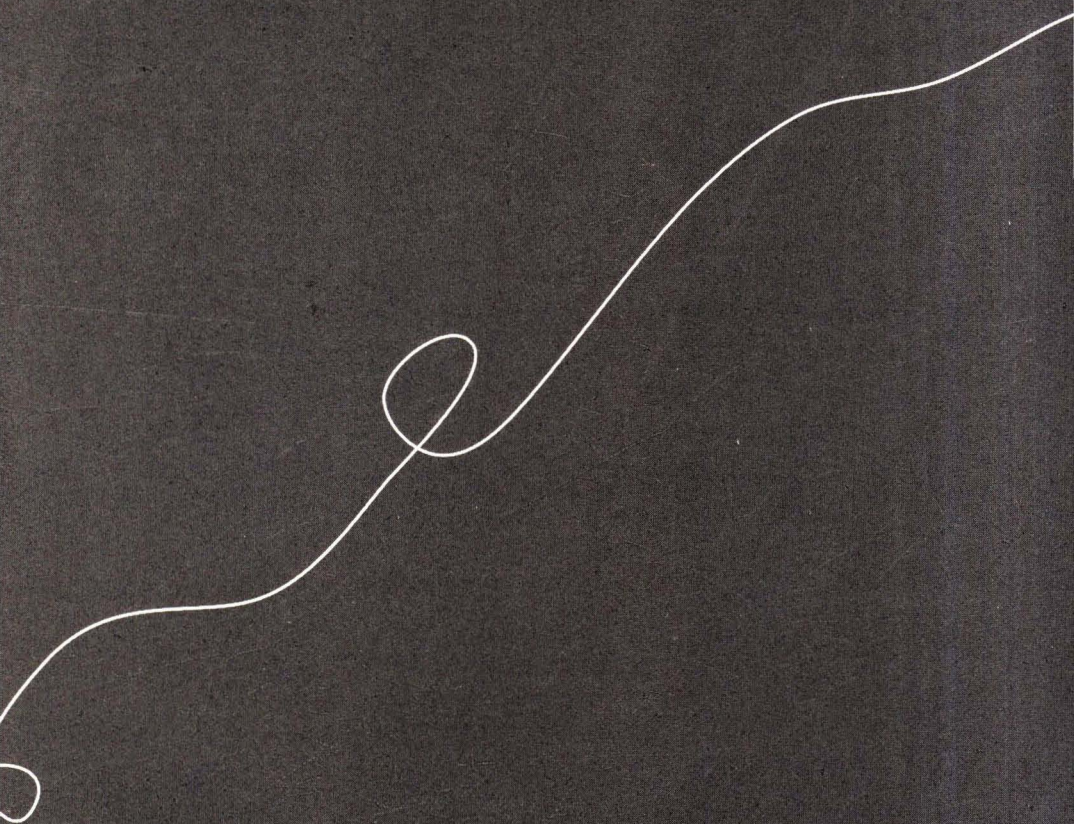




我们
us!

生活新报
十年志

云南出版集团有限责任公司
云南人民出版社有限责任公司





我们

us!

