

2016-2022年中国图书出版市场竞争调研及十三五 发展机会分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国图书出版市场竞争调研及十三五发展机会分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/chubanfenxiao/241467241467.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《2016-2022年中国图书出版市场竞争调研及十三五发展机会分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

第一章：中国图书出版行业发展背景

1.1 图书出版行业定义

1.1.1 图书出版行业定义

1.1.2 图书出版行业发展阶段

1.1.3 图书出版行业产业链分析

(1) 产业链及主要业务流程

(2) 各环节的主要职能和业务关系

1.2 图书出版行业政策环境分析

1.2.1 图书出版行业监管部门

(1) 意识形态主管部门

1) 中共中央宣传部

2) 地方党委宣传部

(2) 出版行业主管部门

(3) 教育行政部门

(4) 文化业主管部门

1.2.2 图书出版行业相关政策

1.2.3 出版体制改革成果

1.2.4 图书出版行业发展规划

1.3 图书出版行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 美国经济形势分析

- (2) 欧洲经济形势分析
- (3) 日本经济形势分析
- (4) 新兴国家经济形势分析
- 1.3.2 国内宏观经济环境分析
 - (1) 我国GDP增长情况
 - (2) 2016年我国经济形势分析
- 1.3.3 宏观经济环境对图书出版行业影响分析
 - (1) 宏观经济环境对图书出版业的影响程度分析
 - (2) 宏观经济环境机会与威胁分析
 - 1) 宏观环境机会分析
 - 2) 宏观经济环境威胁分析
- 1.4 图书出版行业社会环境分析
 - 1.4.1 居民收入增长情况分析
 - 1.4.2 居民文化素质情况分析
 - 1.4.3 居民文化消费情况分析
 - (1) 城市综合排名及文化消费潜在规模
 - (2) 城乡差异对文化消费的影响
 - (3) 区域差异对文化消费的影响
 - 1.4.4 全国国民阅读调查报告解读
 - (1) 国民阅读率上升0.2个百分点
 - (2) 三分之一的人使用微信阅读
 - (3) 人均纸质书阅读量较2013年减少0.21本
 - (4) 纸质图书阅读和手机阅读时长增势明显
 - (5) 调查新增Pad阅读数据
 - (6) “阅读新闻”仍为主要网上活动
 - (7) 纸质阅读地位未被撼动
 - (8) 超四成的成年国民认为自己的阅读量较少
 - (9) 仅四分之一国民满意自己阅读情况
 - (10) 三分之二的人只看免费手机读物
 - (11) 未成年人图书阅读率稳步上升
 - (12) 88.8%的家庭有陪儿童阅读的习惯
- 第二章：中国图书出版行业发展状况
 - 2.1 中国图书出版行业发展现状分析
 - 2.1.1 图书出版行业总体情况
 - (1) 新闻出版产业经济总量规模

- (2) 图书出版行业总量规模
- (3) 出版物进出口总量规模
- (4) 新闻出版单位数量与就业人数
- 2.1.2 图书出版行业比重分析
- 2.1.3 图书出版行业总体经济规模综合评价
- 2.1.4 行业发展中存在的问题
- 2.2 中国图书零售市场分析
 - 2.2.1 中国图书零售市场综述
 - (1) 图书零售市场的总体走势
 - 1) 实体书店零售市场由负转正
 - 2) 在线图书零售市场快速增长
 - 3) 实体书店一线城市大幅回暖
 - 4) 两个渠道细分市场构成
 - 5) 细分市场成长性分析
 - 6) 细分市场份额分析
 - (2) 图书市场竞争格局分析
 - 1) 出版单位规模两极分化趋势持续
 - 2) 人民社蝉联榜首外文社码洋份额飙升
 - (3) 境外作者作品市场分析
 - 1) 境外作者作品市场规模逐渐扩大
 - 2) 少儿和文学类规模占比最大
 - 3) 英美两国作者作品占半数以上
 - 4) 境外作者作品畅销情况
 - 2.2.2 中国图书出版行业出版规模分析
 - 2.2.2.1 行业总体出版规模分析
 - (1) 种数分析
 - (2) 印数分析
 - (3) 定价分析
 - (4) 用纸量分析
 - 2.2.2.2 书籍出版规模分析
 - (1) 种数分析
 - (2) 印数分析
 - (3) 定价分析
 - (4) 用纸量分析
 - 2.2.2.3 课本出版规模分析

