

# 2018-2023年中国出版产业市场现状规划调查与未来发展趋势预测报告

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《2018-2023年中国出版产业市场现状规划调查与未来发展趋势预测报告》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/chubanfenxiao/297163297163.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

出版行业作为传统传媒行业，也是最先上市的传媒公司类型之一，在资本市场一直受到较多偏见。由于主要企业属于国企，因此往往与国企改革进行挂钩，但是传媒领域的国企改革可能并不如其它领域容易顺利推进。此外，出版行业作为管控较为严格的行业，历年来行业增速较为稳定但缺少增长动力甚至停滞，对于行业内公司来说，增速处于个位数难以获得较高估值。

但另一方面，出版行业仍在积极的拥抱变化，虽成败不一，质疑不断，但在游戏、大众出版、教育&数字教育、影视、大数据等领域也做出了较多的转型布局。随着第一家民营图书策划出版公司新经典的上市，以及中信出版、创业黑马新的细分领域龙头的招股说明书的预披露，平治信息、掌阅、阅文集团等数字阅读公司在资本市场逐步亮相，出版行业的投资机会值得我们重视。

### 出版行业的分类

全球出版业主要细分为教育出版、大众出版及专业出版三大领域，中国各级各类出版社主要业务领域与国际一致，其中教育出版在全球图书市场占较重要位置。教育类图书主要包括教材教辅类、培训类及工具类等，其中课本为最主要产品。

2015年，中国课本出版占全国图书总印数的38.41%，总印张的35.39%，定价总金额的24.27%。在专业出版领域，中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。

目前中国出版行业形成了以综合出版集团公司为主体及分散单一出版两种格局。一级为中央级出版集团，如出版集团定位为专业出版及大众出版、中国教育出版传媒集团有限公司定位于教育出版、中国科技出版传媒集团有限公司定位于专业出版。另一级是地方出版集团，如中南出版传媒集团股份有限公司、新华文轩出版传媒股份有限公司、江苏凤凰出版传媒股份有限公司等。

### 中国图书市场基本结构

资料来源：中国报告网整理

**国有出版企业：**依托大型出版集团，具有地域性特点，拥有教育出版领域及专业出版领域优势。教育出版中的垄断优势在于制定出版中小学教材的机构。具备较高进入门槛，新进入者竞争较小

**民营出版企业：**依靠对市场敏锐把握推出某一领域的大众出版类作品，但其替代品多门槛低。主要竞争优势在于推出优质作品、建立行业品牌及绑定优质原创作家。

**出版行业产业链** 出版行业产业链可以分为上游内容、物资提供、中游图书策划、出版，下游发行几个环节。其中，上游的内容供应主要为作者个人或者机构，通过版权授权

的形式授权给策划机构或出版社进行出版，再通过发行商，在书店、网店等渠道进行销售，最终到达读者。

## 出版行业产业链

资料来源：中国报告网整理 作者为内容生产的核心。在大众图书方面，由于头部作者所写的作品所带来的图书销售量更强，因此，作者的议价权更强。而在教辅教材方面，内容的提供者主要为教材编订者，下游教材的需求主要为政府购买，因此价格弹性受政策影响较大、销售量的弹性也受学生数量的影响。

上游，图书策划环节包括内容生产、内容策划。主要包括作者和图书策划机构，在其过程中，内容策划业务包括“选题—策划—编辑—制作”四个具体环节，市场参与主体包括两类：一类为民营图书公司、独立工作室及个人，结合市场需求进行内容开发、创作，为出版社提供内容服务；另一类为出版社通过策划、编辑团队进行自主的内容开发制作。

中游，图书出版，内容从创作、策划变为实物的过程。出版社对自主策划或由内容提供商提供的图书选题审核后，报相关单位审核，通过后进行编辑、加工、排版及封面设计等制作工作，经申请书号、申报图书在版编目数据等程序后报国家新闻出版广电总局备案，出版社委托具有相应资质的印刷公司进行图书的印刷和装订。

下游，图书的发行、分销、零售环节，主要将图书从印刷厂分发至各类渠道（如书店、网店）最终到达读者手中的过程。其中，线上和线下渠道分别有：线上网店主要包括当当网、亚马逊、京东、天猫商城、淘宝网等；线下实体店主要包括新华书店、连锁书店、民营独立书店。

从上述描述来看，整个产业链的壁垒各有不同。上游的壁垒主要体现在优质内容的创作、优秀作者的发掘能力，市场格局较为分散；中游主要为政策壁垒，出版社仍然为国家管控行业，因此出版资源仍然稀缺且需满足相关出版社的审核要求；下游壁垒主要为用户壁垒，即其渠道越强或掌握越多的读者，其议价能力便越强。总体来看，我们认为出版行业中大众出版的上游有较大的投资性价比，而下游的拥有核心地段实体新型书店渠道，以及头部网络书店渠道（目前已经基本上为综合型电商平台）具有较大的优势。

出版行业市场规模：教辅教材为主，大众出版增速较快 2015年中国共出版图书约48万种，较2014年同比增长6.11%，其中，新版图书26.04万种，较2014年增长1.76%；重印图书21.54万种，较2014年增长11.90%。2015年总印数86.62亿册，较2014年同比增长5.83%；定价总金额1476.1亿元，较2014年同比增长8.26%。2006-2016年全国图书出版定价总金额复合增长率为7%。

