



岭南博士文库

媒介产业经济分析

王桂科 著



广东优秀哲学社会科学著作出版基金资助项目

广东人民出版社

媒介产业经济分析

王桂科 著



广东优秀哲学社会科学著作出版基金资助项目

广东人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介产业经济分析/王桂科著. —广州: 广东人民出版社,
2006. 8

(广东优秀哲学社会科学著作出版基金岭南博士文库)
ISBN 7 - 218 - 05253 - 3

I. 媒… II. 王… III. 传媒媒介—产业经济学—
研究—中国 IV. G229. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 045930 号

责任编辑	柏 峰
封面设计	张力平
责任技编	黎碧霞
出版发行	广东人民出版社
印 刷	佛山市浩文彩色印刷有限公司
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	23.5
插 页	1
字 数	282 千
版 次	2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月第 1 次印刷
印 数	3000 册
书 号	ISBN 7 - 218 - 05253 - 3/G · 1347
定 价	43.00 元

如果发现印装质量问题,影响阅读,请与出版社(020—83795749)联系调换。

【出版社网址: <http://www.gdpph.com> 电子邮箱: sales@gdpph.com
图书营销中心: 020-83799710 (直销) 83790667 83780104 (分销)】

作者简介

王桂科 生于1962年，广东东莞人，经济学博士，高级经济师。暨南大学产业经济学博士研究生毕业，长期致力于媒介经济工作和媒介产业研究。从事过广播电视经营管理、新闻出版行政管理和出版产业经营管理工作。先后任广东省广播电视发展中心总经理、广东省广播电影电视厅计划财务处处长、广东省新闻出版局副局长、广东省出版集团总经理。

近年来发表了《广播电视的产业化趋势》、《论新时期我国文化安全的战略对策》、《建设小康社会与发展媒介产业》、《中国媒介运行模式的制度分析》、《我国媒介产业市场运行主体的结构分析》、《国有企业法人治理结构的制度分析》等数十篇学术论文，并参与编写《产业组织、企业制度与支持系统——广东中小企业发展与支持系统》等多部学术著作。

2006年广东优秀哲学社会科学著作出版基金资助项目
《岭南博士文库》第一批书目

- 王桂科: 《媒介产业经济分析》
邓于君: 《服务业内部结构演变趋势研究》
周松芳: 《自负一代文宗——刘基研究》
周联合: 《自治与官治: 南京国民政府的县自治法研究》
张彩江: 《复杂系统决策理论》
周 峰: 《人性的消解与历史的实践建构》
孙雪霞: 《文学庄子探微》
杨敬宇: 《清末粤方言语法及其发展研究》
许雪涛: 《公羊学解经方法——从〈公羊传〉到董仲舒春秋学》
郎国华: 《从蛮裔到神州——宋代广东经济研究》



广东优秀哲学社会科学著作出版基金管理委员会

主 任:朱小丹

副主任:蒋 斌 陈俊年 黄尚立

委 员 (以姓氏笔画为序):

王桂科 朱仲南 刘 蔚 李子彪

李夏铭 张小杰 杨以凯 陈海烈

林海华 金炳亮 曾少华 颜泽贤

广东优秀哲学社会科学著作出版基金评审委员会

主 任:颜泽贤

副主任:梁桂全 蒋述卓 李 萍 王国健

委 员 (以姓氏笔画为序):

王仲兴 王利文 田 丰 叶汝贤

刘少波 张小杰 李恒瑞 李新家

陈长琦 陈海烈 陈鸿宇 苏立功

肖海明 陆家骝 罗必良 金炳亮

唐钰明 黄尚立 扈中平 蔡 禾

廖小健



中文摘要

本书从全球媒介产业发展趋势出发,运用经济学原理对媒介产业进行系统的经济分析,针对当前媒介产业的运行状况和制度缺失现象,提出相应的制度安排。

全球媒介产业的发展演变趋向和产业结构特点反映了媒介产业在国民经济产业结构中的地位越来越重要,媒介产业在社会经济、政治和文化生活中发挥着越来越重要的作用;媒介同时具有准公共物品和一般商品特征,媒介产业同时是文化产业的主体和信息产业的内容产业。

我国媒介产业在向市场经济体制转变的过程其实是制度变迁的过程,并形成门类齐全的产业结构体系,结构呈多元化;媒介产业在事业单位体制下存在着制度缺失的问题,产业发展受到种种制度上的掣肘;媒介产业在区域分布上具有二元结构的特征和非均衡性,应采取非均衡协调发展战略。

