

2022-2028年中国报刊市场 评估与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国报刊市场评估与投资潜力分析报告》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/202208/316247.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

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。它也可以维护一种形象，比如“人民日报”就是维护国家的形象；“解放军报”就是维护部队的形象；“企业报”就是维护企业形象。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国报刊市场评估与投资潜力分析报告》共十六章。首先介绍了报刊行业市场发展环境、报刊整体运行态势等，接着分析了报刊行业市场运行的现状，然后介绍了报刊市场竞争格局。随后，报告对报刊做了重点企业经营状况分析，最后分析了报刊行业发展趋势与投资预测。您若想对报刊产业有个系统的了解或者想投资报刊行业，本报告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 2016-2020年国际报刊行业发展分析

1.1 2016-2020年全球报刊行业发展总况

1.1.1 全球报刊行业发展环境分析

1.1.2 全球报刊行业加快数字化转型

1.1.3 欧洲报刊企业积极探索分类广告新机遇

1.1.4 亚洲市场带动全球报纸行业的繁荣发展

1.1.5 全球地铁报发展状况概述

1.1.6 全球报业主要报网融合案例概述

1.2 美国

1.2.1 美国报刊业市场发展日渐下滑

1.2.2 美国报纸行业发展的主要特点

1.2.3 美国报纸产业发展现状分析

1.2.4 美国报刊业广告营收状况

1.3 日本

1.3.1 日本报刊行业发展综述

1.3.2 日本报纸行业发展的主要特点

- 1.3.3 日本报纸行业发展存在的主要问题
- 1.3.4 日本期刊市场销售严重下滑
- 1.3.5 日本试水期刊网上付费阅读
- 1.3.6 日本数字期刊市场发展分析
- 1.4 英国
 - 1.4.1 英国报刊的分类
 - 1.4.2 英国报刊市场用户阅读的主流方式分析
 - 1.4.3 英国报纸市场两大派系解析
 - 1.4.4 英国报业发行量持续下滑
 - 1.4.5 窃听丑闻影响英国报业发展
- 1.5 其它国家
 - 1.5.1 德国体育报刊市场运行概况
 - 1.5.2 德国报纸行业网络版试行付费制度
 - 1.5.3 法国报刊行业发展概述
 - 1.5.4 网络对意大利报纸行业的影响分析
 - 1.5.5 澳大利亚报业发展概况
 - 1.5.6 印度报纸行业发展态势良好
 - 1.5.7 挪威报纸行业运行策略解析

第二章 2016-2020年中国报刊行业发展分析

- 2.1 中国报刊行业发展综况
 - 2.1.1 我国报刊行业生产的五大环节
 - 2.1.2 我国报刊发行的几大阶段回顾
 - 2.1.3 我国报刊市场运行整体概述
 - 2.1.4 我国报刊集团发展的主要模式分析
 - 2.1.5 我国“三农”报刊的市场发展概况
- 2.2 2016-2020年中国报刊行业发展分析
 - 2.2.1 中国报刊行业掀起3D风潮
 - 2.2.2 2018年中国报刊所属行业运行分析
 - 2.2.3 2019年中国报刊所属行业运行分析
 - 2.2.4 2020年中国报刊所属行业运行分析
- 2.3 中国报刊行业改革相关分析

- 2.3.1 我国行业类报刊转企改制的背景及目的
- 2.3.2 我国非时政类非公益性报刊行业改革的主要方向和步骤
- 2.3.3 我国报刊行业退出机制发展的阶段回顾
- 2.3.4 我国报刊改革应注意四大问题
- 2.4 中国报刊行业发展的的问题与挑战
 - 2.4.1 我国报刊行业发展面临的挑战
 - 2.4.2 我国报刊发行市场运行的瓶颈
 - 2.4.3 报刊出版产业数字化发展的困惑分析
 - 2.4.4 生活类周报刊行业发展的不足
- 2.5 中国报刊行业发展的对策分析
 - 2.5.1 我国报刊业科学发展要处理好的几大关系
 - 2.5.2 促进我国报刊行业发展的六大策略分析
 - 2.5.3 报刊行业须在激活需求中拓展细分市场
 - 2.5.4 我国报刊行业的转型之路分析
 - 2.5.5 我国报刊发行的策略分析
 - 2.5.6 提高我国报刊行业经营管理水平的措施
 - 2.5.7 生活类周刊发展的相关建议

