

從黨國化到集團化 —大陸報業結構變革分析

Form Media National and Party Institutionalization toward Conglomeration—An Analysis of Communist China's Newspaper Structural Diversification

南華大學傳播管理系助理教授 張裕亮

Chang, Yu-Liang

(Assistant Professor, Department of Communication Management, Nanhua University)

Form Media National and Party Institutionalization toward Conglomeration—An Analysis of Communist China's Newspaper Structural Diversification

Chang, Yu-Liang

Assistant Professor, Department of Communication Management, Nanhua University

Abstract

After the foundation of the Chinese Communist Party in 1949, party newspapers under state control became the only dominant sector in overall press structure. Since the reform and open policy was assured, the press structure, under state endorsement and encouragement and then the market-driven forces, has sustained many changes: the dramatic growth of newspaper titles and circulation, and the categorical juxtaposition of party, bureaucracy, specific target and mass-appealing papers. No more was the media dominance of party newspapers. The sustaining reforms lead the transformation of overall press form institutionalization by state and party toward marketization, decentralization and finally, the current conglomeration. Under the succession of marginal adjustment and the rule of maximization of profits, this conglomeration should substitute the indigenous party and national institutionalization as the dominant press structure.

Keywords:

China's newspaper industry, press conglomeration, press structure

從黨國化到集團化

—大陸報業結構變革分析

張裕亮

南華大學傳播管理系助理教授

摘要

中國共產黨成立政權後，在國家力量的主導下，形成了以黨報為主導的報業結構。改革開放後，在市場力量的驅使與國家力量的同意、鼓勵下，大陸報業數量急遽增加，同時在種類上演變成黨報、行業報、對象報與市民報並列的局面，報業結構已從過去黨報獨大的黨國化，逐步體現市場化、分權化，以迄於目前集團化的現象。未來隨著邊際調整與利益最大化的原則，集團化將成為大陸報業結構主要型態。

關鍵詞：

大陸報業、報業結構、報業集團化

壹、前言

中國共產黨從1942年在陝北延安改版解放日報開始，黨中央就制定種種措施，使黨組織對報紙的領導滲透於報紙的日常運作中，黨委直接參與報紙編輯部的活動，並將通訊工作納入各級黨委和黨的宣傳部門的工作之中。於是黨報作為「黨的喉舌」，完全建立於黨組織的網絡之上，層層落實，分級負責，從制度到體制得到切實保障。¹

為此，中國共產黨在1949年建立政權後，為了動員全民投入革命建設，除了建立以黨報一統為特徵的報業體制，作為黨的喉舌與宣傳機器外，同時針對各行業、黨派、群體，成立了各種類型報紙，例如行業報、對象報等。中國共產黨的目的是試圖藉此牢牢掌握社會各黨派、群體與行業的輿論宣傳。大體上，從1949年至1978年大陸改革開放前，大陸報業結構呈現出黨報為主導的態勢，以市民為導向的晚報只是聊備一格。簡言之，改革前的大陸報業同時兼負了黨政機關的宣傳喉舌，傳達行業政策訊息，以及動員灌輸群眾的輿論工具。

1978年中共十一屆三中全會後，隨著商品經濟的發展，辦報所需的生產資料先後進入市場，過去由國家全部包辦的供給制辦報模式面臨改弦易轍，為此，人民日報在1978年末提出試行「事業單位、企業化管理」的經營方針。²

大陸報業實施「事業單位、企業化管理」的方針，帶來的直接結果是報紙普遍恢復廣告業務，個別報社開始嘗試發行方式的改

1. 黃旦、丁未，「中國報刊思想史中的三種報刊角色觀」，俞旭、郭中實、黃煜編，*新聞傳播與社會變遷*（香港：中華書局，1999），頁29~30。
2. 唐緒軍，*報業經濟與報業經營*（北京：新華出版社，2003），頁125；Chen, Huailin., and Lee, Chin-Chuan. "Press Finance and Economic Reform in China," *China Review* (1998) .p.580.

革，走自辦發行的道路，並開始承攬諸如印刷、諮詢等辦報活動以外的其他經營性業務，同時對報業結構造成影響。過去在供給制辦報模式下，黨報為主導的報業體制得以突破，一大批行業報、對象報乃至於市民報開始出現，使得報業結構呈現多元化的格局。在此種情形下，大陸報業長期來作為宣傳喉舌與輿論工具的角色也開始轉變。

事實上，大陸報業從1978年起逐步邁向市場化，部份扮演制度創新集團角色報社的表現，近年來引起學界的關注。針對這些扮演創新集團報社的個案分析，由於研究對象明確，比較可以掌握深入具體的圖像。³不過，由於大陸報業家數與種類龐雜，個別報社運作往往有其獨特經驗，因此採取個案方式研究大陸報業變革，在個案選擇上必須有相當代表性，才足以據此推論出未來大陸報業變革整體趨勢。基於此，本文研究動機與目的是試圖從總體報業結構角度，分析大陸報業結構變革前後呈現了何種總體現象，並從中了解大陸報業角色出現哪些轉變？本文也試圖採用制度變遷理論觀點，說明中國官方何以要建立黨國化的報業結構？實施多年的黨國化報業結構何以會出現變革？同時，在改革開放後大陸報業結構變革呈現的個別現象—市場化、分權化、集團化，其間又存在何種邏輯先後關係？

本文認為改革開放前，大陸報業結構的建立是來自國家力量的主導，呈現黨國化的現象。至於改革開放後，大陸報業結構變革的動力則來自部份扮演創新集團角色報社的創舉，與作為報業所有者

3. 類似採取個案方式研究大陸報業變革者，可參考何舟對深圳特區報、張裕亮對廣州日報的個案研究，分別參見：何舟，「從喉舌到黨營輿論公司：中共黨報的演化」，何舟、陳懷林編，**中國傳媒新論**（香港：太平洋世紀出版社，1998），頁66~107；張裕亮，「從黨的喉舌到黨營傳媒企業—廣州日報制度變革分析」，**中國大陸研究**，第四十七卷三期（2004），頁29~57。

的國家隨後對此創舉的同意與鼓勵，使得其他報社在有利可圖下紛紛跟進採用這項創舉，最終達成總體報業結構的變革。因此，本文認為在改革開放後，大陸報業結構變革是依循邊際調整與利益最大化的原則，逐步體現出市場化、分權化，以迄於目前集團化的現象。未來隨著改革進程的推展，集團化將成為大陸報業結構主要型態。本文也認為，在大陸報業結構從黨國化逐步演進到市場化、分權化以迄於集團化的過程，大陸報業已從黨的喉舌與輿論工具，逐步轉變成為提供市民消費的新聞紙、表達地方利益聲音的輿論陣地與多元化經營傳媒集團。

貳、相關理論文獻

一、文獻回顧

近年來學界已有數篇論文從總體報業結構角度分析大陸報業變革。例如，趙月枝（Yuezhi Zhao）在「從商業化到集團化－圍繞黨國下的大陸報業變遷」一文中，提出國家與市場兩個分析大陸報業制度變革過程的概念，並強調這兩個概念相互作用，不可以截然二分。趙文將大陸報業變革進程分成三個階段：第一、商業化與報業結構變革（1978年－1996年）；第二、報業結構整併（1996年－1998年）；第三、組建報業集團（1996年－迄今）。⁴

趙月枝指出，在這三個階段都可以看到國家與市場兩股力量相互作用，辯證發展。例如，在商業化與報業結構變革期間，一方面迅速成長的市場經濟促成報業熱潮，一方面無力承擔財政包袱的國家，採取停止財政支助方式迫使報業推向市場。為了回應1992年鄧小平南巡後快速的經濟發展，國家新聞出版署於當年底頒佈規定，

4. Zhao, Yuezhi. "From commercialization to conglomeration: the transformation of the Chinese Press within the orbit of the party state," *Journal of Communication* (2000), Spring, pp.3~27.

要求除了如人民日報等中央級黨報外，都必須在1994年自負盈虧。因此在國家控制與市場驅動下，大陸報業結構呈現出黨報、對象報的衰退，市民報與行業報的興起；以及透過「包版制」出現的準私營報紙。⁵

再如，在報業結構整併期間，市場化力量導致大陸報業種類與家數急遽擴張，也出現缺乏規模效益、違規違法等情形。面對此種現象，中國官方在1997年、1999年兩度整頓報業，大幅關閉行業報。再如，1996年廣州日報報業集團成立後掀起的報業集團組建風潮，背後的推動力量就來自市場的驅使與國家的同意。市場化的力量使得原有黨報在利潤的考量下，紛紛創辦子報，或者收購其他報紙以壯大自身實力；對國家來說，組建報業集團足以改善報業缺乏規模效益、違規轉讓版面、報導口徑「出格」等情形。在這種報業與作為報業所有者的國家「共謀」的狀況下，從廣州日報組建大陸首家報業集團後，報業集團可說有如雨後春筍、迅速增長。⁶

趙月枝總結指出，雖然商業化使得大陸報業獲取一定程度的營運自主，有助於報業從國家控制中鬆綁，然而報業在獲取既定經濟利益與相當程度的編採自主後，對多數黨報從業員來說爭取實質報業自由，例如允許私人辦報與廢除新聞檢查，卻顯得意興闌珊。他強調，觀察大陸報業變革時將國家與市場兩個概念區隔，基本上是犯了一個謬誤，就是假設大陸報業高層領導、主要都市讀者群與黨政領導之間的關係是對立的。他認為，雖然目前國家與市場兩股力量在大陸報業的整合絕非全面與靜止，事實上是象徵黨政領導、商業精英、城市中產階級與報社經理層、新聞從業員利益的整合。⁷

吳國光在「多樣化的大陸報業結構：一個頭腦、多種聲音」一

5. Zhao, Yuezhi. (2000), pp.5~9.

6. Zhao, Yuezhi. (2000), pp.13~19.

7. Zhao, Yuezhi. (2000), pp.21~22.

文中強調，大陸報業變革並非體現在具備改革心態的新聞從業員與新聞機構的個別表現上，主要是呈現在報業結構的多樣化上，如此才能掌握報業在經濟變革與獨裁政體之間的關係。吳國光認為，經由經濟市場化過程，大陸報業已逐步從政治為中心轉移到以經濟為中心；從極權黨國體制下的特殊部門轉移到經濟體制下著重個別利益的企業；同時從國家獨佔的結構轉變成分眾化（fragmentation）與多樣化（diversification）。他表示，大陸報業結構的變革主要是經由三種關鍵影響力：分權化（decentralization）、社會化（socialization）與市場化（marketization）。⁸

吳國光指出，即便缺乏政治改革，分權化在大陸經濟改革過程仍然成功地促進經濟發展。相較於過去的中央集權，分權化也使得地方政府具備較大的機會表達自己的聲音。他指出，在二十年的改革過程裡，由於經濟、社會甚至政治活動愈趨區域化，以及地方當局試圖表達其地區的觀點，導致報業結構呈現分權化現象，亦即地方級報紙佔報紙總比例高於中央級報紙、地方級報紙成長率高於中央級報紙，地方當局可透過其所屬報紙表達個別聲音。⁹

至於報業結構社會化指的是，媒體資源的政治分配從國家轉移到社會部門。吳國光認為，雖然個別公民仍然不得擁有媒體，但是非國家部門擁有媒體的現象已日趨普遍。這包括由工會、共產主義青年團與婦女聯合會組成的「群團系統」，分別擁有所屬報紙。例如，北京市共青團出版的北京青年報，中華全國總工會出版的工人日報等。另外，還包括八大民主黨派以及掛靠在專業組織或學術團體的報紙。

8. Wu, Guoguang. "One Head, Many Mouths: Diversifying Press Structures in Reform China," in Lee, Chin-Chuan. edited. *Power, Money and Media: Communication Patterns and Bureaucratic Control in Cultural China* (Evanston, Illinois: Northwestern University Press, 2000) ,pp.45~47.

