

# 行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

## 台灣報業發行與派報體系之變遷：一個傳播政治經濟學的分析

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC93-2412-H-009-002-

執行期間：93年08月01日至94年07月31日

執行單位：國立交通大學傳播研究所

計畫主持人：郭良文

報告類型：精簡報告

處理方式：本計畫可公開查詢

中 華 民 國 94 年 10 月 31 日

行政院國家科學委員會補助專題研究計畫  成果報告  
 期中進度報告

台灣報業發行與派報體系之變遷：一個傳播政治經濟學的分析

計畫類別： 個別型計畫  整合型計畫

計畫編號：NSC 93-2412-H-009-002

執行期間：93年8月31日至94年7月30日

計畫主持人：郭良文

共同主持人：

計畫參與人員：

成果報告類型(依經費核定清單規定繳交)： 精簡報告  完整報告

本成果報告包括以下應繳交之附件：

赴國外出差或研習心得報告一份

赴大陸地區出差或研習心得報告一份

出席國際學術會議心得報告及發表之論文各一份

國際合作研究計畫國外研究報告書一份

處理方式：除產學合作研究計畫、提升產業技術及人才培育研究計畫、列管計畫及下列情形者外，得立即公開查詢

涉及專利或其他智慧財產權， 一年  二年後可公開查詢

執行單位：國立交通大學

中華民國 94 年 10 月 30 日

## 中文摘要

本計畫採取民族誌取向之質化研究方法，透過理論選樣與滾雪球等兩種研究選取研究對象方式，針對報社主管單位、經銷商、派報工會、以及報生為訪談對象。本研究合計訪談 37 人，總共 43 人次，除了其中兩次為「電話訪談」之外，其餘皆為親身訪談。研究發現，台灣的派報事業長久以來即是由一個相當複雜的派報體系在運作者，當解除戒嚴與報禁開放後，限證、限印、限張的限制隨之消失，對台灣的報業發行與送報體系產生了深遠的影響。報禁解除後，聯合報、中國時報、自由時報與蘋果日報並列台灣四大報紙。自由時報運用「銀彈」攻勢促銷與建立獨有的派報體系，突破長期由中時與聯合兩大報壟斷的發行體系。而蘋果日報將報紙視作商品進行銷售，值台灣連鎖超商逐漸普及化，以零售為主要發行策略，在三大報社派報體系的枷鎖下突破重圍。本研究透過報業發行通路的變遷，零售體系的興起，以及派報體系集中化趨勢的分析，說明台灣派報市場的商品化發展趨勢，並探究其原因。

關鍵字：報業發行、派報體系、派報單位、傳播政治經濟學

## ABSTRACT

This research analyzes the development and transformation of Taiwan's newspaper circulation systems from the concept of commodification. There are three stages that can be distinguished in Taiwan's circulation systems: Newspaper Limitation Period, Diversified Newspaper Period, and Glocalization Period. In the Glocalization Period, the introduction of a new Hong Kong-based newspaper called "The Apple Daily" produced great impact on Taiwan's newspaper circulation systems. Instead of taking advantages of the long established newspaper circulation systems, The Apple Daily in Taiwan mainly adopts the retail system through the nationwide convenience stores. The Apple Daily and The Freedom Daily have been the only two successful newspapers since the abolition of the Newspaper Limitation Act. By conducting in-depth interviews of nearly 40 persons, the conclusion is driven from newspaper executives and experienced newspaper distribution agencies all over Taiwan.

Keywords: Newspaper Circulation Systems, Newspaper Distribution Agency, Political Economy of Communications

