

纸媒存亡之惑： 《新闻周刊》之死 VS《苹果日报》天价

本报记者 汪静赫

很显然，在资讯畅通的社交网络上，近日一条关于美国《新闻周刊》印刷版即将停刊的消息遭遇了冷落。

在它的相反面，是总在热门话题前排就座的明星艺人们。

如今这个年代，似乎没有什么能比娱乐八卦更快激起公众一致的热情了。

正因如此，当《苹果日报》和《壹周刊》卖出 37 亿元天价与 80 年历史《新闻周刊》印刷版行将落幕这两个事件碰撞到一起，纸媒从业者的内心不得不陷入矛盾和失落：难道真的要靠狗仔盛行的娱乐八卦来拯救纸媒吗？

《苹果日报》和《壹周刊》 卖出 37 亿元天价

这几天微博上的最热话题是关于一对明星夫妻的婚变。一件本属于私人的家事演化成跨越地域的社会大讨论——这几乎是娱乐八卦的一贯口味，除去不同的明星人名，类似桥段几乎每隔一阵都要上演一回，而公众乐此不疲。

在海峡对岸的台湾，《苹果日报》和《壹周刊》换老板的消息已经传了好几个月，具有讽刺效果的是，这两家以狗仔爆料明星八卦出名的纸媒也因此成为台湾各个媒体的娱乐头条。

在纸媒“日子不好过”的今天，《苹果日报》和《壹周刊》不仅是其所属壹传媒集团最赚钱的“生意”，而且也是整个台湾最畅销的报刊。此前壹传媒在香港证交所公告宣布“独立第三方”要买《苹果日报》、《壹周刊》。消息传出，壹传媒香港股价随即大涨 10%。

这两家以狗仔闻名的娱乐报刊所体现出来的强势身姿，来源于业已形成的强大影响力。援引台媒的说

法，壹传媒自 2000 年由香港进入到台湾后，《苹果日报》出刊半年阅读率就达 9.4%，紧追台湾数一数二的大报《联合报》。《壹周刊》和《苹果日报》也将香港的狗仔文化带到了台湾，并发扬光大改变了台湾媒体生态的“狗仔监督概念”，壹传媒甚至还有“民间监察院”之称。娱乐八卦和狗仔文化竟能如此强势，因此卖得天价 37 亿元也在情理之中。在该消息传出不久，不少台湾名人都认为这是一件“大快人心”的好事，似乎觉得这家报刊易主后就此可以赶走“侵占”台湾多年的狗仔文化。

相比较而言，内地的狗仔文化似乎也正显现“勃勃生机”。在各大网站，明星的八卦传闻和偷拍爆料总是被放在最醒目位置。微博上的热门话题也基本围绕明星艺人，似乎看明星出丑、名人恋爱就成了唯一有价值的新鲜。

为了追求关注度，网媒和娱乐产业竞相“携手”，制造噱头毫无底线，各种炒作“明刀暗箭”。不幸的是，这种风气也渐渐染及传统纸媒。一些娱乐报刊极尽八卦，已经不输港台狗仔。

过去的十多年里，狗仔文化对台湾媒体尤其是纸媒的侵占表现在“从不屑、防堵到向苹果(日报)学习”，从而导致“台湾媒体的生态加剧改变，读者的阅读口味也越来越庸俗化”。一位台湾资深媒体人认为狗仔文化“最可悲的是毁了记者这个职业……记者聚在一起话题也是八卦，越来越浅薄，新闻越来越没营养。”

以上正是内地纸媒所不愿意看到的未来。因为即便拥有如同《苹果日报》和《壹周刊》37 亿元的身价，也是一个根基已损的浅薄“躯壳”。正如浙江大学宁波理工学院教授何镇麟所言：“不尊重伦理很可能不会有市场回报，但是只要出来混，迟早要还的。”

试图用八卦精神武装自己的纸

媒是没有灵魂的，它注定会在同数字媒体的激烈竞争中越来越弱。

80 岁的《新闻周刊》 “弃纸从网”

2012 年 10 月 19 日，语文出版社社长王旭明看到了“新闻周刊将停刊印刷版”的消息，他感到了震撼：“作为一个搞印刷出版的人，大有一种‘数字欲来电满楼’之感，惶惑而思虑中……”

与王旭明有着同样感受的还包括不少业内人士。一直关注纸媒发展的汕头大学长江新闻与传播学院教授范东升想起了自己在北大读新闻专业时曾把《时代周刊》、《新闻周刊》视为办刊楷模。“没想到世界变化如此之快，如今网络新媒体当道，《新闻周刊》80 年老品牌也终于扛不住了”。

不久前，北京市民胡先生发现一份喜欢的报纸售价已经涨到 5 块钱，他在微博上感叹：“读者买不起，报纸卖得更少，这也是纸媒的黄昏吧？”

《新闻周刊》所面临的困境跟大部分传统纸媒如出一辙：既要适应数字阅读时代，还要应对广告和发行量下降的局面。据统计，《新闻周刊》2001 年的付费发行总量为 315 多万份，到了 2012 年 6 月，发行量已经降低了一大半。

“实际上，没有人能单枪匹马地扭转这一趋势。”《新闻周刊》总编辑蒂娜·布朗说。

2012 年 2 月，默多克创办了 Sun on Sunday(《太阳周日报》)以此来取代关闭的《世界新闻报》，最初该报的发行量达到了惊人的 320 万份。讽刺的是，这两份报纸都是以挖掘名人隐私专卖爆料的“狗仔报”，因此有业内人士认为，这不仅不能被当做纸媒的复苏，反而越发显现传统报业处境尴尬。

