

媒体融合的结构化：信息产业的跨领域融合与并购

刘明烨

城乡统筹发展研究中心，北京 100032

摘要：本文以信息技术的迅猛发展、媒体融合趋势加快以及跨领域的融合与并购兴起为背景，聚焦媒体融合的结构化过程，尤其针对信息产业中的跨领域融合与并购现象，深入探讨媒体融合结构化的特征与模式，分析信息产业跨领域融合的机制、模式与效果，同时以典型案例剖析媒体融合与并购的动因与成效，以深度剖析媒体融合的结构化及其在信息产业发展中发挥的作用与影响。本文认为媒体融合结构化的战略措施应落实在技术创新、市场调研与人才培养等方面，这样既有利于指导企业应对可能发生的市场变化，同时还能通过跨领域融合与并购实现资源整合。

关键词：媒体融合；结构化；信息产业；跨领域；融合与并购

中图分类号：F49

文献标识码：A

在数字化浪潮推动下，互联网、云计算、大数据的发展等为媒体融合提供了技术支撑，同时，不同领域间的技术壁垒逐渐淡化，也为信息产业的跨领域融合提供了可能。如今，媒体融合和信息产业的跨领域融合已成为全球范围内不可逆转的趋势，其重要性不言而喻。整合传统媒体与新媒体的资源不仅能够满足用户的个性化需求，还能够为受众提供丰富且多元的信息。通过媒体融合，可以打破不同媒体间的壁垒，在提高信息传播效率、扩大信息传播范围的同时，还能实现资源共享。此外，媒体融合还可以推动产业创新与发展，促进新媒体技术、数字内容、传播渠道的更新迭代，为媒体企业带来新的盈利模式和发展机遇。相比媒体融合，信息产业的跨领域融合更加符合市场需求，企业整合多个渠道资源为用户服务，同时，这种跨领域融合还可以推动产业转型升级，提高产业竞争力与可持续发展能力。

本文以“媒体融合的结构化：信息产业的跨领域融合与并购”为题，旨在深入探讨媒体融合结构化的特征、模式和影响，分析信息产业跨领域融合的动力机制和主要模式，并列举信息产业跨领域的并购现象，揭示媒体融合在其中扮演的角色。本文的研究不仅有助于人们深入理解媒体融合和信息产业跨领域融合与并购的实质，还能为企业在数字化浪潮中制定发展战略、为产业的转型升级提供参考，具有重要的理论价值和实践价值。

1 媒介融合与媒体融合

1.1 媒介融合的概念定义与主要内涵

美国学者 Andrew Nachison 将媒介融合界定为

“印刷的、音频的、视频的、互动性数字媒体组织之间的战略的、操作的、文化的联盟^[1]”。中国学者蔡雯认为媒介融合是指在以数字技术、网络技术和电子通讯技术为核心的科学技术的推动下，组成大媒体业的各产业组织在经济利益和社会需求的驱动下通过合作、并购和整合等手段，实现不同媒介形态的内容融合、传播渠道融合和媒介终端融合的过程^[2]。李奇·高登教授曾对媒介融合进行划分，主要包括所有权融合、策略性融合、结构性融合、信息采集融合和新闻表达融合，即“五种融合”说。国内学者认为媒介融合是由新媒体及其他相关因素所促成的媒介间在诸多方面的相交融的状态，首先是物质层面的融合，包括本文探讨的媒体融合；其次是操作层面的融合，包括传播业务、经营业务层面的融合；最后则是理念意识层面的融合^[3]。

