

海峡两岸新闻与传播研究丛书

当代台湾媒体产业

陈飞宝 著



CROSS-STRAIT
JOURNALISM AND
COMMUNICATION



九州出版社 | 全国百佳图书出版单位



CROSS-STRAIT
JOURNALISM AND
COMMUNICATION

当代台湾媒体产业

陈飞宝
著

图书在版编目 (CIP) 数据

当代台湾媒体产业 / 陈飞宝著. —北京: 九州出版社, 2013. 9

ISBN 978 - 7 - 5108 - 2348 - 0

I. ①当… II. ①陈… III. ①传播媒介 - 产业发展 - 概况 - 台湾省 IV. ①G219.275.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 227709 号



当代台湾媒体产业

作 者	陈飞宝 著
出版发行	九州出版社
出 版 人	黄宪华
地 址	北京市西城区阜外大街甲 35 号 (100037)
发行电话	(010) 68992190/2/3/5/6
网 址	www.jiuzhoupress.com
电子信箱	jiuzhou@jiuzhoupress.com
印 刷	北京京华虎彩印刷有限公司
开 本	720 毫米×1020 毫米 16 开
印 张	46.75
字 数	740 千字
版 次	2014 年 4 月第 1 版
印 次	2014 年 4 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5108 - 2348 - 0
定 价	98.00 元

★ 版权所有 侵权必究 ★

厦门大学海峡两岸新闻与传播研究丛书

编 委 会

主 任 张铭清

副主任 黄星民

委 员 (按姓氏音序排序)

曹立新 陈飞宝 黄星民 黄裕峯

余绍敏 叶 虎 赵振祥 邹振东

朱至刚 庄鸿明

序

金融核爆 台湾传媒版图变天

一九九〇年代中后期至今，台湾的传媒版图出现了举世罕见的变动。除了美国好莱坞继续支配电影产业没有改变，或者应该说是变本加厉之外，电视与报纸这两种最主要的传媒，无不主从易位，以前的支配者已经滑出主流，先前僻处边缘或还未诞生者，如今跃居中原。

以言报纸，《中国时报》（中时）与《联合报》曾经占有台湾报业市场七成以上发行量，如今，一九八九年才进驻台北市的《自由时报》，加上二〇〇三年方始创办的《苹果日报》（苹果）之发行总量，也在 70% 左右，它们取代了前两报的位置。

再看电视，一九九六年，台湾电视公司、“中国电视公司”与中华电视公司囊括了台湾所有电视的广告收入，几乎所有台湾观众都在看这三家电视台。到了二〇〇二年，三台不约而同开始亏损，前年，三台的广告收入仅是所有电视频道的 13.84%。

不过，两报三台的传媒地位之变动，耗时了二十年。相形之下，更为戏剧性的变化发生在中时集团，以及其后的连锁反应。

二〇〇八年九月，美国雷曼兄弟金融机构破产，是为金融核子爆炸的开始。先前，中时集团实际负责人因为本世纪以来，中时累计亏损超过六十亿（虽然先前的获利可能在两三个六十亿以上），早就对经营传媒事业有了意兴阑珊的样子。现在，业主进而表明，他因投机雷曼失误，又添亏损二十余亿，因此决定出售中时集团。

其后，就是一连串惊奇与创纪录的开始，顺序是：

二〇〇八年十一月四日，台北的报纸标题仍然是《苹果日报》的“黎智英扩张版图 传收购中时”，但次日翻牌后，标题变成台商蔡衍明的“旺旺接中时集团”，价格超过两百亿台币。

二〇一〇年十月底，蔡衍明等人有意购买台湾三分之一有线电视系统的新闻，首度见报，金额七一五亿台币，若通过，将是亚洲最大并购案。十二月，黎智英在其网络视频试播三个月后，更其名为新闻台，并在二〇一一年七月取得卫星电视新闻台执照，次年春节过后开始进入有线系统，五月，再得卫星综合台执照。由于这些卫星频道的落地进度并不顺利，黎智英怀疑，是否即将拥有系统台的蔡衍明从中作梗？这个猜忌，加上先前的不快，双方很快就在二〇一二年四月爆发新的冲突。四月二十日，中时并再次假借头版半版，向主管有线电视系统的“国家通讯传播委员会”（“通传会”NCC）喊话，表示蔡衍明代表台湾资金，他所要并购的对象是外国私募基金，因此“请政府支持我们收复国土”。

