

山东报业

SHANDONG NEWSPAPER INDUSTRY



本刊为山东省报业协会会刊，主要面向省报协理事单位发行。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。

2015年第一期
(总第146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

- 05 借力税收优惠 发力提质增效
——新闻出版广电总局规划发展司负责人答记者问
- 08 2015，关于新媒体的10个猜想

报协消息

- 13 省报协六届四次会长办公会在济南召开
- 13 省报协调整专业委员会副主任
- 13 省报协调整理事
- 14 《山东报业》获奖稿件名单
- 15 山东报业网长期征稿启事
- 16 山东省报业协会2014年工作总结和2015年工作打算

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	任 杰
任传斗	刘乐华	刘慧岚
孙 超	孙宏弢	孙培尧
朱新罡	张 楠	张玉果
时永伟	李昌民	李晓亮
李高实	齐延升	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

本刊特稿

21 互联网产业变革与我国报业商业模式创新 / 任义忠

报业在线

26 架起一座民众与政府平等对话桥梁 / 宋晓彤
29 加快发展新媒体 实现弯道超车 / 韩俊亮 张舒婷

报人剪影

33 时间都去哪儿了 / 丁浩远

精彩转载

36 穹顶之下的传播 / 魏武挥

百年报业

40 民国时期山东的群众团体报纸和民办报纸
42 山东籍报人李夫

封二 2014年讲文明树新风公益广告设计大赛
获奖作品选登(三)

封三 报人艺苑 左绍德摄影作品选登

封面设计：刘赞

我省四种报纸获全国精品级报纸

由中国报业协会印刷工作委员会主办的2014年全国报纸印刷质量检测审议会于2014年12月在北京召开，会议审议和确定了2014年全国报纸印刷质量检测结果。全国共有89家中央报、省市报参加了印刷质量测评，其中54家报纸评定为印刷质量精品级报纸。我省送检的大众日报、济南日报、青岛日报、烟台日报四种报纸均评定为“印刷精品级报纸”。

山东广播电视报举办“火柴天堂”圆梦行动



近日，由山东广播电视报主办，山东广播电视报读者生活馆等协办的“火柴天堂”

春节·圆梦行动，在济南市历城区柳埠镇举行。柳埠镇30名家庭贫困的孩子得到捐助，捐物为每人600元现金及羽绒服、书包等学习生活用品。

生活日报读者俱乐部举办相声专场

农历腊月廿九，众多生活日报读者到山东剧院观看明府芙蓉馆封箱演出，王文喜、秦玉华、张存珠三位老艺人亮相山东剧院，千人剧院满满当当，一票难求。为满足读者欣赏相声的需求，正月十五晚上，生活日报联合明府芙蓉馆再次举办相声专场演出。

牡丹晚报小记者韩国采风



2月24日早晨，由牡丹晚报与锦程国际游学机构联合组织的“牡丹晚报小记者

韩国采风团”从菏泽日报社出发，开始为期六天的韩国采风交流之旅。采风团一行将走进韩国首都首尔、第一大港仁川，参观东亚日报社、首尔英语村、韩国故宫景福宫、国立民俗博物馆、韩剧《大长今》拍摄现场南山韩屋村等，开阔眼界，感受异国魅力。

大众网小记者自制创意灯笼庆元宵佳节



3月2日上午，大众网小记者寒假特训营推出小记者DIY创意灯笼活动，让孩子

们在回归传统民俗、感受节日气氛的同时，体验到动手实践的乐趣。活动最后，小记者们开心合影留念并将自制的漂亮灯笼带回家。

淄博日报发起“急救善使”公益活动

近日，由淄博市委宣传部、淄博市卫生计生委和淄博日报社等单位联合发起的“急救善使”大型公益活动启动仪式在淄博市举行。淄博市委常委、宣传部长郭利民等出席，医疗、交通、教育等相关系统共400余人参加仪式。全体与会人员共同参加了“急救善使”首期培训。全国卫生系统先进工作者、心血管专家杨新博为与会人员做了《猝死的自救互救》主题演讲。

“美德威海 诚信威海”公益讲堂举行



近日，“美德威海·诚信威海”公益讲堂举行，2014“美德威海·文明

之星”及“诚信威海·榜样企业”名单出炉，获奖个人和企业听取了诚信主题讲座。市委常委、宣传部长王亮出席活动并讲话。当天，著名学者、央视“百家讲坛”主讲人、中国政法大学教授方尔加作了《诚信在左，利润在右》的主题演讲。

《品牌济宁》专版受广泛好评

由济宁市经信委、济宁市品牌建设促进会和济宁日报社共同主办的《品牌济宁》专版，于2014年11月15日创刊后受到社会广泛关注和一致好评。在新的一年里，《品牌济宁》将每周出版一期，力求在栏目设置上着力体现国家、省及济宁市委、市政府关于企业发展的政策方针和当前的经济热点，让读者及时、深入、全面地了解济宁市乃至全国的企业发展新变化、新成果。

潍坊晚报为市民带来芭蕾舞剧《天鹅湖》

《潍坊晚报》联合潍坊大剧院在马年岁末为潍坊观众奉上世界经典的芭蕾舞剧《天鹅湖》。据悉。芭蕾舞演员均来自俄罗斯国家剧院芭蕾舞团。潍坊大剧院的相关负责人表示，高质量的演出节目给观众带来精神食粮，越来越多的市民愿意为此买单，愿意来消费文化艺术。潍坊晚报为市民奉上这样一场世界经典的芭蕾舞剧《天鹅湖》，这是为观众送上一份小年夜的大礼。

烟台晚报小记者站遍地开花



近日，福山区实验小学会议室内响起了热烈的掌声。校领导与58名新近加入小记者团的孩子一起，见证了

烟台晚报小记者站的成立仪式。

小记者的日常活动形式分为四种：进工厂、职业体验、探秘展馆和成长培训讲座。除了可以参加社会实践活动外，小记者还有机会将自己的优秀作品刊发在报纸上。小记者周刊除了刊发优秀作文之外，还接受小记者绘画、书法、摄影及手工作品的投稿，一旦有作品见报，小记者就会收到象征着荣誉的稿费。

据悉，烟台东方外国语、城西小学、福山城西小学、栖霞翠屏中学、烟台十三中等学校的小记者站也先后成立。

琅琊网联合商家“码上过年” 扫码有礼



琅琊新闻网春节期间开展“码上过年”活动。只需打开微信“扫一扫”，就可进行抽奖。到临沂市的九州、金鹰美乐、桃源等大型商场找到琅琊新闻网

设置的大型微信展板，或者登陆琅琊新闻网活动专题页面，关注商家微信公共账号，并发送“抽奖”，即可进入“码上过年”页面进行抽奖，奖项设置从iPhone6 plus到电影兑换券等丰富多样。

借力税收优惠 发力提质增效

——新闻出版广电总局规划发展司负责人答记者问

日前出台的《财政部 国家税务总局 中宣部关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》和《财政部 海关总署 国家税务总局关于继续实施支持文化企业发展若干税收政策的通知》（以下简称两个《通知》），在业界引起较大反响。就两个《通知》中涉及的相关问题，记者对国家新闻出版广电总局规划发展司负责人进行了专访，为出版业界答疑解惑。

已有优惠再延5年 新起点上深化改革

记者：在全面深化文化体制改革的大背景下，两个《通知》的出台对新闻出版业及出版企业有哪些重要意义？

负责人：党的十六大以来，中央相继出台了一系列推动文化体制改革发展的经济政策。作为文化体制改革重要组成部分的新闻出版体制改革，紧紧抓住重点领域和关键环节，全力开展突破攻坚，走在了文化体制改革的前列。新闻出版体制改革取得的显著成效得益于经济政策，经济政策也必然为在新的起点上深化新闻出版体制改革提供有力支撑。

2014年上半年，国务院办公厅发布了《关于印发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两个规定的通知》（国办发〔2014〕15号）。两个《通知》是财政部、国家税务总局、中宣部、海关总署等部门为落实国办发〔2014〕15号文件规定的税收政策制定的操作性文件，也是对2013年12月31日到执行期限的《财政部 国家税务总局关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收政策问题的通知》、《财政部 海关总署 国家税务总局关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知》和《财政部 国家税务总局 中宣部关于转制文化企业名单及认定问题的通知》等税收优惠政策的延续性措施，这一优惠将再延续5年。

《财政部 国家税务总局 中宣部关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》适用于所有转制文化单位，《财政部 海关总署 国家税务总局关于继续实施支持文化企业发展若干税收政策的通知》适用于符合文件规定条件的所有文化企业。两个《通知》执行期限为2014年1月1日至2018年12月31日。

近几年，财政、税务、宣传部门已公布多批享受税收优惠政策的转制文化企业名单，其中转制出版企业占了绝大多数，这既是新闻出版业积极推进新闻出版体制改革成果的反映，也体现了中央及地方有关部门对新闻出版改革发展的大力

支持，同时也树立了“谁改革谁受益、早改革早受益”的改革导向。相信两个《通知》的出台，必将对进一步增强出版企业活力和市场竞争能力、尽快做大做强，建立健全现代企业制度、培育合格市场主体，加快出版产业转型升级、推进提质增效，促进出版资源合理有序流动、构建现代出版市场体系产生积极的推动作用。

支持改革力度不减

更具针对性操作性

记者：从内容来看，两个《通知》有什么特点？

负责人：一方面，两个《通知》保留和延续了原有的优惠政策，支持改革发展的力度不减。如《财政部 国家税务总局 中宣部关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》规定，经营性文化事业单位转制为企业，自转制注册之日起免征企业所得税；由财政部门拨付事业经费的文化单位转制为企业，自转制注册之日起对其自用房产免征房产税；党报、党刊将其发行、印刷业务及相应的经营性资产剥离组建的文化企业，自注册之日起所取得的党报、党刊发行收入和印刷收入免征增值税；转制为企业的出版、发行单位处置库存呆滞出版物形成的损失，允许按照税收法律法规的规定在企业所得税前扣除等。

另一方面，两个《通知》进行了适当调整和增加，更有针对性和操作性。如《财政部 国家税务总局 中宣部关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》规定，对经营性文化事业单位转制中资产评

估增值、资产转让或划转涉及的企业所得税、增值税、营业税、城市维护建设税、印花税、契税等，符合现行规定的享受相应税收优惠政策。此条规定中明确提出了企业所得税、印花税、契税等内容。再如，明确提出对已转制企业（文化企业）按照《通知》规定应予减免的税款，在《通知》下发以前已经征收入库的，可以抵减以后纳税期应缴税款或办理退库。这些规定，在实践中更具针对性和操作性。

把握概念范围界定

做好优惠政策接续

记者：在执行两个《通知》中，转制出版企业应注意哪些问题？

负责人：一是要注意把握几个概念范围的界定。①经营性文化事业单位，是指从事新闻出版、广播影视和文化艺术的事业单位。②转制包括整体转制和剥离转制。③整体转制包括：（图书、音像、电子）出版社、非时政类报刊出版单位、新华书店、艺术院团、电影制片厂、电影（发行放映）公司、影剧院、重点新闻网站等整体转制为企业。④剥离转制包括：新闻媒体中的广告、印刷、发行、传输网络等部分，以及影视剧等节目制作与销售机构，从事业体制中剥离出来转制为企业。

二是要注意把握享受税收优惠政策的转制文化企业应同时符合的条件。①根据相关部门的批复进行转制。②转制文化企业已进行企业工商注册登记。③整体转制前已进行事业单位法人登记的，转制后已核销事业编制、注销事业单位法

人。④已同在职职工全部签订劳动合同，按企业办法参加社会保险。⑤转制文化企业引入非公有资本和境外资本的，须符合国家法律法规和政策规定；变更资本结构依法应经批准的，需经行业主管部门和国有文化资产监管部门批准。

三是要注意把握税收优惠政策的接续。《财政部 国家税务总局 中宣部关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》特别强调，该《通知》下发之前已经审核认定享受《财政部 国家税务总局关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收政策问题的通知》税收政策的转制文化企业，可继续享受该《通知》所规定的税收政策。此外，已认定发布的转制文化企业名称发生变更的，如果主营业务未发生变化，可持同级文化体制改革和发展工作领导小组办公室出具的同意变更函，到主管税务

机关履行变更手续；如果主营业务发生变化的，依照文件规定的条件重新认定。

记者：怎样用足用好两个《通知》的税收优惠政策？

负责人：各级新闻出版行政主管部门和转制出版企业（出版企业）主管主办单位对两个《通知》的落地实施工作要高度重视，自身先要学通学懂，同时要通过举办培训班等各种形式，加强对两个《通知》的解读，扩大政策的知晓范围。各转制出版企业（出版企业）也要提高对政策的理解程度，按照两个《通知》的有关规定，结合单位实际，高效实用地用好用足税收优惠政策，从而充分发挥优惠政策的杠杆作用，借力发力，推动企业更好更快发展。

