

第一章 经济新闻的渊源与发展

经济活动乃人类最基本的日常活动，经济信息的传递从远古时期即已开始。随着人类经济能力的由弱渐强，经济信息的需求、经济信息的传递、经济新闻的报道，也逐渐发达起来。我国至迟从商代就有了文字记载的经济信息的传播活动。19世纪后期，随着我国近代工商业的崛起，经济新闻日渐发达，占据媒介的重要地位。进入工业化社会，商品的生产与交换对经济信息提出大量的日常性需求，经济信息与新闻的传递已成为整个社会经济运作不可或缺的一部分，构筑起社会最重要的传输系统。信息化时代的今天，信息即财富甚至即权力，经济信息的传递已越来越成为整个社会赖以正常运转的“神经”，成为国家经济车轮的一个主要齿轴。20世纪90年代以来，信息业作为第四产业在我国迅猛崛起，信息从业队伍日渐壮大。同时，我国经济新闻也存在许多需要改进的地方。

第一节 经济新闻的历史回溯

经济活动是人类最基本也是最重要的日常活动，因为它维系着人类的生存与延续。经济的发展是社会进步的初始动力。“经济”一词来源于“经世济民”的缩写，原意为治理国家有利人民。从根本上来说，传递经济信息以提高经济效益与活动能力乃是人类的一种本能。就是在今天的动物界，我们也能观察到这种本能现象。

原始社会时期，群居是人类得以战胜禽兽制驭万物的根本因素。为了协同动作，原始先人必须叫喊呼唤同伴，这被认为是人类历史上最早的新闻传播活动。就其内涵而言，即为原始的经济新闻传播。先人们通过在石壁上刻勒牛形、河岸上描摹鱼状，藉以告诉路经这儿的同类：此地有野牛，此河有鲜鱼。在与猛兽发生重大搏斗之后，先民们会在战斗现场刻画标记，画上人兽搏斗场面，用以警示同类。不仅在猎食觅果过程中原始先人们需要相互传递信息，在抗寒养殖、生产劳作及使用工具时也需要交流信息，以不断提高生产效率，保持生存优势。澳洲内陆水源极缺，原始人就在溪流周围画上袋鼠或人的胳膊，指示过往的同类附近有水源。

当然，原始社会时期经济活动的层次与结构十分粗糙简单，经济活动的范围与深度均较狭浅，经济新闻的重要性还显现不出来。也可以说，那一时期原始先人的日常活动对经济新闻的需求还不太高。另一方面，原始的传播手段也制约着经济新闻的效用。正如马克思所说：“需要是同满足需要的手段一同发展的，并且是依靠这些手段发展的。”^①

由于原始社会生产能力低下，人们的全部劳动成果均为维持种族生存的必需品，实行平均分配或限制分配，不可能也不需要提供剩余产品以供养专事传播的活动者。因此，当时信息传播的传者与受者处于混一状态，人人都是传播者，人人也都是受传者。原始新闻传播在整体上处于“无意识”状态，即在零碎、分散的无序状态中带有很大的盲目性。

一直延续到封建社会中后期，原始传播方式均带有一大共同特点——“点一点”传播，即以口头传播为主，辅以手势、图画、信号与文字等。传播轨迹一般为一个传者输送给一个受者，再由受者输送给另一个受者，像接力棒一样逐一传递下去，传递载体限于零散的人际

^① 马克思：《资本论》第1卷，参见《马克思恩格斯全集》第23卷，中央马恩列斯著作编译局译，人民出版社1972年版，第559页。

传播。我国持续久长的 驿传制度便十分典型地体现了这种传播方式。当然 在传播的及时性与扩散性上“点一点”传播方式均相对受到很大限制，不具有广泛的社会性。除了口头传播，其他传递方式主要局限于传播者自身能力范围之内的口头广告、悬物广告、招贴广告等。

据我国史料记载 及至商代 随着驿站的设立 经济信息的传递得到很大发展。商人们通过驿站往来贩运各地土特产，经济信息的交流与传播获得极大扩展。从文字上，我国最早传递经济信息的是铭文。

《周礼》记载 商人均须将交易内容铸成铭文“告于土”。这表明进入农耕时期，生产积累达到一定程度，已有剩余物品作为商品进入流通交换 经济新闻的需求性与重要性逐渐得以凸现。与此相应 传播手段与速度也大大得到改善与提高。

