

2017-2022年中国期刊出版市场现状调查及盈利战略分析报告

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《2017-2022年中国期刊出版市场现状调查及盈利战略分析报告》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/289948289948.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

世界上最早的期刊诞生于300年前的法国，早期的期刊只在少数人中流传。现在，期刊已经成为和报纸、电视一样的主流媒体，成为传播知识、促进交流的平台。科技期刊是传播科研成果，展示学术信息的有效媒体，是科研人员交流学术思想的平台。在科学研究中，科技期刊既是龙头，又是龙尾。科技期刊的发展受到科学研究、政策评价、出版技术等因素的影响，科技期刊必须保持和科学技术同步发展，顺应时代发展需求，同时反过来促进科技进步。

一、科技期刊的发展趋势

（一）数字化出版

科技期刊作为报道、传播科技成果的重要载体，在信息技术飞快发展的今天，正经历着一场深刻的变革。利用数字技术进行内容编辑加工，并通过网络传播数字内容产品的数字出版由于其海量存储、搜索便捷、传输快速、互动性强等特点，已经成为全球范围内出版业发展的主要方向。科技期刊的数字出版给文后参考文献提供了链接，这种链接功能可以帮助科研人员建立信息链条，获取更多信息，也可以帮助科研人员探索学术思想的继承关系，发现新兴的交叉学科，预测学科发展趋势。数字化出版的主要表现形式是从原来的纸质这一单一的形式，走向纸质、数字、多媒体等多种形式，是一种全新的文化生产与传播方式，是以数字化网络化技术为依托和支撑，以互联网为载体，是对传统的出版形态及样式的全方位变革。作为人类文明得以传承、延续与发展的文化生产方式的传统出版业，正受到数字出版技术的冲击，未来只有和新媒体高度融合的出版形式才有可能获得更加广阔的生存空间和发展空间。数字出版的诸多优势使得一些出版社专攻数字出版，而停止出版印刷版。如发行了244年的《大英百科全书》于2012年宣布今后不再继续出版印制，将着重发展在线版和电子版的百科全书业务。

（二）集群化出版

随着网络技术的发展以及数字化成为科技期刊的主流出版模式，单个的孤立期刊的生存压力越来越大，犹如大海中的一滴水，无法泛起波涛，无法产生巨大的影响。多刊参与的平台可以将一些小、散、乱的科技期刊有机地整合起来。期刊集群化出版可以统筹规划，整合各方资源，实现信息共享，形成一定的规模，以增强期刊的影响力和传播能力。因此，在一定程度上，在数字出版时代集群化出版是科技期刊发展的必经之路。国外科技期刊的集群化、规模化出版已形成一定的潮流。世界最大的出版商施普林格和爱思唯尔就是最好的例证

。施普林格是世界最大的图书出版集团，每年出版超过8000种学术书籍和2200种学术期刊。爱思唯尔是全球最大、最有影响的学术期刊出版集团，每年共有250000篇论文发表在爱思唯尔公司出版的期刊中，论文每年的下载量高达10亿多篇。实践证明，国际学术期刊的出版必须达到一定的规模，创造一定的品牌，才能在世界上具有一定的影响力和话语权。集群化发展已成大势所趋，我国也出现了一些期刊群，如中国光学期刊群、中华医学会期刊群，等。

（三）开放获取

按照布达佩斯开放存取先导计划中的定义，开放获取（OA）是指某文献在Internet公共领域里可以被免费获取，允许任何用户阅读、下载、拷贝、传递、打印、检索、超级链接该文献，并为之建立索引，用作软件的输入数据或其他任何合法用途。也就是说，用户在使用OA文献时只要保证其作品的完整性，即可不受法律、财力和技术的限制。开放存取是不同于传统科技期刊的一种全新出版机制，给期刊出版模式带来了重大变革。开放存取不仅打破了大型出版商对期刊资源的垄断，带来了信息交流的快捷和便利，已成为学术交流主流模式之一。开放存取自出现以来，OA期刊和仓储得以迅速发展，全世界众多研究机构都签署了信息自由传播会议（BudapestOpenAccessInitiative，简称BOAI）计划协议。截止2012年底，全球已有8500多种开放出版学术期刊和3340个开放获取知识库，开放获取论文已经达到4000万篇。国外众多出版商正大力推进开放存取的出版，推出更多的OA期刊。

