财经新闻导论

谭云明 祝兴平 主编



清华大学出版社

财 经 新 闻 核 心 教 材

财经新闻导论

谭云明 祝兴平 主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是一部关于财经新闻理论问题的教材，内容涉及财经新闻的定义、种类、特征、功能，财经新闻的价值理念，财经新闻从业者的素养，财经新闻策划与报道，财经新闻与市场经济的关系，财经新闻与受众的关系，以及财经媒体经营管理等。本书吸收国内外最新的研究成果，总结财经新闻专家学者和财经媒体从业人员长期的经验，既有深入的理论探索和完善的理论体系，又符合本科生的教学特点。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。
版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989　13701121933

图书在版编目（CIP）数据

财经新闻导论/谭云明，祝兴平主编. —北京：清华大学出版社，2011.10
（财经新闻核心教材）
ISBN 978-7-302-26512-2

Ⅰ. ①财… Ⅱ. ①谭… ②祝… Ⅲ. ①经济－新闻报道－高等学校－教材
Ⅳ. ①G212

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 172805 号

责任编辑：纪海虹
责任校对：王荣静
责任印制：何　芊

出版发行：清华大学出版社　　**地　　址**：北京清华大学学研大厦 A 座
http://www.tup.com.cn　　**邮　　编**：100084
社　总　机：010-62770175　　**邮　购**：010-62786544
投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn
质　量　反　馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn
印 刷 者：北京鑫丰华彩印有限公司
装 订 者：三河市金元印装有限公司
经　　销：全国新华书店
开　　本：185×235　　**印　张**：23　　**字　数**：481 千字
版　　次：2011 年 10 月第 1 版　　**印　次**：2011 年 10 月第 1 次印刷
印　　数：1～4000
定　　价：38.00 元

产品编号：032807-01

财经新闻核心教材学术指导委员会、编辑委员会和主编名单

学术指导委员会（按姓氏拼音为序）

艾　丰　崔保国　陈志武　陈锡添　陈　潭

丁柏铨　董天策　杜跃进　高　钢　高金萍

胡舒立　何　力　罗以澄　刘海贵　刘卫东

雷跃捷　陆　地　李建臣　彭菊华　秦　朔

强月新　宋祖华　吴廷俊　王　强　尹　鸿

张　昆　张向东

编辑委员会（按姓氏拼音为序）

包国强　郭光华　郭媛媛　侯迎忠　林　晖

苏培科　谭云明　张曙光　祝兴平

主　编

谭云明

学术指导委员会（按姓氏拼音为序）

艾　丰　经济日报原总编辑、品牌中国产业联盟主席
崔保国　清华大学新闻与传播学院副院长、教授
陈志武　耶鲁大学金融经济学终身教授、著名经济学家
陈锡添　香港商报总编辑
陈　潭　中南大学政治学院副院长、教授
丁柏铨　南京大学新闻传播学院教授
董天策　暨南大学新闻与传播学院常务副院长、教授
杜跃进　经济参考报总编辑
高　钢　中国人民大学新闻学院教授
高金萍　伊利诺伊大学香槟分校高级访问学者、教授
胡舒立　中山大学传播与设计学院院长、教授、《财经》杂志原主编
何　力　原经济观察报总编辑
罗以澄　武汉大学新闻与传播学院教授
刘海贵　复旦大学新闻学院教授
刘卫东　天津师范大学新闻传播学院院长、教授
雷跃捷　中国传媒大学电视与新闻学院教授
陆　地　北京大学新闻与传播学院教授、《新闻与传播》杂志主编
李建臣　中国保险报社长
彭菊华　湖南大学新闻传播与影视艺术学院副院长、教授
秦　朔　第一财经日报总编辑
强月新　武汉大学新闻与传播学院副院长、教授
宋祖华　南京财经大学新闻学院副院长
吴廷俊　华中科技大学新闻与信息传播学院教授
王　强　中央财经大学文化与传媒学院院长、教授
尹　鸿　清华大学新闻与传播学院常务副院长、教授
张　昆　华中科技大学新闻与信息传播学院院长、教授
张向东　合肥报业集团总编辑、社长

