

2025-2031年中国报刊业行 业发展态势与产业竞争格局报告

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

《2025-2031年中国报刊业行业发展态势与产业竞争格局报告》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/202503/480862.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

近年来，中国报刊业发展十分迅速。多项指标增势强劲，报纸出版能力不断提高，世界报业大国的地位得到进一步巩固，中国出版的各类报刊已基本上满足社会各层次的需求。都市报已成报刊业中的主力媒体，是最活跃最有影响力的媒体。另外，随着专业化越来越强，面向“三农”等的专业报，这些年有了很大发展。

2024年，受新冠肺炎疫情等因素严重冲击，新闻出版产业规模有所下滑，但发展基本面仍保持稳定。全国出版、印刷和发行服务实现营业收入16776.3亿元，较2024年降低11.2%；拥有资产总额22578.7亿元，降低6.3%；所有者权益(净资产)11425.4亿元，降低6.0%。

2024年，书报刊传统出版规模有所下滑。全国图书品种新版较2024年降低5.0%，重印降低2.1%；全国图书总印数降低2.1%；图书出版实现营业收入963.6亿元，降低2.6%。报刊出版总印数分别降低9.0%和7.0%，实现营业收入分别降低6.4%和2.8%。印刷复制实现营业收入降低13.1%，出版物发行实现营业收入降低7.6%。与之相对的是数字化业务收入保持增长，出版传媒集团旗舰地位进一步突出。2024年，数字出版收入11781.7亿元，增长19.2%。108家图书出版、报刊出版和发行集团共实现主营业务收入3491.0亿元，占全国书报刊出版和出版物发行主营业务收入的80.5%，提高4.7个百分点；实现利润总额341.2亿元，占全国出版发行全行业利润总额的74.2%，提高1.2个百分点。9家集团资产总额、主营业务收入和所有者权益均超过百亿，“三百亿”阵营增加1家。

153家来自中央各报、各省（区、市）及部分地市报纸印刷单位2024年的报纸总印刷量是402.80亿对开印张，2024年的报纸总印刷量是397.72亿对开印张，环比上升1.28%。据此测算，2024年度全国报纸总印刷量为608亿对开印张，较2024年的600亿对开印张增加8亿对开印张，上升幅度为1.28%。2024年耗用新闻纸137万吨，较2024年的135万吨增加1.48%。

我国国民经济和社会事业快速发展，文化消费快速增长，为报刊业发展提供了巨大的发展空间。从整个报刊发展趋向看，细分性深度化的报道评论是纸质报刊区别于其他媒介和赢取“资深”读者的核心竞争力；从单个报刊来看，发挥自身比较优势，最大限度地利用优势资源，从而创新性地解放出最大的新闻出版生产力，已是经营性新闻机构作为新闻信息市场供给者角色的最好选择。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国报刊业行业发展态势与产业竞争格局报告》共十六章。首先介绍了国内外报刊业的发展概况，接着分析了国内报纸行业和期刊行业的发展，包括行业的总体状况及细分市场状况。随后，报告对报刊业重点区域的发展情况做了分析，接着阐述了报刊业的进出口状况、广告市场运行状况、竞争状况、重点企业运营状况。最后，报告对报刊业的投资前景及未来趋势进行分析和预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、文化部、新闻出版总署、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对报刊业有个系统深入的了解、或者想投资报刊制作发行，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 2020-2024年国际报刊行业发展分析

