

# 《华盛顿邮报》被收购，互联网重塑纸媒引关注

■本报记者 王群

近日关于亚马逊公司创始人杰夫·贝索斯(Jeff Bezos)收购《华盛顿邮报》的消息在全球范围内掀起不小的波澜,国内外关于此事件相关的讨论也一直在持续升温。人们在对此份拥有近140年历史的报纸被收购惊叹的同时,也发出数个疑问,一直致力于网络电子商务的贝索斯收购《华盛顿邮报》意欲何为?《华盛顿邮报》的发展之路将会怎样?传统纸媒未来命运又将如何?

## 报纸特质不变

《华盛顿邮报》作为美国最富盛名的报纸之一,曾因揭露水门事件而名扬国际,目前在美国乃至整个世界均发挥着重要的影响力。然而,近年来随着网络媒体和智能平台日渐发达,和全球多数纸媒的境遇一样,《华盛顿邮报》也陷入了日渐衰微的困境。

相关资料显示,《华盛顿邮报》2012年净亏损5370万美元,报纸业务收入同比下降7%至5.82亿美元,印刷广告收入则同比跌14%至2.3亿美元。而据《华盛顿邮报》公司公布的今年一季度盈利数据显示,其报纸业务亏损3450万美元,报纸业务收入比去年下降4%。在这种经营困境下,《华盛顿邮报》最终被亚马逊公司创始人杰夫·贝索斯(Jeff Bezos)以2.5亿美元的价格收购了。

贝索斯此次收购行为,让更多的人产生了好奇和疑虑。贝索斯为何要收购这样一家目前惨淡经营的百年老报,这对其所经营的网络电子商务有何帮助?贝索斯作为亚马逊公司的CEO,在接手《华盛顿邮报》之后,将会如何规划其未来发展之路,他是否会把《华盛顿邮报》的新闻服务纳入到其电子商务的版图之中?又能否保持《华盛顿邮报》的宝贵特质,传承和延续其媒体典范的角色?或许贝索斯给《华盛顿邮报》全体员工的公开信可以打消这种疑虑。贝索斯在公开信



Patsy Lynch / Rex Features/东方IC

中提及了《华盛顿邮报》在美国的地位和作用,并且明确表示,收购以后,《华盛顿邮报》的价值不需要做任何改变。它的使命仍然是保持对读者的忠诚,而不是满足其所有者的私欲,在未来的前进道路上,仍将坚持求真务实的精神,将尽力避免犯错。贝索斯同时强调,他不会负责《华盛顿邮报》的日常事务。《华盛顿邮报》已经拥有了一支极为出色的领导团队,他们比我更熟悉新闻业务。对于他们同意留下来,我本人感激不尽。”

## 传播渠道变革

虽然贝索斯承诺不会插手报纸的日常事务,同时保证其价值和使命不会发生变化。但他在公开信中 also 指出,互联网正在改变新闻业的几乎所有元素:缩短新闻更新周期,传统上可靠的收入来源受到动摇,新的竞争也在上演,因此,《华盛顿邮报》在未来几年一定会

发生变化。“这是必然的趋势,无论所有权是否更迭,变革都会发生。”从目前来看,这种变革应该首先会发生在《华盛顿邮报》传播渠道创新方面。

业内人士普遍认为,贝索斯之所以收购《华盛顿邮报》很大程度上是看重了其在新闻服务方面的专业优势及其品牌的价值。而如何将《华盛顿邮报》的内容优势和品牌的价值发扬下去,焕发新的生机与活力,这需要贝索斯运用其在数字出版及电子商务领域的才能和经验去革新传播渠道,即用全新的渠道出售《华盛顿邮报》生产的优质新闻内容。这种渠道很可能是亚马逊公司王牌产品——Kindle系列产品。