进入封建社会，随着经济生活内容的日益丰富，生产、交换、分配、消费四大环节之间交流的日益频繁，商品经济日益兴隆，一切商品均须转化为货币才能完成价值实现。因此，经济信息的需求与传递日显重要。据史料记载，早在南北朝时期就出现十分标准的经济新闻了。商人刘宝在州郡都会建造住宅，专养 10 匹快马往各地传送商情，消息十分灵通，广受各地客商欢迎。刘宝本人亦成为头号大富商——“宅宇逾制 楼观出云 车马服饰 拟于王者。”至于各地的行商坐贾为自己打广告，更是无师自通的自发行为。如灯笼高悬、酒旗飘扬 九江浔阳楼的招客对联——“世间无此酒 天下有名楼”已成为一种文化，给南来北往的文人骚客提供了一个施展身手的大好空间。可见，不仅商品经济对经济信息日益倚重，经济信息的传递也直接推动了商品经济的发展。

在西方 1141 年法国卜莱地区曾出现 12 人的叫卖组织，并得到法王路易七世的特许。1258 年，法国政府还特为叫卖人颁布一项敕令：“巴黎的叫卖人可以到任何一家酒店为它担任叫卖工作，店主不得拒绝 但已雇有叫卖人者例外。”

进入工业化社会 随着商品经济车轮的高速运转 商品生产与商品

交换均对经济信息提出大量的日常性需求，经济新闻已成为整个社会经济运作不可或缺的一部分，构筑起社会的神经系统。而伴随工业化所产生的印刷业 又反过来直接推动新闻业的延伸与发展 形成整个新闻业的日常化与专业化 进入“点一面”传播时代 及时性与扩散性得到大大提高。

既然社会产生了对经济信息的日常需求 那么 社会同时也就自然会娩出满足这一需求的专门行业。16世纪初，首先在地中海贸易中心意大利威尼斯 继而在罗马出现了一种“搜集消息的机构”从业人员被称之为“采访者”与“报道者”。他们将采访搜集到的消息写成文字 向订户有偿提供各种商业信息与政治情况，这就是世界近代史上最早的经济新闻专业机构。如《威尼斯公报》除报道少量政治事件之外 主要报道物价、船期等商情。限于条件，当时只能将搜集到的信息手书出来，呼为“手抄报纸”。

从总体上来说，自文字产生直至 16 世纪的几千年间，手工书写一直是人类新闻传播的基本手段。由于各种制约因素（如书写材料与政治经济条件），手书新闻在很长一段时间内仅仅面向少数社会上层人士。直到 12 世纪之前，手书新闻的发行几乎都不收费，还没有成为一种可盈利的商业行为。中国宋朝小报、文艺复兴时期意大利手书新闻的出现 则以出售为目的 改变了新闻制作的性质。同时 读者对象也不再受政治身份的限制，只要付费任人获取。新闻传播的商业化直接促进了新闻传播的通俗化。

进入工业化时期，再进入信息化时代，经济信息的地位与重要性已不待言。信息已成为财富，成为社会经济生活运作中不可或缺的车轮，既直接传输经济信息，也带来越来越厚的经济效益。信息甚至直接可转化为权力，经济信息就是经济权力。尤其随着近代传播技术的飞跃发展，传播特点已由原始简陋的“点一点”形式转为扩散迅速的“点一面”形式，大大增加了传播的社会渗透能力。进入 20 世纪后半叶，互联网出现了，并日益强烈地渗透到人们的日常生活，成为实现信息全球化的重要契机。加上卫星通信系统的加入，市场需求、

生产变化、金融汇率、股票行情、债券交易、经营管理、政策法规、计划控制等信息，均可无所不包地被各种通讯系统迅速传送到世界各地。事实上，当电脑问世以来，波动易变的经济信息就已逐渐脱离手工操作方式，收集、加工、处理、储存均发生了质的变化，实现了真正意义上的现代化。

时至今日，许多发达国家已把信息的采集与传播作为本国社会经济发展的战略性资源。人类社会对经济信息的依赖越来越大，经济信息的传递已越来越成为当今社会得以正常运转的“神经”。如日本就建立了各种市场信息中心，农林省的生鲜食品流通情报中心通过计算机网络，每天向全国主要批发市场通报各类果蔬畜肉的最高价与平均价，以及各类产品的规格、产地、上市量、成交量，同时预测月度产量、季度产量与上市量。显然，这些信息对于指导产销、平衡物流、稳定价格起到了关键性的重要作用。

就全球范围内，当急风暴雨般的政治风云成为历史遗迹，尤其当冷战结束后，经济领域的竞争自然马上代替了昔日的政治斗争，上升为全球竞争的中心，经济信息与传播的重要性日益凸现，令任何一个国家都不敢掉以轻心。信息业的先进与否，事实上已成为一个国家现代化程度的重大标志。

