

2023年 04月刊 第**04期 / 总第196期** www.cmmrmedia.com

CONVERGENCE & COMMUNICATION

大数据技术创新驱动的领先传播咨询公司 北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司主办

2023年美兰德春学行动特刊(一)

共建面向未来的发展新引擎——融合传播时代全渠道建设——融合传播时代全渠道建设与管理创新高级研修班——成功举办

04

2023 年四月刊 / 总第 196 期 www.cmmrmedia.com





美兰德传播咨询 EMME 融合传播研究专业服务商

主 编:崔燕振 责任编辑:葛昕妮

编 辑:金桂娟 王瑞香 张 茹 罗 涛 李 林

牛 淼 张俊怡 李 梁 葛昕妮 杨宇璇

美术编辑: 董 旭

编辑发行: 北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司

如果您对本刊有任何要求或有任何信息愿意分享, 欢迎与我们及时联系。

投稿邮箱: editor@cmmrmedia.com 公司网站: www.cmmrmedia.com

本刊版权归北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司所

有, 如有转载请注明出处。

目录 Contents

01 卷首语 / Preface

• 美兰德2023春学行动首期顺利结课,近三十家广电媒体机构 同仁共同探讨大屏渠道业态创新与价值重构

09 专家演讲 / Lecture

- 美兰德崔燕振: 媒体深度融合视角下视频传覆盖播洞察
- 杨崑: 5G和卫星时代, 大屏传播场的发展变化
- 汪群均: 总台CCTV-17农业农村频道融合传播与覆盖
- 美兰德金桂娟: 塑渠道之光 逐全域之变

30 精彩观点集锦 / Opinions

- 美兰德2023春学行动首期课程激发行业探讨新思潮
- 美兰德2023春学行动首期课程引发行业热烈反响

39 行业动态 / View

- 2023第二届广播电视传媒广告产业发展经验分享大会在福建泉州举行
- 第十届中国网络视听大会在成都举办

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

美兰德 2023 春学行动首期顺利结课, 近三十家广电媒 体机构同仁共同探讨大屏渠道业态创新与价值重构

2023, 我们站在媒体融合第十年的 坐标点和传媒行业颠覆性发展的新赛点, 整个行业都面临全媒体渠道建设、内容 创新以及融合营销体系建构的挑战,能 否在媒体融合下一个十年的开篇中领跑, 或许就要看能否在 2023 这一役中成功 突围!

观融合变迁大潮,寻媒体融合之道,

共建未来。分享最具洞察力的锋锐观点, 展现最具前瞻意识的思潮碰撞, 是美兰 德 2023 春学行动"共建面向未来的发展 新引擎---融合传播时代全渠道建设与 管理创新高级研修班"的华彩乐章。

2023年3月22日-23日,由中 广联合会广播电视产业发展委员会指导, 美兰德传播咨询主办的"共建面向未来的

发展新引擎——融合传播时代全渠道建 设与管理创新高级研修班"在厦门顺利结 课。课程集结行业主管部门相关领导、 视频大屏传播和渠道运营顶尖专家,以 及总台、各大省级广电等三十余家广电 媒体机构的同仁, 现场探讨大屏渠道业 态创新与价值重构, 共建融合传播时代 全渠道建设与创新管理新引擎!



学在春天里, 赢在新融合。在高水 平学习研讨中找寻突围新路径。从5G 技术创新应用到加快跨屏生态建设、促 讲跨业融合、抢抓智媒技术新变化趋势 分享, 从嘉宾主题分享到媒体机构实战 大咖集体深度研讨交流,从一对一数据 价值解读服务到蓝鹰平台数智化应用介 绍, 美兰德 2023 春学行动在行业变革 的关键时刻, 为行业同仁提供了开放交 流的平台, 立体多元的沟通, 共同探索 未来发展的动力!

本期研修班由北京大学新闻与传播 学院教授、北京大学视听传播研究中心 主任陆地主持,福建省广播影视集团卫 视中心常务副主任李灿宇、中国教育电 视台副台长吕学武、重庆广电集团(总 台)党委委员、副总裁(副总台长)、 重庆电影集团董事长兼总经理黄翔、中 广影视卫星有限责任公司党委委员、董 事、副总经理杨晔发表致辞讲话。

美兰德传播咨询董事总经理崔燕振、 中央广播电视总台农业农村节目中心社

会交流部主任汪群均在行业发展最新政 策解读及趋势研判环节发表精彩主题演 讲。工业与信息化部电信研究院 IP 与多 媒体研究室副主任, 中国通信标准化协 会-IP多媒体技术委员会IP业务与应 用组组长, 互动媒体产业联盟副秘书长 杨崑、美兰德传播咨询副总经理金桂娟 在媒体深融时代覆盖运营管理创新探索 环节发表分享精彩内容。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

嘉宾分享精彩观点集锦



船,通过学习更新与迭代,共谋电视产业发展的新局面和 新未来。陆地教授指出,电视媒体应该持续发扬绿色媒 体、专业媒体的长板,积极开展新媒体、融媒体合作补足 短板。







让洞察更深刻·让传播更有效·让营销更成功·让品牌更精彩



融合传播时代全渠道建设与管理创新 高级研修班



福建省广播影视集团

福建省广播影视集团在融媒体时代的发展战略主要分 为两个方面:对内,福建省广播影视集团依托地理优势, 在对台报道方面形成自己的绝对优势,同时通过机构改 革、大数据挖掘运用产生了新的融合效果; 对外, 福建省 广播影视集团积极寻求与新媒体平台的合作,与芒果、腾 讯视频、优酷、B站等新媒体网站进行了综艺、纪录片等内 容层面合作,取得良好的传播效果。

兰德传播咨询





2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



融合传播时代全渠道建设与管理创新 高级研修班



随着媒体融合不断深化, 电视覆盖传播迎来新机遇, 电视媒体向全媒体生态转型升级。此外,ChatGPT等具有 深度学习能力的AI技术也为全媒体建设带来挑战。在此背 景下,教育电视台走高质量、专业化、品牌化道路:一方 面,教育台着力打造"基础教育频道""职业教育频道" 等专业频道,探索优质教育产品创新;另一方面,完善全 媒体矩阵式融合传播体系,提升新闻传播力和优质教育产 品供给力。未来,教育台将继续打造为中国教育资讯的主 阵地、全媒体信息的传播网、教育信息权威机构。

兰德传播咨询





让洞察更深刻·让传播更有效·让营销更成功·让品牌更精彩



融合传播时代全渠道建设与管理创新 高级研修班



重庆广电集团(总台)党委委员、副总裁(副总台长)

2023年站在媒体融合第十年的坐标点和传媒行业颠覆 性发展的新赛点,整个行业都面临全媒体渠道建设、内容 创新以及融合营销体系建构的挑战。当前媒体深融深改, 已经成为在下一个十年加速前行、成功突围的必经之路。 重庆广电集团积极承担主流媒体职责使命, 重视技术赋能 和表达方式创新,坚持全媒体建设和移动优先战略,构建 多位一体的全媒体建设矩阵。

兰德传播咨询





2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



融合传播时代全渠道建设与管理创新 高级研修班



大屏传播渠道日益多元化,智能化管理日趋复杂化的 时代,加快跨屏生态建设、促进跨业融合、抢抓智媒技术 新变化已经成为行业发展新趋势。作为总台重要的频道传 播覆盖和全媒体版权经营机构,卫传公司以总台CCTV-3、 CCTV-5、CCTV-6、CCTV-8频道的传输覆盖和版权经营为 最核心的业务,积极聚焦新媒体阵地,通过不断提高用户 感知,拉动内容加流量的双向引擎,让新媒体成为经营创 收的最大增量。此外,杨总还提到文创产品开发是未来的 新蓝海,以科创加文创为开发方针不断开拓新市场将大有 可为。

党委委员、董事、副总

14 美兰德传播咨询





让洞察更深刻·让传播更有效·让营销更成功·让品牌更精彩

融合传播时代全渠道建设与管理创新 高级研修班



媒体融合历经十年发展变革,正从内部"小融合"持续 向跨界、跨业、跨区域的"大融合、全融合、深融合"推 进。电视媒体的选题思维向互联网的话题思维转变, 传播 互动的"出彩逻辑"向"出圈逻辑"跨越。数字中国建设 加速,也为未来传播业态高质量发展提供更多新动力、新 机遇。当前视频大屏的传播优势和媒体价值显著且不可替 代,在全国两会等重大主题报道上大屏具有更强的仪式 感、现场感、体验感、传播力、影响力和感染力。电视覆 盖传播竞争形态需要从传播渠道、传播终端、传播界面到 传播场域的进化再造与价值升级。

4 美兰德传播咨询





2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

融合传播时代全渠道建设与管理创新 高级研修班



作为在融合传播时代成立的年轻机构,总台农业农村 节目中心不拘泥于大小屏,以新媒体化的跨屏互动"融合 传播活动"和"音视频内容集群"引领三农传播创新。 CCTV-17农业农村频道以融合传播助力内容与品牌双覆 盖,从渠道、内容、经营多方着手构建CCTV-17涉农传播 新业态,提升中心品牌及其栏目的知名度、美誉度,实现 内容覆盖到品牌覆盖的迭代。在媒体深融的背景下, 传统 广电媒体面临的不仅仅是技术挑战、内容创新挑战,还有 渠道覆盖、路径资源、覆盖运营管理等挑战。

美兰德传播咨询





让洞察更深刻·让传播更有效·让营销更成功·让品牌更精彩



融合传播时代全渠道建设与管理创新 高级研修班



中国通信标准化协会 互动媒体标准推进委员会主席 中关村现代信息消费应用产业技术联盟副秘书长

我国5G网络和低轨卫星网在全球属于领先地位,为社 会各行业开辟了新路径。在广电媒体领域,5G、卫星互联 网、空天地一体化网络等信息通讯技术既为融媒体提供灵 活的分时落地通道,促进超高清视频和VR/AR产品的发展, 又赋能电视媒体覆盖传统难以触达的地域和场景,拓宽覆 盖广度。信息技术重塑了数字化,为广电媒体受众提供 视、听、触、嗅多维感官体验, 带动视频消费技术和产品 的迭代升级,既满足了老年人和儿童的娱乐需求,也为大 屏营销创造新的模式和路径。未来,信息技术将继续发力 媒体,构建数字时代新的泛媒体底座。

台德传播咨询





2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



同时课程现场, 金总向嘉宾学员们 现场演示美兰德蓝鹰平台全渠道建设与 覆盖管理系统最新升级版的操作应用, 平台集中呈现数百家电视频道在大屏端 IPTV、有线电视、直播卫星、智能电视 等多种渠道的发展规模、结构状况等, 可实现多维度、全方位分析应用入网数 据,强力支撑全渠道管理,展现出的"数 智化"全渠道覆盖数据监测与分析能力获 得现场多家广电媒体机构的关注和点赞。

蓝鹰传播通路信息监测系统作为蓝 鹰平台应用系统之一, 依托美兰德连续 24年开展的全国范围抽样调查,可精准 测算媒介受众接收频道信息的广度与深 度,系统挖掘渠道价值、受众价值和传 播力价值,全景式勾勒全国媒体传播通

路格局,为全面服务广电媒体传播通路 信息化建设与管理,价值评估和运营优 化提供高效分析工具。美兰德围绕全渠 道建设和电视覆盖管理构建的"报告+产 品+服务"全方位咨询服务体系,可全方 位支撑覆盖传播全链条价值分析、挖掘 与提升赋能。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



嘉宾研讨环节精彩瞬间

研修班嘉宾讨论环节中, 现场研讨交 流环节新思维激情碰撞, 高级研修班的各

位嘉宾就全渠道发展趋势、行业未来发展 方向、新时代覆盖管理创新发表高知、高

见、高招,并表示在行业覆盖发展和管理 创新上期待美兰德提供更多支持。

此外,本次研修班还特别设置了"兰 智汇"云咖互动环节,美兰德传播咨询研 究副总监胡彬、高级数据分析经理曹树 花、高级市场经理周捷作为"云咖"主理人, 带领美兰德专业数据分析师团队为嘉宾 学员们覆盖数据价值解读及数字化工具 应用一对一服务, 包含蓝鹰全渠道建设 与覆盖管理系统应用展示、全渠道发展 趋势探讨与交流、覆盖人网数据价值及 场景化应用解读等多元服务解读。

新时代的全渠道覆盖管理与运营发 展迎来全新变革,作为深耕中国传媒行 业二十余载的国内融合传播与融合营销 咨询的领先机构, 美兰德传播咨询持续

为客户提供覆盖和全渠道管理信息化、 数字化服务,聚焦大屏渠道业态创新与 价值重构, 从渠道维度探寻下一轮融合 传播时代全渠道建设与管理创新的破局 之道!

