

中國大陸體制下報業集團化之析探

徐蕙萍

新聞系

副教授

摘要

報業集團化為典型資本主義經濟制度化的產物，在自由競爭中，透過收購、兼併，以產生規模效益；然一向視報業為喉舌、政治宣傳工具的中共，亦宣稱要組建報業集團，並要求其報業走向市場經濟，且要自負盈虧，何以如此？又其一再表示所組建的報業集團是與西方的有所不同。經過本研究深入探究發現，中國大陸報業集團的組建，其原委固然是隨其經改的深化，市場機制使然，但中共的強力主導、干預，則更屬首要。基於此，他們所組建的報業集團自然與自由民主國家的有所殊異，但也致使其報業集團問題重重。

關鍵詞：集團化、報業集團化、新聞體制、報業結構

壹、前言

報業集團化為典型資本主義經濟制度化的產物，在自由競爭中，由收購、兼併，產生報業托拉斯，其精神著重在企業化的經營，節省生產成本，達成規模經濟。而中國大陸的報業向來堅持馬列主義的新聞理念，其特色為宣傳價值大於新聞理念；新聞工作強調黨性，報業由共黨操縱；致報業各方面功能未完全發揮，長期以來已成為共黨的喉舌、傳聲筒。

一九七八年中共十一屆三中全會以後，中國大陸進行改革開放，並提出由計劃經濟逐漸向社會主義市場經濟過渡的政策；但社會主義市場畢竟不是資本主義自由經濟，特別是在中共傳統的計劃體制下，所有的傳播媒體皆是政府出資的「事業單位」，而非營利性的機構（石宗源，2002）。市場經濟講求的是自由競爭機制；但在中國大陸社會主義市場經濟體制，報業仍是中共各級政府的事業單位。可是如今中共一紙行政命令卻將報紙推向市場經濟，實現自負盈虧的規劃，且允許組建報業集團，其原委頗耐人尋味；這是本文欲探討的重點之一。

再者，中國大陸國務院新聞出版署對於其報業集團的組建，限制諸多，且需經過其審批後，始得掛牌成立，並宣稱其為「具有中國特色的社會主義現代化報業集團」，其究竟有何特色？又自廣州日報報業集團被核准成立後，中國大陸報業集團化發展快速，但迄至 2003 年開始趨緩，何以如此？皆頗值得探究；特別是中共對其內部一再強調對我要運用輿論戰、心理戰與法律戰的當前，在知己知彼的前提下，更應該深入瞭解其傳播媒體的狀況、問題與未來走向。

本文將以文獻分析法首先探討中共新聞體制下報業的角色與功能，再則分析其組建報業集團的原因、發展概況、報業集團的特色、問題與未來走向。

貳、中共極權主義新聞體制下的報業

新聞傳播體制是指一個國家的新聞傳播事業的總體結構以及國家對新聞傳播事業和新聞傳播活動進行協調和管理的體制（李瞻，1981）。然經學者研究發現：一個國家的新聞傳播體制總是同那個國家的政治制度、經濟制度、文化傳統和價值觀念密不可分的（何川，1994）；易言之，有什麼樣的政治制度，就會有什麼樣的新聞體制。新聞傳播體制中包含的國家和政黨同新聞傳播事業的關係、傳播媒介歸誰所有，傳播機構的經營管理方式等因素，都決定於政治制度。

檢視當前各國新聞事業之模式，雖說各有其不同的模式；然就政治制度的角度來分析，最具代表性的有二種：其一是以美國為代表的自由主義新聞體制；其

二，昔日是蘇聯為代表，當蘇聯解體後，現則是以中共為代表的集權主義新聞體制（McQuail, Denis, 1987; DeFleur, Melvin, 1982; Chang, Won Ho, 1989）。

中國大陸現行的極權主義新聞體制是建立在中國共產黨一黨專政的極權制度基礎之上的（Howkins, John, 1982）。這種集權制度，在政治上實行的是專制和獨裁。檢視中國共產黨極權政權的建立及其統治的延續，所依恃的，就誠如中共自己所言的，一是槍桿子，二是筆桿子。具體而言，即中共一方面通過他掌控的軍隊、警察等國家機器，實行暴力統治；而另一方面則利用它所控制的新聞、出版等機構，灌輸共黨的意識型態，以達到效忠極權政治的目的。也就是說，人民不但可能像自由主義新聞體制般利用新聞傳播媒體對中共實行監督和制衡，甚至連自由表達思想、言論和獲取信息的自由都沒有。中共利用其所控制的新聞傳播媒體，將自己的一套政治規範、馬克思主義的價值觀和政治認同灌輸到中國大陸每一個人的思想中，進而內化為行為取向共產主義的政治性格。換言之，在中共極權主義的政治體制下，其新聞傳播媒體完全淪為一黨專政的工具。在這種體制下，所有的報紙、電台、電視台、通訊社等大眾新聞媒介，都在中共的統一領導之下，通過共黨的各級宣傳部門的協調管理和其各級黨委對同級新聞機構的直接領導，並由不同時期新聞政策的引導來進行運作（周鴻鐸等，1997：340）。其中，特別是報紙，尤其是中共的黨報，在中國大陸的政治宣傳中佔有非常重要的位置，其非但是闡述馬列主義、毛澤東思想的主要手段，在宣傳中共的路線、方針、政策方向有很強的指導性，亦是中共對大陸人民進行政治灌輸，改造人們思想的主要工具（何川，1994:69-70）。何以如此？此則需從報紙在中共體制下之角色及其功能中去探究。

