

深圳特区报 1995 年新闻作品选

春华秋实

深圳特区报新闻研究所编

中国青年出版社

1253
S 39a

春华秋实

《深圳特区报》'95 新闻作品选

深圳特区报新闻研究所编

中国青年出版社

1996 年 4 月



A0770944

《深圳特区报丛书》编委会

主 任 吴松营

副主任 陈锡添 丘盘连

编 委 姜开明 薛以凤 钱汉江

杜吉轩 陈君聪 江式高

欧阳佳 陈 寅 周 斌

胡志民

经验、现代企业意识、人才、技术、信息、经营手段和观念等。

——慎重分析沿线各城市的优劣势和发展前景，选择发展潜力大、后劲足的城市进行房地产综合开发。沿线城市多是开发的处女地，价格大多较廉宜。他们的口号是“外商求发财，我们求发展”，这里的“外商”是指当地之外的所有客商。可见招商引资的心情如饥似渴。深圳企业可以根据市场情况，开发不同档次的商品房、写字楼、酒店宾馆，以及集贸市场、商业城等。此外，沿线旅游资源、建材资源丰富，深圳企业亦可配合房地产开发，挖掘当地旅游及建材资源。

——除了第二、第三产业的投资开发，第一产业也有可为。盛夏时节的吉安，高寒山区的人还要盖棉被。已有深圳、香港的客商在这里斥资建立反季节蔬菜种植基地。以后“北菜”经京九南运，几小时后便可以在深港上市。

“深货”北上与万商云集

一条京九线，缩短了深圳与沿线各地的距离。我们沿途采访时，听得最多的一句话就是，“以后到深圳，白天上车，睡一觉醒来就到了”，告别的时候，也总是喜欢说，“欢迎下次再来，坐京九线来”！

这使我们感到京九一旦开通对普通深圳市民的影响会是非常大的，并且看得见摸得着。深圳是座移民城市，每年春节上百万人返乡归家时到处“扑票”的情景令人一想起来就“头大”，而且绝大多数还得经广州转车，旅途之累令人不堪回首。京九开通后，深圳人回家就会方便多了。

京九沿线旅游资源丰富。聊城、商丘、亳州、九江、南昌、赣州等六座国家历史文化名城人文积淀深厚；庐山、鄱阳湖、井冈山自然风光秀丽；此外，还有梁山一带的水浒旅游线、临清一带的金瓶梅旅游线……以前这些地区均属山高水远之地，要去旅

样，须臾不可或缺。在今年一月召开的全国宣传思想工作会议上，江泽民总书记强调指出，宣传思想工作要以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的精神塑造人，以优秀的作品鼓舞人，不断培养和造就一代又一代有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义新人，在建设有中国特色社会主义的伟大事业中发挥有力的思想保证和舆论支持作用。

要完成党交给报纸——宣传思想工作的重要载体——光荣而艰巨的任务，我认为，归根结底还是要注重提高我们的报纸质量。《深圳特区报》诞生12年来，坚持了党报的党性原则，在历次重大政治风波中，旗帜鲜明地运用各种宣传手段，坚持了党的基本路线，保持了正确的政治方向。特区报常年累月不遗余力地积极宣传特区改革开放的重大成果与经验，积极宣传特区探索有中国特色的社会主义道路，产生了积极的社会影响。提起《深圳特区报》，人们会自然地想起脍炙人口的三天一层楼的“深圳速度”、全国第一次拍卖土地使用权的热烈场面、信奉“时间就是金钱、效率就是生命”的蛇口模式；还有那风靡海内外，造成洛阳纸贵的《猴年新春八评》和《东方风来满眼春》……

从1989年至1994年，《深圳特区报》为适应社会经济发展需要，从四版扩到八版，从八版扩到十二版，又从十二版扩到十六版。这勇敢的三级跳，凸现了特区报人高度自觉的使命感和反映生活、走进生活、服务生活的决心与魄力。真是年年有变化，台阶步步高。今年，《深圳特区报》以崭新的十六大版的面貌成功地走入了全国大报的前列。随着社会对新闻信息需求的大幅增加，《打工世界》、《现代都市》、《民主与监督》、《企业文化》、《家庭》、《读书》、《英语角》等一批颇有看头的新专版应运而生，使特区报的“特”味越来越浓郁。为加强精神文明宣传，抓了英雄刘远波、王秋云等正面典型宣传，还发动群众展开对“豪华车队迎新娘”和不尊重环卫工人行为的批评。所有

