

中国电子书阅读器市场全景调查及未来五年盈利空间预测报告

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《中国电子书阅读器市场全景调查及未来五年盈利空间预测报告》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/dianzishebei/219275219275.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

报告目录：

第一章 电子书阅读器相关概述

1.1 电子出版相关概述

1.1.1 电子出版

1.1.2 网络出版

1.1.3 电子出版的无纸化

1.2 电子书（e-book）相关概述

1.2.1 电子书定义

1.2.2 电子书的构成要求

1.2.3 电子书的功能

1.2.4 掌上阅读器常用电子书格式

1.2.5 PC支持的常用电子书格式

1.3 电子书阅读器相关概述

1.3.1 电子书阅读器定义

1.3.2 基于电子纸技术的阅读器

1.3.3 电子纸显示原理

1.3.4 基于LCD等技术的阅读器

1.3.5 LCD显示原理

1.3.6 电子阅读载体对比分析

第二章 2011-2014年中国电子书阅读器的发展环境分析

2.1 2011-2014年中国宏观经济运行分析

2.1.1 2014年中国GDP的增长情况分析

2.1.2 2014年中国居民收入与消费情况分析

2.1.3 2014年1-12月宏观经济运行分析

2.2 2011-2014年中国电子书阅读器的行业环境分析

2.2.1 2014年中国数字出版发展概况

2.2.2 出版的数字化促进电子阅读兴起

2.2.3 2014年中国数字出版发展概况

2.2.4 中国网络出版分类发展现状分析

2.2.5 网络出版将成为5W出版

2.3 2011-2014年中国电子书阅读器发展的政策环境分析

2.3.1 2014年工信部明确电子书产业发展方向

2.3.2 2014年新闻出版产业发展指导意见出台

2.3.3 2014年金融支持文化产业相关政策出台

2.3.4 2014年中国拟制订电子阅读器行业标准规范

2.4 2011-2014年中国电子书阅读器的市场环境分析

2.4.1 中国公民图书率连续六年走低

2.4.2 电子阅读改变传统阅读习惯

2.4.3 电子书是低碳环保的阅读方式

2.4.4 3G新技术促使电子书市场发展

第三章 2011-2014年全球电子书阅读器市场发展现状分析

3.1 全球电子书产业发展现状分析

3.1.1 2014年全球电子书阅读器市场进入成长期

3.1.2 2012-2014年全球电子书阅读器出货量统计

3.1.3 2014年全球电子书阅读器市场竞争格局分析

3.1.4 全球电子书相关技术标准有待统一

3.2 2011-2014年美国电子书阅读器市场分析

3.2.1 2014年美国电子书市场规模分析

3.2.2 美国电纸书产业链

3.2.3 2014年美国电子书阅读器用户满意度分析

3.2.4 2014年美国电子书阅读器市场竞争分析

3.2.5 亚马逊Kindle运营模式分析

3.2.6 英特尔推出语音电子阅读器

3.3 2011-2014年台湾电子书阅读器市场分析

3.3.1 2014年台湾厂商引领全球电子书发展

3.3.2 2014年台湾推出全球最轻电子书阅读器

3.3.3 台湾将电子书列为重点产业大力投资

3.3.4 2014年台湾联合大陆共同制定电子书等标准

第四章 2011-2014年中国电子书阅读器产业分析

4.1 中国电子书阅读器产业发展概况

4.1.1 电子书阅读器市场成长因素分析

4.1.2 中国电子书产业产业链分析

4.1.3 中国电子书产业产业链竞争分析

4.1.4 2011-2014年中国电子书阅读器市场规模分析

4.1.5 2014年四季度中国电子书阅读器市场分析

4.1.6 三网融合下电子书产业受益者分析

4.1.7 2014年中国电子阅读器市场特点

4.2 2011-2014年中国典型电子书阅读器运营模式分析

- 4.2.1 电子书阅读器运营模式概况
