



21世纪：需要什么样的经济报纸？

时间：2002-9-12 22:44:10 来源：中国新闻研究中心 作者：徐芳、陈家林 阅读972次

随着我国社会主义市场经济体制改革的推进，经济和人们生活的关系愈来愈密切，人们对经济信息的需求也愈来愈大。经济报道和经济类报纸就在这样的背景下迅猛繁衍，但需要注意的是，这种表面的热闹掩盖着另外一层现实：经济类报纸正在萎缩。据中国经济信息报刊协会统计，从1993年到1999年，中国经济信息报刊由147家减至105家。其中，有机构精简而不得不停刊的，也有经营不善而自行转向的。这种现象表明，历史为经济类报纸提供了机遇，但机遇没有被均享。只有认真对待读者，符合市场需要的报纸才能获得机遇的青睐。在新世纪的开始，报业的市场环境产生了巨大的变化，尤其是经济类报纸，不但其市场随着整个报业市场的变化而变化，而且它的报道活动所指向的对象，人们的经济活动，更会产生难以想象的巨变。知识经济、WTO使人们的经济活动具有迥然不同的性质和方式。对报业经济来说，一个值得我们去探讨的问题就是：21世纪需要什么样的经济报纸？

这样，南方日报报业集团应新世纪之势而推出的一份全新概念的报纸《21世纪经济报道》，也就特别引人注目了。

本文试图对《21世纪经济报道》的读者定位、报纸风格、报道手法等方面进行分析，希望能对新世纪经济类报业市场的变化和办报方向有所启发。

一·报纸风格：冷静、务实的理性风格

《21世纪经济报道》显示出一种与其他财经报纸差异较大的风格特征。端庄沉稳中略见圆润的大标扁宋报头，从墨绿到湖蓝不同层次的冷色调运用，显示着报纸冷静务实的理性色彩。正如该报刊在创刊号上的一则自我形象广告中所说的：以务实、开放、求证的心态观察经济形势，以全新的视觉报道经济新闻，传播21世纪经济理念。在版面风格上，《21世纪经济报道》黑体、楷体两种标题字的选用，整齐统一而又流畅自然；版面的六栏分割，形成了较宽的模块，适合报纸详尽的报道风格，也在版面上体现出一种宁静舒缓的节奏；加上较多的留白和和六号细线有节制的运用，使整个版面秀气中见大方，稳定里显轻松，虽有很多大块的文章，但并不显得拥挤拖沓。报纸的这些风格特色显示了《21世纪经济报道》全新的办报理念，对身处繁忙的都市生活中的中产阶级追求宁静的精神生活、优美雅致的阅读口味的把握。

《21世纪》是周一报，逢周一出版。对开32版，分新闻、业界、IT、财经、管理、财富、评论和生活副刊八个部分。新闻4版，分综合新闻和焦点新闻两大板块；产经4版，分汽车、家电、药业和地产；财经4版，分B股/基金、主板、金融；管理4版，分实务、人力、在商；评论4版，分观点、声音、国际评论；财富4版，分淘金、利市、赢家；IT4版，分通讯、网络、电脑；生活4版，分专栏和影响。

- 时政新闻周刊的运作空间
- 期刊数字化: 战略与节点
 - 《诗刊》和一个时代
 - 报纸何以不死？
 - 中国晚报发展综述
 - 我国期刊业十年变革
 - 解读西安传媒的符号
 - 报业尴尬 应对有方
- 经营产业集群应对报业...
 - 实现西部报业新跨越
 - 中国报业的节点
 - 报纸的艰难时刻？
 - 报业王国的脚印
- 为何重庆经济报突然死亡
- 外忧内困的体育专业报
- 第一财经的跨媒体之惑
- 全球报业寻“免费”出路
- 老年类媒体生机何在？
- 华商报业明天在哪里？
- 台湾报业: 三大报纸鼎立
- 《南方体育》传媒江湖史
- 市民生活报“10年”拐点