编辑委员会（按姓氏拼音为序）

包国强　中南财经政法大学新闻与文化传播学院副教授、博士后
郭光华　广东外语外贸大学新闻与传播学院院长、教授
郭媛媛　首都经贸大学新闻传播系主任、教授、博士后
侯迎忠　广东外语外贸大学新闻与传播学院副教授、博士
林　晖　上海财经大学经济新闻系主任、教授
苏培科　CCTV 证券资讯频道新闻主编
谭云明　中央财经大学新闻传播系副教授、博士后
张曙光　中国经营报副总编辑
祝兴平　中央财经大学新闻传播系副教授

总　　序

崔保国[①]

英国有《金融时报》，美国有《华尔街日报》，日本有《日本经济新闻》，这几张财经报纸其实发行量都不是很大，但它们闻名遐迩，誉满全球，不但在本国媒体中的地位举足轻重，还是各国政要、财经精英和主流人群的必读媒体。当然，还有《经济学人》、路透社、彭博社、CNBA 等国际大品牌财经媒体。

中国具有代表性的财经媒体在哪里？

中国经济已经成为世界第二大经济体，可是中国却没有一个能够拿得出手的财经媒体。我们缺少的不仅仅是具有国际影响力的财经媒体，更缺少真正意义上的财经记者和财经编辑。“培养一名普通记者需要两年，培养一名财经记者则需要八年。”《日本经济新闻》前社长杉田亮毅先生曾这样告诉我。培养一名过硬的财经记者太不容易了。这可是一个需要从长计议，非一日之功的事。没有一流的财经记者就不可能有一流的财经媒体。

根据教育部高等教育司的统计，我国新闻传播学类院系已达 800 多个，在校学生达 13 万人左右。在这些高校的新闻传播专业中，有财经新闻方向或经济新闻方向的院校并不多，这些学校大致有 30 所。这些高校的新闻传播院系由于创办时间短，师资力量缺乏等多种因素的影响，大多采用的教材还是普通的新闻传播学专业教材，而所用经济管理学专业方面的教材也是传统的经管类教材，这种状况，严重影响了财经新闻人才的培养。随着财经新闻专业方向开办的不断增加和经验积累，由中央财经大学新闻传播系谭云明教授等倡议发起，联合全国财经类高校新闻传播学专业的师资和财经业界精英编辑出版一套有特色的财经新闻类教材的计划早在 2008 年就出台了。这样做既可以打造成一套有特色的教材，又可以围绕教材建设，开展全国性财经新闻人才培养的合作与研究，也弥补了财经新闻理论研究滞后于财经新闻实践的现状。

让人喜出望外的是，这件事得到了清华大学出版社有关编辑的鼎力帮助，现在，

---

① 崔保国系清华大学新闻与传播学院副院长、清华－日经传媒研究所所长、教授、博士生导师。

这套书即将在清华大学出版社出版了，真是可喜可贺可纪念的大事。这套系列教材的主编谭云明教授一再邀请我为这套书写一篇总序，虽然我实在不敢担待，但又盛情难却，恭敬不如从命，就算是为各位编者助威呐喊，为中国的财经新闻人才培养尽绵薄之力吧。

这套“财经新闻核心教材”包括：谭云明、祝兴平主编的《财经新闻导论》、包国强主编的《财经新闻评论》、林晖主编的《财经新闻报道案例教程》、郭光华、侯迎忠主编的《优秀财经新闻作品评析》等。这套教材的读者定位是财经类高等院校新闻传播院系的本科学生，也可供财经新闻从业人员使用。

财经新闻有广义和狭义之分。广义的财经新闻是对社会经济生活和与经济有关领域的全面报道。狭义的财经新闻则是一种侧重于报道财政和金融的经济新闻。重点关注资本市场、金融市场以及与投融资相关的市场，并从财政、金融的视角看社会经济生活。这套教材吸收了国内外最新的研究成果，总结各位专家学者和媒体从业人员长期从事财经新闻教学、科研和媒体实践的经验。既有一定的理论深度和完善的理论体系，又要符合本科生的教学特点。

