

图书在版编目(CIP)数据

新闻编辑 吴飞,顾杨丽,王淑华编著 长沙:中南大学出版社,
2014.12

ISBN 978-7-5443-3011-1

I ①新闻编辑 Ⅱ ①吴飞②顾杨丽③王淑华 Ⅲ 新闻编辑
Ⅳ ①新闻

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第 246464 号

新闻编辑

吴飞 顾杨丽 王淑华 编著

- ☐ 责任编辑 彭亚非
- ☐ 责任印制 汤庶平
- ☐ 出版发行 中南大学出版社
- 社址 长沙市麓山南路 邮编 410012
- 发行科电话 0731-88679000 传真 0731-88679000
- ☐ 印装 中南大学湘雅印刷厂
- ☐ 开本 787mm×1092mm 1/32 ☐ 印张 14 ☐ 字数 35千字 ☐ 插页:
- ☐ 版次 2014年 12月第 1版 ☐ 2014年 12月第 1次印刷
- ☐ 书号 978-7-5443-3011-1
- ☐ 定价 28.00元

图书出现印装问题,请与经销商调换



新闻与传播学专业系列教材

前言

有人说 2003 年是中国报业发展的一个拐点，在以网络为代表的新媒体的冲击下，在 21 世纪激烈的媒介竞争大战中，报业开始进入微利时代。在当前的媒介环境中，我们尤其值得探讨一下报纸编辑的新理念，整理一下报纸编辑的新思路，使我们对报纸编辑工作有一个比较系统的、全新的认识，使报纸在 21 世纪仍能展现勃勃生机，这是一件很有意义的事。

近年来，随着新闻改革的不断深化，报纸编辑不论在观念上、理论上、技术上都有很大的发展，编辑学研究也取得了长足的进步，而且由于信息技术的迅猛发展以及新的传播媒介的发展，又为报纸编辑提出了新的课题。近几年，中国大陆新闻传播教育发展迅猛，据教育部最新的统计数据显示，目前登记的新闻传播学教学点有 250 家。作为新闻传播学专业的核心业务课程之一的新闻编辑学，近几年随着新闻教育的发展和新闻产业的发展，也有较大的长进，在书店里，我们可以看到各种不同版本的新闻编辑学教材，不少教材也有一些积极的探索。不过总体上看，大多数的著作结构相似，内容也相似，这固然是编辑学本身的特色要求的，但我认为，进一步深化和扩展并非不可能。

现代报纸编辑，应该包括两个层面，一是具体地针对一篇稿件的选择、修改、标题、排版等基本操作层面，另一个是针对整个版面、整组版面、整个报纸的报道的系统编辑和策划，这是一个宏观的层面。本书力求从实际出发，尝试加强了报纸编辑策划的内容，并以大量的报纸编辑策划的实际案例来说明和解释，希望对编辑工作的学习者和实际操作者能有所启发。

第一章主要以回顾报纸编辑的发展变化入手，探讨当前报纸编辑的新发

展和新思路；第二章讨论了关于专题报道、突发事件、预见性事件报道以及日常新闻报道的组织策划编辑；第三章介绍了选稿、改稿、组版等编辑操作流程；第四章强调了报纸专刊作为现在报纸一大特色和竞争法宝的具体编辑、策划工作；第五章着力论述了报纸编辑的应有责任，强化在市场化过程中被逐渐忽视的编辑的责任与伦理意识。

