

# 1.42亿美元收购了63份社区报 50岁的白领阶层 社区报发行总量大 80万份左右 需要的需要 表达的需要 化建设的步伐 有着强烈归属感的社区 读者欢迎，业界认同



美国社区报

## 2 社区报魅力所在： 无与伦比的本地化 普通人的人名和人脸可以出现在社区报上

在美国，有“无报不成镇”的说法，几乎每个小镇都有一份服务于社区居民的社区报。在纽约，社区报多达350家；在北卡罗来纳州，也有200家左右的社区报。

在全美，有超过7000份的相对大报来说是小报的社区报。

作为美国社区报的研究者，乔克·劳特罗表示，本地化、贴近性、相关性，是美国社区报在内容上的三条铁律。一张社区报无论怎么强调当地都不过分，他举了一个例子，比如一个小镇的社区报，唯一一次报道奥巴马的新闻是因为奥巴马来到了这个小镇，除此之外，再也没有报道过美国总统。因为在这张社区报的主编看来，只有当地的居民才是他们最关注的人，镇里的任何一个普通人的姓名和面孔都有可能在这张社区报上大放光彩。

“在过去的5年中，美国大报在走下坡路，但社区报却没有像大报那样快速下降。”乔克·劳特罗说，也许无与伦比的本地化报道正是数以千计的社区报生存的密码。

乔克·劳特罗表示，服务于当地居民的社区中小商业都是美国社区报的广告源。

比尔·霍纳的祖父在1930年于北卡罗来纳州桑福德创办了“THE SANFORD HERALD”(桑福德先驱报)，这份

社区报覆盖北卡罗来纳州中部4个郡。

虽然这份报纸发行量只有8000份，但它给比尔家族带来了丰厚的收入，因为这份报纸每天的读者有2万人，而且读者群是当地小镇里30岁到50岁的白领阶层。这样的读者构成吸引了广告商的眼光，家居、健康和汽车成为比尔的三大广告来源。

在陈凯看来，美国社区报的日子之所以比大报过得还滋润，就是因为其无可替代的当地新闻报道，社区记者深入居民生活圈子，而这些正是那些大报们看不上的零碎新闻，也不愿意或者没能力覆盖到的小镇。

关于美国社区报的读者群，陈凯举了个例子，比如这个社区里一所高中的学生要毕业了，那么社区报会刊登每一个毕业生的照片，甚至对他们进行介绍，试想，这样的报道怎么能不引起这些孩子们爸爸妈妈及亲朋好友的关注？

还有一个例子也许更能说明问题，在美国的社区报上，一些学校的体育比赛都会被社区报的记者大写特写。

“无与伦比的本地化，社区里普通人的人名和人脸可以随时出现在社区报上，这正是美国社区报魅力之所在。”陈凯说。

## 3 社区报： 中国都市报未来突围路径

互联网，智能手机，年轻的一代人随时随地都能看新闻，满城满眼都是新媒体。

为了应对新媒体和互联网的冲击，每张都市报都在寻找突破的路径和办法。

17日、18日，“中美社区报高峰论坛暨社区新闻创新研习班”在上海开讲，新民晚报、法制晚报、华西都市报、钱江晚报、合肥晚报、潇湘晨报、重庆商报等国内知名的20多家都市报的总编辑和社区新闻负责人齐聚于此，大家探讨的一个主题是：针对城市中高端社区精准发行的社区报，会不会是未来都市报突围的一个方向？

陈凯教授著作的《走进美国社区报》一书中明确表

示，社区报在美国有300多年历史，占美国报纸总数的97%，很多家族办的社区报有着百年寿命，至今仍存活得很好，美国社区报的平均利润率在30%以上。所以，美国的社区报的办法经验和发展历程是中国社区报行进入道路上的一个重要参数。

乔克·劳特罗既是大学里新闻学的研究者，也是创办社区报的实践者。他本人创办了两份社区报。

《桑福德先驱报》作为一份纯粹的家庭式社区报，如今比尔的儿子也供职于这家报纸，可以说是四世办报。这份报纸在当地受到了社区居民的欢迎。

陈凯担当了两位美国社区报人的翻译。并主讲了中美社区报发展的差异及背后的成因。

## 4 中国社区报南北开花： 中国人口多，社区规模大 社区报发行总量大

虽然三位美国社区报人对中国的社区报基本没有了解，但他们所谈到的美国社区报的办报经验大受欢迎，也让中国的社区报人深受启发。

国内的新民晚报和法制晚报作为中国社区报的最早一批实践者，已有六七年的社区报办报经验，如今，新民晚报已在上海各个街镇、办事处运作了20多张社区报。美国的社区报之所以发行量不大，都在5万份以下，主要源于美国人口基数小，社区规模都不大；而中国人口众多，一个河南省的人口总数就接近1/3的美国人口总数。而且中国社区报规模巨大，人口密度又高，新民晚报所创办的社区报总发行量在80万份左右。郑州晚报社区报目前仅金水、郑东新区就发行30万份。