## Kindle 充当载体

2007年11月亚马逊公司发布了第一代Kindle电子书,该产品除了依托亚马逊丰富

的电子书资源外,还具有网络支持功能,用户可以通过无线网络付费下载电子书,还可以订阅报纸和杂志等。2011年9月28日,亚马逊发布了第一款Kindle fire平板电脑。此后,亚马逊公司又不断推出新款Kindle产品,并发布免费的Kindle应用版,成功打造了Kindle系列产品。目前亚马逊公司的Kindle系列产品主要包括电子书和平板电脑两大类。

记者调查发现,目前市场上亚马逊的Kindle电子书和平板电脑与其他同类产品相比价格要低廉许多。贝索斯此前也曾公开表示,亚马逊只是“按成本价”销售Kindle,并没有依靠硬件终端盈利。“我们不在用户购买终端时赚钱,我们只在用户使用终端时赚钱。”

事实上,亚马逊公司目前推行的一个主要盈利策略是通过廉价的终端设备来抢占和拓展市场,然后利用这些廉价的终端设备销售内容产品获取收益,而Kindle产品在整个产业链中扮演了至关重要的销售渠道的角色。

因此,在接下来的时间里,贝索斯极有可能将Kindle与《华盛顿邮报》的新闻服务进行整合推向市场,如果整合成功,《华盛顿邮报》的新闻内容便成为亚马逊通过Kindle出售的内容产品之一,甚至极有可能成为亚马逊独家销售的新闻产品。

不管是对《华盛顿邮报》还是亚马逊公司,这都是一个双赢的结果。对《华盛顿邮报》而言,其作为传统纸媒的潜在价值将得到开发,这可以拓宽其传播渠道,改变既有的传播模式,更加适合互联网时代的传播规律和人们的阅读习惯。对亚马逊公司而言,独家掌控《华盛顿邮报》的优质新闻内容将会为其带来多种收益,而通过Kindle产品出售新闻也势必会扩大Kindle的市场占有率。

不容忽视的是,目前Kindle基本是依赖于亚马逊用户“深阅读”的习惯而存在。中山大学传播与设计学院副院长、博士生导师张志安副教授认为,基于亚马逊海量的电子书资源,Kindle产品的外观设计及相应的阅读

体验更适合“深阅读”,由此也培养了读者使用Kindle进行“深阅读”的阅读习惯,但目前随着碎片化传播和“浅阅读”的逐渐风行,读者对新闻的接收更多的是以一种“浅阅读”的方式完成。因此Kindle能否成功出售《华盛顿邮报》的新闻还有待检验。从这个角度来看,这种整合似乎并非易事,这也同样考验着贝索斯的智慧和胆识。

## 传统纸媒如何转型

百年老报最终易主,这难免让人担忧其未来的发展前景。对此,张志安表示,贝索斯以个人名义收购《华盛顿邮报》是一个很好的做法,作为互联网的领军人物,贝索斯在互联网领域有着杰出的才能和丰富的经验,同时也有着一定的新闻情结,这有望帮助《华盛顿邮报》摆脱经营困境,并引领其全面进入互联网时代的运作模式。

事实上,近年来,随着新兴媒体的迅速崛起,越来越多的传统纸媒遭遇了不同程度的运营危机,而最近一段时间美国传统纸媒被收购的消息更是层出不穷,这不禁让传统纸媒如何转型的话题更受关注。

张志安认为,从目前的形势来看,传统纸媒应至少从两个方面进行反思和完善。首先在内容方面,传统纸媒应注意所传递的新闻内容有无价值,能否满足读者的需求和兴趣,内容的表现形式是否符合互联网时代的新闻信息的呈现特点和读者的接受习惯。其次,在渠道方面,传统纸媒应致力于开发新的传播载体和传播途径,充分利用网络传播平台和新型传播终端,如利用互联网、智能手机等多种媒介传播手段进行新闻信息推送,同时注重分众化传播,针对不同的需求进行细化服务,最终实现最佳的传播效果。

