

“灰色面目，港报港办”： 党领导的城市办报的“香港模式”

——以抗战时期香港《华商报》为中心

田秋生

内容提要 1941年“皖南事变”后，党领导南来文人在港创办《华商报》，承接中国共产党报刊史上的“灰色”报刊传统。因应香港独特的报业环境，该报以华侨商人报纸的面目出现，承认报纸的商品性与新闻性，通过提供在地化新闻信息服务求得容身空间并建构读者群。在此基础上，该报选取针对性内容策略，采用文体协同及民主爱国叙事，针对海外侨民开展卓有成效的统战宣传，形成了以“灰色面目，港报港办”为典型特征的、党领导的城市办报的“香港模式”。这体现出专业报纸范式与政党报纸范式间的互动，带有“党报民办”的特征，后由爱国爱港的中资报纸传承至今。

关键词 《华商报》 灰色面目 港报港办

在中国报刊史上，《华商报》是十分独特的。从名称上看，会误以为它是香港华商组织的报纸……但是，1941年4月8日在香港创刊的《华商报》却不是商人的报纸，而是中国共产党人和进步人士的报纸，名实之间存在如此差距，在中国近现代报刊史上是少见的，在中国共产党报刊史上更是没有先例的。仅此一端就可以说明《华商报》非同一般。^①

上述文字的作者敏锐察觉到《华商报》在中国共产党报刊史上的独特性。那么，这种特殊性究竟是什么？迄今为止，有关1949年前中共办报模式的探讨主要有两个典范：以延安《解放日报》为代表的根据地农村办报和以重庆《新华日报》

^① 姚黎民、陈鲁直：《〈华商报〉在中国报刊史上的地位和作用》，南方日报社、广东《华商报》史学会合编：《华商报之路》，广州：广东人民出版社，1995年，第27页。

为代表的国统区城市办报，或曰“延安范式”与“重庆范式”^①。两种范式各有何种特征？黄旦指出，《解放日报》创立了党报史上的一种独特的报刊类型——以组织喉舌为性质，以党的一元化领导为体制，以四性一统（党性、群众性、战斗性、指导性，统一在党性之下）为理论框架的延安范式^②。与“延安范式”不同，有学者指出，“重庆范式”的主要特征是：以政治性、战斗性来诠释党性，尊重新闻规律、倡导“名家办报”与“读者办报”，灵活适应城市办报环境，承认报刊的“企业性”，重视开展广告业务与多种经营^③。

香港《华商报》首先有别于延安《解放日报》，属于城市办报。此外，尽管其与重庆《新华日报》同属城市办报，却主要面向海外侨民，在英国殖民统治下的香港办报，与国统区的城市办报有着明显区别，无法纳入“重庆模式”中去。也就是说，在有关1949年前中共办报模式的研究中，《华商报》的特殊性尚未得到系统的揭示。

有关香港《华商报》的既有研究成果主要有两类。一是夏衍、杨奇等为代表的一批老报人的回忆录，虽为还原当年的办报实践留下了大量珍贵史料，但多为微观细节性材料，缺乏学理性。二是学界的研究，现有探讨主要在具体的新闻宣传业务层面，未从办报模式层面展开理论探讨。这些研究多侧重探讨报刊组织建构具体过程及报刊新闻宣传手法，对于其在独特的环境中如何以独特的形式连接、动员乃至组织爱国侨民则关注较少，也未能将《华商报》的办报实践放在中国近代报刊范式的层面展开理论探讨。

基于此，本文利用相关档案、报纸原件、报人回忆录等相关史料，探讨以下问题：其一，在“皖南事变”后的香港，党如何领导进步文人，面向海外侨民群体展开统战宣传？形成了何种办报模式？其二，此种办报模式有何历史渊源？又有何后续发展（影响）？在此基础上，本文尝试将其置入中国近代报刊范式的脉络中，展开理论分析。通过本文的探讨，在历史认知层面，呈现中国共产党在英国殖民统治下的香港办报过程中政党、报刊、社会间的独特互动机制，进一步丰富有关解放前中共办报模式乃至中国近代报刊范式的认识；在现实层面，也可为今天党在香港与海外的统战宣传提供历史资源。

① 李金铨：《代序——报人情怀与国家想象》，李金铨编：《报人报国：中国新闻史的另一种读法》，香港：香港中文大学出版社，2013年，第16页。

② 黄旦：《从“不完全党报”到“完全党报”——延安〈解放日报〉改版再审视》，李金铨主编：《文人论政：知识分子与报刊》，桂林：广西师范大学出版社，2008年，第279页。

③ 陈龙：《中共办报史演变模式研究（1921-1929）》，博士学位论文，暨南大学，2019年，第164-165页。

一、“灰一点”宣传据点的建立：因“华商”之名

（一）以何面目出现：“这张报，不用共产党出面办”

早在1940年9月，时任八路军驻香港办事处负责人的廖承志即专门致电延安侨委及周恩来，指出国民党中央海外部已加紧了华侨宣传工作，我党“在港宣传力量太零星，且限于地方性，不能成为向华侨宣传的中心”^①。为此，他提出海外宣传工作必须增强。

1941年“皖南事变”后，伴随国内政治形势的逆转，国民党对进步文化和文化界的打压愈演愈烈。根据中央对国统区党的工作的多次指示，南方局对文化界知名人士采取了疏散保护措施^②，组织大批进步文化人赴港。这一年，国际政治也发生变化，由于日本侵略东南亚、太平洋地区的“南进”态势既定，英美与日本的矛盾日益不可调和。为了利用中国的抗战力量，英、美均不赞成国民党的反共内战行为，港英当局对中共在港的抗战文化活动也采取较为开放的态度^③。在此情势下，《华商报》应运而生。

《华商报》有着明确的读者定位，担负着独特的历史使命，属于党在全面抗战时期的对外宣传。在夏衍的笔下，有这样的记载：“利用香港这个地方，建立一个对外宣传据点，让香港同胞和散处世界各地的千百万华侨和外国进步人士能有机会知道中国共产党的方针政策，揭露帝国主义玩弄的‘东方慕尼黑’阴谋，就成了我们当前最迫切的任务。”^④

