

# 中国期刊行业现状调研及未来五年运行态势预测报告

## 报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国期刊行业现状调研及未来五年运行态势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/213892213892.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 第一章：中国期刊产业概述

#### 1.1 期刊产业定义

#### 1.2 期刊产业分类

#### 1.3 期刊产业地位

### 第二章：世界期刊产业发展现状分析

#### 2.1 世界期刊产业发展综述

##### 2.1.1 世界期刊产业发展概况

##### 2.1.2 世界期刊产业经营情况

##### 2.1.3 世界期刊产业最新特点

##### 2.1.4 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

#### 2.2 主要国家期刊产业发展分析

##### 2.2.1 美国期刊产业发展分析

##### 2.2.2 英国期刊产业发展分析

##### 2.2.3 法国期刊产业发展分析

##### 2.2.4 瑞典期刊产业发展分析

##### 2.2.5 德国期刊产业发展分析

##### 2.2.6 荷兰期刊产业发展分析

##### 2.2.7 澳大利亚期刊产业分析

### 第三章：中国期刊产业发展现状分析

#### 3.1 中国期刊出版情况分析

##### 3.1.1 期刊种数

##### 3.1.2 期刊平均期印数

##### 3.1.3 期刊总印数

##### 3.1.4 期刊总印张数

#### 3.2 中国期刊产业经营情况

##### 3.2.1 定价总金额

##### 3.2.2 期刊发行收入

##### 3.2.3 期刊广告收入

##### 3.2.4 期刊业总产值

##### 3.2.5 期刊业利润总额

### 3.3 中国期刊进出口情况分析

#### 3.3.1 期刊出口情况分析

- (1) 期刊出口种数
- (2) 期刊出口数量
- (3) 期刊出口金额

#### 3.3.2 期刊进口情况分析

- (1) 期刊进口种数
- (2) 期刊进口数量
- (3) 期刊进口金额

#### 3.3.3 期刊进出口对比分析

- (1) 期刊进出口种数对比
- (2) 期刊进出口数量对比
- (3) 期刊进出口金额对比

#### 3.3.4 期刊进出口情况总结

## 第四章：中国传统期刊产业商业模式分析

### 4.1 中国传统期刊业市场定位分析

#### 4.1.1 期刊市场定位的含义

#### 4.1.2 期刊市场定位主要途径

- (1) 通过调查确定市场定位
- (2) 通过试刊校正市场定位
- (3) 通过改刊调整市场定位

### 4.2 中国传统期刊业盈利模式分析

#### 4.2.1 期刊产业盈利模式分析

- (1) 发行盈利模式
- (2) 广告盈利模式
- (3) 版面费盈利模式
- (4) 增值服务盈利模式

#### 4.2.2 期刊产业盈利模式组合

- (1) “三次售卖”理论
- (2) 盈利模式组合分析

### 4.3 中国传统期刊业经营模式分析

#### 4.3.1 分散经营模式及弊端

- (1) 分散经营现状
- (2) 分散经营的弊端

#### 4.3.2 集约化经营模式优势

- (1) 集约化经营优势
- (2) 集约化经营必要性
- (3) 集约化经营方式
- (4) 集约化经营案例分析
- (5) 集约化经营经验与策略

#### 4.4 中国传统期刊业营销模式分析

##### 4.4.1 中国传统期刊订阅渠道

- (1) 邮局
- (2) 活动策划
- (3) 网络征订
- (4) 传统媒体效果
- (5) 渠道商与发行公司
- (6) 集团征订
- (7) Email行销征订
- (8) 直邮信函订阅

##### 4.4.2 中国传统期刊零售渠道

- (1) 超市、便利店
- (2) 交通站点
- (3) 书店
- (4) 报刊亭
- (5) 其它渠道

##### 4.4.3 不同生命周期营销策略

- (1) 创刊期营销策略
- (2) 发展期营销策略
- (3) 成熟期营销策略
- (4) 衰退期营销策略

##### 4.4.4 传统期刊营销方式分析

- (1) 网络营销分析
- (2) 活动营销分析
- (3) 品牌营销分析
- (4) 服务营销分析

### 第五章：中国期刊产业全媒体出版转型策略

#### 5.1 全媒体时代的特征

##### 5.1.1 媒介之间的融合与互补

##### 5.1.2 媒介之间的全面竞争

### 5.1.3 媒介报道方式发生了变化

### 5.1.4 媒介的营销方式转型

## 5.2 期刊业全媒体出版可行性分析

### 5.2.1 全媒体出版必要性

### 5.2.2 全媒体出版的机遇

### 5.2.3 全媒体出版经济效益

### 5.2.4 全媒体出版社会效益

## 5.3 期刊全媒体运作案例分析与借鉴

### 5.3.1 《中国国家地理》

#### (1) 《中国国家地理》简介

#### (2) 《中国国家地理》的全媒体经营实践

#### (3) 《中国国家地理》的全媒体经验借鉴

### 5.3.2 《读者》

#### (1) 《读者》简介

#### (2) 《读者》的全媒体经营实践

#### (3) 《读者》的全媒体经验借鉴

### 5.3.3 《瑞丽》

#### (1) 《瑞丽》简介

#### (2) 《瑞丽》的全媒体经营策略

#### (3) 《瑞丽》的全媒体经验借鉴

### 5.3.4 《时尚》

#### (1) 《时尚》简介

#### (2) 《时尚》的全媒体经营实践

#### (3) 《时尚》的全媒体经验借鉴

### 5.3.5 《财经》

#### (1) 《财经》简介

#### (2) 《财经》的全媒体经营实践

#### (3) 《财经》的全媒体经验借鉴

### 5.3.6 《家庭医生》

#### (1) 《家庭医生》简介

#### (2) 《家庭医生》的全媒体经营实践

#### (3) 《家庭医生》的全媒体经验借鉴

## 5.4 某期刊集团的媒介融合实践分析

### 5.4.1 媒介融合实践的顶层设计

### 5.4.2 媒介融合渠道平台的搭建

- (1) 交叉多元化平台
- (2) 整合互动化平台
- (3) 移动体验化平台
- 5.4.3 引进、整合旗下各种资源
  - (1) 版权合作
  - (2) 刊网互动
- 5.4.4 构建融合型的组织架构
  - (1) 建立融合组织结构
  - (2) 增设全媒体事业部
- 5.4.5 逐步向多元化方向转型
  - (1) 战术性合作
  - (2) 产权性联合
  - (3) 跨界化合作
- 5.5 期刊企业全媒体运作策略建议
  - 5.5.1 全媒体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
  - 5.5.2 构建全媒体形式的条件与准备
    - (1) 准确的定位
    - (2) 必要的投入
    - (3) 各媒介的融合
    - (4) 必要的人才储备
  - 5.5.3 全媒体时代期刊核心能力培育
    - (1) 办刊宗旨要坚持特色化
    - (2) 期刊框架应以“内容为王”
    - (3) 保持期刊内容的创新
    - (4) 注重期刊的技术创新
    - (5) 打造期刊的核心品牌
    - (6) 实行跨媒体经营
  - 5.5.4 全媒体时代期刊产业整合策略
    - (1) 整合传播渠道，提升传播力
    - (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
  - 5.5.5 期刊业全媒体运作的误区防范

(1) 避免全媒体形式的单一

(2) 避免忽视期刊内容的作用

图表详见正文 • • • • •

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/213892213892.html>