有评论指出,《华盛顿邮报》被收购,说明传统媒体品牌的力量和专业精神具有独特的魅力,这一点也是互联网企业或缺的,传统媒体应很好的珍视并进一步做强此优势。

## 网络购物在家电销售中扮演越来越重要的角色,销售增幅远远超过传统渠道

# 家电网购撬动 500 亿市场

随着电商渠道的不断成熟和繁荣,网络购物在家电销售中扮演越来越重要的角色,销售增幅远远超过传统渠道。8月12日,在北京举行的“中国家电网购高峰论坛”有关数据显示,2013年上半年,我国B2C家电网购市场规模(含手机、平板电脑)已达到530亿元,占整体B2C网购市场交易额的17.7%;专业在线商城成为最重要的家电网购渠道,京东、天猫、苏宁易购三大平台型电商的家电销售额占整体家电网购交易量的90%以上。

在此次由中国电子信息产业发展研究院主办、中国电子报社承办的“中国家电网购高峰论坛”上发布的“2013上半年家电网购分析报告”,探讨了当前我国家电网购市场的特点和趋势。

据行业人士分析,随着物流、支付、售后保障等体系的完善,网购成为消费者购买家电类产品时的重要选择。从市场规模、产品覆盖面、渗透率、用户关注与参与度等多个维度

看,家电网购已成为我国电子商务领域的重要一环,市场也呈现出规模扩大化、渠道集中化、品牌高端化、多元化,选购低价化、产品多样化,消费群体年轻化六大特点。

从市场规模看,2013上半年家电网购规模持续扩大,占整体家电消费比例攀升。上半年平板电脑类产品的网购销量占比已达国内市场彩电零售总量的8.3%,手机网购销量占整体手机销量的比例则由去年的9%提升至今年上半年的13.8%,冰空洗白电产品占比也有很大提升,一些新兴的家电品类,如空气净化器等等更是自诞生之时起就在在线市场有较高的销量和人气。

从渠道格局看,集中度显著提高,专业在线商城优势明显。尽管易迅等新平台不断发力,家电网购平台仍然呈现京东、天猫、苏宁易购三家销量之和占整体家电网购的90%以上。

从品牌格局看,家电网购市场的品牌格局并没有简单复制线下市场的格局,而是呈

现出自己的特点。报告显示,2013年上半年一些传统家电品牌企业因较早重视电子商务渠道而在家电网购市场有很好的表现,带动了公司整体销量的增加。但也有一些线下传统渠道销量大、市场地位“显赫”的品牌在线上渠道却“名落孙山”,默默无闻。

从价格看,低价仍是市场主要驱动力,“网购从众”现象突出。纵观今年上半年家电网购市场各品类产品中单台销量最高的产品,无一例外是该品类中单价较低的产品,其背后有两个因素,一是价格驱动,二是从众效应。

从产品看,网购家电产品“小”、“大”有别,高端化趋势加强。上半年,消费者网购家电产品时依然存在体积、价格“小”的产品,个人使用型产品相较于体积大的、家庭使用型产品更容易促成销售的情况。但是,大家电的网购成交量正在以翻几番的速度增长。

从消费群体看,80、90后最关注网购家电,“埋单”男女比例为5:1。



送工友一缕清凉 让瓜农开心回家

近期以来,中原大地酷暑笼罩,骄阳似火,烈日当空。中建七局总承包公司工会心系职工,积极响应河南电视台《民生大参考》“小帮帮忙”栏目播出的“请买一个瓜,瓜农早回家”的主题宣传活动,定了万余斤“爱心瓜”,不仅为现场工人送上了解暑品,同时也帮助瓜农解决因今年中牟西瓜大面积种植导致西瓜销路难的现实问题。

李嘉佳

■实习生 罗晓兰

本报记者 孙喜保

“本来爸妈让我买一款2000多元的佳能卡片机的,但我觉得智能手机不止像素高,推出了很多功能,能满足基本的摄影需求,而且相比之下方便携带,能快速上传到微博和微信与同学们分享。还可以‘一机多用’,很实惠。”今年考上大学的小李日前放弃卡片机,买了一款智能手机。

