

doi:12.3969/j.issn.1672-0598.2013.02.014

新闻网站的移动化之路*

张逸,贾金奎

(中国社会科学院新闻与传播研究所,北京100026)

摘要:在移动互联网技术飞速发展、移动终端不断普及、移动互联网产业链渗透融合、移动用户阅读消费行为改变这四股力量的助推之下,新闻网站移动化布局也主要从内容制作、传播渠道、接收终端三大方面入手。从发展现状来看,新闻网站仍需要在内容资源整合、渠道平台拓展、商业模式探索三方面倾注精力,不断改进。

关键词:新闻网站;移动互联网;移动化

中图分类号:G21 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2013)02-0096-06

新闻网站是指以发布综合性新闻报道和评论,以及提供财经、娱乐和体育等信息为主的网络平台或基于传统新闻媒体的网络资源。在本文中,新闻网站主要包括依附传统媒体建立的传统新闻网站和商业门户网站的新闻频道。

2000年5月9日,中宣部和中央外宣办发文正式确定中国首批重点中央新闻网站,新闻网站群体的发展从此步入快车道。在传统桌面互联网时代,新闻网站已成为信息提供、舆论引导的主力军,在即将到来的移动互联网时代,新闻网站会有何作为?

一、新闻网站移动化发展动力源

抛开国家政策扶持因素,新闻网站移动化的发展趋势由四股力量助推:移动互联网技术的突飞猛进;移动终端的发展与普及;移动互联网产业链的不断渗透融合;移动用户阅读消费行为的改变。

(一)移动互联网技术突飞猛进,移动互联网应用日趋丰富

近年来,移动互联网技术有了质的突破,真正将“移动”和“互联网”二者有机地融合在一起。一方面,宽带无线移动通信技术的进一步发展和Web应用技术的不断创新,给移动互联网业务的发展带来了强大的技术支撑;另一方面,3G网络建设和商用的推广及宽带接入技术的普及使得宽带的瓶颈得到重大突破,这客观上为新闻网站将传统的互联网类业务拓展到移动互联网上提供了可操作的基础和巨大空间,也使得新闻网站探索出更具可持续发展性的新商业模式成为可能。而随着三网融合工作的逐步推进,新闻网站所能获得的发展机遇也就更大。

移动互联网应用领域也随着技术的进步而处于持续拓展的趋势,并且呈现出从娱乐主导型向消费和电子商务型的转变。除了利用移动互联网

* [收稿日期]2012-11-09

[基金项目]2012年度中国社会科学院新闻与传播研究所重点课题项目资助

[作者简介]张逸(1988—),女;中国社会科学院新闻与传播研究所研究实习员,主要从事网络新媒体研究。

获取新闻信息、娱乐和沟通交流之外,使用基于移动互联网的手机支付、购物、订票、位置商业服务等移动消费与电子商务服务的用户也越来越多。可以预见,未来移动互联网将成为非常重要、快速成长的综合服务消费平台,拥有极为广阔的发展前景。

(二) 移动终端和平台的发展和普及

移动终端上网渗透率在持续走高,尤其是手机上网渗透率在不断提升。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第31次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2012年12月底,我国手机网民规模已达4.2亿,同比增长18.1%,这一增长率明显快于2009年及以前^[1]。网民规模的持续增长得力于智能手机等终端的不断普及。2012年,中国智能手机出货量大约有1.82亿台,占全球手机出货量总数的38.4%,独占鳌头。^[2]近两年来,平板电脑成为继手机之后增长最为迅速的一种移动终端设备。此外,电子书、上网本等移动终端也拥有一定的用户规模,占据相应的市场份额。移动终端的不断发展和普及为新闻网站带来多样化的传播渠道和平台。

(三) 移动互联网产业链的不断渗透融合

相比传统互联网产业链,移动互联网产业链更为细化和开放,呈现出多元化和跨界性竞争的特点。一些移动互联网产业巨头注重在产业链的多个环节同时布局发力,在产业链上下积极延伸,以求全方位地占领用户资源。在这种趋势下,新闻网站不能故步自封,应以内容资源为依托,涉足移动互联网产业链的其他环节,积极抢占移动互联网服务入口,赢得更多用户。

