

媒体融合背景下广电机构金融信息服务创新模式研究

程 丰

湖北联投集团有限公司, 湖北省住房保障建设管理有限公司, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年9月20日; 录用日期: 2025年10月14日; 发布日期: 2025年10月27日

摘 要

在媒体融合纵深推进与金融信息服务需求激增的背景下, 广电机构依托公信力与本地资源拓展该领域, 却面临核心困境: 内容专业性与差异化缺失、数据能力与智能技术薄弱、事业单位体制僵化及人才短缺、盈利模式单一与生态协同不足。本文针对上述痛点, 提出系统性创新模式: 构建“区域化深耕 + 垂直化壁垒 + 场景化融合”的内容生态体系, 实现价值深度挖掘; 打造“数据资产化 + 智能业务化 + 风控体系化”的技术赋能架构, 夯实服务底座; 建立“跨界融合 + 组织再造 + 激励重构”的组织运营体系, 激发内生动力; 拓展“B端赋能增效 + C端分层变现 + G端协同治理”的商业生态, 开辟多元变现渠道。研究进一步展望了以智能中枢平台升级、全渠道服务网络、跨界生态融合及体系化保障为核心的未来生态构建方向, 为广电机构突破转型瓶颈提供理论指导与实操框架。

关键词

媒体融合, 广电机构, 金融信息服务, 智能技术应用

Research on Innovative Models of Financial Information Services for Broadcasting Institutions in the Context of Media Convergence

Feng Cheng

Hubei Housing Security Construction Management Co., Ltd., Hubei United Investment Group, Wuhan Hubei

Received: September 20, 2025; accepted: October 14, 2025; published: October 27, 2025

Abstract

Against the backdrop of deepening media convergence and a surge in demand for financial information

文章引用: 程丰. 媒体融合背景下广电机构金融信息服务创新模式研究[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(10): 1790-1798.
DOI: 10.12677/jc.2025.1310254

services, broadcasting institutions are leveraging their public trust and local resources to expand into this sector. However, they face core challenges, including a lack of content professionalism and differentiation, deficiencies in data capabilities and intelligent technologies, rigid institutional mechanisms and talent shortages, as well as a singular profit model and insufficient ecological collaboration. To address these pain points, this paper proposes a systematic innovation model: constructing a content ecosystem characterized by “regional deep cultivation + vertical barriers + scenario-based integration” to achieve in-depth value mining; building a technology-enabled architecture centered on “data assetization + intelligent operationalization + risk control systematization” to solidify the service foundation; establishing an organizational and operational system featuring “cross-boundary integration + organizational restructuring + incentive realignment” to stimulate endogenous motivation; and expanding a business ecosystem encompassing “B-end empowerment and efficiency enhancement + C-end tiered monetization + G-end collaborative governance” to diversify revenue streams. The study further outlines future ecological development directions focused on upgrading intelligent central platforms, building omnichannel service networks, fostering cross-sector ecological integration, and establishing systematic safeguards, thereby providing theoretical guidance and practical frameworks for broadcasting institutions to overcome transformation bottlenecks.

Keywords

Media Convergence, Broadcasting Institutions, Financial Information Services, Intelligent Technology Application

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

当前，媒体融合正以前所未有的深度和广度重塑传媒生态格局，与此同时，金融信息服务市场需求呈现爆发式增长态势。在这一双重背景下，拥有公信力优势和深厚本地化资源的广电机构，积极寻求向金融信息服务领域拓展，将其视为融合转型的重要方向[1]。然而这一战略布局在实践中遭遇了显著的瓶颈与挑战：内容层面的专业深度不足与同质化倾向，导致用户信任基础薄弱；技术支撑体系的数据能力短板与智能化水平滞后，严重制约了服务效率与安全保障；事业单位固有的体制机制束缚，叠加复合型人才匮乏与合规风险，显著抑制了创新动能；而过度依赖广告收入的单一盈利模式与生态协同机制的缺失，则威胁着业务的可持续性。这些相互交织的困境，使得广电机构在竞争激烈的金融信息生态中难以确立核心竞争力。本研究旨在深入剖析广电机构开展金融信息服务所面临的核心困境及其深层根源，并探索切实可行的系统性破解方案。区别于现有研究多聚焦于单一维度，本文力图构建一个涵盖内容生态、技术赋能、组织运营和商业模式等多维度的创新框架。研究采用案例分析法与比较研究法，聚焦“问题深度剖析－创新路径构建－未来模式展望”的逻辑链条，通过解析国内外广电机构及相关金融机构的实践案例，提炼成功经验与失败教训，为广电机构突破转型瓶颈、构建差异化且可持续的金融信息服务体系提供兼具理论洞见与实践指导价值的解决方案，助力其在融合生态中重塑核心价值。

