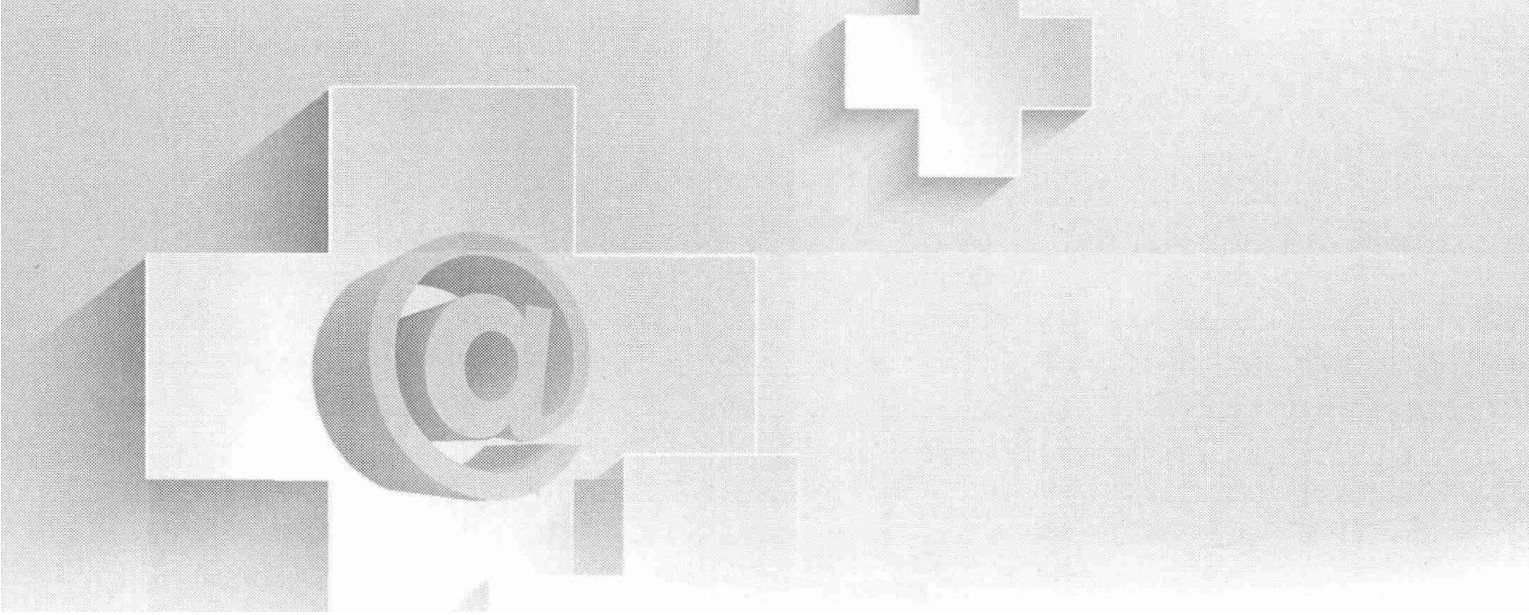




“互联网+”意味着什么

——对“互联网+”的深层认识

黄楚新 王 丹

【摘 要】“互联网+”计划意味着互联网与传统产业的结合,互联网已成为驱动中国经济转型升级的内在引擎。对传统媒体来说,“互联网+”计划是推动媒体进行新一轮转型的外在动力和必要途径。传统媒体通过智能升级、运营升级、服务升级等方式,可以利用互联网完成自身的改革创新。

【关键词】互联网+;传统产业;产业升级;传统媒体转型

【中图分类号】G21

【文献标识码】A

2015年3月5日,李克强总理在十二届全国人大三次会议上的政府工作报告中提出制定“互联网+”计划,强调“推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场。”^①自此,“互联网+”作为一项国家战略,为未来国家各领域的发展指明了方向。

一、什么是“互联网+”

“互联网+”代表着一种新的经济形态^②,它指的是依托互联网信息

技术实现互联网与传统产业的联合,以优化生产要素、更新业务体系、重构商业模式等途径来完成经济转型和升级。“互联网+”计划的目的在于充分发挥互联网的优势,将互联网与传统产业深度融合,以产业升级提升经济生产力,最后实现社会财富的增加。

“互联网+”概念的中心词是互联网,它是“互联网+”计划的出发点。“互联网+”计划具体可分为两个层次的内容来表述。一方面,可以将“互联网+”概念中的文字“互联网”与符号“+”分开理解。符号“+”意为加号,即

