

# 2018年中国图书印刷市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国图书印刷市场分析报告-行业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/fangzhi/342354342354.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

1978年12月召开的十一届三中全会揭开了中国改革开放的大幕，转眼即将40年。在历史的长河中，40年犹如昙花一现，但发生的变化让人惊叹，有着千年历史又属于生活中不可或缺的印刷业同样如此。

图：图书印刷

资料来源：互联网

印刷产能从供不应求到供大于求

十年“文革”导致我国文化市场凋零，按照中国印刷及设备器材工业协会公布的数据，1979年，改革开放第一年，全国印刷产值仅47.97亿元，比现在一个省份的印刷产值都低。2016年，仅是苏州辖下的昆山市印刷业产值就达到202.05亿元，尽管这中间存在着物价上涨的因素。

记得1976年购买世界名著还得凭购书证，印刷企业使用的是活字铅排、打纸型、浇铅版的凸印工艺，印刷生产的主力设备是中低速的二回转印刷机。1983年6月6日，中共中央、国务院联合发布《关于加强出版工作的决定》，明确提出必须下决心改变“出书难、买书难；图书出版周期长；大、中、小学教材和课本不能做到全部课前到书”等问题。为了扭转这一状况，专门成立了由国家经委机械办主任范慕韩牵头，跨部委人员共同组成的印刷技术装备协调小组。从那以后，我国迎来了印刷业发展的春天：所有制结构多样，时至2016年，印刷复制业中民企的营收已占到总营收的89.5%；先进设备的引进使用几乎与发达国家同步；产品质量上升，在国际上频频获奖；印刷业年产值数年前就超越日本，成为仅次于美国的第二印刷大国。

如果说40年前我国印刷业的主要问题是供不应求、产能满足不了人民基本生活需要，那40年后的今天，我国的印刷产能早已是供过于求，去产能、升级转型成了当下行业的主要课题。也正是因为产能过剩，相当长的一段时间来，同质化企业间的低价竞争导致印刷企业的获利能力愈益下滑，直接影响到这个行业的可持续发展。

与此同时，伴随着互联网而起的终端阅读的普及，出版物印刷的市场占比在逐渐下降，包装印刷的份额日益加大；以二维码、条形码、RFID、3D打印为代表的功能性印刷，涉猎的面越来越广。当然，这几年行业回避不了的其他问题是：劳动力成本持续上升；环境保护的高要求，推动着企业生产成本上升；出版物印刷厂利润下滑……唯有淘汰掉部分难以达标与维持的企业，才有可能求得新一轮的供求平衡，才有可能依照市场规律，让印刷生产的利润达到合理的程度。

40年时间，弹指一挥，中国的印刷业已经发生了翻天覆地的变化，从印刷大国迈向印刷强国正成为全行业下一步的追求。过去的40年值得充分肯定，更艰巨的任务等待着迎头而上，那就是要寻得一条新的、更加辉煌的发展之路。

设备能级及产品质量的提升是这段时期的最强音

改革开放后的40年，是中国印刷企业设备不断更新换代的时期，也是由此带来产品质量不断提升的时期。这个过程也充分证明：科技就是效率、质量，就是生产力。

40年前书刊印刷企业几乎都处在凸印时代，忙碌的是铸字机、铅排工，不光效率低下，而且有毒有害。对于20世纪90年代出现的“铅转胶”，出版人开始还难以接受，总感到文字浮于纸面，没有铅印力透纸背的感觉，但这是发展趋势，到20世纪末铅印终于全面退出舞台。其实，当今短版图书印刷由胶印转向数字印刷同样也有着种种不适，胶印在批量生产时难以匹配数字打样，数字印刷的质量整体还不及胶印。新事物总是在与旧事物的抗争中得到进步。

这40年的时间里，图书制作各工序发生的变化大体如下。

印前：由照相到电分，再步入使用电子文档；CTP设备在实现国产化后，于21世纪前十年以极快的速度取代了传统晒版，北京市已明确把传统晒版工艺列入2017年底必须淘汰的设备清单。

