

2017-2022年中国期刊出版 市场运营态势与投资策略分析报告

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年中国期刊出版市场运营态势与投资策略分析报告》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/5591657V2W.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

相对于传统图书出版市场的平稳增长，我国期刊出版市场形势却不容乐观，数据显示，我国期刊出版市场自2007年以来就持续下滑，2014年、2015年两年甚至增速为负值，2015年我国期刊出版市场规模为243亿元，行业增速为-2.57%。未来随着移动端阅读的普及，纸质期刊、报刊的出版市场预计会进一步缩水。

2005-2015年我国期刊出版定价总金额及增速

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国期刊出版市场运营态势与投资策略分析报告》共十二章。首先介绍了期刊出版相关概念及发展环境，接着分析了中国期刊出版规模及消费需求，然后对中国期刊出版市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国期刊出版面临的机遇及发展前景。您若想对中国期刊出版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1章 期刊出版业概述

1.1期刊定义与分类

1.2期刊出版业定义

1.3期刊出版业发展历程

第2章 期刊传统出版业运营情况

2.1期刊传统出版现状分析

2.1.1期刊传统出版规模分析

2.1.2期刊传统出版语种分布

2.1.3期刊传统出版学科分布

2.1.4期刊传统出版地区分布

2.2期刊传统出版业经营情况

2.2.1期刊传统出版营业收入

- 2.2.2 期刊传统出版业增加值
- 2.2.3 期刊传统出版利润总额
- 2.3 期刊传统出版业运营模式
 - 2.3.1 传统期刊盈利模式分析
 - 2.3.2 传统期刊经营模式分析
 - 2.3.3 传统期刊营销模式分析
- 2.4 期刊传统出版业竞争态势
 - 2.4.1 现有企业间的竞争
 - 2.4.2 行业潜在进入者威胁
 - 2.4.3 行业替代竞争压力
 - 2.4.4 供应方价格谈判能力
 - 2.4.5 需求方价格谈判能力
 - 2.4.6 期刊产业竞争强度评述

第3章 期刊出版业外部环境分析

- 3.1 期刊出版业政策环境
 - 3.1.1 期刊出版业管理体制
 - 3.1.2 期刊出版业相关政策
 - 3.1.3 期刊出版业发展规划
- 3.2 期刊出版业经济环境
 - 3.2.1 国内宏观经济走势分析
 - 3.2.2 行业与经济环境关联性
- 3.3 期刊出版业社会环境
 - 3.3.1 居民收入增长情况分析
 - 3.3.2 居民文化消费情况分析
 - 3.3.3 居民阅读情况调查分析
 - 3.3.4 对期刊产业的影响分析
- 3.4 期刊出版业技术环境
 - 3.4.1 新型媒体对行业影响
 - 3.4.2 网融合对行业影响
 - 3.4.3 数字出版技术的发展

