

<<新媒体拯救报业>>

图书基本信息

书名：<<新媒体拯救报业>>

13位ISBN编号：9787549102778

10位ISBN编号：7549102775

出版时间：2012-1

出版时间：广东南方日报出版社

作者：陈国权

页数：228

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>

<<新媒体拯救报业>>

内容概要

陈国权编著的《新媒体拯救报业》是写给对报业未来有信心的人看的。在未来，独特的优势使报业在传媒竞争中必将有一席之地，但这一席之地仍然需要报人们的不懈努力与争取。

《新媒体拯救报业》展现报人们失败与成功的探索，指向报业未来的辉煌。

<<新媒体拯救报业>>

作者简介

陈国权，现任职于新华社新闻研究所，《中国记者》杂志值班编辑，报业研究专栏作家，宁波大学特聘教授。

主要研究报业竞争，近年在各类专业核心期刊发表相关论文一百余篇。多篇论文被人大复印资料《新闻与传播》、《新华文摘》等全文转载。

<<新媒体拯救报业>>

书籍目录

- 序言一 “拯救”报业要有新思路
- 序言二 媒介融合的报业反思
- 自序 报业的未来在哪里？

- 第一章 报业：给我一个“玩”新媒体的理由
 - 第一节 报业“天花板”的表现
 - 第二节 突破“天花板”的几个可能
 - 第三节 面对“天花板”，报业能做什么？

 - 第四节 报业的多元诉求
- 第二章 取长补短的败笔
 - 第一节 一报两投：先天不足能后天弥补吗？

 - 第二节 D报纸：图像真不是报纸的长处
 - 第三节 有声报纸：插上翅膀后能飞吗？
- 第三章 忽视报纸独特优势
 - 第一节 卫星报纸：抛弃报纸区域优势
 - 第二节 报纸二维码：忽略了简便
 - 第三节 电子纸：昂贵的报纸“替代品”
- 第四章 传统媒体思维的困境
 - 第一节 iPad不能成为报业未来的救星
 - 第二节 新媒体时代，重新审视新闻的价值
- 第五章 谁能成为全媒体？
 - 第一节 “全媒体”到底是什么
 - 第二节 贪大求全的全媒体集团
 - 第三节 全媒体平台：一根萝卜要做十道菜
 - 第四节 忙不过来的全媒体记者
- 第六章 分化是传媒发展的趋势
 - 第一节 融合还是分化？

 - 第二节 自身优势须做大做强
 - 第三节 传媒分化势所必然
 - 第四节 媒介融合的适用途径
- 第七章 用新媒体提升报纸影响力
 - 第一节 QQ报料平台：不仅仅只报料
 - 第二节 报纸能用微博干什么
- 第八章 适应报纸分化趋势
 - 第一节 免费报也是新媒体
 - 第二节 免费报发展面临的四个瓶颈
 - 第三节 免费报的价值认知和空间发掘
- 第九章 适应新媒体分化趋势
 - 第一节 网络媒体的分化趋势
 - 第二节 报纸网站分化成功的案例

<<新媒体拯救报业>>

第三节 新媒体需要新思维

第十章 新媒体要跟报纸拉开点距离

第一节 手机报是全新的媒体

第二节 报业：如何掌控手机报主导权

第三节 手机报只是过渡产品

第十一章 寻找新媒体赢利模式

第一节 心态决定成败

第二节 到网络上看报纸？

第三节 电子版的赢利模式

第十二章 恐龙并没有灭亡

第一节 报业有没有未来？

第二节 报业的救赎靠什么？

第三节 中国报业的机会在哪里？

附录一 香港报业：慎做新媒体

附录二 市场机制比融合更重要

后记我就是来唱反调的

<<新媒体拯救报业>>

章节摘录

版权页：插图：相对于传统电脑，在与报纸结合方面，iPad有以下优势：首先，它比较大，不像手机那样麻烦，iPad翻看非常方便，且能随时联网；其次，iPad可即开即用，不像电脑开机要经过漫长等待；最后，报纸还能通过iTune支付，实现在新媒体上收费的梦想，其他不讲，光这一点就足以让很多报纸欣喜若狂了。

