

2013 中国报业：艰难之年，整合加速

■ 郭全中 报道

2013年，我国报业依然是艰难困苦之年，虽然很多地方受到房地产逆市飞扬的利好，但是中国报业广告实收额继续延续着去年15-20%的下降速度。当然在整体堪忧的外部大环境下，报业也出现了一些亮点。

新闻出版总署和国家广电总局合并

从全世界传媒业的发展趋势来看，传媒业的混业经营是大势所趋，但是由于我国对传媒业一直采取的是“条块分割”的管理体制，这种管理体制也必然导致传媒业的区域分割和行业分割，使得传媒业市场尤其报业市场高度碎片化，报业市场存在着中央、省级、地市级等三级管理体制，有一些县还有县级报，这种情况就导致报业呈现小、散、弱的局面，不利于进一步发展壮大。

2013年，新闻出版总署和国家广电总局合并为国家新闻出版广电总局，从国家管理层面实现了“条”的整合，顺应了传媒业融合的大趋势，将有力地促进报业和广电业的相互进入和融合，必将有利于市场化能力强、品牌影响力大、人才储备多的大型报业集团的快速发展壮大。

上海报业整合大幕开启

2013年10月28日，解放报业集团与文新报业集团合并后的“上海报业集团”正式挂牌，总资产规模达到20871亿元，净资产为76.26亿元，如果其旗下的不动产采取完全市场化的估值方法，其总资产和净资产则会更高。结合国家新闻出版广电总局发布的《2012年新闻出版产业分析报告》的数据，解放报业集团和文新报业集团分别居于报刊出版集团总体经济规模综合排名的第3和第5位，因此，合并后的上海报业集团无疑是中国最大的报刊集团。

这次整合的主要内容有：成立相关委员会。整合后的上海报业集团成立了如下委员会：中共上海报业集团委员会、中共上海报业集团纪律检查委员会，其党组织关系归属中共上海市委宣传部；此外，其旗下的解放日报、文汇报、新民晚报也都分设了中共解放日报社委员会、中共解放日报社纪律检查委员会；中共文汇报委员会、中共文汇报社纪律检查委员会；中共新民晚报社委员会、中共新民晚报社纪律检查委员会。由袁新任中共上海报业集团委员会书记、上海报业集团社长。从上述设置可以看出，集团委员会实质上相当于其他报业集团的党委会，是集团的最高决策机构。而和其他报业集团相比，尚缺乏社委管理委员会和编辑委员会，目前也没有任命总编辑，但由于报业集团具有很强的意识形态属性，未来有可能会设置这些委员会。

上海报业集团为控股型集团。从公布的



方案来看，上海报业集团的性质尚不清楚，是法人联合体？是事业法人？还是企业法人？而且集团虽然任命了总经理，但是尚未成立集团公司，也未成立董事会。目前能够明确的是，由于恢复了解放日报、文汇报和新民晚报这三张报纸的独立法人资格，集团应该是控股型集团，且解放日报和文汇报由于获取了上海市政府的财政支持，其应该是事业法人，而新民晚报未获得财政支持，未来有可能彻底转企改制，成为企业法人。此外，三大报社有很大的自主权，在年度预算之内，三大报社总编辑还将拥有完全自主的财权，三大报社未来还将拥有对中层干部的提名权、决定权和任命权。

获得了市委市政府的大力支持。在上海报业这次大整合中，上海市委市政府给予了大力支持：市财政每年分别给《解放日报》和《文汇报》5000万元，以支持这两张党报的发展。这也说明这两张党报在新一轮的非时政报刊单位转企改制中，将被锁定为时政类报刊；将认购解放日报旗下的APP“上海观察”10万份，为新项目的启动提供了资金支持；将从上海市宣传文化产业发展基金中对上海报业集团的新媒体拓展项目给予大力支持。四是将大力发展新媒体产业。在上海报业集团成立的仪式上，刚刚成立的上海报业集团与百度公司签署协议，双方宣布就合作共同运营百度新闻“上海频道”达成一致，双方将开展的战略合作涉及上海本地新闻搜索引擎、媒体资源购买、云服务器资源提供、舆情报告、手机阅读服务、人才合作、战略资源购买七个方面。

双方将采取共同组建团队，联合运营的方式来运营百度新闻“上海频道”。再加上此前腾讯网与新闻晨报合办的大申网，可以说，上海报业集团将进一步大力拓展互联网媒体。此外，这次合并尚未涉及到下一步报刊的区隔定位与整合问题，由于报刊的整合乃至撤并是一项涉及到人员安置等一系列复杂问题的巨大工程，可以预见在短期内不会进行这项工作，但是相信上海报业集团一定会进行相关工作的调研和谋划，在时机成熟时推进这项艰巨的工作。

