

# 中国图书出版市场格局调查及未来五年发展规划 分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国图书出版市场格局调查及未来五年发展规划分析报告》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/216092216092.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

图书出版，是社会脉动的晴雨表。社会由人群构成，“社会脉动”，实质上是人心所动。比如，全球金融危机，必反映在图书出版中；中国作为传统大国，其近年表现世所关注，必然是图书出版的重要选题。还有稍微隐蔽的脉动未必引人注目，比如人类对德性（美德）政治的渴望，对往昔的追忆等等，也会在图书出版中有所反映。

全国共出版图书44.4万种，较2012年增长7.4%。其中，新版图书25.6万种，增长5.8%；重版、重印图书18.8万种，增长9.6%。总印数83.1亿册（张），增长4.9%；总印张712.6亿印张，增长6.8%；定价总金额1289.3亿元，增长8.9%。图书出版实现营业收入770.8亿元，增长6.5%；利润总额118.6亿元，增长2.9%。

当前，数字化浪潮席卷出版业，图书产业的各个环节都面临着机遇与挑战。对于处于产业中间环节的图书出版发行商来说，传统的纸质出版物发行会受到冲击，应当积极把握机遇，在电子图书出版发行市场寻找新的机会。

随着人们物质生活水平不断上升，精神层面的追求也随之提高，对图书的需求量将会越来越大，图书出版发行业有着广阔的发展空间。同时，随着中国图书发行和零售市场的对外开放，民营和海外资本接踵而来。图书出版发行业的竞争力也越来越激烈，中国图书出版发行行业也面临一系列的困难，如：高库存制约着图书出版业的发展、豪华图书舍本逐末、选题平庸重复出版、盗版图书出版屡禁不止、图书出版发行市场竞争混乱、图书出版结构不合理等等。针对这些情况，国家出台相应的政策法规规范市场，出版发行企业努力做出调整，社会各界做出相应的努力，取得不错的成效，使得图书出版发行市场朝着健康的方向发展。

报告大纲：

### 第一章 图书出版发行相关知识概述

#### 第一节 出版发行概述

##### 一、出版的定义

##### 二、出版的历史

##### 三、现代出版业

##### 四、出版业价值链

##### 五、发行的相关术语

#### 第二节 图书的商品性质

##### 一、图书是一种文化商品

##### 二、图书商品有显著的差异化

##### 三、图书属于较弱的超必需品

##### 四、图书商品具有正外部性

### 第二章 全球图书出版发行行业

## 第一节 美国图书出版发行分析

- 一、美国图书出版的发展历程回顾
- 二、美国的图书发行概述
- 三、美国图书出版业发展状况
- 四、美国图书出版业发展面临的挑战

## 第二节 日本图书出版发行分析

- 一、日本图书出版发行状况回顾
- 二、日本图书出版业的发展概况
- 三、日本市场的畅销图书出版物概述
- 四、日本图书出版业的新型出版形式

## 第三节 英国图书出版发行分析

- 一、英国图书出版行业状况
- 二、英车图书出版的总量情况
- 三、英国图书出版业发展的特点
- 四、英国医学图书出版公司经营状况
- 五、英国超市的图书市场份额

