2026-2031年中国期刊出版业全媒体转型与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国期刊出版行业发展综述
1.1 期刊出版行业基本概况
1.1.1 期刊定义与分类
（1）期刊定义
（2）期刊分类
1.1.2 期刊出版行业定义
1.2 期刊出版行业发展环境分析
1.2.1 期刊出版行业政策环境
（1）期刊出版行业管理体制
（2）期刊出版行业相关政策
（3）期刊出版行业发展规划
1.2.2 期刊出版行业经济环境
（1）国内宏观经济走势分析
（2）行业与经济环境关联性
1.2.3 期刊出版行业社会环境
（1）居民收入增长情况分析
（2）居民文化消费情况分析
（3）居民阅读情况调查分析
（4）对期刊产业的影响分析
1.2.4 期刊出版行业技术环境
（1）新型媒体对行业影响
（2）三网融合对行业影响
（3）数字出版技术的发展
第2章：国际期刊出版行业发展分析与经验借鉴
2.1 国际期刊出版行业发展现状
2.1.1 国际期刊产业发展概况
（1）国际期刊分类
（2）期刊的发行渠道
2.1.2 国际期刊产业经营情况
（1）期刊利润来源
（2）期刊广告收入
（3）期刊广告收入所占比重
2.1.3 国际期刊产业最新特点
2.1.4 国际期刊产业发展趋势
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
2.3 国际期刊业创新发展模式分析
2.3.1 平板杂志发展模式分析
2.3.2 手机杂志发展模式分析
（1）盈利模式
（2）市场竞争格局
（3）发展前景
2.3.3 社交杂志发展模式分析
2.3.4 按需杂志发展模式分析
2.3.5 触感杂志发展模式分析

2.3.6 网上书报亭发展模式分析
2.3.7 “付费墙”运作模式分析
（1）硬付费模式
（2）软付费模式
2.3.8 其他创新领域和模式
（1）杂志向电子商务领域延伸
（2）杂志与LBS结合应用分析
（3）杂志与3D技术结合应用
（4）杂志二维码技术应用分析
（5）杂志与游戏、视频的融合
第3章：期刊传统出版业运营情况
3.1 期刊传统出版现状分析
3.1.1 期刊传统出版规模分析
3.1.2 期刊传统出版语种分布
3.1.3 期刊传统出版学科分布
3.1.4 期刊传统出版地区分布
3.2 期刊传统出版业经营情况
3.2.1 期刊传统出版营业收入
3.2.2 期刊传统出版业增加值
3.2.3 期刊传统出版利润总额
3.3 期刊传统出版业运营模式
3.3.1 传统期刊盈利模式分析
（1）盈利模式
（2）盈利模式组合
3.3.2 传统期刊经营模式分析
（1）分散经营模式及弊端
（2）集约化经营模式优势
3.3.3 传统期刊营销模式分析
（1）中国传统期刊订阅渠道
（2）中国传统期刊零售渠道
（3）不同生命周期营销策略
（4）传统期刊营销方式分析
3.4 期刊传统出版业竞争态势
3.4.1 现有企业间的竞争
（1）期刊产业市场结构
（2）期刊产业市场集中度
3.4.2 行业潜在进入者威胁
（1）期刊产业吸引力评价
（2）期刊新品种的推出
（3）业外资本的进入
（4）国外期刊集团的进入
（5）期刊进口带来的威胁
3.4.3 行业替代竞争压力
（1）替代竞争压力来源
（2）替代竞争压力大小
3.4.4 供应方价格谈判能力
3.4.5 需求方价格谈判能力
（1）读者议价能力分析
（2）广告客户议价能力分析
3.4.6 期刊产业竞争强度评述
第4章：时尚生活类期刊市场分析
4.1 中国时尚类期刊市场分析
4.1.1 女性高码洋时尚类期刊市场
（1）期刊市场发展概况
（2）期刊总体销量统计
（3）期刊区域市场分析
（4）期刊的实销率分析
（5）期刊的覆盖率分析
4.1.2 时尚女性综合类期刊市场

