

# 网络时代的报纸创新和价值再造

## ——2012年中国报纸新创与改版聚焦

□ 文汇新民联合报业集团新闻研究所

**美**国著名报纸改版专家、密苏里新闻学院教授达里尔·莫恩曾说：“一张生机勃勃的报纸应当不断发现向读者报道世界并解释世界的更好途径。”并且他断言：“报纸隔了5年还停滞不前，就不会有新的进展。”

对于报人来说，改版，既是满足读者需求、适应市场变化的重大举措，又是每日每时不断创新实践的探索过程。特别是在当前的形势下，全球报业市场普遍式微，纷纷进入衰退期，传统报业生存发展日益艰难，通过改版以应对挑战，救危图存，焕发生机，就更加重要。

为此，我们对2012年中国报纸新创和改版情况做了一个比较全面的搜集和梳理，旨在与报业同仁们一起思考与探讨，在兄弟报纸的改革理念、创新措施中汲取经验，获得启发。

### 一、2012年新创刊的报纸

根据我们的搜集整理，2012年各地有16种报纸新创刊，其中传统形态的报纸有11种，大多为社区报或区域细分型报纸，免费地铁报5家。

#### （一）传统形式的报纸

##### 1.《新晚社区报》

2012年1月6日，号称“东北三省第一份社区报”的《新晚社区报》正式创刊。该报“关注冰城民生焦点，报道百姓家长里短；搜罗最新消费信息，提供最强购物指南；倡导健康人生理念，引领休闲生活方式”。

##### 2.《楚天民报》

2012年2月28日，《楚天民报》在荆州正式创刊。该报系《体育周报》更名而来，是《楚天都市报》系继《楚天快报》《楚天时报》后主办的第三个地方版。提出“急市民之所急、想市

民之所想、解市民之所难”的口号。

##### 3.《海东时报》

2012年3月9日，由青海省海东地委、青海日报社共同主办的《海东时报》正式创刊。该报前身为《西海农民报》。

##### 4.《社区晨报》

2012年5月25日，上海《社区晨报》通过新闻出版总署批复正式创刊。该报前身是《新闻晨报社区报》，自2009年8月《新闻晨报—周家桥社区报》出版以来，经过两年多的快速发展，已与上海31个街道和单位开展合作，推出了31份内容各异的社区报。《社区晨报》专注于社区居民“自家门口这点事”，主打内容包括罗列居住区域内商场打折信息，介绍家门口新开饭店的特色菜，替家庭主妇比较超市和菜场的价格高低，邀请居民参与各类好玩的活动等。

##### 5.《蓝色快报》

2012年7月17日,大众报业集团主办主管的《蓝色快报》正式出版。该报由《现代交通报》改刊而来,以烟台市为中心,覆盖整个山东半岛蓝色经济区。在其发刊辞中称,“我们不仅要真实、生动地记录社会百态,更要用犀利的笔锋,把人间的善恶写个明明白白!”

#### 6.《南方都市报·鹏城通》

8月2日,《南方都市报》创办深圳免费社区报《鹏城通》,到年底已推出《福田通》《龙岗通》《宝安通》等6种系列社区报。2013年起,《鹏城通》将采取随主报发行、订户索取、便利店取阅、小区居民派阅等4种方式与市民见面。

#### 7.《星沙时报》

2012年8月6日,长沙晚报报业集团旗下区域性都市类报纸《星沙时报》创刊。该报主要面向长沙县、长沙经开区发行,打出“本土就是主流,贴近就是力量”的口号。

#### 8.《海西晨报》

2012年9月5日,创刊于1995年、偏重于财经报道的都市类报纸《厦门商报》更名为《海西晨报》试刊出版,仍由厦门日报社主办,定位于“面向海峡西岸地区市民的综合性都市报”。

#### 9.《泉州商报》

2012年,泉州晚报社主办、曾是中国地市报首份海外版的《泉州晚报·海外版》更名改版为《泉州商报》。该报宣称“以‘本土、有用、可读’的特色贴近读者,为消费者提供有用资讯,为企业人士评析商业现象,为泉州建设经济强市鼓与呼”。

#### 10.《黄三角早报》

2012年11月23日,面向黄河三角洲经济区的都市生活类报纸《黄三角早报》创刊。该报是大众报业集团收购原《财富时报》刊号,整合《齐鲁晚报·今日黄三角》和《鲁中晨报·黄河三角洲新闻》等报刊资源创办的,也是该集团的第15张报纸。《黄三角早报》立足东营,辐射包

括东营、滨州两个市和潍坊北部寒亭区、寿光市、昌邑市等在内的黄河三角洲经济区。

#### 11.《南方教育时报》

2012年11月30日,深圳报业集团主管主办,深圳教育报刊出版社编辑出版的《南方教育时报》创刊,该报突出报道深圳经济特区在新时期的教育、教改实践。

### (二) 免费的地铁报

#### 1.《地铁第一时间》

2012年2月14日,东北首份地铁报《地铁第一时间》正式发行,以“易读、速读、悦读”为呈现方式,着重满足沈阳地铁乘客的新闻资讯需求、生活服务需求、休闲娱乐需求,突出时尚、新锐、实用特色。

#### 2.《武汉晨报(地铁读本)》

2012年4月15日,《武汉晨报》(地铁读本)正式进驻轨道交通线,宣告武汉首张“地铁报”诞生。

#### 3.《城市早8点》

苏州日报报业集团主办的《城市早8点》于2012年4月28日正式创刊。该报每期发行5万份。每天7点至9点,分两个时段在1号线的24个站点,向地铁乘客免费发放,同时也在部分“肯德基”门店赠阅。

#### 4.《南都METRO》

2012年7月5日,南方报业传媒集团、南都全媒体集群与港铁(深圳)公司联手打造的《南都METRO》创刊号正式出版,亮相于深圳地铁龙华线。这是南方报业传媒集团首次进军地铁免费杂志领域。

