

苟骅：南都提价再掀中国报业价值战

喻国明：“卖2元还属大众化报纸”

李启明：自办发行的困局以及思考

林文辉：从行政推动到影响力营销

吴锋：发行创新从改变“语法”开始

谭军波：发行量认证的“叶公好龙现象”

支庭荣：当前我国传媒产业遭遇四重蜕变

陈雨：网媒竞合下的报纸分类广告经营创新

傅剑锋：三颗脑袋下赌注的世纪豪赌

# 南方传媒研究

NANFANG  
MEDIA RESEARCH

[第十辑]

南方报业传媒集团新闻研究所 [主编]



南方日报出版社  
NANFANG DAILY PRESS



青岛，第一海水浴场之一



深圳，工人渡假海滩之一

站在媒体工作者的角度，摄影更多是一种记录新闻的方式，其实对于摄影本身，这是一种很狭隘的理解。于我而言，摄影就是一种表达。物理上，照片是一个小孔透过的各种光照到底片上而成的，对个人而言，照片是各种经验、回忆、感悟透过取景框投射在底片上而成。而且我比较情愿相信，从更广泛的意义上理解摄影，将最朴素的生命感受带入摄影，摄影就会成为一件很有趣的事，它就不仅仅是一份工作，它可以带领拿相机的人走路，走进一些如果不做摄影师往往不会关注的角落，它可以带人走进自己的内心，探究自己对生命的真实感受。而且摄影绝不仅仅是瞬间捕捉、构图、曝光组合这些报道摄影惯常的技术关注这么简单，不同的镜头，不同的光源，不同的曝光组合，不同的光源下的曝光组合，不同的模特，不同的情景安排……保持好奇，珍惜细微的差异，影像就会有无限的可能回报摄影的人。

下面的几张照片，用了很小光圈和挺慢的速度，拍的是海，想说的是人的渺小，尤其是在海和时间面前，当然，更重要的，还是氛围。

(作者系城市画报记者)



深圳，工人渡假海滩之二

摄影记者的博客 ||

# 摄影就是一种表达

□仇敏业 <http://handhold.blogcn.com/index.shtml>



青岛，第一海水浴场之二



图片摄影：南方都市报记者 韩一鸣

# 平凡的不凡

很久以前刚入行的时候，带着我的师傅就说：“小孩和老人是最出画面的。”因为这两类群体的特殊性，能让最平凡的场景生动起来。

而眼前这张图片，却恰恰相反。

摄影者努力让图片显示出一种正常的状态：清晨的阳光，宽阔的穹顶，站在跳台上正准备跃入水中的孩子。画面情绪饱满，线条简洁，占了近一半位置的弧线与矗立的身体相互映衬，5:5 构图更使其充满平衡感，亦因此，让读者几乎忽略了被摄者身体的伤残，反而在微明的光线下，感觉很美。

很多人都和我提起照片中那股毫不张扬的霸道，令人印象深刻。正如作者韩一鸣所说：“喧闹的场馆里，孩子们不同的只是残缺的肢体，相似的却是每个人脸上的坚强。”

所以，得知这幅照片入选美国《时代》每周精选，我一点儿也不觉得吃惊。



[www.nddaily.com](http://www.nddaily.com)

开启新闻越界阅读时代

# 南都数字报

南 都 数 字 传 媒

ISBN 978-7-80652-690-3



9 787806 526903 >

ISBN 978-7-80652-690-3/G·169

定价：28.00元

10

NANFANG MEDIA RESEARCH

# 南方传媒研究

南方报业传媒集团新闻研究所 主编

## 第十辑

### 编委会

主 任 杨兴锋

#### 编委会委员

杨兴锋	王春芙	王培楠
丘克军	张东明	江艺平
蔡玉明	欧阳农跃	吴爱平
王更辉	文建明	王垂林
曹 轲	陈广腾	孙爱群
向 熹	李 晖	庄慎之
沈 颢	陈志红	陈 永

主 编 曹 轲

副 主 编 罗永新

封面设计 明 室

版式设计 伍圣游

编 务 张巧玲

#### 特邀媒体顾问（按姓氏笔划排序）

王昭琴	王万然	朱英中
许焕平	刘照丁	李 幸
陆世强	陈映怀	陈 新
陈国章	陈真泉	陈文波
张 玲	范以锦	胡仲初
侯六一	高德民	谭乐生
潘 伟	薛桂荣	戴晓军

