

报纸经营管理学教程

王强华 连福寅 王 鸿 主编

BAOZHI
JINGYINGGUANLIXUE
JIAOCHENG

红旗出版社

报纸经营管理学教程

主 编	王强华	连福寅
	王 鸿	
副主编	马子成	张召奎
	莫运宏	陈昌发

红旗出版社

(京)新登字 108 号

报纸经营管理学教程

主 编 王强华等
责任编辑 曹勇进 封面设计 皖 红
出 版 红旗出版社(北京沙滩北街 2 号)
发 行 新华书店首都发行所
排 版 北京通达科教器材研究所
印 刷 北京市东方印刷厂

850×1168 32 开 7.25 印张 180 千字

1994 年 4 月北京第 1 版 1994 年 4 月北京第 1 次印刷

印 数 1—10500 册

ISBN 7-80068-709-0/F·109

定 价 (精) 9.80 元 (平) 5.80 元

目 录

第一章 报纸经营管理学是一门科学	1
第一节 报纸经营管理学是一门新学科.....	2
第二节 报纸经营管理学是报业发展的产物.....	6
第三节 报纸经营管理学研究对象和特征	14
第四节 报纸经营管理学研究的方法和规律	19
第二章 报纸经营管理学与相关学科的关系	24
第一节 报纸经营管理学与新闻学	24
第二节 报纸经营管理学与发行学	27
第三节 报纸经营管理学与广告学	29
第四节 报纸经营管理学与公共关系学	32
第三章 中国报纸经营管理概述	34
第一节 古代报纸经营简况	35
第二节 近代报纸的经营管理	38
第三节 现代报纸的经营管理	46
第四章 报纸经营管理的方针政策	59
第一节 坚持为人民服务、为社会主义服务的 出版方针	59
第二节 在“两为”方针指导下讲求经济效益	62

第三节 在国家政策许可的范围内开展 经营活动	66
第五章 报纸经营管理体制的演进	69
第一节 新中国报纸经营体制的历史概况	69
第二节 报纸管理体制的模式和改革	71
第三节 经营管理形式与规章制度	73
第六章 报纸的发行管理	79
第一节 报纸发行的地位和作用	79
第二节 报纸的发行渠道	81
第七章 报纸的印刷管理	89
第一节 报纸印刷管理的重要意义	89
第二节 报纸的铅印管理	92
第三节 报纸现代化印刷及管理	98
第四节 报纸印刷的技术改造	117
第八章 报纸的广告管理	123
第一节 报纸广告的产生与发展	123
第二节 报纸在广告媒介中占重要地位	128
第三节 社会主义报纸广告的特征	130
第四节 报纸广告的职能	134
第五节 报纸广告优越性	136
第六节 报纸广告的管理	138
第九章 报社的财务管理	144
第一节 财务管理的任务	144

第三节 加强党的领导,使经营管理工作上一个 新台阶.....	216
-----------------------------------	-----

后 记	221
-----------	-----

第一章 报纸经营管理学是一门科学

报纸是社会发展到一定阶段的产物。它是以刊载新闻为主的面向公众发行的定期出版物。

报纸有两种属性：一是政治属性；二是经济属性。在我国以各级党报为主体的各类报纸，尽管其社会分工、主办单位、读者对象和发行范围各不相同，但它们都是社会主义的宣传阵地，是党和政府联系群众的纽带。一般地说，这就是报纸的思想性、党性和群众性，是报纸政治属性的本质体现。报纸作为精神产品的载体，是以商品形式在社会上流通、交换。它本身也有纸张费、印刷费、发行费和稿费等成本核算，这就要按价值规律办事，讲求经济效益。一般地说，报纸是特殊的商品，也就是它的经济属性的本质体现。

报纸的经济属性，决定了报纸经营管理在报业中的重要地位。它是办好报纸、发展报业的物质基础和财源保证。经营管理部门既是报社的总后勤部，又是编辑部工作成果的延续和检验。例如，报纸编辑部经过采写、编辑，编好的报纸，要靠经营管理部门去印刷、发行，将报纸投到读者手中，才能使编辑部工作的效益得以实现。报纸进入市场后，发行量多寡，读者对报纸内容欢迎与否，这也是对编辑部门工作成果的一种检验。尽管人们对报社的组成部分有各种不同的见解，但事实上报社分成编辑部门和经营管理两大部分。有人形象地将此比喻成推动报业发展的两个“轮子”。

