

人民日報
SERIES OF THE BEST
MEDIA BOOKS

全媒体时代的标题制作实操读本
标题制作者的案头常备书

Xinwen Biaoti
Zhizuo Yidiantong

新闻标题制作 一点通

主编 王卫明 万莉 蔡军剑

人民日报出版社

人民日报
传媒书系
SERIES OF THE 800
MEDIA BOOKS

全媒体时代的标题制作实操读本
标题制作者的案头常备书

Xinwen Biaoti
Zhizuo Yidiantong

新闻标题制作 一点通

主 编 王卫明 万 莉 蔡军剑

副主编 徐玲玲 薛莎莎 李华龙 郑艳琦

人民日报出版社
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻标题制作一点通 / 王卫明, 万莉, 蔡军剑主编. —北京: 人民日报出版社, 2020.9

ISBN 978-7-5115-6530-3

I. ①新… II. ①王… ②万… ③蔡… III. ①新闻标题—新闻编辑
IV. ①G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2020) 第 163561 号

书 名: 新闻标题制作一点通

XINWEN BIAOTI ZHIZUO YIDIANTONG

主 编: 王卫明 万莉 蔡军剑

出 版 人: 刘华新

责任编辑: 林 薇 王奕帆

封面设计: 春天书装工作室

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369846 65359509 65369510

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369514

网 址: www.peopledaily.com

经 销: 新华书店

印 刷: 涑水建良印刷有限公司

法律顾问: 北京科宇律师事务所 010-83622312

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

字 数: 300 千字

印 张: 19.75

版 次: 2020 年 11 月第 1 版 2020 年 11 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-6530-3

定 价: 46.00 元

前 言

标题对新闻报道而言是相当重要的部分，它为读者直接呈现新闻的内容和特点，传达新闻报道的核心内容。

标题是新闻传播成功与否的一个关键。“题好一半文”，对新闻报道而言，好的标题相当于半篇文章。所以，每一位新闻记者、新闻编辑、新闻通讯员，案头都需要常备一本涵盖各种标题技巧、收录大量标题实例的图书。

任何新闻的标题都需要在坚持新闻真实性原则的基础上，结合新闻本身的内容特点，简明扼要地传达真实信息，令读者眼前一亮。

可如今在媒体之中，有些新闻标题似乎只是作为吸引读者眼球的工具。各种虚假、浮夸、耸人听闻的标题大行其道，例如，“看哭网友”“某某组织傻了”“震惊！”等，最常见的则是在标题最后增加网友评价，而评价真假却不得而知。这些新闻标题看似惊天动地，实则索然无味，仔细推敲标题内容，不乏想入非非之嫌。同时，这些标题反映出作者基本新闻素养的缺失，一味地迎合公众口味，只求吸引眼球，不惜编造信息，传播“客里空”^①新闻。

^① 客里空：“客里空”是苏联1942年出版的剧本《前线》中的一个角色——前线特派记者。在剧本里，作者用讽刺的笔法刻画了客里空不上前线、不深入部队，每天待在前线总指挥部信口开河、弄虚作假，“创造”新闻的形象。因此，“客里空”一词成为新闻写作中弄虚作假、无中生有、凭空捏造的代名词。

有些标题，题文不符。有些标题，与事实不符。带有主观故意性、欺骗性的标题，我们称之为“标题党”。表意夸张的标题，我们称之为“浮夸体”“震惊体”。这两类标题，是我们必须摒弃的，否则可能给作者和媒体带来大麻烦。

标题讲究真实、准确

真实是新闻的生命，标题的真实更是新闻真实的门面。标题党在追求阅读量的时候，往往忽视了新闻标题的本真。标题出现的浮夸风、虚假风，不仅令标题严重失实，长此以往，更会让读者对这些夸大其词的新闻感到麻木，从而对整个新闻行业的权威性和可信度产生怀疑。不管是从新闻本身的特点，还是从受众对新闻的态度来看，失实标题都不可取，新闻标题的水平仍需要提升。

