



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国报纸出版与发行动态监测与 投资战略研究报告(2011- 2015年)

# 一、调研说明

《中国报纸出版与发行动态监测与投资战略研究报告(2011-2015年)》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/174368.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

### 第一章 2010年中国报纸出版业运行环境解析

#### 第一节 2010年中国报纸出版行业政策环境分析

- 一、完善报纸出版的管理、创新机制，促进其行业健康发展
- 二、深化文化体制改革，规划报纸出版的发展方向
- 三、深化出版发行体制改革，促进报纸出版的产业化发展
- 四、进一步规范报业发行市场
- 五、进一步加大法治工作力度

#### 第二节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

#### 第三节 2010年中国报纸出版行业发展社会环境分析

- 一、人口规模分析
- 二、政府教育投资
- 三、中国人口年龄、学历结构分析

## 第二章 2010年中国报纸出版行业发展概况分析

### 第一节 2010年中国报纸出版业新形势分析

- 一、报纸种类不断增长，分众化趋势明显

二、知名报纸拥有较高的市场占有率

三、数字化报纸成为新的增长点

## 第二节 2010年中国报纸出版行业市场规模分析

一、全国报纸主要出版指标普遍增长

二、日报出版能力大幅增强

三、报纸普及率稳步提高

四、报纸定价总金额同步增长

五、报纸广告收入持续增长

## 第三节 2010年中国报纸出版行业产品结构分析

一、按报纸级别分类

二、按报纸内容分类

三、按报纸出版周期分类

四、按报纸的文字载体分类

## 第四节 2010年中国报纸出版行业市场结构分析

一、从报纸发行主体的市场结构

二、从地域市场结构来分析

## 第五节 2010年中国报纸出版行业品牌市场结构分析

一、以报纸发行量衡量

二、从报纸广告收入衡量

## 第六节 2010年中国报纸出版行业发展市场特征分析

一、报纸种类不断增长，分众化趋势明显

二、知名报纸拥有较高的市场占有率

三、数字化报纸成为新的增长点

# 第三章 2010年中国报纸发行与市场营销解析

## 第一节 2010年中国报纸发行市场研究

一、报纸发行的三个阶段

二、中国报纸发行的六大模式

三、影响报纸选择发行渠道的因素

四、外资发行公司进入对中国发行市场的影响

五、中国报纸发行经营的创新分析

六、“新政”下报纸发行市场整合分析

## 第二节 2010年中国报纸营销模式与策略解析

- 一、从发行实践看报刊发行的营销管理
- 二、透视中国报刊的机场零售渠道
- 三、从4Cs理论解析报刊营销误区
- 四、中国报纸发行渠道的三种整合模式
- 五、报刊读者的特点及开发读者资源的营销策略
- 六、报纸整合营销传播分析
- 七、开展报纸整合营销的策略分析

## 第四章 2010年中国报纸细分市场运行分析

### 第一节 都市类报纸

- 一、都市报市场现状分析
- 二、中国都市类报纸的发展特点
- 三、中国都市报面临的形势及战术选择
- 四、国内都市报价格战的成因分析和规避策略
- 五、都市报的转型分析

