

学校编码: 10384

分类号 _____ 密级 _____

学号: X2014156376

UDC _____

厦门大学

硕士学位论文

**基于移动新媒体 APP 系统的中国企业
电视转型研究**

**The Study on TV Transformation of Chinese Enterprises
based on New Mobile Media App System**

刘 群

指导教师姓名: **蔡 舜 教授**

专业名称: **工商管理(EMBA)**

论文提交日期: **2016 年 6 月**

论文答辩日期: **2016 年 月**

学位授予日期: **2016 年 月**

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2016 年 6 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘 要

以北京燕山石化电视台为代表的中国企业电视台，始建于上世纪80年代，在90年代时期发展至顶峰；但随着移动新媒体时代的到来，随着中国国家广电网络公司整合趋于尾声，使得中国企业电视的行业优势逐渐失去，如何使中国企业电视的行业地位不被蚕食？如何转变自我在企业中的宣传职能单一性？这已成为中国企业电视台发展中的痛点问题。本文通过对电视产业、新媒体、APP、移动新媒体等理论的规范研究，通过马钢新媒、潞安电视、“莱吧”新媒、兖矿新媒APP的实证案例佐证后得出结论，移动新媒体APP系统是中国企业电视摆脱发展困境，实现产业转型和自我可持续性发展的有效途径。

中国企业电视移动新媒体APP系统，是将企业报纸、电视、杂志等“泛新闻”内容进行了时空的聚合，它不仅保留了企业电视的宣传职能，同时为企业媒体在空间和时间上的延伸提供了途径；它真正实现了“聚集用户、提升人气、扩大传播、吸引投资、招揽客户、开拓渠道”的重要作用。企业电视通过移动新媒体APP系统的服务性、社交性、地方性和新闻性的特点，有效提升了企业品牌的影响力、强化了企业员工的忠诚度、降低了企业运营成本、提高了企业电视的产业价值，为企业实现互联网+行业的建设提供了一些参考。

关键词： 新媒体；企业电视台转型；企业 APP；互联网+

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

Represented by Yanshan petrochemical television enterprise TV station in China, was founded in the 1980 s, the development to the peak in the 90 s; But with the advent of the era of mobile new media, with China national radio and television networks integration to the end, make Chinese enterprises gradually lost TV industry advantage, how to make Chinese enterprises television industry status will not be eroded? How to changing the function of self in the enterprise publicity single? This has become a pain spot problems in the development of Chinese enterprise TV station. This article through to the television industry, new media, the APP, mobile new media, such as theory of normative research, by Magang APP, LuAn television, Laiba APP, new media APP Yankuang empirical case evidence to conclude that mobile new media APP system is the development of Chinese enterprise TV out of predicament, realize the industrial transformation and effective way to sustainable development.

China enterprise TV mobile new media APP system platform, the enterprise newspaper, television, magazines and other aggregation "news" content, not only retained the enterprise TV propaganda function, at the same time an extension of the media on the space and time for the enterprise provides the way; It truly achieve the "gather user, popularity, expand communication, attract investment, to attract customers, expand channels". Enterprise TV via mobile new media APP system service, social, local, and a number of characteristics, effectively enhance the brand influence, to strengthen the enterprise staff loyalty, reduce the operating costs, improve the enterprise TV industry value, for enterprises to realize the construction of Internet + industry to provide the reference.

Key words: new media; The enterprise TV station transformation; Enterprise APP; Internet +

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 研究背景及意义	1
一、研究背景.....	1
二、研究意义.....	2
第二节 研究思路和研究框架	5
一、研究思路.....	5
二、研究框架和主要内容.....	6
三、研究方法.....	7
四、主要创新点.....	7
第二章 文献综述	9
第一节 移动新媒体 APP 研究现状.....	9
一、概念辨析.....	9
二、移动新媒体 APP 传播特征和发展趋势	14
第二节 移动新媒体 APP 的运营指标	19
第三节 中国企业电视产业发展现状研究	25
一、中国企业电视产业发展历程.....	25
二、中国企业电视产业发展特征.....	26
三、中国企业电视产业发展困境.....	29
第三章 案例研究	32
第一节 马钢新媒	32
一、项目背景.....	32
二、马钢电视台节目介绍.....	33
三、马钢新媒的诞生.....	34
四、马钢 APP 系统的功能	35
五、马钢 APP 系统的应用介绍	36
六、马钢 APP 的技术结构及管理	39
七、马钢新媒 APP 的实施	40