地 址 广州市广州大道中289号

电 话 020-87373998-3364

传 真 020-87363753

邮政编码 510601

电子邮箱 nfcmyj@mail.nanfangdaily.com.cn

nfcmyj@vip.163.com



南方日报出版社

NANFANG DAILY PRESS

中国·广州

## 图书在版编目 (CIP) 数据

南方传媒研究·第十辑：发行变革 / 南方报业传媒集团新闻研究所编. — 广州：南方日报出版社，2007.11

ISBN 978-7-80652-690-3

I. 南... II. 南... III. 出版发行—研究 IV. G235

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 174118 号

## 南方传媒研究·第十辑：发行变革

南方报业传媒集团新闻研究所 编

---

出版发行：南方日报出版社

地 址：广州市广州大道中 289 号

电 话：(020) 87373998-8502

经 销：全国新华书店

印 刷：佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本：787mm×1092mm 1/16

印 张：15

字 数：280 千字

版 次：2007 年 11 月第 1 版

印 次：2007 年 11 月第 1 次印刷

定 价：28.00 元

---

投稿热线：(020) 87373998-8503 读者热线：(020) 87373998-8502

网址：<http://www.nanfangdaily.com.cn/press> <http://www.southcn.com/ebook>

发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

## 残酷发行，勇者先行

□曹轲

很巧，在东莞见到“发行大王”谭军波那天，正是南方都市报引爆发行变革的第一天。11月1日，南方都市报在深圳的价格从1元提到2元，当年借深圳封杀南都事件异军突起的《晶报》咬住不放，立即宣布“扩版不涨价”。

作为老牌南方报人，早期就在南方都市报开拓发行的谭军波，东西南北全国转了一大圈，没想到又杀回南方，递过来的名片上，是《东莞时报》筹备负责人。广州、深圳两地的报纸同时抢滩东莞，使这里云集了广东最多的报纸，这个时候东莞要办自己的第二份报纸，新的战火一触即发。

广东的报业竞争从广州、深圳延伸到二级城市，南方都市报“2+5”模式的成功，让这些城市既想抵制又想模仿，诱使他们接连办起了都市类报纸。《东莞时报》加入战团后如何开打，不想妄加揣度。依东莞日报两年来快速发展积累的实力，加上“发行大王”谭军波的到来，杀敌一万不惜自损八千，这种事是干得出来的。

与此同时，最老牌的《南方日报》以最新锐的680报型亮相，使省市党报的改革有了更大的想象空间和追随空间。就像2002年它在省级党报中率先采用720瘦报，引发全国党报的改革大潮，省内地市报顺势跟进，得来全不费功夫。排头兵的角色，历来要有人担当又从来不好当，跟风者风险小而且往往得实惠，就像广东之于全国，就像珠三角之于广东，就像南方日报之于党报，就像南都之于都市报。

回到南都这个焦点。当年率先提价到1元，成绩可圈可点；这次率先提价到2元，胆识可敬可叹。令人扼腕的是，从产品一次销售到广告二次销售，这个中外报业的成功金律，就是不幸被南都打破的，就是不幸在深圳打破的。这一回，南都奋起突围、打破胶着僵局，这是广州深圳几大报纸做梦都想、打死也不敢的事，为此，每一个同行都应该向它致敬。

发行发行，有发展才行；先行先行，没先见不行。不平静的报业市场开始寻求新的平衡点，大伙儿可以喘口气换换姿势啦：跟随提价的，算你行；扛着不跟的，算你狠。👊

**卷首**

- 001 残酷发行，勇者先行 ..... 曹 轲

**专稿**

- 004 凤凰涅槃终腾飞  
——在南方日报第六次改版动员大会上的讲话 ..... 杨兴锋
- 014 深化改革打造严肃主流政经媒体  
——在南方日报第六次改版动员大会上的讲话 ..... 王春芙
- 022 新的起点 新的南方  
——南方日报改版致读者

