



电视民生新闻： 成长与转型

THE LIVELIHOOD JOURNALISM
OF CHINESE TV :
GROWTH AND TRANSFORMATION

王雄◎著



中国出版集团



世界图书出版公司



电视民生新闻： 成长与转型

THE LIVELIHOOD JOURNALISM
OF CHINESE TV :
GROWTH AND TRANSFORMATION

王雄◎著



中国出版集团

世界图书出版公司

广州·西安·上海·北京

图书在版编目 (C I P) 数据

电视民生新闻：成长与转型 / 王雄著. — 广州：
世界图书出版广东有限公司，2016.9
ISBN 978-7-5192-1825-6

I. ①电… II. ①王… III. ①电视新闻—新闻工作—
研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 235792 号

电视民生新闻：成长与转型

总 策 划 王颖萱
策划编辑 张鸿鹏
责任编辑 王 丹
封面设计 行言工作室
出版发行 世界图书出版广东有限公司
地 址 广州市新港西路大江冲 25 号
电 话 020-84459702
印 刷 虎彩印艺股份有限公司
规 格 880mm×1300mm 1/32
印 张 9
字 数 250 千
版 次 2016 年 9 月第 1 版 2017 年 7 月第 2 次印刷
ISBN 978-7-5192-1825-6/G·2166
定 价 36.00 元

版权所有，翻印必究

国家社科基金项目(项目号:08BXW007)

目 录

contents

第一章 探本溯源：中国电视民生新闻的勃兴	/1
第一节 电视民生新闻的概念内涵与外延形式	/1
第二节 电视民生新闻勃兴的背景	/21
第三节 民生新闻热与电视新闻的“泛民生化”	/51
第二章 电视民生新闻与中国电视新闻改革的张力结构	/63
第一节 逼近“天花板”的中国电视新闻改革	/64
第二节 中国电视新闻改革的动力与阻力	/72
第三节 尖兵与镜鉴：民生新闻之于中国电视新闻改革的意义	/78
第三章 复制与不可复制：民生新闻的核心竞争力	/88
第一节 “南京零距离”的“模板”效应	/89
第二节 电视民生新闻：“文化工业”与批量复制	/102
第三节 电视民生新闻的核心竞争力	/111
第四章 电视民生新闻的叙事学分析	/133
第一节 叙事学视野下的电视民生新闻	/133
第二节 民生新闻叙事元素的建构与颠覆	/140

第三节	电视民生新闻叙事模式的自身发展	/155
第四节	民生叙事困境的突破	/166
第五章	电视民生新闻话语的“评论化”趋势	/173
第一节	话语、文本与评论	/174
第二节	民生新闻话语评论化的生成	/178
第三节	电视民生新闻“南京”烙印的启示	/191
第四节	平衡与失衡的双重可能性	/203
第六章	标杆高移:电视民生新闻的整体转型	/210
第一节	是“小修小补”还是“整体转型”?	/210
第二节	转型方向之一:以“大民生”取代“小民生”	/215
第三节	转型方向之二:从“市民”到“公民”的新受众观	/218
第四节	转型方向之三:从“批判”走向“建设”的舆论监督	/230
第五节	转型方向之四:从“工具理性”到“价值理性”	/239
第六节	公众新闻:民生新闻的“终极标靶”?	/249
第七章	民生新闻的最新语境:“新常态”与“互联网思维”	/262
第一节	“新常态”:从量变到质变的语境塑形	/262
第二节	“新常态”生成改革的新动力和新机遇	/265
第三节	践行“互联网思维”,重造节目生产的科学流程	/270
跋		/276

第一章 探本溯源：中国电视 民生新闻的勃兴

电视民生新闻关注的对象毫无疑问是“民生”，但究竟何谓“民生”，从历时性演进的角度考量，这一概念拥有哪些具体内涵？要全面厘清理解电视民生新闻的概念内涵，必须对“民生”一词加以词源上的历史梳理。

第一节 电视民生新闻的概念内涵与外延形式

根据《辞源》的解释，“民生”的本义指“平民的生计”，文献上最早见之于《左传·宣公十二年》：“民生在勤，勤则不匮”。屈原《离骚》亦有“长太息以掩涕兮，哀民生之多艰”之句，这里的民生，也是指民众的生活。^①中唐大诗人白居易在《新乐府序》中明确指出诗歌创作应达到“惟歌生民病，愿得天子知”的效果，其诗歌理论背后所蕴含的是一种中国古代知识分子所特有的强烈的民生关怀与“为民请命”的追求。