9. Wu, Guoguang. in Lee, Chin-Chuan. edited. (2000), pp.47~53.

報業結構市場化主要是伴隨1970年代末起大陸廣告事業的恢復與急遽成長，體現在非黨政機關報在發行量上高於黨政機關報，以及為了因應發行量的減少，黨政機關報紛紛創辦面向市民的子報。¹⁰

吳國光強調，報業結構分權化導致地方級報紙能夠超越中宣部的直接控制，主要關注經濟發展而非意識形態正確。報業結構社會化使得報紙與掛靠的社會組織之間的關係相當鬆散，掛靠單位往往難以控制這些報紙，國家的政治控制成效明顯不大。至於報業結構市場化則導致報紙為了獲利必須積極開拓發行量，雖然刊載政治敏感議題往往是具有賣點報導，然而國家嚴控敏感政治議題，使得報紙在報導社會議題往往比政治議題來得較自由。在這種情形下，吳國光認為，大陸報業已從過去黨的喉舌轉變成為「一個頭腦、多種聲音」的型態，亦即在獨佔的政治控制下，呈現社會經濟結構的多元化聲音。¹¹

另外，陳懷林在「論中國報業市場化的非均衡發展」一文中提出市場化與商業化兩個概念。陳懷林認為，傳媒商業化與傳媒市場化是兩個相互聯繫但又明顯不同的概念。傳媒商業化指的是非商業傳媒在所有制、政治立場、編輯方針和經營方式等方面全面地向商業傳媒轉化的過程。1990年以後席捲東歐的大眾傳媒私有化浪潮可以說是傳媒商業化的例證。至於傳媒市場化則指涉，非商業化傳媒在基本保持其原有的所有制、政治立場、編輯方針的前提下，以市場經營的方式取得經濟自立的過程。傳媒市場化將使非商業傳媒減少或擺脫在經濟上對政府或政黨資助的依賴，取得財經上的獨立地位。具體地說，非商業傳媒的全部收入中從廣告、發行（不包括公費訂閱）和其他市場經營活動取得收入所佔比例的高低，即標誌著

10. Wu, Guoguang. in Lee, Chin-Chuan. edited. (2000), pp.53~60.

11. Wu, Guoguang. in Lee, Chin-Chuan. edited. (2000), pp.60~63.

其市場化程度的高低。至於何謂非商業傳媒，陳懷林認為社會主義國家的傳媒歷年被認為是典型的非商業傳媒，主要具備下列共同特徵：在所有制方面，由政黨或政府擁有；在政治立場方面，公開表明其政治傾向；在編輯方針方面，遵循政黨或政府的法規與政策的指導；在財經方面，部分或全部由政黨或政府資助。¹²

值得注意的是，陳懷林指出伴隨傳媒市場化的發展，對大陸報業結構造成以下影響：比較城市報（指在城市發行的城市晚報，如新民晚報等，以及綜合性城市日報，如北京日報、廣州日報等）與非城市報的廣告額與發行量（指涉除了城市報以外的中央和地方各級黨和政府機關報，如人民日報、經濟日報、四川日報等；以及對象報、行業報和專門性報紙，如中國青年報、光明日報、中國體育報等），可以發現城市報都明顯高於非城市報。¹³

二、研究途徑

從文獻回顧可以得知，近年來學界在論證大陸報業制度變革時採用的研究途徑，經常採用傳媒政治經濟學的政治（國家）與經濟（市場）概念。¹⁴如同趙月枝採用傳媒政治經濟學的政治（國家）與經濟（市場）兩個概念分析大陸報業制度變革，優點在於掌握報業制度變革的動因是來自政治（國家）與經濟（市場）兩者間的相互作用而成，同時也從中掌握報業功能的轉變。或者如吳國光提出以分權化、社會化與市場化三個概念，分析大陸報業結構變革。再者

12 陳懷林，「論中國報業市場化的非均衡發展」，何舟、陳懷林編，**中國傳媒新論**，頁194~195。

13 陳懷林，「論中國報業市場化的非均衡發展」，何舟、陳懷林編，**中國傳媒新論**，頁201~209。

14 在西方學術界，由馬克思政治經濟學演變而來的傳媒政治經濟學觀點，在傳媒研究中應用得十分廣泛。傳媒政治經濟論的優勢在於能夠對於市場作用於傳媒的因素進行可測試的經驗性考量，對影響傳媒運作的政治和經濟這兩股力量，提供一個比較廣泛和整體的畫面。參見何舟，「從喉舌到黨營輿論公司：中共黨報的演化」，何舟、陳懷林編，**中國傳媒新論**，頁70~71。

如陳懷林提出以市場化概念，分析大陸報業的非均衡發展。但是採用此種觀點，卻比較無法掌握報業制度變革進程的邏輯。為此，本文採用制度變遷理論論證大陸報業結構變革，並藉此了解大陸報業角色的轉變。

近年來，西方學界在中國研究典範上，「新制度主義」(Neo-Institutionalism) 以其豐富的解釋力受到廣泛矚目。新制度主義的開山之作，可追溯到美國芝加哥大學教授寇斯 (Ronald H. Coase) 於1937年發表的「企業的性質」(The nature of the firm)，以及在1960年問世的「社會成本問題」(The problem of social cost)。¹⁵重要的新制度主義學者諾斯 (Douglass North) 則是使用新制度經濟研究方法解釋經濟制度變遷的過程。¹⁶大體上，「新制度主義」對於個人和組織的經濟行為之研究，對於經濟活動中人們之間權力、利益關係的研究，和轉型社會中不斷發生的利益調整、利益再分配的現實需要恰好吻合。同時，由於前計劃經濟國家 (包括中國、前蘇聯等東歐國家) 的經濟改革是一次重大的制度變遷，各國實行的「漸進改革模式」或「激進改革模式」與「新制度主義」的「誘制性制度變遷」和「強制性制度變遷」互為表裡，這也為「新制度主義」在檢驗和發展自身的理論觀點，提供一個不可多得的實驗場。¹⁷

在整個新制度經濟學的理論體系中，「制度變遷理論」(Institutional change theory) 可說居於核心的地位。¹⁸大體上，「制度變遷理論」包含了以下特質：(一) 制度變遷的誘因：諾斯認為制度變遷的誘致因素是創新集團期望獲取最大的潛在利潤，也就是

15. 王躍生，**新制度主義** (台北：揚智文化公司，1997)，頁3~4。

16. North, Douglass 著，劉瑞華譯，**制度、制度變遷與經濟成就** (*Institutions, Institutional Change and Economic Performance*) (台北：時報出版社，1994)，頁111~124。

17. 王躍生，**新制度主義**，頁6~7。

18. 王躍生，**新制度主義**，頁69。

說既有的「制度安排」(institutional arrangement)中存在著外部利潤(收益)。這些外部利潤是由於市場規模的擴大,生產技術的發展或人們對既定制度安排下的成本和收益比的看法有了改變引起的。外部利潤的存在顯示目前社會資源的配置還未達到「帕累托最適」(Pareto optimum)狀態,從而可以進行「帕累托改進」(Pareto improvement)。諾斯並認為,外部利潤並不一定必然導致制度變遷,因為制度變遷涉及到成本問題,只有通過制度創新可能獲取的潛在利潤大於獲取這種利潤而支付的成本時,制度創新才可能發生。¹⁹

(二) 制度變遷的動力: 制度變遷的動力主要來自「創新集團」(primary action group), 它是一個作決策的單位, 可以是一個人或一群人。正是這個集團認識到只要對制度的結構作出某種改變, 其成員就能得到目前尚未獲得的收益, 同時只要制度創新經得起競爭的考驗, 「創新集團」必然有所收穫。²⁰

(三) 制度變遷的進程: 在「制度變遷理論」中, 「路徑依賴」(path dependence) 是相當重要的概念。「路徑依賴」的概念有些類似於物理學中的「慣性」, 一個國家一旦選擇了某種制度, 無論

-
19. North, Douglass 著, 劉瑞華譯, **制度、制度變遷與經濟成就**, 頁111~124; Davis, L. and North, Douglass C. *Institutional Change and American Economic Growth: A Step toward a theory of Institutional Innovation* (New York: Cambridge University Press, 1971), pp.10~11,39~40; 王躍生, **新制度主義**, 頁69~95; 吳敬璉, **經濟學與中國經濟改革** (上海: 上海人民出版社, 1995), 頁12。有關「帕累托最適」(Pareto optimum) 是經濟學中常用的一個概念, 新制度經濟學引進此一概念, 用以界定「帕累托改進」(Pareto improvement) 和「非帕累托改進」(Non-Pareto improvement)。在制度創新過程, 如果至少使一個人的福利得到改善而沒有任何一個人的福利受到損害, 此一制度創新過程帶來的就是福利的「帕累托改進」。相反地, 如果有人在制度變遷中獲益, 有人受損, 無論受益或受損的大小, 這種制度創新帶來的福利改善就是「非帕累托改進」。一項制度安排的創新, 如果帶來的「帕累托改進」, 則這一制度創新過程就容易順利實施; 反之, 如果是「非帕累托改進」, 制度創新的困難就要大得多。
20. 陳懷林, 「經濟利益驅動下的中國傳媒制度變革—以報業為例」, 何舟、陳懷林主編, **中國傳媒新論**, 頁108~111; 程虹、竇梅, 「制度變遷階段的周期理論」, **武漢大學學報**, 第二四〇期(1999), 頁74~78。

這種制度是好是壞，就會沿著這一制度走下去，產生對該制度的「路徑依賴」。除非有重要的外生變量影響或有突發性重大事件，一個社會要脫離它已經選擇好的既定制度是不容易的。如同諾斯所說的，「人們過去所做的選擇決定了他們現在可能的選擇」。²¹

大體上，制度變遷理論包含了「誘致性制度變遷」(induced institutional change) 與「強制性制度變遷」(imposed institutional change)：

首先，「誘致性制度變遷」的特點如下：第一、自發性和一致同意原則。人們在經濟活動或日常交易中，一旦發現了現有制度安排的不足，發現了外在利潤的存在，就會自發地嘗試進行制度變遷，用新的制度安排代替現有制度安排，以獲得外在利潤。第二、盈利性。只有當制度變遷的預期收益大於預期成本時，有關組織才會去推動制度變遷，同時對組織而言，盈利性主要體現為物質利益。第三、邊際性。誘致性制度變遷通常總是從某一制度安排的「邊際」，即不均衡最嚴重、獲利可能性最大、最易於推行和展開、成本和阻力最小的那一點開始，而且制度變遷的進程，也只是推進到邊際成本與邊際收益相等那一點為止。²²

與此相連，誘制性制度變遷總是漸進的，它是一個自下而上、從局部到整體的緩慢推進過程。當制度不均衡出現時，人們通常是從某一項制度安排開始進行改變，逐漸擴展到與其有關的其它制度安排。僅就個別制度安排作出改變，並不會使整個制度結構的特點立即發生變化，只有當一個一個漸次對舊制度各個環節做出改變，並達到某一臨界點後，整個制度結構的特點才會發生變化，所以誘

21. North, Douglass著，劉瑞華譯，**制度、制度變遷與經濟成就**，頁111~124；Davis, L. and North, Douglass C. (1971), pp.10~11,39~40；王躍生，**新制度主義**，頁69~95；吳敬璉，**經濟學與中國經濟改革**（上海：上海人民出版社，1995），頁12。

22. 王躍生，**新制度主義**，頁82~88。

致性制度變遷的漸進過程類似於制度的進化過程。²³

其次，「強制性制度變遷」指的是由政府行政命令或法律強行實施的制度變遷。「強制性制度變遷」的主體是國家，國家在進行制度變遷過程中具有一些私人不具備的優勢。一方面國家憑藉強制性政權力量，可以強制實施某種制度，進行制度創新和變遷。國家進行的制度變遷活動不需要一致同意，社會成員無論同意與否都必須執行政府制定的制度。這樣一來，「強制性制度變遷」就不需要付出龐大的組織和協調成本，效率因而高得多。²⁴

雖然以國家為中心進行的「強制性制度變遷」，不像誘制性變遷完全由利潤所誘制，但強制性變遷同樣不能違反經濟原則。國家本身也是一種制度安排，也有其個體利益。因此，「強制性制度變遷」也是根據成本收益原則進行的。制度變遷的預期收益超過預期成本，統治者才會推進這種變遷過程，反之則會中止或取消制度變遷的過程。²⁵

如同前述，由於中國此種前計劃經濟體制國家，在社會主義體制轉型階段採取的「漸進改革模式」與「新制度主義」中的「誘致性制度變遷」互為表裡，這也使得引用制度變遷理論用來解釋大陸經濟制度改革，例如，農村改革、產權改革、國有企業制度改革等，均有其相當解釋力。由於大陸報業在制度變革上，採取了幾乎逐步仿效、移植大陸國有企業改革行為的方式，只是在時間進程上有所滯後。²⁶因此，採用制度變遷理論的觀點分析大陸報業制度變革，可以從宏觀的視野，了解大陸報業制度變革的因素、動力與進程。

23. 王躍生，**新制度主義**，頁82~88

24. 王躍生，**新制度主義**，頁88~95。

25. 王躍生，**新制度主義**，頁88~95。

26. 屠忠俊，「中國報業集團運行環境芻議」，**新聞與傳播研究**，第九期（1997），頁24~26。

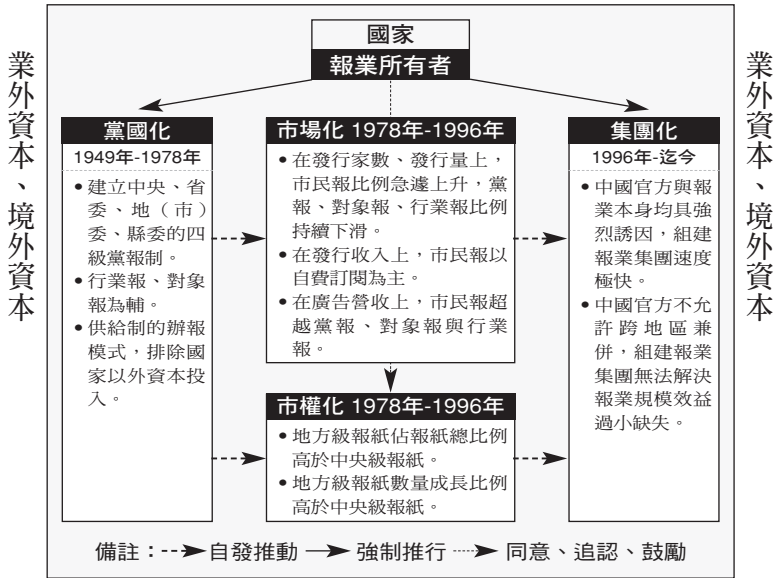


圖1 大陸報業結構變革

註：所謂「業外資本」指的是大陸傳媒業以外的資本，「境外資本」即指港澳台地區和外國資本。參見魏永征，「中國傳媒業利用業外資本合法性研究」，*新聞與傳播研究*，2001年第二期（2001），頁2~3。

本研究即藉由「強制性制度變遷」理論的觀點，說明中國共產黨何以要建立黨國化的報業結構，並論證在黨國化的報業結構下，大陸報業扮演何種角色？同時，本研究也藉由「誘致性制度變遷」理論，說明大陸報業結構變革何以逐步體現出市場化、分權化，以迄於目前集團化的現象；並論證在報業結構變革的進程中，大陸報業角色的轉變。

參、大陸報業結構的建立：黨國化的報業結構

中共建立政權後，曾經在50年代初出現中共黨報和非官方報紙並存，公營、公私合營和私營報紙共存的局面，但是隨著所有制結

構強制改造為全民所有制後，開始針對國民政府時期遺留的報社進行查封或接管，對私營報紙採取公私合營以致最終封殺。為此，中國官方於1956年公佈《中共中央關於報紙和期刊的創辦、停辦或改刊的辦理手續的幾項規定》，統一載明全國從中央到地方各級各類報紙的創辦、停辦或改刊的辦理手續，主要是各級批准權限的規定。²⁷

