2013-2017年中国期刊产业商业模式与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国期刊产业发展环境分析.....17
1.1 期刊产业概述.....17
1.1.1 期刊产业定义.....17
1.1.2 期刊产业分类.....17
1.2 中国期刊产业政策环境.....19
1.2.1 期刊产业管理体制.....19
1.2.2 期刊产业相关政策.....19
1.2.3 期刊产业发展规划.....21
（1）发展目标.....21
（2）重点任务.....21
（3）重点工程.....22
1.3 中国期刊产业经济环境.....23
1.3.1 行业与经济环境关联性.....23
1.3.2 国际宏观经济走势分析.....24
1.3.3 国内宏观经济走势分析.....25
1.4 中国期刊产业社会环境.....26
1.4.1 居民收入增长情况分析.....26
1.4.2 居民文化消费情况分析.....27
1.4.3 居民阅读情况调查分析.....29
1.4.4 对期刊产业的影响分析.....30
1.5 中国期刊产业技术环境.....30
1.5.1 新型媒体对行业影响.....30
1.5.2 三网融合对行业影响.....32
1.5.3 数字出版技术的发展.....33
第2章：世界期刊产业创新经验借鉴.....34
2.1 世界期刊产业发展综述.....34
2.1.1 世界期刊产业发展概况.....34
2.1.2 世界期刊产业经营情况.....35
2.1.3 世界期刊产业最新特点.....36
2.1.4 世界期刊产业发展趋势.....37
（1）市场细分且定位趋高端.....37
（2）集团化趋势加速.....37
（3）国际合作加强.....38
2.2 主要国家期刊产业发展分析.....38
2.2.1 美国期刊产业发展分析.....38
2.2.2 英国期刊产业发展分析.....38
2.2.3 法国期刊产业发展分析.....39
2.2.4 瑞典期刊产业发展分析.....40
2.2.5 德国期刊产业发展分析.....41
2.2.6 荷兰期刊产业发展分析.....42
2.2.7 澳大利亚期刊产业分析.....43
2.3 世界期刊业创新发展模式分析.....44
2.3.1 平板杂志发展模式分析.....44
2.3.2 手机杂志发展模式分析.....44
2.3.3 社交杂志发展模式分析.....45
2.3.4 按需杂志发展模式分析.....45
2.3.5 触感杂志发展模式分析.....45
2.3.6 网上书报亭发展模式分析.....46
2.3.7 “付费墙”运作模式分析.....46
2.3.8 杂志向电子商务领域延伸.....49
2.3.9 杂志与LBS结合应用分析.....50

2.3.10 杂志与3D技术结合应用.....51
2.3.11 杂志二维码技术应用分析.....52
2.3.12 杂志与游戏、视频的融合.....53
2.4 世界著名期刊成功经验借鉴.....53
2.4.1 《福布斯》（Forbes）.....53
（1）期刊发展历程简介.....53
（2）期刊运营情况分析.....54
（3）期刊读者定位分析.....54
（4）期刊内容风格分析.....54
（5）期刊品牌战略分析.....55
（6）期刊发行与经营模式.....55
（7）期刊盈利模式分析.....55
（8）期刊新媒体开发分析.....55
（9）期刊在华竞争策略.....55
2.4.2 《时代》（Time）.....55
（1）期刊发展历程简介.....55
（2）期刊运营情况分析.....56
（3）期刊读者定位分析.....57
（4）期刊内容风格定位.....57
（5）期刊品牌战略分析.....57
（6）期刊发行与经营模式.....57
（7）期刊盈利模式分析.....58
（8）期刊新媒体开发分析.....58
（9）期刊在华竞争策略.....58
2.4.3 《商业周刊》（Business Week）.....58
（1）期刊发展历程简介.....59
（2）期刊运营情况分析.....59
（3）期刊读者定位分析.....59
（4）期刊内容风格特色.....60
（5）期刊品牌战略分析.....60
（6）期刊发行与运营模式.....60
（7）期刊盈利模式分析.....61
（8）期刊新媒体开发分析.....61
（9）期刊在华竞争策略.....61
2.4.4 《心理月刊》（Psychologies）.....62
（1）期刊发展历程简介.....62
（2）期刊运营情况分析.....62
（3）期刊读者定位分析.....62
（4）期刊内容风格定位.....62
（5）期刊品牌战略分析.....63
（6）期刊发行与经营模式.....63
（7）期刊新媒体开发分析.....63
（8）期刊在华竞争策略.....63
2.4.5 美国《国家地理》（National Geographic）.....63
（1）期刊发展历程简介.....63
（2）期刊运营情况分析.....64
（3）期刊读者定位分析.....64
（4）期刊内容风格定位.....64
（5）期刊品牌战略分析.....65
（6）期刊发行与经营模式.....65
（7）期刊盈利模式分析.....66
（8）期刊在华竞争策略.....67
2.4.6 《美好家园》（Better Homes and Gardens）.....67
（1）期刊发展历程简介.....67
（2）期刊运营情况分析.....67
（3）期刊读者定位分析.....67
（4）期刊内容风格定位.....67
（5）期刊品牌战略分析.....67
（6）期刊发行与经营模式.....68

