

2023-2029年中国期刊出版 业行业前景展望与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国期刊出版业行业前景展望与发展趋势研究报告》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/202307/384774.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国期刊出版业行业前景展望与发展趋势研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

近年来，我国期刊产业取得了长足的发展，市场规模不断扩大，经济效益明显提高，成为我国传媒经济增长中不可忽视的力量。2011年，我国期刊业总产值221.7亿元，较上年增长10.6%，远远高于上年2%的增长率。其中全年广告经营额约35.1亿元，较上年增长14%；发行收入为186.6亿元，较上年增长10%。期刊零售发行市场呈现出向优势媒体集中的发展态势，品牌期刊表现尤为突出。

在《新闻出版业“十三五”时期发展规划》中，建设新闻出版强国已经成为我国整个新闻出版产业发展的重要战略目标。《规划》明确提出：“十三五”期间将期刊出版总印数达到42.2亿册，实现人均年拥有期刊3.1册；大力推动内容创新，重点抓好国家重大出版工程、重点学术期刊精品工程等。期刊产业作为新闻出版产业中一块重要拼图，“十三五”时期仍处于可以大有作为的重要机遇期。

随着互联网、电信、有线电视、3G、4G技术等的高速发展，新兴媒体正在不断侵吞传统媒体的固有市场。数字化，已成为期刊产业发展的必然趋势。数字出版相对于传统出版来说，虽然当前力量较为弱小，但是其发展非常迅速，已成为传统出版转型升级的方向。目前，一些传统期刊出版业或联手技术提供商，或自行开发，或携手基地，进军数字出版领域。对于更多的出版商而言，如何进行期刊业的数字化转型，如何进行全媒体运作，成为当前最为重要的课题。

本报告主要分析了期刊产业当前的发展态势，全媒体时代给期刊产业带来的发展机遇，以及在当前行业转型要求背景下，指出期刊企业未来的商业模式趋势以及应对策略。报告具体内容包括：中国期刊产业发展环境；国外期刊产业创新案例与经验借鉴；中国传统期刊产业运营现状与商业模式；中国期刊数字化背景与转型策略；中国期刊产业细分市场发展状况；中国期刊产业区域市场机会分析；中国期刊产业发展趋势与前景预测；中国期刊产业投融资机会分析；中国领先期刊企业经营情况分析。