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



融合传播时代全渠道建设与管理创新 高级研修班

2023年3月22日,由中广联合会广播电视产业发展委员会指导,美兰德传播咨询主办的"共建面向未来的发展新引擎——融合传播时代全渠道建设与管理创新高级研修班"在厦门正式开课。现场研讨交流环节新思维 激情碰撞,高级研修班的各位嘉宾就全渠道发展趋势、行业未来发展方 向、新时代覆盖管理创新发表高知、高见、高招,并表示在行业覆盖发 展和管理创新上期待美兰德提供更多支持。

研讨关键词: 广电5G、覆盖管理新使命、宣推导流、新媒体运营、全渠道拓 展和延伸、资源整合与置换、新媒体版权运营

交流环节精彩发言回顾

张冰

上海文化广播影视集团有限公司 卫视运营中心副总经理

5G技术应用将使大屏观看体验更佳,5G频道为广电媒体带来 革命性的变化。新媒体发展使大屏内容分发渠道更多元,移 动端APP直播流为频道内容传播提供新路径。优化新媒体版 权运营,以开放姿态拥抱移动端、OTT新媒体。电视大屏需 坚持政治和文化属性,短期内仍以付费落地模式为主,同时 持续市场化,不断开拓全渠道运营。





王雪梅 吉林广播电视台卫视频道 副总监、节目推广办主任

对于电视覆盖管理与全渠道建设,我们还需要持续深耕,特 别是在新时代覆盖管理工作创新方面,面临更多的困难和挑战,希望美兰德为行业同仁提供更多学习、交流、分享的机



覆盖落地业务经过多年发展,传播环境发生翻天覆地的变 化,我们面临着全新的挑战和机遇。通过美兰德举办的高级 研修班,业界同仁有了更多分享交流和学习的机会,希望我们共同学习、共同进步。





港海红 湖南广播电视台卫视频道 品推中心覆盖办主任

湖南卫视和芒果TV融合以后,如何用互联网思维、高科技手 深附上我和正某门献占以后,如内用豆成内含草、两个孩子 段做好全渠道覆盖管理工作,我们做了很多的创新。首先, 我们坚定不移在全渠道传播好党和政府的声音,夯实湖湘文 化传播使者的责任。同时,我们开辟新型传播渠道为广告新 增二次传播阵地,为收视打造增量池。当然,我们也在同步 深挖渠道价值,主动为芒果TV导流,实现大小屏互动,收视 收入两手抓。归纳一句,湖南卫视覆盖工作最重要的属性, 就是做好品牌传播和讲好湖南广电的故事。



作为IPTV运营商,希望加强和各省频道的深入合作,共同採 索内容分发新模式。另外,省级播控平台拥有运营资源,可 以为重点节目提供多元运营服务。



唐理 云南广播电视台卫视综合部 兼覆盖办主任

爾盖落地工作需要採索多元模式,一线卫叔在爾盖方面而临 更激烈的竞争,寻求无缝覆盖;二三线卫视资源有限,更需 要精細化管理,优化资源配置,打通IPTV、OTT、移动端等 自然覆盖渠道。在有限的资源条件下,覆盖工作未来发展方 向还需探索,版权运用或许是一个方向。

王芳 山东广播电视台卫视覆盖部主任

目前覆盖管理工作面临很多严峻的困难和挑战,业界同仁都以 更加开放的态度积极学习、创新实践,感谢美兰德提供的交流 学习平台,希望我们共同探索出一条前进的覆盖管理新道路。





李渊 河北广播电视台卫视频道副总监

在全渠道通路的覆盖方面,建议打破行业壁垒,强化融媒连 接,打通多元渠道,除了有线电视网络的有效覆盖之外,探 索其他延伸渠道的賦能,争取更多、更全面的资源支持。

马韶冬 青海广播电视台卫视频道副总监

卫视频道覆盖是宣传和营销的基础,频道的覆盖管理跟经营策 略需要同步。随着宣传和营销的手段、格局改变,覆盖管理的 内容、项目、平台类型、模式都出现了变化,覆盖行业需要积 极应对。覆盖管理模式要因时而动、随机而行、精心布局、深 度融合,要整合内外资源,随内容宣传和营销而变。





林伟蓉 深圳广播电影电视集团卫视中心副总监

传统媒体营收下滑,电视覆盖相关资源配给不足,覆盖落地 面临诸多挑战。覆盖合作模式和路径要创新转变,从单一的 付费落地模式转向多元资源交换的台网互惠共赢模式。未来 覆盖业务在新媒体流量传播和内容营销方面有更多相辅相成 的大融合,潜力和价值需要进一步挖掘。

招商局蛇口工业区控股股份有限公司

电视内容传播范围正在缩小,一方面原因是内容收视下降,收 看群体减少,另一方面原因是传播渠道发展受阻,用户规模持 合大小屏业务,稳住用户,实现良性的双循环。





郭晓静 山西广播电视台市场运营中心(覆盖中心) 节日覆盖部主任

覆盖管理工作面临的诸多问题和挑战,需要全行业共同探索 前进,更需要一个学习、交流、分享的平台。我们未来覆盖 工作的目标是优化覆盖、有效覆盖和精准覆盖,针对有限的 资金进行合理配置,量入为出,实现覆盖价值的最大化。

2023.3.22 中国·厦门

14 美兰德传播咨询





2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

美兰德崔燕振: 媒体深度融合视角下 视频覆盖传播洞察

○ 文 / 美兰德传播咨询 融合运营中心

2023年3月22日-23日,由中广 联合会广播电视产业发展委员会指导, 美兰德传播咨询主办的"共建面向未来的 发展新引擎——融合传播时代全渠道建 设与管理创新高级研修班"在厦门顺利结 课。课程集结行业主管部门相关领导、 视频大屏传播和渠道运营顶尖专家, 以 及总台、各大省级广电等三十余家广电 媒体机构的同仁, 现场探讨大屏渠道业 态创新与价值重构, 共建融合传播时代

全渠道建设与创新管理新引擎!

从 5G 技术创新应用到加快跨屏生态 建设、促进跨业融合、抢抓智媒技术新 变化趋势分享, 从嘉宾主题分享到媒体 机构实战大咖集体深度研讨交流,从一 对一数据价值解读服务到蓝鹰平台数智 化应用介绍, 美兰德 2023 春学行动在 行业变革的关键时刻,为行业同仁提供 了开放交流的平台, 立体多元的沟通, 共同探索未来发展的动力!

本期研修班课程中, 美兰德传播咨 询董事总经理崔燕振在行业发展最新政 策解读及趋势研判环节发表《媒体深度 融合视角下视频覆盖传播洞察》主题内 容, 从融合传播时代视频大屏发展趋势、 媒体深度融合视角下电视媒体传播价值、 电视覆盖全渠道发展格局、电视覆盖全 渠道建设管理创新思维展开深入解析和 分享。



图为美兰德传播咨询董事总经理 崔燕振先生做现场交流分享

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

融合传播时代视频大屏发展新趋势

崔总分享到,视频覆盖传播渠道正 向高度定制化、聚合化、生态化发展。 同时, 用户视频消费行为逻辑已经从看

电视的娱乐方式向刷视频的消费方式讲 行转变,**这种演变不仅代表了受众收视** 心理向用户选择行为的变迁,也是融媒 体传播环境下市场逻辑和价值逻辑的进 化与演变。

从看电视的娱乐方式到刷视频的消费方式,用户行为逻辑的演变

□ 随着移动互联网的迅猛崛起和大视频时代的快速到来,从看电视的娱乐方式到剧视频的消费方式不仅代表了受众收视心理向用户选择行为的变迁,也是融 媒体传播环境下市场逻辑和价值逻辑的进化与演变。

看电视: 客厅场景、合家欢、重大题材







刷视频:碎片化时间、伴随式情景、社交化传播

M 美兰德传播咨询

融媒时代的技术更迭推动视频传播 **向数字化、网络化、智能化发展。**从传 统电视、互联网视频观看, 到随手刷的 短视频和元宇宙,通讯技术不断改变和 升级迭代人们的沟通方式、娱乐方式、 消费方式和行为方式。这其中蕴含着巨 大的发展机遇和成长空间, 甚至是社会

变革的力量。

崔总提到,媒体融合历经十年发展 变革,正从内部"小融合"持续向跨界、 跨业、跨区域的'大融合、全融合、深融合" 推进。媒体融合历经十年变革已迈入全 媒体纵深加速阶段,"互联网×"正引领 融合传播进程从加速走向倍速。作为国

家战略, 媒体融合在发展过程中已取得 了监管政策更加健全、主流媒体传播矩 阵初步形成、融媒体中心正加速建立等 一系列成就,并呈现出突破内部小融合", 持续向跨界、跨业、跨区域的"大融合、 全融合、快融合"推进的特征。

媒体融合正从内部"小融合"持续向 跨界、跨业、跨区域的"大融合、全融合、深融合"推进

□ 作为国家战略,媒体融合在发展过程中已取得了监管政策更加健全、主流媒体传播矩阵初步形成、融媒体中心正加速建立等一系列成就,并呈现出突破内部"小融 合",持续向跨界、跨业、跨区域的"大融合、全融合、快融合"推进的特征。







跨界融合

跨业融合

跨区域融合

网络新媒体的出现, 突破时空的界限, 信息传播更通达化。

媒体机构和更多行业发生互通 互融,迸发出融合新维度。

在区域协同发展、城乡一体化建设背景 下, 媒体跨区域合作融合将更加普遍。

全果道覆盖精難化运营管理智库

电视媒体的选题思维向互联网的话 题思维转变,传播互动的出彩逻辑"问出 圈逻辑"跨越。内容大屏管理与小屏互 动的不同之处在于用户反馈与互动原点

设计的区别,电视大屏设定选题、传播 内容、传达信息, 形成认同影响; 移动 互联网的受众互动以话题设计唤醒更广 泛的用户参与,以话题聚集和扩散信息 传播,产生情感和认知共振,形成影响 力共创。

2023 年 / 第 04 期 / 总第 196 期 www.cmmrmedia.com



融媒时代的新电视媒体应该追求电 视媒体的聚变效应与社交媒体的裂变效 应协同。以全渠道建设及融合运营思维, 借助电视大屏的广覆盖、高公信力优势 与小屏端的高连接、强互动特点进行跨 屏传播,协同互动。



同时崔总分享到,随着数字中国建设逐渐上升到国家战略层面,将为未来 传播业态高质量发展提供更多新动力、 新机遇。数字经济战略推动下线上文娱与品牌融合营销时代全面到来, 传媒产品、传媒需求、传媒产品市场结构将迎

来全面迭代更新。



2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

媒体深度融合视角下电视媒体传播价值解读

媒体深度融合视角下, 大屏迎来全 场景智能化升级,连接智慧大屏抢占客 厅经济入口,当前视频大屏的传播优势 和媒体价值显著且不可替代。

电视节目依旧是当前电视大屏主要 使用需求,持续释放客厅经济价值。智 能大屏作为家庭娱乐的中心,在音画表 现、家庭消费场景上拥有先天优势,随 着家庭生活走向数字化,智能大屏作为 智慧家庭枢纽,将持续释放客厅经济价 值,并不断满足用户对客厅场景的多元 诉求.



