

失衡与再平衡

——中国新闻网站上市现象研究

Imbalancing and Rebalancing:
Study on the IPO Phenomenon of Chinese News Websites

邓为◎著



人 民 出 版 社

失衡与再平衡

——中国新闻网站上市现象研究

Imbalancing and Rebalancing:
Study on the IPO Phenomenon of Chinese News Websites

邓为◎著



人民出版社

责任编辑:卓 然 刘志江

封面设计:孙文君

责任校对:吕 飞

图书在版编目(CIP)数据

失衡与再平衡:中国新闻网站上市现象研究/邓为 著. —

北京:人民出版社,2017.5

ISBN 978-7-01-017230-9

I. ①失… II. ①邓… III. ①新闻-网站-上市-研究-中国
IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 005414 号

失衡与再平衡——中国新闻网站上市现象研究

SHIHENG YU ZAIPINGHENG

ZHONGGUO XINWEN WANGZHAN SHANGSHI XIANXIANG YANJIU

邓 为 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京汇林印务有限公司印刷 新华书店经销

2017 年 5 月第 1 版 2017 年 5 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:13.75

字数:155 千字

ISBN 978-7-01-017230-9 定价:32.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

序言：中国媒体的鲜活实践 值得我们关注与思考

秦志希

2012年，邓为考入武汉大学新闻与传播学院攻读博士。由于她长期在新闻宣传和宏观管理第一线工作，对新闻实践领域较为熟悉，对新闻管理政策也比较了解。因此，我希望她能结合工作实践进行理论思考。

四年寒暑，她默默地加倍付出，如饥似渴地读书，很辛苦地兼顾了工作与学习。而且，她能紧扣工作中遇到的新情况新问题去思考去研究，又能将博士课程系统学习中的收获，很好地运用到工作中。每每与她探讨问题，我总能感到思想火花的闪烁。这篇论文，我眼见她一改再改，十易其稿，终于按期完成学业，今天能够付梓出版，我表示衷心的祝贺。

业界的困惑是值得研究的真问题。从现实意义看，中国传媒业正处在深刻变革中，其中，国有省级媒体的市场化改革是极具代表性的案例。在我国，新闻网站被视为主流媒体，兼具组织传播工具与大众传播工具双重角色。新闻网站如何既遵循市场规律以求生存和发展、又超越市场规律去承载权力和义

务，是当下值得关注和思考的问题。

邓为敏锐地观察到近年来新闻网站积极上市的现象，选取湖北省在新三板挂牌上市的首家省级国有新闻网站——荆楚网作为研究个案，通过深度访谈、问卷调查、参与式观察等多种方式，对上市后新闻网站的新闻生产现状作了大量的实地调研，掌握了很多鲜活的第一手资料，并旗帜鲜明地提出，应充分发挥我国政府在媒体治理中的独特政治优势，探索具有中国特色的媒体政策，实现媒介治理的动态平衡。这一思考，无疑是有意义、有新意的。

《社会学的想像力（第二版）》一书提出“不要仅仅沉迷于一个又一个的小情境研究，要关注将各种情境组织起来的社会结构”^①，“不要仅仅将细微的研究嵌入到刀锋般细屑且静态的时刻，而应该将时间跨度扩展到人类历史的发展过程”^②。此书作为学术研究，能够将荆楚网这一个案放置于媒介场、经济场与政治场共同作用的视角下，思考国家政策演进与新闻网站市场化之间的勾连，探索中国媒体在市场化进程中，如何兼顾公共利益，既遵循市场规律以求生存和发展，又超越市场规律去承载权力和义务。书中的很多研究发现，给正在探索的业界很多启迪。

