

晶报丛书

陈寅主编

非常

晶报优秀新闻作品
2006年卷

UNIQUE REPORTING

新闻

采访活动“长征路上新希望”即将启程为纪念中国工农红军长征胜利70周年，由晶报策划的大型采访活动“长征路上新希望”即将启动。晶报多名记者将踏着当年红军长征的足迹，用一个月的时间重访长征路，探访长征路上深圳人民捐建的希望小学，展开长征路上的希望之旅。采访活动将在近期启程。70年前的中国工农红军长征壮举，为中国革命的胜利带来了希望；改革开放以来，先富起来的深圳人民在红军长征沿线捐建了若干希望小学，为沿线贫困地区的孩子们带来了希望。据晶报目前了解到，深圳市各级政府、企事业单位及个人等，在长征沿线捐建的希望小学就有近万青少年。晶报记者此行，将分别走访长征沿线江西、广西、贵州、四川、陕西等省10多个县市由深圳捐建的希望小学，采访这些希望小学的老师、学生、家长和当地政府官员与百姓，观察、了解、感受他们的感动与幸福、平静与困惑、诉求与希望，展示他们自强不息的奋斗精神，展现老区人民奔小康、奔未来的希望。同时，采访团还将回顾长征沿线地区70年来波澜壮阔的历史变迁，特别是了解改革开放以来当地社会经济的发展与进步，以及深圳与老区的合作等情况，向老区人民传达深圳人的爱心，加强深圳与长征沿线地区人民的交流，用长征精神鼓舞深圳人民。采访重点地区有江西吉安、吉水、于都，广西三江、贵州都匀、开阳、沿河，四川红原、松潘，甘肃通渭、会宁，陕西延安等地。为使本次报道更全面、更深入，本报特面向深圳读者征集深圳人在长征路上捐建希望小学的有关线索，并热诚欢迎广大市民伸出援助之手，向长征沿线贫困地区学生捐款。晶报采访团将用读者的爱心捐款购买学习用品等送达沿线贫困学生手中。所有捐款及用途将

晶报丛书

陈寅 / 主编

非常新闻



深圳报业集团出版社
SHENZHEN PRESS GROUP PUBLISHING HOUSE

责任编辑：李彦姝
特约编辑：周维民 刘军锋
装帧设计：蒋南松

图书在版编目（CIP）数据

非常新闻：晶报优秀新闻作品·2006年卷/陈寅主编. 深圳：
深圳报业集团出版社，2007.12

ISBN 978-7-80709-158-5

I. 非… II. 陈… III. 新闻—作品集—中国—当代
IV. I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 048589 号

非常新闻

晶报优秀新闻作品·2006年卷

陈寅 主编

深圳报业集团出版社出版发行

(518009 深圳市深南大道 6008 号)

深圳市彩帝印刷有限公司印制 新华书店经销

2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

开本：787mm×1092mm 1/16

字数：530 千字 印张：27.5

ISBN 978-7-80709-158-5 定价：45.00 元

深报版图书版权所有，侵权必究。

深报版图书凡是有印装质量问题，请随时向承印厂调换。

晶报要承担更大责任

深圳报业集团社长 黄扬略

凡是有社会舆论功能、社会引导责任的报纸都是党报，晶报也是党报。晶报一向以社会新闻见长，作为有责任的报纸，就要做积极的社会新闻，要在那么多社会事件中发现其积极意义，对负面新闻要从积极的角度来报道。晶报从一开始就是从积极的角度来做。舆论监督新闻也是如此。

从这次改版来看，晶报更成熟了。光有冲劲，没有思考的话，一份报纸就太浅了。但如果没有活力也不行。我们大家对晶报寄予了厚望，希望晶报能承担起更大的责任。改版，是以我们的冲劲占领更多的市场和阵地。这次改版，首先，晶报要把市委、市政府的重大措施，用百姓喜闻乐见的语言传播出去，比如像这次深南大道的报道，用很平实的语言，传达了老百姓的声音，大多数读者都很满意；二是对于突发性事件，晶报要冲到前面去，要尽到社会责任；三是对社会热点的引导。网络上的、社会上的各种热点问题，规模性的问题，带有探索性的问题，都要做。这次改版，主要是在这三大功能上，针对年轻读者的口味来努力达到良好的传播效果。这就是我们对晶报的期望。

