

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。

目录 CONTENTS

2016年第二期

(总第153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

重要精神

05 蔡赴朝：五方面重点贯彻习总书记讲话精神

报协消息

07 中国报业发展大会发言选登

13 全省报业印刷会议召开

13 省报协调整常务理事、专业报委员会副主任

13 省报协变更理事

报业在线

14 创新求变 融合共生 / 郝克远

16 近报融媒诞生记 / 刘晓

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
刘明辉	王军	戴志东
冯华昕	曲江	

委员：(以姓氏笔划为序)

丁文渊	王伟	王庆国
王青山	王春	王保亮
王洪亮	朱茂明	朱新罡
任杰	刘乐华	刘伯新
刘慧岚	齐延升	孙宏弢
孙培尧	孙超	李杰
李晓亮	李高实	杨树行
时永伟	张玉果	张楠
陈玉星	周杰三	郑凯
赵铎	姜立明	常立亭
常健	崔永刚	阎晋阳
梁勇	董德武	蓝海
潘海涛	戴冰	

主编：孙培尧

编辑：朱立翠

老总论坛

- 20 扎根烟草行业 实现跨越发展 / 刘伯新
24 宣传平台向经营平台转变 / 钟耕民

热点关注

- 26 报纸内容的结构性调整：理念与路径 / 高金国

报界平台

- 30 山东新闻美术家剪影
32 2015年度山东新闻奖摄影作品获奖目录

报人剪影

- 34 戮力同心 攻坚克难 自主搬迁 / 谷军华

百年鲁报

- 37 民国时期山东的党派报纸

鲁籍报人

- 38 山东籍报人林家琦、杜宏、林宁

封二 贵在以情动人 / 孙京涛

封三 报人艺苑 张元斌 绘画作品

封面设计：刘赞

青岛报业传媒数字印刷产业园落成投产



2月18日，青岛报业传媒数字印刷产业园正式投入使用，产业园

占地82亩，建筑面积46000平方米，总投资1.2亿元。产业园的落成不仅改善了报业原有的印刷条件，同时还为商业印刷、特种印刷产业项目提供基础。（详见P34）

“你好，潍坊”年度颁奖盛典举行

4月11日，由大众报业集团、潍坊市委宣传部、潍坊报业集团共同主办，潍坊晚报承办的“你好，潍坊”年度颁奖盛典在潍坊举行。2015年5月，中共潍坊市委宣传部、潍坊晚报共同发起创意“你好，潍坊”系列深度新闻报道，以七种色彩展现潍坊城市七种情怀，刊登近100个版面。通过潍坊晚报全媒体传播渠道，获得最广泛人群的关注。本次评选活动邀请广大市民参与，最终评选出75家获奖单位和10位获奖个人。

沂蒙晚报：少先队手拉手家庭扶贫助困

4月17日，沂蒙晚报联合临沂市团委等单位以“小手拉大手”的形式，集少先队员和家委会合力，积极参与“沂蒙红领巾集结号 志愿家庭扶贫手拉手”精准扶贫行动。活动面向社会征集爱心企业参与。沂蒙晚报将开设“红领巾集结号 志愿家庭扶贫手拉手”专版，对爱心企业进行重点展示，并在沂蒙晚报专版、沂蒙晚报官微、“沂蒙红领巾集结号”微信平台重点刊发，突出爱心单位的社会责任感与公益形象。

泰安日报“最泰安”全媒体平台上线



4月21日，泰安日报社“最泰安”全媒体平台正式上线，平台

依托直播车、演播厅、手机电台等技术手段，按照纸媒、网站、客户端、微博、微信、视频新闻、音频节目的产品新布局，将给用户提提供立体丰富的新闻产品选择。目前，“最泰安”新闻客户端集中打造新闻、直播、电台、服务四大板块。

山东商报举办“读者消费节”

从3月26日开始，山东商报2016“读者消费节”正式启幕，活动期间，消费者至参与活动商场购物，除了享受商场正常打折、买赠、返现活动外，在现场可以免费领取山东商报赠送的精美礼品。“读者消费节”活动今年已是第三次举办，前两届的成功举办，增添了各商家对于活动的信心。

烟台广播电视报：烟台全球购频道启幕



烟台广播电视报、烟台传媒网携手新天地倾力打造烟台传媒网跨境直购平台全球购频道4月14日启幕。作为烟台本土跨境购电商，烟台传媒网全球购整合各方资源，形成正品保证、价格低廉、极速发货和线下体验等四大优势，全方位提升消费者的购物体验。

烟台广播电视报、烟台传媒网携手新天地倾力打造烟台传媒网跨境直购平台全球购频道4月14日启幕。作为烟台本土跨境购电商，烟台传媒网全球购整合各方资源，形成正品保证、价格低廉、极速发货和线下体验等四大优势，全方位提升消费者的购物体验。

烟台日报评选最美植树明星

3月12日，大小新闻客户端联合烟台市城管局园林处举办了首季公益植树活动。从3月17日起，大小新闻客户端将征集到的大小粉们的植树照片进行投票评选，投票数在前10名的选手获得由大小新闻客户端提供的价值360元2016年的《烟台日报》一份。

鲁中晨报举办国际教育展



4月10日，由鲁中晨报主办的“鲁中国际教育展暨第十一届鲁中国际留学移民展”在淄博举行。相关单位到场，为广大学子提供指导。自2012年开始，由鲁中晨报主办的鲁中国际教育展已成功举办了十届，为鲁中地区万千留学意向家庭提供咨询服务。

枣庄日报社为酒水乳饮诚信企业颁奖



3月15日，枣庄日报社举办首届酒水乳饮诚信企业颁奖盛典。本次评选以“打假、维权、评选——放心消费 见证诚信”为主旨，树立企业诚信品牌形象，让枣庄的消费者放心消费，同时引导更多的品牌客户树立诚信经营的服务理念。酒水周刊微信公众号线上线下之前举行的投票活动，得到市民和企业的积极参与。

威海日报启动市民出行服务品牌满意度调查

3月11日至4月20日，由威海日报传媒发起的2016年“威海市民出行服务品牌”满意度调查正式启动。本次调查对铁路、民航、水路及市内的公交车、出租车等主要交通窗口单位的服务质量予以评价，采取纸媒与新媒体相结合的方式，形成线上线下有效互动，通过“威海日报”微信公众号进行投票，推动威海市交通出行服务水平不断提升。

济宁晚报联合市民政局倡导文明祭祀

清明节期间，济宁晚报与济宁市民政部门联合推出“鲜花换纸钱”活动，摒弃陈规陋习，倡导文明祭祀。活动旨在转变市民祭祀传统理念，让“一束鲜花送亲人”逐渐变成一种习惯。同时，鼓励市民对死者进行生态安葬，采取草坪葬、树葬、花葬、壁葬等方式，避免奢侈安葬的风气，促进人与自然和谐相处。

德州晚报举办警民商城“快闪”活动

4月16日，德州万达广场一楼大厅内，一名手提水果蔬菜的大妈突然跌倒，路过的一名民警与市民立即上前搀扶，这时二胡声响起，随后20位公安民警和志愿者从人群中陆续闪现，唱起歌曲，万达广场立即沉浸在音乐的海洋中……这是“我文明德州文明——民警与您共创文明”启动仪式上的快闪活动，此次活动由德州市文明办、德州市公安局与德州晚报社联合主办，德州万达广场协办。为深入推进“我文明德州文明”实践活动，彰显社会正义力量，主办方将面向全市评选文明民警与拥警助警文明市民，经过市民自荐、民主投票等环节将最终评选出10位“文明民警”与10位“拥警助警文明市民”。

蔡赴朝：五方面重点贯彻习总书记讲话精神

3月2日上午，国家新闻出版广电总局举办学习贯彻习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上重要讲话精神领导干部专题培训班。中宣部副部长、国家新闻出版广电总局党组书记、局长蔡赴朝在作专题辅导时强调，要深入领会习近平总书记重要讲话精神的核心要义，进一步提升做好新闻舆论工作能力和水平。

总局党组副书记、副局长兼中央电视台分党组书记、台长聂辰席作专题辅导，总局党组成员、副局长童刚主持。

蔡赴朝指出，习近平总书记2月19日在党的新闻舆论工作座谈会上的重要讲话，丰富和发展了党的新闻舆论工作理论，是指导做好新形势下党的新闻舆论工作的纲领性文献，对整个宣传思想工作具有重要的指导意义，是我们做好新形势下新闻出版广电工作的根本遵循。我们要把思想和行动统一到讲话精神上来，切实做好新闻出版广播影视各项工作。

围绕学习宣传贯彻好习近平总书记重要讲话精神，蔡赴朝要求着力把握五方面重点：

一要准确把握习近平总书记重要讲话的深刻内涵和核心要义，把思想和行动统一到讲话精神上来。

要做到“五个准确把握”：准确把握新闻

舆论工作的地位作用，准确把握新闻舆论工作的职责使命，准确把握新闻舆论工作的方针原则，准确把握新闻舆论工作的任务要求，准确把握新闻舆论工作的根本保证。准确把握习近平总书记重要讲话精神的核心要义，有助于推动传统媒体与新兴媒体从相加到相融，进而打造一批新型主流媒体；有助于新闻舆论工作把握好时度效，体现时度效要求；有助于增强国际话语权，加强国际传播能力建设，讲好中国故事。

二要始终坚持党管媒体的原则，牢牢把握正确政治方向。

牢牢把握正确政治方向，要做到“四个体现”：体现在向党中央看齐上，体现在正面宣传为主上，体现在对新闻舆论工作全面覆盖上，体现在敢于发声敢于亮剑上。学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，要做到真学、真信、真懂、真用。要坚持党管媒体和党管意识形态不动摇，坚持政治家办报办刊办台办网不动摇。要分清主流和支流，壮大主流舆论。要不负党中央和人民的重托，敢于管理、敢于碰硬，激浊扬清。

三要尊重新闻规律，以新的理念、方法、举措不断提升舆论引导水平和能力。

要抓住以下四个重点：增强议题设置能力，把握新闻舆论的时度效；转作风改文风，改进新闻舆论的话语方式；加快媒体融合，拓展舆论引导新途径；讲好中国故事，加快对外话语体系建设，提高国际传播能力。

四要以战斗的姿态、战士的担当，旗帜鲜明地抓好新闻舆论阵地管理。

要做到“四个结合”：把日常监管和集中治理结合起来，把传统业务管理和新业务管理结合起来，把解决突出问题与建立长效机制结合起来，把坚持优良传统与积极改革创新结合起来。确保依法、全面、科学、高效履行好各项管理职能。

五要加强和改进新闻舆论工作的领导，牢牢掌握新闻舆论工作主动权。

要做到“四要”：要落实政治责任和领导责任，经常主动地研究和指导新闻舆论工作；要加强领导班子建设，确保新闻舆论阵地掌握在忠于马克思主义的人手中；要提升队伍整体素质，努力造就一支党和人民放心的新闻舆论工作队伍；要强化行业自律管理，树立良好的社会形象。

聂辰席在作专题辅导时说，习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上的重要讲话提出了许多富有创见的新思想、新观点、新论断、新要求，科学回答了事关新闻事业长远发展的一系列根本性、战略性、全局性重大问题，为做好新时期新闻舆论工作进一步指明了方向、提供了根本

遵循。中央电视台始终坚持强化“四个意识”，牢牢把握正确政治方向；始终坚持正确舆论导向，唱响主旋律、传播正能量；始终坚持创新创优，不断提高央视的传播力引导力影响力公信力；始终坚持严实作风，锤炼让党和人民放心的干部职工队伍，奋力推动央视取得新发展，再上新台阶。

聂辰席表示，中央电视台把学习宣传贯彻习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上的重要讲话精神作为首要政治任务，精心组织、全员覆盖，召开理论中心组集体学习（扩大）会、“现场+闭路电视直播”方式的全台视频大会和学习交流会，并制定专门学习教育方案，分层级组织开展轮训和专题研讨，同时开辟专题专栏深入宣传阐释、推出系列报道，迅速掀起了学习宣传贯彻热潮。