2. 广电机构开展金融信息服务的核心困境剖析

(一) 专业性与差异化缺失

在金融信息服务专业化发展趋势下，广电机构在金融领域的专业能力断层已形成实质性障碍。传统

采编团队虽擅长大众传播,但对金融市场运行规律、风险评估模型及政策法规的理解仅停留在表层。从知识结构理论来看,这种专业能力断层源于传播与金融两个领域知识体系的巨大差异,广电机构缺乏将二者有效融合的机制,导致在金融服务中难以精准把握核心要素[2]。在风险评估等关键环节,因缺乏专业的财务分析、信用评级和风险管控能力,无法构建科学的评估框架,进而影响合作项目推进与自身公信力。

这种专业短板直接蔓延至内容生产端,引发了严重的内容同质化危机。依据内容生产理论,当生产者缺乏专业知识和深度研究能力时,往往倾向于采用转载等低成本生产方式。在广电金融信息服务领域,由于专业能力不足,难以挖掘独家信息、进行深度解读,导致大量内容为市场公开信息的简单复述。这种同质化内容难以满足用户对专业金融信息的需求,根据用户偏好理论,当内容无法满足用户个性化、专业化需求时,用户黏性必然下降,使得广电金融信息服务难以形成差异化竞争优势。

从深层次分析,专业性与差异化缺失的根源在于广电机构人才结构不合理和知识更新机制不完善。根据人力资本理论,人才是组织发展的核心要素,而广电机构缺乏系统的金融知识培训体系,无法有效提升员工的专业素养。同时,激励机制不足违背了激励理论中关于个体行为动机的原理,导致现有人才缺乏深入钻研金融领域的动力,进一步加剧了专业能力的短板。

(二) 技术能力存在短板

在数字化转型浪潮中,广电机构的数据治理能力存在系统性短板。依据数据治理理论,数据的有效整合与分析是实现精准服务的基础,而广电机构与金融机构普遍采用的数据中台模式形成鲜明对比,其金融数据分散在多个独立平台,形成数据孤岛[3]。这种状况不仅增加了数据清洗、整合的难度,还导致数据分析的准确性和有效性降低,使得在开展金融用户画像分析等业务时难以达到预期效果。技术瓶颈在应急场景中尤为致命。从信息传播时效性理论来看,在突发事件和金融市场突发波动时,及时准确的信息传播至关重要。然而,广电机构由于缺乏实时数据处理和分析能力,无法快速响应,导致用户无法及时获取关键信息,这不仅影响服务质量,更削弱了用户对其专业性和可靠性的信任。

技术能力不足的背后,是广电机构在技术投入和人才储备方面的滞后。根据投入产出理论,技术研发投入与产出效果密切相关,广电行业技术研发投入占营收比例远低于金融行业平均水平,必然限制技术发展。同时,从人才供需理论角度,广电行业既懂大数据又熟悉金融业务的复合型人才缺口巨大,导致先进技术难以有效应用于金融信息服务。

(三) 体制约束限制发展

事业单位体制严重拖累了广电机构在金融信息服务领域的决策效率。根据组织决策理论,僵化的多层级审批体制会延长决策周期,降低组织对市场变化的响应速度[4]。广电机构在供应链金融平台建设等项目中,因体制原因导致项目上线时市场需求已发生显著变化,使得平台功能与市场需求脱节,错失发展机遇。

