



媒体中国

刘勇 / 著

四川人民出版社
2000年·成都

图书在版编目(CIP)数据

媒体中国/刘勇著. —成都:四川人民出版社,
2000.5

ISBN 7-220-04965-X

I. 媒... II. 刘... III. ①传播媒介—概况
—中国 ②新闻工作—概况—中国 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 26360 号

MEITI ZHONGGUO

媒体中国

刘 勇 著

出 品 人
特别企划

北京九汉天思文化传播有限公司
牧 遥 刘 昕

责任编辑
封面设计
责任校对

汪 漪
阎 莉
伍登富

出 版
网 址

四川人民出版社(成都盐道街 3 号)
<http://www.booksss.com>
E-mail: scrmcbsf@mail.sc.cninfo.net

总发行
防盗版举报电话

新华书店上海发行所
(028)6679239 6636481
四川省印刷技术协会印刷厂(028)7851050

印 刷

850mm×1168mm 1/32

开 本

13.625

印 张

261 千

字 数

10

插 页

2000 年 5 月第 1 版

版 次

2000 年 5 月第 1 次印刷

印 次

ISBN 7-220-04965-X/G·1001

书 号

32.00 元

■ 著作权所有·违者必究

本书若出现印装质量问题,请与工厂联系调换



前言

这本书讲的是媒体的故事。

多少年来，中国的媒体们在给全国的人和事曝光，也该给媒体本身曝曝光了。

改革开放二十多年来，中国媒体的长足进展，它不仅记录着整个社会的律动，而且自己同样和着这伟大的律动，同样令人精彩纷呈。

媒体在向外引爆的同时，也向内引爆，甚至可以说，媒体因内爆而导致的彼此合纵连横，相互竞争，堪称当今中国正蓬蓬勃勃着的新产业革命的大事之一，同样令人精彩纷呈，同样引人入胜。信息高速公路、互联网、500个电视频道、多媒体、媒体并购、上市圈钱，几乎所有当今社会热点都一一在媒体的内爆中展开。

如果说媒体产业是一个大舞台，那么文中记述的那些媒体，就是新闻大舞台上一个个出色的名角。



改革开放二十年对于媒体来说，什么样的话都不及这句话来得真切感动：我们一同走过……

本书视点大部分放在北京和广州，主要理由是，一般而言，中国媒体变革的主要动力源还是主要集聚于这一南一北两大城市，媒体变革的许多萌芽都是率先在这里滋生。更何况，当今新闻界中的优秀人才们，大部分都是以此两地为自己新闻生涯的主要活动地。

于此需要提醒读者的是，这世界变化太快，我在记述中尽可能提供最新的材料，不过我相信这本书到了读者手中时，又会有一些书中没有提到的事件会发生（比如说此书正当杀青之际，《羊城晚报》社长曹淳亮已经调任他职），但是我相信，一家媒体长期形成的发展策略和经营作风，比零星琐碎的变动来得重要。



目 录

1 / 引 子

如果你不相信我们正在开启一个大时代，你一定是个白痴。

而一心梦想着“做中国的时代华纳”的电视新闻人王长田肯定不是，他的《中国娱乐报道》让所有的新闻人都大跌眼镜。

■第一部 潮 起

11 / 华南之都

新闻是什么，新闻就是一个人站在街边自说自话，然后许多人站在旁边看热闹。

一家杂志评说广州是一个“最说不清的城市”，然而就是这个“最说不清的城市”的电视、广播、报纸、杂志、书籍和时



装，年复一年地塑造和影响着内地乃至全国的观念与时尚，即使是北京这样的首都，也无法在丰富性上与广州传媒相比。观念北伐20年，全国响应广东的事情时有发生。

17 / 80年代

这是一个南风劲起的时期，南方的声音已经是一种开放的标准，起码是让内地人寻找到一种崭新的视角，它让封闭了几十年的中国人感受到了许多东西在变，80年代真是一个让人充满躁动的大时代。

20 / 岭南新客家

80年代，一位费尽千辛万苦好不容易孔雀东南飞的新闻人去单位报到完毕，长长地舒了口气，由衷地说了一句：40年代的青年心向延安，80年代的青年心向广东。

21 / 王志纲就是媒体？

平心而论，王志纲的走红之地便是广州。80年代中期，王志纲时任新华社广东分社的一名记者。这位毕业于兰州大学经济系1982届学生，以一篇《中国经济走势录》的内参文章被请进了中南海，又因提出诸侯经济的概念，直接触发了80年代末90年代初著名的三年治理整顿。

