

# 《媒体的演进趋势与战略转型》

## 图书基本信息

书名：《媒体的演进趋势与战略转型》

13位ISBN编号：9787010110332

10位ISBN编号：7010110336

出版时间：2012-7

出版社：人民出版社

作者：钟沈军

页数：174

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《媒体的演进趋势与战略转型》

## 内容概要

在数字革命深刻变革的背景下，整个世界都在进入一个数字化生存的时代。在以比特为DNA的数字时代，媒体同样正在演绎一场空前的大变局。以网络为代表的新媒体群体性崛起，传统媒体纷纷战略转型；手机作为第五媒体已经初露端倪，并迅速开启移动互联的新时代。此外，在基于共同的网络平台基础上，媒介进入大融合时代。与此同时，信息需求的多样化，传受一体化，终端个性化，导致媒介最终将出现个性化的新的趋势。可以说，传播技术与媒介形态的演进带来整个传播生态环境的剧变，而且将进一步带来传媒业内容采集、生产加工、系统营销乃至生存方式的深刻变革。

## 书籍目录

### 第一章 引言

#### 第一节 数字时代及其媒介特质分析

- 一、数字、数字化与数字时代
- 二、数字时代媒介特质分析

#### 第二节 数字时代传媒战略转型及其研究的三个维度

- 一、数字时代传媒战略转型
- 二、数字时代传媒战略转型研究的三个维度

### 第二章 数字时代信息技术发展动向与趋势

#### 第一节 信息技术是第一传播力

- 一、信息技术变革是媒介发展的决定性力量
- 二、数字时代突显先进技术的重要性
- 三、第一传播力在不同的时代有不同的内涵

#### 第二节 数字时代信息技术变革动向

- 一、网络宽带化
- 二、传输流媒体化
- 三、数字无线化
- 四、电视数字化
- 五、多网合一化
- 六、网址无限化
- 七、检索智能化
- 八、终端便携化
- 九、传受一体化
- 十、信息聚合化

#### 第三节 当前新闻信息传播发展趋势

- 一、向以视频为引领的多媒体网络化发展
- 二、向以融合为中心的多媒体系统化发展
- 三、向以交互为特点的多媒体传受一体化发展
- 四、向以定制为特征的多媒体聚合化发展
- 五、向以移动为标志的多媒体无线化发展

### 第三章 数字时代传播生态环境变化与世界媒体变局

#### 第一节 数字时代媒介传播生态环境变化分析

- 一、传播模式的颠覆与创新
- 二、传播规则的颠覆与创新
- 三、传播理论的颠覆与创新

#### 第二节 数字时代世界媒体变局

- 一、网络新媒体开始成为社会强势媒体
- 二、传统媒体战略转型
- 三、传播主体多元化趋势进一步加剧
- 四、各种传播主体抢占IPTV、无线互联等新媒体高地

#### 第三节 数字时代传媒意识形态环境变化分析

- 一、数字时代意识形态环境出现新的特征
- 二、数字时代传播媒介作为意识形态竞争工具重要性加强
- 三、数字时代国际舆论环境现状分析

### 第四章 数字时代传媒战略转型的现实路径选择

#### 第一节 数字时代传媒产业价值链变化分析

- 一、从价值链角度解构传媒产业竞争力
- 二、为何从传媒产业价值链角度进行传媒战略分析

三、数字时代信息价值流动变化分析

四、数字时代传媒产业价值链变化分析

## 第二节 全方位加快数字化战略转型

一、传媒战略定位转型

二、顺应新媒体革命趋势实施技术引领战略

三、以视频为重点实现多媒体产品业态转型

四、直达用户终端实现媒介战略转型

## 第三节 数字时代传媒内容变化趋势及其战略转型

一、数字时代媒介内容的变化趋势

二、数字时代传媒内容战略转型

## 第四节 数字时代传媒市场营销变化趋势及其战略转型

一、数字时代传媒市场营销变化趋势

二、数字时代传媒市场战略转型

## 第五节 数字时代传媒管理变化趋势及其战略转型

一、数字时代信息传播管理变化趋势

二、数字时代传媒管理战略转型

## 第五章 媒介大融合与传媒的整合战略

### 第一节 媒介大融合与整合战略

一、媒介融合的未来走向

二、整合力成为战略转型时代的核心竞争力

三、整合力成为大媒体时代的核心竞争力

### 第二节 以资源共享为核心的传媒内部整合战略

一、资源整合

二、跨媒体整合与生产流程再造

三、多媒体产品业态与报道架构转型

四、机制与文化整合

五、新华社欧洲多媒体中心采集生产加工播发流程再造案例分析

### 第三节 以竞合为中心的传媒外部整合战略

一、战略联盟优势互补

二、资本并购

三、资本并购之实证分析

## 第六章 媒介个性化时代与传媒的蓝海战略

### 第一节 从传者本位到用户本位是媒介个性化时代的基石

一、从传者本位到用户本位的量变与质变

二、受众向传播中心靠拢的时代背景及原因分析

三、传者本位向用户本位的形成过程分析

### 第二节 媒介的演进趋势与媒介个性化时代

一、在“融合”之后将出现“分”的趋势

二、分与合的再次辩证统一

三、媒介个性化时代的未来展望

### 第三节 媒介个性化时代与传媒的蓝海战略

一、媒介个性化时代传媒价值创新必要性分析

二、媒介个性化时代传媒服务延伸的可行性分析

三、媒介个性化时代与传媒蓝海战略

## 第七章 数字时代传媒战略转型风险控制

### 第一节 战略转型过程中的风险分析与防范

一、战略决策风险

二、战略执行风险

三、战略风险的防范与控制

## 第二节 未来技术发展方向分析与风险控制

- 一、技术发展可能带来格局变化的不确定性
- 二、技术风险预防与控制

## 第三节 商业模式博弈与数字版权保护

- 一、传统内容提供商网络收费模式存在不确定性
- 二、内容提供商与搜索引擎运营商博弈未来走势难以确定
- 三、加大战略整合力度推进版权保护

参考文献

后记

# 《媒体的演进趋势与战略转型》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)