

媒体专属云是当下媒体融合焦点！

作者：林起劲 台网协作发展专委会

摘要：媒体融合政策在各个层面的全面贯彻，正在促进云计算和大数据技术在传媒领域的进一步实践探索；这其中，传媒行业专属云的规范、业务拓展、竞争秩序以及对外协与谈判是当下媒体融合发展的焦点。

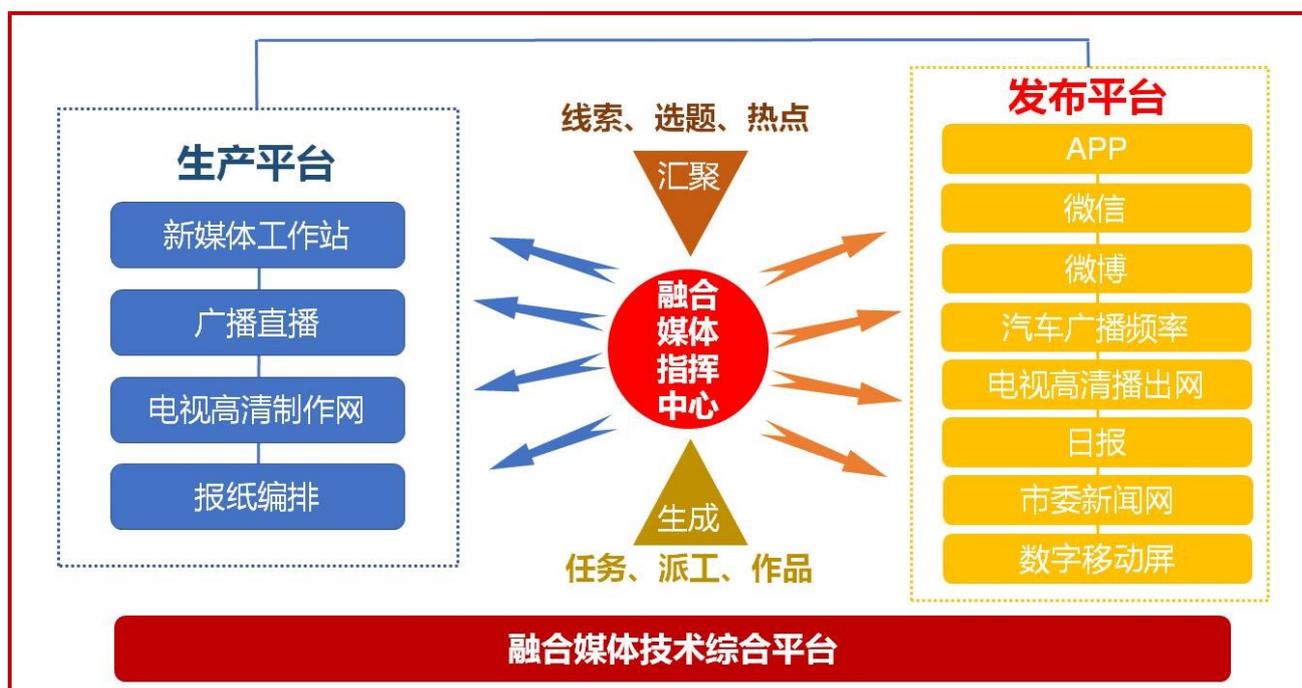
“行业专属云+私有云”成为当下县市级媒体融合重点工作

在媒体融合政策发布 4 周年之后，尤其是在中央“三台合并”以及县级媒体融合中心建设进入加速度之后，媒体融合政策开始在传媒领域获得全面和深度的贯彻实施。特别是上月底中宣部对全国范围推进县级融媒体中心建设作出部署安排，要求 2020 年底基本实现在全国的全覆盖，2018 年先行启动 600 个县级融媒体中心建设。这一部署进一步掀起了全国各地轰轰烈烈的县级融媒体中心推进浪潮。

