

## 加快媒体转型 推动融合发展

## 首届报业集团高层座谈会召开

本报济南11月27日讯(大众日报记者 滕敦斋 赵琳) 由中国新闻出版传媒集团发起主办,大众报业集团承办的首届中国报业集团高层座谈会27日在济南召开。会前,省委书记姜异康会见了全国人大常委会委员、教科文卫委员会主任委员柳斌杰,中国记协党组书记翟惠生等与会代表。

姜异康代表省委、省政府对大家的到来表示欢迎。他说,这次会议在山东召开,为我们提供了向中央和兄弟省区市媒体学习的机会。长期以来,党报积极宣传党的主张,倡导良好社会风尚,牢牢把握意识形态工作的主导权、话语权,发挥了在宣传思想工作中的主渠道、主阵地作

用。大众报业集团宣传省委省政府决策部署、交流经验、推广典型等方面发挥了重要作用。当前,新兴媒体的影响越来越深入广泛,传统媒体尤其是报业集团面临转型发展的重要契机,相信报业集团能够积极适应传统媒体与新兴媒体融合发展的趋势,进一步宣传中央精神,凝聚人心,为改革发展提供有力舆论支持。希望大家进一步宣传推介山东,支持山东经济社会发展。

省委常委、宣传部长孙守刚,省委常委、秘书长雷建国参加会见。

孙守刚在开幕式致辞时说,这次会议探讨当前传统媒体和新兴媒体融合趋势,探索打造拥

有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团的路径和措施,是新闻宣传战线贯彻落实中央全面深化改革的重大战略部署和习近平总书记重要讲话精神的重要举措。希望全省媒体和大众报业集团认真听取学习各位来宾提出的宝贵建议,借鉴兄弟省市的好经验好做法,不断提高舆论引导水平,推动我省宣传工作取得新成绩。

柳斌杰作了主旨发言,他说,党报在正确引导社会舆论、传播社会主流文化等方面,有着不可替代的公信力、影响力,党报永远是引领时代潮流的旗帜。面对媒体转型融合的新趋势,党报要科学应对,借鉴新媒体的优势,借力

现代科技手段,创新内容、渠道、平台、经营和管理,加快推进传统媒体向新型主流媒体的转型,占领新闻舆论制高点,提高我国传媒的整体实力和传播力、公信力、影响力。翟惠生在主旨发言中说,这次会议直面当前媒体转型、融合发展的热点,吸引了全国各地的党报负责同志齐聚一堂,座谈交流,碰撞思想的火花。面对挑战,党报作为主流媒体应该主动出击,引领舆论导向,把广大网民作为受众,用传统媒体的内容优势去占领移动互联网的阵地,消除黑色地带,转化灰色地带,探索出一条媒体转型、融合发展的新路径。

中国新闻出版传媒集团党委书记、董事长马国仓在致辞中

分析了当前中国传统报业面临的挑战和机遇,提出,面对新技术、新媒体的挑战,报业要提振信心,顺势而为,积极推动自身变革,加快传统媒体和新兴媒体融合发展。大众报业集团党委书记、董事长、总编辑傅绍万作了题为《媒体融合背景下的报业经济形态》的发言,他提出,在媒体融合背景下,报业要坚持以影响力为核心,创新影响力的营造和聚合方式,树立平台经济思维,尽快构建起以平台经济为特征的新型产业格局。

国家新闻出版广电总局有关负责人,全国21家主流报业集团和3家行业媒体的主要负责同志参加座谈会。



李军

国家新闻出版广电总局新闻报刊司副司长李军：  
做好媒体融合发展的顶层设计

“近年来,各报业集团无不把电子化、把融合发展作为重点,涌现出了一大批转型升级和融合发展的先行者。”27日的座谈会上,国家新闻出版广电总局新闻报刊司副司长李军说。

“大众报业集团以75年历史的深厚积淀,以改革为动力,探索出新的报业组织形式、管

理形式和运营模式,各项工作走在了前列。”对大众报业集团在融合发展方面的探索,李军给予了充分肯定。

但李军坦承,目前各报业集团的探索大都是分散探索,主要集中在项目探索和实施上,还没有找到比较成熟清晰的盈利模式,此外,在人才和资金等方面

也存在很大限制。

李军提出,报业融合发展要树立战略思维,要克服短期效应、急躁情绪,实现三个变革:传播模式的变革,要由单一单向向多元多向转变;商业模式的变革,要由主要依赖广告发行向综合文化服务转变;组织模式的变革,要由单向向交

互性转变,形成一次采集、多种生成、多元传播的组织模式。

李军介绍,为推进媒体融合发展,国家新闻出版广电总局已经着手调研制定新闻出版领域媒体融合发展的实施意见,制定新媒体融合的目标方向、途径措施以及发展政策,做好媒体融合发展的顶层设计。



