

杨兴锋：报业传媒集团科学发展的思考

乔平：报业改革“第三次浪潮”

本期焦点〔南都评论〕

江艺平：中国现状与媒体自觉

李文凯：南都评论要往何处走

袁友兴：从社区报看中国报业发展方向

郑宇丹：迷药事件凸显媒体思想性格冲突

王宏林：差异化生存：南方都市报逐鹿深圳

傅剑锋：富士康诉一财案的思考

南方传媒研究

NANFANG
MEDIA RESEARCH

〔第五辑〕

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

中国·广州

南方传媒研究

NANFANG MEDIA RESEARCH

(第五辑)

南方报业传媒集团新闻研究所 主编

编委会

名誉主任：范以锦

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

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：王 瑛

编 务：张巧玲

特邀媒体顾问：

王昭琴 王继述 王家绵 邓 允 叶光沛

叶泽驹 陈松林 陈真泉 陈洪棣 陈映怀

陈国章 张建国 郑 耀 钱 言 黄玉逵

黄海涛 黄赞基 谢昭良 蔡铭泽 潘 伟

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

电子信箱：

nfcmyj@mail.nanfangdaily.com.cn

nfcmyj@vip.163.com

图书在版编目 (CIP) 数据

南方传媒研究·第五辑: 区域传播 / 南方报业传媒集团新闻研究所
主编. —广州: 南方日报出版社, 2006

ISBN 7-80652-582-3

I. 南... II. 南... III. ①传播媒介—中国—文集②新闻工作—中
国—文集 IV. G219.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 131749 号

南方传媒研究·第五辑: 区域传播

南方报业传媒集团新闻研究所 主编

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: 13.5

字 数: 200 千字

版 次: 2006 年 11 月第 1 版

印 次: 2006 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。



印象中，这并不是布什与宝宝最好的一张，但却是最应时应景的一张。

7月15日，八国集团首脑峰会于俄罗斯圣彼得堡召开。而12日至14日，布什专程赴德商讨中东危机，此举是美德关系已得到明显改善、彻底告别了施罗德时代“冰冻期”的决定性动作。当天布什在参加完默克尔“最昂贵的烧烤酒会”后，便被路透社记者Jim Bourg拍到了这张从身边的欢迎民众手中接过一个正在大哭的婴儿的照片。画面中除了两位主角外，所有人都笑得见牙不见眼，总统眉头高耸的鬼脸与手中哭得毫不留情面的孩子相映成趣。因此，画面尽管整体结构略显凌乱，却仍引人入胜，与政治背景更结合得入情入理，完美无缺。

布什丰富的面部表情一直是摄影记者们追踪的目标，而这位总统附近常常出现的不可预测状况，更使得众多好图片涌现。坐车巡游时突然飞来的鞋子，露天演讲时面前的玻璃护罩，甚至感恩节派对上与火鸡的“情感交流”，都让我们在干涩的政治因素后，看到了一个有血有肉的官员，他会出丑，会发愁，还有喜怒哀乐。

我一度很吃惊于国外的高官与普通百姓之间异常亲近的交流方式，基本上无法想象像我这样的平头小民，在晚饭后散步时，身边会突然出现一位政府要员，并且乐呵呵地抱着一个哇哇大哭的孩子。比较常见的场景，倒是在报社的夜班办公室，已经过了签版时间的凌晨一两点，几个无所事事的编辑，在苦苦等待一张领导人与外宾握手的照片。

图片赏析

大人物的 小特点

南都周刊图片编辑 翁倩

冷静—— 观察者的气质

□ 韩一鸣

[Http://photohym.blogbus.com](http://photohym.blogbus.com)

从第一次拿到相机懵懂的喜悦到现在平静地按下一次次快门，这期间，我大半时间都为我所供职的南方都市报服务着。行走在一个又一个新闻现场中，人在不经意之间就成熟和冷静了起来，渐渐地，不再为别人的喜悦而喜悦，也不再为他人的不幸而落泪，对于摄影者，这未尝不是件好事，毕竟，冷静地思考是观察者难得的气质。

