

8月31日至9月1日,由中国晚报工作者协会主办、羊城晚报报业集团承办的中国晚报工作者协会第三十二届年会在广州召开,来自全国140多家晚报社的社长、总编辑聚首羊城,参观学习了由羊城晚报报业集团创建的羊城创意产业园、羊城晚报全媒体指挥中心、岭南报业博物馆,并举行了媒体深度融合发展高峰论坛。风起南方,有融为大。大家一致认为,广东作为我国改革开放前沿阵地,媒体的改革也走在全国前列,特别是羊城晚报报业集团,在媒体融合、产业创新方面为传统媒体走出困境探索出了一条可资借鉴的路子。在高峰论坛上,走在全国前列的部分晚报社长、总编辑的发言,让我们倍受鼓舞:纸媒未来的发展路径逐渐清晰,新媒体的发展空间愈加广阔,融合创新的发展大道徐徐铺开。

A

改革创新 双轮驱动

发言人:刘海陵(羊城晚报报业集团党委书记、羊城日报社社长)

如何打造现代传媒集团?羊城晚报报业集团的做法是,两条路径同时发力:一条是媒体融合必须有重大突破,一条是产业园区必须独具特色。

深化媒体融合欲取得重大突破,当务之急是提升媒体的传播力和影响力。近年来,羊城晚报报业集团加快媒体深度融合步伐,大力实施“一手抓报纸改革,一手抓新媒体创新”的双轮驱动发展战略,强化中央厨房建设,优先发展移动端,加速推进新闻主阵地从纸媒向移动传播平台的转变。

通过近几年的媒体融合实践,羊城晚报报业集团实现了几个方面的观念转变:由单一的传统报纸向立体的互联网平台转变;由单向的灌输式传播向多极的互动传播转变;实施双轮驱动,在做精传统媒体的同时,做大做强新兴媒体;立足文化资讯主业,拓展关联业态产业;做大活动平台,有力提升品牌影响力。

产业方面,由羊城晚报独家打造的羊城创意产业园,占地26亩,前身为广州化学纤维厂,该厂始建于1958年,是华南地区唯一生产粘胶纤维的企业。1999年,经原国家经委批准,羊城晚报报业集团正式兼并了该厂。2001年,羊城晚报报业集团在该地块建成了亚洲一流的印务中心并投入使用。2007年,利用该地块,羊城晚报报业集团正式启动羊城创意产业园的建设。园区保留了上世纪五十年代的旧厂房,第一阶段的建设是利用旧厂房改造,功能置换,大量引进设计公司、文化艺术机构入驻园区。园区自然环境优美,旧厂房形态各异,充满了创意艺术氛围,符合创意类企业的个性化办公要求,迅速得到多家大型品牌设计企业的青睐。尤其是,以民营建筑设计公司为龙头企业进驻,带动了大批相关设计公司进驻,迅速形成了优质创意类行业集群。短短几年时间,园区已发展成为一个聚集建筑、文化、动漫、科技等高端创意企业的大型综合型创意园。与此同时,园区利用羊城晚报品牌的统一管理和运营,整合品牌策划、执行团队和活动资源,举办相关商业、文化、艺术活动及宣传活动,以提升产业园的知名度、影响力及商业文化氛围,使园区不仅成为创意产业的办公集聚区,还成为各类文化创意时尚潮流活动的基地,并在创意产业中培育自主产业和自主品牌。经过十多年的开发建设,羊城创意产业园已形成媒体融合与产业聚集的文化传播创新驱动平台,现有羊城晚报报业中心、华多科技、酷听音乐、金山西山居、创新谷移动互联网孵化器、天角川动漫、滚石中央车站、羊城设计联盟等100多家文化传媒、信息科技、艺术设计企业入驻。依托羊晚报集团的文化软实力和品牌影响力,园区形成了独具特色的“文化+科技+金融+双创融合”发展模式:以园区的硬件设施作为物理空间承载,发挥传媒品牌的辐射连接特性,依托传媒引领文化,借助科技实现连接,联合金融保障发展,双创孵化持续更新,建立起多种生产力要素融合的“互联网+”的复合产业生态,从而为羊晚报集团媒体深度融合奠定了物质基础。