《新闻晚报》休刊

2013年10月28日刚刚合并成立的上海报业集团在短短的不到2个月的时间内就在关停并转方面有大动作，12月23日其旗下的《新闻晚报》宣布于1月1日休刊，尤其需要指出的是，现任上海报业集团社长袁新也是《新闻晚报》的第一任总编辑。

人员安置是其中最为关键的问题。据了解，《新闻晚报》的休刊涉及到300多位人员，其中采编人员130多位、经营人员110多位，人员安置方案的原则是：转型发展、充实一线；双向选择、竞争上岗；市场原则、有情操作。可以预测，上海报业集团未来将会有更多的子报刊休刊，而《新闻晚报》也是中国很多报纸的一个缩影。

浙报传媒等传统报业开启收购大幕

2013年1月份，浙报传媒集团斥巨资319亿元收购杭州边锋和上海浩方的申请得到证监会的审核通过，浙报传媒收购了杭州边锋和上海浩方100%的股权。边锋和浩方属于全国知名游戏平台，拥有边锋游戏、游戏茶苑、浩方电竞、三国杀online等众多知名品牌。

今年7月10日，博瑞传播宣布日前与漫游谷及售股股东签订了《购股协议补充协议》，就此前《购股协议》拟以非公开发行方式，以10.36亿元购买北京漫游谷70%的股权，并签署了“对赌协议”，2014年漫游谷年净利润不为负，将以不高于43亿购买漫游谷剩余30%股权。

华闻传媒以245亿购华商传媒及其8家附属公司的少数股东权益。华闻传媒与华商传媒合并并持有华商数码、华商广告、华商网络、重庆华博传媒、吉林华商传媒、辽宁盈丰传媒100%股权以及陕西黄马甲90%股份；华闻传媒与华商广告合并持有华商卓越文化100%股权。

粤传媒以45亿元收购户外LED媒体运营商上海香榭丽广告传媒股份有限公司；根

据收购报告，粤传媒及其全资子公司将以现金874955万元收购香榭丽传媒19.44%的股份，同时以10.92元/股的价格发行331963万股，收购剩余80.56%的股份，交易完成后，粤传媒将持有香榭丽传媒100%股份。

可以看出，报业上市公司收购的多是网游公司，其根本原因在于网游具有高成长性和高利润率，这将有利于解决传统媒体的利润承诺和成长性突出矛盾。

刘洲伟离职创业

近些年，报业有大量的人才离职，或加入互联网媒体，或自己创业，虽然对传统媒体有一定影响，但远没有刘洲伟离职创业的江湖震动大。

刘洲伟离开的是被外界誉为中国最好的报业集团和最好的经济类报纸。

刘洲伟在21世纪公司是股权的，股权这种“金手铐”都没能留住他，可见其离开的决心之大。

刘洲伟是《21世纪经济报道》的创始人之一。2001年，沈灏、刘洲伟、陈东阳、李戎四个一起创办《21世纪经济报道》，此后，在中国财经报道领域刮起了“南方旋风”，他们四人也被人冠之以“F4”黄金组合的美誉。

可以看出，传统媒体不仅越来越难以吸引到人才，更难留住卓越人才和骨干人才，而传媒作为轻资产公司，其主要资产就是人才，而当人才散尽，传统媒体的下场也就可想而知了。

传媒梦工场的体制外转型探索

首先，传媒梦工场是浙报传媒转型的一个重要抓手，其主要思路如下：一是传媒梦工场作为独立的市场主体运作。浙报传媒认识到在体制内进行新媒体转型的成功可能性不大，所以传媒梦工场一开始就是作为独立的市场主体，和浙报集团的传统业务相对独立，相互区隔，以期望在体制外孵化新媒体。

二是传媒梦工场对新项目采取的是孵

化模式。传媒梦工场类似李开复主导的创新工场，对新项目采取的多是风险投资的方式，浙报集团所有的资金和资源投入以股本形式进入公司，但股权比例相对较低，基本上由创业团队控股。这样既能发挥创业者的积极性，又能建立起适应市场需求的企业制度和体制，同时也能发挥浙报集团的品牌优势，即体制外优势和体制内优势兼顾。

三是传媒梦工场搭建市场化的团队。传媒梦工场高度重视技术，并从浙江电信挖来了蒋纯任CEO，组建了市场化运营能力强的高水平团队。

四是浙报集团给予强有力支持。浙报集团作为我国著名的传媒集团，具有很强的经济实力和品牌影响力，浙报集团在如下两个方面为传媒梦工场提供了强有力的支持：充分利用浙报集团多年凝聚的影响力，为传媒梦工场提供平台和人脉等多方面的支持；浙报集团已经拿出5000多万元来支持传媒梦工场，并给予5年的培育期这一较为宽松的政策环境。

