

日本报纸：探索互联网时代经营之路

2005-11-28

作者：周勇

关键词：日本报纸 互联网时代 经营 | 阅读：336次 |

[内容提要] 对传统大众传播媒体而言，如何通过互联网来赢利是一个正在探索的课题。在日本，越来越多的报纸开始意识到自身拥有的信息资源的潜在价值。在利用信息服务赢利方面，不少报纸网站已摸索出一些模式，并取得初步成效。这些模式对正在探索中的中国媒体或许有一定的借鉴价值。

[关键词] 日本报纸 互联网 经营之路

[中图分类号] C206 [文献标识码] A

日本报纸“触网”的历史开始于1995年，“一马当先者”为日本三大报社之一的朝日新闻社。当年3月，朝日新闻社出版局推出了自己的网站——“opendoors”（URL: <http://open-doors.asahi-np.co.jp>），五个月后，朝日新闻社网站正式成立（URL: <http://www.asahi.com>）。同年6月，读卖新闻社也有了网站（URL: <http://www.yominri.co.jp>）。三大报社中建立网站最迟的是每日新闻社，迟至1999年4月（URL: <http://www.mainichi.co.jp>）。据“日本新闻协会”统计，到2001年3月为止，加盟新闻协会的110家报社和通讯社中有89家建立了网站，目前还没有网站的多为发行量10万份以下的小报。

从1995年到现在的6年间，日本的因特网环境发生了巨大变化：一方面，因特网在国民中的普及程度有了显著提高；另一方面，因特网硬件条件不断改善。据日本总务省统计，截止2000年12月，日本的因特网使用人数已达4708万，超过日本总人口的三分之一，其中使用PC上网的2214万，使用携带电话上网的897万。在上网方式上，固定电话方面，除了传统的拨号上网和ISDN方式外，近期更推出了最快速度可达每秒8M的ADSL方式；另一方面，以日本最大的移动电话服务商“NTT DO CO MO”的“Imodel”方式为代表的携带电话无线上网也受到了越来越多的日本人特别是年轻人的喜欢。随着因特网环境的日趋成熟，日本报纸一方面感受到因特网给媒体传播带来的新机遇，另一方面也产生了新的危机感，这就是：在因特网和电视环境下长大的日本年轻一代开始越来越少读报（为了解决这一问题，日本报界甚至组织了一个“READ ME”的活动，通过向中小学校免费赠送报纸，试图培养青少年读报的兴趣）。尽管目前这种危机还没有特别凸显出来，但是一个令日本报界不安的事实是：近年来报纸订数已持续停滞不前。这不能不令人联想到，如果现在的年轻一代成为将来报纸订户的主力军的话，日本报纸将面临怎样的情况？因特网的巨大潜力使得日本报界开始思考如何充分利用这一新型传播方式，在渡过了早期“为上网而上网”的“跑马圈地”阶段后，一些报纸开始探索利用因特网开辟新的赢利渠道。

目前，日本报纸在网上的收入来源主要还是广告，但是一些报纸已开始意识到：报纸拥有庞大的信息资源，在经营上应当充分考虑挖掘自己在这方面的潜力。在利用信息服务赢利方面，不少报纸网站已摸索出一些模式。

一、提供新闻检索

“今天的新闻就是明天的历史”。任何一家报纸，经过多年的积累，其拥有的信息资源无疑是惊人的，有的甚至已经成为重要的历史资料。许多报纸网站在经营中首先瞄准了这一点，将本报多年的报道建立数据库，供使用者在网上查询。其中有代表性的是朝日新闻社。

1997年2月，朝日新闻社推出了其网上检索服务“As hi. com. perfect”，其数据库中包括1984年8月以来朝日新闻的全部报道——本报、地方版《AERA》和《周刊朝日》——共300多万篇，以及根据朝日新闻社报道编辑的朝日现代用语《知惠藏》。其收费方式有两种：

一种是计件制。这种方式主要针对个人，具体收费方式为“每月基本费+每件检索费”——使用者每月需交纳一笔基本费方可有权检索，基本费分两种：每月500日元，可检索近一年的内容；每月3000日元，可检索全部内容。在基本费之外，每检索一篇报道再收费80日元（朝日现代用语《知惠藏》为每篇20日元）。

第二种为固定费用制。即按每个ID收取月使用费，使用者可无次数限制地检索全部内容。针对使用对象的不同，费用也有所区别：图书馆月金12000日元 / ID，大学月金20000日元 / ID，法人和团体月金45000日元 / ID。

