

业界大咖共话报刊经营新路径

全国报刊广告经营总结表彰大会在宁举行,现代快报斩获8项大奖

互联网大环境下,报刊广告经营面临哪些问题,该如何应对?纸媒如何重塑业务形态,如何整合资源强化竞争力,多元传播格局下如何转变经营模式?

1月17日,“纪念报纸恢复发布广告40年暨2018年度全国报刊广告经营总结表彰大会”在南京举行。此次会议由中国广告协会报刊分会、中国报业协会广告工作委员会指导,《中国传媒经营》杂志、中国传媒经营网主办,现代快报+·ZAKER南京承办。来自业界、学界的大咖们,共同回顾了40年报业发展历程,深入交流探讨新时代纸媒融合转型、创新发展的路径。

现代快报+/ZAKER南京记者 马文煜 马壮壮/文 牛华新 吉星/摄

现场

大咖南京“论剑”,探讨报刊经营新路径

1979年1月4日,《天津日报》刊登了蓝天牙膏广告,成为改革开放后首家发布工商广告的媒体,由此奠定了我国报纸广告领跑传媒广告市场20余年的辉煌历史。为纪念报纸广告四十年来为双文明建设做出的突出贡献,更好地总结经验、表彰先进,“纪念报纸恢复发布广告40年暨2018年度全国报刊广告经营总结表彰大会”在南京举行。

当前我国报刊市场面临着严峻的挑战。中国广告协会副秘书长赵华在表彰大会上表示,“从过去到现在,纸媒都是拥有广大市场和影响力的媒体,纸媒广告的前景并不是不乐观。”赵华表示,单纯地从传播媒介形式而言,传

统媒体的冬天来了,但是未来依旧光明,当年恢复广告经营的媒体是值得尊敬的,它们为市场的繁荣播下了春天的种子。“一直以来,纸媒追求导向的使命没有改;追求真实的本质没有变;追求真善美的核心价值没有变。40年过去,如今纸媒又重新回到了‘改变、改革’的风口。”

中国报业协会副秘书长邓效锋对近些年报业的转型也提出建议。他认为,虽然报业转型取得了许多成果,但面对新媒体的冲击,仍有许多困难需要克服。“新媒体产品拥有得天独厚的市场化优势,资本运作超前,反观整个国内的报媒行业,过去的探索仍有很多不到位的地方,未来仍需我们共同努力。”

大咖说



中国报业协会副秘书长邓效锋: 中国报业转型正向国际化迈进

“纵观中国报业数十年来的发展与转型,我们所取得的成绩是有目共睹的,从世界范围来看,中国报业产业的探索之路都非常超前。以人民日报为例,其“两微一端”新媒体布局,在国内就拥有数亿级的粉丝量。而人民日报英文客户端、包括在国外社交媒体所开通的账号,在国际上的话语权也越来越受重视。可以说,中国报业的转型成果,正在向更高的国际化所迈进。”



中国广告协会报刊分会主任梁勤俭: 打造自己的智库、数据库、资源库

此次会议也恰逢报纸恢复发布广告40年的重要时期,对于报刊在改革开放发展过程中所起到的作用,梁勤俭表示,作为改革开放40年宣传工作的重要载体,各类的报刊是不可或缺的引领和推动力量。

纸媒如何突围?在梁勤俭看来,首先,要把自己办成一份“市民报”,把自己打造成社区服务平台,坚守宣传的同时做好服务性角色的切换。更重要的是,要守住创新的三条“库子”,要把自己打造成智库、数据库、资源库。

探索

采编和经营之间要做好资源打通

众所周知,媒体在资源整合方面有自己的优势。但是,中国广告协会报刊分会主任梁勤俭认为,报业如何做好资源的转换,这显得更为重要。比如,经营和采编如何做好资源之间的打通,也是纸媒改革发展过程中亟待解决的问题。