其次，传媒梦工场的具体做法：充分利用浙报传媒的品牌影响力来吸引创业者和新项目。传媒梦工场所的浙报集团具有雄厚的资源优势，包含良好的政府资源、媒体运营经验、全方位的宣传及发行渠道、品牌资源等。一方面，能为创业团队提供资金、技术、财务、人力资源、法务、创业导师辅导等全方位的支撑和服务，提高创业的成功概率。另一方面，浙报集团还积极吸纳各种社会资源，为“传媒梦工场”提供强有力的支持，目前，浙报集团还与复星集团、阿里巴巴、三大通信运营商等11家单位签署了战略合作协议。传媒梦工场充分利用浙报传媒的影响力和传播能力，通过举办各式各样的活动来实现创业者的聚集。2012年，举办的主要活动有中国首届新媒体创业大赛、传媒梦工场首届新媒体峰会暨中国新媒体盛典、新媒体领袖计划、2012社会化影响力排行榜暨传媒梦工场年会等等。

专注于新媒体创业领域，以与其它类型的创业孵化器有效区隔。三是采取行之有效的运作模式。传媒梦工场挑选具有优秀创意、良好市场前景的新媒体产品与创业团队，为其提供发展所需的相关资金、资质、品牌、管理能力和经验、人才、人脉等方面的资源，帮助其快速成长。四是充分利用浙报传媒收购的现有平台。

不久前，浙报传媒已经成功全资收购盛大旗下的杭州边锋和上海浩方，这为传媒梦工场的孵化对象提供了较好的用户平台和较大的流量，也可以加快孵化对象的成长进程。五是本质是风险投资机构和公司。

目前，传媒梦工场是一个优秀的新媒体孵化基地，但是其本质是风险投资机构，一旦吸引到足够的项目就可以发起和组建基金，由于基金公司每年可以收取基金金额的1.5%-2%的管理费，如果基金募集额到达一定规模，每年就能有较为稳定的收入流，这样也就形成了商业闭环。

2014 中国报业：前路荆棘，生死一线

■ 何辉 徐磊 报道

“再见！”2013年12月31日23:58，距离2014年的元旦钟声敲响还有两分钟，《新闻晚报》的官方微博发出最后一条微博，向2013年告别，也向即将走进2014年的读者道别——2014年1月1日，14岁的《新闻晚报》正式休刊。

一份报纸在新年时刻以这样的方式向读者道别，不免让人心生几分悲凉，也让正经历广告、发行双重下压力的中国报业，在跨入2014年之际显得有些落寞而悲壮。未知的2014年，曾经风光无限的中国报业究竟将作何表现？

广告持续衰退 短期内已不可逆转

尽管目前关于2013年报业广告的最终数据尚未发布，但纵观报业全年的表现，中国广告协会报刊分会主任梁勤俭前不久在接受《中国新闻出版报》记者采访时曾预测，报业广告“2013年降幅的最终统计数据很有可能逼近两位数”。

梁勤俭直言，报纸广告持续衰退的态势短期内已不可逆转，而且这种衰退将会是全方位的。

梁勤俭建议报纸未来要把广告当做内容来经营，让广告真正变为读者喜闻乐见的形式，同时对报纸进行根本性改革，即让报纸由新闻纸真正向功能纸、服务纸转变。

此外，鉴于目前报纸新媒体广告增幅非常低的状况，梁勤俭建议报业设立新媒体营销研发部门，利用好新媒体资源和新媒体手

段，盘活自身资源进行营销。

改革是主旋律 报业转型在所难免

《新闻晚报》的休刊让报人们觉得这个冬天格外寒冷，然而，就好比“冬至是早春的使者”，在寒冬之中也孕育着突围、转型的力量，尽管这春天还有些遥远。展望2014年，报业的发展境况并不会有太大好转，但“转型”“改革”注定将是报业未来一年的主旋律。

对于报业转型，《新闻记者》主编刘鹏坦言，近几年，报界同仁普遍对行业前景表示忧虑，但真正痛下决心主动转型的却不多，更多的人仍停留在对往日辉煌的怀念与迷恋之中。但是2013年的种种变化都表明，包围传统纸媒的环境温度不断升高，即将达到沸点，媒介格局调整背景下的报业转型或被转型在所难免。在刘鹏看来，所谓报业转型，既包括媒介渠道的跨越与拓展，也包括原有媒介质量的升级换代，“晚转不如早转，被动转不如主动转，报业同仁必须放下包袱，开动机器，丢掉幻想，开始战斗”。

此观点也得到了国家行政学院社会与文化教研部高级经济师郭全中的认同。他认为，在艰难中开始的2014年，转型、亏损、关停并转、整合、并购、深化转企改制等将会是传统媒体业的关键词。

