

浅析都市报财经新闻的发展趋势与对策

孔 花

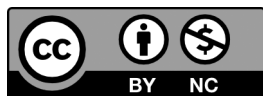
山东农业大学，泰安

摘 要 | 文章对现在都市报的现状进行剖析出发，紧扣当今社会、现代生活、现代读者对财经新闻迫切需求的趋势，认为做强财经新闻报道可提升报纸影响力；就深奥和复杂的经济问题如何做得通俗易懂进行了细致分析；并结合实例，就如何做好都市报财经新闻报道进行层层解析；提出了都市报应如何对财经新闻进行定位。最后，提出了对办好都市报的财经新闻需要思考的几个问题，并就解决都市报财经新闻面临的瓶颈问题提出对策。

关键词 | 财经新闻；经济生活；理财

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 发展趋势

1.1 做强财经新闻以提升都市报竞争力

都市报在 10 多年前创办之初以其可读性及关注民生见长，因为那时是谁的思想解放，谁敢为老百姓说话，谁的反响就会大，人们就爱读谁的报纸，这是当时都市报走红的重要原因。如今同一城市几家都市报风格都是同一版本，看

作者简介：孔花，山东农业大学，学生。

文章引用：孔花. 浅析都市报财经新闻的发展趋势与对策 [J]. 财经聚焦, 2021, 3 (4) : 358-369.
<https://doi.org/10.35534/fef.0304017c>

一张报纸也就知道其他几家大概是什么内容,因为各自找不到出路,随之而来的是报业之间的恶性竞争。都市报应改变思维方向,重新认识如今读者。现在的读者已不是10年前的读者,老百姓现在的茶余饭后不再以议论政坛轶闻及猎艳为乐,而是更多地讨论如何赚钱、如何省钱、如何理财,这个任务应由都市报的财经新闻担当。关注经济利益的重新分配,从财经新闻中找突破口,帮助读者掌握有用的信息,整理财经信息,这样报纸在争取市场成功上的可能性就会大一些,并将会成为留住读者的新增长点。从广告构成分析,与都市报综合新闻相比,阅读财经新闻的广告客户支付能力更高,成长性会更好,广告投放水平也更高。但目前多数都市报的财经新闻还是单一的理财版、经济版,也只是登些服务信息和消费指南,只是告诉读者何处好吃好玩,如何购得价廉物美的商品。但这满足不了在中国经济腾飞过程中百姓日益增长的需求。如对于近期人民币升值问题,有些都市报对此事也就是发一条几行的消息。这种财经新闻的操作形式已经无法满足人们对人民币升值后带来生活的变化及投资方向了解的需求。

现在市场上不缺面向经理人的读物,缺的是帮助城市里的新来者赚钱、理财,帮助他们创业的读物。都市报如果和他们一起思考、一起讨论,就会引起读者的共鸣。只有和生活紧密相连,都市报才能适应都市读者的需要。目前,都市报对财经新闻的认识及操作人对都市报财经新闻的操作习惯和对市场需求的感觉还不到位,还不太习惯从宏观角度观察经济,没有完全把读者视为是一个有利益需求的经济人,没有帮助他们把握机会,为他们赚钱提供有价值的分析,帮助他们成为理性的经济人,使他们可以理性地认识经济事件、经济现象及经济规律,解读政策的背后,对自己的经济生活有所启迪。因为中国在经济起飞的过程中,人们有很多赚钱的机会,但需要选择,每一项选择都要付出机会成本,促使人们对信息与信息分析的依赖,但目前都市类报纸的财经新闻在这方面的操作模式都比较稚嫩。

在经济起飞过程中,都市报的财经新闻可以随之共同成长。读者为什么会购买这份报纸?读者从能够满足自己的需要到习惯相对固定地阅读。是因为这份报纸有可预期的东西,也就是读者期待着他要购买的这张报纸除能满足他的

日常需求的综合性新闻外，还能满足他的价值观念，能满足他的利益。这个利益则是经济学概念上的福利、利益、信息消费，是从个人的、小群体利益角度切入，让读者感觉是从维护他的利益切入。不管是国际视角还是国内视角都应从读者利益切入，才能形成与读者的固定联系。