总局机关各司局主要负责人、中央三台分党组书记、其他直属单位党政主要负责人参加培训。



中国报业发展大会发言选登

4月21日，由中国报业协会主办，山东省报业协会、中共泰安市委宣传部协办，泰安日报社、泰安传媒集团承办的中国报协五届二次理事会暨中国报业发展大会在山东泰安举行。来自中央及各省市200余家媒体的400多人参加会议。中国报业协会理事长、人民日报社副社长张建星，中共山东省委常委、宣传部长孙守刚，中共泰安市委书记、市人大常委会主任李洪峰，中共山东省委宣传部副部长王世农，中国报业协会副理事长、大众报业集团社长梁国典，中国报业协会秘书长胡怀福等出席会议。会议就新常态下中国报业如何深入推进媒体融合发展、打造新型媒体集团，实现创新发展、融合发展、转型发展、多元发展、科学发展的“五位一体”发展新目标等话题进行了交流。本刊选取有针对性的几家发言，以期带给大家一些启示。

泰安日报社社长 戴冰

深耕媒体 深度跨界 建设新型媒体集团

自2010年起，我们打响了“创新体制，建设媒体，做大平台”的三大战役，媒体规模迅速壮大，广告收入持续以两位数速度增长，固定资产从5000万元膨胀到5.8亿元。我们深耕媒体、深度跨界，大力挺进文化地产、现代会展和非报文化产业，形成了集团四大产业板块布局，也为泰报的转型升级奠定了基础，拉开了框架。

深耕媒体，打造本土最优质媒体平台

报纸深化改革。泰安日报改进新闻采编，开设了泰安日报信息网站—泰安在线，制作发布了党报信息发布平台APP—泰安发布。2015年，全面承接原肥城市委宣传部下属的《今日肥城》编辑出版业务，开创了党报运营的新模式。泰山

晚报去除一些碎片化新闻，增加深度报道和调查报道。去年，泰山晚报荣膺全国地市晚报十强，进入全国报纸媒体势力榜五十强。

媒体深度融合。2015年，集团进行了机构重置，整合晚报中心、新媒体中心成立了最泰安全媒体中心。创新开发“最泰安”APP客户端，达到直播泰安目的。除直播外，依靠自身的直播车、虚拟演播厅、新闻直播间等设施，实现APP电台、音视频、网上直播等资讯的立体传播，最大化强化新媒体矩阵建设。

经营深度转型。2015年，集团不含文化地产在内的报业总收入1.51亿元，较上年增幅35%，其中广告经营收入7258万元，增长20%，这是连续第五年保持20%以上的增长。今年第一

季度，实现广告收入1865万元，超额完成既定目标，实现了首季开门红。在广告经营中，以活动促营销，重点实施了经济风云榜、春季车展、好医生评选、男神女神评选等营销活动，均取得了良好经营和社会效益。

深度跨界，再造区域性媒体集团的核心竞争力
现代会展，风生水起。泰山国际会展中心是由市政府投资建设的大型会展场馆，总投资10亿元。经过不懈争取，泰山国际会展中心交由我们管理运营。随后，我们成立会展公司，去年全年举办各类会议展览活动81场，接待观众75万人次。今年，我们力争国家级展览超10个，省级展览超20个，总体数量达到100场。

文化地产，持续发力。2009年，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。随后，泰报印务中心、记者村

项目相继开工，2013年12月，泰安传媒广场奠基动工，由泰报置业开发建设，这标志着经过泰安新闻大厦、印务中心、记者村项目的建设，完成经验、资金、人才积累后，在文化地产领域迈出更远一步。

非报产业，多元发展。在体育产业运营上，成立了传媒体育协会和电子竞技协会，承办了英雄联盟争霸赛山东总决赛；首届“泰马”，吸引了18个国家和地区的1万多名选手参加。在系统集成产业上，成立泰山网络传媒有限公司，现已拥有计算机系统集成资质、安防资质、双软认证、质量管理体系认证等国家资质。在服务外包产业上，政府决定把12345市长热线的受理服务交于报社，目前，热线已24小时试运行中。此外，以集团电商平台速买网为依托，全面介入本土物流配送。

萧山日报社社长、总编辑 王平

传统媒体如何拯救自己

萧山日报全媒体平台建设起步较早，从2004年底创建萧山网打破单一纸媒格局，到2013年底“无线萧山”APP上线，尤其是2011年正式实施全媒体工程以来，萧山日报围绕“建媒体、强媒体、融媒体”的目标，实施从单一纸媒向全媒体、传统报业向现代文化传媒企业的战略转型。2014年，面对传播业生态环境变化更趋明显的新常态，萧山日报社在推进媒体融合发展上大力度地推出了一系列创新举措——机构改

革、流程再造、制度重置、队伍转型。以全媒体集群为平台，按照生产流程以及传媒产业发展趋势和市场化要求设置部门，为实现全方位的全媒体转型，提供了体制机制的保障。

在全媒体建设过程中，有两条检验成效的标准：一是采编上是否改变单向传播模式，提高互动性，实现立体式、矩阵式、滚动式发布，提升了传播力。二是经营上是否走出单纯依靠版面广告模式，实现多平台、多渠道、多终端的立体

精准营销，提升了市场力。这也是全媒体平台搭建的精髓。

在互联网时代最热门的就是UGC(用户创造内容)，它不是新媒体的专利，也是传统媒体打造用户忠诚度和提高粘性的有效方法之一。萧山日报虽多次改版，但始终保留一块充满人文情怀的园地，那就是副刊版面。“夜航船”“小人物传”等栏目，通过挖掘培养萧山本地作者，使之成为萧山日报的忠诚读者和用户；为市民摄影爱好者提供一方家园，提高用户的互动度、参与度和粘合度。2015年摄联会会员在萧山日报上发表图片500多幅。下阶段将通过推行会员积分管理制、邀请会员来报社“挂职”、举办全国性摄影比赛、建立图库网站等，进一步做大用户群；对学生作品的用户创作，我们同样坚持不懈。一张报纸三代看，3000多名小记者背后是近两万名家长的热心关注。

自2013年开始，萧山日报的改革从单一纸媒向全媒体转型，重塑了萧山日报的品牌影响力，从搭建媒体平台到实现全媒体融合，实现1+1>2的效果，但是也遇到了不少的问题和瓶

颈。下一步的改革方向：进一步创新机制体制，突破发展瓶颈，打造“六大体系”——精细化的目标责任体系、标准化的岗位职责体系、科学化的指标考核体系、专业化的成本核算体系、长效化的制度管理体系、现代化的后勤保障体系，加快实现媒体融合与报业的转型升级。

如今，互联网对传统媒体的影响正逐步从传播、渠道层面过渡到产业链及整个价值链。从原来把互联网作为工具，到以互联网思维设计产品进而运营媒体。今天传统媒体如果利益格局不打破，组织架构不调整，生产流程不再造，体制机制不改革，就无法实现转型与融合的成功。

目前，萧山日报的报业经营也在做一些探索，主要是以行业划分为落脚点，依托事业部及一行业一公司模式分散经营，平台化运营，立体化营销，做深做透服务，做大做强产业。萧山日报社全媒体平台可以分两个层面，一个是以《萧山日报》为统一品牌的纸媒、微博、微信等矩阵，主要为打造影响力服务；另一个是行业“小系统”全媒体平台，为经营和客户服务。

廊坊日报社社长 张宝富

媒体融合发展 经营转型升级

当前新媒体发展呈现“井喷”态势，从根本上改变了人们的阅读方式及生活习惯，对传统媒体形成强烈的冲击，廊坊日报社结合报社实际，经过多方调研、反复论证，确定了“一、二、三、四、五、六”的融合发展、转型升级路径，朝着拥有强大实力和传播力、影响力、公信

力、竞争力的新型媒体集团大步迈进。

坚定“一个理念”：

平面媒体必须与新兴媒体融合发展。报社大力开展了“走出去、请进来”式的全员培训；开展了融合发展大讨论；人人撰写了“媒体融合发展、经营转型升级”论文并举办了论文评比活

动；召开了学习经验交流会。

狠抓“两条主线”：

“媒体融合发展、经营转型升级”。建成了8类23个媒体发布终端，迅速提升了传播力。将广告经营按业务板块划分成8个专业部门，同时组成新媒体广告部。

坚持“三个并重”：

坚定融合发展理念与强化互联网思维并重、内容建设与技术革新并重、办好媒体与经营创收并重。通过新媒体矩阵，运用互联网思维，颠覆了传统的单一的运营模式。在办好纸媒的前提下，近年来相继投入1000万元，用于新媒体建设。开拓了专业信息、舆情分析等其他产品服务。

突出“四个融合”：

内容融合、渠道融合、市场融合、机构融合。搭建起“采、编、摄、传、播”于一体的内容生产平台。通过打造新媒体矩阵，形成19个新媒体传播载体，拓展传播渠道。寻求市场的突破与融合，向用户提供增值服务，提供新闻服务、政务服务、生活服务、市场服务。对运行机制和组织架构进行了重新调整和改革，建立了新媒体中心。

建设“五大平台”：

全媒体传播平台、大数据平台、舆情监测平台、活动营销平台、便民服务平台。将平面媒体的内容插上新技术、新媒体传播的翅膀，打造了融合共生、功能强大的“新闻联合舰队”。通过大数据对新闻服务、政务服务、生活服务、市场服务的用户进行细分，实现广告的精准投

放。为用户提供舆情监测、预警、分析等功能的服务，实现了社会效益与经济效益双丰收。实行“一行业一周刊一部门体制”，为用户提供服务。打造集市民“吃、穿、住、行、游、购、娱、健”一站式服务链，通过服务拓展创收空间。

实现“六大目标”。

提高了发布时效，突发新闻记者赶到现场后，不超过10分钟就在官方微博上发布。拓展了传播范围，形成了“以报纸传播为基础，以网络和系列新媒体传播为两翼”的全新的传播格局，提高了党报的传播力。加强了互动体验，“纠风进行时”、“法律援助热线”，解决600个家庭供暖问题、2000个法律问题、3400个具体民生问题，赢得了良好的口碑。丰富了资源线索，加大与市政府12345市长专线办公室深度合作和及时互动，搭建沟通的桥梁。扩大了媒体影响，由官方微博首推的环保小说《霾来了》、大气污染防治“蓝天行动”的相关报道截至2015年4月初，点击量已接近1亿人次。增加了经营收入，2015年，实现了经营创收逆势上扬的良好态势，广告收入增长20%，发行收入增长31%，新媒体经营收入增长40%。

健康时报社社长 孟宪励

互联时代专业报刊的融合发展

健康时报是由人民日报主办的健康专业类报纸，2015年利润总额同期增加43.2%，净利润同期增加39.5%，新媒体收入同期增长比为227%，微信粉丝量同期增比262%，发行纯利润同期增长27%。我们可用坚守、判断、融合六个字来简要梳理一下健康时报在融合发展中的所思、所做。

坚守。在工作态度上“反粗心”，在内容产品上“反粗糙”，在发展管理上“反粗放”，与“三反”对应就是倡导“三精”工作法，即“工作态度上精心、内容产品上精致、发展管理上精细”。

判断。对健康类报纸的坚守，来自于对报业融合发展前景的坚定信心，来自于对健康类报纸用户需求强烈渴求的判断，来自于对医药健康产业前景的研判。传统媒体不适宜便捷存储、随时阅读。当读者需要某一特定的健康、医疗、药品的信息时，传统媒体的广播、电视、报刊不可能即时、便捷地获得满足。在“大众媒体”时代里的健康类报纸，比较受读者欢迎的版面，是读者咨询类版面。这样一种刀耕火种式的交互方式，曾一度受到读者的喜欢，但在互联时代，这种方式渐趋没落。

