

NINGBO RIBAO BAOSHEJITUANLILUN CHUANGXIN CONGSHU

中国传媒业的 战略转型

以沿海非省会城市平面媒体为案例

复旦大学出版社

李良荣
姚志明
等著

NINGBO RIBAO BAORYEJITUAN LILUN CHUANGXIN CONGSHU

“宁波日报报业集团理论创新”丛书

中国传媒业的

战略转型

以沿海非省会城市平面媒体为案例

复旦大学出版社

李良荣 姚志明 张春华 周晖 傅丰敏

图书在版编目(CIP)数据

中国传媒业的战略转型——以沿海非省会城市平面媒体
为案例 / 李良荣等著. —上海: 复旦大学出版社, 2008. 7

(宁波日报报业集团理论创新丛书)

ISBN 978 - 7 - 309 - 06079 - 9

I. 中… II. 李… III. 传播媒介—研究—中国 IV.
G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 077149 号

中国传媒业的战略转型

——以沿海非省会城市平面媒体为案例

李良荣 姚志明 等著

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编: 200433

86-21-65642857(门市零售)

86-21-65100562(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)

fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 顾 潜

出品人 贺圣遂

印	刷	句容市排印厂
开	本	890×1240 1/32
印	张	9.625
字	数	208 千
版	次	2008 年 7 月第一版第一次印刷

书	号	ISBN 978 - 7 - 309 - 06079 - 9 / G · 756
定	价	20.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

“宁波日报报业集团理论创新丛书”编委会

主 任

张秉礼 童 兵

成 员

(按姓氏笔画排序)

朱利民 刘海贵 李良荣 张松茂 张秉礼
赵 凯 赵晓亮 姚志明 徐 正 童 兵

编务统筹

金君俐

总 序

张秉礼

经过多位专家及课题组成员的共同努力,宁波日报报业集团理论创新丛书即将陆续面世。正如当初所设想的那样,这套丛书既体现了学界对新闻传播现实问题的深切关注,同时也反映了业界对理论创新的不懈追求。作为宁波日报报业集团推动产学研结合的研究成果,丛书的出版,将对报业集团各方面工作产生积极影响,也希望它们能够对我国报业的改革和发展具有借鉴意义。

为了适应传媒事业进步和产业现实的现实需求,更好地开展有关新闻理论与实践、舆论导向和新闻竞争战略研究,2006年,全国媒体中首家非编制性的新闻研究机构——宁波日报报业集团新闻研究所成立,并聘请国务院学位委员会新闻传播学学科评议组召集人、复旦大学新闻学院博士后流动站主任、博士生导师童兵,教育部高等学校新闻学学科教学指导委员会主任、复旦大学新闻学院教授、博士生导师李良荣,复旦大学新闻学院院长、教授、博士生导师赵凯,教育部马克思主义理论工程新闻与传播学新闻业务方向首席专家、复旦大学新闻学院教授、博士生导师刘海贵,分别任研究所

2 中国传媒业的战略转型

的所长、特聘研究员。研究所成立后,很快确立了首批课题,组建了由以上专家分别挂帅,集团总编、副总编担任副组长,集团的业务骨干以及复旦大学新闻学院青年教师、部分博士研究生为成员的课题组。这批课题围绕报纸产品的读者情况、报纸内容如何创新、报纸业务整体发展策略等重大实际问题而展开,其目的是为宁波日报报业集团新闻业务的发展、集团产业结构提升提供理论支持与战略指导,并以个案研究的方式来探寻我国报业发展的未来之路。

