

2023年度全国传媒经营工作总结大会传递积极信号——

百余家主要报业传媒集团和报社经营向好

□本报记者 汤广花

2月21日至22日，由中国广告协会报刊工作委员会与湖北日报传媒集团、传媒经营网共同主办的2023年度全国传媒经营工作总结大会在湖北武汉召开。会上发布的《2023年度全国报业经营整体分析报告》（以下简称《报告》）显示，2023年，在新传播新营销的探索中，报业融合转型、经营模式创新取得显著成效，全国100余家主要报业传媒集团和报社2023年经营规模和营收总额同比增长6.8%。

媒体经营收入构成更趋合理，多元经营占比猛增

根据《报告》，2023年报业经营收入构成变化明显：与2022年相比，广告收入占比从38.5%减少到35.6%，新媒体收入占比从23.6%减少到18.6%，发行收入占比也减少了5.1个百分点，而多元化经营收入占比则大幅增加，从13.9%增至27.0%。媒体经营收入构成变化更趋科学合理，新媒体经营布局成果日益突出，多元经营占比大幅提高。

《报告》显示，不同类型报业正在自

身资源特点的基础上摸索到适合自身的发展路径。2023年，省级党报充分利用资源优势，营收稳步增长。《新华日报》仅广告收入就突破5亿元；《南方日报》《浙江日报》《湖北日报》《河南日报》《解放日报》《大众日报》等不仅稳住了发行，提升了广告收入，在新营销方面也都有新的突破。市级党报在充分挖掘政务资源的同时，加快了向新营销的拓展。《长江日报》营收近7亿元，能与省级报比肩，新营销收入超过五成；《东莞日报》新营销收入超过1.5亿元。

《南方都市报》营收超过5亿元，其中2/3来自新媒体及多元化经营；《南国早报》的占比达到85%。《生活报》《大河报》《海峡导报》等经营收入中来自新营销的比例都在70%左右。而将主阵地转移至APP的封面传媒、上游新闻、爱济南等的经营收入中80%—100%都来自新媒体、新营销。

“广告是支撑媒体生存发展的重要经济支柱，营销的好坏关乎媒体的发展。如何闯出破局‘突围’发展之路，许多媒体有很好的成功案例。”中国广告协会会长张国华说，传媒人要充分认识到报纸的权

威性、原创力、影响力等优势依然显著，保持优势，密切关注科技进步，积极拥抱新事物。

社教化数字化生态化规范化，传媒经营大有作为

面对媒体生态重构、竞争赛道改变等多重变化，主流媒体顺势而动、应势而谋，通过构建新媒体传播矩阵，或整合资源，或技术赋能，或集中优势打造IP活动，或推进媒体服务下沉，挖存量、寻增量，相当多的报社（传媒集团、融媒体中心）创造了有价值的营销范本。

据湖北日报融媒体中心主任张磊介绍，湖北日报传媒集团坚持“端网速度、纸媒深度”，不断拓展全媒体阵地，推动传媒经营转型升级。一方面做大做强湖北日报新媒体、极目新闻等，推进湖北日报客户端县级频道全覆盖，打造区域超级传播平台；另一方面巩固发展第三方平台大号，积极探索垂直分众传播，构建“三轮驱动”全媒体传播体系。截至2024年1月31日，集团全媒体用户总量已达3.37亿。

从纸媒到智媒，《南方都市报》积极探索媒体转型新路径，通过智媒服务，努力成为行业趋势的洞察者。南方都市报社总经理陈文定介绍说，南都智媒已形成N视频、大数据研究院、湾财社、南都娱乐、南都高质量发展研究院等五驾马车并驾齐驱的良好态势。其中，聚焦粤港澳大湾区财经领域的IP“湾财社”，成立两年来每年营收均超亿元。