一、報業在中國大陸體制下的角色與功能

檢視馬克思主義的傳播觀念，其認為新聞傳播也像其他國家機器一樣，是階級統治的工具。這種「工具論」經過毛澤東、鄧小平等的詮釋下已成為「喉舌論」。一九八五年中共前總書記胡耀邦在中共中央書記處《關於新聞工作的講話》中並進一步將新聞傳播活動的性質和地位作了清楚的界定。胡耀邦明確地指出：「新聞事業是黨的喉舌，自然也是黨所領導的人民的喉舌」，在此前提下，非但是中共的《人民日報》、共軍的《解放軍報》，甚至是各省的報刊，都必須在共黨中央的統一領導下，按照共黨的路線、方針和政策工作。胡耀邦甚至更具體地說明，這些報紙名稱雖不同，但並不影響「他們作為黨的喉舌的根本性質」（胡耀邦，1990:288）。易言之，在中共極權主義新聞體制下，報業等新聞傳播媒體被定位為「工具」，是中共的「喉舌」；然弔詭的是，在中共的邏輯下，「共黨的喉舌，

就是人民的喉舌」，但人民卻不能擁有新聞傳播媒體，致使中國大陸沒有非官方媒體（何川，1994:36）。

基於報業被中共定位為「工具」，是中共的「喉舌」，致使其主要功能亦被界定為「宣傳共黨的路線、方針、政策，為政治服務」（毛澤東，1983）。簡言之，其新聞傳播就是為了宣傳，其傳播導向就是以灌輸共黨的意識型態為目的。中國大陸的報業在為政治服務的前提下，其刊載的內容完全根據政治的需要進行變化或修改。使得報刊皆以「對共黨的方針政策宣傳有利與否」為新聞取捨之衡量標準；凡是對共黨的方針政策有利的，就是最大的新聞，就要連篇累牘地大肆宣傳，否則再大的新聞事件也可以壓下來不報或晚報（何川，1994:41）。無怪乎，中國大陸的學者甘惜芬對於其報紙長期以來的現象，也不禁搖頭嘆息，他在《上海經濟導報》，發表〈多種聲音，一個方向〉專文中，對中共報紙的評價是：

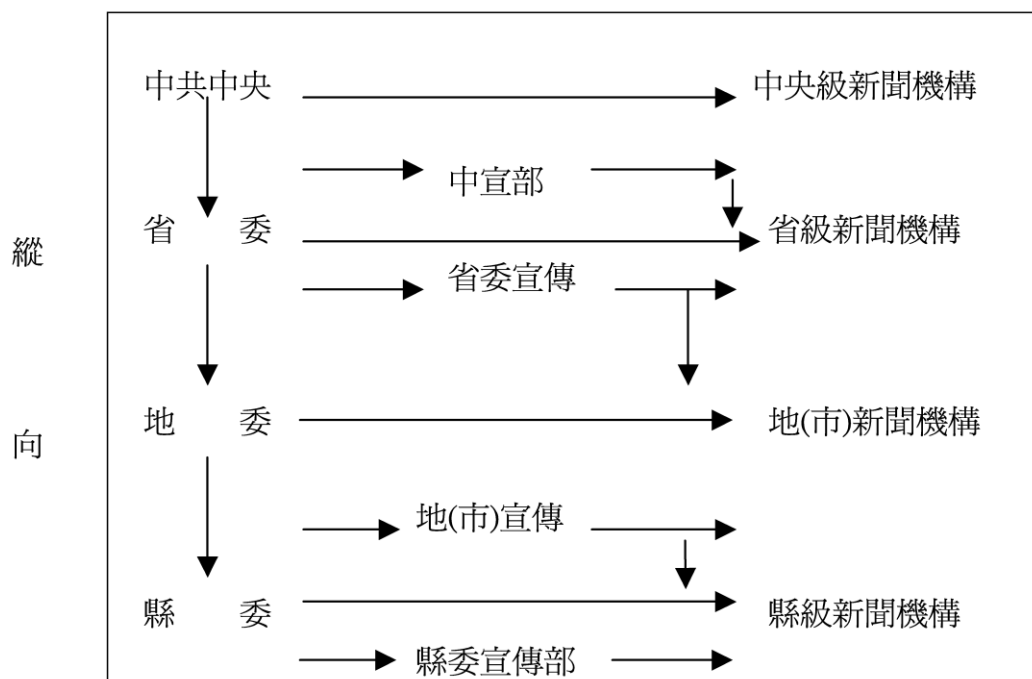
- 一、是迫切需要瞭解的新聞不多，而不感興趣的新聞太多；
- 二、是不把真相告訴人民；
- 三、是對領導人一昧歌功頌德，沒有輿論監督；
- 四、是不敢大膽批評時弊，繞着矛盾走；
- 五、是不能代表人民向國際發言；
- 六、是沒有新聞自由，沒有與官方不同的意見（徐蕙萍，1989）。

上述的評價，雖然是中國人民大學甘惜芬教授於一九八九年六四前夕所發表的觀感；然審視當前的中國大陸報業，即便經改已令其有不少的變化，但在其未擺脫「喉舌」的工具性角色之前，則較難發揮有如自由主義新聞體制下傳播媒體應有的守望環境、協調統合的功能、傳衍文化的功能及娛樂的功能（鄭貞銘等，2003）。