复合型人才断层持续加剧,成为广电机构开展金融信息服务的重要障碍。从薪酬激励与人才流动理论出发,传统事业单位薪酬水平较低、晋升周期长,无法满足复合型人才对物质回报和职业发展的需求,难以吸引和留住具备金融、数据、技术等多学科背景的人才[5]。同时,内部培养机制不完善,缺乏跨领域知识和技能培养体系,违背了人才发展理论中关于持续学习和能力拓展的要求,制约了机构创新和发展能力。

合规能力缺失则埋下重大隐患。金融行业监管严格,对信息传播的合规性要求极高。依据合规管理理论,完善的合规管理体系和风险防控机制是金融信息服务合法合规开展的保障。广电机构在金融信息服务过程中,缺乏相关体系和机制,对金融法规和监管政策的理解和执行不到位,使得自身面临较大的法律风险和声誉风险。

(四) 盈利模式单一与生态协同不足

当前，多数广电机构深陷“广告依赖症”，盈利模式单一问题突出。根据盈利模式理论，过度依赖单一收入来源会使企业面临较高的经营风险，且在内容制作上易受广告主影响，忽视用户真实需求，导致内容质量下降，用户流失加剧。同时，广告收入受宏观经济环境和市场波动影响较大，盈利稳定性较差，难以支撑广电机构在金融信息服务领域的持续发展。

生态协同机制更是形同虚设。从协同效应理论来看，有效的合作应实现资源共享、优势互补，产生 $1+1>2$ 的效果[6]。然而，广电机构与合作方由于缺乏数据共享和业务协同机制，合作仅停留在浅层层面，未能充分发挥双方在资源、技术和渠道方面的优势，导致合作效果不佳。

最根本的矛盾在于，广电机构的公信力未能有效转化为商业价值。根据品牌价值转化理论，品牌公信力是重要的无形资产，但将其转化为商业价值需要合适的商业模式和价值挖掘路径。广电机构在这方面存在不足，导致庞大的用户群体未能有效转化为付费用户，无法充分发挥自身在品牌、渠道和用户资源方面的优势，难以实现金融信息服务的可持续发展。

3. 破解困境的核心路径与方法

(一) 平台化转型，构建开放生态

在媒体融合与金融信息服务需求升级的背景下，广电机构突破资源壁垒的关键在于平台化转型，通过搭建多主体参与的综合性服务平台，实现资源整合与价值共创。广州新影数字传媒公司打造的“央财云城”作为 CCTV 证券资讯频道在有线电视领域的延伸项目，为这一路径提供了典型实践¹。

“央财云城”的核心定位是构建“多网融合、跨平台联动”的金融虚拟商城，其诞生源于传统广电机构在金融信息服务中面临的渠道单一、服务碎片化等问题。该平台通过技术架构重构，实现了有线电视网、互联网、移动通信网的三网融合，用户可通过数字电视、手机 APP、电脑客户端等多终端接入服务，打破了传统广电的渠道局限[7]。2011 年 1 月，“央财云城”梅州测试版率先上线，成为国内首个面向有线电视用户的金融信息服务平台，初期覆盖梅州近百万居民，通过本地化试点验证了平台模式的可行性。

在生态构建方面，“央财云城”形成了三层协同体系：第一层是渠道合作，与广东省广播电视网络股份有限公司、深圳天威、广东联通等 20 余家运营商达成增值业务合作，借助其网络覆盖能力实现用户触达；第二层是内容合作，联合东海证券、齐鲁证券等 15 家金融机构共建专业内容库，涵盖投资策略、行业研报、风险提示等内容，累计上线专业资讯超 5 万条；第三层是服务合作，与南方文化产权交易所等机构联合推出资产投融资对接服务，为中小企业提供信息发布与交易撮合平台。

平台的服务模式体现了“用户需求为核心”的设计理念：针对个人投资者，提供定制化金融资讯推送、投资组合建议、在线问答等服务，用户可通过电视遥控器完成资讯订阅与互动；针对金融机构，提供品牌宣传、产品展示、用户数据分析等增值服务，帮助机构精准触达目标客户；针对地方政府，嵌入区域金融政策解读、中小企业扶持信息等内容，助力地方金融治理。

