

## 知名媒体人围绕新媒体与传统媒体的竞争展开观点碰撞 专业新闻订阅“钱”景可期

■ 本报记者 陈蔚林 梁振君

“我认为，传统媒体的消亡是一种必然趋势”，“我不同意，媒体是否存在取决于受众，现在断定传统媒体将会灭亡并不理性”……在今天下午举行的博鳌亚洲论坛2016年年会分论坛上，知名媒体人李夏庆、Jessica、秦朔、赵何娟等嘉宾围绕“新媒体VS传统媒体：颠覆还是融合”进行了观点碰撞。

当历史悠久的传统媒体遇到来势汹汹的新媒体，是该随波逐流任时代淘汰，还是大胆融合实现逆势上扬？关注到这一全球性命题的嘉宾和媒体都在追问：摆在传统媒体面前的是峭壁悬崖，还是柳暗花明之后的又一座桃源村庄？

### 传统媒体仍有固定用户群

“30年前，我到复旦大学读新闻系的时候，新闻学的‘正宗’就是报纸。当时的我，没有想过在有生之年会考虑传统媒体会否消亡的问题。”谈到这个话题，中国商业文明研究中心、秦朔朋友圈发起人秦朔颇有感慨。

坐在他身旁的钦媒体创始人赵何娟开门见山：“传统媒体已经是非常落后的产能。现在纸媒被保留也好，继续发展也好，我认为都是基于两点：一点是整个社会还需要仪式感，比如上了杂志封面、上了报纸头版，民众心里有一种满足感；另一点是在特定场景下传统媒体还能发挥作用，比如在飞机上大家不能上网等等。”她推测，随着仪式感的减弱和新技术的发展，传统媒体终将失去存在的必要。

对此，秦朔表示反对：“一个媒体究竟存不存在，其实还是要由受众决定。当下，传统媒体仍有固定的用户群。从这个意义上来说，现在就断定传统媒体会灭亡不太理性。”他还举例，其他纸质产品，比如图书就在kindle电子书出现后，仍然保持销量的快速增长，部分图书甚至出现价格提高的趋势。

长期在传统媒体行业工作的韩国中央日报社社长李夏庆认同这一观点，“虽然传统媒体面临很多困难，但我相信它们终将能够存活下来，因为其内容本身的价值，还因为受众对传统媒体的信任。要实现这两点并不容易，要下很大功夫。”

### 新旧媒体融合可以实现双赢

在这场新旧媒体的博弈当中，新媒体的优势不言而喻：它们集交互性、全息化、数字化、网络化于一体，并且能够做到个性化突出、受众选择性强、表现形式多样、信息发布实时等。

但不得不承认的是，传统媒体在理论与实践层面都经历了较长的历史发展，形成了严格的新闻采编标准和采编流程，也积累了经过时间积淀与检验的独特优势。

因此，李夏庆认为，新媒体、传统媒体有很多可以相互学习的地方，它们的融合能够实现双赢。比如，传统媒体需要适应新的受众群体，在这一点上可以向新媒体学习互联互通或是充满活力的表现形式。而新媒体可以从传统媒体身上学习到可靠性和稳定性，“媒体人现在想要做的应该是把两者的优势合而为一。”

“内容为王”的说法在这个时代仍未过时。在秦朔看来，媒体任何时候都是社会的基础产业，尤其是“内容工业”正在迎来它的黄金周期。他说，传统媒体要实现

与新媒体的融合，最大挑战就在内容生产能力上，“传统媒体要问自己：你的内容究竟能不能做好，你在经营上的想象力究竟有多大？过去都是传统媒体之间在竞争，而现在却要跟一切内容生产者竞争。”

赵何娟提醒，过去，有的传统媒体认为，做新媒体就是把传统媒体生产的内容放在网上。其实这是一个误区。新媒体生产的内容随着语言方式、生产工艺、生产流程的变化，已经发生了组织结构和组织单元的变化，需要正确认识和系统了解。

### 受众愿为有价值的内容买单

虽然讨论传统媒体会否消亡时，几位嘉宾十分坚持各自的观点，但在受众是否仍然愿意为有价值的内容买单这一问题，他们的认识趋于一致：内容订阅、内容收费前景可期。

“每天都有这么多内容被创造，但质量远远比数量更为重要。人们可以在不同的网站上免费找到同样的信息、新闻，但是还是愿意花钱去买到对他们来说更有用处的信息，这就是信息的价值。”The

Information创始人Jessica LESSIN介绍，The Information在中国也拥有企业家、投资者在内的很多订阅者，他们对该网站记者根据核心订阅者需求，通过深入采访、数据整合生产的深度报道很感兴趣，认为花钱购买这些信息比浪费时间去消化大量浮于表面、没有附加值的新闻资讯要划算得多。

她说，这种商业模式在美国越来越受欢迎，很多出版物比如纽约时报、金融时报也都开始引入这种内容订阅模式并且取得成功。参与讨论的嘉宾都认为，Facebook和Twitter这样的新媒体平台能满足用户的很多阅读需求，但它们并不能提供最有效率的信息获取方式，专业新闻内容的订阅和推送依然有市场空间。

“内容订阅、内容收费模式会有一个很好的前景。”赵何娟透露，钦媒体今年下半年也会尝试开始推出付费产品，但什么样的产品可以收费，即用用户会觉得什么内容值得买单，还需经过市场验证和考验。

