



聚在

中国物流顽症

——研究型报道探析

韩青熊波 编著

聚在

中国物流顽症

——研究型报道探析

韩青 熊波 编著

图书在版编目(CIP)数据

聚焦中国物流顽症：研究型报道探析 / 韩青，熊波
编著. — 北京：中国广播电视出版社，2011.8
ISBN 978-7-5043-6487-6

I. ①聚… II. ①韩… ②熊… III. ①新闻报道—作品集—中国—当代②物流—研究—中国 IV. ①
I253.3②F259.22

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第170430号

聚焦中国物流顽症

——研究型报道探析

韩青 熊波 编著

责任编辑 余潜飞

封面设计 丁琳

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtip.com.cn

电子信箱 crtp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京市翰林印刷厂

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

字 数 150(千)字

印 张 14.25

版 次 2011年8月第1版 2011年8月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-6487-6

定 价 46.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

先来看两则报道：

“根据中国国家统计局、商务部、上海房屋租赁指数办公室、中国物流与采购联合会等部门和单位已公布的有关数据测算，6月份，中国消费者物价指数（CPI）同比上涨6.5%，涨幅较5月份扩大1个百分点左右。环比来看，6月CPI环比上涨约0.3%，环比涨幅较5月份加快0.2个百分点。”^①

“昨日，国家统计局公布了6月下旬50个城市主要食品价格的变动情况，猪肉价格5.3%的涨幅再创新高。蔬菜价格也逆市上涨，大白菜更是连续两月涨幅达到两位数。专家表示，猪肉价格的高企加上翘尾因素影响，或将推高6月居民消费价格预期，初步估计CPI涨幅在6.1%上下。”^②

俗话说，不当家不知柴米贵。但是为什么贵，也许就超出了老百姓的常识范围。而今媒体上关于物价的报道，充斥着复杂的专业术语和抽象的数字，但却并没有告诉老百姓这些“符号”到底代表了什么意思，以及为什么会出现这种情况。于是作为普罗大众中的一员，虽时刻体会着涨价之痛，但却不明就里，不解内幕。虽然媒体的报道也有其原则与规范，但是作为具有新闻专业主义精神的传媒人，是否需要动用智慧试着去“揭开这一黑箱”？我们欣喜地看到，《经济半小时》栏目组对物流行业所进行的连续七天的系列报道《聚焦物流顽症》（以下简称《聚焦物流》），将这一行业的种种“潜规则”大白于

① 参见《财华社：预计中国6月CPI上涨6.5%》，财华网，2011年7月4日。<http://roll.sohu.com/20110704/n312374300.shtml>

② 参见《猪肉价继续攀高或推6月CPI破6》，《北京商报》，2011年7月5日。<http://roll.sohu.com/20110705/n312396446.shtml>

天下，篇幅空前，深度空前。相比抽象的理论，他们找到了更加生动形象的报道形式；相比简单的说教，他们找到了更具深度解释力的证据；相比较各种利益博弈，他们选择公共利益至上。

一、化整为零 精细梳理

山东产地5分钱一斤的西葫芦，北京的社区菜场为什么卖一块钱一斤？出厂价只有1.2元的锅巴为什么超市卖3块？这中间的差价是如何层层附加上去的？以往报道也许会笼而统之地概括为成本提高、物流环节多、管理分散不到位等原因。但这些都仅仅是粗略的描述，并没有深入到行业运行的内部中去探寻，更无法在电视节目中用具体形象的镜头语言来表现。《聚焦物流》系列节目，将这一中间环节细分为七个段落，每天一集，分别探究了“货车进城难”、“过路费”、“乱罚款”、“仓储难”、“进场费”、“联运短路”、“重复征税”等七个方面的物流顽疾，前后连贯，一气呵成，剥茧抽丝，鞭辟入里。报道全面细致，从环节上看，涵盖了产品从出厂到入店的整个物流流程；从零售模式上看，包括了超市、商场、电子商务、进出口贸易等最常见的几种商业分销模式。在报道的过程中，记者怀揣一个小账本，时时用数字提醒我们，在这里，存在着什么样的误差；在那里，又多收了几十块钱；请注意，这里有一个重复收税，等等。于是，那最终全部加在老百姓身上的“成本”的真实面目便被充分地暴露出来。全面与细节的结合，使得我们随着记者的镜头，一层层剥开了裹在物流行业表面的洋葱皮，果然是辛辣呛人。

