

2018年中国图书出版发行行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

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年中国图书出版发行行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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/328454328454.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

行业特点

1、行业技术水平

出版发行行业的技术特点主要涉及数字出版技术、信息技术、物流技术和网络技术等4个技术环节。

(1) 数字出版技术

从数字出版的形式来分，可以分为网络出版、手机出版和电子出版三个类型。

网络出版，是指互联网信息服务提供者将自己创作或他人创作的作品经过选择和编辑加工，登载在互联网上，或者通过互联网发送到客户端，供公众浏览、阅读、使用或者下载的在线传播行为。最终产品包括：网络图书、网络期刊、网络报纸、网络广告、网络游戏、在线音乐和可供下载的其他资源等。根据资料显示，截至2017年6月，我国网民规模达到7.51亿，互联网普及率攀升至54.3%，较2016年底提高1.1个百分点。

手机出版，是指服务提供者使用文字、图片、音频、视频等表现形态，将自己或他人创作的作品，经过选择和编辑加工，制作成数字化出版物，并通过无线、有线网络或者内嵌在手机媒体上，供用户利用手机或者其他移动终端，进行阅读或者下载的行为。

手机阅读受时间和地点的限制较小，手机上网更加休闲化、碎片化和便利化，读者和创作者的互动能力强，因此手机出版目前成为数字出版发展最快的新业态。根据资料显示，截至2017年6月，我国手机网民规模达到7.24亿，较2016年底增加2,830万人，网民中使用手机上网的人群占比由2016年底的95.1%提升至96.3%，手机作为第一大上网终端设备的地位更加巩固。

电子出版，主要包括带有文字、图片、音像的磁带、软盘、光盘（VCD、DVD）等。

(2) 信息技术与物流技术

图书出版发行业的发行环节具有批量小、品种多、单价低、市场分布广、需求不确定等特点，国内大型图书出版发行单位的供应品种约在10万-30万种之间，这使得信息与物流必然成为图书行业的一个关键环节。

实时信息采集系统将书籍品种、出入库信息录入整体物流数据库实现分拣搬运，并实时获取图书在途信息和运输车辆路径的具体位置，合理调配正向物流与逆向物流，以及各门店之间的横向沟通和应急物流，实时监控财务状况，协调资金流动，消除经营环节的资金安全问题。

通过销售事务性管理所传递的客户需求以及仓储管理中的库存信息和运输管理中的运输能力信息，来平衡系统的仓储和运力资源，合理处理用户的请求来完成物流系统调度，从而可以以最低的总成本实现既定的客户服务水平，实现服务优势和成本优势，并由此创造企业在竞争中的战略优势。

(3) 网络技术

网络技术和无线通讯的发展，给图书发行行业带来挑战和机遇，最具代表性的就是网上书店的生产。网上书店是一种以互联网为载体，实现远程销售的新型购书方式。网上书店以购物便捷、价格优惠、省时省力、查阅书目方便等优势，改变了人们传统的购书观念，受到了读者的青睐。电子商务方式改变了图书零售领域的格局，提升了零售的科技含量。目前，具有一定规模的网上书店已发展到数百家，卓越网、当当网等主营出版物网上经营的企业发展迅猛，配送范围已基本覆盖了全国各大中城市。不少有实力的传统批发商和零售商，均建立了自己的网站，新华书店等传统书店也开始关注网上经营，例如凤凰传媒、四川新华文轩连锁股份有限公司等。同时，无线下载技术使得读者可以通过手机登终端设备获取书籍，从而使图书发行的效率大大提高。

2、行业周期性、区域性、季节性特征

行业周期性、区域性、季节性特征

周期性

出版业与国民经济的快速发展和人民生活水平显著提高有较为密切的关系，但其行业周期性不明显。教育类出版领域，随着社会人口年龄结构的变化，各级学历教育在校学生人数发生波浪形的变化，各级在校生规模将陆续达到峰值，从而使得教材出版出现显著的长期波动。

