

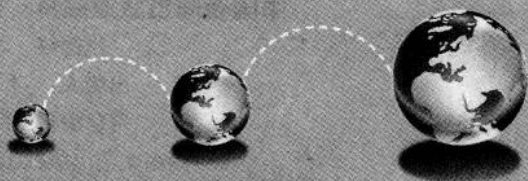


传媒与文化产业研究系列

丛书总主编 吴高福 彭祝斌

**The Core Competence
and
Human Resource
Management
in Media Industry**

**中国新闻出版业融资：
模式 · 运行 · 规制**



姚德权 著

湖南文艺出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国新闻出版业融资：模式·运行·规制 / 姚德权著.
长沙：湖南文艺出版社，2008. 11

(传媒与文化产业研究丛书)

ISBN 978-7-5404-4244-6

I. 中… II. 姚… III. ①新闻工作—融资—研究—中国
②出版工作—融资—研究—中国 IV. G219.2 G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 180060 号

中国新闻出版业融资：模式·运行·规制

姚德权 著

出版人：刘清华

责任编辑：薛健

湖南文艺出版社出版、发行

(长沙市雨花区东二环一段 508 号 邮编：410014)

网址：www.hnwy.net

湖南省新华书店经销 长沙富洲印刷厂印刷

*

2008 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

开本：880 × 1230mm 1/32 印张：7.25

字数：165,000

ISBN 978-7-5404-4244-6

定价：18.00 元

本社邮购电话：0731-5983015

若有质量问题，请直接与本社出版科联系调换。

总 序

20 世纪后半叶以来,在世界经济社会发展过程中,文化和文化产业的发展非常之快,一些发达国家的文化产业早已成为支柱产业。据前两年看到的有关资讯材料称,英国文化产业年产值达 60 亿英镑,平均发展速度是经济增长的 2 倍;加拿大文化产业的产值超过了他们的农业、通讯、信息技术等行业;美国仅音像业就占据了 40% 的国际市场份额,成为他们国家仅次于航天工业的行业;日本娱乐业的年产值也早已超过了他们汽车工业的年产值。文化和文化产业已成为一个国家综合国力的重要构成部分。

我国在改革开放以来,特别是党的十六大以来,文化产业发展之快也为人们所瞩目。仅以我们湖南省为例,2004 年,文化产业实现增加值 212 亿元,占 GDP 的 3.8%;2005 年,文化产业实现增加值 271 亿元,占 GDP 的 4.2%,从业人员 81 万人,占全社会就业人数的 2.2%;计划到 2010 年,文化产业实现增加值 600 亿元以上,占当年 GDP 的 6% 左右,从业人员达到 150 万人以上,占当年社会就业人员的 4%。湖南在全国还只算是一个中等偏上一点的水平,那些发达地区如上海、深圳、北京的发展规模更大、速度就更快了。江泽民同志曾在党的十六大报告中说:“发展文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径。完善文化产业政策、支持文化产业发展,增强我国文化产业的整体实力和竞争力。”也就是说,发展文化产业已作为国家经济社会发展的重要发展战略,这必将引导着重大文化产业项目、文化产业基地、区域性特色文化产业群的更快建设和发展。近几年来,许多地区都把文化和文化产业当作社会经济发展的重头来抓,发展形势十分喜人。正是在这种实践发展的推动下,出现了新世纪以来的文化和文化产业研究热。依托湖南大学新闻与传播学院的湖南省文化产业研究基地就是在 2004 年底建立的。

就我的理解,建立科研基地同过去的一些科研组织相比,最大的优势就在于它能在一个更高起点上,更好地汇聚人才,集成创新,回答和解决经济社会发展过程中所提出的更大、更重要的理论问题和实践问题。服务性、开放性、创新性应是其最显著的特征。因此,

湖南省文化产业研究基地成立之初，就确定了这样一个思路：坚持以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，依托湖南大学多学科和湖南文化产业人才及产业发展优势，面向全国汇聚人才，把握学术前沿和文化产业发展趋势，着眼于文化产业运作与管理高层次创新人才的培养，服务于湖南文化产业发展及中国特色社会主义建设和全面建设小康社会的需要，以集成创新为主旨，以体制改革和机制创新为动力，以传媒、出版、旅游、娱乐、动漫、电影等行业研究为特色，坚持基础研究与战略、经营运作与实证研究相结合，努力打造高校人文社会科学创新基地。

