臺大歷史學報第 42 期
2008 年 12 月，頁 45-83

BIBLID1012-8514(2008)42p.45-83
2008.9.25 收稿，2008.10.31 通過刊登

郵發合一
——中共建國後報業發行的變局（1949-1954）

葉 言 都*

提 要

1949 年，中共取得對中國大陸的統治權，中華人民共和國建立。數年以後，中國大陸的報紙事業即出現基本而全面性的改變，在發行方面尤其明顯。對於此一跨越歷史、媒體與企業經營管理三個領域的主題，本文以中共建國初期報業發行的歷史發展為主軸，配合媒體產業與企業經營管理上必須的背景說明，呈現 1949 年時中國報業發行原有的面貌、中共對報業發行的看法與做法，以及經過中共的統治後，中國大陸報業發行產生的徹底改變。

國民政府統治時期，中國大陸的報業發行一向被城市中的大型私營報紙經銷商控制，屬於資本主義的原始叢林狀態。中共建國後，為掌握傳播媒體，確保宣傳效果，對報紙的物流系統極為重視，以控制報業發行為要務。在中央主管全國媒體的新聞總署策劃下，推出「郵發合一」政策，由公營報社帶頭裁撤發行部門，並與郵局簽約，將所有發行工作交由郵局辦理。郵發合一實施後，公營報紙全部改為郵局發行，迅速使原有私營之報紙經銷商因代銷報份萎縮而自然消失。迄 1954 年，中國大陸的報業發行遂進入由郵局辦理，全面被中共掌控的新局，直到 1985 年才有所改變。

對中共建國後報業發行變局的研討，有助於了解「新民主主義」時期中共如何掌控媒體與工商企業。在中國報業史的研究上，亦有助於彌補以往多注重編輯採訪，以致報業銷售與經營管理面清晰度不足之憾。

關鍵詞：報業　發行　「報頭」　新聞總署　郵發合一

* 國立臺灣大學歷史學研究所博士候選人

臺灣大學學術期刊資料庫

一、前言
二、有關中國大陸報業發行的研究與文獻檢視
三、中國大陸報業原有發行體制與運作
四、中共建國後的報業理念與新聞法制規範
五、「郵發合一」政策規劃的政治與經濟考量
六、「郵發合一」發行體系的操作機制
七、「郵發合一」體制的完成與影響
八、結論

一、前言

發行是報業經營的重要環節。一份報紙經由採訪、編輯工作，構成軟體的內容，再經過製版、印刷，將內容具體化，以紙張的形式出現。報紙離開印刷機的一刻，就是製造過程的終了，發行工作接著展開，經由運輸、發送、推廣、收費，使報紙產品得以進入市場，接觸讀者，報社也得到收入。由於發行工作是將報紙提供的資訊帶給讀者，除新聞資訊外，也將廣告資訊顯示於潛在的客戶面前，所以發行是廣告的基礎。對報業經營者而言，誠可謂「沒有發行，就談不上報業經營」。又因報紙發行工作永遠必須面對社會大眾，在社會網絡中運作，自然與當時當地的經濟體系、政府法令、交通運輸、物流系統、消費習慣、讀者好惡等條件息息相關，在不同時空的政治、經濟體制下，自當形成不同面貌。

自從 1949 年中華人民共和國在中國大陸建立以來，中國歷史的發展進入前所未有的新階段。共產主義的理論與實踐，經由中共黨政機關的推動，滲入中國大陸各個角落，產生全面的影響。報紙既然是當時最重要的傳播媒體，也難免從此改頭換面，進入一段新的時代，出現許多前所未有的變化。

中共一向公開主張新聞事業是共產黨「戰鬥的『號角』、有力的『喉

臺灣大學學術期刊資料庫

舌』和銳利的『思想武器』」，並不諱言新聞事業應該為黨服務。[1]原則既然如此，中共建國後遂多方設法，將新聞事業的要角——報業，導引至共產黨心目中的理想境地。然而不論主觀期望如何，這種對報業的「改造」並非一蹴可幾。在改造的過程中，實際狀況必須先行考慮，各種問題亦須隨時解決。報紙的發行是新聞事業工作重點之一，特別受到中共重視，在中共主導下，發生根本性的變化，到 1954 年時大致完成。本文的目的，即在設法重建中共建國至 1954 年間大陸報紙發行的各種面相，並就中共的報業發行政策與報業本身發行經營的實務面，研討二者間的互動關係，以期對當時中國大陸的報紙發行狀況做一次基本的釐清，進而希望以此為基礎，在未來進行同時代臺海兩岸報業的比較研究。

二、有關中國大陸報業發行的研究與文獻檢視

發行對報業雖然如此重要，但中國報業史中與發行相關的領域，迄今仍是一塊十分荒蕪的園地。先就中國報刊發行事務本身來說，專業的研究一直極少，正如上海市記者協會主席賈樹枚在《報刊發行學概論》一書的序中所述：

> 報刊發行學是一門學科，但是長期以來，在傳統的中國新聞學教育與傳播學教育中都沒有這方面的論述，屬於缺門。[2]

南方報業傳媒集團董事長范以錦也在《發行中國》一書的序中說：

> 發行與編採一樣也是一門學問。然而，研究編採業務的人多，此類書出了不少，而報刊發行的專著，尤其是發行戰略及實操相結合的書卻不多見。[3]

---

1 鄭保衛主編，《中國共產黨新聞思想史》（福州：福建人民出版社，2004），頁 1。

2 倪祖敏、張駿德，《報刊發行學概論》（上海：復旦大學出版社，2005），序頁 1。

3 范以錦，〈序一・一本厚重的發行教科書〉，收入譚軍波著，《發行中國》（廣州：南

臺灣大學學術期刊資料庫

自有中國報業以來，固然不乏對報業及報業史的論述，但大多集中於編輯、採訪、言論或報紙內容與政治、社會相關的層面，專研報業發行者極為罕見，「即便有些著作論及，也僅僅是辟章設節，全面、系統、深入的研究，難以尋覓」。[4]報業通論性著作中，若作者具有報業經營管理的背景與經驗時，會對發行給予應有的重視，但此類作者為數不多。此方面早期最著名的例子是戈公振 1926 年所撰《中國報學史》，該書第六章〈報界之現狀〉以第四節專門記述當時的發行狀況，臚列資料頗為詳盡，但尚未能提出理論，以解釋當時的發行現象。[5]這個先例此後竟長期成為中國大陸報業發行研究的空谷足音。直到改革開放以來，大陸報業發展蓬勃，競爭激烈，才逐漸出現少數針對當前大陸報業發行研究的專著，[6]惟因時間接近，已難以歸入歷史研究的範疇。對報業發行本身的研究既如此不足，遑論歷史上的報業發行。現存中國報業史著作中，對中共建國初期的報業發行仍然或稍有敘述而未深入探討，或完全略而不談。[7]至於討論報業營銷或新聞媒體經營管理的著作，也僅將中共建國初

方日報出版社，2006），序頁 2。

4 孟建，〈序一・執著於傳媒領域的獨到開拓〉，收入吳鋒、陳偉著，《報紙發行營銷導論》（上海：復旦大學出版社，2004），序一頁 1。另可參考謝鼎新，《中國當代新聞學研究的演變——學術環境與思路的考察》（北京：中國傳媒大學出版社，2007）。

5 戈公振，《中國報學史》（臺北：臺灣學生書局，1965），頁 299-307。

6 譚軍波，〈序二・眾人拾柴火焰高〉，收入吳鋒、陳偉著，《報紙發行營銷導論》，序二頁 1。該文寫作於 2004 年，其中記錄中國大陸討論報業發行的專書僅有三本：《京華日報》發行中心，《報刊自辦發行管理模式》；朱春陽，《傳媒營銷管理》；李忠、廖光明編，《發行之路》。

7 如方漢奇總主編，陳業劭主編，《中國新聞事業通史第三卷》（北京：中國人民大學出版社，1999）第 21 章〈新中國成立到基本完成社會主義改造時期（1949 年 10 月-1956 年）〉，共有內容 195 頁，其中僅在頁 126-127 中以一頁半談到發行，約佔全體篇幅的 0.3%，且並未說明當時報業發行政策產生的原因；白潤生，《中國新聞通史綱要》（北京：新華出版社，1998）第 11 章〈中華人民共和國新聞事業的建立〉，對此完全未提；丁淦林主編，《中國新聞事業史》（北京：高等教育出版社，2006）的第 11 章〈基本完成社會主義改造時期的新聞事業〉，僅在頁 399 有五行記載；新聞局編，《中國大陸新聞事業及其管理概況》（臺北：行政院新聞局，2004）中，許志嘉，〈參・中國大陸

期的報業發行當做聊備一格的背景說明，[8]以致在中國報業史中留下此塊相對空白的領域，誠為憾事。

中國報業史中對發行研究的落後，部分亦應導因於資料不足。蓋發行既為報業經營的基礎，報業經營者自然將發行資料列為業務機密，不論發行組織、辦法、數據等，絕不輕易示人。不用或過時的資料，銷毀更唯恐不及，故第一手史料極難尋獲。惟中國大陸自 1949 年以來，在中共統治下，既以黨組織掌控報業，又推行計畫經濟，所以當時的報業資料大量留存於黨、政體系的文件中。改革開放後，此類文件經蒐集編排，出版為《中國報刊發行史料》[9]與《中國共產黨新聞工作文件彙編》[10]二書。書中編列的資料，涵蓋中共報業的發行政策與實務運作二方面，成為今日研究此課題最重要的資訊來源。此外，近年中國大陸某些報社已編纂報史，並邀請舊日從業人員與相關人士撰寫回憶錄，[11]這些書籍也保存部分當時的資料，可供參照。至於中共建國初期的歷史，臺海兩岸的學者已迭有闡述，[12]這些著作雖未直接提及報業發行，但可以做為背景資訊的來源，亦屬不可或缺。

新聞事業〉對此完全未提。

8 如姜懷臣，《報刊營銷學》（北京：新華出版社，2004），以第四章第一節共 13 頁述及 1949-1985 年的報業發行，已是篇幅較多者；吳文虎，《新聞事業經營管理》（北京：高等教育出版社，1999）中述及此主題僅二頁（頁 82-83）；黃升民、周豔主編，《中國報刊媒體產業經營趨勢》（北京：中國傳媒大學出版社，2005）中述及此主題僅一頁（頁 3）。

