

# 2010-2013年中国报刊业前景预测与投资战略研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2013年中国报刊业前景预测与投资战略研究报告》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/baozhi/8768987689.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

### 第一章 2010年全球报刊行业运行态势分析

#### 1.1 2010年全球报刊业运行总况

##### 1.1.1 全球报刊业变革谋求新突破

##### 1.1.2 网媒冲击全球报刊业

##### 1.1.3 全球报刊媒体业发展现状分析

##### 1.1.4 全球报刊市场寻“免费”出路

#### 1.2 美国

##### 1.2.1 美国报刊发行的组织和运作

##### 1.2.2 美国兴起华文免费报刊

##### 1.2.3 历史上美国报业的变革和面临的挑战

##### 1.2.4 美国报刊三巨头裁员应对金融危机

##### 1.2.5 美国报刊日发行量排行

#### 1.3 日本

##### 1.3.1 日本报业发展概况及特征分析

##### 1.3.2 日本报纸的发行模式

##### 1.3.3 日本报业专卖发行制度介绍

##### 1.3.4 日本专卖发行制度的比较优势

#### 1.4 英国

##### 1.4.1 英国主要报刊介绍

##### 1.4.2 英国报业市场发展状况

##### 1.4.3 英国客户期刊的发展状况

#### 1.5 法国

##### 1.5.1 法国付费报刊持续萎缩

##### 1.5.2 法国报纸靠三条腿发行

##### 1.5.3 法国付费报纸发行备受冲击

##### 1.5.4 法国人爱读期刊杂志

##### 1.5.5 金融危机“火了”法国经济类报刊

#### 1.6 瑞典

##### 1.6.1 瑞典报纸的分类

##### 1.6.2 瑞典报业现状和政策

##### 1.6.3 瑞典免费报纸竞争策略

### 第二章 2010年中国报刊行业运行新形势透析

#### 2.1 2010年中国报刊行业概况分析

- 2.1.1 中国报刊的发展与整治
- 2.1.2 中国报刊业发展迅速
- 2.1.3 中国报刊业在改革中发展繁荣
- 2.1.4 报刊业年销售300亿元为发展最快行业之一
- 2.2 2010年中国报纸出版业新亮点分析
  - 2.2.1 报纸种类不断增长，分众化趋势明显
  - 2.2.2 知名报纸拥有较高的市场占有率
  - 2.2.3 数字化报纸成为新的增长点
- 2.3 2010年中国报纸出版行业市场规模分析
  - 2.3.1 全国报纸主要出版指标普遍增长
  - 2.3.2 日报出版能力大幅增强
  - 2.3.3 报纸普及率稳步提高
  - 2.3.4 报纸定价总金额同步增长
  - 2.3.5 报纸广告收入持续增长
- 2.4 2010年中国报刊业结构分析
  - 2.4.1 报纸出版行业产品结构分析
  - 2.4.2 2010年中国报纸出版行业市场结构分析
  - 2.4.3 2010年中国报纸出版行业品牌市场结构分析
- 2.5 近几年中国报刊零售市场状况
  - 2.5.1 2006年报刊零售市场发展分析
  - 2.5.2 2010年报刊零售市场概况
  - 2.5.3 2010年报刊零售市场发展状况
  - 2.5.4 2010年报刊零售市场发展状况
  - 2.5.5 同比分析
- 2.6 2010年网络对中国报刊业的影响分析
  - 2.6.1 传统报刊相对于网络媒体的独特优势
  - 2.6.2 网络媒体对中国传统报刊的强烈冲击
  - 2.6.3 面对网媒冲击中国报刊出版蓄势待发
- 2.7 2010年中国报刊业面临的问题探讨
  - 2.7.1 中国报刊内容管理面临的几个问题
  - 2.7.2 中国报刊管理执法的若干不足
  - 2.7.3 中国报刊行业难以实现“有效监管”
  - 2.7.4 中国报刊品种与数量期待更大发展
- 第三章 2010年中国报业市场运行动态分析
  - 3.1 2010年中国报业综述