#### 5.《新晚报》

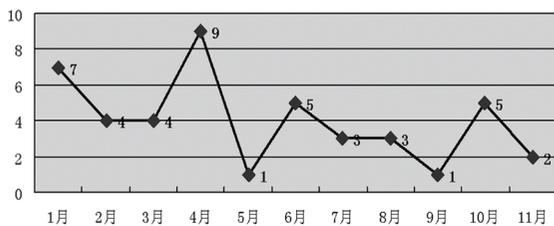
2012年8月20日,自1997年停刊的香港《新晚报》,15年后以免费报章形式复刊。复刊后的《新晚报》,每日发行20至40万份,周一至周五在港九多个地铁站和零食物语分店免费派发。

## 二、2012年改版的报纸

根据我们搜集到的资料,2012年全国共有44家报纸改版,其中省级机关报5种、副省级机关报1种、地市县级机关报7种,其余31种为都市类报纸。

改版的报纸中,位于华北地区的报纸有6种,其中北京的都市类报纸就有5种;华东地区报纸8种,其中3种属于山东省;华中和华南两个地区改版报纸达15种,其中湖北一省改版的报纸就有7种。值得关注的是,西南和西北地区也分别有6种和2种报纸改版。

从改版时间上看,选择在第一季度改版的有14种,第二季度15种,第三季度7种,第四季度为2种(见下图)。



我们对这些报纸改版情况做了简要的梳理,并根据其改版辞或主要领导的访谈、讲话、经验总结文章,提炼了部分报纸的改版理念。

### (一) 省级机关报

#### 1. 《湖北日报》

2012年1月1日,湖北省委机关报《湖北日报》进行了新一轮的改扩版。湖北省委书记李鸿忠要求《湖北日报》“一般不改版,改版不一般”。

这次改版的主要举措包括:瘦报改宽,由720报型改宽到781报型,和《人民日报》一样;报纸的报头由传统的有框红底白字改为无框红色字体;每周总版数由80版增至96版,分成十大特色板块;新专栏更多地体现了湖北特色,提

升了与民众的互动性。

办报理念:以“党报品质、时代气息、湖北特色、大报风范”为方针,以“党性立报、新闻强报、文化活报、服务兴报、开门办报”为着力点。

#### 2. 《甘肃日报》

2012年1月4日,甘肃省委机关报《甘肃日报》进行新一轮改扩版。其举措包括,把工作日版面从2011年改扩版时的12版增加到16版,并新增《市州观察》《民主法治》等自采新闻版;每个工作日增加了《国际看点》版面;《社会视点》《网络视点》版从每周1期增加到4期等。

改版理念:秉承“新闻为本、内容为王、导向为魂、读者至上”的办报理念,更加突出省委机关报性质,围绕省委省政府中心工作,坚持创新主题,提高报纸可读性,更大程度满足读者需求,着力提高舆论引导能力。

#### 3. 《山西日报》

2012年4月10日,中共山西省委机关报《山西日报》改版,“改版辞”写道:“今天本报改版了。就像先辈们以往操持的任何一次改版,这是《山西日报》63年风雨历程中的又一次自我更新。正因如此,吾辈岂敢‘做秀’,吾辈惟有‘做事’。”

改版的主要举措包括:A1版作为“综合要闻”将真正“要”起来;B1版作为“新闻时报”将真正“新”起来;定位于服务性、生活性的C板块将真正“活”起来;由传统版式向现代版式转变,把握新闻版在持重中显时尚、专副刊在时尚中显持重的总基调。

改版理念:坚守政治性,激活新闻性,并在各个实务环节寻求二者的交叉点。党委满意、百姓爱看。

#### 4. 《南方日报》

2012年10月23日,中共广东省委机关报《南方日报》第九次改版,实行完全意义上的全

媒体改版，以此推动全媒体转型。其主要举措包括：着力锻造六条新闻产品生产链：平面纸媒、网站媒体、移动媒体、广电媒体、户外LED媒体和电子阅报栏。其中纸媒的改版继续优化报纸板块结构、坚守新闻产品质量，并改良六大专业周刊的形态，提升九大地方观察的品质；网站的改版，将南方报网更名为“南网”，致力于打造“专而精、区域化”的主流政经网站，并更加专注于网络问政平台建设等。同时正式发布苹果和安卓系统《南方日报》阅读器。

改版理念：将新兴媒体和传统媒体的竞争优势有机结合起来，打造“六度”（高度、深度、信度、速度、宽度和互动度）空间，融合全媒体，实现全媒体转型发展。

### 5.《广州日报》

2012年4月以来，《广州日报》陆续推出了多层次的改版行动。主要举措包括：

4月10日起推出“第一纸”，即报纸第一叠的4个版面，可以让读者抽出来率先阅读，“第一张纸在手，精华一目了然”。“第一纸”包括四个版：“今日天下”、“今日观点”、“今日互动”和“今日生活”。

7月20日起，《广州日报》佛山、东莞、深圳、中山、江门、顺德、三水7个地方新闻版同时改版，以强化读者互动和区域联动，更加突出地方特色。

7月21日起，《广州日报·娱乐新闻》全新

改版。秉承热辣、专业、互动的原则，推出“搜索”、“聚点”、“情报”等新板块，娱乐头版的娱乐“大件事”以“3D”方式呈现。

11月26日起，《广州日报·都市新闻》正式扩容升级为“身边纸”。

改版理念：第一纸：不劳翻寻厚厚一沓，第一张纸在手，精华一目了然。身边纸：用更多的版面呈现、用更多的力量服务、用更多的情意贴近——你的身边，大至城市发展建设，小至生活柴米油盐。

### (二)都市类报纸

#### 1.《华商晨报》

2012年5月11日，西安华商传媒集团在沈阳创办的《华商晨报》改版。主要举措包括：更坚决地面向“居民”，着力打造“社区快报”；更全面地提供“深度”，以新推板块或栏目的形式强化了日常新闻的全方位解读；更优雅地表现“专业”。把分众的读者变成新闻的消费者，就其兴趣领域进行专业性的对话。

改版理念：以创新为线，推动新闻转型升级。

#### 2.《北京晚报》

2012年1月1日《北京晚报》全新改版，以实现“从都市报纸

到现代报纸的全新跨越”。主要举措有：1至32版更专注于提供每天最重要、最好看、最有用的新闻——从身边事到天下事，从社情民意到文体万象；第33版至48版把原先的众多周刊全部取