第4章 中国文摘类期刊市场分析

4.1 文摘类期刊的界定

4.2 文摘类期刊发展历程

4.3 文摘类期刊销量统计

4.4 文摘类期刊市场格局

4.5 文摘类期刊发展空间

4.6 文摘类期刊发展趋势

4.7 文摘类期刊经营策略

第5章 中国时尚类期刊市场分析

5.1 时尚类期刊发展概况

5.2 时尚类期刊读者特征

5.2.1 女性高码洋时尚类期刊市场

(1) 期刊市场发展概况

(2) 期刊总体销量统计

(3) 期刊平均销量分析

(4) 期刊区域市场分析

(5) 期刊市场竞争格局

5.2.2 时尚女性综合类期刊市场

(1) 期刊市场发展概况

(2) 期刊总体销量统计

(3) 期刊市场竞争格局

(4) 期刊区域市场分析

(5) 期刊市场发展趋势

5.2.3 男性时尚类期刊市场分析

(1) 期刊总体销量统计

(2) 期刊市场竞争格局

(3) 期刊的实销率分析

(4) 期刊的覆盖率分析

(5) 期刊区域市场分析

5.3 时尚类期刊发展策略

5.3.1 时尚类期刊经营策略

5.3.2时尚类期刊内容策略

5.3.3时尚类期刊定位策略

5.3.4时尚类期刊推广策略

第6章 中国科技期刊市场分析

6.1科技期刊的特征

6.2科技期刊出版规模

6.3科技期刊运营效益

6.4科技期刊市场格局

6.5科技期刊发展模式

第7章 中国学术期刊市场分析

7.1学术期刊的界定

7.2学术期刊发展历程

7.3学术期刊发行状况

7.4学术期刊读者特征

7.5学术期刊经营模式

第8章 中国财经期刊市场分析

8.1财经期刊的界定

8.2财经期刊发展历程

8.3财经期刊发行状况

8.4财经期刊读者特征

8.5财经期刊市场格局

第9章 中国汽车类期刊市场分析

9.1汽车类期刊发展概况

9.2汽车类期刊读者特征

9.3汽车类期刊销量统计

9.4汽车类期刊的实销率

9.5汽车类期刊的覆盖率

第10章 体育类期刊市场分析

10.1 体育类期刊发展概况

10.2 体育类期刊销量统计

10.3 体育类期刊市场格局

10.4 体育类期刊城市分布

10.5 体育类期刊发展趋势

第11章 中国少儿期刊市场分析

11.1 少儿期刊的特征

11.2 少儿期刊发展历程

11.3 少儿期刊出版规模

11.4 少儿期刊销量统计

11.5 少儿期刊运营效益

第12章 IT综合类期刊市场分析

12.1 IT综合类期刊发展概况

12.2 IT综合类期刊销量统计

12.3 IT综合类期刊的实销率

12.4 IT综合类期刊的覆盖率

12.5 IT综合类期刊市场格局

第13章 家居类期刊市场分析

13.1 家居类期刊发展概况

13.2 家居类期刊销量统计

13.3 家居类期刊市场格局

13.4 家居类期刊的覆盖率

13.5 家居类期刊的实销率

第14章 时政类期刊市场分析

14.1 时政类期刊发展历程

14.2 时政类期刊总体特点

14.3 时政类期刊销量统计

14.4时政类期刊市场格局

14.5时政类期刊经营策略

第15章 育儿类期刊市场分析

15.1育儿类期刊市场概况

15.2育儿类期刊销量统计

15.3育儿类期刊市场格局

15.4育儿类期刊主要问题

15.5育儿类期刊发展趋势

第16章 中国其它类型期刊市场分析

16.1旅游类期刊市场分析

16.2主妇类期刊市场分析

16.3健康类期刊市场分析

16.4军事类期刊市场分析

16.5数码类期刊市场分析

第17章 世界期刊出版业发展综述

17.1世界期刊出版业发展现状

17.1.1世界期刊产业发展概况

17.1.2世界期刊产业经营情况

17.1.3世界期刊产业最新特点

17.1.4世界期刊产业发展趋势

17.2主要国家期刊产业发展分析

17.2.1美国期刊产业发展分析

17.2.2英国期刊产业发展分析

17.2.3法国期刊产业发展分析

17.2.4瑞典期刊产业发展分析

17.2.5德国期刊产业发展分析

第18章 世界期刊业创新发展模式分析

18.1平板杂志发展模式分析

- 18.2手机杂志发展模式分析
- 18.3社交杂志发展模式分析
- 18.4按需杂志发展模式分析
- 18.5触感杂志发展模式分析
- 18.6网上书报亭发展模式分析
- 18.7“付费墙”运作模式分析
- 18.8杂志向电子商务领域延伸
- 18.9杂志与LBS结合应用分析
- 18.10杂志与3D技术结合应用
- 18.11杂志二维码技术应用分析
- 18.12杂志与游戏、视频的融合

第19章 世界著名期刊成功运营经验借鉴

- 19.1 《福布斯》（Forbes）
 - 19.1.1期刊发展历程简介
 - 19.1.2期刊运营情况分析
 - 19.1.3期刊读者定位分析
 - 19.1.4期刊内容风格分析
 - 19.1.5期刊品牌战略分析
- 19.2 《时代》（Time）
 - 19.2.1期刊发展历程简介
 - 19.2.2期刊运营情况分析
 - 19.2.3期刊读者定位分析
 - 19.2.4期刊内容风格定位
 - 19.2.5期刊品牌战略分析
- 19.3 《商业周刊》（BusinessWeek）
 - 19.3.1期刊发展历程简介
 - 19.3.2期刊运营情况分析
 - 19.3.3期刊读者定位分析
 - 19.3.4期刊内容风格特色
 - 19.3.5期刊品牌战略分析
- 19.4 《心理月刊》（Psychologies）

19.4.1 期刊发展历程简介

19.4.2 期刊运营情况分析

19.4.3 期刊读者定位分析

19.4.4 期刊内容风格定位

19.4.5 期刊品牌战略分析

19.5 美国《国家地理》(National Geographic)

