



独家责任
——独到、独特的最新报道，负责、尽责的最快行为。

——今晚报社长兼总编辑 贾长华

都市媒体
国家责任
重大议题
独家设置
深入探究
不断设问
日复一日
成就品牌

——北京晚报编委会



- T02~T03 【独】 听专家、读者的独到点评
- T04~T05 【家】 天下万家，家的故事从洪战辉讲起
- T06~T07 【责】 把一个淳朴厚重的河南告诉世界，我们责无旁贷
- T08 【任】 回望昨天，品味收获，我们发现任重道远

“独家责任”的品牌价值

□本报编辑部

有一种品牌，叫“独家责任”；
有一种新闻，叫“独家责任”；
有一种天职，叫“独家责任”；
有一种精神，叫“独家责任”……

5年弹指一挥间，5年的报道历程，5年的思想历程，郑州晚报“独家责任”栏目迎来了5周年“生日”。回顾5年的艰辛历程，“独家责任”凝聚了一个勤劳拼搏、顽强跋涉的采编团队，探索出一种地方性传媒独特的深度报道思路和报道模式。在连续7年的“感动中国”人物评选中，河南籍人物共有10人当选，其中，洪战辉、李剑英的事迹则是率先通过郑州晚报“独家责任”的报道走向了全国，继而“感动中国”。

“独家责任”，关注时政、聚焦民生、透析社会、追踪热点、解读焦点，以最快捷的速度报道最新看点事件，用独家视角报道重大新闻；突出河南地域特色，涵盖国内民生焦点事件，通过独特角度和多元表达，力图发出独家、独到、独立之声。开栏以来，800余篇300万字的深度报道题材丰富、贴近民生、可读性强。经与兄弟报、台、网的广泛合作与传播，“独家责任”已形成《郑州晚报》在全国有一定影响力的强势品牌。可以说，我们拥有了一张“独家”名片。

“独家责任”的品牌内涵

为适应新时期报业市场发展和读者需求，郑州晚报表现出“民生化”、“生活化”的风格，体现向上、向善、温暖、温情的时代精神和人文精神，力争实在、实效、可读、亲和，为市民喜闻乐见。这就是《郑州晚报》的品牌形象，而在这个品牌形象中，“独家责任”专栏把这些民生利益点、深层背景和生活本质，以及真、善、美和强烈的社会使命感、责任感融为一体，做透、做精深度报道，从而形成内容鲜活可人、形式现代时尚、特色鲜明的“独家”品牌。

由此可见，“独家责任”的品牌价值是丰富多彩的，其社会、经济、传播、审美价值彰显了“独家责任”的品牌内涵，也彰显了郑州晚报大品牌的魅力；读者评价，“独家”之品牌就像果树上摘下一颗果子是甜的，人们也会相信从这棵树上摘下的另一些果子也是甜的。

“独家责任”的传播力量

社会转型时期，新旧体制交替、新旧思想、观念交替，新旧生活交替，往往集中反映出各种矛盾、利益、冲突，各类热点、焦点事件、话题成了社会舆论中心。“独家责任”密切关注这些热点和焦点，用独特的眼光和新闻手法，给舆论引入一种正确的、符合社会秩序和规范的导向，从而表现“独家”的社会使命感和责任感，使读者从“独家”报道中感受到舆论的力量。

“独家责任”报道有多种传播渠道，除了《郑州晚报》传播之外，还通过新浪网、搜狐网、腾讯网、网易网、新华网、人民网等国内知名网站传播，并与电视、报刊合作，报网、报台、报刊联动，形成传播合力，也大大提升了《郑州晚报》“独家责任”的品牌传播力。大凡“独家”报道社会影响大、反响强烈的新闻，都与这些兄弟媒体“推波助澜”分不开，也大大提高了“独家”报道的传播价值。

走好“独家”精品之路

“独家责任”作为一种独特的文化产品，从内容到形态的表达，均体现了一种文化审美价值，体现了地方性传媒新闻改革的先锋作用和创新之美。内容上，给读者一种健康、向上、积极、正面、主旋律之美；形式上，现代文图组合，强化视觉，突出看点和气势，给读者一种视觉之美；从而形成内容、形式、风格的和谐之美。

“独家责任”作为一种品牌，作为一种新闻责任，为完善和提升本报形象增加了创新的动力，但同时也使我们感到了一种压力；在整个栏目品牌的运营中，还存在这样那样的缺憾，栏目的组织、策划、操盘技术还不是很成熟，还不完善。正基于此，我们回首和梳理一下创刊5年来的路程，看看我们哪些路走正了、哪些脚步走踏实了，哪些路走弯了、哪些脚步走样了，我们的目的只有一个：探索更加深远的新闻改革和创新之路，在今后的工作中既要拥有一种良好、进取的心态，更要表现出一种激情创业、拼搏奋进的精神，走好“独家”精品之路，走好“独家”品牌之路。