作者在书中的论述如有粗浅、不成熟乃至错误在所难免。我相信随着更多的研究者投入到新闻编辑学的研究领域，中国的编辑学研究将会有更大的进步。

吴摇飞



新闻与传播专业系列教材

目 录

第一章 当前报纸编辑发展及其变化状况概述

第一节 我国报业发展现状及趋势

第二节 我国报纸编辑发展及其变化

第三节 美国报纸概况及主要报纸新闻编辑概述

第四节 英国报纸概况及主要报纸新闻编辑概述

第二章 新闻报道的组织与策划

第一节 时代呼唤报纸编辑的策划意识

第二节 专题性报道的组织与策划

第三节 突发性事件的组织与策划

第四节 常规新闻报道的组织与策划

第三章 编辑流程概述

第一节 新闻稿件的选择

第二节 新闻稿件的修改

第三节 标题的制作

第四节 版面设计

第四章 专业性报纸和专、副刊报道的编辑策划与制作

第一节 经济类报纸报道的编辑策划与制作

第二节 生活类专刊报道的编辑策划与制作

摇摇 第三节 副刊报道的编辑策划与制作 页

第五章 编辑的职业概况和编辑的责任与理念

摇摇 第一节 编辑的职业概况 页

摇摇 第二节 编辑的责任 页

摇摇 第三节 个案：《纽约时报》的新闻编辑实践手册

《纽约时报》的编辑理念和风格

从《南方日报》改版看编辑理念和风格 页

参考文献 页

后记 页

第一章 当前报纸编辑发展及其变化状况概述

第一节 我国报业发展现状及趋势

一、我国报业发展概述

我国报业发展与我国经济发展紧密联系,可以说,它是从属于上层建筑的,其信息内容涉及国家公民精神领域的提高和文化风貌的改善,素来受到政府重视,尤其是在 1980 年中国报业协会提出了“报业经济”的说法,足见对我国报业发展市场化后所取得的成绩的肯定。目前我国经济技术水平发展迅猛,为报业发展提供了强有力的经济支柱和源泉,而另一方面,报业经济也作为知识经济的一部分,在市场经济环境下逐步成长,同时吸取“三个代表”重要思想和十六大重要思想的理论指导,无论在报业结构布局、管理体制和运营方式上都形成一套完整的体系,更适应社会的发展,并能在中国传媒大军中岿然不动。

目前我国报业已成为我国发展最快的行业之一,最明显的表现为报纸的总数在不断增加,且席卷我国大部分区域。即便竞争如此激烈,但新报纸的出炉速度仍然不减,报纸媒体这块蛋糕被瓜分得越来越彻底。最近 10 年来,报纸数量持续增长,而报纸结构也在随之调整,并逐渐发展成熟,这种成熟和完善不仅表现在报纸总数的递增上,还表现在报纸品种不断丰富,且受影响的省份、地区更为广泛。

报业总数持续增长

截止到 2003 年 7 月,全国共出版报纸 1914 种。从图 1-1 可以看出,10 年来报纸数量曲折上升,主要可以分为五个阶段。第一阶段为 20 世纪 80 年代初到 1989 年,这段时间报纸总数持续发展。第二阶段为 1989—1995 年,虽然在 1989 年报纸的总数迅速递减,但马上又呈现上升趋势,而且势头较猛,其中 1993 年就一下子增加了 100 份报纸。第三阶段为 1995—1999 年,这个时期每年报纸都在递增,平均每年递增超过 100 份左右。第四阶段为

员苑苑—圆苑苑年，这个时期报纸总数有增有减，但基本保持平稳，控制在 苑苑苑多份左右。第五阶段为 苑苑苑—苑苑苑年，基于 苑苑苑年报业整治的原因，我国报纸锐减，其总数又下降至 苑苑苑份以内(见表 员员员)。

表 员员员 员苑苑—苑苑苑年全国报纸总数

年份	报纸总数	年份	报纸总数
员苑苑	苑苑苑	员苑苑	苑苑苑
员苑苑	苑苑苑	员苑苑	苑苑苑
员苑苑	苑苑苑	员苑苑	苑苑苑
员苑苑	苑苑苑	员苑苑	苑苑苑
员苑苑	苑苑苑	苑苑苑	苑苑苑
员苑苑	苑苑苑	苑苑苑	苑苑苑
员苑苑	苑苑苑	苑苑苑	苑苑苑
员苑苑	苑苑苑	苑苑苑	苑苑苑
员苑苑	苑苑苑	苑苑苑	苑苑苑
员苑苑	苑苑苑	苑苑苑	苑苑苑
员苑苑	苑苑苑		

