



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

## 新闻出版业的发展与思考

时间: 2002-9-11 17:24:26 来源: 中国新闻研究中心 作者: 张韬 阅读569次

最赚钱的行业之一

在西方人的观念当中, 报业是最赚钱的行业之一, 在每年美国《福布斯》杂志富人排行榜, 以及英美国企业排行榜上, 报业老板都是当仁不让的老大之一, 拥有令所有业主不能不侧目的位置, 以《纽约时报》而言, 它是西方人毋庸置疑的报业老大, 97年广告收入达20亿美元, 与暴发户比尔·盖茨月收入3.65亿相比, 难分伯仲。

目前美国经营上保持独立地位的报纸有630余家; 加上掌握在这630家大报手中的1100余家小报纸, 全美国共有1700余家报纸。同时, 他们还占有地方电台、电视台的大量股份。就是这几百家报业集团。势力异常庞大。美国报刊业的收入几乎相当于美国异常发达的工业总收入的1.5%, 拥有着2亿2千万美国人中的80%的读者, 可以说今天的新闻业已远非经典的新闻定义所能包容。作为一个产业, 在各国, 报业始终是一个最能赚钱的行业, 虽然, 它也可能最能赔钱, 但比起其他行业, 它依旧是发展稳健迅猛的产业。

在中国报业市场, 西北是比较落后的一个地区, 陕西省向来被认为是新闻出版资源大省, 但也仅仅是资源而已, “馍不吃, 还放在碗里”, 根本就谈不到浮出水面, 就是在这种状况下, 作为一份都市休闲报, 华商报在短短三年中, 扭亏为盈, 日收入达27万元, 发行量飙升40万份; 位于西北角的甘肃《读者》月发行量上千万份, 月收入达千万元以上, 报业界人士认为, 即使在落后地区, 年平均收益增长20%以上还是基本能保证的, 而远在东北的《哈尔滨日报》已成为该城市第一利税大户, 南方的《广州日报》纳税在全市排行榜上也位居第三。

近十年来, 《新民晚报》、《郑州晚报》、《齐鲁晚报》, 《西安晚报》等广告收入剧增, 它们所建造的报业。新闻大厦鹤立鸡群, 效益最好的报社年广告收入同期增长高达几千倍, 延伸到电视行业, 单论中央电视台的广告收入, 自谭希松主任上台到1998年, 其收入翻番又何止是几十倍, 试问, 在国内各个行业当中, 又有哪一种行业的收益增长在报业界更迅猛、更稳健呢?

在中国, 新闻业的发展可谓源远流长, 但从报业市场来看, 却远远落在欧美等国的后面, 但这也显示出了蓬勃的生命力。纵观98年的中国企业, 一片萧杀, 但是, 传媒市场, 特别是报纸行业, 却是一片热火朝天, 蒸蒸日上, 从南到北, 98年中国报业扩张、集团化发展势头越走越猛。5月28日《南方日报》、《羊城晚报》挂牌成立报业集团; 6月8日, 《光明日报》、《经济日报》挂牌成立, 《广州日报》报业集团在1996年就捷足先登...

如何赚最多的钱

几年来，各路豪强纷纷招兵买马，联纵联横。全国2149种报纸广告总收入96亿元之中，报业集团所占份额即高达十几个亿；比例高达20%以上。集团化发展已成为报业界老总会前会后的最热门议题。而跻身报业，也成为众多事业有成的企业老总作为获取安稳名利的一种思想。

既然，报业在国内外被普遍认为，且又事实证明是最能赚钱的行业。那么，又该如何赚最多的钱呢？

报业界关于报纸有这样一句话：会做的，报纸是个聚宝盆，不会做的，是个原地蹦。国内以西北新崛起的《华商报》为例，在96—97年度，华圣集团以年亏损300万元的大额支出支持着该报的彩版发行；可以这样说，每多发行一份报纸（大多为赠送发行），就多亏损大约1元钱，而到了1998年；事情戏剧行的例了个个，公证发行量40万份，每多一份发行；收获的潜在收入，却又远远超过了0.60元一份的报纸售价；这就是报纸。同样，以美国最权威，最老牌的《纽约时报》为例，目前该报平版销售额为80万份，星期日版达240万份，平日版有80—100版星期日版达400版以上；它拥有5000名工作人员，其中印刷工人700名。记者总人数300名，其中驻华盛顿记者50名，驻国内各地记者20名，海外特派记者50名（含北京一名），此外，还有13名摄影记者，他们平均每天可以从各地发回照片250张，其他费用不算，仅该报每年新闻采访方面的费用就达3500万美元，若是经营不善，几天之内，就可以倾家破产。

作为报业界的老总们又是如何应用他们的经营管理的呢？在近两年崛起的四川《华西都市报》、河南《大河报》、广东《南方周末》《粤港周末》、北京《北京青年报·青年周末》、《北京青年报·新闻周刊》、陕西《华商报》当中，这些报纸风格上各有特色，反映在文化上，归根到底是，能适合本土文化的传媒，才能发行壮大。北方的报纸，难掩其豪放的黄河文化底蕴；南方的报纸也尽显长江文化的婉约、细腻；这是一种文化底蕴的挖掘，达不到，或意识不到这一点的，便只能或默默无闻，或只囿于本地，这种文化心理的竞争已不仅仅存在于报业界，在当前国内企业界，同样并存。

