

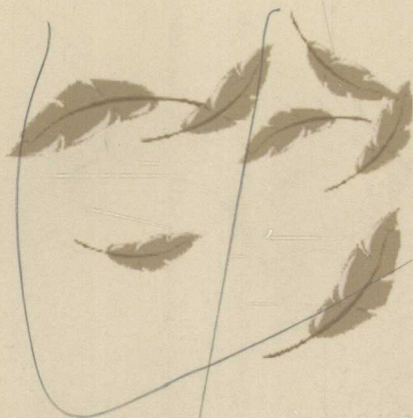
求是传媒文库

G219.23
19

党报集团资本运营研究

现状·问题·路径

詹新惠 著



中国传媒大学出版社

求是传媒文库

党报集团资本运营研究

现状·问题·路径

詹新惠 著



中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

党报集团资本运营研究：现状·问题·路径/詹新惠著. —北京：中国传媒大学出版社，2009.7

ISBN 978-7-81127-762-3

I. 党… II. 詹… III. 中国共产党—党报—企业集团—资本经营—研究 IV. G219.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 153352 号

党报集团资本运营研究——现状·问题·路径

作 者：詹新惠

责任编辑：冬 妮 秋 实

责任印制：范明懿

封面制作：蔡玉生

出 版 人：蔡 翔

出版发行：中国传媒大学出版社（原北京广播学院出版社）

社 址：北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编：100024

电 话：65450532 或 65450528 传真：010-65779405

网 址：<http://www.cucp.com>

经 销：全国新华书店

印 刷：北京中科印刷有限公司

开 本：850×1168 毫米 1/32

印 张：7.75

版 次：2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

ISBN 978-7-81127-762-3/G·762 定价：28.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序

很荣幸地向读者推荐詹新惠同志这部关于党报集团资本运营的专著。这出于两个理由：第一，党报资本运营极具研究价值。大家知道，长期以来，党报是计划经济体制的产物，而党报所面临的形势较之过去的时代已发生巨大变化。如何在市场经济条件下，走出一条自我发展、自我壮大的路子，使党报的经济实力和社会影响力与时代同步，这是许多党报工作者必须面对的问题。第二，党报是主流媒体，是党的舆论机关，是党的执政工具，又是一种特殊文化商品。党报所具有的宣传和商品的双重属性，要求我们解决好社会效益和经济效益这两大问题。党报如何在坚持正确舆论导向、实现社会效益的前提下，努力达到经济效益最大化，从而做大做强，还有不少问题需要探索。经验告诉我们，社会影响力和经济实力有密切关系，办报和经营有密切关系。经营活，则实力强；实力强，则影响力才能不断扩大。反之，也是如此。詹新惠

同志正是从这样一个时代背景和现实课题出发,展开探讨,并提出一些建设性意见。

詹新惠的研究工作是从撰写博士论文开始的。我作为他的指导老师,既为她的强探力索的勇气所感动,也多少有些担心。实话说,这是一个有难度的课题。因为,党报是一个宽泛的概念。广义而言,中央、地方、部门、行业、都市类报纸都囊括在内,而事实上这些报纸的性质、作用、特点又有一定的差异。还因为,各类报纸的体制差别不小,有的是事业单位,有的是事业单位企业化管理,有的则完全是企业化管理,其运营方式也有很大不同。更大的难度在于,在以往的历史经验中,党报和资本运营这两个概念似乎从未搭界。这主要还不是对资本运营的陌生,而是深感在现实生活中,似乎很难找到党报资本运营的实践样本。因为任何理论的拓展都必须建立在充分的实践基础之上。显然,这方面是未知大大多于已知。

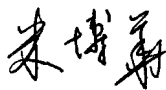
我抱着试试看的心里,勉强同意詹新惠走上这条激动人心但没有把握的探索征程。她利用业余时间到许多家报纸调研,甚至自费到外地采集资料。半年以后,她和我讨论写作大纲时,令我大吃一惊。没有想到,她在资本运营领域和党报体制这两个领域已具有相当系统的知识;更没有想到,她对两者的结合有了比较全面的认识。始有所悟,党报资本运营已经不是一种理论设想,而是活生生的实践。

正如大家所看到的,詹新惠从党报集团体制的历史沿革到党报集团经营体制改革等一系列问题,进行了比较系统的分析和阐述。自然,书中所论列的观点未见得都准确,有些研究可能还受到实践的制约。但至少这本书引起了我们思考的兴趣,也开启了新的思路。因此,对这部书稿我曾给出这样的评语,“文稿在理论创新性方面应当得到一个高分。”

詹新惠是我在传媒大学带的第一位博士生。她不事声张却又很有主见,吃苦而从不叫苦。我曾经感到,她一面工作,一面学习,生活担子很重,也许应该选一个比较容易的课题、顺利完成学业,但她没

有这样想,读博就踏实地读,做论文就扎实地做,不是为了拿学位而学,不是为写论文而写。学习是她的兴趣所在,研究是她的志向所在,这和时下流行的混文凭混学位的庸俗学风,大异其趣。这尤其令我钦佩。我坚信,凡是花费心血必有收获。以这本专著的出版为标志,詹新惠的专业学养和精神境界当更上层楼。

是为序。

A handwritten signature in black ink, consisting of three characters: '朱博军' (Zhuo Jun).