当然一个真正的创新基地是需要由众多精英凝成的团队去坚韧、潜心建设的，其科学研究工作也需要日积月累。湖南省文化产业研究基地只是刚刚起步。为加速基地建设，这两年除以“项目研究”为抓手外，还架构了两个平台：一个是中国岳麓传媒与文化产业国际论坛；再一个就是编辑出版《传媒与文化产业研究系列丛书》。我们既期望“有声胜无声”，也期望“无声胜有声”，形成人才汇聚、学术开放的氛围。

这次推出的是《传媒与文化产业研究系列丛书》的第一批书，多是集中在传媒产业问题的思考上，其中有关于电视内容产业核心竞争力问题、媒介人才资源问题、受众消费需求问题、中部六省电视传媒潜力评价问题等等。我们是希望该“丛书”能作为一个公共平台，一批一批地编辑出版，而每一批都能相对集中在某一方面问题的思考研究上。这一批并没有完全达此期望，但可以看出大体上是朝着这个路子走的。

湖南省文化产业研究基地成立虽然只有两年多，但深受各方的关爱，特别是湖南大学刘克利书记、钟志华校长、张强副校长、李连友处长和省委宣传部主管文化产业工作的副巡视员蒋祖烜同志（他也是湖南大学兼职教授）等诸位，他们不只是一般的关心，而且对基地有许多实际的建设和业务上的指导、支持，对此，我们深为感激。今年要召开党的十七大，包括文化和文化产业研究在内的整个人文社会科学的发展必将获遇更好的机遇，同仁们定会奋力为之。

吴高福

2007年3月于麓山红叶楼

Contents

第一章 新闻出版业属性界定与分类发展

- 003 第一节 属性界定：新闻出版业分类发展的理论基础
- 005 一、新闻出版业是产业
- 009 二、新闻出版业不能产业化
- 011 三、新闻出版产业定位
- 014 四、新闻出版业属性界定意义
- 016 第二节 分类发展：新闻出版业融资的现实依据
- 016 一、新闻出版业的分类
- 022 二、三种不同类型新闻出版单位的比较
- 023 三、新闻出版业的分类发展
- 027 第三节 管办分离、事企分体：新闻出版业分类发展的突破口
- 028 一、管办分离：新闻出版业分类发展的前提
- 031 二、事企分体：新闻出版业分类发展的起点

第二章 新闻出版业融资模式借鉴与选择

- 037 第一节 国外新闻出版业融资模式：特征考察

- 038 一、基于代理成本基础上的外部融资方式的成本效益分析
- 040 二、国外新闻出版公司融资模式的基本特征
- 044 **第二节 中外新闻出版业融资状况：差异分析**
- 044 一、市场融资主体结构
- 045 二、市场规模与业务结构
- 048 三、市场基础与政策环境
- 049 **第三节 中国新闻出版业融资模式：现实选择**
- 050 一、宣传导向型重要新闻出版媒体：财政主导型融资模式
- 055 二、社会服务型新闻出版媒体：内源融资主导型模式
- 058 三、商业经营型新闻出版单位：市场性融资主导模式

第三章 新闻出版业资本结构优化

- 065 **第一节 新闻出版业资本结构优化：理论依据**
- 066 一、MM 定理及其修正
- 066 二、权衡理论
- 067 三、信息不对称资本结构理论
- 070 **第二节 中国新闻出版业资本结构：现状与影响**
- 071 一、中国新闻出版业资本结构的现状
- 073 二、中国新闻出版业资本结构现状的影响分析
- 076 **第三节 中国新闻出版业资本结构优化：原则与方法**
- 077 一、中国新闻出版业资本结构优化原则

- 078 二、中国新闻出版业资本结构优化：方法选择
- 080 **第四节 中国新闻出版业资本结构优化：思路与对策**
- 081 一、逐步实现多元化融资，夯实资本结构优化基础
- 086 二、调整股权结构，促进新闻出版业资本结构合理化
- 086 三、调整债权与股权比率，优化新闻出版业资本结构
- 087 四、资本结构优化与资产结构、治理结构、发展战略相结合

