

# 中国报纸出版行业市场供需预测及投资价值评估 报告（2012-2016）

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《中国报纸出版行业市场供需预测及投资价值评估报告（2012-2016）》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/baozhi/134709134709.html>

报告价格：电子版: 7000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

我国现有报纸的总量、结构和布局，反映着我国报纸出版业发展的基本格局。国家按照控制总量、优化结构、合理布局的原则对报纸出版业进行宏观调控，逐步形成了报纸总量适度增长、结构不断优化、布局日趋合理的基本格局，为我国报业的持续、稳定、健康发展奠定了基础。

中国报告网发布的《中国报纸出版行业市场供需预测及投资价值评估报告（2012-2016）》共九章。首先介绍了中国报纸出版行业的概念，接着分析了中国报纸出版行业发展环境，然后对中国报纸出版行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国报纸出版行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国报纸出版行业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。

### 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、2011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 中国报纸发行市场研究

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城市零售市场分析
  - 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》发展策略分析

## 第七章 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国报刊投资风险预警

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 2012-2016年中国报刊前景预测与趋势探析

第一节 2012-2016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 2012-2016年中国报纸出版业前景预测分析

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 2012-2016年中国报纸出版业发展策略与建议

第一节 2010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 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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：（部分）

图表：2006-2010年国内生产总值

图表：2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2010年年末国家外汇储备

图表：2006-2010年财政收入

图表：2006-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010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

图表：全国部分城市市场份额较大的都市报

图表：中国媒介的使用分配情况

图表：2015年中国媒介的使用分配情况

图表：中国最具竞争力的行业报

图表：美国杂志在各个场所的销售比例

图表：南京都市报销量情况

图表：天津都市报销量情况

图表：上海都市报销量情况

图表：北京都市报销量情况

图表：广州都市报销量情况

图表：IT类报纸10城市零售市场份额对比

图表：IT类报纸十城市零售市场份额走势

图表：IT类报纸的零售摊点覆盖率

图表：十城市零售总量变化情况

图表：财经类报纸市场份额

- 图表：全国性财经类报纸17城市平均覆盖率
- 图表：全国性财经类报纸17城市覆盖率及销量
- 图表：全国晚报都市类报纸竞争力前20位
- 图表：时尚类高码洋杂志销售指数排名
- 图表：男女时尚类刊物销售的对比表
- 图表：男女时尚类刊物销售的对比图
- 图表：三大城市高码洋时尚期刊零售市场份额变化
- 图表：十城市高码洋时尚期刊零售份额对比图
- 图表：中国内地科普期刊的出版发行状况
- 图表：新闻期刊栏目设置情况表
- 图表：报纸的盈利过程
- 图表：报纸竞争力的4个因子和度量因素
- 图表：报纸营销过程与竞争力
- 图表：主要经济类报纸的品牌指标相关分析图
- 图表：主要经济类报纸的读者定位相关分析图
- 图表：报纸营销力的构成示意图
- 图表：三份综合财经周报广告收入前10位行业
- 图表：不同年龄读者的版面阅读对应分析图
- 图表：三报纸品牌拟人化测试
- 图表：主要经济报纸广告营业额对比
- 图表：略

《中国报纸出版行业市场供需预测及投资价值评估报告（2012-2016）》系统全面的调研了报纸出版行业的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baozhi/134709134709.html>