

2018-2024年中国报刊杂志产业政策现状与未来前景趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国报刊杂志产业政策现状与未来前景趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/311180311180.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

在如今的信息爆炸时代，在广播、电视、网络等新媒介的巨大冲击下，报纸面临着前所未有的挑战：电视与广播具有更加丰富和多样的符号系统，以其实证性、现场性、感染性、趣味性等，给以文字符号为主的报纸带来了巨大的威胁，而网络媒介，更是以迅速性、海量性、便捷性、互动性这样几乎完美的传播方式对报纸构成极大的挑战，一时之间，报纸似乎陷入了困境。在这种情况下，报纸不得不寻找出路以摆脱困境，吸收其他媒介有点成了报纸必然的选择。例如学习杂志做法就是最明显行为之一：对新闻内容信息进行精细分析和深度探求，注重在新闻深度及版面上下功夫，增加事件调查、背景资料、情景链接、专家点评等鲜活内容，将单薄的消息加工成厚重的专题。另外，还通过定期或不定期出版如小型杂志周刊、各类专刊、特刊等方式，有效增加报纸的丰富性和趣味性，以应对其他媒介的挑战。

图：报刊杂志示意图

当下，这种现象更加突出，在报纸变厚的同时，报纸的杂志化趋势不断发展并壮大起来。《中国记者》总编辑陆小华在《激活传媒》中曾指出：“纸质媒体15年来重要变化之一是报纸操作手法杂志化。”根据报纸杂志化的定义去研究，虽然市场上的报纸多如牛毛，各种各样的报纸琳琅满目，它们的杂志化程度和表现形式不尽相同，但是不难看出，其中的综合性报纸的杂志化倾向比较具有代表性，通过分析研究这些综合性报纸，可以发现报纸的杂志化主要表现在以下几个方面。

一、报纸内容的杂志化 （一）报纸内容综合化

报纸杂志化的最突出表现便是报纸内容的综合化。报纸综合化的特点在周刊和特刊上体现得尤为显著。报纸副刊由于受版面的限制不可能做到面面俱到，其内容所涉及的层面也非常有限，而当前报纸周刊的内容却几乎能涉及相关领域的各个方面。以《新民晚报》“时尚周刊”栏目为例，该栏目下设有“俊男靓女”、“时尚前导”、“超级现场”、“家居环艺”、“极速抢鲜”、“心情主张”、“美容派对”、“私密心语”、“前端视窗”、“钱题纪实”、“家有喜事”等等版面，涵盖各个相关领域。

（二）报纸稿件深度化

《中国记者》总编辑陆小华认为，杂志所做的工作，其实就是对知识做分类、整理、整合。所谓报纸操作手法的杂志化，实际上就是把诸多信息进行加工、整理、整合，这就构成所谓深度报道。广播、电视以及网络甚至手机报对新闻信息反映的快捷性，不断威胁着报纸的时效性，多数报纸扬长避短，纷纷转向了深度报道。此外，受众的要求也变得更加严格，他们要求报纸能够在新闻事件、特别是重大新闻事件发生后，第一时间全方位、立体化、多角度地满足提供自己的探知需求，即不仅要“知其然”更要“知其所以然”。于是，报纸在报道事件时，不仅仅报道事件本身，并能对事实运用背景资料加以充分分析，将新闻事件的深层意义及内在原因尽可能全面地显现出来。报纸稿件的深度化就使得报纸的内容更精彩更深刻，也就相应地充实和稳定了自己的读者群及影响力。很多报纸都专门提供了深度报道版面，如《现代快报》的“头版纵深”栏目、《江南时报》的“深度财经”、“深度人物”、“深度时政”和“深度事件”栏目、《扬子晚报》的“今日重点”等栏目。报纸的这种“人无我有，人有我新，