陆先高

光明日报报业集团副总编辑陆先高：  
改变当前新媒体生态是融合的核心

光明日报报业集团副总编辑陆先高提出,首先要了解媒体融合的核心要义,那就是传统媒体拥有强大的内容生产能力,必须通过各种途径进入新媒体领域,来改变目前新媒体领域的各种乱象和生态。

“媒体融合并不是谁融合谁,谁吃掉谁,新媒体的内核和外缘到现在也不是很确切,比如说光明网,我不认为它是新媒体。”陆先高说,光明网的内容生成、展示、聚合以及传播过程与传统媒体并没有什么分别,因此,办一个网站把内容平移过来,这与媒体

融合基本没有什么关系。

陆先高通过光明日报报业集团的产品来阐述在媒体融合方面所做的尝试和探索。从2009年的光明网云媒,到后来2010年的云端读报,再到基于skype的“时光谱”新闻服务,在实践中不断探索媒体融合的可能。近年来,

光明日报成立了“融媒体中心”,为新媒体提供技术支持,并负责产品设计和市场对接。

在陆先高看来,移动互联网是未来发展的方向,光明网10月份的统计数据显示,来自移动端的访问量已经超过PC端,光明网也将向更多的渠道发展。



傅绍万

大众报业集团党委书记、董事长、总编辑傅绍万：  
媒体融合要创新影响力营造和聚合方式

“媒体融合,首要任务就是要创新影响力营造方式。”大众报业集团党委书记、董事长、总编辑傅绍万表示,报业经济是以影响力为核心、以媒体平台和资本平台为载体的经济形态。

傅绍万认为,报业经济是影响力经济,通过内容经营形

成影响力,再把影响力的产业功能转化为产业形态和经济效益。影响力由核心影响力、外延影响力和品牌影响力三个方面构成。

一般情况下,影响力越大,产业功能越强。决定影响力产业价值的要素,最终取决于有效的影响区域、影响人群和影响集中

度。媒体融合,关键是创新影响力的聚合方式。

据介绍,传统的报业经济是线型经济,最主要的方式是二次售卖,但这种模式正面临挑战。未来的报业经济形态应该是平台经济,以影响力为依托,形成媒体平台,并将其推向更高层次,形成资本平台。

傅绍万表示,在媒体融合的背景下,报纸产业以影响力为核心的本质不会变,“两种属性”的性质不能变,需要变革的是影响力营造和聚合方式,树立平台经济思维,尽快构建起以平台经济为特征的新型产业格局,这是媒体转型融合可以预见的曙光。



钟顺虎

陕西日报传媒集团总经理、陕西日报社社长钟顺虎：  
纸媒应组联盟,共同发出“好声音”

陕西日报传媒集团总经理、陕西日报社社长钟顺虎表示,媒体转型的大势不可阻挡,纸媒首先要坚守主业,为媒体转型争取更加充裕的时间。

在上述基础上,要搭上新技术革命的便车,实现对主业的延伸,如发行渠道与物流结

合、广告传播形态进行全新调整等。还要利用品牌优势,跨界多元发展,如陕西日报传媒集团在媒体与文化、金融、科技的深度融合等方面做了有益探索,“这些尝试都实现了跨界和新的融合业态。”钟顺虎说。

“媒体融合是不可阻挡的潮

流,这将对传统模式的颠覆。”钟顺虎认为,这不是“网络+报纸”的简单叠加,而是新媒体基因的植入和系统元素的整合与再造。

但无论如何变化,核心依然是受众、用户,钟顺虎表示,要从做平媒转向做平台,“在这个平台上,既有新闻也有生活、

服务等,实现资源共享,一切以用户为中心。”

“融合与发展是这代媒体人的历史责任与担当。”钟顺虎说,希望对主流媒体转型出台具体的政策支持,纸媒也应组成联盟,联合发声,为推动事业发展提供建设性意见。



李少军

成都传媒集团党委委员、副总编辑李少军：  
打造“中央厨房”,一次采编多次传播

“今年成都传媒集团把媒体融合提上议事日程,成立了媒体融合领导小组。”成都传媒集团党委委员、副总编辑李少军说,就在不到一个月前,成都传媒集团宣布启动进军新媒体的“4311”战略,该战略涵盖了时政新闻、财经资讯、生活服务和

数字娱乐四大产品矩阵,成都传媒集团数字采编中心、自主研发的技术研发中心,用户大数据中心等三大中心,以及一个新媒体产业园区和一个新媒体产业发展基金。

谈及成都传媒集团的新媒体建设理念,李少军认为主要

突出在“新型”和“主流”两个关键词上。“新型”就是传统媒体与新媒体技术上的结合,着力以“中央厨房”的概念打造一个数字采编中心,做到一次采编、多次传播,多平台传播。“主流”体现在影响力。“在‘4311’战略的4个矩阵里,我们特别突出时

政和财经新闻,如果不能在这些领域取得影响力,就很难说是主流。”

文/本报记者 马云云 李钢 王光营 宋立山 许亚薇 片/本报记者 王鸿光 戴伟