二、中國大陸的報業結構

基於中共將報業視為其「喉舌」，應為政治服務的定位下，致使中國共產黨不單是大陸所有新聞傳播媒體的所有者，亦是它的管理人。它通過其龐大、繁雜的各級權力機構，從組織上控制了整個新聞系統，使共黨的路線、方針、政策得以貫徹執行。依據學者何川（1994）的研究，中共是以縱橫交錯的雙重分等級的管理方式來掌控新聞傳播媒體。就縱的方面而言，中共中央有關意識型態的最高決策機構中央意識型態宣傳小組所轄的中央宣傳部，以及各級黨委的宣傳部門對同級別的新聞機構的業務指導；至於橫的方面，則是不同等級的黨組織對同級新聞媒體的直接領導，如此縱橫交錯，以確保所有新聞媒體共黨的路線、方針和政策服務。關於其間之等級結構，如圖一。

橫 向



圖一 中共新聞體制等級結構圖

資料來源：何川（1994），《中共新聞制度剖析》，台北：正中書局，頁91。

基於對政治宣傳工作的重視，中共在其新聞媒體間，卻將報紙，特別是中共的黨報，則被視為對大陸人民進行政治灌輸、改造人們思想的主要工具。雖說近年來大陸的廣播、電視等電子傳媒亦有突飛猛進的發展，而成為中共的主要喉舌；然這些廣播和電視宣傳的內容思想和觀點主要來自新華社或中共的黨報，故而無法取代報紙的特殊地位。這一切，皆肇因於中共控制人民思想的主要手段即是開展各種類型的政治學習，中共的黨報便是這種政治學習的主要讀物，而大陸人民即通過這些報紙的社論、評論以及有關政治的理論文章，來理解和認識中共的方針、政策。

由於報紙在中共意識型態的理論宣傳中所處的主角地位，致使大陸形成了一個以黨報為主導，不同類別、不同層次、不同文種並舉的報業結構（1994：70）。

參、中國大陸組建報業集團的肇因

所有權集中化，是全球媒體生態在二十世紀末期的發展趨勢，雖說國家的殊異，各肇致因素及其發展狀況也大異其趣；但就宏觀言之，傳播科技的日新月異，非但滲透到每個家庭，且成為家家戶戶不可或缺的家電；而且隨著國際政經局勢的巨大變異，東西冷戰緊隨著蘇聯的解體和東歐共黨的崩潰而結束，政治民主化在世界各地蓬勃開展，更助長了世界各國對新聞傳播媒體的鬆綁；尤其是跨國資本主義體系亦藉此國際政經局勢的變遷，迅速地結構化成跨國媒體集團。（林東泰，1999）。

基本言之，在自由主義新聞體制下的報業，遵循的是市場規律，在市場機制的的作用下，相互競爭的數家報業必然有勝有敗，於是勝者兼併敗者，企業集團便應運而生；此現象在自由競爭市場乃是一種必然的趨勢。主因是基於集團化的企業至少可具有四項明顯的優勢（李瞻，1972；孫燕君，2002:299）：

- 1.可以降低成本，降低價格，增強競爭力，取得規模效益。
- 2.可以集中財力、人力投資。
- 3.可以通過多元化經營，分散風險，增強企業抗風險能力。
- 4.可以形成各種程度的壟斷，從而獲取壟斷超額利潤。

然而一向被視為鞏固意識型態和思想宣傳任務，為共黨政治服務之具「喉舌」工具性角色的中國大陸報業，其於1996年1月廣州日報報業集團成立後，亦走向集團化。

誠如前述，在自由主義新聞體制下，報業集團的出現，乃是市場經濟下報業企業化運作的必然結果；然而對於被視為「為政治服務」的中國大陸報業而言，其走向集團化的原由，似非如此單純；依據學者們的研究，中國大陸報業集團化的肇因，歸納言之，不外乎以下二項：

一、報業由事業單位轉為產業單位後的結果

檢視中共建政以來的報業，其始終被列為確保政權的兩大利器（「槍桿子」和「筆桿子」）之一，肩負有鞏固意識型態和思想宣傳任務；但此亦致使報刊等新聞媒體盡為各種會議新聞及領導者活動消息所充斥，報導千篇一律，非但難以發揮宣傳作用，且因內容不具吸引力，遂成為得依靠行政命令方式強制要求下級單位訂閱的所謂官辦、官養、官訂的共黨事業單位（阮志孝，2004）。雖然中共採行補貼的政策，但對於各級單位而言，財政負荷頗重，基層苦不堪言（孫燕

君，2002：332）。

自中共實施經改後，隨著經改的深化、發展及市場經濟體制的確立，以及為因應社會形態變化和需求多樣化，中共亦相應推動如：擴大版面、增加新聞報導量、廣告刊登.....等的報刊改革（徐蕙萍，1989）；非僅如此，並將報業由事業單位轉變為須自負盈虧的產業單位。另鑑於報刊徵訂問題嚴重，基層苦不堪言，中共亦多次下令要求「治理整頓」，嚴禁以下指標、定任務方式向基層和農村攤派報刊徵訂（李良榮，2003）。

中國大陸的報業在失去所謂「經費靠上級、發行靠攤派」的狀況下，不得不從報導內容、印刷、廣告與發行...等，做不同程度的調整和改革，以因應市場化的需求，而「周末版」、「都市報」、「晚報」的相繼出現，亦說明報刊間競爭之激烈。