除了朝日新闻之外，不少全国性报纸和地方报纸都推出了类似的新闻检索服务。

在收费方式上，各报主要都在以下三项收费间进行组合：

- (1) 每月基本费
- (2) 检索费
- (3) 会员费

其组合方式一般有：

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

- 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

- 媒介管理之可持续发展战略观

作者：罗晓娜 | 2006-05-29

一、媒介与管理 媒介管理，顾名思义即是指存在于媒介领域内的管理问题。媒介是一种复杂的实体，其性质、类型及功能的定位都是随着不同的社会历史条件的改变而改变，与之对应的一切管理与营运也是应势而动。……

动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

- (1)每月基本费+单件检索费：在每月收取会员费的基础上，再按件收取检索费，如前述朝日新闻针对个人用户的收费。
- (2)固定会员费：按ID数每月收取固定的会员费，会员可无次数限制地进行检索。如前述朝日新闻针对图书馆、大学等团体用户的收费，而产经新闻对个人和团体均采用这种方式(个人2000元/月、法人5000元/月)。
- (3)单一检索费：不需交纳会员费和每月基本费，只按检索的量交费。但是一般不采取单件收费制，而是收取一定的费用，使用者可检索一定数量的内容。如北海道新闻，每月交纳500元后，可检索标题索引1000条、正文30篇，超出这个数量后则计件收费(标题索引2元/件、正文50元/件)。
- (4)一次性会员费+固定检索费：交纳一次性的会员费，然后每月交纳固定的检索费，可无限制地检索。如信浓每日新闻，个人入会费10000元(法人20000元)，每月基本检索费5000元(法人10000元/21D)。

从以上收费方式来看，对于检索量小而且不固定的用户而言，按检索量计费显然是较划算的方式；但是对报纸而言，每月固定收费的会员制则更有利。因此，在“每月基本费”或者“会员费”价格的确定上报纸应特别慎重，既要保障报纸有稳定的收入，又不能因定价过高而吓跑消费者。可以尝试提供不同的检索范围，对不要求检索全部内容的用户收取较低的会费。如划定不同的检索年限(只限于某某年以来的报道)，或者划分不同的内容(如喜爱体育的用户可以只检索体育方面的报道，甚至可以细到诸如棒球、足球这样的运动项目)。

二、提供收费信息阅读

这种方式主要是在网站的免费内容以外，设置专门的页面提供收费内容，入会的用户可以登陆这些页面阅读比免费页面更多、更详

细、更快或者更专门的报道。如产经新闻的“产经Web—S’和“产经电子朝刊”服务。

“产经Web—S’于1997年9月推出，提供的内容有：新闻速报、(产经电子朝刊)、产经新闻早晚刊的全部内容(比印刷版快——提早约1个小时；比印刷版便宜——印刷版每月定价3850元，电子版只需2000元；比免费网页全——平均每20条新闻中只有四、五条会出现在免费网页上)、1992年9月以来全部报道的检索、根据产经新闻历年摄影报道编成的《战后史mini写真馆》。收费上采用会员制，个人每月2000元、法人5000元/41D)。

与“产经Web—S’一样，“产经电子朝刊”同在1997年9月推出，提供内容主要是截止当天早上4点过去24小时的报道，每月收费个人1000元、法人2500元，用户既可以上网阅读，也可以下载(已制成压缩文件)到手提电脑或掌上电脑(PDA)上，在上班的路上阅读。

此外比较典型的还有日本经济新闻的“日经telecom21”(URL: <http://telecom21.nikkeidb.or.jp>。利用日本经济新闻在经济报道方面的优势，“日经telecom21”所提供的内容包括：新闻速报(日语、英语)，日本经济新闻旗下全部报纸、杂志当天的报道，特别编集的企业情报、统计数据等。收费上采用“一次性入会费+每月基本费”的方式——按每一个ID计，一次性入会费16000元、每月基本费8000元。

比日本经济新闻的信息更专门的是“日刊sports”，其网站上有专门的收费“赛马信息”(URL: <http://www.nikkansports.com/news/horse-race/vurvo/keiba>)，用户花120元到150元可以在12小时内阅读或拷贝由“日刊sports’’搜集的有关赛马信息。