(四) 移动用户群体阅读消费行为发生变化

从移动互联网用户群体的年龄结构上来看,其主流群体是18—30岁的年轻用户,有着成熟化、高学历、高收入的人群特征。此外,这一人群乐于接受新事物,愿意尝试新业务,是具有庞大消费潜力的人群,是新闻网站群体应着重争取的一大人群。

从移动互联网用户阅读消费方式来看,随着现代社会生活节奏的加快,人们在家里和办公场所等固定地点的媒介消费时间大为减少,而在交

通工具上的媒介消费时间却在增加,对于新闻信息的获取和阅读也呈现出了典型的移动化、碎片化、便利化态势。这也直接导致用户群体更偏好通过便携的移动化终端获取新闻信息。此外,部分移动互联网用户还乐于对自身钟爱的内容付费,这也意味着信息内容商将有利可图。

综合来看,新闻网站的移动化发展成为一条必由之路。

二、新闻网站的移动化布局

(一) 内容制作布局

对于新闻网站来说,其吸引用户的通常不是什么非常漂亮的界面,也不是花哨好玩的功能,而是权威可信度高的各类信息内容,其核心竞争力也在于新闻信息的内容质量。但在移动互联网时代,为满足传播渠道、移动终端、客户体验等多方需求,新闻网站在新闻内容及其表现形式上做出了不少改变和尝试。

在内容编辑制作上,充分考虑到移动互联网用户的阅读习惯,对网站内容精华进行提炼,对新闻热点进行浓缩,力图为用户提供最核心热点的内容。例如,新闻网站的手机版页面普遍比传统互联网页面更为简洁,内容更为扼要,数量也相对更少。在微博、社交网站等载体上传播的新闻内容通常更为精炼,一两句话将最吸引人的新闻内容展现出来,吸引用户通过点击链接等方式阅读详细内容。

在内容的版式设计上,也注重充分考虑移动终端特性,提升用户阅读体验。一般来讲,手机、平板电脑等移动终端的界面比普通报刊甚至电脑屏幕小很多。因此,将传统互联网中的版式结构全盘移植到移动终端的办法并不可取。具有一定实力的新闻网站充分考虑到这些因素,针对不同终端平台进行不同的调整。例如,单单腾讯手机网就开发了普通版、3G版、商务版、触屏版等不同版本,方便用户依据自身情况选择使用。

在内容的表现方式上,多媒体手段应用越来越多。受制于移动互联网技术和网速发展水平,新闻内容在移动终端上的呈现方式以文字和图片为主,鲜有音频视频等多媒体形式。随着技术的推进和发展,移动终端的新闻内容呈现形式正朝

着多元化方向发展。手机央视网便运用了囊括文字、图片、音视频在内的多种呈现方式,其手机电视、手机视频、视频手机报也成为其特色栏目。

(二)传播渠道布局

现代市场营销理论中有这样一种说法:渠道为王。这强调的便是通过营造良好的渠道来赢得客户,抢占市场先机。对于新闻网站而言,传播渠道的通畅和多样与否将直接关系其新闻内容能否顺利达到用户,产生传播效果。随着互联网技术的不断进步,新媒介方式的层出不穷,传播渠道也变得日益多样。新闻网站也注重开拓布局多样化的传播渠道。