众所周知,在传媒市场竞争日趋激烈的环境中,报业的生存和发展正面临严峻的挑战,而应对挑战的一个重要路径就是通过不断推进理论创新来提升报业自身发展的软实力。近年来,宁波日报报业集团不断深化体制改革,充分挖掘发展潜能,各方面事业蓬勃发展,综合实力明显提高。为了及时总结和提升发展经验,创新发展观念,破解发展难题,集团广泛开展科研协作,多方寻求智力支持,建立了较为完善的智库机制。“宁波日报报业集团理论创新丛书”的出版,标志着集团的理论创新工作已经取得了阶段性成果,也反映了集团的智库机制已初见成效。由于凝聚了全国许多学者精英的智慧,丛书很好地对我国报业发展中的各项创新经验加以理性升华,不仅具有很强的实践意义,而且站在了学术前沿,从而具有很高的理论价值。相信丛书收入的论著,绝不只是将对宁波日报报业集团的进一步发展提供理论指导,而且会对全国同行也颇具启发意义。

“宁波日报报业集团理论创新丛书”的出版,凝聚了课题组所有成员的智慧 and 汗水。在课题执行和丛书撰写过程中,复旦大学新闻学院的师生们经常是不辞辛劳,奔波于沪甬两

地,为课题研究的顺利展开和丛书的出版倾注了大量心血。参与课题研究和丛书撰写工作的宁波日报报业集团的部分领导和业务骨干,不顾日常新闻业务工作的繁重压力,积极投身相关研究工作,凭借丰富的实践经验给课题研究带来了活力和保障。在丛书出版之际,向他们表示衷心的感谢和祝贺。

是为序。

为报业集团的持续科学发展 寻求理论支持

——写在“宁波日报报业集团理论创新丛书”
首批学术成果付梓之际

童 兵

在宁波日报报业集团新闻研究所首批学术研究成果付梓出版之际，集团领导嘱我为此写几个字，我欣然应允。

一年前，当集团社长张秉礼先生告诉我，他们将成立新闻研究所并想聘我担任首任所长。我当时的心情是：既惊愕，又佩服。

我国建有新闻研究所（室）的传媒集团不少，这些传媒集团属下的新闻研究所的功能大致是：从传媒发表的新闻作品（节目）中评好稿，作为考级评聘的依据；收集资料，编撰集团及媒介史；为主要领导参加各地举办的研讨会和集团参加各种评审活动撰写论文和材料。正正式式地搞理论研究，严格按学术规范运作的研究所不多，而宁波日报报业集团规划建立和运作的正是后面这种正儿八经、名副其实的新闻研究所。正是出于对这样一种认真、严肃的办所动机的尊重，我决定试一试。同时说服我接受他们聘请的还有经常响彻在

2 中国传媒业的战略转型

耳畔的恩格斯的一句话：一个民族想要站在科学的最高峰，就一刻也不能没有理论思维。这些年，我深为新闻界某些人的浮躁骄纵、不能居安思危的浅薄担忧和痛苦，而宁波日报报业集团盛名之下，声誉和效益日增的形势下却谋求科学的可持续发展，尤其是试图在按规律办报上有一个根本的理论上的腾飞，的确令人钦佩不已。作为学者，理应施以援手。再说，当前媒介生态和新闻改革变动不居，态势云谲波诡，参加研究所的工作，正好为自己找到一个了解改革、认识改革、参与改革的平台。

一年来，新闻研究所的正常运作和首批成果的问世，证实了集团规划和自己思考的正确。新闻研究所第一批立项的课题，诸如沿海城市党报的现状和发展谋略、新闻精品生产和深度报道的突破、受众对报业市场的影响等，不仅对宁波日报这样一些副省级城市报业集团的发展有着紧迫的现实意义，而且对探索新时期报业发展的基本规律也有深刻的理论价值。可以说，宁波日报报业集团新闻研究所已经趟开了一条探索理论与实践相结合的研究路子，对于有规模的传媒集团有着一定的普遍意义。

由于集团领导的坚持，张社长的以身作则和广大研究人员的不懈努力，我们在新闻研究所实行的一套学术研究方法规范的、有效的。首批四个项目都经过专家论证和集团领导讨论通过，集团和新闻研究所以及相关课题负责人都签署了合同。课题实行学校教授和集团分管业务工作的领导双负责人制。课题组成员既有学校的教师和研究生，也有报社领导、记者和编辑。到报社外面进行读者和市场调研，集团分管领导也主动参加。这样，高校里通行的一套较为成熟的