### 第二节 IT类报纸

- 一、IT类报纸凸显"马太效应"
- 二、IT类报纸全国10城市零售市场
- 三、IT报纸发行类别与走势分析

### 第三节 财经类报纸

- 一、中国财经类报纸的种类划分
- 二、中国财经类报纸17城市零售市场分析
- 三、专业经济类报纸的发展现状与趋势

### 第四节 教辅类报纸

- 一、中国教辅类报纸呈现过热态势
- 二、中国教辅类报纸面临转型
- 三、竞合成现代教辅报业发展的必由之路
- 四、教辅类报纸发展壮大的突破点

### 第五节 文摘类报纸

- 一、中国文摘类报纸面临新课题
- 二、文摘类报纸的核心竞争力分析

### 三、文摘类报纸突围关键在于提升核心竞争力

## 第五章 2010年中国报纸出版业竞争新格局透析

### 第一节 2010年中国报纸出版业价值链分析

#### 一、印刷业

#### 二、造纸业

#### 三、发行业

#### 四、广告代理业

### 第二节 2010年中国各类报纸竞争分析

#### 一、中国经济类报纸竞争力分析

#### 二、都市类报纸的竞争演变

#### 三、生活类报纸强化竞争力的路径分析

#### 四、免费报纸的竞争优势分析

### 第三节 2010年中国报纸出版业集中度分析

#### 一、报纸出版业市场集中度分析

#### 二、报纸出版业区域集中度分析

### 第四节 2010年中国提升报纸竞争力的主要策略

#### 一、三大创新塑造报纸竞争力

#### 二、报纸版面竞争力评价指标及提升策略分析

#### 三、利用专栏提高报纸竞争力的策略

#### 四、提高报纸竞争力的差异化策略

#### 五、新闻漫画是提升报纸竞争的重要手段

#### 六、利用视觉感提升报纸竞争能力

## 第六章 2010年中国主要报业集团运行分析

### 第一节 北京日报报业集团

#### 一、集团简介

#### 二、北京日报阅报栏开始逐步更新

#### 三、北京日报报业集团探索与新兴媒体接轨

### 第二节 上海文汇新民联合报业集团

#### 一、集团简介

#### 二、文新集团与上海移动联合推出"手机报"

### 三、瑞士荣格集团与上海文新合作出女性周刊

#### 第三节 南方报业传媒集团

##### 一、集团简介

##### 二、南方报业传媒集团的品牌拓展战略

##### 三、南方报业传媒实现战略转型

#### 第四节 《时尚》杂志社

##### 一、公司介绍

##### 二、《时尚》杂志的市场定位

##### 三、《时尚》"出版人制"的优势

##### 四、《时尚》的国际化和本土化

##### 五、《时尚》的谋篇布局与品牌延伸

##### 六、《时尚》立体化发行模式

#### 第五节 北京瑞丽杂志社

##### 一、公司介绍

##### 二、瑞丽近年发展大事

##### 三、《瑞丽》杂志社推出新刊物

##### 四、《瑞丽》发展策略分析

## 第七章 2011-2015年中国报刊投资潜力与风险预警

### 第一节 2010年中国报业投资概况

#### 一、中国报业成为投资特点

#### 二、浅谈报业投资的运作程序

### 第二节 2011-2015年中国报刊投资机会分析

#### 一、中文报刊市场步入全球化时代

#### 二、中文报刊服务业商机无限

#### 三、报刊发行市场将成未来投资热点

#### 四、中国期刊业投资潜力分析

### 第三节 2011-2015年中国报刊投资风险预警

#### 一、宏观调控政策风险

#### 二、市场竞争风险

#### 三、市场运营机制风险

### 第四节 专家建议

## 第八章 2011-2015年中国报刊前景预测与趋势探析

### 第一节 2011-2015年中国报纸业发展趋势分析

- 一、当代西方报纸媒介的发展趋势
- 二、中国报纸发展的"四化"趋势
- 三、报纸零售发行自办化将成主流趋势
- 四、报网互动成报纸发展的必然趋势

### 第二节 2011-2015年中国报纸出版业前景预测分析

- 一、报纸出版业市场供需分析
- 二、报纸业盈利预测分析

## 第九章 2011-2015年中国报纸出版业发展策略与建议

### 第一节 2010年中国报纸出版中的主要问题

- 一、报纸发行的恶性竞争愈演愈烈
- 二、报纸新闻质量受到公众质疑
- 三、报纸部分消费群正在流失
- 四、报纸同质化现象日趋明显

### 第二节 2011-2015年中国报纸出版业产品策略

- 一、树立报纸公信意识
- 二、促进报纸网络化

### 第三节 2011-2015年中国报纸出版业渠道策略

- 一、拓展多元化的发行渠道
- 二、向集团化和跨地域化发展

### 第四节 2011-2015年中国报纸出版业品牌策略

- 一、品牌意识与报纸市场竞争
- 二、报纸品牌的建立
- 三、品牌战略的实施

## 图表目录：

图表：2005-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2015年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图



图表：2005-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2015年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2015年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2015年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2015年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2015年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

艾凯数据研究中心发布的《中国报纸出版与发行动态监测与投资战略研究报告(2011-2015年)》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：中国人口规模

图表：中国年龄结构

图表：日本报纸的发行状况与普及率

图表：日本报纸从业人员状况

图表：日本报纸的读者购报方式比较

图表：日本报业各项收入比率

图表：三种营销类报刊在十城市的期刊零售指数

图表：全国八个城市市场份额前两名的都市报

图表：全国部分城市市场份额较大的早报晚报

图表：全国部分城市市场份额较大的都市报

图表：中国媒介的使用分配情况

图表：2015年中国媒介的使用分配情况

图表：中国最具竞争力的行业报

图表：美国杂志在各个场所的销售比例

图表：南京都市报销量情况

图表：天津都市报销量情况

图表：上海都市报销量情况

图表：北京都市报销量情况

图表：广州都市报销量情况

图表：IT类报纸10城市零售市场份额对比

图表：IT类报纸十城市零售市场份额走势

图表：IT类报纸的零售摊点覆盖率

图表：十城市零售总量变化情况

图表：财经类报纸市场份额

图表：全国性财经类报纸17城市平均覆盖率

图表：全国性财经类报纸17城市覆盖率及销量

图表：全国晚报都市类报纸竞争力前20位

图表：时尚类高码洋杂志销售指数排名

图表：男女时尚类刊物销售的对比表

图表：男女时尚类刊物销售的对比图

图表：三大城市高码洋时尚期刊零售市场份额变化

图表：十城市高码洋时尚期刊零售份额对比图

图表：中国内地科普期刊的出版发行状况

图表：新闻期刊栏目设置情况表

图表：报纸的盈利过程

图表：报纸竞争力的4个因子和度量因素

图表：报纸营销过程与竞争力

图表：主要经济类报纸的品牌指标相关分析图

图表：主要经济类报纸的读者定位相关分析图

图表：报纸营销力的构成示意图

图表：三份综合财经周报广告收入前10位行业

图表：不同年龄读者的版面阅读对应分析图

图表：三报纸品牌拟人化测试

图表：主要经济报纸广告营业额对比

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/174368.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。