

2023-2029年期刊行业发展调研与市场 前景预测报告

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2023-2029年期刊行业发展调研与市场前景预测报告

报告编号： 1A5AA59 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：9800 元 纸质+电子版：10000 元

优惠价格： 电子版：8820 元 纸质+电子版：9120 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/9/A5/QiKanShiChangDiaoYanYuYuCe.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

期刊由依法设立的期刊出版单位出版。期刊出版单位出版期刊，必须经新闻出版总署批准，持有国内统一连续出版物号，领取《期刊出版许可证》。

中国期刊市场发育虽晚，但最近**年的发展速度超常。中国期刊的许多发展趋势是与西方期刊的发展趋势暗合的。当然，由于中国期刊市场的独特性，也孕育出不少中国期刊独特的发展趋势。中国期刊集团的数量很少，不过几***个。中国最大的期刊集团拥有12种刊物，年营业收入只有***亿多人民币；而西方大期刊集团拥有60—80种刊物，德国贝塔司曼集团的年营业收入是***亿欧元；美国出版三本以上杂志的期刊集团有***个。中国9000本期刊分散在***多家杂志社中，平均每家杂志社运作1.6种杂志，由此可见，中国期刊集团化的程度很低。中国截至**还没有真正的跨媒体的传媒集团。但中国期刊集团化的趋势不可阻挡。在下一轮市场竞争中，有望涌现出几个拥有几十种期刊，同时拥有数个大品牌的年营业额超过***亿元的期刊集团。这样的大期刊集团中的多数又将是同时拥有报纸、期刊、电视台、网络、出版社的传媒集团。

近几年我国期刊、报纸行业发展速度较快，受益于期刊、报纸行业生产技术不断提高以及下游需求市场不断扩大，期刊、报纸行业在国内和国际市场上发展形势都十分看好。虽然受金融危机影响使得期刊、报纸行业近两年发展速度略有减缓，但随着我国国民经济的快速发展以及国际金融危机的逐渐消退，我国期刊、报纸行业重新迎来良好的发展机遇。进入**年我国期刊、报纸行业面临新的发展形势，由于新进入企业不断增多，上游原材料价格持续上涨，导致行业利润降低，因此我国期刊、报纸行业市场竞争也日趋激烈。面对这一现状，期刊、报纸行业业内企业要积极应对，注重培养创新能力，不断提高自身生产技术，加强企业竞争优势，于此同时期刊、报纸行业业内企业还应全面把握该行业的市场运行态势，不断学习该行业最新生产技术，了解该行业国家政策法规走向，掌握同行业竞争对手的发展动态，只有如此才能使企业充分了解该行业的发展动态及自身在行业中所处地位，并制定正确的发展策略以使企业在残酷的市场竞争中取得领先优势。

第1章 中国期刊产业发展环境分析

第一节 期刊产业概述

- 一、期刊产业定义
- 二、期刊产业分类
- 三、期刊产业地位

第二节 中国期刊产业政策环境

- 一、期刊产业管理体制
- 二、期刊产业相关政策
 - 1、《期刊出版管理规定》
 - 2、《期刊出版形式规范》
 - 3、《关于规范新闻出版业融资活动的实施意见》
 - 4、《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》
 - 5、2017-2022年期刊业的十大法规
 - 6、期刊出版单位体制改革“路线图”
 - 7、期刊产业相关政策总结
- 三、期刊产业发展规划
 - 1、新闻出版业发展目标新内涵
 - 2、构筑期刊业发展新体系新格局
 - 3、综合施策推进期刊业加快发展

第三节 中国期刊产业经济环境

- 一、行业与经济环境关联性
- 二、新冠疫情对行业的影响
- 三、国际宏观经济走势预测
 - 1、国际经济现状
 - 2、国际经济展望
- 四、国内宏观经济走势预测
 - 1、国内经济现状
 - 2、国内经济展望