（四）语义出版

随着数字技术的普及应用，人类的信息生产和存储能力都在增强。2002年全球数字储量首次超越模拟数据量，截至2007年，人类已储存295EB（Exabyte）的信息，其中大约94%的信息都是数字形态的。在知识大爆炸的今天，每天都有大量的数据被传到互联网上，面对浩瀚的数字信息，如何提取自己需要的信息，如何挖掘有用的信息，是人们急需解决的难题。针对互联网在信息表示和利用方面的缺陷，伯纳斯李于2000年首次提出了语义网的概念，期望通过在Web信息创作和发布中嵌入机器可读的、代表某类知识内在含义的语义标注，使机器能够自动地处理和集成网上可用的信息，从而能够提高信息服务质量，并开拓各种崭新的、智能化的服务，并预测“语义网将有可能用人们无法想象的方式深刻地改变科学知识的生产和共享”。语义出版是出版商解决信息超载和迈向语义网世界的必然之选。语义出版丰富了传统出版物的表现形式，提高了内容的可操作性和交互性，创新了出版形式。在语义出版的环境下，互联网上的信息转变成机器可理解的模式，有利于信息的再利用和按需重组。语义出版能够挖掘并丰富科技论文的知识内涵，不仅能更好地被检索，而且可以自动链接与之语义相关的论文，并利用论文中的各种单元及其关系进行逻辑语义上的分析、关联

和集成。近年来，语义出版在学术出版领域越来越受到重视，众多知名出版机构纷纷推出自己的语义出版功能模块。

二、我们的思考及对策

（一）由加入国际出版平台到建设自己的数字平台

随着互联网的飞速发展，自20世纪80年代起，国外的期刊出版商开始投入大量资金进行学术期刊平台的建设。学术期刊平台的出现使学术交流变得更加快捷和方便，也改变了人们获取信息的习惯。21世纪初，我国一些期刊为了借船出海、借鸡下蛋加盟了Elsevier、Springer、Nature等国际大型期刊出版平台，对提高我国科技期刊的国际影响力和显示度起到了一定的作用。近年来我们科技期刊的发展取得了长足的进步，涌现了一批高质量、在国际有影响的科技期刊，如影响因子在超过10的CellResearch，创刊2年即被SCI收入的Light：Science&Applications期刊。另外，国家逐步加大对期刊的支持力度，如设立了国际期刊影响力提升计划、中国精品科技期刊工程等，在这种态势下，我们不能再依附于国外的出版平台，不能再寄人篱下，为了我国科技期刊能够更好地发展，有必要建设我国自己的期刊数字出版平台。期刊数字出版平台是一项系统工程，涉及平台搭建技术、媒体加工技术、数据库技术、检索技术等，前期投入巨大，需要政府资金支持。政府需要像支持科技期刊发展一样支持期刊出版平台建设，设立专项基金，出台相关支持政策。期刊数字出版平台要良性循环、长久运作，必须找到合适的盈利模式。我国现有的一些数字期刊出版平台大多还处于探索阶段，至今还没有找到比较理想的赢利模式，主要收入还是付费下载、广告以及一些相关信息和增值服务费，等。事实上，仅靠这方面的收入还无法维持出版平台的正常运转，因此当务之急是寻找合适的盈利模式。

（二）加速数字出版，创办OA期刊

数字出版是20世纪末涌现的出版技术，通过数字出版可以把科技期刊的书面载体拓展为数字技术所支撑的多种格式，从而极大地丰富科技期刊的展现形式，通过光盘、互联网、手机、平板电脑等多种载体快速为读者提供多种感兴趣的内容，同时通过数字出版，也可以加速稿件的处理速度，缩短出版周期，提高期刊的内容生产效率。因此，科技期刊必须充分利用数字出版速度快、表现形式丰富和互动性强的特点，克服自身存在的信息传播方式单一、传播周期长、缺乏信息互动等缺点，借助数字出版技术现实跨越式发展。为了支持经同行评议的公共科研成果的开放获取，各国政府加强了对公共资助研究成果开放获取的要求和支持政策，每年开放获取的文章也急剧增加。随着科技信息走向开放获取，科研人员的文章能够被更多的人获取，能够得到更大范围的传播。同时，科研人员也可以更加方便地得到自己

