

热烈祝贺中原报业传媒集团揭牌

《郑州日报》、《郑州晚报》联合报道组

区域战略合作 加强报业集团



杨东波

副社长
石家庄报业传媒集团党委副书记

“河南、山西、河北,我们这些二线北方城市的报业事业的发展潜力很大,我们报业要适应市场,抓住机遇,迎接挑战。”杨东波说。

对此,他建议,媒体之间没有竞争,只有合作,可以成立晋冀鲁豫报业集团联盟,加强报业集团区域战略合作,资讯互通,人员交流和项目的合作。

在杨东波看来,新媒体的冲击其实是一个机遇,报业在做好传统媒体的同时,要积极考虑报社的转型问题。

比如,如今网络内容提供商大部分就来源于纸质媒体,之前没有互联网,报纸不存在多次利用的问题,如今传统媒体正好可以运用优势和新媒体进行很好的融合。

“要应对新媒体,我们就要仔细研究它,新媒体发布速度快,容量大,与读者互动好,但是报纸的党政媒体的公信力强,可实施的可能性大,这是新媒体无法代替的,我们在对比中,不应只看到传统媒体的短处,而要学会长处避短。”

对于中原报业传媒集团今后发展的道路,他建议,转型后的报业集团要想可持续发展,必须要有新的思维,新的体制,新的项目,新的技术,如今中部地区的报业集团普遍缺少新的技术,要学会把新技术运用到实际采编中去。

另外,他指出,报业集团成立之后要考虑的首要问题是如何克服报业普遍存在的共性问题,比如盈利点少,要会寻找盈利项目,摸索盈利模式,实现可持续发展;二是收入结构不均衡,广告收入比重太大,抗风险能力低,不利于长期发展;人才结构不合理,人多效率较低,缺少人才等。

就一定要夯实产业基础 传媒集团要走向市场



张向明

副社长
太原日报报业传媒集团党委委员

太原报业集团与中原报业传媒集团的关系一直很好,大家经常走动,相互学习。

应该说,中原报业传媒集团为今天(26日)做了长时间的充分准备,太原报业集团的成立就曾借鉴中原报业传媒集团的宝贵经验,当年,我曾带队到你们报社考察学习,并学习到了非常宝贵的经验,为太原报业集团的成立破解了十分棘手的难题,我一直期待着中原报业传媒集团的成立,所以,今天,传媒集团的成立,我特别高兴,衷心祝贺。

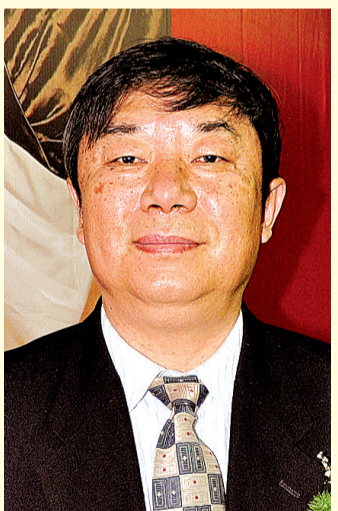
太原和郑州都是省会城市,山西与河南都是具有悠久历史和文化积淀的文化大省,报社的基本形态很相似,都曾辉煌过,这些年,稍有落后。我们有太多的相似之处,所以,可以用来相互借鉴和学习的经验自然就多。

根据我们中部地区报业发展的形态来看,文化体制改革势在必行,是必须的。成立报业传媒集团就是文化体制改革,简单来说,成立集团就是采编、经营两分开。采编就是做好新闻,服务好市委、市政府的中心工作,其他都要完全走向市场化。根据我的了解,中原报业传媒集团前期准备工作做得很扎实,改革很有成效,一些公司,在此之前就已经开始运作,这就扎实了集团走向市场的机制,所以,中原报业传媒集团的成立是水到渠成的事情。中原报业传媒集团这个名字也起得很好,没有局限性,为整个集团下一步的大发展也打下了基础。

