

2020-2026年中国报刊行业 前景研究与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国报刊行业前景研究与市场供需预测报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/202005/07-346073.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

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 1

第一节 全球 1

一、全球报刊市场寻“免费”出路 1

二、网媒迫使全球报刊业变革 4

三、世界主要英文报刊：6

第二节 美国 7

一、美国著名报刊介绍 7

二、美国兴起华文免费报刊 12

三、历史上美国报业的变革和面临的挑战 15

四、美国报刊三巨头裁员应对金融危机 20

五、为摆脱困境 美国报刊业积极探索营收模式 21

第三节 日本 22

一、日本报纸的发行模式 22

二、日本报业专卖发行制度介绍 24

三、专卖发行制度的比较优势 27

第四节 英国 29

一、英国主要报刊介绍 29

二、英国报业市场发展状况 33

三、英国客户期刊的发展状况 33

四、英国地方报发行量普降 转型已成大趋势 37

第五节 法国 38

一、法国付费报刊持续萎缩 38

二、法国报纸靠三条腿发行 38

三、法国付费报纸发行备受冲击 40

四、法国人爱读期刊杂志 43

五、金融危机“火了”法国经济类报刊 43

第六节 瑞典 44

一、瑞典报业启示：做“小”报纸 做“大”集团 44

二、瑞典报业现状及资助制度分析 45

三、瑞典免费报纸竞争策略 50

第二章 中国报刊行业分析 57

第一节 中国报刊行业概况 57

一、中国报刊的发展与整治 57

二、中国报刊业发展迅速 60

三、中国报刊业在改革中发展繁荣 61

第二节 2018-2019年中国报刊零售市场状况 63

二、2019年报刊零售市场发展状况 63

三、2019年报刊零售市场发展状况 65

四、决定报刊零售市场占有率的14个因素 77

五、报刊零售业务发展对策 79

第二节 2018-2019年中国报刊广告市场分析 80

一、2019报刊广告市场分析 80

二、2019年中国报刊广告市场 86

第三节 网络对中国报刊业的影响 92

一、传统报刊相对于网络媒体的独特优势 92

二、网络媒体对中国传统报刊的强烈冲击 93

三、面对网媒冲击中国报刊出版蓄势待发 96

第四节“三农”报刊发行的SWOT分析与应对策略 98

一、优势 98

二、劣势 98

三、机会 99

四、威胁 99

五、农村报刊发行对策 100

第五节 中国报刊业面临的问题 102

一、中国报刊内容管理面临的几个问题 102

二、中国报刊管理执法的若干不足 103

三、中国报刊品种与数量期待更大发展 104

第二部分 报业市场分析

第三章 中国报业市场分析 107

第一节 中国报业发展概况 107

- 一、中国报业发展特点 107
- 二、中国三大类报纸发展状况 112
- 三、2019中国报业重压之下积极转型 117
- 四、2019年中国报业发展分析 124

第二节 报业经营分析 126

- 一、解析中国报业经营改革中的边缘突破 126
- 二、浅析报纸的多元化经营 128
- 三、构建中国报业发展的多元化经济新格局 131
- 四、报业开展多元化经营的建议 133

第三节 报业发展的品牌分析 134

- 一、国外报业品牌营运的重点 134
- 二、报纸品牌经营的重要性 137
- 三、报业品牌战略分析 138
- 四、2018-2019年报纸竞争品牌分析 141

第四节 中国报业集团化分析 144

- 一、中国报业集团化背景 144
- 二、对中国报业集团化现状的思考 145
- 三、中国报业集团产业化探析 149
- 四、中国报业集团化面临的挑战和机遇 155
- 五、中国报业集团化发展的瓶颈 158

第五节 报业发展策略 161

- 一、转型期报业发展策略探讨 161
- 二、新媒介生态下报业的发展策略 165
- 三、发展数字报业拓展报业发展空间 169
- 四、报纸挽留年轻读者的对策 171
- 五、报纸无形资产的广告拓展战略 174