这些，都显得很有章法，很有声势。这对弘扬“开拓、创新、团结、奉献”的深圳精神，都起到了很好的舆论导向和宣传教育作用。

当前，根据市委工作会议精神，特区宣传思想工作总的要求是：明确根本战略任务——用邓小平建设有中国特色社会主义理论武装全市党员、干部和群众；认准主战场——以经济建设为中心，深化经济体制改革，加快经济发展和城市建设的现代化；瞄准长远目标——提高各级领导班子决策的预见性、科学性、系统性和创造性，加速造就我市的现代企业家队伍，并有力地促进全体市民思想道德和科学文化素质的提高；突出新特色——围绕“改革、发展、稳定”，虚功实做，提倡办实事、讲实话、鼓实劲、收实效，把宣传思想工作搞得“真实、准确、简明、精彩”。

要把宣传思想工作做得既出色又有艺术性，不能空喊口号，关键还是办报人要有精品意识，将文章写好，将报纸办好。我们要向老一辈优秀的新闻工作者邹韬奋、范长江、穆青等同志学习，以高度的责任感和一丝不苟的敬业精神，精心经营每一篇消息、通讯、评论、调查报告、工作研究等；精心经营每一天的版面，要克服一般化、表面化、片面性、形式主义、粗枝大叶和八股说教；要杜绝“客里空”和有偿新闻；使自己的文章不仅经得起客观实际的检验，更要使人爱看、耐看、入心、入脑。

铁肩担道义，妙手著文章。有出息的新闻工作者要有“语不惊人誓不休”的志气和“衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴”的韧劲，要常常有好作品问世，年年“步步高”。

人们常说新闻记者是人民的良心，报纸是生活的教科书，我真诚地期盼从《深圳特区报》上能读到更多优秀的新闻作品。

仅此为序，并与特区新闻工作者共勉。

(1994年5月)

序

争取读者 开拓市场 引导舆论

深圳特区报社长、总编辑 吴松营

在社会主义市场经济条件下，党报如何既为读者服务，又坚持党性原则，是一个需要不断实践和探索的重要课题。深圳特区报作为我国较早在经济上自负盈亏的一家党报，这方面的多年实践已初步形成自己的一套做法与经验。党报要以服务读者为出发点，积极根据读者需要开拓市场，吸引读者，争取更多的发行和广告收入。然而党报不同于一般的商业报纸，吸引读者的重要目的，是为了引导舆论，达到团结、教育、动员人民群众，宣传贯彻党的路线、方针和政策。1995年，尽管宏观经济并不理想，报业经济压力重重，但我们的发行量节节上升，广告收入有较大增长，仍列全国各报前5位之内，在海内外的影响日增，取得了良好的经济效益和社会效益，实现了采编、印刷、发行和经济收入的良性循环。

一、善抓热点 引导热门话题

报纸要吸引读者、争取读者，必须报道读者关心的事情。社会的热点问题，通常也是读者所关心的问题，抓热门话题，就成为媒介吸引大众的重要方法。这里的关键在于如何判断和发现热点，并予以正确引导。我们认为，热点话题之所以成为热点，就因为读者或者与它存在普遍的利益关系，或者对它在感情和认识上有共鸣之处。因此，要善于从读者角度、读者利益出发去发现

热点。抓热点不仅在于吸引读者，更重要的意义在于运用马克思主义的理论和党的路线、方针、政策去引导读者，帮助读者获得正确的认识。

抓热点报道，首先要从与老百姓切身利益的问题着眼，抓这样的热点问题，老百姓爱看。因此，我们指导和鼓励记者深入实际，勇于发现和揭露与老百姓日常生活相关的热点难点问题。我们掌握的原则是有理有据，以有利于安定团结，解决问题为目的。1995年三四月间，本报针对在用电问题上中间层乱收费现象，发表了揭露深圳“电怪圈”的连续报道，在社会上引起强烈反响。零售报纸被抢购一空。许多企业和读者致电本报，表示赞赏和支持。有关管理部门领导主动与本报负责人座谈，讨论解决问题的办法，市政府主管领导公开表示支持，形成上下同心协力治理中间层乱收费的强大舆论压力。对于个别不思整改的单位，我们根据读者投诉和记者调查掌握的事实坚决予以曝光，有力地推动问题的圆满解决。