美兰德数据显示, 2022 年全国省 /副省级卫视平均覆盖人口达 10.12 亿 人,全国覆盖人口规模在10亿人及以 上的省/副省级卫视频道达35家,占 所有省/副省级卫视数量的70%,因 此大屏依旧在释放巨大的价值潜能与挖

掘空间。

崔总提**到,电视媒体依然是重大新** 闻传播的主力军, 是媒体深度融合的破 局点。电视覆盖保障政治导向和文化意 识的有效传播,凝聚民族共识和国家认 同, 如在全国两会等重大主题报道上大 屏具有更强的仪式感、现场感、体验感、 传播力、影响力和感染力。

现场, 崔总还结合美兰德独家大数 据,对电视覆盖全渠道发展格局和趋势 进行全方位、立体化解读。

大屏覆盖全渠道建设管理创新

崔总强调, 融媒体时代电视频道覆 盖管理面临创新性变革,电视覆盖传播 竞争形态需要从传播渠道、传播终端、 传播界面到传播场域的进化再造与价值

升级。全渠道、全终端、全场景、全样 态是推动媒体融合纵深发展的关键词, 大屏渠道建设可布局 5G/4k/8k/AR/ VR 技术, 赋能场景化落地为渠道传播

赋能。同时,覆盖管理应由追逐人口规 模向结构优化、向全域融合运营思维转 变。



2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

渠道覆盖管理工作需要从传播点、 营销点到接触点进行全面升级,美兰德 为各大广电媒体机构提供'入网一入位一 入户一入目一入心"电视媒体覆盖传播 链条优化智库支持及数据服务, 助力渠 道覆盖管理回归"入口与引流"的本质。



同时崔总对目前行业中的全渠道建 设管理创新模式进行了解读和分析, 如 花式精准引流助力卫视频道形成覆盖收

视转化新路径;整合资源畅通内容分发 渠道,提升频道全域影响力。**最后崔总** 表示, 优化触达、精准覆盖、融合运营、

沉淀用户是覆盖管理创新变革的主脉 络。



2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

杨崑: 5G 和卫星时代, 大屏传播场的发展变化

2023年3月22日-23日,由中广 联合会广播电视产业发展委员会指导, 美兰德传播咨询主办的"共建面向未来的 发展新引擎——融合传播时代全渠道建 设与管理创新高级研修班"在厦门顺利结 课。课程集结行业主管部门相关领导、 视频大屏传播和渠道运营顶尖专家,以 及总台、各大省级广电等三十余家广电 媒体机构的同仁, 现场探讨大屏渠道业 态创新与价值重构, 共建融合传播时代 全渠道建设与创新管理新引擎!

从 5G 技术创新应用到加快跨屏生态 建设、促进跨业融合、抢抓智媒技术新 变化趋势分享, 从嘉宾主题分享到媒体 机构实战大咖集体深度研讨交流,从一 对一数据价值解读服务到蓝鹰平台数智 化应用介绍,美兰德 2023 春学行动在 行业变革的关键时刻,为行业同仁提供 了开放交流的平台,立体多元的沟通, 共同探索未来发展的动力!

本期高级研修班课程中, 工业与信 息化部电信研究院 IP 与多媒体研究室副 主任、中国通信标准化协会 - IP 多媒体 技术委员会 IP 业务与应用组组长, 互动 媒体产业联盟副秘书长杨崑以《5G 和卫 星时代,大屏传播场的发展变化》为题 发表精彩主题演讲, 对于目前最前沿的 5G 乃至 6G 发展状况与趋势、5G 时代 天空地融合后对大屏数字场发展的赋能 与应用进行了深入讲解和分享。



图为工业与信息化部电信研究院 IP 与多媒体研究室副主任,中国通信标准化协会 — IP 多媒体技术委员会 IP 业务与应用组组长, 互动媒体产业联盟副秘书长 杨崑先生做现场交流分享

杨崑先生表示, 我国 5G 网络和低轨 卫星网在全球属于领先地位, 为社会各 行业开辟了新路径。在广电媒体领域, 5G、卫星互联网、空天地一体化网络等 信息通讯技术既为融媒体提供灵活的分 时落地通道,促进超高清视频和 VR/AR 产品的发展,又赋能电视媒体覆盖传统 难以触达的地域和场景, 拓宽覆盖广度。

信息技术重塑了数字化, 为广电媒 体受众提供视、听、触、嗅多维感官体验,

带动视频消费技术和产品的迭代升级, 既满足了老年人和儿童的娱乐需求,也 为大屏营销创造新的模式和路径。未来, 信息技术将继续发力媒体,构建数字时 代新的泛媒体底座。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

5G 及卫星产业在国内取得显著进展

杨秘书长表示, 目前我国 5G 发展 取得显著进展。5G 网络发展方面, 目 前我国的 5G 网络连接数在 2023 年初 已占全球 5G 连接的 75%, 5G 用户 达 5.61 亿户, 在移动电话用户中占比 1/3, 是全球平均水平的 2.75 倍。

5G应用方面, 我国 5G 新型应用 覆盖超高清视频、体育赛事、居住服 务、购物等多个重点领域,5G应用向 社会各个层面工作渗透。虚拟数字人、 5G 消息、5G 新通话、AR(增强现实)、 VR(虚拟现实) 等个人应用迅速发展 5G 行业应用也在不断拓展,"一业带百业" 效果显著、截至 2022 年 9 月底, 5G 行业虚拟专网数量超过1万个,具备商 业价值的典型应用场景已覆盖 40%以 上的国民经济大类。

5G 资费方面,目前全球各国的 5G 使用资费在逐步靠近4G原先同期水平, 中国的 4G 流量费用在全球都是偏低水

5G 资源方面,对比中国两国5G

平均下载速率,中国 5G 方面具有一定 优势, 国内的运营商如中国联通将现用 干 2G/3G/4G 系统的频率资源用干 5G 系统, 有利于中国联通以更少的投资快 速推进农村及边远地区的 5G 覆盖, 建 网成本预计相对而言也会有所降低。目 前中国电信、中国联通、中国移动、中 国国网等网络运用商也已经全面开展了 其在 5G 方面的布局策略。

网络运营商在5G方面的布局策略

中国电信

● 在开展网络建设和用户发展的同时将5G作为自身云网融合的一个突破点;在通过万物互联、数据聚合和赋能百业来建设数字经济基础设施的过程中发挥出5G独 有的承载和接入作用。中国电信5G定制网项目超过3100个,5G行业商用项目数超过8500个。5G业务已经在各行各业展开普及,但幅度和深度还不够,还有提 升和发展的空间。

● 在10大重点行业进行了不同程度的5G应用推广,其中工业互联网、车联网、智慧采矿、智慧电力等应用占比60%以上。而在工业互联网方面,3GPP R16的推 出使得5G网络具备提供工业网络、以太网通信以及局域网业务的能力,助推了中国联通5G网络与工业网络融合,在全国首次验证5G-A URLLC柔性产线。5G 还在立足于宽带打造的"大联接"战略中发挥作用,联接千家万户,为客户创造数字工作生活新体验,为千行百业"赋能赋智赋值",打造坚实数字底座。

● 打造以"5G、算力网络、智慧中台"为重点的新型信息基础设施;构建"连接+算力+能力"的新型信息服务体现,以此促进资源和要素的高效汇聚、流动、共 享,支撑数字经济服务能力不断做强。在连接方面建成全球最大的5G精品网络,提供高速、移动、安全、泛在连接服务;在算力方面,实现"4+3+X"数据中 心布局,打造泛在融合的算力服务体系;在能力方面形成干亿级调用量的能力服务,加速"上云用数赋智"进程。

完成核心网两大区4个节点建设任务以及各省网业务层面的全面建设工作。南北大区四个节点均已完成网络云资源池和业务网元部署调测,全国30个接入省已基 本完成建设,25省完成与移动代建核心网对接。广电5G与三大运营商的互联互通工作进展显著,正在加快国家干线网的扩容工程,建设全国有线电视网络互联 互通平台和全国IP承载网骨干网工程,加速有线网络双通道升级和终端智能化改造。与中国移动的合作弥补短板;2022年将达到48万座700MHz基站,足以置 盖全国;除港澳台外的全国31个省、自治区、直辖市已全部开通广电5G网络。而"全国一网"统一运营管理格局基本形成后,从长期看会持续提升网络承载能 力和内容汇聚能力。产业端市场除了拥有700MHz颇段的资源比较优势外,目前联合行业伙伴完成了全球首个700MHz 2x30MHz 5G手机、5G商用基站设备、 5G试验网、5G基带芯片网络能力演示、5G数据呼叫、5G端到端系统方案演示验证,在多个方面进行探索。

杨秘书长还就当前卫星产业发展状 况进行了分析。"十四五"期间, 我国发 射了多颗高轨高通量卫星, 建成首张 完整覆盖国土全境及"一带一路"重点地

区的高轨卫星互联网,高轨高通量卫星 走向大规模实用阶段。此外, 低轨卫星 星座批量部署迈入高峰期,以低轨道、 巨型、星座为特征的低轨道宽带卫星网

络系统在世界范围内呈现蓬勃发展的态

天空地—体化成为未来趋势

杨秘书长表示, 6G 技术将实现"泛 在连接、万物互联"。6G 发展以空天地 一体化信息网络为基础,高、低轨卫星 **融合推动发展进程。**根据《空天地一体 化通信网络白皮书》, 6G 需要构建跨 地域、跨空域、跨海域的空天地一体化 网络, 实现真正意义上的全球无缝覆盖。

空天地一体化信息网络是一体化高 速宽带大容量信息网络, 即天基、空基 和陆基一体化综合网络, 它通过星间、 星地链路将地面、海上、空中和深空中 的用户、飞行器以及各种通信平台密集 联合, 以实现信息准确获取、快速处理 和高效传输。

目前国内外多个国家已经提出以 5G和6G为基础的通信网络建设计划, 整合其现役高轨卫星、未来低轨卫星和 地面 5G 设施, 打造全球性、多维动态 的综合网状网络。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

天地空融合后对大屏传播场的影响及泛媒体大屏新形态展望

杨秘书长分享到, 未来天空地融合 动形式,通过"用户大数据"+"人工智能 大屏建设。 **将全面赋能大屏数字场发展,**以双环联 算法"来有效运营数据要素,进而赋能



人工智能、大数据等新技术支持大 屏传播实现双向感知、精准匹配。同时,

"深度学习 + 知识图谱 + 算力提升 + 灵 活通道"将赋能新功能的实现。

新技术支持大屏传播实现双向感知、精准匹配 内容 内容生产 人工智能+ 大数据+云 场景理解 用户 计算+高速 场景 互动 网络 用户理解 组织 资源调配 支撑智能化、数据化、近场化的新媒体功能用于 运营 泛媒体的组合传播和运营,用新鲜的形式和内同 消费 高速 创意拓展了泛媒体更大的发展空间 分发

大屏高质量服务、互联网渠道、 5G 消息等新业务以及卫星广域覆盖下 的多渠道组合,将形成更大纵深性的融 **合化传播力。**如基于细分用户群的活动 轨迹建立精准连续的服务能力; 多渠道 组合下功能相互借力最大程度实现流量 商业价值的挖掘; 具备端到端, 层级联 动的信息传递架构的精准响应能力等。

大屏服务理念从视听向知识连接转 变。为了适应用户新的习惯,满足新需

求, 随着技术的发展和信息井喷式的涌 现,大屏发展的方向一定是知识连接, 大屏的工作范围需要从传统环节向两端 延伸,融入生活和工作过程。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

大屏服务理念从视听向知识连接转变

• 为了适应用户新的习惯,满足新需求,大屏在生产内容时,就要考虑渠道和阅读设备的特性,使内容的呈现能够 平衡好差异化、多样化、碎片化阅读、即时性消费与深度观看的需求。随着技术的发展和信息并喷式的涌现,大 屏发展的方向一定是知识连接,大屏的工作范围需要从传统环节向两端延伸,融入生活和工作过程.