第四章 新闻出版业财政性投融资

- 091 **第一节 财政性投融资与公益性新闻出版业：属性界定**
- 091 一、财政性投融资的属性界定
- 092 二、公益性新闻出版业的属性界定
- 094 **第二节 公益性新闻出版物的供给：政府介入动因与效率**
- 094 一、公益性新闻出版物政府供给动因：正外部效益导致私人供给无效
- 095 二、公益性新闻出版物政府供给效率：以往政府供给低效原因
- 097 **第三节 新闻出版业财政性投融资：现状考察与改造思路**
- 097 一、中国新闻出版业财政性投融资的现状考察
- 099 二、新闻出版业财政性投融资体系的改造思路

- 100 **第四节 新闻出版业财政性投融资：政策创新与制度构建**
- 100 一、拓展财政性资金来源渠道：政策创新
- 103 二、提高财政性资金运用效率：制度构建

第五章 新闻出版业市场性融资

- 109 **第一节 新闻出版业市场化：历史演进**
- 109 一、新闻出版单位性质历史变迁
- 112 二、新闻出版单位融资政策演变
- 113 **第二节 新闻出版业市场性融资：动因考察**
- 113 一、产业特征决定了新闻出版业需要市场性融资
- 114 二、行业发展决定了新闻出版业需要市场性融资
- 117 三、竞争压力决定了新闻出版业需要市场性融资
- 121 **第三节 新闻出版业市场性融资：基本渠道**
- 121 一、银行信贷是目前新闻出版业的主要来源
- 122 二、证券市场是大型新闻出版企业未来融资的重要渠道
- 124 三、其它融资渠道提供新闻出版业不可或缺的补充资金
- 125 **第四节 新闻出版业市场性融资：制约因素**
- 125 一、融资方式单一
- 127 二、融资能力有限
- 129 三、融资渠道狭窄
- 131 **第五节 多元化：中国新闻出版业市场性融资的策略选择**

- 131 一、融资方式多元化
- 133 二、融资主体多元化
- 135 三、融资渠道多元化

第六章 新闻出版业融资规制

- 141 第一节 新闻出版融资规制：理论依据与现实动因
 - 141 一、外部效应：新闻出版融资规制的理论依据
 - 145 二、行政垄断：新闻出版融资规制的现实动因
- 150 第二节 新闻出版融资规制：共时考量与效能缺陷
 - 151 一、新闻出版融资规制：共时考量
 - 159 二、新闻出版融资规制：效能缺陷
- 164 第三节 新闻出版融资规制变革：基本前提与设计原则
 - 164 一、新闻出版融资规制变革的基本前提
 - 167 二、新闻出版融资规制变革的设计原则
- 171 第四节 新闻出版融资规制变革：职能整合与分类规制
 - 172 一、整合管理机构职能
 - 178 二、分类规制传播行为
 - 182 三、放松融资准入规制

第七章 案例分析：北青传媒海外上市

- 195 第一节 北青传媒基本情况：性质界定与融资模式选择

- 196 一、北青传媒性质界定：商业经营型传媒企业
- 197 二、北青传媒融资模式选择：香港主板公开上市
- 198 **第二节 北青传媒上市：准备与运作**
- 199 一、北青传媒香港上市：准备阶段
- 199 二、北青传媒香港上市：运作阶段
- 201 三、北青传媒香港上市：后续阶段
- 203 **第三节 北青传媒上市：经验与警示**
- 203 一、北青传媒上市的成功经验
- 206 二、北青传媒上市配套改革不到位的警示
- 212 **第四节 北青传媒案例：启示与展望**
- 215 **参考文献**