随着全球经济一体化进程的加快，国际各大财经媒体纷纷启动全球扩张的步伐，财经媒体的全球化受到极大关注，中国的各大财经媒体也在试图逐渐做大做强，纷纷效仿国际著名财经媒体，积极打造中国的传媒航母。这套教材立足当代财经新闻实践，探讨财经新闻理论、采访、写作、编辑、策划、评论、优秀作品评析等诸多问题，教材中选取了大量财经新闻作品和案例，《经济日报》、《第一财经》、《21世纪经济报道》、《中国经营报》、《经济观察报》等财经主流媒体都有作品入选。这套教材做到了理论与实践结合，实用与学术结合，在财经新闻教材建设方面开了先河，达到很高的学术水准。

这套系列教材的主编和《财经新闻导论》的作者之一谭云明教授是我的好友和同行，他在财经新闻理论方面的探索和开创都记录在他的《财经新闻导论》中，他对这套书的贡献更是功不可没。这套教材中还有一位《财经新闻报道案例教程》的作者林晖教授是我熟悉的，她曾是我的学生和同事，现在她已经是上海财经大学经济新闻系主任了。看到林晖的书能在清华大学出版社出版自然是由衷地高兴，高兴之余也意识到自己已经老了，不知不觉间已到了“知天命”之年。

在这套教材中还有一篇不能不提的力作，是我国著名财经记者，《财经》杂志原主编胡舒立教授为《财经新闻评论》一书写的序。她和她领导的《财经》见证了中国转型期的整个社会经济的大起大落。她所经历的一切能给我们很多思考和启示，在某种意义上，我们中国财经记者可能需要比那些杰出的外国同行付出更多的努力，甚至是

牺牲，才能做好我们的事情，才能不辱一个记者的使命。最后，我想引用胡舒立教授在书中写的一段话来作为结束语：

“对于未来，我当然希望经济体制与政治体制的矛盾逐渐理顺，市场规则得到真正的尊重，公开、公正、公平得到进一步的保障，记者没有那么多的‘黑幕’可揭露。另一方面，我又希望媒体有更大的空间，不承担那么多的压力，媒体人可以安心而尽职地履行媒体责任。”

2011 年 2 月于清华园

随着改革开放的推进，中国逐渐融入世界经济的主流，财经新闻的重要性日益显现。从国际视角来说，国际金融危机、中国外汇储备攀升第一、GDP赶超日本、不断上升的贸易摩擦和纠纷、人民币升值压力等事件被世人所高度关注。从国内视角来说，股权分置改革、山西煤改、房地产市场调控等，也都牵动着每个人的神经。可以说，财经新闻报道为人们所关注，与人们日常生活息息相关，成为人们的生活“必需品”，而肩负着传递财经资讯这一重任的就是日渐成熟壮大的中国财经媒体。

媒体的快速发展需要大量稳定、成熟、优秀的人才队伍的支撑。目前，中国许多高等院校都成立了新闻传播院系。据教育部高教司统计，早在2008年，全国新闻学类专业点已达878个，分布在全国近400所高校，在校学生达13万人左右，而财经新闻（经济新闻）专业是其重要分支，这个专业的相当一部分是由财经类、工商类大学所创办的，因其创办的时间短，专业师资力量较缺乏等因素的影响，该专业学生所采用的新闻类教材和经济管理学专业教材大多分别是传统的新闻传播学类和经管类教材，教学内容也沿袭了几十年一贯制的教学内容，且不同程度地远离了当代财经新闻实践，这不仅对财经新闻（经济新闻）专业的人才培养和学生就业形成了不利影响和潜在危机，而且也严重影响了中国整体新闻传播人才培养的差异性和个性化。

事实上，在市场经济大潮中，中国经济每天都发生着巨变。为了应对、把握、传播这些巨变，传统的主流媒体不仅纷纷办起了财经版、股市版、投资版等，还出现了新的专业财经媒体，如《21世纪经济报道》、《经济观察》、《第一财经日报》等，而卫星电视媒体和新闻网站更以信息化、数字化的高科技手段，以更强的时效性和更全面的财经信息不断地抢夺着人们的眼球。面对媒体的这些变化，高等院校的财经新闻专业教育显然是跟不上时代发展变化和要求的。

