

SHOW ME
THE MONEY

[SECOND EDITION]

15 堂财经新闻 写作课

[第二版]

顶尖记者教你报道与金钱有关的故事

*Writing Business and Economics Stories for
Mass Communication*

[美] 克里斯·劳什 / 著
Chris Roush

张淑玲 / 译

财经 新闻报道的经典教科书

丰富的财经报道案例分析

报道主题覆盖财经新闻全领域

SHOW ME
THE MONEY

[SECOND EDITION]

15 堂财经新闻写作课

[第二版]

顶尖记者教你报道与金钱有关的故事

*Writing Business and Economics Stories for
Mass Communication*

[美] 克里斯·劳什 著
Chris Roush

张淑玲 译

图书在版编目(CIP)数据

15 堂财经新闻写作课：顶尖记者教你报道与金钱有关的故事：第二版 / (美) 克里斯·劳什著；张淑玲译

—北京：社会科学文献出版社，2018.5

书名原文：Show Me the Money: Writing Business and Economics Stories for Mass Communication (Second Edition)

ISBN 978 - 7 - 5201 - 2297 - 9

I. ①1… II. ①克… ②张… III. ①经济 - 新闻报道 - 研究 IV. ①G212

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 033769 号

15 堂财经新闻写作课

——顶尖记者教你报道与金钱有关的故事(第二版)

著 者 / [美] 克里斯·劳什

译 者 / 张淑玲

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 高明秀 张金勇

责任编辑 / 张 萍

出 版 / 社会科学文献出版社·当代世界出版分社 (010) 59367004

地址：北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编：100029

网址：www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本：787mm × 1092mm 1/16

印 张：32.75 字 数：551 千字

版 次 / 2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 2297 - 9

著作权合同 / 图字 01 - 2013 - 8947 号

登 记 号

定 价 / 98.00 元

本书如有印装质量问题，请与读者服务中心 (010-59367028) 联系

▲ 版权所有 翻印必究

Show Me the Money: Writing Business and Economics Stories for Mass Communication 2nd Edition/by Chris Roush/ISBN: 978 - 0 - 415 - 87654 - 4

Copyright © 2011 by Routledge.

Authorized translation from English language edition published by Routledge, part of Taylor & Francis Group LLC; All rights reserved.

本书原版由 Taylor & Francis 出版集团旗下 Routledge 出版公司出版，并经其授权翻译出版。版权所有，侵权必究。

Social Sciences Academic Press is authorized to publish and distribute exclusively the Chinese (Simplified Characters) language edition. This edition is authorized for sale throughout Mainland of China. No part of the publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体翻译版授权由社会科学文献出版社独家出版并限在中国大陆地区销售。未经出版者书面许可，不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and illegal.

本书封面贴有 Taylor & Francis 出版集团防伪标签，无标签者不得销售。

译者序

作为一名中国财经新闻教育工作者，我一直梦想能为国内学生推荐一本全面了解美国金融市场运行规则，切入不同报道主题，灵活掌握国际财经新闻报道技巧的经典专著。可惜目前国内依然缺少这方面的英文著作中译本，供新闻专业特别是国际财经新闻方向的学生和业已踏入这个领域的新闻从业者学习参考。两年前领到本书翻译任务时的感觉是，本书中文译本的面世或将为国内学生从事英语财经新闻报道打开一扇窗，让他们能够系统地掌握国际财经新闻传播的特点、规律和技巧，向国外读者和受众讲好中国商业和金融领域里发生的真实故事，更好地进行全球化背景下的对外经济传播。

本书作者克里斯·劳什教授以其多年的财经新闻报道和教学经验，深入浅出地阐述了如何报道商业活动、解读不同行业以及宏观经济形势，如何发展信源，如何把艰涩枯燥的财经信息变为与读者切实相关的新闻故事。尤其难能可贵的是，他以一种轻松幽默、易于理解的方式向读者阐述了复杂财经问题的报道技巧，并且提供了宝贵的实践经验分享和大量的案例分析。

