

研究論文

政治控制、市場競爭與地方黨報的影響力：廣東、上海、天津的比較研究

劉偉偉

摘要

開風氣、「敢為天下先」的黨報，為甚麼總在廣東，而不是其他地方？同樣是黨報，為甚麼各地黨報的影響力差別這麼大？不同的「政治控制—市場競爭」的結構組合，是導致各地黨報影響力差異的主要原因。在大部分地區，或者政治控制比廣東強，或者市場競爭比廣東弱。從地域上看，廣東黨報改革的步伐比其他地方大些，影響力更大。從行政層級上看，地市級黨報比省級黨報的自由度大些，市場化的程度更高些。黨報的性質決定了它永遠不可能真正市場化，改革是有限度的。

關鍵詞：政治控制、市場競爭、黨報、影響力

劉偉偉，上海政法學院國際事務與公共管理學院講師，復旦大學公共管理博士後。研究興趣：傳播政治經濟學、社會運動。電郵：tclww@163.com
論文投稿日期：2011年11月28日。論文接受日期：2012年7月24日。

Research Article

Political Control, Market Competition and the Influence of Local Party Organs: Comparative Case Studies on Guangdong, Shanghai and Tianjin

Weiwei LIU

Abstract

Why are the party organs of Guangdong always bellwethers among Chinese local party organs in terms of media reform? Why are the party organs of Guangdong more influential than other local party organs? Different structures of “political control - market competition” result in the party organs having different degrees of influence. Compared to other party organs, those of Guangdong face a unique circumstance: more freedom in politics and more competitors in the market. The party organs of Guangdong always blaze a way into newspaper reform. Civic party organs have more free choice in terms of politics and economics than provincial party organs do. The reform of party organs is decidedly restricted and will never totally participate in market competition.

Keywords: political control, market competition, party organs, influence

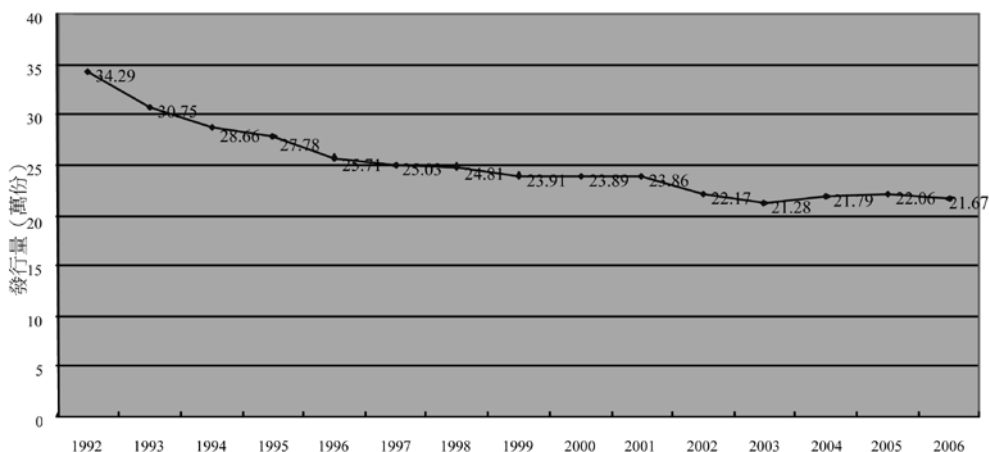
Citation of this article: Liu, W. W. (2013). Political control, market competition and the influence of local party organs: Comparative case studies on Guangdong, Shanghai and Tianjin. *Communication & Society*, 24, 155–192.

LIU Weiwei (Lecturer). Faculty of International Affairs and Public Administration, Shanghai University of Political Science and Law. (Postdoctor). Public Administration Department, Fudan University. Research Interests: political economy of communication, social movements

提出問題

改革開放三十年，遵循的是「經濟改革先行」的思路。反映到意識形態領域，黨報面臨著角色衝突：既要發揮「黨的喉舌」的宣傳功能，又被推向市場「企業化經營」(Liu Hong, 1998: 32)，「既是官方的政治機構，也是資本積累的單位」(趙月枝, 2008: 9)。受都市報和網路的衝擊，黨報的讀者大量流失，發行量每況愈下(如圖一)，強制徵訂的任務越來越重。

圖一：全國三十一家省級黨報年均發行量(1992-2006)



資料來源：劉伯賢，2007：92-94。

對比各地黨報面臨的窘境，廣東黨報卻是另一番情景。廣東有五家報業集團：廣州日報報業集團、南方報業傳媒集團(2005年以前名為「南方日報報業集團」、羊城晚報報業集團、深圳報業集團(2002年深圳特區報業集團與深圳商報社合併)、佛山傳媒集團(2005年以前名為「佛山日報傳媒集團」)，是全國報業集團最多、實力最強、競爭最激烈的地方。廣東黨報面臨的競爭壓力最大，卻辦得最出色。

《南方日報》在全國省級黨報中，連續八年(1999-2006)發行量排名第一(如表一)。1998年，《南方日報》在省級黨報中率先成立報業集團，旗下的《南方週末》、《南方都市報》、《21世紀經濟報道》等，均為中國最有影響的報紙。

表一：1999—2006年，省級黨報發行量前五名(單位：萬份)

位次	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1	南方日報 (72.94)	南方日報 (80.01)	南方日報 (75.01)	南方日報 (75.00)	南方日報 (75.01)	南方日報 (85.01)	南方日報 (85.00)	南方日報 (85.00)
2	解放日報 (42.11)	天津日報 (56.99)	解放日報 (40.96)	北京日報 (38.00)	浙江日報 (38.95)	大眾日報 (45.01)	浙江日報 (42.76)	浙江日報 (39.73)
3	新華日報 (42.01)	新華日報 (42.14)	大眾日報 (40.01)	浙江日報 (37.92)	北京日報 (38.01)	浙江日報 (39.59)	大眾日報 (39.20)	大眾日報 (37.50)
4	河北日報 (41.48)	浙江日報 (41.98)	浙江日報 (39.74)	解放日報 (37.64)	解放日報 (36.12)	解放日報 (36.99)	解放日報 (37.53)	解放日報 (36.69)
5	天津日報 (41.47)	大眾日報 (40.01)	天津日報 (38.56)	大眾日報 (37.00)	大眾日報 (36.01)	新華日報 (33.75)	天津日報 (32.50)	天津日報 (33.00)

資料來源：劉伯賢，2007：93-94。

1996年，中國第一家報業集團——廣州日報報業集團成立，廣告收入連續十三年(1996-2002)高踞全國報業榜首，2006年達18.03億元(梁海燕，2003：19-20)。《廣州日報》自費訂閱率高達87%(2004年)(方仁，2004：15)，是廣東省發行量第一的報紙(如表二)。2004年，廣州日報報業集團、北京青年報社與上海文廣新聞傳媒集團，聯手創辦了《第一財經日報》。2007年，廣州日報報業集團控股的廣東九州陽光傳媒股份有限公司(「粵傳媒」)在深圳證交所上市，是首家在境內上市的傳媒公司。¹廣州日報報業集團所屬的《南風窗》，是中國最有影響的政經雜誌。

表二：珠三角報業零售市場狀況

銷量排名	廣州	佛山	中山	東莞	江門
1	廣州日報 (51.4%)	廣州日報 (44.8%)	廣州日報 (42.6%)	廣州日報 (40%)	廣州日報 (41.4%)
2	羊城晚報 (18.9%)	羊城晚報 (18.2%)	羊城晚報 (22%)	南方都市報 (17.4%)	南方都市報 (16.5%)
3	南方都市報 (14.7%)	南方都市報 (17.8%)	南方都市報 (18.2%)	羊城晚報 (12.6%)	羊城晚報 (11.9%)

資料來源：北京世紀華文國際傳媒諮詢公司，2007。

開風氣、「敢為天下先」的黨報，為甚麼總在廣東，而不是其他地方？同樣是黨報，為甚麼各地黨報的影響力²差別這麼大？這是本文研究的核心問題。

理論假設

大衛·克羅圖 (David Croteau) 和威廉·霍伊尼斯 (David Croteau) (2007:34) 總結了媒體運營的兩種模型，即市場模型 (追求利潤) 和公共領域模型 (服務於公共利益)，雖然「市場模型幾乎在媒體產業佔據支配地位」，但政府仍然扮演著關鍵角色：「政府制定的政策深刻地改變了媒體運營的環境」。Besley 和 Prat (2006) 指出：競爭降低了政府控制媒體的可能性 (馬修·根茨科、傑西·夏皮羅，2008：133-154)。

借鑒上述觀點，本文提出自己的理論假設：不同的「政治控制—市場競爭」的結構組合，是導致各地黨報影響力差異的主要原因。

引數「政治控制」的概念及其操作化

為使傳媒成為自己的「代言人」，政府通過各種手段對其進行控制，包括：法律壓力、經濟和政治壓力、保密、直接審查和暴力 (約翰·C·梅裡爾，1988：46)。「政治控制」的概念通過如下幾個方面進行操作化：

第一，黨報作為事業單位，對財政供養的依賴程度。黨報接受財政撥款，黨報從業人員也多為事業編制，屬於「體制內」(趙鼎新，2006：281)。廣告額越多的報紙，對財政供養的依賴程度越低。

第二，黨報從業人員由地方黨委直接任命的比例。黨報「堅持黨管媒體的原則，確立黨委領導下的報業集團管理體制……集團黨委會為最高決策機構，黨委會領導社委會 (或董事會)，社委會領導編輯委員會和經營管理委員會」(石峰，2006：25)。進入管理層的先決條件是：政治合格、思想正確，以確保黨對報社的領導 (Franklin W. Houn, 1958: 440-441)。

第三，當地宣傳部的限制性規定的數量。黨報受中宣部和地方黨

委宣傳部雙重領導(人民日報社, 1996: 3、32)。「團結、穩定、鼓勁、正面宣傳為主」的「雙六字」方針,是十三屆四中全會以來宣傳的基本方針(鄭保衛, 2005: 452)。黨報由各地黨委宣傳部直接領導,報紙的自由度很大程度上取決於當地宣傳部的限制性規定(如《宣傳動態》)。

第四,轉載新華社、人民日報通稿的比例。「在新華社尚未播發相關稿件、宣傳口徑也不明朗的背景之下……稍有不慎,便可能惹來麻煩」(楊興鋒, 2004: 73)。為了「安全辦報」,重大新聞事件的報道,各地黨報幾乎都是照抄新華社「通稿」(何清漣, 2004)。不過,「規定動作」之外,也有「自選動作」。

第五,批評報道的數量。1953年3月,中宣部批示,黨報「不經請示不能擅自在報紙上批評黨委會,或利用報紙來進行自己與黨委會的爭論」,形成了「黨報不得批評同級黨委」的慣例(靖鳴, 2008: 32-38)。「負面新聞」曝光的問題短期內無法得到解決的話,被認為「會引起公眾不滿,進而導致社會失序」(Li Xiaoping, 1991: 349)。從批評報道的數量可以觀察當地政治空間的大小。