## 第四节 德国图书出版发行分析

- 一、德国图书业概述
- 二、德国图书出版发行的发展状况
- 三、德国经济图书出版解析

## 第五节 其他国家

- 一、西班牙图书出版发展概述
- 二、荷兰图书出版的发展态势
- 三、法国图书出版业的发展概况

## 第三章 中国图书出版行业发展分析

### 第一节 中国图书出版业的发展阶段

- 一、超常规增长阶段（1978-1985年）
- 二、调整与徘徊阶段（1986-1994年）
- 三、新的增长阶段（1995年至今）

### 第二节 中国图书出版发展状况

- 一、中国图书出版业的发展概况
- 二、中国图书出版量有所增长
- 三、中国图书出版业的特性
- 四、图书出版业组织结构分析
- 五、图书出版产业利润状况

## 六、中国图书出版业对外政策

## 七、中国图书出版业竞争结构解析

### 第三节 图书出版的板块结构分析

#### 一、以市场为导向的出版结构

#### 二、板块结构出书的现代出版特征

#### 三、板块的推进与转移

### 第四节 剖析中国图书出版业的滞胀现象

#### 一、图书出版业滞胀的表现

#### 二、图书出版业滞胀的原因

#### 三、图书出版业改革的重点

### 第五节 图书出版中的品牌分析

#### 一、中国图书出版品牌发展状况

#### 二、中国图书出版品牌化的原因

#### 三、品牌图书支撑出版社的发展

#### 四、出版品牌图书是读者的要求

#### 五、中国图书出版业品牌化运作的模式

### 第六节 图书出版企业信息化建设综述

#### 一、明晰集团的发展战略

#### 二、解构集团的业务模式

#### 三、搭建集团的管控体系

#### 四、选择集团信息化建设策略

## 第四章 中国图书出版市场分析

### 第一节 中国图书出版市场概述

#### 一、图书出版市场解析

#### 二、国内图书出版市场准入标准提升

#### 三、中国经营性图书出版企业评估制度建立

#### 四、体制改革加速我国图书出版市场整合

#### 五、挖掘潜在读者群拓展图书出版市场

#### 六、从出版社角度分析图书市场的状况

### 第二节 图书出版市场的垄断与竞争

#### 一、国内外图书出版市场特征比较

#### 二、图书出版市场不完全竞争的根源

#### 三、出版市场有效竞争的前提

### 第三节 图书出版市场的成本分析

#### 一、图书出版的资金及市场

## 二、图书出版成本预计

## 三、图书出版成本的计算

### 第四节 中国图书出版市场结构、行为及绩效分析

#### 一、中国图书出版市场结构概述

#### 二、中国图书出版市场行为简析

#### 三、中国图书出版市场绩效考察

### 第五节 图书出版市场中存在的主要问题

#### 一、图书出版市场需净化

#### 二、高库存牵制图书出版市场发展

#### 三、图书出版市场结构不合理

#### 四、图书出版市场资源浪费严重

### 第五章 中国图书发行行业分析

#### 第一节 中国古代图书发行知识简介

##### 一、中国古代图书发行渠道

##### 二、中国古代图书发行方法

##### 三、中国古代图书发行方式

##### 四、中国古代图书发行宣传

##### 五、中国古代用于发行的图书类型

##### 六、中国古代图书发行的定价与付款方式

#### 第二节 中国图书发行市场结构及模式分析

##### 一、现代出版社图书发行模式

##### 二、图书发行市场结构分析

##### 三、图书发行市场行为分析

##### 四、民营图书发行业已成为中国图书发行的重要力量

#### 第三节 中国图书发行行业的发展概况

##### 一、中国图书发行业取得的巨大成就

##### 二、图书发行行业进入调整关键时期

##### 三、图书发行业的整合发展

##### 四、我国图书发行业的发展

##### 五、2014年我国图书发行发展现况

#### 第四节 区域图书发行状况分析

##### 一、江苏陕西两省图书发行业战略携手

##### 二、福建图书发行业在海西建设中应有大作为

##### 三、新疆图书发行业发展迅速

##### 四、陕西邮政进军图书发行业

## 五、广西图书发行业优质服务创形象

### 第五节 中国图书发行集团资本经营的路径选择

#### 一、资本经营概述

#### 二、中国图书发行集团资本经营的概况

#### 三、中国图书发行集团资本经营的路径选择

### 第六节 图书发行行业的盈利分析

#### 一、图书发行行业环境概述

#### 二、中国本土书店处境分析

#### 三、图书发行行业战略扩张原则

#### 四、图书发行行业盈利的战略措施

## 第六章 中国不同类型图书出版发行业状况

### 第一节 少儿图书出版发行状况

