



# 2021中国报业创新发展大会 特别报道

过去几年,中国报业面临困境,也在不断寻找曙光。主流媒体依然是中国传媒产业发展的主力军。如何在传承历史的基础上,通过体制机制创新,提升主流媒体的传播力、影响力?在6月3日举办的2021中国报业创新发展大会——“新发展格局中报业体制机制创新”分论坛上,贵州日报报刊社编委、融媒总监赵国梁,泰州日报社党委书记、社长曹茂良,绍兴市新闻传媒中心(传媒集团)党委书记、主任、董事长、总经理冯立中,华商传媒集团二三里资讯首席执行官曹鹏飞等与会嘉宾,展开了头脑风暴。

## 创新体制机制 不断提升主流媒体传播影响力

聚焦 新发展格局中报业体制机制创新分论坛



“新发展格局中报业体制机制创新”分论坛。

贵州日报报刊社编委、融媒总监赵国梁:

### 把融合发展理念贯彻到各环节



赵国梁

如今,媒体融合发展进入了新的发展阶段,制约报纸创新发展的体制机制问题有哪些?又有哪些新的探索和经验?

在3日举行的分论坛上,赵国梁发表了题为《改革开路 机制创新 推动媒体融合纵深发展》的演讲,分享了党报主流媒体的融合发展经验。

赵国梁表示,在推动融媒体发展的进程中,主流媒体要坚持以内容建设为根本,先进技术为支撑,创新管理为保障,把融合发展理念贯彻到“策采编发”各个环节中,真正实现“融为一体、合二为一”向高质量推动媒体融合纵深发展。

“从2014年开始,媒体融合发展进入初期阶段,直到2019年,各个平台遍地开花。对于贵州日报来讲,2019年是决战年,2020年是决胜年,2021年是创新创造年,经过3年的媒体融合行动,贵州日报集中精力打造出了龙头传播平台天眼新闻。”赵国梁说。

那么贵州日报又是如何实现机制创新的?据赵国梁介绍,以移动优先组建“天眼战队”,贵州日报将报纸采编人员转型为天眼新闻全媒体记者,实现党报、党刊、党网、党端采编人员

100%融合,并进行资源共建共享。

一直以来,技术是报业转型短板,也是关键。对此,赵国梁说,贵州日报通过虚拟软件、架构设计、消化吸收、集成创新,利用技术赋能打造自主可控“天眼云”平台,还成立了43家县级融媒体中心,云上编辑部互相打通共同生产,加强技术的改造力。

泰州日报社党委书记、社长曹茂良:

### 做读者可感可亲的新媒体



曹茂良

“583个10万+文章,2亿人次阅读,传播力位居江苏省第一位……”这是泰州日报旗下“微泰州”微信公众号在2020年取得的成绩。

“新媒体做不好,根本原因一定是在体制机制上。”曹茂良说,制约新媒体发展的主要原因有两点,一是新媒体部门游离于传统媒体采编部门之外,传统采编部门不但不支持新媒体发展,还会设置种种障碍;二是报社或集团内部每个板块都在发展自己的新媒体产品,相互竞争。

“新媒体的创业门槛比较低,面对一个充分竞争的市场环境,首先要整合内部资源,才能做成自己的旗舰产品。”曹茂良说,其次要坚持用户思维,要摆脱对传统路径的依赖,用读者可感可亲的方式去表达。在创新方面,则应紧跟新媒体发展风口,积极运用

短视频等新技术,生产契合用户需求的视频产品。

与此同时,曹茂良也强调,作为主流媒体,任何时候都不能丢掉新闻的品质,不能因流量和点击量失去方向,应坚持弘扬主旋律,大力传播正能量。

“传统媒体办报思维,既是最大的财富,也是最大的包袱。”曹茂良说,深化媒体融合,需要建立一个全新的架构,既依托报纸的人力资源和信息资源,又要跳出报纸的传统思路。读者的视线在哪里,市场就在哪里,拥有一个强大的新媒体平台,就一定找到清晰的盈利模式,实现爆发式增长。

绍兴市新闻传媒中心(传媒集团)党委书记、主任、董事长、总经理冯立中:

### 打造地市级媒体融合“绍兴样本”



冯立中

“推进地市级主流媒体的融合改革,已经是一场不能回避的革新。”冯立中在题为《市级媒体融合改革的“绍兴样本”》的演讲中提到,处于中间位置的地市级媒体,承受着多重“挤压”,如何成为舆论压舱石、价值风向标,都考验着地市级主流媒体。

冯立中说,在媒体融合改革的上半场,地市级媒体承受着来自中央、省、县三级主流媒体和众多网络媒体的挤压,

如果不去改革,就可能出现用户流失,甚至面临着巨大的空心化风险。

冯立中举例说,曾经,绍兴日报社和绍兴广播电视总台经历了一段黄金发展期。“然而现在,两家新闻单位面临着媒体资源分散、重复建设、市场萎缩等问题,发展举步维艰,急需调整发展路径,破局突围。”他说,要坚持在媒体融合改革创新当中完善制度,目前绍兴新闻传媒中心已制定出台了采编系统、绩效考核、财务审批、党风廉政建设等涉及方方面面的制度60多项,初步建立起一整套科学规范运行有效的制度体系。

华商传媒集团二三里资讯首席执行官曹鹏飞:

### 以产业支撑 做强媒体影响力



曹鹏飞

“没有产业的支撑,新时代下的媒体是做不大的。”曹鹏飞说,这是他在媒体融合创新实践过程中,得到的最大感触。

曹鹏飞介绍,近几年,华商传媒集团基于自身现实紧迫的转型需求,实现了两个转型:从原来既有的庞大报纸配送队伍向快递生鲜行业转型;实现了经营和客户能力向汽车、教育、展会等垂直行业和文化创意产业方向的转型。

曹鹏飞说,在产业支撑下,华商传媒将媒体融合发展作为集团影响力整体输出的抓手,实现了产业和媒体相互促进、相互支撑的良性循环,目前已形成华商传媒平台、文化创意产业平台、城市综合服务平台加文化产业园运营的“3+1”融媒发展战略。

“经历了从业务转型、组织转型、移动优先和平台优先的过程重建,在全媒体中央厨房和大数据抓取、智能分发等技术逐渐成熟后,传统媒体的价值观输出能力凸显起来。”曹鹏飞说,华商传媒将既有的“报网端微”等产品矩阵作为价值输出平台,将“二三里资讯”的全国化拓展作为渠道拓展的新平台。

据悉,平台根据互联网公司的方式进行了团队搭建、建立机制体制、搭建产品线、进行区域内容的获取和分发。经过4年的运营和商业探索,已在全国建立了160多个商业合作渠道。

华西都市报-封面新闻记者 熊英英 朱珠