

21 二十一世纪传媒
21ST CENTURY MEDIA

北大·21世纪路劲财经新闻书系

财经 | 新闻二十一讲

(第三版)

沈 颢◎主编

没有受过新闻训练的人，反而能很快地适应当下的模式，而新闻学院的学生，往往要花三年的时间去学习已经被淘汰了的模式。

新闻工作者需要将事实隔离于观点，站在中立的立场上，以客观的方法来报道新闻和反

...其他的诀窍，就是与人交往以诚为本，这是最重要的。

网络工具的应用正在颠覆新闻传统的中心辐射模式，让读者成为报道参与者。

市场是基于自由人的自由交换展开的，如果忘记这个根本前提，凭空去讨论一项经济政策，很可能导致剥夺自由的后果。

 中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



二十一世纪传媒
21st CENTURY MEDIA

北大·21世纪路劲财经新闻书系

财经 | 新闻二十一讲

(第三版)

沈 颢 ● 主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

财经新闻二十一讲 (第三版) / 沈颢主编.

北京: 中国经济出版社, 2014. 1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 2789 - 4

I. ①财… II. ①沈… III. ①经济—新闻工作—文集 IV. ①G21 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 237793 号

责任编辑 乔卫兵 黄 静 寇艺明

责任审读 霍宏涛

责任印制 张江虹

封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市京津彩印有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 13.75

字 数 210 千字

版 次 2014 年 1 月第 3 版

印 次 2014 年 1 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 2789 - 4/F · 9901

定 价 38.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

目 录

上篇 采访突破与资源积累

第一讲 突破能力:新闻记者的核心竞争力 / 3

记者的核心竞争力就是突破能力。铸就突破能力这把锋利匕首的要素不仅包括充分的前期准备、对基本面和专业知识的熟练掌握和深入挖掘新闻的能力,还需要在实践中不断探索、学会变通。

第二讲 财经记者的采访突破技巧 / 10

做记者,要抱着不怕付出、甘愿吃亏的心态,要坚持深度挖掘、辛勤耕耘的原则,要有正气、要学会脚踏实地地积累和巧妙地抓住机会。成功的记者从不在乎短期的个人得失,而是站在人生、站在社会的高度上,去审视自己,去审视自己的报道,去用自己的新闻影响周围、改变世界。

第三讲 高端新闻采访技巧 / 26

采访到最优秀的人,写的稿子才能是最优秀的。抓住历史转折点处的重大事件,采访这个事件中举足轻重的高端人物,待人以诚,孜孜不倦,就能完成一篇成功的高端采访。

第四讲 财经媒体中的资源积累 / 41

在高端财经媒体评论资源扩展方面,相比较于难度较大的托请,我们更可以做的是,搭建一个官、学、商各方互动的平台,以高品质的平台管理,完

成不同行业的资源集聚,实现高端资源的“集聚效应”。

第五讲 行业远见对财经记者的意义 / 45

真正有影响力的记者是靠知识、智慧和洞察力来安身立命的,一个财经记者的行业远见,就是依靠这些来超越局内繁杂的信息,捕捉到掩盖在光怪陆离的表象之下的实质,在众说纷纭中发出压倒声浪的声音。

第六讲 新闻是种信仰 忌首鼠两端 / 51

我为什么喜欢记者这个职业?就是因为它充满激情,充满未知。在一个完全是智力交锋的采访中,成为全世界唯一一个独家采访到采访对象的记者,这会令自己建立起极大的自信,对一个人的成长非常重要。

第七讲 下一个新闻富矿——资产管理 / 59

有“信”(信用)才有“信”(信息)。我们首先是一个人,其次才是一个记者。要多问问自己:他(她)凭什么要接受我的采访?我们不应满足于做一个行业记者,要不断提高新闻品味,拓宽新闻视野。

中篇 深度报道与专题策划、财经写作

第八讲 深度经济报道的分析框架 / 71

深度经济报道区别于一般性报道的特点之一就是需要分析框架,能够触及复杂现实世界本质的分析框架需要大量的阅读和对身心平衡有很高要求的密集采访,如此才能将理论和现实相互印证。梅花香自苦寒来,往往越是痛苦的煎熬,呈现的文本才越流畅优美。

