

2018年中国传统书刊印刷市场分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

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年中国传统书刊印刷市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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/346489346489.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

近几年，我国印刷业在重治环境污染、严管安全法规、出口动能萎缩、人口红利消失、资源成本上升以及互联网经济、供给侧改革等因素的共同作用下，进入了增速放缓、深度调整、融合创新的新常态，企业普遍呈现出生产成本上升、低端产能过剩、盈利能力下降的经营态势。其中传统书刊印刷企业总体存在业务市场渠道单一、产品同质化程度较高、工艺研发能力薄弱、装备规模效应偏低、数字技术运用水平低端、进入国际市场资质欠缺、绿色生态发展层次不高的经营困难。要破解这些共性问题，就迫切需要书刊印刷企业积极主动研究如何实施转型升级。

图：传统书刊印刷

资料来源：公开资料整理

坚持“绿色化”的发展方向，夯实转型升级的基础能力

1. 牢固确立绿色生态理念

“坚持生态发展、实施绿色转型”已成为印刷行业的共识。经过“十二五”的发展，已有13亿册中小学教材教辅和青少年读物的幼儿图书，率先使用绿色环境标志，全国40%的出版社主动生产绿色出版物，很多实体书店铺设了绿色印刷图书专柜，绿色印刷成果初见成效，涵盖出版全产业链的绿色印刷体系已初步构成。因此，书刊印刷企业坚持走“绿色立企、生态强企”之路，是实施转型升级的必然选择。

2. 持续开展绿色生产行动

在绿色印刷工作的深化拓展中，指导绿色印刷实施的《绿色印刷体系表》《绿色原辅材料产品目录》《印刷产业发展技术线路图》等一系列的标准体系，正逐步丰富和完善；绿色印刷建设工程已经迈入“约束保底线，激励示范性”的激励和约束并重的新阶段；政府开始采取对包装印刷试点排污收费的政策效应，正在倒逼印刷业加快推进全生产流程的绿色化升级。所以，书刊印刷企业要深入贯彻绿色印刷标准，持续开展清洁生产和VOCs的治理工作，夯实转型升级基础。

3. 不断提升绿色印刷层次

“绿色工作”任重而道远，书刊印刷企业要不断通过资金投入、资源配套、要素协同的合力推进，深度实施绿色印刷建设工程。积极采用环保原辅材料、引进CTP直接制版系统、

进一步普及印刷数字化、积极探索印刷智能应用等一系列技术装备，不断提高绿色印刷工作的层次和水平，持续完善集观念、制度、科技于一体的绿色环保体系，使企业迈上绿色生态与经营效益良性发展的道路。

坚持“特色化”发展目标，增强转型升级的专业能力

1.专业化的生产流程

传统书刊印刷企业首先要围绕印刷数字化提升专业化水平。如通过对印前设计制作、数码打样、国际标准的色彩管理系统的专业化改造，植入油墨预置、闭环系统、CIP3连线的印刷机数字化系统，启动印后装订联动集成技术系统等，来提升传统印刷企业应对数字环境下的设计能力和服务水平，主动适应图书包装化的趋势；要持续提高设计创意、制作加工、色彩管理、工艺研发等专业能力，进一步提升印刷中高端产品的专业化能力。

2.差异化的工艺技术

以差为别，以特领先，借鉴示范企业工艺研发经验，注重新材料的运用，开发印后装帧工艺，如封面磨砂、仿布书函套，书芯切口滚花、滚金边、植绒、发味等，形成产品的特色化。利用设备改造替代手工操作，改变“手工配套”的劳动密集，加速生产效能的差异化；在企业既有能力基础上集成新技术，如3D印刷和RFID印刷技术，实现产品差异化。

3.精准化的产品组合

根据自身的特点及实力，生产出最能体现企业的特色产品，是书刊印刷企业在转型升级过程中营销的必答题。“大而全”的市场定位，已明显不匹配企业资源，实施因企制宜的“专而特”的经营路线，采取有所为有所不为的产品策略，在专业化和特色化的平台上，形成企业产品的精细化。比如提到“账册”就能想到上海立信，提到精装书就自然想到南京爱德，提到扑克就自然想到姚记等，让产品在市场上产生“映射效应”。