学术研究的技术理路和操作机制带进了报业集团,学校师生也从报业集团采编人员和管理干部那里学到许多学校无法得到的知识、信息和技能。这种产学研紧密结合的科研方法,相信今后无论对报业集团还是复旦大学新闻学院,都是大有裨益的。这种收益首先不在于写出几本书,而主要在于集团和学校双方的互动和互补所形成的体制和机制,在过去是不可能形成与运作的。正是这种体制和机制,才有可能既出成果又出人才。

这里特别要提出的是,宁波日报报业集团有一个好的领导团队,这个团队有一个好的班长。每次见到张社长,除了介绍集团近期的工作,他最感兴趣的是同我们讨论种种时政与理论问题。我见到过一些媒体老总,他们也关注理论动向,但像张社长这样关注得如此广泛、如此深入的实不多见。这也许同他来自高校,曾在高校任教和担任领导职务有关,但据我看主要还是对国家命运的关心和对集团今后的可持续发展的思考。每次同张社长的深谈总让我坚定这样一种信念:一个单位有这样一位具有远见卓识的领导掌舵,是这个单位员工的福气。

至于对即将出版的首批学术成果的内容及评价,我不想说什么多余的话,每本书的主编——课题负责人会在书里做好这方面的工作。我想,集团领导已经在考虑第二批项目的选题事宜了。我作为所长,自然也已经有了初步的设想。期待第二批选题会有新的突破和拓展,会对集团今后的发展有新的贡献。

前 言

中国三大经济区——以广州为龙头的珠江三角区,以上海为龙头的长江三角区,以天津为龙头的环渤海区——正在形成一个个城市群。在这一个个城市群中,除了像上海、天津这样的中心城市和广州、杭州、南京这样的省会城市外,数量最多的是如宁波、大连、青岛、深圳、厦门等计划单列市(还有包括它们的副省级城市),以及如佛山、中山、苏州、无锡、南通、温州、绍兴等等地级市,它们像珍珠一样在中国沿海星罗棋布。这些城市是当代中国经济发展最迅速、最具活力的地区,并形成各具特色的区域经济。迅速发展的经济使城市面貌日新月异。与此同时,这些地区的传媒业也异军突起,撑起中国传媒业的半壁江山。在未来的岁月里,这里的区域性传媒^①将是中国传媒业发展最快、最具活力的部分,并将形成特色鲜明的传媒体系。然而,撑起中国传媒业半壁江山的这类区域性传媒业,却有被中国新闻传播学所遗忘的可能。迄今为

^① 本书中的区域性传媒或区域传媒特指除中心城市以外的副省级城市以及地级市城市媒体。

2 中国传媒业的战略转型

止,我们很少看到对区域性传媒有系统的研究。

当前,区域性传媒正纷纷进行资源重整、资产重组,一个新的体制、新的运行模式已初显端倪。新闻传播学研究者有责任去研究,去总结,为之作出新的理论概括和提升。

目 录

总 序	张秉礼	1
为报业集团的持续科学发展寻求理论支持	童 兵	1
第一章 区域性传媒业平面媒体的基本特征和新趋势		1
第一节 中国传媒业的一般特点		1
第二节 区域性媒体的优势和特殊性		6
第三节 区域性媒体的新趋势		13
第二章 区域性媒体的战略转型		15
第一节 战略转型的指导思想		15
第二节 区域性传媒业战略转型的目标设置		17
第三节 报业集团战略转型需要认识文化		21
第四节 战略转型需要文化自觉		36
第三章 文化建设的基本目标		41
第一节 城市政治文化建设的勾连者		42
第二节 城市社会文化的引领者		48
第三节 营造有利于经济发展的环境文化		50
第四章 从城市的发展出发规划文化建设		54
第一节 大众传媒与城市文化构建		54