iPad对于报业的重要性还在于，它可能让报纸意识到原创信息不会再被搜索引擎或门户网站肆意使用。这对于在知识产权保护意识不甚强的地方，如国内，很有吸引力。

美国新闻集团董事长默多克还认为，报业形态将来可能越来越多地由传统纸媒向平板电脑等装置过渡，因为后者可以节省纸张、印刷和运输等成本，从经济角度看更有优势。

二、可怕的全范围竞争 2010年1月27日苹果公司发布了iPad平板电脑后，首先是英美纸媒，默多克新闻集团旗下的《华尔街日报》、《泰晤士报》等报纸都开发了iPad付费应用程序，《纽约时报》、《今日美国》也紧随其后。

在国内，最早尝鲜的是南方报业传媒集团，2010年5月7日，《南方都市报》iPad阅读软件上线，成为首家进入iPad的中文媒体。

此后，《南方周末》、《广州日报》、《东方早报》等也迅速推出专供iPad的客户端。

到2011年1月，已经有37家报纸、23家杂志、9家电视台电台、4家通讯社开发了客户端。

但形势不容乐观。

这些报纸iPad应用销量的一般规律就是，在刚开始推出时，下载量很大，但是马上第二期下载量就迅速下滑。

有专家分析，这是因为刚开始是同行、业内自己图新鲜，踊跃下载，新鲜感过后下载量就不能持续了。

还有一个奇怪的现象，一些报社老总在介绍他们的iPad终端产品时，习惯于用在中文新闻类产品中下载量排名多少来介绍他们取得的成就，而从来没有一家报社老总会说，在整个iPad客户端下载中的排名是多少。

比如，新闻集团全球高级副总裁高群耀先生就在介绍他们的《The Daily》时说：“《The Daily》目前还处于早期阶段，但是它的用户正在持续增长，是苹果iTunes应用系统中被下载最多的iPad新闻应用之一。”

值得注意的是，还仅仅是“之一”，不是“最多”。

有意无意的回避向我们揭示了两个问题：一是一些报纸的iPad终端在整个iPad终端下载排名中很靠后；二是iPad终端上的竞争要比报纸间的竞争大得多。

现在几乎稍微大一点儿的报社都已经在iPad上建立了自己的客户端，同质竞争又从纸质媒体很快转移到iPad上，那么多媒体都在积极响应，热切进入。

那么多客户端，其竞争的激烈程度远比同城报纸的强。

iPad平台是个无疆界的传媒世界，由此，成千上万的传统纸媒和iPad产品间的残酷争夺可想而知。

更可怕的是，报纸iPad客户端不单单是跟报纸竞争，而且还必须直面iPad的全范围竞争。

iPad并不简单地等同于媒体终端，而是一个非常多元化的娱乐平台。

报纸的iPad终端必须面对几大竞争对手：游戏客户端、微博、QQ等社会化媒体终端，这些东西远比新闻类终端有意思多了，也更具吸引力。

截至2011年3月10日，苹果应用商店中，书籍类应用软件最多，达57184个，占总数的15.86%，在2011年年底，应用软件数量已经突破50万。

在这样可怕的全方位竞争形势下，报纸的iPad终端吸引力被摊薄是情理之中的事情。

所以，真的不要对iPad抱太大希望。

三、报纸时效缺陷在iPad上被放大 时效快，能互动，这是报纸与iPad合作的基本诉求。

但是，报纸iPad终端却将报纸时效缺陷放大，完全没有预想中的那种弥补缺陷的效果。

报纸之所以在网络新媒体的冲击下左支右绌，很大一个原因就是报纸的时效性与互动性远远不能跟上

<<新媒体拯救报业>>

新传媒时代的要求。

但现在的iPad报纸同样面临更新频次的问题。

这包括两方面原因：报纸方面。

iPad界面的精致绚丽，决定了身处其中的报纸类应用必须精心选材、制作，不可能做到经常更新。

比如，《Vogue服饰与美容》iPad版本于2010年11月8日发布，获得广泛好评。

这本杂志以《Vogue服饰与美容五周年璀璨特刊》为蓝本，呈现了五年来的精华图片，浓缩了近60位国际顶级摄影大师、80余名超模与近30位明星共同为读者奉献的原创作品精选。