摇摇数字来源：《中国新闻年鉴》

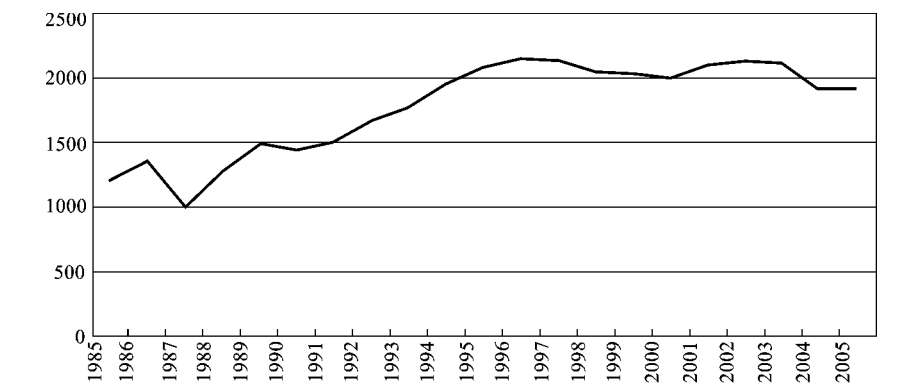


图 员员员 摇摇全国报纸发行数据

数字来源：《中国新闻年鉴》

圆援品种丰富

报纸品种丰富首先表现在除普通日报外,增加了周三、周四、周五、周六刊。圆园年年的统计数据表明,在全国出版的报纸中有日报 猿种,占报纸种数的 猿豫,周六刊 猿种,占报纸种数 猿豫,周五刊 猿种,占报纸种数 猿豫,周四刊 猿种,占报纸种数的 猿豫,周三以下刊的有 猿种,占报纸种数 猿豫(见表 员原圆)。^①

表 员原圆 报纸品种

分类情况	日报		周六刊		周五刊		周四刊		周三以下刊	
	种类	占豫	种类	占豫	种类	占豫	种类	占豫	种类	占豫
	猿种	猿豫	猿种	猿豫	猿种	猿豫	猿种	猿豫	猿种	猿豫

摇摇数字来源:《中国新闻出版报》

其次表现在出现了党报、都市报和专业报分割市场的状态。我国的政治体制决定我国的报业发展最初表现为党报一统天下的状态,随着报业市场的健全和完善,报纸的品种逐渐丰富,除党报外,在 圆世纪八九十年代,晚报、都市报的异军突起,使原本过于平静的报业波澜大兴。而到 圆世纪 怨年代末及新世纪初,大量专业性报纸开始抬头,从边缘角色慢慢走向报业发展中心位置,与党报和都市报等综合性报纸抢占市场。到 圆园年止,在全国和省报报纸中有综合性报纸 猿种,专业报纸 猿种。

猿援影响区域广泛

目前,报业已延伸至全国区域范围内,并且以省级和地、市级为发展重点。圆园年年报刊治理后,报纸在县市一级的分布为数极少,现存 猿种报纸主要是民族自治县党报、晚报及县域专业类报纸,县级生活服务类报纸目前为空白。从 圆园年数据可以看出,中国 圆园年全年出版报纸 猿种,平均期印数为 猿万份,总印数为 猿亿份。其中,全国性报纸 猿种,平均期印数 猿万份;省级报纸 猿种,平均期印数 猿万份,地、市级报纸 猿种,县级报纸 猿种(见表 员原猿)。^②

^① 宋建武主编:《中国报业年鉴》,第 猿页,中华工商联合出版社,圆园年 苑月第一版。

^② 胡春磊,宋建武主编:《全国报业概况》,《中国报业年鉴》,第 猿页,中华工商联合出版社,圆园年 苑月第一版。

表 员原摇摇年全国报纸出版情况统计

总体情况	全国共出版报纸种数	平均期印数	总印数	用纸量
	圆种	员圆圆圆圆万份	猿猿猿圆亿份	圆圆圆圆圆万吨
	全国性报纸	省级报纸	地、市级报纸	县级报纸
	圆种	苑种	愿种	圆种

