

2021年中国新闻和出版市场分析报告- 市场发展现状与未来动向研究

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《2021年中国新闻和出版市场分析报告-市场发展现状与未来动向研究》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/chubanfenxiao/546928546928.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

1、意识形态主管部门

中宣部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门。主要职能是：负责指导全国理论研究、学习与宣传工作；负责引导社会舆论，指导、协调中央各新闻单位的工作；负责从宏观上指导精神产品的生产；负责提出宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系。地方一级的党委宣传部负责辖区内相关意识形态管理工作。

2、出版业主管部门

出版发行行业原主管部门为国家新闻出版广电总局。根据2018年3月中共中央印发的《深化党和国家机构改革方案》，为加强党对新闻舆论工作的集中统一领导，加强对出版活动的管理，发展和繁荣中国特色社会主义出版事业，将国家新闻出版广电总局的新闻出版管理职责划入中宣部。中宣部对外加挂国家新闻出版署（国家版权局）牌子。

调整后，中宣部关于新闻出版管理方面的主要职责是，贯彻落实党的宣传工作方针，拟订新闻出版业的管理政策并督促落实，管理新闻出版行政事务，统筹规划和指导协调新闻出版事业、产业发展，监督管理出版物内容和质量，监督管理印刷业，管理著作权，管理出版物进口等

根据2018年10月4日党中央、国务院批准同意的《浙江省机构改革方案》，拟在原浙江省新闻出版广电局管理职责的基础上，组建省广播电视局，作为省政府直属机构。不再保留省新闻出版广电局，由中共浙江省委宣传部统一管理新闻出版和电影工作。

3、与教材教辅出版发行相关的其他行政主管部门

教材的编写、审定实行国务院教育行政主管部门和省级教育行政主管部门两级管理。教育部负责对教材进行监管，其主要职责是核准国家课程的教材编写，审定国家课程的教材。省级教育行政主管部门负责地方课程教材编写的核准和教材的审定。国务院设有国家教材委员会，主要用来指导和统筹全国教材工作，贯彻党和国家关于教材工作的重大方针政策，研究审议教材建设规划和年度工作计划，研究解决教材建设中的重大问题，指导、组织、协调各地区各部门有关教材工作，审查国家课程设计和课程标准制定，审查意识形态属性较强的国家规划教材。国务院教育行政主管部门成立全国中小学教材审定委员会，负责国家课程教材的初审、审定及跨省（自治区、直辖市）使用的地方课程教材的审定。国务院教育行政主管部门的基础教育教材管理部门负责组织全国教材的审定工作和联系协调各学科教材审查委员会的工作，处理教材审查、审定中的日常事务。国家发改委负责中小学教材和教辅材料价格管理。中央各部门各有关出版单位制定的教辅材料零售价格，要按照规定程序报送国家发改委和国家新闻出版署确认；地方出版单位制定的教辅材料零售价格，要按照规定程序报送注册地省级价格主管部门、新闻出版行政主管部门确认。

4、质量控制和行业标准出版行业相关质量控制和行业标准管理规定主要如下：

文件名

颁布部门

主要内容

《图书质量保障体系》（新闻出版署令第8号）

新闻出版总署

对我国图书出版的选题论证制度、稿件三审责任制度、责任编辑制度、责任校对制度、印刷质量标准制度、图书书名页使用标准、中国标准书号和图书条码使用标准、样书检查制度等做出了一系列规定