第四章 报纸细分市场 180

第一节 都市类报纸 180

- 一、都市报市场现状分析 180
 - 二、中国都市类报纸地域特色与融合 181
 - 三、中国都市报面临的形势及战术选择 188
 - 四、国内都市报价格战的成因分析和规避策略 191
 - 五、都市报纸的转型分析 195
 - 六、2019年全国部分城市都市报销量排名 200
 - 第二节 IT类报纸 205
 - 一、从零售市场透视IT类报刊广告价值 205
 - 二、IT类报纸全国10城市零售市场 207
 - 三、《电脑报》以70%的市场份额 垄断IT类报纸整个市场 210
 - 四、2019年IT类报纸广告媒体市场分析 212
 - 第三节 财经类报纸 215
 - 一、财经类报纸：报业发展的新亮点 215
 - 二、中国财经类报纸17城市零售市场分析 219
 - 三、国内主流财经报纸发展浅析 220
 - 四、专业性的迷失——中国财经类报纸报道方式的误区 233
 - 五、我国新财经类报纸活动营销的问题及对策分析 236
 - 六、财经类报纸网络化建设刍议 240
 - 七、2018-2019年财经类报纸零售市场解析 242
 - 八、《第一财经日报》2019年利润超2000万 244
 - 第四节 教辅类报纸 245
 - 一、中国教辅类报纸呈现过热态势 245
 - 二、中国教辅类报纸面临转型 245
 - 三、全国教育教辅类报纸质量稳步提升 248
 - 四、竞合成现代教辅报业发展的必由之路 249
 - 五、教辅类报纸发展壮大的突破点 255
 - 第五节 文摘类报纸 259
 - 一、中国文摘类报纸面临新课题 259
 - 二、文摘类报纸的核心竞争力分析 262
 - 三、文摘类报纸定位探讨 266
- 第五章 重点地区报业市场 269

第一节 北京 269

- 一、北京报业发展概况 269
- 二、北京报业竞争格局与空间解析 271
- 三、北京报业力促市场回暖 276
- 四、北京报业竞争策略与价值提升的分析 278
- 五、2019年北京报刊亭生存状态调查 282
- 六、2019年北京报业市场各类报纸销量排行 286

第二节 上海 288

- 一、上海报业发展历史回顾 288
- 二、从书报亭看上海报业的竞争形势 295
- 三、上海报业发展的制约因素 299
- 四、上海报业发展战略探析 300
- 五、上海报业转企改制拉开序幕 304
- 六、2019年上海各类报纸销售排行 305

第三节 广东 306

- 一、广东报业市场竞争进入融合竞争新阶段 306
- 二、广东报业现状及发展动态 311
- 三、广州报纸导读 开创报业竞争新境界 316
- 四、深圳报业市场发展分析 320
- 五、2019年广东省各类报纸销量排行 322

第四节 成都 323

- 一、成都报业对中国报业的标本意义 323
- 二、成都报业市场环境分析 327
- 三、领先者与竞争者的生存博弈 328
- 四、成都报业市场竞争的理性思考 331
- 五、2019年成都市各类报纸销量排行 335

