

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、省新闻出版广电局领导同志，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年第五期
(总第144期)

主办：

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

目录 CONTENTS

热点关注

- 04 山东省人民政府关于加快发展文化产业的意见
- 09 财政资金青睐怎样的文化产业项目

报协消息

- 12 省报协六届二次常务理事会在济举行
- 14 在省报协六届二次常务理事会上的讲话 / 李宗国
- 17 省报协六届二次常务理事会工作报告 / 许衍刚
- 28 全省专业报、企业报、广播电视报年会召开
- 29 云计算、大数据与信息传播 / 王柏华

报人论道

- 33 鲁中晨报：本土就是竞争力 / 高洪波

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

报业光荣榜

- 22 中国报业融合发展创新奖颁奖典礼举行
山东报业荣获多项集体奖个人奖
- 23 首届山东报业创新发展奖、山东报业经营管理奖揭晓

本刊特稿

- 38 冷静应对印量下滑 理性寻求突破路径 / 高金华

报人剪影

- 41 “背”着母亲去上班 / 刘翌

精彩转载

- 44 日本纸媒为何长盛不衰?

百年报业

- 48 民国时期山东的共产党报纸
- 50 山东籍报人李瞻

封二 专治各种“不扶” / 孙京涛

封三 报人艺苑 袁晖

封面设计：刘赞

大众传媒产业基地启用

齐鲁汽车生活广场 同时开业

9月27日上午，由大众报业集团打造的大众传媒产业基地暨齐鲁汽车生活广场在济南长清区启用。汽车生活广场占地480亩，除主打的汽车服务项目外，还包括广告创意、数字印刷、智能物流等项目，由齐鲁晚报负责运营。齐鲁汽车生活广场采用6S经营模式，目前已建成2万多平米的五大汽车展厅，1.2万平方米试乘试驾场地，400米加速跑道，以及上牌、保险等综合服务楼，已有40余家汽车品牌入驻。

莱芜日报新媒体平台开通



9月18日，莱芜报业传媒集团(莱芜日报社)新媒体平台正式开通。

新媒体平台架构主要包含6个单元，分别是莱芜新闻网、莱芜手机报、莱芜日报官方微博(包括新浪微博和腾讯微博)、莱芜日报官方微信公众平台、莱芜日报官方微信公众平台以及love 莱芜手机客户端。随着网站、微博、微信及手机客户端等新媒体平台的正式开通，莱芜报业传媒集团(莱芜日报社)全方位生产、立体化传播的党报新媒体宣传平台组建完成。

枣庄日报社举办秋季房展会

近日，由枣庄日报社主办的2014枣庄秋季房展会暨首届“家”文化艺术节举行。

本次活动的主题是“温馨的房·艺术的家”。通过房屋展销、城市环保形象大赛、书画摄影艺术作品品鉴等丰富多彩的活动，为众多经销商提供了一个展示的舞台，为广大消费者提供了一个良好的购房环境。

黄海画院、黄海美术馆成立



近日，由烟台日报传媒集团筹建的黄海画院、黄海美术馆成立并试运行。

美术馆以举办展览为主，为丰富烟台人民的文化生活、为美术工作者提供学习借鉴的机会，将不断举办在国内外有影响的名家大师的作品。黄海画院旨在繁荣烟台书画事业、打造烟台高尖美术创作团队，培养书画精英人才。

“聊城晚报记者进社区”第三季启动



近日，“聊城晚报记者进社区”大型公益活动第三季正式启动，首站设在开发区东苑小区，

聊城晚报记者，聊城骨科医院、金瑞口腔医院、启梦社区图书馆的工作人员和律师、志愿者等社区公益团成员来到了东苑小区，为小区居民提供公益服务，赢得了广大居民的好评。

日照日报社举办第三届读者节



国庆节期间，日照日报社第三届读者节暨2014秋季汽车展在市人民广场举办。读者节

期间，日照日报社举办了现场订报、读报有奖问答、绘画大赛、便民服务等活动，并表彰了“十佳读者”和“十佳通讯员”。本届读者节采取与车展联办的形式，市民除现场订车购车享受超低价格外，还得到报社准备的丰厚大礼。

山东省人民政府

关于加快发展文化产业的意见

为深入贯彻党的十八大和十八届二中、三中全会精神，落实《中共山东省委关于深入学习贯彻党的十八大和十八届三中全会精神的意见》（鲁发〔2013〕16号），加快发展文化产业，建设经济文化强省，现提出以下意见：

一、明确总体要求

1.指导思想。以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻落实党的十八大和十八届二中、三中全会精神，坚持社会主义先进文化前进方向，坚持把社会效益放在首位，实现社会效益与经济效益相统一，围绕建设文化强省的目标，以扩大总量、优化结构、提高层次为重点，推动文化产业集约化、规模化、专业化发展，形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局。

2.发展目标。到2020年，文化引领支撑经济社会发展的作用更加明显，文化市场体系进一步完善，现代文化企业制度建立健全，文化企业创新能力和发展活力显著增强。文化产业结构进一步优化，文化交流合作进一步扩大，文化产品和服务供给能力大幅提高，人民群众精神文化生活需求得到更好保障。文化产业成为国民经济重要支柱性产业，总体实力和竞争力走在全国前

列，山东成为全国重要的文化产业高地。

二、推动文化产业规模发展

3.培育壮大骨干文化企业。鼓励有实力的国有骨干文化企业把转企改制与资源整合、结构调整结合起来，打破区域限制和行业壁垒，以资本为纽带实行跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，培育文化产业领域战略投资者。通过注入资金、资助项目开发、划转相关资产等方式，支持重点文化企业发展，支持符合条件的文化企业通过上市融资和发行产业基金、股权投资基金、企业债券等方式壮大实力规模。引导文化企业与金融机构开展多种形式的银企合作，对文化企业重点项目贷款实际发生的利息给予一定补贴。由主流媒体和社会评价机构主导每年评选一次“山东省文化企业三十强”，给予首次获评企业适当奖励，并对获评企业在项目审批、资金补助、政策扶持、贷款授信等方面给予优先支持。

4.引进重点文化企业。加大文化企业引进力度，支持引进进入世界500强的文化企业地区总部和全国100强的文化企业及其研发基地、销售中心，对符合“引进重大利用外资项目奖励政策”的单位给予奖励。支持国外文化装备企业、行业领军企业来鲁设立区域性或功能性总部，鼓

励外资企业在鲁进行文化科技研发和服务外包。

5.建设重点文化产业项目。坚持把重点项目作为引领文化产业发展的着力点，以创意设计、影视制作、出版发行、印刷复制、演艺娱乐、广告会展、文化旅游、数字内容和动漫等产业门类为重点，加快建设一批具有较强示范效应和拉动作用的重点文化产业项目。在全省每年遴选10个左右产业优势明显、发展后劲足、持续增长能力强的文化产业项目列入省重点建设项目，建立领导包保责任制，加强跟踪服务和定期调度。

三、推动文化产业集聚发展

6.加大文化产业园区建设力度。坚持政府引导、市场运作、科学规划、合理布局，搞好功能定位，在全省重点建设10个文化产业园区，在基础设施建设、土地使用、财税政策等方面给予支持，对其公共服务平台建设项目予以资助。对评为国家级文化产业园区和国家级广告产业园区的给予适当奖励。

7.吸引文化企业入驻园区。省级及以上经济开发区、高新技术开发区和保税区等各类经济园区要支持文化企业入区发展，设立文化产业片区。各级政府和产业园区(开发区)管理机构要制定入驻奖励、房租补贴、人才激励、金融服务等优惠政策，吸引文化企业和文化产业项目入驻。

8.扶持小微文化企业孵化器建设。实施文化产业发展“金种子”计划，建立小微文化企业孵化器，通过奖励、项目补贴、物业费用减免、金融信贷等方式加大对小微文化企业的扶持力度。

中小企业创业补助的资金重点支持小微文化企业创业基地、省级及以上各类园区文化企业孵化器的建设。对小微文化企业免征管理类、登记类、证照类行政事业性收费。

四、推动文化产业融合发展

9.加快文化与科技融合。鼓励引进和自主开发数字技术、数字内容、网络技术和安全播出等核心技术，推动文化产品和服务的生产、传播、消费等环节数字化、网络化进程，利用高新技术改造提升新闻出版、广播影视、演艺娱乐、印刷发行、网络动漫等领域技术装备水平。依托国家级和省级高新技术园区建立文化和科技融合示范基地，把重大文化科技项目纳入国家和省相关科技发展规划和计划。完善以企业为主体、以市场为导向、产学研相结合的文化科技创新体系，建设一批产学研战略联盟和公共服务平台。

10.推进文化创意和设计及相关产业融合。支持发展高端、高质、高效文化产业，推动文化创意和设计服务与制造业、信息产业、建筑业、旅游业、特色农业、体育产业等融合发展，提高相关产业的文化含量，延伸产业链，提高附加值，拓展发展空间。支持基于新技术、新工艺、新装备、新材料、新需求的设计应用研究，促进工业设计向高端综合设计服务转变，推动工业设计服务领域延伸和服务模式升级，塑造制造业新优势。推动建筑业因地制宜融入文化元素，加快相关建筑标准规范的更新或修订，提升人居环境质量。

11.加强传统媒体与新兴媒体融合。鼓励新

闻媒体利用大数据和云计算技术推进新闻生产，优化媒体内容制作、存储、分发流程，提升数据处理能力，综合运用图片、文字、图表、动漫、音视频等形式展示新闻内容。推进报网融合、台网融合，形成一体化发展的组织结构、管理体制和传播体系，大力发展全媒体。对媒体融合的技术升级、平台拓展、内容创新等项目，在立项审批、资金支持等方面给予重点支持。

五、鼓励原创内容生产

12. 培育原创舞台艺术精品和出版精品。支持文化企业培育原创舞台艺术精品，对经认定具有较好市场前景的优秀选题或作品，在申报奖项、申请文化产业专项资金等方面予以优先考虑，对长年演出且具有一定品牌影响的特色文化演艺精品给予补助。各级政府可采取将财政补贴与企业演出收入挂钩扶持的方式支持文化企业进行商业演出，积极探索采取政府购买文艺演出服务的方式支持文化企业进行商业演出。对确定为省重点出版项目的出版物，或获得国际、国内重要奖项的优秀出版产品(包括数字出版物、图书报刊出版物、音像电子出版物)，根据获奖等级给予奖励。建立文化产品著作权登记保护制度。支持版权交易平台建设。对创作成果、知识产权评估、抵押质押融资和贸易进行扶持。

13. 扶持原创影视产品生产。加大对原创影视产品的奖励力度，建立健全激励机制。原创电视剧、电视栏目(含纪录片)在央视主要频道、省级上星频道黄金时段首轮播出并在全国有较大社会影响力和市场占有率的，原创电影公映达到一

定票房的，获得国际A类电影节主要奖项、国家级政府类重大奖项的，按“从高不重复”原则给予奖励。鼓励民营文化企业和社会力量采取参股入股、联合出品或独家购买等方式参与影视产品创作生产。

14. 支持原创动漫游戏产品生产。对原创优秀动漫创意和动漫产品入选国家动漫精品工程的，原创动画片在央视主要频道、省级上星频道、省级少儿频道黄金时段播出的，原创动画电影公映达到一定票房的，原创动漫网游获得国家文化行政主管部门认定、推广并获得国际、国内重要奖项的，获得国际知名动漫节展、国际A类电影节主要奖项、国家级政府类重大奖项的，按“从高不重复”原则给予奖励。

六、鼓励非公有资本投资文化产业

15. 支持非公有制企业发展。鼓励社会资本和外资通过独资、合资、合作等途径合法进入文化产业领域，在投资核准、信用贷款、土地使用、税收优惠、上市融资、发行债券、对外贸易和申请专项资金方面给予支持。加强和改进对非公有制文化企业的服务和监管，鼓励非公有制文化企业做大做强。在政策许可范围内，探索实行股权多元化，发展混合所有制文化企业。

16. 降低准入门槛。允许社会资本参与对外出版、网络出版，允许以控股形式参与国有影视制作机构、文艺院团改制经营。鼓励社会资本进入文化艺术、广播影视、出版发行、艺术品交易等文化主导行业，发展内容创作、交易传播等重要环节。

七、大力发展对外文化贸易

17.推动文化产品和服务出口。制定完善鼓励文化产品和服务出口的政策措施，加大对文化企业、文化产品和服务走出去扶持力度。鼓励文化企业参加国家重点支持的各类展会和文化宣传交流活动，对文化企业参加经审定的境外展会或境内国际性展会的，开展国际资质认证及境外商标注册、专利申请和版权登记的，发生的费用给予适当补助。

18.加强出口企业和平台建设。加快外向型文化企业和产业基地培育，支持有条件的企业在境外设立企业和分支机构。对文艺演出、广播影视、新闻出版等核心文化领域的重大境外营销渠道和落地平台建设项目给予支持。加快文化产品和服务出口基地建设，制定文化出口重点企业评定标准，对达到省级和国家级文化出口重点企业标准的给予资金支持。

八、拓宽投融资渠道

19.完善融资担保体系。加快文化产业投融资平台建设，进一步扩大省级文化产业投资基金规模，鼓励市、县(市、区)设立文化产业投资基金。鼓励银行机构探索专利权、著作权、商标权以及艺术品、应收账款、仓单质押等多种质押贷款方式。积极发展专业性担保机构，有条件的设区市可成立文化产业发展担保公司，重点支持小微文化企业融资。

20.优化文化企业融资环境。支持文化企业拓宽直接融资渠道，积极推动文化企业进入境内

外资本市场上市融资，支持中小文化企业到股权交易市场挂牌交易和发行债券，探索开展文化产业项目的资产证券化试点。

九、加大财政土地扶持力度

21.增加财政投入。各级要加大对文化产业发展的投入力度，整合现有各类文化方面的专项资金，重点支持文化产业发展平台建设和新兴业态及骨干文化企业发展。文化企业缴纳的土地出让金，优先用于文化基础设施建设。鼓励社会资本改造、新建面向公众开放的鼓励类文化设施，根据其规模和功能，按照“不叠加优惠”原则，省、市、县(市、区)分级负担，省级从服务业发展引导资金中安排资金补贴，市、县级从现有各类支持文化产业发展的资金中统筹解决。各级财政要进一步加大对剧场及其运营管理的扶持力度，对中小剧场根据演出场次进行补贴，用于支持其开展低票价惠民演出。进一步加大政府文化资助和文化采购的力度。

