

2019年中国图书出版发行行业分析报告- 行业深度分析与发展动向研究

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《2019年中国图书出版发行行业分析报告-行业深度分析与发展动向研究》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/qikantushu/396277396277.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

图书发行是将图书以商品销售形式由生产单位传送给读者的一系列活动。包括：进货、仓储、运输、销售、调剂等基本环节。

图书发行市场结构主要反映图书发行商之间以及图书发行商与读者之间的交易关系和地位，反映图书发行市场的竞争与垄断程度。它主要包括图书发行市场份额、发行市场集中程度、进出图书发行市场的壁垒等。前两个要素主要描述图书发行市场中图书发行商之间的相互关系，或图书发行市场的规模、数量分布等特征；后一个要素描述图书发行市场内与市场外潜在图书发行商之间的关系。

近年来我国图书出版发行行业市场规模不断扩大，并且具有较强的可持续发展能力。根据数据，2018年第二季度销售持续稳中有升，实体书店销售数量同比增长约4.22%，销售码洋同比增长约12.73%；网店销售数量同比增长约8.60%，销售码洋同比增长约17.55%。

近年来我国出版发行市场市场供需平稳增长的原因

（1）经济因素：国民经济保持较快平稳发展，GDP

维持中高速增长。居民家庭人均可支配收入也呈现出快速增长的趋势。

（2）政策因素：近年来，文化国力的构建、文化发展纲要的颁布、文化产业振兴规划等相关政策的出台，为出版行业创造了前所未有的发展机遇。文化体制改革吸引各类资本进入，参与者不断增加促进行业整体发展。各类资本的参与，有助于提高行业竞争力，促进行业整体健康发展。同时，国家出台各种行业法规和产业政策，以对知识产权进行保护和建立规范的市场秩序，为出版业的健康发展提供了法律保障。

（3）科技因素：以现代网络、无线终端等为代表的高科技新兴产业发展，虽然对传统报刊出版、音像制品出版等形成了一定冲击，但对于教材教辅出版等更多的是一种出版方式的补充。新媒体技术强有力地促进了数字化出版和发行渠道构成的多样化以及业务模式的升级换代，更有利于市场细化，激发市场需求。

资料来源：互联网

从图书行业细分类别来看，伴随着消费升级以及新媒体的发展，图书市场呈现出明显向大众图书倾斜的趋势。其中少儿市场依然是市场增长的主要推动力。在当前的大众图书市场中，少儿已经成为最大的细分市场。2017年少儿图书对零售市场贡献了超过37%的增长；从份额来看，少儿在零售市场份额已经达到24.64%；2017全年，儿童动销品种达25.94万种，参与出版社达到556家。

但少儿图书也是各个细分图书类比中市场集中度最低的类比，其CR5仅为20.1%，远低于

于文学、社科等领域，由此可见少儿图书领域的市场参与程度和竞争激烈程度。

2017年全年零售市场细分品类增长贡献比例 数据来源：教育局

2012—2017年少儿图书在图书零售市场的比重 数据来源：教育局

行业发展趋势

政策支持下行业整合将进一步提速

目前，我国出版业经营主体较多，单个企业规模较小，产业集中度较低。而出版行业业务运营从客观上需要大规模的流转资金、较强的业务协同性和广泛的销售渠道，才能实现规模经济。近年来，国家不断出台相关政策，鼓励和支持大型国有文化企业和企业集团实行跨地区、跨行业兼并重组。这意味着政策指导下的资本运营作为一种资源配置的新手段，将在我国出版传媒业中发挥越来越重要的作用。而率先进行改制上市的出版集团，势必将在政策推动下成为跨媒体、跨地区、跨行业、跨所有制的战略重组的主导者和先行者。

数字化将促使内容提供环节的价值进一步体现

数字出版已经成为产业发展的主要增长极，增长速度和增长贡献率在新闻出版各产业类别中均位居第一，总体经济规模位居行业第二。未来，随着数字内容持续增长、产业投资规模不断加大、政府支持和引导力度逐步增强，辅之4G普及率的运用，中国数字出版业仍将进一步快速增长，并将渗透到整个出版产业链的各个环节。目前，优质数字内容缺乏，同质化严重和版权保护不足是制约数字出版产业进一步发展的一大障碍。