抓热点问题需要勇气，需要善于摸准读者的思想脉搏，予以正确解释和引导。去年上半年，深圳工业经济出现滑坡现象。有人怀疑，深圳的发展是否出了什么毛病？当时我们意识到这是一个关系到对特区现阶段建设和发展状况如何认识的重大问题。作为市委机关报，对于这一问题报不报道，如何报道，的确十分棘手。但是责任感和事业心要求我们不可袖手旁观，回避矛盾，而必须通过发挥党报教育与动员人民群众的舆论工具作用，以实事求是的报道去引导舆论。我们派出记者进行深入的调查研究，写出了有事实有观点有深度的经济分析文章，阐明了工业产值增长率下降主要是由于部分劳动力密集型的三来一补企业内迁，本市企业将大量投资转向内地而引起的；指出随着特区高科技工业的飞速发展，以及工业产值基数的增大，工业结构的调整，深圳工业产值增长率呈减缓趋势也属正常，同时跟踪报道市政府所采取

的对策及成效。6月，工业产值增长率回升到20%，我们又及时发表了《百分之二十意味着什么》、《深圳上半年工业形势分析》等文章，指出深圳工业经过多年的高速发展，工业基础，工业结构发生了质的变化，已开始从初期高速的量的扩张，转向以质的提升为主的稳定发展时期。这些报道得到了广大读者的理解和信服，起到了统一认识，稳定人心的作用，配合了市委市政府开展第二次创业，向科技和管理要效益的中心工作。

站得高，看得远，才能抓住大的热点问题。去年，我们注意到京九铁路建设这一大工程。京九铁路贯串中国南北，龙头在北京，而龙尾实际是在深圳。作为深圳市委机关报，我们看到这是我国当前仅次于三峡的大工程，对深圳和全国的发展都有重大而深远的意义，它将造福于沿线亿万人民。抓好大京九的报道必能引起深圳及沿线读者的关注。经过周密策划，我们于九月初派出由南至北和由北至南的两支采访队沿线采访，开展为期两个多月的“千里走京九”的系列报道。此次报道通过向读者介绍大京九这一我国本世纪最宏伟的工程，宣传大京九对我国中部欠发达地区尤其是革命老区的经济发展已经产生或即将产生的重大作用，宣传大京九对加强深圳、港澳和内地联系，对深圳经济发展的意义，也报道京九沿线的铁路建设及各地的经济、文化、历史、风土人情、建设风貌和发展前景，文章体裁包括消息、通讯、现场见闻、人物特写等，发稿80篇（其中照片30张）。11月份，发表了《大京九给深圳带来什么》及专访深圳市长的报道《利用京九优势，加快深圳发展》等重头文章，强调了系列报道的主旨。本报还与铁道部、中央电视台联合摄制电视记录片《大京九》，在中央电视台播出，使我们关于大京九的报道产生更大的影响。此次报道活动受到铁道部领导的多次表扬，不但在深圳而且在港澳地区以及全国其他许多地区都产生较大影响，采访队沿线所到之处受到热烈的欢迎和称赞。在深圳掀起了“京九热”，唤起了

深圳人的“京九”意识。报道中提供的信息成为深圳政府各部门、企业界制定下一步经济发展计划的参考和依据。市政策研究室的同志说，京九的报道“惊醒了我们，深圳再不研究相应对策，工作就会被动。”

二、开拓市场 服务和感化读者

报纸只有不断开拓新的市场，争取新的读者，报纸的舆论导向作用才能充分发挥；没有市场，没有读者，报纸没人看，再好的导向也等于零。开拓市场，一方面是要扩大报纸发行地域范围。去年我们在扩大香港发行量方面就比较成功，发行点遍布于港九两百多个连锁便利店，日发行量突破万份。而另一个重要方面，就是要跟踪和发现读者需求和变化情况，调整和充实版面，拓展新闻源，更好地为读者提供所需的信息和服务，取得读者信赖，达到扩大发行量，取得更好的社会效益和更大的经济效益。

