

融媒体时代报业集团新闻客户端建设的几点思考

多燕雨

人民网科技（北京）有限公司，北京 100026

DOI: 10.61369/SSSD.2025090033

摘 要：立足融媒体时代并对其进行分析，需要将传统媒体与新媒体融合，助推我国新型主流媒体的发展。在发展过程中，以龙头新闻客户端、澎湃新闻客户端、大河客户端建设效果最佳。剖析上述新闻客户端内容，可发现“品牌衍生”、“原创+UGC”、“内容延续”是其主要模式。基于此，本文以报业集团新闻客户端发展现状出发，对新时期新闻客户端建设总结几点可行性方案。

关 键 词：融媒体；报业集团；新闻客户端；建设方案

Reflections on the Construction of News Clients of Newspaper Groups in the Era of Converged Media

Duo Yanyu

People's Network Technology (Beijing) Co., Ltd., Beijing 100026

Abstract： Based on the analysis of the era of converged media, it is necessary to integrate traditional media with new media to promote the development of China's new mainstream media. In the process of development, leading news clients, The Paper, and Dahe Client have achieved the best construction results. An analysis of the content of these news clients reveals that "brand derivation", "original + UGC", and "content continuation" are their main models. Based on this, starting from the development status of news clients of newspaper groups, this paper summarizes several feasible schemes for the construction of news clients in the new era.

Keywords： converged media; newspaper groups; news clients; construction schemes

引言

融媒体时代为传统报业发展带来新的生机，但同时又带来了挑战。报业集团如何将新闻客户端“因地制宜”完成建设，这是需要关注的重点。重视客户端用户使用体验，时刻谨记以“内容为王”取胜。并在其他社交平台上进行营销，最终突破传统报业集团新闻模式的定位桎梏，促进传统媒体与新媒体的高质量融合。

一、报业集团新闻客户端建设问题微观透视

（一）调研规划不足导致定位失衡

融媒体时代各大报业均开发、推广本集团新闻客户端。融媒体时代虽然对发展带来机会，但因新闻客户端建设前期调研不足，导致客户端开发、内容设计等整体工作规划不明。此过程，部分报业集团并未做到“品牌衍生”、“重视原创”，因此在客户端建设初期并未有机会突破传统媒体形式的定位桎梏^[1]。且在发展过程，战略定位始终向传统媒体偏移，并未真正应用融媒体平台的优势，最终因战略定位落实等棘手问题，限制了客户端的建设、推广、发展。

（二）固守传统导致内容整合不明

融媒体时代，任何行业立足本体发展是较为正确的思路。但不可因固守传统模式，而忽略互联网时代新闻传播的高效性。通

过对问题的微观透视，可发现如下问题。第一，客户端内容无法做到跨平台整合、深挖，且部分新闻内容存在“烂尾”问题。此问题得不到纠正、调整，无法体现新闻客户端建设的意义与价值。第二，忽视UGC内容。融媒体时代，需要重视用户原创，这是客户端建设的根本。显然在建设初期乃至整个过程，部分报业集团的用户原创内容生产率无法达标。

（三）思维限制导致客户端体验不良

客户端建设过程需要以“互联网+思维”完成模块、结构的设计，这样既可保证用户体验，又可突出时事新闻要点。但建设过程中，仍忽视用户体验。基于此，下述内容侧重问题与成因进行分析。第一，UI设计缺乏创新度，客户端同质化问题突出，无法满足用户体验。第二，因技术限制有关于用户体验调查的客户端功能并未及时开发，进而导致客户端在建设后期以及推广过程中发展良莠不齐。分析上述问题的成因，其根本为：新闻客户端

建设过程中固有思维、固有新闻产品模式的限制。

（四）忽视营销导致运营效果不佳

营销方案是配合新闻客户端建设所产生的，分析部分报业新闻客户端，在推广营销过程，因经验不足、方案不良，最终无法展现出营销的价值。探究问题的根本原因，可发现营销方案缺少“特质”。新闻客户端应该以产品与内容为营销重点，以“特质”为营销抓手，方可保证效果^[2]。同时，营销方案、营销策略推动力不足，在初见效果后，并未紧抓势头进一步推广客户端。

