

2017-2022年中国报刊出版行业产销调研及投资商机研究报告

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《2017-2022年中国报刊出版行业产销调研及投资商机研究报告》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/285513285513.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

中国报告网发布的《2017-2022年中国报刊出版行业产销调研及投资商机研究报告》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 国际报刊行业运行总况第一节 国际报业综述一、全球报刊市场寻免费出路二、网媒迫使全球报刊业变革三、世界主要英文报刊介绍第二节 美国一、美国著名报刊介绍二、美国兴起华文免费报刊三、美国报业发展历程回顾四、美国报刊业积极探索营收模式摆脱困境五、美国五大杂志巨头联合推出数字报刊第三节 日本一、日本报纸的发行模式二、日本报业专卖发行制度介绍三、专卖发行制度的比较优势第四节 英国一、英国主要报刊介绍二、英国报业创新求生三、英国客户期刊发展状况四、地方报发行量普降转型成趋势五、英国传统媒体谋求转型六、英国报业集团备战伦敦奥运会广告营销第五节 法国一、法国重要报刊介绍二、法国报纸靠三条腿发行三、法国人爱读期刊杂志四、金融危机催热法国经济类报刊五、法国报业笑迎网络挑战第六节 瑞典一、瑞典报业做小报纸大集团二、瑞典报业现状及资助制度三、瑞典免费报纸竞争策略分析

第二章 中国报刊行业运行新形势分析第一节 中国报刊行业概况一、中国报刊行业发展概况二、中国报刊业发展规模分析三、中国报刊业发展方式新变化第二节 中国报刊零售市场状况分析一、报刊零售市场发展状况二、报刊零售市场格局分析三、报刊零售市场占有率关键因素四、加强报刊零售终端建设分析第三节 中国报刊广告市场分析一、中国报刊广告市场分析二、报刊广告刊登额排行榜三、报刊广告投放媒体分析第四节 网络对中国报刊业的影响一、传统报刊相对于网络媒体的独特优势二、网络媒体对中国传统报刊的强烈冲击三、面对网媒冲击中国报刊出版蓄势待发第五节 三农报刊发行SWOT分析与应对策略一、优势分析二、劣势分析三、机会分析四、威胁分析五、农村报刊发行对策第六节 中国报刊业面临的问题与对策一、中国报刊内容管理面临的问题二、中国报刊产业存在的问题三、中国报刊产业发展的对策

第三章 中国报业市场运行新格局分析第一节 中国报业发展概况一、中国报业发展特点二、中国报业发展现状三、中国报业发展规模分析四、中国报纸进出口市场分析五、中国报业全

媒体转型分析第二节 中国报业经营分析一、报业经营改革边缘突破分析二、浅析报纸的多元化经营三、报业经济多元发展价值取向四、报业开展多元化经营的建议第三节 中国报业发展品牌分析一、国外报业品牌营运的重点二、报纸品牌经营的重要性三、报业品牌经营战略分析四、报纸品牌发展趋势与对策第四节 中国报业集团化发展分析一、中国报业集团化背景二、中国报业集团化现状分析三、中国报业集团产业化探析四、中国报业集团化发展瓶颈五、新形势下报业集团战略转型第五节 中国报业发展策略一、转型期报业发展策略探讨二、新媒介生态下报业的发展策略三、发展数字报业拓展报业发展空间四、报纸挽留年轻读者的对策五、报纸无形资产的广告拓展战略

第四章 中国报纸细分市场透视第一节 都市类报纸一、都市报市场竞争现状分析二、中国都市报凸显地方特色要素分析三、中国都市报面临的形势及战术选择四、国内都市报价格战成因分析和规避策略五、都市报转型发展趋势分析六、全国部分城市都市报销量排名第二节 IT类报纸一、从零售市场透视IT类报刊广告价值二、IT类报纸全国城市零售市场三、《电脑报》垄断IT类报纸整个市场四、IT类报纸广告媒体市场分析第三节 财经类报纸一、财经类报纸运营与定位二、中国财经类报纸市场竞争情况三、国内主流财经报纸发展情况分析四、中国财经类报纸报道方式的误区剖析五、新财经类报纸活动营销问题及对策分析六、财经类报纸网络化建设刍议七、财经类报纸零售市场解析八、财经类报纸广告行业特征第四节 教辅类报纸一、中国教辅类报纸呈现过热态势二、中国教辅类报纸转型途径和意义三、破解教辅类报纸同质化困局分析四、竞合成现代教辅报业发展必由之路五、教辅类报纸发展壮大的突破点第五节 文摘类报纸一、中国文摘类报纸面临新课题二、文摘类报纸核心竞争力分析三、文摘类报纸定位探讨