第二节 潞安电视 APP	42
一、项目背景介绍.....	42
二、潞安电视 APP 的应用	43
三、潞安电视 APP 应用的价值:	46
四、潞安电视节目用户点击率 (2015 年统计数据)	47
第三节 “莱吧” 莱钢新媒 APP	47
一、项目背景.....	47
二、关于开展莱钢新媒体 APP 的网上工作调查	48
三、莱钢新媒体 APP 内容介绍	49
四、莱钢 APP 新媒体为企业文化建设带来的启示:	52
第四节 兖矿新媒 APP	53
一、项目背景.....	53
二、兖矿 APP 的应用	54
三、相应系统建设的目的.....	58
第五节 案例讨论与总结	60
一、提升企业品牌传播效果.....	60
二、增强企业员工忠诚度.....	61
三、降低企业宣传成本.....	62
四、提高企业员工工作效率.....	63
第四章 结论	65
第一节 移动新媒体 APP 系统运营效果分析	65
一、企业电视延伸化.....	65
二、员工体验个性化.....	66
三、建立了以企业社区为核心的新型社群关系.....	67
四、企业电视移动新媒体 APP 提升了企业收益	67
第二节 移动新媒体 APP 系统下的中国企业电视转型研究	68
一、做好企业电视的行业规划和监管.....	69
二、在内容创新和产业融合方面多做功课.....	69
三、抓紧产业规模化建设, 推进融资资本化进程.....	70

四、 利用移动新媒体多元化经营的优势，创建企业电视新盈利模式..	70
五、 移动新媒体时代做好受众细分，提升用户体验.....	71
六、 培育电视产业的可持续发展能力.....	71
第三节 基于移动新媒体 APP 系统的系统的企业电视转型模式	72
一、 移动新媒体 APP 系统是马莱茨克大众传播场模式.....	72
二、 企业电视移动新媒体 APP 系统模型	73
三、 构成企业电视移动新媒体 APP 系统模型的主要因素	74
四、 建立企业移动新媒体 APP 系统模型的意义	74
第四节 结论	75
总 结.....	78
参考文献.....	79

厦门大学博硕士学位论文摘要库

第一章 绪论

第一节 研究背景及意义

一、研究背景

随着中国广电运营商国家网、省网、市县网的统一，随着各级广电运营商三级网络整合趋于尾声，摆在中国企业电视台面前的出路变得扑朔迷离，原本中国有线电视最早是因各地方企业电视台建设而发展起来的，现在中国企业电视台却成了广电大军中的野战军、杂牌军。加之随着广电新技术的发展，中国企业电视台之前的行业优势逐渐退去，在地方已没有了往日的辉煌，在企业内正在失去自己的优势，有些企业为了减负，将本企业电视台移交给了地方广电网络运营商。一时间，企业电视台何去何从在企业界引发了大讨论，如何使企业电视台的地位属性不被蚕食，如何转变自我在企业中宣传职能的单一性？移动新媒体 APP 系统的出现，为中国企业电视台转型发展带来了希望、为企业拥抱“互联网+”提供了有效手段。

2014 年中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。习近平总书记强调，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持以先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。因此，在这个大背景下构建定位明确、特色鲜明、功能互补、报纸、电视、网站、杂志全媒体覆盖的“四位一体”舆论宣传新格局是大势所趋。

随着网络技术和 Internet 应用的普及，特别是 4G 时代的到来，人们通过手机上网就可以做到随时随地触动千变万化的信息，浏览实时资讯，移动互联网已成为人们获取信息的主要手段，使传统的报纸、电视、杂志的收看受到了冲击。