- (1) 种数分析
- (2) 印数分析
- (3) 定价分析
- (4) 用纸量分析
- 2.3.4 图片出版规模分析
 - (1) 种数分析
 - (2) 印数分析
 - (3) 定价分析
 - (4) 用纸量分析
- 2.4 中国图书进出口分析
 - 2.4.1 图书进出口状况综述
 - 2.4.2 图书出口分析
 - (1) 图书出口数量分析
 - (2) 图书出口金额分析
 - 2.4.3 图书进口分析
 - (1) 图书进口数量分析
 - (2) 图书进口金额分析
- 2.5 中国图书版权管理及版权贸易分析
 - 2.5.1 图书版权管理情况
 - 2.5.2 图书版权贸易情况
 - (1) 图书版权引进分析
 - (2) 图书版权输出分析
- 2.6 中国图书出版行业竞争分析
 - 2.6.1 图书出版行业波特五力竞争结构
 - (1) 行业内部竞争格局
 - (2) 图书出版行业对上游议价能力
 - (3) 图书出版行业对行业下游议价能力
 - (4) 行业潜在进入者威胁
 - (5) 行业替代品威胁
 - (6) 竞争情况总结
 - 2.6.2 图书出版行业竞争趋势分析
 - (1) 影响图书出版行业竞争的主要因素
 - 1) 读者的竞争
 - 2) 新的出版物替代产品
 - 3) 来自上下游供应商和分销商的竞争

4) 同业间的竞争

5) 企业自身的竞争力

(2) 图书出版行业的新型价值链

第三章：中国教育出版领域市场分析

3.1 教育出版市场综述

3.1.1 教育出版在行业中的份额

3.1.2 教育出版市场规模分析

3.1.3 教育出版市场特性分析

(1) 行业区域性分析

(2) 行业季节性分析

3.1.4 教育出版市场竞争状况分析

3.1.5 教育出版市场盈利能力分析

3.1.6 教育出版市场影响因素分析

(1) 有利因素

1) 国家产业政策支持

2) 图书阅读人群基数较大

(2) 不利因素

1) 中小学教材出版发行招投标改革带来的冲击

2) 政府采购及循环使用对教材教辅市场的影响

3.1.7 教育图书数字出版现状分析

(1) 发展现状

1) “电子书包”工程

2) 企业全媒体出版运作——安徽教育社“时代e博”全媒体出版品牌

(2) 教育图书出版数字化领先案例

1) 清华大学出版社数字出版分析

2) 华东师范大学出版社数字出版分析

3) 西南财经大学出版社数字出版分析

(3) 教育图书数字出版发展前景

3.1.8 教育出版市场需求前景分析

3.2 大专及大专以上课本市场分析

3.2.1 高等教育入学率分析

3.2.2 高等教育在校学生数分析

3.2.3 大专及大专以上课本供给分析

(1) 课本出版种类分析

(2) 课本印数规模分析

- (3) 课本印张规模分析
- 3.2.4 大专及大专以上课本总定价分析
- 3.2.5 大专及大专以上课本需求前景分析
- 3.3 中专、技校课本市场分析
 - 3.3.1 中等职业教育在校学生数分析
 - 3.3.2 中专、技校课本供给分析
 - (1) 课本出版种类分析
 - (2) 课本印数规模分析
 - (3) 课本印张规模分析
 - 3.3.3 中专、技校课本总定价分析
 - 3.3.4 中专、技校课本需求前景分析
- 3.4 中学课本市场分析
 - 3.4.1 中学生入学率分析
 - (1) 高中生入学率分析
 - (2) 初中生入学率分析
 - 3.4.2 中学生数分析
 - (1) 高中生在校学生数分析
 - (2) 初中生在校学生数分析
 - 3.4.3 中学课本供给分析
 - (1) 课本出版种类分析
 - (2) 课本印数规模分析
 - (3) 课本印张规模分析
 - 3.4.4 中学课本总定价分析
 - 3.4.5 中学课本需求前景分析
- 3.5 小学课本市场分析
 - 3.5.1 小学生入学率分析
 - 3.5.2 小学生在校学生数分析
 - 3.5.3 小学课本供给分析
 - (1) 课本出版种类分析
 - (2) 课本印数规模分析
 - (3) 课本印张规模分析
 - 3.5.4 小学课本总定价分析
 - 3.5.5 小学课本需求前景分析
- 3.6 业余教育课本市场分析
 - 3.6.1 业余教育课本供给分析