20世纪90年代以来，信息业作为第四产业在我国迅速崛起，信息从业队伍日渐壮大，而且这一发展规模还在不断扩容。就经济信息而言，已正式登堂入室，进入政府机关。各省市均设有信息处或经济信息研究室，该部门的职责就是全面收集本地的经济信息，除定期向本地政府递交简报快讯之外，同时还上报中央下达地县，以便各级政府迅速作出反应制定对策，从而改善本地乃至全国的经济运行，控制经济增幅和滑坡。中央政府信息产业部的成立，更是一大历史性标志，意味着我国社会已正式迈向信息化。从业人员也正朝着集团化、多层次、电子化方向高速发展。

综上所述，经济新闻发展的每一历史阶段都折射出社会发展的节律，体现了各个历史时期的社会内涵与重要特点。也可以说，社会发展

的每一步都离不开经济信息的传递，或曰都需要经济新闻的帮扶。可见从相当意义上，经济新闻乃是人类社会活动的一个重要侧面，也是考察整个人类社会发展的一个重要观察点。

第二节 中国近代经济新闻的发展轨迹

我国唐朝的开元杂报被认为是世界新闻史上最早的报纸，但中国的新闻事业却发展十分缓慢。较为发达的自给自足的天然农耕经济，一方面将中国君主政治体制推向完备臻熟，另一方面又将中国社会长期留滞于封建阶段，迟阻了现代化过程的到来，其中自然也包括迟阻了经济新闻的发展。

19世纪，随着外商与传教士的进入，他们办起了中国最早的近代报纸，这类报纸通常用很大的篇幅设置商货行情专版。一些英文报馆还出版专门的行情报，如《广州货价行情报》、《商业行情报》、《香港船头货价纸》等，便是专门为商情需要开办的经济新闻专业报纸。这类经济新闻报道既介绍各地贸易动态、分析市场形势、估测贸易趋向，也刊登广告，所占篇幅少则四分之一，多则一半。广告内容多为外国商品的介绍，同时也涉及到金融、保险、运输、出租及戏剧演出等方面。此外，这类外报传递的商业信息还包括航运信息。

1861年，沪上字林洋行创办了中文报纸《上海新报》。该报创刊词说：“大凡商贾贸易，贵乎信息流通。本行印此新报，所有一切国政军情、世俗利弊、生意价值、船货往来，无所不载……上海地方，五方杂处，为商贾者，或以言语莫辨，或以音信无闻，以致买卖常有阻滞。观此新报，即可知某行现有某货，定于某日出售，届时亲赴看货面议，可免经手辗转宕延以及架空空盘之误。”显然，该报明确以登载商情传递商讯为办报宗旨，并以此招徕读者。1893年2月17日，英商丹福士在上海创办了《新闻报》，也以经济新闻，尤其是商业新闻为重点，明确以工商业经营者为主要读者。

由外报刊登的这些经济信息，对活跃新兴的中国近代工商业，促进

各地的商品流通起到了一定的积极作用。对中国的新闻事业而言，尤其对国人自办的经济信息报道，自然也起到了重要的示范作用。

第二次鸦片战争后，洋务运动开始兴起，商品经济在我国开始萌芽，加之西方文化思想对中国知识界的影响不断加强，洋务运动要求社会改革的思想潮流也呼唤大力进行现代启蒙，中国人自办报刊的各种条件初步形成。在我国的第一批自办报纸中，商业行情等经济信息内容如外报一样，成为占据篇幅较多的重要内容。其中影响较大的香港《循环日报》虽是政论性报纸，但经济信息仍占据二分之一版面，其第1版即为行情版，版侧题为“香港目下棉纱花匹头杂货行情、各公司股份行情”，第3版大部分刊登航运消息与广告，第4版则刊登广告与启事。这一体例在当时的香港报纸中十分流行，同一时期出版的《香港中外新报》、《香港华字日报》、《维新日报》均大致如此。同期在上海出版的国人自办报纸《汇报》共两张8版，其中4版刊登行情、船期、广告等。沪上另一张报纸《新报》也是8版，其栏目设置与版面安排也与《汇报》大体相同。这一时期，由于读者需求，沪港两地的报纸对经济商务方面的稿件均十分重视。《汇报》还连续详载《通商各关、华洋贸易手册》等具体商规细则。

