

聚焦

华西都市报

主 编 尹韵公
副主编 叶潮



COLLECTION OF RESEARCHES ON
METROPOLITAN NEWSPAPER IN CHINA

中国都市报研究文丛

聚焦《华西都市报》

主 编 尹韵公

副主编 叶 潮 李 鹏

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国都市报研究文丛/中国社会科学院新闻与传播研究所编.
—北京: 中国社会科学出版社, 2000. 9

ISBN 7-5004-2773-5

I. 中… II. 中… III. 城市-报纸-研究-中国-文丛
IV. G216-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 61104 号

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010-84029453 传 真 010-64030272

网 址 <http://www.cass.net.cn>

经 销 新华书店

印 刷 四川成都拓字印务有限公司印刷

版 次 2000 年 9 月第 1 版 印 次 2000 年 10 月第 1 次印刷

开 本 850×1168 毫米 1/32

印 张 62.75 插 页 32

字 数 1546 千字 印 数 1-3000 套

定 价 120.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

(全五册)

总 序

邵华泽

1997年12月，中国记协国内部在北京召开了一次“市场经济与都市报发展”研讨会，研讨会的论文随后汇编成《都市报现象研究》一书准备交新华出版社出版，《华西都市报》的一位同志找我为这本书题写了书名。于是，我与都市报结下了不解之缘，陆陆续续对都市报有了比较多的了解。

《华西都市报》是我国第一张以“都市报”命名、公开发行的日报。它不仅在时间上、形式上是第一，在办报艺术的探索、面向市场的经营以及带动全国都市报的发展与兴盛等方面，也起到了很好的作用。

从办报理论来说，《华西都市报》恪守新闻的党性原则，并把它作为报纸的生存之本，提出了办一张“党和人民都喜欢的报纸”这一最高理想。他们从社会主义市场经济这个新的历史条件出发，率先提出了“市民生活报”的定位，并对“市民生活报”的办报方针、办报思路、报纸特点和风格等等进行了系统的规定，倡导新闻要“源于大众、面向大众、服务大众”，使报纸充分发挥了大众传媒的作用。

在办报实践中，《华西都市报》把策划当作报纸发展的助推器。他们从报纸定位、营销艺术、版面结构、报道常规、公共关系等方面进行了全方位、立体化的策划，并探索和总结出了一套报纸

策划的思路，创造了像一天讲一个故事的“特别报道”版、以广大在校学生为读者对象的“校园内外”版、“市民写、写市民”的大众化副刊“街坊”版，以及把“新闻追踪”作为常规武器进行“规模经营”的一系列吸引读者、满足读者需要的新闻服务艺术和服务方式，许多策划在全国新闻界产生了影响，受到人们的称赞。

同时，《华西都市报》适应社会主义市场经济的要求，把新闻规律和市场规律结合起来，创立了一套具有指导性和操作性的报业经营思路。他们提出了“区域组合城市报”的发展战略，首倡“敲门发行”的营销方式，创立“敲门发行学”，创造了创刊3年，发行量超过50万份，广告收入过亿元的业绩，为报纸的经营管理提供了有益的新鲜经验。

在管理机制上，《华西都市报》实行全员聘任合同制和岗位效益工资制，改革保险福利制度，建立和完善了激励机制、约束机制和发展机制，充分调动全体员工的积极性和创造性，确保了报社的稳步发展。

《华西都市报》的成功吸引了全国许多报界同仁，很多人纷纷跑到《华西都市报》去学习，回去以后结合自己的实际运用《华西都市报》的经验，都取得了成效，有的还用自己的实践丰富和发展了《华西都市报》的经验。短短几年，城市报纸就异军突起，刮起了一场“都市报旋风”，给社会主义市场经济条件下的新闻事业注入了新的活力，进一步推动了报业市场的繁荣。