本书翻译工作前后历时两年多，其间进行了多次修改与完善。2016年，我利用在美国亚利桑那州立大学沃尔特·克朗凯特新闻与传播学院访学的机会与本书作者劳什教授、唐纳德·雷诺德国际财经新闻中心主任安德鲁·莱基（Andrew Leckey）教授以及多位美国主流媒体的财经记者进行了讨论和交流，将这部近40万字的译稿进行了仔细校对与修改完善。^①

^① 本书为对外经济贸易大学中央高校基本科研业务费专项资金资助（批准号：15QN13）成果，同时为对外经济贸易大学2018年度本科教育教学项目（当代财经新闻实务）成果。

此外，本书翻译过程中得到了社会科学文献出版社编辑张金勇、道琼斯公司资深财经翻译杨帆的大力协助，对外经济贸易大学英语学院 2013 级财经新闻班同学以及现已从对外经济贸易大学毕业、就读于伦敦政治经济学院的徐雅芬、朱志遥也参与了译稿的校对与文字整理，在此一并表示感谢！最后需要声明的是，由于我水平有限、体力有限，译文中可能存在谬误和表述不够流畅的地方，恳请读者批评指正，并提出宝贵意见。

张淑玲

序

如今的我还时常想起 20 世纪 90 年代的一天。当时的我正在《华尔街日报》(The Wall Street Journal) 的办公桌前埋头苦干，额头渗出的汗珠淌进了熨烫笔挺的衬衫领口。那时候感觉仿佛自己的职业生涯即将画上句号。

当时正在进行的是一场由华尔街分析师和全国记者参加的讨论 IBM 公司最新财报的电话会议。问题的关键是，那时的我对 IBM 公司根本不了解，也不会使用电脑，因为我还没有电脑。更惨的是，我对金融一无所知。就在不久前，我刚刚成为这家全美领先财经媒体的记者。当时的我根本分不清资产负债表 (balance sheet) 和床单 (bed sheet) 的区别，也不知道为什么能得到这个工作机会，想来是因为我的文笔和报道功底还不错。当时摆在我面前的任务就是要在第二天的报纸上报道这条重要消息。

我盘点了一下会议的要点：会上 IBM 管理层讲的内容对我而言都是晦涩难懂的金融术语。如坠入云里雾里的我根本没有记下来什么有用的信息。我瞟了一眼钟表，发现情况实在不妙，很快就要到截稿时间了。霎时间，我的脑海里浮现出明天的《华尔街日报》的版面：由我负责的那块区域一片空白。

电话会议一结束，我就拨通了一位华尔街分析师的电话，请他帮忙解释刚才在 IBM 业绩电话会议上的内容。这位分析师巴拉巴拉说了一通和“P&L”有关的东西。

我问道：“P&L 是什么？”

对方沉默了许久。

后来这位分析师用不敢置信的口吻问我：“你都不知道 P&L 是什么?!”

我承认我确实不知道。他给我解释：“P&L 代表盈利和亏损，这是地球人都知道的基本金融术语。”之后的事情就不难猜了——估计他应该不

会再订阅《华尔街日报》了。

当时的我多么希望自己能够打好财经报道的知识基础，能够有北卡罗来纳大学教堂山分校资深财经新闻学者——克里斯·劳什（Chris Roush）教授这样的才学和经验，多么渴望有一本像他所写的《15堂财经新闻写作课》这样的经典著作啊！

viii

这本书涵盖了公司业绩报告、并购交易、私营企业、非营利组织、破产法庭、房地产和金融监管部门等多个话题，为读者全方位呈现了金融业生态图景。这些并不单单是理论方面的内容。财经报道的国内外影响力从未像现在这样深远：把退休储蓄投入股市的人数都数不清，普通人的支票和大学学费与全球经济起伏之间的联系也越来越紧密。商业和财经报道触及我们这个社会的根基——基于自由市场经济体制的民主制度。

但仅仅理解基本的金融概念是不够的。2000年，我从《华尔街日报》离职，成为《华盛顿邮报》（*The Washington Post*）的一名调查性财经新闻记者。在那里我对美国在线收购时代华纳公司的交易开展了为期一年的调查，掌握了数百份机密文件。要从中看出门道，我不仅要掌握金融界神秘的计算方法，也需要懂会计和法律。最终我写出了一系列专题报道，揭露美国在线如何秘密地抬高自身收入，从而促成了这桩美国历史上最大的并购交易，缔造了全球最大的媒体帝国。