消,全部集中为《五色土》版组,并采用杂志化设计。版面视觉调整了过去沿用的设计过于繁复、用色用墨过多的风格,而代之以简单明快、清新疏朗的设计思路,使版面风格更符合国际流行趋势,更客观地呈现新闻,将选择新闻和判断新闻价值的权力交还给读者。

改版理念:2012年的《北京晚报》,改变的是品相,增加的是内容,不变的,是北京晚报人对读者的真情与北京文化的传承创新。

### 3.《北京晨报》

2012年2月6日,《北京晨报》改版,旨在“报纸能在网络传播的大环境下产生聚变的力量”。其主要举措包括:整合网络媒体内容,在纸媒上一站式呈现给读者——新开辟每天一个版的《大城速览》,每条新闻仅百字有余,读者可以对北京、上海、纽约、巴黎等国际大都市的新闻一目了然;《全媒体-视讯》《全媒体-网文》《全媒体-看台》等版面则是为了解决网络媒体的碎片化问题,整合电视、广播、互联网等媒体资讯,其价值在于“不用读者去搜索,我们都帮你搜好了”。

### 4.《京华时报》

《京华时报》原为人民日报社主管主办的都市报类报纸,2011年9月变更为北京市委宣传部主管。2012年3月5日正式改版。主要举措:

1. 确立新的编辑理念——“宣传+新闻+服务”,特别强调加强都市报的“宣传”功能。提出“与其羞羞答答、遮遮掩掩,不如自主创新、主动出击,把重大主题宣传跟都市报的自身特点有机结合起来”。

2. 在版面形态方面,提出“悦读”+“速读”的版面视觉理念,版式风格相比之前更清新、更严谨、更时尚。新闻板块要求“三大”、“两小”、“两多”,即大标题、大图片、大提要;小导语、小文章;多制图、多行题。

3. 为增加阅读深度,推出了全球第一份“云报纸”,读者拿起手机一拍,通过云阅读手段就能实现观看与此条新闻有关的、内容丰富的视频资料或背后故事。

改版理念:宣传+新闻+服务 悦读+速读

### 5.《新京报》

2012年4月5日,《新京报》低调改版亮相,这是该报由光明日报报业集团划归北京市委宣传部主管主办后的第一次改版。主要举措是:增加评论版面,由2个评论版扩至每天3个整版;凸显本地新闻元素,“北京新闻”单独成叠,继续专注于深度报道专题;开设“拍者”专版,刊登专业摄影师和摄影爱好者的作品,内容以城市生活、社会变化、人文环境等为主。同时设立“拍者网”,建立报网互动平台。

### 6.《北京青年报》

2012年6月6日,《北京青年报》改版。改版的主要举措包括:1. 设立深度报道部,全力推动深度报道。主要经营自主性的选题,重点做好调查性、解释性报道和深度人物报道;2. 改造副刊,着力提升其“人文性、时尚性、年轻态”。在保持站在观念和社会关注的同时,力求在文本及版面表达中融入更多的时代元素,增强和年轻人之间的碰撞和共鸣;3. 重新规划产经专刊,全面提升专刊品质,形成一周八刊的产经专刊格局。八刊中,《青阅读》不承担任何经营任务。而《广厦时代》《汽车时代》和《青健康》,既要考核其稿件的质量,又要考核其承担的经营指标完成情况;4. 设立新媒体部,研究和规划传统媒体向新媒体转型,当下的重点一是大力、快速推进各类移动终端的建设与完善;二是服务于报社全媒体采编;三是优化报社官方微博,实现报社编采人员的微博管理;四是尝试采编与经营的配合,实现新媒体价值。

### 7. 《山东商报》

2012年9月3日《山东商报》扩版升级。主要举措是,新闻板块由24版增加到32版,还推出了双封面,把新闻做足做透;推出《态度新闻》专栏,设置议题,提供解释、观点与思想,干预并促进社会进步。编委会为《态度新闻》设置了两个理念:敏锐度和建设性。所谓敏锐度,就是报纸要时刻关注民生,关注各个层面读者的诉求,关注各个领域存在的问题,第一时间做出报道;所谓建设性,意味着远离大玩噱头和情绪宣泄,发现问题更多地是为了解决问题,为社会的进步尽一份力量。

改版理念:简洁是都市报的至美!在信息泛滥的时代,报纸的一个重要任务就是做好梳理工作,给您条理、清晰、轻松的阅读。

### 8. 《今晨6点》

2012年4月16日,烟台日报传媒集团所属《今晨6点》全新改版,主打本土牌、民生牌。其主要举措是:版式变得更加新颖。第A25-A32版的《十字街》采用双向阅读版式,可从前往后也可从封底往前看,打开阅读新体验;内容更加丰富,生活类的信息量也增加,关注民生的版面也更多了。

改版理念:关爱,从今晨6点开始。

### 9. 《烟台晚报》

2012年8月28日,《烟台晚报》改版,这也是烟台日报传媒集团应对《蓝色快报》竞争的一项重要举措。改版后的《烟台晚报》着力加大了“重点”、“民生”、“城事”、“帮办”等民生报道板块,民生新闻增量,民生调查、民生政策解读比重增加。

改版理念:新闻全方位,服务零距离。

### 10. 《兰州晨报》

2012年8月2日《兰州晨报》全面改版扩容。主要举措包括,强化新闻评论,版面位置居前突

出,周一至周五天天发声;整合以往零散的财经报道,加强和加大财经报道的深度和规模,给予读者权威的解读和实用的分析;巩固深度报道,透视新闻背后的原因、厘清新闻现场的脉络、挖掘新闻故事的背景,为读者详细全面地呈现事件始末;凸显人文气息,每周六推出单独成叠的8个版《文化周刊》。