1.2 把复杂的经济问题通俗化

都市报的操作者容易有个误区，以为财经新闻是给高端人士看的，但这与事实不符。这是因为都市报的财经新闻没有做出自己的特色。事实上，高端人士很少自己买报纸，高端人士需要的是一份符合自己口味的报纸，并不需要一份专门办给他看的报纸。如《华尔街报》的市场定位、读者定位、读者群的构成都够水准，但《华尔街报》从没声称它只办给高端人士看，它的阅读群体都大众化。

都市报的阅读群体决定了它报道的财经内容必须让人容易看得懂。这个群体需要的，是以高端的眼光来认识诸多经济现象，认识政策和规则变化对社会产生的影响；以低端的眼光，也就是以平常人的眼光、以一般投资者的眼光和价值标准来解读政策规则、经济现象。《北京晚报》的财经新闻处理得就很漂亮，看得出他们的团队在采编上下了功夫，努力让市民看懂复杂的经济问题。其实，中国经济资源的主力的月薪在1000元到2000元之间，而非大企业和高层。真正让报纸受欢迎的是用高端的眼光、专业的知识分析当今的经济事件、经济现象、经济问题、经济规则，是立足于满足中层读者的消费需要、心理需要、价值需要和梦想需要，帮助想改善生活状况的人实现个人价值的梦和财富梦。都市报的财经新闻就是把软和硬、高端和低端、理论与实际统筹在一起，从中找到最佳结合点。都市报的财经新闻的主张应该是影响生活。

在今天信息来源和渠道发达的情况下，一个城市的几家都市报刊出的东西绝大多数不是独家的，一家报纸赖以成功的已不再是独家新闻而是独家的判断方式、分析方式、观察眼光，是独家的见识，而不是独家的材料。财经领域信息来源也基本是共用的，如证券市场的行情、运行情况。一家报纸是

否被认可,以投资者是否作为投资参考的必需为标准,这决定了财经新闻是否成功。财经的采编人员如果做到任何经济现象别人都说过了,读者还要看你怎么说,这就成功了。如果办报人只追求读者看了你的报纸就不用看别的,是不现实的,读者是聪明人,他们不会把全部希望寄托在一张报纸上。财经新闻采编人员通过对衣食住行进行观点组合从而推出见识,读者就容易接受。都市报的目标读者是与经济生活相关的参与者,于是在处理新闻与信息方面更应注重其背后的利益、机会、趋势、方法,用财经故事与分析吸引读者;面对政策的发布,要对政策带来的生活影响作出纵向分析,对未来走势给出建议。因为每一项重大政策的出台,都是对利益格局和市场格局的重新调整。都市报的财经新闻就应该考虑如何将政策解读得通俗易懂,如何从读者的日常生活去解读。政策的分析不一定是财经记者采写的,因为多数信息发布中心并非地方,更多是国家,这时财经记者采写的稿件不一定有优势,应综合多位专家给出的结论。编辑要善于发现学者和智囊团的各种有吸引力的观点,并善于把具有特色的东西编辑出来,但编辑必须具备在普通读者与专业读者间找到恰当的平衡点,这种分析将扩大读者的投资视野,有助于读者的投资判断及理财。

在作微观经济分析时,用与产品的消长有关的故事体现记者对经济和社会的认识,从而帮助读者更经济地消费。中国有句俗语:“上有政策,下有对策。”政策对不同的地方产生的影响不一样,如近期对房地产的宏观调控,在各地产生的效果就不一样,有些读者就会问,我该不该还投资房地产?报纸要回答这个问题,就得看提问题的人是在哪个城市、哪些城市房价被炒得虚高。因为一些中西部城市的房地产价格还处于合理阶段,如果一味以虚高的上海、北京等为投资标准,就欠全面,这就需要采编人员好好处理报道的组合问题,这既体现了报纸的见识,也使读者从宏观政策中看到了对微观生活的影响,从而对投资或购物的安排进行调整,有些商人就是在宏观调控政策有重大调整并结合地方情况逆势而上发展起来的。

