

# 中国期刊出版发展模式分析与运营前景建议报告2022-2028年

产品名称	中国期刊出版发展模式分析与运营前景建议报告 2022-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

## 产品详情

中国期刊出版发展模式分析与运营前景建议报告2022-2028年\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*[报告编号] 344221[出版日期] 2022年5月[出版机构] 中研华泰研究院 [交付方式]  
EMIL电子版或特快专递[报告价格] 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元 [联系人员]  
刘亚 免费售后服务一年, 具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章 期刊出版业概述1.1  
期刊定义与分类1.2 期刊出版业定义1.3 期刊出版业发展历程第二章 期刊传统出版业运营状况分析2.1  
期刊传统出版现状分析2.1.1 期刊传统出版规模分析2.1.2 期刊传统出版语种分布2.1.3  
期刊传统出版学科分布2.1.4 期刊传统出版地区分布2.2 期刊传统出版业经营状况分析2.2.1  
期刊传统出版营业收入2.2.2 期刊传统出版业增加值2.2.3 期刊传统出版利润总额2.3  
期刊传统出版业运营模式2.3.1 传统期刊盈利模式分析2.3.2 传统期刊经营模式分析2.3.3  
传统期刊营销模式分析2.4 期刊传统出版业竞争态势2.4.1 现有企业间的竞争2.4.2 行业潜在进入者威胁2.4.3  
行业替代竞争压力2.4.4 供应方价格谈判能力2.4.5 需求方价格谈判能力2.4.6 期刊产业竞争强度评述第三章  
期刊出版业外部环境分析3.1 期刊出版业政策环境3.1.1 期刊出版业管理体制3.1.2 期刊出版业相关政策3.1.3  
期刊出版业发展规划3.2 期刊出版业经济环境3.2.1 国内宏观经济走势分析3.2.2 行业与经济环境关联性3.3  
期刊出版业社会环境3.3.1 居民收入增长情况分析3.3.2 居民文化消费情况分析3.3.3  
居民阅读情况调查分析3.3.4 对期刊产业的影响分析3.4 期刊出版业技术环境3.4.1 新型媒体对行业影响3.4.2  
网融合对行业影响3.4.3 数字出版技术的发展第四章 中国文摘类期刊市场分析4.1 文摘类期刊的界定4.2  
文摘类期刊发展历程4.3 文摘类期刊销量统计4.4 文摘类期刊市场格局4.5 文摘类期刊发展空间4.6  
文摘类期刊发展趋势预测分析4.7 文摘类期刊经营策略第五章 中国时尚类期刊市场分析5.1  
时尚类期刊发展概况5.2 时尚类期刊读者特征5.2.1 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) 期刊平均销量分析 (4) 期刊区域市场分析 (5) 期刊市场竞争格局5.2.2 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) 期刊市场发展趋势预测分析5.2.3 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5.3  
时尚类期刊发展策略5.3.1 时尚类期刊经营策略5.3.2 时尚类期刊内容策略5.3.3 时尚类期刊定位策略5.3.4  
时尚类期刊推广策略第六章 中国科技期刊市场分析6.1 科技期刊的特征6.2 科技期刊出版规模6.3  
科技期刊运营效益6.4 科技期刊市场格局6.5 科技期刊发展模式第七章 中国学术期刊市场分析7.1  
学术期刊的界定7.2 学术期刊发展历程7.3 学术期刊发行情况分析7.4 学术期刊读者特征7.5  
学术期刊经营模式第八章 中国财经期刊市场分析8.1 财经期刊的界定8.2 财经期刊发展历程8.3

