



媒介规制论

史征著

MEIJIE GUIZHILUN



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

媒介规制论

史 征 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

媒介规制论 / 史征著. —杭州: 浙江工商大学出版社, 2014. 11

ISBN 978-7-5178-0645-5

I. ①媒… II. ①史… III. ①传播媒介—产业政策—研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 223759 号

媒介规制论

史 征 著

责任编辑 吴岳婷 刘 韵

封面设计 王好驰

责任校对 何小玲

责任印制 包建辉

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州恒力通印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 16

字 数 312 千

版 印 次 2014 年 11 月第 1 版 2014 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5178-0645-5

定 价 42.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88904970

借改革与创新之风, 不断深化文化体制改革

(代序)

党的十八届三中全会高度评价了党的十一届三中全会召开 30 多年来改革开放的成功实践和获得的伟大成就,研究了全面深化改革若干重大问题,认为改革开放是党在新的时代条件下带领全国各族人民进行的新的伟大革命,是当代中国最鲜明的特色,是决定当代中国命运的关键抉择,是党和人民事业大踏步赶上时代的重要法宝。面对新形势、新任务,全面建成小康社会,进而建成富强、民主、文明、和谐的社会主义现代化国家,实现中华民族伟大复兴的中国梦,必须新的历史起点上全面深化改革。

《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》,多次提到“创新”,共涉及 29 个领域和方面。党的十八大提出实施创新驱动发展战略,并强调科技创新是提高社会生产力和综合国力的战略支撑,必须摆在国家发展全局的核心位置,通过科技创新推动改革。2013 年 3 月,习近平在十二届全国人大一次会议闭幕会上发表的讲话中指出,把“改革”和“创新”作为时代精神的核心内容。在 2013 年国庆节前夕访问海淀区科技园时,习近平又指出:“创新驱动攸关国家民族的前途命运。”创新是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力。

文化体制改革是党的十八届三中全会决定中重点强调的内容之一,全会公报多次提及社会主义文化发展,包括“紧紧围绕建设社会主义核心价值体系、社会主义文化强国深化文化体制改革,加快完善文化管理体制和文化生产经营机制,建立健全现代公共文化服务体系、现代文化市场体系,推动社会主义文化大发展大繁荣”“推进文化体制机制创新”“建设社会主义文化强国,增强国家文化软实力,必须坚持社会主义先进文化前进方向,坚持中国特色社会主义文化发展道路,坚持以人民为中心的工作导向,进一步深化文化体制改革。要完善文化管理体制,建立健全现代文化市场体系,构建现代公共文化服务体系,提高文化开放水平”等。

一、改革与创新是文化体制改革的主基调

1. 文化体制改革是文化发展的核心

党的十八届三中全会将文化体制改革单列为15项改革之一,体现了党对于建设社会主义文化强国、增强国家文化软实力的重视,今后包括文化事业与文化产业在内的文化业必将会更加得到重视和加强。在推进文化体制机制创新方面提到了四点:完善文化管理体制,建立健全现代文化市场体系,构建现代公共文化服务体系,提高文化开放水平。这反映出文化改革的核心仍然是体制机制的改革。

2. 文化体制改革的原则进一步明确

党的十八届三中全会明确了紧紧围绕建设社会主义核心价值体系,坚持社会主义先进文化前进方向,坚持中国特色社会主义文化发展道路,坚持以人民为中心的工作导向的文化改革发展方向,坚持社会效益与经济效益并重,社会效益优先的文化体制改革原则。

3. 建立健全现代文化市场体系

在文化体制改革中,建立健全市场化体系,以实现资源配置市场化,是此次文化体制改革中最值得期待的内容之一。从《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》可以看出,国家希望文化产业在发展过程中,在保证社会效益的前提下,能通过市场机制来配置文化产业资源,并使市场成为配置资源的决定性因素。

4. 文化开放将会大有进展

党的十八届三中全会强调提高文化开放水平,在文化产业未来的发展中,文化的“走出去”和国际化合作可能会出现进一步的提速,这将会弥补国内文化产业“走出去”的能力水平一直相对较低、竞争能力不强的短板。要坚持政府主导、企业主体、市场运作、社会参与,扩大对外文化交流,加强国际传播能力和对外话语体系建设,推动中华文化走向世界;理顺内宣外宣体制,支持重点媒体面向国内国际发展;培育外向型文化企业,支持文化企业到境外开拓市场。在这一背景下,未来文化产品输出规模加大将是可预期的,文化企业的国际化和“走出去”的案例将会增多。