到了近代中国，孙中山先生第一次就“民生”进行了具体阐述，民生就是“人民的生活——社会的生存、国民的生计、群众的生命”^②在他看来，民生是经济活动的中心，政治活动的中心和一切历

① 《辞源》(合订本)，商务印书馆，1988年版，第921页。

② 孙中山：《三民主义》，岳麓书社，2000年版，第167页。



史活动的中心。^① 孙中山先生将“民生”问题看作是 19 世纪资本主义社会所独有并普遍存在的现象，不存在于过去的社会形态之中。他分析了当时社会存在的一系列“民生问题”：工人生存危机、贫富不均引发的社会不公正，提出“平均地权，节制资本”的方略，以此来解决民生问题，保障人民的生计，维护社会的公正。之后，他进一步将“民生”概念置于与“民族”、“民权”并驾齐驱的地位，创立了“三民主义”学说，以“平均地权，节制资本”“耕者有其田”等为主导策略与原则，解决当时社会存在的民生问题，他将民生主义定义为，“现在我们讲民生主义，就是四万万人民都有饭吃，并且要有很便宜的饭吃”。^② 不难看出，孙中山先生所倡导的基本政治主张受中国传统的民本主义思想影响至深，闪耀着民本思想的光辉，为我们理解“民生”一词在当下社会、政治、文化语境下的表征提供了不可或缺的见解与思路。

改革开放 30 多年来，特别是 1992 年邓小平南行讲话以及同年召开的党的十四大，确立了社会主义市场经济发展道路后，我国国民经济呈现高速发展态势，城市化进程加快，市民阶层逐步崛起。从邓小平“三个有利于”的判断标准，江泽民“三个代表”重要思想，胡锦涛为总书记的党的领导集体提出的以“以人为本”为核心的科学发展观，再到习近平总书记为首的新一届领导班子提出的以民族复兴为核心的“中国梦”理想，民生问题逐渐成为中央政府制定政策的重要关注点。

持续性的改革开放取得了经济上的巨大成就和不断繁荣，其最显著的标志就是中国的 GDP 数值已经超越日本而成为世界第二经济大国。但是，毋庸讳言，这种空前的繁荣是以巨大的环境代价和社会风险换取的，社会内部的失序与冲突不可避免，特别是城

^① 孙中山：《孙中山选集》，人民出版社，1981 年版，第 825 页。

^② 孙中山：《孙中山选集》，人民出版社，1981 年版，第 847 页。

乡差距和贫富差距拉大，两极分化明显。劳动和社会保障部劳动工资研究所 2005 年发表的研究报告指出，中国居民的收入差距自从 2003 年以来急剧加大，目前已经达到第二严重的“黄灯”警戒水平。联合国开发计划署公布的一组数据也显示，中国目前的基尼系数为 0.45，超出了国际公认的基尼系数警戒线 0.4，这一数字仍有扩大之势。根据许多国家和地区的经验，人均 GDP 由 1000 美元向 3000 美元过渡的时期，是社会矛盾的多发期。对此，发展政治学家亨廷顿的解释是，在经济快速增长时期，人们的期望值也会迅速提高，期望值与实际的满足程度之间往往形成一种落差，并由此生成一种挫折感。“民生”由此成为一个伴随着经济繁荣、具有悖论意味的严酷现实问题。^①

“关注民生”作为一个极具生命力的伦理价值内核，始终贯穿于历代领导集体的执政理念中，尤其值得关注的是，2011 年 3 月 5 日提请十一届全国人大四次会议审查的《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要（草案）》，比起五年前的“十一五”规划纲要多了两篇，分别为第八篇“改善民生 建立健全基本公共服务体系”和第九篇“标本兼治 加强和创新社会管理”。民生独立成“篇”，纲要草案中设置的“改善民生行动计划”格外亮眼，十大措施涵盖扩大城乡就业规模、提高最低工资标准、提高养老保障水平、提高医疗保障水平、提高城乡低保标准、减少农村贫困人口数量、减轻居民税收负担、实施城镇保障性安居工程、完善就业和社会保障服务体系、增加国有资本收益用于民生支出。^② 着力改善民生是纲要草案的重点所在，更是各级政府的核心施政目标及对人民作出的庄严承诺。

