

Xiamen University Media
and Cultural Series
厦门大学海峡传媒
与文化研究丛书

丛书主编 ◎ 张铭清

MAGAZINE

当代台湾 财经杂志发展研究

Contemporary Taiwan Financial Magazine Development Research

吴琳琳 ◎ 著

非
外
借



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

MAGAZINE

当代台湾 财经杂志发展研究

Contemporary Taiwan Financial Magazine Development Research

吴琳琳 著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

当代台湾财经杂志发展研究/吴琳琳著. — 厦门: 厦门大学出版社, 2016. 12
(厦门大学海峡传媒与文化研究丛书 / 张铭清主编)
ISBN 978-7-5615-5451-7

I. ①当… II. ①吴… III. ①经济-期刊-产业发展-研究-台湾省
IV. ①G219.275.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 097389 号

出 版 人 蒋东明
责任编辑 王鹭鹏
特约编辑 孙慧英
美术编辑 夏 林
责任印制 朱 楷

出版发行 厦门大学出版社
社 址 厦门市软件园二期望海路 39 号
邮政编码 361008
总 编 办 0592-2182177 0592-2181406(传真)
营销中心 0592-2184458 0592-2181365
网 址 <http://www.xmupress.com>
邮 箱 xmupress@126.com
印 刷 厦门市金凯龙印刷有限公司

开本 720mm×1000mm 1/16
印张 15
插页 2
字数 262 千字
印数 1~1 000 册
版次 2016 年 12 月第 1 版
印次 2016 年 12 月第 1 次印刷
定价 40.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换



厦门大学出版社
微信二维码



厦门大学出版社
微博二维码

总 序

由于历史的原因,海峡两岸曾经有过几十年的军事对峙时期。这一时期,封锁信息,丑化对岸,误导此岸,曾经是常态。随着两岸关系的和平发展,这种曾经被视为常态的不正常状态,成为过去。改变这一状态的直接原因是两岸通过各个领域的交流,加深了解,建立互信。在各个领域的交流中,新闻交流功不可没,居功至伟。可以说,没有两岸新闻人营造的良好的舆论环境,没有新闻媒体搭建的联系海峡两岸的最基本、最重要的桥梁和纽带,就没有今天两岸关系和平发展的大好局面。

在两岸各个领域的交流中,文教交流是重要组成部分。厦门大学作为大陆距台湾最近的教育部直属重点大学,在两岸文教交流方面走在前面。因为厦大独特的区位置和福建与台湾的亲缘、血缘、地缘、人缘优势,使厦大具有同台湾的教育界、新闻界进行广泛接触和交流得天独厚的有利条件。厦大新闻传播学院正是得益于这些条件和优势,开展海峡两岸传媒研究。在与台湾的高校、新闻工作者、知名学者进行广泛深入的各种交流的基础上,取得初步成果。

厦门大学创建之初,就有新闻部。自20世纪80年代创建新闻传播系起,就充分发挥对台(及港澳和东南亚)的地缘和文缘优势,承担并完成一系列涉台的科研课题,出版了一批相关专著和论文集,在学术界产生较大影响。

2007年厦大新闻传播学院成立后,将台湾媒体研究列为学院重点发展的特色学科之一。2009年,专门研究机构——厦门大学海峡媒体研究中心正式成立。此后,在国家相关部委和学校的关心支持下,台湾媒体研究取得长足的进步,一系列重要科研成果相继推出,高端学术论坛连续举办,与台湾方面的学者互访和学生毕业作品联展已成为常态。国家“十二五”出版规划项目《台湾百科全书·新闻出版卷》由我院作为主编和副主编单位。可以说,在涉台新闻研究以及华文传媒研究领域,我院已处于国内前沿位置,科研实力和影响力得到学界和国家及省市有关部门的认可。2014年,由厦门大学作为牵头单位的“两岸关系和平发展协同创新中心”

入选国家“2011 计划”，我院成为中心所属的五大平台之一中的“两岸社会整合研究与实践平台”。

海峡两岸的政治和社会制度不同，价值观和意识形态的差异，是客观存在的，当然会反映在新闻理念、新闻制度和新闻教育等方面，这正是我们的研究者必须面对的研究课题。厦大新闻传播学院勇敢地接受挑战，举全院之力，凭借地利、人和之优势，完成国家重点项目——“‘一国两制’下的新闻理论与实践研究”。课题顺利结项后，得到相关方面的肯定和好评。目前我院正就两岸关系和平发展实践中的新难点、新议题，继续通过两岸高教界和新闻界间的合作进行研究。相信通过两岸同行取长补短，求同存异，扩大共识，一定会取得更好的成绩。

