

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学 号: 10520061150260

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

对中美报纸网站经营模式的思考

The Analysis of Management Model of China's and
America's Online Newspaper

李美惠

指导教师姓名: 庄鸿明 教 授

专 业 名 称: 传 播 学

论文提交日期: 2009 年 5 月

论文答辩日期: 2009 年 5 月

学位授予日期: 2009 年 月

答辩委员会主席: 许清茂

评 阅 人: 林新 王玉琦

2009 年 6 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题（组）的研究成果，获得（ ）课题（组）经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：李美惠

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：李美惠

年 月 日

摘 要

为了顺应网络经济发展的时代潮流，在二十一世纪掌握传媒市场的主动权，扩大社会影响力，赢得竞争优势，国内各大报纸都积极地陆续的创建了自己的网站，以期在与网络技术的结合中取得整合效应、实现双赢。然而，我国报纸网站虽然拥有丰富的新闻资源、良好的信誉、高美誉度的品牌和国家特殊政策等方面的传统优势，但和美国的报纸网站相比，无论在受众规模、盈利能力还是在社会影响力方面都存在很大差距，显然我国报纸网站的发展现状与它作为主流新闻媒体的地位很不协调。

在我国，报纸网站的发展与互联网的发展几乎同步，同时对报纸网站的科学研究也很早就展开。随着我国报纸网站的迅速发展，与之相关的研究也逐渐增多。纵观这些文献，讨论分析偏重概括性、综合性。但对国外报纸网站进行详尽案例分析的较少，因此，通过对他国报纸网站进行分析，从中找出学习和借鉴的地方，从理论上，是有必要且有意义的。

本文采用了规范理论研究和案例研究相结合的方法，对报纸网站的发展现状、报纸网站发展的困难及其原因进行了分析，同时对美国的三大代表性报纸网站进行案例分析，梳理出对我国报纸网站发展的有借鉴意义的部分，并针对我国国情和网站特点，对我国报纸网站的发展策略提出可行性建议。

关键词：报纸网站 经营模式 发展策略

Abstract

With the rapid development internet technology and the online population, internet, the new medium, has become a part of our daily life. Because of its quick, timely, multimedia and global characteristics in information transmission, internet is drawing more and more audience who used to take the traditional media as their main channels for information. In order to survive in the competition with the new medium, traditional media began to step into the field of internet. One after another traditional media website has been constructed in the past ten years and now almost all of them have their own websites. However, we have found that only some of those websites can make profit, as in the US, while most of them are still in the red, as in China. Then, what makes those traditional media websites in the US profitable is worth studying so as to help ours go on a lucrative way.

This paper tries, through comparison and analysis of the US and China's newspaper websites, to find out the different ways in management and marketing and raises some feasible suggestions for the improvement of China's traditional media websites. The paper includes the following parts:

Part One deals with the background of the research, the significance of the topic, literature review and some definitions of terms.

Part Two covers the history of China's internet development and the status quo of newspaper websites.

Part Three analyzes the management and marketing of the major US newspaper websites.

Part Four has a discussion on the strategies for the improvement of operation for China's newspaper websites.

KEY WORDS: news websites development strategy management way

目 录

1	绪 论	1
1.1	研究背景	1
1.2	研究内容和研究的现实意义	2
1.3	研究现状	3
1.4	概念界定	10
2	中国报纸网站的现状概述	11
2.1	报纸网站的发展历程	11
2.2	我国报纸网站的生存状况分析	15
3	美国报纸网站发展模式的分析和借鉴	20
3.1	美国报纸网站发展现状	20
3.2	美国报纸网站发展模式分析	20
3.3	美国报纸网站发展模式的借鉴意义	27
4	中国报纸网站优劣势分析和未来发展策略	35
4.1	中国报纸网站优劣势分析	35
4.2	中国报纸网站的盈利模式	38
4.3	取得可持续发展的策略思考	42
	结 语	49
	参考文献	50
	后 记	53