互联环境不是健康类报刊的克星，而是它的功臣，它正把健康类报业带上一个极为广阔而辉煌的平台。当然，一个基本的前提就是健康类

报刊要走出一条融合发展的广远之路。

融合。就健康时报这几年发展而言，融合发展大致沿袭了传统产业发展与互联融合两个路向来展开。

健康时报纸媒的采编、发行、经营等传统业务方面，我们一直基于互联环境下读者阅读需求的变化作为参照坐标，在战略、战术上进行调整、定焦。近年来，面对报纸阵地上哀鸿遍野，健康时报理性应对，建立全面的“四个一”应对策略：确定一项战略原则、建立一套激励机制、夯实一支过硬队伍、制定一套战术打法。在经营转型中，健康时报形成了“媒体+专家+企业+受众”四轮驱动的操作模式，达到了“社会效益+经济效益”双丰收的理想效果，以活动带动收入的方式，形成了鲜明的特点。

健康时报融合发展可分为融合一期与融合二期，融合一期重在基本框架、平台布局，初步形成了数据库为主导的八大全媒体平台。

目前，健康时报正在形成融合二期，在媒体平台上，继续向“纸媒+桌面端+移动端”全媒体转变；在内容产品上，由内容为主继续向“内容提供+功能服务”转变；经营发展上，继续向“线下活动+线上平台”转变；体制机制上，由单一国有资金主体继续探索“国有资本+社会资本”互融共通。

梅州日报社总编辑 黄山松

梅州日报“1+x”创新发展的多元效应

我们地市党报处在媒体融合浪潮中，这几年通过以打造全媒体平台和构建媒体融合体制，正在加快向现代媒体转型升级，进一步迈向现代传播的发布体系、产品体系、产业体系发展。最近，我们报社分获2015全国报纸移动传播百强、2015十大地市报创新力奖。

纸媒担纲，多元传播——打造1+x采编运作方式

我们拥有纸媒、网媒、移动媒体、户外媒体等多元发布的渠道，从一份报纸发展为1+x的全媒体矩阵，构建了滚动采访滚动发布、统一策划统一组织、多元呈现多媒发布的立体传播格局。每年策划一系列重点专题报道，引导记者坚持“走转改”深入基层“抓活鱼”。

去年11月到12月，我们开展了“一区两带全媒体基层行”大型采风活动，由社长、总编辑等社领导带队，深入走访广州梅州产业转移园和八县（市、区），采取“1+X”（1个主题专版+1个典型报道、1组现场新闻、1个新闻视频、1个二维码）的创新方式进行，用纸媒和视频全面展现各地在建设“一区两带”过程中所取得的成效。

纸媒引领，全媒发展——打造1+x全媒体传播平台

2013年，我们在深耕报纸的同时启动了新媒体发展行动规划。两年多时间，微信矩阵、网络视频、户外平台从无到有、迅猛发展，全媒

体融合“W.W.W.V.T”格局初步建立，网页、微博、微信、网络视频、终端矩阵相继建成。2015年开始，梅州日报启动了电子阅报栏建设项目，目前已经在梅州城区建成近百个户外电子阅报栏，下一步我们将覆盖到各个县城和主要乡镇。

目前，梅州日报社的“两报两刊”（即《梅州日报》《围龙灯塔》《客家人》《客商》）覆盖人群20万，“一网”（即梅州网）注册用户40万，“两微”（即新浪微博@梅州日报、8个微信号矩阵）粉丝总量50多万，平台传播用户已达百万之多。此外，梅州日报2015年报纸发行逆势突破9万份，创10年来新高。

纸媒为主，开拓经营——打造1+x全方位运营格局

我们发挥品牌策划、媒体平台、经营团队的资源优势，每年初一次集体大策划，以项目负责制组建X个分项运营虚拟团队。通过活动，从信息采集制作发布向综合服务转型发展，吸引用户集聚用户，报企经营渠道不断扩展。每年有大策划、每月有大活动、每周有小活动，梅州市家居博览会、金融博览会、医疗博览会、车房大联展、网络春晚、客都财富论坛、小记者夏冬令营等等这些品牌活动，已经家喻户晓。

从2013年起，梅州日报经营业绩逆势上扬，连续四年保持两位数的增长，去年同比增长13%。

全省报业印刷会议召开

2016年4月15日，全省报业印刷会议在安徽省安庆市召开。本次会议主要议题是评定2015年下半年全省报纸印刷质量，通报印刷委员会2016年工作，参观考察安徽华泰林浆纸业股份公司。省报协副会长兼秘书长王军，省报协印刷委员会主任、大众华泰印务公司董事长、总经理高金华，安徽华泰林浆纸业股份公司董事长朱万亮，山东华泰纸业股份公司副总经理李国顺出席会

议。来自全省十九家理事单位的社领导、印刷部门负责人50人参加会议。

会议听取了省报协评报组作的2015年下半年全省报纸印刷质量初评意见汇报和评委会的复评意见汇报，对评报组和评委会的初评意见及样报进行认真复议，通过了2015年下半年全省报纸印刷质量检评结果。高金华对2016年印刷委员会工作作了安排。

省报协调整常务理事、专业报委员会副主任

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，对常务理事、专业报委员会副主任作如下调整：

胜利日报社副社长李杰同志任省报协常务理事、专业报委员会副主任；李昌民同志不再任省报协常务理事、专业报委员会副主任。

增补东方烟草报社社长刘伯新同志任省报

协常务理事、专业报委员会副主任。

淄博日报社（淄博报业传媒集团）社长、党委书记、董事长潘海涛同志任省报协常务理事；任传斗同志不再任省报协常务理事。

半岛都市报社总经理崔永刚任省报协常务理事，支英珉同志不再任省报协常务理事。

省报协变更理事

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，对常务理事作如下调整：

青岛广播电视报社总编辑崔滢同志任省报协理事；王太星同志不再任省报协理事。

烟台广播电视报社总编辑林霞同志任省报协理事；姜泽林同志不再任省报协理事。

临沂广播电视报社社长李建华同志任省报协理事；龚建邺同志不再任省报协理事。

创新求变 融合共生

——我们为什么创办《近报》

◆郝克远

近报融媒是山东广电网络集团与大众报业集团深度合作、强强联合的又一力作。双方将发挥各自优势，共同开展媒体转型的新尝试，合力打造生机盎然的近报融媒。

在近几年唱衰纸媒的形势下，我们为什么还要创办这份报纸？这份自信来自于对传媒形势的精准分析和对新闻规律的深刻把握。一方面，从大的形势看，同之前的过热相比，报纸现在只是回归到了一个正常、理性的状态。一些报纸处境艰难，归根结底是自身的体制、自身的质量造成的，根本上是自己没有做好。而所有办得好的报纸，效益仍然比社会上很多行业要高得多。另一方面，在表面上信息极大丰富的情况下，人们对有用信息的选择更加困难。报纸的危机，很大程度上讲，是供给不能满足需求的危机，是没有及时转型升级的危机。此时《近报》乘着供给侧改革的东风而生，先天具备更关注读者需求、更顺应时代潮流的基因，更容易变中求新、新中求进，打破桎梏，创造辉煌。

更重要的是山东广电网络集团拥有2000万用户，这些用户是电视媒体的忠实拥趸，同时对贴近身心的报纸同样抱有热切期待，所以他们会与《近报》相投契，成为她的忠实读者。办报最要害的是要有读者，有读者就有一切，《近报》最大的优势是一出生就拥有了庞大而精准的

读者群。

无须讳言，推动着我们办这份报纸的力量，还有内心澎湃如昨的新闻理想。在座的各位媒体同仁一定能理解这种激情。从报纸到广播到电视，再到如今的互联网，新闻载体掀起了数次革命，但是新闻，依然是高悬于头顶的星空，我们愿夜夜仰望它，无论过去、现在还是将来。尽管追求梦想的道路上艰险重重，但是“生活中只有一种英雄主义，那就是在认清生活真相之后，依然热爱生活”。

当今诸多报纸最大的弊病是千篇一律、隔靴搔痒，看似花里胡哨，实则华而不实，在这方面，《近报》凝聚了我们的许多期待，我们要办的这份报纸起点就是与众不同，必须更生活、更服务。《近报》之近，在于她贴身、贴心，益身、益心；她可读、可用，必读、必用。她坚持需求为本，把满足需求作为信仰；她追求极致服务，让精细服务直达痛点；她形式新颖，令人耳目一新；她信息丰富，让人目不暇接；她关注生活生存，关心人生人情；她力争版版精彩，稿稿有用，能让全家人争相阅读，也能在朋友圈广泛传播。她是离读者最近的报纸，近到用显微镜看生活，用微雕艺术搞服务。如果把她看成一个人的形象，她是亲密的朋友，心心相印，嘘寒问暖；她是温暖的家人，贴心陪伴，共享生活。

《近报》不仅是一张报纸，更是践行媒体融合发展的试验田。如果说《近报》这份报纸在网络先行的传播环境下诞生，是逆风飞翔的话，那与之相伴而行的微信、微博、客户端、互联网等新媒体传播形式，以及融合进山东广电网络集团本身拥有的强大的电视传播渠道，则无疑是顺风扬帆。我们将打通传统媒体与新媒体之间的隔阂，进行一次传播领域的伟大创新与变革。我们坚持咬紧定位做特色，坚持全面融合做组合，全力打造一个独一无二的多媒体传播平台，为传统媒体探索转型升级提供新的思考角度和发展方向，为传媒行业的繁荣发展打造新的亮点。

“明大势才能谋大事。”纵观行业发展趋势，创新求变是新闻人的必然选择，生于斯时的《近报》为新闻事业打开了一扇窗口，照进了一缕希望的春光。我们希望《近报》以习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上的重要讲话精神为统领，坚持正确舆论导向，服从宣传部、新闻出版广电局以及两大集团的领导，守护这个社会的理智与良知，守护平民百姓的权益与福祉，也守护我们所热爱的新闻事业的尊严与荣耀。

“莫道今年春将尽，明年春色倍还人。”在纸媒暂处寒冬的氛围下，让我们期待《近报》创造一个春意盎然的明天！

(作者为山东广电网络集团总经理)



6月12日是国际护士节，长期以来，在多数人的心目中，护士都是一个以女性为主的行业，但现在有越来越多的男性加入到护士的行列，成为“男性天使”，在重症监护室、急诊科、急救中心、手术室等高强度、高风险、高压力的科室里，男护士发挥了特有的优势，成为医院护理团队中的“特种兵”，因为公立医院一位男护士在为病人输液。

最新闻
最大自然值
神秘国版图
 3月9日，来自美国的世界最大自然标志——26吨自然值经过“塞斗过海”运输期，参加到海神节的国际海洋博览会。据了解，该标志外形酷似“中国地图”，产于美国密歇根州爱德蒙斯矿，产于1997年在密歇根州后北部沃辛顿附近的森林中被发现，经专家计算机图形可追溯到17世纪早期。
最牛留学生
 3年出4部专著
 在中国攻读博士学位期间，埃及来华留学生埃尔多斯和导师共同撰写了29篇学术论文，出版了4部英文著作，华中师

范大学2010级博士生埃尔多斯，被同学称为“最牛留学生”。目前，埃尔多斯已到珠海的北京师范大学-香港浸会大学联合国际学院做研究。
最贵出租车
 每小时220英镑
 据报道，近日，英国一辆价值20万英镑(约合人民币188万元)的劳斯莱斯幻影出租车得营运执照正式上路了，这是英国第一辆拥有出租车营运执照的超级跑车。这辆超级跑车的最大功率为602马力，最高时速可达202英里(约323公里)，且从静止加速至60英里(约96.56公里)只需要3.2秒的时间。它属于英国一家专门从事婚礼出租的私营企业，现在，这辆劳斯莱斯已经成为英

国第一辆获得营运执照的，且作为私人案例出租车使用的豪华跑车。乘客乘坐该车每站都可以收费，但收费标准较高，每50分钟路程收费349英镑(约合人民币3200元)。
国外父母欧洲官方微博
最土豪微博
开宝马购建别墅
 5月9日下午，临沂市河东区顺河路发生了让人震惊的一幕——一个开宝马的土豪大哥正在豪车上一时吸引了围观群众。原来，车主的父母在河东区惠沭镇陈家子村开了一家大赌场，开宝马没有找到家，于是车主便开着自己的

