

人工智能赋能传统媒体转型升级：以河南广电“大象智推”实践为例

韩昕辰

北师大香港浸会大学，广东珠海，519087；

摘要：在媒体融合向纵深发展的关键阶段，人工智能技术正成为驱动传统媒体转型升级的核心引擎。本文以河南广播电视台创新研发的“大象智推”智能推荐系统为典型案例，深入剖析其如何运用 AI 技术重塑内容生产、分发与用户运营模式。研究发现，“大象智推”通过构建用户画像、实现精准内容推荐、优化内容生产流程及提升运营决策效率，有效解决了传统媒体面临的用户流失、内容同质化、分发效率低下等痛点。其实践路径表明，AI 赋能不仅是技术工具的应用，更是对媒体组织架构、生产流程和商业模式的系统性重构。该案例为传统媒体在智能时代实现高质量发展提供了可借鉴的“河南模式”，揭示了深度融合背景下，以用户为中心、数据驱动、技术引领的媒体转型新范式。

关键词：人工智能；传统媒体；媒体融合；转型升级；智能推荐；“大象智推”；河南广电；内容分发；用户画像

DOI：10.64216/3080-1486.25.09.016

引言

当前，全球传媒生态正经历由数字技术，特别是人工智能（AI）技术驱动的深刻变革。传统媒体普遍面临受众注意力分散、广告收入下滑、传播力影响力减弱等严峻挑战，转型升级迫在眉睫。国家层面大力推动媒体深度融合，明确要求运用大数据、云计算、人工智能等新技术，提升主流媒体的传播力、引导力、影响力、公信力。在此背景下，人工智能作为新一代通用目的技术，凭借其在数据处理、模式识别、预测分析和自动化决策方面的强大能力，为破解传统媒体发展困局提供了前所未有的机遇。

1 人工智能在传统媒体中的应用现状

1.1 人工智能技术的发展概况

人工智能（Artificial Intelligence, AI）作为引领新一轮科技革命和产业变革的战略性技术，近年来在算法、算力、数据三大要素的共同驱动下实现了跨越式发展。以神经网络为基础的深度学习模型（如卷积神经网络 CNN、循环神经网络 RNN、Transformer 架构）在图像识别、语音处理、自然语言理解等领域取得显著成果，成为当前 AI 应用的主流范式。大语言模型（如 GPT

系列、BERT 等）的出现，极大地提升了机器理解、生成人类语言的能力，使得机器写作、智能对话、内容摘要、情感分析等应用成为可能。

1.2 传统媒体行业面临的挑战与机遇

数字化浪潮冲击下，传统媒体（报刊、广播、电视等）面临着前所未有的挑战，同时也孕育着转型的机遇。互联网平台，特别是社交媒体、短视频平台，凭借算法推荐和碎片化内容，吸引了大量用户时间和注意力，导致传统媒体受众规模萎缩，尤其是年轻群体。传统的线性、单向、周期长的生产流程难以适应互联网时代对内容时效性、互动性和多样性的高要求。部分传统媒体机构存在体制机制僵化、创新动力不足、复合型人才缺乏等问题。

2 人工智能赋能传统媒体转型升级的路径探索

2.1 建立健全政策支持体系

人工智能在媒体领域的深度应用，需要一个稳定、明确且富有前瞻性的政策环境作为支撑。建立健全的政策支持体系，是引导行业规范发展、激发创新活力的关键。政府应出台更细化的指导性文件，明确 AI 在媒体融合中的优先发展领域（如智能内容生产、精准传播、

舆情分析、无障碍传播等），为媒体机构提供清晰的行动指南。设立“媒体深度融合与智能化转型”专项资金，对“大象智推”这类具有创新性、示范性的自主研发项目给予研发补贴、设备购置补助或贷款贴息。对媒体机构在 AI 技术研发、设备投入方面的支出，给予一定的税收抵扣或减免，降低创新成本。

2.2 深化产学研合作

产学研合作是传统媒体获取 AI 技术、培养专业人才的关键途径，河南广电“大象智推”需通过构建多元合作模式，打通“技术研发—成果转化—人才培养”的闭环，推动 AI 技术在媒体领域的深度应用。河南广电与郑州大学、河南大学、中原工学院等省内高校的计算机学院、人工智能学院合作，共建“大象智推媒体 AI 联合实验室”，围绕“智能内容推荐算法优化”“AI 驱动的短视频自动生成”“用户行为数据分析与精准画像”等“大象智推”的核心技术需求开展攻关。建立“大象智推”技术成果转化中心，专门负责对接高校、科研院所的 AI 技术成果，进行市场化改造与应用落地。

