

中国传媒周报



联系我们

订阅
当地邮局“报”上邮发代号 1-217

读者来信投稿
mx1123@yahoo.com.cn

参与讨论交流意见

官方博客 <http://blog.sina.com.cn/chinamediaweekly>
官方微博 <http://t.sina.com.cn/chinamediaweekly>

●数字期刊 数字环境下再造文摘期刊核心资产 国际化模式助《纳米研究》走出国门 新华文轩九月网新版上线 P6	●国际 出版商数字技术投入基本稳定 《大都市》与杰西潘尼合作推出服装品牌 英国报刊发行业谋变 P7	●市场 奥运之后话奥运 微博时代的新刊营销 《汽车族》10月将发布中国汽车品牌英雄榜 P8
---	---	---

天下传媒

两岸媒体人呼吁 推动两岸媒体互设常驻机构

由福建日报报业集团与台湾旺旺中时媒体集团、联合报业集团主办的第四届海峡媒体峰会日前在福州举办。海峡两岸30多家媒体的高层和两岸新闻研究专家100多人汇聚一堂,围绕“繁荣中华文化暨两岸媒体的责任和机遇”的主题进行交流研讨。两岸多位媒体人认为,两岸媒体合作领域不断扩大,呼吁推动两岸媒体互设常驻机构。本届峰会上,两岸媒体代表还就繁荣中华文化表达了共同愿景,并在新闻合作、新媒体交流等项目对接上进行了深入探讨,通过了《繁荣中华文化共同建议书》。(刘)

全国报业云计算研讨会 在渝召开

由中国报业协会主办、重庆日报报业集团协办的“报业云计算研讨会”日前在渝召开。人民日报、中国青年报、解放日报等全国各大报业媒体的技术精英,以及华东电脑、中国惠普、西门子通信等媒体服务商代表40余人参会。与会代表就信息全媒化、发布多元化、应用融合化、办公协同化、功能智能化、资源共享化等热点问题深入探讨。重庆日报报业集团副总裁黄平指出,云计算技术与报业信息化的应用融合,是新时期新闻媒体完成体制创新、内容创新、管理创新建设的新利器,为提高新闻媒体的整体效益提供了技术支持和坚实保障。(刘)

台湾壹传媒 将出售苹果日报、壹周刊

据我国台湾地区媒体报道,壹传媒集团9月4日在香港证交所公告,获得“独立第三方”接洽,有意购买集团在台湾的所有印刷媒体业务及若干资产,包括台湾苹果日报、台湾爽报及台湾壹周刊合并本。公告表示,该项交易只是初步磋商。在香港首开“狗仔新闻”风气的壹传媒,2001年5月31日进军台湾,发行壹周刊,当时曾引起政商名流恐慌,要求当局遏止狗仔新闻;2003年5月2日,苹果日报在台湾发行。壹周刊与苹果日报在台湾销售状况良好,但电视媒体业务拖累集团财务,集团在今年年初就传出打算“整包出售”台湾业务。(刘)

美国报业巨头 Journal Register 破产

据外媒报道,美国报业公司 Journal Register 公司日前已申请破产保护,这已经是该公司三年间第二次申请破产保护。该公司首席执行官约翰·佩顿表示,在过去的两年中,Journal Register 的数字用户增长了一倍,但是仍然无法很好地控制成本。Journal Register 公司的财务起到根本性的扭转作用;该公司的广告收入在2009年至2011年间下降了19%,与此同时仍然有1.6亿美元的债务压力。(刘)