**本期焦点「发行变革」****「南都提价」**

- 024 南都提价再掀中国报业价值战 ..... 苟 骅
- 032 “卖2元还属大众化报纸”  
——喻国明谈南都提价 ..... 蓝 云
- 038 双重利益最大化的创新博弈  
——对《南方都市报》内容升级与提价的断想 ..... 麦尚文 张晋升
- 047 诸多难题仍待克服 ..... 郭全中
- 052 香港报业市场的价格博弈策略 ..... 王 莹

**「实战纵横」**

- 059 当前都市报自办发行的困局以及思考 ..... 李启明
- 069 党报发行：从行政推动到影响力营销 ..... 林文辉
- 077 浅谈纸媒发行方向 ..... 荣 波
- 082 锻造你的发行营销“特质” ..... 郑万洪

**「模式探讨」**

- 087 单行本、合订本、电子报三位一体发行模式探讨 ..... 黄舰韦 袁友兴
- 095 品牌发行——浅谈《南方人物周刊》发行之道 ..... 庞义成 何正冬
- 098 南方周末的订阅模式 ..... 王家骝
- 104 用好邮发网络，提高订阅比例 ..... 丁泽煌

**「专家视点」**

- 107 报刊发行创新从改变“语法”开始 ..... 吴 锋
- 112 新媒体背景下的报业发行“减负运动” ..... 朱春阳
- 118 发行量认证的“叶公好龙现象” ..... 谭军波

**博士传媒眼**

- 121 广东报业市场进入融合竞争新阶段 ..... 郭全中

**学者视窗**

- 130 羽衣霓裳  
——当前我国传媒产业遭遇四重蜕变 ..... 支庭荣



<b>传媒观察</b>		
135	平媒如何赌奥运明天	邢 瑞
<b>传媒透视</b>		
139	假新闻背后的真世相	金 强
<b>采写编</b>		
「记者思考」		
146	社会新闻的敏锐性和记者的突破力	陈文定
「编辑一得」		
158	利用拉丹，还是被拉丹利用？ ——浅析传媒在报道恐怖事件中的作用	聂寒非
<b>传媒经营</b>		
162	网媒竞合下的报纸分类广告经营创新	陈 雨
<b>记者博客</b>		
169	快来看啊！三颗脑袋下赌注的世纪豪赌	傅剑锋
173	“有偿新闻”	潘晓凌
176	公关小姐，请问你是天使还是魔鬼？	杨学涛
181	分析FT和WJS在处理其报纸与网站时的思路	杨琳桦
186	默多克什么时候搞砸华尔街日报？	吴 蔚
189	关于《纽约时报》的两组数字	杨瑞春
192	访日随感：日本的新闻自由	朱红军
<b>传媒在线</b>		
195	浅探睡眠博客现象	邹妙玲
<b>区域媒体</b>		
204	党报的心、都市报的身 ——东莞日报探索全新地市报办报路径	陆世强 周智琛
210	报网互动关注民生	丁子洋
<b>新书推介</b>		
215	《大转型》启迪机关报改革思路	范以锦
<b>传媒资讯</b>		
219	杨兴锋谈“媒体公民”理念	
221	杨兴锋刘长乐对话日本媒体高层	
223	业界新闻回顾	

封二 摄影记者的博客：仇敏业

封三 图片赏析：平凡的不凡 翁倩

# 凤凰涅槃终腾飞

——在南方日报第六次改版动员大会上的讲话

□南方日报社社长 杨兴锋



同志们：

大家知道，十月已是金秋时节，而金秋，不仅意味着累累硕果，更意味着新的希望和期待！在这个金秋里，我们不仅通过自己的辛勤劳动，盼来了第六次改版的瓜熟蒂落，更播下了南方日报再立巅峰的决心和信心。在党的十七大即将召开之际，我们在这里召开南方日报第六次改版动员大会，这是我们渴望已久的发展良机。

相比前五次改版，第六次改版的筹备和酝酿时间最长，真正做到了报社员工全体发动，全体参与，共同谋划。从改版的方案来看，视野更加广阔，内涵更加丰富，因此力度和强度也是最大的，我希望并且坚信，这次改版的收获也会是最大的。