（7）期刊盈利模式分析.....68
（8）期刊新媒体开发分析.....68
2.4.7 《十七岁》（Seventeen）.....68
（1）期刊发展历程简介.....68
（2）期刊运营情况分析.....68
（3）期刊读者定位分析.....68
（4）期刊内容风格定位.....68
（5）期刊品牌战略分析.....69
（6）期刊发行与经营模式.....69
2.4.8 《她》（ELLE）.....69
（1）期刊发展历程简介.....69
（2）期刊运营情况分析.....69
（3）期刊读者定位分析.....69
（4）期刊内容风格定位.....70
（5）期刊品牌战略分析.....70
（6）期刊发行与经营模式.....70
（7）期刊盈利模式分析.....70
（8）期刊在华竞争策略.....70
2.4.9 《嘉人》（Marie Claire）.....71
（1）期刊发展历程简介.....71
（2）期刊运营情况分析.....71
（3）期刊读者定位分析.....71
（4）期刊内容风格定位.....71
（5）期刊品牌战略分析.....71
（6）期刊发行与经营模式.....71
（7）期刊盈利模式分析.....72
2.4.10 《VOGUE》.....72
（1）期刊发展历程简介.....72
（2）期刊运营情况分析.....72
（3）期刊读者定位分析.....73
（4）期刊内容风格定位.....73
（5）期刊品牌战略分析.....73
（6）期刊发行与经营模式.....73
（7）期刊在华竞争策略.....74
2.4.11 《花花公子》（Playboy）.....74
（1）期刊发展历程简介.....74
（2）期刊运营情况分析.....74
（3）期刊读者定位分析.....74
（4）期刊内容风格定位.....74
（5）期刊品牌战略分析.....75
（6）期刊发行与经营模式.....75
（7）期刊新媒体开发分析.....75
2.4.12 《GQ》.....75
（1）期刊发展历程简介.....75
（2）期刊运营情况分析.....75
（3）期刊读者定位分析.....76
（4）期刊内容风格定位.....76
（5）期刊品牌战略分析.....76
（6）期刊发行与经营模式.....76
（7）期刊在华竞争策略.....77
2.4.13 国外期刊成功经验总结.....77
2.5 《读者文摘》破产对我国的启示.....78
2.5.1 《读者文摘》简介.....78
2.5.2 《读者文摘》破产分析.....79
2.5.3 《读者文摘》破产的启示.....79
第3章：中国传统期刊产业发展现状分析.....81
3.1 中国期刊出版情况分析.....81
3.1.1 期刊种数.....81
3.1.2 期刊平均期印数.....82

3.1.3 期刊总印数.....83
3.1.4 期刊总印张数.....83
3.2 中国期刊产业经营情况.....84
3.2.1 定价总金额.....84
3.2.2 期刊发行收入.....85
3.2.3 期刊广告收入.....85
3.2.4 期刊业总产值.....86
3.2.5 期刊业利润总额.....86
3.3 中国期刊进出口情况分析.....87
3.3.1 期刊出口情况分析.....87
（1）期刊出口种数.....87
（2）期刊出口数量.....87
（3）期刊出口金额.....88
3.3.2 期刊进口情况分析.....89
（1）期刊进口种数.....89
（2）期刊进口数量.....89
（3）期刊进口金额.....90
3.3.3 期刊进出口对比分析.....90
（1）期刊进出口种数对比.....91
（2）期刊进出口数量对比.....91
（3）期刊进出口金额对比.....92
3.3.4 期刊进出口情况总结.....92
3.4 中国传统期刊阅读调研.....93
3.4.1 期刊综合阅读情况.....93
（1）读者阅读量.....93
（2）读者阅读满意度.....94
（3）期刊阅读率.....94
（4）人均期刊阅读量.....95
（5）人均每天期刊阅读时长.....95
（6）期刊承受价格.....96
3.4.2 数字化阅读情况.....96
（1）数字化阅读人群分布.....96
（2）国民倾向的阅读形式.....96
（3）国民对数字化阅读载体接触情况.....96
3.5 中国期刊产业竞争强度分析.....97
3.5.1 现有企业间的竞争.....97
（1）期刊产业市场结构.....97
（2）期刊产业市场集中度.....98
3.5.2 行业潜在进入者威胁.....98
（1）期刊产业吸引力评价.....98
（2）期刊新品种的推出.....98
（3）业外资本的进入.....99
（4）国外期刊集团的进入.....99
（5）期刊进口带来的威胁.....99
3.5.3 行业替代竞争压力.....99
（1）替代竞争压力来源.....99
（2）替代竞争压力大小.....100
3.5.4 供应方价格谈判能力.....100
3.5.5 需求方价格谈判能力.....101
（1）读者议价能力分析.....101
（2）广告客户议价能力分析.....101
3.5.6 期刊产业竞争强度评述.....101
第4章：中国传统期刊产业商业模式分析.....102
4.1 中国传统期刊业市场定位分析.....102
4.1.1 期刊市场定位的含义.....102
4.1.2 期刊市场定位主要途径.....103
（1）通过调查确定市场定位.....103
（2）通过试刊校正市场定位.....103
（3）通过改刊调整市场定位.....103

4.2 中国传统期业刊盈利模式分析.....104
4.2.1 期刊产业盈利模式分析.....104
（1）发行盈利模式.....104
（2）广告盈利模式.....105
（3）版面费盈利模式.....106
（4）增值服务盈利模式.....106
4.2.2 期刊产业盈利模式组合.....106
（1）“三次售卖”理论.....106
（2）盈利模式组合分析.....107
4.3 中国传统期刊业经营模式分析.....112
4.3.1 分散经营模式及弊端.....112
（1）分散经营现状.....113
（2）分散经营的弊端.....113
4.3.2 集约化经营模式优势.....113
（1）集约化经营优势.....113
（2）集约化经营必要性.....114
（3）集约化经营方式.....114
（4）集约化经营案例分析.....114
（5）集约化经营经验与策略.....116
4.4 中国传统期刊业营销模式分析.....116
4.4.1 中国传统期刊订阅渠道.....116
（1）邮局.....117
（2）活动策划.....117
（3）网络征订.....117
（4）传统媒体效果.....117
（5）渠道商与发行公司.....117
（6）集团征订.....118
（7）E-mail行销征订.....118
（8）直邮信函订阅.....118
4.4.2 中国传统期刊零售渠道.....118
（1）超市、便利店.....118
（2）交通站点.....119
（3）书店.....120
（4）报刊亭.....120
（5）其它渠道.....120
4.4.3 不同生命周期营销策略.....121
（1）创刊期营销策略.....121
（2）发展期营销策略.....122
（3）成熟期营销策略.....123
（4）衰退期营销策略.....124
4.4.4 传统期刊营销方式分析.....124
（1）网络营销分析.....124
（2）活动营销分析.....125
（3）品牌营销分析.....126
（4）服务营销分析.....127
第5章：中国期刊数字化背景与产业链整合.....128
5.1 期刊数字化及其影响.....128
5.1.1 数字期刊的概念.....128
5.1.2 期刊数字化的影响.....128
5.2 期刊数字化背景分析.....130
5.2.1 互联网普及情况.....130
（1）互联网普及率.....130
（2）网民规模变化.....131
（3）网民上网设备.....132
（4）网民网络应用.....132
5.2.2 阅读终端普及情况.....134
（1）PC.....134
（2）平板电脑.....135
（3）智能手机.....135