- 3.1.1 中国报业发展特点
- 3.1.2 中国三大类报纸发展状况
- 3.1.3 中国报业并未遭遇发展瓶颈
- 3.2 2010年中国报业经营分析
  - 3.2.1 解析中国报业经营改革中的边缘突破
  - 3.2.2 浅析报纸的多元化经营
  - 3.2.3 构建中国报业发展的多元化经济新格局
  - 3.2.4 报业开展多元化经营的建议
- 3.3 2010年中国报业发展的品牌分析
  - 3.3.1 国外报业品牌营运的重点
  - 3.3.2 报业品牌战略分析
  - 3.3.3 报纸品牌经营的要素分析
- 3.4 2010年中国中国报业集团化分析
  - 3.4.1 对中国报业集团化现状的思考
  - 3.4.2 中国报业集团产业化探析
  - 3.4.3 中国报业集团化面临的挑战和机遇
  - 3.4.4 中国报业集团化发展的瓶颈
- 3.5 2010年中国报业发展策略
  - 3.5.1 新媒介生态下报业的发展策略
  - 3.5.2 发展数字报业拓展报业发展空间
  - 3.5.3 报纸挽留年轻读者的对策
  - 3.5.4 报纸无形资产的广告拓展战略
  - 3.5.5 财经类报纸的未来发展策略
- 第四章 2010年中国报纸细分市场运行新格局透析
  - 4.1 都市类报纸
    - 4.1.1 都市报市场现状分析
    - 4.1.2 中国都市类报纸的发展特点
    - 4.1.3 中国都市报面临的形势及战术选择
    - 4.1.4 国内都市报价格战的成因分析和规避策略
    - 4.1.5 都市报的转型分析
  - 4.2 IT类报纸
    - 4.2.1 IT类报纸凸显“马太效应”
    - 4.2.2 IT类报纸全国10城市零售市场
    - 4.2.3 IT报纸发行类别与走势分析
  - 4.3 财经类报纸

- 4.3.1 中国财经类报纸的种类划分
- 4.3.2 中国财经类报纸17城市零售市场分析
- 4.3.3 专业经济类报纸的发展现状与趋势
- 4.4 教辅类报纸
  - 4.4.1 中国教辅类报纸呈现过热态势
  - 4.4.2 中国教辅类报纸面临转型
  - 4.4.3 竞合成现代教辅报业发展的必由之路
  - 4.4.4 教辅类报纸发展壮大的突破点
- 4.5 文摘类报纸
  - 4.5.1 中国文摘类报纸面临新课题
  - 4.5.2 文摘类报纸的核心竞争力分析
  - 4.5.3 文摘类报纸突围关键在于提升核心竞争力
- 第五章 2010年中国报刊业重点区域市场运行分析
  - 5.1 北京
    - 5.1.1 北京报业发展概况
    - 5.1.2 北京报业市场成长空间分析
    - 5.1.3 北京报业日报趋于饱和周报略显不足
  - 5.2 上海
    - 5.2.1 上海报业发展历史回顾
    - 5.2.2 从书报亭看上海报业的竞争形势
    - 5.2.3 上海报业面临的问题
    - 5.2.4 上海报业发展战略探析
  - 5.3 广东
    - 5.3.1 广东报业市场格局分析
    - 5.3.2 广东报业现状及发展动态
    - 5.3.3 广州报纸展开新一轮竞争
    - 5.3.4 深圳报业市场发展分析
  - 5.4 成都
    - 5.4.1 成都报业发展回顾
    - 5.4.2 成都报业市场环境分析
    - 5.4.3 领先者与竞争者的生存博弈
    - 5.4.4 成都报业市场竞争的理性思考
  - 5.5 湖北
    - 5.5.1 湖北报业发展概况
    - 5.5.2 湖北报业面临的问题