财经期刊发行情况分析8.4 财经期刊读者特征8.5 财经期刊市场格局第九章 中国汽车类期刊市场分析9.1 汽车类期刊发展概况9.2 汽车类期刊读者特征9.3 汽车类期刊销量统计9.4 汽车类期刊的实销率9.5 汽车类期刊的覆盖率第十章 体育类期刊市场分析10.1 体育类期刊发展概况10.2 体育类期刊销量统计10.3 体育类期刊市场格局10.4 体育类期刊城市分布10.5 体育类期刊发展趋势预测分析第十一章 中国少儿期刊市场分析11.1 少儿期刊的特征11.2 少儿期刊发展历程11.3 少儿期刊出版规模11.4 少儿期刊销量统计11.5 少儿期刊运营效益第十二章 IT综合类期刊市场分析12.1 IT综合类期刊发展概况12.2 IT综合类期刊销量统计12.3 IT综合类期刊的实销率12.4 IT综合类期刊的覆盖率12.5 IT综合类期刊市场格局第十三章 家居类期刊市场分析13.1 家居类期刊发展概况13.2 家居类期刊销量统计13.3 家居类期刊市场格局13.4 家居类期刊的覆盖率13.5 家居类期刊的实销率第十四章 时政类期刊市场分析14.1 时政类期刊发展历程14.2 时政类期刊总体特点14.3 时政类期刊销量统计14.4 时政类期刊市场格局14.5 时政类期刊经营策略第十五章 育儿类期刊市场分析15.1 育儿类期刊市场概况15.2 育儿类期刊销量统计15.3 育儿类期刊市场格局15.4 育儿类期刊主要问题15.5 育儿类期刊发展趋势预测分析第十六章 中国其它类型期刊市场分析16.1 旅游类期刊市场分析16.2 主妇类期刊市场分析16.3 健康类期刊市场分析16.4 军事类期刊市场分析16.5 数码类期刊市场分析第十七章 世界期刊出版业发展综述17.1 世界期刊出版业发展现状调研17.1.1 世界期刊产业发展概况17.1.2 世界期刊产业经营状况分析17.1.3 世界期刊产业新特点17.1.4 世界期刊产业发展趋势预测分析17.2 主要国家期刊产业发展分析17.2.1 美国期刊产业发展分析17.2.2 英国期刊产业发展分析17.2.3 法国期刊产业发展分析17.2.4 瑞典期刊产业发展分析17.2.5 德国期刊产业发展分析第十八章 世界期刊业创新发展模式分析18.1 平板杂志发展模式分析18.2 手机杂志发展模式分析18.3 社交杂志发展模式分析18.4 按需杂志发展模式分析18.5 触感杂志发展模式分析18.6 网上书报亭发展模式分析18.7 “付费墙”运作模式分析18.8 杂志向电子商务领域延伸18.9 杂志与LBS结合应用分析18.10 杂志与3D技术结合应用18.11 杂志二维码技术应用分析18.12 杂志与游戏、视频的融合第十九章 世界期刊成功运营经验借鉴19.1 《福布斯》(Forbes) 19.1.1 期刊发展历程简介19.1.2 期刊运营情况分析19.1.3 期刊读者定位分析19.1.4 期刊内容风格分析19.1.5 期刊品牌战略分析19.2 《时代》(Time) 19.2.1 期刊发展历程简介19.2.2 期刊运营情况分析19.2.3 期刊读者定位分析19.2.4 期刊内容风格定位19.2.5 期刊品牌战略分析19.3 《商业周刊》(BusinessWeek) 19.3.1 期刊发展历程简介19.3.2 期刊运营情况分析19.3.3 期刊读者定位分析19.3.4 期刊内容风格特色19.3.5 期刊品牌战略分析19.4 《心理月刊》(Psychologies) 19.4.1 期刊发展历程简介19.4.2 期刊运营情况分析19.4.3 期刊读者定位分析19.4.4 期刊内容风格定位19.4.5 期刊品牌战略分析19.5 美国《国家地理》(NationalGeographic) 19.5.1 期刊发展历程简介19.5.2 期刊运营情况分析19.5.3 期刊读者定位分析19.5.4 期刊内容风格定位19.5.5 期刊品牌战略分析19.6 《美好家园》(BetterHomesandGardens) 19.6.1 期刊发展历程简介19.6.2 