

报业印刷 跨媒体时代的挑战

作者：李保强

【内容提要】作为一种新兴的媒体形式，互联网与报纸、广播、电视具有相似的新闻和娱乐功能，它的出现、成熟与繁荣，对其他媒体形式形成了直接挑战。同时，互联网也在改变着人们的生活方式，信息交流、网上购物、互联网广告等创新形式，冲击和影响着一个传统产业。

作为一种新兴的媒体形式，互联网与报纸、广播、电视具有相似的新闻和娱乐功能，它的出现、成熟与繁荣，对其他媒体形式形成了直接挑战。同时，互联网也在改变着人们的生活方式，信息交流、网上购物、互联网广告等创新形式，冲击和影响着一个传统产业。

最近几年来，日益成熟的互联网对报业形成了很大的冲击，读者流失、发行量下滑已是世界报业的共性问题。2005 年以来，在互联网冲击、宏观调控、平面广告审查趋严等多重因素的作用下，我国报纸出版印刷总量在经历了多年高速增长后陡然进入停滞期，2005 年全国报纸印刷总量仅比 2004 年增长 3.18%，2006 年的形势也无好转迹象，报业赢利能力受到挑战。在应对报业发展危机，报业正试图改变以印刷为核心的纸质出版的单一模式，应用互联网、3G 手机等新的出版形式实现跨媒体出版已成为报业的一致行动。

报业印刷，正在受到跨媒体出版的挑战。

报业面临挑战

任何人都不会忽视互联网对时代发展的巨大作用和意义流程，它对人们生活方式的影响已经从潜移默化变为直接的改变，也正在改变着各个传统市场的市场地位和生存空间。

随着互联网的成熟，它对报业的影响越来越直接。国内报纸发行量下滑不是偶然现象，世界报业都在受到互联网的冲击和影响。互联网的普及使读者信息获取方式多样化，分流了读者群，且互联网广告也分流了报业的广告业务。据有关资料，最近几个月，美国报纸发行量同比再度下滑，读者群缩小。近年来美国报纸印刷总量每年下降 2%，表明有更多读者涌向了互联网和其他媒体平台。随着互联网以及手机、IPTV 等新技术平台的发展，传统报纸的形态从纸质印刷向跨媒体出版转变的趋势不可阻挡。

报业跨媒体，报业印刷的挑战与机会

互联网技术的应用以及新的 3G 手机的发展给了媒体更大的技术平台，报业不可能对此视而不见。新的媒体方式使内容滚动，信息容量增大，这是印刷方式所无法做到的，它对出版者的诱惑是直接的。

我国报业自 20 世纪 90 年代末期起就已经涉足自己新闻网站的建立，目前所有报社都有网站作为其重要的信息发布载体。之前，报业已开始制作光盘版的报纸合订本，目前这种方式仍然时有出现。3G 手机、web2.0 的出现，使报业再次对新媒体形式表现出极高的热情标签，已经有很多报社推出了手机报，如河北日报手机报已拥有很多用户，特别在 2005 年世界杯期间受到用户的好评。报业跨媒体出版行动已经开始，并将继续深入下去。

但是新媒体形式也有不足，它们对报业的贡献仍然很小，报业依靠网站赢利的预期短时期内仍然很难奏效，但对自身纸质报纸的冲击和影响却是直接的。很多报社都在大力发展自己的网站业务，将自己的所有纸质版面的内容上网免费发布，试图以模仿门户网站靠点击率赢取互联网广告的青睞。但是除了让很多网络迷不再阅读纸质报纸以外，并没有给报业带来滚滚财源。靠广告来支撑新闻网站的设想困难重重，点击率并不能直接带来巨额收益，而网络游戏、影视音乐下载、杀毒软件等收费业务正在成为互联网收益的主要来源。具有 5.5 亿 QQ 用户的腾讯，2006 年上半年财报中广告收入也只有总收入的 7.8%，何况报

社衍生的新闻网站还无法与新浪等大型新闻网站抗衡。新浪、搜狐、网易、腾讯四大门户网站就占到了互联网广告收入的 40%。以竞价排名为广告基础的 Google、百度等搜索网站也已经在互联网广告市场占据了垄断性的优势。

版权问题互联网发展中的一个软肋，也是传统业务自我保护的有效手段。MP3 播放器及各种免费下载方式的出现使唱片业受到打击高宝，唱片业似乎正在走向末途。而 MP4 似乎又要开始侵蚀 VCD 和 DVD 碟片的市场空间。各种创新的互联网收益形式不断出现，但一起接一起的互联网侵权诉讼正在预示互联网免费与版权保护的冲突。不同的案例都在强化互联网的版权管理意识，音乐、电影、杂志等都正在试图建立一个互联网授权方式而收取费用，而报纸在新闻性内容版权保护相对缺位的情况下，免费向互联网开放着自己的独有资源。目前互联网正在从无序向有序发展，网站对互联网广告的依赖程度也在降低，通过创新的赢利模式来创造互联网价值的行动已经开始。