印刷：图书印刷由铅印转胶印，由黑白到彩色；长版图书由依仗单张纸印刷机到上世纪末本世纪初规模化书刊印刷企业纷纷引进商业轮转机来印刷，时速达数万张，还同步完成折页。但是，互联网终端阅读的发展导致都市报的迅速没落，电子商务的发展导致卖场广告消失，适合轮转机印刷的长版产品从兴起到消亡前后不过就是十来年时间，这就是第三次工业革命带来的社会快速变化。

印后：装订由大量依赖人工走向以自动化单机设备，甚至是联动线为主的规模化生产；精装书的比重愈益增大。

设备的升级理所当然地带来了产品质量的升级，从政府到协会组织的各种优质产品评比更是推动着产品质量的不断提高。以深圳雅昌文化公司为领头羊，在有着“印刷奥斯卡”之称的美国印刷大奖评比中，中国书刊印刷企业获得富兰克林小金人的势头颇有点如囊中取物。进入21世纪后，印刷业每年有着近千万美元的海外印刷业务加工量，其中相当部分就来自于图书印刷。

40年时间，书刊印刷企业最大的变化还在于管理。上世纪靠的是人力，是员工的责任心。进入21世纪，ISO9000质量管理认证成为企业标配，ERP全流程管理软件也从规模化企业率先使用到走向中小企业。自2011年起，实施十环绿色认证又成为企业印制教科书的入门要求。所有这一切都表明，社会在进步，需求在变化，而且周期越来越短，企业要立于不败之地，就必须与时俱进。

当然，从上至下的管理体制变化也是这40年间书刊印刷企业的重要经历。由出版与公安共管，到上世纪最后十年要求政企分开，部分原属传媒集团的企业通过转制经历了脱钩、下放的痛苦过程，更坚定地走向市场。江苏、江西、河南、安徽等不少省市的主力书刊印刷企业伴随着传媒集团踏上了上市道路。

2008年全球经济危机推动印刷企业包括书刊印刷企业必须思考升级转型的工作。从整体而言，与图书制作直接关联的编、印、发三者间商业模式的改变工作尚未最终完成，这对

图书改变预造货模式、走按需印刷的路带来一定的影响。

#### 数字印刷设备开始走进短版图书印刷市场

数字印刷设备跨入书刊印刷企业是近三五年的事，这是数字技术发展的结果，也是短版图书日益增多的结果，更是图书印刷满足快节奏的必然措施。此举将改变长期以来图书由出版社垫资预造货，新华书店等发行渠道按实际销售结账、不承担包销责任的商业模式，有效减少图书因可能出现的销售不畅导致的出版社经济损失。

图书的编辑、印刷、发行本来就是一个整体，历史上的商务印书馆、中华书局走的就是编、印、发一体化的路，根据市场需要组织出版，完成印刷后推向市场。迄今为止，编、印、发三者合一的集团企业有，比如江苏凤凰传媒集团；三者分开的情况相对更多。三者合一的好处是便于集团从整体利益出发协调开展工作，在国内，除了港资的大朗中编印刷厂外，江苏凤凰是最早引入连续纸数字印刷机的企业，关键就是集团看准市场发展方向后积极推动。据统计，国内印刷企业引进的大型连续纸数字印刷机已近20台套，而且还有进一步增长之势。

这几年引进数字印刷设备的除了印刷厂外，还有出版与发行单位，比如较早进入这一领域的知识产权出版社，以及近年来发展势头很猛的中国图书进出口公司。出版与发行单位购入数字印刷设备自行完成短版图书印刷，是因为市场存在着相应需求，内部响应更为便捷。而且，事实证明，这些有着大量短版图书印刷业务的出版发行单位，一旦引进数字印刷设备，他们的日子过得远比印刷企业来得滋润，因为他们直接掌握着出版资源。