摇摇数字来源：《中国新闻出版报》

二、我国报业竞争特点

在激烈的报业竞争中，报纸为求生存，多方着手壮大自己的实力。从战略角度来说，我国报业发展特点及走向包括以下两个方面。

实施连横连纵、强强联合策略

报业竞争中夹杂着合作，报纸为求发展，会寻找合作伙伴：弱势报纸相互合作形成强劲势力；弱势报纸主动与强势报纸合作，寻求庇护，并能在市场竞争中分一杯羹；强势报纸强强联合，壮大声势，甚至在某一区域范围内树立垄断地位，这就是报纸所实施的连横连纵、强强联合策略。报纸间的合作主要通过两种方式，其一是集团内报纸的合作，其二是跨集团报纸的联盟。

（员）同一报业集团之间报纸的合作。自从 员圆年广州日报报业集团作为集团化的试点率先成立后，成立一年发行量就比前一年增加了猿万份，集团年总利润、总资产、净资产分别比成立前增加了苑豫、员圆豫和 员圆豫。①随后南方日报报业集团、羊城晚报报业集团、经济日报报业集团、光明日报报业集团和文汇新民报业集团也相继成立。发展至今，我国已建立 猿家报业集团，这些报业集团目前已成为中国报业的主导力量。据统计，截至 圆年，猿家报业集团拥有的报纸数量占全国报纸总量的 员圆豫，平均期印数占猿圆豫，总印数占 源圆豫，总印张占 缘圆豫。② 另外，报业集团还积极拓展多元化经营，猿家报业集团共拥有 圆缘个各类子公司，涉及房产、物业、商业、贸易、教育、旅游、会展等众多领域（见表 员原）。

① 宋建武主编：《中国报业年鉴》，第 员圆页，中华工商联合出版社，圆年 苑月第一版。
② 王国庆：《中国报业年度发展报告（圆）》，圆年 愿月 缘日在第二届报业竞争力年会上的讲话。

表 员缘 缘 同一报业集团之间报纸的合作

报业集团	子报、期刊及网站	地位
广州日报报业集团 (员怨怨年)	主报:《广州日报》;子报:《信息时报》、《足球报》、《广州文摘报》、《老人报》、《岭南少年报》、《现代育儿报》、《舞台与银幕》、《美食导报》、《广州英文早报》、《商旅导报》、《赢周刊》、《科技先驱报》、《番禺日报》、《增城日报》;期刊:《看世界》、《南风窗》、《新现代画报》、《大东方》;出版社:广州出版社;网站:大洋网	我国第一家报业集团。圆园园年,报业集团总收入达 愿亿元,净资产达 愿亿元
南方日报报业集团 (员怨愿年,圆园缘年苑月更名为南方报业传媒集团)	主报:《南方日报》;子报:《南方都市报》、《新京报》、《南方周末》、《南方人物周刊》、《名牌》、《圆世纪经济报道》、《圆世纪商业评论》、《南方农村报》、《城市画报》;出版社:南方日报出版社;网站:南方网、南方报业网	全国发行量最大的机关报,圆园园年日发行 愿万份,总资产 员亿元,营业总收入 员亿元,广告收入 员亿元
羊城晚报报业集团 (员怨怨年)	主报:《羊城晚报》;子报:《新快报》、《新闻周刊》、《羊城体育》、《民营经济报》、《粤港信息日报》、《广东建设报》;出版社:羊城晚报出版社	圆园园年日发行量 员圆万份,总资产 员圆亿元,营业总收入 员圆亿元,广告收入 员圆亿元
解放日报报业集团 (圆园园年)	主报:《解放日报》;子报:《新闻晨报》、《新闻晚报》、《申江服务导报》、《上海小说》、《报刊文摘》、《民主与法制时报》、《全球论坛》、《时代》、《房地产时报》、《新上海人》、《支部生活》;出版社:解放日报出版社	集团总资产达 员圆亿元,净资产 愿圆亿元,综合经济实力位居全国主要报业集团前列
文汇新民报业集团 (员怨怨年)	报纸:《文汇电影时报》、《文汇读书周报》、《新民晚报·美国版》、《新民周刊》、《新民体育报》、《漫画世界》、《新民围棋》、《新闻记者》、《萌芽》、《文学报》;出版社:文汇出版社;网站:文新传媒网	发行总量超过 圆园万份。经济实体 圆多个,固定资产总值达 员圆亿元
浙江日报报业集团 (圆园园年)	主报:《浙江日报》;子报:《钱江晚报》、《今日早报》、《美术报》、《家庭教育导报》、《平安时报》、《共产党员》、《新闻实践》;网站:浙江在线互联网站	圆园园年,浙江日报报业集团所属《钱江晚报》,日均发行量 苑万多万份,广告收入 员圆亿元,利润 怨圆万

摇摇续表

报业集团	子报、期刊及网站	地位
大众报业集团(1994年)	集团拥有《大众日报》、《农村大众》、《齐鲁晚报》、《生活日报》、《鲁中晨报》、《半岛都市报》、《经济导报》、《大众电脑报》、《青年记者》、《小记者》八报两刊及一个网站——大众网	1994年 大众报业集团所属《齐鲁晚报》，日均发行量 500万份，广告收入 1.5亿元
新华日报报业集团(1994年)	拥有《新华日报》、《扬子晚报》、《服务导报》、《南京晨报》、《江苏经济报》、《扬子经济时报》、《宿迁日报》、《昆山日报》、《传媒观察》、《党的生活》、新华报业网站、扬子网站“晨报 远刊 网网”	1994年 新华日报报业集团所属《扬子晚报》，日均发行量 500万份，经营收入 1.5亿元，利润 1.5亿元
深圳报业集团(1994年)	《深圳日报》、《深圳特区报》、《晶报》、《深圳周刊》、《深圳青少年报》、《汽车导报》、《深圳商报》、《深圳晚报》	1994年 深圳报业集团所属《深圳晚报》，日均发行量近 100万份，广告收入 1.5亿元
成都日报报业集团(1994年)	集团下属《成都日报》社、《成都商报》社、《成都晚报》社、《先锋》杂志社、《公司》杂志社、《青年作家》杂志社、《时代教育》报刊社和成都时代出版社等报刊社(即三报四刊一社)	集团总资产约 10亿元，1994年实现收入 1.5亿元，净利润 1.5亿元，上缴税金 1.5亿元

摇摇资料来源：根据各大报业集团网络信息整理而得

报业集团的成立把大量资金和资本汇集在一起，报纸经营的资产总额提高，缓解了单张报纸生存的资金压力，有利于资金流动，遇到特殊状况时便于应急。目前我国报业集团的资产总额占整个报业集团的三分之一；报业集团的成立有利于发行量和广告收入的提升，一个报业集团中总有一家或几家知名度和美誉度较高的报纸，在晕轮效应影响下，无论是读者还是广告商都会爱屋及乌，读者在购买喜爱的报纸的同时，也不会对同报业集团屋檐下的其他报纸反感；广告商在投放广告时，面对的不仅是单独的报纸，还是整个报业集团，据统计，报业集团的平均发行量占整个报业市场的 1/3 以上，而

广告经营额占整个报业广告经营额的 70% 以上。^①

对所属报纸最大的好处就在于能实现资源共享和信息共享。报业集团内部可以实现设备共享、人才共享以及信息源共享,避免了单份报纸单枪匹马经营所造成的人力、资金和技术的浪费。在报业集团中,各份报纸都要找准自己的定位,不然不仅要和同集团内其他报纸竞争,还要和同城市其他报纸竞争,并且要和其他媒体竞争,其压力是很大的。但是只要确定了自己的合理定位,报业集团内各份报纸之间存在一定的差异,这样报纸之间还能取长补短,有利于发挥报业集团的整体效应,突出核心竞争力。以广州日报报业集团为例,主报《广州日报》是广州市的党报和机关报,承担着党和国家喉舌的舆论宣传作用,子报中的《信息时报》以信息业动态为主要内容,《足球报》主要针对体育界,尤其是足球新闻的报道,《广州文摘报》是文摘类报纸,《老人报》是一份老年报,《岭南少年报》的读者为少年儿童,《现代育儿报》以育儿知识为主要信息,《舞台与银幕》属于文艺娱乐类报道,《美食导报》以美食新闻为报道重点,《广州英文早报》是中国出版的外文报,《商旅导报》和《赢周刊》是经济类报纸,《科技先驱报》以报道科技新闻为主,《番禺日报》和《增城日报》都是地、市级报纸。总的来说,广州日报报业集团内的报纸很少有同质化倾向,因此在进行信息传播时不会有太大的冲突或重复信息的出现,不同报纸可以从不同角度和专业眼光进行报道,因此即便是同一条新闻,不同报纸也能有不同观点。如作为综合性报纸的《广州日报》对足球赛事的报道和以专业见长的《足球报》的报道是完全不一样的。

