

2023-2029年中国期刊出版 市场深度分析与产业竞争格局报告

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

《2023-2029年中国期刊出版市场深度分析与产业竞争格局报告》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/202308/398975.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国期刊出版市场深度分析与产业竞争格局报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第1章 期刊出版业概述 1.1期刊定义与分类 1.2期刊出版业定义 1.3期刊出版业发展历程 第2章 期刊传统出版业运营情况 2.1期刊传统出版现状分析 2.1.1期刊传统出版规模分析 2.1.2期刊传统出版语种分布 2.1.3期刊传统出版学科分布 2.1.4期刊传统出版地区分布 2.2期刊传统出版业经营情况 2.2.1期刊传统出版营业收入 2.2.2期刊传统出版业增加值 2.2.3期刊传统出版利润总额 2.3期刊传统出版业运营模式 2.3.1传统期刊盈利模式分析 2.3.2传统期刊经营模式分析 2.3.3传统期刊营销模式分析 2.4期刊传统出版业竞争态势 2.4.1现有企业间的竞争 2.4.2行业潜在进入者威胁 2.4.3行业替代竞争压力 2.4.4供应方价格谈判能力 2.4.5需求方价格谈判能力 2.4.6期刊产业竞争强度评述 第3章 期刊出版业外部环境分析 3.1期刊出版业政策环境 3.1.1期刊出版业管理体制 3.1.2期刊出版业相关政策 3.1.3期刊出版业发展规划 3.2期刊出版业经济环境 3.2.1国内宏观经济走势分析 3.2.2行业与经济环境关联性 3.3期刊出版业社会环境 3.3.1居民收入增长情况分析 3.3.2居民文化消费情况分析 3.3.3居民阅读情况调查分析 3.3.4对期刊产业的影响分析 3.4期刊出版业技术环境 3.4.1新型媒体对行业影响 3.4.2网融合对行业影响 3.4.3数字出版技术的发展 第4章 中国文摘类期刊市场分析 4.1文摘类期刊的界定 4.2文摘类期刊发展历程 4.3文摘类期刊销量统计 4.4文摘类期刊市场格局 4.5文摘类期刊发展空间 4.6文摘类期刊发展趋势 4.7文摘类期刊经营策略 第5章 中国时尚类期刊市场分析 5.1时尚类期刊发展概况 5.2时尚类期刊读者特征 5.2.1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）期刊平均销量分析 （4）期刊区域市场分析 （5）期刊市场竞争格局 5.2.2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 5.2.3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 5.3时尚类期刊发展策略 5.3.1时尚类期刊经营策略 5.3.2时尚类期刊内容策略 5.3.3时尚类期刊定位策略 5.3.4时尚类期刊推广策略 第6章 中国科技期刊市场分析 6.1科技期刊的特征 6.2科技期刊出版规模 6.3科技期刊运营效益 6.4科技期刊市场格局 6.5科技期刊发展模式 第7章 中国学术期刊市场分析 7.1学术期刊的界定 7.2学术期刊发展历程 7.3学术期刊发行状况 7.4学术期刊读者特征 7.5学术期刊经营模式 第8章 中国财经期刊市场分析 8.1财经期刊的界定 8.2财经期刊发展历程 8.3财经期刊发行状况 8.4财经期刊读者特征 8.5财经期刊市场