在同行和朋友中，我的博客起步算晚的，随着越来越多的照片无法被所服务的纸张承载的时候，我渐渐觉得有自己博客的需要了，毕竟，和一个人复杂的情感和思维相比，媒体的纸张总显得太过单薄和冰冷。好的，不好的，统统往博客里一放，也算给自己一个交代。



2006年情人节，车辆川流的马路上，两个手捧鲜花的男女。



2005年5月2日，一个展会上，一个坐在轮椅上的老人和她面前插着的一朵红玫瑰。



2005年11月22日，深圳一个正在拆迁整顿的家禽市场，两个工人面对空空如也的铁笼显得有些无奈。



四川康定，一扇玻璃窗外的小喇嘛。

顶天立地不舍“窝里斗”

□曹 轲

银寿先生从对“窝里斗”的积极理解中,看到了扩展生存空间“走出去”的意义*,我们从报业区域市场的“精耕细作”中,也再次发现了“杀熟”的好处:“远亲不如近邻”,“美不美、家乡水,亲不亲、故乡人”,“人熟是一宝”等等。

做好“家乡”、“熟人”的服务,最能显示报纸的一己之长。面对电视和网络等新兴媒体,传播区域受限的报业,生存的立足之地或者说最大的比较优势,就是本土特色,本土品牌,本土服务。也许过不了多久,电视和网络也要全面加入“窝里斗”了。

区域化传播与传播区域化,眼下是一个做多说少的实战课目,学界的关注少且空洞。区域报业市场空间到底有多大?区域媒介生态系统是否成熟平衡?离不开具体的区域经济发展的脉动,离不开区域人文地理的底色,离不开区域信息环境的特质,以及有效共享的区域空间内,媒介自身区域传播能力的把握。

区域市场变成了战场,再不是一团和气。大家都在发力向下发掘延伸,更用心、更卖力地四处扎根做“窝”,因而市场指向强,创新能力强,整合意识强。这是“窝里斗”带来的第二个好处:“肉烂在锅里”,或者叫“斗出和谐”。区域内报纸相互激活,“窝”做大了,更密实更漂亮更亲切了;区域内外信息流更加自由、充分、通畅、有序,区域传播的软实力整体提升,最终受益的还是所在区域。

欢天喜地“窝里斗”,才能顶天立地“走出去”。顶天立地要撑得住,当务之急,需要就地取材,就地成才,培养一支熟悉目标区域市场的人才队伍,形成人才结构上“顶天立地”的相应组合。不经“窝里斗”,这样的人才哪里找?——这是“窝里斗”的第三个好处。☞

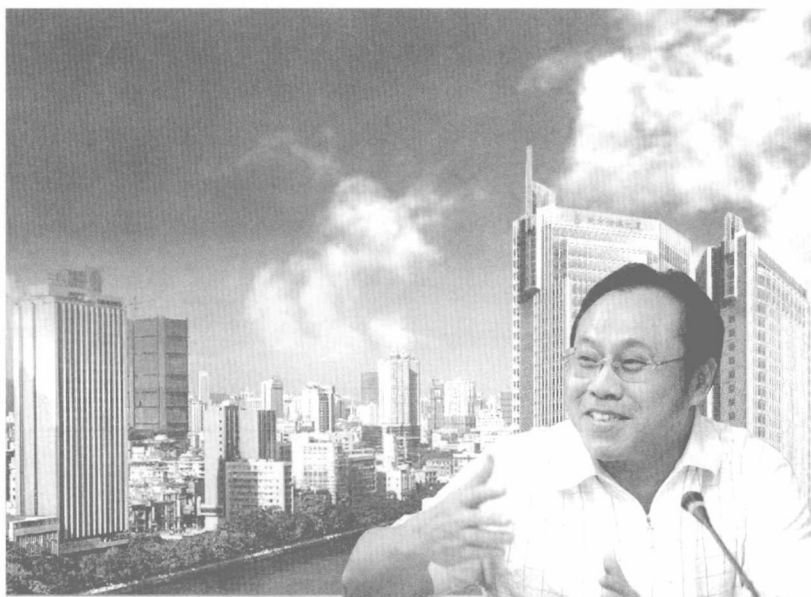
*注:银寿四篇奇文《论“窝里斗”》《论“精英”》《论“官官相护”》《论“实事求是”》,见南方日报2006年9月14日、9月28日、10月19日、11月2日

