

权威发布中国传媒创新报告、深度解读传媒创新秘笈



人王发

在人 大 讲 传 媒

主 编：郝振省
副 编：魏玉山
执行主编：李晓晔
周志懿

 中国书籍出版社

在人大讲传媒

主 编：郝振省
副 编：魏玉山
执行主编：李曉晔
周志懿

图书在版编目 (C I P) 数据

在人大讲传媒 / 郝振省主编, 周志懿执行主编. —北京:
中国书籍出版社, 2010. 7
ISBN 978 - 7 - 5068 - 2171 - 1

I. ①在… II. ①郝…②周… III. ①传播媒介—文集
IV. ①G206. 2 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 146146 号

责任编辑 / 庞 元 冉 然

责任印制 / 孙马飞 张智勇

封面设计 / 王凤波

出版发行 / 中国书籍出版社

地 址: 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话: (010) 52257142 (总编室)

(010) 52257154 (发行部)

电子邮箱: chinabp@vip.sina.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京温林源印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 19.5

字 数 / 327 千字

版 次 / 2010 年 9 月第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷

定 价 / 38.00 元

版权所有 翻印必究

站在新的历史起点上 推动我国向新闻出版强国迈进

——在第五届中国传媒创新年会上的讲话

(代序)

李东东

2009年，对于传媒界来说，是很不寻常的一年。在全球性金融危机持续蔓延的情况下，新闻出版业逆市上扬，总产值成功跨过万亿大关。这一年，无论是庆祝国庆60周年报道，还是一些突发性事件报道，广大传媒工作者都圆满地完成了任务。这些成绩的取得，是传媒界所有同志共同努力的结果，也是所有传媒人值得骄傲和自豪的事情。借此机会，我谨代表新闻出版总署、代表柳斌杰署长，向与会的传媒界同仁表示衷心的祝贺与亲切的问候！

今年是“十一五”规划的完成之年，也是科学编制“十二五”规划之年。新年伊始，全国新闻出版工作会议又明确提出今后10年“向新闻出版强国迈进”的目标。因此，不仅要把今年的工作做好，还要科学规划未来5年至10年的工作。今天，我们又站在一个新的10年的起点上，如何推动新闻出版大国向新闻出版强国的战略转变，完成全面建成小康社会的宏伟目标，是传媒人面临的时代课题和义不容辞的历史使命。使命崇高，任务艰巨，传媒人应当通过怎样的努力，采取哪些措施来实现这一目标呢？我想，这应该是本届传媒创新年会讨论的重要议题。

下面，我想就2009年我国传媒业取得的成绩做一点回顾和总结，同时就如何通过改革和创新，推动传媒业从新闻出版大国向新闻出版强国迈进，和大家交流、探讨。

一、2009 年传媒业在改革创新中取得的新业绩

2009 年，在应对金融危机冲击，在保增长、保民生、保稳定的背景下，传媒业实现了逆市上扬，全国新闻出版业总产值增长 20%、投资总额增长 35%、报刊业总产值增长 6%、新媒体出版增长 42%，总产值首次突破了 1 万亿大关，在为人民群众提供精神文化产品、活跃人民群众的精神文化生活方面发挥了积极的作用，成为我国 2009 年经济社会文化发展中的一个亮点。

虽然面临金融危机的不利影响，但是我国经济发展的基本面并没有改变，经过 30 年改革开放，经济实力加强，综合国力增强，抵御风险的能力显著提高，完全可以变压力为动力，化危机为机遇，通过努力，最终将受惠于我国经济社会的平稳快速增长，实现自身的繁荣发展。当然，这一成绩的取得，也是传媒业加大体制改革、加快产业发展、推进公共服务体系建设、加快新闻出版“走出去”等多种措施的结果。

回顾 2009 年传媒业取得的成绩，可以概括为以下几个方面。

（一）传统新闻出版业规模化发展成效显著

2009 年，共出版期刊 9 900 种，总印数 31.4 亿册；共出版报纸 1 936 种，总印数达 445 亿份，日发行量突破 1 亿份大关，日报出版规模连续 9 年位居世界第一；共出版图书 29 万种，总销售 1 568 亿元，图书出版品种与销售总额仅次于美国位居世界第二；印刷复制业总产值达到 5 746 亿元，位居世界第三。在产业规模上，我国已经成为名副其实的出版大国。