第一,与 SNS 社区紧密结合。美国研究机构皮尤研究中心曾在 2011 年的《美国媒体发展报告》中指出:“如果说搜索新闻是过去 10 年中最重要的发展,那么共享新闻将是未来 10 年最重要的发展。”^[3]而共享新闻实现的主要途径便是与 SNS 社区的紧密结合。通过这种结合,新闻网站能有效地把新闻信息的人机互动转化成人与人在新闻信息上的分享互动。目前,我国新闻网站采用的做法主要有三种:一是在社交网站上注册账户,吸引读者关注订阅,从而培养起网上忠实读者队伍。包括人民网、新华网等重点新闻网站在内的一大批网站现已落户新浪微博、腾讯微博、开心网等多个 SNS 社区,传播新闻信息。二是新闻网站针对栏目内容、频道版块设置多个社交账号,从而实现更精确的信息投放。如人民网仅仅在腾讯微博上便设置了@ 人民网四川频道、@ 人民网草根民生栏目组、@ 人民游戏、@ 人民网舆情监测室等多个账号,定位明确,信息投放精准。三是一些具有实力的新闻网站也直接涉足 SNS 社区建设,如人民网相继推出了强国论坛、人民微博等应用,构筑起全方位的新闻社交传播渠道,吸引用户的使用与关注。

第二,开发多样化的移动应用客户端。多种移动终端并存的局面迫使新闻网站在移动应用客户端的开发上也要多方出击。例如,人民网在客户端开发上持续发力,为不同的移动终端用户先后开发了众多的客户端,针对 Andriod 手机用户开发了“人民网新闻综合客户端”,针对 iPhone 用

户开发了“人民网阅读”“人民网社区”,针对 iPad 平板电脑用户开发了“人民网阅读器”“人民网视频”“人民网日语版”“People's Daily Online”等不同的应用客户端。通过这种全方位、多渠道的布局,争取不同的用户群,提升自身的影响力和竞争力。但是,在移动应用客户端的界面和应用上,不能照搬固定网站的导航系统和操作模式,应该为不同的移动终端用户设计专门的导航地图,配合触摸屏的操作方式,以地图式旅行界面布置相应栏目并发布新闻内容,栏目布置和导航设计可不断满足用户拉伸、塑形的需求,使终端界面变幻、实用、充满新鲜感。

第三,拓展与通信运营商、邮件服务商等第三方机构合作的传播渠道。在与通信运营商的合作上,现在应用较多的模式是手机报、电子杂志的开发与推送。例如,中国移动推出的 13 种新闻时事类手机报中,有《视讯中国手机报》等 5 款产品主要是依托重点新闻网站的资源优势而推出的。与邮件服务商的合作则主要通过邮件订阅的方式实现。

(三)终端平台布局

近两年来,苹果公司凭借 iPhone、iPad 两大移动终端成功构筑起了“终端与服务一体化”的商业模式,把世人的目光重新吸引到移动终端平台的开发与利用上。对于实力雄厚的重点新闻网站机构来说,这同样是一个难得的发展机遇。相比较其他的互联网企业,新闻网站在内容资源上更具优势,有条件构筑起“内容、终端、平台、服务四位一体”的更优完整业务模式,并有望引领移动互联网发展的潮流。

2010 年 8 月 17 日,大唐电信与新华社合作设立独资公司新华瑞德公司,负责“新华频媒”电子阅读平台的开发与“新华频媒”电子阅读项目的推广和运营。当年 11 月份,新华瑞德重点推出了中国首款可定制化加密阅读终端 9.7 英寸电子书 AirPaper 80T 以及面向时尚商务市场的 6 英寸电子书 AirPaper 30W。其中,AirPaper 80T 是着重为政企商务人士量身打造的一款新闻资讯服务类产品终端,除全天发布新华社国内外权威报道之外,还特别推出了新华社专供信息定制服务。

2011年1月17日,新华瑞德数字媒体服务平台正式启动,同时推出了国内首款阅读手机终端——新华频媒 L43-W 智能手机。该手机终端的特色之处在于所搭载的新华瑞德数字媒体服务客户端,使得用户可通过3G及WiFi高速无线网络连接,实现新华社信息的实时更新与定点接收,第一时间掌握全球信息动态。

人民网在这方面也有所动作。2012年1月,由人民网、全国网联、工信部研究所等单位共同协作研发推出了一款专门为领导干部和决策人士量身打造的新媒体型移动办公平台“红派壹号”。相比其他平板电脑终端,“红派壹号”搭载了人民网的一些特色栏目,如“中央领导动态”“强国论坛”“e政广场”“每日决策参考”“全国领导干部资料库”“网络舆情”“今日人民日报阅读”“历史人民日报查阅”等。其中,“每日决策参考”是人民网为该终端量身定制的栏目,能使用户在第一时间掌握最独特的资讯内容。

