

中国新闻媒介研究丛书

CHINA
BUSINESS
TIMES



中华工商时报透析

主编:陈仁风 副主编:铁 铮

新闻启示录

中国新闻媒介研究丛书

新闻启示录

——《中华工商时报》透析

主 编 陈仁风

副主编



中华工商联合出版社

责任编辑：刑厚田 高晓博

封面设计：易建湘

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻启示录：中华工商时报透析/陈仁风主编. —北京：
中华工商联合出版社，1995. 10

(中国新闻媒介研究丛书)

ISBN 7-80100-149-4

I. 新… I. 陈… III. 报纸：中华工商时报-概论 IV.G
216.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 17017 号

中华工商联合出版社 出版、发行

北京市西城区地安门西大街 24 号 (北海公园党校内)

邮编：100009 电话：64153909

北京顺义振华胶印厂印刷

新华书店总经销

850×1168 毫米 1/32 印张：11.625 265 千字

95 年 10 月第 1 版 96 年 8 月第 2 次印刷

印数：3001—10000 册

ISBN7-80100-149-4/Z·24

定 价：20.00 元

《中国新闻媒介研究丛书》

序

当前,我国正处在由计划经济向社会主义市场经济过渡的新时期。全国的新闻媒介都在不同程度上采取措施进行新闻改革,以求适应变化了的新形势。

改革是一种探索。以前我们所习惯的,在计划经济体制下形成的办报思想、办报观念、宣传方式和报道方法……哪些在新形势下仍需继续坚持?哪些需要改变?哪些需要创新?哪些需要扬弃?这都只能通过实践的检验决定取舍,没有现成的样板可供借鉴。改革既然是一种探索,道路就不会是平坦的,有的可能成功,有的可能失败,有的可能短时期难以下结论,还需要进一步探索。

由此我们联想到,现在全国有两大通讯社、2000多家报纸、7000多种刊物、800多家广播电台和600家电视台,如此众多的新闻媒介都在以自身改革的实践经验,为建设具有中国特色的社会主义新闻学添砖加瓦,如果能把它们创造的好经验收集起来,那将是一笔何等宝贵的精神财富!

我们——在高等院校从事新闻教学和研究的广大师生,渴求学习新闻媒介所创造的新鲜经验,用以充实我们的教学内容和指导我们今后的新闻实践。新闻学是一门实践性很强的学科,在高深的校园围墙内进行教学和研究,理论脱离实际,是培养不出好记者和名记者的。教师需要不断吸取养料,学生需要不断提高实际工作能力,这就要求我们迈开双脚,走出校门,投身实践,呼吸新鲜空气。

一个难得的机会,使我们有可能较系统地学习《北京青年报》的办报经验,编写了《新闻冲击波——北京青年报现象扫描》一书。

由此我们又产生了新的联想：如果我们每年都能组织教师 and 研究生到实践中去，比较系统地总结若干个有代表性的新闻媒介的改革经验，编辑出版一套新闻媒介改革经验丛书，这样，就不仅可以记录由计划经济转向社会主义市场经济期间我国新闻媒介改革的历史轨迹，而更重要的是，这些新鲜经验将成为我院广大师生学习和研究新闻学的生动教材，它对我院今后教育质量的提高、科研工作的开展无疑将起到极大的促进和推动作用。

我们需要建设具有中国特色的社会主义新闻学，这是历史赋予我们的重任。但该从何着手呢？我们认为编辑出版一套我国新闻媒介研究丛书将是切实可行的第一步。设想一下，如果每年能够编出一本或是两年编出三本这样的书，10年之后，我们就能编出10—15本，这难道不是建设社会主义新闻学最扎实的“基本建设”吗？

本书的出版开了一个好头。认准了方向，我们就应坚定不移地走下去。

何梓华

1994年3月15日于中国人民大学新闻学院

序 言

《新闻启示录——〈中华工商时报〉透析》是中国人民大学新闻学院研究中国新闻媒介丛书之一。这是继《新闻冲击波——〈北京青年报〉现象扫描》之后的第二本。五年多以前,《中华工商时报》一问世,便以其崭新的面貌吸引了我们,成为教学和科研中注视的对象。

《中华工商时报》诞生于我国由计划经济向市场经济过渡的转型时期,它是一份具有民间色彩的新型报纸。

所谓民间色彩,是指它的非官方性。它不是党和政府的机关报,它是中华全国工商业联合会(中国民间商会)主办的报纸。如同民间商会一样,它也要接受共产党的领导,亦即是党领导下的一份综合性经济类报纸。

它的宗旨是为工商企业服务,为工商企业说话。它的报道方针,如第一位老社长丁望所说,绝不打“擦边球”,但也不打“太平球”,而是打快速旋转、落脚点刁一些的好球。它敢于反映群众关注的热点问题,它敢于说真话,不说假话,不做官样文章。它既坚持正确的政治方向,又努力办出自己的特色。在遵守法律、纪律的前提下,尽量满足读者各方面的需求。版式和标题别具一格,为读者所喜爱。

