

21世纪新闻 炼金术

《21世纪经济报道》著



21世纪新闻炼金术

《21世纪经济报道》著
21st CENTURY BUSINESS HERALD

 南方日报出版社
NAN FANG DAILY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

21 世纪新闻炼金术 / 《21 世纪经济报道》著. —广州: 南方日报出版社, 2005
2005
ISBN 7-80652-421-5

I. 2... II. 2... III. 经济—报刊—新闻工作—研究—广州市 IV. G219.25

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 077676 号

21 世纪新闻炼金术

《21 世纪经济报道》编辑部 编

出版发行: 南方日报出版社

地 址: 广州市广州大道中 289 号

电 话: (020) 87373998-8502

经 销: 全国新华书店

印 刷: 金冠科技发展有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/24

印 张: 11.5

字 数: 250 千字

印 数: 1-6000 册

版 次: 2005 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 28.00 元

投稿热线: (020) 87373998-8503 读者热线: (020) 87373998-8502

网址: <http://www.nanfangdaily.com.cn/press> <http://www.southcn.com/ebook>

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

瞧，那些新闻的圣徒

对于一个新闻工作者来说，沉湎于新闻的无限可能性是危险的，但也是必需的。

“新闻究竟是用来做什么的？”

我相信每一个新闻工作者，周而复始地处在这样一种天问之中。

这种问题必定会击到我们，但好在它击不垮我们。

因为这个工作的实质决定了，唯有尝试才能生存，才能解恨。

而无限的可能性，正贴在尝试者的额头上，

只有不停地敲击地面，才能把它刻在地上。

不停地做吧，这是我们的原罪；

就像每一个我们所采访的受难者一样。

原罪带来光芒。

应该尊重每一条新闻，尽管它有随时死去的无限可能性。

那就为它们修建一座教堂吧。

“怎样做究竟最好呢？”

每一个新闻工作者都有反省的能力、质疑的义务，
就像每一个人都有修建自己的教堂的权利，无论是外在的还是内心的。

“无限地逼近真相。”这句话应该写在新闻的圣经上。

每一条新闻问世，便是所有新闻工作者的受难时。

新闻的无限生长速度，就是在那瞬间暂停了一下。

不停地停止吧，新闻；因为你们都是一些必需的错误。

生长带来突破，停止带来颠覆。这就是我们的轮回。

轮回意味着永远。

即使新闻死了，

也会留下圣徒无数。

沈 颢

目 录

新闻头等舱→1

2000年初的某个下午,在南方日报旁边的某个著名的小咖啡馆里,沈颢、刘洲伟、李戎、陈东阳坐在了一起,“我们做一份财经报纸吧。”这就是《21世纪经济报道》的诞生:自然、顺势而为。

米 粒
南 方

21世纪“新闻精细化运动”→2

我们怎样服务中国最优秀人群

——丘克军访谈→6

罗永新

让新闻创造价值

——沈颢访谈→11

南 方

我们的门槛在哪里?

——刘洲伟谈新闻技术→16

刘 冬

《21世纪》的“机动”情结→20

宋长风

伟大的追问→23

刘 晖

数一数二→26

子曰

21世纪经济报道“黄埔一期”→29

刘 晖

为什么是商业,而且评论?→32

张中锋

一本杂志的诞生

——《21世纪商业评论》的创刊札记→36

刘洲伟

从炼狱里看见天堂→40

向上生长的力量→43

要做一份“以市场化力量演绎政经格局”的财经报纸,首

宋长风

先这份报纸自身必须是市场化的。

宋长风

一场颠覆性排名的出台前后 → 44

梅波

关键时刻的关键聚会 → 47

Rita

我们站在高岗上 → 54

贾鸣

Hi, Jack → 59

三万

博鳌脸谱 → 62

谭军波

追梦之旅 → 65

阎志强

感悟发行 → 71

2004 年发行圆桌论坛 → 76

我们是“扒粪(muck-racking)”工人 → 79

Muck-racking, 英文直译为“扒粪”, 常引申为新闻采访中调查式的深度报道。这个词在《21 世纪经济报道》身上, 更大的意义在于, 充分体现了新闻媒体的职责精神。

