

6月21日，第28届上海电视节“白玉兰对话”电视论坛《中国视听新媒体发展报告》发布暨网生内容趋势洞察论坛”在上海圆满举办，该论坛由国家广电总局发展研究中心与相关机构联合主办。国家广电总局发展研究中心主任祝燕南重磅发布了“2023中国视听新媒体发展报告”主要内容，全面展现了新征程上视听新媒体年度发展成果，分析创新经验、展望发展前景。现将发布报告主要内容摘编如下。

党的十八大以来，文化建设被摆在治国理政的突出位置，中国视听新媒体作为文化建设的重要载体和传播手段，起到了举足轻重的作用。据统计，截至2022年底，我国网络视听用户规模达10.4亿，网民使用率为97.4%，网络视听用户数量是十年前的近3倍，网络视听产业规模是十年前的20多倍，网络视听成为第一大互联网应用。网络剧、网络综艺、网络电影、网络纪录片、网络动画片丰富多彩，短视频、互动视频等内容形态加速创新，网络视听机构成为集纳视听节目万众创意、大众创新的平台，视听新媒体正加速转型升级，进入大视听领跑新阶段。

第一，聚焦重大主题宣传，同频共振昂扬唱响时代主旋律

坚持把核心宣传作为首要政治任务、重大政治责任，用心用情用力做好领袖宣传报道，创新开展习近平新时代中国特色社会主义思想宣传阐释。不断发挥网络视听平台“首页首屏首条”和短视频“首屏首推工程”的效能，推动核心宣传深入持久、入脑入心。据统计，2022年“首屏首推工程”共推送习近平总书记相关短视频888部，总播放量超过173亿次。浓墨重彩做好党的二十大宣传报道，以全方位、矩阵式、立体化传播，全景式呈现党的二十大盛况，多维度构筑起正能量传播矩阵。聚焦重大事件、重要时间节点，同频共振开展宣传报道，在网络视听空间唱响新时代最强音。



第二，网络视听文艺精品，有力展现新时代新风貌

2022年，有426部网络电影、251部网络剧、330部网络动画片、8部网络纪录片、336部网络微短剧，成为上线备案号重点网络视听节目。

网络剧方面，2022年现实题材网络剧在全年上线作品中占比超过六成，覆盖悬疑刑侦、都市情感、校园青春、女性成长等主题内容；网络综艺方面，打造一系列面向青年群体的原创IP，推动主流价值与主流人群“双主流”有效对接；网络电影方面，主旋律题材品质进一步提升，全年共上线45部主旋律网络电影；网络纪录片方面，推出一批展现新时代十年各行各业成就与变革的作品，为新时代留下了真实鲜活的影像；网络动画片方面，涌现出一批有情怀有温度也有口碑的作品，展现了中国人民从站起来、富起来到强起来的奋斗画卷。

第三，产业发展势头好韧性强，从“稳运行”向“强运营”升级

据统计，2022年我国网络视听用户规模超过即时通讯成为第一大互联网应用。其中，短视频用户规模达10.12亿，同比增长7770万，网络直播用户规模达7.51亿，同比增长4728万，短视频和网络直播正成为拉动视听新媒体行业增长的重要赛道和强劲引擎。收入方面，网络视听服务机构总收入6687.24亿元，同比增长23.61%，占行业总收入的比例超过一半。网络视听相关业务收入4419.80亿元，同比增长22.95%。其中，用户付费、节目版权等服务收入大幅增长，达1209.38亿元，同比增长24.16%；短视频、电商直播等其他收入增长迅速，达3210.42亿元，同比增长22.51%。市场规模方面，泛网络视听领域市场规模7274.4亿元，其中短视频领域市场规模2928.3亿元，网络直播领域1249.6亿元，综合视频领域1246.5亿元，OTT/IPTV市场规模867.1亿元，内容创作市场规模644.4亿元，网络音频市场规模338.5亿元。

新业态新服务创新升级，打造新商业模式。依托互联网和数字经济发展，视听新媒体行业积极顺应新消费，培育新模式。如探索DTC（Direct-to-Consumer）直达消费者模式，有效利用平台公共服务能力实现新诉求。与实体经济强效耦合，跨界延伸价值链产业链，构建泛内容跨生态体系。依托文旅融合，创新线上线下沉浸式体验，扩大视听内容的消费深度和商业想象力。拓展新赛道，探索各类视频的商业闭环，由视频内容孵化相关衍生品，形成新的消费市场。

