

<<报业竞争力研究>>

图书基本信息

书名：<<报业竞争力研究>>

13位ISBN编号：9787509719572

10位ISBN编号：7509719577

出版时间：2011-1

出版时间：社会科学文献出版社

作者：王秋苹

页数：251

字数：261000

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>

## <<报业竞争力研究>>

### 内容概要

《报业竞争力研究》紧扣论题，展开了深入的学理探讨，有很多亮点：对竞争的诠释，给人以启发；就别国报业发展的研究，体现了开阔的视野；运用马克思主义政治经济学的基本观点对竞争力进行探讨，为本著的特色；对国内外报业竞争环境变迁的论析，对我国当代报业竞争力的基本格局、特征及趋势的探讨，对作为个案的《福建经济快报》兴衰史的解读，也多有出彩之处。

## <<报业竞争力研究>>

### 作者简介

王秋苹，1970年生，福建寿宁人，经济学博士，主任记者、兼职副教授。从事新闻工作18年，发表新闻作品3000多篇，先后有30多篇作品获得国家和省部级各类新闻奖项。出版专著《新闻时光》，主要论文《中国报业企业核心竞争力分析》。

## &lt;&lt;报业竞争力研究&gt;&gt;

## 书籍目录

绪论 一 研究背景 二 国内外关于报业竞争力的研究综述 三 本书的框架思路 四 本书的主要方法 五 本书的主要创新与不足

第一章 报业竞争力的理论概论 一 竞争力理论的形成与发展 二 竞争力与产业竞争力的关联理论 三 报业竞争力的内涵与特征 四 报业竞争力的一般要素分析 五 报业竞争力的特殊要素分析

第二章 当代报业发展的特点与趋势 一 美国报业的发展 二 日本报业的发展 三 祖国大陆及我国港台地区的报业发展 四 当代报业发展的特点 五 当代报业发展的趋势

第三章 当代报业竞争环境的变迁及影响 一 从传统到现代：世界报业竞争环境的变迁及影响 二 从计划到市场：我国报业竞争环境的变迁及影响

第四章 当代中国报业竞争力的基本格局 一 “十五”以来我国报业竞争发展状况 二 我国报业竞争力的主要制约因素 三 我国报业竞争力面临的挑战 四 当代中国报业竞争的特征 五 当代中国报业竞争的趋势

第五章 当代中国报业竞争环境的影响分析——以《福建经济快报》的兴衰为例 一 《福建经济快报》的前身 二 《福建经济快报》的发展 三 《福建经济快报》的兴盛 四 《福建经济快报》的衰亡 五 《福建经济快报》亏损并停刊的原因剖析

第六章 当代中国报业竞争力的提升与可持续发展 一 可持续发展的内涵及其对报业发展的意义 二 增强报业竞争力，实现可持续发展的路径选择 三 提升中国报业竞争力与实现可持续发展的对策建议 四 当代中国报业竞争力的前景展望

第七章 结论附录 见证《福建经济快报》兴衰的几个文件参考文献后记

## &lt;&lt;报业竞争力研究&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 报业竞争力的理论概念 三 报业竞争力的内涵与特征 近年来,“竞争力”的概念被引入报业研究之中。

那么,什么是“报业竞争力”呢?

基于前面对竞争力理论的认识,笔者认为,报业竞争力是指某报业在经营和发展中胜过竞争对手的核心资源和能力的总称。

具体地说,它是报业以其主体业务(如报纸的采、写、编、评等)为核心形成的,能够赢得受众、占领市场、获得最佳经济和社会效益,并在众多竞争对手中保持竞争优势,是报业自身具有的独特的、稀缺的、可延展的核心资源和能力的总称。

相对于竞争对手而言,这些资源和能力应具有明显的、独特的优势,而且是竞争对手难以企及和模仿的。

但是,我们很难准确地界定报业的核心竞争力。

也就是说,我们无法准确地说明一份什么样的报纸才是真正具有核心竞争力的报纸,原因有两个方面。

一方面,报业的核心竞争力本身是一个非常抽象的概念,是看不见、摸不着的,我们很难把它具体化。

另一方面,报业的核心竞争力是动态的,是一种比较优势,没有通用的标准和一成不变的模式,我们很难把它固定化。

总之,报业的核心竞争力是报业在众多竞争对手中保持竞争优势的那些报业自身具有的独特的、稀缺的、可延展的竞争对手难以模仿的核心资源和能力的总称。

因此,报业竞争力具有以下基本特征。

1.优越性 新闻传媒的核心竞争力意味着媒体对传媒的受众有更多的、更优越的满足,受众能从该媒体获得比其他媒体更多的实惠(“消费者剩余”)。

优越性并不仅仅限于新闻传媒提供的新闻信息本身,一些外在形式及附载的东西也可能受到受众的青睐而成为核心竞争力的来源。

例如,《精品购物指南》会因其头版总是采用印刷精美的明星图片而比内容差不多的其他生活消费类报刊具有更多的优越性,因为一些年轻读者喜欢收藏这些明星图片。

同样也不难理解,当售价均为0.5元但内容上相差不大时,读者会更乐意选购版数多的“厚报”。

2.独特性 核心竞争力一定是拥有媒体独一无二的资源或能力,是“人无我有”,而不是“你有我有全都有”的。

总是报道独家新闻的传媒便具有核心竞争力,如先后推出“基金黑幕”、“银广事件”等重头独家报道的《财经》杂志;又如,《实话实说》当时能在全中国100多个电视谈话类节目中保持领先,一个重要原因便在于它的主持人崔永元具有独特个性、素养和才华,从而形成了自己的核心竞争力。

.....

<<报业竞争力研究>>

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>