

# 第一章 传媒集团公司治理导论

◎传媒集团暴露公司治理缺陷

◎传媒集团公司治理的意义

◎传媒经济的实证研究

中国传媒集团的公司治理是一个具有重大现实意义和前瞻性的课题，触及中国社会政治经济生活的很多领域。没有任何一种产业投资像中国的媒体投资那样复杂，同样，也没有任何一种产业的公司治理会比中国传媒产业更复杂。其一，传媒产业横跨信息服务业与文化产业，具有经济组织与公共事业双重属性。同其它产业相比，传媒业公司治理研究具有较强的独特性。其二，中国经济制度和政治制度的特殊性决定了中国传媒集团公司治理的特殊性，其治理结构与美、英等国传媒集团的运作模式完全不同。中国传媒集团的公司治理将遵循一系列特殊的经济规律，经历一条独特的轨迹。

## 第一节 传媒集团暴露公司治理缺陷

2003年被称为中国“公司治理年”。国内上市公司频频出事、丑闻不断，先有中国航油、创维数码，后有伊利股份、健力宝及四川长虹，时间上有些巧合，

但从公司类型及出事原因看，却有惊人的相似——问题都出在公司治理机制上。

对中国传媒业而言，传媒集团治理结构及治理机制的构建与完善，一直是讳莫如深的话题。甚至有观点认为，由于中国传媒产业的特殊性，传媒集团的公司治理研究为时尚早。

但被媒体炒作得沸沸扬扬的《广州日报》黎元江案及中国传媒第一股“北青传媒”事件，猝不及防地为中国传媒业敲响了警钟——虽然中国的传媒集团有其独特的运作机制，但如果中国传媒产业要进一步深化体制改革，如果传媒集团要逐步建立现代企业制度，那么，国内其他企业集团面临的公司治理困境，同样是传媒集团绕不过的一个“坎”。

## 一、谁来监管黎元江

在中国传媒业，黎元江一度曾是声名显赫、叱咤风云的“明星”人物。黎元江被称作中国报业第一人，在他的领导下，《广州日报》由原来的 10 万份发行量、3 千多万的固定资产，发展成为 163 万份的发行量，40 亿总资产的巨型报业集团，其发行量在中国（包括港、澳、台地区）排名第二，仅次于《人民日报》。

但正是这个从报社总编辑走向广州市市委常委、广州市市委宣传部部长宝座的人物，在掌控广州日报社十多年的时间内，收受他人财物 33 万元、美元 1.9 万元、港币 1 万元，最后因“严重的贪污受贿腐败行为”判处有期徒刑 12 年，并处罚金 10 万元人民币。黎元江何以从一名报业改革明星沦落为阶下囚？这还得从他的改革业绩谈起。<sup>①</sup>

### 才华横溢年少居高位

黎元江毕业于中国人民大学，撰写过多部专著，既有理论功底又有实践能力，不到 40 岁就被提拔为《广州日报》总编辑，属厅局级干部，开中国媒体圈年少居高位之先例。黎元江上任后，锐意进取，一扫《广州日报》采编上不求创新、经营上连年亏损的局面，提出要把《广州日报》办成群众喜爱的报纸，要扭亏为盈创造利润。黎元江调整了过去采访与编辑脱节的局面，按照国际惯例建立了“大编辑中心”，即建立统编全部新闻版面的编辑部，实施在总编辑直接控制下的“大编辑中心”，保证了一半以上的版面“当夜即拼”，大大提高了稿件的时

<sup>①</sup> 《广州媒体圈的“大哥大”——悲剧传媒人黎元江》，21 世纪人才报，2003 年 4 月 29 日。

效性。《广州日报》在黎元江的强力管理下突飞猛进，1994年12月8日，新华社播发了中国报业协会的消息，公布《广州日报》广告收入为全国之最。

### 组建报业集团开先河

报业集团是报业经济发展到一定程度的产物，也是国际报业发展的一种趋势。1996年1月15日，《广州日报》组建报业集团的申请获批，这是中国第一家获批的报业集团。国家新闻出版署在《关于同意建立广州日报报业集团的批复》中指出：“《广州日报》经过几年的思想理论、物质条件、运行机制等方面的准备，已经具备了较有影响的传媒实力，较灵活畅通的发行实力，在社会效益和经济效益两个方面都取得了较好的成绩。由《广州日报》组建中国首家报业集团，条件已经成熟，为此同意《广州日报》作为报业集团试点单位。”报业集团组建后，黎元江为促使《广州日报》吸引更多读者，大力扩版。

1996年，《广州日报》开设了“珠江三角洲新闻”每日专刊，并陆续开设每日专版《娱乐新闻》、《珠江》、《连载》、《读书》、《文化》等文艺副刊专版。之后，《广州日报》还创办了一系列子报子刊，先后创办了《足球》、《广州商报》、《现代育儿报》、《广州英文早报》、《新现代画报》、《广州文摘报》、《老人报》、《舞台与银幕》、《岭南少年报》、《商旅导报》、《美食导报》、《南风窗》、《看世界》、《赢周刊》等共十四家报纸、三家杂志、一家出版社以及大洋网站。

