

# 2015-2020年中国期刊全媒体市场供需预测及市场趋势分析报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2015-2020年中国期刊全媒体市场供需预测及市场趋势分析报告》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.bosidata.com/chuanmei1502/O628534X0J.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

报告目录：

## 第1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2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3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4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 中国传统期业刊盈利模式分析

#### 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) e-mail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5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) ---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) 投资策略

(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

图表目录：

图表1：期刊主要分类方法

图表2：主要国家期刊数量统计（单位：种）

图表3：2014年美国期刊业收入情况（单位：亿美元）

图表4：英国期刊业收入构成情况（单位：%）

图表5：1978-2014年我国期刊种数（单位：种，%）

图表6：1978-2014年我国期刊均期印数（单位：万册）

图表7：1978-2014年我国期刊总印数（单位：亿册，%）

图表8：1978-2014年我国期刊总印张数（单位：亿印张，%）

图表9：2012-2014年我国期刊定价总金额（单位：亿元，%）

图表10：2012-2014年我国期刊业发行收入（单位：亿元，%）

图表11：2012-2014年我国期刊业广告收入（单位：亿元，%）

图表12：2012-2014年我国期刊业总产值（单位：亿元，%）



图表13：2012-2014年我国期刊业利润总额（单位：亿元，%）

图表14：2009-2014年我国期刊出口种数（单位：种，%）

图表15：2009-2014年我国期刊出口数量（单位：万册、份，%）

图表16：2009-2014年我国期刊出口金额（单位：万美元，%）

图表17：2009-2014年我国期刊进口种数（单位：种，%）

图表18：2009-2014年我国期刊进口数量（单位：万册、份，%）

图表19：2009-2014年我国期刊进口金额（单位：万美元，%）

图表20：2009-2014年我国期刊进出口种类（单位：种）

图表21：2009-2014年我国期刊进出口数量对比（单位：万册、份）

图表22：2009-2014年我国期刊进出口金额对比（单位：万美元）

图表23：2012-2014年中国期刊业发行收入及增长率（单位：亿元，%）

图表24：2012-2014年中国期刊广告经营额及增长率（单位：亿元，%）

图表25：s1++s2+盈利模式组合图

图表26：s1-+s2+盈利模式组合图

图表27：s1++s3+盈利模式组合图

图表28：s1++s3-盈利模式组合图

图表29：s1-+s2++s3+-盈利模式组合图

图表30：s1++s2++s3+盈利模式组合图

图表31：s1-+s2++s3-盈利模式组合图

图表32：s1++s2++s3-盈利模式组合图

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/O628534X0J.html>