第九讲 解析新闻专业主义 / 83

从专业主义的角度看,明显的个人倾向是有问题的。新闻工作者应置身事外,尽量不要掺杂个人情感,应立足全局,以第三者身份冷静、客观、理性地报道新闻。从专业性的角度出发,财经新闻娱乐化会使得新闻的客观性出现问题。

第十讲 经济新闻的专题策划 / 89

好的专题一定是在深入研究的基础上发动的,一定是带有明确的编辑意图的,某种意义上也是观点先行的——不是说还未采访就下结论,而是说编辑记者在提出专题选题的时候已经做了深入的思考。当记者做了足够的案头工作之后,采访的效率就会很高。

第十一讲 专题报道的实战操作 / 103

参加专题制作的集体项目,并不是为了完成一个任务,核心目的是要不断构筑记者本人的知识体系,使自己变得不可替代。新闻不是专业的研究行业,记者要涉猎政治、经济、文化等不同的领域,每完成一篇文章、一个采访,实际上都在不断地完善记者的知识结构。

第十二讲 好稿之道:器质与气质 / 117

“文以载道”,文字工作者要通过有形的文字表达无形的内涵,以无形的内涵影响读者。器质与气质是文字表达的第一阶段,“运用之妙,存乎一心”是第二阶段,文章的最高境界,则是“文章本天成,妙手偶得之”。

第十三讲 数据的价值意义与局限 / 127

不同于社会、娱乐等新闻,财经新闻中数据占据了较大的分量,然而,难以辨识、无所适从也让新闻被数据所困。学会阅读各种数据,合理质疑,是走出数字迷宫,挖掘新闻的重要步骤。

第十四讲 论财经评论写作 / 134

要写好财经新闻评论,一定要多读名著。只读经济学的书是不够的,因为财经新闻评论虽然从经济出发,其触角却延伸到政治、社会秩序、文化等各方面,因此财经新闻评论人的理论知识一定要足够丰富,我特别建议回到“原点”去读书。

第十五讲 让政策性报道兼具深度和阅读快感 / 139

在中国这样一个由政府主导经济发展的国度,一项政策的出台、官员的

一次重要讲话,就可能对一个行业乃至国家经济产生巨大影响。对记者而言,报道类似事件,近乎于真切地触摸到了新闻理想——记录历史,见证历史,并通过报道的影响力,在历史的长河里扑腾出几朵不大不小的浪花儿。

下篇 财经媒体新时代

第十六讲 深度记者与新媒体运用 / 147

深度报道记者的未来,将依赖以下三种能力:网络工具的使用,包括微博、微信、搜索引擎等,必须娴熟方能保持不掉队;采访突破能力、写作能力依然是安身立命之本;专业的分析工具,如在传播学、社会学、法律、历史、经济学等方面有一技之长。

第十七讲 作为网络媒体的门户网站 / 152

门户网站的诸多功能中,最重要的是作为网络媒体的功能。传统媒体和网络媒体的界限已经完全模糊,各传统媒体也纷纷搭建自己的新媒体阵营,但门户网站在网络媒体定位和操作上积累了不少经验和资源,值得传统媒体借鉴。

