

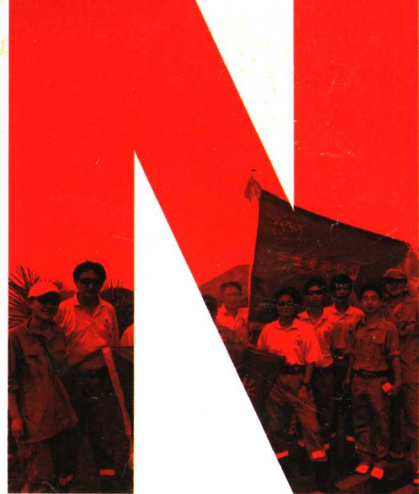
海峡文艺出版社

trait news

百年海都不是梦，这不仅仅是因为“强势媒体、主流品质”，而是十年磨砺锻就的海都精神：服务大局的责任意识、一触即发的反应机制、无孔不入的新闻激情、坚持正义的勇气胆识、扶贫济弱的仁爱之心、不畏险阻的敬业精神、睿智理性的成熟气质。

重磅

击掌



海峡都市报
十年经典

重磅

海峡都市报 十年经典

擊



海峡文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

重磅出击:《海峡都市报》十年经典/《海峡都市报》编.-福州:海峡文艺出版社,2007.8

ISBN 978-7-80719-188-9

I.重… II.海… III.新闻报道-作品集-中国-当代 IV.I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007)第 128290 号

重磅出击

《海峡都市报》编

责任编辑:刘小岳

出版发行:海峡文艺出版社

社址:福州市东水路 76 号 14 层 邮编:350001

发行部电话:0591-87536724

印刷:福建省天一屏山印务有限公司 邮编:350003

开本:787×1092 毫米 1/16

字数:300 千字

印张:23.5

版次:2007 年 8 月第 1 版

印次:2007 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-80719-188-9/I·140

定价:46.00 元

如发现印装质量问题,请寄承印厂调换

桐花万里丹山路

——海峡都市报《创刊10周年丛书》代序

海峡都市报的同志，送来一套四本《创刊10周年丛书》的文稿，希望我能写个序。我抽空翻阅了一下，即被海都报人的激情、才情所感动，乃有感而发，提笔写了几句话，也算代序吧。

创刊于1997年10月1日的海峡都市报，走过了不平凡的10年。10年的风雨兼程，10年的拼搏奋斗，铸就了发展辉煌。海都报从无到有，从小到大，从弱到强，从偏锋到主流，由10年前填补福建没有一份都市生活类报纸的空白，到今天成为全省发行量最大、广告实收超过两亿、福建媒体唯一的著名商标、全国晚报都市报18强的主流媒体和优质读物，成为绽放在八闽文化大观园里的一朵艳丽奇葩。

10年征途写华章，10年探索闯新路。海都报人在长期办报的过程中，紧跟形势发展，把握时代脉搏，注重改进创新，用吸引力和感染力影响受众、赢得市场，形成了自己的办报风格和特色。

一是导向正。始终牢记“政治家办报”的宗旨，秉持“全心全意为市民服务”的理念，把好导向关，唱响主旋律，打好主动仗，宣传党的主张、反映人民意愿，倡导核心价值、营造和谐氛围，弘扬社会

正气、引导社会热点，成为党和群众之间相互沟通、增进理解、共谋发展的桥梁纽带。

二是站位高。紧紧围绕省委关于建设海峡西岸经济区的战略决策，不遗余力、满腔热情地鼓与呼，相继策划了“空中看福建”、迎接省第八次党代会之“发展海西 和谐海西”等系列报道，全方位、多角度、宽领域地宣传展示海西建设成效，充分展现了小报大手笔、小报大视野的气派。

三是定位准。紧紧把握新闻媒体分众化、对象化的趋势，找准办报定位，了解市民愿望，创新报道视角，满足受众需求。对报道的观察，力求全局眼光、百姓视角；对报道的思考，力求都市品位、人文关怀；对报道的表述，力求雅俗共赏、喜闻乐见。

四是反应快。始终以高度的社会责任感和新闻敏感性，关注民生、聚集热点，快字当头、快速反应，切实抓好头版、头条、头组新闻，增强信息含量，形成舆论亮点。

五是挖掘深。善于抓住社会广泛关注的重大新闻事件，紧密结合群众关心的切身利益问题，深入挖掘报道，探究现象背后的深层新闻，如“福建防抗桑美台风真相调查”等系列报道，加强正面引导，小报做出大文章，得到了省委书记卢展工的充分肯定。

六是表现活。积极围绕创新新闻宣传，在都市生活、文化知识、精神情感上下工夫，努力使报道的内容新颖、鲜活，语言生动、精炼，体裁丰富、多样，做活了正面宣传、典型宣传、舆论监督，办出了吸引力、感染力、影响力。