### 5.5.3 湖北报业的发展对策

## 5.6 湖南

### 5.6.1 湖南报业市场分析

### 5.6.2 湖南报业浮华背蕴含生机

## 第六章 2010年中国报纸发行新态势透析

### 6.1 报纸发行的发展演变

#### 6.1.1 报纸发行的三个阶段

#### 6.1.2 报纸发行模式的历史回顾

#### 6.1.3 中国报纸自办发行模式发展回顾

#### 6.1.4 中国报纸发行的六大模式

### 6.2 报纸发行市场分析

#### 6.2.1 中国报纸发行市场概况

#### 6.2.2 影响报纸选择发行渠道的因素

#### 6.2.3 外资发行公司进入对中国发行市场的影响

#### 6.2.4 中国报纸发行经营的创新分析

#### 6.2.5 “新政”下报纸发行市场整合分析

### 6.3 报纸发行价值链研究

#### 6.3.1 报纸发行的价值链整合分析

#### 6.3.2 网络价值链开发存在的问题

#### 6.3.3 中国报纸发行网络的研究分析

### 6.4 报纸发行的整合营销

#### 6.4.1 报纸发行整合营销模式的理论依据及作用

#### 6.4.2 中国报纸发行渠道的三种整合模式

#### 6.4.3 报纸整合营销传播分析

#### 6.4.4 开展报纸整合营销的策略分析

### 6.5 报纸发行面临的问题与对策

#### 6.5.1 国内报纸发行市场面临的挑战和对策

#### 6.5.2 中国报纸发行的误区与应对措施

#### 6.5.3 报纸分销市场问题尚待解决

#### 6.5.4 报纸分销业应对市场开放的策略

#### 6.5.5 “无赠品时代”的报纸发行策略

#### 6.5.6 都市报的发行策略

#### 6.5.7 省级党报的发行战略及策略

## 第七章 2010年中国期刊市场运行动态分析

### 7.1 中国期刊发展概况

- 7.1.1 中国期刊三次浪潮回顾
- 7.1.2 中国期刊发展现状分析
- 7.1.3 中国期刊业发展势头良好
- 7.2 期刊品牌分析
  - 7.2.1 关于中国期刊品牌经营思考
  - 7.2.2 活动加快期刊品牌成长
  - 7.2.3 中国期刊的品牌塑造策略
  - 7.2.4 中国品牌期刊发展建议
  - 7.2.5 农业期刊的品牌发展思路
- 7.3 期刊发行渠道
  - 7.3.1 期刊渠道设计中的方式技巧
  - 7.3.2 杂志社发行渠道的设计
  - 7.3.3 分众期刊发行渠道的设计
  - 7.3.4 期刊发行渠道困境的破解
  - 7.3.5 探寻期刊发行新渠道
- 7.4 中国期刊业面临的问题及对策
  - 7.4.1 中国期刊业存在的主要问题及对策
  - 7.4.2 中国期刊出版业面临的挑战与对策
  - 7.4.3 中国过期刊物市场问题较多
- 第八章 2010年中国期刊细分市场（按读者类型分）
  - 8.1 女性期刊
    - 8.1.1 女性期刊市场机会分析
    - 8.1.2 女性期刊市场的发展状况
    - 8.1.3 透析中国期刊市场“粉红潮”现象
    - 8.1.4 国内大众女性期刊困境与对策
  - 8.2 男性期刊
    - 8.2.1 中国男性期刊发展回顾
    - 8.2.2 男性杂志消费逐渐升温
    - 8.2.3 中国男性时尚期刊经营的特征
  - 8.3 少儿期刊
    - 8.3.1 中国少儿期刊的市场现状
    - 8.3.2 少儿期刊发展面临的问题及对策
    - 8.3.3 中国少儿期刊的营销策略
    - 8.3.4 少儿文学期刊的品牌发展策略
  - 8.4 青年期刊