笔者认为，各地传媒机构在上述县级融媒体中心推进潮流中，一方面是要总结以往媒体融合实施经验与成果，加强顶层设计与体制机制改革和创新，由此推动传媒机构跨的合并、推动跨部门跨机构的资源优化配置。另一方面，这也必然推动云计算、大数据等关键技术 in 融媒体平台的深入应用。笔者此前在《当下县级媒体融合平台跨区域建设案例（上）》和《媒体融合力评价是当下关键---县级媒体融合平台跨区域建设案例（下）》两篇文章中介绍了众多省级（也包括个别副省级城市台机构）机构旗下的融媒体平台与区县级传媒机构合作共建融媒体平台的案例。**这些平台建设案例的实质是传媒领域“区域专属云+私有云”，即省级机构融媒体平台作为行业专属云与县级融媒体中心对接，协助建立当地私有云平台。**此外，媒体融合浪潮的深入贯彻必然将地市级传媒机构纳入其中，推动其朝着媒体融合中心演进，特别市众多资金实力、技术能力和传媒影响力都相对不

足的地市级传媒机构，也必然与一些省级媒体融合平台展开“区域行业专属云+私有云”的协作。

上述融媒体平台潮流必然推动在一省范围内跨域融媒体平台的应用发展浪潮，并在后续工作推动大数据分析平台在用户画像、内容策划、舆情分析等领域的应用（参考笔者在《一体化生产、应用、管理及发布平台 ---融媒体互动白皮书介绍(2)》关于数据分析应用方面的介绍）。此外，除了技术对接之外，省级融媒体中心也会在采编人员素质培训、媒体内容策划与传播等方面与县级融媒体中心展开协作，比如，省、市、县传媒机构在重大事件与活动的联合策划及传播，由此实现区域性舆论引导。这些工作都将促进以省为单位的行业融媒体平台的快速发展，使得云计算、大数据在传媒行业的应用从原先单个机构的独立应用向区域化应用乃至行业化应用迈进。



图为：某县级融媒体平台案例

传统上，中国的媒体行业是基于“四级办”架构各自为政展开运营，非常分散，同时还要进一步分为报业、出版、广播、电视、文艺演出等细分领域。因此，广电乃至整个传媒行业原来都是各自为政和非常分散的状态，而为应对媒体竞争挑战和塑造新型媒体

集团，广电及传媒行业开始推动媒体融合政策，并随着媒体融合政策的逐步推进，不断加大云平台建设中大力推动云计算技术。

从技术经济的角度看，传媒领域的云化发展趋势既是节约投资资金、推动传媒资源整合的体制变革需求，也是适应媒体竞争“网络化/IP 化—智慧化”发展路线的需求。从传媒行业演进角度来看，融媒体平台的跨域发展作为行业自身内在演进的深层次需求，是打破传统“四级办”架构、真正走出跨地域发展的坚实一步，对于传媒下一步的演进具有重大意义。因此，笔者一方面期望传媒行业领先的、历经验证的云平台（如江苏广播电视总台荔枝云、浙江广播电视总台中国蓝云、湖北广播电视总台长江云等）能够将其先进经验及人才优势复制到各地的县级融媒体中心发展过程中，从而推动区域媒体整体进步。另一方，笔者也期望发展中的地区加强顶层设计，以节约资金、推动媒体资源整合、加强创新协作为目标，推动区域融媒体平台建设。

谨慎：融媒体平台建设成为“唐僧肉”？

同时，笔者也深刻意识到，上述因县市融媒体浪潮而得以深化的传媒行业云化发展过程，在区域媒体云平台发展过程中，存在众多亟待规范的议题。

笔者认为，这其中的关键议题就是避免重复建设，并真正遴选出优质的媒体云平台。就像笔者在之前的两篇文章所描述的，目前各地市县融媒体平台建设的情况非常多样化，除了一些实力较强的市县自建之外，包括省级广播电视台、省级日报机构、新华社甚至副省级传媒机构都参与到上述市县融媒体平台建设之中。从目前情况来看，各方竞争颇为激烈，但其中的竞争也存在一些不符合行业发展需求也不符合媒体融合发展趋势的问题。在某种意义上，**县级融媒体平台可能成为各方争抢的“唐僧肉”。**

从县级媒体融合发展情况来看，既然目标是“融媒体中心”，则必然不应存在传统广播电视与新闻出版割裂之说，而是要尽量整合县级各方传媒机构资源于一体。但很多省和自治区在推动县级媒体融合中心成立的过程中，在融媒体平台建设一事上往往是“广电系”和“报社系”各建一个云，各自对接传统行业体系内的机构。这种部署很容易导致县级媒体融合平台继续出现资源分割或无序竞争的情形，并对下一步地市级融媒体平台的建设造成更大的资源割裂。考虑到传统媒体机构都是事业编制，在可预见时期内不太可能出现不同的融媒体平台相互合并的情况（即使合并也必然存在巨大的技术转变调整和巨大的资源浪费）。