2.3 加强跨界融合

跨界融合是传统媒体借助人工智能拓展业务边界、提升盈利能力的重要手段，河南广电“大象智推”需打破媒体行业壁垒，与科技、文旅、教育、电商等领域深度融合，构建“AI+媒体+多元业态”的发展生态。与科技企业合作打造智能媒体硬件，河南广电“大象智推”联合华为、小米等企业，开发“大象智推智能机顶盒”“AI 语音智能音箱”等硬件产品，将“大象智推”的智能推荐功能、优质内容资源嵌入硬件中。引入科技企业的 AI 技术解决方案，与科大讯飞合作，将其智能语音识别、机器翻译技术应用于“大象智推”的内容生产环节。构建“AI+内容+电商”闭环，河南广电“大象智推”基于用户画像技术，在内容播放过程中精准植入电商广告

3 人工智能赋能传统媒体转型升级的关键因素

3.1 技术创新与研发投入

人工智能在媒体领域的深度应用，离不开持续的技术创新和坚定的研发投入。这不仅是技术实现的基础，更是媒体机构构建核心竞争力的关键。针对媒体内容特点（如新闻的时效性、长视频的结构复杂性）持续优化推荐算法、内容理解模型，提升准确性和用户体验。构

建高并发、低延迟、高可用的智能系统，以应对流量高峰（如重大事件报道）。投入研发力量探索生成式 AI 在新闻摘要、视频脚本生成、虚拟主播、互动内容创作等方面的应用潜力。AI 模型需要不断用新数据训练，以适应用户兴趣和内容生态的变化，研发投入是系统保持活力的保障。互联网平台在 AI 应用上投入巨大，传统媒体若想在智能化分发、用户体验上不落伍，必须保证相应的研发力度。

3.2 人才培养与团队建设

AI 赋能转型本质上是“人”的转型。拥有具备跨学科知识和创新能力的复合型人才队伍，是项目成功的核心。AI 算法工程师、数据科学家、大数据工程师、后端/前端开发工程师，负责系统的研发、维护和优化。懂 AI 的编辑、记者、产品经理、运营专家。他们需要理解 AI 的能力与局限，能将业务需求转化为技术需求，并能解读 AI 输出的数据结果，指导内容生产和运营策略。既懂媒体业务逻辑，又具备一定数据思维和 AI 知识的“桥梁型”人才，是团队高效协作的关键。对现有采编、技术人员进行 AI 知识培训，鼓励其学习数据分析、产品思维，实现“媒体人+”的转型。河南广电可能通过内部工作坊、项目实践等方式培养“懂 AI 的媒体人”。积极引进 AI、大数据领域的专业人才，为团队注入新鲜血液和技术活力。打破技术部门与内容/运营部门的壁垒，建立高效的沟通协作流程（如敏捷开发模式），确保技术开发与业务需求紧密结合

3.3 数据资源整合与应用

数据是 AI 的“燃料”。媒体机构拥有海量的内容数据和用户行为数据，但其价值的释放依赖于有效的整合与应用。历史新闻稿件、音视频节目、专题报道、图片库等，需进行结构化处理（如打标签、关键词提取、内容摘要）。来自自有 APP、网站、社交媒体账号的用户浏览、点击、停留、搜索、评论、分享、订阅等行为日志。可选择性接入公开的舆情数据、社会经济数据等，丰富分析维度。整合后的高质量数据是训练精准推荐算法、预测模型的必要条件。在数据应用过程中，必须严格遵守《个人信息保护法》等相关法规，确保用户数据安全，获得用户授权，避免滥用。

3.4 政策支持与市场环境

媒体的转型不仅受内部因素影响，也深受外部宏观

环境的塑造。国家《“十四五”文化发展规划》、《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》等文件明确要求“推动人工智能等新技术在媒体领域的应用”，为媒体智能化转型提供了顶层设计和政策背书。相关部门可能出台 AI 在媒体应用的伦理指南、技术标准，引导行业健康发展。市场环境要求媒体探索新的盈利模式，AI 赋能的精准营销、增值服务（如会员、知识付费）等成为潜在方向。