1.2 媒体融合的概念定义与主要内涵

国外学者以再媒介化（remediation）为出发点将媒体融合定义为：至少三种重要技术（电话、电视和电脑）的互相再媒介化，它们中的每一项都是各种技术、社会和经济实践的杂合^[4]。华人学者魏然将“媒体融合”定义为：在内容（包括新闻、信息、娱乐节目和数据）的制作、播出和传播上传统媒体与具有互动性的新媒体相结合^[5]。国内学者刘鹏又指出：所谓融合不仅仅是媒介介质方面的融合，更是互联网时代下产品形态、经营模式和产业融合的融合^[6]。宋建武则认为：媒体融合的过程实际上是持续发展的互联网技术及其应用迫使传统媒体从过去单一的传播渠道、内容和方式向平台化方向发展的过程^[7]。而更多学者则采取了官方表述，即将媒

体融合表述为：传统媒体和新兴媒体融合发展，本文也将采用这一说法^[8]。

1.3 媒体融合的发展动因

学者朱天将媒体融合动因归结于技术、制度、市场和产品层面，他认为：媒体融合肇始于技术创新，加速于制度创新，深化于市场创新，最终表现为产品创新^[9]。技术驱动为媒体融合提供了技术基础，是媒体融合发展的核心动力，同时，政策推动也是媒体融合不可忽视的动因。政府政策的制定不仅能够鼓励媒体行业的创新发展，还能推动传统媒体与新兴媒体融合。在市场竞争层面，媒体融合在扩大市场份额的同时，还能增加收入来源。通过产品创新，媒体可以更好地满足用户需求，提高市场竞争力，从而实现经济效益和社会效益的双赢。

2 媒体融合的结构化

2.1 媒体融合的结构化定义与内涵

2.1.1 媒体融合的结构化定义

媒体融合中的“结构”不仅扮演着社会交往的资源，也可以通过能动性实现再生产和变化^[10]。结构化是指将不同媒体形态、内容、技术、渠道等资源，通过系统化、有序化的方式进行整合和优化，形成高效、协同、创新的媒体生态系统。这个过程不仅涵盖资源、技术、内容的整合，还包括了平台拓展、运营管理等方面。媒体融合的结构化是一个长期而复杂的系统性过程，需要考虑多方因素，以此才可形成高效协同、富有创新性的生态系统。

2.1.2 媒体融合的结构化内涵

媒体融合的结构化是一个系统性过程，这种结构化体现在内容结构化、业务结构化和资源结构化上。

(1) 内容结构化

媒体融合的内容结构化是媒体在数字化转型过程中的关键环节，媒体融合的新技术可以对内容进行详细分类、标注、添加链接，以及建立模型，同时可以将海量信息转化为可观数据。在传统媒体与新媒体的融合的过程中，不仅包括文字、图片、声音方面的融合，还包括动画、直播、VR（Virtual Reality，虚拟现实技术）等融合形式。这些新颖的融合形式不仅提高了内容的管理效率，还增强了用户体验，让用户在海量信息中快速、准确地找到所需内容。同时，媒体融合的内容结构化也为日后的内容分析和产品推广提供了基础，这将有助于媒体行业更好地满足用户需求，提升市场竞争力。

(2) 业务结构化

媒体融合中的业务结构化包括了不同媒体形式间的整合与互动，其具体包含了组织架构的重建、业务流程

的优化和运行机制的创新等方面。媒体融合中的业务结构化可以通过优化业务流程与运行机制来减少工作时间与采编成本，从而提高新闻生产效率，同时通过移动互联网与大数据技术，融合新闻还可以不受时空限制，将新闻内容实时传播给受众，实现全球范围内的信息共享。在媒介产业的市场结构方面，媒体融合还将推动媒介产业市场结构的变化以及业务的拓宽。同时，媒体融合中的业务结构化也将推动传媒产业内部子产业的交叉与融合，从而促进相关产业创新行为的发生。

(3) 资源结构化

媒体融合中的资源结构化指在媒体融合过程中，媒体或行业对各类资源进行系统性的组织、分类、管理与整合，以实现资源的最优化利用。媒体融合涉及多种媒体形态与资源的整合，包括传统媒体资源、新媒体资源、技术资源、人力资源等。这种对资源的利用与整合也被概括为“系统整合”，即各个微观社会环境之间的整合^[11]。资源整合的结构化可以提高资源利用效率，降低运营成本，同时还能增强媒体竞争力、扩大影响力，在进行集聚、重构、优化等手段后，将媒介系统内的各种资源利用价值发挥到最大。