作出这方面努力与尝试的还有中青在线、北广传媒等媒体机构,都意图在终端平台之争中占据一席之地。随着移动互联网时代的到来,进入移动终端建设的新闻机构也将越来越多,终端平台之争也会变得愈加激烈。

三、新闻网站移动化的改进策略

(一) 内容资源的全面整合

当前新闻网站拥有的最大资源优势就是内容资源。我国的大部分新闻网站都背靠着通讯社、报社、电视台、广播电台等传统媒体,拥有母媒体丰富的内容资源做支撑。与此同时,他们还能和商业网站进行相关内容资源的置换或交易,一些颇具实力的新闻网站甚至拥有自己的采编队伍。因此,新闻网站不愁缺乏内容资源的保障。但是,在移动化发展战略中,新闻网站尚未充分利用这一优势。笔者以为,新闻网站可从以下几方面入手。

首先,对新闻内容资源进行深度整合,提高精耕细作程度。当前移动互联网的新闻内容普遍存在着同质化、原创比例偏低、缺乏吸引力等现象,这导致用户需求难以满足,用户黏性低等状况。因此,新闻网站要在准确把握移动互联网用户群的消费需求基础上,对新闻内容进行个性化、差异

化、特色化的深加工,逐步从粗放的移动互联网服务运营向精细内容运营转型。一方面,要针对现在阅读“碎片化”“讯息爆炸”的发展趋势,提供对于读者最有价值、最为全面的信息内容。另一方面,要细分用户市场,针对不同用户群体提供个性化、定制化、差异化的内容讯息。

其次,注重其他非新闻时事类资讯内容的开发与整合。现在新闻网站传播的信息内容包罗万象,除新闻时事类信息之外,还有丰富的数码产品信息、家电家居信息、房市楼市信息等服务类资讯内容资源,将这些信息内容有效地分类开发整合出来,为用户提供便利的向导,将有效赢得用户青睐。服务类信息的提供有利于提高用户粘性,扩大影响力。

再次,注重对新闻信息历史数据库的开发,从中挖掘信息增值服务的潜力。新闻网站所依附的母媒体在数十年发展过程中积累了丰富的历史数据和各种报道资料,如人民日报社的60年人民日报数据,新华社的多媒体数据库,中央电视台的数字化音像资料馆等,这都是可供新闻网站整合开发的宝贵资源。新闻网站可以基于新闻信息资源和用户,开发新闻信息综合数据库,挖掘信息增值服务,凭借商业合作、企业收费和收费读者来赢利。^[4]在这个开发过程中,打造出一条完整的“过时内容”产业价值链影响用户。

最后,注重信息内容呈现方式的变革与创新。内容呈现方式的优劣直接关系到用户阅读体验的好坏,进而影响用户群的变化。随着宽带技术、虚拟技术的发展,新闻网站可利用的呈现元素越来越多,在运用文字、图像、音频、视频等形式的同时,探索将电脑和电视屏幕上运用的滚动效果、3D技术、虚拟技术逐渐移植到移动终端上,为用户提供更为舒适的阅读体验。此外,还可以在页面设计上尝试一些具有“探索性”的创新,吸引用户的体验式摸索,获得阅读之外的小惊喜。

(二) 渠道平台的进一步拓展

渠道和平台的建设直接关系到新闻网站的内容和服务是否能顺利到达用户。在移动互联网时代,渠道和平台的重要性被重新审视。在众多互联网巨头纷纷涉足渠道平台建设的同时,新闻网站