1.1 2020-2024年全球报刊行业发展总况

1.1.1 全球报刊行业发展环境分析

1.1.2 全球报刊行业加快数字化转型

1.1.3 欧洲报刊企业积极探索分类广告新机遇

1.1.4 亚洲市场带动全球报纸行业的繁荣发展

1.1.5 全球地铁报发展状况概述

1.1.6 全球报业主要报网融合案例概述

1.2 美国

1.2.1 美国报刊业市场发展日渐下滑

1.2.2 美国报纸行业发展的主要特点

1.2.3 美国报纸产业发展现状分析

1.2.4 美国报刊业广告营收状况

1.3 日本

1.3.1 日本报刊行业发展综述

1.3.2 日本报纸行业发展的主要特点

1.3.3 日本报纸行业发展存在的主要问题

1.3.4 日本期刊市场销售严重下滑

1.3.5 日本试水期刊网上付费阅读

1.3.6 日本数字期刊市场发展分析

1.4 英国

1.4.1 英国报刊的分类

1.4.2 英国报刊市场用户阅读的主流方式分析

1.4.3 英国报纸市场两大派系解析

1.4.4 英国报业发行量持续下滑

1.4.5 窃听丑闻影响英国报业发展

1.5 其它国家

1.5.1 德国体育报刊市场运行概况

1.5.2 德国报纸行业网络版试行付费制度

1.5.3 法国报刊行业发展概述

1.5.4 网络对意大利报纸行业的影响分析

1.5.5 澳大利亚报业发展概况

1.5.6 印度报纸行业发展态势良好

1.5.7 挪威报纸行业运行策略解析

第二章 2020-2024年中国报刊行业发展分析

2.1 中国报刊行业发展综况

2.1.1 我国报刊行业生产的五大环节

2.1.2 我国报刊发行的几大阶段回顾

2.1.3 我国报刊市场运行整体概述

2.1.4 我国报刊集团发展的主要模式分析

2.1.5 我国“三农”报刊的市场发展概况

2.2 2020-2024年中国报刊行业发展分析

2.2.1 中国报刊行业掀起3D风潮

2.2.2 2024年中国报刊行业运行分析

2.2.3 2024年中国报刊行业运行分析

2.2.4 2024年中国报刊行业运行分析

2.3 中国报刊行业改革相关分析

2.3.1 我国行业类报刊转企改制的背景及目的

2.3.2 我国非时政类非公益性报刊行业改革的主要方向和步骤

2.3.3 我国报刊行业退出机制发展的阶段回顾

2.3.4 我国报刊改革应注意四大问题

2.4 中国报刊行业发展的问题与挑战

2.4.1 我国报刊行业发展面临的挑战

2.4.2 我国报刊发行市场运行的瓶颈

2.4.3 报刊出版产业数字化发展的困惑分析

2.4.4 生活类周报刊行业发展的不足

2.5 中国报刊行业发展的对策分析

2.5.1 我国报刊业科学发展要处理好的几大关系

2.5.2 促进我国报刊行业发展的六大策略分析

2.5.3 报刊行业须在激活需求中拓展细分市场

2.5.4 我国报刊行业的转型之路分析

2.5.5 我国报刊发行的策略分析

2.5.6 提高我国报刊行业经营管理水平的措施

2.5.7 生活类周刊发展的相关建议

第三章 2020-2024年中国报纸行业发展分析

3.1 中国报业发展概述

3.1.1 我国报纸行业加紧推进结构转型升级

3.1.2 我国报纸行业合作新模式剖析

3.1.3 我国报业实施国际化战略恰逢其时

3.1.4 数字化新形势下报业价值的相关思考

3.1.5 我国报纸行业品牌经营相关分析

3.1.6 报业电子版收费渐成市场发展新态势

3.1.7 我国报纸企业加快“中国”域名开通速度

3.2 2020-2024年中国报业发展分析

3.2.1 2024年我国报业发展状况

3.2.2 2024年我国报业发展状况