也就是说，云计算、大数据这些技术本身就是扁平化的架构，而且规模效应和网络效应都非常显著，规模越大、应用越丰富，其效益越显著。**而如果因为媒体行业传统体制的缘故，融媒体平台继续处于分散分裂的格局，而真正在云平台应用进行了大量实践探索的机构不能放大自身的优势和先进经验，这很可能延缓传媒行业的演进步伐。**

上述问题的核心是，在媒体领域运行多年的“四级办”体制，如何对待云计算这样的扁平化技术架构？如何协调技术本身的优点、发展需求与监管层面的需求？尤其是，当下的县级融媒体中心推进浪潮，也是传媒领域监管架构变更的过渡阶段，各地从原先的“广电+新闻出版”一体的架构，变成广电媒体相对独立并且新闻出版隶属宣传部的架构。**当下传媒领域监管架构变更，或许会进一步影响各地融媒体中心及融媒体平台的顶层设计，带来一定不确定性。**

期待行业专属云在跨域扩展中实现升级

2015年，广电总局科技司发布了广电融媒体平台建设白皮书。这一白皮书是广电总局的“电视台全媒体网络化制播推进工作组”科研项目组起草的，该项目是由江苏省广

播电视总台牵头，并联合上海广播电视台、湖南广播电视台、浙江广播电视台、北京广播电视台、广播科学研究院等单位展开相关研究。该白皮书提出了“私有云+行业专属云+公有云”的“三云互动”架构。这一架构非常符合中国的行业实际情况。

