

財經資訊與媒體 Q&A

楊士仁, 鄭優, 趙政岷

商周文化事業股份有限公司

財經資訊與媒體 Q&A

楊士仁, 鄭優, 趙政岷

商周文化事業股份有限公司

原书缺页

原书缺页

原书缺页

原书缺页

原书缺页

3 財經資訊的種類與特色

21	財經資訊有那些種類及特性？	6
22	財經資訊中的黨政新聞有何特色？	6
23	財經資訊中的證券新聞有何特色？	6
24	財經資訊中的商業新聞有何特色？	6
25	財經資訊中的貿易新聞有何特色？	7
26	財經資訊中的金融新聞有何特色？	7
27	財經資訊中的財稅新聞有何特色？	7
28	財經資訊中，農業新聞比重為何一直偏低？	7
29	財經資訊中的大陸新聞有何特色？	8
30	現階段大陸新聞的正確性如何？	8
31	房地產資訊的正確性如何？	8
32	期貨資訊的正確性如何？	8
33	廣播財經新聞有何特色？	8
34	電視財經新聞有何特色？	9
35	電訊財經新聞有何特色？	9

4 對現有財經資訊的不滿與批評

36	報禁解除後競爭激烈，新聞品質是否降低？	9
37	新聞都是正確的嗎？為什麼有些會前後矛盾？	9
38	一家報紙說東，一家報紙說西，究竟聽誰的？	9
39	為什麼不希望見報的消息總是被大登特登？	10
40	新聞標題有時和新聞內容不符，原因何在？	10
41	新聞中常有「專家指出」等用語，為何不寫明？	10
42	什麼新聞字眼會被打引號？	10
43	媒體大肆報導證券新聞，會助長金錢遊戲嗎？	10
44	許多證券新聞過於主觀，這樣做對嗎？	11
45	為什麼有些財經新聞宣傳意味很重？	11
46	什麼是工商記者？如何區分？	11
47	你聽過「丐幫記者」嗎？	11
48	年輕記者可以寫評論嗎？	11
49	記者為何屢遭指責，甚至被批評缺乏常識？	12
50	記者的筆想怎麼寫就怎麼寫，事實如此嗎？	2

51	記者的新聞鼻格外敏銳，這種朋友可以結交嗎？	1	2	4
52	記者會對什麼事情感興趣？	1	2	6
53	記者是股市的多頭，還是空頭？	1	2	8
54	記者會和股市大戶勾結，任人擺布嗎？	1	3	0
55	財經記者和企業界有什麼樣的關係？	1	3	2
56	如何透過財經媒體發布新聞？	1	3	4
57	若對報紙刊登的新聞有不同意見時如何表達？	1	3	6

5 財經資訊的有效取得與解讀

58	股市投資人如何快速取得資訊，掌握獲利契機？	1	4	0
59	如何快速取得金融資訊？	1	4	2
60	財經資訊各有特色，如何取捨吸收？	1	4	4
61	如何選擇適合閱讀的財經雜誌？	1	4	6
62	如何做快速閱讀？	1	4	8
63	如何看懂新聞來源？	1	5	0
64	如何從財經資訊判斷政策走向？	1	5	2
65	如何善加運用財經資訊的數字和統計圖表？	1	5	4

66	如何區分財經資訊中的產業意見？	1	5	6
67	如何閱讀專家意見？	1	5	8
68	如何閱讀預測性報導？	1	6	0
69	如何閱讀財經報紙的副刊？	1	6	2
70	如何從工商服務版找寶藏？	1	6	4
71	報紙刊登那麼多廣告，有參考價值嗎？	1	6	6
72	如何處理過期的財經資訊？	1	6	8
73	要找過去的財經資訊，媒體願意提供嗎？	1	7	0
74	可以進一步向記者請教嗎？	1	7	2
75	如何利用讀者服務？	1	7	4
76	如何加強吸收財經資訊？	1	7	6
77	財經資訊電腦化已臻何種水準？	1	7	8

6 財經媒體比較分析

國內第一家經濟專業報——經濟日報	1	8	2
重量級財經資訊提供來源——工商時報	1	8	9
只訂不賣的英文報——亞洲華爾街日報	1	9	7

1

為什麼不能逃避財經資訊

日本經濟新聞龍頭——日本經濟新聞……………200

Q1 為什麼不能逃避，必須讀懂財經資訊？

生活在「經濟奇蹟」自豪的台灣社會，不懂財經資訊，將成為時代的「文盲」。

在過去士大夫時代的觀念裡，金錢乃身外之物，財經事務被認為是沾滿了銅臭味。日出而作，日落而息的農業社會中，財經資訊是個遙遠而碰觸不到的神話，但隨著工業社會來臨，甚至商業掛帥的今日社會中，不懂財經資訊將成為時代「文盲」，無法立足於變動快速的環境中。