3.2.3 2024年我国报业发展动态

3.3 免费报纸发展分析

3.3.1 两大免费报纸运营比较分析

3.3.2 免费报纸对我国报业市场发展的影响分析

3.3.3 我国免费报纸市场运行面临的问题

3.3.4 国内免费报纸发行的策略探讨

3.4 中国报业整合分析

3.4.1 中国报纸行业产业链整合的战略分析

3.4.2 中国报业集团区域性整合途径解析

3.4.3 中国传统报业的媒体融合案例分析

3.5 中国报业发展存在的问题

- 3.5.1 我国报业发展面临的主要问题
- 3.5.2 制约国内报纸行业科学发展的主要因素
- 3.5.3 我国报业体制改革面临的策略选择困境
- 3.5.4 我国报业发展面临的挑战
- 3.6 中国报业发展的策略分析
 - 3.6.1 加快发展我国报业的政策措施
 - 3.6.2 针对纸价走高中国报业的应对措施探析
 - 3.6.3 我国报业经营应坚持免费与收费相结合
 - 3.6.4 我国报纸行业转型升级的方向分析
 - 3.6.5 国内绿色报业市场构建策略分析
 - 3.6.6 新形势下我国报纸企业应树立的观念
 - 3.6.7 我国报业集团发展的基本途径分析

第四章 2020-2024年报纸细分市场分析

- 4.1 都市类报纸
 - 4.1.1 我国都市报市场发展状况回顾
 - 4.1.2 国内都市报区域零售市场格局分析
 - 4.1.3 我国都市类报业期刊化发展特点
 - 4.1.4 中国都市报数字化发展分析
- 4.2 财经类报纸
 - 4.2.1 我国财经类报纸市场运行态势分析
 - 4.2.2 我国财经类报纸受商务人士青睐
 - 4.2.3 财经类报纸网络化发展概述
 - 4.2.4 我国财经类报纸的生存空间探析
- 4.3 教辅类报纸
 - 4.3.1 中国教辅类报纸发展呈现过热态势
 - 4.3.2 我国教辅类报纸质量不断提高
 - 4.3.3 我国教辅类报纸同质化态势亟待突破
 - 4.3.4 教辅类报纸品牌化经营策略分析
- 4.4 文摘类报纸
 - 4.4.1 我国文摘类报纸发展概述
 - 4.4.2 我国主要文摘类报纸简介

- 4.4.3 我国文摘类报纸市场刮“新”风
- 4.4.4 我国文摘报纸的市场定位分析
- 4.4.5 体制改革后我国文摘类报纸的发展趋势
- 4.5 地铁报
 - 4.5.1 地铁报的营运模式浅析
 - 4.5.2 我国地铁报纸市场运行综况
 - 4.5.3 我国地铁报纸的价值分析
 - 4.5.4 我国地铁报区域发展分析
 - 4.5.5 我国地铁报发展面临的困难
 - 4.5.6 地铁报市场运营的策略建议
- 4.6 老年报纸
 - 4.6.1 我国老年报纸行业发展现状及前景
 - 4.6.2 我国老年报业发展频获市场考验
 - 4.6.3 我国老年类报纸行业发展的出路探析

第五章 2020-2024年报纸发行分析

- 5.1 报纸发行概述
 - 5.1.1 我国报业发行渠道演变回顾
 - 5.1.2 我国报业的主要发行模式比较分析
 - 5.1.3 我国报纸发行市场运行状况
 - 5.1.4 我国报业市场零售发行自办化态势凸显
 - 5.1.5 报纸发行市场低价战略的利弊分析
- 5.2 报纸发行的主要创新模式分析
 - 5.2.1 “重庆模式”
 - 5.2.2 “河南模式”
 - 5.2.3 “青岛模式”
- 5.3 报纸发行市场存在的问题及策略
 - 5.3.1 报纸发行市场的主要问题与规避
 - 5.3.2 论我国报纸发行市场的3大发展战略
 - 5.3.3 中国报业发行市场提升读者忠诚度的措施
 - 5.3.4 报业效益型发行模式打造策略分析
 - 5.3.5 拓展报纸发行产业价值链的相关建议