第十八讲 美国新媒体的发展与记者创业 / 162

新媒体有着和传统媒体截然不同的运作模式,运作模式的改变使记者有了自主创业的可能。时代允许记者顺应新媒体的发展,做出一些创新性的尝试和改变。

第十九讲 传统媒体记者的多媒体尝试经验及商业管理 / 175

我们生活在新媒体或者说复合媒体的时代,这个时代的受众要求是有趣的东西,媒体人要能拉近与受众的距离,在和受众的互动间形成一种独特的氛围和气场。

第二十讲 从美国报业市场看中国报业发展的可能路径 / 184

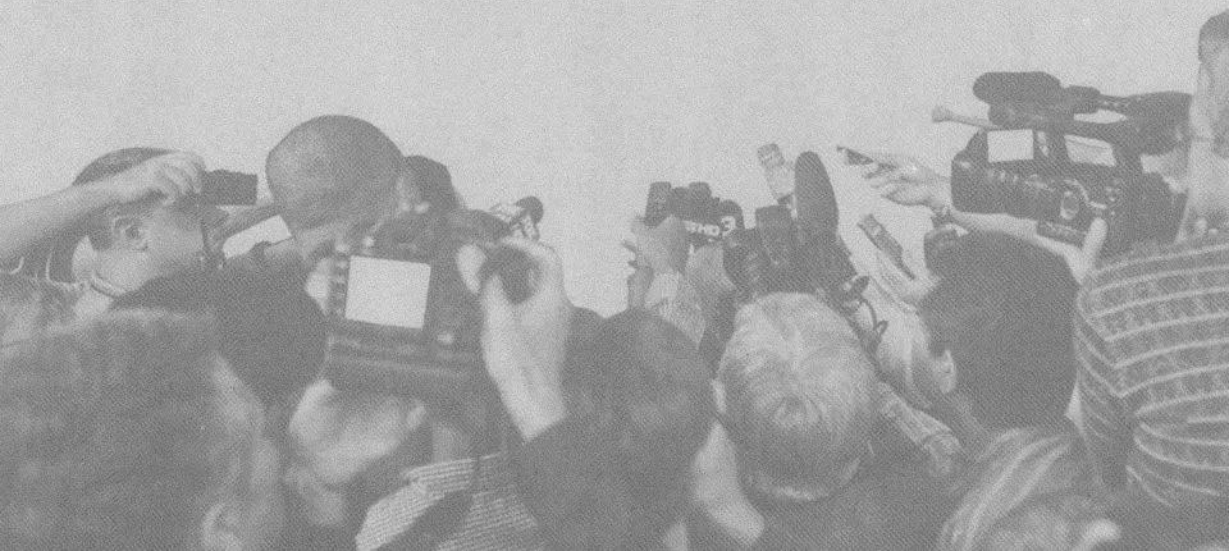
面对新媒体迅猛的发展态势和旺盛的生命力,很多人都有着传统媒

体——尤其是传统报业——是否会消亡的疑虑。把美国报业市场当做中国市场的一面镜子,也许可以更清楚地照见自身。

第二十一讲 雪球是如何滚起来的 / 199

互联网最牛的地方是通过“众包”、而不是几个专业人士来解决很多问题。雪球作为一个借助互联网这一优点的社交网络,我们能做的是,尽可能完整客观地呈现一名用户的特点,并且保证用户有自由选择的权利。

上篇
采访突破与资源积累



第一讲 突破能力：新闻记者的核心竞争力

主讲嘉宾 汪生科

提要：记者的核心竞争力就是突破能力。铸就突破能力这把锋利匕首的要素不仅包括充分的前期准备、对基本面和专业知识的熟练掌握和深入挖掘新闻的能力，还需要在实践中不断探索、学会变通。

突破能力是新闻记者最核心的竞争力。越是重大的新闻，采访难度越大，价值也就越大。面对同一个新闻事件，谁有突破能力，谁能拿到最核心的材料，谁的报道就最有价值。《21世纪经济报道》（下称《21世纪》）在国内外影响力很大，是公认的权威媒体，优势体现在哪里？就体现在我们记者的突破能力更强。下面我会以实例来阐释何为记者的突破能力。



前期功课要做足——采访突破实例

记者的突破能力包括多个方面。首先，前期工作要到位。记者到一个陌生城市想采访一个重大事件，但各方面又不接受采访，该怎么办？不同的人会有不同的办法，而不管采取哪种办法，充分的前期准备都将对提高采访

突破的成功率非常有帮助。

在“两会”期间,我们曾成功采访到时任全国人大预算工作委员会主任高强。如何完成的采访?首先要进门。这需要充分的前期准备,要找到人大代表接你进门,进门后还要能突破保安和代表团的新闻官,这些需要记者发挥个人能力。比如新闻官可能会问,你们没采访证进来干什么?记者可以说是哪个代表带我进来的,或者是经过谁同意的,也许新闻官就放行了;但如果你很老实地说“我没证,但是我真的没干什么”,那即使花费很长时间也无法进入。突破就像踢足球一样,敌强我弱,敌弱我强。当然,有时候也需要依靠一点运气。