在板块安排上欲覆盖尽量多的行业领域，既是出于吸引广告考虑，也是经济报纸要提供尽量多信息的要求。《21世纪经济报道》为了成为中国经济在WTO坐标下展开一卷“清明上河图”，比一般的经济类报纸更注重于体现信息量和驾驭深度报道的能力，力求体现WTO背景下中国宏观与微观经济可能出现的改变，以及这些改变所要取向的路径选择。比如与《中国经营报》相比，两份报纸都有财经、管理和评论板块。《中国经营报》的财经版范围比《21世纪经济报道》要宽泛；但它的有关管理的企业板块则远比《21世纪经济报道》深入详细。至于评论版，《21世纪经济报道》注重对中外经济社会问题的深入分析，强调其言论的权威性和世界眼光，因此，请权威人士撰稿、开设专栏，并辟有国际评论栏目。如去年12月7日的丁学良文章《为什么中国内地出不了大企业家》、今年4月2日的张维迎谈话《探求管制与垄断的因果逻辑》、张五常文章《出售土地一举三得》；国际评论版上的文章《华尔街几时才能走出熊市？》、《欧元为什么疲软》等。值得注意的是该报还通过与MSNBC、LATS等国外机构互动提供新闻稿件，刊登美国著名经济分析家詹姆斯·弗拉甘尼等人的专栏文章。其力图展示国际背景下的中国经济全景，打造全民经济时代中国的《华尔街日报》的努力由此可见一斑。

二·报道手法：难以掩饰的社会关怀

在《21世纪经济报道》冷静、理性的版面风格中，隐藏着它的社会关怀激情。这主要体现在它的报道手法上。《21世纪经济报道》犀利、深刻的深度报道，使它对经济现象的分析不仅仅停留在经济的层面上，而往往会从社会、思想的角度去探讨政策性、体制性的问题。下面试图通过该报对不同新闻题材的处理来说明这一点。

1·广电改革

广电总局要成立一个全国性广电网络集团的计划酝酿已久，去年10月广电总局网络中心主任陈晓宁就在公开场合宣布了这消息。《21世纪经济报道》在2000年12月7日的报纸以“广电削藩帝国难造”为标题对此作了深度报道，配广电总局大门图片和一篇背景资料，用表格形式列出各地“诸侯”割据的情况。报道在中央和地方、广电和电信、网络建设中的国有资产和社会资金及外资等矛盾关系中，对改制所涉及的难点和焦点问题作了深入细致的分析，不但有对事件来龙去脉的交待，更有对新闻事件的独到见解。比如对广电改革和资本市场之间的敏感关系、广电部门自身存在的不足、以及各地诸侯和中央单位如何平衡各自利益关系等问题，都有令人信服的分析，再结合文章的标题和所配的图片，更具有一种意味深长、以少胜多的效果。

2·郑百文重组

事情发生在2000年11月30日。

《21世纪经济报道》则在12月7日头版位置发了一篇深度报道：“郑百文重组疑无法律依据”。文章对12月2日的郑百文重组新闻发布会的诸多疑点和各方利益关系，进行了层层深入的剖析。如郑百文为什么没有破产？发布会上为什么没有郑百文的代表？重组为什么这么快？等等。最后指出郑百文重组方案缺乏法律依据的地方，以及现行《证券法》、《公司法》不够完善的体制原因。然后配一篇分析：“三联舞剑 意在国美”，指出三联想要入主郑百文的目的。

3·设立开放式基金试点公司

2001年3月底，中国证监会公布了对10家基金公司的问题调查，随后确定华安公司为第一家开放式基金试点公司。意味着我国证券市场将步入一个新时代。

《21世纪经济报道》在4月2日的财经板块上做了一整版的内容。主打稿件“华安抢跑开放式基金 封闭式基金死而不僵”，不但介绍了华安的筹备工作，开放式基金的独特功能及对促进中国基金业走向成熟、专业、和规范的意义，还解释了华安公司为何会成为证监会的首选试点单

