

# 2021-2027年中国报纸出版 与发行行业分析与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

# 一、报告报价

《2021-2027年中国报纸出版与发行行业分析与未来发展趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202012/197916.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

报纸编辑出版后发送给读者的手段。是报纸工作的最后一个环节，是将报纸销售给读者的商业性活动。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国报纸出版与发行行业分析与未来发展趋势报告》共九章。首先介绍了报纸出版与发行相关概念及发展环境，接着分析了中国报纸出版与发行规模及消费需求，然后对中国报纸出版与发行市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国报纸出版与发行面临的机遇及发展前景。您若想对中国报纸出版与发行有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

第一章2016-2019年中国报纸出版业运行环境解析

第一节2016-2019年中国报纸出版行业政策环境分析

一、完善报纸出版的管理、创新机制，促进其行业健康发展

二、深化文化体制改革，规划报纸出版的发展方向

三、深化出版发行体制改革，促进报纸出版的产业化发展

四、进一步规范报业发行市场

五、进一步加大法治工作力度

第二节2016-2019年中国宏观经济环境分析

一、2019年中国GDP增长情况分析

二、2019年工业经济发展形势分析

三、2019年全社会固定资产投资分析

四、2019年社会消费品零售总额分析

五、2019年城乡居民收入分析

六、2019年对外贸易的发展形势分析

第三节2016-2019年中国报纸出版行业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

- 三、文化环境分析
- 四、科技环境分析
- 五、生态环境分析
- 六、中国城镇化率

## 第二章2016-2019年中国报纸出版行业发展概况分析

### 第一节2016-2019年中国报纸出版业新形势分析

- 一、报纸种类保持稳定，分众化趋势明显
- 二、知名报纸拥有较高的市场占有率
- 三、数字化报纸成为新的增长点

### 第二节2016-2019年中国报纸出版行业市场规模分析

- 一、全国报纸主要出版指标普遍增长
- 二、日报出版能力大幅增强
- 三、报纸普及率稳步提高
- 四、报纸定价总金额同步增长

### 第三节2016-2019年中国报纸出版行业产品结构分析

- 一、按报纸级别分类
- 二、按报纸内容分类
- 三、按报纸出版周期分类
- 四、按报纸的文字载体分类

### 第四节2016-2019年中国报纸出版行业市场结构分析

- 一、从报纸发行主体的市场结构
- 二、从地域市场结构来分析

### 第五节2016-2019年中国报纸出版行业品牌市场结构分析

- 一、以报纸发行量衡量
- 二、从报纸广告收入衡量

## 第三章2016-2019年中国报纸发行与市场营销解析

### 第一节2016-2019年中国报纸发行市场研究

- 一、报纸发行的三个阶段
- 二、中国报纸发行的六大模式
- 三、影响报纸选择发行渠道的因素

- 四、外资发行公司进入对中国发行市场的影响
- 五、中国报纸发行经营的创新分析
- 六、&ldquo;新政&rdquo;下报纸发行市场整合分析
- 第二节2016-2019年中国报纸营销模式与策略解析
- 一、从发行实践看报刊发行的营销管理
- 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、中国报纸发行渠道的三种整合模式
- 五、报刊读者的特点及开发读者资源的营销策略
- 六、报纸整合营销传播分析
- 七、开展报纸整合营销的策略分析

#### 第四章2016-2019年中国报纸细分市场运行分析

##### 第一节都市类报纸

- 一、都市报市场现状分析
- 二、中国都市类报纸的发展特点
- 三、中国都市报面临的形势及战术选择
- 四、国内都市报价格战的成因分析和规避策略
- 五、都市报的转型分析

