



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国报刊业市场运营态势与战略咨询研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年中国报刊业市场运营态势与战略咨询研究报告》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/200253.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

十一届三中全会以来，中国报刊业经历了30多年的蓬勃发展期。初期，党报独揽天下；20世纪80年代，晚报勃兴，副刊繁荣，生活味、趣味性渐浓；90年代中，都市报兴起，从此引领市民生活。时尚类、家庭生活类、文摘类、教育辅导类杂志大放异彩。中国报刊业变得纷繁多样之时，也为激烈的市场大战埋下了种子。从价格战、优惠赠品战到规模战、品牌战，报刊业进入战国纷争时代。

近年来，中国报刊业的发展十分迅速。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。

2010年，全国出版报纸1939种，出版期刊9884种；报纸总印数500.2亿份，期刊总印数35.4亿册。实现千人拥有日报90份、人均消费期刊2.4册的发展目标。报刊发行体制改革取得初步成效，报刊网、电子报刊、网络报刊等新业态发展迅速，报刊法规体系不断完善，宏观调控、依法行政、市场监管、公共服务的管理格局基本形成。我国新闻系统体制改革取得历史性突破，截至2010年底，全国已有1251家报刊出版单位转制或登记为企业法人单位，39家报业集团实行编辑和经营两分开，大众消费和学术类期刊集群开始出现，大中型报刊骨干企业正在形成。

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。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年中国报刊业市场运营态势与战略咨询研究报告》共十四章。主要依据国家统计局、国家发改委、国家文化部、中国新闻出版总署、中国报业协会、中国期刊协会、国内外相关刊物的基础信息以及报刊行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界报刊行业整体发展大势，首先介绍了国内外报刊业的发展概况，接着分析了国内报业市场和期刊市场的发展，包括报业和期刊市场的总体情况、报刊广告市场，细分市场状况、重点地区发展概况等。随后报告对报刊业做了营销分析、行业竞争分析、重点企业运营状况分析和投资分析，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了报刊行业今后的发展与投资策略。

