

山东报业

SHANDONG NEWSPAPER INDUSTRY



本刊为山东省报业协会会刊，主要面向省报协会会员单位发行。赠阅范围：中国报协，省委宣传部、省新闻出版局领导同志，各报社负责人，报社经营管理部门负责人，兄弟省、市、自治区报协及相关部门单位。

2014年第一期
(总第140期)

主办单位：

山东省报业协会
准印证第1214号

地址：济南市经十路16122号

邮编：250014

电话：(0531)85196454 (传真)

Email: shandongbaoye@163.com

印刷：山东商报社

目录 CONTENTS

03 业界动态

重要精神

- 04 提升宣传能力 服务改革大局/ 蒋建国
- 07 山东省新闻出版广电局揭牌
- 07 山东万余新闻采编人员参加岗位考试
- 08 关于延续宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知

报协活动

- 11 省报协六届二次会长办公会在济南召开
- 11 省报协调整常务理事
- 12 山东省报业协会2013年工作总结
- 14 山东省报业协会2014年工作要点
- 16 关于开展2014山东报业公益广告设计大赛的通知

山东报业

SHANDONG NEWSPAPER INDUSTRY

《山东报业》编辑指导委员会

主任：许衍刚

副主任：

李壮利	李兴利	孙元文
王海涛	王 军	戴志东
冯华昕	曲 江	

委员：(以姓氏笔划为序)

丁文渊	马 林	支英珉
王 伟	王庆国	王青山
王保亮	王洪亮	田茂海
任 杰	任传斗	刘乐华
刘慧岚	孙 超	孙宏弢
孙培尧	朱新罡	张 楠
时永伟	李昌民	李晓亮
李高实	来永生	杨树行
陈玉星	周杰三	郑 凯
赵 铎	高文举	常 健
常立亭	梁 勇	姜立明
阎晋阳	董德武	蓝 海
戴 冰		

主 编：孙培尧

编 辑：朱立翠

17 2013中国传媒品牌摄影大赛、中国报业经营管理
论文奖颁奖

老总论坛

18 泰报的三大战役和四大板块/ 戴冰
24 与“新三农”一起成长/ 赵宗符

本刊特稿

28 强化三种意识 促进党报发行/ 郭利民

报业在线

32 与时代同行
——写在《临沂日报》创刊60周年之际/ 冯华昕
37 唱响好声音 传播正能量/ 李卫东 李建景

报业观察

42 地方新闻网站的“本土化”发展/ 马麟 赵鹏
45 媒体集团转型的核心是财团化/ 魏武挥

百年报业

48 晚清时期的山东官报
49 山东籍报人傅斯年

封二 曲江 摄影

封三 艺苑——王海清书法

业界动态

山东手机传媒有限责任公司成立

1月14日,山东手机传媒有限责任公司在山东大厦揭牌成立,山东手机报、山东手机报客户端同时上线开通。山东手机报、山东手机报客户端由中共山东省委宣传部、山东省网络文化办公室主管,大众报业集团主办,山东手机传媒有限责任公司全面负责山东手机报的整合、编发、审核和运营推广工作。

山东省四种报纸获全国精品级报纸

近日,中国报业协会印刷工作委员会在武汉召开2013年度全国报纸印刷质量检测审议会。全国共有88家中央报、省市报参加了印刷质量测评,其中50家获得精品级报纸。山东省送检的大众日报、烟台日报、青岛日报、济南日报四种报纸分数均高于95.5分,荣获精品级报纸。这一结果表明山东省报纸印刷质量在全国处于较高水平。

舜网登陆新三板

2月14日,山东舜网传媒股份有限公司成功登陆新三板,在全国中小企业股份转让系统挂牌上市。股票名称是“舜网传媒”,证券代码是“430658”。舜网传媒成为继人民网之后全国第二家上市的新闻网站,同时也是山东传媒行业及互联网信息服务第一只股票。

潍坊16路公交车免费看潍坊晚报

从2014年1月1日开始,山东省潍坊城区环16路、K16路公交车上有了《潍坊晚报》,供乘客免费阅读。《潍坊晚报》成为继公交看板、车载电视后,公交车厢文化的新亮点,为市民了解民生动态、外地人了解潍坊城市文明增添了渠道。

青岛2013互联网高峰论坛举行

1月9日下午,以“本地化互联网的未来”为主题的青岛2013互联网高峰论坛暨年度颁奖盛典隆重举行。来自各界的互联网精英汇聚一堂,共同探讨在新媒体环境下本地互联网的发展大计。论坛现场,青岛新闻网展出的新闻客户端、公交客户端、青岛掌上健康、青岛旅游、青岛房产等移动端产品,得到了参会嘉宾的一致好评。

威海晚报春节特刊推出“码上有礼”

威海晚报马年春节特刊整合威海新闻网、掌上威海等新媒体平台,于正月初一至初七每天举行两轮“码上有礼·抢红包”活动,截至2月4日20时,活动已吸引3.5万人次参与扫码抢红包,派送奖品300份。抽奖活动进行了5天,共派送礼品300份,包括摄影券、电影票、温泉门票、餐券、洗浴票等众多奖品。

烟台日报传媒集团年鉴(2013)出版

《烟台日报传媒集团年鉴》(2013)近日出版。该年鉴以翔实的资料和数据记载2013年度烟台日报传媒集团各方面的基本情况,各项事业的发展历程,为集团发展提供决策参考。

2014中国报业论文与摄影大赛征稿

为充分展示全国传媒界的品牌形象,不断提升主流媒体的影响力,中国报业杂志社近日发出2014年“中国报业与新媒体融合发展论文”和“最美中国传媒品牌”摄影大赛征稿启事,欢迎报界同仁参加。本次评选不收取作者任何费用。具体征稿要求详见山东报业网(<http://sdbz.dzwww.com>)。

提升宣传能力 服务改革大局

国家新闻出版广电总局党组书记、副局长 蒋建国

“今年是贯彻落实党的十八届三中全会精神、全面深化文化体制改革的开局之年，我们要坚持以人民为中心的工作导向，以激发全民族文化创造活力为中心环节，进一步深化文化体制改革，继续当好文化体制改革的排头兵，为提高国家文化软实力作出贡献。”新年伊始，国家新闻出版广电总局党组书记、副局长蒋建国在接受《中国新闻出版报》记者专访时如是说。

牢记文化使命

担当历史责任

蒋建国说，党的十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》是在全面建成小康社会进入决定性阶段作出的，《决定》关于深化文化体制改革的部署被赋予前所未有的历史责任。这个历史责任就是习近平总书记所指出的，提高国家文化软实力，关系“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦的实现。

蒋建国认为，社会的中心是人，人类的本质是文。一部人类文明史，说到底就是一个以人化文、以文化人的过程。在我国实行城镇化、建设现代化过程中，如果没有文化的繁荣发展，就不会有人的全面发展，就没有乡里人变城里人、传统人变现代人，也就没有真正意义上的城镇化

和现代化。因此，当前和今后一个时期文化建设的主要任务，就是坚决贯彻落实党的十八大和十八届三中全会精神，适应我国社会主义现代化建设要求，紧紧围绕建设社会主义核心价值体系、社会主义文化强国，深化体制改革，巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础，努力夯实国家文化软实力的根基，努力传播当代中国价值观念，努力展示中华文化独特魅力，努力提高国际话语权，着力提高国家文化软实力，在实现中国梦进程中充分发挥坚定道路、弘扬精神、凝聚力量的作用。

提升宣传能力

服务改革大局

“新闻出版系统担负着双重责任使命，既要围绕中心加快改革发展，又要服务大局抓好宣传工作。”蒋建国说，改革事关全局、牵动方方面面，尤其需要凝聚共识、形成合力。新闻出版系统要充分发扬“认真”精神，深入宣传阐释好习近平总书记系列重要讲话精神，深入宣传好全面深化改革的重大意义，深入宣传好全面深化改革的指导思想、总体目标、基本原则和重大部署，深入宣传好全面深化改革必须加强和改善党的领导，深入宣传好十八大以来党和国家事业的

新进展新成就，深入开展好中国特色社会主义道路和改革开放理论宣传，深入开展好社会主义核心价值观宣传教育。只有这样，新闻出版工作者才能不负使命、不负众望。

蒋建国强调，要在三个方面进一步下功夫：一是主流媒体要形成强势舆论。各主流新闻媒体充分发挥传播社会主流价值的主渠道作用，坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主，牢牢把握正确舆论导向，把宣传贯穿到日常的形势宣传、成就宣传、主题宣传、典型宣传、热点引导中，巩固壮大主流舆论。二是主题出版要充分发挥功能。各出版单位要推出主题出版、专项出版，提升出版物的思想品格和艺术品位，加大对优秀出版物的推广力度，让优秀主题出版物成为凝心聚力推改革、一心一意谋发展的重要载体。三是传播方式要不断改革创新。要适应分众化特点，有新故事、新观点、新内容，并且做到故事大众化、观点通俗化、内容丰富化；要充分运用新媒体、新业态、新技术，做到方式多样化、呈现立体化、语言生动化。说到底，就是通过提升宣传能力，用马克思主义的最新理论成果武装人们的头脑、拓展人们的视野，用中国梦凝聚人们的共识、增强人们的信心，让人们更好地融入改革创新的大局，在全社会营造人人支持改革、参与改革的良好局面。

狠抓贯彻落实

激活改革红利

蒋建国说，全面深化改革，承载着中华民族伟大复兴的光荣与梦想，关系着党和国家的前

途与命运。这次中央作出的全面深化改革的部署，是一场自觉的改革，改革的高度空前；是一场全面的改革，改革的广度空前；是一场务实的改革，改革的深度空前；是一场系统的改革，改革的难度空前；是一场坚决的改革，改革的力度空前。就新闻出版而言，目前影响产业进一步做大做强的主要原因，仍然是体制机制的制约。因此，必须真抓实干、狠抓落实，发扬“钉钉子”精神，抓铁有痕、踏石留印，进一步打好深化新闻出版体制改革的攻坚战。

谈到当前和今后一个时期如何进一步深化新闻出版体制改革时，蒋建国说，新闻出版系统要贯彻落实党的十八大和十八届三中全会精神，按照全国宣传思想工作会议的部署，以强烈的责任意识、改革精神、群众观点，统筹抓好意识形态管理、主流舆论建设、行业改革发展、公共文化服务和对外文化传播，努力推动新闻出版行业实现更好更快发展。具体来说，就是要进一步推进“三个转换”，着重抓好“五项工作”。

推进“三个转换”：一是进一步推进政府主管部门转变职能，二是进一步推进经营性国有文化单位转企改制，三是进一步推进文化产业发展转型升级。

抓好“五项工作”：一是创新完善新闻出版管理体制。推进党政部门与所属新闻出版企业进一步理顺关系。规范出版物网络内容传播和网络出版物内容传播。健全推动传统出版传媒与新兴出版传媒融合发展机制。完善包括新闻网站和网络出版单位相关从业人员在内的专业技术人员职业资格制度，实现全覆盖。二是做强做大新闻出版

市场主体。继续推进符合规定的新闻出版单位转企改制，积极推动已转制新闻出版企业进行公司制、股份制改造，支持国有骨干新闻出版企业实施跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组。在坚持出版权特许经营前提下，允许非公有制文化企业从事选题策划、内容提供、设计装帧等前期制作和出版后经营发行业务，大力发展各种形式小微新闻出版服务企业。三是建立健全多层次新闻出版产品和要素市场。建立全国统一的出版产品信息交换平台。扶持实体书店发展。大力发展连锁经营、物流配送、电子商务等现代流通组织和流通形式。加快制定完善著作权、品牌等无形资产评估、质押、流转、变现等管理办法，促进金融资本、社会资本与出版资源相结合。完善新闻出版产品评价体系。建立健全新闻出版市场准入和退出机制。加强版权保护体系和监管平台建设，严厉惩处侵权盗版等行为，逐步形成一创成名、一创致富、一创终身享有、一创利及子孙的环境。四是积极推进新闻出版公共服务体系标准化、均等化。完善全民阅读服务体系。建立以基层群众为主的农家书屋选书机制。管好用好民族文字出版专项资金，继续推进新闻出版“东风工程”。加快公益性新闻出版单位劳动人事、收入分配、社会保障等内部制度改革。引入竞争机制，推动新闻出版公共服务提供主体多元化、提供方式社会化。五是提高新闻出版开放水平。积极探索市场化、商业化、产业化的运作方式，推动新闻出版产品走出去。支持新闻出版企业构建国际营销网络，建立海外分支机构，培育一批知名跨国传媒集团和文化品牌，提高国际传播能力。

增强学习自觉

深化改革共识

蒋建国说，全面深化改革的过程，就是一个不断凝聚改革共识的过程。现在，改革进入攻坚期，凝聚改革共识的难度进一步加大。越是这样，越要重视理论学习，认真学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，用马克思主义中国化最新成果、党的科学理论武装头脑。这是深化改革认识、凝聚改革共识的关键所在。

学习自觉决定思想的自觉，学习坚定决定认识的坚定。学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神必须切实做到“四要”：一要真，真学，原原本本读文件，扎扎实实学讲话，不能走过场，更不能降标准；二要深，深学，在前段时间学习的基础上，再学深一步；三要融，融学，融会贯通地学，入心入脑地学；四要带，带头学，各级领导干部要切实做到走在前列、以身作则、作出表率，带头抓好自身学习，带头抓好组织学习，通过举办各种形式的培训班、学习班，确保学习全员覆盖、重点突出、特色鲜明、富有成效，真正做到全面准确地领会把握精神实质、核心要义和思想精髓，真正做到思想统一、认识统一、行动统一。

蒋建国最后说，只要我们以舍我其谁的历史感、壮士断腕的使命感和只争朝夕的紧迫感，坚定不移地深化新闻出版体制改革，积极投身社会主义文化强国建设，就一定能为全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献。

山东省新闻出版广电局揭牌

新组建的山东省新闻出版广电局1月28日举行揭牌仪式。省委常委、宣传部长孙守刚，副省长季缙绮出席仪式并揭牌。

孙守刚在日前召开的省新闻出版广电局领导干部会议上指出，组建省新闻出版广电局，是中央的统一部署和要求，是省委省政府作出的重大决定。新组建的省新闻出版广电局是省政府主管全省新闻出版广播影视事业发展的直属机构，是省直宣传文化系统的重要部门，是我省舆论宣传和文化建设的重要阵地。他要求，要充分认识机构整合的重要意义，把思想高度统一到省委省政府决策部署上来，真正做到机构合、资源合、人心合、力量合；要以大局为重、以发展为本，严格落实机构整合方案，稳步推进新闻出版广电

体制改革，真正建立职责明确、责权清晰、运行顺畅、科学高效的新的工作体制和运行机制；要加强组织纪律性，自觉维护团结，着力加强领导班子和干部队伍建设，各负其责，履职尽责，形成凝心聚力、团结干事的良好局面；要统筹兼顾，开拓创新，毫不放松地抓好新闻出版广播影视当前工作，切实把新闻出版广播影视阵地管理好，把党和政府的声音传播好，把当代社会的主流展示好，把人民群众的心声反映好。

