

<<发行中国>>

图书基本信息

书名：<<发行中国>>

13位ISBN编号：9787806525036

10位ISBN编号：7806525033

出版时间：2006-6

出版时间：南方日报出版社

作者：谭军波

页数：401

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

军波同志是我国最早从事报刊发行学研究的先行者和理论的创立者之一。他主持经营的媒体如《南方日报》、《南方周末》、《南方都市报》、《京华时报》、《重庆商报》、《上海证券报》等均为业内最有代表性和影响力的报纸。他在这个研究领域笃行“让行动者思考，让思考者行动”的社会哲学，一直致力于建构中国报刊发行学的研究框架和理论体制，采集了大量一手的材料，终于写就了这本集其报刊发行学研究之大成的皇皇之作。本书所包含的不仅仅是他的辛勤和心血，而且是来自实践第一现场的关于报纸发行操作的不矫饰、不做作、原汁原味的理论思考和学术勾勒，它为任何一位对中国报业发展有兴趣的观察者、研究者提供了一个极具价值的视角。这是一本厚重的发行教科书，也是好读易懂的发行实操书。本书作者谭军波是我国最早从事报刊发行学研究的先行者和理论的创立者之一。

作者简介

谭军波，1964年出生于广东惠州，祖籍湖南。
1986年毕业于中山大学中文系。
先后任职于南方日报、南方周末，从事采编工作。
1996年10月担任南方都市报副主编，筹划《南方都市报》1997年1月1日的改日报工作。
因发行严重滞后，1997年6月毛遂自荐主持《南方都市报》的自办发行，担任广东省方都报刊投递公司总经理，通过学习先进都市报的发行经验，确立发行思路，使《南方都市报》摆脱发行窘境。
1998年2月方都报刊投递公司与南方日报发行处合并，成立广东省南方报刊发行总公司。
担任公司副总经理，操作全国发行量最大的省委机关报——《南方日报》和《南方都市报》的自办发行。
2001年3月10日进京，担任京华时报副总经理。
2004年7月，加盟重庆商报集团，担任副总裁。
2005年10月14日，离开重庆商报，加盟上海证券报任副总编辑。
2006年6月创办谭军波工作室。