9 杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》（北京：光明日報出版社，1987）。

10 中國社會科學院新聞研究所編，《中國共產黨新聞工作文件彙編》（全三卷）（北京：新華出版社，1980）。

11 如文匯報報史研究室編寫，《文匯報史略（1949 年 6 月-1966 年 5 月）》（上海：文匯出版社，1997）；文匯報報史研究室編，《在曲折中行進：文匯報回憶錄・2》（上海：文匯出版社，1995）；人民日報報史編輯組編，《人民日報回憶錄》（北京：人民日報出版社，1988）；大公報一百週年報慶叢書編審委員會編，《我與大公報》（上海：復旦大學出版社，2002）。

12 如陳永發，《中國共產革命七十年》（臺北：聯經出版事業公司，2001）；李立志，《變遷與重建：1949-1956 年的中國社會》（南昌：江西人民出版社，2002）。

臺灣大學學術期刊資料庫

三、中國大陸報業原有發行體制與運作

中國報紙的發行有其傳統方式與通路，依戈公振的記述，1926 年前後時的情況：

> 凡直接訂閱者，本埠由（按：報）館中派人專送，外埠則由郵局寄遞；間接訂閱者，本埠由報販批購，外埠由分館或代派處代發。以上海情形言，此種報販人數極多，組有捷音公所，團結甚堅。有立街頭叫賣者，有專送住宅商店者，各有主顧，不相侵犯，誠足推廣報紙之銷路也。[13]

可見對報社而言，發行通路分為本部直營、本埠批銷、外埠直營與經銷等途徑，運送方式則有派人直送與郵寄等。在報社以外，另有專門經營報紙發行業的團體及個人，掌握著重要的發行通路。

此種情況持續甚久，經歷北伐、「南京十年」、抗戰與國共內戰時期，除中共控制區外，並無顯著改變。推究其原因，大約不論國民政府、中共以外的地方政權、抗戰時期的各種偽政權與日本佔領軍，一方面在意識形態上都支持或至少不反對資本主義，對資本主義式的商業行為無意改弦更張；另一方面，對中國社會的控制力尚未達到全面而徹底的程度。所以以營利為目的之專業報紙發行組織得以繼續存在，報紙發行的基本狀況也延續下來，直到 1949 年。當時即使做為地下政黨的中共要在「國統區」辦報，發行上仍然必須仰賴報販。例如 1929 年中共江蘇省委在上海市創辦《上海報》時，面臨的發行形勢是：「全上海有九百大報販，一切報紙的總批發都須經過他們的手。」共產黨的報紙也無法自外於其間，於是：

> 《上海報》是一個姓張的大報販經手（他與捕房都有來往的），雖然我們已稍有經驗，但書生終非流氓的敵手，所以總有欠帳，并每份（按：從八文錢）減為六文。[14]

13 戈公振，《中國報學史》，頁 299。

14 求實（李偉森），〈上海報一周年的回顧〉，收入《上海報一周年紀念冊》（1930）；

臺灣大學學術期刊資料庫

1949 年間，隨著中共軍隊攻佔中國各地，中共的報紙也紛紛進入各地的城市。這批共產黨的報業工作者立刻發現，城市中報紙的發行一仍舊慣，是報社與報販共生的狀況。例如《人民日報》在該年 3 月 15 日正式遷入北平市後，依照當時員工回憶描述，北平的報紙發行狀況是：

> 當時整個北平共有報房（即批發商，也叫報頭）七處，報販（他們大多有自己的訂戶，各人有各人送報的街巷）三百六十三人，報童（沿街叫賣）二百四十五人。報房從報社發行部訂購報紙四萬多份，然後再批發給報販和報童。發行部按報價的六五折（過去沿襲下來的折扣）結算，報房批給報販、報童，按八折或八五折算帳。報房倒一下手，就得到報價的百分之十五到百分之二十。他們是封建把頭，都有自己的一定的勢力範圍，各霸一方。[15]

可見在報紙發行的行業裡，最輕鬆獲利的是身為大盤商的「倒爺」們。他們能夠如此坐享利益，當然與其在地方上的勢力，尤其是惡勢力有關。

上海的情形也極為類似。1947 年 5 月被國民政府查封的《文匯報》，於 1949 年 6 月 21 日在上海復刊後，其發行狀況是：

> 當時是自辦發行，但報社僅掌握少量的本外埠直接訂閱戶，而 90% 以上的報紙發行渠道，要通過中間批發商——封建報頭，由他們轉批給各地的報販零售或投送，因此嚴重影響了報紙的發行。[16]

其實這種情況早就使報業從業人員印象深刻。一些追隨國民政府到臺灣的前上海報社人員，也曾回憶不久之前他們在大陸的親身經驗：

> 上海的望平街，是報紙之總匯……報館裡辦理本批（按：「本地批發」的簡稱）人員，非望平街白相人（按：上海俗語，混混之意）不可，以六・二五折批給地攤。……望平街的地攤，各有各的戶頭，不得亂拉，有二三十個地攤，頗有群眾！他們聯合起來，就可以控

轉引自倪祖敏、張駿德，《報刊發行學概論》，頁 86-87。

15 趙國臣、吳述儉，〈人民日報發行工作四十年回顧〉，收入人民日報報史編輯組編，《人民日報回憶錄》，頁 365。

16 文匯報報史研究室編寫，《文匯報史略（1949 年 6 月-1966 年 5 月）》，頁 24。

臺灣大學學術期刊資料庫

制報紙發行，……。[17]

又如：

過去在上海、天津等大城市，當地報紙的發行幾完全操在少數大報販的手中。他們憑著地方的惡勢力，控制了一群小報販，各自劃成「勢力範圍」，以六折或七折批價向報社批購報紙，再以八折或九折轉批給手下的小報販，代他們去派報，自己等於坐地分贓的惡霸，使報社和小報販都受到他們的中間剝削。甚至他們更互相勾結起來，反而控制整個報社的發行，使報社的發行部門不得不仰賴他們的鼻息，如報紙售價的提高、批售折扣的修正、連報紙篇幅多少等等決策，都要事先徵求他們的同意，否則，他們即以拒絕發行來要脅。[18]

至於杭州的情形也如出一轍，中共甚至將 1949 年時杭州各大報頭的名字都調查得清清楚楚，可見對此情況的重視：

杭州解放之初，杭州出版的報紙和外地報紙在杭州推銷，基本上都通過私營的分銷處和派報公會。……派報公會的人員與發行方式和解放前沒有多少差別。蔡慶福、朱斌魁、胡惠三、韓翰臣等人依然控制著派報公會。[19]

這些普遍存在的情況顯示，傳統的中國報紙發行在經過多年的自然運作與發展後，已經形成獨立於報社之外的批銷商業體系。這種商業體系在大城市中演變成各擁地盤、分區經營，形成聯合壟斷、寡佔市場的經營模式。報紙發行系統裡，上游的生產者報社因通路被其掌握而無可奈何，下游經營訂戶業務的報販與經營零售業務的報童因人少力微，更無法與之對抗。

面對此種赤裸裸的聯合壟斷，傳統報社所能採取的對策，大概只有倚靠「反求諸己」的原則，在本身能夠掌控的範圍內做某種程度的調整。

17 羅敬典，〈談報業經理之不良制度〉，《報學》1 卷 1 期（1951，臺北），頁 101。
18 劉一樵，《報紙發行》（臺北：臺北市新聞記者公會，1968），頁 32。
19 徐運嘉、楊萍萍，《杭州報刊史概述》（杭州：浙江大學出版社，1989），頁 237-238。

臺灣大學學術期刊資料庫

《報紙發行營銷導論》第三章〈世界及我國報紙發行的歷史沿革〉中，對「近代民營報紙的發行經營策略」提出數條分析與舉證，[20]恰好可以做為說明這些報社自我調整的基礎。這些自我調整包括：以高質量或特殊的內容推動發行、加強經營直接訂戶與降價等。不論如何，提高質量或降價等報社自身的調整，或許可以增加銷路，卻無法影響到被報頭控制的報紙發行系統。唯一有助於對抗報頭的方式是加強經營直接訂戶，但發展直接訂戶工作繁瑣而收效緩慢，尚需僱用報差（送報生）。上海的職業送報生在 1949 年以前即組有工會，也可以與報社抗衡：

> 上海的報差，每天祇有二小時工作，他們有工會，如果報紙減少，或因不盡職責開除報差，工會說不可開除，祇可遣散，要發三個月工資的遣散費。為點小事，工會就請社會局出面講斤頭（按：談條件），……。[21]

所以迄至 1949 年時，中國報紙的發行情形，概括來說是一直處於充滿資本主義色彩的原始叢林狀態。

中共建國後面對的報紙發行形勢，既不符合共產主義的原則，又構成對全面控制社會的妨礙，因此中共勢必針對此種狀況展開改弦更張的大動作。

四、中共建國後的報業理念與新聞法制規範

中共既然以新聞事業做為自己的「號角」、「喉舌」與「思想武器」，取得政權後當然亟思全面建立屬於自己的新聞體系。建構新聞體系必然要基於新聞政策，中共的新聞政策則是調整新聞領域與社會各方面關係的準則，有其核心地位與制導功能、中介地位與管理功能及宏觀地位與

20 吳鋒、陳偉著，《報紙發行營銷導論》，頁 86-91。
21 羅敬典，〈談報業經理之不良制度〉，《報學》1 卷 1 期，頁 100。

臺灣大學學術期刊資料庫

控制功能。[22]依據此種理論觀察中共建國初期的新聞政策，可謂「改造與限制並存的過渡型」，[23]自有其時代考量與限制。報業發行屬於新聞政策所要規範的一個特殊領域，故以下從廣至狹，從大原則的一般綱領到報紙發行的特殊領域依序分析之，以見其背景與關係。

（一）法制方面

中共建國初期制定的法律並不多，攸關各種企業，包括報業經營的經濟法、民商法等，皆付之闕如，[24]可見對商業行為及公司治理等方面的立法並不重視。倒是針對新聞內容與新聞發表接連制定以下法規：