宝马车，将300斤大葱放到宝马车后座上开始售卖，车主从事蔬菜行业，开宝马车也不为炒作，只是不想糟了父母的心血。大葱价格只有1.5元/斤，约200斤大葱不到半小时便被售一空。
最勇敢“女侠”
解救29名童婚新娘
 据报道，印度儿童权利活动家克丽丝提·巴蒂日前成功解救了一名17岁少女，使其逃离不幸的童婚。克丽丝提29岁，是伊迪基金会联合创始人，她和她的基金会致力于保护儿童远离童婚的伤害。这已经是她解救的第29起儿童童婚了。从2012年开始，她已经成功阻止了超过500起童婚。本月初，克丽丝提被列入印度一项纪录中。
 环球网



扫二维码，听音频看报道



特别报道 3-10

济南英雄山路 民营医院大起底 12.13 深度

专家学者再呼吁 设立中华母亲节 16 母亲节

邓州杀童案调查： 恶魔养成记 19 文辑

许世友联手王洪文 抓捕林彪死党 20 钟欣

程潜女儿 回忆北戴河生活



为夺征地补偿款 送母进精神病院 26 法制

《欢乐颂》引争议 女性赞歌还是拜金 19 时评



济南首届业余足球 超级联赛22日开战 55 球坛

编辑:张帆 美编:陈桂泉

近报融媒诞生记

◆ 刘晓

2016年4月8日上午，《近报》创刊发布会在大众传媒大厦举行，近报融媒旗下微博、微信、APP等新媒体产品同步上线。这是一个值得铭记的时刻。

来自全国28家卫视和电视购物频道的代表，以及省内各界300余名到场嘉宾的掌声一次次响起，信心与期待在掌声中传递、升腾。

把握时代背景 两大集团强强牵手

在传统媒体遭遇互联网等新兴传播渠道的巨大冲击背景下，2014年9月26日，山东广电网络集团与大众报业集团在济南签署全面战略合作框架协议。由报业集团和广电网络集团携手深耕新媒体，这在全国还是第一家。

9个月后，2015年6月23日，山东广电网络集团

Fun 娱乐

2016年4月28日 星期三 编辑 邵雪莹 美编 王宇

37-48



古装剧易拍现代戏难做

《欢乐颂》走进真实女性世界

以80、90后女性为剧画主题，《欢乐颂》反映了当下国内社会的一大群体——城市人群的生活状态。剧中城市女性生活百态，每个人物设定也各具特色，有出身农村的也有精英阶层的，有普通打工族也有外企白领和高管，有“海龟”也有“富二代”，勾勒了一幅城市众生相。

《欢乐颂》中每个人的出发点和目的都不尽相同，比如“欢乐颂”的五个主角，每个人都是城市中的一个缩影。剧中并非只有五个女人，而是讲述了中国当下城市化进程的缩影，大家聚集在现代化的大都市中，如何去寻找自己的人生和梦想。

每个人都像是聚集在一起的“小蜜蜂”，构成了一座城市的大篇章。每个人物设定各具特色，每个人物都有自己的闪光点，每个人物都有自己的故事，每个人物都有自己的生活轨迹。通过这五个女性的生活轨迹，反映了城市生活的方方面面。



扫码关注《近报》 观影指南

1 高智商低情商纯真婴儿子女女高管——安迪

剧中刘涛饰演三十一岁的安迪，是一位纽约回来的高级商业精英，投资公司高管。为表现她精英的气质，刘涛在剧中穿着一身干练的职业装，短发造型更是干练利落。安迪这个角色，是剧中唯一一个智商高情商低的女性角色。她聪明绝顶，但情商极低，不懂得与人交往，更不会谈恋爱。她是一个典型的“高智商低情商”的代表。

2 有刺玫瑰女+魅力小狐狸富二代——曲筱绡

王子文饰演的曲筱绡是个精灵古怪的富二代，她聪明伶俐，情商高，智商也高。她是一个典型的“有刺玫瑰”和“魅力小狐狸”的结合体。她聪明、自信、独立，有很强的事业心和进取心。她是一个非常有魅力的女性角色。

3 “胡同公主”善良却虚荣外企HR——樊胜美

蒋欣饰演的樊胜美是一个典型的“胡同公主”。她善良、热情、乐于助人，但同时也虚荣、爱慕虚荣。她是一个非常有魅力的女性角色，也是一个非常有争议的女性角色。

4 杂草也有杂草的生存方式小城姑娘——邱莹莹

杨紫饰演的邱莹莹是一个典型的“杂草”。她是一个非常有魅力的女性角色，也是一个非常有争议的女性角色。她是一个非常有魅力的女性角色，也是一个非常有争议的女性角色。

5 乖乖女一样有叛逆火苗独立生存——关雎尔

乔欣饰演的关雎尔是一个典型的“乖乖女”。她是一个非常有魅力的女性角色，也是一个非常有争议的女性角色。她是一个非常有魅力的女性角色，也是一个非常有争议的女性角色。

6 乖乖女一样有叛逆火苗独立生存——关雎尔

关雎尔这个角色，是剧中唯一一个智商高情商低的女性角色。她聪明、自信、独立，有很强的事业心和进取心。她是一个非常有魅力的女性角色。

与大众报业集团在济南举行合作办报签约仪式。双方依托各自优势，创办全国第一家以报纸为基础、融合各种传播形式的全新融媒体。省委常委、宣传部长孙守刚做出了“规范运作，积极推动”的重要批示。

当时提出，新办报纸将主打民生新闻，关注百姓冷暖，满足民生需求，充分利用两大集团的资源优势，建立用户数据库，做好大数据分析；建立编采一体、组织一体的机制与流程；以报纸为基础，做好内容采集发布的管理，追求社会效益，形成公信力。

大众报业集团将在人才配备、内容采集、业务培训、印刷发行等方面给予充分的支持。山东广电网络集团将把2000万有线电视用户、200多家落地卫视、10多家落地购物频道、18000多人的物流和网络技术等优势充分放大利用好。

期间，省网信办、省新闻出版广电局、大众报业集团、山东广电网络集团等单位领导多次开会研究协商，并做出批示。

从炎炎夏日到秋风送爽，从瑞雪纷飞到春光明媚，一场场深入讨论、一次次认真推敲、一遍遍仔细修改……在此后半年多时间里，相关领导和工作人员就创办事项多次讨论，并逐步完善、丰富、成熟。

2015年的最后一天，国家新闻出版广电总局传来喜讯，正式批准山东广电网络集团与大众报业集团联手，组建山东近报融媒文化有限公司，批复同意《蓝色快报》更名为《近报》，并变更主办单位和出版单位。

广泛招才纳贤

追逐新闻梦想

2016年1月10日，山东近报融媒文化有限公司面向社会招才纳贤。

筛选简历、面试、笔试、再筛选，最终30余名拥有经验、充满梦想的媒体从业者从200余名报名者中脱颖而出。

这些同盟战友当中，年龄最大的1972年出生，年龄最小的1992年出生，20年的时间跨度并没有让大家感到隔阂，反而为了同一个梦想并肩携手。“我们要给大家营造这样一个氛围：一是不讲关系只讲能力，二是不讲资历只讲贡献，三是没有等级只有同事，希望我们都以同志相称呼，以兄弟姐妹相对待。”“近报融媒就像一张白纸，等你们来描画和书写。”在近报融媒编辑部首次见面会上，山东近报融媒文化有限公司董事长刘洪昌说。

涓涓细流，汇聚成河。近报融媒有了自己的雏形，朝气和活力也在不断上涨。“我们自己打扫办公室，自己安装办公桌椅、电脑、网线，安装电话，虽然苦点累点，但我们年轻，我们有梦想。”“资深元老”韩军说。

三天集中培训

观点激烈碰撞

海纳百川，气象万千。

为了给大家呈现一份“贴身、贴心、可读、可用”的新报纸和融媒体，近报融媒先后邀请了大学专家、资深媒体从业者等专业人士对新员工进行了培训。

山东广电网集团董事长刘保聚、山东广电网集团总经理郝克远、中国人民大学新闻学院副院长周勇、澎湃新闻时事新闻总监黄杨、齐鲁晚报首席记者张洪波等，分别为大家授课，并与大家交流。

——“在唱衰传统媒体的时代，我们到底应该做什么？”

——“互联网传播时代，我们是否仍然要坚持内容为王？”

——“如何平衡报纸和融媒体之间的关系？”

从内容生产，到形式创新，从新闻业务到经营业务，三天时间里，各种观点在这里不断汇集、交锋。

“我们为什么要办这份报纸？理由就两个字——‘自信’。我们的自信基于‘一个认识’，即对事物发展规律的认识；‘两个不变’，即新闻传播的基本规律不变、党管舆论的体制不变；‘八个新的客观优势’，即新时代、新环境、新技术、新优势、新体制、新观念、新资源、新市场。”刘保聚在培训会上说。

郝克远则在培训会上提出，“我们要办一份生活服务类报纸，这不稀奇，满大街的报纸都是这么标榜的。与众不同的是，我们这份报纸必须更生活、更服务；开饭店不稀奇，关键是能否开成‘海底捞’；办杂志不稀奇，关键是能否办成《读者》。我们进一步给这份报纸画像：她坚持需求为本，把满足需求作为信仰；她追求极致服务，让精细服务直达痛点；她关注生活生存，关心人生人情……”

三次内部试刊

内心澎湃如昨

定下了调，大家就开始干。

《近报》每期56个版，高级胶印纸双面彩色印刷，定于每周五出版。根据版块划分，员工初步分为深度采访、文摘、生活服务、文化娱乐、体育健康、行业工作室等多个小组。

报纸定于4月8日创刊，旗下微博、微信、客户端等同步上线。无疑，试刊是必要的。不仅是对员工工作节奏的磨合，更为了发现其中的问题和错误，及时改正。

第一期试刊，各小组根据流程讨论各自选题，并深入采访、整合。万事开头难，无论是对于报纸版面的把握，还是内容的生产，新员工还缺乏一定的经验，第一次试刊，仅仅是做出了“报纸的样子”。由于中间发现的问题较多，所以并没有试印刷。

第二期试刊，大家深入总结各种不足，将战线拉长至两周。从开会选题、采访、摄影、找稿、整合，到精编细编、组版等，一步一个脚印，将各个环节打通，还请来专业组版人员教授相关课程。这一次，大家没有失望。版面传到印刷厂的那一刻，小伙伴们既如释重负，也忧心忡忡。到底印刷出来能不能符合大家内心的要求，读者能否接受，谁心里都没底。最终，从印刷厂发回的照片打消了大家的各种顾虑，那一刻，我们沸腾了。朋友圈、空间、微博、微信……各种社交场所都被刷屏，看到新报纸，所有人内心再次经历澎湃如昨。

扎根烟草行业 实现跨越发展

——东方烟草报的经营管理实践

◆刘伯新



作者简介：

刘伯新，2003年5月任临沂市烟草专卖局（公司）党委书记、局长、总经理、执行董事，2005年11月任山东省烟草生产购销公司经理，2009年1月任中共《东方烟草报》社有限公司分党组副书记、社长，2010年3月至今任中共《东方烟草报》社有限公司分党组副书记、社长（副厅级）。

东方烟草报社成立于1992年，为全国烟草行业唯一具有国内统一刊号的报纸，烟草行业三大主流媒体之一。2008年，报社按照现代企业制度改制为《东方烟草报》社有限公司（简称报社）。近年来，东方烟草报社上下一心、解放思想、拼搏创新，在稳步提升报纸质量的基础上，

补齐了经营管理方面的短板，报社实力、影响力日趋增强。

2009年，在国家烟草专卖局和山东省烟草专卖局（公司）关怀支持下，东方烟草报社组建了新班子。其后，报社牢牢抓住发展第一要务，坚持政治家办报理念，认真研究办报规律，立足行业，锐意改革，带领报社以提升报纸品质为成长之基，以发行、经营为