也不能坐以待毙,更需要进一步拓展广泛的传播渠道和平台。笔者以为,未来几年,可以在移动终端浏览器、搜索引擎、操作系统几个方面投入精力。

尽快布局移动终端浏览器市场,尤其是手机浏览器市场。对于很多手机上网用户来说,浏览器是其通向互联网的“第一关”。随着移动互联网和传统互联网逐渐融为一体,手机浏览器的价值也会日益凸显,甚至超过PC浏览器。手机浏览器不仅将有更丰富的功能和更高的速度,而且,手机浏览器不再仅仅是一个手机浏览器,而要渐渐成为一个移动生活平台。^[5]正是基于手机浏览器的巨大前景,通信产业链的各个环节都表现出对手机浏览器的积极关注,手机厂商如摩托罗拉、诺基亚,操作系统厂商如微软,第三方厂商如优视动景、Opera、腾讯,都已参与到浏览器市场的争夺中来。新闻网站也要重视这个机遇,尽早布局手机浏览器市场。笔者以为新闻网站可以采取两种方式介入其中:其一,对于具有相当开发实力的新闻网站而言,可独立开发移动终端浏览器,这样可以在信息导航、内容搜索服务方面占据优势位置;其二,可以采取合作的方式与第三方共同开发移动终端浏览器,采用定制的手段实现移动终端浏览器市场布局。

移动搜索引擎,尤其是手机搜索引擎市场拥有极大的发展前景。搜索引擎不仅可以为网站带来巨大的流量和商机,还能够准确和方便地反映出几亿用户时刻的关注热点,为网站的定位和发展决策发挥关键的引导作用。Opera公司2010年1月披露的数据显示,移动搜索成为手机上网的重要应用方式,中国手机上网用户访问的所有页面中,有13.5%的页面与搜索相关,平均每个用户浏览约34.5个搜索页面。^[6]目前,不少新闻网站已进入移动搜索引擎领域,如人民网的“Goso新闻”、新华网的“盘古搜索”、央视网的“央视搜索”等,但是,这些搜索引擎的市场份额远远落后于百度、谷歌等,其影响力还有待进一步提升。

布局移动终端操作系统市场是国内互联网巨头在近两年来的重头戏。各互联网巨头普遍认为对于移动终端操作系统市场的布局具有重大的战略意义。2011年9月,百度公司在“2011年百度

世界大会”上重磅推出“百度易”操作系统,该系统内置了“百度浏览器”“百度身边”“百度地图”等既有线互联网产品以及新推出的“易ting”音乐产品、“易阅”阅读产品、“易盘”云存储产品等;2011年7月,阿里巴巴公司旗下的阿里云公司推出“天云操作系统”,该系统采用了CloudApp的理念,内置了基于HTML5的WebAppStore,所有应用都在云端,用户无需下载;2012年2月,盛大网络也推出手机操作系统“乐众ROM”,该系统内置云中书城、麦库记事、盛大网盘等盛大旗下应用;互联网巨头腾讯公司也正在考虑开发自主品牌QPhone手机以及操作系统,等等。在这一领域,商业网站走在了新闻网站的前面。如何通过最恰当的方式介入操作系统领域,绑定、推广自身的核心服务,逐渐占领和控制未来的传播渠道和平台,是众多新闻网站值得思考的一个问题。

(三) 商业模式的多元探索

新闻网站的商业模式相对单一,其收入来源除了广告之外,还包括:国家拨款和支持、政府公告和形象广告、承建政府网站建设与信息化服务、订阅等电信增值服务、内容提供和授权这五大方面。^[7]总体说来,新闻网站的商业模式缺乏突破,在电子商务、技术服务、移动增值服务等方面鲜有拓展。移动互联网时代的到来,给新闻网站提供了探索多元商业模式的新机遇。

一方面,以应用和服务为着眼点,打造一两项核心品牌业务,赢得用户。现在,移动互联网逐步成为多种网络应用集合的、综合性的平台,涵盖新闻、娱乐、社交、商务等多样(应用)业务。2012年1月,中国互联网络信息中心发布的《第29次中国互联网络发展状况统计报告》显示,手机网民2011年上网应用中名列前茅的11大业务包括:即时通信83.1%、搜索引擎62.1%、网络新闻60.9%、网络音乐45.7%、网络文学44.2%、社交网站42.3%、微博38.5%、网络游戏30.2%、回帖发帖29.7%、邮件24.1%、网络视频22.5%。^[8]这11大应用中,新闻网站群体涉足甚少,即使是业务范围相对广泛的人民网,也仍缺乏即时通信、网络音乐、网络游戏等用户粘性较高的业务应用。同时,鲜有具备核心竞争力的应用(服务)。因