人新我深”策略一时赢得了不少读者的青睐。深度化报道的增多，各个报纸对新闻的深度和广度的挖掘直接导致了报纸文章的篇幅越来越长，无论是综合性报纸还是专业性报纸都开始出现一篇文章占用一个整版面的现象，短小快捷的消息愈发少见。有些报纸有时还会对某一问题或现象开展专题性调查，用几个版面来刊登相关的调查报告，甚至对某一问题设立特刊进行全面深入的调查与分析，关于这事件的几篇长文章就组合成了一期特刊。

二、报纸版面设计的杂志化

（一）头版设计上的封面化、导读化

报纸头版设计杂志化的最突出表现便是报纸头版封面化、导读化。媒体经济本质上就是注意力经济，夺得受众关注的与否便是成败的关键所在。电子媒介能够通过具象的声音动画有效吸引观众的眼球，而作纸质媒体的报纸又该如何应对呢？若报纸仍然故我的保持单一乏味的基调，被已习惯于丰富多彩电子媒体已产生依赖的受众所厌弃将会成为必然。在这种情势下，多数报纸纷纷抛弃了过去头版只刊登要闻的方式，加强突出了报纸头版的封面效果和导读功能，其中都市报类报纸最早开始采用类似杂志封面的排版手法，强调视觉冲击力，在头版头条使用大图或加粗标题来吸引读者注意，事实证明类似的编排手法得到了读者的广泛支持和认同。关注受众内心感受及非文字性满足，充分利用版面直观，对比强烈的大标题、大图片组成头版，恰恰是汲取了杂志封面的风格和特色，具有鲜明的时代特征，是报纸向杂志迈进的一个鲜明标志。

（二）报纸版面编排的杂志化

报纸版面编排是一门融合了心理学、美学、新闻学、哲学等众多学科门类的知识体，同时还必须时刻保持与国家政治导向相一致大局意识和舆论导向。因此，报纸版面的设计及版式的形成，绝不是随意而为。传统报纸的编排，注重文章相互之间的咬合，不能通题、不能通版、不能开天窗，强调层次感及错落美，这类做法曾被新闻工作者视为报纸版面编排的基本准则。而杂志化的报纸在编排上往往采用杂志的“模块式”编排形式：版块横通，镶嵌咬合方式基本消失，适度留白。具体运用中表现为以下三种方式。

第一，充分运用大标题、大图片。英国美术史学家E.H.贡布里在《图象与眼睛》中曾说道：“我们的时代是一个视觉的时代，我们从早到晚都受到图片的侵袭。图象的唤起能力有时优于语言”。这句话如今已成为当今报纸利用大图增加视觉冲击的理论依据。

第二，充分运用字体、线条、字号等版面元素增强版面吸引力。如20世纪90年代以后的《北京青年报》，使用直黑分割线淘汰花边花线；大量标题采用特号甚至超大字号使整个版面反差更加强烈更能吸引受众眼球。

第三，大胆采用色块、色彩、反白等新型编排手段。如《晶报》2014年9月15日第1版，头版头条《“海鸥”来了，防着点》及《深圳作品，强！》两稿，以淡灰色的底色衬托，使之气势增强。究其原因，随着报纸版面的增多，报纸内容的繁杂，报纸不得不采取这种醒目

的导读式的编排手段，以便让读者迅速搜索到感兴趣的内容，这也是报纸杂志化趋势的产物。

（三）版面数量上的厚重化、专刊化 早期的报纸以精悍为特点，一般都只有4个版为主，偶尔会8个版面。而从20世纪90年代开始，国内的报纸纷纷扩版，报纸的版面迅速增加，像西方报业市场一样我国报纸逐步进入了“厚报”时代。随着报纸版面不断增加，在我国一些传媒市场运作程度较高的地区，报纸动辄几十页甚至上百页。

一方面，报纸的扩版有效增加了新闻版的版数，从地区到全国、从国内到国际、从政治到经济、从社会到综合、从文娱到体育各个方面应有尽有，充分满足了人们对信息多样化的需求；另一方面，各种副刊、专刊、专版、周刊及广告也得到了不断强化，各种专副刊为广大读者提供了丰富多彩的趣味性、知识性、综合性服务，即有效保证了报纸的发行数量，同时吸引了更多的广告商，保证了报纸的经济收入。