第五章 中国重点地区报业市场分析第一节 北京一、北京报业发展现状二、北京报纸发行情况分析三、北京报业市场报纸销量排行四、北京报业竞争格局与空间解析五、北京报业竞争策略与价值提升分析六、北京报刊亭生存状态分析第二节 上海一、上海报业发展历史回顾二、上海报纸发行情况分析三、上海各类报纸销售排行四、上海报业发行市场竞争分析五、从书报亭看上海报业竞争形势六、上海报业发展的制约因素七、上海报业发展战略探析八、上海报业转企改制拉开序幕第三节 广东一、广东报业进入融合竞争阶段二、广东报业现状及发展动态三、广东报纸发行情况分析四、广州报业开创报业竞争新境界五、深圳报业市场发展分析六、广东省各类报纸销量排行第四节 成都一、成都报业对中国报业的标本意义二、成都报业市场环境分析三、领先者与竞争者的生存博弈四、成都报业市场竞争的理性思考五、成都市各类报纸销量排行第五节 湖北一、湖北报业发展概况二、湖北报纸发行情况分析三、湖北报业面临问题分析四、湖北报业发展对策分析五、武汉市各类报纸销售排行第六节 湖南一、湖南报业市场分析二、湖南报纸发行情况分析三、湖南报业转型之路四、长沙市都市类报纸销售排行

第六章 中国报纸发行情况分析第一节 中国报纸发行的发展演变一、报纸发行三个战略阶段二、报纸发行模式的历史回顾三、中国报纸自办发行模式发展回顾四、中国报纸发行的六大

模式第二节 中国报纸发行市场现状综述一、中国报纸发行三种主要渠道二、影响报纸选择发行渠道的因素三、外资发行公司逐鹿华夏四、应对报刊发行危机的青岛模式第三节 中国报纸发行价值链研究一、报纸发行的价值链整合分析二、网络价值链开发存在的问题三、发行网络价值链的可持续开发第四节 中国报纸发行的整合营销探析一、报纸发行整合营销模式理论依据及作用二、整合报纸发行渠道模式分析三、报纸整合营销传播策略分析四、开展报纸整合营销策略分析第五节 中国报纸发行面临的问题与对策一、国内报纸发行市场面临挑战和对策二、中国报纸发行的误区与应对措施三、报纸分销业应对市场开放的策略四、无赠品时代报纸发行策略五、建立与都市报相匹配发行策略六、省级党报的发行战略及策略

第七章 中国期刊市场运行态势第一节 中国期刊发展概况一、中国期刊发展浪潮回顾二、中国期刊出版情况分析三、中国期刊发展现状分析四、中国期刊进出口分析五、中国期刊业将迎来快速发展期六、期刊广告经营现状及发展趋势（一）国内期刊广告业态势分析（二）期刊广告宣传模式和效果（三）期刊广告性质和特点概述（四）期刊广告发展存在的困难（五）广告投放量集中和多元化代理第二节 中国多媒体杂志发展分析一、中国多媒体期刊发展概况二、中国多媒体杂志发展历程三、多媒体杂志发展瓶颈分析四、多媒体杂志发展方向分析第三节 中国期刊品牌分析一、中国十大期刊杂志排行榜二、活动加快期刊的品牌成长三、中国期刊的品牌塑造策略四、农业期刊的品牌发展思路第四节 中国期刊发行渠道分析一、中国期刊的发行渠道概述二、期刊渠道设计中的博弈论三、杂志社发行分销渠道分析四、分众期刊发行渠道的设计五、期刊发行渠道的阶段管理第五节 中国期刊业面临的问题及对策一、中国期刊业存在问题分析二、中国期刊业发展对策分析三、过期刊物面临的问题分析四、期刊行业亟待发行量认证

