媒体的经典案例

文 / 本刊记者 马冉冉 潘树琼

“醉美胡杨”“冰雪世界”“穿越花海”“探秘古迹”……在新疆，有一个名曰“新疆是个好地方·达人西游”的网络主题传播活动，自2018年8月启动以来已经成功推出6季，创造了9.6亿微博阅读量，29.8万讨论量，引起了传媒界、文旅界的广泛关注，被称为地方党委、政府善用新媒体的经典案例，入选由中央网信办政策法规局、中国网络空间研究院组织，中国信通院产业规划所双创管理研究中心承办的“网信创新工作50例”。

巧选达人，体验传播

不到新疆，不知中国之大；不到新疆，不知中华之美。如此大的新疆，短时间走马观花式的走访难有切身体会，传

统的旅游宣传模式也难有成效。那么该如何讲好新疆故事，带动新疆旅游业发展？

由新疆维吾尔自治区党委网信办创办，联合自治区党委宣传部、自治区文化和旅游厅组织开展的“新疆是个好地方·达人西游”活动，用有力的传播数据和生动实践证明，做活体验式传播，是拓展讲故事空间的有效方式。

“达人”团队在其中起到了关键作用，他们深入新疆各地进行体验式探访，通过旅程中的各式人物、美食、美景，串起一个个鲜活的故事，打造出集视觉听觉味觉于一体的新疆品牌专属体验馆。在这些“达人”团队中，既有旅游博主、网红歌手、网络名人，也有当红诗人、媒体人士、摄影达人。多元化的达人构成，

从更多视角、层次和题材上呈现出新疆之美的样态，丰富了旅游推介的形式。

在当今更加重视个人体验的时代，做活体验式传播，有利于增强传播内容的感染力和新鲜性，引起受众情感共鸣，增强对传播内容的认同。正如参与了两季“达人西游”活动的摄影达人李翔所说，“达人西游”更像是一个快闪和定制的宣传，启用“达人”的方式适用于年轻人接受能力强、传播速度快的特点，进一步带动了新疆的旅游热。

舞蹈达人@Alina_林枫 则用“梦幻”一词来形容达人西游活动，她花9天时间走了5000公里，在看过新疆南部的好山好水好风情之后，发出了“新疆风景果真名不虚传”的感叹。@Alina_林枫印象最深刻的是新疆的生态保护做得特别好，她说：“生态好代表着新疆旅游的可持续性发展非常有潜力。这个活动很有意义，我们通过这个活动一路在学习，了解当地的风土人情，了解新疆的山川秀美，了解祖国的日益强大。”

巧设议题，有效传播

春日的吐尔根杏花遍野，万物复苏；盛夏的赛里木碧波荡漾，花海浪漫；金秋的胡杨林层林尽染，让人沉醉；隆冬的

在这些“达人”团队中，既有旅游博主、网红歌手、网络名人，也有当红诗人、媒体人士、摄影达人。多元化的达人构成，从更多视角、层次和题材上呈现出新疆之美的样态，丰富了旅游推介的形式。



5月30日，“达人西游第5季——探秘古迹”网络主题传播活动达人团来到了若羌县祁曼塔格乡，探秘阿尔金山国家级自然保护区。图/张泽欢 摄

喀纳斯白雪皑皑，胜似仙境……四季轮回，新疆无时无刻不在向世人展示自己的美。

近年来，随着疆内各地州旅游软硬件的显著提升，新疆旅游正在向着“四季游”发展。为了唱好新疆旅游的“四季歌”，“达人西游”活动巧设议题，从“醉美胡杨”到“冰雪世界”，再到“穿越花海”，紧扣季节主题，让达人们亲身体验新疆春、夏、秋、冬四季的自然风光、历史文化、民俗风情。

比如“冰雪世界”这一季，在新疆旅游的淡季策划这样一个主题，让达人们在走访体验冰雕观赏、高山滑雪、温泉疗养等多元化特色冰雪旅游产品的同时，多元展示新疆冬季的特色魅力，有效带火了新疆的冬季旅游。

在“探秘古迹”这一季，达人们前往有着“华夏第一州”之称的巴音郭楞蒙古自治州，在领略自然风光的同时，增添了更多人文因素，着重追寻新疆的历史、文化、古迹，让达人们在传统文化和民俗风情中体验难忘的人文之旅。

“这次能走进巴州，收货颇丰。”旅游达人@行走的迈克尔便是第三次来到新疆。他禁不住用一连串的排比句表达自己对新疆多元景色和风土人情的赞

扬和喜爱：这里有高山、盆地、河流、湖泊、戈壁、沙漠和平原绿洲……每一个地方都让人不想离开；这里有阿尔金山、罗布泊、巴音布鲁克、巩乃斯、罗布人村寨……每一个名字都是人间美景；这里有雪峰、冰川、河谷、山川、天鹅、草原……每一处景致都震撼人心。“此趟旅行是这几年旅行中让我印象最为深刻也最为感动的一次。”@行走的迈克尔说。

同行的另一位旅游达人@脑洞小瓷则直接把汉服穿到了这些新疆古迹，她把新疆比作“人类历史文明的博物馆”，并表示“希望通过旅行和传播，让更多的人可以了解新疆，爱上新疆。”

在新疆求学、工作、生活了11年的《新疆日报》记者李莉表示，“通过这次活动，我更加深刻地认识到，新疆是个好地方，是一座超级国家公园。无论你在新疆待多久，新疆永远有值得你探索的未知。”

巧用平台，创新传播

“新疆之‘大’，我用‘美’来丈量。‘美’是一个抽象的词，但在新疆，它可以变得这么具体。”旅行达人@第一次小姐姐sun在给达人西游第五季制作的VLOG中这样感慨。

这是她在新疆制作的第一个VLOG，在富含节奏感和叙事感的碎片化影像中传递出了对新疆之行的最直观感受。目前，这个VLOG在新浪微博已有近70万次的观看量，网友们纷纷评论“风景这么美，我想去看看”“能自驾游去新疆真的太幸福了”……

VLOG是2018年以来备受欢迎的传播方式，可以让达人们以第一人称视角将自己的旅行故事分享给大家，展现给观众一个完整的视频叙事，增加传播的真实感和受众的参与感。

当谈到制作VLOG的初衷时，@第一次小姐姐sun表示，“我自己身体力行地感受了祖国的六分之一究竟有多大，但是我想给观众传递的不是旅途中的疲惫，而是透过车窗看遍四季时的那种震撼，看到野生动物时的那种惊喜，还有在旅程中遇到的那些可爱的当地人、认识的新伙伴带来的快乐。这一切都代表着我对这次新疆之旅的‘美好’二字的理解。”

虽然只有短短不到一年的时间，但是达人西游每一季的传播方式都在不断地升级创新。

旅游达人@维尼小熊把盛开的野百合编成图文发在自己的微博上，当天阅读量就达200多万次；人民网抖音编辑发布了一条关于赛里木湖的抖音短视频，短短3个小时就达到40多万的点击量；快手平台在那拉提草原的直播，当天观看量达589万人次，点赞量达243万个；网易新闻新疆站以不间断直播的方式搭建专题平台，发布的VLOG《达人西游5 | 网易主播VLOG》，累计浏览量达733万……

新浪微博、网易、抖音、腾讯、今日头条、喜马拉雅等新媒体平台以及新疆内外传统媒体平台的合力发声，实现了宣传推介效果的最大化，让“达人西游”的品牌感召力不断提升，从单纯的旅游推介演化为更具综合价值的活动平台。■

“解锁”舆情处置的正确方式

强化政府公信力、提高媒介素养、建立舆情引导机制，是日常舆情处置的三大举措

文 / 周琼 魏丽丽

舆情无小事。在互联网时代，对网络舆情第一时间做出正面回应，对网民关切认真对待、解疑释惑是相关部门的职责所在。如何正确发声、提升网络舆论引导的有效性、牢牢把握网络舆论的引导权？

舆情处置存在三大痛点

在人人都亟待发声的互联网群体传播时代，网民围观成为无处不在的监督力量，网络舆论对公共治理形成强大的压力，或多或少地改变了公共事件的走向。

掩盖事实真相，错失舆论疏导良机。以2018年泉州发生碳九泄漏事故为例，当地接连发布的环境通报都声称污染问

题已得到解决。但从网民爆料以及当地网友上传的照片来看，污染并非像所说的那样已经得到妥善处理。在媒体不断地报道以及网民愤怒的声讨下，舆情持续发酵升级。

忽视舆情风险，“人祸”声音集中出现。以2015年深圳特大滑坡事故为例，群众投诉未能得到有关部门重视，直到事件爆发。此次事故起初被定义为“天灾”，但在舆论反弹中被指“人祸”，引发网民质疑，造成两大舆论场的割裂。

权责划分模糊，信息发布缺乏统筹。以2015年天津港爆炸事故为例，该事件涉及当地多个职能部门，但六次新闻发布会欠缺总体统筹，处置不当引发舆情

二次发酵。根本原因是“体制内舆论场”和“民间舆论场”这两个舆论场的认识不到位。需更熟悉并适应互联网群体传播背景下的突发公共事件传播规律，尽力避免因舆情聚焦、舆情联想效应而遭受网民的“高压式围观”和舆论的“全景式审视”。

日常舆情处置三大举措

强化政府公信力。政府形象构建来源于政府公职人员，政府要把握机会与公众互动，树立公仆意识，形成真诚、友善、快捷的工作作风，以正能量维护政府形象，消除民众与政府间的矛盾隔阂，从根本上扭转民众对政府的偏激看法，为政府争取有效引导社会舆情话语权奠定基础。

提高媒介素养。地方政府要转变观念，突破“一地一域”的限制，经营好官方微博和官方微信公众账号，不能着眼于临时应急，而要注重平时运营，在舆情事件处置中吸取经验和教训。这样有助于提升自身媒介素养，进而提高线上发布的能力和水平。

建立舆情引导机制。政府机关应设立专属部门，具有独立性、专业性和权威性，既能监控日常网络舆情，又能与公安、宣传等部门保持联动机制，在网络舆情发生时协调相关部门给出统一意见并



2015年12月21日，广东深圳，深圳市光明新区凤凰社区滑坡现场。图为航拍的滑坡现场画面。供图/视觉中国

对舆情走向予以引导。

舆情行业面临三大困境

舆情产业链构建粗疏。国内的舆情产业起步较晚，发展不充分，舆情产品较为单一和初级，市场主体没有形成独特性的核心竞争力。现阶段，舆情产业的相关公司对自身的定位也仅限于政府机构、大型企业舆情危机的整体对策提供商，业务一般集中于初级的网络舆情管理、电商在线分析、广告销售，产业链条相对简单。舆情产业应该是一个包含舆情监测、分析、预警、危机处理应对等多环节的产业链条，用户需要的是高质量的监测平台加专业的舆情服务，而不仅仅是一个监测软件，但目前舆情监测中心尚不具备预警和危机应对功能。