发展之翼，开拓创新，团结奋进，办报水平不断提升，经营能力显著增强，管理基础更加牢固。报纸由周五报变为周七报，发行量由2009年初的7.88万份增至目前22.6万份；周日出版的《金周刊》发行量由8.67万份增至146万份；经营收入由1869万元增至7162万元；利润总额由438万元增至3176万元；资产总额由1098万元增至25754万元；负债率由80%降至12%，成功实现快速、平衡发展，谱写了报社改革发展历程的新篇章。

一、改革挖潜，创新增效，圆满完成发展目标

2009年报社新一届班子组建伊始，即开展了内部机构改革、用工分配制度改革，搭建科学

发展框架。内设部门由原三部两室一站调整为四部七室一站，即办公室、考评室、总编室、正报室、周刊室、专刊室、美编室、财审部、广告部（理事会秘书处）、发行部、省内部、网站，组织架构进一步优化，实现扁平化管理。同时，顺利开展全员竞岗双选工作，所有中层管理人员免职后重新竞聘，所有岗位由部门和员工双向自由选择。细致、充分的动员准备工作，规范、透明的竞岗双选过程，群众公认的结果，为实现人力资源优化配置创造了有利条件。2010年初，针对发行、经营发展相对滞后的情况，明确提出了“一体两翼”的发展思路，有力保证了其后发行经营工作的大发展、大提高。同年，报社根据行业、报社实际，深入研判，科学制定了报社“十二五”发展规划，明确提出发行、经营、员工收入在2009年基础上翻一番的目标。

2013年，报社根据媒体融合发展趋势，明确以先进技术为支撑、内容建设为根本、用户需求为导向、提升体验为核心的新媒体发展理念，先后建立手机东方烟草网、新闻客户端、数字报

刊、包括报社官方微信公共账号的微信矩阵等新媒体平台，全方位新媒体传播体系初具模型。一是微信矩阵成长迅速，围绕主号，依托各记者站和各部门先后建立烟圈、烟草笔杆子、指尖店堂、精益烟草、观鲁等30多个子号，通过开展拆礼盒、双“十佳内刊”评选等多种推广活动，关注度、影响力迅速提升。二是视频新闻报道力度不断加大，用户读者体验、编读互动效果、新闻传播时效不断提升，其中新颖、活泼的“5分钟看烟草”动画短片和行业工作会现场文字直播广受行业内外关注和大量转发，以《精益制造一支烟》为代表的行业工作、品牌宣传视频业务成长迅速，取得良好宣传效果，获得客户一致好评。三是东方烟草网改版，提升了用户体验，日访问量达45万，新闻客户端关注人数呈稳定增长态势，初步实现了传统媒体和新媒体的融合发展和有效联动，增强了报社影响力。

二、立足行业，开门办报，经营业绩显著提升

行业报纸行业办。对于烟草唯一的行业报，各烟草企业是报社发展的重要基础。2001年报社成立第一届理事会，吸收成员23家，拉开了凝聚行业力量共同办报的序幕。2009年以来，报社逐年加大理事会开拓服务力度，制定并积极推行片区责任制和分级服务。报社领导成员按照各自片区分工，



领导班子成员到经济日报社学习考察

带队走访，全面加强和行业重点单位的沟通协作。目前，本行业省级单位已全部纳入理事会，并开始向行业相关单位扩展，《东方烟草报》理事会已成为烟草行业新闻、工作交流的重要平台。依托此平台，报社采取重点突破、以点带面的策略，有效打开发行、广告经营局面，顺利实现“一体两翼”协调发展，在行业、社会各界取得良好反响。

发行方面，重视基础数据收集，通过对比分析，查找发行潜力。积极争取国家烟草专卖局支持，稳步推进为行业离退休人员、卷烟零售户、县以上党政机关及有关订报工作，报纸发行量实现增长。在北京、广州、昆明、成都、临沂设立分印点，提升发行时效。报纸发行量连年增加，全面覆盖烟草行业。《金周刊》发行破百万份，实现对山东、上海卷烟零售户的全覆盖，并继续增长。发行扩面增量，使报纸影响力迅速扩大，各级领导越来越关注《东方烟草报》，越来越了解、理解行业工作。今年1月31日，时任河南省委副书记、省长的谢伏瞻从《东方烟草报》看到《不同寻常的收官之年》的报道后作出批示，对国家烟草专卖局表示祝贺和感谢。

经营方面，积极探索合作办刊的路子。坚持每年带队走访，变“等客上门”为“上门邀请”，加深高层互动，理事会单位由2009年的88家增至221家，增幅达151%，五省份实现理事会对行业单位的全覆

盖。在扩大规模的同时，注重加强服务，将理事单位分为副理事长、常务理事、理事三档，并在副理事长单位所在地市设常驻记者，在拓展新的经营增长点的同时，突出理事会服务的精细化、差异化、个性化，有效提升了对理事会成员单位的服务水平。创新专刊、专版经营模式，先后与多个国家局部门、行业单位合办专刊、专版，并积极推动《金周刊》与重点单位的合作力度，创办广东、山东、重庆、江苏专版，努力打造卷烟零售终端宣传平台，产生了良好的经济效益、行业效益和社会效益。

此外，还成立“报社经营工作协调小组”和“特别报道小组”，统一协调报社各部门，扎实做好后台支持、规范履行合同、创新会议、上门免费培训通讯员等工作，将“精细化服务”的服务理念落实到服务的每个环节，保持了报社和合作单位的良好关系。在经营过程中，严格按照《广告法》审核刊登广告，严格实行采编、经营独立运行，确保经营工作依法依规运行。



东方烟草报社领导班子

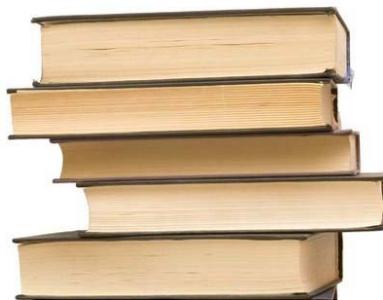
报社还积极走出行业，加入报业协会，积极开展业务交流。2012年以来，领导班子成员多次带队到《经济日报》、《中国青年报》等主流媒体考察学习，吸收借鉴先进经验，明确了自身定位与发展方向，有力促进了报社发展。

三、以人为本，凝炼文化，内部管理日趋规范

竞争力来自于好的体制机制，来自于建设一支高素质的人才队伍，来自于不断探索创新。近年来，报社始终高度重视队伍建设，下大力气抓好人才引进、培养和选拔工作，人才结构不断优化，中高级职称人数由9人增至67人，比例由14.3%增至50%，研究生比例由1.6%增至36%，员工平均年龄35岁，队伍素质显著增强。中层管理人员整体素质不断提高，选拔出3名副处级干部、1名青年员工进入报社领导岗位，加快了报社班子年轻化进程。对各项制度进行了全面梳理，积极构建制度、考核、薪酬三大体系，参考成熟报社的做法并结合本社实际，建立了较为科学的收入分配制度、岗位绩效工资体系和考核评价机制，试行全员绩效考核，实现了收入分配的公平、规范、有序，充分调动了员工的积极性，树立了比贡献、争一流的正气。重视员工培训，内部评报培训、名师授课、基层体验、脱产学习、驻站锻炼，形式多样，成效显著。高度重视文化建设。集全社智慧，凝炼打造了“速度、深度、知名度”的“三度”企业文化，高水平建设了企业文化展室，被山东省人才中心列为企业文化建设典型单位。团队精神训练、丰富多彩的文

体活动，充满阳光、轻松愉快的工作氛围，为员工创造了和谐的工作生活空间，有效提升了员工队伍的向心力和企业的凝聚力。加强组织建设，于2009年成立了工会组织，建立完善了职工（代表）大会制度，有力推动了报社办事公开、民主管理的进程。抓好成本控制，重视市场调研，利用多种渠道有效降低报纸发行成本。仅2009年，通过积极洽谈下调印刷价格、调整部分地区配送方式等，就降低费用492万元。

回首近年来东方烟草报社的发展，得益于扎根烟草行业、全力服务于行业改革发展，得益于行业各级领导对报社的关心支持。下一步，我们将坚持立足烟草行业，努力增强政治意识、行业意识，加快媒体融合步伐，进一步提高行业新闻舆论传播力、引导力、影响力和竞争力，在行业新闻新闻工作中做出新的成绩。



宣传平台向经营平台转变

——潍坊广播电视报宣传经营转型的五点启示

◆钟耕民

潍坊广播电视报隶属于潍坊广播影视集团，原是依托于广播电视，以刊印广播电视节目单为主的行业地方报纸。近几年来，传统媒体特别是纸质媒体面临挑战，新媒体兴起，受众分流，经济下行压力加大，市场监管力度加大，都对其生存发展产生了较大的影响。在此形势下，潍坊广播电视报加快体制转换、报纸转型，扩大宣传影响力，报纸订阅量保持稳定，各项指标稳居全省同行业之首。2015年，收入、利润实现双增长，被评为全国广播电视报刊创新标兵。

从宣传平台向经营平台转变的主要做法

1、依托媒体平台办展会。

充分利用媒体平台的影响力、公信力，采取市场化办会的路子，探索有影响力的大型城市展会。

2003年，潍坊广播电视报举办了潍坊历史上第一次车展，开创了市场化办展的新路子。随后几年不断拓宽办会形式和内容。目前，广播电视报举办的中国（潍坊）国际汽车博览会已经成为潍坊及周边地区最具影响力的汽车展，这也是中国汽车工业协会在山东授权地市级举办的唯一展会。同时，开展一系列有影响力的社会活动，如感恩孝心行、旗袍文化节、“夕阳红”旅游

等，并组建了广电报小记者团、广电报读者艺术团。

2、依靠宣传优势开展代理。

充分利用报纸平台和新媒体平台的宣传优势，开展与报纸关联度大的代理业务。包括会刊类出版物代理，如承担了中国画节·文展会会刊的代理编采、出版；业务类代理，比如代理经营山东有线潍坊分公司的有线电视开机、换台广告业务。

3、利用读者群与商家销售对接。

组建了读者生活馆，整合商家资源，通过展览、促销、优惠等形式为读者提供质优价廉的商品，并帮助商家搭建销售平台，与黑茶等生产厂商建立稳固的销售网络。或利用报纸广告优势，以资源换收入，合作分成。

4、与大企业联合或合作经营。

探索与大企业深度合作的模式，几年来，成功与阳春乳业、山东有线网络等进行了深度捆绑，从新闻、策划、市场等方面与大企业资源互通、战略协作，把媒体的资源整合起来发挥出最大价值。

5、跨界经营进入其他行业。

在充分市场调研的基础上，潍坊广播电视报以控股方式收购、成立潍坊百多威健身俱乐部有限公司，实现了低成本扩张，切入健身行业。

五点启示

1、转变观念是前提。

当有专家甚至报业同行唱衰纸质媒体时，潍坊广播电视报社深入分析形势，认为优秀的企业都是在经济低迷周期环境下成长、发展起来的，越是逆境的时候，越要保持韧性，保持定力，加快转型发展。因此，报社提出了“媒介无疆，创意无限”的理念，从思想上打破报业经营的边界，明确了报社转型的战略目标，即从“看报纸”向“用报纸”的转变，从宣传平台向经营平台转变，使大家意识到创新驱动、整合营销、融合发展、跨界经营成为新常态下的基本状态，从而为报社转型奠定了基础。

2、体制转换增活力。

潍坊广播电视报进行了公司制改造和股份制改革，由原来的事业单位，变为潍坊广播影视集团控股、职工参股的公司，干部员工成为企业的所有者。从事业体制向企业体制的改革，让个人的命运与报社的命运紧紧拴在一起，达到了全员关注报社的生存与发展的目标。目前，广大干部职工心往一处想，劲往一处使，迸发出了新的活力。

3、改版转型打基础。

潍坊广播电视报曾经一张节目单打天下。几年来，广播电视报定位于社会生活类报纸，立足于“办潍坊老百姓最喜爱的报纸”，不断创新创优，进一步深化报纸宣传转型，并积极组织策划各种社会活动，扩大社会影响力，不断提升报纸的品牌形象。转变办报定位，是报纸发展的关