第八章 中国期刊细分市场分析（按读者分）第一节 女性期刊一、中国女性期刊市场发展状况二、女性期刊市场发展分析三、诉求转型女性期刊机会与市场四、中国期刊市场粉红潮现象分析五、国内大众女性期刊困境与对策六、女性高码洋时尚期刊销售排行第二节 男性期刊一、中国男性期刊发展现状分析二、男性时尚期刊发展分析三、男性期刊是时尚杂志新生力量四、中国男性时尚期刊经营的特征五、中国男性时尚期刊竞争环境分析六、男性时尚期刊销量排行第三节 少儿期刊一、中国少儿期刊的市场现状二、育儿期刊发展分析三、育儿类期刊销售排名情况四、中国少儿期刊的营销策略五、少儿文学期刊的发展策略第四节 青年期刊一、浅析当代青年期刊的处境二、青年期刊从低谷中的奋起三、青年期刊细分化突围策略第五节 老年期刊一、老年期刊的产生与发展二、老年期刊面临四项挑战三、中国老年期刊特点分析四、老年期刊发展方向分析

第九章 中国期刊细分市场分析（按类型）第一节 时尚杂志一、国际知名时尚杂志介绍二、时尚杂志工业发展简史三、时尚杂志进入零售行业四、时尚杂志市场竞争激烈五、女性高码洋时尚类期刊第二节 财经期刊一、中国财经类期刊发展状况分析二、财经期刊市场面临问题与对策三、财经期刊向新媒体转身的策略四、论财经期刊经营的第三次销售五、国内财经期刊阅读排名六、中国财经类期刊销售排名情况第三节 科普期刊一、中国科普期刊的发展

状况二、科普期刊难办的原因分析三、科普期刊的市场营销对策四、综合科普期刊面临的困境五、科普期刊的发展变革之路第四节 文摘类期刊一、中国文摘类期刊市场现状二、文摘类期刊兴起发展原因三、制约文摘类期刊发展的因素四、文摘类期刊脱颖发展之路五、文摘类期刊的差异化策略第五节 学术期刊一、学术期刊发展现状分析二、国内学术期刊发展挑战三、优势与特色学术期刊四、学术期刊的经营与管理五、学术期刊的转型着力点六、学术期刊发展趋势对策第六节 汽车类期刊一、国内主要汽车杂志介绍二、汽车期刊发展空间分析三、汽车期刊经营管理创新四、部分城市汽车期刊销量五、汽车期刊销售排名情况六、国内汽车期刊市场格局七、汽车期刊市场发展态势第七节 其他类期刊一、IT类杂志市场分析研究二、专业新闻期刊特点研究三、国内DM期刊市场分析四、大众文化期刊市场分析五、时政期刊出版状况综述六、家具期刊杂志发展态势

第十章 中国报刊行业营销解析第一节 中国报刊行业营销概况一、从发行实践看报刊发行营销管理二、透视中国报刊的机场零售渠道三、从4Cs理论解析报刊营销误区四、报刊读者特点及开发读者资源营销策略第二节 中国报业营销市场分析一、当代报纸营销基本策略初探（一）报纸营销概述（二）4Ps与4Cs策略（三）读者营销与客户营销（四）三轮驱动的综合营销二、报纸发展生命周期与营销策略（一）引入期市场特征与营销策略（二）成长期市场特征与营销策略（三）成熟期市场特征与营销策略（四）衰退期市场特征与营销策略三、现代报纸的整合的营销四、报业市场营销不良现象有待规范第三节 中国期刊营销市场分析一、浅谈行业DM杂志的整合营销二、杂志品牌延伸与整合营销策略三、期刊营销方式分析第四节 京沪穗地期刊销售攻略一、北京期刊销售渠道概况二、上海期刊销售渠道介绍三、广州期刊销售渠道攻略

第十一章 中国报刊行业竞争状况分析第一节 中国各类报纸竞争力分析一、都市类报纸的竞争演变二、生活类报纸强化竞争力的路径分析三、免费报纸的竞争优势分析四、新办报纸的市场竞争策略第二节 提升中国报纸竞争力主要策略分析一、机制创新塑造报纸竞争力二、报纸版面竞争力评价指标及提升策略（一）报纸版面竞争力的评价指标（二）报纸版面竞争力的提升策略三、利用专栏提高报纸竞争力的策略四、提高报纸竞争力的差异化策略五、新闻漫画提升报纸竞争力分析六、利用视觉感提升报纸竞争能力第三节 中国期刊竞争力分析一、科技期刊核心竞争力的五个层面二、中国期刊业需打造五大核心竞争力三、提升中国期刊竞争力的思考第四节 未来中国期刊竞争策略分析一、中国期刊竞争策略的反思二、眼球经济时代期刊竞争策略三、中国新闻期刊竞争策略分析第五节 中国报刊业品牌竞争策略分析一、主流报纸品牌竞争策略分析二、知名期刊品牌竞争策略分析三、小众报刊品牌竞争策略分析