位，封闭式基金和开放式基金在我国现实环境中各自的优势和劣势，尤其是在目前的管理体制和市场意识的情况下，开放式基金能在多大的程度上提高市场的成熟度和规范性进行了理性的思考。两篇配合稿件“华安旧史”和“中国基金从封闭到开放”，比较详细地介绍了华安公司情况以及中国基金业从无到有、从不规范到与国际接轨的10多年发展历史。在头条位置再配发一篇言论“基金千万别变成坏孩子”，指出中国基金业存在的问题并非是因为“不开放”，而是制度弊端所带来的必然现象，如果制度不改，开放式基金的前途同样值得担忧。

如果对比《中国经营报》对这三件事情的报道，就可以看出两报在报道操作上的不同之处。

《中国经营报》更多采用消息、人物访谈的方式，而《21世纪经济报道》则更多的采用深度报道的方式。如“郑百文事件”，《21世纪经济报道》自12月2日的新闻发布会后，就在12月7日的报纸上报导了有关重组中存在的疑点；而《中国经营报》在12月5日对张继升的访谈文章中仍在谈重组的可能性和重组后的前景，12月12日才有文章对重组产生怀疑。可见《中国经营报》注重权威性消息源的立场，《21世纪经济报道》重视对各种信息的综合分析，提出独立见解。在实际指导、贴切具体上是《中国经营报》更具优势，而在见微知著、剖析深刻上则是《21世纪经济报道》更胜一筹。

当然，两报最大的不同还是在于新闻眼光和实际经营眼光的差别。《中国经营报》注重的不是新闻事件本身的新闻价值，而是它对经营实务的意义。《21世纪经济报道》更注重新闻事件本身的价值，从前期采写到后起的编排处理都很重视突出新闻事件对社会经济生活的重大意义，往往从全球的眼光、历史的眼光来审视中国的经济现象和经济制度，所以在经济报道中还带着一种知识分子的人文关怀。所以有人认为《21世纪经济报道》是《南方周末》“新经济、新文化”板块的放大，主编沈颢也承认《21世纪经济报道》还带有一定的母体痕迹。

三·市场定位：中产阶层的代言人？

报纸的风格优劣最终要由市场来检验，只有符合自身读者定位的报纸风格，才能说是合适的风格。《21世纪经济报道》努力打造的报纸风格也是出于自身的市场定位的考虑。

《21世纪经济报道》面向的是一个较高收入人群，或者是力图通过经济手段改变个人生活状态，挤进这一群体的人，该报用“经济人”来称呼这一群体。这样的读者定位比较模糊，我们不可能根据这样的描述来确定读者的个体特征和行为特征。能大概确认的只有两点：收入较高、与经济有关。

从《21世纪经济报道》创刊号的附报读者调查表中，我们能获取一些较具说服力的信息。调查问卷第一部分第10题：您认为目前市场上有一份与中国加入WTO以后的经济形态相应的报纸吗？第11题：如果《21世纪经济报道》要与WTO接轨，您会感兴趣吗？第三部分是对读者使用互联网情况的调查，包括使用场地、使用内容等；第四部分是读者工作情况调查，其中第22题：您所在的公司与外国公司有业务往来吗？和23题：您个人是否参与您公司的海外商务运作？25题：以下哪些产品或服务您有权作出购买决定或负责该项工作？所提供选择范围包括信息技术类、电信和办公设备类、车辆和商业服务类等。第五部分是读者的收入和投资情况调查，两端分别为6万元和100万元，显然该报将收入处于这一区间之内人群视为自己的主要读者群体。最后两个问题也能说明同样的情况：1. 在过去一年内，您有过多少次商务旅行或私人休闲旅行？2. 关于商务旅行，您通常乘坐的舱位是：…仅仅一份问卷不能说明更多的问题，但从中我们至少能看出该报对报业市场认识上的一些重要倾向：1. 新世纪的经济活动与互联网、全球化息息相关，读者对相关信息的了解欲望可能会上升；2. 经济类报纸的目标读者群是一个有着较高收入的群体。