依據學者的研究發現，1990年以後，全球媒體生態環境的發展較之以往更注意企業化經營的策略，其主要原因是因為媒體市場中的生存與成功必須注意下述幾個條件（黃西玲，1998）：

- 1.注意管理，節省成本。
- 2.需要大的分工精密與專業的組織結構。
- 3.有較佳的財力，可作資金上的運用。
- 4.要有充足的原料供應，與中下游企業及週邊的相關企業有良好的相互配合與支援。
- 5.要有暢通的行銷管道，能將產品順暢的推銷出去。
- 6.能與廣告業及廠商相互配合。
- 7.能有與其他媒體競爭的能力。

就中國大陸報業發展的情況來看，尤其是經濟發展快速的沿海諸省之經濟特區（深圳、珠海、汕頭、廈門、海南）及一些發達的大城市如：北京、上海、廣州、大連、青島、武漢等，其報業擴展得最快；相對地，其間的競爭也最激烈（趙小兵，2003）；在生存與否的競爭壓力下，如何將人力、物力作最妥善的運用，以達節省成本，提昇競爭力，則是當務之急；而組建報業集團，乃是降低成本、多元化經營、增強競爭力，進而取得規模效益的大勢所趨。故於廣州日報報業集團率先成立後，羊城晚報報業集團、南方日報報業集團及光明日報報業集團等五家報業集團又先後獲得中共新聞出版署的批准成立，迄今已41家報業集團，此皆說明中共報業於其市場經濟體制確立後，報業集團化乃是其由事業單位轉變為產業單位後的必然結果。

二、「入世」恐受外資開放衝擊的因應措施

報刊雖被中共視為鞏固意識形態和思想宣傳任務的「黨的喉舌」，然為加入世貿組織，中共簽署「服務貿易具體承諾減讓表」，承諾將逐步開放外資以合資、合作或獨資企業方式投資圖書館、報紙、期刊零售、批發業務；其中，「入世」一年內，可在深圳、珠海、汕頭、廈門、海南五個經濟特區和北京、上海、天津、廣州、大連、青島、鄭州、武漢等八個城市設立與外資合資書報刊零售企業。「入世」兩年內，將開放所有省會城市和重慶、寧波兩市，並允許外資在零售企業控股。「入世」三年內，取消對外資從事書報刊分銷服務企業在地域、數量、股權及設立形式等方面的限制；在是項承諾中，雖只開放出版物分銷業務（即批發和零售），並未開放編輯出版和出版物進口經營權，然基於中國大陸絕大多數之報刊社非但資本實力、經營理念、管理體制或人才素質等方面，均與先進國家傳媒業存在極大差距，且因仍受限於中共當局的行政主導，致既有資源無法按照市場化、產業化要求進行有效配置以提升競爭力，一旦開放外資，勢將對其境內傳媒業產生極大的衝擊，於是中共不得不正視長久以來因襲傳統計劃經濟時代經營模式，致管理體制滯後，內容不具吸引力、發行量小、競爭力薄弱……等報刊弊病進行改革和整頓；而將報業劃轉、合併為報業集團，則是期冀優勢互補、資源共享、實施集約經營，以產生規模效應的因應措施。更何況，如此也便於管理。（陳勁松，2004）

綜上所述，中國大陸報業集團形成的肇因，是隨其經改的深化，市場經濟體制確立後，市場機制使然，但因應加入世貿組織外資開放的衝擊，中共的強力主導，則更屬首要。

肆、中國大陸報業集團的組建及其發展梗概

衡諸中國大陸報業集團的發展歷程，中共政府的強力主導與干預則處處可見，茲將其組建與發展的狀況概述如下：

自 1978 年中共實施經改以來，為了有效地推動經濟改革的進行，利用傳播媒體進行輿論宣傳是中共的主要手段，其結果不但推動了傳播媒體的迅速發展，而且也促使報業的內容有了顯著的變化，它從僅僅作為中共意識型態的武器，政治宣傳的喉舌和階級鬥爭的工具，轉而變成非但以共黨的意識型態武器為主，同時又為經濟改革和社會發展服務之綜合性多功能工具；致使大陸傳媒把經濟建設列為重要報導內容，甚至對國外經濟文化、科技、教育等方面的介紹也較往昔稍作放鬆了政治過濾（何川，1994）。但如此一來，反肇致報業的蓬勃發展，各種行業報、專業報紛紛創刊；相對地，在市場競爭的衝擊下，報業間的廣告戰也愈演愈烈。

在報業市場激烈地競爭下，中國大陸報界開始出現報業集團籌組的呼聲，特別是在

1990年至1994年間，報業集團的組建不但成為大陸新聞界的熱門話題，而且一些較積極的如《北京青年報》、《中國經營報》和《信息快報》等則率先掛出報業集團的牌子。

基於此，中共新聞出版署於1994年5月18日在「關於書報刊音像出版單位成立集團問題的通知」中，對組建報業集團作了五項規定：（1）目前只做少量試點，不能一哄而起。（2）不組織股份報業機構。（3）不吸收與報業無關的企業、商業參加。（4）不組織跨省區集團。（5）報社組建集團要寫出論證報告，報新聞出版署審批。

除此之外，中共新聞出版署並通告那些已宣布自己為報業集團的報社，一律撤消是項掛牌。此對於中國大陸報界的集團熱，不啻是一冷卻劑，頗具降溫效果；但對愈演愈烈的報業競爭，卻絲毫未受影響。