《图书质量管理规定》（新闻出版总署令第26号）

新闻出版总署

对图书编校质量差错计算方法和标准进行规定

《新闻出版行业标准化管理办法》（国家新闻出版广电总局令第1号）

国家新闻出版广电总局

对新闻出版相关的国家标准和行业标准的建立做出规定

《中国标准书号》

国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会

对中国标准书号的适用范围、结构、分配、在出版物上的位置和显示方式及系统管理等做出了规定

《图书编校质量差错认定细则》

中国出版工作者协会校对研究委员会

对图书中常见的文字、词语、语法、标点符号、数字用法、量和单位、版面格式等方面的差错，提出一个便于操作的认定细则，供出版管理部门及各出版社参考

《图书和杂志开本及其幅面尺寸》

国家质量技术监督局、全国印刷标准化技术委员会

规定了图书和杂志的开本及其幅面尺寸

《中小学教科书幅面尺寸及版面通用标准》及《中小学教科书用纸、印制质量标准和检验方法》

国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会

规定了中小学教科书应采用的幅面尺寸及版面规格参数，以及中小学教科书用纸、印制质量要求和检验方法

《纸质印刷产品印制质量检验规范》

全国印刷标准化技术委员会

对纸质印刷各类产品的具体检验内容及指标做出了规定

《图书编辑工作基本规程》（图管字〔98〕第98号）

新闻出版总署

对图书编辑流程中的信息、选题、组稿、审稿、加工整理、整体设计、发稿、校对、质量检查、宣传和评介等工作做出了基本规定资料来源：观研天下整理

5、发行业务的行业监管

(1) 发行许可

根据《出版物市场管理规定》（国家新闻出版广电总局、商务部令第10号），出版物指图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物，其发行方式包括总发行、批发、零售以及出租、展销等活动。国家对出版物批发、零售依法实行许可制度，从事出版物批发、零售活动的单位和个人凭出版物经营许可证开展出版物批发、零售活动；未经许可，任何单位和个人不得从事出版物发行活动。任何单位和个人不得委托非出版物批发、零售单位或者个人销售出版物或者代理出版物销售业务。

根据国务院《出版管理条例》，单位从事出版物批发业务的，须经省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核许可，取得《出版物经营许可证》。单位和个体工商户从事出版物零售业务的，须经县级人民政府出版行政主管部门审核许可，取得《出版物经营许可证》。通过互联网等信息网络从事出版物发行业务的单位或者个体工商户，应当依照本条例规定取得《出版物经营许可证》。提供网络交易平台服务的经营者应当对申请通过网络交易平台从事出版物发行业务的单位或者个体工商户的经营主体身份进行审查，验证其《出版物经营许可证》。出版单位可以发行本出版单位出版的出版物，不得发行其他出版单位出版的出版物。

根据国务院2013年5月15日颁布的《国务院关于取消和下放一批行政审批项目等事项的决定》（国发〔2013〕19号）、《国务院关于取消和下放50项行政审批项目等事项的决定》（国发〔2013〕27号）及国家新闻出版广电总局2013年9月3日发布的《关于做好取消设立出版物全国连锁经营单位审批项目后续工作的通知》，新闻出版总署颁发的出版物全国连锁经营单位《出版物经营许可证》继续有效，但限于按照原许可证登记事项开展经营活动。国家新闻出版广电总局不再受理有关连锁经营单位变更登记事项申请，原核发的《出版物经营许可证》于有效期满后自动失效；出版物全国连锁经营单位符合出版物总发行单位设立条件的，可依法向国家新闻出版广电总局申请出版物总发行资质，不符合出版物总发行单位条件的，可依法向所在地新闻出版行政主管部门申请核发批发、零售资质的《出版物经营许可证》。根据国务院2014年1月28日颁布的《国务院关于取消和下放一批行政审批项目的决定》（国发〔2014〕5号）及国家新闻出版广电总局办公厅2014年4月10日发布的《关于国发〔2014〕5号文取消出版物总发行相关审批事项后续监管措施的通知》（新广出办发〔2014〕21号），国家新闻出版广电总局不再审批出版物总发行资质及相应变更事项，原总发行业务《出版物经营许可证》于2014年6月30日统一作废，此前仅有从事总发行业务《出版物经营许可证》的企业，可前往省级新闻出版广电行政主管部门换领从事批发业务的《出版物经营许可证》。

(2)、进口许可

根据国务院《出版管理条例》，出版物进口业务由依照本条例设立的出版物进口经营单位经营，其他单位和个人不得从事出版物进口业务。设立出版物进口经营单位，应当向国务院出版行政主管部门提出申请，经审查批准，取得国务院出版行政主管部门核发的出版物进口经营许可证后，持证到工商行政管理部门依法领取营业执照。设立出版物进口经营单位，还应当依照对外贸易法律、行政法规的规定办理相应手续。出版物进口经营单位应当在进口出版物前将拟进口的出版物目录报省级以上人民政府出版行政主管部门备案。发行进口出版物的，必须从依法设立的出版物进口经营单位进货。