代表着添加与联合。这表明了“互联网+”计划的应用范围为互联网与其他传统产业,它是针对不同产业间发展的一项新计划,应用手段则是通过互联网与传统产业进行联合和深度融合的方式进行;另一方面,“互联网+”作为一个整体概念,其深层意义是通过传统产业的互联网化完成产业升级。互联网通过将开放、平等、互动等网络特性在传统产业的运用,通过大数据的分析与整合,试图理清供求关系,通过改造传统产业的生产方式、产业结构等内容,来增强经济发展动力,提升效益,从而促进国民经

济健康有序发展。

1. 外在表征: 互联网 + 传统产业

“互联网+”是互联网与传统产业的结合,其最大的特征是依托互联网把原本孤立的各传统产业相连,通过大数据完成行业间的信息交换。信息的不对称是普遍存在于各行业中的一项顽疾,其会导致供需关系不清从而影响行业的生产结构、生产模式与生产效率。以云计算、物联网、移动通信网络为代表的新信息技术为改变信息的闭塞与孤立提供可能。事实上,目前在交通、金融、物流、零售业、医疗等行业,互联网已经展开了与传统产业的联合,并取得了一些成果。“互联网+”作为外推力,有利于互联网与传统产业的深度结合。

电子商务的高速发展得益于互联网与零售业的深度融合。互联网提供的在线销售模式为消费者提供了新的购物方式选择。利用互联网,一方面企业完成了产品全方面的展示,使产品的供应信息得以透明化、公开化;另一方面,消费者根据相对完整的产品展示信息进行购物,自身需求得到满足。互联网与零售业的融合使原有产业链渠道改变,产品成本减少,消费者能够得到更优质服务。例如,苏宁、国美传统电器卖场通过开设网上商城的形式,全方位展示商品参数信息,通过送货上门服务使消费者足不出户便可以购买大宗家电。而2014年9月阿里巴巴在美国的成功上市,也昭示着电子商务巨大的发展潜力和活力。

互联网与交通业融合为用户的出行生活提供了便利。基于互联网特别是移动互联网的地理位置更新,互联网与交通业的结合使用户出行得到便利。在公共交通工具上,例如“车来了”等移动应用可以基于公交车的位置数为用户提供公交车实时位置更新。基于实时网络数据传送,用户出门延误和等待时间得到减少。在出租车方面,“滴滴打车”“快的打车”等应用的出现解决了出租车行业供需不平衡的问题。基于移动互联网的手机应用客户端解决了用户打不到车与出租车空车行驶之间的矛盾。

与此同时,互联网与旅游业的结合,使旅游业的去中介化越加明显。基于途牛网、蚂蜂窝网等旅游经验分享型网站的兴起与发展,旅游业的产业发展模式得到改变。互联网与医疗业的结合使医疗资源的分配得到有效改善。医院通过开通网络挂号、专家预约、网上问诊的方式,节省了患者排队就医的时间成本。同时,基于互联网建立患者的电

子病历、患者数据库或者健康数据库进行数据留存,是有效为患者服务、推动医疗业发展的有效途径。余额宝、网络银行、P2P个人信贷等互联网金融的发展掀起全民理财的热潮,金融业更加“接地气”。

“互联网+”意味着互联网向其他传统产业输出优势功能,使得互联网的优势得以运用到传统产业生产、营销、经营活动的每一个方面。传统产业不能单纯将互联网作为工具运用,要实现线上和线下的融合与协同,利用明确的产业供需关系,为用户提供精准、个性化服务。当然,在不同的行业“互联网+”的具体表现不尽相同,不同行业与互联网的融合程度和方式也需具体分析。

2. 深层目的: 产业升级 + 经济转型

“互联网+”带动传统产业互联网化,所谓互联网化指的是传统产业依托互联网数据实现用户需求的深度分析。通过互联网化,传统产业调整产业模式,形成以产品为基础,以市场为导向,为用户提供精准服务的商业模式。互联网的商业模式是基于流量展开的,互联网带来的是眼球经济,注意力转变为流量,流量再变现。因此,如何吸引用户关注、了解用户需求便是互联网商业模式改革的关键点。基于新的商业模式,传统产业通过调整资本运作和生产方式,从单纯注重产品生产的固有思维中解放,在关注产品的基础上加入用户需求元素,形成具有互联网思维的新型企业模式。

