

《新明日报》40年典藏书首发仪式
杜南发总编辑演讲稿全文

总理公署部长兼总秘书长林瑞生先生，
报业控股总裁陈庆麟先生，华文报集团副总裁胡以晨先生，
《新明日报》创办人梁润之先生公子梁庆经先生，
各位尊敬的嘉宾们，女士们，先生们，

首先，让我代表《新明日报》全体同人，欢迎大家出席今天为庆祝《新明日报》40周年出版的典藏书首发仪式。

(1)

许多人都知道，要了解一个国家、一个社会，最直接的方法，就是阅读两种报章，一是当地的主流报章，一是阅读当地的都市报。

阅读主流报章，可以让我们了解这个国家和社会的主要动向；阅读都市报，则可以让我们直接进入这个社会的日常生活，感受实实在在的社会民情。

在许多国家和城市，都市报的销量，往往还超越主流报章，例如在纽约，《纽约邮报》的销量就超过国际著名的《纽约时报》，在中国的一些报业集团，也出现了旗下的都市报产品，无论在销量、经济效益或社会影响力，都超越主流报的现象。

这种市场现象，清楚说明了都市报所具有的重要价值。

都市报的主要特点，就是以市民生活为主要的市场定位和报道重点，强调活泼、生动、多变的报道风格，能直接贴近广大市民读者这一个庞大的市场。

40年前，当《新明日报》的创办先贤，选择以都市报为这份新报章的定位，果然一纸风行，迅速成长，证明了他们的策略和眼光。

(2)

1965年，新加坡诞生；1967年，《新明日报》创刊。

在时间上，《新明日报》是唯一在新加坡建国初期诞生、并且和国家一起同步成长迄今的本地报章；就品牌而言，《新明日报》则是新加坡建国以来，历史最久的一家都市报。

从创刊时期的9000多份日销量，到今天超过12万份的日销量，每日读者人数40万，《新明》的稳健成长，显示了40年来，各个不同世代读者们对《新明》

的喜爱和支持，也说明了《新明》能够不断自我更新，与时俱进，始终能够合乎社会和市场的需要。

目前，《新明》的读者年龄结构中，有一半是 30—49 岁的壮年读者，这也是市场消费力最强的一群，在 30 岁以下的年轻世代，也有相当数量的年轻人，正继续阅读《新明》，成为《新明》的新读者。

(3)

新的时代，必然带来新的挑战，任何企业都必须正视这些挑战，才能持续成长和发展，《新明日报》当然也不例外。

多年来，广大的市民读者，是《新明》的服务对象，是《新明》的市场基础，也是《新明》的鲜明品牌。

作为一个具有 40 年历史、家喻户晓的新加坡著名都市报品牌，《新明日报》的主要挑战和任务，就是要在已经成功建立的基础上，继续努力探索和开发，打造新的品牌价值。

《新明》将如何在这一个坚固的基础上，在报业控股华文报集团产品合理定位的架构中，继续开发新的空间，接下来，在胡以晨副总裁的演讲中，将会对《新明》和《晚报》未来的发展方向，向大家作更全面的说明和宣布。

(4)

今天，为庆祝《新明日报》创刊 40 年，我们特别推出了两本别具意义的典藏书。

《重新发现》，收集了新加坡 40 年的社会新闻，以不同方式呈现，让我们可以从生活的角度，了解和重温新加坡的社会变迁与发展。

有关新加坡重大政治经济和历史事件，有许多专书出版，但是以最贴近民众生活的社会新闻为主的大型专书，今天首发的《重新发现》，则是本地第一部华文社会新闻书。

《创业家》，则是收录了本地 55 家企业和品牌的创业故事和经营经验，体现了新加坡中小企业家们如何把握先机，如何用心经营和成长的创业精神，我们相信，这本书将成为本地商业发展的一份精彩的宝贵记录。

在此，我要向所有支持本书出版的各位创业家，和两家赞助机构：新加坡劳动力发展局（Singapore Workforce Development Agency, WDA）和策安保安机构（Certis CISCO Security），表示衷心的感谢。

同时，我也要感谢两位《新明日报》长期的专栏作家，曾渊沧教授和张立先生，专程从香港飞来，为我们的读者举行两场精彩的专题演讲。

我们更要特别感谢林瑞生部长，能够在百忙中莅临，为《新明日报》40周年出版的两本典藏书，主持首发仪式。

(5)

在读者的支持下，《新明日报》有了40年的稳健成长，我们相信，在大家的继续支持下，《新明日报》必将会有另一个更辉煌的40年成长！

让我们大家一起，与时俱进，再创辉煌！

谢谢。