风起南方 有融为大

百名社长总编齐聚广州 共商媒体融合发展大计

本报记者 王汇枢



年会现场

B

“融”出影响 “合”出效益

发言人:石大东(郑州报业集团党委书记、社长兼郑州日报社社长)

媒体融合发展要考虑四个方面的问题。

第一 融不融合的问题。媒体融合是大势所趋,势在必行,不融只能深陷困惑。据工信部统计,截至今年7月,全国手机用户规模达到13.7亿,手机上网用户11.2亿户,4G用户9.1亿户,人均使用流量1.7G。很多人,特别是年轻人基本不看主流媒体,大部分信息都从移动媒体上获取。从新闻传播规律和媒体技术变革来看,传统媒体肯定要重新融合。

第二 融合能不能出效益的问题。现在媒体融合,融的是新闻生产方式、呈现形式、传播方式以及传播平台,提升的是传播力、影响力和社会效益,而不是经济效益。指望通过媒体融合和新闻宣传挣钱,是走不通的。媒体融合实际上是内容建设领域,这一块我们必须长期投入。因此,媒体融合需要成本,政府的财政支持和政策支持非常重要。当然,只要你融合好,肯定会释放出任何产业都不具备的独特影响力,我们可以通过影响力带动产业化,让产业化挣的钱反哺媒体融合。新闻融合发展是党媒集团的主业,多元化经营是我们的副业。让主业引领副业,让副业反哺主业,形成良性的融合发展闭环。

第三 融与合协同推进的问题。边“融”边“合”、“融”“合”并进,“融”出影响,“合”出效益。融合是大势所趋,必须把“融”与“合”分开来看。推进媒体融合特别是从融合走向深融,一方面要“连天线”,做好中央精神的学习贯彻和落实,另一方面也要“接地气”,要立足新闻实践勇于探索,让优质的内容插上技术平台的翅膀,走上多元传播的大道。我们坚信,话语权、引导力、主动权、传播力和影响力会有的。

第四 融合的财力支持问题。融合的钱从哪儿来?媒体融合小打小闹和断断续续不行,要久久为功,财政必须要支持、敢投入、拿大头儿。政府应加大对媒体融合与新媒体发展的财力支持,重点扶持党报、党台、党网积极主动地占领舆论主阵地、抢夺话语权、释放具有媒体特质和正能量属性的公信力。

C

精做“地方菜” 留住“原住民”

发言人:宋捷(江海晚报总编辑)

做好晚报,第一个关键词是“坚守”。近两年来,我最看重的一件事,便是纸媒影响力的再造。为此,我们精做“地方菜”,留住转向新媒体的“原住民”。纸媒不能和社交媒体比快、比俗、比多、比碎,但必须和他们比深、比高、比远。为此,江海晚报策划了多起有影响力的全媒体活动,拓展了晚报品牌的影响力。

“创新”是江海晚报发展的第二个关键词。目前,江海晚报日均24个版,其中插入了不少“私人定制”版面,每天少则三四个版,多则十个版面。

最后一个关键词是“融合”。全媒体项目“江海名镇行”展示了江海晚报媒介融合的思路和成果。该项目充分展示了江海40个乡镇的自然之美、人文之美、发展之美和生活之美,先后获得“中国报业融媒创新奖”“江苏省报纸好新闻奖”等多个奖项。

D

办好报纸 全媒融合

发言人:李松云(南昌晚报常务副总编辑)

在三四线城市,晚报如何实现融合发展?目前,南昌晚报主要坚持做好三件事:一是坚持做好报纸平台,二是坚持媒体融合,三是坚持政务创收。

报纸还是南昌晚报经营创收的主要阵地。为此,南昌晚报舍得下大力气做深度报道,有专门的深度报道团队和激励机制,成立视觉工作室做精版式;加强新闻策划,策划了暑期“打工一日看社会”“千愿牵手”等诸多有影响力的报道;勇于承担社会责任,成立了自己的基金会,为偏远山区孩子放电影等。

如何做好媒体融合?要提高全媒体呈现意识,增强运用新技术的能力。近两年来,南昌晚报做了诸多尝试,包括视频直播、H5、航拍、720全景摄影等,并运用新技术与腾讯、优酷、新华云等平台合作直播。

如何坚持政务创收?政务创收大有可为,我们为市直部门、县区、乡镇量身定做一些活动,他们付一定的资金。这种操作模式,值得我们三四线城市晚报去探索。