《21世纪经济报》主编沈颢曾经分析过中国当前的社会阶层变化，他认为传统的知识分子开始分化，有的边缘化，有的精英化，但代表社会生长力量的是企业精英和商业精英。这一阶层的主导文化——企业精神和商业精神，随着这个阶层的主流化也可能会慢慢的成为社会的主导文

化，但在目前，由于传统政治体制和文化体制的排斥，中国的这个阶层还缺少一种成型的文化体系，也就说还缺少自身的话语。简单的说，中国中产阶层还处于一种社会地位的主流化和文化话语的边缘化的尴尬处境中。因此，这一群体对新闻的需求不仅仅是叙事式的，而更多的是背景式的、评论式的东西。

基于这样的认识，沈颢认为《21世纪经济报道》关注的就是这一阶层，“反映他们的东西，与他们一起成长”，使报纸成为一个平台，做到媒体这个文化体系与商业体系的良好互动。所以《21世纪经济报道》没有把自己定位为一份仅提供经济信息的报纸，而是一份有着社会关怀的报纸，不但有对财富的关怀，还有对财富来源渠道的关怀，或者说对获得财富的基本制度的关怀。

四·启发：21世纪，需要什么样的经济报道？

《21世纪经济报道》的发展势头是极其迅猛的，创刊以来，其发行量以每期20%、25%的速度递增。报社预计可以在半年内提前完成预定的发行目标—20万份，实销17万份。这基本上也就是目前经济类报纸的老大《中国经营报》的发行数据了。

但是《21世纪经济报道》的意义不仅在此，而更在于它的办报理念、它对报业市场的思考方式给我们的启发。

我国的经济类报纸源自经济信息报等行业报纸，从时间上来说还早于晚报，更早于都市报。作为行业机关报的先天不足和来自晚报、都市报的残酷挤压，使经济报纸在很长时间内都没能找到自身的位置。或者仍然局限于机关报的作风，或者也大量刊登娱乐、时尚内容，异化为他类报纸。甚至连《中国经营报》这样成功的经济报纸，在它的热炒风格和时尚版面上，我们也能看到都市报的痕迹。

经济报纸应该怎么办？

经济报纸应该关注经济活动本身。这是《21世纪经济报道》给我们的第一个启发。任何市场的成熟发展都必然会带来市场细分的深化。经济类报纸在报纸功能趋向综合化、大家都办经济版的背景下，它的竞争优势在于它对经济报道的专业水准上，而非其他方面。《21世纪经济报道》在报界一派热哄哄齐趋都市报的情况下，独自开辟一方冷静、理智的天地，确实需要过人的眼光。

报纸要符合报业市场的需要。

这道理谁都知道，但谁都不敢说自己一定能做到。结合经济类报纸，其市场总是随着社会经济环境的变化而变化。专业户、个体户、经理人、中产阶层，这些名词代表着我国某一社会群体的发展、分化，也代表着我国经济大环境的变化。不同社会阶段的不同群体与经济活动的关系是不同的，他们对经济信息的要求和获得经济信息的方式也都是不同的。把握报业市场主要就是把握这些方面。在沈颢的话里，我们可以看到《21世纪经济报道》是如何把握市场的。应该说它的冷静、理性追求和急切的社会关怀之间，存在着一定的矛盾，但对经济公平机制的要求，确实是市场经济发展到一定阶段，一个社会群体的共同要求。改革开放20多年来，社会经济环境在日新月异的变化，经济报纸的读者群也在变化。在新世纪，我们将会看到经济环境和社会群体更为迅速的巨变，这决定了报业市场的变化，也要求经济报纸随之而变。比如，加入WTO后，中国在国际经济分工中的地位将逐渐提高，从与发达国家的完全垂直分工逐步转向更多的水平分工。这意味着我国与国际经济关系的性质和方式都会发生转变，最直观的就是与国际经济有关系的行业和人群会发生变化。在垂直分工模式中，与国际经济密切相关的是劳动密集型产业、低教育程度人群；而在水平分工模式中，与国际经济密切相关的更多的是知识密集型产业、受教育程度较高的人群，而这也就是现在的报业市场尤其是经济类报纸的主要读者。因此，《21世纪经济报道》所尝试的“世界眼光”，是否也能给我们一定的启示呢？

