

# 2022-2028年中国报纸出版 与发行行业前景展望与投资策略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国报纸出版与发行行业前景展望与投资策略报告》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.cction.com/report/202112/260210.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

截至2019年6月6日，传媒板块整体估值（TTM，中值）20.3X，传媒国企中占比最高的出版发行行业PE（TTM，中值）仅为15倍左右。传媒细分行业国企估值比较 全球出版市场集中度较高，美中德英日法为前六大图书市场。6大出版强国占据全球图书市场份额的67%，其中美国、中国、德国、英国、日本和法国出版份额分别为29%、17%、8%、5%、5%和3%。目前全球出版行业已基本进入成熟期，除中国外，其余头部出版市场增速进入相对平稳、略有波动的阶段。其中，美国是全球最大的出版市场，2018年出版业整体销售净收入为258.2亿美元，同比下降1.56%，已连续4年小幅下滑。全球出版市场TOP6国家市场份额 中企顾问网发布的《2022-2028年中国报纸出版与发行行业前景展望与投资策略报告》共九。首先介绍了中国报纸出版与发行行业市场发展环境、报纸出版与发行整体运行态势等，接着分析了中国报纸出版与发行行业市场运行的现状，然后介绍了报纸出版与发行市场竞争格局。随后，报告对报纸出版与发行做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国报纸出版与发行行业发展趋势与投资预测。您若想对报纸出版与发行产业有个系统的了解或者想投资中国报纸出版与发行行业，本报告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。 报告目录：第一章2015-2019年中国报纸出版业运行环境解析第一节2015-2019年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节2015-2019年中国宏观经济环境分析一、2019年中国GDP增长情况分析二、2019年工业经济发展形势分析三、2019年全社会固定资产投资分析四、2019年社会消费品零售总额分析五、2019年城乡居民收入分析六、2019年对外贸易的发展形势分析第三节2015-2019年中国报纸出版行业发展社会环境分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、科技环境分析五、生态环境分析六、中国城镇化率 第二章2015-2019年中国报纸出版行业发展概况分析 海外出版市场集中度较高，头部出版公司以集团化运作为主。按照营收排名，2017年全球TOP5的出版集团为培生、励讯、汤森路透、贝塔斯曼、威科，营收分别为50.77、46.91、41.16、35.48和33.42亿欧元。头部出版集团旗下业务涉足多个领域，如培生集团是全球最大的教育集团及出版商，贝塔斯曼涵盖电视、图书、杂志、服务和媒体俱乐部等业务，两家集团为企鹅兰登股东，分别持有25%和75%的股权，在大众出版领域具有竞争力。TOP10出版集团营收稳步增长，市场份额稳定在50%以上。2015-2017年，全球TOP10出版集团的营收总额分别为292.35、301.61和326.77亿欧元，

占TOP50出版集团营收的59.53%、56.93%和57.43%。2015-2018中国出版社市占率情况

第一节2015-2019年中国报纸出版业新形势分析一、报纸种类保持稳定，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2015-2019年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

第三节2015-2019年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2015-2019年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2015-2019年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

第三章2015-2019年中国报纸发行与市场营销解析

第一节2015-2019年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2015-2019年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2015-2019年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类报纸全国零售市场三、IT报纸发行走势分析

第三节财经类报纸一、中国财经类报纸的种类划分二、中国财经类报纸零售市场分析三、专业经济类报纸的发展趋势

第四节教辅类报纸一、中国教辅类报纸竞争态势二、中国教辅类报纸办报新思路三、现代教辅报业赢利模式的转变四、教辅类报纸发展壮大的建议

第五节文摘类报纸一、中国文摘类报纸特征二、文摘类报纸的市场竞争力分析三、文摘类报纸发展趋势

第五章2015-2019年中国报纸出版业竞争新格局透析

第一节2015-2019年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2015-2019年中国各类报纸竞争分析一、中国经济类报纸竞争力分析二、综合类报纸发行市场竞争分析三、时政类报纸发行市场竞争现状四、生活类报纸提升竞争力对策五、科技类报纸转变竞争落脚点

第三节2015-2019年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2015-2019年提升报业集团竞争力的主要策略一、整合集团新闻资源二、打造品牌竞争力三、提升经营聚合度四、统一理念创新机制

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、北京日报报业集团探索新兴媒体接轨三、北京日报与广州日报结成战略联盟四、北京日报报业《北京社区报》亮相

第二节上海文汇新民联合报业集团一

、集团简介二、文新集团与汉王联手引领报刊数字化浪潮三、瑞士荣格集团与上海文新合作推出女性周刊四、文汇新民联合报业集团从磨合期进入融合期

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、南方报业传媒实现向全媒体转型四、南方报业传媒集团与梅州日报社的战略合作

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》国际化和本土化分析

第五节北京瑞丽杂志社一、公司介绍二、《瑞丽》营销秘籍延伸同心圆三、《瑞丽》媒体整合之路四、《瑞丽》进军男刊

第六节深圳报业集团一、公司简介二、推进“一报一网”战略三、与腾讯公司达成战略合作协议

第七章2022-2028年中国报刊投资潜力与风险预警

第一节2015-2019年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2022-2028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2022-2028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

第四节2022-2028年中国报刊投资建议

第八章中国报刊前景预测与趋势探析

第一节2022-2028年中国报纸业发展趋势分析一、中国报纸经营发展趋势二、报网融合成报纸发展的必然趋势三、以媒介使用者为中心的时代到来

第二节2022-2028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2022-2028年中国报纸出版业发展策略与建议()

第一节2022-2028年中国报纸出版中的主要问题一、报纸编排思想编辑观念陈旧二、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2022-2028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2022-2028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2022-2028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

第五节汇总分析一、对行业发展形势的总体判断()二、发展战略及市场策略分析

图表目录：图表 1 2015-2019年中国报纸出版印刷总数变化趋势图  
图表 2 2015-2019年中国报纸平均期印数变化趋势图  
图表 3 2015-2019年中国报纸总印张数变化趋势图  
图表 4 2019年中国各级报纸出版规模统计图  
图表 5 2015-2019年中国报纸出版种类示意图  
图表 6 2019年中国报纸发行市场结构图  
图表 7 2019年中国分地区报纸发行种类统计图  
图表 8 2019年中国报纸发行种数分地区结构图  
图表 9 2015-2019年中国报纸出版情况图  
图表 10 2019年报纸进出口情况图  
图表 11 2015-2019年中国报纸广告规模增长趋势图  
图表 12 2019年全国报纸广告投放排行榜更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/260210.html>