又讯 2月22日，省政府任命司安民为山东省新闻出版广电局局长；郭爱玲、李翠芳、聂宏刚、杨树国、洪焕金、王济生、钟华、关卫华、彭子良为山东省新闻出版广电局副局长。

山东万余新闻采编人员参加岗位考试

2月22日下午，国家新闻采编人员岗位考试山东考区开考，来自全省新闻报刊出版单位、广播电视台及驻鲁记者站的1万余名新闻采编人员，分别在30个考点参加考试。省委常委、宣传部长孙守刚，国家新闻出版广电总局巡考组赴省直、聊城等考试现场进行巡视。

国家新闻采编人员岗位考试，由国家新闻出

版广电总局统一组织，在对全国新闻采编人员全员培训的基础上，国家新闻出版广电总局统一命题，统一阅卷，对考试合格人员录入全国新闻记者数据库，换发第五代记者证。这是建国以来首次大规模对新闻采编人员的岗位考试，也是一项提高新闻采编人员素质、完善职业资格管理、打击新闻敲诈和假新闻的重要基础性建设。

财政部 国家税务总局

关于延续宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知

各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、国家税务局、地方税务局，新疆生产建设兵团财务局，财政部驻各省、自治区、直辖市、计划单列市财政监察专员办事处：

为促进我国宣传文化事业的发展繁荣，经国务院批准，在2017年底以前，对宣传文化事业增值税和营业税优惠政策作适当调整后延续。现将有关事项通知如下：

一、自2013年1月1日起至2017年12月31日，执行下列增值税先征后退政策。

（一）对下列出版物在出版环节执行增值税100%先征后退的政策：

1.中国共产党和各民主党派的各级组织的机关报纸和机关期刊，各级人大、政协、政府、工会、共青团、妇联、残联、科协的机关报纸和机关期刊，新华社的机关报纸和机关期刊，军事部门的机关报纸和机关期刊。

上述各级组织不含其所属部门。机关报纸和机关期刊增值税先征后退范围掌握在一个单位一份报纸和一份期刊以内。

2.专为少年儿童出版发行的报纸和期刊，中

小学的学生课本。

3.专为老年人出版发行的报纸和期刊。

4.少数民族文字出版物。

5.盲文图书和盲文期刊。

6.经批准在内蒙古、广西、西藏、宁夏、新疆五个自治区内注册的出版单位出版的出版物。

7.列入本通知附件1的图书、报纸和期刊。

（二）对下列出版物在出版环节执行增值税先征后退50%的政策：

1.各类图书、期刊、音像制品、电子出版物，但本通知第一条第（一）项规定执行增值税100%先征后退的出版物除外。

2.列入本通知附件2的报纸。

（三）对下列印刷、制作业务执行增值税100%先征后退的政策：

1.对少数民族文字出版物的印刷或制作业务。

2.列入本通知附件3的新疆维吾尔自治区印刷企业的印刷业务。

二、自2013年1月1日起至2017年12月31日，免征图书批发、零售环节增值税。

三、自2013年1月1日起至2017年12月31日，对科普单位的门票收入，以及县（含县级市、区、旗）及县以上党政部门和科协开展的科普活动的门票收入免征营业税。自2013年1月1日至2013年7月31日，对境外单位向境内科普单位转让科普影视作品播映权取得的收入，免征营业税。

四、享受本通知第一条第（一）项、第（二）项规定的增值税先征后退政策的纳税人，必须是具有相关出版物的出版许可证的出版单位（含以“租型”方式取得专有出版权进行出版物的印刷发行的出版单位）。承担省级及以上出版行政主管部门指定出版、发行任务的单位，因进行重组改制等原因尚未办理出版、发行许可的出版单位，经财政部驻各地财政监察专员办事处（以下简称财政监察专员办事处）商省级出版行政主管部门核准，可以享受相应的增值税先征后退政策。

纳税人应将享受上述税收优惠政策的出版物在财务上实行单独核算，不进行单独核算的不得享受本通知规定的优惠政策。违规出版物、多次出现违规的出版单位及图书批发零售单位不得享受本通知规定的优惠政策，上述违规出版物、出版单位及图书批发零售单位的具体名单由省级及以上出版行政主管部门及时通知相应财政监察专员办事处和主管税务机关。

五、已按软件产品享受增值税退税政策的电子出版物不得再按本通知申请增值税先征后退政策。

六、办理和认定

（一）本通知规定的各项增值税先征后退政策由财政监察专员办事处根据财政部、国家税务总局、中国人民银行《关于税制改革后对某些企业实行“先征后退”有关预算管理问题的暂行规定的通知》〔（94）财预字第55号〕的规定办理。

（二）科普单位、科普活动和科普单位进口自用科普影视作品的认定仍按《科技部 财政部 国家税务总局海关总署新闻出版总署关于印发〈科普税收优惠政策实施办法〉的通知》（国科发政字〔2003〕416号）的有关规定执行。

七、本通知的有关定义

（一）本通知所述“出版物”，是指根据国务院出版行政主管部门的有关规定出版的图书、报纸、期刊、音像制品和电子出版物。所述图书、报纸和期刊，包括随同图书、报纸、期刊销售并难以分离的光盘、软盘和磁带等信息载体。

（二）图书、报纸、期刊（即杂志）的范围，仍然按照《国家税务总局关于印发〈增值税部分货物征税范围注释〉的通知》（国税发〔

1993〕151号）的规定执行；音像制品、电子出版物的范围，仍然按照《财政部 国家税务总局关于部分货物适用增值税低税率和简易办法征收增值税政策的通知》（财税〔2009〕9号）的规定执行。

（三）本通知所述“专为少年儿童出版发行的报纸和期刊”，是指以初中及初中以下少年儿童为主要对象的报纸和期刊。

（四）本通知所述“中小学的学生课本”，是指普通中小学学生课本和中等职业教育课本。普通中小学学生课本是指根据教育部中、小学教学大纲的要求，由经国务院出版行政主管部门审定而具有“中小学教材”出版资质的出版单位出版发行的中、小学学生上课使用的正式课本，具体操作时按国家和省级教育行政部门每年春、秋两季下达的“中小学教学用书目录”中所列的“课本”的范围掌握；中等职业教育课本是指经国家和省级教育、人力资源社会保障行政部门审定，供中等专业学校、职业高中和成人专业学校学生使用的课本，具体操作时按国家和省级教育、人力资源社会保障行政部门每年下达的教学用书目录认定。中小学的学生课本不包括各种形式的教学参考书、图册、自读课本、课外读物、练习册以及其他各类辅助性教材和辅导读物。

（五）本通知所述“专为老年人出版发行的报纸和期刊”，是指以老年人为主要对象的报纸和期刊，具体范围详见附件4。

（六）本通知第一条第（一）项和第

（二）项规定的图书包括“租型”出版的图书。

（七）本通知所述“科普单位”，是指科技馆，自然博物馆，对公众开放的天文馆（站、台）、气象台（站）、地震台（站），以及高等院校、科研机构对公众开放的科普基地。

八、本通知自2013年1月1日起执行。《财政部 国家税务总局关于继续执行宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》（财税〔2011〕92号）同时废止。

按照本通知第二条和第三条规定应予免征的增值税或营业税，凡在接到本通知以前已经征收入库的，可抵减纳税人以后月份应缴纳的增值税、营业税税款或者办理税款退库。纳税人如果已向购买方开具了增值税专用发票，应将专用发票追回后方可申请办理免税。凡专用发票无法追回的，一律照章征收增值税。

2013年12月25日



省报协六届二次会长办公会在济南召开

1月10日省报协六届二次会长办公会在济南召开。会长许衍刚主持会议；副会长李兴利、李壮利、王海涛、王军、曲江出席会议，戴志东、冯华昕分别委派班子成员牟志勇、刘卫东出席会议；孔德志、孙元文请假。副秘书长朱新罡、梁勇、孙培尧列席会议。

会议认真审议了省报协2013年工作总结和2014年工作要点，以及评选山东报业经营管理奖方案、2014年全省报业公益广告设计大赛方案，并提出了修改意见。

会议认为，省报协2013年围绕省委、省政府中心工作，贯彻执行第六届理事会

提出的“两个服务、四个促进”，工作成效显著。新的一年要以党的十八大精神为指导，围绕省委、省政府提出的文化强省建设目标，更好地发挥桥梁、纽带作用，为山东报业改革发展、为理事单位搞好服务，多做实事。



省报协调整常务理事

因人事变动和工作需要，根据《山东省报业协会章程》规定，经所在单位推荐，省报协对常务理事作如下调整：

德州日报社社长姜立明兼任省报协常务理

事，梁希忠不再兼任省报协常务理事。

姜立明，1962年6月生，济南人，曾于1996年至2013年任德州市新闻出版局局长。

山东省报业协会2013年工作总结

2013年，省报协在中国报协、省委宣传部、省新闻出版局领导下，认真学习贯彻党的十八大精神，坚持“大团结、议大事、办实事、促发展”的宗旨，贯彻执行第六届理事会提出的“两个服务”、“四个促进”的要求，发挥报业与党和政府之间的桥梁纽带作用，服务大局，开拓创新，较好地完成了各项工作任务。

一、学习贯彻党的十八大精神，促进全省报业改革发展

以贯彻落实党的十八大精神为中心，围绕文化体制改革总体目标，结合山东实际，为推进报业改革发展添薪助力。

(1) 利用《山东报业》期刊等阵地，及时刊登中央和省委关于学习贯彻十八大精神、深化文化体制改革和文化产业发展的重要部署，并先后推介大众报业集团、济南日报报业集团、青岛报业传媒集团、烟台报业传媒集团、临沂日报报业集团、枣庄日报社、寿光日报社、山东工人报社、潍坊广播电视报社等单位改革发展的新经验。

(2) 按照中国报协部署，由省报协推荐，大众报业集团、济南日报报业集团、青岛报业传媒集团以其改革发展的优异成绩荣获中国报业经营管理奖；推介大众报业绩团、烟台报业传媒集

团、临沂日报报业集团等单位的11位优秀人才，分别荣获中国报业杰出报人奖、中国报业经营管理先进个人奖。

(3) 围绕新形势下我省报业经营面临的新情况，特别是营业税改增值税后遇到的新问题，进行专项调查研究，写出《关于当前报纸行业相关财税问题的报告》，提出解决建议，报送中国报协、省委宣传部、省新闻出版局，为上级部门提供参考。报告中反映的问题和建议，由中国报业协会行文报送到国家财政部，引起重视。

二、根据报业特点创新活动内容，成功举办讲文明树新风公益广告设计大赛

省报协主动响应省委宣传部、省文明办等部门的倡导，发起并成功举办了“一品景芝杯”讲文明树新风全省报业公益广告设计大赛。本次大赛在大众日报等单位支持下，从2013年6月份发出通知，历时半年，到12月份共收到参赛作品196件。大赛不收取参评费，明确标准，公正评选。聘请省文明办、山东工艺美术学院、省摄影家学会等部门、单位的著名专家组成评委会，经过四轮投票，评出一等奖作品3件，二等奖作品5件，三等奖作品19件，优秀奖作品46件，大众日报、齐鲁晚报、淄博日报、济南时报、临沂日报、德州日报、半岛都市报、山东科技报、临沂

广播电视报等单位分别获得一、二、三等奖。大赛不仅推动了社会主义核心价值观的传播，而且把报纸广告设计人员推向了领奖台，激发了他们的积极性和创造力，促进了公益广告创意设计水平的提高。这次活动，得到了省文明办领导的肯定，大赛获奖作品如德州日报社设计的《爱护生态环境 共建生态文明》等被选为通稿在全省报纸刊登。

三、为理事单位搭建交流平台，成功举办了8次专业性会议

5月24日，全省报纸发行年会在日照召开，会议以研讨报业发行转方式、调结构、跨区域合作为主题进行研讨，济南日报报业集团等5家单位作了重点发言。8月9日，全省报业印刷年会在济南召开，会议以科学发展、提质增效为主题进行经验交流，大众华泰印务公司等4家单位作了重点发言，会上公布了省报协组织的2012年度全省报纸印刷质量评比结果，有44种报纸被评为精品报、27种报纸被评为优秀报。9月4日，全省报业行政管理年会在临沂召开，会议围绕行政管理如何创新服务、推进改革的主题进行研讨交流，临沂日报报业集团等10家单位作了重点发言。10月16日，全省报业财务年会在枣庄召开，会议围绕“营改增”实行后对报业的影响等问题进行研讨交流，大众报业集团等8家单位作了重点发言。10月22日，全省专业报、企业报、广播电视报年会在济南召开，会议围绕经营管理、新媒体建设等问题进行研讨交流，山东工人报社、胜利日报社、山东广播电视报刊中心等单位作了重点

发言。10月30日，全省报业电子信息技术年会在淄博召开，会议以传统媒体与新媒体的跨界融合为主题进行研讨，青岛报业传媒集团等十几家单位作了重点发言。11月13日，全省报业物资年会在桓台召开，会议分析了新闻纸市场形势，交流了物资采购经验，纸报双方就加强合作、互利共赢形成共识。12月18日，全省报业广告年会在安丘召开，会上揭晓了“讲文明树新风公益广告设计大赛”获奖作品，向获奖作者颁发了证书和奖金，举办了广告设计专题讲座，交流了报业广告开拓市场的经验，泰安日报社等5家单位作了重点发言。

2013年召开的各专业会议的特点，一是每次会议都紧扣改革、创新、发展主题，会前认真准备，会上交流充分，使与会人员都有所收获；二是认真贯彻执行中央八项规定，转变会风，讲求实效，得到与会人员普遍好评。

四、加强协会自身建设，办好《山东报业》、《传媒资讯》、山东报业网，提高为理事单位服务水平

加强制度建设，完善和修订了办公管理、财务管理等规定，做到有章可循，照章办事，提高了办事效率和服务质量。按照省民政厅部署，省报协被列为省管社会组织评估试点单位，自9月份至12月份，经过认真准备，共向评估机构提供评估材料5大类110项，12月12日经现场考核顺利通过初审，达到了以评促改、以评促建、以评促发展的目的。

我们对《山东报业》、《传媒资讯》和山

东报业网进行了较大改进。《山东报业》主要是提高办刊质量，新开设了“重要精神”、“老总论坛”、“本刊特稿”等栏目，力求丰富内容、突出特色、增加深度。原《山东报业信息》更名为《传媒资讯》，拓宽视野，增加信息量，增加期数，已出版15期。山东报业网沉寂多年，2013年下半年进行了全新改版，于今年1月重新开通上线，将继续充实完善，办成全省报纸集中

展示、为理事单位服务的网上平台。

2013年报协工作存在的问题：开拓创新方面还有差距；调查研究工作没有深入下去，尤其是主动到会员单位征求意见、调查研究、总结经验做得不够；年初确定的对外考察交流活动没有全部完成。这里面有客观条件的限制，也有主观努力不够的原因。新的一年要认真解决。

山东省报业协会2014年工作要点

2014年，省报协要以党的十八大和十八届二中、三中全会精神为指导，紧紧围绕省委、省政府提出的文化强省建设目标，按照为党和政府大局服务、为理事单位服务的要求，继续促进支持报业改革发展的政策措施出台与落实，促进报业经营管理的完善与提升，促进报业技术进步与跨媒体发展，促进行业自律、公平竞争、合作共赢。重点做好以下工作：

