

# 都市报业品牌经营



[都市报业品牌经营\\_下载链接1](#)

著者:金雁//王宁//章于炎

出版者:中国人民大学

出版时间:2008-3

装帧:

isbn:9787300084718

《都市报业品牌经营》在这部研究中外都市报业品牌建设和经营的专著里，采集整理了

诸多都市报纸品牌建设和经营的案例：如被称为“档案记录报”百年不衰的《纽约时报》如何处理假新闻事件的品牌危机，争议颇多的《太阳报》究竟是一个什么样的品牌？

“早起”的《广州日报》和它的同城诸家报纸到底区别在哪里？

《北京晚报》与后起者《北京青年报》在区域内的老大之争……通过对这些案例的研读，您能够系统地了解传统媒体的品牌建设历程，从中体味品牌定位的精要、认识品牌识别构建的步骤。品牌资产的维护、面对新媒体竞争下的品牌建设和经营等问题，读来让人颇受启发。

作者介绍：

金雁：研究员，1982年毕业于河北师大，曾在大学执教经济学。1992年应聘为广州日报社理论部编辑，后任足球报社副社长、岭南少年报副总编辑、广州市新闻研究所副所长。曾获多项国家，省、市级编辑奖和优秀学术论文、新闻论文奖，多年来致力于媒体品牌研究，并获广州市社会科学基金2004年立项资助。

章于炎：美国密苏里新闻学院博士候选人、国际交流项目办公室中国合作项目总监，曾任《广州日报》科教部副主任、《广州英言文早报》副主编、广州日报社办公室副主任等职。有多篇论文在美国和亚洲的核心传播学刊上发表。开辟和发展了密苏里新闻学院与中国北京、上海、广州、成都等地媒体与新闻传播学院的交流合作项目，于2005年1月被中国人民大学新闻传播学院授予“中美新闻传播教育合作交流杰出贡献奖”。

王宁：毕业于内蒙古工业大学工业管理工程专业，曾任广州蓝色火焰高级客户经理、足球报社品牌经理，长于品牌管理及广告销售策划。

目录:

- 第1章 认识报纸品牌 开篇案例 《广州日报》——“早起”的品牌 什么是品牌
- 报纸品牌的形成 报纸品牌的内涵 报纸品牌与读者认同 报纸品牌与品牌营销
- 报纸品牌与产品个性 报纸品牌与文化价值 品牌在报纸经营管理中的价值 品牌诊断
- 报纸品牌经营范围 品牌组合 品牌等级树 传媒品牌论道·专访CEO
- 南方报业传媒集团董事长范以锦：“办中国最有生命力的传媒集团”
- 首先是“最有生命力” 占位等于占有财富
- 巧说广州报业“三剑客”，多品牌战略的提出 南方的主流文化和亚文化
- 南方的用人机制：“谁出主意，谁来干” 核心竞争力：品牌媒体创新力量
- 南方的“一屋品牌” 和“品牌一屋” “南方报业”里的“南方”和非南方品牌
- 专访广州日报社社长广州日报社社长戴玉庆：《广州日报》——不断创新的品牌
- 内容创新——锻造坚实的品牌基石 做活主流新闻，用大型策划扩大品牌影响力
- 润物细无声，常抓日常资讯服务增强品牌渗透力
- 管理创新，用“工业化程序” 转化品牌价值 运营创新，在市场运作中传播品牌价值
- 增殖价值，数字化时代的传统媒体品牌创新 第2章 在受众头脑中占位 开篇案例
- 《纽约时报》“档案记录报” 定位的逻辑 品牌定位的概念 中国晚报的定位分析
- 中国日报、都市报的定位分析 都市报品牌发展的战略特征
- 成都报业市场的“战国七雄” 品牌愿景向品牌媒体问道·传媒CEO访谈
- 最根本的不同在于人的“放养” 和“家养”
- 品牌定位：同城第一，一份“站着看的报纸” 应该是一个台阶一个台阶地上
- 内容定位的智慧：青年报报道青年关心的问题 未来读者群会是报纸价值的认同者
- 《北青报》：“新闻是有分量的” 品牌构筑中的“日绩” 和“岁绩”
- 媒体品牌内容建设中特殊的“两边切” 原则 “小红帽” 延伸了《北青报》品牌
- 最根本的不同在于人的“放养” 和“家养” “天使基金”、“上市” 带来的品牌效益
- 《北青报》一个求新求变、优缺点都很突出的“人”
- 传统纸媒进入“弯道”期，单立柱要变多立柱 《北青报》的“一屋” 品牌 第3章 构建报业品牌识别系统 开篇案例 《南都》的责任感 品牌识别的概念
- “品牌识别”的定义 品牌识别维度及其12个要素 作为产品的品牌 作为组织的品牌
- 作为个人的品牌 作为符号的品牌 品牌识别的结构 核心识别 延伸识别