1994年6月，中共新聞出版署在杭州舉辦了「全國首次報業集團問題討論會」，與會的有：《光明日報》、《經濟日報》、《浙江日報》、《四川日報》、《解放日報》、《南方日報》、《北京日報》、《湖北日報》、《遼寧日報》和《新華日報》等十家中國大陸知名報刊。在會議中除提出：「以黨報為主，組建報業集團的設點」的設想外，並擬定了組建報業集團必須具備的五項基本條件：

（1）傳媒實力

除一張有影響的主報之外，至少應有四個子報子刊，可組成系列報刊。

（2）經濟實力

根據不同地區經濟發展的差異，沿海地區報社年利稅在5000萬元人民幣以上，中西部地區報社年利稅在3000萬元人民幣以上。

（3）人才實力

報社在職採編人員中，具有高級新聞職稱（包含副高級職稱）者佔20%以上；經營管理和技術人員中，有各類專業中級職稱以上者，佔總數的15%以上。

（4）技術實力

擁有獨立的印刷廠、擁有現代化的照排、印製設備，具有彩色印製設備。除保證報社所屬報刊正常印刷裝訂外，能承接一定數量的代印業務，每日總印刷能力在對開200萬份以上。

（5）發行實力

主報和子報、子刊期發行總量在60萬份以上，或在本地區每150人以下擁有一份報紙；有暢通的發行渠道，有逐步建立自辦發行網的可能。

中共新聞出版署有關組建報業集團的五項基本條件宣布後，雖然符合上述條件的報社至少有20多家，但卻未再有進一步的動作。直到1996年1月15日，中共新聞出版署通過《廣州日報》的申請；換言之，廣州日報報業集團成為中國大陸首家報業集團。

廣州日報報業集團經過兩年的試點，中共新聞出版署發現其成效卓著；非但報業規模擴大，由集團成立前的6報1刊，發展為10報1刊，增加了4張報紙，其間並兼併

了《廣州商報》，使集團擁有了獨立的經濟報紙，而且在「依托集團，優勢互補」的原則下，紙張、印刷、發行、甚至廣告等多元化的經營下，該集團總收入達到 15 億人民幣，比集團成立前增加 3.9 億人民幣。

基於廣州日報報業集團試點的成功，1998 年 2 月，中共新聞出版署在其〈新聞出版業 2000 年及 2001 年發展規劃〉中提出發展方向：「要扶植有影響的黨報實施兼併、重組，建立以黨報為龍頭的報業集團，到 2000 年，報業集團要擴大 5 至 10 家，到 2010 年，報業集團要有較大發展，經營規模上億元的報社要達到總數 10%」（孫燕君，P310）。

1998 年 5 月 18 日，廣州的南方日報報業集團、羊城晚報報業集團亦獲中共批准而宣告成立。同年的 6 月 8 日，屬於中共中央級的報紙，光明日報報業集團和經濟日報報業集團也獲准成立。7 月 25 日，在中共政府的主導下，上海的《文匯報》和《新民晚報》合併文匯新民聯合報業集團。

從 1996 年 1 月到 1998 年 7 月，這在中共所謂試點準備階段的兩年半時間中，共批准了六家報業集團；其中，中央級兩家，廣東 3 家，上海 1 家；這六家報業集團集中在北京、上海和廣州三城市，大體言之，這三座城市皆屬中國大陸經濟最發達和最有代表性的三個中心城市；因此，儘管中國大陸報業集團的組建，並非自發性的，且在跨地區兼併仍未被中共允許的狀況下，報業集團的發展大致仍能反映出該地區經濟、政治和文化的發展狀況。

兩年的試點準備階段結束後，即進入了中國大陸報業集團的推廣發展階段，但直至 1999 年 11 月，中共新聞出版署僅批准深圳特區報業集團一家；不過，進入 21 世紀，中國大陸報業集團的組建，開始快速發展；2000 年 1 月，中共新聞出版署一下子就核准了 8 家報業集團，即：大眾報業集團、北京日報報業集團、解放日報報業集團、四川日報報業集團、浙江日報報業集團、遼寧日報報業集團、哈爾濱日報報業集團和瀋陽日報報業集團；然後河南日報報業集團也相繼被核准成立。進入 2001 年後，長沙日報報業集團等十家先後批准成立，迄今已有 41 家報業集團，茲將其概況表列如下：

表一 中國大陸報業集團現況

報業集團名稱	成立時間	報紙級別
廣州日報報業集團	1996.1.15	地市級
羊城晚報報業集團	1998.5.18	省
南方日報報業集團	1998.5.18	省
經濟日報報業集團	1998.6.8	中央級
光明日報報業集團	1998.6.8	中央級
文匯新民聯合報業集團	1998.7.25	直轄市
深圳特區報業集團	1999.11.1	特區

