

<<报业的变局与方略>>

图书基本信息

书名：<<报业的变局与方略>>

13位ISBN编号：9787811270648

10位ISBN编号：7811270641

出版时间：2008-3

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：顾润清

页数：230

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<报业的变局与方略>>

内容概要

本书以世界报业的大变革和传播方式的大融合为时代背景，对国内报业集团十多年来的实践进行了深入研究，不仅着眼于报业集团的现状和存在问题、着眼于报业集团的未来和发展思路，而且还着眼于报业集团的品牌核心竞争力研究、媒体资源融合研究和报业外向拓展研究等等，更重要的是深入论证了“报业集团如果不做强做大，就不能有效控制市场，不能控制市场就不能有效地正确发挥舆论导向”的道理，具有较强的针对性、前瞻性和战略性，对国内报业集团拓宽视野、深化认识、促进发展将起到积极的推动作用。

<<报业的变局与方略>>

作者简介

顾润清，1957年10月出生于广州，祖籍江苏，研究生毕业，现任广州日报报业集团副总编辑，兼任广州市社会科学界联合会副主席、广东省文化学会副会长等。

获广州市优秀中青年社会科学工作者和广州市优秀专家称号。

合作编撰的理论文章和图书获得过两届全国精神文明建设“五个一工程”奖，获得国家有关部门和省、市颁发的优秀成果奖多项。

个人专著有《沿海开放经济简论》、《中国陆桥经济》、《论海州湾的综合开发》等。

主持多项国家、省、市社会科学规划研究课题。

<<报业的变局与方略>>

书籍目录

序：党报转型的挑战与机遇 陈建华报业集团：探寻品牌与产业的制胜新路 一、品牌影响力在报业发展的进程中越来越重要 二、与新技术无缝衔接事关报业集团的生死存亡 三、打通拉宽接高产业链是重要的产业制胜之道上篇 在中外报业对比中寻找改革航向——中国报业集团化、产业化改革前期研究 导论：世界报业进入大变革时代 一、中国报业面临世界报业大变革的新课题 二、从人类文明看世界报业产业化历史进程 三、中国报业要在世界报业的变革浪潮中前行 第一章 中外报纸的属性与报业产业的比较 一、中外百科全书关于报纸属性的定义 二、中外报业产业化经营的几个基本特点 三、中外报业产业结构的几种基本模式 第二章 中外报业的生产、流通过程和广告经营 一、报业生产过程的基本特征 二、报业流通过程的主要环节 三、中外报业的广告经营概述 第三章 中外报业的市场规则及其异同 一、中外报业市场及其规则的界定 二、中外报业市场进入与退出规则 三、中外报业市场的主要运行规则 第四章 中外报业资本的特性、运营和规模效应 一、中外报业资本的基本特性 二、中外报业资本的运营模式 三、中外报业资本的规模效应 第五章 中外报业集团形成和发展的分析对比 一、西方报业集团的形成和发展 二、中国报业集团的形成和发展 三、中外报业集团的产业比较 四、中国报业集团需要深度变革 五、社会环境与报业集团的运行下篇 在信息化浪潮中加快报业发展转型——中国报业集团化、产业化发展深化研究 导论：媒体正在进入大融合时代 一、中国报业面临数字大融合的新使命 二、融入多媒体的时代特征 三、以品牌为核心的媒体融合 四、媒体大融合的产业思维 第六章 中国报业集团化、产业化的基本格局 一、经济中心孕育报业中心 二、三大中心城市的报业格局 三、经济体制影响着报业体制 四、文化产业范畴的报业集团 第七章 中国报业集团化、产业化的结构调整 一、在集团产业化调整中提高 二、报业结构调整的主要难点 三、报业结构大调整的突破口 第八章 中国报业集团化、产业化的能力建设 一、推进集团的核心竞争力建设 二、实施报业集团的战略管理 三、培育有竞争力的报业团队 第九章 中国报业集团化、产业化的跨国发展 一、我国报业集团需要跨国发展 二、我国报业集团跨国发展的现状 三、我国报业拓展国际市场的途径 第十章 中国报业集团化、产业化的模式选择 一、报业集团产业化竞争模式的选择 二、报业集团产业化“两分开”的模式选择 三、报业集团产业化模式的个案选择 第十一章 中国报业集团化、产业化的组织领导 一、统筹规划与分类指导 二、体制创新和管理创新 三、宏观调控和积极探索 四、舆论导向正确和产业制胜附录：中国报业集团发展大事记跋

<<报业的变局与方略>>

章节摘录

党报转型的挑战与机遇 陈建华 自1996年广州日报报业集团作为中国内地第一家报业集团成立以来，中国报业集团发展已经走过了十多年的历程。

回顾这十多年的历史，我们可以看到中国报业发展取得了突出的成就。

通过组建报业集团，中国报业改变了过去相对比较散乱的局面，报业经济实力不断增长。

2006年，全国报业广告已经达到了691.5亿元，较1996年的77亿元增长了近8倍。

随着报业集团实力的壮大，党报的影响力不仅没有下降，而且、且在市场的洗礼中不断做大做强；正确的舆论导向不仅没有改变，而且引导艺术不断提高，公信力显著增强；党对媒体的领导不仅没有削弱，而且对舆论的调控能力明显提高。

国内报业集团取得的这些成绩表明，组建报业集团是一条适应中国国情的社会主义传媒改革之路、发展之路、壮大之路。

当前，国内报业集团的发展已经步入了一个新的阶段。

在以互联网为代表的新兴媒体冲击下，媒体的生态环境和基本格局发生了重大变化。

报业集团在经历了最初几年的快速增长后，开始呈现出阶段性的疲态。

从2005年春天开始，全国各大报社的广告营业额普遍开始大幅下滑，平均跌幅达15%以上。

由此，2005年成为中国报业的“拐点”。

目前，这种状况并没有得到显著的改观。

2006年报业广告不仅低于全国GDP增长水平，低于各类媒体广告的平均增长水平，更是大大低于新媒体广告的增长水平。

这是20年来报纸广告增长率的最低点。

党报转型面临新的挑战，报业集团已经走到了“十字路口”，如果不深入进行体制上的改革和创新，报纸就有被边缘化的危险。

国内报业出现的这一阶段性危机虽然与新媒体的发展、全球报业的衰落等有一定关联，但在国内经济蓬勃发展和电视、互联网等传媒广告快速增长的大背景下，国内报业出现的这些异动值得深入反思。

这说明，面临新的发展环境，国内报业集团在内部结构、体制、管理等方面尚存在着不少阻碍进一步发展的瓶颈性问题。

.....

<<报业的变局与方略>>

编辑推荐

报业集团如果不做大做强做优，就不能有效控制市场，不能控制市场也就不能有效地发挥正确舆论导向的作用。

为了开辟安全有效的投融资渠道，提高报业资本运营的效率，当前报业集团的改革和发展，就要在坚持党对意识形态领导的前提下，有效拓宽媒体融资的渠道，积极参与媒体的资本运营，带动业务、规模和效益的扩张，实现中国报业集团跨媒体、跨地区、跨行业的投资和兼并，做大做强做优党的传媒集团，这才是真正提高意识形态安全的根本途径。

《报业的变局与方略：中国报业集团化产业化研究》正是围绕这一主题进行深入探讨和研究。

<<报业的变局与方略>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>