区域性

教育出版领域的区域性较为明显。多年来，占出版发行量较大的教材教辅基本由各省国有大型出版集团出版、新华书店系统发行，各省市之间的竞争不够充分，省份割据和地方保护明显。近年来，随着中小学教材发行招投标政策的实施，这种区域封锁、条块分割的现状将逐步被打破。专业出版、大众出版领域区域性不强。

季节性

出版业的季节性主要表现在教材、教辅业务方面，即教材及同步教辅均在每学期开学时供应，高度集中于每年的春、秋两季。由于教材教辅目前在全国图书市场所占份额较大，从而在很大程度上形成图书市场销售收入的季节性波动。

此外，秋季教材、教辅的发行数量通常多于春季，主要是由于部分教材、教辅为全学年用书，同时部分学校、终端消费者由于学习进度的需要，会在每年秋季新学年开学时征订或购买下一学年的教材及教辅。

(三) 行业平均利润水平变动趋势及变动原因

根据广电总局《2016年新闻出版产业分析报告》，我国新闻出版业2016年销售利润率约为7.59%，总资产收益率约为8.12%。

行业平均利润水平与行业未来发展趋势紧密相关。随着文化体制改革的深入以及出版发行行业市场化进程的推进，市场资源将得到进一步的有效配置。中小学教材招投标政策和出版业整体竞争加剧将对未来出版环节利润水平形成较大压力；民营企业涉足批发领域并通过连锁或独立书店、书友会、网上书店形式广泛进入零售环节，外资发行商也以书友会和网上书店参与零售竞争，这些都会一定程度压低发行环节利润水平；但大型综合性出版发行集

团将受益于显著的规模效应、一流的出版资源、多年的品牌优势和广泛的渠道终端，充分把握未来兼并收购带来的进一步规模扩张的机会，进一步壮大自身实力，增强竞争力。

观研天下发布的《2018年中国图书出版发行行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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。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统计局规模企业统计数据库及图书出版发行交易所等，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、图书出版发行T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。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国图书出版发行行业发展概述

第一节 图书出版发行行业发展情况概述

- 一、图书出版发行行业相关定义
- 二、图书出版发行行业基本情况介绍
- 三、图书出版发行行业发展特点分析

第二节 中国图书出版发行行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、图书出版发行行业产业链条分析
- 三、中国图书出版发行行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国图书出版发行行业生命周期分析

- 一、图书出版发行行业生命周期理论概述
- 二、图书出版发行行业所属的生命周期分析

第四节 图书出版发行行业经济指标分析

- 一、图书出版发行行业的赢利性分析
- 二、图书出版发行行业的经济周期分析
- 三、图书出版发行行业附加值的提升空间分析

第五节 中国图书出版发行行业进入壁垒分析

- 一、图书出版发行行业资金壁垒分析
- 二、图书出版发行行业技术壁垒分析
- 三、图书出版发行行业人才壁垒分析
- 四、图书出版发行行业品牌壁垒分析
- 五、图书出版发行行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球图书出版发行行业市场发展现状分析

第一节 全球图书出版发行行业发展历程回顾

第二节 全球图书出版发行行业市场区域分布情况

第三节 亚洲图书出版发行行业地区市场分析

- 一、亚洲图书出版发行行业市场现状分析
- 二、亚洲图书出版发行行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲图书出版发行行业市场前景分析

第四节 北美图书出版发行行业地区市场分析

- 一、北美图书出版发行行业市场现状分析
- 二、北美图书出版发行行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美图书出版发行行业市场前景分析

第五节 欧盟图书出版发行行业地区市场分析

- 一、欧盟图书出版发行行业市场现状分析
- 二、欧盟图书出版发行行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟图书出版发行行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界图书出版发行行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球图书出版发行行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国图书出版发行产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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 中国图书出版发行行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国图书出版发行产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、图书出版发行环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国图书出版发行行业运行情况