2.2 媒体融合的结构化模式

2.2.1 垂直类模式

垂直类的融合模式通常围绕某一特定主题或在特定领域开展，如财经、体育、健康、娱乐等。垂直类的融合模式不仅会使用多元化的媒体形态，而且不同于其他类型融合，垂直类的融合更加注重融合的深度，包括内容深度、数据深度、服务深度和思想深度。例如体育类媒体应对受众做出画像描摹，将媒体内容涵盖新闻、赛事直播、数据分析、运动员专访等多个方面，在体育赛道上将效果发挥到最大。垂直类融合模式在提升用户体验、增强用户粘性方面具有天然优势，也是今后媒体融合发展的重要方向。

2.2.2 平台化模式

媒体融合的平台化模式打破了传统媒体与新媒体平台间的壁垒，实现了资源的共享与最大化利用，是当前媒体发展的重要方向。这种模式是指将传统媒体的内容、渠道、分发等资源与新媒体相融合，具有典型的开放性、扁平化和集约化的特征。媒体融合平台化模式的实施方式主要包括建立媒体资讯聚合分发及服务平台，如央视频、人民日报客户端等。媒体融合平台化模式促进了资源的共享和互通，提高了内容的传播效率、扩大了信息的覆盖范围，在推动了媒体行业创新发展的同时

还引入新技术、新应用，对于媒体行业的转型升级具有重要意义。

2.2.3 全媒体模式

全媒体模式是指媒体机构在多个媒体平台上进行融合，如报纸、电视、广播、互联网、移动应用等。此类模式整合了媒体的不同资源，构建起了全媒体传播体系，具有全面性、多样性和互动性的特征。媒体机构需要针对不同媒体平台的特点，生产适配该平台的内容，为了实现资源的最大化利用，媒体机构还需要收集并分析用户数据，把握用户需求，实现精准推送。以湖南卫视的“芒果超媒”为例，芒果超媒通过电视、广播、网络为受众提供全方位的信息服务，其电视频道拥有《你好，星期六》《天天向上》等知名节目，网络平台更是涵盖了新闻、娱乐、母婴等多个领域。全媒体布局模式不仅有助于提升品牌影响力和市场竞争力，还能为实现媒体与品牌间的可持续发展注入动力。

3 信息产业的跨领域融合

3.1 信息产业跨领域融合的概念和内涵

产业融合可概括由于技术进步和放松管制，发生在产业边界和交叉处的技术融合改变了原有产业产品的特征和市场需求，导致产业的企业之间竞争合作关系发生改变，从而导致产业界限的模糊化甚至重划产业界限^[12]。信息产业的跨领域融合本质上是信息技术向其他行业和领域的渗透与应用，这种融合不仅涉及技术层面的交叉融合，还涵盖业务模式、市场应用、产业生态等多方面，具有创新性、协同性和广泛性的特点。

3.2 信息产业跨领域融合的重要性

产业融合包括三种形式，即产业渗透、产业交叉和产业重组^[13]。它不仅助力产业的转型升级，还对促进经济发展以及提高社会运行效率具有关键作用，在信息产业的跨领域融合过程中，其重要性也不言而喻。

3.2.1 调整产业结构、助推转型升级

信息产业的跨领域融合不仅能够帮助产业结构进行内部调整，还能促进产业转型升级，尤其是通过新兴技术的应用，能够推动传统产业向高端、智能的方向发展。跨领域融合是经济转型和升级调整的重要驱动力，伴随着传统媒体与新兴媒体间的界限逐渐模糊，这种新型的产业生态格局将进一步推动社会经济的发展和进步，在促进产业结构的优化升级和传统媒体的数字转型时，还能培育出新的经济增长点。

