

国际财经媒体

发展研究

杭敏 著

Research on the Development of
GLOBAL FINANCIAL MEDIA



中国财经出版传媒集团

中国财政经济出版社

国际财经媒体发展研究

杭敏 著



中国财经出版传媒集团
中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际财经媒体发展研究/杭敏著. —北京: 中国财政经济出版社, 2016. 5
ISBN 978 - 7 - 5095 - 6597 - 1

I. ①国… II. ①杭… III. ①经济 - 传播媒介 - 发展 - 研究 - 世界
IV. ①G219.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 318445 号

责任编辑: 李 磊 责任校对: 李 丽

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://ckfz.cfeph.cn>

E-mail: ckfz@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

营销中心电话: 010 - 88190406

天猫网店: 中国财政经济出版社旗舰店

网址: <https://zgczjjcbs.tmall.com>

北京京华虎彩印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

710 × 1000 毫米 16 开 13.25 印张 192 000 字

2016 年 7 月第 1 版 2016 年 7 月北京第 1 次印刷

定价: 39.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 6597 - 1/G · 0161

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

质量投诉电话: 010 - 88190744

打击盗版举报电话: 010 - 88190492, QQ: 634579818

前 言

与财经新闻与财经媒体结缘是在我加入清华之后，之前我所关注的领域一直是媒介经济与传媒管理，而研究与教学也大多聚焦在管理与产业的议题中，未曾想到，在清华的教学为我打开了一条探索财经新闻与财经媒体的新路径。

2007年，清华大学开设了中国大陆第一个全英文财经新闻项目“全球财经新闻（Global Business Journalism, GBJ）”，这恰逢我结束在欧洲的工作学习回到清华之时。我执教的第一批课程中即包括了GBJ的经济管理核心课，我负责为财经新闻方向的学生讲授财经报道中的经济金融学原理。由此，我开始关注与研究财经新闻与经济报道，并考察与追踪财经报道的国际趋势。2009年以后，作为清华财经新闻项目的负责人，我更多地参与到GBJ的组织协调工作中，与项目的产业协作方彭博新闻社，以及金融时报、财经、财新等中外财经媒体有了更多的接触与了解。2014年，我挂职人民日报社经济社会部，这些都让我对财经新闻报道和财经媒体的发展有了更多观察、积累与思考的机会。

2015年春，在清华大学五道口金融学院的金融媒体项目中，我为学员讲授了国际财经新闻报道与财经媒体发展的趋势。这其中，谈到很多财经新闻报道中的新趋势，比如：“数据可视化技术”、“沉浸式多媒体报道技术”与“媒介融合技术”等，也涉及

国际媒体在探索新的商业模式中突破性尝试，例如：“众包新闻”、“社交媒体细分商业模式”等。不少学界业界专家都谈到，这些对于财经新闻报道趋势与财经媒体发展的探讨正当其时，很多信息可以为中国媒体的发展与财经报道中的探索提供启示。受此推动，我以财经新闻报道的国际趋势与财经媒体发展创新为基础，进行了更多的资料收集、案例整理与研究分析工作。

在本书的撰写过程中，我的工作首先得到了中国财经报社陈清清副总编的支持，清清引荐了中国财政经济出版社徐洁社长作为本书的出版方。感谢徐总为本书的出版提供了高效的组织与安排。非常感谢我的研究生陈玮玥、胡雨濛、周泉、冯洛苏和江艾欣，这些可爱的孩子们为本书做了很多整理与汇编工作。还要感谢本书的编辑李磊先生，李先生为书的编辑、设计与推广提供了专业的支持；更感谢他的耐心，书稿几度修改，而李先生一直敬业而尽心。

本书是对财经新闻报道的内容与技术，以及财经媒体组织运营创新的初步研究探讨，希望将本书献给为推动财经新闻报道专业化、国际化以及媒体发展创新而不竭努力的媒体与专业人士，他们富饶的产业实践始终是我们研究的沃土和探索的源泉。

