

[首页](#) >> [新闻传播学](#) >> [学术资讯](#)

## 因为5G，传媒业原来有这么多新市场

2019年08月20日 16:39 来源：中国新闻出版广电报 作者：郭全中

字号

[打印](#) [推荐](#)

通信技术变革是互联网变革的重要驱动力，更是通信基础设施的变革。2G技术给我们带来了数字时代，我们可以通过2G网络看到电子报等，3G技术把我们带入到移动互联网时代，我们可以通过移动终端获取各类信息但速度很慢，文字和图片信息尚可但视频类应用则很难，4G技术则是移动互联网的巨大推动力，我们可以借助移动互联网便捷地获得各类互联网服务，网络视频服务也已经十分流畅。从1G到4G的演变，我们可以看出通信技术是通信基础设施的变革，5G自然也是这样。那么，5G的受益者会是谁？它又能给传媒业带来什么样的机遇？传媒业如何才能真正把握住5G的巨大机会呢？

### 传媒业生产力巨大变革从这里开始

生产力决定生产关系，从本质上来讲，传媒业发展史本身就是一部技术创新史。尤其是从1G到5G的移动通信技术作为通信基础设施技术，其技术水平和成熟度在很大程度上决定着互联网相关技术的大规模应用，并与互联网技术一起决定和影响着传媒业发展，这主要体现在新媒介形态、用户规模与体验、市场规模、市场边界4个方面。5G作为新一代移动通信技术，相比于此前的4G等，具有更高的速率、更宽的带宽、更低的时延，不仅带宽、网速等基础技术能力得到大幅度提升，而且互联网化、IT化、智能化、灵活性水平更高，将能够给用户带来极致的体验。

至于5G的主要特点与优势，主要体现在如下方面：其一支持更多的频段，带宽更高，速度更快。5G技术既可以支持低频（小于6GHz）又可以支持高频（大于6GHz），频率的范围更大，带宽也更宽。其二适应场景多样性，组网更加灵活，可以较好地实现自组织网络智能化。其三支持大规模天线，可以大幅度提升系统效率。尤其是可以在超密集异构网络的基础上，部署超过现有站点10倍以上的各种无线节点。其四网络切片、边缘计算技术可以为特定的行业和场景提供更安全、更个性化、定制化的服务。其五实现了IT化、互联网化、极简化的用户体验更好。在IT化方面，5G的核心网实现了统一的IT基础设施，功能软件化；在互联网化方面，在柔性网络、服务性架构和协议体系中都实现了互联网化；在极简方面，控制层与用户层实现了分离，用户界面更加简单和高效。其六采取CDN的内容分发网络，实现用户就近获取所需信息来提高响应速度，大幅度提升分发效率。其七采取信息中心网络（ICN）变传统IP网络中“推”的传输模式为“拉”的传输模式，即整个传输过程由用户的实时信息请求触发，网络则通过信息缓存的方式，实现快速响应用户。

### 产业互联网将成传媒业重要市场

5G技术作为新一代移动通信技术，将像4G等移动通信技术一样，极大地释放人工智能等互联网技术的潜力，彻底打通人联网与物联网之间的界限，通过新媒介、用户数量和体验、市场、边界等的拓展，形成无远弗届的巨型生态系统，构建出传媒业的新蓝图。

一方面，5G打造万物互联的巨型生态系统。其一人联网领域的生态系统型企业高度发达，但是依然局限在人联网领域的消费互联网，而物联网领域的产业互联网或工业互联网仍很难渗透。其二物联网领域潜力巨大。目前，物联网尚处于发展的初期，但作为尚未充分开发的市场，有着广阔的发展前景和巨大的市场潜力。其三5G将助力覆盖人联网与物联网的巨型生态系统初步形成。目前，囿于移动通信技术与互联网技术的制约，物联网尚处于发展初期且人联网与物联网相互割裂，而5G技术将能初步打通人联网和物联网，初步实现万物互联，进而助力万物互联互通的巨型生态系统形成，不仅能为用户提供更极致的体验，而且能极大地拓展传媒业的边界和扩张传媒业的市场，并创新新的内容生产方式。其四5G时代传媒业巨型生态系统的构成。在万物互联的5G时代下，传媒业巨型生态系统媒介形态更为丰富、连接更多、生产方式更为多样、市场规模也更大，具体如下：不仅优化现

有的媒介形态，而且激活VR、AR、MR、车联网等媒介形态，并且创造出新的媒介形态，如各类智能家居等；在进一步扩大互联网现有用户规模的基础上，彻底激活物联网的连接，并实现人联网用户与物联网新连接的有机融合；内容生产主体进一步扩大，除了专业生产机构和UGC（用户生成内容）外，机器也将成为内容生产的新主体（即MGC）；除了消费互联网的市场规模进一步扩大之外，产业互联网也将是传媒业的重要市场。