2009年6月

目录

CONTENTS

序 / 1

绪论 / 1

一、党报与党报集团 / 2

二、党报集团资本运营 / 4

三、本书基本框架和主要内容 / 6

四、主要研究方法、基本理论和思想创新 / 8

第一章 党报集团十三年发展回顾 / 17

第一节 党报集团的诞生背景 / 18

第二节 党报集团的发展进程 / 28

第三节 党报集团的现状 / 43

第二章 传媒业资本运营的探索和实践 / 67

第一节 资本运营的一般理论 / 68

第二节 传媒业资本运营的探索和实践 / 80

第三节 传媒业资本运营的特殊性 / 104

第三章 国外传媒集团的资本运营 / 113

第一节 以并购为特征的国外报业集团的扩张 / 114

第二节 跨国传媒集团资本运营的特征与借鉴 / 129

第三节 国外传媒集团进入中国传媒市场 / 143

第四章 党报集团资本运营问题的提出 / 153

第一节 党报集团的外部宏观环境 / 154

第二节 当前党报集团存在的问题 / 160

第三节 党报集团选择资本运营战略 / 165

第四节 党报集团的特殊性与资本运营的矛盾 / 175

第五章 党报集团资本运营的体制与路径求解 / 185

第一节 党报集团资本运营的探路 / 186

第二节 党报集团资本运营的体制求解 / 194

第三节 党报集团资本运营的路径求解 / 207

第四节 党报集团无形资产的资本运营 / 213

附录 / 219

附录一:关于新闻出版业集团化建设的若干意见 / 219

附录二:关于规范新闻出版业融资活动的实施意见 / 221

附录三:国家新闻出版总署关于印发《关于进一步推进新闻出版体制改革
改革的指导意见》的通知 / 223

参考文献 / 232

后 记 / 237

绪 论

党报集团资本运营研究包含着两个关键词：党报集团、资本运营。自1996年国内第一家报业集团——广州日报报业集团成立以来，党报集团已走过十三年的历程。党报集团是中国报纸产业中一支重要而特殊的力量，其生存与发展状况关乎报业乃至传媒业的格局和远景。资本运营是全球经济一体化和全球传播环境下媒体对外扩张的主要方式，是改变全球传播格局的重要手段。党报集团资本运营意味着变革与趋势。党报集团是意识形态中最敏感的地域，资本是市场经济中最敏感的地带，党报集团资本运营意味着复杂与艰难。

一、党报与党报集团

党报的概念有普适性和特指性之分。普适性是指我国的报纸都是在同级党委的领导和指导下创办的,以党性原则作为办报的指针,肩负着宣传党的路线方针政策的任务,是党的新闻事业的一部分,因此可以将国内所有的报纸都统称为党报;特指性是指党报仅为各级党委的机关报,是执政党的纲领、路线和政策的宣传工具。

改革开放以来,我国报业市场日益繁荣,报纸品种日渐丰富,对报纸属性的认识逐步明朗,因而对党报从概念到范围有了清晰的界定,从职能到地位有了明确的定位。党报,即指执政党——中国共产党的党委机关报。目前在我国实行的是三级党报,即中央级、省级和地市级,党报的职能就是执政党的纲领、路线和方针政策的宣传工具,是报业的“排头兵”和“领头羊”。

自1922年中国共产党第一份机关刊物《向导》周报创刊以来,党报走过了80多年的历程。在战争年代,党报是中国共产党人“拿在自己手里,作为组织一切工作的一个武器,反映政治、军事、经济又指导政治、军事、经济的一个武器,组织群众和教育群众的一个武器”,^①为中国新民主主义革命取得胜利发挥了重要作用。新中国成立后的50多年,党报经历了“一报独大”、“千报齐放”至目前追求“主流大报”的发展过程,其在社会主义建设与建立和完善社会主义市场经济中的作用依然显著。