19世纪末期，变法维新运动高涨，国人自办报纸掀起一个高潮。维新派主办的报纸固然旨在鼓吹变法，揭露抨击封建专制，但由于扩张民族资本、抵制洋货入侵乃维新运动的一个重要侧面，所刊发的文章中不少涉及经济。其中重要的文章有：《万国公报》所载的《通商情形考》、《万国矿务考》、《铁路通商说》；《时务报》所载的《商战论》、《榷署议内地机器制造货物征税章程书后》；《新民丛报》所载的《中国货币问题》、《外资输入问题》等。《湘学新报》每册都有专题讨论中外商贸的“商学”栏目。强学会机关报《中外纪闻》也刊登了译自外报的《各国商船及海上贸易价额考》。《湘报》为促进民族工商业的发展，配合开矿办厂的热潮，极为重视商情广告，先出附张刊登本省物价表，后又将上海、香港、汉口等行情物价“逐日编列为表，附之本省物价表之后”，并且降低广告收费，免费刊登新办厂商、发明创造及福利

性广告。可见，中国最初的近代报纸从一开始就自觉自愿地为经济服务，行业定位十分清晰准确。

辛亥革命以后，民族工商业要求发展的社会呼声很高，为适应这种社会需求，1914年汪汉溪接管《新闻报》（1893年创刊于沪）后，确定了办报宗旨：“上海人口以从事工商业者为最多，我们办报首先应当适应工商界的需要。即将办报重点落在经济新闻。此后的《新闻报》开辟经济新闻专栏，逐日介绍市场动态，发表商业行情，经济信息十分灵通，获得工商界读者认同，不久即跃为全国性大报。1921年元旦，《商报》创办了“商业金融”专版，这一时期的其他报刊也有类似的“经济新闻”专栏或专刊。如《申报》的“经济专刊”，成舍我创办的《世界日报》和《立报》的“经济专栏”。不过，在诸多经济新闻版面中，《新闻报》的专版内容最为详尽，办得最好，除了商情动态，还有市场报告与分析、国际贸易与各国经济简况、经济学知识介绍与讨论，以及统计图表与行家点评，为当时商界人士必读之物。

综上所述，较之古代经济信息交流，我国近代经济信息传播具有以下特点：

1. 新闻出版业社会化的强大支持。由于传媒大众化，新闻出版业具有商业广告效应，经济信息便有了一个现代化的搭载之体。

2. 交通运输业的发展同时也输送着各种经济信息。

3. 邮政通讯业的崛起给经济新闻插上近代化翅膀。快速便捷的信息传递使各种经济信息能够十分便捷地得到传递。据专家推算，20世纪初东西半球的通讯空间距离缩小了三分之一。

民国初年是我国新闻业发展更为迅猛的“第二高峰”，全国报纸陡增至500家，总销数达4200万份。1912~1913年间，全国还一下子出现了多家地方性通讯社。“第二高峰”的形成固然有着其他诸多因素，但商讯传递仍然是相当大的一个重要因素。无论如何，直到新中国成立之前，经济信息的报道不仅已成为当时媒介的主要内容之一，而且也直接带动了当时社会经济的运作与发展，成为整个社会生活日常运作不可或缺的一大支柱。

第三节 新中国成立以来经济新闻的发展脉络

一、新中国成立初期

1949 年新中国成立以后，全国报业进行清理整顿，形成了以党报为核心的报业结构，新闻成为党和政府推进社会主义改造与建设的强大工具。1950 年 4 月 23 日新闻总署发布了《关于改进报纸工作的决定》明确提出：“报道人民生产劳动的状况 宣传生产工作和经济财政管理工作中的成功的经验和错误的教训，讨论解决这些工作中所遇到的各项困难的办法。”根据这一指示精神 新中国成立初期的经济报道大力宣传了人民群众的生产热情 展现经济建设的宏伟场面 在一定程度上促进了国民经济的恢复与发展。

不过，20 世纪 50～60 年代的经济新闻报道也明显存在以下弊端：

总量的不足。当时的新闻报道从整体上多半为政治性会议、公告、涉外新闻等 反映国家经济建设与涉及人民生活的不多。

1. 报道中注意国家利益的多，反映职工个人利益的少；介绍生产过程的多 反映职工情况的少 鼓励完成任务的多 替职工呼吁、着想的少。

3. 多用指示教训的口吻，很少考虑群众的实际需要与阅读要求。在强调政治的“左”倾思维下 当时的经济报道片面强调指导性与思想性 报道视角多从领导角度出发 端着架子训人 很少从群众角度提问题。