三、结语 综上所述，报纸杂志化之所以能成为报业发展的一种趋势，是因为这种趋势适应了当今信息时代，在多种媒介并存的情形下报纸扬长避短的一条发展道路，满足了“信息爆炸”时代的时代要求和受众需求。杂志化了的报纸充满了活力和生机，更加具有市场竞争力，而且也促进了报业的发展。杂志化是报纸发展的必然，这种必然是报纸绝处求生的救命草，但是这种必然也会把报纸带入另外一片新的天地。

观研天下发布的《2018-2024年中国报刊杂志产业政策现状与未来前景趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

【报告大纲】

第一章2016-2017年中国报刊杂志行业发展概述

第一节2016-2017年报刊杂志行业发展情况概述

一、报刊杂志行业相关定义

二、报刊杂志行业基本情况介绍

三、2016-2017年报刊杂志行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国报刊杂志行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、报刊杂志行业产业链条分析

三、2016-2017年中国报刊杂志行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节2016-2017年中国报刊杂志行业生命周期分析

一、报刊杂志行业生命周期理论概述

二、2017年报刊杂志行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年报刊杂志行业经济指标分析

二、2016-2017年报刊杂志行业的赢利性分析

四、2016-2017年报刊杂志行业的经济周期分析

三、报刊杂志行业附加值的提升空间分析

第五节2016-2017年中国报刊杂志行业进入壁垒分析

一、报刊杂志行业技术壁垒分析

二、报刊杂志行业规模壁垒分析

三、报刊杂志行业品牌壁垒分析

四、报刊杂志行业其他壁垒分析

第二章2016-2017年全球报刊杂志行业市场发展现状分析

第一节 全球报刊杂志行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球报刊杂志行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲报刊杂志行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲报刊杂志行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲报刊杂志行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年亚洲报刊杂志行业市场前景分析

四、2018-2024年亚洲报刊杂志发展趋势分析

第四节2016-2017年北美报刊杂志行业地区市场分析

一、2016-2017年北美报刊杂志行业市场现状分析

二、2016-2017年北美报刊杂志行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年北美报刊杂志行业市场前景分析

四、2018-2024年北美报刊杂志行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟报刊杂志行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟报刊杂志行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟报刊杂志行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年欧盟报刊杂志行业市场前景分析

四、2018-2024年欧盟报刊杂志行业发展趋势分析

第六节2018-2024年世界报刊杂志行业分布走势预测

第七节2018-2024年全球报刊杂志行业市场规模预测

一、2018-2024年亚洲报刊杂志行业市场规模预测

二、2018-2024年北美报刊杂志行业市场规模预测

三、2018-2024年欧盟报刊杂志行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国报刊杂志产业发展环境分析

第一节6-2017年我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节6-2017年中国报刊杂志行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节6-2017年中国报刊杂志产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章2016-2017年中国报刊杂志产业运行情况

第一节 中国报刊杂志行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节2016-2017年中国报刊杂志行业市场规模分析

第三节2016-2017年中国报刊杂志行业供应情况分析

- 一、行业生产企业分析
- 二、2016-2017年中国报刊杂志行业价值情况分析
- 三、2016-2017年中国报刊杂志行业区域分布情况
- 第四节2016-2017年中国报刊杂志行业需求情况分析
 - 一、2016-2017年中国报刊杂志行业需求分析
 - 二、2016-2017年中国报刊杂志行业需求区域分布
- 第四节2018-2024年中国报刊杂志行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国报刊杂志市场格局分析

- 第一节2016-2017年中国报刊杂志行业竞争现状分析
 - 一、中国报刊杂志行业竞争情况分析
 - 二、中国报刊杂志行业主要品牌分析
- 第二节2016-2017年中国报刊杂志行业集中度分析
 - 一、中国行业市场集中度分析
 - 二、中国行业企业集中度分析
- 第三节2016-2017年中国报刊杂志行业存在的问题
- 第四节2016-2017年中国报刊杂志行业解决问题的策略分析
- 第五节2016-2017年中国报刊杂志行业竞争力分析
 - 一、生产要素
 - 二、需求条件
 - 三、支援与相关产业
 - 四、企业战略、结构与竞争状态
 - 五、政府的作用