报告目录：

第1章：中国期刊出版行业发展综述

1.1 期刊出版行业基本概况

1.1.1 期刊定义与分类

(1) 期刊定义

(2) 期刊分类

1.1.2 期刊出版行业定义

1.2 期刊出版行业发展环境分析

1.2.1 期刊出版行业政策环境

(1) 期刊出版行业管理体制

(2) 期刊出版行业相关政策

(3) 期刊出版行业发展规划

1.2.2 期刊出版行业经济环境

(1) 国内宏观经济走势分析

(2) 行业与经济环境关联性

1.2.3 期刊出版行业社会环境

(1) 居民收入增长情况分析

(2) 居民文化消费情况分析

(3) 居民阅读情况调查分析

(4) 对期刊产业的影响分析

1.2.4 期刊出版行业技术环境

(1) 新型媒体对行业影响

(2) 三网融合对行业影响

(3) 数字出版技术的发展

第2章：国际期刊出版行业发展分析与经验借鉴

2.1 国际期刊出版行业发展现状

2.1.1 国际期刊产业发展概况

(1) 国际期刊分类

(2) 期刊的发行渠道

2.1.2 国际期刊产业经营情况

(1) 期刊利润来源

(2) 期刊广告收入

(3) 期刊广告收入所占比重

2.1.3 国际期刊产业最新特点

2.1.4 国际期刊产业发展趋势

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

2.3 国际期刊业创新发展模式分析

2.3.1 平板杂志发展模式分析

2.3.2 手机杂志发展模式分析

(1) 盈利模式

(2) 市场竞争格局

(3) 发展前景

2.3.3 社交杂志发展模式分析

2.3.4 按需杂志发展模式分析

2.3.5 触感杂志发展模式分析

2.3.6 网上书报亭发展模式分析

2.3.7 “付费墙”运作模式分析

(1) 硬付费模式

(2) 软付费模式

2.3.8 其他创新领域和模式

(1) 杂志向电子商务领域延伸

(2) 杂志与LBS结合应用分析

(3) 杂志与3D技术结合应用

(4) 杂志二维码技术应用分析

(5) 杂志与游戏、视频的融合

第3章：期刊传统出版业运营情况

3.1 期刊传统出版现状分析

3.1.1 期刊传统出版规模分析

3.1.2 期刊传统出版语种分布

3.1.3 期刊传统出版学科分布

- 3.1.4 期刊传统出版地区分布
- 3.2 期刊传统出版业经营情况
 - 3.2.1 期刊传统出版营业收入
 - 3.2.2 期刊传统出版业增加值
 - 3.2.3 期刊传统出版利润总额
- 3.3 期刊传统出版业运营模式
 - 3.3.1 传统期刊盈利模式分析
 - (1) 盈利模式
 - (2) 盈利模式组合
 - 3.3.2 传统期刊经营模式分析
 - (1) 分散经营模式及弊端
 - (2) 集约化经营模式优势
 - 3.3.3 传统期刊营销模式分析
 - (1) 中国传统期刊订阅渠道
 - (2) 中国传统期刊零售渠道
 - (3) 不同生命周期营销策略
 - (4) 传统期刊营销方式分析
- 3.4 期刊传统出版业竞争态势
 - 3.4.1 现有企业间的竞争
 - (1) 期刊产业市场结构
 - (2) 期刊产业市场集中度
 - 3.4.2 行业潜在进入者威胁
 - (1) 期刊产业吸引力评价
 - (2) 期刊新品种的推出
 - (3) 业外资本的进入
 - (4) 国外期刊集团的进入
 - (5) 期刊进口带来的威胁
 - 3.4.3 行业替代竞争压力
 - (1) 替代竞争压力来源
 - (2) 替代竞争压力大小
 - 3.4.4 供应方价格谈判能力
 - 3.4.5 需求方价格谈判能力

(1) 读者议价能力分析

(2) 广告客户议价能力分析

3.4.6 期刊产业竞争强度评述

第4章：时尚生活类期刊市场分析

4.1 中国时尚类期刊市场分析

4.1.1 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) 期刊区域市场分析

(4) 期刊的实销率分析

(5) 期刊的覆盖率分析

4.1.2 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

4.1.3 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

4.1.4 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

4.2 中国汽车类期刊市场分析

4.2.1 汽车类期刊销量统计

4.2.2 汽车类期刊的实销率

- 4.2.3 汽车类期刊的覆盖率
- 4.2.4 汽车类期刊市场格局
- 4.2.5 汽车类期刊区域分析
- 4.2.6 汽车类期刊城市分析
- 4.2.7 汽车类期刊发展空间
- 4.2.8 汽车类期刊经营策略
- 4.3 体育类期刊市场分析
 - 4.3.1 体育类期刊发展概况
 - 4.3.2 体育类期刊销量统计
 - 4.3.3 体育类期刊市场格局
 - 4.3.4 体育类期刊城市分布
 - 4.3.5 体育类期刊发展趋势
 - 4.3.6 体育类期刊经营策略
- 4.4 中国少儿期刊市场分析
 - 4.4.1 少儿期刊的特征
 - 4.4.2 少儿期刊出版规模
 - 4.4.3 少儿期刊销量统计
 - 4.4.4 少儿期刊运营效益
 - 4.4.5 少儿期刊市场格局
 - 4.4.6 少儿期刊存在的问题
 - 4.4.7 少儿期刊发展趋势
 - 4.4.8 少儿期刊经营策略
- 4.5 家居类期刊市场分析
 - 4.5.1 家居类期刊发展概况
 - 4.5.2 家居类期刊销量统计
 - 4.5.3 家居类期刊市场格局
 - 4.5.4 家居类期刊的覆盖率
 - 4.5.5 家居类期刊的实销率
 - 4.5.6 家居类期刊主要问题
 - 4.5.7 家居类期刊发展趋势
 - 4.5.8 家居类期刊经营策略
- 4.6 育儿类期刊市场分析