第十二章 中国报刊重点企业竞争力分析第一节 湖北知音传媒集团一、集团简介二、企业发展历程概述三、企业经营情况分析四、企业发展动态分析第二节 北京日报报业集团一、集团简介二、北京日报报业集团探索新兴媒体接轨三、北京日报与广州日报结成战略联盟四、北京日报报业《北京社区报》亮相第三节 上海文汇新民联合报业集团一、集团简介二、文

新集团与汉王联手引领报刊数字化浪潮三、瑞士荣格集团与上海文新合作推出女性周刊四、文汇新民联合报业集团从磨合期进入融合期第四节 南方报业传媒集团一、集团简介二、南方报业传媒集团的品牌拓展战略三、南方报业传媒实现向全媒体转型四、南方报业传媒集团与梅州日报社的战略合作五、南方报业联手腾讯大粤网上线第五节《时尚》杂志社一、公司介绍二、《时尚》杂志的市场定位三、《时尚》“出版人制”的优势四、《时尚》国际化和本土化分析五、《时尚》谋篇布局与品牌延伸六、《时尚》立体化发行模式第六节 北京瑞丽杂志社一、公司介绍二、《瑞丽》营销秘籍延伸同心圆三、《瑞丽》媒体整合之路四、《瑞丽》进军男刊五、《瑞丽》系引领风骚

第十三章 2017-2022年中国报刊行业发展趋势预测第一节 2017-2022年中国报纸业新趋势探析一、西方报纸业发展趋势分析二、中国报纸业发展趋势分析三、报纸发行个性化服务趋势四、报纸零售发行自办化趋势五、报纸业报网互动发展趋势第二节 2017-2022年中国期刊发展趋势分析一、国际期刊业发展趋势分析二、中国期刊业发展趋势分析三、期刊发行渠道的发展趋势四、女性期刊国际化发展趋势五、都市报的全媒体转型趋势第三节 2017-2022年中国报刊业发展前景分析一、“十二五”中国发行行业发展规划二、“十二五”中国报刊行业发展规划三、“十二五”期刊业改革与发展要求四、“十二五”数字出版发展前景分析

第十四章 2017-2022年中国报刊行业投资策略探讨第一节 2017-2022年中国报刊投资机会分析一、中文报刊市场步入全球化时代二、数字报刊出版成未来投资热点三、中国报刊业投资政策环境分析四、国内首份网络报纸创刊发行概况五、新版《中国日报》打造英文媒体第二节 2017-2022年中国报业投资策略探讨一、报业投资运作程序分析二、中国报业投资策略分析（一）加快体制改革和制度创新（二）用资本运作战略扩张规模（三）差异化竞争战略增强竞争实力（四）多角化经营战略改善收入结构（五）通过多元化发展增强企业实力第三节 2017-2022年中国期刊投资策略探讨一、中国期刊产业蕴藏着巨大的商机二、中国期刊投融资现状与特征分析三、投资中国期刊产业的可行性分析四、中国期刊产业重点投资机会分析

部分图表目录：图表 1 日本报纸的发行状况与普及率图表 2 专卖店从业人员与专卖店数量的推移图表 3 读者购报方式比较（%）图表 4 日本报业各项收入比率（%）图表 5 2016年全国报纸单位零售总量对比图表 6 2016年全国50城市报纸失销率数据图表 7 2016年全国各类报纸零售市场份额图表 8 生活服务类报纸零售发行趋势图表 9 时政类报纸零售发行趋势图表 10 财经类报纸零售发行趋势图表 11 IT类报纸零售发行趋势图表 12 2016年上海综合类日报零售市场份额对比图表 13 2016年南京综合类日报零售市场份额对比图表 14 杭州综合类报纸整体平均销量对比图表 15 2016年深圳综合类日报零售市场份额对比图表 16 2016年重庆综合类日报零售市场份额对比图表 17 2016年成都综合类日报零售市场份额对比图表 18 2016年天津综合类日报零售市场份额对比图表 19 2016年武汉综合类日报零售市场份额对比图表 20 2016年郑州综合类日报零售市场份额对比（GY）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/285513285513.html>