二〇一二年七月底，通传会提出三项条件同意有线购并案，^① 蔡不领情，另提行政诉讼。其后，蔡虽补件，仍无法获得NCC认同，在行政诉讼尚未终结前，即已“悄悄解除合约”不买有线系统了。

蔡衍明购并有线系统失利后，另起炉灶。机会来自于黎智英，他要出脱台湾的《苹果日报》等传媒。蔡明忠的富邦金控公司《收购壹传媒 吞苹果》的新闻已经见报。几经转折，最后确认购买的三家主力没有富邦，但包括台湾最大的石化公司，更重要的，还包括蔡衍明，虽然黎智英先前疾口否认（吃苹果第三方是蔡衍明）。这则新闻的震撼力道强大，昨夜敌对厮杀，今朝紧密拥抱。双方签约后，蔡衍明再次让人跌破眼镜，二〇一三年三月二七日，“旺旺中时集团声明：马政府‘有法无天’，我们不愿意再被羞辱”，旺中集团购并壹传媒案，就此终结。传媒产业的扩张连续铩羽而归，无法买入有线系统平台。蔡衍明近五年来的快人快语及非比寻常的作为，应该也是《经济学人》所说的大亨个性之一种展现。

① 三个停止条件处分决议：一是申请人及其关系人应与中天新闻台完全切割。二是“中国电视事业股份有限公司”应完成营运计划变更，将中视新闻台变更为非新闻台。三是“中国电视事业股份有限公司”应完成设立独立之新闻编审制度。因此做出“三项停止条件未成就”的决议，暂时决议旺中案“已通过、未生效”。达到停止条件后，许可才能生效，若未履行停止条件，或停止条件成就后又违反，NCC得废止原许可。

为陈飞宝教授的新作——涵盖范围全面而材料详细的《当代台湾媒体产业》，笔者谨提供点滴的在地观察与纪录。陈老师是前辈，早在二十多年前，他的电影与广播电视著作，连同创作不辍、元老电影人、前辈记者黄仁的电影撰述，都是关注台湾影视传媒的人，必会拜读的著作，今承飞宝教授雅意，让晚辈得有提笔的机会，倍觉荣幸之余，谨藉此表达敬意。

冯建三 2013 年
台北市政治大学新闻馆 208 研究室

序 言

《当代台湾媒体产业》运用现代媒体经济学的观点和实证的研究方法，论述台湾平面媒体报刊产业、图书有声出版产业、电子媒体产业、网络媒体产业的历史脉络、转型、现状，及媒体与经济发展的关系。

报业媒体主要叙述传统报业面对台湾知识经济时代，网络和数字汇流环境，由企业化、产业化到集团化，进行报业的结构调整和报业的转型。发挥自身的新闻资源的优势，维持或扩大生存的空间。第一章论述联合报系一甲子，由综合性报纸逐渐走上专业化、多元化，由一份以政经为主的报纸，逐渐发展成为发行遍及海内外的报纸，把内容纵深由政治、经济、民生休闲报，扩张到晚报、捷运报、海外美洲、欧洲、亚洲三大洲大报，由平面媒体扩展到数字汇流的网络和多媒体的国际性的中文新闻体系。《联合报》秉持“正派办报、客观独立评论时事”，在台湾民众心中的依赖度、忠诚度长久不变，尽管受经济环境波及和世界金融危机影响，因自身有一支坚强的企业领导核心和优秀的编辑队伍，建立质报品牌的过程，健全、优渥制度化的用人、人才培养、行销手段，维持着联合报系办报理念和核心价值。联合报系家族企业型塑“联合报企业文化”，巍然屹立，成为台湾媒体风范。