CONTENTS

1 Preface	1
1.1 Background of the research	1
1.2 Significance of the Research	2
1.3 Literature Review	3
1.4 Concepts of the terms	10
2 China's Online Newspapers	11
2.1 The history	11
2.2 The status quo	15
3 American Online Newspapers	20
3.1 The current state	20
3.2 The models of management	20
3.3 Hits of American models	27
4 Management of China's Online Newspapers	35
4.1 The strengths and weaknesses	35
4.2 Analysis of the main profitable models	38
4.3 Suggestions for sustainable development	42
Conclusion	49
References	50
Postscript	53

1 绪论

1.1 研究背景

21 世纪以来,人类已经进入一个高度信息化的社会,广播电视开始数字化,多频道和卫星跨国传播,微型电脑普及到家庭等。其中最大的变化是国际互联网的迅速发展。互联网的产生和发展是信息传播领域自身一次带有根本性的突破和变革。从报纸—广播—电视—网络,每一次媒体形态的改变都与科学技术的发展息息相关。随着网络传播技术的快速发展及众多应用功能的开发,传统新闻媒体面临着网络媒体越来越大的竞争和挑战。在传统媒体中,报纸首先感受到来自网络媒体的竞争压力。为了顺应网络经济发展的时代潮流,在二十一世纪掌握传媒市场的主动权,扩大社会影响力,赢得竞争优势,传统报纸在经营其纸质版的同时陆续创建了自己的网站,以期在与网络技术的结合中取得整合效应、实现双赢,从而巩固和扩大自己的舆论阵地,更好地发挥信息、宣传、教育等社会功能。

在世界范围内,最早的报纸网站是美国《圣荷西信使报》,于 1987 年建站。据了解,我国第一家上网的报纸是《中国贸易报》,于 1995 年 10 月 20 日开通^①。随后中国报纸纷纷建立了自己的网站。

十四多年来,中国的网络环境发展速度惊人。2009 年 1 月,中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布的“第二十三次中国互联网络发展状况统计报告”显示:中国互联网进入一个持续快速发展期,截至 2008 年 12 月,中国网民规模达到 2.98 亿人,较 2007 年增长 41.9%,互联网普及率达到 22.6%,略高于全球平均水平(21.9%)^②。继 2008 年 6 月中国网民规模超过美国,成为全球第一之后,中国的互联网普及再次实现飞跃,赶上并超过了全球平均水平。中国的网站数达到 287.8 万个,庞大的网络用户群和迅猛增长网络技术为中国互联网络经济提供了巨大的市场潜力和无限的发展前景。2008 年度中国互联网络市场数据发布显示,2008 年中国网络广告整体市场规模增长至 119.0 亿元人民币(不含搜索引擎关键

^① 梁泉.报纸和网站的资源整合式发展报业的关键.传媒.2008(1).

^② 中国互联网络信息中心.第二十三次中国互联网络发展状况统计报告.第 23 页.

字广告), 较 2007 年增长 54.9%。^①

发展迅速的网络事业使国内各大传统报纸逐渐认清报业形态改变的各种可能, 充分把握报纸机构作为新闻传媒信息的源头地位, 积极采用数字化技术, 实现报纸新闻内容、纸质报纸、网络报纸和电子版销售的完美融合。据资料表明, 中国的网上报纸的读者数量快速上升, 越来越多的传统报纸踏上网络的快车道。到 2003 年, 我国 60% 以上的传统报纸已经上网。^②

然而, 我们必须冷静面对的事实是: 目前, 我国报纸网站的整体发展水平虽然规模大但盈利小, 或几乎没有盈利。与世界发达国家(特别是美国)报纸网站的发展水平相比有较大的差距。例如美国的报纸网站:《纽约时报》网站、《今日美国》网站等, 虽然也经过了网络寒冬, 但近些年来取得了不错的成绩, 在扩大其世界影响力的同时也开始有了盈利。我们发现, 在美国, 报纸网站和美国传统媒体一样, 都是自负盈亏的商业个体, 主要的报纸网站盈利都保持稳定增长。根据美国报业协会(NAA)统计, 从 2000 年起, 多数美国报纸网站广告额具有每年 25%~35% 的涨幅。根据 NAA 的最新研究报告显示, 2007 年第三季度, 美国报业的在线广告收入增长了 21%, 报纸网站的广告收入增长至 7.73 亿美元, 2007 年第三季度成为了美国报业在线广告连续第 14 个保持两位数增长的季度。^③美国著名媒体投资公司 VSS 发布的研究报告指出, 美国网络广告业发展迅速, 预计到 2010 年, 网络广告投放规模将业务超过报纸广告。预计到 2010 年, 报纸在其网络版上的广告投放量将从 2008 年的 32 亿美元增加到 77 亿美元。^④而相比之下, 我国报纸网站虽然拥有丰富的新闻信息资源、良好的信誉、高美誉度的品牌和国家特殊政策支持等方面的传统优势, 但无论在受众规模、盈利能力还是在社会影响力方面都和美国报纸网站存在着较大差距。

