第一图书网, tushu007.com

<<申报对策>>

图书基本信息

书名：<<申报对策>>

13位ISBN编号：9787309086621

10位ISBN编号：7309086627

出版时间：2012-12

出版时间：徐锦江 复旦大学出版社 (2012-12出版)

作者：徐锦江

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《报对策》作者、《申》报前任主编徐锦江35岁进入创刊团队，15年来。
为这份周报奉献了他全部的激情和想象力。
在《报对策》中，他高屋建瓴，梳理出贯穿于《申》报发展的理论脉络；同时以《申》报为例，探讨现代媒体发展之路，提出了传统媒体应对新媒体挑战突围的蓝海战略。

作者简介

徐锦江，现任《解放日报》副总编，曾任《申江服务导报》主编。
解放日报报业集团高级记者。
上海市记者协会理事。
上海市作家协会会员。
2004年被评为上海市十佳新闻工作者。
2007年被评为中国十大创新传媒人物。
2009年被评为上海市地方领军人才。
2009年被评为中国传媒创新年度人物。
1997年2月至今，筹建创办《申江服务导报》直至担任主编。
参与了《申》报从无到有，从小到大，从成为上海周报市场第一品牌到荣登全国同类周报综合竞争力之首，直至作为解放集团核心资产之一注入新华传媒上市公司的15年创业发展全过程。
其解密《申》报成功密码的《申报关键》在业界产生广泛影响。
先后出版《流言导读》《话说流言蜚语》等专著，并有画家传述《陆俨少词典》、新闻作品集《世相》、散文集《流失的感觉》等6部著作出版。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

序言 一棵舒展生长的树 论述篇 从创业到上市 新标杆：城市时尚生活服务运营商 品牌价值高于一切 新市民 新生活 新服务 有阵地才有导向 有格调才有市场 一个成熟品牌的未来之路 当市场逼迫报纸提价时 《申》报2008年度秋季发布策划文案两题 大震当前《申》报绝不缺位 六个决定决定一切 访谈篇 与互联网互动 上路了就不要怕路远 讲故事也是一种服务 上海意象的承载者 报纸的社会责任感永远是第一位的 后记

章节摘录

版权页： 插图： 我们曾经设想的下一步目标是：在坚持“让眼光比生活高一点”的核心理念，寻求报道、广告、发行，利润、市场份额和影响力的最佳结合点，办好报纸主业的前提下，在集团和上市公司的平台上，通过两次开发、增值服务、立体化经营、专业市场推广、数据库营销、互动营销、整合营销、事件营销、公关营销等新的运行方式积极开发轻重资产，发掘《申》报品牌的现有优势、潜在优势和未来优势，实现《申》报品牌的大发展，通过报业结构调整，实现发展方式转换。
按照《申》报发展战略蓝皮书的目标，从产品创新到企业创新，从产业创新到价值创新，不仅使《申》报继续成为上海年轻读者群体认知度最高的周报，成为上海城市文化发展中的一个著名品牌，成为全国生活服务类媒体的排头兵，而且最终成为衔接多种产业链形式的城市时尚生活服务品牌运营商。
注入上市公司应该说为实现这些设想提供了平台和可能，但由于两元结构等新的过渡期问题产生，包括在市场主体、发展机制和激励机制的确立和建全上还不能进一步释放生产力，一些设想无法尽快落地，下一步的关键是能不能通过合理的制度设计把人的积极性调动好，把事情一步步做好。
目前，我们按照品牌影响力跨界提升、采编内容全媒介延伸、广告运营多元化拓展、经营模式突破性实践的思路，正积极实施品牌战略，做到三明确：目标明确——成为针对年轻白领消费者的城市时尚生活服务运营商：方向明确——按跨媒体跨行业跨地域“三跨”方向发展；项目明确——以报作为母舰，《申周刊》作为副品牌，包括“申活馆、申之云、申连锁、申活剧、申活沙龙、申报卡、申江电影盛宴、申曲、畅（申易）读在内的“申”字头九大品牌拓展项目。
《申》报的未来之路是：不断进行产品研发创新，始终坚持内容为王作为立身之本，同时实施品牌战略，通过整合营销、品牌拓展、立体经营、对外合作、公司运作等途径改善营运模式、赢利模式、竞争模式、管理模式和人才结构，在坚持正确舆论导向的前提下，在解放集团和新华传媒的双重架构内，寻求更能适应市场竞争主体需要的现代企业制度作为机制保障，依托资本平台，按照“三跨”思路积极拓展，实现以品牌为核心，以城市时尚生活服务运营商为新目标的文化产业集群的愿景构想，让属于《申》报的眼光永远比生活高一点。
实践篇“让眼光比生活高一点”是《申》报的广告语。
时尚、白领、海派是《申》报的关键词，分别决定了《申》报的风格、受众和做法。
《申》报十多年来的发展一直以引领时尚的创新为引擎，努力开掘创意资源。
2010年最重要的一件事无疑是世博会。
《申》报最大的亮点是紧扣世博，按照入戏、入场、入身、入味的“四入”要求，设计出了不同于其他平媒的差异化产品——《世博开心地理》“口袋书”，并在世博会闭幕时正点提出“珍藏版”。
传统的报纸版面过大，印刷、排版效果也有局限性。
而“口袋书”的大小适合携带，通过特别的视觉设计，既保证了信息密度，又实现了美观的呈现效果，便于读者在观博时随身携带，因此成为最佳观博“路书”。
服务信息是《世博开心地理》的主打内容。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《报对策》亦包含了丰富的案例研究，如对生活服务性版面的探索，市场逼迫报纸调价时、面对挑战《申》报的应对与决策。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com