阅读提示

“互联网+”的外在表征:
互联网 + 传统产业;

“互联网+”的深层目的:
产业升级 + 经济转型;

对于传统媒体转型而言:
“互联网+”是动力与引擎,是必要的途径;

- “互联网+”意味着互联网向其他传统产业输出优势功能,使得互联网的优势得以运用到传统产业生产、营销、经营活动的每一个方面。传统产业不能单纯将互联网作为工具运用,要实现线上和线下的融合与协同,利用明确的产业供需关系,为用户提供精准、个性化服务。

技术应用也是“互联网+”计划中的重要内涵之一。核心技术为传统产业互联网化提供了技术支持手段。互联网本身就是新技术,对新技术的应用有利于传统产业进行技术创新。传统产业利用新技术创新,可以扩展产品市场。市场创新,即利用互联网技术开辟和占领新的市场。互联网的开放、分享特性使产业市场实现跨地域化扩展。技术应用同样可以带来新的资源,产业的供应源得以多元,新资源得以开发和利用。互联网与传统产业的“联姻”将促进创新成为产业升级的重要引擎。

在管理体系上,互联网同样为新的组织和管理方式的形成提供了可能。在传统产业的组织和管理上,同样存在着因信息的不自由流通、信息的不对称导致的低效。在企业内部管理体系方面,通过互联网管理系统完成任务分配,可以增加员工的交流效率,减少不必要的人力、时间成本支出。而利用互联网进行员工信息管理,以透明和公开的方式进行信息共享,有利于信息的快速传达,使成员第一时间进行工作内容调整与跟进,提高工作效率。同时,互联网带来的信息快速更新,也迫使企业根据市场变化及时调整战略目标,做出正确的决策判断。互联网使新的管理关系体系得以建立与运行,企业员工工作方式得到变革,新的管理态势得以形成。

“互联网+”力求的产业升级是通过管理体系、技术应用、商业模式等综合创新实现的。传统产业的互

阅读提示

新形势下,传统媒体转型的路径:

挖掘数据价值,消除行业壁垒,实现智能升级;

改革运营策略,提升经营水准,实现运营升级;

打造以用户为中心的个性化媒体,实现服务升级;

联网化使传统产业效率、运营、管理等方面均得到提升。

二、“互联网+”的兴起对传统媒体的意义

1. 外在动力:为新一轮媒体转型提供契机

作为较早与互联网,准确地说,是与基于互联网和移动互联网产生的新媒体融合的传统媒体来说,网络的快速发展对其冲击是巨大的。互联网的兴起使传统媒体的受众转移,受众阅读习惯和信息获取方式发生变化。随后传统媒体的广告、收视率、发行量等均受到严重影响,甚至有不少传统媒体如报纸出现了停刊现象。新传播技术使传统媒体业发展陷入困境,于是传统媒体纷纷与新媒体融合,以期通过转型度过传统媒体业的“寒冬”。

目前,传统媒体在互联网和移动互联网领域的探索可谓“百花齐放”:媒体微博、微信公众号、新闻客户端、媒体APP……尽管传统媒体试图通过在不同的新媒体平台上开

拓渠道的方式提升自身微传播影响力,但是效果却不那么尽如人意。目前,我国还没有哪一家媒体基于媒体融合创造了非常可观的收益。如今,传统媒体与新兴媒体的融合发展已经进入到一个瓶颈期,即传统媒体进行的新媒体平台尝试已较为丰富,但是新旧媒体距深度融合尚有距离。传统媒体与新媒体的融合仍停留在初级阶段,媒体间的融合发展问题仍亟待解决。比如,传统媒体与新媒体的合作方式、盈利模式和利益分配的问题。传统媒体与新媒体深度融合,不仅仅是通过入驻或者以开通账号的形式进行转型,而是应当切实找到新旧媒体真正实现共享新闻资源,协同发展的模式。

2014年8月18日,中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。习近平总书记强调,要推动传统媒体和新兴媒体的深度融合。此次李克强总理在政府工作报告中提出“互联网+”计划,是对互联网的应用作出了诠释。传媒产业作为传统产业的一种业态,也应通过“互联网+”计划进行新一轮的传统媒体转型。媒体融合政策的出台为传统媒体转型提供了转型动力和政策引导。传统媒体在互联网的影响下已经经历了一轮转型,一些媒体已经逐渐端正了对互联网的认识,意识到互联网不仅仅是平台和工具,而是一种能够促进传媒新业态出现的力量。此时推出