#### 8.4.1 浅析当代青年期刊的处境

#### 8.4.2 青年期刊从低谷中的奋起

#### 8.4.3 青年期刊实现从大众化到细分化的突围

### 8.5 老年期刊

#### 8.5.1 中国老年期刊的产生与发展

#### 8.5.2 老年期刊的特点

#### 8.5.3 发展老年期刊的对策

## 第九章 期刊细分市场（按期刊类型分）

### 9.1 时尚杂志

#### 9.1.1 国际知名时尚杂志介绍

#### 9.1.2 中国时尚杂志工业发展简史

#### 9.1.3 高码洋时尚期刊零售市场状况

#### 9.1.4 中国时尚杂志市场竞争激烈

### 9.2 财经期刊

#### 9.2.1 中国财经类期刊的发展现状

#### 9.2.2 财经期刊市场面临的问题与对策

#### 9.2.3 国内财经期刊向新媒体转身的策略

#### 9.2.4 论中国财经期刊经营的第三次销售

### 9.3 科普期刊

#### 9.3.1 中国科普期刊的发展状况

#### 9.3.2 中国科普期刊难办的原因分析

#### 9.3.3 中国科普期刊的发展变革之路

#### 9.3.4 中国综合科普期刊面临困境

#### 9.3.5 科普期刊品牌化的生存认知

### 9.4 文摘类期刊

#### 9.4.1 中国文摘类期刊市场现状

#### 9.4.2 中国文摘期刊市场存在的问题

#### 9.4.3 中国文摘类期刊的差异化策略

### 9.5 学术期刊

#### 9.5.1 中国社科类学术期刊面临的困境

#### 9.5.2 中国社科类学术期刊需要解决的问题

#### 9.5.3 中国优势与特色学科学术期刊的发展制约因素与对策探讨

#### 9.5.4 中国高校社科期刊发展问题的思考

#### 9.5.5 中国学术期刊发展的文化选择

### 9.6 汽车类期刊

### 9.6.1 汽车类杂志市场分析

### 9.6.2 汽车类杂志市场格局及定位

### 9.6.3 中国汽车期刊的经营管理创新

## 9.7 其他类期刊

### 9.7.1 IT类杂志市场分析

### 9.7.2 中国主要新闻期刊比较分析

### 9.7.3 DM期刊市场分析

### 9.7.4 大众文化期刊市场分析

## 第十章 2010年中国报刊行业营销分析

### 10.1 报刊行业营销总体概况

#### 10.1.1 从发行实践看报刊发行的营销管理

#### 10.1.2 透视中国报刊的机场零售渠道

#### 10.1.3 从4Cs理论解析报刊营销误区

#### 10.1.4 报刊读者的特点及开发读者资源的营销策略

### 10.2 报业营销分析

#### 10.2.1 当代报纸营销基本策略初探

#### 10.2.2 报纸发展生命周期与营销策略

#### 10.2.3 现代报纸的整合的营销

#### 10.2.4 报业市场营销不良现象有待规范

### 10.3 期刊营销分析

#### 10.3.1 浅谈行业DM杂志的整合营销

#### 10.3.2 杂志品牌延伸与整合营销策略

#### 10.3.3 论杂志的“市场切割”

### 10.4 京沪穗三地期刊销售攻略

#### 10.4.1 北京期刊销售渠道概况

#### 10.4.2 上海期刊销售渠道介绍

#### 10.4.3 广州期刊销售渠道攻略

#### 10.4.4 京沪穗期刊渠道差异攻略

## 第十一章 2010年中国报刊行业竞争态势分析

### 11.1 各类报纸竞争分析

#### 11.1.1 中国经济类报纸竞争力分析

#### 11.1.2 都市类报纸的竞争演变

#### 11.1.3 生活类报纸强化竞争力的路径分析

#### 11.1.4 免费报纸的竞争优势分析

#### 11.1.5 新办报纸的市场竞争策略

## 11.2 提升报纸竞争力的主要策略

### 11.2.1 三大创新塑造报纸竞争力

### 11.2.2 报纸版面竞争力评价指标及提升策略分析

### 11.2.3 利用专栏提高报纸竞争力的策略

### 11.2.4 提高报纸竞争力的差异化策略

### 11.2.5 新闻漫画是提升报纸竞争的重要手段

### 11.2.6 利用视觉感提升报纸竞争能力

## 11.3 期刊总体竞争概况

### 11.3.1 中国期刊业进入竞争时代

### 11.3.2 2010年期刊市场竞争激烈

### 11.3.3 中国期刊业在竞争与合作中谋得生存和发展

## 11.4 期刊竞争力分析

### 11.4.1 科技期刊核心竞争力的五个层面

### 11.4.2 中国期刊业需打造五大核心竞争力

### 11.4.3 提升中国期刊竞争力的思考

### 11.4.4 培育期刊核心竞争力的方法

## 11.5 期刊竞争策略分析

### 11.5.1 中国期刊竞争策略的反思

### 11.5.2 论“眼球经济”时代的期刊竞争策略

### 11.5.3 新闻期刊的竞争策略

