高质量发展视角下的广电媒体经营创新

李泽翔
中央广播电视总台　北京市　100000

【摘　要】在高质量发展理念的指引下，广电媒体正面临经营模式的深刻变革。传统广电媒体在新技术、新消费习惯及市场环境变化的冲击下，需要不断优化资源配置，创新盈利模式，以实现可持续发展。本文从高质量发展的角度，探讨广电媒体如何通过数字化转型、内容创新、跨界融合及智能化运营等手段提升市场竞争力。研究认为，广电媒体应充分利用新兴技术，如人工智能、大数据、云计算等，提升内容生产效率与精准营销能力，同时构建多元化盈利模式，以适应新时代的传媒生态。本文旨在为广电媒体的经营创新提供理论支持和实践指导，助力行业实现高质量发展。

【关键词】高质量发展；广电媒体；经营创新；数字化转型；智能化运营

Radio media management innovation from the perspective of high-quality development

Li Zexiang
China Media Group Beijing　100000

【Abstract】Under the guidance of the concept of high-quality development，broadcasting media is facing profound changes in its business model.Under the impact of new technologies，new consumption habits and market environment changes，traditional radio and television media need to constantly optimize the allocation of resources and innovate profit models to achieve sustainable development.From the perspective of high-quality development，this paper discusses how radio and television media can enhance their market competitiveness by means of digital transformation，content innovation，cross-border integration and intelligent operation.According to the research，radio and television media should make full use of emerging technologies，such as artificial intelligence，big data，cloud computing，etc.，to improve content production efficiency and precision marketing capabilities，and build diversified profit models to adapt to the media ecology in the new era.This paper aims to provide theoretical support and practical guidance for the business innovation of radio and television media，and help the industry to achieve high-quality development.

【Key words】high-quality development；radio and television media；business innovation；digital transformation；intelligent operation

引言：

随着数字经济的快速发展，广电媒体行业的经营环境发生了深刻变化。传统单一的广告收益模式受到新媒体平台冲击，在此背景下，本文从高质量发展的视角出发，探讨广电媒体如何通过技术赋能、内容优化和经营模式创新，实现可持续增长。研究认为，数字化转型、智能化运营和跨界融合是广电媒体经营创新的核心路径。通过对现有行业案例的分析，总结广电媒体在经营创新方面的成功经验和挑战，为行业未来发展提供可行性建议。

一、高质量发展与广电媒体经营创新的关系

1.1 高质量发展的内涵与要求

高质量发展是我国新时代经济社会发展的核心要求，强调创新驱动、协调发展、绿色发展、开放合作和共享共赢。广电媒体作为文化传播的重要载体，在高质量发展背景下，需要摒弃传统粗放型增长模式，转向结构优化、技术升级和内容精细化的经营方式。具体而言，高质量发展要求广电媒体提升内容生产的创新能力，推动产业链的深度融合，增强市场竞争力，并注重可持续性，以适应数字经济时代的需求。广电行业的高质量发展不仅体现在技术革新和盈利模式的拓展上，更要求其在社会价值方面发挥更大作用，强化主流价值观传播，推动行业整体向智能化、数字化、全球化方向发展。

1.2 广电媒体经营模式的演变与挑战

广电媒体的经营模式经历了从单一的广告盈利到多元化发展的演变过程。20 世纪末，广电媒体主要依赖广告收入，形成“内容吸引观众—观众带来广告—广告创造收益”的传统盈利模式。然而，随着新媒体的崛起，观众获取信息的方式趋向多样化，传统广告模式逐步失效，广电行业面临严峻挑战。数据显示，2022 年中国传统电视广告收入同比下降 12.5%，而互联网广告市场规模达 1.2 万亿元，同比增长 9.2%。面对这样的趋势，广电媒体需要探索新的盈利模式，如付费内容、知识付费、社交电商、IP 授权等，以维持其市场竞争力。此外，用户行为的深刻变化也对广电媒体提出挑战，短视频、直播、互动内容等新兴形式逐渐主导市

场，传统广电内容的吸引力正在下降。

二、数字化转型：广电媒体经营创新的重要路径

2.1 数字技术对广电媒体经营的影响

数字技术的快速发展正在重塑广电媒体的经营模式。5G、大数据、人工智能、云计算等新兴技术的应用，使广电媒体的内容生产、分发和盈利方式发生深刻变化。特别是在超高清视频、VR/AR 等领域，广电媒体正在探索新的发展机遇。例如，中央广播电视总台春晚在 2022 年首次采用“8K+AI”技术，提升观众沉浸式体验，并通过智能推送优化内容传播效果。此外，5G 的广泛应用加速了广电媒体向移动端和社交媒体平台的转型，用户可以随时随地获取高质量内容，从而增加了内容的触达率和互动性。