报社经常以我在哈尔滨的一次采访作为采访突破的案例。事情的背景是在2004年,当时产权改革是争论焦点,大家都非常关注国资委的行动。当时《京华时报》刊登了一条短消息,称时任国资委主任李荣融要去东北调研产权改革。这是条非常重要的新闻线索,如果能报道李荣融在东北的表态,就能推断出国资委对产权改革的态度,报社的总编认为,应该去现场采访李荣融。但《京华时报》只说李荣融要去东北,具体去什么地方没有说明,我们也都不清楚。这时候就需要前期工作。我通过黑龙江、吉林、辽宁三省的国资委去了解李荣融的行程。当时很幸运,从黑龙江的国资委得知李荣融第一站将去黑龙江国资委开座谈会。一般情况下,政府部门对于体制外媒体非常谨慎,尤其是在不认识的情况下,所以在当时,作为《21世纪》——一家体制外媒体的记者,是不可能轻易从黑龙江省国资委获知李荣融的来访信息的,所以知晓李荣融的行程也有运气的成分。获知消息后,我就立刻订机票,深夜1点到达了哈尔滨。

李荣融当时是中央部委领导,部级领导对媒体一般很谨慎,所以黑龙江省国资委只邀请了本省媒体和新华社随行记者,没有邀请《21世纪》。我们到了哈尔滨之后,并不知道李荣融将在什么地方开会。我只能继续保持与黑龙江省国资委的联络,并不断打电话打听会议的时间地点,在打了30多个电话经历了20多次拒绝后,终于有1个人告诉了我需要的信息。这里有一个关于突破的理论——打10个电话肯定会有一个人回答你,即使对方不接受你的采访,只要多试,总会得到一些信息。

第二天早上我直接去了黑龙江省国资委,很幸运那里没有门卫,只有一位接待人员。他问找我谁,我说我是记者,他可能以为我是受邀而来的记

者,就请我进去了。一个迎宾小姐很客气地把我领进门,可能把我当成了内部人员。我进去时,会议已经开始了,我就坐下来,看李荣融怎样听汇报、怎样表态。记者能够在现场和国务院部长开会、采访是很难得的。这是一个很好的会议现场,只要把整个过程用文字记录下来,就是一篇很好的稿子。

采访中间发生了一个小插曲。我到会场外找新闻官拿会议材料时,他问我是谁,我说是记者,他问我是哪里的记者,我肯定不能说是《21世纪》,因为他们知道不是受邀媒体的话会把我赶走,所以我说是国资委带来的记者。他们一听就放心了,办公室主任把材料递给我,但递来时又问了一句:“你是国资委带来的哪里的记者?”我想我还是尽量不骗他们,正巧我看到认识的国资委宣传局局长杜渊泉也在会场里面,就说我是《21世纪》的记者,是杜局长带来的。然后,他就问身边的人:“国资委有一个杜局长吗?”旁人说:“有,老杜在那边打电话”。正好杜局长在打电话,没听到我们的谈话,如果新闻官找到他,他说这个人不是他带来的,我立刻就穿帮了,穿帮的后果可能是被赶走,而且不让我写稿子。后来我觉得材料已经足够了,不需要跟着他们一起去调研,所以我马上“逃跑”,回宾馆赶紧写稿子。



基本面与深挖掘——多种采访能力的综合实践

《21世纪》头版的稿子都是一些很难得的题材。我在2004年、2005年写了很多头版稿子,但几乎每个选题拿到手时,都是一点资源也没有,不知从何下手,但最终通过努力都成功地做出来了,因为别人从没有想过要去做这些题材。

要做出好稿子,除了操作能力,还有一个很重要的方面就是熟悉基本面。我们报社的刘晖副主编,以前一直同我们说,一个记者要对基本面很熟悉。比如你做医改版块,起码要清楚地知道中国医改大方向、中国医疗卫生领域的情况。只有了解了基本面,你才能判断信息的价值,才能找到稿子的好角度和亮点。由于缺乏对整体的把握能力,很多记者报上来的选题没什么价值。不知道该朝哪个方向去努力,这是普通记者常会遇到的问题。