##### 第二节IT类报纸

- 一、IT类报纸凸显&ldquo;马太效应&rdquo;
- 二、IT类报纸全国零售市场
- 三、IT报纸发行走势分析

##### 第三节财经类报纸

- 一、中国财经类报纸的种类划分
- 二、中国财经类报纸零售市场分析
- 三、专业经济类报纸的发展趋势

##### 第四节教辅类报纸

- 一、中国教辅类报纸竞争态势
- 二、中国教辅类报纸办报新思路
- 三、现代教辅报业赢利模式的转变
- 四、教辅类报纸发展壮大的建议

## 第五节文摘类报纸

- 一、中国文摘类报纸特征
- 二、文摘类报纸的市场竞争力分析
- 三、文摘类报纸发展趋势

## 第五章2016-2019年中国报纸出版业竞争新格局透析

### 第一节2016-2019年中国报纸出版业价值链分析

- 一、印刷业
- 二、造纸业
- 三、发行业
- 四、广告代理业

### 第二节2016-2019年中国各类报纸竞争分析

- 一、中国经济类报纸竞争力分析
- 二、综合类报纸发行市场竞争分析
- 三、时政类报纸发行市场竞争现状
- 四、生活类报纸提升竞争力对策
- 五、科技类报纸转变竞争落脚点

### 第三节2016-2019年中国报纸出版业集中度分析

- 一、报纸出版业市场集中度分析
- 二、报纸出版业区域集中度分析

### 第四节2016-2019年提升报业集团竞争力的主要策略

- 一、整合集团新闻资源
- 二、打造品牌竞争力
- 三、提升经营聚合力
- 四、统一理念创新机制

## 第六章2016-2019年中国主要报业集团运行分析

### 第一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

## 第二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

## 第三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

## 第四节《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

## 第五节北京瑞丽杂志社

### 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

## 第六节深圳报业集团

### 一、公司简介

### 二、推进“一报一网”战略

### 三、与腾讯公司达成战略合作协议

## 第七章2021-2027年中国报刊投资潜力与风险预警

### 第一节2016-2019年中国报业投资概况

#### 一、中国报业成为投资特点

#### 二、浅谈报业投资的运作程序

### 第二节2021-2027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、中文报刊服务业商机无限

三、报刊发行市场将成未来投资热点

四、中国期刊业投资潜力分析

第三节2021-2027年中国报刊投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第四节2021-2027年中国报刊投资建议

第八章中国报刊前景预测与趋势探析

第一节2021-2027年中国报纸业发展趋势分析

一、中国报纸经营发展趋势

二、报网融合成报纸发展的必然趋势

三、以媒介使用者为中心的时代到来

第二节2021-2027年中国报纸出版业前景预测分析

一、报纸出版业市场供需分析

二、报纸业盈利预测分析

第九章2021-2027年中国报纸出版业发展策略与建议

第一节2021-2027年中国报纸出版中的主要问题

一、报纸编排思想编辑观念陈旧

二、报纸新闻质量受到公众质疑

三、报纸部分消费群正在流失

四、报纸同质化现象日趋明显

第二节2021-2027年中国报纸出版业产品策略

一、树立报纸公信意识

二、促进报纸网络化

第三节2021-2027年中国报纸出版业渠道策略

一、拓展多元化的发行渠道

二、向集团化和跨地域化发展

第四节2021-2027年中国报纸出版业品牌策略

一、品牌意识与报纸市场竞争

二、报纸品牌的建立



### 三、品牌战略的实施

#### 第五节汇总分析

##### 一、对行业发展形势的总体判断

##### 二、发展战略及市场策略分析

#### 图表目录：

图表 1 2016-2019年中国报纸出版印刷总数变化趋势图

图表 2 2016-2019年中国报纸平均期印数变化趋势图

图表 3 2016-2019年中国报纸总印张数变化趋势图

图表 4 2019年中国各级报纸出版规模统计

图表 5 2016-2019年中国报纸出版种类示意图

图表 6 2019年中国报纸发行市场结构图

图表 7 2019年中国分地区报纸发行种类统计

图表 8 2019年中国报纸发行种数分地区结构图

图表 9 2016-2019年中国报纸出版情况

图表 10 2019年报纸进出口情况

图表 11 2016-2019年中国报纸广告规模增长趋势图

图表 12 2019年全国报纸广告投放排行榜

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/197916.html>