媒介与我们每个人的生活息息相关，上至国家领导，下至平凡百姓，都希望传媒能够成为真正的精神家园。我相信，会有更多学界、业界的同志们来关注互联网时代中国媒体的鲜活

① [美] 赖特·米尔斯：《社会学的想像力（第二版）》，陈强、张永强译，生活·读书·新知三联书店2005年版，第244页。

② [美] 赖特·米尔斯：《社会学的想像力（第二版）》，陈强、张永强译，生活·读书·新知三联书店2005年版，第244页。

实践，为负重前行的中国媒体人鼓劲加油，为中国新闻事业的发展献计献策！

（作者为武汉大学新闻与传播学院教授、博士生导师）

目 录

序言：中国媒体的鲜活实践值得 我们关注与思考	001
第一章 绪 论	001
第一节 研究缘起	001
第二节 研究对象	006
第三节 研究内容	007
第四节 研究意义	009
第五节 研究方法	011
第六节 关键概念	014
第七节 研究创新与不足	017
第二章 文献综述	020
第一节 新闻社会学视域下的新闻生产	020
第二节 新闻网站的国家政策话语研究	031
第三节 我国新闻网站上市现象研究	035

第四节	已有研究的不足和可以拓展的空间·····	037
-----	----------------------	-----

第三章 国家政策推动下新闻网站的

市场化进程	·····	041
-------	-------	-----

第一节	政策演进中新闻网站的市场化进程·····	041
-----	----------------------	-----

第二节	政策规制的内在逻辑与新闻 网站的现实困境·····	051
-----	------------------------------	-----

第三节	失衡是如何发生的? ·····	061
-----	-----------------	-----

第四章 新闻生产的理念变革与策略选择 ····· 063

第一节	宣传理念的变革:主题宣传的可接受性··	064
-----	---------------------	-----

第二节	新闻理念的变革:市场导向的不断强化··	073
-----	---------------------	-----

第三节	新闻理念的失衡与再平衡·····	084
-----	------------------	-----

第五章 新闻生产的架构重组与惯习调适 ····· 086

第一节	场域变化与架构重组·····	087
-----	----------------	-----

第二节	组织变革与员工队伍·····	095
-----	----------------	-----

第三节	编辑部场域的新闻生产: 基于时政要闻部的参与式观察·····	105
-----	-----------------------------------	-----

第四节	惯习调适中的失衡与再平衡·····	117
-----	-------------------	-----

第六章 新闻生产的产品创新与流程再造 ····· 119

第一节	中国语境下的媒体融合·····	120
-----	-----------------	-----

第二节	媒体融合的产品创新与流程再造·····	124
-----	---------------------	-----

第三节	产品创新中的失衡与再平衡·····	139
第七章	新闻网站的身份纠结与新闻失衡·····	141
第一节	上市后新闻网站的三重身份·····	142
第二节	三重身份的纠结·····	147
第三节	身份纠结与新闻失衡·····	152
第四节	政策与市场双重作用下的纠结与失衡·····	158
第八章	讨论与结论：失衡与再平衡·····	160
第一节	国家政策、媒体市场化与新闻失衡·····	160
第二节	政府、媒体与公众的合意： 新闻政策创新方向·····	165
第三节	政策创新：解决身份纠结与新闻 失衡的可行路径·····	168
参考文献	·····	174
附录	·····	187
后记	·····	207

第一章 绪 论

第一节 研究缘起

经过30多年的改革开放，传媒具有意识形态和产业的双重属性，已经成为大多数中国传媒人的共识。有别于传统媒体只允许分拆出经营业务上市，新闻网站是将新闻信息采编与媒介经营打包在一起整体上市的，客观上已经推倒了“国家”与“教堂”之间的围墙，更值得我们关注和思考。

意识形态主导型的新闻业需不需要市场化？舆论引导如何在市场化的媒体中实现？意识形态主导与经济利益追求、公共利益维护如何平衡？市场规律与管理规制如何平衡？新闻生产如何在市场化进程中实现动态平衡？政府、市场、媒体与公众之间又如何保持动态平衡？

理论是灰色的，而实践之树常青。带着这些问题，本书围绕近年来中国新闻网站的上市现象，选取了荆楚网这一在新三板挂牌上市的首家省级国有网站，进行市场化背景下新闻生产的个案研究。

一、我国新闻网站的市场化进程

1994年4月20日，中国全面接入互联网。新闻与信息传播是互联网的主要功能之一，20多年来，我国网络媒体从无名到边缘到主流，走过了一条迅速发展壮大之路，全方位改变了中国传播格局。