此次海峡媒体研究丛书的出版，与其视为我们阶段性研究成果的一次总结，不如说是我们继续努力的新起点。新形势，新任务，要求我们有新的成果。在各方面的支持、关心下，我们有信心以新的成绩回报大家的关切。

张铭清

2015 年 4 月

序

党的十八届三中全会提出“增加低收入者收入,扩大中等收入者比重,努力缩小城乡、区域、行业收入分配差距,逐步形成橄榄型分配格局”的战略部署。完成这一伟大的战略部署,就要逐步扩大中产阶级队伍。马克思是最早以论述阶级及社会分层的经典社会学家之一,他以生产关系为基础来定义中产阶级,《共产党宣言》中首次提出“中等阶级”的概念。这就是现在学者所说的中产阶级,有的称之为“中间阶级”或“中产阶层”“中等阶级”“中等收入者”等。在世界各地的现代化进程中,中产阶级的兴起和壮大是一个具有普遍意义的现象。我以为不断扩大我国中产阶级队伍,尽快缩小贫富差距,这对实现“中国梦”具有重要现实意义。

台湾在二十世纪六七十年代经济开始腾飞,中产阶级队伍不断壮大。台湾中产阶级的发展及壮大支撑了台湾财经媒体的持续发展,财经媒体的报道为中产阶级的发展提供观念、资讯以及舆论支持。客观上,台湾财经媒体为台湾新中产阶级的发展壮大提供了智力和精神支持。台湾中产阶级的发展和壮大,对台湾社会能在各种风波的冲击中保持相对稳定也起了较大作用。

中产阶级的发展壮大,有助于社会的稳定与和谐发展,借鉴台湾中产阶级发展壮大的经验教训确实很有现实意义。杂志是社会改革的先锋,进入中产阶级的大多是知识分子,他们大多关注各种经济信息,注重学习经济知识,这里财经杂志恰是各种经济信息和新经济知识的重要媒介。因此财经杂志既是经济社会文化发展的晴雨表,又更是社会经济文化发展必不可少的重要桥梁和纽带。我以为台湾财经杂志,不仅传播各种经济信息和新知,而且把政治和经济紧密联系在一起,从传播政治经济学的角度来处理和分析经济问题,而不是孤立地就经济谈经济,因而在台湾中产阶级的发展过程中起到举足轻重的作用。

吴琳琳博士是厦门大学新闻传播学院主讲财经新闻报道的副教授。她本科和硕士都在厦门大学财政金融专业学习,长期阅看各种财经杂志。攻博期间她系统研究台湾财经杂志的发展历程。这本《当代财经杂志发展研究》在她的博士学位论文基础上扩展而成。

台湾财经杂志在台湾经济发展过程中发挥着举足轻重的作用,但关于台湾财经杂志整体发展历程的研究至今仍为空白。该书填补了这一空白,具有较高的学术价值。特别是作者采用解释性研究的方式,按台湾历史发展的线索来研究台湾财经杂志业的发展,从社会政治、经济的变化中解释台湾财经杂志的各种历史变迁,因此具有重要的理论意义和实践意义。

该书着重对台湾财经杂志六十多年的发展历程进行历史考察,以揭示影响其变迁的诸多因素。作者把台湾财经杂志研究置于台湾社会特定的政治、经济环境中,具体考察政治、经济对台湾财经杂志的影响,从报道内容、版面设计、经营管理三个主要方面来研究不同历史阶段台湾财经杂志的发展变化。

该书不仅揭示了台湾财经杂志的发展规律,而且具体、详实地展示了台湾财经杂志编辑的经验和技巧;不仅是财经杂志研究的学术专著,也是学习财经杂志具体编辑业务不可多得的教学参考书。

许清茂

2015年2月

(作者系厦门大学新闻传播学院教授、博士生导师)