标题讲究生动

制作新闻标题，可以灵活运用对偶、排比、拟人、拟物、比喻、翻造、回文、双关、顶针、对比、设问等修辞手法（慎用“夸张”修辞）。

唐代诗人杜甫在七言律诗《江上值水如海势聊短述》中写道：“为人性僻耽佳句，语不惊人死不休。”如今，为了达到最佳的传播效果，记者、通讯员、编辑纷纷效仿杜甫，追求“题不惊人死不休”。古人为了写好一句诗，常常反复推敲。今人为了拟好一个标题，也是常常反复推敲。这种推敲的精神，应该是每一位标题制作者都具备的。

标题讲究简洁

如果标题字数过多，可以将其分解为两行标题、三行标题甚至增设提要题。有时在版面上，标题可以只是一个字。

标题讲究适配

制作新闻标题，要考虑媒体的特性、定位、风格，尽量不要与其他媒体的标题雷同，也不可背离媒体本应保持的风格。党报的标题通常突出领导人，都市报、晚报的标题通常突出新闻点。手机平台的新闻报道，因为受众看到标题时通常看不到正文，所以应该尽量在标题中设置悬念，否则

受众很可能不会点击进去阅读。

不同的新闻题材，其新闻标题的文风也有所不同。时政新闻标题，可以相对严肃一些；娱乐新闻标题，可以轻松一些；气象新闻标题，可以生活化一些；体育新闻标题，可以活泼一些。

有些标题与体裁不匹配，本来是消息的标题（注重客观、陈述事实），却写成评论的标题（主观性强、表达观点）。消息的标题，通常不能写成名词性短语或名词，但是，通讯的标题却可以写成名词性短语或名词。

标题讲究规范

标题中的标点符号使用是非常讲究的。句号，通常不能写入标题之中。破折号，通常不放在消息的标题之中，却可以放在通讯的副标题之中。标题中的逗号，通常以空格代替。

标题讲究传播效果

制作新闻标题，要多考虑受众的感受，设身处地想想“受众看了这个标题之后会做何感想”。

标题讲究创新

制作者可以借用古诗文、网言网语、流行语、方言做成标题，也可以在后期的编辑阶段将标题的某一局部做成特定的图片（某地的地图轮廓、上升或下降的箭头等）。

本书分类细致，涉及20种题材的新闻标题，结合具体实例，对不同类型的新闻在拟题时需要注意的要点进行鞭辟入里的分析和细致的说明。本书还列举了大量新闻标题实例，方便读者参考，希望读者能够从优秀实例中感受到新闻标题应有的特点和内涵。

总之，鉴于一些新闻标题的虚假浮夸之风，本书的出版希望能够引发媒体工作者或是媒介受众对标题制作的新思考，但愿读者能够从书中得到一些启迪，了解新闻标题的真正要义，不被新闻标题乱象带偏，成为新闻标题制作高手。

第一章 不同题材新闻标题制作技巧 // 001

第一节	时政新闻标题制作技巧	001
第二节	慈善新闻标题制作技巧	005
第三节	气象新闻标题制作技巧	008
第四节	娱乐新闻标题制作技巧	011
第五节	房地产新闻标题制作技巧	014
第六节	政经类新闻标题制作技巧	019
第七节	股票新闻标题制作技巧	022
第八节	军事新闻标题制作技巧	028
第九节	法治新闻标题制作技巧	032
第十节	科技新闻标题制作技巧	035
第十一节	体育新闻标题制作技巧	040
第十二节	影视新闻标题制作技巧	044
第十三节	灾害新闻标题制作技巧	047
第十四节	监狱新闻标题制作技巧	049
第十五节	会议新闻标题制作技巧	052
第十六节	游戏新闻标题制作技巧	055
第十七节	健康新闻标题制作技巧	057
第十八节	广告软文标题制作技巧	060