22.保障文化产业用地。将文化产业用地纳入土地利用总体规划和城乡规划，年度计划指标优先支持文化产业项目。鼓励利用存量建设用地发展文化产业项目，原土地使用单位利用现有工业厂房和仓储用房兴办文化产业，涉及原划拨土地使用权转让或改变用途的，经批准可采取协议出让方式供应。对城镇数字影院建设使用国有土地，符合土地利用总体规划和城乡规划的，给予土地供应支持，对只有一个意向用地者的，可按法律法规规定以协议方式供地；投资者要专地专用，不准改变用向。对非营利性公共文化设施用

地，经县级以上政府批准，可以划拨方式供地。实施优惠奖励与节约集约用地水平相挂钩政策，有条件的市、县(市、区)可建立节约集约用地专项奖励资金，对项目建成达产后节约集约用地成效显著、亩均税收贡献或安置吸纳就业人数多的文化企业或文化产业园区实施奖励。

23.确保文化产业政策落实。认真贯彻落实国家和省已经出台的文化改革发展政策，确保财政、税收、土地、金融、机构编制等各项优惠政策按政策规定幅度的上限执行。文化企业发生法律形式改变、债务重组、股权收购、资产收购、合并、分立等重组事项适用特殊性税务处理的，可向税务机关申请办理特殊性税务处理手续。

十、加强队伍建设

24.培育高层次文化产业人才。实施文化产业人才培训工程，定期选派文化产业青年管理干部赴国外学习培训、攻读专业学位。重点引进领军型文化产业人才和团队，纳入《山东省引进高层次创新创业人才支持政策》支持范围，对“泰山学者”等省级重点工程给予优先支持。文化产业优秀专业技术人才参加享受国务院特殊津贴专家和技能人才选拔，同等条件下予以优先推荐；承担重大研发课题，予以优先立项。

25.支持人才培养培训基地建设。支持省内重点高等院校、科研机构与文化产业园区、文化企业联合建立文化产业人才培训和实验基地，对具有一定规模的培训和实验基地给予资助。鼓励有条件的高等院校调整增设文化产业相关学科和专业。支持省级文化产业相关部门与高等院校合

作开展文化产业教学研究。

十一、加强组织领导

26.营造良好营商环境。各级、各部门要切实增强服务意识，进一步优化文化产业发展政策环境，不断加大文化产业投资力度，确保文化产业增长幅度高于生产总值和服务业增长幅度，文化产业投入增幅高于固定资产投资增幅，新兴文化产业增幅高于整个文化产业增幅。加强文化市场综合执法，严格依法办事，维护正常的文化市场竞争和交易秩序，保护经营者和消费者的合法权益。文化、新闻出版广电、发展改革、财政、税务、国土资源、金融等部门，要立足本部门职责，运用多种形式加强文化产业政策的培训和解读，大力促进信息公开、政策透明，提高文化企业对政策的知晓率、利用率。省内主要新闻媒体要加大对文化产业政策的宣传，营造良好舆论环境。

27.完善领导协调机制。各级政府要把文化产业发展摆上重要位置，纳入经济社会发展计划。各级文化体制改革和发展工作领导机构要切实加强统筹规划、分类指导和督促检查，更好地发挥组织协调作用。加强文化产业统计监测和科学分析，建立文化产业统计季报制度。加强文化产业法规制度建设，完善文化产品评价体系和激励机制，制定科学衡量文化产品艺术水准和社会效益的指标和办法。

2014年9月26日

财政资金青睐怎样的文化产业项目

——从文化产业发展专项资金拟支持项目公示看文化产业发展

近日，2014年度文化产业发展专项资金拟支持项目公示，800个文化产业项目进入人们的视野，引起业界的关注和热议。这些项目代表了中国文化企业怎样的发展状态？又昭示着财政政策哪些支持导向？还能读出何种文化产业发展的新信息？

体现新预算法的精神

“这是文化产业发展专项资金第一次公示支持项目，体现了程序的公开。名单一经财政部网站首发后，就得到了迅速传播，体现了大家的关注。”一位参与传播的业界人士评论道，尽管这份长长的名单还不是最后确定的支持项目，但这些项目是经过中介机构和专家的严格筛选，基本能“尘埃落定”，也不排除一些项目在公示中有异议而“名落孙山”。

这次文化产业专项资金拟支持项目的公示，很容易让人联想刚刚通过的新预算的“大背景”。9月15日全国人大常委会通过关于修改预算法的决定，这是预算法在出台20年后，历经十年完成的首次修改。新预算法对现行预算法的修改多达82处，在预算的完整性、透明度、规

范性以及如何加强人大的监督方面，都有了一定进步，将在一定程度上引领国家治理体系的现代化。

“公开透明作为原则入法，新预算法规定预算报告、预算表格都要向社会公开，有利于增强预算的完整性、科学性和透明度。”中国传媒大学文化研究院学术委员会主任齐勇峰认为，这次将2014年度文化产业发展专项资金拟支持项目进行公示，就体现了新预算法的精神，增加预算的透明度，有利于保障群众对文化产业发展专项资金的知情权、参与权和监督权，具有重要的意义，是一个值得肯定的进步。

记者注意到此次拟支持的800个项目分布在“重大项目”和“一般项目”两个大类别中，重大项目又分为文化金融扶持计划、促进文化创意和设计服务与相关产业融合、推动电影产业发展、环保印刷设备升级改造工程、加快特色文化产业发展、推动对外文化贸易发展、新闻出版业数字化转型升级和实体书店扶持试点等8个类别。北京工业大学文化产业研究所所长王国华一语中的地指出：“这样的分类，既考虑行政管理部门的差别，更体现了对文化产业的理

深刻，很符合产业发展的实际。表明文化产业专项资金的管理和使用上趋向更加精细化和专业化。”

由于我国文化产业起步晚，目前仍处于发展初期，很多文化企业脱胎于文化事业单位，离合格市场主体差距较大，客观上需要政府“扶上马、送一程”。专家认为，对文化产业进行支持，是必要的，也是必须的，但可以预见的是，未来财政对文化产业的支持将更公开、透明，更能体现市场化原则，进一步提高财政资金的使用效率。

800个项目的三大重点

仔细研究这份拟支持的800个项目名单，不难发现，支持文化产业升级的项目最多，达到145项；其次是推动对外文化贸易发展的，共135项；第三是文化金融扶持计划，共106项。这三个方面是当前文化产业发展的重点领域，也是财政支持文化产业的着力点。

中国唱片总公司的中华老唱片数字资源库建设及媒资应用项目等145个支持文化产业升级的项目，再加上77个新闻出版业数字化转型升级项目，这两个大项都是推动文化产业进行技术改造和产业升级的内容，符合信息技术、移动互联网的发展趋势，代表着文化与科技融合的趋势。四川大学文化产业研究中心主任蔡尚伟分析说，2013年我国互联网的使用者超过6亿人，随着移动互联网的发展，各种应用在移动终端的普及，

正在深刻地改变着人们的生活方式和消费方式，也使得传统文化产业中不同领域之间的壁垒正在慢慢打通，这不仅使某一个文化产品的开发、营销和销售方式更加多元，也使整个文化产业迎来了一次新的升级，财政资金的重磅支持可谓顺势而为，引领着文化产业的发展。

“在公示项目名单中，推动对外文化贸易发展共有135个项目，其中113项是出口奖励。”北京第二外国语学院国家文化发展国际战略研究院常务副院长、国际文化贸易研究中心执行主任李嘉珊教授对此评论说，近年来，我国对外文化贸易的规模不断扩大，结构逐步优化，2013年，我国文化产品进出口总额达274.1亿美元，其中出口251.3亿美元，是2006年的2.6倍，但总体说来，对外文化贸易仍处于起步阶段，与我国悠久历史积淀和丰富文化资源大国的地位不相符，也与我国作为第二大经济体的地位不相符。这次财政资金对对外文化贸易的支持着重“事后奖励”，是根据文化企业的表现来加以支持，体现了市场化原则，提高了资金的使用效率，更能激发文化企业的创造活力，发挥出市场力量，把中华文化传播出去。

“文化金融扶持计划项目放在第一个类别中，共106项，比去年多了15个项目，但贴息的资金比去年多得多，表明财政支持更注重市场机制在文化产业中的作用，更好地发挥财政资金的杠杆作用。”据文化部产业司副巡视员施俊玲介绍，财政部、文化部自2013年起开始实施文

化金融扶持计划，去年安排92个文化产业项目的贴息资金4.6亿元，撬动银行贷款770亿元，这是近几年摸索和探索的实践中形成的一种新的支持方式。

财政资金要发挥独特的作用

今年以来，文化产业的重磅政策密集出台，国务院层面相继出台了关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见、关于加快发展对外文化贸易的意见、关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展的规定；在财政部和文化部等部委层面，出台扶持小微文化企业发展和支持特色文化产业发展等指导意见。国家行政学院博士后许立勇认为，公示的800个项目就是对这些政策的“落地”和“加固”，促进文化创意和设计服务与相关产业融合的有32个项目，推动文化贸易的项目有135个，支持文化体制改革的有45个项目，对特色文化产业的扶持有33个项目，体现了文化改革发展政策的连续性和有效性。财政政策与产业政策如此结合，打出政策“组合拳”，可谓相得益彰，让财政资金使用更有方向性和针对性，让产业政策更能落实、落细。

财政资金不同于一般的产业资金，在弥补市场失灵的同时，既要托底，也要对社会资金起到示范和引导作用。在公示的项目中，实体书店扶持试点奖励项目有55个，北京三联韬奋书店、北京市外文书店、北京纸老虎公司和昆明新知集

团等榜上有名，为那些苦苦坚持的城市精神地标给予道义上的肯定和实实在在的真金白银，让它们能在商品大潮中屹立不倒。

这次公示的文化产业项目较多，难免让人产生文化产业扶持资金是否存在“撒芝麻”的疑问。对此，有关部门表示，公示的重大项目共有495项，约占全部项目的62%，充分体现扶优扶强的特点。尽管项目比较多，但资金并不是平均分配，而是根据项目的重要性，有的是重点扶持项目，支持资金也相对较多，对一些一般性项目，资金就有些“紧缩”了，要把资金用在好钢上，多培育成长性强的文化企业。

当然，有专家在研究公示的项目名单后认为，财政资金的后续使用更为重要，呼吁加强监督和审计，并通过贴息、基金、担保等多种方式优化使用，把纳税人的资金用在“刀刃”上，进一步放大财政资金的撬动和引导作用，助力中国文化产业的腾飞。

（本文转自《光明日报》）



省报协六届二次常务理事会在济举行



山东省报业协会六届二次常务理事会于9月24日在济南山东大厦举行。会长许衍刚做工作报告，省委宣传部副巡视员李宗国到会讲话；省委宣传部新闻出版处处长李兴利、省新闻出版广电局调研员常平，副会长李壮利、王海涛、王军、冯华昕、曲江，以及来自全省各地的常务理事、专业委员会主任、获奖代表出席会议。

李宗国在讲话中，代表省委宣传部向参加会议的常务理事致以诚挚问候。他说，作为全省

报业系统的行业性组织，省报协工作积极主动，有思路、有特点、有亮点。坚持围绕中心、服务大局、改革创新，认真贯彻落实省委省政府的决策部署，按照“大团结、议大事、办实事、促发展”的工作方针，在宣传导向、报业经营以及行业服务、行业自律、研讨交流、行业维权和管理等方面，充分发挥组织、联系、协调、服务功能，做了大量富有成效的工作，得到社会各界的一致好评。

结合当前传统媒体和新兴媒体融合发展的新形势、新任务，李宗国就省报协下一步工作提出了几点意见和要求：一是要有强烈的导向把关意识，不断巩固壮大积极健康向上的主流思想舆论阵地；二是要推动媒体融合迈出坚实步伐，拓宽新渠道，发展新应用，延伸影响力；三是要促进报业经济又好又快发展，培育新的经济增长点；四是切实加强协会自身建设，发挥协会优势，为党和政府决策提供参考。

许衍刚在工作报告中指出，两年来，省报协第六届理事会认真学习贯彻党的十八大精神，为报业改革发展添薪助力。自觉履行社会责任、成功举办“讲文明树新风公益广告大赛”。丰富专业会议内容，为理事单位创造更多交流机会。在办好《山东报业》、《传媒资讯》、山东报业网，为理事单位搭建全新的成果、经验、信息发布平台。加强协会自身建设，提升履行行业服务能力。按照第六届理事会提出的“两服务四促进”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，求实创新，较好地完成了工作任务。

许衍刚在工作报告中对2014年及今后工作做了重点部署。提出：要以党的十八大精神为指导，紧紧围绕省委、省政府规划的文化强省建设目标，按照“两服务四促进”的要求，全心全意为党和政府大局服务，为理事单位服务，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融合发展，促进行业自律、公平竞争、合作共赢。

许衍刚指出，省报协的大多数理事都是报社主要负责人，肩负上级党委重托和报社全体职工的希望，肩负宣传与经营两副担子，责任重大，使命光荣。希望大家在履职尽责的过程中，高度重视廉政建设、安全从业这个严肃课题，认真规范经营行为，尽快完善内部管理机制，严格遵守国家法规，执行中央八项规定，力争宣传经营双丰收，力求领导班子和职工队伍不出事。省报协作为行业组织，将更好地利用各种宣传阵地，并通过开展各种活动，大力宣传中央、省委的有关精神，总结推介业界媒体廉洁自律、守法经营的事迹和经验，积极促进行业自律。