生活新报
十年志

贾明 主编

云南出版集团有限责任公司

云南人民出版社有限责任公司

生活新报十年志

我们

us

生活新报

打造最温暖的城市生活

总策划 / 主编

贾 明

编委会成员

魏源海 陈 磊 王利平 郭晓华 王 斌
宋宏亮 熊 熊 叶心玮 温 星 吕天翔
张 迪 朱 林 王 成 陈 喆

编 辑

李天祥 罗皓皓 张 翔 张正宝 刘丽慧
李周芳 张 卉 宋永利 高小进 包 倬
于海军 谢 瑾 杨雄生 黄英华 毛 妍
高双学

校 对

封伯俊 刘 阳 邹开元 孟繁华 温德晖
唐 俑 艾建林 王巧云 何易刚

目录 contents

报业鲶鱼

一份报纸的创新 10 年【代序】 001

上编

新报总编 / 编委
说新报

向先跃

希望新报直挂云帆济沧海 009

李启章

难忘当年激情满怀敢想敢干 011

张永才

新报推动了云南报业市场化之路 015

隆国东

独家连载《成都，今夜请将我遗忘》最让人得意 019

李伟峰

没有曾经的壮怀激烈，就没有明天的激扬文字 022

上编

新报总编 / 编委
说新报

魏源海

用感恩的心对待一切 024

胡荣华

“新三民主义”改造新报 027

李烽

2006 云南报业没有斗士，只有斗兽 030

王利平

新报有什么？ 035

郭晓华

一份温暖的力量 038

陈磊

从新报读懂过去、现在和未来！ 040

目录 contents

中编

新报 10 年
经典新闻及幕后

深圳平安事件	
2000 年	046
局长醉死杏花村	
2000 年	053
脚汗腌菜	
2000 年	057
9·11 事件	
2001 年	062
皇马来昆	
2003 年	069
龙腾雅典	
2004 年	075
青藏铁路	
2006 年	082

中编

新报 10 年
经典新闻及幕后

医闹事件

2006 年 090

“胖别墅”

2006 年 096

职校女生实习变陪酒

2007 年 104

永善政委嫁女

2008 年 111

暗访大瑞铁路

2008 年 118

汶川地震

2008 年 126

京韵奥运

2008 年 141

“果王”褚时健

2009 年 149

目录 contents

中编

新报 10 年
经典策划及幕后

给你 10 万元 让你做老板	
2000 年	158
拯救小欣然	
2002 年	163
玫瑰行动	
2003 年	169
与爱同行	
2003 年	175
滇商复兴大讨论	
2005 年	183
重走史迪威公路	
2005 年	192
昆滇一日看百年	
2005 年	201
滇商评选	
2006 年	210

目录 contents

云南精英

2007 年 220

昆滇浮世绘

2007 年 229

我的城 - 昆明纪事

2009 年 236

中编

新报 10 年
经典摄影及幕后

瑞丽卧底 跟踪毒贩深入毒屋

2007 年 244

跟踪八月 打破动物试毒神秘

2008 年 248

4900 米高度 拍下冰川“伤疤”

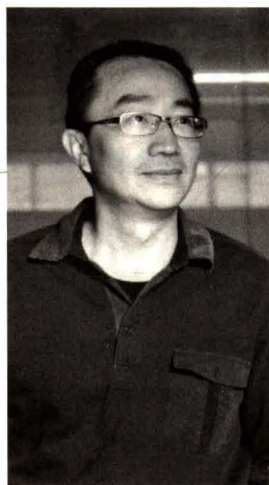
2009 年 256

下编

众议新报

众议新报

..... 265



报业鲶鱼

一份报纸的创新 10 年【代序】

贾明

生活新报执行社长 / 总编辑

* 新报的灵魂是创新

“没有一份报纸像新报这样不安于现状，没有一份报纸像新报这样勇于创新，乐于创新！”

“办报 10 年，新报的灵魂就是创新！”

《生活新报》改版复刊 10 年之际，在总结《生活新报》特质的时候，业内业外说得最多的是这两句话。

创新已成了新报 10 年一批又一批职业报人薪火相传的基因。

这基因来自于 1998 年的一次“独特”的北京之行，那一年，云南省残疾人联合会的郭理事长和他的搭档飞到了北京，怀着对报业蓝海的憧憬，对新闻报国的执著，走进新闻出版总署的大楼，听了他们想办一份服务百姓与市场的都市类媒体的想法，总署的领导动情地说：“你们的申请我们支持！来总署的人无数，但两个人只有一条腿，还是第一次！”那一天，《生活新报》就从《残疾人导报》破茧成蝶，飞进了中国近 10 年来最波澜壮阔的都市类媒体崛起大潮。

多年后，当“饱经沧桑”的郭理事长说起这段经历的时候，还风趣地说：“我们当时是农民不懂电，专摸高压线！”问到为什么两个人只有一条腿，郭理事长说：“同我一起去北京的搭档武云虎也是残疾人，一条腿都没有，只有我有一条腿！”