需要的信息。开放获取可以在很大程度上消除出版时滞，保证研究成果及时面世，可缩小我国期刊在营销、推广、传播等方面和国外期刊的差距，因此，创办OA期刊或者把传统期刊转变为OA期刊，走开放获取的路线，是我国赶上甚至超越国外期刊的一种有效途径。

（三）加速体制改革，完善评价体系

目前，我国仍实行的期刊审批制已不适应时代发展的步伐，应逐步向备案制转变。期刊的审批制已严重阻碍了期刊的发展，我国在一些科研领域，其科研水平已达到国际领先水平，由于国内没有相应的科技期刊，只好把科研成果发表到国外期刊上，造成我们在国际上没有话语权。同时审批制也使现有期刊有了铁饭碗，不管期刊质量如何，经营好坏，只需靠版面费即可生存。科技期刊也应该能进能出，对一些学术质量低下、影响力低、重复出版的期刊应实行退出机制，把有限的资金、资源用于打造高、精、新期刊上。科技期刊的发展需要国家政策的引导和扶持，要实现科技期刊的可持续发展，政府应该创造充分的竞争环境，就要切实转变职能，加快行政管理体制及运行机制改革的具体落实。加快实现政府管理部门由办向管、由管微观向管宏观的转变，更好地履行政策调节、市场监管、社会管理和公共服务职能，使期刊在市场环境中适者生存，强者更强，弱者淘汰。科学、完善的评价体制和评价体系是保证期刊健康发展的基石。近年来，我国科技论文的数量急剧增加，已成为仅次于美国的第二大论文产出国。可是在现有的SCI、影响因子的指挥棒下，国内大量的优秀文章都流向国外期刊。据中国科技信息研究所统计，我国表现不俗的论文99%都投到国外期刊。目前，不少高校、科研院所都制定了和影响因子挂钩的奖励政策，在这种政策激励下，科研人员把国外高影响力的期刊作为他们投稿的首选，造成我国科技期刊的水平和我国科研水平极端不匹配。因此，建立适合我国国情的科技期刊评价体制显得十分必要和迫切，这一方面可以提高我国科技期刊的质量，另一方面也可提升我国科技工作者在国际舞台上的话语权。

（四）提高编辑人员素质，加强队伍建设

随着出版技术的不断发展，优秀编辑不仅需要具备敏锐的学术眼光、出色的公关能力、公正的编辑政策，还需要掌握媒体加工技术、XML技术、数据库技术、检索技术、语义出版技术等。因此，期刊社要适应形势的发展，必须建立全媒体团队。除了要有编辑、出版知识的专业人才外，同时，还必须要有熟悉网络技术、信息技术的技术人员以及懂管理会运作的国际管理人才。出版单位应进一步加大对数字化所需的软硬件投入，同时，还要不断地引进和培养一批各个方面能力强的人才，以此为数字化出版的发展创造一个良好的环境。设立国际化交流和培训通道，通过请进来、走出去，加快具有国际视野的科技办刊人才的成长，培养一批具有国际视野和创新能力的高层次编辑人才。高层次人才是人才队伍的核心，对于提升期刊队伍素质、增强期刊核心竞争力、实现期刊发展目标具有极其重要的作用。为此，可

在国际上招募具有国际视野和期刊国际化运作能力的科技期刊的领军人才，通过制定人才培养计划，努力打造一批既懂专业知识，又懂编辑出版的高层次人才。

三、小结

数字化、集群化、开放获取和语义出版是当今科技期刊出版的发展趋势，科技期刊需要认清发展形势，迎接挑战，抓住机遇，实现跨越式发展。科技期刊平台建设是展示期刊、推广期刊的重要基础设施，我国科技期刊不能再依附于国外的期刊平台，有必要建设自己强大的综合性期刊平台。期刊数字化出版如火如荼，创办OA期刊是我们弯道超车的好选择。科学、公正的评价机制和评价体系是科技期刊发展的一个重要环节，政府有必要加速体制改革、建立完善适合国情的评价体系。人才是关键，期刊的竞争归根到底是人才的竞争，期刊社必须建立一支顺应科技期刊发展趋势的人才队伍。

