

2019年中国报刊行业分析报告- 行业深度调研与投资前景研究

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《2019年中国报刊行业分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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趋势、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：<https://baogao.chinabaogao.com/baozhi/386265386265.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、国际报刊行业

目前，传统报刊行业竞争力越来越弱，其主要原因是报纸的纸介印刷形式：时效性差，印刷环节过于复杂；物化了的报纸成本偏高，耗用了大量的自然资源；发行环节成本高和发行时效不足；信息容量受到版面数量和成本的制约等等，而其深层次的危机则是读者大量减少。传统报纸为什么会失去越来越多的年轻读者？简单的说，一是传统报纸的内容和表现形式已适应年轻人的胃口；二是网络已经使年轻人养成了免费获取信息的习惯。在网络、手机等新媒体的包围与冲击下长大的年轻一代已经习惯了网上冲浪，习惯了网络较强的互动性。

伴随着传统报纸的萎缩，免费报纸这一新兴报纸形态却日益发展壮大。它是细分与微利时代报业竞争下“价格战”的产物（只不过是把价格降低到了“零”），是媒介市场环境变化带来的必然结果。

其实，自有报刊以来，“免费”的报纸就一直存在。世界各地都有向人们免费赠阅的报纸，但绝大多数是一些基金会创办的，有些是群众团体、行业协会、俱乐部和一些机构组织，为沟通内部情况而办的免费定期刊物，属内部资料，是非卖品。如一些公司企业创办的内刊，只面向内部员工，为他们及时提供企业的最新信息，包括产品信息、企业文化、市场动态、营销知识、信息公布等，它不对外发行，旨在上传下达，帮助内部人员更充分地了解企业、产品情况，更充分地做好工作。有一些是以促销为目的的广告式宣传报纸以及一些广告公司印发的DM广告等免费报刊。如我们常在医院见到的各种医疗报纸，上面全是各种保健知识和药物产品推介。还有一些是纯粹的宣传品，它们也通常是免费提供的，生产者付出了生产成本，为的是向消费者传递某种有利于生产者（或第三者或社会）的信息或者观念主张，以期改变消费者的思想。

二、中国报刊行业概况

报刊的概念是通过利用纸张把文字资料传播的一种工具，它是一种起到解释、宣传等作用。报纸是传递信息的媒介，是大众传播的一种工具。中国报业的发展十分迅速。多项指标增势强劲，报纸出版能力不断提高，世界报业大国的地位得到进一步巩固，中国报业已经成为中国发展最快的行业之一。

我国的报纸发行模式，从建国以来到今天，大体经历了三个阶段：第一个阶段从建国初期到80年代前期，“邮发合一”~“叠块”“总包”“Q罐”自办发行开始，“邮发”和“自办”两种模式平分秋色，并存竞争；第三个阶段大约从90年代中期开始，“邮发”和“自办”相互结合，能够在一家报社内部同时采用。现今，随着经济体制改革的不断深入，市场经济的成熟和完善，使得我国的报纸发行模式也在进一步发展，多渠道的发行模式崭露头角，代表了报纸发行的方向，标志着报纸发行进入了新阶段。

但随着互联网时代的渗透，2016年，报业减版、停刊的消息不断传出，多家报纸纷纷

减版或合并周六、周日版，以求缩减费用、节省人力。2016年11月，中国青年报发表声明，2017年将放弃周末纸质报纸，把主要精力投入客户端。最引人注目的应该还是东方早报和京华时报的停刊。东方早报自2017年1月1日起全体员工转入澎湃新闻，京华时报也在同一天选择停办，全身心开发新媒体。

根据对全国70个城市的报纸零售终端(包括报刊亭、报摊、便利店、超市、书店等)的监测数据显示，2017年，全国各类报纸的零售总量与2016年相比下滑了31.2%。

与此形成鲜明的是党报和时政类报纸的零售上升或稳定态势。2017年全国党报的整体零售量维持稳定，时政类报纸零售微涨14.5%，但是由于党报和时政类报纸在报纸零售中所占的总份额不大，因此，其对于报业的整体零售的拉动幅度也不高。

更为严重的情况是，2017年零售终端进一步减少，覆盖率下降明显。有80%以上的报刊亭主表示零售报刊利润越来越低，且靠销售饮料充值卡等经营也难以维持，2017年报刊亭租期到期不再续租。如没有相应的加强发行渠道建设的计划，特别是零售渠道的建设，报刊亭停业潮会加大报纸零售销量大幅下滑的预期。

订阅市场也是如此，2017年报纸订阅下滑趋势加快，根据监测、调查的全国20个主要城市订阅市场结果看，都市报订阅率持续走低，相较2016年下降幅度超过30%;连续订阅多年的忠诚读者在2017年流失最为严重。当前互联网技术飞速发展，正在加速重构新闻舆论传播生态，报刊面临的形势特别严峻，压力特别巨大，推动传统媒体和新兴媒体融合迫在眉睫。2015年各类报纸媒体的零售总量下滑41.4%，都市类媒体零售下滑51.8%。2016年随着报纸零售总量下滑，报纸广告由2014年的352.1亿元，下滑到227.5亿元，下滑幅度达到35.4%，2017年广告营业额下降了33.9%。

2007-2017年中国报刊广告营业额增长率

资料来源：观研天下数据中心整理 (ww)