5. 公共文化服务的职能加强

党的十八届三中全会再次提出大力发展现代公共文化服务体系,这是坚持以人民为中心的工作导向,坚持社会主义先进文化前进方向,坚持中国特色社会主义文化发展道路,培育和践行社会主义核心价值观,巩固马克思

主义在意识形态领域的指导地位,巩固全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础的重要保障。

二、深化文化体制改革的思考

1. 要改革现有的政府职能

以文化产业发展为例,政府要转变文化产业发展思维与理念的定势,加大文化产业政策改革力度。文化产业政策改革的重点应该是及时调整政策导向,将政策导向逐渐由鼓励产业发展向规范产业发展转变,文化产业发展再也不能唯 GDP 论英雄。虽然中国文化产业的持续发展离不开政府的大力扶持和推进,但政府需要与市场、私人部门保持适当的距离,需要自我界定好其行为的边界,需要有效地遏制直接跳入文化产业大海游泳的欲望与冲动,需要合理架构包含产业政策与规制政策在内的完整政策体系,将行为重心更多地落实在推进体制机制改革和优化产业发展环境上来。假如政府能在事关文化产业发展大局的政治体制、市场机制、法治建设、市场准入条件的改革,在文化产业公共服务平台建设、文化传播渠道建设、文化创意成果转化、文化产业集聚区建设、文化高端人才培养和引进,在支持一批具有重要示范、引导和带动作用的文化项目建设,在推动文化产业多渠道直接融资,引导金融机构开发适合文化产业需求的综合金融产品和特色金融服务等方面有所作为,或许会产生比政府直接以财政资金扶持方式来影响企业经营、干预市场竞争更好的效益和效果。

2. 要继续全面推进国有经营性文化单位转企改制

当前文化体制改革最紧迫任务之一就是要确立文化市场主体,难点就是解决国有文化事业单位转企改制问题,真正做到以创新体制、转换机制、面向市场、增强活力为重点,抓好经营性文化产业的改革和发展。如今,在改制的实践中主要有三种情况:一是分离改制,即将广告、印刷、发行等经营性资产分离出来,转制为企业,面向市场搞好经营,接受集团领导监督,确保正确经营方向,同时也为壮大主业服务。二是整体改制为企业,如出版社、剧团的改制。目前浙江全省出版社全部完成改制,浙江曲艺杂技总团、浙江歌舞剧院、浙江话剧团三家省属文艺院团率先转企改制。转企改制后,这些剧团把改革作为第一动力,把创作作为第一要务,把人才作为第一要素,把市场作为第一舞台,加快建立现代企业制度,创新决策运行机制、经营管理机制、文艺创作机制和薪酬分配机制,以全新的面貌、全新的思路走向市场,在出戏、出人、出效益方面创造新的业绩。三是进行股份制改造。随着改革

的深入,在产权明晰、市场主体地位确立,以及人事、用工、分配三项制度等方面的改革进一步落到实处后,将会全面调动改革对象的积极性,激活所有改革的正能量。

3. 要完善文化市场准入和退出机制

鼓励非公有制文化企业发展,鼓励各类市场主体公平竞争、优胜劣汰,促进文化要素资源的自由流动。浙江是民营资本大省,在经济转型升级过程中,有许多民营资本会从原来的传统产业中退出来,寻求更好的机会,文化产业是其中一个非常好的选择。2013年提出的“四换”(腾笼换鸟、机器换人、空间换地、电商换市)其实都可以与文化产业相关联,文化产业是我省经济转型升级的重要引擎。浙江要根据现有的文化发展格局,积极探索转变政府职能、服务企业发展的方式与方法,要坚持“支持国有、扶优民营”的工作思路,从营造公平竞争、开发有序的市场环境入手,一手抓国有文化单位的改革,一手抓民营文化产业的发展,鼓励和引导各类社会资本参与文化产业,凡是法律没有禁止的领域都应该向社会资本开放,形成多元资本共同参与、多种所有制共同发展的产业格局。