二、全程跟踪 权威解读

离我们最近的是事实，而离我们最远的是真相。物价持续上涨，这是人人都可以看到的事实，为什么会上涨？物流如何推高物价上涨？要揭示这样的真相，需要付出艰辛的努力。为了制

作此次《聚焦物流》系列节目,《经济半小时》的记者深入到新闻现场的第一线,搜集到了大量的一手材料,以一种全景式的客观全面的视角,将物流领域中各种冲突矛盾一一展示出来。在《物流堵在最后一公里》、《顽强的买路钱》和《十七年难治公路乱罚款》这几期节目中,记者采取跟车采访的形式,亲历发生在物流基层的各种现实。尤其是在《顽强的买路钱》中,记者全程跟随一位从广东到辽宁的货车司机,历时三天两夜,途经七个省,行程超过两千五百公里,其中的艰辛可想而知。而通过这样扎实的采访,记者得到了精确到个位数的过路费数据,这不是引自统计部门的信息成品,更不是道听途说的开支传闻,而是由货车司机的亲身经历作为证明的,是真正的“用事实说话”。

但是,仅仅是事实还是不够的。虽然节目舍弃了通常从种种舶来的经济理论中寻找切入点的做法,但是这并不等于说专家们的观点不重要,恰恰相反,权威的言论往往可以拨开重重事实的迷雾,指出问题的核心。因此,节目组的记者在后面又采访了如执法交警、行业协会理事、大学教授等数十名直接相关的人物,通过不同人群的观点综合反映了存在于物流行业中的种种体制、机制的弊端,将社会中不同领域的关系爬梳清晰。粗粝的事实与深思的观点彼此呼应,节目有张有弛,但又张弛有度。

三、专业报道 心系公众

面对无处不在的物价上涨,《聚焦物流》系列节目没有就地转圈打太极,而是直奔问题核心,剑指物价的构成部分。在七天的系列报道中,物价的权重组成为报道密集关注的焦点——物流费用的构成逻辑,城市基础建设的不足,交通管理理念的滞后,各方垄断经营带来的暴利,公权私化形成的不公,这些方面几乎涵盖了迫使物流成本居高不下的各种顽疾。而这些问题恰恰是隐含在物价居高不下背后的“隐患”,也是老百姓平时很难接



触到的“真相”。《聚焦物流》系列节目的记者与编导们运用专业的采编手法，指出了物流成本与物价之间的关系，揭示了种种社会幻象背后的逻辑。作为央视创办最早、影响最大的名牌经济深度报道栏目，近20年来，《经济半小时》始终秉承“观经济风云、知民生冷暖”的追求，不断朝着专业、负责、权威、深入的方向前进，此次的系列报道充分体现了节目组的这种关怀。

另外，面对制度中存在的问题，栏目既没有避重就轻，也没有支吾其词，而是通过细致严密的分析，旗帜鲜明地指出问题的症候，将公众的利益摆在了第一位，坚持不懈地从百姓的角度来问询、质疑、比较、分析物流物价问题。在这一过程中，种种利益群体、行业潜规则、经营内幕、管理混乱的弊端也全部暴露无遗。权力在权力被揭示的位置失去效力，问题在问题被揭露的地方成为问题。而只有坦坦荡荡地将问题摆上桌面，我们才有可能坐下来仔细研究问题的解决方法，而不是桌上喝酒，桌下动手。而暴露问题、分析问题也是媒体应有的社会责任。

转型时代，乱象滋生。如何于万千迷茫中拨云见日，尤需社会瞭望塔引领导航。放下身段与民为伍，切身处地为民着想，发挥优势揭示弊端，促进社会制度发展，《经济半小时》栏目组能够将新闻专业主义与媒体的社会责任担当有机地结合起来，节目精品倍出，值得鼓励与欣赏。

在20世纪80年代，《经济半小时》专栏的创办是中国电视界新闻改革标志性的成果。25年时间，栏目组换了一茬又一茬的记者编辑，但《经济半小时》敢于担当的责任心，直面现实的勇气，精益求精的追求，这样的精神和风格没有改变，而是与时俱进，不断发扬，《聚焦物流》只是最新的例证，这是让我倍感欣慰之处。

(作者李良荣系复旦大学新闻学院教授，
方师师系复旦大学新闻学院博士生)