### 春风得意中赫然落马

黎元江的出色表现使他荣登中共广州市委常委、宣传部长的宝座，接替他在广州日报报业集团位子的是原副总编辑何向芹。黎元江离开广州日报报业集团后，其铁腕统治所维系的报社管理体制开始出现瓦解的迹象，积怨已久的员工不断向上级机关反映报业集团存在的贪污腐败情况。最先倒下的是广州日报报业集团广告处处长陶建，陶建的被拘对广州日报报业集团一年14亿的广告收入是一个重大打击。2002年1月，何向芹因涉嫌从广州日报报业集团的房地产、装修和广告业务中收取回扣被“双规”，此事引发广州日报报业集团大地震。2002年6月，黎元江被中共广东省委“双规”。黎元江被“双规”的原因是伙同何向芹从广州日报集团的各项业务中收取回扣，将大笔赃款汇到海外的私人银行账户中。2002年6月底，广州日报报业集团副社长凌近铿和集团印刷中心总经理何兆仪也遭“双规”，这两人分别掌管广州日报报业集团的财务和印刷材料采购工作，向来被视为是黎元江的心腹。“黎元江贪污受贿腐败案”令中国的媒体圈震

惊，成了中国传媒业一大丑闻。

黎元江的悲剧，很容易让人想起陈希同、成克杰、胡长清、慕绥新等一批贪官纷纷落马的现象。分析此类现象产生的原因，腐败分子不能坚持党性原则、不能洁身自好等个人道德因素自然不能忽视，但这些个体原因却无法解释为什么腐败行为会接二连三地出现。为什么黎元江能权倾一时惟我独大？为什么黎元江能毫无顾忌地挥霍公款？为什么黎元江能明目张胆地收受贿赂？谁来监督这个《广州日报》的“ No.1”？显然，黎元江案的背后有着深刻的制度性原因——虽然广州日报报业集团是国内第一家传媒集团，但它并没能按照现代企业制度建立起规范的治理结构及治理机制，特别是，报社领导层权力过大，但却没有相应的监督机构与约束机制。假使广州日报报业集团有健全的监督机制、有完善的财务制度、有严格的审计程序、有科学的考核方法，黎元江的悲剧应该不会发生。可以说，监督机制的无力甚至缺失是导致黎元江贪污腐败的根本制度原因。

## 二、北青传媒事件说明了什么

北青传媒首开内地报业境外上市之先河，展现了中国传媒产业资本运作的无限希望。然而，北青传媒上市不到一年，却出现了业绩狂跌、股价下滑、丑闻缠身的状况。北青传媒 2005 年中报显示，2005 年上半年营业收入同比下降 28%，其中广告收入下降 36.9%，净利润大幅下跌 99.76%。同时，由于公司管理层六名经营管理人员接连遭到司法部门的刑事羁押，公司股票 10 月 3 日在香港股市停牌，停牌前报收 13 港元。

不可否认，北青传媒上市对内地报业具有里程碑式的意义。2005 年《中国报业年度发展报告》分析，北青传媒成功在香港上市，成为首家境外直接上市的内地传媒企业，为开辟安全的融资渠道取得新突破。但北青传媒上市后出现的一连串丑闻，不得不引起业内冷静的反思。

### 内地传媒第一股

北青传媒于 2004 年 12 月 22 日在香港交易所挂牌，上市当天即逆市上扬，收盘报收 22.7 港元，较发行价 18.95 港元上涨 20%。北青传媒作为内地首家将采编与经营业务分拆后直接上市的媒体，上市资产包括《北京青年报》及下属

① 中国传媒“第一股”骤然没落，<http://www.mediaok.net>，2005-10-5。

三家报纸，英文报纸《BEIJING TODAY》、《北京少年报》及《中学生时事报》的所有广告及照排、印刷等制作业务，以及旗下分公司北京中国网球公开赛体育推广有限公司。

此次全球发售 4774 万股 H 股，占总股本的 25%，共集资 9.05 亿港元。挂牌当天，北青传媒股份有限公司董事长张延平表示，上市以后，公司会着力增加广告平台，除目前的北京青年报外，希望能拓展至电视、杂志，以及户外媒体广告，并将抓住 2008 年北京奥运会契机，谋求市场发展。

然而好景不长。北青传媒上市不足 9 个月便发出盈利警告。2003 年，北青传媒公司的广告收入达 7.9 亿元人民币，营业总额达 10.7 亿元人民币。而上市后的北青传媒年度中报显示，公司今年上半年净利润仅为 17 万元人民币，与 2004 年同期的 6630.9 万元相比，下跌了 99.76%。

#### 东窗事发

据媒体披露，2005 年 6 月至 9 月间，北青传媒共有六名经营管理人员因涉嫌卷入经济腐败犯罪案件，相继被北京市司法机关采取强制措施。消息传出后，北青传媒股票在 10 月 3 日立即停牌，公司当晚发布公告证实了上述消息。公司股价在 10 月 4 日复牌后随即大跌了近 20%。

上述涉案人员包括北青传媒副总裁郑谊军、副总裁钮明、广告部主任于大公、广告部副主任朱伟京、广告部业务员段涛和卢建宁。六人已分别被北京市东城区检察院及北京市检察院二分院扣留调查。据了解，于大公、朱伟京和段涛等涉嫌受贿，而郑谊军，钮明及卢健宁等被拘原因不详。