我们2006年做的汉芯系列调查就需要理解国有企业改革的基本面。近20年国企改革的过程很复杂。我之前做过上海国资改革,对上海国资的整

体情况有相当深入地了解,所以当我做全国性的稿子时,很清楚国企改革的进程,知道哪个点值得深入报道,哪个点是老生常谈。基于对基本面的判断,我搜集的信息资料越来越多,新闻也就做得越来越开了,这其实是很简单的事情。当时有很多新题材,比如国资经营预算等。如果在别人还没想到的领域能深入挖掘,你会发现很多值得报道的好东西。

生活中有很多事实层面的东西,新闻只表现出其中的一部分而已,还有很多深层的东西没有被表达出来。比如当时国资经营预算,只要深入进去研究政策,就很可能出好稿,越深越容易上头版。但是有些记者习惯于靠近“新闻眼”,比如在北京,稿源很多,新闻素材也很多,写篇稿子很容易。于是有些记者就只做容易做的,不努力去做一些看似做不到的,因为他可以选择别的稿子。但是在上海,因为题材很有限,你只能努力把它做出来。上海“土地”很贫瘠,没什么稿子可写,所以要绞尽脑汁想角度。在北京随便就能写出一篇稿子,大家就不会想那么多,拿到什么材料就写什么稿。

熟悉基本面需要平常大量的积累,所以诸位现在可以多做准备。如果你对政治经济感兴趣,可以好好看一看政治经济方面的书、研究报告和相关材料。在一个领域里做久了,你肯定能够成为一个比较资深的记者。熟读唐诗三百首,不会作诗也会吟。听故事听多了怎么会写不出稿子呢?

我现在做编辑,对记者要求并不高。我出一个题目,你只要能把材料拿回来,把事实搞清楚就行,写作方面我可以指导你,比如选择什么角度、采访谁、提什么问题我都可以告诉你,但关键是你找到那个人,进那个门。这方面有时候女记者会有一些优势,男记者需要有较强的逻辑能力和语言表达能力。有时候找人需要靠机会,个性比较活泼的记者就有优势,比如罗绮萍号称香港传媒界的“喷火龙”,她有20多年的实践经验,而性格很文静的人突破采访会比较难。

我之前在上海也接触过一些实习记者,让他们打电话就医疗改革资金的问题采访某位发改委负责人,或者要数据、问会议日程,有的实习生连很简单的事情也做不好。打电话过去没人接就放下来了,等一下打又没人就又放下来了,很紧张。遇到挫折不知变通,遇到一堵墙就停下来,不知绕道。怎么不换个方法呢?比如这个办公室没人的话,我能不能找别的办公室问一下?有时候,对方接了电话说我现在有点忙,不接受你的采访,也许实习生就把电话挂掉了。经验丰富一点的记者可能会跟他套近乎,聊一聊,对方

一高兴就把信息告诉你了。

通过以上的事例,我想阐释什么是一个记者的突破能力。做足前期的功课,充实自己的基本面知识并且培养自己的深入挖掘能力,再加之实践中的执著探索,突破能力就能够形成并日益增强。

问答与交流

提问:通过一些非正常渠道拿到新闻素材之后,我们能够用这些素材吗?比如您刚才说的国资委的案例。

汪生科:写不写一般由记者把握。这要看具体情况,如果不涉及政治,只是财经金融类的话题,比如说企业改制、并购、重组,一般没有什么风险。例如,2007年年初,一汽要并购克莱斯勒,如果你拿到了一汽的并购方案,说出来是没有问题的。我们是新闻记者,我们的任务就是要传达信息,让更多人知道。

对于国资委的案例,我当时评估了一下风险,比如事后李荣融是否会通过一些途径施压。我最后估计不会有什么问题,因为国资委现在很开放。然而,对待新闻还是要看具体事件。

从技巧上,你采访的时候可以装作自己只知道一点,而且让他把难受的一点说出来,他可能不舒服甚至恼火,就会说出很多东西来。要是他很高兴也能说出很多东西来。突破的能力很重要,关于之后具体新闻敏感性的判断,一般政治类的风险稍大,比如国务院换届等一些当时也不是很确定的事情,我们就要考虑有没有可能出现误报。

提问:突破采访是否可能出什么问题和风险?