杭敏
于清华园

目 录

引言 写给变革中的新闻传媒业	1
----------------------	---

第一部分 国际媒体发展

第一章 全球传媒产业发展概况	9
----------------------	---

第二部分 国际财经媒体概览

第二章 国际财经媒体分类	25
第三章 国际财经媒体评述	56

第三部分 国际财经媒体内容报道创新

第四章 数据驱动的财经新闻报道	69
第五章 沉浸式多媒体融合报道	84
第六章 图像视频融合报道	98
第七章 深度报道与多元分析	111

第四部分 国际财经媒体管理转型与变革

第八章 传统媒体的重组与改革探索	121
第九章 新媒体的突破式创新	135

第五部分 新兴媒体商业模式

第十章 活动经济的创新商业模式	157
-----------------------	-----

第十一章 众包与公民新闻的新组织模式 170

第十二章 利基市场的商业创新 179

第六部分 财经媒体未来发展

第十三章 拥抱未来发展 197

写给变革中的新闻传媒业

变化中的新闻业：这究竟是最好的时代，还是最坏的时代？

信息技术的更新和社会经济的发展使人们获取资讯、生产内容和传播信息的方式都发生了根本性的变革。变化无处不在，颠覆随处可见，传统的新闻业正面临着前所未有的挑战。

挑战首先来自于新闻从业人员本身。2015 年度普利策新闻奖获奖名单公布后，人们注意到，《每日风》（Daily Breeze）这份属于洛杉矶新闻报业集团，发行量仅为 6.3 万份的加州托兰斯市地方报纸喜获大奖。然而，人们也赫然发现，罗布·库兹尼亚（Rob Kuznia），这位让《每日风》第一次获得普利策奖的资深记者，却已在当年初（2015 年）因为收入微薄付不起房租而转行从事公共工作。这是这个时代正发生在无数媒体人身上的故事——这是一个新闻人的荣耀时刻，也是新闻人的尴尬时刻。

普利策记者转行当公关？

当今年初 Daily Breeze 赢得了某个新闻奖之际，有人提醒他们的员工观看

颁奖仪式，于是他们方才聚集在一起用甜甜圈表示了庆祝。然而今早普利策奖被宣布时，情形有所不同。主编 Toni Sciacqua 说，员工们并没有收到提示，没有人对他们的成功抱以厚望；她还说，他们其实也不想显得过于乐观，所以只是在个人电脑上悄悄收看获奖公告。

当记者 Sciacqua 得知他们的报道赢得 2015 年普利策奖的本地报道奖时，她正坐在编辑部旁的办公室里，她听到编辑 Frank Suraci 一声尖叫，大喊：“我的上帝，你是在跟我开玩笑么？”那尖叫就像他们的获奖感言一般。

小报纸，大文章

Sciacqua 说：“我们都很惊讶，但是心花怒放。”

这是 Daily Breeze 获得的第一个普利策奖。Daily Breeze 是一家在加州托兰斯市发行量达 6.3 万份的报纸，从属于洛杉矶新闻报业集团。这份规模不大的报纸由前药剂师 S. D. Barkley 创办于 1894 年，它的新闻编辑部由七位报道当地城市新闻的记者组成。

虽然这是份不折不扣的小报，但在记者 Rob Kuznia 和 Rebecca Kimitch 开始深入挖掘森蒂内拉山谷联合高中学区的管理员薪酬记录后，一项大的调查开始启动了。他们的调查报道最终导致学区主管 Jose Fernandez 引咎辞职，并促使加州政府根据他们的报道而出台了防止过度福利补偿的新法律条文。

普利策奖在评语中盛赞 Daily Breeze 的贫困学区腐败调查报道，强调其为“发人深省的媒体”，虽然这只是一份小报，但在评审的最后阶段，它的竞争对手是《芝加哥论坛报》和《塔尔萨世界》这样的大媒体，Daily Breeze 一路领先，并且最终获得了胜利。