实际上，互联网可以提供多种信息形式，应成为传统纸质报纸内容的有效补充而不是替代，这是报业印刷继续存在下去的理由，实现报网互动，如平面广告和互联网广告的捆绑、报纸文字新闻和网站音视频新闻互补等方式，也是报业的选择。北京青年报的北青网利用自身优势大力开发增值业务，取得了很好的效果，无线增值业务占到了收入的 80%。

因此，跨媒体时代的报业印刷也不必自暴自弃，印刷仍然是报业的主要信息出口。来自英国的报道称，在互联网和电视的挑战下，报纸依然是《金融时报》的旗舰产品和最主要的利润来源。

报业印刷寻求创新

尽管受到跨媒体出版的严峻挑战，但对绝大多数报社或报业集团来讲流程，发行、广告、印刷等传统主营业务仍然是业务的主体。报业印刷在新的形势下必须努力寻求创新和发展，以期在报业跨媒体出版变革中仍然保持主导地位，并为报业创造更多的附加价值。

报业印刷在新的竞争形势下面临的挑战主要来自两个方面。一是报社日益重视有效发行，关注报纸发行量过剩问题，从而限制了报业印刷量的发展；其二行业法规，受广告业务变化的影响，报纸多版化趋势受到抑制，使单期报纸的总印张扩张趋势受挫。

回顾近十余年来报业的发展，我们感到报业的发展与报业印刷技术创新密不可分，看到印刷技术发展对报业的意义和作用。激光照排技术的成熟使报纸版面编排实现电子化印刷检测，消除了报纸编排瓶颈，为报纸向多版化发展扫除了技术障碍；彩色电子出版技术的成熟和新型塔式印报机的普及，使报纸从黑白时代进入了彩色时代。报纸多版化、彩色化进程，为报纸提高市场竞争力起到了巨大的促进作用，而其根本在于印刷技术的进步为报业出版提供了强有力的技术条件。最近几年排版，源于没有出现报业印刷革命性的突破性技术，造成报纸受到各种新媒体形式的强烈冲击。

但报业印刷技术也在进步现状及趋势，只是技术的成熟度仍然不高，新技术成本仍然没有降到可以轻松接受的程度。报业印刷的创新，主要通过数字化技术来实现。如 CTP、油墨预置、数码打样或软打样等。数字化技术的应用，使废报率下降、印刷成本降低、时效性提高，报纸出版者赢利提高当纳利，并可以面向细分读者群提供更有针对性的阅读内容。这些技术的应用正使报业印刷业越来越数字化。

印前制作工艺已经基本实现数字化，而数字化向制版和印刷工序的拓展，将推动报业印刷新技术突破的实现，而且很多报社已经感到了新技术所带来的好处。CTP 技术的采用可以推迟最后截稿时间，使报纸更具时效性裁切，其在报业应用已日益普及。如今业界也很少再讨论该不该引进 CTP 系统，而是什么时候再次引进新的 CTP 系统，应该引进什么类型的 CTP 系统，以及如何控制 CTP 的使用成本等深层次的应用问题。

数码打样的应用目前已经达到了很高的普及程度。使报业印刷具有了良好的色彩控制能力，保证了印刷色彩、质量的准确再现曼罗兰，以吸引读者和更好地为广告商提供服务。CIP3 油墨预置可以减少报纸印刷时的开机准备时间、减少废品，使印刷工艺技术进一步进入数字化时代，排除了对操作人工经验依赖，可以更快更好地对印刷中最复杂的墨色进行数字化预设，大大减少了印刷开机时的墨色不合格的废品报胶片，保证印刷色彩的均匀和准确。很多使用了油墨预置技术的报社都反映，采用此技术使开机废报从几百份下降到一二十份，开机调整时间也明显减少。此外，版心定位打孔弯版工艺在报业也得到了很大普及，并已从 CTP 工艺扩展到了 CTF 传统工艺流程，使印版在印刷机上的定位标准实现了数字化控制，达到了上版开机即套准的境界。该工艺与油墨预置技术配合使用，将复杂的开机调整时间大幅缩减，使报业印刷的成本有效降低，墨色和套准质量得到根本的保证。