4. 加快公司制、股份制改造,积极培育文化企业上市

随着文化体制改革的深入,国内一些文化企业进行了股份制改造,实现了到资本市场融资,在深、沪两个资本市场上市的公司中有几十家涉及文化产业,文化产业板块初步形成。浙江有“电影第一股”华谊兄弟、“电视剧第一股”华策影视、“演艺第一股”宋城股份。浙报传媒、华数传媒等文化企业不仅已经成功上市,而且在资本市场有着良好表现,显示了浙江文化产业发展的整体实力与优势,打响了浙江文化产业品牌,发挥了龙头文化企业引领作用。在政策引导和企业示范的作用下,激发了更多文化企业的上市热情。目前全省已上市、在辅导期内、在审核过会待发的文化企业已有近20家。要进一步完善文化企业上市配套政策,有序助推“122”工程落地对接,简化上市改制程序。有关部门应积极协助解决文化企业上市过程中的各项重点、难点问题,在股权确认、产权变更、辅导验收、出具上市意见函等方面适当简化程序,给予绿色通道。要建立健全上市工作机制,加快培育一批大型文化骨干企业,建立文化企业上市推进工作例会制度,建立多部门信息沟通机制,研究解决上市工作中遇到的困难和问题,督促落实上市责任目标,协调上市后备企业反映的问题。建立重点文化上市候选企业改制上市台账,对具有上市潜力的文化企业进行筛选并建立信息库,对进入上市培育名单的文化企业进行全过程跟踪服务,不断充实和完善上市后备企业资源库。对于进入股份制改造的文化企业以及参股的风险投资机构,给予土地、资

金、税收、股权等方面的政策倾斜,同时要设立财政引导基金,建立促进文化企业上市的激励和后续补偿机制。要加快文化产业人才队伍建设,提升文化企业发展后劲,加大文化产业领军人才的培养引进力度,着力培养造就一批文化大师、一批专业领域的领军人物、一批懂经营善管理的复合型人才、一批掌握现代传播技术的专门人才,注重培养具有资本市场运作能力的高端经营人才,破解文化企业人才短缺困境。

5. 加快媒介融合的进程

媒介融合打破了媒体之间的限制,整合了各类不同形式的媒介,并在资源共享的基础上形成了全新的新闻采编流程。当前,传媒业的市场主体地位尚未完全确立,竞争机制没有在全国范围内形成,管理机构不统一,在政策体系中尚无有利于推动媒介融合的“组合拳”。如按照目前我国传媒业的规制政策,并非所有媒体都有新闻采访报道权,网络媒体中的绝大多数没有采访报道权,不可兴办刊物、杂志和电视台;报纸虽然有采访报道权,却不允许办电视台和广播电台,这抑制了我国媒介深入融合;同时,报纸、电视、广播等传统媒体虽然都形成了相对独立、完整的产业链条,管理体系逐渐完备,但内部管理落后、整合能力缺乏,从媒介融合的媒体组织视角来看,多数只是呈现了操作层面的初级融合。因此,需要在规制政策体系上进行调整,尤其是在顶层设计上要充分考虑如何推进媒介融合深度和广度的现实需求。

6. 要坚持政府主导、社会参与的原则,进一步加快现代公共文化体系建设

推动文化大发展、大繁荣,建设社会主义文化强国,增强国家文化软实力,从根本上离不开国民文化素质的整体提高。只有民众的基本文化权益得到有效的保障,国民文化素质才能提升,而这不可能单纯靠市场化的方式来完成,政府有责任向社会成员提供基本的、均等化的公共文化服务。因此,要坚持政府主导,体现公益性、基本性、均等性和便利性的要求,加强文化基础设施建设,完善公共文化服务网络,让群众广泛享有免费或优惠的基本公共文化服务;要进一步提高认识,逐年提高文化经费投入占财政总支出的比例,制定支持和保障公共文化服务体系建设的投入办法,确保政府对公益性文化事业的投入逐渐增长,建立分区域的人均基层群众基本文化权益经费保障标准,建立公共文化服务经费保障机制;要努力实现公共文化服务城乡一体化、经济欠发达地区与发达地区相统筹,加大农村文化基础设施的投入,推进文化资源向城乡基层特别是农村基层倾斜,推动文化惠民项目与群众文化需求有效对接,促进基本公共文化服务标准化、均等化;要进一步

