

2018-2024年中国期刊出版 业行业深度研究与发展趋势研究报告

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

《2018-2024年中国期刊出版业行业深度研究与发展趋势研究报告》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/7741286RPP.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

(1) 盈利模式

(2) 盈利模式组合

2.3.2传统期刊经营模式分析

(1) 分散经营模式及弊端

(2) 集约化经营模式优势

2.3.3传统期刊营销模式分析

(1) 中国传统期刊订阅渠道

(2) 中国传统期刊零售渠道

(3) 不同生命周期营销策略

(4) 传统期刊营销方式分析

2.4期刊传统出版业竞争态势

2.4.1现有企业间的竞争

(1) 期刊产业市场结构

(2) 期刊产业市场集中度

2.4.2 行业潜在进入者

(1) 期刊产业吸引力评价

(2) 期刊新品种的推出

(3) 业外资本的进入

(4) 国外期刊集团的进入

(5) 期刊进口带来的

2.4.3 行业替代竞争压力

(1) 替代竞争压力来源

(2) 替代竞争压力大小

2.4.4 供应方价格谈判能力

2.4.5 需求方价格谈判能力

(1) 读者议价能力分析

(2) 广告客户议价能力分析

2.4.6 期刊产业竞争强度评述

第3章：期刊出版业外部分析

3.1 期刊出版业政策

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

(1) 发展目标

(2) 重点任务

(3) 重点工程

3.2 期刊出版业经济

3.2.1 国内宏观经济走势分析

3.2.2 行业与经济关联性

3.3 期刊出版业社会

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

3.4.1新型对行业影响

3.4.2网融合对行业影响

3.4.3数字出版技术的发展

(1) 细分市场篇

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) 期刊发展销售预测

(6) 期刊的实销率分析

(7) 期刊的覆盖率分析

(8) 主要城市期刊销量

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) 期刊发展销售预测

(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) 期刊发展销售预测

(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

(6) 期刊市场发展空间

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

6.6 科技期刊数字化运营

6.7 科技期刊发展趋势

6.8 科技期刊经营策略

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

7.6 学术期刊面临的挑战

7.7学术期刊发展趋势

7.8学术期刊经营策略

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

8.6财经期刊经营模式

8.7财经期刊发展趋势

8.8财经期刊经营策略

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

9.6汽车类期刊市场格局

9.7汽车类期刊区域分析

9.8汽车类期刊城市分析

9.9汽车类期刊发展空间

9.10汽车类期刊经营策略

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

10.6体育类期刊经营策略

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

11.6少儿期刊市场格局

11.7少儿期刊存在的问题

11.8少儿期刊发展趋势

11.9少儿期刊经营策略

第12章：IT综合类期刊市场分析

12.1IT综合类期刊发展概况

12.2IT综合类期刊销量统计

12.3IT综合类期刊的实销率

12.4IT综合类期刊的覆盖率

12.5IT综合类期刊市场格局

12.6IT综合类期刊发展特点

12.7IT综合类期刊发展趋势

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

13.6家居类期刊主要问题

13.7家居类期刊发展趋势

13.8家居类期刊经营策略

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
- 15.6 育儿类期刊经营策略

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
- 16.6 科普类期刊市场分析
- 16.7 电影类期刊市场分析
- 16.8 摄影类期刊市场分析
- 16.8.1 国际经验篇

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
- (1) 市场细分且定位趋高端

(2) 集团化趋势加速

(3) 国际合作加强

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 期刊产业发展分析

17.2.5 期刊产业发展分析

17.2.6 荷兰期刊产业发展分析

17.2.7 期刊产业分析

第18章：世界期刊业创新发展模式分析

18.1 平板发展模式分析

18.2 手机发展模式分析

18.3 社交发展模式分析

18.4 按需发展模式分析

18.5 触感发展模式分析

18.6 网报亭发展模式分析

18.7 “付费墙”运作模式分析

18.8 向电子商务领域延伸

18.9 与LBS结合应用分析

18.10 与3D技术结合应用

18.11 二维码技术应用分析

18.12 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

- 19.1.6 期刊发行与经营模式
- 19.1.7 期刊盈利模式分析
- 19.1.8 期刊新开发分析
- 19.1.9 期刊在华竞争策略
- 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
- 19.2.6 期刊发行与经营模式
- 19.2.7 期刊盈利模式分析
- 19.2.8 期刊新开发分析
- 19.2.9 期刊在华竞争策略
- 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
- 19.3.6 期刊发行与运营模式
- 19.3.7 期刊盈利模式分析
- 19.3.8 期刊新开发分析
- 19.3.9 期刊在华竞争策略
- 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
- 19.4.6 期刊发行与经营模式
- 19.4.7 期刊新开发分析