（二）新闻出版产业体系、结构、布局不断完善

目前，全国有图书出版单位 580 家、音像出版单位 378 家、电子出版物出版单位 240 家、各类印刷企业 18 万家、发行企业 12 万家、发行网点 16 万个，全行业从业人员达 1 200 万。现已形成以图书、报纸、期刊、音像、电子、网络等媒体的出版、印刷、复制、发行、外贸等为主，包括出版教育、出版科研、版权代理、出版物资供应、出版物进出口等附属门类完整的产业体系；在新闻出版业的印刷、发行和出版策划服务领域，已经形成国有、民营、外商投资等多种所有制形式共同发展的新格局；在区域布局上，已经形成珠江三角洲、长江流域、环渤海等地区各具特色的产业集群，一批出版、印刷、物流和数字出版基地已经或正在建成，有的具备了一定的国际竞争力。

（三）一批新闻出版市场主体脱颖而出

目前，全国 18 万家印刷复制单位、30 个省级国有新华书店已全面完成转制工作。全国 580 家图书出版社中，有 482 家已经完成或正在完善转制工作。其中，地方出版社和大学出版社基本完成转制任务；182 家中央各部门各单位出版社中，除已先期完成转制的和中央确定保留事业体制的出版社外，其余应该转制的 148 家将在 2010 年底前完成转制任务。1 069 家非时政类报刊出版单位转制或登记成为企业法人，49 家党报党刊集团实现了采编和经营业务相分开。全国已组建 29 家出版集团公司、24 家国有新华发行集团公司。

（四）科技进步、数字化转型加快，新兴业态大量涌现

截至 2009 年底，我国 580 家图书出版社中已有 90% 开展了电子图书出版业务，互联网出版、动漫游戏出版、手机出版等新的业态发展迅猛。我国国产电子书、电子阅读器销量约 71.6 万台，承载图书 3 000 多万册，销售额超过 25 亿元。预计 2010 年将达 300 万台，销售额 60 亿元。2009 年，数字出版业总产值超过 800 亿元。

（五）对内对外资本和市场开放步伐加快

坚持资本和市场逐步放开，使民营资本和外资有序进入发行、印刷领域，坚持股份制改造和推动上市，吸纳了大量社会资本。目前，全国民营出版物发行企业达 11 万个，中外合资、合作或外商投资书报刊发行企业 40 多家，印刷企业 2500 多家，新闻出版行业上市公司已有 40 家。

（六）“走出去”战略初见成效

目前，我国出版物已进入世界 190 多个国家和地区，报刊发行覆盖 80 多个国家和地区。实物出口总量逐年增加，图书出口达 730 多万册，是进口的两倍。报刊出口达到 400 多万份，年均增长 62.4%。版权贸易结构逐年改善，版权贸易逆差比例从 2002 年的 15:1 下降到 2009 年的 4:1。每年组织国内新闻出版单位参与 40 多个国家和地区的书展、书市，境外办报办刊办社办厂 30 多家。

（七）新闻出版公共服务体系不断完善

2006 年以来，先后组织实施了重点出版工程、农家书屋工程、东风工程、全民阅读工程、文化环保工程等新闻出版公共服务重大工程。2006 年、2007 年中央财政共安排国家重大出版工程专项资金 1.6 亿，支持重点出版物出版。2008 年起，正式设立国家出版基金，支持了一大批国家出版项目的实施。“东

风工程”的启动，为解决新疆地区民汉群众看书看报难问题迈出了实质性步伐。高度重视少数民族文字出版业发展，通过各项产业政策的支持，基本形成了出版、印刷、发行功能完备，适应少数民族发展需要的新闻出版体系，基本保证了人数较多的少数民族聚居区都拥有出版自己民族文字的出版社、报社、期刊社。农家书屋建设累计投入资金 60 多亿，建成农家书屋 30 万家，带动了社区书屋、民工书屋、职工书屋建设，惠及了几亿普通群众。大力开展全国性和地区性读书节活动，倡导和培育全民读书风气，促进了全民文化科学和道德素质的提高。