（4）电子阅读器.....136
（5）上网本.....137
（6）MP3/MP4.....138
（7）数字电视.....140
5.3 国民数字化阅读调研分析.....140
5.3.1 数字化阅读率.....140
5.3.2 数字媒介接触率.....141
5.3.3 数字媒介接触时长.....141
5.3.4 数字化阅读量变化.....142
5.3.5 数字化阅读承受价格.....142
5.3.6 数字化阅读人群特征.....142
（1）阅读人群年龄分布.....142
（2）阅读人群学历特征.....143
（3）阅读人群城乡分布.....144
5.3.7 选择数字化阅读原因.....144
5.3.8 数字化阅读区域差距.....145
5.4 数字期刊产业链分析.....147
5.4.1 数字期刊产业链构成.....147
（1）技术设备提供商.....147
（2）数字内容提供商.....148
（3）渠道运营商.....148
（4）终端商.....148
5.4.2 数字期刊产业链特征.....148
5.4.3 数字期刊产业链整合.....150
5.4.4 产业链建设中的瓶颈.....150
（1）产业链收益分配失衡.....150
（2）以版权为基础的分配难以维系.....151
（3）收益分配失衡的危害.....151
5.5 期刊数字版权环境分析.....152
5.5.1 期刊数字版权的定义.....152
5.5.2 期刊数字版权的特征.....152
5.5.3 期刊数字版权纠纷情况.....152
（1）数字版权纠纷事件频发.....152
（2）数字版权纠纷原因分析.....152
5.5.4 数字版权保护趋势向好.....153
（1）版权保护法规日益完善.....153
（2）政府对版权保护力度加大.....153
（3）版权保护技术环境改善.....153
第6章：中国期刊数字化现状与商业模式分析.....154
6.1 中国期刊数字化发展模式分析.....154
6.1.1 期刊数字出版模式分析.....154
（1）网站平台.....154
（2）开发和营销数字产品.....155
（3）数字合作.....155
（4）利用数字方式的新型推广.....156
6.1.2 数字期刊经营主体分析.....156
（1）数据库技术提供商和运营商.....156
（2）传统报刊出版单位.....156
（3）网络期刊平台运营商.....156
（4）IT类企业单位.....157
（5）名人或明星.....157
6.1.3 传统出版数字化转型模式分析.....157
（1）转型为电纸书产品提供商.....157
（2）转型为专业数据库提供商.....158
（3）转型为社交网站.....158
（4）拓展为平台提供商.....158
6.2 中国数字期刊发行平台发展分析.....159
6.2.1 数字发行平台必要条件.....159
6.2.2 不同潜在平台的优劣势.....160

（1）传统出版发行厂商.....160
（2）第三方平台.....161
（3）运营商.....161
（4）阅读器终端商.....161
（5）互联网企业.....161
6.2.3 不同潜在平台的竞争分析.....161
（1）牌照准入问题.....162
（2）版权保护问题.....162
（3）用户和内容问题.....162
6.2.4 数字发行平台主要类型.....162
（1）电信运营商型.....162
（2）技术服务型.....163
（3）文学创作型.....163
（4）互联网门户/信息服务型.....163
（5）电子商务型.....163
6.3 中国期刊数字化出版现状分析.....163
6.3.1 期刊数字化出版现状.....163
6.3.2 互联网期刊发展分析.....164
（1）互联网期刊出版情况.....164
（2）互联网期刊收入规模.....166
（3）互联网期刊市场格局.....166
（4）互联网期刊市场分布.....166
（5）互联网期刊应用情况.....168
6.3.3 数字期刊移动阅读市场分析.....168
（1）我国移动阅读市场分析.....168
（2）平板电脑期刊阅读市场.....172
（3）手机期刊阅读市场分析.....175
（4）其它期刊移动阅读市场分析.....181
6.3.4 IPTV期刊阅读市场分析.....182
6.4 中国数字期刊盈利模式及利润分成.....183
6.4.1 数字期刊当前盈利模式.....183
（1）付费阅读模式.....183
（2）广告盈利模式.....184
（3）服务盈利模式.....184
6.4.2 数字期刊盈利分成模式.....184
（1）期刊集团与编辑社合作分成.....184
（2）独家承揽版权盈利.....185
（3）期刊电子订阅盈利分成.....185
（4）期刊手机阅读版权利润分配.....186
6.4.3 数字期刊盈利模式拓展思路.....186
（1）拓展个性化服务模式.....186
（2）利用交叉补贴模式.....187
（3）完善产业链延伸模式.....187
6.4.4 数字期刊利润分成中的问题.....187
（1）版权盈利模式存在法律漏点.....187
（2）期刊社提供的数据资源价格与价值不符.....188
（3）第三方支付不成熟，严重依赖运营商.....188
第7章：中国期刊产业全媒体出版转型策略.....188
7.1 全媒体时代的特征.....188
7.1.1 媒介之间的融合与互补.....188
7.1.2 媒介之间的全面竞争.....189
7.1.3 媒介报道方式发生了变化.....189
7.1.4 媒介的营销方式转型.....189
7.2 期刊业全媒体出版可行性分析.....190
7.2.1 全媒体出版必要性.....190
7.2.2 全媒体出版的机遇.....190
7.2.3 全媒体出版经济效益.....190
7.2.4 全媒体出版社会效益.....191
7.3 期刊全媒体运作案例分析与借鉴.....191