●卷首		
001	顶天立地不舍“窝里斗”	曹 轲
●专稿推荐		
004	报业传媒集团科学发展的思考	杨兴锋
011	掀起报业改革“第三次浪潮”	乔 平
●本期焦点「南都评论」		
018	中国现状与媒体自觉	江艺平
021	南都评论要往何处走	李文凯
029	社论写作的体制焦虑与政治正确	龙 科
032	耻于机巧的伪装	刘天昭
035	南都时评作者的遴选	何雪峰
040	南都时评的历史	李海华
043	WEB2.0时代的舆论传播	邓志新
046	站在时代的风口浪尖	
	——南都时评与公共领域的建构	董天策 叶芳 施海平
●传媒透视		
050	迷药事件凸显媒体思想性格冲突	郑宇丹
057	晚报的时间观及其敌人	
	——印刷文化下的报纸模式与适应	宋志标
●传媒观察「区域市场」		
	[传播]	
064	传媒业增量空间与广东省区域市场	郭全中
071	从社区报看中国报业发展方向	袁友兴
	[报业]	
078	差异化生存:南方都市报逐鹿深圳	王宏林
083	南都“2+5”战略在珠三角的实施	邱小红
088	省委机关报在中心城市的差别化战略	王 巍
	[新闻]	
095	读者视角+政经主打+本土专业	
	——浅谈南方日报珠三角新闻的采编	王溪勇
100	省级党报走市场 驻站记者大有可为	
	——试析省级党报做好地方新闻报道的操作实践	詹雨鑫
●采写编		
	[记者思考]	
104	一次新闻专业主义的大讲堂	
	——富士康诉一财案的思考	傅剑锋

112	南方周末转型期舆论监督特色分析	朱 强
117	如何盘活政法负面新闻的报道	赵南坚 孔令源 夏永波
122	“做”出来的新闻 ——邓哲玉事件采访手记兼多余的思考	王海军
[编辑一得]		
127	拓展社会新闻的价值空间	蔡清树
133	“我痛恨罪行,却从不恨罪人” ——对媒体力量的一次致敬	鞠 青
136	理性智慧地报道国际新闻 ——从南方日报国际评论版说开去	王更辉
[版式设计]		
141	报纸视觉设计的差异化竞争策略	赵小星
●主编视野		
148	风尚周报——NEWSMAG.2.0 引领中国报业走向广阔的蓝海	李琼芳
153	《21世纪经济报道》记者采访手册	刘 晖
●学者视窗		
162	跨区域?跨媒体? ——传媒业“连横合纵”战略徘徊在十字路口	支庭荣
●新媒体		
167	报业对互联网的热度需要重新定义和思考	邢 瑞
●记者博客		
169	富士康案后的21条思考	刘天昭
172	张扬监督之前请先照镜思量	戴远程
175	纯粹:一个关于媒体的白日梦	杨学涛
180	新闻操作的方向和呈现	江 华
185	新闻的使命是记录“经验真理”	石 岩
191	记者被打,我倒有点同情小治安员	虞 伟
●传媒与法		
194	运用法律手段保护媒体品牌	张志兵
●传媒资讯		
199	广州日报《导读与索引》出炉	
201	业界新闻回顾	
210	南方书讯	