法制晚报则先后探索了4张社区报，比较知名的有《今日望京》等。珠江时报也先后运作了四份社区报，在当地反响很大，总发行量超过20万份。

此外，上海的社区晨报及北京的社区报也非常知名。

作为后起之秀，华西都市报于今年1月8日创刊的华西社区报每周出版两期，每期的发行量都超过10万份；而一个县级市的报纸如皋日报出品的社区报《新如皋》，去年7月1日创刊，到2012年年底，创刊半年营收超过700万元。

对美国和中国社区报均有研究的陈凯用“中国特色”来形容时下的国内多家社区报，它们各具特色，发行量和内容上与美国有很大差异，而这些正是中国城市化进程中特点所决定，中国报人们也正在摸索。

“无论是哪一种模式，都可以看做是中国传统媒体在分众传播时代的一种新的探索。”新民晚报社区报社长周忱这样说。

社区报早产了吗？社区报是新媒体的盲点吗？这是已在社区报办报道路上摸索和坚守了7年之久的法制晚报副总编栗玉晨在论坛上抛出的问题。

虽然这个问题很难有个准确答案，但很显然，在新媒体的压力下，在各城市都市报们的凶残拼杀中，作为突围路径之一的社区报已在中国大江南北落地开花，这中间积攒着创办者们的智慧。

而且问题的提出者栗玉晨仍然选择了坚守，他给出了坚守的五个理由：都市报突围需要新方向；民主化进程需要新启蒙；新文化建设需要新平台；广告商推广需要新资源；实践目前已经初见曙光。

## 5 郑州正在加快新型城镇化的建设步伐： 郑州晚报社区报恰逢其时 读者欢迎、业界认同

在新民晚报、新闻晨报、法制晚报、华西都市报等全国数十家主流媒体推出社区报之后，郑州晚报也顺势而为，推出自己的社区报。

4月25日，郑州晚报的“金水·郑东金版”与郑州市读者见面，这是河南首份社区报，它贴近社区，提供融入社区的新闻报道，为社区居民排忧解难，集中提供全面的社区信息。

“金水·郑东金版”主要针对金水区和郑东新区发行，除了这两个区的原郑州晚报订户，包括金水区和郑东新区的沿街门店、楼宇馆所、大中小学、大型社区都能第一时间看到这份报纸，此外，金水区和郑东新区近30座加油站下午也将免费发放。

目前，“金水·郑东金版”已连续出版三期，它以高密度、高覆盖和亲和力赢得郑州广大读者好评，同时也受到全国报界好评，全国多家报社在祝贺郑州晚报社区报创刊的同时，也派来考察队伍。

与此同时，郑州晚报针对二七、中原、管城区的社区报也正在紧锣密鼓地筹备中；针对郑州六县区发行的社区报也在“整装待发”，不久将与郑州市民见面。

当这些社区报一一推出后，郑州晚报会更加贴近市民，更多当地新闻，更多本土关注，届时郑州晚报的发行量和影响力将进一步提升。我们深信：社区报有广阔天地，大有可为。

目前，郑州正在加快新型城镇化的步伐，我省倡导的产业集聚区建设也正在让产业与新型社区有机融合，郑州正在形成一大批让居民有着强烈归属感的社区。陈凯认为，只要坚守社区这块“小阵地”，社区报前景可期。

“在中国，不少人认为社区还不成熟，社区里生活的人社区感不强，对身边的事情不够关心，所以在中国做社区报有点早了，我不这么认为。”19日凌晨，已经夜深人静，陈凯还在和郑州晚报的记者谈论着中国的社区报，在她看来，社区报是社会转型的需要，是媒体生存的需要，是公民利益表达的需要，我们要做的就是通过一张社区报让社区居民关心我们生活的这个社区，关心自身的价值。

“所以，为什么我们就不能尝试做一张社区报来推进社区生活方式的改变呢？”陈凯反问道。