

共
成
长

我与晚报



江海晚报



江海晚报



晚报创意专版

从30000份到80000份的跨越

■ 顾剑



1993年1月，南通日报社发行部向市民赠送《江海晚报》创刊号。

1993年年底，我从郊区政府调到刚创刊才半年的晚报，本想延续自己的记者梦想——因为过去在区里除为主要领导服务外，更重要的工作是区里的对外宣传，并兼职几家报社的特约记者——没想到一到晚报即被调到经营部门，美其名曰充分发挥聪明才智，其实报社领导是看中我在郊区工作时建立的社会关系，说实话，老郊区7个乡80村320家乡镇企业我基本都很熟悉，加上后划入的秦灶、幸福、陈桥3个乡我也有不错的人脉。晚报领导也深知，把这层关系和渠道发挥利用好，晚报的经营创收就有了保障。事实上，我在广告部干了半年，就完成了领导交办的全年创收任务，“一不小心”就成为经营骨干。

实事求是地讲，新创刊的晚报尽管采编力量大都是从日报抽调的名记名编，版式新颖、稿件可读性强、生活气息浓郁，但没有专门的发行团队，仅靠邮局年底的大征订和为数不多的记者上街卖报等活动挣份额，创刊一年多，发行量始终在20000多份徘徊。发行量上不去，影响力自然受到影响，在市区谈业务还好，出了南通城人们就不知道《江海晚报》是哪里出的，到了县区就更不用说了，有的以为是上海出的，有的以为是省城南京的，解释了半天才知道是南通日报社出的。记得有一次在南通烟草公司洽谈合作业务，时任烟草公司掌门人林玉华问起晚报的发行量，我不知底气何来，脱口而出10万份，其实我是把日报的发行量也一并算进去了。林总是何人，他们夫妇俩都是南通日报社的老报人，对报社知根知底，林总没有点破我，照样给我一份大单。多年后谈起此事，林总透出谜底，一是对老东家新创刊晚报的支持，二是看好晚报的发展前景和敢为民生发声的气场。

1995年3月，热衷于办好报的晚报领导认识“发行为主”，决定将发行从办公室剥离成立发行部，并将目标锁定30000份，要我“挑头”。虽说是“部”，仅配一人和一部电话，在洗手间隔壁找了个8平方米的办公室就挂牌作战，要人没有，要经费没有，要政策也没有，一切从零开始。自从加入了晚报团队，我也深受晚报同仁们敬业开拓的精神感染，常将晚报创刊时的口头禅“一不怕丑，二不发抖”发挥到极致。虽然过了报纸发行季节，但我们细分晚报读者群体，把拓展的方向定在车站码头、宾馆饭店、大型批发市场等，并在市区建立了200个零售网点，专门招聘了2名晚报零售发行员，负责市区东西二片的晚报零售点的投放，和唐闸、天生港及狼山地区的拓展。在大型批发市场的遴选上，我将目光定位在全国有很大知名度的叠石桥批发市场。经过调研，该市场有商户2000余家，如能做到每一个经营户人手一份《江海晚报》，这不仅在叠石桥，还能让更多外地商户直接或间接地接触到晚报，那报纸影响力将会翻几番。在吃了无数次闭门羹后，我利用一次和市场主要领导接触的机会，敲定2000份的征订协议。当时晚报财务小冒接到我的电话，在回程的车上看到一大包报款，多日奔波、咬牙前行的怨气化作兴奋的眼泪。这是我从事发行的第一仗，虽然过程痛苦，但结局喜人，并从此打开了批发市场发行通道，南方批发市场、江海批发市场都有了《江海晚报》的身影。

拿下了市场为再战机场和码头树立了信心，当时南通港码头每天有两班高速客轮开往上海宝山码头，基本班次客满，如能将晚报送上高速客轮，那就是流动的阅览室，影响力不言而喻，为此我多次赴高速客轮公司洽谈，在一次每喝一杯就订100份的“激将”中，100毫升的杯子，我连喝4杯52度泸州老窖，把自己喝得云里雾里、眼冒金花，胃如翻江倒海般，山东大汉般的豪爽令高速客轮公司领导感动，最终我如愿以偿拿下400份的订单，而后我再战机场……几经努力，30000份的任务终在1995年6月如期完成。