4.6.1 育儿类期刊市场概况

4.6.2 育儿类期刊销量统计

4.6.3 育儿类期刊市场格局

4.6.4 育儿类期刊主要问题

4.6.5 育儿类期刊发展趋势

4.6.6 育儿类期刊经营策略

第5章：综合文化类期刊市场分析

5.1 中国财经期刊市场分析

5.1.1 财经期刊的界定

5.1.2 财经期刊发展历程

5.1.3 财经期刊发行状况

5.1.4 财经期刊读者特征

5.1.5 财经期刊市场格局

5.1.6 财经期刊经营模式

5.1.7 财经期刊发展趋势

5.1.8 财经期刊经营策略

5.2 时政类期刊市场分析

5.2.1 时政类期刊发展历程

5.2.2 时政类期刊总体特点

5.2.3 时政类期刊销量统计

5.2.4 时政类期刊市场格局

5.2.5 时政类期刊经营策略

5.3 中国学术期刊市场分析

5.3.1 学术期刊主要特定

5.3.2 学术期刊读者特征

5.3.3 学术期刊经营模式

5.3.4 学术期刊面临的挑战

5.3.5 学术期刊发展趋势

5.3.6 学术期刊经营策略

5.4 中国科技期刊市场分析

5.4.1 科技期刊出版规模

5.4.2 科技期刊运营效益

- 5.4.3 科技期刊市场格局
- 5.4.4 科技期刊发展模式
- 5.4.5 科技期刊数字化运营
- 5.4.6 科技期刊发展趋势
- 5.4.7 科技期刊经营策略
- 5.5 中国文摘类期刊市场分析
 - 5.5.1 文摘类期刊销量统计
 - 5.5.2 文摘类期刊市场格局
 - 5.5.3 文摘类期刊发展空间
 - 5.5.4 文摘类期刊发展趋势
 - 5.5.5 文摘类期刊经营策略

第6章：期刊数字出版现状与前景分析

- 6.1 期刊数字出版的背景
 - 6.1.1 互联网普及情况
 - 6.1.2 阅读终端使用情况
- 6.2 期刊数字出版产业链分析
 - 6.2.1 数字期刊产业链构成
 - 6.2.2 数字期刊产业链特征
 - 6.2.3 数字期刊产业链整合
 - 6.2.4 产业链建设中的瓶颈
- 6.3 期刊数字出版现状分析
 - 6.3.1 期刊数字出版进程分析
 - 6.3.2 期刊数字出版收入规模
 - 6.3.3 期刊数字出版细分市场
- 6.4 期刊数字出版盈利模式分析
 - 6.4.1 数字期刊当前盈利模式
 - 6.4.2 数字期刊盈利模式拓展思路
 - 6.4.3 数字期刊盈利分成模式
 - 6.4.4 数字期刊利润分成中的问题
- 6.5 期刊数字出版发展模式分析
 - 6.5.1 期刊数字出版运作模式
 - 6.5.2 数字期刊经营主体分析

