



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

· 世界报纸风雨里程——...

报业王国启示录——来自日本报界的最新报告（1）

时间：2002-7-25 19:04:48 来源：中国新闻研究中心 阅读673次

日本可谓是名符其实的报业王国，据日本新闻协会的最近统计，在这个只有中国的二十五分之一国土的岛国，发行着120多家报纸，总的期发量则为7205万份，是世界上日报期发量最多的国家。按世界上通行以每千人日报拥有量来衡量一个国家报纸普及率的标准，全世界平均每千人日报拥有量约为90份。而日本每千人日报拥有量为578，仅次于挪威而位居第二。

1999年11月，笔者参加日本外国新闻中心（Foreign Press Center）举办的中国记者研修活动，在半个月的研修采访期间，笔者专门考察了日本报界有代表性的几家报纸，了解日本报纸的总现状及面临的挑战，探求日本报纸取得巨大发行量的原因，与日本报业同行探讨报纸的未来。他山之石，可以攻玉。笔者把这次考察日本报界的最新情况梳理出来，使我们对“报业王国”有更多的认识，对办报有所启示。

报业王国的骄人业绩

日本报纸有二项令人骄傲的纪录，它发行的日报并不多，只有120多家，但它的总期发行量是世界冠军——7205万份。由此，对这个有1.2多亿人口的国家来说，它的每千人日报拥有量获得亚军——578份。日本的5家全国性报纸《读卖新闻》、《朝日新闻》、《每日新闻》、《产经新闻》、《日本经济新闻》发行量高达1000多万份到200多万份不等，占全国报纸发行量的一半以上，并且均跻身世界十大发行量报纸之列。

《读卖新闻》还获得一项报纸发行的单项世界冠军——日发行量达1400多万份，其中晨报发行1020万份，晚报发行423万份，这个由日本报纸发行监察机关调查公布的数字向世人表明，世界上发行量最大的日报诞生在日本。

除这5份全国性大报之外，其他的地区性报纸、地方性报纸、专业类报纸等类型报纸均有不俗的业绩。像笔者考察的福冈县最大的报纸《西日本新闻》，晨报与晚报的总发行量也达100万份。《北海道新闻》则是日本北部最有影响的报纸，发行量近200万份。与浙江省结成友好省的静冈县主要报纸《静冈新闻》拥有140多万份的发行量。

这些动辄上百万份的发行量令世界各地的同行十分钦羨，大家都明白，巨大的发行量不仅显示报纸的影响力，还意味着可靠的财源，支撑着报纸的良性循环。

透明高效的编辑部

笔者走访了几家报纸编辑部，无论是全国性的大报，还是地方性的报社，日本报纸的采编部门一律都是大开间，各部门的记者都集中在一起工作，各部门的负责人直至总编辑都与采编人员在大开间里办公，各人的工作状态一览无余。

读卖新闻社的国际部次长滨本良一先生陪我到他们编辑部访问，在排着密密电脑等设备的大办公室里，滨本良一指着一位头发花白的中年人说，这位就是我们的总编辑。采编人员与总编辑座位惟一不同的是，离他办公桌不远处放着一张大桌子，滨本良一说，他们编辑部各部负责人每天要在这里开三次会议，与总编辑商讨新闻稿件的处理等问题。在这样的工作环境里，你即使想偷懒也不可能，大家都埋头忙碌着。因此，在日本访问的几家报社都没有考核采编人员工作量之说，大家都很自觉尽力会把自己的分内事做得漂亮。

但不考核并不等于没有压力。朝日新闻社长室外事二村克彦先生对我说，当年他在基层当经济记者时，几乎每天早晚二次都要到经济部长家门守候，问问经济部长有没有什么消息，生怕漏发新闻。这种样捕捉新闻的敬业精神令人佩服。

高效的工作把编辑部与世界联系在一起。我发现，日本报纸发展有两个明显的特点：全国性报纸强化对地方的渗透，地方性报纸努力以全国性眼光拓展市场。像读卖新闻除了在北京、大阪、中部、西部四个总社以外，东京总社还管辖着北海道分社和北陆分社。在各分社以下，在县厅所在地和主要城市都设有总局、支局和通讯部，挖掘地方新闻，利用现代发达的通讯传输技术，及时制作成地方版在当地发行。这样，即使是远离首都的北海道读者，他们既能看到海内外的重大新闻，又可以看到发生在身边的新鲜事。让不同的读者充分满足对不同新闻的需求。