① 郑宇丹：《民生新闻——主流意识的话语建构》，http://media.nfdaily.cn/cmjy/01/02/content/2009-01/16/content_4846618.htm。

② 《十二五规划纲要草案：民生与社会管理独立成“篇”》，http://news.xinhuanet.com/politics/2011lh/2011-03/06/c_13763146.htm。



当下中国正处于社会转型期，这一转型过程可能会持续，甚至必然会持续相当长的一段时间，民生问题仍然有其存在的社会语境，用“民生”一词来概括站在民众立场反映民众生活和民生疾苦的新闻传播现象是恰当的，极具积极现实意义——在“以人为本”、“和谐世界”、“中国梦”等国策的明确推动下，大众媒体完成了对“民生新闻”这一现阶段主流意识形态的话语建构，塑造了一个有意义的有关于社会与国家的符号世界，并使自身包裹上了强烈的“为民”色彩。

电视民生新闻概念的提出，与一档名为《南京零距离》的电视新闻节目密切相关——需要指出的是，有比《南京零距离》更早开播的直接指涉民生的电视节目，如南京电视台十八频道的《标点》栏目开办于1997年6月28日，湖南经济电视台《都市一时间》开播于2001年5月18日，但是这些栏目“醒得早、下楼晚”，没有明确亮出自己的“民生”大旗并开展产品营销，只有《南京零距离》成为“现象”级民生新闻开山之作。由此可以看出，《南京零距离》的创制者们相比同行具有更强烈的时代抱负、更敏锐的市场嗅觉和更高明的营销手段。2002年1月1日，江苏广播电视总台城市频道推出《南京零距离》，节目时长一小时（后变更为一个半小时，甚至更名为旨在有更大市场覆盖力的《零距离》）。这一天，被广大新闻界人士以及更广大的对电视新闻怀有全新期待的一般民众视为电视民生新闻真正的“誕生日”，也成为电视民生新闻作为持续的业界、理论界双重热点话题的“发酵日”和中国城市电视新闻不约而同主打“民生牌”的“滥觞日”。《南京零距离》作为民生新闻的典型范本，开创了大时段城市民生电视新闻节目的先河^①。其后全国数十个地方台争相效仿跟进、创新，民生新闻呈星火燎原之势。有学者认

① 郭之文：《试论电视民生新闻的新内涵》，载于《传媒观察》，2009年第3期。

为，肇始于《南京零距离》的民生新闻是中国电视的第三次革命，“这是一场从地方开始，在两年之内波及全国的电视新闻改革”^①。

时任江苏广播电视总台城市频道总监的景志刚在《存在与确认：如何概括我们的新闻》一文中描述了“民生新闻”概念在新闻学理论意义和实践意义上的确认过程：“我们所做的新闻究竟属于哪一类，分歧很大。因为在我们的节目中，既有社会新闻，也有舆论监督，还有生活资讯，甚至时政新闻，反映的都是平民百姓日常状态下的衣食住行，以至于用任何一种传统新闻分类概念来概括都是片面和不合适的。”当新闻业务实践凯歌高进地走在从内容到形式不断拓展的大道之时，新闻学理论界在概念系统上的反应滞后呈现出了一种极不协调的态势。“所以，我们需要新的概念来概括并确认《南京零距离》这类已大量出现在我们新闻实践中的节目样态的内涵与价值。”^②《南京零距离》的节目内容主要包括实用资讯、生活投诉和社会新闻三个方面，“这样的新闻用旧有的诸如‘社会新闻’、‘舆论监督’等概念来概括已严重词不达意。也许更适合使用的是‘民生新闻’这一概念。因为这一概念不仅字面上比较切题，而且内容上也比较准确地概括了这类新闻的平民视角，民生内容以及民主的价值取向这样一些本质性的内涵。”^③

《南京零距离》的开播标志着中国电视民生新闻的真正兴起，这一论断已得到大多数学界、业界人士的认可，但同时仍有一部分学者从历时性演进的视角对电视民生新闻做了探本溯源的追踪考察，将其萌发的时间节点进一步向前推进五到十年，窥探出了电视