目前，高校财经新闻（经济新闻）专业教育面临的主要问题是人才培养的“两张皮”现象（即“经管”+“新闻”）的出现，一些新闻教育工作者往往认为财经新闻就是“财经”和“新闻”的简单加和，课程设置也很明显地分为财经类课和新闻传播类课，并沿用各自领域的传统教材，很少把两者有机地融合起来传授给学生。这就造成了财经新闻（经济新闻）专业毕业生知识和能力水平良莠不

PREFACE

前言

齐，短板明显：有的精通金融、经济，却缺乏新闻素养，空有满腹高见，却无法完成财经新闻报道；有的熟练新闻的采写编评及制作流程，但对财经知识不熟练，也无法胜任财经新闻报道。

因此，财经新闻（经济新闻）专业教育必须与时俱进，一方面要确定好自己的培养目标和培养模式；另一方面要建构其富有自身特色和规律，同时又符合财经新闻（经济新闻）实践的教学体系和教材体系，以便通过教师系统地讲授，让学生掌握好发现、理解、分析、报道和处理财经领域各种事件的知识和能力。

正是在这种背景下，早在2007年，我们就开始尝试策划一套既讲新闻理论和实务，又讲财经知识的真正的“财经新闻”系列教材，通过这套系列教材的建设，试图认真总结一下我们从事财经新闻（经济新闻）教育的一些经验和体会，同时为财经新闻（经济新闻）人才培养探索出一条可行之道来。这种探索，不仅是中国经济高速发展的时代要求，也是如何突破中国财经新闻（经济新闻）专业教育发展瓶颈的有益尝试。为此，在策划、组织编写教材的过程中，我们邀请了长期从事财经新闻教学的一线专家学者和长期从事财经新闻实践的一线精英，一起来共同探讨、写作，我们秉着注重专业性和实用性的宗旨，去繁入易，减杂求精，力求把最重要、最基本的新闻和财经知识准确的传授给读者。

就《财经新闻导论》一书而言，在章节体例设计方面，我们也力求有所创新。每个章节大体分五大部分：首先是系统的理论阐释，其中尽可能地结合当今财经新闻实践来讲述；其次是本章小结；再次是学术前沿，旨在将本章所涉及内容的某一方面的最新知识动态做一些介绍，以扩大读者的阅读和思考视野；紧接着精选了典型的案例，以便给读者更多的感性认识；最后每章精心设计了一些思考与练习题。我们的目的不是让读者看完此书后熟练掌握经济、金融方面的高深理论、模型、范式，而是要让读者看完后，能知道什么是财经新闻，财经新闻的基本理念是什么，什么是好的财经记者，怎样才能搞好财经报道，财经新闻与市场经济和受众的关系怎样，财经媒体如何运营和管理以及财经新闻未来的发展趋势怎样等。如果每一个用心阅读本书的读者都能从中得到这些问题的答案，那么，该书就起到了其应有的价值，每一位辛苦参与本书撰写工作的朋友们也就会很欣慰。

CONTENTS

目录

第一章　从经济新闻到财经新闻 …… 1

第一节　经济新闻与财经新闻 …… 1
第二节　财经新闻的发展脉络 …… 5
第三节　财经新闻的现状与趋势 …… 14
第四节　经济全球化下的财经新闻 …… 22
本章小结 …… 27
学术前沿 …… 28
思考与练习 …… 34

第二章　财经新闻的特征与功能 …… 35

第一节　财经新闻的地位 …… 35
第二节　财经新闻的种类 …… 41
第三节　财经新闻的特质 …… 47
第四节　财经新闻的功能 …… 59
第五节　财经新闻的文化定位 …… 66
学术前沿 …… 71
思考与练习 …… 78

第三章　财经新闻的基本理念 …… 79

第一节　财经新闻采编的专业主义 …… 79
第二节　财经新闻报道的全局意识 …… 88
第三节　财经新闻运作的国家意识 …… 92
第四节　财经新闻运营的商业主义 …… 100
第五节　财经新闻传播的人本主义 …… 105
本章小结 …… 113
学术前沿 …… 114
思考与练习 …… 118