应该说,集团的成立是一个全新的起点,集团今后不仅是发展的过程,也是打造品牌的过程。中原报业传媒集团要走向市场,就一定要夯实产业基础,要有优势产业,要有报业传媒的优势,要思考,如何从中原经济建设、郑州都市区建设过程中,充分发挥这种优势。还要发挥区域性集群传播的优势,提高读者的忠诚度。要立足于郑州,还要在中原大地上跨地域、跨行业发展,把中原报业做成中原产业。

应该说,集团的成立是一个全新的起点,集团今后不仅是发展的过程,也是打造品牌的过程。中原报业传媒集团要走向市场,就一定要夯实产业基础,要有优势产业,要有报业传媒的优势,要思考,如何从中原经济建设、郑州都市区建设过程中,充分发挥这种优势。还要发挥区域性集群传播的优势,提高读者的忠诚度。要立足于郑州,还要在中原大地上跨地域、跨行业发展,把中原报业做成中原产业。

办好「拳头产品」 形成「品牌效应」



李建伟

河南大学新闻传播学院院长

“多年来,郑州日报社一直是河大的重要实践教学基地,所以说咱们都是一家人。”李建伟的一句话,瞬间拉近了采访双方的距离。

他说,今天(26日)是万众瞩目的中原报业传媒集团隆重揭牌的日子,这标志着拥有62年辉煌发展史的郑州日报社,又将迈入一个崭新的发展阶段,作为多年的友好合作伙伴儿,自己感到由衷的高兴。

“这是历史发展的必然选择。”李建伟说,媒体要做大做强,就要形成规模效应,现阶段报业竞争主要表现为集团军式的规模竞争,这样竞争优势就体现得更加明显:战略分工明确、市场分工合理、资源配置得当。

“目前国内有40余家报业集团,其组建出发点基本都是出于此种考虑。”

李建伟分析说,中原报业传媒集团的组建,适应了这种规模竞争的需要,有利于下属媒介的优势互补、资源共享、效率提高,有利于保持主流影响力和旺盛的战斗力的效果。

“这样做不仅有利于调动经营主体的积极性,而且利于统一管理,提高国有资产的利用率和集团整体效益。”

他衷心祝愿中原报业传媒集团在办好“拳头产品”的同时,充分利用相关优势,大力发展相关报纸、杂志以及旗下的传媒公司、印务公司和置业公司,形成具有鲜明特色的“中原”品牌,为中原经济区建设发挥不可或缺的作用。

才能实现整体战略 才能形成规模效益



焦世君

郑州大学新闻传播学院书记

焦世君说,中原报业传媒集团的成立,是郑州日报社发展史上的一个里程碑,它将开启报社和中原地区报业发展史的又一个新坐标,必将对河南媒体行业发展,对河南新闻教育发展产生深远影响,注入新活力!

“报业传媒集团成立,具有‘立体叠加’的深远意义。”焦世君分析认为,这首先能够形成强势品牌。他说,从1949年创刊至今,郑州日报社已有62年的辉煌历史,但在当前激烈竞争的环境下,要保持品牌竞争力,必须进一步做强做大,这就要求有新的发展思路,适应新的竞争环境。

“再者,它是应对当前市场竞争的主动选择。”他表示,当前媒体发展面临的危机不仅来自同行竞争,更来自媒体新锐的挑战,这在省会郑州尤为明显:中央级媒体、省级媒体和各种行业报、企业报汇聚于此,再加上现在读报的人越来越少,未来“三网融合”将更加逼压报纸的生存空间,“所以说在这样的大背景下,报纸只有做强做大,实现规模效益,才能形成整体战略。”

“把成本降下来,把效益升上去,实现效益最大化才是传媒集团化的初衷。”焦世君认为,要实现媒介产品的融合,报、刊、网资源共享和一体化,就必须要有生产者的融合,如果生产者之间没有融合,内容融合、媒体融合、终端融合就不可能实现。而报业的集团化,就是生产融合的一种尝试。

采访结束时,焦世君深情寄语中原报业传媒集团未来发展一帆风顺,前景大好!“同时也希望,中原报业传媒集团的成立,能够给我们新闻教育和学术研究带来丰富的实践经验,更多的成功案例;也衷心希望集团和我们郑大新闻学院之间有更多合作空间!”