

中国图书出版发行行业市场调研与未来趋势研究 报告（2014-2019）

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《中国图书出版发行行业市场调研与未来趋势研究报告（2014-2019）》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/192892192892.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

中国报告网发布的《中国图书出版发行行业市场调研与未来趋势研究报告(2014-2019)》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、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研究分析。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。

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证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录

第一章 图书出版发行相关知识概述

1.1 出版发行概述

1.1.1 出版历史

1.1.2 出版的流程

1.1.3 现代出版业

1.1.4 出版业价值链

1.1.5 发行的相关术语

1.2 图书的商品性质

1.2.1 图书是一种文化商品

1.2.2 图书商品有显著的差异化

1.2.3 图书属于较弱的超必需品

1.2.4 图书商品具有正外部性

第二章 2014年全球图书出版发行产业运行

2.1 2014年世界图书出版发行运行总况

2.1.1 世界图书出版发行业发展环境分析

2.1.2 世界图书出版发行业现状分析

2.1.3 世界图书印制与版权意识分析

2.1.4 世界图书出版发行业市场特征分析

2.1.5 世界图书出版发行业市场发展动态分析

2.2 美国图书出版发行分析

2.3 日本图书出版发行分析

2.4 英国图书出版发行分析

2.5 德国图书出版发行分析

第三章 2014年中国图书出版行业发展分析

3.1 中国图书出版业的发展阶段

3.2 中国图书出版发展状况

3.3 图书出版的板块结构分析

3.4 剖析中国图书出版业的滞胀现象

第四章 2014年中国图书出版市场分析

4.1 中国图书出版市场概述

4.2 图书出版市场的垄断与竞争

4.2.1 国内外图书出版市场特征比较

4.2.2 图书出版市场不完全竞争的根源

4.2.3 出版市场有效竞争的前提

4.3 图书出版市场的成本分析

4.3.1 图书出版的资金及市场

4.3.2 图书出版成本预计

4.3.3 图书出版成本的计算

4.4 图书出版市场中存在的主要问题

4.4.1 图书出版市场需净化

4.4.2 高库存牵制图书出版市场发展

4.4.3 图书出版市场结构不合理

4.4.4 图书出版市场资源浪费严重

第五章 中国图书发行行业分析

5.1 中国古代图书发行概述

5.2 中国图书发行市场结构及模式分析

5.3 中国图书发行行业的发展概况

5.3.1 中国图书发行业取得的巨大成就

5.3.2 图书发行业进入新时期

5.3.3 图书发行业的整合发展

5.4 区域图书发行状况分析

5.4.1 江苏陕西两省图书发行业战略携手

5.4.2 福建图书发行业在海西建设中应有大作为

5.4.3 新疆图书发行业发展迅速

5.4.4 陕西邮政进军图书发行业

5.4.5 广西图书发行业优质服务创形象

第六章 2014年中国不同类型图书出版发行业状况分析

6.1 少儿图书出版发行状况

6.1.1 近年来中国少儿图书出版详述

6.1.2 中国少儿图书出版市场影响因素

6.1.3 少儿图书出版格局解析

6.1.4 少儿图书出版业发展趋于多元化

6.1.5 少儿引进版图书市场状况

6.2 科普图书出版发行状况

6.2.1 科普图书出版发行概述

6.2.2 科普图书出版存在的问题

6.2.3 中国科普图书出版发行的发展策略

6.3 教育图书出版业

6.3.1 教育图书出版业发展概述

6.3.2 教育图书出版现状分析

6.3.3 2014年教育图书出版的发展情况

6.3.4 教育图书出版业的发展困境

6.4 文学图书出版业

6.4.1 青春文学图书市场发展回顾

6.4.2 类型文学图书的出版分析

6.4.3 文学图书出版市场竞争无序

第七章 2014年中国网络时代图书出版发行的发展分析

7.1 网络出版的发展

7.2 网络环境下图书出版发行业的发展

7.2.1 网络环境下中国图书出版发行业的基本现状

7.2.2 网络环境下我国图书出版业面临的问题

7.2.3 网络环境图书出版发行业的发展策略

7.2.4 网络环境下图书出版发行业的发展走向

7.3 电子图书出版产业

7.3.1 我国电子图书产业的发展规模

7.3.2 我国电子图书出版的主要模式

7.3.3 图书出版单位开展电子图书出版的概况

7.3.4 电子图书发行市场变化趋势及盈利模式

7.3.5 电子图书主要技术平台的概况

7.3.6 电子图书出版产业典型案例解析

7.4 网上书店

7.4.1 网上书店概述

7.4.2 网上书店对图书批发环节的影响

7.4.3 网上书店对图书零售环节的影响

第八章 2014年中外图书出版发行重点企业

8.1 培生集团

8.1.1 公司简介

8.1.2 培生的战略要素

8.1.3 培生发展战略类型

8.1.4 培生的发展竞争战略

8.1.5 培生的职能战略（产品战略）

8.1.6 培生教育集团大中华战略正式启动

8.2 人民教育出版社

8.2.1 人民教育出版社简介

8.2.2 人教社出版《汉语2008》丛书

8.2.3 人教社推出学校体育运动书籍

8.2.4 人教社开辟图书出版业发展新路

8.3 高等教育出版社

8.3.1 高等教育出版社简介

8.3.2 高教社开通学术期刊在线出版平台

8.3.3 高教社携手希腊推出汉语教材

8.3.4 高教社“蓝色发行”的发行模式

8.4 新华出版社

8.4.1 新华出版社简介

8.4.2 新华出版社新书献读者

8.4.3 新华出版社品牌战略阶段分析

8.5 其他图书出版发行企业

8.5.1 外语与教学研究出版社

8.5.2 上海世纪出版集团

8.5.3 新华图书发行集团

8.5.4 江苏新华发行集团

8.5.5 电子工业出版社

第九章 2014-2019年中国图书出版发行产业投资分析

9.1 2014-2019年中国图书出版发行行业投资概况

9.1.1 图书出版发行行业投资特性

9.1.2 图书出版发行具理念分析

9.1.3 图书出版发行投资环境利好

9.2 2014-2019年中国图书出版发行投资机会分析

9.2.1 图书出版发行投资热点

9.2.2 图书出版发行投资吸引力分析

9.1.3 图书出版发行具有良好的投资价值

9.3 2014-2019年中国图书出版发行投资风险及防范

9.3.1 技术风险分析

9.3.2 金融风险分析

9.3.3 政策风险分析

9.3.4 竞争风险分析

9.4 专家投资观点

第十章 2014-2019年中国图书出版发行业发展前景趋势透析

10.1 2014-2019年中国图书出版发行业发展前景分析

10.1.1 2015年全球图书出版行业的发展前景

10.1.2 2014-2019年中国图书出版发行业发展前景预测

10.2 2014-2019年中国图书出版发行业发展趋势分析

10.2.1 图书出版业趋势

10.2.2 图书发行业趋势

10.2.3 图书图版发行的数字化趋势

10.3 2014-2019年中国图书出版发行业市场预测分析

10.3.1 图书出版发行业市场供需预测分析

10.3.3 图书出版发行业市场销量预测分析

10.4 2014-2019年中国图书出版发行业市场盈利预测分析

图表详见正文

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/192892192892.html>