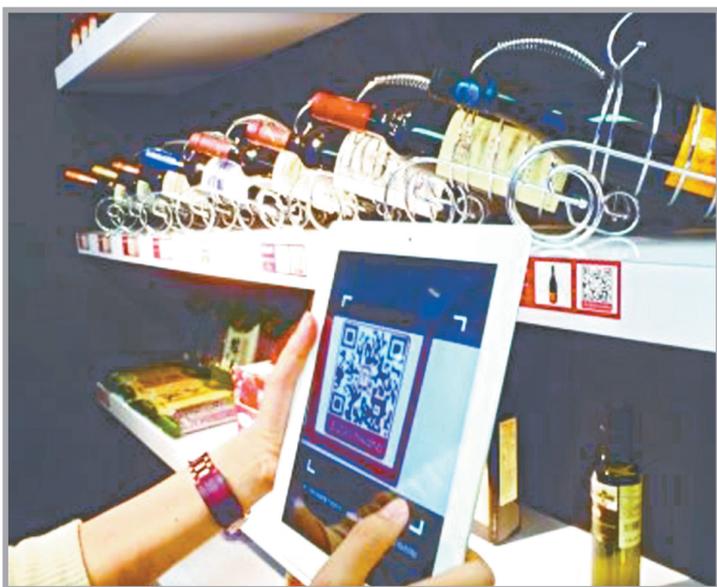
英国著名文学杂志 《格兰塔》将出中文版

英国《格兰塔》杂志创刊于1889年,是当今最负盛名的文学杂志之一。该杂志撰稿人可谓大牌云集,包括马丁·艾米斯、珍妮特·温特森、史蒂芬·金等。第一期《格兰塔》中文版还将收入大卫·米切尔、乔·邓索恩、罗宾·罗伯逊等人的作品。日前,《纽约时报》报道了《格兰塔》全球扩展计划,重点提及《格兰塔》中文版的出版。据悉,《格兰塔》将与著名书企上海久谦书人文化实业有限公司合作。除了英文版和即将出版的中文版,这份创刊于维多利亚时代的老牌文学杂志已拥有西班牙语、葡萄牙语、意大利语、瑞典语和挪威语版本。(刘)

二维码媒体应用已成大势

■ 本报记者 刘东杰

二维码在期刊业的春天似乎真的到来了,国内的期刊社大都已经认识到,二维码正是一种为纸质内容嫁接数字化成分,并提供良好用户体验最便捷的方式。3G智能移动终端的高速普及为二维码在杂志数字化中的应用提供了硬件基础,为新的阅读带来了无限的可能性。



聚焦

期刊在线数据库让国人受益

■ 本报记者 刘东杰

中国的机构与个人用户能够阅读的在线数据库资源正变得越来越丰富,无论是新进入中国的海外出版巨头,还是正努力开发自有数字图书馆的国内数字出版商,在专业学术及大众人文领域,所提供的产品都在与日俱增。

Talor & Francis 集团旗下三家公司共出版超过1500种期刊,其社会科学和人文科学期刊数据库(SSH Library)涵盖14个学科领域,提供超过1000种同行评议的在线期刊,收录于汤森路透期刊引文报告(JCR)社会科学版中的期刊数量领先于其他出版集团。而其科技期刊数据库(ST Library)涵盖5个学科领域,提供300多种同行评议的学术期刊。

Talor & Francis 集团的 Routledge 电子书馆包含世界领先出版品牌下的2.3万多册电子书,广泛涉及人文科学、社会科学、行为科学、科学与技术及法律等众多专业学科,涵盖手册、指南、参考书、专著即补充读物等。主题电子书库包含18个学科领域,覆盖考古学、亚洲研究、商业与管理、土木工程、经济学等各个领域的重点研究资源。焦点电子书库则按主题划分为17个学科,主题及书目都由专业编辑团队精心挑选,包括中国、发展研究、欧洲政治研究、环境研究、伦理学等。畅销电子书库则涵盖12个热门学术领域,汇集了各个学科中最畅销的100册图书。除此以外,也可以根据需求从海量书目里挑选和定制个性化电子书库。Routledge 电子书馆提供所有电子书的30天免费阅读。

中国教育图书进出口公司引进的美国数学学会《数学评论》网络版(MathSciNet)包含《数学评论》自1940年以来出版的所有评论文章,包括期刊、图书、回忆录、文集和预印本。《数学评论》对

1800多种期刊做评述,对400多种数学核心期刊做出全评,每年增加10万多条新内容及6万多个专家所写的评论。MathSciNet 是检索世界领域数学文献的重要工具,全球现有超过2000个学术单位通过集团订购在使用 MathSciNet。

