



南方传媒绿皮书

2014 年度报道与年度记者

2014 **Annual Report** and **Annual Reporter**

主 编 廖金生 副主编 孙 莉 商亚美



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



南方传媒绿皮书

2014 年度报道与年度记者

2014 **Annual Report** and **Annual Reporter**

主 编 廖金生 副主编 孙 莉 商亚美



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

2014 年度报道与年度记者/廖金生主编; 孙莉, 商亚美副主编. —广州:
暨南大学出版社, 2016. 9

(南方传媒绿皮书)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 1843 - 0

I. ①②… II. ①廖…②孙…③商… III. ①新闻报道—作品集—中国—
当代 IV. ①I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 100480 号

2014 年度报道与年度记者

2014 NIANDU BAODAO YU NIANDU JIZHE

主 编: 廖金生 副主编: 孙 莉 商亚美

出 版 人: 徐义雄

策划编辑: 史学英

责任编辑: 黄 颖

责任校对: 周海燕 邓丽藤

责任印制: 汤慧君 王雅琪

出版发行: 暨南大学出版社 (510630)

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州良弓广告有限公司

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 960mm 1/16

印 张: 15.75

字 数: 285 千

版 次: 2016 年 9 月第 1 版

印 次: 2016 年 9 月第 1 次

定 价: 36.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

“南方传媒绿皮书”编委会

主任：林如鹏

委员：林如鹏 张东明 范以锦 杨兴锋

蔡铭泽 曹 轲 陈伟军 蒋建国

林爱珺 刘家林 邱一江 申启武

孙朝阳 星 亮 薛国林 杨先顺

曾建雄 张晋升 支庭荣 朱 磊

总序

新媒体技术引发了传播生态的深刻变迁，促使媒体格局发生了剧烈变化。当前，传统媒体面临巨大冲击，正在摸索转型之路；新兴媒体发展迅猛，仍在探索盈利模式。而推进传统媒体和新兴媒体的融合发展，则成了国家战略。

在这个大背景下，暨南大学新闻与传播学院、暨南大学南方传媒研究院的老师 and 研究生们，基于冷静的观察和潜心的研究，精心推出了新的“南方传媒绿皮书”，内容涉及年度报告与年度记者、年度音视频、年度广告、年度文化产业等。这是他们在初试啼声推出2012年“南方传媒绿皮书”之后又一次阵容整齐的亮相。“南方传媒绿皮书”的出版，为媒体融合发展的盛宴奉上了一道道精美的大餐。

任何事物的发展都有它的规律，媒体的发展演变也是如此。推进传统媒体和新兴媒体融合发展，其主线应该是“技术驱动、用户需求”。这就是说，媒体除了要以先进技术为支撑来一场技术革命的转型，形成全媒体生产能力之外，还必须始终重视内容建设。在新的传播时代，无论传播介质如何迭代、媒体格局如何演变，内容建设都是媒体不可或缺的。因为内容是媒体的根本，是媒体的品质属性，优质的内容生产则是优秀媒体的灵魂和基石。媒体只有着力于挖掘新闻信息的深度和广度、提供精品化的内容，才能拥有权威性和公信力，才能提高社会影响力和综合竞争力。“南方传媒绿皮书”向读者提供媒体内容建设方面的经典案例，正是缘于这方面的考虑。

当然，我们说在网络时代也依然是内容为王，但并不是说可以固守传统的报道方式。传播技术的发展，既扩大了新闻内容的生产和传播渠道，也要求媒体的内容生产方式必须来一场彻底的革命。无论是依旧以纸为介质的纸媒，还是以网络为介质的网媒，或是通过移动终端发布信息的自媒体，都必须以互联网思维为引领，努力创新传播方式，并形成整合传播的合力，最大限度地满足用户的需求。“南方传媒绿皮书”选取的年度报告与年度记者、年度音视频、年度广告的经典案例，基本上都是新的传播方



式的产物，可供媒体从业者参考。

推进传统媒体与新兴媒体的融合发展，一个必须解决的难题是如何提升全媒体的经营能力，增强媒体的公共服务功能。作为面向公众传播的公共文化产品，媒体只有强化用户意识，为用户提供更便捷、更精细的服务，才能达到既争取受众又发展壮大自己的目的。在新的传播时代，决定媒体市场价值的不仅是内容质量，而且是服务质量。这就要求媒体更新经营理念，探索全媒体经营模式，不断提供用户所需要的产品。在这方面，“南方传媒绿皮书”筛选出来的广告和文化产业的经典案例，或许能为业界提供有益的借鉴。