第二章论述余纪忠创办的《中国时报》家族报业，经历开创、发展、全盛几个阶段，20世纪70、80年代形成“复合型的媒体集团”，20世纪90年代进入鼎盛时期。进入21世纪，中时集团并购中天、中视，进入电视媒体领域；进行跨媒体跨行业合作，扩大经营规模。因报业竞争环境恶化屡亏，集团权力结构重组，坚持质报和精英报路线。2008年旺旺集团入主，旺中媒体集团开辟新局面，创办报导两岸资讯为主轴的《旺报》，为海峡两岸新闻媒体交流、合作开辟新的航道。旺中宽频

收购中嘉宽频有线电视，几经周折。

第三章论述三重邦老板林荣三经营房地产、金融、保险，形成庞大的财团，仗着雄厚财力创办《自由时报》，采用不惜血本低价、赠报的促销手段，拉抬阅报率和广告。同时，把报业当成个人及某政党的政治工具，坚持“台独”，支持李登辉、民进党陈水扁立场，与反对“台独”的《联合报》、《中国时报》进行市场区隔，占据台湾报纸销售、广告榜首。

第四章论述来自香港的黎智英壹传媒在台湾创办《壹周刊》、《苹果日报》，以商业模式，靠狗仔八卦文化、臆色新闻，蚕食台湾传统报纸市场，通过“揭弊”企图左右台湾的政治斗争和台湾社会走向，逆抗海峡两岸人民共同和平发展历史潮流，报刊庸俗化、低俗化，对新闻专业以及台湾善良风气是一种伤害。终因办壹电视亏损累累，壹传媒出售壹电视，以脱困境。

第五章叙述解除报禁前台湾报业广告发展和变革，20世纪90年代台湾阅报率，尤其年轻族群阅报率急促下滑。进入21世纪后，台湾报业转型，调整运营模式，报纸杂志化，发行免费报，扩大大陆的新闻报道。然而，因网络媒体的竞争，以及台湾政党轮替后，经济衰落，“台独”势力猖獗，政经不稳定性，民生购买力疲软，导致台湾报纸广告严重萎缩。

第六章论述台湾杂志产业从中小企业小本经营到集团化，采取定位区隔和品牌策略。21世纪，发挥杂志集团品牌领导作用，求新求变，行销模式多样化，建电子杂志平台，与电信合作，打造移动阅读环境。包括《商业周刊》等多家杂志，擅长创造与创新议题、领先潮流、善于设计和包装，站稳市场。

第七章论述台湾图书出版业的发展、通路的策略联盟；图书出版的资本结构，组织、集中度、规模经营，以及图书出版集团的特点；城邦、联经、远流、时报、天下远见五大图书出版集团的定位、出版图书类别、经营特色。2000年以来，图书出版业在经济全球化趋势下，高科技对出版业的影响，台湾图书出版书种内容多样化，传统出版走向文创出版。论述台湾数字出版的产业链、数字出版产业、产值逐年增长，以及存在困境、问题。全球电子书出版潮流，带动了台湾电子书的出版，电子书软硬件整合，电子出版在市场上具有广阔的前景。

第八章论述台湾流行音乐发展的历史脉络，流行音乐和有声出版产业密不可分的关系。有声出版产业链资本结构，受数字化、盗版等冲击，台湾有声出版经营模式转型，有声出版出唱片不再是唯一生存模式，更仰赖现场演出，以及艺人经纪人

制度确立，建立恒常培养歌星选秀途径，造就台湾流行音乐产业经久不衰。台湾凭借流行音乐、文创产业的优势，成为华人流行音乐产业重镇，台湾艺人频繁在大陆举办演唱会，活络海峡两岸流行音乐市场同时，对海峡两岸年轻一代的沟通和交流具有深远的影响。

第九章论述台湾广播业如何从集权制走向自由竞争。20世纪90年代，台湾广播频谱开放，民营广播业高速发展、膨胀。台湾建构了多层次的广播产业。市场竞争的机制，社会多元化的发展，广播产业分众差异逐渐形成，广播业者找出有利的经营策略与最具特色的核心竞争区块，走向频道或电台定位整合，广播分众时代使类型电台成为趋势。新成立中小功率广播采取联播方式，扩大覆盖面和听众群，借此联网手段提高广告利润。