(1) 课本出版种类分析

(2) 课本印数规模分析

(3) 课本印张规模分析

3.6.2 业余教育课本总定价分析

3.6.3 业余教育课本需求前景分析

3.7 扫盲课本市场分析

3.7.1 扫盲班分析

3.7.2 扫盲课本供给分析

3.7.3 扫盲课本总定价分析

3.7.4 扫盲课本需求前景分析

3.8 教学用书市场分析

3.8.1 各级各类学校教职工分析

(1) 高等教育教职工数

(2) 中等教育教职工数

3.8.2 教学用书供给分析

(1) 课本出版种类分析

(2) 课本印数规模分析

(3) 课本印张规模分析

3.8.3 教学用书总定价分析

3.8.4 教学用书需求前景分析

第四章：中国大众图书与专业图书出版分析

4.1 大众出版领域市场分析

4.1.1 大众图书市场现状分析

4.1.2 少儿图书出版市场分析

(1) 少儿图书领域层次失衡

(2) 儿童文学翻译同质化凸显

(3) 与国外仍有整体性差距

(4) 少儿图书出版对策分析

1) 固守精品理念 出特色图书

2) 少儿图书编辑要加强学习 图书制作体现人文关怀

3) 为农村儿童提供更广更好的服务

(5) 少儿图书出版发展需求分析

1) 分级阅读

2) 跨界发展

4.1.3 饮食类图书出版市场分析

(1) 市场整体分析

- 1) 出版品种数接近 整体竞争较为激烈
- 2) 发展平稳 未出现过百大社
- 3) 薄利多销 定价相对适中
- 4) 众口难调 各有所爱

(2) 细分选题出版社分析

(3) 年度影响力TOP50

4.1.4 旅游类图书出版市场分析

(1) 旅游类图书的三大功能

- 1) 激发人们旅游的兴趣
- 2) 提供人们旅游的信息
- 3) 满足人们精神之旅的体验

(2) 旅游类图书市场分析

- 1) 品种规模扩展 码洋比重稳定
- 2) 旅游指南为主 主题愈加丰富
- 3) 内容日趋广泛 品牌系列最火
- 4) 热点带动市场 偶然搅动必然
- 5) 产品创新升级 功能趋向多元

(3) 旅游类图书出版赢利模式转型分析

- 1) 单一传播途径向多种传播途径融合转变
- 2) 旅游图书的出版者向旅游信息的整合传播者转变
- 3) 依托旅游信息的内容优势搭建平台
- 4) 利用资源整合对旅游目的地进行整合营销