6、印刷复制业务的行业监管

根据国务院《出版管理条例》和《印刷业管理条例》（国务院令第315号），印制品经营活动主要指出版物、包装装潢印刷品的经营性排版、制版、印刷、装订、复印、影印和打印等活动。从事出版物印刷或者复制业务的单位，应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门提出申请，经审核许可，并依照国家有关规定到工商行政管理部门办理相关手续后，方可从事出版物的印刷或者复制。未经许可并办理相关手续的，不得印刷报纸、期刊、图书，不得复制音像制品、电子出版物。出版单位不得委托未取得出版物印刷或者复制许可的单位印刷或者复制出版物。国务院出版行政部门主管全国的印刷业监督管理工作。县级以上地方各级人民政府负责出版管理的行政部门负责本行政区域内的印刷业监督管理工作。县级以上各级人民政府公安部门、工商行政管理部门及其他有关部门在各自的职责范围内，负责有关的印刷业监督管理工作。根据《印刷品承印管理规定》（国家新闻出版总署、公安部令第19号），印刷业经营者从事印刷经营活动，应当建立、健全承印验证制度、承印登记制度、印刷品保管制度、印刷品交付制度、印刷活动残次品销毁制度等管理制度。

根据新闻出版总署《复制管理办法》（国家新闻出版总署令第42号）和国务院《音像制品管理条例》，新闻出版总署主管全国光盘、磁带磁盘以及其他储存介质形态的复制经营活动的监督管理工作。县级以上地方新闻出版行政部门负责本行政区域内光盘、磁带磁盘以及其他介质复制经营活动的监督管理工作。其中，省级新闻出版行政部门负责可录类光盘生产单位和磁带磁盘复制单位设立的审批。根据《国家新闻出版广电总局主要职责内设机构和人员编制规定》（国办发〔2013〕76号），国家新闻出版广电总局将音像复制单位、电子出版物复制单位的设立、变更业务范围或兼并、合并、分立审批职责下放省级新闻出版广电行政部门。

7、行业法律法规政策

（1）“十三五”时期发展规划及纲要

2016年3月，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》提出，要实现公共文化服务体系基本建成，文化产业成为国民经济支柱性产业的新目标要求。文件提出，加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版、动漫游戏等新兴产业，推动出版发行、影视制作、工艺美术等传统产业转型升级；推进文化业态创新，大力发展创意文化产业，促进文化与科技、信息、旅游、体育、金融等产业融合发展；推动文化企业兼并重组，扶持中小

微文化企业发展；加快全国有线电视网络整合和智能化建设；扩大和引导文化消费。

2016年5月，原国家新闻出版广电总局发布关于实施《“十三五”国家重点图书、音像、电子出版物出版规划》的通知，对“十三五”国家重点图书、音像、电子出版物出版工作提出要求。在“十三五”重点出版物规划中，首次专门设立了主题出版规划，重点出版工程规划、文艺原创精品出版工程、古籍出版规划、辞书出版规划等都体现了加强原创、提高质量、多出精品的要求。

2016年12月，原国家新闻出版广电总局发布《全民阅读“十三五”时期发展规划》，《规划》明确了全民阅读工作的指导思想、基本原则和主要目标，明确“十三五”时期的重点任务及时间表、路线图等，以进一步推动全民阅读工作常态化、规范化，共同建设书香社会。

2017年1月，国家版权局发布《版权工作“十三五”规划》，规划指出，“十三五”时期版权工作要坚持实施严格保护、推动版权产业发展、健全版权工作体系三大基本原则，实现“加快版权强国建设，为建成中国特色、世界水平的版权强国奠定坚实基础”这一战略目标。