一、把贯彻落实党的十八大精神作为中心任务。利用《山东报业》、《传媒资讯》和山东报业网，及时宣传中央和省委的重要精神，总结推介理事单位学习贯彻十八大精神的新成果、新经验。择机举办报业高峰论坛，就新媒体发展等重大课题，邀请著名专家和先进单位负责人传授先进理念和经验，促进全省报业转型升级、改革发展。

二、重点围绕新形势下如何提高党报发行

的有效性，巩固扩大党报舆论影响力开展调研，向上级主管部门提供有价值的调研成果报告。会长、副会长要安排专门时间到理事单位、社区、企业调查研究，掌握新情况，研究新问题，总结新经验，并及时向主管部门反映，促成先进经验的推广和问题的解决。

三、加强协会与理事单位之间的联系沟通，促进行业自律，促进全省报业合作、和谐发展。认真贯彻中宣部、新闻出版广电总局《关于严格规范党报党刊发行工作严禁报刊违规发行的通知》和《中国报业自律公约》等文件精神，倡导诚信自律，加强职业道德建设，营造规范有序、和谐发展的氛围，促进合作共赢。

四、组织评选全省报业创新发展奖、经营管理奖。整合原来由各专业委员会分别评选的奖项，增加综合奖项，统一设立“山东报业创新发展奖”、“山东报业经营管理奖”、“山东报业

经营管理专项奖”评选活动，暂定每年举办一次，召开理事大会予以表彰。并以此评选结果为基础，向中国报协推荐全国报业经营管理先进单位、先进个人。

五、继续组织举办全省报业讲文明树新风公益广告设计大赛，并把全省正在开展的“乡村文明行动”作为重要内容，搞好“文明乡村 美好家园”系列公益广告设计。从本年度起与省记协联合评选公益广告优秀作品，颁发获奖证书，增强该奖项的分量。通过公益广告设计大赛，促

进全省报纸积极履行社会责任，提升报纸形象。

六、结合专业会议开展业务培训。探索在专业会议中增加培训内容，开展广告设计、印刷技能、信息技术、财会业务等培训活动，促进全省报业经营管理队伍素质提高。

七、组织开展传统媒体与新媒体结合等专题考察学习，以及对口交流学习活动。采取走出去与请进来相结合的办法，组织理事单位与兄弟省市报业集团、报社对口交流活动，学习先进经验，促进报业改革发展。

信息角

日本：2014年四大媒体广告费将增长

据《日经新闻》报道，日经广告研究所近日发布预测称，2014财年(2014年4月~2015年3月)，日本国内企业的广告费与2013财年相比将增长1.7%。其中，电视、广播、报纸、杂志等四大媒体的广告费预计增长1.2%。下半年广告费的增幅也不会有大的变化，与上半年同样继续保持1.7%的增幅，其中，电视、广播、报纸、杂志等四大媒体的广告费同比增长1.4%。

报道指出，2013财年下半年，受消费税率提高、市场需求提前和股票上涨等因素的拉动，企业业绩和消费心理有所改善，与上财年同期相比，广告费有望增长4.4%；2014财年上半年，作为对消费税率提高的反弹，广告费将会减少。不过，到7月~9月，个人消费将出现回升。

按媒体类别统计，2014财年全年的广告费，报纸同比增长0.3%，杂志同比减少1.1%，电视同比增长1.8%，广播同比减少1.4%，互联网同比增长8.2%。

香港：报纸阅读呈“三足鼎立”之势

一直以来，香港人都有着深厚的读报传统。在面积仅相当于内地一个普通直辖市大小的香港特别行政区，仅日报就超过了二十份。然而，随着科技的发展，收费报纸不再是香港的主流，目前的香港已经形成了收费报纸、免费报纸、网络新闻与手机、平板电脑新闻客户端三足鼎立之势。

香港中文大学新闻与传播学院前院长苏钥机直言，虽然报纸在香港仍有广告收入和市场，暂时不会消亡，但年轻人日益习惯用新媒体来获取新闻，看收费报纸的越来越少，未来网络媒体极有可能成为主流。

关于开展2014 山东报业公益广告设计大赛的通知

公益广告是传播先进文化、引领文明风尚的重要载体。为深入贯彻落实党的十八大及十八届三中全会精神，贯彻落实省委、省政府关于全省经济社会发展的一系列战略部署，大力弘扬社会主义核心价值观，在全省培育知荣辱、讲正气、做奉献、促和谐的良好风尚，山东省报业协会确定，2014年继续举办“一品景芝杯”讲文明树新风全省报业公益广告设计大赛，并增设“文明乡村美好家园”专题，以配合我省正在开展的“乡村文明行动”。希望各理事单位高度重视，积极参加，把本次活动办成检阅全省报业广告设计成果的一次高水平比赛，并以此为契机促进广告创意设计队伍建设，促进广告设计水平提高。同时欢迎社会各方面的设计人员踊跃参加。具体事宜如下：

一、主办单位：山东省报业协会

承办单位：大众日报

山东景芝酒业股份有限公司

二、设计要求：

1、作品要围绕弘扬社会主义核心价值观，建设美丽中国、美丽山东，实现“中国梦”等内容进行创意设计，导向正确，主题鲜明，创新新

颖，贴近生活，通俗易懂，艺术性、观赏性俱佳，必须是原创。

2、其中“文明乡村 美好家园”专题作品，要体现“乡村文明行动”元素，围绕“村容村貌、村风民俗、乡村道德、生活方式、平安村庄、文化惠民”等内容进行创意设计，能够展示山东农村新貌，反映农民群众对美好生活的新追求，引领乡村文明新风尚。

3、作品规格：参赛作品分整版34.4cm×48cm、1/2版34.4cm×23cm（宽×高）和1/4版34.4cm×12cm、17cm×24cm（宽×高）四种规格，统一制成jpg格式，分辨率为300dpi，CMYK模式电子文件。如已发表，请随寄样报样刊。

三、奖励：

本次大赛设一等奖3名，奖金各10000元；二等奖6名，奖金各5000元；三等奖20名，奖金各1000元；优秀奖若干名。其中“文明乡村 美好家园”专题设计作品获一、二、三等奖比例不少于30%。一、二、三等奖作品除颁布发奖金、证书外，还将择优在大众日报刊登，并择优向省文明办推荐，候选公益广告全省通稿。

四、投稿起止时间：

2014年4月1日——8月31日。

五、其他须知事项：

1、所有送展作品的图稿及电子文件均不退还，请作者自留底稿。组委会不承担寄件过程中遗失或损坏的任何责任。

2、主办与承办单位对展出作品有拍摄、出版、宣传的权利。

3、送展作品在展出和出版过程中产生的任何版权或知识产权纠纷均由送展单位或个人负责，大赛主办、承办方及组委会不承担任何法律

责任。

4、请参赛者将作品电子版，注明作者姓名、身份证号及联系电话和通信地址，发电子邮件至：dzgg6680@vip.sina.com。

联系人：大众日报广告部林琳

电话：0531—85196659

山东省报业协会

2014年3月5日

2013中国传媒品牌摄影大赛、 中国报业经营管理论文奖颁奖

2014年2月26日，由中国报业杂志主办、承德日报承办的‘道生德’杯2013首届中国传媒品牌摄影大赛和中国报业经营管理论文颁奖仪式暨全国媒体看承德启动仪式在承德举行。中国报业协会驻会副会长石国雄致辞，承德市市委常委、宣传部长张庆祥讲话，中国报业协会秘书长罗会文作总结讲话。中国报协、各省报协、以及全国媒体获奖的优秀摄影记者、优秀论文作者等50余人参加活动。

本次活动收到全国新闻单位和媒体人热情投稿，经专家组的严格评审，中国传媒品牌摄影

大赛最终评选出摄影作品32幅，分为人物类和建筑类，分获一、二、三等奖及优秀奖。“2013年度中国报业经营管理论文”评选活动共评选出论文99篇，一等奖20篇、二等奖37篇、三等奖42篇。山东作者刘洪昌的论文《发行的担当与坚守》获得一等奖；支英珉的论文《由“竞争”到“竞合、融合”的转变——半岛都市报传媒产业发展探析》，周杰三、朱在军、左江华的论文《争当区域率先发展的文化助推器——寿光日报社管理、运营浅谈》获得二等奖。

泰报的三大战役和四大板块

◆戴冰



至更短的时间，完成和完善传媒业、文化地产业、会展业、非报文化产业“四大板块”产业布局，努力让自己这个“小个子”迸发出更大的能量。

创新体制

解决人的问题

2013年9月29日，由泰安日报社出资设立的泰安传媒集团正式揭牌成

作者简介：

戴冰，男，高级记者，1991年进入泰安日报社工作。先后担任泰安日报评论员、社论主笔、机动记者、记者部负责人、副总编辑、总编辑，现任泰安日报社党委书记、社长，泰安传媒集团董事长，山东省青联委员、山东省报业协会常务理事、泰安市规划委员会委员、泰安市青联常委，先后多次获得省市优秀新闻工作者称号，并荣获“泰安市第四届杰出青年”等称号。

泰安日报社一直是全省报业的“小个子”，实力平平，默默无闻。六年前，我们打响“三大战役”，创新体制，建设媒体，做大平台，奋起直追，迎头赶上。我们计划再用六年甚

立，这是泰安历史上第一个全资国有传媒集团，泰安报业由此进入“传媒、产业”双核驱动的全新发展时期。对于底子薄、基础差的泰安日报社，完成集团组建就是一个中小报社的新长征，这个长征的起点，源自于2008年启动的综合改革。

转型时期的党报，编辑记者身份复杂，有在编的编辑记者，也有规范聘用的现代媒体人，还有不怎么规范的“部聘”、“栏目聘”，身份的参差不齐，直接后果是同工不同酬，最终伤害所有人的积极性和创造性。为了解决这个问题，我们从2008年开始全面启动体制创新工程。

2008年首轮综合改革，泰安日报社力推中层岗位竞争上岗，全员双向选择。这一看似简单

的竞岗和双选，在泰安日报社看似平静的湖面投下了一颗石子——无论是中层还是编辑记者，开始面临进和退，下岗和上岗的考量。20多名中层干部经过考核、专业考评和全员信任投票得以上岗，2名原中层干部失去了岗位，多名编辑记者因无法通过双向选择而社内待岗。

第一轮改革解决的是干部能上能下的问题，步伐不大，接下来的第二轮改革，则以职级分开来消除体制界限，以层级管理改革考核分配体制，推行以岗定薪，按绩计酬。触及分配体制的第二轮综合改革，彻底打破了身份界限，在报社内部实现同工同酬。

第三轮改革，以集团组建为核心任务。我们学习借鉴了省内外大量的集团组建经验，结合泰安日报社媒体规模、人员构成、经济总量的实际，向泰安市委提出了保留泰安日报社事业单位建制，组建企业建制泰安传媒集团的建议。经市委常委会研究同意后，我们面向全报社公开选拔集团高管，经过竞争上岗和民主考核，最终五名优秀中层干部脱颖而出，走上集团副总经理位置。

几年来连续不断的体制创新，很好地解决了人的问题，让泰安日报社一大批优秀干部和优秀编辑记者走上了集团高、中管理岗位；让所有员工在同一考核体系下平等竞争、自由成长；让全员薪酬与绩效挂钩，收入大幅度提升，大

大激发了全社的积极性和创造性，也得到了泰安市委、市政府的充分肯定。泰安市事业单位改革动员会推广了报社的做法，称赞报社的改革代表了事业单位改革的方向，是事业单位改革的典范。

建设媒体

解决话语权问题

2006年之前，泰安日报社只有一份泰安日报，随着泰山晨刊、泰山金周刊，中华泰山网的



报社全体人员在新启用的泰安新闻大厦前合影。武哲 摄

诞生，媒体结构有所改善。但是，拥有一份真正意义上的晚报，一直是萦绕在几代泰报人心头的期盼。

2008年，我们开始启动泰山晚报的申请工作，终于在2011年6月1日完成泰安广播电视报号转化手续，同年7月1日试刊，9月1日正式创刊泰山晚报。

在纸媒危机开始显现的当口，我们开始创办泰山晚报，颇有一点“明知山有虎偏向虎山行”的意味。泰山晚报简称“泰晚”，用北京大学文化产业研究院许晓峰的话说：“泰晚太晚了！”太晚的泰晚不能按部就班自然发育，我们提出了“出土即为参天大树”的创办要求。

泰山晚报面向全国招聘执行总编，邀请国内顶尖级都市报视觉设计专家操刀版式风格创意和概念版制作，招聘40余名名牌大学优秀毕业生充实采编力量，整合报社最精锐的广告和发行队伍实施市场推广。

创刊当日，我们创下了单期352版的中国晚报都市报创刊号纪录，和单期广告收入逾400万元，闯入山东报纸单期最高收入之列。创刊当年广告收入追平泰安日报。

从创刊开始，泰山晚报立即着手对县域市场进行开发，相继成立新泰、肥城、宁阳、东平四个地方读本公司，连同泰山读本身，形成晚报五位一体全方位覆盖的格局，强势掌控全市场。

“小记者”是泰山晚报的又一特色工作。

泰山晚报从实施公民道德建设、培养报纸未来读者的角度，认真组织泰安市小记者团建设。目前，泰安市小记者团在册小记者数量已经达到17795人，建立起100多个小记者站，形成了覆盖全市的小记者网络，连续多年领跑山东。

目前，泰山晚报发行量已逼近9万，成为泰安区域市场的第一纸质媒体，日均版数和发行总量直追先进晚报都市报，报纸广告在全行业低迷的形势下，连续三年保持40%的增长，平均年龄27岁的晚报团队，很好实现了党委“出土即为参天大树”的战略部署。

媒体建设另一个阶段性成果是报社所属的泰安市新闻门户网站——中华泰山网获批国家一类新闻资质。泰安日报社也成为山东省第三家拥有此类资质的地市级报社。去年十月，泰安日报官方网站“泰安在线”，泰山晚报官方网站“泰山网”相继开通，专题新闻中心所属电子商务网站“要么有么网”正在紧锣密鼓建设，今年上半年可望建成运营，加上报社此前运营的泰安房产网、泰安文化产业网，e家园网，“中华泰山网系”七个网站齐头并进的网媒格局初见雏形。现在，泰安日报社已经形成报纸、期刊、网站、户外、移动终端、自媒体完善合理的全媒体格局，形成了独特的媒体品牌，在全省乃至全国同行面前，开始发出泰报声音，显露泰报特色。

在全国报业整合的大趋势下，外来纸媒不断向地方市场扩张和延伸，主场作战的当地纸媒往往对这种扩张充满敌意，尤其是对一些以曝光

为要挟肆意侵占广告客户，扰乱当地报业市场的行为非常愤慨和反感。面对挑战，泰报人保持了理性和清醒的认识。我们把外来的竞争对手，看作送上门的媒体运营老师，把每一场新闻和广告争夺看作是难得的学习机会和实战课堂，经风雨，见世面，让自己在竞争中进步前行。通过竞争，我们看到了不足，开阔了视野，提升了境界，也变得更加成熟和强大。从这个意义上讲，泰报人对外来的竞争对手多了一份感谢。