4.1.5 大众图书市场竞争状况

4.1.6 大众图书市场发展前景

4.2 专业图书出版市场分析

4.2.1 专业图书市场竞争状况

4.2.2 专业图书市场存在问题

4.2.3 专业图书市场发展策略

(1) 内容为王

(2) 作者的品牌化

(3) 品牌图书系列化

(4) 整体设计及品牌营销

4.2.4 专业图书数字出版趋势分析

4.2.5 专业图书市场发展前景

第五章：中国图书出版行业各类图书出版分析

5.1 各类图书出版情况分析

5.1.1 各类图书出版种类排名情况

5.1.2 各类图书出版总印数排名情况

5.1.3 各类图书出版总定价排名情况

5.2 主要类别图书出版分析

5.2.1 马列主义、毛泽东思想类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书出版市场分析

5.2.2 哲学类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书出版市场分析

1) 找准市场切入点，走精品图书与通俗易懂的图书相结合的道路

2) 建立一支强有力的以学者为依托的策划、写作、翻译的队伍

3) 要重视与作译者在创作或翻译过程中的交流的环节

5.2.3 社会科学总论类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书出版市场分析

5.2.4 政治、法律类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书出版市场分析

1) 政治类

2) 法律类

5.2.5 军事类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书出版市场分析

5.2.6 经济类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书出版市场分析

5.2.7 文化、科学、教育、体育类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书出版市场分析

1) 文化类

2) 科学类图书

3) 教育类图书

4) 体育类图书

5.2.8 语言、文字类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书出版市场分析

5.2.9 文学类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书市场规模分析

(5) 图书出版市场现状分析及发展建议

1) 图书市场现状分析

2) 文学类图书市场发展建议

5.2.10 艺术类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书出版市场分析

5.2.11 历史、地理类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

1) 历史类

2) 地理类

5.2.12 自然科学总论类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

5.2.13 数理科学、化学类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

5.2.14 天文学、地球科学类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

5.2.15 生物科学类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

5.2.16 医药卫生类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

5.2.17 农业科学类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

5.2.18 工业技术类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

5.2.19 交通运输类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

5.2.20 航空、航天类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

5.2.21 环境科学类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

5.2.22 综合类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

第六章：中国图书出版行业市场调研分析

6.1 图书市场调研分析

6.1.1 畅销作家调研

6.1.2 畅销书数量调研

6.1.3 图书收入情况调研

6.1.4 读者购买力调研

6.1.5 图书畅销原因调研

6.1.6 图书推销方式调研

6.2 畅销图书市场调研分析

6.2.1 畅销书市场现状分析

6.2.2 虚构类畅销书市场调研

(1) 2015年虚构类畅销书市场调研

- 1) 2015年上榜虚拟类畅销书作者统计分析
- 2) 2015年上榜虚拟类畅销书出版社统计分析
- 3) 2015年上榜虚拟类畅销书价格情况统计分析

(2) 近十年虚构类畅销书发展分析

6.2.3 非虚构类畅销书市场调研

(1) 2015年非虚构类畅销书市场调研

- 1) 2015年上榜非虚构类畅销书作者统计分析
- 2) 2015年上榜非虚拟类畅销书出版社统计分析
- 3) 2015年上榜非虚拟类畅销书价格情况统计分析

(2) 近十年非虚拟类畅销书发展分析

6.2.4 少儿类畅销书市场调研

(1) 2015年少儿类畅销书市场调研

- 1) 2015年上榜少儿类畅销书作者统计分析
- 2) 2015年上榜少儿类畅销书出版社统计分析
- 3) 2015年上榜少儿类畅销书价格情况统计分析

(2) 近十年少儿类畅销书发展分析

6.3 畅销书受众市场调研分析

6.3.1 畅销书受众市场调研分析

- (1) 畅销书受众群体特征
- (2) 畅销书成为受众阅读的首选类型
- (3) 畅销书总体评价
- (4) 受众的需求动机

6.3.2 受众隐性阅读心理分析

- (1) 从众心理
- (2) 炫示心理
- (3) 猎奇心理

第七章：中国图书出版行业专题研究

7.1 数字出版发展分析

7.1.1 数字出版行业发展现状分析

- (1) 数字出版规模
- (2) 数字出版结构
- (3) 数字出版发展分析

7.1.2 传统出版领域的数字出版分析

- (1) 大众出版的数字化建设
 - 1) 大众出版社数字化建设基本情况
 - 2) 大众出版社数字化建设的问题及对策
- (2) 专业出版的数字化战略
 - 1) 专业出版数字化转型的困境分析
 - 2) 专业出版数字化转型的路径探析
- (3) 高等教育出版数字化分析
 - 1) 教学材料的数字化
 - 2) 辅助教学系统的数字化
 - 3) 教学管理、学习过程的数字化
- 7.2 手机出版发展分析
 - 7.2.1 手机出版背景分析
 - (1) 手机网民规模
 - (2) 网民上网设备
 - 7.2.2 手机出版特征分析
 - (1) 手机出版形式
 - (2) 手机出版特征
 - 7.2.3 手机出版市场规模分析
 - 7.2.4 手机出版市场需求潜力分析
 - (1) 市场前景广阔
 - (2) 面临发展困境
 - (3) 发展趋势
 - 7.2.5 手机出版前瞻建议
- 7.3 按需出版发展分析
 - 7.3.1 按需出版定义及特点
 - (1) 按需出版的定义
 - (2) 按需出版与数字出版的关系
 - (3) 按需出版的特点和优势
 - 7.3.2 按需出版的关键技术
 - (1) 内容数字化及其管理系统
 - (2) 在线订单管理系统
 - (3) 生产流程管理系统
 - (4) 物流和配送管理系统
 - (5) 精确的信息管理系统
 - (6) 标准化作业及其相关标准

7.3.3 按需出版发展状况

7.3.4 按需出版市场发展潜力

7.3.5 按需出版发展建议

7.4 民营书业发展分析

7.4.1 民营书业发展现状分析

- (1) 新常态给民营书业带来新机遇
- (2) 政策环境改善促民营书店扩张
- (3) 上市融资取得新成果
- (4) 国有民营合作结出新硕果
- (5) 精品战略成为新共识

