

## 共成长

## 我与晚报



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掣到经营部门,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知“发行为王”,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,我将目光定位于已经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,基本班班客满,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,晚报广告吸附已经超过亿,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多年的报人生涯里,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,每天都有一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,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。很多球友看了当天晚报,“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,经过了一番周折,我终于调入了心仪已久的报社,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+全媒体传播”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“港闸新闻”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!