



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国报刊行业市场 分析及投资预测报告

一、调研说明

《2009-2010年中国报刊行业市场分析及投资预测报告》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/98377.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

目录

第一章 2008-2009年全球报刊行业主要国家运营

一、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

二、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) 日本专卖发行制度的比较优势

三、英国

- (一) 英国主要报刊介绍
- (二) 英国客户期刊的发展状况

五、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

六、瑞典

- (一) 瑞典报纸的分类
- (二) 瑞典报业现状和政策
- (三) 瑞典免费报纸竞争策略

第二章 2008-2009年中国报刊行业发展经济环境

一、2008年中国经济发展环境

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响

(三) 中国应对金融危机的措施

二、2008-2009年中国报刊行业政策发展环境

(一) 全国报纸出版业"十一五"发展纲要

(二) 《报纸出版管理规定》

(三) 《期刊出版管理规定》

三、2008-2009年中国报刊行业社会环境发展

第三章 2008-2009年中国报刊行业发展动态解析

一、2008-2009年中国报刊行业概况

(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

(四) 2008-2009年中国报刊零售市场状况

二、2008-2009年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

三、"三农"报刊发行的SWOT与应对策略

四、2008-2009年中国报刊业面临的问题

第四章 2008-2009年中国报业发展概况

一、2008-2009年中国报业发展综述

(一) 中国报业发展特点

(二) 中国三大类报纸发展状况

(三) 中国报业并未遭遇发展瓶颈

二、2008-2009年中国报业经营

(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

三、2008-2009年中国报业发展的品牌

(一) 国外报业品牌营运的重点

(二) 报业品牌战略

(三) 报纸品牌经营的要素

四、2008-2009年中国报业集团化

五、2008-2009年中国报业发展策略

第五章 2008-2009年中国报纸细分市场发展态势

一、都市类报纸

(一) 都市报市场现状

(二) 中国都市报面临的形势及战术选择

(三) 国内都市报价格战的成因和规避策略

(四) 都市报纸的转型

二、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

三、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

(三) 专业经济类报纸的发展现状与趋势

四、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

五、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

(三) 文摘类报纸突围关键在于提升核心竞争力

第六章 2008-2009年中国报纸发行市场运行格局

一、2008-2009年中国报纸发行市场

(一) 影响报纸选择发行渠道的因素

(二) 外资发行公司进入对中国发行市场的影响

(三) 中国报纸发行经营创新

(四) "新政"下报纸发行市场整合

二、2008-2009年中国报纸发行价值链研究

(一) 报纸发行的价值链整合

(二) 网络价值链开发存在的问题

(三) 中国报纸发行网络的研究

三、2008-2009年中国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

(四) 开展报纸整合营销的策略

四、2008-2009年中国报纸发行面临的问题与对策

(一) 中国报纸发行的误区与应对措施

(二) 报纸分销市场问题尚待解决

(三) 都市报的发行策略

(四) 省级党报的发行战略及策略

第七章 2008-2009年中国期刊产业市场分析

一、2008-2009年中国期刊品牌

(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) 中国品牌期刊发展建议

(五) 农业期刊的品牌发展思路

二、2008-2009年中国期刊发行渠道

(一) 期刊渠道设计中的方式技巧

(二) 杂志社发行渠道的设计

(三) 分众期刊发行渠道的设计

(四) 期刊发行渠道困境的破解

(五) 探寻期刊发行新渠道

三、2008-2009年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

第八章 2008-2009年中国按期刊类型细分市场研究

一、时尚杂志

（一）国际知名时尚杂志介绍

（二）高码洋时尚期刊零售市场状况

（三）中国时尚杂志市场竞争激烈

二、财经期刊

（一）国内财经期刊向新媒体转身的策略

（二）财经期刊市场面临的问题与对策

（三）论中国财经期刊经营的第三次销售

三、科普期刊

（一）中国科普期刊难办的原因

（二）中国科普期刊的发展变革之路

（三）中国综合科普期刊面临困境

（四）科普期刊品牌化的生存认知

四、文摘类期刊

（一）中国文摘类期刊市场现状

（二）中国文摘期刊市场存在的问题

（三）中国文摘类期刊的差异化策略

五、学术期刊

（一）中国社科类学术期刊面临的困境

（二）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

（三）中国高校社科期刊发展问题的思考

（四）中国学术期刊发展的文化选择

六、汽车类期刊

（一）汽车类杂志市场

（二）汽车类杂志市场格局及定位

（三）中国汽车期刊的经营管理创新

七、其他类期刊

（一）IT类杂志市场

（二）中国主要新闻期刊比较

(三) DM期刊市场

(四) 大众文化期刊市场

第九章 2008-2009年中国报刊行业营销策略

一、2008-2009年中国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

二、2008-2009年中国报业营销

(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

三、2008-2009年中国期刊营销

(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"

四、2008-2009年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

第十章 2008-2009年中国报刊行业竞争力

一、2008-2009年中国各类报纸竞争

(一) 中国经济类报纸竞争力

(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

(四) 免费报纸的竞争优劣

(五) 新办报纸的市场竞争策略

二、2008-2009年中国期刊总体竞争概况

- (一) 中国期刊业进入竞争时代
 - (二) 期刊市场竞争激烈
 - (三) 中国期刊业在竞争与合作中谋得生存和发展
- 三、2008-2009年中国提升报刊竞争力的主要策略

第十一章 2008-2009年中国重点省市报业市场竞争状况

- 一、北京
- 二、上海
- 三、广东
- 四、四川
- 五、湖北
- 六、湖南

第十二章 2008-2009年中国报刊重点企业简介

一、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

二、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

三、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、《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

五、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

第十三章 2009-2012年中国报刊行业发展及投资预测

一、2009-2012年报纸的发展趋势

- (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

二、2009-2012年中国期刊发展趋势

- (一) 中国期刊业五大发展趋势
- (二) 期刊发展的实用化趋势
- (三) 期刊渠道的发展趋势

三、2009-2012年中国报刊行业投资

- (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) 浅谈报业投资的运作程序

四、2009-2012年中国期刊行业投资

图表目录 (部分) :

图表 : 2008年中国GDP增长情况

图表 : 2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表 : 2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表 : 2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表 : 2001-2008年中国进出口走势

图表 : 2001-2008年中国失业率走势

图表 : 2007-2008年中国货币供应量

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/98377.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。