經過這一系列的整頓，大陸報紙數量大為減少，報紙種類也剩下以黨報為主。大陸黨報體制是與政治體制相對應，分成中央、省委、地（市）委、縣委四級黨報，並針對各行業、黨派、群體，成立行業報與對象報。中國官方是希望藉此建立條塊並存，足以重複動員群眾的報業結構：四級黨報制扮演「條」的喉舌系統，行業報、對象報則發揮「塊」的宣傳功能。為了有效掌控這些輿論喉舌，中國官方因此嚴格限制報紙數量與報紙種類，從而形成單一、計劃的黨國化報業結構。

在黨國化的報業結構下，大陸報業實施供給制的辦報模式，辦報經費排除國家以外的資本，由國家財政全額撥款，從而制約了報紙的數量。從表1可以得知，²⁸1978年時大陸報紙家數只有一百八十六家，一直到1980年代後，伴隨著大陸經濟改革的進程，大陸報紙在數量上才開始大幅增長。1981年報紙家數增長為四百八十五家。

在報紙種類上，大體上可依照主辦單位和讀者群體分成四個類型：1. 黨政機關報：從中央、省委（包括直轄市、自治區）、地（市）委以至於縣委的正式機關報，讀者對象多為各級政府官員。例如，人民日報、四川日報、無錫日報、萬縣日報。另外，還包括

27. 方漢奇編，**中國新聞事業通史第三卷**（北京：中國人民大學出版社，2000），頁50~51。

28. 大陸報紙家數計算，筆者根據**中國新聞年鑑2000**整理成表1：大陸報紙家數（1953年—1982年）。

表1 大陸報紙家數（1953—1982）

年份	家數	年份	家數	年份	家數	年份	家數	年份	家數
1953	265	1959	463	1965	343	1971	195	1977	180
1954	253	1960	396	1966	49	1972	185	1978	186
1955	285	1961	260	1967	43	1973	192	1979	69
1956	347	1962	273	1968	42	1974	189	1980	188
1957	364	1963	289	1969	42	1975	180	1981	485
1958	491	1964	329	1970	42	1976	182	1982	606

資料來源：整理自中國新聞年鑑2000（北京：中國統計年鑑出版社，2000），頁566~567。

民主黨派機關報與非政黨機關報的綜合報。2. 對象報：大多為中央或政府某個部門（如農業部門（廳）、體委等）或中共認可的半官方政治團體（如共青團、工會、婦聯等）所擁有，以某一部分特定對象為讀者的綜合性報紙，包括軍報、工人報、農民報、婦女報、少年兒童報、青年報、老年報、僑報等。例如，工人日報、解放軍報等。3. 行業報：指的是中央部委以及省市的多數行業廳局所轄報紙。例如，中央部委所屬的中國電子報、中國海洋報、中國建材報等；省市行業廳局所轄報紙，如浙江省商業廳所屬的浙江商報、雲南省廣播電視廳所屬的雲南廣播電視報、自貢市廣播電視局所屬的自貢廣播電視報。行業報的讀者侷限於該行業的員工。4. 市民報：指的是以城市晚報、都市報為代表，以城市居民為主要讀者對象的綜合類或文化、經濟、生活類報紙，這些報紙除了少數文革前創刊的新民晚報、羊城晚報等之外，大多數是進入90年代以後由省委機關報在省會城市創辦的子報，或地市級城市新創辦的報紙。例如，金陵晚報、揚子晚報和華西都市報等。²⁹本文即根據主辦單位和讀者群體分類方式，就中國新聞年鑑1986資料，製作成表2。³⁰

29. Chen, Huailin and Lee, Chin-Chuan. (1998), pp.581~582；陳懷林，「經濟利益驅動下的中國傳媒制度變革—以報業為例」，何舟、陳懷林主編，中國傳媒新論，頁116；Yu, Xu. "Professionalization without Guarantees: Changes of the Chinese Press in Post-1989 Years," *Gazette*, vol.53 (1994), pp.23~41；中國社會科學院新聞研究所首都新聞學會讀者調查組，「全國報紙基本情況調查」，中國新聞年鑑1986（北京：中國統計年鑑出版社，1986），頁121~126。

表2 大陸各類報紙情況一覽表（1950年以前—1985.3.1）

	黨政 機關 報	比率 %	對象 報	比率 %	行業 報	比率 %	晚報	比率 %	其他	比率 %	總計	比率 總計 %
1950年前	77	72.6	12	11.3	15	14.2	2	1.9	0	0	106	100
1950-1959	170	38.9	26	5.9	232	53.2	8	1.8	0	0	436	100
1960-1969	14	21.2	4	6.1	47	71.2	1	1.5	0	0	66	100
1970-1979	11	6.9	3	1.9	143	90.5	0	0	1	0.6	158	100
1980-1985.3.1	112	11.1	82	8.2	768	76.3	12	1.2	32	3.2	1006	100
總計	384		127		1205		23		33		1772	
日報型態	178	46.4	7	5.5	17	1.4	20	86.9	0	0	222	
非日報型態	206	53.6	120	94.5	1188	98.6	3	13.1	33	100	1550	

資料來源：整理自中國社會科學院新聞研究所，首都新聞學會讀者調查組，「全國報紙基本情況調查」，**中國新聞年鑑1986**（北京：中國統計年鑑出版社，1986），頁121~126。

根據表2可以看出，1978年改革開放前，大陸報業結構主要是以黨政機關報為主。從中央到地方的多層次黨報系統，早在50年代就已形成，當時黨政機關報為一百七十家，比率為38.9%；不過，經歷文革期間到改革開放前，則下降到十一家，比率為6.9%。行業報同時在1950年代形成，1950年至1959年家數為二百三十二家，佔總數53.2%；1970年至1979年，家數為一百四十三家，佔總數90.5%。

值得注意的是，從表2中也可以看出，從1949年至1985年3月1日，黨政機關報累計家數為三百八十四家，其中日報型態者為一百七十八家，非日報型態者為二百零六家，比率各為46.4%、53.6%。而行業報雖然在數量上達到一千二百零五家，但是日報型態者僅有十七家，非日報型態者高達一千一百八十八家，比率各為1.4%、98.6%。據此，可以推估行業報即使在家數上超過黨政機關

30. 在報紙種類統計上，中共十一屆三中全會後，為了紀錄大陸報業的現狀、發展與趨勢，中國社會科學院首都新聞學會讀者調查組，於1985年對大陸報紙基本情況展開調查，調查時間從1950年以前至1985年3月1日。據此，筆者依照主辦單位和讀者群體，將大陸報紙分成四個類型：黨政機關報、對象報、行業報與市民報，整理成表二：大陸各類報紙情況一覽表（1950年以前—1985年3月1日）。

報，但是由於絕大多數都是非日報型態，再加上行業報讀者僅限該行業員工，因此在影響力上自然不及黨政機關報。至於對象報與晚報所佔比例不高，1970年至1979年對象報僅有三家，佔總數1.9%；同時期晚報甚至掛零。

從「強制性制度變遷」理論而言，「強制性制度變遷」的主體是國家，國家可以憑藉強制性政權力量，強制實施某種制度，並省去龐大的組織和協調成本。強制性制度變遷也是根據成本收益原則進行的，制度變遷的預期收益超過預期成本，國家才會推動這種變遷過程，反之則會中止或取消制度變遷的過程。

由於中國共產黨繼承了國際共產主義的傳統，十分重視創辦黨報黨刊，利用報紙作為無產階級的宣傳者、煽動者和組織者。中國共產黨也在革命戰爭的過程中，認識到「筆桿子」的巨大力量，這也是為何建立政權後，必須親自創辦報刊的緣由。因此，中國共產黨建立政權後，雖然在50年代短暫出現公營、公私合營和私營報紙共存的局面，其後伴隨全民所有制的實施，迅速完成對這些非公營報紙的查收或接管，建立了以黨報獨大，以及行業報、對象報為輔的報業結構。

因此從強制性制度變遷理論來說，中國官方建立以黨報獨大的報業結構，是基於預期收益大於預期成本，體認到為了動員全民投入革命建設與維護國家政權穩定，必須建立一套在縱向上與行政體制相適應的四級黨報，以及橫向上針對各行業、黨派、群體的行業報、對象報。在黨報獨大的報業結構下，創辦報紙必須由國家嚴格審批，除了具備官方的出版單位外，也不允許國家以外資本投入。簡言之，此種完全由黨國壟斷的大陸報業，可稱之為黨國化的報業結構。

肆、大陸報業結構變革現象

一、市場化的報業結構：1978年－1996年

中國官方建立的黨國化報業結構，所以能夠長時期的運作，主要是藉由供給制的辦報模式，報業營運所需物資都由政府計劃調配，價格長期不變，因此對報業的財政補貼問題並未凸顯出來。但是，在1978年中共十一屆三中全會後，隨著社會主義市場經濟體制的建立，辦報所需的生產資料先後進入市場，計劃調配逐步失靈，國家財政又無力提供更多的資金，彌補生產資料價格日益上漲形成的報社資金缺口，報社的經濟壓力愈來愈大。在此種情形下，長期來透過國家供給制辦報模式運作的黨國化報業結構也面臨改弦易轍。

按照制度變遷理論而言，只要既有的「制度安排」(institutional arrangement)中存在著外部利潤(收益)，創新集團就有改變既有制度的誘因。因此，在大陸報業市場化的過程中，可以看到一些扮演創新集團角色的報社。

1978年末，人民日報等首都數家新聞單位聯合給財政部打了個報告，要求試行「事業單位、企業化管理」的經營方針，希望通過適度的自主經營獲得一些經濟收入，以彌補政府財政補貼之不足。從國家的立場看，無力為報業增加撥款的中國財政部隨後批准這一報告。根據當時的有關政策，報社屬於事業單位的性質不變，但可以從事一定的經營活動，經營所得的一部分可以作為增加職工收入、福利，也可以用於改善報社的辦公條件和技術設備。³¹在這種情形下，大陸報業取得自主經營的許可，也開啟報業結構市場化的先聲。

其後，上海解放日報於1979年1月28日率先刊登文革後第一則

31. 唐緒軍，**報業經濟與報業經營**，頁125；253~254。

表3 大陸報紙廣告營業額（單位：億元）

年份	廣告營業額	增長率 %
1983	0.73	
1984	1.19	+ 63.0
1985	2.20	+ 84.87
1986	2.56	+ 16.36
1987	3.35	+ 30.86
1988	5.01	+ 49.55
1989	6.29	+ 25.54
1990	6.77	+ 7.63
1991	9.62	+ 42.1
1992	16.18	+ 68.19
1993	37.71	+ 133.06
1994	50.50	+ 33.91
1995	64.68	+ 28.07
1996	77.69	+ 20.11
1997	96.0	+ 23.56
1998	111.48	+ 16.12
1999	121.25	+ 8.76
2000	146.5	+ 20.82
2001	157.7	+ 7.64
2002	188	+ 14.21

資料來源：1.「從數據看中國廣告業的1997」，原載現代廣告，第二期(1998)，轉載自唐緒軍，報業經濟與報業經營（北京：新華出版社，2003），頁114~115。

2.中國旅遊報刊協會祕書處，「傳媒業看好期刊廣告市場」，中國旅遊網。

〈<http://www.cnta.com/ziliao/zglyxh/2002-1/2002-1g.htm>〉

3.「媒體行業—最後一個暴利行業」，報紙觀察。

〈<http://my9w.com/baoshejingying/w/32.htm>〉

4.「2003年報業廣告重新坐回媒體老大位置」，中國新聞傳播學評論。

〈<http://cjr.zjol.com.cn/gb/node2/node26108/node194933/node194999/userobject15ai2217685.html>〉

5.中國新聞研究中心論壇，「財經類媒體市場分析」，中國新聞研究中心。

〈<http://www.cddc.net/shownews.asp?newsid=4133>〉

廣告後，³²為推進大陸報業結構朝向市場化取得重要利器。從表3中可以得知，從80年代開始，大陸報業廣告量逐年激增，除了1989年

32.唐緒軍，報業經濟與報業經營，頁111。

受六四天安門事件影響，1990年微幅成長7.6%外，其後報業廣告額連年成長，特別是1993年鄧小平南巡後，當年報業廣告額激增了133.0%。

另外，由於報業發行量是廣告的基礎，「有效發行量」（即消費者自行訂閱的發行部分）是決定報社廣告收入的最重要因素，因此在大陸報業恢復廣告刊登後，過去長期實施的「郵發合一」發行方式也面臨改變。

1950年代以來實施的「郵發合一」制度，即所有報紙都由郵政系統代為發行，發行費用固定為報紙訂價的25%。到了1980年代末期，郵局規定只有黨報才能享受此一優惠發行費率，其他報紙發行費都要提高到35%—40%。³³再加上，「郵發合一」制度必須預先扣壓報費，導致報社資金周轉困難，同時投遞時間沒有保障。在此種情形下，迫使大陸報社開始挑戰「郵發合一」制度，河南洛陽日報就於1985年率先宣佈改採自辦發行。³⁴大陸報社採用自辦發行後，在推進報業結構市場化上又獲得一項重大利器。

本節主要是意圖了解市場化的報業結構體現何種現象，因此借用吳國光在「多樣化的大陸報業結構：一個頭腦、多種聲音」一文中強調，報業結構市場化主要是伴隨1970年代末起大陸廣告事業的恢復與急遽成長，體現在非黨政機關報在發行量上高於黨政機關報；以及為了因應發行量的減少，黨政機關報紛紛創辦面向市民的子報。同時，本文也借用陳懷林在「論中國報業市場化的非均衡發展」一文中提出的傳媒市場化對大陸報業結構的影響，強調城市報在廣告額與發行量上高於非城市報。