第四，国际传播水平效能持续提升，短视频成为重要出海形态

内容和IP出海势头强劲，主旋律作品日益受到海外关注。现实题材作品走入更多观众视野，展现真实多彩的中国社会风貌；青年题材作品成为中外青年交流互鉴的重要载体；古装历史题材成为传播中华美学精神的重要渠道，进一步彰显了中国文化自信。海外传播依托国际版、海外社交账号，形成“走出去”与“走进去”双重叠加的海外传播态势。短视频成为内容出海重要载体，具有中国本土特色、中华优秀传统文化美学的泛文化短视频成为重要出海内容，越来越多的外国网友通过小屏走近中国。

第五，视听新技术创新应用，推动行业迭代升级

新技术赋能新内容，内容创新影响力有所增强。通过将虚拟视觉与科技舞台完美结合，打造视觉奇观；虚幻引擎、CG、动捕、实时渲染等技术在剧集和动漫领域应用。新技术赋能新服务，打造网络视听新体验。技术对服务的赋能走上新高度，不断提升用户的操作体验、观看体验、使用体验，增强用户粘性和视听获得感。新技术赋能新工业，实现影视工业迭代升级。网络视听逐步搭建起新型工业化体系，推动影视工业向流程化、平台化、智能化升级。网络视听创作由UGC、PGC等人类生产内容向全新的人工智能生产演进，以生成式AI为代表的AIGC技术的通用化能力和工业化水平快速提升，推动影视拍摄技术和虚拟现实技术的相互赋能。

第六，行业管理制度建设更加完善，加大了行业治理和指导力度

强化制度建设，进一步规范网络剧片内容创作生产秩序。修订完善《网络短视频内容审核标准细则》，印发关于规范网络直播打赏、游戏直播、网络主播、线上演唱会等一系列规范性文件，引导行业热点领域健康发展。围绕网络剧片内容建设，出台了《进一步加强网络视听节目内容安全管理的工作方案》，明确内容管理各项重点任务。发布了《关于国产网络剧片发行许可服务管理有关事项的通知》，启动网络剧、网络电影、网络微短剧、网络动画片行政许可管理，设计启用“网标”，网络剧片创作生产和传播走上法治化轨道。发布加强网络微短剧管理通知，明确微短剧概念，界定时长，重申对平台和管理的规定等，对提升微短剧创作水平进行顶层设计和全流程谋划。

第七，正确认识视听新媒体发展面临的复杂形势与严峻挑战

受一些不利因素影响，视听新媒体机构经营压力大，采取收缩战略，裁撤人员、降低成本、减少投资以降低亏损幅度。但在“节流”的同时，更需要“开源”，不断探索新的商业模式。网络综合治理更加紧迫，亟需创新视听新媒体管理体制机制，运用法治思维和法治方式，提升视听新媒体治理能力现代化水平，加强系统治理、依法治理、综合治理、源头治理，推动形成更加良好的视听新媒体生态。国际舆论斗争更加激烈。世界上一些国家掀起的单边主义、孤立主义、保护主义沉渣泛起，在思想舆论上对我国进行渗透和攻击。落实澄清谬误、明辨是非、展示形象、凝心聚力的任务要求，视听新媒体要“冲锋在前”，发挥独特作用。

第八，视听新媒体迎来三大机遇

一是媒体融合走向新阶段，进入智能媒体时代。当前，互联网进入3.0时代，对于视听新媒体既是挑战、也是机遇。“四全”媒体在不断加快演进，媒体深度融合初见成效，但与全媒体建设的高质量要求相比，仍有一定差距。传统媒体和现存媒体都要加快媒体深度融合，全面挺进新视听新领域，实现大屏、中屏、小屏联动融合传播，满足用户跨屏、跨域、跨网、跨终端无缝衔接服务需求，加快构建新时代全媒体传播体系。

二是新一轮信息革命浪潮，带来技术路线革命性变化和生产模式突破性创新。文化和科技加快深度融合，在新一代信息技术影响下，视听新媒体领域生产传播方式发生深刻变化，给视听新媒体工作带来新机遇。新技术将在视听生产传播全部环节加速渗透、融合应用，从生产创作的数字化制作与智能化管理，到宣传传播的一键生成与分发，赋能视听新媒体产业的现代化发展，推动产业向“数智化”转型，促进构建现代化大视听全产业链发展格局。

三是泛知识内容生产和学习型平台建设，成为视听新媒体打造新文化阵地的重要机遇。当前，泛知识内容和学习型平台建设，成为打造新文化高地的重要手段和方式。网络视听泛知识领域和学习型平台，在文化建设中正日益发挥出重要作用。

（国家广电总局发展研究中心课题组，执笔人：王羽、索东汇）