

探討香港中文免費報業的市場

壹傳媒旗下的《爽報》自2011年9月19日加入免費報紙行列以來飽受各方抨擊，無論它的新聞價值如何，本文有興趣探討的是它為同行尤其是中文報紙，以及社會所帶來的衝擊。

現時本港周一至周五出版的免費中文報紙已由2005年的3份增至今年的5份，令免費報章的每日總發行量上升至300萬份。而免費報紙的大戰也被形容為由「三國鼎立」時代走至現今的「春秋五霸」。究竟市民能不能消化多份免費報紙？收費報章應如何找到生存空間？報業能否是一場共贏遊戲？廣告是否會隨報章數目增加而增加呢？

有關5份中文免費報紙的資料列表如下：

報紙名稱	開始日期 ¹	現時平均每 日發行量 ²	所屬集團
都市日報	15/4/2002	363 784	瑞典集團 專辦免費 報紙
頭條日報	11/7/2005	855 627	星島日報
am 730	30/7/2005	400 730	
晴報	27/7/2011	503 000	經濟日報
爽報	19/9/2011	902 385	壹傳媒

就以上資料顯示，現時5份免費中文報紙中以《爽報》發行量為最多，其次是《頭條日報》、《晴報》、《am730》及《都市日報》。但若參考較早前調查結果，則以《頭條日報》每日發行80萬份居首、而其平均印刷頁數93頁也為最多，而《am730》及《都市日報》則並排，每日各也發行40萬份。發行免費報紙的成本不菲，除了紙費，還有派報員的工資、編採



人員的酬勞、燈油火蠟等，究竟香港能否可容納5份免費中文報紙？《爽報》又是怎樣後來居上超越《頭條日報》及它的特色何在？

報刊廣告有增長空間

免費報章的構思及運作其實跟互聯網站一樣，都是供應免費資訊及娛樂給市民，從而賺取廣告收入。香港可有5份免費中文報紙之多，是因為此市場有利可圖，這可從《都市日報》及《am730》分別於創刊後14個月及22個月達至收支平衡及星島日報集團於上年度廣告盈餘達二億四千萬可見。由於廣告收入很大程度上跟經濟周期有關，免費報章近年賺錢，原因是香港經濟好轉。收費報章由於有固定的收入，受經濟周期的影響較小。

免費報章的廣告，大多都是資料性重的平面廣告，例如教育機構、銀行財務、電腦電子產品、零售業、美容化粧及成藥、旅遊運輸、及電訊服務等。這些廣告的資訊不能在三十秒的電子傳媒廣告中表達，所以免費報章和電子傳媒沒有直接的競爭。如果市民養成每天閱報的習慣，報章廣告的效力可能比電子傳媒的還要高，所以報刊的廣告收入是有增長空間的。

現時免費報章內容跟廣告的頁數比例約4比6。一份免費報章，就算它每天有100頁廣告也不會印100多頁，否則它只是傳單而不是報紙，市民只會覺得不便。免費報章的市場只可橫向發展，即可以存在多份少頁數的報紙，而不會存有一份厚厚的獨市報紙。

既然在自由市場中前3份免費中文報章有可觀利潤，便自然吸入新投資者加入分一杯羹。但要在眾多免費報紙突圍而出，確需花一些心思。就新聞內容而言，各間免費報館所提供資料相若，可說是替代品。因此為避免被取代，各報館均需為自己定位。以《頭條日報》而言，它因有強大後盾《星島日報》支持，所以它能以內容豐富、多角度捕捉新聞及深入分析見稱，而早成為中文免費報紙的一哥。至於《am730》則是以中肯報道手法，潮流新聞題材，新穎版面設計及專欄吸引固定讀者群追

看。而《晴報》所走的路線，則以香港本地新聞及娛樂新聞為主打及走大眾化方向。較新的《爽報》定位，則在於其多媒體如視頻及音頻表達方法，務求以另類表達方式吸引一批新的讀者群。

成功因素及帶來的衝擊

免費報章成功與否，有幾項重要的因素，而最大因素就是派發的網絡。除了特色與別不同外，《爽報》派發方法也作了一新突破。一般而言，派發免費報紙覆蓋點愈廣，可接觸讀者群便愈多，在地鐵派發，可全天候運作，而且讀者都是上班一族，量及質都有保證。如報章的分發受天氣的影響，而且讀者群不明確，廣告商很難知道信息可否傳到目標消費者中。所以除了《都市日報》可獨享於港鐵站取閱外，其他免費報紙均以早上時段於港鐵站沿線外、商廈、屋苑、巴士及小巴士派發，期望讀者於早上乘搭交通工具時間閱讀。但《爽報》則試圖突出此規限，除派發時間地點保留外，更增設傍晚時段，期望以不同時間接觸不同讀者群。事實上，這等改變確實為《爽報》開出一條新方向。



那麼《爽報》為同行帶來甚麼衝擊？因免費報紙賴以為生之道不是在於其收費，而是在於其廣告效益。而廣告效益又與發行量掛鉤，所以當一間報館的發行量佔大部份時，不同廣告商投放在該報館廣告便相應增加，而相對其他報館不管是免費或收費報紙便相應減少，換句話說，是影響其他報館的收入。

以往香港有3份免費中文報章時，廣告商的投資縱然在過往數年有明顯上升，但相信隨著5份免費中文報章湧現時，此部份投資不會無止境擴大，相反廣告商更會審慎投放資源。因此，長遠來說，必須有固定讀者群及發行

量，才是免費中文報章生存之道。

此外，免費報紙之間除可成為對方的替代品外，部份走大眾化路線的免費報紙更是同類收費報紙的替代品，故《爽報》的出現便即時影響部份收費報紙銷路，而當中尤以《蘋果日報》、《東方日報》、《太陽報》最為明顯，而《東方日報》及《太陽報》更分別以減價一至二圓作應對。從中可見《爽報》為同行帶來的影響。不過這影響只局限於部份報紙，相對於一些精英報(綜合及財經)影響較少，這可與精英報的缺乏彈性需求有關，因精英報的需求較固定及沒有替代品，故所受影響較微。

縱觀以上所言，《爽報》的出現確實為同行免費報紙及收費報紙帶來不少衝擊，有些是帶來新思維，有些則是減少了對方的利益。

不過於總結時，本文更想帶出免費報紙對整體社會的影響。無疑，免費報紙的出現，增加了港人閱報及相關的時間，而回收免費報紙也為一些長者帶來額外的收入，可是對於每日耗紙量300萬份的免費報紙，它所帶來的負面界外效應也不容忽視。

早前香港環保組織「環保觸覺」一項調查顯示，以目前香港5份免費中文報紙每日發行量300萬份統計，單就每星期消耗紙張便超過2000噸，相當於砍伐3.7萬棵樹，面積等同於3個半維多利亞公園。

對於免費報紙的報館及普羅市民，是否印發最多發行量及拿取最多免費報紙為之最大得益？對整體社會來看，社會損失又由誰來承擔？免費報紙能為港人帶來免費訊息時又能兼顧社會責任嗎？香港的報業可以是既賺錢又有良心的事業嗎？香港市民能於滿足個人渴望時又同時盡好公民責任嗎？

【+】 莊太量

香港中文大學經濟學副教授

【+】 陳少敏

香港中文大學公共政策碩士課程學生

1. 資料來自自各大免費報紙的網址
2. 根據爽報於26/11/2011引用香港出版銷數公證會(HKABC)最新銷數審核報告(2011年11月)