舆情分析师专业人才储备不足。目前国内的舆情分析师大多数由传统的新闻宣传工作者转型而来，不仅在数量上存在很大缺口，在质量上也不尽人意。舆情分析对于跨专业要求特别高，传播学、心理学、社会学、统计学等交叉学科领域的人才最受欢迎也最稀缺。专业的舆情分析师培养需要技术支持、数据分析与信息传播的结合，国内不仅出现了众多从事舆论监测培训和发证的机构，而且各地各级机构组织的与舆情相关的培训也是层出不穷，缺乏全国统一的培养大纲和能力标准，授课质量参差不齐，培训和实操脱节严重。

舆情行业规范建设不完备。舆情监测行业作为朝阳产业吸引着大量资本进入，目前有关管理部门尚未出台行业规范和标准，导致鱼龙混杂，行业乱象不断。商业网站、公关公司、广告公司、营销公司、传统媒体等作为舆情监测机构，均有各自的服务目的与经营原则，由于没有统一的管理机构和准则，不规范的业务运作使得“网络水军”“网络删帖”等

只有深度整合数据，注重舆情事件的关联性和规律性，在对比研究的基础上分类归纳，深度开发多级市场，为社会各大机构和个人提供私人化定制产品服务，才能被市场接受。

不良现象大量出现，并逐渐成为一种专业化的营销和公关手段，加之恶意竞争、同行剽窃，在影响舆论的过程中，凸显出许多负面问题，因此推动舆情服务业透明化、规范化迫在眉睫。

舆情产业发展三大建议

完善产业链条，深度开发需求市场。舆情产业中长期存在“官商媒教”各自为政、产业链建构脱节的现象，有些擅长售卖技术、销售相关软件或搭建监测系统；有些擅长于分析、处理数据，产出舆情报告；有些专注于危机公关，善于应对负面舆情。从表面来看，各家各有所长，形成差异化竞争，各取所需，但从长远来看，这种各自为王、独占山头的局面却不利于舆情行业纵深发展。只有深度整合数据，注重舆情事件的关联性和规律性，在对比研究的基础上分类归纳，深度开发多级市场，为社会各大机构和个人提供私人化定制产品服务，才能被市场接受。

秉持专业态度，减弱舆情长尾效应。人民网舆情监测室秘书长祝华新认为，舆情研究不是主观拍脑袋，而是通过客观数据还原社会真实意见构成。只有冷静观察舆情走势，做出科学梳理，直面舆情危机中暴露的管理问题，才能提供理性建议。转型期的中国社会，利益群体交错复杂，网络表达中会充斥负面心态、消极情绪，一些网络舆情事件进入消解期后，相关流行语、网络视频等娱乐化尾

巴长期流传，实际上这是网友对某类问题的关注而留下的社会印痕，本质是社会心态的传接。

一些舆情监测机构容易出现编造数据、预置评判、数据采样偏颇的情况，专业网络舆情分析师只有保持客观中立的态度，才能提出有建设性的立场主张。只有在舆情分析师的培养理念、培养途径和培养方法上进行革新，以适应行业发展需要，才能真正践行《网络舆情研究阳光共识》所呼吁的“努力打捞沉没的声音，挖掘和释放网上的正能量，为科学决策提供可靠的民意素材”。

促进产业协调，规范有序健康发展。目前国内舆情产业的构成机构包括高校智库或学术机构创办的舆情研究所，依托人民网、新华网等主流媒体建立的舆情监测平台，由软件公司和调查机构联合成立的舆情软件企业，由高校新闻传播研究机构和软件公司联合创立的舆情实验室以及公关、营销公司，但普遍存在各自为营、功能重合的现象。舆情行业的协调发展至关重要，制定全国性的舆情产业规划正当其时，要分片分层指导，全面推进产业的均衡分布与长效发展。^[14]（周琼：浙江工业大学人文学院讲师、浙江省舆情研究中心研究员；魏丽丽：浙江工业大学新闻传播学硕士研究生。本文系浙江省社科联重点研究课题：互联网群体传播对媒介新格局和社会秩序的冲击与重构研究[项目编号：2016N25Z]部分成果。）

大爱无声 真实记录

——新华社48小时“轻”制作产生2亿+浏览量

文 / 管建涛 何山 杨思琪

传播数据

微博话题全网浏览量: 2亿+;
微博秒拍播放量: 3525万次;
央视新闻微博阅读量: 2543万+;
共青团中央微博阅读量: 1844万+。

96级台阶, 368米路程, 数千次敲打路面, 15分钟上学路, 每天独自上学, 是11岁盲童女孩高雅最骄傲的事。但她不知道, 这一路总有一个人默默陪伴, 或近或远, 一直不曾离去……这是新华社全媒报道平台、黑龙江分社在今年母亲节联合推出的微纪录片《伴我“独”行》里的画面。

这部4分35秒的微纪录片讲述了11岁盲童“独自”上学, “影子”妈妈却悄悄陪伴的感人故事。报道在客户端、微信、微博、抖音、快手等众多平台展示, 引发近千家中央和地方主流媒体、网络名人推送, 全网达到2亿+的浏览量。



微纪录片《伴我“独”行》截图。供图/新华社

大爱无声, 挖掘情感共鸣点

纪录片以“上学路”小切口展现母爱大主题, 以一位盲童母亲个案表达母性光辉, 兼具新闻性、故事性, 彰显感染力、传播力。记者原计划围绕全国助残日采访社会助残报道, 在采访中敏锐发现盲童女孩每天的上学路上, 凝结着强烈的戏剧冲突、矛盾心理和情感表达, 随即调整原定报道计划, 将目光转向这对特殊母女。

要讲好故事, 最重要的是挖掘出富有爆发力的细节, 寻找情感共鸣点。脚踩小水坑而下意识地抽动脚, 敲到路边停放的车轮便伸出左手向前试探着摸, 为了给高雅纠偏, 妈妈精心制造一系列“偶遇”……这些丰富细节, 都源自记者的深入跟踪、细致观察。

怎样对故事进行高度凝练是最考验脑力和笔力的。“戏精妈妈”“盲杖女孩”“目送”“上学路”……一系列

提案被否掉, 最后“影子妈妈”一词得到一致认可, 既体现了妈妈如影随形的陪伴, 又暗含了让高雅触不可及的“隐身”形象。其实, 每个妈妈都是“影子”妈妈, 都在无微不至地关心孩子、爱护孩子……这一“暖视频”在海外社交媒体平台同样火爆, 再次证明母爱是跨越国界、世界共通的话题, 来自中国母亲深远明智的爱, 赢得了海内外受众的感动。

此次报道引发了公众对家庭教育的热议。“父母之爱子，则为之计深远”，高雅妈妈选择放手不放任、扶持不挟持、关爱不溺爱。“朋友圈”一位多年从事家庭教育的公益人士评价说：“这是一节优秀的家庭教育课，当父母应向‘影子’妈妈学习。”

报道播出后反响热烈，但高雅妈妈并没有给高雅看，只是告诉她，“你的片子发了，影响了很多人。”多家媒体想要跟踪报道，但高雅妈妈大都拒绝。黑龙江省教育、民政部门表示会对特殊孩子更加关注，更有一些爱心人士前来询问联系方式想要资助，南极科考队员希望给孩子们讲讲南极的故事……跨越时空的人性之美，得到了不同年龄段网民、不同类型媒体甚至海外社交媒体的一致“点赞”。

记录真实，最大限度还原现场

纪录片的拍摄过程包括：先在学校拍摄妈妈隔窗看望高雅，以及高雅上课的镜头；再采访妈妈，录制同期；等高雅放学时，跟踪拍摄她的回家路，也就是视频主体部分；最后到高雅家里，补拍梳头、准备上学等画面。

与以往调度采访对象不同，此次的拍摄难度集中体现在“要记录真实”。整个拍摄过程几乎是在高雅不知道的情况下完成的。高雅的行走路线不固定，妈妈的跟随路线也不固定，构图、聚焦、光线等都充满不确定性，但又不能提醒妈妈远离或靠近女儿，只是一路紧紧跟拍，最大限度抓取现场镜头……不能因为采访拍摄，而拆穿妈妈的“秘密”，既是对新闻伦理的坚守，更是对一份母爱的呵护。

高雅的上学路充满艰辛，随意停放的车辆占用着盲道，还有破碎的步道板和周边飞驰鸣笛的车辆……十几分钟的

上学路，几乎是没停机用长镜头拍完的。当然，这里的长镜头不是指单一场景、单一景别的长镜头，而是很多与高雅上学路发生关联的镜头。

整个求学路上有三个非常重要的段落，信息量大，非常适合视频表达：第一，在穿过马路时，高雅妈妈会用身体为她挡住一些车辆；第二，高雅时常迷路，高雅妈妈多数时候会选择默默跟随，而不是第一时间跑出来为她指路；第三，在高雅进入家属区之后，高雅妈妈会迅速跑上楼，装作从家里出来迎接高雅的样子。

视频抓住这些关键点便能够最大限度还原现场。实际拍摄过程中，高雅在进入居民区后走错了路，她摸到了以前从来没去过的车库，走了一段路，她又调头往回走，这个过程缓慢而让人揪心，也为拍摄增加了5分钟左右的宝贵时间，使得高雅的上学路更加丰满。

广泛传播，多路径助成爆款

一条有传播力的微纪录片，贵在遵循新闻传播规律，做到“从主题中找故事，从故事中找人物”。此片中的主人公形象生动鲜活，女孩可爱，妈妈美丽，且表达流畅、表现力强，符合视频传播中的“3B”原则，即“baby, beauty, beast”。

5月12日14时，《伴我“独”行》在新华社客户端播发，浏览量迅速超过300万。今日头条、腾讯等数百个客户端随即跟进转载，客户端总浏览量超过2000万。

5月12日19时许，新华视点微博以《感谢你伴我“独”行，我的“影子”妈妈》为题进行了转载。

5月13日，这一微博话题开始爆发性增长，@央视新闻、@人民日报、@中国新闻网等主流媒体微博竞相转载，澎湃新闻、新浪、爱奇艺等网络媒体以及

网络名人纷纷转发。报道还引起@共青团中央、@天津日报、@北京日报、@扬子晚报等百余个政府机关、党报、晚报微博关注。

5月12日20时，新华社微信公号刊发头条文章《妈妈竟让11岁的盲女儿独自上学！背后的原因又暖又心酸……》，不到一个半小时就突破“10万+”。人民日报、人民网等数百个微信公众号转发，多数都在头条位置展示。其中，人民日报微信阅读量达65万，新华社微信阅读量达30万，多个微信公号阅读量达“10万+”。

此后，这一视频陆续在新华社快手、抖音、海外社交媒体等平台展示。新华社快手号播放量达210万，人民日报快手号播放量达610万，人民日报抖音号当天播放量就达100万。报道在海外社交媒体浏览量达164万，其中，Facebook阅读量超过150万，点赞量超过9000次，Twitter阅读量达14万。

5月25日，央视《新闻周刊》栏目以《妈妈伴我“独”行 11岁盲童的“独自”上学路》为题，进行了近10分钟的专题报道，“影子妈妈”被选为当周焦点人物。

梳理这篇报道的传播路径可以发现，多家中央主流媒体跟踪报道、众多网络名人转载、舆情从网媒回流到传统媒体、多次互动报道等，都是这个纪录片产生重大反响、迎来刷屏之效的重要原因。