第六章2016-2017年中国报刊杂志市场价格走势分析

- 第一节2016-2017年报刊杂志行业价格影响因素分析
 - 一、成本因素
 - 二、供需因素
 - 三、渠道因素
 - 四、其他因素
- 第二节2016-2017年中国报刊杂志行业价格现状分析
 - 一、2016-2017年报刊杂志行业平均价格走势回顾分析
 - 二、2018年报刊杂志行业平均价格走势预测
- 第三节2018-2024年中国报刊杂志行业平均价格走势预测
 - 一、价格预测依据

- 二、2018-2024年中国报刊杂志行业平均价格走势预测
- 三、2018-2024年中国报刊杂志行业平均价格增速预测

第七章2016-2017年中国报刊杂志行业区域市场现状分析

第一节2016-2017年中国报刊杂志行业区域市场规模分布

第二节2016-2017年中国华东地区报刊杂志市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华东地区报刊杂志市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华中地区报刊杂志市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华南地区报刊杂志市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华北地区报刊杂志市场规模分析

第八章2016-2017年中国报刊杂志行业竞争情况

第一节2016-2017年中国报刊杂志行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节2016-2017年中国报刊杂志行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节2016-2017年中国报刊杂志行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第九章 中国报刊杂志所属行业数据监测

第一节 中国报刊杂志所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国报刊杂志所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国报刊杂志所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 我国报刊杂志行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国报刊杂志行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国报刊杂志行业未来发展前景分析

一、2018-2024年行业国内投资环境分析

二、2018-2024年中国报刊杂志行业市场机会分析

三、2018-2024年中国报刊杂志行业投资增速预测

第二节2018-2024年中国报刊杂志行业未来发展趋势预测

第三节2018-2024年中国报刊杂志行业市场发展预测

一、2018-2024年中国报刊杂志行业市场规模预测

二、2018-2024年中国报刊杂志行业市场规模增速预测

三、2018-2024年中国报刊杂志行业产值规模预测

四、2018-2024年中国报刊杂志行业产值增速预测

第四节2018-2024年中国报刊杂志行业盈利走势预测

- 一、2018-2024年中国报刊杂志行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2024年中国报刊杂志行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2024年中国报刊杂志行业投资风险与营销分析

第一节2018-2024年报刊杂志行业投资风险分析

- 一、2018-2024年报刊杂志行业政策风险分析
- 二、2018-2024年报刊杂志行业技术风险分析
- 三、2018-2024年报刊杂志行业竞争风险分析
- 四、2018-2024年报刊杂志行业其他风险分析

第二节2018-2024年报刊杂志行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2024年报刊杂志行业经营模式
- 二、2018-2024年报刊杂志行业生产模式
- 三、2018-2024年报刊杂志行业销售模式

第三节2018-2024年报刊杂志行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国报刊杂志行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国报刊杂志行业品牌战略分析

- 一、报刊杂志企业品牌的重要性
- 二、报刊杂志企业实施品牌战略的意义
- 三、报刊杂志企业品牌的现状分析
- 四、报刊杂志企业的品牌战略
- 五、报刊杂志品牌战略管理的策略

第二节2018-2024年中国报刊杂志行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节2018-2024年中国报刊杂志行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章2018-2024年中国报刊杂志行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国报刊杂志行业产品策略分析

一、产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节2018-2024年中国报刊杂志行业营销渠道策略

一、2018-2024年报刊杂志行业营销模式

二、2018-2024年报刊杂志行业营销策略

第三节2018-2024年中国报刊杂志行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、2018-2024年中国报刊杂志行业投资区域分析

二、2018-2024年中国报刊杂志行业投资产品分析

(GYZQJP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/311180311180.html>