第六次改版，是我们顺势而为、因时而变、改革创新的举措，是我们在前五次改版基础上的涅槃，是对历史的总结，更是新篇章的开启！也正如我们的“火凤凰”一样，必将浴火新生，一飞冲天！它将使我们过往的改革成果制度化、常态化、定型化，也将使南方日报在报业市场上特立独行、傲视群雄！

今天，我将着重谈三个大问题。

## 一、我们为什么进行第六次全新改版？

南方日报社和我们南方报人向来领风气之先，敢于创新，善于创新！更敢于和善于根据外部环境的变化进行改革创新！第六次改版是世界、中国和广东省报业发展大环境的必然选择，是顺应传媒业与报业发展趋势的一个重大的战略举措，更是南方日报 2002 年全新改版以来最大、最重要的一次改革创新！

首先，中国经济良好的发展态势为我们第六次改版提供了很大的信心！2003 年起，我国进入新一轮经济发展周期，到 2006 年为止，我国连续 4 年 GDP 以 10% 以上的高速度增长，经济规模已经超过意大利、法国、英国，居世界第四位！居民物价指数始终维持在 3% 以下的低水平，从而实现了世界各国梦寐以求的“高增长、低通胀”的经济发展目标。

广东经济与全国一样，发展势头迅猛，并且继续居于全国排头兵的位置。2005 年广东省 GDP 突破两万亿元大关后，2006 年达到两万五千多亿，占全国的 1/8，财政收入占全国的 1/7，外贸规模占全国的 1/3。广东作为一个亚经济体，目前在国际上排名是 21 位，它的经济总量继超过新加坡、香港之后，今年将超过台湾地区和土耳其，名列世界的第 19 位。在东亚、东南亚经济圈中，广东将扮演越来越重要的经济角色，有望成为重要的区域经济中心。全国全省这种发展态势，为我们这个深深植根于广东这块改革开放热土、一直在全国具有广泛影响力、在省级党报中处于领先地位的南方日报，提供了非常有利的发展机遇和非常广阔的发展空间，我们注定是大有可为的！而且，2008 年北京奥运会、2010 年上海世博会和广州亚运会等具有国际性影响、高潮迭起的重大活动，更是为南方日报的发展提供了难得的良机和着力点。我们必须抓住这样的大好机遇，乘势而上！

其次，第六次改版是世界报业瘦报化的客观要求。近几年来，世界报业掀起了瘦报化的改革浪潮。在世界报业大国美国，“窄版”报纸已经成为新闻行业标准。《纽约时报》也已经开始采用宽30.5厘米的纸张印刷，比我们准备采用的680报型还要窄3.5厘米。当然，瘦报报型不仅能够节省成本，带来报型报相的焕然一新，它更重要的是能够带来采编理念、经营理念的大变革和大创新。我们这次改版，尤其要注重采编理念与经营理念的创新！

第三，第六次改版是顺应媒体进入全面经营管理时代的客观要求。大家都知道，支撑媒体的铁三角分别是新闻品质、经营和管理，其中，新闻品质是基础，经营是发动机，而管理是支撑！当前，外部环境瞬息万变，国内媒体竞争也已经由产品时代进入到经营管理时代，支撑媒体的铁三角中的新闻品质起到的作用是无可替代的，与此同时，另外的两角——经营和管理起到了越来越重要的作用！有一些报纸，与其说它办得好，不如说它经营得好。为什么有很多报纸新闻品质不如我们，但它在市场上却走得更好，就是经营和管理抓得好。所以这次改版不仅要提升整体的新闻品质，更要大力提升经营和管理能力！广东的企业能够领跑全国，我们的南方日报也在领跑全国省级党报，我们要以媒体的力量，以高度和影响力助推广东企业再次领跑全国，让我们的南方日报再次领跑党报改革。