谭凌云

“新闻警察”在行动 → 80

程东升

突破困局 → 83

西冷雪

王永庆、青岛和我 → 86

莫菲

我的“线人” → 89

丘慧慧

制造“湖南的机会” → 92

郭莉

因为有你 → 94

李磊

THE MAKING OF “GOING TO STORY IN WASHINGTON” → 97

谢飞

南方证券崩塌的新闻报道背后 → 100

周扬

生日之困 → 103

徐可强

最大的风险在于不知道风险的存在 → 106

张国良

中小企业板专题出炉前后 → 109

符定伟

赵新先的朋友观: 一个时代的商业逻辑 → 112

杨磊

赵新先: 那个渐行渐远的国企强人 → 115

张逸之

与国家领导人面对面 → 118

何忠平	中国教育的幸事与不安→122
陈挺	追杀“鸟巢”→127
王玉虎等	头条稿件是如何诞生的→134
程旭	没有讲完的春都故事→141
朱地术	华夏证券新闻背后→146
范利祥	房地产：宏观调控下的剧烈“喘息”→150
陶春苗	冰火两重天的煎熬→153
陈挺	“捉拿”斯蒂格利茨→156
杨瑞法	包头空难发生后……→160
徐万国	温州炒煤团调查纪实→163
罗绮萍	全球大救灾的另一阙悲歌→168
陈挺	我当侦探的日子→172

新闻会客厅→177

	“我不喜欢记者。但你提的这个问题非常好，所以我要回答你。”
梅焱	卫留成：面朝大海春暖花开→178
吴琼	猛人郁知非→181
Hellosusie	李思廉的开发情愫→186
朱平豆	激情刘晓光→189
师琰	刘长乐：指挥凤凰起舞的人→193
张子鹏	杉杉集团董事长郑永刚：我是一名看方向的飞行员→197
顾建兵	李焜耀：经营公司就同爬山一样→200
袁一弘	牧师孙宏斌→203
歌风台	马蔚华：网络“布道”→206
杜艳	巴曙松：人在江湖飘→209
宋长风	郎咸平神话→212

新闻人读书，我们读新闻人→215

在忙碌纷繁的现代社会，找到一个读破万卷书的方法，那就是让新闻人读书，我们来读新闻人。

金城

《李鸿章传》→216

谭昊

《禅是一枝花》→218

谭昊

《病隙碎笔》→220

沈颖

《两个幸运的人：弗里德曼回忆录》→222

沈颖

《表达自由的法律限度》→224

刘晖

《以自由看待发展》→225

刘晖

《极度驾驭》→226

谭昊

《孙子三论》→227

李戎

《别拿畜生不当人》→230

郑小伶

它可以帮编辑们做功课

——《〈华尔街日报〉使用指南》→232

郑小伶

《乡关何处》→234

喜崇彬

陈楫宝的非典型成功之道→236

李磊

千面“马潇潇”→239

李磊

头版先生的故事→242

朱宇

陈挺坚挺→245

Ben

法治始于秦→248

陈愿

四川妹子，麻辣清香→250

王土

为什么是徐万国？→253

郭大路

“双枪王”姚峰调查→255

符号

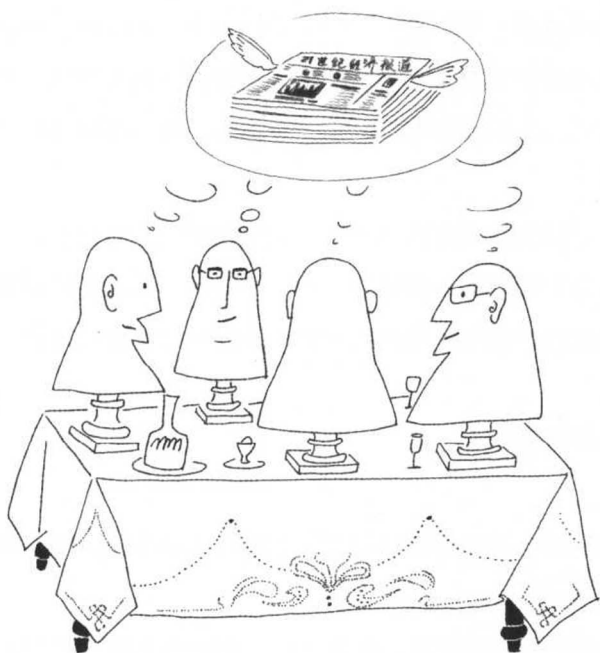
喝酒，或者其他道具→258

梅波

后记：新闻刀客→261

新闻头等舱

二〇〇〇年初的某个下午，
在南方日报旁边的那个著名的小咖啡馆里，
沈颢、刘洲伟、李戎、陈东阳坐在一起，
『我们做一份财经报纸吧。』
这就是《21世纪经济报道》的诞生：
自然、顺势而为。



21 世纪“新闻精细化运动”

米 粒

抹去三年来中国财经媒体领域的如梦浮华,《21 世纪经济报道》开始在新的起点上奔跑。“前段时间一直有读者反馈,文章越来越难读了,我们经过评估发现,新闻品质的确存在一些问题。”2004 年 9 月 10 日,21 世纪经济报道主编刘洲伟说,问题主要在写作方面,也就是人们说的内容线索多,但内容粗糙。“于是沈总提议,以全面提升产品品质为目标,来一场新闻精细化运动。”