第六章 2020-2024年中国期刊行业发展分析

6.1 中国期刊行业发展概况

6.1.1 我国期刊业发展综况

6.1.2 我国期刊市场总体特征分析

6.1.3 我国网络期刊发展概述

6.1.4 我国期刊网络市场传播态势良好

6.1.5 互动传播方式在网络杂志中的运用分析

6.1.6 国内小众期刊的市场定位概述

6.2 2020-2024年中国期刊行业发展分析

6.2.1 国内期刊网络市场运行特点

6.2.2 我国期刊行业发展概况

6.2.3 我国期刊市场发展态势

6.3 中国期刊行业国际化发展分析

6.3.1 我国期刊行业国际合作概况

6.3.2 我国期刊海外市场发展概述

6.3.3 我国英文版期刊进入西亚市场

6.3.4 我国期刊行业拓展海外市场的途径选择分析

6.4 中国期刊行业集约化发展分析

6.4.1 我国期刊行业集约化运行的主要优势

6.4.2 集约化是我国期刊行业发展的必然选择

6.4.3 我国期刊企业集约化发展案例分析

6.4.4 国内期刊企业集约化经营之路探析

6.5 2020-2024年中国期刊发行分析

6.5.1 期刊发行的主要渠道介绍

6.5.2 专业期刊发行市场主要渠道探讨

6.5.3 我国期刊发行市场呈现两大特征

6.6 中国期刊行业发展存在的问题

6.6.1 制约我国期刊行业发展的主要因素

6.6.2 影响我国期刊业健康发展的五大硬伤

6.6.3 我国期刊市场面临的挑战

6.6.4 我国期刊品牌定位的几大盲点

6.7 中国期刊行业发展的措施

6.7.1 我国期刊行业发展的主要策略

6.7.2 我国期刊行业应吸取美《读者文摘》的经验教训

6.7.3 我国期刊产业发展亟需发行量认证

6.7.4 提升我国期刊品牌影响力的主要措施

6.7.5 提高我国期刊发行量的主要对策

6.7.6 培养期刊市场消费者忠诚度的途径探析

6.7.7 全面提高我国期刊质量的对策

第七章 2020-2024年期刊细分市场分析（按读者类别分）

7.1 女性期刊

7.1.1 我国女性期刊发展基本概述

7.1.2 我国女士高码洋时尚期刊市场零售总体格局

7.1.3 我国一线城市女性时尚类期刊零售状况

7.1.4 我国女性期刊市场发展存在的主要问题

7.1.5 我国女性期刊发展的盲点及转型之路

7.1.6 我国女性期刊市场实现可持续发展的策略

7.2 男性期刊

7.2.1 我国男性期刊市场发展概述

7.2.2 中国男性时尚期刊市场竞争态势分析

7.2.3 男士时尚期刊市场零售情况综述

7.2.4 我国男性期刊未来发展趋势分析

7.3 少儿期刊

7.3.1 我国少儿期刊发展简况

7.3.2 国内三大少儿期刊月发行成绩斐然

7.3.3 我国少儿期刊市场发展的主要建议

7.3.4 我国少儿期刊发展亟需转变观念

7.3.5 国内少儿期刊的营销策略分析

7.4 老年期刊

7.4.1 我国老年期刊市场发展概述

7.4.2 我国老年期刊市场的主要特点

7.4.3 我国老年期刊市场面临的形势分析

- 7.4.4 我国老年期刊市场运行应采取的措施
- 7.4.5 我国老年期刊发展亟需专业化和个性化

第八章 2020-2024年期刊细分市场分析（按期刊类型分）

8.1 文学类期刊

- 8.1.1 我国文学期刊市场发展概况
- 8.1.2 我国文学期刊发展渐趋边缘化
- 8.1.3 我国文学期刊市场80后作品大受追捧
- 8.1.4 我国外国文学期刊市场掀起涨价潮
- 8.1.5 国内纯文学期刊面临生存危机

8.2 文摘类期刊

- 8.2.1 我国文摘类期刊市场运行态势良好
- 8.2.2 我国文摘类期刊市场的发展出路探析
- 8.2.3 我国青少年文摘类期刊市场运行的瓶颈及对策
- 8.2.4 我国青少年文摘类期刊盈利渠道探析
- 8.2.5 未来我国文摘期刊发展的新动向

8.3 科技类期刊

- 8.3.1 我国科技类期刊基本概述
- 8.3.2 我国科技类期刊行业发展状况
- 8.3.3 我国科技类期刊市场数据库价格持续走高
- 8.3.4 我国科技类期刊网络市场调查分析
- 8.3.5 我国科技类期刊发展存在的主要问题
- 8.3.6 我国科技类期刊产业化发展建议