而像小李做出这样选择的消费者并不鲜见,智能手机摄影功能加强,单反相机不断更新换代,让数码相机市场的卡片机陷入了重重包围。

## 销售市场堪忧

据东京行业组织相机影像器材工业协会发布的数据显示,今年前5个月卡片相机全球发货量暴跌42%。作为数码相机行业的巨头,佳能集团7月24日发布的2013年第二季度财报显示,佳能今年上半年销售额为180.15亿美元,但其卡片相机的销量不容乐观。佳能今年1月预测2013年其卡片相机销量将达1700万部,4月将2013年销售目标降至1450万部,7月再降至1400万部,还将2013年可更换镜头相机的销售目标从920万部降至900万部。

与此同时,尼康负责人也称,今年4月和5月全球卡片相机的出货量同比下滑了四分之一左右,公司不会改变今年5月对于尼康本财年卡片相机市场的份额将下滑12%,可替换镜头的高端相机市场将增长9%的预计。

对于卡片机的不景气,佳能方面给出的解释是,小型数码相机销量大幅下降是受到智能手机拍照功能不断增强的影响,而影像

系统领域今年上半年销售额达到69.1亿美元,同比增长1.4%是由于单反相机销售持续增长的结果。

国内情况又是如何?记者近日走访了北京市海淀区中关村的多家数码相机专卖店和数家品牌体验馆。在两个多小时的观察中,在中关村的10间数码相机专卖店中,前来购买产品的消费者中,鲜有人询问卡片机的相关信息,而与其门可罗雀的现状相反的是,单反及微单爱好者者络绎不绝,在三星手机体验馆新推出的带高像素镜头大屏幕手机面前,前来体验的消费者更是挤得也不亦乐乎。

在位于中关村e世界大厦二楼的某家数码相机专营店里,当记者问及佳能前半年全球销量下滑,而此店的展览柜里为何还展出如此此多的卡片相机时,工作人员无奈地说道:“这是以前就摆出的样品,卖得不好也不能都撤了吧。”

## 腹背皆受强敌

在2013年前5个月卡片机全球发货量暴跌42%的同时,根据市场研究公司IDC的数据,2012年全球智能手机的出货量达到7.22亿部,同比增长了46%,智能手机大行其道,用其进行日常拍摄的人数也日渐增长。据某网站关于“最常用拍照工具”的调查数据,使用手机拍照的概率近乎70%;使用传统意义上相机所占的比例总和仅有10%,是手机拍照的七分之一。

拍摄成像、后期编辑、上传分享、邮件传输等功能的“一键式”整合,自动对焦、人脸识别,去红眼、防抖功能,支持连拍功能和滤镜等手机拍照的辅助软件功能的迅速完善,如今的智能手机越来越具竞争力。而在今年智能手机市场趋近饱和之际,为了抢夺市场份额,各大手机更是纷纷出招,加大力度提升手机的拍摄功能,尤以三星和诺基亚为甚。

今年6月,三星发布了Galaxy系列拍照智能手机Galaxy S4 zoom,采用1600万像素感光元件,支持10倍光学变焦,还配备了190万像素的前置摄像头和1.5GHz双核处理器,4.3英寸qHD super AMOLED屏幕,分辨率为960x540,并在一份声明中称:“Galaxy S4 zoom是行业领先的智能手机和高端紧凑型数码相机相结合体。”紧随其后,诺基亚在7月发布了Lumia 1020智能手机,该机带来4100万像素摄像头搭载Windows Phone8系统,配备了4100万像素摄像头和氦气闪光灯,以及最大的图片传感器。