用财经故事的方式帮助读者理出头绪。如果宏观经济调控分析落脚在与百姓生存息息相关的文件上,就会极大地吸引读者。央视经济频道做老总访谈时,

他们访谈的着眼点并不仅仅关心他挣了多少钱或有多少钱，而侧重从竞争的成功与失败来进行对话，记者也把自己当作经济中人，关注经济生活中的苦与乐。如果一张都市报针对本地市场与需求，在固定的版面位置刊发如何把握政策、如何应付工商税务会计等财经规则、如何选择产品、如何做市场，它就形成品牌。如报道一个人要开一个小咖啡屋，一共要经过哪些过程，这样就应从两部分切入：一部分是以现行政策解释这个市场的进入方式、进入规则；另一部分是创业故事。这样很符合现代阅读心理：成功失败的人生感悟的财经故事。就像物价上涨会受到每个人的关注一样，类似新闻素材用这样思维理出来读者就非常关心、好看又对人有启发。

1.3 都市报财经新闻思维与角色

都市报的记者长期做民生新闻后形成了一种处理稿件的习惯，即用能否写大特写作为标准来衡量采编人员，而财经新闻要想让商业与读者离不开，不是靠能写大特写，而是所采编的东西对读者、对市场、对经济生活、对投资有多少参考价值。如最近美元贬值，编辑要了解现在的美元处在历史的什么价位走势上？是最低点了吗？如果是最低点，投资的机会又是怎样？风险在哪里？这样处理财经新闻才好读实用。

都市报的财经新闻与财经专业报刊版面的思维不同，专业类的报刊主要以宏观及理论见长，可对一个专家的理论文章进行全文刊登，适合专业人士阅读；而都市报的财经新闻是在宏观前提下对经济生活的组合分析，阅读群体是大众，在版式上要做便于阅读的分类。同时，根据现代生活快节奏、人们阅读是以浏览标题为主的特殊的社会需要，应在标题制作上做多行题，以便把文章要领表达清楚，方便读者看标题后作出是否阅读下去的选择。因而，根据都市报人力资源特点及阅读群体，在版面设计上就得有一套思路。头版的安排不应是动态性的，而是报道策划的财经新闻故事，注重故事背后的诱因及其对商业的影响。头版可以预先设计安排，有了时间上的便利，记者避免了疲于奔命应付日常稿，而有时间去写有深度有影响力的报道。头版下来的版面应是新经济专栏，以满足人们对科技、经济法律、经济环境、经营之道、小型商业、市场动向等信息

的热切需要。因为，无论国外还是中国或一个地区读者对全球商业新闻都有相同的阅读需求。如南宁成为中国—东盟博览会永久性会址，都市报应帮助读者适应这种变化，找到适应这种变化的对策。广西能否在这次机遇中发展经济？这就看能否适应国际规则并利用规则竞争；老百姓能否从这个规则中获利？这就需要媒体告诉人们如何用新的观察方式认识原有的东西，尽早适应新的思维方式。媒体不能再用传统的处理标准与表述方式处理新闻，对主流媒体而言，这既是责任，更是机会。

从处理手法的组合利用上看，都市报的财经新闻较专业报刊少了财经一手新闻源，那么从注重当日新闻的原创发现到注重深度分析，从大财经角度、从资本市场角度处理新闻，从提供新闻信息到提供信息增值服务是条好出路。如今的信息林林总总，信息来源多，选择余地大，都市报切不可把信息选择工作推给读者，因为这样一定会引起读者反感，采编人员应做好信息收集、选择的工作。在具体操作上既有财经媒体应有的专业视角与见识，又有大众媒体善于抓住读者的切入方法；既有经济现象分析的犀利，又有比较冷静的分析；既有独家的选题，又有大量对其他媒体报道经济大事的组合性利用。

《财经时报》是一家比较受读者欢迎的通俗财经生活类报纸，都市报的财经新闻版应学习他们的操作模式。《财经时报》背后有一个研究小组，专门研究别人的观点然后进行组合，为读者经济生活提供参考。都市报也许没有一批拥有丰富财经知识的记者，但这还不是最重要的，重要的是，编辑群体有没有能利用资源的能力。在知识经济时代，一个人要想在竞争中成功，自己有多少知识并不重要，重要的是你要知道谁有知识谁有资源，更重要的是知道怎样把自己相对弱势的别的资源拿来加以利用。都市报的财经团队更应该如此。如果这个团队都知道从哪儿、怎么把自己相对弱势的资源 and 知识拿来加以利用，那就可以将都市报的财经新闻办好。