键措施。

4、不断创新添动力。

几年来，潍坊广播电视报围绕转制、改版、转型不断创新，从单纯的宣传平台向宣传平台和经营平台并重转变，经营报纸、办展会、搭建商品经营平台、办读者俱乐部、与大企业合作、做强新媒体平台、低成本扩张，创新不断，开创了报社发展的新天地，目前，报社非报收入已经占到报社总收入的40%。还成立了新媒体事业部，推进媒体融合发展，官方微博、微信关注量在本地媒体中领先，有效提升了报纸的传播力。

5、坚持品质是保障。

潍坊广播电视报在转型的过程中始终视质量、信誉为生命，连续五届被山东省新闻出版局评为优秀报纸。坚信内容的价值，努力办精品报纸，维护报社的影响力、公信力，小到办一个刊物，大到大的合作，始终着眼长远，不谋求眼前利益，赢得了受众、客户的赞誉和支持。

（作者为潍坊广播影视集团党委书记、董事长，潍坊广播电视台台长）



报纸内容的结构性调整：理念与路径

◆高金国

今年一季度，部分蔬菜价格贵得离谱。白芸豆15元/公斤，大葱最贵到了30元/公斤。我很惶恐，在一片唱衰菜市场的声音中，感觉我家的蔬菜供应体系马上就要崩溃了。于是问负责买菜的老爹：“现在买菜的花销恐怕要翻番了吧？”老爹说，还是那么多。我表示不信。老爹说，你要学会供给侧改革啊，大葱、白芸豆贵可以吃别的，营养一点不差，比如水果，现在苹果最便宜的才8毛钱一斤！集中上市、供大于求、冷库建设过多导致苹果价格大滑坡，极寒天气导致蔬菜价格上涨；你去主动适应，选择最适合自己的蔬菜，这叫结构性调整；用价格适中的蔬菜、水果，做出家人爱吃的食品来，这叫实现软着陆。

当然，以上纯属“合理虚构”。

不过，世间很多事情道理相通：市场形势变化，不意味着选择性变差；相反，恰恰因为市场形势变化，我们反倒一定要在“选择性”上下功夫。

报纸的供给侧改革，也是这么个理儿。新媒体爱吃葱，让它吃就是了；能吃上葱不代表就是贵族，靠苹果补充维生素也不代表低贱。适应新变化，更新原材料，做出更适合读者口味的食品，这是新经济时代报纸在内容方面的生存逻辑。

具体到报业的供给侧改革，可以分成两个层面：

广义的供给侧改革，是指整个报业市场的结构调整。比如一座城市有若干张都市报，内容重复，是否需要合并重组？是否从供给结构上进行“一城一报”之类的尝试？

狭义的供给侧改革，则可以理解为一张报纸的内容结构调整。市场形势变了，读者口味变了，我们要给他们提供什么样的东西？

本文主要探讨狭义的供给侧改革：从单张报纸的角度而言，如何进行内容和理念上的调整，来适应新的形势？换句话说就是：选择什么？怎么做？

理念：

告别“温饱餐”，选择“精品餐”

一位媒体同行曾经掂着手中不厚的报纸，表情复杂地说了一句：“厚报时代一去不复返了。”

至少在经济新常态下，这种说法还是难以反驳的，的确很难见到动辄几十上百个版的厚报了。我们很期望厚报能够回来，但至少在当前，这相当困难。

即便厚报时代一去不复返，也不意味着报业就没有出路；把“报业”的概念缩小为“报纸”，也是如此。电脑普及了，笔并没有死；手机普及了，相机没有死，死的是胶卷，因为胶卷

具有“接近100%的可替代性”。

相对而言，报业具备更加强大的不可替代性，一时的困局无法动摇其强大的生命力。报业的意识形态属性，是其生命力的根本。如果抛开了意识形态属性，单纯考虑商品属性，报业未必会陷入困境；换句话说，意识形态属性让报业不得不做出许多牺牲，毕竟传统报业肩负着更多的社会责任。

意识形态属性和社会责任感，恰恰也是报业在新常态下的信心所在，毕竟舆论界不能任由一些不良新媒体呼风唤雨。

问题是，在经济新常态这个大环境下，报业如何做？如果短时间内“厚报时代”不再重来，那么，“精品报纸时代”，是否会成为更加“可持续”的选择？

厚报是什么？大而全，温饱餐，以解决读者的“信息温饱问题”为第一目的。即便前些年报人意识到了这种“温饱餐”存在的问题，在当时广告占版率高、广告需求旺盛的时代，就算想做成精品，也很困难。现在，广告占版率低了，条件有了，难道我们能“把精品”忘了吗？

精品报纸时代的一个首要特征，是媒体的分众化趋势，不必再执著于“大众”这个概念，而要转变为“由大众，而分众，但绝不小众”。

1. 定位向精准转变。报纸必须保持规模，因为规模效应会带来廉价效应。从售价上来说，报纸是廉价的。即便一两元钱一份的报纸，在当前的商品世界中，依然是最廉价的之一。需要注意的是，要避免因为廉价而让它失去“不可替代性”。

有规模，才能形成强大的舆论引导力，才有和新媒体抗衡的资本。所以，精品时代的报纸，可以适度由大众向分众过渡，既缩减规模降低成本，又要确保一定规模、保持影响力。

这种“分众”，是立体化的分众。第一是以人为本的分众，即根据人群来分。事实上这种“分众”自报纸诞生之日就有了，比如面对党政机关的党报，面对市民的都市报等等。在新媒体的冲击下，报纸大可不必遮遮掩掩，明确提出自己的主流人群是中老年人，也不是什么丢人的事情，也不代表没有前途。

第二是地域的分众，从省级报纸，到地市报，到社区报，很难再“一家统吃”；多家媒体在一座城市内相互厮杀、野蛮生长不可持续，规范管理、变竞争为合作更有前途。血拼只能加剧报业内耗，加速某些报纸的衰亡。

第三是多媒体的分众，比如报业创办的新媒体，理应担当起影响年轻人的职责，让他们即便不读报，也不得不受到报纸的影响。

2. 内容向精品转变。报业进入“精品时代”的核心表现，是内容向精品过渡，而且是向“本地化的精品”过渡。只有如此，报业才能深刻地影响新媒体，才能深入地影响舆论。

首先是内容的高度本地化。这个“高度”，如果有一个量化的标准，我觉得可以达到80%。对地市报而言，就是关于所在城市的内容；对省级报纸而言，就是关于本省的内容。

那么，遇到非本地的重大新闻怎么办？当然要做，还要重做，但必须摒弃“厚报时代”的思路。厚报时代，出现重大国内国际新闻，常规

思路是“重炮轰击”，一次拿出十个版、八个版来做。对那个时代来说，这完全正确。但放到“精品时代”，路子就要变，“重炮”要改“狙击枪”。

这类新闻，报纸要做的，是如何形成话题，让读者感觉有新意、能议论，实现“二次传播”。创新是必须的；某些地方适度出格一点，搞点小策划，是必须的；标题千锤百炼，与众不同，也是必须的。

很多时候，报纸做这种新闻，不是做消息，而是做观点。比如《鲁中晨报》报道2016年股市接连两次“熔断”、最后不得不暂停熔断机制一事，精心拟制了一篇小文《史记·熔断先生传》，大标题用了《这是股市，还是笑话？》这种带有评论色彩的文字，很容易让读者产生认同感，实现二次传播。

其次是内容深度的本地化，就是本地化的稿件也不能浮于表面，而要有深度、有力度、有影响力。无论本地化的稿件，还是报纸的全部版面，都要摒弃“大而全”思维，向“深而精”过渡。“本地做深，大事做新”，理应成为当前报业内容方面的首要思维。

3. 经营向精细转变。在当前的形势下，精心、精细的经营对报纸来说更为迫切、更为重要，粗放式的经营没有出路。

一是活动拉动要精心做。“没有活动就很难带来广告”，可能会成为很长时间内报纸经营的一个“新常态”；多做活动，促进广告，以活动促广告，会成为经营人员长期面临的课题。经营人员首先要成为“活动家”。

二是成本的精细化控制。广告减少，往往意味着报纸版面减少；在版面减少的情况下，扩大本地化内容，增加报纸容量，对读者而言，报纸虽然薄了，但精了，可读了，阅读的量并没有减少。厚报时代，读者投诉最多的问题之一，就是报纸“广告太多”“广告里面找新闻”；现在情况变了，新闻丰富了，对报纸而言，又何尝不是好事？

在可读内容相对增加的前提下，适度提高报纸定价，通过报纸本身的销售来弥补成本，也是一条可以探索的路子。以前，报纸是靠“注意力的二次售卖（广告版面）”盈利，现在，是否可以考虑“新闻的一次性售卖（即报纸订阅、零售）”来保住成本，甚至盈利？

这和医院克服“以药养医”是同样的道理。本来医生就是要靠医术挣钱的，现在却只能通过卖药挣钱，医疗体制改革的目的就是要回归“靠医术挣钱”；本来新闻的本质就是靠“信息的售卖”挣钱，现在却只能通过它的附加品（广告）挣钱，有没有可能实现“靠新闻挣钱”？既然“精品报纸时代”已经无可挽回地到来了，那么这样的路子也不妨一试。

现实路径：

差异化，本地化，深度化

在技术时代、新媒体时代，内容依然是必须强调的一环；然而在内容中间，首先需要强调的，是创新。

内容创新的核心要义，是思维能力。这是内容产品和技术产品的根本不同。技术产品的创

新在于淘汰旧产品或者新产品的更新换代，对内容产品而言，则完全不同。它的创新，第一是思维，第二是思路。思维是一种个体行为，涉及文风、个性、知识、视野等方面，很难一概而论。但在思路方面，则是可以体现共性、统一性的。

从报纸的内容来讲，首要的是结合当前信息传播发展趋势，实现与新媒体的差异化；其次是在本地化、深度化上做出努力。这都是老生常谈，但报业几十年的惯性下来，想在这些方面做出改变，并不容易；顺其自然地改，或许需要十年、二十年，然而新媒体不会给我们那么多时间。

其实报纸也一直在变。一个典型的例子是股市行情版。大概十几年之前，不少报纸曾经拿出大量的版面，耐心地刊登股市行情。股票越来越多，版面越占越大，字号越来越小……到底还有没有刊登的必要？我所在的报纸，当年拿不定主意，先小心地做了一次尝试：在广告多的时候停了一期。结果，几乎没有接到读者电话投诉。那还犹豫什么？读者不需要通过报纸看行情了，那就果断调整。

现在报纸也面临类似的问题。对一个地方报纸而言，国内版、国际版、非本地的文体版，以及类似于“知音体”的非本地的煽情版，真的还有必要存在吗？是不是需要调整？

国内重大事件，我们做常规报道，中规中矩，偶尔出新。但往往敌不过新媒体一个耸人听闻的标题，以及毫无尺度、没有“新闻纪律”概念的内容。只有头顶的星空和心中的新闻律令，最令报人敬畏。新媒体有吗？尤其是一些自媒体，头顶上连星空也没有，正儿八经的“无法无

天”。即便他们没有新闻采访权，可他们会胡编乱造啊；即便胡编乱造可以封号，可他们可以借个身份证重新注册啊；即便国家规定自媒体不能发布新闻，可几百万、上千万个自媒体，管得过来吗……

至于国际新闻，即便很多新媒体不会得到独家爆料，但无边无际的网络愤青还是分分钟能创造无数耸人听闻的内容，看看标题，简直感觉地球处在第三次世界大战边缘，似乎我们每个人如果不站出来抵制日货、抵制美货就会成为民族败类。即便抛开这些“愤青文”，很多军事专家、战略专家，也是敢说，满嘴火星子，他们敢说，新媒体敢用，传统媒体呢？

地方性报纸的非本地内容，几乎都面临这种尴尬。很多时候，编辑尽心尽力，把最好看、最精彩的内容做到了版面上。值班编委审查版面时，一面感激于编辑的精心，一面祈祷：但愿这么精彩的内容，读者没从手机上看过……亲爱的读者，多忙工作，少上网，少看手机啊……