正是这种勇于改变、勇于“冒险摸高压线”、自强不息的精神奠定了新报的最初的基因。

新报创新的基因来自于2000年初的那次制度安排。经总署批准更名为《生活新报》的报纸于1999年8月11日第一次出现在昆明的报摊，《生活新报》创刊了。无疑，那是一次仓促的亮相，5个月后，刚刚诞生的新报就陷入经营困境，2000年1月16日，新报登出了休刊启事，停下来寻找破解困局的路径。2000年2月28日，在市场对新报能否重生的一片疑问声中，《生活新报》又奇迹般地出现在了昆明、云南的市场上，而且一天比一天更健康，一年比一年更强大。

新报重生的秘诀来自于当时一个“大胆”的制度创新——新报的采编与经营彻底分离，采编的业务权及导向牢牢掌握在主管主办方及报社编委会的手中，其中，经营性资源的所有权与经营权又再次剥离，所有权归报社，广告经营权由引进的合作方代理经营。

这一制度安排，解决了办报所需的资金，也解决了办市场化报纸所需要的市场化的制度，从那天开始，《生活新报》就实行全员聘用制，实行企业化管理，比2010年全国推进的新闻出版单位转企改制整整早了10年！

这一市场化制度，为新报不断地探索发展路径，开拓新的管理模式奠定了制度基础。别的报纸一个大的决策，可能要讨论半年甚至一年，而新报最多只要一周，有的一次会议就决定了。

新报创新的基因还来自于团队。改版复刊之初，22个省市、全国各地的人才满怀青春的激情与新闻理想汇聚到新报，把新报当作人生的试验田，描绘最新最美的人生。

从2000年开始，新报就成了云南报业开放程度最高的一个媒体平台。只要有专业技能，有新闻理想，都可到新报的舞台上come一显身手。于是，在之后的10年中，广东的、四川的、重庆的、陕西的、福建的、北京的、云南的，全国各地的职业报人纷纷投效新报，带来了全国的经验与模式，带来了不同城市的观念与技术，让新报智慧激荡，新锐鲜活。

由于这种与众不同的基因与气质，10年来，《生活新报》执著地追求个性与差异，不断创新新闻报道方式，不断探索广告经营模式，不断寻找发行提升空间，因此，新报成

了云南报业市场的一条鲶鱼，让这潭本已不平静的水更加有活力。

* 新闻：不断出招领先报业

10年来，新报的很多创新之举依然深深影响着这个城市，影响着云南报业甚至中国报业。

2000年，刚复刊没多久的新报就显出了它的“另类”与不俗，当其他报纸只是枯燥地报道着赛场消息的时候，新报就把报道的目光延伸到了幕后，记者明察暗访独家报道“平安六君子在昆嫖娼”事件，引来中国足坛大地震，足协急掀“整风”大潮。

2001年，大洋彼岸的美国发生9·11恐怖事件，第二天一早，深居中国内地的《生活新报》“美国9·11恐怖事件”8个大版特刊横空出世，资讯之全面，制作之精良，视觉之震撼，放之全球亦不逊色，引来昆明抢购热潮，显示新报职业水准。

2005年，《生活新报》对报纸内容与形态进行了一次最具“革命性”的改革，把新闻细分为深度阅读新闻、一般性阅览新闻及速读新闻，对新闻资讯实行梯度包装，树立新报“资讯整合专家”形象。同时，在当时编委会的强力推动下，超越原来社会新闻打天下的已有优势，大力拓展时政经济新闻报道，报纸的定位进一步指向昆明的主流人群。当年提出的“三极主义”——极致理性、极致视觉、极致个性依然深深影响着新报的气质。而大型文史类报道“重走史迪威公路”、“昆滇一日看百年”把云南的人文类报道推到了一个新的高度。气势磅礴的“领袖云南 滇商评选”也创造了云南财经新闻报道的里程碑。

2006年，《生活新报》于全国首提“医闹”概念，现在打击“医闹”已经写进了国家层面的公立医院改革试点的实施意见当中。云南省卫生厅厅长陈觉民称，《生活新报》的“医闹”报道不仅是对云南医药卫生事业的一大贡献，对全国卫生事业的改革发展都是一大贡献。