我国媒介产业的市场结构、企业行为和市场绩效存在对应的因果关系。本书运用产业组织理论,分析研究媒介产业的市场结构状态,剖析当前媒介产业采取的各种市场行为,对媒介产业的市场绩效进行定量评估。本书认为,发展媒介产业,应优化市场结构,采取合理的市场行为,实现最佳的市场绩效。

借鉴西方国家公有媒介的制度变革及其法人内部治理



结构模式，本书提出将媒介事业单位转变为特殊法人，科学构建法人治理结构，建立国有资产管理 and 监督体制；同时，媒介的产业发展需要职业经理人和企业家。发展媒介产业，应建立起一个与市场经济发展、与媒介产业发展相适应的灵活、高效的政府管理体制，实现政府行政管理的制度创新。



Abstract

From the trend of global media development, the thesis is oriented toward economic and systematic analysis of China's media industry by economic principle and raising relevant measures upon the running situation and system flaws of the present media industry.

The development direction and the industrial structure reflect the significance of media industry in national economy. Media industry plays a more and more important role in our social economy, politics and daily life. Media holds the common feature of quasi-public property and general commodities; meanwhile, it is the main body of culture industry and content of information industry.

The process of China media's transferring to market system is actually a process of system change. China media now has a diversified industrial structure with all necessary departments. The development of media industry is restricted under the institution system. Media should take imbalance development strategy since it shows the features of dualism and imbalance in distribution.



The market structure, enterprise act and market results of China media have correspondent cause and effect. Analyzing the market structure and different kinds of market act of media industry, evaluating the market results quantitatively, this thesis reckons that market structure should be optimized and reasonable market act should be taken in order to develop media industry and realize the best market results.

Drawing on the experience of the system transformation and legal person managing mode of western countries' public media, this thesis puts forward that the media institution be transferred into special legal person, build a scientific legal person managing mode and national assets administration and control system. Meanwhile, the development of media industry needs professionals and entrepreneurs. A market-oriented, flexible and high-efficient government controlling system should be set up in order to realize the system innovation of government administration.



序

王桂科博士的《媒介产业经济分析》一书付梓出版，对此我甚为欣喜。良工不示人以朴。通览全书，既有各种理论和实务的有机结合，又有国际与国内发展模式的系统比较，同时又以经济学和传播学为研究的导向，在着力构建理论研究体系的基础上实现创新。我以为，本书体现了王桂科博士在媒介理论与实务研究上孜孜不倦探求的感悟：一则是其为学三载勤勉治学的心得成果，二则是其在媒介业默默耕耘多年的理论提升。

一、媒介产业的发展需要相应的产业经济理论支持，本书在这方面实现了创新与突破。

现代媒介几乎已辐射到世界的每一个角落，渗透到人类社会的方方面面，也成就了媒介的庞大市场，成就了庞大的产业。通观当今世界经济列强，媒介业无一例外地高度地发达；翻阅全球500强企业排名，众多的媒介企业赫然在目；无数的投资者将大量的资金倾注到媒介业，追逐高额利润；西方媒介业和各种投资者更是对中国媒介市场虎视眈眈，急欲分上一杯羹……媒介业在西方社会早已是一个颇具增长性的产业，而我国直到20世纪90年代，媒介业的产业属性才开始得到认同，对媒介产业的研究也开始引起了业界和学术界的关注。

在我国，人们对媒介产业理论的研究比现实的发展要



缓慢得多，对媒介产业的研究，正是为推动我国媒介产业的发展打牢理论的根基。事实上，对媒介的产业理论研究又是如此的艰难与不易。首先是理论与实务的结合上，有产业经济理论基础的学者，未必有媒介业的从业经验与体会；从事媒介实务的，又大都缺少产业经济理论的支撑。

当媒介业的集团化建设和产业化发展开始以燎原之势席卷全国之时，我们注意到中国媒介业的理论研究也进入了新的阶段，大批学者也意识到中国媒介业的理论研究相对于高速发展之中的媒介产业已有滞后之感，尤其缺乏与产业发展相适应的产业理论体系。人们对媒介业的研究，大都偏重于由新闻传播学引申而来的各种理论探索，侧重于媒介生产与制作流程的描述，或者局限于基本概念的解释。产业的发展需要理论的支持，而对于能够应用现代产业经济理论来分析研究媒介业的著述却比较少见，人们急切地期待这方面的理论突破。