党报集团,明确点应为党报报业集团,即以各级党委机关报为龙头组建的报业集团。在目前已经成立的40家报业集团中,除经济日报报业集团、光明日报报业集团、羊城晚报报业集团和新民文汇报业

^① 《毛泽东:报纸是指导工作教育群众的武器》,载《马克思主义新闻观学习读本》,第60页。

集团等四家外,其他都是以省委机关报或地、市委机关报为龙头组建的报业集团。

尽管从第一家党报集团——广州日报报业集团成立至今,党报集团的历史只有十三年,但党报集团依然与党报一样,不仅在政治上肩负着服务社会大众,发挥正确舆论导向的重任,而且在经济上成为报业经济的支柱。截至2004年,39家报业集团(未统计贵州日报报业集团),拥有报纸271种,平均期发量占全国所有报纸平均期印数的33.6%,总资产共计384.46亿元。报业集团所占有的资产已经超过了我国报业资产总量的三分之一。^①但是,比照中国社会经济的高速发展和传媒业的巨大市场空间,尤其是与国外的报业集团、传媒集团相比,中国报业集团无论在规模上还是在经济实力上差距都还很大,还没有发挥出集团的规模经济优势,庞大的存量资产有待盘活重置,巨大的增量空间有待报业集团大展手脚。因此,在2006年中国报业集团化第十个年头之际,国家新闻出版总署颁布了《全国报纸出版业“十一五”发展纲要》,提出以党报集团为扩张基础,“实施综合性传媒集团发展计划,在现有39家试点报业集团基础上,横向发展一批跨地区、跨媒体、立足传媒业、面向大文化产业的多元混业经营的国有大型综合性传媒集团。重点培育发展一批实力雄厚、具有较强影响力和竞争力的国有大型综合性报业(传媒)集团,使之成为报业市场的主导力量 and 文化传媒领域的战略投资者”。^②

① 唐绪军:《2004—2005 中国传媒产业发展报告》,社会科学文献出版社2005年版,第109页。

② 人民网传媒:《全国报纸出版业十一五发展纲要》(摘要),<http://media.people.com.cn/GB/4671093.html>。

二、党报集团资本运营

经过 30 年的经济体制改革和对外开放,中国社会已进入战略转型期,党报集团生存的政治、经济、社会和技术等外部宏观环境发生了深刻的变化。外部,海外强势媒体“大兵压境”,各种资本多渠道渗透;内部,传媒市场竞争激烈,各类媒体大战“硝烟弥漫”。党报集团十多年的发展虽然取得了一定的成就,但也积淀下诸多问题,产生重重矛盾,有些方面甚至违背了党报集团的组建初衷,使党报集团的发展陷入了困境。内外交困的党报集团面临着战略选择问题。

资本运营的一般理论告诉我们,企业发展到一定规模和阶段后,资本运营必然出现。资本运营是企业运营的高级阶段,它可以把社会生产中各种互不关联的资本要素组织到一个具体的结构中,并通过运筹、谋划,优化结构,配置资源,实现资本增值的目标。资本运营既是一种经营管理方式、一种经济行为和活动,更是一种宏观方略、一种战略方向。

党报集团实施资本运营,就可以把党报集团所拥有的可经营性资产,包括广告、发行、印刷、节目制作、出版、信息等产业,通过流动、兼并、重组、参股、控股、交易、转让、租赁等途径进行优化配置,扩张资本规模,实现最大限度的增值。党报集团还拥有丰厚的无形资产资源,通过资本运营使无形资产资本化,可以最低的成本获得最大的资本增值价值。

党报集团选择资本运营战略,是市场经济环境对党报集团提出的客观要求,是党报集团经过十多年发展的主观选择,也是党报集团做大做强必然出路。诺贝尔经济奖获得者、美国经济学家斯蒂格勒曾说过,纵观世界上著名的大企业、大公司,没有哪一家不是在某个时候以某种方式通过资本运营发展起来的,也没有哪一家是单纯依靠企业自身利润的积累发展起来的。

研究党报集团资本运营问题的价值包括两方面：一是党报集团资本运营本身的价值，二是研究者的课题研究价值。

党报集团资本运营作为沟通党报集团和资本市场的桥梁和纽带，借助资本市场融通资金，转换体制，实现传媒产业市场化、规模化经营，对党报集团的生存和发展意义深远。资本运营在宏观、中观、微观层面上都对党报集团的发展起着积极的推动作用：在宏观层面上推动传媒业市场化进程，加速传媒业体制变革，参与国际竞争；在中观层面上合理配置资源，调整产业结构，做大做强国内报业、传媒业；在微观层面上实现党报集团规模化、集约化经营，培育党报集团的核心产品，形成核心竞争力。