至于80000份的超越，那是我2008年重回发行中心的事了，那时《江海晚报》已经搭上了“一纸千金”的快速发展列车，晚报广告吸附已经过亿，发行量突破80000份，连续多年跻身全国晚报都市报30强。发行团队兵强马壮，网络建设完备，128人的投递队伍遍布城乡，两报报款在较短的时间内就超过5000万元，并延续至今，私费订户也逐年增长，银行、高校等大客户都被晚报纳入了固定“朋友圈”。

从通讯员到广告“业务员”

■ 郭小平



2007年，郭小平（中）与南京、苏州同行在浙江温州，采访全国人大代表、全国劳动模范、温州晚报《雪君工作室》主持人郑雪君。

《江海晚报》出10000期了，我这个毛头小伙子，也一晃成为年近半百的“老报人”。20多年的报生涯里，许多人、许多事难以忘怀。这里就说说我当通讯员和广告“业务员”的日子。

20世纪90年代在通师读书时，我开始尝试向外投稿，发表了不少“豆腐干”。1994年毕业那年，随着4年一届足球世界杯的临近，校园里弥漫着一股空前的足球热。那时没有互联网和手机，体育类报纸和刚刚创刊的《江海晚报》是同学们的最爱。《江海晚报》上午编辑、下午出报，除了大大小小的南通本地新闻之外，每天都有整版新鲜出炉的文体资讯，重大赛事消息应有尽有。看到报纸上的少则两三百字、多则千字的球评文章，我也开始尝试投稿，并隔三岔五见诸报端。令我吃惊的是，广州《足球报》竟然发来每篇百元的“巨额”稿费，而我当时每月生活费不过才五六六十元。

给晚报投稿多了，我认识了晚报前辈、当时负责文体版的吴盈老师，得到了他的不断鼓励。师范毕业后，我继续投稿，结识了越来越多的编辑老师。1996年亚洲杯足球赛在阿联酋举办，这一关注度颇高的赛事，当时国内无一家电视台直播。我当时在南通开发区的一所学校里教书，偶然获悉外商居住的天星湖度假村里，可以收看到直播这一赛事的香港卫视。我跟吴盈老师商定，每天深夜我到天星湖度假村看直播写赛事消息，一大早传真给报社。很多球迷看了当天晚报，“解渴”之余也很好奇：“郭小平是从哪儿看到直播的？”那些日子我熬夜看球写稿，每天上午还要振作精神走上讲台，但并不觉得特别疲惫，真是一段激情燃烧的岁月。1998年下半年，在当时贾总、范总的厚爱和吴盈主任等的奔波帮忙之下，经过一番周折，我终于调入了心仪的报社，成为文体部的一名记者和编辑。

2015年6月，我“意外地”被组织任命为晚报传媒公司总经理，成为晚报的一名首席“广告业务员”。当时，国内纸媒广告断崖式下滑，经营业绩曾长期傲视全国晚报界的《江海晚报》，同样面临经营困境。在晚报总编室的大力支持之下，我提出晚报经营要靠“大户、特刊、活动、融合”这8字要诀。全体晚报同仁想方设法以“优质新闻服务+全媒平台传播”赢得客户信任，让晚报的广告经营很快企稳回升。值得一提的是，在我们锲而不舍的努力谈判之下，原来崇川、港闸两个区的内部报纸，全部“并入”《江海晚报》，本报采编人员精心打造的“港闻新闻”和“崇川在线”专版，成为报社发展历史上的经典“双赢”案例。

如今，南通报业正朝着深度融合的格局发展，《江海晚报》也朝着“更好看”的方向发展，晚报微信公众号粉丝数达到了30多万，仅公众号每年就吸纳数百万元的广告收入。从通讯员到广告“业务员”，我自豪！因为我一直感恩晚报，一直努力恪守初心！