会议审议通过了省报协六届二次常务理事会议工作报告和财务报告，宣读了关于表彰山东报业创新发展奖等奖项获奖单位和个人的决定并颁奖。

会议通报了省报协常务理事、理事调整情况。还通报了会长办公会议定事项：依据具体情况，对省报协下辖各专业委员会恢复设置副主任之职；依据新形势，将省报协电子技术进步委员会更名为新媒体与信息技术委员会，业务范围由电子信息技术进步扩展到理事单位新闻网站等新媒体；将行政物业管理委员会更名为党群行政管理委员会，业务范围由行政物业管理扩展到党群、人事劳资管理等方面。

会议邀请浪潮集团执行总裁、首席技术官王柏华作了题为《云计算、大数据与信息传播》的专题报告。

(朱立翠 孙培尧)

在省报协六届二次常务理事会上的讲话

李宗国

(2014年9月24日)



同志们：

今天，省报业协会召开六届二次常务理事会，几十位来自全省各地的社长、总编辑齐聚一堂，共话报业发展大计。在此，我谨代表省委宣传部，对会议的召开表示热烈的祝贺！向参加会议的各位常务理事致以诚挚的问候！

作为全省报业系统的行业性组织，一直以来，省报业协会坚持围绕中心、服务大局、改革创新，认真贯彻落实省委、省政府的决策部署，

按照“大团结、议大事、办实事、促发展”的工作方针，在宣传导向、报业经营以及行业服务、行业自律、研讨交流、行业维权和管理等方面，充分发挥组织、联系、协调、服务功能，做了大量富有成效的工作。刚才，听了常务理事会近两年来的工作报告，感觉省报协的工作积极主动，有思路、有特色、有亮点，很受鼓舞，也很受启发。

当前，网络和数字技术裂变式发展，带来媒体格局的深刻调整和舆论生态的重大变化，新兴媒体发展之快、覆盖之广可以说超乎想象，对传统媒体特别是报刊业带来很大冲击。党的十八届三中全会明确提出，要整合新闻媒体资源，推动传统媒体和新兴媒体融合发展。这是党中央着眼于巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论作出的重大战略部署，是宣传思想文化战线的一项重大战略任务。8月18日，习近平总书记在中央全面深化改革领导小组第四次会议上，就推动媒体融合发展，发表了重要讲话。中办、国办近日印发了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。中宣部已先后三次召开会议，省委已将此纳入重点调度的改革事项，省委书记亲自督促调度。孙守刚部长多次作出批示，提出具体要求。从今年4月份开始，部里就全面启

动这项工作，召开了座谈会，组建了工作推进班子，研究我省贯彻落实的具体措施。前天，我们还把新华社李从军社长请来作报告，各市常委宣传部长、省、市报刊社、广播电视台的一把手都参加了会议，可以说是近年来规格最高、人数最多的一次专题辅导报告。今天在座的各位社长、总编，很多都参加了前天的报告会，应该有很直接、很深刻的感受。

关于当前的媒体发展形势，中宣部刘奇葆部长有一句话让人振聋发聩，他说“传统媒体已经到了‘救亡图存’的重大关口”。在媒体融合发展的大形势下，如何更好地发挥报协的职能作用，如何推动全省报业应对挑战、把握机遇，这是当前全省新闻战线面临的最紧迫的任务。借这个机会，就省报协下一步的工作提几点意见供大家参考。

一、要有强烈的导向把关意识

导向是媒体的生命线，媒体发展决不能偏离正确的导向。省报协有86个成员单位，涵盖了省、市各级党报、都市报、专业报、企业报、广电报，是全省新闻战线的中坚力量，是舆论引导的重要阵地。要牢固树立导向意识，紧紧围绕省委省政府的中心工作，精心组织策划全面深化改革、培育和践行社会主义核心价值观、“两区一圈一带”、民营经济、乡村文明等重大主题宣传，深入组织开展“走转改”活动，让新闻活起来、让内容实起来、让版面动起来，把报纸办得有特色、有品位，提高权威性、公信力和影响

力。要把正确的导向贯穿到媒体发展的各环节、全过程，从内容、流程、渠道、技术等方面把好关口，切实固化为各项规章制度、内化为新闻从业人员的自觉行动、转化为实际工作能力，不断巩固壮大积极健康向上的主流思想舆论。这也是传统媒体最大的优势所在。

二、要推动媒体融合迈出坚实步伐

在媒体融合发展的大潮中，报业可以说首当其冲。目前，我省报业很大程度上只是停留在传统媒体办新媒体的初级阶段。省直主要新闻媒体和济南、青岛等市的部分媒体情况要好一些，但是在移动化、社交化、视频化方面仍然处于起步阶段，各地媒体的发展也很不平衡，绝大部分媒体在采编流程整合、内部机制体制整合等方面还没有破题。最近，省里正在制定推动媒体融合发展的实施意见。作为省、市级报业媒体，在融合转型过程中一定要做好四项工作：一是要认真学习领会中办下发的《指导意见》，学习习近平总书记作出的一系列重要论述，统一思想，提高认识；二是要坚持创新发展，强化互联网思维，积极推进理念观念、体制机制、管理方式创新，创新新闻传播业态，建设新型新闻采编流程，拓宽新渠道，发展新应用，延伸影响力；三是把握好关键环节，在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合，实现各种媒介资源、生产要素的有效整合，实现信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍的共享融通；四是要多方争取支持，坚持项目带动，项目突破，积

极争取各级党委宣传部门以及网信、发展改革、财政、新闻出版广电、工业和信息化等部门给予支持，同时探索以资本为纽带的媒体融合发展路径，为媒体加快发展提供有力保障。

三、要促进报业经济又好又快发展

目前，我省已经组建了14个报业集团，其中3个是国家审批的（大众、济南、青岛），还有11个是省里审批的。要充分发挥集团优势，在加快发展广告、印刷、发行等主业的同时，注重集约化、多元化发展，培育新的经济增长点；着力提高经营管理水平和资本运作能力，以资本为纽带推动报业资源有效整合；积极运作跨媒体经营，在实现报纸数字化、现代化中不断发展壮大。

四、要切实加强报业协会的自身建设

作为全省报业唯一的行业性组织，省报协要积极为理事单位做好服务，推动行业健康发展。要健全制度、加强管理、发挥职能，在信息提供、经验交流、技术咨询、活动策划等方面多做工作，积极推进行业自律、公平竞争、规范市场秩序，推动全省报业改革发展。要充分发挥报协优势，加强对报业发展的跟踪研究，特别是围绕媒体社会责任报告、马克思主义新闻观教育、报刊发行体制改革等课题，进行深入研究，争取推出一批有分量的理论成果，为党委、政府决策提供参考。目前，我省正在新闻采编人员中组织

开展“好记者讲好故事”活动，报协各成员单位要积极参与，讲好报业故事，展示报业风采。从今年10月份开始到年底，省里还要组织开展报刊出版秩序集中整治活动。报协各成员单位要发挥好带头作用，进一步落实各项报刊出版管理规章制度要求，净化市场秩序，维护报业的良好形象。

借这个机会，我也代表部里表个态。今后，在全省报业和省报协的发展中，有需要省委宣传部协调、指导、帮助的，部里一定鼎力支持、做好服务。

关于媒体社会责任报告制度，我想多说几句。从今年年初开始，中宣部在全国部署开展试点工作。首批选了5家中央媒体、6家地方媒体，每年定期公开发布履行社会责任情况，接受社会监督。我省的齐鲁晚报，也是试点单位之一。6月初，11家试点媒体在认真对照检查、自查自纠的基础上，形成了上一年度的社会责任报告。中宣部已结集出版，书已经发给大家。明年，我省将结合学习贯彻中央社会主义核心价值观座谈会精神，在全省全面铺开媒体社会责任报告制度。这11家试点媒体责任报告，可以说是最生动的对照材料。希望大家早谋划，早动手，早准备，认真做好相关工作。

最后，祝会议取得圆满成功！

省报协六届二次常务理事会工作报告

许衍刚

(2014年9月24日)



两年来的工作

2012年6月，省报协完成了换届。两年来，我们认真学习贯彻党的十八大精神和中共山东省委一系列重要部署，坚持“大团结、议大事、办实事、促发展”的宗旨，按照第六届理事会提出

的“两服务四促进”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，求实创新，较好地完成了工作任务。

一、学习贯彻党的十八大精神，为报业改革发展添薪助力

1、利用《山东报业》期刊等阵地，及时宣传中央和省委关于学习贯彻十八大精神、深化文化体制改革、发展文化产业等重要部署，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、淄博报业传媒集团、日照日报社、泰安日报社、菏泽日报社、联合日报社、山东青年报社等单位改革发展的事迹、经验。

2、按照中国报协部署，经省报协组织推荐，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；同时推荐的烟台报业传媒集团、临沂日报报业集团等单位的11位优秀人才，荣获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，引起中国报业协会重视，以中国报协名义报到国家有关部门，国家税务总局专门就相关问题进行了调研。据了解，我们提出的关于延长执行转企改制文化单位企业所得税优惠政策、党报发行增值税优惠政策等建议已被采纳；关于报纸行业存在留抵税额无法及时抵扣的问题，国家税务总局表示：如果确有详尽数据证明此事，将考虑起草文件报国务院批准解决。

二、自觉履行社会责任，成功举办“讲文明树新风公益广告设计大赛”

省报协积极响应省委宣传部、省文明办的倡导，于2013年6月发起并成功举办了“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，历时半年，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、省工艺美术学院、省摄影家协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。这项活动得到省文明办领导的充分肯定，大赛获奖优秀作品如齐鲁晚报设计的《共建和谐社会》、德州日报社设计的《爱护生态环境 共建生态文明》等，被推荐到全省报纸刊登。

三、丰富专业会议内容，为成员单位创造更多交流机会

换届以来，省报协先后成功举办了14次专业性会议，其中2012年6次，2013年8次。

2012年7月19日，全省报业印刷年会在滨州召开，会议以“科学管理、改革创新”为主题进行经验交流，滨州传媒集团印务中心等5家单位作重点发言；10月27日，全省报业电子技术进步年会在东营召开，会议围绕“报业新媒体资源整合、新技术开发利用、网络管理运营”等问题进行了交流研讨，大众网、青岛报业传媒集团、东营日报社等十二家单位作重点发言；10月31日，全省报业行政物业年会在潍坊召开，会议围绕行政物业工作如何转变观念、创新管理、控制成本、加强服务保障进行研讨交流，潍坊日报报业集团、青岛报业传媒集团、临沂日报报业集团等单位作重点发言；11月13日，全省报业财务年会在济南召开，会议围绕“文化体制改革中财务工作管理与创新”进行交流研讨，大众报业集团、济南日报报业集团、半岛都市报等单位作重点发言；11月20日，全省专业报年会在济南召开，会议围绕专业报转企改制及创新经营管理工作进行研讨，山东工人报社、山东国防报社等20家专业

报、企业报社做了交流；12月4日，全省报业物资委员会全体会议在华泰集团召开，这是省报协恢复物资委员会后的第一次会议，会议对国内国际新闻纸市场形势作了分析，并就纸报双方互惠互利、合作共赢达成共识，大众报业集团、青岛报业传媒集团、山东华泰纸业股份公司等单位作了重点发言。

2013年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，会议围绕行政物业如何创新管理、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。

两年来召开各专业年会的特点：一是每次会议都紧扣改革、创新、发展主题，会前认真准备，会上充分交流，使与会人员都有所收获；二是认真贯彻执行中央有关规定，转变会风，节俭办会，讲求实效，得到与会人员普遍好评。

四、办好《山东报业》、《传媒资讯》、山东报业网，为成员单位搭建全新的成果、经验、信息发布平台

为了更好地为成员单位服务，省报协换届以来，对会刊、简报、网站进行了改版。会刊《山东报业》为双月刊，主要是提高办刊质量，新开设“重要精神”、“老总论坛”、“本刊特稿”等栏目，丰富内容、突出特色、增加深度。原来的《山东报业信息》更名为《传媒资讯》，与大众报业集团新闻研究所合作，拓宽视野，精选内容，增加期数，力求信息量大、参考价值强。山东报业网已沉寂多年，2013年下半年进行了全新改版，于今年1月重新开通上线，并不断充实完善，于近期增设“鲁报阅评”板块，集中展示全省报纸，为新闻宣传主管部门审阅、点评、监管全省报纸提供了网上平台。以上改进，

得到了理事单位和有关方面领导、专家的肯定。

五、加强协会自身建设，提升履行行业服务职责的资质和能力

按照中央八项规定等文件要求，省报协进一步健全了党的组织生活，加强制度建设，完善和修订了办公、财务等十几项管理规定，做到有章可循，照章办事，廉洁从业，并且提高了办事效率和服务质量。

2013年，省报协被省民政厅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，被评为AAA级单位，达到了以评促改、以评促建、以评促发展的目的。评估结果已经公布。省报协被评为AAA级社团单位，标志着我们具备了承接政府交给的行业协管服务任务的资格。

省报协各项工作之所以能顺利开展，并且取得一定成绩，是省委宣传部、省新闻出版广电局正确指导的结果，是各理事单位大力支持的结果。借此机会，我代表省报协向大家表示衷心的感谢！

同时要看到，我们的工作还存在一些问题：如开拓创新方面还有差距；调查研究工作没有深入下去，尤其是主动到成员单位征求意见、调查研究、总结经验做得不够；列入计划的对外考察交流活动没有全部完成，等等。其中有客观条件的限制，也有主观努力不够的原因，今后要认真解决。

2014年的重点任务

今年年初，省报协会会长办公会确定了2014年工作要点：以党的十八大精神为指导，紧紧围绕省委、省政府提出的文化强省建设目标，按照“两服务四促进”的宗旨，全心全意为党和政府大局服务、为理事单位服务，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融合发展，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。举办报业高峰论坛，就新媒体发展等重要课题，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、加强省报协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、组织评选全省报业先进单位、先进个人。整合原来由各专业委员会分别评选的奖项，增加综合奖项，统一设立集体奖项“首届山东报业创新发展奖”和个人奖项“山东报业经营管理奖”，对评选出的先进单位、先进个人予以表彰。并以此评选活动为基础，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”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、信息网络和新媒体技术、财会业务等培训活动，促进全省报业经营管理和专业队伍素质提高。

