

浙江省报业协会报业经济研究工作委员会
宁波日报报业集团

联合发布

2012—2013

浙江报业发展报告

THE DEVELOPMENT REPORT OF
ZHEJIANG'S NEWSPAPER INDUSTRY

何 伟 / 主编

THE DEVELOPMENT REPORT OF
ZHEJIANG'S NEWSPAPER INDUSTRY

2012—2013

浙江报业发展报告

浙江省报业协会报业经济研究工作委员会 联合发布
宁 波 日 报 报 业 集 团

何 伟 / 主编

图书在版编目 (CIP) 数据

2012~2013 浙江报业发展报告 / 何伟主编. — 宁波 :
宁波出版社, 2014.8
ISBN 978-7-5526-1748-1

I. ① 2… II. ① 何… III. ① 报纸—新闻事业—发展
—研究报告—浙江省—2012 ~ 2013 IV. ① G219.245.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 180763 号

2012—2013 浙江报业发展报告

作 者 何 伟

责任编辑 苗梁婕 沈建国

装帧设计 金字斋

出版发行 宁波出版社

(宁波市甬江大道 1 号宁波书城 8 号楼 6 楼 邮编: 315040)

印 刷 浙江开源印务有限公司

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1 / 16

印 张 16.5

字 数 220 千

版次印次 2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5526-1748-1

定 价 50.00 元

如发现缺页或倒装, 影响阅读, 请与我社发行部联系调换。电话: 0574-87286804

编撰委员会

顾 问 寿剑刚 高海浩

主 编 何 伟

成 员 (按姓氏笔画排列)

王欣欣 石焕斌 曲宝库 陈宁一

何 伟 沈志华 李建荣 周建平

姚志明 祝金铭 赵解刚 曹迪民

黄柏青 黄 健 鲍剑胜 魏荣彪

执行主编 姚志明

编 辑 傅丰敏 张 波

前 言

新媒体产业的崛起及迅速成长,使传统纸媒面临更大冲击。最新一期《中国传媒产业发展报告》中指出,2013年我国报纸广告刊登额下降8.1%,降幅超过2012年,报纸广告衰退进一步加剧。当下,报业传统的事业体制、管理机制、经营理念、运营模式、人才结构等都存在着明显的不适应,并越来越成为地方报业发展的制约因素。

对宣传和促进经济发展方式转变负有重要使命和责任的新闻媒体,其自身在提供舆论支持和思想保证的同时,就产业属性而言同样存在着发展方式转变的问题。传统的发展方式如果不尽快转变,在新兴媒体迅猛崛起的条件下,不但不能有所发展并做强做大,还会影响提供思想保证和舆论支持的效果和强度。

在困境中直面问题和挑战,努力解决阻碍报业可持续发展的关键问题,从传统业务创新、新媒体融合、多元化经营等方面进行积极探索,汇集成了2012—2013年浙江报业的主旋律——转型与发展。我们欣喜地看到,浙江报业人开始对现行粗放的增长方式、同质化的竞争策略、单一的经营模式和落后的传播理念进行深刻地反思,在深化改革、机制创新、开拓市场等方面进行了认真地探索和实践。

如果说2013年是传统媒体从转型模式研究走向探索实践的一年,2014年将是传统媒体深刻转型的决战年。一方面媒介融合将进入实质性发展阶段,亟须制度保证、顶层设计与规划指导。媒体融合发展是传媒领域一场重

大而深刻的变革,对传统报业体制改革、机制创新提出了更加全面、迫切的要求;另一方面,地方报业集团需要重掌话语权,保持主流媒体的影响力。对传统媒体来说,最可惧的不是受众减少和广告量的下滑,而是对社会舆论话语权的缺失,这将会从根本上削弱传统媒体存在的价值。

2014年是浙江报业“蓝皮书”连续观察和研究浙江报业的第五个年头,这五年是浙江报业应对严峻挑战的五年,也是新兴媒体迅速崛起与传统媒体形成双雄争霸格局的重要时期。纵观浙江地方党报近两年转型升级发展之路,可以说是“八仙过海,各显神通”。浙江报业人在困境中觉醒,在思索中奋起,在探索中前进。这一阶段形成的思想共识、取得的实践成果,必将对浙江报业下一步的发展产生深远地影响,同时,对国内其他城市党报也具有示范效应和借鉴意义。