根据张友渔的回忆，周恩来对《华商报》的创办，给出了“灰一点”的指示：

周恩来同志指示香港分局，在香港建立我们自己的宣传据点，出我们自己的一张报，不仅在香港发行，还要发行到东南亚菲律宾等地去。这张报，不用共产党出面办，不要办得太红了，要灰一点，但必须坚持我党中央七七宣言提出的“坚持抗战，反对投降；坚持团结，反对分裂；坚持进步，反对倒退”。^⑤

所谓“灰一点”，即淡化其政党色彩，以模糊的中间面目出现。之所以要“灰一点”，是为了契合该报作为统一战线报纸的性质，在异政治力量控制区取得合法

① 廖承志文集编辑办公室编：《廖承志文集》（上），香港：三联书店（香港）有限公司，1990年，第78-79页。

② 南方局党史资料征集小组编：《南方局党史资料·文化工作》，重庆：重庆出版社，1990年，第12、34页。

③ 黄建新、莫振山：《中国共产党在香港的抗战文化活动》，《中共党史研究》1988年第6期。

④ 夏衍：《白头记者话当年——记香港〈华商报〉》，钟紫主编：《香港报业春秋》，广州：广东人民出版社，1991年，第99页。

⑤ 张友渔：《我和〈华商报〉》，钟紫主编：《香港报业春秋》，广州：广东人民出版社，1991年，第118页。

生存地位，进而更好地赢得海内外读者，尤其是海外读者的接纳。那么，“灰一点”的策略如何得以实现呢？1941年2月10日，就《华商报》的创办事宜，廖承志专门致电中央和周恩来：

现到港文化人相当多，我们决定在港办一报纸，定名《华商晚报》。由邓文钊等作老板，胡仲持任总编辑。编委则由长江、夏衍、逸群和我担任。以救国会之姿态出现，但不太露锋芒，不过我党重要文件应发表。^①

电报提出了四条具体的办报策略，即“以《华商晚报》为报名”“由邓文钊作老板”“以救国会姿态出现”“不太露锋芒”等，体现出筹办期间廖承志等人对“灰一点”策略的贯彻。在随后的办报实践中，“灰一点”的指导思想得到了有效落实。

首先，注册登记层面。根据香港当局的要求，在港办报需要由一位有资产、有社会地位的人士作为“法人”申请注册。廖承志第一时间想到了自己的老朋友邓文钊，邓文钊毅然答应，动员哥哥邓文田出面向港英当局注册任督印人，他自己则任副总经理，负责办报的具体工作^②。邓文田与邓文钊任香港华比银行的经理与副经理，是标准的港商，是最为合适的出面人选。

其次，报名的确定与报纸创刊题词的组织层面。报纸正式出刊时，原定报名《华商晚报》改为《华商报》^③，意即华侨商人的报纸。这个名称既吻合督印人邓文田的真实身份，也模糊了其政治色彩。报名三个字的字体也颇费了一番功夫，由抗战前就在香港工作、熟悉香港情况的陆浮找来了孙中山先生的墨迹拼接而成^④。1941年4月8日，《华商报》创刊。从当天起，连续三天，报纸版面上刊出了18份题词，具体情况见表1。

表1 《华商报》创刊题词一览表

时间	版面	题词内容	题词人	身份
4月8日 (创刊首日)	1	唤起侨胞	何东	香港富商、爵士
		言闻广博	周寿臣	香港富商、爵士

① 廖承志文集编辑办公室编：《廖承志文集》（上），香港：三联书店（香港）有限公司，1990年，第94页。

② 慧冰：《中国共产党的老朋友邓文钊》，《广东党史》2004年第3期。

③ 根据陆浮的回忆，范长江曾对《华商报》的员工说：“办好我们的报是很不容易的，因为印刷的困难，还不能出日报，只能出晚报。”见陆浮：《范长江和〈华商报〉》，南方日报社、广东《华商报》史学会合编：《华商报之路》，广州：广东人民出版社，1995年，第87页。可见，党希望在有条件时将该报办成一份日报。或许正因为此，才有了报名的微调。

④ 张友渔：《我和〈华商报〉》，钟紫主编：《香港报业春秋》，广州：广东人民出版社，1991年，第118-119页。

续表

时间	版面	题词内容	题词人	身份
4月8日 (创刊首日)	2	社会喉舌	罗文锦	香港富商、太平绅士
		民之喉舌	李子方	港英当局立法局“华人议员”，出身望族
		为民喉舌	叶兰泉	香港富商
		暮鼓神声	周峻年	香港富商、港英当局立法局“华人议员”
4月9日 (创刊次日)	1	团结抗战 抗战必胜 真诚合作 建国必成	何香凝	国民党左派杰出代表、廖仲恺夫人、共产党人的老战友
		为坚持抗战作有力之后盾 为保持团结作有效之喉舌 为实现民主作正义之呼吁 为人民幸福作公正之申诉 给予侵略者以严重之打击 右为吾人所望于华商报者	宋庆龄	著名政治家、孙中山先生夫人
	2	昔湘乡曾氏有言曰 君子之立言也 平则致和 激则召争 新闻事业诚不能舍论辩 但必须以公正之眼光为民众之喉舌 而绝不以意气用事 使言者无罪 而闻者足戒 乃尽有益于社会之天职 华商报出版之始 嘱为题词 因有所感 贡诸阅者之前 不自知其谬也	张一麀	著名爱国人士，曾任袁世凯秘书、国民参政会议员，坚决主张抗战
		团结进步	柳亚子	政治家、民主人士
		华侨喉舌 商民圭臬	方振武	爱国将领
		持论公正	王正廷	政治家、社会活动家
		抗战必胜 建国必成	杜其章	香港富商、书画文艺界领袖
	4	暮鼓晨钟	李星衢	香港富商、慈善家
4月10日 (创刊第三日)	1	民众喉舌	刘庆莹	香港中国妇女兵灾筹赈会主席
	2	统一意志	林子丰	香港富商、教育家
	4	言论前驱	李树芬	香港名医、香港卫生局委员
		宣扬抗战真义 促进建国成功	林培生	香港富商、旅业大王