报纸经营管理学是一门科学。它是报纸经营管理工作实践经验的科学总结，是报业发展的必然产物，是新闻学的一个重要组成部分。

作为研究新闻活动和新闻事业的特点和规律、研究新闻与社会生活关系和作用的新闻学，不仅包括理论新闻学（如新闻学概论、新闻学原理）、实用新闻学（如新闻采访学、新闻编辑学、新闻写作学、新闻摄影学、新闻广播学、新闻电视学）、历史新闻学（如中国新闻史、外国新闻史），还应包括报纸经营管理学等学科。

第一节 报纸经营管理学是一门新学科

我国的报纸唐代就有，距今已有 1000 多年的历史。古代的报纸主要是作为封建王朝传知朝政和地方官员了解朝廷政情的工具，是在中央政府控制下传发的，是为巩固封建统治服务的，很多人还谈不上有报纸的经营管理意识。

经营一词在我国古书上出现较早。春秋时期的著作《诗经》“大雅·灵台”篇中有：“经始灵台，经之营之”，引申为筹划营谋。唐代杜甫在《丹青引》诗篇中，有“诏谓将军拂绢素，意象惨淡经营中”的诗句。经营一词联系到报纸，古代报纸中自北宋“朝报”、南宋“小报”，到明清《京报》，已逐步有萌芽状态的经营意识。

近代报纸的经营管理也有 100 多年的历史，中经外商在华办报时期、戊戌变法和辛亥革命办报时期、无产阶级报刊与国民党报刊的激烈斗争时期、新中国成立后报纸大发展时期。各个时期的报纸经营管理，都具有各个时代的特色，为我国的报纸经营管理积累了较为丰富的实践经验。同时也为报纸经营管理学这门新学科的建立，打下了扎实的实践基础。至于各个历史时期报纸经

营管理的具体实践经验，下章再作专门论述，这里就不再展开了。这是一方面。

另一方面，我国以往的很多新闻学著作，对报纸经营管理的有关内容，有的作详细叙述，有的作专章论说，这为报纸经营管理的建立，提供了较为充实的理论依据。

早在五四运动时期的1919年，我国著名新闻学家徐宝璜撰著的《新闻学》，由北京大学新闻学研究会出版。这是中国第一部新闻学著作，全书十四章，除论述新闻学的性质、报纸的职能、报纸的编辑、采访、评论外，还对报纸印刷、发行和广告作了叙述。这是论述中国报纸经营管理最早的学术篇章。同时，也说明了报纸经营管理学不仅是报业的一个重要方面，而且也是新闻学的一个重要组成部分。

北京大学新闻学研究会是我国第一个新闻学研究团体，由北京大学校长蔡元培发起组织，并自任会长，徐宝璜主持会务。从这里可以看出，报纸经营管理的重要并非始于今日，早在中国第一个新闻学研究团体的学术研究中，报纸的经营管理已经占有相当的位置，而且还贯穿于整个新闻学的研究之中。

例如，该书第二章《新闻纸之职务》中讲到：“振兴商业，广告者，商业之媒介也。而新闻纸之广告，尤为有力。”该书第十一章《新闻社之组织》中讲到：“新闻社者，一制造厂也。国人亦称之曰报馆，或曰报社。其原料固多，而必要者，为墨、纸与新闻。其产品即每日所发刊之新闻纸。”“新闻社内部之组织，大抵分为三部：（一）编辑部。采编新闻、撰著社论及它种稿件如书评戏评等属焉。（二）营业部。报登广告，发售报纸，收发款项及报务行政属焉。（三）印刷部。印刷雕刻事宜属焉。”该书第十三章《新闻纸之销路》中，特别强调报纸发行工作。认为，“一报之销路，与其生命大有关系。销路广者，势力雄厚，广告发达，销路狭者，势力薄弱，广告不旺。”文中还讲到提高报纸印刷质量、降低定价、