《2012—2013 浙江报业发展报告》是继《2010—2011 浙江城市报业发展报告》出版后亮相的第三部浙江报业“蓝皮书”,依然由新闻主管部门、新闻传播学界以及各报业集团(报社)采编和经营人员合作完成。《2012—2013 浙江报业发展报告》共分三个部分,分别是总报告、报业集团(报社)报告以及有关专业委员会专题报告。总报告通过梳理总结浙江报业现状、特点,勾勒出2012—2013年浙江纸媒的发展总貌,结合浙江报业发展的现实环境,对未来发展路径提出了趋势性和前瞻性的思路及值得关注的若干问题;报业集团(报社)报告客观记录了浙江省12个城市报业集团(报社)过去两年的改革创新历程和经验总结;有关专业委员会专题报告汇集了广告、发行、印刷、多元化经营、县市报等6个报业市场相关领域的专题研究报告。

本部浙江报业“蓝皮书”由浙江省报业协会报业经济研究工作委员会与宁波日报报业集团负责组稿和编撰,并由宁波出版社出版。

对2012—2013年浙江报业“蓝皮书”出版给予大力支持和帮助的各位领导、专家和同仁,我们在此深表敬意和感谢!

何伟

2014年7月

(何伟:浙江省报业协会报业经济研究工作委员会主任、宁波日报报业集团社长)

目 录

CONTENTS

前 言	001
-----	-----

总报告

浙江报业 2012—2013 年发展总报告	003
-----------------------	-----

报业集团（报社）报告

浙江日报报业集团 2012—2013 年发展报告	021
杭州日报报业集团 2012—2013 年发展报告	033
宁波日报报业集团 2012—2013 年发展报告	049
温州日报报业集团 2012—2013 年发展报告	065
嘉兴日报报业传媒集团 2012—2013 年发展报告	079
湖州日报报业集团 2012—2013 年发展报告	089
绍兴日报报业传媒集团 2012—2013 年发展报告	100

金华日报报业传媒集团 2012—2013 年发展报告	115
衢州日报报业传媒集团 2012—2013 年发展报告	127
台州日报报业传媒集团 2012—2013 年发展报告	141
舟山日报社 2012—2013 年发展报告	149
丽水日报社 2012—2013 年发展报告	163

有关专业委员会专题报告

浙江省报业广告 2012—2013 年发展报告	177
浙江省报纸自办发行委员会 2012—2013 年发展报告	186
浙江省报业印刷 2012—2013 年发展报告	195
浙江省报协文化产业 2012—2013 年发展报告	202
浙江省县市报 2012—2013 年报业发展报告	215
浙江省报业多元发展案例：衢州日报社打造公众服务中心	221
附录：第一届（2006—2007）浙江省报业自主创新项目	230
第二届（2008—2009）浙江省报业自主创新项目	237
第三届（2010—2011）浙江省报业创新奖获奖名单	247
第四届（2012—2013）浙江省报业创新奖获奖名单	251

总报告

2012-2013

浙江报业 2012—2013 年发展总报告

张梦新 龙长征

随着新媒体伴随新技术的高歌猛进,全球以纸媒为首的传统媒体正面临着巨大挑战。美国包括《新闻周刊》、《基督教箴言报》在内的多家知名媒体相继放弃印刷版,改为互联网媒体。2013年8月,美国最有影响的报纸之一《华盛顿邮报》被亚马孙收购。美国新闻行业中,传统主流媒体经营状况持续恶化。2003年到2012年,作为支柱之一的报纸广告总收益下降52%,新闻编辑室的全职就业率同样下滑。另据《2013年中国报刊广告投放年度报告》显示,2012年中国报刊广告市场规模整体跌幅为12.6%,近年来首次出现年度负增长。2013年报纸广告同比下降8.1%,6家报业上市公司中,有3家广告收入降幅为两位数。2012年全国报纸1918种,而2013年报纸种类急剧下降至1821种。2014年初,上海《新闻晚报》休刊。

面临巨大挑战,报业也迎来了巨大变革,转型升级迫在眉睫。值此转折点,浙江报业冷静应变,主动探索,保持了较好的发展势头。以下以浙江省12家报业集团为主,对2012—2013年全省报业发展作一简要的总结。