1949 年 9 月第一屆全國人民政治協商會議通過〈共同綱領〉，其中第 49 條規定：「保護報導真實新聞的自由，禁止利用新聞以進行誹謗、破壞國家人民的利益與煽動世界戰爭。」

1950 年通過〈全國報紙雜誌登記暫行草案〉，規定出版報紙不論公營或私營，必須一律先申請登記，經地方新聞出版機構初審後轉呈新聞總署核定，取得登記證後，方准發行。其中第 9 條更規定報刊言論記載必須遵守下列四項要求：（甲）須遵守〈共同綱領〉，擁護人民民主事業；（乙）須遵守各級人民政府的政策法令；（丙）須保守國家的國防、外交、財政、公安等有關機密事項；（丁）須報導真實新聞，並禁止利用新聞以進行誹謗，破壞國家人民的利益，和煽動世界戰爭的言論與記載。[25]依此法律，中共政府取得對報紙發行的核准權，掌握報業發行的

22 郎勁松，《中國新聞政策體系研究》（北京：新華出版社，2003），頁 19-23。

23 郎勁松，《中國新聞政策體系研究》，頁 58。原文為「以改造為主限制為輔的『過渡型新聞政策』」，此處引申原意但略作修改。

24 中華人民共和國與報業經營相關的經濟、民商等法律通過立法的年份為：會計法 1985、廣告法 1994、企業所得稅法 2007、公司法 1993、著作權法 1990、合同法 1999 等。參見中華人民共和國全國人民代表大會網站→文獻資料→法律文件，網址：http://www.npc.gov.cn，2008 年 9 月 12 日讀取。

25 方漢奇、陳業劭主編，《中國當代新聞事業史（1949-1988）》（北京：新華出版社，1995），頁 23-25。

臺灣大學學術期刊資料庫

根本。可想而知，公營報紙申請發行通過容易，私營報紙則甚為困難。例如杭州市在 1949 年下半，共有 12 份私營報紙申請登記發行，但中共政府僅核准三份。其中一份是兒童報，另一份《工商報》由投共的原國民黨杭州市政府秘書長徐雄飛申辦；第三份是原有的《當代晚報》改版出刊，此因該報原社長逃往臺灣，社務由員工代管，他們向中共當局提出杭州當時需要一份「實際上由黨控制而表面上不是以黨報姿態出現」的民營報紙，《當代晚報》則可滿足此項需求，故獲得通過。其餘九家被駁回的申請案，由批駁《天行報》的理由是「言論一貫荒謬，立場極為反動」[26]看來，不難一葉知秋。

1951 年 6 月通過〈保守國家機密暫行條例〉，其中第 11 條規定：凡報刊公布、電台廣播的新聞、論文、資料等，內容均不得涉及國家機密。各通訊社、報館、廣播電台、出版機關均應訂定發布新聞、論文、資料的保密審查辦法。[27]

這種情況可以顯示當時局面並未完全安定，國境內外仍有對抗與戰爭，必須以安全為重的戰時考量，同時也反映中共希望使新聞媒體聽話，依照有利於中共的原則發表新聞的意圖。由此可以推論，若能對報紙發行加以控制，將保證有利中共的資訊廣泛散布，並能使不利的資訊無從流出，當然更有助於達到此目的。

（二）政府管理機關方面

中共建國後不久，即於 1949 年 10 月 19 日在政務院下設新聞總署。新聞總署負責領導全國的新聞事業，管理國家的新聞機構，其工作為貫徹執行共黨與政府有關新聞事業的政策、法令、指示，召集全國性新聞工作會議，調整新聞發展事業，研究指導新聞工作業務的改革。[28]此機關可說是中共最高新聞政策的總執行者，也擁有在執行面與事務面的決

26 徐運嘉、楊萍萍，《杭州報刊史概述》，頁 185-187。
27 方漢奇、陳業劭主編，《中國當代新聞事業史（1949-1988）》，頁 25。
28 方漢強、陳業劭主編，《中國當代新聞事業史（1949-1988）》，頁 27-29。

臺灣大學學術期刊資料庫

定權。新聞總署在報業方面所執行的，正是將報業導入公營化、共產化的政策。

新聞總署開始運作後，於 1949 年 12 月在北京召開全國報紙經理會議，1950 年 3 月至 4 月又在北京召開全國新聞工作會議，分別就報紙的經理與編輯做出決定，會後並由公營報紙領頭執行，其發行部分詳情後述。新聞總署的成立與運作，顯示中共對新聞事業的重視，希望主導新聞事業的意圖，與實現其意圖的做法。

（三）報業所有權方面

中共對於新聞媒體，一向認為應屬公有，反對私有。陳堂發即在其研究中國大陸新聞事業與法治的著作中表示：

> 國家可以依據社會政治、經濟與文化發展需要，對新聞事業的發展規模、布局形式、資源利用進行統一調配。國家是各級各類媒體的產權人，一切報刊廣播電視機構的資產屬於國有。[29]

迄 1999 年 10 月，中華人民共和國新聞出版署仍聲明指出：

> 報刊的主辦單位即是報刊的投資人。目前尚無可由個人、集體出資創辦或擁有報刊的規定，因此，我國的報刊社均為全民所有制單位。報刊創辦時，若有個人、集體自籌啟動資金的，不能認定為對該報的投資，應按債權債務關係處理，由主辦單位參照銀行同期貸款利率予以退還。[30]

由此可知，中共對新聞媒體所有權應屬公有的理念與堅持。然而在 1949 年中共建國時，其境內本有不少中華民國政府公營、中國國民黨黨營或原由私人經營的報紙。中共對此的政策，是沒收前兩者與「反動勢力」主辦的私營報紙，對其他私營報紙，則允許其暫時繼續存在。在上述背景下，據 1950 年 3 月的統計，全國有私營報紙 58 家，其中華東最多，

29 陳堂發，《授權與權限：新聞事業與法治》（北京：新華出版社，2001），頁 298。
30 新聞出版署報刊司，《報刊工作手冊》（北京：人民出版社，2001），頁 327。

臺灣大學學術期刊資料庫

佔 24 家，包括上海的 14 家。[31]中共容許這些私營報紙繼續存在，是建國之初在「新民主主義」時期（1949-1956）統戰和團結小資產階級與民族資產階級的謀略裡，[32]關於新聞領域的一環，不可能持續長久。

果然不久之後，許多私營報紙因新聞內容與言論立場的問題，被中共查封，或遭警告後自行停刊，如北平的《世界日報》、上海的《大美晚報》、《字林西報》、天津的《博陵報》、哈爾濱的《建設日報》等。中共又對其餘各私營報採取合併改組、銀行貸款改為股份、公私合營等措施，再進一步退還私股，終於將報社所有權全面收歸公有。[33]

（四）報紙發行方面

中共推動消除私營報社的新聞政策，代表希望全面掌控報紙的新聞與生產，對於報紙的銷售，又何嘗不然？1949 年時中國大陸自然形成的報紙銷售系統已如前述，此種通路並非屬於中共所有，所以中共建國後的報業發行政策，是以控制通路為主。唯在討論中共控制報紙發行通路的實際做法之前，應該設法了解中共對「報業發行」一事的認知與理論，方能更清晰的掌握中共對報紙發行的基本政策。

由於中共把報紙視為重要的宣傳工具，故除對報紙內容，亦即「要宣傳甚麼？」給予高度重視外，對於報業發行，亦即「怎樣將宣傳品送到目的地？」也毫不輕忽。中共建國初期的 1950 年 9 月，中央宣傳部就發出通告，批評辦報的黨員：

> 有些報社的工作同志還不了解和不重視企業化的經營方針，他們認為報紙是文化事業，不能當作生產事業來經營，……對報紙的發行

31 丁淦林主編，《中國新聞事業史》，頁 394。

32 中共此種政策與謀略，參見陳永發，《中國共產革命七十年（上）》，頁 468-471。

33 丁淦林主編，《中國新聞事業史》，頁 394-396。另可參見孫旭培，〈解放初期對舊新聞事業的接收和改造〉，《新聞研究資料》總第 43 輯（1988，北京），頁 52-58。社會背景參見李立志，《變遷與重建：1949-1956 年的中國社會》第三章第二節〈工商資本家：「國家前途」和「個人前途」的矛盾〉，頁 252-268。

臺灣大學圖書館 期刊資料庫

工作沒有足夠的重視和當作一種組織群眾工作而用大力來開展。[34]

顯然中共黨中央認為，報紙發行就是組織群眾的工作，必須大力開展。

1951 年 3 月 10 日，《人民日報》的社論也指出：

> 人民報刊發行工作，在本質上是一個思想傳播的工作，……人民對於人民報刊（按：應為「人民報刊對於人民」）不是可有可無的讀物，而是不可缺乏的精神食糧。它是領導與群眾間絕不可缺少的相互聯繫的範圍廣大的紐帶。世界上再沒有一種宣傳工具能比報刊更大量、更迅速而又正確地影響群眾的。因此，發行是嚴肅的政治任務。[35]

此處《人民日報》毫不諱言「人民報刊」就是宣傳工具，當然也包括它自己在內。既然如此，報紙發行是政治任務也就理所當然了。

另外，1951 年時的郵電總局副局長谷春帆，也在當年 2 月 28 日閉幕的全國發行工作會議上總結表示：

> 有些工作人員對於發行工作認為是負擔，有些工作人員從單純的企業經濟觀點出發，忽視了報刊發行工作在政治上的重要性，因此在工作上發生很多缺點，……。[36]

此處明白表示，報紙發行工作並不只是單純的企業經濟行為，而有其政治上的重要性，絕不可以忽視。

中共對報業發行的這種認知可說源遠流長，也一直未曾改變。近年中國大陸新聞學術研究日盛，更將這種認知背後的理論明確提出，完成其理論體系。2005 年出版的《報刊發行學概論》一書，特闢篇幅，回答「為甚麼不將報刊發行稱做報刊銷售？」的問題：

> 我們堅持認為，一般產品銷售，只是銷售物質產品。而報刊發行，

34 〈中宣部關於報紙實行企業化經營情況的通報〉，收入中國社會科學院新聞研究所編，《中國共產黨新聞工作文件彙編》，中卷，頁 21。

35 〈改進報刊發行工作是重要的政治任務〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 199。

36 〈郵電部全國發行會議總結〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 174。

臺灣大學學術期刊資料庫

> 既銷售物質產品，又進行精神思想傳播。產品銷售不是報刊發行的根本目的。[37]

以下繼續提出社會主義報刊發行的作用與「雙重特性」：

> 社會主義的報刊不是單純的賺錢工具。社會主義的報刊負擔著傳播科學、經濟、文化知識，宣傳黨的方針政策，反映人民群眾呼聲，滿足人民精神需要等重任，是人們認識和瞭解社會新聞信息的主要渠道和激勵千百萬人民的思想文化陣地，同時也是黨和政府聯繫群眾的紐帶。報刊（商品）發行經營的特殊性，決定了報刊發行工作在報刊業中的重要地位，它既是先進文化和精神食糧的傳播環節，又是辦好報刊、發展報刊業的重要物質基礎和財源保證。……報刊的這兩種特性關係既對立又統一，既排斥又依存。[38]

這兩段文字表明，經過五十餘年的歲月，中共已將其報業發行的政策理論化，對瞭解中國大陸報業發行的現狀與歷史都極有價值。自從改革開放以來，中國大陸報業發行的銷售性質與商業性質日益濃厚，是不爭的事實，但由以上的論說看來，其中仍然蘊含著不少「思想文化陣地」、「聯繫群眾的紐帶」之類的思想因素。正如傅朗（Nicolai Volland）所說：「『黨報是教育的工具』，這種思想到現在仍屬於主流意識形態。」[39]這種報紙發行的「雙重特性」其實並不是改革開放以後的新生事物，中共建國後，並未否認報紙發行有其企業性與經濟性的一面，但強調發行更是報紙的政治任務。中共對報紙發行的雙重認知，與對同時做好二者工作的要求，便是建國後報業發行政策的基調，以下所要論及的實務做法，皆植基於此。

---

37 倪祖敏、張駿德，《報刊發行學概論》，頁 5。

38 倪祖敏、張駿德，《報刊發行學概論》，頁 5-6。

39 傅朗（Nicolai Volland），〈中共的媒體思想：歷史與現在〉，《當代中國研究通訊》7 期（2006，新竹），頁 53。

臺灣大學學術期刊資料庫

五、「郵發合一」政策規劃的政治與經濟考量

中共建國後，在報業發行上廣泛推行的政策是「郵發合一」。郵發合一的意義是將報紙、雜誌的發行工作從報社與雜誌社劃分出來，完全交給郵局執行，使郵政與報刊發行合而為一。在此制度下，報社與郵局簽訂合約，郵局成為各報發行業務的唯一承攬者，辦理全國報紙的發行業務，報社原有的發行部裁撤，人員經郵局核可者，轉至郵局工作。

這種制度的產生當然有其背景與考量。雖然現有相關專著與論文對此制度的內容均有述及，然其真正的原因，則多語焉不詳。故若希望從不同角度檢討當時的狀況，分析中共推行此制度的深層背景，則應該回歸中共建國後報業的整體客觀環境與中共的主觀意願，並使用《中國報刊發行史料》中的第一手檔案，詳細推敲。

中共建國時的報業經營環境可說十分不利，包括以下各方面：

（一）物價與通貨膨脹

中國大陸在國、共內戰結束時，經濟殘破，金融崩潰，流通貨幣雖然從金圓券換成人民幣，但貶值如故。貨幣貶值對報業損害甚大，因為報社對於長期訂戶採取預收報費制，亦即在訂戶訂閱時就一次收足訂閱期間的報費。當貨幣快速貶值時，預收的報費將無法支應隨時間迅速膨脹的報紙成本，故訂戶越多，虧損越大。報社在無法承擔虧損之下，或則與訂戶產生衝突，不利報譽；或則以漲價、減張因應，結果報價上漲或篇幅相對縮水，不利於零售。

（二）原料

報業的原料以紙張為大宗。中國在抗戰至內戰期間，工業生產受損嚴重，加以外匯缺乏，進口無力，故紙價飛漲，不論本國紙或進口紙皆

臺灣大學藝術期刊資料庫

然。1949 年時報紙的總成本中，紙價竟佔到 70%。[40]紙張的短缺與昂貴，勢必壓縮其他部門的成本或費用，一切因陋就簡，例如編輯採訪的品質降低、無法進行推廣工作等，結果更不利於報業。

（三）發行

各城市內的傳統發行系統被「報頭」把持，已如前述。交通運輸也因戰爭備受破壞，運輸能量與時效皆甚低落，不利各報在外埠的發展。例如《文匯報》在外埠發行上，就面臨「客觀上也由於全國交通運輸還未全部恢復，發行的覆蓋面不廣」的問題。[41]

（四）市場

經濟破產下，人民購買力必然低下。1949 年時，中國大陸的報紙市場規模因戰爭動亂，已無可考。局勢粗定的 1950 年，全國報紙每期平均印數為 301.2 萬份，[42]尚不知有多少發行在外，又有多少是收費報份（paid circulation）。當時中國人口若以 4.5 億計算，則大約每 150 人才能分配到一份報紙，還不一定是付費的。市場之不振，可想而知。

經營條件如此不利，當然使報業普遍發生虧損。依據當時中共中央不完全的統計，僅《人民日報》等 16 家報紙，每年賠耗（虧損）即達「五千萬斤小米」。[43]這份 1949 年 12 月 30 日發出的批文中，捨棄貨幣單位，採用糧食實物為計量單位的做法，尤其足以顯示當時通貨膨脹的嚴重，已經到達無法以貨幣為計量單位的地步。

報業經營狀況的惡劣，是無論公營報紙或私營報紙都需要面對的。

---

40 〈全國報紙經理會議的決議〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 7。

41 文匯報報史研究室編，《在曲折中行進：文匯報回憶錄・2》，頁 555。

42 〈1950 年至 1979 年全國報紙出版統計〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 385。

43 〈中共中央批轉中央人民政府新聞總署黨組「關於全國報紙經理會議的報告」〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 5。

臺灣大學學術期刊資料庫

中共主觀的期望，當然不願見到報業從此一蹶不振，使宣傳工具受損，所以必須設定目標，講求方法，解決問題。1949 年底新聞總署召開的全國報紙經理會議即為此而來，會議的決議中說：

> 全國一切公私營報紙的經營，必須採取與貫徹企業化的方針。即公營報紙必須把報社真正作為生產事業來經營，逐步實行經濟核算制。私營報紙亦須在已有基礎上進一步改善經營方法。條件較好的公營報紙應爭取全部或部分自給，條件較差者亦應在政府定期定額的補助下，爭取最大可能的自給程度。[44]

此時設定的目標很低，甚至還不期望每家公營報紙自給自足，只以減少補助為初階段目標，可見報紙虧損情況的嚴重與普遍。為改善此種狀況，決議文中逐條列出對紙張、發行、廣告、報社人員編制、會計制度等問題的基本處理原則。其中對發行的處理方式就是「郵發合一」：

> 報紙發行工作，應學習蘇聯及我東北、山東的經驗，逐步地全部移交郵局辦理。各報可按具體情況與各地郵局簽訂發行合同。在郵局尚不能負擔報紙發行任務的地區，各報應大力改進發行工作，力求報紙發行面的擴大，批發折扣一般應不低於七折。對於讀者的優待，應當著重於優待讀報組、集體訂閱戶和熱心推廣訂閱的訂戶，而逐步改變現在的單純注意成份的辦法。贈送、交換、存報都應力求節約。報費以預收為原則。[45]

這些決定透露出當時報紙發行背景與決策考慮的許多訊息：

1. 報費以預收為原則，表示中共已有決心打擊通貨膨脹，並預期可收效。[46]
2. 贈送、交換、存報應力求節約，可謂報業經營的老生常談，任何時空環境的報業皆應如此，實務上報社內部也常做此要求，並非新意。

---

44 〈全國報紙經理會議的決議〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 7。

45 〈全國報紙經理會議的決議〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 8。

46 關於中共處理通貨膨脹的情形，可參閱陳永發，《中國共產革命七十年(上)》，頁 522-527。

臺灣大學學術期刊資料庫

3. 對讀者的優待成為檢討改進的主題之一，顯現這是甚為普遍的情形，並已構成問題。尤其要求優待不應僅限於單純注意讀者的「成份」，隱約指出當時「成份」好的人具有的新特權。至於要求擴大優待讀報組、集體訂閱戶，實際上將減少發行收入。中共之所以做此決定，顯然是希望增加報紙上政令宣導的效果，即使報業必須為此做出部分犧牲，亦在所不惜。
4. 對於仍以傳統體系發行報紙的區域，要求批發折扣不低於七折，用意應在限制報頭的獲利，降低發行費用，並開始收緊對傳統發行體系的控制。
5. 郵發合一最先被提出，當然是工作重點，但其中並未明確提出如此做法的理由，則頗堪玩味。幾乎在全國報紙經理會議開會的同時，政務院郵電部也召開了第一次全國人民郵政會議。此會在 1949 年 12 月 28 日提出的決議案，現在只有部分摘錄收入《中國報刊發行史料》，內容全為郵發合一執行的原則與郵局方面的做法，也沒有提到推動這個制度的原因。[47]這兩個會議的決議向中共黨方的決策體系上呈後，新聞總署內部的黨組對此提出報告，中共中央核可，批轉中央與地方黨部，要求「督促所屬報社加以實現」。這樣一份鄭重其事的文件，對郵發合一政策的原因，也只輕描淡寫的說：「根據蘇聯及東北、山東的經驗，……以減少發行上的開支與損失。」[48]似乎這就是中共對內、對外僅有的交代了。

近年中國大陸研究報刊發行的專著如《報刊發行學概論》、《報紙發行營銷導論》等，對中共建構郵發合一體制的原因仍無分析。[49]《中

47 〈第一次全國人民郵政會議決議案（摘錄）〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》頁 85-86。