封二 图片赏析:大人物的小特点

封三 摄影记者的博客:韩一鸣



报业传媒集团科学发展的思考

□杨兴锋

从报纸传媒行业整体来看,科学发展就要求报纸的内容要贴近群众,产业的发展要以人为本、重视人的作用。同时,报业发展要注意降低成本,提高效益,转变经济增长方式,培育创新机制,优化报业结构,协调发展,不断增强发展后劲和核心竞争力,实现可持续发展。本文试图探讨如何通过管理体制的改革、运行机制的创新和产业发展模式的选择,将科学发展观真正落实到报业集团发展的实际当中去。

由于发展模式和发展阶段上有所不同,不同的集团所面临的问题重点往往有所不同;但要达到科学发展的要求,就要从集团管理上解决好三个方面的问题。一是如何建设科学的报业集团管理体制,包括报业传媒集团的产权关系、领导体制、公司治理结构以及集团层次的管理制度等,为集团实现科学发展奠定制度的基础。二是如何转变经济增长方式,建立面向市场、适应竞争环境的报业集

团运营机制,包括资源整合、用人机制、激励机制、融资机制等,从内部管理上为实现科学发展提供保证。三是如何进行产业发展模式的选择,包括投资领域和方式选择、价值链选择、产品战略、营销及创新模式选择等,通过具体项目经营体现集团整体的科学发展。

全面协调发展重在科学的管理体制

报业经营单位要参与和应对市场竞争,就必须作为一个市场竞争的主体、就必须建立现代企业制度。报业集团建立现代企业制度,要解决三个环环相扣的管理体制问题:一是采编经营两分离,使新闻媒体的双重属性在运行机制上得到明确、清晰的体现。二是明晰产权,通过国有资产监管部门授权,以资本为纽带,将报业经营单位变为“自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展”的法人实体和市场主体。三是建立公司治理结构,解决因所有权和经营权分离后产生的委托代理问题,做到权责分明,各司其职,激励和制衡机制并存。20年来国有企业改革的经验教训告诉我们,深层次的、根本性的体制问题得不到解决,集团的科学发展将面临难以克服的困难。因此,我认为报业集团的科学发展首先要坚持不懈地深化文化体制改革、解决报业集团的体制和授权经营问题,才能进一步确立报业经营单位的市场主体地位,实现报业集团内部以产权和业务流程为纽带的公司治理结构,进而按照党委领导和法人治理相结合的要求建立和完善有关的管理制度。

根据中央的改革精神和广东省委、省政府的部署,南方日报报业集团于2005年7月18日正式更名为南方报业传媒集团,同时创新集团的领导体制,设立了集团管委会、党委会、编辑委员会、南方报业传媒集团公司董事会、党委会、经理班子等领导机构,保留南方日报社委会。其中,集团管委会作为集团的最高领导机构,总体把握集团报刊的舆论导向和集团营运;集团编辑委员会,具体负责新闻采编业务;集团公司董事会、经理班子具体负责经营业务。

南方报业传媒集团按宣传业务与经营业务两分开的原则,将剥离集团所属报、刊、社的广告、发行、印刷以及实业等经营性单位和部门的经营性资产,合并设立规范的国有独资有限责任公司。并由广东省人民政府授权南方报业传媒集团公司,对集团所属成员单位占用的经营性国有资产行使出资人权利,依法实施

经营、管理和监督,承担保值增值责任。

集团所属各报、刊、社的采编部门和业务保留在南方日报社内。南方日报社作为事业单位性质不变。南方日报社和南方报业传媒集团公司及其子公司同属南方报业传媒集团成员单位。其中,南方日报社和南方报业传媒集团公司都是具备独立法人资格的实体,在集团管委会(党委会)的统一领导下,两者建立业务流程为联结纽带的业务协作体制,集团公司及其子公司根据有关代理经营协议从经营业务收入中拨出一定比例资金,扶持南方日报社所负责的宣传业务的发展。

