



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

2004年中国传媒经营六大主题词

时间: 2005-9-8 18:13:19 来源: 新桂网 阅读1726次

2004年, 是中国传媒业快速成长的又一年。传媒成长优势的获取源于两个维度, 一个是传媒产业空间, 要在产业空间的某一环节占据市场有利位置; 一个是传媒组织内部, 要形成针对竞争者的能力结构优势。

空间争夺: 从现实到未来

从传媒市场的实践来看, 成长空间的争夺表现为两个层面, 一个是新的产业空间的抢占, 一个是已有空间的重构与反重构。

1. 新产业空间的开拓与争夺。

笔者认为, 2004年新市场的开拓突出了目标受众所具有的“财富”特征, 围绕财富创造和配置人群而进行的产业空间开发成为年度新生传媒形态的核心价值取向。就财经报纸而言, 2004年1月18日, 羊城晚报集团推出《民营经济报》, 创刊以108版试图高筑起该产业空间进入的门槛; 然而, 后来的报纸却没有沿着这一设定的价值方向前进, 而是更加节约。11月15日, 尽管号称注册资金1亿, 预计投入2亿, 上海文广集团联合《北京青年报》和广州日报集团联合推出的《第一财经日报》(CBN) 工作日每日只有24版, 周五36版; 12月9日解放日报集团联合成都日报集团推出《每日经济新闻》(NBD), 工作日每日16版, 定价1元。

就杂志而言, 《中国经营报》创办《商学院》, 《南方周末》创办《南方人物周刊》以及《品牌》, 《中国汽车报》办了《汽车族》等五种杂志, 其中甚至包括专门针对上海F1推出高端汽车杂志; 而传媒新锐《东方早报》则推出《全球财经观察》。值得一提的还包括年度最贵的杂志和最便宜的杂志。以“典藏西藏”为主旨的杂志《西藏人文地理》7月创刊, 定价高达99元, 是目前国内最贵的杂志; 而4月在北京创刊的《中国财富》以1元定价成为年度入市价格最低的杂志。

广电产业市场上, 新的频道与频道形态也不断出现, 9月, 上海文广传媒集团向上海贝尔阿尔卡特提供了11个频道的电视节目, 设计开发手机频道, 但每分钟25元的收视价格显然把成长希望放在了未来。

2. 产业空间的重构与反重构

北京报业市场上, 上世纪90年代中期早报市场的繁荣导致晚报市场份额不断流失, 《北京晚报》在2000年前后以改版方式进行反市场重构, 但是作为晚报市场的整体而言, 依然面临早报市场的严重挤压。2004年5月18日, 北京《法制晚报》以都市特色晚报面世。

- 帮报道员擎起成才天空
- 《知音》, “杂”而胜
- 报纸到底该出多少个版
- 传媒靠什么赢得市场?
- 报媒运营的市场战略
 - 分众传媒八大战略
 - 一家杂志社的力量
- 区域性报纸的破茧之策
 - 解读传媒的运营时代
- 区域报业的扩张式发展
- 报纸应向时政期刊学什么
- 媒体战略与《孙子兵法》
- 办报理念的十二大变化

从整体而言，北京晚报市场竞争者的争夺，有利于提高报纸质量，扩大晚报市场的总量，使晚报一早报市场处于较为均衡的市场结构中，从而避免了晚报市场的整体性萎缩。这一点在上海传媒市场也有体现。5月和6月，《新民晚报》和《新闻晚报》相继改版，版面数量平均分别增加10个版以上，内容、版式都有较大改观，这一变化显然意在对抗以《新闻晨报》为主导的晨报市场的挤压和晚报市场读者存量的不断萎缩趋势。广州市场上，继2003年改版之后，《羊城晚报》也正在酝酿新的改版活动。

广电市场上，9月1日，央视一套改版，而距上次1995年的大规模改版已经近10年，作为拥有最高收视率和观众满意度的七大精品节目，“新闻调查”“实话实说”“艺术人生”“幸运52”“曲苑杂坛”“同一首歌”“开心辞典”同时在央视一套全线首播。这也是央视频道改版的一个开端，如果联系年度央视黄金时间广告招标的积极与主动，我们看到的是央视在地方电视与海外电视不断冲击下对独占空间的一种反重构行为。