（转载自《中国新闻出版报》）

2014年度报刊核验启动

国家新闻出版广电总局于近日下发《关于开展2014年度报刊核验工作的通知》（以下简称《通知》），明确2014年度报刊核验时间为今年3月1日至4月30日，要求重点关注6类报刊。

《通知》要求各省级新闻出版广电行政部门在核验中对所辖报刊的出版导向、出版质量、经营活动、资本构成等进行全面检查。此次核验重点关注6类报刊，即长期存在违规问题的重点监管报刊，近年来连续被缓验的报刊，不能正常出版的报刊，超越业务范围、刊发质量低劣论文的期刊，出版质量低劣、传播有害信息的报刊和群众集中反映存在有偿新闻和新闻敲诈等突出问

题的报刊。

《通知》首次要求各省对在年检中予以缓验处理的报刊下达统一的《报刊缓验通知书》，并规定在缓验期结束后由总局视整改情况最终决定报刊能否通过年检。对不能正常出版、超过休刊期限的报刊，《通知》要求各省依法予以行政处罚，已不具备出版条件的，上报总局撤销出版许可证后予以注销登记。对不按规定参加年检的报刊，要求各省及时履行催告手续，经催告一个月内仍未参加的，上报总局撤销许可证后予以注销登记。

2015，关于新媒体的10个猜想

自2011年起，我们一直用新年的第一块版呈现猜想。4年间，无数猜想双足落地，也偶有靴悬半空，而更多的猜想腾空而起。还有什么比互联网赋予我们的想象更为辽阔、成真速度更为惊人？下一步互联网将跨界到哪里，海外上市潮能否延续，农村互联网蕴含几多商机……猜想，源自对技术轨迹的遵循、行业规律的尊重，更源自需求与渴盼。盼网络干净早立法，网速更快4G覆盖；盼网络带来阳光政务、创业机缘……

而互联网的能量绝不安于一个行业的自身蓬勃，它如一轮新生的太阳，照耀人类生活的各个角落。

诸多猜想之外有一个判断，网络的形式，将不断贯穿事物的各个层面。展现奇迹以及创造奇迹，是互联网这个新生能量的一种表达，这给了猜想无限的可能。猜想和梦想双生，梦想与现实比邻。

互联网时代适合猜想。

——编者

猜想1：媒体融合进入全面“融”时代？

媒体融合前期以“合”为主，黏力仍显不足。经历了一年多的摸索，“融”的趋势越发明显。但如何找到最佳的突破口，仍是2015年最紧

迫的任务

2014年，媒体融合成为业内共识。无论是组织架构、运行模式，还是报道方式，新闻媒体在新技术和新理念的冲击下，正在发生明显的变化。媒体融合前期以“合”为主，黏力仍显不足。经历了一年多的摸索，“融”的趋势越发明显。但如何找到最佳的突破口，仍是2015年最紧迫的任务。

2015年，媒体融合将从形式上“合”的阶段转入全方位“融”的时代。新媒体的势力无疑将进一步壮大，但传统媒体即将消亡的论调能否变成现实仍未可知。新与旧的结合，扬长而避短，才是媒体融合的优选路径。新闻生产的流程将更加活化，形式更加丰富，媒体与受众的互动更加顺畅。与此同时，媒体组织形式和运营方式的改变，仍面临新旧理念的碰撞。可以想见，这也是媒体融合过程中最大的看点。

媒体融合的步伐将继续加快，但从目前的态势来看，深层次的融合可能尚需时日。不过，有了过去此消彼长的较量，新老媒体应有这样的共识：谁也不要看轻对方，也不要太看重自己。因为媒体融合的实质，并非新的替代旧的，而是共生共荣。大幕已经拉开，未来值得期待。

猜想2：网络空间法治化进程提速？

在全面推进依法治国的开局之年，互联网领域立法将进一步提速，一批层级高、操作性强、有指导性的法律法规或司法解释将出台

2014年网络空间法治化进程加速。“净网2014”、“剑网2014”、移动即时通信工具治理等一系列专项行动针对网上突出问题，推进专项治理，网络舆论生态明显好转，网络空间日渐清朗。

党的十八届四中全会《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》提出，加强互联网领域立法。2015年，在全面推进依法治国的开局之年，互联网领域立法将进一步提速，一批层级高、操作性强、有指导性的法律法规或司法解释将陆续出台。其中既包括国家法律，亦有地方法规。

近年来，最高法、最高检相继颁布4部针对网络空间违法行为的司法解释，加强了现实空间与网络空间的法律关联，为执法人员执法提供了更加明确的指导。

2015年，这种趋势还将继续。由全国人大常委会法工委、网信办等部门牵头起草的《网络安全法》《电子商务法》《未成年人网络保护条例》已于去年底完成初稿，新修订的《互联网信息服务管理规定》将于近期出台。一批关系互联网信息安全、新兴媒体管理、公民隐私保护、打击网络交易欺诈的法律法规也将陆续提上日程，网络空间法治化新常态有望在2015年形成。

猜想3：网络信息安全加速顶层设计

计？

国家层面正在研究制定网络安全战略，相关部门也在加快网络安全的立法工作。网络安全立法能否取得实质性进展，值得期待

2014年，网络信息安全问题呈现前所未有的严峻态势。1400万用户快递数据被盗卖、130万考研用户信息被泄露，“心脏滴血”“贵宾犬”等多个严重漏洞集中爆发……2015年，网络信息安全形势同样不容乐观。特别是伴随移动互联网的极速发展，移动设备漏洞或将成为重要的感染途径。智能和可穿戴设备大潮的到来，也可能带来严重的物联网安全威胁。

如何避免再度出现信息泄露，如何规避漏洞带来的安全风险，成为一个紧迫的现实命题。中央网络安全与信息化领导小组成立后，我国在网络安全方面做了多项工作。国家层面正在研究制定网络安全战略，相关部门也在加快网络安全的立法工作。网络安全国家战略能否出台，网络安全立法能否取得实质性进展，值得期待。

2015年将是信息安全政策集中落地之年。省级网信办机构将建设完毕，并深入落实国家信息安全政策。中央网信办及各行业主管机构，或将推出行业政策，加速推动信息安全领域的国产替代进程。

猜想4：4G越过普及关？

与2G、3G相比，4G的快速增长从发展之初就已出现。2015年，4G用户保持持续猛增的态势已现端倪

过去一年，中国移动领跑4G，展现出蓬勃

态势。这一年的发展，相当于3G6年、2G20年的建设量，一年建设的基站在全球占比40%，覆盖300多个县级以上城市，号称达到了8000万的客户规模。

日前，中国联通公布2015年1亿部4G手机销售计划，中国移动也公布了其4G终端新政，今年将会卖出2亿部4G终端。中国电信则宣布投入160亿元巨资，为消费者打造100款精品4G手机，拉动全年销售智能手机突破1亿台。2015年，4G用户的迅猛激增态势已现端倪。

在韩国、瑞典等中小国家，4G已走向普及。完善的覆盖，优良的服务，更低廉的价格与规模化相互促进，也互为制约。从2009年初到2013年底，是属于3G的发展窗口期，然而直到那时，中国2G用户数量仍然远多于3G用户。在过4G普及关的路上，高资费、换机换卡、服务覆盖等方面的问题都有可能成为路障。商家放弃追逐高收益，充分发挥市场决定性作用，也许是一解。

猜想5：移动互联竞争依旧激烈？

O2O可能迎来百花齐放，本地化、社交化和无界经营将成为其新方向。移动搜索稳步增长，移动社交或将进入视频时代

2015年，移动互联仍将是互联网行业竞争最激烈、创新最集中的领域。

快五倍的新无线网络标准有望出台，适用多平台的架构或将成主流，第五代超文本标记语言可能会获得更多开发者青睐和网络设备的支持。

移动电商或将不只是随时随地购“物”，O2O（线上与线下结合）也可能迎来百花齐放。移动电商也许将从普通实物电商向个性服务电商延伸。滴滴打车、河狸家、功夫熊等创新的O2O消费模式继续涌现，本地化、社交化和无界经营可能会成为O2O新的发展方向。通过移动设备分享视频或将成为潮流，移动社交将更加真实。

移动搜索市场将稳步增长。去年第三季度，百度移动搜索首次超过个人电脑终端，移动搜索实现永久性超越个人电脑搜索已为时不远。语音搜索、图片搜索等新的搜索方式以及基于位置的服务等相关功能将成为新的竞争点。从电视、电脑再到移动设备的跨屏移动广告或将成为主流。更为精准的基于位置服务的移动广告可能会带来更多改变。

猜想6：互联网企业海外投资继续热？

突破文化、社会、贸易、语言四大障碍，在输出产品、资本的同时，探索破解困扰已久的发展难题

2014年，堪称中国互联网企业走出去的丰收年：企业扎堆境外上市，阿里巴巴赴美上市更是刷新了美股IPO纪录；产品海外市场屡有斩获，微信海外用户数突破2亿，猎豹浏览器移动端海外活跃用户超1.9亿；海外投资并购出手频繁，阿里巴巴2.15亿美元入股美国聊天应用Tango，百度收购巴西最大团购网站Peixe Urbano。

2015年，中国互联网企业境外上市热潮可

能会有所降温，但仍有不少企业会继续踏上海外上市路。中国互联网企业海外投资并购热度将可能继续升温。“不差钱”的BAT（百度、阿里巴巴、腾讯），在海外的投资布局将进入大手笔、大战略的新阶段。与此同时，一些复制中国模式的产品开始在海外火起来。

2015年，中国互联网模式能否实现向海外逆向输出，能否赢得更多海外用户和投资者的眼光，值得期待。

中国互联网企业需要披荆斩棘破解困扰已久的海外发展难题。如何突破文化、社会、贸易、语言四大障碍，扩大海外市场规模，提升海外市场影响力，真正迎来质的变化，是摆在每个中国互联网企业面前的严峻考验。

猜想7：互联网跨界合作有突破？

互联网与金融、健身、教育等产业已开展的跨界合作在新年或有突破性进展，并可能开拓新的蓝海

互联网企业巨额补贴的一场打车软件之争，彻底改变了大城市的出租车运营模式。随着几大互联网巨头产业布局的完善和相互重合，未来在类似领域，迅速推广新商业模式的故事还可能再次发生。

在金融领域，余额宝的鲶鱼效应，不但令爱购物的网民首先试水互联网金融，也使得许多普通人发现“理财并不复杂”。

P2P（点对点）网络借款模式开始兴起，但也遭遇一些风险问题。新的一年，随着股市的红火，金融理财重新吸引大众目光，与互联网的跨

界合作迎来新契机。P2P网络借款模式也有望在市场规模后实现跨越式的发展。

过去一年，国外以苹果、国内以小米为代表的众多企业发布了手表、手环等智能硬件，契合大众对于身体健康的日益重视和日常运动方式的改变，互联网与运动健身的跨界合作曙光初现。不过这需要更轻盈更高效的硬件支持，也有赖于开发出超出于计步、睡眠监测、卡路里计算等基本功能的更多应用场景。

移动互联网正在实现医疗咨询服务、挂号功能，互联网医疗的新前景不断被拓展。互联网教育同样处于爆发的前夜，只需要一个更有力的引爆点。

猜想8：互联网创业孕育新的传奇？

传统行业与移动新媒体的跨界结合激发了创业兴趣，互联网创业将再成风潮

2015年新年伊始，一块专为创业者免费提供多项展示功能的大屏幕，在中关村创业大街南口点亮。

作为中国最具活力的创业中心，中关村正在崛起一批90后互联网创业者，他们凭借无拘无束的想象力和对移动互联网的先天理解优势，成为创业生力军。这股浪潮在新一年将冲出中关村、冲出北京。

2014年垂直媒体在新媒体和移动互联网平台上持续发力，一系列个性化的创业应用或将触发持续的技术改造运动。微商微店模式吸引了大量创业者，传统行业与移动新媒体的跨界结合也激发了一批青年浓厚的创业兴趣，新一波的

互联网创业潮或将到来。

与此同时，伴随着互联网企业上市窗口的重新开放和小米等公司的成功示范，在互联网及相关领域，企业高管辞职创业和互联网从业者再次创业在2015年将再成风潮。相对新生代，他们对商业逻辑和企业治理的理解更加深刻，成功的几率更大。新老创业者将给中国互联网带来的变化值得期待。