历经 10 年的艰辛探索，海都报人找到了一条坚持党的办报方针、按照市场规律运作、凸显都市报特色的办报思路。这就是：坚持“一个导向”，始终坚持正确的舆论导向，在此前提下走市场化的路子，通过

提高新闻报道质量和引导艺术来赢得受众、赢得市场；实现“两个统一”，努力实现体现党的主张与反映人民心声的有机统一，内容丰富生动与形式喜闻乐见的有机统一；落实“三个贴近”，全面落实“围绕中心、服务大局，面向基层、服务群众”的方针，使新闻报道贴近海西实际、贴近都市生活、贴近市民百姓；做到“四个结合”，做到导向性与群众性相结合，新闻性与信息性相结合，思想性与可读性相结合，娱乐性与实效性相结合。

审视既往，为的是开创未来。希望海峡都市报继续坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，坚持正确舆论导向，坚持“三贴近”原则，进一步总结经验、弘扬传统，解放思想、开拓创新，保持定位、发挥特色，打造品牌、扩大影响，为建设对外开放、协调发展、全面繁荣的海峡西岸经济区作出新的更大贡献。

中共福建省委常委、宣传部长

廖国忠

2007年8月9日

缔造百年海都

——写给《海峡都市报》创刊十周年

历史开始于1997年10月1日，海峡都市报一声嘹亮的啼哭，划破福建报业的沉静。海都人坚忍拓荒，十载砺剑，书写福建报业的神奇。

3年时间，跃居福州纸媒第一；7年时间，坐上福建报业头把交椅；9年时间，跻身全国晚报都市类报纸18强……

这是对海都辉煌历史的粗线条勾勒。鲜花和美酒背后，饱含着海都人的心血和汗水。时间之河流进第十个年头，海都人心中有了更深远的目标——缔造百年海都！

百年海都不是梦，这不仅仅是因为“福建第一、全国18”，而是十年磨砺打下的发展基础：一套适应市场的运作机制，一个深入人心的海都品牌，一支能征善战的精锐之师，一种勇往直前的开拓精神。

百年海都不是梦，这不仅仅是因为“强势媒体、主流品质”，而是十年磨砺铸就的海都精神：服务大局的责任意识、一触即发的反应机制、无孔不入的新闻激情、坚持正义的勇气胆识、扶贫济弱的仁爱之心、不畏险阻的敬业精神、睿智理性的成熟气质。