党报集团资本运营问题是，进入新世纪，中国加入 WTO 以及传媒业格局正在发生的变化给党报集团提出了新的课题。在全球经济一体化的外部环境下，资本运营是党报集团做强做大的前提条件，也是党报集团创新体制、转换机制、培育核心竞争力的重要推力，党报集团资本运营的成功与否关系到集团的前途和命运，进而关系到执政党在意识形态领域的权威性和影响力，关系到中国文化、中华文明在全球传播语境中的地位和形象。

正因为资本运营对于党报集团有着如此重要的价值，因而课题研究也颇有价值，主要体现在以下三个方面：

价值之一：研究党报集团资本运营问题是一次理论研究，更是一次对策研究。

资本运营的探索和实践在传媒业已有多年，党报集团也通过各种不同的方式和渠道进行着探索，但无论是传媒业还是身处其中的特殊的党报集团，都没敢公开打出资本运营的旗号，也都没在产业的核心层真正实现资本运营。原因是众所周知的，传媒产业有其特殊性，党报集团更有其特殊性，理论研究除了从学理上研究其特殊性，研究特殊性与一般要求的矛盾，还应将理论与实践结合，提出解决问题的思路与对策。因为资本运营是实践性很强的问题，是直接对党报集团发展带来深远影响的问题，如果脱离实际而空谈党报集团资

本运营,不仅成为纸上谈兵,对党报集团发展无实际价值,更不能指导实践,失去研究的价值。

价值之二:研究党报集团资本运营问题是一次学术研究,更是一次问题研究。

问题是研究的出发点,也是研究的落脚点。之所以研究党报集团资本运营问题,是因为党报集团经过十多年的发展出现了诸多问题,传媒业经过多年资本运营的探索和实践,遇到了无法逾越的障碍和瓶颈。因此,把问题提高到学术高度,以学术的视角和思维分析问题,解决问题,这是本项研究的价值所在。

价值之三:研究党报集团资本运营问题是一次对党报集团资本运营的研究,更是一次对传媒业未来发展趋势的研究。

党报集团与传媒业是矛盾的特殊性与普遍性的关系。毛泽东在著名的《矛盾论》中阐述道:“就人类认识运动的秩序说来,总是由认识个别的和特殊的事物,逐步地扩大到认识一般的事物。人们总是首先认识了许多不同事物的特殊的本质,然后才有可能更进一步地进行概括工作,认识诸种事物的共同的本质。”^①因此,研究党报集团资本运营这个矛盾的特殊方面,有益于我们更清楚地概括出矛盾的本质,为传媒业的资本运营指明道路和方向。

三、本书基本框架和主要内容

本书分为五个章节,其基本逻辑思路是从史实入手,通过追寻党报集团十三年的成长脉络,分析党报集团发展中的一个重要问题——资本运营问题。在过去的十三年中,党报集团主要依靠政府拨款和自我积累式的内生型发展路径,市场经济环境下企业扩张、壮大的必然手段——资本运作与党报集团相距甚远,致使党报集团的

^① 见《毛泽东选集》第一卷,人民出版社1991年版,第309页。

集约化发展步伐缓慢。本书通过对传媒业资本运营的分析以及国外传媒集团资本运营的介绍,重点研究了党报集团资本运营的可行性、必要性和可以实现的三重功效。现有党报集团已经开始探索集团资本运营战略选择,本书在分析三家有代表性的党报集团的实践和探索之后,试探性地提出党报集团资本运营的体制求解与路径选择。

第一章回顾并分析党报集团十三年的发展历程。对党报集团十三年发展进行了五个阶段的历史分期,分期的依据不是党报集团的重大事件,也没有特别时间点、段,而是以相关职能管理部门的重要会议作为依据,并同时每个阶段党报集团的发展状况和特点进行分析和归纳。得出的结论是:如果说第一家党报集团广州日报报业集团是自身发展、积累到一定规模,自然生发出成立报业集团、促进报业发展的需要的话,在此之后,党报集团基本是在中央、政府的主导下推进的,没有切实考虑各级、各类党报集团的具体情况,有些党报集团就成了“翻牌”集团,党报集团的发展从一开始就违背了市场经济的规律而陷入了一种被动。

第二章主要阐述资本运营的基础理论和传媒业的资本运营。为什么谈传媒业而不是党报集团的资本运营呢?因为现有的党报集团资本运营探索和实践非常少,而党报集团所依存的传媒业其资本运营的探索和实践并不少。通过对传媒业资本运营的探索和实践可以看到某些共性和个性。在资本与传媒的对接中,国内传媒业资本运营呈现出三大特征:其一,传媒业资本运营的内容、方式和路径正在从边缘向中心突破;其二,传媒业资本运营实践的路径迂回曲折,表现的形式多种多样;其三,传媒产业与资本市场相互渗透。这种特殊的表征,导致传媒业资本运营较之一般资本运营显现出四大特殊性,即风险性高于一般资本运营,传媒的话语权重于资本的话语权,筹资能力强于一般资本运营,持续发展难度大于一般资本运营。