在南方报业传媒集团公司设立以后,集团将按照授权经营和法人治理的要求,建立相应的管理制度,科学界定集团管委会、编辑委员会、集团公司董事会、报刊经营公司董事会等各级机构的管理和考核权限,建立必要的协调机制。集团公司分别投资设立若干经营公司,形成母子公司法人体系。这些子公司均享有完整的法人财产权,并按照《公司法》的要求规范设立董事会和经理班子,并以集团公司授权子公司经营的资产对集团公司承担保值增值的任务。

可持续发展重在经济增长方式的优化

解决了报业集团的管理体制问题,可以说是为报业集团的科学发展奠定了基础,但要真正实现科学发展,还必须进一步从经营机制和内部管理的改革着手,解决目前普遍存在的粗放经营问题,通过发挥集团的战略、资金、技术、品牌、管理的多项协同效应,进行报业结构调整和资源整合,以资产和业务为纽带实现集约化经营,实现报业集团经济的增长方式从规模数量型向集约质量型转变,使报业集团获得长期的可持续的发展。从科学发展观出发,我们要重新审视报业集团的增长方式。作为一个每年销售收入超过20亿元的报业集团,如果广告发行的费率能够节约1%,就意味着能够增加2000多万元的利润,应该说,这方面的潜力还是非常大的。

在报业经营方面,要进一步贯彻科学发展观,实现集团发展从粗放型向集约型转变,我认为可以从以下几个方面着手:

一是做强党报,进一步增强党报影响力。在这方面,《南方日报》的探索可能可以提供一定的参考。《南方日报》在长期的改革探索的基础上向市场要数据,向

读者要意见,向实践要答案,提出以“高度决定影响力”的办报理念,实施党报传播功能、党报与读者关系及党报影响力的再造。从2002年8月6日起,《南方日报》三年多来五次改版扩版,既是对党报办报理念的全新思考和定位,对新闻产品从内容到形式的全新改进和包装,也是对现代报业制度建设和营销组织的全新探索和实践。2004年起,南方日报从集团中剥离出来,实行独立核算和独立经营,成为真正的市场主体奠定了基础。持之不懈的改革使南方日报从内容到版式、从报纸采编到运营管理都焕然一新、活力倍增。主导广东舆论的省委机关报,同时获得了读者和市场的认可,经营有了突破性的进展,在全国省级党报发行广告普遍下滑的形势下,南方日报连年逆势上扬,从根本上增强了影响力,赢得了引导舆论的市场基础,巩固了政治地位。

二是办好子报子刊,做强做大传媒集团。早在2002年,我们就率先提出媒体多品牌发展战略和报系结构的发展理念,通过加强对细分读者市场的研究,不断培育品牌媒体,转变了集团应对报业竞争的方式,同时优化产品结构,避免同质化办报现象。

在提高子报子刊的效益方面,由于报业集团原有的体制和机制等历史原因,子报子刊往往存在粗放经营的问题,这在一定程度上造成子报子刊的利润率不够理想。在进一步深化文化体制改革过程中,应参照国有资产授权经营的一套系统方法,实施科学的资产保值增值和任期目标责任考核,实现向挖潜要效益,向管理要效益,这样即使不增加项目投入,也可以使集团整体的效益得到较大提升。

三是大力改善报业经营管理,在产权明晰的情况下,以资产和业务为纽带,以提高集团整体效益为目的,整合集团内各项资源。包括面向市场,有效整合报业集团报刊资源,优化报刊结构,延伸报业产业链和价值链,提高报业集团新闻信息和文化产品的生产、经营和服务能力。创新用人机制和考核分配机制,建立报业集团科学的绩效评价体系和人才评价体系。逐步实现按采编、广告、发行、行政等业务系统或按照经营区域划分的资源和业务整合,减少集团内耗,实现更大幅度上的集约发展。

四是开拓市场空间,找到新的增长点。媒体的市场开发从量的扩张转向质的提升,从中心城市向次级城市转移。

由于不同的集团有着不同的资源状况和发展战略,所以在集团的产业发展不存在一个各单位都可以照搬的最优模式。我认为,强势报业集团发展成为传媒集团,是面对市场的积极方案。在科学发展观的指导下,要不断拓展传媒集团的空间和市场,要根据各单位的实际把握以下五组看似二元对立的相关关系,实现报业集团向传媒集团的和谐转变。