创新则强

——晶报的追求与实践

深圳报业集团副总编辑、晶报总编辑 陈寅

“创新则强。”

这是晶报创刊5周年庆典前夕，时任全国记协主席的邵华泽特意给我们的题词，既是对晶报发展历程和风貌的总体评价，也是对我们持续进取和拓荒的勉励。

邵主席的题词是经过深思熟虑的。后来我们在北京拜会他，他当面说这四个字是想了很久才决意动笔的，然后给我们一个不容置疑的微笑：“你们不就是靠创新走出来的吗？！”

那么，创新是什么？创新意味着什么？

就报纸而言，创新是把全球化时代最前沿的动态和最丰沛的思想灵气闪烁地展示给读者，把和谐社会建构进程中所显现的优雅、宽容、慈善和撼动心灵的事迹以亲民的话语介绍给社会，去抵御恶俗、偏激、丑陋和愚昧无知。

创新是信息爆炸、新媒体突飞猛进的挑战中报纸生存和发展的策略，依据“民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处”的和谐六原则精选新闻，去芜存精，中肯评论，并以赏心悦目的姿态和别出心裁的表现形式给大众提供最有价值、最有效的资讯服务、文化传播和舆论引导。

创新也是传媒人的一种心态，无论在任何时候都保持“沉稳而不失新锐，内敛而不失活力，庄重而不失激扬”的竞技状态，以“记录历史”的责任感和不平庸的专业精神，去探寻家园——市场上的位置和文化上的品级。

就报纸而言，创新不仅意味着内容的新颖独特、版面的典雅别致，而且意味着管理机制上的“多设跑道，方便迈进”、人才结构上的“多元智力，尽情绽放”、经营策略上的“媒企互动，深度整合”、报业文化上的“打造品牌，回馈社会”。创新是全方位的，是编辑思想、内容版式、管理体制、经营战略和报业文化诸方面的全新创造。

2001年8月1日，打出“阳光媒体，非常新闻”旗号的晶报走进了公众视野。创刊不到两个月，零售量突破20万份，创下报业史上的“深圳速度”；半年后，成为深圳发行总量最大的平面媒体之一；两岁生日时，广告收入突破亿元大关；2006年在全国报业

广告大盘不太景气的背景下,《晶报》依然保持着增长态势。最近,深圳市委和集团党组决定:把晶报做强做大!可以说,是创新赋予了晶报机会,让晶报发展壮大;创新又为晶报搭起了通向未来的桥梁,推动晶报走向远方。

一、创新:“后来者”的生存与发展策略

在中国报业的都市报方阵中,创刊于2001年8月1日的晶报算是后来者。如果把1995年当作“都市报元年”的话,晶报面世的时候其他报纸都已完成了一轮的“跑马圈地”。在这样的背景下,晶报如何寻求和拓展自己的空间?我们选择了从创新开始。

晶报诞生时,额头上刻着八个字:“阳光媒体,非常新闻”。这是晶报的新闻理念,也是晶报的创新宣言。我们把创新视为报纸生存的基础和前提,希望用创新开拓出前行的道路。具体说来,所谓“非常新闻”,强调的是个性,是内容的特别;要实现“非常”,则要从创新开始。

创刊5周年的时候,晶报编委会修订了整套报业文化理念,也概括为八个字:“求真,创新,青春,敏锐”。“求真”是我们报道新闻的价值取向和最高追求,而“创新”则代表着我们以创新立报、在创新中求得发展的恒久的姿势。在一个急剧变化的年代里,总有些什么是不能变化、不能放弃而需要不渝追求的,包括我们的新闻理想、对优质新闻的追求、对新闻的热忱;与此同时,在新闻的操作层面和表达方式上,我们则需要不断创新,惟其如此,才能“与要求更苛刻,好奇心更强,教育程度更高的读者建立密切联系”,满足读者不断变化的需求。我们的创新根据在于:

其一,创新是传媒业的生存特征。经济学者把传媒业归入创造型产业,创造力也被视为现代媒介的本质。传媒业竞争越来越激烈,如何在这种竞争中显露头角,惟有不断创新,才能给读者提供新鲜的阅读感受。可以说,凭借创新,可以报道出更“新”的新闻,也会给报纸本身带来丰厚的报偿。

其二,包含报业在内的传媒业生态也正在发生变化。一句西方谚语说:“台风来了,猪都会飞起来。”前些年,中国报业正处在这样幸运的时代里。但是近两三年来,这样的大好时间正在慢慢离去,竞争日趋激烈,每张报纸都面临考验。今天,仅仅做在台风中会飞的猪是远远不够的。

报纸的竞争者在悄然变化。过去,报纸往往把其他报纸作为竞争者,现在,对手渐渐已不是我们的同类了。我们看到,随着城市的发展,一些大都市的交通电台正在兴起;电视业虽然比报纸享有先天优势,但是,前些年电视的发展滞后于报业,近年来电视的增长率好过了报纸;互联网和手机等新媒体,从广告市场分走的市场份额暂且还少,但是却代表着未来的趋势,令人不能不当心。后者不仅拥有技术优势,背后往往还站着风险投资商,各类海外股东,比作为传统媒体的报纸具有技术和体制上的双重优势……在这样一场

不对等的竞争中，报纸如果不主动求变，就会陷于被动。

二、机制：为创新提供原动力

创新不能只限于一朝一夕，也不能仅停留在一时一事，只有构建创新型报社，让创新渗入采编、经营、广告、发行各个环节，才能真正发挥创新的效应，彰显创新的价值。5年多来，晶报在报社内部基本上构建了一种创新的文化和机制，为创新提供原动力。

第一，我们拥有并且有意识地构建一支堪称“多元智力结构”的队伍。

如众所知，深圳是一座年轻的移民城市，青春的冲动、创业的热情把来自各个地方的人才带到了这座城市。与其他城市的报社相比，晶报天然地拥有了这样的“多元人才”优势，他们或来自不同地区的高校，或来自全国各地的报社，也有一批“海归”，尤其是后者还会把所属报社所属知识背景的优秀文化带到晶报。

当然，晶报编委会也有意识地引导和鼓励每个员工“尽情绽放”，展示出他们才智中最优秀最光彩的一面，把他们的人生规划融入晶报的事业里。心理学家认为：如果在拥有共同目标的情况下允许各种智力百花齐放，这个团队就会特别有创造力，因为对待问题方式的差异有利于形成创造的张力，从而产生全新的思路，找到新的答案。创刊5年多来，晶报不断创新不断发展，其实首先是我们人力资源上的成功。

第二，在运作过程中，我们着力打造可以不断为创新提供原动力的报业文化。

晶报创刊词这样宣示：《晶报》要高扬以人为本的理念。在创刊两周年的时候，我们提出：我们的团队要有一个以人为本的“生态环境”。对于一张报纸而言，若要采写出以人为本的报道，那么，在这个报社内部就必须率先实现以人为本。何为以人为本？我们的理解是：民主的气息和平等的交流，业务的探究和建言的鸣放，而且成为大家的自觉和习惯。

落实到编辑部的管理和运作环节中，我们提出要打造主动的编辑部。所谓“主动的编辑部”，也是民主的编辑部，就是把主动性落实到每个记者、编辑手上，让他们拥有宽敞的心态，在日常的繁琐采访中仍能保持敏锐的新闻触角，而在截稿的时间压力下仍能保持平和与理性，面对权威声音仍有怀疑精神。正是做到了这些，报纸才不断创新，时时出彩。2006年10月13日，王光美女士在北京解放军305医院逝世；15日，这条消息出现在香港大公报上，晶体总编室中班编辑监控到这条新闻。我们当即向北京媒体询问，请他们供稿，结果他们竟然都不知此事。深圳报业集团驻京记者赶到了医院，采写了这条消息，17日我们的报道出炉了，成为内地中首家刊发这一消息的媒体，许多报纸纷纷转载本报的消息。作为一条并非发生在深圳的新闻，我们能抢到一个独家，正是主动编辑部的体现。