（1）期刊市场发展概况
（2）期刊总体销量统计
（3）期刊市场竞争格局
（4）期刊区域市场分析
（5）期刊市场发展趋势
4.1.3 男性时尚类期刊市场分析
（1）期刊总体销量统计
（2）期刊市场竞争格局
（3）期刊的实销率分析
（4）期刊的覆盖率分析
（5）期刊区域市场分析
（6）期刊市场发展空间
4.1.4 时尚类期刊发展策略
（1）时尚类期刊经营策略
（2）时尚类期刊内容策略
（3）时尚类期刊定位策略
（4）时尚类期刊推广策略
4.2 中国汽车类期刊市场分析
4.2.1 汽车类期刊销量统计
4.2.2 汽车类期刊的实销率
4.2.3 汽车类期刊的覆盖率
4.2.4 汽车类期刊市场格局
4.2.5 汽车类期刊区域分析
4.2.6 汽车类期刊城市分析
4.2.7 汽车类期刊发展空间
4.2.8 汽车类期刊经营策略
4.3 体育类期刊市场分析
4.3.1 体育类期刊发展概况
4.3.2 体育类期刊销量统计
4.3.3 体育类期刊市场格局
4.3.4 体育类期刊城市分布
4.3.5 体育类期刊发展趋势
4.3.6 体育类期刊经营策略
4.4 中国少儿期刊市场分析
4.4.1 少儿期刊的特征
4.4.2 少儿期刊出版规模
4.4.3 少儿期刊销量统计
4.4.4 少儿期刊运营效益
4.4.5 少儿期刊市场格局
4.4.6 少儿期刊存在的问题
4.4.7 少儿期刊发展趋势
4.4.8 少儿期刊经营策略
4.5 家居类期刊市场分析
4.5.1 家居类期刊发展概况
4.5.2 家居类期刊销量统计
4.5.3 家居类期刊市场格局
4.5.4 家居类期刊的覆盖率
4.5.5 家居类期刊的实销率
4.5.6 家居类期刊主要问题
4.5.7 家居类期刊发展趋势
4.5.8 家居类期刊经营策略
4.6 育儿类期刊市场分析
4.6.1 育儿类期刊市场概况
4.6.2 育儿类期刊销量统计
4.6.3 育儿类期刊市场格局
4.6.4 育儿类期刊主要问题
4.6.5 育儿类期刊发展趋势
4.6.6 育儿类期刊经营策略
第5章：综合文化类期刊市场分析

5.1 中国财经期刊市场分析
5.1.1 财经期刊的界定
5.1.2 财经期刊发展历程
5.1.3 财经期刊发行状况
5.1.4 财经期刊读者特征
5.1.5 财经期刊市场格局
5.1.6 财经期刊经营模式
5.1.7 财经期刊发展趋势
5.1.8 财经期刊经营策略
5.2 时政类期刊市场分析
5.2.1 时政类期刊发展历程
5.2.2 时政类期刊总体特点
5.2.3 时政类期刊销量统计
5.2.4 时政类期刊市场格局
5.2.5 时政类期刊经营策略
5.3 中国学术期刊市场分析
5.3.1 学术期刊主要特定
5.3.2 学术期刊读者特征
5.3.3 学术期刊经营模式
5.3.4 学术期刊面临的挑战
5.3.5 学术期刊发展趋势
5.3.6 学术期刊经营策略
5.4 中国科技期刊市场分析
5.4.1 科技期刊出版规模
5.4.2 科技期刊运营效益
5.4.3 科技期刊市场格局
5.4.4 科技期刊发展模式
5.4.5 科技期刊数字化运营
5.4.6 科技期刊发展趋势
5.4.7 科技期刊经营策略
5.5 中国文摘类期刊市场分析
5.5.1 文摘类期刊销量统计
5.5.2 文摘类期刊市场格局
5.5.3 文摘类期刊发展空间
5.5.4 文摘类期刊发展趋势
5.5.5 文摘类期刊经营策略
第6章：期刊数字出版现状与前景分析
6.1 期刊数字出版的背景
6.1.1 互联网普及情况
6.1.2 阅读终端使用情况
6.2 期刊数字出版产业链分析
6.2.1 数字期刊产业链构成
6.2.2 数字期刊产业链特征
6.2.3 数字期刊产业链整合
6.2.4 产业链建设中的瓶颈
6.3 期刊数字出版现状分析
6.3.1 期刊数字出版进程分析
6.3.2 期刊数字出版收入规模
6.3.3 期刊数字出版细分市场
6.4 期刊数字出版盈利模式分析
6.4.1 数字期刊当前盈利模式
6.4.2 数字期刊盈利模式拓展思路
6.4.3 数字期刊盈利分成模式
6.4.4 数字期刊利润分成中的问题
6.5 期刊数字出版发展模式分析
6.5.1 期刊数字出版运作模式
6.5.2 数字期刊经营主体分析
6.5.3 传统出版数字化转型模式分析
6.6 期刊数字出版发展前景预测