徐蕙萍

遼寧日報報業集團	1999.12.15	省
瀋陽日報報業集團	1999.12.15	地市級
哈爾濱日報報業集團	1999.12.16	地市級
北京日報報業集團	2000.3.28	直轄市
浙江日報報業集團	2000.6.25	省
河南日報報業集團	2000.7.28	省
四川日報報業集團	2000.9.13	省
大眾日報報業集團	2000.9.28	省
解放日報報業集團	2000.10.9	省
長沙日報報業集團	.2001.9.26	地市級
重慶日報報業集團	2001.10.18	直轄市
湖南日報報業集團	2001.10.31	省
杭州日報報業集團	2001.11.8	地市級
新華日報報業集團	2001.9.28	省
雲南日報報業集團	2001.9.13	省
湖北日報報業集團	2001	省
吉林日報報業集團	2001	省
長春日報報業集團	2001	地市級
河北日報報業集團	2001	省
福建日報報業集團	2002.8.25	省
成都日報報業集團	2002.9.27	地市級
濟南日報報業集團	2002	地市級
甘肅日報報業集團	2002.10.26	省
天津日報報業集團	2002	直轄市
黑龍江日報報業集團	2002.6.20	省
安徽日報報業集團	2002	省
海南日報報業集團	2002	省
山西日報報業集團	2002	省
寧波日報報業集團	2002.8.20	地市級
長江日報報業集團	2002.6.21	地市級
青島日報報業集團	2002.11.28	地市級
長沙晚報報業集團	2003	地市級
蘇州日報報業集團	2003.10.7	地市級
無錫日報報業集團	2003.11.29	地市級

資料來源:1.中國新聞年鑑(2002)、「新聞戰線」(1996-2002)2.<http://www.media.china.net/>

伍、中國大陸報業集團的特色及其發展

一、中國大陸報業集團的特色

檢視中國大陸報業集團組建的歷程及其發展狀況，足可發現：其與自由民主國家報業集團是有所殊異的，中共當局並美其名為「有中國特色的社會主義的現代化的報業集團」。事實上，早在中國大陸報業集團孕育和籌備階段，中共前中宣部副部長徐光春在〈關於中國報業集團的講話〉中，即為中國大陸報業集團的性質有所定位，他明白地指出：「我們要建立的報業集團，是中國特色的，社會主義的，現代化的報業集團，這是我們的目標」，這位中共前中宣部副部長並進一步表明中國大陸組建的報業集團與西方國家報業集團的殊異點為：「我們要搞的報業集團應具有四個屬性：一是國家屬性。這是中國的報業集團。報業集團現在模式很多，我們應該走一條自己的路。二是政治屬性。我們要建立的報業集團是社會主義的報業集團，不是資本主義的報業集團。三是時代屬性。我們現在要建立的是一個現代化的報業集團。...四是產業屬性。報業與其他企業不一樣，嚴格地說在我們的國家，報業還是一種事業，實行企業化管理」。故而他明確地指出，中國大陸報業集團「一不能搞西式的。二不能完全按企業的路子走。這就是我們建立中國特色社會主義現代化專業報業集團需要具備的一些基本屬性」。

基於中共明定其組建的報業集團非但不走西方式的，且也不完全按照企業的路子走；在此前提下，中共並明定在建立報業集團的過程中有八個原則不能變：（1）黨對報紙的領導不能變。在考慮報業集團的領導時，必須加強黨的領導，不能削弱黨對報紙的領導，更不能放棄領導。（2）黨委機關報的性質不能變。不管報業集團發展到什麼程度，都是黨委的機關報。（3）基本理論、基本路線、基本方針的領導不能變。（4）「政治家辦報」的思想不能變。（5）黨的新聞工作的基本原則不能變。（6）三個服務的方向（要堅持為人民服務、為社會主義服務、為全黨全國工作大局服務）不能變。（7）兩個效益（社會效益、經濟效益）統一的原則不能變，但以社會效益為主。（8）新聞宣傳工作集中統一領導的原則也不能變。

綜上所述，這些中共自詡為「有中國特色的社會主義的現代化的報業集團」，實具有下列特色：

（一）為共黨及其政府所有

自中共建政後，中國大陸所有傳播媒體皆屬於中共黨和它的政府所有，非官方的媒體是不存在的。尤其在中共一黨專政後，中國大陸的新聞傳播媒體皆在其社會主義公有制的基礎上，而成為維護其統治的工具。

時至今日，雖然中共已實施所謂的社會主義市場經濟的改革，經濟所有制結構向多

元化演變，但新聞傳播媒體為中共的事業單位性質不變的狀況下，即便報業已逐漸市場化，並走向集團化，但其仍為中共黨和其政府所有，且深受壟斷管制的特質則綜毫未變。

事實上，中共前總書記以及主管意識型態的要員亦多次重申，不管經濟體制如何改革，新聞體制是不能動的。且絕不允許任何民間的和私營的傳播媒體在中國大陸出現（江澤民，1990：189）。在在說明，中國大陸的報業集團無論國企還是私企，也不管其規模多大，為共黨及其政府所有，且深受其壟斷與管制，則是不變的。

（二）深受政治干預與控制

自中共建政以來，其當權者只要談到新聞傳播的目的，皆口徑一致地指出，傳播媒體主要功能就是宣傳共黨的路線、方針、政策、為政治服務（何川，1994：40）。因之，所有的新聞傳播媒體都為中共所控制，從而操縱了整個國家的輿論。

即便今天中國大陸的報業已走向市場化、集團化，然在中共組建報業集團八項原則不能變的制約下，其勢必深受中共黨及其政府的干預與管制。

（三）單一經營的集團結構

衡諸自由民主國家的媒體集團之所有權集中化（ownership concentration）現象，無非是透過垂直整合、水平整合或交錯整合的方式成為集團化的媒體機構。

