

2024-2030年中国全媒体出版行业运营态势及投资商机分析报告

产品名称	2024-2030年中国全媒体出版行业运营态势及投资商机分析报告
公司名称	鸿晟信合研究网
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)
联系电话	18513627985 18513627985

产品详情

2024-2030年中国全媒体出版行业运营态势及投资商机分析报告

【全新修订】：2024年3月

【出版机构】：中赢信合研究网

【内容部分有删减·详细可参中赢信合研究网出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：何晶晶 顾佳

包含售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员

章 全球全媒体出版市场前景与典型案例分析

节 全球全媒体出版发展现状与趋势分析

一、国外出版市场发展现状

1、传统媒体危机加深

2、新旧媒体并购频繁

3、各国纷纷大力发展数字出版

二、国外全媒体出版发展现状

1、各国发展现状

2、各国企业情况

三、国外全媒体出版发展趋势

1、电子书持续发展

2、电子阅读器大量涌现

3、线上收入渐成主流

第二节 美国全媒体出版商业模式与典型案例分析

一、美国全媒体出版商业模式分析

1、美国全媒体出版发展特征

2、亚马逊、巴诺"终端+内容"模式

3、苹果、谷歌"代理制"模式

4、康拉思事件

二、美国全媒体出版需求模式分析

三、美国全媒体出版案例分析

1、尼尔森国际传媒集团公司

2、约翰·威立-布莱克维尔出版集团公司

3、培生教育出版集团公司

4、桦榭出版集团美国公司

5、哈泼·柯林斯出版集团公司

6、麦格劳·希尔教育出版集团公司

7、牛津大学出版社纽约公司

8、圣智学习出版公司

9、谷歌公司

第三节 其他国家全媒体发展状况分析

一、韩国全媒体发展状况分析

1、新旧媒体融合发展

2、3D技术发展快

3、新闻网站经营新模式

4、跨国集团重视新媒体领域

5、移动互联网市场运营新举措

二、日本全媒体发展状况分析

三、印度全媒体发展状况分析

四、俄罗斯全媒体发展状况分析

五、法国全媒体发展状况分析

1、基础设施

2、市场表现

六、北欧五国全媒体发展状况分析

七、葡萄牙全媒体发展状况分析

1、发展现状

2、发展趋势

八、土耳其全媒体发展状况分析

1、报纸网络版盛行

2、网络版的特点

九、墨西哥全媒体发展状况分析

1、电信业发展状况

2、传统媒体和互联网发展状况

十、巴西全媒体发展状况分析

1、全媒体整体状况

2、新旧媒体融合情况

3、媒体应用情况

十一、南非全媒体发展状况分析

1、互联网的快速发展

2、原因分析

第二章 中国全媒体出版市场前景与需求潜力分析

第一节 中国全媒体出版互联网环境

一、中国网民规模与结构特征分析

1、网民规模分析

2、网民结构分析

3、网民上网特征

二、中国互联网基础资源及条件分析

1、互联网普及率分析

2、宽带普及率分析

3、互联网应用分析

4、中国网民手机应用分析

5、网民信息获取方式分析

三、中国国民阅读习惯及需求特点分析

1、国民综合阅读率分析

2、国民数字阅读率分析

3、国民阅读消费特点分析

4、国民阅读消费需求分析

第二节 中国全媒体出版市场发展现状

一、中国全媒体出版现状

二、中国全媒体出版产业规模

三、全媒体出版SWOT分析

第三节 中国全媒体出版市场前景预测

第四节 全媒体出版细分行业需求潜力分析

一、传统纸质出版市场需求潜力分析

1、传统纸质出版市场规模分析

2、传统纸质出版市场需求潜力分析

二、互联网出版市场需求潜力分析

1、互联网出版背景分析

2、互联网出版特征分析

3、互联网出版市场规模分析

4、互联网出版市场需求潜力分析

三、电子阅读器市场需求潜力分析

1、电子阅读器出版背景分析

2、电子阅读器出版特征分析

3、电子阅读器出版市场规模分析

4、电子阅读器出版市场需求潜力分析

四、手机出版市场需求潜力分析

1、手机出版背景分析

2、手机出版特征分析

3、手机出版市场规模分析

4、手机出版市场需求潜力分析

5、手机出版中赢信合建议

五、数字图书馆市场需求潜力分析

1、数字图书馆发展历程

2、国家数字图书馆资源规模

3、数字图书馆资源覆盖范围

4、数字图书馆市场需求潜力分析

第三章 中国全媒体出版商业模式与典型案例分析

第一节 全媒体出版盈利模式与典型案例

第二节 全媒体出版运营模式分析

第三节 全媒体出版运营企业分析

一、以产品版权运营为核心的运营模式--中文在线

1、中文在线简介

2、中文在线全媒体运营价值观

3、中文在线全媒体出版细分业务

4、中文在线数字资产运营平台

5、中文在线全媒体运营战略

6、中文在线全媒体出版运营案例

二、以数字出版终端设备制造为核心的运营模式--汉王科技

1、汉王科技简介

2、汉王科技全媒体出版运营战略

3、汉王科技全媒体出版盈利模式

三、以提供技术服务为核心的运营模式--北大方正

1、北大方正简介

2、北大方正全媒体出版主要产品与业务

3、北大方正盈利模式

四、百度全媒体出版业务商业模式分析

1、百度全媒体出版战略定位分析

2、百度全媒体出版运营发展路径

3、百度全媒体出版商业模式分析

五、腾讯全媒体出版业务商业模式分析

1、腾讯全媒体出版战略定位分析

2、腾讯全媒体出版运营发展路径

3、腾讯全媒体出版商业模式分析

六、中国知网全媒体出版业务商业模式分析

1、中国知网全媒体出版战略定位分析

2、中国知网全媒体出版运营发展路径

3、中国知网全媒体出版商业模式分析

七、龙源期刊网全媒体出版业务商业模式分析

1、龙源期刊网全媒体出版战略定位分析