期刊运营情况分析19.6.3 期刊读者定位分析19.6.4 期刊内容风格定位19.6.5 期刊品牌战略分析19.7 《十七岁》(Seventeen) 19.7.1 期刊发展历程简介19.7.2 期刊运营情况分析19.7.3 期刊读者定位分析19.7.4 期刊内容风格定位19.7.5 期刊品牌战略分析19.8 《她》(ELLE) 19.8.1 期刊发展历程简介19.8.2 期刊运营情况分析19.8.3 期刊读者定位分析19.8.4 期刊内容风格定位19.8.5 期刊品牌战略分析19.9 《嘉人》(MarieClaire) 19.9.1 期刊发展历程简介19.9.2 期刊运营情况分析19.9.3 期刊读者定位分析19.9.4 期刊内容风格定位19.9.5 期刊品牌战略分析19.10 《VOGUE》 19.10.1 期刊发展历程简介19.10.2 期刊运营情况分析19.10.3 期刊读者定位分析19.10.4 期刊内容风格定位19.10.5 期刊品牌战略分析第二十章 期刊数字出版现状与前景预测20.1 期刊数字出版的背景20.1.1 互联网普及状况分析20.1.2 阅读终端使用状况分析20.2 期刊数字出版产业链分析20.2.1 数字期刊产业链构成20.2.2 数字期刊产业链特征20.2.3 数字期刊产业链整合20.2.4 产业链建设中的瓶颈20.3 期刊数字出版现状分析20.3.1 期刊数字出版进程分析20.3.2 期刊数字出版收入规模20.3.3 期刊数字出版细分市场20.4 期刊数字出版盈利模式分析20.4.1 数字期刊当前盈利模式20.4.2 数字期刊盈利模式拓展思路20.4.3 数字期刊盈利分成模式20.4.4 数字期刊利润分成中的问题20.5 期刊数字出版发展模式分析20.5.1 期刊数字出版运作模式20.5.2 数字期刊经营主体分析20.5.3 传统出版数字化转型模式分析20.6 期刊数字出版发展前景预测分析20.6.1 期刊数字出版规模预测分析20.6.2 期刊数字出版发展趋势预测分析第二十一章 期刊全媒体出版案例与运作策略21.1 全媒体出版的解读21.1.1 全媒体出版的含义21.1.2 传统出版与全媒体出版比较21.2 期刊业全媒体出版背景与必要性21.2.1 全媒体出版必要性21.2.2

全媒体出版的机遇21.2.3 全媒体出版经济效益21.2.4 全媒体出版社会效益21.3  
国外期刊全媒体出版案例与经验借鉴21.3.1 《National Geographic》 21.3.2 《Nature》 21.3.3  
《British Medical Journal》 21.3.4 《Time》 21.3.5 《Business Week》 21.4  
中国期刊全媒体出版案例与经验借鉴21.4.1 《家庭医生》 21.4.2 《好孕妈妈》 21.4.3 《青年文摘》 21.4.4  
《中国国家地理》 21.4.5 《知音》 21.5 期刊企业全媒体运作策略建议21.5.1  
全媒体时代期刊经营根本问题21.5.2 题构建全媒体形式的条件与准备21.5.3  
全媒体时代期刊核心能力培育21.5.4 全媒体时代期刊产业整合策略21.5.5  
期刊业全媒体运作的误区防范第二十二章 国内外期刊企业合作情况分析22.1  
国外期刊进入中国市场概况22.2 国内外期刊版权合作主要方式22.2.1 国内期刊主动方式22.2.2  
国外期刊主要方式22.3 国内外期刊版权合作模式的延伸22.3.1 业务合作模式22.3.2 合作出版模式22.3.3  
合资经营模式第二十三章 世界期刊业企业发展战略研究23.1 美国康泰纳仕集团 ( Conde Nast ) 23.1.1  
公司发展简介23.1.2 公司业务范围分析23.1.3 公司经营情况分析23.1.4 公司代表期刊产品23.1.5  
公司品牌战略分析23.2 瑞典邦尼尔集团 ( Bonnier ) 23.2.1 公司发展简介23.2.2 公司业务范围分析23.2.3  
