

# 天津移动媒体“预言”瑞吉广告

产品名称	天津移动媒体“预言”瑞吉广告
公司名称	天津市瑞吉广告有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	天津市西青区李七庄澜溪园三区
联系电话	022-23937598 13821732405

## 产品详情

网络媒体在中国的发展已近20年，网民对媒体长期的渗透和高频次的参与让网络媒体的每一次变革都在大量的内容阅读中被忽视。其实，“网络媒体”已经从过去的实体网站逐渐成为了一个摸不透的行业代名词，因为有太多的细分媒体和商业模式出现，而它们正在努力寻找自己未来的定位，如果你对媒体的未来感兴趣，可以继续往下看。

从门户时代的“专业传播”到Web2.0时代的“用户参与”，再到今天“平台重塑,个人崛起”的众媒时代，几乎所有的网络媒体都可以用移动媒体来替代，“无移动不新闻”已经成了当下媒体最显著的特征，无论你是新媒体还是旧媒体，没有APP端的媒体一定活不久。

总体来说，根据2016年媒体行业发展的特性以及主流媒体的触及面可以看出明年移动媒体的八大发展趋势，有些也许你知道，但是有些一定会让你大跌眼镜。

### 预言一：聚合类平台成主流媒体

每一个媒体时代都有一个最主流的平台，门户新闻客户端的时代虽然还没有过去，但经过这几年的竞争，无论是内容还是模式，发展空间都已趋于饱和。至此，门户新闻客户端也沦为了“传统媒体”。

聚合类平台的崛起首当其冲当然要属今日头条，它的火爆让无数纸媒起诉之，也让众多媒体集团跟随之，除了与今日头条同期发展的鲜果、ZAKER外，2015年诞生的聚合类媒体还有并读新闻(南方报业)、天

天快报(腾讯)、一点资讯(凤凰)。

其中由传统门户牵头的天天快报和一点资讯发展最迅猛，未来也会是今日头条最强大的竞争对手。而细心的朋友可能会发现，QQ和微信的新闻插件跳转链接已经从腾讯新闻客户端变成了天天快报，单凭这种互联网最强大的导流器来看，今日头条未来的压力是非常大的。

预言二：移动媒体转型成“超级入口”

这种“超级入口”主要得益于媒体的“水陆空”作战能力，从行业现状来看，只有腾讯新闻和凤凰新闻做到了，它们分别具备了PC端门户+移动新闻客户端+聚合类媒体的作战部署。

从易观智库的数据可以看出，腾讯网和腾讯新闻客户端已经分别占据了头筹，天天快报虽然是今日头条和一点资讯中最晚出现的，但实力不可小觑，因为要知道，当年腾讯新闻客户端就是四大门户中最晚诞生的。

而凤凰网近几年的发展是顺风顺水，不仅在移动时代成功跻身五大门户，还通过投资形式成功吸收一点资讯这个强大的聚合类媒体，只不过凤凰网的用户基数过小，2017年需要爆发还得夯实这一基础。

预言三：全新的生产力造就了全新的媒体形态

近几年来，科技的发展正在加速硬件智能化进程。与此同时，也在重塑媒体的内容形态、阅读视角。

增强现实技术，简称AR，它是一种能将真实世界信息和虚拟世界信息“无缝”集成的新技术，能让虚拟事物接近真实的展现。作为NBA直播唯一的主角腾讯来说，使用AR技术绝对算得上是锦上添花，这种直播亮点目前国内互联网体育赛事直播中并不多见，更何况是网络媒体。

像百度新闻原来是新闻客户端，现在则直接基于自身的大数据基础变身成了个性化推荐新闻客户端，用户可以通过云计算实现听新闻，并通过机器学习抽取文章摘要读出来，当语音合成技术和网络上的文字视频技术结合在一起的时候就会变成一个新的视听体验。

预言四：每个人都是媒体内容的创造者

这里指的创造者不仅仅是指自媒体，而是所有接触移动互联网的网民，因为这个时代，第一手资讯已经不是媒体能够获取的，尤其是突发新闻事件，站在第一线的人永远都是普通网民。

甚至在可穿戴设备普及的未来，每个人都能够用更智能的方式去获取新闻现场，并称为媒体内容的“供应商”。

而对于媒体专业内容而言，无人机或可称为新闻内容的获取渠道和方式之一，像美国最近就放宽了无人机的使用政策，各地以商业用途为目的的无人机有了真正可行的可能性。从使用无人机进行工厂化养殖的调查，到如今抗议期间对警察渎职的监视，记者或者个人都可以开始使用这些成本相对较低的设备进行其新闻/内容采集。

预言五：内容被解构与重塑，成为信息+产品+服务的复合体。网易新闻客户端4.0版本时就在主打O2O概念，而事实也证明了，凡是上亿用户的APP都在做O2O。而发展O2O也会让新闻媒体出现复合现象。内容层面，当硬件和软件全面变化的时候，内容也在发生微妙的变化。以腾讯产品为例，腾讯新闻客户端民生页卡让用户在获取资讯的同时，还可以交水电费。

而网易新闻则主打金币商城，并集合了生活服务如考拉海购、一元夺宝等电商内容，可以说是集合了网易所有的主打产品。用户在阅读新闻的同时可以体验很多基于阅读新闻时所需要的辅助功能，比如网易游戏中心。

由此可以看出，在互联网+的时代，内容已经完全被解构和重塑，不再是单纯的资讯，而成为信息+产品+服务的一种复合体。

预言六：部分自媒体的专业化

今年，微信公众号、今日头条的“头条号”等方式出现的自媒体，虽然门槛相对不太高，但是要能坚持下来，必定靠较高的专业水准，尤其是在2016年。

今天的自媒体，已经不再是“个人媒体”，即使没有专业媒体背景，自媒体也越来越多地靠团队的方式来完成。自媒体在今天正在变成专业媒体人转型的一个方向。这种转型，并不仅仅只是脱离体制拉起自己的一帮人马这样一种外在形式的变化，而更多的是传播语态与传播模式的转变。

## 预言七：垂直化专业媒体爆发式增长

澎湃新闻可以说是垂直化专业媒体的典范，主打时政领域，并抓住反腐新闻这一关键节点一举成功，而对于千千万万个行业来说，澎湃新闻的模式是可以充分借鉴的，这点在2017年应该会有所体现。

其次就是一些极具个性化的媒体，如好奇心日报、界面等，它们产出的内容不具备媒体的普遍性和及时性，而是更多需要独立思考和独立见解的解读性内容，或者说成是新闻事件后的“第二手新闻”。