刘洲伟解释,精细化运动包括对报纸内容所有元素的提升,包含版面语言、编辑手段等等。他认为,财经新闻虽然有一定的专业性,但也要写得好读好看,并尖锐地指出“我们不能老是用脚跑新闻,面是要用大脑写新闻。”

“我们不能拿毛坯房给大伙看”

在刘洲伟看来,造成这种状况的原因主要是新的骨干力量成长太慢。特别是在扩期之后,情况尤其严重。

“扩期之后,本来就需要大量的记者,而事实是,在原来的很多优秀记

者都成为管理层之后，我们新的优秀记者却成长缓慢，这就形成了人才的断层。”而这些断层造成了文章“注水”情况严重。“很多人都夸奖我们新闻敏感性很强，记者遍地都是，但是从来都没有人说你们文章写得很好，这都让我们觉得很没面子。”刘洲伟认为，有些文章绝对不是《21世纪经济报道》应有的水准，仅仅是“毛坯房”。

《21世纪经济报道》素来以深度报道见长，文章长度皆在3000字左右，这在同类报纸中亦属“巨无霸”体型。而财经新闻本身有一定的专业门槛，对记者和读者都有一定的知识要求。这些决定了财经报道先天对记者的表达能力有较高要求。

而开展“精细化运动”，就是要求记者和编辑共同努力，对新闻元素进行充分挖掘，把原始的新闻材料打磨成一个精致的新闻产品。“你不能拿到料就迫不及待地去写，你要通盘考虑清楚，所谓意在笔先。”刘洲伟形容，这种理念要像一个芯片一样植入记者的大脑。

刘洲伟介绍，开展这场运动的战略目的，是为明年的扩张打基础。他说，《21世纪经济报道》要提高市场占有率，很重要的一项是在新闻内容上有一个实质性的提升。改善阅读口感，传递阅读愉悦，是最直接的表现。

“731”工程

为了鼓励记者在写作上大下功夫，刘洲伟表示对稿件的打分标准已经有所改变，原先写作影响所占权重为50%，现在改为70%。

“文章写得好不好，并不是简单的形式问题，形式本身就是价值。”刘洲伟认为，苹果电脑和索尼产品的外观很漂亮，这就已经构成50%的价值。他直言不讳地指出，《经济观察报》在一些文章的形式主义上就做得不错。

与此同时，21 世纪经济报道还在编委中推行“731 工程”。即七名编委每人都有三大任务：挖掘一个成熟记者，培养一个年轻记者，每期限抓一条成熟新闻。此外，每期报纸头版文章的修改必须由编委“躬亲”，每个板块的头条必须由版块负责人重写。编委和版块负责人必须把记者的文章当成自己的文章来改。

“731 工程”推出后，已经起到不错的效果。最直接的反应来自市场。“我是个专业人士，喜欢同时购买几份同类报纸。”北京一家公司老总说，4 月份，《21 世纪经济报道》在他手中停留的时间是最短的，而现在则最长。

“文章是记者的修炼”

刘洲伟认为，记者的工作很特殊，“工作性质注定他不是流水线上的一颗螺丝钉，而是一个独立的制作人，每一个作品完成以后都署上记者的名字，直接影响到他在江湖上的地位”。

当年刘洲伟在南方周末当记者时，人称“一枝笔能决定行业的生死”，“一篇文章值 100 万”。刘洲伟写段永平从“小霸王”出走、原爱多总经理胡志标从城市边缘人做成行业领袖等等，行文颇多风云跌宕之气，当时几乎无出其右。

“我那时每写一篇大伙反应还不错的文章，真有一种满足感。尤其同道切磋之时，每有会意便欣然忘食，然后再大吃一顿——当年玉树临风的一浊世翩翩佳公子，如今胖得不忍卒‘读’，就是那时熬成的正果。”刘洲伟回忆说。而据他的好友透露，当年刘洲伟写财经新闻时篇篇都是呕心沥血之作，一篇几千字的文章必定要花上一天一夜的时间，深受难产之苦。

后来创办《21 世纪经济报道》，报纸的每版头条标题的拟定都是刘洲伟

亲自操刀。刘洲伟称“做标题往往要花很长时间，想一个标题有时候有痛不欲生的感觉”。但有好的创意时，亦觉得有非同寻常的狂喜。

“对于记者来说，写作是一项修炼，既然选择了这个职业，就要经受这样的修炼。”刘洲伟坦陈，如果只是把工作当成一种谋生的手段，则索然无味，那不仅是谋自己的财，害自己的命，更是谋杀市场。“读者最终会抛弃你的。一旦被市场抛弃就完了。”