猜想9：农村互联网成新增长点？

农村是互联网发展的新蓝海。互联网将成为农村新的增长点，电信运营商、终端制造商大有可为

2015年，互联网将成为市场广阔的农村新的经济增长点，电信运营商、终端制造商尝到第一杯羹。同时，电商进一步深入农村，养殖业、种植业与电商结合更加紧密，农村土特产更加重视电商渠道，发布方式更加个性化。

同过去一直保持的城市中的高速增长不同，今年农村智能手机的增长或许将是一个新亮点。调查显示，超过四成的农村受访者认为“随时随地连接互联网”很重要。手机已经成为农村用户主流的上网终端，同时也成为拉动农村互联网发展的重要力量。

在广大农村这个相对空白的市场，电信运营商、终端制造商等产业链各环节将获得巨大的市场空间；对手机软件商来讲，适应农村的生活、学习、生产、生意的应用程序无疑也是一个大大的新蛋糕。

同时，随着农村互联网普及，移动终端走

进农村市场，移动互联和传统电商将一起改变农村的商业模式，改变农村社会经济的发展。“电商村”会层出不穷，在比较典型的电商村，有上万家淘宝店、几万产业链上打工者，将不是什么新鲜事。互联网在农村的普及也将为探索农村管理新模式提供新的思路。

猜想10：政务新媒体延续O2O模式？

2015年，政务机构迎来了智能自助服务的新势头，政府网络形象与主导权将得到进一步重塑

2015年的政务新媒体O2O（线上线下结合）发展模式，主要体现在两个方面，线上重沟通，线下重服务。一方面网上舆论做好引导，一方面网下解决实际问题，或者通过互联网的便捷解决好线下办事难的问题。

互联网时代，“政府自办媒体”已经成为趋势，政府网站从1.0到2.0，再到3.0。如中央纪委监察部网站开通，将无序的网上举报变成制度化渠道，成为2014年最大热点。2014年，新浪政务微博达到12万家，腾讯政务微博达到18万家，政务微信公众账号2014年底达到6万个。

2015年，随着各类政务微信影响日渐加强、网络政务平台开通，政务机构迎来了智能自助服务的新势头。政务机构将不断“试水”各类新媒体平台，加强公众服务与交流，缩短与公众的距离，让信息传达更精准、公共服务与办实事更出彩。政府网络形象与主导权将得到进一步重塑。

（转载自《人民日报》）

省报协六届四次会长办公会在济南召开

1月21日，山东省报业协会会长办公会在济南召开，许衍刚、李壮利、孔德志、王海涛、王军、冯华昕、曲江出席会议，戴志东委派代表出席会议。

会议的主要议题是审议省报协2014年工作总结和2015年工作打算，评选《山东报业》优秀稿件，研究人事调整事项。

会议对省报协2014年的工作给予了充分的肯定。认为，在过去的一年里，省报协创新工作思路，首次主办中国（青岛）新媒体高峰论坛，充实了全省报业新媒体年会的内容；设立首届“山东报业创新发展奖”等综合奖项评选，激励

报业职工建功立业；积极承担社会责任，成功举办第二届讲文明树新风公益广告设计大赛；热情为理事单位服务，通过举办论坛、对口交流等方式，为理事单位搭建起学习交流平台；加强协会自身建设，被授予AAA级社团单位，具备了承接政府职能转移和购买服务条件的资格；提高办刊办网质量，为会员单位交流经验、信息创造了便利条件。

会议对《山东报业》近两年刊发的重点稿件进行了评选，分经营创新和研究成果两个系列，共评选出特别奖3件，一等奖8件，二等奖20件。

省报协调整专业委员会副主任

为有利于专业委员会开展工作，经所在单位推荐，省报协会会长办公会对专业委员会副主任作如下调整：

一、大众报业（集团）发行公司董事长、总经理郭利民任省报协发行委员会副主任，原大众报业（集团）发行公司董事长、总经理刘洪昌

因工作调动不再任省报协发行委员会副主任。

二、增补胜利日报社为省报协专业报副主任单位，社长李昌民为副主任；增补潍坊广播电视报社为省报协专业报副主任单位，社长董德武为副主任。

省报协调整理事

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，省报协会会长办公会对理事作如下调整：

重型汽车报社副总编辑李跃任省报协理事，渠云雷不再任省报协理事。

《山东报业》获奖稿件名单

经营创新系列

打好改革攻坚战
开创事业发展新境界
刘加增

特别奖

题目	作者
挑战赢得胜利 鞭策争得发展	孙元文
深化改革 开拓创新	冯华昕
多媒体融合 多元化发展	王海涛

一等奖

题目	作者
泰报的三大战役和四大板块	戴 冰
以新技术应用推动新媒体发展	林忠礼 李雪修
鲁中晨报：本土就是竞争力	高洪波
在互联网舆论场上唱响党报“好声音”	李高实

二等奖

题目	作者
谋求地方报业发展新突破	马 林
与城市一同成长	周杰三
创新求进 打造报业升级	丁文渊
释放改革红利	崔永刚
忠实履行社会责任	任传斗
为善兴善 报业报国	司国光
与“新三农”一起成长	赵宗符
强化三种意识 促进党报发行	郭利民
嬗变融合 创新发展	常 健

研究成果系列

一等奖

题目	作者
报业类上市公司发展战略探析	任义忠
营改增后报业面临的问题	金 猛
构建移动互联平台	
引领传统媒体升级	杨家波 宋子虹
山东新闻摄影获奖作品点评（5篇）	孙京涛

二等奖

题目	作者
专业报的资源优势	刘乐华
网络新媒体商业模式探析	汤代禄
领导角度看财务	王广旭
用产业化发展安放报业理想	赵 龙
影响力时代的报业创新	支英珉
默多克并购的启示	王伟亮
借力可变印刷技术	
进军报纸深化改革	高金华
商业网站投资并购的启示	潘新红
转型加整合 敢为天下先	王洪亮
以体制创新推动新媒体转型	赵红卫

山东报业网长期征稿启事

山东省报业协会主办的山东报业网自2014年1月恢复开通以来，在各理事单位大力支持下，对网页栏目重新进行了改版，刊发了大量各理事单位的改革动态、先进经验、研究成果和其他传媒界信息，对于各理事单位及时了解和掌握业界资讯、加强学习交流，起到了良好作用。为了更好地发挥网络媒体的效能，为各理事单位搭建一个具有山东报业特色、内容丰富、形式活泼的学习交流平台和文化建设园地，特面向各理事单位长期征稿。

一、征稿范围

各理事单位及员工均可投稿。

二、征稿内容

根据网页栏目设置，征稿主要为以下内容：

1、各理事单位的创新性工作动态、改革新举措、举办社会公益活动等信息。此类稿件可分别刊发在网站“报业动态”、“传媒资讯”等栏目。

2、报业经营管理研究成果、先进经验和做法等。此类稿件可分别刊发在网站“媒体经营和研究”、“经验交流”、“老总论坛”等栏目。

3、理事单位组织的社内活动、员工风采、单位或员工受到上级表彰、获得荣誉称号等，此类稿件可刊发在传媒先锋、报业动态等栏目。

4、报业职工书画摄影作品。作品能够反映各理事单位、员工精神面貌和当地风土人情、自

然风光，体现弘扬社会主义核心价值观，具有一定艺术水准和特色。此类稿件可分别刊发在网站“报人艺苑”、“图片新闻”等栏目。

二、投稿方式

以上内容投稿均要求为电子版，投稿时可登陆山东报业网（网址：<http://sdby.dzwww.com/>），在首页右上方的“投稿信箱”操作。实行实名制投稿（刊发的稿件根据投稿人意愿，用实名、笔名、单位名称均可），在投稿的同时请留下投稿人姓名、单位职务、通信地址、电话、手机等信息，以便于联系。

三、其他说明和要求

1、希望各理事单位重视向山东报业网供稿工作，明确分管领导和兼职通讯员，踊跃投稿。

2、各理事单位和员工在山东报业网刊发的稿件，将推荐给《山东报业》期刊择优刊发。

3、动态性工作报道稿件要注意时效性，撰稿、投稿要及时。网站接稿后将优先处理，尽快刊发。

4、各理事单位及员工对办好山东报业网有什么意见、建议和要求，可随时反映，我们将及时改进。

山东报业网联系人：编辑朱立翠，电话：0531-85196454；手机：15098836936；邮箱：28337676@qq.com；QQ：28337676。

山东省报业协会

2014年工作总结和2015年工作打算

2014年工作总结

2014年，山东省报业协会在中国报业协会指导下，在省委宣传部、省新闻出版广电局领导下，认真学习贯彻党的十八届三中、四中全会精神，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“两服务四促进”要求，围绕中心积极作为，完成了各项工作任务。

一、积极贯彻中央精神，促进报业融合发展。

党的十八届三中全会提出，要整合新闻媒体资源，推动传统媒体与新兴媒体融合发展。省报协顺势而为，6月份与青岛报业传媒集团共同主办中国（青岛）新媒体高峰论坛，以“全移动、国际化、新未来”为主题，深入研讨报业与新媒体融合发展趋势，全省报业新媒体年会同时召开。会上，听取了国家二维码注册解析中心，腾讯、阿里巴巴等网站，浙报传媒、大众网、青岛掌控传媒等单位负责人演讲。这次会议理念新、反响大，会后中国报协组织专题调研，形成

《青岛报业传媒集团媒体融合发展调研报告》，上报国家新闻出版广电总局，并向全国报业推介。

9月份，省报协邀请浪潮集团执行总裁、首席技术官王柏华，在六届二次常务理事扩大会议上作了题为《云计算、大数据与信息传播》专题报告。报告内容围绕大数据与媒体融合发展的关系，深入浅出，知识丰富，与会代表普遍反映收获很大。随后《山东报业》刊发报告要点，扩大了宣传效果。

我们还充分利用《山东报业》宣传阵地，集中刊发了一批关于报业融合发展方面的稿件，先后推介大众报业集团、青岛报业传媒集团、烟台日报传媒集团、临沂日报报业集团、淄博报业传媒集团、日照日报社、泰安日报社、枣庄日报社、菏泽日报社、滕州日报社、联合日报社、山东青年报社、农村大众报、经济导报社、半岛都市报、鲁中晨报社等单位的做法和经验。还刊发了《构建移动互联平台 引领传统媒体升级》、《媒体融合大势所趋》、《嬗变融合 创新发展》、《融合互动 赢得未来》、《商业网站投资并购的启示》、《以新技术应用推动新媒体发展》、《转型加整合 敢为天下先》、《以

体制创新推动全媒体转型》等研究性文章，为理事单位探索融合发展提供了参考和借鉴。

二、承担省委宣传部交办的工作，为主管部门当好助手。

一是受省委宣传部委托，围绕新形势下党报发行工作遇到的新问题开展调研工作。牵头组织大众报业（集团）发行公司、省邮政公司报刊局等单位，对全省党报发行结构、密度、时效、质量，以及新媒体发展对党报发行的影响等进行调研。调研组跑遍全省17市，掌握了《大众日报》等党报发行的基本情况、存在问题，并对新形势下进一步提升党报影响力提出了对策、建议，为上级部门部署2015年党报发行工作提供了参考依据。

二是承担完成全省报纸网上阅评技术平台建设项目。为适应新形势下主管部门进行新闻宣传管理的需要，省报协在大众网支持配合下，利用山东报业网搭建了“鲁报阅评”技术平台。该平台把全省报纸分为党报、晚报都市报和专业报三大类，访问登录后即可浏览当天各报PDF版，阅评员取得权限可以即时发表阅评意见投送新闻宣传主管部门。这一技术平台为网络时代报纸阅评管理创造了便利条件。

三是响应省委宣传部、省文明办的倡导，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，配合我省开展的“乡村文明行动”。本次大赛受到社会各界广泛关注，在大众日报等单位支持下，共收到参赛作品909件，比上届增

加713件。大赛坚持不收参评费，聘请省工艺美术学院、省新闻工作者协会、省新闻摄影学会等方面的著名专家组成评委会，公正评选，评出一等奖3件，二等奖6件，三等奖20件，优秀奖49件，大众日报、青岛日报、临沂日报、齐鲁晚报、德州日报、淄博日报、潍坊广播电视报等单位分别获得一、二、三等奖。通过连续两年举办公益广告设计大赛，推动了社会主义核心价值观的传播，激发了广告设计人员的积极性和创造力，促进了报业广告创意设计水平提高。其中体现“文明乡村 美好家园”主题的作品成为大赛亮点，德州日报社设计的《乡村文明之风》、河南作者王晓玲设计的《文明乡村——剪纸篇》等获奖作品，被推荐到大众日报刊登。

