

地方都市报财经报道竞争新态势

作者：刘袭

近两年，特别是2007年，随着全民理财意识的觉醒，读者对财经报道的渴求爆增，继社会新闻、时政新闻、民生新闻、服务新闻之后，财经报道已成为都市报、特别是地市级都市报竞争的新战区，由附属产品变成了主打产品之一。

竞争态势

宁波市内有3张都市生活类报纸，其中两张以财经报道为特色。但在2007年以前，3家都市报并没有在财经报道领域展开拼杀，倒是在社会新闻、时政新闻、民生新闻、服务新闻等方面比拼得多。

2007年诸多财经事件和现象涉及市民读者的切身利益，直接影响到市民读者的生活质量和家庭财产性收入的增减。股市、房价、粮价、石油涨幅大，人民币大幅升值，消费者物价指数冲至10年最高。于是市民读者存款大搬家，炒股、养基、炒房、投资收藏，寻求更多的投资渠道，市民读者对都市报的理财需求被充分地激发出来，导致都市报、特别是地市级都市报理财报道的大变脸。

2007年宁波报业市场看，宁波3家都市生活类报纸相继在财经报道领域展开了拼杀。

率先在财经报道方面有大动作的是宁波日报报业集团，其旗下以财经报道为特色的都市生活类子报《东南商报》2007年1月1日开始财经报道改版，选派精干的记者、得力的编辑，重新组建了财经部，人员增加了一倍。在版面资源紧张的状况下，压缩了报纸其他内容版面，大幅扩充了财经版面，从原来的常规每天3块版，扩大到5块版，最多一天有7块版。商报特色骤然显现。

《东南商报》财经报道内容上的变化大于版面形式的变化。在宁波率先推出了财经调查栏目，对地方财经热点新闻、焦点新闻展开深度调查，进行较为全面细致的分析、预测，追求一定的财经专业水平，讲究报道的深度和可读性。财经调查整版刊登，每星期刊登2至3篇，构成财经报道最具有影响力、可读性最强的内容。整版推出以藏宝、金融和证券理财为主的投资理财报道，贴近读者，增强报纸的服务性。推出了以产经新闻为主的民营经济周刊，为宁波企业服务、为中小企业和企业白领服务，弥补了宁波地区报纸缺乏产经新闻专门版面的空白。强化了帮助解决市民在消费领域纠纷为主的财经维权报道。推出商业评论，推出经济与法特色周刊，填补了宁波地区报纸的栏目空白。改造了常规财经报道，增加了财经内容及新闻性和可读性。

《东南商报》接连大版面推出以财经或经济专题新闻为主的重大主题报道。2007年相继推出了三组各8块版独成一叠的重大主题报道，增强了财经报道的厚度和影响力。

新华社在宁波办的子报《现代金报》，同样是以财经报道为特色的都市生活类报纸，也发挥自身优势积极参与了财经报道大战。强化了服务性的理财报道，先是推出4块版的理财周刊，不久又把理财周刊扩大到8块版，意在靠版面规模取胜，后来居上。《现代金报》充分发挥背靠《上海证券报》的独家优势，率先出手做大证券报道。

宁波日报报业集团旗下的另一老牌都市生活类子报《宁波晚报》，一直在观望《东南商报》和《现代金报》在财经报道领域的拼杀。最近也有所动作，在周末推出了8块版的理财周刊，接着在周六也推出了8块版的证券周刊。

地市级都市报以前没有财经报道，但有经济报道加证券报道，现在是从经济报道向财经报道转型。所以，与专业的财经媒体、一线城市都市报和省级都市报的财经报道相比较，目前地市级都市报财经报道内容还不是完全意义的财经，其中经济报道、消费市场信息、条口新闻占据主体，而严格意义上的财经新闻极少。地市级都市报的经济报道如何迅速地适应读者新需求转型到财经报道，目前正在不断探索中。

虽然地市级都市报财经报道的版面和稿件数量大幅度增加，报道规模上去了，但财经报道的版块质量和稿件质量大致还停留在原来的水准。最大弊病是财经报道严重缺乏专业水平。很多发在财经版面的稿件，细看内容还停留在过去党报的经济新闻层面，有的还是工作性报道，有的仅是政府经济部门数据的简单罗列。财经报道的深度不够，表现的层次肤浅，缺乏专业透彻的分析和预测。财经报道的面太窄、领域太狭小，很多财经领域还没有涉及到。

地市级都市报财经报道的服务性内容亟需增加，服务性报道领域亟待拓宽。

导致地市级都市报财经报道起点和层次都较低的关键因素，是财经专业采编人员奇缺。现在所谓的财经记者，实际上都是长期做经济新闻、条口新闻的，对财经报道并不太熟悉，缺乏专业财经知识，若要转型成为专业的财经记者需要很长时间。

地市级报业市场缺乏竞争、或者竞争和缓的环境，也是造成地市级都市报财经报道的起点和层次都较低的因素之一。很多地市级报业市场只有当地地市级党报以及党报办的子报，在广告商区域性投放广告的趋势下，省级都市报对其难以构成根本性冲击。在没有激烈竞争的小区域，财经报道的起点自然高不起来。

都市报财经报道领域存在的误区

误区之一：以为党报的经济报道就是财经报道。地市级区域经济限制，当地财经新闻信息源极少，一般没有建立财经新闻信息收集网络，记者难以得到新闻信息。而政府部门、条口新闻提供的经济新闻信息很多，且构成收集网络。自然版面上就堆满了经济报道。

误区之二：以为市场价格信息罗列就是财经报道。市民读者会关心菜价、肉价之类的信息，波动大时偶尔报道一下，还有人关注；但毕竟其日常波动很小，天天报道，就变成一地鸡毛了。

误区之三：以为股票证券信息就是财经报道。在以前理财渠道很少的状况下，地市级都市报的财经报道由经济新闻和证券组成。很多人沿袭这种思路单一地认为股票证券就是财经报道。但现在理财投资的渠道多了，市民读者的理财生活也丰富了，财经报道就不能单一地以证券为主了。况且，有一大堆专业的证券报，电视、网络媒体及时播报证券信息，第二天才到读者手里的都市报证券信息，没有什么竞争优势了。

误区之四：以为经济信息就是财经报道。有的财经记者专门盯着条口、部门要经济信息，而不能到市场和行业、企业去抓真正的财经新闻。有的报纸现在还在强调财经报道要信息量，却不知在信息泛滥的今天，市民读者更需要的是对财经信息前因后果的归纳、分析、预测。

误区之五：以为产经新闻就是给企业做广告。发生在企业和行业的热点新闻上不来，为企业和中小企业主、白领服务的内容太少。当然，写产经新闻时要把握好尺度，防止变相地被企业和公司利用。

都市报财经报道需要破解的难题

1. 财经报道信息源不足。要逐步增加专业财经报道的分量，以期最终办好真正的财经报道。因此，迫切需要改变财经新闻信息采集的模式，尝试从市场、行业、企业、经理人、读者等获得鲜活的新闻线索，构建财经新闻信息采集网络，改变传统的主要从政府部门和通讯员获得新闻信息的采集模式。

2. 财经专业采编人员奇缺。报社要舍得投入，从应届大学毕业生招收专业财经记者，或者从财经专业媒体、省级都市报引进成熟的专业财经记者，给予比一般记者更高的待遇。同时，对原有经济条口的记者进行培训，促使其转型。可在一些知名的大企业发展特约记者。