第三章 2016-2020年中国报纸行业发展分析

- 3.1 中国报业发展概述
 - 3.1.1 我国报纸行业加紧推进结构转型升级
 - 3.1.2 我国报纸行业合作新模式剖析
 - 3.1.3 我国报业实施国际化战略恰逢其时
 - 3.1.4 数字化新形势下报业价值的相关思考
 - 3.1.5 我国报纸行业品牌经营相关分析
 - 3.1.6 报业电子版收费渐成市场发展新态势
 - 3.1.7 我国报纸企业加快“中国”域名开通速度
- 3.2 2016-2020年中国报业发展分析
 - 3.2.1 2018年我国报业发展状况
 - 3.2.2 2019年我国报业发展状况
 - 3.2.3 2020年我国报业发展动态
- 3.3 免费报纸发展分析

- 3.3.1 两大免费报纸运营比较分析
- 3.3.2 免费报纸对我国报业市场发展的影响分析
- 3.3.3 我国免费报纸市场运行面临的问题
- 3.3.4 国内免费报纸发行的策略探讨
- 3.4 中国报业整合分析
 - 3.4.1 中国报纸行业产业链整合的战略分析
 - 3.4.2 中国报业集团区域性整合途径解析
 - 3.4.3 中国传统报业的媒体融合案例分析
- 3.5 中国报业发展存在的问题
 - 3.5.1 我国报业发展面临的主要问题
 - 3.5.2 制约国内报纸行业科学发展的主要因素
 - 3.5.3 我国报业体制改革面临的策略选择困境
 - 3.5.4 我国报业发展面临的挑战
- 3.6 中国报业发展的策略分析
 - 3.6.1 加快发展我国报业的政策措施
 - 3.6.2 针对纸价走高中国报业的应对措施探析
 - 3.6.3 我国报业经营应坚持免费与收费相结合
 - 3.6.4 我国报纸行业转型升级的方向分析
 - 3.6.5 国内绿色报业市场构建策略分析
 - 3.6.6 新形势下我国报纸企业应树立的观念
 - 3.6.7 我国报业集团发展的基本途径分析

第四章 2016-2020年报纸细分市场分析

- 4.1 都市类报纸
 - 4.1.1 我国都市报市场发展状况回顾
 - 4.1.2 国内都市报区域零售市场格局分析
 - 4.1.3 我国都市类报业期刊化发展特点
 - 4.1.4 中国都市报数字化发展分析
- 4.2 财经类报纸
 - 4.2.1 我国财经类报纸市场运行态势分析
 - 4.2.2 我国财经类报纸受商务人士亲睐
 - 4.2.3 财经类报纸网络化发展概述

- 4.2.4 我国财经类报纸的生存空间探析
- 4.3 教辅类报纸
 - 4.3.1 中国教辅类报纸发展呈现过热态势
 - 4.3.2 我国教辅类报纸质量不断提高
 - 4.3.3 我国教辅类报纸同质化态势亟待突破
 - 4.3.4 教辅类报纸品牌化经营策略分析
- 4.4 文摘类报纸
 - 4.4.1 我国文摘类报纸发展概述
 - 4.4.2 我国主要文摘类报纸简介
 - 4.4.3 我国文摘类报纸市场刮“新”风
 - 4.4.4 我国文摘报纸的市场定位分析
 - 4.4.5 体制改革后我国文摘类报纸的发展趋势
- 4.5 地铁报
 - 4.5.1 地铁报的营运模式浅析
 - 4.5.2 我国地铁报纸市场运行综况
 - 4.5.3 我国地铁报纸的价值分析
 - 4.5.4 我国地铁报区域发展分析
 - 4.5.5 我国地铁报发展面临的困难
 - 4.5.6 地铁报市场运营的策略建议
- 4.6 老年报纸
 - 4.6.1 我国老年报纸行业发展现状及前景
 - 4.6.2 我国老年报业发展频获市场考验
 - 4.6.3 我国老年类报纸行业发展的出路探析

