

新闻业务高级教程(专业报道系列)



# 财经新闻 报道与写作

胡润峰 等著



復旦大學 出版社

中国新闻事业史话



# 财经新闻 报道与写作

（第二版）



中国新闻出版社

新闻业务高级教程（专业报道系列）



G212/9

2006

# 财经新闻 报道与写作

（作者按章节分工排序）

- 胡润峰 《财经》杂志高级记者  
叶 矛 《东方早报》金融部主任  
董 时 《中国青年报》经济部主任  
尹 涛 《中国证券报》公司新闻部发稿人  
王小波 《经济参考报》财经部副主任  
郑光生 《福建日报》主任记者

 復旦大學 出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

财经新闻报道与写作/胡润峰等著. —上海:复旦大学出版社,  
2006. 10  
(博学·新闻业务高级教程·专业报道系列)  
ISBN 7-309-05166-1

I. 财… II. 胡… III. ①经济-新闻报道-教材②经济-  
新闻写作-教材 IV. G212

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 113580 号

## 财经新闻报道与写作

胡润峰 等著

---

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编 200433  
86-21-65642857(门市零售)  
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)  
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

---

责任编辑 章永宏  
总编辑 高若海  
出品人 贺圣遂

---

印刷 常熟市华顺印刷有限公司  
开本 787×960 1/16  
印张 14.25  
字数 256 千  
版次 2006 年 10 月第一版第一次印刷  
印数 1—4 100

---

书号 ISBN 7-309-05166-1/G·662  
定 价 25.00 元

---

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

## 编者的话

谁也不会否认,现在是一个媒介社会。有一组统计数字就能说明问题,到2005年12月,全国共有报纸1930种,期刊9485种。共有电视台302家、广播电视台1932家、教育电视台50家;共开办电视频道1279套;各类广播电视节目制作经营机构1944家,其中混合所有制有限公司1200余家。动漫业方面,生产国产动画片的各类制作单位已达210家,具有正式资质的原创动画制作机构大约以每半年新增50家左右的速度增长。

媒体的快速发展需要大量稳定成熟的人才队伍的支撑。这或许也是近年来新闻教育蓬勃发展的根本动因。截至2005年,全国共有新闻传播专业661家,在校学生十多万人,几乎以每年一百家的速度递增。但人才的培养并不似公司注册那么简单,它不仅需要完备系统的专业训练,还要长期的实践演练。

新闻教育的特性和媒体的高速发展,给我们提出了新的课题:如何使新闻教育更贴近媒体实际,卓有成效地培养学生的实战技能?如何将媒体的新需求、新经验体现到教学中来?

对于这一时代命题,大学出版社,作为教学科研的辅助机构,也肩负着义不容辞的责任。就出版来说,我们始终在追问:应该提供什么样的教材,才能满足不断变化的业界需求?如何克服陈旧老套的内容,提供富含媒介新经验的实用性教材,让学生具备真正的求职技能?经过对教师、学生和媒体从业人员的反复调查,我们选定了专业报道作为开拓的新领域,准备寻求业界作者的支持。正当此时,全国新闻教育指导委员会主任李良荣教授亦向我们建议:应组织、出版专业报道的系列教材,并诚邀资深记者贺宛男作为第一部书——财经专业报道的撰稿者。真是不谋而合。

“复旦博学·新闻业务高级教程”的创意和开发便是上述多方互动的成果。这套新教材的编纂,我们遵循以下的操作原则:

第一,以专业报道为核心,构筑新闻业务高级教程体系,以区别于新闻采写编评等基础业务课。

第二,选题划分严格按照传媒业界惯例,对各报道领域如财经、法制、时政、体育、国际、文化、环境、科技等实施全覆盖。同时,将传统新闻业务如评论、编辑和新兴报道形态如调查、特稿等一并纳入。