Sciacqua 说，当调查逐渐展开的时候，他们并没有意识到这将是一个普利策奖参赛作品。因为这并不是由线人的通报而展开的新闻调查，它最初源于记者 Rob Kuznia 关于教育新闻的报道。后来，记者 Rebecca Kimitch 加入了调查，挖掘出更多深度故事，而编辑 Frank Suraci 的编辑工作则使得报道最终成形。

Sciacqua 认为，Daily Breeze 获得普利策奖使人们更加关注本地新闻编辑室，并意识到其重要性。本地新闻编辑室非常重视挖掘当地的重要新闻事件，

在这一点上，忽视本地新闻编辑室就容易导致当地重要新闻事件被忽略。“这是其他信息所无法取代的，空降到当地是不能发现重要新闻事件的，你必须要深入到社会内部。”

记者为生活所迫做公关！

然而，就在 Daily Breeze 编辑部庆祝他们胜利的同时，传媒博客上也爆出了他们其中最先开展调查的记者已经转行成了一名公关人员的新闻。

Rob Kuznia 是 Daily Breeze 最初在森蒂内拉山谷联合高中学区展开对管理员薪酬记录深入调查的记者。然而，根据《洛杉矶观察》的报道，这位曾经全身心采写关于教育问题调查新闻报道的记者 Kuznia，现在已经完全离开了新闻行业，转向从事公关工作。

人们不得不重视这样的事实：Kuznia 是一位有着 15 年媒体工作经验的资深记者，他曾经获得过加州报业联盟颁发的本地政府报道大奖，但 Kuznia 最终离开了 Daily Breeze 和新闻业。在普利策新闻奖名单公布出来之后，有记者采访了 Kuznia，他承认不再身为记者的心痛和懊悔，但他也说在报纸媒体从业实在太难维持生计，以致他甚至无法支付在洛杉矶地区的房租。

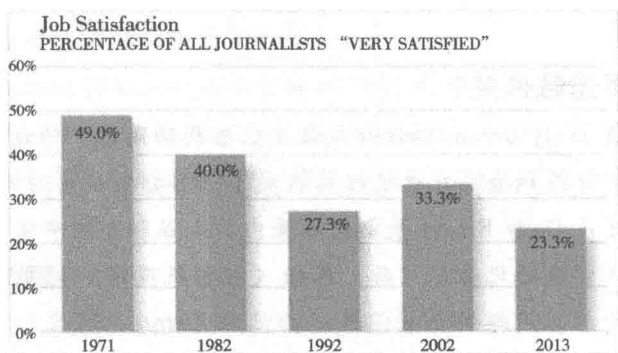
所以，如今的新闻时代的特点是，一方面地方报纸在四处寻觅胜任的记者，另一方面，由于待遇微薄，媒体也在迅速流失人才。如果说，有一天我们发现街边一位为生活艰难奔波的人竟然是遗失在民间的普利策奖得主的话，这恐怕并不是一则笑话。

那么，这究竟是新闻业最好的时代，还是最坏的时代？^①

这则报道成为新一届普利策奖名单颁布之后带给人们的最大震撼之一，而新闻传媒从业人士所面临的挑战也再一次引发了人们的关注。在近期美国对新闻记者职业满意度的一项调查数据显示：在二十世纪七十年代传媒发展的上升期，职业记者满意度达到 49%，将近一半的记者对职业状况表示满意；然而职业满意度随着时间的推移不断下降，到 1992 年，记者职业满意度