2 中国传媒业的战略转型

第二节	校正政府在传媒产业中的定位与职能	64
第三节	从城市实际出发规划城市的文化建设	73
第五章	构筑文化建设的平台	88
第一节	创建三个论坛	89
第二节	开展三项活动	92
第三节	包装宁波	96
第六章	开创“媒企互动 媒企共荣”新局面	99
第一节	企业与媒体:爱恨交加	99
第二节	传媒对企业:第一是服务,第二是盈利	100
第三节	充分利用媒体资源,拓展服务企业的领域	101
第七章	速度、广度、深度——改革、改进新闻报道	107
第一节	建立快速反应机制	109
第二节	强化深度报道	121
第三节	拓展新闻报道的视野	137
第八章	调整报业集团内部布局	147
第一节	当前报业集团内部结构的现状	148
第二节	报业集团发展格局规划	157
第三节	由记者中心制向编辑中心制转换	175
第四节	新闻管理体制创新	184
第九章	报业集团的经营之道	196
第一节	传媒产业的特点	197

第二节 建构合理的传媒产业价值链	204
第三节 打造传媒集团的核心竞争力	229
第四节 实现由新闻出版集团向文化传播集团的 战略转型	239
第五节 构建报业集团信息平台,实施新闻、 经营数字化管理	251
 第十章 机构设置 制度创新	 266
第一节 加快决策机构转型	267
第二节 加强企业文化建设	270
第三节 改进用人机制	275
 主要参考文献	 283
 后 记	 289

第一章

区域性传媒业平面媒体的 基本特征和新趋势

区域性传媒是中国传媒业的一部分,所以,它必然具有中国传媒业的一般特点,同时,它又有别于中心城市的媒体,具有自身的特点。

第一节 中国传媒业的一般特点

传媒业具有双重属性,即它具有形而上的意识形态属性,又具有形而下的信息产业属性。人们以为这是中国传媒业的特点;其实,世界各国包括西方国家都认可这种双重属性;美国两位学者先后对传媒业作了如此描绘:

“媒体组织既是政治实体又是经济实体。它们能够——人们甚至希望它们——影响舆论、政府决策以及公民投票行为……与此同时,传媒组织能够在资本主义制度中长期存

2 中国传媒业的战略转型

在,有赖于它们利润最大化以及成本最小化的能力。”^①

“传播管制独特的双重性质是基于传播产业自身的独特性质,它既是经济组织也是社会组织。”^②

一个称传媒既是政治实体又是经济实体,另一个称传媒既是社会组织又是经济组织,表述虽有区别,但都认可传媒的双重性质,而且是密不可分的。

中国传媒业的特殊性仅仅在于:它不仅仅具有双重属性,而且是三重属性,既是事业单位、企业单位,也是机关。

传媒业,尤其是新闻媒体,中央各个文件明确认定为“党和政府的喉舌,是党的宣传机构或称舆论机关”。

1981年中共中央在《关于当前报刊新闻广播宣传方针的决定》中明确:“报刊、新闻、广播、电视是党的舆论机关。”^③正因为这样,中央主管部门明确规定,传媒业的上级党政部门掌握传媒业主要领导干部的任命权、重大事项的决策权、资产配置的控制权、宣传内容的终审权^④。

传媒业也是一个事业单位。1993年国务院批转国家计委《关于全国第三产业发展规划基本思路》,把文化、广播影视、新闻出版等列入第三产业中的“文化、体育事业”。2001年8月20日发出的《中共中央宣传部、国家广电总局,新闻

① Napoli, P., M., Rethinking Program Diversity Assessment: An Audience-Centered Approach, *Journal of Media Economics*. 10(4), 59-74(1997).

② 菲利浦·纳波里:《基础原则和传播政策》,金冠军等主编:《国际传媒政策新视野》,上海三联书店,2005年9月,第43页。

③ 《三中全会以来重要文献选编》(下),人民出版社,1982年,第688页。

④ 中共中央办公厅,国务院办公厅转发《中共中央宣传部、文化部、国家广电总局、新闻出版总署关于文化体制改革试点工作的意见》的通知(2003年7月31日)。