為什麼不能逃避，必須讀懂財經資訊？事實上，有太多的財經變動無時無刻左右著我們的生活，只是大家不自知罷了。

（例如，外匯存底的變化就是一例，台灣的外匯存底在最近四、五年中快速累積，配合這幾年的貿易順差和金融政策，瞭解財經資訊意義的人，可以隱約看出，財富累積、游資氾濫、金錢遊戲盛行是一個必然的結果，有必要為此大趨勢做一因應。體察如此情況，不論企業或個人都應該提早因應，以免隨波逐流於金錢動盪之中。）

另外，匯率的變動也是一項影響民眾生活重大的財經因素。相較於數年前，目前

大家明顯感受到，出國旅遊時國外物價便宜，而國內進口貨也都降價下來，這是新台幣兌美元大幅上升的結果，如果再去細究，可以看到過去台灣出口大宗如紡織、鞋類等行業，如今紛紛「出走」，產業界強調「升級」，甚至面臨經濟不景氣的窘境，這些都與匯率變動有關，也是眾多財經變動所造成的結果。

再來看一些生活的變化。新技術的開發，讓產品壽命變短，家裡的電視機可能已經落伍了，現在講究的是高畫質、高解析度的電視，才這一、二年，家裡流行用無線電話，公共場合中呼叫器呼叫聲此起彼落，走在街上，人手一隻「大哥大」行動電話已不稀奇，而這些生活的重大革命，其實都事先從產業新聞中透析出來。

或許你也察覺到，許多年輕人的想法變了，過去到工廠去賺大錢，現在不時興了，反而湧向「服務業」，服務業指的是百貨公司、餐廳、貿易、零售業等。這是由於台灣的產業結構正在轉型、自動化的結果，工廠不再需要那麼多人，製造業也正在升級，而服務業又大量興起，自然吸引了大量就業人口投入。

（生活在台灣，以「經濟奇蹟」自豪的社會裡，享受著經濟快速成長的果實，體驗財經劇烈變動的衝擊，個人實在無法自絕於財經資訊之外。）

Q² 財經資訊可以使人發財致富嗎？

將兩者劃上等號，未免太過武斷。如果說，兩者可以相輔相成，應被接受。

台灣諺語：「嫌貨（考）才是買貨人。」唯有識貨的人才會瞭解貨品的好壞，進一步批評貨品的瑕疵；只要瑕疵不大，價錢公道，嫌歸嫌，仍可能購買。反之，不聞不問，不屑一顧者，既不識貨，就不是買貨人。

瞭解財經資訊，具有專業素養的人，如同識貨者，能夠明辨資訊（貨品）的內容與優劣，再依需要汲取運用。

發財致富條件很多，包括能力、機運等。所謂時也、命也、運也，或者貴人相助，均操之在人，可遇不可求，將它當作發財致富的憑藉，或然率很低。能力則由先天的資質和後天的努力滙聚而成，多一分投入，就多一分收成。

凡能鑽研財經資訊、善用財經資訊者，就不難成為識貨的人，擁有較多發財致富的機會。

唯有識貨的人，才熟悉財經資訊，具有分辨運用財經資訊的能力，尋找發財致富

的機會。例如：

●「地球村」的居民，息息相關，當歐美的油價或金價波動，立即影響全世界的市場。我們是「地球村」的一員，如能迅速掌握國際行情，適時買進或賣出，即可獲利。

●從財經資訊中，獲悉中東一些國家不斷購買及囤積軍火，即不難判斷中東戰火隨時可能爆發。一旦戰火爆發，石油及黃金價格暴漲的可能性大為提高，軍需民用隨着大增，凡是眼光遠大、反應靈敏的人，即可掌握發財致富的契機。

●一九九〇年八月，伊拉克攻占科威特，導致多國部隊攻打伊拉克，終於奪回科威特。

戰爭期間，伊拉克不時以飛毛腿飛彈奇襲以色列及沙烏地阿拉伯。飛毛腿飛彈大多被美國的愛國者飛彈擊落，無法發揮預期效能。

生產愛國者飛彈的美國公司，股票價位由每股五・四美元挺升至近七〇美元。凡能洞燭機先的人，搶在低價買進，短期間獲利高達十餘倍，豈不快哉！

資訊競賽的時代，凡能快速掌握資訊、善用資訊者，即容易獲得財神爺的眷顧。

Q³ 如何運用財經資訊成為老闆？

財經資訊中有很多寶貴消息，提供許多創業、賺錢的機會。

許多人有個誤解，認為財經資訊是生意人的事，是做老闆才要看的，其實不然，財經資訊人人有關，而且好好運用財經資訊，還可以成為老闆。

看財經資訊就可以成為老闆，這話怎麼說？其實，財經資訊中有許多寶貴的消息，提供了許多創業的機會，讓讀者有機會成為老闆，而且在創業過程中，或事業經營的階段，都能帶給讀者許多助益。

