

中國大陸廣播影視集團政策的 政治經濟分析

賴祥蔚*

《本文節要》

二〇〇一年十二月六日，號稱中國大陸最大廣播影視集團的「中國廣播影視集團」正式成立，該集團不只整合了中央電視台，中央人民廣播電台、以及中國國際廣播電台，還納進許多中央級的廣播影視機構，固定資本超過兩百億人民幣。

既然集團化的實踐早已自發性的存在，為何大陸當局必須透過公共政策，以正式文件來加速推動？本文首先將以政治經濟學分析是什麼因素，促成集團化政策此一公共政策的出現；其次分析集團化政策的限制。

關鍵詞：大陸、廣電、集團、中央電視台、世界貿易組織、政治經濟學

* 本文作者賴祥蔚現為政大政治系博士候選人、文大大傳系兼任講師；
E-mail: weber@staff.pccu.edu.tw

壹、前言

二〇〇一年十二月六日，號稱中國大陸最大廣播影視集團的「中國廣播影視集團」正式掛牌成立，該集團的成立，不只整合了大陸的中央三台，亦即中央電視台，中央人民廣播電台、以及中國國際廣播電台，還納進了中國電影集團公司、中國廣播電視傳輸網絡公司、和中國廣播電視互聯網站等中央級廣播影視機構，其固定資本超過兩百億人民幣，年收入將近百億（聯合報，2001）。

中國廣播影視集團的成立，似乎是大陸國務院在一九九九年發佈八二號文件之後的一次具體實踐。八二號文件提到了幾個核心內容，其中之一，正是電視與廣播、有線與無線合併（黃升民，2000）。然而，大陸廣播影視機構的集團化，絕非始自於此，不僅早於中國廣播影視集團的成立，也早於八二號文件的提出。事實上，早在中國廣播影視集團掛牌之前許久，就有許多的地方級廣播影視集團成立，例如無錫廣播影視集團在一九九九年六月自行掛出集團的招牌，至於第一個官方認可的為二〇〇〇年十二月掛牌的湖南廣播影視集團（新華社，轉引自明日報，2000e）；就實際進展來看，上海早在一九八七年就在大陸率先進行了五台三中心，雖無集團之名，卻有集團之實（曉菲、曉鋒，2000），隔年還進行了財政總承包（宋紅梅、王菲、周艷、李燕玲，2000）。甚至是中央層級的中央電視台，也早有相關動作，在一九九五年中央電視台就草擬出了一份「“九五”實行集團化經營的初步設想」。

既然集團化的實踐早已自發性的存在，為何大陸當局必須透過公共政策，以正式文件來加速推動？相關政策提出的時間點又是根據什麼因素來決定？對這些問題的了解，將有助於對集團化政策的認識與分析。本文首先將分析是什麼因素，促成集團化政策此一公共政策的出現；其次，本文要分析集團化政策的內在限制；第三，討論集團化政策的外在限制。

全文除前言、結語外，將依次針對研究方法、集團化政策的出現、集團化政策的內在限制、與集團化政策的外在限制進行分析。

貳、研究方法：整合性觀點的政治經濟學

公共政策的本質，在對於現存或生產過程中的社會價值，做權威性的分配。這種價值的分配，對於體系中身處不同結構地位的利益涉及者（interest-involved

actors) 發生不同的影響。這些利益涉及者的主觀努力與客觀的政治經濟結構，將會促成一個政策的出現、定型、和變遷（蕭全政，1994）。因此本文將以政治經濟學的分析途徑，進行此一研究。當代主要的政治經濟學派，具代表性的包括：現代政治經濟學、馬克思主義的政治經濟學、與公部門政治經濟學等等，派別繁多。由於承襲了不同的理論典範，這些不同的政治經濟學之學派，遂也承襲了各理論典範的特定立場與意識型態。因此，這些學派的觀點各有所長，也均不免偏失。本研究試圖從一種從結構性的角度出發，採取整合性觀點，亦即以實存的社會為背景，並以分析、解決重要政治經濟問題為導向（problem oriented）（Skocpol, 1984）。

整合性觀點的政治經濟分析途徑，上接古典政治經濟學的傳統與精神，希冀能兼容前述當代政治經濟學派的主張。整合性觀點認為，利益的追求乃是政治與經濟的相同本質，只不過經濟化邏輯強調的是資源的極佳化，而政治化邏輯強調的則是資源的最大化（蕭全政，1994）。

對於行為者而言，促使其對於問題產生不同詮釋、反應或行動而影響社會變遷的，該是其立場（standpoint）而不是意識型態。主觀的意識型態差異，固然也是造成立場不同的原因之一，但是立場的形成，也受到行為者在客觀結構中身分與地位的影響，使行為者產生了不同的利害關係，甚至幫助行為者從中確認出「自己」，以決定什麼選擇才是真正自利（self-interested）；由於行為者的立場不必然只具有個人屬性，故自利不必然是自私的。行為者各以稟賦（endowments）去追求利益，稟賦隱含行為者之間的結構關係，與其面臨的機會與限制。行為者依其立場，基於稟賦，選擇自利的途徑與策略。就整體結構來看，如能釐清各行為者之間的靜態結構關係與動態互動過程，當更能了解經濟邏輯與政治邏輯的運作實況（蕭全政，1994）（註一）。

追求利益是政治行為與經濟行為的核心動機，凡有助其生存與發展的都是其利益，包括了目的利益與工具利益，二者都是行為者爭奪的標的。工具利益通常以偏差（bias）的方式，亦即涉及相關行為者間資源利用與分配的特定模式，隱藏於制度及文化層次的結構中，正如雪特史耐龍（Schattschneider）所說的：「組織本身即是某種偏差的動員。」至於行為者以稟賦奪取利益的潛在能力，即其權力；依照 Lukes 的說法，權力以利益衝突為要件，除了決策與非決策兩類之外，也可能存在於行為者主動影響、塑造或決定其他行為者的慾望與偏好，也可能存在於整體系統偏差的動員、再造、與強化中（蕭全政，1994）。

本文即以此一整合性觀點的政治經濟學，進行廣電影視集團化政策的分析，以

深入了解該政策的內涵，而非僅止於文字的理解。

參、中國大陸集團化政策的出現

廣播影視集團化政策在大陸的出現，有其特殊的背景。因此必須先簡介中國大陸的獨特黨國體制、集團化政策提出之前的相關發展，然後再論及其集團化政策的產生。

一、共產國家的傳播理論與黨國體制

傳媒不但是社會的歷史產物，而且非常具有政治性。McQuail 就認為，傳媒機構典型的意義框架，可能符合支配的權力結構（McQuail, 2000）。Siebert 等學者在其一九七四年出版的《報業的四種理論》中，將各國的報業理論劃分為古老集權、自由放任、蘇聯共產、與社會責任等四種，並分別敘述其哲學基礎與外顯特徵（Siebert, F. S. & Peterson, T. & Schramm W., 1974）（註二）。其中，蘇聯共產模式被認為是其他共產國家發展的典型。

根據 Siebert 等學者的分析，不同的傳播理論之所以形成，乃是因為對於某些基本的哲學基礎看法不同，包括：人的本質、社會與國家的本質、國家與國人的關係、以及知識與真理的本質等等（Siebert, 1974）。