发送敏捷等，都是为了扩大报纸销路。

继徐宝璜的《新闻学》著作之后，又有一大批新闻学著作问世，其中对报纸经营管理作了较为系统、较为深刻的论述。如《综合新闻学》、《科学的新闻学概论》、《现代新闻学概论》以及新中国建立后出版的《报海旧闻》、《报纸经营管理经验之花》和《报业纵横谈》等。

由著名新闻学者任白涛在抗日战争时期撰写的《综合新闻学》，于1941年、1943年由商务印书馆陆续出版。全书共6卷，除第1卷论述报纸与社会的关系、报纸与读者的关系，为报纸经营管理的方向与方法，提供理论参考外，第5卷专论报纸的“经营和管理”，有原稿，但未出版。

萨空了先生撰写的《科学的新闻学概论》，1946年由香港文化供应社出版。这部在解放战争期间有影响的新闻学著作，全书18章，其中从第14章至第18章共5章专门论述“报业管理”。同是1946年的出版物，还有储玉坤撰写的《现代新闻学概论》。这部由15章组成的新闻学著作，由世界书局出版。书中第11章讲“报纸的印刷”、第12章讲“报业管理”、第13章讲“报纸的广告”、第14章讲“报纸的发行”。这里所讲的，就是报纸经营管理的主要内容和主要方面。

著名报人徐铸成所写的《报海旧闻》，上海人民出版社1981年出版。作者以回忆录的形式，介绍自己和前辈从事报纸编采和报业经营管理的经验教训。《报业纵横谈》，1991年由四川人民出版社出版。该书分探索篇和实践篇。当代我国报业经营管理的专家、学者数十人纷纷撰文，论述报纸经营管理中的思想、理论、政策以及方式方法等诸多问题，为报纸经营管理学这门新学科的建立，提供了许多崭新的观点和丰富的、新鲜的实践经验。

以上说明，报纸经营管理学虽未单独成为一门学科，但较为丰富的报业经营管理实践经验和新闻学中的文章理论阐述，为这

门新学科的建立准备了基本条件。

我国报纸经营管理工作起步晚，对以往的报纸经营管理实践经验，还没有上升到系统理论的高度，其原因是：客观上，长期以来，报社从事经营管理的部门设置少、人员少、规模也小；主观上，报社人员忙于办报，重视报纸的宣传思想内容，忽视报纸的经营管理，这就是报纸经营管理学没有形成单独学科的主要原因。

判断报纸经营管理学能否成立为一门新学科，这是有客观标准的，即：主要看它是否有具体内容；是否有自己内在的规律和方法；是否有独立的知识结构；有无明确的研究对象和特定的范畴，并形成自己的理论体系。正如斯大林所说：“科学所以叫作科学，正是因为它不承认偶像，不怕推翻过时的旧事物，很仔细地倾听实践和经验的呼声。”^① 因此，对报纸经营管理学的研究，应从实践和经验着手，然后经过归纳、整理、总结、提高，使之条理化、系统化，并上升为理论性、规律性和科学性的东西。从上述客观标准来看，报纸经营管理学有自己的具体内容，有特定的研究对象、研究方法和研究规律，能自成一个独立的学科理论体系。

当然，建立一门新学科是有相当难度的。就拿报纸经营管理学来说吧，它是介于新闻学和经营管理学之间的交叉学科。特别是管理科学，本身就是一门新学科，它是运用现代科学技术的新成果，对人力、物力、财力等方面，作系统的定量定性分析，找出最优规划和安排的管理理论和管理方法。从这样的高度来研究报纸经营管理，也绝非易事。但是，寻求科学的理论是不能害怕困难的，正如马克思所说：“在科学的入口处，正象在地狱的入口处一样，必须提出这样的要求：

^① 《斯大林选集》下卷第 384 页。

‘这里必须根绝一切犹豫；
这里任何怯懦都无济于事。’”^①

第二节 报纸经营管理学是报业发展的产物

我国近代报纸产生于鸦片战争以后，成长于新中国成立以来，特别是党的十一届三中全会后，报纸事业得到蓬勃发展。据有关史料记载：从数量上看，1950年全国有报纸数十种，年发行总量仅8亿张，目前，全国公开发行的报纸就有2040种，内部发行的报纸多达数千种，年发行总量超过265亿张。数量上的增多和发行量的扩大是报业发展的标志之一。