二、2010 年传媒业面临的机遇和挑战

当前，我国传媒业正处于改革发展的攻坚阶段和关键时期，既面临着重大的机遇，也面临一系列严峻挑战。传媒业面临的机遇主要表现在：

（一）党和政府的高度重视为传媒业加快发展提供了强大的政策支持

十六大以来，党和政府把深化文化体制改革、大力发展繁荣文化事业和文化产业提到了空前的战略高度，把文化发展置于中国特色社会主义事业“四位一体”总体布局中统一部署、全面推进。2009 年，国家通过了《文化产业振兴规划》，这是继纺织、轻工等规划之后的第十一大产业振兴规划。国家将重点推进的文化产业包括：文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等。这是在国际金融危机的大背景下国家对传媒业做出的重要扶持计划。它的出台标志着发展文化产业已经上升到了国家战略层面，这为传媒业破解深层次矛盾、解决突出问题，推动传媒业又好又快发展提供了强大的政策支持。

（二）新闻出版体制改革为传媒业加快发展奠定了坚实的基础

随着国家新闻出版总署《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》、《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》等一系列体制改革文件的出台，逐步破除了制约传媒业发展的体制机制障碍，进一步解放了传媒生产力和创造力，人民群众的文化创新、创意、创业的精神空前振奋。在实现转企改制的过程中，以新闻出版单位为代表的传媒业将经历一次浴火重生、凤凰涅槃的过程，最终会形成一批主业突出、实力雄厚、具有广泛社会影响力和较强竞争力的跨地域、跨行业、跨媒体、跨所有制的大型传媒集团，形成一批富

有活力的“专、精、特”专业出版单位，形成一批拥有自主品牌、积极参与国际竞争的战略投资者。

（三）中国经济回暖将为传媒业发展提供强有力的支撑

2010年以来，中国经济普遍回暖及预期的强化，为传媒业的发展构筑了强有力的支撑。经济回暖的主要表现为：出口回暖、股市的上升及消费保持的增长态势，这将成为传媒业增长的内在动力。而正在举办的上海世博会将为中国传媒业提供一个展示实力的舞台。虽然金融危机所带来的破坏性还没有完全消失，但我们有理由相信中国传媒业市场将率先走出低谷，在中国整体经济回暖的强力支撑下迈上新的发展台阶。

尽管机遇难得，但是也要清醒地看到，随着我国改革开放的不断深化和经济、政治、文化、社会的全面发展，我国传媒业正面临一系列严峻挑战：我国传媒业发展仍然处于初级阶段，与党和国家的新要求、人民群众的新期待不相适应，与发达国家存在一定差距。主要表现在：市场化程度低，资源配置方式落后，统一的市场体系还未完全形成；产业集中度和企业差别化程度较低，结构性矛盾较为突出；科研开发投入少，创新能力较弱，总体技术水平与国外先进技术尚有较大差距；产业规模竞争力和企业国际竞争力不强，对外有影响力的精品力作不多，在“走出去”方面仍需加大力度；公共文化服务体系建设还不能满足人民群众的要求；人才队伍存在结构性缺陷和骨干人才缺乏问题。

面对挑战，要求传媒界的同志们要进一步增强改革的自觉性，坚定不移地走深化改革之路，推进新闻出版体制改革，抓好非时政类报刊改革，推动依托报刊社的重点新闻网站完成转制试点，切实提高我国重点媒体的国际竞争力和新闻传播力，积极开辟手机报、手机电视等新的传播渠道，构建覆盖广泛、技术先进、传输快捷的现代传播体系。只有这样，新闻出版业才能实现大发展大繁荣，我国媒体的传播力才能得以大幅度提升。

三、在新的历史起点上，推动传媒业改革创新

经过60年特别是改革开放30年的发展，我国已成为名副其实的新闻出版大国，但还不是新闻出版强国。在年初召开的2010年全国新闻出版工作会议上，新闻出版总署党组综合分析未来10年世界出版产业发展趋势、我国全面建设小康社会进程和我国新闻出版业发展的基础和条件，统筹考虑党和国家工