王桂科博士以《媒介产业经济分析》作为其博士论文的选题，正是力图运用经典的经济学理论对媒介业的前沿问题进行系统的分析研究。王桂科博士从其所学专业——产业经济学出发，系统地运用当代经济理论，尤其是大量运用新制度经济学、发展经济学和政府规制理论，又使用大量的国内外媒介资料和案例，使其分析研究既有扎实的理论基础，又有充分的实践积累。难能可贵的是他在研究过程中，通过对国外媒介业和中国媒介业的分析，比较相互异同，提出中国媒介业制度创新及其改革的路径；通过对中国媒介业现实问题的分析，由表入里，理性思考，注重理论与实际的有机结合，努力寻找新的理论突破。

二、媒介理论与经济理论的融会贯通是媒介产业研究的一大难点，本书在这方面作了有益的尝试与探索。

王桂科博士多年来致力于研究媒介产业经济理论，他的工作经历和专业特长使其研究颇有特点。首先，他长期



在媒介业从事经营管理和行政管理工作，而且几乎涉足了各种媒体。先是从事广播电影电视的经营管理和行政管理工作，对广播、电视、电影和网络有比较深入的了解；后又进入新闻出版业，从事过报纸、期刊、图书和电子媒介的行政管理，从而拓宽了他的实践空间和研究视野；两年前转入重组后的广东省出版集团，成为出版产业经营管理的一位领军人物。其次，他有比较扎实的理论功底，在从事媒介产业经营或管理工作的同时，一直较为注重理论研究，尤其是对当代经济学理论和新闻传播理论的学习，撰写了不少关于媒介产业、新闻传播等方面的学术论文并在有关的专业学术杂志上发表，他的一些学术观点已引起业界的关注。

王桂科博士在本书中结合自己的实践优势和研究基础，以所学专业知识为指导，以经济学的基本研究方法为基础，对媒介产业的产业组织和制度模式进行了比较系统的研究，对媒介产业的制度变迁作了比较全面和系统的分析。从中可发现他对我国媒介产业的发展历程和制度演进有比较全面的了解，对构建媒介产业的理论体系有比较系统的研究成果。

本书最大的特点之一是运用经济学理论对媒介业进行系统的产业视角分析。作者所选取的研究对象，做到点面结合，既突出重点，又追求系统全面；既关注共性，又着眼于个性。由于研究的涉及面广，需要大量的素材做支撑，这给写作带来较大的难度。正由于其本人在媒介业的特殊经历及其在经济理论上的研究心得，使其分析研究建立在较为可靠的基础之上，并使其在该领域的研究颇具独树一帜的特点，也使本书的构思和风格富有特色。

学贵心悟。王桂科博士多年来勤于实践，善于思考，始终坚持对学术理论的研究与探求，坚持对实践的归纳与总结，并形成自己独到的见解。作为他的博士导师，我欣



赏他的为学、为事和为人的态度，希望他继续保持学者的本色，在理论和实务上作更多的探索，并期待他有更多的学术成果诞生。

是为序。

2006年3月12日



目 录

导 论	1
-----	---

第一章 媒介的性质与转型	24
--------------	----

第一节 媒介的功能和性质	24
--------------	----

第二节 媒介的发展演变与产业特点	34
------------------	----

第三节 中国媒介产业化制度变迁	48
-----------------	----

第二章 世界媒介产业发展特点与趋势	71
-------------------	----

第一节 世界媒介产业的产业结构特点	71
-------------------	----

第二节 世界媒介产业的组织模式特点	83
-------------------	----

第三节 世界媒介产业演变特点	88
----------------	----

第三章 中国媒介产业的产业结构	113
-----------------	-----

第一节 中国媒介产业结构变动与因素分析	
---------------------	--

.....113

第二节 中国媒介产业门类结构及其发展	125
--------------------	-----

第四章 中国媒介产业布局	157
--------------	-----

第一节 中国媒介产业分布的特征	158
-----------------	-----

第二节 中国媒介产业区域分布状况分析	
--------------------	--

.....166



第三节	中国媒介产业布局的战略选择	187
第五章	中国媒介产业组织	192
第一节	中国媒介市场结构	192
第二节	中国媒介市场行为	204
第三节	中国媒介市场绩效	220
第四节	中国媒介产业组织合理化案例分析	233
第六章	媒介治理结构	254
第一节	媒介的委托—代理关系	254
第二节	中国媒介组织模式	262
第三节	西方国家公有媒介的制度变革	275
第四节	中国媒介组织制度创新	288
第五节	制度变迁中的媒介企业家	300
第七章	媒介产业的政府规制	319
第一节	政府规制与媒介产业规制	319
第二节	政府治理改革与放松规制	335
第三节	中国媒介产业政府规制改革的探讨	343
参考文献		357
后 记		363