这一独家挖掘、精心策划的轻量级制作，实现了一次融合报道的创新实践。这既得益于记者深入观察、深厚积累，跟踪特定群体，敏锐发掘线索；又得益于报道团队，一起反复修改、打磨，集中力量的持续攻坚，是一次践行“四力”的生动体现。

（管建涛、何山、杨思琪：新华社黑龙江分社记者）

重塑流程 精准站位

——浙江省“绿色网络文明进校园”活动创新传播

文 / 周晓思

2018年12月，浙江省“绿色网络文明进校园”暨“争做中国好网民”校园论坛走进宁波诺丁汉大学，这是宁波系列活动的收官之作，由宁波日报报业集团、广电集团主流媒体和自媒体共同参与，在宁波市高校师生中引起强烈反响。#我在宁波#微博话题阅读量突破17亿，讨论互动量高达74万……该校园论坛为何能引发这样的传播效果？主流媒体+自媒体合办活动的秘籍又是什么？本文进行了总结和思考。

重塑流程：从学生体验出发策划活动

活动开始前，由宁波日报报业集团重点打造的客户端“甬派”通过微信、

微博等校内自媒体高频推送预告，进行“你想与哪位自媒体大咖面对面接触？”“你想与自媒体大咖探讨什么？”等话题的线上人气投票；在校园寝室、食堂、教学楼等师生必经之地，运用类似“不用再隔着手机，你与网红只有十米之远”等特色标语，结合本地自媒体名人的照片制作特色海报或人形立牌，进行落地宣传；引导学生在有特色的教学楼或自媒体大咖海报、人形立牌前自拍，结合#我在宁波#话题上传至微博参与互动；院校自带LED宣传屏，可在前期循环播放“十年宁波、十年网络”主题视频；组织高校相关学生团体，配合活动主题做一些快闪表演；在宁波本

地广电微信公众号“鄞视报道”自定义菜单中开设专栏“直通高校”，下设子栏目“就业创业”“新生指南”“高校联盟”，预先在各栏目中发布信息。

活动期间，与校园活动如“社团日”等结合，穿插一些校方出品的舞蹈、情景剧、视频展示等节目，增加整场活动的本土化元素和趣味性。重点议程是以论坛、微讲座等形式展开的自媒体圆桌论坛，除了固定嘉宾，邀请从事媒体行业并创业成功的毕业生或受学生热捧的相关专业老师作为自媒体名人嘉宾，调整每期的话题设置，通过“校内自媒体平台成果展示”“微课堂”“一人一题”等形式与现场师生进行多方位互动。为论坛大咖设置互动手牌，在现场加配音效键盘手，安排专人操控学生较为喜爱的“微信上墙”。宁波广电对活动现场进行网络现场直播，在学生入场时引导其对二维码扫描关注，可全程观看或活动后回看。增设“朋友圈现场点名”“微信微博互动上墙”“表情包互动上墙”“创业创新结对”等亮点环节，提高活动的参与性，促进高校师生与宁波自媒体代表的沟通与交流。

精准站位：从媒体优势出发共谋合作

参与这次活动的主流媒体主要来自宁波日报报业集团，同时得到了甬



2017年9月，浙江万里学院，宁波自媒体联盟和高校结对进行创业实践指导。供图/宁波日报报业集团

派、点看宁波、鄞视报道等媒体的大力支持。宁波互联网发展联合会成立了自媒体联盟组织，近百家会员为活动的举办提供了良好基础。

主流媒体搭平台，自媒体拓空间。在宁波市网信办、宁波市教育局、宁波团市委的大力支持下，宁波日报报业集团等主流媒体前期对宁波所有高等院校进行摸排，并根据在校人数、专业设置等因素筛选，然后联系校方，确认后正式通知，再与校方接洽人员沟通具体细节。主流媒体在实际操作中“因校制宜”，根据各校特点设计专属环节。自媒体联盟前期在各自微信平台发布活动内容、网络大咖招募、投票信息，并在活动过程中进行微博直播。

主流媒体定主题，自媒体聚人气。“绿色网络文明进校园”活动在宁波网络文化节举办期间的“五四”当天启动，并根据党的十九大精神及时调整议程。如“中国青年好网民”“中国网络正能量榜样人物”@亮剑 以《新时代的网络新青年》为题，分享媒体爆发式增长时代的个人感悟与思考。公众号“明州府”主编@李义山下 主讲微课堂《争做中国好网民》，通过宁波大爷撑伞暖心事件、微博大号“作业本”恶意攻击英雄导致账号被封事件等网络案例的讲解，引导学生合理运用网络传递正能量。在既定主题上做“自选动作”的自媒体各显神通，堪称一场网红与粉丝的见面会，自媒体大咖等二十余人与学生现场交流，网络互动量高达50W+，开幕式启动的#我在宁波#微博话题阅读量突破17亿，讨论互动量高达74万，相关报道的网络传播量逾百万。

主流媒体树品牌，自媒体盘资源。“绿色网络文明进校园”活动历时一年，深入开展习近平新时代中国特色社会主义思想、党的十九大精神，以及《网

“绿色网络文明进校园”活动历时一年，深入开展习近平新时代中国特色社会主义思想、党的十九大精神，以及《网络安全法》等内容的宣讲，直接听讲人数达万余人。

络安全法》等内容的宣讲，直接听讲人数达万余人。各高校均创立自媒体创业孵化基地，基地成员持续增长，是校园自媒体文化的一大创新。@西门叮吃在宁波、宁波无线公交、无中生有咖啡、知否宁波、宁波同城会、遇上宁波等宁波自媒体联盟成员分别与各大高校结对共建创业实践基地，以“一对一”师徒形式对大学生进行创业实践指导，以“每周一小聚 每月一大活动”的目标进行网络文化交流。

双赢启迪：从引领舆论出发担当新时代使命

切口贴近，挖掘主题的共鸣点。这次活动把落脚点放在“正能量”上，不仅学生喜闻乐见，自媒体也可大施拳脚。@亮剑 通过讲座、访谈、案例、视频等丰富的形式讲述了近代以来久经磨难的中华民族从站起来、富起来到强起来的三条路径，最终完成了历史性飞跃，极其鼓舞人心，让学生“燃”了起来，让正能量占领校园文化和空间，加强了高校学生对主流意识形态的认同，也提高了主流媒体的影响力和自媒体的社会形象，可谓一举多得。

需求对接，加强活动的可持续性。高校学生是创业的主力军，需要创业实践的平台，需要创新项目的扶持，更需要在清朗的网络空间快速成长。宁波日报报业集团和宁波大学、浙江万里学院、浙江大学宁波理工学院建立“部校共建”合作，每年进行培训、实习等项

目。这次活动也借助互联网创业需求搭建起高校和自媒体的桥梁，通过宁波有代表性的网络从业者现身说法，为大学生创业答疑解惑、保驾护航，把就业压力转化为创业动力。每次活动前，自媒体名人选择该校10个校园孵化项目和代表人，现场签订“师徒状”，以结对的形式手把手指导。宁波自媒体联盟成员与各大高校结对共建创业实践基地，建立起高校与自媒体产业的长期联系。

优势互补，提高信息的传播效果。作为主流媒体，必须具有强烈的政治意识、大局意识，主动适应新时代的新要求，在传播社会主义核心价值观、促进社会和谐方面发挥积极作用。因此，在活动中我们赋予了主流媒体定基调、设议程、选嘉宾等关键环节的责任；自媒体虽然互动性强、传播速度快，但内容具有去中心化和多元化的特点，对主流意识形态相关信息传播的管理相对滞后，于是我们让自媒体在活动中承担引流、推气氛、造声势的配合作用。参加活动的嘉宾有宁波自媒体联盟会员二十多位，不乏@西门叮吃在宁波 这样微博粉丝200多万、微信公众号关注人数50多万的自媒体名人，参加圆桌论坛的网络名人自带流量，网红效应明显。同时，在这次进高校的系列活动中，主流媒体也把握了自媒体传播的舆论引导权，积极介入，起到了巩固壮大主流思想舆论的作用。■
(周晓思：宁波日报报业集团编委办)



网络传播视觉榜

栏目简介: 读图时代, 你的目光愿为哪张照片停留? 信息涌动, 哪一幅定格的一瞬间曾打动过你的心?《网络传播》杂志与视觉中国合作, 特设“网络传播视觉榜”专栏。本期选取7月各大媒体六大下载“热”图。选取时间为2019年7月1日至31日。



凤凰展翅

2019年7月13日，已经完工的北京大兴国际机场航站楼核心区，宛若巨大的凤凰展翅的钢铁穹顶中央，挂着鲜艳的五星红旗。





🕒 飞跃丹霞

2019年7月19日，甘肃张掖，为期两天的首届中国·张掖七彩丹霞热气球节在七彩丹霞景区开幕，来自全国各地的100名热气球运动员驾乘100具热气球，从七彩丹霞景区3处起降点同时起飞，颇为壮观。



🕒 花伞童趣

2019年7月13日，游客在贵州省毕节市大方县核桃乡马白寨度假村游玩。



微信扫我 查阅往期视觉榜



🕒 暴雨又至

2019年7月14日，湖南衡阳又遭受了新一轮强降雨，导致全市主要江河水位再次全线上涨并超过警戒水位。图为洪水中的石鼓书院。

🕒 鱼戏荷花

2019年7月8日，成都市郫都区成都工业学院五洲湖，一尾草鱼跃出水面啃食正在盛放的荷花。

🕒 奋力拼搏

2019年7月26日，在韩国光州举行的2019国际泳联世界游泳锦标赛男子4X200米自由泳接力决赛中，中国队以7分04秒74的成绩夺得第六名。



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。



未成年人网络使用的现状与风险

——《2018中国儿童互联网安全调查报告》节选

文 / 张海波 张萌

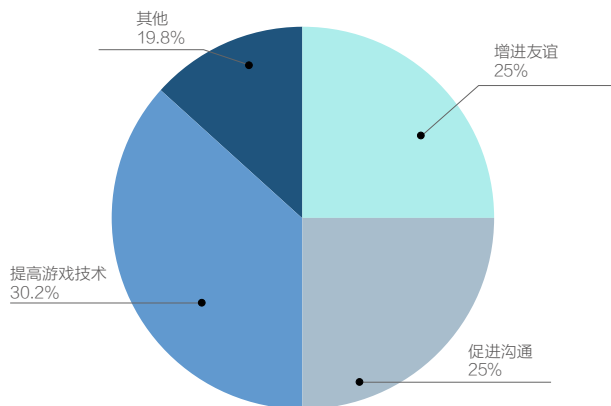


图 1: 游戏交友给儿童带来的好处

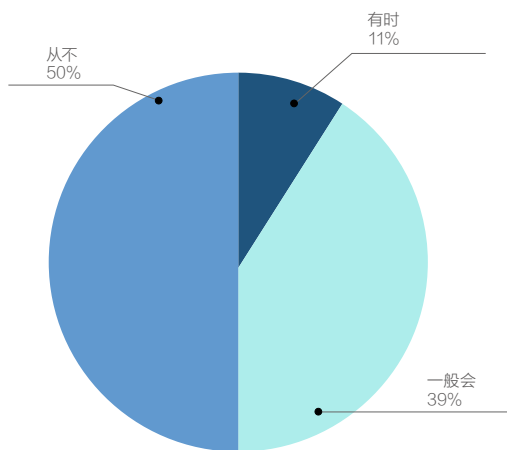


图 2: 你会告诉陌生好友自己的微信号或游戏账号吗？

家庭PC、智能手机、平板电脑等媒介终端的普及，使人的触网年龄持续走低。未成年人正处于学习模仿意识最强的成长阶段，网络信息对他们的影响作用明显，加强未成年人网络保护成为社会共识。本次调研由中国青少年宫协会儿童媒介素养教育研究中心项目组主导，召集全国10个城市的青少年宫（活动中心）的老师和儿童调研员（9~14岁为主），经过集中培训和学习，之后

