

媒体融合 创新 创意

本报记者 刘薇

日前,第三届新视听媒体融合创新创意大赛在北京城市副中心正式启动,将持续至12月。其间,共设置媒体融合“技术创新赛道”“内容创新赛道”“模式创新赛道”“北京广电新媒体专项赛道”“京津冀专项赛道”“北京城市副中心专项赛道”六大赛道。

本届大赛以“文化传承与融合发展”为主题,强化AIGC技术赛道,增强先进技术对行业发展的引领作用;加强京津冀专项赛道,打造深化京津冀区域协同发展的新平台;增设北京广电新媒体专项赛道,着力推动广播电视主力军挺进主战场;增设北京城市副中心专项赛道,集中巡礼北京城市副中心建设7年成果;夯实培训辅导机制,全面提升参赛人员的技能素养;注重大赛成果转化运用,加强对参赛项目的孵化跟踪,推动优秀成果落地转化运用。



增设城市副中心专项赛道

北京市广播电视局党组书记、局长王杰群介绍,新视听媒体融合创新创意大赛自2021年创办以来,已成功举办两届,共吸引全国高校、媒体、企业、科研机构等300多个团队及个人参赛,覆盖全国20余个省(自治区、直辖市)。大赛紧扣行业发展前沿,从不同角度抓住业界关注要点,吸引了从中央到县级不同层次的媒体机构参与,两年共发掘评选优秀团队、作品、项目159个,已逐步成为具有全国影响力的媒体融合品牌赛事。

增设北京城市副中心专项赛道是本届大赛的一大亮点,将在内容上聚焦副中心发展,突出建设发展的变化和百姓视角。赛道赛题为融媒体作品,旨在鼓励参赛选手利用新视听新技术、融媒体方式,展现副中心规划建设成果及亮点。

通州区委常委、宣传部部长侯健表示,近年来,城市副中心聚焦行政办公、商务服务、文化旅游和科技创新“3+1”主导功能,以每年千亿元的投资规模,加快推进城市高质量发展,城市承载能力持续提升,产业资源加速集聚,营商环境不断优化,全面步入高水平城市建设、高质量发展、高效能社会治理“三驾马车”并驾齐驱的发展阶段。

同时,城市副中心不断厚植区域优势,拓宽文化创新视野与格局,以台湖演艺小镇、宋庄艺术创意小镇、张家湾设计小镇为依托,充分发挥环球影城外溢效应,抢先布局元宇宙产业、文化旅游、文化创意产业加速发展,以“云锐国际”“创阅科技”为代表的十大视听企业相继落户,新增持证数量及年产值均位居全市前三。

今年前9月省级以上广电机构“爆款”3.2万篇

启动仪式上,央视市场研究(CTR)与新视听媒体融合创新创意大会组委会联合发布《2023年省级以上广电新媒体融合发展报告》(以下简称“报告”)。

报告指出,在媒体融合1.0阶段,媒体基于自身内容优势实现不同媒介矩阵式分布。该阶段主要体现在:传统媒体自有矩阵建设已经走上正轨;进一步利用互联网和新媒体形式拓展赛道,全面盘活自有资源;广电机构MCN建设、主持人直播带货等领域的探索已初见成效。

而在媒体融合2.0阶段,媒体从内容的经营转向对用户及社会资源的全面经营。该阶段主要体现在:传统媒体主要发力,建设自有品牌、推动资源协同、提供商务服务、深化政务服务;积极整合社会资源,加快品牌建设与体制机制创新,丰富运营与盈利模式;不断加深不同领域的资源互换、数据流通、圈层互动;主流媒体开创新媒体品牌建设与相互配合、互为依托的发展大格局。

报告还指出,广电机构融合发展一体两翼,兼顾自有平台和第三方渠道建设。

在自有渠道(广电APP)发展方面,报告显示,目前省级以上广电机构有130多款自有APP活跃在市场中,其中月活超过1000万的APP达到了3款,超过10万的达到了30款,过万的APP达到了7款。

在第三方平台发展方面,报告显示,截至今年9月底,省级以上广电机构在主流第三方平台拥有超过7300个账号,其中,央级媒体1053个,省级媒体6277个。抖音、微信公众号和微博账号均超过1500个,视频号发展迅猛,目前省级以上广电机构视频号数量超过600个。

2023年,省级以上广电机构通过主流第三方平台累计触达人次超百亿,1-9月期间,累计粉丝规模50.88亿人次,微信公众号文章累计触达51.88亿人次。同时,省级以上广电机构第三方账号中,五分之一为百万级以上头部账号。

报告统计,今年1-9月,省级以上广电机构累计共生产3.2万篇爆款作品,其中抖音和公众号平台均爆款作品产量达千篇以上。上半年,38家省级及以上广电机构在第三方平台累计互动量115.84亿次,月均19.31亿次。