6.5.3 传统出版数字化转型模式分析

6.6 期刊数字出版发展前景预测

6.6.1 期刊数字出版规模预测

6.6.2 期刊数字出版发展趋势

第7章：期刊全媒体出版优秀案例与运作策略

7.1 全媒体出版的解读

7.1.1 全媒体出版的含义

7.1.2 传统出版与全媒体出版比较

7.2 期刊业全媒体出版背景与必要性

7.2.1 全媒体出版必要性

7.2.2 全媒体出版的机遇

7.2.3 全媒体出版经济效益

7.2.4 全媒体出版社会效益

7.3 国外期刊全媒体出版优秀案例与经验借鉴

7.3.1 《National Geographic》

(1) 《National Geographic》简介

(2) 《National Geographic》全媒体发展策略

(3) 《National Geographic》全媒体经营实践

(4) 《National Geographic》全媒体经验借鉴

7.3.2 《Nature》

(1) 《Nature》简介

(2) 《Nature》全媒体转型路径

(3) 《Nature》全媒体经营实践

7.3.3 《British Medical Journal》

(1) 《British Medical Journal》简介

(2) 《British Medical Journal》全媒体经营实践

7.3.4 《Time》

(1) 《Time》简介

(2) 《Time》运营情况分析

(3) 《Time》全媒体经营实践

7.3.5 《Business Week》

(1) 《Business Week》简介

(2) 《Business Week》运营情况分析

(3) 《Business Week》全媒体经营实践

7.4 中国期刊全媒体出版优秀案例与经验借鉴

7.4.1 《家庭医生》

(1) 《家庭医生》简介

(2) 《家庭医生》的全媒体转型路径

(3) 《家庭医生》全媒体经营实践

(4) 《家庭医生》全媒体经验借鉴

7.4.2 《好孕妈妈》

(1) 《好孕妈妈》简介

(2) 《好孕妈妈》全媒体转型路径

(3) 《好孕妈妈》全媒体经营实践

7.4.3 《青年文摘》

(1) 《青年文摘》简介

(2) 《青年文摘》全媒体转型路径

(3) 《青年文摘》全媒体经营实践

(4) 《青年文摘》全媒体经验借鉴

7.4.4 《中国国家地理》

(1) 《中国国家地理》简介

(2) 《中国国家地理》全媒体经营实践

(3) 《中国国家地理》全媒体经验借鉴

7.4.5 《知音》

(1) 《知音》简介

(2) 《知音》全媒体经营实践

7.4.6 《读者》

(1) 《读者》简介

(2) 《读者》全媒体经营实践

(3) 《读者》全媒体经验借鉴

7.4.7 《瑞丽》

(1) 《瑞丽》简介

(2) 《瑞丽》的全媒体经营实践

(3) 《瑞丽》全媒体经验借鉴

7.4.8 《时尚》

- (1) 《时尚》简介
- (2) 《时尚》全媒体经营实践
- (3) 《时尚》全媒体经验借鉴

7.4.9 《财经》

- (1) 《财经》简介
- (2) 《财经》全媒体经营实践
- (3) 《财经》全媒体经验借鉴

7.4.10 《金属加工》

- (1) 《金属加工》简介
- (2) 《金属加工》全媒体转型路径
- (3) 《金属加工》全媒体经营实践

7.5 期刊企业全媒体运作策略建议

7.5.1 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

7.5.2 题构建全媒体形式的条件与准备

7.5.3 全媒体时代期刊核心能力培育

7.5.4 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

7.5.5 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

第8章：中国期刊业重点企业经营情况分析

8.1 湖北知音传媒集团有限公司

8.1.1 公司发展简介

8.1.2 公司业务范围分析

8.1.3 公司期刊产品分析

8.1.4 公司经营情况分析

- 8.1.5 公司全媒体出版策略
- 8.1.6 公司经营优劣势分析
- 8.2 读者出版传媒股份有限公司
 - 8.2.1 公司发展简介
 - 8.2.2 公司组织架构分析
 - 8.2.3 公司业务范围分析
 - 8.2.4 公司期刊产品分析
 - 8.2.5 公司经营情况分析
 - 8.2.6 公司全媒体出版策略
 - 8.2.7 公司经营优劣势分析
 - 8.2.8 公司最新发展动向
- 8.3 家庭期刊集团有限公司
 - 8.3.1 公司发展简介
 - 8.3.2 公司业务范围分析
 - 8.3.3 公司期刊产品分析
 - 8.3.4 公司经营情况分析
 - 8.3.5 公司经营优劣势分析
- 8.4 四川期刊传媒(集团)股份有限公司
 - 8.4.1 公司发展简介
 - 8.4.2 公司组织架构分析
 - 8.4.3 公司业务范围分析
 - 8.4.4 公司期刊产品分析
 - 8.4.5 公司经营情况分析
 - 8.4.6 公司全媒体出版策略
 - 8.4.7 公司经营优劣势分析
 - 8.4.8 公司最新发展动向
- 8.5 吉林省意林集团有限公司
 - 8.5.1 公司发展简介
 - 8.5.2 公司业务范围分析
 - 8.5.3 公司期刊产品分析
 - 8.5.4 公司经营情况分析
 - 8.5.5 公司全媒体出版策略