我们也曾作过这类尝试，也的确会有读者反馈说某方面的内容报纸上没有。但请注意，他说的是“报纸上没有”，但这条信息，他已经通过其他渠道了解了。

可以说，报纸的差异化，主要是针对新媒体的差异化；而这种差异化的核心，就是全面的本地化。在本地化之外，要深度化，要摒弃琐碎的、无关痛痒的、工作化程序化的报道，要把调查类报道作为主打。因为调查类报道，从媒体传播形式上而言，并不适合于新媒体传播；一篇历经艰辛深入采写的稿件，发在微信上，远不如一

山东新闻美术家剪影

◆省新美

又是一年春来到。每年，山东省新闻美协都在这个春暖花开的日子，通过“新闻美术复评”这一重要奖项的评选，来开启新一年的各项工作。新会员的吸纳，展览的策划，公益活动的安排，都将陆续展开。

成立于1988年的山东省新闻美术家协会已经走过了28个年头，现有会员600余名，均为山东省直及各市报社、电视台、杂志社、网络等媒体的新闻美术工作者。新闻美术家们坚持为党和政府工作大局服务的方向，积极开展书画下乡、书画拥军、新闻美术评选、书画展等活动，受到广泛关注与赞誉。可以说，新闻美协已经成为具有较高美誉度和影响力的知名社会团体。

新闻美协20多年来一直坚持的三件大事，也是省新闻美协的老传统：一是每年举办新闻美术评选，作为推荐全省新闻美术编辑的优秀作品参加山东新闻奖的定评，多年来已推荐数百件优

个标题耸人听闻的文章获得的点击量多。

这就会产生一种矛盾：一方面，我们提倡短新闻，稿件要减掉水分；另一方面，调查类稿件增多，势必导致长稿件增多。这个矛盾也好解决：看内容，该长则长，该短则短；甚至可以“一鱼两吃”，既有短消息供读者进行提要式阅读，又有深度调查供不同的读者进行详细了解。

除了题材的选择上要做出调整，作风、文

秀作品参加省及全国评选，推动了新闻美术发展；二是春节前夕送书画“三下乡”活动，协会组织部分书画家，为乡镇农民、建筑工地上的工人、街道居民等义务绘画并书写春联，受到基层群众的热烈欢迎；三是书画进军营，每年的八一建军节前夕，省新闻美协组织书画家在军营举办拥军笔会，表达对人民子弟兵节日的祝福和问候，并向爱好书画的官兵传授技艺，以此增进军地友谊，加强文化交流。

省新闻美协除了本协会的活动之外，还积极参与主办社会上的书画活动，积极组织新闻美术家与社会各界联动，拓宽协会的影响力。为纪念孔子诞辰2566年，2015年新闻美协与济南市委宣传部、济南市文广新局等单位一起，在济南市府学文庙共同主办了“济南市第四届孔子文化艺术节暨孔子文化书画名家邀请展”。此次展览共展出济南市书画名家的作品60余幅，其中新闻美协

风上也要改变、创新。报业的美好年代，不少记者靠分数吃饭，习惯了“有菜就捡”，该写的不该写的都写，以发表、挣分为第一要务；现在不行了，这样下去，记者会和报纸同归于尽。以前是“撒芝麻盐”，现在是要“往深里钻”。所以，这种调整，最根本的还是人的调整、思路的调整。人不变，报纸就没法变。

(作者为鲁中晨报编委)

有30余幅作品参展，显示了新闻书画家的实力。

新闻美协的会员，既是新闻从业者，也是书画家。2015年，协会骨干成员无论在新闻美术编辑工作上还是在书画创作上，都有长足进步，取得了不俗的成绩。其中，叶兆信，2015年撰写了《永远的铭记》一文；完成了长46米、高3米的济南白云洞大型壁画《碧霞元君生日庆典线描》稿。陈黎青，参加浙江桐乡市纪念丰子恺40周年活动，并为漫画大师方成画像。刘爱，2015年与省女书画家主席团9位女画家一起，参加“粉红丝带慈善专场拍卖”，拍卖款项18万人民币，全部捐赠于慈善活动；参加省教育厅等单位举办的纪念抗日战争暨反法西斯战争胜利70周年展览，参加由青岛文联举办的“世界体育休闲百名女艺术家画展”、山东侨办在省博物馆举办的国际华人书画展览，创作崇明寺大雄宝殿“东方琉璃世界”、“西方极乐世界”壁画。

值得一提的是，协会的女画家积极参与社会活动，被其他专业协会吸收为骨干成员。在山东省女书画家协会第五届理事会上，刘爱再次当选副主席，霍晓蕙当选理论委员会副主任，姜文豪当选理事。另外，霍晓蕙还当选山东省美术家协会理论委员会委员。

在社会上举办的各项大型展览中，活跃着新闻美术家的身影；在各项专业评奖及学术项目中，新闻美术家也屡有斩获。其中：韩源泉参加了全国九城艺术联展、济南市青年书法家协会30年展览；黄宝福2015作品入选河北省新闻界书画展获得优秀奖，获得省直机关书画摄影展三等奖，并担任了中国书画家研究院海南分院副院长；姜文豪参加了省教育厅等单位举办的纪念抗

日战争暨反法西斯战争胜利70周年展览，作品《马石山突围战》获省抗战胜利70年书画摄影展优秀奖，山东电视台《东方书画》对她进行了专访。尹秀波的书法作品入选全国第11届书法篆刻作品展，受到山东省书协的表彰奖励。于勇参加齐鲁书画名家邀请展、历代爱国诗词名篇书画艺术展，参加省直机关书画摄影展获优秀奖。李鈞主讲的电视教学（书法）获得中央电教馆全国教学片一等奖。霍晓蕙入选省委宣传部、省文联“齐鲁文学艺术经典研究出版项目”，正在撰写第二本专著《美如清泉——山东美术评论的理论梳理与个案研究》。洪琥，协办了青岛首届文化艺术作品大展，举办青岛漫画家协会成立三周年活动，举办纪念抗日战争胜利70周年“丰碑”主题画展、出版画册，举办红茶壶专刊百余作品展。田根承除完成每周一版的书画编辑工作，还组织书画展5次，2015年8月组织成立了淄博市中国画学会，任首任会长。申正中担任新版《天下泉城》的总导演，3月仅直升机航拍飞行就达到近60小时，所有视频量累计约24000分钟。音乐精华版《天下泉城2015》从天上、地面、水下等多种拍摄视点和延时、高速、季节转换等丰富的视觉手段充分展示了济南的自然风光、为观众带来全新的视觉体验。另外，拍摄制作了音乐电视《七色阳光》和MV《曲山艺海》主题曲，两片均获山东电视牡丹奖一等奖。张元斌的国画山水《苗寨清韵》《金秋神韵》《秋色清华》等5件作品，分别入选中国美协举办的展览。5次入展国家级的展览，显示出我省新闻美术家的功力，可喜可贺。

2015年度山东新闻奖摄影作品复评暨全省新闻摄影作品年赛获奖目录

一等奖

作品题目	刊发单位	作者
汕头义工沂蒙爱(组照)	大众日报	房贤刚
我与黄继光的生死约定	鲁中晨报	王兵
见贤思齐——千里眼中的孔子后裔(组照)	山东画报	马千里
无“胃”检察官黄平亮(组照)	德州日报	周坤
别样“课桌”(组照)	山东商报	郑涛
240针,换来珍贵儿(组照)	齐鲁晚报	钱程
两重天	山东商报	潘炳
毒疤(组照)	齐鲁晚报	陈文进 许冬梅
大山里,一位老师和她的四个学生	日照日报	李青
猎毒记——建国以来济南最大贩毒案件侦破纪实(组照)	齐鲁晚报	左庆
妈妈,我要留住您!(组照)	大众日报	王世翔 张洪英
浒苔的“杰作”	山东青年报	刘军
百翼齐飞	青岛晚报	宋新华
“淘宝村”里忙淘宝(组照)	威海晚报	李斐斐
失独母亲的2次人生(组照)	齐鲁网	于鹏
力拼博尔特	半岛都市报	何毅
执子之手“肾”爱一生(组照)	济南时报	李鹏飞
“沽河展神韵 莱西动起来”	半岛都市报	张伟

二等奖

作品题目	刊发单位	作者
五千里路唱英雄(组照)	大众日报	王世翔 张大琪
海风带不走思想梦(组照)	大众日报	卢鹏
工人被埋漏斗底部 消防官兵及时营救	青岛财经日报	刘瑞东
大妈出手 骗子哪走	半岛都市报	袁蒙
截不去的美(组照)	齐鲁晚报	张中
鸟殇(组照)	德州日报	周坤 杨海
袖珍宝宝顽强存活	齐鲁网	于鹏
雾霾下的泉城	山东商报	郑涛
解困(组照)	山东商报	赵天羿
铁道游击队(组照)	枣庄日报	张晶
大浪卷上岸 警车沾海巡逻	青岛晚报	汤臻
毒在咫尺(组照)	齐鲁晚报	戴伟
李安甫:冀鲁边小个子大英雄	德州日报	周坤
七市消防驰援日照	半岛都市报	高绪亮
盐碱地里的足球梦(组照)	济南时报	谢永亮
索马里牺牲战士张楠魂归故里(组照)	大众网	王长坤 赵兵

劳动的手最美（组照）	城市信报	吴 璟
《你是我的眼》（组照）	鲁中晨报	赵文晶
孩子“饭”愁 谁在袖手（组照）	山东商报	王晓峰
《她走了，把光明留在人间》（组照）	威海晚报	薛 航
九旬夫妻相守65年 演绎“平淡是真”的爱情故事（组照）	泰安日报	赵文文
相约莱芜 放飞梦想（组照）	莱芜日报	高留声 亓 亭
独居老人不孤独（组照）	济宁日报	刘项清
风雪搬家路	山东新闻摄影网	乔 红
大地喊渴	德州晚报	周建新
雪中踏浪	山东新闻摄影网	孙景耀
黄河岸边木雕人（组照）	东营日报	于中平

三等奖

作品题目	刊发单位	作者
3687人包出吉尼斯	半岛都市报	张 伟
船韵（组照）	半岛都市报	孟 达
雷公电母发威 济南一夜被劈781次	生活日报	徐延春
期盼	威海晚报	桑春磊
青岛名将于颂卫冕	青岛日报	周光辉
川越北冰洋 荣耀归来	青岛早报	韩 星
东昌葫芦遇上“双11”（组照）	聊城日报	朱玉东 王忠友
飞奔于青藏高原	山东新闻摄影网	袁丽伟
我圆爸妈婚纱梦	滕州日报	宋海存
“拯救”爱情（组照）	威海晚报	于启波
87岁老兵的千里报恩路（组照）	威海晚报	赵 刚
无名的丰碑（组照）	大众日报	李 勇 王世翔
张张照片，读透罗家庄的前世今生（组照）	山东画报	王勉励
肢点	半岛都市报	何 毅
北极熊齐河产崽	德州日报	邹 斌
微山湖上“牧鹰人”	滕州日报	张序岩
爱在视线之外	青岛日报/青报网	王国钰
从未消失的电波（组照）	齐鲁晚报	王鸿光
深井下的面孔（组照）	泰安日报	王文正
驱车3000公里捐助藏族孤儿	齐鲁晚报	陈文进
为祖国出征	山东画报	钱 程
老人拾荒成瘾 废品成山封楼道	半岛都市报	王 滨
野炼，查！（组照）	齐鲁晚报	张 中
红红火火赶大集 喜气洋洋过大年（组照）	德州日报	周 坤
奇美山水 百里画廊 中外百家媒体聚焦大美桂林（组照）	青岛财经日报	刘瑞东
四点半学校（组照）	枣庄晚报	孙慧英
老兵手印（组照）	枣庄日报	王飞龙 高启民
磨砺警营“尖刀”（组照）	烟台日报	栾盛杰
列车上的婚礼	烟台日报	唐 克
泪别英雄	烟台晚报	柴向阳
相宜王强：双手撑起一片天（组照）	济宁日报	杨国庆
飞溅的青春	山东新闻摄影网	丁建国
大家怎么都在朋友圈里“跑步”原来是去献AB型血救产妇（1-2）	济南时报	黄中明