2007年，生活新报记者于福建暗访，爆出“云南艺校女生福建实习变陪酒”，在这篇令人震惊的报道影响下，教育部《中等职业学校学生实习管理办法及规定》随之出台，明确不得安排学生到营业性娱乐场所实习。同年，《生活新报》大型策划“天涯海角云南精英”、“魅力乡村云南行”盛装亮相，获得无数赞誉，大大拓展了新闻报道领域。

2008年，昆明公交车爆炸事件震惊全国，生活新报网第一时间发布消息，引发全城市民对暴力的一致声讨。汶川地震，《生活新报》代表云南人民，率先喊出饱含深情的一句“汶川挺住！”；北京奥运，生活新报和中国团一起，超越雅典。更值得一提的是，2008年是新报的舆论监督年，“永善公安分局政委嫁女”事件轰动全国，事件主角公安局政委及民政局长双双撤职，警醒了所有的干部要慎用自己手中的权力。“大瑞铁路偷工减料”报道，新报记者卧底施工现场，勇敢地揭开了施工方不负责的行为，对所有在建重点工程保证质量起到很好的警示作用。

2009年，《我的城——昆明纪事》——生活新报向祖国母亲60岁生日献上最真挚的厚礼，从策划到采写，这组底蕴厚重的报道历时半年、80个版的精彩报道引来各界赞誉：“这就是主流媒体的担当！”

* 发行：招招生猛锁定主流

发行领域，新报更是刮起了一轮又一轮创新风暴。

2003年，当昆明的报纸还在对10万份左右的发行量满足的时候，新报第一家提出了“快乐发行20万”的目标，“香水报纸”、“买报纸送玫瑰”、“订报纸送电视”一套套组合拳打下来，新报的市场占有率直线上升，2006年一举冲到了云南第一。在摧城拔寨的战役中，最具杀伤力的是2005年2月新报全国首创推出的“租报”发行模式，月订报4万多份，引来全国各地同行学习、取经，被评为年度“中国报刊发行界十大创新”之一。

2006年2月，新报又在昆明率先推出“高端场所直投”活动，一夜之间，昆明所有的餐馆、酒店、银行、移动通信营业厅、咖啡馆，到处可见新报摆放在精美的报架上供客人取阅，新报影响力渗透全城。

2007年7月，新报独家进驻昆明机场各候机厅，成为每日昆明数万出港旅客的必读报纸。

2008年，新报发行重心锁定零售网点拓展，几个月下来，遍布全市的3000多个零售店热销新报。

2009年，新报推出“双百行动”，发行目标直指100个高端写字楼、100个高端居住

小区，通过文化文艺进社区的方式，把新报的影响力注入每一个终端。

* 广告：精耕细作实效传播

从2000年开始，新报的广告经营就走上了专业化道路，“实效传播，超值回报”是新报经营的价值观，“细分行业，精耕细作”是新报经营的方法论。

在这个思想主导下，生活新报广告开拓也创造了许多第一。2000年新报改版复刊时，昆明市场上的房地产广告几乎全部是条幅和传单，报纸上很难见到房地产广告，当时新报就想：一定要把桥头上的条幅广告扯下来放到报纸上去！为了引导地产投放，新报创办了云南第一个房地产新闻周刊，成立了房地产新闻部，最终新报成为房地产广告的主流媒体。

为倡导女性消费，新报创办了女人周刊，把时尚生活方式与时尚生活产品不断向昆明的主流女性消费人群灌输，培养了一个前卫庞大的市场。

为了向客户提供多元、超值的服务，2009年新报举办多次高端酒会，把客户的价值从纸面引向纸外；举办多起读者购物专场，使读者价值与广告客户价值完美结合。

天道酬勤，新报10年的专业化追求，获得了市场的高度认可，从2006年开始，新报每年的经营收入超亿元。2009年10月，在由世界华文媒体传播协会、中国行政管理学会绩效管理研究中心举办的“中国报业创新峰会”上，新报斩获“中国报业创新大奖”，成为云南媒体唯一获此殊荣的媒体。

10年的成绩只代表过去，未来10年，新报一定会一次又一次给读者以惊喜，给客户以惊喜，给市场以惊喜！

