

# 2021-2027年中国报刊业市场深度调查分析及市场竞争态势报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国报刊业市场深度调查分析及市场竞争态势报告》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/201709/568488.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

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。

智研咨询发布的《2021-2027年中国报刊行业市场深度调查分析及市场竞争态势报告》共十四章。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：

### 第一部分 报刊行业发展分析

#### 第一章 国际报刊行业

##### 第一节 全球

###### 一、全球报刊市场寻“免费”出路

###### 二、网媒迫使全球报刊业变革

###### 三、世界主要英文报刊：

##### 第二节 美国

###### 一、美国著名报刊介绍

###### 二、美国兴起华文免费报刊

###### 三、历史上美国报业的变革和面临的挑战

###### 四、美国报刊三巨头裁员应对贸易战

###### 五、为摆脱困境 美国报刊业积极探索营收模式

##### 第三节 日本

###### 一、日本报纸的发行模式

###### 二、日本报业专卖发行制度介绍

###### 三、专卖发行制度的比较优势

##### 第四节 英国

###### 一、英国主要报刊介绍

###### 二、英国报业市场发展状况

###### 三、英国客户期刊的发展状况

#### 四、英国地方报发行量普降 转型已成大趋势

##### 第五节 法国

- 一、法国付费报刊持续萎缩
- 二、法国报纸靠三条腿发行
- 三、法国付费报纸发行备受冲击
- 四、法国人爱读期刊杂志

##### 第六节 瑞典

- 一、瑞典报业启示：做“小”报纸 做“大”集团
- 二、瑞典报业现状及资助制度分析
- 三、瑞典免费报纸竞争策略

#### 第二章 中国报刊行业分析

##### 第一节 中国报刊行业概况

- 一、中国报刊的发展与整治
- 二、中国报刊业发展迅速
- 三、中国报刊业在改革中发展繁荣

##### 第二节 2016-2020年中国报刊零售市场状况

- 二、2019年报刊零售市场发展状况
- 三、2020年报刊零售市场发展状况
- 四、决定报刊零售市场占有率的14个因素
- 五、报刊零售业务发展对策

##### 第二节 2016-2020年中国报刊广告市场分析

- 一、2019年报刊广告市场分析
- 二、2020年中国报刊广告市场

##### 第三节 网络对中国报刊业的影响

- 一、传统报刊相对于网络媒体的独特优势
- 二、网络媒体对中国传统报刊的强烈冲击
- 三、面对网媒冲击中国报刊出版蓄势待发

##### 第四节 “三农”报刊发行的SWOT分析与应对策略

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁
- 五、农村报刊发行对策

##### 第五节 中国报刊业面临的问题

- 一、中国报刊内容管理面临的几个问题

- 二、中国报刊管理执法的若干不足
- 三、中国报刊品种与数量期待更大发展

## 第二部分 报业市场分析

### 第三章 中国报业市场分析

#### 第一节 中国报业发展概况

- 一、中国报业发展特点
- 二、中国三大类报纸发展状况
- 三、中国报业重压之下积极转型
- 四、2020年中国报业发展分析

#### 第二节 报业经营分析

- 一、解析中国报业经营改革中的边缘突破
- 二、浅析报纸的多元化经营
- 三、构建中国报业发展的多元化经济新格局
- 四、报业开展多元化经营的

#### 第三节 报业发展的品牌分析

- 一、国外报业品牌营运的重点
- 二、报纸品牌经营的重要性
- 三、报业品牌战略分析
- 四、2020年报纸竞争品牌分析

#### 第四节 中国报业集团化分析

- 一、中国报业集团化背景
- 二、对中国报业集团化现状的思考
- 三、中国报业集团产业化探析
- 四、中国报业集团化面临的挑战和机遇
- 五、中国报业集团化发展的瓶颈