观研天下发布的《2019年中国报刊行业分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国报刊行业发展概述

第一节 报刊行业发展情况概述

一、 报刊行业相关定义

二、 报刊行业基本情况介绍

三、 报刊行业发展特点分析

第二节 中国报刊行业上下游产业链分析

一、 产业链模型原理介绍

二、 报刊行业产业链条分析

三、 中国报刊行业产业链环节分析

1、 上游产业

2、 下游产业

第三节 中国报刊行业生命周期分析

一、 报刊行业生命周期理论概述

二、 报刊行业所属的生命周期分析

第四节 报刊行业经济指标分析

一、 报刊行业的赢利性分析

二、 报刊行业的经济周期分析

三、 报刊行业附加值的提升空间分析

第五节 国中报刊行业进入壁垒分析

一、 报刊行业资金壁垒分析

二、 报刊行业技术壁垒分析

三、 报刊行业人才壁垒分析

四、 报刊行业品牌壁垒分析

五、 报刊行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球报刊行业市场发展现状分析

第一节 全球报刊行业发展历程回顾

第二节 全球报刊行业市场区域分布情况

第三节 亚洲报刊行业地区市场分析

- 一、亚洲报刊行业市场现状分析
- 二、亚洲报刊行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲报刊行业市场前景分析

第四节 北美报刊行业地区市场分析

- 一、北美报刊行业市场现状分析
- 二、北美报刊行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美报刊行业市场前景分析

第五节 欧盟报刊行业地区市场分析

- 一、欧盟报刊行业市场现状分析
- 二、欧盟报刊行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟报刊行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界报刊行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球报刊行业市场规模预测

第三章 中国报刊产业发展环境分析

第一节 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、全社会消费品报刊总额
- 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 中国 报刊行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国报刊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 中国报刊行业运行情况

第一节 中国报刊行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国报刊行业市场规模分析

第三节 中国报刊行业供应情况分析

第四节 中国报刊行业需求情况分析

第五节 中国报刊行业供需平衡分析

第六节 中国报刊行业发展趋势分析

第五章 中国报刊所属行业运行数据监测

第一节 中国报刊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 中国报刊所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国报刊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

第六章 2016-2018年中国报刊市场格局分析

第一节 中国报刊行业竞争现状分析

一、中国报刊行业竞争情况分析

二、中国报刊行业主要品牌分析

第二节 中国报刊行业集中度分析

一、中国报刊行业市场集中度分析

二、中国报刊行业企业集中度分析

第三节 中国报刊行业存在的问题

第四节 中国报刊行业解决问题的策略分析

第五节 中国报刊行业竞争力分析

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

第七章 2016-2018年中国报刊行业需求特点与动态分析

第一节 中国报刊行业消费市场动态情况

第二节 中国报刊行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 报刊行业成本分析

第四节 报刊行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国报刊行业价格现状分析

第六节 中国报刊行业平均价格走势预测

一、中国报刊行业价格影响因素

二、中国报刊行业平均价格走势预测

三、中国报刊行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国报刊行业区域市场现状分析

第一节 中国报刊行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区报刊市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区报刊市场规模分析

四、华东地区报刊市场规模预测

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、华中地区报刊市场规模分析

四、华中地区报刊市场规模预测

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、华南地区报刊市场规模分析

第九章 2016-2018年中国报刊行业竞争情况

第一节 中国报刊行业竞争结构分析（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 中国报刊行业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 中国报刊行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 报刊行业企业分析（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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国报刊行业发展前景分析与预测

第一节 中国报刊行业未来发展前景分析

一、报刊行业国内投资环境分析

二、中国报刊行业市场机会分析

三、中国报刊行业投资增速预测

第二节 中国报刊行业未来发展趋势预测

第三节 中国报刊行业市场发展预测

一、中国报刊行业市场规模预测

二、中国报刊行业市场规模增速预测

三、中国报刊行业产值规模预测

四、中国报刊行业产值增速预测

五、中国报刊行业供需情况预测

第四节 中国报刊行业盈利走势预测

一、中国报刊行业毛利润同比增速预测

二、中国报刊行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国报刊行业投资风险与营销分析

第一节 报刊行业投资风险分析

一、报刊行业政策风险分析

二、报刊行业技术风险分析

三、报刊行业竞争风险分析

四、报刊行业其他风险分析

第二节 报刊行业企业经营发展分析及建议

一、 报刊行业经营模式

二、 报刊行业销售模式

三、 报刊行业创新方向

第三节 报刊行业应对策略

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2019-2025年中国报刊行业发展策略及投资建议

第一节 中国报刊行业品牌战略分析

一、 报刊企业品牌的重要性

二、 报刊企业实施品牌战略的意义

三、 报刊企业品牌的现状分析

四、 报刊企业的品牌战略

五、 报刊品牌战略管理的策略

第二节 中国报刊行业市场的重点客户战略实施

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 中国报刊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 2019-2025年中国报刊行业发展策略及投资建议

第一节 中国报刊行业产品策略分析

一、 服务产品开发策略

二、 市场细分策略

三、 目标市场的选择

第二节 中国报刊行业定价策略分析

第三节 中国报刊行业营销渠道策略

一、 报刊行业渠道选择策略

二、 报刊行业营销策略

第四节 中国报刊行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、 中国报刊行业重点投资区域分析

二、 中国报刊行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/baozhi/386265386265.html>