第五章 2016-2020年报纸发行分析

- 5.1 报纸发行概述
 - 5.1.1 我国报业发行渠道演变回顾
 - 5.1.2 我国报业的主要发行模式比较分析
 - 5.1.3 我国报纸发行市场运行状况
 - 5.1.4 我国报业市场零售发行自办化态势凸显
 - 5.1.5 报纸发行市场低价战略的利弊分析
- 5.2 报纸发行的主要创新模式分析

- 5.3 报纸发行市场存在的问题及策略
 - 5.3.1 报纸发行市场的主要问题与规避
 - 5.3.2 论我国报纸发行市场的3大发展战略
 - 5.3.3 中国报业发行市场提升读者忠诚度的措施
 - 5.3.4 报业效益型发行模式打造策略分析
 - 5.3.5 拓展报纸发行产业价值链的相关建议

第六章 2016-2020年中国期刊行业发展分析

- 6.1 中国期刊行业发展概况
 - 6.1.1 我国期刊业发展综况
 - 6.1.2 我国期刊市场总体特征分析
 - 6.1.3 我国网络期刊发展概述
 - 6.1.4 我国期刊网络市场传播态势良好
 - 6.1.5 互动传播方式在网络杂志中的运用分析
 - 6.1.6 国内小众期刊的市场定位概述
- 6.2 2016-2020年中国期刊行业发展分析
 - 6.2.1 国内期刊网络市场运行特点
 - 6.2.2 我国期刊行业发展概况
 - 6.2.3 我国期刊市场发展态势
- 6.3 中国期刊行业国际化发展分析
 - 6.3.1 我国期刊行业国际合作概况
 - 6.3.2 我国期刊海外市场发展概述
 - 6.3.3 我国英文版期刊进入西亚市场
 - 6.3.4 我国期刊行业拓展海外市场的途径选择分析
- 6.4 中国期刊行业集约化发展分析
 - 6.4.1 我国期刊行业集约化运行的主要优势
 - 6.4.2 集约化是我国期刊行业发展的必然选择
 - 6.4.3 我国期刊企业集约化发展案例分析
 - 6.4.4 国内期刊企业集约化经营之路探析
- 6.5 2016-2020年中国期刊发行分析
 - 6.5.1 期刊发行的主要渠道介绍
 - 6.5.2 专业期刊发行市场主要渠道探讨

- 6.5.3 我国期刊发行市场呈现两大特征
- 6.6 中国期刊行业发展存在的问题
 - 6.6.1 制约我国期刊行业发展的主要因素
 - 6.6.2 影响我国期刊业健康发展的五大硬伤
 - 6.6.3 我国期刊市场面临的挑战
 - 6.6.4 我国期刊品牌定位的几大盲点
- 6.7 中国期刊行业发展的措施
 - 6.7.1 我国期刊行业发展的主要策略
 - 6.7.2 我国期刊行业应吸取美《读者文摘》的经验教训
 - 6.7.3 我国期刊产业发展亟需发行量认证
 - 6.7.4 提升我国期刊品牌影响力的主要措施
 - 6.7.5 提高我国期刊发行量的主要对策
 - 6.7.6 培养期刊市场消费者忠诚度的途径探析
 - 6.7.7 全面提高我国期刊质量的对策