三、举办首届全省报业创新发展奖、经营管理奖评选表彰活动，激励报业职工建功立业。

为贯彻落实传统媒体与新媒体融合发展精神，推动山东报业经营管理持续健康发展，2014年省报协设立首届“山东报业创新发展奖”、“山东报业经营管理奖”，评选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。经认真评选，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”。同时对广告、发行、印刷、电子信息技术的年度评先活动进行整合、统一表彰。省报协组织的评选先进工作，成为向中国报协推荐先进集体、先进个人的基础，2014年经省报协推荐，

大众日报、临沂日报报业集团、泰安日报社以其改革发展的优异成绩，荣获中国报业融合发展奖；青岛报业传媒集团、潍坊报业集团、山东大众传媒股份有限公司（大众网）等单位的3位管理者，荣获中国报业经营管理奖；在中国报业新媒体发展大会上，山东报业荣获多项集体奖、个人奖，其中大众报业集团、青岛报业传媒集团荣获中国报业融合发展创新十强，大众网荣获中国报业十大最具影响力城市门户网站，青岛报业传媒集团副总编辑齐建国荣获中国报业融合发展十大创新人物，临沂日报报业集团、德州日报社、泰安日报社荣获中国报业新媒体项目创新50强；在中国报协组织的报业财务先进评选中，我省1人评为中国报业财务专家，3人评为中国报业财务管理标兵，3人评为中国报业最美财务人员。

四、改进会议活动安排，为理事单位搭建好学习交流平台。

按照省报协《章程》规定，自2014年起省报协每年召开一次理事大会或常务理事（扩大）会议。本年度召开的省报协六届二次常务理事（扩大）会议，紧扣传统媒体与新媒体融合发展的主题安排议程，省委宣传部分管领导到会讲话，对全省报业工作提出要求；审议通过了省报协六届二次理事会工作报告、财务报告；表彰了荣获首届山东报业创新发展奖等奖项的先进单位和个人；还安排了专家讲座。按照中央精神，缩减了会议规模。会期虽短，但主题明确、内容充实，得到与会人员一致好评。

为加强兄弟省份报业交流，11月份省报

协组织省内12家市县党报负责人赴浙江，先后到杭州日报报业集团、温州日报报业集团、瑞安日报社考察学习。这次走出去学习考察有几个特点：一是有明确的主题，就是改革创新、融合发展；二是外出学习考察与党群工作、行政管理专业委员会年会结合进行，并且明确要求各报社领导参加；三是省报协事先与浙江省报业协会充分沟通，保证了考察效果；四是提交了有份量的考察报告，在《山东报业》及山东报业网发表。参加考察的同志普遍反映，这样的对口考察学习对指导工作很有帮助。

本年度各专业委员会会议突出特色，讲求实效。如7月全省报业印刷年会在泰安召开，围绕新媒体发展冲击报纸印刷业的严峻形势进行分析，交流研讨报纸印刷企业调结构、转方式、求发展的措施，烟台日报报业集团、青岛报业传媒集团、泰安日报报业集团等单位介绍了经验。10月份全省专业报、企业报、广播电视报年会在胜利油田召开，会议围绕专业报与新媒体如何融合发展进行研讨交流。与会代表认为，专业报、企业报、广播电视报特色是“专”，要加强对移动互联网传播的研究和新技术应用，发挥专业优势，实现社会效益和经济效益双增长。12月全省报业广告年会在安丘召开，会上揭晓了第二届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，举办了广告创意设计专题讲座，交流了报业广告与新媒体融合发展、开拓市场的经验。

五、加强省报协自身建设，提高为

理事单位服务水平。

4月份，省报协被省民政厅授予省管社会组织评估AAA级社团单位，具备了承接政府职能转移和购买服务条件的资格。这是省报协自身建设的一件大事。省新闻出版广电局已明确，将全省报纸质量评估工作交给省报协来做。

办好《山东报业》、《传媒资讯》、山东报业网，为成员单位搭建成果、经验、信息交流平台。会刊《山东报业》以全新设计封面亮相，开设一系列新栏目，刊发独家文章，不断提高办刊质量。“报人论道”栏目刊发理事单位老总们的文章，或介绍经验，或畅谈见解，既开阔读者思路，也加深了理事单位之间的了解。“报业新观察”栏目主要介绍报业发展的新动向、新思路，通过刊发先进单位的做法，促进我省报业多元化发展。“报人剪影”栏目刊发理事单位工作一线人物通讯，展现报人风采。“百年报业”是报史栏目，刊发新闻史上有名的报纸或者报人，拓宽视野，用历史的眼光看待新闻宣传工作。《山东报业》封二请著名摄影评论家孙京涛开设专栏，对山东新闻奖获奖摄影作品进行点评，封三刊登山东新闻美术家作品，展现报人丰富多彩的雅好志趣。《传媒资讯》每半月出版一期，与大众报业集团新闻研究所合作，力求信息量大、参考价值强，全年印发24期。山东报业网于1月恢复开通上线，并重新改版，栏目内容不断充实完善。以上改进，得到了理事单位和有关方面领导、专家的肯定和好评。

日常工作中，省报协注重加强与中国报业协会的沟通与与各理事单位的联系，发挥好省级

报协的组织服务作用。2014年经省报协推荐参加中国报业协会组织的各类评选4批次，转发中国报协各类活动通知6次，扩大了山东报业在全国的影响。在有关理事单位支持配合下，成功举办了多次会议、活动，分别安排接待了江苏、河南、浙江报业同行的学习考察活动。

还有一件事值得通报：在2013年省报协财务年会上，我省多家报社反映了营业税改增值税后出现的新问题，为此省报协组织调研形成了《关于当前报纸行业相关财税问题的报告》，通过中国报协报送到国家有关部门。2015年1月7日终于有了回音：财政部、国家税务总局、中宣部下发《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》，我们反映的关于延续实行转企改制文化单位免缴企业所得税政策等主要事项得到解决。此事虽然不只是山东报业的作用，但省报协把为理事单位服务当做自己的责任，积极为报业发展建言献策、尽职尽责，这种精神应该继续发扬。

对照2014年初确定的工作要点，我们的工作还存在一些问题，如调查研究工作没有深入下去，尤其是主动到成员单位调查研究、总结经验做得不够；发行、财务、物资三个专业委员会年会由于种种原因没有召开；年初计划的事项有的没有完成等。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。

2015年工作打算

2015年，我们要以党的十八大和十八届三

中、四中全会精神为指导，继续按照“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，重点围绕媒体融合发展、依法治国方略的实施、促进全省报业改革发展，做好以下工作：

一、积极推动传统媒体与新兴媒体融合发展。组织开好2015年新媒体与信息技术年会，并举办媒体融合发展研讨会，邀请专家传授先进理念，邀请先进单位负责人介绍经验，促进全省报业转型升级、创新发展。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，总结推介理事单位改革创新、融合发展、壮大产业的新经验。

二、在全省报业大力倡导遵纪守法、规范经营。认真学习领会中央关于依法治国的重要精神，结合报业实际，促进全省报业守法经营、健康发展。针对报业经营发展中的实际问题，请法律或财税方面的专家帮助解疑释惑，贡献良策。请业内人士介绍经验，以供借鉴。宣传推介我省报业廉洁自律、守法经营的先进典型，促进职业道德建设。贯彻落实中宣部、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》、《中国报业自律公约》、《山东省新闻媒体单位恪守职业道德拒绝违法广告倡议书》等文件精神，倡导诚信、自律，营造规范有序、和谐发展的行业氛围。

三、筹备开好省报协六届三次常务理事（扩大）会议。并不断积累经验、丰富议题，把常务理事（扩大）会议办成对全省报业更有凝聚力、影响力的年度盛会。

四、加强调查研究，总结推介报业改革发展的先进经验。及时发现报业发展遇到的新情况新问题，并做好向主管部门反映和相关沟通协调工作，促进问题解决。

五、办好第三届全省报业讲文明树新风公益广告设计大赛。总结前两届经验，进一步完善征稿、评选办法，突出质量、导向，吸引更多报社的设计人员参赛，促进报业广告设计水平不断提高。

六、围绕新常态下如何推动媒体融合发展、搞好报业经营等专题，组织以报社负责人为主的学习团队，赴兄弟省市考察学习文化产业及传媒单位的先进经验。

七、继续创新会议形式，结合专业会议举办讲座或开展业务培训，促进全省报业经营管理队伍素质提高。

八、加强协会自身建设。提高办刊、办网质量，让《山东报业》、《传媒资讯》、山东报业网更好地发挥作用。加强省报协与理事单位的联系与沟通，增强服务意识，提高服务质量和办事效率。创造新的成绩，为全省报业改革发展做出应有贡献。



互联网产业变革与我国报业商业模式创新

任义忠



作者简介：

任义忠，山东大众传媒股份有限公司董事会秘书、高级经济师，山东大学管理学院博士生。大学毕业后曾任职于国内

知名大型企业集团董事局战略发展总部，从事战略投资和企业并购工作；2006年中国人民大学硕士毕业后进入大众报业集团工作，先后担任法律事务中心法律顾问、集团办公室社委会秘书、山东新闻大厦副总经理、山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司董事会秘书。长期关注和研究传媒业理论及实践前沿问题，曾在《现代传播》、《当代传播》、《传媒》、《新闻战线》、《中国报业》等期刊发表论文十多篇。

在网络经济时代，传媒、互联网、计算机、通信与手机等产业加速融合，现代传媒业出现跨行业多点竞争与合作的全新态势，中国传媒业市场结构呈现新旧媒体既融合又竞争的复杂局面。互联网、移动互联网等新兴媒体快速崛起，国内传媒市场竞争日趋激烈，传媒产品的生产模式和传播方式等发生巨大变化，即时性、互动性、开放性、虚拟性和多元化的特征更加明显，传统媒

体与新兴媒体的融合发展在国家政策层面被提升到前所未有的高度，国内传媒业已经全面进入体制改革和产业转型的双重变革期，商业模式创新将成为未来报业传媒业发展的关键词。

一、互联网产业变革

1994年，互联网由单纯的科研网演变成世界性商业网络，由此掀起了一场深刻的商业革命。互联网打破了传统的产业边界，产业融合形成相互交叉的产业关联网，信息流、资金流、物流等生产要素突破时空限制在全球范围内流动，从而极大地推动了全球网络经济的形成。网络经济体系颠覆了以产业边界和产业价值链为核心的传统商业模式，开放性、模块化、平台、联盟、众包等成为当前商业模式创新的趋势，基于互联网的商业模式创新成为现代企业战略变革的方向。

1、从顾客到用户。奇虎360董事长周鸿祎认为，用户体验至上、基于免费的商业模式和价值链创新是互联网经济的三大特点。传统经济强调“客户（顾客）是上帝”，是一种二维经济关系，即商家为付费的人提供服务。然而在互联网经济中，不管是付费还是免费，使用你的产品或服务的人都是上帝。因此，互联网经济崇尚“用户是上帝”，正是因为互联网经济基于免费的商业模式，用户才显得如此重要。商业模式是创造

用户价值并实现企业价值的有机体系，没有用户及用户价值，就不可能真正构建商业模式，从传统顾客（客户）到用户的转变，是互联网经济区别于传统工业经济的显著特征，同时也是企业商业模式创新的核心和关键。

2、从收费到免费。互联网经济的显著特点就是基于免费的商业模式，即“先利用免费优势吸引海量用户，搭建巨型平台，进而发挥长尾效应，把各种个性化和小众化的用户吸引到平台上来；在平台上进行资源协同和共享，并在此基础上开展针对用户个性化需要的服务。在业务经营模式上，采取交叉补贴模式，即大众服务免费和个性服务收费；或者通过对第三方收费来补贴免费，或者把受众流量转移到第三方网站上，采取和第三方分成广告收入的方式来补贴免”。基础业务免费、增值业务收费及大众服务免费、个性服务收费，已经成为互联网公司的普遍成长模式，如阿里巴巴、腾讯、百度、新浪、搜狐、网易等均采取了“免费+收费”模式。

3、从工具到思想。百度公司创始人李彦宏最早在2010年提出互联网思维的概念。小米科技创始人雷军对互联网思维进行了发展，认为互联网不仅是一种技术，而是一种观念和方法论，并总结了互联网企业的七字诀，即“专注、极致、口碑、快”。周鸿祎认为，互联网思维包括用户至上、体验为王、免费商业模式和颠覆式创新等四个方面。马化腾认为互联网思想用口碑营销、粉丝文化创造出小米、特斯拉、海底捞等一线互联网化的产品，虽然互联网最终也会像水电一样成为“传统行业”，但互联网、互联网思维和其

他行业的结合能够爆发出巨大潜能。互联网思维是社会网络思维，在人际关系上通过体现互联网特征的去中心化、扁平化、自组织、自涌现、自生成等生物有机化的管理方法，实现无组织的组织力量。可见，随着互联网经济的飞速发展，互联网认知已经从技术工具层面上升到思想理论层面，并有力地促进了互联网商业模式创新。