第三，多设奖项，鼓励不同形式的创新。

外地报社来晶报参观，一个明显的感觉是，晶报的内部奖项多。除了传统的年终评先外，我们有每周一评的“独家新闻奖”，每月一评的“策划新闻奖”、“每月之星”，已经每年一次的“晶报年度新闻奖”。独家新闻，本身即意味着创新；策划新闻，是新闻创新的另一种形式。新闻策划不是制造新闻，而是敏锐地发现新闻，并及时予以得当的处理，新闻策划奖对获奖作品的基本要求是：选题要新，创意要足，形式要活。而“晶报年度新闻奖”，参照了国际上通行的新闻奖项的设置，除最佳独家新闻奖、最佳策划报道奖外，还有最佳深度报道奖、最佳特稿报道奖、最佳团队协作奖，这些奖项大多也指向了创造性的新闻采写及编辑。

我们把上述做法叫作“多设跑道，方便迈步”，最大程度上激励了创新的产生。从某种意义上说，奖励不仅是给予创新者的，更是给予创新本身的，因为它可以带来更多的创新。

三、创新实践案例略举

《晶报》的成功，具体说来，在于办出了一张受深圳读者喜爱、特征鲜明、高品位的城市报纸。然而，在很大程度上说还是创新的成功，这种成功体现在报纸理念、采编、广告等诸多环节。

办报理念创新：办“简约、精致、高效型”的报纸

如今已经进入了厚报时代，那么，一张城市报纸该如何抉择呢？是越厚越好吗？最近，晶报编委扩大会议在讨论推出新的改版方案时对此提出了不同的看法。我们认为：我们要办一张“简约、精致、高效型”的报纸，而非“粗放扩张型”的报纸。

“简约”特指科学、合理的分叠，清晰、明朗的版块划分，以及版式的易读性、版面的简洁、广告安排的合理布局，体现均衡、整齐、大方的美学风格。

“精致”是迎接挑战的新举措，也是适应绿色经济的新思路。晶报追求内容的精致，版式的精致，力求从铺天盖地的信息流中选择最利于建设和谐社会的精华新闻，提供给人们真善美的文化信息，让快速行走于城市生活中的人们“一报在手，知天下要闻”。落实到具体办报上，就要求精编新闻，通过提升采编人员的专业素养，来保证在尽量科学、合理的版面里传达给读者更佳阅读感受。晶报在编辑中严格要求使用标准的汉语，把“玉米”、“意粉”等虽显得时尚却不规范的词汇剔除于版面，以维护民族文化的尊严和精致。

从经营的角度来看，这样的方针也合乎“一元报”的价格定位，并留有竞争空间。广东报纸目前的流行价位是每份报纸定价1元，相比于内地报纸的价格已经很高了，但是这个价格也仅仅收回了成本或不足收回成本。如果一味地打“厚度战”，不计成本无限扩版，则容易陷入恶性竞争的窠臼，不利于报纸的良性发展。

“高效”是经济上的考虑，也是管理上的筹划。晶报现有采编人员159人，加上行政、广告经营共231人，日均出报52个版，人均出报比例不仅高于内地报纸，也高于相邻城市的报纸。然而，晶报已经连续两年实现利润逾5000万元，百人年创造利润逾2200万元，报纸覆盖面达到2020平方公里地区，延展至香港和周边地区，这些指标在国内综合性报纸中均高居前列。晶报在各部门的分工合作中将更加简捷敏快，随时组合灵活的小组去完成特定的工作。