第十九节 社区新闻标题制作技巧	070
第二十节 教育新闻标题制作技巧	076

第二章 不同媒介新闻标题制作技巧 // 083

第一节 微信新闻标题制作技巧	083
第二节 手机报新闻标题制作技巧	088
第三节 都市报头版标题制作技巧	093

第三章 “10万+”新闻标题的秘密 // 097

第一节 “10万+”新闻标题制作技巧	097
第二节 “10万+”新闻标题案例	104

第四章 不同题材标题案例点评 // 112

第一节 时政新闻标题	112
第二节 慈善新闻标题	121
第三节 气象新闻标题	130
第四节 娱乐新闻标题	140
第五节 国际新闻标题	149
第六节 社会新闻标题	158
第七节 股票新闻标题	168
第八节 军事新闻标题	177
第九节 法治新闻标题	186
第十节 科技新闻标题	196
第十一节 体育新闻标题	206
第十二节 影视新闻标题	215
第十三节 灾难新闻标题	224
第十四节 监狱新闻标题	233

第十五节	会议新闻标题	241
第十六节	游戏新闻标题	250
第十七节	健康新闻标题	258
第十八节	旅游新闻标题	267
第十九节	社区新闻标题	277
第二十节	教育新闻标题	287

附录 新闻标题制作的微课教学视频 // 298

主要参考文献与推荐书目 // 300

后 记 // 301

第一章

不同题材新闻标题制作技巧

第一节 时政新闻标题制作技巧

“标题者，新闻之缩影，事实之骨髓。”^① 位于新闻报道正文之前的新闻标题常常承担着“里通外联”的重要作用。对内，简概事实之精华、暗示新闻之价值；对外，吸引用户点击阅读、互动购买。

与时事政治相关的时政新闻是一种政策性强、指导性高、思想性深的“硬新闻”。因其报道重点与政府的方针政策、领导人之间的互动交往、公职人员的人事变动及座谈会议、时事发展等重大题材息息相关，时政新闻的文风往往显得沉闷枯燥、严肃刻板，不是很受读者尤其是年轻读者欢迎。

21世纪以来，随着报纸、广播、电视等大众传播媒介的进一步深度融合，新闻标题在争夺新闻用户中的重要性方面不断深化。融媒体时代下，如何制作出政治高度不减、思想深度不浅，且“引人入胜”的时政新闻标题值得探究。从人民网、新华网、中国新闻网、澎湃新闻四个代表性的时政新闻网站的新闻标题实践来看，时政新闻标题的制作至少可以采用以下五种技巧：

^① 郑兴东，陈仁风，蔡雯：《报纸编辑学教程》，中国人民大学出版社2001版，第131页。

一、虚实结合

新闻标题有实题、虚题之分。实题具体所指，包含新闻中最重要的要素，读后使人对新闻所要表达的内容一目了然。虚题抽象空泛，简单构建框架，着重阐明新闻的意义和价值，亦可议论、说理。虚题与实题相结合是四家新闻网站时政新闻标题的常见配置，具体形式主要分为以下两类：

一种是“主标题+副标题”。主标题往往以较少字数概括新闻的主要事实或中心思想，副标题则以细节补充说明主标题的内容。例如，澎湃新闻的《“骑行圈第一案”二审：结伴骑行一人身亡，七骑友赔3.8万》、人民网的《商务部回应美301调查：对美方单边保护做法强烈不满》、新华网的《北京共享单车新规：企业管理不力将限制投放》这三则标题，主标题均以虚题架构事实框架，副标题再以具体细节填充。

又如，新华网的《人民日报谈过度包装：不仅污染环境，还污染人心》、澎湃新闻的《第二届白洋淀国际服装节开幕：对提高区域文化自信有重要推动》、中国新闻网的《5年来每年超1000万人脱贫：负担轻了 日子稳了》等标题则恰恰相反，主标题说明具体事实，副标题表明意义或影响。

另一种是“引题+主标题”。新闻标题的引题，又称为肩题、眉题。一般用来交代背景、说明原因、烘托气氛，从而引出主题。引题多为虚题。例如，《外卖井喷！天量“用塑”考问“限塑”》《部分高校校长谈双一流：人才培养是关键，不用太着急去“抢”》《户籍制度改革三周年观察：迈出实质性“三大步”》都是通过使用引题交代背景的方式引出新闻所要传达的关键信息。