2.2 广电媒体的内容生产与传播数字化升级

内容生产和传播的数字化升级是广电媒体创新的核心。传统内容生产模式往往依赖于线性编辑流程，而在数字化背景下，人工智能、大数据分析等技术被广泛应用，优化内容创作和分发。例如，湖南卫视引入 AI 辅助剪辑技术，提高节目制作效率，同时基于用户数据进行内容定制，提升观众黏性。此外，云计算技术使得广电媒体能够实现跨平台协作，增强内容生产的灵活性，提高运营效率。

2.3 数字化赋能广电媒体的精准营销与用户增长

数字化技术为广电媒体带来了精准营销的新机遇。通过大数据分析，广电媒体可以精准定位用户兴趣，提高广告投放的转化率。例如，腾讯视频依托大数据系统，对用户观看习惯进行分析，实现千人千面的内容推荐，提高付费用户转化率。传统广播电视广告收入下降，新媒体广告收入 3 持续增长。全国广告收入 3342.32 亿元，同比增长 8.54%。其中，广播广告收入 73.72 亿元，同比下降 28.09%；电视广告收入 553.23 亿元，同比下降 19.11%；广播电视和网络视听机构通过互联网取得的新媒体广告收入 2407.39 亿元，同比增长 20.28%；广播电视和网络视听机构通过楼宇广告、户外广告等取得的其他广告收入 307.98 亿元，同比增长 5.65%，数据详见表 1。

表1　2023年中国主要广电平台广告收入情况）

广告类型	广告收入（亿元）	同比增长（%）
全国广告收入	3342.32	8.54
广播广告收入	73.72	–28.09
电视广告收入	553.23	–19.11
新媒体广告收入	2407.39	20.28
其他广告收入（楼宇、户外等）	307.98	5.65

三、内容创新：提升广电媒体竞争力的关键

3.1 以用户需求为导向的内容生产策略

随着用户需求变化，广电媒体需调整内容策略，提高吸引力和市场竞争力。短视频、直播和互动内容的兴起改变了用户消费习惯，使传统单向传播模式逐渐失去优势。广电媒体正通过大数据分析用户偏好，优化内容生产。例如，哔哩哔哩通过 UP 主生态系统打造符合年轻用户喜好的内容，提升观看时长并增强社群氛围。同时，广电媒体尝试内容共创模式，提高用户互动体验。湖南卫视的《这！就是街舞》通过社交平台增强观众参与感，用户可通过弹幕和投票影响节目进程，提高忠诚度和互动活跃度。这些创新策略不仅优化内容供给，也提升了广电媒体的市场竞争力。

3.2 多平台融合与互动内容创新

广电媒体的传播模式正由单一渠道向多平台融合发展，借助社交媒体、短视频平台和 OTT 等渠道，实现内容精准分发。面对用户碎片化的信息获取习惯，广电媒体积极进行内容二次传播，扩大影响力。例如，中央广播电视总台新闻在微博、抖音和快手等平台分发新闻内容，并结合短视频、直播和 H5 互动，提高覆盖率。其中，中央广播电视总台新闻在抖音发布的短视频多次突破亿次播放量，成为短视频新闻传播的重要案例。此外，互动节目成为提升用户参与度的关键。湖南卫视的《声生不息》引入实时弹幕和在线投票，使观众能在观看过程中参与讨论和评选，增强用户粘性。这种互动创新模式提高了观看体验，也推动了广电媒体向社交化、互动化方向发展。

3.3 短视频、直播与 IP 开发的商业价值

2022 年，短视频市场规模达 3000 亿元，同比增长 22.3%，如表 2 所示。直播带货、知识付费和广告投放成为主要盈利模式。广电媒体借助短视频和直播传播优势，提升品牌影响力，并拓展商业化路径。例如，快手与中央广播电视总台合作推出短视频内容，策划热点话题，提高广告变现能力，使中央广播电视总台短视频广告收益增长超 35%。IP 开发也成为广电媒体的重要模式，推动影视、文创、旅游等产业联动发展。例如，中央广播电视总台推出的《国家宝藏》系列，通过文创授权、文旅合作、文创产品销售等方式，构建完整商业生态链，提高 IP 商业价值。节目推出后，与国家级博物馆联名合作，相关文创产品销售额突破 1 亿元，带动文化产业发展。短视频、直播与 IP 开发结合，拓宽了广电媒体的商业化路径，提高市场竞争力和可持续增长能力。

表 2　2022 年中国主要短视频直播平台用户增长情况

平台	2021年用户数（亿）	2022年用户数（亿）	增长率
抖音	7.5	8.6	14.7%
快手	5.8	6.7	15.5%
哔哩哔哩	2.3	2.9	26.1%
腾讯视频	1.2	1.5	25.0%