第三,作者选取既有丰富实践经验又有一定理论深度的主流报刊的总编或资深记者编辑领衔编著,对中国改革开放二十多年来媒介经验全面总结和阐述。

第四,按照“应用导向”、“案例教学”的要求编写教材。理论作为必要组成部分,只作提纲挈领的概述,主要部分着力于报道对象、报道技巧的深入剖析,并结合大量案例,生动阐述;力求新闻理论、专业知识与业务能力的充分融合。

从创意初始到第一本书的出版,已历时三年。第一次尝试,尽管惴惴不安,我们仍然满怀期待:通过这套书的出版,不仅对新闻近十多年的新鲜经验做一个阶段性的总结,也能为高校新闻业务教育贡献一点绵薄之力。我们真诚地希望,在校同学进入报社实习之前,能够通过专业报道的学习,更快地适应报刊社的需求;同时,也希冀年轻的记者朋友,能通过这样的教材,尽快地成长起来。

编者

2006年7月

编辑信箱:journalism@fudanpress.com

# 前 言

需要总是和满足需要的手段同步发展。无论在美国还是中国,财经新闻的勃兴,并非意味着几个杰出人物的出现,创办出优秀报章,从而引起大众的关注。它只是在大众从消费者转变成投资者的过程中应运而生,培养出投资者的同时也培养出自己的读者。

这本书的出现,首先是因为作者自己有着学习的需要。几位作者都在财经新闻一线工作多年,资历最短者也已有四年以上经历。从出道至今,对于如何做出优秀财经新闻,一直在摸索。

中国市场化的财经媒体,如果从《中华工商时报》算起,迄今未满20年,实践探索尚不够充分。从新闻教育的角度来看,学界与业界割裂,新闻理论又一向滞后于实践,致使业界中人得益于新闻教育之处往往不多。有论者以“过渡的一代”为我们这一代财经记者命名,不为无据。

正因如此,最初接到写书的邀请时,更多是惶惑。后来还是决定尝试一下。身为“过渡的一代”,既要有自知之明,也不能就此妄自菲薄,一事无成。目前这个主题的书国内可以说尚无佳著,我们既然有如此机缘,且身在主流及新锐媒体担任财经记者,曾经历诸多重大财经新闻事件,何不将些许心得体会公诸同行,献诸方家,以期抛砖引玉之效。

我们从未忽视过对新闻财经新闻报道规律的借鉴学习。WSJ、FT、《财富》、《经济学人》等,其理念和操作渐趋圆熟,正适合起步未久的中国同行观彼顾我,取法乎上。

本书编写分工如下:

胡润峰:第一章第一节、第二节,第二章第一节、第二节;

叶 矛:第一章第三节,第二章第三节,第三章第二节;

董 时:第三章第一节,第八章;

尹 涛:第四章,第五章;

王小波:第六章;

郑光生:第七章。

写书的过程也是学习的过程。大家都只会写稿,对学术规范的熟悉,对财经新闻规律的把握,都是边写边在实践中得到提升。作者又都是各单位的壮劳力,工作已足够紧张,为这本书的付出不在少数。所有辛苦,尽在书中,得失长短,交由读者评价了。