都市报是新兴媒体，富有活力是它的特点，但在具体操作采编环节上要有自己的角度。广西的《当代生活报》曾做过一组关于房地产的策划报道“百万大赢家”，处理就不太好。应该说这是一个很好的策划，文章写得也不错，问

题是放错了时间。如果把这组策划报道放在活动的开头或中间，就是一组不错的报道。因为当时的读者、商家对参加这个活动的愿望还不是很强烈，读者对目前宏观调控下投资房产心中没底，风险意识处在模糊状态，一方面觉得房价已经很高，有些害怕；另一方面又认为低迷状态下投资房地产对长远来说有利，地产商对活动的很多未知因素心存疑惑，媒体有必要对这个活动从各角度分析利与弊，供不同投资方向的人作判断，这时媒体报道尽可能做大做足。但是这组报道的出版时间是在“百万大赢家”活动结束后，读者看到这组报道时会感觉已没有多少意义，因为投资机会已过，风险已不存在。此时，最多只能用消息报道作总结。

1.4 财经新闻尽可能做出“财经味”

目前都市报财经新闻单一地偏好消费领域，但消费领域只是财经的极小部分，体现不出应有的“财经味”。都市报也对重要政策、经济现象、经济事件都作有力报道，但表达上、内容上不够财经化，不能让读者判断出具有财经价值。一张都市报，其读者中不乏企业经营者，如果财经新闻较少从经营角度、利益角度、能否赚钱角度对稿件进行相关处理，那就无法吸引这部分读者。每个人都关心竞争故事、实战秘诀，关心如何处理关键问题以及其中所涉及的经济活动中有意思的人与事。对于世界市场，不只是停留在说经济全球化，或者泛泛说国际竞争已经来临，而应是比较具体，需要从利益相关角度出发提供分析，需要有宏观行情、微观运行状态信息，增加专业、易懂分析性新闻。目前黄金市场走势强劲了半年，一些读者在这种热度中想投资，但又怕此时介入价格太高，这时报纸就要帮助分析黄金市场，这种分析必须要谈到世界黄金市场几十年来的走势规律。新浪财经网的财经专栏有篇文章分析黄金走势堪称典范：黄金自1980年达到创纪录的每盎司850美元，其后市场价格开始了长达二十年之久的下跌，一直下跌到250美元/盎司。在将人们对黄金投资的热情彻底打破之后，黄金又出人意料地在2001年开始了新一轮的牛市行情，2005年四季度成功突破500美元/盎司后，2006年再接再厉，不断向上突破，日前开始向600美元/盎司发起了新的攻势。黄金走势如此之牛的原因是什么？黄金

后市还会一直上涨吗？黄金之所以能够连续数年时间上涨，根本的原因是国际货币产生了信用危机。其中主要的货币——美元近几年大幅贬值，并且预计仍然将继续大幅贬值。

从2001年到2004年底，美元的币值大幅下降，贬值幅度超过30%。近年虽然由于美元利率提高，暂时阻止了美元的进一步贬值，但是美元贬值的趋势已经被大多数投资者所认同，在这样的大背景下，黄金等贵金属保值的需求将不断被刺激出来。2005年中有一段时间黄金与美元没有明显的负相关作用，但是这只能说明黄金价格走势的强势，因此，一旦美元大幅贬值，黄金的上涨势头将更加猛烈。另外世界各国发行的“基础货币”越来越多，产生了货币的流动性过剩。也正因为货币的流动性过剩，加上世界经济发展势头比较良好，使得全球所有资源类的产品价格均大幅上涨，而黄金的价格涨幅还低于大部分其他资源类产品价格的涨幅。资源类产品价格的连续大幅上涨，也使得通货膨胀的因素越来越明显，而黄金却是公认的“抗通胀”的利器。越来越多的资金介入黄金投资领域，不但使得黄金的价格水涨船高，也使得投资者投资黄金的信心越来越强。同时原油价格的大幅上涨，不但使得通货膨胀阴影威胁到全球经济的健康发展，也使得原油高企的价格助推了黄金的价格。统计数据显示，迄今黄金基金已经积累的黄金逾440吨，另外，黄金价格虽然早在二十六年前上升到每盎司850美元，但是经过测算，以购买力衡量1980年的850美元相当于目前2200美元购买力。从这个角度观察思考问题，黄金即使重新达到每盎司850美元，也没有什么大惊小怪的。