財經性的專業媒體，特別強調財經政策走向，會有大篇幅、深入的報導，讓有意經營企業人士，瞭解大環境變動及經濟景氣榮枯，而許多政策性的獎勵投資措施，也會透過財經專業媒體做披露，讓投資者做正確的選擇。

此外，財經資訊中也隱藏了許多貿易機會，目前工商時報、經濟日報兩大財經專業報紙，均闢有貿易相關版面，直接提供貿易機會，都是賺錢的好機會。

而兩報中的分類廣告，也透露了許多生意訊息，例如：工廠切貨、設備折讓、庫

存貨清查、合夥創業、新產品推廣等，這些都是難得的生意契機，好好掌握，可以創造出一番事業。）

而對於實際的經營問題，財經報紙中的副刊提供了許多企管、經營的資訊，有過去企業創立的過程，新的潮流趨勢，企業經營有關的人事、生產、財務、行銷、研發等資訊，足以作為創業或企業經營的參考，目前也有許多企業家不諱言的說，其創業動機便是來自財經報紙提供的訊息，可見財經報刊的確是成為老闆的一大捷徑。

除此之外，財經報刊對經濟政策法規也特別著重，例如關稅調整、獎勵行業項目、新經濟法規、稅務法條等，均會做明確而立即的報導，也是老闆們不可或缺或缺的資訊，善加利用，要成為老闆不難，已經是老闆，要成為一個好老闆，也更有憑藉了。）

Q⁴

缺乏經濟素養的人如何接觸財經資訊？

秉持「三到」、「五眼」、「六通四辟」的原則，循序漸進，必有所成。

宋朝朱熹「訓學齋規」、「讀書寫文字」：「余嘗謂讀書有三到，謂心到、眼到、口到……，三到之中，心到最緊；心既到矣，眼口豈不到乎？」

佛教稱肉眼、天眼、慧眼、法眼、佛眼為「五眼」，肉眼、天眼僅能見事物幻相，慧眼、法眼能見實相，佛眼為如來之眼，無事不知，無事不見。

佛教指六種神通力，即神通通、天眼通、天耳通、他心通、宿世通、漏盡通。此「六通」也稱「六神通」。四辟指四方開闢。唐成玄英疏認為六通是四方上下，四辟是順應四時，任物自動，後多用來比喻四面八方，無不通達。

秉持古聖先賢的明訓，即使缺乏經濟素養，但是只要多接觸，多涉獵，涓滴累積，也不難積水流而成江海。

資訊爆炸的時代，報紙開放登記，發行張數增加，雜誌如雨後春筍設立，電傳資訊推陳出新。在這種情況之下，缺乏經濟素養的人想要接觸財經資訊，唯有適當選擇，

循序漸進。

起初不妨閱讀大眾化的報章雜誌，特別是大眾取向者。面對各種資訊，可以選擇與自己關係密切的素材，諸如銀行存款利息變動、房屋貸款計息方法、黃金供需及價格起伏、百貨公司商品競銷、房地產交易動態等，採用讀書「三到」的方法，全力投入，必有心得。

除接觸大眾化的報章雜誌以外，可視自己的時間與能力，進一步閱讀專業程度較高的報章雜誌。閱讀時，仍應有所選擇，如果碰到銀行準備部位、投資抵減、財政收支劃分法一類比較專門的資訊，或者與工商界較有關係的產銷資訊，可以略過。

在接觸財經資訊時，應擁有兩種一參謀，一種是通俗經濟學的書籍，一種是熟悉經濟事務的親友。坊間的通俗化經濟書籍，詮釋經濟基本概念及專有名詞定義，是涉獵財經資訊的入門，如無暇精讀，可在閱讀報章雜誌遇到難題時隨時查閱。其次，多與財經科系畢業或從事工商業的親友連繫，一有問題，即可向他們請教。