- 4.2.2 汉王“终端+内容”模式
- 4.2.3 盛大文学“内容+终端”模式
- 4.2.4 中国移动电子阅读器模式
- 4.2.5 中国电子书内容市场各方竞争力分析
- 4.3 2014年中国电子阅读器市场动态分析
 - 4.3.1 2014年中国首次出现电子阅读器外借服务
 - 4.3.2 国外企业抢占中国电子书阅读器市场
 - 4.3.3 2014年电子书阅读器改变出版业价值链
 - 4.3.4 2014年中国移动手机阅读业务正式商用
- 4.4 2011-2014年中国电子书阅读器行业投资分析
 - 4.4.1 中国电子阅读器市场IPO分析
 - 4.4.2 中国电子阅读器市场并购分析
 - 4.4.3 中国电子书阅读器市场投资事件
- 4.5 中国电子书阅读器产业存在的问题与对策
 - 4.5.1 2014年电子书阅读器山寨化及应对策略分析
 - 4.5.2 电子书阅读器市场准入问题及对策分析
 - 4.5.3 中国电子书市场的定价营销策略
- 第五章 2011-2014年中国电子书阅读器市场竞争分析
 - 5.1 2011-2014年中国电子书阅读器产品竞争分析
 - 5.1.1 电子书阅读器产品屏幕尺寸分析
 - 5.1.2 电子书阅读器功能的多样化分析
 - 5.1.3 国内电子书阅读器价格竞争分析
 - 5.2 2011-2014年中国电子书阅读器技术竞争分析
 - 5.2.1 电子书处理芯片及代表厂商分析
 - 5.2.2 电子书操作系统及代表厂商分析
 - 5.2.3 电子书阅读器的技术研发竞争分析
 - 5.2.4 中国电子书阅读器显示屏市场份额分析
 - 5.2.5 电子书阅读器两种显示技术的对比分析
 - 5.2.6 电子书阅读器的性能对比分析
 - 5.3 电子书阅读器的替代品分析
 - 5.3.1 2014年中国手机阅读市场流行
 - 5.3.2 智能手机与电子书阅读器的对比分析
 - 5.3.3 MP4与专业电子书阅读器的比较分析
 - 5.3.4 平板电脑与电子书阅读器的共存分析

- 5.3.5 电子书与其他替代品功能的融合分析
- 5.4 2011-2014年中国电子书产业区域竞争态势分析
 - 5.4.1 广东为中国电子书阅读器产业中心
 - 5.4.2 2014年LG与Iriver在东莞设厂
 - 5.4.3 2014年上海电子书产业领先全国
 - 5.4.4 2014年上海电子课本的尝试和推广分析
- 第六章 2011-2014年中国电子图书产业发展分析
 - 6.1 2011-2014年全球电子图书产业发展现状分析
 - 6.1.1 电子图书的发明和发展历程
 - 6.1.2 电子图书与传统纸质书的比较分析
 - 6.1.3 全球电子图书对传统出版业的冲击分析
 - 6.1.4 2014年美国电子书销售规模增长分析
 - 6.1.5 美国电子图书与纸制书的竞合分析
 - 6.1.6 2014年日本电子图书市场规模分析
 - 6.2 2011-2014年中国电子图书产业运行态势分析
 - 6.2.1 中国电子书的出版和进口概况
 - 6.2.2 2014年中国电子图书市场出版现状分析
 - 6.2.3 中国电子图书产业盈利模式分析
 - 6.2.4 2014年中国电子图书读者数量分析
 - 6.3 2011-2014年中国手机阅读市场发展现状分析
 - 6.3.1 中国手机出版产业运营模式分析
 - 6.3.2 手机阅读产业链结构分析
 - 6.3.3 中国手机小说市场发展概况
 - 6.3.4 2014年手机阅读用户分析
 - 6.4 2011-2014年中国网络文学发展现状分析
 - 6.4.1 网络文学与出版接轨成为主流趋向
 - 6.4.2 传统出版业开始融入网络文学领域
 - 6.4.3 网络文学出版业步入规模化时期
 - 6.5 2011-2014年中国网络出版网站发展现状分析
 - 6.5.1 网络出版网站的基本类型及特点
 - 6.5.2 中国网络出版网站的发展进程
 - 6.5.3 专业网络出版网站的经营模式分析
 - 6.6 中国电子图书行业发展问题及对策分析
 - 6.6.1 中国电子书内容的有限性分析
 - 6.6.2 电子书技术标准的统一问题