## 第十二章 2010年中国报刊重点企业动态分析

### 12.1 北京日报报业集团

#### 12.1.1 集团简介

#### 12.1.2 北京日报阅报栏开始逐步更新

#### 12.1.3 北京日报报业集团探索与新兴媒体接轨

### 12.2 上海文汇新民联合报业集团

#### 12.2.1 集团简介

#### 12.2.2 文新集团与上海移动联合推出“手机报”

#### 12.2.3 瑞士荣格集团与上海文新合作出女性周刊

### 12.3 南方报业传媒集团

#### 12.3.1 集团简介

#### 12.3.2 南方报业传媒集团的品牌拓展战略

#### 12.3.3 南方报业传媒实现战略转型

### 12.4 《时尚》杂志社

#### 12.4.1 公司介绍

- 12.4.2 《时尚》杂志的市场定位
- 12.4.3 《时尚》“出版人制”的优势
- 12.4.4 《时尚》的国际化和本土化
- 12.4.5 《时尚》的谋篇布局与品牌延伸
- 12.4.6 《时尚》立体化发行模式

## 12.5 北京瑞丽杂志社

- 12.5.1 公司介绍
- 12.5.2 瑞丽近年发展大事
- 12.5.3 《瑞丽》杂志社推出新刊物
- 12.5.4 《瑞丽》发展策略分析

## 第十三章 2010年中国报刊业投资环境解析

### 13.1 2010年中国报纸出版行业发展政策环境分析

- 13.1.1 完善报纸出版的管理、创新机制，促进其行业健康发展
- 13.1.2 深化文化体制改革，规划报纸出版的发展方向
- 13.1.3 深化出版发行体制改革，促进报纸出版的产业化发展
- 13.1.4 进一步规范报业发行市场
- 13.1.5 进一步加大法治工作力度

### 13.2 2010年中国宏观经济环境分析

- 13.2.1 中国GDP分析
- 13.2.2 居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 13.2.3 城乡居民消费水平对比
- 13.2.4 财政收支状况

### 13.3 2010年中国报纸出版行业发展社会环境分析

- 13.3.1 人口规模分析
- 13.3.2 政府教育投资
- 13.3.3 中国人口年龄、学历结构分析

## 第十四章 2010-2013年中国报刊投资潜力研究

### 14.1 2010-2013年中国报刊投资机会分析

- 14.1.1 中文报刊市场步入全球化时代
- 14.1.2 中文报刊服务业商机无限
- 14.1.3 报刊发行市场将成未来投资热点

### 14.2 2010-2013年中国期刊投资潜力分析

- 14.2.1 中国期刊产业蕴藏着巨大的商机
- 14.2.2 中国期刊投融资现状与特征分析
- 14.2.3 投资中国期刊产业的可行性分析

#### 14.2.4 中国期刊产业重点投资机会分析

### 第十五章 2010-2013年中国报刊业新趋势探析

#### 15.1 2010-2013年中国报纸的发展趋势

##### 15.1.1 当代西方报纸媒介的发展趋势

##### 15.1.2 中国报纸发展的“四化”趋势

##### 15.1.3 报纸零售发行自办化将成主流趋势

##### 15.1.4 报网互动成报纸发展的必然趋势

#### 15.2 2010-2013年中国期刊发展趋势

##### 15.2.1 中国期刊业五大发展趋势

##### 15.2.2 期刊发展的实用化趋势

##### 15.2.3 期刊渠道的发展趋势

### 第十六章 2010-2013年中国报刊业发展战略研究

#### 16.1 2010年中国报纸出版中的主要问题

##### 16.1.1 报纸发行的恶性竞争愈演愈烈

##### 16.1.2 报纸新闻质量受到公众质疑

##### 16.1.3 报纸部分消费群正在流失

##### 16.1.4 报纸同质化现象日趋明显

#### 16.2 2010-2013年中国报纸出版业产品策略

##### 16.2.1 树立报纸公信意识

##### 16.2.2 促进报纸网络化

#### 16.3 2010-2013年中国报纸出版业渠道策略

##### 16.3.1 拓展多元化的发行渠道

##### 16.3.2 向集团化和跨地域化发展

#### 16.4 2010-2013年中国报纸出版业品牌策略

##### 16.4.1 品牌意识与报纸市场竞争

##### 16.4.2 报纸品牌的建立

##### 16.4.3 品牌战略的实施

#### 图表目录：（部分）

图表：2005年-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2005年-2010年中国农村人均纯收入增长趋势图

图表：2005年-2010年中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005年-2010年中国城镇居民恩格尔系数变化图