印刷生产准备时间过长、废品过多使报业印刷主要适合于大批量生产油墨，这是报业印刷一个软肋，也是与网络媒体相比的弊端，上述这些新技术正在努力破解这个问题并被证明十分有效。但是，这些新技术在报业的应用大多仍然是星星之火，没有全面推开北人集团，对报业技术进步的推动效应尚未明显显现，这主要受到成本的制约。CTP 成本居高不下，使 CTP 的使用率不高，引进 CTP 工作更加慎重，而传统胶片工艺仍然是报业印刷制版的主流。数码打样在报业的普及行动已经开始趋于沉寂出版印刷，很多报社的 CTP 应用仍然不充分，绝大多数报社仍然只是在重要版面进行打样，印刷车间的应用积极性不高，因为打样有时间也有成本问题，而且报纸印刷的特点使印刷出来的所有报纸都达到样张水平是不可能的，追样困难，也容易出现质量纠纷。油墨预置所面临的问题是很多报社不具备印前 CIP3 数据导出能力，原来的印刷机不具备数据导入能力。印前的改造和印刷机加装油墨预置接口面临很高的成本压力，而且很多早期印刷机根本无法加装，国产印刷机尚不具备接口能力等科印报告，都限制了这个技术的应用。

上述数字化新技术的采用，正在改变报业印刷只适合大批量生产、生产时间过长、产品质量粗糙的不足，使传统的报业印刷离数字印刷的距离越来越近。报业印刷数字化的量变已经开始，实现了向数字化印刷的质变已经不再遥远。报业印刷需要尽快向数字化印刷转变，虽然实现数字印刷在报业仍不现实。但向数字化的转变已经开始。曼罗兰公司几年前已经推出了 DIC

web 印刷机，其技术理念已比较成熟，只是仍难以解决成本的问题。

在新的时代，报业印刷的发展很快，战略需要不断调整和修正纸箱纸盒，互联网时代来临，报业印刷作为传统产业受到影响也是正常的过程，不过这也更促使报业印刷尽快实现技术进步。

链接 1

美报纸网站用户增 31% 补印刷媒体收入不足

美国报纸协会发布的最新调查数据显示，2006 年上半年，尽管美国一些大型报纸的用户人数有所下降，但读者每月访问报纸网站的平均人数增长了近 1/3。美国报纸协会指出，互联网对于弥补印刷报纸读者用户人数下降，扼制广告收入下降至关重要。调查称，2006 年上半年，每月访问在线报纸网站的用户达到了 5550 万人金融危机，而一年前为 4220 万人。该协会的 CEO John Kimball 称：“新闻网站作为平面媒体的重要辅助手段，可以吸引更多的用户群体。”

现在，传统媒体都在千方百计吸引广告商，因为有大量的客户向互联网等其他媒体流失。调查表明，互联网对年轻读者尤为重要。总体上发展史，报纸网站使 25-34 岁读者增长了 15%，而 18-24 岁的读者增长了 10%，更有《华盛顿邮报》网站 25-34 岁的读者增长了约 60%。而传统媒体下降严重，《纽约时报》的用户下降了 5.8%，约 470 万人；美国最大

的报业集团甘内特所属的《今日美国》用户人数下降了 3%，降至 690 万人；《芝加哥论坛》的用户下降 12.4%，约为 160 万人；《洛杉矶时报》的用户则下降了 9%，降至 220 万人。

链接 2

国内首家全流程、全媒体数字报正式上线

2006 年 12 月 20 日，欣逢《沈阳日报》五十八华诞，沈阳日报报业集团为读者奉献了双重厚礼：国内首家全流程、全媒体数字报——《沈阳日报》、《沈阳晚报》、《沈阳今报》正式上线；沈报集团所属大型综合网站——沈阳网（www.syd.com.cn）正式开通。沈报集团在全国第一个推出全流程、全媒体数字报《中国印刷业年度报告》，实现网络出版，是一次划时代的跨越。

全流程、全媒体数字报刊平台系统实现了从信息内容采集、生产制作、发布、交换、反馈到经营的一体化流程。在内容表现形式方面，全媒体数字报刊不仅能真实展示传统报刊的原版原式，更可增加视频、动画、音频等多种媒体元素，极大地丰富了读者的阅读内容。

国家新闻出版总署中国数字报业实验室秘书长冯玉明兴奋地说：“沈报集团全流程、全媒体数字报刊上线，标志着‘中国数字报业实验计划’又取得了新进展，更是传统报业树立数字报业发展战略并勇于大胆尝试的积极表现。”

中国报业经济研究会秘书长，中国人民大学传播媒介管理研究所所长宋建武说，这个系统已经全面突破了以前数字报刊系统的旧概念，具有较高的创新价值。它的成功开发和应用，必将大大推动中国报业的数字化发展。

沈阳网因为承载了这张全国首份全媒体数字报以全新面貌正式开通，实现了革命性的升级。它拥有 24 个频道、8 种数字报刊、上百个专题，初步形成了面向世界、服务沈阳的大型综合网站的规模。