

如何当一个

RU HE DANG  
YI GE NIU JI ZHE

牛  
记者(下)

行业新闻采编实务  
彭嘉陵 著



 中国统计出版社  
China Statistics Press

G21412  
11  
2

RU HE DANG  
YI GE NIU JI ZHE

如何当一个  
牛记  
者(下)

行从新闻采编实务  
彭嘉陵 著



 中国统计出版社  
China Statistics Press

## (京)新登字 041 号

### 图书在版编目(CIP)数据

如何当一个“牛”记者/彭嘉陵著. —北京:中国统计出版社, 2011. 6

ISBN 978-7-5037-6218-5

I. ①如… II. ①彭… III. ①记者—新闻工作 IV. ①G214.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 068680 号

---

### 如何当一个“牛”记者(下)——行业新闻采编实务

---

作 者/彭嘉陵

责任编辑/王振宇

装帧设计/黄 晨

出版发行/中国统计出版社

通信地址/北京市西城区月坛南街 57 号 邮政编码/100826

办公地址/北京市丰台区西三环南路甲 6 号

网 址/[www.stats.gov.cn/tjshujia](http://www.stats.gov.cn/tjshujia)

电 话/邮购(010)63376907 书店(010)68783172

印 刷/河北天普润印刷厂

经 销/新华书店

开 本/787×1092mm 1/16

字 数/765 千字

印 张/30.75

版 别/2011 年 8 月第 1 版

版 次/2011 年 8 月第 1 次印刷

书 号/ISBN 978-7-5037-6218-5/G·198

定 价/98.00 元(全两册)

---

中国统计版图书,版权所有。侵权必究。

中国统计版图书,如有印装错误,本社发行部负责调换。



# 序

彭嘉陵是我在人民日报经济部工作时的同事。当时把这位海外版的骨干记者调到经济部来很不容易。但她来了以后一年左右，我就调到经济日报工作了，所以，一起工作的时间并不长，因此不能说对她十分了解。

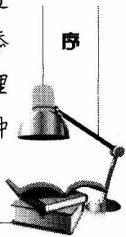
这次，她准备出版《如何当一个“牛”记者》上下两本书，一本是《经济新闻采编实务》，一本是《行业新闻采编实务》，把书稿送给我，让我提出意见，并请我为书作序。看了书稿之后，我第一个感觉就是出乎所料：一、没有想到她这些年写了这么多的新闻作品。二、其中不乏有分量、有深度、有影响的力作。三、对新闻采编业务有那样多的感悟和见解。曾经当过她的“头儿”的我，多少有些“太官僚”的自责了。

本书的第一个特点是内容丰富全面。以《经济新闻采编实务》而论，包括了如何采写深度报道、如何采写经济述评、如何采写大型会议、如何采写地方经济报道、如何采写专访、如何撰写评论、如何采写特写侧记、如何采写人物等等若干章节，几乎经济新闻方方面面的问题都涉及到了。

《行业新闻采编实务》的内容也比较全面。这就可以为各类记者的各方面业务提供参考。

本书的第二个特点是新闻作品、采写过程、理论分析三结合。许多老记者都有这样的苦恼，辛辛苦苦几十年，写了不少有影响的新闻作品，但集中起来出个新闻作品集却往往不受欢迎。因为新闻是“易碎品”，事过境迁，即使是轰动一时的作品，过后看来也觉平常。彭嘉陵这两本书中添

加了写作过程，就便于理解这些作品的意义。再加上从新闻业务角度的理论分析，这就把其中包含的具有永恒价值的东西挖掘出来了。所以，这种





三结合的方法，提升了本书的价值和可读性，应该说是一个创新。

本书的第三个特点是文字平实流畅，语言通俗易懂，注重内容的表达，而不追求辞藻的华丽。年轻的记者和业余通讯员读来容易接受，老记者读来感到亲切。

本书的第四个特点是有鲜明的个性。这两本书，就像作者自己说的，既不是纯学术著作，也不是简单的作品汇集，而是在自己实践的基础上，提炼出一些具有普遍性的东西。这就必然带有作者本人的个性色彩。文如其人。彭嘉陵本人就是个个性鲜明的人。她思想单纯，偏于外向，不藏锋芒，也不避锋芒。本书的一些作品反映了这个个性，本书的叙述和分析更显示了这个个性。书中的有些叙述和分析，如果换个作者，有些段落会采取比较委婉的方式，而她就直说了，而没有更多地顾及到会不会得罪别人或引起争议。我想，一本书，作为一家之言，这就更真实一些，读起来，也更有兴味一些。而且我觉得，做好记者，这种个性也是需要的。如果什么事都十分圆滑，面面都不得罪，还有什么有冲击力的新闻作品呢？当然，平时与人交往，有时个性就要收敛一些，这是另外的事。