改版理念:做最好的新闻,是我们永恒的目标;办最好的报纸,是我们不懈的追求。

### 11. 《江南时报》

2012年4月23日,《江南时报》改版。这是2010年底该报从人民日报社划转为新华报业传媒集团主管主办后推出的第一次大型改版。主要举措有:版面数量变为每天24版,包括16个新闻版和8个版周刊;每周一至周五依次推出法周刊、文艺范、慢生活、身心馆、恋物派等周刊,以文学化的优美语言,全方位反映和记录知性群体的生活状态,以及他们关注的热点与时尚,给知性阶层想象空间,提升其生活品位和人生追求;围绕知性群体,体贴知性群体,报道知性群体。

改版理念:面向知性阶层,集知识性、可读性、收藏性于一体。

### 12. 《江淮晨报》

2012年8月28日,《江淮晨报》全面改版,这是《南方都市报》继《云南信息报》《黔中早报》之后参与主办的又一张异地都市类报纸。本次改版按照“政经主流,城市潮流”的全新定位,以全面性、权威性、深入性的报道理念,引领城市生活的“悦读”习惯。

改版理念:一座城市的锐变,必定不仅仅只是经济数据的飞涨,也不仅仅是高桥广厦的夺目,更关乎这座城市中以人为中心若干组关系的进步与进化。关注这种种的改变,传导这各种改变之间的彼此关系与相互影响,正是媒体的天职。媒体是触角,也是桥梁,是瞭望塔,也是放

大器，是镇定剂，也是宣泄孔；媒体的作为，是关注，是观察，是记录，是言说。

### 13.《江南晚报》

2012年10月18日，无锡日报社主办的《江南晚报》改版全面启动。本轮改版致力于推动本地新闻更有冲击力、更有条理性、更有品牌感。新设置《我来报个料》《微发布》《晚报帮你问》《咔嚓一记》《@工作室》等版面。

改版理念：坚持内容为王，坚持以人为本。

### 14.《淮北晨刊》

2012年11月5日淮北地区都市类报纸《淮北晨刊》改扩版。版数增加为每日24个版，报型由宽报变为瘦报。改版目标：本土新闻更强势，关注读者冷暖，报道读者心声。

改版理念：百姓视野、民生情怀。

### 15.《浦东时报》

2012年1月3日起，解放报业集团主管主办的《浦东时报》开始转型发展的尝试，这次尝试的关键词是：增期、转型、改版。

增期指由周二刊增至周三刊，改版指由四开小报改为对开瘦报。而转型意味着除经济板块之外，其余各版也努力从经济视角报道民生、文化方面的新闻，由社区报向财经报方向转型。

改版理念：使《浦东时报》成为浦东信息、浦东声音的第一发布平台；成为浦东故事的第一讲述人，浦东价值的第一诠释者，浦东观点的第一集散地；成为了解浦东形象、浦东精神的第一选择。

### 16《新民晚报》

2012年4月9日，《新民晚报》进行了一次“微改版”，对原有版序、版口和视觉效果等进行“微调”，合理优化，同时要求调整过程稳定过渡，避免给读者带来陌生感，避免形成过大操作难度。

主要举措有：在深度报道、立体报道方面

展现特色，既要展示事件本身的基本形态，还要展现细节，提供背景，揭示原因；强化新闻版面。把比较静态的、杂志化的一些版面改成时效性更强的新闻版面；版式结构方面强调舒适阅读，形成疏朗大气版式风格。

### 17《华西都市报》

2012年4月16日，《华西都市报》和华西都市网同步改版，其主要目的，是要着力解决“面对传播新时代，报纸如何持续进行创新？如何突破发展瓶颈？”的问题。因而不只是传统意义上的内容改变，而是以报纸为核心的整体重构与优化，也是一次媒体形态的整合与变革。

主要举措包括两个“重构”，一是重构平台：塑造“华西传媒集群”，立足于以纸媒为主体，持续提升“华西都市网、华西城市读本、华西生活周报”四大平台在网络受众、区域市场和时尚人群中的影响力，并以“华西传媒呼叫中心、华西移动阅读媒体、华西魔码、华西都市报微博、1+N全媒体平台”深度开发为载体，持续延伸报纸在移动互联网和全媒体市场的影响力。

二是重构价值：坚持“做优报”策略。一方面持续加大报纸在标题传神化、导语微博化、内文短句化、图示常态化和策划常态化方面的创新力度，另一方面致力于强化版面的个性化表达，强调运用时尚、新潮的元素在版面上增强眼球效应。牢牢保持和深化“本土、原创、深度、个性”这四个方面的优势。为此，注重打造报纸评论这一思想阵地，以多样化评论吸引读者，树立思想高度、权威性和品牌，营造起专业的“意见表达场”；注重深度报道和调查性报道，切实关注与广大民众利益相关的新闻事件；实现星期六、星期天所有版面的“周末化”，重构一份完全不同于周一到周五的报纸。

改版理念：新锐、责任、主流，积极实现由“市生活报”向“新主流都市报”的战略转型。

### 18. 《楚天都市报》

2012年2月21日,《楚天都市报》以“权威、重大、深度、及时、贴近”为主旨实施新一轮改版。这既是应对网络媒体竞争之举,也是与同集团《楚天金报》拉开差距避免同质化竞争的重要策略。

主要举措:在总体架构上,A叠新闻版面将从32版扩大到48版,分为“楚天新闻”、“武汉新闻”、“媒体财经”等三叠;在内容呈现上,力求做到每个版上都有透析新闻的小焦点,每个板块都有全力打造的最亮点。

改版理念:真相须甄别,从不哗众取宠;信息须筛选,重点更加凸显;观点须权威,摒弃人云亦云。我们捍卫文字的严肃传统,矢志维护报纸这一“最受尊重的媒体形态”。在风云变幻的大时代里,我们恪守媒体的良知和底线,以“看透岁月篇章的瞳孔”守望社会,无愧于时代赋予的使命。

### 19. 《楚天金报》

2012年2月21日《楚天金报》改版,主打“财经”、“情感”、“民生”三张牌。更加重视本地新闻,更加关注民生服务。

改版理念:“负责、实用、好看”,是我们永恒的理念;个性、柔性、服务、情趣、耐嚼,是我们不懈的追求。

### 20. 《武汉晚报》

2012年7月9日,《武汉晚报》改版,提出“报纸总是在自觉的变革中获得源源不断的生命力”。主要举措包括:以深度、民生、事件、@新闻四大新闻板块,体现有序、有用、有价值的新闻;以炫美雅致的封面,更轻松愉悦的表达,更俏皮个性的文字,为读者提供冲浪式的“悦读”体验。新的版式对采编环节上每个人都提出了新的要求:“记者有编辑意识,编辑有美编意识,美编有记者意识”,只有做到了三位一体,才能