7.3.1 《中国国家地理》.....191
（1）《中国国家地理》简介.....191
（2）《中国国家地理》的全媒体经营实践.....191
（3）《中国国家地理》的全媒体经验借鉴.....193
7.3.2 《读者》.....194
（1）《读者》简介.....194
（2）《读者》的全媒体经营实践.....194
（3）《读者》的全媒体经验借鉴.....195
7.3.3 《瑞丽》.....195
（1）《瑞丽》简介.....196
（2）《瑞丽》的全媒体经营策略.....196
（3）《瑞丽》的全媒体经验借鉴.....198
7.3.4 《时尚》.....198
（1）《时尚》简介.....198
（2）《时尚》的全媒体经营实践.....198
（3）《时尚》的全媒体经验借鉴.....199
7.3.5 《财经》.....200
（1）《财经》简介.....200
（2）《财经》的全媒体经营实践.....200
（3）《财经》的全媒体经验借鉴.....201
7.3.6 《家庭医生》.....201
（1）《家庭医生》简介.....201
（2）《家庭医生》的全媒体经营实践.....201
（3）《家庭医生》的全媒体经验借鉴.....203
7.4 某期刊集团的媒介融合实践分析.....204
7.4.1 媒介融合实践的顶层设计.....204
7.4.2 媒介融合渠道平台的搭建.....204
（1）交叉多元化平台.....205
（2）整合互动化平台.....205
（3）移动体验化平台.....205
7.4.3 引进、整合旗下各种资源.....205
（1）版权合作.....205
（2）刊网互动.....205
7.4.4 构建融合型的组织架构.....206
（1）建立融合组织结构.....206
（2）增设全媒体事业部.....206
7.4.5 逐步向多元化方向转型.....206
（1）战术性合作.....206
（2）产权性联合.....206
（3）跨界化合作.....207
7.5 期刊企业全媒体运作策略建议.....207
7.5.1 全媒体时代期刊经营根本问题.....207
（1）用户粘性.....207
（2）发展策略.....208
（3）盈利模式.....209
7.5.2 构建全媒体形式的条件与准备.....210
（1）准确的定位.....210
（2）必要的投入.....210
（3）各媒介的融合.....210
（4）必要的人才储备.....210
7.5.3 全媒体时代期刊核心能力培育.....210
（1）办刊宗旨要坚持特色化.....211
（2）期刊框架应以“内容为王”.....211
（3）保持期刊内容的创新.....211
（4）注重期刊的技术创新.....211
（5）打造期刊的核心品牌.....212
（6）实行跨媒体经营.....212
7.5.4 全媒体时代期刊产业整合策略.....212
（1）整合传播渠道，提升传播力.....212

（2）整合内容生产，提升产品功能.....214
（3）整合经营模式，提升盈利能力.....214
7.5.5 期刊业全媒体运作的误区防范.....216
（1）避免全媒体形式的单一.....216
（2）避免忽视期刊内容的作用.....216
第8章：中国期刊业细分市场现状及经营策略.....217
8.1 中国期刊产品类型结构.....217
8.2 中国文摘类期刊市场分析.....218
8.2.1 文摘类期刊的界定.....218
8.2.2 文摘类期刊发展历程.....218
8.2.3 文摘类期刊销量统计.....219
8.2.4 文摘类期刊市场格局.....219
8.2.5 文摘类期刊发展空间.....220
8.2.6 文摘类期刊发展趋势.....220
8.2.7 文摘类期刊经营策略.....220
8.3 中国时尚类期刊市场分析.....223
8.3.1 时尚类期刊发展概况.....223
8.3.2 时尚类期刊读者特征.....225
8.3.3 女性高码洋时尚类期刊市场.....228
（1）期刊市场发展概况.....228
（2）期刊总体销量统计.....229
（3）期刊平均销量分析.....229
（4）期刊区域市场分析.....233
（5）期刊市场竞争格局.....235
（6）期刊的实销率分析.....238
（7）期刊的覆盖率分析.....240
（8）主要城市期刊销量.....243
8.3.4 时尚女性综合类期刊市场.....245
（1）期刊市场发展概况.....245
（2）期刊总体销量统计.....245
（3）期刊市场竞争格局.....245
（4）期刊区域市场分析.....246
（5）期刊市场发展趋势.....246
8.3.5 男性时尚类期刊市场分析.....247
（1）期刊总体销量统计.....247
（2）期刊市场竞争格局.....248
（3）期刊的实销率分析.....248
（4）期刊的覆盖率分析.....248
（5）期刊区域市场分析.....249
（6）期刊市场发展空间.....249
8.3.6 时尚类期刊发展策略.....249
（1）时尚类期刊经营策略.....250
（2）时尚类期刊内容策略.....250
（3）时尚类期刊定位策略.....252
（4）时尚类期刊推广策略.....253
8.4 中国科技期刊市场分析.....254
8.4.1 科技期刊的特征.....254
8.4.2 科技期刊出版规模.....255
8.4.3 科技期刊运营效益.....257
8.4.4 科技期刊市场格局.....257
8.4.5 科技期刊发展模式.....258
8.4.6 科技期刊数字化运营.....258
8.4.7 科技期刊发展趋势.....261
8.4.8 科技期刊经营策略.....262
8.5 中国学术期刊市场分析.....264
8.5.1 学术期刊的界定.....264
8.5.2 学术期刊发展历程.....266
8.5.3 学术期刊发行状况.....266
8.5.4 学术期刊读者特征.....266

8.5.5 学术期刊经营模式.....267
8.5.6 学术期刊面临的挑战.....270
8.5.7 学术期刊发展趋势.....271
8.5.8 学术期刊经营策略.....271
8.6 中国财经期刊市场分析.....272
8.6.1 财经期刊的界定.....272
8.6.2 财经期刊发展历程.....272
8.6.3 财经期刊发行状况.....275
8.6.4 财经期刊读者特征.....276
8.6.5 财经期刊市场格局.....278
8.6.6 财经期刊经营模式.....279
8.6.7 财经期刊发展趋势.....279
8.6.8 财经期刊经营策略.....280
8.7 中国汽车类期刊市场分析.....287
8.7.1 汽车类期刊发展概况.....287
8.7.2 汽车类期刊读者特征.....288
8.7.3 汽车类期刊销量统计.....290
8.7.4 汽车类期刊的实销率.....291
8.7.5 汽车类期刊的覆盖率.....291
8.7.6 汽车类期刊市场格局.....291
8.7.7 汽车类期刊区域分析.....292
8.7.8 汽车类期刊城市分析.....292
8.7.9 汽车类期刊发展空间.....293
8.7.10 汽车类期刊经营策略.....294
8.8 体育类期刊市场分析.....297
8.8.1 体育类期刊发展概况.....297
8.8.2 体育类期刊销量统计.....297
8.8.3 体育类期刊市场格局.....297
8.8.4 体育类期刊城市分布.....298
8.8.5 体育类期刊发展趋势.....298
8.8.6 体育类期刊经营策略.....299
8.9 中国少儿期刊市场分析.....302
8.9.1 少儿期刊的特征.....302
8.9.2 少儿期刊发展历程.....303
8.9.3 少儿期刊出版规模.....304
8.9.4 少儿期刊销量统计.....306
8.9.5 少儿期刊运营效益.....307
8.9.6 少儿期刊市场格局.....307
8.9.7 少儿期刊存在的问题.....308
8.9.8 少儿期刊发展趋势.....310
8.9.9 少儿期刊经营策略.....311
8.10 IT综合类期刊市场分析.....312
8.10.1 IT综合类期刊发展概况.....312
8.10.2 IT综合类期刊销量统计.....312
8.10.3 IT综合类期刊的实销率.....313
8.10.4 IT综合类期刊的覆盖率.....313
8.10.5 IT综合类期刊市场格局.....313
8.10.6 IT综合类期刊发展特点.....314
8.10.7 IT综合类期刊发展趋势.....314
8.11 家居类期刊市场分析.....315
8.11.1 家居类期刊发展概况.....315
8.11.2 家居类期刊销量统计.....315
8.11.3 家居类期刊市场格局.....316
8.11.4 家居类期刊的覆盖率.....317
8.11.5 家居类期刊的实销率.....317
8.11.6 家居类期刊主要问题.....317
8.11.7 家居类期刊发展趋势.....317
8.11.8 家居类期刊经营策略.....319
8.12 时政类期刊市场分析.....324

8.12.1 时政类期刊发展历程.....324
8.12.2 时政类期刊总体特点.....325
8.12.3 时政类期刊销量统计.....327
8.12.4 时政类期刊市场格局.....328
8.12.5 时政类期刊经营策略.....329
8.13 育儿类期刊市场分析.....330
8.13.1 育儿类期刊市场概况.....330
8.13.2 育儿类期刊销量统计.....331
8.13.3 育儿类期刊市场格局.....332
8.13.4 育儿类期刊主要问题.....333
8.13.5 育儿类期刊发展趋势.....334
8.13.6 育儿类期刊经营策略.....335
8.14 中国其它类型期刊市场分析.....338
8.14.1 旅游类期刊市场分析.....338
8.14.2 主妇类期刊市场分析.....343
8.14.3 健康类期刊市场分析.....345
8.14.4 军事类期刊市场分析.....347
8.14.5 数码类期刊市场分析.....347
8.14.6 科普类期刊市场分析.....350
8.14.7 电影类期刊市场分析.....351
8.14.8 摄影类期刊市场分析.....352
第9章：中国期刊产业区域市场发展分析.....353
9.1 中国期刊发展重点区域分布.....353
9.2 长三角地区期刊产业发展分析.....354
9.2.1 区域期刊产业发展环境.....354
9.2.2 区域期刊产业发展现状.....355
（1）江苏省期刊产业发展现状.....355
（2）上海市期刊产业发展现状.....361
（3）浙江省期刊产业发展现状.....362
9.2.3 区域期刊产业发展特点.....364
9.2.4 区域期刊产业资源整合.....365
9.2.5 区域期刊产业发展趋势.....367
9.3 珠三角地区期刊产业发展分析.....367
9.3.1 区域期刊产业发展环境.....367
9.3.2 区域期刊产业发展现状.....368
9.3.3 区域期刊产业发展特点.....370
9.3.4 区域期刊产业资源整合.....373
9.3.5 区域期刊产业发展趋势.....374
9.4 京津唐地区期刊产业发展分析.....376
9.4.1 区域期刊产业发展环境.....376
9.4.2 区域期刊产业发展现状.....376
（1）北京市期刊产业发展现状.....376
（2）山东省期刊产业发展现状.....378
（3）辽宁省期刊产业发展现状.....379
（4）天津市期刊产业发展现状.....381
（5）河北省期刊产业发展现状.....382
9.4.3 区域期刊产业发展特点.....384
9.4.4 区域期刊产业发展趋势.....384
9.5 其它地区期刊产业发展分析.....385
9.5.1 湖北省期刊产业发展分析.....385
9.5.2 四川省期刊产业发展分析.....386
9.5.3 湖南省期刊产业发展分析.....387
9.5.4 陕西省期刊产业发展分析.....388
第10章：中国期刊产业发展前景与趋势.....390
10.1 中国期刊产业发展前景.....390
10.1.1 传统期刊产业发展空间.....390
（1）传统期刊面临的机遇.....390
（2）传统期刊面临的挑战.....391
（3）传统期刊的发展空间.....392