数字技术革命日新月异，信息传播渠道不断涌现，归根结底，皆服务于人类的信息需求。信息如水，沟渠送之。数字时代的本质不是形

式，而是内容。内容的采集、核实、归类、分析，正是传统报业的优势所在。

放眼国际，维亚康母、时代华纳、新闻集团等传媒巨擎，无不基于强大的内容生产能力。

未来海都将不再是单一的报纸产品：海都是内容生产之王；海都是内容传播之王；海都还要将产业触角向相关领域延伸，构建传媒航母。

机遇总是偏爱有准备的人。开启百年海都基业，从现在起，需要每一位海都人的共同努力，需要每一位海都人的更多贡献。

——舆论引导。海都要永续发展，就要忠实践行办报宗旨，时刻做到“心中有读者，脑中有导向”。

——产品领先。都市报同质化竞争下，只有高品质的报纸才可能延续读者的忠诚。

——市场独大。在一个存量缩小的市场必然是“一家天下”。不管媒体如何变局，始终保持绝对领先。只有抢占山头，才能笑傲江湖。

——多元探索。由单一经营到多元经营，从多元经营到资本运作，是培育增长点的需要，也是报纸品牌经营的延伸。

——构筑文化。企业发展的核心竞争优势来自于制度和文化。文化是一种信仰，它回答的是为什么大家愿意这样做。有了可持续发展的百年梦想，海都文化事关全局。

人类生存多久，信息的生产就会有多久。

百年海都，我们这一代海都人的梦想，将是代代海都人为之奋斗的目标。

我们深感荣幸，因为我们是海都人！

海峡都市报社长 谢品思

1	桐花万里丹山路 ——海峡都市报《创刊 10 周年丛书》代序 中共福建省委常委、宣传部长 唐国忠
4	缔造百年海都 ——写给《海峡都市报》创刊十周年 海峡都市报社长 谢晶思
1	第一章：高度 告诉你一个“小报能做大文章”的秘密
3	1、抓细节 小报做出大文章 2006 年 1 月，胡锦涛总书记来福建视察。记者回访总书记走过的地方，想方设法抓细节，体现了总书记亲民的形象，取得了良好的社会反响。
12	2、重大题材与鲜活文风的相辅相成 海都时政新闻改革的第一次探索，以省委书记生动谈谐的妙语展现他的治政之道，是重大题材与鲜活文风的完美结合。
20	3、执著，是成功策划的必备心理素质 一组系列报道，改变了福州西湖可能消失的命运，保护了这颗有 1700 多年历史的福建园林明珠。
28	4、向那不屈的身影致敬 “追寻八闽救国魂”系列报道，首次用抗战地图的形式，沿着八闽子弟的抗战路线挖掘当年救国故事，脉络清晰，故事感人，获得 2006 年度中国新闻奖三等奖。这是海都报时隔 8 年后第二次获得中国新闻奖。
35	5、挺住，坚持到最后一刻

目
录

48

6、南南对话的智慧

1996年,温州党政领导考察团到泉州调研;2000年,泉州党政考察团赴温州取经。仅仅十年,两个城市到底发生了什么?这一来一往之间,是否有更多的新闻隐藏?

60

7、一只承载服务理念篮子

2002年,世界环保日前夕,海都报推出“禁白”为主题的大型公益活动,该活动最后在泉州派送一千个菜篮子结尾,得到市民热烈响应。这组系列为操作时政新闻提供了一条创新模式:找一个“互动点”,在新闻的第四层面上下足工夫。

71

第二章:勇气

批评需要勇气,海都报有的就是这样的勇气

73

1、年轻就有勇气

1997年11月的榕城“打虎”报道,让刚创刊两月的海都报成为全国新闻界开展舆论监督的先锋。这组报道,还为海都赢得了第一个中国新闻奖。

79

2、关于小棒棒的断想

1997年某天晚上,酒后驾车的武警干部郑晖,将一名70多岁老人和年仅一岁多的“小棒棒”接连撞死并逃逸……

从公安刑拘,到一审、二审,诉之高院发回重审……海都报顶住重重压力,追踪报道跨时6年,对读者做了完整的交待。

92

3、海都输官司的台前幕后

2000年11月24日,泉州。全国新闻界和法律界的人士,都在等待着这里一场官司的结果。

这一天,海都报在同泉州某酒店的一场名誉权官司中一审败诉。

这场名誉权官司背后隐藏着一连串的问号:海都报到底输在哪?

102

4、晋江版“孙志刚案”后记

晋江版“孙志刚案”是国内媒体中投向收容遣送制度的第一颗重磅炸弹,比“孙志刚案”早了整整一年。

113

5、“漳州第一大墓”是怎么拆掉的

2001年10月9日至13日,海都报打了一场不伤“一兵一卒”的拆墓“闪电战”,仅用5天就拆掉了耗资百万的“漳州第一大墓”,在读者、有关部门以及新闻界中引起强烈的“地震”。

121

第三章:真相

揭开“事实”背后的事实

123

1、记者的职业状态和新闻霸气

1997年10月,记者六次深入虎穴,与人贩子展开扣人心弦的周旋,最终获得重要证据;在省市警方的配合下,捣毁了连江县三个贩卖儿童专业村。

133

2、我们记录了一场权与法的较量

郑依清被殴致死事件是1998年2月国家推行生猪定点屠宰以来,全国首例执法人员遇害案。案情本身并不复杂,复杂的是幕后庞大的官场保护网。

145

3、桑美记忆

50年一遇特大台风袭闽,天然良港宁德沙埕遭到重创,人员死伤惨重,引起全国媒体极大关注。记者通过深入细致的调查,用事实和数据说话,向社会公布了福建防抗桑美台风的真相。

164

4、“二奶”碎尸案的采访技巧

2003年5月,石狮市发生了杀人碎尸案。

记者跳出传统案件报道的窠臼,拨开层层迷雾,串起蛛丝马迹,全面地讲述一个惨案的来龙去脉。

179

第四章：应变

非常的新闻反应速度，非常的新闻操作手法，非常的新闻传播力量。

181

1、大地摇晃 我们稳住人心

1999年9月26日，中秋夜。“晚上12点要发大地震”的谣言，从福州市区扩散到八县，再扩散泉、厦、漳。仅仅福州市区，就有近30万市民走出家门“避险”。在掌握了部门权威说法后，海都记者走上街头，用喇叭向市民辟谣。嗓子哑了，人也累了，市民终于回家了。