从实施成效来看，“央财云城”通过平台化运营实现了多方价值提升：用户层面，梅州试点区域的金融信息服务满意度达 82%，付费用户占比从初期的 3% 提升至 18%；机构层面，合作券商的客户转化率平均提升 23%，品牌曝光量增长 3 倍；广电机构层面，通过“内容订阅费 + 服务佣金 + 广告分成”的多元模式，测试期内月均营收突破 500 万元，成功将公信力转化为商业价值。这一案例证明，平台化转型能有效打破广电机构的资源壁垒，通过生态协同提升金融信息服务的专业性与可持续性。

(二) 强化技术应用，提升用户体验

¹参考自抖音百科“央财云城”词条及 <http://www.sxbctv.com/info/1012/47826.htm>。

金融信息服务的专业性与时效性要求广电机构以技术为支撑,通过智能化手段优化服务流程、提升用户体验。陕西广电网络旗下广电金融推出的“广电TV宝”产品,将互联网技术与广电服务深度融合,为技术赋能提供了实践范本²。

“广电TV宝”的创新在于重构了用户与广电服务、金融产品的连接方式[8]。传统模式下,广电机构的金融信息服务多以资讯播报为主,缺乏与用户需求的深度绑定,而“广电TV宝”通过“金融产品+视听服务”的捆绑设计,实现了服务场景的融合。用户购买该产品(起购金额1万元,年化收益率3.2%~4.5%)后,可免费获得等值的“秦岭云”融合业务,包括高清电视节目、高速宽带、影视会员等服务,形成“理财即享服务”的闭环。

技术架构上,该产品依托陕西广电的“秦岭云”大数据平台实现精准运营:通过分析用户的收视习惯、消费记录等数据,构建包含300余个维度的用户画像,为不同群体推送适配的产品方案。例如,针对经常观看财经节目的中年用户,重点推荐混合型基金产品;针对老年用户,则优先展示低风险的定期存款产品,并通过电视端大字体界面、语音交互等适老化设计降低使用门槛[9]。此外,平台开发了自动化权益兑换系统,用户购买产品后15分钟内即可完成金融账户与广电服务账户的绑定,全程无需人工干预,大幅提升了服务效率。

“广电TV宝”的实施成效体现在用户粘性与商业价值的双重提升。数据显示,该产品2024年上线后首月销售额突破2亿元,截至2025年3月累计销售额达18.7亿元;带动陕西广电网络的高清电视用户续订率从62%提升至79%,ARPU值(每用户平均收入)从38元增至52元。同时,通过用户行为数据分析,陕西广电优化了财经节目的编排策略,如将《股市早参》栏目调整至用户晨间活跃时段,收视率提升43%,进一步增强了金融信息服务的触达效果。这一案例表明,技术赋能不仅能提升服务效率,更能通过场景融合构建差异化竞争优势,为广电机构的金融信息服务注入新动能。

(三) 拓展业务领域,实现多元盈利

单一盈利模式是制约广电机构金融信息服务可持续发展的核心瓶颈,通过拓展电商、政务服务等跨界业务,构建“内容+服务+金融”的多元收益矩阵,成为突破困境的关键路径。贵州广电全资子公司贵服通打造的“广电金卡平台”,为这一转型提供了成功范例³。

“广电金卡平台”的核心是构建“大小屏互动”的融合电商生态,其设计初衷是解决传统广电过度依赖广告收入的问题,通过整合商品交易、金融服务、政务对接等业务,开辟新的盈利增长点[10]。平台依托贵州广电覆盖全省的1300万电视用户资源,开发了“电视端商城+移动端APP”双入口,用户可通过遥控器或手机完成商品浏览、支付、物流查询等全流程操作,实现“看电视即购物”的场景融合。