8.4 财经类期刊

- 8.4.1 我国财经类期刊的发展概述
- 8.4.2 国内财经类期刊市场“第三次售卖”模式研究
- 8.4.3 国内财经期刊模式的发展趋势及面临的困难
- 8.4.4 我国高端财经期刊市场运行态势分析

8.5 汽车类期刊

- 8.5.1 汽车类期刊读者调查分析
- 8.5.2 我国汽车类期刊零售市场增长态势明显
- 8.5.3 汽车类期刊市场运行状况解析

- 8.5.4 国内汽车类期刊的发展空间分析
- 8.6 时政类期刊
 - 8.6.1 我国时政类期刊的发展阶段回顾
 - 8.6.2 我国时政类期刊发展的主要特点
 - 8.6.3 我国时政类期刊发展须注意的几个问题
- 8.7 漫画期刊
 - 8.7.1 我国漫画期刊发展概述
 - 8.7.2 我国漫画期刊发展趋于周刊化
 - 8.7.3 我国漫画期刊发展存在的主要问题
 - 8.7.4 我国漫画期刊发展的措施分析
- 8.8 其它
 - 8.8.1 数码类期刊市场运行状况
 - 8.8.2 家居类期刊市场发展状况
 - 8.8.3 IT类期刊市场运行浅析
 - 8.8.4 育儿类期刊市场运行状况
 - 8.8.5 我国社办期刊行业发展面临的困难及策略
 - 8.8.6 我国教育期刊市场品牌经营策略分析
 - 8.8.7 我国外宣期刊市场发展之路探析

第九章 2020-2024年中国报刊行业区域发展分析

- 9.1 北京
 - 9.1.1 北京市报刊零售市场运行概况
 - 9.1.2 新媒体冲击下的北京报纸行业布局探析
 - 9.1.3 北京都市报市场竞争格局分析
 - 9.1.4 北京报业网站发展面临的困境及策略
- 9.2 上海
 - 9.2.1 上海市报刊零售市场调研全析
 - 9.2.2 上海市少儿报刊行业发展状况
 - 9.2.3 上海市报纸行业发展状况
 - 9.2.4 上海市社区报发展情况综述
 - 9.2.5 上海期刊行业发展简况
- 9.3 广东

- 9.3.1 广东省报刊行业发展概况
- 9.3.2 广东省地市级报刊市场运行情况综述
- 9.3.3 广东省报纸行业发展的主要模式
- 9.3.4 广东省期刊行业发展获佳绩
- 9.3.5 深圳市期刊行业发展概述
- 9.4 湖北
- 9.4.1 湖北省报刊行业的主要构成
- 9.4.2 湖北省报刊行业经营概述
- 9.4.3 湖北省报刊行业体制运行状况
- 9.4.4 湖北省期刊行业发展势头迅猛
- 9.5 其它
- 9.5.1 福建省报刊业发展势头良好
- 9.5.2 四川省报刊行业保持平稳较快发展
- 9.5.3 改革开放以来云南报刊业运行回顾
- 9.5.4 河南省报刊行业发展总体分析
- 9.5.5 辽宁省报刊行业发展状况
- 9.5.6 新疆自治区报刊市场运行综述
- 9.5.7 吉林省期刊行业发展综况

第十章 2020-2024年中国报刊行业进出口数据分析

- 10.1 2020-2024年中国每周至少出版四次的报纸、杂志及期刊进出口数据分析
 - 10.1.1 进出口总量数据分析
 - 10.1.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.1.3 主要省市进出口情况分析
- 10.2 2020-2024年中国其他报纸、杂志及期刊进出口数据分析
 - 10.2.1 进出口总量数据分析
 - 10.2.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.2.3 主要省市进出口情况分析