完成传统媒体和新兴媒体的融合发展，需要做的工作很多，比如创新体制机制，加强品牌建设，推进资本运营等，但关键还是在于那些既坚持新闻理想、恪守职业道德，又具有互联网思维、勇于改革创新的媒体从业者。“南方传媒绿皮书”向大家推介的年度记者，其事迹感人至深，令人肃然起敬。他们努力当好社会航船的瞭望者、社会肌体的啄木鸟、社会和谐促进者、社会正义的守望者和中华文明的传播者，向社会大众提供了具有速度、信度、高度、深度、温度和互动度的新闻作品。他们在新闻的路上播种希望，也激励着更多的后来人，更让人们对媒体融合发展的未来充满憧憬！

杨兴锋

（作者系暨南大学南方传媒研究院院长，广东省新闻工作者协会主席，原南方报业传媒集团董事长）

前 言

2014年，就像历史长河中高高溅起的浪花，似乎没有哪一年的新闻传媒业比这一年更耀眼也更复杂，更动荡也更焦虑，更“我心澎湃”也更扼腕叹息。媒体融合指导意见出台、首届世界互联网大会召开、澎湃新闻新闻和界面诞生、《新闻晚报》等传统纸媒停刊、优秀媒体人走出与辞世、央视窝案、“新闻圣徒”的倒下……从年初到年尾，从理想初心到现实砥砺，变局与新生、改变与坚守、掌声与嘘声、彷徨与前行，这是最好的时代，也是最坏的时代。职业新闻人赵治国说：“中国传媒的2014，既在埋葬，也在孕育。正如种子只有经过埋葬才有生机，传媒业中的变局与重生，似乎昭示着媒体下一个革命的时间窗口已经开启。”

这未必是最坏的时代，毕竟危机旁边总是伴随着希望。“第五届全国深度报道研讨会”依然如期举行，精品的深度报道依然是稀缺的、最富有竞争力的新闻产品，博雅传媒副总裁郭光东甚至说：“深度报道不需要转型，更不需要深度转型。”但我们还是需要看到新闻传媒发展的新变化、新态势。对于《2014年度报道与年度记者》的编写，我们秉承对新闻的理念与“年度报道与年度记者”确立的编写思路，以期使之更成熟、更完善。我们的编写历程也是对中国新闻传媒业、新闻传媒人的一次盘点、记忆与致敬。

《2014年度报道与年度记者》增设“年度媒体篇”板块，使本书体例上更加完整。全书共收录年度媒体1篇、年度报道14篇和年度记者9篇。全书在整体遵循原有编写体例的基础上略作改进：将原来“记者感言”改为“记者手记”，以期展示记者新闻采写报道的创作历程，并提供更为广阔的新闻背景；另设“相关链接”一项，列出所选年度新闻报道案例的其他同类新闻作品或年度记者的重大、有影响力的新闻作品，这样有兴趣的读者可以“互文性”延伸阅读。

我们选择了澎湃新闻作为2014年度的“年度媒体”，不仅是因为澎湃新闻CEO邱兵的那篇豪情万丈的发刊词《我心澎湃如昨》让我们坚信新闻理想与情怀的依然存在，更因为澎湃新闻一出生就风华正茂，成为新媒