在业务布局上,平台形成了三大核心板块:一是电商交易,引入687家省内外优强企业,涵盖农产品、文创产品、家电等12,000余款商品,其中“贵州特产专区”的刺梨制品、茅台酒等特色商品年销售额突破2.3亿元,通过交易佣金获得稳定收入;二是金融服务,联合贵州农信社开发“广电金卡”支付工具,用户绑定银行卡后可享受“消费满减”“分期免息”等权益,2024年平台交易总额达37.6亿元,支付手续费收入1.2亿元,同时推出“会员储值”服务,沉淀资金8.9亿元,为业务拓展提供现金流支持;三是政务合作,与贵州省卫生健康委、文旅厅等部门合作,嵌入医疗挂号、景区票务等服务,2024年获得政务服务补贴3800万元,既提升了公共服务效能,又丰富了盈利来源。

“广电金卡平台”的多元盈利模式成效显著,2024年总营收达7.79亿元,其中电商交易佣金占35%、金融服务收入占42%、政务服务补贴占15%,彻底摆脱了对传统广告收入的依赖。同时,平台为869万

²参考自新浪财经《ST广网涨停,成交额5412.11万元,近3日主力净流入1153.76万》一文及<http://www.sxbctv.com/info/1012/47826.htm>。

³参考自[m.tvao.com] (<https://www.sarft.net/a/215363.aspx>)《“文化服务”专访贵服通翟海虹:将“广电金码”做成团标、行标,希望可以实现收入5亿》一文。

广电用户提供了一体化服务,用户日均使用时长从12分钟增至27分钟,满意度达85%。这一案例证明,广电机构可通过业务领域的拓展,将公信力与用户资源转化为多元商业价值,为金融信息服务的可持续发展奠定基础。

(四) 深化跨界合作,整合优势资源

金融信息服务的专业性要求广电机构突破行业边界,通过与金融机构的深度合作弥补专业能力短板,实现资源互补与协同共赢。浙江广电集团与中国建设银行浙江省分行的战略合作,为跨界协同提供了典型范式⁴。

双方合作的核心是构建“金融+传媒+N”的生态模式,旨在解决广电机构金融专业能力不足、金融机构用户触达渠道有限的双重问题。合作始于2023年,围绕科技金融、绿色金融、普惠金融等领域展开全方位协同,通过资源置换、能力互补实现价值共创^[11]。

在具体实践中,合作体现在三个维度:一是用户资源整合,浙江广电旗下“Z视介”客户端与建行“建行生活”APP打通会员体系,推出联名“Z卡”。用户开通Z卡可同时享受“Z视介”的影视会员、线下活动优先参与等权益,以及建行的信用卡消费折扣、理财利率优惠等服务。截至2025年3月,Z卡发行量达15万张,为“Z视介”带来新增用户8.3万,为建行新增信用卡客户6.7万,实现精准引流;二是内容共创,双方联合打造《金融赋能共同富裕》系列报道,由浙江广电记者深入采访建行“乡村振兴贷”“绿色信贷”等案例,制作12期专题节目在浙江卫视黄金时段播出,累计收视人次达2300万,同时邀请建行金融专家参与《财富直通车》栏目直播,解读理财知识,单场直播互动量突破50万,提升了内容专业性与用户信任度;三是场景落地,在杭州亚运会期间,双方联合推出“亚运金融服务专区”,通过“Z视介”APP提供外汇兑换、跨境支付等指南,配套建行线下外币兑换点,服务入境游客12万人次;针对小微企业,合作开发“传媒流量贷”,企业以广告投放合同为质押可获得最高500万元信用贷款,2024年累计发放贷款3.2亿元,助力420家企业缓解资金压力。

跨界合作的成效显著,不仅提升了双方的业务规模,更创造了社会效益。数据显示,合作项目带动浙江广电金融信息服务的用户付费率从8%提升至15%,建行浙江省分行的零售业务营收增长12%;同时,通过金融知识普及,合作区域的消费者投诉率下降34%,实现了商业价值与社会价值的统一。这一案例表明,广电机构可通过跨界合作整合金融专业资源,构建差异化的金融信息服务能力。