48 〈中共中央批轉中央人民政府新聞總署黨組「關於全國報紙經理會議的報告」〉、〈關於全國報紙經理會議的報告〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 5-6。

49 《報刊發行學概論》全書 338 頁，僅以二頁半（頁 93-95）介紹郵發合一；《報刊發行營銷導論》全書 307 頁，僅以一頁（頁 91-92）介紹，且均未說明制度建構的原因。

臺灣大學學術期刊資料庫

國報刊媒體產業經營趨勢》對此，引用 2005 年時的中國報業協會發行委員會主任李忠的談話，他認為：

> 「郵發合一」的政策是在促進報業經營企業化，擴大報紙發行量，爭取自給自養的背景下提出的。……當時的目的是以此減少發行上的開支和損失。[50]

姜懷臣在《報紙營銷學》中則提出另一種看法：

> 「郵發合一」體制是一定歷史階段的產物。它把報紙僅僅看成是政治工具、把發行看成是計劃經濟體系組成部分，是為貫徹報刊「定期、定額計畫發行」的方針，為帶動包括投遞信函在內的其他郵政業務服務的。[51]

這兩種說法有其差異，但對推行郵發合一政策的原因，似都仍限於淺層的推敲。當時報業經營環境的困難已如前述，中共政府為使公營報紙能自給自養，當然必須減少它們發行上的開支和損失。但報社在發行上的開支與損失係因私營經銷商壟斷而成，所以支持報社，勢必要打擊私營經銷商。同樣地，為發展郵政業務，以報刊增加郵局的業務量與影響力，也一定要取代私營經銷商的報刊發行市場。所以郵發合一政策的淺層原因，在於為了協助中共的公營報紙生存發展，必須與私營經銷商爭奪報業發行通路，這個任務，中共交給郵局承擔。至於深層原因，在現有研究並未做出分析的狀況下，應該以淺層原因為基礎，從中共建國後在大陸全力推廣公營報紙的基點上推論。

郵發合一政策的推動是成功的，詳如後述。故若從郵發合一推動成功後產生的作用來看，姜懷臣在《報紙營銷學》中即提出：

> 把全國報紙的發行工作交給郵局來做，這對團結、教育、改造當時私營報紙代銷業，簡化（國內）報刊發行系統，推動解放後全國報刊的健康發展等，都起到了無可替代的作用。[52]

---

50 黃升民、周豔主編，《中國報刊媒體產業經營趨勢》，頁 3。
51 姜懷臣，《報紙營銷學》，頁 143。
52 姜懷臣，《報紙營銷學》，頁 140。

臺灣大學學術期刊資料庫

武志勇則在〈論「郵發合一」體制的確立〉一文第三節「歷史作用及啟示」中，評估郵發合一體制的歷史作用，他表示：

> 「郵發合一」體制的確立，保證了黨和政府的聲音作為最強音、主旋律順暢地傳達給廣大民眾，從新聞輿論和意識形態上保障了新中國的文化安全，保障了革命和建設事業的順利進行。「郵發合一」政策的實行，使得人民郵政成為全國最大的報刊發行機構。……結束了中國報刊發行由報販頭子壟斷的狀況。杜絕了反對中國共產黨和新中國報刊的流通和發行，完全徹底地佔領和掌握了報刊發行的網絡與渠道，確保報刊發行成為黨和人民新聞事業的重要組成部分，保證了社會主義報刊業宣傳和教育功能得以充分發揮，維護了新中國的文化和意識形態安全。[53]

二者說的都是郵發合一制度在歷史上發揮的作用，亦即其結果。推想郵發合一制度產生如此功效，應當並非出乎其原始設計的意料。所謂蘇聯的報紙發行經驗，也無非是以黨國控制的發行系統取代其他發行系統。以中共對報紙功用的看法來觀察，恐怕這樣的結果，正是中共實行這種報紙發行制度的深層原因。而且這個真正的原因，在當時應是中共內部大家「心裡有數」的共識，並無嘵嘵多言、廣為宣揚的必要。所以中共建立此體制的深層原因，應該不出對全面控制全國報業的渴望，對報業的編輯採訪體系如此，發行體系亦然。值得注意的是，中共並未採取諸如查禁一切私營報社與經銷商等激烈手段，反而是以介入報紙發行實務做為巧妙運用的方法，達成全面控制報業的目的。

六、「郵發合一」發行體系的操作機制

郵發合一的政策確定後，郵電部與新聞總署立即在 1950 年 2 月聯合訂定〈關於郵電局發行報紙暫行辦法〉，內容共 31 條，規定了郵局辦理

53 武志勇，〈論「郵發合一」體制的確立〉，《歷史檔案》2006 卷 3 期（北京），頁 124-125。

臺灣大學學術期刊資料庫

報紙發行的各種細節與郵、報雙方的權利義務。辦法以郵局與各報社簽定永久性的發行合約為前提，其中簽約報社的權利義務有：

（一）原有發行工作人員應調歸郵電局。

（二）與郵局共同訂定發行目標，編製發行計畫。有關發行之重要會議，應互邀參加，互做報告。有關發行的文件資料應互送副本。

（三）對郵局的發行工作有合同檢查及提出建議的權利。

（四）報社出報時間，外埠報應使郵局能趕上當天頭班火車，本市報應趕上郵局頭班投遞。由郵局發行的報紙，報社應按期刊載上一期印完時間。報社及郵局任何一方如有重大延誤時，應將延誤原因在報紙上刊布。

（五）報社應經常注意收集並刊載有關發行工作的表揚、批評及經驗介紹等文章，郵電局得隨時提供資料。

（六）郵電局辦理發行的報紙，要優先免費刊登發行的廣告、通知等。[54]

其中，發行合約的原則顯然對報社不利，應該是出自深通報業發行的內行人之手，甚至可能是即將被調到郵局的報社發行工作人員。蓋報紙讀者無不希望及時看到報紙，發行人員要面對讀者，當然希望報紙愈早印出愈佳，以便及時送報。然而報社的編採部門卻希望採訪編輯的時間愈長愈好，因為任何下一分鐘都可能有重大新聞發生，漏發新聞，編採有責，何況在專制政府之下編報，尤須字斟句酌，以免惹來麻煩。所以報社內部編採單位與發行單位永遠在出報時間上處於對立，遇到報紙遲到，讀者抱怨，甚至因此影響報紙銷路時，雙方常將責任推給對方。如果雙方隸屬同一家報社，則這種「人民內部矛盾」往往呈報上級裁決或不了了之。郵發合一後，編採與發行屬於不同單位，發行方面當然要釐清責任以自我保護。這個辦法中，郵局竟強勢到迫使報社在報紙刊頭

54 〈中央人民政府郵電部新聞總署關於郵電局發行報紙暫行辦法〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 27-30。

臺灣大學學術期刊資料庫

上刊出印完時間，可見中共當局對郵局接辦報紙發行工作的重視與支持。當然，背後的著眼點仍放在全力協助郵局，以便確實掌握全國報紙的發行通路。

基本辦法確定後，郵電部郵政總局在 1950 年 4 月 27 日對各郵局發出〈關於簽定報刊發行合約的指示〉通令，宣布郵發合一已進入「行動的階段」。郵政總局在這份內部文件中指示下級單位：

> 在商訂合約時發行費率（即是手續費率，成本費率）往往是最難解決的焦點，解決了這一點，發行合約基本上已經解決了。……一般說來，郵局的發行費率訂為 30%，郵資在外，是一個較為合理的水平。[55]

這裡可以看出郵政總局對簽約問題的洞見，當然也還帶著市場經濟的影子。郵局思考細密，在指示中考慮到以下各種實際情況的處理原則與做法：

（一）若報社決定報紙漲價，郵局在收到通知前接到的長期訂戶，依原價收費導致郵局的損失，須由報社補償。

（二）有些報紙以低價促銷，導致手續費不足以負擔郵費，故郵費必須在手續費以外另收。

（三）報社給讀者的一切優待與折扣導致實收報費降低時，郵局仍應得原價手續費，其損失由報社負擔。

（四）報紙出版時間會影響到發行速度，故合約要規定每日最晚出報時間，並要求在報紙上印出昨日最後印好時間。

（五）郵局代收的報費解繳給報社時應注意日程，不遲不速。過早解繳款項將使郵局負擔利息，產生財務調度的困難。[56]

如果說這是一份臺灣或香港的文件，絲毫不令人意外，但它出於中華人民共和國郵政總局之手，就使人不得不對這個專業行政單位的辦事

55 〈郵電部郵政總局通令關於簽訂報刊發行合約的指示〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 37。

56 〈郵電部郵政總局通令關於簽訂報刊發行合約的指示〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 38-42。

臺灣大學學術期刊資料庫

態度與方法另眼看待。更進一步，為使各地郵局在與報社訂定發行合約時清楚方便，郵政總局甚至將估算經營發行業務盈虧與求得最低發行成本的公式，一併通告各下級單位：

（一）收入

每月平均發行份數×每份價格＝報紙總價額

報紙總價額×發行費率%＝發行費收入

發行費收入＋每月平均向訂戶收取之郵費＝總收入

（二）支出

1. 折扣：

每月平均直接訂閱份數×訂戶折扣率%＝訂戶折扣

每月平均批銷份數×批銷折扣率%＝批銷折扣

每月平均批給報販份數×批給折扣率%＝批給折扣

訂戶折扣＋批銷折扣＋批給折扣＝總折扣

2. 郵運費：

每月平均發行份數×每份重量（公分）＝總重量

按第二類新聞紙計算郵費：

總重量÷……公分×……元＝總郵運費

3. 最低人工：

報紙發行部移往郵局繼續辦理發行業務職工

薪資總額＋職工福利費＝最低人工開支

4. 捐稅：營業稅及印花稅等

5. 其他開支：接辦後發行部門之房租、水電及其他辦公費

總折扣＋總郵運費＋最低人工＋捐稅＋其他開支＝最低成本

總收入－最低成本＝毛利／損

總收入÷毛利／損×100＝毛利／損對收入總額的百分比[57]

57 〈××郵區××報刊估計最低發行成本說明〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 45-47。原文頁 45 為簡明表，頁 46-47 為詳細計算方式，本文將二者合併列出，原文錯字「捐」亦改正為「損」。