第五节 湖北 336

- 一、湖北报业发展概况 336
- 二、湖北报业面临的问题 345
- 三、湖北报业的发展对策 348
- 四、2019年武汉市各类报纸销售排行 351

第六节 湖南 352

- 一、湖南报业市场分析 352
- 二、湖南报业浮华背蕴含生机 363
- 三、2019年长沙市都市类报纸销售排行 371

- 第六章 报纸发行分析 372
 - 第一节 报纸发行的发展演变 372
 - 一、报纸发行的三个阶段 372
 - 二、报纸发行模式的历史回顾 373
 - 三、中国报纸自办发行模式发展回顾 376
 - 四、中国报纸发行的六大模式 382
 - 第二节 报纸发行市场分析 388
 - 一、中国报纸发行的三种主要渠道 388
 - 二、影响报纸选择发行渠道的因素 389
 - 三、外资发行公司逐鹿华夏 392
 - 四、中国报纸发行经营的创新分析 394
 - 五、“新政”下报纸发行市场整合分析 398
 - 六、2019年国内报刊发行10大新闻 402
 - 第三节 报纸发行价值链研究 405
 - 一、报纸发行的价值链整合分析 405
 - 二、网络价值链开发存在的问题 408
 - 三、发行网络价值链的可持续开发 409
 - 第四节 报纸发行的整合营销 411
 - 一、报纸发行整合营销模式的理论依据及作用 411
 - 二、中国报纸发行渠道的三种整合模式 413
 - 三、报纸整合营销传播分析 417
 - 四、开展报纸整合营销的策略分析 421
 - 第五节 报纸发行面临的问题与对策 424
 - 一、国内报纸发行市场面临的挑战和对策 424
 - 二、中国报纸发行的误区与应对措施 428
 - 三、报纸分销业应对市场开放的策略 431
 - 四、“无赠品时代”的报纸发行策略 433
 - 五、都市报的发行策略 436

六、省级党报的发行战略及策略 438

第三部分 期刊市场分析

第七章 期刊市场分析 443

第一节 中国期刊发展概况 443

一、中国期刊三次浪潮回顾 443

二、中国期刊发展现状分析 446

三、中国期刊业将迎来快速发展期 448

第二节 期刊品牌分析 450

一、关于中国期刊品牌经营思考 450

二、活动加快期刊品牌成长 454

三、中国期刊的品牌塑造策略 455

四、农业期刊的品牌发展思路 458

四、2018-2019年全国期刊30强 462

第三节 期刊发行渠道 463

一、期刊渠道设计中的博弈论 463

二、杂志社发行渠道的设计 465

三、分众期刊发行渠道的设计 468

四、期刊发行渠道的三个阶段管理 470

五、探寻期刊发行新渠道 473

第四节 中国期刊业面临的问题及对策 475

一、中国期刊业存在的主要问题及对策 475

二、中国期刊出版业面临的挑战与对策 480

三、中国过期刊物市场问题较多 481

四、期刊业：亟待发行量认证 483

第八章 期刊细分市场（按读者类型分） 486

第一节 女性期刊 486

一、女性期刊市场的发展状况 486

二、诉求转型女性期刊的机会与市场 497

三、透析中国期刊市场“粉红潮”现象 500

- 四、国内大众女性期刊困境与对策 502
- 五、2019年部分城市女性期刊销售排行 505
- 第二节 男性期刊 511
 - 一、男性期刊呈波形上升趋势 511
 - 二、男性期刊，时尚杂志中的新生力量 514
 - 三、中国男性时尚期刊经营的特征 520
 - 四、中国男性时尚期刊竞争环境分析 523
 - 五、2019年全国部分城市男性期刊销量排行 526
- 第三节 少儿期刊 530
 - 一、中国少儿期刊的市场现状 530
 - 二、中国少儿期刊的营销策略 532
 - 三、少儿文学期刊的品牌发展策略 535
 - 四、2019年全国各城市育儿类期刊销量排行 541
- 第四节 青年期刊 544
 - 一、浅析当代青年期刊的处境 544
 - 二、青年期刊从低谷中的奋起 545
 - 三、青年期刊实现从大众化到细分化的突围 550
- 第五节 老年期刊 553
 - 一、老年期刊面临四项挑战 553
 - 二、老年期刊：专业化和个性化是未来发展方向 554

- 第九章 期刊细分市场（按期刊类型分） 556
 - 第一节 时尚杂志 556
 - 一、国际知名时尚杂志介绍 556
 - 二、中国时尚杂志工业发展简史 559
 - 三、2019年女性高码洋时尚期刊零售市场状况 561
 - 四、中国时尚杂志市场竞争激烈 566
 - 第二节 财经期刊 567
 - 一、中国财经类期刊的发展现状 567
 - 二、财经期刊市场面临的问题与对策 570
 - 三、国内财经期刊向新媒体转身的策略 573
 - 四、论中国财经期刊经营的第三次销售 577

五、2019年全国部分城市财经类期刊销量排行 582

第三节 科普期刊 584

- 一、中国科普期刊的发展状况 584
- 二、中国科普期刊难办的原因分析 584
- 三、中国科普期刊的发展变革之路 586
- 四、中国综合科普期刊面临困境 588
- 五、科普期刊品牌化的生存认知 591