#### 信息披露不实

对于内地企业财务上弄虚作假或管理层贪污渎职，投资者早就见怪不怪。但北青传媒多名高管涉嫌经济犯罪一案中，除了企业本身管理监控的问题外，作为上市公司的北青传媒还存在着信息披露不足或刻意隐瞒事实的情况。

据工商登记资料显示，钮明任职北京青年报社《北京青年周刊》主编、出品人及事业单位法人代表的同时，还是一家私人公司北京京城报业文化交流有限公司的大股东和法人代表，持有该公司 50.1% 的股份。

在北青传媒香港上市后两天，钮明与郑谊军又注册成立了一家规模较大的私人公司——京城国际文化传播（北京）有限公司，注册资本 350 万元，北京京城报业文化交流有限公司占有 60% 股份（相当于钮明间接持股 30.06%）。钮明、

郑谊军两人作为自然人股东各持股 20%。这家公司与北青传媒广告部门业务往来非常密切。

此外，北京京城报业文化交流有限公司还在北京北青广告有限公司占有 45% 的股份（相当于钮明间接持股 22.545%）。北青广告的法人代表、董事长、经理都是钮明。公司的四名董事中，有三人来自京城报业。北青广告虽然不属于上市公司，但与北青传媒广告部门有密切业务往来。北青传媒上市后，有关文件并没有对这些情况进行披露。

另据报道，涉案六人中的副总裁郑谊军，在 2005 年 6 月 9 日就被北京市东城区检察院反贪局带走，之后被正式批捕。北青传媒不仅没有披露任何消息，而且在北青 2005 年 8 月底公布的中报里，也没有任何显示与披露。2005 年 9 月，公司另一副总裁钮明也被带走“协助调查”，北青传媒仍然没有披露任何消息。这两人都是北青传媒的高级管理人员，公司却只字不发，拖延达 3 个多月，直到被媒体揭露后才发布公告。

上市还不到一年的北青传媒不单业绩大幅下滑、股价大跌，更出现了管理层涉嫌违法的事件，这不能不令人为其扼腕叹息。应该说，作为内地媒体到海外上市的第一家公司，不论是国内传媒业还是香港市场都对其寄予厚望，希望它能利用资本市场实现传媒集团“做大做强”的目标，更希望它能走出内地企业到香港上市的公司 A 股化的阴影。但北青传媒的这几位高管不是顺势做好公司，给投资者以优厚的回报，而是将公司上市视作为“圈钱”与“上市公司利益个人化”的大好机会。就个人利益而言，他们达到了目的；但从公众利益而言，他们丧失了基本的商业伦理，将会对其他传媒集团到港上市造成信任障碍。<sup>①</sup>

### 三、传媒集团敲响公司治理警钟

从“黎元江案”及“北青传媒”事件不难看出，国内传媒集团虽已建立起现代企业制度，甚至已在港上市，但毋须讳言，这些传媒集团在公司治理结构及治理机制上还存在一些“死穴”。

#### （一）扭曲的管理层激励机制

以黎元江为代表的传媒经理人，大多是第一批引领传媒改革潮流的人，他们

易宪容：“上市公司在港犯事说明什么”，<http://www.mediaok.net>，2005 年 10 月 14 日。

观念超前，具有市场意识，在媒体成长中功不可没。众所周知，传媒属于智力密集型产业，人力资本的作用显而易见，而一位既懂经营、又熟悉内容业务的管理者更是至关重要。可以说，每一家成功的传媒集团都深深打上了其掌门人的管理风格与个性烙印。

但在现有的制度安排下，这些传媒经理人却又成为最无奈和尴尬的群体。他们无法按照明确的规定拿到与其贡献相匹配的经济报酬，充其量只拥有暂时的支配权。而传媒集团在壮大实力后，主管部门并没有考虑如何处置增值的资产。于是，属于国有资产的传媒集团就成了无主资产，传媒经理人支配这块巨额资产的权力难免不被无限放大。对于增值的资产，一方面考虑的是如何尽快使用掉，另一方面则是如何才能装进自己的腰包。

所以，也就无怪乎广州日报集团盛行着奢靡之风。《广州日报》建造有五星级酒店豪华乡村记者别墅，不仅引领了中国报业的潮流，而且从全球范围看同样是绝无仅有的。由于权力是有时限的，如不用则过期作废，广东的报业巨头们大兴土木，极尽享乐之能事。<sup>①</sup>

## （二）形同虚设的治理结构

上市公司作为公众公司，具有很强的社会性，其治理机制是否健全完善，直接关系到广大投资者的切身利益。为了防范上市公司的委托代理风险，保护投资者特别是中小股东的合法权益，应建立起决策、执行和监督三者相互独立、相互制约的法人治理结构，建立起集体决策、可追究个人责任的董事会议事制度，并充分发挥监事会的作用，对企业财务和董事行为进行监督。同时，还应充分发挥独立董事、中介机构的监督作用，健全独立董事的提名、选聘机制，明确其责任和权限，以督促企业规范运作，有效制止公司管理者的违法违规行。

北青传媒在上市前曾公开表示，公司在中介机构的帮助下，已对公司董事会、监事会进行了改选，重新修改了公司章程，充实了具有媒体采编和经营管理经验的高级管理人才，建立并完善了公司法人治理结构。同时，公司还制定了与上市公司相适应的工作流程、管理流程以及相配套的人力资源管理体系、薪酬激励体系，以进一步整合好内部资源，提高管理效益。

