

# 2019-2025年中国全媒体互动中心市场全景调查及 发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国全媒体互动中心市场全景调查及发展前景预测报告》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/201901/705464.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

智研咨询发布的《2019-2025年中国全媒体互动中心市场全景调查及发展前景预测报告》共九章。首先介绍了全媒体互动中心相关概念及发展环境，接着分析了中国全媒体互动中心规模及消费需求，然后对中国全媒体互动中心市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国全媒体互动中心面临的机遇及发展前景。您若想对中国全媒体互动中心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 全媒体互动中心发展环境分析

#### 1.1 全媒体互动中心界定

##### 1.1.1 全媒体概念及内涵

##### 1.1.2 全媒体互动中心界定

##### 1.1.3 全媒体互动中心流程

#### 1.2 全媒体互动中心政策环境

##### 1.2.1 出版行业管理体制

##### 1.2.2 全媒体互动中心政策

##### 1.2.3 政策环境对行业的影响

#### 1.3 全媒体互动中心经济环境

##### 1.3.1 宏观经济走势预测分析

##### 1.3.2 宏观经济环境对行业的影响

#### 1.4 全媒体互动中心社会环境

##### 1.4.1 居民文化素质情况分析

##### 1.4.2 居民文化消费情况分析

##### 1.4.3 居民阅读情况调查分析

##### 1.4.4 社会环境对行业的影响分析

#### 1.5 全媒体互动中心技术环境

##### 1.5.1 传统出版技术的发展

##### 1.5.2 新型媒体对出版行业影响

##### 1.5.3 网融合对出版行业影响

##### 1.5.4 数字出版技术的发展

## 第二章 国外全媒体互动中心市场前景与典型案例分析

### 2.1 国外全媒体互动中心现状与趋势

#### 2.1.1 国外出版现状

#### 2.1.2 国外全媒体互动中心现状

#### 2.1.3 国外全媒体互动中心趋势

### 2.2 美国全媒体互动中心发展状况与典型案例分析

#### 2.2.1 美国全媒体互动中心发展状况

##### 1、美国全媒体互动中心发展特征

##### 2、亚马逊、巴诺“终端+内容”模式

##### 3、苹果、谷歌“代理制”模式

##### 4、康拉思事件

#### 2.2.2 美国全媒体互动中心需求模式

#### 2.2.3 美国全媒体互动中心优秀案例与经验借鉴

##### 1、尼尔森国际传媒集团公司

##### 2、约翰·威立-布莱克维尔出版集团公司

##### 3、培生教育出版集团公司

##### 4、桦榭出版集团美国公司

##### 5、哈泼·柯林斯出版集团公司

##### 6、麦格劳·希尔教育出版集团公司

##### 7、牛津大学出版社纽约公司

##### 8、圣智学习出版公司

##### 9、谷歌公司

#### 2.3 其他国家全媒体发展状况分析

##### 2.3.1 韩国全媒体发展状况分析

##### 2.3.2 日本全媒体发展状况分析

##### 2.3.3 印度全媒体发展状况分析

##### 2.3.4 俄罗斯全媒体发展状况分析

##### 2.3.5 法国全媒体发展状况分析

##### 2.3.6 北欧五国全媒体发展状况分析

##### 2.3.7 葡萄牙全媒体发展状况分析

##### 2.3.8 土耳其全媒体发展状况分析

##### 2.3.9 墨西哥全媒体发展状况分析

##### 2.3.10 巴西全媒体发展状况分析

##### 2.3.11 南非全媒体发展状况分析

### 2.4 国外全媒体发展对中国全媒体行业发展经验借鉴分析

### 第三章 全媒体互动中心市场前景与细分行业需求潜力分析

#### 3.1 中国全媒体互动中心发展现状

##### 3.1.1 中国全媒体互动中心现状

##### 3.1.2 中国全媒体互动中心产业规模

##### 3.1.3 全媒体互动中心SWOT分析

#### 3.2 中国全媒体互动中心发展前景

#### 3.3 全媒体互动中心主要细分行业需求潜力分析

##### 3.3.1 传统纸质出版市场需求潜力分析

###### 1、传统纸质出版市场规模分析

###### 2、传统纸质出版市场需求潜力分析

##### 3.3.2 互联网出版市场需求潜力分析

###### 1、互联网出版背景分析

###### 2、互联网出版特征分析

###### 3、互联网出版市场规模分析

###### 4、互联网出版市场需求潜力分析

##### 3.3.3 电子阅读器市场需求潜力分析