从印刷技术上看，我国近代报纸从19世纪中期用铅字印刷，直到20世纪80年代仍一直沿用这套陈旧的印刷技术。党的改革开放的政策，使报纸印刷技术得到飞速的发展。90年代以来，报纸印刷技术不断更新。目前，已基本上甩掉了铅印的陈旧设备，采用激光照排、胶版印刷的新设备，使报业的经营管理上了一个新台阶。

从报纸广告来看，解放前，我国商品经济不发达，报纸广告收入较少。新中国成立后，受报纸是阶级斗争工具论的影响，报纸上很少刊登广告，且收费低廉，不重视这方面的经营管理。由于改革开放和商品经济的迅猛发展，目前，报纸广告收入已成为众多报社的主要经济支柱。据统计，1990年全国有广告经营权的报社1298家，从业人员10万多人，广告额达6.8亿元。到1992年底，有广告经营权的报社又增加到1539家，报纸广告额为16亿

^① 《〈政治经济学批判〉序言》，《马克思恩格斯选集》第2卷第85页，人民出版社1972年版。

多元。

再从报社经营管理机构看，现在，许多报社重视了经营管理机构的建立与健全，人员在增加，经营管理制度在逐步完善。这一切，都为报纸经营管理学的建立创造了基本条件。从这个意义上讲，报纸经营管理学是社会主义商品经济的产物，是报业发展的产物，是改革开放的产物。

一、社会主义商品经济的产物

(1) 在半封建半殖民地社会经济时期，建立报纸经营管理学的条件还不具备。

旧中国的报业从 1873 年我国国内最早创办的《昭文新报》开始，到 1949 年新中国成立，前后有 76 年历史。这一阶段，无论是从维新派办的《中外纪闻》、《时务报》，资产阶级革命派办的《中国日报》、《民报》，还是国民党办的《民国日报》、《中央日报》、《扫荡报》，直至中国共产党创办的《向导》周报、《热血日报》、《红色中华报》、延安《解放日报》和重庆《新华日报》等等，都是各自把思想宣传放在主导地位，对经营管理很少问津。这就是中国报纸发展的时代特色。

究其缘由，无外乎是旧中国各个阶级、各个党派和各种政治势力，他们创办报纸，首先是为了政治需要。无产阶级从来不隐瞒自己的观点。恩格斯说：“党刊的任务是什么呢？首先是组织讨论，论证、阐发和捍卫党的要求，驳斥和推翻敌对党的妄想和论断。”^①

毛泽东主编《政治周报》，并写了著名的《政治周报发刊理由》，他说：“为什么要出版政治周报？为了革命”。为了“向反革命派宣传反攻，以打破反革命宣传”，为了“使中华民族得到解放，

^① 《马克思恩格斯全集》第 4 卷第 300 页。

为了实现人民的统治，为了使人民得到经济的幸福。”^①

旧中国的报纸，以党派办的为多，党派出钱办报，有的不惜工本，很少考虑经济效益，把政治思想、意识形态的内容放在首位。

在半封建半殖民地社会的旧中国，社会经济以小农经济为主，商品经济极不发达，反映在报业上，亦是如此。因此，那个时代，将报纸经营管理学作为一门科学来研究，条件还不具备。

(2) 在产品经济占主导时期，建立报纸经营管理学的条件还不成熟。

新中国成立后，我国报纸，特别是党报，在很长的一段时期，一直采用事业单位的管理办法。其特点有四：一是领导体制上党政不分，影响了报社经营管理部门职能的发挥和积极性的调动；二是经济上统由国家财政结算，统产统销，吃“大锅饭”；三是发行上采用单一的邮发。这是解放初期从苏联学来的一种发行模式，即报纸征订、运输、投递，均由邮局统管，报纸经营没有活力；四是在人事制度上，报纸经营管理人才由上级统一调配、统一任免，会不会干，愿不愿干，都得服从组织决定。这种将报纸的产、供、销和人、财、物由国家统一包下来的体制，称为产品经济体制。

对报纸经营管理工作，党和政府也是重视的。早在建国初期的1949年12月，中共中央批转了国家新闻总署《关于全国报纸经理会议的报告》，根据《人民日报》等16家报纸每年赔耗5000万斤小米（约合500万元人民币）的这一情况，要求让“条件好的公营报纸争取自给”，并“多登有益广告”，以及“废除予取予求的单纯报销制”。1950年中共中央宣传部发布《关于报纸实行企业化经营情况通报》，肯定了报纸实行企业化经营的方针。党和政府的这些决定，对报纸开展经营管理活动，起了积极的推动作用。