七、组织开展传统媒体与新媒体融合发展等专题考察学习，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、自治区报业集团、报社对口交流，学习先进经验，促进报业改革发展。

八、大力倡导规范经营、廉洁从业，营造风清气正的报业发展氛围。当前，全国上下正在贯彻落实“八项规定”，中央抓的反腐行动卓有

成效、深得民心。省内外的案例证明，报业并不是一块“净土”，也存在滋生贪腐现象的条件。上世纪80年代以后，中国报业经历了空前的繁荣时期，不仅报纸广告、发行、印刷等传统业务迅速壮大，多元经营也蓬勃兴起。我们在收获丰硕成果的同时，也要清醒地看到，中国报业的发展路子，是在改革开放的大背景下闯出来的、创出来的，有很多弥足珍贵的经验，但从经营管理上来看，也存在许多不科学、不规范、不可持续的做法，潜伏着各种问题和风险。例如：一些单位存在的广告提成、发行奖励中的问题，宣传报道与报纸发行、经营创收挂钩的问题，还有如何加强采编、经营队伍管理，防范新闻敲诈等现象发生的问题，等等。省报协的大多数理事都是报社主要负责人，肩负上级党委重托和报社全体职工的希望，肩负宣传与经营两副担子，责任重大，使命光荣。希望大家在履职尽责的过程中，高度重视廉政建设、安全从业这个严肃课题，认真规范经营行为，尽快完善内部管理机制，严格遵守国家法规，执行中央八项规定，力争宣传经营双丰收，力求领导班子和职工队伍不出事。省报协作为行业组织，将更好地利用各种宣传阵地，并通过开展各种活动，大力宣传中央、省委的有关精神，总结推介业界媒体廉洁自律、守法经营的事迹和经验，积极促进行业自律。

让我们一起行动起来，共同塑造山东报业的整体优良形象，让党和政府放心，让人民群众满意，为山东的经济文化建设增光添彩！

中国报业新媒体发展大会暨中国报业融合发展创新奖颁奖典礼举行

山东报业荣获多项集体奖个人奖

10月16日，由中国报业协会主办的“首届中国报业新媒体发展大会暨2013-2014中国报业融合发展创新奖颁奖典礼”在温州举行。中国报业协会驻会副会长石国雄、副秘书长胡怀福出席，中国报业协会副会长许衍刚主持，全国130多家媒体单位的近300名代表到会。

会议围绕报纸与新媒体融合发展这一主题进行了深入研讨，并颁发了2013-2014中国报业融合发展创新10强、2013-2014中国报业十大最具影响力城市门户网站、2013-2014中国报业新媒体项目创新50强等集体奖项，以及中国报业新媒体融合发展创新十大领军人物、十大创新人物、十大新锐人物等个人奖项。山东报业获奖单位和个人如下：

中国报业融合发展创新十强

大众报业集团
青岛报业传媒集团

中国报业十大最具影响力城市门户网站

大众网

中国报业融合发展十大创新人物

青岛报业传媒集团副总编辑齐建国

中国报业新媒体项目创新50强

临沂日报报业集团：琅琊新闻网全媒体运营平台

德州日报社：德州新闻网网络问政全媒体平台

泰安日报社：城市公共生活服务类移动客户端“最泰安”

中国报业融合发展创新10强提名奖

烟台日报传媒集团
济宁报业传媒集团

中国报业融合发展十大领军人物提名奖

青岛报业传媒集团青岛新闻网总编辑、总经理辛梅

中国报业融合发展十大创新人物提名奖

大众网董事长、总经理林忠礼

中国报业新媒体项目创新50强提名奖

烟台日报传媒集团：立体报纸新闻运营模式创新

济宁报业传媒集团：东方圣城网全媒体运营平台

首届山东报业创新发展奖、 山东报业经营管理奖揭晓

9月24日，在济南召开山东省报业协会六届二次常务理事会上，举行了首届山东报业创新发展奖、山东报业经营管理奖颁奖仪式，有13家单位荣获“山东报业创新发展奖”，17名个人荣获“山东报业经营管理奖”。

设立“山东报业创新发展奖”、“山东报业经营管理奖”，旨在表彰我省报业改革发展中有重要创新成果及先进经营管理经验的单位和个

人，激励山东报业广大职工建功立业，推动山东报业经营管理持续健康发展。评奖活动启动后，理事单位积极推介申报，省报协成立评委会认真组织评选，使这项工作圆满完成。

山东省报业广告、发行、印刷、电子信息技术、财务、专业报等2013年度先进集体、先进个人也同时产生。

(曲江)

山东报业创新发展奖

大众报业集团大众日报
大众报业集团半岛传媒股份有限公司
青岛报业传媒集团
临沂日报报业集团
潍坊报业集团
泰安日报社
日照日报社
德州日报社
枣庄日报社
山东工人报社
山东科技报社
潍坊广播电视报社
寿光日报社

山东报业经营管理奖

李 萌(大众报业集团)
林忠礼(大众报业集团)
王海涛(青岛报业传媒集团)
冯华昕(临沂日报报业集团)
来永生(潍坊报业集团)
谭树中(潍坊报业集团)
程砚翠(莱芜报业传媒集团)
陈玉星(济宁日报社)
张宗善(菏泽日报社)
刘乐华(山东工人报社)
任 杰(联合日报社)
孙 超(山东商报社)
邱绍义(山东青年报社)
李 明(潍坊广播电视报社)
龚建邺(临沂广播电视报社)
司国光(滕州日报社)

2013年度山东报业专项奖评选结果

广告经营先进集体

大众日报广告部

临沂日报报业集团广告公司

潍坊日报广告中心

淄博报业传媒集团广告出版管理部

日照日报广告管理中心

德州日报广告经营中心

枣庄日报报业广告有限公司

菏泽日报广告部

东方烟草报社有限公司广告部

烟台广播电视报社广告部

潍坊广播电视报社广告中心

临沂广播电视报社广告部

寿光日报社广告团队

广告经营先进工作者

潘子江（大众报业集团）

孙伟（青岛日报社）

王云（临沂日报报业集团）

孙美霞（淄博报业传媒集团）

时玉田（莱芜报业传媒集团）

解贵民（日照日报社）

孙玉冰（滨州日报社）

高铁周（德州日报社）

杜旭（德州日报社）

郑显德（枣庄日报社）

彭传军（菏泽日报社）

赵艳丽（东方烟草报社）

姜忠全（烟台广播电视报社）

郝海霞（潍坊广播电视报社）

卢立馨（临沂广播电视报社）

徐学良（寿光日报社）

报业发行先进集体

大众报业集团发行有限公司

临沂日报报业集团出版发行中心

潍坊报业集团城区发行公司

日照报业发行有限公司

莱芜报业传媒集团发行中心

德州日报社发行中心

济宁日报社发行部

菏泽日报社发行部

枣庄日报报业发行有限公司

联合日报社发行部

东方烟草报社有限公司发行部

潍坊广播电视报社发行部

临沂广播电视报社发行部

寿光日报社发行部

滕州日报社发行部

报业发行先进工作者

郭利民（大众报业集团）
 胡为工（青岛报业传媒集团）
 杜琴玉（临沂日报报业集团）
 李 莉（潍坊报业集团）
 陈修文（日照日报社）
 薛秀平（莱芜报业传媒集团）
 程小东（济宁日报社）
 张大勇（枣庄日报社）
 孟 军（枣庄日报社）
 梁希东（德州日报社）
 冉德蒙（菏泽日报社）
 江兆良（山东科技报社）
 喜德宏（东方烟草报社）
 卫茂峰（烟台广播电视报社）
 邱 越（潍坊广播电视报社）
 李梦媛（临沂广播电视报社）
 崔永峰（寿光日报社）
 孙凤山（寿光日报社）
 邱桂兰（滕州日报社）

报业印刷先进集体

大众华泰印务有限公司
 临沂日报报业集团印务中心
 潍坊报业印务有限责任公司
 日照日报社印务中心
 莱芜报兴印务有限公司

德州日报社印刷厂
 济宁日报社印刷厂
 枣庄日报社印务中心
 菏泽新闻印刷有限公司
 山东工人报社印刷厂
 胜利报业发展有限公司胶印车间
 寿光日报社印务中心

报业印刷先进工作者

高金华（大众报业集团）
 于兆勇（青岛报业传媒集团）
 范士涛（临沂日报报业集团）
 孟祥臣（潍坊报业集团）
 夏 玮（日照日报社）
 王爱刚（莱芜报业传媒集团）
 王 勇（德州日报社）
 刘 勇（济宁日报社）
 闫连清（枣庄日报社）
 孔 涛（菏泽日报社）
 崔革新（山东工人报社）
 李 程（胜利日报社）
 刘春辉（寿光日报社）

报业电子信息技术先进集体

大众报业集团大众传媒股份有限公司（大众网）
 青岛报业传媒集团青岛掌控传媒有限公司
 临沂日报报业集团琅琊新闻网
 潍坊报业传媒信息技术有限公司

日照日报社日照新闻网
莱芜报业传媒集团莱芜新闻网
德州日报社德州新闻网
枣庄日报社鲁南在线网络中心
菏泽日报社中国菏泽网
山东科技报社新媒体运营部
联合日报社新媒体中心
临沂广播电视报社全媒体公司
寿光日报社中国寿光网

报业电子信息技术先进工作者

宫 魁（大众报业集团）
孙振森（青岛报业传媒集团）
王建华（临沂日报报业集团）
张文娟（潍坊报业集团）
王 洁（日照日报社）
张启凯（莱芜报业传媒集团）
于 坤（德州日报社）
李 刚（枣庄日报社）
符中安（菏泽日报社）
叶伟江（山东科技报社）
王逸萍（潍坊广播电视报社）
王宝梁（临沂广播电视报社）
李 民（寿光日报社）

报业财务先进集体

大众报业集团财务中心
青岛报业传媒集团资产管理部

潍坊报业集团资本运营中心
日照日报社财务结算中心
莱芜报业传媒集团财务部
德州日报社财务部
枣庄日报社财务部
菏泽日报社财务科
山东工人报社财务部
胜利日报社财务资产部
山东科技报社财务部
山东侨报社财务部
临沂广播电视报社财务部
寿光日报社财务部

报业财务先进工作者

王 新（大众报业集团）
郁茗文（临沂日报报业集团）
王景芳（潍坊报业集团）
刘德慧（日照日报社）
赵海英（莱芜报业传媒集团）
董 蕾（德州日报社）
郑仰翠（济宁日报社）
高建军（枣庄日报社）
何茂启（菏泽日报社）
郑 军（山东工人报社）
曹红玲（联合日报社）
董秀芝（山东科技报社）
孙希燕（山东侨报社）
程新国（胜利日报社）
王宝胜（胜利日报社）

陈 群（临沂广播电视报社）

武继春（寿光日报社）

报业行政管理服务先进集体

大众报业集团行政管理服务中心

青岛报业传媒集团实业有限责任公司

临沂日报报业集团行政科

潍坊报业物业管理有限公司

莱芜报业传媒集团办公室

德州日报社办公室

山东科技报社综合部

临沂广播电视报社办公室

寿光日报社人力资源部

报业行政管理服务先进工作者

隋启军（大众报业集团）

于 雷（青岛报业传媒集团）

陈 飞（临沂日报报业集团）

王觉然（潍坊报业集团）

刘政一（日照日报社）

李 鹏（莱芜报业传媒集团）

李 君（德州日报社）

张运动（枣庄日报社）

徐 平（联合日报社）

赵 俭（山东科技报社）

宋成伟（东方烟草报社）

任艳翎（潍坊广播电视报社）

王 伟（临沂广播电视报社）

郑建军（寿光日报社）

专业报经营管理先进集体

经济导报社

山东工人报社

东方烟草报社

老年生活报社

临沂广播电视报社

北方蔬菜报

专业报经营管理先进工作者

刘加增（经济导报社）

叶胜利（胜利日报社）

刘全芬（临沂广播电视报社）

王 霞（菏泽广播电视报社）

报业物资工作先进集体

大众报业集团采购部

临沂日报报业集团印务中心

潍坊报业印务有限责任公司

德州日报社印刷厂

报业物资工作先进工作者

冀 鲁（大众报业集团）

乔凤海（青岛报业传媒集团）

王志江（临沂日报报业集团）

徐 刚（潍坊报业集团）

张玉芳（德州日报社）

全省专业报、企业报、广播电视报年会召开

10月28日至30日，全省专业报、企业报、广播电视报年会在胜利油田召开。省报业协会会长许衍刚、副会长王军出席会议并讲话。胜利石油管理局党委副书记、纪委书记、工会主席张梅河出席会议并致辞。省报协专业报委员会主任、山东工人报社社长、总编辑刘乐华主持会议。全省16家报社社长、总编辑和有关负责同志参加会议。

会议围绕传统媒体与新媒体融合发展进行了交流研讨。会议认为，加快传统媒体与新媒体融合发展是大势所趋，专业报、企业报、广播电

视报担负着弘扬主旋律、传播正能量的重要责任，必须认真贯彻落实中央和省委的要求，在融合发展中积极作为。要加强对互联网、特别是移动互联网传播的研究和新技术应用，拓展新的传播渠道，增强宣传报道的影响力和有效性。要立足于行业实际，注重行业特点，把内容做专做精，把自身优势做强。报社领导要加强学习研究，掌握更多的新媒体知识，提高融合发展的本领。通过扎实的工作开拓创新，实现社会效益与报社经济效益双增长。

(梁勇)

云南报业传媒集团携手大型国企进军互联网金融

10月16日，云南省首家具有国资背景的互联网金融交易服务平台——云南汇付四海互联网金融交易服务平台正式启动上线。据了解，该平台由云南报业传媒集团和云南物流产业集团两大省属国企合股成立的云南瀚海星云投资管理有限公司运营。