2、龙源期刊网全媒体出版运营发展路径

3、龙源期刊网全媒体出版商业模式分析

4、龙源期刊网全媒体转型经验

第四节 全媒体出版商业模式中赢信合建议

一、全媒体数字出版商业模式B-B-C

1、B-B-C模式流程图

2、B-B-C模式逻辑与业务

3、B-B-C模式实现基础

二、B-B-C模式下运营理念

1、授权理念

2、内容管理理念

3、传播营销理念

三、B-B-C模式下运营核心价值观

四、中赢信合建议：运营为核心

第四章 期刊全媒体出版发展情况与典型案例分析

第一节 期刊全媒体出版市场现状与趋势分析

一、期刊全媒体出版现状分析

1、期刊出版市场现状分析

2、期刊全媒体出版市场现状分析

二、期刊全媒体出版发展前景

第二节 国外期刊全媒体出版案例与经验借鉴

一、旅游摄影类期刊--《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

二、科普类期刊--《Nature》

- 1、《Nature》简介
- 2、《Nature》全媒体转型路径
- 3、《Nature》全媒体经营实践

三、科普类期刊--《British Medical Journal》

- 1、《British Medical Journal》简介
- 2、《British Medical Journal》全媒体经营实践

四、财经类期刊--《Time》

- 1、《Time》简介
- 2、《Time》运营情况分析
- 3、《Time》全媒体经营实践

五、财经类期刊--《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

第三节 国内期刊全媒体出版案例分析

一、生活类期刊--《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

二、育儿类期刊--《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

三、文学类期刊--《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

四、旅游摄影类期刊--《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

五、生活类期刊--《知音》

- 1、《知音》简介
- 2、《知音》全媒体经营实践

六、文学类期刊--《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

七、时尚类期刊《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

八、时尚类期刊--《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

九、财经类期刊--《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

十、科普类期刊--《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

十一、建筑设计类期刊--《暖通空调》

1、《暖通空调》简介

2、《暖通空调》全媒体经营实践

第四节 不同类型期刊全媒体运营对比分析

第五节 期刊企业全媒体运作策略中赢信合建议

一、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

二、构建全媒体形式的条件与准备

三、全媒体时代期刊核心能力培育

四、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

五、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

第五章 图书全媒体出版发展情况与典型案例分析

第一节 图书全媒体出版市场现状与趋势分析

一、图书全媒体出版现状分析

1、图书出版市场现状分析

2、图书全媒体出版市场现状分析

二、图书全媒体出版发展前景

第二节 图书细分领域全媒体出版市场前景

一、教育图书全媒体出版市场前景

1、教育图书全媒体出版现状分析

2、教育图书全媒体出版发展前景

二、少儿图书全媒体出版市场前景

1、少儿图书全媒体出版现状分析

2、少儿图书全媒体出版发展前景

第三节 图书全媒体出版案例分析

一、《建党伟业》

1、《建党伟业》简介

2、《建党伟业》全媒体出版路径

3、《建党伟业》全媒体经营实践

二、《非诚勿扰》

1、《非诚勿扰》简介

2、《非诚勿扰》全媒体出版路径

3、《非诚勿扰》全媒体经营实践

4、《非诚勿扰》全媒体经验借鉴

三、《贫民窟的百万富翁》

1、《贫民窟的百万富翁》简介

2、《贫民窟的百万富翁》全媒体出版路径

3、《贫民窟的百万富翁》全媒体经营实践

四、《孔子》

1、《孔子》简介

2、《孔子》全媒体出版路径

3、《孔子》全媒体经营实践

五、《我的兄弟叫顺溜》

1、《我的兄弟叫顺溜》简介

2、《我的兄弟叫顺溜》全媒体出版路径

3、《我的兄弟叫顺溜》全媒体经营实践

六、上海外语教育出版社

1、上海外语教育出版社简介

2、上海外语教育出版社全媒体经营实践

七、i尚漫全媒体出版平台

1、i尚漫简介

2、i尚漫全媒体经营实践

第四节 全媒体图书出版策划路径中赢信合建议

一、选题策划全媒体路径

二、内容制作全媒体路径

三、销售推广全媒体路径

第六章 报业全媒体出版发展情况与典型案例分析

第一节 报纸全媒体出版市场现状与趋势分析

一、报纸全媒体出版现状分析

1、报纸出版市场现状分析

2、报纸全媒体出版市场现状分析

二、报纸全媒体出版发展前景

第二节 国外报业全媒体转型与经验借鉴

一、美国报业全媒体转型与经验借鉴