4. 文风枯燥乏味 笔调拘谨过稳 缺少趣味性与可读性。

反右以后，“左”倾思潮渐烈 强调政治压倒一切 经济完全从属于政治。因而在当时特定的历史条件下，无论从媒介运作方式还是新闻理念，均束缚于上级的政治指令，并浓缩脱衍成一句代表性口号——新闻为政治服务 在“政治挂帅”之下 经济新闻报道成为政治宣传的重要部分 成为反映“大好形势”的重要窗口 介绍性、吹捧性的“宣传”成

为主打产品。

1958年“大跃进”时期，中国媒介的经济报道跟风冒进，连放“卫星”，违反了最基本的新闻真实性原则与报道程序，不调查不核实大搞无米之炊式的瞎吹，对当时越演越烈的浮夸风起到了十分恶劣的推动作用。如报道贵州某地竟用河水熬出酒精，另有一则经济通讯，标题是《没有“母鸡”也能生“小鸡”》。农业生产更是连放高产卫星，稻谷亩产从1000多斤攀升至130435斤，湖南某地红薯亩产则达251822斤。同时也散布了许多十分荒谬的“名言”，1958年8月27日，《人民日报》即以《人有多大胆，地有多大产》为大字标题。显然，这一时期的经济新闻报道只能成为沉重的历史笑话。

二、“文革”时期

1966~1976年，中国媒介彻底沦为阴谋政治的工具。在林彪“四人帮”一伙的操纵下，“假、大、空”盛行，加之那一时期社会经济生活本身也极不正常，整个社会的价值导向严重偏歧，故而根本谈不上正常的经济新闻报道。

假风长刮，虚气久扬。经济新闻被弄得面目全非，落入难以挣脱的格式化、公式化。《讽刺与幽默》（《人民日报》主办）曾刊登过一篇经济新闻写作模式化的《万能表》：

在_____以来的大好形势下，在_____会议精神的鼓舞下，
_____党委认真贯彻执行_____精神，组织党委一班人围绕
_____专题，反复学习了_____文件。通过学习，深刻认识到
_____的重要性，进一步明确了开展_____的重要意义，从而大大
增强了贯彻执行_____的自觉性。在提高认识的基础上，他们针对
本单位_____的特点，狠抓了_____工作，做到了_____，从而
有力推动了厂里的生产。到_____为止，全厂已超额完成了
_____计划的百分之_____，总产值达到_____，比去年同期增
_____。_____。目前，_____厂的干部群众
正在成绩面前找差距，力争为_____做出新的贡献。

注 本表结构严谨 层次分明 段落清楚 主题突出 适用于所有工矿企业的新闻报道。大、中、小学文化程度的同志均可使用，使用时稍加填写就可成为一篇正规的新闻稿了。

这张“万能表”十分到位地表现了“左”倾时期公式化、概念化的经济新闻，甚具典型性。当时还有“农业四季歌”——春种夏管秋收冬藏；“工业四季歌”——首季开门红 二季双过半 三季战高温 四季满堂红。

也许“左”倾时代已永远过去了，但作为一段实际存在过的历史，尤其当中国社会还存在不少顽固的“左”倾因素，我们就还有必要对那段历史不断进行回顾，用以自警自醒。对新闻界来说，更是一段必须牢牢记取的历史。

三、改革开放以来

1978年年底中共十一届三中全会召开，工作重点明确从阶级斗争转入经济建设。1979年3月，中共中央宣传部召开全国新闻工作会议，明确新闻宣传工作的中心也要转移到经济建设方面。自此，中国经济新闻报道逐渐恢复正常，不仅出现了《经济日报》、《经济参考》等全国性报纸，也出现了众多地方性、行业性经济类报纸，经济新闻稿件日渐增多，质量也明显提高。广播电视在获得迅速发展的同时，也成为传递经济信息与经济新闻的两条主干道。新时期经济新闻的高速发展，起到了沟通国内外经济生活的重要的桥梁作用，为生产、购买、调运、储存、销售等各个环节与渠道传递了必不可少的信息。股票证券业的开设，使得全国人民的经济生活越发日常化，对经济新闻的依赖日益加重。因此，经济新闻已日益成为人民生活不可或缺的一部分。

从内容上，随着计划经济的逐渐淡出，企业主体经营地位的日益明确，价值规律的市场作用日益凸现，经济新闻报道也从单一的围绕计划的指定、执行和完成，开始跳出多年重复循环的独奏，转向多声部合奏。如农业新闻就突破了“春耕、夏管、秋收、冬藏”的四季歌，工业新闻也跳出了“年初开门红、年中双过半、年底超计划”的框框。首先在报道内容上，就从生产扩展延伸到流通、分配、消费等经济活动的全部过程。经