臺灣大學學術期刊資料庫

這個公式裡，將折扣歸屬支出項下，乍看之下並不合乎會計準則，因為折扣在損益表中應屬收入的減項，並非支出項，然而對郵發合一的執行，它卻極為合理。原來報紙是否要給讀者折扣，權在報社，並非郵局所能決定，所以因折扣而少收的報費，不能影響收入總額，以免減低做為發行費計算基礎的總收入額，故郵局只能將它視為損失，列入支出。郵政總局這種專業、深刻與周延的思考，令人刮目相看。這個例子也提醒我們，今後在研究中共建國初期及某些專業領域時，中共政策與施行中的專業因素不可忽略。

中共推行的郵發合一體制雖云來自蘇聯，但與蘇聯的報刊發行體制並不雷同。蘇聯的報紙印妥後，係先交給各加盟邦政府主導的公營「印刷品聯合派送公司」（Soyuzpechat），[58]各邦的印刷品聯合派送公司依照各地郵局提供的需求數字，將報刊發給郵局，再由郵局派送給讀者。郵局面對讀者，接受訂單並收款，但不面對報社。在此體系中，印刷品派送公司居於中間的主導地位，各報的印刷數目由它告知。此外，販售零售報的報攤，則全部歸印刷品聯合派送公司控管。[59]中共在「向蘇聯一面倒」的時期建構報業發行體系，卻並未將通行於蘇聯及東歐的制度照單全抄，必有其他考量。推想當時局勢粗定，百廢待舉，中共可能認定郵局已經足夠承擔報業發行工作，故沒有能力、沒有時間也不必疊床架屋，另設中間機構。何況如上所述，郵局在報業發行體制規劃與運轉的表現甚佳，既擁有「雄厚的經濟實力，紀律嚴明的產業工人，政府的

58 Soyuzpechat 曾由李明水譯為「印刷物派送總局」，見李明水，《世界新聞傳播發展史》（臺北：大華晚報社，1985），頁 62。在少數蘇聯加盟邦中，此機構有另外的名字，如在亞美尼亞（Armenia）稱為 Haymamul，見 Ara Tadevosyan, “Printing Houses and Press Distribution Agencies in Armenia,” in *Transcaucasus Media Bulletin* No.2 (1997, Geneva), p. 4. 東歐共產國家也仿效此制，如波蘭此機構稱為 RSW Prasa，見 Jane Leftwich Curry, *Poland’s Journalists: Professionalism and Politics* (Cambridge, England: Cambridge University Press, 1990), p. 99.

59 Frank Clasquin, “Periodicals Supply from Russia and CIS since 1992”, *Serials* Vol. 9, No.1 (1996, Newbury, UK), pp. 39-40.

臺灣大學學術期刊資料庫

優惠政策以及一個龐大的、完備的郵件送達網」，[60]是當時最可靠的單位，顯然又因謹守專業分寸，而未曾使當政者感到尾大不掉，理所當然成為中共建國後大力培植的唯一報業發行機構。也因為如此，中共建國後的報業發行體制，在當時的國際共產社會中是一個異數。

郵政總局「內行」的做法與自我保護的心態，顯示在中國大陸社會主義改造的過程中，專業性質的政府機關既有權又有能，對產業界處於相當大的強勢。更值得注意的是，中共政府機關在推行改造時，能以專業的知識發揮本已具有的強勢，並非一味以政治勢力強壓。中共政府機關的這種認知與作為，應該是使中國大陸產業界社會主義改造成功的真正原因之一。

七、「郵發合一」體制的完成與影響

郵發合一的原則既經確定，細節亦已充分顧及後，遂由中共中央機關報《人民日報》起帶頭作用，於 1950 年 2 月 13 日與郵政總局簽定〈關於報紙發行工作的協定〉。此協定規定雙方權利義務與合作方式甚為詳盡，是一份可以據以實際進行工作的文件。例如：

（一）《人民日報》將努力爭取在每日上午八時前印完，最遲不超過十時，並刊登前一日的報紙印完時間。

（二）每日在經郵局發行數外，無償加印千分之一點五的報份給郵局，做為報紙發出後發現破爛、髒污、缺報等的補償。

（三）郵局發行費以不賺不賠為原則，收取報價總數的 27%。

（四）結帳付款採每月三次制，即每月一日預交依上月底報份估算之本月份報費的 70%，十五日前再付 15%，並交足一至十五日間增加報份報費的 85%，其餘月底結清。[61]

60 倪祖敏，張駿德，《報刊發行學概論》，頁 93。

61 〈郵電部郵政總局、人民日報社關於報紙發行工作的協定〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 88-90。

臺灣大學學術期刊資料庫

簽約後雙方隨即展開細節的工作，召開由雙方派員參加的「《人民日報》發行會議」。1950 年 3 月 3 日會議結束，簽署〈關於報社發行人員財產移交辦法協議〉，通過〈關於報紙運輸投遞問題的決議〉，《人民日報》社並將當年的發行計畫告知郵政總局。[62]郵發合一的第一個樣板從此出現。

《人民日報》起的帶頭作用當然具有決定性。同年 8 月 25 日，《工人日報》與郵政總局簽訂發行合同，條款文字與《人民日報》的大同小異，但條件卻比《人民日報》差了許多，以後陸續簽約的各報，可說無一例外。茲將現在已知與郵政總局簽約各報在合約中獲得的條件列如表一所示。[63]

表一　郵政總局簽約報刊一覽表

報紙名稱	簽約時間	當年計畫發行份數	發行費率	無償增印比率	印完時間（上午）
人民日報	1950/02/13	161,449	27%	0.15%	8-10 時
工人日報	1950/08/25	＜30,000	30%	0.2%	本埠 6 時 其餘 8-10 時
光明日報	1950/12	＜25,000	國內 32% 國外 40%	0.15%	6-7 時
中國青年報	1951/01	30,000	國內 32% 國外 40%	0.2%	4 時 30 分- 7 時 30 分
新民報	1951/01/04	＜25,000	32-30%	0.2%	6 時

再者，結帳付款的條件，其他各報也比《人民日報》為苛。這種情況充分反映出報紙來頭愈大、發行量愈多，郵局就對它愈客氣，倒是頗

62 〈《人民日報》發行會議的決議（摘要）〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 93-97。

63 〈中央人民政府郵電部新聞總署關於郵電局發行報紙暫行辦法〉、〈郵電部郵政總局、工人日報社發行合同〉、〈郵電部郵政總局、光明日報社發行合約〉、〈郵電部郵政總局、中國青年報社發行合約〉，〈郵電部郵政總局、新民報社發行合約〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 27-30、99-114。

臺灣藝術 期刊資料庫

有市場經濟之風。總之，從各報合約條件的差異，不難看出郵政總局務實或現實的一面。

郵發合一政策實行一年以後，郵電部於 1951 年 2 月 15 至 28 日召開「全國發行工作會議」。當時的郵電部長朱學範，在開幕式上發表一篇鉅細靡遺的報告，正可以說明郵發合一體制的實施與確立情形。此報告的要點包括：

（一）實施郵發合一的報紙大量增加。1950 年 1 月時共 78 種，總發行量 80 萬份；同年 12 月時增至 140 種，219 萬份，佔全國報紙種類的一半略多、發行量的 70%以上。可見推展甚為迅速。

（二）實施郵發合一的報紙到報速度提高。舊制度下，城市報份約需三小時派發完畢，郵局則只用一小時半，甚至 40 分鐘就送完。

（三）郵局接受訂閱報紙，使報紙訂銷點大增。如全國性的《人民日報》訂銷點即為全國的 2,481 個郵局，大行政區級的《東北日報》有 519 局，省級的《江西日報》有 123 局等。

（四）加強管理舊有的私營代銷處。在重慶、西安、漢口、長沙、南京等地，郵局開辦了報童、報販的學習班，提高他們的「政治覺悟」和對發行工作的認識，並發覺與制止「壞」代銷處的拖欠報費、浮收報費、少漏送報、假借報社名義招搖撞騙等作風。

（五）以郵發合一帶動全國報紙的計畫發行。創造出條件使各種報紙「合理分工」，分別發行地區、讀者對象，以消除發行盲目競爭與報份散漫自流現象。[64]

由這份報告可以看出，1950 年以後大陸各地走向穩定的趨勢中，中共的黨政機關掌握愈來愈多的資源與權力，已有能力在大陸的社會網絡

64 〈郵電部部長朱學範在全國發行工作會議開幕式上的報告（摘要）〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 150-160。

臺灣大學學術期刊資料庫

中建構屬於自己的報業發行系統，並在取得報業發行通路的競爭中獲勝。就舊有的發行系統言，那些參加學習班、被改造過的報販與報童，等於從此被納入中共控制之下。在報業最發達的上海市，做法則更加積極。1949 年 10 月，中共將上海原來親共的工人組織「上海印刷工會」恢復運作，並擴大規模。1950 年 7 月，由其派報分會出面成立「文化新聞統一服務社」，辦理報紙投遞、代理訂報等工作，並把承送的報紙全部整合，集中起來劃分路線，以加快遞送速度。[65]在郵發合一與新派報組織的強力競爭下，原有的同類非共職業團體，如傳統式報販組成的「上海派報業工會」、受報館直接雇用之送報生組成的「上海市報差職業工會」等，無法競爭而自然消失。[66]於是上海市的報紙發行最後只剩郵局與文化新聞統一服務社二系統，藏在報業發行系統之內的社會網絡與資源，也逐漸全部被中共掌握。

杭州是另一個類似的例子。1949 年中共進城後，將原有的派報公會納入市總工會系統，「一些工人骨幹已經充實到（按：派報公會的）領導班子裡去」。對私營派報業，杭州當局採取「限制、改造、維持」的方針。「限制」的主要內容是：人數不准再增加，地區不准再擴大，發行的報刊種類不得再增多，發行份數不得再發展。後來在反霸鬥爭時，對派報業上層中一些「劣跡累累的把頭」做了「處理」，派報公會領導層中充實了「有政治覺悟、作風正派」的派報工人。郵發合一實行後，一些派報公會的人員被郵局吸收，另一些轉業改行。到 1954 年 11 月，杭州由私營報販發行的報紙只佔總發行量的 8.9%，於是派報公會宣布撤銷，報業發行遂宣告改造成功。[67]