第十章论述台湾电视产业由传统的无线电视经由政策的松绑、开放，民营无线、有线、卫星电视崛起，2003年“立法院”通过党政军退出媒体的条款，“国防部”、“教育部”的华视归公广集团；台视民营业化为“非凡”商业台并购。国民党党营的中视民营化之后，以多种经营，扩大了生存的空间，后为中时媒体集团并购。而民进党政治人物创办的“民视”，靠本土化电视剧建立起品牌效应，但在政治上坚持“台独”宣传导向，成为民进党御用的工具，甚至成为民进党内斗争的工具。

有线电视系统经过兼并，高度的集中化，甚至形成区域的垄断。财团、本土媒体集团系统商、频道商经由垂直和横向兼并，形成和信、东森、年代三大有线电视集团。国际私募基金入主，随台湾“广电法”修订，允许跨行跨业经营，当局修改“电信法”，电信民营化，随着台湾新科技的发展，媒体集团、财团通过并购，跨媒体、跨行业经营，形成大媒体或新媒体。2000年开始，有线电视广告超过无线电视的产值，台湾天灾人祸，受美国次贷风暴的冲击，以及宽频网络普及等因素，电视广告衰减。

第十一章论述20世纪80、90年代台湾成功地进行了产业转型和升级，由技术密集、资本密集电子产业，转入知识经济、资讯产业为主导的时代，为台湾互联网的发展创造了软硬件的技术和物质基础。台湾新闻网和社交入口网站迅速、高度的发展和普及。台湾运用媒体高新科技，网络的发展，平面纸本媒体转型兼营网络新闻，电信跨业经营媒体的内容产业。释放电信频谱，以及发放无线、移动执照，宽频的普及，出现网络、电视、通讯兼营的中华电信、台湾大哥大、远传电信、亚太

电信四大电信运营商。国际资本私募基金深透台湾控制台湾媒体，美国私募基金卡莱尔、澳洲麦格里集团、韩国安博凯 MBK 资金进入台湾电视产业，获暴利后脱手。台湾广电、互联网、电信网三网合一数字媒体汇流逐渐成形。鸿海、广达集团研发云运算，标志着台湾数字化时代的来临。尽管台湾智慧型手机、平板电脑等产制居世界前列，由于台湾政治对立及严重的内耗，拖延了台湾数字汇流的历史进程。

第十二章，媒体集团与台湾家族财团的关联性。台湾家族财团、和大企业有着丰沛的资金，随着三网科技和产业的汇流需要及庞大的商机，运用庞大资金作杠杆，逐步从国际私募基金手中，购并三大有线电视宽频网络，形成富邦金控蔡明忠凯擘、蔡衍明旺中宽频的中嘉等网媒集团，以及练台生有线电视系统三强鼎立。网络技术供应商除了通过收购，兼并形成规模优势和协同效应外，还凭借资本优势和技术优势向产业链上游的内容生产和下游的终端设备生产渗透。郭台铭鸿海家族集团经营媒体、文创、王雪红的宏达电并购香港邵逸夫的无线电视集团（台湾的无线卫星电视 TVBS 股东），成为海峡两岸及香港的新媒体集团。

第十三章，论述台湾经济和媒体发展的关系。媒体产业具有信息传播和经济产业的双重性，台湾经济的发展、转型，同步带动台湾媒体发展和变革，台湾广播产业、电视媒体产业发展以及媒体新科技，影响和拉抬台湾经济的转型和升级，带动媒体相关制造业，包括电子制造业、光电制造业、资讯制造产业、资讯服务业的发展。

此书把握以下几项原则：

一、梳理台湾媒体产业结构、发展的规律和特点，建立起较为完整台湾媒体产业的论述架构。把台湾媒体产业与台湾媒体政策、台湾政经政策、资本运作联系在一起进行分析。将台湾媒体产业当做台湾政经结构的一个组成部分，结合台湾政治经济、社会文化变迁，以及经济全球化和传媒竞争国际化的大背景下，对台湾各媒体产业的发展和转型、台湾当局解除戒严，解除报禁、党禁，广电自由式化、电信民营化，与各媒体结构、市场竞争、管理体制、经营策略进行系统的分析研究。