一众名流的题词，既是廖承志在港统战工作的成绩，也是报刊灰色面目的一部分。那么，具体来看，他们是谁，又表达了何种企盼与祝福？根据表1，就题词人的身份而言，主要有三类：人数最多的是香港富商，包括何东、周寿臣、罗文锦、叶兰泉、杜其章、李星衢、林子丰、林培生，共8人，占了近一半；其次是认同团结、抗战、进步的爱国民主人士，包括宋庆龄、何香凝、柳亚子、方振武、王正廷、张一麐、刘庆萱，共7人，超过三分之一；第三类乃在港英当局任职的华人，包括李子方、周峻年、李树芬，共3人。同时值得注意的是，李子方本身出身望族，而周峻年也是富商。整体而言，即香港本地政商名流，加上战时寓居在港的国内爱国民主进步人士，构成了《华商报》的“朋友圈”。就题词内容而言，可以提取出五个最核心的关键词，首先是“喉舌”与“公正”，期待《华商报》持论公正，成为华侨、民众、社会之喉舌；其次是“团结”“抗战”与“建国”，冀望该报宣传团结抗战，祝愿建国必成。

值得注意的是，廖承志于电报中所言之“以救国会之姿态出现”的策略则有所变化。当中原委，可从当年5月11日周恩来给廖承志的一封信中得知：

报的面目，仍以现在的方式，并由邓文田出全资本为好。因一则易于应付港当局，二则使港当局易于应付国民党（我正拟向卡尔做此工作），三则资本有着。如果以救国会出面，韬奋主编，国民党必跟踪追击，势非弄到封闭不可。请将此意直告长江，并指告韬奋。^①

如前文所言，廖承志起初曾计划由救国会出面，但后来实际出面的是邓文田。从电报中可以看出，周恩来审阅了新出版的《华商报》，对此策略调整给予了肯定。他还在电报中阐明，由邓文田出面并出全资来办报，即在公开的层面做实其为“华商”所办的报纸，一可避免不必要的政治风险，符合港英当局的法律程序，让报纸在港取得准生证；二可为港英当局应对国民党顽固派对中共在港办报可能的干涉进行了提前布局，提供了合法性借口。若按原来的设想，由救国会出面、韬奋主编，则有可能引发国民党顽固派的追击。

（二）谁来办：“书生办报、八仙过海”

1941年3月，在报纸的筹办过程中，就香港开展文化统战工作的领导组织问题，廖承志等专门致电中央向周恩来请示，其中包含了两方面工作的安排。略显突兀的是，汇报的首条意见，即有关党的统战委员会组成人员名单建议中，出现了这样的表述：

甲：党的统战委员会由廖、潘、张友渔、胡绳、章汉夫五人组织之，不要

^① 《周恩来关于〈华商报〉面目仍保持现状致中共中央书记处转廖承志电》，中国抗日战争军事史料丛书编审委员会：《八路军新四军驻各地办事机构》11，北京：解放军出版社，2016年，第199页。

夏衍参加，另成一包括内外总的座谈会，包括潘、廖、张友渔、范长江、夏衍、邹韬奋、金仲华、茅盾等八人，做为扩大统战活动，应暂以香港为中心，建立救国会，奠海外基础，以策应沈志远歉重庆内地的活动。^①

让人感觉有些异常的是“不要夏衍参加”这句话。应该是察觉到了字里行间的某种情绪，5月7日，周恩来给予了专门复电，提醒廖承志不要用抗战前的眼光与态度看待进步文人，应学习列宁、斯大林对待高尔基的眼光、态度和尺度^②。那么，列宁、斯大林是如何对待高尔基的呢？在列宁离世后，高尔基写下《忆列宁》一文，其中有这样的表述：“他对我的态度是一个严厉的教师和一个和善的‘体贴入微’的朋友的态度。”^③ 列宁作为党的领导，对于作为作家的高尔基，既是领袖与导师，又是同志与朋友。换句话说，是在坚持正确政治立场的基础上，对文化人持帮助、关怀与信任的态度。

接到周恩来的指示后，廖承志等对原来的方案进行了微调。1941年5月，由廖承志、夏衍、潘汉年、胡绳、张友渔5人组成的中共香港文化工作委员会成立，负责领导香港的文化宣传工作。并设立了由夏衍、胡绳、张友渔分别负责的文艺、学术、新闻、妇女、国际问题座谈会。中共香港文化工作委员会通过这些座谈会，组织领导宣传文化活动^④。

检视廖承志与周恩来的此番电报往来及其后续行动，可以看到，党依靠进步文化人开展在港统战宣传，对他们采取亦师亦友的态度。有夏衍的回忆为证：

《华商报》的筹备工作进行得很顺利，于一九四一年四月八日正式出版。当时组成了一个社务委员会，实际上也就是编委会，每星期开会一次，讨论的主要是时局问题。据我记忆，对版面之类的问题议论得很少，经理部则由邓文钊负责，黎兆芳任经理，张惠通任营业部主任。经济方面的事我们这些人就根本不管。反正是“书生办报”，颇有一点“八仙过海”的味道。^⑤

如夏衍所言，“对版面之类的问题议论得很少”“书生办报”“八仙过海”，无不反映着党对《华商报》的领导是一种方向性的领导，在具体的采编业务上，给予了报人充分的信任与自由发挥的空间。

① 《廖承志等关于文化统战组织的具体意见致中央书记处并周恩来电》，南方局党史资料征集小组编：《南方局党史资料·文化工作》，重庆：重庆出版社，1990年，第5页。

② 《周恩来关于领导文化工作者的态度给廖承志的指示》，南方局党史资料征集小组编：《南方局党史资料·文化工作》，重庆：重庆出版社，1990年，第7页。

③ 安镇：《党领导文艺的光辉典范——列宁与高尔基》，《湖北师范学院学报》1981年第1期。

④ 李军晓：《八路军驻香港办事处述略》，《抗日战争研究》1997年第3期。

⑤ 夏衍：《白头记者话当年——记香港〈华商报〉》，钟紫主编：《香港报业春秋》，广州：广东人民出版社，1991年，第101页。

至此，报社正式组建起来。在政治上领导《华商报》的是廖承志，具体工作由连贯提供协助。报纸对外名义上的负责人是邓文田，副总经理是范长江与邓文钊，主笔是张友渔，总编辑胡仲持，编辑主任廖沫沙，采访主任陆浮，经理黎兆芳，营业部主任张惠通，编辑部有邹世军等七八个人，采访部有华嘉等五六个人^①。