深圳是个移民城市，毗邻港澳，社会主义市场经济较为发达，形成了生活多样化、价值观多元化的社会文化背景。根据读者市场这一本报特点，我们开辟了 30 多种副刊，每日在前 16 版中占有 6 版，于 1995 年 7 月又增出了对开 4 版的《鹏城今版》，形成副刊版面数与新闻版相当的版面格局。这些副刊主要面对生活，如家庭、打工世界、读者之声、社会服务、老百姓、现代风、艺海潮、娱乐天地、影视圈、体育场、周日特写、旅友等专版，还有一批既有较高文化档次，又有休闲欣赏功能的专版，如读书、随笔、人物、罗湖桥、海外华人文学、百科学摘、时事文摘、大世界等，保留和精编了一些专业性政治性强的专刊，如理论探讨、党的生活、企业文化等，形成以生活气息浓厚为特征的副刊结构。我们还在新闻版系中开设了每日一版的社会生活版。这种版面构成，建立起一座进入家庭的桥梁。尤其是鹏城今版，其办报方针诚如刊头语所声明，“与你同乐忧，伴着百

姓关心的题材为主要报道内容，版面设计活泼热烈，注重视觉的冲击力，色彩缤纷，图文并茂，风格独特，深受读者的喜爱。虽然今版在 1995 年主要在市内发行，但也被许多外地来深的旅游者带到全国各地，外地同行给予较高的评价，认为是党报的一个创新。本报在本市的零售额每天近 10 万份，均属私人购买，证明特区党的机关报也能深入家庭，受到读者欢迎。

贴近了生活，进入了家庭，党报的舆论导向也随之渗透到社会生活的方方面面。我们认为，舆论导向有多种途径。直接诠释、宣传党的路线、方针、政策，中央及省、市各级党委的决策，各级政府的法律法规，社会主义的政治、伦理价值观，是报纸进行舆论导向的主要途径之一，但以多种间接的方法予以传播，营造一个有利于安定团结和党的领导的舆论氛围，于无形中感化读者，也是发挥舆论导向的重要途径。由于大多数副刊及今版、社会生活版的题材、任务、功能有别于新闻版，具有较强的休闲及服务特征，版面风格活泼，容易为读者接受，同样发挥了舆论引导的作用。社会生活版的任务是“贴近群众生活，反映民众呼声，弘扬文明新风，抨击丑恶现象”，该版设有投诉台专栏和热线电话，接受读者投诉。其他副刊因题材而异。如家庭版，为读者创造一个温馨的生活气氛，强调家庭的伦理关系，对稳定家庭及社会起积极作用；打工世界版倡导以勤劳、智慧创造成功的观念，客观上鼓舞着 200 万打工青年为建设特区努力奋斗；读书版则以其高雅的文化氛围陶冶读者的情操。今版报道的题材更为广泛，在以较强的可读性吸引读者，引导舆论方面往往有其独到之处。如跟踪报道莲花山外来人员未经登记批准自办小学一事。我们并不是简单批评其行为不合法了事，而是深入了解其动机，原因和过程，既反映教师的敬业精神、孩子们的求学愿望和家长的无奈，也指出依理依法应予拆除，劝导家长依照正常的合法途径送孩子入学。这样的报道入情人理，没有板着脸孔训人，

为读者及被报道对象所接受，也贯彻了正确导向，推动有关部门给予合理解决。总之，我们将社会主义的价值观和党的政策融入这些版面浓烈的文化氛围和生活气息中，从而使报纸赢来愈益增多的读者。

要取得读者的信赖，还必须敢于揭露和抨击社会的不良现象，为读者说话，取得读者的认同。1995年11月，一位姓张的小姐到某医院美容，惨受假医、庸医的祸害，四处投诉无门，最后求助于本报。张小姐的不幸遭遇激起了我们深切的同情和对假医、庸医害人的愤慨。于是，本报对此事件展开系列报道，借以推动整顿美容市场。记者调查过程中，有人劝阻，有人打来电话威胁。报社坚定给予记者鼓励和支持，在一版发表了《隆乳隆出个大“窟窿”》一文。跟踪采访报道过程中，有关管理部门的个别官员态度蛮横地拒绝采访，企图阻挠报道的继续进行。我们坚决按照党报应维护人民利益的原则办事，为读者说话，决不退缩，追踪到底，对不便报道的情况以内参形式向市领导反映，并在报纸公开报道记者采访受阻情况。此次系列报道引起各方的强烈反应。第一篇报道见报当天，许多读者，包括美容受害者、知情者等人士络绎不绝地来电来访，或表示他们的愤怒，或提供情况，以后的一段时间里，每天接待近十位来访者，表现出读者对党报衷心的信赖。广州、北京的兄弟传媒也给予转载、报道和支持。此次系列报道促使有关管理部门采取措施解决问题，维护了消费者利益。我们还加强了社会服务版的报道力度，开设了专为老百姓说话的专栏，如8月份在一二版开辟了“围歼乱收费”专栏，10月份开辟了“勤政为民廉洁高效”专栏。这些专栏专版刊发了大量文章，表达了群众的呼声与建议，揭露不良现象，打击歪风，弘扬了正气，深受读者欢迎，起到上传下达，密切党群关系的作用。