格局 第9章 中国汽车类期刊市场分析 9.1汽车类期刊发展概况 9.2汽车类期刊读者特征 9.3汽车类期刊销量统计 9.4汽车类期刊的实销率 9.5汽车类期刊的覆盖率 第10章 体育类期刊市场分析 10.1体育类期刊发展概况 10.2体育类期刊销量统计 10.3体育类期刊市场格局 10.4体育类期刊城市分布 10.5体育类期刊发展趋势 第11章 中国少儿期刊市场分析 11.1少儿期刊的特征 11.2少儿期刊发展历程 11.3少儿期刊出版规模 11.4少儿期刊销量统计 11.5少儿期刊运营效益 第12章 IT综合类期刊市场分析 12.1IT综合类期刊发展概况 12.2IT综合类期刊销量统计 12.3IT综合类期刊的实销率 12.4IT综合类期刊的覆盖率 12.5IT综合类期刊市场格局 第13章 家居类期刊市场分析 13.1家居类期刊发展概况 13.2家居类期刊销量统计 13.3家居类期刊市场格局 13.4家居类期刊的覆盖率 13.5家居类期刊的实销率 第14章 时政类期刊市场分析 14.1时政类期刊发展历程 14.2时政类期刊总体特点 14.3时政类期刊销量统计 14.4时政类期刊市场格局 14.5时政类期刊经营策略 第15章 育儿类期刊市场分析 15.1育儿类期刊市场概况 15.2育儿类期刊销量统计 15.3育儿类期刊市场格局 15.4育儿类期刊主要问题 15.5育儿类期刊发展趋势 第16章 中国其它类型期刊市场分析 16.1旅游类期刊市场分析 16.2主妇类期刊市场分析 16.3健康类期刊市场分析 16.4军事类期刊市场分析 16.5数码类期刊市场分析 第17章 世界期刊出版业发展综述 17.1世界期刊出版业发展现状 17.1.1世界期刊产业发展概况 17.1.2世界期刊产业经营情况 17.1.3世界期刊产业最新特点 17.1.4世界期刊产业发展趋势 17.2主要国家期刊产业发展分析 17.2.1美国期刊产业发展分析 17.2.2英国期刊产业发展分析 17.2.3法国期刊产业发展分析 17.2.4瑞典期刊产业发展分析 17.2.5德国期刊产业发展分析 第18章 世界期刊业创新发展模式分析 18.1平板杂志发展模式分析 18.2手机杂志发展模式分析 18.3社交杂志发展模式分析 18.4按需杂志发展模式分析 18.5触感杂志发展模式分析 18.6网上书报亭发展模式分析 18.7“付费墙”运作模式分析 18.8杂志向电子商务领域延伸 18.9杂志与LBS结合应用分析 18.10杂志与3D技术结合应用 18.11杂志二维码技术应用分析 18.12杂志与游戏、视频的融合 第19章 世界著名期刊成功运营经验借鉴 19.1《福布斯》(Forbes) 19.1.1期刊发展历程简介 19.1.2期刊运营情况分析 19.1.3期刊读者定位分析 19.1.4期刊内容风格分析 19.1.5期刊品牌战略分析 19.2《时代》(Time) 19.2.1期刊发展历程简介 19.2.2期刊运营情况分析 19.2.3期刊读者定位分析 19.2.4期刊内容风格定位 19.2.5期刊品牌战略分析 19.3《商业周刊》(BusinessWeek) 19.3.1期刊发展历程简介 19.3.2期刊运营情况分析 19.3.3期刊读者定位分析 19.3.4期刊内容风格特色 19.3.5期刊品牌战略分析 19.4《心理月刊》(Psychologies) 19.4.1期刊发展历程简介 19.4.2期刊运营情况分析 19.4.3期刊读者定位分析 19.4.4期刊内容风格定位 19.4.5期刊品牌战略分析 19.5美国《国家地理》(NationalGeographic) 19.5.1期刊发展历程简介 19.5.2期刊运营情况分析 19.5.3期刊读者定位分析 19.5.4期刊内容风格定位 19.5.5期刊品牌战略分析 19.6《美好家园》(BetterHomesandGardens) 19.6.1期刊发展历程简介 19.6.2期刊运营情况分析 19.6.3期