综上，《华商报》诞生于1941年“皖南事变”后的香港，是党领导的面向海外的具有统一战线性质的报纸，是党在香港的宣传据点。在报刊的创建过程中，由港商邓文田出全资，以华侨商人报纸的面目示人。创刊伊始，报刊又争取到香港本地政商名流及当时寓居香港的爱国民主进步人士等人的题词。党对报纸进行方向性的领导，组织持进步立场的南来文人具体负责采编工作，并给予他们充分的信任与发挥空间，选取了“灰色面目，书生办报”的独特路径。

二、面向海外侨民的统战宣传：“新闻姓新”与民主爱国叙事

《华商报》的目标读者是香港同胞、海外华侨、世界进步人士，其所负载的任务就是讲述党的政策，揭露“东方慕尼黑”阴谋。那么，立足香港、面向海外的《华商报》是如何完成这一任务的呢？

（一）遵守本港商业化新闻纸的办报常规：“新闻姓新，我们报必须及时报道”

要在香港办报，面向香港同胞、海外华侨及世界进步人士展开统战宣传并非易事。对此，时任报社副总经理、主持报社日常工作的范长江有清醒的认识：

香港人口才140多万，但已有几十家日报和好几家大型晚报，办好我们的报是不容易的。因为印刷的困难，还不能出日报，只能出晚报。

……

长江当时还说：“新闻姓新，我们报必须及时报道。因为篇幅有限，当天午间出版的晚报已发表的新闻，我们不能再用。我们既不能像一些晚报那样连篇累牍地登一些名机关社团的会议新闻和耸人听闻的社会新闻，也不登香港一般读者喜爱的球赛新闻和赛马消息。我们的新闻必须真实和准确，真实是新闻的生命。不能搞道听途说，必须深入社会各阶层调查研究，特别是有关人民生活和愿望、广大读者所最关心的新闻。”

他还说：“香港是远东的金融和商业中心，我们的报既名《华商报》，就应该有金融和商业动态的报道。”^②

① 沈谱：《回忆长江与〈华商报〉》，南方日报、广东《华商报》史学会合编：《华商报史话》，广州：广东人民出版社，1991年，第33页。

② 陆浮：《范长江和〈华商报〉》，南方日报社、广东《华商报》史学会合编：《华商报之路》，广州：广东人民出版社，1995年，第87页。

范长江所言，大有深意：其一，在港办报，要与几十家日报及多家大型晚报展开竞争。其二，在港办报，必须遵循新闻规律，新闻要及时、真实、准确。其三，香港是远东的金融和商业中心，应该有金融和商业报道。其四，《华商报》不能像香港一般商业性报纸那样以各种软新闻来吸引读者，要致力于有关人民生活 and 愿望的新闻。总之，在港生存的《华商报》既要遵循市场规律与新闻规律，满足读者的特定信息需求，又不能“有闻必录”，因一味迎合读者而流于低俗，要致力于发掘维护人民大众利益的严肃报道来赢取读者。

那么，在《华商报》的版面上，范长江的思想是否得到落实呢？《华商报》每天出四版，头版是要闻和社论。上半版为国内外要闻，时值二战，头条多聚焦欧美，以二战国际新闻为主。下半版为社论与广告。二版主要刊发通讯、时论与名家连载。左下方约有四分之一的版面刊登广告。三版为文艺副刊《灯塔》，刊发各类文艺作品，同时也常有接近一半的版面刊登广告。四版为本港新闻，刊发本地新闻，也约有四分之一版面刊登广告。新闻方面的用稿，头版的国内外要闻中，国际新闻多采用路透社、合众社等国际大通讯社的稿件，国内新闻常采用国民党中央社的稿件。在二版的国内、国际通讯稿件中，则多用本报特约通讯员的稿件。四版的本港新闻，则多为本报自采稿件，常冠以“本报特讯”之名。

细察《华商报》的版面，可以发现：其一，采用了市场化报纸的典型内容结构，即“新闻+实用资讯+娱乐”的结构。新闻方面，为读者提供有关世界最新变动的信息，由远及近，先是世界，后是中国内陆，再是香港。实用信息方面，在第四版专设了一个每日刊出的栏目“商业金融”，刊登外汇市场、金融行情、商品信息等，服务于城市的经济运作。娱乐信息方面，则包含了四版新闻板块中的娱乐新闻、体育新闻和社会新闻，也包括三版副刊中的文艺作品。其二，注重新闻的时效性与独家性。其三，重视本地新闻。辟出第四版，主要刊登本港新闻，刊登内容涵括时政、社会、娱乐、实用资讯等各个方面。其四，注重市场经营，依靠广告生存。

综上，依靠广告生存，遵循新闻规律与市场规律，是《华商报》所呈现出来的主要特征。并非偶然的是，我们在当时香港两份主要商业化报纸的版面上，也看到了类似的特征。让我们将目光转向1940年至1941年间《华商报》创刊前的两份代表性香港报纸的版面。

先说香港《工商日报》，12个版中，有3个港闻版，1个粤闻版；广告占40%的版面总空间，头版广告占约65%的版面空间。再来看香港《大公报》，8个版中，设置了2个香港新闻版，1个华南新闻版；广告占25%的版面总空间，其中，头版为整版广告。稿件来源方面，《工商日报》与《大公报》要闻版国际新闻均大量使用国际通讯社稿件。换句话说，重视本地新闻、重视广告、国际新闻多利用路透社与合众社稿件乃当时香港主要报纸的版面编辑常规。作为在香港出版、以香港市民

为主要读者、市场化生存的报纸，重视本地新闻与广告实乃题中应有之义。而大量使用国际通讯社稿件，则是得之香港地利，如杨奇所言，香港作为全世界最自由最开放的自由港，乃举世瞩目的国际贸易中心、航运中心、金融中心，也因此成为一个国际信息中心，世界主要通讯社均在此设有分社。所谓近水楼台先得月，香港各家综合性报纸都选用多家国际通讯社的电讯，以彰显自己的消息灵通^①。