就自己感兴趣的话题形成不同的议题小组，返回各自的城市实地调研，汇总有效问卷1428份，最终发布《2018中国儿童互联网安全调查报告》（以下简称《报告》）。

我国未成年人网络使用现状调研

儿童时期的认知对一个人未成年阶段思想和行为起到了决定性作用，甚至对其成年以后的心理认知都会有

深远影响。为了认识我国未成年人网络使用的现状，笔者先从儿童入手进行了相关调研。报告主要从游戏社交、网络学习、火爆短视频、亲子关系、网络语言五个方面反映儿童网络使用的现状。

游戏社交。关于未成年人玩网络游戏的动因，《报告》调查结果显示，在中小学生中，人气最高的网络游戏是绝地求生、王者荣耀、我的世界、第五人

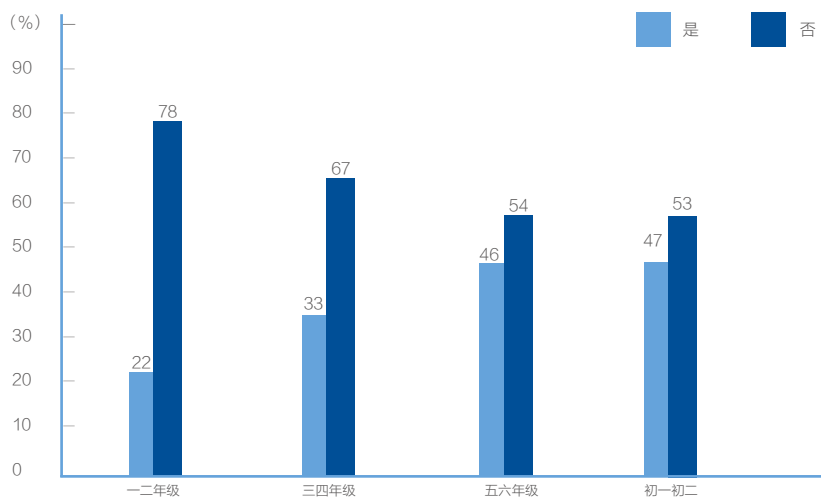


图3：你是否发布过短视频？（年级分布）

格和跳一跳。通过访谈发现，学生们喜欢这些游戏主要有以下几个原因：第一，可以在手机上直接操作，简单容易上手；第二，游戏比较刺激，可以提振精神；第三，跟风行为，身边的朋友都在玩，自己也跟着玩；第四，男孩子普遍喜欢玩枪战类游戏，觉得很酷。关于社交游戏给儿童带来的好处，30.2%的被访者选择“提高游戏技术”，而选择“促进沟通”“增进友谊”的儿童占25%（见图1）。关于游戏社交对儿童的隐患，71%的受访者认为是“被骗钱”，29%的受访者认为是“被盗窃”。

大多数问卷受访者偶尔会在玩游戏时加陌生人为好友（79%），只有少部分受访者会经常或从不加陌生人为好友，占比分别是6.8%和14.2%；多数问卷受访者能够在玩网络游戏时注意到账号安全，分别只有11.1%和10%的受访者会注意对方身份和意图；有一半的受访者从不告诉陌生好友自己的微信号或游戏账号，39%的受访者一般会告诉陌生好友自己的微信号或游戏账号，只有11%的受访者有时会告诉陌生好友自己的微信号或游戏账号（见图2）。游戏

过程中添加陌生好友、将自己的账号告诉陌生好友的受访者比例虽然没有过半，但是可以看到，未成年人在游戏使用过程中很可能会因为警惕性不够而将个人信息泄露给陌生人。例如，受访者小A曾因相信网友说的扫码领稀有装备，从而点开网友提供的二维码并输入了游戏账号与密码，导致游戏账号被盗。

网络学习。网络学习为学生提供了多样化的时间、地点、环境，以及进行学习的选择机会，使有限的教学资源惠及更多的人员和地区。但是，未成年人在网络学习的过程中也存在一定问题，调查结果显示，23%的未成年人觉得网课对自己影响很大，77%的受访者觉得对自己没有影响；33%的受访者表示愿意上网课，而表示不愿意上网课的人占67%。各地中小学生对网络课程更喜欢传统课程，觉得网络课程的作用不大，网络课程缺少传统课程中的直接沟通互动，老师不能针对学生进行差异化讲解，且由于受访学生在上网络课程时不同程度存在自制力不强，比较难管好自己，老师又不能及时对其学习情况进

行监督，因此很多同学更喜欢选择传统课程来学习知识、管理自己。

观看短视频与直播。抖音短视频、快手短视频、火山小视频、西瓜视频以及腾讯微视在受访的中小学生中人气最高。不少未成年人间接或者直接地参与到短视频的浏览、分享和生产过程中。被访的学生中，小学五六年级及初中一二年级的学生自己发布短视频的比率分别占受访者的46%和47%（见图3），对于他们来说通过短视频可以学习切水果、做菜、叠衣服等一些生活技巧，可以掌握最近的热点，还可以通过搞怪视频娱乐身心。尽管不同城市、不同年龄的大部分中小学生对短视频应用上看到过不良信息，但通过调研小组的私下访问了解，还是有一部分学生实际是曾经观看过、接触过不良信息的。这说明短视频里面确实存在着不良信息，这些不良信息是有可能传播到青少年群体的。

亲子关系互动。随着计算机和互联网在家庭中的迅速普及，传统的亲子关系发生了很大的变化，家长和孩子会围绕电子产品产生新的矛盾。《报告》显示，全国各地很多孩子都有跟父母因为使用手机发生过争执，这种情况发生在年龄较大的学生群体中，比如初一、初二年级的孩子最多。不少接受调研的孩子认为，父母如果没有做好榜样，自己沉迷手机却让孩子不可以玩手机的话，孩子是不信任家长的管教的。孩子不信任家长的表现主要是容易撒谎、质疑父母的管教，严重的还会和父母对着干，一意孤行。因此，长辈的榜样很重要，家长最好能合理分配好陪伴孩子的时间，多和孩子沟通、多陪伴孩子。

网络语言使用。网络语言的来源非常多样，《报告》调查结果显示，大部分的同学都使用过网络语言，而且有59%

对于未成年人网络安全的保护,从宏观上来看,需要国家政策法律的支持;从外部环境来看,则需要互联网行业的规范自律;从中微观层面看,需要家庭、学校与未成年人之间形成良好的互动,不同的主体共同参与、协同治理,才能够为未成年人健康成长提供良好的网络环境。

的同学经常使用。每年都会有不同的网络语言火起来,但值得注意的是,网络语言中有许多粗俗的成分,而辨别能力较低的中小学生难以分辨,容易模仿,这对他们规范使用汉语言有不好的影响。

我国未成年人网络安全问题梳理

通过对学龄儿童的调研,使得我们从儿童的视角对其自身网络使用现状有了大概的了解,游戏社交、网络学习、短视频与网络直播的浏览、网络语言的使用在丰富了其娱乐生活的同时,也存在一定隐患,如游戏社交中对陌生人提防意识的欠缺、网络污秽语言的使用等等。在此基础上,本文将结合网络平台的特点、未成年人网络使用行为、其他报告数据,概括未成年人(包括儿童)面临的主要网络安全问题。具体如下:

不良信息不利于身心发展。未成年人在接触互联网的过程中不可避免地会接触到一些不良信息,网络不良信息主要是指对人身心理健康带来不良影响,使人思想混乱、价值观扭曲、心理异常的垃圾信息,例如色情信息、暴力信息、伪科学、厌世信息、诱赌信息等等。不良信息的主要特点表现为庸俗、物质、反科学、怪异、猎奇,对未成年人的身心发展十分不利。

未成年人沉迷网络易导致成瘾。网络成瘾是指在无物质性刺激的情况下,

仍然无法停止使用网络的行为,是一种以过度和不当使用网络为特点,容易导致个体明显的社会、生理、心理等方面受损害的网上行为。持续时间是诊断网络成瘾障碍的重要标准,一般情况下,相关行为需至少持续12个月才能确诊。网络成瘾会对青少年的身心健康直接造成影响,长时间面对电子设备,身体素质下降,包括视力衰退、注意力涣散、自控力下降、神经衰弱、焦虑抑郁等,学业、交际等社会功能的发展受阻,家庭观念薄弱,亲子关系恶化。

隐私泄露风险普遍存在。对未成年人来说,网络隐私是指未成年人的个人信息、个人活动、个人生活轨迹、个人领域等范围,应该受到保护,任何通过不法入侵获取这些信息的行为都构成对未成年人隐私的侵犯。未成年人由于缺乏保护个人隐私的意识,其个人信息在网络如此发达的今天面临着泄露和被利用的风险。

网络欺凌影响身心健康。网络的低门槛、匿名性为欺凌行为提供了更多的可能,发起的网络欺凌是通过手机、电脑、平板电脑等数字终端进行的欺凌行为。受到过网络欺凌的未成年人,容易在情绪上产生挫败感、无助感、社会焦虑、抑郁、自卑、存在感降低等负面认知,甚至还会造成睡眠障碍、饮食不振、头疼等生理问题。而参与网络欺凌的未成年人,往往存在着情感、行为过

激,社会亲近度下降等问题,在欺凌行为发生一段时间后,也会深感自责、后悔、负有罪恶感,导致注意力无法集中。欺凌事件曝光后来自社会、学校、家长的问责会使其丧失自信,自暴自弃。

网络诈骗成为重大隐患。网络诈骗的新手段、新技术层出不穷,骗人手段也逐渐套路化,例如骗子发送信息“明天来我办公室一趟”,冒充领导诈骗;还会有美女添加微信,聊天套近乎,最后发送信息“外公家茶叶滞销了,可以帮忙买一点吗”,要求受害者购买茶叶;不法分子还会冒充快递公司,“你的快递丢了,我们将双倍赔偿”,以此为由诱骗受害者登录钓鱼网站,盗走账号信息。未成年人作为特殊的弱势群体,缺乏正确的判断能力,辨识能力差,没有稳定的经济来源和收入,很容易成为被骗对象。