二、用框架性的理论分析台湾传媒产业价值链。分析各媒体产业以及各寡头媒体集团资本结构、参股、收购、并购等资本运作，并依靠庞大资本和现代科技、跨媒体、跨行业、吸引外资合作机制，使得媒体扩大经营范围、规模化，扩大了台湾媒体发展空间。分析旺中媒体集团、富邦等网媒集团，如何实现媒体产业市场化、规模化经营。

三、对当代台湾各媒体产业论述尽可能周全。台湾对媒体产业的研究有的只专在某一媒体或某一领域，此书对台湾平面纸本媒体报纸、杂志、图书，有声出版，电子媒体广播、电视，当代网络媒体、网络媒体集团等，以及媒体产业链结构中的内容、通路、下游客户用端，都有所涉及。而且将论述媒体的产业链，尤其数字汇流中，将内容产制与软硬件产制结合为一体进行考察，如论述台湾图书数字出版中，将中下游供应链的通路网络、接收器的制造纳入研讨范畴。同时，在论述媒体和经济发展的关联性中，触及媒体经济的发展也带动了媒体相关的制造业、网络经济发展中所带动的资讯制造业、资讯服务业的发展，有助于人们厘清媒体产业、媒体经济在台湾整体经济发展中的地位和影响。让人们对台湾媒体产业有一个比较全面、完整、系统的了解。在海峡两岸媒体产业合作交流中，也必须顾及到台湾媒体产业包括硬件的优势，在内容产制、通路、市场上进行分工合作，互补、相辅相成。

四、重实证、新颖、客观、实用性，运用丰富翔实的文献资料来论证。笔者几次赴台湾参观台湾一批报社、电视台、广播电台、期刊，获得第一手丰富文献资料，力求论著可靠、准确、翔实。

在2004年11月，笔者得台湾政治大学传播学院新闻系冯建三教授协助，赴台进行一个月的《台湾经济专业媒体与台湾经济发展关系》研究，2011年4月，又得台南艺术大学音像艺术学院井迎瑞院长的支持，在台湾又进行近一个月的访问研究，专访多家报社、广播电台、电视台总编辑、社长、电台主管等，受到《联合报》黄年总主笔、联合报总编辑罗国俊、“联合线上”总经理齐永平先生、《旺报》社长兼总编辑黄清龙先生、《中国时报》张景为总编辑、《台湾时报》林世英社长、《中华日报》郑麒麟社长、黄雄总编辑及中天策略发展处总监许书婷小姐、台湾政论家兼主持人陈文茜小姐、TVBS 总监林大法先生、“2100 全民开讲”主持人李涛先生、“新闻夜总会”主持人李艳秋小姐及三立、民视电视台朋友，以及台南古都广播电台总监蔡宜璋、副总经理苏恩恩、台中“全国广播公司”节目部主任茱莉亚小姐、台中城市广播电台蔡明宪副总经理的热情接待，向他们请教各自媒体的定位、产业现状，获得许多第一手文献资料。拜访“财团法人资讯工业策进会”“产业情报所所长”詹文男博士，他热诚地介绍了台湾资讯产业、网络、数字汇流发展的历史和现状，让笔者对台湾资讯产业有着比较清晰的认识。笔者还应台湾世新大学传播学院院长陈清河教授邀请，参加世新大学主办的台湾“数位汇流高峰论坛”；