- 1、美国报业经营情况
- 2、美国报业危机分析
- 3、美国报业转型升级战略
- 4、美国报业转型案例
- 5、美国报业转型经验借鉴

二、日本报业全媒体转型与经验借鉴

- 1、日本报业经营情况
- 2、日本报业降幅小于美国原因分析
- 3、日本报业转型升级战略及案例分析
- 4、日本报业转型经验借鉴

第三节 报业集团全媒体转型案例分析

一、北京日报报业集团

- 1、集团简介
- 2、集团全媒体转型路径
- 3、集团全媒体经营实践情况

二、上海报业集团

- 1、集团简介
- 2、集团全媒体转型路径
- 3、集团全媒体经营实践情况

三、天津日报社

- 1、集团简介
- 2、集团全媒体转型路径
- 3、集团全媒体经营实践情况

四、南京报业集团有限责任公司

- 1、集团简介
- 2、集团全媒体转型路径
- 3、集团全媒体经营实践情况

五、杭州日报报业集团有限公司

- 1、集团简介
- 2、集团全媒体转型路径
- 3、集团全媒体经营实践情况

六、人民日报社

- 1、集团简介
- 2、集团全媒体转型路径
- 3、集团全媒体经营实践情况

七、重庆日报报业集团产业有限责任公司

- 1、集团简介
- 2、集团全媒体转型路径
- 3、集团全媒体经营实践情况

八、哈尔滨日报报业集团

- 1、集团简介
- 2、集团全媒体转型路径
- 3、集团全媒体经营实践情况

九、深圳报业集团

- 1、集团简介
- 2、集团全媒体转型路径
- 3、集团全媒体经营实践情况

十、湖南日报报业集团

- 1、集团简介
- 2、集团全媒体转型路径

3、集团全媒体经营实践情况

十一、安徽日报报业集团

1、集团简介

2、集团全媒体转型路径

3、集团全媒体经营实践情况

十二、福建日报社

1、集团简介

2、集团全媒体转型路径

3、集团全媒体经营实践情况

十三、河南日报报业集团

1、集团简介

2、集团全媒体转型路径

3、集团全媒体经营实践情况

十四、长江日报报业集团

1、集团简介

2、集团全媒体转型路径

3、集团全媒体经营实践情况

十五、广东南方报业传媒集团有限公司

1、集团简介

2、集团全媒体转型路径

3、集团全媒体经营实践情况

第四节 报业全媒体转型中赢信合建议

一、产业核心竞争力

二、全媒体传播体系

三、全媒体流程结构

四、全媒体盈利模式

第七章 出版集团全媒体产业链整合模式与典型案例分析

第一节 出版集团全媒体发展模式分析

一、技术整合模式

二、资本组合模式

三、媒介融合模式

第二节 出版集团全媒体产业链整合案例分析

一、中国出版传媒股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业主要财务指标

5、企业成长能力分析

6、企业盈利能力分析

7、企业运营能力分析

8、企业偿债能力分析

9、企业竞争优势分析

10、企业发展战略分析

二、中国科技出版传媒股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业主要财务指标

5、企业成长能力分析

6、企业盈利能力分析

7、企业运营能力分析

8、企业偿债能力分析

9、企业竞争优势分析

10、企业发展战略分析

三、江苏凤凰出版传媒股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业主要财务指标

5、企业成长能力分析

6、企业盈利能力分析

7、企业运营能力分析

8、企业偿债能力分析

9、企业竞争优势分析

10、企业发展战略分析

四、中南出版传媒集团股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业主要财务指标

5、企业成长能力分析

6、企业盈利能力分析

7、企业运营能力分析

8、企业偿债能力分析

9、企业竞争优势分析

10、企业发展战略分析

五、中原大地传媒股份有限公司

1、企业发展简况分析

- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业主要财务指标
- 5、企业成长能力分析
- 6、企业盈利能力分析
- 7、企业运营能力分析
- 8、企业偿债能力分析
- 9、企业竞争优势分析
- 10、企业发展战略分析

六、中文天地出版传媒集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业主要财务指标
- 5、企业成长能力分析
- 6、企业盈利能力分析
- 7、企业运营能力分析
- 8、企业偿债能力分析
- 9、企业竞争优势分析
- 10、企业发展战略分析

七、新华文轩出版传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业主要财务指标
- 5、企业成长能力分析

- 6、企业盈利能力分析
- 7、企业运营能力分析
- 8、企业偿债能力分析
- 9、企业竞争优势分析
- 10、企业发展战略分析

八、浙江出版联合集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、全媒体产业链整合情况
- 3、全媒体业务经营情况
- 4、企业全媒体发展动态分析

九、山东出版集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、全媒体产业链整合情况
- 3、全媒体业务经营情况
- 4、企业全媒体发展动态分析

十、时代出版传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业主要财务指标
- 5、企业成长能力分析
- 6、企业盈利能力分析
- 7、企业运营能力分析
- 8、企业偿债能力分析
- 9、企业竞争优势分析
- 10、企业发展战略分析