“同行走进来，我们走出去。”从2013年开始，泰山晚报记者的身影开始频繁出现在国内重大事件的发生现场。山西爆炸案，全国各媒体都在刊发新闻通稿，泰山晚报却成为首家到嫌疑人户籍所在地探访并做出爆炸原因探析的媒体。雅安地震第二天，泰山晚报发表“号外”，稿件被数十家纸媒、百余家网站转载，业界人士郭建良评价本报“号外”：“整个通版简洁明了，设计和制作都不复杂，版面效果却十分理想”。

做大平台

解决空间问题

泰安日报创刊近30年，一直窝居在山脚下巴掌大的地方，难有大作为。难怪市里一位老领导告诫：“报社不盖大楼，永远低人一头。”

盖大楼不易，住上大楼不被债务压垮更不易。我们研究审视省内外诸多媒体单位盖楼的经验教训，理清了市场运作、滚动开发、带动产业的思路。

2009年11月，我们在没有经验、没有资金、没有人才、没有资质的情况下，用泰安市政府支持的2000万扶持资金，启动了泰山报业文化中心建设。报社设立了自己的开发企业——泰报置业，通过招拍挂拿到市中心黄金地段32亩出让土地，以房地产开发和销售的方式启动项目运作。随后，泰报印务中心、记者村建设相继开工，泰安日报社拉开了全力推动报业转型，积极拓展非报产业的序幕。

泰山报业文化中心一期工程——泰安新闻大厦，除了市里少量资金和政策支持外，大部分要靠报社融资。一帮惯于舞文弄墨的“笔杆子”，既要当包工头，还要做金融家，难度之大可想而知。没有经验，我们从头学起，没有资金，我们以过硬的工作争取，没有人才我们筑巢引凤。最终，通过贷款解决了最急需的建设资金，通过预售解决了绝大部分资金缺口，我们以2.79亿的投入，换来了4.3亿的资产，收获了泰安市第一个真正意义上的5A级智能写字楼。

泰报印务中心是集报纸印刷和商业印刷于一体的大型印刷基地，与泰安新闻大厦同步建设，总投资7000万元，经过两年建设，一期工程于2013年9月建设完成并实现全线运营。泰报置业第一个住宅项目——记者村，占地120亩，总开发面积12万平方米，2013年9月开盘，600余套房源销售大半，依山而建的地中海式花园洋房成了泰安高铁片

区一道靓丽风景。

五年鏖战，三个建设项目在2013年完美收官。这些项目，扩大了泰报发展空间，使得泰安日报社固定资产规模从5000万元，膨胀到5.8亿，泰报以此绘就了地市级中小报社绝地逆袭的宏图画卷。“老印象里面的报社就是‘一支笔、一个本、一张纸’，今天看了大开眼界——原来报社可以是这个样子！”2013年11月15日，泰安市委书记、市人大常委会主任李洪峰在现场察看了泰安新闻大厦之后难掩欣喜，不住褒扬。此前的9月22日，泰安市委副书记、市长王云鹏到记者村、泰报印务中心和泰安新闻大厦实地调研，连连称赞说报社一班人想干事，会干事，能干成事，是市直机关的表率。

三大战役的胜利，彻底扭转了泰安日报社在行业竞争中的被动地位，有力改变了泰安日报社整体形象，大大提升了泰安日报社的综合实力。经过4年精心筹备，泰安传媒集团也在去年9月正式挂牌成立。泰安传媒集团是省新闻出版局批准组建的6家地市级传媒集团之一，集团母公司为泰安传媒有限公司，由泰安日报社出资设立。集团按照现代企业制度，落实法人治理结构，自负盈亏，自主经营。之前成立的泰报广告传媒有限公司、泰安日报发行公司、泰山晚报有限公司、泰山网络传媒有限公司、泰报置业有限公司、泰报物业管理有限公司、国泰民安会展有限公司、泰报传媒地方版公司等一并纳入集团运营。集团具体负责媒体市场

运营、非报经营、文化产业等经营事宜，承担产业属性。泰安市委常委、宣传部长张志华在挂牌仪式上提出了将泰安传媒集团打造成为行业领先、实力雄厚、影响广泛的综合性



位于青春创业园区的泰报印务中心现已全线运营。武哲 摄

传媒集团的具体要求。

按照泰安市委、市政府的要求，我们积极谋求跨界发展，立足传媒产业，大力挺进文化地产、现代会展和非报文化产业，四大板块的集团产业布局已清晰可见。

一是传媒产业。搞好传媒产业是我们的本职，我们始终坚持媒体建设和报业经营两手抓。在继续做大做强传统纸媒的同时，不断探索新兴媒体，形成“三报三刊七网站”的多元化媒体格局，强势掌控本土媒体市场。

二是文化地产业。2013年12月3日，被列入省重点文化产业项目的泰山报业文化中心二期工程——泰安传媒广场项目奠基动工，该项目由企业化运作的泰报置业公司完全市场化运营，标志着经过一期工程 and 印务中心、记者村项目建设的经验积累和人才培养，泰安日报社将在文化地产领域争取有更大作为和收获。

三是现代会展业。2013年11月，经过不懈争取和多方努力，泰安市政府研究决定，给转型升级的党报传媒集团以全新平台，将总投资10亿元的泰山国际会展中心交由泰安传媒集团管理运营。我们随之进行了专题考察学习，进行前期筹备和组织，抽调精兵强将外出跟班观摩，着手推动会展公司实质性运作。

四是非报文化产业。我们在系统集成、

服务器托管、网站建维、艺术品收藏展览等文化产业领域也取得了重大突破。2013年成功组织了全国政协书画名家泰山采风活动、泰安传媒集团揭牌名家书画展、泰安油画双年展、朝鲜油画精品展等多项展览活动，全方位进入艺术品展览收藏领域；泰山网络传媒有限公司正式获得国家工信部颁发的系统集成四级资质证书，中标了农业发展银行安防工程、中石油办公网络改造项目、公证处2014年办公采购和网络维护项目。

踏着时间的节点，泰安日报社从金山路38号走到了泰山大街777号，从历史文化轴线走到了时代发展轴线。2013年，报业经营实现突破：经营收入达到7910万元，增幅27%；广告经营跨过5000万元大关，实现连续三年40%的高速增长。文化产业扩土开疆：新闻大厦投入使用，印务中心开机印刷，记者村开盘上市，传媒广场奠基开工，报社固定资产规模以几何级数膨胀和攀升。

从波澜不惊到逆势上扬，泰安日报社完成了一次华丽的涅槃。我们正处在纸媒转型发展的重要变革时期，我们既然能用六年时间白手起家打赢三大战役，我们就有信心用六年甚至更短的时间建设与硬件环境相匹配的一流的团队，一流的媒体，一流的效益，用十几年的艰苦创业，换来泰安传媒集团的海阔天空。

与“新三农”一起成长

◆赵宗符



作者简历：

赵宗符，男，高级记者，曾经在齐鲁晚报、经济导报、城市信报工作，2007年1月任农村大众报副总编辑，2013年3月任农村大众报总编辑。

十八大报告中强调“解决好农业农村农民问题是全党工作重中之重”，十八届三中全会出台的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出了25条涉及三农的重要改革措施，目的是“健全城乡发展一体化体制机制”，三农迎来了重大历史机遇。但现实中，许多人认为农业是一个没

落产业、弱势产业，不会对GDP的增长有多大贡献，与对农业的悲观看法相一致，许多人认为涉农报纸也是一个行将没落的弱势产业，不会有什么前景。面对三农的新形势，这样的观点其实有很多想当然的成分，缺乏对农业和涉农报纸的科学认识。

一、“新三农”在逐渐形成

农业有着光明的前景，人类无论发展到什么水平，农业都不会消失。现在全世界的发达国家和地区，像美国和欧盟，农业总产值稳定地占其GDP的10%左右，其城镇化率达到70%，但仍有30%是农村社会。

有一种观点认为，由于工业化、城镇化的推进，农业会逐渐边缘化，这是一种模糊认识。相反，近些年来，随着人们对生活质量的日益重视，已有越来越多的人开始关注农业，许多大的企业也开始把资金投向农业，如联想集团在青岛投资的蓝莓基地等。早在上世纪八十年代就有钱学森等科学家预测，人类的第六次产业革命将会发生在农业领域。在此之前，人类曾经经历过5次产业革命：第

一次产业革命是由狩猎到农牧业的出现和兴起，大约在公元前七八千年；第二次产业革命出现了商品经济，大约在公元前一千九百零年；第三次产业革命是以机械化和电气化为基础的工业革命，大工厂生产形成，在18世纪末19世纪初；第四次产业革命是世界市场的形成，国家乃至跨国大生产体系出现，在19世纪末20世纪初；第五次产业革命是以计算机、互联网为基础的信息革命，钱学森在上世纪八十年代初就预测其马上就要到来，这次产业革命果然很快就到来了，到现在仍方兴未艾；第六次产业革命将是现代农业为基础的农业革命，其特点为高度知识和技术密集的大农业，农、工、商综合生产体系产生。

在第六次产业革命中，农业是一个巨系统，包括农、林、牧、副、渔、沙、草、海等。其主要特点就是用第二产业改造第一产业，使第一产业具有第二产业的特点，也就是用工业化、信息化的思路搞农业。因此，第六次产业革命中，农业将体现出工业的特点，具体表现在生产上将有机械化、智能化、流程化、标准化、规模化等特点；表现在生产者上将是组织化、专业化、技术化、职业化、知识化等特点，合作社、家庭农场、种养大户以及职业农民等新兴经营主体的出现，就是这一趋势的体现；表现在产品上将是商品化、品牌化、高端化、优质化，现在市场上

的品牌农产品不断出现就体现了这个特点。

搞农业要抓住第六次产业革命的这些趋势，现在有经济学家讲，农业发展的关键是土地私有化，这根本没有抓住中国农业发展的问题，中国土地私有化了二千多年并没有发展好农业，况且现在农民手中的经营权从权益上讲已经类似于产权，但避免了绝对的产权带来的流转僵化、阻碍发展、失地农民流民化等不良效应。由此可见，对农业发展要有科学的判断。

从现代农业的内容上讲，大体有几大块，即绿色农业、蓝色农业和白色农业。绿色农业包括种植、畜牧等内容，蓝色农业主要是海产业和水产业，白色农业则是以菌类为主的各种产业。这三大块现在从生产、生产者、产品上都体现出了工业化、信息化的特点，总之农业决不像有些人以为的那样，是一个没落甚至要消失的产业，相反，农业在今天正是第六次产业革命的主角，在未来的社



2013年11月29日，农村大众报成功举办了山东省农民合作社高端论坛，全省约400名各类合作社负责人参加了会议。

会经济发展中将会担当重要的角色。可以预测随着现代农业的发展，中国城镇化率的提高，中国的乡村减少了庞大的人口负担，农业生产率大为提高，中国的乡村也会在现代化的基础上迎来新的复兴，而不是消失，社会主义新农村建设也引来了重大契机，一个个园林化具有小城镇特色的新农村将会出现在中国大地上。

综上所述，中国传统的三农问题，将会在新三农出现的基础上得到解决，现代化市场化的新农业代替了传统的农业，园林化城镇化的新农村代替了传统的农村，知识化职业化的新农民代替了传统的农民，新三农成为中国农业社会的构成主体之时，就是中国三农问题得到彻底解决之日。

二、“新三农”为涉农报纸带来新机会

对农业的前景有了清晰的判断，我们对涉农报纸的前景也便有了清晰的判断。近年来，随着农

村工业化、城镇化的发展，大量的青壮劳力在向城市转移，一些人看到了这个现象就认为农村没人读报纸了，农村报的没落甚至消失是必然的。但是这只看到了事情变化的一个方向，却没有看到事情的另一个方向。传统的、自然经济状态下一家一户的小农经济并不会产生阅读报纸的迫切需求，这样的读者群，只是一个被动读者群，别人订份报纸给他，他会仔细看，让他主动掏钱订报纸，则是很难的。这样的情况也会在农村长期存在，这从另一个方面也说明了对农村地区进行报纸公益性、指令性发行的必要性，因为只有这样的手段才能使党的方针、政策及主流价值到达农民手中，对稳定农村意义重大。如果在小农经济盛行时，仅靠市场手段进行报纸发行，则报纸就会退出农村，从而减弱执政党对农村的影响力，如同印度、巴西等国家的农村状况，与现代文明形成巨大反差。当然，农村的发展，也使这样的情况在缓慢改变，使这样的阅读人

群在减少，但是这样一个传统的人群结构的解体、转移，对于涉农报纸的受众群并不是必然的减少，由此得出“农村发行量的减少是必然的”这一结论是错误的。

相反，在稳定公益性发行的同时，应看到随着农村劳动人口的转移，在广大的农村，一个新的格局也正在形成，当农业进入了第六次产业革命，开始了工业化、市场化的进程以后，与劳动力向外转移的同时，新的经营主体也出现了。这就是大量出现的种粮大户、植林大户、种棉大户、养殖大户、



2013年，农村大众报聘请中国人民大学农经学院副院长朱信凯教授为学术顾问，图为赵宗符（左）为朱教授颁发聘书。

农场主、合作社等。这些经营主体里面，都是职业化知识化的新农民，他们懂技术、懂管理、了解市场信息，他们的生产方式和生活方式决定了他们对报纸的需要，而且他们自身也有能力订阅报纸，只要在报道内容上经常地抓住现代农业在生产、生产者、产品几方面出现的新趋势、新变化进行综合、梳理，并且有积极明确的发行推广策略，那么涉农报纸还是有一个广阔的新兴市场的。这一群体粗略估计全省也有几百万，这是不同于中国历史上任何一个朝代的新群体，这个群体不是自然经济下的主体，而是市场经济下的主体。这个新兴市场是一个巨大的蓝海，在中国农村历史上从没有过的新角色大量涌现，这是一个潜在的、庞大的读者群。这是第六次产业革命在农村创造出的新群体，农村人口减少了，但主动读者群却增加了，做好了这个新兴市场，涉农报纸还会有很大发展空间。认准了这一趋势，就要积极拓展，占住先机，在市场上领先一步。当然，开拓这个市场，关键还在于要抓住生产者，因为生产者联系着生产和产品，处于枢纽地位。从新闻学上讲，这是以人为本做新闻的必然要求，这就需要在报道时牢牢抓住合作社、家庭农场、种植大户、养殖大户等新兴农业经营主体。

发达国家涉农媒体的发展也预示了这个前景，据《美国媒体农业新闻报道的特色》讲：“美国的地方农业媒体发展迅猛，2000年，全美的地方农业媒体情况是，共有涉农报纸101份，涉农杂志432家，涉农AM（短波）广播电台1001家和FM（中波）广播电台745家，还有12个州和3个地方