第四节 中国期刊产业社会环境

- 一、居民收入增长情况分析
- 二、居民文化素质情况分析
- 三、居民文化消费情况分析
- 四、居民阅读情况调查分析
- 五、对期刊产业的影响分析

第五节 中国期刊产业技术环境

- 一、传统出版技术的发展

二、新型媒体对行业影响

三、三网融合对行业影响

四、数字出版技术的发展

第2章 世界期刊产业创新经验借鉴

第一节 世界期刊产业发展综述

一、世界期刊产业发展概况

二、世界期刊产业经营情况

三、世界期刊产业最新特点

四、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

第二节 主要国家期刊产业发展分析

一、美国期刊产业发展分析

二、英国期刊产业发展分析

三、法国期刊产业发展分析

四、瑞典期刊产业发展分析

五、德国期刊产业发展分析

六、荷兰期刊产业发展分析

七、澳大利亚期刊产业分析

第三节 世界期刊业创新发展模式分析

一、平板杂志发展模式分析

二、手机杂志发展模式分析

三、社交杂志发展模式分析

四、按需杂志发展模式分析

五、触感杂志发展模式分析

六、网上书报亭发展模式分析

七、“付费墙”运作模式分析

八、杂志向电子商务领域延伸

九、杂志与LBS结合应用分析

十、杂志与3D技术结合应用

第四节 世界著名期刊成功经验借鉴

一、《福布斯》（Forbes）

1、期刊发展历程简介

2、期刊运营情况分析

3、期刊读者定位分析

- 4、期刊内容风格分析
- 5、期刊品牌战略分析
- 6、期刊发行与经营模式
- 7、期刊盈利模式分析
- 8、期刊新媒体开发分析
- 9、期刊在华竞争策略

二、《时代》（Time）

- 1、期刊发展历程简介
- 2、期刊运营情况分析
- 3、期刊读者定位分析
- 4、期刊内容风格定位
- 5、期刊品牌战略分析
- 6、期刊发行与经营模式
- 7、期刊盈利模式分析
- 8、期刊新媒体开发分析
- 9、期刊在华竞争策略

三、《商业周刊》（Business Week）

- 1、期刊发展历程简介
- 2、期刊运营情况分析
- 3、期刊读者定位分析
- 4、期刊内容风格特色
- 5、期刊品牌战略分析
- 6、期刊发行与运营模式
- 7、期刊盈利模式分析
- 8、期刊新媒体开发分析
- 9、期刊在华竞争策略

四、《心理月刊》（Psychologies）

- 1、期刊发展历程简介
- 2、期刊运营情况分析
- 3、期刊读者定位分析
- 4、期刊内容风格定位
- 5、期刊品牌战略分析
- 6、期刊发行与经营模式
- 7、期刊新媒体开发分析
- 8、期刊在华竞争策略

五、美国《国家地理》（National Geographic）

- 1、期刊发展历程简介
- 2、期刊运营情况分析
- 3、期刊读者定位分析
- 4、期刊内容风格定位
- 5、期刊品牌战略分析
- 6、期刊发行与经营模式
- 7、期刊盈利模式分析
- 8、期刊在华竞争策略

六、《美好家园》（Better Homes and Gardens）

- 1、期刊发展历程简介
- 2、期刊运营情况分析
- 3、期刊读者定位分析
- 4、期刊内容风格定位
- 5、期刊品牌战略分析
- 6、期刊发行与经营模式
- 7、期刊盈利模式分析
- 8、期刊新媒体开发分析

七、《十七岁》（Seventeen）

- 1、期刊发展历程简介
- 2、期刊运营情况分析
- 3、期刊读者定位分析
- 4、期刊内容风格定位
- 5、期刊品牌战略分析
- 6、期刊发行与经营模式

八、《她》（ELLE）

- 1、期刊发展历程简介
- 2、期刊运营情况分析
- 3、期刊读者定位分析
- 4、期刊内容风格定位
- 5、期刊品牌战略分析
- 6、期刊发行与经营模式
- 7、期刊盈利模式分析
- 8、期刊在华竞争策略

九、《嘉人》（Marie Claire）

- 1、期刊发展历程简介
- 2、期刊运营情况分析

- 3、期刊读者定位分析
 - 4、期刊内容风格定位
 - 5、期刊品牌战略分析
 - 6、期刊发行与经营模式
 - 7、期刊盈利模式分析
- 十、《VOGUE》
- 1、期刊发展历程简介
 - 2、期刊运营情况分析
 - 3、期刊读者定位分析
 - 4、期刊内容风格定位
 - 5、期刊品牌战略分析
 - 6、期刊发行与经营模式
 - 7、期刊在华竞争策略

第4章 中国传统期刊产业商业模式分析

第一节 中国传统期刊业市场定位分析

- 一、期刊市场定位的含义
- 二、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

第二节 中国传统期刊业盈利模式分析

- 一、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
- 二、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

第三节 中国传统期刊业经营模式分析

- 一、分散经营模式及弊端
 - 1、分散经营现状
 - 2、分散经营的弊端
- 二、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

第四节 中国传统期刊业营销模式分析

一、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

二、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

三、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

四、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 中国期刊数字化背景与产业链整合

第一节 期刊数字化及其影响

一、数字期刊的概念

二、期刊数字化的影响

第二节 期刊数字化背景分析

一、互联网普及情况

1、互联网普及率

- 2、网民规模变化
- 3、网民上网设备
- 4、网民网络应用

二、阅读终端普及情况

- 1、PC
- 2、平板电脑
- 3、智能手机
- 4、电子阅读器
- 5、上网本
- 6、MP3/MP
- 7、数字电视

第三节 国民数字化阅读调研分析

- 一、数字化阅读率
- 二、数字媒介接触率
- 三、数字媒介接触时长
- 四、数字化阅读量变化
- 五、数字化阅读承受价格
- 六、数字化阅读人群特征
 - 1、阅读人群年龄分布
 - 2、阅读人群学历特征
 - 3、阅读人群城乡分布
- 七、选择数字化阅读原因
- 八、数字化阅读区域差距