(圆) 不同报业集团的联盟。不同报业集团之间的联盟是强强联合的一种形式。从我国目前报业集团分布的区域来看,报业集团分布基本以省为单位,并不是非常集中,通过不同报业集团之间的合作,能实现跨地区办报的梦想。单独一份报纸倘若想跨区域经营,具有相当大的风险,最难解决的就是资金问题,交通成本、印刷成本以及经营成本就足以拖垮一份强健的报纸,更别说采写当地新闻所带来的困难以及对当地读者的评估的风险。即便是两份不同区域的报纸进行联合办报,要实现跨区域办报还是非常困难的。而两家不同区域的报业集团的合作则无需过多考虑这些问题,财大气粗使报业集团在跨区域经营时冲破了资金的阻碍。如成立于 1998 年的《新京报》就是中国两大党报集团光明日报报业集团和南方日报报业集团的合作产物。1999 年 5 月 1 日成立的《第一财经日报》,就是由广州日报、北京日报报业

① 宋建武主编:《中国报业年鉴》,第 50 页,中华工商联合出版社,1999 年 苑月第一版。

集团与上海文广集团南北联手打造的,它依托京、沪、粤三大经济区空前的跨媒体财经资讯优势,力求成为中国最具影响力、权威性、最受尊敬的财经日报,是中国第一张也是迄今为止惟一一张跨媒体、跨地域市场化运作的财经类日报。1999年10月18日创办的《每日经济新闻》是由解放日报报业集团主管、解放日报报业集团和成都日报报业集团联合主办,是第一家由全国新闻总署批准的跨地区媒体集团合作的新型财经类日报。报纸立足上海及长三角城市群,并逐步覆盖北京、广州、深圳、成都、武汉、西安、沈阳等全国各大中心城市,报纸日传阅人群100万。1999年10月18日创刊的《竞报》由北京日报社、上海文广新闻传媒集团和北京青年报社三大传媒集团抓住“奥运热”的契机,强强联手,斥资2000万元人民币成立北京新奥传媒有限公司,负责《竞报》的广告、发行、制作等经营业务,这份报纸以体育新闻、社会新闻和健康生活见长,丰富的内容和新颖的形式受到关注时事和体育的读者喜爱,日均发行量10万份。

有些报业集团为实现跨区域办报,如果选择的省份没有报业集团,则会选择该省具有一定知名度和影响力的报纸来合作。如1999年10月18日,在西安创刊的《当代女报》原本是陕西日报社主管主办的一张女性生活服务类周报,在1999年10月18日,重庆日报报业集团主管主办的新女报报社与陕西日报社举行签约仪式,加强合作,这也是全国周报首次实现跨地域联营。

1. 多元化经营策略

在我国组建报业集团,主张“以报为主,以报为本”的同时,并不排斥多元化经营。除了发行经营和广告经营,多元化经营是报业经济的重要组成部分,这也是我国报业市场发展达到一定程度的必然要求。在媒介强国,报业多元化经营已司空见惯,在日本,许多报社在办报的同时还从事诸如出版、旅游、咨询、房地产等方面的经营活动,报业的多种经营收入占报业经济总额的10%左右,是报业经济的一个重要组成部分。在美国,报业集团通常都从事一些跨行业的经营活动,例如投资森林业、造纸业、运输业、房地产业,等等,多种经营的收入在集团总收入中占有举足轻重的份额。例如,1999年美国甘乃特报业集团的总收入中,10%是来自多种经营的。^①我国报业多元化经营最早出现在1995年,当时大多数报纸通过“三产”增加收入,以弥补发行和广告的匮乏,以此拯救报纸。多元化经营方式的实践取得成功,于20世纪90年代在报纸之间流行起来,这股热潮一直持续到新世纪,仍有愈