二、巧设问答

包含问句的时政新闻标题，是融媒体背景下新闻标题的一大特色，它包括疑问、反问、设问、互动问答四种形式。这种标题形式既能有效表达质疑性观点，吸引受众，又能结合热点，制造悬念，还可以通过自问自答的形式释疑解惑。

2017年9月24日,德国联邦议院举行新一届政府选举。从21日至24日晚,澎湃新闻共发表相关报道12篇。其中有6篇新闻报道都采用了一般疑问句式的新闻标题。例如,《为何无人能取代默克尔?》《极右翼选择党带领德国社会向右转?》《政治光谱两极的党派为何同时呈现出分裂和模糊?》等标题均紧扣选举的最新动向与争议,抛出疑问,制造悬念。

问答式标题是一种自问自答的动态标题形式,新闻重心往往在“问”上,能很好地起到解释说明甚至营造轻松氛围的效果。例如,中国新闻网的标题《航天技术如何变身抗震神器?可隔离地震约80%能量》,就“航天技术如何变身抗震神器”这一专业性问题以最核心的信息给出解释,至于具体操作如何,感兴趣的读者自然会点开全文,可谓水到渠成。又如新华网《强军之路怎么走?习近平在建军90周年大会上这样说》这一标题,通过自问自答的形式,一改对国家领导人讲话报道的刻板印象,设下悬念,给人活泼轻松的感受。

三、借用流行词汇

流行词汇丰富了词汇的意义,增强了语言的表现力。时政新闻标题借用流行语不仅使标题显得新颖别致,也拉近了政治新闻与年轻群体的心理距离。

例如,2017年9月23日,澎湃新闻在宣传全面反映党的十八大以来中国经济社会取得巨大成就的电视纪录片《辉煌中国》时,转载以《为祖国打call!来听〈辉煌中国〉主题曲》为标题的视频新闻。新闻标题中的“打call”就是当下热词,意为对某个人、某件事的疯狂应援,这里则表现了对祖国的支持以及对中国经济社会取得的成就欢欣鼓舞的情绪。

再如,2017年9月18日,澎湃新闻发表的文章《刷脸支付、机器人防诈骗……众多“黑科技”亮相网络安全周》,标题中的“黑科技”也是近年来比较流行的词汇。还有《武汉“老司机”成功举报400余起交通违法行为,获奖近万元》《众多“神器”亮相2017年网络安全博览会:足不出户办签证》、中国新闻网的《亮眼改革成绩单来了!给力了,咱的深改组》等新闻标题,都是借用了网络流行语。

四、强调关键数据

大数据时代，新闻标题中参用数字，可使新闻更加真实准确、立体可视。通过数字之间的对比，往往能够加强新闻深度，暗示事实之外的内在含义。

例如，2017年9月13日，澎湃新闻在分析“当好主政一方的‘一线总指挥’——县委书记是凭学历还是靠资历？”这个问题时，转发浙江日报“政已阅”微信公众号文章《媒体盘点浙江89位县委书记：32位70后，平均年龄45岁》，通过一系列的数字参照，读起来朗朗上口，展示出我国领导干部大多正值壮年的现状。

又如，澎湃新闻标题《全国7月份处理违反八项规定6184人，含2名省部级干部》，对全面贯彻落实中央八项规定精神状况做了交代，详细数据使读者一望而知，了然于心。使用强调关键数据的技巧，在澎湃新闻中最为常见。起到同样效果的新闻标题还有《云南一出纳挪用社保资金2368万，6单位25责任人被问责》《全军5年立案审查4000多起，给予纪律处分1.3万余人》《海口一老总承揽工程一路打点，向区委书记等7人行贿499万》等。

五、突出主要人物

传统的会议报道、政策宣传、时事动向往往大而空，写起来框架高却“人”气低。时政新闻报道中的“人”，主要指国家公职人员或与时政事件相关的普通民众。融媒体环境下，时政新闻报道更强调以“人”为本，增加人情味和亲切感。