通过版式的美化使新闻“增值”。

改版理念:秉承“为百姓谋利益”的办报宗旨。我们要强化的是,关注社会、关注生活。我们将以您的视角,通过办一份“好看,好玩,好用”的报纸,完成一次自我升华,给您——亲爱的读者,从眼球到心灵的全新阅读体验。

### 21. 《东楚晚报》

《东楚晚报》是黄石日报传媒集团下属都市类报纸,以尖锐泼辣的社会新闻报道、舆论监督报道赢得良好的读者口碑。改版已成该报每年的常态工作。2012年6月25日,该报与《黄石日报》同日改版,提出“办一张动感十足的晚报”的口号,以回应“新媒体的异军突起,新阅读的日新月异,将人们带进了一个全媒体时代、速阅读时代”的新的时代需要。

主要举措:率先在全省地市级媒体中推出全媒体报纸——刷二维码,看精彩晚报,让市民“打开报纸看电视”。将讲故事的方式引入到晚报所有的文本中,将讲故事的理念植入进所有采编人员的骨髓里,让读者品尝到生动易读的新闻大餐。

改版理念:树立主流情怀、老百姓情结。办一张动感十足的晚报,是全媒体时代的需求;办一张服务互动的晚报,是公民社会的需求;办一张易读生动的晚报,是新阅读时代的需求。

### 22. 《重庆晚报》

2012年7月4日《重庆晚报》改版,这“不仅仅是一次报纸形态的改变和印刷条件的改善,更重要的它是一次从办报思路到内容结构的重大调整和改造”。

主要举措:从主流传播价值、公众利益价值、生活服务价值、重庆人文价值等四大价值支撑着手,对内容结构进行全面改造,对编辑方针进行重大修订;不但要让晚报成为一张真正的新闻纸,而且要让晚报成为一张货真价实的服务纸,

陆续推出健康、时尚消费、休闲旅游、投资理财、文化娱乐等服务类版面。

改版理念：新闻纸+服务纸。办一张最有价值的市民报。

### 23.《黔中早报》

2012年3月27日，《黔中早报》改版。该报由安顺日报社主管，2009年与《南方都市报》达成合作，采取“逆向发行”措施，主打贵阳报业市场，并向安顺、遵义等黔中地区发展。本次改版中“贵资讯”部分单独成叠，专注于为市民读者提供最贴近，最实用的生活资讯。

改版理念：新闻资讯：更贴近更好看；新闻专刊：更新锐更悦读；行业专刊：更丰富更专业；媒体专刊：更劲爆更炫风。

### 24.《生活新报》

2012年3月28日，云南《生活新报》改版。此次改版的主要举措是，强化本地新闻和民生新闻，基本摒弃所谓的“去群众化向精英化”的东西，每天都将民生时事板块列于全部版面的第一叠。为此组织专门的力量挖掘民生新闻、进行民生政策解读和民生调查；在版面视觉上，提出“将好看引申到报纸骨髓”，将视觉总监设置在夜班的重要环节，并直接参与当天重要新闻选题的制作，并分别安排一名漫画美编和一名插图美编负责每天的画图，设置一名3D美编和两名2D美编负责每天的制图。

改版理念：坚决坚持坚强的民生路线。

### 25.《都市时报》

2012年6月6日，云南《都市时报》“全面优化升级”，这是该报继2011年10月18日重大改版以来的又一次改版行动，体现了“不能静止、不能失语、不能懈怠，只能时刻在场、创造、引领，才能保持旺盛的生命力”的发展追求。

主要举措：1. 强化新主流影响力战略。强化对重大新闻、热点事件、公众话题的第一时间、

第一高度、第一眼光的独到分析与判断。进一步锻造网际传播效应和业界传播能力；千方百计运用和发挥名人效应；进行稳健有序科学的舆论监督；2. 继续建构独异耐看的品牌内容格局，强势扩版，锋锐呈现。构建奔流杂志等周刊，构成《都市时报》的内容王牌；3. 强化日常版面的创意。更加强调用创意、视角、悦读、融合来锻造“独家、独立和独到”，而不是单纯靠日常新闻事件差异化所带来的“独家新闻”来营造时报品牌的偏爱性；4. 在版面设计与呈现上，根据不同版组风格进行气质表达，对各个内容集群进行分版头强化，每个集群有封面进行品牌识别，使信息更加可视化，呈现更加杂志化，传播更加效率化。

改版理念：“今天，我们启用了代表《都市时报》‘本土’、‘理想’、‘梦幻’三种最基本精神特质的报徽‘梦幻之火’，以此宣誓我们时刻追求专业、地道、纯粹的决心。”

### 26.《当代生活报》

广西日报传媒集团下属的《当代生活报》于2012年1月再次改版。打造独树一帜的实用新闻，推出“南宁未来两天天气预报”、“广西13城市当日天气预报”、“邕城空气质量”、“菜价地图”、“失物招领”、“出行参考”、“健康提醒”、“服务提醒”、“停水、停电通知”、“找便宜”等栏目，使“实用新闻”版更加实用。

改版理念：提供服务，贴近民生，灵活创新、扬长避短。

### 27.《珠江商报》

2012年3月5日，佛山传媒集团旗下《珠江商报》改版，放弃了原来经济类报纸的定位，重新回到其发源地顺德，专注地做一张服务于当地的报纸。

主要举措有：强化本土新闻和评论，旨在通过思想的高度和文化的张力赢取读者，从而使“视点”版成为一块解政策、明是非、举道义、申正

气的阵地；把文体新闻由“常态”变为“特约”，除奥运会和欧洲杯等众所关注的重大赛事，其他文体报道全部并入日常的本地新闻版；内容从“大而全”走向“专而精”，跨部门成立了深度报道、政务报道等四个项目小组，目的在于挖掘报道的深度，增强报纸在读者心目中的厚重感。