心中装着读者，就能自觉努力为读者提供优质的新闻产品。

我们不仅强调要以丰富健康的内容、美观大方的版面奉献给读者，还重视提高报纸编校质量。1995年7月，本报在全国计划单列市和省市党委机关报编校质量评比中荣获优胜奖，名列前茅。我们还在本报读者来信专刊开辟读者评报专栏，公开刊登读者对本报的批评意见，主动接受读者监督，体现了我们为读者服务的一片诚心。1996年本报征订数比1995年大幅度攀升，仍然高居深圳各报发行量的第一位，说明深圳特区报不但为读者所喜爱和信赖，在读者心目中扎下了根，真正发挥了党委机关报的舆论引导作用，而且在浩瀚的报业市场中，已有着不可动摇的地位。

三、引导舆论 实事求是 旗帜鲜明

党报发挥舆论导向作用，既要旗帜鲜明，也要实事求是。以讲大话、空话、过头话“突出政治”，只能损害党报形象，既失去读者，又削弱舆论导向作用。特区人尤其具有较强的求实精神和独立意识，党报更应尊重和反映这种相关的价值观念，予以正确引导。广东省委报纸审读小组在去年的一期审评中肯定我报讲真话，体现了实事求是的精神。

实事求是与理直气壮高唱主旋律，下力气开展正面宣传与教育不但不矛盾，而且可以很好地统一起来。我们大篇幅报道深圳经济特区所取得的巨大成就和丰富经验，如报道了现代企业制度改革、财政税务金融管理体制、菜篮子工程的建设、党的建设、建立教育强市以及其他方面的精神文明建设的经验，报道了深圳市在交通、能源、外贸，以及吸引外资、发展高科技和第三产业的成就，等等。围绕市委的工作重心，组织多个系列报道和系列评论。如去年11月，就如何贯彻中共十四届五中全会精神，改善深圳投资环境等问题，组织了一系列重点报道。刊发了学习《决议》的系列评论员文章和“深圳投资环境系列谈”，12月，开展“贯彻五中全会精神 二次创业更上层楼”的系列报

道。我们还在一二版开辟了多个栏目，包括“开拓奋进的15年”、“特区的昨天”、“特区的脚印”、“话说深圳河”、“来自地王的报告”等栏目，通过深圳的巨大变化和新的建设成就，讴歌党的改革开放政策和党的正确领导，为建设特区鼓劲加油。报道过程中，我们强调客观真实，对存在问题也不回避。我们还注意在宣传典型时用事实说话。我市文明市民陈观玉几十年如一日学雷锋，不求名，不求利，富有共产主义的爱心。1995年春节期间，她在电视上看到江泽民主席探望张家口地区张北县的贫困户，深为感动，汇款捐赠给该县的一名失学儿童，事迹感人。我们以此事迹为契机，配合市委即将开展的扶助贫困地区的“心连心”活动，连续报道陈观玉的事迹，写出了《奉献爱心的陈观玉》、《陈观玉塞北行》等系列通讯。由于定位符合陈观玉本人的实际，形象真实可信，她本人愿意接受，也与大多数读者的价值观相吻合，认为陈观玉这个形象可亲可敬可信可学，引起了广泛强烈的共鸣与反响。

