

2018-2024年中国期刊出版行业市场深度调查评估 及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国期刊出版行业市场深度调查评估及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/328705.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

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》（National Geographic）

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》（Better Homes and Gardens）

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《National Geographic》

21.3.2《Nature》

21.3.3《British Medical Journal》

21.3.4《Time》

21.3.5《Business Week》

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荷兰埃尔塞维尔出版社（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

图表目录：

图表1：期刊产业相关定义

图表2：期刊主要分类方法

图表3：期刊的种类

图表4：我国期刊种数（单位：种）

图表5：我国期刊均期印数（单位：万册）

图表6：我国期刊总印数（单位：亿册）

图表7：我国期刊总印张数（单位：亿印张）

图表8：我国期刊传统出版语种分布（单位：%）

图表9：我国期刊传统出版学科分布（单位：%）

图表10：我国出版外文期刊学科分布（单位：%）

图表11：我国出版少数民族文期刊学科分布（单位：%）

图表12：中国期刊出版地区分布（单位：种，%）

图表13：我国期刊出版业营业收入增长情况（单位：亿元，%）

图表14：我国期刊出版业增加值变化趋势（单位：亿元）

图表15：我国期刊出版业利润总额增长情况（单位：亿元，%）

图表16：中国期刊业发行收入及增长率（单位：亿元，%）

图表17：中国期刊广告经营额及增长率（单位：亿元，%）

图表18：S1++S2+盈利模式组合图

图表19：S1-+S2+盈利模式组合图

图表20：S1++S3+盈利模式组合图

图表21：S1++S3-盈利模式组合图

图表22：S1-+S2++S3+-盈利模式组合图

图表23：S1++S2++S3+盈利模式组合图

图表24：S1-+S2++S3-盈利模式组合图

图表25：S1++S2++S3-盈利模式组合图

图表26：分散经营的弊端

图表27：集约化经营优势分析

图表28：四川党建期刊集团集约化经营分析

图表29：四川党建期刊集团集约化经营的经验与策略

图表30：我国期刊产业竞争分析结论

图表31：我国期刊产业竞争强度得分

图表32：期刊产业管理体制

图表33：期刊产业主要法规

图表34：期刊产业主要政策法规的具体内容

图表35：“十三五”时期期刊产业重点任务

图表36：“十三五”时期期刊产业重点工程

图表37：2009-2017年中国国内生产总值及增长速度（单位：亿元，%）

图表38：期刊广告、GDP和社会消费品零售总额三年移动平均增长曲线

图表39：2009-2017年我国城镇居民人均可支配收入增长趋势图（单位：元，%）

图表40：2009-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图（单位：元，%）

图表41：2017年中国居民消费结构情况（单位：亿元，%）

图表42：文化消费支出理论值与实际值（单位：万亿元）

图表43：期刊阅读率统计（单位：%）

图表44：数字化阅读率统计（单位：%）

图表45：新兴媒体争夺固有市场

图表46：数字化阅读载体使用情况（单位：%）

图表47：数字化纸质印刷冲击的调查（单位：%）

图表48：三网融合对期刊产业的影响

图表49：数字出版技术的发展

图表50：期刊60城市零售市场份额对比情况（单位：%）

图表51：2017年中国十大品牌期刊

图表52：阅读时尚类期刊读者单位性质（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/328705.html>