书籍目录

序一 一本厚重的发行教科书 范以锦 / 1序二 来自报业实践第一现场的理论 喻国明 / 4序三 江湖风雨十年灯 朱德付 / 6序四 永远的旅人不住的沧桑 朱学东 / 10序五 谁为媒体业中的黄金一代 刘勇 / 14前言 激情之花不会枯萎 / 17壹 南定广州 / 1一 艰苦而快乐的冒险——发行《南方都市报》 / 3《南方都市报》的前世 / 3初尝“转型”的艰辛 / 3发行前传：11年采编生涯的快乐时光 / 4“转型”的缘由 / 6西边取经 / 7无订不稳，无零不活 / 8一流人才搞发行 / 9编辑记者顺德扫楼 / 13方都报刊发行投递公司 / 13“方都模式” / 14第一批上“梁山”的人 / 15创新求变敢想敢干 / 17利基营销：《南方都市报》深圳燎原 / 20采编促发行 / 23“慰安妇”与“救火队” / 23老关下课 / 24二 石破天惊——《南方日报》自办发行 / 25《南方日报》揭竿而起的背景 / 25灵魂人物钟广明 / 27机构调整：南方报刊发行总公司 / 27上下一致支持“自办” / 28《南方日报》自办发行的基本模式 / 30利用有效资源，降低发行成本 / 31战绩辉煌 / 33党报发行“三板斧” / 34《广州政报》等报刊加入南方自办发行网 / 36南方日报报业集团连锁店 / 36反思南方日报自办发行模式 / 37贰 北伐北京 / 39一 魔鬼发行横空出世 / 41京华试剑——2001年营销《京华时报》 / 41京华发行奖——2002年《京华时报》采编互动 / 66小蓝帽战上海 / 69冬天里的一把火——2003年《京华时报》反季节促销 / 71二 我把发行网比动物 / 74市场化报纸的兴盛与非市场化报纸的萎缩 / 74我把发行网比动物 / 80发行量的后谎言时代 / 87有效发行：追捕知己和蝴蝶 / 90发行促销：锦上添花与本末倒置 / 93低价策略的恶性循环——都市报的囚徒困境与对策 / 100发行渠道的成本认知 / 104日本物流业与报刊发行的观察与思考 / 107三 做“宋江型”的管理者 / 111树德·择优·吃亏·乐观——领导艺术面面观 / 111如何当个好部下 / 113小蓝帽企业文化之一：忠诚 / 115小蓝帽企业文化之二：敬业 / 116小蓝帽企业文化之三：守信 / 117小蓝帽企业文化之四：创新 / 118整顿我们的作风 / 120重拾创业时的激情 / 124魔鬼发行在细节 / 124四 “内容”与“渠道”都为王 / 126京粤沪媒体经营差异谈 / 126内容为王，还是渠道为王？ / 129手里没把米，叫鸡也不灵 / 132五 发行人手记：魔鬼发行是怎样炼成的 / 138发行人的地位 / 138发行市场的南北差异 / 139抽奖选在星期五 / 140抽奖的烦恼 / 141家属慰问信与除夕送红包 / 142二次销售的尴尬 / 143从本报记者屡次挨打说起 / 143促销礼品自己送 / 144小蓝帽代理报刊发行会 / 145发行广告联袂出击 / 146发行渠道的“资源浪费” / 147发行中的“二八法则” / 148广告商是骗不了的 / 149局部决定整体 / 149两个上帝 / 150两周5场竞聘会 / 151送战友 / 152小蓝帽爱心互助金 / 153冤家同行 / 154编而优则发 / 154北漂族纪念日 / 155把发行当学问做 / 156“生子还击”现象值得反思 / 157链接谭军波：让我把信送给加西亚 / 159六 告别京华：进退有胆，宠辱不惊 / 165叁 西征重庆 / 169一 我的媒介经营观 / 171《重庆商报》面对竞争的发行策略 / 171商报发行经受了3次冲击波 / 179门当户对珠联璧合——建立与产品匹配的发行策略 / 182互助发行 / 189游动的发行力量——报社自组流动售报的功用管理 / 198竞争与竞合——我看报业同城大战 / 204品牌提升·广告增量·以会养会 / 210职业传媒人的六种尴尬与化解之道 / 216二 商报应如美女的N个理由 / 220我把日报比美人 / 220从左右为难到左右逢源——关于专刊(版)的思考 / 221链接专版专刊评分标准 / 225文学卡拉OK——从“城市笔记”、“胡同”到“百味” / 226建立市场化的采编考评体系 / 231链接《××商报》编采考评管理方案 / 234出美女版，我有话要说 / 241气象新闻的新气象 / 242形式大于内容 / 244强烈呼吁珍爱头版 / 245要闻是改革的关键 / 247关于改版后产品变化的分析报告 / 250四 商报管理=军队+学校+家庭 / 255军队、学校、家庭——重庆商报的管理特色 / 255杂交出良种 / 259激情万岁 / 261精细化管理 / 262链接副总裁必须做的事 / 264第二次创业 / 266发现问题，解决问题 / 268喜迎新年，服务制胜 / 270末位淘汰制与轮换制 / 272春季攻势 / 274再说整顿我们的作风 / 276充分发挥监察的作用 / 278洗脑 / 280勤于思考，勇于实践——入渝一周年感言 / 282背水一战，志在必得 / 283做好订户数据调查 / 285这封信写得好 / 286商报速度与商报效率 / 288建立科学的报刊发行绩效考核体系 / 288链接《××商报》发行考核办法 / 293展示网的价值 / 324榜样的力量是无穷的 / 324五 谁先进，谁就领先 / 326报业第四城 / 326谁先进，谁就领先——“魔鬼发行人”谭军波访谈录 / 3392004，谭军波VS柳祖源，非合作共谋？ / 343六 怀揣理想，继续上路——西出山城，东进上海 / 353肆 东挺上海 / 357一 求变图存——《上海证券报》打响第一枪 / 359《上海证券报》全面改革 / 359改革只因居安思危 / 360三大证券报潜在的危机 / 361三大证券报改革的利弊 / 362《上海证券报》的改革将促进财经媒体变局 / 363二 追求高含金量的发行 / 364警惕发行浪费 / 364选择