应佛光大学传播学系主任蒋安国教授的邀请，参加佛光大学主办的“第三届传播与发展学术研讨会”，倾听台湾许多学者对当前媒体数字汇流精辟、透彻的见解，获益甚丰。

本书对世新大学张宏源教授的专著《解析传播产业价值链与营运模式之转变》、《解构媒体环境变迁与报业发展趋势》、世新大学传播学院院长陈清河教授的《广播媒介生态与产业》、政治大学广电系教授黄葳威教授的《声音的所在——透视电台节目规划管理》，刘幼琮教授主编的《电讯传播》，政治大学广告系郑自隆教授、赖建都教授参加主编的台湾《广告年鉴》，台湾新闻学者、台湾新闻史学家王天滨先生的《台湾新闻传播史》、《台湾报业史》，多有引用。多年来，台湾政治大学传播学院新闻系冯建三教授、刘幼琮教授、卢非易教授，提供专著和指导，台南艺术大学音像艺术学院院长井迎瑞教授、黄玉珊教授、世新大学教授兼神农广播电台董事长王柏钊先生、台长戎屏国先生，协助笔者联系参观、住宿安排。如果没有他们至诚的帮忙，也无法完成这书稿，在此一并对他们深表谢意！

特别感谢的是，20世纪90年代以来，得厦门大学新闻传播系、院的领导和同仁的支持，笔者有幸参加过由陈扬明教授主持的国家社科重点课题《台湾新闻事业史研究》，长久以来对台湾媒体的研究得到张铭清院长、常任副院长黄星民教授的信任，被接纳参加国台办新闻局交托的此课题研究，在此，对厦门大学新闻传播院系领导、老师深表至诚的谢意！

本书是对台湾传播产业发展和现状做初步探讨，台湾媒体发展非常迅速、多变，研究者本身视野与水平局限，所拥有的资料受限，还有不少地方不尽人意，理论探讨、研究深度广度还有缺失，许多不当之处，还望两岸学者，尤其台湾前辈、学者批评指正。

陈飞宝

2012年4月15日

目 录

序言

第一章 联合报系集团

第一节 《联合报》报业集团发展脉络 / 3

- 一、《联合报》创业发展 / 3
- 二、建构庞大的联合报系集团时期 / 4
- 三、世界华文报团时代 / 6

第二节 《联合报》科技化、网络化、数字汇流 / 9

- 一、印刷自动化、网络化、传输电讯化 / 9
- 二、联合报系建立 e 化媒体企业，迈向数字汇流时代 / 14

第三节 王惕吾家族报业集团 / 21

- 一、家族企业型的新闻文化事业集团 / 22
- 二、“联合报股份有限公司”的最高权力核心 / 27

第四节 《联合报》报业集团的经营管理和行销 / 32

- 一、不分盈利，投资再投资，壮大联合报系事业的经营原则 / 32
- 二、建立报社企业化管理架构和制度 / 33
- 三、实施“同有、同治、同享的制度” / 34
- 四、联合报系行销策略 / 37

第五节 《联合报》任人唯才和培养人才策略 / 45

- 一、“疑人不用，用人不疑”的用人策略 / 46
- 二、严谨的栽培、奖惩、升迁制度 / 47

第六节 “正派办报”，反对“台独”，主张和平统一 / 55

一、坚持“正派办报”理念和“联合报精神” / 55

二、批判李登辉、陈水扁“台独路线” / 58

三、主张中国和平统一 / 68

第七节 《联合报》广告发展及其策略 / 69

一、联合报系广告行销策略 / 69

二、联合报系的广告发展 / 75

第二章 旺旺中时大媒体集团

第一节 家族报业集团及其策略联盟 / 85

一、余纪忠建立中时家族报业集团 / 85

二、建构一个以报业为核心的全方位传媒产业 / 88

三、中时报系跨媒体策略联盟 / 91

第二节 进入新世纪中时媒体集团的发展 / 94

一、新世纪中时集团开疆辟土，扩大版图，建立跨媒体王国 / 94

二、断臂图存，改走“精英报”路线 / 101

第三节 旺旺中时媒体集团 / 105

一、旺旺集团入主中时媒体集团 / 105

二、蔡衍明的传媒理想 / 107

第四节 旺旺中时媒体集团经营策略 / 113

一、旺旺中时集团扩张版图，并购亚视、创办《旺报》 / 113

二、并购中嘉宽频网络，要实现网媒数字汇流梦想 / 116

第五节 蔡衍明庞大企业和媒体版图 / 125

一、蔡衍明家族集团媒体版图和商机 / 125

二、建立跨媒体和跨行业的产业群 / 126

第三章 联邦集团报团——《自由时报》

第一节 《自由时报》行销策略 / 133

一、林荣三的联邦集团 / 133

- 二、三重帮的《自由时报》和《大成报》 / 135
- 三、《自由时报》行销策略 / 136
- 第二节 标榜“本土优先”，充当“台独”喉舌 / 139
 - 一、高薪延揽人才 / 139
 - 二、“台独”立场和市场区隔 / 139
 - 三、广告营收跃居台湾报业榜首 / 141