第三章将视野放眼到国外,介绍西方市场经济发达国家传媒业的兼并、重组、扩张与资本运营战略实施。美国甘尼特报业集团是世界传媒业的翘楚,之所以有今天的规模和地位,正是在于走过了一条

不断兼并、扩张、再兼并、再扩张的资本运营之路。本章节一方面以世界五大传媒集团为案例,逐一分析它们的资本运营路径选择;另一方面以美国甘尼特报业集团为研究重点,分析国外报业集团的资本运营战略与策略调整。国外传媒集团、报业集团的资本运营对发展初期的中国党报集团有极大的借鉴意义和参考价值。在中国逐步开放出版、传媒业的大背景下,国外传媒集团进入中国已成必然。党报集团在与之抗衡的过程中也不能不考虑资本运营的战略选择问题。

第四章和第五章为本书的论述重点,在正视党报集团面临的政治、经济、文化和技术等外部宏观环境之下,分析党报集团当前存在的问题以及问题背后的深层次原因。党报集团身份模糊、定位不明晰影响了党报集团的资本运营,而党报集团资本运营是党报集团走集约化经营和规模化扩张的必然手段,从而在宏观层面上推动传媒业市场化进程,加速传媒业体制变革,参与国际竞争;在中观层面上合理配置资源,调整产业结构,做大做强国内报业、传媒业;在微观层面上培育党报集团的核心产品,形成核心竞争力,实现党报集团的做大做强。

如果说,传媒业资本运营已然在很大程度上不同于一般行业资本运营,那么,党报集团与资本运营之间则存在更多的特殊性和矛盾冲突。党报集团要走出资本运营之路首先需要在体制束缚上求解,获寻合法的运营身份,即让党报集团真正成为市场竞争主体。因此,本书在第五章大胆提出党报集团欲走资本运营之路,必须首先解决集团性质问题,需要将党报集团的事业集团属性变更为企业集团属性,这种改变有其可行性,对党报集团的发展具有战略价值。但同时,也有需要在观念上、思想上突破的关键点、难点。

四、主要研究方法、基本理论和思想创新

党报集团资本运营既是一个复杂的理论问题,更是一个具有很

强实践性的现实问题,鉴于党报集团资本运营是国家政策导向与报业集团丰富实践相结合的产物,本课题主要采用了史论结合、文献分析、对比研究和实际调查例证的方法,运用马克思主义新闻观、并购经济学、产业经济学和制度经济学等相关基础理论,提出应认真审视党报集团特殊性与资本运营一般要求的矛盾,重新定义党报集团性质,可以将党报集团最初的事业集团体制彻底转变为现代企业集团,使其真正成为市场竞争的主体。

(一)主要研究方法

1. 史论结合法

自1996年第一家党报集团——广州日报报业集团成立至今,虽然仅有短短十三年的历史,但这段历史发生的背景正是中国改革开放进入攻坚、转型时期。党报集团走过的每一步路,攀登的每一个台阶既带有鲜明的时代烙印,又必须遵从新闻传播业、市场经济发展的规律和规则。复杂的时代背景使得本课题的研究必须要紧紧立足党报集团短短十三年的历史,从其成长脉络中总结特点,研究规律,发现问题。本书第一章看似是历史资料的堆砌,但不是简单地罗列政策、文件和史料,而是从历史演进的过程中择取有代表性价值和普遍意义的史实作为立论的依据,从过往事实与现实境况的对比、审视、梳理中,提炼、抽象出自己的观点和见解。古语云:学从史记出。以史立论、史论结合,可以在一定程度上避免学术研究中的主观推断、凭空臆断。

2. 文献分析法

阿尔文·托夫勒在《第三次浪潮》一书中曾描绘这样一个场景:“信息炸弹在我们中间爆炸,向我们降下弹片般的形象,并急剧地改变我们每个人认识世界以及据以行动的方式”。在过去的十三年间,关于党报、党报集团、资本运营等方面的研究论文、著述数不胜数,作为后来的研究者必当充分利用已有的研究资料,充分吸纳前人的研究成果。《劝学》中云:“登高而招,臂非加长也,而见者远。”本书广泛、系统地收集、整理了其他学者关于党报集团、媒体体制、企业资本