目 录

绪 论	1
第一节 问题源起	1
一、研究背景	1
二、选题意义	4
三、财经杂志概念界定	4
四、研究问题	6
第二节 两岸关于台湾财经媒体研究现状	8
一、台湾财经媒体与台湾经济的关系	8
二、台湾财经媒体与台湾政治的关系	9
三、台湾财经媒体与台湾受众的关系	10
四、台湾财经媒体的内容及其呈现方式的研究	11
五、台湾财经媒体经营管理的研究	14
六、台湾财经记者的研究	15
七、对既有研究状况的评价	16
第三节 本书基本结构	16
第一章 “戒严”时期的台湾财经杂志	20
第一节 早期台湾财经杂志(1949—1979)	20
一、50年代的台湾财经杂志	21
二、60年代的台湾财经杂志	22
三、70年代的台湾财经杂志	25
第二节 台湾财经杂志快速发展时期(1980—1987)	27
一、财经杂志发展概况	27
二、财经杂志的内容特色	30
三、财经杂志经营特点	44
第三节 财经杂志发展的政经分析	48
一、台当局对杂志的全面控管	48
二、财经杂志的“侍从”角色	52

三、经济发展促进财经杂志发展	54
四、中产阶级成为财经杂志主要读者	56
五、保守谨慎地批评当局	58
第二章 “解严”后的台湾财经杂志(1988—1999)	60
第一节 财经杂志发展概况	60
一、财经杂志依旧居领先地位	60
二、领导品牌以月刊为主	64
三、周刊类财经杂志成长迅速	64
四、投资理财类杂志兴起	65
五、国际性财经杂志来台发行中文版	66
六、财经杂志开拓中南部市场	67
第二节 财经杂志内容的变化	67
一、支持经济转型,理性判断经济政策	68
二、用台当局的意识形态来建构台湾历史	71
三、反映改革的声音,增加对当局的批评	74
四、对民进党的报道发生变化	75
五、政商内幕报道增多	77
六、增加精确新闻报道	80
七、关注环境议题	84
八、重视教育议题	86
第三节 财经杂志经营新特点	88
一、引入公司“目标管理”	88
二、杂志经营集团化、多角化	89
三、多样化的促销手段	92
四、广告经营的新变化	96
五、重视提高杂志品牌形象	99
第四节 财经杂志发展变化的政经分析	100
一、相关法规政策和行政单位的调整	100
二、台当局管控杂志方法的变化	102
三、从“侍从”转变为“诤友”	104
四、经济发展,促进财经杂志的进一步发展	106
五、财经杂志所反映的中产阶级形象	107
六、财经杂志发展的“隐忧”	112
第三章 21 世纪的台湾财经杂志	114
第一节 财经杂志发展概况	114

一、财经杂志依旧是主流杂志	114
二、财经杂志缩短出版周期	122
三、财经杂志周刊市场热络	124
四、财经杂志开拓祖国大陆市场	126
五、财经杂志数字化发展	129
第二节 财经杂志内容的新变化	131
一、加强海外财经资讯的报道	132
二、关注个人竞争力,拓展读者群	134
三、增加贫穷新闻报道	137
四、消费新闻报道的兴起	140
五、虚实结合,多平台呈现杂志内容	141
第三节 财经杂志经营的新特点	145
一、整合集团资源	145
二、积极进行战略联盟	148
三、销售渠道的变化	150
四、注重议题的包装和策划	152
五、广告销售策略的新变化	153
六、置入性行销盛行	156
七、事件行销,虚实结合	161
第四节 财经杂志发展变化的政经分析	163
一、台当局对杂志的管理和辅导	163
二、蓝绿阵营对杂志的隐性控制	165
三、对蓝绿阵营进行相对平衡报道	167
四、杂志业者应对经济不景气的策略	170
五、成为中产阶级大众化刊物	171
六、财经杂志成为数字内容产业一部分	174
七、商业对财经杂志新闻品质的侵蚀	177
第四章 台湾财经杂志版面设计的发展变化	
——以《天下杂志》为例	178
第一节 《天下杂志》创刊号版面设计的突破	179
一、《天下杂志》创刊号的封面设计	180
二、《天下杂志》创刊号的目录页设计	182
三、《天下杂志》创刊号在内页版式设计的突破	184
第二节 《天下杂志》版面设计的发展变化	188
一、封面设计的变与不变	189