成果分享

以技术驱动内容讲好中国故事

在新视听媒体融合应用成果分享环节,中央广播电视总台英语环球节目中心新媒体编辑部主编陈娟代表总台CGTN新媒体和与会者分享了在国际传播媒体融合方面的探索和实践。

陈娟表示,在媒体融合的时代,创新是根本,要坚持以技术驱动内容,积极探索前沿技术,在国际传播话语体系中构建中国叙事,为国家形象的国际传播贡献力量。

陈娟对CGTN新媒体制作的数据交互可视化作品,面向海外年轻用户的元宇宙、融媒体、游戏交互产品、中国故事盒子等作了详细阐述。最后,陈娟表示,未来仍将密切关注前沿技术,研发基于新技术的产品,希望用更好的创意,更好地讲好中国故事,为用户带来更好的体验。

通州呈现新视听媒体融合更多可能

通州区融媒体中心党组书记、主任卫欣介绍了新视听媒体融合应用上的创新做法及助力城市副中心高质量发展的实践做法。

作为城市副中心的媒体融合主阵地,区融媒体中心一直坚持以争创全国标杆级区融媒体中心为目标,全力提升新产品的生产能力,持续打造有思想、有温度、有品质的内容精品。在传统媒体和新媒体领域持续发力,在短视频和直播领域不断创新,持续激发媒体融合内生动力,持续提升传播力、影响力、公信力。

用数据驱动构建可信叙事

腔调制造可视化实验室创始人黄海波就数据新闻创作分享“用数据驱动构建可信叙事”。

黄海波介绍,在传统媒体制作领域,想要实现既准确又拥有现代视听效果的数据需要横跨多个专业领域的支持。技术探索的目标是最大程度利用传统媒体软件制作工具,使用低代码降低对跨领域专业的依赖,让普通的数据新闻从业者也能制作高水准的新媒体内容。

仅依靠传统的数据图表来叙述数据故事还不够,探索数据驱动技术不仅可以告诉观众海量数据,还会告诉观众画面里的每个元素都映射了其中真实的数据。当这些数据驱动元素在屏幕上活跃起来的时候,观众才能沉浸在这个超越时空的真实的数据世界中,全面感知数据。只有当观众真正能感知到数据,他们才会与你的叙事建立真正的信任。“数据只是表象,建立信任才是真正的核心。”黄海波希望,基于数据新闻的技术探索,能为行业构建起新的元素表达。

AIGC为媒体创作带来更多空间

爱分析联合创始人兼首席分析师李喆就《大模型与AIGC市场洞察报告》核心观点向与会者进行了解读。该报告主要围绕三个方向展开,即整个大模型与AIGC的市场进展与趋势、当前AIGC与企业用户的落地进展情况以及对未来整个大模型与AIGC在企业用户端的落地路径进行探讨。

李喆表示,现在AIGC为媒体的创作和创业已经带来了更多的想象空间,目前生成类应用方面已见成效,但决策类应用方面成效不及预期,模式应用成为当前很多企业和科技公司的重点探索方向。

李喆指出,从技术能力角度来讲,国内与海外尚存在差距,需有两年左右的追赶周期。而因国外开源模型整体能力较弱,开源大模型不足以满足应用需求,国产开源大模型未来会有比较大的发展机会,开源应该成为重点关注方向。

李喆介绍,目前应用场景区排名靠前的有数据分析,随后是客服知识库、营销再到业务流程自动化。能源、银行、商务、媒体是目前AIGC里面落地进展最快的四个行业,媒体行业应用空间更为广泛。企业在落地AIGC时,一类是针对具体应用进行探索,一类是将其作为企业未来通用的核心竞争力,投入到多个不同场景进行能力建设。最后,李喆也对大模型与AIGC具体实现路径以及场景规划等给出了自己的建议。

听觉元素呈现城市发展变化

昌平区融媒体中心编辑记者余虹娟介绍了《非凡十年聆听城市脉动》作品的创作流程以及创新思路。

余虹娟讲到,提及城市的变化与发展,过往经常聚焦于城市景观的改变和建筑的更新,经常会用到各种视觉产品进行呈现,却很少将主题聚焦在声音这个重要的维度上,而城市的发展不仅仅是肉眼可见的建设成果,还必然伴随着各种各样声音的变化。

《非凡十年聆听城市脉动》就是从声音这个不可忽视的角度出发,将城市的声音和手绘的长图作为场景,最大限度将听觉元素、视觉元素和体验元素相匹配结合,通过不同版块内容,去呈现城市的发展,让用户能够全方位地感受到城市的变化与进步,唤醒用户的记忆,激发用户对于城市发展的思考。因此,《非凡十年聆听城市脉动》不仅仅是一种表达城市变迁的媒介,同时也是一次与用户进行深度互动的机会,让用户参与其中,理解城市的发展历程和意义。

热点

北京城市副中心报

4

2023年10月16日
星期一

本版编辑 杨莉 校对 彭师德 刘一 彭亮 鲍丽萍 绘制

本版摄影 唐建

新视听媒体融合 创新创意大赛