

<<广东报业竞争三十年>>

图书基本信息

书名：<<广东报业竞争三十年>>

13位ISBN编号：9787811351309

10位ISBN编号：7811351307

出版时间：2008-12

出版时间：暨南大学出版社

作者：林如鹏

页数：185

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>

## <<广东报业竞争三十年>>

### 前言

三十年来中国新闻改革取得了一系列成效，我国的社会主义新闻事业成就辉煌，直到现在仍然保持着相当快的发展速度。

改革开放之初，真理标准的大讨论引发了各个行业各个领域第一次思想大解放，新闻界也在理论上进行了重要的探索。

“信息”概念的引入，直接导致传媒业结构、新闻体裁、报道方式、写作方式的变化，使新闻媒介的面目焕然一新。

1992年之后，随着建立社会主义市场经济体制这一改革目标的确立，新闻“商品性”的讨论随之展开。

这场讨论伴随着社会主义市场经济大潮，又一次极大地推动了新闻业界的改革实践。

竞争、效益、市场、受众等观念得到了新闻业界的广泛认同，都市报、各类服务类报纸横空出世，电视专业频道的数量大量增加，媒体的广告收入直线上升，等等。

新闻商品性的讨论也为后来的媒介产业化、市场化、集团化发展奠定了坚实的理论基础。

广东是新闻改革的重镇。

在30年的新闻改革实践中，广东媒体，尤其是广东报业无疑是排头兵。

在管理体制改革、运行机制创新、时政新闻报道、报业集团化发展等诸多领域，广东报业都作出了非常积极、极具价值的探索，屹立在新闻实践改革的潮头。

以《南方日报》、《广州日报》为代表的党报成为强势主流媒体，给全国党报的发展提供了有益的借鉴。

《南方周末》、《21世纪经济报道》、《南方人物周刊》已成为全国知名的媒体品牌。

多年的探索和实践，广东报业已经形成了自己鲜明的特色和成熟的发展模式。

对广东报业的研究是一个内涵十分丰富的课题，具有重要的理论和实践意义。

## <<广东报业竞争三十年>>

### 内容概要

本书对广东报业的发展进行了一次全景式的扫描。

以1978年为起点，总结、梳理了广东报业发展的历史轨迹和特点，时空跨度大，脉络清晰，具有较强的史料价值。

除此之外，分析了广东四大报业集团在激烈的竞争中采用的竞争战略及成效，阐述了广东报业发展领先全国的竞争优势，探讨了广东报业的实践对全国报业的启示，并对国外报业集团的发展进行了经验借鉴。

这本书的视野开阔、资料翔实，既有宏观的理论分析，也有微观业务操作探讨，从历史回顾、现状分析、前景展望，多角度对广东报业的发展进行了剖析，显示了作者扎实的学术功底、敏锐的学术眼光和严谨的治学态度。

<<广东报业竞争三十年>>

作者简介

林如鹏，1968年10月出生。

1993年11月在暨南大学获得新闻学硕士学位，2004年6月在复旦大学获得传播学博士学位，2004和10月至2006年10月在广州日报报业集团、清华大学从事博士后研究。

现任暨南大学副校长、教授、博士生导师。

研究方向为新闻业务及媒介管理。

## <<广东报业竞争三十年>>

### 书籍目录

总序序绪论第一章 新时期广东报业的崛起 一、新时期广东报业发展的三个阶段 二、新时期广东报业发展的四大特点第二章 广东报业竞争战略分析 一、广东报业竞争三境界 二、四大报业集团竞争战略分析 三、广东报业竞争战略基本特征第三章 广东报业竞争优势研究 一、岭南文化的熏陶使广东报业得风气之先 二、经济高速增长为广东报业发展培育沃土 三、宽松舆论环境使报业有充分的发展空间 四、地缘优势为报业提供了对外交流的便利第四章 广东报业面临的机遇和挑战 一、广东报业发展的机遇 二、广东报业面临的挑战第五章 广东报业对全国报业的启示 一、党报优势与市场竞争 二、创新精神与报业竞争 三、异地扩张与资源整合第六章 中美报业集团发展模式比较 一、美国报业集团的运营特点 二、美国报业集团的管理模式 三、美国报业危机与战略应对参考文献后记

## <<广东报业竞争三十年>>

### 章节摘录

第一章 新时期广东报业的崛起 广东报业在文化大革命期间遭到严重的打击和摧残。十一届三中全会以后，改革开放的春风给广东报业注入了活力，使其焕发出勃勃生机。

《羊城晚报》于1980年2月15日复刊，随后全省绝大部分地市也先后复办或创起机关报。

这一时期，报纸丰富多彩的报道内容以及生动活泼的文风和版式既体现了岭南特色，也充分体现了新时期的办报方针。

随着改革开放的深入发展，为了更好地适应时代的要求，满足受众的需要，广东报纸不断进行新闻改革，扩大版面，开设专版、专栏，在扩大信息量的同时增强了报纸的可读性；此外，《南方日报》、《羊城晚报》、《广州日报》纷纷创办系列报刊，涌现了一批如《南方周末》、《足球》等极具发展潜力的知名报纸，从而形成了主报与子报互补共荣的格局。

与此同时，“一业为主，多种经营”，积极开拓新的经济增长点，为后来报业集团的成立奠定了坚实的基础。

1996年1月，《广州日报》作为试点单位在全国率先成立第一家报业集团，紧随其后，羊城晚报报业集团、南方日报报业集团、深圳特区报业集团相继成立，由此广东报业集团的数目居全国之首。

目前，广东四大报业集团都成为以主报为旗舰，下辖多张子报，拥有出版社、大型网站及系列公司的报业集团。

集团内部通过资源整合，实现了报业资源的优势互补、优化配置，总资产节节攀升。

到2001年底，广东四大报业集团总资产达83亿元，报业广告经营额达34.2亿元；2003年四大报业集团总资产达到了114亿元，报业广告经营额达63.52亿元，在全国报业经济中一枝独秀。

.....

<<广东报业竞争三十年>>

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>