此, 新闻网站可从这些用户应用度高的业务类型上选择一两项服务, 寻求突破, 将其打造成具有核心竞争力的品牌, 吸引用户。与此同时, 利用这一两项核心业务来带动、影响、辐射其他业务和内容的整体发展。新闻网站应该有意识地用应用和产品服务去发现用户和吸引用户, 成为全媒体数字内容综合服务商和运营商。^[9]

另一方面, 还要在新闻网站引以为傲的内容资源上入手, 挖掘内容增值潜力。如前文所述, 通过对历史数据库资源的开发利用, 对娱乐消费类信息服务的整合, 创造出更多的内容盈利途径, 拓展收入来源。

四、结语

2012年伊始, 我国重点新闻网站的上市之路传来佳音: 2012年4月27日, 人民网正式登陆上海证券交易所, A股公开发行6 910.57万股, 共募集资金总额13.82亿元; 新华网计划在上海证券交易所IPO, 融资人民币10亿元; 央视网、千龙网等30余家新闻网站也正排队等候上市。新闻网站的上市将为其移动化布局带来更多利好。

在传统桌面互联网时代, 一批商业门户网站凭借其多样的运营方式、灵活的管理体制、雄厚的资本保障和先进的技术支持, 成为率先崛起的一支强大力量, 新闻网站与其形成一定的差距。但随着移动互联网时代的到来, 新闻网站群体获得了后来居上的发展机遇期。只要新闻网站能在移动互联网时代始终保持对新技术、新理念的跟进和吸纳利用, 从内容、渠道、终端、服务多方严密布

局, 则很有可能形成某些方面的局部优势, 超越现有市场地位, 取得更大的经济和社会效益。

【参考文献】

- [1] 第31次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. (2013-1-15). http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hl-wxzbj/hlwtjbg/hlwtjbg/201301/t20130115_38508.htm.
- [2] 2011年中国电脑出货量预测提高到1亿台[EB/OL]. (2012-08-31) <http://www.mydrivers.com/1/239/239711.htm>.
- [3] Facebook成新闻网站流量来源重要力量上升到8%[EB/OL]. (2011-5-10) [2012-06-10] <http://tech.sina.com.cn/i/2011-05-10/08075501519.shtml>.
- [4] 门书均. 基于数据库营销的网络化报纸经营模式的建构[J]. 新闻界, 2010(4): 9-10.
- [5] 陈永东. 手机浏览器市场的现在与未来[J]. 软件工程师, 2010(1): 39-40.
- [6] 移动搜索成为手机上网重要方式[EB/OL]. (2010-3-1) [2012-06-15] <http://www.sootoo.com/content/17033/>.
- [7] 陈国权. 新闻网站上市亟待破解的若干问题[J]. 中国报业, 2011(5): 40.
- [8] 中国互联网信息中心(CNNIC). 第29次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. (2012-1-16) [2012-05-10] http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201201/t20120116_23667.html.
- [9] 易海燕. 移动互联网周期的媒体应用及策略[J]. 南方传媒研究, 2010(23).

(责任编辑: 石泳)

Report on Development of Mobile News Websites

ZHANG Yi, JIA Jin-xi

(Institute of Journalism and Communication, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100026, China)

Abstract: With the rapid development of mobile Internet technology, the popularization of mobile terminals, the fusions of mobile internet industrial chain and the change of mobile users' reading behavior, news websites take different measures to capture users. These measures mainly refer to content production, transmission channels and mobile terminals. In the future, news websites have to pay more attention to integrating content resources, expanding transmission channels and platforms and exploring new business models in order to achieve continuous progress.

Key words: news websites; mobile internet; mobilization