###### 1、电子阅读器出版背景分析

###### 2、电子阅读器出版特征分析

###### 3、电子阅读器出版市场规模分析

###### 4、电子阅读器出版市场需求潜力分析

##### 3.3.4 手机出版市场需求潜力分析

###### 1、手机出版背景分析

###### 2、手机出版特征分析

###### 3、手机出版市场规模分析

###### 4、手机出版市场需求潜力分析

###### 5、手机出版咨询建议

##### 3.3.5 数字图书馆市场需求潜力分析

###### 1、数字图书馆发展历程

###### 2、数字图书馆市场需求潜力分析

### 第四章 全媒体互动中心市场格局变化与价值点剖析

#### 4.1 出版市场参与者变化分析

##### 4.1.1 传统出版市场参与者

##### 4.1.2 全媒体互动中心市场参与者

#### 4.2 出版发行产业链变化分析

##### 4.2.1 出版发行产业链

- 1、传统出版发行产业链
- 2、全媒体互动中心发行产业链
- 4.2.2 出版发行产业链价值传递变化
  - 1、作者与出版社的关系
  - 2、出版发行产业链利益分配变化
- 4.3 数字出版平台市场力量与典型案例分析
  - 4.3.1 试水数字出版平台市场力量分析
  - 4.3.2 不同市场力量优劣势与典型案例分析
    - 1、出版社优劣势与典型案例分析
    - 2、独立第三方优劣势与典型案例分析
    - 3、发行商优劣势与典型案例分析
    - 4、电信运营商优劣势与典型案例分析
    - 5、网络运营商优劣势与典型案例分析
    - 6、终端设备商优劣势与典型案例分析
  - 4.4 全媒体互动中心产业链市场参与者价值点剖析
    - 4.4.1 出版社价值点剖析
      - 1、全媒体给出版社带来的挑战
      - 2、全媒体时代出版社的价值点
      - 3、全媒体时代出版社集团化机会
    - 4.4.2 发行商价值点剖析
      - 1、全媒体给发行商带来的挑战
      - 2、全媒体时代发行商的价值点
    - 4.4.3 运营商价值点剖析
      - 1、全媒体时代运营商的价值点
      - 2、全媒体时代运营商的进入壁垒
    - 4.4.4 终端设备商价值点剖析
      - 1、全媒体时代终端设备商的价值点
      - 2、全媒体时代终端设备商的转型模式
- 第五章 全媒体互动中心商业模式与典型案例分析
  - 5.1 全媒体互动中心盈利模式与典型案例分析
  - 5.2 全媒体互动中心运营模式分析
  - 5.3 全媒体互动中心运营优秀企业分析
    - 5.3.1 以产品版权运营为核心的运营模式——盛大文学
      - 1、盛大文学简介
      - 2、盛大文学全媒体运营发展路径

### 3、盛大文学全媒体版权运营模式

#### 5.3.2 以产品版权运营为核心的运营模式——中文在线

- 1、中文在线简介
- 2、中文在线全媒体运营价值观
- 3、中文在线全媒体互动中心细分业务
- 4、中文在线数字资产运营平台
- 5、中文在线全媒体运营战略
- 6、中文在线全媒体互动中心运营案例

#### 5.3.3 以提供出版内容为核心的运营模式——商务印书馆

- 1、商务印书馆简介
- 2、商务印书馆全媒体互动中心运营战略
- 3、商务印书馆全媒体互动中心盈利模式

#### 5.3.4 以数字出版终端设备制造为核心的运营模式——汉王科技

- 1、汉王科技简介
- 2、汉王科技全媒体互动中心运营战略
- 3、汉王科技全媒体互动中心盈利模式

#### 5.3.5 以提供技术服务为核心的运营模式——北大方正

- 1、北大方正简介
- 2、北大方正全媒体互动中心主要产品与业务
- 3、北大方正盈利模式

### 5.4 全媒体互动中心商业模式咨询建议

#### 5.4.1 全媒体数字出版商业模式B-B-C

- 1、B-B-C模式流程图
- 2、B-B-C模式逻辑与业务
- 3、B-B-C模式实现基础

#### 5.4.2 B-B-C模式下运营理念

- 1、授权理念
- 2、内容管理理念
- 3、传播营销理念

#### 5.4.3 B-B-C模式下运营核心价值观

#### 5.4.4 咨询专家建议：运营为核心

## 第六章 期刊全媒体互动中心发展情况与典型案例分析

### 6.1 期刊全媒体互动中心市场现状与趋势分析

#### 6.1.1 期刊全媒体互动中心现状分析

- 1、期刊出版市场现状分析

## 2、期刊全媒体互动中心市场现状分析

### 6.1.2 期刊全媒体互动中心发展前景

## 6.2 国外期刊全媒体互动中心优秀案例与经验借鉴

### 6.2.1 旅游摄影类期刊——《National Geographic》

- 1、《National Geographic》简介
- 2、《National Geographic》全媒体发展策略
- 3、《National Geographic》全媒体经营实践
- 4、《National Geographic》全媒体经验借鉴