第四节 文摘类期刊 596

- 一、中国文摘类期刊市场现状 596
- 二、制约文摘期刊发展的几个因素。 599
- 三、中国文摘类期刊的差异化策略 599

第五节 学术期刊 601

- 一、中国社科类学术期刊面临的困境 601
- 二、中国社科类学术期刊需要解决的问题 602
- 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 605
- 四、中国高校社科期刊发展问题的思考 607
- 五、中国学术期刊发展的文化选择 609
- 六、2019年中国两大学术期刊强强整合 全力打造国际大刊 611

第六节 汽车类期刊 611

- 一、汽车类杂志市场分析 611
- 二、我国汽车类杂志的发展空间 614
- 三、中国汽车期刊的经营管理创新 617
- 四、2019年国内首本汽车类周刊《汽车周刊》上市 622
- 五、2019年部分城市汽车类期刊销量排行 624

第七节 其他类期刊 629

- 一、IT类杂志市场分析 629
- 二、专业新闻期刊的语言特点 633
- 三、DM期刊市场分析 635
- 四、大众文化期刊市场分析 637
- 五、2019年时政类期刊零售市场现状分析 640

第四部分 行业竞争格局

第十章 报刊行业营销分析 644

第一节 报刊行业营销总体概况 644

- 一、从发行实践看报刊发行的营销管理 644
- 二、透视中国报刊的机场零售渠道 648
- 三、从4Cs理论解析报刊营销误区 652
- 四、报刊读者的特点及开发读者资源的营销策略 658

第二节 报业营销分析 661

- 一、当代报纸营销基本策略初探 661
- 二、报纸发展生命周期与营销策略 667
- 三、现代报纸的整合的营销 669
- 四、报业市场营销不良现象有待规范 672

第三节 期刊营销分析 675

- 一、浅谈行业DM杂志的整合营销 675
- 二、杂志品牌延伸与整合营销策略 677
- 三、论杂志的“市场切割” 680

第四节 京沪穗三地期刊销售攻略 682

- 一、北京期刊销售渠道概况 682
- 二、上海期刊销售渠道介绍 687
- 三、广州期刊销售渠道攻略 692
- 四、京沪穗期刊渠道差异攻略 695

第十一章 报刊行业竞争分析 699

第一节 各类报纸竞争分析 699

- 一、都市类报纸的竞争演变 699
- 二、生活类报纸强化竞争力的路径分析 704
- 三、免费报纸的竞争优势分析 706
- 四、新办报纸的市场竞争策略 709

第二节 提升报纸竞争力的主要策略 710

- 一、三大创新塑造报纸竞争力 710
- 二、报纸版面竞争力评价指标及提升策略分析 712
- 三、利用专栏提高报纸竞争力的策略 717

- 四、提高报纸竞争力的差异化策略 720
- 五、新闻漫画是提升报纸竞争的重要手段 723
- 六、利用视觉感提升报纸竞争能力 726
- 第三节 中国期刊业在竞争与合作中谋得生存和发展 727
- 第四节 期刊竞争力分析 731
 - 一、科技期刊核心竞争力的五个层面 731
 - 二、中国期刊业需打造五大核心竞争力 733
 - 三、提升中国期刊竞争力的思考 735
- 第五节 期刊竞争策略分析 740
 - 一、中国期刊竞争策略的反思 740
 - 二、论“眼球经济”时代的期刊竞争策略 742
 - 三、新闻期刊的竞争策略 743