澎湃新闻副总裁黄武锋说，自2014年7月澎湃新闻APP正式上线，9年多来，澎湃新闻不断迭代进步，目前每日全网触达用户4.5亿。与此同时，澎湃新闻积极推进收入模式转型，包括优质广告发布平台、内容4A公司、新型政务服务商、内容风控服务、融媒体技术与运营输出等。

中国社会科学院新媒体研究中心秘书长黄楚新认为，面对新机遇、新挑战，各媒体机构可在以下几个方面发力：社交化，完善互动机制，增强用户黏性；数字化，推进产业升级，盘活数字资源；生态化，延展产业边界，构建媒介化社会；规范化，加大行业监管，实现规范运营。

上海推出全国首档考古文博融媒栏目

《中国考古报道》在东方卫视开播

本报讯 2月24日，全国第一档考古文博类融媒新闻专栏《中国考古报道》在东方卫视开播。

该专栏由国家文物局新闻中心担任指导单位，致力于打造及时权威的考古文博新闻发布平台，同时遵循“大考古”思路，通过深入考古现场、对话考古工作者，多角度探寻古代中国，力求透物见人、以物论史、以史启思，以生动鲜活的新闻语汇，深入浅出地提炼展示中华文明的历史脉络，建立考古成果与当代公众的记忆链接和情感共鸣。

作为一档新闻杂志类电视专栏，《中国考古报道》涵盖多个板块。“考古要闻”梳理考古文博重要资讯，首期节目跟踪报道了“2023年度全国十大考古新发现”的初评入围项目，并带观众进入上海“长江口二号”古船考古工作舱先睹为快。重点板块“考古纪”采访跟拍了殷墟最新的考古发现，探寻商王陵格局和商周更替之际的变迁。“连麦探古”板块聚焦上海博物馆、三星堆博物馆、山西博物院的“龙文物”特展，对话现场专家，共同追溯中华文明“龙崇拜”的起源和演变。“文博热搜榜”依托大数据分析，用专业语汇解析文博热搜话题。

此外，栏目还将不定期播出文物微纪录片“集古录”，聚焦国宝重器，解读文明密码，让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字活起来。

《中国考古报道》每期约30分钟，每周六中午12点在东方卫视首播，还将在上海广播电视台新闻综合频道、纪实人文频道播出，并在看看新闻Knews、百视TV等新媒体平台同步上线，通过微信视频号、抖音、B站等平台推送传播。（王彦）

■ 时讯

贵州第一本历史地图集面世

本报讯（记者李美霖）近日，中国地图出版社集团和贵州人民出版社联合出版发行《贵州历史地图集》。《图集》为贵州省重大文化工程项目，并获得了2023年贵州省出版传媒事业发展专项资金资助。

据悉，《图集》是贵州省第一本历史地图集，由贵州省自然资源厅联合贵州省史学会组织编制，由贵州省第三测绘院最终绘制完成。《图集》序图部分综合最新资料宏观展现了贵州省整体现状、基底概况；正图部分根据历史进程及发展特征，从旧石器至秦、汉至唐、五代宋元、明、清、民国6个时期分段展现了贵州省的历史沿革变化、区域发展、文化特色和贡献。

该《图集》从2021年3月启动编制，历时近3年。

“中国金融四十人论坛”再添新书

本报讯（见习记者蒲添 记者章红雨）近日，“中国金融四十人论坛（CF40）”再添新书《危机应对的道与术》。该书由人民日报出版社出版，有助于读者提升危机意识，增强金融工作本领和风险应对能力。

据介绍，该书聚焦危机处置与应对的核心问题，开篇试图厘清关于危机的核心认识，以美国大萧条等为例，详细解析危机时期的宏观政策选择。接着，重点以房地产危机与财政危机为例，解读两种常见的危机种类。之后，围绕危机应对的四个关键环节展开，即确定处置时机、确定关键救助者、进行损失分担与选择处置平台。最后，提出“危机是推动金融监管改革的重要契机”这一论断。