“汇付四海”是云南省金融办批准的云南省互联网金融交易服务试点企业，平台将依托云南报业传媒集团的影响力，以及云南物流产业集团雄厚的企业实力，采取“资金托管、安全投资环境、第三方审计、信用评级、风控委员会评审、保险代偿、融资担保”七维风控体系，致力

于搭建区域内风险可控、收益稳定、最安全便捷的互联网金融服务平台。

作为提供投融资信息服务的中介机构，“汇付四海”可为投融资者提供项目信息发布、风险管理、结算统计管理等服务，主要服务云南省内的广大中小微企业及个人投资者，让借款人和投资人之间的信息透明化，从而实现民间资本与实体间的金融脱媒，更好地支持云南实体经济、“三农”和“普惠金融”的发展。据了解，个人投资者最低100元即可投资，项目投资年化收益率最高可达15%。

云计算、大数据与信息传播

浪潮集团执行总裁兼CTO 王柏华



我们正在见证信息传播从“大众传播”向“社会化传播”的转变。随着现代信息技术的发展，尤其是当今世界在云计算、大数据等新技术支撑下，层出不穷地推出了互联网与移动互联网应用模式的创新，无时无刻不在与信息传播产生深度的关联，也正在改变着信息的组织与信息传播方式。

一、云计算概述

1、云计算技术

云计算（Cloud Computing）是一种商业计算模型，它将计算任务分布在大量计算机构成的资源池上，使各种应用能够根据需要获取计算力、存储空间和各种软件服务。针对不同的应用场景，业界的共识是把云划分为三类：一类

是公有云，例如百度搜索、网盘等；一类是私有云，自建自用，跟别人没关系；介于二者之间的，我们把它定义为行业云。调查报告显示，行业云是当前最具发展潜力的模式。

传统的信息系统建设，各个业务所依托的基础硬件资源（服务器、存储等）一般都是按峰值配备且独立部署，系统之间的计算能力与数据资源难以共享，而云计算通过虚拟化和分布式计算等技术，将众多的服务器、存储等计算资源组成一个大的计算资源池，我们称之为云计算中心。云计算中心可以根据各个业务不同时刻的需要，动态调整和输出不同的计算能力，实现计算资源的集中共享和弹性扩展。云计算的目标是让用户像用电、用水一样使用信息基础设施。

以共享，而云计算通过虚拟化和分布式计算等技术，将众多的服务器、存储等计算资源组成一个大的计算资源池，我们称之为云计算中心。云计算中心可以根据各个业务不同时刻的需要，动态调整和输出不同的计算能力，实现计算资源的集中共享和弹性扩展。云计算的目标是让用户像用电、用水一样使用信息基础设施。

2、云服务

“云计算”商业模式是把信息系统独立建设变为一定程度的集中建设，其本质是把计算能力的专用服务变为了公用服务，并由此推动了一系列的应用变革与创新：计算能力由云计算中心提供，只要通过互联网，购买计算能力就可以

了，就像用水用电一样。

国务院、财政部发布的《国务院办公厅关于政府向社会力量购买服务的指导意见》、《关于做好政府购买服务工作有关问题的通知》等文件，为政府购买服务提供了政策依据。

济南市政府与浪潮集团合作共建政务云中心，是贯彻国家相关政策要求的重要举措，更是打造“省钱实用”电子政务发展模式，推动政府管理创新的迫切要求。济南市政府将原有信息系统整体交给浪潮，原有信息部门负责业务规划及服务监管，然后购买浪潮提供的云服务，每年大概只需要支出3000万元，节省了50%以上，如果加上应用软件等费用，采用云服务模式较原来可节约1/3以上。

目前，浪潮集团已与山东公安、山西公安、贵州省、绵阳市、合肥市、呼伦贝尔市等签署了云计算战略合作协议，并在27个地市建立云计算中心。

二、大数据应用

大数据是指无法在容许的时间内，用常规软件工具对其内容进行抓取、管理和处理的数据集合。大数据其实质是在海量、无序的数据中洞察规律，发现价值！

1、大数据的经济价值

汪洋同志2012年10月到广东省财政厅进行调研时谈到：今天大数据在中国的地位相当于30年前的土地，我们将正式进入一个数据为王的时代，因此，提高国家治理体系和治理能力现代化

（第五个现代化）要靠大数据。大数据将成为国家竞争力的重要标志，与矿产、土地、石油一样成为国家的基础性战略资产。

2、大数据经典案例分享

神奇的购物篮

在一家超市中，人们发现了一个特别有趣的现象：尿布与啤酒这两种风马牛不相及的商品居然摆在一起。但这一奇怪的举措居然使尿布和啤酒的销量大幅增加了。这可不是一个笑话，而是一直被商家所津津乐道的是发生在美国沃尔玛连锁超市的真实大数据分析案例。原来，美国的妇女通常在家照顾孩子，所以她们经常会嘱咐丈夫在下班回家的路上为孩子买尿布，而丈夫在买尿布的同时又会顺手购买自己爱喝的啤酒。

谷歌预测H1N1

在2009年甲型H1N1流感病毒爆发之前，谷歌的工程师在《自然》杂志发表了一篇引人注目的论文。文中解释了谷歌为什么能够预测冬季流感的传播，而且不仅是全美范围的传播，还具体到了特定的地区和州。谷歌是通过观察人们在网搜索的记录，把其中5000万条美国人最频繁检索的词汇和美国疾病控制中心在2003年至2008年间季节性流感传播时期的数据进行比较，并通过分析人们的搜索记录来判断这些人是否患上了流感。而且他们的预测与官方的数据相关性高达97%，并且能判断出流感是从哪里传播的，而且判断得非常及时，不会像疾控中心一样需要在流感爆发一两周之后才可以得到。

3、浪潮大数据服务产业

浪潮集团已经成功开发出卓数 (dro Data) 大数据平台，它是一个按照一定的规则自动提取网页程序，会自动地通过网络抓取互联网上的网页，并且把网页中的相关数据保存下来。卓数平台使用网络爬虫寻找网络内容，网络上的HTML文档使用超链接连接了起来，就像织成了一张网，网络爬虫也叫网络蜘蛛，顺着这张网爬行，每到一个网页就用抓取程序将这个网页信息抓下来，将相关内容抽取出来，同时抽取超链接，作为进一步爬行的线索。

浪潮集团从互联网中抓取和分析数据，截止10月底已经有7.5PB数据，数据分析可发布“挖掘互联网商业经济活动和商业社交活动，服务于地域经济预测，评估经济活力”的浪潮经济指数。

4、浪潮大数据实践——“警务云”

2012年11月，山东省公安厅与浪潮集团签署战略合作协议，并把“警务云”建设作为“1号工程”。

警务千度是新一代智能搜索引擎。它不同于传统的关键词搜索，它基于云数据、云平台、云搜索和公安业务模型，打破了部门警种界限，增加了警务实战要素，内置了大数据深度挖掘和统计分析功能，为各警种提供了全息化、立体化的高端实战应用工具，有效帮助民警及时、全面掌握全局，做出合理判断和处置，实现跨警种、跨地域的快速反应和联动。

三、大数据与社会治理

1、智慧化服务

任何一个组织都要对外提供服务，政府也需面向公众提供服务，服务的最高境界是智慧化服务。

实现智慧化服务，首先需要能够动态感知潜在需求，同时，后台还需要具备动态组织服务资源的能力，需要把服务对象通过互联网纳入信息系统。同时，还需要深度整合原来的组织内部信息系统，打通前后台的应用，实现互动。

2、开放数据，提升服务水平

开放的数据主要是政府机关把掌握的不涉及国家安全和个人隐私的数据面向社会开放接口。主要包括交通数据、环境类数据、气象数据、统计类数据、经济类数据、自然科学数据、人文科学数据、地理位置数据等。

数据公开的好处是什么呢？以美国的民航业为例，美国民航的正点率比我国要高很多，它是如何做到的呢？美国交通部开放了全美航班起飞、到达、延误的海量数据，有人就利用这些数据开发了一个航班延误时间的分析系统，并向全社会免费使用。通过这个可视化的软件，正点率最高、晚点最多和最少的航空公司按顺序排列，任何人都能清楚地看到。结果，美国民航的误点率逐步减少，满意率不断提高，政府只是开放了数据，并没有承担软件开发的费用，却达到了三赢的目的。

3、浪潮开放数据实践

青岛市政府首批开放了226项政府数据。浪潮集团利用这些数据进行了大量的应用创新，催

生了大量方便市民的信息服务，提高了政府的社会治理水平。

开放数据不是最终目的，鼓励他人来使用数据，发现数据价值，为社会服务，才是我们孜孜不倦的追求。

四、大数据与信息传播

新媒体传播是云计算环境下人们传递和分享信息的一种机制，其内涵可从三个层面进行界定。首先，云计算能推动互联网和移动互联网交织融合形成新媒体传播的媒介；其次，用户只需根据自身的需求获取服务，而无须关心该服务由谁提供，并且在使用完之后就可以再次释放资源；最后，人们之间传递和共享的内容范围从原有的“信息资源内容”扩展为包括硬件基础设施、软件资源在内的广义信息资源。在新媒体模式下，每个人都可拥有一台由计算机网络级联而成的无边无际的计算机。

在新媒体平台之上，个体可将自己经历到的或看到的信息直接分享到其他用户手中，成为传播中心之一，人人都是记者，在整合“社群化”的同时更加重视“个性化”。新媒体所强调的“社群化”进一步整合，大数据技术能够根据用户留下的“蛛丝马迹”得出每个用户的爱好、兴趣，为他们推荐适合自己的社群。

正是因为大数据的出现，各种社区、自由论坛将受众连接在一起，形成牢固的人际互动网络。同时，大数据使得新媒体在兼顾社群化的同时尤其强调个性化，强调提供多样的信息，既有普遍适应的大众化信息，又有针对独立个体的个

性化内容。

大数据成为新媒体发展的基础。大数据时代，数据成为新闻的核心资源，数据不仅成为新闻报道的内容，也成为了解受众的依据。通过数据对受众的心理、需求以及行为习惯等进行分析，可以提供更符合受众需要的新闻报道，个性化的新闻信息服务因大数据最终成为可能。

五、思考与建议

在各种自媒体、社交媒体风行全球的情况下，作为经济文化大省的山东，在新媒体建设上应该积极作为。值得尝试的思路：

以公众为中心，构建智慧城市公共服务平台；

以新媒体为切入点，撬开智慧城市落地的大门，抢占主流媒体、大众媒体的入口，为市民和企业提供丰富多彩的智慧政务、智慧民生和智慧产业服务；

集中优势力量，共同打造基于新媒体理念的统一的新闻门户；

技术供应商与内容供应商联手联姻，实现传统媒体与新媒体融合发展；

政府给予政策、资金支持，并予以协调、加快实施进程。



鲁中晨报：本土就是竞争力

高洪波



近一两年来，“报业寒冬论”乃至“消亡论”甚嚣尘上，国内部分纸媒也出现了一定的困难。面对不利形势，今年以来，鲁中晨报积极主动调整战略战术，攻坚克难，新闻宣传、广告经营等各项工作都取得了不错的成绩，可谓逆势飞扬。总结成功经验，其中最为重要的一条，就是进行全方位新闻转型，突出新闻本土化，把本土化作为鲁中晨报的核心竞争力。

鲁中晨报是大众报业集团主办的一份面向城市居民的省级地域性生活类日报，1999年7月1日创刊，为山东省第一张晨报，立足淄博，面向鲁中（东营、滨州、潍坊等地市），已成为鲁中地区新闻影响力很强的主流媒体。近年来，鲁中晨报没有满足于现有的成绩，而是不断自我革

新、自我超越。2013年9月，走过14个春秋的鲁中晨报适应报业发展新形势，进行了全新改版，更换了全新的报头。此次改版的最大变化，就是将新闻完全定位于淄博，将淄博视作一个大社区，强调报道身边人、身边事，致力于挖掘本土资源、开展本土报道、联结本土受众，尊重人文价值、维护公序良俗、与读者守望相助。改版成功，坚持本土化新闻报道，也使得鲁中晨报的新闻质量大幅度提升，在今年上半年结束的山东新闻奖评选中，鲁中晨报有5篇作品分获一二三等奖，在省内区域性媒体里拔得头筹。

“本土就是竞争力”的核心理念

毋庸讳言，传统纸媒受自身局限，无论是在时效上，还是覆盖面上都难以与新媒体竞争。新媒体在传播全球和全国性的新闻时，可以即时传播海量的信息内容，将某方面的新闻一网打尽。但是，新媒体目前也有其最大短板，就是无法与区域媒体比拼本地新闻，因为越是本土的新闻越是独特，越让新媒体难以复制。“使用-满足”的传播理论告诉我们，当传播内容满足受众的需求时，他们才会继续选择接受该媒体。读者的这种选择说明区域报纸的新闻本地化满足了他们的需求。在美国，虽然《纽约时报》、《今日美国》等全国性报纸闻名于世，但美国报业的生

力军恰恰是城市报，几乎每份都市报都设有“本市新闻部”，可见对本地新闻的重视。国内都市报的大发展也印证了这一点。

作为区域主流媒体的鲁中晨报，面对日益激烈的媒体竞争，自去年以来，明确提出了“本土就是竞争力”的核心理念。立足挖掘本土资源、开展本土报道、联结本土受众，突出本土价值、本土视角、本土元素、本土观点，强调地域接近性、心理接近性、情感接近性。在具体操作层面，就是全面收缩新闻报道过长的“战线”，集中火力主攻本地新闻。

根据“本土就是竞争力”的核心理念，去年下半年，鲁中晨报进行了一次全新改版。改版后的晨报，每一部分都贯穿了本地化思想。作为报纸第一卖点的头版，更是完全坚持本地化思想，明确规定头条标题或主打图片至少有一个是本地内容，其他导读本地内容必须占到一半以上。在制作时更要将本土的看点、卖点完整呈现，以地域、文化等要素吸引读者阅读。强化本地思想，一切以读者为出发点和落脚点，坚决贯彻“做主流、平台高、眼界宽、接地气、说人话、揽天下之事为我所用”的指导思想。设置版块结构时更是首要考虑读者阅读习惯和感受，使读者有一个直观、具体的了解和感受。