公司经营情况分析23.2.4 公司代表期刊产品23.2.5 公司多媒体战略分析23.2.8 公司在华竞争策略23.3  
美国赫斯特集团 ( Hearst ) 23.3.1 公司发展简介23.3.2 公司业务范围分析23.3.3 公司经营情况分析23.3.4  
公司代表期刊产品23.3.5 公司品牌战略分析23.4 美国时代公司 ( Time ) 23.4.1 公司发展简介23.4.2  
公司业务范围分析23.4.3 公司经营情况分析23.4.4 公司代表期刊产品23.4.5 公司品牌战略分析23.5  
梅里迪斯集团 ( Meredith ) 23.5.1 公司发展简介23.5.2 公司业务范围分析23.5.3 公司经营情况分析23.5.4  
公司代表期刊产品23.5.5 公司品牌战略分析23.6 法国桦谢集团 ( Hachette ) 23.6.1 公司发展简介23.6.2  
公司业务范围分析23.6.3 公司经营情况分析23.6.4 公司代表期刊产品23.6.5 公司多媒体战略分析23.7  
英国BBC杂志公司23.7.1 公司发展简介23.7.2 公司业务范围分析23.7.3 公司经营情况分析23.7.4  
公司代表期刊产品23.7.5 公司品牌战略分析23.8 德国施普林格出版集团 ( Springer ) 23.8.1  
公司发展简介23.8.2 公司业务范围分析23.8.3 公司经营情况分析23.8.4 公司代表期刊产品23.8.5  
公司国际化拓展分析23.9.1 公司发展简介23.9.2 公司业务范围分析23.9.3 公司经营情况分析23.9.4  
公司代表期刊产品23.9.5 公司品牌战略分析23.10 荷兰埃尔塞维尔出版社 ( Elsevier ) 23.10.1  
公司发展简介23.10.2 公司业务范围分析23.10.3 公司经营情况分析23.10.4 公司代表期刊产品23.10.5  
公司品牌战略分析第二十四章 中国期刊业企业经营情况分析24.1 湖北知音传媒集团有限公司24.1.1  
公司发展简介24.1.2 公司业务范围分析24.1.3 公司期刊产品分析24.1.4 公司经营情况分析24.1.5  
公司全媒体出版策略24.2 读者出版传媒股份有限公司24.2.1 公司发展简介24.2.2 公司组织架构分析24.2.3  
公司业务范围分析24.2.4 公司期刊产品分析24.2.5 公司经营情况分析24.3 家庭期刊集团有限公司24.3.1  
公司发展简介24.3.2 公司业务范围分析24.3.3 公司期刊产品分析24.3.4 公司经营情况分析24.3.5  
公司经营优劣势分析24.4 四川期刊传媒 ( 集团 ) 股份有限公司24.4.1 公司发展简介24.4.2  
公司组织架构分析24.4.3 公司业务范围分析24.4.4 公司期刊产品分析24.4.5 公司经营情况分析24.5  
时尚传媒集团有限公司24.5.1 公司发展简介24.5.2 公司业务范围分析24.5.3 公司期刊产品分析24.5.4  
公司经营情况分析24.5.5 公司全媒体出版策略24.6 瑞丽传媒集团有限公司24.6.1 公司发展简介24.6.2  
公司业务范围分析24.6.3 公司期刊产品分析24.6.4 公司经营情况分析24.6.5 公司全媒体出版策略24.7  
意林传媒集团有限公司24.7.1 公司发展简介24.7.2 公司业务范围分析24.7.3 公司期刊产品分析24.7.4  
公司经营情况分析24.7.5 公司全媒体出版策略24.8 中国出版集团公司24.8.1 公司发展简介24.8.2  
公司业务范围分析24.8.3 公司期刊产品分析24.8.4 公司经营情况分析24.8.5  
公司全媒体出版策略第二十五章 中国数字期刊发行服务平台运营情况分析25.1 同方知网25.1.1  
平台发展简介25.1.2 平台服务内容分析25.1.3 平台运营模式分析25.1.4 平台盈利模式分析25.1.5  