第四章　财经新闻从业者素养 …… 119

第一节　财经新闻从业者的知识结构 …… 120
第二节　财经新闻从业者的技能水平 …… 126
第三节　财经新闻从业者的职业素养 …… 135

本章小结 …… 139
学术前沿 …… 140
思考与练习 …… 148

第五章 财经新闻策划与报道 …… 149

第一节 财经新闻策划的要求 …… 149
第二节 财经新闻策划的步骤 …… 154
第三节 财经新闻报道的要求 …… 160
第四节 财经新闻报道的规律 …… 167
第五节 宏观微观经济与政经产经报道 …… 175
本章小结 …… 180
学术前沿 …… 180
思考与练习 …… 186

第六章 财经新闻的传播效果 …… 187

第一节 财经新闻传播效果的要素 …… 187
第二节 财经新闻的正负效果分析 …… 192
第三节 财经新闻的经济传播效果 …… 194
第四节 财经新闻的政治传播效果 …… 196
本章小结 …… 198
学术前沿 …… 198
思考与练习 …… 204

第七章 财经新闻与市场经济 …… 205

第一节 财经新闻的市场功能 …… 205
第二节 财经新闻与股市证券 …… 209
第三节 财经新闻与金融市场 …… 216
第四节 财经新闻与房地产市场 …… 236
第五节 财经新闻与期货市场 …… 243
本章小结 …… 248
学术前沿 …… 249
思考与练习 …… 251

第八章　财经新闻与受众 …… 252

第一节　财经新闻的受众定位及特点 …… 252
第二节　财经新闻受众接收/反馈模式 …… 254
第三节　财经新闻与消费群体 …… 260
第四节　财经新闻与理财群体 …… 262
本章小结 …… 264
学术前沿 …… 264
思考与练习 …… 270

第九章　财经新闻媒体 …… 271

第一节　中国知名财经媒体 …… 271
第二节　欧美知名财经媒体 …… 286
第三节　其他地区知名财经媒体 …… 300
第四节　财经媒体未来的发展趋势 …… 302
本章小结 …… 310
学术前沿 …… 311
思考与练习 …… 316

第十章　财经媒体运营与管理 …… 318

第一节　财经媒体产业发展概况 …… 318
第二节　财经媒体的战略管理 …… 324
第三节　财经媒体生产流程管理 …… 328
第四节　财经媒体市场营销策略 …… 335
第五节　财经媒体运营与管理案例及分析 …… 341
本章小结 …… 346
学术前沿 …… 346
思考与练习 …… 348

参考文献 …… 349

后记 …… 351

第一章　从经济新闻到财经新闻

第一节　经济新闻与财经新闻

一、什么是经济新闻

《中国新闻实用大辞典》中把经济新闻定义为有关生产、流通、分配、消费等一切经济领域新闻的总称。有学者从经济新闻的外延来进行分析，认为“可以把经济新闻分作四种类型，即市场新闻（特指消费市场）、产经新闻、财经新闻和政经新闻”。[①]

上述定义虽然覆盖面比较宽，但是经济新闻的解释功能和发现功能被忽视了。虽然触及经济新闻的本源与本质属性，以及经济新闻所包含的内容，但只是反映了经济新闻静态的一面，而没有从动态的角度切入分析。尤其是把经济新闻做“四分法”，虽然为四类经济新闻划分了边界，但片面地描述了经济新闻和财经新闻的关系。这既不利于记者理解并运用其发现经济活动中的新观点、新趋势、新动态，更不利于提高经济新闻的采写质量。

溯其源，经济学是一门关于选择的学问，为了充分发挥经济新闻在人们生活以及经济建设中的作用，我们认为经济新闻应该是为人们提供经济信息，并指导人们如何进行经济选择和经济决策的报道。以此定义为指导，记者容易把着眼点放在“选择”上，容易洞察经济现象的本源，从而把经济新闻写得更深刻、更有说服力、更具指导性。

二、什么是财经新闻

在我国，“财经新闻”这个概念在近些年才被人们熟悉和普遍使用。相对于

---

① 贺宛男、佟琳、唐俊：《财经专业报道概论》，3页，上海，复旦大学出版社，2006。

传统的经济新闻，财经新闻带着些许时尚感、新锐感登上了新闻报道的历史舞台。在实际新闻报道工作中，人们并没有将“经济”和“财经”作特别严格的区分。比如，《21世纪经济报道》、《经济观察报》、《中国经营报》等，名为“经济”或“经营”，实为大家熟知的财经类报纸。但是这并不意味着我们可以避“财经新闻”而不谈，不首先弄清这个基本问题，我们后面的讨论就可能会变成无源之水、无本之木。