这段关于黄金的财经新闻分析了二十年黄金价格的趋势，帮助读者判断目前黄金的投资情况，为读者对几十年的黄金价格及其规律性作了较为全面的分析，“财经味”浓又可读。要让财经报道有“财经味”就不能离开企业家。在进行财经人物报道时，怎样判断其是否具有新闻价值？在今天竞争激烈的情况下，“江山代有才人出”的规律得到更好的印证。于是在报道人物时，仅仅反映企业家如何能干是不适应都市报读者对成功人士的审美要求的。采写财经人物的成功在于其在人生关键时刻的选择，如果我们将这一内容作为主题加以深化更具有经济意义及新闻价值。如《北京晚报》曾刊出一篇《诺基亚100亿美

元为什么不做网站》，这篇稿子引起了企业家们的关注。原因是记者逆新经济网站热潮中的冷思考，文章体现了记者对经济现象的独立思考与判断。文章主题体现了在经济界里，没有永远的英雄，今天可能选择对了你就是英雄，明天你选择错了或许就是一个失败者；一个人不可能做长久英雄，但经济界里，即使是一个失败者，也可能是个失败的英雄。

作为财经记者，应当关注其选择的依据与对如何选择所作的判断，这样的东西往往存在更大的价值，存在着能让一个人学习如何成为企业家、成为英雄的规则、方法和启迪。因为任何一个经营者都会遇到这样的问题，就是根据不完全、不准确、不确定的信息作出选择。如果能报道出经营者怎样根据那些不完全、不准确、不确定的信息作出正确性的选择，这样的故事具有传奇性，又有方法论意义，就会非常好读又能为人记住，“财经味”也出来了。数据体现经济化。都市报的财经报道，就缺乏这个元素。财经编辑要习惯用文章加数据，这是组合式编辑手法。曾经有份都市报的财经新闻上有组专题文章“另类3.15”，内容从投诉入手，初看以为是综合性新闻版所做的东西，这样的标题及切入点就不够“财经”，没有从市场角度，从帮助人们把握机会、获取利益、获得福利的角度去做。如果从市场角度判断，题目就可改成“3.15本身能带来多大收益？”每年的“3.15”都相应产生大量的公关费用、广告费用，相关的媒体都会拿到大量的广告，都可能创造很大的商机，而且“3.15”促使厂商行为有所调整，关于消费者维权这个问题就可与经济起飞联系起来。如果这组报道能用与“3.15”相关的数字进行分析，通过数字里面见商机，文章的“财经味”就大不一样了。

2 办好都市报要解决的几个问题

2.1 人力资源培养问题

都市报的财经采编人员大多是从民生新闻或消费性新闻中转过来做财经新闻的，于是有这样的尴尬：懂传播的不会做财经分析，会财经分析的又无法将自己的东西传达出来。如何造就人才？培训永远是需要的。因为，即使

是从人才市场招来一群毕业于名牌高校的人才也需要训练。不管什么水准的人才到了一个新的集体也需要知道其规则和流程，否则没法开展工作。问题是媒体拿什么去训练？常规的是叫几个老员工客串上几节课，但缺乏系统的训练。这就要求领导者对如何进行定位。有一个统筹的规划长期以来，都市报的重点放在社会新闻上，所以都市报想要拥有一个强力财经团队，如同社会新闻采编一样庞大的团队是不可能的，关键是培养几个核心编辑，能引导记者如何做分析。