未来，在产业发展需要和传统内容提供商数字化进程不断加快、话语权不断提升的情况下，数字出版将在内容生产和提供环节实现更大的突破。

市场竞争主体不断增加

虽然国有出版社和国有新华书店仍然是我国图书出版发行行业的主导者，但随着图书出版发行市场的逐步开放，国有出版发行集团面临较大的竞争威胁。

近年来，民营书店通过建立销售网点控制终端市场以及建立灵活的业务模式，逐步增强其图书发行的竞争实力；民营资本开始由发行环节向出版环节渗透，更积极地参与到选题、策划、合作书稿、协作出版等业务，并逐渐形成竞争优势。

资料来源：互联网（GYWWJP）

【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、出版发行产业链

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 2015-2018年全球图书出版发行行业发展分析

第一节 2015-2018年全球图书出版发行业发展分析

一、全球图书出版业综况

二、全球图书出版业规模

三、全球出版企业并购动态

四、全球图书零售市场现状

五、出版资本跨国运作分析

第二节 2015-2018年美国图书出版发行业分析

一、美国图书出版发展历程

二、美国的图书发行概述

三、美国图书出版业规模

四、美国图书出版市场格局

第三节 2015-2018年日本图书出版发行业分析

一、日本图书出版业发展回顾

二、日本图书出版物销售规模

三、日本图书出版市场特征

四、日本出版发行企业数量

五、日本图书出版业发展趋势

六、日本图书出版走出去资助基金

第四节 2015-2018年英国图书出版发行业分析

一、英国图书出版业发展特点

二、英国图书出版总量分析

三、英国图书出版业销售额

四、英国图书版权输出状况

五、英国图书出版品类分析

第五节 2015-2018年德国图书出版发行业分析

一、德国图书出版业概述

二、德国图书出版业经济增长

三、德国图书出版市场结构

四、德国图书出版类别销售

五、德国图书出版产量状况

六、德国图书版权贸易状况

七、德国电子书销售指数

第六节 其他国家图书出版发行市场分析

一、拉美

二、法国

三、澳大利亚

四、印度

第三章 2015-2018年中国图书出版业发展分析

第一节 中国图书出版业的发展阶段

一、超常规增长阶段

二、调整与徘徊阶段

三、新的增长阶段

第二节 中国图书出版业发展综述

一、中国图书出版业政策分析

二、中国图书出版业的特性

三、图书出版业组织结构分析

四、图书出版产业利润状况

五、中国图书出版业对外政策

第三节 2015-2018年中国图书出版业运行分析

一、图书出版业发展成就

二、图书出版行业规模

三、图书零售市场规模

四、图书零售市场格局

五、图书出版业区域格局

第四节 2015-2018年中国图书出版业发展热点动态

一、图书出版业体制改革

二、跨界融合“互联网+”

三、行业多形式跨境合作

四、出版业资本加速投融资

第五节 2015-2018年中国图书出版业板块结构分析

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

第六节 2015-2018年中国图书出版业品牌分析

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

第七节 2015-2018年中国图书出版企业信息化建设分析

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 2015-2018年中国图书出版市场发展分析

第一节 2015-2018年中国图书出版市场概述

一、图书出版市场解析

二、图书出版市场准入标准提升

三、经营性图书出版企业评估制度

四、挖掘潜在需求拓展图书出版市场

五、从出版社角度分析图书市场状况

第二节 2015-2018年中国图书出版市场特征分析

一、市场融合发展

二、大众图书出版市场

三、专业图书出版市场

四、生活图书出版市场

五、少儿图书出版市场

第三节 2015-2018年中国图书出版市场企业经济效益分析

一、图书出版集团经济效益

二、发行集团经济效益

三、图书出版单位综合评价

四、出版企业跨区域重组转型升级

第四节 2015-2018年中国图书出版市场的垄断与竞争分析

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

第五节 2015-2018年中国图书出版市场成本分析

一、图书出版的资金及市场

二、图书出版业成本费用

三、图书出版业经营效率

第六节 2015-2018年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

二、中国图书出版市场行为

三、中国图书出版市场绩效考察

第七节 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 2015-2018年中国图书发行业发展分析

第一节 中国古代图书发行知识概况

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、古代用于发行的图书类型

六、古代图书发行的定价与付款方式

第二节 2015-2018年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、民营图书发市场作用凸显

第三节 2015-2018年中国图书发行行业发展状况

一、中国图书发行业成就

二、全国图书发行规模

三、全国图书发行收入

四、全国图书发行状况

第四节 2015-2018年中国图书发行集团资本经营的路径选择

- 一、图书发行集团资本经营状况
- 二、图书发行集团资本经营路径选择
- 三、发行集团资本化运营日趋成熟

第五节 2015-2018年中国图书发行行业盈利分析

- 一、图书发行行业环境概述
- 二、中国本土书店运营状况
- 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 2015-2018年中国不同类型图书出版业发展分析