现在的我执教于西北大学麦迪尔新闻学院。我在财经新闻课堂上经常教给学生的是：首先你要掌握基本的金融知识，比如说盈利和亏损，然后再去深入挖掘金融行业的门道。我希望我的学生们做好金融知识储备，不要像当年的我那样赶在截稿前绞尽脑汁地应付。我也很欣慰地看到了本书的面世，相信有了它的指引和帮助，现在和未来的财经记者们可以更好地探索复杂奇妙的金融世界。

西北大学麦迪尔新闻学院教授 亚历克·克莱因（Alec Klein）

前 言

多年以后回首我刚刚开始做财经新闻报道的那一周，感觉仿佛就在昨天。那是1989年的5月，我当时供职的媒体是马纳蒂县的《萨拉索塔先驱论坛报》（*Sarasota Herald-Tribune*）。当时我的前任要调往该报的总部办公室，在走之前她给我做了为期一周的培训。一周以后她离开了，我却慌了神。

因为在这之前我从未做过财经方面的报道。我的上一份工作是在《圣彼得堡时报》（*St. Petersburg Times*）跑口警察和法庭新闻。我想说的是，这份工作我并不喜欢，因为我不想整天和冰冷的尸体打交道。后来我在萨拉索塔的一个朋友告诉我这边想招财经记者，于是我就来了。在经历了第一周的慌乱无助之后，我慢慢克服了恐惧心理，虽然也犯了一些错误，但我开始慢慢上道了。

这正是我所需要的调整期，后来的经历也证明了这是一个正确的职场选择。在成为一名财经记者之后，我开始接触到财经版块，而财经版是报纸、杂志以及之后的互联网上发展最快的那部分内容。对商业和经济有所了解的记者通常都有很大的职业发展空间，和其他很多同行一样，我的职业生涯开始渐入佳境。

在《萨拉索塔先驱论坛报》待了一年之后，《坦帕论坛报》（*Tampa Tribune*）的商业版编辑找到了我，他们以更高的薪资聘请我去他们那儿工作。他怎么找到我的以及他都读过我哪些文章我并不知道，但财经记者在市场上一直都比较抢手。后来我的个人经历就证明了这一趋势：《商业周刊》（*BusinessWeek*）在康州的通讯社需要招一个跑保险业口的记者；彭博新闻社在亚特兰大的办公室需要招一个报道饮料行业的记者；弗吉尼亚州的一家出版公司需要一位为其创办一份保险杂志的负责人——这些机会都成就了我，也充分证明了市场对财经记者的巨大需求。

在过去的二十年间，财经新闻是大众传播领域中增长速度最快的行业。回望我的整个职业生涯，我总会想到我的第一份工作以及那时因缺乏经验而产生的无助和慌乱。和很多同行一样，我从工作中不断积累经验，学习到诸如收入和利润的区别、净收入和营业收入的区别。和其他很多记者一样，我对上市公司文件的分析也是基于很多经验更加丰富的同行给予我的意见。

现在我已经由业界转入学界，我开始不断思考财经记者如何入门的问题。难道还要像我当年一样从一张白纸开始吗？

答案当然是否定的。公众对商业世界的真实信息拥有知情权，而这些信息应该是由懂得经济和金融知识的记者通过多种大众传播媒介，以通俗易懂的方式介绍给广大读者和观众的。

但遗憾的是，高等教育机构和大众传播媒体并没有为从事商业新闻报道的记者们提供有效的培训。根据2002年Selzer & Co. 为美国媒体协会（American Press Institute）和雷诺德基金会（Reynolds Foundation）所做的一项调查，没有一家新闻学院的高层领导认为自己的财经新闻记者培养项目非常出众，仅有28%的人认为项目进行得还算不错。而业界的管理人员则表示，招聘合格的财经新闻记者的难度最大；只有38%的人表示，财经类内容是编辑室的重中之重，这表明财经新闻报道这一重要的领域并没有引起足够的重视。