总之，我认为这是两本有价值、有特色的书，值得一读。

祝贺我的同事取得了这样的成果，也预祝在未来的日子里，作者能够取得新的进步和新的成绩。

2011年3月



# 自序

在人民日报当了20多年记者，看着同事们、同仁们一本本地出书，说真的，我一点也不眼红，也未想过自己要出一本书。因为我没必要靠出书来评职称、捞名誉。这期间，也有一些熟悉的朋友，比较喜欢我的文章，多次跟我说过希望看到我的文章能结集出版。特别是山东兖矿集团东滩矿的宣传科长李亚南同志，更是多次提出，并表示可以帮我推销一些书，我都回绝了。

2009年春天，李亚南来北京公干，顺便来看我，又提出这个建议，这下，我动了心。为何？这时，我已任中国船舶报社常务副总编一年半，工作中感觉有很多看似简单的东西，有的记者、编辑却采不出来或者编不好。这时我才觉得，自己在人民日报多年的工作经验、教训，如果总结出来，对并不是那么专业的媒体采编人员或新出道的编辑记者，以及各媒体的通讯员，可能还真的会起到一点点作用。于是，我开始认真考虑这个问题。

## 写给年轻记者编辑通讯员，注重实用性

过去我不想出书，是因为我觉得，那些早已见报的文字，已经起到了它们应有的作用，不想再“重复建设”，浪费纸张。现在我考虑写书，我想就不能再是把自己的作品简单地结集出版，应该归纳总结出一些规律性的东西，让年轻的记者、编辑、通讯员们读了有所收获。同时，必须有一些写作分析，还要有采写背景的介绍，有采编经验的总结，还要有对败笔的反思……总之，我想写的书不是给自己看的、作纪念用的，而是给别人看的，要有实用性、针对性和指导性。





为了写这本书，我多次专程到北京图书大厦和国家图书馆查找新闻方面的书籍，但结果很令我失望，有参考价值的书并不多。有关新闻方面的教科书倒是不少，但大多是理论性的，且大同小异。虽然把新闻的规律归纳得头头是道，但一看就知道作者是纯粹的教师，可能从未当过记者或编辑，讲的东西空对空，举的例子都是别人的，感觉隔了一层。也有某大学新闻学院组织编写的，举了一些案例，大多是正在读研或博的学生去采访当事人。虽然强调了实践性，但由于采写者本人并未有多少新闻工作实践，再加上素材是间接的来源，感觉仍是隔靴搔痒。还有一类是新闻工作者写的书，一般是自己的作品结集出版，或点评某位新闻前辈的，或是采编同仁工作中的点滴体会，比较零散。而且，即使是这样的书，也还凤毛麟角，找不到几本。

总体感觉，写书的人没当过记者编辑，此为“学院派”；而当过记者编辑的人却不大写书，此为“实践派”。“学院派”写的书重理论而轻实践，感觉不太对路；“实践派”大多因为平常工作忙，没有时间和精力写书，也可能跟我一样，认为没必要写。

自从调任中国船舶报社常务副总编后，我原来认为没必要出新闻类书籍的想法被自己否定了。在人民日报当编辑记者时，很多事情不需要解释，大家都知道就应该这么做。但在行业报，编辑和记者的水平确实差了一大截，有不少人不仅不是新闻专业出身，甚至学的不是文科专业。这使报纸采编感觉特别费劲，记者不知如何采稿，特别是不会采写重头稿，编辑不知如何组稿，不会主动策划选题，版面上只有一些动态性的新闻，担当不起头条的重任，为了出版，只能滥竽充数。版面上“等米下锅”是常态，致使版面迟迟签发不了，白班变成了夜班。

