

专业：

经济报道的知与行

ZHUANYE: JINGJI BAODAO DE ZHIYUXING

中共中央宣传部新闻局 编

学习出版社

——
中共中央宣传部新闻局
编
——

专业：

经济报道的知与行

ZHUANYE: JINGJI BAODAO DE ZHIYUXING

学习出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

专业：经济报道的知与行/中共中央宣传部新闻局编. —北京：
学习出版社，2017.3

ISBN 978-7-5147-0663-5

I. ①专… II. ①中… III. ①经济—新闻报道—研究—
中国 IV. ①G212.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第231051号

专业：经济报道的知与行

ZHUANYE: JINGJI BAODAO DE ZHIYUXING

中共中央宣传部新闻局 编

责任编辑：宋 飞

技术编辑：周媛卿

装帧设计： 永诚天地

出版发行：学习出版社

北京市崇外大街11号新成文化大厦B座11层 (100062)

010-66063020 010-66061634 010-66061646

网 址：<http://www.xuexiph.cn>

经 销：新华书店

印 刷：北京盛通印刷股份有限公司

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：19.25

字 数：213千字

版次印次：2017年3月第1版 2017年3月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5147-0663-5

定 价：51.00元

如有印装错误请与本社联系调换

前言

PREFACE

当前，我国经济发展进入新常态，国际环境仍然复杂严峻，国内增长速度换挡期、结构调整阵痛期和前期刺激政策消化期“三期叠加”的特征仍然突出，经济工作仍面临较大下行压力，全面深化改革和供给侧结构性改革任务异常繁重，做好经济宣传报道对稳定预期、提振信心尤为重要。同时，随着中国逐步走向世界舞台的中央，国内外高度关注中国的经济发展与改革进程，急需我们进一步加强经济宣传报道，对内对外介绍我国的经济形势、战略考量、政策取向、发展亮点，增进各方面对中国经济的了解和信心。经济宣传报道要有效发挥作用，提高专业水准是一个关键。如何提升经济宣传报道的专业化水平？这是个老问题，又是个新问题——尤其是在受众经济素养不断提升，国际知名财经媒体激烈竞争的形势下。

中国经济报道一线的媒体负责人、资深编辑记者们如何看待专业性问题？他们做了哪些成功实践？进行了哪些探索创新？有什么经验做法？有何新思考新见解？本书收录的45篇文章，就是他们的思想结晶。各位作者结合自身工作实践，分别从确保精准对位、拓展报道深度、强化经济评论、突出高端权威、借助外

力外脑、开阔国际视野、培养专家型采编队伍等角度，介绍了提升经济报道专业化水平的知与行。从某种角度来说，这些文章就是如何做好中国经济报道的权威观点，是来自经济报道前沿的新鲜经验。现将这些文章结集出版，供大家交流互鉴、总结分享、启发思考，期望广大经济报道领域从业者以知促行、以行促知，即知即行、知行合一，切实提升中国经济报道的质量水平，更好服务经济发展中心工作。

目 录

c o n t e n t s

“谁是‘权威人士’？”

——从独家访谈看经济报道的影响力公信力

| 人民日报 龚 雯 | / 001

从供给侧发力 提升经济新闻报道“时度效”

| 新华社 周 亮 | / 011

政治为本 专业为要

——做好经济理论宣传的几点认识

| 《求是》杂志 郑志晓 | / 019

以研究型报道突出特色 用互联网思维实现创新

——光明日报围绕提升“四个力”改革创新经济报道

| 光明日报 童 怀 | / 029

融合专业性大众性 提升公信力引导力

| 经济日报 郑庆东 齐东向 | / 037

找好对外突破口 讲好中国经济故事

| 中国日报 王 钰 | / 043

突出财经特色 全面加强经济评论

| 中央人民广播电台 赵嘉岭 | / 049

分类施策提升经济报道品质

| 中央电视台 李 毅 张 勤 | / 053

向世界提供“中国出品”专业财经资讯

| 中国国际广播电台 刘轶瑶 | / 060

农业经济报道的创新实践

| 农民日报 夏 树 | / 067

以法治思维谋划经济报道

| 法制日报 张 亚 | / 074

把握新常态，做好经济报道的“白菜心”