33. 張裕亮，「大陸報業經營制度改革—制度變遷理論的觀點」，*中國大陸研究*，第四十五卷六期（2002），頁29。

34. 唐緒軍，「報業經營的探索和改革—新中國報業的報業經營」，*新聞戰線*，第十期（1996），頁14。

由於本文在報紙種類界定上，主要是依照主辦單位和讀者群體分成四個類型：黨政機關報、對象報、行業報與市民報。因此在參酌吳國光與陳懷林對報業結構市場化的闡述，本文將大陸報業結構市場化概念界定為市民報與黨政機關報、對象報、行業報，在發行家數、平均期發數、發行收入（公費訂閱、自費訂閱）、廣告收入四項指標上的差異。

（一）、發行家數、平均期發數

從表1與表4中可以得知，1978年大陸報紙家數只有一百八十六家，但是從1984年突破為一千零四十九家後迅速增長，2002年增長到二千一百三十七家，平均期發數更從1984年的一億三千四百四十四萬份，成長到2002年的一億八千七百二十二萬份。

從表5中可以得出，黨政機關報在總體報業結構比例的相對下降。從1985年至1998年，黨政機關報在家數與平均期發數上所佔的優勢，逐步被市民報與行業報所瓜分。1985年黨政機關報家數為四百九十三家，比率為40.8%，1998年為四百九十三家，不過比率則下降為24.0%；1985年黨政機關報平均期發數為六千二百零八萬份，比率為41.4%，到1998年為二千九百四十四萬份，比率下降為16.9%。

隨著國家新聞出版署2003年「關於進一步治理黨政部門報刊散濫和利用職權發行，減輕基層和農民負擔的實施細則」的出台，依照中央報刊治理領導小組公佈的最新數據顯示，至2003年12月已有二百六十二家縣級黨報遭到停刊。³⁵

從表5中可以看出，以主要社會團體為受眾，例如工人、婦女、農民與青年的對象報正逐步下降。1986年對象報為二百六十二

35.「中央報刊治理領導小組：共停辦677家報紙期刊」，千龍網。〈<http://www.qianlong.com/>〉；「治理取得階段性成果 677種報紙期刊停辦名單」，千龍網。〈<http://www.qianlong.com/>〉

表4 大陸報紙家數(1983—2002) (份數單位:萬)

年份	報紙家數	份數	年份	報紙家數	份數
1983	792	9543.6	1993	1775	17948
1984	1049	13444	1994	1950	17753.8
1985	1205	14951	1995	2089	17230.1
1986	1361	15748	1996	2162	17877.23
1987	1342	17274	1997	2149	18258.74
1988	1293	19913	1998	2054	18210.69
1989	1502	15254	1999	2038	18632.3
1990	1442	13895	2000	2007	17913.5
1991	1514	15318	2001	2111	18130.4
1992	1666	19066	2002	2137	18722

資料來源：整理自中國新聞年鑑1984-2003（北京：中國統計年鑑出版社，1984—2003）。

註：份數意指報紙平均期發數

表5 大陸各類報紙情況一覽表(1985-1998) (份數單位:萬)

		黨政機關 報	比率 %	對象報	比率 %	行業報	比率 %	市民報	比率 %	總計	比率 %
1985	家數	493	40.8	140	11.6	539	43.9	33	2.7	1205	100
	份數	6208	41.4	1855	12.4	6223	41.6	665	4.4	14951	100
1986	家數	369	27.1	262	19.2	698	51.2	32	2.3	1361	100
	份數	2868	18.2	2621	16.6	9539	60.6	720	4.6	15748	100
1987	家數	390	29.1	252	18.8	665	49.6	35	2.6	1342	100
	份數	3007	17.4	2890	16.7	10577	61.2	800	4.6	17274	100
1988	家數	424	32.8	217	16.8	614	47.5	38	2.9	1293	100
	份數	2927	14.7	2956	14.8	13205	66.3	825	4.1	19913	100
1989	家數	429	28.6	238	15.8	794	52.9	41	2.7	1502	100
	份數	2700	17.7	2798	18.3	9110	59.7	646	4.2	15254	100
1990	家數	424	29.4	243	16.9	737	51.1	38	2.6	1442	100
	份數	2638	19.0	2598	18.7	7997	57.6	662	4.8	13895	100
1991	家數	442	29.2	265	17.5	768	50.7	39	2.6	1514	100
	份數	2772	18.1	3738	24.4	8104	53.0	704	4.6	15318	100
1992	家數	458	27.5	282	16.9	884	53.1	42	2.5	1666	100
	份數	3108	16.3	3890	20.4	11266	59.1	802	4.2	19066	100
1993	家數	462	26.0	232	13.8	950	53.5	131	7.4	1775	100
	份數	2970.39	16.5	2827.88	15.7	10251.09	57.1	1598.64	8.9	17948	100
1994	家數	480	24.6	239	12.3	1062	54.5	169	8.7	1950	100
	份數	2721.45	15.4	2663.98	15.1	10598.29	59.7	1551.5	8.8	17753.8	100
1995	家數	504	24.1	242	11.6	1145	54.8	198	9.6	2089	100
	份數	2818.68	16.0	2642.44	15.0	9849.31	57.2	1919.67	10.9	17230.1	100
1996	家數	519	24.0	245	11.3	1180	54.6	218	10.1	2162	100
	份數	2693.65	15.1	2929.23	16.4	10105.46	56.2	2184.89	12.2	17877.23	100
1997	家數	519	24.1	253	11.8	1137	52.9	241	11.2	2149	100
	份數	2905.38	15.3	2965.44	15.6	9941.98	54.5	2445.94	12.9	18258.74	100
1998	家數	493	24.0	259	12.6	996	48.5	306	14.9	2054	100
	份數	2944.65	16.9	2243.99	12.8	9484.41	52.1	3537.64	20.3	18210.69	100

資料來源：整理自中國新聞年鑑1986-1999（北京：中國統計年鑑出版社，1986—1999）。

註：份數意指報紙平均期發數

家，平均期發數為二千六百二十一萬份，到1998年家數上升為二百五十九家，平均期發數上升為二千二百四十四萬份，但是家數從佔全國比率的19.2%下降到12.6%，平均期發數則從佔全國比率的16.6%下降為12.8%。

另外，根據趙月枝的研究指出，從1985年到1994年，以工人為報名的報紙從二十三家下降為十八家，以農民為報名的報紙從五十五家下降為十七家，以婦女為報名的報紙從五家下降為四家，以青年為報名的報紙從三十九家下降為三十五家。雖然從1992年至1994年間，每隔十一半個天就有一份新報紙創刊，農民報的數量卻從三十家下降為十七家。同樣的，市民報經歷了數波擴版熱，但是工人日報從四張增至八張後，卻在1997年兩度減張，這起因於市場壓力與國家政策。由於對象報並未使其讀者成為消費者，因此無法產生足夠的廣告盈收以支應上漲的印刷費用（主要是增張所致）與調高的郵寄費用。就對象報來說，發行愈多意謂著虧損愈大。由於國家控制報紙刊號數量，以及商業考量，使得黨政機關報關掉一些賠錢的農業版，改為新出版的市民報。³⁶

由於傳統黨政機關報與對象報在發行效益與廣告營收上不及市民報，導致黨政機關報紛紛要求國家新聞出版署批給刊號創辦晚報，希望藉由創辦子報補貼母報營運。為了避免市民報競爭過於激烈，國家新聞出版署規定同一城市只准辦一家晚報（已經存在的不受此限），作為變通之計，省委機關報獲許出版都市報搶攻日報市場。³⁷為此，都市報或者以生活報、晨報、早報、時報、文化報、導報、服務報、信息報、證券報等名目的市民報乃應運而生。

這些市民報指的是以城市晚報為代表、以城市居民為主要讀者對象的綜合類或文化、經濟、生活類報紙。從表5中可以看出，

36. Zhao, Yuezhi. (2000), pp.7~8.

37. Zhao, Yuezhi. (2000), pp.12~13.

1985年此類報紙家數為三十三家，佔全國報紙總數比率2.7%，1992年為四十二家，佔總數比率2.5%，但是1993年鄧小平南巡後，激增為一百三十一家，佔總數比率7.4%。到1998年則增加為三百零六家，總數比率上升為14.9%。在平均期發數上，市民報則從1985年的六百六十五萬份增加到1998年的三千五百三十七萬份，比率從4.4%增加到20.3%。

同時，從表5中可以得知，行業報從1985年的五百三十九家增加到1996年最多的一千一百八十家，家數比率從43.9%增加為54.6%；平均期發數從1985年的六千二百二十三萬份增加到1996年的一億一百零五萬份，比率從41.6%增加為56.2%，是名副其實的行業報大爆炸。

雖然從表5中看出，1998年行業報在家數與平均期發數上都佔了全國報業五成左右，但是行業報在本質上是準政府的，市場面過窄，絕大多數都是非日報型態，有的平均期發數甚至只有幾千份，同時高度依賴強迫式的官方訂閱，有些則憑藉行業的壟斷特權硬性攤派，或以不正當手段與綜合性報紙爭奪廣告，嚴重擾亂了正常的報紙發行秩序。³⁸雖然國家新聞出版署對各類報紙發行量都有明文規定，例如，中央部委的行業報最低發行量三萬份，但是迄1996年底未達數目者達四分之一，地方廳局行業報規定是二萬份，但未達標準者仍不在少數。有的行業報經營多年，也就是一千多份，最低還有二百份。³⁹

行業報的過量和無序導致大陸報業結構過於浮濫，正因為如此，新聞主管部門在1997年、1999年的兩次整頓目標主要都指向行業報。大體上，1997年的第一階段調整是以減少報刊數量為主要特徵，1999年的第二階段就是以調整報刊的結構為主要特徵。目的就

38. 唐緒軍，**報業經濟與報業經營**，頁158。

39. 劉波，「治理散亂現象 促進報業繁榮」，**新聞戰線**，第九期（1997），頁10。

是讓行政行為與出版行為分離，政府職能部門退出具體出版業務，政府機構不再直接辦報辦刊，解決「政報分開、政刊分開」。⁴⁰可以說，1999年的調整是大陸報刊管理的一次重大改革，主要表現在調整結構，一方面是壓縮廳局報刊，一方面鼓勵黨報和出版社兼併吸納報刊，希望進一步壯大黨報和出版社這些專業新聞出版部門的實力，促進報刊的集約化經營，將報紙總數量控制在二千份左右，並為發展報業集團化做好準備。

經此整併，行業報雖然從1996年的一千一百八十家下降至1998年的九百九十六家，平均期發數從一億一百零五萬份下降為九千四百八十四萬份，但成效仍未如預期。國務院經貿委國家局的三十九家報紙中的中國建材報、中國化工報和中國農機報劃歸到經濟日報，另有四家分別劃歸了光明日報和人民日報。然而作為有權接收的三家報業集團：人民日報、光明日報、經濟日報卻可以要也可以不要，如經濟日報收編的三家行業報都是營利的報紙，虧損的報紙則拒絕接收。事實上，三家報業集團並不具備消化和接收三十九家行業報的經濟實力。截至2001年，三十九家行業報共有七家劃歸報業集團，另有中國物資報被殘聯接管並改名為華夏時報，中國市場經濟報被共青團中央接管，中國合作新報被工人日報接管，其他沒有併入報業集團也沒人接管的行業報，有的因為主管部門被撤銷而順勢歸到協會，如中國商報劃歸到中國商業聯合會；有的至今仍在苦苦尋找歸宿。⁴¹

至於省、自治區、直轄市廳局所屬行業報的整頓進展也不順利，劃歸的只是小部分，大部分行業報依然找不到新東家，因為有收編權的只是當地黨報，這些黨報有的經濟實力薄弱，擔心背負包

40. 梁衡，「減數量 調結構 創品牌—中國報刊戰略調整的三大步」，*報刊管理*，2月號（2000），頁4-8。

41. 孫燕君，*報業中國*（北京：中國三峽出版社，2002），頁280。

袱；有的自己的報紙已經足夠，沒有收編的需求，因此多數虧損的地方行業報依然是無家可歸。1999年報業整頓重提發行量在三萬份以下的報紙予以撤銷，事實上與1997年整頓時一樣，依然未能落實。⁴²

不過，從國家新聞出版署2003年制定的「關於進一步治理黨政部門報刊散濫和利用職權發行，減輕基層和農民負擔的實施細則」，其中針對行業報利用職權硬性攤派的行為，規定「任何部門或單位利用職權通過發文件、下指標，或採取電話通知、利用系統工作會議提要求、下發報刊訂閱建議表等各種手段發行；將國企事業、鄉鎮、村級組織等基層單位是否訂閱報刊，與工作考核、評優達標掛鉤；利用登記、年檢、辦證、辦照、徵稅等工作之便，強行要求服務和管理對象訂閱」，新聞出版行政部門可給予停刊整頓直至撤銷刊號，⁴³這將對長期來憑藉行業的壟斷特權搞硬性攤派，同時高度依賴強迫式官方訂閱的行業報造成衝擊，特別是省級行業協會所屬的行業報更是首當其衝。據估計，此種行業報每個省（直轄市、自治區）大約在三十家左右，以目前全大陸三十一個省（直轄市、自治區）計算，預估將有近千家行業報面臨「生死抉擇」。⁴⁴

（二）、發行收入（公費訂閱、自費訂閱）

從市民報與黨政機關報、對象報、行業報在報業公費市場與自費市場的比例，也可以看出大陸報業結構呈現市場化的情形。

在供給制的辦報模式下，國家除了對報社實行財政補貼外，也規定列入國家財政預算的機關、單位，其訂報費用可以由國家財政

42. 孫燕君，**報業中國**，頁280~281。

43. 「中國啟動最大報刊改革 斬斷權力介入發行」，**千龍網**。
〈<http://www.qianlong.com/>〉

44. 「中國啟動最大報刊改革 斬斷權力介入發行」，**千龍網**。
〈<http://www.qianlong.com/>〉

支出，企業、事業單位的訂報費用，可以列入本單位成本或福利開支。但是，隨著大陸報業商業化的進展，自費市場開始出現。根據中共中央中宣部1995年在全國所做的一項調查，大陸報業市場自費讀者佔被調查者的54%，公費讀者佔46%，⁴⁵到了1999年，自費市場的比例已經上升到70%。⁴⁶此項調查說明大陸報業公費市場正逐步萎縮，自費市場正逐步擴大。