表2 香港《工商日报》与香港《大公报》版面布局情况

报名	版数	版面布局	稿件来源	广告情况	
				广告占比	头版广告占比
香港 《工商日报》	12	头版：社论 二版：电讯版·国内外要闻 三版：电讯版·国际新闻 四版：副刊 五版：港闻版 六版：港闻版 七版：港闻版 八版：体育版 九版：文艺副刊 十版：粤闻版 十一版：文艺副刊 十二版：金融与交通	要闻版国际新闻 多用合众社、路透社稿件、中央社电讯； 地方新闻多用本报讯。	约占40%	约占65%
香港 《大公报》	8	头版：广告，整版 二版：社论 三版：国内外要闻 四版：国内外要闻 五版：华南与东南亚新闻 六版：本港时政新闻 七版：本港体育与经济新闻 八版：文艺副刊	要闻版国际新闻 多用合众社、路透社稿件、中央社电讯； 地方新闻多用本报讯。	约占25%	100%

(二) 采取针对性宣传策略：“就海外舆论界的岗位，担当起号召、推动的任务”

1. 说什么：针对性内容策略

根据“坚持抗战，反对投降；坚持团结，反对分裂；坚持进步，反对倒退”

^① 杨奇、梁洪浩：《一切从实际出发，实事求是，港报港办——香港〈华商报〉的一条主要经验》，南方日报社、广东《华商报》史学会合编：《华商报之路》，广州：广东人民出版社，1995年，第37页。

的基本方针，敌我关系的定位也顺理成章。“抗战”是一个统领性的目标，以此为指引，首先明确了头号敌人——日本侵略者。其次，明确了持“投降”或“分裂”立场的第二类敌人——阻挠与破坏“抗战”的国内外政治势力：国内方面，包括坚持反共分裂的国民党顽固派、主张投降的汪伪势力；国际方面，是对日本实施绥靖政策，企图以牺牲中国利益来求得妥协的英美集团。与此相应的，作为“朋友”的召唤对象便是认同与支持“团结、抗战、进步”的海内外力量，包括持爱国立场的港澳同胞、海外侨胞，也包括世界各国支持中国抗战的反法西斯进步力量。

在此背景下，全面抗战时期，《华商报》针对不同的对象，实施了相应的宣传策略。其一，针对日本侵略者，主要是揭露其战争暴行，呈现国族存亡危机；其二，针对国内外阻挠破坏抗战的政治力量，展开舆论斗争，进行合法性争夺；其三，针对海内外支持抗战的政治力量，发出正义召唤。具体而言，在内容方面，主要包括以下方面：揭露日本侵略者的暴行及其危害，揭露国民党顽固派妥协投降、消极抗战的面目，揭露帝国主义的“慕尼黑阴谋”，正面宣传共产党根据地及党的统一战线政策，广泛报道香港同胞、海外侨胞的爱国活动。

2. 怎么说：文体协同与民主爱国叙事

作为一份致力于统战宣传、主打时政新闻的综合性日报，《华商报》体现出突出的文体间协同，即新闻（消息、通讯、评论）与文艺、专论之间的协同。由消息、通讯与新闻评论构成的新闻类文体构成第一层叙事，文艺、专论等非新闻类文体则构成第二层叙事。两类文体所蕴含的价值立场是一致的，即通过不同的形式向港澳同胞、海外侨胞及国际社会讲述着同一个故事——中国共产党领导的抗日民族统一战线与国际反法西斯统一战线的故事。

文体协同的手法，在宣传党的统一战线政策过程中，有典型的体现。自创刊之日起，《华商报》就将宣传党的统一战线政策作为中心任务之一，并在长期的实践中综合采用了社论、连载与联合宣言协同出击的宣传策略。创刊号连载了邹韬奋的《抗战以来》，全书二十余万字，自4月8日刊出第一节，至6月30日登完。该书讲述了作者抗战以来在“政治漩涡”中的经历及所见所闻，重点揭示了国民党政府假民主、真独裁的有关情况，以及进步文化事业遭受的灭顶之灾。1941年5月28日，发表题为《团结第一，抗战要紧》的社论；两天后，又在社论中大声疾呼“坚持抗战”；5月31日，刊登了邹韬奋、茅盾等九位民主人士的联合宣言《我们对于国事的态度和主张》，严正指出，只有团结、进步、民主，才能坚持抗战^①。

在具体的宣传过程中，《华商报》有意识地选择了民主主义与爱国主义的立场，避免阶级斗争叙事，坚持民族共同体叙事。此一策略尤其典型地体现在社论

^① 梁洪浩：《华商报史略》，南方日报、广东《华商报》史学会合编：《华商报史话》，广州：广东人民出版社，1991年，第12-13页。

中，如张友渔所记录：“《华商报》的社论，基调是主张团结、民主、抗战。但不像《新华日报》那样以共产党的姿态出现。不强调马列主义、国际主义，避免说阶级斗争、无产阶级专政，力求表现为民主主义、爱国主义的立场。”^①

在头版刊发的社论中，《华商报》彰显了清晰的舆论基调与政治立场。创刊首日的社论兼发刊词《我们的信念和愿望》即表明了追求民族解放与反法西斯的立场，以“祖国”“同胞”“民族”为关键词，面向华侨发出召唤^②。创刊第三日刊发社论，旗帜鲜明地提出“中国需要实现民主政治”的政治主张^③。

此后，作为舆论主旋律，爱国与民主的声音在《华商报》的言论中被反复奏响。1941年5月28日，针对晋南战役期间出现的反苏反共逆流，刊出社论《团结第一 抗战要紧》，重申团结抗战的重要性。5月29日，于二版刊出胡绳所撰《略论反民主主义》、于毅夫所撰《人权运动与民主政治》。7月10日，刊出《七七抗战四周年中共宣言》全文，强调坚持团结抗战的统一战线立场。

值得注意的是，《华商报》的社论还征用了孙中山的“三民主义”话语。在首日社论兼发刊词中，开篇向寓居海外的华侨发出召唤时，即借用孙中山先生有关华侨贡献的表述：“国父孙中山先生曾称誉过‘华侨是革命之母’。”^④在创刊第三日的社论中，当讨论在国内实现民主政治的必要性时，又有这样的话语：“本来中国需要实现民主政治并不是今天才提出的新问题。国父孙中山先生在发动革命运动之初，便已明白地，坚决地，主张‘中国非民主不可’。”^⑤

立足香港，《华商报》搭建起自己的发行网络，以其翔实的内容、鲜明的立场、透彻的分析，吸引着众多海内外读者，销量达一两万份^⑥。在海外，该报内容被遍布各国的华文侨报广泛采用，起到了为侨报提供稿件的“通讯社”作用^⑦。