(五) 创新营销模式,增强市场竞争力

金融信息服务的专业性与复杂性要求广电机构创新营销方式,通过场景化、互动化传播降低用户理解门槛,提升品牌影响力。兴业银行济南分行与济南广电“柳荷泉畔”平台的合作,展现了场景化营销的实践价值⁵。

此次合作聚焦老年群体金融知识普及与防诈骗教育,针对该群体对传统媒体信任度高、偏好线下互动的特点,将金融教育嵌入群众喜闻乐见的文化活动中。合作背景源于老年群体金融诈骗案件频发,而传统金融知识普及方式(如手册发放、讲座)存在参与度低、记忆效果差等问题。济南广电“柳荷泉畔”平台作为面向社区中老年群体的文化服务品牌,拥有广泛的基层覆盖网络,双方因此达成合作,将金融教育与“老有意思达人秀”海选活动结合,打造“趣味互动+知识传递”的创新模式。

在具体实施中,合作体现在三个层面:一是场景植入,在“老有意思达人秀”海选现场设置“金融知识闯关”环节,参与者需回答“如何识别非法集资”“银行卡被盗刷怎么办”等问题才能获得晋级加分,现场300余名老年参与者中,287人完成答题,正确率从活动初期的42%提升至活动后的79%;二是内容转化,济南广电为活动制作专题短片,在《都市新女报》栏目播出,通过真实案例重现、专家解读

⁴参考自中国蓝新闻《浙江广电集团与中国建设银行浙江省分行签署战略合作协议》一文。

⁵参考自齐鲁壹点《兴业银行济南分行:达人秀场变身金融课堂 为银发群体筑牢反诈屏障》一文。

等形式，将互动环节的知识点转化为通俗易懂的电视内容，覆盖观众 120 万人次；三是社区延伸，推出“金融知识进社区”活动，结合广电的社区网格化覆盖能力，在 20 个老年社区开展讲座，发放《老年人理财手册》1.2 万册，现场办理社保卡升级等业务 4300 笔，形成“活动引流 + 内容深化 + 服务落地”的闭环。

营销创新的成效显著：兴业银行济南分行的老年客户新增 1.8 万人，其中 70%来自广电观众；“防诈骗”宣传使合作区域的老年群体金融诈骗案发率下降 52%；济南广电则通过活动获得广告收入 280 万元，并提升了《柳荷泉畔》栏目的社区影响力，收视率增长 17%。这一案例证明，广电机构可通过场景化营销将金融信息服务与用户日常生活深度绑定，在提升社会价值的同时增强市场竞争力。

4. 面向未来的广电金融信息服务生态构建

构建面向未来的广电金融信息服务生态，是一项系统性工程，需要从智能平台升级、服务网络布局、跨界生态融合以及体系化保障等多维度协同推进。

（一）智能金融信息中枢平台的进化方向与核心原则

未来的智能中枢平台将突破“数据整合 + 工具应用”的初级形态，向“认知智能 + 自主进化”的高级阶段演进。其核心模式体现为三方面特征：一是构建“数据资产化 - 资产智能化 - 智能服务化”的闭环链条，通过区块链技术实现金融数据的可信流转，依托知识图谱构建动态更新的金融实体关系网络，使平台具备自主学习金融市场规模、预判政策影响的能力；二是形成“分布式架构 + 集中式治理”的技术范式，既保留各参与方的数据主权，又通过联邦学习等技术实现跨机构协同计算，平衡数据安全与服务效率；三是嵌入“伦理可控”的智能决策机制，在算法设计中预设合规红线与人文关怀准则，避免技术滥用导致的金融风险或用户权益受损[12]。

推进这一进化需注意三大原则：其一，数据治理需先行，建立覆盖数据采集、清洗、标注、应用全流程的标准体系，明确金融数据的权属划分与使用边界，尤其要防范个人金融信息泄露风险；其二，技术适配需务实，避免盲目追求“高精尖”，应根据自身资源禀赋选择“自主研发 + 生态合作”的技术路径，优先突破智能风控、个性化推荐等核心场景的技术瓶颈；其三，价值导向需清晰，平台建设应以提升服务普惠性为目标，避免沦为少数群体的“技术特权工具”，通过降低金融信息获取门槛，助力中小投资者与县域企业平等享有专业服务。