总的来说，以《华西都市报》为代表的中国都市报的勃兴，标志着中国新闻媒介在更好地宣传党的方针、政策，更好地服务大众、服务社会、服务经济建设，更好地适应市场、搞好经营等方面迈出了一大步，符合广大人民群众的利益，符合中国新闻文化的发展方向。中国都市报的同仁们为此而进行的辛勤探索和大胆实践值得赞扬和肯定。作为中国都市报的创始者，《华西都市报》总编辑席文举同志在中国都市报的形成、发展和繁荣过程中所作

出的探索和努力，也值得人们给予积极而恰当的评价。

中国社会科学院新闻与传播研究所编辑出版的这套“中国都市报研究文丛”，第一次对都市报进行了深入系统的研究，蕴藏着相当广泛而丰富的内容。我相信，这套丛书会引起更多同志对都市报的关注，推动新闻界对都市报的研究，这对进一步丰富、完善社会主义大众报纸的新闻传播理论，推动有中国特色社会主义新闻事业的发展，也是有益的。

（作者系中华全国新闻工作者协会主席）

新闻理论研究的丰硕成果

——《聚焦〈华西都市报〉》序

梁 衡

以 1995 年 1 月《华西都市报》在四川成都创刊为标志，都市报在 20 世纪 90 年代中期登上中国报业的宽阔舞台，成为中国报业市场竞争中一支咄咄逼人的劲旅。现在，全国的都市报已发展到四五十家，这些新兴的报纸以惊人的发展势头、强大的市场竞争力、清新可喜的文风、灵活创新的经营机制等鲜明的特征，受到广大读者的由衷欢迎和赞赏，也引起新闻界的密切关注。都市报的崛起绝非偶然，而是有着历史、社会、经济、文化等诸多方面的深刻原因。人们在对形成“都市报现象”的原因进行探寻，以把握都市报的生命脉络、本质特征及发展态势时，自然把眼光更多地投向都市报的发源地——《华西都市报》。

较早关注《华西都市报》的是首都新闻理论界的同仁。1996 年 3 月，中国报刊月报社牵头组织了《新闻战线》杂志、《中国记者》杂志、《新闻传播》杂志、《新闻出版报》、中国人民大学舆论研究所等新闻研究机构的专家学者，对《华西都市报》进行了一周时间的考察。他们深入《华西都市报》编采队伍中了解情况，听取四川新闻界领导的介绍，产生了第一批研究《华西都市报》的论文，并陆续刊登在一些刊物上，引起了人们的注意。这次调研活动拉开了中国新闻理论界研究《华西都市报》的序幕。

大型的调研活动始于 1997 年 4 月。中国记协国内部组织北

京、上海、黑龙江、四川等地的专家学者三十多人到《华西都市报》调研，并在成都召开了“市场经济与都市报发展”研讨会的预备会。同年8月又组织北京的专家、学者到《华西都市报》继续考察。11月份在北京召开了“市场经济与都市报发展”研讨会。中央有关部门领导、专家、学者和各省（区）都市报总编辑七十多人与会。代表们对《华西都市报》的迅速崛起进行了认真的研究和讨论。会议充分肯定了《华西都市报》的办报经验，分析了都市报产生的社会背景、办报思路和发展趋势，一致认为都市报的崛起和繁荣，是90年代我国报业市场新的风景线，是新闻改革的成果，是我国报业群体的一个新的方面军。这是我国第一次研究都市报的会议，作为会议的成果，《都市报现象研究》一书于1998年正式出版。

一些专家、学者还自发来到《华西都市报》，或亲自撰写论文，或带领学生一起研究。四川大学新闻系和四川省社会科学院新闻研究所的同行们可谓“近水楼台先得月”，对《华西都市报》展开了全面、系统的研究工作，并成立了都市报课题组，把它作为一项经常性的研究内容。中国人民大学、清华大学、复旦大学、华中理工大学、暨南大学等全国著名高等学府的新闻专家、学者也对《华西都市报》给予了较多的关注。

一些慕名而来的新闻界同仁，不仅感受了《华西都市报》蓬勃发展的势头，而且还撰文介绍《华西都市报》。近几年，到《华西都市报》学习取经、考察调研的报社有四百多家，最早来学习的是省报办的都市报，以后不仅机关报来学习，晚报来学习，地市报和行业报也来学习。不仅报社自己来学习，而且很多省（市）记协、报协也组织人来学习。如上海市记协组织的上海新闻代表团、辽宁省报协组织的辽宁报业代表团、安徽省报协组织的安徽报业代表团、湖北省新闻出版局组织的湖北省新闻代表团等。