蘇聯共產理論的基本哲理，根據 Siebert 等人的歸納，其哲學基礎如下：人必須接受從階級立場出發的指導，黨與國家已經提供了真理，傳媒則是國家的工具，主要功能在宣傳此一真理以及黨國為實踐真理所制訂的政策。相對的，世人所熟悉的自由放任或社會責任理論則是：人被認為是具有分辨是非理性的個體，不需依附國家或社會指導；尋求真理則是上天賦予人的權力，而傳媒正是尋求真理所必須的伙伴，也是各種意見與資訊的自由市場（Siebert, 1974）。

此一理論，與共產國家的黨國體制結合良好。黨國體制的出現，其實與馬克思或恩格斯等人其實沒有關係，這個概念的出現，有其歷史原因。在一九一七年俄國革命成功之後，本來仍存在著多黨制，甚至在共黨內也存在著不同派別。直到「喀琅施塔得叛亂」（Kronstadt Mutiny）之後，一黨政治才由列寧提出，作為一種臨時對策。在一九二一年俄共第十次代表大會上，列寧進一步提出共產黨領導一切政治經濟工作的思想，構成「黨國」觀念的基礎。到了史達林掌政，更對列寧的闡述加以強化和發揮，尤其在領袖個人崇拜方面（蘇紹智，1995）。

關於「黨國」，知名的政治學者 Kornai 在其《社會主義制度》一書中，對這個

名詞作了比較全面的研究。他說：

「在某些社會主義國家中，憲法規定國家的領導力量是共產黨。但在實踐上，這個領導作用如何運作，並沒有詳細的說明。首先，黨和國家的活動密切交織，黨是支配力量。在實踐中，黨的權限包括：

- 一、一切主要的任命、晉升、和撤職都是由黨的各個組織所決定。
- 二、黨組織在國家的每一主要事務所作的決策，都先於國家組織所作的決策。
- 三、黨組織直接聯繫國家機構，造成不合理的重複。
- 四、黨組織的任務包括對國家機關的監督，如發現任何特殊現象，立即報告。

在憲法規定下，國家官員、議會成員、委員或法官，沒有服從黨的指示的責任。但是，他們大多數是黨員，因而有責任執行黨的指示。」（Kornai, 1992）。

在傳媒領域，根據傳播學者 Schramm 的歸納，蘇聯共產體制的傳媒體制具有以下特色（Schramm, 1957）：

一、大眾傳播事業已發展成為政府主要的部門之一，具有輔助性的功用，政府藉之而完成施政，因此是政府的「工具」。

二、大眾傳播媒體是「計畫化」的，政府對於大眾傳播應該具有的功能，均有積極而詳細的規定與指導。

三、新聞的即時性（timeliness）不重要，國家對新聞加以選擇、解釋，來促進國家的目的，才是重點。

四、當國家問題緊迫而嚴重時，大眾傳播媒體應即轉向這些問題，娛樂只是毫無價值的服務。列寧甚至說，報紙（等傳媒）應該是「集體的宣傳者，集體的煽動者……集體的組織者。」

五、媒體必須為政府所控有、所運用。指導媒體的最後任務落在共產黨身上。因為黨與國家所具有的一套思想已經是「真理」之所在，傳播媒體自然只能傳播這一套真理。

二、中國大陸的傳播理論與黨國體制

McQuail 認為，中共早期也是一如前述，黨國壟斷傳媒等前面提及的一些主要特徵，在各個時期都有體現（施唯，1993）。許多學者也依循此一分類，將中共歸入共產集權傳播理論，理所當然的視中共傳播體制的建立乃是移植蘇聯經驗而來（王毓莉，1998）。

然而，即使與蘇聯關係較為密切的中歐與東歐的前共產政權，在傳媒發展上也

未必盡如蘇聯，甚至相似的階段只不過短暫的幾年（Collin, 1998）（註三），更何況是與蘇聯交惡甚早的中共。陳力丹等大陸學者就指出，中共歷來的領導人對於傳播的看法，在決定大陸傳播理論上也起著一定程度的作用。就此而論，似乎不宜認定大陸的傳播理論與發展完全等同於蘇聯理論。事實上，中共早期取得政權的經過，也是捨棄蘇聯經驗才得來的成果（陳力丹，1997），因此若說中共在傳播理論與發展上會完全模仿蘇聯，反而不見得合理。尤其是改革開放之後，在鄧小平「建設具有中國特色的社會主義」路線下，大陸的傳播發展更與「蘇聯共產傳播理論」漸行漸遠。

爲了釐清大陸體制對於電視等傳媒的制約，以下將進一步分析中共現行體制的特徵與後來的發展：

在黨的部份，中共把整個中國社會體系分爲六個系統，其中之一，正是管理意識型態工作的宣傳系統，而負責控制全國的意識型態、新聞媒體、和文化事業的機關，則是中共中央宣傳部（蘇紹智，1995）。

蘇紹智指出，中國共產黨在建國之初，就自覺的以蘇聯的布爾什維克黨爲學習榜樣，但既然是在中國土地上發生和發展，不能不受中國國情影響。例如在黨政集權上，中共建政前後，各地根據地分散，交通不便，不可能建立完全的集權制。但是毛澤東於建國前後一再強調集權問題。一九五八年，毛澤東提出「大權獨攬，小權分散，黨委決定，各方去辦」以及「書記掛帥」等原則，進一步強化了以黨代政的集中制（蘇紹智，1995）。毛澤東並且透過政治鬥爭，成功的逐步剷除其心目中的政敵。鄒讜與 Fewsmith 等研究者就認爲，中共的政治就是鬥爭，而且獲勝的一派會在過程中完全消滅另一派，除非對方不具威脅性，或是當時的效益不符成本（Fewsmith, 1994）。

在經濟體制上，原本中共的打算是民族資本主義工商業將在相當長的時期內，與以重工業爲主體的社會主義工商業相安共存，這正是當時「新民主主義」的政策主張。但是社會主義工商業在資源競逐上，爭不過民族資本主義工商業，這不免使中共領導人難堪，也影響了中共的重工業優先發展戰略。於是中共將政治鬥爭那一套作法移植到經濟領域來，在一九五三年開始進行社會主義總路線的改造（林毅夫、蔡昉、李周，1999）（註四），亦即農業、手工業、和資本主義工商業，由私有制變成國有制或集體所有制形式，消滅具有威脅性的私有制。不過按照中共當局本來的設想，社會主義總路線應該是循序漸進，最初階段是私人資本越來越多的與國家資本相聯繫，即「國家資本主義」，但後來卻加速進行。在這一年，中共也掀

起學習蘇聯的熱潮，因而朝著計畫經濟的方向邁進（Fairbank & Macfarquhar, 1987）。儘管在一九五六年以後，中共已經不再無保留的學習蘇聯經驗，開始自謀出路（Fairbank & Macfarquhar, 1987）。此後公有制與中央計畫，依然成為中共經濟體制的主要特徵。

在所述的體制下，中共對於傳媒進行了全面的、多重的、徹底的直接監控。所謂全面的監控，指的是各種傳媒的內容、編排、財務、程序等，都受到黨的管制與安排；所謂多重的監控，是指中共對於傳媒的監控不是單線的、單一的控制，而是重複的；所謂徹底的監控，是指中共透過對於傳媒工作者的嚴格篩選、黨化與政治化的教育訓練，使之自覺的對黨忠誠（楊開煌，1999）。

這樣的體制，儘管可能產生缺乏激勵的弊端，其動員力在一開始對於中國大陸的經濟增長還是發揮了相當貢獻。然而，由於政治上的動盪不安，特別是長達十年的文化大革命，使中共的統治陷入正當性危機，於是有一九七八年中共十一屆三中全會之後，改革開放政策的提出，逐步引入市場機制，鬆動了原本的經濟體制，使得極權主義（totalitarianism）變成了威權主義（authoritarianism），造成李金銓所說的：意識型態不再介入所有領域、對意識型態的強調弱化、政治安定取代政治動員等三個主要變化。傳媒置身其中，自然也受到了影響（Lee, 1990）。

在政治改革上，中共雖然提到黨政分開，其實主要只關注行政改革的問題，黨政分開實際上做的不多，從精簡國務院機構來看，一九八二年、一九八八年、一九九三年、一九九八年，中共先後進行了四次國務院的機構重組，每次都發生在新的總理上任後。前幾次都是藉機替換自己人馬的味道多一些，只有在最近一次，才有了比較多的改革意義，目的是為了便利政企分開，所以乾脆「拆廟趕和尚」，直接把國企的上層機構給裁掉（鄭永年，1999）。由於許多大陸的企、事業單位都處於貼錢狀態，而大陸政府的財政能力在一九八〇年代不斷下降（王紹光、胡鞍鋼，1994），因此只好把這些企事業單位推向市場，前述的拆廟之舉也是配合此一作為。當局正是不願再繼續負擔傳媒的開銷，才將之推向市場，這也是李金銓所說的集權主義向威權主義轉化的經濟層面原因。

在主管電視管理的行政機構歷史沿革方面，一九四九年六月五日，中共將原新華總社的語言廣播部，擴充成立「中央廣播事業管理處」，與新華總社平行，同受中宣部領導；同年十月一日，又改組為「中央廣播事業局」，從政黨單位變成政府機構，隸屬政務院底下的新聞總署；一九五一年二月新聞總署撤銷，改隸文化教育委員會。一九八二年五月四日，中共實施「部委機構改革」，撤銷「中央廣播事業

局」，在國務院之下成立「廣播電視部」。一九八六年一月二十日，廣電部納入原本文化部的電影局，改名「廣播電視電影部」（呂郁女，1992）。一九九八年又再改制為「廣播電視電影總局」，仍為正部級。其中，一九八二年，國務院實行機構改革，在其他部門合併、精簡的情況下，中央廣播事業局卻升格為廣播電視部，反映出廣播電視的受到重視（王鋒，1998），隨之而來的是四級辦廣播電視政策的登場；但是在一九九八年，因為國務院部委的大幅裁撤，不免從部又變成了局。根據了解，這項轉變或許與總理朱鎔基政企、政事分家的經改立場有關（徐舫州，2002）（註五）。

研究者 Hong 指出，傳媒管理由黨政分工，黨管政策與內容，政府管行政事務，因此可以說傳媒是由政府經營，但卻是由黨來直接指導（Hong, 1988）。具體來看，在黨的部份，中共除了在黨中央設有「中央宣傳部」負責宣傳工作，中央政治局另有「意識型態及宣傳小組」制定新聞政策。至於國務院的行政管理，廣播電視與報紙等印刷品則是分道而行，前者是由正部級的「廣播電視電影總局」負責，後者則由「國家新聞出版總署」統籌（何川，1994）。

此外，中央與地方關係也不容忽略。原本大陸的政治體制設計，乃是政府官員向黨領導負責，不過 Shirk 指出，大陸領導人在爭奪領導權之時，必須在中央委員會裡形成有利的聯盟，因此黨領導也要向選出他們的中央委員會裡面的官員負責。雖然由上而下的權力，遠遠大於由下而上的權力，不過「雙向責任」（reciprocal accountability）確實存在。而且由於中央委員會中最大的團體是省級官員，遂強化地方分權的傾向（Shirk, 1994）。此一中央與地方關係，對於日後集團化政策的強調中央與省兩個層級也有影響。

三、集團化政策推出前的廣播電視發展

Hong 指出，大陸的傳媒架構有四個特徵：第一，全部國有；第二，高度中央化與階層化；第三，黨對傳媒的控制堪稱世界最嚴；第四，共黨控制傳媒的方法繁多，包括自我審查等等（Hong, 1988）。

大陸的傳媒只准黨國擁有，但還不只如此，因為包括廣播電視在內的傳媒，在大陸都屬於「事業」單位，行政化、附屬化、公益化是其基本特徵（李向陽，1994）。

關於事業單位，有研究者認為這是大陸「特有的提法」，是「社會主義建設實踐中形成的對非政府機關、企業組織、群眾團體的社會公共服務型事業組織的一種

約定俗成的名稱。」直到如今，對於究竟何為事業單位，還沒有定論，認定上也依著不同歷史階段而有別。一九七九年的《辭海》對事業單位的解釋為：「受國家機關領導、不實行經濟核算的部門或單位，所需經費由國庫支付。」（羅斌，1992）。但是由於傳媒相繼實施的「事業單位、企業管理」，包括一九七八年人民日報等為報業的試點之先，一九八八年廣東電視台等為廣電夜的試點之先（劍飛，2001），此一提法已不再合乎實際。簡單的說，不是政府機關、不是企業，原本不是創辦來賺錢的，而且由政府出錢的，都算事業單位。

在進入了市場經濟之後，有研究者進一步指出電視處於市場經濟中，已經不再適合作為事業單位。因為原本廣電機構作為事業單位，享有完全的財政補助，不必擔憂收入；改革開放之後，廣電機構走向市場，廣告逐漸成為主要收入來源。一九八五年，國務院將廣播電視列入第三產業；一九九二年又將之列入需要加快發展的第三產業（黃升民、丁俊杰，2001）；一九九八年大陸第九屆全國人大第一次會議更明確提出，今後對包括廣播電台、電視台在內的大多數事業單位，將逐年減少撥款的三分之一，三年後這些廣播電視傳媒組織要實行自收自支（胡正榮，2000）。既然如此，廣電機構自然必須緊緊擁抱市場。當傳媒走向市場，政府管理的內涵便相對減少，包括用人與節目等都漸次放鬆，從而不再符合前述 Kornai 與 Schramm 等學者的對共產傳媒體制的歸納。

此外，在結構上，廣播與電視初期為中央與省的兩級層級結構。在此一結構之下，中央台與省台各自壟斷了所管轄的行政區域。從一九八三年的四級辦電視政策之後，地方台包括了三個層級，仍為分層壟斷。壟斷保護帶來發展的好處，但也使傳媒缺乏進一步發展所需的競爭體質。

對於四級辦政策，大陸當局常舉數量增加為例，自豪於政策成功。然而負面批評也不少，例如北京廣播學院的黃升民教授認為這是「長官行政意志」的笑話（黃升民，2000），徐舫舟教授也指出，四級辦政策根本是「中國電視界著名的歷史笑話」，造成了重複建設、資源浪費、與分級壟斷，應該取消；但是真要取消的話，不僅既有的物資、人事難分配，地方抵觸也必強烈（徐舫州，2000）。不過如不取消，不免造成觀眾與廣告等資源的爭奪，管理上也複雜得多。

更何況許多地方電視台的開辦，還造成了財政上的負擔。一九八六年中共廣播電視部進行了一項調查，發現縣辦電視除了土建工程之外，光是機器設備就要八十至一百萬元人民幣，最低限度的經常費用則需要十五萬四千元人民幣。如此費用，縣政府的財政其實無力負擔。學者郭鎮之分析指出，縣政府無力負擔卻還要硬上，

讓人想起一九五八年的電視大躍進，此一現象的癥結在於中共政策多變，不搶先就可能失去機會，加上「闖禍的人不一定就是挨板子的人」，因此才會一再重演（郭鎮之，1990）。

在一九九五年的年初，廣電部副部長同向榮已經提到：「無線廣播電台、電視台近期內的建台方針是：調整、鞏固、提高，一般不再批准新台，不再增加節目套數。」（同向榮，1995）。一九九六年中共十四屆六中全會之後，中共已著手對於傳媒實行宏觀調控。尤其相當多的地方台因為缺乏節目製作能力，但為了爭奪觀眾，大量引進、播放沒有經過中共當局審查的節目，其中不乏政治口徑與中央不符或含有色情內容者。因此中共決定關閉一批不符條件的台，改建轉播站，並且原則上不允許地縣級以下的行政單位興辦電視（王毓莉，1997）。由此可見，此時的主要考量在於管理上的便利，因此要停止四級辦政策。

一九九六年中共中央與國務院發出三七號文件，亦即「關於加強新聞出版廣播電視業管理的通知」，要求「治散治濫」，並提出了縣級播出機構合併等十一項治理工作，推動局台合一、多台合一；一九九七年時，廣電部又下發「關於縣（市）播出機構合併的意見」（中國廣播電視年鑑編輯委員會，1999）。

一九九七年，廣播電影電視部正式凍結了開辦新台的活動。因此從當年開始，地方台數量不再繼續攀高，反而因為部分地方台無力繼續營運而減少。兩年後，大陸當局才在八二號文件中，正式取消了四級辦，並且同時開始了集團化政策（黃升民，2000）。

四、集團化政策的提出

四級辦廣播電視的停止，研究者認為可能有幾種理由：一是「治散治濫」，要對地方小型電視台節目與廣告問題百出進行改革；二是規模經營、優化資源，因為地方電視台不但不能為經濟增長產生貢獻，反而成為負擔（黃升民，2000）。前述停止四級辦政策的理由，主要都是出自於內部的考量；然而，大陸當局推出集團化政策，目前普遍的看法似乎都指向外部壓力所致，這個外部壓力，就是世界貿易組織（WTO）的入世在即。

WTO 的前身是關稅暨貿易總協定（GATT）。一九八六年，中國大陸提出加入 GATT 的申請。大陸改革派官員視加入 GATT 為加速國內市場改革的方法，但學者 Shirk 認為，大陸加入此一國際組織的真正原因，應該是為了政治與外交上的目的，亦即中共希望能比一九九〇年提出申請的台灣，更早加入此一國際組織，同時

也能徹底擺脫美國政府每年都要來一次的最惠國待遇（MFN）威脅（Shirk, 1994）。

WTO 則是因 GATT 的烏拉圭回合談判而誕生。WTO 協定與 GATT 最大不同，在於它除了涵蓋 GATT 的內容，還將服務貿易、知識產權保護等納入管轄範圍。其中的「服務貿易總協定」因為包括了國際視聽服務，直接與電視產業相關（石長順，2000）。雖然 WTO 給予開發中國家一個緩進時間表，讓服務貿易能夠逐步自由化，但這絕不意味影響不存在。過去中國大陸的廣播影視業受到國家政策保護，處於壟斷地位，進入 WTO 之後，勢將面臨可觀的衝擊。

在對於加入 WTO 的因應上，電影業與廣播電視業將面臨截然不同的命運。大陸當局將電影以產業看待，率先對外開放，但廣播電視因為是政權喉舌，依然嚴禁外資的涉足。即使電影，也不是完全棄守。電影業將實行股份制並允許民間資本與外資的投入（明日報，2000b），在進入 WTO 的同年，進口電影數量將由十部增至二十部；三年內逐步增至每年五十部，其中二十部採用分帳制。此外，三年內也將逐步允許外資參與建設、更新、擁有及經營電影院，外資可擁有不超過 49% 的股權；外資也可以在錄音、錄影帶等視聽產品項目上參股不超過 49%（明日報，2000c）。至於廣播電視，迄今未有明確藍圖。

即使未有明確藍圖，一位大陸的研究者仍提到：「與其被西方媒體各個擊破和兼併，不如我們自己先聯合起來，努力爭取先把規模做大。」（張向東，2001）。這是他在比較了一九九八年，世界電視排行第一的霸主「時代華納」，營業額高達 123 億美金，而同一年排行第五十七的中央電視台，營業額才 6 億美金時，有感而發的心得。

事實上，大陸官方對於企業的集團化早有推動，在一九八七年已有嘗試，一九九四年國務院通過的《90 年代國家產業政策綱要》更提到：「對規模經濟效益明顯的產業，應形成以少數大型企業（集團）為競爭主體的市場結構。」相關舉措還曾遭受政府干預過多的批評（毛蘊詩、李新家、彭清華等，2000）。即使是傳媒，在一九九六年，廣州日報也已正式成為第一家報業集團，跨入多角化經營（曹鵬，1999）。在如此環境之下，再加上感到 WTO 對電影、電視、廣播等傳播文化領域的衝擊，才有一九九九年十月的八二號文件出爐。八二號文件提到三個核心內容，一是正式廢止四級辦廣播電視的政策；二是網台分營；三是電視與廣播、有線與無線合併。後者即為集團化政策的濫觴（黃升民，2000）。就此而言，當年伊始，連續有五個報業集團成立，致使廣電系統躍躍欲試，年底的八二號文件亦為對此之回

應。

八二號文件與其說是一項完整的公共政策，倒不如說是一次正式的宣示，因為許多相關內容，都是在後續的文件或談話中陸續完善，而非在八二號文件之中就有詳細的相關規定。例如在二〇〇〇年的年初，就傳出國務院將容許電視參與報紙經營、同時報業集團也可以進入電波行業的聲音。這個訊息讓廣電集團害怕，卻造成廣電系統以外的傳媒歡呼（黃升民，2000）。可見集團化政策的目標，可能不僅僅止於眼前的廣播影視，未來或許是包括各種傳媒在內的傳媒整合。

二〇〇〇年七月，廣播電視電影總局在甘肅召開的全國廣電廳局長座談會中又提到，因為「內擠外壓」的嚴峻形式，必須往集團化發展。稍後的 284 號文件，又對集團化政策的具體內容進行補充，以三句話總括了基本精神：「廣播、電視、電影三位一體；無線、有線、教育三台合併；省級、縣級、地級三級貫通。」（曉風，2001）。

除了提出口號，大陸當局也有實際規劃，宣稱將組建兩大電影集團、四大電視集團和兩大廣播集團的框架，以透過資源的重組，提高影視廣播業的競爭能力，與西方傳媒和文化勢力抗衡（明日報，2000a）。北京的英文「中國日報」也引述廣播電視電影總局局長徐光春的談話說，擬議中的合併計畫還只是全面行動的起步，而這個行動的目標，是要組成幾個「超大型的中國多媒體或跨媒體集團」（中國時報，2001）。除了跨媒體組成集團之外，甚至為了推動廣電與電信兩大產業的整合，以推出範圍更大的通訊集團，還傳出大陸當局可能在這一屆政府二〇〇三年三月的任期底線之前，推動信息產業部與廣播電視電影總局的合併（中央社，2001）。可見廣電集團的推出，從全局來看有其階段性，但是從廣電總局的立場來看則涉及了爭取未來大陸組建跨媒體集團或通訊集團的主導性。

前述的「內擠外壓」，固然是集團化政策的推出遠因，不過有些學者卻指出，完全把集團化政策視為因應 WTO 的產物，可能過於表面化，因為在集團化相關政策提出之時，大陸將於何時加入 WTO 仍無明確日程；更何況，集團化政策一開始只有方向、欠缺內涵，到了二〇〇一年年中卻轉變為加緊推動、限期落實。因此不能預言說這是大陸為了二〇〇一年年底的確定入世而為，其中主要關鍵，在於牽涉了局台之間的關於廣電機構應該是政府的事業、還是產業化企業的路線之爭。

徐舫州教授指出，集團化政策的真正關鍵，在於中央電視台新任台長趙化勇在二〇〇〇年三月將製播分離列為主要改革措施之一，引來了總局的不安。新任的總局局長、同時仍兼中共中宣部副部長的徐光春認為這將造成節目製作的市場化，影

響了中央的宣傳權，亦即播出權、製作權、與覆蓋權；因為總局認為製播分離後，電視台會成為節目的播出站，而總局更將無事可做。由於不願給外界阻礙改革的印象，於是總局便加緊提倡並落實先前已經討論多時的集團化，以便轉移方向，同時將中央電視台重新整編（徐光春，2000）（註六）。為此，廣電總局於二〇〇一年還發佈了「關於廣播電視電影集團化發展試行工作的原則意見」，作為籌建廣電集團的指導性文件。不久之後更從中共中央辦公廳下發了「中央宣傳部、國家廣電總局、新聞出版總署『關於深化新聞出版廣播影視業改革的若干意見』的通知」，此一文件通稱十七號文件，純為內部參考，不對外界提供（註七）。其中主要的內容包括：局與集團的領導機構合署辦公、管理職能相對分工，但領導可以交叉兼職，甚至可以一人多任的規定（劍飛，2001）。此一文件提出之後，先前倡議多時的集團化政策多了一層為廣電機構「定性」的意味，阻止了進一步的產業化。

從集團化政策的相關發展看起來不難得知，大陸當局先前因為管理之便，而停止四級辦政策；後來又因感受到 WTO 入世之後的國際競爭，而有意趕緊藉著此一政策來壯大自己的喉舌；如今集團化政策又多了加強局台合一、避免產業化的考量。其中既有政治目的，亦有經濟考量。過去傳媒管理的行政干預過多常常招致抱怨，現在集體化的管理手段似乎較合於市場經濟體制與宏觀調控思路；但是論及集體化政策更進一步的具體內涵，目前並無統一規定，各個集團只好循著「大膽創新，探索各種模式，不要求一刀切」的路子前進（蔡賢盛，2001）。其所以如此，固是未有前例，但還有其他原因，以下試著進行分析。

肆、集團化政策的內在限制

誠如前述，共產政權的傳播理論為真理已知，並須藉由傳媒作為喉舌來進行真理的宣傳，因此大陸的傳媒俱為國家擁有，只是級別不一。但是改革開放、推動市場經濟之後，儘管廣電機構仍為事業單位，但是向產業化企業靠攏的情況，卻令中央憂心。因此大陸當局積極推動集團化的目的，主要在於確保政府對於廣電機構的掌控，同時抗衡國際傳媒巨擘的競爭、以鞏固其喉舌的生存根基。

然而，這種圖生存的競爭，卻必須在經濟的市場上一較高下。在這樣的情況之下，為了政治目的，便必須顧及經濟成就，而獲致經濟成就的目的，則是為了政治目的。儘管方向明確，具體計畫卻缺位，一般只知道讓管理部門由集團統管，共享資源，並如同丁關根擔任中宣部部長時所提到的：「大聯合就是要形成規模效應」

（邵小麗、朱春陽，2001）。但是除此之外，「在沒有產權清晰，政府職能完全實現重大轉變的條件下，集團化改革必然是處於缺乏整體配套條件」，同時「集團內部法人地位模糊。」（劍飛，2001）。

政治與經濟的目的固有契合之處，亦有不合的地方。本來大陸的廣播電視體制只有層級、沒有競爭。理論上，為了對抗外來競爭者，有必要先在境內建立起立足點平等的競爭環境，並培育出具有真正競爭力的業者，這意味了競爭、價格、供求等市場機制，必須確實發揮作用；此外，在廣播影視事業的經營方面，必須讓處於競爭中的經營者擁有更多的自治權，以發揮其積極性。黃升民教授認為，走向企業化，乃是產業化的必然進程；至於集團化，只是產業化的表象而已（黃升民，2002）（註八）。問題是如果真的循此而進，當大陸當局想要藉由發展境內廣播影視產業以抗禦外來競爭，確保宣傳主導權的同時，傳媒經營者卻可能因為市場趨力而另有考量，這就使得大陸原本對於傳媒的嚴密政治掌控，不免會受到影響（Chan，1994），這便是潛在的矛盾。目前的集團化政策，並未化解此一矛盾，例如湖南衛視以娛樂節目走紅全國，組成廣電集團之後或許有利於對抗境外競爭，問題是：這麼一個以娛樂掛帥的廣電集團如何能幫助大陸當局進行意識型態宣傳？更遑論按照前述 Schramm 的歸納，娛樂在共產傳媒中本來是「毫無價值的服務」。

目前大陸仍未放棄傳媒的事業性質，只折衷接受「事業單位、企業管理」，讓主張將傳媒從意識型態型改為產業經營型者感嘆：「現有集團屬性的定位與相關產業政策的缺位，沒有讓媒體看到太大的作為」，「無形中借助了傳統『事業單位』的屬性判斷，約束限制了大陸電視集團化中日益突出的資本經營功能，從而人為造成對媒介生產力一種極大的束縛和浪費的失誤。」（劍飛，2001）。果真如此，則長沙廣播電視局局長陳大川等人提議的：「廣告經營、資訊傳輸、節目生產、影視製作與銷售等，均可從新聞宣傳中剝離出來，予以產業化，形成集團，並透過資本運營，非常規範地操作上市」（陳大川、陳雪樺，2000），便仍有爭議。

在事業單位中，自收自支單位已經獲准實行企業管理與企業工資（行政院人事行政局，1994），不過在強調工資激勵的同時，部分電視台在共產主義的旗幟下、在過去慣性的制約下，還是常常以單位內部平衡、差距不宜過大為由，抑制激勵機制的的作用，造成經營人員創收卻不能多得的結果（王龍琪，1999）。此一政權形式與歷史結構的限制，短期內仍將存在。

至於被列入集團化的機構，也未必全然都樂意接受。藉由集團化以對抗外來威脅，或許是決策者與傳媒業者的共同目標；但是在集團化的過程中，仍有其他的目

標可能發生衝突。舉例來說，處於競爭中的經營者想要更多自治權的目標，便與決策者的便於管理心意未必相合；此外，當集團化可能導致個別傳媒機構或人員的政治或經濟利益受損時，其配合或抵抗政策的方法與程度也值得探究。

就局台而言，目前總局有意要強化局台關係，除了中央如此，地方上也頗為普遍。華東六省均採局與集團合署辦公，兩塊牌子一起掛的模式，並由政府官員或黨部書記出任集團要職，這對於原本的經營幹部自然不是好事。只有上海文廣局是採行小局大集團，兩塊牌子分頭掛的模式，嚴格區別行業行政與傳媒經營（劍飛，2001）。

局與集團合署的模式，常常引來「行政翻牌」的批評，但是這種以行業主管部門來主導，而非以資本為鈕帶的作法，不僅因為主管部門有其政治考量，其實也反映了大陸傳媒尚未成熟到市場自然發生兼併的現實，因此集團化的推動又是一次的趕超，這都是因為「中國的特殊國情」（劍飛，2001）。在局台關係上，除了前述的掌控考量，黃升民認為其中還有其他利益關係。因為廣電行政主管由部變為總局，暗示了機構的壽命不會太長，因此為了將來的生存，便得推動三台合併，使原來的台級下降，總局等行政機構也就成為統領（黃升民，2000）。其實不管主管部門的壽命長不長，加入集團之後相關主管在經濟利益的獲取上倒是更為名正言順。

從各台利益來看，省級電視台也將融入廣播電視事業集團，在三級貫通的政策指導之下，大陸將從四級辦電視又走向中央與省兩級制，省以下的電視台除了省會城市與計劃單列市之外，都要逐步轉為主要轉播中央與省的電視節目（田聰明，2000）。這些變動對於將從獨立台變成轉播台的從業人員而言，如果不能帶來好處，不免予以抗拒。廣電電視台副台長蔡賢盛認為應以「頻道制」來作為集團運行管理的單元，「合頻道，併機構，合管理，併人員」（蔡賢盛 2001），避免重複與浪費。如此一來，被併的機構與人員基於自利，自不免抗拒集團化。

即使在資本主義國家私有傳媒之間所發生的自發性併購，都不免傳出參與的各方在歷經多年多次的繁複會議與談判之後，因為條件談不攏而導致併購談判破裂的消息；由此可知，即使大陸有其獨特的稟賦：傳媒在名義上都是國家擁有；但是想以一紙公文就達成組建廣電集團的目的，落實「國家獨資事業集團」此一想法（劍飛，2001）（註九），困難將有多大可想而知；更遑論在國家擁有的名義之下，各個傳媒機構往往各有自己的婆婆，這也是其限制。從前述國企改革實有所謂拆廟趕和尚之舉，可見相關舉措的困難。

關於傳媒機構的抗拒，目前廣播與電視之間的整合遲無進展，可見一斑；除此

之外，明顯浮上台面的爭議則為無線與有線電視的整合。根據總局局長徐光春的說法，大陸首先會利用一九九七年成立、負責建設網路工作的傳輸網絡有限公司所取得的網絡建設牌照作為橋樑，把收購的各省網絡資產注入，改組成為一家集各省有線電視網絡資產於一身的「中國廣播電視網絡有線集團」。目前廣電總局在大陸的網絡長達二萬多公里，若加上每個省約有三千多公里的網絡，電視網絡有線集團的網絡規模將在十萬公里以上（工商時報，2000a；明日報，2000d）。不過各省是否樂於配合，還有待觀察。據二〇〇〇年一月的估計，大陸的有線電視用戶已達八千萬戶，一旦各省完成聯網之後，勢力龐大。二〇〇〇年的年初曾有消息說，這個有線集團將與中央電視台形成抗衡的局面，而不一定是無線與有線的整合（工商時報，2000b）。真是如此，便與八二號文件中有線與無線合併的要求不符。不過同年八月，又有報導否認此一傳聞，而是會積極推動有線與無線電視的合併（勁報，2000），遵循八二號文件的指示。相關消息的反反覆覆，正顯示政策雖已提出，共識仍未形成，也說明了有線電視的經營者對於有線與無線合併的集團化方案並非全然接受。由此看來，如果廣電集團政策只是強調做大做強的規模效應，而忽略了內涵如何實質轉變，效果必將受到侷限。

伍、集團化政策的外在限制

就規模來看，大陸原有的傳媒事業，比起國際巨擘本來大有不及，集團化政策雖有加強政治掌控的目的，但是在加強政治掌控的同時，仍然不能夠忽略外在的競爭。有些大陸的傳媒經營者甚至以為，如果可以形成全國最大規模的媒體集團，那麼「到了那個時候，要進入國際傳媒市場，也就很容易了。」（陳大川、陳雪樺，2000）。這樣的想法實在過於樂觀，因為不僅大陸最大的傳媒在規模上比起歐美的傳播巨擘大有不及，一如眾所周知，而且差距的程度相當可觀，正如廣州日報集團的領導人黎元江在一次演說中的鮮明描述：中國最大的傳媒同國際傳媒做正面交鋒，「無疑是小孩子跟巨人格鬥」，一個重要原因便是中國傳媒是單純靠自己經營的盈利積累，而外國傳媒向整個社會集資（魏永征，2001）。

正因如此，即便廣電媒體走向集團化，仍然難以匹敵。一些研究者便指出：「今天中國廣電行業任何一家媒體包括央視在內，甚至全部聯手在一起，要其具備與西方強勢傳媒抗衡的實力，都是在勉為其難。」（曉菲、曉鋒，2000），畢竟以大陸一境之力，要與全球資本市場金助下的傳媒集團較量高下，原有其困難，遑論

以此反擊。

即使大陸的傳媒集團在規模上能夠匹敵，是否就能抗衡外力，甚至進入國際傳媒市場呢？同樣未必見得。因為對於廣電等傳媒而言，決定其生存與發展的主要關鍵，在於能否獲得觀眾的青睞，以吸引廣告主的資金。就此而論，成本高低、節目好壞、流通程度等都有其影響。集團化政策或許（而非必然）能夠帶來規模效應，降低一點成本，但是不保證其成本便能因而低於境外節目；集團化之後製作出的節目，成本未必便省，節目更未必會好。美國國家廣播公司（ABC）與其母集團迪士尼規模可觀，但是近年來推出的影視節目都不叫座，可為佐例（環球財經，2002）（註十）。

先看節目好壞。過去大陸大量進口境外節目，一九八八年甚至多達三成六；相較之下，上海電視台比例更高，一九八六年還達到七成三（Hong, 1998）。因此一九九四年當局在「關於引進、播出境外電視節目的管理規定」中具體指示：「各電視台每天所播出的每套節目中，境外電視劇不得超過電視劇總播出時間的百分之二十五。」（石長順，2000）

一九九六年廣播電視電影總局又收回了北京、上海、廣東、福建、與四川的自審權，改由總局對引進的進行統一審查，停止了過去中央台與前述電視台都可以不需報請中央廣播電視行政部門審查，便引進用於本台播出的境外影視劇的規矩；同時，更加嚴格控制引進劇的播出時段與比例（中國廣播電視年鑑，1999）。

境外節目在大陸大行其道的的原因頗多，成本低廉亦為其一，但是最基本的因素還在於節目好看，觀眾能夠接受。一九八〇年代初期，國外新聞剛剛引進時就已經變成最受歡迎的節目（Beijing Review, 1980），這或許是大陸長久孤立之後的必然反應，但是一九八七年的一項調查仍然顯示，百分之七十二的觀眾偏好外國節目（Hong, 1998）。

再看境內競爭，規模不如中央電視台的各家地方電視台，也往往有相當精彩的表現，例如湖南電視台依靠電廣傳媒的上市集資，得以投入大量資金製作節目，其「快樂大本營」、「玫瑰之約」、與近期的「財富中國」等幾個節目，透過衛星在許多省份都有相當高的收視率；一九九九年長沙電視台拍攝的「雍正王朝」，號稱是城市電視台的第一部長篇戲劇，更立刻獲得中央電視台的青睞，以 2600 萬元人民幣一舉買斷該劇的版權，並立即修改原播出計劃以配合播出（湖南廣播電視年鑑，1999）。由此可見，規模並非節目好壞的充分條件。比較起中央電視台，地方電視台們因為距離中央的控制稍遠，彈性略大，乃得以有較大的自主空間。然而，

集團化政策卻能方便中央的管理，因而可能對節目內容造成影響。

至於成本高低也非規模可以完全左右，關鍵在於效率等內涵。即便成本再怎麼降低，也難以低於引入境外節目的再製成本，再製成本趨近於零本是影視產品的一大特色。以成本來看，合法購買的境外電視節目，比起當地自製的節目可以減少九成以上。更何況，大陸電視的節目自製能力原本就頗有不足，以一九九〇年來看，中央電視台的節目自製率甚至還不到三分之一（Chan, 1994）。

大陸的廣電傳媒要能夠面對國際的競爭，必須其本身就是市場競爭中擇優汰劣的產物，而且此一市場指的不僅是境內市場，更是境外市場，如此才能真正具有競爭能力。問題是，集團化政策本來久是作為拒斥製播分離的產業化傾向而提出，此一目的使得集團化的內涵受到限制。如果集團化政策只是帶來規模效應，而無法提供合乎市場競爭所需的合理制度與實質誘因，例如淘汰成績不佳的電視台，由成績突出的電視台接手，以及提供不低於歐美國家的高額薪資與獎金，來激勵從業人員進行節目製產的強化等等，則難保集團化之後，過去大量輸入境外節目的局勢會有所改變。如此一來，即使龐大的廣電集團順利形成，仍然不免成為境外節目的輸入大戶，難以抗衡外力，更遑論進軍國際。

陸、結語

傳播學者 McChesney 曾經針對西方的傳媒集團化經驗指出：原本激起全球傳媒市場之創造的，乃全球商業廣告，特別是西方，通常是美國公司；傳媒何以必須如此龐大？這是因為傳媒產品的再製成本極低，因此當規模、集團、全球化齊集，潛在利益即浮現（McChesney, 1998）。當水平、垂直整合，集團化、全球化效果結合，利潤潛能的概念便浮現。如此可以：一、節省各項成本，二、對交叉銷售、交叉促銷、特權途徑等新機會的利用。舉例來說，當迪士尼製產影片，可同時確保影片在付費有線電視與商業聯播網播出、製產影音光碟、設立相關娛樂公園、出版書、漫畫、與其零售商店的諸般陳售商品。另一位研究者 Paine Webber 在進行媒體分析時以日文「系列」（kereiitsu）來形容全球媒體的集團化，直接援以日本企業集團的交互持股與管理來形容（Herman; Edward & McChesney, 1997），可謂相當傳神。相對來看，大陸的廣電集團不管是從發動的過程、還是內涵的產品整合與資產管理來看，比較起歐美經驗都頗有不同。

面對過去四級辦政策造成的廣電機構既散且濫、廣電機構發展傾向市場的產業

化趨勢，以及入世在即的國際競爭壓力，大陸當局推出了集團化政策。從整合性觀點的政治經濟學分析之後可知，此一政策充分反映大陸當局的稟賦與限制：作為共產政權，擁有各級傳媒的所有權，使當局能夠以一紙政策，推動傳媒的整併，來加強中央對於意識形態的掌控，並達成規模效應，以迎接未來的挑戰，這是其稟賦所在；然而，就集團化政策的內涵來看，當局對於意識型態與宣傳主導性的堅持、包括對於產業化進程的抗拒，各級傳媒對既有利益的維護，以及國際傳媒巨擘自發形成的優勢規模與較佳效率等等，都是此一政策面臨的限制。

在所述的稟賦與限制之下，大陸當局藉由集團化政策宣示了一個方向，卻未賦予詳細的內涵。集團的牌子雖然掛上去了，集團化的好處卻不會自然便來，各個廣電影視集團在各自的稟賦與限制之下，如何利用此一政策所提供的機會來實際設計推動，以求得生存與發展，並且將造成何種效應，這或許才是關鍵之所在，也是未來必須進一步探討的題目。

註釋

註一：蕭全政教授認為行為者的立場優先於意識型態，因而傾向於馬克思的唯物論，本研究不預設此一判斷。

註二：由於此一分類未能反映出第三世界的發展實況，因此在一九八七年，William Hachten 進一步把兩種更能代表第三世界的傳播理論整理納入，並歸納出威權主義的、西方的、共產主義的、革命的、以及發展的等五種傳播理論。另一位傳播學者阿特徹爾（J. Herbert Altschull），把世界上的新聞體系加以三分，成為市場體系、馬克思主義體系、以及發展中體系等三類。至於 McQuail 則是提出一種「民主參與理論」作為西方傳播理論的次類型。參見 Ray Eldon Hiebert 等（潘邦順中譯）（1995），大眾媒介與社會，台北：風雲論壇出版社，頁 161-163。

註三：例如波蘭的四十六年共產歷史中，傳媒系統只有六年近似蘇聯體制。

註四：關於中共經濟發展，另可參考 Victor D. L. (1987). The Economic Development of China. N.Y.: M. E. Sharpe.

註五：這是北京廣播學院徐舫州教授在接受筆者訪談時的判斷。訪談日期為 2002 年 2 月 19 日。

註六：徐舫州教授認為，其中還牽扯了人事問題；不過黃升民教授認為，主要問題不是人事，而在於對於產業化看法不同的兩條路線。這是北京廣播學院徐舫

州、黃升民兩位教授在個別接受筆者訪談時的判斷。訪談日期均為 2002 年 2 月 19 日。徐光春關於宣傳權的談話，見徐光春（2000），「加快廣播影視事業的改革與發展」，中央電視台年鑑 2001，頁 11。

註七：這是中國廣播影視集團辦公室主任楊新貴接受筆者訪談時所言。訪談日期為 2002 年 2 月 21 日。

註八：這是北京廣播學院黃升民教授接受筆者訪談時所言。訪談日期為 2002 年 2 月 19 日。

註九：華東地區各省的集團化方案，都顧及「國家獨資事業集團」此一原則。見劍飛，前文。

註十：大陸將迪士尼譯為迪斯尼。見環球財經編輯部（2002），「迪斯尼病變」，環球財經（北京）（總 15/16 期），頁 24-37。

參考書目

工商時報（2000a）。「中國廣電網絡有線集團年底成立」。工商時報，8 月 30 日。

工商時報（2000b）。「有線電視『全區聯網』年內完成」。工商時報，1 月 7 日。

中央社（2001）。「中共廣電部與信息產業部醞釀合併」。中央社，8 月 1 日。

中國時報（2001）。「迎戰新科技大傳媒集團時代來臨」。中國時報，7 月 8 日。

中國廣播電視年鑑編輯委員會（1999）。中國廣播電視年鑑。北京：中國廣播電視年鑑出版社。

中國廣播電視年鑑編輯委員會（1999）。中國廣播電視年鑑 1999。北京：中國廣播電視年鑑出版社。

毛蘊詩、李新家、彭清華等（2000）。企業集團—擴展動因、模式與案例。廣東：廣東人民出版社。

王紹光、胡鞍鋼（1994）。中國國家能力報告。香港：牛津大學出版社。

王毓莉（1997）。「中共改革開放政策對電視事業影響之研究」。台北：政治大學東亞研究所博士論文。

王毓莉（1998）。「中共改革開放政策對電視事業經營之影響」。新聞學研究，第 57 期。

王鋒（1998）。「科學化的體制和法制化的管理」。中國電視論綱。北京：中國廣

播電視出版社。

- 王龍琪（1999）。「淺談用經濟方法培養和使用新聞媒體經營人才」。 媒介經營與產業化操作實務。北京：新華出版社。
- 田聰明（2000）。「以認真學習貫徹江總書記的重要指示，做好世紀之交的廣播影視工作---在全國廣播影視聽局長會議上的講話」。 中國廣播電視年鑑 2000，北京：中國廣播電視年鑑出版社。
- 石長順（2000）。「中國電視如何因應 WTO」。 現代傳播雙月刊，2000 年第 1 期，中國北京。
- 同向榮（1995）。「加強行業管理，促進廣播影視繁榮健康發展---同向榮在全國廣播電影電視工作會議上的講話（摘要）」。 中央電視台年鑑。北京：人民出版社。
- 行政院人事行政局（1994）。「事業單位工作人員工資制度改革方案」。 中共人事法規彙編，台北：人事行政局。
- 何川（1994）。 中共新聞制度剖析。台北：正中書局。
- 呂郁女（1992）。「中共的廣播電視在其現代化過程中所扮演的角色」。台北：政治大學新聞研究所博士論文。
- 宋紅梅、王菲、周艷、李燕玲（2001）。「管理效益----上海廣電，管理產生效益」。 中國廣電媒介集團化研究。北京：中國物價出版社。
- 李向陽（1994）。「產業化—我國廣播電視事業未來的金海岸」。 跨世紀中國廣播電視改革與發展。北京：中國廣播電視出版社。
- 明日報（2000a）。「因應加入世貿，中共將改革影視傳播事業」。 明日報，6 月 29 日。
- 明日報（2000b）。「中國電影業改革，准許引入外資」。 明日報，7 月 8 日。
- 明日報（2000c）。「中國入世先開放電影，廣電仍採閉關政策」。 明日報，9 月 27 日。
- 明日報（2000d）。「中國有線電視網路年底全面統一」。 明日報，12 月 15 日。
- 明日報（2000e）。「中國成立第一家電視產業集團」。 明日報，12 月 20 日。
- 林毅夫、蔡昉、李周（1999）。 中國國有企業改革。香港：中文大學出版社。
- 邵小麗、朱春陽（2001）。「優化資源配置，走集團發展之路—浙江省級電視三台合併及頻道整合的思考」。 南方電視學刊，總 29，中國廣東。
- 勁報（2000）。「中國廣播影視業大改革，有線無線電視台將合併」。 勁報，8 月

- 29日，第4版。
- 施唯（1993）。「八十年代大陸傳播模式演變探討」。《中共研究》，第27卷第10期。
- 胡正榮（2000）。《媒介管理研究—廣播電視管理創新體系》。北京：北京廣播學院出版社。
- 徐光春（2000）。「加快廣播影視事業的改革與發展」。《中央電視台年鑑 2001》。北京。
- 徐舫州（2000）。「中國電視改革的問題與對策」。《現代傳播雙月刊》，第4期。
- 張向東（2001）。「媒介重組，時不我待—面對WTO中國傳媒業的對策初探」。《新聞與傳播》，第2期，北京。
- 曹鵬（1999）。《中國報業集團發展研究》。北京：新華出版社。
- 郭鎮之（1990）。《中國電視史》。北京：中國人民大學出版社。
- 陳力丹（1997）。「馬克思主義新聞理論的歷史演變」。《新聞學研究》，第55期。
- 陳大川、陳雪樺（2000）。「存在主義就是實證主義」。《南方電視學刊》，第4期，廣東。
- 湖南廣播電視年鑑編輯委員會（1999）。《湖南廣播電視年鑑 1999》。湖南：湖南省新聞出版局。
- 黃升民（2000）。「網絡與組織的雙軌整合—解讀中國電視媒介經營走向」。《現代傳播（北京廣播學院學報）》，1月號。轉載於《新聞與傳播》2000年3月號。
- 新華社（2000）。「中國成立第一家電視產業集團」。轉引自明日報，2000年12月20日。
- 楊開煌（1999）。「大陸政體下的媒體角色之變遷---解釋典範之探討」。《東亞季刊》，第23卷第2期。
- 劍飛（2001）。集團化：中國電視在困惑與希望中前行。《南方電視學刊》，總28，廣東。
- 蔡賢盛（2001）。「論組建電視集團」。《南方電視學刊》，總21，廣東。
- 鄭永年（1999）。《朱鎔基新政—中國改革的新模式》。香港：八方文化。
- 曉風（2001）。「迎接中國電視體制的偉大變革」。《現代傳播雙月刊》，第108期。
- 曉菲、曉鋒（2000）。「上海廣播電視集團化發展思路的啓示」。《南方電視學刊》，第4期，廣東。
- 蕭全政（1994）。《政治與經濟的整合--政治經濟學的理论基礎》。台北：桂冠。

- 環球財經編輯部 (2002)。「迪斯尼病變」。環球財經，總 15/16 期，北京。
- 聯合報 (2001 年)。「廣電旗艦中國廣播影視集團今成立」。聯合報，12 月 5 日，第 13 版。
- 魏永征 (2001)。「中國傳媒業利用業外資本合法性研究」。視網聯 (大陸)，11 月 4 日，網址：www.chinatv-net.com/news/news0000010328_21_2001-11-4.htm。
- 羅斌主編 (1992)。國家事業單位分類管理導論。北京：中國人事出版社。
- 蘇紹智 (1995)。中國大陸政治經濟的再認識。台北：風雲論壇。
- Beijing Review (1980), 21 July.
- Chan, J. M. (1994). Media internationalization in china: processes and tensions. *Journal of Communication, 44(3)*, 85-86。
- Collin, S. (1998). *Communism, capitalism and the mass media*. London: Sage.
- Fairbank, J. K. & Macfarquhar, R. (1987). *The people's republic pt.ϕ: The emergence of revolutionary china, 1949-1965*. 中譯：王建朗等 (1990)。劍橋中華人民共和國史 1949-1965。上海：人民出版社。
- Fewsmith, J. (1994). *Dilemmas of reform in China—political conflict and economic debate*. N. Y.: M. E. Sharpe.
- Herman, E. S. & McChesney, R. W. (1997). *The global media: the new missionaries of corporate capitalism*. Washington, D.C.: Cassell.
- Hong, J. (1988). *The internationalization of television in China--the evolution of ideology, society, and media since the reform*. CT: Praeger Publishers.
- Kornai, J. (1992). *The socialist system*. Princeton University Press.
- Lee, C.C. (1990). Mass media: of China, about China. *Voices of China: The Interplay of Politics and Journalism*. N.Y.: the Guilford Press.
- McChesney, R. W. (1998). *Capitalism and the information age* (pp.13-14).
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory--an Introduction* (3rd ed.). 中譯：潘邦順譯 (2000)：大眾傳播理論。台北：風雲論壇。
- Schramm, W. (1957). *Responsibility in mass communication*. 中譯：程之行譯(1995)：大眾傳播的責任。台北：遠流。
- Shirk, S. L. (1994). *How china opened its door*. Washington: the Brookings Institution.
- Siebert, F. S. & Peteoson T. & Schramm, W. (1974). *Four theories of the press*. The University of Illinois.
- Skocpol, T. (1984). *Vision and method in historical sociology*. New York: Cambridge

University Press.

On Policies for Broadcasting Media Group in Mainland China: A Political Economic Analysis

Weber H. W. Lai

《Abstract》

On 6th Dec 2001, the biggest broadcasting media group in Mainland China was formed. The group consists of China Central Television (CCTV), Central People's Broadcasting Station (CPBS), China Radio International (CRI), and a lot of central-level media corporations. The formation of the group was seen as the outcome of related public policies.

The essay discusses that why China authority try to enhance the formation of media groups by public policies.

By political economic analysis, the essay figures out the true motives of China authority are both political and economic. Because of these motives, the effect of these policies was very limited.

Keywords: China, broadcasting, media group, CCTV, WTO, political economy