平台运营情况分析25.2 维普资讯25.2.1 平台发展简介25.2.2 平台服务内容分析25.2.3  
平台运营模式分析25.2.4 平台盈利模式分析25.2.5 平台运营情况分析25.3 万方期刊数据库25.3.1  
平台发展简介25.3.2 平台服务内容分析25.3.3 平台运营模式分析25.3.4 平台盈利模式分析25.3.5  
平台运营情况分析25.4 龙源期刊网25.4.1 平台发展简介25.4.2 平台服务内容分析25.4.3  
平台运营模式分析25.4.4 平台盈利模式分析25.4.5 平台运营情况分析25.5 读览天下25.5.1  
平台发展简介25.5.2 平台服务内容与模式25.5.3 平台期刊收录状况分析25.5.4 平台业务合作状况分析25.5.5  
平台盈利模式分析25.6 悦读网 ( zubunet ) 25.6.1 平台发展简介25.6.2 平台服务内容与模式25.6.3  
平台期刊收录状况分析25.6.4 平台业务合作状况分析25.6.5 平台盈利模式分析25.7 ZCOM25.7.1  
平台发展简介25.7.2 平台服务内容与模式25.7.3 平台期刊收录状况分析25.7.4 平台业务合作状况分析25.7.5  
平台盈利模式分析25.8 Xplus25.8.1 平台发展简介25.8.2 平台服务内容与模式25.8.3

平台期刊收录状况分析25.8.4 平台业务合作状况分析25.8.5 平台盈利模式分析第二十六章  
期刊出版业投资机会与建议26.1 期刊出版业投资特性26.1.1 行业进入壁垒分析26.1.2  
行业退出机制分析26.1.3 行业投资风险预警26.2 期刊出版业投资建议26.2.1 期刊出版业投资动向26.2.2  
期刊出版业投资机会26.2.3 期刊出版业投资建议第二十七章 期刊出版业资本运营分析27.1  
资本运营的定义与内涵27.2 期刊出版业资本运营必要性27.3 期刊出版业资本运营模式27.3.1 资产重组27.3.2  
兼并与收购27.3.3 股份化27.3.4 吸纳境外资本合作27.3.5 上市27.3.6 无形资产运营27.3.7 其它运营方式27.4  
期刊出版业资本运营阻碍因素27.5 期刊出版业资本运营建议第二十八章 期刊出版业融资前景预测28.1  
期刊企业融资的必要性28.2 期刊企业主要融资方式28.2.1 银行信贷28.2.2 融资租赁28.2.3 民间资本28.2.4  
证券融资28.2.5 国际融资28.2.6 文化产业投资基金28.3 期刊出版业融资前景预测28.3.1  
期刊出版业融资环境分析28.3.2 期刊出版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：我国期刊种数（单位：种）图表  
5：我国期刊均期印数（单位：万册）图表 6：我国期刊总印数（单位：亿册）图表  
7：我国期刊总印张数（单位：亿印张）图表 8：我国期刊传统出版语种分布（单位：%）图表  
9：我国期刊传统出版学科分布（单位：%）图表 10：我国出版外文期刊学科分布（单位：%）图表  
11：我国出版少数民族文学期刊学科分布（单位：%）图表  
12：中国期刊出版地区分布（单位：种，%）图表  
13：我国期刊出版业营业收入增长情况（单位：亿元，%）图表  
14：我国期刊出版业增加值变化趋势（单位：亿元）图表  
15：我国期刊出版业利润总额增长情况（单位：亿元，%）图表  
16：中国期刊业发行收入及增长率（单位：亿元，%）图表  
17：中国期刊广告经营额及增长率（单位：亿元，%）图表 18：S1++S2+盈利模式组合图图表  
19：S1-+S2+盈利模式组合图图表 20：S1++S3+盈利模式组合图图表 21：S1++S3-盈利模式组合图图表  
22：S1-+S2++S3+-盈利模式组合图图表 23：S1++S2++S3+盈利模式组合图图表  
24：S1-+S2++S3-盈利模式组合图图表 25：S1++S2++S3-盈利模式组合图图表 26：分散经营的弊端图表  