这本文集所收录的正是专家、学者和新闻界同仁所撰写的部

分文章。从这个角度上讲，文集是新闻界集体智慧的体现，这些研究成果是对《华西都市报》成功经验的总结，揭示了《华西都市报》迅速崛起的原因，丰富了我国新闻理论研究的成果。

从这本文集可以看出，这些研究成果呈现出这样几个特点：一是创造性。《华西都市报》开我国城市报纸的先河，她的实践具有原创性，许多做法是机关报、晚报所没有的，《华西都市报》的成功经验为专家、学者的研究提供了宝贵的素材。成果体现了在市场经济条件下办报的新思路、新方法和新思考。二是前瞻性。专家、学者对《华西都市报》的研究站得更高，看得更远，具有超前性。理论研究只有走在实践的前面，才能对实践起到更好的指导作用。这些研究成果涉及了今后一段时期我国城市报纸所面临的诸多课题，展望了我国报业发展的新趋势，对城市报纸的发展具有导向作用。三是系统性。这些成果内容丰富、全面，既有办报理论的探讨，又有新闻业务的操作，还有经营管理方面的论述，涉及报纸工作的方方面面，构成了一个完整的体系。我觉得可以这样来概括都市报的特点，它与传统的机关报、行业报比更贴近群众，贴近社会；与晚报比，除继承了其文化性外更注重社会新闻；它更多地体现了与市场经济体制和信息化社会的适应性。

新闻业由于实践性强，曾被人误解为“新闻无学”，而过去我们这个行业在理论研究方面也确实较薄弱。现在不仅专家、学者研究《华西都市报》，《华西都市报》自身也非常重视对新闻理论的研究。这是我国新闻界出现的一种可喜的现象。《华西都市报》总编辑席文举曾这样说过：《华西都市报》的成功是办报理论的成功，是办报思路的成功。办报之初，报社就确定了报纸的定位、办报思路、办报方针等，这些办报理论奠定了《华西都市报》成功的基础。在以后的办报过程中，《华西都市报》每向前发展一步，都边实践，边总结，力求以理论作指导。《华西都市报》重视新闻理论研究的浓厚风气，也影响了全国都市报。

1998年11月，作为以研究都市报为己任的中国都市报研究会在成都诞生。研究会自成立以来，开展了各种形式的研究工作。1999年5月，研究会与中国记协国内部组织了专家、学者分三路对全国都市报进行了一次大规模的调研活动，形成了三十多篇论文，提交给在广州举行的第二届都市报总编辑会议暨理论研讨会。这次调研活动将都市报的研究工作推向了深入。同时，都市报工作者也加入了理论研究队伍，《楚天都市报》、《大河报》、《贵州都市报》等一批都市报的理论研究走在前边，各家都市报的总编辑或编辑、记者都纷纷撰写文章，显示了都市报研究工作的整体实力。

近年来，中国报业以都市报的发展为先导，涌现了一大批城市报纸，在报业竞争中表现出了顽强的生命力和势不可当的光明前景。这给我们从事理论研究的同志提供了施展才华的机会和舞台。愿广大新闻理论工作者积极投身火热的新闻改革大潮，为社会主义新闻理论大厦添砖加瓦。

（作者系《人民日报》副总编辑，原新闻出版署副署长）

目 录

总序	邵华泽 (1)
----------	---------

新闻理论研究的丰硕成果

——《聚焦〈华西都市报〉》序	(1)
----------------------	-----

办报思路

汇各报的精华 创自己的新路

——对《华西都市报》办报思路与办报实践的初步 考察	(3)
------------------------------------	-----

领导专家评说“都市报现象”