互联网变革极大地促进了产业融合，并打破了传统的产业边界和企业边界，传媒业也不例外。在报纸、杂志、广播和电视四大传统媒体基础上，出现了互联网和移动互联网等所谓的新媒体形态，促使媒体市场结构发生剧烈变革，媒介竞争也日趋激烈。智能手机的快速普及，正在加速改变读者的阅读习惯，报纸面临受众流失的巨大风险，新兴媒体正从根本上颠覆报业传媒企业的商业模式，报纸逐渐丧失市场主导地位，并在世界范围内面临前所未有的生存危机，报纸裁员、停刊和倒闭的浪潮席卷全球。早在1997年，著名传媒经济学家罗伯特·皮卡特就警告，面对新技术、媒介形态、消费习惯和商业形态的挑战和机会，发达国家已经处于产业成熟期的报纸产业必须改变商业模式。然而，由于经济发展的滞后性和传媒业的阶段性特征，美国传媒业的结构变革并未引起国内传媒业的重视，同时中国报纸按行政区域划分的管理体制和条块分割的市场限制，又严重制约了跨区域、跨媒体和跨行业拓展，使中国报业传媒企业长期陷入同质化恶性竞争的不利局面，更加凸显了报业的市场风险。

二、媒体商业模式创新

传媒是受互联网影响最大的产业之一，从本质上说报业危机就是商业模式危机。相对于报纸媒体，互联网新媒体最大的竞争优势就在于构建了新型商业模式，商业模式创新必将成为未来新旧媒体竞争的焦点和报业传媒企业综合竞争力的重要组成部分。如何改变目前单一化的传统商业模式，成功实现既有商业模式的动态演化和创新，关系着我国报业传媒企业的生存和发展。

1、报业“二次售卖”模式。报业具有跨行业网络效应的双边市场特征，即在不同市场销售两类不同的产品，其中一类产品的价值取决于另一个市场对另一类产品的需求，如报纸广告空间的价值取决于读者对报纸内容的需求。这种跨行业网络效应在市场中特别是媒体、互联网等行业广泛存在，但相对于封闭的报纸媒体，互联网新媒体具有更开放、更高级的网络效应。双边市场特征使传统报业的商业模式集中体现为“二次售卖”，即在报纸二次售卖过程中，第一次售卖把报纸卖给读者，获得受众资源；第二次售卖通过将版面售卖给广告商，获得广告赞助。学者认为，双边市场的存在使传统报业机构在收入上采取“非对称定价”模式，即以低价将内容产品出售，而后将受众的时间与注意力高价售卖给广告主以获得更大的收益，传统报业的双边市场特征导致报业对于广告的依赖性非常强。同时，由于新兴媒体逐渐改变了传统的阅读习惯，报业的“二次售卖”模式面临日益严峻的挑战和考验。

2、报业商业模式演变。早在19世纪下半期，报业就实现了从“读者支撑型”转变为“二次售卖型”的第一次商业模式转型。在报纸诞生

的前100—150年“读者支撑型”商业模式下，美国报纸只为政治领域、社会领域内的少量读者服务，报纸定价高、广告少，读者是其最主要的营收来源。直到19世纪下半期，都市化、工业革命、经济发展水平等方面的变化，导致越来越多的人拥有“余钱”和休闲时间，报纸才转而而为大众服务，成为售价极低、大量刊登面向普通消费者的“零售广告”的便士报。从19世纪下半期至今，“二次售卖”的商业模式已支撑报业走过一个多世纪的辉煌，但互联网革命使报纸的受众和广告份额迅速流失，商业价值资源迅速向互联网和移动互联网转移，已经从根本上颠覆了传统媒体的商业模式和盈利模式。在互联网的强力冲击下，报纸纷纷尝试数字化转型，数字报业改变了传统报业的生产、传播和消费方式，同时基于传统双边市场特征的报业商业模式也发生巨变。

3、报业商业模式创新探索。报业的数字化转型始于报纸创办网络版。二十世纪九十年代初，美国报业建立起了世界上第一批传媒网站，内容基本上是纸媒的翻版，仅是将当日报纸发布的新闻以HTML(网页)的形式原封不动地搬到网站上，实现了报纸内容的网络化传播。网络技术从Web1.0迈向Web2.0、Web3.0后，报纸网站功能不断增强，从单纯的浏览报纸内容发展为多媒体呈现与互动参与，逐步发展成为报纸的数字平台和综合性、专业性网站。从1997年《华尔街日报》设立付费墙开始，报业已经开始了商业模式创新的探索，以《华尔街日报》、《纽约时报》等为代表的西方主流报纸纷纷设立付费墙，进行数字化转型，目前全美至少已有150家报纸设

立了不同形式的付费墙。但有学者认为，当前数字报业商业模式并没有可以借鉴的成功案例，美国是世界上报业最为发达的国家之一，报业商业模式转型并没有取得理想效果，目前全世界数字报业也缺乏成熟的商业模式。

有研究者指出，企业的文化惰性是制约美国报业数字化转型的最大障碍，体现在报纸仍然依赖或寄希望于传统的做法和方法上，在处理类似文化惰性和资源有用性问题上，报纸管理部门应更多关注和采纳新技术，对新闻采集和广告形式变革持开明和支持的态度。可见，面对互联网的强势崛起，国内外大多数报业传媒企业在战略认知方面存在严重偏差，并未认识到传媒商业模式的根本性变革，而依旧在固有的商业模式中进行同质化恶性竞争，并日益在传媒市场竞争中陷于被动地位。同时，由于体制机制的制约，我国报业传媒企业虽然在商业模式创新方面进行了有益探索，积极尝试报纸与新媒体在内容生产和市场运营等方面的融合路径，但除浙报传媒、博瑞传播等少数报业传媒上市公司利用资本市场平台实现产业转型外，绝大多数是形式大于实质，真正实现根本性商业模式创新的寥寥无几。

三、报业传媒企业商业模式创新策略

近几年，国内开始关注和研究报业传媒企业商业模式创新及产业转型问题。在理论层面，多数学者主张应选择广告与用户并重的多元盈利商业模式，认为无论是免费还是收费都不能成为解救报业困境唯一的“救命稻草”。报业的商业模式创新，并非在维持传统报业的经营格局之外简

单增加网络、手机、数据库等新媒介经营业态，而是在统一数字平台上变革经营模式，并把价值链和价值网络延伸到相关产业。在实践层面，以浙报传媒为代表的报业传媒企业积极探索产业转型及新旧媒体的融合发展，并取得了显著成效。

1、创新用户理念。与传统产业的商业模式不同，互联网经济是以用户为核心，先有用户，然后再设计盈利模式，只有提供一流的产品和服务，并不断改善和提升用户体验，才能吸引庞大的用户和增强用户黏性，而庞大的用户基数为互联网服务提供了巨大的潜在商业价值。浙报传媒收购杭州边锋和上海浩方，其核心目标就是边锋和浩方的2000多万互联网活跃用户。从受众到用户的根本性转变，是报业商业模式创新的理念基础。学者认为，在新闻传播学中使用频率很高的“受众”一词，不言而喻地让人理解为“被动的信息接收者”。“受众”的被动性是由传统媒体单向传播的特性决定的，因为过去传播的主动权一直掌握在编辑手里。而今天，各种新的信息终端层出不穷，编辑面对的已不是传统意义的“受众”了，而是形形色色的“用户”。编辑与用户处于完全平等的地位，媒体是用户自主使用的沟通工具，而不是被动接受传播的信息载体。因此，相对新闻的公益性和中立性，尽管“用户”一词带有浓厚的经济色彩，但却是互联网传媒生态背景下的必然趋势。

2、创新产品形态。报纸是传统的信息提供商，既是媒介又是产品形态。报纸产品创新，除版面结构、新闻内容、新闻来源等实现差异化外，关键是要丰富新闻内容产品线和经营产品

线。在内容产品方面，打造集纸媒、网络媒体、移动媒体、广电媒体、影视剧制作和户外媒体等于一体的多媒体生产线，并不断优化报纸网站、微博、微信、客户端平台，充分发挥新旧媒体融合的竞争优势。在经营产品线方面，进一步开发互联网、移动互联网产品和服务种类，特别是移动互联网产品线将成为报业商业创新的着力点，虽然目前很多移动端产品盈利模式不成熟，但其市场价值和资本价值升值潜力巨大。如浙报传媒围绕“互联网枢纽型传媒集团”的战略目标，积极发挥主流媒体优势，大力拓展O2O商业服务，新确立了智慧服务产业拓展方向，并以产业链打通互动娱乐和影视两大产业，加快推进新闻资讯、数字娱乐、智慧服务和文化产业投资“3+1平台”布局，着力打造新闻资讯、数字娱乐和O2O商业服务三大产品线。

3、创新业务结构。传统报纸业务下滑是一个结构性趋势，报业传媒企业需要进一步优化业务结构，通过并购或自主创新等方式不断提升新媒体业务比重。如华闻传媒2014年在新媒体领域频频并购，收购国视上海100%股权，并拟通过向特定对象非公开发行股份并支付现金的方式购买掌视亿通100%股权、精视文化60%股权、邦富软件100%股权和漫友文化85.61%股权，上述一系列收购行动将为华闻传媒新媒体生态圈引入移动互联网视频、楼宇广告、舆情监测、动漫等新业务。另外，华闻传媒还拥有PC、移动、TV端互联网电视的全渠道牌照，并已与优酷土豆、Unity、华为、天脉科技、东方嘉禾等产业上下游公司深度合作，初步搭建互联网电视产业生态，后续有

望借助牌照优势携手互联网视频龙头加速推进TV端OTT业务发展。目前，华闻传媒新媒体业务收入已经上升到近50%，正逐步从以都市报运营为主业的传统新闻出版传媒企业，转型成为提供综合信息服务的现代传媒企业。除华闻传媒外，浙报传媒在努力确保现有传统媒体主营业务竞争力和市场份额基础上，全力扩大互联网用户规模，不断提高互联网业务比重，加快推进主营业务结构转换，目前其互联网业务利润贡献已经超过传统媒体。

4、创新管理模式。媒体融合和互联网变革的新商业逻辑，需要对传统报业的组织结构和管理模式进行深刻调整。一是组织结构扁平化。在强调平等、创新的草根时代，普通员工及用户已经成为企业商业创新的主体，传统的官僚式层级组织架构已远不能适应传媒产业变革和市场竞争的需要，组织扁平化是互联网思维对组织变革的内在要求。二是考核激励市场化。传统报业传媒企业的考核方式是一种上下级考核，并且过于重视收入和利润考核指标，这种非市场化的考核方式不符合互联网的成长规律，迫切需要构建以市场和用户为核心的全新考核模式，并大幅提升成长性指标的考核比重和建立市场化的薪酬激励体系。三是组织架构互联网化。组织变革是互联网化产业转型的组织基础，我国报业传媒企业迫切需要打破传统的部门设置，同时大幅提高互联网人才的结构比重，如为支撑“全媒体、大文化”的发展战略，华闻传媒2014年在组织架构上进行了重大变革，增设了内容中心、数据中心和创新中心。

架起一座民众与政府平等对话桥梁

——泰安日报社“问政泰安”信息平台上线综述

宋晓彤

近年来，随着网络的普及，互联网在中国民众的政治、经济和社会生活中扮演着日益重要的角色，日益成为中国公民行使知情权、参与权、表达权和监督权的重要渠道。“网络问政”应运而生，政府通过互联网做宣传、做决策，了解民情、汇聚民智，从而实现科学决策、民主决策，真正做到全心全意为人民服务。泰安日报社中华泰山网在多年“政风行风网络热线”直播栏目的基础上，建设网络问政综合信息平台“问政泰安”，并将之打造为集热点追踪、网民问政、在线调查、意见征集等内容为一体的综合信息平台。



网友可以通过网络平台，提出个人的建议、意见，表达诉求，各部门则通过该平台予以回复，回复时效及办理情况直接接受网民的监督，最终实现前台受理、后台办理的一站式网络问政方式。

一、 前台受理、后台办理一站式网络问政

2014年12月5日，“问政泰安”网络问政综合信息平台正式上线运行，登陆中华泰山网（www.my0538.com）首页，即可进入问政平台。平台设热点追踪、问政部门、问政乡镇、政策解读、在线调查、统计监督、在线访谈等板块，为群众提供24小时的意见受理，现辐射泰安市直181个部门、6个县市区的89个乡镇（街道）。

各部门对网民的回复遵循：立即回复、按程序办理、及时派员处理、办结情况告知等四个步骤进行，一般性问题的在5个工作日内作出回复，比较复杂的问题在15个工作日内作出回复。部门在5个工作日内回复的，问政平台将自动标以“绿”灯；5个工作日内尚未回复的标以“黄”灯；超过15个工作日尚未回复的，将标以“红”灯。