3.2.2 促进经济发展、扩大市场规模

信息产业的跨领域融合对经济发展和市场规模的扩大具有重要作用。在经济发展方面，由于新兴技术的应

用开发出了更具竞争力的产品和服务，满足了多样化的市场需求。在市场规模方面，信息产业的跨领域融合满足了市场对多元化、个性化和分众化的需求，从而拓宽了市场边界，整合了不同领域的信息资源，开发出了更符合市场需求的领域和新型商业模式，从而助推了经济的可持续发展。

3.2.3 满足多元需求、提升服务质量

信息产业的跨领域融合能够将不同领域的知识、技术和资源进行结合，从而为用户提供个性化、定制化的服务，这种资源整合还使得不同行业间的信息和服务得以共享，以满足更加复杂化、多元化的业务。在提升服务质量方面，信息产业的跨领域融合引入了人工智能等先进技术，能够对用户的智能需求快速做出识别和响应，从而提高服务的整体效率和准确性。例如当前的智能家居系统可以通过手机软件进行远程操控，从而改善用户的产品使用感与生活体验感。

4 信息产业的跨领域并购

4.1 信息产业跨领域并购的内涵

信息产业的跨领域并购是指企业间为了实现多元化的发展、提升核心竞争力，通过收购、兼并等方式跨越原有产业的边界，从而进入新的产业领域的行为。这种跨领域的并购包括信息产业内部不同领域的并购和信息产业与其他产业间的并购，这两种并购模式是当前信息产业跨领域并购的主要类型。其中，信息产业内部不同领域的并购包括出版业、广播电视业、通信行业和信息服务业间的并购，而信息产业与其他产业之间的并购则更为常见，如阿里巴巴收购饿了么、阿里巴巴入股新浪微博、阿里巴巴投资高德地图等。通过这种并购模式，企业可以迅速地获取新兴技术，扩大市场规模，为经济增长注入动力，以实现产业的快速升级转型。同时，随着信息技术的不断发展，未来信息产业间的跨领域并购现象将会越加频繁。

4.2 信息产业跨领域并购案例及分析

信息产业跨领域的并购案例不在少数，本文则以“阿里巴巴收购饿了么”为例，分析这一典型的并购案例背后的动因与影响。

阿里巴巴集团以电子商务为核心业务，饿了么作为地方生活服务平台，为受众提供外卖、超市和生鲜等服务。2018年4月，阿里巴巴集团宣布全资收购饿了么，是中国信息产业领域并购进程不可忽视的典型案列。

阿里巴巴并购饿了么，不仅使阿里巴巴集团深入消费者的日常生活当中去，同时进一步完善了该集团在新型零售业和本地生活服务领域的战略布局，是阿里巴巴

集团多元化发展的重要举措。同时，饿了么自身拥有的庞大用户数据也可以实现与阿里集团技术的互补，实现双赢。此外，阿里巴巴收购饿了么的最大原因是外卖市场份额的扩大。饿了么在外卖市场中拥有较高的品牌影响力和市场份额，同时外卖市场的受众规模还呈现出逐年增长的趋势，从图1中国在线订餐的市场规模看，从2013年起，中国的外卖市场规模持续扩大；2017—2020年，外卖市场的增长率仍保持在20%上下；到2020年，外卖市场规模已超3000亿元。同时图2中，在线订餐的市场用户规模也呈正相关，2017—2020年的增长率保持在18%左右，并在2020年用户规模达到4.8亿人。



图1 中国在线订餐市场规模

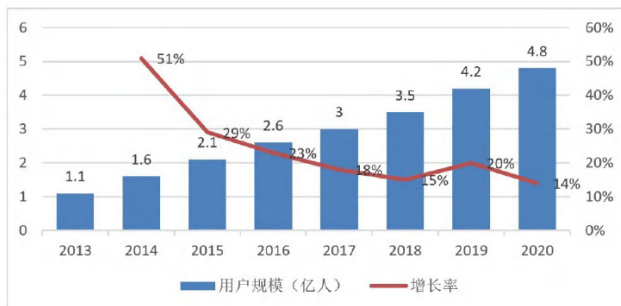


图2 中国在线订餐市场用户规模

(数据来源:《2018年中国在线外卖行业分析报告——市场运营态势与发展前景研究》和产业信息网)

在阿里巴巴并购饿了么之后，阿里巴巴集团盈利方面的数据也发生了变化。从表1可以看出，从2016年到2017年，阿里巴巴的销售毛利率、净资产收益率和总资产净利率均呈现出下降趋势，而2018年阿里巴巴集团将饿了么并购后，其净资产收益率则从17.62%提升至19.85%，并且在之后的两年也呈现出上升趋势；总资产净利率虽有下降但总体也呈现出波动式上升态势。这表明自2018年阿里巴巴集团收购饿了么后，不仅提升了其整体的盈利能力，还为集团带来了正面的协同效应，如阿里巴巴集团旗下的淘宝、支付宝等业务，不仅打破了业务间的壁垒，还为阿里巴巴集团的资源共享和业务流通提供了可能，在进一步拓深了其整体的业务规模和营业能力的同时还推动了整个信息产业集团的升级发展。

5 信息产业跨领域融合与并购的未来战略

5.1 技术融合：物联网 + 云计算 + 大数据 + 人工智能

信息产业的跨领域融合与并购需要技术间的融合与技术的创新。当前的物联网技术可以实现设备间的数据共享，为数据的采集、监测与控制提供基础动力，从而提高信息的生产效率与质量；云计算技术的应用可以满足跨领域融合当中对数据处理能力的需求，提供弹性且高效的数据处理能力；大数据技术可以挖掘潜在的商业机会，为信息产业的融合与并购寻找新的机会与模式；而人工智能技术的应用则可以在企业和媒体应对复杂问题时，提供智能化的处理方案与科学化的决策方案。在信息产业未来的发展中，要将物联网技术、云计算技术、大数据、人工智能等技术应用其中，这些技术不仅能够打破行业间的壁垒，实现行业间的信息共享，还能够用其强大的数据储存和处理能力，为企业提供潜在商

表1 阿里巴巴盈利能力相关指标

指标	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
销售毛利率 / %	66.03	62.42	57.23	45.09	44.60
净资产收益率 / %	39.43	17.62	19.85	20.42	23.93
总资产净利率 / %	23.00	9.47	10.04	9.54	12.32

(数据来源:东方财富网)

机,保障其内部数据安全,促进信息产业跨领域的深度融合。

5.2 市场调研:了解市场需求、关注市场趋势

在未来信息产业跨领域的融合与并购中,企业和媒体需要深入了解市场需求,关注市场趋势,对目标用户和潜在市场进行深度调研。首先,要确定目标市场的定位,包括市场规模、客户需求和增长潜力等;对此,企业和媒体可以通过问卷调查、深度访谈的形式搜集目标用户的潜在需求和信息偏好,同时了解市场需求,对竞争对手进行分析,了解竞争对手的产品服务价格以及市场份额,找到自身的竞争优势。其次,在市场发展趋势上,企业和媒体还要及时了解行业发展趋势和消费者趋势,关注整个信息产业的最新动态,关注行业政策、市场变化和竞争格局;在消费者的行为偏好上,要为其提供智能化和数字化服务,通过分析市场格局,提高自身产业竞争力,同时,根据其调研结果、市场需求以及市场趋势,制定相关的策略、方案,评估潜在客户的价值和风险,确保产业的融合与并购顺利开展。

5.3 人才培养:挖掘复合型人才、健全激励机制

在信息产业跨领域的融合与并购中,人才在其中的发展尤为关键,尤其是人才的培养则是推动这一融合与并购过程的重中之重。为了实现跨领域融合与并购的有效进行,企业需要挖掘复合型人才,建立健全人才激励机制。首先,在复合型人才的挖掘与培养方面,企业要明确复合型人才需求,在媒介融合背景下,挖掘具备各领域知识和技能的人才,例如,既懂得媒介经营管理方面的人才,也要懂得数据技术与应用方面的人才。其次,在建立健全人才的激励机制上,企业要根据人才的个人职业规划和兴趣需求提供定制化服务,包括内部开展培训、外部制定课程和在线学习等。同时,企业也要打破传统媒体的竞争模式,为员工建立多元化的晋升通道,在建立健全激励机制层面,为在媒体融合与并购中作出突出贡献的员工进行激励和表彰,如设立创新人才奖、突出贡献奖和最佳团队奖等。

综上所述,在媒介融合背景下,信息产业跨领域融合与并购的战略措施需要从技术融合、市场调研和人才培养入手。技术是推动媒体融合的核心因素,了解市场动向是媒体融合的重点因素,人才培养则是信息产业融合的关键因素,同时还要关注政府政策,整合可利用资源以实现企业的可持续发展。只有在技术、市场和人才的三方协同作用中,才能让信息产业的跨领域融合与

并购不断释放潜力,推动产业向更高层次、更广领域发展。

6 结语

综上所述,本文的研究结论主要有三点:第一,媒体融合的结构化过程推动了信息产业的跨领域融合与并购,为产业发展注入了新的活力。第二,信息产业的跨领域融合与并购能够助推产业转型升级,促进经济发展,扩大市场规模,满足用户多元需求。第三,在媒体融合的背景下,未来信息产业的融合与并购要将重点放在技术融合、市场调研和人才培养层面,为信息产业的可持续发展提供战略措施。未来,媒体融合的结构化将继续推动信息产业的跨领域融合与并购,同时这种融合与并购也将呈现出多元化、个性化的特点。同时,政府、企业和媒体也应共同努力为媒体融合的健康发展提供有力保障。

参考文献

- [1] 蔡雯. 新闻传播的变化融合了什么——从美国新闻传播的变化谈起[J]. 中国记者, 2005(9): 74-76.
- [2] 蔡雯, 王学文. 角度·视野·轨迹——试析有关“媒介融合”的研究[J]. 国际新闻界, 2009(11): 87-91.
- [3] 丁柏铨. 媒介融合: 概念、动因及利弊[J]. 南京社会科学, 2011(11): 92-99.
- [4] 韦路. 媒体融合的定义、层面与研究议题[J]. 新闻记者, 2019(3): 32-38.
- [5] 魏然, 黄冠雄. 美英媒体融合现状与评析[J]. 华中师范大学学报(人文社版), 2015, 54(6): 116-123.
- [6] 刘鹏. 传统媒体融合转型的若干趋势[J]. 新闻记者, 2015(4): 4-14.
- [7] 高海珍, 黄森. “中国的媒体融合在全球处于领先地位”——专访中国人民大学新闻学院教授宋建武[J]. 新闻与写作, 2016(2): 67-70.
- [8] 严三九. 媒体融合过程中传媒体制改革研究[J]. 新闻记者, 2016(12): 4-12.
- [9] 朱天, 彭泌溢. 试论媒介融合中的“加减之道”——时代华纳与美国在线“世纪婚姻”终结对我国“三网融合”的启示[J]. 新闻记者, 2011(7): 61-65.
- [10] 施蒂格·夏瓦, 刘君, 范伊馨. 媒介化: 社会变迁中媒介的角色[J]. 山西大学学报(哲学社会科学版), 2015, 38(5): 59-69.
- [11] 张云鹏. 试论吉登斯结构化理论[J]. 社会科学战线, 2005(4): 274-277.
- [12] 马健. 产业融合理论研究评述[J]. 经济学动态, 2002(5): 78-81.
- [13] 胡汉辉, 邢华. 产业融合理论以及对我国发展信息产业的启示[J]. 中国工业经济, 2003(2): 23-29.