如此看来，能够生产什么样的内容，将直接决定媒体在这场竞争中的胜败。在这一点上，新兴媒体和传统媒体面临的挑战同样严苛。（本报博鳌3月22日电）

### 博鳌朋友圈



↑ 3月22日，诺贝尔文学奖得主莫言（中）来到博鳌后，心情轻松，面对镜头竖起大拇指。  
本报记者 张杰 摄



← 3月22日，两名外籍嘉宾在论坛茶歇期间交流。  
本报记者 陈元才 摄

→ 3月22日，博鳌的老朋友姚明一亮相就引发媒体关注。  
本报记者 张杰 摄



提升亚洲媒体话语权和影响力  
『亚洲媒体合作组织』  
中外媒体领袖发起

本报博鳌3月22日电（记者 苏庆明）在今天下午召开的2016年博鳌亚洲论坛“媒体领袖圆桌会议”上，主要由中外媒体组成的13家机构共同发起“亚洲媒体合作组织”，标志着亚洲媒体合作迈上了新台阶。

由博鳌亚洲论坛、中国公共外交协会和中国国际广播电台联合主办的“媒体领袖圆桌会议”，吸引了来自中国、印尼、尼泊尔、柬埔寨、蒙古国、韩国、日本、印度、孟加拉国、土耳其、老挝、埃及等12个国家的18家媒体机构参与，各媒体领袖围绕“一带一路：亚洲媒体合作的新机遇”这一主题展开了热烈探讨，就发起“亚洲媒体合作组织”的可行性、必要性等进行了充分讨论。

中国公共外交协会会长、外交部原副部长李肇星表示，当前，亚洲媒体与欧美发达国家媒体相比，仍没有强势平台、权威地位。亚洲媒体的发展尚未反映出经济上的活力与优势。“亚洲媒体合作组织”这一常设性媒体组织未来必将逐渐整合亚洲媒体资源，拓展合作领域，为亚洲媒体间及区域外媒体间的合作搭建良好的国际平台，对向世界提供客观、准确、全面、积极的亚洲图像，具有现实和长远意义，将影响到亚洲形象和亚洲未来。

### 发起人：

博鳌亚洲论坛、中国公共外交协会、中国国际广播电台、海南省广播电视台总台、凤凰卫视、中华网、印尼艾尔辛达电台、土耳其方向电台、蒙古国家公共广播电台、尼泊尔国家电视台、柬埔寨国家电视台、韩国中央日报、老挝人民报。

### 如何加入？

据了解，未来有意向加入“亚洲媒体合作组织”的机构，可向博鳌亚洲论坛媒体领袖圆桌会议的主办方提出意向。“亚洲媒体合作组织”的组织架构、运行机制等事宜将于明年的媒体领袖圆桌会议之前确定。

制图 红青

## 众筹很火，却不赚钱？ 嘉宾分析：众筹目前虽未盈利但潜力巨大

■ 本报记者 侯赛

在这个“没有什么不能众筹”、“人人都能参与众筹”的年代，“众筹”不再仅仅是金融经济学上的专业术语，已经走入了寻常百姓的日常生活，成为最炙手可热的一种互联网金融模式。

今天下午，2016年博鳌亚洲论坛年会分论坛“无所不包的众筹”吸引了这个时段最多的听众，众筹行业的从业者、经济学家，以及巴基斯坦计划与发展部长Ahsan IQBAL，分享了他们的精彩观点。

据世界银行预测，2025年全球众筹市场规模将达到3000亿美元，从农业、餐饮到影视、住房，从捐赠、购买到股权、债权，众筹已成为互联网金融的新一波热潮。而与会嘉宾也纷纷预测说，随着互联网金融的发展，众筹必然会火，而且会更火。

“众筹有情怀的产品，再就是有设计感

虽然众筹很火，很多人也纷纷看好众筹前景，但与会的金麟和众筹网CEO孙宏生却表示，至今仍未实现盈利。

金麟表示，“虽然还没有实现盈利，但扶植创业企业的众筹不可或缺，因为即使是死亡，这一过程也会推动社会向新的方向前进。”

“众筹作为一个新兴的互联网金融行业，非常有潜力，因为它每年都保持两位数的增长，但长期而言，还是有监管方面的挑战。”Ahsan IQBAL认为，不同的国家可能有不同的监管方式，但绝对不能扼杀

### 看好股权、消费类店铺和影视众筹

的产品，随着90后的崛起，市场的需求对这一块的速度明显高于平均水平。”京东金融副总裁金麟表示，众筹在中国有很好的前景。

众筹不光在中国很火，Ahsan IQBAL表示，众筹在巴基斯坦也非常火，但还处于初级阶段，主要是在年轻人创业、社区发展

和慈善领域有较多应用。

那么，未来哪些众筹领域可能会比较火呢？京北众筹总裁罗明雄表示，他特别看好股权众筹、消费类店铺众筹，以及影视众筹。为什么看好影视众筹？罗明雄解释称，因为影视众筹符合“无所不包的众筹”的所有特点，会吸引大量的粉丝经济。

### 扶植创业企业的众筹不可或缺

中国人民大学金融与证券研究所所长吴晓求直言，“众筹不容易做大，因为服务于小微企业，亏损是正常的。”

但孙宏生对众筹仍保有信心并表示，“虽然中国的众筹土壤相对贫瘠，但金融是赚钱的，加上‘互联网’这个定语后，互联网

### 首先应改进众筹平台本身

其中的企业家精神，因为这个行业充满企业家精神，而且并没有传统的金融服务部门为他们提供服务。

吴晓求认为，最应该改进的，首先是众筹平台本身。“应该尽可能从信息的对称性

金融领域里的众筹不赚钱，只能证明比较笨。”

孙宏生表示，众筹是否有机会赚钱取决于两方面，一方面是否能获得最优秀的项目标的。另一方面还是服务投资人，让投资人赚钱了，平台很难不赚钱。

和透明度方面进行平台改进。”其次是，尽可能提升融资方对社会的信息披露。第三需要改进的是监管，规则的制定者需要了解众筹对社会是不是有进步意义，依此放大监管的容忍度。（本报博鳌3月22日电）