“高效型”报纸是简约、精致基础上的总括：以高效率采编的报纸，必然由高效率的机制和人员去完成，给读者提供的也是阅读效率最高的报纸。

采编全程创新：内容采写到表现形式的丰富性与多样化

一个组织内部只要拥有创新机制，创新就不应该是偶或为之的孤单事件，而应该是多层次多样化的。晶报的创新至少体现在这些方面：

其一，报道策略创新。一个城市的报纸，毫无疑问要建立在这个城市的土壤之上，根据深圳这样一个年轻的、国际化城市的特点，晶报把读者定位为现代都市的年轻人群。在报道策略上，我们提出：“做精深圳新闻，做强国际新闻，做活文体新闻。”对本土新闻的强调和重视是所有城市报纸的共同选择，然而，像晶报如此重视国际新闻与文体新闻（尤其是体育新闻）的报纸却不多。这样定位的关键因素是我们深刻认识到在全球化时代，人们必须“眼观六路，耳听八方”，主动地帮助读者开阔全球视野，潜移默化地传输各地文明气息，用优雅的文化陶冶情操，为深圳人的国际化尽媒体的责任。

晶报日均出报50多个版面，国际新闻版面日均占到了7-8个。一方面，深圳容纳着相当多的跨国公司，有众多的外籍人士在这座城市生活，很多人都与外边的世界有了千丝万缕的联系；另一方面，《晶报》的“国际新闻”与传统的“国际新闻”有着明显的不同。在国际新闻的报道上，不仅与国内媒体相比显示出巨大的优势，而且在一些新闻的处理上，甚至站到了不逊于国际媒体的高度。

“9·11”事件发生后，晶报用整个报纸的三分之二容量来报道这百年不遇的历史性事件，24个版的大型报道《美利坚被炸》刊出后，把报纸零售量从1万份暴涨到4.5万份。同年10月8日，只有32个版的晶报只做了两条新闻，一条是报道阿富汗战争的《美国开打》，一条是国家队首次走向世界杯的《中国足球欢乐颂》，这种非常规的新闻取舍，是中国新闻史上一次特殊的尝试，为信息爆炸年代如何精选报道内容创下先例。

2006年7月，著名物理学家霍金在网上提出了一个问题：“在一个政治、社会、环境都很混乱的世界，人类如何走过下一个100年？”后来，霍金通过电子语音合成器把他的答案公诸于众。晶报国际部从雅虎网站上监控到霍金的音频后，立即进行编译，结果，《晶报》这一报道在当天的国内媒体中堪称绝无仅有，因为来源于网络，与国际报纸

保持了同步。虽然这个案例有其特别性，但也显示出晶报国际新闻报道的立足高度。

其二，版式创新。《晶报》一创刊就给人一种清风拂面的感觉，与国内报纸中已有的风格不同，我们导入了国际流行的版面设计风格，清新、大方、自然、简洁。

晶报是国内报纸中率先统一使用宋体字标题的，恢复了汉字的基本面貌，是对文化的切实尊重。过去，国内的报纸标题一般都使用黑体字，而把宋体字作为标题字体使用的几乎没有。《晶报》的宋体字标题出现后，它的那种端庄、文化气息和浓郁的传统底蕴，使报纸形成了一种独特的版面风格，深深地吸引了读者。这种崭新的形式很快也被内地不少报纸所效仿，一些省级党委机关报所有标题也启用宋体字，使宋体字这一过去被中国报纸所弃用的传统字体，重又回到了主流地位。

其三，版面设置创新。《晶报》立足于深圳读者的构成和阅读需求，率先推出气象版，在日出报32版时每天就以1个版的版面刊出深圳本地及全国各地及世界大城市的气象预告。这是国内媒体中率先每天以整版篇幅刊登气象报道的报纸。

广告经营创新：媒企深度互动整合营销

作为新兴报纸，面临着两重困难：第一重困难是要得到读者的认可；第二重困难是得到广告客户的认可。在报业广告竞争激烈的形势下，新兴报纸面临着更大的考验，这就迫使我们进行广告创新。晶报广告部的做法是开展媒体深度互动整合营销。所谓深度互动整合营销，就是以媒体为平台，集合多个行业的广告客户，让他们汇聚在这个平台上，通过有奖销售、现场活动、演出、展览等形式，制造全城性的营销事件，从而最大程度地吸引读者注意力，也给广告客户提供最大的回报。