对于未成年人网络安全的保护,从宏观上来看,需要国家政策法律的支持;从外部环境来看,则需要互联网行业的规范自律;从中微观层面看,需要家庭、学校与未成年人之间形成良好的互动,不同的主体共同参与、协同治理,才能够为未成年人健康成长提供良好的网络环境。^[14]

(张海波:中国青少年宫协会儿童媒介素养教育研究中心主任;张萌:中国社会科学院新闻与传播研究所助理研究员)



探寻媒体智库建设经验，突破媒体智库发展瓶颈。本刊围绕媒体智库话题，邀请相关从业者和专家学者分享经验、探讨做法、剖析原理。



·《光明日报》

光明智库，释放时代性的思想力量

光明智库通过智库平台建设、项目牵引、活动凝聚，更好激活长期积淀的智慧资源，为报社整体发展和各项业务的开展提供了强大的“外脑”与“智囊”

文 / 王斯敏

随着时代演进，国家对科学化、民主化决策咨询的需求日渐凸显，中国学术界长期以来“知识报国”精神不断涌动出巨大的潜力与势能。这两股能量合流之后，中国的“智库时代”便已经开启。成立光明智库，既是《光明日报》这样一家知识分子报纸对学术动向、研究前沿的敏锐判断，也是一家中央党报对“中国特色新型智库”建设被党和政府写入议事日程、中国特色决策咨询体制建设步伐加快而作出的呼应与助力。

智库经历三个发展阶段

光明智库的发展经历了三个阶段。第一个阶段是开辟智库研究与报道的专门性平台，主要是基于媒体的传播属性。2014年12月25日，在经历了为期半年的调研和准备之后，《光明日报》理论周刊《智库》版正式创刊。这个版面是全国主流媒体中第一块智库报道、智库研究的专门性阵地，定期推出主题类报道、理论类文章、专业性研究成果，全景式展

现我国智库建设的举措与成就。

第二个阶段是构建智库研究、成果发布的专业性平台，以特色鲜明的品牌活动、高度聚焦的课题研究等实际工作强化智库功能。2015年5月，《光明日报》成立智库研究与发布中心。中心组建高规格学术委员会，组织专家团队开展调研、举办活动、推出成果，在更深广的维度、更全面的方位上为建设中国特色新型智库付出努力。

第三个阶段是由“发挥智库功能”迈向“成为智库机构”，通过整合全报社相关资源、重构组织和生产流程，推动智库研究与媒体业务深度融合，打造高端媒体智库，以智库化建设驱动报社转型发展。2016年12月，光明日报社编委会审议通过并印发《光明日报高端智库建设工作实施方案》，2017年4月18日，光明智库正式揭牌成立。

智库建设的重大利好

时至今日，“智库化办报、办全媒

体”已经成为《光明日报》在新时代的一大发展理念，也是《光明日报》推进媒体深度融合的一条特色化路径。光明智库通过智库平台建设、项目牵引、活动凝聚，更好地激活了《光明日报》长期积淀的智慧资源，使得《光明日报》与各界专家学者、研究机构之间的联系更加紧密，互动更加频繁，为报社整体发展和各项业务的开展提供了强大的“外脑”与“智囊”，可以更好地汲取智慧、助推发展。

内容生产方面。一方面，智库研究的开展为《光明日报》全媒体矩阵提供了带有专业属性的智库成果，丰富了《光明日报》的内容产品谱系与品类；另一方面，光明智库作为一种连接内容生产与资政研究的机制存在于报社机体内部，光明智库的各个研究中心生长于报社各个业务部门内部，无形中将“做智库型、研究型报道”的理念灌注到报社整个内容生产体系之中，大大提升了“光明出品”的思想性、现实性、建设性，



2017年12月20日，由光明日报社、南京大学联合主办的“2017中国智库治理暨思想理论传播高峰论坛”在北京举行。供图/《光明日报》

使得我们的特色产品突破了传统意义上新闻产品的属性，更加具有现实关照和问题意识，也更有战略建言和前瞻预判的能力。

扩大影响方面。光明智库通过举办“智库治理与思想理论传播高峰论坛”“中国特色新型智库建设高端论坛”等年度品牌性智库论坛，以及“长江经济带发展论坛”等聚焦国家重大战略的主题研讨等品牌性活动，通过开展智库研究领域的评估评价，拓展并提升了《光明日报》的决策影响力、学术影响力、社会影响力、国际影响力。

这些利好归总起来，为《光明日报》的媒体深度融合提供了重要支撑，也开辟了特色化路径。

提供五大产品服务

目前，光明智库一方面继续“外向型拓展”，一方面更大力度地深化“内在型生长”，实现与《光明日报》全媒体矩阵的“一体化发展”。在提供产品和服务上，主要包括以下五个方面。

一是内容产品体系，打通报网端微，助力咨政启民。《智库》周刊创办已有四年多时间，出版200多期，刊登了大量智库研究成果、资政建言文章、业界重大事件等。今年2月20日开始，开设“光明视野·智库答问”专版，广泛采集网友提

问，邀请各界专家给出具有理论厚度、现实热度、专业高度的权威解答。

二是研发信息化工具与科学评价体系，服务中国智库新型共同体建设。2016年9月28日，由中心与南京大学联合研发的我国首个大型智库搜索引擎与数据管理平台——中国智库索引（CTTI）正式上线。CTTI致力于全面收集中国特色新型智库数据，提供数据整理、检索、分析、应用能力，和成员智库共同提升中国智库信息化建设水平。目前，经过两次增补，CTTI已收录中国智库机构706家，入库专家12000位左右，涵盖智库成果11000余项，为全国用户找智库、找专家、找成果提供了巨大便利。

三是开展智库建设态势与规律研究，满足智库治理与智库发展需求。撰写出版研判智库发展态势的年度报告，对中国智库年度建设情况进行全局介绍。出版《中国智库索引》《CTTI智库报告》等专著，在国内外发行。

四是举办主题鲜明、富有实效的特色活动，为智库交流合作搭建平台。中心与南京大学合作创办的智库治理论坛于每年年末举行，已连续举办的三届论坛参与者众、内容丰实，成为智库界高度认可的特色品牌。与中国浦东干部学院联合举办的“中国特色新型智库建设高层论坛”，已连续举办四年。

五是开展调查研究，提供咨政建言。与相关机构联合，就“一带一路”、京津冀、长三角、粤港澳大湾区、长江经济带等发展战略实施情况进行调研，推出调研式重大报道、内参专报、智库报告。对社会主义核心价值观的互联网传播与影响等开展调查研究，撰写智库成果。

挖潜提质迈向“智媒时代”

随着《光明日报》全媒体矩阵影响力、引导力的稳步提升，光明智库将肩负起更重的时代使命，释放出更大的具有时代性的思想力量。

面对媒体深度融合的发展大势，光明智库下一步将充分挖潜提质，与《光明日报》全媒体矩阵的发展更加紧密结合、融为一体，推动《光明日报》迈向“智媒时代”。光明智库目前正在报社的大数据建设、5G时代“互联网+技术创新”布局中发挥重要作用。智媒体是信息化时代人工智能和人类智慧的双重叠加、双向发力，我们提出“智库+”的概念，以智库的雄厚知识储备、敏锐思维能力，为媒体的内容生产乃至各个行业的可持续发展提供强大的“智囊”装备、智力支撑。

当信息与思想传播的轨道不断拓宽之后，轨道上飞驰的列车装载和运送的仍然是优质的内容产品与思想产出，是质量过硬的主流声音。此时，以咨政启民为核心指向的智库功能的发挥，就有望进一步激活媒体在内容生产方面的深厚积累与优质储备，使其核心功能从“讲好故事、传递信息”，延伸至思想挖掘、战略研判、方案供给、价值传递，有望重塑和提振传统媒体的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，更有效地扩大主流舆论的价值版图。^[1]

（王斯敏：光明日报智库办公室主任、智库研究与发布中心主任、《智库》版主编）

媒体“智”化，坚持小而美的发展路径

封面新闻作为智媒体融合转型的先锋，利用封面智库探索各种“AI+”媒体融合应用场景，通过智库的方式对全行业输入这些探索成果

文 / 崔江

封面传媒成立之初就提出打造智媒体的战略。智媒体包含三个层面：智能媒体、智慧媒体和智库媒体。其中智库媒体的战略落脚点就是封面智库。封面智库于2016年上线，通过充分发挥自身优势，积极拓展合作伙伴，目前已经取得了不错的成绩。2016年，封面智库入选“中国智库索引”首批来源智库；2017年，入选年度中国核心智库，也是唯一入选移动端媒体智库；2018年，《中华智库影响力报告》把封面智库列为“标杆媒体智库”；封面智库被选为“一带一路”智库合作联盟理事单位。

促进智媒体转型发展

媒体融合经历了全媒体和融媒体两个阶段后，已经迈入了智媒体时代。封面新闻作为智媒体融合转型的先锋，利用封面智库探索各种“AI+”媒体融合应用场景，通过智库的方式对全行业输入这些探索成果。此外，相较于其他类型的智库，媒体智库具有更加贴近群众、更加了解社会基层的优势，封面智库希望以智能技术和智慧报道为手段，为政府、企业、社会民众提供智力支持。

封面智库的成立主要是基于智媒体融合发展的需要。因此产生的影响也主要是体现在智媒体的发展层面，具体如下：



封面智库海报。供图/封面新闻

第一，智媒体转型的创新大脑。封面新闻在国内较早地提出了通过打造“智媒体”，推进以人工智能技术为内核的媒体融合。与此前的全媒体和融媒体阶段不同，智媒体融合必须以前瞻性的视野，以“互联网+”“AI+”的思维，推动媒体基因的改变。智媒体作为一个新样态，此前没有太多参考案例，而封面智库的研究为我们的智媒体融合转型提供了创新大脑。比如封面新闻联合北京师范大学、微软(亚洲)互联网工程院共同成立了“人工智能与未来媒体实验室”，它作为封面智库旗下“技术+媒体”的研究机构，在人机交互等方面

进行了许多探索，并取得了一定的成果。

第二，智媒体转型的驱动引擎。在大数据、5G、人工智能和区块链技术大发展的背景下，封面新闻2019年的战略是“视频传播、数据驱动、社群营销”，其中“数据驱动”战略指的是用数据驱动用户增长、驱动收入增长和驱动产品迭代。而封面智库则是“数据驱动”战略的一个重要落脚点。在大数据的来源方面，除了自身平台的数据，封面智库还通过与第三方合作的方式，积累了大量优质的数据库。

确定“小而美”发展路径

当下，大量媒体智库的出现有着市场的客观条件。2015年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加强中国特色新型智库建设的意见》后，智库管理体制和运行机制变得更加完善，市场对智库的需求逐渐增多，同时对智库的传播影响力要求也提高了。随着媒体融合的快速推进，特别是2018年3月，原国家新闻出版广电总局印发《关于加快新闻出版行业智库建设的指导意见》，鼓励主流新闻出版单位建设媒体型智库。媒体智库这种创新模式的出现成为必然。