第四章 台湾壹传媒

- 第一节 台湾《苹果日报》经营策略 / 147
 - 一、香港壹传媒集团在台湾开疆辟土，成为台湾报业集团四雄之一 / 147
 - 二、《苹果日报》宗旨和行销策略 / 151
- 第二节 壹传媒集团对台湾传统报业冲击 / 154
 - 一、运用 DV 和先进摄影器材，讲究新闻的时效性、耸动性 / 154
 - 二、壹传媒的各式影像，建构独特的平面媒体风格 / 155
 - 三、壹传媒开办壹电视，企图逆抗“倾中”新闻潮流 / 157
- 第三节 壹传媒对台湾媒体的影响 / 162
 - 一、冲击台湾传统报社的组织和文化 / 163
 - 二、台湾《苹果日报》的创刊，台湾报纸进入四强纷争的格局 / 164
 - 三、各大报模仿，报纸经营将愈来愈商业化 / 164
 - 四、排挤和蚕食台湾体育报和影剧报的生存空间 / 166
 - 五、《苹果日报》的问题及回归新闻专业。 / 167
- 第四节 黎智英出售壹传媒跨媒体经营电视受到重挫 / 169
 - 一、“壹电视”在台湾受抵制及巨额亏损 / 169
 - 二、黎智英出售台湾的壹传媒，一波三折 / 171

第五章 台湾报业广告发展脉络分析

- 第一节 解除戒严前的报业发行和广告营收 / 179
 - 一、20 世纪 50、60 年代台湾报纸广告业 / 179

- 二、20 世纪 70 年代台湾报纸发行和广告发展 / 185
- 三、20 世纪 80 年代台湾报业发行与广告的迅猛发展 / 187
- 第二节 20 世纪 90 年代台湾报纸广告 / 191**
 - 一、20 世纪 90 年代台湾报纸阅读率变化 / 191
 - 二、20 世纪 90 年代台湾报业广告营收的变化 / 196
 - 三、报纸广告业由盛而衰的因素 / 203
- 第三节 21 世纪初,传统报业的转型 / 204**
 - 一、台湾传统报业变革、转型和特色 / 204
 - 二、复合式的经营:强化整合行销能力,发展附加价值 / 214
 - 三、扩展海峡两岸新闻的报导 / 214
- 第四节 21 世纪初报纸阅读率分析 / 215**
 - 一、整体阅报率锐减 / 215
 - 二、各族群阅读率分析 / 216
 - 三、各类报纸读者群的特点分析 / 218
 - 四、财经商业类型与地方性类型报纸仍有其稳定读者群 / 220
 - 五、报纸取得方式分析 / 221
 - 六、各大报的阅读率 / 222
 - 七、新闻网站或入口网站新闻挤压实体报纸的阅读率 / 224
- 第五节 21 世纪初报纸广告趋势 / 225**
 - 一、报业产值、报业市场概况——报纸广告量下滑率创新高 / 225
 - 二、四大报系广告占有率 / 228

第六章 台湾杂志媒体产业的发展

- 第一节 21 世纪初在逆境中的台湾杂志产业 / 233**
 - 一、台湾杂志高度密集、集团化、周刊销路佳 / 233
 - 二、杂志集团发挥品牌优势 / 235
 - 三、杂志产业创新求变,在逆境中发展 / 236
 - 三、通路竞逐白热化,整合行销成主流 / 239
 - 四、台湾杂志转型,从纸本到网络,建立电子杂志平台 / 240