



2002年,姚志明在办公室。

对于《东南商报》的报性，刚开始有争论。作为商报的主持者，我的观点是“不争论”，以生存发展为唯一目标，各人自扫门前雪，扫完了“雪”，一条光明大道定会展现在我们眼前。一张新生的报纸，要想让老百姓喜欢，最重要的就是要“好看”。为了让商报更加接地气，我们遇到好的新闻素材，就不惜版面强势推进，力求人无我有，人有我全，人粗我精，以变应变。

办报不能“温吞水”，要有棱角。商报创办之初，一批有影响力的舆论监督报道，提升了商报的影响力。如记者陶莲香采写的《出租车上发现蹊跷巨款》一稿，反映了医药代表给医生回扣的问题，商报在头版连续4天追踪报道，引来央视、新华社、人民日报等全国十几家媒体先后报道。最终，该作品获评浙江省新闻奖一等奖。

记者俞苏伟采写的舆论监督报道《强要“小姐”对抗民警》，反映了南京一局级干部在宁波搞腐败一事，引来时任南京市委书记的关注。此外，《如此表演有辱国格》《这里宰牛为何要先灌水》等报道都在业界、有关部门和市民中引起强烈反响。

商报一周年前后，编辑部将宁波雅戈尔等近百个品牌逐一介绍，并汇编成《宁波品牌》一书。醉翁之意不在酒，我们不仅要报道宁波品牌，更要努力创造商报自己的品牌。

创办一周年，《东南商报》就成为全国商报界的一匹黑马：创收2000多万元，发行量突破10万大关，当年创办当年盈利，提前实现了党委的三年目标，这在全国同类城市的商报中实属罕见。《东南商报》荣幸地当选全国商报联合会副会长单位；省新闻出版局发专文介绍了商报的办报经验；人民日报主办的《新闻战线》还于2002年第4期刊登了《东南商报打造报业新名片》。这些都是对我们办报理念的肯定，给了全社员工以极大鼓舞和鞭策。2001年10月10日，我在哈尔滨召开的全国商报年会上，用“灵桥牌”普通话，作了题为《商报在报业竞争中如何寻找最佳制高点》的演讲。回望走过的路，也自信满满。

从2002年开始，东南商报的广告、发行、利润三大指标连年攀升。尤其是经过赵晓亮、王存政两任总编辑的努力，办报质量不断提高。2011年，东南商报达到最佳业绩：营业收入1.47亿元，广告收入1.12亿元，发行量25万份，利润3554万元。

2018年，在现任都市报系总编唐慧卿决策下，东南商报转型为智库型财经类融媒体，确定“媒体+智库”的融合发展模式，摸索出以新的载体、新的手段为宁波经济发展服务的新路子。

从商报筹备到2002年9月调任宁波晚报总编，我与商报同仁摸爬滚打了整整两年。离任时商报同仁在食堂为我送行，真有点依依不舍。人到晚报，办公室里却挂着全体商报同仁的合影，这至今仍是我珍贵的“收藏”。因为，商报是一片难忘的创业沃土，在那里留下了大家的汗水和心血。



2001年11月,东南商报党员在台州解放一江山岛纪念塔合影。