今年5月，中央电视台财经频道连续推出《聚焦物流顽症》系列节目，集中展示和剖析了我国物流业发展中遇到的突出问题，在社会上引起了强烈反响，产生了良好的社会效果。我们说，这个“焦”，“聚”得好！

好就好在聚在了“点子上”。物流业是融合运输业、仓储业、货代业和信息业等的复合型服务产业，是国民经济的重要组成部分，涉及领域广，吸纳就业人数多，促进生产、拉动消费作用大，在促进产业结构调整、转变经济发展方式和增强国民经济竞争力等方面发挥着重要作用。物流业出现问题，与社会生产、商品流通和老百姓生活息息相关，牵一发而动全身。中央电视台财经频道紧紧抓住“物流顽症”，通过《经济半小时》、《今日观察》、《对话》和《财经下午茶》等诸多栏目，打出了“组合拳”，抓住了“牛鼻子”。这组节目，不仅促进了物流业健康发展，而且对于国民经济全局都是一个有力的推动。

好就好在聚在了“节骨眼儿”。2009年3月国务院印发《物流业调整和振兴规划》以来，我国物流业快速发展，产业发展水平不断提升。但随着《规划》的深入实施，一些不适应物流业发展的政策问题进一步显现，制约了产业发展。从国民经济全局来看，今年以来，经济增速放缓，通胀预期偏高，节能减排压力加大、结构调整难度增加，一些不确定因素、两难选择摆在我们面前。特别是CPI居高难下，成为当前经济生活中的突出问题。在这样一个“节骨眼儿”上，从与生产、流通和消费密切相关的物流业入手，寻找物价推手。

可以说迫在眉睫，正当其时。

好就好在“聚”出了老百姓的“心里话”。物流业出现的问题，有许多属于多年来积累的“顽症”，但是从来没有像这次“聚焦”那样受到全社会广泛关注。央视财经频道的记者不辞劳苦，迈开双脚，走向基层，把“顽症”呈现在光天化日之下。如，“货车进城难”、“过路费”、“乱罚款”、“仓储难”、“进场费”、“联运短路”、“重复征税”等方面的问题，通过具体的事例、老百姓的语言，做了深入、细致、客观的报道。一位民间维权人士来信指出，这次央视《聚焦物流顽症》的报道引起了社会强烈反响，尤其是说出了数千万货车司机的心里话，我们翘首盼望新政策出台，也期望央视一如既往为广大司机代言。

好就好在推动了高层领导“真格”。这次“聚焦”不仅集中反映了突出问题，而且深入分析问题成因，提出建设性的政策建议，取得了比预期还要好的效果。6月8日，国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，研究部署促进物流业健康发展工作，提出了推动物流业发展的8项政策措施。6月14日，交通运输部等五部门联合发出《关于开展收费公路专项清理工作的通知》，提出通过一年左右时间的专项清理工作，全面清理公路超期收费、通行费收费标准偏高等违规及不合理收费，坚决撤销收费期满的收费项目，取消间距不符合规定的收费站（点），纠正各种违规收费行为。7月10日，温家宝总理在西安考察物流企业，他指出，我国物流业总体水平落后，影响企业发展，也影响居民消费。发展物流业，可以促进其他产业发展。振兴物流业的措施不但要迅速出台，而且要令出必行。

通过这次“聚焦”，我们看到了国务院领导对根治“物流顽症”的决心和信心，也充分感受到了舆论监督的强大威力。我们期盼着央视财经频道再次“聚焦中国物流”，但聚焦的内容将是

“顽症”的化解以至于消除。这需要物流行业自身的努力，需要新闻媒体积极参与，更寄希望于政府有关部门形成合力，令出必行。

(作者系中国物流与采购联合会副会长、
民建中央物流工作小组副组长)

曹 林 (10)

对人文社科类图书

出版业进行调研和考察——

赵 翔 (10)

出版业转型升级——出版业转型升级

出版业转型升级——出版业转型升级

吴良刚 (10)

出版业转型升级——出版业转型升级

薛 强 (10)

出版业转型升级——出版业转型升级

牛 明 (10)

“老八十八”——出版业转型升级

真 静 (10)

出版业转型升级——出版业转型升级

叶 磊 (10)

出版业转型升级——出版业转型升级

出版业转型升级——出版业转型升级

出版业转型升级

张 干 (10)

出版业转型升级——出版业转型升级

曹 强 (10)