7.4.2 民营书业发展趋势

- (1) 传统出版与新兴出版实现进一步融合
- (2) 主业与多业进一步融合发展
- (3) 线上与线下融合发展进一步探索

7.4.3 民营书业发展建议

- (1) 走资本市场之路
- (2) 内容与实业结合

7.5 畅销书出版运作分析

7.5.1 畅销书出版运作机制分析

- (1) 由品牌策划人组建精干的团队
 - 1) 畅销书品牌策划人能力分析
 - 2) 畅销书策划人主要类别
- (2) 畅销书出版运作的机构设置及其管理
 - 1) 畅销书出版运作的机构
 - 2) 畅销书出版运作的管理
- (3) 畅销书选题运作
 - 1) 读者需求信息调研
 - 2) 作者的物色和培养
 - 3) 图书内容定位
 - 4) 编辑的鉴别能力
- (4) 畅销书生产运作
 - 1) 畅销书稿的获得途径
 - 2) 提炼畅销元素
 - 3) 编辑加工
 - 4) 内容载体的生产

(5) 畅销书营销运作

- 1) 准确提炼图书的畅销元素 准图书的宣传点
- 2) 准确定位目标读者群
- 3) 座谈会或研讨会
- 4) 媒体互动
- 5) 借势宣传

7.5.2 畅销书出版运作的典型模式

(1) 分支机构独立运作模式

- 1) 模式起源
- 2) 机构运行方式
- 3) 图书定位
- 4) 书稿的编辑加工
- 5) 图书宣传

(2) 项目负责制运作模式

- 1) 项目负责制的背景
- 2) 实施项目负责制的条件
- 3) 项目负责制的模式分析
- 4) 项目负责制的模式成功案例分析

(3) 品牌延伸运作模式

- 1) 借势跟风，开发与主打图书主题相近或相关的图书
- 2) 对出版社的核心品牌进行延伸，打造与核心品牌相关的畅销书品牌

(4) 品牌移植运作模式

- 1) 利用其他出版社畅销图书的品牌效应，在相同的主题下，开发连带的畅销书。
- 2) 引进国外畅销书，借用其品牌效应，打造本土的图书品牌和出版社品牌。
- 3) 引进国外品牌畅销书本土化运作关键

(5) 媒体互动运作模式

- 1) 图书出版的媒体互动模式
- 2) 电视品牌栏目下的图书出版模式
- 3) 动漫图书的媒体互动模式
- 4) 网络互动模式

7.5.3 畅销书出版运作特征分析

(1) 注重全程策划和全程营销

(2) 高投入高风险

(3) 突出高回报效益

(4) 与社会热点共鸣

第八章：中国图书出版行业主要经营分析

8.1 中国图书出版出版集团排名前十

8.1.1 总体经济规模排名前十

8.1.2 经济效益排名前十

8.2 中国图书出版行业领先企业个案分析

8.2.1 江苏凤凰出版传媒股份有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业主营业务分析

（3）企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

（4）企业图书产品分析

1) 教育出版发行逆境维稳

2) 大众出版亮点频出

3) 国际化战略加快推进

（5）企业组织架构分析

（6）企业出版业务模式分析

1) 采购模式

2) 生产模式

3) 销售及退货管理模式

4) 存货管理

（7）企业经营状况优劣势分析

（8）企业发展规划分析

（9）企业投资兼并与重组分析

（10）企业最新发展动向分析

8.2.2 中南出版传媒集团股份有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业主营业务分析

1) 出版

2) 发行

3) 报纸与新媒体经营

4) 印刷

5) 印刷物资销售

(3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业图书产品分析

1) 抓教材教辅 核心市场更加夯实

2) 抓品牌图书 优势板块更加集中

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业出版业务模式分析

1) 本版图书(含教材)出版的经营模式

2) 外版教材租型业务模式

(7) 企业经营状况优劣势分析

(8) 企业发展战略分析

(9) 企业投资并购分析

(10) 企业最新发展动向分析

8.2.3 中国教育出版传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 人民教育出版社有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业主营业务分析

3) 企业经营情况分析

4) 企业组织架构分析

5) 企业发展战略分析

6) 企业经营状况优劣势分析

7) 企业最新发展动向

(2) 高等教育出版社经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业主营业务分析

3) 企业经营情况分析

4) 企业业务模式分析

5) 企业组织架构分析

6) 企业经营状况优劣势分析

7) 企业最新发展动向分析

8.2.4 中文天地出版传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

1) 出版板块

2) 教材教辅板块

(3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业投资兼并与重组分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.2.5 浙江出版联合集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

1) 图书发行

2) 图书印刷

3) 数字产业

4) 物资贸易

5) 投资物业

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

8.2.6 河北出版传媒集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

1) 编辑出版

2) 报刊传媒

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.2.7 时代出版传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业发展战略分析