所謂垂直整合（vertical integration）即指某一種媒體單獨的在生產過程中，所涉及的周邊行業之合作經營。例如：報社除發行報紙之外，尚出版書刊及舉辦各種旅遊活動，甚至電腦補習班或排版訓練等經營，藉以提高產能效率，減少開支，進而增加獲利。水平整合（horizontal integration）則是同時經營多種媒體，例如：出版業、報業、廣電、電影、唱片業和通訊網路業等多種媒體的多角化整合，藉以追求利潤的極大化。至於交錯整合（cross-media ownership）則除包括上述兩種集團型式外，並經營媒體之外的其他企業，例如：娛樂業、家電業、家俱、食品業、房地產業等各行各業（林東泰，1999：485）。

反觀中國大陸組建的報業集團，則被中共主管部門嚴格限制在「以報為主，以報為本」的框框中發展，非但不允許報業集團的「副業」超過「本業」，甚至連跨區域跨媒體的發展，也是被嚴格限制。故而其報業集團只能從經營紙張、發行、廣告、印刷等相關行業發展，是受限頗多的單一經營模式的集團結構。

（四）可向海外發行，但不能引進國外報紙，或與國外報紙合作辦報

此係根據中共的新聞理論，報紙是宣傳工具，屬於意識型態領域，必須政治家辦報；故而其嚴禁自由創辦報紙，更不容許外資進入或外資擁有中國大陸報紙。（孫燕君，2002：352）

（五）報業集團的最高決策機構是黨委或社委會，且不設董事會

在自由民主國家的報業集團無論是家族所有，還是上市公司，所有報業集團同其他

企業集團一樣都是企業；其最高決策機構都是董事會。然中共的報業集團非完全按企業模式運作，其最高決策機構是黨委或社委會，下設編輯委員會和經濟工作委員會。故尤如中共所言，其集團性質依然是事業單位企業管理，一切仍受共黨的控制與管理。（孫燕君，2002：320）

綜觀中國大陸的報業集團，截至目前為止，其已組建了 41 家，然在為共黨及其政府所有、深受政治干預與控制，且在以報為主單一經營之集團結構的特質下，這些報業集團不過從中共所謂的「黨有事業」轉變到「黨有企業」，甚至可以說是打著企業化、集團化的名號，實遂行其當前對中國大陸報業非但可順應市場發展，增強其黨報的綜合實力和其國內外的影響力，並且可加強對輿論導向的宏觀控制之双重目的。

二、中國大陸報業集團面臨的問題與未來走向

基於中國大陸報業團仍為共黨及其政府所有，深受政治的干預與控制，且在「以報為主」，不得跨區域跨媒體發展等諸多限制下，這所謂的具有中國特色的報業集團在既要為政治服務，且要面向市場發展的過程中，難免出現不少問題，依據中國大陸傳播學者的研究，在眾多問題中最重要、最關鍵且最突出的問題諸如（張昆，2003/11/28）：

（一）地域範圍的侷限，致發展空間受限

中國大陸的報業集團目前仍不能跨地區兼併，致自身實力限制了它的發展；這不僅是地方保護主義的問題，更主要還是報刊對地方黨政系統的問題；此種依附關係和地方保護，嚴重地限制了報業集團化的發展空間。

（二）跨媒體合併受限，致傳播成本增加

中共規定：媒體的集團化只能在同一性質的媒體間進行；也就是說，報業集團不能涉足廣播的領域；同樣地，電台、電視台也不能創辦綜合性報紙，這種人為的限制，不僅無法發揮媒體之間的互補效應，也造成了新聞資源的浪費，進而增加新聞傳播的成本。事實上，中共亦已發現是項問題，其雖仍未鬆口，但有漸進調整的趨勢，如：2002 年 12 月 17 日南京日報報業集團和南京廣播電視集團在中共核准下，成立南京廣播電視集團；而報業集團與集團間亦開始展開合作聯盟，如：兩家黨營報業集團—光明日報報業集團和南方日報報業集團跨地域合作在北京共同投資發行《新京報》，又如新疆經濟報業、重慶日報報業集團、廣州日報報業集團等 29 家，於 2004 年 8 月 18 日加盟成立「全國城市報業發行網絡聯盟」等等，此皆說明在中共種種政策侷限下，報業集團的建立，除少數媒體集團外，大多數報業集團的組建，反而成為被大陸學者稱之為試圖同「航空母艦」抗衡的網綁起來的小舢舨（段京肅，2004）；的確問題重重。

（三）喉舌工具的定位，致集團規模受限

在中國大陸，報業被定位為「共黨的喉舌」，是政治宣傳的工具，其被限制為政治

家始可辦報，所以，新聞媒體可以經營其他行業，惟其他行業卻不能涉足報業、廣播電視業，致使報業集團難以得到其他行業資本的進入與支持，限制了報業集團的規模及其發展的速度。

檢視中國大陸報業集團的組建與發展，就初期而言，報業集團的種類數量增加，不論黨報、專業報、行業報等等，都版面擴大，且內容較為豐富，當然這是競爭帶來報紙的活力，並且打破一城一報的情況，使得城市報紙在競爭中崛起，小報成為報業發展趨勢，而全國性大報辦地方報則走向地方化趨勢；至於發行方面，則是由公費訂報改為自費購報，而郵發合一則改為自辦發行的情形。另外，基於報業的互相競爭，使得員工收入逐步提高、稿酬水漲船高，進而促進報業在各方面多元發展。另外，報業集團已開始重視企業資源的利用、企業產品壽命週期與市場需求情況，同時更追求企業成長，以減少內部摩擦。然發展相當階段後，問題則一一浮現，如：有償新聞與廣告發行責任額的問題、組建報業集團所產生的經濟效益與社會效益矛盾的問題，及因報業強者之間的合作，很難保有個別報紙的發展特色。同時，集團化後的報紙，在輿論公器角色扮演上更加困難；再者，因中共政策的種種侷限制約下，報業經濟規模的擴大與發展，將日漸趨緩，甚至可能產生有許多小報養大報的情況（王毓莉，2004）。