#### 第五节 报业发展策略

- 一、转型期报业发展策略探讨
- 二、新媒介生态下报业的发展策略
- 三、发展数字报业拓展报业发展空间
- 四、报纸挽留年轻读者的对策
- 五、报纸无形资产的广告拓展战略

## 第四章 报纸细分市场

### 第一节 都市类报纸

- 一、都市报市场现状分析
- 二、中国都市类报纸地域特色与融合

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

六、2020年全国部分城市都市报销量排名

## 第二节 IT类报纸

一、从零售市场透视IT类报刊广告价值

二、IT类报纸全国10城市零售市场

三、《电脑报》以70%的市场份额 垄断IT类报纸整个市场

四、2020年IT类报纸广告媒体市场分析

## 第三节 财经类报纸

一、财经类报纸：报业发展的新亮点

二、中国财经类报纸17城市零售市场分析

三、国内主流财经报纸发展浅析

四、专业性的迷失——中国财经类报纸报道方式的误区

五、我国新财经类报纸活动营销的问题及对策分析

六、财经类报纸网络化建设刍议

七、2020年财经类报纸零售市场解析

八、2020年《第一财经日报》利润

## 第四节 教辅类报纸

一、中国教辅类报纸呈现过热态势

二、中国教辅类报纸面临转型

三、全国教育教辅类报纸质量稳步提升

四、竞合成现代教辅报业发展的必由之路

五、教辅类报纸发展壮大的突破点

## 第五节 文摘类报纸

一、中国文摘类报纸面临新课题

二、文摘类报纸的核心竞争力分析

三、文摘类报纸定位探讨

## 第五章 重点地区报业市场

第一节 华东地区行业市场分析

第二节 华南地区行业市场分析

第三节 华中地区行业市场分析

第四节 华北地区行业市场分析

第五节 东北地区行业市场分析

第六节 西南地区行业市场分析

## 第七节 西北地区行业市场分析

## 第六章 报纸发行分析

### 第一节 报纸发行的发展演变

- 一、报纸发行的三个阶段
- 二、报纸发行模式的历史回顾
- 三、中国报纸自办发行模式发展回顾
- 四、中国报纸发行的六大模式

### 第二节 报纸发行市场分析

- 一、中国报纸发行的三种主要渠道
- 二、影响报纸选择发行渠道的因素
- 三、外资发行公司逐鹿华夏
- 四、中国报纸发行经营的创新分析

### 第三节 报纸发行价值链研究

- 一、报纸发行的价值链整合分析
- 二、网络价值链开发存在的问题
- 三、发行网络价值链的可持续开发

### 第四节 报纸发行的整合营销

- 一、报纸发行整合营销模式的理论依据及作用
- 二、中国报纸发行渠道的三种整合模式
- 三、报纸整合营销传播分析
- 四、开展报纸整合营销的策略分析

### 第五节 报纸发行面临的问题与对策

- 一、国内报纸发行市场面临的挑战和对策
- 二、中国报纸发行的误区与应对措施
- 三、报纸分销业应对市场开放的策略
- 四、“无赠品时代”的报纸发行策略
- 五、都市报的发行策略
- 六、省级党报的发行战略及策略