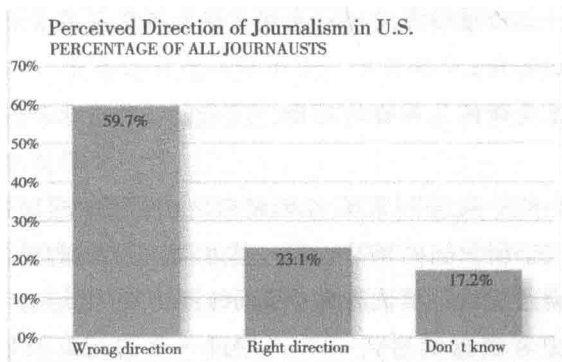
① 报道来源：media.souhu.com 编译

降到 27.3%。20 年之后，到 2013 年，记者的职业满意度已经下降到 23.3%，仅有不到四分之一的新闻从业人员对职业状况表示满意。



美国新闻记者职业满意度调查^①

然而，最值得忧虑的还不仅限于此，人们对职业满意度的评价仅代表对过去和目前行业状况的评判——而对未来的期许和信心是关乎行业发展前景的最重要的指征。在对新闻职业方向是否正确的评测中，仅有 23.1% 的从业人员认为方向正确，17.2% 的人员认为未来方向不明确，而将近六成（59.7%）的新闻记者直接指出新闻发展的未来方向是错误的。

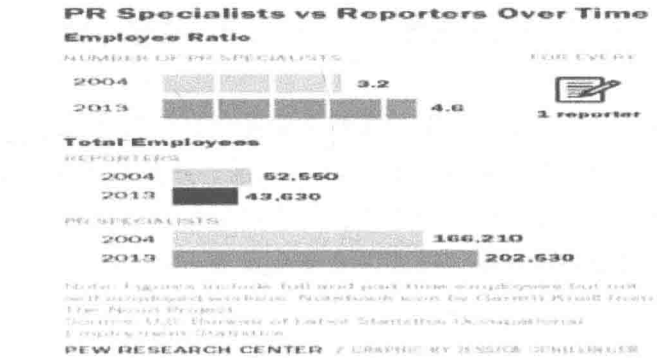


美国新闻记者行业未来信心调查^②

①② 数据来源：美国印第安纳大学 2014 年全美新闻记者调查。

这样的结果令人忧心，但是新闻记者对本身职业状况和未来发展的评价确实是这一行业发展所面临的严峻挑战的真实写照。即使将新闻业与最为相关的公关传播业就业机会和收入状况进行比较，我们也能发现巨大的差距。

在 2004 年，全美新闻行业的就业职数为 52,550，公关传播行业的就业职数为 166,210，两者就业比例为 1 : 3.2。到 2013 年，全美新闻行业的就业职数下降到 43,630，而公关业就业职数上升为 202,530，两者就业比例差距增加到 1 : 4.6。除就业机会之外，收入差距也在增加：2004 年，新闻记者的收入为公关业收入的 71%，而十年之后，新闻记者的收入降为公关业收入的 65%。



美国新闻记者与公关传播就业职数对比^①



美国新闻记者与公关传播收入情况对比^②

①② 数据来源：美国印第安纳大学 2014 年全美新闻记者调查。

美剧《新闻编辑室》是近年受人欢迎的以新闻人为素材的电视剧，其中的男主角杰夫·丹尼尔斯喜获2015年艾美奖。这部广受欢迎的电视剧塑造了职业理想建构中的新闻人形象：担当、责任、锐气，以及铁肩担道义的情怀。然而，从种种数据趋势中，我们却看到现实中的新闻业在变革的时代遭遇了巨大的挑战，这其中有传统新闻行业转型所带来的威胁，也有新闻从业者自身职业拓展与发展中所遭遇的困境。

那么，出路在哪里？

这究竟是一个最坏的时代，还是一个最好的时代？

以上种种思考，使这个时代中对于新闻传媒业本身的认识、变化的趋势以及未来方向的认识显得尤为重要。本书即致力于进行与这些议题相关的探讨。

本书期望从宏观新闻业发展的视角和微观新闻报道与组织方式变化的视角来勾勒这一时代新闻传播业发展的特点与状况，并分析未来转型的趋势。书中以国际媒体的财经专业化发展作为专门探讨的切入点，通过介绍财经专业类媒体的组织管理和内容报道模式以及变化发展，来提供新闻传媒转型与探索中的启示。