开展统战宣传之余，该报还充当了海外统战机关的角色，被称为中共在海外统战工作的“联络站”^⑧，开展了诸多未见诸版面的战斗^⑨。抗战时期，该报的联络

① 张友渔：《我和〈华商报〉》，钟紫主编：《香港报业春秋》，广州：广东人民出版社，1991年，第120页。

② 《我们的信念和愿望》，《华商报》1941年4月8日，第1版。

③ 《中国需要实现民主政治》，《华商报》1941年4月10日，第1版。

④ 《我们的信念和愿望》，《华商报》1941年4月8日，第1版。

⑤ 《中国需要实现民主政治》，《华商报》1941年4月10日，第1版。

⑥ 蔚建民：《抗战初期的廖承志与香港〈华商报〉》，《中国记者》2005年第8期。

⑦ 司徒丙鹤：《〈华商报〉与海外侨报血肉相连》，南方日报社、广东《华商报》史学会合编：《华商报之路》，广州：广东人民出版社，1995年，第48页。

⑧ 司徒丙鹤：《〈华商报〉与海外侨报血肉相连》，南方日报社、广东《华商报》史学会合编：《华商报之路》，广州：广东人民出版社，1995年，第49页。

⑨ 王修平：《未见诸版面的战斗》，南方日报社、广东《华商报》史学会合编：《华商报之路》，广州：广东人民出版社，1995年，第97页。

站功能突出表现在以下两个方面：其一，作为联系民主力量的纽带，团结民主人士，主动为民主党派提供言论阵地。其二，组织与推动社会运动。

总之，在具体的办报实践中，《华商报》遵守了本港市场化新闻纸的常规，即遵守新闻规律与市场规律，以高品质的新闻信息产品、专业化的服务来满足读者的信息需求，通过发行与广告来谋求市场生存，由此建构报纸的影响力，并为报纸的统战宣传培育读者。在此基础上，《华商报》策略性地征用民主政治话语与民族主义话语资源，以多元文体共同展开民主爱国叙事，成为海外华文报刊的“通讯社”，并兼任海外统战工作的联络站。

三、“灰色报刊”的红色基因与历史传承：从“灰色”刊物到港澳中资报纸

以往关于《华商报》“灰色”面目之由来，研究者多追溯至抗战时期的《救亡日报》。但实际上，有关“灰色报刊”的理念与实践起点要早得多。

在党的新闻宣传工作文献中，关于“灰色报刊”思想最早的表述见于1926年4月17日的《中共中央通告第九十五号》，通告对济难会的工作给出了指导方针：

济难会并不是如党如工会一样是很鲜明的政治争斗组织，尤其是现时中国更应该灰色一点，多带些慈善性质的腐败色彩，才能吸收一般小资产阶级及同情革命分子加入，才能使此组织取得公开的社会地位。有公开的社会地位，才便于工作。^①

通告清楚地阐明，济难会乃群众性组织，为了取得公开的社会地位以合法生存，为了吸收更广泛的社会阶层加入，宜“灰色”一点。在随后的具体要点中，通告进一步指出：“宣传上力求灰色，多带慈善性质，不要卷入政治争斗，务使此组织能公开。”^②

1928年6月30日发布的《中共中央通告第五十五号》，对“灰色”刊物出版的必要性及其办刊原则作了完整的阐述。文件阐明，创办“灰色”刊物，意在加强对小资产阶级的宣传。通过宣传，使小资产阶级脱离国民党的影响而投入共产党的阵营或保持中立。对于“灰色”刊物的宣传手法，文件提供了三条原则性建议：一是以第三种人的口气说话，二是根据事实说话，三是暗示工农兵的苏维埃革命才

① 《中共中央通告第九十五号（节选）——支持上海总商会之反英要求，济难会工作方针》，中共中央宣传部办公厅、中央档案馆编研究部编：《中国共产党宣传工作文献选编（1915—1937）》，北京：学习出版社，1996年，第712页。

② 《中共中央通告第九十五号（节选）——支持上海总商会之反英要求，济难会工作方针》，中共中央宣传部办公厅、中央档案馆编研究部编：《中国共产党宣传工作文献选编（1915—1937）》，北京：学习出版社，1996年，第712页。

是小资产阶级的出路^①。此后，在中共中央的多个文件中陆续出现有关“灰色”通讯社、“灰色”刊物的指示。党中央有关“灰色报刊”的倡导，得到了地方党组织的落实。早在1928年8月20日，浙江省委的教育宣传工作计划中就有了关于“灰色”刊物的内容：

省委出版一种灰色的刊物，站在第三者的态度发言，一面批评和指斥国民党的反动事实，一而指示群众以出路，这种刊物的内容大概包含：A、政治评论；B、理论的文字；C、文艺；D、通讯等四项，暂时定为周刊，是适用于知识分子的。^②

此后，在1928年10月的《中共福建省委紧急代表会议关于组织问题决议案》、1929年的《中共江西省第二次关于宣传工作的决议案》《四川省委宣传部工作报告》《顺直省委关于中东路事变宣传大纲》中，也相继出现了有关“灰色”刊物、“灰色”报纸、“灰色”通讯社的相关内容。

在实践层面，党的“灰色报刊”宣传实践较早见于1926年董必武创办的《楚光日报》。“《楚光日报》这个名称是比较灰色的，报纸内容开始也不显得很红，并没有把共产党的主张完全拿出来，只是在个别问题、个别观点上，反映共产党的一些原则。”^③此外，该报“经常在社会新闻版刊登有关工人、农民、学生的消息和报导，描述他们的苦难，分析他们所以沦落至此的原因，启发他们的觉悟，鼓舞他们的斗志，表达他们的愿望和要求”^④。之所以要采取“灰色”报纸的策略，是为了在军阀统治的检查制度下，先求得存在，站住脚跟，取得阵地^⑤。

随后，即有作为“灰色”报纸典范的《救亡日报》。该报1937年8月创刊于上海，当年11月22日上海沦陷后停刊，1938年1月在广州复刊。当年4月，总编夏衍赴武汉向周恩来汇报工作，周恩来给了这样的指示：

这张报纸是以郭沫若为社长的上海文化界救亡协会的机关报，这一点就

① 《中共中央通告第五十五号（一九二八年六月三十日）》，中国社会科学院新闻研究所编：《中国共产党新闻工作文件汇编》（上），北京：新华出版社，1980年，第38-40页。