[illegible]

二、核心业务和非核心业务的关系。每一个集团都有自己的核心业务，报业集团中的重要报纸的采编、发行、广告是目前的核心业务，而在这些业务以外的可以说是非核心业务，比如印刷，比如网络，还有一些集团的酒店、房地产项目等等。一个集团的人力、物力、财力有限，不可能把什么业务都做得很好，牢牢把握核心业务是明智的选择。当然，随着集团业务的发展，有些非核心业务的开发，可以降低核心业务的运营成本，提高媒体的效益。而随着报业集团向传媒集团的升级，原来处于报业集团非核心地位的业务领域，可能会成为传媒集团的核心业务，比如南方报业传媒集团就在考虑把网络媒体、移动媒体与平面媒体一起列入集团核心业务的领域。

三、传统媒体和新兴媒体的关系。传统媒体是习惯性选择的媒体，新兴媒体是应用新技术、新载体开发出来的新的媒体形态，他们并不是对立的、你死我活的。我们的态度是，牢牢抓住传统媒体，做好做精内容，不断提升品质以获得更强的差异化竞争优势，在各个细分市场中随时准备占据竞争对手、追随者、挣扎者退出的市场份额，在行业生命周期的变化中保证集团充足的收入来源。同时，积极地不失时机地开发新兴媒体，在不同媒体形态的竞争中掌握主动权。我认为处理这两者关系的关键，在于大力推动整个传媒集团的传播技术革命。

四、技术创新和制度创新的关系。做新闻、做报纸的同行，都倾心于报纸的业务创新，这也是技术创新的一个组成部分。《南方日报》连续五次改版，表明我们对技术创新的不懈追求。我们很清楚，技术创新到了一定程度，将会推动制度创新来提供支持，而制度创新，也能有效地激发技术创新的热情，提升技术创新的效果。南方报业传媒集团将《南方日报》剥离经营就是一种制度的创新，这一创新使南方日报的技术创新、业务创新都落到了实处。把报业集团改为传媒集团，其实质也是一种制度创新，这一创新使网络传播的电子杂志、移动传播的手机报等技术创新产品在我们集团迅速涌现。

五、大众传播和分众营销的关系。读者市场的要求，广告客户的要求，对今天大众传媒的营销提出了分众、精众营销的要求。媒体的分众营销是让发行人员、广告人员和热线服务人员在合适的时间、合适的地方，与合适的读者或客户做合适的沟通。但是“分众”只是一种思维方式、一种划分办法，而不是一种传播实现的手段，大众传媒的职责和社会功能还是要通过大众传播的方式实现。与大众传播不能没有细分市场的精准定位一样，分众、精众营销的媒体要赢得市场，虽然

在内容、品质上可以针对特别的读者群,但是其产品还是必须具有更强的大众传播能力,必须具有大众传播的社会功能和社会责任,否则它就不是我们传媒集团应该长期经营的产品。

为了让传媒集团更加科学地发展,在报业集团向传媒集团的转变中,我们要更加注重集团的整体发展,不能只做好报纸甚至只做好一张报纸;我们要更加注重盈利模式的多样化,报纸拼发行量争广告增量的做法始终会走到尽头,创新价值链从新闻信息的收集加工到增值开发的每个环节发现更多更新的盈利模式;我们要更加注重产权结构的多元化,在非核心领域引进社会资本迅速把集团做强做大;我们要更加注重与门户网站和移动运营商建立平等的伙伴合作关系,在资源和渠道上为传媒集团化发展提供支持;我们要更加注重理性化的激励机制设计,聚集更多优秀人才,并使他们的努力方向、行为方式和集团的价值取向和发展战略保持一致,为集团持续、科学地发展储备人才库。❶