本报刊行业报告，为报刊企事业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营

策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 报告目录

### 第一章 国际报刊行业

#### 第一节 全球

- 一、全球报刊市场寻"免费"出路
- 二、网媒迫使全球报刊业变革
- 三、世界主要英文报刊：

#### 第二节 美国

- 一、美国著名报刊介绍
- 二、美国兴起华文免费报刊
- 三、历史上美国报业的变革和面临的挑战
- 四、美国报刊三巨头裁员应对金融危机
- 五、为摆脱困境

#### 第三节 日本

- 一、日本报纸的发行模式
- 二、日本报业专卖发行制度介绍
- 三、专卖发行制度的比较优势

#### 第四节 英国

- 一、英国主要报刊介绍
- 二、英国报业市场发展状况
- 三、英国客户期刊的发展状况
- 四、英国地方报发行量普降

#### 第五节 法国

- 一、法国付费报刊持续萎缩
- 二、法国报纸靠三条腿发行
- 三、法国付费报纸发行备受冲击
- 四、法国人爱读期刊杂志
- 五、金融危机"火了"法国经济类报刊

#### 第六节 瑞典

- 一、瑞典报业启示：做"小"报纸

## 二、瑞典报业现状及资助制度分析

## 三、瑞典免费报纸竞争策略

## 第二章 中国报刊行业分析

### 第一节 中国报刊行业概况

#### 一、中国报刊的发展与整治

#### 二、中国报刊业发展迅速

#### 三、中国报刊业在改革中发展繁荣

### 第二节 2011-2012年中国报刊零售市场状况

#### 二、2010年报刊零售市场发展状况

#### 三、2011年报刊零售市场发展状况

#### 四、决定报刊零售市场占有率的14个因素

#### 五、报刊零售业务发展对策

### 第二节 2011-2012年中国报刊广告市场分析

#### 一、2010报刊广告市场分析

#### 二、2011年中国报刊广告市场

### 第三节 网络对中国报刊业的影响

#### 一、传统报刊相对于网络媒体的独特优势

#### 二、网络媒体对中国传统报刊的强烈冲击

#### 三、面对网媒冲击中国报刊出版蓄势待发

### 第四节"三农"报刊发行的SWOT分析与应对策略 98

#### 一、优势

#### 二、劣势

#### 三、机会

#### 四、威胁

#### 五、农村报刊发行对策

### 第五节 中国报刊业面临的问题

#### 一、中国报刊内容管理面临的几个问题

#### 二、中国报刊管理执法的若干不足

#### 三、中国报刊品种与数量期待更大发展

## 第三章 中国报业市场分析

## 第一节 中国报业发展概况

### 一、中国报业发展特点

### 二、中国三大类报纸发展状况

### 三、2010中国报业重压之下积极转型

### 四、2011年中国报业发展分析

## 第二节 报业经营分析

### 一、解析中国报业经营改革中的边缘突破

### 二、浅析报纸的多元化经营

### 三、构建中国报业发展的多元化经济新格局

### 四、报业开展多元化经营的建议

## 第三节 报业发展的品牌分析

### 一、国外报业品牌营运的重点

### 二、报纸品牌经营的重要性

### 三、报业品牌战略分析

### 四、2011-2012年报纸竞争品牌分析

## 第四节 中国报业集团化分析

### 一、中国报业集团化背景

### 二、对中国报业集团化现状的思考

### 三、中国报业集团产业化探析

### 四、中国报业集团化面临的挑战和机遇

### 五、中国报业集团化发展的瓶颈

## 第五节 报业发展策略

### 一、转型期报业发展策略探讨

### 二、新媒介生态下报业的发展策略

### 三、发展数字报业拓展报业发展空间

### 四、报纸挽留年轻读者的对策

### 五、报纸无形资产的广告拓展战略

## 第四章 报纸细分市场

### 第一节 都市类报纸

#### 一、都市报市场现状分析

#### 二、中国都市类报纸地域特色与融合

- 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
- 六、2011年全国部分城市都市报销量排名

## 第二节 IT类报纸

- 一、从零售市场透视IT类报刊广告价值
- 二、IT类报纸全国10城市零售市场
- 三、《电脑报》以70%的市场份额
- 四、2011年IT类报纸广告媒体市场分析

## 第三节 财经类报纸

- 一、财经类报纸：报业发展的新亮点
- 二、中国财经类报纸17城市零售市场分析
- 三、国内主流财经报纸发展浅析
- 四、专业性的迷失——中国财经类报纸报道方式的误区
- 五、我国新财经类报纸活动营销的问题及对策分析
- 六、财经类报纸网络化建设刍议
- 七、2011-2012年财经类报纸零售市场解析
- 八、2011年《第一财经日报》利润

## 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、全国教育教辅类报纸质量稳步提升
- 四、竞合成现代教辅报业发展的必由之路
- 五、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、文摘类报纸定位探讨

# 第五章 重点地区报业市场

## 第一节 北京

- 一、北京报业发展概况

- 二、北京报业竞争格局与空间解析
- 三、北京报业力促市场回暖
- 四、北京报业竞争策略与价值提升的分析
- 五、2011年北京报刊亭生存状态调查
- 六、2011年北京报业市场各类报纸销量排行

## 第二节 上海

- 一、上海报业发展历史回顾
- 二、从书报亭看上海报业的竞争形势
- 三、上海报业发展的制约因素
- 四、上海报业发展战略探析
- 五、上海报业转企改制拉开序幕
- 六、2011年上海各类报纸销售排行

## 第三节 广东

- 一、广东报业市场竞争进入融合竞争新阶段
- 二、广东报业现状及发展动态
- 三、广州报纸导读
- 四、深圳报业市场发展分析
- 五、2011年广东省各类报纸销量排行

## 第四节 成都

- 一、成都报业对中国报业的标本意义
- 二、成都报业市场环境分析
- 三、领先者与竞争者的生存博弈
- 四、成都报业市场竞争的理性思考
- 五、2011年成都市各类报纸销量排行