第四节 数字期刊产业链分析

- 一、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
- 二、数字期刊产业链特征
- 三、数字期刊产业链整合
- 四、产业链建设中的瓶颈
 - 1、产业链收益分配失衡
 - 2、以版权为基础的分配难以维系
 - 3、收益分配失衡的危害

第五节 期刊数字版权环境分析

- 一、期刊数字版权的定义
- 二、期刊数字版权的特征
- 三、期刊数字版权纠纷情况
 - 1、数字版权纠纷事件频发
 - 2、数字版权纠纷原因分析
- 四、数字版权保护趋势向好
 - 1、版权保护法规日益完善
 - 2、政府对版权保护力度加大
 - 3、版权保护技术环境改善

第6章 中国期刊数字化现状与商业模式分析

第一节 中国期刊数字化发展模式分析

- 一、期刊数字出版模式分析
 - 1、网站平台
 - 2、开发和营销数字产品
 - 3、数字合作
 - 4、利用数字方式的新型推广
- 二、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
- 三、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

第二节 中国数字期刊发行平台发展分析

- 一、数字发行平台必要条件
- 二、不同潜在平台的优劣势
 - 1、传统出版发行厂商
 - 2、第三方平台
 - 3、运营商
 - 4、阅读器终端商
 - 5、互联网企业
- 三、不同潜在平台的竞争分析