根據中共中央中宣部1995年在全國所做的調查，民眾自費訂閱率最高的報紙種類是文摘類報紙、晚報、周末報（或娛樂類報紙），自費訂閱者分別佔被調查者的42.4%、34%和25.4%；自費訂閱率居中的報紙種類為生活服務類報紙、地方省市報、青年類報紙，自費訂閱者分別佔被調查者的19.9%、19.3%和17.2%；自費訂閱率最低的報紙種類為經濟類報紙、行業報、全國性綜合類報紙，自費訂閱者分別佔被調查者的14.6%、11.8%和11.1%。⁴⁷

根據中國人民大學輿論研究所1996年11月對山東齊魯晚報讀者所做的調查，該報讀者中自費訂閱或零購的佔71.9%，公費讀者的比例僅佔26.3%。⁴⁸另外，根據南京師範大學新聞與傳播學院1995年對南京揚子晚報讀者所做的調查，該報自費訂閱和從報攤上零購的讀者比率達到了91.5%，而公費讀者僅為5.1%。⁴⁹據對羊城晚報讀者所做的調查顯示，該報自費訂閱率達82.4%。⁵⁰

以目前大陸報業競爭最激烈的都市報來說，這些屬於市民報的

45. 中宣部新聞調研小組，**中國報業總量結構效益調查**（北京：新華出版社，1996），頁43。

46. 孫燕君，**報業中國**，頁191。

47. 中宣部新聞調研小組，**中國報業總量結構效益調查**，頁43。

48. 「聆聽上帝的聲音」，**齊魯晚報**（1996年11月14日），第五版。

49. 南京師範大學新聞與傳播學院揚子晚報研究課題組，「揚子晚報讀者調查報告」，**中國新聞年鑑1996**（北京），頁381。

50. 「羊城晚報報業集團今天成立」，**羊城晚報**（1998年5月18日），第六版。

報紙都是以自費讀者為主要消費對象，自費市場是他們爭奪的主要市場。目前大多數都市報的自費訂閱率都達到80%，有些已經達到90%以上。以2001年為例，部分都市報、晚報的自費訂閱率如下：大河報80%、羊城晚報82%、華商報84%，華西都市報90%、揚子晚報91.5%。⁵¹

(三)、廣告營收

從市民報與黨政機關報、對象報、行業報在廣告營收上的差距，也可以看出大陸報業結構市場化的情形。

表6列出了1988、1993、1994、1997、2001與2002年前半年的大陸報業廣告前十名排行，從中可以發現市民報廣告營業額增長遠高於非市民報，最典型的當屬大陸第一大報人民日報的變化。1988年，人民日報高居全國報業廣告榜首，到1993年只能忝陪末座。1997年，人民日報更已跌出前十名。1988年報業廣告前十名之間的差距僅有數百萬元至一千多萬元，但在1997年已超過四億多元。

從表6與表3中也可以得知，1997年大陸報業廣告前十名報紙，分居第一、第二、第三、第四、第八與第九的新民晚報、廣州日報、羊城晚報、北京日（晚）報、天津晚報與揚子晚報六家都屬於市民報報紙，廣告量為二十五億二千三百九十五萬元，就佔了當年全國報業廣告總額的26.29%。表6中可以看出，2002年前半年大陸報業廣告前十名報紙，清一色都是市民報。同時，從表6中可以得到，行業報唯一能夠排入廣告經營十強者，只有1997年的計算機世界報。

如同「制度變遷理論」指出，對帶頭改變舊有制度的報社來說，是因為評估制度的改變潛藏外在利潤，因此在比較外在利潤和進行制度變遷預期成本的大小後，如果收益明顯大於成本，它們就

51. 孫燕君，**報業中國**，頁192。

表 6 大陸報業廣告經營十強（單位：萬元）

1988		1993		1994		1997		2001		2002 (1-6)
名次	金額	名次	金額	名次	金額	名次	金額	名次	名次	
人民日報	2350	廣州日報	18500	羊城晚報	31000	新民晚報	61287	廣州日報	廣州日報	
解放日報	1680	羊城晚報	18000	廣州日報	30600	廣州日報	50000	新民晚報	南方都市報	
羊城晚報	1677	解放日報	16378	新民晚報	26210	羊城晚報	50000	北京青年報	羊城晚報	
廣州日報	1500	新民日報	15880	北京日晚、報	19735	北京日晚、報	47108	深圳特區報	北京青年報	
北京日報	1320	海南日報	13000	解放日報	17768	深圳特區報	31000	北京晚報	北京晚報	
南方日報	1300	南方日報	12000	深圳特區報	16000	新華日報	29900	羊城晚報	深圳特區報	
新民晚報	1297	深圳特區報	12000	南方日報	15120	解放日報	23479	上海證券報	新民晚報	
深圳日報	1025	北京、日晚報	10255	新華日報、揚子晚報	11000	天津今晚報	22000	天津今晚報	天津今晚報	
天津日報	1000	文匯報	8520	人民日報	10340	揚子晚報	22000	成都商報	揚子晚報	
經濟日報	901	人民日報、成都日報	各 7200	成都晚報	9223	計算機世界	20000	揚子晚報	成都商報	

資料來源：1. 中國廣告年鑑1998（北京：新華出版社，1998），頁45~46。

2. 陳懷林，「論中國報業市場化的非均衡發展」，何舟、陳懷林主編，中國傳媒新論（香港：太平洋世紀出版社，1998），頁202。
3. 姚林、邢冬杰，「今年上半年全國報刊廣告形勢分析」，中國新聞傳播學評論。〈<http://www.zjol.com.cn/gb/node2/?node26108/node27327/node28301/userobject15ai1289704.html>〉

有把制度變遷付諸實施的動力。

從以上的論述可以得知，由於黨政機關報、對象報在發行效益與廣告營收上持續下滑，於是報社紛紛要求國家新聞出版署批給刊號創辦包括晚報、市民報等的子報，希望藉此獲得豐厚的廣告收益並提升發行量。在此種情形下，市民報從1985年起急遽增加，成為業結構市場化的最明顯成果。

事實上，大陸報業結構市場化的情形，除了體現在黨政機關報、對象報與市民報在發行效益與廣告營收上的差距外，最值得注意的則是行業報在80、90年代盛極一時，至今轉趨沒落的現象。如同「路徑依賴」(path dependence) 概念指出的，制度也有可能走

表7 大陸中央級與地方級報紙對比（份數單位：萬）

年份	中央			地方		
	份數	份數比率	成長率	份數	份數比率	成長率
1979	17	24.64%		52	75.36%	
1980	36	19.15%	111.76%	152	80.85%	192.31%
1981	42	8.66%	16.67%	443	91.34%	191.45%
1982	42	6.93%	0.00%	564	93.07%	27.31%
1983	46	5.81%	9.52%	746	94.19%	32.27%
1984	54	5.15%	17.39%	995	94.85%	33.38%
1985	79	6.56%	46.30%	1126	93.44%	13.17%
1986	95	6.98%	20.25%	1266	93.02%	12.43%
1987	99	7.38%	4.21%	1243	92.62%	-1.82%
1988	130	10.05%	31.31%	1163	89.95%	-6.44%
1989	138	9.19%	6.15%	1364	90.81%	17.28%
1990	129	8.95%	-6.52%	1313	91.05%	-3.74%
1991	137	9.05%	6.20%	1377	90.95%	4.87%
1992	139	8.34%	1.46%	1527	91.66%	10.89%
1993	134	7.55%	-3.60%	1641	92.45%	7.47%
1994	194	9.95%	44.78%	1756	90.05%	7.01%
1995	204	9.77%	5.15%	1885	90.23%	7.35%
1996	206	9.53%	0.98%	1956	90.47%	3.77%
1997	206	9.59%	0.00%	1943	90.41%	-0.66%
1998	209	10.18%	1.46%	1845	89.82%	-5.04%
1999	211	10.35%	0.96%	1827	89.65%	-0.98%
2000	206	10.26%	-2.37%	1801	89.74%	-1.42%
2001	210	9.95%	1.94%	1901	90.05%	5.55%
2002	212	9.92%	0.95%	1925	90.08%	1.26%
1979/2002			1147.06%			2997.10%

資料來源：1.筆者整理自中國新聞年鑑1993-2003（北京：中國統計年鑑出版社，1993—2003）。

2.Wu, Guoguang. "One Head, Many Mouths: Diversifying Press Structures in Reform China," in Lee, Chin-Chuan. *Power, Money and Media: Communication Patterns and Bureaucratic Control in Cultural China* (Evanston, Illinois: Northwestern University Press, 2000), pp 47~53.

註1：地方級報紙包括省（直轄市、自治區）、地（市）、縣三級報紙。

註2：份數意指報紙平均期發數

上歧路，被「鎖定」(lock-in)在某種無效率的狀態中。制度變遷的路徑一旦被鎖定，要重新扭轉相當困難，往往必須借助外部力量或政權力量，才能將制度變遷從鎖定的狀態中釋放出來。因此，行業報由盛轉趨沒落，就相當適合從「路徑依賴」概念分析。

伴隨大陸改革開放後經濟的高速增長，計劃經濟體制逐步向市場經濟體制過渡，然而計劃經濟體制的剛性，使得行業部門必須擔負行業信息發佈、行業宣傳以及工作指導需求的任務，由於中央部

委一級、地方省市廳局一級都獲許擁有刊號，導致所有部委、廳局紛紛利用國家給予的政策，爭相出版行業報。在這種情形下，大陸報業結構出現了其他各國報業極為罕見的大量行業報。由於這些行業報大多為週刊、甚至是半月刊，日報數量很少，發行份數普遍不多，使得大陸報業結構失調、缺乏規模效益，中國日報千人擁有量與世界發達國家報業相比顯然偏低。以2002年為例，中國日報千人平均擁有量僅有23份，與日本576份、德國317份、美國228份相比，說明大陸報業「規模經濟」(economies of scale)甚小。⁵²

但是要扭轉大陸行業報數量過多現象帶來的缺失並非易事，只得借助國家的力量讓制度變遷從鎖定的狀態中釋放出來。為此，中國官方在1997年、1999年與2003年三次整頓行業報，雖然前二次成效不彰，但是隨著2003年展開的另一波整頓，由於嚴格禁止利用職權硬性攤派，除了少數如計算機世界報這種早已轉型、面向市場的行業報足以自立更生外，絕大多數依靠行業特權硬性攤派的行業報勢必面臨關門一途，特別是對省級行業協會所屬的近一千家行業報更是「生死攸關」。可以預期，隨著未來國家整頓力量的加大，這種喪失公費訂閱特權與廣告市場，同時不以一般市民為讀者的行業報在家數、平均期發數上必然逐步降低。

二、分權化的報業結構：1978年—1996年

1978年中共十一屆三中全會後，大陸經濟體制變革除了體現在從計畫經濟制度轉軌到市場經濟制度外，另外一個極其重要的特點就是中央對地方的權力下放，亦即地方分權。地方分權主要表現在經濟領域，包括了財政權力的下放、企業所有和管理權的下放以及經濟活動決策權力的下放。在改革初期，實行物質刺激是貫徹改革政策的一項基本動力。當時，為了調動地方發展經濟的積極性，中

52. 喻樂、朱學東，「行業媒體解決方案」，**慧聰研究專稿**。

〈<http://www.media.sinobnet.com/scqb/0311/213.htm>〉

央政府在向企業下放權力的同時，也向地方政府下放權力，主要就是給予企業以更大比例的利潤留成，也給予地方政府以更大比例的財政留成。在整個改革過程，可以看到中央政府曾經在1980年、1985年和1988年三次推行「財政包幹」制度，也就是將中央和地方的財政權力區分，使地方政府擁有自己相對獨立的財政權力。這就給予地方政府以巨大的動力來發展當地經濟，以增加當地政府自己的財政收入。⁵³

地方政府擁有強烈的誘因推動經濟改革後，地方政府與傳媒之間出現利益一體化的現象，亦即地方政府開始積極為傳媒經營開創空間。例如，上海黨政機關在1979年率先認可當地的傳媒刊載廣告，使解放日報成為文革後首先恢復刊登廣告的媒體。又如，河南洛陽日報於1984年自辦發行，多張地方機關報爭相效尤，以解決郵電局發行費劇增的壓力。再如，一些報紙負責人按照企業管理的精神，各自與當地的財政部門磋商實行財政包幹，提高工作積極性。上述種種動作都是地方政府在中央訂立空泛的政策原則後，採取行動創新嘗試，以實際成效引起各地傳媒效法，最後取得中央認可，成為傳媒行為的常規。⁵⁴到了90年代市場經濟全面啟動後，地方政府和傳媒出現更多更大膽的嘗試，例如省委與市委的地方政府紛紛出版子報。

在此，本文借用吳國光在「多樣化的大陸報業結構：一個頭腦、多種聲音」一文中提出的「分權化」(decentralization)概念，描述地方政府與傳媒之間利益一體化的現象。吳國光指出，在二十年的改革過程裡，由於經濟、社會甚至政治活動愈趨區域化，以及

53. 吳國光，「中央與地方分權的特點、趨勢與政治影響」，吳國光、鄭永年，**論中央—地方關係—中國制度轉型中的一個軸心問題**（香港：牛津大學出版社，1995），頁165~168。