10.1.2 期刊数字化发展空间.....393
（1）期刊数字化面临的机遇.....393
（2）期刊数字化面临的挑战.....393
（3）期刊数字化的发展空间.....394
10.2 中国期刊产业发展趋势.....395
10.2.1 中国期刊产业总体趋势.....395
（1）市场细分日益清晰.....395
（2）多媒体跨领域合作.....395
（3）市场竞争日益激烈.....396
（4）集团化和规模化趋势.....396
10.2.2 中国期刊业数字化趋势.....397
（1）内容服务互动化.....397
（2）数字媒体移动化.....397
（3）盈利模式多元化.....397
10.3 中国期刊转制后的经营策略.....398
10.3.1 期刊出版转企改制意义.....398
10.3.2 期刊转企改制实践及影响.....399
（1）转企改制鼓励政策.....399
（2）期刊业转企改制实践.....399
（3）期刊业转企改制影响.....400
10.3.3 期刊转制后的出版经营.....401
（1）编辑与经营分离.....401
（2）培养复合型人才.....401
（3）打造精品战略，开发衍生产品.....402
（4）集团化运作.....402
（5）对外投资.....402
（6）融资上市.....403
10.4 中国期刊产业多元创新策略.....403
10.4.1 创新型期刊的构成要素.....403
10.4.2 期刊多元创新趋势分析.....405
（1）期刊内容的创新.....405
（2）期刊形式的创新.....408
（3）期刊技术上的创新.....409
（4）生态环境的营造与创新.....409
（5）管理与营销方式的创新.....410
第11章：中国期刊产业投融资机会分析.....411
11.1 中国期刊产业投资机会与建议.....411
11.1.1 期刊产业投资特性.....411
（1）产业进入壁垒分析.....411
（2）产业退出机制分析.....412
（3）产业投资风险预警.....415
11.1.2 期刊产业投资建议.....416
（1）期刊产业投资动向.....416
（2）期刊产业投资机会.....416
（3）期刊产业投资建议.....417
11.2 中国期刊产业资本运营分析.....417
11.2.1 资本运营的定义与内涵.....417
11.2.2 期刊产业资本运营必要性.....418
11.2.3 期刊产业资本运营前提.....418
11.2.4 期刊产业资本运营模式.....419
（1）资产重组.....419
（2）兼并与收购.....419
（3）股份化.....420
（4）吸纳境外资本合作.....422
（5）上市.....423
（6）无形资本运营.....424
（7）其它运营方式.....426
11.2.5 产业资本运营阻碍因素.....426
11.2.6 期刊产业资本运营建议.....426

11.3 中国期刊产业融资前景分析.....427
11.3.1 期刊企业融资的必要性.....427
11.3.2 期刊企业主要融资方式.....428
（1）银行信贷.....428
（2）融资租赁.....428
（3）民间资本.....429
（4）证券融资.....429
（5）国际融资.....429
（6）文化产业投资基金.....430
11.3.3 期刊产业融资前景分析.....431
（1）期刊产业融资环境分析.....431
（2）期刊产业银行授信机会.....432
第12章：国内外领先期刊企业经营策略分析.....434
12.1 国内外期刊企业合作情况分析.....434
12.1.1 国外期刊进入中国市场概况.....434
12.1.2 国内外期刊版权合作主要方式.....435
（1）国内期刊主动方式.....435
（2）国外期刊主要方式.....436
12.1.3 国内外期刊版权合作模式的延伸.....437
（1）业务合作模式.....437
（2）合作出版模式.....438
（3）合资经营模式.....439
12.2 世界期刊业重点企业发展战略研究.....440
12.2.1 美国康泰纳仕集团（Conde Nast）.....440
（1）公司发展简介.....441
（2）公司业务范围分析.....441
（3）公司经营情况分析.....441
（4）公司代表期刊产品.....441
（5）公司品牌战略分析.....442
（6）公司多媒体战略分析.....442
（7）公司国际化拓展分析.....443
（8）公司并购重组分析.....443
（9）公司经营管理模式.....443
（10）公司在华竞争策略.....444
（11）公司最新发展动向.....444
12.2.2 瑞典邦尼尔集团（Bonnier）.....444
（1）公司发展简介.....444
（2）公司业务范围分析.....445
（3）公司经营情况分析.....445
（4）公司代表期刊产品.....445
（5）公司多媒体战略分析.....445
（6）公司国际化拓展分析.....445
（7）公司并购重组分析.....445
（8）公司在华竞争策略.....446
（9）公司最新发展动向.....446
12.2.3 美国赫斯特集团（Hearst）.....446
（1）公司发展简介.....446
（2）公司业务范围分析.....446
（3）公司经营情况分析.....446
（4）公司代表期刊产品.....447
（5）公司品牌战略分析.....447
（6）公司多媒体战略分析.....447
（7）公司并购重组分析.....447
（8）公司在华竞争策略.....447
（9）公司最新发展动向.....448
12.2.4 美国时代公司（Time）.....448
（1）公司发展简介.....448
（2）公司业务范围分析.....448
（3）公司经营情况分析.....448

（4）公司代表期刊产品.....449
（5）公司品牌战略分析.....449
（6）公司多媒体战略分析.....449
（7）公司国际化拓展分析.....450
（8）公司并购重组分析.....450
（9）公司在华竞争策略.....450
12.2.5 梅里迪斯集团（Meredith）.....450
（1）公司发展简介.....450
（2）公司业务范围分析.....450
（3）公司经营情况分析.....451
（4）公司代表期刊产品.....451
（5）公司品牌战略分析.....451
（6）公司多媒体战略分析.....451
（7）公司国际化拓展分析.....452
（8）公司并购重组分析.....452
（9）公司经营管理模式.....452

