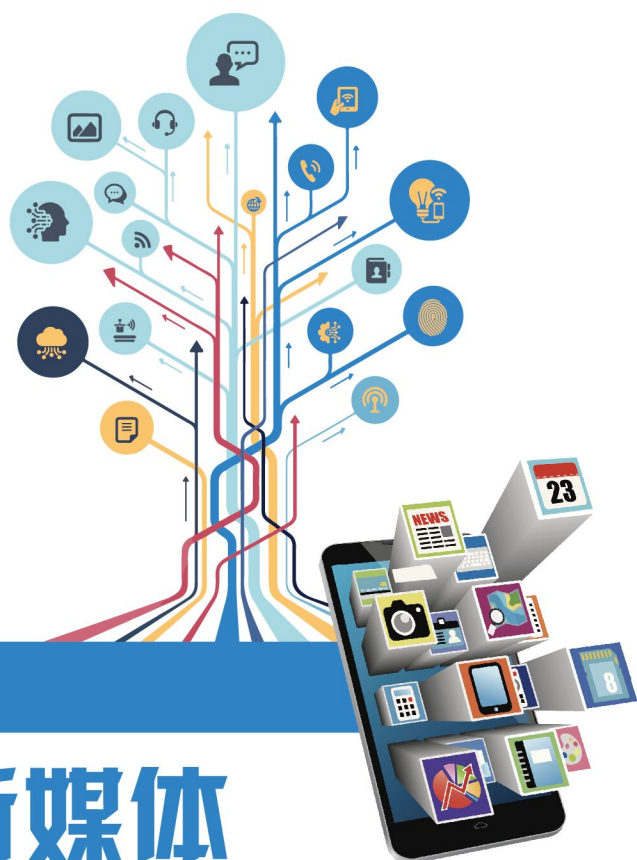


巍巍交大 百年书香
www.jiaodapress.com.cn
bookinfo@sjtu.edu.cn



策划编辑 刘建
责任编辑 胡思佳
封面设计 刘文东



新媒体 基础与应用

新媒体 基础与应用

主 编 张云青 隋东旭
企业顾问 张丽娜



新媒体基础与应用

主 编 张云青 隋东旭



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS



扫描二维码
关注上海交通大学出版社
官方微信

ISBN 978-7-313-29799-0



9 787313 297990 >

定价:49.90元

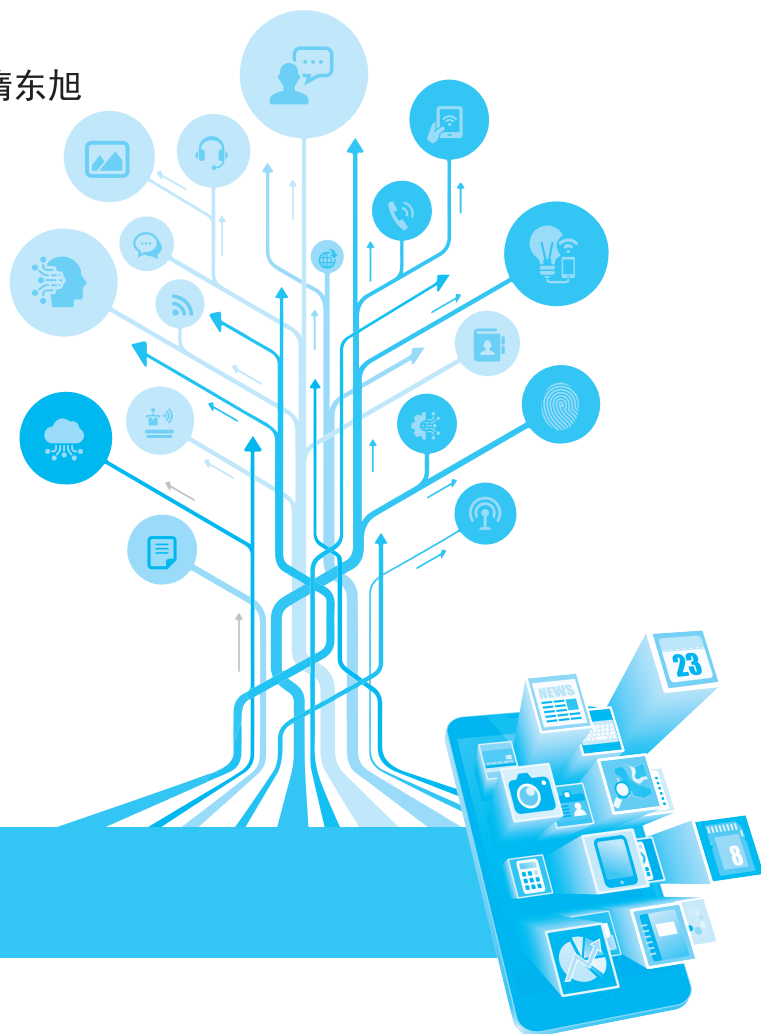
免费提供
精品教学资料包
服务热线: 400-615-1233
www.huatengzy.com



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

新媒体 基础与应用

主 编 张云青 隋东旭
企业顾问 张丽娜



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书依据教育部下发的高等职业教育教学标准,以现阶段我国高等职业教育的人才培养计划为出发点,同时结合 1+X 证书技能点编写而成。本书十分注重实用性,在内容选取上摒弃了大篇幅的理论赘述,内容精练,讲解清晰,旨在提升学生的操作技能,使学生具备职业岗位工作能力。本书共分为 6 个项目,内容包括走进新媒体、新媒体受众、新媒体平台、新媒体营销、新媒体娱乐、新媒体运营。

本书既可作为各院校新媒体、市场营销、电子商务及相关专业的教材,也可供相关从业人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

新媒体基础与应用 / 张云青,隋东旭主编. — 上海 :
上海交通大学出版社,2024. 4
ISBN 978-7-313-29799-0

I. ①新… II. ①张… ②隋… III. ①传播媒介
IV. ①G206.2

中国国家版本馆 CIP 数据核字(2024)第 001600 号

新媒体基础与应用

XINMEITI JICHU YU YINGYONG

主 编:张云青 隋东旭

出版发行:上海交通大学出版社

邮政编码:200030

印 制:三河市骏杰印刷有限公司

开 本:787 mm×1 092 mm 1/16

字 数:418 千字

版 次:2024 年 4 月第 1 版

书 号:ISBN 978-7-313-29799-0

定 价:49.90 元

地 址:上海市番禺路 951 号

电 话:021-64071208

经 销:全国新华书店

印 张:16.75

印 次:2024 年 4 月第 1 次印刷

电子书号:978-7-89424-620-2

版权所有 侵权必究

告读者:如您发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:0316-3662258



党的二十大报告指出：“全面建设社会主义现代化国家，必须坚持中国特色社会主义文化发展道路，增强文化自信，围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象建设社会主义文化强国，发展面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的科学的大众的社会主义文化，激发全民族文化创新创造活力，增强实现中华民族伟大复兴的精神力量。”新媒体作为一种现阶段被广泛使用的传播手段，自然而然地担负起传播中华优秀传统文化的重任。

本书推荐学时如下表所示。

项 目	内 容	学 时
1	走进新媒体	8
2	新媒体受众	10
3	新媒体平台	8
4	新媒体营销	16
5	新媒体娱乐	8
6	新媒体运营	10
总计		60



本书具有如下一些特色。

(1)融入课程思政。本书通过设置“思政目标”，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，推动学生践行工匠精神和爱岗敬业精神，培育学生的家国情怀和爱国精神，增强学生的文化自信和民族自豪感。

(2)采用任务驱动。本书采用任务驱动的方式进行编写，全书共包括 23 个任务，按照任务描述—任务分析—知识讲解—任务实施—任务评价的顺序安排内容。

(3)注重实用性。本书在充分讲解理论知识的同时也注重对学生动手动脑能力的培养，因此编者在每个项目的最后设置了“项目实训”模块，以增强学生的实践和主动思考能力。

本书由长春信息技术职业学院张云青、隋东旭任主编，由北京沐维电子商务有限公司张丽娜担任企业顾问。

在编写本书的过程中，编者参考了许多专业书籍，在此向相关的作者致以衷心的感谢。由于编者的水平有限，书中的疏漏之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

编 者



Contents

目录

项目 1	走进新媒体	1
任务 1.1	初步认知新媒体	2
任务 1.2	理解新媒体的理念	9
任务 1.3	熟悉新媒体传播的知识与技能	15
任务 1.4	了解新媒体产业及其运营	29
项目实训		41
项目 2	新媒体受众	43
任务 2.1	理解新媒体受众	44
任务 2.2	把握新媒体的粉丝文化	55
任务 2.3	掌握新媒体受众调查	64
项目实训		74
项目 3	新媒体平台	75
任务 3.1	了解新媒体平台的基础知识	76
任务 3.2	掌握新媒体平台内容创作	86
任务 3.3	掌握常见的新媒体平台	94
项目实训		107
项目 4	新媒体营销	109
任务 4.1	熟悉新媒体营销的基础知识	110
任务 4.2	掌握微信营销的知识与技能	125
任务 4.3	掌握微博营销的知识与技能	141
任务 4.4	掌握短视频营销的知识与技能	155
任务 4.5	掌握直播营销的知识与技能	164
项目实训		175



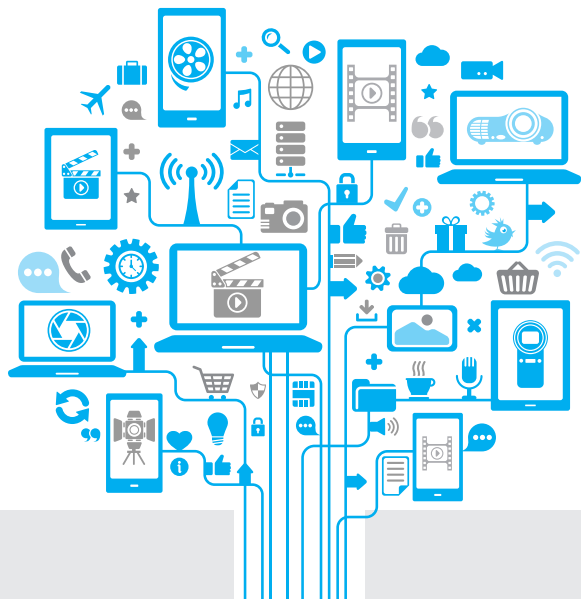
项目 5 新媒体娱乐 176

任务 5.1	熟悉新媒体娱乐的基础知识	177
任务 5.2	掌握新媒体娱乐的用户分析	189
任务 5.3	掌握新媒体娱乐的市场分析	196
任务 5.4	掌握新媒体娱乐的主要形式	203
项目实训		215

项目 6 新媒体运营 216

任务 6.1	掌握新媒体产品运营的知识与技能	217
任务 6.2	掌握新媒体内容运营的知识与技能	225
任务 6.3	掌握新媒体用户运营的知识与技能	235
任务 6.4	掌握新媒体活动运营的知识与技能	251
项目实训		261

参考文献 262



- (1)了解媒体的概念,掌握新媒体的概念。
- (2)熟悉新媒体的特征,明确新媒体的分类,知道新媒体对媒介生态的影响。
- (3)理解新媒体“新”的表现方面,归纳新媒体的社会化影响。
- (4)了解新媒体传播的概念、特点和类型。
- (5)明确新媒体传播的技术和渠道。
- (6)掌握新媒体产业的主要业务和盈利模式,熟悉新媒体产业的商业模式。
- (7)掌握新媒体产业的运营。



- (1)能够对传统媒体和新媒体进行区分。
- (2)能够描述出新媒体的特征。
- (3)能够说出新媒体传播的渠道。
- (4)能够区分新媒体产业的盈利模式。
- (5)能够根据自己的需求选择合适的新媒体产业的商业模式。



- (1) 培养认识现状、接受挑战、勇于革新的理念。
- (2) 培育新媒体营销时兼顾社会大众利益的价值取向。



任务 1.1 初步认知新媒体



任务描述

在本任务中,需要着重解决如下几个问题。(请在学习完本任务后,将得到的答案写在下方对应问题的横线上)

问题 1:什么是媒体? 什么是新媒体?

问题 2:新媒体具有哪些特征?

问题 3:新媒体是如何分类的?

问题 4:新媒体对媒介生态有怎样的影响?