作大局对新闻出版工作的新要求，人民群众对精神文化产品的新期待，站在新的历史起点上，提出了今后 10 年我国新闻出版工作的主攻方向和新闻出版业的发展目标，即向新闻出版强国迈进。这是一个宏伟的目标，也是一项艰巨的任务，还有艰苦的路要走。我们只有通过各方面积极努力，加快改革，做大做强，加强科学管理，提高媒体的传播力和影响力，才能实现由新闻出版大国向新闻出版强国迈进的目标。

（一）继续推进报刊业转企改制

改革体制机制，转变发展方式，是实现传统媒体破茧转型的关键。2010 年是出版改革的决胜之年，报刊改革将向深度推进，我们要在总结经验的基础上，进一步增强时不我待的紧迫感，重点突破、全面推进，取得新闻出版体制改革的决定性进展。

目前，全国报刊近 1.2 万种，分属各级党委、中央各部门、行业协会、报业集团、国有大型企业等机构主管，既有独立法人单位，又有相当一部分非独立法人编辑部，数量巨大，情况复杂，改革任务艰巨。对于时政类报纸，要突出抓好宣传与经营业务两分开，宣传部分要重点做好内容方面的把关，党报党刊的改革创新在当前最主要的是积极推进发行体制改革，鼓励党报党刊组建独立的发行公司，完善营销网络，加强市场管理，不断提高传播时效，扩大覆盖范围。新闻出版总署正在会同有关部门抓紧调研，广泛征求意见。

关于报刊改革，要注意四个问题：一是要落实分类推进的原则，首先做好报刊分类工作，这是报刊改革的前提；二是摸清底数，这是报刊改革的基础，总署新闻报刊司正在进行的报刊改革调研工作一定要做好；三是要将报刊改革与行业结构调整相结合，要总结推广辽宁、河北报刊评估退出机制试点经验，结合改革工作全面推开，在切实解决报刊“散滥”的问题上取得新进展；四是要认真总结和借鉴出版社改革经验。同时，我们还将按照中央部署，围绕进一步转变传媒业发展方式，打造报刊业市场战略投资者。

（二）加快壮大新闻出版产业实力

根据 2010 年全国新闻出版工作会议的精神，今后 10 年我国建设新闻出版强国的发展目标是：到 2020 年，新闻出版产业总产值占当年 GDP 的 5% 左右，成为国家经济发展的重要产业；基本实现全国年人均消费图书 6 册、期刊 3.2 册、报纸每千人日 130 份以上；数字媒体等新兴产业的发展达到世界先进水平。尤其在产业结构、生产机制、创新体系、管理体系、人才队伍等方面，要

使新闻出版业发生质的飞跃，形成有利于科学发展的新格局。

要实现向新闻出版强国迈进的目标，关键在于迅速壮大新闻出版产业的实力，而壮大实力离不开龙头企业的带动，大时代呼唤大传媒集团。只有迅速培养造就一批具有广泛国际影响力和强大竞争力的跨地区、跨行业、跨媒体、跨所有制的大型传媒集团，我国的“声音”才能真正地、可持续地、不断地走向世界，走向未来。要深入谋划报刊业发展问题，用改革的精神推动报刊发展工作。特别是着力打造“四个一批”，即建立大型龙头学术期刊集团，建立一批以报业集团、期刊集团为基础、整合多种媒体的大型传媒集团，建立专业性强的精品报刊集群，建立一批以中央主流媒体为核心、具有国际影响力和竞争力的大型综合传媒集团，构筑中国报刊业集约化发展的新格局。随着报刊业改革的深入，引领报刊业发展的新的体制机制将逐步建立，报刊业也将焕发出新的生机。