收音机网络及3家涉农电视台。美国地方农业新闻媒体的蓬勃发展很好地适应了美国精准农业发展的需要。精准农业是按照田间每一操作单元的具体条件，精细准确地调整各项土壤和作物管理措施，最大限度地优化使用各项农业投入以获取最高产量和最大经济效益，同时减少化学物质使用，是当今世界农业发展的新潮流。精准农业让每个地方性媒体新闻报道都高度聚焦本地区的农业。美国的农民、农产品经销商和广大消费者，从本地媒体微观角度了解与自己的生产息息相关的天气、化肥、种子、产量、农产品市场的价格和供求新闻，而对其他地域的新闻了解，更多得益于美国发达的互联网。”可以看出精准农业的内容，大致相当于第六次产业革命中讲的内容，正是现代农业的发展方向。美国是一个发达国家，城市化程度相当高，但是伴随着其农业现代化的进程，涉农报纸、杂志发展迅猛，互联网冲击了其城市类报纸，但是并没有冲击其涉农报纸，这也是由农民特有的劳作方式和生活方式决定的，农民们白天在田间工作，使他们更方便从纸媒上获得信息，而不是从手机和网络上。同时，报纸自身具有的公信力、信息加工能力也是网络无法取代的。而且，就报业产业发展的梯次规律来看，随着农村新兴读者群的增加，农村报业市场还仅在萌芽期，远没达到其成熟期。

作为传媒人，只要抓住农业社会发展趋势，解放思想，积极开拓，使自己与“新三农”一起成长，就一定能把涉农报纸推向一个很有发展前景的新阶段。

强化三种意识 促进党报发行

◆郭利民

2013年12月31日22点,经过省邮政公司和大众报业(集团)发行有限公司(下称发行公司)紧张的统计汇总,大众报业集团相关报纸2014年度征订数量出炉,《大众日报》发行再创新高,全省总发行量达到417292份,比上年度增长1583份。得知这一信息,专程来山东报业大厦八楼慰问发行公司员工的省委宣传部副部长李建军和大众报业集团副总编辑杨晓洲,共同对我们取得的成绩表示祝贺。

《大众日报》发行工作取得令人满意的成绩,离不开省委宣传部的正确领导,离不开大众报业集团党委确立的科学发行战略,也离不发行公司全体干部职工更新观念、扎实工作。我感受颇深的一点,是我们在发行工作中进一步强化了三种意识,即主体意识、服务意识和质量意识。

一、强化主体意识,把握发行主动权。

很多人认为,有省里的“大领导说话”,有“红头文件”保驾护航,党报发行还成问题么?

的确,《大众日报》作为山东省委机关

报,其发行工作备受省委重视,2014年度尤甚。

首先是11月1日,省里召开2014年度全省重点党报党刊发行工作视频会议,贯彻落实中央和省委关于做好党报党刊发行工作的《通知》以及全国党报党刊发行工作视频会议精神,传达学习省委书记姜异康同志重要批示精神,动员部署2014年度全省重点党报党刊发行工作,省委常委、宣传部长孙守刚做了重要讲话。会议强调做好《大众日报》等重点党报党刊发行工作的重要意义,明确《大众日报》的发行范围,指明创新发行的手段。随后,在11月29日,省里又召开视频会议,部署坚决打击新闻敲诈行为和规范报刊征订专项整治行动,治理报刊发行乱象,为党报党刊发行清障,并提出用好党费、宣传文化资金和财政资金,确保2014年度50%左右行政村的重点党报党刊订阅经费,2015年度全省村级组织全覆盖的硬措施。

这种“高度重视”让其它面临市场激烈竞争的报纸发行人员羡慕嫉妒恨,认为党报是“皇帝女儿不愁嫁”,甚至发出“党报无发行”的感叹。

但是,这种“重视”同时也为党报带来

“甜蜜的烦恼”：一是有尚方宝剑，存量易保，可如果只保计划数，党报自己的发行部门很容易丧失自我，养成“等靠要”思想——等待省里下达任务数，依靠各级党委宣传部门分解执行任务，最后向邮政公司要统计数字、要报款，从而出现被动发行、不思进取的问题。二是定死了计划数，增量难做，各市以完成省委计划为目标，而省委为不增加基层订报负担，下达的计划又是多年未变，要想有所作为，增加发行量、扩大影响力，就会遇到很大瓶颈。

党报发行是省委的事，更是报社发行部门的事。发行公司提出了在省委指令性计划之外，再下达一个指导性计划，实施“双计划”发行模式，并得到省委宣传部的同意。这个指导性计划比省委计划高出4万份，根据各地市经济总量、财政收入、人口总数据、基层党支部数量等指标和权重，合理分解到各市。经过4年的努力，到2013年度，《大众日报》实际发行量已达到41万多份。

随着党的群众路线教育实践活动的深入开展，群众对报刊发行中的一些问题反映强烈，2014年度党报发行面临新的形势。在这种情况下，发行公司主动出击，于9月25日至26日在济南召开大众日报宣传与发行工作座谈会，提前把指导性计划下达到17个地市和三大企业；在征订开始后，大众报业集团领导和发行公司的同志一起，用了整整两个月的时间，深入地市和重点县市区调查研究，分析问题，掌握进度，推动发行

方式创新，鼓励各地推大将《大众日报》作为公共文化产品实施政府采购的做法，保证了发行任务的顺利完成。

二、强化服务意识，打好感情牌

党报是党的新闻宣传事业链条中的一段，发行更只是其中的一环。因此，党报发行工作，虽然强调报社发行公司的主体地位，但它是一项系统工程，离不开方方面面的合作和支持。要搞好发行，就必须为他们服务好，密切相互之间的联系，建立深厚感情。

首先，要为各地做好新闻服务。

党报被读者和各级党委政府所看重的，是其在信息传播功能之外，还有高于其他新闻媒体的评价功能。因此不少党报在面临发行困难的时候，都曾经有过把发行与新闻宣传挂钩的情况，出现了“发行头条”、“发行稿”的概念，虽然不好说是一种交换，但让多订报纸的地市或者单位得到新闻宣传的实惠，似乎也在情理之中。但是，由于某些以发行名义写来的稿件质量不高，见报后影响报纸形象，2013年以来，《大众日报》提出任何稿件不再与发行挂钩。

在这种情况下，如何加强对读者和订户的新闻服务？我们认真分析，认为报社做出这样的规定，目的不是削弱对发行大户的新闻支持，而是必须提升对其服务的质量。发行公司与记者站密切合作，为地方做好新闻服务。比如在济宁，发行公司接到有关地方或部门的新闻线索或发稿

要求后，及时反馈给记者部或总编室，布置下去后，驻站记者沉下去，策划采写了《曲阜公开交办“群众最不满意十件事”》、《百姓私家车免费挺进县委大院》等一批鲜活、有分量的稿件，这些写得好、发得好稿件，虽不是“发行稿”，但对报纸发行却产生了积极作用，2014年度，《大众日报》在济宁发行比上年度一下增加了1016份，完成指令性计划的111%。这样的例子在全省有很多，取消“发行稿”，对各地的用稿反而增多了，服务反而加强了。

其次要与直接参与大众日报发行工作的各方面的同志增进感情，为他们服好务。《大众日报》发行是政治任务，同时也是个感情活儿，带着感情去做就能创新、出彩，板起面孔公事公办，就会增加很多障碍。长期以来，各地宣传部门的不少同志，特别是一些分管领导，年轻是给《大众日报》写稿当通讯员，做了领导以后又分管《大众日报》，与《大众日报》结下不解之缘。有些同志自称为不拿大众日报工资的“编外员工”。在今年的大众

日报发行和宣传座谈会上，我们首次设立“大众同人奖”，对三位与大众日报共同成长的分管部长进行了表彰奖励，激起所有与大众日报有感情的同志的共鸣，这种在工作中结下的深厚感情，决不是吃吃喝喝、拉拉扯扯能替代的。这也是《大众日报》发行之所以能不断开创新局面的重要依托。

大众日报与邮政部门在抗日时期是报邮一家，一起从沂蒙山区走来后，报邮关系一直在全国堪称典范。发行公司与各级邮政部门建立良好的沟通协调机制，共同面对党报发行中出现的问题，在日常发行工作中，发行公司都是将每天的版面变动与邮政方面及时通报以便他们调整邮路，确保发行时效。



2013年大众日报宣传与发行工作座谈会上，《大众日报》编辑部向济宁市委宣传部副部长孙爱民、临沂市委宣传部副部长刘广阔、枣庄市委宣传部常务副部长刘成典（自左至右）三位同志颁发“大众同人奖”。王波涛摄

三、强化质量意识，提升党报影响力

党报肩负着宣传党的理论路线方针政策,推动改革发展,维护社会稳定,引领社会风尚的重要职责,肩负着为党和国家各项事业发展提供强大精神动力、思想保证和舆论支持的光荣使命,是舆论引导的主力军,舆论斗争的主阵地,是确保我们党有效掌控宣传思想阵地的中坚力量。做好党报的发行工作,必须树立牢固的发行质量意识。

目前,《大众日报》发行数量基本稳定,提高发行质量,更好服务读者成为主要矛盾。为提高大众日报日常发行质量,发行公司2013年专门设立(恢复)了专门的部门——大报发行部,主抓大众日报发行事务(大众报业集团发行公司由《大众日报》发行部和《齐鲁晚报》发行公司合并而成,合并后的新公司未设《大众日报》发行的专门机构,致使大众日报发行考核主体缺失)。

2013年,《大众日报》一下增加了烟台、聊城、潍坊、东营、淄博5个地方版,地方版总数达到8个,各站对发行提出个性化要求,邮局在省直的定点发行一时难以到位,为此,发行公司一方面与记者部一起,组织了地方版站长座谈会梳理问题,共商解决办法。另一方面,与邮局一起逐一落实地方版配送单位,留取了4800多个省直单位的收发室值班电话和人员名单,随时抽查地方版到位情况,并从中选取100个监测点,监督邮局投递质量和投递时效。哪里出了状况,

发行督察人员就及时赶到处理,不投、少投、漏投、误投情况减少,使地方版在省直发行质量有了明显改观,读者投诉率大为下降。

时效不强,是一直困扰《大众日报》多年的发行质量难题。去年5月1日起,大报出版环节开始执行新的出版时效,新规明确规定,除政治上必须的原因,大报所有版面最晚1点50分之前完成传版,每月晚点次数不得超过两次,且每次不能超过半个小时。新规执行后,发行公司加强了对各印刷点印刷时效以及邮政发行投递时效的监管,各环节提速显著,读者当天上午甚至当天全天都看不到报纸的情况明显减少。

为确保印刷质量,发行公司去年以来改进评报办法,实现专业小组评定与采编人员评定相结合并增加大路报的评比标准每月一评,实施科学的奖惩办法,对于各印点整体套印情况,实行不定期抽查制度。去年1月起,全省各印点实现整体套印和头版彩印,进一步提升了大众日报整体形象。

(本文作者为大众报业集团发行公司董事长、总经理)



与时代同行

——写在《临沂日报》创刊60周年之际

◆冯华昕

这是一部恢弘迤逦的历史画卷。她与八百里沂蒙逶迤同行。

她开篇于百废待兴的1953年，历经60年风雨沧桑，收录1万余期灿烂辉煌，朝着无尽的远方铺展——她是《临沂日报》！

在这部历史画卷中，我们看到中央几代领导人关注沂蒙的目光，看到历届山东省委、省政府为沂蒙老区发展给予的关爱和支持；

在这部历史画卷中，我们看到历届临沂市委（地委）、市政府（行署）的一项项重大工作部署、战略决策，通过《临沂日报》的传递推进，化作1000万人民的成功实践；

在这部历史画卷中，我们看到各级干部用《临沂日报》推出的先进典型、成功经验指导工作，看到一张市级党报对全市人民发挥着巨大的组织、鼓舞、激励和推动作用；

在这部历史画卷中，我们看到人民群众的意见、要求、呼声，通过《临沂日报》一一反映出来，看到她像一座桥梁连接着全市上下，沟通着党心民心；

在这部历史画卷中我们还看到，栉风沐雨60年，《临沂日报》已经长成参天大树。当年的

一张报纸，已经发展为拥有“五报三刊一网站”的现代传媒集团，成为推动临沂科学发展的舆论主阵地！

与时俱进全面发展的60年

让我们穿越时空隧道，谛听60年风云激荡；趟过历史长河，还原出《临沂日报》60年的发展路径和重要节点。

60年来，一代代临报人不懈努力，媒体格局日臻完善。建国初期，百废待兴，1953年9月4日，《临沂大众》应运而生。1963年初停刊，1985年《临沂大众》复刊。1994年《临沂大众》扩出大报、日报，更名为《临沂日报》。随着历史的发展，《临沂日报》开始嬗变、涅槃。2001年5月，创办《东方青年》杂志和琅琊新闻网站。2002年9月，创办《沂蒙晚报》。2003年12月，新闻大厦建成投入使用。2006年9月，《沂蒙生活报》更名为《鲁南商报》。2006年，创办《沂蒙手机报》。2010年，琅琊新闻网和沂蒙手机报、内部资讯平台整合成琅琊传媒科技有限公司。2010年7月7日，临沂市委与大众报业集团签署战略合作的《框架协议》。2011年1

月1日，沂蒙晚报传媒有限公司、鲁南商报传媒有限公司正式运行。2012年4月，创办《临沂手机报》。2012年，成立鲁南书画院。2013年，成立临沂报人传媒有限公司。目前，临报集团形成了《临沂日报》、《沂蒙晚报》、《鲁南商报》、《东方青年》、《少年天地》、《领秀生活》、《沂蒙手机报》、《临沂手机报》、琅琊新闻网“五报三刊一网站”的媒体新格局。

60年来，一代代临报人坚守阵地，宣传水平日益提升。60年来，一代代临报人始终与时代共进，引领社会舆论，高唱奋进凯歌，服务工作大局。特别是近年来，紧紧围绕市委、市政府的重大决策部署，围绕全市各项重点活动，围绕人民群众所思所盼，充分调动消息、通讯、评论等各种新闻手段，引导全市人民解放思想干事业、一心一意谋发展，有力推动了各项工作的开展，为大临沂、新临沂建设积极凝聚正能量。《临沂日报》被评为山东新闻出版优秀报刊奖，琅琊新闻网被评为山东省文明网站，成为全省九家优秀新闻网站之一。《临沂日报》、《沂蒙晚报》多次被评为山东省优秀级报纸，《鲁南商报》多次被评为良好

级报纸，《东方青年》被评为“华东地区优秀期刊”。

60年来，一代代临报人勇闯敢拼，报业产业飞跃发展。60年来特别是近年来，一代代临沂报人勇闯市场、积极探索，逐步构建起了以广告经营为支柱，以发行、印刷经营为两翼，以多元化经营为新增长点的报业产业化体系。广告经营连年递增，报刊发行和印刷产业也保持了良好发展态势，报刊日印量现在已达150万份，较以往提升近50%，设备水平及印能、印量均列鲁南、苏北地区前列。临报集团连续2届荣获中国地市报报业经营十强，《沂蒙晚报》被评为中国地方都市类报纸最具成长性十强。目前，临报集团年经营总收入始终保持10%左右的增长速度。