任务分析

本任务讲解的是新媒体的基础知识。在学习本任务时,需要重点关注新媒体的概念、新媒体的特征、新媒体的分类,并掌握必备的知识与技能。

在学习本任务时,可以带着“任务描述”中的问题有的放矢地学习和掌握相关知识。



知识讲解

1. 媒体的概念

媒体是指传播信息、观点和观念的工具和平台,扮演着连接人们、传递信息和塑造社会意识的重要角色。媒体这一概念囊括了各种形式和类型的媒体,如印刷媒体、广播媒体、电视媒体、互联网媒体等。

2. 新媒体的概念

新媒体是指利用数字技术、网络技术和移动通信技术等新型技术手段,以互联网、社交媒体、联网设备等为载体,通过信息传播、互动交流、内容创作等方式,实现信息传递、知识传播、文化传承、商业营销等目的的媒体形态。

新媒体的出现对传统媒体、广告业、营销业等产生了深刻的影响。发展壮大新媒体使得信息传递更加快速、精确,也使得广告营销更加精准、有效。同时,新媒体带来了一些问题,如信息的真实性难以保证、易造成隐私泄露等,需要加强监督和管理。

3. 新媒体的特征

新媒体是一个综合体,涵盖了所有数字化的交流方式和信息传播渠道。随着技术的不断发展和社会的进步,新媒体的特征也在不断演变和更新。综合来看,新媒体主要有表 1-1 所示的一些特征。

表 1-1 新媒体的特征

特 征	具 体 描 述
数字和虚拟化	新媒体的基础是数字和虚拟化。这意味着所有的信息,无论是文本、图像、音频还是视频,都会被转换为二进制代码,在数字设备上被存储和传输。这种虚拟化使得信息的处理和传播变得更加便利和高效
可交互性	新媒体具有传统媒体所不具备的交互性。用户可以参与评论、分享、点赞、转发等操作,与内容创作者和其他用户进行互动。这种交互性使得用户不再仅仅是信息的接收者,也成为信息的参与者和创造者
个性化和定制化	随着科技的发展,新媒体的各类载体越来越能够根据用户的兴趣和需求提供个性化的内容和定制化的服务。例如,智能推荐系统可以根据用户的浏览历史和偏好,推送满足他们需求的新闻、商品或朋友动态
实时性和全球化	新媒体具有实时性和全球化的特征。用户可以随时随地接收和发布信息,使得信息的传播变得极为迅速和广泛。发生的事件可以立即被传播到全球各个角落,这也使得人们及时了解和参与讨论成为可能
多元化的内容形式	新媒体能够承载多种形式的內容,包括文字、图片、音频、视频等。这使得创作者可以充分利用各种形式表达他们的观点和创意,为用户提供更丰富多样的信息服务
社区化和网络化	新媒体环境下,人们通过各种社交平台和网络社区“聚集”在一起,形成各种虚拟的社群。这些社群不仅提供了人们交流和分享的平台,也使得信息的传播更加迅速和广泛
开放性和透明性	在新媒体环境下,信息的获取和传播变得更加开放和透明。人们可以轻松获取各种来源的信息,也可以将自己的观点和信息发布出去,使得信息的传播更加公平和便捷
数据驱动和智能化	随着人工智能(artificial intelligence, AI)和大数据(big data)技术的发展,新媒体能够通过数据分析了解用户的需求,提供更加个性化的内容呈现和推荐服务。同时,一些新媒体平台采用了智能化技术(如自然语言处理和计算机视觉),以提升用户的体验
多样性和包容性	在新媒体助力下,各种不同的观点、文化和声音都可以得到表达和传播。这种多样性和包容性促进了思想的交流和碰撞,使得新媒体成为推动社会进步和发展的重要力量
安全性和隐私保护	人们对个人信息保护和网络安全的关注和需求日益增加,新媒体逐渐加强了对用户隐私的保护。许多平台采用了种种加密技术和其他安全措施,以确保用户的信息安全和个人隐私不受侵犯



新媒体以其独有的特征改变着人们的生活方式和信息传播方式。这些特征相互交织,共同构成了新媒体的整体面貌。然而,随着技术的不断发展,新媒体的特性将不断演变和更新,为人们的生活带来更多的便利和可能性。

4. 新媒体的分类

按不同的标准,新媒体可以有不同的分类方式。

(1)按媒介的形式分类。按媒介的形式,新媒体可以分为表 1-2 所示的四种。

表 1-2 按媒介的形式分类

新媒体类型	具体描述
文字类新媒体	文字类新媒体主要包括新闻网站、知乎、微博、微信公众号等。这些媒体以文字为主要表现形式,通过网络平台进行信息传播和交流
图片类新媒体	图片类新媒体主要包括图片社交平台、图片分享网站等。这些媒体以图片为主要表现形式,通过网络平台进行信息传播和交流
音频类新媒体	音频类新媒体主要包括网络广播、音乐网站、播客等。这些媒体以音频为主要表现形式,通过网络平台进行信息传播和交流
视频类新媒体	视频类新媒体主要包括视频网站、短视频平台、直播平台等。这些媒体以视频为主要表现形式,通过网络平台进行信息传播和交流

(2)按应用的领域分类。按应用的领域,新媒体可以分为表 1-3 所示的四种。

表 1-3 按应用的领域分类

新媒体类型	具体描述
新闻类	新闻类新媒体主要包括新闻网站、新闻客户端、新闻博客等。这些媒体以报道时事新闻为主要内容,通过网络平台进行信息传播和交流
娱乐类	娱乐类新媒体主要包括视频网站、音乐网站、游戏平台等。这些媒体以提供娱乐内容为主要目的,通过网络平台进行信息传播和交流
教育类	教育类新媒体主要包括在线教育平台、教育博客、教育视频网站等。这些媒体以提供教育内容为主要目的,通过网络平台进行信息传播和交流
商业类	商业类新媒体主要包括电子商务平台、社交电商平台、在线广告等。这些媒体以商业活动为主要目的,通过网络平台进行信息传播和交流

(3)按用户群体分类。按用户群体,新媒体可以分为表 1-4 所示的三种。

表 1-4 按用户群体分类

新媒体类型	具体描述
社交类	社交类新媒体主要包括社交网络、即时通信工具等。这些媒体以提供社交服务为主要目的,通过网络平台进行信息传播和交流
专业类	专业类新媒体主要包括行业门户网站、专业博客等。这些媒体以提供专业知识和服务为主要目的,通过网络平台进行信息传播和交流

(续表)

新媒体类型	具体描述
大众类	大众类新媒体主要包括门户网站、搜索引擎等。这些媒体以提供全面的信息服务为主要目的,通过网络平台进行信息传播和交流

(4)按技术特点分类。按技术特点,新媒体可以分为表 1-5 所示的两种。

表 1-5 按技术特点分类

新媒体类型	具体描述
移动互联网	移动互联网新媒体主要包括手机应用程序、移动网站等。这些媒体以移动设备为载体,通过移动互联网进行信息传播和交流
人工智能	人工智能新媒体主要包括智能语音助手、智能机器人等。这些媒体以人工智能技术为支撑,通过智能化的方式进行信息传播和交流

随着技术的不断发展和应用场景的不断扩展,对新媒体进行的新分类会不断涌现。

5. 新媒体对媒介生态的影响

(1)媒介生态的概念。媒介生态是指媒介系统中各种元素之间相互作用、相互依存、相互制约的复杂生态系统。媒介生态包括媒介元素、媒介环境、媒介用户和媒介产业等多个层面。其中,媒介元素是媒介生态系统中最基本的组成部分,包括媒介产品、媒介渠道、媒介内容和媒介技术等。

媒介生态的概念最早由加拿大学者麦克卢汉(McLuhan)在其著作《媒介即讯息》中提出。麦克卢汉认为,媒介不仅仅是信息的传递工具,更是一种文化生态系统,媒介生态系统中的各种元素相互作用、相互依存、相互制约,共同构成了一个复杂的生态系统。

(2)新媒体对媒介生态的具体影响。随着互联网技术的不断发展和普及,新媒体已经成为媒介生态中不可或缺的一部分。新媒体的出现和发展对媒介生态产生的深刻影响主要表现在图 1-1 所示的几个方面。

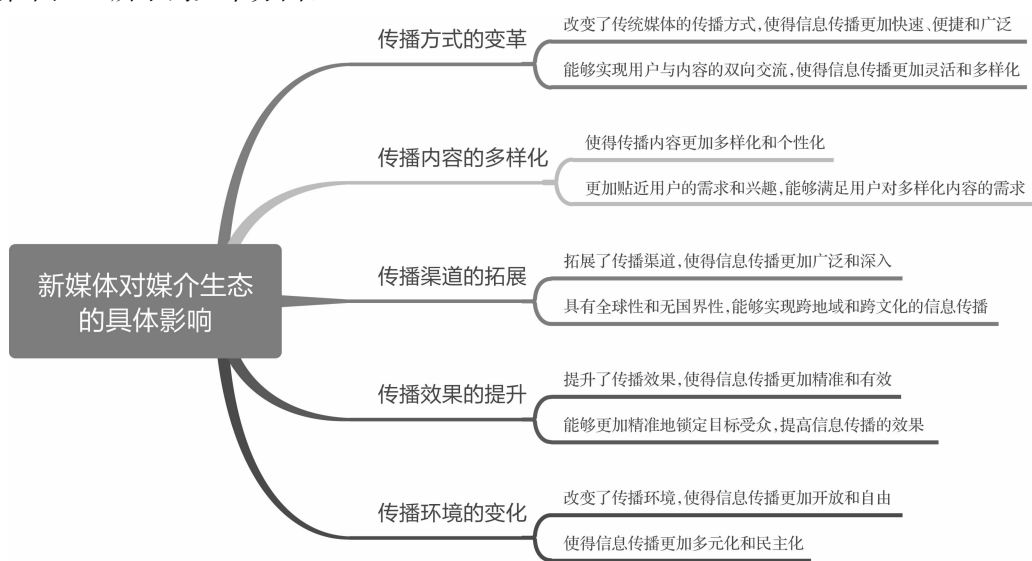


图 1-1 新媒体对媒介生态的具体影响



任务实施

采用分组的形式完成本任务。每三人为一个小组,选出一名组长。

1. 知识总结

(1)组内成员自行组织语言对所学的知识进行总结,填写表 1-6。

表 1-6 知识总结

知 识 点	总 结	问 题 和 解 答	
		问 题	解 答
媒体的概念		用一句话总结出什么是媒体	
新媒体的概念		结合新媒体的概念,对比新媒体与传统媒体有何异同	
新媒体的特征		在新媒体的诸多特征中,哪一个最重要	
新媒体的分类		有哪些不同的新媒体分类方式	
新媒体对媒介生态的影响		什么是媒介生态? 如何理解新媒体对媒介生态的影响	

(2)对所学的知识进行复盘并思考,完成表 1-7。

表 1-7 知识复盘

复 盘 项 目		主 动 思 考
知识点掌握	通过学习本任务,你掌握了哪些知识点	
方法掌握	通过学习本任务,你学到了哪些新的方法	
行动影响	掌握上述知识点和方法对你的学习、眼界拓展以及后续的工作会产生怎样的影响	

2. 实际应用

判断表 1-8 中所列的媒体是否属于新媒体,并给出具体的理由。

表 1-8 判断媒体形式

媒 体	是否属于新媒体	具 体 的 理 由
电视		
报纸		

(续表)

媒 体	是否属于新媒体	具体的理由
杂志		
微博		
抖音		
微信		
网站		
电台广播		
户外广告		
图书		



任务评价

(1)组内成员对本任务中所掌握的知识点和任务实施情况进行总结,将其整理成 PPT,并选派一人上台演讲。其他各小组及教师分别对演讲稿文案和演讲者的展示、陈述进行评价,填写表 1-9。

表 1-9 演讲稿文案和演讲者的展示、陈述评价

评 价 指 标		分值/分	得分/分
演讲稿文案	对知识点的描述情况	10	
	PPT 的美观性	15	
	PPT 的文字通顺程度	10	
演讲者的 展示、陈述	演讲者的专业程度	25	
	语言技巧和身体语言的运用技巧	15	
	团队合作程度	10	
	时间掌控程度	15	

(2)结合本任务的知识学习情况与技能训练完成情况,采用自我评价、小组评价、教师评价三种方式进行综合评价,填写表 1-10。

表 1-10 任务 1.1 评价表

评价 项目	评价 内容	评 价 标 准	评 价 方 式		
			自我 评价	小组 评价	教师 评价
职业 素养	安全责任 意识	(1)作风严谨、自觉遵章守纪、出色地完成任务。 (2)能够遵守规章制度、较好地完成任务。 (3)遵守规章制度、没完成任务,或虽完成任务但未严格遵守规章制度。 (4)不遵守规章制度、没完成任务。			



(续表)

评价项目	评价内容	评价标准	评价方式		
			自我评价	小组评价	教师评价
职业素养	学习态度	(1)积极参与教学活动,全勤。 (2)缺勤达本任务总学时的 10%。 (3)缺勤达本任务总学时的 20%。 (4)缺勤达本任务总学时的 30%。			
	团队合作意识	(1)与同学协作融洽,团队合作意识强。 (2)与同学能沟通,协同工作能力较强。 (3)与同学能沟通,协同工作能力一般。 (4)与同学沟通困难,协同工作能力较差。			
专业能力	知识学习	(1)知识学习评价成绩为 90~100 分。 (2)知识学习评价成绩为 75~89 分。 (3)知识学习评价成绩为 60~74 分。 (4)知识学习评价成绩为 0~59 分。			
创新能力		学习过程中提出具有创新性、可行性的建议	加分奖励:		
学生姓名		综合评价等级			
指导教师		日期			

(3)组内成员分别完成素质点的自评与互评,按照优秀(5分)、良好(4分)、一般(3分)、合格(2分)、不合格(1分)的标准进行打分,填写表 1-11。

表 1-11 素质点评价

素质点评价指标		得分
自评	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	
组员 1	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	
组员 2	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	



(续表)

素质点评价指标		得 分
组员 3	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	

任务 1.2 理解新媒体的理念



任务描述

在本任务中,需要着重解决如下几个问题。(请在学习完本任务后,将得到的答案写在下方对应问题的横线上)

问题 1:新媒体“新”在哪些方面?