一、2012—2013 浙江报业发展概况

(一) 总体态势

1. 经济效益持续增长,有较强的产业竞争力

虽然从总体来看中国报业整体萎缩,广告收入降速明显,但 2012—2013 年浙江报业发展却延续了稳中有升的态势。从各集团总体经营数据看,12 家报业集团均有不同程度的增长,产业规模不断扩大;部分报业集团势头强劲,一些产业已能有效填补主业下滑的缺口,实现造血反哺功能。

据国家新闻出版广电总局 2013 年发布的数据,在报刊出版集团总体经济规模排名中,浙报集团居第 7 位、杭报集团居第 10 位、宁报集团居第 16 位。《浙江日报》、《杭州日报》、《宁波日报》、《钱江晚报》、《都市快报》同时入选 2013 年国家新闻出版广电总局首次评选出的“百强报刊”。

其中,浙报等集团表现抢眼,浙报集团 2012、2013 年连续两年营收和利润稳步增长并创历史新高。截至 2013 年 12 月 31 日,浙报传媒上市公司总市值达到 180.4 亿元,并跻身 2013 年“世界媒体 500 强”。钱江报系公司连续两年完成较高承诺利润指标,其中 2013 年利润实现两位数增长。

2. 媒体品牌效应显著,彰显了较强的社会影响力

12 家报业集团均以党报作为核心,由都市报等大众报刊、新闻网站等众多不同类型的媒体组合,传媒主业产品结构丰富,覆盖面大。各集团均围绕近两年浙江省社会发展的重点倾力打造新闻,强化重大主题报道、典型报道、热点引导和言论评论,大力弘扬中华民族传统美德和时代精神,推动社会主义核心价值观体系建设,较好地发挥了舆论主阵地的引导作用,保持地区主流媒体的定位,以良好的表现和品牌美誉度获得了社会肯定。

各集团两年间均获得了诸多荣誉。除浙报与杭报集团外,2012 年和 2013 年,宁波日报报业集团在中国新闻奖评选中获一等奖 1 项、二等奖 2 项、三等

奖2项,在全国地方党报集团中居领先水平;温州日报报业集团先后获中国报协首届“中国报业经营管理奖”、“金长城传媒奖·中国十大党报”,《温州都市报》被评为“中国都市报品牌十强”,温州网被评为“中国最具品牌价值新闻网站”并获“金长城传媒奖·中国十大影响力新闻网站”等;《绍兴日报》荣获“2012—2013 中国品牌媒体”地市党报类第四名,绍兴网获第四届中国互联网品牌大奖“中国地方网站十佳品牌奖”;《金华日报》主创的《多彩QQ群 和谐新空间》栏目,获2012年中国新闻名专栏奖;《金华日报》获“2012—2013 中国品牌媒体百强——地市党报品牌10强”和“2013中国十大地市报”称号,《金华晚报》获“2012—2013 中国品牌媒体百强——地市晚报品牌10强”和“2013中国十大地市晚报”称号。

3. 媒体业态及报业经济新格局渐已成型,有较好的发展活力

在全国报业普遍黯然的氛围下,以浙江日报报业集团、杭州日报报业集团、宁波日报报业集团、温州日报报业集团为代表的浙江报业,却被业界和学界公认为传统报业转型的先行者。

从12家报业集团的结构看,其旗下均拥有日报、晚报、专业报、门户或新闻网站、杂志以及手持移动终端、官方微博、微信等多种信息传播渠道或终端,基本形成了相对完整的媒体业态格局。

同时,各家也多方尝试,逐步建立报业经营的产业链。当然,各报业集团发展速度参差,浙江日报报业集团锐意出击,已成为国内报业集团转型中的先锋,一直被业界视为报业成功转型的“标杆”;而衢州日报报业传媒集团等也已基本具备由传统平面媒体向多媒体转型的条件,一个“报业为主,多业并举”的报业经济新格局在浙江省渐已成型。