第十一章 2020-2024年中国报刊广告市场分析

- 11.1 报业广告市场发展概况
 - 11.1.1 广告对报纸行业的影响全析

- 11.1.2 我国报业广告的市场发展环境分析
- 11.1.3 我国报业广告市场运营概述
- 11.1.4 我国报纸广告发展特点分析
- 11.1.5 我国报业广告经营发展的对策
- 11.1.6 我国报纸行业广告市场服务思路创新建议
- 11.2 中国报业广告市场运行分析
 - 11.2.1 2024年我国报业广告市场运行状况
 - 11.2.2 2024年我国报业广告市场运行状况
 - 11.2.3 2024年我国报业广告市场运行状况
- 11.3 期刊广告市场发展概况
 - 11.3.1 我国期刊广告市场发展回顾
 - 11.3.2 我国女性期刊广告市场发展情况综述
 - 11.3.3 我国期刊广告市场发展面临的困难
 - 11.3.4 我国期刊广告市场经营建议
- 11.4 中国期刊广告市场运行分析
 - 11.4.1 我国期刊广告市场运行特点
 - 11.4.2 2024年我国期刊广告市场运行分析
 - 11.4.3 2024年我国期刊广告市场运行状况
 - 11.4.4 2024年我国期刊广告市场发展态势

第十二章 2020-2024年报刊行业竞争分析

- 12.1 中国报刊行业各区域销量排名统计
 - 12.1.1 华东地区
 - 12.1.2 华南地区
 - 12.1.3 华中地区
 - 12.1.4 华西地区
 - 12.1.5 华北地区
- 12.2 四大传媒集团报刊业务竞争比较分析
 - 12.2.1 毛利率比较
 - 12.2.2 横向拓展能力比较
 - 12.2.3 运营能力差异比较
- 12.3 报刊行业的竞争策略分析

- 12.3.1 报纸行业竞争的集散策略分析
- 12.3.2 提升我国期刊行业竞争力的策略思考
- 12.3.3 对于网媒的竞争纸质期刊应着重于内容的提升

第十三章 2020-2024年报刊行业营销分析

13.1 报刊营销总体分析

- 13.1.1 中国报刊行业营销的主要规律分析
- 13.1.2 中国报刊机场零售渠道透析
- 13.1.3 现代报刊营销新理念相关解析
- 13.1.4 从4Cs理论解析报刊营销误区
- 13.1.5 国内报刊业订购市场联合营销策略分析
- 13.1.6 我国农村报刊市场营销的主要方向

13.2 报纸营销分析

- 13.2.1 事件营销在报业的应用分析
- 13.2.2 IT在报纸营销中的运用解析
- 13.2.3 我国报业读者俱乐部模式运营探析
- 13.2.4 报纸的基本营销策略剖析
- 13.2.5 我国报纸行业数据库营销策略解析
- 13.2.6 我国报业营销创新体系的打造策略
- 13.2.7 报纸促销的盲点及对策

13.3 期刊营销相关概述

- 13.3.1 期刊市场营销发展的主要阶段
- 13.3.2 国内期刊行业数字化盈利的主要方式
- 13.3.3 《情感读本》期刊经营模式研究
- 13.3.4 B2B杂志的经营模式分析

13.4 期刊营销存在的问题及策略分析

- 13.4.1 期刊市场促销存在的主要盲点
- 13.4.2 期刊销售渠道存在的问题及应对方法
- 13.4.3 期刊行业的企业形象营销策略浅析
- 13.4.4 期刊营销中的的主要铺货技巧
- 13.4.5 教育期刊的营销策略分析
- 13.4.6 电子期刊的营销战略探讨