问题 2:新媒体与传统媒体的融合表现在哪些方面?

问题 3:新媒体的社会化影响有哪些?



任务分析

本任务讲解的是新媒体的理念知识。在学习本任务时,需要重点关注新媒体“新”的表现方面、新媒体的社会化影响,并掌握必备的知识与技能。

在学习本任务时,可以带着“任务描述”中的问题有的放矢地学习和掌握相关知识。



知识讲解

1. 新媒体“新”的表现方面

新媒体处于不断发展的状态,其“新”表现在不断更迭。综合来看,新媒体“新”在表 1-12 所示的几个方面。



表 1-12 新媒体“新”的表现方面

表现方面	具体描述
多样化的内容形式	传统媒体主要以文字和图片为主要形式进行信息传播,新媒体则提供了更多多样化的内容形式,包括音频、视频、动画等多种形式。用户可以通过观看视频、听音频等方式获取信息。新媒体丰富了信息传播的方式和体验
实时性和即时性	新媒体的传播速度更快,信息得以实时更新和传播。通过社交媒体平台,用户可以即时获取最新的新闻、事件和热点话题,便于与他人分享自己的观点和感受。新媒体实时性和即时性使得信息传播更加迅速和高效
互动性和参与性	新媒体提供了更多的互动和参与机会。用户可以通过评论、点赞、分享等方式与内容创作者和其他用户进行互动,表达自己的观点和意见。同时,用户可以参与到内容创作中,通过发布自己的作品和分享自己的经验,与其他用户进行交流和互动
个性化和定制化	新媒体可以根据用户的兴趣和需求进行个性化和定制化的推荐。通过算法和数据分析,新媒体平台可以汇总分析用户的喜好和偏好,并向用户推荐符合其兴趣的内容、提供更加个性化的用户体验
多平台和多渠道	新媒体的传播渠道更加多样化,用户可以通过多种平台获取信息和进行交流。除了传统的网站和应用程序,新媒体还包括社交媒体平台、视频分享平台、音频平台等。这些多平台和多渠道的存在使得用户可以根据自己的喜好和习惯选择适合自己的方式获取信息和进行交流
全球化和跨界融合	新媒体打破了地域和国界的限制,使信息传播全球化成为可能。用户可以通过新媒体了解来自世界各地的新闻、文化和观点,与不同国家和地区的人进行交流和互动。同时,新媒体促进了不同领域(如新闻与娱乐、科技与艺术等)的跨界融合,激发了更多的创新和可能性
用户生成内容 (user generated content, UGC)	新媒体鼓励用户生成内容,通过新媒体每个人都有机会成为信息的创造者和传播者。用户可以在社交媒体、博客、视频分享平台等发布自己的作品和观点,并与其他用户进行交流和互动。这种用户生成内容的模式使得信息更加多样化和丰富化
数据驱动的运营	新媒体通过数据分析和用户行为追踪,可以了解用户的兴趣和需求,从而进行精准的内容推荐和运营。通过分析用户的点击、浏览、评论等行为,新媒体可以不断优化内容和用户体验,提供更加符合用户需求的服务

2. 新媒体与传统媒体的融合

(1)新媒体的传统化。新媒体的传统化是一个不可跨越的阶段。新媒体作为“媒体”这个“大家庭”中的一员,无论拥有如何高端的网络技术,无论注入了多少新锐的运营理念,只要进入市场,面对受众,就必然会受到各种传播规律、社会环境的制约与影响。例如,为了保证各类信息的及时、快速采集,新媒体必须认真学习各种信息内容的采访编辑技巧;为了让网页内容编排丰富多彩又重点突出,新媒体必须认真学习版面编排与设计规律;为了确立自身的权威性与公信力,新媒体必须认真学习如何处理与政府机构乃至企业的公共关系。

在新媒体机构中,依旧有着熟悉的新闻部、编辑部、专题部、技术部、行政部或类似的部门划分;在新媒体内容建设上依旧有着编前策划、快速采访、后期编辑、专题深化等传统模式

的痕迹;新媒体在推广方面依旧是口号、形象与活动这“三板斧”。但是,新媒体的生命力与优越性远非传统媒体可以比拟,这表现在它能在短短几年内迅速地走过传统媒体需要几十年甚至上百年才能走完的发展之路。对于这段路,可以抄近路走,可以一路带跑地快步走,但不能不走,这就是新媒体的传统化阶段。忽视新媒体的传统化阶段则必然会带来严重的后果。

(2)传统媒体的新媒体化。面对新媒体“咄咄逼人”的发展态势,传统媒体如何应对?全面遏制其崛起或顺其自然、得过且过都不正确,这样不仅把新媒体划分到对立面,还完全把自己排除在新媒体发展的可能之外。新媒体并不是一个孤立的概念,也不会是一个静态的发展状态,既存在着基于互联网、移动通信等高新技术基础而生的技术派新媒体,也完全可能存在着创新理念、突破自身,从传统媒体中羽化成蝶的实力派新媒体。传统媒体的新媒体化是媒体在发展过程中的自我需要。任何一个媒体在成熟阶段都面临着同样的困惑:如何在实现“让别人重视你”之后产生新的追求?如何解决“高处不胜寒”下的种种危机?面对充满活力的新媒体,“不耻下问”是一种良好的学习态度,“师夷长技以制夷”更是一种传统事物在面对新来的竞争者时逆转局面的好办法。传统媒体的新媒体化更是媒体发展的必由之路。不进行传统媒体的新媒体化,就有可能面临到此为止、至此而亡的窘境。只有进行新媒体化,传统媒体才有可能如同凤凰涅槃一般脱胎换骨,重获新生。

成功地进行传统媒体的新媒体化的关键是需要,也就是依据受众的需要完成自身的革新。用户的需要非常简单,即新媒体的两大核心特征:全态的及时与平等的互动。马克思主义哲学的基本理论表明,影响事物发展的因素中,外因只是诱导因素,起着最重要的决定作用的往往是内因。更重要的内因在于传统媒体在自我的发展中自觉或不自觉地启动了自己的新媒体改造进程,又恰恰吻合了新媒体的两大核心特征。新媒体所需要的全态的及时不单指第一手新闻消息的及时发布与报道,还有其后对事件动态、发展、变化跟踪报道的及时,更有生活服务与娱乐休闲服务的及时。

对此,传统媒体的新媒体化大致有以下三个阶段:

①借助互联网技术完成自身的改造。其具体表现为将节目与内容转化为适合互联网传播的格式与形式。内容从业者通过互联网主动接触受众并开展交流互动,把互联网作为内容来源的一种重要渠道,积极研究互联网领域的先进技术并将其应用到传统媒体的生产流程中。这一阶段可以简单描述为“传统媒体上网”阶段,主要是指传统媒体开设自己的官方网站,进入并占领互联网领域的“滩头阵地”,了解并开始熟悉互联网的受众群体,积极将互联网中非常便利的网络传输、网络办公等新技术应用到传统媒体的发稿、审片及快速制作等流程中来的过程。

②与互联网技术相结合,打造介于两者之间的新媒体。相对于第一阶段,这一阶段的主要特点是,相对强化由传统媒体而来的官方网站的独立性,而更多地以新媒体的要求指导网站的发展。在内部管理上对这类网站逐步实施核算独立、人事独立与经营独立。

③走媒体整合之路,完成传统媒体向新媒体的转变。这一整合的时机相当重要。如果过早,新媒体网站未实现强有力的引导作用,仓促的整合会使得传统媒体的惯性与后滞力过大,而逐渐走向传统老路,导致最后时刻功亏一篑;而如果过晚,传统媒体有可能会“病入膏肓”,新媒体的理念与思路也“回天乏力”,一切只得从头再来。就像体育比赛的接力跑一样,新媒体一定要提前起跑,在规则允许的交接区之内,更在传统媒体还没有筋疲力尽之前,把速度提上去,在达到同步状态时,就能完美地接棒并调整出发。

3. 新媒体的社会化影响

新媒体的社会化影响体现在以下几个方面:



(1)信息传播与获取的便利性。新媒体的出现使得信息的传播和获取更加便利。通过互联网和社交媒体平台,人们可以随时随地地获取各种信息,包括新闻、娱乐、教育等内容。同时,个人可以通过新媒体平台发布自己的观点和作品,这也使得信息的传播更加多元化和广泛化。

(2)公众参与意识的提升。新媒体注重用户参与和影响,强调信息的可持续性和可访问性。通过社交媒体等平台,人们可以直接参与到各种话题的讨论中,表达自己的观点和意见。这种公众参与意识的提升使得社会问题常常能得到更多的关注,公众的声音也更容易被听到。

(3)社交关系的重构。新媒体改变了人们之间的社交方式和模式。通过社交媒体平台,人们可以与朋友、家人、同事等保持更加紧密的联系,并分享生活中的点滴。同时,新媒体为人们提供了更多结识新朋友、扩大社交圈子的机会,重构和拓展了社交关系。

(4)影响力的扩大与个人品牌的建立。新媒体为个人提供了一个展示和发挥自己影响力的平台。通过社交媒体平台,个人可以分享自己的观点、经验和作品,也可以得到更多的关注和认可。这种影响力的扩大使得个人可以在特定领域建立自己的品牌,成为专家、意见领袖或者网红等。

(5)社会变革与进步的推动。新媒体为公众提供了一个表达意见和诉求的平台。通过网络发声,公众可以推动社会变革和进步。例如,通过社交媒体平台发起公益活动、呼吁社会关注某一问题,可以引起更多人的关注和参与,推动解决社会问题。

(6)文化多样性的促进。新媒体为不同文化、不同地域的人们提供了一个交流和了解彼此的平台。通过社交媒体平台,人们可以了解其他国家和地区的文化、风俗习惯,促进了文化多样性的发展。同时,新媒体为文化创意产业的发展提供了广阔的舞台。

(7)媒体格局的重塑。新媒体的出现对传统媒体的格局产生了重大的影响。传统媒体面临来自新媒体的竞争和挑战,需要不断创新和转型。同时,新媒体为传统媒体提供了新的发展机遇,传统媒体可以通过互联网和社交媒体平台扩大影响力,吸引更多的受众。

总之,新媒体的社会化影响是多方面的。它改变了人们的生活方式和社会交往模式,促进了信息传播和交流,提升了公众参与意识,推动了社会变革和进步,促进了文化多样性的发展,重塑了媒体格局。当然,新媒体也带来了一些问题和挑战(如信息泛滥、网络暴力等),需要积极解决和应对。