全书深入剖析国内外数十个经典案例，试图总结一些基本规律。

古装爱情剧《长风渡》江苏卫视开播

本报讯（记者杨雯）2月21日晚，由尹涛执导，白敬亭、宋轶领衔主演的古装爱情剧《长风渡》在江苏卫视幸福剧场播出。该剧讲述了顾九思（白敬亭饰）与柳玉茹（宋轶饰）阴差阳错“结良缘”，并在相处中不断共同成长的故事。

什么是最好的爱情？在《长风渡》中，顾九思和柳玉茹会告诉你：最好的爱情，是双向奔赴，相互成长。剧中，他们本是两条完全没有交集的“平行线”，二人生活境遇天差地别，但因一场“错位”的婚姻，打破了原本的生活轨迹，造就了彼此互补的成长空间。

“作品借着顾九思和柳玉茹的爱情和个人命运，描绘了一个波澜壮阔的时代画卷。这里有爱情、有友情、有亲情，有个人成长，有国家大义。”导演尹涛表示。

郑州图书馆：“典籍里的字谜”主打文化深度牌

本报讯（记者吴明娟）2月24日上午，在河南省郑州图书馆一楼大厅，五颜六色的谜面纸条挂满了“典籍里的字谜”元宵节猜灯谜活动现场，前来参与的市民或低头沉思，或与朋友低声交流，或拿出手机查询资料，在智慧与难题的碰撞中度过一个充实的元宵节。

“我猜的169号字谜‘闪电交加水淋漓’，它打的是一个曹禺的作品名，我想

肯定是他的话剧《雷雨》。”在热闹的灯谜现场，申同学说，他一早就赶到了图书馆，就是希望能抢先猜对不是那么困难的字谜，但是一看到现场来了这么多人，还是压力满满。“挺有意思、挺有难度的，一个也没猜对。活动重在参与吧，特别有纪念意义，自己的孩子也参与进来，挺好的。”市民邓女士说。

作为本次活动的重点，“典籍里的字

谜”元宵节猜灯谜活动设置有手写灯谜区、少儿灯谜区、竞赛区、终极挑战区等多个特色猜谜区域，满足不同猜谜爱好者的需要。参与者在猜灯谜的过程中，不仅能够体验到解谜的乐趣，还能在思考中领略汉字的博大精深。猜中灯谜的市民还有机会获得精美的小礼品，增添了节日的欢乐气氛。“只要猜对一个，就能获得参与奖，10个的话送保温杯，猜对15个就是特等奖，

能获得图书馆定制文创笔尺套装。”图书馆工作人员张女士介绍，从用的笔记本、手提袋，到吃的糖葫芦、糖画，都可以通过参与字谜活动领取。

此外，还有专门为小朋友准备的“少儿猜谜”活动。在这里，小朋友们可以不用和大人“同台竞技”，找到自己的“猜谜舞台”，并获取各种实用的文具奖品。



云南保山：文化盛宴庆佳节

2月24日，云南保山，元宵节当天，昌宁县在县城茶韵公园开展“我们的节日·元宵节”文明实践主题活动，弘扬中华优秀传统文化，营造浓厚的节日氛围，让广大市民在欢乐祥和的氛围中度过元宵佳节。图为当地群众在活动现场阅读经典。

宇竟春/视觉中国

专家学者在京座谈《品读中国：风物与人文》

从地理与人文视角看中华文明形成

□本报记者 李婧璇

获评《中国新闻出版广电报》2023年度好书的《品读中国：风物与人文》由全国哲学社会科学工作办公室牵头组织，邀请社会科学和自然科学领域的多位专家携手撰写，由中华书局和科学出版社联合出版。

日前，在由科学出版社于北京举办的《品读中国：风物与人文》出版座谈会上，专家学者一致认为，这是一部生动呈现中华民族如何在锦绣大地上创造辉煌文明的普及性读物，图文并茂地讲述了中华大地上的自然风物与人文创造，展示了人文遗产所承载的人文精神，揭示了中华民族独特的精神世界和生生不息的文化基因。

