地市级晚报应对竞争与谋求发展之路探索

——试以《南充晚报》为例

文 | 吴荣剑

摘要：地市级晚报作为传统的新闻媒体形式，在当前日益激烈的报纸行业竞争环境中，生存和发展显得愈发困难。如何根据地市级晚报发展的特点和遇到的困难，制订和实施更为有效的发展策略，是所有地市级晚报从业者们必须思考的课题。本文正是以此为切入点，结合《南充晚报》的实际状况，对当前地市级晚报在应对市场竞争和谋求更大发展过程中采取的策略、措施进行了分析、探讨，并给出了一些个人的建议。希望借助本文的浅薄论述，能够为地市级晚报的更好更快发展提供积极的启示。

关键词：地市级晚报；南充晚报；新闻媒体；民生新闻；地区间合作

随着报业竞争的加剧，原本就缺乏市场竞争力的地市级晚报，在新闻报业的竞争大潮中更加显得力不从心。地市级晚报作为新闻报业的重要组成部分，是地方城市居民日常生活不可或缺的信息、新闻和知识来源的“窗口”。受困于人力、财力、采编水平和策划能力的限制，很多的地市级晚报陷入了发展的泥淖，亟需进一步调整和革新。作为我国地市级晚报的一个代表，《南充晚报》在应对地区和市场竞争以及谋求自身更大发展的过程中，无疑具有典型性和象征性。探索地市级晚报如何通过各种竞争手段与发展策略的应用，提升自身的竞争力和发展能力，具有很强的现实意义。

1 坚持本地化发展策略，贴近百姓与读者的实际需求

媒体的竞争归根到底就是资源和市场的抢夺，谁占据了更大范围的市场，就可以获得竞争的胜利。作为传统媒体的地市级晚报，在发展过程中同样不能脱离市场和读者的实际。在地市级晚报竞争日益激烈的今天，各大地市级晚报必须实事求是，一切从实际出发，认识自身发展过程中存在的不足和问题，并努力找出解决的对策和方法。地市级晚报是地区性、本土性极强的报纸，要想获得核心竞争力和

市场发展力，首先要坚持“本地化”策略，要做贴近本地实际，贴近百姓生活和读者需要的新闻、内容，这样才能获得更多读者与群众的欢迎、喜爱。本地化策略是地市级晚报谋求更大发展的“不二法门”，也是晚报采编、制作、策划等各项工作的指导原则。就以《南充晚报》为例，本报的主要内容应该涉及到南充市及周边地区的各类新闻、资讯和其他信息。在《南充晚报》创刊及发展的过程中，也正是坚持了“与时代同行，与读者同进”的办报理念，并且已经取得了各方面发展的优异成绩，获得了诸如“中国地方都市报类报纸最具影响力十强”和“中国地市级晚报品牌竞争力10强”的殊荣。由此，我们可以看出，地市级晚报力报的基础就是本地化，就是坚持以本地新闻为主体，辅以其他精品内容，将新闻、知识、娱乐、应用等内容结合起来，形成独具特色的办报策略。

地市级晚报要多做民生新闻、惠民新闻和老百姓需要的新闻，真正贴近老百姓的生活、生产实际，贴近他们的思想和精神实际，为地方居民提供实实在在的帮助。民生新闻的本质是地市级晚报在报道和新闻发布的过程中，要坚持“想百姓之所想，解百姓之所需，办百姓之所急”，踏踏实实做到为人民服

务，打造本地群众和读者喜闻乐见的新闻内容，为他们提供务实的精神享受和实际帮助。得到了本地群众、居民和读者的喜爱、支持，地市级晚报的发展才有希望，才能在日趋激烈的市场竞争中占据一席之地。《南充晚报》在日常新闻报道的过程中，也特别注意民生新闻的内容，并将其作为新闻报道的主体，这一策略取得了不错的市场反响，并且获得了南充本地读者的追捧和支持。可见，真正贴近本地居民和读者的民生新闻、实用新闻和惠民新闻，是地市级晚报提升市场竞争力的重要“法宝”，必须毫不犹豫地坚持下去。办好民生新闻，贴近百姓实际，将大大提升地市级晚报发展的速度和质量。

