

孙燕君 著

报业中国

潜入浪底调查中国报业内幕
倾注深意披露报业中国真相

Newspaper in China

 中国三峡出版社



报业中国

潜入浪底 调查中国报业内幕
倾注深意 披露报业中国真相



图书在版编目(CIP)数据

报业中国/孙燕君著. —北京:中国三峡出版社,

2002. 2

ISBN 7-80099-577-1

I. 报… II. 孙… III. 报刊—市场竞争—中国

IV. G219. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 094417 号

中国三峡出版社出版发行

(北京市海淀区太平路 23 号院 12 号楼 100036)

电话:(010)68218553 51933037

<http://www.e-zgsx.com>

E-mail:sanxiab@sina.com

北京京丰印刷厂印刷 新华书店经销

2002 年 2 月第 1 版 2002 年 2 月第 1 次印刷

开本:890×1240 毫米 1/32 印张:13.25

字数:350 千字 印数: 1—8000 册

ISBN 7-80099-577-1/C·41 定价:25.00 元

序

1994年的夏天,一群充满激情与梦想、怀抱着专业知识的年轻人,从各个领域来到中国国际展览中心附近的一座白楼里,投身于新闻事业。四层高的小楼不大,但独成一体。沿着猩红的地毯走上二楼,走廊里挂满了中外新闻史上让人心动的老照片。

这里,就是中国第一家同期在境外发行英文版报纸的《中国贸易报》报社。这里培养出了一大批报业人才,两年后他们活跃在中国和海外的知名媒体。他们常常从远方打电话相互问候,当然,他们的话题总少不了谈到一位曾引领他们走入新闻界的朋友——孙燕君先生。

如果说我自北大出来以后,最大的选择是从法律改行作了传媒,那么,在进入传媒业的六七年中,最幸运的当属自己曾师从孙燕君——一位品德高尚且熟谙传媒的报人。1995年,孙燕君来到《中国贸易报》,带着在《经济日报》10年所积累的办报经验和在海外媒体从业两年的经历,希望能借《中国贸易报》这块舞台,创办一张中国的《华尔街日报》。当时,中国资深报人李海燕与孙燕君等几位从海外归来的中青年传媒志士,在一种特殊的背景下组建了一支特殊的传媒团队。在两年多的创业中,孙燕君不但要求记者和编辑要有热情,要高度敏感和全身心投入,而且强调财经报纸的记者一定要具备较高的专业水平,要做专家型的记者。在他的办报理念中,还强调“产、官、学、研、传媒、民间”六大因素的综合作用,强调“有效信息”和“深度报道与趋势分析”,强调“历史渊源与时代创新”。在以后的实践中,这些主张都被证明是行之有效的经济类报纸的办报思路。

那时在孙燕君的带领下,这一群青年报人尝试着创办了每周一期的“产业透视”,创办了《雅周末》,创办了中国经济预测研究所(孙燕君兼任所长),采访了季羨林、于光远、厉以宁、樊纲等一系列业界人士。当时追踪报道中国黄页的马云,5年后成为阿里巴巴的掌门人;而5年前《中国贸易报》7名记者行程万里,历时半年的“中国中西部起飞之路系列采访”影响深远。在这支队伍中,有精通三国语言应邀出访欧洲12国的苏丹;有提出西部投资审批权限问题而引起政府重视,并在两个月后出台了对西部投资新政策的袁华;有熟悉经营之道,把一个新组建报纸的广告额从无到有,在短短3个月做到每期收益60万元的王琪;有成功策划了《泰坦尼克号》中国市场宣传后赴美国斯坦福大学学习的李丹;有成功地创造了专业化采访模式的学者型记者,人才多多……

多少年后,在长城饭店,偶遇过去的一位老同事,他感叹说:孙燕君和你们“七君子”离开报社,是我们最大的损失。这是我第一次听到“七君子”这个称谓,我想这大约是对孙燕君带出来的报业团队的一种最高褒奖吧。

与孙燕君交往的6年,是我对传媒产业逐渐认识的6年。1998年9月,我从旧金山结束了为期一月的采访回到北京,这时有一个很好的机遇开始叩响中国报业之门。11月应孙燕君的邀请,我们开始对中国报业市场进行考察。从北京到广州,从美丽的杭州到古城西安,从报纸的定位、体制、资金、人员到编辑思想、采访方略、广告发行和整体策划,在对几十家报纸进行详细的追踪和访问过程中,我们