第一节 2015-2018年中少儿图书出版业发展状况

- 一、少儿图书出版市场影响因素
- 二、少儿图书出版市场格局
- 三、少儿图书出版市场现状
- 四、少儿图书出版市场规模
- 五、少儿图书零售市场分析
- 六、少儿图书出版业发展前景
- 七、少儿图书出版发展存在的问题
- 八、少儿图书出版发行发展对策

第二节 2015-2018年中国教育图书出版业发展状况

- 一、教育图书出版业发展概述
- 二、教材发行机制改革分析
- 三、教育图书出版市场特征
- 四、教育图书出版市场规模
- 五、教育图书出版市场竞争格局
- 六、教育图书出版市场发展态势
- 七、教育图书出版业发展困境

第三节 2015-2018年中国民族图书出版业发展状况

- 一、民族图书出版概述
- 二、民族图书出版现状
- 三、民族图书出版的问题及原因分析
- 四、发展民族图书出版事业的策略

第四节 2015-2018年中国旅游图书出版业发展状况

- 一、旅游图书出版规模
- 二、旅游图书出版市场增长迅速

三、出境游图书出版市场崛起

四、旅游图书出版机构的特点

五、旅游图书出版发展策略

第五节 2015-2018年中国科普图书出版业发展状况

一、科普图书出版发行概述

二、科普图书出版规模

三、科普图书出版存在的问题

四、科普图书出版发展策略

第七章 2015-2018年中国网络时代图书出版发行发展分析

第一节 2015-2018年中国网络出版业发展状况

一、网络出版发展概述

二、网络出版的模式

三、互联网+出版新业态

四、网络出版服务管理

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 2015-2018年中国数字文学出版业发展分析

一、数字文学出版产业链

二、数字出版业发展政策

三、数字出版业发展规模

四、数字出版业发展态势

五、数字出版业发展趋势

第三节 2015-2018年中国电子图书出版业发展分析

一、电子图书出版主要模式

二、电子图书市场现状

三、电子图书用户属性

四、电子图书盈利模式

五、图书出版企业动态

六、电子图书主要技术平台

七、电子图书出版产业典型案例

第四节 2015-2018年中国网上书店市场发展分析

一、网上书店发展概述

二、网上书店发展规模

三、图书B2C交易规模

四、网上书店对图书批发环节的影响

五、网上书店对图书零售环节的影响

第八章 2015-2018年中国图书出版营销分析

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

第五节 互联网背景下图书出版营销策略

一、社群电商营销方式

二、内容营销方式

三、传媒市场热点方式

第九章 中外图书出版发行重点企业

第一节 培生集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 人民教育出版社

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 高等教育出版社

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 新华出版社

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 中国出版集团公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 南方出版传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 其他图书出版发行企业

一、外语与教学研究出版社

二、上海世纪出版集团有限公司

三、北京发行集团

四、凤凰出版传媒集团

五、湖南出版投资控股集团有限公司

第十章 图书出版发行行业投资分析及前景趋势

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属性分析

二、图书出版业投资机会分析

三、图书出版业的投资机遇

四、图书出版业投资领域分析

五、图书出版发行业投资的风险及规避

第二节 2019-2025年中国图书出版发行业发展趋势及预测

一、中国图书出版行业趋势展望

二、中国图书出版行业发展前景

三、中国图书出版行业规模预测

图表目录：

图表：三类出版经济特征及商业特征比较

图表：三类出版的营销模式比较

图表：图书出版发行产业链

图表：图书出版业收入在产业链各环节分配情况

图表：需求曲线与价格弹性

图表：美国经济中部分商品的价格弹性

图表：2015-2018年书籍、课本随人均收入增长的变化情况

图表：2015-2018年书籍、课本、图片随人均收入增长的变化情况

图表：2015-2018年中国书籍、课本、图片出版总量

图表：美国一些商品的收入弹性

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国图书出版发行行业分析报告-行业深度分析与发展动向研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/396277396277.html>