二、杂志目录页编排的变与不变	192
三、杂志内页编排的变与不变	194
第三节 版面设计发展变化的动因分析	196
一、经济发展提供物质基础	197
二、杂志销售渠道的变化	197
三、适应快生活节奏下的阅读需求	198
四、科技的发展、媒介的竞争	198
第五章 台湾财经杂志封面故事两岸经济关系报道研究(1981—2011)	
——以《天下杂志》和《商业周刊》为例	200
第一节 本章研究背景	200
第二节 本章研究问题及方法	204
第三节 研究结果及分析	209
第六章 结论以及讨论	225
一、基本结论	225
二、引申讨论——自由与责任的冲突	227
三、本研究的局限	228
四、进一步研究的可能	229
后 记	230

绪 论

台湾是发达的商业社会,台湾财经杂志发展较为成熟,其对传播经济新闻,普及经济知识,促进台湾经济发展都起着重要作用。目前,学界对台湾财经杂志的研究停留在个案研究或某个侧面的研究上,缺乏整体和系统的把握。本书首次对台湾财经杂志 1949 年至今的发展历程进行历史考察,以揭示其历史变迁的脉络以及影响其变迁的诸多因素。

第一节 问题源起

财经媒体的发展与国家和地区经济的发展密切相关,台湾是发达的商业社会,民众关注财经资讯,台湾财经杂志以其深度专题报道及专业的分析内容,持续占有财经资讯霸主的地位。本书采用解释性研究的方法,对台湾财经杂志 1949 年至今的发展历程进行历史考察,着重回答两个问题:第一,台湾财经杂志各个时期的发展情况如何,其内容、版面、经营呈现怎样的发展变化?第二,如何解释不同时期台湾财经杂志的发展变化,台湾财经杂志和台湾政治、经济怎样相互作用?

一、研究背景

财经媒体是国家和地区市场经济运行的有机组成部分,其承载的专业资讯对达成市场交易不可缺少,与一个国家和地区的经济、金融、产业的发展密切相关。美国、英国等经济发达国家无一例外地拥有强大的财经媒体,为本国经济的发展和扩张提供支持。目前,世界上许多顶尖的财经媒体以财经杂志的形态出现,这些顶尖财经杂志的影响力已经超越国界。

英国的 *The Economist* 创办于 1843 年,每周五出刊的 *The Economist* 不以杂志自居,而以“周五观点报”定位,它不替一周发生的新闻总结或归纳,而

是告诉读者,在这些事件中,什么是大众“真的”必须知道的,以提供大众思考方向和讨论空间。该刊对全球经济的预测和分析能力常令世人惊叹不已。目前 *The Economist* 已确立了拥有高端读者群的全球媒体品牌优势。许多商界和政界的决策者和精英都是这份杂志的忠实读者。在全球平面媒体一片低迷中,*The Economist* 的发行量在 1997—2007 年这十年间,平均每年都以 7%~9% 的速度上升。2007 年,*The Economist* 发行量为 113 万份,比 10 年前上升 87%。*The Economist* 位于英国伦敦市中心,然而其对美国白宫的影响力却超过美国《时代》杂志和《商业周刊》,其在北美的发行量占其总发行量的 53%,是英国本土 14% 的 3 倍之多,其在欧陆的发行量占总发行量的 19%,亚洲区域为 11%^①。

Fortune、*Business Week*、*Forbes* 并称美国三大财经周刊。*Fortune* 以大公司报道闻名,*Business Week* 以迅速报道商界变化为特色,*Forbes* 以财富人物或者大资本家为主要报道对象。*Fortune* 1929 年创刊,是美国第一本将商业领域的精华和热点向公众介绍的杂志,是有世界权威的、颇具影响力的知名商业经营管理杂志。据说全球有 400 万以上的世界级企业的高级主管把它当作必读刊物,成为他们做出重大决策时不可缺少的参考。*Fortune* 每年推出的“财富全球论坛”,成为各国政要和商界名流的盛宴。*Business Week* 创刊于 1929 年,把自己定位为“全球资本主义时代的信息工具”,其在引导世界经济新观念、新趋势方面有着不凡的地位。*Business Week* 第一次提出“新经济”(高增长与低通胀并存)的概念,最早要求人们关注“亚洲金融危机”问题,率先提出 21 世纪是“创造力经济”的口号。前美联储主席格林斯潘这样的人士会定期向该刊分享其思考成果。该刊的口号“We don't just listen to the greatest minds in business. They listen to us”充分显示其在商业财经领域的自信。2009 年,*Business Week* 被 *Bloomberg* 集团并购,更名为 *Bloomberg Businessweek*。*Bloomberg* 与 *Business Week* 的携手被业界视为完美姻缘,由于双方能够共享数字平台和信息资源,其协同效应预计可节约 5 500 万美元的管理成本。*Forbes* 创刊于 1964 年,有着“资本主义传声筒”之称,目前,*Forbes* 聚焦全球经济,报道那些改变商业潮流的人和事,预测未来的走向。“财富”和“名声”有关的各类排行榜是 *Forbes* 最吸引眼球的产品,其中以“福布斯富豪榜”最负盛名。