| 北京日报 汤一原 | / 082

从“供给侧”发力 提高经济新闻生产力水平

| 天津日报 张 颖 | / 087

重大国家战略下的地方党报经济报道协作

——北京日报、天津日报、河北日报构建京津冀

协同发展联动报道机制

| 河北日报 王 宁 吴艳荣 | / 094

浅谈如何提升经济报道的专业化水平

| 河北广播电视台 刘丽萍 | / 102

深耕细作新闻发现力、判断力、创作力、影响力

——山西日报经济报道提升专业水平的实践与思考

| 山西日报 焦玉强 张临山 | / 108

找准经济报道专业化与通俗化的平衡点

| 山西广播电视台 张敬民 吕胜春 | / 115

从“三级策划制度”看经济报道的知与行

| 内蒙古日报 孙亚辉 张俊在 | / 122

为东北全面振兴营造正面舆论氛围

——辽宁日报经济新闻报道的探索与实践

| 辽宁日报 褚少研 方 亮 | / 128

知“新”求“变”谈经济报道

| 吉林日报 伊秀丽 栾 哲 赵广欣 | / 133

用新闻为经济“兴奋点”精准素描

| 黑龙江日报 桑 蕾 邢世国 | / 139

以“工匠精神”锻造党报经济新闻报道品质

| 新华日报 顾雷鸣 杭春燕 | / 145

党报经济新闻专业性的理解和把握

| 浙江日报 周咏南 邓 巍 | / 153

开掘专业深度 锤炼报道品质

——浅谈如何提升党报经济报道专业化水平

| 安徽日报 李友国 | / 158

增强问题意识改进经济报道

| 福建日报 潘贤强 | / 165

加强党报经济报道 发出主流舆论场好声音

| 江西日报 桂 榕 | / 169

眼前一亮和心中一动

——浅谈经济报道的讲故事和讲道理

| 大众日报 赵念民 | / 174

让经济报道成为党报的“点睛”之笔

| 河南日报 肖建中 | / 178

超越经济视野下的经济报道

——探析党报“政治经济学”报道的着力点

| 湖北日报 韩少林 周芳 | / 184

以精准理念搞好精准扶贫报道

| 湖南日报 邓献忠 柳德新 | / 190

从两个维度论如何提升党报经济报道的专业水平

| 南方日报 王更辉 | / 197

以“工匠精神”深耕经济报道

| 广西日报 甘毅 | / 206

党报经济报道如何在媒介新生态下突围

——以海南日报经济报道为例

| 海南日报 华晓东 | / 212

微时代，做有用、悦读的经济新闻

| 重庆日报 姜春勇 | / 219

知行合一 提升新闻舆论引导力

——以四川日报两次大型行走报道为例

| 四川日报 范英 梁现瑞 | / 226

从三个案例看经济报道的创新探索

| 陕西日报 王欢院 | / 235

牢记使命 用心思考 传递信心

——浅谈甘肃日报经济报道的探索与实践

| 甘肃日报 蹇勇德 李晓君 李近远 | / 242

西部地区党报经济新闻报道转型研究

——以宁夏日报经济新闻改革创新为例

| 宁夏日报 胡彦华 | / 249

选准切入点 打好“组合拳” 坚持“三贴近”

——以兵团日报棉花销售热点报道引导舆论为例

| 兵团日报 张富强 孟庆新 | / 255

从新闻规律入手 提升经济报道专业化水平

| 中国经营报 李佩钰 | / 262

经济新常态下如何做到经济报道知行合一

| 第一财经日报 杨宇东 陈少异 | / 268

坚持专业态度 坚守价值引领

| 21 世纪经济报道 郭亦乐 | / 272

新媒体环境下如何做好经济热点引导

| 中国经济网 张益勇 | / 279

台网联动 “两微”发力 占领经济报道舆论阵地

——央视网“调结构转方式系列调研行”

报道的实践与思考

| 央视网 魏驱虎 | / 283

增强经济报道专业性 有力开展网络外宣

| 中国网 郑文华 | / 288

“谁是‘权威人士’？”

——从独家访谈看经济报道的影响力公信力

| 人民日报 龚 雯 |

自2015年5月以来，“权威人士”这个词，火了！

一年间，人民日报以“头版+二版”的版面编排规格，先后力推《五问中国经济》《七问供给侧结构性改革》等“权威人士”独家访谈。

这几篇独家访谈，篇篇重磅，声声叫响，持续引爆舆论场，在境内境外、网上网下、官方民间反响巨大，成为“现象级”报道，全社会热议“权威人士”，各界给予广泛好评。

每次“权威人士”报道刊发后，新华社全文播发，央视《新闻联播》口播摘要，其他央媒紧跟，全国31个省份的党报均在重要版面转载。各大网站、各类媒体竞相解读，路透社、法新社、华尔街日报等逾百家外媒闻风而动，大量转发并评论。在新媒体上，“权威人士”连续刷屏，并占据微信、微博、客户端的最热门话题，阅读量数以千万计。