任务实施

采用分组的形式完成本任务。每三人为一个小组,选出一名组长。

1. 知识总结

(1)组内成员自行组织语言对所学的知识进行总结,填写表 1-13。

表 1-13 知识总结

知 识 点	总 结	问 题 和 解 答	
		问 题	解 答
新媒体“新”的表现方面		如何理解新媒体“新”的方面	
新媒体与传统媒体的融合		谈谈你对传统媒体新媒体化的理解	

(续表)

知 识 点	总 结	问 题 和 解 答	
		问 题	解 答
新媒体的 社会化影响		如何看待新媒体的社会 化影响	

(2)对所学的知识进行复盘并思考,完成表 1-14。

表 1-14 知 识 复 盘

复 盘 项 目		主 动 思 考
知识点掌握	通过学习本任务,你掌握了哪些知识点	
方法掌握	通过学习本任务,你学到了哪些新的方法	
行动影响	掌握上述知识点和方法对你的学习、眼界拓展以及后续的工作会产生怎样的影响	

2. 实际应用

对比新媒体和传统媒体,并填写表 1-15。

表 1-15 新媒体与传统媒体的对比

对 比 项	新 媒 体	传 统 媒 体
面向的受众		
传播方式		
市场		
管理方式		
时效性方面		
交互性方面		



任务评价

(1)组内成员对本任务中所掌握的知识点和任务实施情况进行总结,将其整理成 PPT,并选派一人上台演讲。其他各小组及教师分别对演讲稿文案和演讲者的展示、陈述进行评价,填写表 1-16。

表 1-16 演讲稿文案和演讲者的展示、陈述评价

评 价 指 标		分 值 / 分	得 分 / 分
演讲稿文案	对知识点的描述情况	10	
	PPT 的美观性	15	
	PPT 的文字通顺程度	10	



(续表)

评价指标		分值/分	得分/分
演讲者的 展示、陈述	演讲者的专业程度	25	
	语言技巧和身体语言的运用技巧	15	
	团队合作程度	10	
	时间掌控程度	15	

(2)结合本任务的知识学习情况与技能训练完成情况,采用自我评价、小组评价、教师评价三种方式进行综合评价,填写表 1-17。

表 1-17 任务 1.2 评价表

评价项目	评价内容	评价标准	评价方式		
			自我评价	小组评价	教师评价
职业素养	安全意识	(1)作风严谨、自觉遵章守纪、出色地完成任务。 (2)能够遵守规章制度、较好地完成任务。 (3)遵守规章制度、没完成任务,或虽完成任务但未严格遵守规章制度。 (4)不遵守规章制度、没完成任务。			
	学习态度	(1)积极参与教学活动,全勤。 (2)缺勤达本任务总学时的 10%。 (3)缺勤达本任务总学时的 20%。 (4)缺勤达本任务总学时的 30%。			
	团队合作意识	(1)与同学协作融洽,团队合作意识强。 (2)与同学能沟通,协同工作能力较强。 (3)与同学能沟通,协同工作能力一般。 (4)与同学沟通困难,协同工作能力较差。			
专业能力	知识学习	(1)知识学习评价成绩为 90~100 分。 (2)知识学习评价成绩为 75~89 分。 (3)知识学习评价成绩为 60~74 分。 (4)知识学习评价成绩为 0~59 分。			
创新能力		学习过程中提出具有创新性、可行性的建议	加分奖励:		
学生姓名		综合评价等级			
指导教师		日期			

(3)组内成员分别完成素质点的自评与互评,按照优秀(5分)、良好(4分)、一般(3分)、合格(2分)、不合格(1分)的标准进行打分,填写表 1-18。

表 1-18 素质点评价

素质点评价指标		得 分
自评	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	
组员 1	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	
组员 2	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	
组员 3	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	

任务 1.3 熟悉新媒体传播的知识与技能



任务描述

在本任务中,需要着重解决如下几个问题。(请在学习完本任务后,将得到的答案写在下方对应问题的横线上)

问题 1:什么是新媒体传播?

问题 2:新媒体传播的特点是什么?

问题 3:新媒体传播有哪些类型?

问题 4:新媒体传播的方式有哪些?

问题 5:新媒体传播的技术包括哪些?



问题 6: 新媒体传播的渠道有哪些?



任务分析

本任务讲解的是新媒体传播的知识与技能。在学习本任务时,需要重点关注新媒体传播的类型、新媒体传播的方式、新媒体传播的技术和新媒体传播的渠道,并掌握必备的知识与技能。

在学习本任务时,可以带着“任务描述”中的问题有的放矢地学习和掌握相关知识。



知识讲解

1. 新媒体传播的概念

新媒体传播是指在数字技术和网络技术的支持下,通过多种数字化媒介进行信息沟通和传递的过程。它利用数字技术和网络技术,以计算机、手机、数字电视机等终端设备为载体,通过互联网、移动互联网、社交媒体等渠道向用户提供信息和娱乐服务。

新媒体传播是数字化、互动化、实时化和个性化等信息传播形态的汇总。它不仅改变了传统媒体的传播方式,也使得信息的传播更加高效、灵活和个性化。同时,新媒体传播为广告营销、品牌推广、市场营销等领域提供了更多的创新机会和发展空间。

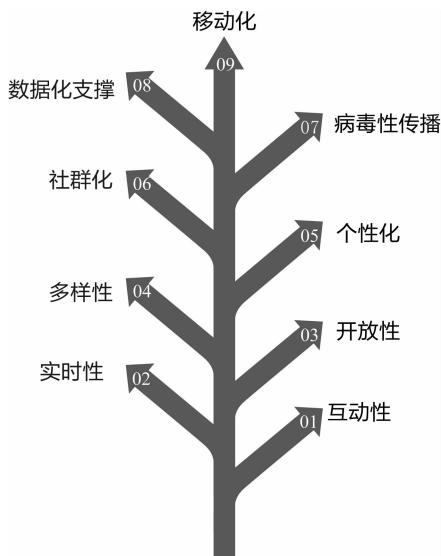


图 1-2 新媒体传播的主要特点

2. 新媒体传播的特点

新媒体传播不同于传统媒体的单向传播,具有互动性、实时性、开放性、多样性、个性化、社群化、病毒性传播、数据化支撑和移动化等特点,它的兴起对信息传递和市场营销等领域产生了深远的影响。新媒体传播的主要特点如图 1-2 所示。

(1) 互动性。新媒体传播打破了传统媒体的单向传播方式,具有双向互动的特点。用户可以通过新媒体进行信息的交流和互动,使得信息的传播更加灵活和个性化。互动性可以实现用户对信息的主动获取和参与,提高用户对信息的认知和记忆程度。

新媒体传播的互动性特点使得信息传播不再是单向的传递,而变成双向的交流和互动。用户可以通过评论、分享、点赞等方式对接收到的信息进行反馈和评价,也可以通过信息的分享和传播,实

现个人影响力的扩大。这种互动性的信息传播方式不仅可以提高用户对信息的接收度和忠诚度,企业也可以实现更加精准的市场营销和品牌推广。例如,企业可以通过社交媒体平台与用户进行互动,收集用户的反馈和评价,了解用户的需求和偏好,及时调整和改进产品和服务,提高用户满意度和忠诚度。

(2) 实时性。新媒体传播具有实时性的特点——可以随时更新和发布最新的信息,使得信息传递更加及时和高效。实时性可以实现信息的实时监测和反馈,为决策和预测提供更

加准确的数据支持。例如,企业可以通过社交媒体实时监测用户的反馈和评价,及时调整和改进产品和服务,提高用户满意度和忠诚度。

新媒体传播的实时性特点使得信息传递变得更加及时和高效。用户可以随时通过新媒体获取最新的信息和资讯,也可以通过新媒体进行实时的交流和互动。这种实时性的信息传播方式不仅可以提高信息传递的效率,也可以实现信息的实时监测和反馈。例如,企业可以通过社交媒体平台实时监测用户的反馈和评价,及时了解产品和服务的情况,及时调整和改进产品和服务,提高用户满意度和忠诚度。

(3)开放性。新媒体传播的开放性可以提高用户的参与度,释放用户的创造力,企业也可以实现更加灵活的市场营销和品牌推广。例如,微博平台可以让用户自由发表文章,分享自己的观点和经验,从而得到更多的关注和支持。

新媒体传播的开放性特点使得用户可以自由地发布、分享和评论信息,实现了信息传播的多元化和平民化。用户可以通过新媒体平台发表自己的观点和经验,分享自己的创作和创意,也可以通过新媒体平台获取更多的信息和知识。

(4)多样性。新媒体传播以文字、图片、音频、视频等多种媒介形式进行信息传递。新媒体传播的多样性可以满足和匹配用户不同的信息需求和接收方式,也可以提高信息传递的效果和影响力。

新媒体传播的多样性特点使得信息传递可以采用多种媒介形式。例如,短视频平台可以通过短视频、直播等形式提供更加生动、有趣的信息内容,吸引用户的注意力和提高用户的参与度,如图 1-3 和图 1-4 所示。



图 1-3 短视频形式

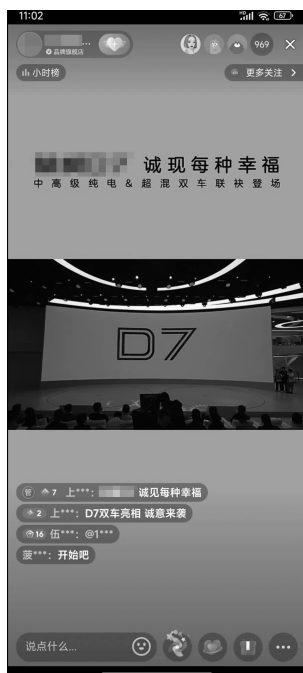


图 1-4 直播形式

(5)个性化。新媒体传播可以根据不同的用户需求和兴趣爱好提供个性化的信息内容和服务,满足用户的多样化和个性化需求。个性化传播可以提高用户对信息的接收度和忠

诚度,也可以实现更加精准的市场营销和品牌推广。

例如,电商平台可以根据用户的购买记录和浏览行为,推荐个性化的商品和促销信息,提高用户的购买率和满意度,如图 1-5 所示。



图 1-5 电商平台的个性化推荐

(6)社群化。新媒体传播依托互联网和社交媒体平台,形成了一个的社群。这些社群由具有相同兴趣爱好、价值观念和利益诉求的人组成,具有一定的凝聚力和影响力。企业可以通过参与社群、与社群合作等方式,进行品牌推广和市场营销,提高用户对品牌的认知度和好感度。图 1-6 所示为某品牌的微信社群营销推广。

社群化的信息传播方式可以促进用户之间的交流和互动,形成更加紧密的关系。用户可以通过社群获取更加多样化和个性化的信息内容,也可以通过社群进行信息交流和互动。社群化的信息传播方式不仅可以提高用户对信息的接受度和忠诚度,也可以为企业提供更加精准的市场营销和品牌推广。

(7)病毒性传播。新媒体传播可以利用互联网的快速传播优势,实现信息的病毒性传播。病毒性传播是指信息通过用户的社交网络,如同病毒一般快速传播和扩散。病毒性传播可以提高信息的传播效果和影响力,但必须保证信息的真实性和合法性,严禁传播虚假信息。例如,在社交媒体平台上,一条有趣、吸引人的信息可以通过用户的社交网络,如同病毒一般快速传播和扩散。如图 1-7 所示,某微博账号发布的一条微博获得了 2300 多的转发量。

(8)数据化支撑。新媒体传播利用大数据技术进行数据分析和挖掘,为企业提供更加精准的市场营销和品牌推广。数据化支撑可以提高企业的决策和预测能力,也可以提高信息的传递效果和影响力。例如,电商平台可以通过用户的购买记录和浏览行为,进行数据分析和挖掘,推荐个性化的商品和促销信息,提高用户的购买率和满意度。

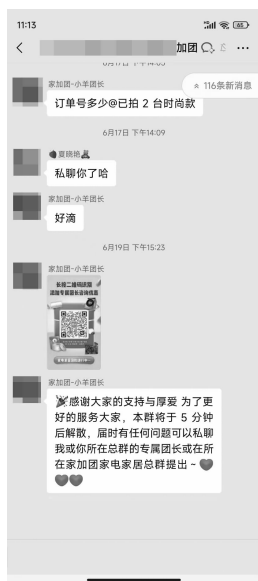


图 1-6 某品牌的微信社群营销推广



图 1-7 某微博账号发布微博的转发量

(9)移动化。新媒体传播依托移动终端设备进行信息传递和服务。信息传播的移动化可以满足用户随时随地获取信息和服务的需求,也可以提高信息传递的灵活性和便捷性。例如,手机 App 可以通过手机进行信息的传递和服务,满足用户的移动化需求。