19.5.1 期刊发展历程简介

19.5.2 期刊运营情况分析

19.5.3 期刊读者定位分析

19.5.4 期刊内容风格定位

19.5.5 期刊品牌战略分析

19.6 《美好家园》(Better Homes and Gardens)

19.6.1 期刊发展历程简介

19.6.2 期刊运营情况分析

19.6.3 期刊读者定位分析

19.6.4 期刊内容风格定位

19.6.5 期刊品牌战略分析

19.7 《十七岁》(Seventeen)

19.7.1 期刊发展历程简介

19.7.2 期刊运营情况分析

19.7.3 期刊读者定位分析

19.7.4 期刊内容风格定位

19.7.5 期刊品牌战略分析

19.8 《她》(ELLE)

19.8.1 期刊发展历程简介

19.8.2 期刊运营情况分析

19.8.3 期刊读者定位分析

19.8.4 期刊内容风格定位

19.8.5 期刊品牌战略分析

19.9 《嘉人》(Marie Claire)

19.9.1 期刊发展历程简介

19.9.2 期刊运营情况分析

19.9.3期刊读者定位分析

19.9.4期刊内容风格定位

19.9.5期刊品牌战略分析

19.10 《VOGUE》

19.10.1期刊发展历程简介

19.10.2期刊运营情况分析

19.10.3期刊读者定位分析

19.10.4期刊内容风格定位

19.10.5期刊品牌战略分析

第20章 期刊数字出版现状与前景分析

20.1期刊数字出版的背景

20.1.1互联网普及情况

20.1.2阅读终端使用情况

20.2期刊数字出版产业链分析

20.2.1数字期刊产业链构成

20.2.2数字期刊产业链特征

20.2.3数字期刊产业链整合

20.2.4产业链建设中的瓶颈

20.3期刊数字出版现状分析

20.3.1期刊数字出版进程分析

20.3.2期刊数字出版收入规模

20.3.3期刊数字出版细分市场

20.4期刊数字出版盈利模式分析

20.4.1数字期刊当前盈利模式

20.4.2数字期刊盈利模式拓展思路

20.4.3数字期刊盈利分成模式

20.4.4数字期刊利润分成中的问题

20.5期刊数字出版发展模式分析

20.5.1期刊数字出版运作模式

20.5.2数字期刊经营主体分析

20.5.3传统出版数字化转型模式分析

20.6 期刊数字出版发展前景预测

20.6.1 期刊数字出版规模预测

20.6.2 期刊数字出版发展趋势

第21章 期刊全媒体出版优秀案例与运作策略

21.1 全媒体出版的解读

21.1.1 全媒体出版的含义

21.1.2 传统出版与全媒体出版比较

21.2 期刊业全媒体出版背景与必要性

21.2.1 全媒体出版必要性

21.2.2 全媒体出版的机遇

21.2.3 全媒体出版经济效益

21.2.4 全媒体出版社会效益

21.3 国外期刊全媒体出版优秀案例与经验借鉴

21.3.1 《National Geographic》

21.3.2 《Nature》

21.3.3 《British Medical Journal》

21.3.4 《Time》

21.3.5 《Business Week》

21.4 中国期刊全媒体出版优秀案例与经验借鉴

21.4.1 《家庭医生》

21.4.2 《好孕妈妈》

21.4.3 《青年文摘》

21.4.4 《中国国家地理》

21.4.5 《知音》

21.5 期刊企业全媒体运作策略建议

21.5.1 全媒体时代期刊经营根本问题

21.5.2 题构建全媒体形式的条件与准备

21.5.3 全媒体时代期刊核心能力培育

21.5.4 全媒体时代期刊产业整合策略

21.5.5 期刊业全媒体运作的误区防范

第22章 国内外期刊企业合作情况分析

22.1 国外期刊进入中国市场概况

22.2 国内外期刊版权合作主要方式

22.2.1 国内期刊主动方式

22.2.2 国外期刊主要方式

22.3 国内外期刊版权合作模式的延伸

22.3.1 业务合作模式

22.3.2 合作出版模式

22.3.3 合资经营模式

第23章 世界期刊业领先企业发展战略研究

23.1 美国康泰纳仕集团（CondeNast）