第七章 2016-2020年期刊细分市场分析

- 7.1 女性期刊
 - 7.1.1 我国女性期刊发展基本概述
 - 7.1.2 我国女士高码洋时尚期刊市场零售总体格局
 - 7.1.3 我国一线城市女性时尚类期刊零售状况
 - 7.1.4 我国女性期刊市场发展存在的主要问题
 - 7.1.5 我国女性期刊发展的盲点及转型之路
 - 7.1.6 我国女性期刊市场实现可持续发展的策略
- 7.2 男性期刊
 - 7.2.1 我国男性期刊市场发展概述
 - 7.2.2 中国男性时尚期刊市场竞争态势分析
 - 7.2.3 男士时尚期刊市场零售情况综述
 - 7.2.4 我国男性期刊未来发展趋势分析
- 7.3 少儿期刊
 - 7.3.1 我国少儿期刊发展简况
 - 7.3.2 国内三大少儿期刊月发行成绩斐然
 - 7.3.3 我国少儿期刊市场发展的主要建议

- 7.3.4 我国少儿期刊发展亟需转变观念
- 7.3.5 国内少儿期刊的营销策略分析
- 7.4 老年期刊
 - 7.4.1 我国老年期刊市场发展概述
 - 7.4.2 我国老年期刊市场的主要特点
 - 7.4.3 我国老年期刊市场面临的形势分析
 - 7.4.4 我国老年期刊市场运行应采取的措施
 - 7.4.5 我国老年期刊发展亟需专业化和个性化

第八章 期刊细分市场分析

- 8.1 文学类期刊
 - 8.1.1 我国文学期刊市场发展概况
 - 8.1.2 我国文学期刊发展渐趋边缘化
 - 8.1.3 我国文学期刊市场80后作品大受追捧
 - 8.1.4 我国外国文学期刊市场掀起涨价潮
 - 8.1.5 国内纯文学期刊面临生存危机
- 8.2 文摘类期刊
 - 8.2.1 我国文摘类期刊市场运行态势良好
 - 8.2.2 我国文摘类期刊市场的发展出路探析
 - 8.2.3 我国青少年文摘类期刊市场运行的瓶颈及对策
 - 8.2.4 我国青少年文摘类期刊盈利渠道探析
 - 8.2.5 未来我国文摘期刊发展的新动向
- 8.3 科技类期刊
 - 8.3.1 我国科技类期刊基本概述
 - 8.3.2 我国科技类期刊行业发展状况
 - 8.3.3 我国科技类期刊市场数据库价格持续走高
 - 8.3.4 我国科技类期刊网络市场调查分析
 - 8.3.5 我国科技类期刊发展存在的主要问题
 - 8.3.6 我国科技类期刊产业化发展建议
- 8.4 财经类期刊
 - 8.4.1 我国财经类期刊的发展概述
 - 8.4.2 国内财经类期刊市场“第三次售卖”模式研究