② 《中共浙江省委芳字通告第五号——八月份教育宣传工作计划（1928年8月20日）》，宁波市新四军研究会、中共奉化市委党史研究室编：《卓兰芳纪念文集》，北京：中共党史出版社，2000年，第206页。

③ 湖北省社会科学院组编：《忆董老》第1辑，武汉：湖北人民出版社，1980年，第23页。

④ 湖北省社会科学院组编：《忆董老》第1辑，武汉：湖北人民出版社，1980年，第23页。

⑤ 湖北省社会科学院组编：《忆董老》第1辑，武汉：湖北人民出版社，1980年，第23页。

规定了你们的办报方针，办成像国民党的报纸一样，当然不行；办成像《新华日报》一样，有些人就不敢看了，总的方针是宣传抗日、团结、进步，但要办出独特的风格来，办成一份左、中、右三方面的人都要看、都喜欢看的报纸。^①

除了《救亡日报》，“灰色办报”的实践还出现于孤岛时期的上海。1939年5月，日军加强了新闻检查与控制的力度，上海文委原有的宣传模式难以为继。1939年下半年，文委创办《上海周报》。该报以英商独立出版公司的名义出版，特聘英国人弗利特（Fleet）为编辑人，发刊词有意采用英商的口吻，努力坚持团结进步，反对投降倒退，成为孤岛时期颇受上海民众欢迎的一份报刊^②。

1941年12月12日，因太平洋战争爆发、香港沦陷，《华商报》被迫停刊。抗战胜利后，1946年1月4日，《华商报》正式复刊，此前确立的办报模式得以继承。1949年10月15日，即广州解放次日，《华商报》再次停刊，基本班底奉命回广州创办《南方日报》^③。其办报风格也因此《南方日报》上得以一定程度的延续，并被《大公报》《文汇报》为代表的香港中资报纸较为完整地继承。在1986年3月举办的香港报纸工作会议上，杨奇做了专门讲话，就港澳中资报纸的性质、任务和办报方针进行了明确的阐述：港澳中资报纸是统一战线性质的报纸，承担着向港澳和海外同胞进行宣传，逐步提高他们爱国觉悟的任务。港澳中资报纸坚持“港报港办”“澳报澳办”的方针，要把坚持高度的原则性与最大的灵活性结合起来^④。

简而言之，在党成立以来的报刊史脉络中，我们可以清晰地看到《华商报》的来龙去脉：起于1920年代的“灰色报刊”，沉淀于解放后的港澳中资报纸。“灰色”作为一种策略，通过淡化甚至抹去党派色彩，使报刊在异己政治力量控制区求得合法容身空间及更广泛的读者群。该策略起于第一次国内革命战争时期，至抗战时期由《救亡日报》确立典范，进而被引入香港《华商报》，后由港澳中资报纸延续至今。

-
- ① 姚黎民、陈鲁直：《〈华商报〉在中国报刊史上的地位和作用》，南方日报社、广东《华商报》史学会合编：《华商报之路》，广州：广东人民出版社，1995年，第29-30页。
- ② 曹典、沈阳、董奇编：《上海：统一战线的红色堡垒》，上海：上海人民出版社，2023年，第159-161页。
- ③ 梁洪浩：《华商报史略》，南方日报、广东《华商报》史学会合编：《华商报史话》，广州：广东人民出版社，1991年，第24页。
- ④ 杨奇：《港澳中资报纸的性质、任务和办报方针》，杨奇：《粤港飞鸿踏雪泥——杨奇办报文选》，广州：羊城晚报出版社，2008年，第151-153页。

四、党领导的城市办报的“香港模式”：内涵与启示

所谓办报模式，可以从“办什么报”与“如何办报”两个大的方面来展开分析。前者涉及报纸的性质与功能定位，具体而言，包括“为谁办报、承担何种功能、报纸性质为何”。后者涉及报纸的领导组织与实际运作，具体包括“党如何领导组织、谁来办、如何采编、如何经营”等方面。基于此，我们再来看《华商报》的办报模式。

就报纸性质及其功能定位而言，《华商报》是党领导的统一战线性质的报纸，是党在香港的宣传据点。该报创办于“皖南事变”后的香港，承担着面向香港同胞、海外侨胞、世界进步人士宣传党的政策，揭露“东方慕尼黑”阴谋，争取合法性与外部支持的任务。

在具体的运作实践方面，该报遵照周恩来“灰一点”的指导思想，由华比银行的经理邓文田出面登记，作为报纸督印人，以“华商报”自我命名，携手香港本地政商名流及战时寓居在港的内地爱国民主进步人士，以“灰色”面目面世。《华商报》的统战宣传工作接受周恩来和中共南方局的领导，由八路军驻香港办事处具体组织实施。党对《华商报》的领导体现出“抓大放小”的特征，一方面，牢牢把握政治原则与办报方向，包括明确报纸的性质、任务与方针，由廖承志具体进行政治领导，确定报社架构与编辑经营负责人，完成报社组建。另一方面，又有高度的灵活性，团结了一批全国知名的民主人士与文化人士作为办报人员，还将胡仲持、刘思慕两位党外人士安排在总编辑的岗位上。在具体的采编业务层面，则给予了报人充分的信任与自由发挥的空间，呈现出“书生办报，八仙过海”的局面。《华商报》遵守了本港市场化新闻纸的常规，以高品质的新闻信息产品、专业化的服务来满足读者的信息需求，通过发行与广告来谋求市场生存，由此建构报纸的影响力，并为报纸的统战宣传培育读者。在此基础上，《华商报》策略性地征用民主政治话语与民族主义话语资源，以多元文体共同展开民主爱国叙事，取得了积极的效果。

由此，《华商报》开创了党在城市办报的一种新模式，可浓缩于“灰色面目，港报港办”八个字中。所谓“灰色面目”，即不由党报的面目示人，也不由党直接出面创办，而是采取方向性领导，由持进步立场的南来文人办报，甚至由党外人士担任主编。所谓“港报港办”，并非一种简单的同义反复，所表述的含义是：在香港，按香港主流报纸的常规来办一份香港的报纸，由此，谋求市场与读者的接纳，从而为统战宣传奠定基础。