推动公共图书馆、博物馆、文化馆、科技馆等基础设施的建设,完善城市社区文化设施,推动公共文化设施建设向城乡基层倾斜,实现无障碍、零门槛进入,公共空间设施场地全部免费开放,所提供的基本服务项目全部免费;要进一步扩大公共文化服务投入渠道,鼓励社会力量、社会资本参与公共文化服务体系建设,推动公共文化服务社会化发展。

浙江作为经济大省和文化大省,理应在建设现代公共文化服务体系上走在全国前列。

史 征

二〇一四年六月

目 录

第一章 我国传媒业发展与规制	001
第一节 传媒与传媒业	001
第二节 传媒业规制的依据	006
第三节 我国传媒业发展热点问题解读:规制视角	016
第四节 样本研究:原国家广电总局规范影视剧和新闻节目中插 播广告	024
第二章 我国电影产业规制政策变革与实践	027
第一节 电影产业规制体系分析	027
第二节 改革开放后准入规制变革与电影产业发展	036
第三节 产业规制与电影产业集聚耦合发展	046
第四节 样本研究:电影审查、电影分级、票价规制	055
第三章 我国广播电视业规制政策变革与实践	061
第一节 改革开放后广播电视业规制政策的制定与调整	061
第二节 国内外广播电视业规制分析	071
第三节 规制视野下的浙江影视产业崛起之路	086
第四节 样本研究:广电业整顿低俗与制播分离	094
第四章 我国图书出版业规制政策变革与实践	097
第一节 改革开放后图书出版业规制政策的选择	097
第二节 民营资本准入图书流通业的规制变革	112
第三节 民营实体书店走出困境的破冰之道	121
第四节 样本研究:图书出版业体制改革 ——文化体制改革的缩影	129

第五章 我国报刊业规制政策变革与实践	132
第一节 改革开放后报刊业改革与规制政策变迁	132
第二节 报业集团化改革的背景与举措	142
第三节 报刊业转制:艰难的选择与转型	150
第四节 样本研究:浙江省报刊业的集团化改革	159
第六章 我国动漫产业规制政策变革与实践	166
第一节 改革开放后我国动漫产业规制政策变革	166
第二节 我国动漫基地的建设、发展与规制	182
第三节 我国动漫产业规制政策的写照:“禁播令”的思考	193
第四节 样本研究:动漫之中南大道	197
第七章 我国网络视频产业规制政策变革与实践	201
第一节 我国网络视频产业发展的历程	201
第二节 我国网络视频产业规制的变革	206
第三节 我国网络视频产业规制政策的调整	213
第四节 样本研究:网络视频产业的冲击与竞争	216
第八章 延伸思考:媒介规范与创新	222
第一节 媒介规范:媒体论争与新闻客观性——对“《京华时报》与 农夫山泉”事件的思考	222
第二节 媒介创新:县级广播“温岭模式”分析——基于广播创意 价值链	227
参考文献	234
后 记	240

主义在意识形态领域的指导地位,巩固全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础的重要保障。

二、深化文化体制改革的思考

1. 要改革现有的政府职能

以文化产业发展为例,政府要转变文化产业发展思维与理念的定势,加大文化产业政策改革力度。文化产业政策改革的重点应该是及时调整政策导向,将政策导向逐渐由鼓励产业发展向规范产业发展转变,文化产业发展再也不能唯 GDP 论英雄。虽然中国文化产业的持续发展离不开政府的大力扶持和推进,但政府需要与市场、私人部门保持适当的距离,需要自我界定好其行为的边界,需要有效地遏制直接跳入文化产业大海游泳的欲望与冲动,需要合理架构包含产业政策与规制政策在内的完整政策体系,将行为重心更多地落在推进体制机制改革和优化产业发展环境上来。假如政府能在事关文化产业发展大局的政治体制、市场机制、法治建设、市场准入条件的改革,在文化产业公共服务平台建设、文化传播渠道建设、文化创意成果转化、文化产业集聚区建设、文化高端人才培养和引进,在支持一批具有重要示范、引导和带动作用的文化项目建设,在推动文化产业多渠道直接融资,引导金融机构开发适合文化产业需求的综合金融产品和特色金融服务等方面有所作为,或许会产生比政府直接以财政资金扶持方式来影响企业经营、干预市场竞争更好的效益和效果。

