



## 21世纪经济报道与经济观察报的试比较

时间：2006-2-1 14:20:43 来源：中国新闻研究中心 作者：王又锋 阅读1639次

### 21世纪经济报道与经济观察报的试比较 ——请教21世纪经济报道头版负责人谭昊老师

发稿：中国新闻研究中心

作者：王又锋

单位：河南大学新闻与传播学院

地址：河南大学新闻与传播学院16号信箱

邮编：475001

#### 一、以两报报道“煤电价格僵局”为例

我们很好的利用了周三报的长处，就此分别在1月11日和1月13日各发表一篇报道——《粤电董事长潘力：煤、电不能只放一头》和《电煤市场化“在对峙中前行”》。前篇以一家电力公司老总的视角为切入点、在电煤企业和发电企业处于僵持状态的大背景下对此经济事件做了报道，讲出了电力企业的苦衷，并用潘力的话点出了造成此僵局的一个要害之处“要进行市场化改革，只能同时进行，而不能只放开一头。”；后篇正面报道了济南会议双方和相关专家的说法，并在最后由国家发改委的话指出了此次济南会议的意义和未来的发展方向，报道指出了煤电企业及职工不同的处境，道出了“发电企业依然希望依靠行政力量来获取比市场价格远为低廉的计划煤，并以此作为提高利润的主要手段”这一问题的所在，并指明了发电企业应向自身要效益的出路。

除此之外，我们还配发了本报评论员的2篇评论《煤电僵局或催生电价机制调整》《电力“计划价”仍是主流“市场价格”如何形成？》，前者对“全煤会”做了回顾，指出了该会近来的不和谐的趋势，并指出了发改委的两个选择；后者对此次会议僵局做了评论，并分析了电力今后如何形成“市场价格”。

评价：两篇报道分别点出了一个要害，合在一起让人对问题有了较为全面的认识。但本人认为，此济南会议前后持续了10天，我们的报道还是略有单薄，比如后篇中也点明了电力企业的自身问题，如高耗能低产出，并一笔带过了与国外电力企业相比耗能高出20%以上。本人认为，我们应该刊发一篇国外电力企业的具体能耗与发电情况，以此让国内叫苦的电力企业感到自己的差距。另外提到了煤炭企业职工待遇低、安全投入欠帐高和电力企业职工在利润下滑的情况下依旧享有非正常高待遇的问题，本人认为10天时间，我们完全有能力分别采访一家有代表意义的煤炭和电力企业，对他们分别作为标本进行解剖，让具体事实摆在世人面前，孰是孰

- 媒体的“别读”与“色眼”
- 新闻标题“晕品”集珍
- 媒体奥运报道的三宗罪
- 媒体地震报道的十大事件
- 地震灾难岂能成媒体狂欢
- <桂林日报>荒谬的道歉
  - 人文还是新闻？
- 娱乐媒体“迷路了”！
- 省委书记，请勿动怒！
  - 透过媒体看女球迷
  - 媒体少一点“炮轰”
- 传媒生态恶化令人吃惊
- 刘德华给媒体上了一课
  - 禁绝媒体语言歧视
  - 不要这样写方汉奇
  - 我怎么看不懂报纸了
- 重庆媒体缘何沦为娼
- 商业化社会下的媒体尴尬
- 媒介普遍存在性别盲点
- 谁策划了“新闻连续剧”
- 杜绝财经新闻“八卦”
- 媒体不要做沉默的羔羊

非，公众心中也会自有数，也能更好的为以后问题的解决提供参考。

经济观察报由于是周一报，他们在1也16日只发了一篇完整或称综合的报道《煤电谈判对峙中结束 解决方案有点蒙事》，报道中重点突出了“煤炭的抱怨”和“发改委的出面”，指出了问题解决的“蒙事”，并在最后写出了争执的两个新动向——煤炭的歇工和电力企业购外煤，表明还有更漫长的改革之路需要走下去。他们的报道重在对此事件事实的描述，指出了问题，但基本上没有对问题的原因进行分析。

两相比较，我们的报道量大更全面，传达的信息更多，这是我们周三报的报纸周期决定的优势，即我们可以更及时地、前后纵深地进行报道，这是我们较经济观察报具有竞争力的所在。所以我们要发挥渐进式报道的优势，既能快速及时的做出报道，更能随后进行跟进报道，把新闻引向深入，使读者在报道的不断深入中，获得对社会尤其经济领域变动的及时而不失深度的把握，并在探索式阅读中产生阅读快感，享受阅读带来的快乐。当然，经济观察报的报道随不是很及时，但全面，读者获得信息的成本较从我们这里获得要低，但是考虑到二者受众的阅读需要，在成本差距可以接受的前提下，这一点是可以忽略考虑的。

## 二、1月9日两报头版比较

### 1) 最上横排图文导读

《经济观察报》图文匹配，标题和提要简约、爽朗，留白恰当，给人视觉上的舒适感；我们导读标题太多，上下分4行，给人沉重感，且突不出重点，图形呈圆形不符合人们的阅读习惯，不宜放头版位置，且很难看出与哪个标题有关联，给人以阅读障碍。

### 2) 头题报道

《经济观察报》图文搭配，成块状，具有整洁感；我们且不说假头条有干扰，图片新闻被嵌在头题报道中，让人极易产生误读，理解成图与本文有关，标题做字号大而重，但排的文只是一栏，有点失衡感。