2017年4月，《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》提出，到2020年，文化产业整体实力和竞争力明显增强，培育形成一批新的增长点、增长极和增长带，全面提升文化产业发展的质量和效益，文化产业成为国民经济支柱性产业。现代文化产业体系和现代文化市场体系更加完善，文化产业结构布局不断优化，文化市场的积极作用进一步发挥，文化产品和服务供给能力显著提升，城乡居民文化消费持续增长，文化创造活力明显增强，文化产业吸纳就业能力进一步彰显，文化产业对相关产业的带动和提升作用充分发挥。规划具体指出，“十三五”时期文化产业发展，要推进“文化+”“互联网+”，促进互联网等高新技术在文化创作、生产、传播消费等环节的应用；要以“一带一路”建设、京津冀协同发展、长江经济带发展“三大战略”为引领，推动文化产业优势互补、协调发展；要培育壮大各类市场主体，完善文化市场准入和退出机制，鼓励优胜劣汰；推进文化供给侧改革，以创新供给带动需求扩展；建立扩大和引导文化消费的长效机制；要健全文化产业投融资体系；健全文化创新体系并推进信息技术的应用；要完善现代文化市场体系，建立文化市场监管体系，深化文化市场综合执法改革；坚持创新驱动，促进重点行业的跨越式发展助推文化产业成为国民经济支柱性产业。

2017年5月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《国家“十三五”时期文化改革发展规划纲要》，《纲要》指出，“十三五”期间，要从四个方面着手，完善现代文化市场体系和现代文化产业体系：一是发展壮大文化市场主体。发展骨干文化企业，推动产业关联度高、业务相近的国有文化企业联合重组，推动跨所有制并购重组；二是推进文化市场建设。着力构建统一开放、竞争有序的现代文化市场体系，完善文化市场准入和退出机制；三是优化文化产业结构布局。加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版、动漫游戏、创意设计、3D和巨幕电等新兴产业，推动出版发行、影视制作、工艺美术、印刷复制、广告服务、文化娱乐等传统产业转型升级，鼓励演出、娱乐、艺术品展览等传统业态实现线上线下融合；四是强化文化科技支撑。落实中央财政科技计划管理改革的有关要求，通过优化整合后的科技计

划（专项、基金等），支持符合条件的文化科技项目。运用云计算、人工智能、物联网等科技成果，催生新型文化业态。加强虚拟现实技术的研发与运用。推动“三网融合”。

（2）关于深化文化体制改革

2011年10月，中国共产党第十七届中央委员会通过《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，该决定基于《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》和《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》，在构建现代文化产业体系、形成公有制为主体多种所有制共同发展的文化产业格局、推进文化科技创新及扩大文化消费等领域再次做出强调。2013年11月，十八届中央委员第三次全体会议通过《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，该决定提出完善文化管理体制，按照政企分开、政事分开原则，推动政府部门由办文化向管文化转变；建立健全现代文化市场体系，完善文化市场准入和退出机制；推进国有经营性文化单位转企改制，推动文化企业兼并重组；构建现代公共文化服务体系，促进基本公共文化服务标准化、均等化；提高文化开放水平，加强文化国际传播能力和对外话语体系建设。

2014年10月，原国家新闻出版广电总局出台《深化新闻出版体制改革实施方案》，就5个重点方面的改革任务提出政策措施，并制定了23项具体措施，主要包括：

完善新闻出版管理体制，放宽发行、印刷企业准入条件，加大版权保护力度。

增强新闻出版单位发展活力，推动新华书店、出版社、非时政类报刊社进行公司制、股份制改造，推动出版企业兼并重组，打破区域限制和行业壁垒

建立健全多层次出版产品和要素市场，吸纳社会资本从事除出版以外的图书、期刊前期制作和经营发行业务，重点支持主题出版、精品力作生产和新闻出版走出去。

推进出版公共服务体系标准化均等化，开展全民阅读活动，丰富低收入群体、乡村居民、少数民族群众阅读生活。

提高新闻出版开放水平，对外推广中国图书，加强出版业对外交流合作。2018年12月，中宣部会同中央网信办、发展改革委、科技部、财政部、人力资源社会保障部、自然资源部、商务部、文化和旅游部、人民银行、税务总局、市场监管总局、广电总局等有关部门和单位拟定的《文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的规定》和《进一步支持文化企业发展的规定》经过国务院同意，要进一步深化文化体制改革，促进文化企业发展，在财政税收、投资和融资、资产和土地处置以及工商管理四个方面提供支持。

（3）关于深化教育教学改革

2019年6月，中共中央、国务院发布《关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》，对加快推进教育现代化，建设教育强国，办好人民满意的教育，现就深化教育教学改革、全面提高义务教育质量所提出的意见包括：促进信息技术与教育教学融合应用。推进“教育+互联网”发展，按照服务教师教学、服务学生学习、服务学校管理的要求，建立覆盖义务教育各年级各学科的数字教育资源体系。加快数字校园建设，积极探索基于互联网的教学。

