

2017-2022年中国报纸出版 与发行市场深度分析与投资发展战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国报纸出版与发行市场深度分析与投资发展战略研究报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/1143822LLM.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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：

- 第一章 2013-2016年中国报纸出版业运行环境解析 7
 - 第一节 2013-2016年中国报纸出版行业政策环境分析 7
 - 一、完善报纸出版的管理、创新机制，促进其行业健康发展 7
 - 二、深化文化体制改革，规划报纸出版的发展方向 8
 - 三、深化出版发行体制改革，促进报纸出版的产业化发展 8
 - 四、进一步规范报业发行市场 9
 - 五、进一步加大法治工作力度 9
 - 第二节 2013-2016年中国宏观经济环境分析 10
 - 一、2015年中国GDP增长情况分析 10
 - 二、2015年工业经济发展形势分析 11
 - 三、2015年全社会固定资产投资分析 12
 - 四、2015年社会消费品零售总额分析 13
 - 五、2015年城乡居民收入分析 14
 - 六、2015年对外贸易的发展形势分析 15
 - 第三节 2013-2016年中国报纸出版行业发展社会环境分析 16
 - 一、人口环境分析 16
 - 二、教育环境分析 19
 - 三、文化环境分析 20
 - 四、科技环境分析 20
 - 五、生态环境分析 21
 - 六、中国城镇化率 22
- 第二章 2013-2016年中国报纸出版行业发展概况分析 23
 - 第一节 2013-2016年中国报纸出版业新形势分析 23
 - 一、报纸种类保持稳定，分众化趋势明显 23
 - 二、知名报纸拥有较高的市场占有率 23
 - 三、数字化报纸成为新的增长点 23
 - 第二节 2013-2016年中国报纸出版行业市场规模分析 24
 - 一、全国报纸主要出版指标普遍增长 24

二、日报出版能力大幅增强	25
三、报纸普及率稳步提高	26
四、报纸定价总金额同步增长	26
第三节 2013-2016年中国报纸出版行业产品结构分析	26
一、按报纸级别分类	26
二、按报纸内容分类	27
三、按报纸出版周期分类	28
四、按报纸的文字载体分类	28
第四节 2013-2016年中国报纸出版行业市场结构分析	28
一、从报纸发行主体的市场结构	28
二、从地域市场结构来分析	29
第五节 2013-2016年中国报纸出版行业品牌市场结构分析	31
一、以报纸发行量衡量	31
二、从报纸广告收入衡量	32
第三章 2013-2016年中国报纸发行与市场营销解析	37
第一节 2013-2016年中国报纸发行市场研究	37
一、报纸发行的三个阶段	37
二、中国报纸发行的六大模式	37
三、影响报纸选择发行渠道的因素	42
四、外资发行公司进入对中国发行市场的影响	43
五、中国报纸发行经营的创新分析	44
六、“新政”下报纸发行市场整合分析	47
第二节 2013-2016年中国报纸营销模式与策略解析	51
一、从发行实践看报刊发行的营销管理	51
二、透视中国报刊的机场零售渠道	53
三、从4Cs理论解析报刊营销误区	55
四、中国报纸发行渠道的三种整合模式	58
五、报刊读者的特点及开发读者资源的营销策略	60
六、报纸整合营销传播分析	63
七、开展报纸整合营销的策略分析	63

第四章 2013-2016年中国报纸细分市场运行分析 65

第一节 都市类报纸 65

- 一、都市报市场现状分析 65
- 二、中国都市类报纸的发展特点 72
- 三、中国都市报面临的形势及战术选择 75
- 四、国内都市报价格战的成因分析和规避策略 77
- 五、都市报纸的转型分析 80