引數「市場競爭」的概念及其操作化

市場競爭主要考量零售發行市場主體間的競爭威脅程度,其操作化,主要考察黨報在本地會面臨哪些競爭對手:第一,本地報業集團的數量(同業競爭)。第二,本地出版報紙的數量(日報與都市報競爭)。第三,本地電視頻道、廣播電台和門戶網站的數量(異質媒體競爭)。

絕大多數報紙不是黨報,就從屬於黨報為「母報」的報業集團。競爭對手的數量和強弱,決定了黨報在當地的生存空間。2001年對北京、上海、成都、廣州、武漢、西安居民的電話訪問顯示:60%以上的居民,均認同一家報紙在當地最有影響力:西安《華商報》(82.09%)、武漢《楚天都市報》(79.4%)、《廣州日報》(71.84%)、《成都商報》(66.17%)、上海《新民晚報》(66.01%)、《北京晚報》(61.31%) (楊靜, 2002)。只有《廣州日報》一家是黨報。

因變數「黨報影響力」的概念及其操作化

媒體影響即受眾在接觸媒體後能夠保有多少印象，以及媒體提供的資訊對於受眾決策的影響（George Fisk, 1959: 86）。報道內容的公信度和報紙的發行人數，共同決定了報紙的社會影響。

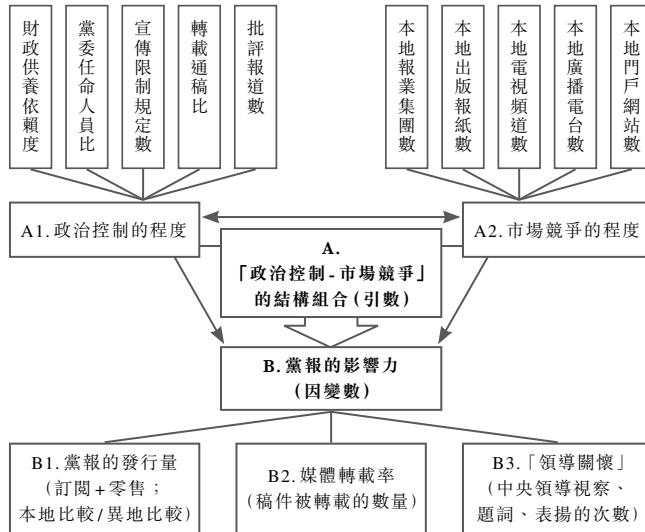
黨報影響力的操作化有如下幾個途徑：第一，黨報的發行人數。(1) 不同地方，黨報的發行人數比較。(2) 同一地方，黨報與其它報紙的發行人數比較。第二，媒體轉載率：重大新聞事件發生時，該黨報的稿件被其他媒體轉載的數量。同一件新聞事件發生時，大部分黨報會直接採用新華社、人民日報的通稿。但是，地方黨報需要獨家新聞和獨家評論，通過媒體轉載的方式，擴大自己的影響力。如《解放日報》、《深圳特區報》和《南方日報》推動的思想解放運動。第三，「領導關懷」。中央領導（政治局委員）視察、題詞、表揚、批示的次數。黨報通過「讀者來信」和「內參」的方式，向決策層「獻言獻策」（賈春國，2006）。

因果關係機制及其解釋

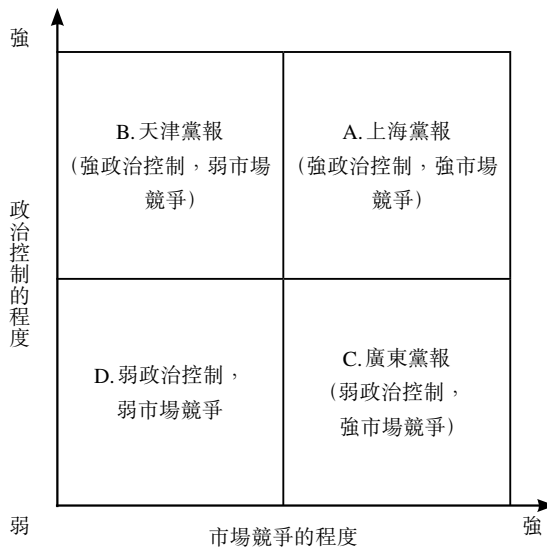
圖二顯示的是本研究設計的因果關係機制：(1) 政治控制的程度與市場競爭的程度，構成了「政治控制—市場競爭」的結構組合。(2) 不同的「政治控制—市場競爭」的結構組合，導致黨報影響力的差異（因果關係）。

政治控制與市場競爭相關，但並不是此消彼長。二者形成了四種結構組合（如圖三）：A. 政治控制強、市場競爭強；B. 政治控制強、市場競爭弱；C. 政治控制弱、市場競爭強（廣東）；D. 政治控制弱、市場競爭弱。在大部分地區，政治控制都強；但在廣東，政治自由度高些（與改革開放有關）。在大部分地區，市場競爭都弱；但在廣東，市場競爭最激烈（五家報業集團，均為全國最強列）。或者政治控制比廣東強，或者市場競爭比廣東弱；所以，相比全國大部分地方黨報影響力式微（主要體現為發行人數和媒體轉載率下降）而言，廣東黨報的一枝獨秀就可以理解了。

圖二：因果關係機制



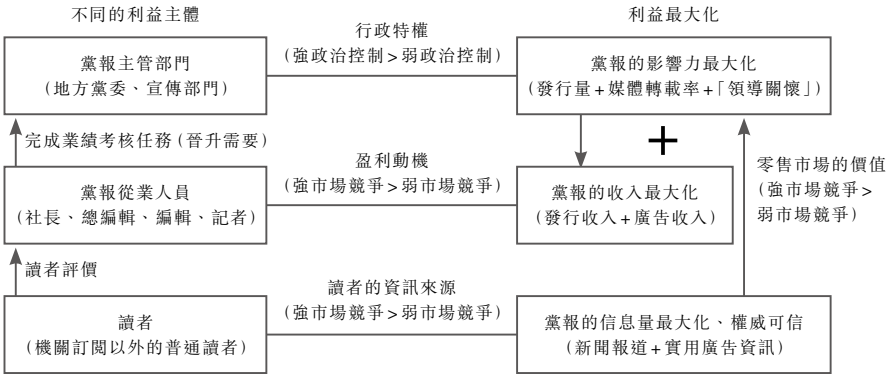
圖三：「政治控制—市場競爭」的結構組合



因果關係的微觀機制

不同的利益主體（黨報主管部門、黨報從業人員、讀者等），均謀求各自利益的最大化，由此導致不同的行為特徵和結果（如圖四）：

圖四：黨報主管部門、黨報從業人員與讀者的利益關係



第一，不論是為了政績考核達標（晉升需要），還是為了市場化改革的需要，黨報影響力的最大化都符合黨報主管部門的利益。地方黨報的社長、總編輯，常常兼任或晉升地方黨委宣傳部副部長，其晉升的一般路徑是：黨報總編輯→黨報社長→地方黨委宣傳部部長、副部長。黨報主管部門會動用行政權力，攤派黨報，提高訂閱量。如果當地黨報的文章能夠被其他媒體轉載，尤其被中央媒體轉載或政治局委員點名表揚或批示，將是莫大的光榮。

第二，黨報的性質決定了它不可能像企業那樣破產，雖然市場化是個趨勢，但財政完全「斷奶」是不可能的。對於黨報從業人員來說，收入最大化而非影響力最大化，才符合他們的利益。為了創收，他們也會通過擴大發行、多元化投資。為了吸引廣告需要擴大發行量；為了樹立品牌進行多元化投資，須要提高媒體轉載率。「強市場競爭」的情況下，從業人員收入最大化的盈利動機更強。

第三，讀者只關心黨報的內容是否有可讀性，是否權威可信，是否能以便宜的價格獲得最多的資訊。在大部分地方，相比普通讀者，黨報的編輯、記者，更關心的是如何讓領導滿意。「主流媒體邊緣化，邊緣媒體主流化」（李大同，2006：2-3），「強市場競爭」的情況下，讀

者的資訊來源選擇越多，面向普通讀者的零售量佔發行量的比重更高，對黨報從業人員的收益更重要。

廣東：「弱政治控制—強市場競爭」

「先行一步的政策優勢和相對寬鬆的政治環境，是廣東報業發展得天獨厚的優勢」(林如鵬、毛錦欽，2006：96)。如原《南風窗》主編朱學東(2007：82)所言：「廣東媒體得改革開放風氣之先，在市場經濟中浸淫成長，其成長的環境，是目前國內其他任何一個地方所無法超越的。」

「先走一步」的政治空間

廣東是改革的試驗場。任劍濤(2008：1-14)指出：

廣東的改革者們在重重壓力之下，有敢於打破禁區的勇氣與智慧。來料加工在這裡顯現、價格改革在這裡起步、股份制在這裡試驗、跨國公司在這裡登陸。進入二十世紀九十年代的廣東，敢於打破政治禁區，嘗試政治體制改革。從李灝³的政治改革設想到於幼軍⁴的行政三分(決策、執行、監督)設計，從袁庚的蛇口民主試驗到基層民主選舉，從政府重大決策事項必須通過人大到廣州市人大代表通過的提案就是國家意志政府必須執行。

廣東的先走一步，得到黨政高層的支持。中央有鄧小平、葉劍英、李先念、谷牧⁵、胡耀邦等人的堅定支持，省裡有習仲勳⁶、楊尚昆、任仲夷⁷、吳南生⁸等人的大力推進，深圳有梁湘⁹、李灝等人的籌畫，基層有袁庚¹⁰等人的奮力打拼(任劍濤，2008：1-14)。為了讓廣東先行一步，中央先後發出了[1979]50號文、[1980]41號文、[1981]27號文、[1982]17號文、[1982]50號文、[1983]11號文、[1984]13號文等。中央甚至提出：「中央授權給廣東省，對中央各部門的指令和要求採取靈活辦法，適合的就執行，不適合的可以不執行或變通處理」(張漢青，1997：31-33；蘇維民，2008：18-24；盧荻，2008a：57-62；盧荻，2008b：11-16)。

1983年2月，胡耀邦視察深圳特區，指出「特事特辦，新事新辦，立場不變，方法全新」（王碩，2008：36-40）。1992年初，鄧小平和國家主席楊尚昆視察廣東。3月25日，《深圳特區報》大篇幅推出了通訊《東方風來滿眼春》和系列評論「猴年新春八評」：「扭住中心不放」，「要搞快一點」，「要敢闖」，「多幹實事」，「兩隻手都要硬」，「共產黨能消滅腐敗」，「穩定是個大前提」，「我們只能走社會主義道路」。新華社、《人民日報》等海內外媒體紛紛轉發，引起轟動（張松平，1998；雷仲予，2007：24-26）。江澤民總書記1992年為《深圳特區報》題詞：「改革開放的視窗」（聞道，1997：60-61）。

中央允許深圳有大膽實驗的改革「試驗權」和「試錯權」，即鄧小平同志所說：「闖一闖，試一試，不行回來就是了」（李羅力，2008：6）。2006年3月，《深圳經濟特區改革創新促進條例》，明確規定對法定條件下出現的改革失誤，不追究責任（阿計，2008：7-10）。2010年9月4日，《光明日報》發表「兩種不同性質的民主不可混淆」（徐振華，2010）：

在深圳政治改革經驗帶來的期待之中，尤其是關於政府權力的劃分方面，有些認識較為模糊，甚至有混淆概念、盲目比附之嫌。有人會認為決策權、執行權、監督權的三分，類似於西方政治中的「三權分立」……此類觀點沒有分清社會主義民主與資本主義民主的界限。

9月6日的《南方日報》則發表了「政治體制改革：未來特區新使命」的系列評論，力挺深圳的政改：

作為各項改革的先鋒和試驗田，特區也應該是政治體制改革的先行者……政治體制改革和民主政治建設必須解放思想，突破所謂姓「資」姓「社」的新束縛。¹¹

政治風險的規避能力

1995年起任南方日報總編輯的範以錦強調要抓好典型報道、深度報道和批評報道三個拳頭產品。除每週刊發一期《讀者心聲》外，《南方

日報》月月都有批評報道在頭版見報(藍芳, 1999: 30-31)。¹²1999年, 範以錦提出了把握好輿論導向應注意的二十種情況。2000年2月, 江澤民總書記到廣東指導工作, 對範以錦總結的「二十條」給予了充分肯定。

《南方》雜誌社副社長賴家彥(2008:187)坦承:

報紙刊登甚麼新聞、怎麼刊登, 都有明確的統一的方向和要求。與這些要求極不相稱的, 是報紙的市場化生存壓力, 報紙要有廣告投放就要有一定量的讀者, 報紙要獲得讀者關注並形成影響力, 就要有差異化的內容。差異化的內容與大多數報紙不一樣, 就有可能被認為「偏離導向」。當「偏離」程度危及「陣地」之時, 將面臨滅頂之災。南方報業的核心能力體系中第一重要的就是這一種特殊能力, 即政治風險規避能力: 一方面是防範能力, 南方報業的主要領導和新聞研究機構, 專門研討中央和各級部門、省市對重大政策問題、重大歷史事件的態度, 對已出現、已經發生新聞現象、新聞事件採取的管理辦法。因為研究得深、掌握得快, 往往在相關新聞「禁令」出台前搶先報道「擦邊球」。另一方面是公共關係能力。須要借助一些外部力量盡可能地為自己拓展生存空間。國內一些具有社會責任的企業家和廣東改革開放的功勳人物, 是南方報業公共關係能力中的特殊資源。

原廣州市委宣傳部長、廣州日報報業集團社長黎元江有句名言: 「如果你做了一年報紙, 都沒讓上頭批評一回, 那就說明你一年甚麼都沒幹!」(張歡, 2008: 44) 在具體的辦報理念上, 他曾提出三段論: 大前提是報紙必須導向正確才能生存下去, 小前提是報紙必須吸引讀者才能擴大發行——報紙必須兼顧這兩者才能存在和擴大發行。

廣東報業發展的三個台階

廣東是全國電視媒體競爭最慘烈的地區: 省內電視台有三個上星頻道, 即廣東衛視、南方衛視和深圳衛視; 境外電視頻道達到八個, 加密播出的還有34家(洪峰, 2008: 105-107)。報業的競爭, 比電視媒體競爭有過之而無不及。

改革開放以來，廣東報業大致經歷了三個台階（李子彪，2000：16-17）：

第一個台階：1978年到1986年，各類報紙相繼復刊或創辦。

第二個台階：從1987年到1995年，體制改革、版面改革、發行改革和經營改革相繼開始。1987年，《廣州日報》在全國省市報紙中率先擴版，由對開四版擴為八版、十二版、十六版。1988年，《廣州日報》、《南方日報》等相繼自辦發行（謝汝章，1991：17-19）。《南方日報》、《羊城晚報》紛紛增張擴版和採用彩色印刷。1993年，全國出現八家廣告額超億元的報社，廣東佔了「半壁江山」，即廣州日報社、羊城晚報社、南方日報社、深圳特區報社（遊夢華，2007：117-121）。1997年，廣東省公開發行報紙有130多種，報紙種類、總印數和總印張數位居全國省級地方榜首（吳文虎，1999：66）。

第三個台階：1996年開始，進入集約化、規模化經營階段。1996年1月15日，廣州日報報業集團成為我國首家報業集團。1998年5月18日，南方日報和羊城晚報同時成立報業集團。1999年11月1日，深圳特區報業集團掛牌。1998年全國報業廣告收入259億元，廣東報業佔57億元。

2005年，廣東四大報業集團平均期發行量為：南方報業傳媒集團¹³ 431.1萬份（主報80.3萬、子報350.8萬），廣州日報報業集團主報165萬份，羊城晚報報業集團102萬份（主報82萬、子報20萬），深圳報業集團252.2萬份（四張主報172.2萬、子報90萬）。四大報業集團在廣東報業市場的佔有率高達73%以上（陳子文，2007：45）。

2006年9月，廣州市前3名報紙的廣告收入，超過市場份額的75%。廣州日報社下屬《廣州日報》與《資訊快報》分別排在第一和第五，南方日報社下屬《南方都市報》與《南方日報》分別排在第二和第六，羊城晚報社下屬《羊城晚報》與《新快報》分別排在第三和第四（王鼎，2007：5-6）。

黨報大眾化及其市場取向

廣東的都市報發展很快，黨報系列基本上轉化為大眾化的報紙（崔

恩卿，2003：48)。南方日報報業集團總編輯楊興鋒指出：

有的同行提出黨報也要「軟些軟些再軟些」，試圖以社會新聞、明星緋聞來增加黨報的可讀性，從而使之走進千家萬戶，但由於黨報的性質和它所承擔的任務，要完全做到這一點，不可能也不可取。作為廣東省委機關報，《南方日報》要辦一張權威性的政經大報，做主流新聞，爭主流讀者，努力辦高水準的黨報」(楊興鋒，2004：20-23；楊興鋒，2005：9)。

南方報業傳媒新聞研究所副所長尹連根(2003：3)指出：

所謂的「做主流新聞」，指的是：做與主流讀者利益和興趣密切相關的新聞；從主流讀者的視角出發做新聞。改版後採用符合國際大報通行風格的窄報。週一到週四從原十六版增加到二十版，週五增加到三十二版。為做與主流讀者相關的新聞，特別新增改版前所沒有的政策解讀版、南方財富版塊、觀點版、連線版、都市版、星期五的週末32版和A1版的時評欄、人事(變動)欄。尤其是週末32版中的A9調查版、A10對話版、B3環球版、B5金領版、B10閱讀版等，清一色地有為主流讀者度身訂做的傾向。

廣州日報報業集團原總編輯薛曉峰說：

廣州日報辦報的基本原則就是在黨性原則的前提下，積極參與市場競爭，通過做大、做強、做優黨報，把黨報辦成真正的強勢主流媒體。黨報作為兼有意識形態和文化產業雙重屬性的複合體……作為一種特殊的商品，其價值的實現，最基本的前提是有沒有人看、有沒有人買，能不能夠得到市場的認可(方仁，2004：15)。

廣州日報報業集團社長戴玉慶說：「如果沒有市場，沒有消費者的認同，黨報的喉舌功能也難以發揮」(任琦，2008：16)。

《廣州日報》在發揮黨報權威性、公信力的同時，大量提供與讀者生活工作緊密相關的實用資訊，做到了領導與讀者「兩頭」都滿意。《廣州日報》要聞版有幾個特點：一是新聞總量控制。從每天《廣州日報》的一版上，人們能讀到六到七條新聞，很少突破九條。除省市「兩

會」、全委會等重大會議報道和省市書記重要活動外，其它會議和領導人活動均以模式化處理，即標題和所佔面積不超過兩欄，字數控制在400-500字。二是新聞處理手段的多樣性。《廣州日報》一版新聞條數不是很多，篇幅不是很長，把領導活動、會議、政府檔中透露出來的廣大讀者最關注的新聞點拎出來，通過消息、述評、評論、連結、圖表等多種形式全方位、立體化解讀清楚（鄭世傑、張樹德，2006：45-46）。《廣州日報》有80%多的讀者是自費訂閱，這與一些黨報以公費訂閱為主形成了鮮明的對比。

《廣州日報》組織了發行公司，在方圓300公里的地域內建立了由300個發行站、3,800個發行員組成的投遞網路，並擁有130多輛的送報專車（王放，1999：38-40）。在廣州市建立了103家連鎖店，在珠三角建立了50餘家，集零售、批發和訂閱於一體（王放，1998：29-30；唐小兵、黃蓉芳、陳新華，2002：16-17）。

2005年7月，「《廣州日報》精彩時間」在地鐵電視上開播（谷虹，2006：82）。2007年7月，《廣州日報》率先在國內成立「滾動新聞部」，不間斷地通過報紙、網路、手機等各種媒體，提供最新的資訊（宗合，2007：49）。2007年，《廣州日報》在廣州、佛山、中山、東莞、江門等五城市中均排名第一，在珠三角城市的零售市場份額多在40%以上，在廣州市場上的市場份額超過了50%（劉萬超，2008：46）。《廣州日報》1996年開始全面實行代理制，是我國首家實行廣告代理制的報紙（浦任，2001：46）。¹⁴1994-2002年，《廣州日報》廣告收入連續8年在全國報紙排第一（梁海燕，2003：19-20）。

上海：「強政治控制—強市場競爭」

上海有中國最發達的市場經濟，也有中國最激烈的媒體競爭。一方面，上海本地新生大量媒體，外地乃至國外媒體大量湧入上海，共同構成了上海媒體尤其是財經媒體的跨地、跨行業競爭；另一方面，解放日報報業集團的競爭優勢主要體現為子報的市場強勢，而母報《解放日報》主要依賴公費訂閱和子報「供養」。

第二次思想解放以來的政治控制

1991年2月15日，農曆正月初一，《解放日報》頭版發表了「做改革開放的『帶頭羊』」的署名「皇甫平」的評論。緊接著，同一署名的評論「改革開放要有新思路」(3月2日)、「擴大開放的意識要更強些」(3月22日)、「改革開放需要大批德才兼備的幹部」(4月12日)陸續見報。四篇文章，吹響了掀動新一輪解放思想的號角。1992年鄧小平在南方發表重要談話。2月4日，大年初一，《解放日報》及時發表了「黨的基本路線要講一百年」的春節評論，引起巨大的反響(周瑞金，2003；周瑞金，2008；高白，1992：3-6)。

Chin-Chuan Lee, Zhou He 和 Yu Huang (2007：21-42)考察了上海、北京、廣州的政治經濟環境後，得出結論：

權力的多樣化是媒體自由度的源泉。北京是一種「管制下的多樣化」，中央各部門和北京市委都有各自的利益，代表這些不同權力機構的不同利益的媒體，會有一定的生存空間。廣州有中國競爭最激烈的媒體市場，廣州媒體受到的意識形態的限制也少得多。無論在媒體市場化還調查性報道方面，經常扮演「改革先鋒」的角色。

作為經濟中心和直轄市，上海媒體離權力中心太近，並始終受到上海市委的直接、有效和強有力的控制。2000年6月，上海市委宣傳部對違反新聞宣傳紀律的新聞單位通報批評：「有幾家報紙不顧有關部門的提醒和招呼，先後發生6起違反規定的報道。市委宣傳部要求這些報社對違規問題作出深刻檢查，並對有關責任人給予必要的處分」(胡新，2000：4)。

原《解放日報》總編輯趙凱(1999：4-6)提出，辦好《解放日報》必須堅持「五句話」的工作方針：

第一，黨報姓黨，與黨中央在思想上、政治上、行動上保持高度一致。第二，黨報是報。要做到像黃菊同志說的那樣，「導向正確不死板」。第三，黨報「既是喉舌、又是產業」，保證宣傳、經營一起抓。「堅守一塊」，即國家機關、國有企業這些黨報發行的傳統陣地；「拓寬一塊」，即金融、貿易等專業領域搶佔一塊。第四，

關鍵在黨。各級黨委對黨報的關心、支持以及適當的政策傾斜，是黨報發展壯大的關鍵。第五，基礎在人。有一支「政治強、業務嚴、作風正、紀律嚴」的隊伍，培養和選拔優秀青年幹部。

2000年，時任《解放日報》總編輯宋超（2000：11-13）稱：

2000年8月份，解放日報發起了一個戰役性報道，其著眼點相當高——關於社會主義道德建設問題，但其切入點又非常小——從退休教師任水良的生活境況談起。任水良多年來省吃儉用資助貧困山區的孩子上學，耗盡了積蓄，自己卻貧病交加。抓住這個典型人物，解放日報組織了《我們如何看待做好事》的討論和報道，在社會上引起強烈反響。這組報道得到了中宣部的肯定，丁關根同志專門做了批示，並要求廣電部門拍攝專題片在中央電視台播放。上海市委書記黃菊、市委分管領導也做了批示。

《解放日報》報人也意識到黨報在新聞報道方面的局限性。解放日報報業集團黨委書記、社長尹明華¹⁵稱：

重大的突發新聞的報道，當它落到黨報上的時候，已經被修剪得非常規整，而同樣的消息如果是在小報上的話，是可以鋪開的。黨報的突發新聞報道是沒有優勢的，缺少細節，甚至沒有感染力（程士安，2007：9）。

雙寡頭競爭：解放報業與文新報業

1998年7月25日，《文匯報》和《新民晚報》組合成立了文匯新民聯合報業集團。2000年，解放日報報業集團也成立了。上海的報業進入了兩大集團競爭的時代。2004年，兩大報業集團報紙總數達到23種，佔全市公開發行報紙的31.08%；兩大報業集團的總收入和利潤合計20.74億元和5.97億元，分別佔上海報業總收入和總利潤的71.08%和95.22%（金宇，2007：32）。

《文匯報》和《解放日報》一樣，讀者主要屬於公費訂閱，競爭主要

存在於子報之間：早報市場，《新聞晨報》對《東方早報》；晚報市場，《新聞晚報》對《新民晚報》；生活服務類週報市場，《申江服務導報》對《外灘畫報》(陳紅梅，2004：7-8)。

財經媒體的衝擊

上海媒體環境與其他地方最大的不同，在於財經媒體極其發達。上海市民經常接觸的本地財經媒體有「第一財經」(電視)、《上海證券報》、《第一財經日報》、《每日經濟新聞》、《東方早報》、《第一財經週刊》等；發行量比較大的外地財經媒體有《中國證券報》、《21世紀經濟報道》、《經濟觀察報》、《中國經營報》、《財經時報》、《國際金融報》、《經濟日報》、《財富時報》、《財經》、《證券市場紅週刊》等。

在上海，關注財經類內容的讀者佔37.4%，其中股市報道佔17.9%，財政金融佔9.9%，經濟資訊佔9.6%(姚林，2004)。在北京、上海和廣州三座中心城市，上海的經濟類資訊受眾規模最大，佔受眾總量的16.10%，其次是北京(8.40%)，再次是廣州(3.90%)(朱濤，2007：83-84)。《解放日報》這樣的黨報，既非都市報，又非財經報，自然沒有零售市場。

「紅色通道」加「綠色通道」

《解放日報》在零售市場上是沒有競爭力的。1996年，時任《解放日報》總編輯秦紹德稱：「《解放日報》的現狀是，84%公費訂閱，14%是私人訂閱和零售。實現老百姓自己掏錢買報，黨報宣傳才稱得上成功了」(李志成，1996：7-8)。

《解放日報》傳統的發行主管道，是宣傳部門的「紅色通道」和郵局的「綠色通道」(周尚科，2008：27-28)。在市場空間上，非機關報刊原則上以讀者自費訂閱、購買為主，給黨報黨刊騰出發行空間；穩定發行數量，在確保和拓展公費訂戶的同時，搶佔非公有制經濟實體的訂戶，提高《解放日報》的發行量(健吾、修平，2001：7-13)。2005年底，《解放日報》已在上海市區850個街道、居委會設立了900多個閱報

欄。隨後，閱報欄又快速覆蓋全市95%以上的大專院校、70%以上的公園綠地。2006年底，上海松江、金山、青浦郵政局在收訂《解放日報》時，採用了區委宣傳部直接下達指標和下發專用單，郵政上門收訂的方式，確保了《解放日報》訂閱量的增長。2007年，上海郵政在郊區各單位推廣這種做法。

2007年11月，上海市社會工作黨委要求全市規模以上非公有企業黨組織，採取更加靈活的籌資方式訂閱黨報。《解放日報》協調浦東新區區委，為企業中新建立的黨的165個基層組織訂閱《解放日報》；協調中國銀行上海分行，為其每一個服務網點訂閱一份《解放日報》，這樣原本要萎縮的500份訂閱量一下子增加到1300份（周尚科，2008：30）。

天津：「強政治控制—弱市場競爭」

與經濟上的開發、開放相比，天津的政治環境始終是比較保守的。¹⁶天津報業出過《國聞報》與《大公報》這樣最一流的報紙，現在卻有點「安靜」。

領導滿意第一的「政治紙」

2000年4月21日，時任天津日報報業集團社長兼總編輯張建星，1在筭記中寫道：

江澤民同志關於加強和改進思想政治工作的批示，強調新時期的思想政治工作是事關大局的。年初的全國宣傳部長會，總編輯會，中宣部也有十分明確的要求和安排。成立一個工作室，集中精力策劃、組織、採寫關於思想政治工作的典型報道。這是一件事關大局、十分緊迫的事（張建星，2004。〈新聞操作92條筭記第22條：建立工作室制〉）。

我們辦的是新聞紙，也是政治紙。政治上處理不好，一切無從談起。市委書記週四晚在一次談話中，再次肯定了我們近期的報紙版面設計好，照片有品質，文字有水準，確是辦出大報風格。書

記的話既是肯定，也是期望」(張建星，2004。〈新聞操作92條筭記第10條：站在讀者的角度採寫〉)。

《天津日報》一開始就沒有把自己定位於市民報。張建星(2005)說：言論體現我們的態度和聲音，不能越過市委的思路，另來一套思路不行」(〈張建星精彩語錄〉)。

機關報辦好對於系列報辦好非常重要，永遠不要放棄機關報的權威優勢，這個優勢就是政治紙。雜文我不提倡，雜文應該是頂花帶刺的黃瓜，而我們的雜文都是粉嘟嘟的番茄，沒甚麼可讀的還佔地方，乾脆把它放在系列報上，機關報就代言中央和市委的聲音，做足做透。1998年我們在市委指揮下開展的創新大討論，受到總書記表揚。《天津日報》最重要最長的編者按4900多字，受到市委表揚。中宣部對我們的要求是「說充分、講清楚」，這樣機關報就賣出去了，定位也有了。大報就是形象，大報就是旗幟(〈資訊全球化下的傳媒業〉)。

天津市委書記說《天津日報》真正反映了市委的聲音，《天津日報》登甚麼不登甚麼，由總編輯說了算。機關報賣點就是政治紙、觀點紙。把中央和市委的精神按新聞規律做，把權威性做足，突出言論和聲音。《天津日報》是機關報，我的第一任務就是對中央負責，對市委負責，服務、服從於全黨全市工作大局。2001年12月31日我們在《天津日報》上做的《2002年市委工作意見解讀》，在一版發菜單和導讀，一天做了二十個版的「市委工作意見解讀」。「大無縫」是中國鋼管基地，江澤民總書記、李鵬、朱鎔基、李瑞環題詞後，我們連續做了十六個版，發了「五論」，一次做足做夠，全程策劃，機關報的定位有了，市委滿意，讀者也滿意(〈資訊全球化下的傳媒業〉)。

政治資源轉化為市場特權

在天津本地，只有兩家報業集團：天津日報報業集團和今晚傳媒集團，先後成立於2002年8月21日和2005年9月6日。今晚傳媒集團有「五報三刊一網」：《今晚報》、《渤海早報》、《天津老年時報》、《今晚經濟週報》、《中國技術市場報》、《今日天津》（畫刊）、《智力》雜誌、《家庭·育兒》雜誌、今晚網。除《今晚報》外，今晚傳媒集團的其他報紙的發行量都很小。天津日報報業集團現擁有《天津日報》、《每日新報》、《城市快報》三份日報，《假日100天》、《採風報》、《球迷》、《車天下》4份週報，《藍盾》、《新廣角》二份期刊，2003年增加了《北方經濟時報》、《新財訊報》、《天津政法報》。

2004年3月19日，張建星在津報集團總結動員大會講話：

《天津日報》是我們的核心產品，是我們的旗艦，是我們的旗幟。我們天津日報的屬性是市委機關報。這張報紙如果做不好，我們對上沒法交待，對集團沒法交待。我們要講命脈，講生命線，無論是從政治上講還是從經濟上講，無論是站在讀者的角度講，還是站在市委的角度講，做好日報是我們第一件大事。辦不好日報，市委是不會答應的」（張建星，2005。〈事業是怎樣做大的：煉曲2004〉）。

政治優勢是集團最大的優勢，用張建星的話說，「黨報要充分利用自己的政治資源、政策資源和壟斷資源，並運用到市場上」（徐勝，2003：10-13）。

2000年9月，天津市委書記張立昌到天津日報社檢查工作，提出建立一批天津日報報亭刊，以擴大黨報發行、佔領文化宣傳陣地。2001年10月，首批天津日報新報亭正式運營。2002年1月，550座新報亭矗立街頭。張建星（2005）說：

我們本著擴大機關報發行的目的，向市委爭取了550個報亭。把點位拿下之後，在報紙上公開登報拍賣經營權，每個報亭3萬元，550個報亭1500多萬，又與三家上市公司融資5500萬，賣給他們49%的股份，我們佔51%。這件事納入天津市20件實事，是一號

工程。我們不但圈來了錢，而且控制了天津70%的發行市場，安置了1300多名下崗職工(〈資訊全球化下的傳媒業〉)。

這受到了李長春、劉雲山、李嵐清等中央領導的充分肯定。

為進一步擴大《天津日報》的覆蓋面和影響力，及時把中央和市委的聲音傳達到基層，2008年1月，市委宣傳部撥出專款，為天津市部分基層黨組織和計程車行業免費贈閱2008年度《天津日報》。¹⁸從2008年1月1日起，首批5,000餘份《人民日報》、《天津日報》陸續免費訂到南開大學、天津大學等高校學生公寓(汪偉，2008)。2004年，中宣部指定天津市為《人民日報》自主發行試點城市，交由天津日報旗下的每日新傳媒公司代理。經過動員，最終使2005年《人民日報》的發行量比上年提高21%(冷梅，2006a：25；冷梅，2006b：20-23)。

2006年4月19日，政治局常委李長春在天津日報紅旗路發行站視察時強調：

存量靠動員，增量靠市場，黨報在穩定基礎上逐漸有所增長。天津日報把全市絕大多數的售報亭掌控並連鎖經營起來了，走出了一條黨報發行改革的新路(王利明、周志懿，2006：4)。

2006年9月，中宣部在天津召開了「天津日報報業集團暨黨報發行體制改革研討會」，總結天津日報的經驗(鄧應華，2006：7、8、21)。

《天津日報》編委劉金泉用「守紀律、放開幹、上品位、有讀者」，概括辦「都市新聞」版的指導思想。他說，前兩條的順序不能顛倒，要「先安閘後跑車」，才能保持導向正確。從「有用」入手，新聞才能上品位。「好看」和「有用」衝突時，「好看」服從「有用」(侯兵，1999：16)。把「有讀者」只排在最後一位，這大概也代表了部分媒體人的心態。

結束語

對於中國媒體的研究過多地強調政治控制，雖然有文獻探討了市場化轉型，本文則將兩者結合起來，並以「政治—市場」的結構化視角討論。幾種「政治控制—市場競爭」的不同組合的劃分及因果關係機制

的推導也是從傳播政治經濟角度進行的新的發掘。另外，現有的文獻過多地關注中央黨報，且停留在「喉舌論」、「槍彈論」的古舊思維，無視中央黨報以下地方黨報在層次和形態上的多元化，也低估了地方黨報從業人員（編輯記者和管理層）「在針尖上跳舞」的智慧，以及民眾對新聞報道的自主判斷。

如前所述，本文的因果關係機制為：(1) 政治控制的程度與市場競爭的程度，構成了「政治控制—市場競爭」的結構組合。政治控制可以分解為：財政供養依賴度、黨委任命人員比、宣傳限制規定數、轉載通稿比、批評報道數。市場競爭可以分解為：本地報業集團、出版報紙、電視頻道、廣播電台、門戶網站等的數量。(2) 不同的「政治控制—市場競爭」的結構組合，導致黨報影響力的差異（因果關係）。廣東可歸為「政治控制弱—市場競爭強」、上海可歸為「政治控制強—市場競爭強」、天津可歸為「政治控制強—市場競爭弱」。

嚴格意義上說，中國的報業發展大環境都是強政治控制，只是相對來說，廣東的政治控制強度要比其他地方低些。烏坎事件¹⁹的妥善解決更證實了廣東的政治空間比其他地方大得多。上海的市場競爭程度跟廣東比不差（特別是財經媒體很發達），但政治控制相對比較強。一方面是因為1990年以來的若干政治局大員均出自上海，對上海的干涉力度加大；也與文革時期解放日報、文匯報「大鳴大放」引起高層重視有關（不能讓類似事件再發）。廣東作為當代中國媒體最發達的地區，已得到公認。至於說市場競爭，廣東、上海絕對比天津競爭激烈得多。三十年來，廣東、上海、天津三地媒體的變化並未突破筆者對他們的「政治控制—市場競爭」的結構評價，恰恰說明這種結構特徵比較穩定。

從地域上看，廣東的黨報改革的步伐比其他地方大些，影響力更大。從行政層級上看，地市級黨報的比省級黨報的自由度大些，市場化的程度更高些。廣東黨報比上海和天津的黨報要更有全國性影響，既體現在思想解放運動中，也體現在廣東有更多具有全國影響力的大報。黨報是黨報集團的母報，也是黨報集團賴以生存的政治資本，不同的黨報集團深深地打上了母報的烙印，子報的人才也多來自母報，子報的成功與否與母報息息相關。組成報業集團和發展系列子報是黨

報在市場化下的應對之策。子報的成功與否反映了母報人員的經營能力和採編水準。

報人吃透政策、打擦邊球確實沒錯，但是，不得不說，即便如此，只有廣東的媒體人更願意打擦邊球，其他地方的媒體多數連擦邊球都不願意打：比如，薊縣大火後，天津被批為「沒有新聞的城市」。²⁰連外國領導人都知道，中國最敢言的媒體是南方週末和南方都市報，但是它們不可能不受廣東地方宣傳部門的管轄。宣傳部門和母報會「縱容」子報頻繁製造麻煩嗎？深圳特區三十年時，南方日報公然挑戰光明日報的評論，這也不是其他黨報能做到的。

大部分黨報仍然須要依賴財政供養。廣告額越多的報紙，對財政供養的依賴程度越低。《廣州日報》的廣告額多年位居全國第一。其他三家省級黨報的廣告額在各自所在城市居於第二梯隊。「從業人員由地方黨委任命」的情況沒有太大差別。同樣面對中宣部的控制，《南方日報》、《廣州日報》更懂得如何帶著鐐銬跳舞，比較敢當「出頭鳥」。上海、天津的黨報比較跟著《人民日報》走，直接轉載的和相似稿的比例很高。不過，廣東的三家黨報比較善於在頭版做文章，貼合普通百姓生活，抓新聞眼，讓時政新聞成為報紙的賣點之一。《南方日報》頭版每月都有批評報道。

在廣州本地，就有三家報業集團，個個都是中國報業的旗艦。論電視媒體，尤其是財經媒體，上海有些優勢，對《解放日報》也是個衝擊。網路媒體方面，廣東的網易、騰訊等的知名度遠遠高於上海、天津的網媒。在競爭這麼激烈的廣東，黨報不僅生存下來，而且能夠居於優勢，這不能不說是個成就。

大部分黨報未能市場化，但是廣東的黨報尤其是廣州日報實現了市場化。廣東黨報的發行量和市場佔有率的數值都很高。《南方日報》也需要行政訂閱。但是，《廣州日報》已經主要依賴自費訂閱了。《解放日報》則只有極少的私人訂閱和零售。《解放日報》、《深圳特區報》推動了「第二次思想解放運動」，《南方日報》推動了「第三次思想解放運動」。廣東、上海的黨報受到表揚，是中央領導要他們做「改革開放的視窗」。《天津日報》受到中宣部表揚，是因為動用行政權力擴大發行。

中國共產黨執政六十餘年，組織和思想兩大「武器」一直是重中之

重。從思想武器的角度，宣傳特別是輿論引導和合法性的建構與不斷給出「與時俱進」的論證必不可少。黨報對此有責無旁貸的責任。黨報雖然都姓黨，但是黨報從業者的思維和運作模式卻各有不同，在給定的框架內，即便是同一個命題作文，也有不同的寫法。中國經濟改革的成就，其一即源於在地方政府官員在晉升激勵下，相互之間進行政績競賽。在媒體改革上，此一特徵也漸露端倪。廣東在改革開放以來一直走在前列，固然與功勳人物關照和國家特殊優惠政策有關，但是如果這種先行優勢保持數十年，恐怕不能都歸結於特殊關照，尤其不能歸結為個別領導人的思想開放，所以，「因人成事」有可能，但是「人亡政息」恐怕不恰當。制度有內生性，意味著制度一旦產生，便可以自我維持、自我實施，並不斷再生產出來。制度還有對於環境連續性變化和微小動盪的剛性，也就是制度的慣性，表現為歷史的和人為的路徑依賴（青木昌彥，2001）。從這個角度說，廣東的道路已經「開弓沒有回頭箭」。

市場化的大潮雖然波及到了傳媒行業，但作為意識形態關鍵領域的黨報，其受到的政治控制始終沒有減弱。黨報的性質決定了它永遠不可能真正市場化，改革是有限度的。在報業集團內部，作為子報的都市報可以偶爾「打擦邊球」，或者完全走盈利路線，但是作為母報的黨報永遠要「堅持正確的輿論導向」，否則報社負責人就要寫檢查乃至撤職。黨報的發行，仍然大部分依賴行政訂閱，而且被作為地方政府的政治任務貫徹下去，有一套獎懲機制。《廣州日報》高比例的零售份額只是特例，大部分地方黨報仍然主要依賴機關單位公款訂閱的狀態。

政治控制是中國媒體的大背景，但是市場化的潮流下，媒體越來越發達，報紙種類越來越多，廣告量和發行量的競爭作為市場競爭的表現，不可避免地衝擊黨報的運營。所以，即便再強的政治控制，也無法強迫財政供養的公營部門之外的單位、個人購買黨報。宣傳部門既要「馬兒跑」（宣傳公關），又要「馬兒不吃草」（自負盈虧），就不得不容忍甚至鼓勵傳媒另辟生財之道（陳懷林，1999）。「增量改革」這條路線，已被奉為改革聖經，在傳媒領域更是如此。黨報不能動，可以在黨報之外，另設新報刊。子報養母報，母報保護子報，是大部分報業集團的共性。但是，「市場化媒體進程一打開，潘朵拉的盒子就打開

了。緩緩冒出來兩個精靈，一個是新聞自由，一個是公民社會」(笑蜀，2009)。

註釋

- 1 大洋網(廣州日報報業集團網站)：〈關於我們〉(2007年11月16日)，取自<http://www.dayoo.com/about/bqsm.htm###>。〈廣州日報成功上市〉，取自中國報業網，<http://www.baoye.net/bencandy.php?id=50540>。
- 2 影響力的操作化，測量的主要指標是發行量、媒體轉載率和「領導關懷」。
- 3 李灝，1985年任廣東省副省長、深圳市市長，1986年任深圳市委書記、市長。
- 4 於幼軍從1986年起，先後任廣州市委宣傳部副部長、東山區委書記、天河區委書記等職，1994年後任廣東省委常委、宣傳部長。2000到2003年任深圳市長。
- 5 谷牧，1975年起任國務院副總理，兼國家建委主任、國家進出口管理委員會主任、國家對外經濟委員會主任。
- 6 習仲勳，1978年後，歷任廣東省委第二書記、第一書記，廣東省省長。1980年補選為全國人大常委會副委員長。1982年當選政治局委員、中央書記處書記。
- 7 任仲夷，1980–1985年任廣東省委第一書記兼省軍區第一政委。
- 8 吳南生，曾任廣東省委書記。1979年任廣東省經濟特區管委會主任，深圳市委第一書記、市長。
- 9 梁湘，1977–1981年任廣東省委常委、廣州市委第二書記；1981–1986年任深圳市委書記。
- 10 袁庚，1980年任蛇口工業區建設指揮部總指揮。1984年任蛇口區委書記。
- 11 《南方日報》(2010年9月6日)。〈政治體制改革：未來特區新使命〉，觀點。
- 12 《廣東支部生活》(2003)。〈走進南方日報報業集團社長〉，第1期。
- 13 2005年7月18日，南方日報報業集團更名為南方報業傳媒集團。
- 14 《媒介中國》(2007)。〈主動出擊，制勝千里：廣州日報廣告處處長巫穗生〉，3月號，頁81。
- 15 尹明華(1954–)，上海市委宣傳部秘書長兼新聞出版處處長。2003年1月至2005年4月，任解放日報報業集團黨委副書記、副社長，解放日報黨委書記、總編輯。2005年8月，任解放日報報業集團黨委書記、社長。
- 16 一個比較有意思的對比是，天津的報販如果被發現賣《鳳凰週刊》，一本罰

兩百元；而不論你在北京、廣州、上海、南京，《鳳凰週刊》都是公開賣的。

- 17 張建星，1995年任天津日報副總編輯，1999年3月任總編輯，2000年任社長、總編輯。2003年9月兼任天津市委宣傳部副部長。
- 18 《天津日報》(2009年1月7日)。〈市委宣傳部為基層黨組織和計程車行業贈閱天津日報〉，第1版。
- 19 烏坎事件，是2011年發生在廣東省陸豐市的一宗群眾運動。由於土地被村委會成員私下變賣問題，村民代表過去兩年十數次之上訪仍絲毫沒有解決之下，2011年9月21日東海街道烏坎村有三四千人聚集在陸豐市政府大樓與派出所。村民自發組織「烏坎村村民臨時代表理事會」，12月9日起村民每天集會示威，並與警方爆發衝突。村民薛錦波等五人被刑事拘留，其中薛錦波在被關押了三天後死亡。12月20日，政府官員先派代表進村內與村民代表臨時理事會談判，同時由廣東省委副書記朱明國牽頭成立工作組處理，承認民選之「烏坎代表臨時理事會」地位，對村民過激行為不追究，並稱釋放被拘留村民與盡快再對薛錦波進行驗屍確定死因，翌日晚上雙方撤除路障，結束集會，其後兩天村民歡迎朱明國進村，並把被捕之其中三人釋放，雙方對峙局面結束。
- 20 2012年6月30日16時，天津薊縣萊德商廈發生一起火災。天津官方稱初步確認10人死亡，16人受傷。中國青年報記者曹林稱：

這座城市嚴重資訊封閉，平常外界看不到這座城市有什麼新聞發生，正面負面都是如此。這種管制也造成天津媒體的封閉和媒體人的封閉，難出知名媒體，難出拿得出手的名記，當地媒體和媒體人與外界也少有聯繫。天津媒體不監督異地，異地媒體也監督不了天津。

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 人民日報社 (1996)。《以正確的輿論引導人——學習江澤民總書記視察人民日報社的重要講話》。北京：人民日報出版社。
- Renmin ribao she (1996). *Yi zhengque de yulun yindao ren: xuexi Jiangzemin zongshuji shicha renmin ribao she de zhongyao jianghua*. Beijing: Renmin ribao chubanshe.
- 〔美〕大衛·克羅圖、威廉·霍伊尼斯 (2007)。《運營媒體：在商業媒體與公共利益之間》(董關鵬、金城譯)。北京：清華大學出版社。(原書 Croteau,

- D., Hoynes, W. [2007]. *The Business of Media: Corporation Media and the Public Interest*. US: Pine Forge Press.)
- Croteau, D., Hoynes, W. (2007) 。yunying meiti: zai shangye meiti yu gonggong liyi zhijian (Dong guanpeng, Jincheng, Trans.). Beijing: Qinghua daxu chubanshe 。(Original book: Croteau, D., Hoynes, W. [2007]. *The Business of Media: Corporation Media and the Public Interest*. US: Pine Forge Press.)
- 方仁 (2004) 。〈新型黨報，別開洞天——訪廣州日報報業集團總編輯薛曉峰〉。《傳媒觀察》，第 7 期，頁 15 。
- Fan Ren (2004). Xinxing Dangbao, biekai dongtian: fang Guangzhou ribao baoye jituan zong bianji Xuexiaofeng. *Chuanmei guancha*, 7, 15.
- 王利明、周志懿 (2006) 。〈李長春視察天津日報發行站：充分肯定天津日報報業集團發行體制改革經驗〉。《傳媒》，第 5 期，頁 4 。
- Wang Liming, Zhou Zhiyi (2006). Lichangchun shicha Tianjin ribao faxing zhan: chongfen kending Tianjin ribao baoye jituan faxing tizhi gaige jingyan. *Chuanmei*, 5, 4.
- 王放 (1999) 。〈銷量取決於品質：廣州日報發行破百萬的啟示〉。《新聞記者》，第 4 期，頁 38-40 。
- Wang Fang (1999). Xiaoliang qujue yu pinzhi: Guangzhou ribao faxing po baiwan de qishi. *Xinwen jizhe*, 4, 38-40.
- 王放 (1998) 。〈中國式的報紙專賣店：廣州日報連鎖店〉。《新聞記者》，第 8 期，頁 29-30 。
- Wang Fang (1998). Zhongguo shi de baozhi zhuanmai dian: Guangzhou ribao liansuo dian. *Xinwen jizhe*, 8, 29-30.
- 王鼎 (2007 年 11 月 7 日) 。〈粵傳媒：行業競爭激烈，公司前景可期〉。廣發證券研究報告。
- Wang Ding (2007). Yuechuanmei: hangye jingzheng jilie, gongsi qianjing keqi. *Guangfa zhengquan yanjiu baogao*.
- 王碩 (2008) 。〈特事特辦：胡耀邦與經濟特區〉。《炎黃春秋》，第 4 期，頁 36-40 。
- Wang Shuo (2008). Teshi teban: Huyaobang yu jingji tequ. *Yanhuang chunqiu*, 4, 36-40.
- 尹連根 (2003) 。〈為什麼要由表及裡：關於南方日報改擴版的研究〉。《新聞界》，第 1 期，頁 3 。
- Yin Liangen (2003). Weishenme yao youbiaojili: guanyu nanfang ribao gaikuo ban de yanjiu. *Xinwenjie*, 1, 3.

- 北京世紀華文國際傳媒諮詢公司(2007年3月)。《珠三角報業零售市場狀況》，上網日期：2007年5月30日，取自華文報刊網，<http://www.chinesebk.com/sanya/meiti/200705/4511.html>。
- Beijing shiji huawen guoji chuanmei zixun gongsi(2007). *Zhusanjiao baoye lingshou shichang zhuangkuang*, retrieved May 30, 2007 from huawen baokan wang, <http://www.chinesebk.com/sanya/meiti/200705/4511.html>.
- 石峰(2006)。〈總結經驗深化改革，全面推進報業集團建設的新階段〉。崔保國(編)，《2006年：中國傳媒產業發展報告》(頁25)。北京：社會科學文獻出版社。
- Shi Feng (2006). *Zongjie jingyan shenhua gaige, quanmian tuijin baoye jituan jianshe de xin jieduan*. Cui Baoguo (bian), In *2006 nian: zhongguo chuanmei chanye fazhan baogao* (p.25). Beijing: Shehui kexue wenxian chubanshe.
- 任琦(2008)：〈黨報能否面向市場贏得市場：看廣州日報的實踐與回答〉。《新聞實踐》，第4期，頁16。
- Ren Qi (2008). *Dangbao nengfou mianxiang shichang yingde shichang: kan Guangzhou ribao de shijian yu huida*. *Xinwen shijian*, 4, 16.
- 任劍濤(2008)。〈30年改革：廣東試驗的中國意義〉。《中山大學學報(社會科學版)》，第4期，頁1-14。
- Ren Jiantao (2008). *sanshi nian gaige: Guangdong shiyan de zhongguo yiyi*. *Zhongshan daxue xuebao (shehui kexue ban)*, 4, 1-14.
- 朱濤(2007)。〈第一財經日報發行體系再造〉。《新聞記者》，第4期，頁83-84。
- Zhu Tao (2007). *Diyi caijing ribao faxing tixi zaizao*. *Xinwen jizhe*, 4, 83-84.
- 朱學東(2007)。〈生活在媒體的世界裡〉。《南風窗》，10月(下)，頁82。
- Zhu Xuedong (2007). *Shenghuo zai meiti de shijie li*. *Nanfengchuang*, October (II), 82.
- 谷虹(2006)。〈速讀時代的報業競爭方略：廣州日報報業集團2006年三大運營舉措解讀〉。《中國記者》，第12期，頁82。
- Gu Hong (2006). *Sudu shidai de baoye jingzheng fanglue: Guangzhou ribao baoye jituan erlinglingliu nian sanda yunying jucuo jiedu*. *Zhongguo jizhe*, 12, 82.
- 谷虹、陳雨(2003)。〈試析《南方日報》改版與廣告經營的聯動效應〉。《新聞界》，第5期，頁3-4。
- Gu Hong, Chen Yu (2003). *Shi xi nanfang ribao gaiban yu guanggao jingying de liandong xiaoying*. *Xinwen jie*, 5, 3-4.
- 李子彪(2000)。〈廣東報業的現狀與發展〉。《新聞戰線》，第2期，頁16-17。
- Li Zibiao (2000). *Guangdong baoye de xianzhuang yu fazhan*. *Xinwen zhanxian*, 2,

16-17.

李大同(2006)。《用新聞影響今天：冰點週刊記事》(電子版)。香港：泰得出版有限公司。

Li Datong (2006). *Yong xinwen yingxiang jintian: bingdian zhoukan jishi*. Xianggang: taide chuban youxian gongsi.

李志成(1996)。〈上海三報新年辦報新思路——訪解放日報、文匯報、新民晚報三總編〉。《傳媒觀察》，第1期，頁7-8。

Li Zhicheng (1996). Shanghai san bao xinnian ban bao xin silu: fang jiefang ribao, wenhui bao, xinmin wanbao san zongbian. *Chuanmei guan cha*, 1, 7-8.

李羅力(2008)。〈再談新時期深圳改革開放的定位和方向〉。《開放導報》，第1期，頁6。

Li Luoli (2008). Zaitan xin shiqi Shenzhen gaige kaifang de dingwei he dingxiang. *Kaifang daobao*, 1, 6.

阿計(2008)。〈深圳政改先鋒劇啟幕〉。《民主與法制》，第14期，頁7-10。

Aji (2008). Shenzhen zhenggai xianfeng ju qimu. *Minzhu yu fazhi*, 14, 7-10.

何清漣(2004)。〈中國政府如何控制媒體〉。《當代中國研究》，第3期。

He Qinglian (2004). Zhongguo zhengfu ruhe kongzhi meiti. *Dangdai zhongguo yanjiu*, 3.

宋超(2000)。〈圍繞主題、突出主線：解放日報近年來組織戰役性報道的一點體會〉。《新聞戰線》，第12期，頁11-13。

Song Chao (2000). Weirao zhuti, tuchu zhuxian: jiefang ribao jinnian lai zuzhi zhanyixing baodao de yidian tihui. *Xinwen zhanxian*, 12, 11-13.

冷梅(2006a)。〈轉變觀念、創新思路、擴大主流媒體影響力：中宣部召開天津日報報業集團暨黨報發行體制改革研討會〉。《新聞戰線》，第10期。

Lengmei (2006a). Zhuanbian guannian, chuangxin silu, kuoda zhuliu meiti yingxiangli: zhongxuanbu zhaokai Tianjin ribao baoye jituan ji dangbao faxing tizhi gaige yantaohui. *Xinwen zhanxian*, 10.

冷梅(2006b)。〈深度·寬度·亮度：天津日報報業集團經營媒體的創新實踐〉。《新聞戰線》，第5期。

Lengmei (2006b). Shendu, kuandu, liangdu: Tianjin ribao baoye jituan jingying meiti de chuangxin shijian, *Xinwen zhanxian*, 5.

汪偉(2008年1月4日)。〈天津：黨報訂進大學生公寓〉。上網日期：2008年1月4日，取自中國共產黨新聞網，<http://cpc.people.com.cn/GB/64107/64110/6735773.html>。

Wang Wei (2008). Tianjin: dangbao ding jin daxuesheng gongyu. *Zhongguo*

政治控制、市場競爭與地方黨報的影響力：廣東、上海、天津的比較研究

gongchandang xinwen wang, retrieved January 4, 2008 from <http://cpc.people.com.cn/GB/64107/64110/6735773.html>.

- 吳文虎(1999)。〈廣東報業競爭的態勢與未來〉。《新聞大學》，春季號，頁66。
- Wu Wenhui (1999). Guangdong baoye jingzheng de taishi yu weilai. *Xinwen daxue, Spring Issue*, 66.
- 林如鵬、毛錦欽(2006)。〈論廣東報業競爭戰略的基本特徵〉。《暨南學報(哲學社會科學版)》，第3期，頁96。
- Lin Rupeng, Maojinqin (2006). Lun Guangdong baoye jingzheng zhanlue de jiben tezheng. *Jinan xuebao (zhexue shehui kexue ban)*, 3, 96.
- 周尚科(2008)。《論黨報黨刊發行：以解放日報和上海支部生活為例》。上海社會科學院新聞研究所碩士論文。
- Zhou Shangke (2008). *Lun dangbao dangkan faxing: yi jiefang ribao he shanghai zhibu shenghuo weili*. Shanghai shehui kexueyuan xinwen yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 周瑞金(2008年9月29日)。〈皇甫平文章引發一場思想交鋒〉。《財經》，第20期。
- Zhou Ruijin (2008). Huangfuping wenzhang yingfa yichang sixiang jiaofeng. *Caijing*, 20.
- 周瑞金(2003)。〈上海皇甫平文章發表前後——癸未羊年答新民週刊記者問〉。《炎黃春秋》，第9期。
- Zhou Ruijin (2003). Shanghai Huangfuping wenzhang fabiao qianhou: kuiwei yang nian da xinmin zhokan jizhe wen. *Yanhuang chunqiu*, 9.
- 宗合(2007)。〈滾動新聞：廣州日報的新武器〉。《青年記者》，7月(上)，頁49。
- Zong He (2007). Gundong xinwen: Guangzhou ribao de xin wuqi. *Qingnian jizhe, July (I)*, 49.
- 金宇(2007年6月25日)。〈新華傳媒：首家橫跨報紙和圖書發行的綜合媒體集〉。中國國際金融有限公司研究報告。
- Jin Yu (2007). Xinhua chuanmei: shoujia hengkua baozhi he tushu faxing de zonghe meiti ji. *Zhongguo guoji jinrong youxian gongsi yanjiu baogao*.
- 青木昌彥(2001)。《比較制度分析》(周黎安譯)。上海：遠東出版社，頁28–29。(原書Masahiko Aoki [2001]. *Toward a Comparative Institutional Analysis*. Cambridge, Mass: MIT Press.)
- Masahiko Aoki (2001). Bijiao zhidu fenxi (Zhou lian. Trans.). Shanghai: Yuandong chubanshe. (Original book: *Toward a Comparative Institutional*

Analysis. Cambridge, Mass: MIT Press,.)

- 馬修·根茨科、傑西·夏皮羅 (2008)。〈媒體競爭和事實真相〉(盧孔標譯)。《經濟學展望》，第 22 卷，第 2 期，頁 133–154。(原文 Matthew, G., Jesse M. S. [2008]. Competition and Truth in the Market for News. *Journal of Economic Perspectives*, 22(2), 133–154.)
- Matthew, G., Jesse M. S. (2008)。Lu kongbiao. Trans. Original article: Competition and Truth in the Market for News. *Journal of Economic Perspectives*, 22(2), 133–154.)
- 〔美〕約翰·C·梅裡爾 (1988)。《世界新聞大觀》(杜躍進等譯)。鄭州：河南人民出版社。
- Merrill, J. C. (1988). *Shijie xinwen daguan*. (Du yaojin et al. Trans.) Zhengzhou: Henan renmin chubanshe.
- 姚林 (2004 年 12 月 21 日)：〈中國財經類報紙發展趨勢報告發佈〉。《21 世紀經濟報道》2004 年會，上網日期，2004 年 12 月 21 日，取自搜狐網，<http://business.sohu.com/20041221/n223586227.shtml>。
- Yao Lin (2004). *Zhongguo caijing baozhi fazhan qushi baogao fabu*. 21 shiji jingji baodao 2004 nianhui, retrieved December 21, 2004 from Sohu: <http://business.sohu.com/20041221/n223586227.shtml>.
- 胡新 (2000)。〈上海市委宣傳部對違規報紙通報批評〉。《報刊管理》，第 6 期，頁 4。
- Hu Xin (2000). Shanghai shiwei xuanchuanbu dui weigui baozhi tongbao piping. *Baokan guanli*, 6, 4.
- 洪峰 (2008)。〈從廣東電視新聞變臉看與境外媒體的競爭〉。《視聽界》，第 4 期，頁 105–107。
- Hong Feng (2008). Cong Guangdong dianshi xinwen bianlian kan yu jingwai meiti de jingzheng. *Xin ting jie*, 4, 105–107.
- 侯兵 (1999)。〈創新：不懈的追求——天津日報加大力度改革新聞版〉。《新聞戰線》，第 9 期，頁 16。
- Hou Bing (1999). Chuangxin: buxie de zhuiqiu: Tianjin ribao jiada lidu gaige xinwen ban. *Xinwen zhanxian*, 9, 16.
- 健吾、修平 (2001)。〈努力增強報業集團的核心競爭力：解放日報報業集團建設的思考與實踐〉。《中國報業》，第 1–2 期，頁 7–13。
- Jianwu, Xiuping (2001). Nuli zengqiang baoye jituan de hexin jingzhengli: jiefang ribao baoye jituan jianshe de sikao yu shijian. *Zhongguo baoye*, 1–2, 7–13.
- 唐小兵、黃蓉芳、陳新華 (2002)。〈叩響市場之門，引領報業風騷：廣州日報

政治控制、市場競爭與地方黨報的影響力：廣東、上海、天津的比較研究

報業集團成立五周年回顧之二》。《當代傳播》，第1期，頁16-17。

Tang Xianbing, Huang Rongfang, Chen Xinhua (2002), Kouxiang shichang zhi men, yingling baoye fengsao: Guangzhou ribao baoye jituan chengli wu zhounian huigu zhi er. *Dangdai chuanbo*, 1, 16-17.

陳子文(2007)。〈廣東報業進入拐點期的產業組織分析：以四大報業集團為例〉。《新聞傳播》，第3期，頁45。

Chen Ziwen (2007). Guangdong baoye jinru guaidian qi de chanye zuzhi fenxi: yi sida baoye jituan weili. *Xinwen chuanbo*, 3, 45.

陳紅梅(2004)。〈上海報業：競爭走向新格局〉。《新聞實踐》，第1期，頁7-8。

Chen Hongmei (2004). Shanghai baoye: jingzheng zouxiang xin geju. *Xinwen shijian*, 1, 7-8.

陳懷林(1999)。〈九十年代中國傳媒的制度演變〉。《二十一世紀》，總第35期。

Chen Huailin (1999). Jiushi niandai zhongguo chuanmei de zhidu yanbian. *Ershiyi shiji*, 35.

高白(1992)。〈解放日報邀上海評論家座談小平講話，評論要為改革開放鳴鑼開道保駕護航〉。《新聞記者》，第5期，頁3-6。

Gao Bai (1992). Jiefang ribao yao shanghai pinglunjia zuotan Xiaoping jianghua, pinglun yao wei gaige kaifang mingluo kaidao baojia huhang. *Xinwen jizhe*, 5, 3-6.

浦任(2001)。〈廣州日報報業集團：洗出來的現代報業〉。《瞭望新聞週刊》，第22期，頁46。

Pu Ren (2001). Guangzhou ribao baoye jituan: xi chulai de xiandai baoye. *Liaowang xinwen zhoukan*, 22, 46.

徐振華(2010年9月4日)。〈兩種不同性質的民主不可混淆〉。《光明日報》，第2版。

Xu Zhenhua (2010). Liangzhong butong xingzhi de minzhu buke hunxiao. *Guangming* (2nd Edition), p. 2.

徐勝(2003)。〈傳統黨報靠什麼起飛？天津日報改革解析〉。《中國記者》，第2期，頁10-13。

Xu Sheng (2003). Chuantong dangbao kao shenme qifei? Tianjin ribao gaige jixi. *Zhongguo jizhe*, 2, 10-13.

笑蜀(2009)。〈中國市場化媒體的光榮與險阻〉。《南風窗》，第24期。

Xiaoshu (2009). Zhongguo shichanghua meiti de guangrong yu xianzu. *Nanfengchuang*, 24.

黃升民、周豔(2005)。《中國報刊媒體產業化經營趨勢》。北京：中國傳媒大

學出版社。

Huang Shengmin, Zhou Yan (2005). *Zhongguo baokan meiti chanye hua jingying qushi*. Beijing: zhongguo chuanmei daxue chubanshe.

黃磊、金城(2008年11月12日)。〈李灝：改革者，要明白事理，更要奮不顧身〉。《21世紀經濟報道》。

Huang Lei, Jin Cheng (2008). Lihao: gaigezhe, yao mingbai shili, gengyao fengbugusheng. *Ershiyi shiji jingji baodao*.

梁海燕(2003)。〈報紙贏家之廣州日報〉。《中國廣告》，第1期，頁19-20。

Liang Haiyan (2003). Baozhi yingjia zhi Guangzhou ribao. *Zhongguo guanggao*, 1, 19-20.

遊夢華(2007)。〈制度變遷與廣東報業發展七階段〉。《經濟前沿》，Z1期，頁117-121。

You Menghua (2007). Zhidu bianqian yu Guangdong baoye fazhan qi jieduan. *Jingji qianyan*. Z1, 117-121.

崔恩卿(2003)語。新浪網(編)，《總編理念和傳媒精神》(頁48)。北京：線裝書局。

Cui Enqing (2003). Xinlangwang (bian). *Zongbian linian he chuanmei jingsheng* (p.48). Beijing: Xianzhuang shuju.

張松平(1998)。〈「東方風來滿眼春」寫作前後：訪深圳特區報副總編輯陳錫添〉。《深圳特區報通訊》，第5期。

Zhang Songping (1998). 'Dongfang fenglai manyan chun' xiezuo qianhou: fang Shenzhen tequ bao fu zongbianji Chenxitian. *Shenzhen tequ bao tongxun*, 5.

張裕亮(2004)。〈從黨的喉舌到黨營傳媒企業：廣州日報制度變革分析〉。《中國大陸研究》，第3期。

Zhang Yuliang (2004). Cong dang de houshe dao dang ying chuanmei qiye: Guangzhou ribao zhidu biange fenxi, *Zhongguo dalu yanjiu*, 3.

張建星(2005)。《傳媒的運營時代——從媒體經營到經營媒體30講》。上海：文匯出版社。

Zhang Jianxing (2005). *Chuanmei de yunying shidai: cong meiti jingying dao jingying meiti sanshi jiang*. Shanghai: Wenhui chubanshe.

張建星(2004)。《新聞的創意時代》。上海：文匯出版社。

Zhang Jianxing (2004). *Xinwen de chuanyi shidai*. Shanghai: Wenhui chubanshe.

張漢青(1997)。〈改革開放：習仲勳帶領廣東先走一步〉。《炎黃春秋》，第4期，頁31-33。

Zhang Hanqing (1997). Gaige kaifang: Xizhongxun dialing Guangdong xian zou

政治控制、市場競爭與地方黨報的影響力：廣東、上海、天津的比較研究

yibu. *Yanhuang chunqiu*, 4, 31–33.

張歡 (2008年)。〈報業狂人黎元江的紅與黑〉。《南方人物週刊》，4月21日，頁44。

Zhang Huan (2008). Baoye kuangren Liyuanjiang de hong yu hei. *Nanfang renwu zhoukan*, April 21, 44.

鄧應華 (2006)。〈探索創新模式，確保黨報發行：天津日報報業集團暨黨報發行體制改革研討會綜述〉。《中國報業》，第11期，頁7、8、21。

Deng Yinghua (2006). Tansuo chuangxin moshi, quebao dangbao faxing: Tianjin ribao baoye jituan ji dangbao faxing tizhi gaige yantaohui zongshu. *Zhongguo baoye*, 11, 7, 8, 21.

程士安 (2007)。〈新媒體時代黨報的發展與創新：與解放日報報業集團黨委書記、社長尹明華一席談〉。《新聞大學》，第2期，頁1–9。

Chengshian (2007). Xin meiti shidai dangbao de fazhan yu chuangxin: yu jiefang ribao baoye jituan dangwei shuji, shezhang Yinminghua yixitan. *Xinwen daxue*, 2, 1–9.

賈春國 (2006)。〈黨報內參的作用〉。上網日期，2006年5月15日，取自人民網，<http://media.people.com.cn/GB/22114/67269/4539850.html>。

Jiachunguo (2006). Dangbao neican de zuoyong, retrieved May 15, 2006 from Renminwang <http://media.people.com.cn/GB/22114/67269/4539850.html>

聞道 (1997)。〈辦出深圳特色，為改革開放 喊：深圳特區報特色淺議〉。《當代傳播》，第5期，頁60–61。

Wendang (1997). Ban chu Shenzhen tese, wei gaige kaifang nahan: Shenzhen tequ bao tese qian yi. *Dangdai chuanbo*, 5, 60–61.

靖鳴 (2008)。〈黨報不得批評同級黨委指示的來歷〉。《炎黃春秋》，第7期，頁32–38。

Jingming (2008). Dangbao bude piping tongji dangwei zhishi de laili. *Yanhuang chunqiu*, 7, 32–38.

楊靜 (2002年)。〈六城市報紙影響力研究〉。《中華新聞報》，4月2日，第5版。

Yang Jing (2002). Liu chengshi baozhi yingxiangli yanjiu. *Zhonghua xinwen bao*, April 2, 5.

楊興鋒 (2005)。〈由南方日報看黨報的新定位〉。《採寫編》，第4期，頁7–9。

Yang Xingfeng (2005). You nanfang ribao kan dangbao de xin dingwei. *Caixiebian*, 4, 7–9.

楊興鋒 (2004)。《高度決定影響力》。廣州：南方日報出版社。

Yang Xingfeng (2004). *Gaodu jue ding yingxiangli*. Guangzhou: Nanfang ribao

chubanshe.

雷仲予(2007)。〈1992年一次不平凡的隨行採訪〉。《炎黃春秋》，第8期，頁24-26。

Lei Zhongyu (2007). yijiujuer nian yici bu pingfan de suixing caifang. *Yanhuang chunqiu*, 8, 24-26.

鄭世傑、張樹德(2006)。〈廣州日報要聞版改革觀察〉。《青年記者》，第6期，頁45-46。

Zheng Shijie, Zhang Shude (2006). Guangzhou ribao yaowen ban gaige guan cha. *Qingnian jizhe*, 6, 45-46.

鄭保衛(2005)。《中國共產黨新聞思想史》。福州：福建人民出版社，頁452。

Zheng Baowei (2005). *Zhongguo gongchangdang xinwen sixiangshi* (p.452). Fuzhou: Fujian renmin chubanshe.

趙月枝(2008)。〈選擇性新自由主義的困境：中國傳播政治的轉型〉。《二十一世紀》，6月號，頁9。

Zhao Yuezhi (2008). Xuanzexing xin ziyou zhuyi de kunjing: zhongguo chuanbo zhengzhi de zhuanxing. *Ershiyi shiji*, June, 9.

趙鼎新(2006)。《社會與政治運動講義》。北京：社會科學文獻出版社。

Zhao Dingxin (2006). *Shehui yu zhengzhi yundong jiangyi*. Beijing: Shehui kexue wenxian chuabanshe.

趙凱(2000)。〈黨報如何迎接新世紀的挑戰？：辦好解放日報的幾點思考〉。《新聞記者》，第3期，頁4-6。

Zhao Kai (2000). Dangbao ruhe yingjie xin shiji de tiaozhan ? ban hao jiefang ribao de jidian sikao. *Xinwen jizhe*, 3, 4-6.

劉伯賢(2007)。《入世背景下的黨報運營：一種媒介生態學視角》。北京：中國傳媒大學出版社。

Liu Boxian (2007). *Rushi Beijing xia de dangbao yunying: yizhong meijie shengtai xue shijiao*. Beijing: Zhongguo chuanmei daxue chubanshe.

劉萬超(2008)。〈廣州日報的經營成績緣何高位攀升〉。《今傳媒》，7月，頁46。

Liu Wanchao (2008). Guangzhou ribao de jingying chengji yuanhe gaowei pansheng. *Jin chuanmei*, July, 46.

賴家彥(2008)。〈南方報業傳媒機關核心能力分析〉。南方報業傳媒集團新聞研究所(編)，《南方傳媒研究·第十四輯：報業生存》(頁187)。廣州：南方日報出版社。

Lai Jiayan (2008). Nanfang baoye chuanmei jiguan hexin nengli fenxi. Nanfang

政治控制、市場競爭與地方黨報的影響力：廣東、上海、天津的比較研究

- baoye chuanmei jituan xinwen yanjiusuo (bian). *Nanfang chuanmei yanjiu dishisiji: baoye shengcun* (p.187). Guangzhou: Nanfang ribao chubanshe.
- 謝汝章 (1991)。〈自辦發行闖新路，廣東黨報第一家：湛江日報自辦發行科學決策探析〉。《行政管理研究》，第3期，頁17-19。
- Xie Ruzhang (1991). Zi ban faxing kai xinlu, Guangdong dangbao diyi jia: Zhanjiang ribao zi ban faxing kexue juece tanxi. *Xingzheng guanli yanjiu*, 3, 17-19.
- 盧荻 (2008a)。〈勇當改革開放的排頭兵 (一)：廣東省原省長劉田夫訪談錄〉。《百年潮》，第7期，頁57-62。
- Lu Di (2008a). Yong dang gaige kaifang de paitou bing (yi): Guangdong sheng yuan shengzhang Liutianfu fangtan lu. *Bainian chao*, 7, 57-62.
- 盧荻 (2008b)。〈勇當改革開放的排頭兵 (二)：廣東省原省長劉田夫訪談錄〉。《百年潮》，第8期，頁11-16。
- Lu Di (2008b). Yong dang gaige kaifang de paitou bing (yi): Guangdong sheng yuan shengzhang Liutianfu fangtan lu. *Bainian chao*, 8, 11-16.
- 藍芳 (1999)。〈在改革中塑造市場主體：南方日報報業集團發展記〉。《中國出版》，第5期，頁30-31。
- Lan Fang (1999). Zai gaige zhong suzao shichang zhuti: nanfang ribao baoye jituan fazhan ji. *Zhongguo chuban*, 5, 30-31.
- 蘇維民 (2008)。〈改革開放之初楊尚昆在廣東〉。《百年潮》，第2期，頁18-24。
- Su Weimin (2008). Gaige kaifang zhichu Yangshangkun zai Guangdong. *Bainian chao*, 2, 18-24.
- 《南方日報》(2010年9月6日)。〈政治體制改革：未來特區新使命〉，觀點。
- Nanfang Ribao* (Sep. 6, 2010). Zhengzhi tizhi gaige: weilai tequ xin shiming, guandian.
- 《廣東支部生活》(2003)。〈走進南方日報報業集團社長〉，第1期。
- Guangdong Zhibu Shenghuo* (2003). Zoujin nanfang ribao baoye jituan shezhang, 1.
- 《媒介中國》(2007)。〈主動出擊，制勝千里：廣州日報廣告處處長巫穗生〉，3月號，頁81。
- Meijie Zhongguo* (2007). Zhudong chuji, zhisheng qianli: Guangzhou ribao guanggaochu chuzhang Wuhuisheng, Mar., 81.
- 《天津日報》(2009年1月7日)。〈市委宣傳部為基層黨組織和計程車行業贈閱天津日報〉，第1版。
- Tianjin Ribao* (Jan.,7, 2009). Shiwei xuanchuanbu wei jiceng dang zuzhi he jichengche hangye zengyue Tianjin ribao, p.1.

英文部分 (English Section)

- Lee, C. C., He, Z., Huang, Y. (2007). Party-market corporatism, clientelism, and media in Shanghai. *Press/ Politics*, 12(3), 21–42.
- Houn, W. F. (1958). Chinese Communist control of the press. *The Public Opinion Quarterly*, 22(4), 440–441.
- Fisk, G. (1959). Media influence reconsidered. *The Public Opinion Quarterly*, 23(1), 86.
- Li, X. P. (1991). The Chinese television system and television news. *The China Quarterly*, 126, 349.
- Liu, H. (1998). Profit or Ideology? The Chinese press between party and market. *Media, Culture & Society*, 20(1), 32.

本文引用格式

劉偉偉 (2013)。〈政治控制、市場競爭與地方黨報的影響力：廣東、上海、天津的比較研究〉。《傳播與社會學刊》，第 24 期，頁 153–192。

鳴謝

基金專案：上海市教委「上海高校選拔培養優秀青年教師科研專項基金」專案 (編號 SZ110007)；上海市教委科研創新專案 (編號 12YS177)；上海政法學院青年科研基金專案 (編號 QZ20121002)。