1.2 研究内容和研究的现实意义

美国的报纸网站的发展代表着全球最先进的水平, 他山之石可以攻玉, 本文通过对美国网络新闻媒体发展情况的观察和对三大主要的报纸网站的案例分析,

^① 张泉. 2008 年网络广告规模增长 54.9%. 新浪网站:<http://www.sina.com>.2009(3)

^② 彭红丹. 报网互动. 如何互动双赢. 新闻战线. 2006(4).

^③ 张允若. 美国报纸网站巡礼(上下). 浙江大学新闻与传播系. 新闻实践. 2004 年 10 期.

^④ 夏羌. 美国 TOP100 报纸的互联网应用. 网络媒体研究. 2009(4).

找出对中国报纸网站发展的借鉴意义。有鉴于此,本文从以下几方面的进行讨论:我国报纸网站的发展现状、发展过程中存在的困难及原因;美国报纸网站的发展现状以及对对中国报纸网站的借鉴意义;如何利用中国传统报纸的强大影响力和公信力开发网络版的盈利潜力。

以科学的媒体发展理论为指导,应用科学的研究方法,客观地分析我国报纸网站的发展现状和出现的问题和遇到的困难,借鉴美国报纸网站发展的经验,分析我国报纸网站发展的瓶颈,提出发展对策,对于我国报纸网站的健康发展和良性运营具有现实的意义。

本文采用的研究方法有:

(1)文献调查法。除了书刊文献之外,本次研究还参考了大量电子文献,包括互联网中一些国内外新闻传播学网站的文献。

(2)网络观察法。通过对我国的部分报纸网站和美国的报纸网站的访问获取直观的观测效果。

(3)数据比较法。在写作过程中,本文以数据来支撑作者的论点。

1.3 研究现状

西方发达国家的报纸网站和传统媒体一样,基本上都是企业化经营,走商业化道路,因此,具有明显的商业化气息。而中国长期以来都是把媒介(包括网站)看作是社会主义文化事业的重要组成部分,实行的是“事业单位,企业管理”,把社会效益放在首位的前提下,寻求良好的经济效益。由于这种差别,造就了中国国内关于报纸网站的研究与国外研究的侧重点不一样。

1.3.1 国外研究概况

美国是世界互联网的发源地,其国内关于网络媒体的研究也是开展得最早,最有影响力的。以美国为代表的西方国家的传媒网站,和商业网站一样,都是商业化运作,因此,其专门针对报纸网站的研究比较少。

初期研究的重点主要侧重互联网上发展的意义和网站的特性。学者们认为,“第四媒体”由于具有强大的优势,其产生将会给报纸、电视、广播等传统媒体

产生巨大冲击，甚至是一种颠覆。传统媒体，特别是报纸，必须予以足够重视，把握新机遇，抢占互联网新闻信息传播市场一席之地。报纸网站，简单说就是传统报纸建立的网站。那么报纸网站应该怎么做，应该提供什么样的内容、服务，是简单把报纸的内容搬上网，还是应该传播一些与之不同的东西，体现网络媒体的特点和优势，这也是最开始的研究中比较多探讨的问题。