能力改造：从资源独占到竞合优势

面对传媒竞争日益表现出的同质化特征，我国传媒业对传媒能力日益关注，尤其是先期已经获取市场强势地位的传媒如何改造自身能力结构，获取新的成长空间的问题。

1. 竞合能力的进化。

从地域竞争的层面看，从2003年年底的东方卫视全面落地开始，竞合能力逐步成为上海传媒市场操作的主导性能力。《第一财经日报》《每日经济新闻》都是上海传媒与其他地域性传媒市场领先者合作的结果。这对于长期以来处于较低竞争程度的上海传媒来说，不仅获得了资金支持的优势，而且也获得了学习竞争者优势、改造能力结构的机会。

另外，北京金天地影视文化公司、深圳泉来实业有限公司与贵阳电视台共同成立贵州金天地广告节目有限公司，1月1日开始运作，并全面经营贵阳电视台除新闻以外的所有内容，贵阳电视台占40%股份。11月，人民日报社所属的《国际金融报》与英国《金融时报》建立合作关系，《国际金融报》直接采用由英国《金融时报》提供的专业、独家的国际财经报道，合作还涉及信息和数据互换、合作举办论坛会议、管理和经营人员合作互训等多个领域。

2. 学习能力的培育。

2004年复旦大学传媒管理方向EMBA以高达人民币25.8万元的“天价”学费引起轰动，但却吸引了来自中国各大媒体和业内公司的158位管理人员，最终，59人成为复旦大学首届传媒管理EMBA学员。而考察2004年上海晚报市场学习创新的改版也可以看出，作为报业市场主导者的《新民晚报》能够引入更为现代化的报纸操作方式，而不是固守所谓的“海派风格”，这充分说明学习能力已经成为现阶段能力改造的另一种方式和途径。此外，海南卫视年度改版，大胆抛弃旅游卫视的定位，率先革除制片人制度，学习凤凰卫视的管理模式，再加上采取股份制的资本组织方式，更彰显学习能力的重要。

3. 资源整合能力的提高。

7月18日北京青年报社投资控股的小红帽发行股份有限公司正式成立，成为国内第一家拥有出版物全国总发行权和全国性连锁经营许可权的报刊发行公司。同时，它还发起组织了“全国城市报业发行网络联盟”，已有29家报刊社及发行单位加盟。12月13日，以《北京青年报》为主要广告媒介的北青传媒在香港发售H股，成为首家境外上市的中国内地传媒企业，最多可集资9亿多元。北青传媒总裁孙伟表示，“其中将有1亿和2.5亿港元用来开拓周末报纸和北京电视业务，募集资金还将用来收购其他传媒业务以及发展个人财务管理、生活时尚及专题周刊等”。

6月,《中国青年报》以报社物业、办公设施及经营权等,北大青鸟有限责任公司以1亿元分别持有新合资公司中青报业60%和40%的股份,经营能力的体外输入,有利于充实报纸的能力结构。9月,南方报业传媒产业基地落户于佛山市。这是一个集报纸、书刊、商务印刷以及包括报纸发行在内的物流配送、报业仓储等一体的综合性产业基地,在其他报纸纷纷向全国性传媒市场拓展的时候,南方日报集团的这一举动无疑是在强化对本土市场的占有。从地理空间和区位而言,其选择佛山都进一步强化了集团的辐射能力,同时节约大量成本,地理区位优势已经进入竞争的因子网络中。上述案例表明,资源整合能力成为新时期传媒成长优势的重要来源之一。

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 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: [经营](#)

- [2002—2006年媒介经营管理研究 \(2007-4-20\)](#)
- [经营管理媒体的问题进路 \(2007-1-15\)](#)
- [我看科技报经营 \(2006-2-1\)](#)
- [书业企业连锁模式经营方式分析 \(2005-8-9\)](#)
- [采编与经营的“双轮驱动”效应 \(2005-7-18\)](#)

[>>更多](#)

[2004年中国传媒经营六大主题词](#) [会员评论\[共 0 篇\]](#)

[我要评论](#)

会员名:

密码:

提交

重写

[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.