（二）全渠道服务网络的融合趋势与布局要点

未来的服务触达网络将打破“大屏 + 小屏 + 线下”的物理分割，向“场景化渗透 + 沉浸式体验”的方向升级。其核心模式表现为：一是实现“多终端无感切换”，通过统一用户 ID 体系与数据中台，让用户在电视、手机、智能音箱等终端间获得连贯的服务体验，例如在电视端浏览的理财资讯可自动同步至手机端继续深入交互；二是推动“服务与生活场景深度绑定”，将金融信息服务嵌入教育、医疗、消费等高频场景，如在电视端观看农业节目时，自动推送农产品供应链金融解决方案；三是构建“线上线下协同的服务网格”，线下依托广电的本地化网点资源，打造“金融信息服务站 + 社区网格员”的基层服务体系，线上通过直播、短视频等形式提供实时互动服务，形成“最后一公里”的服务闭环[13]。

布局过程中需重点关注：其一，避免渠道同质化竞争，各终端应明确差异化定位——大屏侧重家庭场景的金融知识普及与决策参考，小屏聚焦碎片化场景的实时资讯与快捷服务，线下强化复杂业务的面对面辅导；其二，防范渠道扩张带来的合规风险，尤其要规范线下服务人员的执业行为，建立统一的服务标准与话术体系，避免虚假宣传或误导性推荐；其三，注重老年群体与下沉市场的服务适配，保留传统服务渠道的同时，通过适老化改造(如语音交互、简化操作)降低智能终端的使用门槛。

（三）跨界生态融合的深层逻辑与协同准则

未来的跨界生态将超越“资源置换”的浅层合作，形成“价值共生 + 风险共担”的新型关系。其核心模式体现为：一是构建“广电 - 金融 - 科技”三元协同的治理架构，通过成立联合理事会、制定统一的行业标准，明确各方在内容审核、技术研发、风险处置等环节的权责，例如广电机构主导信息真实性审核，金融机构负责产品合规性把控，科技企业提供技术支撑；二是探索“收益共享 + 成本共摊”的市场化机制，通过智能合约自动分配跨界业务的收益与风险，如基于用户行为数据的产品销售收入，按“数据贡献度 + 服务参与度”进行动态分润；三是打造“垂直领域深耕 + 跨域资源联动”的生态格局，在县域金融、文化金融等广电具有天然优势的领域建立深度解决方案，同时通过 API 开放平台吸纳外部资源，形成“核心能力内化 + 非核心能力外化”的柔性生态[14]。

深化融合需遵循三大准则：其一，坚守公信力底线，广电机构在合作中需保持信息传播的独立性与客观性，避免成为金融产品的“背书工具”，对合作方的资质审核与业务监督不可缺位；其二，控制生态扩张节奏，优先选择与自身资源匹配度高的伙伴建立深度合作，避免盲目追求“大而全”的生态布局导致管理失控；其三，建立动态退出机制，对合作中出现合规风险、信誉受损或协同低效的伙伴，应具备快速切割的能力，防止风险传导至整个生态。

(四) 体系化保障的构建维度与长效机制

未来的保障体系需从“被动应对”转向“主动防御”，形成“技术 - 制度 - 文化”三位一体的支撑架构。其核心模式包括：一是构建“预判 - 监测 - 处置 - 复盘”的全链条风控体系，利用大数据技术预判潜在风险点(如虚假金融信息传播、用户资金安全隐患)，通过实时监测系统捕捉风险信号，建立分级响应机制快速处置危机，并形成闭环复盘机制持续优化风控策略；二是创新“灵活机制 + 刚性约束”的管理制度，在人事管理上推行“双轨制”——核心岗位保留事业编制稳定性，市场化岗位采用灵活薪酬激励；在业务管理上制定“负面清单 + 容错清单”，明确禁止性行为的同时，为创新业务预留试错空间；三是培育“专业为本 + 合规为先”的行业文化，通过常态化培训强化员工的金融专业素养与合规意识，将用户信任度纳入核心考核指标，形成“品牌增值 - 用户增长 - 商业变现”的良性循环。