大屏将演化为数字孪生生态下的重 要组成部分,数字孪生是充分利用物理 模型、传感器更新、运行历史等数据, 集成多学科、多物理量、多尺度、多概 率的仿真过程,在虚拟空间中完成映射, 从而反映相对应的实体设施的全生命周 期过程。随着技术发展,将实现交互能 力。

杨秘书长表示,消费领域视频应用 将呈现新的特点。如未来消费领域视频 呈现能力渐进增强, 中短期以平面视频

为主,远期自然视频为主;时空细分覆 盖能力增强; 对用户需求感知程度不断 提升。

天地空融合将为大屏创造新的营销 模式和路径。如 GUCCI 衣加概念店, 由大屏+遥控器操控,可以通过大屏自 带摄像头或者外接摄像头识别操控者位 置及腿部动作,自由在店内浏览,更换 背景一键试衣,并完成下单。

同时, 大屏还能实现家庭陪护功能, 利用现有的大屏集合 XR 和 AI 技术录

入人的各种信息,从而使在家的空巢老 人尤其是行动不便的老人不再孤单, 利 用设备达到感受亲戚的陪伴, 即使在家 里儿女不方面回家的情况下也能做到陪 伴。大大降低了空巢老人的孤独感。更 大程度上降低因为生活和家庭原因不方 便陪伴老人的孩子们的愧疚感。

最后,杨秘书长分享到,未来,信 息技术将继续发力媒体,推动新大屏体 系构成数字时代泛媒体底座—部分。

推动新大屏体系构成数字时代泛媒体底座 工业 电子 科学 **○-**破业 互联网 商务 实体社会的家庭 人机界面 高速基础网络 中近结合的算力 合理共享的数据 细分领域的虚拟 统一的虚拟 公共资源交易 统一的虚拟位置 物理空间 标识 空间身份 计里 精细颗粒度标识 标定

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

汪群均: 总台 CCTV-17 农业农村频道 融合传播与覆盖

2023年3月22日-23日,由中广 联合会广播电视产业发展委员会指导, 美兰德传播咨询主办的"共建面向未来的 发展新引擎——融合传播时代全渠道建 设与管理创新高级研修班"在厦门顺利结 课。课程集结行业主管部门相关领导、 视频大屏传播和渠道运营顶尖专家, 以 及总台、各大省级广电等三十余家广电 媒体机构的同仁, 现场探讨大屏渠道业 态创新与价值重构, 共建融合传播时代 全渠道建设与创新管理新引擎!

从 5G 技术创新应用到加快跨屏生态 建设、促进跨业融合、抢抓智媒技术新 变化趋势分享, 从嘉宾主题分享到媒体 机构实战大咖集体深度研讨交流,从一 对一数据价值解读服务到蓝鹰平台数智 化应用介绍, 美兰德 2023 春学行动在 行业变革的关键时刻,为行业同仁提供

了开放交流的平台,立体多元的沟通, 共同探索未来发展的动力!

本期研修班课程中, 中央广播电视 总台农业农村节目中心社会交流部副主 任汪群均基于总台农业农村节目中心近 年来在融合传播发展和覆盖创新方面做 出的尝试,以《CCTV-17农业农村频道 融合传播与覆盖》为主题、发表全渠道 建设与新业态发展创新相关精彩分享。



图为中央广播电视总台农业农村节目中心社会交流部副主任 汪群均先生做现场交流分享

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

根植沃土 - 总台农业农村频道拓展物理覆盖

作为在融合传播时代成立的年轻机 构,总台农业农村节目中心不拘泥于 大小屏,以新媒体化的跨屏互动"融合 传播活动"和"音视频内容集群"引领总 台三农传播创新。CCTV-17 农业农村 频道以融合传播助力内容与品牌双覆 盖, 从渠道、内容、经营多方着手构建 CCTV-17 涉农传播新业态,提升中心 品牌及其栏目的知名度、美誉度,实现 内容覆盖到品牌覆盖的迭代。目前已形

成 CCTV-17 农业农村频道、中国乡村 之声广播频率以及央视频"田园频道"、"云 听"等新媒体平台的立体传播格局。



为了强化全媒体、全渠道覆盖, CCTV-17 统 筹 有 线 电 视 公 共 网、 IPTV、OTTTV、直播卫星数字电视、 移动端直播流等多形式的信号接收方 式。截止 2022 年 12 月, 频道在有

线电视网络占有率 98.94%、IPTV 通 路占有率 99.03%、OTT 通路占有率 88.90%、直播卫星数字电视以及移动 端直播流占有率均达到100%,全国覆 盖规模达 13.57 亿人, 高清有效触达

10.82 亿用户, 确保各终端用户能便捷、 有效的接收党中央关于"三农"工作的大 政方针、工作部署以及 CCTV-17 农业 农村频道的精彩节目。



2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

欣欣向"融"-总台农业农村频道融合传播助力内容与品牌双覆盖

作为国家级涉农宣传主阵地, 总台 农业农村节目中心立足"国家站位、乡 村主题、民生特色、传承文明、纪实风格", 构建了以新闻节目为龙头, 以专题服务

为基本面,以文化综艺为亮点,以大型 季播项目、品牌活动为"高峰"的立体传 播格局。

总台农业农村节目中心以"多层次、

立体化融合传播渠道"+"三农传播爆款 IP与创新节目集群"+"丰富品牌活动" 打造 17 涉农覆盖传播新业态。



总台农业农村节目中心不仅以大屏 端 CCTV-17 农业农村频道为源点, 拓 展传播渠道,构建了多层次、立体化的 融合传播平台,全面激活旗下对农传播 平台活力,还不断打造三农传播爆款 IP 与创新节目集群。通过不断创新内容题 材类型、内容表达方式、内容创作样态, 应用新科技改造内容新样貌等方式, 向

全国观众乃至国际受众讲述中国大国农 业故事、美丽新农村故事、新时代农民 故事。



2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

2022年中心按照慎海雄部长"打 开思路、盘活资源,善于'无'中生'有', 举办丰富多彩的创意活动"指示精神, **还打造多场品牌推广活动**,助力节目创 作,与涉农部委、涉农企业、涉农高

校、地方政府开展合作,有力提升了 CCTV-17品牌传播力、影响力,推动 中心经济效益、社会效益双提升。

汪主任分享到,通过品牌推广活动, 面向地方政府部门、地方媒体、影视制 作机构等宣传推介重点节目项目, 也是 将频道品牌推广到县域、提升覆盖的重 要过程。

二、欣欣向"融"—总台农业农村频道融合传播助力内容与品牌双覆盖

(3)品牌活动,构建17涉农覆盖传播新业态

- "金穗行动•17联县"融合传播活动
- "乡村振兴•产业帮扶在行动"
- "金扁担"农业现代化高峰论坛三场品牌推广活动









课程现场, 汪主任对 2022 年"丰 收中国"融合传播品牌行动进行了特别 介绍,"丰收中国"融合传播品牌行动打 造30余档以精品节目和系列特色活动 为主的融合传播产品群,成功引爆全网 108 亿次流量, 破圈传播覆盖并触达多 圈层用户,释放高能品牌价值力。同时, 923 当天, 美兰德为中心同步提供全网

数据监测服务,全天18个小时大编排, 配合中心传播活动提供了十多次报告。

欣欣向"融"—总台农业农村频道融合传播助力内容与品牌双覆盖



2021年8月23日,首个"乡村振兴观 察点"落地青海省海东市互助县五十镇班 彦村。此后,乡村振兴观察点"项目又在 浙江省杭州市淳安县左口乡桥西村等六地 先后落地。乡村振兴观察点是农业农村节 目中心的落地推广点,构建17涉农覆盖传 播新业态的增长点。



此外,总台农业农村节目中心与各 地政府共建"乡村振兴观察点", 作为其 推进渠道覆盖的抓手之一。目前,"乡 村振兴观察点"项目在浙江省杭州市淳 安县左口乡桥西村等6地先后落地,为 推进农业农村频道落地工作,中心与观 察点所在地方政府协同合作, 落实频道 入网、入户、位序工作,并在活动期间

争取频道位于开机页面。以活动带动落 地, 创新覆盖运营管理, 提升频道落地 覆盖率,成为17涉农覆盖传播新业态 的增长点。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

的精神。重点打造丰收节"两晚", 并继 续与教育部、全国涉农高校合作, 推出

2023年总台农业农村节目中心再 饭一蔬》、《生活有点"田"》、《等你 接再厉,发扬"海阔天空想,脚踏实地干"来"乡"建》、《17运动会》等精品内容, 通过丰富多彩创新节目,进一步提高中 心的品牌影响力。同时中心将继续在品 《最炫农科生》第二季;创意策划《一 牌推广活动上发力,开展《CCTV-17

金穗行动:17 联县》等多类型融合传播 活动,通过活动+服务推动宣传合作的 模式, 扩大与县域的联动, 提升各圈层 对中心品牌价值的认知。

居"危"思危 – 媒体深融时代对传统覆盖方式的影响

汪主任分享到, 电视媒体的传播优 势正被新兴媒体特别是移动新媒体不断 消解, 融合传播一方面打通了大中小屏 之间的壁垒, 能够将电视媒体与微博、 微信、移动客户端、视频网站和网络社 区等新媒体平台进行充分整合, 积极放 大电视媒体的传播声量, 拓展视频内容 的传播渠道并实现传播的同频共振; 另

一方面融合传播也给电视媒体带来了全 新的挑战。

融合传播时代跨屏跨终端的传播方 式使得电视媒体的覆盖评估方式也发生 了深刻变化,未来的电视行业渠道占有 的不仅是有线、IPTV 或者 OTT 等,还 有手机这个"第二屏"。

汪主任表示, 媒体融合传播时代,

传统广电媒体面临的不仅仅是技术挑 战、内容创新挑战,还面临着渠道覆盖、 路径资源、覆盖运营管理等方面的挑战。 期待行业同仁以全新思维共同探索大屏 全渠道覆盖与运营创新的新路径、新业

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

美兰德金桂娟: 塑渠道之光 逐全域之变

2023年3月22日-23日,由中广 联合会广播电视产业发展委员会指导, 美兰德传播咨询主办的"共建面向未来的 发展新引擎——融合传播时代全渠道建 设与管理创新高级研修班"在厦门顺利结 课。课程集结行业主管部门相关领导、 视频大屏传播和渠道运营顶尖专家, 以 及总台、各大省级广电等三十余家广电 媒体机构的同仁, 现场探讨大屏渠道业 态创新与价值重构, 共建融合传播时代 全渠道建设与创新管理新引擎!