第一节 属性界定：新闻出版业分类发展的理论基础

- 一、新闻出版业是产业
- 二、新闻出版业不能产业化
- 三、新闻出版产业定位
- 四、新闻出版业属性界定意义

第二节 分类发展：新闻出版业融资的现实依据

- 一、新闻出版业的分类
- 二、三种不同类型新闻出版单位的比较
- 三、新闻出版业的分类发展

第三节 管办分离、事企分体：新闻出版业分类发展的突破口

- 一、管办分离：新闻出版业分类发展的前提
- 二、事企分体：新闻出版业分类发展的起点

第一章 新闻出版业属性界定与分类发展

产业属性的科学划分是新闻出版业融资最基本的依据。国民经济各部门的融资方式和过程是与其在国民经济中的地位、作用以及自身的经济技术特性密切相关的。由新闻出版业的地位、作用以及自身的经济特征所决定,其融资具有相当的复杂性和特殊性。中共十六大报告指出要大力发展文化产业,积极扶持重要的文化事业;中共十六届三中全会《关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决议》进一步要求,“公益性文化事业单位要深化劳动人事、收入分配和社会保障制度改革,加大国家投入,增强活力,改善服务。经营性文化产业单位要创新体制,转换机制,面向市场,壮大实力。”进一步提出要以加大投入、增强活力、改善服务为重点,抓好公益性文化事业的改革和发展;以创新体制、转换机制、面向市场、壮大实力为重点,抓好经营性文化产业的改革和发展。这对于界定新闻出版产业、新闻出版事业以及分类发展有着重要的指导意义,也为确定新闻出版业融资性质,规范新闻出版业融资行为提供了政策思路。本部分旨在阐明新闻出版业属性、分类、特征和作用,为展开对新闻出版业融资分析和政策构想提供理论依据和逻辑起点。

第一节 属性界定：新闻出版业分类发展的理论基础

建国之初,为了摆脱生存和发展中面临的经济困难,中国新闻出版业曾经实行企业化管理。1957年以后随着政治形势的变化,企业属性逐渐淡出,“党的政治思想机关、学术机关、出版机关”属性增强^①。改革开放以来,随着经济体制改革的不断深入,人们开始逐渐认识到新闻出版业的产业属性,新闻出版业逐渐走上了改革和市场化的道路。1978年底,以《人民日报》社为首的七家在京全国性主要报社,经财政部批准,率先实行“事

^① 文化部党组:《关于人民出版社等七个出版社整顿工作的报告》,1960.11.16。

业单位、企业化管理”的双轨制经营管理体制，标志着中国新闻出版业产业经营新时代的来临。1988年3月，国家新闻出版署、国家工商行政管理局颁布《关于报社、期刊社、出版社开展有偿服务和经营活动的暂行办法》，把出版单位确定为可以从事多种经营的投资主体。1992年，《中共中央、国务院关于进一步加快发展第三产业的决定》中，将历来被认为是意识形态工作部门的新闻出版，摆到了提高人民群众生活质量这样一个层次上，并将其划出党政机关行列，认为新闻出版能满足人民群众日益增长的物质文化需要，在第三产业中有着十分重要的地位。《决定》的发布，是中国新闻出版业正式被界定为产业的一个重要标志，同时，也表明了新一轮新闻出版业改革的开始。2001年8月中办国办发〔2001〕17号关于新闻出版广播影视业改革的意见，从政策上开启了新闻出版业融资大门，新闻出版总署于2002年6月配套颁布了《关于规范新闻出版业融资活动的实施意见》（新出办〔2002〕715号）等文，标志着新闻出版业改革进入了一个新阶段。2002年7月中办国办发〔2002〕16号关于加强和改进出版管理的意见文总结了1983年中央发出关于出版工作的意见以来的20年的经验，提出了新世纪中国出版工作总的布局、发展思路、改革要求等等。而2003年7月中办发〔2003〕19号关于党政部门报刊治理整顿的通知文及新闻出版总署落实细则，从体制上开启了新闻出版传媒产业化经营、出版传媒企业化运营的新时代。2003年10月，中共十六届三中全会《关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决议》提出了“要促进文化事业和文化产业的协调发展”的分类运作方针。2003年岁末（最后一天），国务院国办发105号关于事业单位转制为企业单位的政策规定文，以及2004年3月国务院批复同意中国出版集团转制为中国出版集团公司，加快了推进新闻出版业单位由事业向企业转制的步伐。与此同时，新闻出版理论界和实务界对新闻出版的改革和发展越来越关注，党和政府的改革思路也越来越清晰。繁荣新闻出版事业，发展新闻出版产业成为理论界和全社会关注的热门话题。