### 6.2.2 科普类期刊——《Nature》

- 1、《Nature》简介
- 2、《Nature》全媒体转型路径
- 3、《Nature》全媒体经营实践

### 6.2.3 科普类期刊——《British Medical Journal》

- 1、《British Medical Journal》简介
- 2、《British Medical Journal》全媒体经营实践

### 6.2.4 财经类期刊——《Time》

- 1、《Time》简介
- 2、《Time》运营情况分析
- 3、《Time》全媒体经营实践

### 6.2.5 财经类期刊——《Business Week》

- 1、《Business Week》简介
- 2、《Business Week》运营情况分析
- 3、《Business Week》全媒体经营实践

## 6.3 国内期刊全媒体互动中心优秀案例分析

### 6.3.1 生活类期刊——《家庭医生》

- 1、《家庭医生》简介
- 2、《家庭医生》的全媒体转型路径
- 3、《家庭医生》全媒体经营实践
- 4、《家庭医生》全媒体经验借鉴

### 6.3.2 育儿类期刊——《好孕妈妈》

- 1、《好孕妈妈》简介
- 2、《好孕妈妈》全媒体转型路径
- 3、《好孕妈妈》全媒体经营实践

### 6.3.3 文学类期刊——《青年文摘》

- 1、《青年文摘》简介



- 2、《青年文摘》全媒体转型路径
- 3、《青年文摘》全媒体经营实践
- 4、《青年文摘》全媒体经验借鉴
- 6.3.4 旅游摄影类期刊——《中国国家地理》
  - 1、《中国国家地理》简介
  - 2、《中国国家地理》全媒体经营实践
  - 3、《中国国家地理》全媒体经验借鉴
- 6.3.5 生活类期刊——《知音》
  - 1、《知音》简介
  - 2、《知音》全媒体经营实践
- 6.4 不同类型期刊全媒体运营对比分析
- 6.5 期刊企业全媒体运作策略专家建议
  - 6.5.1 全媒体时代期刊经营根本问题
    - 1、用户粘性
    - 2、发展策略
    - 3、盈利模式
  - 6.5.2 构建全媒体形式的条件与准备
  - 6.5.3 全媒体时代期刊核心能力培育
  - 6.5.4 全媒体时代期刊产业整合策略
    - 1、整合传播渠道，提升传播力
    - 2、整合内容生产，提升产品功能
    - 3、整合经营模式，提升盈利能力
  - 6.5.5 期刊业全媒体运作的误区防范
    - 1、避免全媒体形式的单一
    - 2、避免忽视期刊内容的作用
- 第七章 图书全媒体互动中心发展情况与典型案例分析
  - 7.1 图书全媒体互动中心市场现状与趋势分析
    - 7.1.1 图书全媒体互动中心现状分析
      - 1、图书出版市场现状分析
      - 2、图书全媒体互动中心市场现状分析
    - 7.1.2 图书全媒体互动中心发展前景
  - 7.2 图书细分领域全媒体互动中心市场前景
    - 7.2.1 教育图书全媒体互动中心市场前景
      - 1、教育图书全媒体互动中心现状分析
      - 2、教育图书全媒体互动中心发展前景