截至 2015 年 12 月，我国手机网民规模为 6.20 亿，较 2014 年底增加 6303

万人。我国网民中使用手机上网的人群占比进一步提升,由 2014 年的 85.8% 提升至 90.1%,手机网民规模远远超越传统 PC 网民规模。根据最近一次由美国公司尼尔森对近 12000 拥有互联网终端用户的调研结果,70%的平板电脑用户和 68%的智能手机用户,在看电视的时候会同时使用他们的终端与电视进行即时互动,而移动新媒体 App 系统已经毫不意外地成为了嫁接其中的“通道”。正因为如此,电视媒体,包括报纸和广播等传统媒体也把移动手机 App 平台作为向移动终端延伸和进行新媒体布局的重要策略。现在面向开放平台由第三方开发设计的 App 已经有百万之多(最主要的 Appstore 有 60 万、AndroidMarket 有 25 万),可以说,作为智能科技的优秀代表,移动手机 App 平台带来了一种全新的媒体应用方式,也创造了全新的媒体交互环境,而这种传播方式则不可避免地会对人类的思考方式和行为方式产生影响,同时也会对企业自身的发展和市场竞争力产生深远的影响。

2015 年 3 月 5 日上午十二届全国人大三次会议上,李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划。李克强总理提出的“互联网+”实际上是创新 2.0 下的互联网与传统行业融合发展新形态、新业态,是知识社会创新 2.0 推动下的互联网形态演进及其催生的经济社会发展新形态。中国企业电视台移动新媒体系统正是基于互联网+的思路,对企业内原有的企业电视台、企业内刊,企业报纸等进行有效的整合,使企业在原有传统媒体向新媒体转型的同时,实现自我颠覆融合发展的新思路,为企业在“互联网+”的时代背景下,找出了一条新通路。

二、研究意义

中国企业电视媒体的发展高峰期在 20 世纪 80 年代末到 90 年代初期时期,那时中国的有线电视网络最早被运用于各级企业建设,企业电视台为丰富区域内职工文化生活而发展起来的,1990 年 11 月颁布“有线电视管理暂行办法”标志着中国有线电视进入了高速、规范、法制的管理轨道,朝大容量、数字化、双向功能、区域联网等方向发展,到 1997 年底,经广电总局批准的有线电视台 1300 家。众所周知,企业电视传播方式采用的是单向线性传播,是自上而下的传播,企业电视在传播中占有绝对强势的地位,不仅在企业信息获取上有着

先天的优势，而且在传播工具和渠道上，企业电视也有着自身的强势。他们在自己企业的圈子里进行着“封闭符码”的大众化文化生产，在企业员工的观念中扮演者“拟生态环境”的观念，扮演者是企业信息的把关人，企业电视通过选择性的报道和技巧性的报道手段，“传媒通过有选择的报道新闻来把社会注意力和社会关心引导到特定的方向”^[1]，为企业增加员工凝聚力，发挥了重要的作用。

20 世纪 90 年代以来，随着数字虚拟技术、移动通信技术以及计算机网络技术的不断创新和进一步发展，传统媒体和产业之间的界限正在由清晰逐渐走向模糊，融合重组已成为时代发展的大趋势。1997 年美国学者 Greenstein 和 khanna 提出“媒介产业融合是为了适应产业增长而发生的产业边界的收缩或消失”^[2]。

一时间，手机媒体做为一种新型媒介，一经出现就赢得的国内外的广泛关注，国外从媒体形态上将手机媒体分为了手机报纸、手机广播和手机电视等。霍华德·莱茵戈德在《聪明的暴民：下一次社会革命》（2004 年）一书中对此进行了详细的论述：将互联网从计算机转移到移送终端，诞生了全新的沟通模式，然而，手机电视的内退设置不应该完全模仿传统媒体，而要根据用户的需求和习惯来设置。杜克认为手机媒体的发展不但要考虑到多点传播，同时也要关注个体的私密性传播。^[3]迪克西特（Sudhir Dixit）博士在《移动互联网的内容网络》一书中重点论述了在无线网络技术条件下如何进行内容生产。目前国外对于手机 APP 应用研究类型主要有：a、认为传统媒体向新媒体转型发展是必由之路；b、传统媒体与新媒体发展各取所需联合发展；c、互联网的普及将真正取代传统媒体。