<sup>①</sup> 康健中：《从黎元江、喻华峰案看中国报业制度改革的滞后》，www.woxie.com，2005年5月11日。

但“北青高管”事件却说明，虽然“北青传媒”按照上市公司要求建立了一套公司治理结构，但其监督机制极其薄弱，监督作用普遍缺失，公司治理结构成了一个空架子。“北青事件”暴露了国内传媒上市公司治理结构隐忧的同时，也提醒我们：徒有其表的制度设计不仅不能塑造出真正的市场竞争主体，更不能使传媒集团走向现代管理之路。

### （三）薄弱的监督机制

黎元江的贪污受贿行为，如筹建广州记者乡村俱乐部买地时收受贿赂 3 万元、购买印刷机生产线时收受贿赂美金 1.9 万元及港币 1 万元等，诚然与其私欲膨胀、道德败坏相关，但也是报业产权制度不清、缺少监管结下的恶果。

反思中国传媒集团行政干预下内部人控制的治理结构，不难发现，传统政治化监督机制的作用削弱了，而新的资本化（经济化）的监督机制尚没有建立起来，因而传媒集团必然出现监督机制弱化的局面，也给黎元江等人的腐败行为创造了条件。

中国传媒集团如何真正走上公司治理之路？为什么中国传媒集团的公司治理结构会形同虚设？是企业自身的问题还是宏观环境的因素，是激励不足还是约束不够？本书将对中国传媒集团公司治理的一些基本理论问题进行系统深入的探讨，力图在研究传媒集团公司治理理论和实践问题的同时，进一步丰富公司治理的一般理论体系。

## 第二节 传媒集团公司治理的意义

### 一、公司治理研究“热潮”

随着知识经济和新技术革命的来临，在中国经济走向国际化、区域化、全球化的背景下，顺应中国经济体制转轨及国有企业改革的实践需要，公司治理已越来越多地成为理论和实践界的兴趣点，并成为—个世界性的研究和实践课题。<sup>①</sup>这是因为，其一，这一改革不仅涉及到国企的转制、产权组织形式的变革，还涉及到企业外部治理方式的重大变革，不仅要求企业按照现代企业制度的方式运

李维安：《中国公司治理原则与国际比较》，中国财政经济出版社，2001年。

作，还要求建立和完善资本市场、产品市场和职业经理人市场。更重要的是，这一改革还涉及到经营者选拔、激励和约束机制的变化。<sup>①</sup>所有这些改革实践难题都对有效的公司治理提出了迫切要求。其二，与国际公司治理研究相呼应。始于20世纪80年代并持续至今的第三次国际公司治理研究浪潮大大拓宽了这一研究领域，它为各国的企业管理、资本市场运作、法律框架体系的构建等提供了极具参考价值的指引。因此，国内公司治理研究“热潮”的出现并不是孤立的，它是国内学术研究与国际接轨，形成统一的、能够自由交流并相互借鉴的研究范式的必然结果。

本书系统研究中国传媒集团公司治理主要基于以下两方面的因素：

首先，公司治理理论具有较强的综合性和复杂性，研究领域需要不断加以探索和拓展。从理论研究的角度看，作为现代企业理论的重要组成部分，公司治理理论涵盖了企业制度、公司管理、政府管制等研究领域，是跨越管理学、经济学、法学、社会学等多个学科的综合性研究课题。另一方面，不同的市场经济国家由于经济发展道路、社会文化传统和政治法律制度的不同，经过长期的公司发展历程和企业制度的演变，表现出不同的公司治理结构和治理机制，公司治理机制的有效性也表现出差异，由此构成了不同的公司治理模式。<sup>②</sup>正是这种理论上的综合性和复杂性，有必要对公司治理研究进行深入的理论探索和拓展。

其次，从目前掌握的资料来看，国内外学术界关于传媒集团公司治理的相关研究刚刚起步。由于西方发达国家的传媒集团大都采取股份制的形式，产权关系清晰，其治理结构同其他企业集团没有太大差异，因而西方学者缺乏从整体上对传媒集团治理结构作规范的系统的理论分析，相关研究也多是从事运行角度研究传媒集团内部组织结构的作用等。而国内学者对于传媒集团治理结构问题的研究也相对薄弱。对于如何构建中国传媒集团公司治理结构，如何完善相应的治理机制，缺乏深入的研究成果可以参考、借鉴。

鉴于此，本书在写作过程中，充分借鉴、吸收了相关理论成果，以便在更宽的理论视野和更高的理论层次上展开研究。这不仅需要依凭传媒经济学的名词和概念，更需要参考中国企业集团公司治理的框架和内容，在此基础上，才能对中

席西民：《企业集团治理》，机械工业出版社，2002年。

② 李维安：《公司治理》，南开大学出版社，2000年。

国传媒集团公司治理的一些基本理论问题进行系统的探讨和研究。

## 二、传媒改革的呼唤

### （一）传媒业已经成为新兴的“朝阳产业”

从全球范围来看，伴随着社会信息化水平的提高，传播信息、实现信息资源的分配、提供影视文化娱乐的传媒产业已经成为新兴的“朝阳产业”。据统计，2002年全球媒体与娱乐业市场总规模达到 10889 亿美元，美国和英国等发达国家传媒业的产值已达到 GDP 的 5%。<sup>①</sup> 传媒产业具有高附加值，高收益的特点。著名的摩根斯坦利全球投资报告经过对 11 种产业建立有世界级竞争能力的大企业所需年限的统计分析后得出结论说，大众传媒业所需年限仅为 8 年，其收益远远快于医药、银行、电力、能源和建筑行业。<sup>②</sup>