总之,新媒体传播上述特点对信息传递和市场营销等领域产生了深远的影响,利用好新媒体可以提高信息的传递效果和影响力,企业也可以实现更加精准的市场营销和品牌推广。

3. 新媒体传播的类型

表 1-19 列出了几种常见的新媒体传播类型。

表 1-19 几种常见的新媒体传播类型

传播类型	概念	详细描述
社交媒体传播	社交媒体传播是指利用社交媒体平台进行信息传播和互动交流的传播方式	社交媒体平台包括微博、微信公众号等,具有开放性和互动性的特点。用户可以通过社交媒体平台发布、分享、评论和转发信息,形成自己的社交圈子和影响力。社交媒体传播具有速度快、互动性强、传播范围广等特点,可以迅速传递信息和形成舆论。社交媒体平台已成为重要的信息传播和营销推广渠道
移动终端传播	移动终端传播是指利用移动终端设备进行信息传递和服务的传播方式	移动终端包括手机、平板电脑、电子书等移动设备,具有便携性和实时性的特点。用户可以通过移动终端随时随地获取信息和服务。移动终端传播具有个性化、多样化和便捷性等特点,商家可以根据用户的需求和习惯提供精准的信息和服务
视频传播	视频传播是指利用视频媒体进行信息传播和互动交流的传播方式	视频媒体包括网络视频、移动视频和电视视频等,具有形象生动、感染力强、易于传播等特点。视频传播可以采用视频直播、短视频、微电影等多种形式,满足用户对信息获取和娱乐消费的需求,是广受欢迎的信息传播方式



(续表)

传播类型	概念	详细描述
音频传播	音频传播是指利用音频媒体进行信息传播和互动交流的传播方式	音频媒体包括网络广播、移动电台、数字音乐等,具有便携性、伴随性和社群性的特点。音频传播可以采用音频直播、播客等形式,通过提供音乐、资讯、娱乐等多方面的内容,满足用户在不同场景下的需求
搜索引擎传播	搜索引擎传播是指利用搜索引擎进行信息检索和导航的传播方式	搜索引擎包括百度、搜狗等,具有快速、方便、精准等特点。用户可以通过搜索引擎输入关键词,快速找到需要的信息和导航。搜索引擎传播具有信息量大、针对性强、效果可衡量等特点,是重要的信息查询和搜索引擎优化(search engine optimization, SEO)推广手段
虚拟现实(virtual reality, VR)传播	虚拟现实传播是指利用虚拟现实技术进行信息呈现和交互的传播方式	虚拟现实技术包括三维建模、多媒体技术、人机交互等,可以创造出逼真的三维虚拟环境,让用户身临其境地感受信息内容。虚拟现实传播具有沉浸感强、交互性强和创意性强等特点,可以为用户带来全新的信息体验和娱乐享受
数据可视化传播	数据可视化传播是指利用数据可视化和可视化工具进行信息呈现和传播的传播方式	数据可视化可以采用图表、图形、图像等多种形式,可以将复杂的数据和信息以直观、易懂的方式呈现出来。数据可视化传播具有信息量大、易于理解、易于记忆和传播等特点,有助于用户更好地理解 and 记忆信息内容
人工智能传播	人工智能传播是指利用人工智能技术进行信息推送和服务的传播方式	人工智能技术包括机器学习、自然语言处理、计算机视觉等,可以根据用户的行为和需求提供个性化的信息和服务。人工智能传播具有智能化、精准化和个性化等特点,可以根据用户的需求和偏好提供精准的信息和服务

新媒体传播的类型多种多样,每种类型都有其独特的特点和应用场景。对不同的信息内容可以选择不同的传播方式,以达到最佳的传递效果和影响力。同时,随着技术的不断发展和应用,新媒体传播的类型在不断创新和发展,为信息传递和市场营销等领域带来更多的机遇和挑战。

4. 新媒体传播的方式

新媒体传播的方式多种多样,每种方式都有其独特的特点和应用场景。不同的信息内容和目标用户可以选择不同的传播方式,以达到最佳的传递效果和影响力。同时,随着技术的不断发展和应用,新媒体传播的方式在不断创新和发展,为信息传递和市场营销等领域带来更多的机遇和挑战。以下是几种常见的新媒体传播方式:

(1) 社交媒体分享。社交媒体分享是指将已有的信息内容,通过社交媒体平台进行分享、转发和传播的方式。社交媒体分享有助于用户更好地了解自己和他人,提高社交互动的质量和效率,同时可以促进信息的传播和交流,加强社会联系和社会化进程。

(2) 链接分享。链接分享是指将已有的信息内容,通过链接进行分享、转发和传播的方式。用户可以通过各种社交媒体平台、电子邮件、短信等渠道,发送链接给其他人,引导他们访问和浏览信息内容,如图 1-8 所示。链接分享具有方便快捷、针对性强、统计数据易于获

取等特点,是常见的信息传播和营销推广方式。



图 1-8 通过电子邮件给客户发送链接

(3)内容营销。内容营销是指通过创造和发布有价值的内容,吸引和满足用户,进而实现营销目的的一种传播方式。内容营销可以采用博客、文章、视频、图像等多种形式,满足用户对信息获取和娱乐消费的需求,是广受欢迎的信息传播方式。内容营销具有吸引人、说服力强、长期性和可持续性等特点,在建立品牌形象、提高用户黏性和促进销售等方面可以发挥重要的作用。

(4)电子邮件营销。电子邮件营销是指通过发送电子邮件给用户,向他们传递信息、促销产品或服务的一种传播方式。电子邮件营销具有针对性强、个性化、成本低等特点,可以根据用户的行为和需求,进行精准的邮件发送和营销推广。电子邮件营销具有打开率高、针对性强、互动性强等特点,可以在促进销售、提高品牌知名度和建立用户关系等方面发挥重要的作用。

(5)搜索引擎优化(SEO)。搜索引擎优化是指通过优化网站的内容、结构和关键词等元素,提高网站在搜索引擎中的排名和可见度的一种传播方式。搜索引擎优化具有针对性强、效果可衡量等特点,可以通过关键词搜索和自然排名的方式,提高网站的流量和用户转化率。搜索引擎优化要针对不同的搜索引擎采用不同的策略,包括关键词研究、网站结构优化、内容优化等。

(6)付费广告推广。付费广告推广是指通过付费的方式,在社交媒体平台、搜索引擎、网站等渠道上进行广告投放和推广的一种传播方式。付费广告推广具有速度快、覆盖面广、针对性强等特点,可以根据广告主的需求和预算,选择合适的广告平台和推广策略。付费广告推广需要考虑广告平台的投放效果、用户群体的特点和广告内容的创意等方面因素。图 1-9 所示为微博上的付费广告。



拓展阅读:SEO 的
优点和缺点-0toqpa



图 1-9 微博上的付费广告

(7)口碑营销。口碑营销是指通过用户的口碑评价和推荐,吸引和满足用户,进而实现营销目标的一种传播方式。口碑营销可以通过社交媒体、评价网站、推荐系统等多种渠道,传递现有用户对产品或服务的评价和推荐意见,进而影响潜在用户的选择决策。口碑营销具有可信度高、说服力强、影响长远等特点,可以通过用户的口碑评价和推荐,提高品牌知名度和用户黏性。

(8)视频营销。视频营销具有吸引力强、互动性强、传播范围广等特点,可以通过视频内容的创意和品质,吸引用户的关注和获取用户的信任。

5. 新媒体传播的技术

随着数字技术和网络技术的不断发展,新媒体传播的技术也在不断更新和升级,具体如下:

(1)互联网技术。互联网技术是新媒体传播的基础,它搭建了信息传播和交流的广阔平台。表 1-20 列出了新媒体传播中主要的互联网技术。

表 1-20 新媒体传播中主要的互联网技术

互联网技术	具体说明
网页技术	网页技术是互联网信息传播的基础,通过 HTML、CSS 和 JavaScript 等技术构建了网页内容和布局。通过动态网页技术(如 PHP、Python 等)可以实现用户交互和数据交互
流媒体技术	流媒体技术是指将音频、视频等多媒体内容通过互联网进行传输的技术。这种技术能够实现实时直播、视频点播等功能,被广泛应用于在线视频、直播平台等新媒体形式中
P2P 技术	P2P 技术是指通过互联网中的对等节点进行信息传输的技术。这种技术能够实现文件共享、视频点播等功能,被广泛应用于在线视频等新媒体形式中

(2)移动通信技术。移动通信技术是新媒体传播的重要支撑,通过移动设备进行信息传播和交流。新媒体传播中主要的移动通信技术如表 1-21 所示。

表 1-21 新媒体传播中主要的移动通信技术

移动通信技术	具 体 说 明
移动网络技术	移动网络技术是指通过移动设备连接互联网进行信息传输的技术。这种技术能够实现移动上网、移动支付等功能,被广泛应用于智能手机、平板电脑等新媒体设备中
移动应用技术	移动应用技术是指基于移动设备开发的应用程序技术。这种技术能够实现各种类型的移动应用(如社交应用、移动广告等),被广泛应用于新媒体传播中
移动定位技术	移动定位技术是指通过移动设备获取用户位置信息的技术。这种技术能够实现基于位置的服务和应用(如基于位置的广告推送、导航服务等),被广泛应用于新媒体传播中

(3)社交媒体技术。社交媒体技术是新媒体传播中最为重要的一种技术,通过互联网和移动通信技术,用户可以自由发布、分享和交流信息。新媒体传播中主要的社交媒体技术如表 1-22 所示。

表 1-22 新媒体传播中主要的社交媒体技术

社交媒体技术	具 体 说 明
社交网络技术	社交网络技术是指通过互联网和移动通信技术建立个人资料、添加好友、发布动态等的技术。这种技术能够实现用户生成内容、社交关系链、社交广告等,被广泛应用于社交网络平台中
微博技术	微博技术是指基于互联网和移动通信技术的短文本信息发布技术。这种技术能够实现话题发布、转发、评论等,被广泛应用于微博平台中
社交应用技术	社交应用技术是指通过互联网和移动通信技术进行实时聊天、语音通话、视频通话等的技术。这种技术能够实现社交应用推送、社交应用互动等,被广泛应用于社交应用程序中

(4)移动广告技术。移动广告技术是指基于移动设备进行广告传播和营销的技术。新媒体传播中主要的移动广告技术如表 1-23 所示。

表 1-23 新媒体传播中主要的移动广告技术

移动广告技术	具 体 说 明
移动广告投放技术	移动广告投放技术是指通过移动设备进行广告投放和推广的技术。这种技术能够实现定向投放、精准营销等,被广泛应用于移动广告平台中
移动广告互动技术	移动广告互动技术是指通过移动设备实现用户与广告的互动的技术。这种技术能够实现点击跳转、在线支付等功能,被广泛应用于移动广告平台中
移动广告监测技术	移动广告监测技术是指通过移动设备对广告效果进行监测和评估的技术。这种技术能够实现点击率、曝光量等数据的监测和分析,被广泛应用于移动广告平台中

(5)虚拟现实技术。虚拟现实技术是指通过计算机技术模拟出一种虚拟的三维环境,用户可以在其中进行各种类型的活动的一种技术。新媒体传播中主要的虚拟现实技术如表 1-24 所示。



拓展阅读:虚拟现实
技术在新媒体中的
应用-uhtya3



表 1-24 新媒体传播中主要的虚拟现实技术

虚拟现实技术	具 体 说 明
虚拟现实游戏技术	虚拟现实游戏技术是指基于虚拟现实技术开发游戏的技术。这种技术能够实现游戏推广、游戏社区等,被广泛应用于虚拟现实游戏平台中
虚拟现实演艺技术	虚拟现实演艺技术是指利用虚拟现实技术进行演艺表演的技术。这种技术能够实现演出推广、票务销售等,被广泛应用于虚拟现实演艺平台中
虚拟现实教育技术	虚拟现实教育技术是指利用虚拟现实技术进行教学的技术。这种技术能够实现教育推广、课程设计等,被广泛应用于虚拟现实教育平台中