除个别印刷企业外，引进大型连续纸数字印刷设备的印刷企业大都没有到赢利的阶段，因为这些设备的折旧费相对较高，短版书的印制量还没到能支撑起设备满负荷运行的要求，更关键的是出版社对改变现行商业模式的积极性不高。如果编、印、发三者不能打通以满足读者需求为目标的新渠道，那在美国市场上已经做得如火如荼的短版图书走数字印刷工艺之路，在国内还要磕磕绊绊地走相当长的一段时期，直到编、印、发三者取得共识，共同探索出一种崭新的短版图书出版、印刷、发行的商业模式。当然希望这段时间短些，免得落后于发达国家太远。

#### 图书在迅猛增长的同时也在走向同质化

国家新闻出版广电总局公布的数据显示，在出版物印刷整体下滑的背景下，报、刊2016年的总印数较之上年度又分别下降9.3%和6.3%，与之不同的是，图书印刷总量有所回升，2016年的总印量创记录地达到90.4亿册和777.2亿印张。须知，自2000年至2008年，我国还曾出现过图书年总印数徘徊在62.47至69.36亿册区间的困难时段。

对比改革开放前后40年国内出版的图书，有几个明显变化：一是彩色图书的比重日趋增大，观赏性更强；二是精装书比重递增，开本、装帧更趋多样；三是套装图书比重的增加。出现这些变化与印刷人的努力密不可分。

在充分肯定图书出版取得成绩的同时，图书同质化、图书码洋严重打折、公益性图书比重在销量中占一定比重等现象也应该得到正视。因为唯有不断改进工作，才有可能让出版

更好地为人民的需要服务。一位业内行家称：全国588家出版社有530家涉足儿童书的出版。国家新闻出版广电总局发布的《2016年新闻出版产业分析报告》（以下简称《分析报告》）指出：“少儿图书出版继续保持快速增长，品种4.4万种（占该年全部图书品种数的8.8%），增长19.1%，总印数7.8亿册（是年度总印数的8.6%），增长40.0%”。这固然有重视下一代教育的一面，但从另一个角度说，重复出版的情况十分严重，仅是“四大名著每部（都有）高达200个左右的版本”。正因为如此，在图书出版后，书展上套装书及各大出版社争相出版的图书大幅打折的现象就频频可见。这些现象难道不应该加以改变吗？数字出版在快速发展

改革开放40年，图书领域的另一个重大变化，就是伴随着互联网的迅速普及，数字出版和电子阅读的步伐也在同步加快。

《分析报告》的数据显示：2016年全国出版、印刷和发行服务实现营业收入23 595.8亿元，较2015年增加9.0%。其中数字出版实现营收5 720.9亿元（2012年同口径数据仅为1 935.5亿元），较上年增加1 317.0亿元，增长29.9%，占全行业营收的24.2%，对全行业营收增长贡献率达67.9%，增速和增长贡献在新闻出版产业类别中继续位居第一，已成为拉动产业增长“三驾马车”之首。对于上述数据当然应该给予充分肯定，这是顺应时代潮流发展的结果。

在数字出版发展的同时，也应理性地看到，在数字出版这一大块业务中，网络动漫的营收增长达到250.7%，数字游戏在这中间所占的比重同样远大于数字图书的比重。即便是电子阅读，也是以消遣类的文艺小说居多，碎片化阅读要去钻研某些高深知识还很难。因此，乘坐公共交通时，手不离移动端的年轻人认真读书的少，玩游戏、看信息消磨时间的更多些，这种局面有待改变。

由亚马逊中国会同新华网和全民阅读官方网站联合发起、建立在对14 000人调查基础上形成的《2017亚马逊中国全民阅读报告》指出：纸电“一起读”成为（市场）主流，“纸电一起读的阅读时代到来（了）”。

该报告显示：56%的受访者年度阅读数量超10本。85%的受访者同时使用纸电两种介质进行阅读，阅读过电子书的受访者比例比去年上升6个百分点，达到90%。其中，90后和00后对于电子书的接受程度高于其他各年龄段，年龄越小，使用Kindle电子书阅读器进行电子阅读的占比也就越高，其中选择Kindle电子书阅读器的00后占比高达71%，而50后的这一占比为25%。64%的受访者认为电子阅读帮助提升整体阅读量，电子书的便捷性让碎片时间得到更充分的利用。同时，78%的受访者选择通过社交平台分享阅读有关的内容，与网友“一起读”成为数字阅读时代的独特行为。报告还发现：“90后最爱的（图书）类别有科幻悬疑、绘本漫画，而00后则是较爱读科普和英文！”该份报告数据的代表性还值得商榷，或许无可避免地包含着亚马逊为自身做宣传的一面，但可以肯定：伴随着读者的年轻化，纸质图书的量还会有所减少，电子阅读的人群还会继续增加。