改版理念：生于顺德，长于顺德，“说好顺德话”是其不变的承诺。

### 28.《羊城晚报》

2012年6月1日，《羊城晚报》悄然推出“珠三角”板块，以强化其本土新闻优势。主要举措包括，珠三角版每天四个大版，有独立标识，形成“报中报”的形态；要闻部组建“珠三角”编辑团队，主要依靠驻各地记者站记者供稿，并推出了“编辑点题”制，即编辑出题出思路出线索，记者出动采访，采编高度互动，完成相应的新闻和版面。

改版理念：高举舆论监督大旗，深耕民生问题新闻。

### 29.《南方都市报》

2012年10月10日，《南方都市报》进行了一次静悄悄的改版。主要举措是：1. 内容优先，只改A叠。增设7个版“城事”，关注本地，融入广州，使新闻本土化；2. 彰显观点，加强评论。充分考虑“观点纸”的时代要求，将原来2个时评专版增加到3个，分为“社论”、“众论”和“个论”；3. 提升效率，清晰指令。增加了一个整版量的“速览”，并放在封面和评论版之后，为读者发布一个清晰明确的“阅读指令”，提升读者的阅读效率，就是提升报纸的传播效率。

改版理念：办中国最好的报纸。

### 30.《深圳都市报》

2012年2月14日，深圳地铁免费报《深圳早8点》恢复《深圳都市报》报名，改版亮相。《深圳都市报》原为《深圳晚报》主办，2001年创刊，

2011年2月14日改为地铁免费报纸《深圳早8点》。

更名后报纸定位及基本格局没有大的变化，仍为每周5天在地铁等处免费派送，日常设置24个版面，包括时事新闻、本地新闻、地铁新闻、娱乐、体育新闻、文化副刊等。

办报理念：免费，就是我们的诚意。我们深知，在这个信息泛滥的时代，我们所要做的就是节省你的时间，帮助你从庞杂的资讯中突围，让你用20分钟左右的时间知晓天下大小事。因此，从办报之初，我们就立下了这样的目标：不应景、不掺杂，做主流新闻，办新锐报纸。

### 31.《深圳晚报》

11月21日，《深圳晚报》改版。“以服务为手段，以民生为对象，以家园为目标，让改版适合深圳这所大都会的国际化气质，让晚报的视野更开阔大气，让晚报更贴近我们的市民。”

改版后的晚报分ABC三叠，A叠刊登本地新闻、评论、国内和国际新闻；B叠刊登娱乐、文化和体育新闻；C叠刊登“生活家”专叠。推出“八卦岭”，凸显轻松活泼的“八”新闻；打造“好声音”，让评论助大家在资讯泛滥的时代洞察世事；上演“达人秀”、“百姓传”，关注普通人……

改版理念：活起来、动起来、软起来、暖起来、辣起来！民生报、家园报、服务报。

## （三）地市（县）级机关报

### 1.《黄冈日报》

《黄冈日报》是中共湖北省黄冈市委机关报，从2012年1月1日起，该报推出改扩版。主要举措是，由对开四版增容为八版，开设了经济周刊、科教周刊、文体周刊、社会生活周刊、旅游周刊、大别山试验区特刊、民生深度报道专刊、视点图片专刊等版面。版面视觉上一改原来拥挤的状态，稿件间主动留白。

改版理念：要闻版醒目化，简洁化，体现权威性、引导性；专刊和周刊杂志化，体现贴近性和服务性。

## 2.《黄石日报》

《黄石日报》是中共湖北省黄石市委机关报，2009年成立黄石日报传媒集团。2012年6月25日《黄石日报》改版，以“近些更近些”为目标，按照新闻三贴近原则，回归新闻本质，使“权威、深厚、清新、大气的城市政经大报”风格更加彰显。

改版理念：我们致力创新的，是传播意识的不断深化，传播手段的不断提升，新闻品质的不断提高，党报公信的不断增强。我们坚持不变的，是“政经城市党报”的定位，是“权威、深厚、清新、大气”的风格，是一以贯之的“信度、高度、深度”的理念。

## 3.《湘潭日报》

2012年10月16日，中共湘潭市委机关报《湘潭日报》改扩版，由原来的4个基本版面增加到8个。新增了要闻、民生社会、深度报道、时事聚焦、党报热线等新闻版面，为读者提供了更多新闻关注点。新辟了每周评论、深度报道、记者调查、政策解读、时事聚焦等栏目，更好地满足不同读者的需要。更多运用现代报纸版面元素、更好融合现代报纸新的版式风格，为读者阅读报纸提供方便。

## 4.《遵义日报》

2012年新年伊始，《遵义日报》启动改版，提出树立读者意识，改变采编方式，体现时代特征，突出地方特色的改版思路。主要举措是：新闻本土化，大量压缩国内国外新闻、网络新闻，增加本地新闻；强调“内容为王”，突出新闻事件的独家性和排他性；视觉平民化、新闻故事化。具体要求是：不求天天出彩，不求条条精品，每期版面上有一两条像样的稿件，有一两个“有味”的标题。宣传报道尤其是政务报道，不应该成为报

纸的负担，反而要变成本土媒体强大的信源，前提是把这些资讯报道内化成百姓语言系统。同时，强化舆论监督，改革版面形式，保证视觉冲击力，尽可能让报纸上的信息易于获取和易于理解。

## 5.《雅安日报》

2012年10月1日，《雅安日报》改版。新闻类版面注重权威性（政策引导）、新闻性、服务性（资讯提供等）和互动性，在“贴近”和“民生”上下工夫。各版设置QQ邮箱，以方便编辑、记者和读者、作者的联系、沟通。

改版理念：权威、主流、责任、进取。

## 6.《北海日报》

中共北海市委机关报《北海日报》于2012年7月1日全新改版。主要举措是，加强新闻策划，做精时政新闻，做活民生报道，调整版式设计；新推出了《金融周刊》《珠城文化》等专刊。