<<发行中国>>

最佳渠道做促销 / 365做好“集订分送” / 366注重“会议发行” / 367重视“有效赠阅” / 368发行的
异化现象 / 369报刊自办发行的三阶段 / 370附录 / 374一 书评、书序、散文 / 374众人拾柴火焰高——
《报刊发行营销理论与实务》序 / 374功夫在细节——读《报纸发行培训宝典》有感 / 376走出发行误
区——为《走出发行误区》序 / 377既感性，又理性——《发行无秘诀》序 / 378水浮莲 / 379二 坚持
就是胜利——报刊发行三人曲 / 382周志强：选择改变就是选择快乐 / 383曾新奎：我的发行之路 / 390
袁国昌：互联网与报刊 / 394三 发行路上的战友 / 396吴金祥：走在发行的路上 / 396梁创国：漂泊的
日子 / 397金锋：曾经共处的日子 / 398后记 / 401

<<发行中国>>

章节摘录

书摘 上下一致支持“自办” 钟总在总结《南方日报》自办发行的成功经验时，指出自办发行需要两个条件。

第一，省委的支持。

因为省报的自办发行，是一项十分庞大、繁杂、牵涉面广、充满风险的系统工程，如果没有省委的坚决支持，自办发行的方案难以通过，获得批准。

其次，在实施的过程中，我们会遇到来自各方面的，包括邮电系统的和社会的阻力、障碍。

另外，在实施自办发行的过程中，我们一定会遇到许多的困难、挫折，甚至局部的失败。

这时候，如果没有省委的一如既往的支持，往往会造成信心的动摇。

1996年，在一次常委工作会议上，当南方报人读到邮发制约发行时效，发展比较困难时，当时的省委书记谢非同志主动提出：听说全国许多报纸都自办发行，而且搞得很好，《南方日报》能否也自办发行？会后，省委常委、宣传部长于幼军同志马上找到报社领导研究，如何抓住时机实施自办发行的方案。

当时省委宣传部曾设想，成立岭南报刊发行总公司，在全省范围内联络几家主要的报社，同时与地市报联网，一步到位把全省的邮发变为自办。

还指定一名副部长和钟总任该公司的总经理。

后来，因为全省一步到位条件还不成熟，才暂时将计划搁置下来。

到1997年，当南方日报社提出自己先带头搞自办发行时，省委宣传部立即表示全力支持。

1998年2月23日，南方日报社正式给省委宣传部并省委呈送要求自办发行的报告，很快得到省委的批准。

正当我们自办发行的筹备工作密锣紧鼓进行的时候，谢非同志调离广东到中央工作，李长春同志任广东省委书记。

有关部门将《南方日报》实行自办发行的情况向李书记汇报时，李书记也明确表态支持南方日报的改革行动。

1998年8月18日，广东省委办公厅为《南方日报》自办发行的改革专门下发文件——《关于做好(南方日报)发行工作的通知》(即粤委办66号文)，要求全省各级党政机关、部门及有关单位，要以支持改革的态度支持南方日报的自办发行。

文件中有这样一段文字：“《南方日报》是省委、省政府指导全省工作的重要舆论阵地，搞好《南方日报》的发行工作是一项政治任务。

”“《南方日报》实施自办发行，是报纸发行工作的一项重大改革，是从计划经济向社会主义市场经济发展的要求；是进一步增强党报竞争力的重要措施。

各级党政机关、新闻出版部门、公安交警、城管、文化部门，应热情支持《南方日报》的自办发行工作。

”《通知》明确要求各级党政机关、人民团体和事业单位、农村管理区以及其他用公费订报的单位，都要订阅《南方日报》，各级党组织可以留用党费中的一部分开支订阅《南方日报》。

