

2018-2023年中国图书出版行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

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《2018-2023年中国图书出版行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/316421316421.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

图书出版是指书籍、地图、年画、图片、画册，以及含有文字、图画内容的年历、月历、日历，以及由新闻出版总署认定的其他内容载体形式的编辑，并通过印刷发行向社会出售的活动，或者说，是指依照国家有关法规设立的图书出版法人实体的出版活动。在我国，图书出版执行许可证制度。

全球出版业主要细分为教育出版、大众出版及专业出版三大领域，中国各级各类出版社主要业务领域与国际一致，其中教育出版在全球图书市场占较重要位置。教育类图书主要包括教材教辅类、培训类及工具类等，其中课本为最主要产品。2015年，中国课本出版占全国图书总印数的38.41%，总印张的35.39%，定价总金额的24.27%。在专业出版领域，中国市场形成了以中央部委所属出版社为主，地方科技出版社、专业大学出版社和一些综合性出版社等为辅的格局。

目前中国出版行业形成了以综合出版集团公司为主体及分散单一出版两种格局。一级为中央级出版集团，如出版集团定位为专业出版及大众出版、中国教育出版传媒集团有限公司定位于教育出版、中国科技出版传媒集团有限公司定位于专业出版。另一级是地方出版集团，如中南出版传媒集团股份有限公司、新华文轩出版传媒股份有限公司、江苏凤凰出版传媒股份有限公司等。

中国图书市场基本结构 资料来源：公开资料整理 国有出版企业：依托大型出版集团，具有地域性特点，拥有教育出版领域及专业出版领域优势。教育出版中的垄断优势在于制定出版中小学教材的机构。具备较高进入门槛，新进入者竞争较小

民营出版企业：依靠对市场敏锐把握推出某一领域的大众出版类作品，但其替代品多门槛低。主要竞争优势在于推出优质作品、建立行业品牌及绑定优质原创作家。

观研天下发布的《2018-2023年中国图书出版行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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。

【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、出版业产业链
- 三、出版业价值链

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 全球图书出版发行行业

第一节 美国图书出版发行分析

- 一、美国出版业发展概况
- 二、美国图书出版业发展现状
- 三、美国图书出版销售规模分析
- 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、英国图书出版的总量情况
- 三、英国图书出版业发展的特点
- 四、英国图书出版公司经营状况
- 五、英国儿童图书出版发展前景

第四节 德国图书出版发行分析

- 一、德国图书业概述
- 二、德国图书出版发行发展状况
- 三、德国出版商看好电子书市场

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（1978-1989年）
- 二、调整与徘徊阶段（1989-1994年）
- 三、新的增长阶段（1995年至2000年）
- 四、多元化发展阶段（2000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、中国图书出版业的基本特征
- 三、中国图书出版量统计分析
- 四、中国图书出版业竞争格局分析
- 五、图书出版业存在问题分析
- 六、图书出版业发展对策分析

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
 - （一）参与全球市场竞争要求使然
 - （二）社会经济文化环境要求使然
 - （三）规范图书出版秩序要求使然
- 三、图书出版业品牌化运作模式

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、图书出版许可证制度
- 三、图书出版流程分析
- 四、经营性图书出版企业评估制度

第二节 中国数字出版市场发展分析

- 一、数字出版市场规模分析
- 二、数字出版市场发展现状
- 三、数字出版基地发展格局
- 四、数字出版业存在的问题

第三节 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

第四节 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、图书出版成本分析

第五节 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

第六节 图书出版市场中存在的主要问题

- 一、高库存牵制图书出版市场发展
- 二、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 中国图书发行行业发展分析

- 一、中国图书发行行业政策环境
 - (一) 《新闻出版业“十二五”时期发展规划》
 - (二) 关于加强中小学教辅材料出版发行管理的通知
 - (三) 关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见
- 二、中国图书零售市场分析

(一) 中国图书零售总体分析

(二) 分类图书零售市场分析

(三) 畅销书引领作用显著

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渠道

二、图书发行市场结构分析

三、图书发行市场行为分析

四、商超销售成为图书发行新的掘金点

第三节 中国图书发行行业发展基本情况

一、发行网点与从业人员情况

二、出版物购进情况

三、出版物销售情况

四、出版物库存情况

五、非出版物商品销售

第四节 区域图书发行状况分析

一、安徽新华发行集团推三大转型

二、新疆图书发行业发展迅速

三、陕西邮政进军图书发行业

四、广东省出版集团组建图书发行公司

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、中国少儿图书出版销售情况

二、中国少儿图书出版市场分析

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、少儿图书发行状况分析

六、少儿图书出版发行发展存在的问题

七、中国少儿图书出版发展背后的隐忧

八、中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、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现状

二、文学类图书出版情况分析

三、文学类图书出版市场分析

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、中国网络出版的状况

二、网络出版的模式及特征

四、中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、中国电子图书产业发展分析

（一）电子书产业规模分析

（二）电纸书品牌结构分析

（三）电纸书产品结构分析

- 二、中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、培生的经营情况分析
- 三、培生的主营业务
- 四、培生集团旗下公司
- 五、培生的发展竞争战略
- 六、培生的职能战略
- 七、培生在中国的环境分析
- 八、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》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“走转改”调研基地
- 三、新华出版社积极开拓图书出版领域

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、四川新华图书发行集团
- 四、江苏新华发行集团
- 五、电子工业出版社

第十章 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、图书出版发行行业投资机会
 - (一) 国家政策支持
 - (二) 文化消费上升
- 二、图书出版业的发展机遇

三、图书出版发行业投资风险分析

- (一) 宏观经济风险
- (二) 产业政策风险
- (三) 侵权盗版风险
- (四) 图书选题风险

四、图书出版发行业投资战略

第二节 图书出版发行业的发展前景预测

- 一、全球出版业发展趋势分析
- 二、全球图书出版行业发展趋势
- 三、中国图书出版发行业发展前景

图表目录：

图表 纸质出版产业链结构图

图表 数字出版产业链结构图

图表 出版业价值链示意图

图表 微观经济学对超必需品和必需品的定义

图表 美国图书销售规模统计

图表 西班牙图书出版种类数量统计

图表 西班牙各类图书出版种类

图表 我国图书出版业按图书出版情况一览

图表 中国图书出版种数统计

图表 中国图书出版总印册数增长趋势图

图表 中国图书出版总印张增长趋势图

图表 全国各省市图书出版情况统计

图表 中国图书出版业图书出版种数区域结构分布图

(GYJPFSW)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/316421316421.html>