(6)人工智能技术。人工智能技术是指利用计算机技术模拟人类智能进行各种信息处理和决策的技术。新媒体传播中主要的人工智能技术如表 1-25 所示。

表 1-25 新媒体传播中主要的人工智能技术

人工智能技术	具 体 说 明
自然语言处理技术	自然语言处理技术是指让计算机能够理解和处理人类自然语言的技术。这种技术能够实现文本分类、信息抽取、机器翻译等,被广泛应用于新媒体传播中的文本处理和分析中
机器学习技术	机器学习技术是指让计算机通过学习大量数据自动进行决策和预测的技术。这种技术能够实现用户画像等,被广泛应用于新媒体传播中的个性化推荐和精准营销中
计算机视觉技术	计算机视觉技术是指让计算机能够模拟人类的视觉功能进行图像和视频处理的技术。这种技术能够实现图像识别、视频监控等,被广泛应用于新媒体传播中的视频内容监测和安全监控中

(7)多媒体技术。多媒体技术是指将文字、图片、音频、视频等多种媒体形式进行综合处理和表现的技术。新媒体传播中的主要多媒体技术如表 1-26 所示。

表 1-26 新媒体传播中的主要多媒体技术

多媒体技术	具 体 说 明
多媒体制作技术	多媒体制作技术是指利用计算机技术制作多媒体内容的技术。这种技术常常借助 PPT、Flash 等多媒体制作软件来呈现,被广泛应用于新媒体传播中的内容制作和展现中
多媒体呈现技术	多媒体呈现技术是指将多媒体内容进行呈现和展示的技术。这种技术常常借助多媒体播放器、VR 眼镜等来呈现,被广泛应用于新媒体传播中的内容展示和交互中

6. 新媒体传播的渠道

新媒体传播的渠道是指将信息内容传递给目标用户的渠道或平台。以下是一些常见的新媒体传播的渠道:

(1)社交媒体平台。社交媒体平台是指提供在线社交网络服务的平台,如微博、微信公众号等。这些平台具有庞大的用户群体和强大的社交关系网络,是广受欢迎的信息传播渠道。通过社交媒体平台,用户可以发布文字、图片、视频等各种形式的信息内容,并与朋友、

粉丝、关注者等进行互动和交流。

(2)新闻资讯平台。新闻资讯平台是指提供实时新闻和资讯服务的平台,如腾讯新闻、今日头条等。这些平台具有广泛的信息来源和快速的信息更新等特点,是用户获取新闻和资讯的主要渠道。通过新闻资讯平台,用户可以接收国内外的政治、经济、文化、娱乐等各个领域的新闻和资讯内容。

(3)视频直播平台。视频直播平台是指提供在线视频直播服务的平台,如虎牙、哔哩哔哩(B站)等。这些平台具有强大的互动性和实时性,是广受欢迎的信息传播和互动交流渠道。通过视频直播平台,用户可以观看各种类型的直播内容(包括游戏直播、文艺表演、生活分享等),并与主播和其他观众进行实时的互动。

(4)移动应用平台。移动应用平台是指提供移动应用程序下载和使用的平台,如应用商店、应用宝等。这些平台具有广泛的移动设备用户群体和丰富的应用程序资源,是用户获取信息和服务的常用渠道。通过移动应用平台,用户可以下载和使用社交聊天、生活服务、娱乐休闲等移动应用程序。

(5)搜索引擎。搜索引擎是指提供网页信息搜索服务的平台,如百度、搜狗等。这些平台具有强大的信息检索和筛选功能,是用户获取信息和寻找解决方案的主要渠道。通过搜索引擎,用户可以输入关键词,获取相关的网页信息和内容,并选择合适的解决方案。

(6)物联网设备。物联网设备是指通过互联网进行连接和控制的智能设备,如智能家居、智能穿戴设备等。这些设备具有智能化、便捷性和个性化等特点,是新型的信息传播和互动渠道。通过物联网设备,用户可以通过智能终端进行信息传递、互动交流和控制管理,实现生活和服务智能化。

综上所述,新媒体传播的渠道多种多样,每种渠道都有其独特的特点和应用场景。对于不同的信息内容和目标用户可以选择不同的传播渠道,以达到和发挥最佳的传递效果和影响力。同时,随着技术的不断发展和应用,新媒体传播的渠道在不断拓展和创新,这为信息传递和市场营销等领域带来更多的机遇和挑战。



任务实施

采用分组的形式完成本任务。每三人为一个小组,选出一名组长。

1. 知识总结

(1)组内成员自行组织语言对所学的知识进行总结,填写表 1-27。

表 1-27 知 识 总 结

知 识 点	总 结	问 题 和 解 答	
		问 题	解 答
新媒体传播的概念		如何理解新媒体传播	
新媒体传播的特点		举例说明新媒体传播的各个特点	



(续表)

知 识 点	总 结	问 题 和 解 答	
		问 题	解 答
新媒体传播的类型		你见过哪种类型的新媒体传播	
新媒体传播的方式		举例说明不同类型的新媒体传播方式	
新媒体传播的技术		如何看待不同的新媒体传播技术	
新媒体传播的渠道		在生活中,你接触过哪类新媒体传播的渠道	

(2)对所学的知识进行复盘并思考,完成表 1-28。

表 1-28 知 识 复 盘

复 盘 项 目		主 动 思 考
知识点掌握	通过学习本任务,你掌握了哪些知识点	
方法掌握	通过学习本任务,你学到了哪些新的方法	
行动影响	掌握上述知识点和方法对你的学习、眼界拓展以及后续的工作会产生怎样的影响	

2. 实际应用

举例说明新媒体传播的渠道,填写表 1-29。

表 1-29 新媒体传播的渠道

传 播 渠 道	概 念 描 述	典 型 例 子
社交媒体平台		
新闻资讯平台		
视频直播平台		
移动应用平台		
搜索引擎		
物联网设备		



任务评价

(1)组内成员对本任务中所掌握的知识点和任务实施情况进行总结,将其整理成 PPT,并选派一人上台演讲。其他各小组及教师分别对演讲稿文案和演讲者的展示、陈述进行评价,填写表 1-30。

表 1-30 演讲稿文案和演讲者的展示、陈述评价

评价指标		分值/分	得分/分
演讲稿文案	对知识点的描述情况	10	
	PPT 的美观性	15	
	PPT 的文字通顺程度	10	
演讲者的展示、陈述	演讲者的专业程度	25	
	语言技巧和身体语言的运用技巧	15	
	团队合作程度	10	
	时间掌控程度	15	

(2)结合本任务的知识学习情况与技能训练完成情况,采用自我评价、小组评价、教师评价三种方式进行综合评价,填写表 1-31。

表 1-31 任务 1.3 评价表

评价项目	评价内容	评价标准	评价方式		
			自我评价	小组评价	教师评价
职业素养	安全责任意识	(1)作风严谨、自觉遵章守纪、出色地完成任务。 (2)能够遵守规章制度、较好地完成任务。 (3)遵守规章制度、没完成任务,或虽完成任务但未严格遵守规章制度。 (4)不遵守规章制度、没完成任务。			
	学习态度	(1)积极参与教学活动,全勤。 (2)缺勤达本任务总学时的 10%。 (3)缺勤达本任务总学时的 20%。 (4)缺勤达本任务总学时的 30%。			
	团队合作意识	(1)与同学协作融洽,团队合作意识强。 (2)与同学能沟通,协同工作能力较强。 (3)与同学能沟通,协同工作能力一般。 (4)与同学沟通困难,协同工作能力较差。			



(续表)

评价项目	评价内容	评价标准	评价方式		
			自我评价	小组评价	教师评价
专业能力	知识学习	(1)知识学习评价成绩为 90~100 分。 (2)知识学习评价成绩为 75~89 分。 (3)知识学习评价成绩为 60~74 分。 (4)知识学习评价成绩为 0~59 分。			
创新能力		学习过程中提出具有创新性、可行性的建议	加分奖励:		
学生姓名		综合评价等级			
指导教师		日期			

(3)组内成员分别完成素质点的自评与互评,按照优秀(5分)、良好(4分)、一般(3分)、合格(2分)、不合格(1分)的标准进行打分,填写表 1-32。

表 1-32 素质点评价

素质点评价指标		得分
自评	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	
组员 1	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	
组员 2	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	
组员 3	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	



任务 1.4 了解新媒体产业及其运营



任务描述

在本任务中,需要着重解决如下几个问题。(请在学习完本任务后,将得到的答案写在下方对应问题的横线上)

问题 1:什么是新媒体产业?

问题 2:新媒体产业的主要业务有哪些?

问题 3:新媒体产业的盈利模式有哪些?

问题 4:新媒体产业的商业模式包括哪些?

问题 5:什么是新媒体产业运营?

问题 6:新媒体产业的发展趋势是怎样的?



任务分析

本任务讲解的是新媒体产业及其运营的相关知识。在学习本任务时,需要重点关注新媒体产业的主要业务、新媒体产业的盈利模式、新媒体产业的商业模式和新媒体产业的运营,并掌握必备的知识与技能。

在学习本任务时,可以带着“任务描述”中的问题有的放矢地学习和掌握相关知识。



知识讲解

1. 新媒体产业的概念

新媒体产业是指以数字技术、计算机网络技术和移动通信技术等新兴技术为依托,以网络媒体、手机媒体、互动性电视媒体、移动电视、楼宇电视等新兴媒体和新型媒体为主要载体,按照工业化标准进行生产、再生产的产业类型,是文化创意产业的重要组成部分。新媒

体产业具有技术先进、覆盖广泛、影响力强等特点,是第三产业的重要分支,也是国民经济发展的有机组成部分。

随着移动互联网的普及,新媒体产业的发展进入了一个新的阶段。2010 年之后,移动应用成为新媒体产业的重要组成部分,各种移动应用(如社交应用、新闻应用、娱乐应用等)纷纷涌现。2015 年,直播平台兴起,成为新媒体产业的又一重要领域。

2. 新媒体产业的主要业务

新媒体产业的主要业务如下:

(1)信息传播。新媒体产业通过互联网、社交网络、移动应用等渠道,向全球用户传递各种信息,如新闻、娱乐、科技、财经等。

(2)文化创意。新媒体产业通过数字技术和互联网,为用户提供各种文化产品和服务,如音乐、电影、游戏、艺术、文学等。

(3)广告营销。广告主通过新媒体平台向用户投放广告,以达到品牌宣传和销售推广的目的。

(4)电子商务。新媒体产业通过互联网和移动应用等渠道,为用户提供各种在线购物和支付服务,如淘宝网、京东商城、美团等。

3. 新媒体产业的盈利模式

新媒体产业的盈利模式是指新媒体实现产业盈利的各种模式,包括广告收入、用户付费、电商销售等多个方面。以下是一些常见的新媒体产业的盈利模式:

(1)广告收入。通过在媒体平台上投放广告,广告主可以将产品或服务推广给目标用户,并获得一定的广告费用。新媒体产业中的广告形式多种多样,包括文字广告、图片广告、视频广告等。有的新媒体平台会根据广告的展示次数或点击量向广告主收取费用,有的平台则会根据广告的转化率或销量向广告主收取佣金。



(2)用户付费。通过向用户提供付费内容(如电子书、音频节目、在线课程等),新媒体平台可以获得一定的用户付费收入。有的平台会采用订阅制或按需付费的方式,用户需要定期或一次性支付一定的费用才能获取相应内容。有的平台则会提供免费内容,并通过增值服务或会员制度等方式向用户收费。图 1-10 所示为喜马拉雅 App 上的付费音频节目,用户需要付费开通会员才能够收听。

(3)电商销售。通过在媒体平台上开设电商店铺,新媒体平台可以将自身的品牌优势和用户流量转化为销售收入。有的新媒体平台会直接向用户销售产品,如服装、数码产品等。有的平台则会通过链接到其他电商平台上进行销售,并获得一定的佣金或分成。

(4)版权销售。通过向其他媒体或机构出售版权,新媒体平台可以获得一定的版权费用。一些新媒体平台会将自己制作的内容(如新闻资讯、视频节目等)授权给其他媒体或机构使用。另一些平台则会将自己采访或拍摄的图片或视频授权给其他媒体或机构使用,并获得一定的版权费用。与壹图网签约

图 1-10 付费节目

的作者可以通过将自己拍摄的照片上传到网站销售获得盈利。

(5)增值服务。通过提供额外的服务(如游戏道具、会员特权等),新媒体平台可以向用户收取一定的费用。一些新媒体平台会提供一些独家或特色的增值服务,如网络直播、在线问诊等。另一些平台则会提供一些辅助性的增值服务,如云存储、在线客服等。