同时，许多给报社投稿的通讯员，更是“赶鸭子上架”，他们是被厂里从其他岗位调来搞宣传工作的，大多是半路出家，文字水平比较差，大多没学过新闻。我几次去给通讯员开会，感觉他们有很强烈的学习新闻写作的愿望。

在船舶报的切身感受，让我改变了不出新闻类书籍的初衷。现在我认为，把自己20多年的采编工作经验写出来，对行业报编辑记者通讯员、地方媒体记者和综合性大报的年轻编辑记者，应该还是有一定借鉴和参考作用的。

这样，我把书定位于实用性、可操作性，不太讲求理论性。因为，有关新闻专业的各种教材里，关于新闻采编的理论都是一套一套的，别人总

结得很好了，我没必要再重复这些理论。而且，新闻学是实践的科学，虽然也有理论，但谈不上有多高深，不必故弄玄虚。

### 靠什么立足？半生心血采写深度报道

我在人民日报当记者22年，大约写了130多万字的文章。整理这两本书时，自己也吓了一跳。虽说不是最多产，也算高产记者了。这么多字的文章不可能全部收录进来，主要收录深度报道、言论、特写等文章。这些文章都是经过认真思考、归纳、总结后写出的，算得上是“自己的”。可以说，我在人民日报当记者，就是以采写深度报道见长，因此我愿意把自己所长展现出来。

当然，有些专题为了说明问题，也收录了一些消息（比如会议新闻一章），但总体来说数量较少。

为了写这些报道，我花费了前半生的精力，常常是吃不好，睡不好。我跑的这几个行业，大多是传统行业，没有多少即时性的新闻。而有的年轻记者，刚来报社不久，就要求领导安排跑比较出新闻的新兴行业，被公认为比较“肥”的行业。我不会巴结领导，只能坚守传统行业。每年年终统计，我的稿件得分在部门记者中均偏低，无论我如何努力，分数总是赶不上跑新兴行业或热门部门的记者。这也使我每月的奖金收入低于别人。没办法，只能多投入一些时间和精力，精耕细作，把“薄田”尽可能种好。

我想，对于传统行业，虽然不出即时新闻，但仍然有许多值得关注的东西，这些东西不是现成的，要靠记者自己去挖。因此，只有在深度报道上下工夫。但写一篇深度报道所花费的时间精力，往往超过写三五篇消息。

作为新闻人，我热爱记者这个职业，总想把自己分管的这几个行业的新闻采写到最好。尽管这不可能做到，但在我力所能及的范围内，我尽力了。每年的统计，我的深度报道都是名列前茅，获奖作品也靠前。这些作品大多是我自己选题采写的。

要写好深度报道，就要琢磨、思考，要找题目，选角度，找题材。采访会议，别的记者拿上材料就走，我一般都要听到底，全神贯注听人家讲话，寻找可以深挖的线索。别的记者一般写一篇消息交差，我尽量写成两三篇（消息加深度报道或言论）。一旦一段时间要采写有分量的稿件了，特别是采访得差不多，准备动笔了，我肯定失眠无疑。躺在床上，翻来覆去构思稿件的标题、开篇、结构、小标题、每段主要内容、细节……失眠成为我的生活常态，让我痛苦不堪。多年以来，我一直面容憔悴，瘦弱不堪，人人见了我都会说“你怎么又瘦了？”其实我很不愿意听到这句话。







因此,可以说,选编到书中的这些作品是我的心血之作,也是对我前半生新闻生涯的总结。

现在想来,人家之所以还比较喜欢我的文章,应该说也是因为这些深度报道为他们释了疑,解了惑,回答了他们想要了解的问题,澄清了一些模糊不清的认识。他们看了觉得有用,甚至“过瘾”。那么,从这个意义上说,我的心血没有白费,我的付出值得!能够在读者心中留下那么一些值得记忆的东西,作为一名普通的经济记者,值了!