接觸財經資訊時，應先克服心理障礙，不要以為自己欠缺素養，始終以門外漢自居。

如有閒錢，投資（不是投機）股票，也可由得失之間，加速汲取財經資訊。

掌握讀書的「三到」，加上「五眼」、「六通四辟」的功力，不難達到爐火純青的境界。

Q⁵ 財經報導能否做到通俗化、令人易懂的地步？ 提供資訊的人應致力通俗化，一般大眾多注重財經素養，財經報導即不難矣。

在社會科學領域中，經濟學融合數學、統計和電腦等專業知識，一向被視為一門艱深的學科。經濟學脫離不了專有名詞和數字，予人的感覺是：枯燥無味，艱澀難懂。

（有人說，一位經濟學家有一百零一種看法；有人批評財經資訊是給專家看的，不是給大眾看的。這些話都在表達財經資訊的複雜和專門，需要改進。）

傳播媒體供應財經資訊，如果像經濟學家一樣，不脫經濟學書籍的範疇，將無法被一般大眾所接受。

經濟學課堂內和課堂外畢竟是不同的世界，課堂內，學問高深的教授面對經濟系學生，鑽研學理，分析事物，自然可以使用專門術語、專有名詞，旁徵博引；課堂外，面對的是毫無經濟概念的大眾，必須深入淺出，雅俗共賞。教育家注重「因材施教」的原理，同樣適用於財經資訊的傳播。

傳播媒體傳播財經資訊，應儘量排除經濟學教科書上的專門術語和專有名詞，採

用新聞筆法報導，力求通俗易懂，簡明扼要。

例如：股市術語「小黑」、「多頭」及「空頭」，不妨改用小跌、看好後市、看壞後市等寫法。

冷僻、艱澀的字句或專有名詞，尤其法律條文，應先弄懂涵意，經過消化，再以通俗的白話表達出來。

抽象、枯燥的數字，如加上具體、活潑的素材，或善用比喻，可加深閱聽人的印象，諸如：我們一年吃掉一條高速公路。

華爾街的財經資訊，寫得一點也不枯燥，在諸多成功因素中，最值得稱道的就是：

（華爾街日報的一位主編說過，二流的記者是能把事情向專家說清楚，一流的記者則能把事情向一個小學生說清楚。這種說法足供財經資訊的提供者省思與借鏡。）

當然，資訊的通俗化有一定極限，例如股市的「漲停板」、「跌停板」用語，無法簡單化和通俗化，唯有仰賴一般閱聽人不斷進修，設法提升專業素養。

2

新聞媒體製作過程與疑點

Q⁶ 報紙上登的都是新聞嗎？

有很多消息是廣告，但新聞味十足；有些是新聞，但却是過去式事件，須仔細分辨。

「買報紙，看新聞」是一般大眾習慣的思考，但報紙所提供的卻不只是新聞，有一些報導看似新聞，實際上卻不是新聞，財經報紙的這種情形尤其明顯。

報紙版面刊登的內容，就產生的動機來看，可以分成新聞和廣告兩種，廣告是廠商或個人出錢買的，新聞則是報社編輯部門所提供的。

廣告顧名思義是為了促銷或告知目的，但廣告中也有新聞，一些廣告、廠商最新促銷方式，其實都透露出許多動態，本身就是新聞。例如股權移轉、廠商侵犯商標的道歉啟事、公司開幕謝啟、招標公告，以及產品促銷辦法、新產品推出、新公司成立等，這些廣告都具有十足的新聞性。

（而反過來，許多新聞卻不太像新聞。首先應區分的是二家財經專業報紙中的「專業版」或「工商服務版」，這些版是基於服務廣告廠商而闢立的，其報導當然也以新聞取向為主，但動機上卻是為了廣告目的而來，因此大多報喜不報憂，以活動訊息、廠

商動態、人物介紹為主，雖然如此兼具廣告特性，但這些版面大多就各別行業區分專版刊出，因此對瞭解該行業動態，也頗具參考性。）

此外，報紙上還有一些明顯不是新聞的版面，如副刊因作業時間及報導深入的要求，較難具時效性，再如證券行情表版，是數字資訊，不能稱作文字新聞，或是部分版面的專論，與時事無涉，基本上也稱不上是新聞。

但是純粹新聞版的報導，就全部是新聞嗎？可能也未必。例如國富調查統計歷經三年半才公布，報紙見報瞭解全民財富平均情況，算是新聞，但這件事卻是三年半前的情景，至今恐怕要算是舊聞了，同樣的許多調查報告、過去事件式的新聞，閱讀時都應瞭解其時間落差。

再如房地產促銷青年節檔期熱、三月報稅情況、農曆七月鬼月百業蕭條等，這些新聞固然都是新聞，能反映現在的景況，但卻是周期性的必然會發生，有些是法令規定期限，有些是個別行業的季節特性，看這些新聞時也應瞭解其背景，才不會一味的被新聞牽著鼻子走。

總之，新聞的定位容有不同，其產生的因素也錯綜複雜，但站在一個吸取財經資訊的讀者立場，分析其動機、瞭解其時間落差與周期性，方能成為智慧的閱聽人。