对于当下媒介生态环境中,纸媒在运营方面的“痛点”,梁勤俭告诉现代快报记者,这其中的重点在于如何经营一张报纸。其实,改革较早的一些报纸,通过产业的整合以及资本的运作,运营环境并不差,比如现代快报、钱江晚报等都都市类报纸都走在都市报改

革的前列。纸媒地位发生变化,主要是由于“新闻纸”的传播效率、传播环境变化所导致,但不意味着纸媒会很快消亡。央视市场研究(CTR)资深研究顾问姚林表示:“即便是在互联网环境下,纸媒所具备的正确社会价值观树立、正能量传播的引导,仍然是整个媒体生态环境中不可缺少的一部分。所以我们能看到近年来,国内很多传统媒体无论是在新闻生产还是广告运营上,都能够逆市上涨,这也是基于纸媒的特殊属性所造成的。”



央视市场研究(CTR)资深研究顾问姚林: 报媒应向更深层次的互联网环境融入

姚林表示,在互联网环境下,我们不能否认纸媒向下趋势的客观事实,但长期来看,纸媒所承担的社会责任,却是其他媒介取代不了的。

姚林补充道,现如今受众、用户对信息的要求更高,层次也更丰富,所以互联网占据了很大优势。对于绝大部分报业人来说,是挑战更是机遇,虽然现在大家都在转型,但如何将自己的产品建立一个更深层次的互联网环境下,实现深度融合?是报业人未来长期需要探索的方向。



洁丽雅集团首席品牌官黄海南: 报业要更加贴近年轻群体

其实,在洁丽雅集团首席品牌官黄海南看来,如今报业应该更加贴近年轻人的消费习惯。“新消费时代下,80、90后成为主力军,他们追求有品质、有态度的生活。”黄海南认为,品牌传播也要从“品性传播”走向“人性传播”,形成影响人们情感和价值观的传播。

黄海南表示,在互联网时代,报纸改版是应对新媒体冲击的一种自救措施。同样,在媒体融合过程中,应以互联网媒体为主导进行转型,优质内容也需要借助新的平台来扩大传播力,“融合不能像玻璃缸里的金鱼,真融合是从发布型过渡到交互型,最终发展到平台型,形成‘智慧+智能+智库’的枢纽型生态系统。”



现代快报社总编辑赵磊: 现代快报+:实现融合发展融合共享

赵磊在大会致辞时表示,非常荣幸现代快报+·ZAKER南京能够承接此次“纪念报纸恢复发布广告40年暨2018年度全国报刊广告经营总结表彰大会”。报业在面对互联网传播方式的冲击下,传统媒体广告受到巨大的冲击,技术和产品迭代速度越来越快。现代快报和众多的媒体同行一样,创新探索走改革创新之路,喊出了“忘掉一张报纸,迎接一场革命”的口号,从用户、媒体、业态三位一体来考量传播,实现了从纸媒到全媒的转变,从读者到用户的转变,从内容到产品的转变。

赵磊同时表示,未来现代快报+将以更加开放的态度,打造更多的超级爆款IP;打造跨界融合、资源整合的平台,实现客户+客户的融合发展;打造互动的多元化平台,实现用户+用户、客户+用户的融合共享,为客户和用户提供更好的体验和服务。

链接

现代快报斩获 8 项大奖

跨界融合、合作共赢……在刚刚过去的2018年,现代快报经营中心基于“现代快报+”的全新运营理念,做大做强自己的朋友圈,打造独有的媒体生态服务群,广告营收实现逆市上扬。在此次全国报刊广告经营总结表彰大会上,现代快报获得8项大奖:

- 现代快报社获得优秀单位奖
- ZAKER南京获得优秀品牌新媒体奖
- 现代快报经营中心获得优秀经营管理团队奖
- 现代快报社“+一起 更美好”获得新媒体创新项目奖
- 现代快报商业事业部获得优秀专业工作室奖
- “展翼计划”获得媒企合作最佳项目奖
- 领读中国、现代快报“夜读”获得经典案例奖
- 现代快报获得2018年度中国报刊广告“金推手奖”最佳媒体合作奖