23.1.1 公司发展简介

23.1.2 公司业务范围分析

23.1.3 公司经营情况分析

23.1.4 公司代表期刊产品

23.1.5 公司品牌战略分析

23.2 瑞典邦尼尔集团（Bonnier）

23.2.1 公司发展简介

23.2.2 公司业务范围分析

23.2.3 公司经营情况分析

23.2.4 公司代表期刊产品

23.2.5 公司多媒体战略分析

23.2.8 公司在华竞争策略

23.3 美国赫斯特集团（Hearst）

23.3.1 公司发展简介

23.3.2 公司业务范围分析

23.3.3 公司经营情况分析

23.3.4 公司代表期刊产品

23.3.5 公司品牌战略分析

23.4 美国时代公司（Time）

23.4.1 公司发展简介

23.4.2公司业务范围分析

23.4.3公司经营情况分析

23.4.4公司代表期刊产品

23.4.5公司品牌战略分析

23.5梅里迪斯集团（Meredith）

23.5.1公司发展简介

23.5.2公司业务范围分析

23.5.3公司经营情况分析

23.5.4公司代表期刊产品

23.5.5公司品牌战略分析

23.6法国桦谢集团（Hachette）

23.6.1公司发展简介

23.6.2公司业务范围分析

23.6.3公司经营情况分析

23.6.4公司代表期刊产品

23.6.5公司多媒体战略分析

23.7英国BBC杂志公司

23.7.1公司发展简介

23.7.2公司业务范围分析

23.7.3公司经营情况分析

23.7.4公司代表期刊产品

23.7.5公司品牌战略分析

23.8德国施普林格出版集团（Springer）

23.8.1公司发展简介

23.8.2公司业务范围分析

23.8.3公司经营情况分析

23.8.4公司代表期刊产品

23.8.5公司国际化拓展分析

23.9.1公司发展简介

23.9.2公司业务范围分析

23.9.3公司经营情况分析

23.9.4公司代表期刊产品

23.9.5公司品牌战略分析

23.10荷兰埃尔塞维尔出版社（Elsevier）

23.10.1公司发展简介

23.10.2公司业务范围分析

23.10.3公司经营情况分析

23.10.4公司代表期刊产品

23.10.5公司品牌战略分析

第24章 中国期刊业领先企业经营情况分析

24.1湖北知音传媒集团有限公司

24.1.1公司发展简介

24.1.2公司业务范围分析

24.1.3公司期刊产品分析

24.1.4公司经营情况分析

24.1.5公司全媒体出版策略

24.2读者出版传媒股份有限公司

24.2.1公司发展简介

24.2.2公司组织架构分析

24.2.3公司业务范围分析

24.2.4公司期刊产品分析

24.2.5公司经营情况分析

24.3家庭期刊集团有限公司

24.3.1公司发展简介

24.3.2公司业务范围分析

24.3.3公司期刊产品分析

24.3.4公司经营情况分析

24.3.5公司经营优劣势分析

24.4四川期刊传媒（集团）股份有限公司

24.4.1公司发展简介

24.4.2公司组织架构分析

24.4.3公司业务范围分析

24.4.4公司期刊产品分析

- 24.4.5公司经营情况分析
- 24.5时尚传媒集团有限公司
 - 24.5.1公司发展简介
 - 24.5.2公司业务范围分析
 - 24.5.3公司期刊产品分析
 - 24.5.4公司经营情况分析
 - 24.5.5公司全媒体出版策略
- 24.6瑞丽传媒集团有限公司
 - 24.6.1公司发展简介
 - 24.6.2公司业务范围分析
 - 24.6.3公司期刊产品分析
 - 24.6.4公司经营情况分析
 - 24.6.5公司全媒体出版策略
- 24.7意林传媒集团有限公司
 - 24.7.1公司发展简介
 - 24.7.2公司业务范围分析
 - 24.7.3公司期刊产品分析
 - 24.7.4公司经营情况分析
 - 24.7.5公司全媒体出版策略
- 24.8中国出版集团公司
 - 24.8.1公司发展简介
 - 24.8.2公司业务范围分析
 - 24.8.3公司期刊产品分析
 - 24.8.4公司经营情况分析
 - 24.8.5公司全媒体出版策略