大家写小书 确保内容学术水准

《品读中国：风物与人文》全书由前言《何以中国》和自然编、人文编、中外编三部分共20篇文章组成。全书不仅介绍了中国的自然风光和文化遗产，还对中国人的生活方式、价值观、审美观念等进行了深入剖析。

全国哲学社会科学工作办公室副主任徐春生介绍说，选题定下后，他们坚持请名

家写名篇的原则，依托国家社科基金项目的长期积累，依托两家出版社的作者资源，邀请有崇高学术声誉的知名专家学者执笔撰稿，从根本上确保这本书的学术水准。

“在写法上，该书采用‘大家写小文’的方式，并配有104幅彩色插图。在不到30万字的篇幅里，以普及性的语言，讲清了中国地理的基本概念和中国历史的规律性知识，这一点是难能可贵的。”中国科技出版传媒股份有限公司董事长胡华强表示，《品读中国：风物与人文》集中呈现了当代历史、地理、文学名家最新的研究成果，可以帮助读者更新对于中华文明形成和演进的认知。

《品读中国：风物与人文》前言作者、复旦大学文科资深教授、中央文史研究馆馆员葛剑雄在视频致辞中表示，通过这本书，希望大家能够理解我们是在一个怎样的人文自然环境下发展过来的。“理解中华文明，理解中华民族，理解我们国家的发展过程，很重要的一点就是要了解它的历史地理环境。”

“权威部门组织，权威学者、专家、作者出面撰写，权威出版社出版。”中国图书评论学会会长郭义强用“三个权威”来概括《品读中国：风物与人文》一书的高品质。

精益求精 展现中国文化独特魅力

“作者在书中运用了丰富的修辞手法，如排比、对仗、夸张等，使得文笔更加流畅、优美。此外，书中还穿插了许多历史典故和民间传说，增加了阅读的趣味性。”座谈中，大家纷纷表示，这本书的语言优美、表达生动，让读者在阅读过程中能够感受到中国文化的韵味和魅力。

在徐春生看来，《品读中国：风物与人文》有三个方面特点值得总结：一是古今贯通，就是把历史的中国与现实的中国贯通起来；二是情理交融，就是把学术的理性严谨和情感的真挚细腻结合起来；三是内外兼美，就是把内容的深刻厚重和形式的美感大方统一起来。“可以说，这是一本可读、可赏、可藏的上乘之作。”

“《品读中国：风物与人文》品读的是名山大川、优美风情，图片精美与否直接影响到品读的感受，可以说关系到本书的成败。”中华书局副总编辑俞国林说，为此编辑组确定了配图的四个原则。在俞国林看来，《品读中国：风物与人文》就是深入挖掘中华优秀传统文化资源进行创新性转换、

讲好中国故事的具体落实。

满足需求 让更多冷门绝学热起来

中华民族是在怎样的自然环境中孕育形成的？中国省制有何来龙去脉？汉语方言的形成和分布受到哪些影响？“胡焕庸线”是什么？……《品读中国：风物与人文》的出版，让被视为冷门绝学的历史地理成为颇受关注的热门话题。

“这本书的推出，对于历史地理学的价值又是一次充分肯定。”北京大学城市与环境学院教授唐晓峰认为，“山河的文化属性或者说人文属性是我们华夏文明在大地上、在一个杰作的体现。这本书充分体现了这一方面，也使其具有较高的社会推广价值。”

采访中，一些专家学者表示，该书通过复原历史、追溯源头“知所从来”，了解和展示古代中国、回答“何以中国”的问题，汲取历史智慧，守正创新，助力当代发展，回答“知所往”的宏大时代命题。

中国人民大学清史研究所教授华林甫表示，《品读中国：风物与人文》是高品质的普及读物，其间“每个知识点都有来历，可以说是一本很好的爱国主义普及读物”。