面对个性化需求图书印刷的商业模式亟待变化基于我国人口众多，阅读的主体又主要

集中在在校学生，所以至今为止图书还是以胶印、预造货为主，相对制作成本低，而且质量上乘。尽管这几年图书的制作批次增多、每批的订单量减少，但这部分新增成本几乎与出版社没有关系，都由印刷企业承担，这也就导致了出版社对转变商业模式的积极性不高，安于现状，对推动应用数字印刷设备去完成短版、按需、定制书籍的热情不高。

中信出版集团施宏俊总经理在“2017全球知识服务峰会”上以“六个词重新定义出版业”为题作了发言，他直白地指出：“有一个强烈的感觉，出版业的话语系统正在发生革命，很多不假思索的概念、提法需要重新加以界定、清理，甚至是清除。”他认为：“知识服务显然是一个比数字出版更好的思考方法和解决路径。”出版业的根本是“解答时代的核心问题，解决人们的内心焦虑”，为此，要走“分众、分享，精准化推送”的道路。

或许这一切说得都还离现实有些远，但至少说明，社会的变化对出版也提出了新的要求，以制作图书满足消费者需求为目标的出版业及其出版印刷业都必须关注市场的变化，都必须在准确判断可能发生变化的基础上做好自身的应对预案。

伴随着互联网技术的进一步提升，伴随着年轻一代的成长，网络阅读与短版图书定制的比重将会进一步增加，勇于创新，敢于在摸索中前行或许能抢先开辟出一片新天地，否则，完全有可能被挤到市场的边缘，到那时再思考企业的转型可能就为时晚矣。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国图书印刷市场分析报告-行业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。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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国图书印刷行业发展概述

#### 第一节 图书印刷行业发展情况概述

##### 一、图书印刷行业相关定义

##### 二、图书印刷行业基本情况介绍

##### 三、图书印刷行业发展特点分析

#### 第二节 中国图书印刷行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、图书印刷行业产业链条分析

##### 三、中国图书印刷行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国图书印刷行业生命周期分析

##### 一、图书印刷行业生命周期理论概述

##### 二、图书印刷行业所属的生命周期分析

#### 第四节 图书印刷行业经济指标分析

##### 一、图书印刷行业的赢利性分析

##### 二、图书印刷行业的经济周期分析

##### 三、图书印刷行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国图书印刷行业进入壁垒分析

##### 一、图书印刷行业资金壁垒分析

##### 二、图书印刷行业技术壁垒分析

##### 三、图书印刷行业人才壁垒分析

##### 四、图书印刷行业品牌壁垒分析

##### 五、图书印刷行业其他壁垒分析

### 第二章 2016-2018年全球图书印刷行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球图书印刷行业发展历程回顾

#### 第二节 全球图书印刷行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲图书印刷行业地区市场分析

##### 一、亚洲图书印刷行业市场现状分析

##### 二、亚洲图书印刷行业市场规模与市场需求分析

### 三、亚洲图书印刷行业市场前景分析

#### 第四节 北美图书印刷行业地区市场分析

##### 一、北美图书印刷行业市场现状分析

##### 二、北美图书印刷行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美图书印刷行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟图书印刷行业地区市场分析

##### 一、欧盟图书印刷行业市场现状分析

##### 二、欧盟图书印刷行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧盟图书印刷行业市场前景分析

#### 第六节 2018-2024年世界图书印刷行业分布走势预测

#### 第七节 2018-2024年全球图书印刷行业市场规模预测

### 第三章 中国图书印刷产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品图书印刷总额

##### 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 中国图书印刷行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国图书印刷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 中国图书印刷行业运行情况