《华商报》所开创的“灰色面目，港报港办”模式，首先区别于农村根据地办报、以“四性一统”为特征、以《解放日报》为典范的“延安范式”，同时也区别于在国统区城市办报、以“党性与人民性统一”、以《新华日报》为典范的“重庆

范式”，成为党在英国殖民统治下的香港开展外宣的另类城市办报范式。

《华商报》的办报实践，还可进一步置入中国近代报刊范式的层面展开探讨。耐人寻味的是，在对《华商报》的办报经验进行总结时，几位老报人不约而同地用了“文人办报”这一概念。曾任《华商报》总编辑的老报人杨奇认为，该报是以统一战线的性质、“文人办报”的面目出现的。在杨奇的理解中，所谓“文人办报”，就是一些忧国忧民的文化人，利用报纸来发表意见，以此推动社会进步。而“文人办报”是与“文人论政”相联系的，这一脉络的典范是王韬与张季鸾等^①。另一位老报人陈鲁直则旗帜鲜明地指出，《华商报》的实践是“党领导的文人办报”，而“文人办报”就是发挥知识分子主动性、积极性和创造性^②。

从两位老报人的表述中，可以看出他们对“文人办报”的向往与认同，缘由何在？《华商报》究竟是何种性质的“文人办报”？李金铨先生认为，中国近现代报纸有三种范式：民营商业报纸、专业报纸和党报系统，与其相对应的便是“商人办报”“文人办报”“政党办报”。“商人办报”以营利为目标，往往有闻必录，风花雪月，喜欢出格，不负责任；“文人办报”以追求社会公益为目标，他们不反对报纸商业化，但反对报纸庸俗化和媚俗倾向；“政党办报”以政治宣传为目标，强调党性原则^③。

返观《华商报》，则体现出“文人办报”与“政党办报”的双重性，即党领导的左翼文人办报。该报由党领导创办，承担着党的对外宣传任务，旨在为党开展舆论动员与统战组织，因而本质上有政党报纸的属性。然而，在公开操作的层面，又以“文人办报”的面目示人。正如前文范长江的发言所表达的指导思想：《华商报》依靠市场生存，但又不能“有闻必录”，因一味迎合读者而流于低俗，要致力于发掘维护人民大众利益的严肃报道来赢取读者。另外，在具体的采编业务层面，党给予了办报文人充分的信任。根据香港的实际情况，可以灵活处理报纸编辑工作中诸多问题：新闻来源可以多渠道，包括采用国际和国内大通讯社的稿件；报纸社论可以轻松发言，像朋友谈心般表达；报纸版面可以更加生动活泼^④。至关重要的是，这些报人都是有社会声望的，他们都有自己的身份，如名记者、法学家、国际问题专家、名作家等，而他们操刀着笔的文章也并不都代表中央观点和政策。也就

① 杨奇：《“文人办报”之我见》，《青年记者》2008年第22期。

② 陈鲁直：《〈华商报〉——党领导的文人办报》，南方报业传媒集团、广东《华商报》史学会合编：《欢歌犹自唱华商》（内部资料），2006年，第44页。

③ 李金铨：《序言：文人论政》，李金铨主编：《文人论政：知识分子与报刊》，桂林：广西师范大学出版社，2008年，第14-19页。

④ 杨奇、梁洪浩：《一切从实际出发，实事求是，港报港办——香港〈华商报〉的一条主要经验》，南方日报社、广东《华商报》史学会合编：《华商报之路》，广州：广东人民出版社，1995年，第38页。

是说，办报文人享有一定的独立性与专业性。

总之，将《华商报》的实践置入中国近现代报纸范式的脉络中考察，会看到它在两种理想型“政党办报”与“文人办报”之间的互动，呈现出“党报民办”的另类特征。

1940年代《华商报》在香港开展的对外宣传实践，在如何触达受众及如何建构认同等方面，留下了宝贵的历史经验。其一，采用“在地化”策略，完成外宣平台的搭建与传播渠道建设，有效触达海外受众。在报刊构建层面，以政治统战开路，发掘所在地政商资源，寻求在地支点，进入当地社会。在采编与经营层面，遵循所在地大众化报纸的常规，获得市场接纳。其二，通过专业化办报，提升信息产品质量。通过文化统战，团结一批进步文化人作为撰稿人，吸纳所在地报业经营专门人才负责经营管理，组建专业的办报队伍，确保报纸的专业品质。其三，选取民族共同体叙事，完成话语体系的转换。秉持“团结、民主、抗战”的基本立场，以“祖国”“同胞”“民族”为关键词，展开民主爱国叙事，从而避免阶级纷争，团结大多数，建构基于中华民族成员的身份认同与情感认同。凡此种种，可为党今天在香港及海外的统战宣传提供重要参照。

本文系国家社科基金重点项目“香港进步报刊的阅读共同体建构及其社会影响研究（1931—1949）”（项目编号：25AXW005）的阶段性研究成果。

作者：广州大学新闻与传播学院教授

of contemporary Chinese scholars facing the challenges of localization and interdisciplinary integration.

137 · The “Hong Kong Model” of Urban Newspaper Operations Led by the Communist Party of China: A Re-exploration of Hong Kong’s *Hwa Shiang Pao* during the War Against Japanese Aggression

· *Tian Qiusheng*

Between the 1941 Southern Anhui Incident and the outbreak of the Pacific War, southbound Party-led intellectuals established Hong Kong’s *Hwa Shiang Pao*. Inheriting the Communist Party of China’s “grey press” tradition, the newspaper adapted to Hong Kong’s unique journalistic environment by presenting itself as a publication for overseas Chinese merchants. By acknowledging the commercial and journalistic value of newspapers, it secured a foothold and built a readership through localized news and information services. Building on this, the paper adopted a targeted content strategy, employing stylistic coordination and a patriotic, democratic narrative to conduct effective united front propaganda among overseas Chinese communities. Beyond mobilizing public opinion, *Hwa Shiang Pao* served as a “liaison station” for the Party’s united front work. Ultimately, it forged a “Hong Kong model” for Party-led urban newspaper operations, characterized by a “grey appearance” and a “localized” approach. Featuring a “Party-led newspaper with civil operation,” this model integrated the professional and party newspaper paradigms. This legacy is carried forward today by patriotic, Hong Kong – loving Chinese – funded newspapers.

英文编辑:段铁铮