26 / 精神与崇高

80年代可算是一个议论纷飞的年代，虽然“让一部分人先



富起来”已经成为一个响亮无比的口号，但更多的人们还在追求崇高，还在追求政治上的轰轰烈烈，还在追求“让一部分人先文化起来”。广州美院一名教师，写了一篇文章《卑琐与崇高》。

29 / 探索与嬗变

这是一个让人大开眼界的大时代，许多东西都在变，扑面而来的中国大改革，是从两个方面展开的，一个是自下而上的变革，它更多体现在经济方面；一是自上而下的变革，它更多地体现在意识方面。

31 / 青年精英

80年代的传媒充满青春的活力，充满“新闻推动意识”，活跃于最前沿的传媒先锋，被大家公认为是《中国青年报》。1987年大兴安岭火灾，《中国青年报》连续发表了《红色的警告》、《黑色的咏叹》、《绿色的悲哀》三篇文章，后被新闻史称“三大咏叹调”。

39 / 虚拟私有制？

1988年，一名血气方刚的北京高校研究生，给《开放时代》杂志寄来署名文章——虚拟私有制论。惹来好大一场热闹……

43 / 《现代人报》冲击波

“一群现代人办了一份现代人报”，曾经有国内媒体这样形



容之。90年代初，现代人报从风雨如磐话改革中走出来，做起了一件与外商合资的大事……

47 / 到广东淘金去！

认真地与外资进行艰苦卓绝的合资谈判的绝不仅仅是《现代人报》一家，香港报业女王胡仙一次次来到广州寻求合作对象。

53 / 野火春风闹京城

此时的北京很热闹，有两份报纸闯进大众的视野，一份是《中华工商时报》，一份是《北京青年报》，真可以说是憋足了劲风风火火闹京城。

57 / 北有中华工商，南有粤港信息

1992年，改革涛声再起，似乎为了与北京的改革舆论形成南北呼应之势，在南方，一份叫《粤港信息日报》的报纸开始“越界厮杀”，策划着要做“中国改革风云人物”，此时正逢纪念改革开放15周年前夕。

62 / 自费改革

90年代初，一批不肯再在计划体制内看脸色行事的媒体，摆出一副“没有条件创造条件也要上”的架势，率先挑起了全国性的新闻远征。并把企业商战策划进人民大会堂。



74 / 谁是歧人？

七届五次全国两会期间，《粤港信息日报》在头版显要位置刊登一组署名歧人的述评文章：《静极则动，稳极则变》、《若隐若现的“防左”问题》、《闻鼙鼓而思良将》。听话听音，锣鼓听音，文章引起不小反应，有关部门很紧张地追查为什么要涉及如此敏感的话题，而更多的人在追问“谁是歧人？”

76 / 叫好不叫座？

叫好不叫座几乎成了诸多媒体老总们的一块心病。为什么许多办得挺好的财经报纸都是处于一种叫好不叫座的状态？粤港报因为经营不善，走上寻求被收购之路。

81 / 密谋与反水

中国企业屡屡上演的一台文武戏——密谋与反水，在90年代末象流行病一样传染给了媒体。干得好好的，忽然说反水就反水了。《粤港信息日报》18个中层干部成建制地集体大反水可谓是中国传媒史上一件“奇闻”，里面的波澜曲折起伏牵动着整个广东新闻界的神经。

反水的结果呢，双赢还是两败？

85 / 《信息时报》出现了“万言书”

精英办报的思路渐渐出现了严重分歧，这在广州尤为明显。《粤港信息日报》集体大反水事件本身，似乎给精英办报的倡导



者们重重一击，使得另一家报纸陷入深深的反思之中……

100 / 诺贝尔大追寻

90年代中期，四川的一家知名度甚低的纸媒体，密谋策划了一次知名度极高的行动，这就是日后被中国经济学界称为“具有爆炸性影响”的“诺贝尔大追寻”采访行动。

香港著名经济学家张五常想买下这家报纸。

■第二部 角 逐

115 / 广州报业的“三国演义”

1999年，中央电视台《商界名家》栏目破天荒地跳出了自己的企业视界，把广州的三大报业集团的巨头们请进了演播室，请他们“议议这发生在改革开放前沿城市的广州城，报业市场上那如火如荼上演着的三国演义”。