刊读者定位分析 19.6.4期刊内容风格定位 19.6.5期刊品牌战略分析 19.7《十七岁》(Seventeen)
19.7.1期刊发展历程简介 19.7.2期刊运营情况分析 19.7.3期刊读者定位分析 19.7.4期刊内容
风格定位 19.7.5期刊品牌战略分析 19.8《她》(ELLE) 19.8.1期刊发展历程简介 19.8.2期刊运
营情况分析 19.8.3期刊读者定位分析 19.8.4期刊内容风格定位 19.8.5期刊品牌战略分析 19.9《
嘉人》(MarieClaire) 19.9.1期刊发展历程简介 19.9.2期刊运营情况分析 19.9.3期刊读者定
位分析 19.9.4期刊内容风格定位 19.9.5期刊品牌战略分析 19.10《VOGUE》 19.10.1期刊发展
历程简介 19.10.2期刊运营情况分析 19.10.3期刊读者定位分析 19.10.4期刊内容风格定位 19.10.5
期刊品牌战略分析 第20章 期刊数字出版现状与前景分析 20.1期刊数字出版的背景 20.1.1互
联网普及情况 20.1.2阅读终端使用情况 20.2期刊数字出版产业链分析 20.2.1数字期刊产业链构
成 20.2.2数字期刊产业链特征 20.2.3数字期刊产业链整合 20.2.4产业链建设中的瓶颈 20.3期刊
数字出版现状分析 20.3.1期刊数字出版进程分析 20.3.2期刊数字出版收入规模 20.3.3期刊数字
出版细分市场 20.4期刊数字出版盈利模式分析 20.4.1数字期刊当前盈利模式 20.4.2数字期刊盈
利模式拓展思路 20.4.3数字期刊盈利分成模式 20.4.4数字期刊利润分成中的问题 20.5期刊数字
出版发展模式分析 20.5.1期刊数字出版运作模式 20.5.2数字期刊经营主体分析 20.5.3传统出版
数字化转型模式分析 20.6期刊数字出版发展前景预测 20.6.1期刊数字出版规模预测 20.6.2期刊
数字出版发展趋势 第21章 期刊全媒体出版优秀案例与运作策略 21.1全媒体出版的解读
21.1.1全媒体出版的含义 21.1.2传统出版与全媒体出版比较 21.2期刊业全媒体出版背景与必要
性 21.2.1全媒体出版必要性 21.2.2全媒体出版的机遇 21.2.3全媒体出版经济效益 21.2.4全
媒体出版社会效益 21.3国外期刊全媒体出版优秀案例与经验借鉴 21.3.1《NationalGeographic》
21.3.2《Nature》 21.3.3《BritishMedicalJournal》 21.3.4《Time》 21.3.5《BusinessWeek》 21.4中
国期刊全媒体出版优秀案例与经验借鉴 21.4.1《家庭医生》 21.4.2《好孕妈妈》 21.4.3《青
年文摘》 21.4.4《中国国家地理》 21.4.5《知音》 21.5期刊企业全媒体运作策略建议 21.5.1全
媒体时代期刊经营根本问题 21.5.2题构建全媒体形式的条件与准备 21.5.3全媒体时代期刊核
心能力培育 21.5.4全媒体时代期刊产业整合策略 21.5.5期刊业全媒体运作的误区防范 第22章 国
内外期刊企业合作情况分析 22.1国外期刊进入中国市场概况 22.2国内外期刊版权合作主要方
式 22.2.1国内期刊主动方式 22.2.2国外期刊主要方式 22.3国内外期刊版权合作模式的延伸
22.3.1业务合作模式 22.3.2合作出版模式 22.3.3合资经营模式 第23章 世界期刊业领先企业发展
战略研究 23.1美国康泰纳仕集团(CondeNast) 23.1.1公司发展简介 23.1.2公司业务范围分
析 23.1.3公司经营情况分析 23.1.4公司代表期刊产品 23.1.5公司品牌战略分析 23.2瑞典邦尼
尔集团(Bonnier) 23.2.1公司发展简介 23.2.2公司业务范围分析 23.2.3公司经营情况分析 23.2.4
公司代表期刊产品 23.2.5公司多媒体战略分析 23.2.8公司在华竞争策略 23.3美国赫斯特集
团(Hearst) 23.3.1公司发展简介 23.3.2公司业务范围分析 23.3.3公司经营情况分析 23.3.4公司代

表期刊产品 23.3.5公司品牌战略分析 23.4美国时代公司（Time） 23.4.1公司发展简介 23.4.2公司业务范围分析 23.4.3公司经营情况分析 23.4.4公司代表期刊产品 23.4.5公司品牌战略分析

23.5梅里迪斯集团（Meredith） 23.5.1公司发展简介 23.5.2公司业务范围分析 23.5.3公司经营情况分析 23.5.4公司代表期刊产品 23.5.5公司品牌战略分析 23.6法国桦谢集团（Hachette）

23.6.1公司发展简介 23.6.2公司业务范围分析 23.6.3公司经营情况分析 23.6.4公司代表期刊产品 23.6.5公司多媒体战略分析 23.7英国BBC杂志公司 23.7.1公司发展简介 23.7.2公司业务范围分析 23.7.3公司经营情况分析 23.7.4公司代表期刊产品 23.7.5公司品牌战略分析 23.8德国施普林格出版集团（Springer） 23.8.1公司发展简介 23.8.2公司业务范围分析 23.8.3公司经营情况分析 23.8.4公司代表期刊产品 23.8.5公司国际化拓展分析 23.9.1公司发展简介 23.9.2公司业务范围分析 23.9.3公司经营情况分析 23.9.4公司代表期刊产品 23.9.5公司品牌战略分析 23.10荷兰埃爾塞維爾出版社（Elsevier） 23.10.1公司发展简介 23.10.2公司业务范围分析 23.10.3公司经营情况分析 23.10.4公司代表期刊产品 23.10.5公司品牌战略分析