综上所述,新媒体产业的盈利模式多种多样,每种模式都有其独特的特点和应用场景。不同的新媒体平台可以根据自身的特点和优势选择不同的盈利模式,以达到最佳的盈利效果。同时,随着技术和市场的不断发展和变化,新媒体产业的盈利模式也在不断拓展和创新,这将为产业的发展和壮大带来更多的机遇和挑战。

4. 新媒体产业的商业模式

新媒体产业以互联网、移动互联网、卫星等作为主要传播渠道,以为用户提供信息服务和娱乐服务为最终目的。其中,互联网和移动互联网是最为重要的两个细分领域。

(1)互联网商业模式。互联网商业模式是指通过互联网向用户提供信息或服务,并以此获取收益的商业形式。表 1-33 列出了几种常见的互联网商业模式。

表 1-33 几种常见的互联网商业模式

互联网商业模式	详细说明
广告模式	广告模式是互联网最主要的商业模式之一。广告模式通过向广告主提供广告投放服务,向用户提供免费内容,从而实现收益。广告模式包括展示广告、搜索广告、视频广告等多种形式。其中,展示广告是最为传统的形式,搜索广告是最为成熟的,视频广告则是近年来最为火爆的
电商模式	电商模式是通过互联网实现商品或服务的销售和交易,包括 B2B、B2C、C2C 等多种形式。其中,B2B 是最为传统的形式,B2C 则是近年来最为火爆的。电商模式的收益主要来自商品销售的差价、平台服务费、推广费等
游戏模式	游戏模式是通过互联网提供游戏服务,并以此获取收益的商业形式,包括网络游戏(online game)、单机游戏等多种形式。游戏模式的收益主要来自游戏道具销售、会员服务、广告费等
SaaS 模式	SaaS 模式是通过互联网提供软件服务,并以此获取收益的商业形式,主要向企业提供管理软件、办公软件等。SaaS 模式的收益主要来自软件租赁费、服务费等

(2)移动互联网商业模式。移动互联网商业模式是指通过移动互联网向用户提供信息或服务,并以此获取收益的商业形式。表 1-34 列出了几种常见的移动互联网商业模式。

表 1-34 几种常见的移动互联网商业模式

移动互联网商业模式	详细说明
移动电商模式	移动电商模式是通过移动互联网实现商品或服务的销售和交易,包括移动 B2B、移动 B2C、移动 C2C 等多种形式。移动电商模式的收益主要来自商品销售的差价、平台服务费、推广费等



(续表)

移动互联网商业模式	详细说明
移动游戏模式	移动游戏模式是通过移动互联网提供游戏服务,并以此获取收益的商业形式,主要为手机游戏。移动游戏模式的收益主要来自游戏道具销售、会员服务费、广告费等
移动广告模式	移动广告模式是通过移动互联网向用户提供广告服务,并以此获取收益的商业形式,包括移动展示广告、移动搜索广告、移动视频广告等多种形式。移动广告模式的收益主要来自广告投放收入、广告点击收入等
移动 SaaS 模式	移动 SaaS 模式是通过移动互联网提供软件服务,并以此获取收益的商业形式,主要提供企业管理软件、办公软件等。移动 SaaS 模式的收益主要来自软件租赁费、服务费等

(3) 新媒体产业商业模式的发展趋势。随着技术的不断进步和用户需求的变化,新媒体产业商业模式也在不断发展和变化。新媒体产业商业模式的发展趋势主要表现在如下几个方面:

① 个性化定制。随着用户需求的多样化,个性化定制将成为新媒体产业商业模式的重要趋势。可采用大数据技术等手段,针对不同用户提供定制化的信息和服务,以满足其个性化需求。

② 跨界融合。随着不同产业融合的加深,跨界融合将成为新媒体产业商业模式的重要趋势。不同产业可通过与其他产业进行合作,打造跨界融合的产品和服务,以此拓展市场和用户群体。

③ 智能化发展。随着人工智能技术的不断发展,智能化发展将成为新媒体产业商业模式的重要趋势。可通过智能化技术提升用户体验和服务质量,实现智能化运营和决策。

④ 社群化运营。随着社交媒体的不断发展,社群化运营将成为新媒体产业商业模式的重要趋势。可通过建立用户社群,增强用户互动和参与感,提升用户黏性和转化率。

总之,新媒体产业的商业模式多种多样,而且在不断发展和变化。随着技术的不断进步和用户需求的变化,未来的商业模式将更加注重用户体验和服务质量,更加注重跨界融合和智能化发展,更加注重社群化运营和个性化定制。

5. 新媒体产业的运营

(1) 新媒体产业运营的概念。新媒体产业运营是指在新媒体领域中,通过对新媒体平台、内容、用户等方面的运营和管理,实现新媒体产业的发展和盈利的过程。新媒体产业运营要对新媒体产业中的各个环节进行全面的管理和协调,以实现新媒体产业的发展和盈利。新媒体产业运营是一项综合性的工作,涉及市场营销、内容策划、技术研发、用户体验等多方面的知识和技能。

(2)新媒体产业运营的特点。新媒体产业运营的特点如图 1-11 所示。

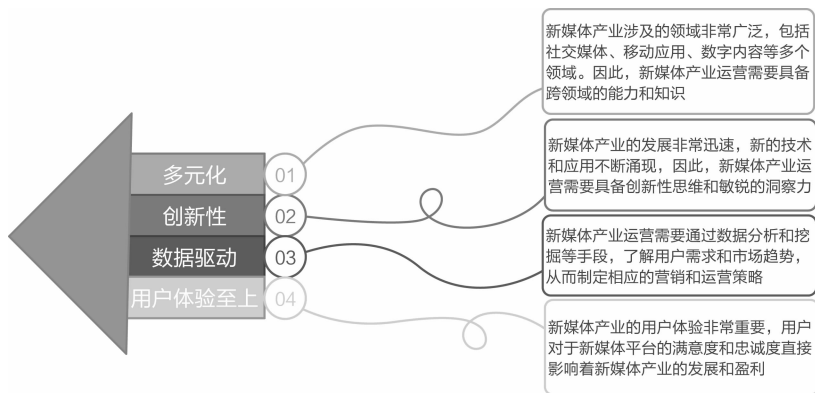


图 1-11 新媒体产业运营的特点

(3)新媒体产业运营的主要内容。

①市场营销。新媒体产业运营需要通过市场营销手段，吸引用户和广告主，增加新媒体平台的流量和收入。市场营销的内容包括品牌推广、广告投放、活动策划等。

②内容策划。新媒体产业运营需要制定符合用户需求和市场趋势的内容策略，包括内容类型、内容形式、内容质量等方面。内容策划的内容包括原创内容、转载内容、用户生成内容等。

③技术研发。新媒体产业运营要时刻跟进新技术和新应用，提高新媒体平台的技术水平和用户体验。技术研发的内容包括网站建设、移动应用开发、数据分析等。

④用户体验。新媒体产业运营需要关注用户的需求和反馈，不断优化用户体验，提高用户满意度和忠诚度。用户体验的内容包括界面设计、交互设计、用户反馈处理等。



知识卡片

提高用户满意度和忠诚度的方法

提高用户满意度和忠诚度需要从多方面进行考虑，以下是一些具体的方法：

(1)提升产品和服务质量。提供高质量的产品和服务是提高用户满意度和忠诚度的关键。应确保产品和服务满足用户的需求和期望，并能够提供出色的用户体验。

(2)关注用户反馈。应与用户保持沟通，及时获取用户的反馈，包括对产品和服务的质量、价格、交付等方面的评价。应根据用户的反馈及时调整和改进产品与服务，以提升用户的满意度。

(3)提供个性化服务。应了解用户的需求和偏好，提供个性化的服务和解决方案。应通过提供定制化的服务，满足用户的特殊需求，从而提高用户的满意度和忠诚度。

(4)建立良好的客户关系。应与用户建立良好的关系，提供优质的客户服务。建立信任和友好的关系可以提升用户的满意度和忠诚度。

(5)激励用户参与。可采用各种方式(如奖励计划、会员制度等)激励用户参与。可提供独特的服务和优惠，吸引用户持续使用和购买。



(6)持续改进。应不断寻求改进(包括对产品、服务、用户体验等方面的改进)的机会。应通过不断改进来提高用户的满意度和忠诚度。

(7)了解用户满意度指标。用户满意度指标包括顾客满意度指数(customer satisfaction index,CSI)、净推荐值(net promoter score,NPS)等。应通过这些指标评估用户的满意度和忠诚度,并针对性地进行改进。

新媒体产业运营是一项综合性的工作,需要多方面的知识和技能。在新媒体产业运营过程中,要时刻跟进技术和应用的发展,提高平台的用户体验和用户满意度,同时采用市场营销和内容策划等手段实现新媒体产业的发展和盈利。

6. 新媒体产业的发展趋势

随着数字技术、网络技术和移动通信技术的不断发展,新媒体产业正经历着前所未有的变革和转型。在这些技术的推动下,新媒体产业的发展趋势在不断变化和演进。以下是新媒体产业的主要发展趋势:

(1)智能化发展。随着人工智能技术的不断发展,智能化成为新媒体产业的重要发展趋势。智能化发展主要包括两个方面:一是媒体的智能化,即通过人工智能技术提升媒体的内容生产、传播和运营效率,实现智能化运营和决策;二是用户的智能化,即通过大数据技术和人工智能技术对用户进行精准画像和个性化推荐,提升用户体验和服务质量。

①媒体的智能化发展主要体现在表 1-35 所示的几个方面。

表 1-35 媒体的智能化发展的主要体现

主要体现	具体说明
自动化内容生产	借助人工智能技术,实现自动化内容生产,提高内容生产的效率和质量
智能化传播路径	借助人工智能技术,实现智能化传播路径选择,提高传播效果和覆盖范围
数据化运营分析	借助大数据技术和人工智能技术,实现数据化运营分析,提高运营决策的科学性和准确性

②用户的智能化发展主要体现在表 1-36 所示的几个方面。

表 1-36 用户的智能化发展的主要体现

主要体现	具体说明
个性化推荐服务	通过大数据技术和人工智能技术,为用户提供个性化推荐服务,提高用户满意度和忠诚度
精准化营销服务	通过大数据技术和人工智能技术,实现精准化营销服务,提高营销效果和转化率
智能化用户体验	通过人工智能技术,实现智能化用户体验设计,提高用户交互和参与感

(2)个性化定制。随着用户需求的多样化,个性化定制成为新媒体产业的重要发展趋势。个性化定制主要包括两个方面:一是内容的个性化,即根据用户的兴趣和需求,提供定制化的内容服务,以满足其个性化需求;二是产品的个性化,即根据用户的需求和习惯,提供定制化的产品和服务,以满足其个性化需求。

①内容的个性化定制主要体现在表 1-37 所示的几个方面。

表 1-37 内容的个性化定制的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
个性化新闻服务	根据用户的兴趣和需求,提供定制化的新闻服务,满足用户个性化的信息需求
个性化娱乐服务	根据用户的兴趣和需求,提供定制化的娱乐服务,满足用户个性化的娱乐需求
个性化教育服务	根据用户的学习需求和习惯,提供定制化的教育服务,满足用户个性化的学习需求

②产品的个性化定制主要体现在表 1-38 所示的几个方面。

表 1-38 产品的个性化定制的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
个性化移动应用	根据用户的兴趣和需求,提供定制化的移动应用,满足用户个性化的移动应用需求
个性化智能设备	根据用户的需求和习惯,提供定制化的智能设备,满足用户个性化的智能设备需求
个性化营销方案	根据用户的消费习惯和需求,提供定制化的营销方案,满足用户个性化的营销需求

(3)社群化运营。随着社交媒体的发展,社群化运营成为新媒体产业的重要发展趋势。社群化运营主要包括两个方面:一是建立用户社群,即通过社交媒体等渠道,建立用户社群,加强用户互动和参与感,提升用户黏性和转化率;二是实现社群营销,即通过社群运营,实现用户的口碑传播和营销效果的提升。

①建立用户社群主要体现在表 1-39 所示的几个方面。

表 1-39 建立用户社群的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
社交媒体运营	通过社交媒体等渠道,建立用户社群,加强用户互动和参与感,提升用户黏性和转化率
用户社区建设	通过建立用户社区,提供用户交流和互动的平台,增强用户黏性和忠诚度
用户口碑传播	通过用户的口碑传播,扩大品牌的影响力和知名度,吸引更多的潜在用户