三、向用户定期发送信息

通过K—MAIL和携带电话向用户定期发送信息，特别是后者，是现在日本报纸采用得最多也比较成功的收费服务方式。

1. E—MAIL方式

以每日新闻为例，其K—MAIL信息服务主要有：

- (1)“Mainichi Daily Mail”：1996年6月推出。用户每月交纳250元，即可收到如下内容：Internet情报(以文本形式和HTML两种方式发送，每日夜间一次)、新闻(以文本方式发送，每天早晚各一次)、多媒体情报(以文本方式发送，每天下午两点前一次)。
- (2)“每日Mail Maga zine’”：主要报道政治新闻，包括首相活动、政界要人谈话、有关政治问题的深度分析等，每周二、周五各发送一次，月收费300元。
- (3)“每日BOOK NEWS’”：有关书籍的最新信息，每周五次，周一至周五发送费300元。
- (4)“每日英文Mail’”：最新的英语新闻、热门电影信息等，每周三次，周一、周三、周五发送，月收费300元。

除每日新闻外，读卖新闻、中口新闻、东京新闻、SPORTS NIPPON新闻、日刊工业新闻、时事通信社等均有各自的E—MAIL信息服务。

这一方式的特点，一是费用比较低，一般每项服务月收费都在300—500百元左右，贵的也不超过1000元，以日本人的收入水平来看是非常便宜的；二是信息少而精，一般都是针对用户某一·方面特殊需要而制作的，而且往往发挥报纸本身的专长，专门化程度很高。

2. 携带电话方式

从目前来看，报纸收费服务中最成功的可能就是这种方式，这也是比较具有日本特色的一个现象。因为，这一方式的基础是日本高度发达的无线上网技术。在这一领域，日本最人的移动通信服务商NTT DO CO MO占有绝对优势，其所推出的手机通信方式“Imodel”在市场上占据了统治地位，“Imodel”方式最大的特点之一就是宽频带，可以满足从文字到照片

甚至活动画面的无线传输。除了“Imodel”外，另一移动通信服务商J—PHONE的“J—SKY”方式也具有类似的功能。这就为报纸借助携带电话发送信息提供了方便的技术条件。日本电气通信事业者协会发布的资料显示，截止2001年1月，日本携带电话使用人数达58729600。正是在这一背景下，日本的很多报纸开始与移动通信服务商合作，推出基于携带电话的无线信息服务。这一方式特别受到喜好新鲜事物的日本年轻人的欢迎，在今天日本的地铁等公共场所，随处可见打扮前卫的少男少女们埋头收看携带电话上形形色色的信息。对于担心青少年远离报纸的日本报界来说，这虽然不是最好，但也许还算一个不错的信号吧*—至少现在还有一种方式，能把年轻一代与报纸在某种程度上较好地联系起来。

使用携带电话进行信息发送的另一项优势就是：它在无形中消解了习惯于在网上享受免费信息服务的人们对于“信息收费”的抵触情绪。现在无线上网的费用相当低廉，而且接收信息的速度非常快，再加上报纸提供这一类服务仅收取非常低的费用(每月收费50到30元，而在日本，一瓶饮料都要一百多元)，这样就使人不易产生强烈的“花钱”感觉。对报纸而言，虽然每个用户收费不高，但是因为用户量大，“集腋成裘”，总收入也相当可观。

方便、时髦、便宜，使这种通过携带电话发送信息的方式受到了用户的欢迎，也为报纸的收费信息服务开辟了一条有效的途径。据日本新闻协会统计，在其110家成员社中，共有包括朝日新闻、每日新闻、读卖新闻、日本经济新闻、产经新闻在内的42家推出了这项服务，总契约人数31411300人，占携带电话总用户数的一半多。

四、向门户网站提供信息

除了上述三种主要方式外，一些报纸还和著名的门户网站如Yahoo、EXCITE、LYCOS、in foseek、goo、ISIZE等签约，向其提供信息并收取一定费用。比较有代表性的如每日新闻，分别与上述六个网站中的前五个签约提供信息服务，此外，产经新闻、日刊工业新闻、日刊SPORTS，包括一些地方报纸如北海道新闻、河北新闻、中日新闻、京都新闻、西日本新闻等都提供类似的服务。

除了提供当天新闻外，这些报纸更多的是利用自己的数据库与门户网站进行合作，为这些门户网站的收费信息检索提供内容支持。

五、“Page View”和“会发声的报纸”——正在实验中的新形式

在收费信息服务上，各报仍在不断探索新的方式。近期比较具代表性的是产经新闻的两项实验：

1. “Page View”

即将报纸的印刷版面原封不动地搬到因特网上，使用户不仅能看到报纸单篇报道的内容，而且能像阅读纸质报纸一样了解编辑的编排意图或者说版面语言，而后者正是长期以来因特网受人诟病的地方——只能简单机械地顺次提供信息，没有编排思想。将报纸版面搬到因特网，这一思想在日本报界已酝酿了几年，但目前在付诸实践上领先一步的是产经新闻——其“Page View”方式已实验成功，并在2001年9月正式向外推出。目前，通过这种“Page View”方式，纸质报纸的基本阅读功能已能在因特网上实现：读者不仅能看到与纸质报纸一样的版面，而且可以翻页、直接跳到某页。不仅如此，它还具备了一些纸质报纸所没有的独特功能：