（三）进一步完善新闻出版公共文化服务体系

温家宝总理在与网友交流时曾经说，一个不读书的人是没有前途的，一个不读书的民族也是没有前途的。随着我国经济的不断发展，很多农民已经具备相当的购买力，但还没有形成阅读习惯。为此，新闻出版总署已经推出一系列公共文化服务，如实施农家书屋工程、全民阅读工程等，进一步培养他们的阅读习惯，全面提升全民素质。在这一过程中，新闻出版市场也会不断“扩容”。从这个意义上来看，扩大市场的关键，就是进一步建设好公共文化服务体系，切实打牢向新闻出版强国迈进的群众基础。

在公共文化服务方面，2010年还要大力实施全国报刊推进全民阅读工程，要通过多种形式，组织协调全国主要报刊出版单位，围绕全民阅读工程开展扎实有效的新闻宣传、各种出版物推荐和导读活动等。要落实好中央领导的批示要求，尊重基层的首创精神，鼓励支持全国各地结合实际，积极探索行政推动和市场机制相结合，行之有效、可持续发展的城乡阅报栏（屏）建设模式，促进城乡阅报栏（屏）建设取得实质性进展。此外，还要加快少数民族新闻出版业发展，进一步推动少数民族新闻出版“东风工程”惠及更多少数民族群众。

（四）进一步提高新闻队伍素质

2009年，新闻出版总署共办理新闻报刊领域各类群众举报案件556件，其中记者收受钱财、敲诈勒索案件76件，一号多刊（报）、买卖刊号案件144

件。十几家报纸因刊发虚假失实报道被公开通报。几十名媒体从业人员因敲诈勒索等违法行为被新闻出版行政部门列入新闻从业不良记录，至少有 20 名记者因违法犯罪被法院判刑。

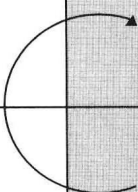
如何解决新闻队伍中存在的上述问题？

一方面，要强化管理。最近，结合 2009 年新闻记者证换发工作，总署进一步健全和完善新闻采编人员不良记录数据库建设；对存在重大违法违规人员则坚决清除出新闻队伍，禁止从事新闻采编工作，并公开通报。2010 年，总署将建立健全新闻采编队伍准入退出制度、不断提高新闻从业人员素质，进一步加大力度查处群众反映强烈的少数报刊买卖刊号、少数学术期刊质量低劣和报刊违规广告等问题上取得成效。

另一方面，要加强对新闻从业人员的培养和教育。范长江同志曾说过这样一句话：“有了健全的、高尚的人格，才可以配做新闻记者，记者应当是社会所尊重的人物，如果在人格上有了根本的缺点，就不能算做新闻记者。”半个多世纪后的今天重温这句话，仍发人深省。新闻工作者要以热爱祖国的情怀、放眼世界的胸怀、先忧后乐的襟怀、宠辱不惊的心怀，与时俱进，履职尽责，认真践行“三贴近”原则，自觉深入改革开放第一线、经济建设最前沿、社会生活最基层，在现实生活的肥沃土壤中滋养自己，用人民群众创造历史的奋发精神哺育自己，多为公众提供真实、鲜活的新闻，真正成为“新闻的记录者、社会的守望者、历史的书写者”。

历史是昨天的新闻，新闻是明天的历史；历史是新闻的积淀，新闻是历史的瞬间。传媒人既是历史的记录者，也是历史的书写者。现在，我们又站在了新的历史起点上，肩负着推动我国向“新闻出版强国”迈进的历史重任。面对时代的召唤，传媒工作者一定要担当起政治责任、历史责任，真实记录新闻、忠诚书写历史，不负历史，不负人民。

（作者系新闻出版总署副署长）

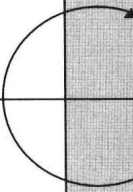


精英 论道

ELITES' FORUM

- 003 从“核裂变”到“核聚变”
——新媒体竞争格局下南方报业的战略选择 / 杨兴锋
- 010 营造“人才气场” 激活团队价值 / 欧阳常林
- 017 资本经营，传媒发展的重要选择
——科学发展观指导下的媒介运营思考 / 尹明华
- 025 高起点 宽视野 大手笔
——推动安徽广电繁荣发展 / 张苏洲
- 038 “龙头”高昂 “龙身”腾跃
——办好报纸与搞好经营的必由之路 / 贾长华
- 047 推进精品战略 做强内容产业 / 周 莉
- 052 回望，是为了更好地前行 / 刘 江
- 059 新闻创新与新闻发布 / 汪家驹
- 070 传统媒体转型要有新理念 / 范以锦
- 077 转型升级 先行一步 / 王一义

- 088 报业集团媒介融合的方向和途径 / 李建国
- 090 创新开创媒体新时代 / 郭 曼
- 094 论广电在“三网”融合中的战略优势 / 黄 勇
- 100 《南方周末》在新闻专业主义上的探索与坚持 / 向 熹
- 108 卓众出版转企改制的收获与体会 / 刘泽林
- 115 城市电视台如何应对未来的挑战 / 吕值友
- 121 做勇于承担责任的企业 / 伍跃时



创新 经典

CREATIVE CLASSICS

- 129 创新传媒价值 / 重庆商报社
- 136 让杂志有机：绿色时尚，生逢其时 / 女友杂志社副总编辑 袁 倩
- 143 集约扩展 融汇共振
——重庆卫视 2009 年品牌运营创新例析
/ 重庆广播电视集团（总台）
- 151 创新思路，加强地市党报品牌建设 / 洛阳日报报业集团
- 157 南都周刊——中国新闻性综合类杂志的强势超越者 / 南都周刊
- 167 产业发展大幕拉开 报业发展机会来了
——区域主流报媒的传媒产业化发展模式探析
/ 半岛都市报社总经理 支英珉
- 179 至“爱”品牌
——江西电视台公共频道（五套）六年爱心品牌纪实
/ 江西电视台公共频道（五套）
- 187 创新产业多元发展模式 推进文化大发展大繁荣
/ 嘉兴市广播电视集团

行业 盘点

INDUSTRY INVENTORY

- 195 2009 中国传媒创新报告 / 2009 中国传媒创新报告课题组
- 208 中国报业忧思录 / 周志懿
- 222 2009 年地市报业十大亮点回放 / 吕道宁 宗 禾
- 228 2009 广电媒体：构建可持续发展新格局 / 李 岚
- 238 2009 期刊网络传播：媒体变局中的期刊蓝海
/ 龙源期刊网络传播课题组
- 245 2009 网络媒体：发展态势喜人 传播景象斑斓 / 闵大洪
- 254 2009 手机媒体：迈入 3G 新时代 / 肖 倩 杨 成

权威 访谈

AUTHORITATIVE INTERVIEW

- 263 新媒体时代呼唤新报业
——《传媒》专访新闻出版总署新闻报刊司副司长朱伟峰
- 269 创新引领传媒
——搜狐网专访中国出版科学研究所所长郝振省
- 271 中国报业改革越快越好
——搜狐网专访《传媒》杂志社副社长周志懿

- 278 **不能以介质看媒体新和旧**
——《传媒》、搜狐网联合专访现代传播董事会主席兼执行董事邵忠
- 280 **实现内容整合与报纸经营的互补统一**
——《传媒》访湖北日报传媒集团副总编辑、《楚天都市报》总编辑张勤耘
- 283 **加强与新媒体合作 通过网络获取热点**
——搜狐网访《新民周刊》社长、主编丁曦林
- 286 **定位城市杂志 挖掘主流人群价值观**
——《传媒》、搜狐网联合专访《南方都市报》副总编辑、《南都周刊》总编辑陈朝华
- 290 **手机媒体发展最快 将影响媒体竞争格局**
——《传媒》、搜狐网联合专访清华大学新闻与传播学院副院长崔保国
- 292 **中国报业的机会在于政策调控**
——《传媒》、搜狐网联合访北京大学新闻与传播学院副院长陈刚
- 295 **后 记**

精英 论道



杨兴锋

杨兴锋，1952 年出生，海南海口人，1982 年暨南大学新闻系毕业，同年进入南方日报社，历任记者站站长、部门主任、编委、副总编辑、总编辑等职；现任南方报业传媒集团党委书记、管委会主任，集团公司董事长，南方日报社社长，并担任中华全国新闻工作者协会副主席，享受国务院政府特殊津贴。其专著《高度决定影响力》被称为“报业改革必读书”。