### 3) 导读标题

《经济观察报》的标题大都是内涵式，即具有悬念或有故事感，容易使人产生阅读内文的兴趣，比如《中国买家各自为战 铁矿石谁居中渔利》、《平安健康险“涨价”背后》、《张斌离奇去职 中外运故事重新开讲》、《联想亚信高层换将 亚信集团艰难转型》等等；而我们的标题则大都是陈述式，即一句话把整个报道的内容全透露出去了，产生不了导读的本来功能——不但要“导”，而且让人去“读”内文，比如《上海19区县功能定位推迟定案》、《日本拟任新驻华大使 或将延续“知华派”风格》、《华源重组竞争者通用：“30亿元不成问题》、《航空三巨头联名上书：退还免税款，破除垄断》等等。

### 4) 整体感觉

《经济观察报》简约整洁，留白较多，给人以清新之感。我们头版导读、提要过多，像评论提要的《龙之跃：中国企业梦想全球》（况且此标题又有点虚，虚标题是不适宜放头版的导读中的）和四幅照片，其实没什么值得放到头版来的价值，倒不如空下来留白，加上假头条、图片新闻的干扰，给人不舒服感和压抑感。

## 三、 我的头版编辑主张

在以上的基础上，我在这里简单说一下我对头版编辑的一些看法和主张，敬请不吝指教。

1) 在版面意识之外，引入“页面意识”，即借鉴网络媒体新闻主页页面的简约、方便特色。具体表现我们可以参照陈彤创立的新浪新闻编排准则：一、标题不转行。二、按新闻的截

稿时间把新闻标题从后往前排，且按照“要闻”、“国内新闻”、“国际新闻”、“财经科技汽车房产”、“娱乐体育社会”等一定分类有序、合理排列。

针对我们21世纪经济报道来说，我们的头版导读中还会出现新闻标题转行的现象与导读标题无序排列，据本人分析，头版左/右侧的导读既不是按版次也不是按新闻重要性上下排列，这些都是我们需要改正的。新浪等网络媒体在适应新时代现代人阅读方面形成的一些网页页面编排是值得我们学习和借鉴的。

2) 倒二八理论的运用。记得从一本专业书上看到的这个理论，大意是用80%的精力做20%的精品稿、好稿、有竞争力的稿子；用剩余20%的精力做那80%的普通稿。也就是说一张报纸并非要把每一篇报道都做得卓越，而只是做好其中的一小部分。

那么，我想在头版编辑中，头版导读中究竟应该出现多少篇报道的标题，不知道咱们有没有个内部的标准，但我看了咱们和经济观察报的头版，发现头版出现导读标题都超过了20%，有时能达到总量的30%。本人觉得对此我们可以按照这个倒二八理论，即头版导读标题数量不应超过全部报道数量的20%，能把最具竞争力的报道标题出现在头版导读就可以了，但多了，导读就失去了自身的意义，而且影响头版对读者的吸引力，给人以繁缛之感。

#### 四、我的经济新闻理念

作为想做“中国的华尔街日报”的 21世纪经济报道来说，我觉得我们的理念除“新闻创造价值”外，还应在前面加上一句“阅读产生快感”，二者合在一起“阅读产生快感，新闻创造价值”共同构成我们的新闻追求。我们奉献给读者的一是阅读时的快感，二是阅读后的价值，二者缺一不可，这才是一张成熟的主流财经大报的风范和品性。而快感或快乐的阅读，要求我们记者的行文要流畅，有趣味，还要有起伏的抑扬顿挫之感，即行文的故事性和跳跃性，比如双线索、短句、蒙太奇等笔法的运用。创造价值的要求是报道不但要客观及时的报道经济事件的事实，还要全面关注经济领域乃至全社会变动的动因（由来）、动态（事实）和动向（趋势），更要将此变动将给读者所在的社会、群体和个体所产生的SWOT即S代表strength(优势)，W代表weakness(弱势)，O代表opportunity(机会)，T代表threat(威胁)，让其能在阅读后对自己接下来要选择的路有个参考和参照，此乃我们要奉献的价值。

谭老师，以上是我即兴而起，发出的一些自己的理解和看法，肯定有许多不妥之处还请谭老师谅解，并希望您批评指正。

文章管理: mycddc (共计 5126 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏: 王又锋

- 猛炒“中国第一猛男”是中国媒体的耻辱 (2006-11-5)
- 质疑同级党报不能批评同级党委 (2006-11-28)
- QQ聊天搬上报纸版面盛行令人忧 (2006-10-23)
- 地市报应以新主流时政类都市报为目标 (2006-10-21)
- 从南方周末同期两篇报道看导向的混乱 (2006-7-15)

>>更多

相关文章: 21世纪经济报道

- 中国商业报纸未来 (2004-12-21)
- 21世纪经济报道成功秘诀: 财经新闻娱乐化 (2004-11-27)
- 状告《21世纪经济报道》胜诉 (2004-11-13)

· 《21世纪经济报道》文章失实 被判刊登声明道歉 (2004-3-17)

· 沈颢:《21世纪经济报道》的领导力量真相 (2004-1-14)

[>>更多](#)

← 21世纪经济报道与经济观察报的试比较 会员评论[共 0 篇] 卜

← 我要评论 卜

会员名:

密 码:

提交

重写

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](http://www.cddc.net)

未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.