体的样本。关于“年度报道”，我们的选编原则是年度“大新闻”“好新闻”。“大新闻”即新闻报道本身是大事件、产生大影响，“好新闻”即新闻文本能成为新闻报道的典范。《破壁者李克强》作为领导人改革施政报道，用“破壁者”（其姊妹报道还使用了“剪刀手”）这一别号展示了李克强总理的政治风采，开创了领导人报道的新思维；APEC 峰会作为 2014 年最重要的政经议题，《中美媒体对 APEC 峰会报道的比较分析》选取中美主流媒体新闻报道多层次地进行比较分析，揭示了新闻话语背后的报道倾向和意识形态；关于亚太自贸区的系列报道“亚太成长新思维”紧跟政治经济热点，视野宏大，采用多角度、多种报道形式，勾勒出亚太自贸区发展的蓝图；在 2014 年中国媒体反腐报道“新常态”中，财新网洋洋洒洒 6 万字的“压箱底”深度报道“周永康的红与黑”最具关注度和影响力，尽显新闻专业主义精神；柴静的纪录片《穹顶之下》再次燃起了公众的环境意识与环保热情，本次“环境调查报道”选编评议了《南方周末》之《中国环境病人》与《新京报》之《沙漠之殇》两篇优秀的深度报道。新媒体作为重要的深度报道平台，本次“年度报道”专设“新媒体报道”章节，选编了反映新媒体“数据新闻报道”的《数据新闻的进击》、腾讯纪实图片故事栏目《活着》推出的《知青病人》、“澎湃新闻”多媒体产品《中国气候移民故事：35 万人迁徙寻生机》这三篇原创报道。另外，在《2014 年度报道与年度记者》中我们还注重以下几个细节的选编：复杂性、矛盾性的新闻事件或人物，如《维权农妇和她的山寨“政府”》《一场审判 两个父亲——复旦投毒案背后的世界》；现代都市社会我们往往忽视的问题（《在北京，2 000 万种死法》《知青病人》）；社会转型时期出现的新问题、新现象（《中国妈妈在美国：赴美产子的前世今生》）等。

年度记者作为擅长写“故事”、自身也有故事的人，他们是事实真相的挖掘者、社会正义的守望者与新闻理想的践行者。2014 年度，同样给我们留下许多可爱、可敬的媒体人面孔。汤计，这个充满信念与情怀的新闻战线“老战士”，九年的坚持，终让“呼格案”真相大白；焦翔，这个无限接近真相与真理的 80 后战地记者，在战火硝烟中发出中国声音；还有在环境报道路上砥砺前行、干预现实的“骨灰级”记者陈杰，写出反腐力作的记者王和岩、高昱，为 100 名普通新疆人正名作传的库尔班江·赛买提，潜伏现场、发现真相的无名战士“卧底记者”……在所谓光鲜的背后，新闻记者却是一个工作强度大、精神紧张、生活不规律的职业。近年来，许多新闻媒体人的英年早逝让我们悲恸惋惜，本次年度记者，我们追思了《南方都市报》的王钧、过国亮两位优秀记者，以表达我们的年度致敬。

《2014 年度报道与年度记者》是编委会与各位作者集体智慧的成果。新闻记者朋友们热忱地为本书撰写了“记者手记”或允许本书使用他们在其他媒体公开发表的“记者手记”，使本书增色许多；暨南大学新闻与传播学院薛国林教授、刘家林教授、支庭荣教授、刘涛教授、麦尚文副教授等为本书的策划编写提供了许多思路与建议；暨南大学新闻与传播学院研管办林少娴主任、暨南大学出版社史学英老师为本书的出版也付出了辛勤劳动，在此一并感谢。

编者
2016 年 5 月

目 录

总 序	(1)
前 言	(1)

年度媒体篇

澎湃新闻：移动互联时代的澎湃之路	商亚美 (2)
------------------------	---------

年度报道篇

第一章 人物深度报道

领导人报道的新型方法论

——评析《博客天下》杂志之《破壁者李克强》	周鹏程 (14)
-----------------------------	----------

把“人”字写大，把“人”字做足

——以《毕业论文里的母亲》为例看《冰点特稿》报道中 的人性构建	温 婧 (23)
--	----------

第二章 政经新闻报道

中美媒体对 APEC 峰会报道的比较分析	刘 珍 (36)
----------------------------	----------

“高大上”政经报道如何接地气？

——《财经国家周刊》之“亚太成长新思维”系列报道	周鹏程 陈方舟 (50)
-----------------------------------	--------------

网络时代调查报道的变与不变

——浅析财新网之“周永康的红与黑”专题报道	许 超 (62)
-----------------------------	----------



从新闻报道看维权之殇

——由《维权农妇和她的山寨“政府”》引发的思考

..... 庞娜 (71)

第三章 环境调查报道

中国环境病人由谁拯救？

——《中国环境病人》显示我国相关法律法规的缺失..... 郝逸林 (79)

真相所能承受之重

——《沙漠之殇》报道的力量..... 黄婷婷 (87)

第四章 社会民生报道

复旦投毒案的另一面

——《一场审判 两个父亲——复旦投毒案背后的世界》

中悲剧带来的思考..... 何秀兰 (98)

用温暖拥抱死亡

——《在北京，2 000 万种死法》对死亡的另一种解读

..... 廖文琪 (108)

“赴美产子”看似光鲜背后的困境与无奈

——《中国妈妈在美国：赴美产子的前世今生》多元视角

阐释赴美产子..... 姚凯丽 (116)

第五章 新媒体报道

数据新闻的进击

——解读可视化数据新闻的进阶之路..... 孙莉 (127)

在别人看不到的地方举起探射灯

——评挖掘冷故事的《知青病人》..... 詹丹晴 (136)

环境议题报道新闻可视化呈现的创新之路

——浅析《中国气候移民故事：35 万人迁徙寻生机》

..... 曾雯 (148)

年度记者篇

- 汤计：我这一辈子做记者很幸福 邢真真 (158)
- 焦翔：不能阻止战争，就告诉世界真相 何鹏德 马 玺 (171)
- “骨灰级”记者陈杰：竭尽所能接近真相 郭瑞超 (181)
- 王和岩：山穷水尽却还要坚持 刘 洋 (189)
- 高昱：将调查新闻进行到底 余 佩 (199)
- 库尔班江·赛买提：我从新疆来 张 玉 (206)
- 王钧：做新闻是我的热爱 何雅柔 (216)
- 过国亮：“草根记者”的赤子情怀 甘韵矾 (226)
- 上海福喜卧底记者：发现真相，传播事实 金 秋 (234)

年度媒体篇



澎湃新闻：移动互联时代的澎湃之路

■ 商亚美

核心提示：澎湃新闻致力于做新闻与思想的最大平台，2014 年上线不到半年，便赢得了“跨界融合创新奖”“年度传媒之新媒体”等美誉，成为媒体融合转型之上海模式的代表。本文在关注传媒格局、媒体融合现状与趋势的大背景下，聚焦于上海报业集团的新媒体产品——澎湃新闻，阐述其诞生发展的过程，探讨其在移动客户端、新闻内容生产、用户关系经营等方面的创新与突破。

关键词：澎湃新闻 移动新闻客户端 时政与思想

【入选理由】

2014 年末，上线不足半年的澎湃新闻获得了“跨界融合创新奖”“年度传媒之新媒体”等奖项。外界评价称：它是移动互联网时代一张有理想、有力度、有情怀的原创 paper，一出生就风华正茂。在传统媒体的一片哀鸿声中，它高喊“我心澎湃如昨”，从纸上出发杀进新媒体，在上海祭起“时政+思想”的政经大旗。“上海观察”“界面”是它并驾齐驱的好兄弟，“一号专案”“打虎记”是它的硬招牌，“问答”和“跟踪”是它的交互平台。在自媒体蓝海里，它成了硬新闻的坚守者和纸媒的探路先锋。

澎湃新闻是媒体实践融合创新中的“黑马”，高举时政与思想的大旗，呼啸而来。在哀鸿遍野的纸媒中，坚守理想与情怀，“我心澎湃如昨”。2014 年国家将推动媒体融合发展上升到战略层面，议题的重要程度不言而喻；背靠上海报业集团这棵大树，澎湃新闻从传统纸媒出发，立志做一个原创的、互动的、严肃的、有思想和有价值观的，针对都市中高端人群的政经类新闻产品。天时地利具备，澎湃最终成为这一年媒体圈的现象级话题。

一、2014 年传媒格局

2014 年全球报业深陷困境。根据皮尤研究中心发布的《2015 新闻媒体现状》，2014 年美国报业广告收入持续下跌，总广告营业收入下降 4%，日发行量下降 19%。中国报纸则出现“断崖式”下滑，《2015 中国传媒产业发展报告》显示，2008—2014 年，报业广告年增长率在 2010 年得以短暂提升，2012 年开始呈现负增长态势，广告经营额下降了 7.5%，此后负增长态势逐年明显。2014 年多家上市报业集团经营状况堪忧。南方报业集团广告业务收入下降 13%，净利润 0.79 亿元，除去政府补贴，实际亏损 0.47 亿元；《河南日报》净利润 3.07 亿元，同比下降 12%；山东大众报业集团净利润 3.13 亿元，同比下降 56%；南京报业集团净利润 53 万元，同比下降 97%。

对于传统媒体而言，这是最坏的时代，受众流失、发行量减少、广告收入下滑、人才出走等日益严峻的困境使报业濒临衰退；但同时也是充满希望的时代，互联网技术和互联网思维催生的新媒体产品，点燃了传媒业融合与转型的星星之火。

2014 年 8 月 18 日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，强调要着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团。

成立于 2013 年 10 月 28 日的上海报业集团，走在媒体融合的前列。其战略发展方向被概括为“三新一高”——新技术的运用、新媒体的发展、新领域的拓展、高水平服务保障。2014 年上海报业集团在新媒体发展方面做出战略部署，构筑新媒体平台，打造了一系列具有标志性的新媒体项目：澎湃、上海观察、界面。



表 1 上海报业集团新媒体“三驾马车”

名称	出品方	定位	目标用户
澎湃	《东方早报》	专注时政与思想的媒体开放平台	关注上海、关注中国的政经界人士和影响力、购买力强的中高端人士及海内外精英
上海观察	《解放日报》	在互联网上发行的资讯类产品	上海市政党员干部、城市利益相关者和一切关注上海的境内外人士
界面	上海报业集团	面向个人及机构投资者的互联网金融信息服务平台	国内金融机构从业者、专业投资者、高净值人群等

二、“澎湃”而来

2014 年是中国传媒产业走向媒介融合的关键一年：《人民日报》客户端上线、光明日报社成立“融媒体中心”、浙报集团推出“新闻+服务”的融合发展路径、华西都市报社启动“i 战略”、广州日报报业集团成立“中央编辑部”等，其中最引人注目的非澎湃新闻新闻莫属。澎湃新闻于 2013 年提上议程，2014 年初进行技术和内容团队筹备，此后从无到有大致经历了如下四个阶段：

（一）内测阶段

2014 年 6 月 10 日，搜狐传媒报道《东早新媒体负责人否认澎湃新闻新闻网页上线》。该报道称当天中午，有媒体报道东方早报新媒体项目澎湃新闻已经低调上线，但东方早报新媒体项目负责人王国培否认了上线这一说法，他证实澎湃新闻目前还处在测试阶段。

（二）悄然上线

2014 年 6 月 28 日，搜狐传媒报道《东方早报澎湃新闻悄然上线》，确认已经能够搜索到澎湃新闻的页面。2014 年 7 月 8 日，澎湃新闻《打虎记》栏目发表 6 000 余字的报道《令政策的平陆往事》，全文通过“洪阳村令狐往事”“延安来的‘十三级干部’”“少年政策初长成”“正统到有

些难以接近”“渐行渐远的故乡”等标题内容，对山西省政协副主席令政策涉嫌严重违纪违法事件进行了报道，其具有的时效性和深度使此文一出即在网络上得到迅速转载，其新闻源“澎湃新闻”强势进入人们的视线，获得了一定的影响力。

（三）全面上线

2014年7月22日，澎湃新闻发微博称：“澎湃新闻今天正式上线。我们是一个专注时政与思想的新闻客户端。中国人对时政信息的渴求从未像今天这么迫切，我们正为此而生，并立志成为中国第一时政品牌。”

这一天，澎湃新闻网页、WAP、App客户端等宣布全面上线。澎湃CEO邱兵为澎湃新闻上线写的发刊词《我心澎湃如昨》刷爆了微信朋友圈、微博。文中提到：“再后来，嘈杂的年代就来了。我们从理想主义来到了消费主义，来到了精致的利己主义，我们迎来了无数的主义，直到我们彻底没有了主意。暗夜里抬起头的时候，发现星空里写着，‘你正位于混沌的互联网时代’。……我只知道，我心澎湃如昨。”这篇承载着媒体人情怀与理想的文艺式软文，以及“澎湃新闻”这个新媒体项目在短时间内即引发了广泛的关注，一经上线就被推荐为优秀新闻App。

（四）发布版权声明

澎湃新闻于2014年7月23日发表声明，称澎湃新闻网（<http://www.thepaper.cn>）为具有新闻信息服务资质的新闻网站，请各网站及客户端尊重澎湃新闻网版权，在转载澎湃新闻网稿件时清楚注明稿件来源为“澎湃新闻”。

三、“澎湃”突围

澎湃新闻是专注时政与思想的媒体开放平台。以最活跃的时政新闻与最冷静的思想分析为两翼，生产并聚合中文互联网世界最优质的时政思想类内容。同时，澎湃新闻是互联网技术创新与新闻价值传承的结合体，致力于新闻追问功能与新闻跟踪功能的实践。澎湃新闻立志成为中国第一时政品牌。