“权威人士”报道被称作“有关中国经济最重要的访谈”“关心中国经济者必读”“为经济新闻史册增色”。很多省市、部委、企业、智库等组织专题学习和研究，就连平素“高冷”的一些专家学者也纷纷撰文，逐字逐句揣摩“权威人士”的话语。可以说，人民日报成功打造了“权威人士”的传播新形式，甚至形成品牌效应，实现官声和民声此呼彼应、网上和网下同频共振，充分发挥了“定盘星”“定音鼓”和“定心丸”的作用。

这样的传播效果并非偶然。如何在同质化、同步化新闻竞争中做出特色、叫好又叫座？能否在分众化、差异化传播新趋势下引领舆论、提升影响力？作为党报负责经济报道的采编部门，我们一直在思考和探索。“权威人士”访谈从组织策划、议题设置、内容生产到时机选择、版面编排、媒体推送全过程，都体现了把握“时度效”的准与稳，展示出主流媒体应有的权威性和公信力。具体来讲，报道能收获如此大的影响，我们体会，是抓住了六个“点”。

一、站在权威发声的高点——关键时刻一锤定音，向全社会准确传递中央的信号

“权威人士”访谈最鲜明的特质，不仅在于独家原创，更在于权威发声，精准、系统、全面传递了中央对经济形势和推进改革的立场、判断、决策。《五问中国经济》及时回应人们对新常态下经济减速的焦虑，《七问供给侧结构性改革》全面阐释改革的路径和方法。

登高声自远。中国经济进入新常态后，下行压力较大，各种争议、质疑、猜测此起彼伏，社会心理预期处于敏感多变阶段。对经济形势应当怎么看？推进改革应当怎么办？众声喧哗，观点迥异。越是信息混杂，人们对权威声音越是处于“饥渴”状态，迫切期待来自决策层的明确信号和权威研判。

正是基于这一考量，“权威人士”访谈自最初策划伊始，就定位于高端、独家、权威，力求一锤定音，以最权威的发声回应最集中的关切。我们积极联系中央核心经济决策部门，在深入采访、吃透精神的前提下，依靠长期积累，根据新闻传播规律对经济热点问题作了系统梳理和研究，力求站位高、判断准、解读深，赋予报道独一无二的权威性。高站位、高标准、高层次、高质量，让“权威人士”访谈在众多宏观经济报道中脱颖而出，真正担纲了“定海神针”的角色。“权威人士”一年内数度现身党报，传播效应不仅没有递减，反而在递增，人们的议论越来越热烈、解读越来越起劲，足见“权威人士”的魅力。财经界甚至有一个说法：“没仔细读过‘权威人士’，都不好意思自称是搞财经的。”

《五问中国经济》发表后，有评论认为，对于如何看待当前经济形势、如何解决发展中的新问题、如何在新常态下进行宏观调控，“这篇特殊的经济报道从头到尾都在做定调的事”。《七问供给侧结构性改革》更是为受众正确理解经济改革与宏观政策提供了权威读本，也为国际社会观察中国经济大势打开了一扇窗口。不少部委和地方政府反映，读了“权威人士”访谈，感觉“信息量特别大”“政策信号很强烈”“读



完心里有了底”“明白下一步该往哪儿走了”。

二、紧扣社会关注的热点——不自说自话，力求每个问题切中要害、每次回应深入人心

经济转型期，话题广、热点多、社会关注度高、舆情分歧也不小。在乱花迷眼的问题面前，主流媒体的经济报道既要紧跟中央精神，又要紧扣社会热点，否则就是自说自话。从《五问中国经济》的6000多字，到《七问供给侧结构性改革》的8000多字，“权威人士”访谈的篇幅渐次加码，受众却反馈“很过瘾”，并无冗长之感。个中关键，就是这几篇访谈精心设置议题，敏锐抓住热点，不搞“穿靴戴帽”“虚晃一枪”，而是实打实，通篇“全是干货”，句句点中穴位，制成丰盛美味的新闻大餐。

2015年是中国经济进入新常态第一年，增速下滑备受国内外注目。《五问中国经济》的第一问，即定位于“增速回落是否合乎预期？”并开门见山提出：“当前经济运行在意料之中，仍处合理区间。”“我国经济发展基本面是好的，有世界最高的居民储蓄率和最大的宏观经济政策空间，经济韧性大，制度优越性明显。只要把握好，就出不了大问题。”类似判断有理、有据、有力，利于明方向、稳预期、增信心。

党的十八届五中全会前后，短短9天内中央4次提及“供给侧结构性改革”，让这一概念成了经济领域的新词、热词，舆论兴起对“供给侧”的多轮解读热潮。然而，什么是供给侧结构性改革？它对中国