《通知》还特别指出，要继续动员宾馆、酒店、招待所、合资企业、个体工商户等订阅《南方日报》。

广东省委对《南方日报》自办发行的坚决支持，极大地鼓舞了南方报人。

应该说，这是胜利的前提。

南方报人在实施自办发行的过程中，之所以能义无反顾、百折不挠，首先是因为有省委支持这个坚实的基础，有这个坚强的靠山。

《南方日报》的自办发行，从提出到实施过程，都一直得到中宣部、新闻出版署、中国报协的大力支持。

新闻出版署副署长梁衡同志一直对自办发行工作给予热情的关心和支持。

1995年他在杭州会议上的讲话，后来几次对《南方日报》自办发行工作的谈话，都对《南方日报》的自办发行寄予热望。

<<发行中国>>

中国报协书记处常务书记连福寅同志，也多次对《南方日报》的自办发行工作给予舆论上的支持和行动上的指导。

在这样的氛围下，广东省报协把支持《南方日报》的自办发行从而带动全省报纸的自办发行作为1998年全报协的中心工作。

这一切，都给《南方日报》自办发行的成功提供了难得的条件。

P28-29

<<发行中国>>

媒体关注与评论

书评 这是一本厚重的发行教科书，也是好读易懂的发行实操书。

这固然对从事发行和发行研究工作的人员，颇有教益和借鉴意义；若是能结合他的人生轨迹、他的英雄主义个性，去细读他的作品，去品味一位媒体从业人员的理念、思维模式和价值追求，则对从事新闻工作乃至其他岗位的人员同样会有所启迪。

——范以锦(中华全国新闻工作者协会副主席、南方报业传媒集团董事长、南方日报社社长)

在我看来，军波同志的这本书，其中所包含的不仅仅是他的辛勤和心血，而且是来自实践第一现场的关于报纸发行操作的不矫饰、不做作、原汁原味的理论思考和学术勾勒，它为任何一位对中国报业发展有兴趣的观察者、研究者提供了一个极具价值的视角。

——喻国明(中国人民大学新闻学院副院长、舆论研究所所长、教授、博士生导师) 军波的发行理论不是学院派的高头讲章，不是雾里看花似的喃喃自语，不是自欺欺人的大话废话，而是从实践中来到实践中去的真知灼见。

他的文字和他本人一样朴实无华，但妙趣横生，他的诸多见解，我虽未直接从事过发行工作，但读之亦豁然开朗受益匪浅。

在中国报纸发行业，既有丰富的实践经验，又笔耕不辍集腋成裘者，军波可谓第一人。

——朱德付(京华时报社总编辑、副社长) 中国报界，新闻采编系统名家辈出，各有各的理论，而报纸发行提炼出理论体系的，即使到目前为止，也仅军波兄一人。

——朱学东(新生代传媒顾问公司总经理) 军波给我们更大的震动还是在2000年之后，他突然辞职北上，与朱德付搭档去北京创办《京华时报》，且一炮走红，创造出个自称为“魔鬼发行”的套路。

据说谭军波更是赢得“发行教父”的美称，这是我们当时都始料不及的。

后来著名策划人王志纲把这件事总结为是“传媒粤军的北伐事件”。

——刘勇(《媒体中国》作者)

编辑推荐

这是一本厚重的发行教科书，也是好读易懂的发行实操书。
本书作者谭军波是我国最早从事报刊发行学研究的先行者和理论的创立者之一。
他在这个研究领域笃行“让行动者思考，让思考者行动”的社会哲学，一直致力于建构中国报刊发行学的研究框架和理论体制，采集了大量一手的材料，终于写就了这本集其报刊发行学研究之大成的皇皇之作。
全书比较详尽地记录了作者与他的部下南征北战西讨东进的战例，也描述了在中国职业经理人遭遇的尴尬与无奈，从侧面反映了作者这几年征战南北的心路历程。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>