## 第五节 湖北

- 一、湖北报业发展概况
- 二、湖北报业面临的问题
- 三、湖北报业的发展对策
- 四、2011年武汉市各类报纸销售排行

## 第六节 湖南

- 一、湖南报业市场分析
- 二、湖南报业浮华背蕴含生机



### 三、2011年长沙市都市类报纸销售排行

## 第六章 报纸发行分析

### 第一节 报纸发行的发展演变

- 一、报纸发行的三个阶段
- 二、报纸发行模式的历史回顾
- 三、中国报纸自办发行模式发展回顾
- 四、中国报纸发行的六大模式

### 第二节 报纸发行市场分析

- 一、中国报纸发行的三种主要渠道
- 二、影响报纸选择发行渠道的因素
- 三、外资发行公司逐鹿华夏
- 四、中国报纸发行经营的创新分析
- 五、“新政”下报纸发行市场整合分析
- 六、2011年国内报刊发行10大新闻

### 第三节 报纸发行价值链研究

- 一、报纸发行的价值链整合分析
- 二、网络价值链开发存在的问题
- 三、发行网络价值链的可持续开发

### 第四节 报纸发行的整合营销

- 一、报纸发行整合营销模式的理论依据及作用
- 二、中国报纸发行渠道的三种整合模式
- 三、报纸整合营销传播分析
- 四、开展报纸整合营销的策略分析

### 第五节 报纸发行面临的问题与对策

- 一、国内报纸发行市场面临的挑战 and 对策
- 二、中国报纸发行的误区与应对措施
- 三、报纸分销业应对市场开放的策略
- 四、“无赠品时代”的报纸发行策略
- 五、都市报的发行策略
- 六、省级党报的发行战略及策略

## 第七章 期刊市场分析

### 第一节 中国期刊发展概况

- 一、中国期刊三次浪潮回顾
- 二、中国期刊发展现状分析
- 三、中国期刊业将迎来快速发展期

### 第二节 期刊品牌分析

- 一、关于中国期刊品牌经营思考
- 二、活动加快期刊品牌成长
- 三、中国期刊的品牌塑造策略
- 四、农业期刊的品牌发展思路
- 四、2011-2012年全国期刊30强

### 第三节 期刊发行渠道

- 一、期刊渠道设计中的博弈论
- 二、杂志社发行渠道的设计
- 三、分众期刊发行渠道的设计
- 四、期刊发行渠道的三个阶段管理
- 五、探寻期刊发行新渠道

### 第四节 中国期刊业面临的问题及对策

- 一、中国期刊业存在的主要问题及对策
- 二、中国期刊出版业面临的挑战与对策
- 三、中国过期刊物市场问题较多
- 四、期刊业：亟待发行量认证

## 第八章 期刊细分市场（按读者类型分）

### 第一节 女性期刊

- 一、女性期刊市场的发展状况
- 二、诉求转型女性期刊的机会与市场
- 三、透析中国期刊市场"粉红潮"现象
- 四、国内大众女性期刊困境与对策
- 五、2011年部分城市女性期刊销售排行

### 第二节 男性期刊

- 一、男性期刊呈波形上升趋势

- 二、男性期刊，时尚杂志中的新生力量
- 三、中国男性时尚期刊经营的特征
- 四、中国男性时尚期刊竞争环境分析
- 五、2011年全国部分城市男性期刊销量排行

### 第三节 少儿期刊

- 一、中国少儿期刊的市场现状
- 二、中国少儿期刊的营销策略
- 三、少儿文学期刊的品牌发展策略
- 四、2011年全国各城市育儿类期刊销量排行

### 第四节 青年期刊

- 一、浅析当代青年期刊的处境
- 二、青年期刊从低谷中的奋起
- 三、青年期刊实现从大众化到细分化的突围

### 第五节 老年期刊

- 一、老年期刊面临四项挑战
- 二、老年期刊：专业化和个性化是未来发展方向

## 第九章 期刊细分市场（按期刊类型分）

### 第一节 时尚杂志

- 一、国际知名时尚杂志介绍
- 二、中国时尚杂志工业发展简史
- 三、2011年女性高码洋时尚期刊零售市场状况
- 四、中国时尚杂志市场竞争激烈

### 第二节 财经期刊

- 一、中国财经类期刊的发展现状
- 二、财经期刊市场面临的问题与对策
- 三、国内财经期刊向新媒体转身的策略
- 四、论中国财经期刊经营的第三次销售
- 五、2011年全国部分城市财经类期刊销量排行