8.4.3 国内财经期刊模式的发展趋势及面临的困难

8.4.4 我国高端财经期刊市场运行态势分析

8.5 汽车类期刊

8.5.1 汽车类期刊读者调查分析

8.5.2 我国汽车类期刊零售市场增长态势明显

8.5.3 汽车类期刊市场运行状况解析

8.5.4 国内汽车类期刊的发展空间分析

8.6 时政类期刊

8.6.1 我国时政类期刊的发展阶段回顾

8.6.2 我国时政类期刊发展的主要特点

8.6.3 我国时政类期刊发展须注意的几个问题

8.7 漫画期刊

8.7.1 我国漫画期刊发展概述

8.7.2 我国漫画期刊发展趋于周刊化

8.7.3 我国漫画期刊发展存在的主要问题

8.7.4 我国漫画期刊发展的措施分析

8.8 其它

8.8.1 数码类期刊市场运行状况

8.8.2 家居类期刊市场发展状况

8.8.3 IT类期刊市场运行浅析

8.8.4 育儿类期刊市场运行状况

8.8.5 我国社办期刊行业发展面临的困难及策略

8.8.6 我国教育期刊市场品牌经营策略分析

8.8.7 我国外宣期刊市场发展之路探析

第九章 中国报刊行业区域发展分析

第一节 华东地区行业发展分析

第二节 华南地区行业发展分析

第三节 华中地区行业发展分析

第四节 华北地区行业发展分析

第五节 东北地区行业发展分析

第六节 西南地区行业发展分析

第七节 西北地区行业发展分析

第十章 2016-2020年中国报刊所属行业进出口数据分析

10.1 2016-2020年每周至少出版四次的报纸、杂志及期刊所属行业进出口数据分析

10.1.1 2016-2020年中国每周至少出版四次的报纸、杂志及期刊所属行业进出口总量分析

10.1.2 2016-2020年主要省市每周至少出版四次的报纸、杂志及期刊所属行业进出口情况分析

10.1.3 2016-2020年主要贸易国每周至少出版四次的报纸、杂志及期刊所属行业进出口情况分析

10.2 2016-2020年其他报纸、杂志及期刊所属行业进出口数据分析

10.2.1 2016-2020年中国其他报纸、杂志及期刊所属行业进出口总量分析

10.2.2 2016-2020年主要省市其他报纸、杂志及期刊所属行业进出口情况分析

10.2.3 2016-2020年主要贸易国其他报纸、杂志及期刊所属行业进出口情况分析

第十一章 2016-2020年中国报刊广告市场分析

11.1 报业广告市场发展概况

11.1.1 广告对报纸行业的影响全析

11.1.2 我国报业广告的市场发展环境分析

11.1.3 我国报业广告市场运营概述

11.1.4 我国报纸广告发展特点分析

11.1.5 我国报业广告经营发展的对策

11.1.6 我国报纸行业广告市场服务思路创新建议

11.2 中国报业广告市场运行分析

11.2.1 2018年我国报业广告市场运行状况

11.2.2 2019年我国报业广告市场运行状况

11.2.3 2020年我国报业广告市场运行状况

11.3 期刊广告市场发展概况

11.3.1 我国期刊广告市场发展回顾

11.3.2 我国女性期刊广告市场发展情况综述

11.3.3 我国期刊广告市场发展面临的困难

11.3.4 我国期刊广告市场经营建议

11.4 中国期刊广告市场运行分析

11.4.1 我国期刊广告市场运行特点

- 11.4.2 2018年我国期刊广告市场运行分析
- 11.4.3 2019年我国期刊广告市场运行状况
- 11.4.4 2020年我国期刊广告市场发展态势

第十二章 2016-2020年报刊行业竞争分析

- 12.1 中国报刊行业各区域销量排名统计
 - 12.1.1 华东地区
 - 12.1.2 华南地区
 - 12.1.3 华中地区
 - 12.1.4 华西地区
 - 12.1.5 华北地区
- 12.2 四大传媒集团报刊业务竞争比较分析
 - 12.2.1 毛利率比较
 - 12.2.2 横向拓展能力比较
 - 12.2.3 运营能力差异比较
- 12.3 报刊行业的竞争策略分析
 - 12.3.1 报纸行业竞争的集散策略分析
 - 12.3.2 提升我国期刊行业竞争力的策略思考
 - 12.3.3 对于网媒的竞争纸质期刊应着重于内容的提升

第十三章 2016-2020年报刊行业营销分析

- 13.1 报刊营销总体分析
 - 13.1.1 中国报刊行业营销的主要规律分析
 - 13.1.2 中国报刊机场零售渠道透析
 - 13.1.3 现代报刊营销新理念相关解析
 - 13.1.4 从4Cs理论解析报刊营销误区
 - 13.1.5 国内报刊业订购市场联合营销策略分析
 - 13.1.6 我国农村报刊市场营销的主要方向
- 13.2 报纸营销分析
 - 13.2.1 事件营销在报业的应用分析
 - 13.2.2 IT在报纸营销中的运用解析
 - 13.2.3 我国报业读者俱乐部模式运营探析