19.4.8期刊在华竞争策略

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

19.5.6期刊发行与经营模式

19.5.7期刊盈利模式分析

19.5.8期刊在华竞争策略

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

19.6.6期刊发行与经营模式

19.6.7期刊盈利模式分析

19.6.8期刊新开发分析

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

19.7.6期刊发行与经营模式

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

19.8.6 期刊发行与经营模式
19.8.7 期刊盈利模式分析
19.8.8 期刊在华竞争策略
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
19.9.6 期刊发行与经营模式
19.9.7 期刊盈利模式分析
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
19.10.6 期刊发行与经营模式
(1) 期刊在华竞争策略
19.11 《》(Playboy)
19.11.1 期刊发展历程简介
19.11.2 期刊运营情况分析
19.11.3 期刊读者定位分析
19.11.4 期刊内容风格定位
19.11.5 期刊品牌战略分析
19.11.6 期刊发行与经营模式
19.11.7 期刊新开发分析
19.12 《GQ》
19.12.1 期刊发展历程简介
19.12.2 期刊运营情况分析
19.12.3 期刊读者定位分析
19.12.4 期刊内容风格定位

- 19.12.5 期刊品牌战略分析
- 19.12.6 期刊发行与经营模式
- 19.12.7 期刊在华竞争策略
- 19.13 国外期刊成功经验总结
- 19.14 《读者文摘》破产对我国的
 - 19.14.1 《读者文摘》简介
 - 19.14.2 《读者文摘》破产分析
 - 19.14.3 《读者文摘》破产的
 - (1) 全转型篇

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
 - (1) 技术设备提供商
 - (2) 数字内容提供商
 - (3) 渠道运营商
 - (4) 终端商
 - 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
 - (1) 互联网期刊出版情况
 - (2) 平板电脑期刊出版情况
 - (3) 手机期刊出版情况
 - (4) 电子阅读器期刊出版情况
 - (5) MP3/MP4期刊出版情况

(6) IPTV期刊出版情况

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

- (1) 付费阅读模式
- (2) 广告盈利模式
- (3) 服务盈利模式

20.4.2数字期刊盈利模式拓展思

- (1) 拓展个性化服务模式
- (2) 利用交叉补贴模式
- (3) 完善产业链延伸模式

20.4.3数字期刊盈利分成模式

- (1) 期刊集团与编辑社合作分成
- (2) 独家承揽版权盈利
- (3) 期刊电子订阅盈利分成
- (4) 期刊手机阅读版润分配

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

- (1) 建网站
- (2) 采用在线编辑审稿系统
- (3) 专业领域内形成的期刊网站
- (4) 加入某个数据库的网站
- (5) 与国际著名出版集团合作

20.5.2数字期刊经营主体分析

- (1) 数据库技术提供商和运营商
- (2) 传统报刊出版单位
- (3) 网络期刊平台运营商
- (4) IT类企业单位
- (5) 名人或明星

20.5.3传统出版数字化转型模式分析

- (1) 转型为电纸书产品提供商
- (2) 转型为专业数据库提供商

(3) 转型为社交网站

(4) 拓展为平台提供商

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：期刊全出版优秀案例与运作策略

21.1 全出版的解读

21.1.1 全出版的含义

21.1.2 传统出版与全出版比较

21.2 期刊业全出版背景与必要性

21.2.1 全出版必要性

21.2.2 全出版的机遇

21.2.3 全出版经济效益

21.2.4 全出版社会效益

21.3 国外期刊全出版优秀案例与经验借鉴

21.3.1 《National Geographic》

(1) 《National Geographic》简介

(2) 《National Geographic》全发展策略

(3) 《National Geographic》全经营实践

1) 向海外输出版权

2) 创办子刊

3) 经营模式因地制宜

(4) 《National Geographic》全经验借鉴

21.3.2 《Nature》

(1) 《Nature》简介

(2) 《Nature》全转型径

(3) 《Nature》全经营实践

1) 借助扩大影响

2) 科学新闻网站及运营

21.3.3 《British Medical Journal》

(1) 《British Medical Journal》简介

(2) 《BritishMedicalJournal》全经营实践

1) 即时发表

2) 通过网站活动吸引读者

3) 存取(OA)政策

21.3.4 《Time》

(1) 《Time》简介

(2) 《Time》运营情况分析

(3) 《Time》全经营实践

21.3.5 《BusinessWeek》

(1) 《BusinessWeek》简介

(2) 《BusinessWeek》运营情况分析

(3) 《BusinessWeek》全经营实践

21.4 中国期刊全出版优秀案例与经验借鉴

21.4.1 《家庭医生》

(1) 《家庭医生》简介

(2) 《家庭医生》的全转型径

(3) 《家庭医生》全经营实践

1) 网站——“家庭医生在线”