济新闻报道的思维定向也从以往仅仅局限于生产者角度，转至与人民生活利益相关的消费者角度。从服务功能上，经济新闻报道也逐渐放下高高在上的指导者的架子，主动为企业和经营者传递各种经济信息，服务性定位得到确认。

尤其加入 WTO 以后 各项经济活动的国际化程度越来越高 经济新闻的社会需求量越来越大 其相对独立性日益显现 各项研究也紧跟跟上，已进入一个高速发展的历史阶段。

第四节 我国经济新闻近况与评估

一、长足的进步

进入 21 世纪以来，业内外人士一致公认：我国经济新闻已获得长足进步，报道的广度与深度都已今非昔比，社会介入力度也越来越大。深入性、分析性逐渐代替了平面化的纯新闻报道 动态性、反馈性、服务性新闻经济成为主体。经济新闻还拓展延伸了报道的内容，交叉渗透到科技、法律、教育、思潮等其他社会意识形态 传播新理念 强化人本意识，为整个中国社会的法制化与现代化起到了筑基作用。

从媒介内部人员分工上，除去 12% 的人在报道领域方面没有明确划分之外 人员集中最多的报道领域就是经济新闻 占 19% 其次为文教新闻占 15% 时政新闻占 14% 农业新闻、法律新闻分别占 8% 国际新闻占 6% 科技新闻占 5% 体育新闻和医卫新闻分别占 4%。^①

从报道形式上 从传统的消息、通讯、评论三大形式 发展为快讯、简讯、专访、特写、述评、新闻要目、报刊文摘、专家评论、经济分析等多形式 从不同侧面反映了纷繁多彩的经济生活 并积极服务于企业和消费者。

中国人民大学舆论研究所：《中国新闻工作者的职业意识与职业道德》，《中国记者》，1998 年第 3 期。

宏观方面 如《警惕国际舆论对人民币溢美》(《上海经济报》2001年7月24日)通过深入分析 指出国际舆论溢美之辞背后的潜台词是危险的“中国经济20年来尽管有了长足发展但仍然相当贫弱 如对人民币的币值决策不当 前车之鉴就是日本。面对‘来之不易’的国际舆论的赞美 能保持头脑清醒 看到我国经济的薄弱处 这样的分析自然十分重要,对决策层和广大国民发出了含金量甚高的警惕信号。

微观方面,2001年7月6日《产经新闻》“社会时评”一栏发表了《人才也应盘点》 从我国联想集团员工轮岗制度、日本最大连锁店大荣公司每隔半年对全体员工进行一次内部调整,再说到美国柯达公司半年搞一次无记名投票 发动员工推荐人才或自荐 从而形成内部人才市场 阐发了人才盘点的三大优点。《中国邮政将再次调高邮资带来问号——咋越涨价越亏损?涨价不是扭亏的魔杖》(《工人日报》1999年10月30日)直指中国邮政的高成本实源于不合理的职工高待遇 暗示中国邮政一次次调高邮资的依凭——行业垄断。《现在不敢看病》(《深圳法制报》2000年4月)揭露了医务界的阴暗面 致使普通患者不堪重负 投诉日增。报道引起中央有关部门震惊 立即采取切实措施 改革医疗制度 减轻百姓负担 保障医务质量。2001年11月 中央财经大学研究所刘姝威于《金融内参》发表了《应立即停止对蓝田股份发放贷款》,既专业又精确地指出了已经贷款20亿元的蓝田公司没有净收入来源,不能创造足够现金流量以维持正常经营活动,即不能保证按时偿还贷款本息。仅仅600字的一篇短文粉碎了所谓的“蓝田神话” 全国各银行迅速停止对蓝田公司的贷款,防止了更大的损失。

最可喜的是读到了《石场的故事与科斯定理》(《21世纪经济报道》2001年9月13日)这样有深度的财经知识介绍。全文不足600字 却生动形象地阐述了一则深奥的经济学定理——著名的科斯成本理论。一个经营石场的商人炸山卖石,一年利润几百万 但他却买下了石场周围的大片土地,以防止房地产开发商在此建房盖楼。因为一旦盖楼住人 住户势必会联合起来投诉石场爆破的噪声污染 石场生意便永无宁日。买下空地 为的是免却日后纠葛。石场主人虽然不知什么定理 但