全大陸報業私營發行系統的命運就這樣被註定，迅速萎縮以至消失。1950 年 6 月時，依照郵電部長朱學範提供的資料，全國郵政工作人

65 馬光仁主編，《上海當代新聞史》（上海：復旦大學出版社，2001），頁 74。

66 參見上海地方志辦公室網站→上海地方志→專業志→上海新聞志→第六篇新聞團體→第二章行業團體，網址：http://www.shtong.gov.cn，2008 年 9 月 7 日讀取。

67 徐運嘉、楊萍萍，《杭州報刊史概述》，頁 238。

臺灣政治大學學術期刊資料庫

員有五萬三千餘人，而私營發行機構約有二萬餘從業員，約為郵局人員的 40%。比起郵局這個全國性的政府機關，當時私營發行業的人員實在不算少，也使朱學範對他們不得不特別提出「採取團結改造的方針，而不能是排斥的方針」。[68]但僅僅經過六、七個月，到 1951 年 1 月時，私營發行業者只剩下約一萬人，而且被中共批評為：

> 只看到了團結，忽視了改造，只看到了不打亂和不降低其批銷折扣，忽視了接受郵局的領導，不遵守發行規章，……有些代銷處仍保持著過去不良作風，招搖撞騙，浮收報費，少送報紙，挪用拖欠報款等事情，……。[69]

可見其萎縮之迅速與掙扎求活中的不擇手段，當然中共當局也因不再需要他們，而對他們不客氣了。此後，為配合郵局進行報紙雜誌的推廣工作，消除中共認可的報紙雜誌尚未到達的空白點，中共更建立「發行員」的制度，找尋「政治上純潔可靠、熱愛報紙、熱心群眾工作」的人，在自己所屬的工廠、學校、街道中擔任發行員，進行下列工作：

1. 發行員是宣傳員，也是組織員。
2. 結合各種運動，分別各種對象，推廣報刊。
3. 推動組織讀報組。
4. 調查統計，聯繫群眾，了解群眾情況，反映群眾意見和要求。
5. 辦理訂報、收款、發報等工作。
6. 擬定工作計畫，交流工作經驗。

並給予發行員以下的權利：

1. 可取得有關發行的刊物、手冊。
2. 可參加郵局和報社舉辦的有關發行會議。
3. 可參加郵局和報社舉辦的文娛活動。
4. 參加競賽，享受物質的獎勵和精神的表揚。

---

68 〈改進報紙發行工作 反對關門主義傾向 郵電部部長朱學範發表談話〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 299。

69 王捷，〈1950 年的報刊發行工作〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 309。

臺灣大學學術期刊資料庫

5. 凡與郵局聯繫的信函，可使用「郵政公事」免費寄遞。[70]

發行員是一種兼職的報刊推廣人員，既由中共當局挑選設置，當然效忠中共，思想沒有問題。這種編組可以在不增加郵局員額的情形下，取得大批人手推銷報刊，從而使中共藉著報刊讀者的增加，有效掌握甚至新構社會網絡，取得社會資源以控制社會。對這些替中共累積報紙發行量、建構與控制社會網絡的先鋒，中共允諾給予精神與物質兩方面的報酬，也可見其運用靈活的一面。

果然許多發行員在精神鼓舞與物質獎賞的雙重激勵下，全力推銷報紙。著名的樣板，如北京市競存中學發行員王淑英，從 1952 年 1 月起擔任此職，推銷《中國青年報》。當時該校只有報份 2、3 份，但她依靠共產主義青年團組織的領導，利用廣播、早操、學生大會等機會動員宣傳，發動學生在班與班、組與組間展開訂報競賽，結果在 2 月份發展出 20 餘份，3 月間升至 48 份，4 月間到達 60 份以上。此外，尚有北京市五一女中的發行員洪慧媛，在 10 天之內就發展了 100 份報紙等。[71]

由這些記載與報告可以看出，1950 年以後大陸各地走向穩定的趨勢中，中共黨政機關掌握愈來愈多的資源與權力並能妥善運用，中共的公營報業系統自然隨之受惠。就發行言，郵局的資源雄厚，通路網遍布全國，人力充足，又有原報社的發行專家協助，在那個混亂初定、百廢待舉的年代，郵發合一正好使郵局能發揮所長，快速佔領全中國的報業發行市場。事實上，郵發合一政策推出將近五年時，全大陸報紙的發行就幾乎被郵局囊括，正如當時郵政總局局長蘇幼農於 1954 年 10 月 7 日發表的一篇文章中列出的表格所顯示。（參見表二）[72]

---

70 〈發行員在發行競賽運動中的工作和任務：郵政總局局長蘇幼農 1952 年 6 月 22 日在北京發行員大會上的講話〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 313。

71 〈發行員在發行競賽運動中的工作和任務：郵政總局局長蘇幼農 1952 年 6 月 22 日在北京發行員大會上的講話〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 313-314。

72 蘇幼農，〈郵電部門的報紙雜誌發行工作〉，收入杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》，頁 317。原表格的雜誌部份刪除。

臺灣大學圖書館 期刊資料庫

表二　郵發報紙市佔率（1950-1954）

郵發合一實行後的年度	郵發報紙佔全國報紙%	郵發報份佔出版報份%
1950	36.6	59.9
1951	54.9	80.6
1952	85.5	96.1
1953	95.0	99.2
1954	94.3	98.2

由於報紙是一種低價位的普及性產品，在市場經濟下，報紙發行業務的經營必須達到一定規模，經營者才能靠取得的佣金維持日常開銷，若能達到更大的規模，經營者方才有利可圖。郵發合一政策實行後，全國發行的報份快速被郵局掌握，傳統的報業發行經營者，不論其商業道德的好壞，都已經因為原有報紙發行數量的迅速流失，佣金收入遽減，無以為生。到這時候，傳統的報紙經銷體系自然瓦解，報頭、報販、報童等全面消失，只剩下郵局的報紙發行體系，報業發行乃定於一尊，全部由政府掌控。

就中國大陸的報業發行言，1949 年中共建國後，隨即因郵發合一政策的推出而急速改變，可謂「中國報業發行未有之變局」。這種變化發展到 1954 年時，郵發合一體制已全面完成，變局遂告一段落。此後中國大陸的報業發行進入長久的郵發時期，報社只負責生產報紙，印刷數量由郵局告知，發行收入由郵局送達，成為既無依據，也無辦法與人力，更無意願過問發行事宜的狀態。郵發合一政策的推行成功並立足大陸，使中共終於全面「佔領」報紙發行的「陣地」，掌控報紙的銷售通路，並藉此方式配合編採與言論政策，全面掌控了大陸所有的報紙。至此，中國大陸報業發行的社會主義改造乃大功告成。

在「要訂報，到郵局」成為中國大陸生活的常識與習慣後，三十餘年的歲月流逝，直到改革開放後的八〇年代中期，市場經濟逐步恢復，「郵發合一」體制也逐漸顯出問題：

臺灣大學學術期刊資料庫

> 但「郵發合一」造成的長期產銷分離，報社無權干預自己產品的銷售，沒有發行的自主權。而專營報紙發行的郵政部門，其業務範圍僅限於報紙的預訂和投遞分發，不能全面關注報紙的發行工作。這樣，報紙在買方市場逐步形成的情況下，雙方的利益衝突也就不可避免。[73]

《深圳特區報》九〇年代初期曾計算，當時郵局對該報前三大張收取 30%發行費，超過部份每大張加收人民幣 0.08 元，該報每週一、三、五出版五大張，發行費已達售價的 50%，每周二、六出版六大張，發行費竟高達 60%。[74]關於郵發合一體制日久年深後產生的弊病，《報紙營銷學》中除指出費用太高外，另行列舉了投遞時效太慢、無法提供讀者意見反饋、「大鍋飯」制下郵局員工缺乏主動與熱情等。[75]擁有報業發行實務經驗十年的譚軍波，在《發行中國》書中甚至直接將郵發網比喻為「恐龍」。[76]至此，郵發合一制度實際上已不易全面維持。《洛陽日報》終於在 1985 年 1 月 1 日率先退出郵發體系，自辦發行。數年間，《太原日報》、《武漢晚報》、《天津日報》等紛紛跟進，[77]此後郵局才不再是中國大陸唯一的報業發行管道，但仍經辦某些報刊發行事務迄今。

八、結論

郵發合一是中共建國後報紙發行政策的主軸，從 1950 年起一直實行到今日。中華人民共和國的郵政單位積數十年之經驗，將郵發合一的工作結構分為十個作業環節，即宣傳、收訂、要數（各地郵局通知省郵局各報紙本地發行數）、匯總、結算、通知印數、分發、運輸、投遞、零

73 吳文虎主編，《新聞事業經營管理》，頁 83。
74 吳文虎主編，《新聞事業經營管理》，頁 83-84。
75 姜懷臣，《報刊營銷學》，頁 145-146。
76 譚軍波，《發行中國》，頁 80。
77 倪祖敏、張駿德，《報刊發行學概論》，頁 99。

臺灣大學學術期刊資料庫

售，各環節的作業皆有詳細說明。[78]中國郵政對報業發行的熟悉與經驗並非憑空而來，當 1949 年中共開始統治中國大陸時，中國大多數地區的報業發行仍處於資本主義下的原始叢林狀態，中共的新聞總署與郵政單位則奉命進入此一市場，並以全面掌控為目的。他們在中共當局全力支持下，只用了不到五年的工夫，便在 1954 年以郵發合一的方法，將報業發行的江山一統，完成任務。