129 / 沙煲兄弟之争

一个是战略家，一个是战术家，都喜欢金庸的新派武侠小说，在那些大义凛然，堂堂正正，近乎完美的古代大侠身上是否隐示着一些传媒巨头们修身治国平天下的传统情怀呢？

144 / 无人喝彩的年代

和全国形势不太一样的是，广东的电视传媒一直未能享受



到第一传媒的好处，与其他强势媒体相比，广东的电视媒体还在为生存而苦苦奋斗。然而从《情满珠江》到《和平年代》，广东台一年拿一个中宣部“五个一”大奖。

154 / 独立寒秋

在这场广州媒体大战中，《南方周末》似乎是一个例外，只顾走着自己的路，而且成长为一家真正具有全国影响力的报纸，它在省外的影响甚至远远大过在省内的影响。

159 / 小小红辣椒

一只大而圆的绿色灯笼椒，一只小而尖的红色朝天椒，冥冥之中，这则广告成了《南方都市报》的九八宣言。1998年都市报借世界杯赛打了一场“超前战”。

170 / 21 世纪的期刊教父？

《新周刊》是现代杂志中的超级榜样吗？然而它的执行主编封新城把自己整成了一个“新闻史上的失踪者”。

期刊只是给白领看的吗？中国的期刊根本没有细分到什么白领什么是时尚的地步，就是一种中间路线，读者停留在封面上的仅有0.4秒时间，关键是怎么抓住读者。

180 / 圈中人士

十年前，众多文化人被“做导弹的比不过卖茶叶蛋的，有文化的不如没文化的”现象搞得垂头丧气。于是许多记者忙于

“脱贫”。

王志纲下海，可能成为广东新闻圈发生变化的分水岭。

184 / 流浪记者

论及新闻圈中人士，值得一提的现象便是广东新闻圈在90年代冒出一支劲旅——流浪记者。湖北宜昌小镇上竟然走出了五六位知名流浪记者，成为广东新闻界一绝。

187 / 南风窗下

十年前，许多有点雄心壮志的年轻人初下岭南，最愿意投靠的往往就是媒体。南风窗下，秦朔成长为中国最年轻的实力派主编，并且自己开创了一门叫“成功传播学”的领域。

190 / 新闻野史

无疑，如果要写广东新闻史，肯定离不开《现代人报》一章，有人评说，《现代人报》可能是中国新闻圈里最大的野路子。在老总去世的追悼会上，《现代人报》旧部一色黑衣墨镜地站成一排，不知道的人以为在开江湖大会。

191 / 激情深圳

1993年，曾经有一位记者写道，如果没有股票市场，没有股份经济，今天的深圳经济特区有什么值得让人夸耀的真正特区之处呢？

为了证明这座城市还有激情，也是这一年，深圳一家青年



刊物搞了一次中国文稿大拍卖，炒得沸沸扬扬……

197 / 中国的《钱》周刊

1994年，欧洲老牌资本主义刊物《CASH》在深圳降落了，这个中文译名为《财源》的杂志，大胆提出要创办一份为中产阶级服务的报纸。它给国内的媒体带进了一种全新的观念。

201 / 深圳新生代

以今天的眼光看，深圳已经不是昨天那种能够激动人心的城市，而更像是一个安逸的城市，许多第一代创业者已经身居要职，许多后来的新面孔则很安逸地享受着成果。然而，老爸创办了7家报纸，自己也在做着财经周报副主编的韩澄宇不这样看。

205 / 街道的故事

《街道》主编许浩是开着坦克车冲进特区的？他怎么一下子就成了深圳文化圈的四大恶人？《街道》从来不按规矩出牌，这在素来彬彬有礼的文化圈内，显得特别刺眼。

211 / 生死时速

广州媒体在90年代的生死时速般的追逐中展示着自己的风光无限，在广州媒体第一大阵营中，《羊城晚报》和《广州日报》分别拿下了中国媒体业广告经营的金银两块牌子。而另一阵营却死亡气息最重，许多媒体纷纷把自己的春秋战国梦做为



美好回忆封存在历史中。

■ 第三部 嬗 变

223 / 我是商人我怕谁

90年代，新闻界在爆炒着商战故事，其实新闻界自身，便是许多商战故事的源泉。放眼1999年，中国最为精彩的商战故事已经不是彩电VCD，也不是微波炉小汽车，而是已呈星火燎原之势的报业大战。