通过网络问政平台后程序，对信件处理的回复率和办结率进行实时统计，实现通过按时段自动统计网络问政各种数据。统计功能方便党委、政府部门以及群众对各部门网络问政工作情况的掌握，为领导决策提供科学数据，也为网络问政工作纳入各县（区）党政一把手、市直职能部门目标考核提供有力的数据，大大提高了网上监督效率，提升考核指标体系的科学性。

二、登录平台点击“我要提问”方可留言

在使用中，登录问政泰安平台，点击“我要提问”、“问政部门”、“问政乡镇”，就可以进入网络问政平台中的留言页面，给相关部门留言，提出意见和建议，反映情况和问题。网友的留言将由专人收集、直接报送相关领导，并在限定时间内将处理情况在平台予以回复。在留言页面，需要选择相应的受理单位、类型及保密等级（公开或不公开），填写主题、内容，以及真实的联系方式。提交问题后，平台系统将提供留言的编号及评分码，记住留言编号，以便查询。注册用户可在“会员中心”中查看处理情况。

网民通过网络问政平台留言后，后台将有效留言（不含不良、反动等信息或无法识别的乱码）分发至相关单位办理，相关单位对信件的处理情况也直接在网络问政平台上予以发布。对于公开信件，网民可以通过留言内容、留言人、标题和留言编号进行查询；对于非公开留言，网民可通过留言编号进行查询。

网民提出意见或建议，需列明主张和见

解，并尽可能提供充分的依据或证据进行说明；提出投诉问题，需写清楚事件发生的具体时间、地点、过程，以及其他可供调查的线索。如果来信叙述不完整、表述不清楚、没有具体事由、缺少基本依据或需要提供的联系方式不正确，导致无法进行调查落实的，有关部门将不予受理。

三、第一时间反馈网民信息办结率高达100%

“问政泰安”网络问政综合信息平台本着倾听民声、广纳民意、集中民智的工作原则，经过一段时间的运行，如今平台收到的群众来信和回复总数都突破200件，民众最关心的则是社保、教育、住房、公积金、交通、热力、新农合等方面问题，平台第一时间将民众留言反馈给各部门，办结率高达100%。

2014年12月，一位网友咨询“父母由于其他原因未参加过新农合，现在想补办，该怎么办？”接到信息，部门在平台上立刻做出反馈：新农合与城镇居民医疗保险整合后统称为居民基本医疗保险，作为一项新政策从2015年1月1日起实施，并实行市级统筹。2014年10月-12月份为整合后居民医疗保险集中缴费期，参保人员缴费后，从2015年1月1日起享受医疗保险待遇。2014年前未参加新农合参保缴费的不再进行补交。请您持二代身份证及户口薄到户口所在地办理新参保手续。今年缴费设两个档次，一档缴费标准为每人每年100元，二档缴费标准为每人每年220元。居民可根据自身经济条件和医疗保障需求，选择缴费档次，并享受相应的基

本医疗保险待遇。其中，未成年人、在校学生按照一档标准缴费，享受二档医疗保险待遇。为最大限度保障居民的医保待遇水平，原城镇居民、收入水平高的农村居民和有较高医疗需求的人员原则上选择二档标准缴费，享受二档医疗保险待遇。抚恤定补优抚对象、重度残疾人、农村五保供养对象、城乡最低生活保障对象以及因病造成生活特别困难并经当地政府批准的人员和60周岁（1954年12月31前出生的）以上的老年居民，由县财政按一档标准负担个人缴费部分，并享受一档医保待遇；选择二档缴费的，由本人补足二档缴费差额（120元）部分，可享受二档医疗保险待遇。

有网友反映，开元小区2#楼与3#楼之间路口有好几个井盖存在安全隐患，平台将信息反映给社区，社区已将翘起的井盖固定，保证市民出

行安全，关于塌陷情况，由于天气太冷结冰无法施工，待天气转暖后解决。

四、问政平台成为民众与政府沟通桥梁

网络问政有效地保障公民参与政治生活，成为民众与政府沟通的桥梁。当前社会各阶层民众都可以通过互联网这个平台发出声音与表达意见。对国家的政策方针建言献策，甚至可以借助网络曝光社会问题。网络问政在很大程度上弥补了现实政治生活中公民直接参政方式的不足，提升了公民政治参与的积极性，保障了公民的监督权、知情权和表达权。这种沟通情境的变化，使得政府和公众的对话更加平等，政府机构也更能及时了解真实情况，进而改善工作方法、提高了工作效率。网络问政的最大优势就是平等对话，

互为对象。通过网络问政的方式，底层民众的呼声和诉求可以直接传达给政府并解决之，有助于化解社会矛盾、促进社会和谐。

（作者单位为泰安日报社新媒体中心）

市直单位回复

来信统计: 今日来信: 0 件 今日回复: 0 件 来信总数: 61 件 回复总数: 66 件 更多

来信编号 按受理单位

编号	主题	类型	办理情况	未信人	来信时间	承办单位	预警
175	商贷转公积金	咨询	已受理	刘静文	2014-12-25	市公积金管理中心	
174	教师取暖费为何分等级	咨询	处理完结	陈健	2014-12-24	市财政局	
171	英雄山小学学区关系	咨询	处理完结	曲歌韵	2014-12-24	市教育局	
170	21路收回后置什么公交	咨询	处理完结	武岩	2014-12-24	公共交通公司	
165	五矿万境水岸的别墅和	咨询	处理完结	李翔	2014-12-23	市房管局	
163	泰安市中心医院报销问	咨询	处理完结	袁先生	2014-12-23	中心医院	
162	论文怎么折算学分，不	咨询	处理完结	陈哲	2014-12-23	市教育局	
159	维修基金的使用	咨询	已受理	史磊	2014-12-15	市住房和城乡建设委	

乡镇回复

省庄镇 | 碑廓店镇 | 徂徕镇 | 大汶口镇 | 接山镇 | 天宝镇 | 房村镇 | 更多>>

编号	主题	类型	办理情况	未信人	来信时间	承办单位	预警
173	道前机关事业单位隶属	咨询	处理完结	陈升	2014-12-24	道前镇	
172	岱岳区开元小区井盖存	咨询	处理完结	苏开明	2014-12-24	张店	
169	汶口公交站牌问题	咨询	处理完结	袁先生	2014-12-24	大汶口镇	
166	明年岱岳区小学也实行	咨询	处理完结	李岳虹	2014-12-24	天平镇	

加快发展新媒体 实现弯道超车

——滨州日报积极探索新媒体发展之路

韩俊亮 张舒婷

“你下载了吗？”最近，不少滨州市民碰面打招呼的第一句话已经换了个花样。大家嘴里说的下载，就是在手机上下载“云滨州”客户端。很多市民早起第一件事，就是打开“云滨州”客户端，浏览最新最快的本地新闻。

“云滨州”是中共滨州市委宣传部主管、滨州传媒集团主办、滨州日报出品的本地手机客户端，是滨州惟一的移动网络媒体官方平台，在利用新媒体宣传党委政府重大决策、传播主流价值、传递社情民意上日益发挥着重要作用。

滨州日报社积极贯彻落实习近平总书记“推动传统媒体与新兴媒体融合发展”要求，把“云滨州”作为传统媒体转型升级的重要载体。2014年9月29日“云滨州”正式上线，截至目前，已累计下载突破3.5万次。

加快发展新兴媒体 实现弯道超车

作为地市党报的滨州日报成立近30年，一直在报纸领域辛勤耕耘，错过了互联网发展大好



机遇，没有自己的网站。随着移动互联网时代的到来，滨州日报编委会认识到必须加快转型升级发展新兴媒体，否则就是死路一条。为此，滨州日报先后组织人员到中国人民大学、复旦大学、中国传媒大学等进行学习培训，到上海报业集团、湖北日报报业集团、湖南广电集团、广州日报报业集团、济南日报报业集团、青岛日报报业集团等单位重点围绕新媒体发展、传统媒体

与新媒体融合等进行了学习考察。

通过听讲座和参观学习，滨州日报编委会认识到，与省内外先进报纸相比，滨州日报在纸媒和网站方面存在较大差距，赶超的路还很长。但移动互联网时代的到来，使大家站在了同一起跑线上，这进一步坚定了滨州日报发展新媒体的决心。

“云滨州”客户端的定位是“本地移动互联网第一平台”，力求“本地新闻一网打尽、本地民生信息应有尽有”，将建设成为滨州移动互联

网最权威、覆盖面最广的综合应用平台，重点突出新闻、政务和便民服务三项功能。

在新闻服务功能方面，主要有三个特点：

1、即时发布重要新闻。实现新闻的“24小时”“365天”即时发布，改变重要新闻、突发性新闻、管控舆情新闻发布滞后的局面，努力做到首创首发首播，在信息传播中赢得主动。2、“一网打尽”本地新闻。采集包括滨州日报在内的滨州各个媒体最有价值的本地新闻，以及外媒对滨州的报道，通过“云滨州”的“本地”栏目集中呈现，形成移动互联网上的“滨州新闻超市”，让用户全面了解滨州方方面面的最新变化。3、弥补本省新闻“短板”。鉴于滨州网民习惯于浏览国内几大门户网站，造成本省新闻在滨州的传播成为“短板”。与此同时，省委省政府决策、山东省情、省内各地发展形势等，是滨州领导干部和普通市民工作和生活至关重要的参考信息和参照坐标。因此，“云滨州”专门开辟“山东”栏目，针对滨州人的需要报道山东新闻。

在政务服务方面，发挥三大作用：1、集中报道政务活动。“云滨州”目前已开设了“政务”栏目，其中在“要闻”子栏目中，每天集中报道滨州市委市政府重要政策、会议和活动，包括滨州电视台的视频新闻，在手机上满足领导干部以及普通市民了解滨州政务的专门需求。2、主动发布政策信息。目前主要的方式是利用本市的“网络问政”、市长电话、市电台“行风热线”、滨州日报“新闻面对面”资源，回答市民普遍关心的问题，或者主动传播市民关心的政策

性信息。3、将“云滨州”建成政策发布统一门户，将市委、市政府以及市直各部门各单位的政策信息整合在“云滨州”平台上，形成权威的政策发布超市，让用户便捷地各取所需，享受政策服务。

便民服务，应有尽有。在“云滨州”上，开设本地服务和打折优惠板块，设有违章查询、天气预报、公交查询、名医推荐、话费充值、掌上人才等服务栏目，市民通过“云滨州”可以了解到旅游服务、公交查询、企业信息、招聘求职、教育培训、美食、购物、房屋租售、医疗健康、休闲娱乐等各类实用信息。

报纸与“云滨州”融合 壮大移动互联网上舆论阵地

对于新闻媒体来说，内容永远是根本，这是决定其生存与发展的关键所在。推动媒体融合发展，在强调技术引领和驱动的同时，必须始终坚持“内容为王”，把内容建设摆在十分突出的位置，以内容优势赢得发展优势。

滨州日报加快推动报纸与“云滨州”融合发展，积极抢占壮大移动互联网上舆论阵地。一是通过便民服务信息、用户喜闻乐见的活动，注重用户体验，聚集众多忠实用户，吸引用户关注主流新闻，潜移默化引导舆论。二是主动设置议题，引导用户关注和参与，开展主动舆论引导。三是通过“云滨州”微信公众号和微博，将“云滨州”的正面宣传内容以及解疑释惑的内容，融入到滨州的社交媒体中，实现刘奇葆部长提出的“社交平台与新闻传播平台有效对接”，拓展社

会化传播渠道，拓展主流声音的社会覆盖面。

在2015年两会期间，滨州日报首次用移动新媒体“云滨州”对市两会进行报道，发挥网络新媒体即时性强、报道容量大、可以互动的特点，并通过社交媒体影响了青年人。一是在云滨州客户端和微信上开设了“两会”专题，设立了“报告解读”栏目，重点对政府工作报告、计划、预算、人大、两院报告的关键词进行解读。像《十大民生实事》在云滨州上以图文形式呈现，一目了然，形象生动，转发率很高。像《今年滨州GDP预计增长8.5%左右》、《去年滨州2387名老赖被曝光》等等，在呈现形式上明显区别于报纸的内容，受到年轻读者的追捧。二是开辟了“镜观两会”栏目，大量运用图片报道两会。记者在会场上利用手机拍摄两会的精彩时刻，第一时间在云滨州客户端和微信发布。《英姿飒爽的安保人员》、《会场内外的记者》、《两会表情》等组片受到了读者的喜爱，纷纷被