书稿既成,也曾送往方家邀评,不乏中肯意见,在此一并致谢。

胡润峰

2006年8月20日



# 目 录

## 第一章 财经新闻概述 / 1

### 第一节 什么是财经新闻 / 1

### 第二节 财经新闻主要特性 / 4

#### 一、财经新闻的核心内涵 / 4

#### 二、财经新闻的读者需求 / 5

#### 三、财经新闻的独有特性 / 6

### 第三节 财经新闻伦理 / 7

#### 一、新闻伦理的争议 / 8

#### 二、知识及价值观 / 16

## 第二章 财经新闻的发展与现状 / 23

### 第一节 国外财经新闻的发展与现状 / 23

#### 一、从边缘到主流 / 23

#### 二、财经新闻的发展趋势 / 27

### 第二节 国际知名财经媒体的发展历程 / 29

#### 一、国际三大财经日报概况 / 29

#### 二、杂志:《财富》,《福布斯》,《商业周刊》,《经济学人》 / 32

#### 三、通讯社:路透社,道琼斯,彭博社 / 34

### 第三节 成长中的中国财经新闻 / 40

#### 一、经济新闻:从脱离政治开始 / 40

#### 二、证券新闻:青涩年代 / 43

#### 三、财经新闻:风起云涌 / 46

#### 四、电视财经:大众化与专业化 / 49

#### 五、互联网时代的喧嚣 / 53

### 第三章 财经新闻的采访与写作 / 56

#### 第一节 财经新闻的采访 / 56

- 一、财经新闻采访特点 / 56
- 二、如何“增值” / 58
- 三、从哪里获得独家消息 / 62
- 四、采访难点与应对 / 64

#### 第二节 财经新闻的写作 / 66

- 一、新闻,然后才是财经新闻 / 66
- 二、导语 / 75
- 三、像说话一样写作 / 78

### 第四章 金融与证券报道——狭义财经新闻 / 91

#### 第一节 金融与证券报道是财经新闻的核心 / 91

- 一、金融市场 / 91
- 二、金融市场的透明度 / 94
- 三、金融市场本该最吸引普通人 / 95

#### 第二节 金融报道:把握钱脉 / 97

- 一、把握钱脉是金融报道的根本 / 97
- 二、经济政策报道和新闻管制 / 98
- 三、金融趋势性报道 / 103
- 四、判断金融事件的新闻价值 / 108

#### 第三节 证券市场报道 / 112

- 一、证券市场正在成为国民经济的“纲” / 112
- 二、证券新闻的转变——点股时代早已结束 / 113
- 三、如何挖掘公司新闻——公告背后的故事 / 116
- 四、证券市场深度报道——市场各方的力量博弈 / 121

### 第五章 宏观经济报道 / 123

#### 第一节 宏观经济报道 / 123

- 一、财经媒体竞争的基础 / 123

	二、体现记者的核心竞争力 / 125
第二节	宏观数据考验记者 / 127
	一、林林总总的宏观数据 / 127
	二、轨迹与趋势——关注数据的变化 / 129
	三、所有经济数据的变化都是有关联的 / 132
第三节	评论与分析——上下结合,左右环顾 / 132
	一、练就独到的眼光 / 133
	二、宏观与微观的结合 / 134
	三、全球视角看中国 / 136
<b>第六章</b>	<b>跨国财经报道 / 140</b>
第一节	国际贸易、壁垒与争端 / 140
	一、国际贸易理论与实践:自由贸易与国家保护 / 140
	二、国际贸易现实:多边进程(GATT与WTO)与区域一体化 / 143
	三、壁垒与争端:跨国财经报道的焦点领域之一 / 146
第二节	直接投资与跨国并购 / 156
	一、如何观察跨国资本流动——一些重要的概念和指标 / 156
	二、外国直接投资的利与弊 / 159
	三、公司并购:跨国财经报道的又一焦点领域 / 162
	四、中国企业的跨国并购:成绩与挑战 / 165
第三节	跨国财经报道中的“利益”视角 / 174
	一、自由贸易还是国家保护——背后的“利益”取向 / 174
	二、跨国资本流动的利益变动分析 / 177
	三、从“利益”视角出发:一些可供参考的观点与思路 / 179
<b>第七章</b>	<b>调查性财经报道 / 184</b>
第一节	何为调查性财经报道 / 184
	一、调查性报道的诞生及思想根源 / 184
	二、何为调查性财经报道 / 187
	三、调查性财经报道在中国 / 189