# 台灣報業發行與派報體系之變遷：一個傳播政治經濟學的分析

## 前言與研究目的

在不同的社會中，報紙發行與派報方式有相當大的差異。在報社不直接經營送報業務的政策之下，台灣的派報事業長久以來即是由一個相當複雜的派報體系在運作者，尤其當解除戒嚴與報禁開放以後，限證、限印、限張的限制隨之消失，對台灣的報業發行與送報體系產生了衝擊與深遠的影響。不過，既使報禁解除，產生很多新報紙，但也只有極少數報紙能夠生存、發展。其中，比較成功的新興報紙，當屬自由時報與蘋果日報，與聯合報與中國時報並列台灣四大報紙。自由時報運用「銀彈」攻勢，用低價策略與贈送黃金的誘因，鉅大錢建立派報體系中自己的通路，突破長期由中時與聯合兩大報壟斷的發行體系，加上報紙內容在意識型態上的區隔等原因，成功地打進台灣市場，凝聚特定的讀者群。而當連鎖超商逐漸普及化以後，報紙也逐漸透過各超商據點進行報紙零售的發行，這個變化也促使蘋果日報得在短短兩年的時間當中，將報紙視作商品行銷，以零售為主要發行策略，在三大報社派報體系的枷鎖下突破重圍，成為國內四大報紙之一。時至今日，蘋果日報已經發行超過四十萬份有價報份，並已經達到收支平衡。本研究透過報業發行通路的變遷，零售體系的興起，以及派報體系集中化趨勢的分析，探討台灣派報市場的商品化發展現象與原因。

## 研究方法

由於台灣報紙的發行與派報體系的運作相當複雜且不易取得資訊，母體亦無法明確的建立，所以大規模的問卷調查方法不適用尋找本研究所需的資料，唯有透過質性研究方法的取徑，以田野觀察與親身訪談的方式，才能有效的蒐集到更

正確、豐富與深入的資料。本計畫以民族誌取向之質化研究方法，透過理論選樣（theoretical sampling）與滾雪球（snowball sampling）等兩種質性研究選取研究對象方式，針對報社主管單位、經銷商（單位）、派報工會、以及報生為訪談對象，主持人與研究助理，分別前往台灣省各縣市所在地、以及偏遠、離島地區，進行發行與派報單位之實地調查與訪問。就理論選樣方面，本研究計畫採取「最大差異性」（maximum variation）的樣本選取策略，就不同的地理區域（包括各都會、各區域、偏遠地區與離島）、不同類型與規模的派報經銷商（或報販、送報生）、不同性質的派報公（工）會、各類型報紙型態與報社組織、以及不同的職務與從事發行派報的經驗等面向來選取適當的樣本。

本研究合計訪談 37 人，總共 43 人次，除了其中兩次為「電話訪談」之外，其餘皆為親身訪談。以區域分配而言，總共涵蓋 12 縣市，訪談對象包括台北市 8 人、新竹市 1 人、台中市 2 人、高雄市 3 人、高雄縣 2 人、屏東市 4 人、台東市 2 人、台東縣 1 人、花蓮市 3 人、花蓮縣 1 人、澎湖縣 3 人、以及金門縣 7 人。以工作性質來區分，純「單位」7 人、純「報生」3 人、「工會/單位/報生」共 4 人、「單位/報生」共 9 人、「報社/主管」共 2 人、「報社/督導」共 3 人、其他「報社」發行人員 2 人、「工會」與「工會/單位/報生」4 人、以及其他相關人士等。訪談名單見表一。

表一：訪談名單

姓名	工作性質	地區	訪談方式
蔡 X 昌	單位	台中市	面訪
傅 X 森	報生	台中市	面訪
鄭 X 標	工會/單位/報生	台北市	面訪
吳 X 山 1	單位	台北市	面訪
吳 X 山 2	單位	台北市	面訪
林 X 偉	單位/報生	台北市	面訪
張 X 國 1	單位/報生	台北市	面訪

張 X 國 2	單位/報生	台北市	面訪
陳 X 發 1	報社/督導	台北市	面訪
陳 X 發 2	報社/督導	台北市	電話訪問
陳 X 發 3	報社/督導	台北市	面訪
劉 X 生 1	報社/主管	台北市	面訪
劉 X 生 2	報社/主管	台北市	面訪
蔡 X 憲	報社/督導	台北市	面訪
陳 X 明	報社/主管	台北市	面訪
林 X 蘭	單位	台東市	面訪
何 X 玉	單位	台東市	面訪
顏 X 民	報社/督導	台東市	面訪
徐 X 三	報生	台東縣	面訪
李 X 元	單位	花蓮市	面訪
陳 X 英	報生	花蓮市	面訪
余先生	報社	花蓮市	面訪
吳小姐	單位/報生	花蓮縣	面訪
洪 X 偉	單位/報生	金門縣	面訪
王 X 湖	報生	金門縣	面訪
黃 X 炫之妻	報生的太太	金門縣	面訪
李 X 才	單位/報生	金門縣	面訪
黃 X 霞	零售報店家	金門縣	面訪
洪 X 偉	單位/報生	金門縣	面訪
羅 X 嫻	單位/報生	金門縣	面訪
唐 X 勤	單位/報生	屏東市	面訪
蕭 X 華	單位/報社/報生	屏東市	面訪
陳 X 義 1	報社	屏東市	面訪
陳 X 義 2	報社	屏東市	電話訪問
張 X 文	工會	高雄市	面訪
何小姐	工會/單位/報生	高雄市	面訪
周 X 連	工會/單位/報生	高雄市	面訪
紀 X 嵐	單位	高雄縣	面訪
倉 X 身	單位/報生	高雄縣	面訪
沈 X 棋	單位/報社	新竹市	面訪
鮑小姐	單位的女兒	澎湖縣	面訪
王小姐	報生	澎湖縣	面訪
陳 X	單位的先生	澎湖縣	面訪