4.特色化的企业协作

传统书刊印刷企业转型中，要加快调整内部生产链，将自身资源聚焦在最有效能的环节，做强具有核心竞争力的生产模块，非核心业务通过企业之间协作，在分工协作中，企业以高性价比的特色优势，为客户提供产品及其应用解决方案。

坚持“国际化”经营，提升外向转型的拓展能力

1.产品的市场定位

海外市场外发的图书，是生产自动化程度偏低的儿童类彩色图书、精装和软精装的畅销彩色图书、宗教类图书、袖珍型图书、装帧工艺特殊、正文内容印制精美的高档画册和印后相对复杂的收藏类图书，以及文具类、贺卡、笔记本等。书刊印刷企业在进军国际市场的过程中，要根据自身的比较优势和专业特色，明确渠道建设和产品定位。

2.市场的准入条件

实现经营业务国际化的首要任务，是取得进入该国家、行业印刷供应商必须具备的相关资质。例如：色彩管理的G7标准认证、美国消费者安全协会的SPCIA标准认证、企业社会责任的ISO2600标准认证、美国材料与实验协会的ASTM认证、森林可持续认证FSC、PEFC认证、温室气体排放的ISO14064认证、碳足迹PAS2050认证等，书刊印刷企业必须遵从国际贸易规则的要求，因企制宜，循序渐进地创造条件。

3.产品的品控标准

“全球分印、品质相同”是国际贸易中产品标准的游戏规则。因此，为了满足“本本符合、批批一致”的品质，要求书刊印刷企业在实施国际化的进程中，必须构建标准化的工作流程，从文件数据到色彩管理、从图文处理到工艺设计、从产品流程到品质控制、从实体空间与网络环境，建立全流程的与国际接轨的标准化平台，适应书刊印刷企业向国际化转型的需要。

4.经营的风险防控

书刊印刷企业要科学谋划内经、外贸两个市场，健全在国际贸易中的资金风险防范制度，建立和完善品质风险的控制流程。产品走出国门的背后，是对企业标准、管理、工艺、技能等综合能力在国际平台上的检验。因此，只有加强企业团队建设，培养和造就一批拥有严谨细致的管理团队、创新激情的研发团队、尽职尽责的品控团队，勇谋善断的营销团队，规范有序的生产团队，才能使书刊企业在国际化转型中有效建立起防范经营风险的机制。

坚持“网络化”布局，提高转型升级的创新能力

1.推进信息化普及依托信息化推动企业

管理方式的转型升级。目前，书刊印刷企业的信息化建设工作，正处于业务开发向系统集成推进。基本完成了生产管理和生产控制之间的集成应用；生产管理与销售以及供应管理之间的集成应用；各项管理业务和财务管理的集成应用。当前，还要与时俱进积极思考在“互联网+”环境下，企业信息化建设工作，要利用ERP系统融合企业内外资源，利用CRM系统贯通经营和市场信息，利用EHR系统进行人力资源的绩效考核，在OA系统平台上努力实施公司的战略落地和无缝对接。

2.加快网络化构建

依托网络化推动企业运营平台的转型升级。大多数印刷企业内部网络具备了提高效率节约成本的通联功能。在基于端、网、云架构环境下，组织生产服务、技术创新、资源配置的书刊印刷企业，要加快构建信息技术与实体运营相补充的网络平台，打通在互联网时代拓展上下游价值链的枢纽，不断提高企业捕捉商机的能力，在产品经济向服务经济过渡的当下，实现“弯道超越”的企业追求。

3.重视数据化集成

依托数据化推动企业融合创新的转型升级。传统书刊印刷企业要在普及信息化和构建网络化的基础上，导入大数据思维，积极推动数字信息技术与企业经营战略的深度融合，确立“以技术集成、管理效能、商业价值”统筹发展为数据应用的工作目标，加快建立在数据环境中的资产形态、技术层次、资源配置等要素的优化体系，积聚支撑大数据发展的技术创新和集成应用平台，让大数据资源助推书刊印刷企业的转型升级。