从 5G 技术创新应用到加快跨屏生态

建设、促进跨业融合、抢抓智媒技术新 变化趋势分享, 从嘉宾主题分享到媒体 机构实战大咖集体深度研讨交流, 从一 对一数据价值解读服务到蓝鹰平台数智 化应用介绍,美兰德 2023 春学行动在 行业变革的关键时刻, 为行业同仁提供 了开放交流的平台, 立体多元的沟通, 共同探索未来发展的动力!

本期研修班课程中,美兰德传播咨 询副总经理金桂娟在媒体深融时代覆盖 运营管理创新探索环节发表《塑渠道之 光 逐全域之变——2023年美兰德全渠

道覆盖数据监测产品应用介绍》主题精

金总通过对美兰德全渠道覆盖与创 新管理最新研究成果及美兰德如何以数 据监测与服务体系助推和引领行业创新 发展进行全方位、立体化展示, 为行业 和嘉宾们更加深入理解大屏全渠道通路 格局、大屏用户管理与运营以及如何运 用大数据和"数智化"分析平台助力全渠道 建设管理与运营提供全新思路与启示。



图为美兰德传播咨询副总经理 金桂娟女士做现场交流分享

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

金总表示, 美兰德集团成立到现在 已经快30年了,受众研究28年,卫星 电视覆盖调研也已经 25 年了, 这么多年 在大家的共同见证和信任支持下,已发 展成为具有大小全域数据采集能力、大 数据平台建设、多元数据驱动内容创新、 融合传播评估标准建设、各级政府/媒

体/企业融合传播工作战略制定等领先 技术与综合战略分析能力的专业融合传 播数据与咨询服务商。美兰德已经连续5 年获得国家高新技术企业认证, 成为融 合传播与融合营销咨询创新发展的一面 旗帜。

美兰德在渠道、用户、内容、品牌

等方面积累了丰富的数据库与咨询经验, 为客户提供渠道传播监测、融媒体传播 与管理、IP融合传播与营销、品牌与媒 体融合营销咨询等方面的深度数据赋能。

美兰德多元数据生态赋能媒体融合全链路传播与营销

传播通路管理与运营

- □ 中国大屏传播渠道现状
- □ 媒体渠道传播现状与诊断
- □ 传播渠道优化与价值提升
- □ 渠道融合与商业模式创新

全果道覆盖精纖化运营管理智序

融媒体传播与管理



- □ 融合传播状况评估
- □ 新媒体矩阵运营状况诊断
- □ 融媒体传播运营及策略指导
- □ 媒体融合定位与战略咨询

IP融合传播与营销



- □ 内容IP策划方案制定
- □ 内容IP宣传推广策略指导
- □ 行业发展内容潮流趋势洞察
- □ 内容战略定位与设计咨询

品牌与媒体融合营销



- □ 媒体全域融合营销价值研究
- □ 全媒体融合传播效果评估
- □ 媒体与品牌合作服务方案设计
- □ 融合营销助力超级品牌打造

M美兰德传播咨询

目前美兰德已经连续十年为重大时 政活动、重要国际会议及百余项国内头

部媒体机构的优秀影视文化节目 IP 融合 传播影响力分析, 以及知名品牌的传播

营销活动提供营销价值分析提供专业咨 询服务。

美兰德已成功服务数百个影视IP融合传播影响力打造与营销价值分析







14 美兰德传播咨询

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

美兰德以专业数据库、研究模型、咨询经验,为融媒时代全渠道建设和用户运营赋能

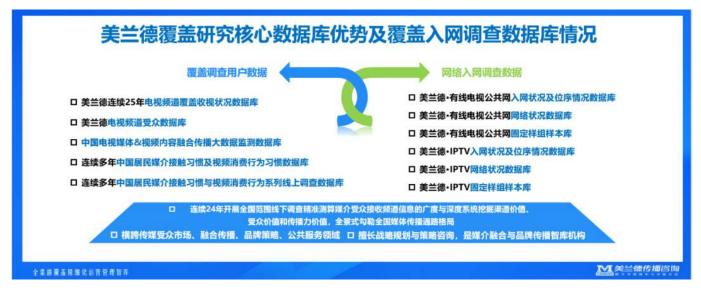
金总分享到,融合传播新时代的全 渠道建设与用户运营创新需要以全新思 维去推动,目前**美兰德以渠道传播状况** 监测、渠道价值研究、渠道用户运营、 渠道与融合内容打造、渠道商业模式创 新五维立体服务全面激活渠道运营力, 助力全媒体传播通路管理与运营。

随着数字化的到来, 美兰德将继续

为客户提供覆盖和全渠道管理信息化、 数字化服务平台,以数据生产力打造数 字时代的融合传播与融合营销咨询品 牌。目前,美兰德围绕全渠道建设和电 视覆盖管理,构建了"报告+产品+服务" 全方位咨询服务体系。

活动现场,金总详细介绍了美兰德 **覆盖业务产品和服务价值。**目前,美兰

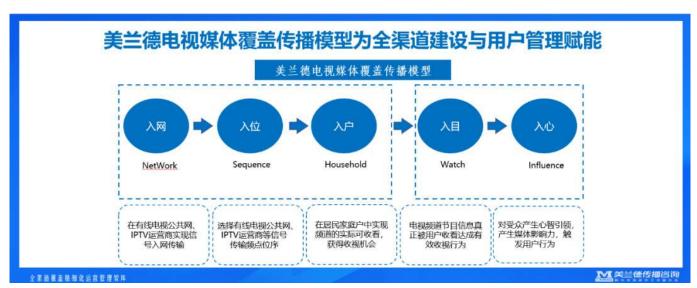
德不断创新融合传播时代电视大屏的覆 盖管理调查研究方法,其覆盖调研数据 采集体系可全方位支撑覆盖传播全链条 价值分析, 并凭借强大数据库资源优势 和专业分析研究模型引领全渠道覆盖建 设管理与运营创新。



专业研究模型为全渠道建设与用户 管理赋能。从数字化发展、媒体融合到 智慧广电、未来电视的推进, 美兰德一 直伴随渠道的变革和发展为行业提供各

种创新服务。因此,在深融背景下电视 大屏传播渠道新媒体化与管理复杂化成 为新课题的情况下,美兰德再度以具有 前瞻洞察力、科技创新力和专业研究力

分析模型——"入网—入位—入户—入 目一入心"美兰德电视媒体覆盖传播模 型,为全渠道建设与用户管理赋能。



2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

美兰德专业咨询与客观数据助力频道管理中国 14.06 亿大屏潜在受众,全面解构频道全国覆盖渠道发展,评估用户规模价值, 数据赋能频道定制化策略规划。包含:

通过全面、多维、细颗粒数据,满足不同频道全盘和重点区域覆盖价值分析需要;

通过区域与核心经济圈覆盖竞争分析, 助力频道把控区域覆盖方向和效果评估;

通过经济发达区域和农村下沉市场双向分析,支撑频道城乡覆盖战略;

通过挖掘与锁定频道票仓用户分布,分级运营管理抢占受众心智;



美兰德独家丰富"大小"数据库,全 面赋能大屏覆盖用户管理与运营。目前 美兰德具有丰富的"大小"数据库,可实 现大小屏多元用户数据交互分析, 全面 挖掘大小屏用户传播与营销价值;可通 过消费市场用户调研数据与互联网用户 大数据交互分析,全面助力用户市场洞 察与运营;可实现大屏覆盖用户潜力、

收视用户张力与小屏用户活力匹配结合 释放媒体融合能量。

大小屏多元用户数据交互分析,全面挖掘大小屏用户传播与营销价值 依托全网海量用户数据采集及撤信调研平台 全面监测新媒体各渠道网民结构、粉丝画像、内容消费偏好、评论内容等 大屏观着用户 画像、用户观看行 微信公号关注人前 为监测与价值分析 大屏用户 与目标用户 匹配度分析 目标用户 1 短视频平台关注用户 互联网多平台 新媒体APP 使用/关注人群 微博點吧等社交平台 转发/点带/协议人群 用户面像、用户 互动数据监测 IPTV/OTT TV 电视频道及节目 客厅大屏观看人群 28年对广播电视媒体、新媒体、流媒体、移动客户端等传播通路及 用户监测与运营分析 中国居民媒介接触习惯与文娱消费行为习惯调研数据库数据支持 **M** 美兰德传播咨询 全果油覆盖精雜化运售管理智序

金总还通过美兰德独家大数据对目 前我国全渠道通路格局与趋势、大屏高 清化建设趋势进行了专业、深入、全面 的解读。如美兰德数据显示, 2022年 全国高清用户规模达 12.10 亿人, 年增 幅为 6.25%。伴随 5G 技术的落地, 我 国视频行业高清、超高清化进程稳步推 进, 超高清视频用户发展潜力巨大。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

蓝鹰视频大数据平台,"数智化"平台加速优化覆盖信息数字化运营管理创新

课程现场,金总向嘉宾学员们现场 演示美兰德蓝鹰平台全渠道建设与覆盖 管理系统最新升级版的操作应用。蓝鹰 平台集中呈现数百家电视频道在大屏端 IPTV、有线电视、直播卫星、智能电视 等多种渠道的发展规模、结构状况等, 可实现多维度、全方位分析应用入网数 据,强力支撑全渠道管理,展现出的"数

智化"全渠道覆盖数据监测与分析能力 获得现场多家广电媒体机构的关注和点



智能大屏传播通路信息化建设与运 营管理分析系统作为蓝鹰平台应用系统 之一, 可实现立体化的全渠道传播入网 矩阵监测,数智化呈现全渠道发展趋势, 为电视覆盖渠道布局提供战略方向指 引,平台中覆盖、收视、入网多数据库 交叉关联,为覆盖管理提供价值指引, 多数据库联动, 多标签随心筛选, 全方 位支撑全渠道管理与决策。

同时,蓝鹰平台全景扫描频道入网 发展状况, 促进落地覆盖工作动态推进; 还可对移动端 APP 电视直播流信号传 输进行监测,追踪频道覆盖移动化发展 布局; 助力频道进行协议登记及入网效 果管理,促进覆盖管理信息化建设。此 外、蓝鹰平台还支持各频道覆盖及入网 概况对比分析,全面评估频道覆盖优势。

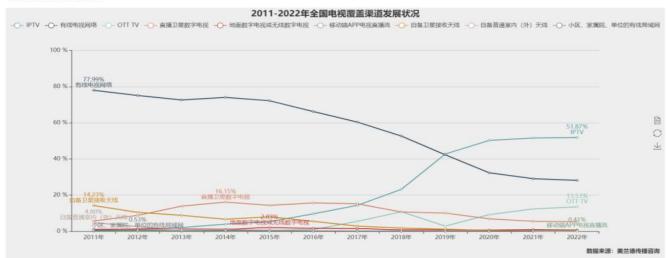
蓝鹰平台智能大屏传播通路信息化

建设与运营管理分析系统依托美兰德连 续 24 年开展的全国范围抽样调查,可 精准测算媒介受众接收频道信息的广度 与深度,系统挖掘渠道价值、受众价值 和传播力价值,全景式勾勒全国媒体传 播通路格局, 为全面服务广电媒体传播 通路信息化建设与管理,价值评估和运 营优化提供高效分析工具。