序

对中国报业的发展规律有了更深的认识。在短短的几个月里,一种兴奋让人隐隐地感觉到:中国报业的另一个高潮正在来临。

在中国,报纸作为一种产业正在逐渐规范化,并且从单一的宣传功能向社会认知、交流、信息选择和娱乐等多方面共存的方向发展。随着经济从工业化的大规模生产向信息时代的转移,人类经济正日益走向全球化和区域化相互交叉相互影响的时代;生产和销售趋向于直接沟通,由市场形象和市场需求直接组建的销售通路正在取代过去的由生产—产品—向市场推广的循环过程,信息传播业获得了极为有利的发展机遇。

在一些发达国家,传媒业早已成为增长迅速的产业。传媒,特别是报业,不仅意味着社会责任、影响、声望、文化、权威,还意味着巨额的财富。西方经济学家认为报业和高科技产业一样,都属于高科技、高风险、高智力、高回报的产业,需要专业化人士管理和经营。20世纪末,摩根斯坦利全球投资报告对10种产业建立起有全球竞争力的大企业所需年限作了统计分析,发现大众传播所需时间为8年,其收益远远大于药业、日常消费品、银行、电力、能源和建筑行业。在迅速发展的中国,这种预期似乎还可以提前二至五年。

随着21世纪的到来,全球经济正从牛顿时代的工业化大生产向信息时代的选择、判断和资源的有效组合发展,信息交流活动对人类社会的影响更加直接、多样、广泛和深刻。能否拥有先进发达的信息交流手段和充分利用各种信息资源,已成为一个群体是否健全有力、个人能否适应社会环境的重

要标志之一。因此,传媒业的发展在某些时候,甚至可以摆脱经济萧条的影响,获得独自发展的空间。

在西子湖畔,孙燕君对我说:中国报业在从计划经济向市场经济转化的过程中,已经走到了需要智者的时候。所谓智者要有几个条件:(1)掌握中国传媒政策;(2)有报业经营经验;(3)对新时代、新经济要有敏锐的感觉,对市场细分要有足够的把握,熟悉传媒产业,对报纸发展方向要有架构能力;(4)有宽宏的胸怀和高尚的品德,能组建一个强有力的团结的传媒队伍。

那段日子,每个夜晚我们都在西子湖畔的漫步中度过。我们讨论报纸的区域化和专业化发展前景,草拟《东方商报》的架构方案。由于特殊的原因,《东方商报》搁浅,当时孙燕君有一个强烈的愿望:用几个月的时间把他所掌握的中国报业现状和中国报业的发展趋势写出来。没想到,这一写竟写了一年多。在这一年多时间里,我忍不住寂寞暂时离开孙君,试着做两份周刊,和几个朋友把《北京楼市》、《西部商刊》从无到有创办起来。其中《北京楼市》周刊创办近一年,投入500多万元,目前广告收入已突破700多万元,完全收回了投资。这正应了2000年初孙燕君在北京影响力文化公司传媒部的一次小型研讨会上,对《北京楼市》发展轨迹所做出的分析。如果把当时的传媒报告拿出来进行比较,《北京楼市》发展的每一个阶段都与报告的分析有着惊人的相似。我们不得不叹服孙君的洞察与分析——这就是规律!

业界深知《报业中国》这本书的分量。正如孙燕君在

序

后记中所说的那样：“这是一本描述中国报业现状和趋势的书，一本写给报业同行特别是那些想办好一张报纸的同行看的书，是一本写给已经进入和想进入报业的投资者看的书。”

在目前的中国报业，亟需要这么一本对报业进行全视角关注的分析报告，这是一本写给报业CEO们的必读书，书中至少有四个方面值得报业投资者、经营者、管理者参考：

对中国报业的梳理。从管理、经营、办报方向上对中国报业现状进行了认真的梳理，分析中肯，资料较为翔实。

从报业本身的发展规律结合中国的传媒政策与现实，对目前报人、经营者的风险及其规避进行了详细的描述。

追踪中国报业发展动向，在大量的对话和访谈之后，对中国报业产业化进程进行了冷静的描述和分析。

从细节中分析中国报业经营面临的困境和危机，阶段性地指出了中国报业的发展趋势，包括资金进入、体制改革和具体管理中的问题。

这是一本严肃的书，它带给我们的是中国报业的大体轮廓和在实践中证明了的行之有效的办报方法。当然，最重要的是一个有着东西方报业从业经历的人对21世纪中国报业发展的清醒认识和反思。