随着市场经济的发展，中国传媒业发生了显著变化，传媒产业正在成为一个冉冉升起的“朝阳产业”。据统计，2001年全国报纸为 2111 种，总印数为 938.9 亿印张，千人报纸拥有量为 142 份，分别是 1978 年的 11.3 倍、8.3 倍和 3.2 倍；杂志总数为 8889 种，总印张数为 100.9 亿印张，千人杂志拥有量为 162 册，分别是 1978 年的 9.6 倍、4.4 倍和 2.5 倍；电台、电视台总数分别为 301 座、357 座，分别是 1978 年的 3.1 和 11.2 倍。1993 年互联网用户数仅为 2000 人，1997 年用户人数为 62 万人，到 2002 年用户人数达到 3370 万人。<sup>③</sup>

中国从 1978 年开始恢复媒体广告业务，广告营业额实现了超乎常规的高速增长。1982 年到 2003 年，广告营业额平均年增长率为 38%，远远高于名义 GDP 的增长速度。<sup>④</sup> 从广告收入看，1998 年全国广告收入亿元以上的媒体已经超过 20 家，全国四大媒体（报纸、电视、广播、杂志）的广告额为 537.8 亿元，相当于 GNP 的 0.6% 左右。更为重要的是，媒体广告额的增速近年来呈现出高速成长的态势：以四大媒体为例，1990 年报纸的广告收入仅为 6.07 亿元，电视为 5.6 亿元，广播为 0.87 亿元，杂志为 0.84 亿元；而到了 2003 年，报纸广告收入达到 243 亿元，电视广告收入达到 255 亿元，广播广告营业额达到了 28 亿

① 张晓群：“中国传媒集团规模扩张的经济学分析”，www.bokee.com，2005 年 12 月 21 日。

② 孙正一、农秋蓓、柳婷婷：“我国新闻媒体资本运营情况初探”，《新闻记者》，2001 年第 3、4 期。

③ 张晓群：“世界传播新格局下中国传媒面临的机遇与挑战”，《开发研究》2004 年第 2 期。

④ 张晓群：“世界传播新格局下中国传媒面临的机遇与挑战”，《开发研究》2004 年第 2 期。

元，杂志广告营业额达到了 24 亿元。<sup>①</sup> 传媒业产业化发展表明，传媒经济已成为中国整个经济体系中的重要组成部分。

从发展的角度看，传媒业将是经济效益显著并最具成长性的产业之一。传媒业的总产值已超过 3000 亿元<sup>②</sup>，从 1998 年起，传媒业的营业额连续多年保持 20% 以上的增长速度，利税总额已超过烟草行业，在所有行业中排名第四。<sup>③</sup>

## （二）经济全球化对传媒业的影响

在经济全球化以前，各国的传播体系处于相对封闭的状况下，较少或根本不受外来文化的影响，意识形态话语建构更多地取决于本国政府力量、经济力量的愿望和取向。近些年，随着经济全球化进一步深入，多种文化相互交流的范围扩大、数量增加、频率增多，多元的观念、价值体系接触、碰撞的几率逐步增大，只要不是完全封闭的国家必然会受到来自他国文化的冲击。

实际上，早在 20 世纪 80 年代初，国际传媒集团就已经进入中国专业技术期刊市场。在全球拥有 270 家专业出版物的国际数据公司 IDG，在中国合作出版了 12 种刊物，其中最有名的是《计算机世界报》。美国《商业周刊》、《时代》等世界知名杂志通过版权贸易进入中国市场。同时，跨国传媒集团和商业资本还进入了中国传媒业的市场终端。如德国贝塔斯曼跨国出版集团 1995 年抢滩上海，建立了庞大高效、面向全国的书友会，直接开展图书报刊的发行零售业务。不少跨国广告公司也通过合资方式控制国内大型广告公司，并进入中国广告市场。另外，中国上空 200 多颗直播卫星发射的电视信号中，约有 30 个中文频道，现在是靠行政命令禁止收转，但随着卫星收视设备的小型化和价格的低廉化，家庭收看将无法禁止。而国外广播如美国之音、BBC 等也早已在中国落地。此外，互联网信息和国外音像制品更是源源不断地涌入中国市场。

面对西方国家和国际传媒集团的文化渗透，中国四级办媒体、条块分割、垄断一隅的传媒业，则显得非常弱小。1999 年，中国传媒业的广告总收入为 289.85 亿元人民币，而美国《纽约时报》一年的广告额就达 60 亿美元（折合人民币约为 540 亿元）。英国《国际电视业务》公布 1998 年世界 100 家大电视公司

