

中国报业协会

中报协发〔2018〕26号

关于在行业内开展“抓痛点、谋实策” 大调研活动的通知

各省（区、市）报业协会、各理事单位、各报社：

为全面贯彻落实党的十九大精神和习近平总书记关于大兴调查研究之风的重要指示，根据中宣部关于宣传思想文化战线大调研的工作布置，经研究决定在全国报业系统中开展一次大调研活动。本次调研活动由中国报业协会组织实施，各省（区、市）报业协会广泛参与，中国报业融媒研究中心具体执行，希望各会员单位积极配合。现将有关事项通知如下：

一、大调研活动的意义

调查研究是我们党长期坚持、一以贯之的优良传统和作风，是坚持党的群众路线、保持党同人民群众血肉联系的重要途径。党的十九大以来，习近平总书记多次强调指出，调查研究是谋事之基、成事之道，没有调查研究就没有发言权，没有调查研究就没有决策权。

当前，区块链、大数据、云计算、人工智能呼啸而至，传媒版图正在重构，传媒格局发生了深刻变化，传统媒体与新兴媒体的融合发展步入了深水区，报业正进入全面深化改革的跋山涉水期，在改革攻坚的新征程中，新情况、新矛盾层出不穷，亟需攻坚克难、突破瓶颈。为此，中国报业协会特组织开展此次“抓痛点、谋实策”大调研活动，全面了解当下报业面临的问题，深入研究问题，把准事物的本质和规律，找到破解难题的办法和路径。

二、大调研活动的安排

此次大调研活动从5月1日开始，8月31日结束，共4个月，分为三个阶段：

第一阶段，征集痛点问题及解决方案阶段（5月1日—6月30日）。由中国报业融媒研究中心牵头，通过定向征集、广泛征集、闭门会等多种形式，将报业层面上和各具体报社面临的痛点问题征集上来，并进行归类梳理汇总，目前已列出23个痛点问题（见附件）。

请中报协各会员单位，按照协会统一部署，紧扣23个痛点问题，组织力量开展调查研究。把各报在实践中形成的好经验、好做法，形成书面材料上报中国报业协会。

第二阶段，破解难题阶段（7月1日—7月31日）。一是组织相关专家，选择业内优秀报社，上门调研，找准症结和关键，共同寻找解决之道；二是召开相关座谈会，组织专家学者、报社社长，召开座谈会，就某几个难题，头脑风暴，研究解决问题的办法。

第三阶段，总结提升阶段（8月1日—8月30日）。总结推介调研实施过程中发现的好做法、好经验。一是形成书面材料，提出解决方案，对需要更高层面解决的，由协会统筹协调，争得更高层面的支持；二是对大调研活动征集到的新经验、新思路、新做法，进行评比表彰；三是拓宽调研成果转化应用的渠道和途径，让更多报社共享。

三、弘扬求真务实的调研作风

习近平总书记强调指出，要深入调查研究，弘扬求真务实作风，力戒形式主义、官僚主义。

一是在调研内容上，坚持问题导向，紧扣痛点问题、现实问题、突出问题，以直面问题、解决问题作为调研的出发点，做到“带着问题下去，揣着答案回来”。

二是在调研方法上，注重点面结合，采用走访蹲点、交流座谈、评比总结等灵活多样的方式，把传统的调研方式与现代调研方法结合起来。

三是在调研方向上，要坚持实事求是，有一是一、有二是二，既报喜又报忧，对那些有成绩、有经验的报社，要加以总结推介；对那些困难大、矛盾多的报社，抓住重点问题，实施“望闻问切”，找到

解决问题的办法。

四是在调研纪律上，严格落实中央八项规定及实施细则精神，严守党的政治纪律、廉洁纪律、群众纪律、工作纪律。

四、调研成果的评比应用

1、对第一第二阶段征集到的痛点问题解决方案，由中报协组织专家进行评选，评出特等奖5家、一等奖10家、二等奖20家、三等奖30家、优秀成果奖若干，授予证书。

2、高度重视调研成果的运用和转化，坚持一手抓调查研究一手抓问题解决，使调研成果及时转化为推动工作的举措和办法。对积极参与此次调研的报社，年内，中报协将召开相关培训会，进行调研成果的培训转化，邀请第二阶段上报解决方案的报社参加。

3、大调研成果将形成书面材料并集结成书，供全国报社参考。

五、组织机构

为确保本次调研活动的顺利进行，成立调研活动领导小组：

组 长：张建星

副组长：胡怀福、邓效锋、胡线勤

成 员：周 劲、赵雪涛、钱鹏飞、韩婷婷

调研活动领导小组下设办公室，具体负责调研活动的组织协调工作。

主 任：周 劲

副主任：赵雪涛

特此通知。



调研成果发送邮箱：1205205802@qq.com、148127173@qq.com

联系人：中国报业融媒研究中心执行主任 周劲

电话：15905118866

中国报业协会政策研究室主任 赵雪涛

电话：13811658080

附件

当下报业亟待解决的 23 个痛点难题

- 1、全面深化改革背景下，报业治理体系应采取什么样的顶层设计？
- 2、报业体制改革，如何完善“事业单位+集团公司”的双重治理模式？
- 3、当前事业单位改革，有那些红利报业可以享受？
- 4、有报社回归财政供给体系，利大还是弊大？
- 5、报纸与广电合并，是 1+1> 2，还是水火不相容？
- 6、从现代企业制度的角度，报社成立集团公司，最需要解决哪些问题？
- 7、报业投资新公司，如何突破管理层、员工持股制度障碍？
- 8、传播手段创新，如何打通舆论引导的最后一公里？
- 9、媒体融合组织构架，如何实现采编经营分中有统？
- 10、媒体融合过程中，如何设计商业模式？
- 11、报业需要什么样的“中央厨房”？“中央厨房”能带来收入吗？
- 12、如何探索两微一端、视频直播等新媒体的盈利模式？
- 13、融媒体经营怎么实现“多兵种联合、战区作战”？
- 14、分报（块）经营分灶吃饭与行业归口统一经营，孰利孰弊？
- 15、纸媒商业广告近乎全军覆没，融合营销可否起死回生？
- 16、报业多元产业如何跨界蓝海？什么样的产业可以做？
- 17、报纸还需要纸质载体吗？发行方式如何升级换代？
- 18、留住报业人才，有哪些实招？
- 19、报业经营下滑，如何消化冗员？
- 20、事业单位和集团公司，如何设计报业薪酬体系的双轨模式？
- 21、报业在巡察中被发现的最常见问题，如何整改？
- 22、如何保护报业版权？
- 23、报业如何开展资本运营？