



艾凯咨询
ICAN Consulting

2021-2026年中国期刊全媒体行业 市场评估分析及发展前景调研 战略研究报告

一、调研说明

《2021-2026年中国期刊全媒体行业市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》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/359133.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

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 中国期刊产业概述

1.1 期刊产业定义

1.2 期刊产业分类

1.3 期刊产业地位

第二章 世界期刊产业发展现状分析

2.1 世界期刊产业发展综述

2.1.1 世界期刊产业发展概况

2.1.2 世界期刊产业经营情况

2.1.3 世界期刊产业最新特点

2.1.4 世界期刊产业发展趋势

（1）市场细分且定位趋高端

（2）集团化趋势加速

（3）国际合作加强

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

第三章 中国期刊产业发展现状分析

3.1 中国期刊出版情况分析

3.1.1 期刊种数

3.1.2 期刊平均期印数

3.1.3 期刊总印数

3.1.4 期刊总印张数

3.2 中国期刊产业经营情况

3.2.1 定价总金额

3.2.2 期刊发行收入

3.2.3 期刊广告收入

3.2.4 期刊业总产值

3.2.5 期刊业利润总额

3.3 中国期刊进出口情况分析

3.3.1 期刊出口情况分析

(1) 期刊出口种数

(2) 期刊出口数量

(3) 期刊出口金额

3.3.2 期刊进口情况分析

(1) 期刊进口种数

(2) 期刊进口数量

(3) 期刊进口金额

3.3.3 期刊进出口对比分析

(1) 期刊进出口种数对比

(2) 期刊进出口数量对比

(3) 期刊进出口金额对比

3.3.4 期刊进出口情况总结

第四章 中国传统期刊产业商业模式分析

4.1 中国传统期刊业市场定位分析

4.1.1 期刊市场定位的含义

4.1.2 期刊市场定位主要途径

(1) 通过调查确定市场定位

(2) 通过试刊校正市场定位

(3) 通过改刊调整市场定位

4.2 中国传统期业刊盈利模式分析

4.2.1 期刊产业盈利模式分析

(1) 发行盈利模式

(2) 广告盈利模式

(3) 版面费盈利模式

(4) 增值服务盈利模式

4.2.2 期刊产业盈利模式组合

(1) "三次售卖"理论

(2) 盈利模式组合分析

4.3 中国传统期刊业经营模式分析

4.3.1 分散经营模式及弊端

(1) 分散经营现状

(2) 分散经营的弊端

4.3.2 集约化经营模式优势

(1) 集约化经营优势

(2) 集约化经营必要性

(3) 集约化经营方式

(4) 集约化经营案例分析

(5) 集约化经营经验与策略

4.4 中国传统期刊业营销模式分析

4.4.1 中国传统期刊订阅渠道

(1) 邮局

(2) 活动策划

(3) 网络征订

(4) 传统媒体效果

(5) 渠道商与发行公司

(6) 集团征订

(7) E-mail行销征订

(8) 直邮信函订阅

4.4.2 中国传统期刊零售渠道

(1) 超市、便利店

(2) 交通站点

(3) 书店

(4) 报刊亭

(5) 其它渠道

4.4.3 不同生命周期营销策略

- (1) 创刊期营销策略
- (2) 发展期营销策略
- (3) 成熟期营销策略
- (4) 衰退期营销策略

4.4.4 传统期刊营销方式分析

- (1) 网络营销分析
- (2) 活动营销分析
- (3) 品牌营销分析
- (4) 服务营销分析

第五章 中国期刊产业全媒体出版转型策略

5.1 全媒体时代的特征(AK HT)

5.1.1 媒介之间的融合与互补

5.1.2 媒介之间的全面竞争

5.1.3 媒介报道方式发生了变化

5.1.4 媒介的营销方式转型

5.2 期刊业全媒体出版可行性分析

5.2.1 全媒体出版必要性

5.2.2 全媒体出版的机遇

5.2.3 全媒体出版经济效益

5.2.4 全媒体出版社会效益

5.3 期刊全媒体运作案例分析与借鉴

5.3.1 《中国国家地理》

- (1) 《中国国家地理》简介
- (2) 《中国国家地理》的全媒体经营实践
- (3) 《中国国家地理》的全媒体经验借鉴

5.3.2 《读者》

- (1) 《读者》简介
- (2) 《读者》的全媒体经营实践
- (3) 《读者》的全媒体经验借鉴

5.3.3 《瑞丽》

- (1) 《瑞丽》简介
- (2) 《瑞丽》的全媒体经营策略

(3) 《瑞丽》的全媒体经验借鉴

5.3.4 《时尚》

(1) 《时尚》简介

(2) 《时尚》的全媒体经营实践

(3) 《时尚》的全媒体经验借鉴

5.3.5 《财经》

(1) 《财经》简介

(2) 《财经》的全媒体经营实践

(3) 《财经》的全媒体经验借鉴

5.3.6 《家庭医生》

(1) 《家庭医生》简介

(2) 《家庭医生》的全媒体经营实践

(3) 《家庭医生》的全媒体经验借鉴

5.4 某期刊集团的媒介融合实践分析

5.4.1 媒介融合实践的顶层设计

5.4.2 媒介融合渠道平台的搭建

(1) 交叉多元化平台

(2) 整合互动化平台

(3) 移动体验化平台

5.4.3 引进、整合旗下各种资源

(1) 版权合作

(2) 刊网互动

5.4.4 构建融合型的组织架构

(1) 建立融合组织结构

(2) 增设全媒体事业部

5.4.5 逐步向多元化方向转型

(1) 战术性合作

(2) 产权性联合

(3) 跨界化合作

5.5 期刊企业全媒体运作策略建议

5.5.1 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

5.5.2 构建全媒体形式的条件与准备

(1) 准确的定位

(2) 必要的投入

(3) 各媒介的融合

(4) 必要的人才储备

5.5.3 全媒体时代期刊核心能力培育

(1) 办刊宗旨要坚持特色化

(2) 期刊框架应以"内容为王"

(3) 保持期刊内容的创新

(4) 注重期刊的技术创新

(5) 打造期刊的核心品牌

(6) 实行跨媒体经营

5.5.4 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

5.5.5 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

图表目录：

图表：期刊主要分类方法

图表：主要国家期刊数量统计（单位：种）

图表：2020年美国期刊业收入情况（单位：亿美元）

图表：英国期刊业收入构成情况（单位：%）

图表：2016-2020年我国期刊种数（单位：种，%）

图表：2016-2020年我国期刊均期印数（单位：万册）

图表：2016-2020年我国期刊总印数（单位：亿册，%）

图表：2016-2020年我国期刊总印张数（单位：亿印张，%）

图表：2016-2020年我国期刊定价总金额（单位：亿元，%）

图表：2016-2020年我国期刊业发行收入（单位：亿元，%）

图表：2016-2020年我国期刊业广告收入（单位：亿元，%）

图表：2016-2020年我国期刊业总产值（单位：亿元，%）

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/359133.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）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。