6.6.1 期刊数字出版规模预测
6.6.2 期刊数字出版发展趋势
第7章：期刊全媒体出版优秀案例与运作策略
7.1 全媒体出版的解读
7.1.1 全媒体出版的含义
7.1.2 传统出版与全媒体出版比较
7.2 期刊业全媒体出版背景与必要性
7.2.1 全媒体出版必要性
7.2.2 全媒体出版的机遇
7.2.3 全媒体出版经济效益
7.2.4 全媒体出版社会效益
7.3 国外期刊全媒体出版优秀案例与经验借鉴
7.3.1 《National Geographic》
（1）《National Geographic》简介
（2）《National Geographic》全媒体发展策略
（3）《National Geographic》全媒体经营实践
（4）《National Geographic》全媒体经验借鉴
7.3.2 《Nature》
（1）《Nature》简介
（2）《Nature》全媒体转型路径
（3）《Nature》全媒体经营实践
7.3.3 《British Medical Journal》
（1）《British Medical Journal》简介
（2）《British Medical Journal》全媒体经营实践
7.3.4 《Time》
（1）《Time》简介
（2）《Time》运营情况分析
（3）《Time》全媒体经营实践
7.3.5 《Business Week》
（1）《Business Week》简介
（2）《Business Week》运营情况分析
（3）《Business Week》全媒体经营实践
7.4 中国期刊全媒体出版优秀案例与经验借鉴
7.4.1 《家庭医生》
（1）《家庭医生》简介
（2）《家庭医生》的全媒体转型路径
（3）《家庭医生》全媒体经营实践
（4）《家庭医生》全媒体经验借鉴
7.4.2 《好孕妈妈》
（1）《好孕妈妈》简介
（2）《好孕妈妈》全媒体转型路径
（3）《好孕妈妈》全媒体经营实践
7.4.3 《青年文摘》
（1）《青年文摘》简介
（2）《青年文摘》全媒体转型路径
（3）《青年文摘》全媒体经营实践
（4）《青年文摘》全媒体经验借鉴
7.4.4 《中国国家地理》
（1）《中国国家地理》简介
（2）《中国国家地理》全媒体经营实践
（3）《中国国家地理》全媒体经验借鉴
7.4.5 《知音》
（1）《知音》简介
（2）《知音》全媒体经营实践
7.4.6 《读者》
（1）《读者》简介
（2）《读者》全媒体经营实践
（3）《读者》全媒体经验借鉴
7.4.7 《瑞丽》

（1）《瑞丽》简介
（2）《瑞丽》的全媒体经营实践
（3）《瑞丽》全媒体经验借鉴
7.4.8 《时尚》
（1）《时尚》简介
（2）《时尚》全媒体经营实践
（3）《时尚》全媒体经验借鉴
7.4.9 《财经》
（1）《财经》简介
（2）《财经》全媒体经营实践
（3）《财经》全媒体经验借鉴
7.4.10 《金属加工》
（1）《金属加工》简介
（2）《金属加工》全媒体转型路径
（3）《金属加工》全媒体经营实践
7.5 期刊企业全媒体运作策略建议
7.5.1 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
7.5.2 题构建全媒体形式的条件与准备
7.5.3 全媒体时代期刊核心能力培育
7.5.4 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
7.5.5 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
第8章：中国期刊业重点企业经营情况分析
8.1 湖北知音传媒集团有限公司
8.1.1 公司发展简介
8.1.2 公司业务范围分析
8.1.3 公司期刊产品分析
8.1.4 公司经营情况分析
8.1.5 公司全媒体出版策略
8.1.6 公司经营优劣势分析
8.2 读者出版传媒股份有限公司
8.2.1 公司发展简介
8.2.2 公司组织架构分析
8.2.3 公司业务范围分析
8.2.4 公司期刊产品分析
8.2.5 公司经营情况分析
8.2.6 公司全媒体出版策略
8.2.7 公司经营优劣势分析
8.2.8 公司最新发展动向
8.3 家庭期刊集团有限公司
8.3.1 公司发展简介
8.3.2 公司业务范围分析
8.3.3 公司期刊产品分析
8.3.4 公司经营情况分析
8.3.5 公司经营优劣势分析
8.4 四川期刊传媒(集团)股份有限公司
8.4.1 公司发展简介
8.4.2 公司组织架构分析
8.4.3 公司业务范围分析
8.4.4 公司期刊产品分析
8.4.5 公司经营情况分析
8.4.6 公司全媒体出版策略