2.2 财经周刊化

都市报开创之初的定位决定了财经新闻的人才是弱势，不可能靠提供信息取胜。财经信息是专业财经报的强项，都市报财经新闻要走出新路应根据实际情况取长补短，把都市报的财经新闻周刊化，优势就出来了。生活节奏是七天，人们关注经济周期是一周，以七天为一周回顾以往，周刊就具有两大优势：一是提供深度新闻优势，以周为单位，更符合现代人效率优先又要深度的信息消费习惯；二是后发制人优势，即可充分利用其他媒体的发现和信 息，借力打力。都市报财经周刊是与其前面母体综合新闻联系起来的。都市报的综合性新闻是“做熟了的场子”，既包括原有的声誉、影响等无形资产，也包括其原有判断新闻的经验、处理新闻生产流程的经验，财经周刊应充分利用母体影响渡过财经周刊的不成熟期。都市报读者大多是中低文化水平与收入水平，因此其长期的广告客户多是性病、皮肤病等，如果不向新的市场进军，广告只停留在这个层面，长此以往广告业务会萎缩。我们应该发展层次更高、对社会更有影响力这样的一批读者群，但他们对媒体的要求也会更高。他们或许由管理人员、企业家、企业高层、知识分子等组成，这些人可能非常忙，可能没有时间每天跟踪新闻，但他们也需要对汽车、房地产、证券、银行、投资理财、产经等经济生活有所了解，知道世界大事和发展趋势，他们不仅仅关注一条条信息，更关注其间的联系，其与自己利益的关系，关注对大趋势的分析，于是既有新闻性又有深度分析的财经新闻成为合适的信息来源。如果把它们作为日报整体发展策略的一部分，用周刊形式刊出，

将发展日报的读者群。

2.3 保持常态

财经新闻做得好不是靠轰动效应,而是靠保持常态,这个观点在这个追求市场效应的年代,可能难以为人们所接受。重大报道是新闻报道的重要任务,但日常报道更能体现出这个媒体的竞争力和整体竞争力。如果把大量的精力放在重大报道上而忽略了日常报道,读者就找不到一个稳定的信息来源,就无法形成固定的读者群,因此,轻视日常报道将得不偿失。从长期的实践发现,善于保持常态的报纸最后做得更大,如《读者》杂志,从创办以来一直保持自己对政治、社会、经济、人生有自己的一套判断标准和方法。这种常态使它得以发展起来。财经周刊是集投资、理财、消费观念及消费态度为一体的,要保持常态需要的更是冷静分析的常态。这样就要求财经新闻的主持者把大量精力用在研究形势、判断情况、分析问题、确定选题上。确定一个可供长期应用的选题方向,每个具体的选题要设计10~20个值得关注且读者会关注的问题,每期推出一个投资方案给读者并对政策背后投资机会进行分析。让读者看出一条清晰的主线,这些主线串起的版面融报道、分析和判断为一体就成为系统的可读资源。保持常态的另一方面要注意消费者是个巨大的群体,消费者的另一面就是企业,财经新闻要永远把企业和消费者作为一对主要的点连起来,而财经新闻就是桥梁。

参考文献

- [1] 刘新荣. 都市报财经新闻如何走出困局[J]. 传媒评论, 2005(12): 49-50.
- [2] 刘昊. “取”“舍”之间寻找出路——谈都市报财经新闻的现状与发展[J]. 新闻研究导刊, 2010(3): 20-23.
- [3] 闫广道. 都市报财经新闻的经济学视野[J]. 新闻爱好者月刊, 2007(11): 48-48.

Analysis on Development Trend and Countermeasures of Financial and Economic News of Metropolis Newspaper

Kong Hua

Shandong Agricultural University, Taian

Abstract: Based on the analysis of the present situation of urban newspapers, the paper holds that strengthening financial and economic news reports can enhance the influence of newspapers, closely following the trend of modern society, modern life and modern readers' urgent demand for financial and economic news. How to make esoteric and complex economic problems understandable is carefully analyzed; Combined with examples, how to do a good job in the city newspaper financial news report layers of analysis; It also puts forward how urban Nemesis orientates financial news. Finally, the paper puts forward several problems that should be considered to run the financial news of urban newspapers well, and puts forward countermeasures to solve the bottleneck problems faced by the financial news of urban newspapers.

Key words: Financial news; Economic life; Financial