(二) 创新举措

为应对产业转型、寻找新的增长点,浙江报业在内部管理、技术、多领域

合作、营销等多个环节做了颇多努力,众多大胆而富有新意的改革举措开拓了报业经营管理的新思路,赢得了良好的社会效果。

浙江日报报业集团表现突出。2013年4月,浙报传媒完成并购边锋网络平台,构建起首个国有资本控制的自主性互联网用户平台。2013年6月至11月,浙报传媒与华奥星空联合,成功承办2013年NEST全国电子竞技大赛,推动上海浩方向电子竞技比赛平台转型,并借此推进了我国电子竞技运动的职业化。

2012年11月,浙江在线新闻网站与浙江外事出国人员服务中心共同主办的全省唯一从事出国签证咨询、受理、信息查询的专业网站——浙江签证网正式上线。2013年5月,国内首个“中国浙江无线内容生产基地”启动。

以打造中国资本市场最优秀的传媒公司为目标,浙报传媒不断强化、优化公司治理,组织编制了涵盖公司管理、业务运营等各个方面,共计6万字的《内部控制手册》。在2012年中国证监会试点开展的上市公司现场专项核查的第一批接受核查的八家公司中,浙报传媒综合评价得分最高。2013年6月,浙报传媒成功入选上证公司治理板块,充分体现了监管机构与资本市场对公司治理工作的高度肯定,有力提升了公司作为优秀公众公司的良好形象。

杭州日报报业集团举办的西湖音乐节已成为全国知名文化品牌。2012年,杭州地铁文化传媒有限公司顺利组建,浙江第一份地铁报《城报》于当年12月28日正式创刊。著名的19楼论坛加强体制创新,完成股份制改造,正式更名为“杭州十九楼网络股份有限公司”,与百度共同制订论坛类网站优质内容搜索标准,成为首家和百度论坛标准合作的地方论坛。而《都市快报》与广电合作也步入正轨,“都快交通 91.8 传媒”营收和利润均大幅攀升。《快报时间》落地浙江电视台公共频道,并在宁波电视台三套成功播出;其重点栏目《好奇实验室》创新商业合作模式,3个多月的时间在优酷网上的点击量突破4700万,已具备全国影响力,在同类媒体栏目产品中独树一帜。

《都市快报》全面开展艺术品项目经营,两年策划各类艺术展览20余个,

成功举办杭州市第六届艺博会。艺术品经营在销售渠道上取得新进展,在武林路开办艺术2号馆,成功举办“2013 都市·六通艺术品拍卖会”,并全面启动快报艺术基金和“藏友会”项目。

温州日报报业集团已初步实现云编辑平台,开发了基于云端的调查与投票系统、订报系统以及移动互联网内容管理系统,并实现基础云端应用的市场推广,组成了温州报业云应用集群。集团投资500万元整合升级包括内容存储、卫星直播车、3G单兵直播、虚拟演播室、P2P视频直播点播平台等在内的“网络电视”软硬件系统,打造“网络电视”品牌,获第六届“王选新闻科学技术奖”项目一等奖,为国内地市级报业集团第二次、省内地市级报业集团首次获奖。

温报集团分别与意大利天天电信公司、法国泛欧传媒公司签订了合作协议,在意大利、法国等地上线的海外手机报,体验用户超过14万,成为海外温州人了解温州动态,吸引海外温商回归的重要宣传阵地。温州数字报纸和温州海外手机报荣获“国家文化出口重点项目”称号。

《衢州日报》试行项目负责制度。重大主题报道、大型专题报道、深度系列报道等有其工作量大、内容繁杂、牵涉面广、动用资源多的特点,报社引进工业项目的概念,按具体工作任务而不是按职能归属来组织此类报道,有利于在计划、组织、质量、进度和费用等五个重点环节进行资源的配置和协调,使全过程处于最佳的运行状态,是一种更适用、更有效的报道保障机制。