8.4.7 公司经营优劣势分析
8.4.8 公司最新发展动向
8.5 吉林省意林集团有限公司
8.5.1 公司发展简介
8.5.2 公司业务范围分析
8.5.3 公司期刊产品分析
8.5.4 公司经营情况分析
8.5.5 公司全媒体出版策略
8.5.6 公司经营优劣势分析
8.6 中国出版集团公司
8.6.1 公司发展简介
8.6.2 公司业务范围分析
8.6.3 公司期刊产品分析
8.6.4 公司经营情况分析
8.6.5 公司全媒体出版策略
8.6.6 公司经营优劣势分析
8.6.7 公司最新发展动向
8.7 中国科技出版传媒集团有限公司
8.7.1 公司发展简介
8.7.2 公司组织架构分析
8.7.3 公司业务范围分析
8.7.4 公司期刊产品分析
8.7.5 公司经营情况分析
8.7.6 公司全媒体出版策略
8.7.7 公司经营优劣势分析
8.7.8 公司最新发展动向
8.8 中国青年出版社
8.8.1 出版社发展简介
8.8.2 出版社组织架构分析
8.8.3 出版社业务范围分析
8.8.4 出版社期刊产品分析
8.8.5 出版社经营情况分析
8.8.6 出版社全媒体出版策略
8.8.7 出版社经营优劣势分析
8.8.8 出版社最新发展动向
8.9 广东省出版集团有限公司
8.9.1 公司发展简介
8.9.2 公司组织架构分析
8.9.3 公司业务范围分析
8.9.4 公司期刊产品分析
8.9.5 公司经营情况分析
8.9.6 公司经营优劣势分析
8.9.7 公司最新发展动向
8.10 中国教育出版传媒股份有限公司
8.10.1 公司发展简介
8.10.2 公司组织架构分析
8.10.3 公司业务范围分析
8.10.4 公司期刊产品分析
8.10.5 公司经营情况分析
8.10.6 公司全媒体出版策略
8.10.7 公司经营优劣势分析
8.10.8 公司最新发展动向
8.11 江苏凤凰出版传媒股份有限公司
8.11.1 公司发展简介
8.11.2 公司组织架构分析
8.11.3 公司业务范围分析
8.11.4 公司期刊产品分析
8.11.5 公司经营情况分析
（1）主要经济指标

（2）运营能力分析
（3）盈利能力分析
（4）偿债能力分析
（5）发展能力分析
8.11.6 公司全媒体出版策略
8.11.7 公司经营优劣势分析
8.11.8 公司投资与并购分析
8.11.9 公司最新发展动向
8.12 中南出版传媒集团股份有限公司
8.12.1 公司发展简介
8.12.2 公司组织架构分析
8.12.3 公司业务范围分析
8.12.4 公司期刊产品分析
8.12.5 公司经营情况分析
（1）主要经济指标
（2）盈利能力分析
（3）运营能力分析
（4）偿债能力分析
（5）发展能力分析
8.12.6 公司全媒体出版策略
8.12.7 公司经营优劣势分析
8.12.8 公司投资与并购分析
8.12.9 公司最新发展动向
8.13 浙江出版联合集团有限公司
8.13.1 公司发展简介
8.13.2 公司组织架构分析
8.13.3 公司期刊产品分析
8.13.4 公司经营情况分析
8.13.5 公司经营优劣势分析
8.13.6 公司最新发展动向
8.14 中文天地出版传媒股份有限公司
8.14.1 公司发展简介
8.14.2 公司组织架构分析
8.14.3 公司业务范围分析
8.14.4 公司期刊产品分析
8.14.5 公司经营情况分析
（1）主要经济指标
（2）运营能力分析
（3）盈利能力分析
（4）偿债能力分析
（5）发展能力分析
8.14.6 公司全媒体出版策略
8.14.7 公司经营优劣势分析
8.14.8 公司最新发展动向
8.15 安徽新华传媒股份有限公司
8.15.1 公司发展简介
8.15.2 公司组织架构分析
8.15.3 公司业务范围分析
8.15.4 公司期刊产品分析
8.15.5 公司经营情况分析
（1）主要经济指标
（2）盈利能力分析
（3）运营能力分析
（4）偿债能力分析
（5）发展能力分析
8.15.6 公司全媒体出版策略
8.15.7 公司经营优劣势分析
8.15.8 企业最新发展动向
第9章：期刊出版行业投融资分析