60年来，一代代临报人薪火相传，人才队伍茁壮成长。60年来，一代代临报人以加强党的建设为目标，以提高思想政治素质和创新能力为重点，不断加强领导班子和干部职工队伍建设，大力实施人才兴社战略，形成了一个团结坚强有力的党委领导集体，造就了一支政治合格、作风过硬、业务出众的新闻人才队伍。临报集团先后荣获全国广



告行业精神文明建设先进单位、全省精神文明建设先进单位、全省新闻系统精神文明建设先进单位、全省和全市文化体制改革工作先进单位等荣誉称号；集团党委分别被省委、市委授予全省和全市先进基层党组织。

解放思想改革开放的60年

60年的创业，60年的改革，60年的奋进，绘就了临沂报业今天的壮丽画卷；60年不懈奋斗，60年矢志不渝，60年勇往直前，临沂报人积累了宝贵的经验。

始终坚持解放思想、改革创新，是报业发展的不竭动力。解放思想、改革创新是事业发展的动力源泉。60年来，一代代临沂人始终坚持以解放思想为抓手，以改革创新为动力，在新闻宣传、报业经营、管理体制等方面进行改革创新，

不断解放和发展文化生产力，各项事业呈现蓬勃生机和活力。我们大力实施新闻改革和版面改革，深入推进新闻精品化工程，从版面结构、版式风格和报道重点等方面对各媒体进行改革，有力提升了舆论引导水平和新闻宣传质量。临报集团在省级以上新闻奖评选中，先后有1100多件作品获奖。不断深化报业经营体制改革，建立起了自办发行和邮发相结合的编发分离体制，全面推行广告代理与媒体自营“统分”结合的广告经营体制，深入推进印刷产业股份制改革，不断加大网站等新媒体的改革发展步伐，向全媒体方向发展。特别是2010年与大众报业集团实现了以资本为纽带的深度战略合作，对《沂蒙晚报》和《鲁南商报》进行股份制改造，在全国率先趟出了市县级报业集团生活类报纸全面与省级报业集团联袂闯市场的新路子。我们大力加强内部管理体制改

革，实行中层干部竞争上岗制和聘任制、全员劳动合同制、以及分配上的岗位绩效工资制等，大大激发了事业发展活力，促进了各项工作的更好开展。

始终坚持正确舆论导向，不断提高舆论引导能力，是报业发展的根本所在。始终把握正确的舆论导向，这是党对新闻媒体的基本要求，也是报业传媒发展的基本前提。60年来，我们牢固树立“政治家办报”的原则，自觉坚

The screenshot shows the homepage of the Linyi News website. At the top, there is a navigation bar with links for '论坛用户名' (Forum Username), '密码' (Password), '登录' (Login), '注册' (Register), '站内搜索' (Site Search), '我要' (I Want), and '投稿信箱: ly6986272@163.com'. Below this is a banner for '琅琊新闻网' (Langya News Network) with the date '2月19日星期三 济南' and weather '4℃~4℃'. The main content area features several news items and advertisements. On the left, there are links to '平安临沂' (Ping'an Linyi), '日照银行' (Rizhao Bank), '兴业银行' (Xingye Bank), '临沂府酒业' (Linyi Fuyang Wine), '中信银行' (Citic Bank), and 'Haier' (海尔). On the right, there are links to '临沂新闻网' (Linyi News Network), '临沂日报' (Linyi Daily), '沂蒙晚报' (Yimeng Evening News), '鲁南商报' (Lunan Business News), '少年天地' (Youth World), '手机报' (Mobile News), '县区新闻' (County News), '沂水' (Yishui), '莒南' (Junnan), '兰陵' (Lanling), '郯城' (Tancheng), '费县' (Feixian), and '平邑' (Pingyi). The bottom section includes a '今日关注' (Today's Focus) box with the headline '近三年 临沂市1.7亿元帮未成年人圆梦' (In the past three years, Linyi City has helped 1.7 billion yuan of minors realize their dreams) and a '焦点新闻' (Focus News) box with headlines like '乱停乱放、随意抛洒...文明驾驶离我们还有多远' (Irregular parking and littering... how far is civilized driving from us) and '购物后拍准三包期 新《消法》自收货当日起计算' (After shopping, take the right three guarantees. The new Consumer Rights Protection Law starts from the date of receipt).

持以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，始终坚持新闻媒体是党和人民的喉舌性质不动摇，始终坚持党管媒体的原则不动摇，始终坚持团结、稳定、鼓劲和正面宣传为主的方针不动摇，始终坚持严格执行新闻宣传纪律不动摇，做到把正确舆论导向放在首位，做到围绕中心、服务大局，认真履行全党全国工作大局服务、为人民服务、为市委市政府中心工作服务的基本职责，在整体推进、突出重点上下功夫，在贴近、准确、及时上下功夫，在深入、创新上下功夫，弘扬主旋律，打好主动仗，不断提高舆论引导水平，为临沂经济社会更好更快发展发挥了重要作用。

始终坚持市场化运作、产业化经营，是报业集团的立报之基。只有占领市场，才能更好地占领阵地。报业传媒既是舆论阵地，又是文化产业，报业传媒的产业属性决定了必须按照市场规律要求，实行市场化经营。近年来，充分发挥市场在配置资源中的基础性作用，大力推进市场化经营，围绕报业主业，发挥资源优势，引入市场机制，不断扩大报业产业链，积极推进多元化发展，形成了以报业为主体多元化经营的发展格局，以强劲的报业经济支撑、推动了新闻宣传等各项工作健康有序的开展。实践充分证明，坚持以市场为导向，建

立健全市场化经营机制，整合各种资源，提高资本效率，实行产业化经营，是推动报业产业发展繁荣的必由之路。

始终坚持以人为本、凝心聚力，是报业发展的力量源泉。事业发展，根本在人。60年来，报社历届党委始终坚持以人为本，注重凝聚人心，坚持不懈地加强思想建设、组织建设、作风建设、廉政建设和制度建设，形成了一个班子团结、队伍敬业，人人讲奉献、人人有追求，心往一处想、劲往一处使的浓厚干事创业氛围。



新建临沂新闻大厦效果图

我们始终把干部职工的切身利益作为头等大事来抓，为职工建设宿舍楼，及时缴纳各类保险，积极举办文体娱乐活动，受到了干部职工的高度好评和一致拥戴。仅2010年以来，3次上调职工工资，人均增资幅度分别达到16%、20%和16%，让广大职工享受到了改革发展的成果。当前，报业集团干部职工队伍思想稳定，团结一心，干事创业的热情进一步高涨，精神风貌焕然一新，为临报集团在新的起点上实现更好更快发展提供了坚强的保障。

阔步向前再创辉煌

回顾过去，我们倍感光荣与自豪；展望未来，我们充满信心和力量。今天，站在新的起点，面临着严峻的挑战，也迎来了难得的机遇。我们必将阔步向前，再创辉煌。

紧紧围绕市委市政府中心工作，不断强化党报舆论引导力。今后，我们将牢牢掌控正确舆论导向，以《临沂日报》为主导，传统媒体与新兴媒体并举，官方声音与民间舆论呼应，努力构建舆论引导新格局。特别是要联系临沂实际，紧紧围绕县域经济发展、民生建设、城镇化建设、文明创建等市委、市政府中心工作，唱响主旋律，传递正能量，不断提高舆论引导水平，为建设富裕美丽的“大临沂、新临沂”鼓劲造势、凝心聚力。

以发展壮大新媒体为切入点，切实提升党报品牌影响力。适应当前互联网等新兴媒体飞速

发展的新形势，发展在新媒体业态下新的盈利模式。加快新媒体发展步伐，早日开播外文网站，把琅琊新闻网建成临沂走向全国、走向世界的门户。依托新成立的临沂报人文化传媒有限公司，大力发展演艺、动漫、会展、书画交易、户外广告及设计制作发布等多元化经营，不断提升党报的品牌影响力和市场竞争力。

以深入推进改革创新为突破点，努力增强党报发展整体实力。新闻是创新性事业，新闻事业发展的新形势、新任务，要求必须不断改革创新与之适应的体制和机制。大力深化新闻创新和新闻管理体制改革，切实按照现代企业制度要求，深化干部人事、劳动用工、分配制度改革，推进科学管理，激发和调动方方面面的积极性和创造性，让一切积极因素充分释放，使临沂报业各项事业发展始终保持旺盛的生机和活力。

以全面加强队伍建设为着力点，积极打造党报核心竞争力。面对更加复杂的报业发展新形势和更加繁重的新任务，继续把班子和队伍建设放在首位，坚持用党的十八大精神加强班子和队伍的理论武装，努力提高领导班子的执政能力和执政水平，切实加强队伍的思想、组织、业务和作风建设，努力打造一支政治强、业务精、作风硬的高素质干部职工队伍，凝聚临沂报业振兴发展的强大合力，以新的业绩、新的成就向党和人民交出一份满意的答卷。

（本文作者为临沂市委宣传部副部长、临沂日报报业集团党委书记、董事长）

唱响好声音 传播正能量

◆李卫东 李建景

滕州日报社坚持以党的十八大和十八届三中全会精神为指导，认真按照习近平总书记提出的“宣传思想工作要胸怀全局，把握大势，着眼大事”的总要求，紧紧围绕市委、市政府的重要决策部署，坚持策划领先、创意无限，积极开展一系列有声势有影响的宣传战役，为全市进一步深化改革，加快转型升级，抢占“西部隆起带”经济文化融合高地，打造“上善兼爱、大美滕州”文化品牌，提供了强大的精神动力、舆论支持和思想保证。

一、围绕党和政府的中心工作，坚持服从服务大局，着力提升舆论引导力

滕州日报十分注重新闻宣传的策划和创意，充分发挥主流权威媒体在信息传播、舆论引导、监督教育等方面的功能，创新报道内容，改革报道形式，贴近、贴紧滕州市委、市政府的工作重心，适时推出一系列宣传战役，组织开设一系列宣传专栏，浓墨重彩报道改革发展成就，全面展示社会进步变化，客观反映民生民情民意，大力倡树各类文明典型，牢牢把握新闻宣传工作的主动权，舆论引导力、影响力显著提高。

组织战役性宣传，全力做好重要会议、重

要文件解读，保障广大群众知情权，提高党委、政府的公信力。去年以来，滕州市委、市政府召开了许多关乎经济建设、社会发展的重要会议，出台了一系列重要文件。为了将这些重大决策和惠民政策传递到千家万户，滕州日报及时根据会议精神 and 文件内容，化整为零，精心编辑，图文并茂地全方位进行解读。特别是对经济工作会议、农村工作会议以及“两会”，报社都是拿出整版的篇幅集中报道。今年滕州市经济工作会议结束后，滕州日报迅速组织三个整版，对2014年经济社会发展的目标、定位、思路、重点和举措进行了解读，“两会”期间又对《政府工作报告》采取摘登和图表的形式进行解读，宣传效果十分明显。“两会”结束的第二天，滕州日报迅速开设了“加快建设区域性中心城市·新思路新举措访谈”专栏，邀请各镇街、各部门的主要负责人谈体会、谈思路、谈落实、绘远景，为新的一年开好头、起好步做好充分准备。

超前谋划，为滕州加快转型升级、打造经济文化相融合的发展高地营造舆论强势。去年，山东省委、省政府出台的《西部经济隆起带发展规划》将滕州作为县域经济发展的龙头，有十个项目及多个发展重点被列入《规划》之中。滕州

市委、市政府审时度势，制定了《推进西部经济隆起带发展规划的实施意见》。滕州日报嗅觉灵敏，及早谋划，结合贯彻落实党的十八届三中全会精神，迅速在一版头条位置推出了“贯彻落实十八届三中全会精神·抢占西部隆起带高地”专栏，制定报道计划，抽调骨干记者，先后深入到各部门、各镇街实地采访，与有关部门负责同志座谈，大篇幅报道各部门各镇街立足实际、顺应形势，坚持转型升级、科学发展的新思路、新举措，提高了攻坚克难的勇气，坚定了加快发展的信心。目前，该栏目已编发4期，16个部门、镇街的主要负责人接受了采访。同时，开设了“争当科学发展先锋”栏目，积极报道各镇街在经济社会发展中的新成就、新举措、新经验。

捕捉新闻热点，透过现象看本质，开设了“河北学滕州、滕州怎么看怎么办”专栏，掀起新一轮思想解放热潮。2013年初，滕州市委书记董沂峰应邀在河北省委扩大会上介绍了滕州县域经济发展的经验，引起了该省上下的广泛关注。随后，河北省许多县市区纷纷组团来滕学习交流改革发展经验，掀起了一股“学滕州热”。滕州日报在做好常规新闻报道的同时，加强策划，创新形式，迅速行动，密集推出了“河北学滕州，滕州怎

么看怎么办”专栏，先后推出整版报道8个，配发系列评论8篇，吹响了继续解放思想、加快科学发展、建设幸福滕州的号角。

关注营商环境，推进作风建设，开设“干部转作风，群众怎么办·陋习面面观”专栏。按照滕州市委关于整治机关“庸懒散奢疏”行为的要求，滕州日报采用图文并茂的方式，在重要版面、重要位置对“庸懒散奢疏”行为的表现形式、整治重点、整治时限等作了重点解读，并派出记者深入部门、镇街，实地采访整治活动的具体经验和做法，引导各级各部门和广大干部积极转变作风，切实解决门难进、脸难看、事难办问题，提高机关效能，提升工作效率，打造良好的营商环境。经过精心策划，报社推出了“干部转作风，群众怎么办·陋习面面观”专版，充分发挥图片的直观作用，利用30多个版面，曝光了社会上存在的“脏乱差奢侈”现象。新的一年，报社还将计划推出“文明面面观”专版或专栏，为

滕州日报 20年 20人



1. 翟自贵：我以真心付真心
 从部队转业到报社工作，翟自贵“扎根”滕州，全身心投入新闻事业。他先后担任过副总编辑、编委、副总编辑等职务，为滕州日报的发展做出了重要贡献。他始终坚持“以真心换真心”的工作原则，赢得了广大读者的信任和爱戴。



2. 韦景辉：永不褪色的全国劳模
 韦景辉是全国著名的劳动模范，他在工作中始终保持着高度的责任感和使命感。他多次获得国家级荣誉称号，为滕州日报赢得了荣誉。他始终坚持以人民为中心的工作导向，为读者提供了优质的新闻服务。



3. 宋成利：中国新闻村头人
 宋成利是中国新闻界的知名人物，他在新闻工作中始终保持着严谨的态度和敏锐的洞察力。他多次获得国家级荣誉称号，为滕州日报赢得了荣誉。他始终坚持以人民为中心的工作导向，为读者提供了优质的新闻服务。



4. 李长合：滕州体育界领军人
 李长合是滕州体育界的领军人物，他在体育工作中始终保持着高度的责任感和使命感。他多次获得国家级荣誉称号，为滕州日报赢得了荣誉。他始终坚持以人民为中心的工作导向，为读者提供了优质的新闻服务。



5. 江文忠：我的“八年抗战”
 江文忠在报社工作长达八年，他始终保持着高度的责任感和使命感。他多次获得国家级荣誉称号，为滕州日报赢得了荣誉。他始终坚持以人民为中心的工作导向，为读者提供了优质的新闻服务。