中国报告网发布的《2017-2022年中国期刊出版市场现状调查及盈利战略分析报告》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。

第一章：中国期刊出版行业发展综述

1.1期刊出版行业基本概况

1.1.1期刊定义与分类

（1）期刊定义

（2）期刊分类

1.1.2期刊出版行业定义

1.2期刊出版行业发展环境分析

1.2.1期刊出版行业政策环境

（1）期刊出版行业管理体制

- (2) 期刊出版行业相关政策
- (3) 期刊出版行业发展规划
- 1.2.2 期刊出版行业经济环境
 - (1) 国内宏观经济走势分析
 - (2) 行业与经济环境关联性
- 1.2.3 期刊出版行业社会环境
 - (1) 居民收入增长情况分析
 - (2) 居民文化消费情况分析
 - (3) 居民阅读情况调查分析
 - (4) 对期刊产业的影响分析
- 1.2.4 期刊出版行业技术环境
 - (1) 新型媒体对行业影响
 - (2) 三网融合对行业影响
 - (3) 数字出版技术的发展

第二章：国际期刊出版行业发展分析与经验借鉴

2.1 国际期刊出版行业发展现状

2.1.1 国际期刊产业发展概况

- (1) 国际期刊分类
- (2) 期刊的发行渠道

2.1.2 国际期刊产业经营情况

- (1) 期刊利润来源
- (2) 期刊广告收入
- (3) 期刊广告收入所占比重

2.1.3 国际期刊产业最新特点

2.1.4 国际期刊产业发展趋势

2.2 主要国家期刊产业发展分析

2.2.1 美国期刊产业发展分析

2.2.2 英国期刊产业发展分析

2.2.3 法国期刊产业发展分析

2.2.4 瑞典期刊产业发展分析

2.2.5 德国期刊产业发展分析

2.2.6 荷兰期刊产业发展分析

2.2.7 澳大利亚期刊产业分析

2.3 国际期刊业创新发展模式分析

2.3.1 平板杂志发展模式分析

2.3.2 手机杂志发展模式分析

(1) 盈利模式

(2) 市场竞争格局

(3) 发展前景

2.3.3 社交杂志发展模式分析

2.3.4 按需杂志发展模式分析

2.3.5 触感杂志发展模式分析

2.3.6 网上书报亭发展模式分析

2.3.7 “付费墙”运作模式分析

(1) 硬付费模式

(2) 软付费模式

2.3.8 其他创新领域和模式

(1) 杂志向电子商务领域延伸

(2) 杂志与LBS结合应用分析

(3) 杂志与3D技术结合应用

(4) 杂志二维码技术应用分析

(5) 杂志与游戏、视频的融合

第三章：期刊传统出版业运营情况

3.1 期刊传统出版现状分析

3.1.1 期刊传统出版规模分析

3.1.2 期刊传统出版语种分布

3.1.3 期刊传统出版学科分布

3.1.4 期刊传统出版地区分布

3.2 期刊传统出版业经营情况

3.2.1 期刊传统出版营业收入

3.2.2 期刊传统出版业增加值

3.2.3 期刊传统出版利润总额

3.3 期刊传统出版业运营模式

3.3.1 传统期刊盈利模式分析

(1) 盈利模式

(2) 盈利模式组合

3.3.2 传统期刊经营模式分析

(1) 分散经营模式及弊端

- (2) 集约化经营模式优势
- 3.3.3传统期刊营销模式分析
 - (1) 中国传统期刊订阅渠道
 - (2) 中国传统期刊零售渠道
 - (3) 不同生命周期营销策略
 - (4) 传统期刊营销方式分析
- 3.4期刊传统出版业竞争态势
 - 3.4.1现有企业间的竞争
 - (1) 期刊产业市场结构
 - (2) 期刊产业市场集中度
 - 3.4.2行业潜在进入者威胁
 - (1) 期刊产业吸引力评价
