

2018年中国出版发行行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

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年中国出版发行行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/328459328459.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

1、竞争格局

(1) 图书出版

截至2016年年底，全国共有图书出版社584家（包括副牌社33家），其中中央级出版社219家（包括副牌社13家），地方出版社365家（包括副牌社20家）。截至2016年年底，我国经批准的中央和各省（自治区、直辖市）以及副省级城市各类图书出版集团共有40家，形成了综合出版集团为主体和分散单一出版社并存的竞争格局，行业龙头的地位与作用初步显现。

目前全国出版行业形成了以综合出版集团公司为主体和分散单一出版社并存的竞争格局。出版集团分为两大阵营，一类是中央级出版集团，包括以专业出版、大众出版为主要定位的中国出版传媒股份有限公司、以教育出版为主要定位的教育出版集团、以专业出版为主要定位的中国科技出版传媒集团有限公司等；另一类是地方级出版集团，包括江苏凤凰出版传媒股份有限公司、中南传媒、新华文轩出版传媒股份有限公司等，以中小学教材的出版、发行为主要盈利来源，同时在大众出版、专业出版领域也占据一定市场地位。

从出版业务分类来看，在大众出版领域，由于竞争主体多，产品品种丰富，尚未有单个出版社垄断市场份额；在专业出版领域，全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，如机械工业出版社、科学出版社、人民卫生出版社、中国建筑工业出版社、中国中医药出版社等，由于专业出版领域的细分行业较多，涉猎面广，专业门槛高，精细化分工充分，因此该领域目前集中度较低，单个出版社规模 and 市场份额均较小；在教育出版领域，中小学教材出版方面，人民教育出版社有限公司占优势地位，占据了主要市场份额；大中专教材出版方面，高等教育出版社、北京大学出版社及清华大学出版社等具有市场竞争优势；职业教育课本、业余教育课本等教育类图书的出版较为市场化，市场竞争主体多。

从地理格局来看，我国现有出版机构绝大部分分布在北京、上海及东南沿海发达地区；一些出版业相对发达的省份（如江苏、湖南等），由于出版集团对资源的高度集中、整合和高效运作，也极大地推进了出版业的发展。而广大西部地区，出版社数量不多，出书品种和数量少，在全国出版业内所占的市场份额不多。

(2) 图书发行

截至2016年底，全国共有出版物发行网点163,102处，其中新华书店及其发行网点8,996处，供销社发行网点75处，出版社自办发行网点420处，邮政系统发行网点39,358处，上述系统外批发网点8,381处，集个体零售网点105,872处。

我国图书的发行方式包括总发行、批发、零售、连锁经营，其中大型发行集团、连锁经营系统、大型书城是发行主力。发行的主要渠道包括国有渠道（国有新华书店、邮政系统和出版社自办发行）、各类民营书店和其他（主要为网上书店）。

我国图书的发行方式

国有新华书店：通过数年来的改革与连锁经营的推进，全国初步形成了23家新华书店发行集团，如上海新华发行集团、山东新华发行集团、四川新华发行集团、江苏新华发行集团等，且未来尚有进一步并购、合作、参股的合作空间。虽然新华书店在图书发行市场长期占据龙头地位，但现今，在一般图书市场上，总发行权、全国连锁经营权都已向民营开放，外资传媒集团和发行企业加入竞争，非国有图书发行企业开始树立品牌影响力，各地新华书店也开始了区域竞争和集团化经营；在教材图书市场上，新华书店的专营地位因教材出版和发行招标而不再绝对化，但基于招标准入门槛的存在，新华书店现行图书发行渠道绝对优势地位尚未被撼动。

邮政系统：邮政系统在运输网路、配送网路以及服务网点方面具有的发行优势，长期以来报刊和杂志的发行是邮政系统在图书发行方面的主要业务。但由于邮政系统在图书发行行业起步较晚，单个网点营业面积有限，且网点之间大多各自为战，导致图书业务总量小，在国内图书发行行业所占份额较小。

出版社自办发行：出版社自办发行的业务即出版社对自身本版图书的发行。除新华书店作为其主要合作渠道之外，出版社亦通过与其他民营书店合作、或向终端消费者直接销售的方式，实现出版物发行。

民营书店：近年来，民营书店充分发挥其机制灵活、快速应对市场需求变化的优势，大力拓展图书发行业务。目前各地已经出现了一批具有一定规模的民营图书发行企业，这些民营书店创造了多种经营模式并实现盈利性扩张。但与此同时，民营书店共有的一些问题，如经营管理有待规范、品牌影响欠缺、资金不足，仍将在未来较长时间内成为民营书业发展的瓶颈。

网上书店：随着电子技术的发展、网络普及率的提高，网上书店的销售份额迅速增加。如营运较为成功的当当网、亚马逊、京东等网上书店，其发展潜力及在发行领域内的竞争力，将有更大的拓展。