^① 汪震宇:《报业多元化经营的新生经验和路径》,《新闻实践》,1999年第1期。

演愈烈的趋势。

我国报业多元化经营，主要表现在三个方面：

(员) 以报纸为中心展开的经营活动。报业的多元化经营达到成熟阶段，经过 源园多年的实践，我国报业在开展主业的经营活动时，已吸取了失败的教训，也积累了宝贵的经验。其中对报纸发展最为理想的一种多元化经营方式为吸引外界资本的介入。圆园世纪 怨园年代至今，人们对报业以及报业多元化发展的认识渐趋理性，在实现共赢的基础上，一些外界资本谨慎投资报业，在合理经营和运作下，达到期望的效果。总的来说，报业多元化发展走向良性循环。

以报纸为中心展开的经营活动包括发行印务和建立报业发行网络两个方面，从我国报纸实践看来，不乏在这两方面表现突出和典型的报社。

发行印务方面，作为新华报业子公司的新华日报报业集团印务中心日均印刷量在 远园万对开张以上，月印期刊杂志 员园多万本，并耗资 员.猿亿元兴建了面积为 圆.肆肆园多平方米的现代化新印务基地，实现全面利润 源.肆肆园万元；羊城晚报报业集团下的羊城晚报印务中心投资近 缘亿元兴建印务中心。《印刷经理人》第三届中国印刷企业百强排行榜的名单显示，我国报纸经营的印务公司，占我国印刷企业百强的 员.源缘(表 员.源缘)。

表 员.源缘 我国报纸经营的印务公司在“圆园园缘年中国印刷企业 员.源强”的排名情况表

名次	企业名称	企业性质	产品销售 收入(万元)	工业增加 值(万元)	实现利税 (万元)	利润总额 (万元)	资产总额 (万元)	职工人数 (人)
圆.猿	深圳市特区报业印 务有限公司	国有	缘.猿.猿.圆		源.远.远.远	猿.远.远.源	圆.远.远.远	源.远.远
圆.苑	文汇新民联合报业 集团印务中心	国有	源.圆.圆.员	员.圆.圆.苑	远.远.远.圆	缘.远.远.员	源.远.远.圆	源.远.远
圆.怨	上海解放日报印务 中心	国有	源.源.源.缘	愿.愿.愿.猿	源.远.远.猿	猿.远.远.猿	源.远.远.源	猿.远.远
猿.圆	湖南新华印刷集团 有限公司	有限 责任	源.猿.猿.苑	员.圆.圆.员	源.远.远.怨	怨.远.远.愿	源.远.远.圆	圆.远.远.圆
猿.源	湖北日报社印刷厂	国有	源.远.远.愿	员.圆.圆.愿	缘.远.远.圆	缘.远.远.圆	猿.远.远.圆	愿.远.远
源.圆	南方日报印务中心	国有	猿.远.远.愿					猿.远.远
源.圆	新华日报报业集团 印务中心	国有	猿.远.远.缘			猿.远.远.圆		圆.远.远.源

业利用资本市场做大做强开辟了新路,在北青传媒股份有限公司中,北京青年报社占有 20% 的股份,采取了直接融资的方式,并声称要实现三大发展计划:成为一份能在其他地区发行的报纸,如作华南版和香港版;致力体育、教育及文化等与传媒相关的活动;收购一条电视频道。^①