(8) 企业投资兼并与重组分析

(9) 企业最新发展动向分析

8.2.8 中国出版集团公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

8.2.9 山东出版集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

8.2.10 中原大地传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

- 1) 大教育出版观的战略目标得到持续推进
- 2) 大众出版和专业出版的战略目标得到持续推进
- 3) 重点项目申报得到持续推进
- 4) 版权输出与引进得到持续推进
- 5) 数字化业态创新进一步深化

(3) 企业经营情况分析

- 1) 企业主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

(7) 企业最新发展动向分析

8.2.11 英大传媒投资集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

8.2.12 贵州出版集团公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

8.2.13 云南出版集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

8.2.14 中国科技出版传媒集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

8.2.15 青岛出版集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.2.16 长江出版传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

1) 图书出版

2) 教材教辅

3) 数字出版

4) “走出去”工作

(3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

8.2.17 上海新华传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业发展规划分析

(8) 企业投资兼并与重组分析

8.2.18 北方联合出版传媒(集团)股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业发展规划分析

(8) 企业最新发展动向分析

8.2.19 天舟文化股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (4) 企业图书产品分析
 - (5) 企业组织架构分析
 - (6) 企业出版业务经营模式分析
 - 1) 采购模式
 - 2) 生产模式
 - 3) 销售模式
 - 4) 营销网络
 - (7) 企业经营状况优劣势分析
 - (8) 企业投资兼并与重组分析
 - (9) 企业最新发展动向分析
- ### 8.3 7家代表性上市企业综合比较分析

8.3.1 市值和股本结构

- (1) 总市值
- (2) 股本结构

8.3.2 公司规模和成长性

- (1) 资产规模
- (2) 成长性
 - 1) 营业收入继续保持两位数以上增速 在传媒娱乐板块营收占比超四成
 - 2) 出版、发行、印刷等传统主业保持挺拔
 - 3) 融合业务体量小、增速快 或成为新的增长点
 - 4) 省外收入增长提速 跨地域经营取得新突破