#### 第一节 中国图书印刷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 中国图书印刷行业市场规模分析

#### 第三节 中国图书印刷行业供应情况分析

#### 第四节 中国图书印刷行业需求情况分析

#### 第五节 中国图书印刷行业供需平衡分析

#### 第六节 中国图书印刷行业发展趋势分析

### 第五章 中国图书印刷所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国图书印刷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 中国图书印刷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 中国图书印刷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 2016-2018年中国图书印刷市场格局分析

#### 第一节 中国图书印刷行业竞争现状分析

##### 一、中国图书印刷行业竞争情况分析

##### 二、中国图书印刷行业主要品牌分析

#### 第二节 中国图书印刷行业集中度分析

##### 一、中国图书印刷行业市场集中度分析

##### 二、中国图书印刷行业企业集中度分析

#### 第三节 中国图书印刷行业存在的问题

#### 第四节 中国图书印刷行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国图书印刷行业竞争力分析

##### 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 2016-2018年中国图书印刷行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国图书印刷行业消费特点

第二节 中国图书印刷行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 图书印刷行业成本分析

第四节 图书印刷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 中国图书印刷行业价格现状分析

第六节 中国图书印刷行业平均价格走势预测

一、中国图书印刷行业价格影响因素

二、中国图书印刷行业平均价格走势预测

三、中国图书印刷行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国图书印刷行业区域市场现状分析

第一节 中国图书印刷行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地图书印刷市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区图书印刷市场规模分析

四、华东地区图书印刷市场规模预测

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、华中地区图书印刷市场规模分析

四、华中地区图书印刷市场规模预测

#### 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、华南地区图书印刷市场规模分析

### 第九章 2016-2018年中国图书印刷行业竞争情况

#### 第一节 中国图书印刷行业竞争结构分析（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 中国图书印刷行业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 中国图书印刷行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

### 第十章 图书印刷行业企业分析（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年中国图书印刷行业发展前景分析与预测

### 第一节中国图书印刷行业未来发展前景分析

#### 一、图书印刷行业国内投资环境分析

#### 二、中国图书印刷行业市场机会分析

#### 三、中国图书印刷行业投资增速预测

### 第二节中国图书印刷行业未来发展趋势预测

### 第三节中国图书印刷行业市场发展预测

#### 一、中国图书印刷行业市场规模预测

#### 二、中国图书印刷行业市场规模增速预测

#### 三、中国图书印刷行业产值规模预测

#### 四、中国图书印刷行业产值增速预测

#### 五、中国图书印刷行业供需情况预测

### 第四节中国图书印刷行业盈利走势预测

#### 一、中国图书印刷行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国图书印刷行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国图书印刷行业投资风险与营销分析

### 第一节 图书印刷行业投资风险分析

#### 一、图书印刷行业政策风险分析

#### 二、图书印刷行业技术风险分析

#### 三、图书印刷行业竞争风险

#### 四、图书印刷行业其他风险分析

### 第二节 图书印刷行业企业经营发展分析及建议

#### 一、图书印刷行业经营模式

#### 二、图书印刷行业销售模式

#### 三、图书印刷行业创新方向

### 第三节 图书印刷行业应对策略

#### 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年中国图书印刷行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国图书印刷行业品牌战略分析

- 一、图书印刷企业品牌的重要性
- 二、图书印刷企业实施品牌战略的意义
- 三、图书印刷企业品牌的现状分析
- 四、图书印刷企业的品牌战略
- 五、图书印刷品牌战略管理的策略

### 第二节中国图书印刷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 中国图书印刷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年中国图书印刷行业发展策略及投资建议

### 第一节中国图书印刷行业产品策略分析

- 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 中国图书印刷行业定价策略分析

### 第三节中国图书印刷行业营销渠道策略

- 一、图书印刷行业渠道选择策略
- 二、图书印刷行业营销策略

### 第四节中国图书印刷行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国图书印刷行业重点投资区域分析

## 二、中国图书印刷行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/342354342354.html>