界定财经新闻，首先要从“财经”这个概念入手。从字面上来看，“财经”里面的“财”是指财政和金融，而“经”当然是指经济。“经济”始为治理家庭财物的方法，后被扩展为治理国家的范围，它泛指人们的一切谋生活动。财政是政府调控经济运行的一个主要手段，亚当·斯密称财政为“庶政之母”，由此可见财政的政治属性。金融就是资金的融通，是货币流通和信用活动以及与之相联系的经济活动的总称。

从概念的外延来说，有人把财经分为狭义和广义。狭义的“财经”专指财政金融等与国家、政府行为相关的宏观经济领域，广义的“财经”则泛指一切经济领域。既包括宏观的经济政策，也包括微观的企业运营、个人理财；既包括象征性的资本货币，也指生产性的工业、农业等。[①] 人们对“财经”这个词的理解有一个从狭义到广义的发展过程。随着我国经济体制改革的深入、经济活动的频繁，人们对于财经的理解慢慢变得宽泛，甚至与经济产生了一定的重合。

基于此，财经新闻就是受政治、经济、社会、技术等多方面影响，经济新闻发展到一定时期的分化，它是一种侧重于报道财政和金融的经济新闻。财政、资本、金融是财经新闻非常重要的报道对象，有的财经媒体干脆就以财富、金融为名。例如，东方财富网、金融界、中国金融网等。

三、经济新闻与财经新闻的关系

随着经济的迅猛发展和报道理念的不断更新，财经新闻逐渐取代了传统经济新闻的地位，并占据了我们视野的主要部分。财经新闻在我国的崛起是基于社会转型期和信息时代的新特征而产生的，它是传统经济新闻的继承和发展。可以这样说，我国的财经新闻是从经济新闻的发展中演化出来的，并对经济新闻产生着深刻的影响。

（一）理论阐释

关于经济新闻与财经新闻的关系，总体来看有两种基本观点。

（1）“包含说”。持这种观点的人认为，经济新闻分作四种类型，即市场新闻（特指消费市场）、产经新闻、财经新闻和政经新闻。市场新闻以消费者为核心受众；财经新闻则

① 李本乾、李彩英主编：《财经新闻》，3～4页，大连，东北财经大学出版社，2006。

以投资者为核心受众；产业新闻以产业经济和区域经济（不同的区域往往会有不同的产业重点和产业支柱）为主要内容；而政经新闻则往往会涉及一个国家和地区的经济安全和政经大局，通常已经上升到政治问题。[①]

（2）“等同说”。持这种观点的人认为，财经新闻有广义和狭义之分，广义的财经新闻即为经济新闻。如此一来，财经新闻的报道范围则被扩大到整个人类社会的经济活动和经济现象中，“覆盖全部社会经济生活和与经济有关的领域，包括从生产到消费、从城市到农村、从宏观到微观，从安全生产到服务质量，从经济工作到政治、社会生活中的相关领域”；[②]而狭义的财经新闻则覆盖面较小，它“重点关注资本市场、金融市场以及与投资相关的要素市场，并用金融资本市场的视角看中国经济生活”。[③] 也可以说，在社会经济生活过程中的投资、生产、流通、分配这样一些环节中，狭义的财经新闻特指投资并从投资的角度观察和报道经济生活。

（二）实践应用

根据2009年10月18日艾瑞网对国内财经网站的排名，抽取几家有代表性的财经网站，对其报道内容进行分析，可以看出各大网站财经频道的栏目设置各不相同、各有特色。

和讯网（排名第1）是中国最早最大的财经门户网站，主要提供财经资讯及全球金融市场行情，内容覆盖股票、基金、期货、股指期货、外汇、债券、保险、银行、黄金、理财等。

新浪财经（排名第4）是综合性门户网站的代表，内容覆盖股票、债券、基金、期货、信托、理财、管理等多种面向个人和企业的服务。

华尔街日报中文网（排名第7）致力于向全球华语读者提供高质量的商业财经新闻。内容主要来自《华尔街日报》、《远东经济评论》、《巴伦周刊》、道琼斯通讯社等，以及华尔街日报中文网特邀专栏作家供稿。内容覆盖经济、金融市场、个人理财、生活休闲、职场生涯、公司与行业、科技等。