转发到朋友圈。三是借助新媒体即时互动的优势，云滨州特推出两会热点调查。本次投票调查活动共涉及交通、医疗、教育、食品安全等18个方面的问题。活动历时七天，云滨州用户共投票1400余次。其中舌尖上的安全、医疗改革、污染治理排名前三位。滨州日报在2月4日的报纸上以图表形式刊登调查结果，实现了新老媒体的融合报道。

此外，在滨州日报组织策划的新中国成立65周年大型报道《滨州：成长的足迹》中，“云滨州”开设了“65周年记者手记”和“滨州足迹”栏目，在客户端、微信上推送，与报纸实现互动。

在日常报道中，在保证政治安全的前提下，记者首先向新媒体供稿，主要以文字和图片的形式在新媒体首发。“云滨州”发稿与日报发稿保持了同一标准：严格遵守报道口径、严格审查消息来源、严格执行发稿流程；从选题到发

稿严格执行审稿制度：热点事件不失声、敏感事件不炒作；客观评判、理性引导；有态度、不跟风，全力保障内容的安全可靠、真实准确。

线上线下互动

打造“云滨州”品牌

中宣部部长刘奇葆指出，现在，一般化的信息不再是稀缺资源，人们的个性化需求越



滨州市委副书记、市长崔洪刚，市委常委、宣传部部长周静到“云滨州”走访慰问。

来越多，倒逼内容生产必须在特色化、分众化上下功夫。要加强媒体与用户间的互动交流，吸引用户提供新闻线索、报道素材和意见建议，提高用户的关注度和参与度，在互动中参与，在参与中传播。

在推广过程中，滨州日报一方面发挥党报传统媒体的优势，借助党委政府部门的渠道，由滨州市委宣传部下发通知，在全市党员干部中推广使用手机新媒体“云滨州”。另一方面，运用互联网思维，积极搞好线上线下的各种互动活动，提高用户的关注度和参与度。

“云滨州”于2014年12月5日启动“云滨州·福娃宝贝”评选活动，报名人数突破500人，第一轮投票决出53名福娃宝贝，第二轮投票再次经过激烈角逐后，又在53名福娃宝贝中选出了12名年历宝贝。在投票的同时，组织宝贝父母参与体验各种亲子活动，增强活动体验。活动得到了市民的广泛关注，参与性高涨。两轮投票共有近20000人投票123000余次。参与活动的家长为拉

票各显神通，纷纷转发宝贝的报名序号至微信、微博、qq空间等朋友圈，呼吁亲朋好友和宝贝的粉丝团为宝贝拉票。12月5日前，云滨州的下载量不足7000，至12月23日晚，云滨州下载量超过了30000。

在春节期间，“云滨州”还开展了“云滨州·年货节”，活动期间分分钟心跳的“秒杀抢购”，美味好玩的“食尚团”，实在便利的“限时特购”，让市民热情高涨，“秒杀抢购”不到3秒即告罄。

在开展线上线下的同时，“云滨州”还与各县区部门合作，先后开通了“云滨州·魅力滨城”、“云滨州·掌上人才”等，扩大了“云滨州”的覆盖面和影响力。

同时，滨州日报加强“云滨州”品牌建设，在记者节期间成立了“云滨州”义工联合会。目前，“云滨州”的义工们深入到社区、农村，已为30多位80岁以上老人送去了慰问品，并为老人们拍摄肖像照。这些有影响力的公益活动，“云滨州”进行直播，滨州日报进行报道，实现互动。

（作者分别为滨州日报社副总编辑，滨州日报社新媒体部副主任）



云滨州义工为老人拍摄肖像照。

时间都去哪儿了

——报人郑锋的激情人生

丁浩远



他现在的身份是媒体人，同时又是国内著名营销专家和政务微博研究者。2014年对于他来说，是颇有收获的一年。他的三部著作接连出版，还相继受邀成为新浪政务微博学院等多家研究机构的专家团成员、研究员。他，就是滕州日报社副社长郑锋先生。

他的经历，似乎有些传奇色彩，却也彰显了充满激情的人生。

53本荣誉证书，从抗氧气瓶的小伙子到县市报高管

二十世纪80年代末，他在医院扛过氧气瓶，当过车间工人。就在当时那种艰苦环境下，他开始读书写作。1989年，他的第一篇作品见

报。随后几年的辛苦笔耕，他在全国数十家报刊发稿三百多件，获奖十余次。20岁的时候，他的诗文集《心语》正式出版。在那段青春岁月里，他被广播电台文艺节目组和学校文学社请去谈人生、谈创作、谈理想。他的人生初露锋芒。

一年后，有家商业集团公司作为人才把他调入。他虽然只在那里经过短短两年多时间，但商业工作的实践，为他的人生阅历做了新的积累。

1993年底，滕州组建报社，他考进了这家报社，实现了当记者的梦想。在做了七个月的采编工作之后，社里把他调到了广告部。一旦进入岗位，他总是善于调动自身的积极因素，能够迅速地进入状态。面对从未接触过的“广告”，他边实践边总结，很快掌握了广告营销的基本技巧，业绩不断上升。几年之后，27岁的他出任广告部主任，当年实现业务收入增幅40%的跨越。做广告经营工作的这七年，是他人生的第二个闪光点，再次显现了他的执着、勤奋和才华。他充满激情地思考，热心地与企业人士沟通，策划实施了多个成功案例。他全程策划的“首届荆泉啤酒节”作为滕州来说是“大手笔”，参加活动达30万人次，在当时引起了轰动。繁忙的业务工作

之余，他悉心研究广告创作。在省新闻工作者协会、省新闻学会组织的“山东省首届广告论文创意评选”活动中，他脱颖而出，所撰写的广告论文获一等奖的第一位次。

最近几年，传统媒体与互联网的融合也成为这位深处县市报一线的经营管理者思考的问题。他以微博、微信等新媒体为实践阵地，进行深度体验，形成了自己独到的观点。特别是在政务微博应用方面，他归纳梳理出“政务微博八字要诀”，得到了国内政务微博专家的充分认可。

在报社工作的二十多年时间里，他先后出任过近十个部室的负责人，把报社的各个经营岗位干了一遍。在他的书橱里，存放着53本荣誉证书，其中2次枣庄市嘉奖、5次滕州市三等功、10次全省报业经营管理先进个人……这些，记录着他为报业发展付出的心血与汗水。

向网络侵权开战，500字获赔11000元

熟悉他的人都知道，他是一个“较真”的人。2011年，他的一篇500字的博客文章《女人成就男人》被无数网站抄袭，多达上百万次。他一怒之下决定维权。于是他开始搜集证据、向数十家侵权网站发送律师函，奔赴各地递交诉状。最终，他分别在北京和上海赢取了三场官司，获赔一万一千元。《大众日报》、《南方日报》等对维权事件进行了报道，《华西都市报》、《东方今报》等多家报纸推出整版的专访，新华网、人民网、新浪、网易等网站也进行了持续关注。全国上百家传统媒体和互联网媒体对此展开了热烈讨论。中国文字著作权协会总干事张洪波

先生撰文《2011年文字作品著作权纠纷案件评点》将其作为案例收录其中：“郑锋博文系列维权案告诉我们——我的博文我做主，作者要有维权意识，要敢于向一切侵权盗版行为说不。”这一年，他被网民们称为“中国博客维权标本人物”。

一年3部著作，自序《时间都去哪儿了》

这些年来，他在报社里带团队、做策划、组织实施营销活动，用实践书写了一次次精彩的创新案例，在广告与营销方面积累了很多经验。随着年龄的增长，他觉得很有必要把丰富的经营管理心得总结一下，分享给社会，传递给那些需要的人。于是他计划写书。这个想法出现后，他阅读了大量的专业书籍，形成自己初步的理论观点。为了验证观点，他到企业采访座谈，到市场中找消费者调研求证。有了先期的深入思考，同时也得益于多年的实践积累，在他开始下笔的时候则显得游刃有余。短短一年多的时间，他所著述的《广告其实是一种诉说》、《购买全程》、《新城市主义梦想》等三部书籍接连出版，就连负责与他对接的出版社编辑也惊叹“不可思议！”。特别是《购买全程》这部书，首次提出了“购买七单元”的全新营销理论，重新定义了消费过程，引起业界极大关注。

他平时工作很忙，哪来的时间和精力呢？在《购买全程》的自序里，他用《时间都去哪儿了》为题，道出了其中的答案：“写书是一件非常辛苦的事情，我形容这既是脑力活，又是体力



竟然挤出了56个工作日的时间。”

赠书千余册，分享也是一种美德

随着研究成果的不断推出，郑锋先生在国内广告营销界名声大噪。很多县市媒体和企业人士邀请他去讲学、探讨营销之道。他很乐于传播新的理念和知识，这带给他一种分享的快乐。他还特别关注青年创业，2014年初，他针对小微商

户举办了十余期公益讲座，在微博上开展了青年创业公益赠书活动；11月份，他又和新浪山东一起开展了“书香齐鲁——向全国百所高校图书馆赠书”活动，倡导大学生养成阅读习惯。一年多来，他公益捐赠书籍1000余册，价值三万多元。就像他说的：分享，也是一种美德。

（作者为滕州日报社特约记者）

活。每天下班后，我推掉所有的朋友邀约和日常琐事，拿出5个小时的时间写作。这中间最痛苦的是，有时会突然思维混沌、精疲力竭，对写作产生极度的厌倦感。这个时候，没有人能帮你，只有依靠强大的自我力量战胜惰性和疲劳，重新投入战斗。不要小看每天的5个小时，三个月下来大约就是450小时，按8小时一个工作日计算，

济宁日报开展“3·15诚信金融品牌”评选

“3·15”消费者权益日即将到来，为维护广大读者的金融服务消费权益，打造济宁市优秀金融品牌，从2月28日起《济宁日报》和《济宁晚报》公开接受读者对济宁市金融行业服务满意度的评议。

读者可以通过电话、电子邮件、微信等方式对金融机构和金融产品作出公平、公正的服务

评价，《济宁日报》和《济宁晚报》会及时将读者的评价转达给相关机构和政府主管部门，并对读者评议出的“3·15诚信金融品牌”进行宣传报道。此次活动的评议范围为：全济宁市的银行、保险、证券、担保公司、小额贷款公司和其他类金融行业及其与消费者密切相关的金融产品。

穹顶之下的传播

魏武挥



作者简介：

魏武挥，男，知名博客ItTalks。新媒体的实践者、研究者和批判者。目

前执教于上海交通大学媒体与设计学院，教授课程有：互联网与新媒体实务、互联网与新媒体案例、社会化营销、网络传播研究（研究生课程）。学术旨趣为媒介环境学、新媒体经济及营销传播，发表有多篇CSSCI论文。

统计：

腾讯：3596万，34935条评论

优酷：481万，10835条评论

乐视：325万，46条评论

搜狐：95万，261条评论

土豆：36万，2380条评论

凤凰：24万，9条评论

爱奇艺：1.8万，21条评论

很惊人。

这个片子有点像纪录片，印象里如此惊人传播量的纪录片，这两年大概也就是央视的《舌尖上的中国》了吧——但后者是有央视加持的，而且，是一个庞大的摄制机构。

我微信通讯录有3000个link，不算很多，但也不能说很少。柴静的《穹顶之下》，的的确确把我的朋友圈给刷了屏，真的，周六一上午，十条里有八条在发这个。

如果说刷朋友圈还只是我的社交圈，那么在整个舆论场上，电视媒体人武卿在周六晚九点半的时候给出了这样一则数字：

柴静纪录片《穹顶之下》21点13分播放量

二

这个片子有点像纪录片。

写下这句话的时候，我的确犹豫了一下，因为很难给这个片子以一个传统意义上的归类。

个人演讲？100分钟的个人演讲还能吸引很多人从头到尾（包括我）把它看完，而且演讲人除了最后略微提高一点声音外，一直是如此平静。这种个人演讲，几乎没怎么见过。

深度调查？嗯，其实最像深度调查，但电视台很少做这样长时间的深度调查节目，纸媒上万余字的深调并不少见，但用这样一种多媒体的方式呈现，纸媒嘛，没干过。

纪录片？这个其实很牵强，这个片子可以说7-8成都是镜头对着一个演讲人，哪有这么拍纪录片的。

这个片子，不知道是什么东西。

前媒体人现在在创业的风端（吴蔚）这样说：“几乎用上了所有最新的新媒体呈现手段，TED式演讲、信息可视化、Flash动画、移轴摄影、无人机拍摄……”

哦，他是在江湖中最神秘的微信群之一：四番群里说这句话的。这个群的神秘之处在于只有40个人，名额满了除非踢走一个绝不加新人。

三

柴静用一种深度调查的方法，配合多年央视工作经历练就的底线控制能力，以视频语言+个人演讲，将之表达出来，她的主题内容又是事关每个人生存，也就是马斯洛需求中的最底层。