### 如何做一个优秀的记者:勤奋、敬业、爱岗、奉献,社会责任感

回头想想,这些年之所以能够写出一些受到读者欢迎的有分量的文章,关键在于自己比较勤奋、敬业,热爱新闻工作,乐于奉献。干记者这一行,不需要太高的学历,也无需太深的学问,关键是实践,要热爱,要钻进去。人常说“干一行,爱一行”,其实,应该是爱一行才能干好一行。我自认资质平平,学历也不高,在人民日报众多记者里面也属一般,但我在新闻职业生涯中,一门心思为写好稿件,20多年几乎只想着干好写稿、编版这两件事。

虽然只分到了“薄田”,但心底总有一份责任:要把它们种好,尽可能结出最好的果实来。不仅不能让有价值的新闻从自己身边溜走,还要尽量挖出深层次的新闻内幕来,多写出深度独家报道。正因为此,我常常茶不思、饭不想,苦思冥想;正因为此,我往往不计较“投入”和“产出”比,宁可少拿点分数,少得点奖金,也要多写点有分量、有留存价值的东西。这与当下一些年轻记者为稿费而写稿有本质区别。现在看来,能留下这些文字,也让人感觉心血没有白费。

为了写好稿,我不得不经常出差,到一线去采访,平均每月出差二三次。有时出差时间很短,因而采访安排得特别紧,一个又一个的采访不间断,常常要到深夜。每次回来,我都会带回厚厚一本采访笔记。这些都是我获得的第一手的写稿素材。一直到我离开人民日报,44岁了,我仍然战斗在采编一线。总体来说,我每年有1/3左右时间到外地采访,1/3左右时间在北京采访,1/3左右时间在写稿或编版。

现在有的记者,急功近利,自己不愿去基层采访,不愿下苦功琢磨问题,而喜欢在网上搜寻别人报道过的东西,东拼西凑,把它们综合起来,就变成了自己的“文章”。说真的,这样的记者,没看见他们写出什么像样的报道来。这样的记者并非人民日报独有,后来我也遇到过一些。这种现象对于新闻界来说,是很不好的。对此,《行业新闻采编实务》一书第一章《如何当好行业记者?》第一节里有专门详述。

此外，有的记者，刚毕业没两年，就想着当官，他们沉不下心来认真写稿，成天拉关系、找门路，在领导面前转悠，拍马屁。有的领导还真的很吃这一套，报社什么好事都有他们的份儿，什么荣誉都让他们得了。但一到评职称时，他们却拿不出像样的作品来。这样的记者，却一年又一年被领导作为人才“破格”提拔当官或参评副高、正高职称。但群众的眼睛是雪亮的，大多数评委还是正直、公正的，他们认作品、看贡献，没有好作品，就是不投票。

现在新闻界有一种很不好的风气：记者官员化。而有的报社在改革中却提出，要提拔重用年轻人。这就让一些只当了两三年记者的人当上了主编或编辑，他们自己写稿还不太纯熟，就开始编辑别人的稿件，或指挥老记者写稿。其结果是本末倒置，老记者好端端的稿件被他们改得面目全非，有的年轻编辑还自以为改得精彩，暗自得意，到处吹嘘。殊不知，由于曲解了记者的意思，采访对象多次来信来电提出尖锐意见。

这是一种极度浮躁的风气，对记者的成长十分不利。一方面记者的好稿出不来，另一方面，记者不愿认真写稿了，心思花在讨领导欢心上面。特别可怕的是，有经验的记者都转行当官去了，当不上官的优秀记者不得已另谋出路，甚至调走。长此以往，报上哪还有真正有分量的文章？这是很多报社的悲哀。

一直很怀念人民日报过去的好传统、好作风。老记者、老编辑们认真采写、编辑的精神，至今令我十分难忘。他们长期以来以写好稿、编好报为己任，有的一辈子当记者，给官也不要。他们认为写稿是第一位的，当官影响写稿。但这样的风气现在已经少了。

### 成为一个“牛”记者，不仅受到新闻界认可，更受到经济界、各行业重视

从某种意义上说，能够写出一篇篇的深度报道，是一个记者“牛”的表现。

在当今社会，相比于电视节目主持人、记者，平面媒体记者不太知名。20世纪90年代以前，新闻界还是有一些名记者、名编辑的，但随着社会的变化，传媒手段的越来越多样化，可以说，全国知名的记者几乎没有。即使是多次获得中国新闻奖的记者，在社会大众眼里仍然“面生”。不仅新闻圈内人不太知道哪些记者知名，社会大众更是难以数出几位记者的大名。