二、2012-2013 浙江报业发展特点

(一) 多媒体发展,开始迈向媒介融合

在新媒体的冲击下,传统媒体经历了积极建设新媒体、与新媒体互动发展的阶段,最终将达到新老媒体高度融合、一体化发展的新阶段。媒介融合,

显然是今后一个时期传媒发展的“关键词”。

浙江报业的发展已全面进入第二阶段,部分领先的报业集团已开始探索真正的媒介融合,目前状态是达到新闻产品一次生产、多形态展现。

在纸媒的多媒体化方面,杭报集团较为典型。集团初步完成“1+3”(即统一采集平台+报纸、网站、手机客户端)全媒体平台搭建,积极探索全媒体融合发展的新路;精心打造《实时新闻》栏目,实现多平台的立体化展现;推出电子杂志《嘿新闻》,阅读便利,形象生动;努力探索城市通“新闻语言”,做强“调查式新闻”,逐步带动用户的参与度;建立日报首个公众微信平台“杭州日报文艺群”,与订阅者达成良性互动。杭州网尝试第二代手机报,用WAP+短信的方式替代原先单一的彩信,新闻信息量大幅提升。

而浙报集团的新媒体开发结构更为缜密、覆盖更为广泛。集团努力打造以《浙江日报》为旗舰的新媒体产品矩阵,主推以浙江在线新闻网站为核心,包括大浙网、边锋浩方平台在内的“三网融合”,改造提升现有的4000万互联网生活和娱乐用户,使之成为主流新闻传播对象,着力打造具有“党报特质、浙江特点、原创特色、开放特征”的主流网络媒体平台。浙报集团将之称为“三圈环流”:一是以“浙江新闻”移动客户端、浙江手机报、浙江在线新闻网站及网络视频新闻等四大媒体为核心圈,构建“四位一体”的网上党报;二是以边锋网新闻专区和新闻弹窗、云端悦读iPad客户端、边锋互联网电视盒子、钱报网、大浙网新闻专区及新闻弹窗、各县市区区域门户为紧密圈,建设浙江重大新闻及时发布的第一平台;三是以微博、微信和专业APP为协同圈,进入商业网站的既有平台,在渗透发展中抢夺话语权。

其他各个地市的报业集团也都在积极加快报业数字化转型,有效推进报网互动。如宁报集团形成了“一报四版”的多媒体格局,其中,《宁波日报》新开通官方网站和法人微博;《宁波晚报》启用远程编辑系统,在全国报纸媒体中率先建立“掌上编辑部”;《东南商报》官方网站改版为“商帮网”,“妈妈知道公益平台”形成品牌微信矩阵。中国宁波网充分发挥法人微博、天一论坛、

“宁波发布”政务微博、宁波手机报、户外电子屏报等新兴媒体的强势作用,初步形成了新传媒集群。

浙江报业正进行新闻传播主业的深度改革和创新,而融合传播,将使媒体的综合信息传播力、社会影响力显著提升。

(二) 经营创新发展,助推报业转型作用明显

1. 积极探索新的经营发展模式

如何才能在艰难的局面中走出一条适合报业转型的成功之路,需要媒体勇于尝试。浙报集团的“传媒梦工场”被视为一次大胆的探索。

传媒梦工场一开始就作为独立的市场主体,和浙报集团的传统业务剥离,相对独立。浙报集团所有的资金和资源投入以股本形式进入公司,这样既能发挥创业者的积极性,又能建立起适应市场需求的企业制度和体制,同时也能发挥浙报集团的品牌优势。传媒梦工场组建了市场化运营能力强的高水平团队。浙报集团为传媒梦工场提供平台和人脉等多方面的支持。传媒梦工场充分利用浙报传媒的品牌影响力来吸引创业者和新项目,通过举办各式各样的活动来实现创业者的聚集。2012年,举办的主要活动有中国首届新媒体创业大赛、传媒梦工场首届新媒体峰会暨中国新媒体盛典、新媒体领袖计划、2012社会化影响力排行榜暨传媒梦工场年会等。传媒梦工场以项目投资扶持新媒体创新实践,以研发问路积极融入新媒体生态圈,经过两年多发展,取得明显成效。其牵头组织的新媒体高峰论坛等全国性活动进一步扩大了影响,以党报集团为核心的新媒体生态圈正在形成;主办的《梦工场观察》内刊、《传媒梦工场研究院研究报告》(系列)、梦工场观察(科技博客)、“梦工场观察”微信公众账号等,成为新媒体领域同道认同度高、较受欢迎的系列研究性载体;以举办“中国首个人文传媒领域的创业大赛”为切入点,催生了一批互联网领域创新性项目。连续两年举办的中国新媒体创业大赛,每届均有