纸媒结构调整 资源整合大势所趋

2013年10月28日，文汇新民联合报业

集团与解放日报报业集团合并成立上海报业集团。而在此之前，山东、湖北等省也都出现了省报整合地市报、创办地方版的动向。展望2014年，报纸整合很有可能会大规模出现。

对于业界期待，新闻出版管理部门也给出了积极回应。记者在采访中了解到，2014年，新闻出版管理部门将进一步推动报刊改革和结构调整。推动报刊出版单位深化改革，推动已转制的报刊建立健全现代市场体系，开展实行特殊管理股制度试点；探索国有新闻出版企业股权激励机制，经批准允许有条件的国有控股上市传媒公司开展股权激励试点；出台关于加快推进我国报刊业结构调整的若干意见，鼓励报刊出版传媒集团整合资源、兼并重组，培育具有核心竞争力的大型报刊出版传媒集团；以“百强报刊”为核心，实行政策倾斜，积极推进品牌报刊建设；大力推进传统媒体和新兴媒体融合发展，增强主流媒体的传播力、公信力、影响力。

更注重视地域性 开发本地生活服务

在2013年的报业广告中，只有房地产和活动类两个行业依然增长。其中，房地产广告之所以普遍增长，与一些报纸创新营销模式有关，也与地产广告一般以地域投放为主有关。而发行方面，在报业发行的一片下跌声中，社区报是为数不多的增长亮点。

由此可以看出，地域性的报纸往往与地域性的品牌结合度更高，就近的报纸可以充分发挥自身优势为读者贴身定制服务。因

此，走向服务、走向社区，或许将在2014年成为越来越多的报纸选择的发展之路。

“社区报上都是老百姓关心的内容，很落地、很灵活，老百姓本身参与性也很强，自然就会越来越受欢迎。”北京世纪华文国际传媒咨询公司总经理田珂对报业发展社区报的前景看好。一些媒体人也表示，报业进行社区报的大胆探索，能够让报业面向自己的受众提供增值服务，锁定特定区域的有效覆盖群体，进而通过包括客户价值最大限度挖掘，从而实现媒体价值的增值。

链接 内容免费上网，报业生死一线

去年，国内国外，都有不少报社因无法维持经营而“关门”。实际上，这种现象，自2007年以来已频现。2014年伊始，报纸面临互联网与移动终端新技术的冲击，更有“山雨欲来风满楼”的感觉。报业人士纷纷质问，报业的前途究竟如何？要想生存下去，究竟该怎么办？

窃以为，客观而言，报纸的前途不容乐观。在生存的道路上，报纸最大的挑战者是网络。报纸内容最大的竞争者是网络内容。与网络相比，在介质方面，报纸尽管有一定的优势(如易于携带与收藏)，但有更多劣势。网络作为介质，其空间几乎无限，其存在几乎不易被损坏。

既然报纸无法与网络比拼介质的优势，报业就不该死守纸质报纸，而应增加网络形态的介质。未来，也许纸张称为许可业NEWSNET；报业也可直接称为新闻业。换句话说，纸质报纸有可能消失；但是作为报

业的实质——新闻生产——这项专业化的工作却不会消失。

报业若想保留传统纸质介质并增加网络介质；同时，若想依靠专业新闻生产来获得生存发展的机会，关键在于推动国家与社会承认并保护新闻业所生产的内容的知识产权。网络空间中，数字内容可被无限复制，且几乎无复制成本。目前网络空间中大量廉价甚至免费的内容正是来自于报纸。也就是说，报纸所生产内容的知识产权，并没有得到适当保护。另外，目前来看，即使是报纸自身的网站，也未对内容的知识产权进行必要保护。

数字信息易复制的特质与网络介质相结合，极大推动了知识与思想在公共领域的共享；但这种共享也造成了一种后果，即内容复制者很容易获得了复制内容所带来的极大收益，而内容创新者的收益则受到极大的损害。网络运营商通过极低的内容复制代价，获得大量来自报纸的新闻内容，报业无形中受到伤害。

如国家与社会能承认新闻业的工作是一种创造性的工作，就可仿照对艺术品知识产权进行保护的措施，对新闻业(含报业)的知识产权进行适当保护。依靠这一社会契约的保护，报纸媒体可建立自身的收费阅读网站，同时，报业因内容得到一定时期的保护，也可保护纸质介质在一定范围的存在。这是社会可选的选择之一。当然，还有其他选择，如：允许网络运营商获得媒体牌照，兼并传统纸媒，或其内部分化出专业新闻采编团队等。社会不该期望，一个产业可以长期无成本的或以极低的成本去生产出高价值的产品——这不符合价值规律。