188

2、对决非典谣言 最疯狂的一夜

居心叵测的非典谣言，以几何速度在福建疯狂扩散，到处是惶恐慌张的面孔。那夜，注定是非常新闻和非典谣言之间争分夺秒的激烈PK赛。

198

3、“9·11”一夜无眠

2001年9月11日，令世人震惊的黑色一天。事隔近六年，如同好莱坞大片中的可怕场景——浓烟烈火、人群惊惶、世贸大楼轰然倒塌，仍历历在目。

205

4、我“亲历”的那场伊战

美伊开打，海都报的号外出街，距战事爆发只4个小时；鏖战两月，海都详细报道每一个动态，深度分析每一个变化。伊战，我们打胜了一场媒体之战。

217

第五章：远征

新闻有多远，我们追踪的目光就有多远

219

1、在印尼采访的日子

印尼海啸，海都首次派出记者走出国门，介入国际新闻第一线，发回最鲜活的一手报道。

233

2、关爱生命 架起沟通的桥梁

在“英国莫克姆海难”发生后,海都报主动出击,及时落地,更自觉担当起纽带作用,为福建乡亲与国际有关方面的联系,架起了一座沟通的桥梁。

247

3、海都体育 用激情换成熟

从创刊时的1个版到平均每天3个版,从剪贴新闻到记者走出国门,从报社单打独斗到联合国内媒体出击,海都体育一步步从青涩走向成熟。

255

第六章:爱心

为什么我的眼里总满含泪水,因为我对这片土地爱得深远

257

1、风雨中,我们主动挑起重任

1998年夏,闽江发生历史罕见的特大洪灾。创刊还不到一年的海都报,不仅是这场大洪灾的记录者,更是赈灾的积极参与者。

268

2、海都阳光,温暖你心灵

对福建贫困的高考学子来说,海都·阳光助学是他们的期盼。2005年开始操作的这个爱心品牌,让404名寒门学子圆了大学梦。

284

3、有一种力量叫做关爱

新闻不仅是把黑暗拉到阳光下曝光,不仅是“泪流满面、热血沸腾”,还有一种力量叫关爱。

293

4、不仅仅看到一双无助的眼神

2002年12月,闽侯小女孩林曼晓,莫名其妙的被后妈砍断了四指。报道后,引发了社会募捐大行动,并最终催生“福建儿童救助资金”。

313

第七章:品牌

从精神冲击到细致服务,海都的品牌效应无所不至

315

1、撞击 感动并净化着

“感动福建”年度人物评选,是一道福建人公认的年末“精神盛宴”。用普通市民的话来说:每一年年终,我们都在期待,今年是哪些福建人感动了我们?

325

2、海都版倚天屠龙

武林至尊,宝刀屠龙。号令天下,莫敢不从。倚天不出,谁与争锋?

一时间,无数高手寻寻觅觅,欲觅此两大利器独霸江湖。

海都副刊部的同仁们,另辟蹊径,不直接去找刀和剑,而是去找铸造刀剑的方法,经千辛万苦,终得偿心愿,并依此造出无数海都版“屠龙刀倚天剑”。刀剑合璧,海都的高招报道无往而不利。

334

3、创业时代 打造新英雄

2004年,中国加入世贸三周年。然而,机遇多了,福建的创业者却没有明显增多。在这样的背景下,我们想传达也必须传达这样一个理念:机会永远都是存在的,关键在于发现和把握。于是,我们推出了新闻商传奇。

349

4、策划源自责任

2005年、2006年,海都联合有关部门,连续两年开展了泉州“十佳外来工创业精英”评选,在政府、百姓以及业界产生极大的影响。

355

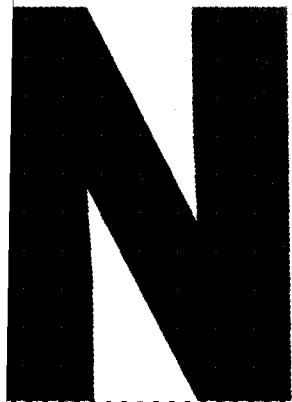
5、收获满满的看房直通车

1999年的春天,一趟车满载着购房者的安居梦想、开发商更好宣传楼盘的愿望、一个新媒体尽快打开地产广告市场的希冀,从海都报驶出,走向福州热点楼盘。

第一章

高度

告诉你一个『小报能做大文章』的秘密



抓细节 小报做出大文章

马智晔 吴旭东

2006年1月12日到16日，胡锦涛总书记来到福建视察。总书记一行先后到连城、永安、厦门、福州等地，深入乡村、企业和城市社区，实地考察贯彻落实科学发展观、推动经济社会发展等方面的情况。

1月18日，本报以两个版的篇幅刊发通讯《五个细节 总书记社区亲民》、《三次赞许 总书记鼓励创新》。一位亲民、爱民、护民的国家最高领导人形象跃然纸上。“总书记离我们那么近”成了不少市民的感言。这篇通讯获得2006年度福建新闻奖二等奖。

听汇报的灵光一现

1月17日下午4点钟，总书记离开后的第一天，《福建日报》社就组织下属的子报听取总书记