深入调查，匡正港报的不实报道，维护特区形象和改革开放政策的声誉。1995年七八月份，港澳地区传媒爆炒深圳出现“二奶村”的新闻，一时间闹得沸沸扬扬，以至中央有关部门也关注此事。本报《深圳风采》杂志的记者多次深入传闻的“二奶村”地点——黄贝岭村调查，忍受村民们的多次误会，明察暗访，查明事实真相。九十月份，本报及所主办的《深圳风采》杂志发表《震动深港的“二奶村”真相》的长篇报道，以大量事实澄清了轰动深港等地的所谓“二奶村”传言，为直接受害者黄贝岭村平了反，引起海内外的强烈反响。人民日报海外版、羊城晚报以及香港的星岛日报、大公报、文汇报等传媒纷纷予以转载。其结果，不但澄清事实，而且挽回香港某些传媒造成的对特区形象和对改革开放政策曲解的不良影响。

旗帜鲜明地回应“特与不特”的辩论，反击那些反对办特区

实则反对改革开放政策的言论。去年8月，我们发表深圳市委书记厉有为的访谈录《深圳的实践说明了什么》和言论《实事求是走自己的路》。9月6日之后连续发表《办特区就是搞特权吗？》等三篇文章。9月25日转载市委书记厉有为文章《努力实践和探索走共同富裕的道路》及另一篇署名文章《如何看待改革开放以后的地区差距》。八九月，是金秋的季节、收获的季节。本报在这一段时间的一系列言论，进一步阐明特区在中国改革进程中的重要地位和作用，批驳了妄图否定中央“三个不变”的错误言论，有力地维护了邓小平建设有中国特色的社会主义理论，尤其是关于建设特区和“先富带后富”的思想，进一步阐明了特区的性质、地位和任务，增强了特区人增创新优势，更上一层楼的信心。同时，这一系列旗帜鲜明的言论也引起海内外的关注，国内多家报纸和海外传媒纷纷转载和报道，大大提高本报的知名度。

本着宣传贯彻邓小平同志“先富带后富，最终达到共同富裕目的”的指导思想，以事实澄清某些人对特区的模糊认识，反驳对特区的不实批评，本报还积极认真地组织实施了“心系九州走共富之路”的系列报道，着重向读者展示了深圳作为改革开放试验地和窗口对后进地区所发挥的辐射和带动作用。此次系列报道始于1995年3月，八九月份达到高潮。历时半年多，发文稿76篇，图片20张，开辟了2个专栏，7个专版。七八月份，我们还派出4个采访组赴湖南、湖北、贵州、四川、江西等地采访。由于采访深入细致，报道的事迹具体生动，富有说服力，澄清某些人对特区的偏见与模糊认识，也为深圳市开展“心连心”活动创造良好的舆论环境。

最近，江泽民同志再次强调党报要坚持党性原则，做人类灵魂的工程师。对此，我们在报纸上大力宣传报道，还组织全体采编人员结合实际认真学习，把这一指示精神贯串于采编工作的始

终。新的一年，我们将沿着本报的发展目标——立足深圳，关注珠三角，面向全国，走向世界，把深圳特区报办成一张有广泛影响的报纸，建成一个有较强实力的报业集团而更加努力地奋斗。

1996 年春于深圳

深圳精神文明建设的重大举措

本报编辑部

在市委、市政府的高度重视下，由市委宣传部、市文明办起草制订，经专家学者和广大市民参与讨论修订的《深圳市民行为道德规范》（下称《规范》），经过一年多群策群力、紧锣密鼓的编纂制订工作，今天正式公布并付诸实施了。这是我市社会主义精神文明建设的一项重大举措，也是全体深圳市民社会生活中的一件大事。这对于弘扬“开拓、创新、团结、奉献”的深圳精神，培养社会主义“四有”新人，形成文明的社会风尚，促进深圳社会的全面进步具有十分重要的现实意义。

精神文明重在建设。道德建设是精神文明建设的重要内容，是一项基础性的建设，深圳的社会主义道德建设的总体目标，就是要维护社会主义市场经济的运行秩序，营造现代化国际性城市所需要的人文精神和文明风尚；就是要在全体市民之间，在各行各业之间，以至在每个人与社会以及人们之间的一切相互关系上，建立和发展平等、团结、友爱、互助的社会主义的新型关系。深圳的第二次创业，特区新的战略目标的实现，需要努力提高全体市民的素质，需要人与人之间的良好社会主义关系。《规范》用社会主义道德的要求、标准和尺度来规范人们的行为，是深圳市民在社会生活各个方面应该达到的道德水准和应该共同遵守的行为准则。《规范》的诞生和实施，一定能连结和引导全市