台湾是一个充满图书和期刊的社会,与祖国大陆 13 亿人口有 9 468 种杂志相比,台湾 2 300 万人口有 6 600 种杂志,平均不到 4 000 人便拥有一种杂志,

^① 人民网:《〈经济学人〉160 年不败的秘诀》, <http://media.people.com.cn/GB/22114/42328/86412/5908842.html>, 2007 年 6 月 25 日。

是全世界杂志发行密度最高的地方^①。台湾商业发达,早在1979年台湾就已经是“亚洲四小龙”之一,经济和每个人的生活休戚相关,民众对经济成长、财政状况、市场信息、经营理财的兴趣和关心程度日益提高,越来越需要专业的财经信息和财经分析。财经杂志以其深度专题报道及专业的分析内容,持续占有财经资讯霸主的地位^②。根据台湾出版年鉴的统计数据,早在1980年,财经杂志的总数即是所有杂志门类中的第一,在整个80年代和90年代,财经杂志家数从1980年的340家增长到1998年的1305家,成长了3.8倍,财经杂志的数量在台湾各类杂志中保持第一,在杂志的发行量、广告营收以及销售排行上,财经杂志在各类杂志中都居领先地位。进入21世纪,财经杂志数量在杂志类别中尽管已不再居第一,但依旧是主流,是台湾民众获取财经资讯的主要来源。2000—2014年,《商业周刊》《今周刊》《天下杂志》《远见》等财经杂志一直位于各年度杂志销售排行榜前列。以《天下杂志》《商业周刊》为代表的台湾财经杂志因其表现突出,不仅多次获台湾岛内各项重要杂志新闻奖项,还多次获得亚洲出版协会的“SOPA卓越新闻奖”^③。台湾《商业周刊》单期发行量16万册,市场普及率高于发行量99万册的美国的*Business Week*,对比台湾2300万人口与美国3亿人口数,足见台湾财经杂志产业“小而美”的经营模式与市场格局^④。《商业周刊》的创办人金惟纯难掩骄傲地说:“《商业周刊》是台湾发行量最大的杂志。根据我没有那么认真的调查,在每一个市场里头,最大的杂志没有一个是商业类的,我们是全世界唯一一个,这个是世界纪录。”^⑤

在台湾特定政治、经济背景下成长发展的台湾财经杂志对普及民众的经济知识,促进台湾经济发展,帮助民众了解经济生活起着重要作用,也传递着台湾社会特定的政治、经济思想和理念。

①④ 祝兴平:《台湾地区期刊出版产业经营状况与市场格局》,《中国出版》2009年第16期。

② 王馨逸:《台湾财经资讯阅听市场的转变》,http://www.brain.com.tw/news/NewsNotPay.aspx?ID=11923,2009年1月27日。

③ 亚洲出版协会即SOPA(The Society of Publishers in Asia),该协会于1982年在香港成立,一直以来致力推动专业出版最佳守则,为出版业缔造一个有利于专业出版的营商环境。亚洲出版业协会作为非牟利团体,提倡负责任的新闻报道,为业界制定有关品质控制、专业发展、审查、发行量、广告及新媒体等方面的准则及指引。该协会每年均会举办享负盛名的“SOPA卓越新闻奖”,为整个亚太地区的新闻报道确立世界级标准。

⑤ 沈泽玮:《台湾最大杂志〈商周〉创办人:金惟纯:20年后还有杂志报纸吗?》,http://www.zaobao.com/special/face2face/pages1/face2face100523.shtml,2010年5月23日。

二、选题意义

(一)研究的理论意义

从1949年至今台湾财经杂志已有60多年的历程,但目前学界对于台湾财经杂志的研究还停留在个案研究或某个侧面的研究上,缺乏整体和系统的把握,关于台湾财经杂志整体发展历程的研究还是个空白。本书首次对台湾财经杂志1949年至今的发展历程进行整体和系统的研究,填补了这方面的空白,具有一定的理论意义。