第二节 IT类报纸 81

- 一、IT类报纸凸显“马太效应” 81
- 二、IT类报纸全国零售市场 82
- 三、IT报纸发行走势分析 82

第三节 财经类报纸 83

- 一、中国财经类报纸的种类划分 83
- 二、中国财经类报纸零售市场分析 83
- 三、专业经济类报纸的发展趋势 84

第四节 教辅类报纸 86

- 一、中国教辅类报纸竞争态势 86
- 二、中国教辅类报纸办报新思路 86
- 三、现代教辅报业赢利模式的转变 87
- 四、教辅类报纸发展壮大的建议 89

第五节 文摘类报纸 90

- 一、中国文摘类报纸特征 90
- 二、文摘类报纸的市场竞争力分析 91
- 三、文摘类报纸发展趋势 92

第五章 2013-2016年中国报纸出版业竞争新格局透析 94

第一节 2013-2016年中国报纸出版业价值链分析 94

- 一、印刷业 94
- 二、造纸业 96
- 三、发行业 97
- 四、广告代理业 97

第二节 2013-2016年中国各类报纸竞争分析 98

- 一、中国经济类报纸竞争力分析 98
- 二、综合类报纸发行市场竞争分析 101
- 三、时政类报纸发行市场竞争现状 102
- 四、生活类报纸提升竞争力对策 103
- 五、科技类报纸转变竞争落脚点 105
- 第三节 2013-2016年中国报纸出版业集中度分析 106
 - 一、报纸出版业市场集中度分析 106
 - 二、报纸出版业区域集中度分析 107
- 第四节 2013-2016年提升报业集团竞争力的主要策略 107
 - 一、整合集团新闻资源 107
 - 二、打造品牌竞争力 109
 - 三、提升经营聚合力 110
 - 四、统一理念创新机制 111

- 第六章 2013-2016年中国主要报业集团运行分析 113
 - 第一节 北京日报报业集团 113
 - 一、集团简介 113
 - 二、北京日报报业集团探索新兴媒体接轨 113
 - 三、北京日报与广州日报结成战略联盟 114
 - 四、北京日报报业《北京社区报》亮相 114
 - 第二节 上海文汇新民联合报业集团 115
 - 一、集团简介 115
 - 二、文新集团与汉王联手引领报刊数字化浪潮 115
 - 三、瑞士荣格集团与上海文新合作推出女性周刊 116
 - 四、文汇新民联合报业集团从磨合期进入融合期 116
 - 第三节 南方报业传媒集团 117
 - 一、集团简介 117
 - 二、南方报业传媒集团的品牌拓展战略 118
 - 三、南方报业传媒实现向全媒体转型 120
 - 四、2015年南方报业传媒集团与梅州日报社的战略合作 123
 - 五、2015年南方报业联手腾讯大粤网上线 124
 - 第四节 《时尚》杂志社 124

- 一、公司介绍 124
- 二、《时尚》杂志的市场定位 124
- 三、《时尚》“出版人制”的优势 125
- 四、《时尚》国际化和本土化分析 125
- 五、《时尚》谋篇布局与品牌延伸 126
- 六、《时尚》立体化发行模式 127
- 第五节 北京瑞丽杂志社 128
 - 一、公司介绍 128
 - 二、《瑞丽》营销秘籍延伸同心圆 128
 - 三、《瑞丽》媒体整合之路 130
 - 四、《瑞丽》进军男刊 131
 - 五、《瑞丽》系引领风骚 133
- 第六节 深圳报业集团 135
 - 一、公司简介 135
 - 二、推进“一报一网”战略 136
 - 三、与腾讯公司达成战略合作协议 136
- 第七节 今晚传媒集团 137
 - 一、公司简介 137
 - 二、建立“两分开”管理体制 137
 - 三、今晚传媒集团千人计划项目开工 138
 - 四、与天津二商集团签署战略合作协议 139
- 第八节 宁波日报报业集团 139
 - 一、公司简介 139
 - 二、“十三五”期间发展分析 140
 - 三、集团建数字媒体产业园 140
- 第七章 2017-2022年中国报刊投资潜力与风险预警 142
 - 第一节 2013-2016年中国报业投资概况 142
 - 一、中国报业成为投资特点 142
 - 二、浅谈报业投资的运作程序 142
 - 第二节 2017-2022年中国报刊投资机会分析 146
 - 一、中文报刊市场步入全球化时代 146