《中华工商时报》的读者对象主要是非公有经济的人士,同时也包括国有企业、经济管理部门的人士和其他读者。读者的层次较高,偏重于经济界的“白领”阶层。

中华工商时报没有国家的财政拨款、财政补贴,也不享有财政方面的优惠政策。它的经费自筹自支,自负盈亏,没有“皇粮”可吃。经济来源靠发行和广告的收入。因此这是一份完全走向市场的报纸。若失去读者,失去订户,失去广告,它一天也不能生存。

时报的工作人员没有“铁饭碗”，个人收入全凭个人的能力和业绩。这里不养懒人、庸人、挑皮捣蛋的人。对于不能胜任的人员，报社可以“炒鱿鱼”，也允许工作人员“炒”报社的“鱿鱼”。人员量材录用，有进有出，目的是保持旺盛的活力。

随着市场经济的发展，像《中华工商时报》这样具有新机制的报纸会越来越多。对于中国报坛所出现的这种新事物，理应成为我们新闻学研究的对象。有鉴于此，我们写了这本书，如果能够对同行们有所启示，那便是我们的最大希望。

本书不是中华工商时报的社史，我们的选材角度和标准，完全是从研究出发，而不是作为一部社史，呈现在大家的面前。

本书在写作过程中，得到了报社领导和同志们的大力支持，他们抽出时间为我们谈情况，提供各种资料和图片，对我们的新闻研究工作，表示了极大的热忱。在此深深表示谢意。

限于作者的水平，本书一定会有许多不足之处，欢迎同志们指正。

陈仁凤

1995年5月

目 录

《中国新闻媒介研究丛书》序	何梓华
序言	陈仁风

方略篇

上篇：时报与外部环境分析	(5)
时报与经济改革大潮	(5)
时报与工商联的特性	(11)
时报与读者心理和需求	(17)
时报与其它报纸	(21)
下篇：时报内在要素研究	(24)
时报的办报思想	(24)
一 为改革鼓与呼——《中华工商时报》的使命	(24)
二 为经济建设铺路——《中华工商时报》的宗旨	(31)
三 为改革者说话——《中华工商时报》的立场	(38)
四 为广大读者服务——《中华工商时报》的责任	(42)
时报的编辑方针	(45)
一 志在第一位的时报意识	(45)
二 富有个性化的时报观念	(49)
三 三味俱全的时报特色	(51)
四 全新报相的时报流派	(54)

时报的报道方略	(56)
一 明确的报道内容	(56)
二 突出的报道重点	(58)
三 独特的报道角度	(60)
四 鲜明的报道特点	(61)
五 娴熟的报道技巧	(62)
六 确定的报道原则	(63)
七 典型的报道实例	(66)
关于时报的几点思考	(76)
一 读者定位应进一步明确	(77)
二 非公有制经济报道有待加强	(78)
三 民间商会的报道不可削弱	(79)
四 统战作用仍有潜力发挥	(79)
五 新型报纸也要有新的变化	(80)
六 报道见物见观念见思想,也要见人	(81)
七 呼唤新闻评论周刊	(82)

操作篇

新闻采写:向新闻本质的回归	(85)
在商言商	(86)
一 历史的回顾	(86)
二 言商与言政	(87)
三 言商的突破口	(89)
四 言商的艺术之一:立足市场笔录风云	(91)
五 言商的艺术之二:“热”运行中的“冷”思考	(99)
六 言商的艺术之三:报道“视觉化”的探索	(100)
没有“官气”的民间色彩	(102)

一 报道的对象:民营经济占有重要席位	(102)
二 报道的角度:从读者视线切入	(104)
三 报道的功能:公众的讲坛	(110)
四 报道的体裁:这里没有常见的通讯	(116)
五 报道的写法:新闻“无包装”	(118)
六 报道的作者:从“传声筒”到“发声器”	(124)
沟通海内外的桥梁	(127)
一 打开一扇朝外的窗	(127)
二 大家风范的海外报道	(129)
三 “给咖啡加点糖”	(133)
贴近现实、贴近生活的副刊	(134)
清新淡雅的文化副刊	(136)
一 1989 年—1992 年的“综艺版”	(136)
二 1993 年的“商魂”版	(137)
三 1994 年,走向成熟的“文化版”	(138)
四 小结	(142)
高品位的周末版	(143)
一 创刊的大背景及其拥有的共性	(143)
二 时报周末版具有的“读者意识”	(146)
三 时报周末版的新闻性与报道的“立体化”	(149)
四 时报周末版与正刊	(151)
五 周末版的作者与稿源	(154)
刻意求新、别具一格的标题	(154)
一语中的,把真正的新闻“拎”出来	(155)
一 力求具体以显新意	(155)
二 突破一点以显新意	(157)
三 纵横比较以显新意	(159)