### 第三节 科普期刊

- 一、中国科普期刊的发展状况
- 二、中国科普期刊难办的原因分析

三、中国科普期刊的发展变革之路

四、中国综合科普期刊面临困境

五、科普期刊品牌化的生存认知

#### 第四节 文摘类期刊

一、中国文摘类期刊市场现状

二、制约文摘期刊发展的几个因素。

三、中国文摘类期刊的差异化策略

#### 第五节 学术期刊

一、中国社科类学术期刊面临的困境

二、中国社科类学术期刊需要解决的问题

三、中国优势与特色学科学术期刊的发展制约因素与对策探讨

四、中国高校社科期刊发展问题的思考

五、中国学术期刊发展的文化选择

六、2011年中国两大学术期刊强强整合

#### 第六节 汽车类期刊

一、汽车类杂志市场分析

二、我国汽车类杂志的发展空间

三、中国汽车期刊的经营管理创新

四、2011年国内首本汽车类周刊《汽车周刊》上市

五、2011年部分城市汽车类期刊销量排行

#### 第七节 其他类期刊

一、IT类杂志市场分析

二、专业新闻期刊的语言特点

三、DM期刊市场分析

四、大众文化期刊市场分析

五、2011年时政类期刊零售市场现状分析

### 第十章 报刊行业营销分析

#### 第一节 报刊行业营销总体概况

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、报刊读者的特点及开发读者资源的营销策略

### 第二节 报业营销分析

- 一、当代报纸营销基本策略初探
- 二、报纸发展生命周期与营销策略
- 三、现代报纸的整合的营销
- 四、报业市场营销不良现象有待规范

### 第三节 期刊营销分析

- 一、浅谈行业DM杂志的整合营销
- 二、杂志品牌延伸与整合营销策略
- 三、论杂志的"市场切割"

### 第四节 京沪穗三地期刊销售攻略

- 一、北京期刊销售渠道概况
- 二、上海期刊销售渠道介绍
- 三、广州期刊销售渠道攻略
- 四、京沪穗期刊渠道差异攻略

## 第十一章 报刊行业竞争分析

### 第一节 各类报纸竞争分析

- 一、都市类报纸的竞争演变
- 二、生活类报纸强化竞争力的路径分析
- 三、免费报纸的竞争优势分析
- 四、新办报纸的市场竞争策略

### 第二节 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

### 第三节 中国期刊业在竞争与合作中谋得生存和发展

### 第四节 期刊竞争力分析

- 一、科技期刊核心竞争力的五个层面

二、中国期刊业需打造五大核心竞争力

三、提升中国期刊竞争力的思考

## 第五节 期刊竞争策略分析

一、中国期刊竞争策略的反思

二、论"眼球经济"时代的期刊竞争策略

三、新闻期刊的竞争策略

## 第十二章 报刊重点企业介绍

### 第一节 北京日报报业集团

一、集团简介

二、北京日报经营模式

三、北京日报报业集团探索与新兴媒体接轨

四、北京日报报业集团与广州日报报业集团结成战略联盟

五、北京日报报业集团《北京社区报》亮相

### 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

四、文汇新民联合报业集团签约成为中国2011年上海世博会合作媒体。

### 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

四、南方报业传媒集团与上海世博局的战略合作

五、2011年南方报业传媒集团启动北京新闻中心

### 第四节 《时尚》杂志社 766

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》营销"秘籍"——延伸"同心圆"