本书主要从台湾财经杂志的报道内容、版面设计、经营管理三个主要方面来研究不同历史阶段台湾财经杂志的主要发展变化。把台湾财经杂志研究置于台湾社会特定的政治、经济环境中,考察社会政治、经济环境对台湾财经杂志的促进、影响或制约,以期加深对台湾财经杂志发展规律的探索,从中管窥台湾社会的发展变化。当前两岸关系发展面临着难得的历史机遇,两岸大交流、大合作的局面已然形成,展现出和平发展的前景。基于两岸关系的重要性,关于台湾财经杂志的研究存在重大时代意义。

(二)研究的实践意义

祖国大陆自改革开放以后,经济的高速发展为财经杂志的发展提供了广阔的市场空间,创造了需求市场。目前,祖国大陆财经杂志市场初现繁荣,但无论在市场化发育程度还是产业发展规模方面,都滞后于祖国大陆的经济现状,时任《财经》杂志主编的胡舒立曾坦言:“中国经济新闻报道的整体水平,难以跟上中国经济改革的步伐。”^①台湾和祖国大陆同根同源,台湾财经杂志发展过程中的成功经验和创新做法值得祖国大陆学习,而其过度追求商业利益而对新闻专业主义的侵蚀也值得祖国大陆引以为鉴,通过对财经杂志发展历程的系统研究,可以为祖国大陆财经杂志的发展提供决策参考。

三、财经杂志概念界定

“杂志”一词源于阿拉伯文 Makhazin,意指“仓库”,衍生意义为“知识的仓库”。现代杂志发展成为利用文字和图像诉诸视觉的大众传播媒介,有固定的

^① 王尧:《中国财经媒体何时吸引世界》, http://news.xinhuanet.com/newmedia/2007-06/01/content_6183069.htm, 2007年6月1日。

名称、每期版式基本相同、定期或不定期的连续出版物^①。

根据台湾地区“出版法”第二条的规定,杂志“指用一定名称,其刊期在七日以上三个月以下期间,按期发行者而言”。“出版法”将杂志归为“新闻纸类”管理。1999年,台湾废除“出版法”,但台湾对于杂志的定义仍沿用“出版法”这一规定,在《2005年台湾杂志出版产业调查研究报告》里,台湾新闻主管部门将杂志出版业定义为:“用一定名称,刊期在7日以上3个月以下之期间,按期发行,并依公司法或商业登记法申设登记之杂志事业。”^②。

台湾杨倩蓉将财经杂志定义为“广泛的财经新闻时事与商业管理杂志”^③。台湾学者杨士仁、郑优与赵政岷所著《财经资讯与媒体 Q&A》一书中将财经杂志分为四大类^④:

第一类,财经综合类:以财经企业相关报道为主,但每家杂志的定位也有出入。譬如《商业周刊》以周刊特性凸显,报道工商经济动态,具有新闻热度,也有深度报道内涵;《天下杂志》月刊强调观念领先,以思潮性问题为主;《卓越》杂志月刊以商业管理杂志为定位,介绍工商现象及管理问题;《统领》杂志月刊以精英的商业生活杂志为方向,报道财经及工商问题。

第二类,财经专业类:此类杂志和财经综合类也有共同之处,但定位更为专业,譬如《战略生产力》杂志强调企业经营的实用策略,提供经理人的应变方法;《管理》以企业管理问题相关报道为报道内容;《突破》杂志特别着重广告及行销问题。

第三类,财经研究类:此类杂志较重研究特性,有专论、研究报告,如《经济前瞻》提供台湾经济分析评论;《金融月报》或官方出版的调查月报同时有官书及杂志特性,是针对问题研究的财经资讯来源。

第四类,投资理财类:《投资情报》周刊、《先探投资》等,专业报道股市消息;《钱》月刊强调个人理财;《住宅情报》介绍房地产信息;《钱谈》兼跨理财与财经;《财讯》兼跨投资理财与财经内幕报道。这类杂志符合理财特性,常常是个人管理财务时的参考资讯。

本书所研究的台湾财经杂志,是广义的财经杂志,指以动态、现实、深入地反映和描述各种社会经济现象为主的杂志。其内容可涵盖整个经济领域,也可仅仅局限在经济领域的某个具体方向和专业。