在中国当下全新的传播格局中，已经渐成气候的新闻网站，扮演着多重角色，新闻生产发生着巨变，并受到多重因素的制约，研究价值也日益凸显。在诸多影响因素中，市场化是新闻网站发展的重要背景。

我国传统新闻媒体是最早探索上网之路的。1996年12月，央视网成立；1997年1月，《人民日报》正式触网；同年11月，新华网上线。2000年12月，人民网等中央网站经国务院新闻办批准，成为我国首批重点新闻网站，中央、省、市三级新闻网站的布局基本形成。2004年，我国多家重点新闻网站进入全球网站的百强行列。

但是，新闻网站从诞生之日起，就面临着激烈的市场竞争。从20世纪90年代末开始，中国内地新闻业竞争的主线之一，就是政府控制的传统媒体和以非政府资本掌控的商业网站之间的竞争，而传统媒体主办的新闻网站则成为这场竞争中的“先遣部队”。与拥有成熟经营理念和多样化盈利模式的商业网站相比，脱胎于体制内传统媒体的新闻网站，在发展观念、内容影响力、商业模式、人才储备等方面存在着很大差距，而这些差距直接反映为网站用户数量少、访问量低、发展规模体量小，直接影响着新闻网站舆论主导作用的发挥。

随着互联网对社会思想文化的影响日益显著,面对互联网上传媒运营主体多元化、传播渠道多样化、传媒的自我把关能力弱化,政府、政党对信息的直接控制力被削弱。面对这一形势,政府的媒体管理策略开始由信息的垄断控制转向寻找和保持信息强势。为此,政府开始探索通过制度设计来大力推进中央和地方重点新闻网站的市场化进程,希冀通过转企改制的市场激励,让资本运作反哺新闻生产,以实现经济效益和社会效益的双赢,从而增强新闻网站的舆论引导能力,抢占互联网时代的话语权。

从2001年中宣部、新闻出版总署、国家广电总局共同发布《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》开始,2006年^①、2009年^②、2013年^③、2014年^④中央密集出台鼓励新闻网站加快发展的文件,要求新闻网站加大转企改制步伐,迅速做大做强。在这一政策背景下,一批中央及地方新闻网站积极转企改制、探索进军资本市场之路。

① 《“十一五”时期文化发展规划纲要》提出,“加快建设一批综合实力强、在国内外有广泛影响的新闻网站,形成若干个具有较强国际竞争力和影响力与我国地位相称的综合性网络媒体集团,争取其中一到两家重点新闻网站进入世界前列”。

② 中央外宣办出台《重点新闻网站转企改制试点工作方案》,提出“积极抢占互联网舆论制高点,迅速壮大实力,做优做大做强,增强引导互联网舆论的能力”。

③ 《习近平总书记系列重要讲话读本》,学习出版社、人民出版社2014年版,第98页:“要把网上舆论工作作为重中之重来抓,善于运用网络传播规律,改进创新网上宣传,发展健康向上的网络文化,形成网上正面舆论强势。”

④ 国家新闻出版广电总局:《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,2014年8月20日,见<http://www.gapp.gov.cn/news/1656/223719.shtml>:“着力打造一批手段先进、形态多样、具有竞争力的新型主流媒体,建成几家拥有强大实力和传播力公信力影响力的新型媒体集团,形成融合发展、立体多样的现代传播体系。”

2012年4月27日，人民网在上海证券交易所上市交易，成为我国新闻网站上市第一股，也是全国第一家整体上市的媒体。^①2014年2月14日，山东舜网成功登陆新三板，成为全国第二家上市的新闻网站。^②2014年7月1日，湖北荆楚网络科技股份有限公司在新三板市场挂牌上市，成为全国第三家上市的新闻网站，也是首家上市的省级新闻网站。^③2015年6月17日，辽宁日报新媒体集团在新三板上市。^④2015年10月12日，天津北方网在新三板上市^⑤；2015年12月28日，上海东方网在新三板上市。^⑥2016年10月28日，新华网在上海证券交易所上市。^⑦