2 加强地市间合作，“强强联合”，实现跨地区发展

相比于传统媒体中的电视、广播和日报，地市级晚报力量小、资源少、市场狭窄，缺乏核心竞争力，很难取得发展的重大突破，也严重阻碍了晚报的快速扩张和品质提升。基于此，地市级晚报要注意协调和团结周边地市的晚报力量，形成地区间合作的办报模式，用地市间合作塑造新型的晚报发展样式，培育强劲的市场竞争力和更大范围的读

向沟通是企业意愿实现的前提和关键。

目前，在产品日渐同质化的状况下，企业的营销目的仅凭单一的发行营销策略很难得以实现。报刊发行企业应从读者的实际需求出发，抓住读者心理，提供人性化服务，充分利用网络等多媒体技术，采用组合策略，才能使营销工作得以顺利开展并最终成功。与此

同时，需要进行广告和新闻等多部门协同努力，做好报纸发行工作。当下，报纸发行工作已经进入整合营销时代。

参考文献

[1] 吴友富. 面向21世纪的整合营销[J]. 上海管理科学, 2006, 28 (4)

[2] 曾爱武. 整合资源强化服务——论新时期报业集团图书资料服务工作[J].

图书馆, 2009, (4)

[3] 唐齐. 《华尔街日报》的二元价值容介态分析[J]. 广义虚拟经济研究, 2011, 02 (2)

[4] 曹小英. 都市报的市场整合与营销策略——从北京都市报竞争现状引发的思考[J]. 企业经济, 2005, (1)

(人民公安报社, 北京 100160)

者群。同时，加强地市级晚报的区间合作，能够大大提升晚报的内容和品质，而且可以实现地市级晚报的跨地区发展，拓展报纸的辐射范围，形成更为开拓的市场新闻环境，保障晚报发展的可持续。将这样的地市间的都市晚报合作称为“强强联合”，应该是恰如其分的。各级地市之间的晚报，进行资源、人力及全方位的合作，是地市级晚报获取更大发展空间的必由之路。

《南充晚报》在2012年3月，联合绵阳、德阳、遂宁、广元相邻四市的晚报建立了区域协调、合作的机制，其目的就是加强地市间晚报的合作，形成合力，培育新的晚报业务增长点和市场竞争力。南充、绵阳、德阳、遂宁、广元五市晚报在协调合作机制的指导下，开展深度合作，强化资源共享，加深战略协作力度，不断提升五市晚报的辐射力和影响力。五市晚报的合作包括战略合作、新闻合作和策划活动等多个方面，典型代表是共同推出的联合专栏（专版）《五城新闻》。《五城新闻》立足于五个城市的发展实际，将五市政治、经济、文化、社会、娱乐各方面的新闻在本市晚报上进行刊发，无疑可以拓展本市报纸的内容厚度和质量深度，获得更大的读者群。《南充晚报》设立了《五城新闻》专栏，并且由之前的一周2版扩大为现在的一周4版，为南充当地群众、读者提供一个新闻发布、情感交流、信息摄取的平台。南充读者可以通过《南充晚报》的《五城新闻》专栏，知晓和获取其他四个城市的地方新闻事件和各类社会信息，有利于加强南充市与其他地市之间的交流和互动。同时，这样的民生新闻内容，也正是广大读者所迫切需要的，毕竟五城山水相接、人文相亲，大家都是“一家人”。

协调五市晚报的资源和新闻内容，定期或不定期开辟专栏（专版）和主题活动，对五市群众普遍关心的新闻事件、社会活动、经济文化动态等进行编辑和深加工，形成独具特色的专栏（专版）内容，既符合五市读者的需要，又可以拓展五市晚报的内容，形成本地间的区域互动。总之，将地区间晚报的协调、合作作为提升地市级晚报市场竞争力的重要手段，业已成为各地市级晚报的发展共识，《南充晚报》的情况就是