较有代表性的是2006年夏天的“晶禧深圳”大型广告营销活动。这次活动通过跨行业、跨产业整合营销资源，拿出1套靓房（晶报首付8万元），16部靓车（晶报分别首付1万元）为奖品，推出激励式事件营销概念。比如，汽车类奖品直接在各大商家的中心营业场所进行陈列，既传播了这些汽车的品牌，也促进了汽车销售，这样当然地带动了汽车行业的广告投放。有奖销售涉及了汽车、家电、零售、婚纱摄影、家居装饰、通讯等行业，为参与活动的核心商家制造“注意力中心”效应。当然，由于这些行业的热情都被这次活动调动了起来，报社的付出也得到了回报，活动期间直接招商部分的广告刊登额超过1000万元，创下晶报创刊以来单项活动创收的新高。苏宁电器独家冠名本次活动，其投放广告量比上年同期增长2倍多，达80多万元。

报业文化创新：以“报纸+讲坛”形式打造品牌、回馈社会

随着自身的发展壮大，《晶报》也在不断地尝试着回馈读者、回馈社会。我们在国内报纸中率先推出了一系列活动，使得晶报的社会影响力与日俱增，品牌知名度逐渐壮大。

从创刊第二年起，晶报就办起了“晶报名人演讲周”活动，迄今已举行了5届。每年邀请7-10名全国知名专家，就社会热点话题或他们最擅长的领域为读者作专场演讲。晶报特邀的嘉宾中包括医学专家钟南山、航天英雄杨利伟、外交家吴建民、知名学者易中天以及经济学家范恒山、贾康、梁小民等，他们的这些演讲都是座无虚席。

除“晶报名人演讲周”外，我们主办的活动还有配合深圳市“关爱行动”的“关爱论坛”、“中国体彩高端论坛”等。这些活动都采用了“报纸+讲坛”形式，在清末民初，就有报人提出，报纸、学堂、演讲是传播新知、开启民智的三大方式；而我们今天所采取的“报纸+讲坛”形式具有多重的效应，其一是为部分读者提供了一场听觉的盛宴，开阔了视野；二是丰富了报道内容，有利于晶报强化自己的特色；三是强化了晶报作为负责的媒体的形象。这些效应叠加在一起，有力地塑造了晶报的品牌。

报网联动创新：涉足新媒体，开办特色网站

对报纸而言，网络是一种未来。但是，做什么样的网站却是一个问题。2006年11月，由晶报承办的特色专业网站——问工网正式上线（深圳报业集团其他3大主报也分别推出了房地网、车城网、搜购网）。问工网定位于一站式人才服务网站，网站依托报业集团各报招聘类广告的强大客户和信息资源，争取为企业和人才提供求职、招聘、培训、形象展示等专业的人才开发服务。我们力求将深圳市教育培训、人才招聘等信息资源一网打尽。在一个全球化的时代，我们的网站选择了更深切地拥抱本地受众、本地市场的道路。当然，这方面的尝试才刚刚开始，我们的行为还要经受时间的检验。