54. 杜耀明，「從政治機關到經濟企業—中國政治經濟變遷與傳媒商業化」，王耀宗編，**神州五十年—香港的視野**（香港：牛津大學出版社，2000），頁67。

地方當局試圖表達其地區的觀點，導致報業結構呈現分權化現象，亦即地方級報紙佔報紙總比例高於中央級報紙、地方級報紙數量成長率高於中央級報紙，使得地方當局可透過其所屬報紙表達個別聲音。⁵⁵

從表7中可以看出，從1979年一直到2002年，中央級報紙在家數上遠低於包括省（直轄市、自治區）委、地（市）委、縣委三級制的地方級報紙。1979年中央級與地方級報紙家數分別為十七家、五十二家，家數比率分別為24.64%、75.36%。到了2002年，中央級與地方級報紙家數分別為二百一十二家、一千九百二十五家，家數比率分別為9.92%、90.08%。從1979年至2002年，中央級報紙家數從十七家增至二百一十二家，增加比率為1147.06%；地方級報紙家數從五十二家增至一千九百二十五家，增加比率為2997.10%。

從表6中可以看出，1988年高居大陸報業廣告榜首的中央級人民日報，到1993年時已敬陪末座。1988年，大陸報業廣告前十名者除人民日報外，仍有隸屬國務院系統、中央級的經濟日報。但是，1997年大陸報業廣告前十名者，都是地方級報紙，僅有位居第十名的計算機世界報屬於中央級、中美合資的行業報。該報隸屬國務院信息產業部電子科技情報研究所與美國國際數據集團，聯合創辦的大陸第一份合資報紙。⁵⁶

從表6與表3中可以看出，1994年全大陸有九家報紙的廣告收入首次超過億元，其中三家在廣東，分別為廣州日報、南方日報、羊城晚報，兩家在上海，分別為解放日報、新民晚報，其餘為北京日報、深圳特區報、新華日報、成都晚報，九家地方級報紙佔當年全國報業廣告總額的34.98%。到1997年，全大陸廣告前九名都是地

55. Wu, Guoguang. in Lee, Chin-Chuan. edited. (2000), pp.47~53.

56. 蔣青，*新媒體征戰*（北京：中信出版社，2002），頁3~14。

方級報紙，佔當年全國報業廣告總額的35.08%。同時，表6也可以看出，2001年與2002年前半年大陸報業廣告前十名報紙全部都是地方報。

中央級與地方級兩類報紙的家數和廣告收入的對比，就可以看出為何大陸的市民報除了少數中央級報紙創辦外，絕大多數都是地方報創辦的原因。在某種意義上說，市民報的興起正是地方報自救的結果。

從「制度變遷理論」而言，1980年代起逐步獲得中央下放財政權力的地方政府，這些省市所轄黨報基於比較制度變遷預期收益大於預期成本的情形下，紛紛要求國家新聞出版署另批刊號，希望藉由創辦子報帶來的廣告營收，補貼母報營運。這種情形使得進入90年代，特別是在1992鄧小平南巡以後，包括省委（直轄市、自治區）、地（市）黨委新創的地方報紙急遽增加，導致大陸報業結構也呈現分權化的現象。

如同前述，市民報的急遽增加成為大陸報業結構市場化的最明顯成果。事實上，這些以城市晚報為代表、以城市居民為主要讀者對象的綜合類或文化、經濟、生活類報紙的市民報，絕大多數都是進入90年代以後由省委機關報在省會城市創辦的子報，或地（市）級城市新創辦的報紙。這些子報絕大多數都是以城市居民為主要讀者對象的市民報，包括晚報、早報、晨報、時報、導報、都市報、服務報、信息報等名目的各類市民報。⁵⁷這也說明大陸報業結構呈現市場化的同時，還伴隨著分權化。

三、集團化的報業結構：1996年—迄今

伴隨大陸報業結構市場化與分權化的進展，許多省委（直轄市、自治區）以及各地（市）級黨委機關報兼辦子報帶來豐厚的廣

57. 張裕亮，「大陸報業經營制度改革—制度變遷理論的觀點」，頁33。

告營收後，基於評估制度的改變潛藏外在利潤，亦即預期擴大報業規模帶來利潤大於成本後，因此在報紙刊號難求的情形下，這些黨委機關報自然具備強烈的擴張動機，開始試圖兼併其他報紙。

對中國官方來說，基於大陸行業報過多導致缺乏規模效益，除了定期根據報業市場的需求總量，整頓壓縮現有營運不佳報紙，例如，1997年與1999年展開的兩次報業整頓；這兩次報業整頓其實就是報業集團化的試點。由於國家意圖藉由財厚勢大的地方黨報為龍頭，收購所屬地區經濟效益差和政治失誤多的報紙，⁵⁸以改善報業規模效益與強化宣傳口徑，更親自扮演創新集團的角色，主動推行報業集團整併。在中國官方與報業本身都具備強烈誘因下，大陸報業集團組建過程極為快速。從1996年國家新聞出版署正式批准首家廣州日報報業集團後，截至2004年底為止，全大陸總計有三十九家報業集團，⁵⁹見表8。

值得關注的是，集團化的報業結構體現了以下特點：一、跨「條」、「塊」的報業兼併，打破了長期來「條」、「塊」分置的大陸報業體制；二、伴隨報業集團化的快速發展，報業集團開始出現跨行業、跨地區與跨媒體經營試點，進一步衝擊「條」「塊」分置、層級分明的大陸報業體制；三、基於對資金的飢渴，報業集團開始探索股票上市，使得長期來不允許國家以外資本投入的報業結構出現鬆動。

首先，如前所述大陸黨報體制是與政治體制相適應，分成中

58. 杜耀明，「從政治機關到經濟企業—中國政治經濟變遷與傳媒商業化」，王耀宗編，*神州五十年—香港的視野*，頁71~72。

59. 羅建華，「2003年中國報業集團年度觀察」，*龍奔工作室*。〈<http://home.banzhu.com/l/longben/prog/showDetail.asp?id=124>〉；段京肅，「媒介集團化的喜悅與尷尬」，*中華傳媒網*，〈http://academic.mediachina.net/lw_view.jsp?id=991〉。據不完全統計，目前全國已經獲得中央主管部門正式批准成立的報業集團大約三十九家。此外還有一些媒介機構雖然沒有獲得正式批准，但事實上已按照報業集團模式在運作。

表8 大陸報業集團分佈地區

地區	報業集團	數量	人均國內生產總值(元/人)
北京	光明日報報業集團、經濟日報報業集團(中央級報業集團)、北京日報報業集團、北京青年報報業集團(地方級報業集團)	中央(2) 地方(2)	28499
天津	天津日報報業集團	1	22380
河北	河北日報報業集團	1	9115
山西	山西日報報業集團	1	6146
內蒙古	N/A	0	7241
遼寧	遼寧日報報業集團、瀋陽日報報業集團	2	12986
吉林	長春日報報業集團、吉林日報報業集團	2	8334
黑龍江	黑龍江日報報業集團、哈爾濱日報報業集團	2	10184
上海	解放日報報業集團、文匯新民報業集團	2	40646
江蘇	新華日報報業集團	1	14391
浙江	浙江日報報業集團、杭州日報報業集團、寧波日報報業集團	3	16838
安徽	安徽日報報業集團	1	5817
福建	福建日報報業集團	1	13497
江西	N/A	0	5829
山東	大眾日報報業集團、濟南日報報業集團、青島日報報業集團	3	11645
河南	河南日報報業集團	1	6436
湖北	長江日報報業集團、湖北日報報業集團	2	8319
湖南	湖南日報報業集團、長沙晚報報業集團	2	6565
廣東	廣州日報報業集團、羊城晚報報業集團、南方日報報業集團、深圳特區報業集團	4	15030
廣西	N/A	0	5099
海南	海南日報報業集團	1	7803
重慶	重慶日報報業集團	1	6347
四川	四川日報報業集團、成都日報報業集團	2	5766
貴州	N/A	0	3153
雲南	雲南日報報業集團	1	5179
西藏	N/A	0	6093
陝西	N/A	0	5523
甘肅	甘肅日報報業集團	0	4493
青海	N/A	0	6426
寧夏	N/A	0	5804
新疆	N/A	1	8382
全國		39	8184

資料來源：羅建華，「2003年中國報業集團年度觀察」，奔龍工作室。

(<http://home.banzhu.com/l/longben/prog/showDetail.asp?id=124>)

註1：內蒙古、江西、廣西、貴州、西藏、陝西、青海、寧夏、新疆沒有報業集團。

註2：統計資料至2004年11月止，中國共有三十九家報業集團。

註3：人均國內生產總值為2002年。

央、省委、地（市）委、縣委四級黨報，並針對各行業、黨派、群體，成立行業報與對象報。中國官方是希望藉此建立條塊並存，足以重複動員群眾的報業結構：四級黨報制扮演「條」的喉舌系統，行業報、對象報則發揮「塊」的宣傳功能。基本上，「條」、「塊」各有所屬報紙，同時各有主管單位，不相隸屬。

但是從1996年首家廣州日報報業集團成立後，有心成立報業集團的報社無不卯足全勁積極併購報紙，由於受限於刊號封死，於是將目標指向其他對象報、行業報。例如，廣州日報報業集團兼併的廣州商報，原本是隸屬廣州市體改委的行業報。⁶⁰除此之外，廣州日報報業集團旗下還擁有老人報、現代育兒報、嶺南少年報，這三家報紙原本是歸屬對象報。⁶¹事實上，基於刊號難尋，這種跨「條」、「塊」的報業兼併，存在於多數報業集團之間。此種現象也打破了長期來「條」、「塊」分置的大陸報業體制。

其次，由於中國官方擔心在開放報業集團後出現一哄而起的現象，因此特別在1994年5月就組建報業集團問題發出通知，規定一是目前只作少量試點，不能一哄而起；二是不組織股份制報業機構；三是不吸收與報紙無關的企業、商業參加，四是不組織跨省區集團；五是報社組建集團要寫出論證報告，呈報國家新聞出版署審批。⁶²

雖然中國官方早已規定報業集團不得吸收與報紙無關的企業、商業參加，也不能組織跨省區集團，但是隨著報業集團實力的擴大，報業集團也開始嘗試跨行業、跨地區、跨媒體經營試點。為此，中共中央辦公廳和國務院辦公廳於2001年聯合下發「關於深化新聞出版廣播影視業務的若干意見通知」（即17號文），其中就載明

60. 孫燕君，**報業中國**，頁308。

61. 張裕亮，「從黨的喉舌到黨營傳媒企業—廣州日報制度變革分析」，頁47。

62. 支庭榮，**媒介管理**（廣州：暨南大學出版社，2000），頁396~397。

媒體可以跨行業、跨地區、跨媒體經營；以及媒體的經營性資產可以上市。「17號文」也規定，報業集團、出版集團、電影集團及下屬單位可製作廣電節目，在系統內資金控股的情況下，可以組建股份制企業。2003年，中共中央辦公廳和國務院辦公廳又聯合下發了關於加快媒體改革的「19號文」，涉及到媒體上市以及允許外資和私營資本進入等問題。這也意謂著大陸傳媒業已開始通過自身重組和外部擴張等多種形式，尋求更強大的資本支援，向集團化、規模經營方向發展。⁶³

在報業集團跨行業經營方面，北京青年報報業集團就在2004年1月控股北京市兒童藝術劇院，並將其改制為「北京兒童藝術劇院股份有限公司」。除了投資文化產業外，北京青年報報業集團也投入體育市場，例如與TOM公司合資成立「中國網球公開賽推廣有限公司」，持有51%股份，負責賽事的推廣和會務工作。⁶⁴

在報業集團跨地區收購與辦報方面，目前中國官方同意可嘗試跨地區辦報的大型報業集團，是2003年初位於廣州的光明日報報業集團和南方日報報業集團在北京合辦的新京報；以及2004年9月，深圳報業集團併購位於瀋陽的時代商報。新京報的誕生，除了突破跨地區辦報的限制，更是中央級報業集團與地方級報業集團合作的結果。⁶⁵另外，廣州日報報業集團也在2003年6月，經國務院新聞辦公室批准，與星島日報簽約，合作開設「星島日報·廣州日報澳洲

63.「中國媒體政策嬗變與上市路徑」，**新浪網**。

〈<http://finance.sina.com.cn/roll/20040817/1523955150.shtml>〉；

「媒體改革中的資本衝動」，**中國傳媒論壇**。

〈<http://www.stanchina.com/internation/803003.htm>〉；

「專家學者認為傳媒業將加快上市步伐」，**上海證券報**。

〈http://www.catsvshow.com/today_news/200302/2805.htm〉

64.「北青報探路傳媒上市 融資欲棄A股轉H股」，**21世紀經濟報導**。

〈<http://www.people.com.cn/GB/14677/14737/22036/2701794.html>〉

65.「跨地區辦報又出新例 時代商報加盟深圳報業集團」，**新華網**。

〈http://news.xinhuanet.com/newmedia/2004-09/03/content_1942073.htm〉

專版」，向旅居澳大利亞的二十萬華人華僑報導廣東及廣州的消
息。⁶⁶

雖然大陸報業集團可以跨地區經營，但是仍屬試點階段，對大多數報業集團來說仍然無法異地收購或兼併報紙，從而限制報業結構的調整，無法改善報業缺乏規模效益情形。例如，以陝西省為例，省報陝西日報實力薄弱，但手中刊號很多，不具備兼併的實力，也缺乏擴張的動力。但與此同時，陝西省內位列整頓的行業報相對比較多，這些報紙至今找不到歸宿。再以廣東省為例，廣東擁有四家報業集團，報業實力雄厚，不僅具備再兼併數家報紙的實力，而且四大報業集團繼續擴張的動機強烈，然而廣東已幾乎沒有可以兼併的報刊。⁶⁷如果中國官方同意全面開放跨地區兼併，讓廣州日報報業集團等實力雄厚的報業集團參與兼併，才能達到整頓報業結構失調、規模效益過小的問題，以及報業結構資源的優化和重組。⁶⁸