……另有5家企业分析

12.3 中国期刊产业重点企业经营情况分析.....467
12.3.1 湖北知音传媒集团有限公司.....467
（1）公司发展简介.....467
（2）公司业务范围分析.....467
（3）公司期刊产品分析.....467
（4）公司经营情况分析.....468
（5）公司数字化转型策略.....468
（6）公司经营优劣势分析.....468
（7）公司投资与并购分析.....468
12.3.2 读者出版传媒股份有限公司.....468
（1）公司发展简介.....469
（2）公司组织架构分析.....469
（3）公司业务范围分析.....469
（4）公司期刊产品分析.....469
（5）公司经营情况分析.....470
（6）公司数字化转型策略.....471
（7）公司经营优劣势分析.....472
（8）公司最新发展动向.....472
12.3.3 家庭期刊集团有限公司.....472
（1）公司发展简介.....472
（2）公司业务范围分析.....474
（3）公司期刊产品分析.....474
（4）公司经营情况分析.....476
（5）公司经营优劣势分析.....477
（6）公司最新发展动向.....477
12.3.4 四川期刊传媒（集团）股份有限公司.....477
（1）公司发展简介.....477
（2）公司组织架构分析.....478
（3）公司业务范围分析.....478
（4）公司期刊产品分析.....479
（5）公司经营情况分析.....479
（6）公司数字化转型策略.....479
（7）公司经营优劣势分析.....480
（8）公司最新发展动向.....480
12.3.5 时尚传媒集团有限公司.....480
（1）公司发展简介.....480
（2）公司业务范围分析.....481
（3）公司期刊产品分析.....481
（4）公司经营情况分析.....481
（5）公司数字化转型策略.....482

（6）公司经营优劣势分析.....483
（7）公司最新发展动向.....483

……另有26家企业分析

12.4 中国数字期刊发行服务平台运营情况分析.....598
12.4.1 同方知网.....598
（1）平台发展简介.....598
（2）平台服务内容分析.....599
（3）平台盈利模式分析.....600
（4）平台运营情况分析.....600
（5）平台服务模式分析.....601
（6）平台经营优劣势分析.....602
（7）平台最新发展动向.....602
12.4.2 维普资讯.....602
（1）平台发展简介.....602
（2）平台服务内容分析.....603
（3）平台运营模式分析.....603
（4）平台盈利模式分析.....604
（5）平台运营情况分析.....605
（6）平台服务模式分析.....605
（7）平台经营优劣势分析.....605
（8）平台最新发展动向.....606
12.4.3 万方期刊数据库.....606
（1）平台发展简介.....607
（2）平台服务内容分析.....607
（3）平台运营模式分析.....608
（4）平台盈利模式分析.....608
（5）平台运营情况分析.....608
（6）平台服务模式分析.....610
（7）平台经营优劣势分析.....611
（8）平台最新发展动向.....611
12.4.4 龙源期刊网.....611
（1）平台发展简介.....611
（2）平台服务内容分析.....612
（3）平台运营模式分析.....613
（4）平台盈利模式分析.....614
（5）平台运营情况分析.....614
（6）平台服务模式分析.....615
（7）平台经营优劣势分析.....615
（8）平台最新发展动向.....616
12.4.5 读览天下.....616
（1）平台发展简介.....616
（2）平台服务内容与模式.....616
（3）平台期刊收录情况.....617
（4）平台业务合作情况.....617
（5）平台盈利模式分析.....617
（6）平台运营情况分析.....618
（7）平台经营优劣势分析.....618

……另有8家企业分析

图表目录

图表1：期刊产业相关定义.....17

图表2：期刊主要分类方法.....18
图表3：期刊的种类.....18
图表4：期刊产业管理体制.....19
图表5：期刊产业主要法规.....19
图表6：期刊产业主要政策法规的具体内容.....20
图表7：“十二五”时期期刊产业重点任务.....21
图表8：“十二五”时期期刊产业重点工程.....22
图表9：期刊广告、GDP和社会消费品零售总额三年移动平均增长曲线.....24
图表10：2000-2012年欧洲、德国、美国GDP指数走势图.....24
图表11：2013年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）.....25
图表12：2005-2012年我国GDP增长趋势（单位：亿元，%）.....26
图表13：2008-2012年我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）.....26
图表14：2008-2012年我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）.....27
图表15：2012年中国居民消费结构情况（单位：亿元，%）.....28
图表16：文化消费支出理论值与实际值（单位：万亿元）.....28
图表17：1999-2012年期刊阅读率统计（单位：%）.....29
图表18：2008-2012年数字化阅读率统计（单位：%）.....29
图表19：新兴媒体争夺固有市场.....31
图表20：2008-2012年数字化阅读载体使用情况（单位：%）.....31
图表21：数字化纸质印刷冲击的调查（单位：%）.....32
图表22：三网融合对期刊产业的影响.....32
图表23：数字出版技术的发展.....33
图表24：世界期刊产业最新特点分析.....36
图表25：英国期刊业收入构成情况（单位：%）.....39
图表26：法国期刊产业发展情况分析.....39
图表27：瑞典三大期刊产业集团发展情况.....40
图表28：德国期刊产业发展情况.....41
图表29：荷兰期刊产业代表公司发展情况.....42
图表30：澳大利亚期刊产业发展情况分析.....43
图表31：网上书报亭发展模式分析.....46
图表32：时装杂志结合3D技术.....51
图表33：《福布斯》大事记.....53
图表34：《时代》基本资料.....56
图表35：1997年以来《时代》发行数量（单位：百万本）.....57
图表36：《国家地理》经营模式分析.....65
图表37：《国家地理》盈利模式分析.....66
图表38：《VOGUE》基本资料.....72
图表39：国外期刊成功经验总结.....77
图表40：《读者文摘》破产启示一.....79
图表41：《读者文摘》破产启示二.....80
图表42：《读者文摘》破产启示三.....81
图表43：1978-2011年我国期刊种数（单位：种，%）.....82
图表44：1978-2011年我国期刊均期印数（单位：万册）.....82
图表45：1978-2011年我国期刊总印数（单位：亿册，%）.....83
图表46：1978-2011年我国期刊总印张数（单位：亿印张，%）.....83
图表47：2007-2011年我国期刊定价总金额（单位：亿元，%）.....84
图表48：2007-2011年我国期刊业发行收入（单位：亿元，%）.....85
图表49：2007-2011年我国期刊业广告收入（单位：亿元，%）.....85
图表50：2007-2011年我国期刊业总产值（单位：亿元，%）.....86
图表51：2009-2011年我国期刊业利润总额（单位：亿元，%）.....86
图表52：2007-2011年我国期刊出口种数（单位：种，%）.....87
图表53：2007-2011年我国期刊出口数量（单位：万册，%）.....88
图表54：2007-2011年我国期刊出口金额（单位：万美元，%）.....88
图表55：2007-2011年我国期刊进口种数（单位：种，%）.....89
图表56：2007-2011年我国期刊进口数量（单位：万册，%）.....89
图表57：2007-2011年我国期刊进口金额（单位：万美元，%）.....90
图表58：2007-2011年我国期刊进出口种类（单位：种）.....91
图表59：2007-2011年我国期刊进出口数量对比（单位：万册）.....91
图表60：2007-2011年我国期刊进出口金额对比（单位：万美元）.....92