① 李幸：《十年来中国电视的第三次革命》，载于《视听界》，2004年第1期。

② 景志刚：《存在与确认：如何概括我们的新闻》，载于《中国广播电视学刊》，2003年第11期。

③ 景志刚：《存在与确认：如何概括我们的新闻》，载于《中国广播电视学刊》，2003年第11期。



民生新闻与先前更早的一些媒介业务创新之间确实存在的、忽明忽暗的若干源流关系。

早在1980年7月，中央电视台开办了新闻评论性的专栏节目《观察与思考》，注重思想性、政策性和时效性，采用评论员形式与观众交流，很快就获得国人的喜爱。首次播出的题目是“北京居民为什么吃菜难”，具有关心民生疾苦和监督社会的作用。^①这一时期的某些电视新闻节目已经初步具备了当今电视民生新闻的品格。有学者这样总结电视民生新闻的演进历程，“最早应该说是从电视动态新闻中的社会新闻发展演变而来，在20世纪90年代中期开始演变成为都市新闻，之后又与都市新闻中的经济、财经、法制、娱乐等新闻题材相分离，独立出来”。^②

侯迎忠则认为，电视民生新闻的发端，最早可以追溯到1993年《东方时空》的开播，其子栏目《生活空间》提出了“讲述老百姓自己的故事”的口号，这一节目包含的平民意识和反映真情实感的基本内涵无疑具有关注民生的价值取向。^③“讲述老百姓自己的故事”透过“民生”的个别视角，去折射“国计”的总体态势，包含了时所未见的全新智慧、全新思路和全新手段，这一栏目语犹如石破天惊，给中国电视涂抹上永恒的亮色，生动形象地表明了中国电视传播从此应有的崭新定位，在中国电视新闻改革和现代化的道路上具有里程碑的意义——芸芸众生的喜怒哀乐成为观众的新视点，普通人的生存状态和人生体验突然获得了“意义”和“价值”，具有和国家主义“宏大叙事”同等的尊严，中国的电视屏幕上开始洋溢

① 《中国电视红皮书》，漓江出版社，2002年版，第164页。

② 鞠斐：《关于民生新闻背后的大众话语》，<http://www.zjol.com.cn/05cjr/system/2004/12/22/004062166.shtml>。

③ 侯迎忠：《媒介与民生：电视民生新闻的理论与实践》，中国传媒大学出版社，2008年版，第28页。

着真诚和温馨。^① 因而有学者将《东方时空》而非《南京零距离》的开播视为民生新闻的起点——在电视上学会“讲述老百姓自己的故事”之时，民生新闻的独特基因就永久性地埋置下来了。

在我看来，虽然《生活空间》和《南京零距离》同样是否定宏大叙事，在自身内容上转入“微观社会学”观察；同样记录老百姓的日常琐事，甚至是不避针头线脑零碎琐屑；主持人同样舍弃过去那种正襟危坐、一本正经地宣读“高头讲章”的严肃，而是还原为极具亲和力的平民百姓形象或“邻家大哥”范儿，和你娓娓道来，说新闻、讲故事——但两者的差异仍然是显而易见的：首先从传播内容的角度讲，《生活空间》所讲述的老百姓的故事只能称之为具备了一定新闻传播特点的故事，而非严格意义上的新闻，更不可能称得上电视民生新闻；其次，从传者身份的角度讲，《生活空间》栏目中讲述老百姓自己的故事的到底是何许人呢？仍然是电视人——而《南京零距离》是把摄像机交到了群众的手上，传者变了，即老百姓真正开始自己讲述自己的故事了。总体说来，从“讲述老百姓自己的故事”到“电视民生新闻”，“平民视角”、“民生内容”、“民本取向”^②——民生新闻的三大精神品质或价值支柱——终究是在《南京零距离》中才被创制者们有意识地、系统化地建构起来的。

值得注意的是，《南京零距离》创立之初的基本定位为“南京人的电视晚报”，事实也证明这一定位得到了市民的广泛接受。从该栏目最初打出的旗号，不难看出报纸民生新闻特别是晚报、都市报对电视民生新闻的影响。20世纪80年代中期崛起的晚报和90年代中期勃兴的都市报，可以说是民生新闻最早的发源地。和“民生”概念最先结合的新闻种类并不是民生新闻，而是早已经在晚