2000年夏天，美国纳氏股市狂跌，网络泡沫破灭。各大网站变得“务实”起来，网站的经济模式研究成为重点。报纸网站也不例外。各网站都转向寻找合适的经济模式。学术界的研究方向和重点也随之转移。业界讨论最多的就是关于付费订阅网上报刊问题。美国 Media General 公司的总裁 J.Stewart Brya 称让人们免费获取报纸网站的内容是“愚蠢的”，并宣称，“我们已得出结论，网上付费订阅是应实行的模式，我们不得不停止在万维网上白送东西。”^①对此，业界见仁见智，意见不一。Citi Tours.com 的总裁兼首席执行官 R.Young 说：“我认为 Media General 公司的 J.Stewart Bryan 不仅走对了路，而且有先见之明。网络的胜者是那些能够抓住客户的心，并且还能从广告商以外的人那里赚钱者。”^②CityNews.com classified 网站的创始人 Bill Diederich 指出，Media General 等报刊公司“对一种很少愿意为之付钱的产品实施收费”的计划，只会“让因特网上的竞争者占领它们社区的因特网市场”，他评论说，“Bryan 似乎不明白报纸网站具有远超过‘失去的’订阅收入的促销价值。”^③又如《新闻日报》的网上服务部总编辑 Tony Briggs 说：“Bryan 所没有意识到的是，你不可能靠一个卖不出去的产品赚钱……因特网文化是在所有的东西都是免费的前提下发展起来的。你要惹怒使用者、把他们赶走的最好办法就是向他们收费。”^④

业界关于报纸付费订阅问题的讨论与争议，关注的焦点实际上在于如何赢利。而在盈利背后，则是更深层次的网站的经济运作模式问题。美国伦塞勒理工学院传播学教授 James Watt 在一次给复旦大学新闻学院研究生的有关讲座中，谈到了三种经济运作模式，其一为私人出资或者非赢利性民间/慈善性模式，其二

^① Errol & Mertz (2001). Dimensions for evaluating the acceptability of message sources. *Public Opinion Quarterly*.33.563-576.

^② Carter & Greenberg (2002). Newspaper or television: Which do you believe? *Journalism Quarterly*, 42(1), 29-34.

^③ Gazing & McGrath (2002). Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly*

^④ Meyer (2007). Defining & measuring credibility of newspaper: Developing an index.

为政府出资，其三为依靠广告收入^①。

另外，与之相关的关于网站经营研究，对于报纸网站的经营有很大的价值。如美国的哈格尔三世（J.Hagel.III）和阿姆斯特郎（A.G.Armstrong）在《网络利益》（《Net Gain》）一书中提出的网站“增加利润的动力学”模型。该模型指出，要建立起成功的虚拟社区，创造收入而实现赢利，有几个方面的因素是至关重要的，如：网站内容吸引力、用户数量、用户的忠诚、用户资料信息和交易实现等，网站的发展过程实际上就是这几项因素相互促进的一个动态过程。这个研究成果对报纸网站的经营具有很大的参考价值^②。

1.3.2 国内研究状况

在我国，报纸网站的发展与互联网的发展几乎同步，同时对报纸网站的科学研究也很早就展开了。随着我国报纸网站的迅速发展，与之相关的研究也逐渐增多。2000年前后是我国报纸网站发展的分水岭，在此期间我国报纸网站得到了独立化发展，因此我国报纸网站研究在研究的方向、内容和方法等方面都出现了新的转折，关于报纸网站的研究也日益正规化、系统化、理论化、科学化。概括而言，目前有关我国报纸网站的研究主要集中在以下几个方面：

（1）报纸网站建设的重大意义

互联网在我国是个新兴事物，对于它的未来发展前景很难预测。尽管我国报纸网站发展困难重重，但研究者普遍认为，报纸网站的建设是报纸适应网络新技术的需要，是一种对未来的投资。报纸能否适应未来信息革命的挑战，对报纸的发展来说是一种关系生死存亡的大事，对争取更多的受众，对维护党报的主体地位、强大的影响力和舆论宣传的主阵地，对维护和扩大广告额都至关重要。吴杨在其论文《报纸网络版与印刷版的互动之路》中指出报纸同网络媒体的相互融合、优势互补、共同发展，将成为一个必然的、很重要的发展趋势。^③专家学者们同时也建议，报纸在办好现有纸质传媒的同时要对“第四媒体”产生的巨大冲击和提供的发展机遇予以足够重视，紧紧把握住这一报业发展的新机遇，积极投入人

^① Holland, Janis & Kelley (2004). Communication & persuasion. New Haven, CT: Yale University Press.