这主要不是记者的原因。其实很多记者很努力，很勤勉，为了采写到有价值的新闻，有的深入艰苦的地方采访，有的认真钻研问题，有的甚至冒着生命危险……他们确实也写出了一大批质量高、有社会影响的作品，但由于新闻作品的“易碎性”，很快就被人忘记了。人们也许记住了作品，但可能不太关注是谁写的。





但是，在一定圈子内，有些记者还是蛮有知名度的。比如在新闻界的一定范围内，或者在某个行业内部，经常写出有见地的文章的记者，还是颇受该行业上下和跑该行业的“圈”内记者认可的。也许，这样的记者不能算是名记者，但我认为他们应该算是“牛”记者。

我认为，“牛”记者的“牛”体现在以下几个方面：

1. 同一个题材，别人写一篇消息，“牛”记者能写出深度报道或言论；
2. 别人只采访得到面上的东西，“牛”记者能挖掘出深层次的原因，包括采取各种可能的采访手段；
3. 写出的文章对社会有一定影响，受到社会高层关注；
4. 写出的文章受到业界重视，成为争相传阅或口碑相传的文章，甚至多年后还有人记起某记者写了篇什么文章；
5. 受到企业认可，受到企业老板尊敬和善待，获得其他人得不到的专访机会，甚至与有的老板成为好朋友。离开多年以后，还会被人常常提起；
6. 在新闻发布会上提出的问题专业、深刻、有针对性，常被主办方邀请就坐前排。一旦某次发布会没提问，也会被点名。

可以说，“牛”记者就是大腕记者，是记者“圈”里的“腕儿”。不仅仅在报社内部、在新闻界受到领导和同行的认可，更是在某些特定的受众中具有一定影响。

我一直努力成为一个“牛”记者。

### 采好经济新闻，当好行业记者

相比于社会、政法、文化、科教、文娱、体育新闻等，经济新闻不容易写好，稍不留神，就会写得枯燥乏味，成为数据的堆砌，材料的照搬。但如果写得好，经济新闻是最有可能写出深度来的，也是纸媒与其他传媒相比最具竞争力的新闻产品之一，同时也最能体现记者的水平。不过，这需要下苦工夫。

因此，要当好一个经济新闻记者很不容易。它不仅要求记者有一双善于发现新闻的眼睛，更要求记者有一个勤于思考的脑子，还要求记者有一副好的身体，能够经常到一线去深入调查采访。

在20多年的记者生涯中，我绝大多数时间在采写经济新闻和行业新闻，在这方面有一些实践和探索。现在，我以自己采写的深度报道和言论作为例子编写成两本书：《经济新闻采编实务》和《行业新闻采编实务》。当然，经济新闻和行业新闻在概念上有交叉，应该说行业新闻也是经济新闻的一部分。不过，我这样区分，一是因为数量太大，需要分开；二是重点

总结行业新闻的采编实践；三是把经济新闻定位为相对宏观、综合性的新闻，而把行业新闻定位为相对中观和微观一些的新闻。

关于行业新闻，这里多说几句。我越来越认为，随着报刊业的竞争加剧，随着互联网的快速普及，综合类、都市类报刊会受到一定冲击，有的可能存在生存危机，但行业报刊会因其特定的读者需求而生存下来，甚至在相当长一段时间内还会生存得比较好，在报刊业市场中占有其应有的地位。行业报刊有自己专属的读者群，是其他媒体不能替代的，有它存在的价值和意义，有其生存的空间。目前全国有80多家行业报，还有为数更多的行业刊物，在报刊业市场竞争越来越激烈的情况下，总体经营状况比综合性媒体好一些。也许，在不久的将来，它们会以电子发行（网络版）的形式出现，但它们肯定不会消亡。因此，如何进一步搞好行业新闻报道，是值得好好研究的一个问题。

作为综合性大报的经济新闻记者，其实就是“跑口”记者，差不多是跟各个行业打交道，写行业报道比较多。因此，综合性媒体经济新闻记者可以说同时也是行业新闻记者，跟行业报刊记者有点类似。我认为，行业新闻的采写是有一定规律的，但目前对行业新闻报道的研究还不够，至今我还没有看到一本专门归纳、总结行业新闻采编规律的书籍。我编写《行业新闻采编实务》一书，就是想在这方面作一些尝试，希望能填补这项空白，也算是抛砖引玉，希望有更多研究行业新闻的书籍出版发行。