晶报高度 THE JOURNALISTIC AWARDS

001 第五届晶报年度新闻奖获奖名单

最佳公共服务

《晶报关爱报道促成关爱捐书长效机制建立——“深圳爱心图书·阳光使者”工程昨启动》

005 爱，永远值得回首 / 段安平

007 “深圳爱心图书·阳光使者”工程昨启动 / 段安平 孙妍

最佳报道策划

《长征路上新希望系列报道》

011 红军不怕远征难，我们也不怕 / 刘秉仁

013 感受长征路上新希望 传递深圳人民关爱情 / 黎勇 王恒嘉

014 大熊猫之乡盼建希望技校 / 李高峰 陈冰

016 红旗街上随处可见“红军驻地” / 林航 高宏利 彭健

018 读者爱心送到长征会师地 / 黎勇 邓妍

《奔腾的阳光》

020 共同走过的日子 / 冯景

023 鲜活描绘大主流 / 李高峰

026 让我们在创新中增效 / 冯景

029 灵感的偶然到来 / 郭洪义

030 烈焰在前 激情燃烧 / 高宏利

032 水淹校门 此景不再 / 刘娟

最佳专题报道

《打工渔民 一群特殊耕海人》

033 魔鬼和上帝都在细节里 / 王恒嘉

035 打工渔民，一群特殊耕海人 / 王恒嘉 霍敏

最佳系列报道

《邻居节系列报道》

- 044 远亲不如近邻 / 刘秉仁
046 政府部门首创“邻里节” / 陈冰 张晓斌
047 让社区人情味越来越浓 / 陈冰 张晓斌
048 敲开邻家门到底有多难 / 吴思静 霍敏 钱擎

最佳深度报道

《换身“行头”过期冻鸡愣充冰鲜鸡》

- 051 把冻鸡事件“炖”成一锅新闻浓汤 / 李俊牛
054 换身“行头”过期冻鸡愣充冰鲜鸡 / 李俊牛 邹玮

《万基直销崩盘》

- 060 我所理解的深度报道 / 王恒嘉
062 万基直销崩盘 / 王恒嘉

最佳人物报道

《艺苑归客常秀峰》

- 069 追寻现时的光亮 / 陈冰
071 艺苑归客常秀峰 / 陈寅 陈冰

最佳突发新闻

《军民联动营救被困外地渔民》

- 074 一个奖三重开心 / 杨志敏
076 军民联动营救被困外地渔民 / 霍敏 杨志敏

最佳独家报道

《说出来，堵在心中的大石落地》

- 079 把一颗种子发酵成一个新闻面包 / 李俊牛
084 说出来，堵在心中的大石落地 / 李俊牛 高宏利
《深圳土地拍卖第一槌源自霍英东建议》
090 李灏同志为我改稿 / 吴建升
092 深圳土地拍卖第一槌源自霍英东建议 / 吴建升

最佳新闻评论

《请相信青春的深圳，青春的力量》

- 098 从用心对待语言开始 / 李跃
100 请相信青春的深圳，青春的力量 / 李跃
《伊拉克顽症“绞”不绝》
102 伊拉克顽症“绞”不绝 / 陈冰

最佳国际报道

《萨达姆别传》

- 104 不创新，毋宁死 / 管姚
106 萨达姆别传

最佳文艺报道

《聚焦巴金继任者铁凝》

- 109 漂亮的“规定动作” / 沈强
111 聚焦巴金继任者铁凝 / 郭洪义 沈强 王圣

最佳娱乐报道

《艺术片：想要看你不容易》

- 113 娱乐，也可以贴近民生 / 高丽莉
115 艺术片：想要看你不容易 / 高丽莉

最佳体育报道

《刘刚摘金 深圳速度——夺金全记录》

- 118 那片夜空最美丽 / 吴邦
120 刘刚摘金 深圳速度——夺金全记录 / 吴邦

最佳编译报道

《人类咋过下个百年 大师霍金实话实说》

- 123 通力合作“听写”成功 / 兰小樑
125 人类咋过下个百年 大师霍金实话实说 / 编译 兰小樑

最佳突发新闻摄影

《持枪劫匪 当场被毙》

- 127 新闻照片艺术化 / 温文锋
128 持枪劫匪 当场被毙 / 温文锋
《一男童坠井两百人施救》
129 “离炮火的距离” / 张定平
131 一男童坠井两百人施救 / 张定平

最佳特写新闻摄影

《送别丛飞》

- 132 丛飞爱心永留鹏城 / 轩慧
133 送别丛飞 / 轩慧

最佳版面创意

《蓝、白、红不褪色》

- 134 版面设计的虚与实 / 蒋南松
135 蓝、白、红不褪色 / 蒋南松

最佳团队协作

- 136 从“最佳团队”散谈晶报体育 / 冯景

最佳新闻工作者

- 140 期待雁群振翅翱翔 / 王志明

最佳专栏作家

蒋子龙

- 142 感谢“专栏” / 蒋子龙
144 被“活埋”的智慧 / 蒋子龙
146 草的悲欢 / 蒋子龙
148 不要被“年”吃掉 / 蒋子龙
150 盘点去年的话语 / 蒋子龙