① 邵培仁、海阔:《大众传媒通论》,浙江大学出版社2005年版,第68页。

② 郑英耀:《2005年度台湾杂志出版产业调查研究报告》,“行政院新闻局”2005年版,第8页。

③ 杨倩蓉:《财经杂志新闻置入性行销报道对记者专业表现的影响》,台湾政治大学硕士论文2008年版,第14页。

④ 杨士仁、郑优、赵政岷:《财经资讯与媒体 Q&A》,商周文化1991年版,第147页。

四、研究问题

笔者广泛查阅祖国大陆和台湾的相关文献资料,发现,祖国大陆学者研究台湾杂志的数量有限^①,在有限的台湾杂志研究中,涉及台湾财经杂志的内容并不多,且涉及台湾财经杂志时只是对其进行概况性描述,点到为止,缺乏深入的多角度的系统分析。在台湾地区,书籍论著方面,有关台湾财经杂志的研究作为台湾杂志整体研究的一部分,穿插其中,由于研究角度和目的不同,其对台湾财经杂志的论述相对有限和零散^②;较多对于台湾财经杂志的专门研

① 祖国大陆关于台湾杂志的研究并不多,在祖国大陆出版的研究台湾媒体的相关书籍中,零散有相关台湾杂志的研究。如许清茂(2005)主编的《海峡两岸文化与传播研究》收录4篇有关研究台湾杂志的论文,包括《台湾杂志史略》《十年来的台湾〈新闻学研究〉》《台湾〈广告杂志〉述评》《一个杂志改变一个社会——从政治传播角度谈“美丽岛”事件对台湾的影响》;陈飞宝(2007)所著《当代台湾传媒》有专门一章论述台湾杂志的发展历程,将台湾杂志发展分为“报禁”前后两个阶段来论述其发展变化;张铭清(2008)主编的《海峡两岸新闻与传播研究》有一篇《台湾〈壹周刊〉的市场导向性娱乐新闻及其影响》。在这些零散的相关台湾杂志研究中,台湾财经杂志只是作为其中的一小部分被略微论述。在学论文方面,笔者对1980—2011中国期刊网用“台湾杂志”“台湾期刊”“台湾财经杂志”为关键词、主题词、篇名检索,总共检索到相关文章66篇,其中有27篇是以“业界动向”“出版动态”“简讯”“采访稿”等非研究性文章形式出现,实际检索到的相关研究性文章只有39篇,其中有2篇是硕士论文,1篇是笔者2010年完成的博士论文。

② 台湾学者关于台湾杂志研究的书籍方面:有的是单独成书论述杂志,如马骥仲(1984)的《杂志》在阐明杂志相关理论的基础上论述了中国杂志的发展沿革,也论述了国民党退踞台湾之后杂志在台湾的发展演变以及80年代台湾杂志的发展现状;李明水(1986)的《台湾杂志事业发展史》对1986年之前的台湾杂志事业发展历程进行简略论述,是台湾较早出现的台湾杂志发展史的论著。有些论著是在台湾媒体研究中用一定篇幅论述台湾杂志,如曾虚白(1984)的《中国新闻史》、Danile K. Berman(1995)的《笔杆里出民主——论新闻媒介对台湾民主化的贡献》、郑贞铭(2001)的《新闻原理》、蔡念忠(2002)的《大众传播概论》、王天斌(2002)的《台湾新闻传播史》、郑贞铭(2005)的《20世纪中国新闻学与传播学台湾新闻传播事业卷》。同时,台湾也有一些关于台湾杂志的年鉴、调查报告和刊物。《杂志年鉴1950—1998》是目前台湾唯一的杂志年鉴。台新闻主管部门1981年出版的《出版年鉴》和1991年出版的《新闻年鉴》都有专门关于台湾杂志发展的论述,是具有资料性、历史性的权威工具书,记载了台湾杂志发展中的重大史实。台湾《动脑杂志》创刊于1977年,是台湾第一本专门研究广告行销传播知识领域的专业杂志,刊登了很多有关台湾杂志发展情况的业界动态、调查报告等文章。台湾地区的文化主管部门从1997年开始,多次出版《台湾图书(杂志)出版市场研究报告》,台湾新闻主管部门也从2003年开始出版《台湾图书出版产业调查研究报告》,并分别于2005年、2008年、2011年专门出版《台湾杂志出版产业调查研究》,对台湾杂志产业的发展状况进行全方位的盘点和研究,提供精确的数据统计和科学分析。