的现在和未来意味着什么？当下最需要做的事情是什么？这些既是热点，也是盲点。《七问供给侧结构性改革》对热度最高的7个议题逐个打开问号，许多机关、企业、研究机构将该文视为供给侧改革的教科书。

在一个浅阅读、快阅读时代，“短平快”的新闻报道固然有市场，但决定报道传播力引导力的首要因素仍是内容，而非篇幅或其他。有料、有用、有启发、有意思，读这样“冒着热气”的经济报道，谁还会在意字数的多少？

三、直面经济运行的难点——不唱高调，不避矛盾，实事求是，让报道更具说服力

经济面临较大下行压力，经济报道要展现亮点、提振士气。但如果一味唱高调，即使出发点是善意的，却不免影响公众对主流媒体的信任。当“人人都能谈经济”，主流媒体的经济报道尤需“迎着问题上”，把难点讲清讲透，这更有助于消除人们的疑虑。倘若避开矛盾、无视要害，恐怕会适得其反。

《五问中国经济》对于复杂问题、敏感问题、“两难”乃至“多难”问题，不回避、不遮掩，直击难点，剑指痛点，敢于触碰“纠结点”。比如，关于结构调整中的洗牌，文中坦言：“调结构必然带来阵痛。这一关我们不得不闯过去。结构调整等不得、熬不得，也等不来、熬不起，只能主动调、主动转。”又如房地产、债务风险、产能过剩等各



种经济难题，“权威人士”都没有轻描淡写、大而化之，而是将矛盾摆在桌面，以客观理性的态度抽丝剥茧。正视困难，实事求是，警示风险，让整篇访谈更具说服力。

《七问供给侧结构性改革》一开篇就点了两种错误认识，即认为推进供给侧改革“是实行需求紧缩”“是搞新的‘计划经济’”，这两个具有代表性的论调，恰恰为供给侧改革增加了难度。对此，访谈不躲不闪，坦然应战，正面澄清。文中又设身处地提出：“有人担心，推进供给侧结构性改革会带来一定的社会冲击，社会能否承受？”并通过“权威人士”诚恳回应：“化解过剩产能、处置‘僵尸企业’，必然会带来一些冲击，而且这些冲击很可能会从经济领域延伸到社会领域。”“阵痛是可以承受的，但切不可大意。”“问题不会等我们，机遇更不会等我们。今天不以‘壮士断腕’的改革促发展，明天就可能面临更大的痛苦。”

“一语天然万象新，豪华落尽见真淳”，面对一个个难点，保持报道的平实、真实、诚实，受众爱看、社会接受、市场认可，舆论引导作用也就事半功倍。

四、呈现思想内涵的亮点——不仅让人看到结论，还提供分析问题的方法论，鱼渔得兼

经济报道同质化竞争激烈，要在铺天盖地的稿件中高出一筹，必须以质取胜。这个“质”，来自思想深度。

与一般经济报道相比，“权威人士”访谈不只看眼前问题、就事论

事，而是牢牢把握“形”与“势”的脉络，立足现实又着眼长远，有较强的思想性。文中诸多真知灼见、新知妙见、远知预见，得到公众特别是专业人士的肯定，也体现了其对经济发展的指路意义。

比如，关于经济增长态势，《五问中国经济》指出：“把一件东西摆近了看，往往会感觉很大，把它放远些看，就会显得很小”“要用历史的眼光，坚持短、中、长期结合，才能得出正确结论”。关于发展方式转变，《七问供给侧结构性改革》指出：“我们不论主观上怎么想，都不能违背客观规律。粗放型经济发展方式曾经在我国发挥了很大作用，但现在再按照过去那种粗放型发展方式来做，不仅国内条件不支持，国际条件也不支持，是不可持续的。不抓紧转变，总有一天会走进死胡同。”

类似用意深远的表述，传递的不单是分析和判断，还有怎样分析和判断的方法论，有专家称“权威人士”访谈是“导航式对话”“方法论对话”。这再次说明，党报不仅是“新闻纸”，更是“思想纸”，不仅要有独家信息，更要有独到见解。新媒体自媒体迅猛发展，今天的舆论生态是海量传播、多向传播、人人传播，对很多现象、问题、事件，公众在了解“怎么样”之余，还想知道“怎么看”和“怎么办”，需要“有观点的新闻”“有思想的新闻”，这是“权威人士”访谈的优势所在，也是主流媒体特有的潜力所在。

五、打造吸引眼球的卖点——“盘活”新闻资源，做足“好奇营销”，创新表达方式

目前，新闻界也面临一场供给侧改革。随着媒体深度融合发展，新