## 7.2.2 少儿图书全媒体互动中心市场前景

- 1、少儿图书全媒体互动中心现状分析
- 2、少儿图书全媒体互动中心发展前景

## 7.3 优秀图书全媒体互动中心案例分析

### 7.3.1 《建党伟业》

- 1、《建党伟业》简介
- 2、《建党伟业》全媒体互动中心路径
- 3、《建党伟业》全媒体经营实践

### 7.3.2 《非诚勿扰》

- 1、《非诚勿扰》简介
- 2、《非诚勿扰》全媒体互动中心路径
- 3、《非诚勿扰》全媒体经营实践
- 4、《非诚勿扰》全媒体经验借鉴

### 7.3.3 《贫民窟的百万富翁》

- 1、《贫民窟的百万富翁》简介
- 2、《贫民窟的百万富翁》全媒体互动中心路径
- 3、《贫民窟的百万富翁》全媒体经营实践

### 7.3.4 《孔子》

- 1、《孔子》简介
- 2、《孔子》全媒体互动中心路径
- 3、《孔子》全媒体经营实践

### 7.3.5 《我的兄弟叫顺溜》

- 1、《我的兄弟叫顺溜》简介
- 2、《我的兄弟叫顺溜》全媒体互动中心路径
- 3、《我的兄弟叫顺溜》全媒体经营实践

### 7.3.6 上海外语教育出版社

- 1、上海外语教育出版社简介
- 2、上海外语教育出版社全媒体经营实践

### 7.3.7 i尚漫全媒体互动中心平台

- 1、i尚漫简介
- 2、i尚漫全媒体经营实践

## 7.4 全媒体图书出版策划路径专家建议

### 7.4.1 选题策划全媒体路径

### 7.4.2 内容制作全媒体路径

### 7.4.3 销售推广全媒体路径

## 第八章 报业全媒体互动中心发展情况与典型案例分析

### 8.1 报纸全媒体互动中心市场现状与趋势分析

#### 8.1.1 报纸全媒体互动中心现状分析

- 1、报纸出版市场现状分析
- 2、报纸全媒体互动中心市场现状分析

#### 8.1.2 报纸全媒体互动中心发展前景

### 8.2 国外报业全媒体转型与经验借鉴

#### 8.2.1 美国报业全媒体转型与经验借鉴

- 1、美国报业经营情况
- 2、美国报业危机分析
- 3、美国报业转型升级战略
- 4、美国报业优秀转型案例
- 5、美国报业转型经验借鉴

#### 8.2.2 日本报业全媒体转型与经验借鉴

- 1、日本报业经营情况
- 2、日本报业降幅小于美国原因分析
- 3、日本报业转型升级战略及案例分析
- 4、日本报业转型经验借鉴

### 8.3 优秀报业集团全媒体转型案例分析

#### 8.3.1 浙江日报报业集团

- 1、浙江日报报业集团简介
- 2、浙江日报报业集团全媒体转型路径
- 3、浙江日报报业集团全媒体经营实践

#### 8.3.2 烟台日报报业集团

- 1、烟台日报传媒集团简介
- 2、烟台日报传媒集团全媒体转型路径
- 3、烟台日报传媒集团全媒体经营实践
- 4、烟台日报传媒集团模式的局限性

#### 8.3.3 南方报业集团

- 1、南方报业集团简介
- 2、南方报业集团全媒体转型路径
- 3、南方报业集团全媒体经营实践

#### 8.3.4 杭州日报报业集团

- 1、杭州日报报业集团简介
- 2、杭州日报报业集团全媒体转型路径

### 3、杭州日报报业集团全媒体经营实践

#### 8.3.5 人民日报社

- 1、人民日报社简介
- 2、人民日报社全媒体转型路径
- 3、人民日报社全媒体经营实践

### 第九章 出版集团全媒体产业链整合模式与典型案例分析（ZYF）

#### 9.1 出版集团全媒体发展模式分析

- 9.1.1 技术整合模式
- 9.1.2 资本组合模式
- 9.1.3 媒介融合模式

#### 9.2 优秀出版集团全媒体产业链整合案例分析

##### 9.2.1 上海新华传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、全媒体产业链整合路径
- 3、转型新型发行运营商
- 4、产业链整合最终框架

##### 9.2.2 时尚传媒集团

- 1、企业发展简况分析
- 2、全媒体产业链整合情况
- 3、全媒体业务经营情况
- 4、企业全媒体战略分析

##### 9.2.3 时代出版传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、全媒体产业链整合路径
- 3、企业总体经营情况分析
- 4、全媒体业务经营情况

##### 9.2.4 江苏凤凰出版传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、全媒体产业链整合路径
- 3、企业总体经营情况分析
- 4、全媒体业务经营情况

##### 9.2.5 中南出版传媒集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、全媒体产业链整合情况
- 3、企业总体经营情况分析

#### 4、全媒体业务经营情况

##### 9.2.6 中文天地出版传媒股份有限公司

###### 1、企业发展简况分析

###### 2、全媒体产业链整合路径

###### 3、企业总体经营情况分析

###### 4、全媒体业务经营情况

##### 9.3 出版集团全媒体管理路径建议

###### 9.3.1 全媒体运营战略

###### 9.3.2 全媒体资源整合

###### 9.3.3 全媒体流程再造

###### 9.3.4 全媒体营销策略

###### 9.3.5 全媒体人才培养

图表目录：

图表：全媒体互动中心采取的出版模式图

图表：全媒体互动中心典型案例

图表：全媒体内容生产流程示意图

图表：近年来与全媒体互动中心相关的国家政策分析

图表：行业政策和标准对全媒体互动中心行业的影响

图表：2016-2018年我国GDP增长趋势及预测（单位：%）

图表：我国居民文化素质情况分析

图表：文化消费支出理论值与实际值（单位：万亿元）

图表：2016-2018年国民阅读指标统计（单位：%）

图表：数字化纸质印刷冲击的调查（单位：%）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201901/705464.html>