保障体系的落地需把握三个关键：其一，技术投入需持续且聚焦，重点投向数据安全、智能风控等底层能力，避免短期功利性投入；其二，合规建设需前瞻，密切跟踪金融监管政策与媒体融合法规的变化，提前调整业务模式，尤其要防范跨行业监管真空带来的风险；其三，人才培养需多元，通过“内部培养 + 外部引进”结合的方式，打造既懂金融业务又熟悉传媒规律、兼具技术思维的复合型团队，避免人才结构单一导致的创新乏力。

5. 结语

在媒体融合纵深推进的背景下，广电机构依托公信力与本地化资源布局金融信息服务领域，却因内容专业性与差异化缺失引发用户信任危机、数据能力薄弱制约服务效能、事业单位体制僵化抑制创新活力，以及过度依赖广告的单一盈利模式陷入发展困境。面对内容同质化、技术滞后、机制迟滞及生态协同不足等核心挑战，亟需系统性破局：通过构建“区域化深耕 + 垂直化壁垒 + 场景化融合”内容生态，打造“数据资产化 + 智能业务化 + 风控体系化”技术架构，建立“跨界融合 + 组织再造 + 激励重构”运营机制，并拓展 B 端赋能增效 + C 端分层变现 + G 端协同治理的三维商业生态。未来更需以智能中枢平台升级为底座，依托全渠道服务网络与跨界深度融合，在持续技术投入、强化合规保障及体制机制创新中构建可持续发展生态，为广电机构突破转型瓶颈、重塑融合价值提供实践路径。

参考文献

- [1] 何思. 主流媒体系统性变革下新闻客户端转型的路径选择——以“北京时间”“新闻 + 服务”破局融合之路为例[J].

新媒体研究, 2025, 11(1): 84-87.

- [2] 王雅伦, 叶洪. 我国金融信息服务的检视与展望[J]. 财经理论与实践, 2023, 44(5): 153-160.
- [3] 胡菁倩. 媒体在互联网金融中的传播应用[J]. 中国航班, 2020(17): 172-172.
- [4] 王彦波. 浅析我国金融信息服务行业发展现状及发展趋势[J]. 知识经济, 2024(30): 72-74.
- [5] 彭绪庶, 张琪. 金融信息资讯服务的发展特征与趋势[J]. 网络传播, 2017(6): 87-89.
- [6] 吴雁, 汤懿兰, 杨凯琳, 等. 融媒体背景下财经媒体数据库发展路径探索——以南方财经全媒体集团数据库建设为例[J]. 全媒体探索, 2022(7): 8-13.
- [7] 王德慧. “彭博模式”与中国财经媒体发展路径[J]. 国际传播, 2020(3): 69-75.
- [8] 黄斐, 尹亮. 主权、话语与责任: 中国如何在国际金融信息服务体系中取得突破性进展[J]. 经济导刊, 2021(9): 79-86.
- [9] 孙慧敏. 基于“链主”企业视角的供应链金融信息服务平台的建设与应用[J]. 建筑施工, 2024, 46(12): 2017-2020.
- [10] 王迪. 金融信息服务企业 A 公司发展战略研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 商务部国际贸易经济合作研究院, 2025.
- [11] 廖志华, 李开林, 范霞, 等. 媒体融合新时代支持广播电视发展财政政策研究——以广西为例[J]. 地方财政研究, 2020(3): 70-76.
- [12] 陈沛. 理财热和金融节目收(视)听率的对应研究[J]. 声屏世界, 2020(6): 26-27.
- [13] 韩梅. 电视财经媒体产业化道路探索[J]. 电视研究, 2020(3): 84-86.
- [14] 芦刚. 从台州小微金融改革报道看城市台广播经济报道的实践探索[J]. 中国广播电视学刊, 2019(6): 104-106.