^② J.Hagel.III. A.G.Armstrong. Net Gain. New Haven, CT: Yale University Press.

^③ 吴杨.报纸网络版与印刷版的互动之路.中国传媒科技.2002(10).

力、物力和财力，尽早确立自身的网上优势，从而取得未来传媒竞争的主动权。

^①章艳在其硕士论文中指出，网络为报纸生存带来了机遇。首先，进军互联网能够扩大报纸的影响，拓展传播地域；其次，与互联网融合可以使报纸跟上传播科技的发展，以新的手段满足受众的需求；第三，利用网络概念上市融资，取得报业进一步发展所必需的资金；第四，与新媒体融合挖掘网上商机增强竞争实力。

近来有大量文章都着重强调了报纸和网站要实现互动，“通过互动，使报纸和网站的用户得到提升，使品牌形象和市场地位得到进一步的巩固和强化。”^②倪伟也在其文章中强调，报纸网站的建立具有十分重要的意义。一方面，作为传统媒体信息服务的延伸和补充，网站不仅可以凭借电子手段大大丰富信息内容，使读者获得丰富的回报，而且可以加快信息传递速度，提升信息价值，适应信息时代的需求。另一方面，报纸可以借助网络媒体的科技含量，训练和培养自己的队伍，跟上信息技术的脚步，以便在自身受到生存挑战时立于不败之地。^③

(2) 报纸网站特性的研究

所谓特性就是某事物所特有的性质。每一种传媒都有其不同于其它传媒的特性。对报纸网站特性的研究是早期网站研究的重要特点之一，早在2000年，复旦大学刘海贵教授就对报纸网站的特性进行了研究，认为“报纸网站与报纸不同，报纸属于纸质传媒，而报纸网站属于网络传媒，两者不属于同一范畴。”^④杨剑虹也撰文指出，报纸网站作为电子产品的网络传媒具有传递迅速、交互性强、信息容量大的特点。^⑤凡晴在其文章《试论网络传播的特性及其传播史意义》中指出包括报纸网站在内的网络媒体具有混合和兼容的特性，同时对它们在未来的发展走向作出了具体分析，对如何改变我们传统的传播观念、抓住规律、因势利导地运用网络传播提出了自己的应急之策。她认为网络传播不仅继承了大众传播中积极的特征，也凸现了人际传播中的某些特性，多种传播方式的混合和兼容成立网络传播最本质的特性。同时报纸网站包容信息的大容量、廉价的制作成本、多媒体传递信息的功能，尤其是它打破了时空对信息传播的限制，这些特点是传统新

^① 章艳. 中国报纸网站发展道路初探(2001年广西大学硕士学位论文).9—11.

^② 颜卿哲. 陈福生. 在实践中挖掘报网互动潜力. 中国传媒科技. 2006(7).16.

^③ 倪玮. 传媒网站的生存与发展. 出版发行研究. 2001(5).29—30.

^④ 刘海贵. 关于中国四大媒体现状与趋向研究. 新闻大学. 2000(3).97—99.

^⑤ 杨剑虹. 报纸网络版的质疑. 河南师范大学学报(哲学社会科学版). 2001(4).108.

闻媒体无法比拟的。^①还有众多研究通过比较报纸网站与报纸的特性，进而认识到如果在信息内容上与报纸没有什么区别，将难以吸引更多的网民；报纸网站的受众突破了区域国界，那么其市场定位在哪里，主要读者群在哪里，信息实用性差、服务对象不明确，将会导致报纸网站的发展方向不明确。