第四，这次改版，是广东报业竞争进入融合竞争新阶段的客观要求。进入2007年以来，随着报业市场竞争的不断加剧，广东报业市场竞争已经进入融合竞争新阶段，即从单一结构、单一区域、单一形态的单一竞争进入到复合结构、跨区域和多种媒介形态的竞争。具体表现为：从单一的报业竞争转变为多媒介的竞争，这就要求我们对纸质媒体之外的发展空间要给予足够关注；从单一的报业企业之间的竞争进入到报业集团之间的竞争，这就要求我们强化自身的实力和盈利能力，做好影响力的销售，盘活自身的优势，更好地发挥南方日报在集团里面的旗舰作用；从以行政区划为主的区域竞争进入到跨区域竞争，报业竞争的主战场从广东省中心城市进入到东莞、佛山等次中心城市市场，这就要求南方日报更好地办好各个地方观察，使南方日报能够顶天立地，用树状结构的产品形态，把根扎得更深，把枝伸得更长，使报纸的影响力和覆盖面更加全面，更加丰富；以前的非直接竞争对手，如移动和户外广告等，纷纷加入战团，以抢占瓜分广告市场，战略联盟以及战略合作等高级竞争形态不断出现，这就要求我们进一步深化南方日报和西江日报的深度合作，并大力推广这种模式；新媒体开始加入战团，成为搅动报业竞争格局的生力军，这就要求我们在新媒体发展上想出好的办法和措施，来应对全媒体竞争态势下新媒体的挑战。

“机不可失，时不再来”。机遇，永远只垂青那些有准备的人！面对报业市场竞争出现的新趋势，我们越积极主动地进行改革创新，就越有可能占领先机、巩固成果、壮大自我！反之，我们将坐失良机，被动挨打，甚至可能使前五次的改革成果付诸东流！

## 二、前五次改版是这次改版的必要铺垫和准备

大家都知道，五年来我们已经完成了五次改版，取得了不错的成绩和效果。

2002年8月6日第一次改版：明确市场定位，以全新的思路抓主流新闻，打造华南地区权威主流政经媒体，提出“高度决定影响力”的办报理念，实行差异化竞争战略；

2003年8月6日第二次改版：增加投资证券、IT通信、汽车、健康、成才及旅游六大专业周刊，更专业、更实用、更市场，进一步强化政经媒体的

特色，培育有效的目标市场；

2003年12月12日第三次改版：实施梯次发展战略，增加珠三角新闻版块，强调做必读的民生新闻，更都市、更生活、更贴近；之后，我们不宣而战，在广州、深圳、佛山、东莞等珠三角城市开了观察系列，进一步落地扎根，现在已经拥有日报化的地方观察4个，周刊性的观察和视窗系列9个，触角已经延伸到区镇。去年报纸广告增量的80%来自这一块。

2005年5月30日第四次改版：用“有高度的贴近”进一步梳理整合资源，通过“高度+本土+整合”的思路，提升信息加工的档次，让南方日报从过去简单的资讯提供者转变为“资讯管家、时事顾问、意见领袖”的智慧型资讯提供者；

2006年3月28日第五次改版：加强评论的力度，把时评扩大到每天半个版，提高主导舆论的力量；加大对广州、深圳、佛山、东莞等发达城市本地新闻的报道力度，进一步贴近中心城市的目标读者，加大了时政、文化的新闻报道。

通过这五次改版，我们开始走向成熟，我们业已展现出较为成熟的政经大报的形态，我们业



已初步确立自己作为新型党报在报业市场上的主体地位。

通过这五次改版，我们已基本让读者形成了重大事件看南方日报、政策解读看南方日报、权威报道看南方日报的阅读习惯。

通过这五次改版，在近年全国省级报纸广告发行普遍下滑的形势下，南方日报做到了逆势上扬：广告年均增长 11.2%，年增加 1500 万元。今年 1—9 月份同比增长 34%。发行量累计增长超过 10 万份，连续 23 年居全国省委机关报首位。

通过这五次改版，改革的思路逐步清晰，改革的脉络日趋分明。简单地讲，就是要用现代报业的运作机制和办报理念整合优势资源，坚持不懈地推动党报走向市场、做强做大。

通过这五次改版，我们感受到改革的魅力，改革的甜头，改革的威力！同样，通过这五次改版，我们感受到了改革的张力，改革的压力，改革的潜力。不过，我们既已打开改革这扇窗，我们便没有理由把它关上。我们深知，改革正要攻坚；我们同样深知，改革正在进入佳境。还是那句话说得好，“改革没有回头路”。既已踏上这条路，我们只有排除万难，奋勇向前，不达目的不罢休！