新锐之声 THE SHARPEST PENS

言论

- 151 收获教育的甜蜜果实 / 李鸿文
154 别让手机变成监视器 / 陈绮宁
155 解析“大学生就业定位平民化” / 刘显东

- 157 数数你有多少枚回形针 / 李鸿文
- 159 律师的道义与良心 / 陈有西
- 162 喜新可以不厌旧吗 / 汪祥瑞
- 165 正视药品监管的挑战性 / 张涛
- 168 甬说建房，换窗户都要审批 / 陈冰
- 171 给钱就卖的质量认证哪有公信？ / 刘显东
- 173 以献血的心态看待捐髓，可以吗？ / 李跃
- 175 我们都是劳工阶层 / 陈冰
- 177 “从源头抓起”可能是个馊主意 / 李鸿文
- 179 我们没底气慷慨满足宠物消费 / 彭健
- 181 科普界能否出现“易中天” / 李跃
- 183 《猫和老鼠》的“爸爸”拥有一颗浪漫的心 / 彭健

消息

- 185 深圳礼品展“李鬼”上门叫板 / 马骥远
- 187 万只纸鹤伴丛飞远行 / 钱擎
- 189 急！电波搜寻准考证 / 王志明
- 191 “突发事件最简单消息也比谣言强” / 张晓斌
- 193 非深户在深养老保险条件放宽 / 孙妍
- 195 港币兑人民币现钞价跌破1元 / 余彦君
- 196 前三季3万余市民被狗咬伤 / 郑毅
- 197 台湾游确定15家组团社？报道不实 / 赵军

通讯

- 198 业主质疑业委会不作为 / 吴思静
- 200 公安为“口袋户”入户指路 / 周维民 王圣
- 203 3岁孤女欲挑战游泳吉尼斯 / 马翔
- 205 大巴半小时仅挪动100米 / 张国防 李果
- 208 黑中巴昼伏夜出疯狂拉客 / 李果
- 211 “很想看他再演许文强” / 冯宇飞

- 213 安详的唐山 感恩的唐山 / 黎勇
- 217 深圳渔船太平洋上救起 4 老外 / 李俊牛 邹玮
- 220 李小双：在商海找到竞技的感觉 / 张帆
- 223 狗追人 人撞人 责任谁担？ / 邓媛 刘娟
- 225 降价药撤柜换装再出售 / 罗秋芳 秦小艳
- 228 生源广进有高招 换身外套充港校 / 王志明 丁光莹
- 233 情侣婚前签约说定 8 年分手 / 王鹂鸣
- 235 干道大修考验公众文明 / 马骥远 康岩慧 邓媛
- 238 余生 11 月，他要捐建 10 所小学 / 林佩玮
- 240 80 余市民集资拍得两栋宿舍 / 刘军锋
- 242 弟弟患白血病，姐姐愿典青春相救 / 吴建升

国 际

- 247 核电悲剧完全可以避免 / 孙晓玲
- 251 胜利属于德意志 / 管姚
- 253 媒体大亨默多克的网络征服 / 张运贵
- 257 追踪互惠生 / 兰小樾
- 258 诺贝尔科学奖的美国“霸权” / 管姚
- 260 霍金围城黑洞 / 王卓芬
- 261 骑着“宝马”进“半岛” / 吴邦

文 娱

- 264 娱记摇身变“环姐” / 尹维颖
- 267 周迅宠辱不惊 / 高丽莉
- 270 李宗盛：这是我送给自己的礼物 / 尹维颖
- 274 韦政通：爱吾师更爱真理 / 刘敬文
- 278 来自深圳“土著”的世界杰出华人 / 王圣
- 283 陈烟桥与深圳版画村 / 邓妍
- 290 崔健：试试民谣这件衬衫 / 高丽莉
- 293 我只想写外公作为一个普通人的内心 / 邓妍