②实现社群营销主要体现在表 1-40 所示的几个方面。

表 1-40 实现社群营销的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
社群营销策略制定	通过制定社群营销策略,实现营销效果的优化和提升
社群活动策划	通过策划社群活动,吸引用户参与和互动,提高营销效果
社群广告投放	通过在社群中投放广告,实现品牌宣传和产品推广,提高营销效果

(4)跨界融合。随着不同产业融合的加深,跨界融合成为新媒体产业的重要发展趋势。跨界融合主要包括两个方面:一是与其他产业的融合,即通过与其他产业进行合作,打造跨界融合的产品和服务,以拓展市场和用户群体;二是与科技的融合,即通过新技术手段提升媒体的内容和形式,以实现更好的用户体验和服务质量。

①与其他产业融合主要体现在表 1-41 所示的几个方面。



表 1-41 与其他产业融合的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
跨界合作	通过与其他产业进行合作,打造跨界融合的产品和服务,拓展市场和用户群体
产业融合	通过不同产业之间的融合,实现优势互补和资源共享,提高产业效益
多元化发展	通过多元化发展,实现业务的拓展和市场占有率的提升

②与科技融合主要体现在表 1-42 所示的几个方面。

表 1-42 与科技融合的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
数字化转型	通过数字化转型,实现传统媒体向新媒体的转型和发展
智能化应用	通过智能化技术的应用,丰富媒体的内容和形式,实现更好的用户体验和服务质量
科技创新	通过科技创新,实现新媒体产业的不断发展和进步

(5)国际化发展。随着全球化进程的推进,国际化发展成为新媒体产业的重要发展趋势。国际化发展主要包括两个方面:一是拓展海外市场,即通过海外市场的拓展,提高新媒体产业的市场占有率和影响力;二是引进国际资源,即通过引进国际资源,提高新媒体产业的竞争力和创新力。

①拓展海外市场主要体现在表 1-43 所示的几个方面。

表 1-43 拓展海外市场的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
跨国合作	通过与其他国家的媒体进行合作,实现资源共享和市场拓展
全球化传播	通过全球化传播,扩大新媒体的影响力和覆盖范围

②引进国际资源主要体现在表 1-44 所示的几个方面。

表 1-44 引进国际资源的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
引进国际品牌	通过引进国际品牌,提高新媒体产业的竞争力和创新力
引进国际团队	通过引进国际团队,提高新媒体产业的研发能力和管理水平
引进国际资本	通过引进国际资本,提高新媒体产业的投资和运营能力

(6)绿色环保。随着人们对环保问题的日益关注,绿色环保成为新媒体产业的重要发展趋势。绿色环保主要包括两个方面:一是采用环保材料和工艺,即通过采用环保材料和工艺,降低对环境的影响;二是推广环保理念,即通过推广环保理念,提高用户的环保意识和参与度。

①采用环保材料和工艺主要体现在表 1-45 所示的几个方面。

表 1-45 采用环保材料和工艺的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
采用可再生材料	通过采用可再生材料,降低对环境的影响
采用节能技术	通过采用节能技术,降低能源消耗和碳排放
采用环保工艺	通过采用环保工艺,降低生产过程中的废弃物和污染物的排放

②推广环保理念主要体现在表 1-46 所示的几个方面。

表 1-46 推广环保理念的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
宣传环保知识	通过宣传环保知识,提高用户的环保意识和参与度
倡导绿色生活	通过倡导绿色生活,引导用户养成绿色消费和生活习惯
参与环保活动	通过参与环保活动,为环保事业贡献力量

(7)多元化经营。随着新媒体产业的不断发展,多元化经营成为新媒体产业的重要发展趋势。多元化经营主要包括两个方面:一是业务多元化,即通过拓展不同业务领域,实现多元化经营,以降低风险和提高收益的稳定性;二是产品多元化,即通过研发和推出不同类型的产品,满足用户多样化的需求,扩大市场占有率和收益来源。

①业务多元化主要体现在表 1-47 所示的几个方面。

表 1-47 业务多元化的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
媒体业务多元化	通过拓展不同类型和形式的媒体业务(如新闻、娱乐、体育、财经等),实现媒体业务的多元化经营
产业链延伸	通过向产业链上下游延伸,拓展业务领域,提高收益来源的多样性
跨行业合作	通过与其他行业的合作,实现业务交叉和资源共享,扩大业务范围和收益来源

②产品多元化主要体现在表 1-48 所示的几个方面。

表 1-48 产品多元化的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
产品类型多样化	通过研发和推出不同类型的产品,满足用户多样化的需求
产品形态多元化	通过采用不同的产品形态(如文字、图片、视频、游戏等),满足用户不同的消费习惯和需求
产品市场全球化	通过全球化传播,将产品推向全球市场,扩大市场占有率和收益来源

(8)数据化运营。随着大数据技术的不断发展,数据化运营成为新媒体产业的重要发展趋势。数据化运营主要包括两个方面:一是数据驱动决策,即通过大数据技术对运营数据进行实时分析,实现科学决策和精准运营;二是数据驱动服务,即通过大数据技术对用户数据进行精准分析,实现个性化服务和营销。

①数据驱动决策主要体现在表 1-49 所示的几个方面。



表 1-49 数据驱动决策的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
数据实时分析	通过实时分析运营数据,及时掌握运营状况,实现科学决策和精准运营
数据预测分析	通过预测分析数据,预判市场趋势和用户需求,制定科学的发展策略
数据优化分析	通过优化分析数据,实现运营效率和效益的提升

②数据驱动服务主要体现在表 1-50 所示的几个方面。

表 1-50 数据驱动服务的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
个性化推荐服务	通过个性化推荐服务,提高用户满意度和忠诚度
精准化营销服务	通过精准化营销服务,提高营销效果和转化率
数据化用户体验	通过数据分析用户体验,优化产品设计和服务质量

(9)持续创新。随着市场竞争的加剧和技术进步的快速发展,持续创新成为新媒体产业的重要发展趋势。持续创新主要包括两个方面:一是技术创新,即不断引入新技术手段,丰富媒体的内容和形式,以实现更好的用户体验和服务质量;二是业务创新,即不断开发新的业务模式和产品形态,以满足用户不断变化的需求和市场趋势。

①技术创新主要体现在表 1-51 所示的几个方面。

表 1-51 技术创新的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
新媒体形态创新	不断推出新的媒体形态,如移动直播、虚拟现实(VR)、增强现实(augmented reality, AR)等,以提升用户体验和内容表现力
内容制作技术创新	引入新的内容制作技术(如人工智能、大数据等),以提高内容生产效率和品质
技术应用创新	将新技术(如区块链技术、物联网技术等)应用于媒体领域,以拓展新的业务领域和商业模式

②业务创新主要体现在表 1-52 所示的几个方面。

表 1-52 业务创新的主要体现

主 要 体 现	具 体 说 明
业务模式创新	不断开发新的业务模式(如共享经济、定制化服务等),以满足用户不断变化的需求和适应市场趋势
产品形态创新	不断推出新的产品形态(如社交媒体、移动应用等),以适应用户多样化的消费习惯和需求
商业模式创新	不断探索新的商业模式(如平台化经营、多元化经营等),以提高收益来源的多样性和稳定性



任务实施

采用分组的形式完成本任务。每三人为一个小组,选出一名组长。

1. 知识总结

(1) 组内成员自行组织语言对所学的知识进行总结,填写表 1-53。

表 1-53 知 识 总 结

知 识 点	总 结	问 题 和 解 答	
		问 题	解 答
新媒体产业的概念		如何理解新媒体产业	
新媒体产业的主要业务		你接触过新媒体产业的哪些主要业务? 试举例说明	
新媒体产业的盈利模式		你接触过的新媒体产业的盈利模式中,哪一种是最容易实施的	
新媒体产业的商业模式		你最常见到的移动电商模式是哪种	
新媒体产业的运营		新媒体产业运营的主要内容有哪些	
新媒体产业的发展趋势		如何看待新媒体产业的发展趋势	

(2) 对所学的知识进行复盘并思考,完成表 1-54。

表 1-54 知 识 复 盘

复 盘 项 目		主 动 思 考
知识点掌握	通过学习本任务,你掌握了哪些知识点	
方法掌握	通过学习本任务,你学到了哪些新的方法	
行动影响	掌握上述知识点和方法对你的学习、眼界拓展以及后续的工作会产生怎样的影响	

2. 实际应用

针对新媒体产业的盈利模式举出典型的例子,并填写表 1-55。

表 1-55 调研新媒体产业的盈利模式

盈 利 模 式	模 式 描 述	典 型 例 子
广告收入		
用户付费		
电商销售		



(续表)

盈利模式	模式描述	典型例子
版权销售		
增值服务		



任务评价

(1)组内成员对本任务中所掌握的知识点和任务实施情况进行总结,将其整理成 PPT,并选派一人上台演讲。其他各小组及教师分别对演讲稿文案和演讲者的展示、陈述进行评价,填写表 1-56。

表 1-56 演讲稿文案和演讲者的展示、陈述评价

评价指标		分值/分	得分/分
演讲稿文案	对知识点的描述情况	10	
	PPT 的美观性	15	
	PPT 的文字通顺程度	10	
演讲者的展示、陈述	演讲者的专业程度	25	
	语言技巧和身体语言的运用技巧	15	
	团队合作程度	10	
	时间掌控程度	15	

(2)结合本任务的知识学习情况与技能训练完成情况,采用自我评价、小组评价、教师评价三种方式进行综合评价,填写表 1-57。

表 1-57 任务 1.4 评价表

评价项目	评价内容	评价标准	评价方式		
			自我评价	小组评价	教师评价
职业素养	安全责任意识	(1)作风严谨、自觉遵章守纪、出色地完成任务。 (2)能够遵守规章制度、较好地完成任务。 (3)遵守规章制度、没完成任务,或虽完成任务但未严格遵守规章制度。 (4)不遵守规章制度、没完成任务。			
	学习态度	(1)积极参与教学活动,全勤。 (2)缺勤达本任务总学时的 10%。 (3)缺勤达本任务总学时的 20%。 (4)缺勤达本任务总学时的 30%。			
	团队合作意识	(1)与同学协作融洽,团队合作意识强。 (2)与同学能沟通,协同工作能力较强。 (3)与同学能沟通,协同工作能力一般。 (4)与同学沟通困难,协同工作能力较差。			

(续表)

评价项目	评价内容	评价标准	评价方式		
			自我评价	小组评价	教师评价
专业能力	知识学习	(1)知识学习评价成绩为 90~100 分。 (2)知识学习评价成绩为 75~89 分。 (3)知识学习评价成绩为 60~74 分。 (4)知识学习评价成绩为 0~59 分。			
创新能力		学习过程中提出具有创新性、可行性的建议	加分奖励:		
学生姓名		综合评价等级			
指导教师		日期			

(3)组内成员分别完成素质点的自评与互评,按照优秀(5分)、良好(4分)、一般(3分)、合格(2分)、不合格(1分)的标准进行打分,填写表 1-58。

表 1-58 素质点评价

素质点评价指标		得分
自评	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	
组员 1	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	
组员 2	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	
组员 3	团队合作精神和写作能力:能与小组成员合作完成任务	
	交流沟通能力:能准确地表达自己的观点,善于倾听他人的意见和观点	
	信息素养和学习能力:善于收集并借鉴有用的信息和好的思路、想法	
	独立思考和创新能力:能提出新的想法、建议和策略	



项目实训

实训目标

通过实训,理解新媒体的基础知识,培养初步的自主学习能力。



实训内容

通过多渠道收集生活中常见的新媒体形式,并比较这些新媒体形式,分析它们各自的优势和劣势。

实训步骤

- (1)以 2~3 人为单位组成一个团队。设负责人一名,负责整个团队的分工协作。
- (2)团队成员通过分工协作,多渠道收集生活中常见的新媒体形式。
- (3)团队成员对收集到的材料进行整理,总结并分析所收集到的新媒体形式的优势和劣势,并填入表 1-59。

表 1-59 生活中常见的新媒体形式

新媒体形式	优势	劣势	举例

(4)各团队将成果制作成 PPT,派出一人作为代表上台演讲,阐述自己团队的成果。

(5)教师对各团队的成果进行总结和评价,指出不足并提出改进建议。

实训要求

- (1)考虑到课堂时间有限,实训可采取“课外+课内”的方式进行,即团队组成、分工、讨论和 PPT 形成在课外完成,成果展示安排在课内。
- (2)每个团队的成果展示时间为 10 分钟左右,教师和学生的提问时间为 5 分钟左右。