（4）关于金融支持文化产业发展

2010年3月，中宣部、中国人民银行、财政部、文化部等九部委联合发布《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》（银发〔2010〕94号），提出积极开发应收账款质押贷款、仓单质押贷款、融资租赁贷款等适合文化产业特点的信贷产品；对文化企业建立完善的利率定价机制、信用评级制度和业务考评体系；推动符合条件的文化企业上市融资，支持文化企业通过债券市场融资并鼓励多元资金支持文化产业发展等。

2014年3月，为贯彻落实党的十八届三中全会“鼓励金融资本、社会资本、文化资源相结合”的要求，巩固扩大前述《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》（银发〔2010〕94号）的实施成果，文化部、中国人民银行、财政部联合发布《关于深入推进文化金融合作的意见》（文产发〔2014〕14号），提出文化金融合作已经成为我国文化产业发展的显著特点和重要成果，成为我国文化产业持续快速健康发展的重要动力。同时，上述意见提出创新文化金融服务组织形式、建立完善文化金融中介服务体系、探索创建文化金融合作试验区、推动合适文化企业特点的信贷产品和服务方式创新、加快推进文化企业直接融资、加大金融支持文化消费的力度、创新文化资产管理方式等一系列金融与文化相结合的制度。

（5）关于加快数字出版发展的相关政策

2010年8月，原新闻出版总署《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》（新出政发〔2010〕7号），提出要以数字化带动出版业现代化、形成一批数字出版龙头企业、形成具有国际影响力的数字出版产品和品牌，并把数字出版产业打造成出版业的支柱产业。到2020年，传统出版单位基本完成数字化转型，其数字化产品和服务的运营份额在总份额中占有明显优势。

2014年2月，国务院《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》（国发〔2014〕10号），提出要推动文化产品和服务的生产、传播、消费的数字化、网络化进程，强化文化对信息产业的内容支撑、创意和设计提升，加快培育双向深度融合的新型业态；深入实施国家文化科技创新工程，支持利用数字技术、互联网、软件等高新技术支撑文化内容、装备、材料、工艺、系统的开发和利用，加快文化企业技术改造步伐；大力推动传统文化单位发展互联网新媒体，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，提升现金文化互联网传播吸引力；推进数字绿色印刷发展，引导印刷复制加工向综合创意和设计服务转变，推动新闻出版数字化转型和经营模式创新。

2014年4月，国家新闻出版广电总局、财政部《关于推动新闻出版业数字化转型升级的指导意见》（新广出发〔2014〕52号），提出通过三年时间，支持一批新闻出版企业、实施一批转型升级项目，带动和加快新闻出版业整体转型升级步伐；基本完成优质、有效内容的高度聚合，盘活出版资源；再造数字出版流程、丰富产品表现形式，提升新闻出版企业的技术应用水平；实现行业信息数据共享，构建数字出版产业链，初步建立起一整套数字化内容生产、传播、服务的标准体系和规范；促进新闻出版业建立全新的服务模式，实现经营模式和服务方式的有效转变。

2015年3月，国家新闻出版广电总局、财政部印发了《关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见》（新广发〔2015〕32号），明确要求立足传统出版，发挥内容优势，运用先进技术，走向网络空间，切实推动传统出版和新兴出版在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合，实现出版内容、技术应用、平台终端、人才队伍的共享融通，形成一体化的组织结构、传播体系和管理机制。力争用3至5年的时间，研发和应用一批新技术新产品新业态，确立一批示范单位、示范项目、示范基地（园区），打造一批形态多样、手段先进、市场竞争力强的新型出版机构，建设若干家具有强大实力和传播力公信力影响力的新型出版传媒集团。

2016年3月，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》提出，要牢牢把握信息技术变革趋势，实施网络强国战略，加快建设数字中国，推动信息技术与经济社会发展深度融合，加快推动信息经济发展壮大；发展现代互联网产业体系，实施“互联网+”行动计划，促进互联网深度广泛应用，带动生产模式和组织方式变革，形成网络化、智能化、服务化、协同化的产业发展新形态；夯实互联网应用基础，加快多领域互联网融合发展，推动互联网医疗、互联网教育、线上线下结合等新业态快速发展。

