

坚持人民至上,时刻服务群众 现代快报全媒体融合发展再迈坚实步伐

专访现代日报社社长杜晓明

“坚持人民至上,时刻服务群众。”没有什么能比更好地服务广大人民群众,更让人感到光荣和自豪了。改革在路上,发展靠创新。在过去的一年中,曾经屡创辉煌的现代快报,积极探索转型发展的新路径,用智慧和创新的力量,全媒体融合发展再次迈出坚实步伐。

从一纸风行到深度影响百万读者,现在的现代快报早已不是过去那个依靠一张报纸赢得市场的快报了——新报道、新媒体、新产业,快报迈入了一个全媒体融合发展的新时代。

15周年庆之际,现代日报社社长杜晓明接受记者专访,和读者分享现代快报的发展之路。

现代快报记者 陶魏斌

确定新的办报理念,提升公信力和影响力

记者:这些年,网络媒体、自媒体等新兴传播媒介异军突起,引发了业界对报纸如何生存的激烈讨论,不过现代快报在这场竞争中,依然表现出色,保持了强势媒体的势头,您能分享一下其中的原因吗?

杜晓明:2013年,现代快报确定了“公信铸就品质,贴近赢得信赖”这一新的办报理念。在全体快报人的共同努力下,我们进一步提高了报纸的公信力,扩大了报纸的影响力,在业界和读者中都受到了广泛的好评。

为什么在如此激烈的传媒竞争环境中,我们依然能取得良好的社会效益和经济效益,我觉得有这么几点原因值得我们去总结。

第一,重视数据调查,调整报道内容。

去年以来,我们邀请权威的数据调查公司,请他们做了广泛的、专业的读者调研,根据他们的报告,社委会做了认真分析和研究,从多个角度对报道内容、报道方式做出调整,极大地提高了快报的阅读率和传播率。

第二,搞好重大选题报道,彰显权威性。

今年的南京青奥会,我们先后推出《正青春》《青春万岁》《青春主场》《从此更爱你,南京》等青奥特刊,在同城媒体中独树一帜。我们还独家策划了“邀请快报宁夏希望小学师生来看青奥”公益活动,成为青奥活动一抹亮丽的色彩。

第三,持续追踪重点选题,体现责任和担当。

从2005年起,我们每年都呼吁将“12月13日定为国家公祭日”,引起各界强烈反响,有关部门也高度重视,最终国家以立法形式确定抗日战争胜利纪念日和南京大屠杀死

难者国家公祭日。快报9年的呼吁和呐喊,终于有了一个圆满的结果。《现代快报》连续追踪“国家公祭日”的报道,也获得2013年度江苏宣传人民代表大会制度好新闻一等奖。

此外,我们连续11年关注利济巷2号的命运。今年6月9日,侵华日军南京利济巷慰安所旧址终于升级为南京市级文保单位。

今年9月11日,我们以《5个部门打不通短200米通道》为题刊发了“火车站南北广场换乘难”的报道,记者采取亲身体验的方式,发现所谓的“零换乘”实际上是“换乘难”,并对此进行追踪报道。读者广泛参与,相关部门也高度关注,出台了初步解决方案。

第四,发掘身边的感动,传递主流价值观念。

从2012年起,我们就和中央电视台开始联合主办“感动中国”江苏地区候选人推选活动。来自全省各地的报道线索达数百条,报社派出十多名记者,兵分多路实地采访,让几十名感动江苏的人物走近人们的身边,激起强烈的社会反响。

今年6月24日,快报刊发的《保姆患病,雇主悉心照顾她9年》的报道,受到中宣部新闻局的表扬。称赞这篇报道“不复杂、不曲折,文字朴实无华,却有撼动人心的力量,展现的是当前正大力倡导的核心价值观,传递给读者的是正能量”。

在建成现代快报宁夏海原希望小学后,我们又以“大山的呼唤”为题,正式启动“2014与爱同行·牵手梅里助学行动”。今年8月10日,由爱心人士出资,在梅里雪山山下修建的斯农爱心幼儿园正式竣工。

另外,由我们发起的“与爱同行·高考圆梦”行动也进入了第8个年头,8年来,快报已经帮助2万多名贫困学子圆了大学梦。



机遇总是和挑战共存,

记者:现在外界有很多唱衰平面媒体的论调,现代快报又是如何在纸媒普遍困难的情况下,表现抢眼跑赢大势的?