国外的一些商业机构从手机电视入手对手机的媒体商业模式和盈利模式进行了研究。知名行业分析公司 Screen Digest 对“手机电视的基本商业模式是什么？适当的调控政策有必要吗？新规则如何影响市场？移动运营商和内容提供商的机会在哪里？”等问题进入了深入的探讨。瑞士的 LeMatin 公司开发出一套专门针对手机媒体的数据库，不但可以用来与手机媒体用户进行互动，而

^[1] 郝振省.我国数字出版产业呈现加速发展态势[EB/OL].<http://finance.people.com.cn/n/2013/0725c70846>

^[2] 郝振省.2012-2013 我国数字出版产业年度报告[M]北京.中国书籍出版社.2013.

^[3] Deuker,A.手机电视的多点传播与个体服务[M].MITPress.2008

且还能实现定位用户地理位置的功能，学者罗杰·菲德勒提出了传统媒体媒介形态的变化趋势，并详细论述了手机媒体的媒介形态与商业运作模式。^[4]世界报业协会在 2004 年的《战略发展报告》中指出手机服务支持了新技术的推广，并提出了三种手机媒体的盈利方式：内容引导型、互动型及服务型。^[5]高通公司奥马尔·贾瓦德（Omar Javaid）则从付费电视角度分析手机电视的盈利模式。奥利弗在《欧洲手机电视合作模式》中对欧洲手机电视的产业化运作进行了详细的探讨，对该领域产业链中的利益群体的合作模式及商业化发展情况进行研究分析。

国外针对手机媒体研究，著名的论著有保罗·莱文森（美）的《手机：挡不住的呼和》，该书中对手机媒体的媒介形态从理论上进行了阐述，论述手机媒体如何影响家庭、爱情、商务和战争，并对其未来发展做出了积极的评价，书中写道“手机将人们从机器和室内解放出来，使人类可以随时随地的通过移动通信与世界连接。移动通信所具有的交流互动潜力，使手机成为了最便捷的信息传播媒介之一。”^[6]尼葛洛庞帝《数字化生存》在其书中描绘了数字科技在我们的生活、工作、教育和娱乐方面的各种冲击与影响，书中提到“信息的 DNA 正在迅速的取代原子而成为人类生活的基本交换物；从前的大众传媒正在逐渐演变为个人化的双向交流、信息不再被推给消费者，相反，人们将主动选择所需要的信息，并亲自参与信息的创造”。美国学者约翰·帕夫利克在《新媒体技术-文化和商业前景》一书中也对新媒体技术所带来的商业和文化以及技术对人们生活、工作和沟通方式的影响进行了详细的探讨。^[7]

基于新技术的支撑，传统媒体与新媒体的合作逐步深入，2000 年 1 月时代华纳与美国最大互联网服务公司美国在线宣布合并，预示着时代华纳公司成为融媒体、娱乐及通信于一体的巨型集团。在国内虽未出现如此大的并购与合作，但是也有牡丹江广电与报业集团重组，成为拥有多家媒介资源的新闻传媒集团；还有南方传媒横向整合了佛山市全市资源媒体的同时，又纵向整合了市县区三级媒体资源，被业界称为跨界整合的佛山模式。

^[4] 罗杰·费德勒，明安香（译）。媒介形态的变化：认识新媒体介[M].华夏出版社，2000.

^[5] 世界报业协会.2004 年战略发展报告[A].2004

^[6] Paul levinson,手机：挡不住的呼和[M].海南出版社 1997.

^[7] 约翰·帕夫利克，周勇、张平峰、景刚译，新媒体技术-文化和商业前景[M].清华大学出版社 2005.

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”.

Fulltexts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.