展望中國大陸報業集團化的前景，若要與國際媒體集團競爭，勢必得更加開放，並排除一些行政上的限制，如：允許報業集團跨省區兼併，容許報業集團跨媒體經營，甚至與網路媒體融合等多元化發展；且能逐步地放寬部分經濟、技術、時尚類報刊與外資合作；而在經營管理上，應走向現代化企業管理方式，而非上級黨委任命，甚或終身制。當然更重要的是將報業等傳播媒體不再視為政治宣傳的工具，並給予充分的新聞自由，若能如此，其報業集團的發展，將不容小覷的。

陸、結論

綜歸上述可知，自 1996 年 1 月，中國大陸的首家報業集團—廣州日報報業集團宣告成立後，其報業集團即如火如荼地展開組建；經過中共新聞出版署的審批，迄今已有 41 家報業集團宣告成立；然審視中國大陸的報業集團，非但帶有強烈地政治色彩，有級別與地方限制，且得以黨報為主幹組織，並不得跨省區、跨媒體經營，更不得有外資進入或與外資合作等等諸多限制，致報業集團組建的經濟規模效益僅在初期顯現，如今則日漸趨緩；除非中共能更加開放報業市場，不再視報業為喉舌、政治宣傳的工具，並給予充分的新聞自由，否則其發展不但有限，甚至不少報業集團的前景並不樂觀，因為據中共的統計資料顯示，2001 年在中國大陸報業廣告營業額的 157 億元人民幣中，五十家年收入在億元以上的報紙就占去了 80%，約 126 億元人民幣，其餘的近兩千家報紙只剩下 30 億元的份額，事實上其中的絕大多數每年的廣告營業額在百萬元人民幣以下，

有的只有一、二十萬元，僅僅夠基本的員工人事費（段京肅，2004），生存都成問題，更遑論要與西方跨國媒體挑戰了。

參考書目

（一）中文部分

- 王毓莉（2004）。〈中國傳媒體集團將成市場主導〉，銘報即時新聞。2004年3月1日。取自：<http://mol.mcu.edu.tw>
- 毛澤東（1983）。《毛澤東新聞工作文選》。北京：新華出版社。
- 石宗源（2002）。〈改革創新整體推進事業發展欣欣向榮—黨的十五大以來我國新聞出版業取得令人矚目的成就〉，《中國出版月刊》（11月號），頁6。
- 李瞻（1981）。《比較新聞學》。台北：政大新聞研究所。
- 李瞻（1993）。《世界新聞史》。台北：三民書局。
- 李良榮（2003）。〈新形勢下的報業集團與報業競爭〉，傳媒學術網—專家論壇。2003年11月28日。取自：<file:///A:\媒網%20-%20家.htm>
- 何川（1994）。《中共新聞制度剖析》。台北：正中。
- 林東泰（1999）。《大眾傳播學理論》。台北：師大書苑。
- 周鴻鐸、胡傳林、邢建毅（1997）。《傳媒經濟學》。北京：北京廣播學院出版社。
- 阮志孝（2004年2月2日）。〈入世初大陸報業的現狀、問題、對策〉，傳媒學術網—專家論壇。2004年2月12日。取自：<file:///A:\媒網一家.htm>
- 胡耀邦（1990）。〈關於新聞工作的講話〉，《新聞工作文獻選編》。北京：新華社。
- 段京肅（2004年9月9日）。〈媒介集團化的喜悅與尷尬〉，傳媒學術網。2004年9月11日。取自：<http://www.media.china.net>
- 徐蕙萍（1989）。《中共新聞改革之研究—以中共的報紙為主》。政戰學校政治研究所碩士論文。
- 張昆（2003）。〈從世界新聞史的視野看中國報業的集團化〉，傳媒學術網。2003年11月28日。取自：<file:///A:\媒網%20-%20.htm>
- 孫燕君（2002）。《報業中國》。北京：中國三峽出版社。
- 趙小兵（2003年9月10日）。〈報業集團面臨更廣闊領域〉，新浪傳媒。2004年3月1日。取自：<http://www.sina.com.cn>
- 陳勁松（2004）。〈中國報業集團化經營的弊端〉，New Century Net。2004年3月1日。取自：<http://www.google.com/search?>
- 黃西玲（1998）。《掌握資訊—談媒體經營與問題》。台北：正中書局。

徐蕙萍

《解放軍報》，2000年11月5日，第1版。

(二) 西文部分

Chang, Won Ho (1989). *Mass Media in China: The History and the Future*. Ames: Iowa State University Press.

DeFleur, Melvin and Sandra Ball-Rokeach (1982). *Theories of Mass Communication*. Fourth Edition. N. Y.: Longman.

Howkins, John (1982). *Mass Communication in China*. N. Y.: Longman.

McQuail, Denis (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction*. Beverly Hills: Sage Publish.

(投稿日期：93年9月20日；採用日期：93年11月19日)

中國大陸體制下報業集團化之析探