出版业转型升级——出版业转型升级

目 录

001 韩 青

研究型与人文关怀

——研究型报道理念下的电视节目生产

017 熊 波

强化媒体功能 促进社会进步

研究型报道开创节目策划新思维

033 陈红兵

中国物流背景声

043 李勇强

中国物流顽症的现实和未来

055 张凯华

研究型报道的“降龙十八掌”

067 杨 真

发现式报道与研究型评论联动模式初探

075 庄 严

加强经济报道的深度

——以《公路“三乱”追踪调查》为例分析后续报道的操作技巧

089 于 浩

从固定样本跟踪看研究型报道

099 袁柏鑫

从《顽强的买路钱》看电视新闻研究型报道的操作策略

115 宿 琪

谁来疏通中国物流

125 李 杰

像做研究一样做新闻

——“聚焦物流顽症”之公路“三乱”调查

141 刘 莹

一则有影响的报道是如何出炉的

——“聚焦物流顽症”系列第一集：物流堵在最后一公里

155 张 硕

经济类非事件性新闻报道进路的选择

——“聚焦物流顽症”之四：

进场费：一个中国式的“商业怪胎”

165 韩志涛

用媒体曝光一个合法不合理的难题

181 孙静溪

在调查中评论

——浅谈调查性报道与财经专业评论的融合

193 周秀娟

从如何看清真相谈政府认识的转变

201 苏静文

新闻语言的修辞分析

——以《今日观察》“聚焦物流顽症”系列节目为例



韩青

1987年从北京广播学院电视系电视编辑专业毕业后进入中央电视台广告经济信息中心工作，现任中央电视台财经频道副总监。

先后策划、制作了许多大型节目，从中央电视台经济部第一台专题晚会“经济半小时之夜”到第一届、第二届、第三届、第四届、第六届、第九届、第十一届“3·15晚会”均任导演、总导演。其中的“3·15晚会”产生了广泛而巨大的社会影响，同时也促进了我国《消费者权益保护法》的出台；1993年，任“’93质量万里行”策划编导，此节目是经济部成立以来举办过的规模最大的宣传活动，对于《产品质量法》的颁布和实施起到了极大的舆论推动作用，该节目获中国电视奖一等奖。建国五十年大庆期间，担任高清晰度电视直播国庆阅兵总导演，这是我国首次进行的高清晰度电视直播，开创我国电视先河，受到党和国家领导人的好评。在同年的澳门回归报道中，担任高清晰度电视报道总导演，成功报道了澳门回归全过程。2000年首都各界迎接新千年，任世纪坛开坛仪式高清晰度电视转播总导演。在“全国经贸知识大赛”、“产品质量法大赛”、“质量万里行专题晚会”、“中国风”、“风从东方来”、“’98中国国际车展”等多项大型节目中任总导演。

研究型与人文关怀

——研究型报道理念下的电视节目生产

对于研究型报道，国内目前并没有一个清晰的定义，这一概念虽然早就被新闻工作者提出，但并没有进行充分的论证和研究。笔者在中国知网上输入“研究性报道”这一关键词进行搜索，仅搜到一篇报道；用百度、谷歌等搜索工具进行搜索，相关文献也只有寥寥几篇，可见虽然业界在操作过程中早就提出了这样的概念，但学界业界对它的学理层面的论证几乎还是空白。

在少量的几篇文献中，对研究性报道的定义也有一定的差别。任澄在“研究性报道大有可为——‘新华社餐桌经济’系列报道述评”一文中认为：“新闻媒体主动发挥舆论导向作用，主动对人民群众关心和疑惑的问题进行研究、分析，及组织有效报道，高屋建瓴地宣传党的各项方针、政策。这就是我们所要积极倡导的研究性报道。”^①周永固则在《倡导‘研究性报道’培养专家型记者》一文中将研究性报道定义为：“针对一些具有时间持续性的社会热点话题或新闻事件，记者不满足于对‘现象’的浮光掠影式报道，主动以研究者的角色对其进行持续的关注和探究，目的在于帮助读者获得新闻事件带来的启迪、意义，或者揭露隐藏在新闻事件背后的真相，最终形成的不仅是新闻作品，也是研究成果；不仅具有新闻价值，还有一定的学术研究价值。”^②