8.3.3 公司经营效益

- (1) 净利润
- (2) 平均净资产收益率

8.3.4 公司资金运营和偿债能力

- (1) 募集资金使用效率
- (2) 偿债能力

8.3.5 公司经营特点

第九章：中国图书出版行业投资与前景分析

9.1 中国图书出版行业投资特性分析

9.1.1 图书出版行业进入壁垒分析

- (1) 政策壁垒
- (2) 规模壁垒
- (3) 人才壁垒
- (4) 品牌及经验壁垒

9.1.2 图书出版行业盈利模式分析

(1) 盈利模式分析

1) 横向型盈利模式

2) 纵向型盈利模式

3) 相关多元化盈利模式

(2) 盈利模式创新建议

1) 增加盈利点

2) 增强盈利能力

9.1.3 图书出版行业盈利影响因素分析

(1) 政府投入不断加大

(2) 市场需求不断增长

(3) 新技术提供新商机

9.2 中国图书出版行业发展趋势与前景分析

9.2.1 图书出版行业发展趋势分析

(1) 传统方兴未艾 数字大势所趋

(2) 全媒体出版时代来临 内容终成王者

(3) 传统与数字 合作大于竞争

9.2.2 图书出版行业发展前景分析

9.3 中国图书出版行业投资建议

9.3.1 图书出版行业投资机会分析

(1) “文化MALL”摸索前行 智能技术支撑“智慧书城”模式

(2) 连锁经营遇调整期 个性书店迎来春天

(3) 多元化经营成常态 跨界融合提升服务质量

(4) 传统营销遇到瓶颈 复合型人才行业需求量大

(5) 网络价格乱战消退 电商逐渐回归理性

(6) 书业销售转入移动战场 借用微信搭建营销平台

(7) 馆配市场稳中有升 数字资源将迎行业规范

(8) 内容营销更加成熟 专业策划与制作不可缺少

9.3.2 图书出版行业投资风险分析

(1) 行业政策风险

1) 税收优惠政策变化

2) 免费教材推广和教材循环使用政策

(2) 行业技术风险

(3) 行业供求风险

(4) 行业其他风险

1) 选题风险

2) 出版和发行市场不规范带来的风险

9.3.3 图书出版行业投资建议

图表目录

图表1：图书出版行业发展阶段

图表2：1978-2015年我国图书总印数（单位：亿册）

图表3：图书出版发行行业产业链简图

图表4：图书出版发行行业主要业务流程

图表5：图书出版发行行业收入在产业链各环节的分配情况（单位：%）

图表6：图书出版行业主要政策

图表7：图书出版行业体制改革进程

图表8：图书出版行业发展规划

图表9：2015年美国宏观经济金融指标

图表10：2015年美国月度DJ工业平均指数

图表11：2015年欧元区宏观经济金融指标

图表12：2015年欧元区月度欧洲斯托克50指数

图表13：2015年日本宏观经济金融指标

图表14：2015年日经225指数变化情况

图表15：2008-2015年中国经济增长情况（单位：%）

图表16：2009-2015年图书出版行业收入与GDP增长率对比图（单位：%）

图表17：2003-2015年我国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表18：2003-2015年我国农村居民人均纯收入及同比增速（单位：元，%）

