

## 全国晚报都市类报纸竞争力 20 强

2006年8月5日下午,第三届中国报业竞争力年会在北京新世纪饭店落下帷幕,年会颁布了第三期中国报业竞争力监测结果。

南方都市报、钱江晚报、齐鲁晚报、华商报、华西都市报、扬子晚报、羊城晚报、成都商报、都市快报、楚天都市报、大河报、北京青年报、北京晚报、新民晚报、新闻晨报、现代快报、今晚报、海峡都市报、金陵晚报、宁波晚报在“全国晚报都市类报纸竞争力 20 强”监测中榜上有名。

申江服务导报、精品购物指南、上海壹周刊、房地产时报、人才市场报、上海星期三、假日 100 天、渝州服务导报、周末画报、海峡消费报在“城市生活服务类周报竞争力 10 强”监测中榜上有名。

### 2006 报纸十大流行语出炉

2006 中国主流报纸综合类十大流行语是:自主创新、“十一五”规划、和谐社会、社会主义新农村、社会主义荣辱观、丛飞、消费税、青藏铁路、德国世界杯、双核。

同时还发布了国内时政类、国际时政类、经济类、科技类、教育类、社会生活类、体育类、文化类八个类别的十大流行语。去年文化流行语中的“超女”今年被“吉祥三宝”取代。

据了解,流行语是指在某一时期、某一地域或特定人群中迅速盛行广为传播的词汇,具有很强的时代性。

### 部分类别流行语

经济类包括:循环经济、商业贿赂、交强险(机动车交通事故责任强制保险)、国六条、燃油附加费、区域协调发展、反垄断法、跨行查询收费、存款准备金率、反洗钱法草案;

社会生活类包括:应急预案、假药、农民工问题、资源节约型和环境友好型社会、小排量汽车、沙尘天气、快速公交、霸王条款、数字家庭、烟花爆竹安全管理;

文化类包括:非物质文化遗产、文博会、文化产业博览会、李安、文化体制改革、文化创意产业、原生态、吉祥三宝、青歌赛、郭德纲、名人博客。

### ※《金陵晚报》推出“南京优秀学生长范本”

他们是一群朝气蓬勃、意气风发的年轻人,他们凭借自己的实力已经获得国内或国际一流高等学府的入场券,是什么充当了他们成功的助推器?本报从即日起推出“南京优秀学生长范本”系列报道,10 个南京孩子的成长经历也许会给您不一样的启发。

### ※杭州都市快报推出情定七夕大型相亲会

由都市快报系列报《都市消费》举办的“情定七夕”大型相亲会活动推出后,报名人数已突破 2000 大关。随着报名人数不断增加,涉及的行业、年龄以及学历层次的范围也更加广泛。教师、医生、工程师、企业家、翻译、公务员……各行各业都有,还有美容行业、金融行业、外企等单位集体前来报名的。

### ※《南京日报》寻找 2006 南京高尚社区典型样本

住高尚社区,过美好生活,是每位市民的良好愿望。南京究竟有多少高尚社区,有多少市民生活在高尚社区里,高尚社区又是怎么打造出来的?为揭开高尚社区的面纱,《南京日报》将联合权威机构,启动“寻找 2006 南京高尚社区典型样本”活动。

### ※倾听读者心声:《燕赵晚报》开设网聊平台和社区博客

如今,各家报纸为了吸引读者参与,分别通过新闻热线、短信平台、电子邮件等形式加强与读者的互动,获取新闻线索,增加报纸的亲合力。近日,《燕赵晚报》开设了网聊平台,随后又开通了社区博客,这是该报实现报纸同新兴媒体良性互动的具体举措。

《燕赵晚报》公布了其 QQ 号“100158200”、“100858200”,以及博客域名“http://yzwbsqjy.blog.tom.com”。读者既可以可登陆自己的 QQ 号后搜索《燕赵晚报》的 QQ 号,也可以登录《燕赵晚报》的博客,与该报进行互动。《燕赵晚报》将根据读者畅谈的话题,进行归纳分类后,以读者的口气,用读者鲜活的语言,就社会现象、新闻事件进行评说,就提供的新闻线索进行报道,并刊登在《网聊》专栏上。

### ※《申》报首推“有声报”送 15 万 Rap 单曲 CD

获评“2006 全国城市生活服务类周报综合竞争力 10 强”第一名的《申江服务导报》,继首创媒体年度春秋发布制、新概念别册、香水报之后,再度引领报业潮流,独家推出“有声报纸”,15 万张上海话 Rap《99 次恋爱爱上上海》单曲 CD 随当日《申》报送出。这是上海报纸跨媒体制作原创音像内容产品的一次尝试。当日出版的《申》报加厚特别版中,还将附送精美别册《上海的情与爱》。

### ※《京华时报》加入百度“泛媒体联盟”

据悉,通过百度“泛媒体联盟”的互联网新闻开放协议,合作媒体在制定统一的 XML 格式后( http://news.baidu.com/newsop.html ),完成统一的技术对接,其发布的原创新闻,便能被百度资讯频道收录,且能在第一时间被百度资讯频道抓取,供用户搜索浏览。百度新闻更会根据原创媒体的新闻内容,分类提供给用户阅读。

### ※报业发行新手段 读者用卡领报纸

由南京两大强势集团公司联手打造的《每日新闻》,采用了目前国际上最流行、最新锐的办报模式——在地铁内以及向定点人群免费精确派送。《每日新闻》将报纸在地铁各主要站点免费派送,同步写字楼、精品小区、高校科研院所、机关企事业单位定向投递,同时可在报摊取报,以便持有读者卡的市民轻松取报。《每日新闻》计划每日免费派送的报纸达 12 万份。