(3) 报纸网站的优势与不足

综观所有文献材料，论述报纸网站的优势与不足及报纸网站如何利用自身优势获得发展的文章占了很大比例。^②曹小英认为，报纸网站具有优于其它网站的特点：首先，拥有一支专业的采编队伍和相当庞大的信息来源；其次，作为党和政府的耳目喉舌享有政府特殊政策的支持；最后，报纸网站发布的新闻信息权威、准确，具有很强的社会公信力。^③胡珊、王嘉认为报纸网站除了拥有权威性和一定的知名度等优势外，还具有良好的品牌形象。^④易保山、王楠的文章则分析了我国报纸网站发展的不足，他们认为报纸网站受到建设资金缺乏、新闻传播技术设备落后、经营机制不够灵活、发展观念比较保守等方面的制约，导致发展速度缓慢，整体水平不高。^⑤余彦君的文章《我国报纸网站竞争策略初探》从政策、品牌、新闻资源和资金及人力资源等方面对我国报纸网站与商业网站进行了比较，并在此基础上提出了报纸网站的品牌推广竞争策略。^⑥张立勤撰文《关于大陆传媒网站发展现状及其走势的思考》从传播内容上方面论述了当前报纸网站的不足，指出我国报纸网站与商业网站相比，在新闻、服务和其他方面确实存在着差距：首先，报纸网站在单一地复制母体媒体内容的现象很严重，很少根据网络信息传播的特性，利用网络传播的特殊优势制作出适合网络信息传播规律的有别于母体媒体的信息，针对网民们的需要开辟网络信息传播的新领域。第二，我国很多报纸网站由于国内线路条件，多媒体信息制作能力、经费与观念等各方面因素的制约，网站中视频与音频等多媒体信息还十分缺乏。第三，缺乏深度报道信息。目前我国报纸网站的新闻信息大多为动态新闻，相比之下，背景性报道、分析性报道、预测性报道的数量十分有限。最后，定位雷同，造成内容同质化现

^① 凡晴. 试论网络传播的特性及其传播史意义(2002年南京师范大学硕士学位论文).2001(4).

^② 曹小英. 我国传统媒体网站的生存发展状况及其对策.科技广场.2004(7).

^③ 胡珊.王嘉. 网络时代的网络思考--媒体网站和商业网站的市场分析、定位与经营.现代电视技术.2005(02).

^④ 易保山.王楠. 我国新闻媒体网站面临的问题及其对策.传媒观察.2000(04).

^⑤ 余彦君. 我国报纸网站竞争策略初探. 厦门大学.2001.

^⑥ 张立勤. 关于大陆传媒网站发展现状及其走势的思考.传媒.2007(4).

象十分严重。我国报纸网站在新闻传播上存在着非常突出的问题是内容大量重复,从国际新闻到国内新闻,从热点话题到新闻背景,内容重复的多达 80%。

(4) 报纸网站的经营发展策略

近年来随着报纸网站的独立,报纸网站开始公司化运作,其间关于报纸网站经营发展的研究日益增多。刘艺琴撰文《我国报纸网络版广告现状与发展探析》对我国报纸网站广告的内容、形式及经营状况进行了分析,认为目前我国报纸网站广告的发展相对滞后,处于初级阶段,同时指出我国报纸网站广告的未来发展前景将会十分广阔^①。陈建萍的文章《试论我国报纸网站经营理念和模式的新变化》介绍了我国报纸网站的经营模式,同时为我国报纸网站的发展提出了应对之策。^②他认为在网络传播领域的竞争中,报纸网站面临着严峻的挑战,应该充分发挥自己的品牌优势。传统新闻传播机构经过多年的苦心经营,已在受众中间树立起良好的声誉和权威,报纸网站拥有传统品牌的延伸效益,而网络上新兴的信息传播机构要达到被受众了解、认同和接受都不得不付出巨额的宣传费用。报纸长期以来形成了自己发布新闻的权威性,其精湛的专业知识技能和经得起考验的职业道德是报纸网站发展不可多得的宝贵财富。^③方民的文章《媒体网站软性化服务初探》提出了报纸网站要充分认识到报纸网站的特性,在做好新闻传播的同时大力做好“个性化”服务,同时报纸网站的个性化服务应该围绕自己的资源优势来进行。^④张慧的文章《报纸网络版的服务性功能》以南京地区的扬子晚报网站为例论述了报纸网站根据网络特性加强自己的服务性功能,以此来赢得更多的受众,扩大自己的市场份额。^⑤芦瑞在报纸网站的盈利模式方面做了深入的研究,对于网络广告、网络收费、手机短信和网络零售等作了可行性分析。^⑥刘冬云在其文章中提出了报纸网站发展的几点对策:要加强对报纸网站的管理;建立适应市场竞争的经营模式和优秀的新闻队伍;按照网络新闻规律来经营版面等。

(5) 境外报纸网站的经验总结与介绍

国外报纸网站的发展早于我国,它给我国报纸网站发展提供了有益的借鉴。

^① 刘艺琴. 我国报纸网络版广告现状与发展探析. 兰州铁道学院学报(社会科学版).2001(10).94—9.

