

中国电子杂志产业发展与投资研究报告 (2006)

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

《中国电子杂志产业发展与投资研究报告（2006）》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/G35327R005.html>

报告价格：电子版：12000元

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

[b]中国电子杂志产业发展与投资研究报告（2006）内容介绍：[/b]

作为2006年最火热的一个关键词的电子杂志频频出现在人们的眼前，和博客相比，人们对电子杂志似乎并不陌生。早在1994年，就出现了世界上第一份电子杂志，这是第一代电子杂志；1997年，电子杂志行业的先驱索易公司开始发行电子杂志，这是第二代电子杂志。然而，前两代电子杂志自开创以来，就在艰难的经营着，始终没有在互联网行业里掀起什么波澜，也没有获得网民们的认可，先驱索易更是付出了倒闭的惨痛代价。

2005年，在汲取了前辈们的经验和教训之后，以P2P技术、互动技术和多媒体技术重新打造的第三代电子杂志卷土重来。从2005年开始，第三代电子杂志进入高速发展时期。短短两年时间，电子杂志平台商已经发展到三十家左右，大大小小的内容提供商有两千家左右。四大运营商POCO、Xplus、ZCOM和阳光导航赢得了投资者的青睐，各自获得大额的风险资金，奠定了行业领先的地位。高速度的增长，数千万的用户群体，巨额的风险资金投入和媒体的赞誉之词，标志着电子杂志产业真正迎来了发展的春天。

然而，在这片希望的蓝海里，风险和机遇齐飞。产业角色的混乱、收费之路的艰难和商业模式的不清晰，注定是电子杂志产业从混沌之中走向光明大道要扫除的拦路虎；庞大的用户群体、执著的产业参与者和多种IT技术的应用带来的增值服务，更是使人们对电子杂志产业的美好前景产生无穷的想象。

电子杂志产业的现状如何？究竟要向何处发展？它将会重蹈前两代电子杂志的覆辙，还是会创造互联网行业里的另一个奇迹？

经过对国内外电子杂志产业的跟踪和研究，基于目前业内所能够获取和筛选的数据和事实，为关注电子杂志行业的人们提供了可以借鉴的参考依据。

从电子杂志产业和市场现状、用户群体、实现技术、产业链构成和商业模式等方面一一着手，分别解析，去伪存真，为读者展现一个清晰的产业画面；指出了电子杂志产业发展的有利因素和不利因素，预测了未来具有发展潜力的商业模式，分析了产业参与者的竞合关系，同时也为投资者提出了具体的投资建议，最后，探讨了2007年的产业发展趋势。

本报告主要服务于中国的电子杂志产业参与者和希望进入中国电子杂志产业发展现状

3.2.1 新媒体势力的崛起

3.2.2 风险资金热捧电子杂志

3.2.3 政策的缺位

3.3 中国电子杂志进入高速增长时期

3.3.1 电子杂志订阅用户规模持续高增长

- 3.3.2 电子杂志服务商数量不断攀升
- 3.3.3 电子杂志网民关注度不断升高
- 3.3.4 电子杂志种类不断推陈出新
- 3.3.6 电子杂志内容呈丰富化趋势
- 3.3.7 电子杂志用户群体蕴涵巨大的消费能力

[b]第四章 中国电子杂志产业链构成分析[/b]

4.1 产业链构成分析

4.2 电子杂志平台发行商

4.2.1 POCO

4.2.2 ZCOM

4.2.3 Xplus

发行规模：

4.2.4 万众

4.3 电子杂志内容出版商

4.3.1 企业电子杂志的开拓者---阳光导航

4.3.2 多重身份的参与者---POCO

4.3.3 传统媒体

4.4 电子杂志广告商

4.5 专业多媒体技术服务商

[b]第五章 中国电子杂志商业模式发展状况和趋势分析[/b]

5.1 电子杂志商业模式发展现状

5.1.1 赢利模式还不成熟

5.1.2 内容和平台，推动商业模式发展

5.1.3 技术的升级推动商业模式的创新

5.2 主要企业商业模式分析

5.2.1 POCO商业模式分析

5.2.2 阳光导航（时代导航）商业模式分析

5.3 未来具有潜力的电子杂志创新商业模式

5.3.1 互动电子杂志---广告的深度体验

5.3.2 插上无线的翅膀---电子杂志与移动终端的结合

5.3.3 展现企业风采的新窗口---企业电子杂志

5.3.4 电子杂志用户行为分析系统---开启精准营销大门的金钥匙

5.3.5 挖掘沉淀的电子杂志信息---和搜索引擎的结合

[b]第六章 中国电子杂志发展的有利因素和不利因素[/b]

7.1 有利因素

7.1.1 增长迅速的用户群体

7.1.2 风险资本的推波助澜

7.1.3 新旧媒体的加速融合

7.2 不利因素

7.2.1 鱼龙混杂---技术门槛低、内容同质化

7.2.2 免费的危机

7.2.3 未来竞争的白炽化趋势

7.2.4 潜在的门槛---法规不完备

[b]第八章 中国电子杂志产业投资机会分析[/b]

8.1 产业投资现状

8.1.1 投资者主体类型分析

8.1.2 投资者对电子杂志产业的认可度分析

8.1.3 投资者对电子杂志产业关注点分析

8.2 电子杂志平台发行商的投资机会分析

8.2.1 产业进入时机分析

8.2.2 产业进入规避措施

8.2.3 潜在商业价值分析

8.3 电子杂志内容制作商的投资机会分析

8.3.1 产业进入时机分析

8.3.2 产业进入规避措施

8.3.3 潜在商业价值分析

8.4 电子杂志广告商的投资机会分析

8.4.1 产业进入时机分析

8.4.2 产业进入规避措施

8.4.3 潜在商业价值分析

[b]第九章 2007年中国电子杂志产业发展展望[/b]

9.1 电子杂志将呈现品牌化发展趋势

9.2 电子杂志订阅用户规模有望突破5000万

9.3 新技术推动增值服务的多元化，赢利模式出现创新

9.4 电子杂志将继续获得风险资金的青睐

9.5 磨刀霍霍，只为IPO，电子杂志发行商将奔赴纳市

9.6 以发行平台为核心的电子杂志产业链逐渐形成

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/G35327R005.html>