### 三、《瑞丽》媒体整合之路

### 四、《瑞丽》进军男刊、

## 第十三章 2012-2016年报刊行业发展趋势预测

### 第一节 2012-2016年报纸发展趋势

#### 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 2012-2016年期刊发展趋势

#### 一、中国期刊业五大发展趋势

#### 二、期刊渠道的发展趋势

## 第十四章 2012-2016年报刊行业投资策略探讨

### 第一节 2012-2016年报刊投资机会分析

#### 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、国内第一份网络报纸《网络导报》创刊发行

#### 四、《国际旅游岛商报》将首发

#### 五、新版《中国日报》将打造世界一流英文媒体

### 第二节 2012-2016年报业投资策略探讨

#### 一、中国报业成为投资热点

#### 二、浅谈报业投资的运作程序

### 第三节 2012-2016年期刊投资策略探讨

#### 一、中国期刊产业蕴藏着巨大的商机

#### 二、中国期刊投融资现状与特征分析

#### 三、投资中国期刊产业的可行性分析

#### 四、中国期刊产业重点投资机会分析

## 附录

附录一：全国报纸出版业"十二五"发展纲要

附录二：《报纸出版管理规定》

附录三：《期刊出版管理规定》

## 图表目录

图表：日本报纸的发行状况与普及率

图表：专卖店从业人员与专卖店数量的推移

图表：读者购报方式比较

图表：日本报业各项收入比率（%）

图表：2010年北京都市报市场份额对比图

图表：2010年广州综合类报纸市场份额对比图

图表：2010年南京都市报平均销量与有售点销量对比

图表：2007—2011年南京都市报零售发行走势

图表：2007-2011年北京都市报零售总量走势

图表：2005-2011年三大报纸在珠三角5城市的竞争态势

图表：沈阳各报零售及订阅市场份额对比

图表：2011成都各报市场份额对比图

图表：2007-2010年瑞丽三刊全国12主要城市平均销量走势图

图表：2006-2010年《昕薇》全国主要12城市平均销量走势图

图表：2011九份女性综合类期刊市场份额对比图

图表：2011时尚主妇类期刊媒体总量对比

图表：2011男性期刊6城市市场份额对比

图表：2011体育类期刊市场份额对比

图表：2011年全国报纸媒体投放概况与排行(前20名)

