

中国期刊出版业现状模式及前景动向分析报告2024-2029年

产品名称	中国期刊出版业现状模式及前景动向分析报告2024-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国期刊出版业现状模式及前景动向分析报告2024-2029年【报告编号】：409586【出版时间】：2023年9月【出版机构】：中研智业研究院【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+电子】：7000元
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。

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youxiu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youxiu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youxiu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8.11江苏凤凰出版传媒股份有限公司8.11.1公司发展简介8.11.2公司组织架构分析8.11.3公司业务范围分析8.11.4公司期刊产品分析8.11.5公司经营情况分析(1)主要经济指标(2)运营能力分析(3)盈利能力分析(4)偿债能力分析(5)发展能力分析8.11.6公司全媒体出版策略8.11.7公司经营优劣势分析8.11.8公司投资与并购分析8.11.9公司最新发展动向8.12中南出版传媒集团股份有限公司8.12.1公司发展简介8.12.2公司组织架构分析8.12.3公司业务范围分析8.12.4公司期刊产品分析8.12.5公司经营情况分析(1)主要经济指标(2)盈利能力分析(3)运营能力分析(4)偿债能力分析(5)发展能力分析8.12.6公司全媒体出版策略8.12.7公司经营优劣势分析8.12.8公司投资与并购分析8.12.9公司最新发展动向8.13浙江出版联合集团有限公司8.13.1公司发展简介8.13.2公司组织架构分析8.13.3公司期刊产品分析8.13.4公司经营情况分析8.13.5公司经营优劣势分析8.13.6公司最新发展动向8.14中文天地出版传媒股份有限公司8.14.1公司发展简介8.14.2公司组织架构分析8.14.3

公司业务范围分析8.14.4 公司期刊产品分析8.14.5 公司经营情况分析(1) 主要经济指标(2) 运营能力分析(3) 盈利能力分析(4) 偿债能力分析(5) 发展能力分析8.14.6 公司全媒体出版策略8.14.7
公司经营优劣势分析8.14.8 公司最新发展动向8.15 安徽新华传媒股份有限公司8.15.1 公司发展简介8.15.2
公司组织架构分析8.15.3 公司业务范围分析8.15.4 公司期刊产品分析8.15.5 公司经营情况分析(1) 主要经济指标(2) 盈利能力分析(3) 运营能力分析(4) 偿债能力分析(5) 发展能力分析8.15.6
公司全媒体出版策略8.15.7 公司经营优劣势分析8.15.8
企业最新发展动向第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9：2019-2023年中国国内生产总值及增长速度(单位：亿元，%)
图表10：2019-2023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11：2019-2023年我国城镇居民人均可支配收入增长趋势图(单位：元，%)
图表12：2019-2023年我国农村居民人均纯收入增长趋势图(单位：元，%)
图表13：2023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15：2019-2023年期刊阅读率统计(单位：%)
图表16：2019-2023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18：2019-2023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
图表31：网上书报亭发展模式分析
图表32：时装杂志结合3D技术
图表33：期刊50城市零售市场份额对比情况(单位：%)
图表34：2019-2023年我国期刊种数及变化情况(单位：种)
图表35：2019-2023年我国期刊均期印数及变化情况(单位：万册，%)
图表36：2019-2023年我国期刊总印数及变化情况(单位：亿册)
图表37：2019-2023年我国期刊总印张数及变化情况(单位：亿印张)
图表38：我国期刊传统出版语种分布(单位：%)
图表39：我国期刊传统出版学科分布(单位：%)
图表40：我国出版外文期刊学科分布(单位：%)
图表41：我国出版少数民族文期刊学科分布(单位：%)
图表42：中国期刊出版地区分布(前20)(单位：种，%)
图表43：2019-2023年我国期刊出版行业营业收入增长情况(单位：亿元)
图表44：2019-2023年我国期刊出版行业增加值变化趋势(单位：亿元，%)
图表45：2019-2023年国期刊出版行业利润总额增长情况(单位：亿元)
图表46：2019-2023年中国期刊业发行收入及增长率(单位：亿元，%)
图表47：2019-2023年中国期刊广告经营额及增长率(单位：亿元，%)
图表48：S1++S2+盈利模式组合图
图表49：S1-+S2+盈利模式组合图
图表50：S1++S3+盈利模式组合图
图表51：S1++S3-盈利模式组合图
图表52：S1-+S2++S3+盈利模式组合图
图表53：S1++S2++S3+盈利模式组合图
图表54：S1-+S2++S3-盈利模式组合图
图表55：S1++S2++S3-盈利模式组合图
图表56：分散经营的弊端
图表57：集约化经营优势分析
图表58：四川党建期刊集团集约化经营分析
图表59：四川党建期刊集团集约化经营的经验与策略
图表60：我国期刊传统出版业市场结构
图表61：我国期刊传统出版业替代竞争压力分析
图表62：我国期刊传统出版业供应方价格谈判能力分析
图表63：我国期刊产业竞争分析结论
图表64：我国期刊产业竞争强度得分
图表65：我国女性高码洋时尚类期刊发行趋势图(单位：份/摊)
图表66：北京女性高码洋时尚类期刊销售排名(单位：%)
图表67：西安女性高码洋时尚类期刊销售排名(单位：%)
图表68：青岛女性高码洋时尚类期刊销售排名(单位：%)
图表69：上海女性高码洋时尚类期刊销量排名(单位：%)
图表70：深圳女性高码洋时尚类期刊销量排名(单位：%)
图表71：我国女性高码洋时尚类期刊实销率(单位：%)
图表72：我国女性高码洋时尚类期刊覆盖率(单位：%)
图表73：时尚女性综合类期刊市场份额对比(单位：%)
图表74：男性时尚类期刊市场份额对比(单位：%)
图表75：2019-2023年我国汽车类期刊销量统计(单位：本)
图表76：北京汽车类期刊销量排名(前10)(单位：%)
图表77：广州市汽车类期刊销量排名(前10)(单位：%)
图表78：体育类期刊市场份额对比(单位：%)
图表79：2019-2023年我国少儿期刊种数(单位：种)
图表80：2019-2023年我国少儿期刊