第25章 中国数字期刊发行服务平台运营情况分析

- 25.1同方知网
 - 25.1.1平台发展简介
 - 25.1.2平台服务内容分析
 - 25.1.3平台运营模式分析
 - 25.1.4平台盈利模式分析

25.1.5平台运营情况分析

25.2维普资讯

25.2.1平台发展简介

25.2.2平台服务内容分析

25.2.3平台运营模式分析

25.2.4平台盈利模式分析

25.2.5平台运营情况分析

25.3万方期刊数据库

25.3.1平台发展简介

25.3.2平台服务内容分析

25.3.3平台运营模式分析

25.3.4平台盈利模式分析

25.3.5平台运营情况分析

25.4龙源期刊网

25.4.1平台发展简介

25.4.2平台服务内容分析

25.4.3平台运营模式分析

25.4.4平台盈利模式分析

25.4.5平台运营情况分析

25.5读览天下

25.5.1平台发展简介

25.5.2平台服务内容与模式

25.5.3平台期刊收录情况

25.5.4平台业务合作情况

25.5.5平台盈利模式分析

25.6悦读网（zubunet）

25.6.1平台发展简介

25.6.2平台服务内容与模式

25.6.3平台期刊收录情况

25.6.4平台业务合作情况

25.6.5平台盈利模式分析

25.7ZCOM

- 25.7.1平台发展简介
- 25.7.2平台服务内容与模式
- 25.7.3平台期刊收录情况
- 25.7.4平台业务合作情况
- 25.7.5平台盈利模式分析
- 25.8Xplus
- 25.8.1平台发展简介
- 25.8.2平台服务内容与模式
- 25.8.3平台期刊收录情况
- 25.8.4平台业务合作情况
- 25.8.5平台盈利模式分析

第26章 期刊出版业投资机会与建议

- 26.1期刊出版业投资特性
 - 26.1.1行业进入壁垒分析
 - 26.1.2行业退出机制分析
 - 26.1.3行业投资风险预警
- 26.2期刊出版业投资建议
 - 26.2.1期刊出版业投资动向
 - 26.2.2期刊出版业投资机会
 - 26.2.3期刊出版业投资建议

第27章 期刊出版业资本运营分析

- 27.1资本运营的定义与内涵
- 27.2期刊出版业资本运营必要性
- 27.3期刊出版业资本运营模式
 - 27.3.1资产重组
 - 27.3.2兼并与收购
 - 27.3.3股份化
 - 27.3.4吸纳境外资本合作
 - 27.3.5上市
 - 27.3.6无形资本运营

27.3.7其它运营方式

27.4期刊出版业资本运营阻碍因素

27.5期刊出版业资本运营建议

第28章 期刊出版业融资前景分析（ZY ZM）

28.1期刊企业融资的必要性

28.2期刊企业主要融资方式

28.2.1银行信贷

28.2.2融资租赁

28.2.3民间资本

28.2.4证券融资

28.2.5国际融资

28.2.6文化产业投资基金

28.3期刊出版业融资前景分析

28.3.1期刊出版业融资环境分析

28.3.2期刊出版业银行授信机会

图表目录：

图表1：期刊产业相关定义

图表2：期刊主要分类方法

图表3：期刊的种类

图表4：我国期刊种数（单位：种）

图表5：我国期刊均期印数（单位：万册）

图表6：我国期刊总印数（单位：亿册）

图表7：我国期刊总印张数（单位：亿印张）

图表8：我国期刊传统出版语种分布（单位：%）

图表9：我国期刊传统出版学科分布（单位：%）

图表10：我国出版外文期刊学科分布（单位：%）

图表11：我国出版少数民族文期刊学科分布（单位：%）

图表12：中国期刊出版地区分布（单位：种，%）

图表13：我国期刊出版业营业收入增长情况（单位：亿元，%）

图表14：我国期刊出版业增加值变化趋势（单位：亿元）

图表15：我国期刊出版业利润总额增长情况（单位：亿元，%）

图表16：中国期刊业发行收入及增长率（单位：亿元，%）

图表17：中国期刊广告经营额及增长率（单位：亿元，%）

图表18：S1++S2+盈利模式组合图

图表19：S1-+S2+盈利模式组合图

图表20：S1++S3+盈利模式组合图

图表21：S1++S3-盈利模式组合图

图表22：S1-+S2++S3+-盈利模式组合图

图表23：S1++S2++S3+盈利模式组合图

图表24：S1-+S2++S3-盈利模式组合图

图表25：S1++S2++S3-盈利模式组合图

图表26：分散经营的弊端

图表27：集约化经营优势分析

图表28：四川党建期刊集团集约化经营分析

图表29：四川党建期刊集团集约化经营的经验与策略

图表30：我国期刊产业竞争分析结论

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/5591657V2W.html>