



《1818黄金眼》再发展思维模式转型

李欣 | 浙江传媒学院新闻与传播学院副院长

《1818黄金眼》有几个核心竞争力。第一，传统媒体有不可替代的公信力，这是市场化媒体不具备的。第二，我们有强大的地方影响力，特别像《1818黄金眼》这样的栏目，已经深入到杭州人的血脉中间，有很大的黏性，有我们一批非常资深的老记者，这是最核心的竞争力，这也是无法替代。第三，由于这样一个本地化频道，它对本地社会资源有非常强大的整合能力，这也是社交媒体平台所不具备的。社交媒体平台非常想和传统媒体进行合作，因为传统媒体有很强大的资源整合能力。

我们把优势和特长发挥出来，再活18年应该没有问题，但需要有非常重要的转型。在未来发展过程中，《1818黄金眼》需要在自己核心的优势资源的基础上做一个思维模式的转型。这个转型包括两点。

第一个转型是内容制作上要嫁接很多新媒体技术和新媒体思维方式

人民日报当年曾做过现象级爆款H5产品军装照，最初的创意来源于资深老记者，这是老记者核心能力和新媒体技术结合、完成主旋律报道的经典案例。我们不要拒绝新技术，它是一个不能回避的问题。一方面是产品内容化，就是转型应该向信息服务+运营方向转

型，服务和运营要跟得上。很多互联网平台在具体内容运作中非常强调运营。这恰恰是我们传统媒体最缺乏的，就是产品化的转型。另一方面是平台运作的转型。平台化的转型最好是《1818黄金眼》整体平台化转型。新媒体时代，单单强调采访能力已经不够，更大的能力在于信息资源整合能力。专业记者要学会运用新媒体技术进行深度数据分析，把海量的资源重新整合呈现，比如把新闻的背景资料和数据，做成超越于社交媒体第一时间所获得碎片化信息的新闻。

第二个转型是可以利用新媒体技术转型成自己的轻型平台

我们有自己的媒体矩阵，能不能用小程序，建立自己的轻型平台。利用品牌和用户资源，把新闻核心内容作为核心竞争力，利用轻型平台做数据。然后，从信息型媒体转向数据媒体，利用这些数据可能会衍生出非常多的盈利模式，来支撑频道做高品质的新闻，产生良性循环。做深度报道成本很高，技术成本、人力资本等很高，需要资金来支持。有这样一个轻型平台，背后有大量具有盈利能力的的数据提供新的盈利，反过来支撑我们做高质量的新闻。这可能是一个更加良性的循环。