第24章 中国期刊业领先企业经营情况分析 24.1湖北知音传媒集团有限公司 24.1.1公司发展简介 24.1.2公司业务范围分析 24.1.3公司期刊产品分析 24.1.4公司经营情况分析 24.1.5公司全媒体出版策略 24.2读者出版传媒股份有限公司 24.2.1公司发展简介 24.2.2公司组织架构分析 24.2.3公司业务范围分析 24.2.4公司期刊产品分析 24.2.5公司经营情况分析 24.3家庭期刊集团有限公司 24.3.1公司发展简介 24.3.2公司业务范围分析 24.3.3公司期刊产品分析 24.3.4公司经营情况分析 24.3.5公司经营优劣势分析 24.4四川期刊传媒（集团）股份有限公司 24.4.1公司发展简介 24.4.2公司组织架构分析 24.4.3公司业务范围分析 24.4.4公司期刊产品分析 24.4.5公司经营情况分析 24.5时尚传媒集团有限公司 24.5.1公司发展简介 24.5.2公司业务范围分析 24.5.3公司期刊产品分析 24.5.4公司经营情况分析 24.5.5公司全媒体出版策略 24.6瑞丽传媒集团有限公司 24.6.1公司发展简介 24.6.2公司业务范围分析 24.6.3公司期刊产品分析 24.6.4公司经营情况分析 24.6.5公司全媒体出版策略 24.7意林传媒集团有限公司 24.7.1公司发展简介 24.7.2公司业务范围分析 24.7.3公司期刊产品分析 24.7.4公司经营情况分析 24.7.5公司全媒体出版策略 24.8中国出版集团公司 24.8.1公司发展简介 24.8.2公司业务范围分析 24.8.3公司期刊产品分析 24.8.4公司经营情况分析 24.8.5公司全媒体出版策略

第25章 中国数字期刊发行服务平台运营情况分析 25.1同方知网 25.1.1平台发展简介 25.1.2平台服务内容分析 25.1.3平台运营模式分析 25.1.4平台盈利模式分析 25.1.5平台运营情况分析 25.2维普资讯 25.2.1平台发展简介 25.2.2平台服务内容分析 25.2.3平台运营模式分析 25.2.4平台盈利模式分析 25.2.5平台运营情况分析 25.3万方期刊数据库 25.3.1平台发展简介 25.3.2平台服务内容分析 25.3.3平台运营模式分析 25.3.4平台盈利模式分析 25.3.5平台运营情况分析 25.4龙源期刊网 25.4.1平台发展简介 25.4.2平台服务内容分析 25.4.3平台运营模式分析 25.4.4平台盈利模式分析 25.4.5平台运营情况分析 25.5读览天下 25.5.1平台发展简介

25.5.2平台服务内容与模式 25.5.3平台期刊收录情况 25.5.4平台业务合作情况 25.5.5平台盈利模式分析 25.6悦读网（zubunet） 25.6.1平台发展简介 25.6.2平台服务内容与模式 25.6.3平台期刊收录情况 25.6.4平台业务合作情况 25.6.5平台盈利模式分析 25.7ZCOM 25.7.1平台发展简介 25.7.2平台服务内容与模式 25.7.3平台期刊收录情况 25.7.4平台业务合作情况 25.7.5平台盈利模式分析 25.8Xplus 25.8.1平台发展简介 25.8.2平台服务内容与模式 25.8.3平台期刊收录情况 25.8.4平台业务合作情况 25.8.5平台盈利模式分析 第26章 期刊出版业投资机会与建议 26.1期刊出版业投资特性 26.1.1行业进入壁垒分析 26.1.2行业退出机制分析 26.1.3行业投资风险预警 26.2期刊出版业投资建议 26.2.1期刊出版业投资动向 26.2.2期刊出版业投资机会 26.2.3期刊出版业投资建议 第27章 期刊出版业资本运营分析 27.1资本运营的定义与内涵 27.2期刊出版业资本运营必要性 27.3期刊出版业资本运营模式 27.3.1资产重组 27.3.2兼并与收购 27.3.3股份化 27.3.4吸纳境外资本合作 27.3.5上市 27.3.6无形资本运营 27.3.7其它运营方式 27.4期刊出版业资本运营阻碍因素 27.5期刊出版业资本运营建议 第28章 期刊出版业融资前景分析 28.1期刊企业融资的必要性 28.2期刊企业主要融资方式 28.2.1银行信贷 28.2.2融资租赁 28.2.3民间资本 28.2.4证券融资 28.2.5国际融资 28.2.6文化产业投资基金 28.3期刊出版业融资前景分析 28.3.1期刊出版业融资环境分析 28.3.2期刊出版业银行授信机会 略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/398975.html>