综合性媒体经济新闻记者具有一定优势：宏观的眼光，全局的意识。而这恰恰是许多行业报刊记者所缺乏的。他们写出的报道比较浅，大多一事一报，动态新闻多，综合分析的少。而大量的行业报刊，则大多刊登思想政治工作方面的文章、理论文章、领导讲话等，大多是工作性的文章，八股味太重，可读性差，主要是来稿，较少自己策划的重点选题，特别是几乎没有自己专门的记者，因而少有既让行业读者关心、又有较强可读性的文章。因此，一旦综合性大报刊登了这样的文章，行业报刊都很愿意转载。我的文章就多次被相关行业报在头版头条转载（各章节有详述）。因此，如何采写有深度的行业新闻报道，也是行业报刊编辑、记者所关心的。我编写《行业新闻采编实务》一书，就是希望行业报刊借鉴大报行业新闻的报道手法，加强编辑策划，多采写一些综合分析类报道，特别是独家分析报道，提高权威性和深度，并进而提升报刊的竞争力。

这些年来，我前后跑过多个行业：轻工、化工、纺织、服装、煤炭、安全生产、船舶等七大行业（有的同时进行），写了不少文章。我把它们拆





分开来,按照经济类报刊上常用到的新闻体裁来分类,希望通过归纳总结采写这些行业新闻特别是深度独家报道的经验,给正在采写行业新闻的记者、编辑们一些启示。

这两本书定位于实用性。我按照采编中经常遇到和不太容易把握的问题来划分章节,应该说包括了经济新闻和行业新闻采编中的多数问题。我把这些问题分成若干个小节,列出专题进行详细分析。我结合自己这些年来在人民日报海外版经济部和人民日报经济部工作期间采写的一些重点报道进行分析点评,有些文章还有采写背景介绍。

《经济新闻采编实务》一书主要是分析研究综合类经济新闻报道。我把它们大体分为深度报道、经济述评、大型会议、地方经济、专访、评论、特写侧记、人物等八章,其间再分成若干个小节具体分析说明。

《行业新闻采编实务》是分析解剖行业新闻报道。主要探讨如下问题:如何当好行业记者,如何写活行业新闻,如何采写会议新闻、行业深度报道、调查报告、连续报道、展会、企业报道等,特别有一章专门写给通讯员:如何给媒体投稿。此书共九章。

两本书中收录的文章都是我1985年至2007年期间发表在人民日报海外版和人民日报上的作品,其中很多在社会上产生过较大影响,具有一定参考价值。深度报道和消息大多以“彭嘉陵”署名发表,言论大多以“林佳”署名发表,还有个别人文章署名“嘉陵”、“白莎”。这些都是我的笔名。为避免啰嗦,本书省去了署名,保留了发表日期、版次,个别的列出了栏目,以方便读者查找,也便于读者体会其属于哪一类文章。新闻评论一章里,有些消息或文章是别人写的,为说明问题,我把它们也引用在此,并加了署名,而评论是我写的。此外,书中凡是没署名的文章也均是我写的,书中均略去署名。文章按内容分成各个篇章,每个篇章内容大体按照时间顺序编排,有时为了叙述的方便,顺序有所调整。

我在书中还配发了一些版面,这些版面都是人民日报的原版,是从电子版上拷贝下来的,穿插配发在书中各个相关章节。希望能让读者更加直观地了解当时的版面安排,其受到重视的程度。

彭嘉陵

2010年7月初稿于中国船舶报

2011年春定稿于中国信息报



# 目 录

如何当一个“牛”记者？（下）

——行业新闻采编实务

## 第一章 如何当好一名行业记者

第一节 尽快熟悉一个新行业	1
1.1 首先到行业主要企业去跑一圈	2
1.2 与行业和企业宣传部门建立联系	3
1.3 互联网不能代替现场采访	5
1.4 即使是写“小稿”，采访也不能“偷懒”	7
写作分析：短时间熟悉一个新行业后写出头版头条	13
写作分析：了解到行业深层问题写出批评报道	19
写作分析：写“表扬稿”着意于研究行业普遍问题	23
第二节 多下基层，不怕吃苦	24
闯入男人圈的女记者	24
第三节 参加各种会议，广泛搜集素材	36
第四节 和官员交朋友，获取独家信息	36