汤森路透集团的 Westlaw 法律在线数据库是全球最强大的在线法律研究工具,它提供来自全球的大量法律信息以及时事新闻和商业资讯。Westlaw 集成1500余种法学期刊、法律简讯以及法律新闻和其导航链接,1500余种法学专著及教材全文和其导航链接,《布莱克法律词典》最新版全文和其导航链接。每天,来自60多个国家的律师和法律专业人士从 Westlaw 获得最重要的法律、新闻和商业信息。通过 Westlaw,还可以获得美国联邦最高法院最新判决、使用德温特专利检索服务、浏览美国法院诉讼文书等。

中国知识基础设施工程(CNKI)的核心建设项目《中国知识资源总库》已经囊括了中国90%以上的知识信息资源,完整收录中国期刊、博硕士论文、报纸、会议论文、年鉴、工具书、百科全书、专利、标准、科技成果及法律法规等,机构与个人用户可以通过各种方式使用 CNKI 的各个资源模块。

人民军医电子出版社经过7年多探索,打造国内第一家跨媒体医学专业数据库《名医指路——数字医学图书馆》,可满足各级医疗机构、卫生从业人员及普通读者对于提高技能和求医问药的各种需求。它包含2000余种原版原式医学电子书和10亿字的《中华医学资源核心数据库》,通过电子书中关键词连接到数据库实现无缝化注解式阅读查询功能。

国内外各种在线数据库商业模式和用户服务模式日趋成熟,必将以海量优质的数字资源为中国用户提供更加完善的服务。

二维码用特定的几何图形按一定规律在平面(二维方向)分布以记录数据符号信息,通过图像输入设备或光电扫描设备自动识读以实现信息自动处理,可以印刷在报纸、杂志、图书、广告、包装及个人名片上。用户通过手机扫描二维码即可快速上网,阅读,下载图文、音乐、视频等,可以了解产品、参与抽奖、获取优惠券。随着手机3G时代的来临,二维码还可以在网购、网上支付等领域发挥快速通道的作用。

二维码与 APP 应用、搜索引擎等同为重要的移动互联网入口。在日本,通过二维码实现的移动商务、导航和位置服务、名片识别和输入、快捷付款和影视节目指南等丰富多彩的增值业务已经成为日常生活中不可或缺的一部分。

在刚刚结束的伦敦奥运会期间,很多国内读者也发现,各种报纸、期刊、奥运营销印刷品,以及网络媒体,正在全方位运用二维码技术改变大家的奥运阅读习惯。比如《广州日报》、《现代快报》等传统纸媒上,刊登的奥运新闻旁会附上一个二维码图案,用智能手机、平板电脑上安装的扫码软件拍下并解析,就能获得与该新闻相关的延伸资讯。

二维码首先在杂志内容呈现上带来了极大的延展。二维码以及 AR(增强现实)技术令杂志达到了真正多媒体化的呈现,同时将相当多的内容与功能通过二维码与纸质杂志相对剥离,实现了某种意义上杂志随身化的便捷。用二维码链接线下与线上,拉近了杂志与读者的距离,告别了单调的图文显示,也使原本的平面传媒更加立体化。显而易见的是,二维码应用也解决了杂志与读者的即时互动的难题。根据投票及二维码所反映的读者意愿,可随时调整、更换二维码网址所链接的内容,获得更高的读者关注度。

通过二维码将信息、广告、优惠活动和二维码相结合,能够打造线上、线下强有力的促销工具,获得更显著的广告效果。这样的全媒体广告将强有力地提高线下广告的转化率与二次营销转化率,进而实现广告价值的延伸,增加广告主忠诚度。

同样的,我们可以设想杂志增值服务的相应提升。二维码带来的所见即所得式的购物体验足以使杂志成为一种销售渠道,这是杂志和二维码对用户价值的

二次挖掘。在一线城市有过地铁“一号店”等电商模式购物经验的用户可以通过相当直观地感受到其流畅、便捷之处。通过杂志上扫码后直接链入电子市场,或下载对应电商手机应用,二维码把杂志变成了平面的电子市场。电子商务一直是人们对于期刊数字化路径的期许,二维码在这一方面可以节省用户时间,简化用户操作,有效地提高杂志增值收入。在包括《第一财经周刊》在内的诸多知名刊物上,都可以扫码订阅杂志,打破杂志传统的销售渠道,增加纸质版及数字杂志销量。消费者可足不出户进行在线购买,非常方便快捷。