财经网（排名第23）依托《财经》杂志采编团队，向希望一览海内外重大财经新闻的读者提供全方位的原创新闻与分析文章。新闻内容覆盖金融资本、公司产业、政治经济、海外新闻等。

中国证券报电子版（排名第25）是专业证券报纸电子版的代表，其新闻报道涉及证券、期货、基金、银行、货币、保险、外汇、黄金、房地产、邮币卡等广泛财经领域。

纵观上述各大财经媒体，其栏目并不是根据财经新闻的内容而设置，而是更多依据各自的定位和受众群。而且随着经济的发展和报道理念的更新，越来越多的媒体都使用

---

① 贺宛男、佟琳、唐俊：《财经专业报道概论》，3页，上海，复旦大学出版社，2006。

② 胡润峰：《财经新闻报道与写作》，1页，上海，复旦大学出版社，2006。

③ 胡润峰：《财经新闻报道与写作》，1页，上海，复旦大学出版社，2006。

财经新闻一词，而经济新闻一词则逐渐地淡出人们的视野。以内容上的包含或者等同来形容财经新闻和经济新闻的关系，理论上是一种不严格的划分。以这种理论来指导实际的报道工作，往往会造成新闻内容所指不明晰、界线划分不合理。《经济半小时》节目制片人高先民说："经济的内涵已经改变了，过去经济是一个圈，圈内是经济，圈外是其他领域，截然分明。现在经济是看世界的视角和尺度，任何题材都可以作经济的解读，尤其是过去一些不被纳入经济报道领域的话题，在表象背后，都是经济问题，这就拓展了报道的空间。"

对于经济新闻和财经新闻之关系的把握，"包含说"和"等同说"都不十分不准确。二者的关系不是用简单的包含与被包含，抑或分类之后的等同，就可以一言以蔽之的。这种理论上不太严格的分类，不可避免地会造成在实际新闻工作中把二者混为一谈的局面。

（三）继承与发展

财经新闻是对传统经济新闻的继承和发展，它的出现给经济新闻带来很多变化，财经新闻不仅是一种新闻理念的转变、一种报道方式的转变，而且涉及意识形态的深层改变。从目前财经新闻和经济新闻共存情况看，二者之间只有实现优势互补、彼此融合，形成新闻报道的合力，才能弥补报道理念、报道方式自身存在的缺陷。

1. 专业性与可读性的融合

一直以来，财经新闻的专业性和可读性是一对矛盾。财经新闻属于专业性新闻的范畴，它离不开大量经济学的专业知识、经济数字和经济术语。过去认为，财经新闻的受众主要是投资决策者，因而财经新闻中所包含的信息应该更专业、更准确、更具针对性。但是，不能忽视财经新闻的勃兴与经济的发展息息相关。所以，在当今社会经济背景下，我们应该重新审视财经新闻的受众。一方面，从美国的次贷危机到华尔街金融风暴，再到全球的经济危机，危机产生的"病毒"几乎渗透到世界的每一个角落。但是，在经济危机不断蔓延之时，财经新闻逐渐成为普通大众关注的热点新闻，摒弃了过去的将财经新闻视作精英人群、专业人士关注的专业类新闻。全球经济的每一次律动，都有可能成为受众关注的焦点。另一方面，在我国市场经济渐深、社会步入信息化时代的大背景下，财经新闻对于人们的重要性和关联度不断提高。人们比以往更加关注财经新闻，而传统经济新闻单纯报道"是什么"已不能满足受众的需求，人们更关心"为什么"、"将会怎样"的问题。

所以，永远不要低估受众的需求和认知能力。但是，这并不意味着财经新闻可以随意的使用过多的专业名词，想要在这方面做出创新，就要做到专业性和通俗性的对立统一。关键在于记者要在经济理论和读者之间"穿针引线"，把晦涩难懂的经济新闻事件"翻译"成一般读者能够理解的通俗话语。

2. 告知、解惑功能与宣传功能的融合

财经新闻带来的不仅是一场全新的报道方式的革命，而且还促使了新闻理念和新闻