媒体智库化需要面对一些现实课题。比如，随着大量智库的出现，智库

的发展方向必然是趋于专业化和垂直化,专注于打造自身在某一或某些领域的独有研究优势。而目前部分媒体智库却存在研究领域不清晰、追求“大而全”的问题。

封面智库在设立之初就确定了“小而美”的发展路径,除了为智媒体融合发展探索“技术+媒体”的应用场景以外,主要是专注于“一带一路”“西三角”“成渝经济圈”等重大现实“场景”的研究和成果输出。

打造互联网产品矩阵

封面智库在确立战略方向后,基于封面智库自身的优势和定位,推出了建筑在互联网思维之上的产品矩阵,包括研究报告、系列主题论坛、系列沙龙、研究院等。

封面智库聚焦“一带一路”“新经济”等领域,发布了多份权威性报告。包括《“一带一路”投资指数报告》《企业“走出去”舆情报告》《“互联网+”及“工业4.0”》《中国互联网+“数字丝绸之路”行业报告》等综合性年度报告。

封面智库在学术研究领域坚持创新,开展了一系列沙龙和主题论坛。包括“长江经济带”各省份经济版图变迁专家研讨会、“移动出行安全与发展新思维”专家研讨会、“房地产税草案框架研讨会”专家研讨会、“互联网金融普惠与安全”专家研讨会、“成都网约车发展与创新监管”专家研讨会等。

封面智库还积极拓展第三方合作伙伴,设立了一系列的研究机构。封面智库与外部力量联合成立的人工智能与未来媒体实验室主要关注“AI+媒体”的应用实践,该实验室拥有两个产品:人工智能与未来媒体大讲堂,以及聚焦人工智能与未来媒体前沿研究的

随着大量智库的出现,智库的发展方向必然是趋于专业化和垂直化,专注于打造自身在某一或某些领域的独有研究优势。而目前部分媒体智库却存在研究领域不清晰、追求“大而全”的问题。

《AM》杂志。已经有数百位人工智能和媒体领域的专家在大讲堂和《AM》杂志上分享观点,发布文章。封面智库还与中译语通共同设立CGI大数据研究院,主要关注“一带一路”“成渝经济圈”等领域的大数据课题。目前该研究院打造了一系列的CGI榜单产品,包括《四川上市企业品牌CGI榜》《中国企业出海品牌CGI榜》等产品。封面智库旗下研究机构还包括联合百度、中国人民大学新闻学院成立的“区块链与媒体实验室”,联合中国移动5G产业研究院成立“5G智媒体视频实验室”均有相关产品落地。

发挥“媒体+智库”融合优势

作为媒体智库,最大的优势在于“媒体+智库”的融合,而媒体智库的运营难点也在于此。如何让二者完美融合并发挥最大效能,是媒体智库运营过程中的最大问题。

一方面,封面智库在运营过程中特别注重智库与新闻板块的内部联动。对于新闻事件,新闻板块负责报道,智库辅以研究报告、研讨会等产品形态,形成深度报告、深度加工、深度传播的一条产品链;另一方面,如果智库生产了新的智识产品,新闻板块负责将之加工为传播产品,针对不同用户、不同渠道进行加工并广泛传播。媒体、智库这两

种传统模式在互联网时态下,通过生产模式的改造、创新,相辅相成,缺一不可。

封面智库通过内部资源的整合,很好地发挥了“媒体+智库”的融合优势。以网约车话题为例,封面新闻快速跟进,在新闻报道形成一定的社会舆论热度后,封面智库联合学术专家发布《中国移动出行安全报告》,对网约车这种新模式进行了全方位的深度解析,并向政府监管部门提出可根据平台的申请将相关数据和平台对接,通过交换信息验证,减少风险的建议。此外,封面智库还邀请各界专家召开了“成都网约车发展与创新监管”专家研讨会,对网约车监管的“成都模式”的创新性和进步性进行了全面讨论,并形成专家意见稿,为网约车的发展提供了切实可行的社会监管路径。

未来,封面智库将继续专注于“一带一路”“西三角”“成渝经济圈”等方面的研究和成果输出,并进一步统筹资源,设立封面研究院,打造智库型媒体平台。封面研究院将下设5大研究所:政务、舆情、经济、人文、传播,并向全社会招募邀请知名专家担任所长,以更加全面的视角来研究封面智库关注课题,为社会输出更加专业的智力成果。

(崔江:封面新闻政府事务部副总监)

图解理论：网络传播“特种兵”

图解理论将党的创新理论与具象化的图文元素相结合，让静态的文字理论动起来、活起来、美起来，为党的创新理论“飞入寻常百姓家”开辟了新路径

文 / 周艳 张海霞

近年来，宣讲家网在网络理论传播具象化方面不断探索和实践，在业务实践中，提出“十位一体”的网络理论传播新概念，顺应了全媒体时代网友学习理论的全方位需求。其中，图解理论短小精悍、简洁紧凑、画面优美，“单兵作战”能力极强，能够在网络理论传播中发挥“特种兵”的独特作用。

图解理论的概念

图解理论是宣讲家网顺应全媒体时代网友碎片化阅读趋势而开创的一种传播形式，将党的创新理论与具象化的图文元素相结合，让静态的文字理论动起来、活起来、美起来，为党的创新理论“飞入寻常百姓家”开辟了新路径。图解理论的立足点在于传播党的创新理论，从准确地表达理论内涵出发，基于网友的学习需求，充分发挥想象力和创造力，不断增加理论的可读性和趣味性。可以说，准确性是图解理论的生命，而艺术性是图解理论的生命力，通过图片、图表、色彩和文字等设计元素，辅以渐变、对比、重复等设计手段，将逻辑严密的理论整合在一张图表之中，形象化展示理论的深刻内涵，使得原本单一枯燥、死板沉闷的文字信息变得形象生动、引人入胜。

从2013年12月12日宣讲家网发布第一个图解理论的作品开始，到2019年7月1日，宣讲家网共策划制作430个图解，平均每周发布1至2个左右，持续更新，保证了图解栏目的延续性。自2019年5月起，宣讲家网制作图解理论独立页面，以图文条块的形式展示已发布的所有图解作品，页面层次清楚、美观大方、逻辑清晰，便于网友学习和查找，至此图解理论已经成为宣讲家网的一个独立栏目。

宣讲家网图解理论分为两大类：政治类和文化类。政治类以时政、重要会议、重大外交活动、创新理论、重要文件和英雄模范等为主题；文化类的图解理论又叫“画理话外”，以中国传统节日、中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化为主题，意在对中国传统文化进行创造性转化和创新性发展。

宣讲家网的图解理论内容来源于三个方面：一是习近平总书记的重要讲话原文、重要会议文件和重要活动的新闻报道等权威资料；二是网站的原创内容，包括文稿、评论和时评等，这是图解理论的源泉，也是宣讲家网独具特色的内容来源，尤其是专家的文稿，站位高、说理透、研究深；三是权威网站的理论文章、文化小品文或常识性资料等。

图解理论的特点

内容简洁。内容是图解的核心和灵魂，制作图解的目的在于形象化地表达文字背后的深刻内涵，一个好的图解首先要有一个优秀的脚本，脚本内容的优劣决定了图解质量的高低。图解是提供给网友快速阅读的，短时间内把想表达的意思传递给网友，文字拖泥带水肯定不行，必须用高度凝练、高度概括的语言。宣讲家网高度重视图解脚本的策划，对图解脚本内容的要求极为严格，一般保持在千字左右。

逻辑清晰。图解理论的脚本来源于资料，但又高于资料，图解的脚本融入了策划人的思想和思路，脚本是对资料来源内容的二次创作，不是简单的复制粘贴。一个图解理论的脚本就是一篇优美的小品文，有头有尾、结构完整、主题突出、逻辑清晰，虽然只有千字左右，但是浑然一体、层次清楚、主题鲜明，读起来朗朗上口。例如，图解《习近平总书记选人用人5字“真言”》的脚本只有856字，内容来源于习近平总书记在《求是》杂志刊发的文章《努力造就一支忠诚干净担当的高素质干部队伍》，全文共有4900多字，脚本对原文进行系统化梳理，将习近平总书记文章的核心内容概括为5个字：学、德、公、宽、管，简



图解《习近平总书记选人用人5字“真言”》。
供图/宣讲家网

洁明了、层次清楚、结构安排合理,以“德、公、宽、管”统领文章的主题内容,以“学”字作为主线连接开头和结尾,分别以五字开头组成排比工整的四字成语作为标题,整个脚本语言流畅、布局合理、浑然天成,好读、好听、好记。

页面美观。图解理论运用全新的新媒体思维对形势政策、时事热点、重大

理论成果及报告文稿进行加工整理,利用数据、符号、图标、图片、动漫等元素对抽象的文字、理论内容进行具象化、艺术化展示,页面设计美观大方、轻松活泼、贴近生活、生动有趣,给人耳目一新的感觉,很好地迎合了新媒体时代网友的理论学习需求。其中配合“三严三实”专题教育推出的《小编和你一起上一堂“三严三实”的课》《“三严三实”专题教育如何落到实处?》等一系列图解跳出枯燥说理的单一形式,生动活泼的画面让广大网友眼前为之一亮。

图解理论的作用

广而告之。图解理论重在引导,以简洁的语言、优美的图片告知网友新的理论信息,不能以图解代替系统的理论学习,图解理论仅仅起到广而告之的作用,就像是新产品的广告宣传片,把新产品的特点和突出作用告知“顾客”,吸引“顾客”关注和阅读的兴趣,为“顾客”进一步的深度学习提供线索和路径,目的在于扩大理论学习的人群。宣讲家网的核心资源是视频报告和文稿,视频一般时长1.5小时左右,文稿字数一般1.5万字左右,适合系统化的理论学习,受众范围相对较窄,这些内容都很好,但是不能满足网友碎片化的学习需求。图解理论是为了引导网友系统化学学习视频报告和文稿而开发的,等于是视频报告或者文稿的“宣传片”,把最精彩的内容以视觉化的方式告知网友,以便引起网友深入学习的兴趣、激发网友寻找资源的欲望,扩展理论传播的受众范围,这是图解理论设计的初衷和主要目的。

以图达意。图解理论是图与文字的完美结合,文字是对理论的主观描述,带有叙述者的兴趣爱好和情感倾向,理解单独的文字需要网友具备与作者相

当的理论知识与素养;图是对文字的具象化展示,贴近网友的生活实际,具备一定的美感和趣味性,理解起来较为容易,能够引起网友的阅读兴趣,起到望图生意的表达效果,能够让网友获得美的享受和心灵智慧的启迪。古人说“言不尽意”,故“立象以尽意”,图是理论的外在表现,文字承载着理论的思想内涵,图像不可取代文字,但图像的参与,使文字因直观而更易理解,起到以图达意的传播目的,两者相辅相成。