^② 陈建萍. 试论我国报纸网站经营理念和模式的新变化(2000年中国社会科学院硕士学位论文).22.

^③ 方民. 媒体网站软性化服务初探. 新闻界. 2002(4).31—32.

^④ 张慧. 报纸网络版的服务性功能. 扬州职业大学学报. 2001(6).16—19.

^⑤ 芦瑞. 网络媒体盈利模式研究(2003年郑州大学硕士学位论文).14—31.

^⑥ 刘冬云. 论新闻网站的模式及发展预测(2001暨南大学硕士学位论文).22-31.

因此,关于国外报纸网站发展的研究构成了我国报纸网站研究的一个重要组成部分。而在已有的研究文献中,主要分成以下几部分:

1、对新闻媒体网站的历史概述。^①代表文献是张咏华:《美国媒体网站的发展轨迹》(传媒 2006 年 10 期),张教授在这篇文献中对美国的媒体网站发展的历史、特点以及发展动力进行了详尽的分析,从中让我们了解到美国新闻网站发展的历史图景。^②丁一在《新闻与传播研究》1997 年第 3 期发表的《美国报界在因特网上的经营方式及其发展趋势》,介绍了美国报纸是何时开始寻求网上发展以及报纸利用互联网有哪些模式。2、对西方媒体网站的经营特点。^③薛红在《中国记者》2000 年第 9 期上的文章《美国传媒网站的三种模式》,^④庄鸿明:《美国新闻媒体网站竞赛及相关思考》(中国广播电视学刊 2002 年 11 月),^⑤张咏华:《美国网络新闻业的商业特点》(中国记者 2004 年 2 期),^⑥谢毅:《西方报纸网站的商业特点》(国际商务研究 2005 年第 4 期)。在这几篇文献中作者们都对西方报纸网站的经营特点有着各有侧重的介绍和思考,为我们了解西方媒体网站提供了更多视角。3、对美国主要报纸网站的个体分析。这类研究主要集中在对《纽约时报》、《华盛顿邮报》等国际大报网站的分析上,为我国报纸网站的研究提供了很好的借鉴和指导。^⑦如宁浩在《美国新闻报纸网站的特色分析与信息利用》一文中主要分析了美国报纸网站的特色和品牌优势。^⑧《2007 年度美国报纸网站运营报告》开始于 2007 年上半年,目的是为了调查数字化传媒环境下,美国报纸网站的战略运营、受众和收入状况。这些研究使我们认识到,当我国的很多报纸还只是报纸的电子版,当很多报纸网站还在挣扎尝试各种盈利模式,《华尔街日报》等国外大报及其网站,正彼此嵌入、深深地嵌入,演绎着你中有我,我中有你的别样精彩。

综观以上文献,可以看出选题具有贴近报纸网站发展现实,追踪发展动向的特点。如果我们对所有关于我国报纸网站发展的研究进行深入分析后会发现,它

^① 张咏华. 美国媒体网站的发展轨迹. 传媒. 2006(10).

^② 丁一. 美国报界在因特网上的经营方式及其发展趋势. 新闻与传播研究. 1997(3).

^③ 薛红. 美国传媒网站的三种模式. 中国记者. 2000(9).

^④ 庄鸿明. 美国新闻媒体网站竞赛及相关思考. 中国广播电视学刊. 2002(10).

^⑤ 张咏华. 美国网络新闻业的商业特点. 中国记者. 2004(2).

^⑥ 谢毅. 西方报纸网站的商业特点. 国际商务研究. 2005(4).

^⑦ 宁浩. 美国新闻报纸网站的特色分析与信息利用. 传媒. 2006(9).

^⑧ 林志章编译. 2007 年度美国报纸网站运营报告. 网络媒体. 2008(1).

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库