- 二、中文报刊服务业商机无限 147
- 三、报刊发行市场将成未来投资热点 147
- 四、中国期刊业投资潜力分析 147
- 第三节 2017-2022年中国报刊投资风险预警 148
 - 一、宏观调控政策风险 148
 - 二、市场竞争风险 148
 - 三、市场运营机制风险 148
- 第四节 2017-2022年中国报刊投资建议 150

- 第八章 2017-2022年中国报刊前景预测与趋势探析 152
 - 第一节 2017-2022年中国报纸业发展趋势分析 152
 - 一、中国报纸经营发展趋势 152
 - 二、报网融合成报纸发展的必然趋势 152
 - 三、以媒介使用者为中心的时代到来 154
 - 第二节 2017-2022年中国报纸出版业前景预测分析 155
 - 一、报纸出版业市场供需分析 155
 - 二、报纸业盈利预测分析 156

- 第九章 2017-2022年中国报纸出版业发展策略与建议 157
 - 第一节 2017-2022年中国报纸出版中的主要问题 157
 - 一、报纸编排思想编辑观念陈旧 157
 - 二、报纸新闻质量受到公众质疑 157
 - 三、报纸部分消费群正在流失 158
 - 四、报纸同质化现象日趋明显 158
 - 第二节 2017-2022年中国报纸出版业产品策略 159
 - 一、树立报纸公信意识 159
 - 二、促进报纸网络化 159
 - 第三节 2017-2022年中国报纸出版业渠道策略 161
 - 一、拓展多元化的发行渠道 161
 - 二、向集团化和跨地域化发展 163
 - 第四节 2017-2022年中国报纸出版业品牌策略 163
 - 一、品牌意识与报纸市场竞争 163

- 二、报纸品牌的建立 164
- 三、品牌战略的实施 165
- 第五节 汇总分析 167
 - 一、对行业发展形势的总体判断 167
 - 二、发展战略及市场策略分析 168

图表目录：

- 图表 1 2007-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 10
- 图表 2 2006-2016年中国人均国内生产总值变化趋势图 11
- 图表 3 2015年规模以上工业增加值月度同比增长速度 12
- 图表 4 2007-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 13
- 图表 5 2007-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 14
- 图表 6 2007-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 15
- 图表 7 2007-2016年农村居民纯收入及增长趋势图 15
- 图表 8 2007-2016年中国进出口总额增长趋势图 16
- 图表 9 2015年中国人口数量及其构成情况 17
- 图表 10 2004-2016年中国人口数量变化趋势图 17
- 图表 11 2015年末中国各年龄段人口比重 18
- 图表 12 2006-2016年中国各年龄段人口比重变化情况 18
- 图表 13 2006-2016年中国各级各类学校招生人数统计 20
- 图表 14 2005-2015年中国城镇化率变化趋势图 22
- 图表 15 2005-2016年中国报纸出版印刷总数变化趋势图 24
- 图表 16 2005-2016年中国报纸平均期印数变化趋势图 25
- 图表 17 2006-2016年中国报纸总印张数变化趋势图 25
- 图表 18 2015年中国各级报纸出版规模统计 27
- 图表 19 2010-2016年中国报纸出版种类示意图 29
- 图表 20 2015年中国报纸发行市场结构图 29
- 图表 21 2015年中国分地区报纸发行种类统计 30
- 图表 22 2015年中国报纸发行种数分地区结构图 31
- 图表 23 1978-2016年中国报纸出版情况 31
- 图表 24 2015年报纸进出口情况 32
- 图表 25 2009-2016年中国报纸广告规模增长趋势图 32

图表 26 2015年全国报纸广告投放排行榜 34

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/1143822LLM.html>