节约时间。文字对读者的吸引力在信息碎片化时代日趋变弱,而图解因为易于理解、画面清新、节约时间特点,成为全媒体时代的翘楚。图解理论正是这一趋势的应对之策,目的在于节约网友的阅读时间、提高阅读效率、增强阅读兴趣,在有限的空间里最大化展示理论的深刻内涵,站在网友的角度,用人性化的表达方式、具象化的呈现手段激发网友心灵的“悦”读体验,满足网友快速阅读的需求,成为“读图时代”网友学习理论的新途径,节约了网友学习理论的时间,起到引导舆论的重要作用。^[4]

(周艳:宣讲家网编审主任,高级编辑;张海霞:北京市住建委建设工程发包承包交易中心党办。本文为2017年国家社会科学基金项目,“科技创新服务能力建设——北京地区高校中国特色社会主义理论研究协同创新中心建设”阶段性成果[PXM2017_014203_500008])

参考文献

1. 李志东、周艳:《浅析融媒体作品脚本的策划技巧》,《采写编》,2018年第3期,第34-35、83页。
2. 赵铂:《“读图时代”的视觉特征》,《传媒》,2016年第12期上,第101-103页。
3. 周宪:《视觉文化的转向》,北京大学出版社,2008年。

新闻衍生舆情的样态、环境及应对

在新媒体背景下，新闻衍生舆情的现象频频出现，给社会舆情管理提出挑战

文 / 宋占新

互联网时代，在新闻传播中，由于受众不同，其对新闻信息的关注点也不同，使得新闻传递的某些信息受到过分关注或重新解读而触发新的舆论焦点，进而形成网络舆情。在新媒体背景下，新闻衍生舆情的现象频频出现，给社会舆情管理提出挑战。

新闻衍生舆情的样态

在新闻传播中，选择性是一个基本特征。一方面，新闻传播主体通过新闻信息采集、撰写、把关人审核等环节，对新闻内容做出选择，然后通过媒介进行传播；另一方面，新闻收受主体依据自己的信息需求、价值取向、兴趣爱好对新闻传播中的信息进行接收。如果新闻传播主体与收受主体两方面的选择性趋于一致，新闻传播主体发布的信息正好是新闻收受主体希望接收的信息，则新闻传播就会高效。但在实际传播过程中，这两方面的选择性存在某种程度上的不一致。有时候，在新闻事件发生和发展报道中，传递的某方面信息可能被受众重点解读和放大。这些信息虽然在新闻传播中不起主导作用，但是由于以互联网和移动网络为代表的新媒体的兴起，使这些信息有可能在不经意和不可控的情况下迅速叠加、生长、发酵，呈几何式

增长，呈波浪式扩散，从而衍生发展成新的舆情。

新闻信息衍生新舆情，有其积极的一面。一些新闻信息被凸显，会引发公众对新闻事件背后深层面问题的探究，在这个过程中，扩大了社会公众民主参与社会管理和监督的范畴，而且新形成的舆情会引起有关部门的关注和介入，可以推进社会治理的公平性和民主性进程。

新闻衍生舆情也有消极方面。如果对衍生的舆情控制不好，就可能产生负面影响，引发不明真相的人们产生更多负面情绪。2015年东北某市“1·2”火灾抢险新闻报道就是鲜明一例。当时，该市一仓库发生火灾，起火建筑垮塌造成5名消防战士牺牲。对这一新闻事件，媒体进行了报道，现场灭火、紧急救援、善后安置、启动追责，事件在有条不紊地紧张处置中。但新闻报道中关于抚恤金的信息却引发了新舆情。有关部门发布消息称，在火灾抢险救援中牺牲的五名

同志家属获得2万抚恤金。随后这一信息在互联网和微信朋友圈持续发酵，引发网民对抚恤金过少的争议。为回应网民质疑，《人民日报》专门在“政策解读”专栏进行回应，指出2万抚恤金的信息“系误读”。此后有关部门为消除影响发布“遇难消防员回乡下葬，抚恤金超200万”的新闻，又引发网友对“一切向钱看而不尊重生命”的质疑。由于对新闻衍生网络舆情现象认识不足、应对不力，使舆论引导工作在与网络舆论的左右碰撞中踟躇前行。

新闻衍生舆情的环境

新媒体时代为新闻附带信息引发舆情提供了舆论环境。建立在互联网技术基础上的新媒体时代的来临，打破了传统媒体舆论场的表达格局。新兴媒体以信息传递快捷、便利和传播时间、方式不受限制的优势，成为新兴媒体舆论场的显著特征。“开源、开放、共享”成为互联网时代信息传播的新常态，为新闻附

“开源、开放、共享”成为互联网时代信息传播的新常态，为新闻附带信息衍生新舆情提供了条件。

带信息衍生新舆情提供了条件。

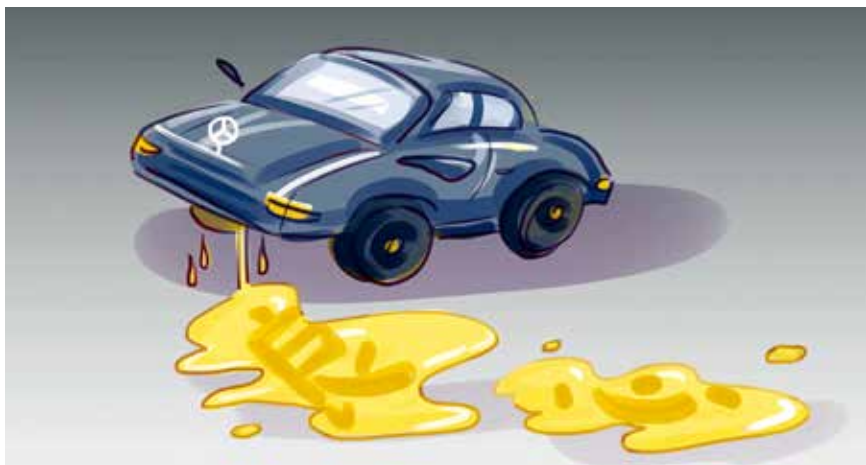
互联网技术发展扩大了民众参与社会舆情的广泛性。随着互联网、移动网络等新传播技术的发展,媒体社会化趋势已经不可逆转。越来越多的人通过各种方式关注着社会发展中发生的新闻事件,不同程度地直接参与到各种社会活动中来,人们可以很便捷地接收信息,并随时随地参与舆情事件。也就是说,媒体新闻附带的任何一点细小信息,都可能会在互联网上形成影响巨大的公众舆论,甚至发展成舆情事件。

开放的网络舆论场为舆论演化提供了条件。新媒体兴起,降低了公众发表言论的门槛,扩大了公众表达意愿的空间。他们来自不同阶层,具备不同素质,拥有不同兴趣点和关注点,随自己的好恶而接受、批判、抛弃或推送媒体或个人发布的各类信息,形成的舆论场具有隐性、多元性和无序性;从网民交流方式来看,他们或独唱独吟,或群友共享,或发起讨论,或推波助澜,具有很强的即时性、互动性、随意性甚至娱乐性,给信息传递增加了很多不确定性;从网民的联系看,或是孤立点,或是QQ群,或是微信朋友圈,或是粉丝帮,他们之间的关系属于传播中的“弱关系”,但正是因为这些可能活动于不同领域、部门或地域的“弱关系”,在多元关系网络构成的大规模网络结构中,往往起到超越阶层性、跨越区域性的信息桥梁作用,使信息扩散到更远的地方或传播到更多的受众,为网络舆情多发、高发提供了条件。

新闻衍生舆情的应对

针对新闻衍生舆情,需要多层面、多手段予以应对。

关注新闻衍生信息现象,避免负面衍生信息的产生。在新闻写作、发布等各个环节要严谨细致,考虑周全。在整



4月11日,一名西安奔驰女车主维权的视频在网上热传。女子盘腿坐在奔驰车引擎盖上,痛声控诉其糟心购车的经历。在女车主的曝光帖中,她被迫交纳金融服务费一事,也浮出水面,成为舆论关注的另一个焦点。
供图/视觉中国

理主要传播信息、剔除冗余信息的同时,要关注新闻内容的附带信息,对每一幅图、每一句话都要认真推敲,确保信息真实准确,符合新闻报道和信息传播的初衷。新闻的撰写者、审阅者、发布者都要做好把关人。

把握网络舆论场的特点,促进媒体舆论场的互动融合。公共媒体要改变对舆论环境的刻板认识,促进新媒体舆论场的发展与融合。要多设置与不同场域阶层都有共同兴趣的话题进行讨论和交流,促进多元化舆论观点的统一和融合。了解网络舆论场自由、无序、开放的特点,了解网民心理特征,采取网民乐于接受的形式进行新闻报道。从受众的角度出发,适应网络环境信息海量的特点和网民微阅读的习惯,改变长篇大论的新闻报道和八股文式的报道形式,采用受众喜爱的形式传递信息。对新闻事件的报道,专业新闻机构要坚持专业性,从不同角度挖掘新闻线索,客观、高效报道新闻事实,有效引导舆论。

掌握新闻事件的全面信息,有关方面同时发声。在新闻事件中,不同部门有不同职责,只能就自己职责范围的事项进行发布,因此,需要有协调机构做好协调工作,保证信息发布全面、同步、及时。媒体记者也不能简单套用、转发

某个部门提供的文件通报或新闻通稿,而要全面搜集信息,对事件进行有深度的报道,避免信息不全或缺少必要说明的新闻发布,从而引起公众的片面解读。

对新闻引发的网上舆论及时跟进,避免生成新的负面舆情。政府和有关新闻部门要积极适应网络时代对新闻传播的需要,建立专门的网络舆论宣传队伍,建立适应网络传播需要的新闻发布机制。在新闻发布时,要信息全面,细节公开,避免公众的猜测。一旦新闻事件的附带信息引发网络舆论,就应及时跟进,及时发声,作出权威、及时、全面的解释,回应公众质疑,化解公众情绪,避免在舆论哗然的情况下无动于衷从而引发新的舆情。■

(宋占新:河北科技大学建筑工程学院党委副书记、副院长)

参考文献

1. 杨保军:《新闻理论教程》,中国人民大学出版社,2005年。
2. 张帆:《UGC语境下的舆情爆点观察》,《当代传播》,2014年第5期。
3. 刘少杰:《当代国外社会学理论》,中国人民大学出版社,2009年。
4. 张晋:《基于公共领域视阈下的网络群体性事件的公共价值研究》,《新闻知识》,2014年第11期。

试论“三俗”内容的法律规制

互联网传播生态下，“三俗”内容更容易流传，引发的各种问题也更复杂敏感。完善法律规制是一个重要应对之策

文 / 王四新 陈胜勇

“三俗”，即通常所说的庸俗、低俗、媚俗的总称，被用来指称大众文化中较为常见的一种社会现象。这种现象，既可以指参与大众文化活动的各主体的行为特征和行为类型，也可以指各种各样的大众文化作品，以及文化服务活动所呈现的样态、所表现出来的共同特质。近现代以来，大众传媒将“三俗”内容产业化，加剧了该问题的严重程度。