2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

全国电视票盖渠道发展状况 ()

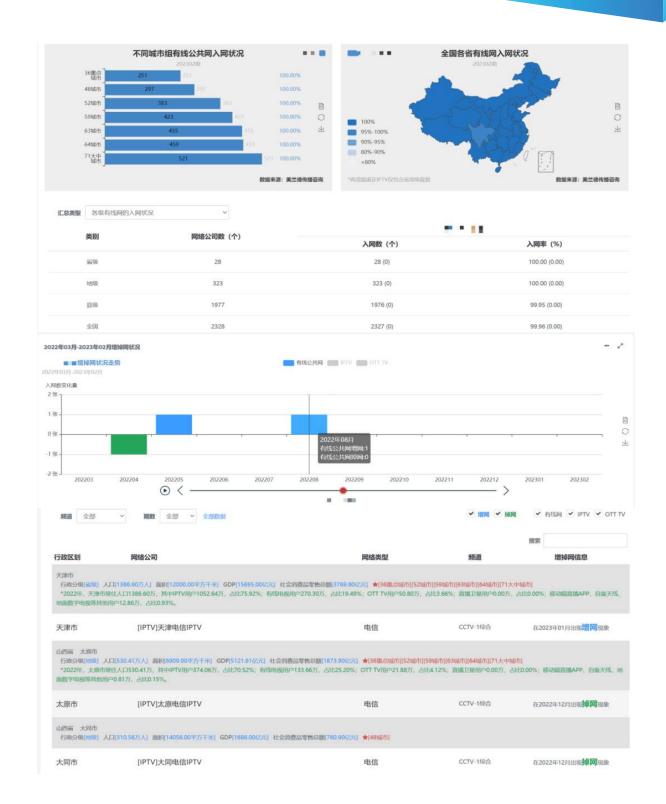




2022年电视覆盖渠道在用用户、常用分布及活跃度					
接收方式	在用用户规模 (万人)	在用用户比例 (%)	常用用户规模 (万人)	常用用户比例 (%)	接收方式活跃度 (%)
IPTV	94187.81	66.81	73127.13	51.87	77.64
有线电视网络	40125.85	28.46	39710.57	28.17	98.97
OTT TV	89906.78	63.77	19073.22	13.53	21.21
直播卫星数字电视	9291.79	6.59	7439.01	5.28	80.06
地面数字电视或无线数字电视	1251.57	0.89	1001.89	0.71	80.05
移动端APP电视直播流	32512.58	23.06	573.47	0.41	1.76
自备卫星接收天线	276.51	0.2	52.58	0.04	19.01
A14	267552		140077		



2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



最后, 金总分享到, 美兰德围绕全 渠道建设和电视覆盖管理构建的"报告 +产品+服务"全方位咨询服务体系, 可全方位支撑覆盖传播全链条价值分 析、挖掘与提升赋能, 助力打造传播渠 道生态, 实现网络连接、达成用户触达、

构建新互动关系。

金总表示, 媒体深度融合催化下的 市场传播环境日益多元立体多维,电视 媒体大屏渠道传播已经从简单的追逐流 量逐渐向提升用户触达与实现用户互动 转变。构建新的大屏覆盖融合传播体系,

实现对各渠道网络的网格化连接, 有助 于媒体强化用户触达,实践并驾驭各种 渠道产品和自身资源的结合, 形成渠道 融媒体产品, 进而实现与用户构建新型 互动关系与消费关系。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

美兰德 2023 春学行动首期课程 激发行业探讨新思潮

2023年3月22日-23日,由中广 联合会广播电视产业发展委员会指导. 美兰德传播咨询主办的"共建面向未来的 发展新引擎——融合传播时代全渠道建 设与管理创新高级研修班"在厦门顺利结 课。课程集结行业主管部门相关领导、 视频大屏传播和渠道运营顶尖专家,以 及总台、各大省级广电等三十余家广电 媒体机构的同仁, 现场探讨大屏渠道业 态创新与价值重构, 共建融合传播时代 全渠道建设与创新管理新引擎!

观融合变迁大潮, 寻媒体融合之道, 共建未来。分享最具洞察力的锋锐观点, 展现最具前瞻意识的思潮碰撞, 是美兰 德 2023 春学行动首期"共建面向未来的 发展新引擎——融合传播时代全渠道建 设与管理创新高级研修班"的华彩乐章, 活动期间,这篇乐章激起了行业的强烈 回响!

精彩的课程结束后, 美兰德在首期 研修班课程分享和研讨环节与大家共同 提出的剑指大屏全渠道建设未来发展方 向和新动力的十大问题, 也激发了全行 业同仁的讨论热潮! 因此在首期春学行 动课程回访环节,美兰德又陆续收到了 学员嘉宾们的精彩分享和反馈!

春学回响 新思潮、新碰撞



中广影视卫星有限责任公司频道版权运营中心主任 邱元晔

随着移动互联网的不断发展,未来电视传播渠道一定会呈 现更加多元化、融合化的特点。多元化不仅体现在传播渠道主 要由大屏传播向大中小屏多元传播转变, 也体现在主要由广电 行业自身渠道传播向广电、互联网企业、电视机厂商等多元渠 道传播转变。融合化体现在传播渠道主要由一种或几种渠道分 别传播, 向多种渠道融合接续传播转变。因不同传播渠道用户 数量持续变化,覆盖落地模式也会产生相应的变革。"忽如一夜 春风来、千树万树梨花开",有线电视、IPTV、OTT TV、智能 软终端这些渠道共同组成了传播矩阵,未来一定会从相加造到相 融", 其聚合优势和强大的融合传播实力更会成为融合发展的核 心竞争力。



辽宁广播电视集团(台)卫星频道传播覆盖部主任 唐军

媒体深融发展, 视听消费场景和发展格局发生巨大变化, 虽然小屏不断分流用户注意力, 但是合家欢、重大题材和优秀 传统文化等仍为大屏消费主场景。未来电视媒体更需要坚持党 媒属性,发挥政治和文化传播优势,贯彻"未来电视"发展战略, 推进电视覆盖全渠道发展。感谢美兰德搭建的学习、交流平台, 希望我们覆盖从业者能够不断学习,创新覆盖管理新路径。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



河南广播电视台卫星频道副总监 张谛

媒体融合发展进入深水区和关键期,由小融合、浅融合走 向大融合、深融合。新时代, 电视媒体致力于传播优秀传统文 化,河南卫视文化类节目、中国节日系列节目大放异彩,电视 覆盖管理工作作为节目传播的重要保障,面临新任务、新使命, 需要为节目的融合传播打通传播媒介,还需要深耕流量运营, 实现优质内容的价值转化,同时内容变现也需要反哺渠道,实 现内容和渠道的双向良性循环。



福建省广播影视集团卫视中心落地办主任 陈玉瑜

全媒体新时代, 随着电视渠道持续分化, 未来渠道格局将 越来越趋于多元化, 电视传播通路运营与管理面临创新性变革。 多屏界限逐渐消失和交融,形成覆盖渠道新媒体化、新媒体传 播渠道化的全渠道传播新格局。随着媒体深融的加速推进,每 一位电视覆盖人必须与时俱进, 及时转变观念, 首先从关注传 统的覆盖人口转变到以用户为中心, 以流量思维来面对和电视 渠道通路问题。其次顺应潮流和趋势,深耕与布局 OTT TV 和 移动端 APP 电视直播。再次,电视媒体全渠道建设需要专业的 数据监测与服务来助力。美兰德覆盖调研将数据赋能渠道管理, 是覆盖工作管理和建设的重要保障。



内蒙古广播电视台卫视落地办主任 陈龙

媒体深度融合背景下, 传统的节目信号落地仅仅是电视覆 盖管理工作的一环, 用户流量运营才是内核。可通过建立卫视 频道自有新媒体平台(奔腾 OA)与其他平台合作,利用独特内 容资源引流相关用户形成自己的用户流量池,并需要在后期进 一步通过独家节目内容推荐、内容评论、内容转发等互动措施 深度锁定用户, 实现用户价值最大化, 完成私域流量的转化和 价值变现。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



天津广播电视台卫视节目覆盖办主任 李欧

当前的覆盖落地形势严峻,资金短缺是台网共同面对的问 题,落地费卫视付不出去、网络公司收不上来,已经成为当前 不可回避的现实矛盾。为了维持现有覆盖规模和品牌影响力, 许多卫视的落地资金依赖财政拨款,每年的财政专项资金呈现 下降态势。如何弱化台网矛盾,加强台网合作、联动?如何加 强网络与用户粘性,减少用户流失?如何发挥自身优势,减少 新媒体、移动端对我们产生的冲击? 一系列棘手问题等待我们 传统媒体人去探索、去解决! 融媒体既是新媒体与传统媒体的 融合, 也是传统理念与新思维的融合。有"融"乃大, 合作共赢。 网络与卫视有责任与义务共同维护好覆盖落地良好的生态平衡。



湖北省广播电视总台卫视频道覆盖办公室主任 许培忠

随着媒体融合进程逐渐深入, 电视覆盖管理工作面临更多 的困难和挑战。除传统的落地工作外, 我们也积极转变思维, 依托长江经济带推进媒体产业化转型升级。从内容输出转向内 容与服务输出,从电视宣推转向全媒体宣推,从大屏覆盖转向 全渠道覆盖。保障频道的基础覆盖与落地情况, 同时进一步推 动节目内容的全渠道推广与服务, 提升总体收视转化和频道影 响力。此外, 利用台内资源转化产业经营, 也可以赢得更多的 覆盖落地资源。



四川广播电视台卫视中心落地覆盖部主任 陈倩

融媒体背景下,落地覆盖如何多层次、立体化将电视媒体 与微博、微信、移动客户端、视频网站和网络社区等新媒体平 台进行充分整合。覆盖管理工作将被赋予更多内容和角色。感 谢美兰德为业界同仁们提供的学习、交流和研讨平台、立体多 元的沟通, 让我们能够互相学习、持续沟通、共同成长、共同 探索未来发展的动力! 也希望在这样的大平台下, 与四川广电 集团还有四川观察等新媒体、融媒体平台资源达成更多的合作。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



广东广播电视台覆盖落地部副主任 杨波

感谢美兰德为我们提供这个平台,本次高级研修班课程非 常生动地为我们提供了未来发展需要的新洞察与新方向。覆盖 管理工作如何进行破局,需要思维转换与更多的资源支撑。一 方面我们需要向头部卫视看齐, 借鉴先进的实践经验, 转变覆 盖管理的新思维和新方向,探索出一条适合我们自身发展的全 新道路。另一方面,还需积极争取相关的财政支持,进一步巩 固现有的覆盖规模。



山东教育卫视落地业务负责人 臧志强

在 IPTV、OTT TV 等互联网电视的冲击下,有线电视用户 持续下滑。而"未来电视"发展战略布局,为有线电视提供了新 的出路。"未来电视"通过 AI、算法等智能化手段,从面向用户 的选择服务转变为直接面对用户的主动推荐服务, 尊重用户主 观选择和视听体验, 在渠道竞争中充分发挥有线电视的竞争力。 此外,"未来电视"还可以持续以新技术、新产业、新业态、新 模式推动有线的升级转型,进而实现可持续发展。