的政策进行外力引导,有助于传统媒体再次深入认识互联网,推动媒体利用网络技术进行转型。

2. 内在需求:传统媒体转型的必要途径

互联网对于传统媒体业的影响来自基于互联网的数据化产生的用户权利的改变。互联网进入传统媒体业,传统单向信息传播方式被打破,受众不再被动接受信息,而是变身为用户,他们不仅可以主动参与到信息传播过程中,还可以利用新媒体平台进行信息生产。在新型传播模式中,用户的地位和作用尤其重要。互联网将传统媒体“一呼百应”式的舆论引导模式进行了解构,原有的灌输式的信息传播效果不再灵验。在新传播技术发展的背景下,盛行的是以微传播为代表的及时、迅速、裂变式的新传播方式。

传统媒体转型面临的最大阻力来自于传统观念的束缚。对于传统媒体人来说传统产业模式带来的利益难以割舍。媒体业原本是信息生产行业,因此对信息的垄断可以说是媒体生存的关键。新传播技术对信息垄断造成破坏,受众转移造成利益丢失。因此,多数媒体人对于互联网的看法仅仅是希望通过互联网挽回利益损失。事实上,“互联网+”带来的是生产关系的重构、是新的经营与盈利模式。“互联网+”计划是传统媒体转型的必要途径,通过互联网可以激发用户的信息需求,提升传统媒体业的业务水平,促进传统媒体业整体业态升级。

三、传统媒体的“互联网+”路径

1. 智能升级:挖掘数据价值,消除行业壁垒

互联网的价值不仅来自于网络技术,更来自于用户的在线数据积累。传统媒体利用好“互联网+”这个引擎助推自身创新改革,最重要的一点是要挖掘用户数据的价值。掌握用户需求的前提是需要知道用户的需求,因此,根据用户网络数据,比如在线时长、搜索内容、跳转记录、媒体应用的下载量和评论转发情况等数据进行数据的收集、分析和整合,可以总结出用户的阅读习惯及个人偏好,这有利于媒体及时调整传播策略,进行有效传播。

智能互联网指的不仅仅是信息的流动与传输,更是对于信息的深层处理。在保护信息安全的前提下,对信息化资源进行开发是产业升级的前提。目前,平板电脑、手机、可穿戴设备发展迅速,智能化移动设备使用户数据及时无限传输,智能设备与网络的连接,促成传媒业新业态的出现和发展。“今日头条”在过去两年多的时间里,已经积累了超过2.2亿用户,每天有超过2000万用户在今日头条上阅读自己感兴趣的文章。^③其制胜的法宝就是通过智能化互联网进行数据挖掘,从而自动向用户推荐个性化信息,在整个过程中,用户不需要任何操作,在“不知不觉”中“今日头条”已经掌握了用户的个人阅读偏好。

目前,互联网所代表的数据流通并不是全方位、深层次的数据共享,在不同的行业之间存在着行业壁垒,传统媒体转型仍然面临着行业间的障碍。当然,互联网也为打通传媒领域产业链做出了贡献。统计显示,2014年我国共发生169起文化传媒行业并购,包括影视、游戏、广告、出版、有线和卫星电视等多个行业。^④诸如乐视网、爱奇艺等传媒公司,业务范围从视频播放涉足到影视剧的拍摄、投资等领域。乐视网更是涉足智能电视的生产和销售、电子商务、互联网汽车、在线教育等多个领域。^⑤此外,互联网公司如BAT几大网络巨头也在文化产业领域进行了全方位的业务尝试。

2. 运营升级:运营策略改革与经营水准提升

媒体的运营工作关乎媒体生存,“互联网+”在传统媒体运营策略上的应用体现为推动了一些新的运营模式的形成。诸如C2B、O2O、跨界商业模式的兴起对传统媒体业的发展均有较大影响。

“互联网+”时代是注意力经济时代,互联网带来的高速信息传播方式导致的是海量信息的产生。信息传播成本低廉,目前大多数的互联网新闻和移动新闻阅读均是免费的。媒体通过“二次售卖”或提供增值服务获得利润收入。因此,免费模式需要在媒体拥有庞大用户量的基础上才能获取收益。例如,媒体通过对用户新闻类型偏好等