① 时统宇：《从“讲述老百姓的故事”到“民生新闻”》，载于《中国广播电视学刊》，2004年第6期。

② 景志刚：《我们改变了什么？——〈南京零距离〉及其民生新闻》，载于《视听界》，2004年第1期。



报、都市报中出现的“社会新闻”、“市井新闻”和“服务新闻”，这些新闻专门表现老百姓生活的方方面面和社会生活的繁杂表象，特别是一些市井生活中饶有趣味的新奇事件、新时尚、新风俗^①，之后的大多数电视民生节目的主要内容就是脱胎于此。同样，晚报、都市报对“民生”、“民情”、“民意”的特别关注，价值上的民本取向，包括题材选择上的偏好和表述方式上的特殊“腔调”，培育出了极为可观的报纸阅读群体，不仅为电视民生新闻的成长提供了可资借鉴的成熟的精神资源，而且培育了电视观众新的收视期待，甚至可以说为电视民生新闻这一新产品“生产”了大批消费者（喜欢在报纸上阅读民生新闻的读者，就是在荧屏前更愿意期待收看民生新闻的电视观众），从而为其提供了市场庞大、“消费力”强劲的发展舞台。正是在这一时期，电视媒体内部开始借鉴晚报、都市报的成功经验，为“社会新闻”、“市井新闻”在新闻学概念上向“电视民生新闻”发展进化预热加温。1995年北京电视台的《北京特快》、1999年成都电视台的《今晚800》、2001年扬州电视台的《关注》，都已经初步具备电视民生新闻的独特品质了。^②

应该承认，在新闻理念或宗旨上最早明确提出“民生新闻”的国内媒体不是《南京零距离》所属的电视媒体，而是2001年8月1日创刊的深圳《晶报》，该报明确提出了“以民生新闻为特色”的办报特色。董天策在《民生新闻：中国特色的新闻传播范式》一文中将《晶报》的创立与《南京零距离》的开播作为民生新闻真正产生的两大显著标志。但他同时进一步强调了《南京零距离》之于民生新闻的决定性地位与意义，“特别是《南京零距离》，更是民生新闻的

① 王雄：《电视“民生新闻”的幻象和转型》，载于《现代传播》，2006年第2期。

② 李幸：《十年来中国电视的第三次革命》，载于《视听界》，2004年第1期。

典型范本，是民生新闻真正形成的显著标志”。^① 从此前我们对晚报、都市报兴起的分析，到《晶报》明确揭橥的“民生新闻”大旗，不难看出，民生新闻这一新闻品类从理念到实践最早都发源于晚报、都市报，值得思考的是，民生新闻为什么最终是在电视媒体而非报刊媒体获得正式命名并成为瞩目的新闻“现象”？

首先，不可避免的要将电视媒体与报刊媒体在媒介属性特征上做一番比较。以《南京零距离》为例，正如该栏目的宣传口号“南京零距离，就在你身边”一样，电视媒体相较于传统报纸媒体的最大优势就在于电视更有能力并且更易实现与受众间的真正亲密无间的“零距离”，这种“零距离”主要体现在时间“零距离”和心理“零距离”两个层面上。

第一个层面，电视民生新闻能够更好地拉近与受众的时间距离，甚至可以做到事件发生时间和观众“观看”时间的完全重叠和统一。大众传媒出现以来，“时效性”就一直作为衡量传媒机构专业程度的一个决定性标尺而存在。在媒介技术高度发达、竞争白热化的今天，受众对时效性的需求甚至可以用苛刻来形容。房地产业的口号是：地段，地段，还是地段！新闻业的口号则是：时效，时效，还是时效！《南京零距离》成功地营造了这样一种开放式的直播形态：一是在直播过程中，正在发生的事件随时切入节目；二是以热线电话的方式实现主持人在直播过程中与观众的直接交流。^② 《南京零距离》的采编方针和导播策略体现出尽可能缩短乃至消除新闻报道与事件发生之间的时间差，努力使重大事件、生活资讯、热点投诉等以最为迅捷的速度抵达观众，让观众真切地感受到这个栏目充任了他们所在的这个城市乃至这个地区的千里眼和