6.6.3 电子书版权问题及解决对策分析

6.6.4 网络图书出版的创新路径分析

第七章 2014年中国电子书阅读器用户调研分析

7.1 2014年中国电子书阅读器市场调研分析

7.1.1 电子书阅读器品牌用户关注变化

7.1.2 电子书阅读器品牌用户关注分布

7.1.3 电子书阅读器产品用户关注变化

7.1.4 电子书阅读器产品用户关注排行

7.2 2014年电子书阅读器细分市场调研分析

7.2.1 不同尺寸电子书阅读器产品关注格局

7.2.2 不同灰度电子书阅读器产品关注格局

7.2.3 不同容量电子书阅读器产品关注格局

7.2.4 不同价格电子书阅读器产品关注格局

7.3 2014年手机阅读用户电子书阅读器调研分析

7.3.1 电子阅读器终端价位

7.3.2 电子阅读器附加功能情况

7.3.3 用户购买电子阅读器的影响因素

7.3.4 用户购买电子阅读器的意愿

第八章 2011-2014年国内外电子阅读器重点企业分析

8.1 亚马逊 (Amazon) 公司

8.1.1 公司简介

8.1.2 2011-2014年企业经营情况

8.1.3 亚马逊Kindle阅读器产品成本分析

8.1.4 亚马逊Kindle商业运营模式及启示

8.1.5 2014年亚马逊开放Kindle平台

8.2 索尼公司

8.2.1 公司简介

8.2.2 索尼Reader市场表现及运营模式分析

8.2.3 2014年索尼电子书阅读器业务发展计划

8.3 台湾元太科技公司

8.3.1 公司简介

8.3.2 2011-2014年公司经营情况

8.3.3 2011-2014年元太科技电子纸业务及产品分析

8.3.4 元太科技电子纸产业链发展计划

8.4 汉王科技

- 8.4.1 公司简介
- 8.4.2 2014年公司经营情况分析
- 8.4.3 2014年汉王电纸书市场份额分析
- 8.4.4 2014年汉王电纸书产业链发展分析
- 8.5 北大方正集团
 - 8.5.1 公司简介
 - 8.5.2 “文房”电子书阅读器产品介绍
 - 8.5.3 2011-2014年方正电子书产业链的构建分析
 - 8.5.4 2014年方正科技公司运营情况
 - 8.5.5 2011-2014年方正科技公司运营指标状况
 - 8.5.6 公司未来发展展望
- 8.6 北京方正阿帕比技术有限公司
 - 8.6.1 公司简介
 - 8.6.2 2014年方正阿帕比电子书发展现状分析
 - 8.6.3 2014年方正阿帕比CEBX技术获多方认可
 - 8.6.4 方正阿帕比数字出版技术市场应用广泛
- 8.7 大唐电信科技股份有限公司
 - 8.7.1 公司简介
 - 8.7.2 大唐定制电子阅读器业务现状
 - 8.7.3 2014年公司经营情况
 - 8.7.4 2011-2014年企业运营指标状况
 - 8.7.5 2014年AirPaper获“网络融合特色奖”
 - 8.7.6 2014年世博会台湾馆应用AirPaperTD
- 8.8 北京华旗资讯数码科技有限公司
 - 8.8.1 企业基本情况
 - 8.8.2 企业偿债能力分析
 - 8.8.3 企业盈利能力分析
 - 8.8.4 企业成本费用分析
 - 8.8.5 2014年爱国者电纸书产品推出计划
- 8.9 北京纽曼理想数码科技有限公司
 - 8.9.1 企业基本情况
 - 8.9.2 企业偿债能力分析
 - 8.9.3 企业盈利能力分析
 - 8.9.4 企业成本费用分析
 - 8.9.5 2014年纽曼电子书主要产品介绍

8.10 天津津科电子有限公司

8.10.1 企业基本情况

8.10.2 企业偿债能力分析

8.10.3 企业盈利能力分析

8.10.4 企业成本费用分析

8.10.5 2014年翰林电子书成为世博特许产品

第九章 2015-2020年中国电子书阅读器市场发展前景及投资分析

9.1 2015-2020年中国电子书阅读器市场前景分析

9.1.1 2015-2020年全球电子阅读器市场需求分析

9.1.2 2015-2020年中国电子书阅读器生命周期预测

9.2 2015-2020年电子书阅读器产品发展趋势分析

9.2.1 中国电纸书市场的趋势分析

9.2.2 格式统一的必然性分析

9.2.3 技术的演变趋势分析

9.2.4 产品的创新运用分析

9.3 2015-2020年中国电子书阅读器投资风险分析

9.3.1 技术风险

9.3.2 竞争风险

9.3.3 政策风险

9.3.4 产品替代风险

9.3.5 版权风险

9.4 2015-2020年中国电子书阅读器投资建议

9.4.1 投资时机分析

9.4.2 增加软性阅读内容

9.4.3 潜在用户的培养建议

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzishebei/219275219275.html>