第三节 出版集团全媒体管理路径中赢信合建议

一、全媒体运营战略

二、全媒体资源整合

三、全媒体流程再造

四、全媒体营销策略

五、全媒体人才培养

第四节 出版市场参与者变化分析

一、传统出版市场参与者

二、全媒体出版市场参与者

第五节 出版发行产业链变化分析

一、出版发行产业链

1、传统出版发行产业链

2、全媒体出版发行产业链

二、出版发行产业链价值传递变化

1、作者与出版社的关系

2、出版发行产业链利益分配变化

第六节 数字出版平台市场力量与典型案例分析

一、试水数字出版平台市场力量分析

二、不同市场力量优劣势与典型案例分析

1、出版社优劣势与典型案例分析

2、独立第三方优劣势与典型案例分析

3、发行商优劣势与典型案例分析

4、电信运营商优劣势与典型案例分析

5、网络运营商优劣势与典型案例分析

6、终端设备商优劣势与典型案例分析

第七节 全媒体出版产业链市场参与者价值点剖析

一、出版社价值点剖析

- 1、全媒体给出版社带来的挑战
- 2、全媒体时代出版社的价值点
- 3、全媒体时代出版社集团化机会

二、发行商价值点剖析

- 1、全媒体给发行商带来的挑战
- 2、全媒体时代发行商的价值点

三、运营商价值点剖析

- 1、全媒体时代运营商的价值点
- 2、全媒体时代运营商的进入壁垒

四、终端设备商价值点剖析

- 1、全媒体时代终端设备商的价值点
- 2、全媒体时代终端设备商的转型模式

图表目录

图表：美、日、俄三国部分报刊破产、停刊表

图表：各国全媒体出版发展情况一览表

图表：美国全媒体出版发展特征分析

图表：亚马逊、巴诺、苹果为代表的三足鼎立

图表：美国全媒体出版需求模式分析

图表：日本全媒体发展特征分析

图表：印度电信业基础设施发展状况

图表：印度电信业发展状况

图表：俄罗斯ICT产业发展统计（一）

图表：俄罗斯ICT产业发展统计（二）

图表：2016-2022年俄罗斯ICT产业核心指标和发展总况

图表：法国ICT基础设施数据及安全互联网服务器数

图表：法国技术型创新部门收入指数

图表：北欧五国全媒体发展特征分析

图表：土耳其报纸网络版特点分析

图表：土耳其点击率高的网站

图表：墨西哥国民经济与融合经济的发展

图表：各类媒体每人每周平均使用时间

图表：巴西ICT基本数据

图表：巴西多媒体用户数量

图表：巴西通讯业务产值与利润

图表：南非互联网用户数据

图表：南非互联网快速发展原因分析

图表：2019-2023年我国网民规模及增长率情况

图表：2019-2023年我国手机网民规模及增长速度

图表：2019-2023年我国网民性别结构变化

图表：2019-2023年我国网民年龄结构变化

图表：2019-2023年我国网民学历结构变化

图表：2019-2023年我国网民收入结构变化

图表：2019-2023年我国网民上网设备变化

图表：2019-2023年我国网民上网地点变化

图表：2019-2023年我国网民人均周上网时长变化

图表：2019-2023年我国互联网普及率变化

图表：2019-2023年我国企业互联网接入方式比重

图表：2019-2023年中国互联网应用用户规模

图表：2019-2023年中国互联网应用使用率情况

图表：2019-2023年中国手机互联网应用用户规模情况

图表：2019-2023年中国手机互联网应用使用率情况

图表：2019-2023年网民信息获取类主要应用用户规模

图表：2019-2023年网民信息获取类互联网应用使用率情况