2012 年 7 月 27 日，英国《金融时报》(FT)宣布其网络付费用户已达 30 万，超过报纸订户，合计付费用户逼近 60 万，这是 FT 成立 125 年来的最高值，因此被视为“专业化报纸在网络时代的成功路径”。新华社新闻研究所研究员唐润华认为，“如同《华尔街日报》一样，《金融时报》数字化的成功对绝大多数报纸并不具有可复制性。”

早在 2011 年 2 月，唐润华就在微博上发表观点直指“纸质杂志日渐萎缩是不争的事实”，他认为这一事实的标志“也许不是停刊的杂志数量，而是以《生活》、《新闻周刊》等为代表的老牌大刊的衰落”。他的话不幸言中，一年后，《新闻周刊》终于宣布停刊印刷版。

走过 80 年历史的《新闻周刊》将于 2012 年 12 月 31 日出版最后一期印刷版杂志，并于明年初全面转向数字版。未来的全数字版杂志将基于用户订购的模式，并将通过平板电脑和网页的电子阅读工具发布。

在很多人看来，印刷出版和发行业正面临挑战，纸媒已进入严苛寒冬。一种较为悲观的看法是“中国印刷出版还能有 10—20 年的时间”，但也有业内人士认为还没有到最后说再见的时候。眼下的紧迫形势会进一步促进媒体间内容分化，“对纸媒的内容要求更高”，纸媒的转型可以将寿命“无限延期”。此种观点认为，告别印刷的报刊虽不再以纸张作为介质，但这并不等于抹杀纸媒的存在。事实上，由于亚马逊 Kindle 等设备的普及，《新闻周刊》的读者数量正在上升。

蒂娜·布朗在为《新闻周刊》停刊印刷版做出的声明中表示：“离开印刷对我们这些热爱纸版之浪漫、热爱每周晚上繁忙之余独特阅读的人来说是一个艰难时刻。”

然而，她同时也说：“我们正在推动《新闻周刊》的转型，而不是向这本杂志说再见。”

(上接第十九版)

在 2002 年至 2012 年的十年里，上述经济地带的发展因为有这样一些充满故事的企业家而显得“活色生香”。他们连同其他经济区域企业家的故事，正是中国企业家群像的缩影。在他们当中，既有民企，也有国企，两种形态和不同地域交织出这十年里中国经济最美的和谐之音。

新一代企业家的承继与创新

与前几代企业家相比，他们的眼光更“世界”、脚步更“革命”。

当“40 后”柳传志艰难创业的时候，“60 后”马云还带着几分惬意的心情边走边看。1999 年，35 岁的马云创办阿里巴巴，4 年后的 2003 年，创办淘宝网。同年，一个比马云小 7 岁但创业却早两年的年轻人成为中国首富，这是“70 后”企业家首度“最惊艳”亮相。他就是网易创始人丁磊。生于 1971 年的丁磊标志性地开启了新一代企业家的时代。

步入 2002 年后的中国，网络力量势不可挡。新一代的企业家正是开启中国互联网经济的主导者。1998 年，34 岁的张朝阳将创立于两年前的中国第一家互联网公司更名为搜狐。两年后，搜狐在美国纳斯达克挂牌上市。此时，晚于张朝阳一年创业的丁磊已先一步登陆纳斯达克。

2004 年，30 岁的刘强东踏足电子商务。如今，他所创办的京东商城是中国最大的网络零售商。过去的 8 年中，这家企业的发展速度是每年增长 200%。

比“70 后”刘强东还要青春的是正在异军突起的“80 后”企业家。这些可以称上一代 40 后、50 后企业家为父辈的年轻人，更看重“自己对于理想的驾驭”。

在《财富》杂志发布的“中国 40 位 40 岁以下商界精英”榜单中，汽车之家创始人李想排名最靠前。这位生于 1981 年的企业家是属于互联网上长大的孩子，他认为“创业最好的方式还是要选择属于自己的、自己喜欢的那份事业”。

张维迎认为企业家的成长反映出中国社会的变化。在他看来，“第一代企业家主要在制造业、商业方面有所建树；第二代企业家搞房地产、金融；第三代企业家涉足高科技、互联网。”张维迎认为，“每代企业家所从事的产业，代表了那个时代推动中国经济成长的主导产业。”

与老一代企业家相比，新一代企业家的成功更直接表现为创富的效率，他们在近乎神奇的励志故事中加快了从第一代企业家就已开始的现代企业家精神的蜕变速度。新一代企业家也带来了他们擅长的产业整合与资本运作，与前几代企业家相比，他们的眼光更“世界”、脚步更“革命”。

在中国企业家的征途中，“革命”的意义不仅是创新，更在于承继。

1999 年的夏天，李想对父亲说：“互联网是个潜力无穷的增长市场，现在我不去占领，等我读完四年大学，早就被别人占领了。”

那年，李想 18 岁——这是许多中年才创业的上一代企业家所无法企及的年纪。所幸的是，自不同年代走来的他们，终究在这个伟大的时代汇集、聚首，并迸发出更强大的能量，一起走向中国企业的下一个十年。

美的变频滚筒洗衣机 万千霓裳 绽放缤纷



美的变频滚筒洗衣机

在爱美之人以外，万千霓裳又觅得一位知音。美的变频滚筒洗衣机，创新变频科技，赋予衣物洁净洗涤，更能感应衣物轻重，均匀运转，精准呵护，让缤纷衣裳绚丽如花，绽放在你心爱的衣柜之中，更绽放在你的身体舞台之上。

■ D-PLUS变频科技，精准洗涤智能呵护
■ 蒸汽洗涤科技，“蒸”出健康洁净

■ 高温简洁洁净，衣物健康更安心
■ 15分钟快洗，洁净无需等待



更多详情请点击 <http://www.mideazl.com/>

科技创心所想
美的洗衣机