发布至今，《Vogue服饰与美容》iPad版本成为苹果APP Store中最受欢迎的中文杂志以及中国区杂志类下载排名第一。

但是，这本杂志在2011年全年只推出了四期，也就是更新四次。

像默多克那份被寄予厚望的《The Daily》这样计划一天更新三次，已经是同类产品的佼佼者了。

<<新媒体拯救报业>>

媒体关注与评论

新媒体的“新”字意味着发展变化。

报业转型之路难有定法可循，在实践中及时总结思考尤为重要。

本书某些观点或有值得商榷之处，但书中绝大部分案例源自中国报业的鲜活实践，引入深思。

——南方报业传媒集团董事长、南方日报社社长杨兴锋 此书视野开阔、观点独到、论述充分，体现了作者一贯的质疑、思辨精神和前沿、严谨的治学态度。

在新媒体快速发展的传媒环境下，该书对报业与新媒体的关系，以及报业的生存与发展具有独到见解和思考，有一定的借鉴意义。

——华西都市报总编辑、总经理李鹏 拿什么来拯救正在走向衰落的传统报业？

我们需要更深入的思考，需要更具创新性的实践。

此书提出了与众不同的思路，对彷徨中的中国报业将有所启发。

——京华时报社长、总编辑吴海民 这部著作给当前中国的报业变革做了一次全面而细致的“体检”，虽然得出的结论还有待实践发展来验证，但其中的分析和劝诫值得报界关注和深思。

——中国人民大学新大学院副院长、博士生导师蔡雯 此书探讨了新形势下报业发展的规律及运作新媒体的规律。

书中观点率真而有冲击力，又具有理性的深度，是经过大量调研和深思熟虑后做出的论断。

这些思考和观点对中国报业的转型探索有重要参考价值，对我们思考报业的未来有很多有益的启迪。

——清华大学传播学院教授、博士生导师、媒介经营管理研究中心主任崔保国

<<新媒体拯救报业>>

编辑推荐

新媒体带来的不仅是传媒业发展的机遇，也给传统报业带来了巨大的挑战和严峻的考验，报业经营者的兴奋、焦躁、困惑交织在一起。

陈国权著的《新媒体拯救报业》一书，展示了传媒细分导致传媒分化的趋势，介绍了报业利用新媒体、借用新媒体、运作新媒体的失败和成功例子。

<<新媒体拯救报业>>

名人推荐

新媒体的“新”字意味着发展变化，报业转型之路难有定法可循，在实践中及时总结思考尤为重要。本书某些观点或有值得商榷之处，但书中绝大部分案例源自中国报业的鲜活实践，引入深思。

——南方报业传媒集团董事长、南方日报社社长 杨兴锋 此书视野开阔、观点独到、论述充分，体现了作者一贯的质疑、思辨精神和前沿、严谨的治学态度。

在新媒体快速发展的传媒环境下，该书对报业与新媒体的关系，以及报业的生存与发展具有独到见解和思考，有一定的借鉴意义。

——华西都市报总编辑、总经理 李鹏 拿什么来拯救正在走向衰落的传统报业？

我们需要更深入的思考，需要更具创新性的实践。

此书提出了与众不同的思路，对彷徨中的中国报业将有所启发。

——京华时报社长、总编辑 吴海民 这部著作给当前中国的报业变革做了一次全面而细致的“体检”，虽然得出的结论还有待实践发展来验证，但其中的分析和劝诫值得报界关注和深思。

——中国人民大学新闻学院副院长、博士生导师 蔡雯 此书探讨了新形势下报业发展的规律及运作新媒体的规律。

书中观点率真而有冲击力，又具有理性的深度，是经过大量调研和深思熟虑后做出的论断。

这些思考和观点对中国报业的转型探索有重要参考价值，对我们思考报业的未来有很多有益的启迪。

——清华大学传播学院教授、博士生导师、媒介经营管理研究中心主任 崔保国

<<新媒体拯救报业>>

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>