本书将分六部分十三章节来进行介绍。第一部分对国际传媒的总体发展状况进行陈述。第二部分进入国际传媒财经专业化议题，对国际财经媒体进行分类介绍，并对其发展状况展开评述。第三部分介绍国际媒体报道趋势，结合财经媒体内容报道，从数据驱动的新闻报道、沉浸式多媒体融合报道、图像视频融合报道和深度报道与多元分析等方面进行阐释。第四部分介绍国际媒体转型与变革，从新媒体的成功案例和传统媒体改革两方面来讨论传媒发展。第五部分介绍新兴商业模式，包括会议经济、众筹模式、专业化发展和社交媒体平台等内容。本书的最后一部分是对财经媒体未来发展机遇与传媒转型趋势进行探讨。

希望本书为变革中的新闻传媒业贡献正当其时的思考。

第一部分

国际媒体发展

第一章 全球传媒产业发展概况

在一个变革的时代，尽管传统新闻行业面临着巨大的挑战，但传媒产业的总体发展态势仍然为我们注入了对未来的期许与信心。

根据普华永道（PwC）^① 对全球传媒娱乐产业的研究统计，在全球经济日渐复苏的背景下，传媒产业的总体发展呈现出增长的趋势。PwC 基于北美、欧洲、拉美和亚太地区五十四个代表性国家与地区的传媒消费和广告数据，对图书、杂志、报纸、出版、广播电视和新媒体等十三个传媒部门的收益状况进行了长期追踪与分析。近期数据显示，未来几年中全球传媒产业总体收益将持续增长，其中数字媒体的发展状况优于传统媒体，而传统媒体受益于数字化转型，总收入也将逐步回升；内容消费所产生的收入占比不断下降，广告收入稳定中有升，以互联网接入为主体的接入费用占比不断提高，传媒产业在新兴市场国家的发展速度将超过成熟市场。

一、全球传媒产业发展综述

1. 总体格局不变

普华永道近期发布的数据表明，目前全球传媒产业的总体格局未发生根本性变化：非数字媒体仍然是全球传媒产业收入的最大来源，电视仍为最主要的广告媒介，而美国始终保持全球最大娱乐及传媒产业市场的地位。同时，数字媒体的不断发展将在不久的将来对传媒产业的格局变化产生更为深远的

^① 资料来源：普华永道《2015~2019 年全球娱乐及传媒业展望》报告，<http://www.pwc.com>。

影响。

2. 总收入持续增长、数字化转型明显

全球传媒产业的总收入呈持续增长态势，数字化不断推动媒体发展变化，各国各行业的传媒收入增长受到数字化的拉动也更为明显。数字广告收入占广告总收入的比例将在未来几年中不断攀升，全球传媒产业消费和广告收入增长中将近六成将来源于数字化媒介。同时，全球娱乐及媒体行业的收入将在未来五年里实现 5.1% 的年均复合增长，到 2019 年有望达到 2.23 万亿美元（约合 13.83 万亿元人民币）的总营收。

然而，对于传统媒体的数字化转型来说，最大的挑战在于数字消费的货币转化问题。尽管消费者越来越多地使用数字化内容，数字媒体的消费收入（互联网接入除外）占总收入的比例仍然有限。这主要是因为数字媒体所提供的内容以免费为主，并因其媒介本身开放、便捷和快速的特质更易于实现内容的再度传播。因此，除鼓励消费者的数字化行为外，建立付费墙等制度和提高数字消费的货币转化比例等也是传统媒体未来转型工作的重点。

3. 互联网接入，尤其是移动互联网接入持续拉动收入增长

与内容消费相比，传媒收入增长更多地受到接入费用尤其是互联网接入费用的驱动。互联网接入所占的全球娱乐传媒收入比将在未来几年中增至三成，而消费收入占比将会减少到四成以下。随着智能手机、平板电脑和其他移动设备的普及以及 3G、4G，乃至 5G 网络的建设，移动互联网接入占互联网收入的比例也快速提升，这为传统的互联网发展模式带来了新的机遇和挑战。

二、传统媒体数字化转型与发展

在全球传媒产业中，传统媒体受数字化转型影响巨大，其中，报纸、杂志和图书出版业正以更大规模向网络订阅和移动终端迁移，而广播电视产业的数字化平台建设也成为广电媒体发展的重点。