- 第二节 调查性财经报道价值判断 /
    - 一、价值标准之一:重大 / 192
    - 二、价值标准之二:与公众利益相关或危及公共经济权利 / 193
    - 三、价值标准之三:往往是企图被掩盖或隐瞒的事实 / 194
  - 第三节 如何做调查性财经报道的调查 / 195
    - 一、进取心和社会责任感 / 195
    - 二、长期的积累和记者个人的观察 / 196
    - 三、细致的案头准备和研究 / 197
    - 四、从利益受损方入手 / 199
    - 五、顺藤摸瓜的调查和暗访 / 200
    - 六、做“反面”文章和走“偏门斜道” / 200
  - 第四节 调查性财经报道名篇案例访谈 / 201
    - 一、《人民日报》“南丹矿难”调查 / 201
    - 二、《南方周末》伍小锋暗访“长江抛石护堤工程” / 204
- 第八章 综合媒体里的财经报道 / 208**
- 第一节 综合媒体里的“少数派” / 208
    - 一、先天不足 / 208
    - 二、阅读率毒药 / 209
    - 三、开始上头版 / 210
  - 第二节 综合媒体财经新闻的定位及取舍 / 210
    - 一、读者群:“大众”而非“精英” / 210
    - 二、政经/财经/产经/社经,一样都不能少 / 213
  - 第三节 综合媒体如何与财经媒体同题竞争 / 213
    - 一、难抢第一点 / 213
    - 二、公众利益的代言人 / 214
  - 第四节 全国性媒体与地方媒体财经报道的区别 / 215

## 财经新闻概述

### 第一节 什么是财经新闻

什么是财经新闻,国内业界和学界至今没有一个得到公认的界定。

一种常见的说法是财经新闻有广义、狭义之别。广义的财经新闻或称泛经济新闻,覆盖全部社会经济生活和与经济有关的领域,包括从生产到消费、从城市到农村、从宏观到微观,从安全生产到服务质量,从经济工作到政治、社会生活中的相关领域。狭义的财经新闻,则重点关注资本市场、金融市场以及与投资相关的要素市场,并用金融资本市场的视角看中国经济生活。也可以说,如果可用投资、生产、流通、分配这样一些环节来描述社会经济生活过程的话,那么狭义的财经新闻主要聚焦于投资并从投资的角度观察和报道经济生活。

另一种划分是从“宏观、中观、微观”三个层面观照经济活动、经济现象。宏观指整个国民经济全局报道,中观指区域经济或产业报道,微观指公司新闻。

这方面一个有代表性的表述,是经济日报社前社长武春河谈该报定位时提出的“宏观讲形势,中观讲思路,微观讲案例”。具体来说:

“宏观讲形势,就是发展趋势、大势、走势,与实际经济运行紧密结合起来,根据当前经济运行情况分析当前形势和发展趋势,研究还有什么问题,应该解决什么问题。”

“中观讲思路。作为地方或行业,中观这一块,要报道好他们怎么落实中央的政策,有什么新的思路、新的做法、新的措施,工作上有哪些创新。”

“微观讲案例。我们讲微观怎么报道,应该抓典型案例。”<sup>①</sup>

<sup>①</sup> 武春河主编:《深度影响》,经济日报出版社,2006年6月。

财经报道还有一种不太严格的分法是将经济类新闻分为“财经、政经、产经”。

财经即指上述狭义的财经新闻。

政经亦无人给出过清楚的定义,在实践中则不乏探索。香港《信报财经月刊》有一个口号是:政经、财经、世经<sup>①</sup>。中国的国家通讯社——新华社于2003年11月18日创刊的《瞭望东方周刊》,则被认为是一家典型的政经新闻周刊。该刊有一句口号:“以政治眼光看经济,以经济眼光看政治。”或可以理解为对政经的简单概括。

《瞭望东方周刊》编辑部曾对政经做过如下区别性说明:其一,关注政府与市场的关系,探讨政府在经济活动中所起作用的边界。其二,关注公众利益。就是说,不是纯粹从经济角度出发,当经济活动与经济现象涉及公众利益的时候就关注;在效率和公平上,倾向于关注公平;在财富创造与分配上,更关注分配。

产经指一些重要和热门的产业,如汽车、家电、IT、房地产、电信等。各财经报刊开辟的产经板块与栏目,一般也是广告投放的重点产业。有些媒体把各行业的龙头公司的报道也算作产经。

从具体报纸的版面设计来看,目前国内关于财经新闻报道领域的划分也是兼容并蓄。以版面较为全面的《21世纪经济报道》来看,其版面设置主要有:

版 面	报道领域
焦点新闻:	政经
21世纪产经:业界,公司	产经
21世纪财经:基金,主板,证券	财经
21世纪金融:银行,投资,资本	财经
21世纪IT:通讯,电脑,科技	产经
21世纪商业:物流,商务,零售	产经
21世纪管理:前沿应用,人力,营销	企业经营与管理
21世纪评论:观点,专题,国际评论	世经
21世纪财富:	人物报道
21世纪生活:	

从中可以看出目前中国财经新闻界对财经新闻的大致分类标准。

<sup>①</sup> 《经济信息联播》编著:《给财经记者讲课》,中信出版社,2003年4月第1版,第6页。

出于对财经新闻界定范围的不同认识,新闻业界产生了一些比较混乱的说法。中国一家大型新闻单位的一位人士称,该社2000多名记者中,财经记者只有区区20人;而该单位的负责人则认为,该社与财经新闻相关的部门有农村部、工交部、财贸部等大部门,财经记者是该社记者中最大的品类。

20世纪90年代以来,随着资本市场的兴起与金融改革的深入,一般认为,金融、资本市场的报道即使不是财经新闻的全部,也越来越成为财经新闻的主体部分或最重要部分。

近年来,从财经新闻报道的实践看,更多内容也成为财经报道的焦点。

- 发展经济与生态环保之间的矛盾。《中国青年报》经济部2004年关于西南某省修建水电站,严重影响当地生态环境的报道,引起很大反响。
- 教育、医疗等领域的改革问题。如《财经》杂志、《21世纪经济报道》等财经媒体,近几年来一直关注公共卫生体制的改革。
- 贸易争端问题。近些年尤其是自中国入世以来,中国与贸易伙伴的重大贸易争端问题,越来越成为国内外财经媒体关注的重点。贸易争端的各种形式,如反倾销、反补贴、保障措施、技术壁垒、知识产权争端、反垄断等等。

财经新闻报道的题材日益广泛,部分是由于财经媒体之间竞争加剧所致。作为媒体,当它以市场主体的身份进入市场或以一个成熟商品面世后,便不可避免地要为受众提供多层次服务以争取“客户”的“忠诚”或“依赖”。为了满足读者更广泛的信息需求,或出于争夺“眼球”、争抢“风头”的考虑,或为读者增加附加值等的需要,都会带来报道范围的扩张。

不过,更根本的原因则在于,经济能影响政治与社会并得到普遍认可,财经新闻不只是少数人关心的事。而且,人们也日益认识到任何重大事件都对经济有影响。像经济学成为显学以至有“经济学帝国主义”之称一样,财经报道的范畴也空前广泛。

例如,2005年4月,天主教罗马教皇约翰·保罗二世当地时间2日21时37分(注:北京时间4月3日3时37分)因病在梵蒂冈去世,终年84岁。《华尔街日报》以“教皇去世”为题做了报道,其切入角度是梵蒂冈也有财务预算,教皇之死会对该国财务预算产生影响。

这些问题当然也可以从金融、资本市场的角度报道,但并不总是与金融、资本市场有关。因此,狭义的财经新闻尽管更容易界定清楚,本书所讨论的“财经新闻”(有时也称“财经报道”),在多数情况下是指广义的财经新闻,或可称为“大财经新闻”,覆盖全部社会经济生活和与经济有关的领域,包括前面所说的“财

经、政经、产经”及“宏观、中观、微观”在内。

## 第二节 财经新闻主要特性

### 一、财经新闻的核心内涵

“每个人追求自己的最大利益,最终就能达到社会的利益最大化。”200多年前,经济学鼻祖亚当·斯密深刻揭示了市场经济制度得以存在、发展的“秘密”。同样在财经新闻报道中,要想透过各种纷繁复杂的经济现象直达事物本质,必须抓住“利益”这个不二法门。

