

日本报业的经营发展及启示

◆杨 微

(中国传媒大学 100024)

摘要:在世界上的主要国家中,日本是新闻业发展较为突出的国家之一,日本报纸的发行量在世界各国的报纸中长期遥遥领先。作为只有37.8万平方公里,1.26亿人口日本国,却有着像《读卖新闻》和《朝日新闻》这样发行量上千万的报纸,日本报纸的发展和发行有其独特的优势。本文将从报纸质量、报纸发行、报业环境和报纸经营四个方面简要分析日本报纸的发展经验。

关键词:报纸质量;报纸发行;报业环境;报纸经营

日本传媒业的发展在世界范围内都处在发展前列,尤其是日本报纸的普及率和发行量,在很长时间内都遥遥领先,日本逐渐形成了以《读卖新闻》《朝日新闻》《每日新闻》《日本经济新闻》《产业经济新闻》为主的五大报系,如今仍占据日本报业的主导地位,得益于其独特的发展特点和优势,本文将从四个方面浅谈日本报纸的发展经验。

一、报纸质量方面

日本的主要报纸普遍都有比较高的办报质量,报纸的内容客观、真实,报道及时,时效性较强。而且几乎每一家报纸都拥有自己的办报原则和明确的报纸定位,比如《每日新闻》《朝日新闻》《日本经济新闻》等日本的主要媒体都有自己鲜明的立场,坚持新闻专业主义,坚持客观性原则。以《每日新闻》《朝日新闻》为代表的日本主流媒体,对日本首相参拜靖国神社的违宪行为,日本教育界篡改教科书的行为都进行了批判。《日本经济新闻》从民众利益出发,为民众提供客观准确的经济新闻参考,具有一定的专业性,在中产阶级为主的读者群体中有很大的影响。不止影响力较大的主流媒体需要旗帜鲜明坚持和平正义,任何一家报纸想要获得良好的发展都需要有自己的坚持并符合大多数人的利益才能持续发展。

日本业界从自身出发,以自律自主的方式制订了报业整体的行业规范,所以日本报业的整体环境普遍良好。在日本报业,日本新闻协会、日本地方新闻协会和日本行业新闻协会这三个协会组织都是对报业内部进行自主管理的组织,其中日本新闻协会因其组织规模最大,影响力最盛最为有名。这些报业自主成立的协会组织在报纸内容的采访编辑方面,报纸销售贩卖方面等都制定了一系列的纲领、章程和规则,以此来规范新闻机构,新闻从业人员等的行为和规范,为营造良好的日本报业环境而努力。日本报业对新闻从业人员都有很高的要求,因此从业人员的新闻专业素养都比较高,尤其在融合媒体发展的大趋势下,对新闻人员的采编评译等各个方面都有了更高的需要,新闻从业人员专业素养的不断提高自然能够更加确保报纸既能体现言论自由而又负有相应的责任。

如此一来,报纸的质量相对得到保证,才会取得民众对报纸的信任,报纸获得相对稳定的读者群体,进而提高报纸的发行量,为报纸的未来发展提供充足的资金支持。

二、报纸发行方面

日本各家报纸都拥有一套完整的发行体系和独特的发行制度。在日本,负责在地区内发行报纸的公司有两种,一种是专卖店,只发行某一个特定报社的报纸。另一种是合卖店,发行所有在该地区发行的报社的报纸。这样的发行方式对报社和发行店来说是双赢的,报纸发行店为了持续稳定的发展需要有较为稳定的发行量,为了良好的发展发行店则必然选择发行量较高,能够带来较大收益的报纸发行。报社利用发行店来发行报纸也省去了运营和配送的成本,其次,报社的报纸办得出色,获得良好的经济效益之后可以对发行进行投资建设,报社与发行店之间的合作达

到一个良性循环。

日本发行量很高还得益于其独特的报纸配送制度,那就是“宅配制”,即挨家挨户送报上门的方法。日本90%以上的报纸都是通过送报上门送达读者手中的,由报纸发行专卖店派工作人员直接向用户家里投递报纸,使报纸像水电等生活必需品一样每天送达住户的家中,住户养成每天读报的习惯,这样的方法对稳定报纸的发行量有着很大的帮助,日本报业协会对送报上门制度在时效性和准确性上有着严格的管理,而且专卖店对这些工作人员往往都会布置一定的任务工作量,因此“宅配制”对于争取和稳定读者也有很好的效果。

日本各家报业独特的发行体系和各种发行制度都对于吸引读者和稳定发行量有着很大的影响。

三、报业环境方面

日本报业有着良好的发展环境,日本人普遍都有读报纸的习惯,即使是在广播电视和互联网高速发展的当今时代,日本人对报纸的信赖度也高于新媒体,根据日本通信调查协会发布的《2014年关于大众媒体的民意调查》显示,在信息源的比较上(百分制),日本人对报纸的信赖度为69.2,仅次于公共电视台NHK,但却远高于互联网(54.0)。

日本新闻协会在1988年成立了NIE委员会,NIE即Newspaper In Education,也就是“报纸参与教育”,通过将报纸引入教学来培养青少年阅读报纸的习惯和他们对报纸的喜爱。这项工程的实施,不仅提高了年轻人读报的兴趣而且帮助他们了解时事政治,养成终身学习的好习惯。