此外,除了受到智能手机的“围困”,卡片机也遭遇了发展日新月异的单反的“进攻”。随着科技的不断发展和经济水平的提高,单反相机摄影功能愈发强大的同时,人们对之的需求也不断加大。越来越多的品牌加入到单反相机的行列,也使其价格在众多厂商的竞争中有所下降而被广大消费者接

受,入门单反只需3000多元便可购得。当今的消费者要购买摄影器材时,几乎不再考虑卡片机。而佳能集团7月发布的2013年第二季度财报显示,其影像系统领域上半年总销售额实现增长,达到69.1亿美元,上涨1.6%。以EOS 5D Mark III和EOS 6D为代表的数码相机单反相机一如既往地受到市场热捧,销售节节攀升,佳能预计其需求在全球都将出现强劲增长趋势。

另据相关数据显示,卡片机由2010年占整个卖场影像产品份额的70%下降到了如今的30%,而单反相机的市场份额则上升到55%,迅速走入寻常百姓家。为了迎合消费者的需求和互联网的发展,单反还推出了增加了WiFi和蓝牙无线传输功能的新产品。

## 卡片机的末路?

面对手机照相和单反的双重夹击,曾经风靡一时的卡片机如何突围?

富士胶片副总裁田中弘志(Hiroshi Tanaka)说,这个行业的所有人都认识到市场正在变化,问题是他们对此能做什么。各大相机厂商为了应对此种腹背受敌的困境,采取了多种多样的举措,如推出更高端的相机,使其具有10倍以上光学变焦、像素传感器更大、分辨率更高,外形更时尚轻巧。但也有厂商采取缩减卡片机的制造数量,扩大单反、微单甚至智能手机的市场来弥补卡片机销量下

滑带来的损失。有媒体报道称,今年奥林巴斯可能关闭位于广东番禺的数码相机工厂,将逐渐淡出普通消费级DC(普通卡片机)产品线,以便提高高端卡片机及可换镜头相机产能。

而各大商家则是主打价格战。记者在国内几大购物网站上看到,卡片机都是以超低价位促销,某家网站上的某品牌卡片机出售价格竟低至238元,而索尼某款新品也以420元起步价出售。实体店则以搞活动促销为主。某佳能品牌体验馆的工作人员向记者推销一款佳能卡片机新品时介绍道,此机型有Wi-Fi功能,且是触摸屏,现在购买可免费获赠原装电池、镜头及存储卡。

对于微单是拯救卡片机危机适时出现的一款介于单反与卡片机之间的中高端相机这一说法,中关村一位数码专营店店长接受记者采访时表示,从长远来看,他并不看好微单的发展。微单自带的镜头中大变焦的少,如需更换镜头,其价格与重量与单反不相上下,而其成像质量却不及单反。对于普通消费者而言,智能手机或平板电脑就能符合他们的拍照需求,而我们这类摄影发烧友或专业人士,只会追求更高端的摄影器材。”

卡片机是否会成为下一个柯达胶片机?还是有令人意想不到的创新与革命可助其杀出包围圈?我们唯有拭目以待。

## 7月份铁路客货运量同比环比实现双增长

本报讯(记者刘静)记者日前从中国铁路总公司获悉,7月份,铁路部门继续深化客货运改革,努力提高客货运运输质量,国家铁路客货运量同比环比实现双增长。

客运方面,7月份国家铁路旅客发送量完成19634万人,比上年同期增加1801万人,增长10.1%;与6月份环比增加1846万人,增长10.4%。

货运方面,7月份国家铁路货物发送量完成25972万吨,比上年同期增长639万吨,增长2.5%;与6月份环比增加706万吨,增长2.8%。

## 中铁七局一公司救灾中彰显社会责任

本报讯7月22日清晨7时30分,甘肃定西岷县,在此施工的中铁七局一公司兰渝铁路工程项目,和往常一样正在例行班前点名。7时45分,点名现场地面晃动,人员站立不稳。岷县与漳县交界处7时45分发生6.6级地震。