在国外杂志二维码应用的趋势上,刚刚在国外媒体发布的2011杂志广告中的QR码分析报告中,前100名杂志中有4468个QR码,从一季度的352个,增长到四季度时的1899个,增长了439%,其态势喜人。在海外很多国家,二维码已经成为人们生活中的一部分。广告中包含二维码的比重逐月上升,2011年12月达到8.36%,这些二维码应用可为媒体商、广告主提供丰富的服务和技术支持。

国内方面,2012年,二维码被各知名杂志争相引用,国内约40%的平面媒体,如《精品购物指南》、《风尚志》、《优品》、《男人装》、《成功营销》、《1626潮流双周刊》、《故事会》、《时尚生活导报》等纷纷加入了二维码元素。二维码作为传统媒体进行数字化改革的重要工具在媒体圈已经全面爆发。

随着技术应用的推广,国内现在在二维码领域也已涌现多家实力不俗的企业,可以为媒体企业提供品牌营销、新品推广、促销活动、自动建站和市场拓展等服务,并实时监控方案实施效果,为企业提供全方位技术支持。在内容分销、二维码广告营销解决方案等方面,都将更加人性化地针对不同的需求提供不同的软件功能支持。

以北京灵动快拍信息技术有限公司为例,其产品“快拍二维码”已在超过200家应用商店上架,市场占有率达到60%以上,商品条码库总数已达600万,累计激活用户数超过2000万,每月超过1亿次扫码量。灵动快拍与《人民日报》、《钱江晚报》、《大河报》、《成功营销》等平面媒体均有合作,并为运营商及终端厂商提供技术服务。

国际看台

美国超两成日报实现数字付费订阅

■ 本报记者 一鸣

今年是全球各大报纸加速推出付费墙的一年,这在报业的数字化转型中意味一次重要的分水岭。近日的消息称,在《华尔街日报》和《纽约时报》引领下,美国约1/5多的日报已经推出数字内容订阅服务。美国第三大报纸服务商麦格拉奇(McClatchy)集团近日也开始向其所有数字内容用户收费。根据研究机构 News & Tech 的统计,超过2成的美国日报已经开始推行数字付费订阅服务,这个名单中包括290多份报纸。

麦格拉奇报业集团也在这个名单上。该集团在美国以拥有多家日报著称,此次推出付费墙服务的报纸包括加州《莫德斯托蜜蜂报》(Modesto Bee)以及今年夏天刚刚收购的《萨克拉门托蜜蜂报》(Sacramento Bee)、《沃斯特堡明星电讯报》(Star-Telegram in Fort Worth)、乔治亚州哥伦布市的日报 Ledger-Enquirer,以及密西西比州比洛克西市《太阳先驱报》(Sun Herald)。

据悉,麦格拉奇报业集团今年5月便开始尝试从数字内容免费获取逐渐

向付费订阅过渡,足见其付费墙行动并不落后。如何处理印刷版订阅和数字版订阅的关系,则关系到报业的未来。以《萨克拉门托蜜蜂报》为例,该报印刷版的订户在征订有效期间拥有免费获得数字内容的机会,非印刷版订户则必须通过订阅才能从该报的网站获取新闻和有关资讯。根据《萨克拉门托蜜蜂报》的网站信息显示,该报纯数字版每月订阅费用只要99美分,印刷版和数字版的组合订阅费用为每周3.38美元。自从《纽约时报》去年大张旗鼓开展实验并在经济上获得成功以来,付费墙 paywall 模式已成为报业越来越普遍的共识。不过,在付费墙问题上,出版商也深知并非一刀切使所有数字内容都收费。

美国城市商业期刊(American City Business Journals)旗下报刊包括《萨克拉门托商业杂志》(Sacramento Business Journal)在内现在都提供一些免费数字内容,但是会遵从一个基本原则,就是每周印刷版的深度报道只提供纸质版用户,4周后数字版用户才可以免费获取印刷版内容。