四 露出真情以显新意.....	(162)
五 变换角度以显新意.....	(164)
六 点明实质以显新意.....	(166)
同中求异,力戒雷同化	(169)
主题“虚”化,辅题“实”化增强标题表现力	(177)
简洁明快,简化“包装”	(181)
透过业务写人,增强接近性	(186)
巧用修辞手段,把标题写活	(194)
一 善于仿拟和引用.....	(194)
二 善于运用相似点.....	(197)
三 善于利用相异点.....	(201)
四 善于重复	(204)
五 善于运用顾名和双关手法.....	(205)
独领风骚的版式	(208)
当初的创意.....	(209)
版式的特点.....	(210)
一 视觉冲击力的妙用.....	(210)
二 秀气儒雅.....	(215)
三 简洁有序.....	(217)
四 注重版面整体美.....	(222)
头条的选用.....	(225)
一 坚持正确价值取向.....	(225)
二 突出“在商言商”的方针.....	(228)
三 以全新的视角选头条.....	(228)
时报版式革新的几点思考.....	(230)
一 目标.....	(230)
二 精神.....	(231)
三 方法.....	(231)

四 措施·····	(233)
五 挑战·····	(234)
新报纸新管理	
——中华工商时报的经营管理·····	(235)
一份新形势下的新报纸·····	(235)
一 不相同的起跑线·····	(236)
二 新体制的长处·····	(237)
三 经济转型期报业发展遇到的矛盾·····	(238)
四 发挥新体制的优势,在困境中寻出路·····	(239)
中华工商时报的广告·····	(244)
一 广告意识·····	(244)
二 广告特色·····	(246)
三 对房地产广告的分析·····	(247)
四 时报争取广告客户的优势·····	(248)
五 完善广告管理体制,杜绝“有偿新闻”·····	(250)
六 学习《广告法》,规范报纸广告·····	(251)
中华工商时报的发行工作·····	(251)
一 发行是报纸的生命线·····	(251)
二 为何“叫好不叫座”·····	(252)
三 搞好发行的路数·····	(253)

创业篇

超常规发展的特征·····	(282)
一 速度·····	(282)
二 质量·····	(284)
三 效益·····	(284)

四 做法.....	(286)
五 影响.....	(287)
超常规发展的阶段	(289)
一 创刊前的紧锣密鼓.....	(290)
二 生死存亡之战.....	(294)
三 巩固阵脚,稳步发展	(304)
四 迈上高台阶,圆了“日报梦”	(320)
超常规发展的硕果	(328)
往昔·今天·未来	(331)
——三位老总访谈录	
附录1:中华工商时报机构设置及负责人名单	(353)
附录2:中华工商时报工作人员名单	(355)

方略篇

1989年10月6日，一张全新的报纸呈现在广大读者面前。短短五年多过后，《中华工商时报》不仅仅完成了周一刊、周二刊、周三刊、周六刊的跨越，迅速成长为一张在全国乃至更大范围颇具影响的大报，更为新闻理论研究提供了大量的、十分宝贵的实践经验。

正如一棵树木的生长离不开阳光雨露土壤及所处环境一样，《中华工商时报》的诞生与成长同样与改革开放特别是经济体制改革的形势发展紧密相关。所以，我们研究和探索《中华工商时报》的发展历程、成长规律以及所留下的一切足迹时，就需要研究和探索此时期我国乃至世界的政治经济形势与《中华工商时报》的密切关系。

《中华工商时报》作为一张中华全国工商业联合会主办的报纸，两者之间有着天然的、千丝万缕的联系。工商联的特殊性与时报性质、工商联的管理领导特色与时报特色都是密不可分的。因此，我们在考察与分析时报性质与特色时，自然不能忽视其主办者的相关情况。

我们并不赞成读者就是上帝的说法，但却十分清楚任何一张报纸都是因读者的需求而生存与发展的。离开读者的需求，报纸的方方面面的问题大抵都无从谈起。基于这一考虑，我们在对《中华工商时报》的办报思想、编辑方针的透析中，自然而然地进行读者需求方面的剖析。

任何一事物都不是孤立存在的。一张报纸亦是如此。所以，我们对某一报纸个体进行观察与思考时，必然将这一个个体置于整个报业系统中进行多

方位、多角度的观察与分析。同理,我们将《中华工商时报》与我国报业系统中的相关报纸进行比较,以期把握其所处的位置与其所起的作用。

当然,我们的视点更多地在于《中华工商时报》本身的诸要素上聚焦,重点研究与总结《中华工商时报》的办报思想、编辑方针、报道方略,以求记录下时报在中国新闻史上刻下的年轮,描述出时报鲜明而富于个性的特色,总结出时报宝贵的办报经验与编辑新论。

这是一项十分重要的工作。

这是一项十分艰巨的任务。

尽管我们努力了,但相对于《中华工商时报》五年多所做的一切努力而言,我们的努力则显得微不足道。我们用文字将这些努力记录下来,是因为《中华工商时报》的努力给了我们太多的收获与启迪。

我们写下的这些文字或许并不重要。但《中华工商时报》的的确确在中国新闻史上写下了绚丽的一页。

让我们一起来饱览这丰富的一页吧!