6. 张辉：生命融入汶川的天空
 张辉在汶川地震期间，不顾个人安危，第一时间赶赴灾区，为灾区人民提供了及时的新闻报道。他始终坚持以人民为中心的工作导向，为读者提供了优质的新闻服务。



7. 王中华：建起医药连锁王国的自强模范
 王中华是医药连锁行业的知名人物，他在医药工作中始终保持着高度的责任感和使命感。他多次获得国家级荣誉称号，为滕州日报赢得了荣誉。他始终坚持以人民为中心的工作导向，为读者提供了优质的新闻服务。



8. 高敬方：拉地排车起家的传奇企业家
 高敬方是拉地排车起家的传奇企业家，他在企业经营中始终保持着高度的责任感和使命感。他多次获得国家级荣誉称号，为滕州日报赢得了荣誉。他始终坚持以人民为中心的工作导向，为读者提供了优质的新闻服务。

全面提升市民素质，推进“六城同创”奠定思想基础。

二、关注社会热点民生大计，延伸触角 多点开花，着力提升群众满意度

滕州日报积极着眼社会热点和群众关心的问题，加大涉及群众利益和民生大计的宣传力度，用平民视角和群众眼光，把镜头和笔触伸向社会的各个角落，吸引市民的参与、关注。

围绕民生话题，开设“让群众满意、为百姓造福”专栏。全市群众工作会议之后，报社迅速召开编采人员“诸葛亮会”，从密切联系群众的观点出发，收集梳理一年来经济社会发展取得的成就，特别是各项惠民利民政策实施给百姓带来的福祉，组织安排记者深入基层采访，反映百姓心声，了解社情民意，先后推出了《就业有机会，腰包鼓起来》、《碧水蓝天绿满城》、《随风潜入夜，润物细无声》、《教改春风拂 善国

书香飘》、《为困难群体撑起一片天》等10余篇新闻稿件，分别报道了一年来全市在促进就业创业、增加群众收入、加强环境保护、丰富文化生活、帮扶困难群体等方面的工作情况，宣传了市委、市政府大力改善民生取得的显著成效，充分体现了情系民生、关爱民生的执政理念。

围绕全国文明城创建等活动，开设“七城同创·美丽城乡”专栏。2013年初，滕州市委、市政府作出“七城同创”的部署之后，报社立即解读了争创“七城”的目标任务、完成时限、创建标准，连续刊发本报评论员文章，安排记者深入基层采访，每天用两个版的篇幅，报道各部门、各镇街积极开展创城工作的进展情况，激发广大市民积极参与创城、支持创城的热情，先后推出专版200余个。结合城乡环境综合整治，围绕“秀美荆河治理工程”实施，策划推出了“画说秀美荆河”图片专版，用大幅图片和简洁的文字，探秘荆河之源、展现荆河之美、感受荆河

之韵。目前，“画说秀美荆河”专版已刊发10期、计20个版、100余幅照片。

围绕全域城镇化和乡村文明创建活动，开设了“美丽乡村行”等栏目。根据每个阶段的工作重点，报道了城乡环境综合治理、城



滕州日报记者深入基层，接地气、转作风。

乡环卫一体化、乡村文明创建、挂职“第一书记”等工作的开展情况。广大记者发扬“走转改”精神，深入镇街、部门、乡村、企业，广泛进行采访，密集刊发报道，以身边人、身边事、身边的变化，鼓舞群众、感染群众、引导群众，实事求是、客观实际地反映社情民意。同时，围绕民生重点工程和惠民政策的实施，以图文并茂的方式，全面展示新成效、新成果，以普通百姓的视角，反映改革发展带来的巨大变化。

三、坚持“本土就是权威，贴近就是力量”的办报理念，着力提升媒体影响力

滕州日报始终把自己定位于“滕州人的新闻大餐”，明确提出“本土就是权威，贴近就是力量”的办报理念，努力追求“时政新闻平民化、社会新闻生活化、民生新闻服务化、副刊新闻精品化”，超前谋划，高点定位，眼光向外，取长补短，追随主流人群，不断提升报纸影响力和舆论引导力。

选树典型，弘扬正气，唱响大爱之歌。去年10月11日，滕州籍消防员刘洪坤在北京石景山商场火灾救援中英勇牺牲。报社在当天傍晚获知这一消息后，迅速召开策划会，全面进行采访部署，连夜向市人武部、界河镇核实情况，安排专人从新华社、央视新闻收集报道线索，在次日出版的报纸封面抢发了消息。第二天一早，两名记者赶赴烈士家乡界河镇采访，收集了有关刘洪坤事迹的大量资料，13日下午又派出一名记者赶赴

北京采访。10月14日，滕州日报头版头条刊发了长篇通讯《浴火青春绽放生命灿烂——追记消防员刘洪坤》，在封面刊发了群众悼念的照片，并用一个整版的篇幅报道了社会各界的反响，配发了评论员文章。10月17日，推出了长篇通讯《善国兼爱唱英雄——从英雄群体看滕州精神》，以刘洪坤烈士的英雄事迹为切入点，将近年来涌现的“徐洪刚式”的好战士王金春、舍己救人的基干民兵张广中、义捐骨髓救助大学生村官的好青年汪凯、抗震救灾英雄张鹏、笑对死亡捐献遗体的好姑娘孙开秀等先模群体跃然纸上，生动诠释了“上善之地，大爱滕州”的精神内涵。滕州日报推出有关刘洪坤烈士事迹的专题版面18个，刊发文稿、图片近300余篇（幅），在全市掀起了“学英模找差距，提境界转作风”的热潮。

发挥媒体自身优势，组织策划系列活动，努力打造报纸品牌。新闻工作者是社会发展进程的忠实记录者，也是先进文化的传播者。去年10月份开始，报社着手筹办报庆20年活动，严格执行中央八项规定，不开庆祝大会，不邀领导题词，不请客户祝贺，不搞员工聚餐，不发纪念物品。独辟蹊径，立足实际，发挥自身优势，举办了滕州日报创刊20年“20人20事20文20图”评选活动，专门组织了由社会各界知名人士参加的评委会，在曾经发表过的成千上万条新闻稿件（包括图片、书画）、副刊作品中，遴选出一批新闻人物、新闻事件、美文美图，经网络投票、评委终审、报纸公示，最终评定了“20人20事

20文20图”，并利用《上滕·城色》杂志结集出版。此次评选的“20人20事20文20图”，是滕州经济社会发展20年的缩影，是滕州精神在20年中的传承与弘扬，也是滕州日报20年成长壮大的见证。滕州日报不重形式重节俭、创新形式迎社庆的做法，受到了社会各界的高度评价。

坚持“走转改”，“在走进中更贴近，在贴近中更亲近”。报社始终把采编队伍建设放在十分重要的位置，在加强全员品德教育、提升政治业务素质的同时，积极引导年轻记者走进基层，亲近泥土，接地气、转作风。去年以来，继续开设“三进三到三寻访·记者走基层”、“亲历”、“透过镜头看变化”专栏，鼓励记者走村

入户了解民情知晓民意，穿行大街小巷洞察民生变化，实地接触不同行业的工作岗位，体验干部职工的艰辛与欢乐。去年一年，滕州日报先后刊发记者亲身体验的新闻稿件60余篇。如今，“三进三到三寻访·记者走基层”活动已成为滕州日报记者深入基层“走转改”的一种常态，其经验先后两次被省“三项教育领导小组办公室”在全省新闻单位进行推广。2012年，滕州日报社被省委、省政府授予“全省文化体制改革先进单位”；2013年，滕州日报被评为“全省优秀级县市报”。

（本文作者李卫东为滕州日报社总编辑、李建景为滕州日报社新闻研究室主任）

信息角

滕州日报年度表彰只用10分钟



2月14日元宵节当天，滕州日报社举行了庄重简朴而又别有新意的2013年度综合表彰仪式。这

次表彰活动利用早操时间进行，没有主席台，没有红地毯，也没有艳丽的鲜花，随着主持人的宣布，被评为“创先争优标兵”、“职业道德先锋”、“采编之星”、“经营之星”、“服务之星”、“成长之星”、“义工之星”的获奖者依次从报社领导手中接过了造型简单却又别致的荣誉奖牌。“星”光闪耀，欢声笑语，7轮颁奖前后只用了10分钟。

（本刊特约记者 李建景）

地方新闻网站的“本土化”发展

◆马麟 赵鹏

如今，新闻网站成为了新闻传播领域中一道独特的风景。传统媒体与互联网媒体融合发展，纷纷上网建站，以新的传播形态扩大自己的影响力，在更大的范围内争夺受众和市场。聊城新闻网就是在这种大环境下应运而生，并探索出了一条适合地方新闻网站发展的“本土化”之路。

一、聊城新闻网的发展

聊城新闻网于2006年3月开通，是由聊城报业传媒集团与聊城市政府新闻办公室联合组建、并由聊城报业传媒集团具体管理的聊城唯一具有新闻发布资质的大型综合性网站，也是聊城唯一具有广播电视节目制作经营资质的网站。现日均IP访问逾10万，PV值近100万，PR值为7。网站所开设的《网络直通车》等网络问政栏目，已成为党委政府与人民群众沟通的桥梁；开设的聊城论坛、网友爆料、微博、博客等互动栏目有注册用户十余万。现在的聊城新闻网是一个正在推向市场，实施独立经营的新媒体单位，拥有采编、播音、主持、技术等专业人才，摄影摄像、视频采录、网络直播等尖端设备，着力打造“全



媒体”服务新平台，是在全省全国同行中有一定影响力的地方网络媒体。

几年来，聊城新闻网在市委宣传部和报业传媒集团领导的关心支持下，始终坚持正确的舆论导向，全力当好党和政府的喉舌、广大市民的知音，及时报道聊城现代化建设中的最新成果，为经济社会大局服务，已成为聊城市最重要的思想文化宣传阵地之一，接待网民遍布全球60多个国家和地区。在扎实做好新闻工作的前提下，聊城新闻网面对市场压力，积极转换经营思路，坚持新闻与服务同行，线上线下互动，大力开展形式多样的网下活动和各种服务，成功策划并举办

了各种大小型活动，许多单项工作在某些领域中产生了一定的影响，已发展成为聊城市门户网站。

二、地市级新闻网站的发展方向

1、本土化发展提高网站竞争力

地方性新闻网站依赖本地信息资源。而作为地方新闻综合网站地域性极其重要，只有立足本土，了解本地读者的需求，提高本地读者的认可度，才能依靠其丰富的内容，从而吸引更多的人来关注网站。

聊城新闻网的重点信息除了全国性热点新闻之外，更重要的是本地区时政、民生类信息，以及涉及医疗卫生、教育发展等与普通本地居民息息相关的新闻事件，这个定位与聊城当地经济文化发展水平相符，它为聊城新闻网的发展理清了思路。

传统媒体在网络时代得到了更广阔的发展空间，他们以网络为载体，搭上现代信息技术

的快车，使之成为对外形象和宣传当地更好的方式。作为地方新闻网站，就是要向外界介绍当地各项经济和社会发展的基本情况，成为外界了解本地区的一个窗口。聊城新闻网作为鲁西地区的品牌新闻网站，其优势在于地域性，这种地域性不仅表现在对于本地网民的便捷服务上，更体现在对外宣传上。明确自身定位，才能实现区域性崛起。所以，聊城新闻网积极寻找对策，从区域特色入手，积极探索报网结合。因此，聊城新闻网早已实现聊城日报、聊城晚报的数字化，将报纸和网络合并为一个媒介形态。报网融合为党报及地方生活类报纸的发展提供了一条崭新的道路，给报纸竞争提供了新的着力点，让传统媒体不再局限于时间和空间的框架内，可以随时随地阅读了解当地新闻，让读者无报胜有报。更重要的是弥补了报纸时效性的遗憾，这也是其成为一大传播媒介的重要特点。

目前，聊城新闻网利用自己的优势可以为传统新闻媒体网上发展提供传播平台，与两报的合作已形成多种方式，如获得授权转发新闻及文章、为传统媒体网站建立镜像链接、协助传统媒体办网络版、合作开设专题网站、共同办频道或网站等，大大提高了网络资源的优化配置。作为聊城最具影响力的地方新闻门户网站，聊城新闻网自开通以来，以强烈的使命感和责任感，充分借助聊城日报、聊城晚报的信息资源，坚持“立足本土”的理念，以新闻资讯为龙头，成为“网友获取聊城新闻资讯和发表言论的第一平台”。



2、打造特色栏目为网站增值

一个地方性网站也需要竖立一个属于自己的良好品牌。如上海东方网的《东方网眼榜》、河南大河网的《焦点网谈》、浙江在线的《民生帮帮帮》、聊城新闻网的《网络直通车》、《凡人聊吧》、《聊城网络春晚》等栏目，都是各地新闻网站的的品牌栏目。所谓网站品牌，增值的源泉来自于网友心智中形成的对于网站的印象。可以说，这些品牌栏目就是网站的“代言人”，承载了网络品牌的品牌栏目，是属于各地新闻网站的一个独特标志，是能够吸引更多的网友和读者关注与支持网站的鲜明旗帜。

就拿聊城网络春晚来说，现在在聊城提起聊城网络春晚可谓家喻户晓。当初决定打造网络春晚这个栏目，旨在发挥网络这一平台的优势，打造一场贴近百姓、弘扬地方特色的节日盛宴，以丰富群众节日文化生活，更好地展示聊城发展成果，从开办延续到现在，已经成了聊城新闻网的品牌栏目，也成了聊城文化项目的代表。如

今，聊城网络春晚已经形成“网络味、互动味、地域味、平民味”网友大联欢的平台，不仅成为聊城新闻网的品牌，更成为聊城市的品牌。

3、高速传播和权威性促进网站影响力

与传统的媒体相比较，网络媒体可以全天候24小时为世界各地的网友提供服务，实现网络信息的不间断快速传播。同时，现如今的网民数量庞大，并且网民在网络上的自主性自发性都很强，一旦网络上的信息使其感兴趣，就将得到广泛的转载，此举强化了网民们对信息的辨识度和发布量，是传统媒体无法比拟的。

一方面，通过共享聊城日报、聊城晚报等本地报纸电视的新闻资讯，以及充分利用市委、市政府召开新闻发布会的机会，对有关新闻事件进行滚动报道，甚至进行网络直播，做到第一时间发布；另一方面，通过对聊城本地发生的重大时事新闻、突发事件，力求做到快速反应，准确报道，同时配发评论员文章，开展话题讨论、调查和专题等，进行多角度、多层面、立体化

报道，迅速占领网络舆论高地。尤其2013年以来，针对聊城几起重大事件，聊城新闻网被授权成为唯一发布消息的平台，在聊城及周边地区成为权威性的重要媒体。

4、以活动为依托增强网站活力

互动是网络媒体的重要特性。如前面所提到的《聊城网络



媒体集团转型的核心是财团化

◆魏武挥

在今天这个时代下，关于媒体转型的讨论非常之多，有说内容为王的，有说渠道为王的，我提出一个主张“匹配为王”，但这都是单一媒体或小型媒体集团的工作，对于大型传统媒体集团而言，这些都是战术性的，真正战略上的方向绝不是什么什么为王。