汪生科:有可能会有,但一般没什么问题。还是先突破,有问题再收场。我觉得这是我们每个人入职后要面对的最大的问题。从编辑的角度来看,我喜欢行动力很强的人。比如今天下午我跟记者说选题,我就希望他立刻动身,联系人,明天就交稿。

记者的个人情况不一样,有的人擅长前期采访,有的人擅长后期写作,各人有各人的特长,完美的人相对较少。我看到有的记者对突破这一块很有兴趣,突破后会很兴奋;有的人拿到题目后觉得这个题很好,想了老半天,

也许想得很好,但一直迟迟不打电话,不去采访,这是不行的;有的人是思想大于行动,有的人行动大于思想,各种人不一样。但是从记者的角度来看,还是应该行动在前,思想在后,当然思想也很重要,如果思想跟行动合在一起,那当然最完美。

提问:请您介绍一下《21世纪》的版面和风格特点。怎样写文章才能引人入胜,让读者感兴趣,有没有一些技巧?

汪生科:咱们先从头版来看,头版有八个导读,选取的标准是吸引眼球、促进销量,因为报纸是要有销量的。有的新闻写得一般,但能吸引眼球,我们也放在导读,有的文章写得很扎实很深入,但卖相差些,就不放在导读,放在“重点关注”这部分。

头条的标准是新闻性强,最好是事实性的、动态性的、当下的热点问题。二条的新闻性可以弱一些,相对灵活一点。内容一般跟头条有所区分,比如说头条是财经新闻,那么二条一般会弄一条产业经济或者是政治经济。

“第一访谈”是我们报纸创办以来一直延续下来的一个栏目。特稿是我们2006年新创办的栏目,在文本和话题上区别于头条、二条,不同于严肃的财经新闻,能够引起大众的兴趣。我们的报纸是给投资者看的,投资人除了关心股票、财经、金融和宏观大事,还会关心彩票、灾难等等,这些就可以归为特稿。左上角是重点关注,因为报纸在报摊上卖的时候,上面都压了别的报纸,只有左上角能露出来,所以这一块地方我们会重点经营。

钱穆说过“对历史要保持一份温情”,就是他对历史的东西感到很亲切。借用钱穆的话,要写好新闻,你就要对自己写的东西有亲切感,跟自己的文字有交流,这样你的文章才会灵动、鲜活。文本操作上,《21世纪》借鉴《华尔街日报》强调“讲故事”。

“讲故事”是《华尔街日报》当时采用的一种竞争策略。美国有很多社区居民,优先读本地报纸,《华尔街日报》是全国性报纸,一般是第二选择。所以华尔街日报首先要从文本上创新来吸引读者。比如说它能区别于本地新闻,能够更深入一些,能够揭示新闻价值。本地采访多是发生什么写什么,很简单,只是把真实的情况写出来,《华尔街日报》会走得更远一点。我们做《21世纪》的新闻时借鉴了《华尔街日报》的风格,强调讲故事,在文本上能比较吸引人。

另外,在写文章的时候有一个很重要的小技巧。不知道大家有没有留意,电视剧或电视专题片每五分钟会有一个小高潮,然后平淡一下,过五分钟又来一个高潮,不断吸引观众眼球。如果过了五分钟还是很平淡,你可能就换台了。写作也可以借鉴这一点,一篇文章写了500~700字后,如果一直平淡到底的话,读者很可能晃一眼就走了。如果读者这时发现还有点意思,他还会勉强读下去,如果继续发现有意思的点,他就会继续阅读,这也是写作的一个技巧,但很多人也许没意识到。

主讲人简介

汪生科,现任大智慧阿思达克通讯社主编。原《21世纪经济报道》政治经济新闻中心总监。