——全国“市场经济与都市报发展”研讨会座谈 纪要	(10)
-----------------------------------	------

一张深受广大市民欢迎的报纸

——对《华西都市报》走向市场“全心全意为市民 服务”经验的剖析	(24)
--	------

从《华西都市报》看都市报的媒体定位

——兼论《华西都市报》的新闻风格与喉舌作用	(32)
-----------------------------	------

“让党和人民都满意”

——谈《华西都市报》的宣传艺术	(40)
-----------------------	------

“黑马”雄风

——《华西都市报》对转型期报业发展的启示	(57)
----------------------------	------

在探索中不断创新

——从《华西都市报》的实践看如何提高报纸的 新闻宣传艺术	(65)
---------------------------------------	------

论《华西都市报》“全心全意为市民服务”的

办报思想 (74)

报纸定位三问

——以《华西都市报》为例 (83)

特色与个性

展现市民报风采的窗口

——《华西都市报》头版浅探 (97)

抓群众关切热点 促转化分忧解难

——《华西都市报》新闻追踪专栏评析 (106)

批评性追踪报道的成功经验

——评《华西都市报》一名牌专栏 (112)

新闻追踪报道的成功范例

——《华西都市报》的“新闻追踪” (118)

过程比结果更值得玩味

——读《华西都市报》一组连续报道的遐想 (125)

拨动受众心弦 满足受众心理

——对《华西都市报》新闻追踪成功的思考 (131)

新闻的翻进与再生

——对《华西都市报》创造性新闻实践的理论思考... (137)

“特别报道”的特色与经验

——对《华西都市报》一个名牌专版的评析 (144)

加强舆论监督是报纸走向市场的助推器 (150)

试析《华西都市报》的舆论监督特色 (155)

努力营造健康向上的市民舆论氛围

——从《华西都市报》街坊专版谈起 (161)

现代都市“文化快餐”

——《华西都市报》副刊版浅评 (168)

散步“街坊”

- 《华西都市报》副刊的文化品位…………… (174)

一次高扬主旋律的成功策划

- 对《华西都市报》关于府南河工程系列宣传
活动的考察与思考…………… (180)

浅析《华西都市报》的新闻语言特色…………… (187)

创新“领头雁”与知识产权保护

- 由《华西都市报》的创新所引发的一些思考…………… (192)

市场与营销

敲开千家万户门

- 追踪《华西都市报》发行之路…………… (213)

《华西都市报》走向市场研究…………… (220)

都市报市场营销组合

- 《华西都市报》的实践与思考…………… (229)

产品 服务 品牌

- 《华西都市报》的立体策划…………… (258)

总编辑就是总策划

看得见的辉煌与看不见的因素

- 略论总编辑及其属下报纸…………… (269)

席文举是如何创立“〈华西〉都市报”的…………… (277)

全心全意为经济建设服务

- 访《华西都市报》总编辑席文举…………… (342)

“总编辑就是报纸的总策划”

- 访《华西都市报》总编辑席文举…………… (348)

他掀起了都市报旋风…………… (355)

“领头雁”与领头人

——席文举对都市报办报理论的探索与贡献…………… (359)

编后记…………… (403)

办报思路

汇各报的精华 创自己的新路*

——对《华西都市报》办报思路与
办报实践的初步考察

阮观荣 王同英

《华西都市报》是由《四川日报》主办的一份省级都市报。在我国社会主义市场经济迅速发展的新形势下，这张报纸创办不到3年，其发行量由1万份迅速增长到48万份，广告收入由800万元增长到7000万元，社会影响越来越大，在成都已是家喻户晓。这充分表明了《华西都市报》的办报思路和办报实践是适应社会主义市场经济发展需要的，是一张市民欢迎的报纸。

办 报 思 路

《华西都市报》之所以能迅速崛起，取决于它充分的战前准备和正确的办报思路。创刊之前，报社总编辑席文举带领有关人员到全国各地考察了十多家晚报和综合性报纸。根据全国报业发展的趋势，吸取各家报纸的长处，制定了《华西都市报》的办报思路。

1. 从三种类型的晚报中吸取营养

我国的晚报大致有三种类型：

* 这是作者1997年6月为“市场经济与都市报发展”研讨会提交的论文。