数据进行分析可以增加推送广告的针对性。对一位经常阅读体育类新闻的用户进行运动品牌服饰的广告推荐显然会更有广告效果。传媒产业通过与企业结合,通过线上线下联合进行营销创新。

媒体在运营上需要对数据进行深入挖掘,通过数据结论进行更有效的运营。对于运营上的数据挖掘工作,美国纽约时报通过一系列措施进行了尝试与创新。例如率先设立首席信息科学家,并聘请哥伦比亚大学副教授克里斯·维金斯(Chris Wiggins)担任这一职务。纽约时报最想维金斯做的就是利用专业的数据分析方法帮助解决该报的运营问题。^⑥通过运营上的数据挖掘与统计,了解报纸读者对报纸的期待,从而找出留住读者的办法。

对传统媒体来说,不论是基于新闻理想还是业务需要,在生产新闻内容方面,媒体历来都甘愿投入大量的人力和物力等大量资本进行尝试。对于战地记者群体来说,他们甚至不惜冒着牺牲生命的危险去战地进行新闻报道。而在商业模式和运营策略的创新上,许多传统媒体却并不想尝试。尽管已经饱受新媒体的冲击,但是有些传统媒体仍固守传统新闻阵地,不求改变。一方面是由于“内容为王”等传统理念作祟,另一方面则因存有静观其他媒体改革,自己坐收渔翁之利的幻想。对传统媒体来说,唯有亲身投入转型浪潮,才有机会突出重围完成华丽转身。

3.服务升级:打造以用户为中心的个性化媒体

满足用户需求是媒体转型进行新媒体产品研发的出发点和落脚点。与传统媒体以提供大众化信息为主不同,网络对传统媒体的要求是提供满足用户个人需求的具有个性化的信息与服务。互联网和移动互联网使媒体在提供信息告知功能之外,更要满足和引领用户需求。通过网络技术,用户“在线”产生的数据被互联网记录,媒体根据用户不同的新闻资讯获取习惯或者新闻阅读偏好勾画用户画像,以个性化的服务获得用户青睐。

同时,新传播技术也为媒体与用户互动提供了多元化的方式选择。2015年春晚“微信摇一摇”送出亿元红包,全球有185个国家的用户摇了110亿次。^⑦在羊年春晚的直播过程中,用户可以通过微信平台“摇一摇”功能摇出明星祝福、春晚节目单,还可以通过上传全家福合照的形式“晒幸福”。基于移动互联网的“微信摇一摇”实现了电视与手机的跨屏互动,打破了传统观众被动看春晚的习惯。摇一摇、晒一晒的参与方式使用户主动直接参与到节目的直播中,用户通过分享等形式完成了与媒体的互动。

2015年4月14日,李克强总理在一季度经济形势座谈会上敦促“提网速”“降网费”,强调“信息基础设施建设是重要的公共服务,应当加大建设力度。”^⑧与发达国家相比,我国的互联网基础设施建设处于滞

后位置。互联网作为一种基础设施的安装与完善是“互联网+”计划收效的前提。

(黄楚新:中国社会科学院新闻与传播研究所新闻学研究室主任,《中国新媒体发展报告》蓝皮书副主编;王丹:中国社会科学院研究生院新闻学与传播学系硕士研究生)

注释:

①中国新闻网:《李克强:制定“互联网+”计划 促电子商务健康发展》,2015年3月5日, <http://www.chinanews.com/gn/2015/03-05/7103116.shtml>

②曹国伟:《“互联网+”代表的是一种新经济形态》,2015年3月21日, <http://tech.sina.com.cn/i/2015-03-21/163710019803.shtml>

③阿里云资讯网:《“今日头条”海量数据深度挖掘,宏观角度把握大众阅读趋势》,2015年1月21日, <http://labs.chinamobile.com/news/113878>

④⑤凤凰财经:《文化传媒业面临“围城”现象 业内企业并购完善产业链》,2015年3月29日, http://finance.ifeng.com/a/20150329/13591318_0.shtml

⑥钟布:《纽约时报改革新启示》,2014年9月12日, http://read.bbwc.cn/content-1-1042-244-10050304.html?utm_source=mail

⑦腾讯科技:《2015央视春晚:微信摇一摇红包引发全民互动狂欢》,2015年2月21日, http://tech.qq.com/a/20150221/011066.htm?tu_biz=v1

⑧中央政府门户网站:《李克强敦促“提网速”“降网费”》,2015年4月15日, http://www.gov.cn/xinwen/2015-04/15/content_2846616.htm