^① 《政治周报》第1期，1925年12月5日出版。

后来，由于种种历史原因和现实情况，以及“左”的干扰，这些正确的方针政策，未能在报纸经营管理方面得到很好的贯彻。

(3) 在社会主义商品经济发展时期，报纸作为特殊商品，必须按价值规律办事，建立报纸经营管理学已势在必行。

1978年12月，中共中央十一届三中全会决定：“把全党工作的着重点和全国人民的注意力转移到社会主义现代化建设上来”，并指出：“实现四个现代化，要求大幅度地提高生产力，也就必然要求多方面地改变同生产力发展不适应的生产关系和上层建筑，改变一切不适应的管理方式、活动方式和思想方式。”

党的十一届三中全会以后，社会主义商品经济得到了迅速发展，各个经济生产部门都增强了商品意识。随着报纸所用纸张的大幅度提价，发行费率的增加，而国家财政对报纸的补贴又大幅度的减少，报社要生存，要发展，就必然要越来越重视报纸的经营管理工作，因而建立报纸经营管理学的呼声也越来越高。从这个意义上讲，报纸经营管理学是社会主义商品经济发展的必然产物。

从理论上讲，商品经济是以交换为目的的经济，包括商品生产和商品交换。而报纸作为社会意识形态的物质载体，它的生产离不开经济的运行，也离不开经济保障。报纸以商品形式在社会上流通、交换，使它的经济属性体现得更为充分。

而至今仍持“报纸完全是阶级斗争的工具”的观点的人，否认在社会主义初级阶段报纸是一种“特殊商品”，是一种精神产品，否认它本身具有的商品属性。其实，社会主义的报纸，在编辑、出版、发行过程中，照样有物化劳动和活劳动的耗费，报纸进入流通领域要计算成本，进行产、供、销的经济核算，作出报纸合适的定价。它说明，报纸的一切经济活动，都必须按价值规律办事。这样，不把报纸的经营管理活动当作一门科学来研究能行吗？

对报社来说，经济保障是报纸赖以生存和发展的物质基础，没

有经济保障，就没有报纸生产所必需的再生产能力。因此，报社人员必须增强经营管理意识，要学习生财、聚财、用财之道，严格经济核算，讲求经济效益，不断提高报纸经营管理水平。

再从实践上看，随着商品经济的进一步发展和改革开放的进一步扩大，当前报纸经营管理面临一系列实际问题，需采取新的举措：（1）国家大规模经济建设需要资金，对报纸的财政补贴要逐步减少，有的不仅不给补贴，还要自负盈亏、照章纳税。这就要把报纸经营管理工作提到报纸生存与发展的重要议程上，经营不当就面临着停刊、淘汰的严重威胁。（2）由于市场经济占的比重逐步扩大，国家要理顺各种物价的价格关系，有的商品要大幅度调价，这又给报纸生产带来新的问题。报纸所用的新闻纸、油墨等材料，随着能源、原材料和其它商品价格的提高而大幅度提高，报社要加大支出。另外，报纸的编辑费、稿费、企业管理费、印刷费不断增加，邮局发行费率不断提高，这又加大了报社的支出。面对商品经济迅猛发展的新形势，有些报社经营管理有方，经济效益很好；有些不善经营管理的报社，入不敷出，亏损日益严重，甚至到了欠款累累，借债无门的境地。实际工作需要理论的指导，报纸经营管理工作的普遍展开，就迫切需要建立报纸经营管理学。

二、报纸行业大发展的产物

我国近代报刊的出现是同外国列强的入侵同时开始的。从鸦片战争以后，到19世纪90年代将近半个世纪的时间内，先后创办了170多种中外文报纸和刊物，占同时期我国报刊总数的百分之九十五以上。^①这其中，真正属于中国人办的报纸数量是不多的。从五四运动到新中国成立的三十年时间，国民党创办的报纸

^① 见方汉奇等编著《中国新闻事业史》，中国人民大学出版社1983年版。