同时，从数量和质量两个方面，提升淄博新闻版块。淄博新闻作为一个细分市场，读者可以在这里找到自己感兴趣或身边的内容。这一版块的稿件和编辑要求只有一句话，就是“贴近贴近再贴近”。稿件必须见人见事，对地域特色明显的本地新闻事件重点突出处理。用更多的版

面呈现、用更多的力量服务、用更多的情意贴近——市民的身边，大至城市发展建设，小至生活柴米油盐，读者都可以在这里找到。

本土化战略使得鲁中晨报的新闻再次实现了自我超越，舆论影响力也越来越强。去年以来，先后推出了一大批优秀的本土化新闻作品，其中，“身边正能量”、“卫生城市拒绝陋习”、“寻访半世纪前的劳模”、“送流浪孩子回家”、“美丽朱大姐捐髓救人”、“美食街整治”、“淄博人闯关中”、“大道留痕，追寻焦裕禄的足迹”、“老兵寻家”、“高铁来了”、“淄博黄埔军校校友追忆艰苦岁月”、“看遗址懂淄博”等系列报道，弘扬了主流价值观，传递了正能量，在淄博读者中引发了极大的反响。不光是新闻的本土化，评论也走向本土化，“身边人说身边事”等专栏的开设，拉近了新闻评论与读者的心理距离，使普通市民拥有了发表观点、吐露心声的平台，成为报社与读者互动的新渠道。

“定位清晰、面孔干净，一股犹如邻家女孩的小清新之风扑面而来。这样的改变，不仅体现在版面，更体现在态度上——贴近，再贴近，真正做到关注区域内的城计民生、经济生活。”《改版致读者》里的这句话，成为鲁中晨报的新闻本土化宣言。

全方位的新闻本土化视角

区域媒体的新闻本地化首先要增加本地新闻的量，但绝不是这么简单。新闻本土化既是个空间概念，也是个心理概念，还是个生活概念，

它不仅要求媒体多做与市民在地域上相关的本地新闻，还要做满足读者心理需要的本地新闻，做能对读者生活有用的新闻。新闻本土化的本质，应体现“三个I”原则：Information（信息）、Interest（利益）、Impact（影响），就是新闻有没有给读者新鲜的资讯，有没有说出新闻与受众有什么利益关系，有没有指出新闻会对受众产生什么影响。其实就是从读者的视角，根据读者的阅读需求，简练、通俗地报道本地新闻。

新闻本土化，给鲁中晨报带来了全新的变化。在报纸结构上，鲁中晨报大胆突破，弱化鲁中概念，突出淄博概念，将原来的“鲁中新闻”改为“淄博新闻”，版面数量上更是占到报纸新闻总版面的一半以上。对地域特色明显的、趣味性强的本地新闻事件重点突出处理。集中整合和市民生活有关的服务内容和资讯，并加以固定。鲁中晨报的淄博新闻板块，涵盖了时政新闻、热线新闻、社会新闻、财经新闻、深度报道、服务资讯等方方面面的内容，堪称淄博新闻大全。

鲁中晨报明确提出，新闻本土化不等于堆积本地信息，不是单纯地将新闻本地化视为量的增加，结果版面增加了，对读者有意义的信息却没有增加。新闻本地化就是要从新闻信息中提炼出读者最关心、与读者利益相关的新闻点，做大做足，注重解读的作用，将新闻信息、意义和影响直接搬到读者面前，不需要读者耗时间耗精力寻找、思量和揣摩就能获取自己感兴趣的信息。而国内外新闻的本地化落地则要结合本地市民的实际需求，报道国内外新闻对本地市民的影响。“没有不能做的新闻，只有想不到的角度。”

对于国内省内重大政策的第一时间本地化采访解读，鲁中晨报更是在市场上独树一帜，经常带给淄博读者“惊喜”。

对重大政治活动的报道，鲁中晨报同样突出本土化。无论是全国两会，还是省两会、市两会，在报道形式与报道内容上都更加贴近当地读者的需求。淄博市两会期间，晨报以“淄博求变”为主题，把一年来淄博市委、市政府的重点工作，结合一个个鲜活的新闻事件，进行了梳理总结和全景式回顾；把淄博市委、市政府2014年的发展思路和工作重点及时、全面地展现给读者，取得了良好的社会效果。

今年的全国两会上，参加山东代表团审议的国务院总理李克强，收到了由张永明代表转交的桓台县黄家村村民的一封信。2008年11月，



2008年11月，桓台县黄家村村民给总理写信，表达他们对总理的敬意和期盼。张永明代表将这封信带到了北京，交给了总理。 记者 王强 摄

桓台乡亲祝福总理

“总理您好！我们黄家村是一个普通农村，但也是您牵挂的地方。我们在这里生活，感谢您对我们的关心和照顾。希望您工作顺利，身体健康，万事如意！”

（此处为信件正文内容，部分文字被遮挡）

桓台县委宣传部 张永明代表转交

李克强在桓台县调研时，与黄家村村民崔佃玉一家人拉家常。今年全国两会前夕，老两口第三次给李克强写信，捎去全村父老乡亲对总理的祝福。鲁中晨报在北京的前方记者敏锐地抓到了这条新闻，后方更是调动了精干力量，当晚采访到了桓台的当事人。第二天头版《桓台乡亲祝福总理》的整版图文报道横空出世，成为同城媒体全国两会报道的最大亮点。

5月底，备受关注的“山东单独两孩”政策开始审议。鲁中晨报敏锐地抓到了这一读者高度关注的新闻，展开了全方位立体化报道，当天刊发了5个整版的新闻内容。其中具体政策的发布只用了一个版，其他4个版全是当天记者在淄博的落地采访，分别从“纠结：生还是不生”、“疑问：抢生会被罚款吗”、“改变：长远看有利于养老”、“商机：首席月嫂月薪过万”等方面，对淄博市民进行了全方位采访报道，既全面又实用，再次在同城媒体同类报道中拔得头筹。

“单独两孩”的落地采访只是鲁中晨报进行政策解读的一个案例，在户籍改革、高考制度调整等方面，鲁中晨报无一不进行淄博本地采访，让读者对当前淄博实行的情况有所了解，并能够对下一步的打算做出清晰的规划。

刚刚结束的韩国亚运会上，鲁中晨报同样做出了本土新闻的特色。淄博运动员夺冠的报道，每次都在头条刊发，而且是前后方互动。前方采访运动员，后方则多路记者采访包括教练、家人、同学、朋友等方方面面，以全景化的方式立体报道，给读者做出了一套地地道道的“亚运家乡菜”。

统计数据很直观地显示了鲁中晨报新闻本土化带来的变化：2014年8月，鲁中晨报31个头版中，本地头条占了21个，省内头条2个，国内头条8个。国内头条中，“下班顺路买菜算工伤”和“烈士纪念日”，在内版中都做了落地采访。2个省内的头条在内版也都做了有关淄博的采访。该月，头版主打照片19张，其中淄博本地图片占到了15张。

深耕区县和社区的本土化战略

区县和社区，是目前主流都市报都不敢忽视的重要市场。城市社会已经成为一个社区社会，市民以生活的社区为单位，对社区里的事情非常关心。新闻本地化，理所当然地不能忽视社区里最基层的新闻。

在新闻竞争日益白热化的今天，作为一个区域性的都市报，能否融入地方，得到当地读者的认可，关键是要找准定位。作为鲁中晨报的主要覆盖区域，淄博市又有其独特的地方——组群式城市。作为组群式城市，因为地理上的原因，淄博各区县的经济社会发展呈现出较大的差异性，每个区县的经济、社会发展都有着不同的特点。例如：博山区作为淄博曾经的中心城区，是个老工业区，又有着浓厚的文化气息；同样作为老工业区的淄川区，其服装批发、建筑陶瓷产业的发展又孕育了一批“土豪”；而传统商业较为发达、曾是鲁中地区“旱码头”的周村区，近年来也在谋求工业经济上的突破；临淄、桓台两个区县较为明显的特点是特大型企业的带动以及单一产业的突出发展。

不同的经济社会发展特点孕育了不同的风土人情，不同区县的读者对报纸上内容的需求偏好不好不尽相同。在这种情况下，鲁中晨报利用区县新闻版的平台，针对区县经济发展的不同特点，采写特色报道、包装特色版面、举办特色活动来为当地经济社会发展提供特色服务，同时，更使得区县新闻在当地站稳了脚跟。今年，博山新闻版利用当地文化气息浓厚、市民爱好文艺活动的特点，举办“出彩博山人”活动，取得了良好的社会效果；淄川新闻版开辟“利剑行动”专版，以报道司法部门对“老赖”打击为主要内容，从中挖掘出多篇生动、形象的新闻，不仅提高了报纸的阅读率，还对部分人起到了震慑作用，得到当地政府以及金融机构的高度评价。

鲁中晨报的实践证明，区县版和社区报对新闻本土化起到的作用，不仅仅是单纯补充。很多时候，区县和社区本身就是座新闻富矿。力推区县版和社区报战略，全力挖掘这一新闻富矿，

继而强化新闻本土化，使鲁中晨报新闻本土化的根越扎越深。

今年8月29日，在兰州军区空军某通信团担任营长的淄博籍军官田珍国，赴西藏阿里地区演习结束返回途中突遇险情，田珍国为保护战友献出了宝贵的生命。9月5日，田珍国烈士的骨灰被安放在桓台县烈士陵园，家乡亲属及社会各界人士自发赶来为他默哀送行。得知这一消息后，鲁中晨报桓台新闻版的记者迅速出动，第一时间赶到烈士陵园，对田珍国的事迹进行了全面采访报道，期间，先后采访了烈士的亲属、兰州军区空军某部领导以及烈士生前的老师、好友，在国内所有新闻媒体当中，率先采写并刊发了5个版、1万多字的长篇人物通讯《桓台籍军人为救战友牺牲》。报道见报后，在社会上引起了比较大的反响，国内多家新闻媒体予以转发，完成了一篇区县新闻到国内有影响力新闻的嬗变。

（作者为鲁中晨报社副总编辑）

鲁中晨报小记者活动丰富多彩

近日，鲁中晨报举办的小记者活动丰富多彩，吸引了众多中小學生参加，首批小记者毕业在即，第二批《鲁中晨报·周村新闻》小记者开始招募。

晨报为加入小记者团的每个孩子建立成长档案，记录孩子点滴进步和成长瞬间。新一届小记者团的活动有参加基础培训、社会实践、重大采访等计划内不低于10次的活动，提升实际能力和综合素质。其中，基础培训包括新闻采访、

编辑、出版、发行、摄影等业务培训和为提升业务能力开展的阅读、写作、口才等技能培训；社会实践围绕社会各行业职业体验展开，让孩子在体验的过程中尽早理解各类职业在社会中发挥的作用，体验式、渗透性地接触更多课本上学不到的内容，对孩子将来的职业规划有直接性指导作用；重要活动包括时事政治、赛事活动等采访，让孩子零距离接触社会正能量，激发学习和成长动力。



冷静应对印量下滑 理性寻求突破路径

高金华

近几年来，由于种种原因，报业经营遇到了很大困难，作为报纸产业链条上的印刷环节，也感受到了前所未有的压力。如何应对报纸印刷的严峻形势，实现报纸印刷的可持续发展，成为众多纸媒亟待突破的课题。

一、都市生活类报纸发行量下降

全球经济不景气，对中国经济的最大影响就是增速放缓、促使宏观经济结构调整，表现在报业经营上，就是广告市场萎缩，开发难度增大，收入下滑。为了避免广告减少带来的效益下降，采取减少生活类报纸发行数量、版面数量（特别是彩版数量）的措施，节省成本费用，成为报纸普遍采用的招数。

依据世纪华文全国报刊发行监测数据，2013年上半年，全国报纸总零售量环比下降8.87%，达到历年下降最大值。下半年发行市场的表现更令人失望——至12月底，环比(与2013年上半年)又下降2.16%，同比(与2012年下半年)下降10.83%。从区域分布来看，在全国五大区域

中，实销率只有华中地区增长，其他四大地区均为下降，其中华东地区的降幅达到9.31%；从报纸类别来看，IT类和财经类报纸近几年销量持续走低，2013年下降幅度仍然较大；都市类报纸一直是各城市零售市场上的绝对主角，2013年尽管销量仍继续保持市场份额61.06%的领先地位，但普遍下降，只有个别城市的都市报处于上升态势。我省报纸发行量减少的幅度，与全国的情况差不多。

2014年，全国的数据还没出来，但从省内主要报纸的情况看，都市生活类报纸的发行量仍然呈下滑趋势。由此带来的连锁反应，就是报纸印刷企业的印量减少、收入下降。

二、党报、社区报、时政类报纸发行量稳中有升

报业市场并不是全面下跌，各级党报、社区报、时政类报纸逆势上扬，成为发行市场的“好声音”。其中，党报平稳发行、缓慢上升，影响力不断提升，呈现恢复性增长的态势；而像《环

球时报》等时政类报纸，由于迎合读者爱国情绪以及评论国际大事件的心理，发行量也在继续上涨。

从订阅发行来看，2013年世纪华文对全国主要大中城市进行订阅调研，以3个城市为例，《成都日报》单位订阅排在第三，市场份额占8.3%；《沈阳日报》单位订阅排名第二，市场份额为23.13%；《广州日报》社区订阅排名第一，市场份额为56.51%，单位订阅排名第二，市场份额达到43.74%。几份报纸在所在城市都有较好表现。

与此同时，来自全球的数据，也给我们一些不同的启示。据世界报业组织统计，至2013年，全球前五年的报纸发行量仅下降了2%，到目前为止，总共有25亿人在读报，只有8亿人利用数字平台获取新闻资讯，93%的报业收入仍旧来自报纸印刷体。