该系统采用 ID 卡为读者卡,由国内领先的智能卡设备供应商德卡公司提供专用卡机。卡机具备脱机存储,限次领取、可充电源和便携性等特点,提供串口接口以供数据采集。

## 26

### ※中国发行量最大的晚报改为早报

中国发行量最大的晚报——《扬子晚报》于 2006 年 8 月 29 日全新改版,实现了清晨出版,实现了晚报向早报的过渡。

《扬子晚报》改版后,将围绕新闻立报、服务为王、正确导向、形成特色的原则,进一步面向都市、面向中青年读者,着力打造主流权威的新闻报道、时尚实用的都市生活服务资讯,内容更加可读耐读,版面编排更加规整有序,把报纸办成党和人民都满意的、密集覆盖全省区域的一流都市生活类报纸。

## 27

### ※中国首份互动视听报纸宁波问世

中国第一份互动视听报纸——《宁波 Bo 播报》2006 年 8 月 1 日在宁波日报报业集团中国宁波网问世。这是国内首次出现的全面互动和多媒体的数字报纸新形态,标志着后电子报时代的来临。

《宁波 Bo 播报》每日 4 版,即精华版、时政版、社会版和生活版。新问世的《宁波 Bo 播报》,其版面嵌有视频窗口,将视频新闻展现于读者。该报的语音播报功能使听报成为便捷的信息获取方式。重要新闻内容还编辑了文章,或者可以对新闻内容进行网上搜索,让读者了解更多的新闻背景。若读者读了某一条新闻有感而发,在该条新闻后“我有话说”一点,可以把想说的话写下来让其他人浏览、参与讨论。《宁波 Bo 播报》与手机联动,精华版、时政版、社会版、生活版都可在第一时间发到彩信手机分类用户上,供手机用户浏览。

### ※中国首份免费互动多媒体报纸问世

日前,国内第一份免费互动多媒体报纸《摩客时报》问世了。这份由 IMOOK 摩客网牵手解放日报报业集团共同打造的互动多媒体报纸甫一上线,便迅速在众多都市白领中流行开来。

多媒体报纸是将有关报纸的想象发挥到了极限:音乐、动画、视频、音频……读者只要轻点鼠标,便可以在每周依次阅读到有关新闻、生活、人物、财经、IT 等内容多媒体互动报纸。

业内人士分析说,《摩客时报》经过全新内容梳理、技术支持及视觉设计后,便彻底突破了以往传统媒体“电子版”的形式,令传统媒体及其读者领略到一次可以互动沟通的多媒体资讯阅读盛宴。

### ◆国际传媒

#### ※报业竞争压力增大《纽约时报》将变苗条

美国著名的报纸《纽约时报》2006 年 7 月 18 日宣布,该报计划于 2008 年起“瘦身”,减小“腰围”,即版面宽度从现在的 34.29 厘米减小到 30.48 厘米,“身高”不变。版面变窄后每页新闻容量将减少 11%,该报拟增加页数弥补。

《纽约时报》的“瘦身”与报业竞争压力增大有关。调查显示,当今读者不喜欢报纸“大腹便便”。《纽约时报》的财政报告显示,受新闻纸张价格上涨等因素影响,该报第二季度的盈利与去年同期持平。因此,《纽约时报》计划使雇员规模也“减肥”,2008 年将裁减 250 个工作岗位,主要针对该报 800 名编辑中 1/3 的员工。配合“瘦身”计划,《纽约时报》将分阶段重新设计版面,但一贯的版面特色仍将保留,同时报纸将考虑到读者更多的需要。

报纸“瘦身”潮始自英国《独立报》。2003 年,该报日发行量从 1990 年的 40 多万份锐降至 20 万份,为扭转颓势,报社决定将报纸“做小”。事实证明,这一决定是正确的,该报转型后发行量增加了 20%。《独立报》的成功让同行们看到了希望,并纷纷效而仿之。《今日美国》、《华盛顿邮报》、《华尔街日报》都加入到报纸“瘦身”一族,马来西亚、瑞士、法国、保加利亚等国的一些主要报纸也纷纷走上“小报”路线。

#### ※向新媒体讨公道 美联社赢了谷歌

传统媒体终于打了一场翻身仗:谷歌(Google Inc.)与美联社(Associated Press)签署内容特许协议,前者的一项可能用来补充 Google News 的新服务将采用美联社的内容。

该交易早在几个月前就已达成,但本周早些时候刚刚公布。协议将涵盖美联社文章的部分内容,预计将登载在谷歌的网站上。但谷歌拒绝确认新服务将放在何处。

对于正在被谷歌和雅虎(Yahoo Inc.)等互联网巨头侵蚀广告收入的新闻机构而言,该交易意义重大。谷歌此前还从未对刊登在 Google News 网站的内容付费。

#### ※将刊发过的故事搬上银幕《纽约时报》进军好莱坞

《纽约时报》日前宣布,该报聘请了一家著名中介公司,专门负责筛选在《纽约时报》刊发过的故事,然后改编成影视剧发行。如果有朝一日《纽约时报》里的故事被搬上银幕,那么在电影结尾就将出现“《纽约时报》出品”或者“根据《纽约时报》故事改编”等字样。

### ◆传媒花边

#### ※日本报纸每月集体停刊一天

在日本有一个奇特的现象,就是全国的日报每个月都会有一天停止出版。

因为生活节奏很快,日本各大报社经过商议,决定在每个月的第二个星期日给员工放假一天,让员工们回家休息,员工们可以利用这一天和亲人团聚。这就导致在接下来的一天日本全国没有报纸可卖,这样的日子每一年共有 12 天。