一、新闻出版业是产业

本论题所指新闻出版,主要包括图书、报纸、杂志、音像、电子、网络等六类出版物出版,以及编辑出版、印制、销售(发行)三大行业。

20世纪90年代以来,关于新闻出版双重属性、新闻出版业是一种事业还是一种产业的争论就没有间断过。争论的结果,“产业说”逐渐占据了上风,新闻出版的

双重属性、双重功能被广泛认同。但是,对于新闻出版业哪些地方有意识形态属性,哪些地方有产业属性比较模糊,搞清这个问题,对于我们政策操作具有积极的现实指导意义。

我们认为,新闻出版业是内容产业,传播的内容是精神性的东西,具有意识形态性质,而其运行载体属于物质性的东西,运行过程具有产业属性。产业属性是新闻出版业的自然属性,而其传播内容的意识形态属性形成了新闻出版业的社会属性,即新闻出版业的文化属性和政治属性。产业属性是新闻出版业根本性的、基础性的、本质性的属性,而文化属性、政治属性则构成了新闻出版业与其他产业的特殊属性,形成了新闻出版业发展的生命线,产生了新闻出版业的三大功能,即:宣传导向功能、社会服务功能、商业经营功能。

当今世界大部分国家都不把新闻出版业和工商企业当做同一回事。在英国、葡萄牙、摩洛哥以及日本等国,对出版物实行零税或接近零税的政策。而美国、法国、德国则对出版物采取低税的优惠政策。美国出版界认为,图书作为一种商品,其经济价值

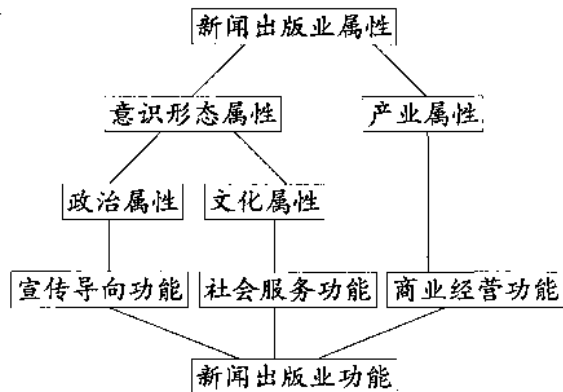


图 1-1 新闻出版业属性与功能

微不足道(书报刊的纸张是物质,仅仅是知识财富、精神财富的载体,不作为人类的物质财富而存在。一本书定价30元,一公斤“书”只值8角钱),但它对人类知识的传播,对文化和科学技术的交流,以及对教育的发展,却是任何产业不可替代的。美国的各大学出版社资金基本来自福特基金会和梅隆基金会的资助。德国有人提出出版业是“经济侏儒,文化巨人”的观点。菲律宾政府曾提出方案,准备对出版物给予免税,并提出“人民得图书,国家得进步”的口号。

因此,要确立新闻出版在整个经济社会发展中的产业地位,同时,新闻出版投融资体制的改革要与中国特色社会主义市场经济体制的改革相适应,要重视新闻出版同市场的结合,与此同时,又要注意新闻出版规律,不能照搬一般产业融资的做法。

第一,新闻出版业的产品即出版物具有物质与观念双重形态,同时兼具意识形态与商品双重属性

新闻出版是人类用来交流思想,传播信息,丰富社会成员的科学文化知识和精神生活,启迪民智,促进人类思想、文化的积累的一种工具。它首先是一种观念形态的东西,它总是在向受众表达一种认识、思想、文化、价值观。同时,它又表现为一种物质形态的东西。新闻出版业是观念形态特征的精神产品的生产机构与传播机构,观念形态的内容依托物质形态的载体得以传播。出版物的这种特征,使之同时具备另一种特征,即意识形态与商品双重属性。它包含着生产制作者的价值观念,它以潜移默化的方式作用于受众的精神世界,对受众的价值观念发生着影响,甚至还进入受众的潜意识层次。

第二,新闻出版传播的内容具有意识形态属性

所谓出版,是指一切为了适应社会受众需要,以一定的方式将作品(观念形态的东西)公之于众的活动。它既包括对作品的选择、编辑、印制等生产过程,也包括赠送、销售(发行)等方式的传播过程。国外将出版称为大众传播工具,与广播、电视等相并列。出版从单一的图书出版发展到今天,已是一个规模庞