对于报纸发行、印量下滑，不同人群从不同角度做出不同的解读。其中最引人注目的就是“拐点”论，认为报纸数量下滑意味着报纸全面走向下坡路，预示着报纸开始走向消亡。以此类推，报业印刷企业的前途也就很渺茫了，似乎逃脱不了终结的命运。但是，如果冷静下来，用全球视野认真研究和思考国内报纸发行量下滑的原因，就不难发现，国内部分报纸下滑的根本因素，是适应经济增速放缓、经济结构调整的节奏，而不是像有些专家所说的那样悲观，中国报纸产业还没有具备走向衰落的内外条件。所以要树立信心，冷静应对。

三、积极寻求报纸印刷业转型升级的路径

面对印量下滑、效益下降、成本上升的压力，不少报纸印刷企业开始采取行动、寻求突破。主要做法如下：

一是转型，由单一报纸印刷，向商务印刷开拓，转型为报纸、商务综合印刷企业。

二是升级，利用报纸印刷新技术、新设备、新材料提升印刷附加值，进一步降低成本、提升效益。

新材料方面，目前主要是免冲洗版材应用。相对于冲洗版材，免冲洗版材除了有利于环境保护的社会效益外，还可以减少冲版机的成本投入，相应减少冲版机的能源、维护、药液、清洁剂等消耗，同时还能快速追色，减少开机报，粗略估算可降低制版总成本20%左右。

目前，免冲洗版材主要依赖进口，价格相对偏高，随着国产化进程的加快，市场规模的扩大，预计将会像当年CTP直接直板机的推广普及一样，很快会覆盖所有印刷企业。

新技术方面，目前业界应用或关注的有以下几项：

1、CTP直接直板机。现在全国报纸印刷的普及率已经达到87.2%，华东地区的普及率已经达到了94.5%。采用CTP直接直板机的好处是，提高了制版的速度和精度，相比传统PS版节省了大量成本。

2、嵌入式混合印刷技术。什么是报纸可变印刷？简单地讲，报纸可变印刷技术 = 传统胶印 + 高速喷墨可变数码套印。即利用现有的胶

印轮转印刷机设备，在印刷机出报口前加装上柯达S20可变数码套印系统，从而实现了报纸嵌入式可变印刷。可以将电脑生成的任何可变信息（如文字、数字、二维码、条形码、图案或照片）嵌入式喷印在报纸版面的局部区域，生成个性化的报纸内容，且无需印刷机停机和制版。在报纸原有的胶印模式下，可变数据印刷的区域可达10x50厘米，能实现通栏的个性化印刷。可变数据印刷速度600米/分钟，能和7万份/小时的印刷机速度匹配。可变数据印刷的精度可达600x300dpi，相当于胶印的印刷品质。

报纸可变数据印刷可使每份报纸的局部内容有所不同，或同一期每份报纸的广告内容有所不同。以随时可变的、个性化的、有针对性的产品模式，利用个性化、区域化、碎片化的手段，深入与读者互动，吸引读者最大的关注度，提高报纸的品牌知名度。报纸可变印刷技术，将是扩大报纸销售、深度开发广告市场、精细化管理报纸发行的支撑性技术，给报纸带来的盈利模式主要体现在广告、发行、新闻、管理等方面。（详细内容参见今年第三期《山东报业》）

3、高保真调频网和色彩管理油墨优化选项软件技术。此技术已经有好几个版本，节省油墨的程度各不相同，以柯达视方佳软件为例，承诺省墨量不低于15%。不要小看这个数字，以大众华泰印务公司为例，如果达到15%的省墨量，每年就可节省油墨支出110多万元。

四、转型升级过程中要注意规避风险、理性投入

关于商务印刷，需要重点把握好如下几点：

1、商务印刷是大投入、大产出的行业，设备及流动资金占用较大，需要有充分的资金准备。

2、商务印刷是饱和竞争产业，需做好市场开发人才准备，管理制度也要充分体现市场原则。

3、避免进入低水平产品竞争层面。现在一般性的书刊印刷因为门槛低、厂家多、管理不规范，已经很难盈利，最好不涉足。数码商务印刷分为大型书刊印刷和桌面数码印刷，大型书刊数码设备价格昂贵，适合出版社系统，桌面数码印刷系统适合制作个性化相册、挂历、广告画册等，门槛相对较低，要注意看本地市场需求情况再行投资。包装印刷市场一直看好，但需要系统配套设备，投入较大，市场竞争激烈，进入需谨慎。

关于嵌入式可变印刷，目前省内已有临沂和聊城两家地市报印厂安装试用。对于各家报社来说，需要明确一个概念，就是可变印刷提供了一个很好的深度开发平台，能否发挥好这个平台优势，关键在报纸经营部门对这项新技术是否认识到位、开发到位，印刷厂对此无能为力，只会增加额外的投入和付出，所以应该从报社总体上重视开发应用好印刷这个平台，获取回报。要避免只图新鲜，而设备到位后不管不问不用，造成闲置浪费。

（作者为大众华泰印务公司董事长、总经理）

“背”着母亲去上班

刘墨

他是母亲的好儿子，他是单位的好员工，他对母亲有一辈子无法割舍的爱，他对工作有永远无法释怀的情。长期异地工作，母亲突然病倒，面对“忠心”与“孝心”对峙，“回家”与“坚守”两难，他选择用“诚心”肩负起一切，背起母亲去上班。

时代的“宠儿”

在这个竞争加速度的年代，传媒行业毫不示弱，高速运转。面对风起云涌的传媒市场，泰

安日报社不甘平庸，促进报业转型升级，加速媒体融合进步，努力探求跨界发展，走出了一条具有自己特色的泰报之路。正是因为这样一个特殊的时代，它赋予了这一批泰报人更加厚重的使命和任务，“高气压”和“求生本能”使得他们必须用更加完备的职业素养武装自己，必须具备更加刚毅的适应能力，他们得到了更多的锤炼，他们身经百战，奋战在风头浪尖，他们是传媒“精英”，他们是这个时代的“宠儿”。

2013年，泰安日报社深度开发县域媒体市

场，先后在肥城、新泰、宁阳、东平四个市县设立记者站，并先后转型升级为架构合理，体系完备的县域传媒有限公司。在这深刻转型升级的过程中，四名优秀的中层管理人员脱颖而出，分别担任四个县域的站长、总经理。37岁的王凯便是其中一员，招兵买马，创刊《泰山晚报·东平



图片说明：

《泰山晚报·东平读本》小报童活动现场，王凯手把手教会小报童如何分拣报纸。

读本》，推开发行市场，吸纳广告客户，他冲锋在前，事必躬亲，主动挑起了开发东平市场的重担。“感谢这个时代，因为他在给了我们压力的同时，给了我们更大的机遇，我愿意乘风破浪，与我们的集团，与我们的伙伴一起携手大干一场，我们都是这个时代的‘宠儿’”。王凯说。

老生子的“烦恼”

对于惜时如命的人，总是感觉上帝是不公平的，因为他就给一年定下365天，给一天定下24小时。正值攻坚克难阶段的泰报人，每每回望，总会觉得时间是那么珍贵，留给工作的时间多了，留给亲人的时间就少了。有人一个星期才能见一面年幼的孩子，有人经历过“三过家门而不入”的伤怀，这都是泰报人真实的生活写照。自古忠孝两全难，该如何权衡？

王凯是家里老生子，父亲80岁，母亲70岁，儿子刚刚1岁9个月，全家都住在泰城。自从调到东平工作，他平时一周只能回家看望一次老人，陪陪孩子，家里人也非常支持他的工作，虽然在家的时间有限，但也心满意足。可就在今年5月中旬的时候，母亲忽然活动出现限制，身体几乎不听使唤，意识开始不清醒，随即被送到了医院，诊断为脑中风引起的偏瘫。

当晚，看着睡在病床的母亲，又想想手头的工作，王凯一夜无眠。老父已是耄耋之年，能生活自理已属不易，妻子工作压力不亚于自己，孩子不到2岁，唯一的姐姐还要照顾上中学的外甥，母亲这一病，整个家庭的重担就压在了这个男人身上。但他说：“东平工作刚起步，生存、发展都离不开我，还有20几口人在等着我，那也

是一个‘家’，是我的事业主阵地，那里融入了我太多感情，我再难也不能放下自己的责任，可是母亲对我恩重如山，我又怎能割舍得下？尽忠还是尽孝？两方兼顾难度巨大，人生真的给我出了一个难题。”经过慎重思考后，王凯咬牙做出一个决定，“事业、家庭，一个都不能少！”

“背”在肩上的母亲

当我们还是只会嘤嘤啼哭的婴孩儿，母亲把我们揽入怀里轻轻拍打，把我们拘在背上轻轻摇晃。我们感受着母亲细长柔滑的黑发，母亲温暖绵香的臂膀，母亲单薄而又刚毅的脊背。连接我们与母亲的不只是剪断不久的脐带，更是这辈子无法割舍的依赖。儿时，母亲对稚嫩脆弱的我



们百般呵护，现在母亲已经变得苍老蹒跚，我们怎能漠然不顾？

王凯最终决定等母亲的病情稍微稳定，就直接给母亲办理转院，把她带到东平来照顾。办理转院的时候医生都很惊讶，议论纷纷，这人不孝还是傻啊？只听说过市级医院往省级医院转的，你倒把母亲从市级三甲医院转到县级医院？但有谁知道王凯心里的难处？“我是家里的顶梁柱，天塌下来我也得顶着，儿子的孝心对母亲来说是最好的良药，她这时候最需要我，我一步也不能让她离开我；我又是东平记者站的顶梁柱，那里有我全身心投入的事业。人没有吃不了的苦、顶不起的天！”

一周后，王凯便带着父母在东平开始了新的生活，除去工作，王凯全部时间都放在了病房里，给母亲洗刷、帮助母亲解大小便、喂饭、按摩、康复锻炼……，每天只能睡二三个小时。单位、医院两点一线，这些熟悉的路跑了多少趟，他已经记不清了。

“父亲母亲都跟来了东平，我的牵挂也少了许多，所有的心思就都在工作和母亲身上了，泰安的家已经很久没有回去了，现在最对不起的就是我的妻子，孩子那么小，她自己的工作又特别忙，每个星期还要来跟我一起照顾母亲，我不是一个好丈夫，不是一个好爸爸，但是他们支持我，也理解我。”

“红火”的日子

“红火”不仅是成就，更意味着忙碌，王凯就是一个两头都“红火”的人。事业“红火”

是忙并快乐着，家庭“红火”是累并硬挺着。对于责任的理解，一千个人有一千个哈姆雷特，在王凯看来，只要是个人份内的事就是责任，这是对责任、对家庭、对事业态度的问题，他说：

“我的态度就是生活、事业两手都要抓，两手都要硬，虽然压力大，但这是责任，我心甘情愿。”

经过几个月的苦累交加，王凯的事业、家庭都挺过了艰难期。东平泰报传媒有限公司在他的苦心经营下“红红火火”，在东平的市场影响力进一步增强，办报质量不断提高，所组织的小记者才艺大赛、爱心送考、广场舞大赛等一系列为民惠民的活动逐步融入东平市民心中，前三季度的经营、发行等各项任务百分之百完成，并超额十几万，给报社交出一份满意的答卷。

母亲在他的悉心照料下也逐渐好转，已经恢复了交流能力。“母亲是个执拗的人，她心疼我，表面上虽然不说，但她坚持要回泰安康复，我拗不过她，就把她安顿到了泰安中医院脑病康复中心，并安排表妹帮忙照顾，而我还是只要休班，就在医院。”

今年的中秋节，王凯特意准备了丰盛的饭菜带到医院，这个特殊的环境丝毫没有影响全家人过节的情绪，亲情温暖了整个病房。

最后，王凯说：“在我心里，父母在哪里，哪里就是家。”

（作者单位为泰安日报社）

日本纸媒为何长盛不衰？

传统媒体还有明天吗？随着社会进步和科技发展，依托互联网的新媒体在全球快速崛起，传统媒体拥有的空间不断受到挤压，越来越多的人对传统媒体能否继续生存下去提出了质疑。

在美国，2008年，《洛杉矶时报》、《芝加哥论坛报》、《巴尔的摩太阳报》等久负盛名的报纸先后申请破产保护；2009年，伴随几代人成长的畅销杂志《读者文摘》轰然倒下；2013年年初，创刊80年的美国主流新闻杂志《新闻周刊》纸质版停止发行；同年11月，创刊于1877年的美国三大报之一《华盛顿邮报》被亚马逊网站创始人贝索斯收购。

美国如此，欧洲也好不到哪儿去。中国的传统媒体人，也在认真思索。“生存，还是死亡？”哈姆雷特之问，竟成了全世界媒体人共同的问题。但是，寒风萧杀之中，依然盛开着一朵夺目“奇葩”——日本的传统媒体。

长期强势发展的纸质媒体

报纸是传统媒体的代表，日本被称为“报业王国”，在全球发行量十大报纸排行榜上占据了半壁江山。世界新闻协会于2012年4月发布的数据显示，2011年全球发行量最大的10份报纸中有5份在日本：第一位的《读卖新闻》（1000

万份）、第二位的《朝日新闻》（750万份）、第四位的《每日新闻》（350万份）、第六位的《日本经济新闻》（300万份）、第九位的《中日新闻》（280万份）。

在欧美各国新媒体反逼传统媒体全面转换经营模式之时，日本的街头巷尾和公车地铁中，拿着报纸杂志阅读的人仍然比比皆是。一片“狼来了”的惊恐声中，日本的传统媒体好像穿上了盔甲。

其实，日本虽然报纸发行量巨大，但近年来也渐显颓势。日本新闻协会的统计显示：从2004年开始，日本的报纸发行量逐年减少，2004年为5302.2万份，2011年为4834.5万份，2012年为4777.8万份，2013年为4699.9万份，以每年约百万份的速度递减。

日本新闻广告收入也呈现持续下降的趋势。据日本最大广告商电通公司统计，2005年，日本报纸类广告总收入为10377亿日元（1日元约合0.06元人民币），到2011年已降至5990亿日元。

但是，传统纸质媒体依靠长期强势发展，已经建立起了难以撼动的良好口碑。据日本新闻协会2013年的统计，每1000名日本人的报纸拥有率是469份，每个家庭拥有0.86份报纸。如此