平均期印数（单位：万册）图表81：2019-2023年我国少儿期刊总印数（单位：万册）图表82：2019-2023年我国少儿期刊总印张数（单位：千印张）图表83：8城市少儿期刊平均销量情况（单位：份/摊）图表84：中国少儿期刊销售排行榜图表85：家居类期刊市场份额对比（单位：%）图表86：育儿类期刊整体平均销量对比（单位：份/摊）图表87：财经期刊主要类别图表88：四类财经期刊发行状况图表89：《环球企业家》期刊读者特征情况（单位：%、岁）图表90：时政类期刊市场份额结构（单位：%）图表91：学术期刊准确性把握“三关”图表92：2019-2023年我国科技期刊种数（单位：种）图表93：2019-2023年我国科技期刊平均期印数（单位：万册）图表94：2019-2023年我国科技期刊总印数（单位：万册）图表95：2019-2023年我国科技期刊总印张数（单位：千印张）图表96：中国科技期刊学科分布（单位：%）图表97：中国科技期刊发展模式图表98：2023年中国shida品牌期刊图表99：2019-2023年我国网民数量及互联网普及率（单位：万人，%）图表100：2019-2023年我国手机网民规模及其占网民比例（单位：万人，%）图表101：2018-2023年我国网民上网设备对比（单位：%）图表102：2023年新增网民上网设备使用情况（单位：%）图表103：数字期刊产业链示意图图表104：期刊传统出版产业链中心图表105：期刊数字出版产业链中心图表106：期刊数字化出版进程图表107：2019-2023年中国数字期刊市场规模及变化趋势（单位：亿元，%）图表108：中国期刊数据库各主要企业期刊资源收录数据库图表109：2023年iPad APP阅读TOP10（单位：次）图表110：2023年VIVA Pad新增用户各平台占比（单位：%）图表111：2023年VIVA Android新用户应用商店占比（单位：%）图表112：2019-2023年VIVA无线新媒体客户端杂志在线PV情况（单位：亿个）图表113：VIVA无线新媒体全天在线人数分时段趋势图表114：2023年最受高端机用户欢迎的数字杂志图表115：电子阅读器出版特征图表116：2019-2023年我国电子书产值（单位：亿元，%）图表117：电子阅读器出版市场影响因素分析图表118：参与调查用户对于MP3/MP4播放功能以外的需求（单位：%）图表119：期刊集团与编辑社合作模式图表120：dujia承揽版权盈利模式