在此種情形下，從表8中可以看出，以大陸目前三十九家報業集團，主要都集中在人均國內生產總值較高地區，例如，北京有北京日報、北京青年報二家地方級報業集團，以及光明日報、經濟日報二家中央級報業集團；天津有天津日報報業集團；河北有河北日報報業集團；遼寧有遼寧日報、瀋陽日報二家報業集團；吉林有長春日報、吉林日報二家報業集團；黑龍江有黑龍江日報、哈爾濱日報報業集團；上海有文匯新民、解放日報二家報業集團；江蘇有新華日報報業集團；浙江有浙江日報、杭州日報與寧波日報三家報業集團；福建有福建日報報業集團；山東有大眾日報、濟南日報、青

66. 羅建華，「2003年中國報業集團年度觀察」，龍奔工作室。

〈<http://home.banzhu.com/l/longben/prog/showDetail.asp?id=124>〉

67. 孫燕君，報業中國，頁285~286。

68. 孫燕君，報業中國，頁322。

島日報三家報業集團；湖北有長江日報、湖北日報報業集團；廣東有廣州日報、南方日報、羊城晚報、深圳特區報四家報業集團。這些報業集團所屬地區的人均國內生產總值均高於全國人均國內生產總值。同時，內蒙古、江西、廣西、貴州、西藏、陝西、青海、寧夏、新疆沒有報業集團地區，當地人均國內生產總值均低於全國人均國內生產總值。

至於在報業集團跨媒體經營方面，解放日報報業集團所屬的「解放文化發展有限公司」，於2003年與上海東方電視台聯合拍攝電視連續劇。2003年11月，上海市委又宣佈決定，將上海三聯書店劃歸解放日報報業集團管理，有利於充分發揮兩大品牌和兩類資源的效用。這兩大舉措，使解放日報報業集團涉足報紙、期刊、書籍、電影、電視五種媒體，初步形成跨媒體格局。⁶⁹

第三、根據「出版管理條例」第十二條規定，設立出版單位的申請書應載明「出版單位的主辦單位及其必要的上級主管機關的名稱、地址」；「出版單位的主要負責人或者法定代表人的姓名、住址以及資格證明文件」；「出版單位的資金來源及數額」等。「出版管理條例」第二十一條也規定，「出版單位不得向任何單位或者個人出售或者以其他形式，轉讓本單位的名稱、書號、刊號或者版號，並不得出租本單位的名稱、刊號」。⁷⁰

同時，根據中國國家新聞出版署在1993年發佈的「關於出版單位的主辦單位和主管單位職責的暫行規定」規定，主管單位的行政級別：中央是部級以上，省是廳級以上，地、縣是縣級以上或縣級。社委會、編委會、管委會等機構都不能成為出版單位的主辦單

69.「解放日報報業集團涉足影視實現跨媒體發展」，**山東報業**。

〈<http://www.dzwww.com/sdby/sdbyxx/200305201073.htm>〉；

羅建華，「2003年中國報業集團年度觀察」，**奔龍工作室**。

〈<http://home.banzhu.com/l/longben/prog/showDetail.asp?id=124>〉

70. 金炳華，**新聞工作者必讀**（上海：文匯出版社，2000），頁105~115。

位。這就表明主管機關級別低的或無主管機關的單位（特別是民營企業）或者其他集體、個人都不能申辦出版單位。至於出版單位的資金來源，「暫行規定」雖然只規定主辦單位有權責「依照國家的有關規定為出版單位的設立提供和籌集必要的資金、設備」，但是有些主體既然不具備申辦出版單位的條件，因此通過以出資方式與主辦單位合作成為共同主辦單位，也是不可以的。⁷¹

至於外資是否可以進入傳媒業，根據1990年中國國務院批准公佈的「外資企業法實施細則」，將新聞、出版、廣播、電視、電影列為禁止設立外資企業的行業。1991年經國務院批准，新聞出版署發出通知，申明新聞出版行業禁止設立外資企業，原則上不能實施中外合資、中外合作企業，也不與港、澳、台建立合資、合作企業。1994年國家新聞出版署再次發佈「關於禁止在我境內與外資合辦報紙期刊出版社的通知」，重申原則上禁止創辦中外合資的報紙、期刊和出版社等傳媒機構，並且適用於港、澳、台地區的合資。⁷²

從上述規定可以得知大陸報業目前仍是一個限制性或壟斷性的行業，同時不得吸收業外資本，包括境外資本；而這意謂著目前大陸仍未開放報業資本市場。在大陸報業廣告額持續激增，以2002年全大陸報業廣告額高達188億元人民幣的情況下，⁷³自然引起業外資本、境外資本積極介入報業市場，但卻苦無合法投資對象。至於對報業集團本身來說，則受限於報業資本市場仍未開放，對資金需求迫切。

在此種情況下，極少數扮演創新集團角色的報業集團開始嘗試股票上市，以進一步擴大集團資產實力，北京青年報報業集團就是

71. 金炳華，**新聞工作者必讀**，頁105~115。

72. 魏永征，「中國傳媒業利用業外資本合法性研究」，**新聞與傳播研究**，第二期，（2001），頁3~4。

73. 參見表三：大陸報紙廣告營業額。

其中顯例。2001年5月，北京青年報成立「北青傳媒發展股份有限公司」，緊接著該報將廣告、發行、印刷等主要經營性資產開始投入「北青傳媒」。2001年8月，「北青傳媒」進入股票上市輔導期；2003年開始，北京青年報的人事編制也轉移到「北青傳媒」下。目前「北青傳媒」擁有三個絕對控股的子公司：「小紅帽報刊發行服務有限責任公司」、「北京青年報現代商務物流有限公司」、「北京青年報網際傳播技術有限公司」，北京青年報在「北京傳媒」佔有近90%的股份。根據大陸法律規定，上市公司不能擁有任何形式的媒體，因此北京青年報集團成立「北青傳媒」時，是將所有非編輯性資產撥歸到新公司，準備公開招股。也就是說，上市部分只有「北青傳媒」中廣告、發行、印刷、紙張等業務體系，而不包括報社的編採體系，有點類似「分拆上市」性質。⁷⁴

北京青年報在運籌帷幄近三年後，已經在2004年底前正式在香港掛牌上市，

預期將籌集一億美元資金，成為大陸內地首家獲准在海外股票上市的報紙媒體。北京青年報的上市被大陸視為報業改革試點，將成為大陸其他報業集團仿效的道路。事實上，除該報外，廣州日報、深圳日報等報業集團也已在為上市融資做準備。⁷⁵

報業集團能夠上市，意味著中國當局開始瞭解，面對國際化和

74.「北青傳媒積極運作上市」，中國新聞網。

〈<http://www.chinanews.com.cn/timemedia/0301/3.htm>〉；

「輔導期已超過六個月北京青年報上市胎動」，經濟觀察報。

〈<http://economy.enorth.com.cn/system/2003/04/30/000553759.shtml>〉；

唐學鵬，「北青報擬香港上市 紙媒加速資本佈局」，網易--財經週刊。

〈http://stock.163.com/economy2003/editor_2003/040726/040726_220193.html〉

75.「十二月二十二日香港掛牌 北京青年報籌一億美元過聖誕」，東方早報。

〈<http://www.xinhuanet.com>〉；

「明年上市？北青報要當傳媒第一股」，華西都市報。

〈<http://wccdaily.scol.com.cn/2004/03/27/2004032705753390.2119.htm>〉

市場化環境，唯有開放資金進入媒體，媒體才能擴大經營，增加競爭力。根據中國新聞出版署規定，外資和大陸民營資本一樣不得參與媒體內容編輯和內容控制，只能透過對廣告和發行業務的參與，獲得媒體有限經營權與收益權，而不能擁有國有的媒體產權及媒體品牌。目前政策規定，外資投資大陸媒體的股權比例不能超過49%。⁷⁶然而，大陸報業集團要與國際傳媒集團競爭，最主要的關鍵是加強資金的來源、運用與流通管道。若報業集團本身的經營擴張在中國國內受到抑制，無法跨地域經營，一旦大陸報業面對洞開的外資門戶時，必然會逐漸不敵外資重金而面臨失勢危機。根據媒體報導，「北青傳媒」在上市前就已計畫出售10%的股權予海外投資者作為策略夥伴，若上市後外資持續投資認股，可募集的資金會不斷增加，但也終究將導致北京青年報市場格局的變化。⁷⁷

陸、結論

由於本文研究動機與目的是試圖從總體報業結構角度，分析大陸報業結構變革前後呈現了何種總體現象，並從中了解大陸報業角色出現哪些轉變？本文也試圖採用「制度變遷理論」觀點，說明中國官方何以要建立黨國化的報業結構？實施多年的黨國化報業結構何以會出現變革？同時，在改革開放後大陸報業結構變革呈現的個別現象—市場化、分權化、集團化，其間又存在何種邏輯先後關係？

首先，從「制度變遷理論」觀點言，諾斯認為制度變遷的誘致因素是「創新集團」期望獲取最大的潛在利潤，也就是既有的「制

76.「秘密的一次轉向」，千龍網。

〈<http://medianet.qianlong.com/7692/2004/07/26/33@2183300.htm>〉

77.報導指出，新加坡報業控股有限公司（SPH）和一家美國媒體公司一直有意認購該集團釋出的10%股份。請參考「北京青年報聖誕前掛牌」，成報。

〈<http://www.singpao.com/20041204/finance/645117.html>〉

度安排」(institutional arrangement)中存在著外部利潤(收益)。諾斯並認為，外部利潤並不一定必然導致制度變遷，因為制度變遷涉及到成本問題，只有通過制度創新可能獲取的潛在利潤大於獲取這種利潤而支付的成本時，制度創新才可能發生。

因此在黨國化報業結構的建構上，中國官方是基於預期收益大於預期成本，體認到及時傳達黨國路線、政策與動員全民投入建設，必須建立條塊並存，足以重複動員群眾的報業結構，也就是四級黨報制扮演「條」的輿論喉舌，行業報、對象報則發揮「塊」的宣傳功能。

對於大陸報業結構所以從黨國化的現象，逐步推進到市場化、分權化的現象，主要是既有的制度安排存在著外部利潤，同時預期制度創新可能獲取利潤大於支付成本。例如，大陸報業結構從黨國化推進到市場化，變革的誘因是來自報業經營方式改變、恢復廣告刊載、引進自辦發行與兼辦市民報後帶來龐大的利潤。再如，大陸報業結構從黨國化推進到分權化，變革的誘因是伴隨1980年代起中央對地方的權力下放，地方政府擁有強烈的誘因推動經濟改革後，地方政府開始積極為傳媒開創空間。例如，上海解放日報在文革後首先恢復刊登廣告，河南洛陽日報首創自辦發行，都是地方報紙採取創新嘗試，引起其他各地傳媒跟進，最後獲得中央的同意與追認。

至於大陸報業結構從市場化、分權化推進到集團化，則是肇因於許多省級以及各地(市)級黨報兼辦子報—市民報帶來豐厚的廣告營收後，基於預期擴大報業規模帶來利潤大於成本，開始積極兼併其他報紙；再加上中國官方基於改善報業規模效益與強化宣傳口徑的考量，鼓勵以財厚勢大的地方黨報為龍頭，收購所屬地區經濟效益差和政治失誤多的報紙，組成報業集團。

其次，在制度變遷的進程上：既然「創新集團」是在評估預期

收入大於預期成本的情況下，自主採取創新措施，因此在大陸報業結構變革進程上，改革的路徑是依循邊際調整的原則，就是從某一制度安排的「邊際」，即不均衡最嚴重、獲利可能性最大、最易於推行和展開、成本和阻力最小的那一點開始，而且制度變遷的進程也只是推進到邊際成本與邊際收益相等那一點為止。

因此在邊際調整的原則下，大陸報業結構變革進程是從改革成本較低的恢復廣告、自辦發行、兼辦市民報的市場化開始，同時伴隨省委、地（市）黨委機關報新創地方報遽增的分權化，逐步推進到目前改革成本較高的集團化。

事實上，對於大陸報業結構變革進程體現的措施，作為報社所有者的國家也是根據比較外在利潤和制度變遷所需成本的大小後，如果收益明顯大於成本，它們就對此一制度變遷同意、追認甚至鼓勵。例如，在大陸報業結構市場化過程裡，針對黨政機關報、對象報在發行家數、發行效益與廣告營收上持續下滑，報社紛紛要求國家新聞出版署批給刊號創辦子報—市民報的現象，由於收益明顯大於成本，國家自然對此樂觀其成，予以同意、鼓勵。再如，面對許多省委與地（市）級黨委機關報收購、兼併、創辦子報，積極組建報業團，作為報業所有者的國家則基於改善報業規模效益與強化宣傳口徑，藉由實力雄厚的地方黨報收購所屬地區經濟效益差和政治失誤多的報紙，自然同意報業集團組建，甚至扮演報業集團的催生者。

第三、由於本文研究動機與目的是從總體報業結構角度分析大陸報業變革，因此在掌握了大陸報業結構變革的總體圖像後，本文試圖從中了解大陸報業角色的轉變。

在黨國化的報業結構下，從中央到省（直轄市）、地（市）、縣的四級黨報，主要扮演「條」的喉舌系統。黨報在宣傳馬列主義、毛澤東思想以及目前改革開放路線上，比較其他種類報紙更具權威

性，並確保黨的路線、方針、政策、工作，能夠最迅速地同廣大群眾見面。讀者閱讀黨報的目的，就是為了接受黨國的意識形態，了解國內外的形勢，黨國的路線、方針、政策和政府的法令法規。因此，一些基層黨員幹部甚至將人民日報稱作「白頭文件」。人民日報社論更直接承擔著宣傳中共意識形態理論，解釋中共黨的方針和政策責任，對下級黨報起著重要的指導作用。⁷⁸