财经新闻要从“利益”视角报道各种经济行为、事件、现象等,以及对不同市场主体利益产生的影响。此处所说的“利益”,即指经济利益,进一步而言,就是经济学中的“效用”与“福利”。

具体而言,财经新闻报道应从“利益”角度报道、解剖经济事件与现象,为提升受众利益水平服务。前述广义、狭义财经新闻的划分,即可在“利益”层面获得统一。

西方财经新闻之所以聚焦于金融、资本市场,有其原因。在欧美发达经济体里,经济总量中80%属服务业,而其中金融业又占据主导地位,金融、资本市场对社会经济生活的影响无处不在。最集中的体现就是:每个市场主体的利益创造、分配、转移等几乎都离不开金融、资本市场。美国《华尔街日报》只要抓住华尔街的变化,便可以把握整个美国经济的变化。

反观中国,服务业占国民经济总量的比重仅为1/3,金融、资本市场在经济社会生活中的作用还很有限,甚至没有成为整个经济状况的“晴雨表”。在这种情况下,如果过分强调金融资本市场视角,而没有看到背后更深层次的“利益”内涵,必然会降低财经新闻的地位与影响。随着中国资本市场的完善与壮大,其配置资源的功能日益发挥,金融、资本市场的报道也将成为财经新闻的主体部分。

概言之,无论欧美财经新闻与金融、资本市场的高度相关性,还是中国财经新闻更为庞杂繁复的联系网,都是“利益”视角与经济发展阶段两种因素共同作用的结果。

所谓“利益”无非有两个层面的含义:利益的创造,利益的转移与分配。明确了财经新闻的“利益”内涵,即可厘清财经新闻报道的主线:新闻事件如何影响利益的创造?如何影响利益的分配与转移?如何更有效率地创造利益?如何更公



平地分配与转移利益等等。

对财经新闻来说,永远戴着“多”、“空”眼镜,透过“钱眼”看世界,关注利益的创造与转移,正是其核心内涵。

## 二、财经新闻的读者需求

财经新闻的受众,一般认为比社会新闻、文体娱乐新闻的受众人数更少一些,收入更高一些,经济地位更高端一些。大致说来,包括:生活日益富裕起来、家庭金融资产逐渐增加的投资大众;具有了投资决策权的企业管理层;其他密切关注国内外经济特别是金融动向的人们,如学者、专家、媒体从业者等。

《华尔街日报》发行人彼得·凯恩认为,该报的重要成功经验之一是“市场观念”,也就是读者观念。

读者对财经信息的需求可归结为三个方面:1)当前国内、国际经济形势怎样?2)重要的经济动态与我何干?3)在这种情况下我该怎么办?

相应地,财经新闻以向读者提供有效信息为天职。一般而言,财经新闻的基本功能有:对大众的教育功能,监督市场,提高公司运作效率等。

《中国证券报》常务副总编辑杜跃进2005年4月在北京大学中国经济研究中心“认识财经报道”的讲座中,把财经新闻提供的有效信息分为三个层面:基本事实信息;由表及里和由此及彼的解读;影响特别重大的独家深度报道。

### 1. 基本事实信息

在财经报道视野内新近发生的事实的报道,如税收政策调整、银行利率升降、证券市场“游戏规则”更改、上市公司业绩变化、股市行情波动,等等。这类报道所传递的信息,可称为“基本事实信息”。对于财经媒体的受众来说,这些信息是满足其基本需要的,是其从事投资理财所必须掌握的。

### 2. 由表及里和由此及彼的解读

由表及里,就是探寻事物背后所蕴含的多层次意义;由此及彼,则是寻求此事物与彼事物或彼事物与此事物的联系。这种深度报道的意义在于,不仅告诉受众已经发生了什么,而且应对新闻事实和数字进行解读,告诉受众还可能发生什么。

### 3. 影响重大的独家深度报道

如对某一重要趋势的与众不同的预测和对重大黑幕的揭露等。前者在报道之初往往不被人们所重视,更多的是“事后论英雄”。后者往往会奏得“一石激起千层浪”之效。其最高境界是“设置议程”。