2. 要继续全面推进国有经营性文化单位转企改制

当前文化体制改革最紧迫任务之一就是要确立文化市场主体,难点就是解决国有文化事业单位转企改制问题,真正做到以创新体制、转换机制、面向市场、增强活力为重点,抓好经营性文化产业的改革和发展。如今,在改制的实践中主要有三种情况:一是分离改制,即将广告、印刷、发行等经营性资产分离出来,转制为企业,面向市场搞好经营,接受集团领导监督,确保正确经营方向,同时也为壮大主业服务。二是整体改制为企业,如出版社、剧团的改制。目前浙江全省出版社全部完成改制,浙江曲艺杂技总团、浙江歌舞剧院、浙江话剧团三家省属文艺院团率先转企改制。转企改制后,这些剧团把改革作为第一动力,把创作作为第一要务,把人才作为第一要素,把市场作为第一舞台,加快建立现代企业制度,创新决策运行机制、经营管理机制、文艺创作机制和薪酬分配机制,以全新的面貌、全新的思路走向市场,在出戏、出人、出效益方面创造新的业绩。三是进行股份制改造。随着改革

第一章 我国传媒业发展与规制

传媒业政策是政府为了促进传媒业的健康有序发展,在遵循传媒业发展的内在规律基础上,综合运用经济、法律、行政等手段,实现传媒业发展目标的综合政策体系。规制政策是传媒产业政策体系中重要的组成部分,传媒业的产业特殊性决定了中国传媒业发展离不开科学完善的规制政策的强有力支持。

第一节 传媒与传媒业

一、传媒业的界定

传媒业是文化、经济、技术、信息产业相互融合的一个新兴产业。在我国,广义的传媒包括报纸、杂志、广播、电视、互联网、通讯社、电影、图书、音像制品等在内的一切传播工具、手段和载体。狭义的传媒主要包括报刊、电视、广播、图书、互联网和通讯社等。本书所涉及的传媒主要是电影、电视、广播、报刊、图书、网络等目前运营活动比较活跃的传媒,尚不涉及通讯社。

在我国,传媒主要有两种功能:一是社会功能,就是在意识形态领域作为“耳目”“喉舌”的舆论宣传功能;二是产业功能,即通过对自身的资源运作而实现增值的盈利功能。这其中,媒介承担的社会功能是第一任务。所以我国传媒业,包括广播、电视、电影、报纸、杂志、图书、网络等任何媒体的运营,都必须坚持党管媒体,坚持正确的舆论导向,都必须将社会利益放在首要位置,在任何情况下都不能像欧美国家的媒介市场一样,以完全市场化作为生存空间,以盈利作为首要目的,甚至通过媒介来左右政治,传媒业的改革再怎么深入,依然不会打破这一底线。

1. 广电影视传媒

广电影视传媒主要包括广播、电视、电影等媒体,其中,广播、电视是最有影响力的媒体,也是受众人数最多的媒体。经过多年的发展积累,广播、电视媒体机构通过提高节目质量和运营节目品牌,争取更高的收听收视率,广告收入已经获得了长足的发展,相关产业的发展也初见成效。但是,相比于国外传媒大鳄的品牌效应和产业运作,我国的广电业还存在巨大的发展空间,整个产业链也有待进一步完善。

当前,广电业正处于不断发展和规制政策密集调整的时期。为了应对广电业发展形势的变化,相关规制体系正在向强化节目内容管理和播出管理,适度放松经济规制的方向调整,如正在推行制、播分离制度,这为民营资本进入传媒领域提供了千载难逢的机会。随着原国家广播电影电视总局(以下简称“国家广电总局”)《广播电视节目制作经营管理规定》的出台,我国广播电视行业基本进入了规范化运作轨道,大量的非新闻宣传类节目的制作被剥离出来,给民营资本提供了巨大的市场机会。根据《广播电视节目制作经营管理规定》,民营资本可以进入电视剧制作发行,广播影视技术开发应用,广告、音乐、科技、体育、娱乐方面的节目制作,有线电视接入网,有线电视接收端数字化改造,户外、楼宇内、交通工具内、店堂等显示屏广告业务等方面,这是一块巨大的“蛋糕”。