① 董天策：《民生新闻：中国特色的新闻传播范式》，载于《西南民族大学学报（人文社科版）》，2007年第6期。

② 景志刚：《我们改变了什么？——〈南京零距离〉及其民生新闻》，载于《视听界》，2004年第1期。



顺风耳。^① 即时讯息采取即时传播、直播或类直播形态的电视策略，恰恰是传统的报纸媒体新闻操作中受载体属性所限的“短板”，后者导致晚报、都市报的民生新闻注定与一般市民百姓终有隔阂，“零距离”在物理层面或技术层面可望而不可即。

第二个层面，电视民生新闻能够更好地拉近与受众的心理距离。与传统报纸媒体相比较，电视媒体生动直观的画面、运动影像、同期声使受众如沐春风，特别是主持人形象和风格的平民化设计，可以赢得受众最大限度的心理认同。与此相适应，电视民生新闻主持人的语言策略也尽可能体现生活化、家常化的特征，在平民性的语调和口语化的“聊天”中拉近节目与观众的心理距离。另外，电视民生新闻通过播出群众自拍DV、投诉热线现场开通等多种手段，富有独创性地构建出了观众边看新闻边参与新闻的电视新闻模式，凸显“民众作为新闻主体”（既是产品消费主体，还是产品创造主体）的特色。电视民生新闻凭借以上的种种天然优势和自为努力，成功实现了与普通受众的“零距离”交流，亲切感、熟悉感油然而生，相较于晚报、都市报的民生新闻版更容易形成心理认同。

在时间距离层面与心理距离层面上的两个“零距离”优势的直接驱动下，民生新闻“平民视角”、“民生内容”、“民本取向”的内在精神品质在电视这一媒介平台上更能酣畅淋漓地挥洒施展，深入人心，形成观众强烈甚至“偏执”的观看期待。民生新闻因电视媒体而为天下知，掠美于报纸媒体，集受众和业界万千宠爱于一身，是拥有其自身内在逻辑和充分理由的。

其次，传统报纸媒体“民生新闻”的起步虽然早于电视媒体，但始终没有形成一种专门的新闻样式和比较清晰的市场定位，长期

^① 章剑华：《“零距离”的电视新闻理念》，载于《现代传播》，2003年第2期。

被湮没在晚报、都市报的社会新闻版、法治新闻版、生活新闻版、“现场报道”、“大特写”中，与“社会新闻”、“市井新闻”的关系纠缠不清，一时间泥沙俱下，鱼龙混杂，令受众眼花缭乱、应接不暇，始终不能形成明晰、强烈的“民生新闻”价值诉求。从历史角度看，报刊对民生新闻的关注远远早于电视，而且曾经成为媒体的潮流。20世纪初西方先进的新闻观念引入中国，一些杰出的报人秉着开启民智、传播进步文化、提高国人素质的济世救国情怀，致力于报刊的大众化运动。1920年，邹韬奋接办的《生活》周刊首倡“面向民众办刊”思想，提出“以民众的福利为前提”、“容纳民众之意见，使本刊对于民众有相当之贡献”。邹韬奋所进行的报刊活动始终以读者的利益为中心，30年代创办《生活日报》时他又进一步强调：要使《生活日报》成为真正人民的耳目，并在《发刊词》中表示同仁自勉的第一义——以全国民众的利益为一切记述、评判和建议的中心标准。邹韬奋的民本情怀不仅体现在他的办报宗旨上，更落实到他的新闻实践之中。他始终全心全意地关注着受众，做百姓看得懂的报刊，为后起的中国报人树立了贴近民生的优秀典范。报刊大众化方面的杰出代表还有著名报人成舍我。他于1935年正式提出了“报纸大众化”的口号，反对把报馆变成一个私人牟利的机关，坚信“大众利益，总应超过任何个人利益之上”。成舍我认为报纸肩负着“唤起民众”的崇高责任，理应服务大众，维护公共利益。

改革开放以来，晚报和城市报蓬勃兴起，成为中国新闻观念变革的先行者，亦可以说是民生新闻的最早策源地。20世纪90年代初，晚报、都市报大都辟有关于民生的新闻版面，社会新闻、市井新闻作为民生新闻的雏形已小有影响。与当时的党报相比，晚报、都市报的主体受众瞄准城市居民，在接近性、可读性方面体现出大众化报纸的独特魅力。如前所述，创办于2001年的深圳报业集团旗下的都市报《晶报》，最早明确提出了“民生新闻”的口号。这份都