而地方性的报纸一方面要与那些全国性大报抢发当地新闻，在贴近本地读者方面抢占有利市场。另一方面，地方性报纸也努力把发生在日本的重要新闻放在显著位置，除了利用通讯社的稿件，地方性报纸或自己特派记者常驻东京等地，或是几家规模相当的地方性报纸联合派驻记者，突出地方报的特色，稿源共享，减少开支。

报纸既要有效、充分地报道发生在国内外的新闻，同时，又必须贴近当地的读者生活。因此，日本全国性报纸强化地方版与地方性报纸触角不断向全国乃至世界延伸，都是从不同的视角取悦当地的读者。日本报纸的竞争十分激烈，但结果表明：全国性报纸与地方性的报纸都有自己的市场，很难由一两家全国性报纸完全垄断整个市场。

独特的发行方式

来日本考察的业内人士，都对这里报纸的巨大发行量感兴趣，笔者对此作了深入的了解。与我们目前国内绝大部分报纸的发行亏本，报业经济主要依靠广告收入的情况相反，日本报纸的发行与广告的收入之比几乎相同，有的如《读卖新闻》甚至为6：4之比，发行成为报业经济的主要来源。

报纸高发行量原因是多方面的，从社会大环境而言，日本国民的平均教育程度较高，百姓有长期读报的传统，交通传送工具发达等。作为报纸本身而言，除了不断提高报纸质量吸引读者之外，很重要的与日本独特的“宅配制”发行方式有关。日本报纸发行99%是靠订户，只有1%零售。

世界上发行量最大的读卖新闻社，拥有遍及全国的8800多家发行店，有10万多投递员活跃在各地的大街小巷，每天准时把日报和晚报送到读者家中。笔者住在东京王子饭店，每天7点左右就能收到当天的日报，这样读者趁出门上班之前就可以及时浏览主要内容。这庞大的发行店和投递员与报社之间完全是一种契约关系，按合同履行各自的职责。发行大军每天投递报纸，又承担巩固发展新老订户的任务，上门收订报纸，订户一般一个月支付一次报款，极为便利。这样报纸的发行不是集中在年底突击进行，而是细水长流真正做到家。发行报纸有利可图，也为社会提供了很多的就业机会，不少大学生通过投递报纸为自己赚到了足够的学费。

尽管有发行收入作支撑，日本报纸的广告在报纸所占的版面平均仍达50%，而且广告的价格也相当高。像《朝日新闻》一整版的广告价格为1亿日元，约800万人民币。读者已习惯把广告作为生活中不可或缺的信息，读者从报纸广告中经常可以得到实惠的收获。

发行与广告收入成为推动报业经济发展的两大车轮。与许多国家的报纸仅靠广告独轮支撑相比，日本报业经济的发展更为稳健，成为发达国家中经济的一个亮点。

面对新媒体的挑战

报纸作为最悠久的传统媒介，它的发展过程中不断受到新媒体的冲击，广播电台、电视的发明都对报纸造成一定的影响。但经过一段时间的考验之后，报纸仍具有不可替代的地位，并且在与广播、电视竞争中发挥自己的优势，扬长避短，明确定位后进一步发展壮大。电子传播的迅速、形象是优势所在，读卖新闻、朝日新闻、静冈新闻等报社都拥有自己的电视台，利用电视台多渠道迅速传播信息。但据日本电视网一项调查表明，人们把电视更多的看作是娱乐机构，报纸是主要的新闻来源，报纸、电视、电台、月刊、周刊的广告可信度分别为49·6%、37·9%、12·2%、2·6%、1·4%。报纸在权威性、深度报道方面仍有优势。

世纪之交，“第四媒体”因特网迅速崛起，一些信息产业界人士发出惊人断言：五年之内因特网将取代现在的传统媒介！

文章管理: [beyondsun](#) (共计 978 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 日本报界

· [报业王国启示录——来自日本报界的最新报告 \(2\)](#) (2002-7-25)

[>>更多](#)

← [报业王国启示录——来自日本报界的最新报告 \(1\)](#) 会员评论[共 0 篇] →

← 我要评论 →

会员名:

密 码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.