2. 新闻出版传媒

新闻出版传媒主要包括报纸、杂志、图书等媒体,这是最传统的大众媒体。但在“入世”后,我国政府信守承诺,在图书出版等领域推动市场化进程较快发展,在资本准入、机构设立、书号管理、市场开放、资质管理、人员准入等方面的规制政策相对比较完善。自2003年新闻出版系统作为改革试点以来,出版社已经逐步由事业体制转变为企业体制,成为我国传媒业中市场化程度较高的领域之一。在报纸方面,各地党报通过组建报业集团的形式来扩充实力,一方面,进一步提高舆论宣传引导的能力与力度;另一方面,以产业化方式开展相关业务,实行多元化经营,壮大报业的竞争力。以都市类报纸为代表的传统纸质媒体目前已基本实现按照市场经济规律运营,在市场开发、广告拓展、品牌打造、资本运营方面也竭尽所能,北青传媒、浙报传媒、粤传媒等纸媒体也已实现成功上市。

3. 网络传媒

互联网的发展,改变了人们对媒体认识的思维定式,大大改变了信息的传播方式,推动形成了人人皆有可能成为媒体的自媒体时代。特别是近几年,以微信、微博为代表的网络、移动媒体的发展显得十分活跃,这些网络媒

体的盈利方式比较多样化,增值业务层出不穷,是目前最有前途的传媒产业领域。同时,这些网络媒体的兴起,也推进了传统媒体不断与新兴媒体进行深度融合,各类资本也因此在这一领域找到了很好的合作机会,从而创造了更多的传媒业发展空间,促进了网络传媒产业的几何级数飞跃。但需要注意的是,网络媒体快速发展的特点导致规制体系的建立相对滞后,因此,在这一领域,行业垄断、价格同盟、接入壁垒、市场封锁等问题也相对普遍,特别是网络信息杂乱泛滥的现象令人关注。网络媒体的现状呼唤相关规制体系早日健全。

二、我国传媒业的发展历程

我国传媒产业是伴随着改革开放的进程而逐步兴起、发展和壮大的。新中国成立后很长时间内,媒介活动严格按照计划来配置资源,进行有计划的组织与报道。新闻单位是事业性质,不是以创造产值为目的的企业。随着政治体制的改革和经济的发展,特别是文化产业的快速发展,国家文化政策也发生了相应转变,对传媒业的种种限制出现了政策上的松动,有力推进了媒介市场的逐渐形成与扩张,促进了传媒业的勃兴。

一个产业从被限制到逐步开放的过程,无疑会充满超常盈利的机会,而被称为“最后一个暴利行业”的传媒业就是这样一个备受瞩目的产业领域。

总的来说,中国传媒业经历了三个形成和发展阶段。

1. 新中国成立初期(1949—1956年)

1949年新中国成立以后,政府开始通过公私合营等方式对民办报纸进行社会主义改造,建立起在中国共产党领导下,由各级党委机关报、部队报、行业报、民众团体报和民主党派报共同组成的社会主义传媒体系。然而,由于特殊的国情,为了缓解政府财政压力,那时我国媒体还是按照企业化模式进行管理的。1949年12月,全国第一次报纸经理会议在北京召开,会议提出报纸实行企业化经营的方针。1950年,中宣部发布《关于报纸实行企业化经营情况通报》,认为“报纸企业化经营方针是完全正确的,可以实现的”,“公营报纸必须把报社真正作为生产事业来经营……条件较好的公营报纸应争取全部或大部分自给,条件较差者,亦应在政府定期定额的补贴下,争取最大可能的自给程度”,“私营报纸亦须在已有基础上,进一步改善经营方法”。

2. 20世纪50年代中期—70年代末期

20世纪50年代中期至70年代末期,我国受苏联和东欧国家的影响,

确立了计划经济体制,传媒业也开始按计划经济的模式运作,实行全民所有的公有制度。政府对传媒业进行一系列的社会主义改造,私营报纸相继改组转为国营,新闻总署撤销,不再专设政府机构管理报纸,报纸的经营管理问题,也不再列入政府的议题。在这种管理体制之下,传媒资产全归国有,国家根据各级政府、各部门、各民主党派、各人民团体等的需要,分配给各使用者,而使用者只具有使用权却没有所有权和收益权。新闻媒体被视为是事业单位而非营利产业,主要充当政治宣传和教育引导的工具。媒体的开支由主管部门统一核定预算,由国库统筹支配,一切按照计划调拨,在经济上完全依赖国家拨款,基本没有广告或者其他收入,其在运营过程中所产生的经济效益,也一切归属于国家所有。