有关高层领导人的工作动态，发言决策；有关国家公职人员人事动向的新闻报道，人物和职位首当其冲作为亮点存在。如《李克强向第三届中国—中东欧国家文化合作部长论坛致贺信》《湖北省政协社会和法制委员会副主任程颖接受组织审查》《国务院任免国家工作人员 秦宜智任国家质检总局副局长》等。

在时政会议新闻报道中，常用的做法是摘取某个政治人物的关键发言

作为标题。例如,《习近平:向军民融合发展重点领域聚焦用力》《王宇:全面从严治党 推动云南政治生态明显好转》《克拉玛依市委书记:要让“城市工匠”坐到主席台上》等新闻标题,均采用直接引语,真切感人,增强了可读性。

第二节 慈善新闻标题制作技巧

慈善新闻,是与慈善相关的新闻。它是一种特殊新闻,涉及扶贫济困、扶老救孤、恤病助残、捐助教育文化科技医疗卫生事业、防治污染和其他公害、保护和改善生态环境等以社会公益为目的的行为或活动。然而,这种新闻若想引人注目,其标题就要写得非常具有吸引力。正因为慈善本身有着特别的社会价值,所以,有必要认真探究慈善新闻报道的标题制作技巧。从《慈善公益报》《公益时报》、中国慈善新闻网、中国公益新闻网、搜狐网、腾讯网、凤凰网等传媒的标题实践来看,可以采用以下几种技巧:

一、强调慈善诉求

强调慈善诉求,是指在标题中强调慈善针对的具体诉求(如孤苦无助、重病病种、缺乏款项)。因为人们普遍容易被各种无助情形、悲惨处境吸引,愿意给予一定的关注。在慈善新闻标题制作中突出弱势人群的慈善诉求,会吸引人们阅听该新闻。

例如,2017年9月20日,人民网发出的新闻标题《“健康快车慈善跑步行2017”新闻发布会举行 运动健儿助力白内障患者治疗》,就着重突出了白内障患者。由于白内障目前处于探索研究阶段,临床上常用的药物不下几十种,有眼药水或口服的中西药,但都没有确切的治疗效果,因此提到它,自然会引起很多读者的关注。中国人普遍拥有一种同情弱者的心理,更何况是对这种患了疑难病症的患者,为了帮助他们恢复健康,人们自然会投以更多的关注。

二、适度煽情表达

煽情，指通过某种方式激发感情或煽动人的感情或情绪。煽情不可过度，但适度煽情是可以的。慈善新闻报道的标题通过适度煽情，博取别人同情，也可达到吸引注意的效果。

例如，2017年10月10日，《慈善公益报》在报道中华慈善总会邀请4家爱心医院，由10位专家组成医疗队兵分两路，翻山越岭，专程赶赴索县的江达乡和噶木乡救治大山里的藏族包虫病患者的事件时，就使用了适度煽情的写法。该文以《雪域高原行善举 不畏艰难谱华章——记中华慈善总会西藏那曲索县包虫病普查之旅》为题，制作这样的标题会使读者想象到底是怎样的一幅画面：雪域高原地处偏远、交通不便，去那里做慈善的人肯定会舟车劳顿，有人还可能会晕车，长途晕车的痛苦再加上不同程度的高原反应，会让读者感觉去那里做慈善的确是件艰难辛苦的事，更会使读者迸发一种“去那儿做慈善的人都很伟大”的感受。

三、突出名人元素

所谓突出名人元素，就是指在标题中提到具有知名度的名人，利用他们的明星光环来吸引读者以及他们的粉丝，提高阅读量。由于粉丝会热切关注名人明星的一切，因此在标题中提到名人明星的名字会事半功倍。

例如，2017年9月22日，爱豆APP报道正在意大利参加时装周行程的Jessica郑秀妍在结束了Bulgari showroom活动之后，马不停蹄地出现在amfAR Gala（艾滋病研究基金会）慈善晚宴现场这件事时，就以《郑秀妍受邀出席amfAR Gala 慈善晚宴高贵闪耀的卡皇大人》为标题，利用郑秀妍的明星光环来吸引读者，提高读者的阅读兴趣，从而使新闻阅读量达标。