图表：2005年-2010年中国财政收入及财政收入占GDP比重变化趋势图

图表 6 2010年北京都市报零售市场份额年度对比图

图表 7 2005年-2010年深圳各都市报平均销量走势对比图

图表 8 2010年我国IT类各类期刊平均总量与市场份额对比图

图表 9 2010年汽车类前十三杂志销量走势对比图

图表：2010年我国家居类期刊零售总量年度对比图

图表：2010年我国财经类期刊18城市市场份额对比

图表：2008我国时政类期刊市场份额对比情况

图表：2005年-2010年中国媒体广告收入一览表 单位：亿元

图表：美国杂志销售渠道结构图

图表：2010年珠三角地区城市都市报的市场份额

图表：2010年我国珠三角地区主要都市报销量排名情况

图表：2010年我国IT类报纸广告媒体前5强

图表：2005年-2010年北京书、报、刊印刷行业企业状况 单位：个

图表：2005年-2010年北京书、报、刊印刷行业资产状况 单位：千元

图表：2005年-2010年北京书、报、刊印刷行业销售状况 单位：千元

图表：2005年-2010年北京书、报、刊印刷行业利润状况 单位：千元

图表：2005年-2010年北京书、报、刊印刷行业工业总值状况 单位：千元

图表：2010年1-11月北京书、报、刊印刷行业与全国对比状况 单位：千元

图表：2005年-2010年上海书、报、刊印刷行业企业状况 单位：个

图表：2005年-2010年上海书、报、刊印刷行业资产状况 单位：千元

图表：2005年-2010年上海书、报、刊印刷行业销售状况 单位：千元

图表：2005年-2010年上海书、报、刊印刷行业利润状况 单位：千元

图表：2005年-2010年上海书、报、刊印刷行业工业总值状况 单位：千元

图表：2010年1-11月上海书、报、刊印刷行业与全国对比状况 单位：千元

图表：2005年-2010年广东书、报、刊印刷行业企业状况 单位：个

图表：2005年-2010年广东书、报、刊印刷行业资产状况 单位：千元

图表：2005年-2010年广东书、报、刊印刷行业利润状况 单位：千元

图表：2005年-2010年广东书、报、刊印刷行业工业总值状况 单位：千元

图表：2010年广东书、报、刊印刷行业与全国对比状况 单位：千元

图表：2005年-2010年四川书、报、刊印刷行业企业状况 单位：个

图表：2005年-2010年四川书、报、刊印刷行业资产状况 单位：千元

图表：2005年-2010年四川书、报、刊印刷行业销售状况 单位：千元

图表：2005年-2010年四川书、报、刊印刷行业利润状况 单位：千元

图表：2005年-2010年四川书、报、刊印刷行业工业总值状况 单位：千元

图表：2010年四川书、报、刊印刷行业与全国对比状况 单位：千元

图表：2005年-2010年湖北书、报、刊印刷行业企业状况 单位：个

图表：2005年-2010年湖北书、报、刊印刷行业资产状况 单位：千元

图表：2005年-2010年湖北书、报、刊印刷行业销售状况 单位：千元

图表：2005年-2010年湖北书、报、刊印刷行业利润状况 单位：千元

图表：2005年-2010年湖北书、报、刊印刷行业工业总值状况 单位：千元

图表：2005年-2010年湖北书、报、刊印刷行业与全国对比状况 单位：千元

图表：2005年-2010年湖南书、报、刊印刷行业企业状况 单位：个

图表：2005年-2010年湖南书、报、刊印刷行业资产状况 单位：千元

图表：2005年-2010年湖南书、报、刊印刷行业销售状况 单位：千元

图表：2005年-2010年湖南书、报、刊印刷行业利润状况 单位：千元

图表：2005年-2010年湖南书、报、刊印刷行业工业总值状况 单位：千元

图表：2010年湖南书、报、刊印刷行业对全国对比状况 单位：千元

图表：2005年-2010年中国报刊印刷业成本费用利润率变化情况

图表：2005年-2010年中国报刊印刷业销售毛利率、净利率变化情况

图表：1980-2010年全球经济增长趋势

图表：1980-2010年先进经济体增长趋势

图表：1980-2010年中国、东盟5国、俄罗斯、印度经济增长比较

图表：2005年-2010年中国媒体广告收入一览表 单位：亿元

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baozhi/8768987689.html>