

2020-2026年中国报纸出版与发行行业产业竞争现状 及投资决策建议分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国报纸出版与发行行业产业竞争现状及投资决策建议分析报告》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.chyxx.com/research/202002/833380.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

截至2019年6月6日，传媒板块整体估值（TTM，中值）20.3X，传媒国企中占比最高的出版发行行业PE（TTM，中值）仅为15倍左右。

传媒细分行业国企估值比较

全球出版市场集中度较高，美中德英日法为前六大图书市场。6大出版强国占据全球图书市场份额的67%，其中美国、中国、德国、英国、日本和法国出版份额分别为29%、17%、8%、5%、5%和3%。目前全球出版行业已基本进入成熟期，除中国外，其余头部出版市场增速进入相对平稳、略有波动的阶段。其中，美国是全球最大的出版市场，2018年出版业整体销售净收入为258.2亿美元，同比下降1.56%，已连续4年小幅下滑。

全球出版市场TOP6国家市场份额

智研咨询发布的《2020-2026年中国报纸出版与发行行业产业竞争现状及投资决策建议分析报告》共九章。首先介绍了中国报纸出版与发行行业市场发展环境、报纸出版与发行整体运行态势等，接着分析了中国报纸出版与发行行业市场运行的现状，然后介绍了报纸出版与发行市场竞争格局。随后，报告对报纸出版与发行做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国报纸出版与发行行业发展趋势与投资预测。您若想对报纸出版与发行产业有个系统的了解或者想投资中国报纸出版与发行行业，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2015-2019年中国报纸出版业运行环境解析

第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国报纸出版行业发展概况分析

海外出版市场集中度较高，头部出版公司以集团化运作为主。按照营收排名，2017年全球TOP5的出版集团为培生、励讯、汤森路透、贝塔斯曼、威科，营收分别为50.77、46.91、41.16、35.48和33.42亿欧元。头部出版集团旗下业务涉足多个领域，如培生集团是全球最大的教育集团及出版商，贝塔斯曼涵盖电视、图书、杂志、服务和媒体俱乐部等业务，两家集团为企鹅兰登股东，分别持有25%和75%的股权，在大众出版领域具有竞争力。TOP10出版集团营收稳步增长，市场份额稳定在50%以上。2015-2017年，全球TOP10出版集团的营收总额分别为292.35、301.61和326.77亿欧元，占TOP50出版集团营收的59.53%、56.93%和57.43%。

2015-2018中国出版社市占率情况

第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国报纸发行与市场营销解析

第一节2015-2019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、“新政”下报纸发行市场整合分析

第二节2015-2019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2015-2019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“马太效应”

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2015-2019年中国报纸出版业竞争新格局透析

第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2020-2026年中国报刊投资潜力与风险预警

第一节2015-2019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2020-2026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2020-2026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2020-2026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2020-2026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2020-2026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2020-2026年中国报纸出版业发展策略与建议(ZY GXH)

第一节2020-2026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2020-2026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2020-2026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2020-2026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(ZY GXH)
- 二、发展战略及市场策略分析

图表目录：

图表 1 2015-2019年中国报纸出版印刷总数变化趋势图

图表 2 2015-2019年中国报纸平均期印数变化趋势图

图表 3 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国报纸出版情况

图表 10 2019年报纸进出口情况

图表 11 2015-2019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：<https://www.chyxx.com/research/202002/833380.html>