4.参与市场化探索

依托“信息化、网络化、数据化”转型升级的书刊印刷企业，正在进行融合创新的市场化实践。

这些企业或是正在推进按需印刷POD的快速普及；或是正在推出线上线下融合电商平台如印刷家、盛通商印等；或是正在借鉴雅昌艺术网，打造数字资产管理应用的商业模式，实现印刷跨界经营；或是正在关注凤凰集团C C P P中国云印平台，进行生产链、产业链、价值链深度整合。但是，如何找到一条真正符合企业特点的融合创新之路，正期待着书刊

印刷企业自身的努力探索。

坚持“精细化”管理，催生转型升级的内生动力

1.服务内容的精细化

“质量、周期、服务”是书刊印刷企业满足市场的基本需求。为顺应图书向精致化和包装化升级的新趋势，适应图书消费终端需求向多元个性边界延伸的新要求，书刊印制企业的服务范围必须从制作加工向技术服务延伸，建立起从传统制作加工向为客户提供智慧服务的运作模式，以服务为管理核心的抓手，增强企业的市场竞争力，不断提高“服务”对创造企业营收和利润的贡献率。

2.管理方式的精细化

书刊印刷是一个微利行业，管理质量的优劣直接影响到企业经营业绩。

在当前招工难的困境下，管理难是绕不过的门槛。因此，书刊印刷企业要坚持管理向精细化转型，根据自身规模特点，用“数字化、时间化、品质化”表现岗位工作状态的三维指标，来实现流程的精细化。在印刷行业融合创新的业态转型中，持续进行企业的岗位职能整合和管理流程优化再造，努力实现以“岗尽其职、责尽所能、人尽其用”为管理功能精细化的目标。

3.财务功能的精细化

在书刊印刷行业的转型期，企业理所当然要谋划骨干设备改造、市场结构调整、专业技术升级等重大事项，这些关键决策正确与否事关企业的生存发展。因而，企业要利用财务信息化功能，依据财务数据提供客观公正的评价机制，主动改变“经验思维、盲目臆断”的决策模式，以防在转型升级中的企业做错重大决策。

总之，传统书刊印刷企业要主动适应行业发展的新常态，加快走出以拼设备、杀价格恶性竞争的沼泽地带，以转型升级为主线，提高企业的市场核心竞争力，走绿色、数字、网络、智能四位一体融合创新的发展道路，让传统书刊企业在实施转型升级的过程中不断焕发勃勃生机。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国传统书刊印刷市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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年中国传统书刊印刷行业发展概述

第一节 传统书刊印刷行业发展情况概述

- 一、传统书刊印刷行业相关定义
- 二、传统书刊印刷行业基本情况介绍
- 三、传统书刊印刷行业发展特点分析

第二节 中国传统书刊印刷行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、传统书刊印刷行业产业链条分析
- 三、中国传统书刊印刷行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国传统书刊印刷行业生命周期分析

- 一、传统书刊印刷行业生命周期理论概述
- 二、传统书刊印刷行业所属的生命周期分析

第四节 传统书刊印刷行业经济指标分析

- 一、传统书刊印刷行业的赢利性分析
- 二、传统书刊印刷行业的经济周期分析
- 三、传统书刊印刷行业附加值的提升空间分析

第五节 国中传统书刊印刷行业进入壁垒分析

- 一、传统书刊印刷行业资金壁垒分析
- 二、传统书刊印刷行业技术壁垒分析
- 三、传统书刊印刷行业人才壁垒分析
- 四、传统书刊印刷行业品牌壁垒分析
- 五、传统书刊印刷行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球传统书刊印刷行业市场发展现状分析

第一节 全球传统书刊印刷行业发展历程回顾

第二节 全球传统书刊印刷行业市场区域分布情况

第三节 亚洲传统书刊印刷行业地区市场分析

- 一、亚洲传统书刊印刷行业市场现状分析
- 二、亚洲传统书刊印刷行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲传统书刊印刷行业市场前景分析

第四节 北美传统书刊印刷行业地区市场分析

- 一、北美传统书刊印刷行业市场现状分析
- 二、北美传统书刊印刷行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美传统书刊印刷行业市场前景分析

第五节 欧盟传统书刊印刷行业地区市场分析

- 一、欧盟传统书刊印刷行业市场现状分析
- 二、欧盟传统书刊印刷行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟传统书刊印刷行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界传统书刊印刷行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球传统书刊印刷行业市场规模预测