这一聪明的做法却完全符合经济学中的科斯定理——资源会落到创造最高价值的用途上。对石场商人来说，石场周围空地的最高价值就是空置。然而，若这片土地用来盖楼建房的价值超过石场收入，那么房地产开发商便会倒过来高价买下石场。以微见著，趣中含理。此类报道的出现，预示着经济新闻将逐步走向纵深化。

再来读一些经济新闻的标题，如《气象经济：蛋糕怎样做大》、《北京奥运财务运作》、《土地信托乐坏了农民》、《联合国一眼看中 CHINA 避孕套》、《电影票价怎么这么高》、《燃气灶暴利吓你一跳》、《警惕伤农订单》……加上各类迅速及时的经济信息，窥斑见豹，份斤可知。凡此种种，均表明我国经济新闻已走出长期困扰的平面化流弊，站在一个值得欣慰的历史高度。

众所周知，新闻报道所达到的深度、广度乃是媒体综合实力的标志性体现。能够达到今天的台阶，说明我国经济新闻经过多年努力，已初步具备一支专业人才队伍。不仅专业采编人员渐入佳境、感觉日敏，外部的特约撰稿人、特约评论员、特约通讯员队伍也在扩编壮大。在这方面，财经类专业报刊尤其令人刮目相看。《产经新闻》那几档“产经时评”、“周末话题”，不长不短，前卫精彩，既扣财经专题，又合最新时拍，十分抢眼。如《让软件真正成为产业》（2001年8月7日）、《铁通直面危机》（2001年7月6日）、《制造业：重在关前备战》（2001年8月22日）。无论就财经类专业报刊挖找的新闻“眼”，还是分析透入的深度，均令同行艳羡不已——恨不得将他们的专业尖子人才挖过来。

毋庸置疑，经济新闻已日益深入社会各领域，辐射到国民生活的各个角落，成为现代社会不可或缺的一部分。凭借各类中外经济信息迅速及时的传播，各种经济现象深入肌里的分析，经济新闻不仅直接服务于日益腾飞的中国经济，为改革开放保驾护航，提高国民现代经济意识，亦间接监督市场净化环境，释疑解难，指导消费，起到社会经济生活听诊器与预警灯的作用。此外，经济新闻的发展壮大还带动了新的教育市场的开辟。上海财经大学就是在这样的社会大背景下，依托自身原有师资优势，决定举办本科学历层次的“经济新闻”专业，并得到国家

教育部审批同意。而“经济新闻”专业的设置，又将为经济新闻更上一层楼打下极为坚实的基础。事实上，经济新闻专业进入高校，还包含了一大经典意蕴：经济新闻已发展壮大到一个新的历史阶段，在原本包罗万象的综合新闻中脱颖而出，获得令人侧目的独立地位。

二、值得关注的不足

同时 问题的另一面是 从全国经济新闻的总收阅率来看 相当一部分经济新闻仍位居低下 成为业内人士一个不得不挠头的问题：一方面媒体十分希望配合现代化走好经济发展与改革的每一步，但一方面受众又似乎不怎么在乎媒体的献殷勤。“外行看不懂，内行不屑看”的痼疾依然存在 重要题材不是语焉不详便是背景模糊 缺乏起码的解释与分析。一些地区性财经类报纸仅靠微薄的发行量与广告收入维持生计。这些也就涉及到近年经济新闻同样值得关注的“失”了。

那么 问题究竟出在哪里呢 当然 相对其他新闻 经济新闻总是先天不足 较之政治新闻缺少显著性 较之科技新闻缺少知识性 较之社会新闻缺少趣味性，由此而来的还有专业性太强，难写、难懂、难记……自然 这些都是事实。但也正因为存在这些困难 如何克服这些困难才成为必要。就近年经济新闻的某些显弊与克服方法展开讨论，我们提出一管之见。

（一）缺乏指导性

缺乏深度乃目前经济新闻一大流弊 预测性少 动态性少 反馈性少 直接性少。有的经济新闻只限于提出问题 无法进行深入分析 有的甚至连问题都提不出来，只能流于一般化的介绍性直观报道。以上诸弊综而言之，便是缺乏具体针对性与现实指导性。诸弊形成原因诸多 分述如下：

1. 缺乏要素

对过去和现实情况的概括、对未来的分析预测、提出实现未来目标所需的条件或可行性，乃是经济新闻达到一定深度的三要素。三要素环环相扣，前一要素不足，后一要素便受损伤。三要素中，第一要