- 1、牌照准入问题

- 2、版权保护问题

- 3、用户和内容问题

四、数字发行平台主要类型

- 1、电信运营商型

- 2、技术服务型

- 3、文学创作型

- 4、互联网门户/信息服务型

- 5、电子商务型

第三节 中国期刊数字化出版现状分析

一、期刊数字化出版现状

二、互联网期刊发展分析

- 1、互联网期刊出版情况

- (1) 传统期刊互联网出版

- (2) 多媒体期刊互联网出版

- 2、互联网期刊收入规模

- 3、互联网期刊市场格局

- 4、互联网期刊市场分布

- 5、互联网期刊应用情况

三、数字期刊移动阅读市场分析

- 1、我国移动阅读市场分析

- (1) 移动阅读用户数量

- (2) 移动阅读市场规模

- (3) 移动阅读用户阅读内容

- (4) 移动阅读用户客户端

- 2、平板电脑期刊阅读市场

- (1) 平板电脑发行期刊优势

- (2) 平板电脑期刊发行情况

- (3) 平板电脑期刊阅读排名

- (4) 平板电脑期刊用户体验

- (5) 平板电脑期刊营销模式

- 3、手机期刊阅读市场分析

- (1) 手机发行期刊的优势

- (2) 手机期刊发展模式分析

- (3) 手机期刊阅读市场现状

- (4) 手机期刊阅读特征分析

(5) 手机期刊阅读排名分析

(6) 手机期刊发展中的误区

4、其它期刊移动阅读市场分析

(1) 电子阅读器阅读市场

(2) MP3/MP4阅读市场

四、IPTV期刊阅读市场分析

第四节 中国数字期刊盈利模式及利润分成

一、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

二、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、期刊手机阅读版权利润分配

三、数字期刊盈利模式拓展思路

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

四、数字期刊利润分成中的问题

1、版权盈利模式存在法律漏点

2、期刊社提供的资源价格与价值不符

3、第三方支付不成熟，严重依赖运营商

第7章 中国期刊产业全媒体出版转型策略

第一节 全媒体时代的特征

一、媒介之间的融合与互补

二、媒介之间的全面竞争

三、媒介报道方式发生了变化

四、媒介的营销方式转型

第二节 期刊业全媒体出版可行性分析

一、全媒体出版必要性

二、全媒体出版的机遇

三、全媒体出版经济效益

四、全媒体出版社会效益

第三节 期刊全媒体运作案例分析与借鉴

一、《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

二、《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

三、《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

四、《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

五、《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

六、《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

第四节 某期刊集团的媒介融合实践分析

一、媒介融合实践的顶层设计

二、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

三、引进、整合旗下各种资源

- 1、版权合作
- 2、刊网互动

四、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

五、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

第五节 期刊企业全媒体运作策略建议

一、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

二、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

三、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

四、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

五、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

第8章 中国期刊业细分市场现状及经营策略

第一节 中国期刊产品类型结构

第二节 中国文摘类期刊市场分析

- 一、文摘类期刊的界定
- 二、文摘类期刊发展历程
- 三、文摘类期刊销量统计
- 四、文摘类期刊市场格局
- 五、文摘类期刊发展空间

六、文摘类期刊发展趋势

七、文摘类期刊经营策略

第三节 中国时尚类期刊市场分析

一、时尚类期刊发展概况

二、时尚类期刊读者特征

三、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、期刊市场竞争格局

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

四、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、期刊市场竞争格局

4、期刊区域市场分析

5、期刊市场发展趋势

五、男性时尚类期刊市场分析

1、期刊总体销量统计

2、期刊市场竞争格局

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

六、时尚类期刊发展策略

1、时尚类期刊经营策略

2、时尚类期刊内容策略

3、时尚类期刊定位策略

4、时尚类期刊推广策略

第四节 中国科技期刊市场分析

一、科技期刊的特征

二、科技期刊出版规模

三、科技期刊运营效益

四、科技期刊市场格局

五、科技期刊发展模式

六、科技期刊数字化运营

七、科技期刊发展趋势

八、科技期刊经营策略

第五节 中国学术期刊市场分析

一、学术期刊的界定

二、学术期刊发展历程

三、学术期刊发行状况

四、学术期刊读者特征

五、学术期刊经营模式

六、学术期刊面临的挑战

七、学术期刊发展趋势

八、学术期刊经营策略

第六节 中国财经期刊市场分析

一、财经期刊的界定

二、财经期刊发展历程

三、财经期刊发行状况

四、财经期刊读者特征

五、财经期刊市场格局

六、财经期刊经营模式

七、财经期刊发展趋势

八、财经期刊经营策略

第七节 中国汽车类期刊市场分析

一、汽车类期刊发展概况

二、汽车类期刊读者特征

三、汽车类期刊销量统计

三、汽车类期刊的实销率

五、汽车类期刊的覆盖率

六、汽车类期刊市场格局

七、汽车类期刊区域分析

八、汽车类期刊城市分析

九、汽车类期刊发展空间

十、汽车类期刊经营策略

第八节 体育类期刊市场分析

一、体育类期刊发展概况

二、体育类期刊销量统计

三、体育类期刊市场格局

三、体育类期刊城市分布

五、体育类期刊发展趋势

六、体育类期刊经营策略

第九节 中国少儿期刊市场分析

一、少儿期刊的特征

二、少儿期刊发展历程

三、少儿期刊出版规模

三、少儿期刊销量统计

五、少儿期刊运营效益

六、少儿期刊市场格局

七、少儿期刊存在的问题

八、少儿期刊发展趋势

九、少儿期刊经营策略

第9章 中国期刊产业区域市场发展分析

第一节 中国期刊发展重点区域分布

第二节 长三角地区期刊产业发展分析

一、区域期刊产业发展环境

二、区域期刊产业发展现状

1、江苏省期刊产业发展现状

2、上海市期刊产业发展现状

3、浙江省期刊产业发展现状

三、区域期刊产业发展特点

四、区域期刊产业资源整合

五、区域期刊产业发展趋势

第三节 珠三角地区期刊产业发展分析

一、区域期刊产业发展环境

二、区域期刊产业发展现状

三、区域期刊产业发展特点

四、区域期刊产业资源整合

五、区域期刊产业发展趋势

第四节 京津唐地区期刊产业发展分析

一、区域期刊产业发展环境

二、区域期刊产业发展现状

1、北京市期刊产业发展现状

- 2、山东省期刊产业发展现状
- 3、辽宁省期刊产业发展现状
- 4、天津市期刊产业发展现状
- 5、河北省期刊产业发展现状
- 三、区域期刊产业发展特点
- 四、区域期刊产业发展趋势
- 第五节 其它地区期刊产业发展分析
 - 一、湖北省期刊产业发展分析
 - 二、四川省期刊产业发展分析
 - 三、湖南省期刊产业发展分析
 - 四、陕西省期刊产业发展分析
- 第10章 2023-2029年中国期刊发展趋势分析
 - 第一节 2023-2029年中国期刊产业前景展望
 - 一、2023年中国期刊发展形势分析
 - 二、发展期刊产业的机遇及趋势
 - 三、未来10年中国期刊产业发展规划
 - 四、2023-2029年中国期刊产量预测
 - 第二节 2023-2029年期刊产业发展趋势探讨
 - 一、2023-2029年期刊产业前景展望
 - 二、2023-2029年期刊产业发展目标
- 第11章 专家观点与研究结论
 - 第一节 报告主要研究结论
 - 第二节 (中智林)济研：行业专家建议
 - 略……

订阅“2023-2029年期刊行业发展调研与市场前景预测报告”，编号：1A5AA59，
请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099
Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/9/A5/QiKanShiChangDiaoYanYuYuCe.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！