① 《2004 中国广告年鉴》，新华出版社。

② 崔保国：《中国传媒产业发展报告》，社会科学文献出版社，2005 年版。

③ 张晓群：“中国传媒集团规模扩张的经济学分析”，www.bokee.com，2005 年 12 月 21 日。

排行榜，中国仅有中央电视台一家人入围。排名第一位的美国时代华纳，1998年的营业额是123亿美元，而排行57位的中国中央电视台的年营业额才6亿美元。中国第一个报业集团——广州日报报业集团1999年报业广告收入全国报业排名第一，其一年的广告额也才9亿多人民币；文汇新民联合报业集团固定资产20个亿人民币，而时代华纳则有着1500亿美元的固定资产。<sup>①</sup>

### （三）中国传媒业面临的机遇与挑战

中国加入WTO，从表面上看，只是跨进了一个世界贸易组织，仅仅是与经济、贸易有关。事实上，加入WTO后的各种协定对新闻传播业有着各种直接或间接的影响。2003年1月22日，新闻出版署副署长柳斌杰对外宣布，中国将颁布外资进入报刊分销市场规定。这是官方在履行中国新闻出版业在加入世贸组织谈判中的承诺。具体承诺是：入世第一年，开放北京、上海、广州、大连、青岛和5个特区的书报刊零售市场；入世第二年，开放重庆、宁波及所有省会城市书报刊零售市场；第三年，开放所有城市的书报刊批发和零售市场，并取消外资分销企业在数量、地域、股权方面的限制。也就是说，在入世三年后，中国将全面开放书报刊分销市场。2002年，香港泛华集团宣布，经中国政府批准，泛华集团将与人民日报下属的大地发行中心合资成立大华媒体服务公司，从事在大陆的书报刊分销业务，这是大陆批准的首家中外合资的书报刊分销企业。在期刊市场，中国广告收入排名前10位的期刊中，几乎有一半都是各种合作形式下的外资出版集团的中文版。在电视业，2002年12月31日，经国家广电总局批准，美国彭博资讯下属的彭博财经电视亚太频道、凤凰卫视资讯台在中国有限度落地（三星级以上宾馆和涉外社区可以收看）。至此，中国批准的境外有限落地电视频道数已达30条之多。2002年底，新闻集团的星空卫视又宣称，其与湖南电广集团签订了历史性的战略合作协议。<sup>②</sup>

中国加入WTO后，中国传媒集团面对的竞争对手都是产权明晰、治理结构完善从而经营管理灵活高效的国外传媒集团，中国传媒集团将面临生死考验。正如中央电视台台长赵化勇所说：“一旦中国加入世界贸易组织，《基本电信协议》

孙正一、农秋蓓、柳婷婷：“我国新闻媒体资本运营情况初探”，《新闻记者》，2001年第3、4期。

② 赵小兵：“中国的传媒同仁，你们准备好了吗”，新传播资讯网，www.woxie.com，2003年2月27日。

要求开放国内电信市场（广义），意识形态领域内的渗透侵蚀就会堂而皇之地进行。但从中国的广播电视业现状看，一旦境外电子媒体大规模进入，不仅缺乏抵御渗透的能力，一些小的广播电视台连生存的能力都有可能成问题，更谈不上进入世界舞台驰骋。中国广播电视在 21 世纪将面临它诞生以来最严峻的考验。<sup>①</sup>

从中国传媒集团公司治理的现实情况看，虽然中国传媒业在改革开放后迅猛发展，产生了一些很有经济实力的传媒集团，但总体来说，传媒集团的成立并未给中国传媒业带来实质性突破和变化。虽然一些传媒集团也模拟现代法人治理结构规范了内部组织机构，但是，在国有产权制度没有进行根本性改革的情况下，这种治理结构虽不同于传统治理结构，但也与现代法人治理结构相距甚远。多数传媒集团实际上是“翻牌公司”，挂牌之前与挂牌之后，集团体制、经营机制、报纸质量、广告收入和发行量并未发生实质性的变化。在制度方面，特别是在传媒集团产权制度及公司治理方面存在着诸多问题，主要表现为产权残缺、委托人残缺、激励机制欠缺等。就中国新兴传媒上市公司而言，虽然其治理结构与传统传媒集团相比具有明显的制度优势，但其相应的治理机制也有待完善。如何解决这些存在的问题，从理论和实践上探索出具有中国特色的传媒集团公司治理模式，无疑是中国传媒业的当务之急。在这种背景下，进一步改革和完善中国传媒集团治理结构进而提高中国传媒业的竞争力就日益成为一项十分紧迫的任务，因为中国传媒业与国外传媒业的竞争归根到底是制度的竞争，是传媒集团治理结构是否完善的竞争。

上述分析表明，建立健全中国传媒集团治理结构具有多方面宏观和微观上的重要作用。因此，研究传媒集团治理结构就具有广泛深远的理论与现实意义。本书将根据传媒产业及传媒集团性质的一般性和特殊性，对传媒集团治理结构进行深入系统的理论分析。依据政府管制理论、产权理论、委托代理理论进行分析，深入剖析中国传媒集团和传媒上市公司治理结构存在的问题，并借鉴国外传媒集团公司治理的经验及规律，探讨中国传媒集团产权制度改革，并为传媒集团治理结构的构建与完善提供相应的思路与对策。