广东广播电视台嘉佳卡通频道副总监 罗勤辉

在媒体深度融合的大环境下, 嘉佳卡通卫视采用"有线 +IPTV"的多渠道覆盖落地策略,在有线电视网络和互联网网络 内攻城略地。由于有线电视覆盖落地费用占频道较大的成本, 嘉佳卡通衡量覆盖投入产出,根据各地经济、人口情况灵活调 整优化覆盖落地策略,将资源投向儿童群体更多、消费市场更 活跃的区域。此外,嘉佳卡通频道深挖内部资源,以优质少儿 动画超级 IP 为核心, 围绕嘉佳卡通卫视亲子家庭娱乐这一定位, 培育并打造涵盖动画电影产业链、儿童教育产业链、母婴电商 产业链的嘉佳产业生态圈,探索广电媒体在全媒体下的经营道 路。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



广西广播电视台技术播控中心覆盖办 戚立峰

感谢美兰德组织主办的 2023 春学行动之"融合传播时代全 渠道建设与管理创新高级研修班",广电产业的业界同仁和覆盖 从业者齐聚于此,进行了深入的实践分享和研学交流,共同探 索面向未来的发展新引擎, 也希望美兰德系列高级研修班越办 越好、常办常新!未来,电视覆盖管理工作更需要自上而下的 战略布局、精准全面的运营思维、专业细化的数据支撑,覆盖 管理工作边界逐渐模糊, 走向全渠道覆盖运营、全产业运营发展。

美兰德 2023 春学行动首期课程引发行业热烈反响

2023年3月22日-23日,由中广 联合会广播电视产业发展委员会指导, 美兰德传播咨询主办的"共建面向未来的 发展新引擎——融合传播时代全渠道建 设与管理创新高级研修班"在厦门顺利结 课。课程集结行业主管部门相关领导、 视频大屏传播和渠道运营顶尖专家, 以 及总台、各大省级广电等三十余家广电 媒体机构的同仁, 现场探讨大屏渠道业 态创新与价值重构, 共建融合传播时代 全渠道建设与创新管理新引擎!

观融合变迁大潮, 寻媒体融合之道, 共建未来。分享最具洞察力的锋锐观点, 展现最具前瞻意识的思潮碰撞, 是美兰 德 2023 春学行动首期"共建面向未来的 发展新引擎——融合传播时代全渠道建 设与管理创新高级研修班"的华彩乐章, 活动期间,这篇乐章激起了行业的强烈 回响!

精彩的课程结束后,美兰德在首期 研修班课程分享和研讨环节与大家共同 提出的剑指大屏全渠道建设未来发展方 向和新动力的十大问题,也激发了全行 业同仁的讨论热潮! 因此在首期春学行 动课程回访环节,美兰德又陆续收到了 学员嘉宾们的精彩分享和反馈!

春学回响 新思潮、新碰撞



宁夏广电传媒集团、中国广电宁夏网络有限公司 党委委员、副 总经理 仝华

在"三网融合"背景下,传统广电企业积极转型升级,迎来 了良好的发展机遇,尤其近几年来,广电行业重点加强在数字 领域的拓展, 通过产品, 内容、市场等领域的创新实现新的增 长点。作为文化、媒体、信息和科技融合的平台型企业,中国 广电宁夏公司紧紧依靠宣传思想文化系统, 充分发挥广电 5G 网络覆盖和媒体领域生态资源的独特优势, 以媒体融合为纽带 和驱动,强化"内容为王、品质至上",着力打造广电5GNR广播, 建设广电 5G 应用平台,探索发展 5G 频道,提供有保障、有 特色的 5G 政用、民用、工业用、商用相结合的特色服务,构 建"科技+文化+媒体+通信"融合发展新范式,培育广电5G 差异化竞争优势,形成高质量经营发展格局。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



中国教育电视台覆盖办主任 李文英

全媒体时代, 电视覆盖传播渠道持续分化, 节目内容从卫 星电视信号传输向云端视频分发转变。随着 IPTV、OTT、移动 端 APP 电视直播流等传播渠道的扩散和普及,广电媒体的覆盖 渠道愈来愈多元化、互联网化,大小屏融合的传播形态也逐渐 成熟。中国教育台也需要立足智能大屏终端,兼具移动小屏生态, 贴合当前视频化、社交化与智能化的传播趋势,为观众提供更 加个性化、定制化的教育资讯内容与教育产业相关服务。



陕西广电融媒体集团卫星电视中心主编 丰子恒

当前,卫视频道发展面临日益复杂的竞争环境。卫视频道 一方面需要优化精耕,持续稳定覆盖规模保存量,提升内容传 播变现的性价比、投入产出比。另一方面, 卫视频道应积极尝 试新媒体内容形态转型, 陕西广电融媒体集团不断尝试线下活 动引流, 以及全媒体传播途径的持续探索, 像丝路万里行全媒 体活动等等做出了有益尝试。同时近期还自主建立了漫漫逛电 商平台, 寻求广电融媒体产业化发展新模式。未来也希望大家 共同寻求更多交流合作, 抱团发展、互惠共赢。



宁夏广播电视台卫视中心副主任 顾建

目前,电视覆盖用户集中在重点渠道,同时多元化趋势更 加明显。一方面表现为渠道用户比例两极化,IPTV、有线电视 网络、OTT TV 三者共占据九成以上的市场份额;另一方面表 现为以 IPTV、OTT TV 和移动端 APP 电视直播流为代表的新兴 渠道具备更佳的市场竞争力和市场发展前景。对于不同覆盖级 别的卫视频道而言, 电视覆盖管理及经营的策略亦有所不同, 对于宁夏卫视而言应更加优化资源配置, 更需要以相关数据为 依托, 注重精细化管理。



北京流金岁月传媒科技股份有限公司副总兼北京云视互动文化 传播有限公司总经理 许大兴

电视频道覆盖业务已走过了25年的历程,覆盖25年来的 初心未变, 阵地依然。传播方式的变化, 倒逼我们, 不断转变 覆盖业务拓展的方向和方式。覆盖同行人在一路探索中不断前 行,且行且努力!美兰德公司不断引领我们迭代覆盖价值评判 标准,深究大屏传播属性,给行业持续赋能。从渠道维护到用 户运营, 从用户到达率到多渠道流量互通, 应该是覆盖的未来 和方向。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



江苏广播电视总台卫视覆盖部主任 戴晓俊

媒体深融深改不断推进,整个广电行业处在经营转型升级 的关键时期, 在全产业的经营困境下, 电视覆盖也将面临诸多 新问题和新挑战,全行业需要以开放姿态促成沟通、交流与合作。 作为主流媒体需要以全行业共同发展为切入点, 打造"开放共赢" 的合作机制。在内容、渠道、运营等方面加强合作,通过整合 大小屏传播渠道、打破行业壁垒、开放版权资源、联合内容制 播等方式, 促进优质内容在全渠道的有效传播, 形成互利共赢 的良性产业合作模式。



安徽广播电视台卫视覆盖部主任 荣辉

九十年代中后期全国各省级电视台纷纷上星, 卫视落地覆 盖行业随之孕育而生。因受早期有线电视网络模拟传输带宽有 限的影响, 各家卫视台为抢占有限的频道资源使尽浑身解数, 真可谓"走遍千山万水、想尽千方百计、说尽千言万语、吃尽千 辛万苦"。随着有线电视网络模转数、标清转高清、直播卫星、 IPTV、OTT、视频移动端等新型传播渠道的出现与发展,电视 覆盖传播的竞争形态从传播渠道、传播终端、传播界面也不断 的进化再造与价值升级。传统媒体克服目前覆盖所面临的困难 与挑战, 顺应时代潮流找到定位并不断拓展性的开展工作将成 为我们今后工作的重点方向。



贵州卫视(贵州天马传媒有限公司)覆盖运营拓展中心高级总 监 李宏峰

传统电视的平均开机率自 2019 年跌破 30% 后持续走低, 如何在频道开机画面、首页推荐、广告导流和专区开发上做拓 展和延伸, 可以结合各省区实际情况甚至各网络公司所辖社区 开发特色功能, 比如开发植入学生在线课堂(网课接口)、城 市服务(便民服务、家政、政务、出行等)、生活服务(生活 缴费、社区服务等)的入口,增强用户的交互性和用户粘性, 从而提高开机率、使用率增强用户粘性,从而进行广告导流增 强广告价值实现创收。



海南广播电视台卫视落地办副主任 贾佳

在当前渠道分化发展背景下, 各电视媒体应紧跟时代变革 的步伐, 从自身实际情况出发, 不断尝试、探索新的电视覆盖 管理方式、方法, 利用有限的人、财、物资源进行针对性的全 渠道建设,实现投入产出比最大化。一方面建立一套有效的覆 盖管理与决策体系, 以及投入产出效果评估体系, 合理配置有 限的资源,在决策、资金投入、效果转化的闭环中实现价值最 大化;另一方面,同步跟进自然覆盖区域和其他渠道的情况, 争取最大范围的全渠道覆盖。

【精彩观点集锦/Opinions

融合与传播

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

近年来随着媒体生态变革, 传输通 道丰富和终端接收多元化的媒体融合时 代来临, 电视覆盖管理工作确实面临诸 多困难和掣肘。其中,除"硬件"资源(人、 财、物) 匮乏外, 电视覆盖如何实现"入 网 - 入位 - 入户 - 入目 - 入心"的价值传 递, 亦为覆盖管理工作带来极大挑战。 重庆卫视还需顺应时代和行业发展趋势,

整合台网资源、拓宽覆盖渠道、优化覆 盖结构、提高覆盖质量、增强覆盖价值, 在有限的资源里,争取传播效益最大化。

依托行业大数据产业查漏补缺,放 大优势补足短板、既要全面也要精准。 再以位序优化、精准引流、强化记忆等 有效抓手扩大覆盖工作成果, 实现价值 转换。依托全国一网与 5G 发展, 推动大

小屏联动, 实现媒体深度融合, 增强用 户互动性, 培养收视习惯和忠诚度。不 断提升有线网络的承载能力和内容支撑 能力, 简化卫视频道有线电视网络入网, 优化用户体验感, 让用户找得到、记得住、 留得下"。



天津广播电视台卫视节目覆盖办主任 李欧

作为一个老牌卫视, 经过多年的渠 道深耕, 电视覆盖基本形成了以 IPTV 与 有线双渠道为主, OTT 与直播卫星为辅 的复合传播用户结构。媒体融合纵深发 展, IPTV 由增量转向存量运营, 有线加 快全国-网整合与 5G -体化发展, 部分 有线进行 OTT 化探索, 此外 OTT 和移 动端 APP 电视直播作为重要、热门补充 渠道用户规模持续增长。从电视覆盖全 渠道发展趋势来看, 各渠道的 OTT 化、 移动化、新媒体化的程度会逐步加深, 江西卫视覆盖管理工作亦需因时而动, 随时做好应用新技术新方式运营来管理 电视大屏流量,从而实现提质增效到全 域覆盖的转型升级, 为构建江西卫视全 域传播的"全渠道基建"做好准备。

覆盖部门应做好渠道管控。把控覆 盖预算与覆盖量级、收视和创收的匹配

与平衡, 核算投入产出比, 根据回报适 时调整覆盖策略。覆盖部门应做好数据 管控。美兰德为江西卫视覆盖和渠道建 设提供了有效的数据和研究分析支持, 及时、高效、精准的数据服务, 我们能 及时、准确、多维度掌握渠道变化, 快 速做出科学调整和动态优化。



