

2017-2022年中国报纸出版 市场全景调查与投资风险分析报告

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年中国报纸出版市场全景调查与投资风险报告》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/4410439YH5.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 中国报纸出版业运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2017-2022年中国宏观经济发展预测分析

第二节 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

第二章 中国报纸出版行业发展概况分析

第一节 中国报纸出版业新形势分析

- 一、报纸种类不断增长，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 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
- 五、报纸广告收入持续增长

第三节 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 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 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

第六节 中国报纸出版行业发展市场特征分析

一、报纸种类不断增长，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

第三章 中国报纸发行与市场营销解析

第一节 中国报纸发行市场评估

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 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 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10城市零售市场

三、IT报纸发行类别与走势分析

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17城市零售市场调研

三、专业经济类报纸的发展现状与趋势

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、竞合成现代教辅报业发展的必由之路

四、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、文摘类报纸突围关键在于提升核心竞争力

第五章 中国报纸出版业竞争新格局透析

第一节 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 中国各类报纸竞争分析

一、中国经济类报纸竞争力分析

二、都市类报纸的竞争演变

三、生活类报纸强化竞争力的路径分析

四、免费报纸的竞争优势分析

第三节 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 中国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、北京日报阅报栏开始逐步更新

三、北京日报报业集团探索与新兴媒体接轨

第二节 上海文汇新民联合报业集团

一、集团简介

二、文新集团与上海移动联合推出“手机报”

三、瑞士荣格集团与上海文新合作出女性周刊

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、南方报业传媒实现战略转型

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》的国际化和本土化

五、《时尚》的谋篇布局与品牌延伸

六、《时尚》立体化发行模式

第五节 北京瑞丽杂志社

一、公司介绍

- 二、瑞丽近年发展大事
- 三、《瑞丽》杂志社推出新刊物
- 四、《瑞丽》投资策略分析

第七章 2017-2022年中国报刊投资潜力与风险预警

第一节 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 2017-2022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 2017-2022年中国报刊投资前景预警

- 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

第八章 2017-2022年中国报刊趋势分析与趋势探析

第一节 2017-2022年中国报纸业发展趋势分析

- 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 2017-2022年中国报纸出版业趋势分析

- 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 2017-2022年中国报纸出版业投资策略与建议(ZY WZY)

第一节 2016年中国报纸出版中的主要问题

- 一、报纸发行的恶性竞争愈演愈烈
- 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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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

图表目录：

图表：2006-2016年国内生产总值

图表：2006-2016年居民消费价格涨跌幅度

图表：2016年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2016年国家外汇储备

图表：2006-2016年财政收入

图表：2006-2016年全社会固定资产投资

图表：2016年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2016年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2016年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：中国人口规模

图表：中国年龄结构

图表：日本报纸的发行状况与普及率

图表：日本报纸从业人员状况

图表：日本报纸的读者购报方式比较

图表：日本报业各项收入比率

图表：三种营销类报刊在十城市的期刊零售指数

图表：全国八个城市市场份额前两名的都市报

图表：全国部分城市市场份额较大的早报晚报

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/4410439YH5.html>