第一节 中国图书出版发行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

三、行业发展特点分析

第二节 中国图书出版发行行业市场规模分析

第三节 中国图书出版发行行业供应情况分析

第四节 中国图书出版发行行业需求情况分析

第五节 中国图书出版发行行业供需平衡分析

第六节 中国图书出版发行行业发展趋势分析

第五章 中国图书出版发行所属行业运行数据监测

第一节 中国图书出版发行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 中国图书出版发行所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国图书出版发行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 2015-2017年中国图书出版发行市场格局分析

第一节 中国图书出版发行行业竞争现状分析

一、中国图书出版发行行业竞争情况分析

二、中国图书出版发行行业主要品牌分析

第二节 中国图书出版发行行业集中度分析

一、中国图书出版发行行业市场集中度分析

二、中国图书出版发行行业企业集中度分析

第三节 中国图书出版发行行业存在的问题

第四节 中国图书出版发行行业解决问题的策略分析

第五节 中国图书出版发行行业竞争力分析

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 2015-2017年中国图书出版发行行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国图书出版发行行业消费特点

第二节 中国图书出版发行行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 图书出版发行行业成本分析

第三节 图书出版发行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

第四节 中国图书出版发行行业价格现状分析

第五节 中国图书出版发行行业平均价格走势预测

一、中国图书出版发行行业价格影响因素

二、中国图书出版发行行业平均价格走势预测

三、中国图书出版发行行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国图书出版发行行业区域市场现状分析

第一节 中国图书出版发行行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地图书出版发行市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区图书出版发行市场规模分析

四、华东地区图书出版发行市场规模预测

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、华中地区图书出版发行市场规模分析

四、华中地区图书出版发行市场规模预测

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、华南地区图书出版发行市场规模分析

第九章 2015-2017年中国图书出版发行行业竞争情况

第一节 中国图书出版发行行业竞争结构分析（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 中国图书出版发行行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国图书出版发行行业竞争环境分析（图书出版发行T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 图书出版发行行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国图书出版发行行业发展前景分析与预测

第一节 中国图书出版发行行业未来发展前景分析

一、图书出版发行行业国内投资环境分析

二、中国图书出版发行行业市场机会分析

三、中国图书出版发行行业投资增速预测

第二节中国图书出版发行行业未来发展趋势预测

第三节中国图书出版发行行业市场发展预测

- 一、中国图书出版发行行业市场规模预测
- 二、中国图书出版发行行业市场规模增速预测
- 三、中国图书出版发行行业产值规模预测
- 四、中国图书出版发行行业产值增速预测
- 五、中国图书出版发行行业供需情况预测

第四节中国图书出版发行行业盈利走势预测

- 一、中国图书出版发行行业毛利润同比增速预测
- 二、中国图书出版发行行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国图书出版发行行业投资风险与营销分析

第一节 图书出版发行行业投资风险分析

- 一、图书出版发行行业政策风险分析
- 二、图书出版发行行业技术风险分析
- 三、图书出版发行行业竞争风险分析
- 四、图书出版发行行业其他风险分析

第二节 图书出版发行行业企业经营发展分析及建议

- 一、图书出版发行行业经营模式
- 二、图书出版发行行业销售模式
- 三、图书出版发行行业创新方向

第三节 图书出版发行行业应对策略

- 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2018-2024年中国图书出版发行行业发展策略及投资建议

第一节 中国图书出版发行行业品牌战略分析

- 一、图书出版发行企业品牌的重要性
- 二、图书出版发行企业实施品牌战略的意义
- 三、图书出版发行企业品牌的现状分析
- 四、图书出版发行企业的品牌战略
- 五、图书出版发行品牌战略管理的策略

第二节中国图书出版发行行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性

- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题
- 第三节 中国图书出版发行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 2018-2024年中国图书出版发行行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国图书出版发行行业产品策略分析
 - 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 中国图书出版发行行业定价策略分析
- 第二节 中国图书出版发行行业营销渠道策略
 - 一、图书出版发行行业渠道选择策略
 - 二、图书出版发行行业营销策略
- 第三节 中国图书出版发行行业价格策略
- 第四节 观研天下行业分析师投资建议
 - 一、中国图书出版发行行业重点投资区域分析
 - 二、中国图书出版发行行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/328454328454.html>