（6）关于促进文化和科技深度融合

2019年8月，科技部、中宣部、网信办、财政部、文化和旅游部、广播电视总局联合印发《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》（国科发高〔2019〕280号），提出促进内容生产和传播手段现代化，利用物联网、云计算、大数据、人工智能等新技术对公共文化服务和文化产业进行全方位、全链条的改造，推动文化数字化成果走向网络化、智能化。创新公共文化服务供给模式，重点研发智慧型呈现技术，开发数字化文化产品，充分发挥公共文化机构的研究、展示和教育功能。加快文化服务业智能化升级，支持智能技术和创新服务在出版发行、广播影视、演艺娱乐、印刷复制、广告服务、会展服务等传统文化产业中的应用，实现服务模式和业态创新。

（7）关于支持实体书店发展的政策

2016年6月，中宣部、国家新闻出版广电总局、国家发改委、教育部、财政部、等11部门联合印发《关于支持实体书店发展的指导意见》，提出到2020年，要基本建立以大城市为中心、中小城市相配套、乡镇网点为延伸、贯通城乡的实体书店建设体系；强调加强城乡实体书店网点建设，创新实体书店经营发展模式，推动实体书店与网络融合发展，提升实体书店信息化、标准化水平，加大实体书店的优秀出版物供给，更好发挥实体书店的社会服务功能；积极推动新华书店等国有实体书店大力发展新业态，支持大型书城升级改造，支持连锁书店扩大连锁经营范围，支持知名民营书店做优做强，鼓励中小书店向专业化、特色化方向发展，鼓励开办24小时书店、设立自动售书机等；强化“互联网+”思维，实现实体书店由传统模式向新业态的转变；鼓励实体书店利用互联网技术推进数字化升级和改造，打造新一代“智慧书城”；支持实体书店拓展网络发行业务；推动建立统一的实体书店可供图书信息标准，降低流通和各环节运营成本。2019年7月，教育部办公厅发布《关于进一步支持高

校校园实体书店发展的指导意见》，提出加大政策扶持和引导力度，实现社会效益和经济效益相统一。各高校应至少有一所图书经营品种、规模与本校特点相适应的校园实体书店，没有的应尽快补建，基本形成全国高校校园实体书店的发展与全社会实体书店的总体布局、服务功能相匹配，主业突出、各具特色、多元经营的良好格局，更好地满足高校校园日益增长的多样文化需求。高校要积极提供便利条件，从场地租金、水电费等日常运营费用方面对校园实体书店给予必要的减免优惠，根据实际情况在设备设施投入方面给予一定的支持。

观研报告网发布的《2021年中国新闻和出版市场分析报告-市场发展现状与未来动向研究》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国新闻和出版行业发展概述

第一节 新闻和出版行业发展情况概述

- 一、新闻和出版行业相关定义
- 二、新闻和出版行业基本情况介绍
- 三、新闻和出版行业发展特点分析

四、新闻和出版行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、新闻和出版行业需求主体分析

第二节 中国新闻和出版行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、新闻和出版行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国新闻和出版行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国新闻和出版行业生命周期分析

一、新闻和出版行业生命周期理论概述

二、新闻和出版行业所属的生命周期分析

第四节 新闻和出版行业经济指标分析

一、新闻和出版行业的赢利性分析

二、新闻和出版行业的经济周期分析

三、新闻和出版行业附加值的提升空间分析

第五节 中国新闻和出版行业进入壁垒分析

一、新闻和出版行业资金壁垒分析

二、新闻和出版行业技术壁垒分析

三、新闻和出版行业人才壁垒分析

四、新闻和出版行业品牌壁垒分析

五、新闻和出版行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球新闻和出版行业市场发展现状分析

第一节 全球新闻和出版行业发展历程回顾

第二节 全球新闻和出版行业市场区域分布情况

第三节 亚洲新闻和出版行业地区市场分析

一、亚洲新闻和出版行业市场现状分析

二、亚洲新闻和出版行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲新闻和出版行业市场前景分析

第四节 北美新闻和出版行业地区市场分析

- 一、北美新闻和出版行业市场现状分析
- 二、北美新闻和出版行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美新闻和出版行业市场前景分析