3. 1978年改革开放至今

20世纪70年代末期,在经历了“文化大革命”之后,中国的经济几近崩溃,国家百废待兴、百业待举,而传媒业所需的巨大的财政拨款更使国家不堪重负。随着国民思想的解放、国家经济体制的创新,传媒体制也急需改革。1978年,财政部批准了人民日报社等八家新闻单位要求实行“事业单位,企业化管理”的报告,同意新闻媒体通过自身的经营活动获得一部分收入,并且从经营收入中提取一定比例用于增加员工收入和福利,改善传媒自身的条件。1979年4月,财政部颁发了《关于报社试行企业基金的实施办法》,明确允许报社在财务上实行企业化管理。同年,中共上海市委宣传部同意上海电视台开播商品广告的申请,上海《解放日报》也刊登了具有划时代意义的通栏广告,标志着我国传媒进入多元化经营时代。在这一时期,传媒业的经营意识日益增强,经营手段日益多元化,极大地推动了我国传媒产业化发展。从1980年至2004年,全国广告经营从几乎为零增长到1264.6亿元人民币,成为推动媒介市场化、产业化的关键因素。可以说,1978年改革开放至今是我国传媒产业化发展的辉煌时期,而这其中又包含了以下三个至关重要的历史阶段。

(1) 改革酝酿阶段(1996—2000年)

这一阶段,以新闻出版和广电系统出现集团化热潮为标志,但管理体制和经营机制并未出现实质性变化。1996年1月1日,广州日报成立我国第一家报业集团,标志着一个新兴产业——中国报业的诞生。原新闻出版署在《关于同意建立广州日报报业集团的批复》中指出,随着社会主义市场经济体制的建立,报纸的竞争也日趋激烈,在这种形势下,适时组建以党报为龙头的社会主义现代化报业集团,可以带动我国报业由规模数量型向优质高效型转移,由粗放型向集约型转移。此后,中国报业集团进

入快速发展时期。

但是,总体来说,报业集团的成立并未给中国报业带来实质性突破和变化,多数报业集团实际上是“翻牌公司”,挂牌之前与挂牌之后,报社并未发生实质性的变化。报社体制、经营机制、报纸质量、广告收入和发行量都没有发生根本变化。

(2) 产业化萌动阶段(2001—2002年)

这一阶段,以组建媒介集团、做大做强广电产业为标志,开始启动媒介产业化的改革进程。在广电乃至媒介系统,接受“产业化”的理念需要一个艰难的过程。2001年8月,中央下发《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》,明确提出以资本和业务为纽带组建跨地区、跨媒介的媒介集团,集中全国媒介资源优势,打造我国媒介的“航空母舰”,将媒体公司的上市政策进一步开放,媒体的融资政策也进一步开放。这段时间里,报业集团的经营思路更开阔,收入随之大幅增长,在按现代企业制度的原则开展经营与管理方面也做了卓有成效的探索。以加入WTO为契机,出版业、影视业、网络文化业等纷纷加快了市场化进程。

2002年11月,党的十六大报告首次提出“推进文化体制改革”,“积极发展文化事业和文化产业”,传媒业发展进入了加速期。

(3) 实质启动与整体推进阶段(2003年至今)

虽然产业化萌动带动了我国传媒市场的变革,使传媒业出现了新的气象,但是,保持在旧有文化体制内的僵化模式,仍在束缚着传媒领域的市场化发展,并令其更为直接地感受着旧体制的阻碍力量,政企不分、事企不分的弊端,导致局部改革举步维艰。因此,2003年以后,国家陆续出台了一系列重大政策,使传媒业体制改革进入实质启动与产业发展整体推进阶段。

2003年7月,中办和国办转发了《中共中央宣传部、文化部、国家广电总局、新闻出版总署关于文化体制改革试点工作的意见》。从2004年起,我国文化体制改革试点工作全面展开。

2004年4月,中国出版集团经国务院批准更名为中国出版集团公司,成为中国第一家具有企业身份的出版单位。

2004年12月,北青传媒股份有限公司在香港联交所挂牌上市,成为内地传媒企业境外首发上市“第一股”。

2009年8月,在南京召开的全国文化体制改革经验交流会,标志着改革的全面展开,出版、发行、电影、文化市场管理等领域的改革,进入决定性阶段。

国务院随后出台的《文化产业振兴规划》,首次将发展文化产业上升到