图表19：2010-2015年我国普通本专科、中等职业教育和普通高中招生人数（单位：万人）

图表20：2013-2015年中国文化消费指数总体变动情况

图表21：2015年中国城乡文化消费指数总体情况

图表22：2013-2015年国民阅读率（单位：%）

图表23：2013-2015年国民数字化阅读方式（单位：%）

图表24：2013-2015年国民阅读量（单位：本）

图表25：2013-2015年国民阅读纸质媒介接触时长（单位：分钟）

图表26：2013-2015年国民阅读新兴媒介接触时长（单位：分钟）

图表27：2013-2015年国民上网主要活动（单位：%）

图表28：2013-2015年国民阅读媒介倾向（单位：%）

图表29：2013-2015年国民阅读数量评价（单位：%）

图表30：2013-2015年国民阅读数量反馈（单位：%）

图表31：2013-2015年国民阅读满意度（单位：%）

图表32：2013-2015年国民对图书的价格承受能力（单位：%）

图表33：2013-2015年国民对各类型图书的价格承受能力（单位：元）

图表34：2013-2015年中国未成年人阅读率（单位：%）

图表35：2013-2015年中国未成年人阅读量（单位：本）

图表36：2015年全国出版、印刷和发行服务主要经济指标（单位：亿元，%）

图表37：2009-2015年全国出版、印刷和发行服务营业收入及增长率变化（单位：亿元，%）

图表38：2015年图书出版总量规模（单位：万种，亿册（张），亿印张，亿元，%）

图表39：2009-2015年我国图书出版行业销售收入规模（单位：亿元）

图表40：2009-2015年我国图书出版行业利润规模（单位：亿元）

图表41：2015年全国出版物对外贸易情况（单位：万册（份、盒、张），万美元）

图表42：2015年新闻出版单位数量与构成（单位：家，%）

图表43：2015年行业就业人数产业类别构成（单位：万人，%）

图表44：2015年各类出版物在全部出版物总量中所占比重（单位：%）

图表45：2015年各类出版物的增长速度与结构变动情况（单位：%、百分点）

图表46：2015年新闻产业各产业类别总体经济规模综合评价

图表47：2012-2015年中国开卷实体书店渠道图书零售指数

图表48：2012-2015年中国开卷实体书店渠道图书零售销售额与增长率（单位：亿元，%）

图表49：2012-2015年中国在线零售渠道图书销售规模评估（单位：亿元）

图表50：2012-2015年实体书店渠道增速情况（单位：%）

图表51：2015年全国实体书店渠道与网络书店渠道图书零售码洋占比

图表52：2015年全国实体书店渠道与网络书店主要分类市场构成（单位：%）

图表53：2015年中国各细分市场图书零售年度增速对比

图表54：2016年中国各细分市场图书零售年度增速对比

图表55：2015年中国各细分市场的码洋份额（单位：%）

图表56：2015年各细分市场图书的单品贡献率及同比增减情况（单位：%）

图表57：2013-2015年出版单位码洋占有率分布（单位：%）

图表58：2015年整体和各细分市场的三甲出版社及其代表图书

图表59：2010-2015年境外作者作品占实体店总体市场的比重（单位：%）

图表60：2015年境外作者作品品种结构（单位：%）

图表61：2015年境外作者作品码洋结构（单位：%）

图表62：2015年境外作者作品国别地区分布（单位：%）

图表63：2015年实体书店渠道TOP100中前10部境外作者作品

图表64：2015年网店渠道TOP100中前10部境外作者作品

图表65：2013-2015年中国图书出版品种变动比较（单位：万种，%）

- 图表66：2007-2015年中国图书出版种数及增长情况（单位：种，%）
- 图表67：2007-2015年中国图书出版印数及增长情况（单位：亿册，%）
- 图表68：2007-2015年中国图书定价情况（单位：亿元，%）
- 图表69：2007-2015年中国图书用纸情况（单位：万吨，%）
- 图表70：2007-2015年中国书籍出版种数及增长情况（单位：种，%）
- 图表71：2007-2015年中国书籍出版印数及增长情况（单位：亿册，%）
- 图表72：2007-2015年中国书籍定价情况（单位：亿元，%，元/册）
- 图表73：2007-2015年中国书籍用纸情况（单位：万吨，%）
- 图表74：2007-2015年中国课本出版种数及增长情况（单位：种，%）
- 图表75：2007-2015年中国课本出版印数及增长情况（单位：亿册，%）
- 图表76：2007-2015年中国课本定价情况（单位：亿元，%，元/册）
- 图表77：2007-2015年中国课本用纸情况（单位：万吨，%）
- 图表78：2007-2015年中国图片出版种数及增长情况（单位：种，%）
- 图表79：2007-2015年中国图片出版印数及增长情况（单位：亿册，%）
- 图表80：2007-2015年中国图片定价情况（单位：亿元，%，元/册）
- 图表81：2007-2015年中国图片用纸情况（单位：万吨，%）
- 图表82：2010-2015年中国图书进出口状况表（单位：万册、万美元、美元/册）
- 图表83：2010-2015年中国图书进出口折线图（单位：万册、万美元）
- 图表84：2010-2015年中国图书出口数量与金额变动情况（单位：万册、万美元）
- 图表85：2010-2015年中国图书出口数量构成（单位：万册）
- 图表86：2010-2015年中国图书出口数量构成（单位：%）
- 图表87：2010-2015年中国图书出口金额构成（单位：万美元）
- 图表88：2010-2015年中国图书出口金额构成（单位：%）
- 图表89：2015年中国图书出口数量占比（单位：%）
- 图表90：2015年中国图书出口金额占比（单位：%）
- 图表91：2010-2015年中国图书进口数量与金额变动情况（单位：万册、万美元）
- 图表92：2010-2015年中国图书进口数量构成（单位：万册）
- 图表93：2010-2015年中国图书进口数量构成（单位：%）
- 图表94：2010-2015年中国图书进口金额构成（单位：万美元）
- 图表95：2010-2015年中国图书进口金额构成（单位：%）
- 图表96：2015年中国图书进口数量占比（单位：%）
- 图表97：2015年中国图书进口金额占比（单位：%）
- 图表98：2010-2015年中国图书版权合同登记情况（单位：份）
- 图表99：2010-2015年中国图书版权引进情况（单位：种）
- 图表100：2011-2015年中国图书版权引进地分布（单位：种）

- 图表101：2010-2015年中国图书版权输出情况（单位：种）
- 图表102：2011-2015年中国图书版权输出地分布（单位：种）
- 图表103：图书出版行业现有企业的竞争分析
- 图表104：图书出版行业对上游议价能力分析
- 图表105：图书出版行业对下游议价能力分析
- 图表106：图书出版行业潜在进入者威胁分析
- 图表107：图书出版行业五力分析结论
- 图表108：新型出版价值链
- 图表109：2007-2015年中国课本总印数及总定价占比（单位：%）
- 图表110：2004-2015年中国课本出版总印数及定价总金额（单位：亿册（张），亿元）
- 图表111：安徽教育社“时代e博”全媒体出版项目主体内容
- 图表112：2005-2015年我国高等教育毛入学率（单位：%）
- 图表113：2007-2015年中国高等教育在校学生数变动情况（单位：万人）
- 图表114：2007-2015年全国大专及大专以上课本出版种类及增长情况（单位：种，%）
- 图表115：2007-2015年全国大专及大专以上课本印数及增长情况（单位：万册，%）
- 图表116：2007-2015年全国大专及大专以上课本印张及增长情况（单位：亿张，%）
- 图表117：2007-2015年全国大专及大专以上课本定价总额及增长情况（单位：万元，%，元/册）
- 图表118：2007-2015年全国中等职业教育在校学生数变动情况（单位：万人）
- 图表119：2007-2015年全国中专、技校课本出版种数及增长情况（单位：种，%）
- 图表120：2007-2015年全国中专、技校课本印数及增长情况（单位：万册，%）
-略
- 图片详见报告正文•••••（GY LX）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/chubanfenxiao/241467241467.html>