改版理念：秉持“办报为使命”、“创新为生命”的宗旨，以“精彩、生动、活泼、大气、睿智、厚实”为改版方针。

## 7.《瑞安日报》

2012年4月18日，浙江日报报业集团所属《瑞安日报》实施了新一轮大规模改版。主要举措包括，加快新媒体建设，加强报网互动；最大限度突出新闻本土化，加强民生策划报道，大量增加本土化鲜活新闻；更加注重新闻监督报道，力求有回音，解决实际问题；大幅减少新闻摘编和专刊资讯类版面，尽最大可能增加自采版面数量，转载国内外重大新闻时亦要做到与瑞安相关联。

改版理念：大气、时尚、秀美，易读、悦读。

## 8.《东阳日报》

2012年4月9日，浙江日报报业集团所属《东阳日报》启动新一轮改版。主要举措：报头更简洁，突出了“东阳日报”和热线电话这些重要信息。整个版面文字由原先的六栏改为五栏，更加便于稿件编排、标题制作和横竖图片的处理，加

大留白,使整个版面看上去更为疏朗清新。

改版理念:在确保宣传好市委、市政府中心工作基础上,强化都市报理念,以大众情怀、百姓视角选题取材,软些软些再软些。

### 三、从报纸改版探测报业变革趋势

通过对2012年报纸新创和改版情况的梳理,我们可以看出,不同区域、不同类型报纸的发展并不平衡,改革动力、追求目标也不尽相同,但总体看来,还是有一些趋势性的变革。

#### 1. 党的机关报:尊重宣传规律

对于很多党的机关报来说,主要是希望摆脱单一僵化的宣传模式,真正按照新闻规律、宣传规律办报。比如一些报纸改版以强化新闻性版面、重视民生类新闻、开设网络互动板块、重新设计现代化版面视觉等为突破口。虽然从整体上看,各级党的机关报回避社会热点、回避群众关心的敏感问题的情况还较严重,在很大程度上抵消了改版创新的价值,但即便是提高丰富性、可读性、服务性的细节的、局部的改革背后,也体现了党报人不懈的专业追求。

2012年党报领域改革有两件大事值得重视,一是《人民日报》《光明日报》等都在头版显著位置刊登长篇报道,介绍了《辽宁日报》的改版经验。其实,《辽宁日报》的改革起始于2009年,其要旨就是:“转变观念,真正按照新闻规律、传播规律办报,从外形到内容,办一张‘新闻党报’,而不是‘会议简报’”。

另一件是《人民日报》开通官方微博,并经历了从最初遭到网友不分青红皂白一通臭骂,到逐渐赢得尊重,甚至受到追捧的过程。

此举足以证明,尊重宣传规律,是重塑党报形象、提升党报影响力的根本,这已经成为从上到下的改革共识。同时,党报在中国权力结构中的特殊地位,将成为它在新的媒体大变革大转

型中最具价值的优质资源。

12月4日,中共中央政治局通过了关于改进工作作风、密切联系群众的八项规定。其中明确提出,要改进新闻报道,中央政治局同志出席会议和活动应根据工作需要、新闻价值、社会效果决定是否报道,进一步压缩报道的数量、字数、时长。新一届中央领导集体上任伊始释放的政治信号,使我们对党报的未来更有信心。

#### 2. 经营模式:免费渐成声势

2012年第10期《新闻记者》杂志刊发的《迎接世界报业大变革的时代》指出:传统报业经营模式可能将要衰亡,但免费化却可能让新的经营模式的报业浴火重生。

2012年新创报纸16种,其中就有5种是采取免费派发模式的地铁报。此外,实际也采取免费模式的社区报也有不少。颇具标志性的事件是香港《新晚报》复刊。当年《新晚报》停刊,正值大陆新闻业都市报和晚报竞争进入白热化阶段,香港从此成为一个没有晚报的都市,不少传媒人士由此判断中国大陆的晚报业也将走向衰落。如今《新晚报》复刊,使香港这个700多万人口的都市免费日报达到7家,这是否意味着中国大陆的免费报业也将进入一个勃兴期呢?

#### 3. 定位调整:本土化、社区化

强调本土新闻、民生服务,创办社区报、社区版,是这两年中国报业突围的主要方向。2012年不但新创多家社区报、经济区域报,很多报纸也以开辟或强化区域板块,增加地方新闻报道、细化民生服务信息等方式,体现本土化,打造亲和力。一些报纸大力压缩国内国际新闻,甚至体育、娱乐新闻,以便突出本地新闻的做法更是值得重视。看来,有人提出“社区报将会成为中国报业最后一桶金”的说法不无可能。

报纸本土化、社区化的意义在于重构媒体与受众的关系。黄石日报传媒集团社长吴刚分析

说：过去，很多人习惯于把阅读新闻作为旁观者的活动，简单地说，就是在看别人的生活。而现在，通过新闻本地化，尤其是大量“城事”报道，会使很多人改变过客的心态，积极主动地参与到新闻过程中。这就变成了看自己的生活。

#### 4. 价值重塑：强化深度报道

应对网络媒体的竞争，报纸的价值优势主要是深度报道，这已经成为中国报人的共识。在改版中，《华西都市报》总编辑李鹏说：这是一个众声喧哗的时代，也是一个导致受众信息迷失的时代，为受众提供权威、深度、可信的报道，是都市报的责任和使命。《楚天都市报》提出，报纸已经不可能以短平快的消息取胜了，因此在改版中增加深度报道类版面，并要求每个版面上都要有自己的深度挖掘的重点稿件。为了保证深度报道的质量，《北京青年报》改版中设立专门的深度报道版组、配备专司深度报道的编辑和记者。还有很多报纸，在改版辞中提出媒体责任、作为、主流等关键词，最终也大多体现为深度的调查性报道。

不过，需要注意的是，很多打出“深度报道”旗号的报纸，不过是新闻篇幅长了一些，增加了新闻背景、专家访谈、相关链接等组合，但是主要内容并不出色，缺乏独到的挖掘，更谈不上深入的思考，甚至新闻主体也是对网络材料的拼拼凑凑，对其他媒体报道的重复。这样小题大做、新闻注水的“深度报道”，只能进一步损伤报纸媒体的价值，进一步被读者所抛弃。