27：集约化经营优势分析图表 28：四川党建期刊集团集约化经营分析图表  
29：四川党建期刊集团集约化经营的经验与策略图表 30：我国期刊产业竞争分析结论图表  
31：我国期刊产业竞争强度得分图表 32：期刊产业管理体制图表 33：期刊产业主要法规图表  
34：期刊产业主要政策法规的具体内容图表 35：“十三五”时期期刊产业重点任务图表  
36：“十三五”时期期刊产业重点工程图表  
37：2017-2021年中国国内生产总值及增长速度（单位：亿元，%）图表  
38：期刊广告、GDP和社会消费品零售总额三年移动平均增长曲线图表  
39：2017-2021年我国城镇居民人均可支配收入增长趋势图（单位：元，%）图表  
40：2017-2021年我国农村居民人均纯收入增长趋势图（单位：元，%）图表  
41：2021年中国居民消费结构情况（单位：亿元，%）图表  
42：文化消费支出理论值与实际值（单位：万亿元）图表 43：期刊阅读率统计（单位：%）图表  
44：数字化阅读率统计（单位：%）图表 45：新兴媒体争夺固有市场图表  
46：数字化阅读载体使用情况（单位：%）图表 47：数字化纸质印刷冲击的调查（单位：%）图表  
48：三网融合对期刊产业的影响图表 49：数字出版技术的发展图表  
50：期刊60城市零售市场份额对比情况（单位：%）图表 51：2021年中国品牌期刊图表  
52：阅读时尚类期刊读者单位性质（单位：%）图表  
53：阅读时尚类期刊读者的职业特征（单位：%）图表 54：时尚类期刊读者年龄分布（单位：%）图表  
55：时尚类期刊读者收入分布（单位：元，%）图表 56：时尚类期刊读者兴趣爱好（单位：%）图表  
57：我国女性高码洋时尚类期刊发行趋势图（单位：份/摊）图表  
58：我国女性高码洋时尚类期刊平均销量（单位：份/摊）图表  
59：我国女性高码洋时尚类期刊20城市平均销量对比（一）（单位：份/摊）图表  
60：我国女性高码洋时尚类期刊20城市平均销量对比（二）（单位：份/摊）图表  
61：我国女性高码洋时尚类期刊20城市销量排行（一）图表  
62：我国女性高码洋时尚类期刊20城市销量排行（二）图表  
63：女性高码洋时尚类期刊市场份额对比（单位：%）图表  
64：女性高码洋时尚类期刊20城市市场份额表（一）（单位：%）图表  
65：女性高码洋时尚类期刊20城市市场份额表（二）（单位：%）图表

- 66：我国女性高码洋时尚类期刊实销率（单位：%）图表
- 67：我国女性高码洋时尚类期刊20城市实销率（一）（单位：%）图表
- 68：我国女性高码洋时尚类期刊20城市实销率（二）（单位：%）图表
- 69：我国女性高码洋时尚类期刊覆盖率（单位：%）图表
- 70：我国女性高码洋时尚类期刊20城市覆盖率（一）（单位：%）图表
- 71：我国女性高码洋时尚类期刊20城市覆盖率（二）（单位：%）图表
- 72：2021年北京女性高码洋时尚期刊销量排名（单位：%）图表
- 73：2021年上海女性高码洋时尚期刊销量排名（单位：%）图表
- 74：2021年深圳女性高码洋时尚期刊销量排名（单位：%）图表
- 75：时尚女性综合类期刊市场份额对比（单位：%）图表
- 76：我国男性时尚类期刊整体平均销量对比图（单位：份/摊）图表
- 77：男性时尚类期刊市场份额对比（单位：%）图表
- 78：我国科技期刊种数（单位：种）图表
- 79：我国科技期刊平均期印数（单位：万册）图表
- 80：我国科技期刊总印数（单位：万册）图表
- 81：我国科技期刊总印张数（单位：千印张）图表
- 82：中国科技期刊学科分布（单位：%）图表
- 83：四类财经期刊发行情况分析图表
- 84：财经类期刊市场份额对比图（单位：%）图表
- 85：汽车类期刊关注度比例（单位：%）图表
- 86：读者购买汽车类期刊的主要目的（单位：%）图表
- 87：我国汽车类期刊销量统计（单位：本）图表
- 88：汽车类期刊市场份额对比（单位：%）