(圆) 跨媒体展开经营活动。互联网作为出现于报纸、广播和电视之后的第四媒体,无论在人们的日常生活中,还是在信息传播中,其优势地位正在逐渐凸现,因此报纸的跨媒体经营活动的重点集中在建立报社网站。目前我国国内报纸大多数都拥有自己的电子版,而一些报社不仅打造电子版,还创办了多媒体平台,除提供报纸媒体所有版面信息外,还增加其他服务性信息。如解放日报报业集团、文汇新民联合报业集团、上海文广影视集团和文广新闻传媒集团所属电台、电视台、东方电视台,以及青年报社、劳动报社、上海教育电视台与上海东方明珠(集团)股份有限公司和上海市信息投资股份有限公司联合投资组建东方网股份有限公司,主要建设运行大型综合性网站东方网及相关业务。东方网以创建“互联网络新阵地,信息服务新平台,文化传播新载体”为目标,积极拓展服务领域,不断增强网站社会影响力。东方网从信源采集到上传发布的最短时间,可以控制在 1 分钟之内,使东方网具备了上海媒体中重要新闻的“首发”能力。从建网之初的日处理 1000 条发展到了日处理 10000 条,其中新闻 1000 条,其他信息 9000 条,它基本具备大型网站的所有互动功能、媒体新闻传送能力和直播能力,而这些优点是报纸所无法具备的。据了解,东方网开通当天,就有 10 万用户注册,点击率突破 100 万次,1999 年 1 月在上海首届优秀网站评选中获综合性网站第一名。1999 年 1 月成为沪上首家通过国际认证的媒体网站。东方网的成功为报纸实现跨媒介经营提供了经验。

(猿) 跨行业展开经营活动。跨行业经营指的是报社开展与传媒无关的多种经营种类,如房地产、会展、绿化、连锁店、宾馆酒家、信息产业和体育产业,等等。报纸跨行业经营的例子屡见不鲜:

广州日报:投资大洋房产年收入 1000 万元,此外投资建设制药公司、水泥厂等。

文新报业集团:1999 年 1 月运作资金 1000 万元成立一家投资公司,半年利润达 100 多万;投资 1 亿元兴建上海体育场;兴建华亭宾馆投资 1000 万元;兴建海南博鳌宾馆投资 100 万元。

^① 宋建武主编:《中国报业年鉴》,第 100 页,中华工商联合出版社,1999 年 1 月第一版。

江西日报报业集团：与大江高科公司合资成立“江西报业信息产业园有限责任公司”，获利超过百万。

解放日报报业集团：参股浦东发展银行，回报率 10% 以上，至今仍达 10%；投资一家名为“杏花楼”的企业，年回报率 10%。

这些非传媒领域经济实体的迅速发展，给报纸和报业集团带来了巨大的经济效应，但也未必每次投资都是成功的，如南方日报在最初投资时，亏损超过 1 亿，由于报纸和报业集团对其他行业的发展规律未必熟悉，相比较而言，与文化产业联系密切的实业获得成功的几率更高，因此跨行业经营实际上存在一定的经营风险。

三、我国报业的发展趋势

（选自新闻出版总署报刊司副司长王国庆在第二届报业竞争力年会上做的《中国报业年度发展报告（2006）》）

展望未来，本报告基于当前我国报业的改革形势和发展态势，基于信息技术革命给人类传播环境带来的深刻影响，提出未来 5 年中国报业的八大发展趋势。

1. 报纸出版业的集约化水平将大幅提高

未来 5 年，以党报集团为扩张基础的 10 家大型骨干综合性报业集团，将成为区域性乃至全国性报业市场的战略投资者；以 10 家品牌行业专业报为发展基础的专业性媒体集团，将在所属行业确立领先的专业资讯提供商和增值业务服务商地位。报纸出版资源将进一步向以党报为龙头的综合性报业集团集中，向以具备优质品牌和市场竞争力行业专业报纸为核心的专业性媒体集团集中。跨地区、跨媒体发展将适时进入实质性阶段，为报业集约化发展创造条件。

2. 我国报业的第四个增长周期即将到来

在即将到来的第四次周期性增长中，以数量扩张为主要增长方式的中心城市都市报，将难以成为第四增长周期的驱动力量。预计 2006 年起，深化报纸出版体制改革所引发的竞争活力，以及转变增长方式所导致的新的增长空间的大力开发，将成为第四增长周期的两个主要驱动力量。新的增量空间将出现在尚未充分开发的区域次中心城市及一般城市，以及尚未深度发掘的、细分的内容服务领域。面向细分读者市场的定位精准的生活服务和其他资讯类周报，将成为中心城市新的报业增长点。晚报都市类报纸的增长空间将转向区域次中心城市及一般城市。