第三章 中国传统书刊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、全社会消费品传统书刊印刷总额

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 中国传统书刊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 中国传统书刊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 中国传统书刊印刷行业运行情况

第一节 中国传统书刊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 中国传统书刊印刷行业市场规模分析

第三节 中国传统书刊印刷行业供应情况分析

第四节 中国传统书刊印刷行业需求情况分析

第五节 中国传统书刊印刷行业供需平衡分析

第六节 中国传统书刊印刷行业发展趋势分析

第五章 中国传统书刊印刷所属行业运行数据监测

第一节 中国传统书刊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 中国传统书刊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 中国传统书刊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年中国传统书刊印刷市场格局分析

第一节 中国传统书刊印刷行业竞争现状分析

- 一、中国传统书刊印刷行业竞争情况分析
- 二、中国传统书刊印刷行业主要品牌分析

第二节 中国传统书刊印刷行业集中度分析

- 一、中国传统书刊印刷行业市场集中度分析
- 二、中国传统书刊印刷行业企业集中度分析

第三节 中国传统书刊印刷行业存在的问题

第四节 中国传统书刊印刷行业解决问题的策略分析

第五节 中国传统书刊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年中国传统书刊印刷行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国传统书刊印刷行业消费特点

第二节 中国传统书刊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 传统书刊印刷行业成本分析

第四节 传统书刊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 中国传统书刊印刷行业价格现状分析

第六节 中国传统书刊印刷行业平均价格走势预测

- 一、中国传统书刊印刷行业价格影响因素
- 二、中国传统书刊印刷行业平均价格走势预测
- 三、中国传统书刊印刷行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国传统书刊印刷行业区域市场现状分析

第一节 中国传统书刊印刷行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区传统书刊印刷市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区传统书刊印刷市场规模分析
- 四、华东地区传统书刊印刷市场规模预测

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、华中地区传统书刊印刷市场规模分析
- 四、华中地区传统书刊印刷市场规模预测

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、华南地区传统书刊印刷市场规模分析

第九章 2016-2018年中国传统书刊印刷行业竞争情况

第一节 中国传统书刊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 中国传统书刊印刷行业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 中国传统书刊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 传统书刊印刷行业企业分析（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年中国传统书刊印刷行业发展前景分析与预测

第一节 中国传统书刊印刷行业未来发展前景分析

一、传统书刊印刷行业国内投资环境分析

二、中国传统书刊印刷行业市场机会分析

三、中国传统书刊印刷行业投资增速预测

第二节 中国传统书刊印刷行业未来发展趋势预测

第三节 中国传统书刊印刷行业市场发展预测

一、中国传统书刊印刷行业市场规模预测

二、中国传统书刊印刷行业市场规模增速预测

三、中国传统书刊印刷行业产值规模预测

四、中国传统书刊印刷行业产值增速预测

五、中国传统书刊印刷行业供需情况预测

第四节 中国传统书刊印刷行业盈利走势预测

- 一、中国传统书刊印刷行业毛利润同比增速预测
- 二、中国传统书刊印刷行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国传统书刊印刷行业投资风险与营销分析

第一节 传统书刊印刷行业投资风险分析

- 一、传统书刊印刷行业政策风险分析
- 二、传统书刊印刷行业技术风险分析
- 三、传统书刊印刷行业竞争风险分析
- 四、传统书刊印刷行业其他风险分析

第二节 传统书刊印刷行业企业经营发展分析及建议

- 一、传统书刊印刷行业经营模式
- 二、传统书刊印刷行业销售模式
- 三、传统书刊印刷行业创新方向

第三节 传统书刊印刷行业应对策略

- 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年中国传统书刊印刷行业发展策略及投资建议

第一节 中国传统书刊印刷行业品牌战略分析

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

第二节 中国传统书刊印刷行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国传统书刊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年中国传统书刊印刷行业发展策略及投资建议

第一节 中国传统书刊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 中国传统书刊印刷行业定价策略分析

第三节 中国传统书刊印刷行业营销渠道策略

- 一、传统书刊印刷行业渠道选择策略
- 二、传统书刊印刷行业营销策略

第四节 中国传统书刊印刷行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国传统书刊印刷行业重点投资区域分析
- 二、中国传统书刊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/346489346489.html>