四、跨界融合：广电媒体拓展盈利模式的路径

4.1 产业链延伸与生态化发展

广电媒体的跨界融合不仅局限于内容创新，更涉及产业链的纵深发展。传统的广电媒体依赖于广告和用户付费，而如今，广电企业正在向 IP 开发、文娱产业、文创产品等多个方向延展。例如，江苏广播电视集团依托《最强大脑》等知名综艺 IP，拓展教育培训和在线课程市场，形成“内容+教育”的产业链延伸模式。此外，上海广播电视台则通过旗下东方明珠布局文化产业链，涵盖影视制作、院线运营、电竞赛事等多个领域，实现生态化发展。这种模式不仅增强了广电媒体的盈利能力，也推动了行业的整体升级。

4.2 广电+电商：从广告收益到交易变现

电商模式为广电媒体带来了新的盈利渠道。在传统模式下，广电广告的作用是品牌曝光，而在数字化时代，广电与电商的深度融合使其具备了直接交易的能力。例如，湖南卫视与淘宝直播合作推出“快乐购”，通过直播带货的形式，提升商品转化率。数据显示，2022 年“双十一”期间，湖南卫视电商业务销售额突破 10 亿元，同比增长 40%。此外，浙江卫视的《奔跑吧兄弟》结合电商平台，实现边看边买的互动体验，助力商品销售。广电+电商的融合模式不仅改变了广告投放方式，也进一步提升了广电媒体的商业价值。

4.3 广电+文旅：打造沉浸式文化消费体验

文旅产业的兴起为广电媒体提供了新的发展方向。广电机构通过影视、综艺、纪录片等内容，推动文旅经济的发展。例如，《国家宝藏》与国内多个博物馆联动，推动文旅融合，使相关景区游客增长超过 30%。此外，中央广播电视总台《航拍中国》节目带动多个地区的旅游热潮，其中新疆喀纳斯景区因节目的曝光，游客量同比增长 25%。广电+文旅的融合不仅为媒体提供了新的商业模式，还助推了地方经济的发展。

五、智能化运营：广电媒体提升效能的驱动力

5.1 人工智能在内容创作与分发中的应用

人工智能技术正在广电媒体内容创作和分发环节发挥重要作用。AI 可以自动剪辑视频、智能推荐新闻、优化字幕翻译等，提高内容生产效率。例如，腾讯云的“智能剪辑”系统已经应用于中央广播电视总台新闻，提高短视频制作效率 50%以上。此外，AI 还可以进行自动化内容分发，如哔哩哔哩采用 AI 算法，根据用户兴趣精准推送内容，从而提升用户留存率和观看时长。

5.2 大数据驱动个性化推荐与精准广告投放

大数据技术帮助广电媒体实现个性化推荐和精准营销。通过用户数据分析，广电平台可以精准预测用户兴趣，优化内容推荐策略。例如，爱奇艺的个性化推荐系统，使用户视频点击率提升 15%，同时提高了会员订阅率。此外，大数据在广告投放方面也有重要作用，湖南卫视基于大数据分析优化广告投放策略，使广告转化率提升 20%。精准广告投放不仅提高了广告收益，也提升了用户体验。

5.3 智能化管理提升广电媒体运营效率

广电媒体的运营管理正加速向智能化发展，利用人工智能、大数据和云计算优化资源配置，提高运营效率。广电机构通过智能化系统，实现节目生产、调度和数据分析的精准管理。例如，中央广播电视总台采用智能云端管理系统，覆盖节目制作、播出调度和观众数据分析等多个环节，使内容生产成本降低 30%，同时提高节目排播的灵活性和精准度。此外，AI 技术在广电行业的智能客服和内容审核中得到广泛应用，如智能语音识别系统能够实时分析用户咨询，提高客户服务响应速度，而智能审核技术能够精准检测违规内容，提升内容安全性与合规性。

四、结语

综上所述，在高质量发展的时代背景下，广电媒体的经营创新已成为行业发展的必然选择。面对数字化浪潮和多元竞争格局，广电媒体必须不断突破传统经营模式，以数字化、智能化、跨界融合等方式提升市场竞争力和盈利能力。通过深化经营创新，广电媒体不仅能够实现自身的高质量发展，也能更好地发挥社会文化传播功能，助力整个传媒行业迈向更加繁荣的未来。

参考文献

[1]媒体深度融合的“大融合”思路及实施关键[J].郭全中.现代传播（中国传媒大学学报），2022（09）
[2]新阶段媒体深度融合的实践路径与政策靶向[J].杨明品.青年记者，2022（07）
[3]电视媒体的“大产业”思路与策略探讨[J].郭全中.电视研究，2022（01）
[4]三个维度转变，破题党报经营“人文经济学”——以新华日报经营创新实践为例.樊万朝；陈苏宁.中国报业，2024（07）
[5]报业转型与经营创新.董小林.城市党报研究，2019（05）
[6]“二次售卖”的尝试性突破——并读新闻 App 的经营创新.闫冀豫；张玉川.新闻研究导刊，2016（04）
[7]文化节目的产业化经营创新——以河南广播电视台为例.景聪会.青年记者，2022（20）
[8]以策划为突破口 提升党报广告经营创新能力.刘桂春.才智，2012（05）