现在，全国范围内有很多大学都意识到和大众传播媒体合作，共同为财经新闻记者提供培训和教育的的重要性，也已经开始了这方面的尝试。全美很多院校都创办了财经新闻报道培训项目，如密苏里大学、西北大学、哥伦比亚大学、波士顿大学以及伊利诺伊州立大学、纽约市立大学巴鲁克分校（Baruch College）以及华盛顿与李大学（Washington & Lee University）等。

x 此外，报社、杂志社、电视台和多家网站都在不断送记者和编辑参加越来越多的行业培训。例如，美国商业编辑和记者协会（Society of American Business Editors and Writers）以及美国媒体协会和雷诺德基金会都会合作举办一些旨在提升财经记者知识和业务水平的活动。

本书旨在为刚入门的财经记者和已经入行多年的资深记者提供与经济和金融报道相关的指引。其中包含经济和金融报道中经常遇到的一些重要话题和问题。在本书的开头阐述了财经新闻对于普罗大众的重要意义及其

所面临的历史教训。之后的章节阐述了每一位财经记者都需要知道各类相关知识，从如何读懂公司损益表和资产负债表，到如何深入解读公司提交给美国证券交易委员会的文件。

虽然指导财经记者入门的书籍不在少数，但还从来没有一本著作如此详细具体地说明记者应如何报道公司和宏观经济。这些也正是我在1989年初入职的时候所希望拥有的知识和技能。如今的财经记者可以借鉴本书，从容应对财经报道任务。

虽然本书主要是从报业的角度阐述财经新闻的写作与报道方法，但作者也加入了电视、互联网和杂志上的精彩案例。所以本书所讨论的所有报道技巧和方法适用于各种媒体形态。

克里斯·劳什

致 谢

本书在编写过程中得到了很多学界和业界同人的大力支持和建议。

首先要感谢的是北卡罗来纳大学教堂山分校的新闻系教授简 (Jan Yopp) xi, 他为本书的编写计划提供了意见和建议。教堂山分校毕业生、此前担任财经新闻记者、目前在东卡罗来纳大学担任新闻教授的辛迪 (Cindy Elmore) 为本书的前几个章节进行了审校并提出了建议。曾在北卡罗来纳大学任教的卡罗尔 (Carol Pardun) 将笔者的姓名和电话交给了知名大众传播教材出版社——鲁特雷奇 (Routledge) 的编辑琳达 (Linda Bathgate)。在琳达的热情推动下本书最终得以与读者见面。

笔者还要感谢两位同事：华盛顿与李大学教授财经新闻课程的帕米拉·卢克 (Pamela Luecke) 和密苏里大学的马蒂·斯蒂芬斯 (Marty Steffens)。这两位同事帮助审校了本书的编订计划和第一版的前几个章节。他们两位都建议笔者添加几章内容，并涉及更多的财经报道领域，以增强本书的系统性和完整性。他们各自丰富的教学经验和报道知识都为本书的写作提供了宝贵的思路和想法。另外，西北大学教授亚历克·克莱因 (Alec Klein)、密苏里州立大学的玛丽·帕杜 (Mary Jane Pardue) 以及佛罗里达中部大学的南·康纳利 (Nan Connolly) 均为本书第二版的编写提供了绝佳的参考意见。北卡罗来纳大学弗拉格勒商学院 (Kenan-Flagler Business School) 的教授们也审阅了本书的部分章节，并给出了他们的宝贵意见和建议。在此一并表示诚挚的谢意！

很多业界的记者也审阅了本书的部分内容，并给出了他们对于本书的期望和建议，包括彭博新闻社的亚当·列维 (Adam Levy)、互联网记者迈克尔·克里滕登 (Michael Crittenden) 和戴尔·威利斯 (Dail Willis) 等。此外，可口可乐公司的会计研究经理基思·艾伦 (Keith Allen) 审阅了本书第9章关于公司财务报表、资产负债表和现金流量表等内容。笔者在此