我们怎样服务中国最优秀人群

——丘克军访谈

南 方



《21 讯》：《21 世纪经济报道》是一份很年轻的经济类周报，创刊于 2001 年 1 月 1 日。经过四年的不懈努力，这张报纸在广大读者心目中建立了良好的信誉，在新闻界树立了良好的口碑，在市场上取得了不俗的成绩。您作为 21 世纪报系总编辑，请谈一下《21 世纪经济报道》是如何不断提高经济报道质量的？

丘克军：创刊四年来，《21 世纪经济报道》一直坚持“新闻创造价值”，强调“硬新闻才是硬道理”，根据读者的需求和市场的变化及时调整产品形态。

《21 世纪经济报道》是国内最早的、面向市场的经济类周报。报纸的主创人员全部来自南方周末，报纸延续了《南方周末》“认稿不认人”的传统，在此基础上，提出“新闻创造价值”的理念，强调“硬新闻才是硬道理”，具体表现在以下几个方面：

在新闻内容上——坚持深度调查和第一访谈，强调对新闻事件的持续追问和连续报道，强调独家，强调原创；在写作文本上——借鉴国外成熟媒体

的表达方式，强调故事性，以大事件背景下新闻人物的命运和起伏作为新闻报道的切入点，强调新闻报道的人性化；在版面设计上——我们借鉴国外成熟媒体的表达方式，倡导简约大方之美；在版块构成上——创刊的前两年，我们结合经济媒体自身的特点，细分为综合、产经、财经、金融、IT、管理、财富、评论与生活等8沓，32个版面。

2003年底，本报相继推出了《21世纪评论》、《21世纪政经》，成功打造了一周两期的产品形态。

2004年1月1日，本报正式推出《21世纪国际》。该版块的推出，充分体现了本报作为“中国商业报纸领导者”的国际视野。

2004年上半年，本报大胆创新，将《时评版》内容从原来的第29版调整到第3版，利用显著的版面位置传达本报的观点和声音，进一步彰显本报的媒体责任。2004年下半年，为了更深入地满足读者的阅读需求，体现《21世纪经济报道》对国家宏观政策和产业、行业的一贯关注，本报进一步优化版块设置：将《产经》、《商业》版块合并为《产经与商业》版，每周两期；将《管理》版块改为《战略与管理》版，每周一期；将《国际》版块改为《环球观察家》，每周一期；并于2004年6月21日隆重推出《21世纪赢基金》，于2004年7月29日重磅推出《21世纪汽车》。

2005年，我们又新推出《21世纪研究》、《21世纪商旅生活》、《城市与地产》等新的产品形态。创新和改变，代表了21世纪的进步精神。

通过上述调整，本报在内容设置上更加科学，更加丰富，更加市场化。调整后的版面，充分尊重了读者和市场的意见，整合了报社内部的人力资源，新增加的《基金》、《汽车》版块，同时还成为报社新的经济增长点。

2004年，在积极调整版块构成的同时，报社以“全面提升品质”为目标，大力推广“新闻精细化”运动，在新闻写作、版面语言、编辑手段等方面大

胆改革、大胆创新。同时，报社从“月度好稿件评选”、“最佳调查性报道”、“最佳解释性报道”、“最佳访谈”、“最佳写作”、“最佳评论”、“最佳短新闻”、“最佳连续性报道”、“最佳专题策划报道”等九个方面对报纸的品质进行精雕细琢，为记者的采访和写作树立标杆。通过这项措施，本报的新闻质量迅速回升到一周一期的状态，受到了读者和市场的欢迎。

在此基础上，本报再接再厉，对现有的版面形态作出调整，增加时效性较强的“短新闻”的比例，报社倡导高品质的“短新闻”；同时强化了“连续报道”、“专题报道”的优势，在2版推出了《最后截稿》栏目，进一步提高本报的新闻时效性。通过上述措施，一方面强化了周二刊的内容特色，同时延续了本报深度报道的优势。

《21 讯》：21 世纪经济报道作为一家新兴新锐媒体，却具有许多成熟的媒体管理经验，请问您是如何有效地进行管理，使它能够一直拥有一股向上生长的力量？

丘克军：我们不断地实施管理创新，进一步强化执行力和流程管理，有效实施编辑部的战略前移。

2004 年，为加强信息源头与整合中心的交流，改善由于编辑部远离北京、上海两大新闻源头的先天不足，本报继续实施管理创新，积极探索新的管理模式，实施人性化的流程管理，进一步强化本报的执行力。

2004 年上半年，本报在组织架构上尝试“编辑记者交流轮岗制度”。主编带队到北京新闻中心蹲点，分管编委和版块主任、编辑到新闻中心轮岗，报社调资深记者到编辑部轮岗，通过“采”与“编”角色的交流与互换，提高采编工作的效率及对信息的快速反应能力。在队伍建设方面，定员定编，加强机动记者部的力量，在记者资源的使用上力求有效控制、灵活调配。

总结上半年的经验之后，2004 年下半年，本报以北京为试点，尝试“高