2) 电子期刊——《家庭医生E刊》

(4) 《家庭医生》全经验借鉴

21.4.2 《好孕妈妈》

(1) 《好孕妈妈》简介

(2) 《好孕妈妈》全转型径

(3) 《好孕妈妈》全经营实践

1) 网站——好孕妈妈照护网

2) 手机期刊——《孕生活》

3) 电子期刊——《好孕妈妈》

21.4.3 《青年文摘》

(1) 《青年文摘》简介

(2) 《青年文摘》全转型径

(3) 《青年文摘》全经营实践

1) 网站——青年文摘网站

- 2) 手机期刊——《青年文摘手机报》
- 3) 电子期刊——《青年文摘快点》
- 4) 有声期刊——《青年文摘播》
- 5) 微博——《青年文摘微博》

(4) 《青年文摘》全经验借鉴

21.4.4 《中国国家地理》

(1) 《中国国家地理》简介

(2) 《中国国家地理》全经营实践

1) 电脑屏

2) 手机屏

3) 手持客户端

4) 电视屏

(3) 《中国国家地理》全经验借鉴

21.4.5 《知音》

(1) 《知音》简介

(2) 《知音》全经营实践

21.4.6 《读者》

(1) 《读者》简介

(2) 《读者》全经营实践

1) 推出读者电纸书

2) 成立门户网站

3) 进军影视动漫界

4) 涉足电子商务领域

5) 推出读者智能手机

(3) 《读者》全经验借鉴

21.4.7 《瑞丽》

(1) 《瑞丽》简介

(2) 《瑞丽》的全经营实践

1) 资源与品牌价值最大化

2) 进行新团队融合

3) 实行盈利模式双轨制

4) 注重实现内容创新

(3) 《瑞丽》全经验借鉴

21.4.8 《时尚》

(1) 《时尚》简介

(2) 《时尚》全经营实践

1) 电视领域

2) 电影领域

3) 延伸服务

4) 创新举措

5) 联合产品

(3) 《时尚》全经验借鉴

21.4.9 《财经》

(1) 《财经》简介

(2) 《财经》全经营实践

1) 推出“财经网”

2) 手机报面世

3) 推出移动新

(3) 《财经》全经验借鉴

21.4.10 《金属加工》

(1) 《金属加工》简介

(2) 《金属加工》全转型径

(3) 《金属加工》全经营实践

21.5 期刊企业全运作策略

21.5.1 全时代期刊经营根本问题

(1) 用户粘性

(2) 发展策略

(3) 盈利模式

21.5.2 题构建全形式的条件与准备

21.5.3 全时代期刊核心能力培育

21.5.4 全时代期刊产业整合策略

(1) 整合渠道，提升力

(2) 整合内容生产，提升产品功能

(3) 整合经营模式，提升盈利能力

21.5.5 期刊业全运作的误区防范

(1) 避免全形式的单一

(2) 避免忽视期刊内容的作用

1) 企业策略篇

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

23.1.6 公司多战略分析

23.1.7 公司国际化拓展分析

23.1.8 公司并购重组分析

23.1.9 公司经营管理模式

23.1.10 公司在华竞争策略

23.1.11 公司最新发展动向

23.2 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公司多战略分析
- 23.2.6公司国际化拓展分析
- 23.2.7公司并购重组分析
- 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
 - 23.3.6公司多战略分析
 - 23.3.7公司并购重组分析
 - 23.3.8公司在华竞争策略
- 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
 - 23.4.6公司多战略分析
 - 23.4.7公司国际化拓展分析
 - 23.4.8公司并购重组分析
 - 23.4.9公司在华竞争策略
- 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
 - 23.5.6公司多战略分析
 - 23.5.7公司国际化拓展分析

- 23.5.8公司并购重组分析
- 23.5.9公司经营管理模式
- 23.5.10公司在华竞争策略
- 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公司多战略分析
 - 23.6.6公司国际化拓展分析
 - 23.6.7公司并购重组分析
 - 23.6.8公司在华竞争策略
- 23.7英国BBC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
 - 23.7.6公司多战略分析
 - 23.7.7公司国际化拓展分析
 - 23.7.8公司并购重组分析
 - 23.7.9公司在华竞争策略
- 23.8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
 - 23.8.6公司在华竞争策略
 - 23.8.7公司最新发展动向
- 23.9巴西Abril集团
 - 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
- 23.9.6 公司并购重组分析
- 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
- 23.10.6 公司多战略分析
- 23.10.7 公司国际化拓展分析
- 23.10.8 公司并购重组分析
- 23.10.9 公司经营管理模式
- 23.10.10 公司在华竞争策略

第24章：中国期刊业领先企业经营情况分析 (ZY ZF)

- 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 公司全出版策略
- 24.1.6 公司经营优劣势分析
- 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
- 24.2.6 公司全出版策略

24.2.7公司经营优劣势分析

24.2.8公司最新发展动向

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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/7741286RPP.html>