## 結果與討論

本研究所定義的報業發行涵蓋報社發行政策、自營零售網絡、以及新客戶、新事業的開發等面向，派報體系部分包括送報經銷商與報販經營網絡、訂戶報管理、以及派報工會的角色分析。依據派報市場的發展，本研究將台灣的報業發行區分為三個時期進行比較分析，即「報禁時期」（黨報與兩大報壟斷期：派報體系通路霸權）、「戰國時期」（三大報鼎立結構之確立：派報體系為主力、零售通路興起）、以及「全球地方化競爭時期」（四大報架構之形成：派報體系與零售通路兩元並立結構）。

從兩大報到三大報到四大報的發展過程動態中，自由時報與蘋果日報能在台灣的某個特定歷史時期中崛起，都與報團的資金與商業取向有著密不可分的關係。將報紙發行「商品化」是自由時報與蘋果日報能夠成長茁壯的共通點。投入龐大資金、由報業集團或企業財團支撐、低定價策略、以及強大的行銷企畫或高獎金誘因是促成商品化的幾個主要面向。自由時報透過在全省自行建立的派報據點為前導，爾後吸收中時、聯合兩大報既有的派報體系，有效突破原派報體系結構，建立起自己的全省發行通路。而蘋果日報則完全不捨搭既有派報體系的通路，甚至摒棄派報通路，改以零售為主要行銷通路，訂戶報部分則是由「壹週刊」的管道發行。兩者發行策略與通路運用均有成功之處。鑑於蘋果日報零售報銷售策略成功的壓力，促使過去敵我意識分明的中時、聯合兩大報合作成立「零售報聯合行銷」通路，前所未見地建立發行網絡的結盟機制，並且聯合起來抵制蘋果日報的發行網路發展，但結果證明未能阻擋蘋果日報逐漸侵入傳統、牢不可破的派報體系。報紙零售體系通路的興起已經大大地衝擊到既有派報體系的結構與秩序。

本研究的另一個發現是，無論是傳統的派報體系或是零售體系，台灣發行與派報體系已逐漸朝集中化的趨勢發展。如報社發行朝「同業結盟」方向發展，零

售報通路系統向「全省連鎖超商」集中，同時派報體系亦朝向「集團化」方向變化。故有很明顯「集中化」的傾向，符合 Vincent Mosco 在傳播政治經濟學中所談的「空間化」(spatialization) 概念。同時，在這個變化的過程當中，派報體系中的報社集團，及其與派報工會、單位與報生之間的互動存在著微妙的關係。由單位(經銷商)所組成的派報工會(註：花蓮地區除外，花蓮地區是由報生掌控發行業務與利潤分配)，其階級位置介於報社集團(資本)與報生(勞工)之間，佔據類似「小資產階級」(petty bourgeoisie)的位置。一方面他們扮演「勞方」的角色，成為報社外包的工頭，時而代表勞方向報社集團爭取派報利潤與權益，或偶而進行與各大報社的抗爭、合作或斡旋。但一方面卻又同時扮演「資方」角色，自稱「報老闆」，擁有報份的權益金與其他資方的利益，雇用廉價的報生，進而從剝削報生中獲利。派報單位與經銷商同時具有資方與勞方的身份，是派報體系中一個特殊的現象，由於這些派報單位逐漸集團化與集中化，使得派報體系中的「個體戶報生」逐漸消失，而使得多數報生直接受顧於中、大型經銷商，納入經銷商的直接控制範圍當中。