報業傳統上具備製造與銷售功能，除為新聞媒體外，也屬於工商企業。中共建國後大陸報業的發行事務，必然受到中共對工商企業政策的影響，因此當時推行的郵發合一政策，也可視為一種中共針對報業發行所推行的工商企業政策。若把報業放進中共「新民主主義」時期的私營工商業政策背景中，則可發現李福鐘所提出，新民主主義時期中共對一般私營工商業的做法，如「調整工商業——建立新民主主義經濟運作模式」、「國營經濟對私營經濟的排擠」、「國家資本主義的發展」等，[79]也都出現在報業屬於銷售與經營管理的領域中，適用於中共建國後大陸報業的狀況。中共的郵發合一政策，既是一種有關報紙發行的新型經濟運作模式，又使國營經濟系統的郵局排擠私營經濟系統的報頭經銷商，更在報紙發行上造成國家資本主義的發展，與上述李氏的論點若合符節。郵發合一體系的建構落實了報業發行上的國家資本主義，當然國家也就藉這種政策，掌控報業發行領域中的一切資源，將其納入國家資本體系中。

中共能如此輕易地將報業發行納入掌控，其動力來自希望控制報紙的強烈主觀意願，但在執行策略與方法上，則甚能了解客觀環境，制定機智的策略。中共建國後，首先認識到報紙發行對宣傳與統治的重要性，確立一定要全面掌控報紙發行的基本政策，又能適時推出郵發合一制

78 參照中國郵政電子商務網→網上報刊→報刊業務→報刊發行過程介紹，網址：http://www.183.com.cn/epost/baokan/baokanyewu/bkfaxingguocheng.jsp，2008 年 9 月 22 日讀取。

79 李福鐘，〈新民主主義時期（1949-1956）中國共產黨的私營工商業政策〉（臺北：國立臺灣大學歷史學研究所博士論文，2003）。

臺灣大學學術期刊資料庫

度，從報業發行的實務面出發，巧妙地達到目的。中共以政府的力量將報紙的發行通路單一化，從而全面掌控報業發行，應可視為國家暴力的另類運用與表現，而在大致鮮少軍、警、棍棒、刺刀、查封、拘捕與流血出現的情況下，其運作尤其成功。這種情形可以解釋中共甚至並不特別在意某些未經申請登記獲准的報紙「偷跑」出刊，因為市場的現實將迫使它們迅速消失。例如前述杭州市 1949 年被駁回申請登記的九份報紙中，後來竟有《西湖日報》、《公益廣告報》、《金融論壇報》等擅自出刊，奇妙的是，中共當局並未嚴加取締，僅視情況勸導其自動停刊。結果這類擅自出刊的報紙，很快因為市場不振、持續虧損而自行停刊，並未煩勞中共動手處理。[80]

因此，對中共建國後報業發行的研究與評論，應該重視其專業與務實的一面。當時新聞總署、郵電部、郵政總局內部確有深通報紙發行業務的專業人才，遂使這些主管機關在面對公營報社時，能區分對象，斤斤計較，自我保護，充分顯示強勢、專業與周延的特性。而在面對私營報社與傳統發行體系時，則改換為關懷弱勢、打擊惡霸的面目，並不急於取締於一時。等到公營報紙皆已郵發合一，未加入郵發合一的私營報紙在社會主義體制下，家數日少、銷路日減後，傳統報頭掌握的發行量隨之大減，終至他們的收入無法維持生活時，私營發行體系自然消失。中共建構中國大陸的報業發行體系時，甚至沒有將蘇聯的制度照單全抄，也極早就在這方面展現出「有中國特色的社會主義」。

中共在掌控全國報業發行上表現出的專業、實際與靈活，使人印象深刻，足以做為中共建國後，樹立對全大陸有效統治的典型案例。通過郵發合一體制，造成中國大陸報業發行的變局，也正是中國大陸徹底進入共黨極權統治時代的一項表徵。

（責任編輯：邱士杰　校對：許朝祺　蔡育潞）

80 徐運嘉、楊萍萍，《杭州報刊史概述》，頁 185-186。

臺灣大學藝術期刊資料庫

引用書目

一、史料文獻

《人民日報》。
中國社會科學院新聞研究所編，《中國共產黨新聞工作文件彙編》（全三卷）。北京：新華出版社，1980。
杜慶雲主編，《中國報刊發行史料》。北京：光明日報出版社，1987。
新聞出版署報刊司，《報刊工作手冊》。北京：人民出版社，2001。

二、近人著作

丁淦林主編，《中國新聞事業史》。北京：高等教育出版社，2002。
人民日報報史編輯組編，《人民日報回憶錄》。北京：人民日報出版社，1988。
大公報一百週年報慶叢書編審委員會編，《我與大公報》。上海：復旦大學出版社，2002。
方漢奇、陳業劭主編，《中國當代新聞事業史（1949-1988）》。北京：新華出版社，1995。
方漢奇主編，《中國新聞事業通史》。北京：中國人民大學出版社，1999。
文匯報報史研究室編，《在曲折中行進：文匯報回憶錄・2》。上海：文匯出版社，1995。
文匯報報史研究室編寫，《文匯報史略（1949 年 6 月-1966 年 5 月）》。上海：文匯出版社，1997。
戈公振，《中國報學史》。臺北：臺灣學生書局，1965。
白潤生，《中國新聞通史綱要》。北京：新華出版社，1998。
李立志，《變遷與重建：1949-1956 年的中國社會》。南昌：江西人民出版社，2002。
李明水，《世界新聞傳播發展史》。臺北：大華晚報社，1985。
李福鐘，〈新民主主義時期（1949-1956）中國共產黨的私營工商業政策〉。臺北：國立臺灣大學歷史學研究所博士論文，2003。
吳文虎主編，《新聞事業經營管理》。北京：高等教育出版社，1999。
吳鋒、陳偉著，《報紙發行營銷導論》。上海：復旦大學出版社，2004。
武志勇，〈論「郵發合一」體制的確立〉，《歷史檔案》2006 年第 3 期，北京。
姜懷臣，《報紙營銷學》。北京：新華出版社，2004。
郎勁松，《中國新聞政策體系研究》。北京：新華出版社，2003。
馬光仁主編，《上海當代新聞史》。上海：復旦大學出版社，2001。
徐運嘉、楊萍萍，《杭州報刊史概述》。杭州：浙江大學出版社，1989。
孫旭培，〈解放初期對舊新聞事業的接收和改造〉，《新聞研究資料》總第 43 輯，1988，北京。

臺灣大學圖書館 學術期刊資料庫

倪祖敏、張駿德，《報刊發行學概論》。上海：復旦大學出版社，2005。
陳永發，《中國共產革命七十年》。臺北：聯經出版事業公司，2004。
陳堂發，《授權與權限：新聞事業與法治》。北京：新華出版社，2001。
傅　朗（Nicolai Volland），〈中共的媒體思想：歷史與現在〉，《當代中國研究通訊》7期，2006，新竹。
黃升民、周豔主編，《中國報刊媒體產業經營趨勢》。北京：中國傳媒大學出版社，2005。
新聞局編，《中國大陸新聞事業及其管理概況》。臺北：行政院新聞局，2004。
劉一樵，《報紙發行》。臺北：臺北市新聞記者公會，1968。
趙國臣、吳述儉，〈人民日報發行工作四十年回顧〉，收入人民日報報史編輯組編，《人民日報回憶錄》。北京：人民日報出版社，1988。
鄭保衛主編，《中國共產黨新聞思想史》。福州：福建人民出版社，2004。
謝鼎新，《中國當代新聞學研究的演變——學術環境與思路的考察》。北京：中國傳媒大學出版社，2007。
譚軍波，《發行中國》。廣州：南方日報出版社，2006。
羅敬典，〈談報業經理之不良制度〉，《報學》1卷1期，1951，臺北。
Clasquin, Frank. “Periodicals Supply from Russia and CIS since 1992.” in *Serials*, 9:1, March 1996, Newbury.
Curry, Jane Leftwich. *Poland’s Journalists: Professionalism and Politics.* Cambridge, England: Cambridge University Press, 1990.
Tadevosyan, Ara. “Printing Houses and Press Distribution Agencies in Armenia.” in *Transcaucasus Media Bulletin*, 2, 1997, Geneva.

三、網路資料

上海地方志辦公室網站→上海地方志→專業志→上海新聞志→第六篇新聞團體→第二章行業團體，網址：http://www.shtong.gov.cn，2008年9月7日讀取。
中國郵政電子商務網→網上報刊→報刊業務→報刊發行過程介紹，網址：http://www.183.com.cn/epost/baokan/baokanyewu/bkfaxingguocheng.jsp，2008年9月22日讀取。
中華人民共和國全國人民代表大會網站→文獻資料→法律文件，網址：http://www.npc.gov.cn，2008年9月12日讀取。

臺灣大學學術期刊資料庫

Circulation by Post: Shifting of Newspaper Circulation in Mainland China (1949-1954)

Yeh, Yen-tu*

Abstract

Several years after the founding of the People's Republic of China (PRC), far-reaching changes to the newspaper industry were mandated. The present study examines the formation of the Communist newspaper circulation system 1949-1954, in light of the newspaper industry and business administration: What was the face of newspaper distribution in China in 1949? What was to be Communist Chinese official policy on newspaper circulation? How did newspaper circulation in China change during early communist rule, etc.?

Under the Nationalist Chinese government, newspaper circulation in China was a competitive dog-eat-dog world. It was controlled by large private brokers, so-called "newspaper bullies," in the large urban areas. The PRC brought the circulation of printed matter under absolute control for propaganda purposes. Under the Administration of Journalism plan, the "Circulation by Post" policy was implemented in 1950. Starting with government-owned newspapers, newspaper circulation departments were liquidated. Government post offices ran newspaper circulation. The "Circulation by Post" policy was fully implemented within five years and private brokers died out by 1954, since the income from circulating the few private-owned newspapers tolerated by the authorities was too little to sustain business. From then on, the government post office was the only newspaper circulation agency in mainland China till 1985.

The newspaper circulation system in mainland China was changed radically from 1950. This case helps us to understand how commerce and industries were

臺灣大學學術期刊資料庫

* Doctoral candidate of the Department of History, National Taiwan University.

quickly brought under the control of the Communist Chinese government during the “New Democracy” period. Moreover, it is helpful in clarifying some neglected areas in Chinese newspaper history because attention is usually paid to editorials, editing and news-reporting, not to sales and management.

Keywords: newspaper industry, circulation, “newspaper bully”, Administration of Journalism, Circulation by Post.

臺灣大學學術期刊資料庫