 - (2) 期刊新品种的推出
 - (3) 业外资本的进入
 - (4) 国外期刊集团的进入
 - (5) 期刊进口带来的威胁
 - 3.4.3行业替代竞争压力
 - (1) 替代竞争压力来源
 - (2) 替代竞争压力大小
 - 3.4.4供应方价格谈判能力
 - 3.4.5需求方价格谈判能力
 - (1) 读者议价能力分析
 - (2) 广告客户议价能力分析
 - 3.4.6期刊产业竞争强度评述

第四章：时尚生活类期刊市场分析

- 4.1中国时尚类期刊市场分析
 - 4.1.1女性高码洋时尚类期刊市场
 - (1) 期刊市场发展概况
 - (2) 期刊总体销量统计
 - (3) 期刊区域市场分析
 - (4) 期刊的实销率分析
 - (5) 期刊的覆盖率分析
 - 4.1.2时尚女性综合类期刊市场
 - (1) 期刊市场发展概况

- (2) 期刊总体销量统计
- (3) 期刊市场竞争格局
- (4) 期刊区域市场分析
- (5) 期刊市场发展趋势
- 4.1.3 男性时尚类期刊市场分析
 - (1) 期刊总体销量统计
 - (2) 期刊市场竞争格局
 - (3) 期刊的实销率分析
 - (4) 期刊的覆盖率分析
 - (5) 期刊区域市场分析
 - (6) 期刊市场发展空间
- 4.1.4 时尚类期刊发展策略
 - (1) 时尚类期刊经营策略
 - (2) 时尚类期刊内容策略
 - (3) 时尚类期刊定位策略
 - (4) 时尚类期刊推广策略
- 4.2 中国汽车类期刊市场分析
 - 4.2.1 汽车类期刊销量统计
 - 4.2.2 汽车类期刊的实销率
 - 4.2.3 汽车类期刊的覆盖率
 - 4.2.4 汽车类期刊市场格局
 - 4.2.5 汽车类期刊区域分析
 - 4.2.6 汽车类期刊城市分析
 - 4.2.7 汽车类期刊发展空间
 - 4.2.8 汽车类期刊经营策略
- 4.3 体育类期刊市场分析
 - 4.3.1 体育类期刊发展概况
 - 4.3.2 体育类期刊销量统计
 - 4.3.3 体育类期刊市场格局
 - 4.3.4 体育类期刊城市分布
 - 4.3.5 体育类期刊发展趋势
 - 4.3.6 体育类期刊经营策略
- 4.4 中国少儿期刊市场分析
 - 4.4.1 少儿期刊的特征
 - 4.4.2 少儿期刊出版规模

- 4.4.3少儿期刊销量统计
- 4.4.4少儿期刊运营效益
- 4.4.5少儿期刊市场格局
- 4.4.6少儿期刊存在的问题
- 4.4.7少儿期刊发展趋势
- 4.4.8少儿期刊经营策略
- 4.5家居类期刊市场分析
 - 4.5.1家居类期刊发展概况
 - 4.5.2家居类期刊销量统计
 - 4.5.3家居类期刊市场格局
 - 4.5.4家居类期刊的覆盖率
 - 4.5.5家居类期刊的实销率
 - 4.5.6家居类期刊主要问题
 - 4.5.7家居类期刊发展趋势
 - 4.5.8家居类期刊经营策略
- 4.6育儿类期刊市场分析
 - 4.6.1育儿类期刊市场概况
 - 4.6.2育儿类期刊销量统计
 - 4.6.3育儿类期刊市场格局
 - 4.6.4育儿类期刊主要问题
 - 4.6.5育儿类期刊发展趋势
 - 4.6.6育儿类期刊经营策略

第五章：综合文化类期刊市场分析

- 5.1中国财经期刊市场分析
 - 5.1.1财经期刊的界定
 - 5.1.2财经期刊发展历程
 - 5.1.3财经期刊发行状况
 - 5.1.4财经期刊读者特征
 - 5.1.5财经期刊市场格局
 - 5.1.6财经期刊经营模式
 - 5.1.7财经期刊发展趋势
 - 5.1.8财经期刊经营策略
- 5.2时政类期刊市场分析
 - 5.2.1时政类期刊发展历程