从事业单位到转企改制，再到在资本市场上市，意味着新闻网站将会打破长期自我封闭的状态，在市场化进程上跨出了一大步，其新闻生产理念与内容也随之改变。

二、新闻网站市场化的特殊性

新闻网站作为网络媒体的一支重要力量，在我国网络话语

① 中国新闻网：《“中国官网第一股”人民网上市》，2012年4月27日，见 <http://www.chinanews.com/tp/2012/04-27/3851330.shtml>。

② 新华网：《山东舜网传媒成功登陆新三板》，2014年2月17日，见 http://news.xinhuanet.com/politics/2014-02/17/c_126147714.htm。

③ 荆楚网：《荆楚网挂牌新三板省级全国重点新闻网站第一股》，2014年7月1日，见 <http://news.Cnhubei.com/xw/2014zt/xsb/201407/t2971426.shtml>。

④ 人民网：《辽宁日报新媒体集团在新三板上市》，2015年6月18日，见 <http://media.people.com.cn/n/2015/0618/c40606-27174065.html>。

⑤ 网易新闻：《天津文化产业加快上市步伐“北方网”新三板挂牌》2015年10月13日，见 <http://news.163.com/15/1013/13/B5QGC65000014SEH.html>。

⑥ 中国网：《东方网新三板挂牌上市》，2015年12月28日，见 <http://finance.china.com.cn/news/20151228/3518268.shtml>。

⑦ 新华网：《从新华网上市看媒体加快融合发展：借助资本活力放大主流声音》，2016年10月28日，见 http://news.xinhuanet.com/fortune/2016-10/28/c_1119809039.htm。

场中具有特殊地位。当前我国的互联网新闻中，85%的时政新闻来源于重点新闻网站。^①

与商业网站纯粹依托资本市场的市场化不一样，新闻网站是由国家行政力量主导的市场化进程。

“新闻网站”一词在我国政治经济语境中有特定的语意，它通常是指取得了新闻许可的互联网站点。新闻网站除了转载新闻外，还拥有新闻的采编权，和商业网站不同，新闻网站可以进行原创性的新闻报道。^②

新闻采编权是媒体话语权的最直接体现，也是媒体得以立足的根本，这一权力使新闻网站在中国各大政治事件中具有在场优势。因此，政府寄望于通过国家政策推动新闻网站的市场化进程，从而获得资本力量，彰显政治影响力，在网络话语场中起到舆论主导作用。比如，2016年10月28日，新华网在上交所上市时，新华社对此事报道的标题就是《从新华网上市看媒体加快融合发展：借助资本活力放大主流声音》。^③

莫斯可提出：“国家与资本的整合发展是政治经济学领域中的一个重要议题”。^④在中国的传统媒体格局下，似乎存在着不成文的分工，即传统主流媒体生产意识形态，而现代化媒体则负责生产受众或受众注意力。互联网的出现全方位改变了中国传播格局，国家通过政策推动新闻网站的市场化至

① 詹新惠：《新闻网站上市竞争力几何》，《传媒》2010年第7期。

② 需要说明的是，尽管2005年9月25日，国新办、工信部两部门联合发布《互联网新闻信息服务管理规定》，但关于“新闻网站”的定义及内涵并没有任何改变。

③ 新华网：《从新华网上市看媒体加快融合发展：借助资本活力放大主流声音》，见http://news.xinhuanet.com/fortune/2016-10/28/c_1119809039.htm

④ [加]文森特·莫斯可：《传播政治经济学》，曹晋等译，上海译文出版社1996年版，第90页。

少基于两方面的考虑：一方面，维持新闻网站的投入较大，为了减轻资本投入的压力，已经不能再圈养媒体；一方面，为了更为有效地影响受众，在信息消费的过程中更好地贯彻意识形态，又必须壮大主流新闻网站。