孙正一、农秋蓓、柳婷婷：“我国新闻媒体资本运营情况初探”，《新闻记者》，2001年第3、4期。

### 第三节 传媒经济的实证研究

#### 一、国际比较研究

西方理论界对传媒经济的研究开始的较早。<sup>①</sup> 罗伯特·皮尔德、阿莉森·亚历山大、道格拉斯·安德伍德、康拉德·菲克、吉姆·威利斯等学者分别从经济学、管理学、传播学的角度进行了分析，内容则涉及媒介市场概念与角色、消费者选择与市场反应、生产者选择与市场反应、市场的垄断与竞争、媒介资本市场、政府对媒介产业的影响以及劳动力市场等方面。

政府关于广播电视产业的管制引起了研究人员的特别关注，尤其是在控制地方和全国的听众上，规定只有特定的广播运营商和广播网络才可播放。利维认为，政府发放经营执照和控制电磁光谱技术是不明智的，限制了广播电视产业和其他以光谱为基础的通讯服务行业的发展。他认为市场禁入规则应该被限制，公开的竞争可以给消费者带来更大的福利。<sup>②</sup> 欧文认为，广播公司应该努力引导政府制定广播业的规则，来发展与保护自己的利润。政府管制过去都是用来限制竞争，并没有运用激励机制来提高运营活动。<sup>③</sup> 诺利特则提出了不同的观点，他认为，政府关于广播电视产业的政策需要改变，目前的政策并没有为广播电视产业提供足够的优惠措施，以至影响了公众福利，特别是在保护他们免于竞争以获取利润方面。

欧文还研究了电视节目制作中的控制问题，并建议通过规则制定来改变现有的产业结构，以提高电视节目的可选择性、减少电视网络对电视节目市场的控制。<sup>④</sup> 利维赞成这种观点。他支持政府政策的改变，以提高节目质量和节目的多

<sup>①</sup> 常永新：“我国传媒集团的发展及现状分析”，《广西社会科学》，2003年第3期。

<sup>②</sup> Levin, H.J., 1971, "The Invisible Resource: Use and Regulation of the Radio Spectrum," Baltimore: Johns Hopkins University Press.

<sup>③</sup> Owen, B.M., 1995, "Economics and Freedom of Expression: Media Structure and the First Amendment", Cambridge, MA: Ballinger.

<sup>④</sup> Owen, B.M., 1998, "Structural approaches to the problem of TV network economic dominance", Center for the Study of Business Regulation Paper Series 27. Durham, NC: Duke University, Graduate School of Business Administration.

元化。<sup>①</sup>

史密斯<sup>②</sup>和霍利史坦<sup>③</sup>研究了19世纪70年代，欧洲对报纸增加政府补贴的情况，他们认为政府补贴应该建立在提高与媒体接触通道、减少报社倒闭率和防止所有权过分集中的基础上。皮卡特发现了西方国家对报纸的四种干预模式，并且认为这些模式是与国家的宏观经济政策有关，他建议把传媒出版业的管制政策与宏观经济政策结合起来。<sup>④</sup>

尽管传媒集团经营者一直很关注资本运营以及如何从金融机构获取资金的渠道，但传媒集团进入资本市场是最近几十年的事情。近年来，关于金融活动、资本市场、传媒集团的理论及应用性研究不断深入。如沃尔伯特分析了传媒集团资本运营和产业价值链的情况，并且重点分析了电讯公司的金融活动。

## 二、国内关于传媒经济的探索

近年来，中国传媒学界开始关注传媒经济的发展，对传媒经济进行了从理论到实践的全面研究。这些实证和规范研究表现为两种倾向：

第一种倾向，是从传播学角度进行的研究。主要内容涉及传媒产业化、传媒集团化、传媒集团资本运作、WTO对传媒集团的影响等方面。

### （一）传媒产业化经营

一些学者认为，改革开放实践决定了产业化成为中国媒介发展的必然路径，而产业化又为媒介的进一步改革提供了强有力的支持。<sup>⑤</sup>但传媒产业的市场开发和开放，不仅仅涉及经济因素，往往还打上了意识形态、民族文化等综合因素的烙印。因而无论是大国还是小国，无论是WTO成员还是非成员，都对传媒产业的开放采取了极其谨慎的态度。由于中国媒体产业尚未得到系统的市场开发，其产出丰厚利润回报的潜力极大；而且作为新经济的重要组成部分，媒体产业具有

<sup>①</sup> Levin, H.J., 1980, "Fact and Fancy in Television Regulation: An Economic Study of Television Alternatives", New York: Russell Sage.

<sup>②</sup> Smith, A., 1997, "Subsidies and the press in Europe"; Political and Economic Planning.

<sup>③</sup> Hollstein, M., 1998, "Government and the press: The question of subsidies", Journal of Communication 29.

<sup>④</sup> Picard, R.G., 1985, "Patterns of states intervention in western press economics", Journalism Quarterly 62.