在日本报业的发展进程中也出现过不良的市场竞争行为,为了恢复稳定的市场竞争秩序,日本主流报纸自发向政府提出制定一系列法规,在这样的背景下,“再贩卖制度”应运而生,报纸发售过程是从报社到报纸发行店,再从发行店到消费者,因此报纸是经过二次销售,“再贩卖制度”就是第二次销售价格固定制度,按照生产商规定的统一价格进行售卖。这样可以稳定报纸的价格,抵制恶性哄抬物价和不良竞争,也能保护消费者权益。维护市场竞争秩序,日本的发行量稽核制度与ABC机构即(Audit Bureau of Circulations)发行量审计局之间的配合也有很大作用,发行量是衡量报社办报好坏,是否受民众欢迎的重要指标,也是广告商如何选择报社去投递广告的重要参考数据,为了报社的良好发展,也为了赢得更高的广告收益,难免会发生发行量造假的行为,因此发行量审计局的存在就很有必要了。发行量审计局向社会公开较为准确公正的各家报纸的发行量,避免了报纸发行量造假行为,为广告商准确投递广告提供参考。良好的报业环境为报业市场的有序竞争提供大力支持,有利于报业的良性发展。

四、报纸经营方面

日本大多数报社很早就实行立体化经营和集团化发展。为如何实现新时代转型升级获得持续发展进行了有益的探索。

日本的五大报社都实行立体化经营,不仅拥有纸质媒体,还同时经营广播电视互联网等,立体化经营一个重要方式就是拓宽收入来源,改变仅靠报纸销售和广告收入维持报业经营的情况。利用新的传播技术和手段,结合报纸自身的优势开发新的业务种类,比如报社和广播电视的合作,日本各大报社都与电视台建立捆绑型的体系。比如《读卖新闻》旗下拥有日本电视台,《朝日新闻》旗下拥有朝日电视台,日本电视台和朝日电视台在全国范围内都是有很高的收视率和影响的,《读卖新闻》和《朝日新闻》所分别拥有的新闻信息网则为各地方电视台提供新闻资源。报业集团利用依靠报纸建立起来的良好品牌形象,整合报业集团的资源优势,积极开发各种与报纸相关的产业,发展相关事业,为

报业集团增加收入,提高整体竞争力。

报业的立体化经营和集团化管理拓宽了报纸的发展渠道,也相应地拓宽了报业集团的收入来源,改变了过去仅靠报纸销售或广告收益为主的单一收入。同时,报业集团的良好收益除了为报纸的其他项目进行投资建设以求更大的发展之外,也缓解了报业发展可能会面临来自市场竞争的经济压力,为报纸的客观发展提供财力支持,使其不必受广告商或其他财团的影响,坚持新闻专业主义,坚持新闻的客观性原则。

五、报业未来发展的启示

在互联网新媒体迅速发展的大趋势下,即使是有着辉煌历史的日本传统媒体也需要进行一系列的变革来顺应新的发展趋势和新的市场变化。

报社通过数字化转型来适应高科技时代的发展,日本各大主流媒体都建立了自己的网站,1995年,《朝日新闻》和《读卖新闻》就建立了网站,除了在自己的网站上提供电子报刊新闻之外,还与其他主要的门户网站进行合作,利用自己的内容优势,为其提供内容支持,门户网站较为发达的搜索引擎技术和较大的用户点击率也为电子报刊信息提供技术支持。

综合性信息产业的发展趋势是各大媒体为了良好发展不可避免的,以朝日新闻为例,除了发展本社事业,发行日语、外语报纸、杂志、书籍等多种刊物,在朝日新闻网站上发电子报刊之外。还大力发展与本社有关的相关事业,例如广播电视、视频广告等,朝日新闻积极从事展览会、音乐会、戏剧和体育事业等各

种活动的策划和举办。

虽然无论是在过去传统媒体为主流的纸媒时代,还是在备受新媒体冲击的当今时代,日本报纸仍有良好的发展,其独特的报纸发行制度,报纸质量优势,报业良好环境和报纸集团化经营的商业模式都值得我国传统媒体学习。但是随着移动互联网日渐进入人们的生活,青年一代作为新媒体时代的“原住民”,很难完全摆脱电子时代的影响,随着新闻客户端,新闻推送这种新闻阅读方式的普及,人们很可能会减少报纸的阅读量,因此怎样去恢复并保持纸质媒体的生气与活力,仍然是需要我们去思考的问题。

参考文献:

- [1]崔保国.走进日本大报[M].南方日报出版社,2007.
- [2]范颖.媒介技术革新下日本报业的商业模式探索——以《日本经济新闻》电子版为例[J].传媒,2014.
- [3]郎劲松.社会变迁与传媒体制重构[M].中国传媒大学出版社,2010.
- [4]王丹丹.探析日本报纸高发行量的原因[J].新闻研究导刊,2017.
- [5]许莲华.日本报业的经营策略研究[J].新闻爱好者,2011.

作者简介:

杨微,女,1995年5月,民族:汉,河北保定人,硕士学位,中国传媒大学,研究方向:国际新闻。