

《总理公署》部长兼《职总》秘书长林瑞生先生，《报业控股》总裁陈庆麟先生、《新明日报》创办人梁润之先生公子梁庆经先生、《新明日报》总编杜南发先生、《新明日报》前编委会主席冯元良先生、各位嘉宾、女士们、先生们、早上好。

今天是《新明日报》40 周年典藏书的首发仪式，在此我们感谢大家对《新明日报》多年来的支持。

(1)

任何产品，经历了 40 年岁月而不断成长，说明了它经得起社会的考验，并具有与时俱进的活力。它的根本，在于正确的产品定位，自我更新和克服挑战的精神。

《新明日报》和《联合晚报》，就有如两个兄弟，是新加坡夜报市场的两大支柱，共同创造了一个非常难得的独特市场模式。它有两个特点：

第一，这是在中国之外，华人社会里最蓬勃的夜报市场；

第二，这两份报章，无论在市场定位、内容风格、甚至读者年龄和身份结构各个层面上，虽然都高度重叠，却有着可观的经济效益，形成了传媒市场罕见的一种“双赢孪生模式”。

许多中港台的同行都曾经表示，像这样高度重叠，又能共存和发展的两份报纸，是新加坡市场独有的“一个奇迹”，这、是值得我们感到自豪的。

根据 ACNielsen 公司的调查,《新明日报》和《联合晚报》的每天总销量,有 245,000 份,每天的总读者人数,高达 87 万人,这是个非常可观的数据。同样调查也显示,在两份报纸的读者群中,有超过一半是 4 房和 5 房式组屋的居民,这正是新加坡中产阶层的主流部分;换言之,这两份报纸,是十分典型的市民报纸,无论从社会意义的影响力,或市场经济的营销效益而言,两报都是处于重要的中坚市场位置。

多年来,《新明》和《晚报》在这个定位上,提供优质的社会服务,赢得了读者的信心,例如每当有重大社会事件发生时,往往有读者主动把善款送到报馆,要求转交捐款。这种启发于内心的善心,反应出广大基层社会的侧隐之心,以及他们对于《新明》、《晚报》的信任度,这正是华文报独有而且珍贵的无形资产。

(2)

随着新时代的变迁,大家都会面对新的挑战。就新加坡的华文夜报市场而言,目前所面对的挑战,主要有三方面:

第一,是语文环境的变化,也就是过去 20 年来,英文日益强势对华文读者和市场的压力所带来的影响。

第二,是人口结构的变化,也就是总理在今年国庆演讲中所提到的,新加坡人口寿命延长,意味着今后 20 年新加坡老年人口和相关市场会逐渐扩大的新趋势。

第三,是新媒体时代的降临,读者面对更多信息来源的选择,对报纸自然构成直接的挑战。

除了大家都感觉得到的压力以外,这三大挑战,其实也蕴含着许多新商机、等待我们去发掘、耕耘。

就语文环境而言，虽然英文的强势，是明显的事实，但同时，本地通晓华文的人口，其实有大量的增加；根据 ACNielsen 调查，新加坡通晓华文人口（Chinese Literates），1997 年是 152 万人，2006 年是 201 万人，在短短的 9 年里增加了近 50 万人。这其实为华文报提供了更大的成长空间，关键是我们有没有把握、如何把握。

就人口老化的趋势而言，这意味着在新加坡，将会出现一个新的、富有消费能力、又有充分阅读时间的“新银髮族”，这是一个有待我们积极开发的新市场空间。

至于新媒体的挑战，则是所有传媒都面对的共同课题。然而，对《新明》和《晚报》这两份立足于本土、和老百姓生活密切相关的市民性报纸而言，它的“草根”性其实就是它独特的价值所在；恰恰这独特的价值通过平面报纸来传达也是最贴切的，这正是《新明》和《晚报》持续发展的先决条件。

(3)

当然《新明》和《晚报》也有它潜在和实在的问题、如果不及时解决将会对于两报未来十年的发展带来负面的影响，甚至导致两报进入萎缩。如何调整《新明》和《晚报》，拟定合乎时代和市场需求的新发展模式，是我们近年来密切关注的课题。

三年前，在同样的讲台上，我曾经提出两报市场定位和读者结构的高度重叠，虽然形成一个稳固的市场基础，但从另一个角度看，也意味着这个市场，已经处于高度饱和的状态。因此，要有进一步的发展，这两份报纸，不可能逃避必将面对的“市场区隔”（Market Segmentation）局面；也就是通过合理和高效的市场区隔，大读者群和广告效应，使两份报章实现互补双赢的效益。

经过三年的探讨和研究，针对夜报未来十年新格局的开拓，我们所拟定的新发展方案是：“整合力量，区隔产品”。它包括了下列几大重点。

首先，在新格局内，两报都会继续保留和发挥现有的都市报特色和优势，但又有各自偏重的发展目标。

● 《新明日报》：将延续目前两报备受市场欢迎的设计和 content 走向。在巩固两报核心读者群的同时，加强“银髮族市场”的开发。《联合晚报》总编辑许仁好，将调任《新明日报》总编辑，承担新任务的挑战。

● 《联合晚报》：将通过更新颖、更具备时代感的版面与内容设计，突破现有市场局限，开拓新天地。在巩固两报核心读者群的同时，加强“年轻上班族”的开发。《联合早报》副刊主任兼《早报星期刊》编采主任王彼得，将出任《联合晚报》代总编辑，承担新任务的挑战。

全新面貌的《晚报》，将在今年 10 月 15 日，面对市场和读者。

简单地说，这两份都市报，都仍将以壮年读者这一个成熟市场为基础，《新明》要以更实际有效的方式，为新形成的乐龄市场服务，《晚报》则将以更现代化的姿态，吸引更多年轻的新读者。

为了确保这项行动能更有效地落实，我们也将同时进行“整合力量”的调整方案，在组织结构上，进行较大幅度的调整工程，成立一个新的“联合新闻部” (Central Integrated Newsroom)。

根据这个方案，《新明》和《晚报》的编辑部，将继续保留原有的本地新闻采访组和编辑组，以便保持两报在新闻上的自由竞争。而目前两报的其他编制，包括娱乐组、体育组、国际组、商业组等等，则将陆续集中到新的“联合编辑部”。

上述的新组织结构，已经正在逐步组建中，两报的采编人员，也将会根据需要，有步骤地进行调动。

● 《新明日报》总编辑杜南发将出任新的《新明一晚报》统筹总编辑，负责两报的总规划、总走向、以及两报的管理协调。现阶段、南发也会直接领导《联合新闻部》，并完善它与两报之间的日常互动、建立高效的工作流程、以及新闻部本身的日常工作。

(4)

我们相信，各有风格的《新明》和《晚报》，不仅将为这两份报章产生增值效益，为新加坡华文夜报市场打造出新的格局，使夜报市场的产品结构更加丰富，同时，也将能为商家们提供更全面和优化的宣传平台。

随着科技发展的日新月异，人们生活形态和对资讯需求的不断改变，各种传媒，都必须作出相应的改变，或是产品更新，或是推陈出新，才能与时俱进。

报业控股华文报集团的产品结构，也正开始由平面走向多元，《新明》和《晚报》进行的这项“产品区隔”与“运作整合”工程，正是整体华文报集团积极配合新时代发展的一项重要行动。《新明》《晚报》先行一步，通过实验吸取经验，为整体华文报集团指引方向，可谓任重道远。

《新明日报》四十而不惑，我祝愿它生日快乐、更加潇洒、自信。

感谢各位给予我们指点、期许、关怀、与祝福，

谢谢大家。