228 / 武汉保卫战

如果说南京的报业大战已经使得新闻人终于脱下了“夫子式”的温情脉脉之面纱，那么通衢九省、人称“天上九头鸟，地上湖北佬”的武汉则更是把这种报业竞争赤裸裸地说成是“百分百的商战”。

231 / 突破在西南

《华西都市报》制作MTV，《成都商报》间接控股上市公司，《蜀报》则搞资产重组，成都人办报热情高涨。

社会大转型孕育着新闻体制变革的条件，然而体制变革的突破口却未必是在精英荟萃的北京上海广州，而是在发展相对较为滞后的中西部地区，这无疑是一个值得深思的现象。



239 / 商报商战

事实上，绝非是在办报风格上《成都商报》显得有多么出类拔萃，在新闻包装上，它根本就算不得是中国报业中最优秀的，甚至连优秀都未必算得上，但是《成都商报》却敢以自己在经营上的成功而令整个中国传媒为之侧目。

250 / 媒体扭开产业化频道

媒体产业化是一个目前传媒业内议论最多的话题。1999年，如果说报纸媒体变革是以《成都商报》的资本运作为代表的话，那么在电视媒体中公认的变革先锋则是“电视湘军”。

253 / “湘军”何以在电视业崛起

为何不把余秋雨请上岳麓书院的历史大讲坛？吕焕斌大门一拍，《千年学府》的创意便出来了。

在改革开放二十年中作为不大的湖南人，一举从电视产业领域里呼啸而来，直逼中央电视台的市场份额。以至中央台有人惊呼，我们正在想，正在研究的事，湖南台已经做了。

264 / 传媒第一股

湘人龙秋云个子不高，但口气不小，他说2000年要投资100部电视片，一个亿够不够？不够就两个亿！电视湘军们有一句经验之谈：常规节目树影响力，电视剧做收视率，大型活动树品牌。他们往往还要加上一句，电广传媒做实力。



268 / 改革向何处去

不算不知道，一算吓一跳，全国大大小小的电视台竟有三千多家。“抓住一个节目市场、强化四大网络、节目实现制播分离、组建大型制作公司”就是现阶段电视走产业化之路的改革思路。

275 / 服务新理念

从90年代中期开始，国内传媒中的一批先驱者开始渐渐形成了“媒体也是服务”的理念。随后这个理念渐渐获得业内广泛认同。时至今日，更有传媒已经把媒体的服务功能上升到无限的高度而把文以载道降到了最低限度。

277 / 北京大腕

大腕一词，流行于90年代。什么叫腕，就是一些放到哪里哪里亮的角色。做一大腕记者，会有一种极好的人生感觉，这是不是吸引着一代又一代年轻人投身新闻事业的魅力所在呢？

284 / 摄影圈

80年代以来，电视的冲击真是让摄影记者感到脸上无光，许多摄影记者一谈到电视摄像就是英雄气短。然而新闻摄影这一圈子仍然很活跃，一个民间性的新闻摄影十佳评比，常让众多摄影记者心火上窜。



289 / 办报专业户

“生命不息，办报不止”是一部分职业报人的口号。任何社会都有理想主义者存在，在北京，就有一批终身热衷于办报生涯的新闻人，他（她）们虽然屡战屡败，却“我们一直在努力”地寻找着媒体变革的空间……

300 / 走向财经

走向财经，可能是二十年来中国媒体的一个非常清晰的走向。如果我们回顾一下，二十年前中国的报刊是一个什么样子，再看看今天媒体们的变化，恐怕谁都知道，财经新闻在人们眼中像一扇巨大的窗子：里面五光十色，风景万千。

313 / 走向调查

在90年代，新闻除了走向财经之外，还有一个变化，就是走向调查。一家媒体调查栏目的发刊词这样写道：这个社会普通百姓生存状态已经无人关注，官员、大款、明星充斥媒体，芸芸众生怎样活着，他们在想什么，要求什么，愤怒什么，很少见到报道。

317 / 走向世俗

1998年英国王妃戴安娜车祸身亡，全球传媒报道之深、之广，超过第二次世界大战新闻报道。

报纸走向世俗，无疑在本世纪90年代有愈演愈烈的趋势。