图表61：2012年我国国民对个人阅读数量评价分析（单位：%）.....93
图表62：2012年我国国民对个人阅读满意度分析（单位：%）.....94
图表63：1999-2012年我国居民期刊阅读率变化情况（单位：%）.....94
图表64：2008-2012年我国居民人均期刊阅读量（单位：本）.....95
图表65：2009-2012年我国居民人均每天期刊阅读时长（单位：分钟）.....95
图表66：我国期刊产业竞争分析结论.....102
图表67：我国期刊产业竞争强度得分.....102
图表68：2005-2011年中国期刊业发行收入及增长率（单位：亿元，%）.....104
图表69：2005-2011年中国期刊广告经营额及增长率（单位：亿元，%）.....105
图表70：S1++S2+盈利模式组合图.....107
图表71：S1-+S2+盈利模式组合图.....108
图表72：S1++S3+盈利模式组合图.....109
图表73：S1++S3-盈利模式组合图.....109
图表74：S1-+S2++S3+-盈利模式组合图.....110
图表75：S1++S2++S3+盈利模式组合图.....111
图表76：S1-+S2++S3-盈利模式组合图.....111
图表77：S1++S2++S3-盈利模式组合图.....112
图表78：分散经营的弊端.....113
图表79：集约化经营优势分析.....113
图表80：四川党建期刊集团集约化经营分析.....115
图表81：四川党建期刊集团集约化经营的经验与策略.....116
图表82：2008-2012年我国互联网普及率（单位：%）.....131
图表83：2005-2012年中国网民规模与普及率（单位：亿，%）.....131
图表84：2007-2012年我国手机网民规模及其占网民比例（单位：万人，%）.....131
图表85：2011-2012年中国网民上网设备（单位：%）.....132
图表86：2011-2012年各类网络应用使用率（单位：万，%）.....133
图表87：2012年第四季度全球五大PC生产商产量（单位：万部，%）.....134
图表88：2011-2012年我国平板电脑销量及增长率（单位：万台）.....135
图表89：2011-2012年我国智能手机销量及增长率（单位：万台，%）.....135
图表90：2008-2016年全球电子阅读器销量及预测（单位：万台）.....136
图表91：2010-2012年Q2我国电子阅读器销量及增长率（单位：万台，%）.....137
图表92：2012年中国上网本市场品牌关注比例分布（单位：%）.....137
图表93：中国上网本市场不同价格段产品关注比例分布（单位：%）.....138
图表94：2012年9月中国MP3/MP4整体市场品牌关注比例分布（单位：%）.....139
图表95：2012年9月中国MP3/MP4市场不同存储容量产品关注比例分布（单位：%）.....139
图表96：2005-2012年中国数字电视用户数量及变化（单位：万户，%）.....140
图表97：2008-2012年我国国民数字化阅读率变化情况（单位：%）.....140
图表98：2010-2012年我国18-70周岁国民不同数字化阅读方式的接触率（单位：%）.....141
图表99：2012年我国手机阅读人群每天的手机阅读时长分布（单位：%）.....141
图表100：2012年中国数字化阅读人群年龄分布（单位：%）.....142
图表101：中国数字化阅读人群学历分布（单位：%）.....143
图表102：2011年中国数字化阅读人群城乡分布（单位：%）.....144
图表103：中国国民选择数字化阅读的原因（单位：%）.....145
图表104：前十位城市数字化阅读方式接触率比较（单位：%）.....145
图表105：手机阅读方式接触率前十位城市比较（单位：%）.....146
图表106：接触过数字阅读的国民中读过电子书的比例排名前十位城市比较（单位：%）.....146
图表107：数字期刊产业链示意图.....147
图表108：数字期刊产业链主要技术设备提供商情况.....148
图表109：期刊传统出版产业链中心.....149
图表110：期刊数字出版产业链中心.....150
图表111：我国版权保护主要法律法规.....153
图表112：我国数字版权保护的技术环境改善进程.....154
图表113：数字发行平台需要具备的几个必要条件.....160
图表114：不同潜在平台的优劣势比较.....161
图表115：不同情景下容易胜出的厂商类型.....162
图表116：2006-2011年中国数字期刊市场产值及其增长情况（单位：亿元，%）.....164
图表117：中国期刊数据库各主要企业期刊资源收录数据库.....165
图表118：2006-2011年我国互联网期刊收入规模变化趋势（单位，亿元，%）.....166
图表119：龙源期刊在基础教育领域的市场占有状况（单位：%）.....167

图表120：2010-2015年中国移动阅读市场活跃用户情况（单位，亿）.....169

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！