5.2.2时政类期刊总体特点

5.2.3时政类期刊销量统计

5.2.4时政类期刊市场格局

5.2.5时政类期刊经营策略

5.3中国学术期刊市场分析

5.3.1学术期刊主要特定

5.3.2学术期刊读者特征

5.3.3学术期刊经营模式

5.3.4学术期刊面临的挑战

5.3.5学术期刊发展趋势

5.3.6学术期刊经营策略

5.4中国科技期刊市场分析

5.4.1科技期刊出版规模

5.4.2科技期刊运营效益

5.4.3科技期刊市场格局

5.4.4科技期刊发展模式

5.4.5科技期刊数字化运营

5.4.6科技期刊发展趋势

5.4.7科技期刊经营策略

5.5中国文摘类期刊市场分析

5.5.1文摘类期刊销量统计

5.5.2文摘类期刊市场格局

5.5.3文摘类期刊发展空间

5.5.4文摘类期刊发展趋势

5.5.5文摘类期刊经营策略

第六章：期刊数字出版现状与前景分析

6.1期刊数字出版的背景

6.1.1互联网普及情况

6.1.2阅读终端使用情况

6.2期刊数字出版产业链分析

6.2.1数字期刊产业链构成

6.2.2数字期刊产业链特征

6.2.3数字期刊产业链整合

6.2.4产业链建设中的瓶颈

6.3 期刊数字出版现状分析

6.3.1 期刊数字出版进程分析

6.3.2 期刊数字出版收入规模

6.3.3 期刊数字出版细分市场

6.4 期刊数字出版盈利模式分析

6.4.1 数字期刊当前盈利模式

6.4.2 数字期刊盈利模式拓展思路

6.4.3 数字期刊盈利分成模式

6.4.4 数字期刊利润分成中的问题

6.5 期刊数字出版发展模式分析

6.5.1 期刊数字出版运作模式

6.5.2 数字期刊经营主体分析

6.5.3 传统出版数字化转型模式分析

6.6 期刊数字出版发展前景预测

6.6.1 期刊数字出版规模预测

6.6.2 期刊数字出版发展趋势

第七章：期刊全媒体出版优秀案例与运作策略

7.1 全媒体出版的解读

7.1.1 全媒体出版的含义

7.1.2 传统出版与全媒体出版比较

7.2 期刊业全媒体出版背景与必要性

7.2.1 全媒体出版必要性

7.2.2 全媒体出版的机遇

7.2.3 全媒体出版经济效益

7.2.4 全媒体出版社会效益

7.3 国外期刊全媒体出版优秀案例与经验借鉴

7.3.1 《National Geographic》

(1) 《National Geographic》简介

(2) 《National Geographic》全媒体发展策略

(3) 《National Geographic》全媒体经营实践

(4) 《National Geographic》全媒体经验借鉴

7.3.2 《Nature》

(1) 《Nature》简介

(2) 《Nature》全媒体转型路径

(3) 《Nature》全媒体经营实践

7.3.3 《BritishMedicalJournal》

(1) 《BritishMedicalJournal》简介

(2) 《BritishMedicalJournal》全媒体经营实践

7.3.4 《Time》

(1) 《Time》简介

(2) 《Time》运营情况分析

(3) 《Time》全媒体经营实践

7.3.5 《BusinessWeek》

(1) 《BusinessWeek》简介

(2) 《BusinessWeek》运营情况分析

(3) 《BusinessWeek》全媒体经营实践

7.4 中国期刊全媒体出版优秀案例与经验借鉴

7.4.1 《家庭医生》

(1) 《家庭医生》简介

(2) 《家庭医生》的全媒体转型路径

(3) 《家庭医生》全媒体经营实践

(4) 《家庭医生》全媒体经验借鉴

7.4.2 《好孕妈妈》

(1) 《好孕妈妈》简介

(2) 《好孕妈妈》全媒体转型路径

(3) 《好孕妈妈》全媒体经营实践

7.4.3 《青年文摘》

(1) 《青年文摘》简介

(2) 《青年文摘》全媒体转型路径

(3) 《青年文摘》全媒体经营实践

(4) 《青年文摘》全媒体经验借鉴

7.4.4 《中国国家地理》

(1) 《中国国家地理》简介

(2) 《中国国家地理》全媒体经营实践

(3) 《中国国家地理》全媒体经验借鉴

7.4.5 《知音》

(1) 《知音》简介

(2) 《知音》全媒体经营实践

7.4.6 《读者》

- (1) 《读者》简介
- (2) 《读者》全媒体经营实践
- (3) 《读者》全媒体经验借鉴
- 7.4.7 《瑞丽》
 - (1) 《瑞丽》简介
 - (2) 《瑞丽》的全媒体经营实践
 - (3) 《瑞丽》全媒体经验借鉴
- 7.4.8 《时尚》
 - (1) 《时尚》简介
 - (2) 《时尚》全媒体经营实践
 - (3) 《时尚》全媒体经验借鉴
- 7.4.9 《财经》
 - (1) 《财经》简介
 - (2) 《财经》全媒体经营实践