第五节 和企业家交朋友,了解行业深层	38
5.1 服装行业	39
5.2 煤炭行业	41
第六节 研究行业热点难点问题	43
善于观察,勤于思考,独家报道	
——兼谈选题技巧之一	43
写作分析:对比两家企业解难点	46
写作分析:关注行业热点	51
写作分析:追究深挖问题,找到选题点	53
第七节 多写重头报道,业界立足资本	54
7.1 煤炭行业	55
写作分析:立足全局,写出气势	62
写作分析:以宏观视角研究行业问题	74
7.2 安全生产	79
深入研究行业深层问题	79
7.3 纺织行业	90
记者见证行业发展并尽可能成为专家	90
7.4 船舶行业	101

## 第二章 如何把行业新闻写活

第一节 独到的眼光,新颖的角度	
——兼谈选题技巧之二	102
写作分析:和官员交朋友,获取独家信息	105
第二节 少用数字、术语,多用通俗语言	106
第三节 写出趣味	109
第四节 做一个抢眼的标题	112
第五节 用散文的笔调	116

## 第三章 如何写好会议新闻

第一节 如何写好会议消息	119
少用工作语言,多用通俗语言	119
1. 有中央领导参加的会议	122

摘录讲话要点，避免程序性	122
2. 行业工作会议	126
2.1 前一年行业工作成绩	128
2.2 当前行业特点或重点	130
2.3 新一年的工作部署	131
3. 专题会议中找新闻点	134
3.1 把领导讲话变成记者语言	135
3.2 抓问题，找新闻点	138
3.3 着眼行业新政，找到读者关心话题	141
3.4 找舆论关注热点	145
4. 同一个会议写成多篇消息	148
第二节 透过会议挖新闻	153
写作分析：可以写成“四不像”	155
写作分析：提倡“喧宾夺主”	162
第三节 座谈会上抓热点	
——兼谈选题技巧之三	163
写作分析：把座谈会当成现场采访	167
写作分析：综合利用座谈会上的素材	169
第四节 工作会上捉“大鱼”	170
记录重点，发现线索，深挖题材	
——兼谈选题技巧之四	170
写作分析：带着主题听会采访	175
第五节 论坛里面掘“富矿”	
——兼谈选题技巧之五	177
写作分析：对照发言稿听会做记录	181
写作分析：结合当前热点定主题	187
写作分析：论坛上寻找新意	190
第六节 文件堆中觅“宝贝”	190

## 第四章 如何写好行业深度报道

第一节 盯热点，找问题	
——兼谈选题技巧之六	197







第二节 唱好“四季歌”	
——兼谈选题技巧之七	198
第三节 解析新出现的普遍现象	
——兼谈选题技巧之八	208
写作分析：从不同侧面反复分析一种普遍现象	214
写作分析：从普遍现象归纳提炼出主题	217
第四节 研究热点问题，写好专题报道	
——兼谈选题技巧之九	218
4.1 纺织压锭专题	219
4.2 服装创品牌专题	224
4.3 煤价、电煤专题	232
写作分析：多渠道获得素材和数据	237
写作分析：在矛盾冲突中找切入点	240
写作分析：适当踩踩“雷区”	246
写作分析：文章越做越有得做	248
4.5 职业危害专题	249
带着感情写新闻	249
写作分析：关注冷门，关注弱势群体	256
写作分析：边采访边学习	258

## 第五章 如何写好调查类深度报道

第一节 以消息的形式写“迷你型”深度报道	259
跟随调查组下基层，如何找到新闻点？	259
写作分析：抓住普遍现象	263
第二节 在写好消息稿基础上写述评	264
写作分析：综合运用各方面素材	266
调研式的采访，如何采写稿件？	267
第三节 在调查采访中抓“活鱼”	270
写作分析：平常注意储存大量素材	274

## 第六章 如何采写连续报道或追踪报道

第一节 突发性事件：多角度、全方位报道	283
---------------------	-----