- 第十二章 报刊重点企业介绍 747
 - 第一节 北京日报报业集团 747
 - 一、集团简介 747
 - 二、北京日报经营模式 748
 - 三、北京日报报业集团探索与新兴媒体接轨 748
 - 四、北京日报报业集团与广州日报报业集团结成战略联盟 749
 - 五、北京日报报业集团《北京社区报》亮相 750
 - 第二节 上海文汇新民联合报业集团 750
 - 一、集团简介 751
 - 二、文新集团与上海移动联合推出“手机报” 751
 - 三、瑞士荣格集团与上海文新合作出女性周刊 752
 - 四、文汇新民联合报业集团签约成为中国2019年上海世博会合作媒体。 752
 - 第三节 南方报业传媒集团 753
 - 一、集团简介 753
 - 二、南方报业传媒集团的品牌拓展战略 754
 - 三、南方报业传媒实现战略转型 758
 - 四、南方报业传媒集团与上海世博局的战略合作 762
 - 五、2019年南方报业传媒集团启动北京新闻中心 765
 - 第四节 《时尚》杂志社 766

- 一、公司介绍 766
- 二、《时尚》杂志的市场定位 767
- 三、《时尚》“出版人制”的优势 773
- 四、《时尚》的国际化和本土化 774
- 五、《时尚》的谋篇布局与品牌延伸 776
- 六、《时尚》立体化发行模式 778
- 第五节 北京瑞丽杂志社 780
 - 一、公司介绍 780
 - 二、《瑞丽》营销“秘籍”——延伸“同心圆” 781
 - 三、《瑞丽》媒体整合之路 783
 - 四、《瑞丽》进军男刊、《男人风尚》创刊 791

第五部分 发展趋势及投资策略

第十三章 “十三五”期间报刊行业发展趋势预测 797

第一节 “十三五”期间报纸发展趋势 797

- 一、当代西方报纸媒介的发展趋势 797
- 二、中国报纸发展的“四化”趋势 801
- 三、报纸零售发行自办化将成主流趋势 805
- 四、报网互动成报纸发展的必然趋势 810

第二节 “十三五”期间期刊发展趋势 814

- 一、中国期刊业五大发展趋势 814
- 二、期刊渠道的发展趋势 818

第十四章 “十三五”期间报刊行业投资策略探讨 820

第一节 “十三五”期间报刊投资机会分析 820

- 一、中文报刊市场步入全球化时代 820
- 二、中文报刊服务业商机无限 823
- 三、国内第一份网络报纸《网络导报》创刊发行 823
- 四、《国际旅游岛商报》将首发 成海南第一财经都市报 823
- 五、新版《中国日报》将打造世界一流英文媒体 824

第二节 “十三五”期间报业投资策略探讨 825

- 一、中国报业成为投资热点 825
- 二、浅谈报业投资的运作程序 825
- 第三节 “十三五”期间期刊投资策略探讨 832
 - 一、中国期刊产业蕴藏着巨大的商机 833
 - 二、中国期刊投融资现状与特征分析 835
 - 三、投资中国期刊产业的可行性分析 837
 - 四、中国期刊产业重点投资机会分析 838

附录 841

- 附录一：全国报纸出版业“十三五”发展纲要 841
- 附录二：《报纸出版管理规定》 852
- 附录三：《期刊出版管理规定》 865

图表目录

- 图表：日本报纸的发行状况与普及率 24
- 图表：专卖店从业人员与专卖店数量的推移 25
- 图表：读者购报方式比较 25
- 图表：日本报业各项收入比率（%） 28
- 图表：2019年北京都市报市场份额对比图 64
- 图表：2019年广州综合类报纸市场份额对比图 65
- 图表：2019年南京都市报平均销量与有售点销量对比 65
- 图表：2007—2019年南京都市报零售发行走势 67
- 图表：2007-2019年北京都市报零售总量走势 67
- 图表：2005-2019年三大报纸在珠三角5城市的竞争态势 68
- 图表：沈阳各报零售及订阅市场份额对比 70
- 图表：2019成都各报市场份额对比图 71
- 图表：2007-2019年瑞丽三刊全国12主要城市平均销量走势图 73
- 图表：2006-2019年《昕薇》全国主要12城市平均销量走势图 73
- 图表：2019九份女性综合类期刊市场份额对比图 74
- 图表：2019时尚主妇类期刊媒体总量对比 75
- 图表：2019男性期刊6城市市场份额对比 76
- 图表：2019体育类期刊市场份额对比 76

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/202005/07-346073.html>