中央电视台《经济半小时》栏目近年来也以研究型报道理念为自己节目创作的指导思想，他们对研究

◎上图：货物正在装卸

◎下图：货车改装客车



① 任澄，研究性报道大有可为——“新华社餐桌经济”系列报道述评，中国记者，1998年9月，第43页。

② 周永固，倡导“研究性报道”培养专家型记者，汕头特区晚报，2010年8月25日，第6版。



◎左图：本期话题：物流堵在最后一公里

◎右图：菜贩反映价格趋势

型报道的理解更接近于周永固提出的定义。该栏目提出，研究型报道既是一种理念也是一种方法，通过跟踪拍摄、揭示现象、采访当事人、请专家学者分析原因、横向比较世界其他国家等手段，全景描述了某一行业或领域存在的问题和未来的解决方案。《经济半小时》栏目从2011年5月9日起推出的系列报道《聚焦物流顽症》，就是研究型报道理念具体运用的典型案例。作为该系列节目的一个重要组成部分，“聚焦物流顽症之一：物流堵在最后一公里”这一节目也突出地体现了研究型报道理念下电视节目生产的典型特征。

本文通过解剖这只“麻雀”发现，研究型报道除了体现其研究先行、策划为重、落地为本、思想取胜等研究型的独特特征之外，还必须更加严格的遵循客观全面的原则和以人为本的理念。电视节目终究是与人相关的东西，对小人物的关怀、对人物命运的关注是题中应有之义。

一、研究先行——像学者那样去研究一个节目要表现的问题

做研究型报道，要求研究真问题。所谓的真问题，在中国的语境下，概而言之，就是那些领导高度关注，

老百姓普遍关心的问题。这样的问题应该来源于老百姓的日常生活。物流顽症涉及物流行业的方方面面，关系到与老百姓切身利益息息相关的物价问题。同时，今年以来我国CPI（消费者物价指数）不断上涨，如何抑制通货膨胀，实现国民经济平稳健康运行，成为上上下下普遍关注和焦虑的重大问题。

物流领域的问题造成的商品价格不合理上涨是此前人们较少关注的问题，研究这样的问题，无疑抓到了这一时期中国政府和民众正在面临的真问题。而物流进城难作为物流行业普遍存在的问题，物流进城的最后一公里作为商品在流通过程中费用上涨最快的部分，自然成为物流顽症问题中的一个重要部分，也是研究型报道所要研究的真问题。

找到了这样的问题，确定好所要研究的对象，在随后的具体实施过程中同样要采用做研究的方法和态度。在“聚焦物流顽症之一——物流堵在最后一公里”这一节目的生产过程中，研究先行的做法得到了很好的体现。由于这一期节目是整个系列节目的重要一环，因此在选题提出开始，栏目领导、采编人员就开始对这一问题进行研究，反复开会进行头脑风暴，搞清楚物流进城难问题的方方面面，先让主创人员熟悉这一领域，甚至成为这一领域的准专家。

◎左图：记者暗访时发现，在稽查大队里不少司机在形色紧张地打电话托关系

◎右图：暗访蔬菜市场



为了更完整、深刻的理解物流进城难问题及该问题在整个物流系统问题中的位置，栏目组还召集该节目的记者编辑和系列节目的其他主创人员一起，多次开会进行头脑风暴。栏目组还组织采编人员广泛拜访物流领域的相关专家，了解国际国内物流行业的相关情况。此外，他们还进行了大量的资料搜集整理工作。以做研究的态度和方式弄清楚物流进城难问题的来龙去脉。

二、策划为重——前期策划力求面面俱到，为后续工作提供方向性的指引和具体操作上的指导

经过一番细致的研究工作后，节目开始进入选题策划阶段。新闻策划在前些年一度是一个引起广泛争论的概念，后学术界基本达成共识。即新闻本身不能策划，只有新闻报道可以策划。新闻是对新近发生的事实的报道，事实不能被策划，否则就有违新闻的真实性法则。记者若参与到事件进程中，直接推动事件的发展，则是制造新闻，如有些都市媒体经常策划的所谓“寻亲报道”及前些年的“杨丽娟追星事件”中有些媒体的做法，即属此类，这是不被新闻界接受的。

新闻报道策划则是以传播真实准确的信息、进行正确的舆论引导为目的，它服务于社会公众，决不允许任何造假和欺骗。“新闻策划”是一个与策划的运行同步并行的“系统工程”，也就是说，策划不是孤立冒出的一个点子，不是灵机一动的思想火花，而是成龙配套的创意与设计，是一系列方案的组合。策划也不是一次性操作、一蹴而就的工作，而是在最初的策划



◎上图：采访德利得物流总公司运营总监

◎右图：香港物流畅通无阻