

编辑 常蕾 美编 李燕 责校 海德 电话:64101673 syzx10@126.com



北京商报社副总编辑刘佳发布商报融媒体影响力打造计划

有融乃大 无界则刚

——北京商报创刊34周年暨融媒体战略发布

8月7日，北京商报创刊34周年暨融媒体战略发布活动在北京饭店国际会议中心隆重举行。不同行业的品牌企业领袖、行业协会及权威机构负责人等数百位嘉宾出席本次活动。2019年是北京商报融媒体快速发展的关键之年，北京商报社现场就商报融媒体影响力打造计划与“1+N+3”核心产品线进行了解读和发布。

有融乃大，无界则刚。当今之世，媒体格局巨变，背后是科技革命、产业革命的滚滚浪潮，是人民对美好生活的需要。新时代需要新的媒体，在这场自我革命中，不忘初心，牢记使命，是改革的核心主线，守正创新是改革的遵循路径。

在过去的十几年，北京商报在历任领导的带领下，艰苦奋斗，实现了从无到有、从弱到强的本质改变，实现

了区域财经媒体竞争中的成功卡位，突破了纸媒盈利的行业瓶颈，但居安思危，今天融媒体改革是一场无法回避的自我革命。

“融媒大势，浩浩汤汤，必须乘势而上，顺势而为，方才能事半功倍。”北京日报报业集团党组成员、副社长邱成军指出，媒体在变革洪流之中，需要以万变应万变，从而适应当下急速奔流的融媒发展大势。经过连续的改革和不懈的奋斗，北京商报已经成为了北京商业报道的一面旗帜。

北京商报融媒体战略是打造以原创内容为核心的影响力矩阵。为进一步打造北京商报的传播力、影响力，报社计划重新架构内容产品线，生产专精内容、打通传播渠道、融通集团资源、创新体制机制，逐步形成以打造

北京商报系新闻产品的影响力为导向、具备“1+N+3”核心产品线的独特传播体系。

数据显示，经过半年的融媒体改革，北京商报网作为财经媒体的新闻网世界综合排名进入2万位，日均PV260万。中文网站排名进入5000位，新闻报刊类排名进入170位。北京商报新闻在今年被转载媒体量突破了1000家。

不过，作为最“古老”的传播介质，报纸依然具有不可替代的属性——权威性。纸质产品的不可复制、不可涂改及严谨的制作流程，在当下纷乱的信息环境中依然稀缺，报虽旧纸，其命维新。“态度即价值”作为此次改版的初心和归宿，也是北京商报这张报纸的重新定义。



北京商报社总编辑助理韩哲介绍北京商报改版相关情况



西街传媒常务副总裁王海岩介绍商报多元化整合运营方式



北京日报报业集团党组成员、副社长邱成军发表讲话



中国经济传媒协会会长赵健致辞



北京商报社社长兼总编辑彭宇介绍商报融媒体战略



北京商报社与北京市工商业联合会签订2019北京民营企业百强调研项目合作协议



2019年度（第十五届）北京十大商业品牌评选正式启动



北京商报社旗下西街传媒（北京）有限公司与北京天街集团有限公司签署战略合作协议