换言之，国家政策成为新闻网站市场化的一个重要力量。因此，考察国家政策推动下新闻网站的市场化，是探讨我国媒体市场化的一个合适的切入点。

第二节 研究对象

本书选择荆楚网作为研究对象，主要基于以下两点考虑：

首先，作为经国务院新闻办公室批准的重点新闻网站，荆楚网的新闻生产已获得一定的专业认可。荆楚网由湖北省委宣传部、湖北省人民政府新闻办主管，湖北日报传媒集团主办，湖北荆楚网络科技股份有限公司运营，是经国务院新闻办公室批准的湖北省唯一的重点新闻网站，目前已获取互联网信息服务（ICP）经营许可证、网络广告经营许可证、信息网络传播视听节目许可证、广播电视节目经营制作许可证，并拥有互联网出版等资质。荆楚网相继获评“中国新闻网站十强”“中国报社网站十强”“最具营销价值门户网站”“最受欢迎的党报党刊网站”，两次荣膺“中国最具品牌价值网络媒体”，先后十次获得中国新闻奖（详见附录一）。

其次，作为全国首家上市的省级国有新闻网站，荆楚网的市场化进程具有一定的普适性。如前所述，目前我国上市的

新闻网站仅有七家，除人民网、新华网在上海证券交易所A股上市外，其余的五家地方新闻网站都是在新三板上市的。它们是：济南日报传媒集团主办的山东舜网，湖北日报传媒集团主办的荆楚网、辽宁日报新媒体集团、天津北方网和上海东方网。其中，人民网、新华网是国家重点新闻网站，中央政府的相关政策可以速达，而荆楚网作为我国第一家上市的省级重点新闻网站，相比人民网、新华网而言，面临更多的政策损耗和发展困难，本书选择荆楚网作为研究个案具有普适性。

第三节 研究内容

围绕“市场化对新闻生产的影响”这一核心问题，全书共分八章：

第一章：绪论。主要阐述研究缘起、研究对象、研究意义、研究方法。

第二章：文献综述。主要从三个大的方面梳理了相关研究文献：一是探析新闻社会学视域下的中外新闻生产研究，以寻找本研究的逻辑起点；二是分析我国新闻政策的相关研究，以全面了解国家政策话语对研究对象的定位；三是梳理我国新闻网站市场化个案的相关研究，以发现已有研究的不足和可以拓展的空间。

第三章至第七章为主体部分，围绕市场化对新闻生产的影响，以荆楚网为个案，从以下方面进行研究：

第三章对荆楚网从2000年至2015年的市场化进程作历时研

究和分期描述，思考国家政策演进与新闻网站市场化之间的勾连。发现国家政策处于“推进与控制”的两难：既希望新闻网站做大做强，获得市场利润；又要确保国家在舆论场中的绝对话语权，获得政治宣传的最大效果。从而，在政策推动下的市场化进程中，新闻网站在新闻生产中难免失衡。

第四章考察了新闻生产的理念变革与策略选择。发现荆楚网从不以营利为目标的单纯政治媒介组织，变成集党媒、上市公司、公共媒体于一身的复合媒介组织，既强调党媒的宣传职能又不断强化市场理念，在策略选择上兼顾了权力与市场，却忽略了公众利益，出现了新闻的失衡。然而，市场化也推动了荆楚网寻求公众、受众、人民三者之间的最大公约数，提高了信息服务质量，较好地回答了舆论引导如何在市场化的媒体中实现。

第五章考察了新闻生产的架构重组与惯习调适。发现市场化对新闻生产的影响主要体现在两个层面：一是导致了其组织架构的重组，荆楚网从原有的党媒编辑部变革成新媒体集团的公司架构。二是导致了新闻生产者惯习的渐变。通过对时政要闻部的参与式观察、问卷调查与访谈三种形式，了解了新闻发现、新闻选择和新闻报道三个环节的现状。在这个过程中，市场控制因素开始改变员工日常新闻生产惯习，追求生产效率，降低生产成本，忽略公众利益，出现了新闻失衡。但也产生了新的平衡点：荆楚网加大采编部门的人力资源投入，细致专业地划分新闻业务部门，理顺了采、编、营的关系，规范了新闻生产流程，重视原创能力，强调传播效果。

第六章考察了新闻生产的产品创新与流程再造。发现媒体融合强化了传媒市场的竞争，加速了传媒业的市场化进程。