9.1 期刊出版行业投资特性
9.1.1 行业进入壁垒分析
9.1.2 行业退出机制分析
（1）行政退出机制
（2）市场退出机制
9.1.3 行业投资风险预警
9.2 期刊出版行业投资建议
9.2.1 期刊出版行业投资动向
9.2.2 期刊出版行业投资机会
9.2.3 期刊出版行业投资建议
9.3 期刊出版行业资本运营分析
9.3.1 资本运营的定义与内涵
9.3.2 期刊出版行业资本运营必要性
9.3.3 期刊出版行业资本运营模式
9.3.4 期刊出版行业资本运营阻碍因素
9.3.5 期刊出版行业资本运营建议
9.4 期刊出版行业融资前景分析
9.4.1 期刊企业融资的必要性
9.4.2 期刊企业主要融资方式
9.4.3 期刊出版行业融资前景分析
（1）期刊出版行业融资环境分析
（2）期刊出版行业银行授信机会

图表目录

图表1：期刊产业相关定义
图表2：期刊主要分类方法
图表3：期刊的种类
图表4：期刊产业管理体制
图表5：期刊产业主要法规
图表6：期刊产业主要政策法规的具体内容
图表7：“十四五”时期期刊产业重点任务
图表8：“十四五”时期期刊产业重点工程
图表9：2020-2025年中国国内生产总值及增长速度（单位：亿元，%）
图表10：2020-2025年期刊利润、GDP和社会消费品零售总额增长率变化情况（单位：%）
图表11：2020-2025年我国城镇居民人均可支配收入增长趋势图（单位：元，%）
图表12：2020-2025年我国农村居民人均纯收入增长趋势图（单位：元，%）
图表13：2025年中国居民消费结构情况（单位：亿元，%）
图表14：文化消费支出理论值与实际值（单位：万亿元,%）
图表15：2020-2025年期刊阅读率统计（单位：%）
图表16：2020-2025年数字化阅读率统计（单位：%）
图表17：新兴媒体争夺固有市场
图表18：2020-2025年数字化阅读载体使用情况（单位：%）
图表19：数字化纸质印刷冲击的调查（单位：%）
图表20：期刊行业面对三网融合应采取的措施
图表21：数字出版技术的发展
图表22：国际期刊分类
图表23：各国广告费用期刊所占份额情况（单位：%）
图表24：国际期刊产业最新特点分析
图表25：英国期刊业收入构成情况（单位：%）
图表26：法国期刊产业发展情况分析
图表27：瑞典三大期刊产业集团发展情况
图表28：德国期刊产业发展情况
图表29：荷兰期刊产业代表公司发展情况
图表30：澳大利亚期刊产业发展情况分析
图表31：网上书报亭发展模式分析