链接——当点击某关键词后，可以直接跳到当天报纸中与之相关的报道。

放大——启动这一功能后，会出现一个“放大镜”图标，读者可以在选定的区域自由设定放大倍数，使阅读更加方便。

打营——既可以整版打印定的局部。

检索——由于数据量太大，目前仅能提供过去两天报纸的查询。

数据化方式保存——报纸可以以数据的形式保存，其保管和检索都变得更加方便。

当然，“Page View”方式在具体实行中还面临着一些问题，其中最突出的矛盾就是这种电子报纸的推出是否会导致传统纸质报纸销量的下降？如果真的出现这种情况的话，对于报社来说当然问题并大，反正墙内损失墙外补，纸质报纸的损失可以用电子报纸弥补回来，但是这对长期以来以发行报纸为生的成百上千报纸销售店来说却不啻一场灾难。而日本的现实是，由于历史的原因，报社和这些销售店之间有着千丝万缕的联系，在推行这样一项重大改革的时候，报社将不得不考虑销售店的利益，其中的阻力可想而知。正因为如此，产经新闻在2001年秋天推出“Page View”服务的时候不得不避开了两个重要的地区：东京和大阪，而这里正是产经新闻影响力最强大的地方。此外，“Page View”方式对因特网带宽的要求也比较高，目前通行的方式中只有ADSL可以满足需要，而即使在目前的日本，这种上网方式在国民中也刚刚开始兴起，其普及程度并不高。由此看来，“Page View”方式要获得大众的认可也许还有很长的一段路要走。

2. “会发声的报纸”

这也是产经新闻正在力推的一项网上信息服务方式，目前尚处在实验阶段。其基本思路是：将报纸的报道以声音的方式发送，以满足特殊用户(如司机、盲人等阅读不方便的人)的要求。产经新闻的设想是，不仅报纸，而且15籍都可通过这一技术实现“声音化”。日前这一系统已初具雏形：在电脑上，报纸的书面语报道通过一种翻译技术自动转换成口语，并以男声或女声的方式播报出来，用户可自己调节播报语速的快慢(按照设计者的想法，这种声音将来也可以由用户设定——用户可以将自己喜欢的人的声音录入电脑，电脑分析后自动记录下声音频率，以后用户就可以听到自己喜欢的人播报新闻了)。目前，产经新闻正在与NTT DO CO MO合作，利用其M—stage终端(一种类似手机的接收设备，用户可以利用它从网上下载音乐，但不能拨打电话)实现这些信息的无线接收。

从长远来看，因特网“信息收费”必然是一种趋势，但是对于习惯了“免费用餐”的网民们来说，这种转变一时肯定很难接受。这就要求网上经营者们开动脑筋，开发出真正能够吸引用户的信息内容和形式，使他们心甘情愿地掏钱享受这种信息服务。从日本报纸的网上经营实践中我们可以看出，他们正在走一条传统媒体与现代传播方式相结合的道路，在如何利用传统报纸媒体的信息优势和因特网的传播优势上做出了有益的探索：如对传统媒体信息的整合再利用——数据库检索、专题信息提供；以及对因特网传播优势的利用——一方面利用有特色的信息将受众“PULL”到自己的网站，——方面利用E-MAIL和移动电话把信息主动“PUSH”给受众；还有对因特网多媒体功能的利用——“Page View”、“会发声的报纸”等等。虽然这些努力目前还没有产生巨大的经济效益，但其潜力却不容忽视——这既是日本报界孜孜不倦进行网上经营探索的动力，也是他们带给所有传统媒体的启示。

Japanese newspapers: seeking marketing ways in an Internet era

ZHOU Yong

(Renmin University of China, Beijing, 100872)

Abstract: It's still a problem under exploration for the traditional mass communication media to make a profit through the Internet. In Japan, more and more newspapers become w realize the potential value of information resources they

possess. Many newspapers have explored a few models to make profit by using their own information, which may provide

references for the Chinese media.

Key words: Japanese newspapers; network era; marketing ways

(责任编辑: 杨保军)

(责任编辑:)

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名: * 密码: (游客) 请在用户名处输入化名, 无需密码

邮箱: * 游客发言需提交邮箱

效验码: * 请输入: 2706

发表评论 评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved