

清华十财经新闻大讲堂

杭敏等编著



非外借

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

清华财经新闻大讲堂

杭 敏 等编著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

清华财经新闻大讲堂/杭敏等编著. —北京: 经济科学出版社, 2019. 5

ISBN 978-7-5218-0490-4

I. ①清… II. ①杭… III. ①新闻报道—研究 IV. ①G212

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 078904 号

责任编辑: 李磊 白静 汪娟娟

责任校对: 郑淑艳

责任印刷: 邱天

清华财经新闻大讲堂

杭敏等编著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010-88191217 发行部电话: 010-88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京财经印刷厂印装

710×1000 16开 11.375印张 170 000字

2019年5月第1版 2019年5月第1次印刷

ISBN 978-7-5218-0490-4 定价: 46.00元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010-88191510)

(版权所有 侵权必究 打击盗版 举报热线: 010-88191661)

QQ: 2242791300 营销中心电话: 010-88191537

电子邮箱: [dbts@esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

随着中国经济的发展，人们对财经资讯与经济新闻的需求越来越大，在高校新闻传播、经济管理和其他相关院系中开设的财经新闻类课程也越来越多，专业教育的层次覆盖了本科、研究生与在职教育等各个阶段。然而，相较于财经报道实践的快速发展与教育需求的显著提高，目前财经新闻类教材的建设仍需加强。鉴于此，本书以专家讲堂的形式，为大家呈现了来自财经新闻报道一线的权威声音，通过专家讲述来介绍财经新闻报道实践中的最新动态，评点产业发展中的前沿案例，同时也对财经新闻报道从宏观到微观、从产业到组织，从报道到传播的各个方面进行深入系统的梳理。

本书由皮树义、张勤、张旭东、何刚、文钊、袁一泓、哈学胜、高昱、柯荣谊、靳丽萍、陈小晶十一位专家与我共同编著，共选录十二讲，包含宏观经济报道板块、产业与市场报道板块，以及经济报道与企业传播板块三部分。在宏观经济报道板块中，人民日报社经济社会部原主任皮树义老师讲述了新常态下的经济报道；中央广播电视总台央视新闻中心经济新闻部制片人张勤老师介绍了宏观经济新闻的特性与报道架构；新华社中央新闻采访中心经济采

访室主任、高级记者张旭东老师介绍了宏观经济报道中的政策解读维度。在产业与市场报道板块中,《财经》主编何刚老师介绍了资本市场的报道原则;《经济观察报》执行总编辑文钊老师介绍了市场报道的基本规律;《21世纪经济报道》编委袁一泓老师介绍了房地产市场报道中的典型案例;中央广播电视总台财经频道节目部主任哈学胜老师介绍了电视财经媒体的生态与生存;财新传媒常务副主编高昱老师介绍了调查性报道的特殊性与原则。在经济报道与企业传播板块中,《中国日报》新媒体中心主任柯荣谊老师介绍了经济对外报道与传播中的创新;《财经》杂志原执行主编靳丽萍老师和诺华集团(中国)副总裁、公共事务和企业传播负责人陈小晶老师分别从媒体和企业的角度介绍了媒体人笔下的健康报道,以及企业视角下的财经报道与健康传播,形成了观测财经报道与经济传播的互动视角。

以上讲座内容来自清华大学开设的“财经新闻报道”系列讲座课程。为培育专业与客观的媒体环境,提升财经新闻报道水平,同时将业界丰富的实践经验引入教学之中,清华大学新闻与传播学院于2014年开始开设“财经新闻报道”系列讲座课程。课程邀请了国内外主流媒体专家授课,到目前为止,讲座课程已经开设了四期,取得了良好的授课反馈,也收获了丰硕的教学成果。

为对讲座内容进行更好的传播,使更多希望了解和学习财经新闻报道专业知识的学子受益,本书对讲座内容进行了整理,选取其中的十二讲汇编成本专辑。书中各讲保留了专家授课的讲述形式,文字以口语化表达为主,力图更生动地营造课堂授课的氛围,使读者在轻松的阅读中收获生动的体验与专业的认知。

在本书出版之际,我首先要感谢贡献了各讲精彩内容的编著者;他们都是业内极富声誉和影响力的学者型媒体人与领导。感谢他们在繁忙的工作和精彩的授课之外还能投入大量的精力,对讲课内容进行细致的整理,并汇编成文,供更多读者了解和学习财经新

闻报道的专题内容。

其次，我要感谢诺华集团对清华财经新闻课程的支持。诺华集团从2014年开始资助清华设立财经新闻讲座，其间，李文玮老师和张红捷老师提供了从课程组织到专家邀请等各方面的大量帮助，集团负责人陈小晶老师和徐海英老师也给予了课程极大的支持！

最后，我要感谢清华财经新闻课程的各位助教：张伟杰、胡雨濛、李成章和周长城等同学尽心尽职的工作。最后，我要感谢经济科学出版社编辑的专业指导，他们提供了各方面的便利条件，使本书得以高质地编辑、高效地出版。

希望这一汇聚各方努力的成果能为大家带来了解财经新闻报道、理解经济传播的知识与启迪。

杭敏

2019年2月于清华园

/ 目 录 /

- | | | |
|------|--------------------|-----------|
| 第一讲 | 走进财经新闻报道 | 杭 敏 / 1 |
| 第二讲 | 新常态下的经济报道 | 皮树义 / 19 |
| 第三讲 | 宏观经济新闻的特性与报道架构 | 张 勤 / 36 |
| 第四讲 | 宏观经济报道中的政策解读维度 | 张旭东 / 56 |
| 第五讲 | 资本市场报道 | 何 刚 / 73 |
| 第六讲 | 市场报道 | 文 钊 / 89 |
| 第七讲 | 房地产市场报道 | 袁一泓 / 103 |
| 第八讲 | 电视财经媒体的生态与生存 | 哈学胜 / 116 |
| 第九讲 | 调查性报道的特殊性与原则 | 高 昱 / 130 |
| 第十讲 | 经济对外报道与传播 | 柯荣谊 / 141 |
| 第十一讲 | 健康与生命科学报道 | 靳丽萍 / 157 |
| 第十二讲 | 从企业视角看待财经新闻报道与经济传播 | 陈小晶 / 168 |

走进财经新闻报道

杭 敏 清华大学全球财经新闻项目主任

同学们好！今天我们开始“清华财经新闻报道讲堂”的第一讲。我将为大家介绍关于财经新闻报道的一些背景知识，作为大家深入学习的基础。在接下来的十一讲中，我们将邀请来自各大媒体的专家为大家介绍财经新闻报道在宏观、市场和微观层面的议题，以及财经新闻报道的内容、形式与案例等。每一位应邀前来授课的老师都具有丰富的财经新闻报道与财经媒体管理经验，是业界极富影响力的专家。我希望通过这个系列讲堂帮助大家从多元视角来了解财经新闻领域的最新实践，掌握财经新闻报道的专业知识与技巧，为今后从事相关工作打下坚实的基础。

一、为什么学习财经新闻报道

在今天的导论中，我将首先从学习的目的和意义切入，讲一讲为什么要学习财经新闻报道。

“财经新闻报道讲堂”是清华大学开设的一门全校公选课，供不同专业背景的学生选修。在这个课堂中有来自理工、社科、人文等不同学科方向的同学，大家在这里济济一堂，都有着了解财经新闻的热忱和掌握财经新闻报道专业方法与技巧的渴望。近年来，国内外越来越多的新闻与传播院系都开设了财经新闻报道课，激发了大家学习财经新闻专业知识的热情。为什么这样的课会

受欢迎呢？对此，我们可以从需求和供给两个方面来进行分析：

首先，从市场需求的角度来看，随着经济的发展，受众对经济资讯与财经新闻的需求不断增加。我们经常能听到看到“GDP”“GNP”“CPI”等热词，也感知到宏观经济政策调整、股市波动、企业改革等经济议题不断影响着我们的生活。因此，如何理解经济发展与市场变革为我们带来的变化，如何有效地收集财经资讯、读懂财经新闻，以规划企业与个人的经济生活等，成为现代社会信息消费中的刚性需求。

其次，从供给的角度来看，市场呼唤有专业深度、接受过规范培训的优质人才。同学们在面临市场选择时也会发现，具备经济金融与新闻传播相融合的跨学科知识可以为未来的就业与发展提供更多的机会与更好的竞争力。无论在国内还是国外，财经新闻专业领域所提供的就业与职业发展机会都是相当广阔的。即使大家今后不从事与财经新闻报道直接相关的工作，在企业和其他社会组织中，掌握经济动态、了解财经资讯，并进行有效的解读与传播也将是一种必备的专业性素养。因而，作为人才供给方，学校近年来加大了财经新闻专业培训的力度，让同学们有更多的机会享受到更好的资源，培养与提升财经新闻报道方面的专业性技能。

最后，在中国，做好财经新闻报道还有一个更加重要的原因——我们已经是世界第二大经济体，经济实力不断增强，但无论是国内市场还是国际受众，对中国经济发展了解的客观度、全面性与专业性都有待提高。在这样的情况下，我们特别需要接受过专业训练、有跨学科背景和国际视野的人才来从事经济报道与传播方面的相关工作。由此看来，学习财经新闻报道、掌握专业技能、培养国际素养，做好中国经济与社会发展的对内报道与对外传播意义重大。

二、什么是财经新闻

接下来，我们对什么是财经新闻做一个简单介绍。财经新闻包括关于经济、金融、商业与社会发展的信息资讯与报道评述。从广义上来说，财经新闻

涉及所有与经济生活相关的领域，包括从生产到消费、从宏观到微观、从经济政策到社会发展等不同议题；从狭义上来看，财经新闻重点关注资本市场，聚焦资本市场和金融市场等专业领域，报道银行、保险、股票、基金、债券、期货、租赁等方面的议题。

和所有其他类型的新闻一样，财经新闻也具有真实性、时效性和趣味性等特征；与其他新闻类别不同的是，财经新闻还具有预测性和专业性的特点。财经新闻的专业性是由它的目标受众的专业性特征所决定的，财经新闻的目标读者大多是从从事经济和金融相关工作的专业人士，他们获取财经资讯的目的大多是为其投资决策作参考。因此，财经新闻肩负着为目标受众呈现经济走势并提供专业性解读的任务，如何把枯燥的经济数据变成通俗易懂的财经报道至关重要。

从财经新闻的类别来看，我们可以将其分为六种主要类型：经济新闻（economic journalism）、金融新闻（financial journalism）、商业新闻（commercial journalism）、个人理财新闻（personal finance journalism）、消费者服务新闻（consumer service journalism）以及监管与法规类新闻（regulation and legal journalism）。

经济新闻关注经济运行的整体情况，报道的内容包括宏观经济政策、经济发展状况、经济运行指标，比如国内生产总值（GDP）、国民生产总值（GNP）、消费物价指数（CPI）、生产价格指数（PPI）、采购经理指数（PMI）等。经济新闻涉及不同的经济部门，也涉及不同的经济学原理，比如供给侧经济原理、需求侧原理、凯恩斯主义等。在经济新闻中，中央银行、财政货币政策和体制改革等都是核心议题。

金融新闻涉及金融、外汇、房地产、黄金和石油等内容。在这类新闻中我们经常关注市场的变化、汇率的变动、投资的收益和硬资产（hard assets）的市场表现等。

商业新闻主要关注的是公司，包括上市公司和非上市公司。这类新闻经常与产业新闻和行业新闻联系在一起，会有很多关于人物、产品和公司交易的报道，以此来解读公司的发展情况、竞争状况、创新程度以及公司运营是否合规等不同方面的商业信息。商业新闻往往是记者进入财经新闻报道领域后最先涉

足的入门领域。

个人理财新闻强调个人不同的投资决策和选择组合的合理性，帮助受众了解与关注热门的投资趋势，经常讨论的议题包括保险、投资、不同市场的交易情况等。个人理财新闻报道往往不是财经新闻报道专业人员初入行所从事的工作，专业记者往往需要等到具有一定的积累之后才可以涉足个人理财新闻，为读者提供最好的理财建议。

消费者服务新闻关注消费者财富最有效的使用方式。这样的新闻资讯可以帮助我们比较不同的产品和服务，使消费收获最大的效用与满意度。这样的新闻也关注生产和服务领域的创新，以向消费者提供关于不同产品与服务的最新资讯。

监管与法规类新闻涉及与经济、金融和商业活动相关的政策与法规。这类新闻经常关注关于经济发展的宏观与微观政策、行业中最新出台或者变化的法律法规、关注产业中是否有任何违规的事件和违法的行为者、关注市场监管部门，也关注涉及企业和个人的信息变化。这样的新闻与资讯有时来自监管部门与记者的调查性报道，信息的披露也经常来自内部爆料者，从而引发受众对事件的关注。

以上六种不同类型的财经新闻构成了我们在报道财经资讯和经济信息时的主体，也为我们提出了对其进行报道的专业性要求。

三、财经媒体的类别

从事财经新闻报道的是财经媒体，对财经专业资讯的需求推动了财经媒体的发展。过去一个多世纪以来，全球范围内出现了很多极具影响力的财经媒体，其中有路透、《华尔街日报》和《金融时报》这样历史悠久的专业财经媒体品牌，也有彭博、《财经》、《财新》这样的后起之秀，同时，还有很多综合性媒体的财经部门也贡献了大量专业而有深度的财经新闻报道。接下来，我们将对财经媒体进行分类与梳理。

按照财经媒体内容报道和组织结构的特点，我们可以将其分为四种主要的

类型：综合性媒体的财经报道部门、专业财经媒体、财经信息服务集团和细分行业的财经新闻机构。

在第一类财经媒体中，较为典型的包括《纽约时报》、BBC、美联社、CNN 和《卫报》等媒体的财经报道部门；在国内有人民日报社、新华社、中央广播电视总台和中国日报社等综合性媒体的财经部门。下面我们选取一些有代表性的综合性媒体来为大家进行介绍。

在国际媒体中，《纽约时报》的财经报道一直有较大的影响力。《纽约时报》虽然是一份综合性日报，但经济报道一直是其主要内容。尤其是 2014 年以来，该报推出了新栏目“The Upshot”，将数据财经新闻作为主打产品，针对经济领域进行创新，通过数据分析和可视化呈现，推出了很多非常有影响力的报道，其中一些我们会在后面的案例介绍中提到。

BBC 的财经新闻报道形式比较多样，有意思的是，在其报道中，若涉及财经实时热点时，新闻大多以文字为主；若偏向于介绍企业家或商业模式等主题，则主要以视频和广播形式呈现。

美联社从 2004 年开始提供金融报道服务，其金融新闻主要提供给对货币市场和公司运营感兴趣的普通读者。从 2014 年 7 月起，美联社与科技公司合作，使用 Wordsmith 平台撰写财报文章，在使用软件后，美联社每季度能出产超过四千篇财报新闻报道。在这些自动生成的财报新闻中，文章结尾会标注“这篇报道由 Automated Insights 自动生成”。这样的技术革新解放了记者，使他们能够集中精力撰写更具有深度的文章，是财经报道方面比较成功的数字写作创新。

CNN 金融频道（CNNfn）在 1995 年成立，主要向公众报道世界各地的股票、证券信息和商务消息，但到 2004 年 CNNfn 关闭了，目前 CNN 主推的财经频道——CNN Money 被视为是 CNNfn 的替代品，同时在后续发展中拓宽了原来报道所涵盖的领域。CNN 的财经报道既针对普通大众，又服务于专业财经人士，根据两者不同的需求来提供相应的财经报道。

《卫报》的主要读者为政界人士、白领和知识分子，外界一般认为它的政治观点为中间偏左，主要领域包括国际报道、文艺报道评论和国际通讯等。在

《卫报》的官网上财经栏目一般分为经济、银行业、零售、市场和欧元区等板块。近年来，《卫报》在财经新闻报道中也有很多数字化的创新举措，推出了不少优秀的财经新闻作品。

在国内，综合性媒体如人民日报社、新华社、中央广播电视总台和中国日报社等媒体的财经部门：央视经济新闻中心和财经频道、人民日报社经济社会部、新华社国内部的经济报道，以及中国日报社的财经报道等，都是报道中国经济发展的主力军。我们在接下来的讲座中会邀请来自这些媒体的专家为大家进行专门的介绍，供大家了解中国主流媒体的财经报道部门，了解国内财经报道的基本情况。

第二类财经媒体是以财经新闻为主业的专业性媒体，这类媒体在专业领域拥有较高的权威性，较有代表性的包括《华尔街日报》、《金融时报》、《经济学人》、《日本经济新闻》、CNBC、《财经》、《财新》、《经济观察报》、《第一财经》、《21世纪经济报道》、《中国证券报》、《上海证券报》等。

《华尔街日报》由道琼斯公司于1889年创办，2007年被新闻集团收购，曾获得过几十项普利策新闻奖，报道风格严肃，以深度报道见长。《华尔街日报》的读者定位精英，在报道方面，以公司、投资及金融新闻为主。在非事件性的财经报道中，该报经常采用“华尔街日报体”，即先介绍与新闻主题有关的人物故事，通过人物引出所要报道的新闻，进而一步步展开、深化新闻主题，这种报道方式为新闻界所熟知。《华尔街日报》网络版则侧重金融和商业领域的报道，读者群更为广泛，遵循从专业化转向大众化的路径。

《金融时报》也是世界领先的财经新闻机构，以报道内容的真实性和准确性著称，在2015年7月《金融时报》被日本经济新闻社收购。《金融时报》提供财经新闻、评论及数据方面的专业分析，报道具有较好的权威性。FT中文网是《金融时报》集团旗下唯一的中文商业财经网站，为中国市场提供商业财经新闻、深度分析以及评论，近年来在中国市场的影响力不断扩大。

《经济学人》是一份由伦敦经济学人报纸有限公司出版的杂志，主要关注政治和商业方面的新闻，但是每期也有一两篇针对科技和艺术的报道以及书评；杂志中的文章一般没有署名，而且往往带有鲜明的立场。从2012年1月

28日开始,《经济学人》开辟了中国专栏,提供有关中国经济发展的报道与分析文章。

《日本经济新闻》于1876年创立于东京,是日本全国性大报之一。《日本经济新闻》是侧重经济的综合性报纸,除了经济新闻还包含政治等其他新闻。报纸定位以日本中产阶级为读者对象,在报道中风格沉稳,善用数字说话。日经是一家综合媒体集团,同时经营东京电视台、日经CNBC以及日经广播电台等,还负责计算东京证券交易所的日经平均股票价格(Nikkei225),即日经指数。

CNBC是全球性财经有线电视卫星新闻台,是财经广电媒体中公认的佼佼者。CNBC在欧洲、亚洲和美国拥有三个区域性财经报道网络,周一至周五全天24小时现场直播,追踪全球市场动态,实时直播从亚洲市场开盘前开始,到欧洲及美国市场开盘、收盘。CNBC的重点节目包括“财经论坛”“市场观察”“市场综述”“商业中心”等。CNBC的特点首先是专业财经性,财经色彩贯穿着其节目设置的始终,在工作日白天时段的节目安排与股市同步,基本上都是直播节目,而晚间节目则以回顾和预测为主。其次,在频道编排上,CNBC定位为世界财经信息的报道者,报道内容不局限于美国国内经济,既突出报道华尔街股市,又兼及欧洲、亚洲股市的动向。同时,在频道运作上,CNBC采取直播与互动的形式相穿插,把目光投向了社会精英阶层,把报道重点局限在政治与经济,尤其是金融方面,市场落点较高端。

在我国国内,专业财经媒体主要包括《财经》《财新》《经济观察报》《第一财经》《21世纪经济报道》《中国证券报》《上海证券报》等,我们也会在今后的讲座中向大家陆续进行介绍。专业财经媒体往往在报道中注重记者编辑的分析解读,会在分析财经信息的基础上对未来发展趋势进行一定的预期判断。

第三类财经媒体是财经信息服务集团(Financial Information Services Companies),其中最为著名的包括彭博新闻社、路透社、道琼斯公司等。比起综合性媒体和专业财经媒体,财经信息服务集团更像是财经信息的提供商,为企业和产业提供专业的财经、金融和国际市场资讯,同时也为金融从业人士提供

决策依据。财经信息服务集团在信息内容的提供和解读上具有较高的专业性，读者群主要以企业、金融从业者等拥有专业知识和高学历背景的受众组成。

彭博新闻社是财经信息服务集团中的佼佼者，它的产品包括彭博数据终端、彭博电视、彭博商业周刊等，它的数据终端系统“彭博专业服务”可以帮助客户查阅和分析实时金融市场数据，并进行交易。同学们在我们的财经新闻数据分析课上也会使用到彭博的双屏数据终端，学习财经数据挖掘和分析技巧、锻炼报道和写作能力。

路透社是世界排名前三的多媒体新闻通讯社。路透社新闻报道的主要对象是国外新闻，其经济新闻很多是商情报告。路透社的消息大致有特急快讯、快讯和普通电讯三种。这三种电讯的时效按顺序递减，篇幅按顺序递增。特急快讯主要针对商业用户，快讯主要适用于政府机关及电子媒介订户，普通电讯则主要服务于其他新闻媒介订户。路透主要向全球金融市场提供三大系列产品，包括资讯及新闻内容产品、金融风险管理及金融交易解决方案，以及交易处理服务技术和网络接驳产品。

道琼斯公司是世界领先的商业财经信息提供商，旗下拥有报纸、杂志、通讯社、电台、电视台以及互联网服务，该公司还拥有全球著名的电视财经媒体CNBC 50%的股份，著名的道琼斯指数也由公司负责编制和发行。道琼斯指数最早在1884年由道琼斯公司的创始人查尔斯·亨利·道开始编制，是一种算术平均股价指数，分为道琼斯工业股价平均指数、道琼斯运输业股价平均指数、道琼斯公用事业股价平均指数和道琼斯股价综合平均指数，在四种股价指数中，以道琼斯工业股价平均指数最为著名。

近年来，国内也发展出一些有影响力的财经信息服务机构，比如新华08、万得数据等，在提供金融数据、信息和软件服务等方面发挥出越来越重要的作用。

第四类是细分行业的新闻机构。这类财经媒体大多侧重于经济报道中的细分领域，比如证券、股票、个人理财、公司商业新闻等，在报道方式上，有的以传统报纸或杂志的形式呈现新闻，有的以网络博客的形式吸引受众。这类财经新闻媒体在报道内容上各有侧重，报道方式也独树一帜，拥有各自特定的读

者群体，是财经新闻领域的重要力量，较有影响力的包括《福布斯》、《财富》、吉普林格、普氏能源资讯、Quartz、Business Insider (BI) 等。其中，《福布斯》与《财富》以发布商业排名而闻名。1982年福布斯首推“福布斯富豪榜”，在全球产生巨大影响，每年发布的榜单成为媒体报道的焦点。20世纪90年代初，《福布斯》创办“福布斯全球总裁会议”，也称为“福布斯全球CEO论坛”，与达沃斯世界经济论坛和《财富》全球论坛并称为世界级三大经济论坛。福布斯最为人熟知的产品包括“最富有美国人列表”（又称为“福布斯400”）和“世界顶级公司排名”（也称为“福布斯全球2000”），等等。《财富》隶属于时代华纳旗下的时代公司，该杂志在长篇深度经济报道中与商业杂志《福布斯》和《彭博商业周刊》竞争。“财富500强排行榜”和“财富全球论坛”是《财富》的品牌产品，为其赢得了影响力和赞誉。同时，《财富》也推出“全球企业500强”排名，强调企业对社会和经济的影响力。

吉普林格 (Kiplinger) 则致力于打造专门从事个人理财服务的产品。这一财经媒体于1920年由前美联社经济记者吉普林创办，以印刷品、线上获取、音频、视频和软件产品的方式出版商业预测和个人理财建议方面的资讯。吉普林格最著名的出版物是“吉普林新闻信”，这是一份商业和经济预测型周刊。吉普林格曾经被多次评为全美最具有公信力的财经媒体。2018年，在我们的财经新闻讲堂中会专门邀请吉普林格的多媒体主编来为我们讲授个人理财报道的专题。

普氏能源资讯是全球领先的能源和金属信息提供商。自1909年起，普氏能源资讯就专注于为客户提供市场数据、基准估价和新闻简报，帮助客户进行贸易和商业方面的决策。普氏能源资讯提供的产品服务包括：实时新闻和市场快讯、估价与指数，以及新闻简报和经济导报等。

除了以上传统财经新闻媒体之外，近年来，诸如：Quartz、Politico、Business Insider 的新媒体名牌在各自的细分领域中也越来越具有影响力。其中，Quartz 成立于2012年，是美国纽约“大西洋媒体公司”的新闻出版物，也是第一个使用移动应用程序的新闻网站，设计采用“自适应网页设计”。Quartz 没有提供全方位的新闻服务，而是集中关注全球经济、商业和技术领域的大规

模趋势和变化。Quartz 最初为手机移动设备而设计，之后跨越新闻领域，成为第一个将移动设备作为核心策略的新闻网站。而 Politico 则关注政经报道，通过电视、互联网、报纸和广播等发布政经热点新闻，内容覆盖政治经济、政治评论和媒体观点等。Business Insider 聚焦于金融、媒体、互联网和高科技等资讯，侧重于商业资讯的分析，也会涉及网络热门话题的讨论，其网站每年都会出版社论，评选“世界上最有价值的 100 家科技公司”。

以上从内容维度对财经媒体进行了分类。同时，我们也可以按照媒体属性的不同，将财经媒体分为报纸、期刊、财经新闻简报、广播电视、通讯社和新兴网站类财经媒体六大类。这些不同类型的财经媒体为我们提供了多视角的财经信息，贡献了有专业深度和内容特色的财经资讯，在近年也呈现出了越来越为明显的数字化以及融合发展的趋势。接下来，我们将借由乔卡那集团（Gorkana Group）的一项调查来向大家介绍一下国际财经媒体在发展中所面临的挑战。

四、财经媒体在发展中所面临的挑战

乔卡那集团是一家著名的媒体调查与研究机构，在其最近所进行的“财经记者对财经新闻报道和经济形势判断”的调查中，乔卡那集团调研了三百多位业内资深专家，总结了国际财经媒体在发展中所面临的问题与挑战。

乔卡那集团认为，财经新闻和财经媒体发展所面临的第一个挑战来自报道议题的专业性与复杂性，从而对从事报道的专业人员提出了越来越高的要求。财经新闻报道是进入壁垒较高的一个领域，要求从事这项工作的记者有良好的专业背景与广泛的社会认知，对经济发展、金融市场和公司运营等议题有客观的报道、清晰的解读和深入的分析。经济与金融市场的快速变化大大增加了我们在报道财经议题时所面临的复杂性与不确定性，因此，财经新闻记者需要具备越来越强的专业素养以提供受众满意的专业化财经报道。

第二个挑战来自技术的发展和媒介环境的变迁，这使受众使用媒介的习惯不断变化，对新闻报道内容、传播渠道和呈现方式等都提出了新的要求。受众