早在1988年，当时的新闻出版署、国家工商局联合发文，下达了名为《关于报社、期刊

社、出版社开展有偿服务和经营活动的暂行办法》的文件（按照我国法律结构体系，这个也可以属于法律法规之类，具有法律效力）。这个文件字数不多，前后八条，翻来覆去讲的都是报社期刊社出版社可以结合自身情况，开办各种经营实体——这在法律上为媒体行业（就当时新闻出版署而言，也只能给报社期刊社出版社下文，广电一脉非它管辖，但广电各单位后来也照做了）

春晚》等品牌栏目，极大丰富了聊城网民的业余文化生活，很好地普及了健康生活理念，并以主流媒体的社会责任推动聊城网络文化的活跃发展，形成网上、网下的积极联动，使地域文化得以迅速、广泛地传播。另外，聊城新闻网还策划推出了《网络会客厅》、《元宵节摄影大赛》等品牌线下活动，这些活动均得到网民广泛关注和高度认可，网站的知名度与美誉度也通过活动的推广进一步得以提升。回应网友的诉求也是网站聚集人气的一个非常有效途径。

2011年3月，由聊城市委书记宋远方点击开通的《网络直通车》栏目，首开聊城网络问政的先河，受到了网民的热捧，共帮助老百姓解决实际问题1万多件，平均每天解决、答复问题约30

件，解决和答复率达到90%。目前该栏目已成为政府和民众之间最直接、最有效的沟通渠道之一，赢得了各方的好评，在聊城“有问题找《网络直通车》”已成为民间共识。

在这个以秒计算的时代，地方网络媒体除了承载大量新闻宣传，还更多地承担起了社会公共服务和文化建设，丰富方便了老百姓的日常生活。同时，地方网络媒体的影响圈不应圈得过于宽泛，本地的影响是生命线，力求所有。当然地方性并不意味着拘泥于本地，它是以宏观视野与本土特色的高度结合，促进地方网络媒体的发展与成熟。

（本文作者为聊城新闻网编辑部副主任）

开展所谓混业经营明确了说法。这个文件后来被废止，不是说文件精神不对，而是神州大地到处在这么做，已经没有必要了，充分体现了法无禁止即许可的法治精神。

混业经营慢慢就形成了所谓媒体集团，中国每个省都有省委机关报，市里也有市委机关报，围绕这些机关报，慢慢产生了一些所谓子报晨晚报都市报。通常来说机关报负责意识形态，子报晨晚报都市报负责赚钱。在这些报纸之外，又产生了各种明目的经营实体，常见的有广告公司、物业公司（报业都有些房地产）、会展公司，甚至还有卖水送水的。前阵子某报和农夫山泉之争，公众发现某报居然有卖水送水业务，引起猜测。其实报业搞卖水送水，根本不算什么了不得让人大吃一惊的事。

集团集团，都暗示着多元化经营之意，媒体行当所谓“不务正业”由来已久，在我看来，也不算什么“不务正业”。大型集团涉足多项业务，全球惯例，不用大跌眼镜。媒体行业，尤其是纸媒行业，外受经济影响而导致广告收入并不是稳定收入，内受纸张影响而导致成本也不稳定，两头夹着，不搞定多元化经营，集团就很难稳定发展。日子景气好过一点，不景气就难过，这就成了看天吃饭的农民了，当然不是长久之计。

但，这远远不够。

国外大量的媒体都是背靠财团，比如美国报业历来有所谓家族报纸之谓，这个家族那个家

族，其实啥具体事都不干，就是做财团，利用资本力量，整合这个整合那个，玩的都是财技（插播一个段子，陈光标说是要去买纽约时报，委实说明他不了解国外媒体真正的运作之道。有钱是财团的必备因素，但绝不是唯一因素）。中国媒体集团，原来背后也是财团的——就是我党支撑。慢慢我党也觉得不能成天贴钱，还是要媒体自谋生路，于是背后的“财团”没有了，这就得让媒体集团们，自行找辙了。

平心而论，中国这些体制内的媒体集团们，最大的弊端是体制，最大的优势也是体制。体制为一些市场化行为（比如员工持股之类）带来了障碍，但体制也给他们带来了很多企业不具备的优势：资源。地方上的媒体集团，说句大白话，个个都是地头蛇，握有各种牌照、闹市区土地、当地说一不二的话语权等花钱也不见得搞得定的资源，守着的是金山，无非就是要引入一些市场运作来开发而已。用资源换资本，体制内外一起合作，壮大自身，是大型媒体集团转型的方向：我甚至激进地说，怕是唯一方向。

资源换资本，这是什么？就是整合，整合出什么？就是财团。

前两天网上在疯传华人基金黎瑞刚在文广内部的讲话稿，一些评论认为黎瑞刚没讲什么实质性的东西，没见他说要做个什么内容，搞个什么产品，有点虚。这种评论都是看不到媒体转型的核心的。黎瑞刚离开文广后搞华人基金，虽说也做了中国好声音这样的叫好叫座产品，但更多

的，玩的就是投资和财技。这样层面的大佬，做一个具体产品总监就够了，不用他操心。他要操心的事是，再次主政后，如何利用已有的两个上市公司百视通和东方明珠，结合华人基金，搞资本运作，整合更多资源，再弄出几个上市公司，最后把文广定位成控制各种资源、经营实体以及资本力量的财团。

搞财团国内其实已经有一些苗头。华闻传媒这家上市公司，它的正式全称就是“华闻传媒投资集团股份有限公司”，摆明了就是搞投资的。旗下除了华商报，还有国际广播电台这个资源。三大频率落地中国各个城市，凑一起两百多个频道，覆盖受众数以亿计，更不用说国广还承担着外宣任务，外宣经费数以百亿计。在中国，搞个电台可不是有钱就能干的，比搞报纸杂志还难。虽说有互联网电台，但到底后者还刚刚露头，小打小闹，尚不成气候。

华闻的具体路径是小额且快速的收购，将收购来的实体利润并表，夯实利润基础，再推高股价，现下总市值已经达到250亿人民币，最新财报显示净利润增长122.82%。另外一家传媒集团也搞投资，相对来说速度稍慢，但手笔很大，那就是浙报集团，以浙报传媒上市公司为依托，32亿重金收购边锋，是去年传媒行业的大新闻。这家集团旗下从Angel传媒梦工场，到VC/PE东方星空，再到做MA的浙报传媒，外加一个搞财务投资的新干线，可谓一条龙投资布局，环环相扣。

即便是一直被视为保守的上海滩媒体业，去年今年都折腾出了大动静。先是上海报业成立，关了新闻晚报，扩张东方早报，最新的一件事是要准备数亿美金做一个号称“东方彭博”的项目。项目倒还是其次，看点在于不是上海报业自家掏出所有银子来，联合了至少有联想弘毅资本的多家外部资本，也是用资源换资本的手法。今年上海文广一脉有理由相信动静会更大，黎瑞刚操盘下，资本运作资源整合本来就是他的拿手好戏。

另外两家纸媒上市公司，粤传媒去搞数据，因为它背后是广州日报集团——中国拥有广告主最多的媒体集团，广告主对数据十分饥渴。博瑞传播去收购手游，因为所在地成都号称中国手游之都。家家具体路径不同，但多元化经营、财团化运作，大致方向都是趋同的。

2014年起，我的预判是传统大型媒体集团财团化的开始，也是在市场上全力推进四处扩张的开始，利用掌控的资源，吸引外部力量进入，形成体制内外你中有我我中有你的格局。上可以满足意识形态要求，下可以满足自身商业要求。不过，有一点要明确的是，媒体的未来，绝对不再是“文人办报”的未来，而是金融人才为主导，技术人才为核心，经营人才为运作。

（本文摘自新浪IT）

晚清时期的山东官报

山东从1894年至1911年，先后创办各类报纸21家，其中官办报纸5家分别是：

济南汇报

创刊于1903年（清光绪二十九年）上半年，为山东巡抚周馥创办，是济南第一家报纸，也是山东省最早的官报。该报为书册式报纸，5日刊，全年64期，分政、事、文、学四纲，页数不定。



《济南汇报》带“辕门抄”气息，所设栏目有：《上谕》，是皇帝的谕旨；《时政汇览》，主要是各地方官员给皇帝的奏摺、条陈及各地方政府的章程、公文等；《东政辑要》，主要登载有关山东省政事的条陈、奏摺、章程；《五洲近事汇编》，主要转载外地报纸和外国人

所办报纸的国际新闻；《教学杂纂》，重在介绍国外的教育方法和教育制度，发表一些有关教育的理论文章；《专件》，主要刊载一些论文、通讯、条约、章程等；《杂俎》，突出一个“杂”字，重在向读者介绍自然科学知识、社会科学知识及世界珍闻等。该报只在少数政府官员中发行，不刊登商业广告。停刊时间不详。

简报

1903年下半年创刊于济南，由工艺局坐办李士可负责。主要登载当时官员的升迁、禀见等情形。同时还摘录南北各报新闻，刊登商业广告。

《简报》初创时，日出4开对折一张，单面石印，分上下两版。上版设《电谕》、《各省新闻》、《时事要闻》、《外国新闻》、《外省新闻》等栏目。下

版专登广告，但下版头条仍为“辕门抄”。发行约四五百份，供在省官员和商民阅读。

后来李士可到外地做官，《简报》由沈景忱、李仲铭、吴继鲁、张希卿等人买下，由官办改为民营，报纸由单面印刷改为双面印刷，4开4版。时值清末，国内政治腐败，外侮频仍，《简

报》受各地报纸的影响，在辛亥革命前后发表了许多抵御外侮、振兴实业、收回权益的言论，成为当时济南地区较有影响的一家报纸。民国建立后，特别是“五四”运动后，尽管该报在版面上增添了《专电》、《要闻》、《简评》等栏目，但已明显跟不上时代的发展，营业日渐衰落。后由济南报界流氓何冰如买下，1929年7月停刊。

济南日报

1904年由山东藩台出资创办，沈景忱和孙念僧任社长。4开4版，主要设《上谕》、《论说》、《紧要电报》、《各国新闻》、《本日专电》、《各省新闻》、《本省新闻》、《专件》、《辕抄》等栏目。该报偏重于新闻报道，具有一定的反帝色彩。1905年曾因登载“德国人在山东不利于中国”的消息，遭德领事抗议。该报的《论说》，多是转录京、津、沪报纸上的论说文章。1908年，该报扩大为对开4版，栏目名称无多大改变。辛亥革命爆发后停刊。

民国建立后，该报改组为《大东日报》。

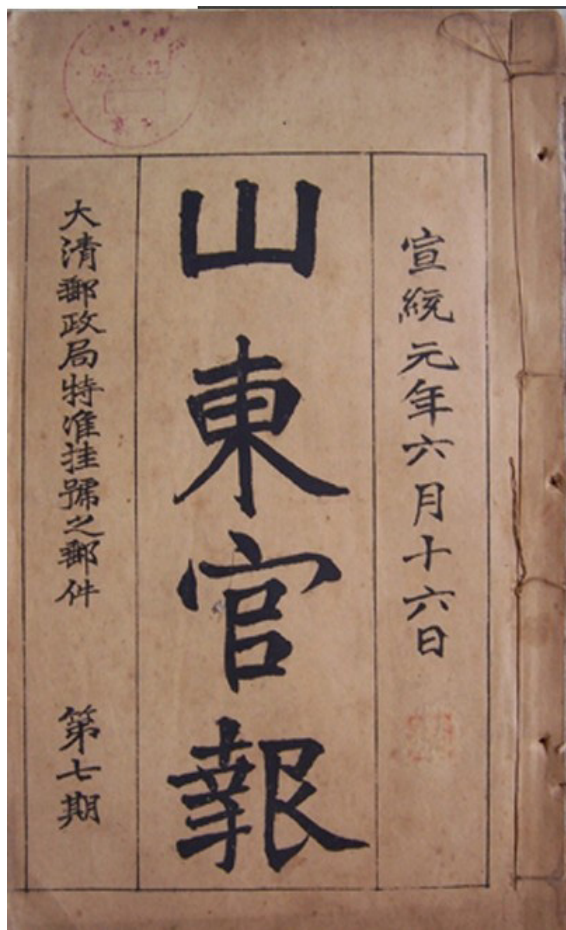
山东官报

1905年在济南创刊，1912年停刊。创办人是山东巡抚杨士骧，总编辑黄华、朱钟琪等。

《山东官报》由山东官报局出版，铅印，16开本。1907年前，发行两日报和旬报两种。1908年起改出旬报，每月3期，每期增添新闻4页。1909年5月30日起，又改为周报，每册百页左右。

《山东官报》标榜“举凡紧要奏议、公牒

以及内外大政大法、国际外交、靡不毕载”，其实所载内容无非是皇帝对军政官员的任免，对政府各部门工作的指示；政府各部门的请示、报告、文件、规定、文批，等等。1908年后，增加了《新闻》、《时事选录》、《艺文存略》等



栏目。《新闻》分各国新闻、各省新闻和本省新闻；《时事选录》摘要登载时人演说等；《艺文存略》则刊登“先哲遗篇足以羽翼世教者”、“时流撰著足以陶冶性灵者”，如《武训遗像记》、《义丐歌》等。

山东籍报人傅斯年



傅斯年（1896—1950），字孟真，聊城县城内北街（今属聊城市东昌府区）人。著名学者。幼年在家读私塾，后入天津府立中学堂学习。1913年考入北京大学预科。1916年以优异的成绩升入北大国文门（即中国文学系）。在北大期间，曾创立“新潮社”，主编《新潮》杂志。“五四”运动时期，任北大学生会负责人，为学生领袖人物之一。

1919年考取山东官费留学生，先后就读于英国伦敦大学、德国柏林大学。1926年冬回国后，先任中山大学教授兼文学院院长及国文、历史两系主任，继任中央研究院历史语言研究所所长，并组织领导了河南安阳殷墟的发掘和山东考古等多项工作。1929年随研究所迁往北平，兼任北京大学教授。1932年10月，编著出版了《东北史纲》第一卷《古代之东北》。书中根据大量历史资料，证明东北自古即属中国领土，驳斥了日本帝国主义所谓“满蒙在历史上非支那领土”

的谬论。1933年夏，兼任北平社会科学研究所所长及中央博物院筹备主任。1935年华北事变后，他反对日本侵略，同情“一二·九”运动。曾在《大众报》、《独立评论》等报刊上发表文章，揭露日本策动“华北五省自治”的阴谋，批评国民政府对日本“无止境的退让”。1936年春，傅斯年去南京，直接主持历史语言研究所的工作。1937年春，兼代中央研究院总干事职务。1938—1945年间，先后出席四届国民参政会，历任各届参议员。1945年曾一度代理北大校长，负责接收和整顿该校。同年7月，以个人名义和学者身份与褚辅成、黄炎培等6人，由重庆飞往延安，与毛泽东、周恩来等中共领导人商谈国是。1948年当选为国民政府立法委员及中央研究院院士。

1949年1月兼任台湾大学校长。1950年12月20日病逝于台北。