第五节 欧洲新闻和出版行业地区市场分析

- 一、欧洲新闻和出版行业市场现状分析
- 二、欧洲新闻和出版行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲新闻和出版行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界新闻和出版行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球新闻和出版行业市场规模预测

第三章 中国新闻和出版产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品新闻和出版总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国新闻和出版行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国新闻和出版产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国新闻和出版行业运行情况

第一节 中国新闻和出版行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国新闻和出版行业市场规模分析

第三节 中国新闻和出版行业供应情况分析

第四节 中国新闻和出版行业需求情况分析

第五节 我国新闻和出版行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国新闻和出版行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国新闻和出版行业供需平衡分析

第八节 中国新闻和出版行业发展趋势分析

第五章 中国新闻和出版所属行业运行数据监测

第一节 中国新闻和出版所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国新闻和出版所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国新闻和出版所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国新闻和出版市场格局分析

第一节 中国新闻和出版行业竞争现状分析

一、中国新闻和出版行业竞争情况分析

二、中国新闻和出版行业主要品牌分析

第二节 中国新闻和出版行业集中度分析

一、中国新闻和出版行业市场集中度影响因素分析

二、中国新闻和出版行业市场集中度分析

第三节 中国新闻和出版行业存在的问题

第四节 中国新闻和出版行业解决问题的策略分析

第五节 中国新闻和出版行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国新闻和出版行业需求特点与动态分析

第一节 中国新闻和出版行业消费市场动态情况

第二节 中国新闻和出版行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 新闻和出版行业成本结构分析

第四节 新闻和出版行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国新闻和出版行业价格现状分析

第六节 中国新闻和出版行业平均价格走势预测

一、中国新闻和出版行业价格影响因素

二、中国新闻和出版行业平均价格走势预测

三、中国新闻和出版行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国新闻和出版行业区域市场现状分析

第一节 中国新闻和出版行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区新闻和出版市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区新闻和出版市场规模分析
- 四、华东地区新闻和出版市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区新闻和出版市场规模分析
- 四、华中地区新闻和出版市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区新闻和出版市场规模分析
- 四、华南地区新闻和出版市场规模预测

第九章 2017-2021年中国新闻和出版行业竞争情况

第一节 中国新闻和出版行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国新闻和出版行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国新闻和出版行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 新闻和出版行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国新闻和出版行业发展前景分析与预测

第一节 中国新闻和出版行业未来发展前景分析

一、新闻和出版行业国内投资环境分析

二、中国新闻和出版行业市场机会分析

三、中国新闻和出版行业投资增速预测

第二节 中国新闻和出版行业未来发展趋势预测

第三节 中国新闻和出版行业市场发展预测

一、中国新闻和出版行业市场规模预测

二、中国新闻和出版行业市场规模增速预测

三、中国新闻和出版行业产值规模预测

四、中国新闻和出版行业产值增速预测

五、中国新闻和出版行业供需情况预测

第四节 中国新闻和出版行业盈利走势预测

一、中国新闻和出版行业毛利润同比增速预测

二、中国新闻和出版行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国新闻和出版行业投资风险与营销分析

第一节 新闻和出版行业投资风险分析

一、新闻和出版行业政策风险分析

二、新闻和出版行业技术风险分析

三、新闻和出版行业竞争风险分析

四、新闻和出版行业其他风险分析

第二节 新闻和出版行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国新闻和出版行业发展战略及规划建议

第一节 中国新闻和出版行业品牌战略分析

一、新闻和出版企业品牌的重要性

二、新闻和出版企业实施品牌战略的意义

三、新闻和出版企业品牌的现状分析

四、新闻和出版企业的品牌战略

五、新闻和出版品牌战略管理的策略

第二节 中国新闻和出版行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国新闻和出版行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国新闻和出版行业发展策略及投资建议

第一节 中国新闻和出版行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国新闻和出版行业营销渠道策略

一、新闻和出版行业渠道选择策略

二、新闻和出版行业营销策略

第三节 中国新闻和出版行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国新闻和出版行业重点投资区域分析

二、中国新闻和出版行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/chubanfenxiao/546928546928.html>