第十四章 2020-2024年报刊重点企业介绍

14.1 北京日报报业集团

14.1.1 集团简介

14.1.2 北京日报集团旗下报纸介绍

14.1.3 北京日报报业集团采编中心开建

14.2 广州日报报业集团

14.2.1 集团简介

14.2.2 广州日报集团发展模式分析

14.2.3 广州日报集团全媒体布局现状及方向

14.2.4 《广州日报》发展成就斐然

14.3 上海文汇新民联合报业集团

14.3.1 集团简介

14.3.2 文新集团旗下上海东方体育日报社成功转制

14.3.3 文新集团牵手汉王科技引领报刊数字化浪潮

14.4 南方报业传媒集团

14.4.1 集团简介

14.4.2 南方报业集团全媒体发展策略回顾

14.4.3 南方报业传媒集团大运营战略起航

14.4.4 南方报业集团与越秀集团实现战略合作

14.5 《时尚》杂志社

14.5.1 公司简介

14.5.2 《时尚》杂志的发行模式分析

14.5.3 《时尚》杂志的广告经营模式分析

14.5.4 《时尚》杂志的国际化和本土化分析

14.5.5 全媒体时代《时尚》杂志的市场定位分析

14.6 瑞丽传媒集团

14.6.1 集团简介

14.6.2 瑞丽集团新媒体业务的运行战略分析

14.6.3 《瑞丽》杂志品牌成功的秘诀

14.6.4 《瑞丽》杂志打入男性期刊市场

第十五章 报刊行业投资分析

15.1 报刊行业投资总体分析

15.1.1 我国报刊行业投资的可行性分析

15.1.2 我国报刊行业未来投资前景看好

15.1.3 中文报刊海外市场投资背景分析

15.1.4 中文报刊服务行业投资商机凸显

15.2 报业投资分析

15.2.1 报纸的盈利过程简述

15.2.2 报纸行业投资的运作程序介绍

15.2.3 我国报纸行业投资逐渐远离低水平重复

15.2.4 我国生活服务类周报市场投资空间探析

15.3 期刊投资基本概述

15.3.1 我国期刊产业的投资特点

15.3.2 我国新旧期刊投资的特点比较分析

15.3.3 我国电子期刊市场投资热潮渐退却

15.4 期刊行业投资前景及策略分析

15.4.1 我国期刊行业投资潜力大

15.4.2 我国消费类期刊未来投资前景分析

15.4.3 我国期刊行业的投资策略分析

第十六章 对报刊行业发展前景展望

16.1 报刊行业未来发展总体分析

16.1.1 对2025-2031年我国报刊行业发展预测分析

16.1.2 我国传统报刊行业总体发展趋势

16.1.3 电子报刊未来发展重点分析

16.2 报业未来发展展望

16.2.1 我国报业未来发展走势分析

16.2.2 我国报纸市场结构的发展动向

16.2.3 我国都市报行业发展的主要方向

16.2.4 我国免费报纸市场未来运行方向探析

16.3 期刊业未来发展展望

16.3.1 我国期刊行业发展的三大趋势

16.3.2 我国期刊行业发展呈现四大动向

16.3.3 我国期刊业数字化发展的主要方向

图表目录

图表 美国报纸广告总收入

图表 美国发行量最大的10家日报

图表 美国民众眼中最重要的新闻媒体

图表 英国ipad用户阅读报刊的方式

图表 英国主流报纸发行量比较

图表 中国报刊业生产环节

图表 南京都市报零售发行走势

图表 北京都市报零售总量走势

图表 三大报纸在珠三角5城市的市场份额比较

图表 沈阳各报零售及订阅市场份额对比

图表 瑞丽三刊全国12个主要城市平均销量走势

图表 《昕薇》全国主要12个城市平均销量走势

图表 时尚主妇类期刊媒体总量对比

图表 全国主要报纸印刷企业按印量分档统计

图表 印量负增长的企业数及其所占比例

图表 按印量分档的企业增速对比

图表 按印量分档的企业数量比较

图表 全国各地区报纸印量分布情况

图表 西安都市报在零售市场的竞争份额

图表 西安都市报铺摊及销售情况

图表 郑州都市报在零售市场的竞争份额