## 第三部分 期刊市场分析

## 第七章 期刊市场分析

### 第一节 中国期刊发展概况

- 一、中国期刊三次浪潮回顾
- 二、中国期刊发展现状分析
- 三、中国期刊业将迎来快速发展期

### 第二节 期刊品牌分析

## 一、关于中国期刊品牌经营思考

### 二、活动加快期刊品牌成长

### 三、中国期刊的品牌塑造策略

### 四、农业期刊的品牌发展思路

### 四、2020年全国期刊30强

## 第三节 期刊发行渠道

### 一、期刊渠道设计中的博弈论

### 二、杂志社发行渠道的设计

### 三、分众期刊发行渠道的设计

### 四、期刊发行渠道的三个阶段管理

### 五、探寻期刊发行新渠道

## 第四节 中国期刊业面临的问题及对策

### 一、中国期刊业存在的主要问题及对策

### 二、中国期刊出版业面临的挑战与对策

### 三、中国过期刊物市场问题较多

### 四、期刊业：亟待发行量认证

## 第八章 期刊细分市场

### 第一节 女性期刊

#### 一、女性期刊市场的发展状况

#### 二、诉求转型女性期刊的机会与市场

#### 三、透析中国期刊市场“粉红潮”现象

#### 四、国内大众女性期刊困境与对策

#### 五、2020年部分城市女性期刊销售排行

### 第二节 男性期刊

#### 一、男性期刊呈波形上升趋势

#### 二、男性期刊，时尚杂志中的新生力量

#### 三、中国男性时尚期刊经营的特征

#### 四、中国男性时尚期刊竞争环境分析

#### 五、2020年全国部分城市男性期刊销量排行

### 第三节 少儿期刊

#### 一、中国少儿期刊的市场现状

#### 二、中国少儿期刊的营销策略

#### 三、少儿文学期刊的品牌发展策略

#### 四、2020年全国各城市育儿类期刊销量排行

### 第四节 青年期刊



一、浅析当代青年期刊的处境

二、青年期刊从低谷中的奋起

三、青年期刊实现从大众化到细分化的突围

#### 第五节 老年期刊

一、老年期刊面临四项挑战

二、老年期刊：专业化和个性化是未来发展方向

### 第九章 期刊细分市场

#### 第一节 时尚杂志

一、国际知名时尚杂志介绍

二、中国时尚杂志工业发展简史

三、2020年女性高码洋时尚期刊零售市场状况

四、中国时尚杂志市场竞争激烈

#### 第二节 财经期刊

一、中国财经类期刊的发展现状

二、财经期刊市场面临的问题与对策

三、国内财经期刊向新媒体转身的策略

四、论中国财经期刊经营的第三次销售

五、2020年全国部分城市财经类期刊销量排行

#### 第三节 科普期刊

一、中国科普期刊的发展状况

二、中国科普期刊难办的原因分析

三、中国科普期刊的发展变革之路

四、中国综合科普期刊面临困境

五、科普期刊品牌化的生存认知

#### 第四节 文摘类期刊

一、中国文摘类期刊市场现状

二、制约文摘期刊发展的几个因素。

三、中国文摘类期刊的差异化策略

#### 第五节 学术期刊

一、中国社科类学术期刊面临的困境

二、中国社科类学术期刊需要解决的问题

三、中国优势与特色学科学术期刊的发展制约因素与对策探讨

四、中国高校社科期刊发展问题的思考

五、中国学术期刊发展的文化选择

六、中国两大学术期刊强强整合 全力打造国际大刊

## 第六节 汽车类期刊

- 一、汽车类杂志市场分析
- 二、我国汽车类杂志的发展空间
- 三、中国汽车期刊的经营管理创新
- 四、国内首本汽车类周刊《汽车周刊》上市
- 五、2020年部分城市汽车类期刊销量排行

## 第七节 其他类期刊

- 一、IT类杂志市场分析
- 二、专业新闻期刊的语言特点
- 三、DM期刊市场分析
- 四、大众文化期刊市场分析
- 五、2020年时政类期刊零售市场现状分析

## 第四部分 报刊行业竞争格局

### 第十章 报刊行业营销分析

#### 第一节 报刊行业营销总体概况

- 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、报刊读者的特点及开发读者资源的营销策略

#### 第二节 报业营销分析

- 一、当代报纸营销基本策略初探
- 二、报纸发展生命周期与营销策略
- 三、现代报纸的整合的营销
- 四、报业市场营销不良现象有待规范

#### 第三节 期刊营销分析

- 一、浅谈行业DM杂志的整合营销
- 二、杂志品牌延伸与整合营销策略
- 三、论杂志的“市场切割”