<sup>⑤</sup> 芝庭荣：《媒介管理》，暨南大学出版社，2001年。

未来可持续发展的良好前景。因此，无论从哪个角度判断，对于媒体领域的投资都应该被视为是“利好”性的投资。<sup>①</sup>

喻国明认为，中国传媒业正处在深刻转型的关键点上，从“喉舌论”到“媒介产业论”的转型：中国传媒体制正酝酿着重大调整，权力资源的重新分配将推进媒介产业化的进程；新闻传播的价值诉求将发生两大转型：资讯提供——构建保障社会安全的“网”，意见表达——构建活跃的社会公共话语平台；中国媒介经营模式正在发生嬗变与市场发展战略的重点转移。

在传媒产业经营模式的发展趋势方面，喻国明提出了三点看法：传媒产业扩张中的“权力嫁接”模式即将让位于“资本联姻”的模式；一般性的运作传媒的方式将让位于个性化地运作传媒的方式；从掌握渠道向着掌握终端延伸。他还总结了目前我国传媒市场的基本特点：传媒市场评价指标体系的变革——从追求规模扩增到追求效益提升；传媒经营重点的转移——从“单点式”的经营到传媒产业价值链的经营；传媒产业经营模式的改革——从“粗放式”经营到“专业化”经营。<sup>②</sup>邵培仁和陈兵从媒介经济与管理理论和传播生态学的观点出发，讨论了中国报业集团改革中的六大困境。<sup>③</sup>

## （二）传媒集团化经营

报业集团化是中国媒介产业化的一个重要组成部分，也是当今世界报业经济发展的主流。但中国传媒集团化进程中面临着诸多难题，如传媒集团的数量发展问题，究竟组建或发展多少家传媒集团，是否存在一个极限？对传媒集团究竟给予哪些实实在在的特殊优惠政策，或者说传媒集团与已经有一定规模的集团化传媒存在哪些不同？<sup>④</sup>传媒集团与其各成员企业如何在集团内部实现责权利安排、组织结构设计，如何以专业管理职能实施对各事业部、下属频道的指导和控制？一些学者针对这些问题进行了应用性研究。<sup>⑤</sup>

郑贞铭认为，媒体企业之间基于绩效及强化竞争力等因素而引起的并购活动是近年来企业成长以及媒体集团快速出现、整合的主要方式。他从媒体垄断以及

喻国明：“对于我国媒体产业现实发展状况的基本判断”，传媒学术网，2002年1月25日。

② 喻国明：“2004年中国传媒业发展大势猜想”，《新闻界》，2004年第1期。

③ 邵培仁、陈兵：“论中国报业集团改革中的六大困境”，《当代传播》，2004年第5期。

曹鹏：《中国报业集团发展研究》，新华出版社，1999年。

孙燕君：《报业中国》，中国三峡出版社，2002年。

对新闻传统的影响等方面，探讨了媒体集团化所带来的影响。<sup>①</sup> 陈绚则认为，中国传媒“集团化”过程不仅是一种市场行为，也是一种行政行为。中国的新闻集团化过程，应当与新闻改革联系起来，走一条发展创新之路。她提出，在发展的机会点与可行性方面，要强调主流媒体，要运用好资本，但决不能仅仅追求经济效益。她还认为，必须从改革体制、搞活内部机制入手，调动新闻战线的积极性，引入市场竞争机制，提高单位、行业和整个战线的活力。以盘活资产、优化重组、调整结构、扩大投融资渠道来实现低成本、快速扩张，壮大我们的整体实力。<sup>②</sup>

### （三）传媒集团资本运营

近年来，中国传媒的资本运营已开始启动，并日益成为社会各界关注的热点。对于传媒集团来说，进入资本市场，一方面可以提升媒体形象，弘扬媒体品牌，从而吸引更多的受众与客户；另一方面，可以运用资本市场提高集团综合实力<sup>③</sup>。禹建强以阳光卫视的资本运作历程为例，剖析了媒介集团发展的方式：首先要有一个传播理念和运营模式，然后再和资本市场结合；筹集资本，把传播理念和运营模式付诸实施，有了广为人知的理念和模式，就为资本运作积累了“声誉资本”，筹集资本也出师有名；面对炒作，要把握好尺度，因为概念毕竟是概念，它给投资者造成一种印象、一种错觉，传媒融资的脚步一旦停下，可能会露出“马脚”，这时媒体将面临灭顶之灾。<sup>④</sup> 房利庆、刘伟等人提出，中国传媒产业要生存和发展，最佳途径在于充分利用资本市场的资源，运用资本运营等手段来筹集资本，大规模涉足以信息技术为特征的新型媒体领域和市场潜力巨大的公众娱乐领域，逐步增强实力，建立跨媒体、跨地域的传媒集团，以迎接国际媒体大鳄的竞争与挑战。<sup>⑤</sup> 黄必烈认为，目前平面媒体的管制政策日趋宽松，可能面临政策突破；广播电视媒体管制较紧；网络媒体管制少，跨媒体政策管制关联多。<sup>⑥</sup> 平面媒体中的通讯、财经、娱乐类行业专业媒体势头强劲，区域性大众媒

郑贞铭：“传媒集团化趋势与其影响”，《国际新闻界》，2002年第6期。

② 陈绚：“传媒集团化过程中媒介发展的机会点——兼议中国媒体的改革与创新”，《国际新闻界》，2002年第6期。

③ 田书华：“传媒业与资本市场联姻的背景及现状分析”，《新传播资讯》，2001年12月17日。

④ 禹建强：“阳光卫视 资本与概念的游戏”，《传媒观察》，2003年第1期。

⑤ 房利庆、刘伟：“传媒产业市场状况及业务机会分析”，中华传媒网，2001年12月7日。

⑥ 黄必烈：“世纪初中国传媒业与资本市场：政策与机会”，《现代传播》，2003年第3期。