上述这段话，涵盖了穹顶之下传播之道的方方面面。

四

很多人说柴静的这个片子很震撼。我倒没这种感觉。

我的一个朋友在朋友圈里这样说：“没看

过，也不明白雾霾这件事又什么可调查的？这么多年了，之前的其它调查也许都不完整，多有缺失。但，就那么一点不完整的有认真治理过吗？雾霾这种事儿不缺调查，缺的是决心”！

某种角度讲，他其实没怎么说错。

关于雾霾，柴静并没有披露什么你所不知道的危害，而且，关于雾霾的成因，柴静也没有拿出什么鲜为人见的事实——真的，很多东西很多人都知道。

所以，没什么可震撼的。

柴静不是以一个挑战者的身份出现的。这话的意思是，她这个视频，我个人以为，是政治正确的。

柴静是以一个建设者的身份出现的。100分钟的视频，她所触及的根本性东西是两条：其一，环保方面的法律法规有，但执行不严，因为环保部门没有“牙齿”。其二，能源行业应该放开，这样我们才能得到更清洁更环保同时并不耽误发展的新能源。

这就是多年央视历练的底线控制能力——吴蔚甚至还发现了柴静频频使用“三年以来”这样的前缀。这样的细节都被他发现了，佩服。

所以，我的那位朋友还是说错了。决心有，怎么下？这是操作性的问题。

也许有人是知道的，但柴静的贡献在于，她让更多人知道了。媒体人，本来就是干这个的。

五

柴静的个人演讲能力，在这个视频中得到了淋漓尽致地体现。

她没有呐喊过，唯一一次提高嗓门，也是在视频的最后那几分钟她作为一个文艺青年（或中年）的本性暴露。大部分时间，她一直很平静。

这种娓娓道来的演说，更容易吸引理性的人——呐喊则比较容易吸引感性的人。而环保这个议题，需要的是理性。因为环保说到底是一个平衡问题：人类的发展，都是以破坏自然为代价的，只是，如何少破坏一点，如何在发展和不破坏中取得平衡。

环保的本质，不需要极端主义，也不是少数极端分子能够完成的。柴静的这种本色出演，和视频内容，是密切相关的。

柴静用她的女儿的故事开始，平静地讲完了一个半小时，叙事的建构能力极佳。有人向我推荐了一本书，名为《故事：材质、结构、风格和银幕剧作的原理》，kindle版有售，不过10块钱，值得学习一下。

六

说到她女儿，这个片子可能会有争议的地方是：个人代入感太重。这和传统的媒体伦理不符。

传统的媒体伦理要求：记者首先是做新闻的记者，而不是做人的记者。所以，硬新闻（像

这种环保话题一般都是硬新闻）的传统标准手法是：记者需要做的事是，旁观者、记录者，而不是亲历者。

事实上，柴静在这方面，一向争议很大。柴静过往的很多作品，都是走亲历者路线的。她会在最后成型的作品中，嵌入自己的东西——一种不好听的说法是，夹带私货。

柴静在自己的作品中显露太多，13年甚至还引发过一场批评。批评者中的一位是凤凰卫视的一位著名主持人，或者说，著名记者。

但问题在于，在这个时代，大众的确不爱看硬新闻。有一些好的硬新闻作品，读来晦涩难懂——说难听点，叫“不说人话”，最终，大众的注意力还是被吸引到那些不那么硬的但绝非主要的细节上。这种事，屡见不鲜。

而且，柴静的这场演讲，明显是练过的。这话的意思就是，她是一种“表演”。这让正统的媒体伦理又受不了了，记者怎么可以表演？

七

柴静这个作品，真的很难叫“新闻作品”，虽然它的内核其实是深度调查。更“过分”的是，这个作品是以她个人演讲完成的。片中大部分的镜头都是她个人。

在举到一些数字的时候，她还反复强调，我和你们一样，看不懂。这样的叙事手法，在标准的传统硬新闻里，你什么时候见过？报道者自

己都搞不懂的事，还好意思拿出来说？

但这样的手法却有效。一下子缩短了传受双方的距离感。

你很难去要求受众都是专业的。更何况，在雾霾这个议题上，每个人都是亲历者。柴静在演讲中有句很煽情的话，叫“同呼吸共命运”。煽情归煽情，但百分之百是事实，一点不夸张。

柴静这个片子所引发的巨大的传播量，以及，也许可能有的治理措施上的改变，说明作品有效，起到了该起到的作用。

不过，这个时候，捍卫者们可能又要说了：程序必须正义。

八

所以，柴静的作品，最好的归类方式是：演讲。这是一场时长超过100分钟的个人演讲，当然，后面有很多人的贡献。正如片尾拉出来的密密麻麻的鸣谢名单。

个人演讲？这算不算自媒体了？柴静还说过，这是她和雾霾的私人恩怨，“自”的味道十足。

人民网在和柴静的专访中，最后提了一个问题：你是成立了个人公司制作节目吗？

柴静回答说：没有。这次只是个人调研，播出也是公益的。有理由相信，柴静还会就这个话题继续努力下去。

但自媒体不自媒体的这种标签，已经不重要了。讨论柴静算不算自媒体，我个人都会觉得

有些无聊。

九

最后一个话题。

柴静这个视频，对媒体运作有什么可借鉴的？

很难讲。

必须注意到，这是一个百万级别的投入，历时至少一年——根据柴静的自述。

这样的成本，若是抱着公益的心态，还算好。柴静那本书大卖，也是她能自筹经费得以投入的重要前提。但如果抱着商业的心态，真的要掂量掂量。

但柴静的方式方法，是值得学习的。

有些议题——尤其是事关最广泛的公众利益，可能需要很长时间的采访，本身也投入不菲。如果换一种形式表达出来，是不是能够起到更好的传播效果？

十

再多说一个细节。

前央视人王凯注意到的，在整部片子里，你可能听到过笑声，但你从来没听到过掌声。

这是一个前媒体人，或者说，骨子里依然是个媒体人的柴静的克制。

（本文转载自魏武挥的Blog：<http://weiwuhui.com/>）

民国时期山东的群众团体报纸和民办报纸

群众团体报纸

伊斯兰报 抗日战争初期由山东渤海回族协会在渤海区创刊，1947年停刊。社长夏戌，总编辑亓人。为少数民族报纸，半月刊，4开4版，铅印，发行2000份。该报积极宣传共产党的主张，抗日救国。

新山东报 是中国国民党抗敌同志协会（简称抗协）山东省会部（主任是李澄之）和山东省民众总动员委员会合办的统战性报纸。其前身是由陶钝、刘惠吾等编辑出版的《动员半月刊》。《新山东报》1940年4月创刊于沂南县厘石村，石印，对开4版。曾一度改为铅印，后改为16开装订本，周刊。期发1500到3000份。1943年春停刊。先后任社长、总编辑的有：杨希文、张立吾、刘导生、刘惠吾、马民、田佩之、周文源。

该报宣传的重点是：在中国共产党领导下，发动群众，扩大巩固抗日民族统一战线。报纸言论颇多，主要内容是要求国民党真诚与共产党合作，实行民主政治，采取进步措施，广泛发动群众，坚持抗战到底，同时揭露和批评国民党反动派反共、反人民、反民主进步和消极抗战、

制造分裂、准备投降的倒行逆施。报纸改为装订本期刊后，新闻报道采用要闻简报和时事综述形式，内容多偏重于以干部和广大知识分子为对象的时事政策学习材料。

民办报纸

冻源新刊 1920年10月1日创刊于济南，4开4版，周2刊，是山东省立第一师范学校学生自治会出版的刊物。编辑由该校学生担任。山东省早期的共产党员王志坚是主要编辑之一，王烬美、邓恩铭都曾在该刊发表过重要文章。是一张抨击旧教育、宣传新文化运动，充满反封建的“五四”精神的进步报纸。

王俊瑞（王烬美）在该报发表的《乡村教育大半如此》和《我对师范教育的根本怀疑》两篇教育论文，运用马克思主义的立场、观点和方法，猛烈地抨击了旧的教育制度，大声疾呼要对旧教育进行改造，论述了改造教育与改造社会的辩证关系，提出了学与用相结合的教育方法。

该刊每周三、六出版，极少发新闻。第一版和第二版辟有《论坛》、《学艺》、《演讲》等栏目，发表以调查研究、改革教育为主要内容的论文，另外也研究一些其他社会问题，如妇女

解放运动，难民问题等。第三版是文艺版。

胶澳日报 1923年创刊于青岛，日刊，对开6版，除在青岛发行外，还向日本、朝鲜及欧美各国发行，是当时较有影响的一家民办报纸。那时，邓恩铭受中共济南直属支部委派到青岛，以《胶澳日报》编辑的身份作掩护，联络青岛各界进步人士，宣传马克思列宁主义，并在该报副刊上转载《列宁传》，刊登介绍十月革命的文章，1924年1月1日，邓恩铭在该报新年增刊上发表《今日感想》指出：“中国的和平统一与独立，除了全中国被压迫的人民联合起来，一齐向本国的军阀与外国强盗进攻以外，没有第二条生路”。该报社长为王静一，总编辑是崔信功。王静一等办报没有明确的宗旨，只是以此为进身之阶，当他钻营到“胶澳商埠公立职业学校”校长职位后，即弃报而去。继任社长郑吟谢，在谋得青岛货物局大港分卡肥缺后，该报编辑部人员几乎全部跟他到那里做了高级职员。因此，该报遂于1927年倒闭。1934年，《胶澳日报》的报头被胶澳通讯社的陈无我买去，由他重新出版《胶澳日报》。新出版的《胶澳日报》为4开12版，内容格调低下，变成一份黄色小报，声誉大降。1937年12月，日本再次侵占青岛前夕，青岛市所有中国人办的报纸全部停刊，《胶澳日报》却继续出版，并改名为《大东亚报》，以欢迎日本侵略军的到来，成为公开卖身投靠的汉奸报纸。

青岛公民报 1924年9月10日创刊，1925

年7月26日被军阀张宗昌查封。日报，对开8版，董事长（社长）刘祖谦，主笔（总编辑）胡信之。

该报原以“提倡实业”为宗旨，后在中国共产党的帮助和在青岛工人运动的影响下，胡信之大胆揭露邪恶，抨击时弊，运用报纸公开支持工人、学生的反帝爱国运动。该报辟有《公民俱乐部》、《公民言论》等栏目，为民众提供发表意见、评论国事的园地。同时，还在《来件照登》栏内，刊登进步社团的文告、宣言等，1925年5月7日，在《来件照登》栏内，刊登了《我们应当如何纪念今年的“五一”》的文章，号召工人团结起来，向帝国主义、资本家开展斗争。1925年上半年在青岛日本纱厂工人大罢工的同时，该报连续刊登了《共产党宣言》全文，深得民心，被誉为“工人的喉舌”。发行量由几百份猛增到1万份以上。

1925年7月25日，山东军务督办张宗昌亲率大批军队到青岛镇压工人运动。亲日分子、青岛商会会长隋石卿为了讨好张宗昌，在日本人开办的一家大旅馆设宴招待，一夜之间花了5000元。第二天，《青岛公民报》便著文抨击青岛商会与张宗昌的这一罪恶勾当。张宗昌恼羞成怒，立即以“肆意行邪论，鼓动风潮，扰乱社会，引起重大纠纷，群情慌惧”的罪名，下令查封了青岛公民报馆，逮捕了主笔胡信之，并于7月29日杀害了这位反帝爱国、威武不屈的报坛英豪。社长刘祖谦狱中亡身。

山东籍报人李夫



李夫，原名曹立夫，笔名马颊河夫，堂号今晚·布衣斋，1927年10月生，山东德州人。1945年在北平参加地下革命工作，1946年加入中国共产党，1948年毕业于华北联合大学。1949年1月随中国人民解放军进入天津，参加创办《天津日报》工作，历任新华通讯社天津分社记者，《天津日报》编委。1984年创办《今晚报》任总编辑，1996年6月离休。现任《今晚报》顾问、中国晚报工作者协会名誉会长、天津市新闻工作者协会顾问。

写过大量通讯报道。1960年写的《新型农民王培珍》，发表后为天津人民出版社出版，并被天津美术出版社改编成连环画出版；1977年

写的《周总理青年时代在天津》，为人民出版社、人民教育出版社、北京人民出版社、上海人民出版社等七家出版社出版；1978年写的《黄瓜之王》，为天津电影制片厂改编成影片放映；另一篇通讯《暴风雨的号角》，曾在《时代的报告》上发表。

1987年被评为高级记者。2008年获中国媒体大会颁发“中国传媒改革开放30年突出贡献奖。”