二、融媒体时代报业集团新闻客户端建设可行性方案

（一）明晰建设定位、狠抓方案落实

以龙头新闻、澎湃新闻、大河等为例，为保证新闻客户端建设效果，需要重视如下内容。第一，前期做足新闻行业的市场调查，借助 AI 数据分析工具挖掘用户偏好与行业趋势，始终以本报业的王牌为抓手。关注融媒体时代的“长尾理论”，通过 AI 内容画像技术开辟属于自身报业属性的王牌长尾。但结合目前情况分析，建设长尾客户端，应该依托 AI 智能推荐算法探索出其他客户端所不具备的王牌内容，通过发挥自身长处最终打造出“品牌衍生”、“内容为王”的最优客户端^[3]。第二，扬弃取舍，试图立足本土打破桎梏。报业新闻客户端建设过程的“取舍”，需要依据 AI 定位分析模型完成设计，保证建设方案的科学性。如地方性报业集团，客户端建设过程立足本土是最优方案。利用 AI 地理标签技术将本土化客户端开发到极致，精准将用户内容限制在本省、本市，更能保证客户端的最终建设效果。

（二）团队相互配合、凸显内容优势

任何时期报业集团均应该以新闻内容为核心抓手，因此新闻客户端建设过程，仍需要具备传统新闻生产的核心模式、创新模式。第一，微调新闻采编整体流程，避免“制播分离”问题出现。如澎湃新闻采编模式应该被推广、被采纳，利用采编二分离，保证客户端新闻供稿的时效性、高质性。第二，以链条形式完成新闻生产，确保客户端新闻“有始有终”。此方案是为杜绝新闻烂尾问题，由团队负责整个新闻的完成度，最终以生产、跟踪这一链条式措施，持续跟进内容^[4]。第三，人才培养要做到一精多能，确保新闻内容质量。何为“一精多能”？其核心是融媒体时代的新闻人，应该对专业技术更为精通，更需要具备融媒体素养。这样方可保证客户端新闻内容的质量与精度。

（三）技术与方案融合、确保用户满意度

客户端建设是最为基础的环节，客户端推广、使用过程，如何保证用户数量、用户满意度方是关键。基于此，下述内容侧重三点进行总结。第一，重视 UI 设计，借助 AI 智能布局算法优化客户端的操作逻辑，满足正常新闻阅读需求。同时，更需要以新闻产品的“特质”为关注点，通过 AI 风格识别技术确保 UI 不脱离新闻产品的特有属性。第二，客户端引入社交功能，依托 AI 语义分析技术构建智能讨论区推荐机制，以线上社交加速形成客户端用户讨论区。该环节是保证客户端用户活跃度的核心，凸显移动媒体时代社交趋势，进而开发出 AI 驱动交互式固定栏目模

块。第三，借力话题性内容，活跃 UGC。以用户原创内容作为新闻内容丰富的方案，通过 AI 热点预测模型生成“话题式”新闻内容，让客户找到参与感。第四，正确应用大数据。结合对其他客户端用户使用满意度调查，可发现利用 AI 深度挖掘算法分析用户喜好，并针对性提供新闻内容，更能提升用户满意度。

（四）关注新闻特质、创新营销模式

有关于建设环节存在的营销问题，需要立足互联网平台发展，分析出更具有实施价值的营销方案。基于此，下述内容侧重三点进行总结。第一，多平台合力共同营销。通过对上述客户端等行业代表分析，客户端推广过程需要利用交互平台的优势。如在抖音等平台上建立账号，以此作为营销合理手段。第二，提供更为优质的后期服务。客户端引流是营销目的，如何维护用户，需要体现出新闻客户端的特质。以最优的文化内容为辅助抓手，重视用户对新闻产品的线上交互。同时，本土化新闻客户端更需要开发出配套服务内容，以本土化定位拓宽新时期营销模式的落实效果。第三，以新闻热点凸显营销本真。作为新闻产品始终需要以内容为营销关注点，为此，新闻热点内容方是营销环节的王牌。无论任何营销方案，客观、真实方是本真。结合互联网+营销方案，以新闻热点突出引流目的。

三、融媒体时代报业集团新闻客户端建设的额外关键维度

（一）强化数据安全与隐私保护，筑牢用户信任基石

在融媒体时代，新闻客户端依托 AI 技术和大数据实现精准运营的同时，数据安全与用户隐私保护问题日益凸显，这也成为影响用户信任度的核心因素之一。当前部分报业集团新闻客户端在快速推进智能化建设过程中，存在数据采集边界模糊、隐私保护机制不完善等问题。例如，部分客户端在未明确告知用户的情况下，过度采集用户地理位置、浏览记录、设备信息等敏感数据，甚至存在数据存储不规范、易被泄露的风险。一旦发生数据安全事件，不仅会损害用户合法权益，更会对报业集团的公信力造成不可逆的影响。