图表：2019-2023年综合搜索引擎品牌渗透率

图表：2019-2023年国民阅读率变化

图表：2019-2023年国民数字阅读率及同比增速

图表：2019-2023年国民数字阅读载体使用情况

图表：国民对图书的价格承受能力

图表：2019-2023年国民对各类型图书的价格承受能力

图表：数字化阅读群体

图表：阅读媒介倾向

图表：中国全媒体出版现状分析

图表：2019-2023年中国数字出版产业收入情况

图表：全媒体出版SWOT分析

图表：全媒体出版前景分析

图表：2019-2023年我国主要出版市场规模

图表：2019-2023年我国网民规模及互联网普及率

图表：互联网时代出版行业营销渠道

图表：互联网渠道在出版产业的特征

图表：2019-2023年数字出版行业互联网出版产值

图表：2024-2030年互联网出版市场规模预测

图表：2019-2023年我国电子阅读器销量及增长率

图表：2019-2023年电子书产值

图表：电子阅读器出版市场影响因素分析

图表：2019-2023年我国手机网民规模及其占网民比例

图表：2019-2023年我国网民上网设备比例

图表：手机出版的三种形式比较

图表：手机出版特征分析

图表：2019-2023年数字出版行业手机出版产值

图表：2019-2023年中国手机出版市场产值及其增长情况

图表：手机出版需求市场影响因素总结

图表：2024-2030年中国手机出版市场产值预测

图表：手机出版发展建议

图表：中国数字图书馆发展历程

图表：2019-2023年数字图书馆资源建设总量

图表：数字图书馆资源种类分布

图表：2019-2023年全国数字图书馆推广工程实施地区分布

图表：全媒体出版盈利模式

图表：全媒体出版运营模式

图表：中文在线全媒体运营价值观

图表：中文在线全媒体出版细分业务年龄用户群对比

图表：中文在线一起看小说网运营模式

图表：中文在线书香中国运营模式

图表：中文在线手持阅读平台运营模式

图表：中文在线数字资产运营平台核心价值观

图表：中文在线数字资产运营平台运作方式

图表：中文在线全媒体运营战略--内容版权管理

图表：中文在线全媒体运营战略--用户分析数据挖掘

图表：中文在线全媒体运营战略--内容智能推荐

图表：中文在线全媒体运营战略--用户互动机制

图表：中文在线全媒体出版运营案例--隋乱

图表：中文在线全媒体出版运营案例--找到目标用户

图表：中文在线全媒体出版运营案例--产品jingque营销

图表："阅文集团"发展策略

图表：中国知网商业模式分析

图表：龙源期刊网全媒体发展历程

图表：全媒体数字出版B-B-C商业模式

图表：全媒体数字出版商业模式B-B-C流程图

图表：全媒体数字出版商业模式B-B-C逻辑与业务

图表：全媒体数字出版运营管理平台

图表：B-B-C模式下授权与非授权区别

图表：B-B-C模式下内容管理实施形式

图表：B-B-C模式运营核心价值观--内容jingque推送

图表：中赢信合建议：运营为核心

图表：2019-2023年我国期刊出版种数

图表：2019-2023年我国期刊平均期印数

图表：2019-2023年我国期刊总印数

图表：2019-2023年我国期刊总印张数

图表：期刊全媒体出版可行性分析

图表：《中华医学会》系列杂志全媒体出版优劣势分析

图表：《中华医学会》系列杂志全媒体出版机遇与威胁分析

图表：2019-2023年中国数字期刊市场产值及其增长情况

图表：2019-2023年我国互联网期刊收入规模变化趋势

略...