 - (3) 《财经》全媒体经验借鉴
- 7.4.10 《金属加工》
 - (1) 《金属加工》简介
 - (2) 《金属加工》全媒体转型路径
 - (3) 《金属加工》全媒体经营实践
- 7.5 期刊企业全媒体运作策略建议
 - 7.5.1 全媒体时代期刊经营根本问题
 - (1) 用户粘性
 - (2) 发展策略
 - (3) 盈利模式
 - 7.5.2 题构建全媒体形式的条件与准备
 - 7.5.3 全媒体时代期刊核心能力培育
 - 7.5.4 全媒体时代期刊产业整合策略
 - (1) 整合传播渠道，提升传播力
 - (2) 整合内容生产，提升产品功能
 - (3) 整合经营模式，提升盈利能力
 - 7.5.5 期刊业全媒体运作的误区防范
 - (1) 避免全媒体形式的单一
 - (2) 避免忽视期刊内容的作用

8.1湖北知音传媒集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.2读者出版传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.3家庭期刊集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.4四川期刊传媒（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.5吉林省意林集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.6中国出版集团公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.7中国科技出版传媒集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.8中国青年出版社

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.10中国教育出版传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.11江苏凤凰出版传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.12中南出版传媒集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.13浙江出版联合集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.14中文天地出版传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

8.15安徽新华传媒股份有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.16长江出版传媒股份有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.17时代出版传媒股份有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.18中原大地传媒股份有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第九章：期刊出版行业投融资分析

9.1期刊出版行业投资特性

9.1.1行业进入壁垒分析

9.1.2行业退出机制分析

（1）行政退出机制

（2）市场退出机制

9.1.3行业投资风险预警

9.2期刊出版行业投资建议

9.2.1期刊出版行业投资动向

9.2.2期刊出版行业投资机会

9.2.3期刊出版行业投资建议

9.3期刊出版行业资本运营分析

9.3.1资本运营的定义与内涵

9.3.2期刊出版行业资本运营必要性

9.3.3期刊出版行业资本运营模式

9.3.4期刊出版行业资本运营阻碍因素

9.3.5期刊出版行业资本运营建议

9.4期刊出版行业融资前景分析

9.4.1期刊企业融资的必要性

9.4.2期刊企业主要融资方式

9.4.3期刊出版行业融资前景分析

(1) 期刊出版行业融资环境分析

(2) 期刊出版行业银行授信机会

图表目录

图表1：期刊产业相关定义

图表2：期刊主要分类方法

图表3：期刊的种类

图表4：期刊产业管理体制

图表5：期刊产业主要法规

图表6：期刊产业主要政策法规的具体内容

图表7：“十三五”时期期刊产业重点任务

图表8：“十三五”时期期刊产业重点工程

图表9：中国国内生产总值及增长速度（单位：亿元，%）

图表10：期刊利润、GDP和社会消费品零售总额增长率变化情况（单位：%）
(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/289948289948.html>