一个好的案例。坚持区域协调、合作，实现地市级晚报的“强强联合”，必然可以提升地市级晚报的媒体竞争力，积蓄更为强大的发展力量。

3 加强新闻资源开发，更加注重报纸的深度与广度

地市级晚报作为传统媒体，安身立命的根本还是内容，内容精品化的关键在于新闻资源的挖掘、开发和深加工。加强对新闻资源的开发，既要注重新闻的真实性、可靠性，也要保障新闻的质量和水平。现在社会上流行的晚报过度“娱乐化、恶俗化、低端化”的趋势，是万万不可取的。地市级晚报还是应该立足本地、侧重新闻，提升内容的深度，拓宽内容的广度。深度，是新闻类报纸不可或缺的特征，也应该成为广大地市级晚报发展过程中的核心要义。倘若晚报内容都停留于新闻事件本身，缺乏进一步的解读和分析，就失去了新闻的挖掘和启示价值，也就失去了很大一部分的知识型读者。所以，地市级晚报要注意加强对现有新闻资源的深度开发，提升新闻内容的品质和质量，让新闻内容更有可读性，更能带给读者启示和感悟。有吸引力的报纸，都是注重评论和分析的；让评论和分析与新闻事件并行，应该成为地市级晚报发展的基本方向。

此外，要加强地市级晚报新闻内容的广度开发，拓宽地市级晚报的新闻内容层次和辐射范围，形成更具规模效益的晚报内容体系。地市级晚报要充分发挥导向作用和窗口作用，要成为引导本地居民、读者思想走向的“工程师”和“传道者”，要奉行“为民服务”的基本报业理念，切实培育晚报的核心价值，获取广大读者的衷心支持。以《南充晚报》为例，在新闻制作、编辑的过程中，要特别注意针对南充本市居民、读者的特殊情况和实际需要，根据读者群中的文化素养、审美情趣、新闻需求、个性喜好的不同，制作、编辑不同类型、不同区间的新闻，尽量满足最广大读者群体的需要。比如，南充市的居民普遍关注南充本地的新闻事件、社会活动和市场动态，那么在《南充晚报》的内容制作中，就应该提升这方面的新闻比重，满足本地读者的基本需要。总之，将新闻资源的开发与深加工统筹起来，拓展内容的深度与广度，是提升地

市级晚报市场竞争力的重要手段。

4 提高创新力，增加报纸的可读性，扩大读者面

在过去的很长一段时间，很多晚报被称为“五分钟报纸”，主要是因为报纸的内容“乏善可陈”，缺乏可读性，对读者没有吸引力。所以，在今天新的媒体竞争环境下，地市级晚报更要不断更新思维、与时俱进，深化创新意识，拓展创新范围，打造报纸的精品内容，增加报纸的可读性，扩大读者群。内容的精品化是地市级晚报当前发展的当务之急，也是重点和难点。要对原来“新闻+专栏+副刊”内容模式进行创新和调整，引入更多现代化、科技化的内容，吸引更大范围的读者。比如，可以依据南充市民的生活特点和日常喜好，设计当下最流行的“微博体”新闻，把南充本地新闻用微博形式播发，用以吸引更多的读者。

地市级晚报还要注意对内容的不同设置和处理，使之满足不同阶层、年龄读者群体的需要。比如，在《南充晚报》的内容中，既有老年人可看的内容，又有中年人和年轻人可读的内容，如此，才能扩大晚报的辐射面积，增长阅读人群，培育市场竞争力。地市级晚报的创新，既要不断更新办报理念和新闻意识，又要加强形式创新和内容创新，优化报纸的内容结构，形成本地晚报特色，吸引更多的读者和受众。

综上所述，地市级晚报的发展虽然面临着一些困难，但总体来看还是大有希望的。在地市级晚报应对市场竞争的过程中，必须要亲民、惠民，处处为读者考虑，加强地区间的协调与合作，不断塑造晚报的核心特色，不断提升核心竞争力。

参考文献

- [1] 张燕. 地市级晚报应对报业竞争之我见[J]. 新闻爱好者. 2008 (12)
 - [2] 丛滋臣. 地市级晚报的定位与对策[J]. 记者摇篮. 2008 (07)
 - [3] 李静, 马婕. 当前晚报面临的挑战及应对策略——以品牌战略开拓发展之路[J]. 科教文汇(下旬刊). 2009 (03)
 - [4] 黄子健. 瞄准百姓“吃住行”的刚性需求——看2010中国晚报界在媒体竞争中的突破点[J]. 新闻研究导刊. 2011 (06)
- (南充日报社, 四川南充 637000)