那么，我们最终目的是为了什么？我觉得，我们的最终目标就是要在党报改革上闯出一条全新的路来，在实践意义上奠定现代新型党报的基础。

如果以这样一个目标来审视我们进行到今天的南方日报改革的话，我们不能不承认，我们还需要进一步的努力。而这，就是我们将要进行的第六次改版的终极动因所在。

同样地，放在这样一个高远志向的大视野中来审视我们这次改版的话，我们会陡然发现，以前五次改版只不过是这次改版的铺垫和准备，都不过是一个打基础的阶段。

### 三、如何正确认识第六次改版的意义和价值？

我们即将进行的第六次改版，动作很多：加强时评和言论，加强深度报道，加强时政报道，加强文化报道，加强区域报道，启用 680 报型，开办数字报和南方日报网，加强市场营销和品牌推广等等。

我们认为，言论是报纸的旗帜和灵魂，针对社会经济生活出现的一些突



发事件和现象，进行即时的评论和分析，对舆论进行适当引导，是省委机关报义不容辞的责任。所以这次改版，南方日报将在保持原有言论版块总体规模不变的基础上，进一步加强评论员队伍建设，提高言论写作水平，为广东构建和谐社

会创造良好的舆论环境。

我们认为，现代新闻的传播规律要求我们不能仅仅满足于过去那种简单宣传中央和省各项政策的水平，而必须做深做透党和国家的大政方针、省委省政府的重大部署、影响广泛的重大政经事件。所以，我们拟组织精兵强将成立专门的深度报道组。

我们认为，目前国际上的主流报纸都纷纷改窄或改小，成为一种顺应读者和市场潮流的趋势。为与国际潮流接轨，为使报纸更加挺拔，为进一步方便读者阅读，南方日报这次要启用 680mm 新闻纸印刷。

对于第六次改版的意义和价值，我认为，我们不妨从它和前五次改版的系统中来把握和阐述。所以我认为，这次改版与以往改版之间存在三个方面的关系：

**一是坚持与发展的关系。**所谓坚持和发展，我指的是，我们在坚持前面五次改革的核心精神的同时，这次改版将大刀阔斧地改革掉那些不适应新形势、新情况的地方，充实我们以前想做却未能做到的地方，弥补我们在走市场中因为摇摆而留下的缺憾，从而丰富、完善和发展我们的党报改革经验，让改革走向深入。

我们将坚持什么？我们将坚持马克思主义新闻观，坚持政治家办报，坚持正确的舆论导向，坚持打造党报的核心竞争力，坚持改革创新，坚持报纸的高品质和公信力，坚持崇尚职业道德，坚持营造自由和谐、以人为本的氛围。





我们将发展什么？我们将发展专业的办报能力，我们将以“大时政”、“大经济”、“大文化”的新思路来办主流严肃报纸，我们将立足全球化、互联网的大环境下来思考问题，我们将进一步理顺现有组织架构，进一步完善现有的考评机制，进一步理顺和优化现有内容的版块结构。

总之，我们在坚持中发展，我们在发展中坚持。只有坚持，才能保证我们的改革不偏离方向；只有发展，才能保证我们的改革始终充满活力。

二是量变和质变的关系。所谓量变与质变，我指的是，以往五次改版基本上是在第一次那具有革命性的改版基础上的改良，都是在第一次改版框架内的修补、完善，都是局部性的，也正因此，以前五次改版时而表现出新闻品质的不稳定性，而且，甚至有些“头痛医头、脚痛医脚”、临阵磨枪的感觉。相较于前五次，尤其是在前五次业已积累的丰富改革经验的基础上，第六次改版就可以顺理成章地渴求突破，突破历史性的第一次改版的框架与思维，寻求一种根本性的全面突破。

简单来说，我认为，第六次的突破就是要改变前五次那种飘忽不定、时好时坏的新闻品质、组织架构、考评体系、内容版块，真正摆脱过去有些改革中所呈现出的改革成果不够稳定的状况，要让我们新闻的高品质成为一种惯性，成为一种常态，要把我们前五次的改革成果全面性地固化下来，定型化。换一句话说，第六次改版实质上将标志着我们的改版进入了一个迥异于前五次的新高度、新层次、新平台。