图表 郑州都市报铺摊及销售情况

图表 长春都市报在零售市场的竞争份额

图表 长春都市报铺摊及销售情况

图表 上海都市报在零售市场的竞争份额

图表 杭州都市报在零售市场的竞争份额

图表 杭州都市报铺摊及销售情况

图表 沈阳都市报在零售市场的竞争份额

图表 沈阳都市报有销售潜力的零售摊点比例

图表 财经类日报平均销量走势

图表 财经类周报销量走势对比

图表 财经类周报各城市销量对比

图表 我国主要文摘类报纸简介

图表 媒介运作市场示意

图表 12类期刊全国40城市零售销量指数总排名

图表 全国女性高码洋时尚类期刊零售市场格局

图表 全国女性高码洋时尚类期刊零售市场指标

图表 时尚类期刊经代销比重

图表 女性高码洋时尚类期刊市场份额对比

图表 女性高码洋时尚类期刊5年以上零购读者（即重度读者）占比对比

图表 各女性期刊零购读者购买频率对比

图表 北京女性时尚期刊零售市场格局

图表 上海女性时尚期刊零售市场格局

图表 广州女性时尚期刊零售市场格局

图表 深圳女性时尚期刊零售市场格局

图表 男性时尚类期刊零售市场份额对比

图表 汽车类杂志受关注度比例

图表 读者购买汽车杂志的主要目的

图表 汽车类期刊整体销量走势

图表 五大区域汽车类期刊整体销量走势

图表 排名前十五名汽车类期刊市场份额对比

图表 北京、大连排名前六位汽车类期刊平均销量对比

图表 上海、嘉兴排名前十位汽车类期刊平均销量对比

图表 数码类期刊零售摊点覆盖率发展走势

图表 各数码类期刊零售覆盖率对比

图表 数码类期刊零售市场份额对比

图表 数码类期刊（前3名）的平均销量变化情况

图表 家居类期刊13城市平均销量对比

图表 IT综合类期刊市场份额对比

图表 育儿类期刊平均销量对比

图表 上海报亭销售报刊种类统计

图表 上海报亭配报来源情况统计

图表 上海报亭配送报刊送达时间统计

图表 上海报亭开始营业时间统计

图表 上海报亭配送折扣数量情况统计

图表 上海报亭承销方式统计

图表 上海报亭不同承销方式所销售的主要报刊统计

图表 上海报亭退还率最高的前三种报刊统计

图表 上海报亭销售较好的报刊及每天销量统计

图表 上海报亭经营者对读者接触报刊行为评价示意

图表 影响上海报亭报刊销量的内容因素调查统计

图表 上海报亭报刊销量与价格关系情况调查统计

图表 上海报亭报刊销量与“薄厚”关系情况调查统计

图表 上海报亭每周逐日销售畅滞情况统计

图表 上海报亭每日逐时销售畅滞情况统计

图表 上海社区报主要发行地域及可覆盖人群

图表 上海社区报的广告投放情况

图表 广东省各地级城市的广告市场规模

图表 上海时尚主妇类期刊销量排名

图表 上海家居类期刊销量排名

图表 上海数码类期刊销量排名

图表 上海育儿类期刊销量排名

图表 上海IT综合类期刊销量排名

图表 上海男性时尚类期刊销量排名

图表 上海汽车类期刊销量排名

图表 上海都市报销量排名

图表 南京时尚主妇类期刊销量排名

图表 南京女性中码洋时尚类期刊销量排名

图表 南京家居类期刊销量排名

图表 南京数码类期刊销量排名

图表 南京育儿类期刊销量排名

图表 南京IT综合类期刊销量排名

图表 南京男性时尚类期刊销量排名
图表 南京女性高码洋时尚类期刊销量排名
图表 南京汽车类期刊销量排名
图表 南京都市报销量排名
图表 杭州时尚主妇类期刊销量排名
图表 杭州女性中码洋时尚类期刊销量排名
图表 杭州家居类期刊销量排名
图表 杭州数码类期刊销量排名
图表 杭州育儿类期刊销量排名
图表 杭州IT综合类期刊销量排名
图表 杭州男性时尚类期刊销量排名
图表 杭州女性高码洋时尚类期刊销量排名
图表 杭州汽车类期刊销量排名
图表 杭州都市报销量排名
图表 济南女性高码洋时尚类期刊销量排名

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202503/480862.html>