再如，2017年9月30日，《山东商报》在报道为山东男篮效力12年的曹振华在山东高速男篮与天津荣钢男篮的比赛中场休息期间宣布退役，并牵头成立农信通慈善助学基金，目的是帮助家庭困难的学生完成学业的新闻时，就利用了曹振华是体育明星这一点，直接以《曹振华发起慈善助学基金》为标题，让知道他、喜爱他的读者产生阅读兴趣。

四、使用亮眼数字

在慈善新闻中，使用数字已成为一个吸引眼球的好办法。尤其是对数字很敏感的中国人，如果在新闻标题中提到捐出金钱的数值或捐助年限，如果数值巨大或捐助时间很长，会使人眼前一亮，想了解这些钱的来源以及用途或为何会愿意捐助这么久，有时可达到产生悬念的效果，自然而然会引起读者仔细阅读。

例如，2017年9月22日，大洋网报道中山市社会组织在扶持发展专项资金时累计投入1290万元来扶持社会组织的发展这则新闻时，标题《1290万扶持慈善社会组织》直接以数字开头，自然会让人好奇到底是谁投出的1290万，以及为什么要投出这1290万。通过仔细阅读文章，发现原来是中山市各职能部门为了加强培育发展慈善公益组织力度才做出如此决定。

再如，2017年9月25日，湛江新闻网在报道雷州市爱心慈善会坚持20年，共慰问贫困户3万多人次，行善足迹遍及雷州600多个自然村，被当地群众亲切誉为“雷州市爱心团队”的事迹时，就突出了数字“20”的作用。以《雷州市爱心慈善会坚持20年慰问贫困户》为标题，起到了震撼的效果，让人们好奇为何这个慈善会能坚持慰问这么多年。

五、利用谐音效应

谐音，就是利用汉字同音或近音的条件，用同音或近音来替代本字，产生辞趣的修辞格。

例如，2017年9月29日，爱豆APP报道了由张艺兴代言的某洗衣品牌官方微博公开艺兴化身守护大使，为中国青少年发展基金会捐赠了1000份洗衣产品的事迹。以《又到了暖“兴”时刻！艺兴化身洁净守护大使做慈善》为标题，利用汉字“心”与“兴”近音的条件，用“兴”来代替“心”，起到双关作用，既提到了张艺兴这个人，又指出了张艺兴做的这件事很暖心的意思。

第三节 气象新闻标题制作技巧

气象新闻与人们的生活息息相关，气象新闻报道是一种专业新闻报道，要处理好“大众化”与“专业化”的关系^①。从《新京报》近几年的气象新闻标题来看，气象新闻标题制作可以采用以下五种技巧：引“今”据典、对仗押韵、巧用修辞、活用符号、略表关怀。

一、引“今”据典

《新京报》的气象新闻标题，善于引“今”据典。“今”指的是当下比较热门的流行歌曲、影视剧名称和网络热词，“典”指的是古典诗词或者传统楹联谚语。

2017年5月13日，北京的天气和前几天一样，依旧是大风，于是《新京报》A16版当天的气象新闻标题引用了张国荣的经典歌曲名称——《风继续吹》。该报之前也曾大量运用流行歌曲名称，令人印象深刻，如《被风吹过的蓝天》《像沙像雨又像风》《阳光总在风雨后》《雨的主打歌》《雨一直下 天气还算“融洽”》等。

该报引用影视剧名称做标题的例子还有《人间三月天 莫负好春光》《春风沉醉的日子》《暖风融融 万物生长》等。

引用网络热词也是该报气象新闻标题的一大特色。如《降水很任性》《户外走起》《神清气爽出门嗨》《北风助力 蓝天给力》《夏天余额不足》《气温奔三》等。

另外，在标题中熟练而巧妙地引用古典诗词，不仅能够体现制作者的文化素养，而且可以在传达天气信息的同时表达出某种意境。

5月12日，该报气象版有个标题是《大风起兮沙飞扬》。该标题引自

^① 张振亭、陈玮：《专业化与大众化：黄天鹏新闻思想及实践初探》，《南昌大学学报（人文社会科学版）》2012年第6期。