8.5.6 公司经营优劣势分析

8.6 中国出版集团公司

8.6.1 公司发展简介

8.6.2 公司业务范围分析

8.6.3 公司期刊产品分析

8.6.4 公司经营情况分析

8.6.5 公司全媒体出版策略

8.6.6 公司经营优劣势分析

8.6.7 公司最新发展动向

8.7 中国科技出版传媒集团有限公司

8.7.1 公司发展简介

8.7.2 公司组织架构分析

8.7.3 公司业务范围分析

8.7.4 公司期刊产品分析

8.7.5 公司经营情况分析

8.7.6 公司全媒体出版策略

8.7.7 公司经营优劣势分析

8.7.8 公司最新发展动向

8.8 中国青年出版社

8.8.1 出版社发展简介

8.8.2 出版社组织架构分析

8.8.3 出版社业务范围分析

8.8.4 出版社期刊产品分析

8.8.5 出版社经营情况分析

8.8.6 出版社全媒体出版策略

8.8.7 出版社经营优劣势分析

8.8.8 出版社最新发展动向

8.9 广东省出版集团有限公司

8.9.1 公司发展简介

8.9.2 公司组织架构分析

8.9.3 公司业务范围分析

8.9.4 公司期刊产品分析

- 8.9.5 公司经营情况分析
- 8.9.6 公司经营优劣势分析
- 8.9.7 公司最新发展动向
- 8.10 中国教育出版传媒股份有限公司
 - 8.10.1 公司发展简介
 - 8.10.2 公司组织架构分析
 - 8.10.3 公司业务范围分析
 - 8.10.4 公司期刊产品分析
 - 8.10.5 公司经营情况分析
 - 8.10.6 公司全媒体出版策略
 - 8.10.7 公司经营优劣势分析
 - 8.10.8 公司最新发展动向
- 第9章：期刊出版行业投融资分析
 - 9.1 期刊出版行业投资特性
 - 9.1.1 行业进入壁垒分析
 - 9.1.2 行业退出机制分析
 - (1) 行政退出机制
 - (2) 市场退出机制
 - 9.1.3 行业投资风险预警
 - 9.2 期刊出版行业投资建议
 - 9.2.1 期刊出版行业投资动向
 - 9.2.2 期刊出版行业投资机会
 - 9.2.3 期刊出版行业投资建议
 - 9.3 期刊出版行业资本运营分析
 - 9.3.1 资本运营的定义与内涵
 - 9.3.2 期刊出版行业资本运营必要性
 - 9.3.3 期刊出版行业资本运营模式
 - 9.3.4 期刊出版行业资本运营阻碍因素
 - 9.3.5 期刊出版行业资本运营建议
 - 9.4 期刊出版行业融资前景分析
 - 9.4.1 期刊企业融资的必要性
 - 9.4.2 期刊企业主要融资方式

9.4.3 期刊出版行业融资前景分析

(1) 期刊出版行业融资环境分析

(2) 期刊出版行业银行授信机会

图表目录

图表1：期刊产业相关定义

图表2：期刊主要分类方法

图表3：期刊的种类

图表4：期刊产业管理体制

图表5：期刊产业主要法规

图表6：期刊产业主要政策法规的具体内容

图表7：“十四五”时期期刊产业重点任务

图表8：“十四五”时期期刊产业重点工程

图表9：2016-2021年中国国内生产总值及增长速度（单位：亿元，%）

图表10：2016-2021年期刊利润、GDP和社会消费品零售总额增长率变化情况（单位：%）

图表11：2016-2021年我国城镇居民人均可支配收入增长趋势图（单位：元，%）

图表12：2016-2021年我国农村居民人均纯收入增长趋势图（单位：元，%）

图表13：2021年中国居民消费结构情况（单位：亿元，%）

图表14：文化消费支出理论值与实际值（单位：万亿元,%）

图表15：2016-2021年期刊阅读率统计（单位：%）

图表16：2016-2021年数字化阅读率统计（单位：%）

图表17：新兴媒体争夺固有市场

图表18：2016-2021年数字化阅读载体使用情况（单位：%）

图表19：数字化纸质印刷冲击的调查（单位：%）

图表20：期刊行业面对三网融合应采取的措施

图表21：数字出版技术的发展

图表22：国际期刊分类

图表23：各国广告费用期刊所占份额情况（单位：%）

图表24：国际期刊产业最新特点分析

图表25：英国期刊业收入构成情况（单位：%）

图表26：法国期刊产业发展情况分析

图表27：瑞典三大期刊产业集团发展情况

图表28：德国期刊产业发展情况

图表29：荷兰期刊产业代表公司发展情况

图表30：澳大利亚期刊产业发展情况分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/384774.html>