目前的中国，已经形成了三个性格鲜明的文化板块：珠江文化板块、长江文化板块、黄河文化板块。可以说在这三个板块中，思维方式，决策行为，甚至对同一事情的操作方式都有很大差别。文化的碰撞，表现的最淋漓尽致的便是96年中央电视台的标王争夺战。当时，春兰集团是长江文化权块的象征，江苏人算帐算得精明，96年产值48个亿，按照3%广告费是1.4亿多一点，适当冒一点险，投标一亿五；乐百氏是珠江文化的代表，当时，是志在必得的准备了一亿三，因为95年标王才6000万，翻一番再加点风险，就是一亿三，最后加。到199788684元；套个吉利“一九九七发发乐百氏”，这种算法也不能说错。但作为老总，当他们站在了国家这个舞台上时，他们本身没有意识到，这已经不再是一种简单的企业实力的竞争，而是文化板块的决策行为竞争，谁能想到，山东的秦池酒信奉的是“人有多大胆，地有多高产”，敢搏敢拼。当时，据说该地县委书记亲临指导，动员会上，探马飞身来报，哇呀呀，大事不好，广东乐百氏如何如何，江苏春兰也要拨个比咱腰还粗的汗毛。那么，俺山东人如何能绝对不输呢？县委书记拍案而起：财政局长拿一个亿，银行行长拿一个亿，剩下的全县人民来支持，结果，一下子拿出了三亿二，比第二名还多了七八千万。最后，是山东黄河文化打败了珠江文化。长江文化，这就是一种经营理念。有多高的舞台，就要有多高的意识，报业集团化已是大势所趋，那么，新的经营方法也必须要代表一地的文化。而最后，能代表全民族文化的媒体必将风行全国，这无可置疑。

当然，这里同样也需要有风险意识，纵观美国《生活》周刊创办前后，由此可见一斑：在哈里·卢斯做成功《时代》杂志后，他又着手《生活》杂志的创办，由于成功的操作、杂志还未露面，使已有23万订户，在一个又一个城镇，人人在售报时间排队购买采用新型印刷技术和涂料纸（相当于现在的铜版纸）印刷的《生活》杂志，杂志成功了，由原来的40万上升到100万，但由于所有发行前广告均建立在预料的极低的发行额上面，且多数合同都是长期的，本来，在开始时损失一些钱是正常的，但由于杂志太成功了；超乎预料；成功，使杂志的创办人卢斯每周大约蚀本5万美元。而这种蚀本是刚刚稳定的《时代》杂志社无法承受的，要么降低发行

量，也就是同时降低了损失，但从长远观点看，这将会窒息杂志；要么满足读者，无论需求规模有多大，从而大蚀其本。在这种时候，一个真正的创业者就显现出了其非同寻常的目光与气魄，他们毅然决定，《生活》周刊印数为一百万，如果印刷厂能力允许，就增印150万份，正是从这里开始，《生活》杂志柳暗花明，使卢斯的事业如虎添翼，名利双收，成了电视前时代的一种新闻和广告媒介也是电视最终要到达的目标，《时代》-《生活》王国崛起，卢斯成为了皇帝。

#### “第四集团”

曾获普利策小说作品奖的《时代》周刊首批驻外著名记者西奥多·怀特曾言：“他们操纵着最复杂的词汇、短语和思想的接线盘，和世界上最大的传声筒及最好的洗脑系统”，这些新闻机构每年生产出几十亿个词汇，成千上万的书籍，数百部教学片和记录片，昼夜不停地去影响着他们的传播对象，去主宰他们的精神生活；从商业上说，即他们的消费者。它们在市场上，社会上的地位是难以动摇的。

98年8月6日至8日的中国新闻出版局长座谈会议上；新闻出版署长于友先指出：98年国务院机构改革中；新闻出版署（国家版权局）成建制地保留下来，并且赋予了新的管理职能。这说明，新闻出版工作在社会主义精神文明建设全局中有不可替代的作用；随着知识经济新时代的到来，新闻出版工作的地位和作用将更加明显，更加重要；它已经不再是简单的社会支持系统；而正在为由新的经济形态赋予更加重要社会功能的独立产业体系。随着经济与科技的进步，新闻业犹如一个繁荣兴旺的工业部门，已经具有空前宏大的规模。这些新闻传播工具以快捷和先进的手段传递着新闻，影响着国家的各个方面，也影响着不同阶层的思想。电子计算机、光纤通信等新型传播手段的出现，导致了新闻信息的采集、制作、处理、加工、收发和传送领域内的根本性变化。从而大大地深化和拓展了新闻的含义。

新闻媒体作为一个独立的、完整的产业体系，它最终将成为影响国家政治、经济的“第四集团”。

文章管理: [web@cddc.net](mailto:web@cddc.net) (共计 2723 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: 新闻出版

- 新闻总署等部门将查处取缔非法外文报刊 (2005-7-18)
- 新闻出版业如何树立科学发展观 (2005-3-18)
- 述评：2004年我国新闻出版业 (2005-2-27)
- 我国新闻出版行政管理体制基本情况 (2004-11-29)
- 新闻出版总署取缔60种非法报刊 (2004-11-19)

[>>更多](#)

新闻出版业的发展与思考 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

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.