#### 第四节 京沪穗三地期刊销售攻略

- 一、北京期刊销售渠道概况
- 二、上海期刊销售渠道介绍
- 三、广州期刊销售渠道攻略
- 四、京沪穗期刊渠道差异攻略

### 第十一章 报刊行业竞争分析

#### 第一节 各类报纸竞争分析

- 一、都市类报纸的竞争演变
- 二、生活类报纸强化竞争力的路径分析
- 三、免费报纸的竞争优势分析
- 四、新办报纸的市场竞争策略
- 第二节 提升报纸竞争力的主要策略
  - 一、三大创新塑造报纸竞争力
  - 二、报纸版面竞争力评价指标及提升策略分析
  - 三、利用专栏提高报纸竞争力的策略
  - 四、提高报纸竞争力的差异化策略
  - 五、新闻漫画是提升报纸竞争的重要手段
  - 六、利用视觉感提升报纸竞争能力
- 第三节 中国期刊业在竞争与合作中谋得生存和发展
- 第四节 期刊竞争力分析
  - 一、科技期刊核心竞争力的五个层面
  - 二、中国期刊业需打造五大核心竞争力
  - 三、提升中国期刊竞争力的思考
- 第五节 期刊竞争策略分析
  - 一、中国期刊竞争策略的反思
  - 二、论“眼球经济”时代的期刊竞争策略
  - 三、新闻期刊的竞争策略
- 第十二章 报刊重点企业介绍
  - 第一节 北京日报报业集团
    - 一、企业简介
    - 二、企业经营状况及竞争力分析
  - 第二节 上海文汇新民联合报业集团
    - 一、企业简介
    - 二、企业经营状况及竞争力分析
  - 第三节 南方报业传媒集团
    - 一、企业简介
    - 二、企业经营状况及竞争力分析
  - 第四节 《时尚》杂志社
    - 一、企业简介
    - 二、企业经营状况及竞争力分析
  - 第五节 北京瑞丽杂志社
    - 一、企业简介

## 二、企业经营状况及竞争力分析

### 第五部分 报刊发展趋势及投资策略

#### 第十三章 2021-2027年报刊行业发展趋势预测

##### 第一节 2021-2027年报纸发展趋势

- 一、当代西方报纸媒介的发展趋势
- 二、中国报纸发展的“四化”趋势
- 三、报纸零售发行自办化将成主流趋势
- 四、报网互动成报纸发展的必然趋势

##### 第二节 2021-2027年期刊发展趋势

- 一、中国期刊业五大发展趋势
- 二、期刊渠道的发展趋势

#### 第十四章 2021-2027年报刊行业投资策略探讨（ZY KT）

##### 第一节 2021-2027年报刊投资机会分析

- 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、国内第一份网络报纸《网络导报》创刊发行
- 四、《国际旅游岛商报》将首发 成海南第一财经都市报
- 五、新版《中国日报》将打造世界一流英文媒体

##### 第二节 2021-2027年报业投资策略探讨

- 一、中国报业成为投资热点
- 二、浅谈报业投资的运作程序

##### 第三节 2021-2027年期刊投资策略探讨

- 一、中国期刊产业蕴藏着巨大的商机
- 二、中国期刊投融资现状与特征分析
- 三、投资中国期刊产业的可行性分析
- 四、中国期刊产业重点投资机会分析（ZY KT）

#### 部分图表目录

图表 日本报纸的发行状况与普及率

图表 专卖店从业人员与专卖店数量的推移

图表 读者购报方式比较

图表 日本报业各项收入比率（%）

图表 2020年北京都市报市场份额对比图

图表 2020年广州综合类报纸市场份额对比图

图表 2020年南京都市报平均销量与有售点销量对比

图表 2016-2020年南京都市报零售发行走势

图表 2016-2020年北京都市报零售总量走势

图表 2016-2020年三大报纸在珠三角城市的竞争态势

图表 沈阳各报零售及订阅市场份额对比

图表 2020年成都各报市场份额对比图

图表 2016-2020年瑞丽三刊全国主要城市平均销量走势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/568488.html>