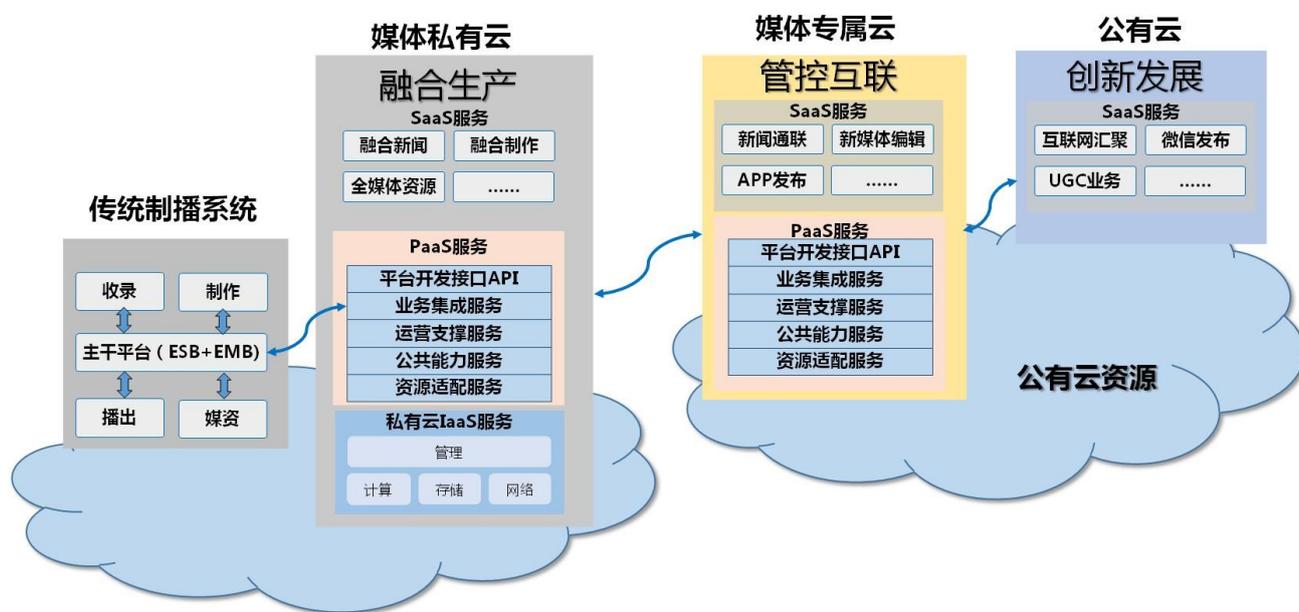


图3.3 融合媒体平台体系架构示意图

图为：三云互动架构（来自广电总局融媒体平台建设白皮书）

尤其是从国家信息安全的角度，在媒体融合发展中，将信息和数据都放在私有云平台或公共云平台都存在很大的问题，必然存在一个起到关键衔接作用的行业专属云，既能满足国家网络信息安全的监管需求，也能满足开放融合发展的需求。这一架构在目前的媒体融合深入发展实践中也获得逐步的探索实践。例如，江苏台利用上述研究课题的契机，将研究成果加以转化和运用，投入巨资打造“荔枝云”媒体融合业务支撑服务平台，包括荔枝公有云及私有云平台。荔枝云的支撑对象不仅涵盖了江苏台各种融媒体新闻业务，也涵盖了电视剧、季播节目、综合制作等传统业务，是真正的融媒体平台！经过三年多的建设与实践，本周一（10月15号）“荔枝云”平台项目通过中广联合会技术鉴定。鉴定会上，中国工程院院士、原中央电视台总工程师丁文华认为：荔枝云解决了广电行

业融合媒体生产所面对的核心问题，真正形成了对广电总台传统媒体业务和新媒体业务的有力支撑，确实是走在了全国的前列，是最先进的系统。

笔者认为，荔枝云的公有云部分很大程度就是传媒行业专属云。而作为行业顶级专家眼中的先进系统，荔枝云在对外融媒体平台支撑中的发挥情况，可以作为跨域融媒体平台建设的典型案例来观察。

进一步，笔者认为，媒体融合发展的另一个重要观察视角在于：行业专属云在区域拓展及业务支撑中的数据规范、数据价值挖掘状况，及其与互联网新媒体的协作对接与谈判状况。对于数据规范问题，实际上 2018 年初广电总局科技司发布的融媒体互动技术平台白皮书中，已经指出了“行业专属云”互动应用中的一些关键问题，包括技术实施架构、用户数据的归属与保存、数据接口规范、数据分析与价值挖掘等问题。这方面，荔枝云在其 SaaS 互动平台建设中也充分意识到数据规范这一问题，并实现了统一的用户管理接口和互动数据规范，解决了栏目在实时数据应用时的“不实时”、“不安全”、“复用率低”等痛点，并通过数据统计分析为节目制作人员在栏目方向把控、舆论引导、创意策划等方面提供了一个新的角度（参考《案例：江苏台“荔枝云”SaaS 互动平台---融媒体互动白皮书介绍(3)》）。而浙江台中国蓝云的“蓝媒号”在积极聚合全省基层一线鲜活素材、强化重大主题及热点事件发布传播，并有效协调各地资源进行联动策划。对于第二个问题，笔者认为：传统媒体在与微信微博等新媒体平台的 API 接口及数据规范方面，存在较大的谈判争取空间。事实上，各种机构媒体在应用微博微信等新媒体服务时，都发现自身处于谈判不对等的地位。但随着行业专属云的出现及可能的壮大，传统媒体在向新媒体贡献优质内容的同时，能否作为整体提升行业自身的谈判权力，能否获得更便捷的 API 接口和更完整的用户数据等。或许，只有传统媒体真正达到与新媒体可谈判的境况时，才可以称之为真正意义的媒体融合。



必须严重关注的是，随着人口红利的消失，互联网的流量竞争已经进入“下半场”，包括顺丰菜鸟大战、微头大战在内的重大事件说明，以 BAT 为代表的互联网巨头已经越来越重视自身生态系统内的流量控制、数据价值挖掘等深层次问题。而在媒体融合逐步深入、传媒行业专属云逐步崛起的背景下，传统媒体也必须考虑与新媒体的 API 对接、用户数据等重要问题。毕竟，**传统媒体代表的是权威力和公信力，其与新媒体的谈判不属于商业范畴，在某种意义上属于国家网络信息安全范畴。**

综上，媒体融合浪潮中，行业专属云对于改变传媒行业原先分散的、各自为政格局意义重大。并且，**传统媒体行业专属云的做强做大，一方面在于行业领先的媒体云在县市融媒体推进中能否获得足够的拓展空间和展现机会，促进县市级媒体资源聚合，有效推动跨域协作；另一方面在于，行业专属云在与互联网新媒体合作中，能否作为传媒行业利益代表提升 API 接口权限等话语权。**