对他们提供的意见和建议表示衷心感谢！

感谢北卡罗来纳大学教堂山分校新闻与传播学院前院长理查德·科尔（Richard Cole）和现任院长简福·柯兹（Jean Folkerts）对财经新闻教育的大力支持。正是在他们的支持下，北卡罗来纳大学新闻与传播学院和弗拉格勒商学院共同推出了规模更大的财经新闻教育项目。

最后，还要感谢笔者曾在华盛顿与李大学、里士满大学以及现在任教的北卡罗来纳大学教堂山分校中教过的学生们。本书中的绝大部分内容笔者都曾在教学环节上用过，而且效果非常好。笔者在学生反馈的基础上对本书的内容进行了修改和完善。特别值得一提的是，有一位名叫约翰·萨卡（John Kuka）的学生用了一个夏天的时间对本书第一版的初稿进行了阅读，并给出了有益的建议；还有一位名叫梅甘·卡姆（Megan Camm）的学生对第二版内容进行了校对，并协助完成了本书最后的索引部分的编写工作。

笔者想对所有对本书出版做出贡献的人致以深切的谢意，但难免挂一漏万。如果本书能够为财经新闻方向的在校学生和业界记者提供他们所需要的帮助和指引，笔者将深感欣慰。

克里斯·劳什

教堂山

目录

CONTENTS

第 1 章	财经新闻的魅力与挑战	001
	财经新闻发展史	005
	经验与教训：财经媒体的作用反思	010
	理解与分析	014
	所有的财经报道都与钱相关	017
	为了读者，努力把工作做得更好	023
第 2 章	上市公司与私营企业的伦理准则	027
	上市公司和私营企业的界定	027
	媒体为何聚焦上市公司	030
	私营企业主导地方经济	035
	撰写企业相关报道	040
	员工与顾客	043
	商业新闻伦理	046
	附 录	050

第3章	宏观经济报道	054
	经济发展的驱动力	054
	明白经济的意义	058
	美国联邦储备委员会	065
	失业率	072
	汽车和住房销售	076
	国际贸易	081
	消费者信心	083
第4章	多元化的报道题材	087
	财经新闻的覆盖范围	087
	与消息人士建立联系	088
	增强对专业知识的理解	091
	构思你的财经报道	092
	常见的报道内容	093
	结 语	107
第5章	个人理财报道	109
	什么是好的个人理财报道？	109
	消费者报道 vs. 个人理财报道	112
	个人理财报道题材	119
	投资和市场	121
	员工福利	124
	退休规划	125
	大额支出	126
	信用分数	128
	预算和支出	128
	结 语	130

第 6 章	上市公司报道	132
	信息披露要求	135
	董事会成员和高管辞职	141
	当公司和会计师发生分歧时	146
	公平披露法案和公司电话会议	152
	结 语	158
第 7 章	公司并购交易报道	161
	竞相收购为哪般	161
	交易的资金来源	169
	如何判断交易是否成功	171
	如何达成协议	177
	交易监管	183
第 8 章	金融市场报道	191
	走近华尔街	191
	股票买卖	198
	卖方和买方分析师	205
	上 市	211
	举债融资并不总是坏事	215
	钱就是油	221
第 9 章	公司业绩报道	226
	损益表和资产负债表	226
	私人公司的财务报表	234
	公司为何要公开财务信息?	235
	公司财务健康状况评估	237
	撰写公司收益报道	241

	财务报告中的其他新闻	248
第 10 章	财经人物报道	257
	明星般的 CEO	257
	公司组织结构	260
	工资、奖金和股票期权	264
	私下交易与董事会成员	272
	内幕交易	277
第 11 章	私人企业与小企业报道	287
	当地经济的重要组成部分	287
	获取信息	293
	UCC 编码文件	299
	私人企业的所有权及组织结构	300
	以小型企业或私营企业为题材的特稿写作	305
第 12 章	非营利组织报道	313
	像营利性企业一样运营	313
	基金会	317
	查找资料：990 报告	322
	蓝十字 - 蓝盾计划和医疗服务机构	332
	基督教青年会（YMCA）及其他非营利组织	338
第 13 章	法庭与商业新闻报道	344
	走进法庭，寻找商业新闻线索	344
	与公司员工相关的诉讼	348
	商业和犯罪指控	354
	证人、证言与证据材料	357