除了四級制黨報外，中國官方還針對各行業、黨派、群體，成立行業報與對象報，以發揮「塊」的宣傳功能。例如，早在1949年創辦的人民鐵道報和1950年創辦的人民郵電報就是大陸最早的行業報。⁷⁹再如，中共中央軍委主辦的解放軍報、中華全國總工會創辦的工人日報、共青團中央創辦的中國青年報。這些報紙門類不同，各有不同發行對象，負有不同宣傳任務，但都是在中共的宣傳部門統一領導下工作，同時又受到其所轄部門中共黨組織的領導，因而報導方向、方針都是按照中共的宣傳口徑進行，實際上是中國官方在不同領域進行宣傳的喉舌。

大陸報業結構從市場化、分權化以迄於目前集團化的過程裡，大陸報業扮演的角色與擔負的功能，也從過去單純的黨的喉舌，逐步轉向作為提供市民消費的新聞紙、表達地方利益聲音的輿論陣地與多元化經營傳媒集團。

在市場化的報業結構下，由於傳統黨政機關報與對象報、行業報在發行效益與廣告營收上不及市民報，使得原先大陸黨政機關報與對象報、行業報扮演的「條」、「塊」宣傳功能逐步弱化，市民報則以兼備「市民性」、「生活性」、「新聞性」、「服務性」、「娛樂性」的內涵，除了提供市民關心的生活服務信息，同時及時報導省市內外乃至國內外新近發生的重大事件，使得大陸報業開始發揮

78. 何川，**中共新聞制度剖析**（台北：正中書局，1994），頁70－71。

79. 孫燕君，**業報中國**，頁270。

「新聞紙」的功能。例如，首開都市報風氣之先的「華西都市報」就將「全心全意為市民服務」作為自己的辦報宗旨；福建日報主辦的海峽都市報則提出要「做市民的忠實公僕」。⁸⁰

在過去黨國化的報業結構下，凡是人民日報的社論，其他黨報都必須轉載，並且置於頭版主要位置。凡是具備政治意識的大陸新聞工作者都視為黨性原則和新聞紀律，違者必遭嚴懲。⁸¹但是在報業結構分權化的情形下，地方報紙就重大新聞事件處理向中央公開表態的傳統已明顯式微，往往可以表達與中央不同調的聲音。例如，位處大陸改革開放前沿，也是大陸經濟發展最迅速地區的廣東省，其機關報南方日報報業集團下屬的南方周末一向就以敢言著稱。由於南方周末經常採取「擦邊球」方式，揭露官場貪腐現象以及社會陰暗面問題，再加上發行量超過百萬份、且多屬讀者自訂，在全國各地有一定影響力，因此經常引起掌握宣傳輿論大權的中共中央宣傳部和國務院新聞辦公室的關注，數度被點名批判，高層領導遭到撤換。⁸²

至於在報業結構集團化的情形下，由於報業集團跨「條」、「塊」的報業兼併，以及跨行業、跨地區與跨媒體經營的試點，打破了長期來「條」「塊」分置、層級分明的報業體制，再加上報業集團開始嘗試股票上市，也鬆動了長期來排除國家以外資本的報業結構。在這種情形下，大陸報業從過去改革前由國家全額財政撥款的事業單位，轉變成為多元化經營的傳媒企業。

就以在1996年獲准組建成為大陸首家報業集團的廣州日報報業集團，迄今已發展成為十三家報紙、五家雜誌、三家印刷集團、二

80. 鄭保衛，「都市報現象與大陸報業改革」，發表於第三屆兩岸傳播媒體邁入二十一世紀學術研討會（台中：朝陽科技大學，2000年11月），頁123。

81. 何川，**中共新聞制度剖析**，頁109。

82. 「從南方周末的遭遇看北京當局如何扼殺新聞自由」，**大紀元**。

〈<http://www.epochtimes.com/b5/2/4/11/n182462.htm>〉

家網站、二家發行公司、十二家實業集團、一家出版社的大型報業集團；在1999年固定資產已達三十六億元，2003年固定資產更激增到四十七億元。1998年廣州日報總收入十七億二千萬元、利潤三億四千九百萬元，當年上繳稅額與提供捐獻，就達到一億四千萬元。⁸³事實上，多數報業集團如同廣州日報報業集團，已經從過去供給制辦報模式下，完全由國家財政全額撥款的事業單位，轉變成為多元化經營實體的「黨營傳媒企業」。

再如，北京青年報是隸屬於中共共青團，層級是北京市委機關報，原是一份面向青年的報紙。在市場化的改革下，近幾年發展快速成為全國性的大報，轉型成為符合大眾取向的都市報。自2000年開始，廣告量連續三年位居北京第一名，全國第二名；2001年更成立「北青傳媒」，以集團化的方式經營廣告、發行、印刷等業務，預計在2004年底股票將在香港上市，成為大陸首家直接上市的報業集團。⁸⁴

83. 張裕亮，「從黨的喉舌到黨營傳媒企業－廣州日報制度變革分析」，頁52。

84. 姚林、於超，「北京都市類報紙廣告市場變局」，**慧聰研究專稿**。

〈<http://www.media.sinobnet.com/wzjx/040114.htm>〉

參考書目

一、中文

- 「2003年報業廣告重新坐回媒體老大位置」，**中國新聞傳播學評論**。
〈<http://cjr.zjol.com.cn/gb/node2/node26108/node194933/node194999/userobject15ai2217685.html>〉
- 「十二月二十二日香港掛牌 北京青年報籌一億美元過聖誕」，**東方早報**。〈<http://www.xinhuanet.com>〉
- 「中央報刊治理領導小組：共停辦677家報紙期刊」，**千龍網**。
〈<http://www.qianlong.com/>〉
- 「中國啟動最大報刊改革 斬斷權力介入發行」，**千龍網**。
〈<http://www.qianlong.com/>〉
- 「中國媒體政策嬗變與上市路徑」，**新浪網**。〈<http://finance.sina.com.cn/roll/20040817/1523955150.shtml>〉
- 「北京青年報聖誕前掛牌」，**成報**。〈<http://www.singpao.com/20041204/finance/645117.html>〉
- 「北青報探路傳媒上市 融資欲棄A股轉H股」，**21世紀經濟報導**。
〈<http://www.people.com.cn/GB/14677/14737/22036/2701794.html>〉
- 「北青傳媒積極運作上市」，**中國新聞網**。〈<http://www.chinanews.com.cn/timemedia/0301/3.htm>〉
- 「羊城晚報報業集團今天成立」，**羊城晚報**，1998年5月18日，第6版。
- 「治理取得階段性成果 677種報紙期刊停辦名單」，**千龍網**。〈<http://www.qianlong.com/>〉
- 「從南方周末的遭遇看北京當局如何扼殺新聞自由」，**大紀元**。
〈<http://www.epochtimes.com/b5/2/4/11/n182462.htm>〉
- 「專家學者認為傳媒業將加快上市步伐」，**上海證券報**。〈<http://www.>〉

catvshow.com/today_news/200302/2805.htm〉

「媒體改革中的資本衝動」，**中國傳媒論壇**。〈<http://www.stanchina.com/internation/803003.htm>〉

「跨地區辦報又出新例時代商報加盟深圳報業集團」，**新華網**。
〈http://news.xinhuanet.com/newmedia/2004-09/03/content_1942073.htm〉

「解放日報報業集團涉足影視實現跨媒體發展」，**山東報業**。
〈<http://www.dzwww.com/sdby/sdbyxx/200305201073.htm>〉

「秘密的一次轉向」，**千龍網**。〈<http://medianet.qianlong.com/7692/2004/07/26/33@2183300.htm>〉

「輔導期已超過六個月北京青年報上市胎動」，**經濟觀察報**。
〈<http://economy.enorth.com.cn/system/2003/04/30/000553759.shtml>〉

「明年上市？北青報要當傳媒第一股」，**華西都市報**。〈<http://wccdaily.scol.com.cn/2004/03/27/2004032705753390.2119.htm>〉

North, Douglass. 著，劉瑞華譯，**制度、制度變遷與經濟研究**（台北：時報出版社，1994）。

中宣部新聞調研小組，**中國報業總量結構效益調查**（北京：新華出版社，1996）。

中國大陸綜覽（台北：調查局展望與探索雜誌社，2003）。

中國社會科學院新聞研究所首都新聞學會讀者調查組，「全國報紙基本情況調查」，**中國新聞年鑑**（北京：中國統計年鑑出版社，1986）。

中國旅遊報刊協會祕書處，「傳媒業看好期刊廣告市場」，**中國旅遊網**。〈<http://www.cnta.com/ziliao/zglyxh/2002-1/2002-1g.htm>〉

中國新聞研究中心論壇，「財經類媒體市場分析」，**中國新聞研究中心**。〈<http://www.cddc.net/shownews.asp?newsid=4133>〉

中國新聞年鑑，（北京：中國統計年鑑出版社，1986—2000）。

- 中國廣告年鑑，（北京：新華出版社，1998）。
- 支庭榮，**媒介管理**（廣州：暨南大學出版社，2000）。
- 方漢奇編，**中國新聞事業通史第三卷**（北京：中國人民大學出版社，2000）。
- 王耀生，**新制度主義**（台北：揚智文化公司，1995）。
- 王耀宗編，**神州五十年—香港的視野**（香港：牛津大學出版社，2000）。
- 段京肅，「媒介集團化的喜悅與尷尬」，**中華傳媒網**。〈http://academic.mediachina.net/lw_view.jsp?id=991〉
- 何川，**中共新聞制度剖析**（台北：正中書局，1994）。
- 何舟、陳懷林編，**中國傳媒新論**（香港：太平洋世紀出版社，1998）。
- 吳國光、鄭永年，**論中央—地方關係—中國制度轉型中的一個軸心問題**（香港：牛津大學出版社，1995）。
- 吳敬璉，**經濟學與中國經濟改革**（上海：上海人民出版社，1995）。
- 金炳華，**新聞工作者必讀**（上海：文匯出版社，2000）。
- 俞旭、郭中實、黃煜主編，**新聞傳播與社會變遷**（香港：中華書局，1999）。
- 姚林、邢冬杰，「今年上半年全國報刊廣告形勢分析」，**中國新聞研究中心**。〈<http://www.zjol.com.cn/gb/node2/node26108/node27327/node28301/userobject15ai1289704.html>〉
- 姚林、於超，「北京都市類報紙廣告市場變局」，**慧聰研究專稿**。〈<http://www.media.sinobnet.com/wzjx/040114.htm>〉
- 段京肅，「媒介集團化的喜悅與尷尬」，**中華傳媒網**。〈http://academic.mediachina.net/lw_view.jsp?id=991〉
- 唐緒軍，**報業經濟與報業經營**（北京：新華出版社，2003）。
- 唐學鵬，「北青報擬香港上市紙媒加速資本佈局」，**網易--財經週**

刊。〈http://stock.163.com/economy2003/editor_2003/040726/040726_220193.html〉

孫燕君，**報業中國**（北京：中國三峽出版社，2002）。

陳崇山，「關於報紙分類的思考」，**中國新聞年鑑**（北京，中國統計年鑑出版社，1986）。

張裕亮，「大陸報業經營制度改革－制度變遷理論的觀點」，**中國大陸研究**，第四十五卷六期（2002）。

張裕亮，「從黨的喉舌到黨營傳媒企業－廣州日報制度變革分析」，**中國大陸研究**，第四十七卷三期（2004）。

梁衡，「減數量 調結構 創品牌－中國報刊戰略調整的三大步」，**報刊管理**，2月號（2000）。

曹鵬，**中國報業集團發展研究**（北京：新華出版社，1999）。

「聆聽上帝的聲音」，**齊魯晚報**，1996年11月14日，第5版。

「揚子晚報讀者調查報告」，**中國新聞年鑑**（北京：中國統計年鑑出版社，1996）。

屠忠俊，「中國報業集團運行環境芻議」，**新聞與傳播研究**，第9期（1997）。

程虹、竇梅，「制度變遷階段的周期理論」，**武漢大學學報**，第240期（1999）。

喻樂、朱學東，「行業媒體解決方案」，**慧聰研究專稿**。
〈<http://www.media.sinobnet.com/scqb/0311/213.htm>〉

蔣青，**新媒體征戰**（北京：中信出版社，2002）。

劉波，「治理散亂現象 促進報業繁榮」，**新聞戰線**（北京），第9期（1997）。

鄭保衛，「都市報現象與大陸報業改革」，**第三屆兩岸傳播媒體邁入二十一世紀學術研討會**（台中：朝陽科技大學，2000年11月）。

魏永征，「中國傳媒業利用業外資本合法性研究」，**新聞與傳播研究**

(北京), 第2期(2001)。

羅建華, 「2003年中國報業集團年度觀察」, 奔龍工作室。

〈http://home.banzhu.com/l/longben/prog/show_Detail.asp?id=124〉

二、英文

Chen, Huailin and Lee, Chin-Chuan. "Press Finance and Economic Reform in China," in Cheng, Joseph Y.S. edited. *China Review* 1998 (Hong Kong: Chinese University Press, 1998) .

Davis , L. and North, Douglass C. *Institutional Change and American Economic Growth: A Step toward a Theory of Institutional Innovation* (New York: Cambridge University Press, 1971) .

Wu, Guoguang. "One Head, Many Mouths: Diversifying Press Structures in Reform China," in Chin-Chuan, Lee. Edited. *Power, Money and Media: Communication Patterns and Bureaucratic Control in Cultural China* (Evanston, Illinois: Northwestern University Press, 2000) .

Yu, Xu. "Professionalization without guarantees: Changes of the Chinese press in post-1989 years," *Gazette*, Vol.53 (1994) .

Zhao, Yuezhi. "From commercialization to conglomeration: the transformation of the Chinese Press within the orbit of the party state," *Journal of Communication*, (2000 Spring) .

聯絡作者：

住址：嘉義縣大林鎮中坑里中坑32號 南華大學傳播管理學系

E-mail：ylchang@mail.nhu.edu.tw

收稿日期：2004/8/2

審查通過：2004/12/13

責任編輯：張書瑋