杜晓明:确实,目前很多纸媒都遇到了前所未有的挑战,但是我觉得,机遇总是和挑战共存的,也只有那些能接受市场挑

战的媒体才能成为主流媒体。

过去的一年,快报依靠强大的品牌力和影响力,给我们的客户创造了巨大的价值,赢得了市场的好评。

第一,加强宣传策划,为客户提供产品营销的一站式综合服务。在市场竞争中,我们努力以产品宣传策划和一站式综合



现代快报的全媒体战略 制图 李荣荣

只有接受市场挑战的媒体才能成为主流媒体

服务提升市场份额,认真研究客户的产品营销需求,利用自有的报纸、画报、杂志、网站、大屏等媒体终端,提出综合性的一站式解决方案,既为传统媒体赢得了广告投放,又拓展了新兴媒体的收入来源。

第二,丰富互动形式,为客户带来实实在在的利益。从

2013年起,我们将线上线下、报上报下的互动作为服务的基本内容,每周都组织一次以扩大宣传为目的的营销活动,在帮助客户直销产品的同时,又为客户提供丰富的新闻宣传和广告宣传服务,满足用户的深层次需求,带动客户增加对快报的广告投放。

第三,将商品宣传拓展为形象宣传,扩大合作面。今年以来,我们将全媒体综合服务的对象由房产、汽车、家电等具体产品,逐步拓展到社会机构和品牌企业,将产品的包装宣传扩大为客户的形象宣传,扩大了客户覆盖面,提高了合作水平。

强化集成服务,加快媒体融合

记者:我们前面也提到,未来的传媒竞争将越来越激烈,那您认为现代快报未来的核心竞争力在哪里?

杜晓明:现在,现代快报已经不是以前传统意义上的现代快报了,通过强化集成服务,加快媒体融合,大力发展新兴媒体和新兴产业,到目前为止,我们已经发展成为一家拥有多种媒体、多种介质的传媒机构了。

去年5月,我们整合“都市圈圈网”和“我能网”资源,重点打造江苏新闻门户网站——现代快报网。经过一年多的努力,已进入江苏新闻门户网站的第一集团。

去年12月,快报微信正式上线。我们坚持传统媒体“内容为王”的理念,精挑精选精编每天推送的内容信息,每月有30条左右的微信阅读量过万。目前,快报微信最高阅读率达到50万以上。快报微博推出三年多来,广受读者的青睐。目前,粉丝数已过270万,位居国内都市报前列。

2013年9月,快报第一块户外大屏在南京市鼓楼广场建成运行,成为华东地区清晰度最高、单体面积最大的户外大屏。此后,我们又采取自建或租赁方式,在苏州、

未来根据全媒体综合服务的需求办报

记者:快报的全媒体战略已取得令人兴奋的成绩,接下来还将有哪些动作?

杜晓明:未来,现代快报将根据全媒体综合服务的需求办报。目前,快报已经拥有报纸、杂志、网媒、掌媒、屏媒等多个发布终端,让多个终端既有独立的客户和市场,又能综合起来提供集成化服务,是我们努力的方向。

其次,我们要根据读者需求编发报道。长期以来,我们对上报稿件的评判多是经验性的思考,缺乏科学的量化依据。对读者的调查多是针对快报的读者,而非社会上有阅读需求的人群。我们必须走出这个误

常州、无锡等发达地区经济文化中心拥有了户外大屏,初步形成了自有的屏媒集群。

在电子商务方面,我们基于报社资源和其他产业的全面整合,组建了纸媒、网站、展会、直销、实体店、异业合作六大平台,确定了以产业为核心,六大平台整合运营的产供销一体化的商品O2O贸易平台。我们还成功举办了三届婚博会,在南京婚庆界的影响力和美誉度跃居首位。

2013年下半年,快报学院强势切入极具发展前景的教育培训产业,重点打造非学历教育平台。建校以来,与名校合作推出了MBA工商管理硕士核心课程班,为企业定制商务礼仪培训班,并搭建起社交沟通平台。

艺加文投自2012年成立成立以来,共举办了“全国九城艺术联展”“中国书画名家全球巡展”等近百场展览活动。2013年11月,艺加文投推出的首个理财产品“艺+1号当代名家书画组合产品”在南京文交所上市。该产品将名家作品进行了实物资产化,开创中国艺术市场先河。目前,艺加文投已与江苏最优秀的一百多位艺术家签订了合作协议,已经成为江苏最优秀的艺术机构之一。

区,根据本地区读者需求的最大公约数来编采新闻,满足最广泛读者群的需求。

第三,根植媒体融合理念,为客户提供量身定做的宣传服务。我们要将传统媒体和新兴媒体紧密结合,将线上和线下的活动紧密结合,拉动人气,带动销售,将客户牢牢地锁定在《现代快报》及旗下媒体上。

第四,用新媒体集客,以大数据平台促销。目前,我们已经拥有的网媒、掌媒,广告中心数据库、呼叫中心数据库、发行中心数据库都累积了大量的读者资料。我们要不断丰富和更新客户数据,既可实现自营产品的全渠道、全数字营销,又能为客户的产品宣传提供精准的宣传服务。



天宸创世
TIANCHEN CHUANGSHI
南京天宸创世广告有限公司
NANJING TIANCHEN CHUANGSHI ADVERTISING CO., LTD.

活动策划/报纸媒体独家代理/创意设计/户外媒体独家代理/广播·电视媒体独家代理/物料资源·活动执行
南京市洪武路261号联合广场301室 86-25-84119840/84459470/86649137/86973086 86-25-84459470 e-mail:4419840@163.com