另一方面，现有媒介形态迭代优化并创新媒介形态。其一现有的媒介形态将得到极大提升和优化。无论是现有的新闻客户端、微信、微博、视频尤其是短视频，还是直播、游戏等，5G将在极大地提升网速和带宽的同时大幅度降低资费水平，不仅超高清视频等将大行其道，而且将能使50Mbps速率，20毫秒延时，以及云游戏业务大规模普及。其二激活VR、车联网等潜力大的媒介。5G的高带宽、低时延优势将有效激活具有巨大潜力的媒介，主要体现在3个方面：会出现基于VR、AR、MR的计算平台，可以更好地支持用户与虚拟人物的互动，对现有互联网平台产生重大冲击；VR、AR、MR等设备的生产；VR、AR、MR相关内容的生产和制作。VR等通过现实和虚拟世界的有机融合，能够给予用户更好的沉浸式体验，更好地吸引和服务用户。其三创新新媒介形态。目前还很难准确预计未来会出现的新媒介形态，但有如下方向可以预测：面向产业互联网的新媒介形态将会大量出现，尤其是基于数据中台的新数据服务将大行其道；基于物联网的智能家居将成为新媒介渠道，并创新新媒介形态，如现在的智能音箱和智能冰箱等；有效打通人联网与物联网的新媒介形态。尤其需要指出的是，在既有媒介优化、激活，未来媒介不断创新的5G时代，也必将催生出新的新闻生产方式，主要体现在设备参与资讯生产同VR、AR、MR等带来的现实与虚拟结合的新的新闻生产方式。

“用户体验为王”将展现得淋漓尽致

其实，当下手机用户数量仍有较大的增量空间。笔者判断，我国手机用户数会继续增加且黏度会进一步提升。根据CNNIC（中国互联网络信息中心）发布的第43次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2018年12月底，我国的手机网民为8.17亿，但我国现在尚有超过5亿的人口从来没有上过网，而随着通信基础设施的全覆盖和资费水平降低，这些用户将会进一步转化为手机网民。同时，物联网将提供数以百亿计的新连接。相比于用户连接，物联网的连接将是用户连接的几十倍甚至几百倍，这些新连接的平均价值虽然不如用户，但是由于数量巨大，整体价值则更大。此外，虚实结合时代的用户体验会更为极致。在5G时代，“用户体验为王”的理念将能够得到更为淋漓尽致的发挥，而最主要的用户体验提升来自万物互联时代虚实结合的沉浸感。

当然，基于用户的传媒业市场规模还有较大的空间。一则虽然我国移动广告市场规模已经较大，但未来更多更好广告形式的出现如高清视频广告等不仅能够进一步扩大广告市场规模，而且能够把更多的广告转化为移动端广告。二则直播、游戏等也会进一步升级，云直播、云游戏等将带来巨大的增量市场。三则由于超高清视频等带来更好的体验，用户付费将迎来爆发。而且，VR、车联网等将构建新产业链。比如，在VR产业链方面，除了VR等硬件、软件等产业规模扩展外，硬件、软件结合的VR等产业链将形成，并形成新的互联网平台；车联网产业链将形成；产业互联网潜力巨大。产业互联网相对于消费互联网来说，完全是一个前景广阔的全新增量市场，由于产业互联网的数据量不断放大，则基于数据挖掘和分析的传媒业服务将潜力巨大，甚至远远超过现有传媒业市场规模。

虽然长期的机遇难以预见，但5G将给传媒业带来的短期机遇已经显现。比如，随着5G牌照的发放，与当地党委和政府关系更为密切的传媒企业可以转型为电信运营商或城市服务商，这其中蕴藏着重大机遇：一方面将能够参与通信服务的运营，极大地拓展自身的业务范围和收入来源，另一方面将能够更好地参与当地智慧城市的建设，不断创新服务模式和提升服务能力；比如，超高清内容的生产与制作、VR等相关内容的制作；比如车联网服务的创新与布局；比如产业互联网数据中台的布局等。

虽然5G将给传媒业带来全新的未来，但是能否把握好机遇，还取决于自身的观念、技术、人才等核心竞争力。

首先，观念要转变。思维决定思路，思路决定出路。5G既是属于移动互联网的，又是属于大数据的，更是属于人工智能的。因此，传媒业首要的是要转变观念，树立起互联网思维、大数据思维和人工智能思维，否则再好的技术都无法充分发挥作用。

其次，体制机制要配套。体制决定机制，机制决定活力，活力决定效益，效益决定发展。传媒业受制约最大的是非市场化的体制机制，其体制机制还是半事业单位的体制机制，尚未建立起与三大电信运营商相似的国有企业的体制机制，更不要说与民营企业的体制机制相竞争了。

再次，高度重视人才。没有人才一切都是空谈。互联网企业在人才使用上不看重资历学历，而看重能力和贡献，这就要求传媒业从根本上高度重视人才，尤其通过市场化的机制吸引年轻的、高素质的互联网人才进入，通过鲑鱼效应，对现有的人才制度形成倒逼机制。

（作者系中共中央党校（国家行政学院）文史教研部高级经济师）

## 作者简介

姓名：郭全中 工作单位：

分享到：

转载请注明来源：[中国社会科学网](#)（责编：张赛）

## 相关文章