互联网使“三俗”信息的传播更为广泛，也加大了治理难度。本文对“三俗”内容治理提出建议，以便进一步完善对网络色情等“三俗”信息的监管。

“三俗”与互联网

互联网时代的到来，使“三俗”内容，尤其是淫秽色情内容的传播范围更为广泛，其所引发的各种问题也变得更加严峻。之所以如此，有以下几个原因。

首先，互联网在信息传播方面所具有的去中心化、全球化的特点，使原来以物理区隔、市场障碍、法律规制等构建起来的规范体系，越来越难以应对

新的传播技术所带来的冲击和挑战。

其次，在打击淫秽色情内容全球传播的过程中，由于各国法律制度和相关标准的不统一，加上各国相关的互联网服务提供商责任体系存在巨大差异，导致针对淫秽色情内容的传播控制，无法在全球建立统一的规则体系，也无法协调各国之间的执法机制。这使得大量淫秽色情内容的传播，在实践中得不到有效的打击和规制。

第三，互联网在信息传播方面具有巨大的传播能量，互联网内容消费低门槛特征明显，甚至没有门槛，相较于其他大众传播媒体，互联网有着最广泛的受众。从事淫秽色情内容传播并从中牟利的组织和个人，很容易通过巨大的市场和庞大的用户量获取经济回报，不仅能够轻易维持相关产业的发展，而且还容易使淫秽色情产业的传播不断升级。

那么，“三俗”内容有哪些危害呢？“三俗”问题冲击政府和媒体的公信力。“三俗”信息的泛滥，使得许多与历史或事实不符的信息得以传播，误导普通民众，对政府的公信力产生不良

影响。

“三俗”问题冲击中华优秀传统文化价值观。互联网的发展使传播主体多元化，也产生了信息良莠不齐的问题。一些传播者为了博人眼球，便打起了“擦边球”，传播一些低级趣味的内容，拉低社会的道德底线，冲击我国传统的文化价值观，甚至产生“劣币驱逐良币”的危害。

“三俗”问题对未成年人的健康成长产生不良影响。未成年人是国家的未来，是民族的希望，但由于未成年人心智尚未成熟，又通常怀有强烈的好奇心，容易受到“三俗”信息的不良影响，偏离正常的成长轨道。

“三俗”内容治理的法规依据

法律或其他社会规范要调整和规范的“三俗”，是指涉及他人、进入到公共领域、公共空间或通过媒体传播的不同类型的“三俗”。因地区、文化差异，各国规制“三俗”的原则、范围和规模有所不同。

另外，虽然有些活动是非公开的，但如果与传播有关，或通过镜头及其



国家新闻出版总署约谈12家存在低俗问题的网络文学企业。供图/视觉中国

他设备与外界、与互联网相连，则不能认为是反“三俗”的免责地带。

之所以将反“三俗”限定在涉及他人、进入到公共场所、传播媒体、互联网等区域，主要是为了避免因“三俗”内容的传播而给他人、社会或政府所倡导的主流价值观造成不良影响。

在任何社会制度下，风俗、道德规范和法律规范等，都会对“三俗”内容有着这样或那样的限定，都会对违背伦理、法律的“三俗”行为实施制裁，以维护人的基本尊严、维护社区的基本秩序并以此来传导正确的观念，塑造与“三俗”相对的、较为高雅或正确的行为方式。

我国目前尚没有对“三俗”专门立法，相关条文分散在相关法律中。

在法律上，我国目前涉及“三俗”的不多。《中华人民共和国电影产业促进法》在第十六条规定了电影内容的“八不准”，对“三俗”问题起到了直接

的规制作用。《中华人民共和国网络安全法》第六条和第十三条规定：国家倡导诚实守信、健康文明的网络行为和国家支持研究开发有利于未成年人健康成长的网络产品和服务，依法惩治利用网络从事危害未成年人身心健康的活动，为未成年人提供安全、健康的网络环境。这从侧面对“三俗”问题作出规制。《中华人民共和国刑法》在第六章第九节中规定了制作、贩卖、传播淫秽物品罪，有力规制了“三俗”问题中的“低俗”，即淫秽色情物品的传播问题。

在行政法规上，我国众多与文化传播有关的法规都涉及对“三俗”问题的规制。例如，《广播电视管理条例》第三十二条规定了七类广播电台、电视台禁止制作、播放载有不良内容的节目；《中华人民共和国电信条例》第五十七条规定了九类任何组织或者个人不得利用电信网络制作、复

制、发布、传播的信息；《互联网信息服务管理办法》第十五条规定了九类互联网信息服务提供者不得制作、复制、发布、传播的信息；《电影管理条例》《出版管理条例》《音像制品管理条例》《营业性演出管理条例》《娱乐场所管理条例》《互联网上网服务营业场所管理条例》也有类似的规定。此外，《印刷业管理条例》第三条也明确规定，印刷业经营者禁止印刷含有淫秽、迷信内容出版物、包装装潢印刷品和其他印刷品。

国家网信办成立以来，出台了一系列与规制“三俗”信息有关的规范性文件。这些规范性文件对不同类型的互联网传播活动进行了更为细致的规范，从而也对通过互联网传播“三俗”信息的行为起到了规制作用。

“三俗”内容治理的建议

针对“三俗”问题，政府、业界和

国家网信办成立以来, 出台了一系列与规制“三俗”信息有关的规范性文件。这些规范性文件对不同类型的互联网传播活动进行了更为细致的规范, 从而对通过互联网传播“三俗”信息的行为起到规制作用。

社会公众需要协同努力, 为未成年人的健康成长打造一个良好的环境。具体而言, 可以从以下五个方面进一步完善网络色情等“三俗”信息的监管:

高度重视。加快制定、完善与青少年网络保护相关的法律法规。青少年立法存在相当大的困难, 其一是互联网的架构导致信息难以进行区隔。简言之, 从媒介和信息的角度对青少年进行保护的话, 必须要有切实可行的措施使青少年接受信息能够局限在一定的物理空间, 或者说让信息在一个可以相互间隔的物理空间来进行传输。过去对青少年的保护, 包括现在英美国家对色情暴力内容的控制措施基本上都是采取物理区隔。网络空间几乎难以进行区隔, 未成年人可以随时随地通过手机接触到任何信息, 当然包括各种“三俗”信息。这种情况下, 立法不容易收到实质性效果。其二, 法律的协调统一是依法治国的基本要求之一。关于青少年保护立法的制定, 只能从比较低的条例层面做起。我国现行法律法规非常繁杂, 青少年保护法如何与众多法律进行协调也是立法需要考虑的难题。

堵疏结合。“堵”意味着需要严格规制网络色情等“三俗”信息的传播,

从内容生产、传播渠道等多个方面加以限制。而“疏”的含义更为丰富。首先“疏”指的是, 在规制的同时, 需要考虑并尊重人性的基本需求。色情等“三俗”信息的泛滥背后是资本利益驱动, 而资本正是认识到人性对“三俗”信息的基本需求, 因此不可能把这一部分内容从网上完全清理干净。“疏”的第二层意思, 是指在“三俗”内容的规制方面, 要注意法律所禁止的并不是所有的“三俗”, 而是其中较为严重的、明显侵害到公众利益与价值观的内容。此外, 在网络空间这种多元环境下, 制定、完善相关法律法规时, 应当考虑语境、对象和作品本身等多重因素, 同时也需要避免政府在管理的过程中, 简单化、一刀切的处理方式。

摸清问题。只有摸清问题的实质, 才能对其进行有效的治理。以网络色情内容传播为例, 首先, 我们需要理清其产业链。网络色情产业链形态主要有两种。其一是现实衍生型, 就是现实的色情需求、卖淫嫖娼被搬到网络上, 或者说夜总会的经营被搬到网络上, 所以这种色情也叫“网络夜总会”。另一种是网络原生型, 即建立网站, 吸收会员, 通过分享欧美国家、日本的色情产业的产品, 吸引流量广告分成, 获取

经济利益。实践中更多的是采用这两种方法的结合。从盈利模式上看, 主要有广告、会员费用、购物等三种渠道。

三管齐下。“三俗”内容的制作和传播是个链条完善、体量庞大的产业, 在这个产业链中, 投资者和制作者追求经济效益, 消费者追求感官刺激, 三者都有对不良内容的共同需求。治理“三俗”, 政府行为是一方面, 还需要发挥企业、组织、个人的积极性、能动性; 着重利用法律手段进行规制的同时, 还需要借助先进的技术, 予以监管和治理。

创新机制。创新机制的一个重要考量是平衡政府监管与行业发展、企业效益之间的关系。此外, 还需将政治诉求与个体诉求相协调。整治“三俗”内容对服务提供商的流量和产业会产生影响, 监管不能一刀切, 置有艺术商业价值的作品于不顾, 也不能完全不考虑产业利益和互联网运营商的利益。因此, 迫切需要建立一种机制, 把多方诉求协调统一到法律和公共道德要求所能容忍的限度之内。比如说构建一种由政府主导、家长参与、业界配合的联动机制, 鼓励多方参与, 以透明、法治、民主的方式解决内容纠纷。^[14]

(王四新: 中国传媒大学政法学院副院长; 陈胜勇: 中国传媒大学博士研究生)

征订启事



世界互联网大会蓝皮书征订启事

由中国网络空间研究院编写的《世界互联网发展报告2018》和《中国互联网发展报告2018》蓝皮书已于2018年11月在第五届世界互联网大会上正式发布,受到国内外与会嘉宾和媒体的高度关注和积极评价。

世界互联网大会蓝皮书是大会的一项重要理论成果,从信息基础设施、网络信息技术、数字经济、政府数据开放、互联网媒体、网络安全、互联网法治建设、网络空间国际治理等8个方面,全面展现2018年国内外互联网领域的最新进展、突出成果和发展趋势。其中,《世界互联网发展报告2018》立足互联网发展最前沿,集中呈现2018年以来全球互联网领域新技术、新应用、新发展,勾画出全球互联网未来发展的美好愿景。

《中国互联网发展报告2018》全面展现习近平总书记关于网络强国的重要思想,以生动实践和鲜活案例,重点介绍2018年我国互联网发展治理取得的新成就新进展,将为国内外政府部门、国际组织、科研院所、互联网企业、社会团体等各方面人士提供有益参考。

经批准,蓝皮书已于2019年1月正式出版发行,每套定价366元(精装版),其中,《世界互联网发展报告2018》定价198元,《中国互联网发展报告2018》定价168元。目前,蓝皮书已在全国各大书店和网络渠道公开销售,欢迎订购。如需大批量订购或有任何意见建议,欢迎与我院联系。



欢迎订阅

2019年度《网络传播》

刊号 CN11-5195/G2

New Media 网络传播

杂志介绍

《网络传播》杂志是由中央网信办主管、中国网络空间研究院主办的全国网信工作指导性刊物，致力于学习宣传习近平总书记关于网络强国的重要思想和中央网络安全和信息化委员会及其办公室的重大决策部署和重点工作任务，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。

《网络传播》全年12期，每月15日出刊
每期定价25元，全年300元

订阅方式

1. 通过各地邮政营业网点或邮递员订阅
邮发代号：80-199
2. 扫一扫二维码 足不出户订杂志



联系方式

地址：北京市东城区朝阳门内大街190号
发行部：010-55624926
18612586567