8时10分,接到地方政府请求支援的电话后,兰渝项目指挥长王随新紧急部署,立即成立三个临时抗震领导小组,调拨人力、物力,最大限度地投入到抗震救灾工作。8时30分,从谷子山隧道施工现场出发赶赴永星村的救援小组到达岷县地震重灾区之一的梅川镇永星村。机械操作人员驾驶挖掘机,打通一条通往重灾区的救援通道,成为到达现场的第一部救援机械。

8时40分,赶往永光村的救援小组前行路途中遇到大面积山体滑坡,致使车辆无法通行。余震频发,救援人员纷纷扛起救灾物资,开始在余震不断发生的环境下徒步奋进,将灾区最需要的食品和水源运送到永光村农民手里。

一公司兰渝铁路项目书记虎梦松说:“七局作为央企,抗震救灾,义不容辞,我们努力做实事,树立央企旗帜。”

(赵作建 张雅国 申春霞)

## 爱心编织拍卖善款购置校车

本报讯(记者戴明阳)近日,由国门街道外交部街社区、北京苹果慈善基金会共同举办的慈善拍卖会会在恒基商场举行。拍品大多是辖区居民制作的手工编织品、唐卡、民间工艺品、书画、掐丝等艺术品,当天拍得的善款9万余元将用于为西藏阿里添置该地区第一辆校车。活动现场,举办方还收到了不少爱心人士和企业的自发捐款4万余元。

据了解,当天的慈善拍卖会是由国门街道首届公益编织节活动之一。该公益编织节活动以“编织温暖,传递爱心”为主题,从4月17日开始至9月20日结束。期间,举办了编织技能交流会、编织物优秀作品评选、爱心织物义卖会、公益编织时尚秀等活动。截至目前,来自辖区编织爱好者捐赠的毛线衣、帽子、手套、裤子、袜子等编织作品多达2000多件。街道工作人员称,收集来的织品一部分将捐赠给辖区困难群众和西藏阿里地区的困难群众,另一部分则通过多种渠道开展义卖,并对其中的精品进行公开拍卖。

## 中国家具强势进入俄罗斯市场

本报讯(记者王群)近年来,随着俄罗斯对远东地区的建设步伐的加快,家具需求量不断扩大,但俄罗斯远东地区的家具制造业尚未形成规模,在这种情况下,质优价廉的中国家具产品以成功打入俄罗斯市场。据了解,2013年上半年,黑龙江绥芬河市家具出口达14176.6万美元,同比增长4933.41%。黑龙江省绥芬河市一直被誉为连接东北亚和走向亚太地区的“黄金通道”,是承接我国振兴东北和俄罗斯开发远东两大战略的重要节点城市,也是我国参与国际分工的重要窗口和桥梁。

在当前国际市场进出口疲软的情况下,绥芬河市边境贸易却逆势上扬。2013年上半年绥芬河市外贸进出口总值实现47.4亿美元,同比增长9.04%,占黑龙江省外贸进出口总额的23.3%。

## 继续推进电力用户与发电企业直接交易

本报讯(记者王群)近日,国家能源局下发了《国家能源局综合司关于当前开展电力用户与发电企业直接交易有关事项的通知》。通知称,对于电力直接交易试点工作,国家有关部门不再进行行政审批,继续推进并鼓励电力用户与发电企业直接交易的相关工作。

通知要求完善电力直接交易的市场准入条件,促进节能减排和产业结构的优化调整,实行差别化的准入政策,促进产业布局优化。同时,积极发挥市场在资源配置中的基础作用,任何单位和部门不得通过行政手段强制指定直接交易的对象、电量和电价,不得以直接交易为名变相实行电价优惠政策。

## 做中国精细磷化工的领军企业



8月8日,湖北兴发集团宜都生态工业园的员工正在对产品进行风险分析。近年来,该集团先后运用170多项国内外领先的先进技术,主导和参与制定行业产品标准39个,成为了中国精细磷化工的领军企业。蔡亮摄