- 13.2.4 报纸的基本营销策略剖析
- 13.2.5 我国报纸行业数据库营销策略解析
- 13.2.6 我国报业营销创新体系的打造策略
- 13.2.7 报纸促销的盲点及对策
- 13.3 期刊营销相关概述
 - 13.3.1 期刊市场营销发展的主要阶段
 - 13.3.2 国内期刊行业数字化盈利的主要方式
 - 13.3.3 《情感读本》期刊经营模式研究
 - 13.3.4 B2B杂志的经营模式分析
- 13.4 期刊营销存在的问题及策略分析
 - 13.4.1 期刊市场促销存在的主要盲点
 - 13.4.2 期刊销售渠道存在的问题及应对方法
 - 13.4.3 期刊行业的企业形象营销策略浅析
 - 13.4.4 期刊营销中的的主要铺货技巧
 - 13.4.5 教育期刊的营销策略分析
 - 13.4.6 电子期刊的营销战略探讨

第十四章 报刊重点企业介绍

- 14.1 北京日报报业集团
 - 14.1.1 集团简介
 - 14.1.2 运行战略分析
 - 14.1.3 经营模式分析
- 14.2 广州日报报业集团
 - 14.2.1 集团简介
 - 14.2.2 运行战略分析
 - 14.2.3 经营模式分析
- 14.3 上海文汇新民联合报业集团
 - 14.3.1 集团简介
 - 14.3.2 运行战略分析
 - 14.3.3 经营模式分析
- 14.4 南方报业传媒集团
 - 14.4.1 集团简介

- 14.4.2 运行战略分析
- 14.4.3 经营模式分析
- 14.5 《时尚》杂志社
 - 14.5.1 公司简介
 - 14.5.2 运行战略分析
 - 14.5.3 经营模式分析
- 14.6 瑞丽传媒集团
 - 14.6.1 集团简介
 - 14.6.2 运行战略分析
 - 14.6.3 经营模式分析

第十五章 报刊行业投资分析

- 15.1 报刊行业投资总体分析
 - 15.1.1 我国报刊行业投资的可行性分析
 - 15.1.2 我国报刊行业未来投资前景看好
 - 15.1.3 中文报刊海外市场投资背景分析
 - 15.1.4 中文报刊服务行业投资商机凸显
- 15.2 报业投资分析
 - 15.2.1 报纸的盈利过程简述
 - 15.2.2 报纸行业投资的运作程序介绍
 - 15.2.3 我国报纸行业投资逐渐远离低水平重复
 - 15.2.4 我国生活服务类周报市场投资空间探析
- 15.3 期刊投资基本概述
 - 15.3.1 我国期刊产业的投资特点
 - 15.3.2 我国新旧期刊投资的特点比较分析
 - 15.3.3 我国电子期刊市场投资热潮渐退却
- 15.4 期刊行业投资前景及策略分析
 - 15.4.1 我国期刊行业投资潜力大
 - 15.4.2 我国消费类期刊未来投资前景分析
 - 15.4.3 我国期刊行业的投资策略分析

第十六章 报刊行业发展前景展望（ ）

- 16.1 报刊行业未来发展总体分析
 - 16.1.1 2022-2028年我国报刊行业发展预测分析
 - 16.1.2 我国传统报刊行业总体发展趋势
 - 16.1.3 电子报刊未来发展重点分析
- 16.2 报业未来发展展望
 - 16.2.1 我国报业未来发展走势分析
 - 16.2.2 我国报纸市场结构的发展动向
 - 16.2.3 我国都市报行业发展的主要方向
 - 16.2.4 我国免费报纸市场未来运行方向探析
- 16.3 期刊业未来发展展望
 - 16.3.1 我国期刊行业发展的三大趋势
 - 16.3.2 我国期刊行业发展呈现四大动向
 - 16.3.3 我国期刊业数字化发展的主要方向

部分图表目录：

- 图表 美国报纸广告总收入
 - 图表 美国发行量最大的10家日报
 - 图表 美国民众眼中最重要的新闻媒体
 - 图表 英国ipad用户阅读报刊的方式
 - 图表 英国主流报纸发行量比较
 - 图表 中国报刊业生产环节
 - 图表 南京都市报零售发行走势
 - 图表 北京都市报零售总量走势
 - 图表 三大报纸在珠三角5城市的市场份额比较
 - 图表 沈阳各报零售及订阅市场份额对比
- 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/316247.html>