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名——汽车

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名——服装

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名——电子电脑

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名——金融投资

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名——食品饮料

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名——家用电器

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名——家居用品



图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名&mdash;&mdash;医药保健

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名&mdash;&mdash;房地产

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名&mdash;&mdash;零售及服务业

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名&mdash;&mdash;化妆品浴室用品

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名&mdash;&mdash;个人用品

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名&mdash;&mdash;教育电信等公用事业

图表：2011年全国报刊广告主广告投放排名&mdash;&mdash;工业办公用品及工商服务

图表：2011-2012年全国综合专业报10强

图表：2011-2012年全国省级日报5强

图表：2011-2012年全国城市日报5强

图表：2011-2012年全国晚报20强

图表：2011-2012年全国都市报30强

图表：2011年上海都市报销量前六名排行

图表：2011年北京都市报销量排行

图表：2011年广州市都市报销量前六名排行

图表：2011年西安市都市报销量前六名排行

图表：2011年重庆市都市报销量排行

图表：2011年武汉市都市报销量排行

图表：2011年长沙市都市报销量排行

图表：2011年南京市都市报销量排行

图表：2011年太原市都市报销量排行

图表：2011年1月IT类报纸广告媒体前5强

图表：2011年3月IT类报纸广告媒体前8强

图表：2011年5月IT类报纸广告媒体前5强

图表：2011年6月IT类报纸广告媒体前8强

图表：2011-2012年财经类日报平均销量走势

图表：2010年-2011年财经类周刊零售销量走势

图表：2011年财经类周报城市销量对比

图表：北京报刊亭主工作年限

图表：北京报刊亭主工作年限

图表：2011年北京报刊亭平均营业时间

图表：2011年北京报刊亭经营人数（平均值）

图表：2011年北京全国性周报销量排名

图表：2011年北京都市类报纸销量排名

图表：2011年北京财经类周报销量排名

图表：2011年上海全国性周报销量排名

图表：2011年北京都市类报纸销量排名

图表：2011年上海财经类周报销量排名

图表：2011年广州全国性周报销量排名

图表：2011年广州都市类报纸销量排名

图表：2011年广州财经类周报销量排名

图表：2011年成都市全国性周报销量排名

图表：2011年成都财经类周报销量排名

图表：2011年武汉市全国性周报销量排名

图表：2011年武汉都市类报纸销量排名

图表：2011年武汉财经类周报销量排名

图表：2011年长沙都市类报纸销量排名

图表：2011-2012年全国期刊30强列表

图表：2011年上海女性高洋码时尚期刊销售排行

图表：2011年深圳女性高洋码时尚期刊销售排行

图表：2011年西安女性高洋码时尚期刊销售排行

图表：2011年重庆女性高洋码时尚期刊销售排行

图表：2011年武汉女性高洋码时尚期刊销售排行

图表：2011年南京女性高洋码时尚期刊销售排行

图表：2011年沈阳女性高洋码时尚期刊销售排行

图表：2011年杭州女性高洋码时尚期刊销售排行

图表：2011年北京女性期刊销量排行

图表：2011年上海女性综合类期刊销量排行

图表：2011年广州女性综合类期刊销量排行

图表：2011年深圳女性综合类期刊销量排行

图表：2011年重庆女性综合类期刊销量排行

图表：2011年南京女性综合类期刊销量排行

图表：2011年杭州女性综合类期刊销量排行

图表：2011年武汉女性综合类期刊销量排行

图表：2011年成都女性综合类期刊销量排行

图表：2011年西安女性综合类期刊销量排行

图表：2011年北京时尚男性类期刊销量排行

图表：2011年上海时尚男性类期刊销量排行

图表：2011年广州时尚男性类期刊销量排行

图表：2011年深圳时尚男性类期刊销量排行

图表：2011年重庆时尚男性类期刊销量排行

图表：2011年武汉时尚男性类期刊销量排行

图表：2011年西安时尚男性类期刊销量排行

图表：2011年成都时尚男性类期刊销量排行

图表：2011年沈阳时尚男性类期刊销量排行

图表：2011年大连时尚男性类期刊销量排行

图表：2011年北京育儿类期刊销量排行

图表：2011年上海育儿类期刊销量排行

图表：2011年广州育儿类期刊销量排行

图表：2011年深圳育儿类期刊销量排行

图表：2011年南京育儿类期刊销量排行

图表：2011年武汉育儿类期刊销量排行

图表：2011年重庆育儿类期刊销量排行

图表：2011年成都育儿类期刊销量排行

图表：2011年西安育儿类期刊销量排行

图表：2010年～2011年高码洋女性期刊总量走势图

图表：2011年女性高码洋时尚类期刊市场份额图

图表：部分时尚类期刊在全国20个城市的平均覆盖率变化对比图

图表：2011年时尚类读者年龄分布

图表：2011年北京财经类期刊销量排行

图表：2011年上海财经类期刊销量排行

图表：2011年深圳财经类期刊销量排行

图表：2011年广州财经类期刊销量排行

图表：2011年南京财经类期刊销量排行

图表：2011年武汉财经类期刊销量排行

图表：2011年重庆财经类期刊销量排行

图表：2011年广州财经类期刊销量排行  
图表：2011年西安财经类期刊销量排行  
图表：中国内地科普期刊的出版发行状况  
图表：2011年北京汽车类期刊销量排行  
图表：2011年上海汽车类期刊销量排行  
图表：2011年广州汽车类期刊销量排行  
图表：2011年深圳汽车类期刊销量排行  
图表：2011年西安汽车类期刊销量排行  
图表：2011年重庆汽车类期刊销量排行  
图表：2011年武汉汽车类期刊销量排行  
图表：2011年南京汽车类期刊销量排行  
图表：2011年济南汽车类期刊销量排行  
图表：2011年IT综合类期刊12城市整体平均销量走势图  
图表：IT综合类期刊12城市整体平均销量变化  
图表：2011-2012年IT综合类期刊市场份额变化走势  
图表：2011IT综合类期刊市场份额对比  
图表：时政类期刊13城市平均销量之和对比图  
图表：2011时政类期刊市场份额对比图  
图表：2011时政类期刊平均实销力对比图  
图表：2011时政类期刊平均覆盖率与变化对比图  
图表：《瑞丽》媒体产品演进图  
图表：《瑞丽》媒体经营组织结构调整对比图

通过《2012-2016年中国报刊业市场运营态势与战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/200253.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提供专业投资咨询报告、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。