素——对过去和现实情况的概括——至关重要，也是最难之处。对某条经济新闻或报道所涉及的方方面面的了解，不可能一蹴而就，需要相当的投入。稍微毛糙一点，便会不时露出外行的马脚，甚至会犯常识性错误。如运用数字的精确性乃是经济新闻必须予以注意的一大重点。还有某报说一女孩“两眼间距离为 47 公分”，比整个脑袋还长。再如，我国加入 WTO 谈判之所以必须坚持“发展中国家”身份，要害在于某些薄弱行业，如汽车业、制造业，可获得 10 年保护期。这一关键信息常常为众多涉及 WTO 报道所“遗落”。

另一种要素缺失则是对新闻基本要素的“故意忽略”。如那些一上来便是领导头衔、姓名一长串的经济活动报道，一眼便知属于吹捧性稿件。撰写者原本就是专门写给领导看的，根本就没考虑新闻“接近性”要素与阅读接受面。它们之所以唤不起读者的阅读兴趣，也就自在必然了。

2. 缺乏宏观知识

近年有关我国汽车工业的报道，给人的印象似乎是许多汽车厂都已成了了不起的巨型企业。其实，按照国际专家的看法，一家汽车厂只有达到年产 100 万～200 万辆才能保证经济效益，而我国汽车花了 40 年的时间才于 1992 年突破年产 100 万辆，1997 年达到年产 157.7 万辆。1997 年，长春一汽 17.42 万辆，武汉东风 14.23 万辆，上海大众 23 万辆。其他各厂均等而下之。即便 1999 年全国汽车总量达到 185 万辆（其中 57 万辆轿车），也不过是韩国现代集团一家公司年产量的两倍。我国几经压缩合并，目前仍有 115 家汽车厂，超过世界其他地区汽车厂家总数。如将与汽车工业有关的工厂都算上，总数竟达 2300 余家，其中大多亏损经营或靠贷款维持。而且最重要的是，我国目前汽车工业完全仰仗关税壁垒的保护，才使国产汽车价格数倍于国际市场，超高利润维持了超高成本经营。尤其当时入关在即，本应警惕担忧才是，可我们的媒介仍以夸耀的口吻报道：年产量万辆以上的企业已达 20 多家！这种丧失现实感的报道怎能不引起行家之嗤鼻？

1996 年 12 月，新华社发了一则《15 亿件衬衫谁来穿》的新闻通稿，

各大媒体纷纷刊播。此稿一发 给中国衬衫业带来灭顶之灾 国外衬衫经销商竞相压价 认为既然严重积压 除了降价销售别无出路。具备一定宏观意识的《文汇报》记者万润龙 算了一笔账 结果吓了一大跳 即使全国所有衬衫厂全部停产 5 年 中国也穿不完这 15 亿件衬衫！万润龙通过细密调查 原来全国只有 2 亿件衬衫季节性积压 而非灾难性的 15 亿件。纠错报道发表，才救了中国衬衫业一命。此时，损失已十分惨重。

改进之策：超前预测、及时反馈乃为经济新闻的“拳头产品” 既为读者如饥似渴需求，也是财经类报刊最抢眼的亮点。有的新闻刊物介绍：“不少经济管理部门的决策人员、工厂企业的厂长、经理往往不惜重金，以求经济信息传播机构向他们提供那些不仅材料翔实、依据确凿，且论证充实、全面、系统、富有说服力的既论现实又预测未来前景的信息。”从这则消息中 经济新闻从业人员可感受到强烈的“市场需求”。不过，同时也必须认识到这一任务的艰巨性。如果企业决策者能够自己得到这方面的信息 何必掏出重金呢 这里 既要看到新闻媒体的地形优势，也要看到那一长串定语后面的难度，即对稿件质量要求甚高。换言之，社会经济的发展对该领域新闻采编人员提出了更高的从业要求。

从纯客观报道走向综合分析，无疑已成为今后经济新闻的一大发展方向。从社会各个方面寻找经济信息 嗅吸商机 将报道的触角伸向政治、科技、教育、文化等各个社会领域 围绕财经这一社会中心做足文章。从业人员在“万金油”的前提下 必须提高财经类专业知识 树立宏观意识 才能敏锐地发现新闻所隐含的价值与意义。缺乏宏观意识 就无法为报道对象准确定位，就无法挖掘出各种新闻背后的经济意义。

经济新闻从业人员应该养成以经济学家眼光和思维进行思考的习惯 必须熟悉“以案示法”的“翻译”手段 即通过具体个案 深入浅出地揭示经济事实背后的规律与原理，提炼出经济现象之中的内涵与意义。从告知以事 转向解之以因。如被评为“抓住国企病的典型‘活麻雀’”的《140 万双袜子的命运》（《长江日报》1997 年 7 月 30 日）作者一开始