#### 一、近年来中国少儿图书出版详述

#### 二、中国少儿图书出版市场影响因素

#### 三、少儿图书出版格局解析

#### 四、少儿图书出版业发展趋于多元化

#### 五、少儿引进版图书市场状况

#### 六、少儿图书发行状况分析

#### 七、少儿图书出版发行发展存在的问题

#### 八、我国少儿图书出版发展背后的隐忧

#### 九、我国少儿图书出版发展的应对策略

### 第二节 科普图书出版发行状况

#### 一、科普图书出版发行概述

#### 二、科普图书出版存在的问题

#### 三、中国科普图书出版发行的发展策略

### 第三节 教育图书出版业

#### 一、教育图书出版业发展概述

#### 二、教育图书出版现状分析

#### 三、2014年教育图书出版的发展情况

#### 四、教育图书出版业的发展困境

### 第四节 文学图书出版业

#### 一、青春文学图书市场发展回顾

#### 二、类型文学图书的出版分析

#### 三、文学图书出版市场竞争无序

## 第七章 网络时代图书出版发行的发展

## 第一节 网络出版的发展

- 一、网络出版发展概述
- 二、网络出版的模式
- 三、中国网络出版的状况
- 四、2014年我国网络出版市场运行分析
- 五、网络出版与传统出版业的关系
- 六、网络环境下发行模式的多元化

## 第二节 网络环境下图书出版发行业的发展

- 一、网络环境下中国图书出版发行业的基本现状
- 二、网络环境下我国图书出版业面临的问题
- 三、网络环境图书出版发行业的发展策略
- 四、网络环境下图书出版发行业的发展走向

## 第三节 电子图书出版产业

- 一、我国电子图书产业的发展规模
- 二、我国电子图书出版的主要模式
- 三、图书出版单位开展电子图书出版的概况
- 四、电子图书发行市场变化趋势及盈利模式
- 五、电子图书主要技术平台的概况
- 六、电子图书出版产业典型案例解析

## 第四节 网上书店

- 一、网上书店概述
- 二、网上书店对图书批发环节的影响
- 三、网上书店对图书零售环节的影响

## 第八章 中国图书出版的营销分析

### 第一节 图书出版业的扁平化营销分析

- 一、图书出版的扁平化营销概述
- 二、图书出版的扁平化渠道的优势
- 三、图书出版的扁平化渠道策略

### 第二节 图书出版营销中的整合营销

- 一、整合营销传播理论概述
- 二、中国图书出版营销阶段分析
- 三、IMC在图书出版营销中的运作

### 第三节 图书出版市场的营销策略

- 一、准确定位
- 二、选题策划



### 三、多媒体推销

### 四、“前、中、后”三位一体

### 五、加强出版营销人才的培养

### 六、信息反馈环节的重要性不容忽视

## 第四节 图书出版营销中的产品策略

### 一、“读者是上帝”的产品经营策略

### 二、主导产品营销策略

### 三、新品种开发策略

### 四、已有图书品种的经营策略

### 五、变化中的图书营销策略

## 第九章 中外图书出版发行重点企业

### 第一节 培生集团

#### 一、公司简介

#### 二、培生的战略要素

#### 三、培生发展战略类型

#### 四、培生的发展竞争战略

#### 五、培生的职能战略（产品战略）

#### 六、培生教育集团大中华战略正式启动

### 第二节 人民教育出版社

#### 一、人民教育出版社简介

#### 二、人教社出版《汉语2012》丛书

#### 三、人教社推出学校体育运动书籍

#### 四、人教社开辟图书出版业发展新路

### 第三节 高等教育出版社

#### 一、高等教育出版社简介

#### 二、高教社开通学术期刊在线出版平台

#### 三、高教社携手希腊推出汉语教材

#### 四、高教版社“蓝色发行”的发行模式

### 第四节 新华出版社

#### 一、新华出版社简介

#### 二、新华出版社新书献读者

#### 三、新华出版社品牌战略阶段分析

### 第五节 其他图书出版发行企业

#### 一、外语与教学研究出版社

#### 二、上海世纪出版集团

三、新华图书发行集团

四、江苏新华发行集团

五、电子工业出版社

第十章 数据关于图书出版发行行业的投资及前景趋势

第一节 图书出版发行行业投资分析

一、图书出版发行业投资机会

二、图书出版业的发展机遇

三、图书出版发行业投资的风险及规避

四、图书出版发行业投资战略

五、图书出版业的投资理念分析

第二节 图书出版发行业的发展前景预测

一、2015年全球图书出版行业的发展前景

二、未来五年中国图书出版发行业发展前景预测

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/chubanfenxiao/216092216092.html>