品牌识别元素组织原则 价值体现——品牌识别的另一个重要侧面  
品牌识别：员工的视角 中国都市报业品牌识别分析 品牌识别陷阱 向传媒品牌问道  
前期品牌定位——先当“老二” 从“另类”向“主流”的奋斗 来自集团的支持  
要从“老二”到“老大” 关键是什么？解读“办中国最好的报纸”第4章  
管理品牌资产方略 开篇案例 《华盛顿邮报》的事件营销 品牌资产管理的逻辑  
品牌资产的概念 品牌资产的构成 品牌资产管理方法 市场营销控制要素  
品牌资产管理方法论 中国都市报业品牌资产管理分析 锻造超强的产品力 “阅读率”  
“三贴近” 与发行商的品牌博弈 综合市场活动、公共关系与赞助  
应对新媒体竞争的品牌营销行动 报社自建网站 与新媒体进行战略合作  
与新媒体的内容合作 立体化攻势 向传媒CEO问道·专访CEO  
《今日美国》执行主编金赛·威尔逊：报网互动，纸媒与新技术结合让新闻传播不间断  
第三代媒体消费与“面貌书” “面貌书”与报纸品牌的延伸  
媒体组织融合，让传统的新闻传播也不间断  
《楚天都市报》总编辑曹山旭：“做一个善良的媒体” 品牌创办：填补“空档”  
评说“主流”与“非主流” 品牌功夫：担当道义、社会责任感、在报纸上投入爱  
优秀记者“挂牌经营” 第5章 报纸品牌价值评估 开篇案例  
《朝日新闻》的品牌保值增值之道 品牌资产价值及其评估的意义、内容  
品牌资产价值——企业的无形资产 为什么要评估报纸品牌资产 品牌资产评估内容  
品牌价值传递 品牌价值评估机构及其方法 世界主要品牌评估机构 品牌评估类别  
品牌价值评估要素、评估方法 品牌价值评估方法的三个基本类别  
几个具体评估项目采用的评估方法 其他非品牌价值评估的评选及其方法  
品牌影响力与品牌价值 360度品牌管家 向品牌媒体问道·专访CEO  
《德斯莫恩登记者报》原总编辑：“伊阿华州所依赖的报纸” 关于媒体品牌的概念  
媒体品牌标识、版面设计 媒体品牌定位、规划 媒体品牌的比较竞争力 媒体品牌营销  
品牌延伸 媒体品牌评估 《芝加哥论坛报》高层编辑：提供“芝加哥式见解”  
关于报业品牌的概念 报纸品牌标识 报纸品牌市场定位和规划  
关于报纸品牌的比较竞争力 关于报纸品牌营销 于品牌延伸 关于报纸品牌评估  
关于培植报业品牌文化  
· · · · · (收起)

[都市报业品牌经营](#) [下载链接1](#)

标签

新闻

传媒经济

新闻专业

品牌

传播学

## 评论

很久之前读过了的，都忘记标了，大学时候专业课，随便找的一本读物。具体忘了。

---

看完以后对这个行业有了更深更全面的了解，资料翔实，有理论依据，又可读，还能期待什么呢？

---

很多都市报的经营案例.很不错

---

[都市报业品牌经营 下载链接1](#)

## 书评

有很多浅显的关于品牌观的入门文字，也有大量翔实的报纸实务案例。两者混杂在一起，只可惜书的主体文字闪烁在灰色底纹的案例之下，见不得原创和脉络。

---

[都市报业品牌经营 下载链接1](#)