4 人工智能赋能传统媒体转型升级的启示与建议

4.1 转变观念，拥抱新技术

人工智能的赋能不仅是技术升级，更是一场深刻的思想革命。传统媒体要成功转型，首要任务是打破固有思维模式。部分传统媒体人可能将 AI 视为“替代人力”的威胁，或认为技术是“技术部门的事”。需要引导全员认识到，AI 是提升效率、释放创造力、增强竞争力的工具。它可将记者编辑从重复性劳动（如基础信息整理、简单剪辑）中解放出来，聚焦于深度调查、创意策划等更高价值的工作。传统决策往往依赖主编、总编的个人经验和行业直觉。AI 时代要求建立数据思维，学会用数据（如用户点击热力图、停留时长、完播率、分享路径）来验证选题效果、评估内容质量、指导生产方向。决策应基于数据洞察，而非仅凭主观判断。

4.2 加强内部管理与团队建设

成功的 AI 转型需要与之匹配的组织架构和管理机制，确保技术、内容、运营高效协同。技术团队与内容团队定期召开需求对接会、复盘会，确保技术开发紧贴业务痛点，内容生产能充分利用技术能力。将 AI 应用效果（如推荐内容的点击率、用户留存率、互动率）纳入相关团队的 KPI 考核，形成激励相容的机制。建立容错机制，对有价值的创新尝试即使未完全成功也给予肯定，激发团队的创新活力。利用 AI 工具辅助管理决策，如通过数据分析预测项目风险、优化资源配置、评估团队绩效。

4.3 深化产业融合，拓展业务领域

AI 赋能不应局限于内容生产和分发的优化，更应成为媒体跨界融合、拓展价值链的催化剂。利用媒体平台的公信力和 AI 的精准触达能力，深度参与智慧城市、数字政府建设，提供政策解读、便民服务、民意收集等。

开发基于 AI 的本地生活服务（如交通、医疗、教育信息聚合与推荐）、电商导购、文旅推广等，将媒体影响力转化为服务价值。用 AI 个性化推荐，打造精品课程、深度报告、会员专属内容等知识服务产品。与科技公司、高校、研究机构、文创企业建立合作关系，共同探索“AI+媒体+X”（如+文旅、+教育、+医疗）的融合新模式。

5 结论

研究证实，OBE 理念为破解“两张皮”难题、实现“专创融合”提供了系统性的方法论和清晰的实践路径。有效的融合路径是一个多维度协同、环环相扣的有机整体，其在 OBE 理念指导下，通过系统性地推进理念目标、课程体系、教学模式、实践平台、评价机制和师资队伍深度融合，能够有效构建高质量的创新创业教育生态，培养出真正符合时代需求的高素质创新型人才。这一融合路径不仅是可行的，更是必要且紧迫的。核心在于以学生最终获得的综合能力与素养（特别是创新创业能力）为根本导向，进行教育体系的重构与优化。

参考文献

- [1] 李颖, 张彤. 基于期望不一致理论的生成式人工智能用户信息效用测度研究[J/OL]. 情报理论与实践, 1-11[2025-08-28]. <https://link.cnki.net/urlid/11.1762.G3.20250828.1539.002>.
- [2] 张琪云. “基础设施捕获”——人工智能重塑全球新闻业的实践应用与未来展望[J/OL]. 台州学院学报, 1-8[2025-08-28]. <https://link.cnki.net/urlid/33.1306.Z.20250827.1800.004>.
- [3] 何小钢, 毛莘娅. 生成式人工智能的企业应用、赋能效应与劳动力市场重塑[J/OL]. 企业经济, 2025, (09): 15-25[2025-08-28]. <https://doi.org/10.13529/j.cnki.enterprise.economy.2025.09.00>
- [4] 周寅. 重谈“内容为王”：坚守主流媒体业务创新的经营理念[J]. 中国广播电视学刊, 2025, (05): 60-63.
- [5] 王静. 利用 AIGC 推动传统媒体服务型产业创新[J]. 中国广播电视学刊, 2025, (03): 101-103.

作者简介：韩昕辰，2000 年 8 月出生，女，汉族，河南郑州人，北师香港浸会大学，硕士，人工智能与数码媒体。