戮力同心 攻坚克难 自主搬迁

青报传媒印务中心落户高新区

◆谷军华

2016年2月18日，青岛日报社、青岛报业传媒集团在高新区举行青岛报业传媒数字印刷产业园投产仪式。这意味着，在自主搬迁的助力下，青报传媒印务中心实现了从老市区到高新区产业园的跨越发展。

2015年8月，按照青岛日报社、青岛报业传媒集团的要求和部署，印务中心采取自主搬迁为主进行了整体搬迁，共完成了6条生产线（18个印刷塔）及相关的配套设备自主搬迁和1条新生产线的装机工作。为青岛报业传媒集团交上这份满意答卷的，不是专业起重安装公司，而是肩负报纸日常出版任务的印务中心全体员工。在青报

传媒印务中心有史以来最大规模的搬迁工作中，印务中心各部门密切合作，攻坚克难，所有报纸印刷工作有序进行，原定8个月的工期不到5个月的时间完成，节省资金近百万元，既节约了成本，又提高了时效，实现了搬迁和生产的双赢，得到了报社、集团的表彰，印务团队获得2015年度青岛日报社、青岛报业传媒集团“突出贡献特别奖”。

印务中心原有部分生产线比较陈旧，部分印刷塔使用超过了15年，最短的也已7年，设备部件开始老化。如果完全依靠设备厂家进行搬迁，部件更新和技术支持等费用是笔不小的

支出，而搬迁工期也会相应加长。经过多方论证，同时做了大量的前期准备，印务中心确定依靠自己的技术力量，以自主搬迁为主的方式进行此次整体搬迁工作。



精打细算缜密核对 确保设备安装质量

旧厂房的印刷设备经过长年累月的使用，积存了大量难以清洗的灰尘、油污，各机组以搬迁为契机，趁设备器件拆解的间隙进行仔细的清洁工作，加班加点连轴转，从汗流浹背的盛夏到滴水成冰的严冬，各机长以身作则带领大家把一台台庞大的印刷机擦洗得焕然一新。

在此期间，印务中心胶印车间副主任李新建负责各条印刷生产线的基础定位等核心技术工作。他带领机械搬迁小组制订了缜密的搬迁计划，先后完成设备标号、确定机器分解点、拆卸吊装搬运、划线就位、安装调试等工作，所有数据一一核对，所有部件逐个落实，最终又快又好地完成拆装工作，并且所有的定位精度都高于图纸要求。该同志根据75A设备的改装要求，对比厂家提供的数据，把原有塔组、折页机以及立柱、横梁、踏板、过纸架等重新排列和改造加工。经过详细严谨的图纸演练论证，在没有另外购买零件的情况下，完整地组合安装了两条生产线，既节省了时间，也节约了技术经费约30万元。由他负责的设备安装精度，不论塔组水平调试、纵向间隔调试，还是机组中心线调试，都经过三遍以上的核对，保证误差在0.02mm以内，远远高于图纸要求，得到了设备厂家工程师的高度认可。搬迁期间，该同志父亲已是肺癌晚期，病重在床，但他却因工期紧张，难得有时间回家陪伴老人以尽孝心。

精益求精一丝不苟 保障电气运行安全

此次搬迁共完成18个印刷塔组、6台折页的拆卸与重新安装调试，拆卸安装的机械及电气部件数以万计。如果搬迁中任何一个环节出问题，设备就很难正常运行。对此，印务采取精细化管理，在设备清理、拆卸、标记、打包、安装、调试等环节都做了大量工作，不断优化流程，提高效率。

印务中心技术设备科副科长于兆勇，负责统筹供电配套和设备电气拆装工作。该同志根据印务设备的实际情况，与电业局多次协调沟通，期间认真计算获得供电公司的技术指导，并根据印务工作的特殊要求，选用安全保险的双电源回路供电，为保证印务电力的不间断运行打下了基础。并按照两大车间和综合楼所有设备的使用功率，设定配电室总功率及变压器的台数，并进行科学的功率分配。在详细了解各型电气元件技术参数的前提下，进行比对选型和分配，力争性价比和安全有效的最大合理化。搬迁期间，他带领设备科员工，每每吃住在新旧厂区，夜以继日，实现了平均3天就拆除完一条生产线电缆的高效率。旧的管道和电缆拆卸起来不仅费力，而且工作空间狭小，尘埃飞扬，他们不怕累不怕脏，完全投入到忘我的工作中。针对旧厂房电缆尺寸与新厂房尺寸不匹配的问题，又重新设计了新厂车间电缆桥架的走向和尺寸，利用以前安装设备留下的电缆长短搭配并进行合理焊接，实现了旧电缆的最大化利用，仅此一项就为集团节省了20余万元费用。此外，他们还将旧厂区的空压机和

原有管件拆卸，在新厂自行完成了空压机的安装和管路改造，又为集团节省资金约5万余元。

白班夜班连轴转

圆满高效完成整体搬迁

在各部门密切协作，全力保障下，搬迁速度也得以不断提升。每条生产线（三塔一折页）从开始停机清理到高新区开机印刷，平均用时不足25天，相比设备生产厂方工程师给其他单位搬迁节省约一倍的时间。高新区产业园所在地远离市区，适逢道路施工交通不便，加之此次搬迁是在新园区配套建设还不完善时进行的。搬迁前期，园区的餐厅、澡堂等还未建成，条件十分艰苦。对此，印务团队克服困难，班车、私家车同时上阵，解决加班通勤问题；印务中心经理部想方设法及时联系到高新区邻近企业食堂，确保搬迁队伍在劳累中吃上热腾腾的饭菜。印刷机的调试要在夜班进行时，又为职工准备好了方便面、茶蛋、饼干等方便食品。很多员工吃住在厂里，白班夜班连轴转；生产上很多员工连续数月夜班，一天不休；有夫妻俩同上夜班，上小学孩子只能自己呆在家中……。

紧张的搬迁工作中，印务中心发挥集体上阵的力量，团结一心，各部门科室紧密配合相互协作。根据分工，胶印车间、零印车间、照排车间、技术设备科、材料科、后勤等各部门各司其职，按步骤有序推进，遇到问题就地攻关。胶印在机械安装中遇到了电气问题，设备科的同志们立马顶上；印刷的油墨纸张又消耗了，材料科迅速补充；去新厂上班人员增多了，食堂伙食和通

勤车辆马上调整……，各部门机动灵活地应对着各种新挑战，将困难一一排除化解。在搬迁现场的印务党员冲锋在前，老员工经验见长，年轻员工体力充沛，各自发挥优势为搬迁尽心尽力。不管是风雨冰雪交加，还是周末假日，只要搬迁工作需要，就长时间在新厂区穿梭忙碌，苦干、实干、巧干和拼命干，这次搬迁工作充分彰显了印务人的作风过硬、敢打善打硬仗的优良传统。

青岛报业传媒数字印刷产业园的落成投产，不仅改善了印刷条件，丰富了印刷产业园的功能设置，进一步拓展了多元化的经营空间，为积极寻求新的商业印刷、特种印刷产业项目创造了良好条件，而且实现了报社集团“腾笼换鸟”的新战略，是青报传媒“凝心聚力办好报、一心一意谋发展”的新契机、新起点。印务中心要继续发挥青报人尚实干、敢作为、勇担当的气概和优良传统，用辛勤的双手共同开启报业转型与发展的历史新篇章。

（作者为青岛报业传媒集团印务中心总经理）



民国时期山东的党派报纸

东海日报

创刊于1930年7月。对开两大张，发行2000余份。1937年停刊。

《东海日报》为驻烟台军阀刘珍年创办，报头为于右任题写。蒋介石为笼络刘珍年，曾为《东海日报》周年纪念题写过《泰岱晨钟》的贺词。1932年下半年刘珍年南调，《东海日报》由国民党福山县党部（当时烟台的国民党党务由福山县党部管辖）负责人林鸣九等接办，总编辑为冀蔚怀。冀蔚怀是脱离组织的共产党员，兼副刊编辑，主编《小灯塔》副刊，发表过一些宣传抗日救国的杂文。“九·一八”事变后，《东海日报》宣传过抗日救国；但也刊载国民党地方党部为蒋介石不抵抗主义辩护的言论；宣传“剿匪”，有污蔑共产党“杀人熬油”的报道，但副刊上又刊登过介绍《苏联红军之全貌》的文章。

《东海日报》的文艺副刊，对文艺创作持进步的观点。1935年2月10日发表的《论报纸副刊》一文，认为“报纸副刊必须排泄足以伤害我们国家、民族、同胞的质素，成为一尊射向攫夺我们的国土、阴谋瓜分我们的山河的帝国主义和社会进化障碍物的大炮。”文艺副刊之一的《原草》，为山东省立八中（设于烟台）的进步学生温建平等所创。当时撰稿的许多学生，后来都加入了中国共产党。

青联报

1948年11月1日创刊于青岛。此时正是中国人民解放战争进入最后决战阶段，国民党在青岛地区的反动统治，已成风中之烛。《民言报》、《平民报》、《青岛公报》、《军民日报》、《青岛时报》、《青报》、《青岛晚报》、《民报》八家报社社长，为了转移财产、伺机外逃，并瓜分一批从美国进口的白报纸，在《平民报》社长张乐古的提议下，决定各报于1948年10月31日停办，从1948年11月1日起，联合创办一份报纸，定名为《青联报》。这就是青岛市的所谓“八报联合”。

《青联报》社长为于佩文，总编辑是孙松一。社址设在民言报社旧址，日刊，始为对开4版，1949年3月以后缩小篇幅，每周二、四、六出对开4版，每周一、三、五出对开2版，停止副刊和专刊。1948年12月2日，青联报社还出版了一张4开4版的《联青报》，1949年2月6日停刊，次日，改出《青联晚报》，仍为4开4版，1949年5月停刊。《青联报》还设有英文版，1949年3月停刊。

山东籍报人林家琦、林宁、杜宏

林家琦

山东济宁人，毕业于中央政治学校大学部新闻系和美国密苏里大学新闻学院研究班。1939年进入中央通讯社，历任记者、编辑和贵阳、洛阳、沈阳分社编辑组长，并任沈阳日报社长。抗战胜利后转入中央日报，任驻平津特派员、资料室主任。1949年赴台湾后，任中央日报副总编辑、总编辑，主任秘书、航空版主任等职。1972年起任台湾中华日报副社长、总主笔，兼任台湾中国文化学院、政治作战学校新闻学教授，担任新闻写作、新闻编辑、报业行政等课程。著有《新闻写作研究》、《报业行政概论》等。

林宁

女，山东益都（青州）人。1933年考入天津中西女校，在校期间积极参加学生抗日救亡活动。1936年加入中华民族解放先锋队。同年，加入中国共产党。1937年任北平中共东北大学女生支部书记。1938年到延安，先后在抗大、中央党校、陕北公学、中国女子大学学习。1940年在延安自然科学院初中部任语文教员。1941年调新华社英译组从事英文电讯翻译工作。1949年3月随

新华社进入北平，任国际部东方组编辑。同年12月，调新华社驻布拉格分社工作。1950年调任新华社柏林分社记者。1956年后，任新华社对外部副主任，并被评为高级编辑。1982年离休后，应聘创办英文《新中国季刊》并担任副总编辑，1983年被评为全国“三八”红旗手。1992年病逝。

杜宏

原名窦英哲。山东章丘人。大学肄业，1938年到延安。1941年在《新华日报》华北版任翻译、助理编辑。1943年调延安新华社社任编辑。曾两次被评为模范工作者。1945年加入中国共产党。1947年，在人民解放军南下部队任随军记者，后在十一军政治部任报道科长。建国初期，在中共重庆市委任秘书处长。1954年调中央广播事业局任对国外广播编辑部副主任，曾赴瑞士采访日内瓦会议。1955年4月11日，同其他中外记者一起从香港乘印度“克什米尔公主”号飞机前往印度尼西亚采访亚非会议，由于国民党特务的破坏，飞机中途失事，不幸遇难。