#### 5. 形态变革：杂志化包装

与强化深度报道思路相联系的，是报纸杂志化形态的趋势进一步凸显。2012年的报纸改版中，越来越多的报纸进行了头版封面化的调整，也就是说头版不再刊登具体的新闻，而以导读化、橱窗化、提要化，甚至画报化的形式，强调对读者的视觉冲击力，强化对读者的阅读引

导，就像杂志的封面和目录页一样。

同时，内容架构版组化的设计也在加强，也就是根据新闻，以及专副刊版面内容的不同性质、内在联系，对信息进行梳理、分类、整合、重组，并独立成叠，分别设计包装的可分可合的多版组报纸形态。由此，既便于读者进行“快速浅阅读”，又可以吸引读者进一步实现“选择深阅读”；既保障了各类读者的普遍兴趣，又体现了针对细分受众的专业价值。

#### 6. 转型变身：走向媒体融合

随着对报纸未来命运的焦虑感不断增强，报纸媒体转型变身，尝试媒体融合之路的探索也越来越广泛和深入。2012年《华西都市报》改版的一个重点就是推出“魔码”，读者通过扫描报纸上的“魔码”，可以浏览报纸专题页面，获取实时优惠信息、观看广告视频、参加抽奖问答等等。《京华时报》强势宣传的“云报纸”与此相仿，《三晋都市报》《南京晨报》等陆续推出的报纸“二维码”也差不多，都是通过手机扫描的形式进入网络平台，延伸报纸内容。不过，这类融合形式是否能得到读者的认可，是否能带来相应的效益，却还有待观察。

客观地说，在新媒体环境下传统报纸媒体如何转型变身，目前还没有形成可以模仿的成功范本。2012年12月15日，因为读者不多、亏损巨大，默多克曾寄予厚望的全球首份iPad付费电子报《The Daily》在运营22个月后宣布关闭。看来，传统媒体向新媒体转型变身中，“不改等死，改是找死”的魔咒暂时仍难打破。

#### 四、结语：

#### 从“跑马圈地”转向“深耕细作”

综观2012年报业新创和改版情况，虽然不同类型的报纸情况不尽相同，不同区域的报纸发展也不平衡，但我们可以发现，中国报业总体上

已经进入急剧转型期，必须从“跑马圈地”的粗放式经营转为“深耕细作”的细分化生存。

改革开放以来，中国报业经历了一段时期的跨越式发展历程，特别是20世纪90年代初期都市类报纸的异军突起，极大地扩充了报业品种数量，极大地拓展了报业市场空间，多方面地满足了读者的信息需求。但是，也不必讳言，“跑马圈地”占领市场的高速发展过程中，主要采取粗放式运营方式，许多报纸存在定位不准、思路不清、品位不高等问题。在这里，不妨摘录一段重庆日报报业集团党委书记牟丰京的思考：

都市类媒体受到新媒体的冲击更大。传统的厚报理念，直接的吸引眼球的手法，强力炒作社会新闻的手段，靠八卦吸引读者的独门绝技，在新媒体面前都不堪一击，毫无优势可言。我们一定要认真思考，报纸存在的理由是什么？今后的发展方向是什么？竞争的优势在哪里？这一系列问题搞不清楚，就无异于盲人骑瞎马，夜半临深池，是极端危险的。

我们可能是最纠结、最苦恼、最艰难、最具挑战性的一代报人，最难的是作为最传统传播方式的报纸，如何适应读者接收渠道的不断变化和对信息需求的不断变化，如何使报纸这个渠道及传播的信息变得必选和必读。每天晚上等稿子和版面期间，我会拿出一两个小时上网看新闻，看完后就会预感，明天我们的报纸一半以上可能都是无效和低效信息了。遗憾的是，这种预感往往被证实，拿起一大叠报纸，真有吃“辣子鸡”的感觉，要从中去找真正的“新闻”，而不是被网络已经洗白的“旧闻”。过去讲新闻是易碎品，只有“一日辉煌”，感觉这个职业既神圣，又有不小的遗憾，那毕竟也是我们记者千山万水、千言万语，编辑呕心沥血的结晶啊，但如果变成了一堆空耗资源的废纸，这就不是遗憾，而是悲催

了！

比如，在国际国内新闻板块里面，基本上找不到我头天晚上没有看过的新闻，尤其是文体新闻，编辑往往通过看网络，找出一些自认为读者会感兴趣的新闻编辑上版，既没有多少自采新闻，也没有多少胜过网络的观点和分析。如果我们的新闻从业人员，没有意识到报纸在全媒体框架下，只是其中一个最窄、最慢的传播渠道而已，还是以信息垄断者自居，就会在采访、编辑、出版各个环节，缺乏必要的读者意识和危机感，就不会积极主动地在新闻信息的实用性、价值含量、差异性等方面下功夫。长此以往，报纸将越发失去存在的实质价值，被越来越多的读者所抛弃，我们就可以准备申请非物质文化遗产了！

从2012年中国报纸新创和改版的态势看，已经有越来越多的报人开始警惕粗放式发展的问题所在，开始反思报纸媒体浮躁、浮夸、炒作，方向迷失的严重性。比如《新民晚报》在改版中提出，要追求新闻精品，而不是追求版面扩张；要增加新闻的厚度、力度、深度，而不是让非新闻的东西占据主要篇幅。《生活新报》提出，今天的报纸不是卖新闻纸，不是比谁厚，而是要比谁给读者的智慧更多，谁帮读者长智慧更多。

由此，在仍然激烈的报业竞争中，在日益窘迫的市场压力下，中国报人不妨将新媒体冲击下报纸媒体发展势头缓慢甚至停滞现象，作为一个弥补近年来跨越式发展、粗放式发展中的疏失的还债、补课的机会，冷静下来重新思考报纸媒体专业价值，认真做一些培育专业素养、提高专业能力的基本功的训练，通过更多更深入更沉着的改版，重塑报纸媒体的生命力。■

（本文执笔：江海伦、郑频、杨蓉蓉、刘鹏。本文完整版请参见本刊网络版）