对此，报业集团需从技术、制度、合规三个层面构建全方位的安全防护体系。在技术层面，应引入加密传输、匿名化处理、访问权限管控等技术手段，对用户数据进行全生命周期保护。例如，采用端到端加密技术保障用户浏览记录、评论互动等数据在传输过程中的安全性，通过数据脱敏技术去除用户敏感信息中的身份标识，避免原始数据泄露。在制度层面，需建立完善的数据安全管理制度，明确数据采集、存储、使用、销毁的流程规范，设立专门的数据安全管理岗位，负责定期开展数据安全风险排查与评估。在合规层面，要严格遵循《中华人民共和国个人信息保护法》《数据安全法》等法律法规要求，在客户端首次启动时以清晰、易懂的方式向用户展示隐私政策，明确告知数据采集的范围、目的和用途，赋予用户自主选择是否授权的权利，坚决杜绝“一揽子授权”“强制授权”等违规行为。只有将数据安全与隐私保护贯穿客户端建设始终，才能切实筑牢用户信任基石，为客户

端的长期发展提供保障。

（二）探索“新闻+服务”生态构建，拓展客户端价值边界

随着移动互联网的发展，用户对新闻客户端的需求已不再局限于信息获取，而是呈现出“一站式”的综合服务诉求。当前多数报业集团新闻客户端仍以新闻内容传播为核心，服务功能较为单一，未能充分结合自身资源优势拓展服务场景，导致用户粘性不足、使用频率偏低。例如，地方报业集团拥有深厚的本土资源积淀，却未将其与客户端建设深度融合，无法为用户提供政务办理、生活缴费、本地消费指引等实用服务，难以在众多移动应用中形成差异化竞争优势。

报业集团应立足自身定位，积极探索“新闻+服务”的生态化建设路径，将新闻客户端打造为连接用户与社会服务的重要平台。对于全国性报业集团，可依托自身的信息资源和品牌影响力，联合政务部门、金融机构、生活服务平台等，在客户端内嵌入政务信息查询、社保公积金查询、在线挂号、出行票务预订等跨区域服务功能，满足用户的多元化需求。对于地方性报业集团，应聚焦本土服务，深度整合本地政务资源、商业资源和文化资源，开发具有地域特色的服务模块。例如，开设“本地政务服

务”专区，为用户提供营业执照办理、违章查询、个税申报等在线政务服务；打造“本地生活圈”板块，整合本地餐饮、住宿、购物、旅游等商家资源，为用户提供优惠信息推送、在线预订、消费评价等服务；推出“本地文化服务”功能，发布本地博物馆、美术馆、剧院的展览演出信息，提供在线购票、文化活动报名等服务。通过“新闻+服务”的生态构建，不仅能提升用户对客户端的使用频率和依赖度，还能拓宽报业集团的营收渠道，实现社会效益与经济效益的双赢。

四、结束语

综合上述，结合目前情况分析，报业集团新闻客户端呈井喷式发展，集中化是建设过程最为重要的特点。如何真正发挥出传统媒体与新媒体的融合，应重视客户端建设的质量。体现战略定位的高度，深抓前期调研，关注客户端整体结构，同时做到内容为王。在团队配合下、人才保障下，重视报业集团王牌内容的建设、发展、推广。最终以营销模式提升用户数量，将报业新闻打造成用户体验更佳、用户数量更多的最优客户端。

参考文献

- [1] 吴韧瑜. AIGC 赋能“新闻+服务”质效提升策略探究[J]. 云端, 2024(45): 68-70.
- [2] 李菲, 吕欣. AIGC 在传媒艺术教育中的应用场景与生产机制研究[J]. 传媒, 2024(19): 12-15.
- [3] 胡冬梅, 雷桐. AIGC: 影视内容生产的变革动能[J]. 科技传播, 2023, 15(21): 101-105.
- [4] 阳琼华. 智能媒体技术在融媒时代新闻创作中的应用[J]. 中国地市报人, 2024(10): 42-43.
- [5] 张伟, 李明. 融媒时代新闻客户端的用户需求与体验研究[J]. 新闻研究导刊, 2024, 15(08): 10-13.
- [6] 王芳, 赵磊. 新媒体环境下报业集团的转型策略[J]. 传媒观察, 2023(05): 45-50.
- [7] 陈丽, 王强. 融媒时代新闻客户端的营销模式创新[J]. 传媒论坛, 2024, 7(03): 22-26.
- [8] 王晓明, 张强. 人工智能时代新闻采编流程的变革与创新[J]. 新闻大学学报, 2024(03): 78-85.
- [9] 钟文俊, 韩晓玲. AIGC 对新闻传播业态的影响及相关应对之策[J]. 新闻前哨, 2024(8): 15-16.
- [10] 李凯. 人工智能技术在新闻领域的应用研究[J]. 电视技术, 2024, 48(9): 181-183.