3、出版发行行业市场化程度

国内图书出版发行行业，由于多年来处于计划经济体制下发展，其市场化程度并不高。但随着中国加入WTO，以及受益于近年来文化改制进程的不断加速，我国图书出版发行行业的市场化程度不断提高。从教材出版发行来看，自政府对中小学教材实行招标投标试点以来，教材市场由过去的垄断变成一个逐步开放的市场；从参与主体来看，逐步允许民营发行进入；从并购整合来看，鼓励跨省区的资源整合与业务合作，塑造大型综合出版发行集团；从出版内容来看，出版物种类逐年增加，市场规模不断扩大。2016年，全国共有新闻出版单位30.5万家，其中法人单位15.2万家，非法人单位0.9万家，个体经营户14.4万家，出版行业市场参与者众多，市场竞争日趋激烈。

观研天下发布的《2018年中国出版发行行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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。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、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年中国出版发行行业发展概述

第一节 出版发行行业发展情况概述

一、出版发行行业相关定义

二、出版发行行业基本情况介绍

三、出版发行行业发展特点分析

第二节 中国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、出版发行行业产业链条分析

三、中国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 中国出版发行行业生命周期分析

一、出版发行行业生命周期理论概述

二、出版发行行业所属的生命周期分析

第四节 出版发行行业经济指标分析

一、出版发行行业的赢利性分析

二、出版发行行业的经济周期分析

三、出版发行行业附加值的提升空间分析

第五节 国中出版发行行业进入壁垒分析

一、出版发行行业资金壁垒分析

二、出版发行行业技术壁垒分析

三、出版发行行业人才壁垒分析

四、出版发行行业品牌壁垒分析

五、出版发行行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球出版发行行业市场发展现状分析

第一节 全球出版发行行业发展历程回顾

第二节 全球出版发行行业市场区域分布情况

第三节 亚洲出版发行行业地区市场分析

一、亚洲出版发行行业市场现状分析

二、亚洲出版发行行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲出版发行行业市场前景分析

第四节 北美出版发行行业地区市场分析

一、北美出版发行行业市场现状分析

二、北美出版发行行业市场规模与市场需求分析

三、北美出版发行行业市场前景分析

第五节 欧盟出版发行行业地区市场分析

一、欧盟出版发行行业市场现状分析

二、欧盟出版发行行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟出版发行行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界出版发行行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球出版发行行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国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 中国出版发行产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、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年中国出版发行行业运行情况

第一节 中国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 中国出版发行行业市场规模分析

第三节 中国出版发行行业供应情况分析

第四节 中国出版发行行业需求情况分析

第五节 中国出版发行行业供需平衡分析

第六节 中国出版发行行业发展趋势分析

第五章 中国出版发行所属行业运行数据监测

第一节 中国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年中国出版发行市场格局分析

第一节 中国出版发行行业竞争现状分析

一、中国出版发行行业竞争情况分析

二、中国出版发行行业主要品牌分析

第二节 中国出版发行行业集中度分析

一、中国出版发行行业市场集中度分析

二、中国出版发行行业企业集中度分析

第三节 中国出版发行行业存在的问题

第四节 中国出版发行行业解决问题的策略分析

第五节 中国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年中国出版发行行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国出版发行行业消费特点

第二节 中国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 出版发行行业成本分析

第三节 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 中国出版发行行业价格现状分析

第五节 中国出版发行行业平均价格走势预测

一、中国出版发行行业价格影响因素

二、中国出版发行行业平均价格走势预测

三、中国出版发行行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国出版发行行业区域市场现状分析

第一节 中国出版发行行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地出版发行市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区出版发行市场规模分析

四、华东地区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、华中地区出版发行市场规模分析

四、华中地区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、华南地区出版发行市场规模分析

第九章 2015-2017年中国出版发行行业竞争情况

第一节 中国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 中国出版发行行业竞争环境分析（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 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年中国出版发行行业发展前景分析与预测

第一节 中国出版发行行业未来发展前景分析

一、出版发行行业国内投资环境分析

二、中国出版发行行业市场机会分析

三、中国出版发行行业投资增速预测

第二节 中国出版发行行业未来发展趋势预测

第三节 中国出版发行行业市场发展预测

一、中国出版发行行业市场规模预测

二、中国出版发行行业市场规模增速预测

三、中国出版发行行业产值规模预测

四、中国出版发行行业产值增速预测

五、中国出版发行行业供需情况预测

第四节 中国出版发行行业盈利走势预测

一、中国出版发行行业毛利润同比增速预测

二、中国出版发行行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国出版发行行业投资风险与营销分析

第一节 出版发行行业投资风险分析

一、出版发行行业政策风险分析

二、出版发行行业技术风险分析

三、出版发行行业竞争风险分析

四、出版发行行业其他风险分析

第二节 出版发行行业企业经营发展分析及建议

一、出版发行行业经营模式

二、出版发行行业销售模式

三、出版发行行业创新方向

第三节 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年中国出版发行行业发展策略及投资建议

第一节 中国出版发行行业品牌战略分析

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

第二节 中国出版发行行业市场重点客户战略实施

- 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年中国出版发行行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国出版发行行业定价策略分析

第三节 中国出版发行行业营销渠道策略

- 一、出版发行行业渠道选择策略
- 二、出版发行行业营销策略

第四节 中国出版发行行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国出版发行行业重点投资区域分析
- 二、中国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/328459328459.html>