进入21世纪，全球报业竞争更加激烈。西方几大报业集团的并购、时代华纳与AOL的合并，给年轻的中国报业敲响了警钟。2000年9月7日传来消息，创办了40多年的香港《天天日报》停刊，这是继《华侨日报》、《星岛晚报》、《工商晚报》和《工商日报》后又一家因经营不善而停刊的传媒。

在第四传媒挟势而来的竞争中，各报改版浪潮风起云涌，每一个报业经营者都不得不考虑：明天，我们的报纸是否会

因为经营不善而被另一家报业集团接管？

我们在关注，也在等待。和大多数传媒志士一样，我们也在寻找着那些优秀的合作伙伴。当更加激烈的竞争来临之际，也是中国报业面临的更好的时机。在信息泛滥的时代，未来的观念和新的思维与行为方式将掌控着那些曾经被分割的报业资源，未来的产业是由资金、人力、思维方式和新机制、新技术组成的产业。未来的报业和其他产业一样，呼唤着有智慧、有激情、熟悉传媒规律的职业经理人。

随着报纸的产业进程，一个特殊的熟悉报业发展规律的报人阶层正在逐渐形成。他们和职业经理人一样，对自己的领域、产业方向有深刻的理解，对社会经济发展和时代观念的变迁有敏锐的把握。同时，这个特殊的阶层基于读者、社会、投资商的原则和职业道德也正在规范之中。

21世纪的报业孕育着智者的梦想，也完全可以容纳中国新报人理性的情怀。

傅 桦



Contents

目 录

1. 广州报业——三国演义

《广州日报》何以成为中国报业的龙头老大？一年13亿的广告收入从何而来？且看羊城机关报如何演变为都市报。

《羊城晚报》临危求变，《新快报》应运而生。

《南方周末》风行南北，《南方都市报》三年崛起，《21世纪经济报道》一鸣惊人，南方日报报业集团三张子报改变竞争格局。

三国演义渐成鼎足，江山初定战局生变。

3 / 龙头老大——《广州日报》

29 / 三面出击——《羊城晚报》

36 / 急起直追——《南方日报》

50 / 深圳双雄——《深圳特区报》和《深圳商报》

58 / 广东报业启示

2. 京城报业——群英会战

《北京晚报》三年图变延续京城霸业，《北京青年报》二十年修炼，遂成首都报业首富。京城四少要当四大名旦，后起双雄偏向虎口拔牙。北京报业市场蛋糕究竟有多大？京城群英会战跳动中国报业脉搏。

73 / 京城“四少”

99 / 后起双雄

111 / 京城战火

3. 成都报业——春秋五霸

全国首张都市报名为《华西都市报》，全国第一家拥有上市公司的报纸叫《成都商报》。春秋五霸风雨蓉城，八方报人西行朝圣，两报停刊犹如晴天霹雳，引发全城震动报业震动，留下启示几多深思几多？

117 / 蓉城景观——《华西都市报》

130 / 三年崛起——《成都商报》

139 / 从二虎相争到三足鼎立

141 / 从三足鼎立到春秋五霸

143 / 成都报业启示



4. 西安报业——奇峰突起

债台高筑,发行2万的《华商报》一年神速崛起,发行突破50万份,广告突破7000万元,创中国报业一大奇迹。《华商报》奇迹能否拷贝?抑或前不见古人,后不见来者。古城西安三报争锋,引领西部报业大潮。

161 / 奇峰突起

169 / 报业大战

174 / 西安报业前景

5. 都市群报——硝烟弥漫

都市报火遍大江南北。暴利在前,多少豪杰趋之若鹜,报业大战昏天黑地。一城几报,同室操戈,面目雷同,手段相近,都市报能领风骚多少年?

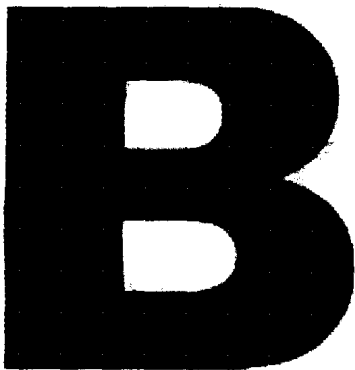
兼并鼓声近,看城上城下谁是赢家!