巨大的读报需求，让网络等新媒体很难在短时间内取而代之。

那么，日本传统媒体为何能具备如此强大的抗击打能力？在笔者看来，报刊文化深深地渗透到社会的最细微之处，是日本媒体具有强大生命力的根基。

报刊文化的“人情义理”

日本人经常很自豪地说：“我们国家没有一个文盲，人人爱读书看报。”事实的确如此，日本的教育程度与国民素质能够领先世界，与民众喜欢读书看报是分不开的。

这种良好的学习氛围，日本传统媒体既是推动者，也是获益者。日本的报刊培养读者是从小孩到老人、从城市到农村，不放过任何一个角落。日本的小学 and 中学大多专门配备有新闻教育辅导员，从小就对学生实行媒介启蒙教育，并指导学生自己办刊办报，学生入学后就与报刊结下了不解之缘。

令笔者感触很深的一件事情是：日本每一家大报，每个星期都会出现“儿童专页”，主流杂志也会连载面对孩子的漫画。《产经新闻》的“读者之声”专栏，每周都会发表中小学生的文章。一个家庭的两代人共读一份报刊，这种方式非常温馨，也更容易让孩子们在父母的带动下，养成阅读习惯。

“送报人”这个群体也很值得一说。二战后，在日本经济高速增长时期的城市生活中，

“送报人”占据着重要位置。很多从农村进城寻求更高教育的年轻人，靠当“送报人”挣学费，完成学业后在城市里落地生根。这种特殊的经历，是报刊在50岁以上日本人，特别是那些年轻时从乡村到城市的人群当中，仍然非常流行的原因之一。报刊对于他们来说，承载着一份珍贵的青春记忆。

日本报刊发行员不仅是送报刊那么简单。他们还当地社区提供了各种服务，甚至填补了政府职能的空白。比如，在日本人口稀少的农村，老龄化很严重。发行商会为老人提供租借轮椅的服务，或者定期走访独自生活的老人，看一看老人的生活状态，察看一下老人是否还健在，并送上一些生活用品。

报刊文化之中融入了日本社会最注重的“人情、义理”，他们的举动赢得了民众尊重，也为媒体赢得了读者。

两万发行站遍布每个角落

“日本报刊业依赖强大的发行系统，能在最短时间内将报刊送到订户手中，这与其它国家的报摊零售模式很不相同。”日本明治大学新闻学讲师松志浩认为，特殊的发行模式，是日本传统媒体能够抵挡住冲击的重要原因。

日本报刊95%以上的发行靠订阅，全国有将近两万多个地方发行站，触角遍及社会每一个角落。在东京，大部分发行站都会与某一家报纸签订单独的合同，并与报纸的销售部门通力合作，

尽量保证快速地将报纸送到各家各户。而东京以外的地方，一个发行站有可能会代卖两家报纸。杂志则在用户订阅的同时，与各地便利店形成了长期合作关系，发行后会以最快速度出现在便利店的显眼位置。

日本朝日新闻社社长秋山耿太郎接受采访时说：“从北海道最北面的稚内，到九州南方的小岛，我们拥有超过2600个配销点，雇有大约7万员工。具有这样的经营规模，我认为报纸发行量不会轻易下降。”

发行站的人员工作非常辛苦，既要拓展订户，又要尽力维护原有的订户。发行员在配发报纸之前，往往会向报纸里面插入折叠广告，以提高自己的收入。

日本的一位家庭主妇皆川美希告诉笔者，有时候推销员上门推销，游说订阅一份报纸，并赠送洗衣粉；3个月之后订报到期，他们会再次上门，劝说续订，这次会有食用油等价值更高的赠品。发行量第一的《读卖新闻》有自己的棒球队，送报员还会给订户免费的棒球票。

好内容和付费的网络阅读

面对新媒体的压力，掌握充分资源的日本传统媒体也开始主动迎战，实现传统媒体与网络媒体、通信行业的全面互动。

日本将新闻分成一流新闻、二流新闻和三流新闻。一流新闻是一些及时的时政新闻，如果想在网上看，要么成为网络会员，要么就只能看

一个大概，想要看全，就要交费。二流新闻一般是社会新闻，三流新闻是娱乐新闻，往往不需要收费。这种将新闻分类并部分收费的方式，既维持了网络读者群，也促进了报刊订阅。

朝日新闻社的转型之路，是新时代日本传统媒体突围的一个缩影。1995年，朝日新闻社开设了自己的新闻门户网站，成为世界最早的大型新闻网站之一。现在，由朝日新闻社发展而来的媒体集团麾下拥有《朝日新闻》、朝日新闻网、朝日电视台、朝日广播电台等媒体。遇到重大事件，网络、电视、广播和报纸互动的全方位报道



2013年2月，日本民众在阅读日本报纸的号外。

已成为常态。

与商业门户网站有所不同，朝日新闻网站的盈利不仅依靠广告，还靠各种收费服务。由于依托有130多年历史的朝日新闻社，它拥有其它网络媒体所不具备的巨大文献库，这就为它提供个性化新闻定制、历史文献查阅等服务创造了条件。从朝日新闻网的数据库中调取一条有文献价值的报道需要105日元。

有了好的内容作保障后，朝日新闻社开始试水收费的电子版报纸。该社于2011年5月推出收费的“电子版朝日新闻”，可随时阅读所有内容。非《朝日新闻》报纸订户，如果想订阅电子版，费用为每月3800日元。而订阅了报纸的用户，每月只要外加1000日元即可。

保持发展传统媒体的优势

同时，原有的免费新闻网站仍然保留。当然，免费公开的只是新闻的一部分，如要阅读全文也需要花钱订阅。朝日新闻社还与其它新媒体展开合作，担任内容提供商，赚取服务费。如今，在日本各种新媒体平台中，朝日新闻社的身影几乎无处不在。

有人曾担心朝日新闻社在新媒体领域的发展会影响其报纸的发行，广告收入减少，进而陷入财政危机。但事实上，这种糟糕的情况并没有出现。

对大部分日本报纸而言，订阅收入在营业额中的比例一般都超过50%，这部分收入的稳

定，对报社非常重要。虽然纸质报纸的发行有所下滑，但在增加了电子发行之后，报纸的订阅总收入没有受到太大影响。广告方面的损失则由网络的收费服务补偿。

另外，随着平台的逐渐壮大，新媒体领域投放的广告也随之增加。所以，近10年来，虽然《朝日新闻》的报纸广告减少了约27%，但朝日新闻社的整体营业额基本持平，成为日本转型最成功的传统媒体之一。

网络时代，新媒体的信息传递更加迅捷，但也会让信息碎片化，而且信息源的可靠性得不到保障，这让受众往往难以把握新闻事件的全貌。而传统媒体能对事件进行更真实、更全面、更深度的报道与分析。正如日本一家电子公司的职员小野智美所说：“我会看手机上的信息，但不会放弃读报纸。因为越是在信息迅捷的时代，人们越是需要深度阅读，需要留给自己更多思考的时间。”这种需求不会随着网络时代的到来而减少，反而会增加。

传统媒体如果能利用已有优势，不断拓展平台，充分满足受众对信息的深度需求，完全可以化劣势为优势。好比很多人都会做菜，但不是人人都可以做厨师。时代发展的滚滚大潮中，传统媒体只要找准定位，不仅不会消亡，反而会活出另一种精彩。

（本文转自《羊城晚报》）

民国时期山东的共产党报纸

大众报

1938年8月13日创刊于黄县姜家店村，1948年12月1日更名为《胶东日报》，1950年4月20日停刊，共出刊2869期。

《大众报》是胶东区党委机关报。1947年底，原胶东各教会主办的《群力报》也改为胶东区党委的机关报，与《大众报》合署办公。两报分工是：《大众报》面向区以上干部，《群力报》面向村干部及农民群众。《大众报》为铅印，战争紧张时用石印，4开4版，日报。初期发行量为2000份，1949年达4.65万份。第一任社长是贺致平，其后是于寄愚、阮志刚、王卓青、王人三；总编辑先后有白汝瑗、康庄、鲁琦、张映吾、陈晓东。该报始终配合胶东区党委的中心任务组织宣传报道。抗日战争初期，宣传中国共产党的统一战线政策，宣传团结、抗战、工、农、青、妇群众运动。1940年后，大力宣传反“扫荡”、反顽斗争、减租减息、参军支前、大生产、互助合作运动及国际上的反法西斯斗争。解放战争时期及时报道人民战争的伟大胜利。

烽火报

是中共冀鲁边区委员会机关报，1938年秋

在宁津创刊，3日刊（后改为双日刊），4开4版，石印，发行四五千份。社长兼总编辑傅国光。

该报的消息来源主要是接收延安新华通讯社的消息，摘登《新华日报》、《解放日报》（延安）的重要文章。许多冀鲁边区的党政领导人，如冀南行署主任宋任穷、八路军挺进纵队司令员兼政委肖华，都曾为该报撰写过文章；边区文教总会主任吕器是该报的主要撰稿人，他写的通俗文艺作品很受群众欢迎。各地、县、部队也都设有通讯员，为该报撰稿。

1942年12月16日，《烽火报》改名为《冀鲁日报》，对开4版，周2刊，铅印。1944年2月，《冀鲁日报》与《群众报》合并，成立渤海日报社，并于7月1日正式出版《渤海日报》，成为新建立的渤海区党委机关报。

群众报

是中共清河区特委机关报，1939年8月1日在临淄县苇子河、大夫店等村创办，社长刘洪轩、杜振东，总编辑张逢元、陈淑等。

该报开始是油印小报，后《前锋报》并入，出至38期（1940年3月6日），改为石印，

4开4版，3日刊，发行3000份。《群众报》号召群众备战、藏粮、埋地雷，使日军“扫荡”多次失利。敌张店旅团司令部参谋三浦梧楼曾仿效《群众报》的式样，出版伪《群众报》，企图鱼目混珠，欺骗群众。为此，《群众报》于1943年1月12日发表声明，揭露敌人阴谋。当年秋，敌人调集兵力进行“扫荡”，报社有30多人被俘，5人牺牲。在敌人“扫荡”中，报社撤离垦利驻地，出版过油印的《群众快讯》。反“扫荡”结束后，又出版石印《群众报》，出至第505期与《冀鲁日报》合并，成立渤海日报社。1944年7月1日，《渤海日报》出版。

泰山时报

1939年10月10日创刊，是中共泰山地委的机关报。1944年11月停刊。

中共泰山特委成立于1939年初。同年9月改为泰山地委，负责泰安、莱芜、历城、章丘、淄川、博山、新泰一带党的工作。当时，曾在该地活动的省委已经转移到沂蒙山区，并创办了《大众日报》，但因距离远，交通困难，在泰山地区很难看到。所以，泰山地委在莱芜创办了《泰山时报》。该报3日刊，4开4版，石印。一版要闻、社论，二版本区新闻，三版电讯，主要载国际国内新闻，四版专栏、文艺、专论。每期发行千份左右。

该报编辑部直接受地委宣传部领导。创刊时的地委宣传部长是董琰，后为高启云。报社编

辑部主任最初是李力众，后为陆干、宫达非。

鲁南时报

是中共鲁南区委员会机关报，1940年7月1日，在费南县（今平邑县）天宝山区油篓村创刊。两次因环境恶化停刊，1948年2月15日终刊，前后共出702期。报头为八路军一一五师政委罗荣桓题写，第一任社长由区党委宣传部长林乎加兼任，总编辑是白刃。此后，社长是赵宏弼，总编辑是黄华、靳耀南。

该报的前身是八路军一一五师专对地方办的刊物《时事通讯》，其办报宗旨是：及时传播中共中央声音，鼓舞和指导鲁南人民的革命斗争。初为8开4版，后为4开2版、4开4版，由油印、石印发展为铅印；刊期由周刊改为3日刊，发行量由几百份发展到1.2万份。该报人员在7年8个月中，始终处在敌伪顽的夹击中，从总编辑到一般编采、行政人员，全部随军参战，一面战斗，一面出版，为宣传群众，鼓舞斗志，作出了重大贡献。当盘踞鲁南十数年之久、对鲁南人民欠下累累血债的大汉奸、大土匪刘桂棠被击毙后，人民群众扬眉吐气，拍手称快，抬着“民众救星”的大幅横匾，慰问人民子弟兵。《鲁南时报》出刊“号外”，及时报道了这一激动人心的场面。

山东籍报人李瞻



李瞻，字士毅，山东寿光人。1949年获台湾政治大学法学学士。1956年获该校文学硕士，留校任新闻系新闻研究所讲师。1960年升副教授，1963年升教授。主讲课程有新闻史、比较新闻学、国际传播、太空传播、新闻自由与责任等。1963年和1972年，分别赴美国斯坦福大学和哥伦比亚大学从事研究工作，并曾赴香港、泰国、马来西亚、印尼、菲律宾、日本、南朝鲜等地考察新闻教育和大众传播、事业。除教学外，还担任过广播法起草委员会召集人，报业道德规范与电视道德规范起草人，国语词典《新闻与大众传播学学术词汇》主编，大学丛书《新闻与大众传播学》主编，新闻评议会顾问等。主要著作有：《世界新闻史》、《美国近代杂志事业》、《各国报业自律比较研究》、《英美电视

制度之分析》、《太空传播的发展及其影响》、《比较新闻学》、《我国报业制度》、《比较电视制度》、《我国新闻政策》、《林乐知与万国公报》、《国际传播》等。曾多次获得文科学术奖金、金质学术奖章和曾虚白学术基金会新闻学术著作奖。

1997年获美国传记文学研究院国际传播学术成就金牌奖，1998年名列世界名人录，1999年名列英国剑桥IBC国际名人大词典，2000年名列英国IBC20世纪世界2000杰出知识分子名人录。在台湾新闻学术界，也是泰斗级人物。他多次到大陆，积极推进两岸交流。常来大陆讲学，还在家乡山东大学、潍坊科技学院、济南长清一中设立奖学金和捐款，帮助家乡学子读书学习。