最后，对高质量的“硬新闻”的需求，将是新世纪中国报业市场的一大要求。

从晚报开始到都市报的崛起，中国的报纸都在走“软”化的路子。似乎读者需要的就是一个“软”字，非“软”不足以满足市场。《21世纪经济报道》的发展模式使我们看到了市场的另一面。实际上现在有大量的报纸在提供“软新闻”，而高质量的“硬新闻”则相对不足，经济报纸的本性要求它要以提供经济信息为主。但在网络时代信息大量过剩的背景下，人们缺少的不是信息，而是对信息的高质量加工。《21世纪经济报道》以综合报道为主的报道手法，重视对信息的综合处理，不以信息的量见长，而以信息的质取胜。在《21世纪经济报道》条分缕析、洞微知著的报道中确实使我们感到“比消息更生动的内幕，比内幕更生动的见解”报道方式的必要性。

当然，这份新生的报纸肯定会有它的幼稚之处。仅有对市场的敏感是不够的，还要有对目标市场的调查论证。如何根据一个模糊的群体来生产特征明确的产品，这将成为《21世纪经济报道》一个首要的难题。对目标市场认识上的模糊必然会带来报纸操作上的问题。按理来说《中国经营报》读者要比《21世纪经济报道》的读者更为专业，但我们看到在提供一般性常识的，正是前者，而非后者。而《21世纪经济报道》过于急切的社会关怀和对体制问题的偏好，有一定市场根据，但仍使人感到更多的是源自于《南方周末》的传统而非市场的需要。而且其社会关怀背后隐隐可见的人文激情，也与整份报纸试图体现的、或者说所有的经济类报纸都需要的冷静、务实、理性的风格有所冲突。当然，不是说一份经济类报纸就不能有社会关怀，但它只能从经济的角度关注社会、体制问题，而不是从体制、社会的角度去关注经济问题。如何在这两者之间找到一个平衡点，是《21世纪经济报道》树立自身风格、培养忠诚读者群的一个关键问题。现在看到的报道上，《21世纪经济报道》往往在这两点之间摇晃，这是它的不成熟的表现。但是，对于一份新生的报纸，我们只能期待它走向成熟。

参考资料：

- ① 《中国经营报》2001年1月1日—4月19日
- ② 《21世纪经济报道》2001年1月1日—4月23日
- ③ 《媒介经营与产业化操作实务》万力主编 P121
- ④ 《新闻实践》2000年第12期
- ⑤ 《南方新闻研究》2001年第1期
- ⑥ 《新闻大学》2000年冬季号
- ⑦ 《新闻出版报》2000年11月15日（第2484期）
- ⑧ 《南方新闻研究》2001年第1期
- ⑨ 《母语》2001年第1期

作者单位：浙江大学新闻与传播学院 99级新闻研究生

相关文章：经济报

- 中国经济类报纸的第一个三十年 (2007-5-29)
- 对一条媒体涉外经济报道的反思 (2007-4-16)
- 我国当代经济报道写作观念变化 (2007-3-28)
- 经济报道提高可读性和深化主题的思路 (2006-10-25)
- 如何提高经济报道的新鲜度 (2006-3-22)

[>>更多](#)

└ 21世纪：需要什么样的经济报纸？ 会员评论[共 2 篇] ┌

💡名与实不符，名为研究21世纪需要的经济报纸，实为《21世纪经济报道》做宣传，难道21世纪需要的经济报纸只能是《21世纪经济报道》？止于研究，没有创新。从理论到理 [秦地人于2002-9-13发表]

💡现在急需知道的是你认可的那些报纸什么时候挣钱以及有没有可能挣钱。不挣钱办报干吗？各地办个人民日报分印点不就行了，或者再加上个地方版。 [tomerhu于2002-9-13发表]

└ 我要评论 ┌

会员名 密码:

[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
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.