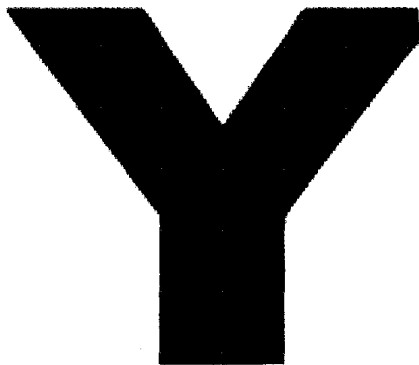
179 / 都市报的由来

182 / 都市报大战

190 / 都市报火爆原因

195 / 都市报的今天和明天





6. 财经报业——神州纸贵

曾几何时,神州财经纸贵。财经新报接连亮相。昔日大报,风光不在。《经济日报》颓势难挽,《中华工商时报》人才流失;今日新锐,后来居上。急先锋《中国经济报》立足未稳,后起二虎——《21世纪经济报道》与《经济观察报》来势汹汹,财经报大战又成报业新景观。

杀声震天,硝烟里未见主流财经大报身影。谁是中国的《华尔街日报》,三年之后见分晓。

203 / 财经报纸解读

204 / 财经报纸剖析

256 / 财经报纸竞争态势

7. 行业百报——危机四伏

行业报危机由来已久,畸形发展违背经济规律、报业规律。大整顿带来重组兼并新契机,尘埃落定显示行业报出路。

269 / 行业报的产生

276 / 行业报的危机

283 / 行业报的出路



8. 报业集团——方兴未艾

西方报业集团百年沧桑渐成垄断。世纪之交中国 15 家报业集团应运而生。跨省兼并跨行重组打造中国报业联合舰队。

默多克引领时代潮流，媒介集团已成国际趋势，中国报业集团何日演变为媒介集团？

297 / 国际报业集团的发展

304 / 中国报业集团的诞生

313 / 中国报业集团现状

327 / 中国报业集团走势

9. 投资报业——扑朔迷离

最后一个暴利行业，最后一个禁区，中国报业令投资者跃跃欲试又望而却步。报业投资环境扑朔迷离，风险和机遇皆在眼前。请听《北京楼市》的故事，请看《中国合作新报》的悲剧……

- 331 / 禁区
- 332 / 报业板块的松动
- 334 / 投资案例分析
- 349 / 投资模式分析
- 355 / 投资报业探讨

10. 中国报业——世纪展望

20 年大发展中国报业江山不可复识。新世纪带来新机遇中国报业面临新变化。大规模重组不可阻挡，大规模资本陆续进入，无序竞争走向有序竞争。面对互联网的挑战，中国报业应变求生，媒介大融合大势所趋。新世纪羽毛渐丰的中国媒介集团将挑战西方媒体霸权。

- 369 / 二十年沧桑巨变
- 377 / 来自网络的挑战
- 382 / 未来十年趋势

后 记



1

广州报业一三国演义



广

东是中国改革开放的前沿，是中国实施梯度开放战略中的第一阶梯，是中国经济发展最快最富生机和活力，对国家的经济发展做出重大贡献的地方。得风气之先，借改革大势，广东报业也是全国报业中发展最迅猛，实力最雄厚的第一方阵；是最先与市场对接，最先推行报业产业化，改革力度最大，社会效益和经济效益最好的中国报业的第一世界。

1993年，全国有8家报纸年广告收入首次超过亿元，其中3家在广东。1997年，全国有10家报纸年广告收入超过2亿元，其中4家在广东。1999年，全国有4家报纸年广告收入超过5亿元，其中3家在广东。1999年，全国报业年广告收入为120亿元，其中广东报业为30亿元，占了1/4。全国首批6家报业集团，其中3家在广东，二分天下有其一。广东报业的实力由此可见一斑。

广州是广东的政治、经济和文化中心，也是广东三大报业集团——广州日报报业集团、羊城晚报报业集团和南方日报报业集团的所在地。随着改革开放向纵深发展，三大报业集团之间的竞争日趋激烈。同城操戈，相互渗透，抢占市场，瓜分蛋糕，一部报界的三国演义正在南国羊城愈演愈烈。