图表32：时装杂志结合3D技术
图表33：期刊50城市零售市场份额对比情况（单位：%）
图表34：2020-2025年我国期刊种数及变化情况（单位：种）
图表35：2020-2025年我国期刊均期印数及变化情况（单位：万册，%）
图表36：2020-2025年我国期刊总印数及变化情况（单位：亿册）
图表37：2020-2025年我国期刊总印张数及变化情况（单位：亿印张）
图表38：我国期刊传统出版语种分布（单位：%）
图表39：我国期刊传统出版学科分布（单位：%）
图表40：我国出版外文期刊学科分布（单位：%）
图表41：我国出版少数民族文期刊学科分布（单位：%）
图表42：中国期刊出版地区分布（前20）（单位：种，%）
图表43：2020-2025年我国期刊出版行业营业收入增长情况（单位：亿元）
图表44：2020-2025年我国期刊出版行业增加值变化趋势（单位：亿元，%）
图表45：2020-2025年国期刊出版行业利润总额增长情况（单位：亿元）
图表46：2020-2025年中国期刊业发行收入及增长率（单位：亿元，%）
图表47：2020-2025年中国期刊广告经营额及增长率（单位：亿元，%）
图表48：S1++S2+盈利模式组合图
图表49：S1-+S2+盈利模式组合图
图表50：S1++S3+盈利模式组合图
图表51：S1++S3-盈利模式组合图
图表52：S1-+S2++S3+盈利模式组合图
图表53：S1++S2++S3+盈利模式组合图
图表54：S1-+S2++S3-盈利模式组合图
图表55：S1++S2++S3-盈利模式组合图
图表56：分散经营的弊端
图表57：集约化经营优势分析
图表58：四川党建期刊集团集约化经营分析
图表59：四川党建期刊集团集约化经营的经验与策略
图表60：我国期刊传统出版业市场结构
图表61：我国期刊传统出版业替代竞争压力分析
图表62：我国期刊传统出版业供应方价格谈判能力分析
图表63：我国期刊产业竞争分析结论
图表64：我国期刊产业竞争强度得分
图表65：我国女性高码洋时尚类期刊发行趋势图（单位：份/摊）
图表66：北京女性高码洋时尚类期刊销售排名（单位：%）
图表67：西安女性高码洋时尚类期刊销售排名（单位：%）
图表68：青岛女性高码洋时尚类期刊销售排名（单位：%）
图表69：上海女性高码洋时尚期刊销量排名（单位：%）
图表70：深圳女性高码洋时尚期刊销量排名（单位：%）
图表71：我国女性高码洋时尚类期刊实销率（单位：%）
图表72：我国女性高码洋时尚类期刊覆盖率（单位：%）
图表73：时尚女性综合类期刊市场份额对比（单位：%）
图表74：男性时尚类期刊市场份额对比（单位：%）
图表75：2020-2025年我国汽车类期刊销量统计（单位：本）
图表76：北京汽车类期刊销量排名（前10）（单位：%）
图表77：广州市汽车类期刊销量排名（前10）（单位：%）
图表78：体育类期刊市场份额对比（单位：%）
图表79：2020-2025年我国少儿期刊种数（单位：种）
图表80：2020-2025年我国少儿期刊平均期印数（单位：万册）
图表81：2020-2025年我国少儿期刊总印数（单位：万册）
图表82：2020-2025年我国少儿期刊总印张数（单位：千印张）
图表83：8城市少儿期刊平均销量情况（单位：份/摊）
图表84：中国少儿期刊销售排行榜
图表85：家居类期刊市场份额对比（单位：%）
图表86：育儿类期刊整体平均销量对比（单位：份/摊）
图表87：财经期刊主要类别
图表88：四类财经期刊发行状况
图表89：《环球企业家》期刊读者特征情况（单位：%，岁）
图表90：时政类期刊市场份额结构（单位：%）

图表91：学术期刊准确性把握“三关”
图表92：2020-2025年我国科技期刊种数（单位：种）
图表93：2020-2025年我国科技期刊平均期印数（单位：万册）
图表94：2020-2025年我国科技期刊总印数（单位：万册）
图表95：2020-2025年我国科技期刊总印张数（单位：千印张）
图表96：中国科技期刊学科分布（单位：%）
图表97：中国科技期刊发展模式
图表98：2025年中国十大品牌期刊
图表99：2020-2025年我国网民数量及互联网普及率（单位：万人，%）
图表100：2020-2025年我国手机网民规模及其占网民比例（单位：万人，%）
图表101：2021-2025年我国网民上网设备对比（单位：%）
图表102：2025年新增网民上网设备使用情况（单位：%）
图表103：数字期刊产业链示意图
图表104：期刊传统出版产业链中心
图表105：期刊数字出版产业链中心
图表106：期刊数字化出版进程
图表107：2020-2025年中国数字期刊市场规模及变化趋势（单位：亿元，%）
图表108：中国期刊数据库各主要企业期刊资源收录数据库
图表109：2025年iPad APP阅读TOP10（单位：次）
图表110：2025年VIVA Pad新增用户各平台占比（单位：%）
图表111：2025年VIVA Android新用户应用商店占比（单位：%）
图表112：2020-2025年VIVA无线新媒体客户端杂志在线PV情况（单位：亿个）
图表113：VIVA无线新媒体全天在线人数分时段趋势
图表114：2025年最受高端机用户欢迎的数字杂志
图表115：电子阅读器出版特征
图表116：2020-2025年我国电子书产值（单位：亿元，%）
图表117：电子阅读器出版市场影响因素分析
图表118：参与调查用户对于MP3/MP4播放功能以外的需求（单位：%）
图表119：期刊集团与编辑社合作模式
图表120：独家承揽版权盈利模式
略·····完整目录请咨询客服

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！