天津广播电视台卫视节目覆盖办主任 李欧

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



浙江广播电视集团卫视节目覆盖办副主任 李霞

在媒体融合不断向"深水区"挺进的今天, 电视覆盖的工作 重心正从传统的有线电视信号传输覆盖,逐渐过渡到有线电视 /IPTV/OTT 等多渠道传播、版权节目内容运营维护,以及大数 据支持下的受众画像分析变现等多层次、立体化的融合覆盖。 如何更好地整合资源, 打造电视覆盖行业新生态? 如何通过全 方位的融合覆盖, 实现传统文化与现代文明更有效的传播触达? 对于电视覆盖工作而言,任重且道远。梦想的征途正召唤着覆 盖人再启新程。相信媒体融合的春天,终将回馈每一位勇敢走 过冬天的广电坚守者。



甘肃省广播电视总台经营管理中心落地办负责人 王少云

媒体深度融合已步入快车道,大小屏共振是时代发展趋势, 由于广播电视的公共属性与权威性,是小屏不可替代的。自媒 体时代各种信息鱼龙混杂,容易混淆视听,在新时代做好广播 电视覆盖工作突现重要, 是充分发挥党媒的权威性与准确性的 保证, 扩大覆盖区域就会把党和政府的声音传播的更远更多。"学 在春天里、嬴在新融合",创新落地覆盖工作新思路,为新时代 中国特色社会主义现代化发展呐喊助威。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

2023 第二届广播电视传媒广告产业发展经验分享大会 在福建泉州举行

2023 第二届广播电视传媒广告产业 发展经验分享大会 3 月 23 至 24 日在福 建泉州举行, 此次大会由中国广播电视 社会组织联合会指导,中广联合会广播 电视产业发展委员会、福建省广播影视 集团、匹克(中国)有限公司共同主办。 以"科技创新品牌强国"为主题,来自全 国百家广电媒体和企业代表约 230 人参 加会议。国家广播电视总局传媒机构管 理司副司长曾世峰、中国广播电视社会

组织联合会副会长陶世明、福建省广播 影视集团党组书记、董事长曾祥辉、匹 克(中国)有限公司董事长许景南出席 活动并发表重要讲话。



国家广播电视总局传媒机构管理司副司长 曾世峰



中国广播电视社会组织联合会副会长 陶世明



福建省广播影视集团党组书记、董事长 曾祥辉



匹克(中国)有限公司董事长 许景南

新时代,对于中国媒体来说,随着 技术的变革和升级, 广电传媒行业营销 方式及广告经营方式都发生了改变,如 何发挥广电传媒行业竞争力, 在营销模 式上如何互相借鉴、如何更加了解品牌 需求及品牌创新趋势是此次大会的核心

内容。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



美兰德传播咨询作为第三方融合传 播与融合营销领域咨询机构, 受邀参与 此次活动,活动现场,美兰德传播咨询 董事总经理崔燕振发表《海上明月共潮 生——融合传播洞察与融合营销创新》 主题演讲, 为媒体机构、品牌企业提供 最新市场与行业发展新模式、新场景与

新趋势洞察。

崔总分享到, 从 2021 年 4 月 25 日 国家互联网信息办公室发布《数字中国 发展报告(2020年)》,提出"十四五" 时期推动数字中国建设的努力方向和工 作重点, 到 2023年2月27日中共中央、 国务院印发《数字中国建设整体布局规

划》,数字中国建设已上升到国家战略 层面。数字经济战略推动下线上文娱与 品牌融合营销时代全面到来, 传媒产品、 传媒需求、传媒产品市场结构全面迭代 更新。



崔总提到, 从目前各大类型媒体的 传播规模 (曝光与流量)、公信力(品 质与信任)、效用(活力与粘性)来看,

目前媒体与品牌的全域营销图谱呈现大 屏端"大众传播与引导撬动"、移动端"圈 层营销与垂类引爆"、线下媒体"迅速刷

脸与场景赋能"三大主流业态共存、共融、 共生的形态。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com



崔总认为,营销传播的本质是建构 **认知、重构想象、引导消费。**目前品牌 营销管理已实现从传播点、营销点到接 触点的全面升级, 品牌融合营销与品牌 价值建设双核驱动已成为企业营销主基 调。

同时, 崔总分享了美兰德公司依托 深耕行业 20 多年咨询服务经验提出的美 兰德营销传播 3S 模型, 即品牌可从 SOV (Share of Voice) 规模与声量效果维度、 SOM (Share of Mind) 受众心智占领维 度、SOM (Share of Market) 流量互动 / 购买行为维度对品牌营销战略与营销传 播策略进行分析思考。



崔总提到, 媒体融合历经十年变革 已迈入全媒体纵深加速阶段, 融媒时代 的技术更迭打通了融合传播与营销的底 层逻辑, 用户行为场景的演变也在同步 拓展媒体产业边界。目前广电媒体纷纷 布局 MCN 价值激活、内容消费链路、全 域用户服务,逐步实现多元化经营。

品牌市场多元品类正在崛起,产业 运营迎来新机遇。如白酒借力融合营销, 建立品牌的文化厚度与文化张力; 茶饮 品牌携手视频融合营销,推动品类向"潮" 演进、场景向"新"出发;融合营销助力汽 车品牌从功能性传达向价值性营销进阶; 融合营销推动高端奶饮功能具象化阐述、

品牌价值的区隔化建构。

此外, 崔总还分享了闽商品牌融合 营销创新洞察,对国内闽商品牌整体分 布情况,对闽商服装类品牌、食品类、 茶叶类品牌影响力与营销案例进行深入 分析和解读。

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

第十届中国网络视听大会在成都举办



2023年3月27日-4月2日,由 国家广播电视总局和四川省人民政府主 办,中国网络视听节目服务协会、成都 市人民政府承办的第十届中国网络视听 大会在成都举办。据了解,本届视听大 会将有2000多家业界机构、500多位 行业代表、近万位嘉宾深度参与。

依照惯例, 3月29日, 由中国网络 视听节目服务协会主办、未来电视承办 的《中国网络视听发展研究报告 (2023)》 发布会重磅召开! 中国互联网络信息中 心党委副书记魏正新出席发布会并致辞, 中国网络视听节目服务协会副秘书长周 结对《报告》内容进行了详细的解读。

发布会圆桌对话环节, 美兰德传播 咨询崔总受邀与两比特科技 CEO& 云 合数据创始人李雪琳、勾正科技董事长 &CEO 喻亮星共同分享网络视听消费新 趋势和用户行为新洞察。



图为发布会圆桌论坛美兰德传播咨询董事总经理 崔燕振先生做现场交流分享

2023年/第04期/总第196期 www.cmmrmedia.com

圆桌对话环节, 主持人提到从最新 发布的《中国网络视听发展研究报告 (2023)》中短视频用户规模、市场规模 来看,短视频都已经成为互联网的底层 应用。那么从数据角度来看,短视频如 何深度影响用户的各种内容消费习惯? 短视频在 2023 年还会如前几年一样保持 稳定增长吗?新的增长点可能在哪里?

对此, 崔总分享到, 想要读懂短视 频的传播逻辑和市场特征以及其如何深 度影响用户的各种内容消费习惯,有两 个基础背景需要了解。一是从市场发展 底层逻辑来看,移动互联网时代的到来, 本身就催生了视频移动化、场景化、伴 随化、碎片化的传播趋势, 短视频具有 的易操作性、表达直观、传播节奏快等 特点使其成为当下最流行的表达形态和 视频样态。

二是从消费规律和用户逻辑来看. 用户对短视频的消费从有趣有颜向有料 有用有品开始转变。如近年来西南地区 热点短视频出圈的频率越来越高, 近期 刷遍全网的贵州"村 BA", 既有短视频场 景化、传播节奏快等特征,又有趣味性、 识别性、参与性, 崔总将其总结为乡村 音乐、乡村体育和乡村振兴的贵州样本。

此外, 美兰德最新调研数据显示每 周接触短视频在3天及以上的重度短视 频用户达86.7%,由此可以看到当前短 视频之所以成为国民级的文娱方式, 其 不仅体现在广泛的接触上, 也体现在强 大的黏性上。

崔总表示, 在当今互联网大数据和 人工智能形成的泛视频、泛音频的消费 环境当中, 短视频的火爆就像媒介表达 和文学艺术一样, 易成为热潮但缺乏精 品留存。就如四川吸引了李白、杜甫等 千古诗人留下大量名篇, 既有《蜀道难》 这样的长篇诗作,又有"床前明月光"这样 的精悍短诗。我们可以发挥短视频的轻 快化、便捷性、趣味性优势,将其看作 很好的传播点和入口。

同时, 崔总认为, 短视频已经进入 国民性消费的全面爆发期, 成为便捷化 的全民性文化快餐,同时随着近年来监 管力度的不断加大、大众审美及受众对 正能量内容诉求的不断提升, 以及短视 频内容质量的不断提高, 短视频内容正 从"有趣"逐渐向"有用"转变,短视频增长 点或许更多在于从 UGC 创作向 PGC 精 品化转型,从有趣有颜的大众化娱乐, 向有料、有用、有品的精品化内容转变, 这或许是未来短视频的发展趋势和方向。

主持人提到, 近两年网络视听领域 出现了一个新的内容品类——微短剧, 发展势头十分迅猛。无论从内容上线量 还是观看量都很大, 引起了行业的高度 关注。各平台也陆续推出各种分账规则、 扶持计划, 显然都想在这个新赛道赢得 先机。微短剧现在处于什么样的发展阶 段? 现在的主要问题是什么?

对此, 崔总分享到, 微短剧发展已 成规模, 电视剧市场正以"轻量"撬动新 增量。微短剧起步时间短但发展迅速,

2022 年国家广播电视总局官方备案的微 短剧有3348部,从文学性、艺术性、 观赏性发展维度来看,微短剧的创意空 间和创作增量很可观。

不管是短视频还是微短剧, 背后都 是移动互联网时代的大视频、泛视频背 景下形成的微传播、快传播、轻传播、 浅传播趋势在起推动作用。当下用户的 视频消费形态, 经历了从看电视、追剧, 到刷剧、刷视频的转变过程。崔总表示, 看是深度阅读、深度接受、深度解析, 刷是典型的浅传播、快传播、微传播。 理解了"看"和"刷",或许就能真正理解今 天视频消费逻辑的改变。

从当下的社会环境、文化趋势及市 场环境看,正向价值观、正能量、正向 表达的微正剧将成为一个趋势。2023年 我们将迎来如全面贯彻落实党的二十大 精神、改革开放 45 周年等一系列主题主 线的重要时间节点,将会催生大量优质 的、强化时代表达的微正剧出圈,一些 科普向、人物向、故事向"微正剧"或将成 为主旋律内容市场的重要新生力量。

在最后的行业关键词分享中, 崔总 认为"进化"是当下行业发展的关键词, 在从传统视频消费向大视频、泛视频消 费生态的转变中, 行业每个人都在融合、 进化与迭代的潮流中努力前进。





官方微信公众号



蓝鹰数据小程序



官方微博

融合传播与融合营销领先咨询品牌

脱胎于国家统计局,28载深耕中国传媒与受众市场 首批甲类涉外调查许可单位,世界银行官方认可调查服务提供商 国家高新技术企业,二十余项软件著作权