(作者为中国记协副主席,南方报业传媒集团管委会主任、党委书记、社长、总编辑、董事长)

掀起报业改革“第三次浪潮”

□ 乔 平

作为中国第一家报业集团,广州日报报业集团已经走过整整10年,曾经首创很多国内领先的经营机制和经营手法、创新很多超前的新闻理念和采编经验的广州日报报业集团,在上世纪九十年代高速扩张,取得了出色的经营业绩。但是,逆水行舟,不进则退,随着人民群众精神文化需求的日益增长,随着报业市场竞争的不断加剧,随着新兴媒体的蓬勃兴起,随着加入世贸组织后国际传媒大鳄的虎视眈眈,媒体市场和竞争对手已经发生了诸多变化,广州日报报业集团充分认识到,必须再掀改革浪潮,进行集团改制和领导体制改革,在采编和经营机制上与时俱进,才能继续保持全国报业“排头兵”的地位。



一、面临的形势:报业集团亟需改革

从1996年1月15日中央批准成立广州日报报业集团至今,国家共批准建立39家报业集团。经历了10年快速发展历程的我国报业集团,目前正处在十字路口,旧的以“外延扩张”为特征的“初级发展阶段”基本结束,一场“深化改革”正在酝酿。

10年回顾,我们发现,经过10年高速发展的报业集团,在取得巨大成就的同时,面临的矛盾、问题与挑战也日益突出,主要有:第一,建立报业

集团以扩大党报影响力的初衷,与党报报业集团靠系列报刊扩大市场份额,从而弱化了党报社会影响力的矛盾;第二、共享经营平台、促进“化学变化”,实现规模效益与报业集团大而不强、“集”而不“团”、重“物理变化”而导致资源严重浪费的矛盾;第三、创新型的高水准报业人才的短缺、传媒市场的日趋复杂多变与多数报业集团人才激励机制、决策机制以及执行机制运转不灵,人才成长缓慢、创新动力不足以及决策执行不力的矛盾;第四、报业集团跨地域、跨媒体扩张的内在要求与当前体制与政策诸多限制的矛盾;第五、新媒体对报纸的冲击与挑战;第六、国际传媒集团对我国传媒市场的冲击与挑战。我们必须思考:是选择以党报占领市场的发展模式,还是选择系列报占领市场的模式?如何协调好二者的关系?是维持明显带有传统事业单位色彩为特征的机关管理体制,还是建立以企业集团为特征的现代企业管理制度?如何解决我国报业集团发展中的种种矛盾与问题?如何应对新媒体与国际传媒集团的挑战?这些问题尖锐地摆在我国所有报业集团面前。

二、我们的理念:模式关乎成败、战略决定生死、管理至为关键

我们认为,在这场正在酝酿的“深化改革”中,模式关乎成败、战略决定生死、管理至为关键。

首先,我们认为,以党报为报业集团的依托,以提升党报影响力为目标的报业集团发展模式,是我国报业集团改革与发展的一个趋势。我们认为:报业集团要有竞争力,作为集团基础的党报就必须有竞争力。否则,政治上,党报会边缘化,影响党报的话语权和对舆论的控制力,经济上,会出现作为“老子”的党报要靠“儿子”来养,进而影响到党报对集团内部各子报刊的控制力。广州日报始终相信,党报通过改革可以增强市场竞争力,党报不应把自己置身于市场竞争之外,相反,我们将党报作为参与报业竞争的一张王牌,为此,广州日报报业集团始终坚持以办好广州日报为集团工作的重心,在坚持正确舆论导向前提下,广州日报以“开放型、多功能”与“两头满意”为办报方针,以“追求最出色的新闻”为理念,在头版和要闻版,做深做好指导性的新闻,在其他版面上,做好格调健康、体现“三贴近”的可读性新闻,并不断根据市场需求开辟新版面,结合重大新闻事件不时推出有重大影响力的特刊专辑。这些措施,既体现了市委机关报的政治高度,又满足了不同读者