

广电媒体以系统变革启新程、以融合创新强视听


立足“十五五”开局关键节点，为深入学习贯彻习近平文化思想和党的二十届四中全会精神，贯彻落实“深化主流媒体系统性变革”重大部署，日前召开的第六届中国（北京）广电媒体融合发展大会深入探讨广电媒体系统性变革的深融致远之道，为全行业扎实推进变革落地、实现高质量发展提供了宝贵思路和有益借鉴。



深化主流媒体系统性变革，是广电行业在“十五五”时期的重要任务，也是破解发展瓶颈、重塑竞争优势的必然选择。大会开幕式上，国家广播电视总局党组成员、副局长韩冬表示，广电总局把2026年作为广电媒体系统性变革纵深推进年，部署实施“广播电视主流媒体系统性变革引领工程”，重点推进内容焕新、“广电+”行动、重点客户端提质升级、广电媒体数智化转型等一系列重点工作。

一、观念破局：锚定“两个主战场”，重构发展新坐标

立足国家发展大局和行业长远趋势，广电媒体主动适配媒介格局重构、舆论生态重塑、传播业态迭代的新形势，首要突破就是跳出传统路径依赖、加快观念革新。




一要聚力互联网主战场，重塑传播新格局。推动优质资源向互联网汇集、向移动端倾斜、向新场景布局，塑造主流舆论新格局。浙江广电以“Z视介”为枢纽，以链主制整合集团资源，打通浙江广电集团下属频道、频率和产业单位，将优势资源向核心主业、新兴赛道集聚。“Z视介”累计下载2亿次、付费会员300万，活跃用户连续三年翻番式增长。四川广电坚持“全台办观察、开门助观察、科技兴观察、运营强观察”，整合内容、技术、运营资源，加快推进“四川观察”客户端全面升级，推动其从单一新闻资讯平台向具有互联网视听特色的综合服务平台转型。

二要挺进经济社会主战场，拓展服务新空间。在服务党委政府中心工作、满足人民群众需求、赋能千行百业中找准定位、提升价值。上海台“看东方”重构平台逻辑，打造国际大都市第一视频、城市新消费首选入口、AI新科技应用高地，成为上海市文商旅体展联动的核心平台。山东台“闪电新闻”搭建“媒体+政务+服务”超级入口，打造“问政山东”网络问政平台，累计回应并解决群众各类诉求超20万件。江苏、四川、湖北、湖南等地广电通过“赛事+文旅+城市”的深度绑定，将体育流量转化为城市品牌与文旅消费增量，实现社会效益与经济效益双赢。北京市广电局持续推进“北京节节高”服务共同体建设，今年进一步升级为“京津冀节节高服务共同体”，紧扣京津冀协同发展国家战略，构建京津冀三地广电部门+三地农商文旅双核驱动的协同服务平台。

二、内容焕新：建强核心根基，优化供给拓生态

优质内容始终是主流媒体的压舱石，但竞争逻辑已深刻变化：行业告别单向浅层传播与粗放流量争夺，进入精品化、共情化、价值化新阶段，坚持以用户需求为核心、以垂直深耕为方向、以创新表达为载体，推动从“被动触达”到“主动共情”的突破。

围绕主流内容竞争力重塑，着力重构内容创新策略。以深度解读、价值传递为核心，将厚重内容转化为轻量化叙事，通过精细化选题、常态化内容迭代，实现主流价值的高效触达与深度触动。湖北台全网知名IP“主持人阿喆”发布的《8分钟深度解读2026年政府工作报告》实现播放量1400万，《周总理诞辰128周年》播放量2000万、点赞量200多万、评论区献花留言超60万条。实践证明，主流内容既能守住价值深耕之“道”，也能练就平台传播之“术”，让正能量产生大流量。



深化“广电+”融合发展。各地广电深耕体育、文旅、少儿、教育、康养等优势垂类，打造了一批具有辨识度和影响力的垂类内容品牌和 IP 矩阵。北京台依托《养生堂》《我是大医生》两大王牌栏目，持续深耕健康垂类内容，从传统课堂式科普、健康脱口秀、真人秀、情景剧，再到如今的 AI 技术赋能、健康微短剧，持续适配大众视听习惯迭代内容形式。江苏台把“苏超”赛事流量转化为城市流量，创新推出赛前直播 IP《江苏超会玩》。每期深入一座城市，打造集赛事、文化、旅游、品牌四位一体的传播生态，使每场比赛都变成城市种草的大型直播现场，把“苏超”演化为大小屏融合、文商体旅联动、全民共同参与的群众文化盛宴。

三、数智赋能：升级技术底座，重塑生产传播新范式

广电行业加速数智化转型，AI 已从单点辅助升级为全链路核心引擎，驱动生产传播降本、提质、增效，推动生产传播模式变革。北京市广电局出台《人工智能+视听高质量发展行动方案》，发布全国首个视听融合产业发展图谱，配套资金扶持政策，成立视听 AIGC 人才培养联合体，以政策组合拳推动“人工智能+视听”深度融合。湖南广电依托“芒果大模型”“山海 AIGC 内容创作平台”显著提效，相关节目制作成本、制作周期大幅缩短。四川观察推出“观观智媒体大模型”，依托数百万条原创资讯语料打造智慧大脑，赋能内容生产、分发交互、运营管理全链条。上海广播电视台迭代升级 AIGC 集成工具箱 Scube，覆盖“策采编播存发评”各环节。

四、融合聚力：整合聚合再深化，不断壮大融合传播

全媒体传播体系建设不是简单的账号叠加，而是系统性重构与生态化升级。各地广电立足自身资源禀赋，搭建全域矩阵、跨界联动、场景赋能的新型传播体系，打造一批具有影响力的区域传播枢纽和综合性服务平台，实现传播声量、用户粘性、产业价值的多重突破。如北京市广电局打造“视听北京传播矩阵”，以“北京云全媒体宣发平台”为智慧中枢，构建“一键触发、全域响应”的跨平台、跨层级协同机制。矩阵形成“1+X+N”架构体系，实现从点状分散到生态跃升：以北京广播电视台及区级融媒体中心为核心层，联动央媒、政务平台、自媒体为生态层，深耕健康科普、文商旅等垂类赛道为垂直层。目前矩阵汇聚 395 个优质账号，全网粉丝近 10 亿，核心平台“北京时间”粉丝超 6200 万。

广电新媒体内容供给与传播能力持续提升，融合传播成效显著。国家广电总局广播影视信息网络中心副主任韩肖鹏发布的《省级广电媒体融合传播 CVB 数据观察》显示，截至今年 3 月，由国家广电总局统筹指导的“视听中国”全媒体传播矩阵总粉丝量达到 36 亿。芒果 TV、大象新闻、粤 TV、闪电新闻、第 1 眼新闻等省级广电客户端累计下载量均超 1 亿，还有 28 个省级广电客户端下载量超过千万。省级广电头部账号的覆盖面也在持续扩大，四川观察、看看新闻 Knews、大象新闻、长江云新闻、海峡新干线等新媒体账号粉丝量都在 5000 万以上，74 个省级广电新媒体账号的粉丝量超千万。



当前，广电行业系统性变革纵深提速，面向“十五五”，广电媒体将以深层变革破局、以融合创新致远，奋力书写广电视听高质量发展新篇章，为建设文化强国贡献广电力量。

来源：国家广电智库