对比 2014-2015 年出版图书数量、总印数、总定价金额

资料来源：中国报告网整理

2006-2016 年中国图书出版定价金额与种类概况

数据来源：国家统计局

不同的图书类型市场规模和增速均有所不同。如下表所示，2016 年码洋占比较高的图书类型分别是教辅教材（25.87%）、社科（20.31%）、少儿（18.86%）、文艺（17.91%）。而从大类来看大众图书（包括文艺、少儿、社科、生活休闲）的码洋占比从 2012 年的 57.25% 上升至 2016 年的 61.37%，可见大众图书的市场占比正在逐步扩大，其中文艺、少儿类图书市场年增速可达 10%-20%。

2012-2016 实体店渠道不同类别图书码洋占比

\*注：上述数据均为实体书店渠道数据

资料来源：中国报告网整理

中国报告网发布的报告书内容严谨、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。

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 出版行业的相关概念及相关要素

#### 第一节 出版行业的概念

一、我国出版业的性质、特点及结构组成

二、现代出版业的内涵

三、出版传播的规律

四、新闻出版产业的性质和特点

#### 第二节 出版物的概念、种类及各种出版物的不同特点

## 一、出版物的概念

## 二、出版物的种类

### 第三节 出版业的价值链分析

#### 一、出版业价值链概念

#### 二、出版业价值链的现状

#### 三、出版业价值链的管理

#### 四、出版业价值链的整合

### 第四节 出版行业的资本运作

#### 一、概念与现状

#### 二、出版业资本运作的主体

#### 三、出版业资本运作的方式与指向

#### 四、资本运作提升对企业经营者的要求

## 第二章 世界出版业发展分析

### 第一节 世界出版业综述

#### 一、世界出版业的特点

#### 二、国外出版业宏观管理体系及启示

#### 三、新技术革命对国际出版业的影响

#### 四、经济全球化对世界出版业的影响

#### 五、金融危机对世界出版业发展的影响分析

### 第二节 美国

#### 一、2015年美国出版业收入概况

#### 二、2015年美国出版业并购分析

#### 三、2015年美国出版业市场分析

#### 四、2015年美国出版市场发展特征分析

#### 五、美国三大出版业数字化商业模式分析

#### 六、美国出版业的核心竞争力

#### 七、浅析美国出版业的营销过程管理

#### 八、美国出版业尝试新科技手段开拓市场

### 第三节 日本

#### 一、日本出版业的历史

#### 二、日本出版业夕阳西下

#### 三、2015年日本出版业分析

#### 四、日本出版业掀起“流通革命”推责任销售模式

#### 五、日本出版业形势严峻 杂志销售状况比书籍糟

## 六、日本出版业不景气转向发展手机漫画

## 七、2015年日本出版业预测

### 第四节 英国

#### 一、英国出版行业劲升 十年种类增长达22%

#### 二、英国期刊出版业发展的概况

#### 三、英国现代图书出版业的特点

#### 四、2015年英国出版业发展综述

#### 五、英国发展数字出版业的对策

### 第五节 台湾地区

#### 一、台湾出版行业的现状解析

#### 二、台湾出版行业组织有待整合

#### 四、台湾出版业创新与整合是发展核心

### 第六节 其他国家和地区

#### 一、法国出版业经济政策分析

#### 二、澳大利亚图书出版业简况

#### 三、韩国出版行业的处境尴尬

#### 四、意大利出版业现状与发展前景

## 第三章 中国出版业发展分析

### 第一节 中国出版业的发展概况

#### 一、中国新闻出版业30年发展成就

#### 二、2015年中国出版业发展综述

#### 三、2015年我国新闻出版业发展简况

#### 四、2015年中国新闻出版业发展分析

#### 五、国内出版发行业跨区域重组经营浅析

### 第二节 中国出版业发展的特点分析

#### 一、我国出版行业市场化进程

#### 二、国内出版业资本运营现状

#### 三、我国出版业信息化特点

#### 四、全球化：中国出版业的挑战与机遇

### 第三节 中国出版业中的民营资本

#### 一、新形势下民营书业发展现状及趋势

#### 二、民营资本和外资已成中国出版业重要组成部分

#### 三、民营书业逼近出版业核心领域

#### 四、出版业中民营资本 欲借改制抄底国有出版社

#### 第四节 中国出版业改革发展分析

- 一、我国新闻出版改革政策回顾
- 二、我国出版业体制改革的背景
- 三、加快传媒业上市是改制的有效法宝
- 四、我国出版业体制改革进展
- 五、体制改革为新闻出版业带来全新景象
- 六、出版业改革的核心是制度创新

#### 第五节 2015-2017年中国出版物进出口分析

- 一、2015年中国出版物进出口分析
- 二、2015年中国出版物进出口分析
- 三、2015年中国出版物进出口分析
- 四、2015年中国出版物进出口分析

#### 第六节 重构中国出版新格局分析

- 一、重构中国出版新格局的背景
- 二、重构出版新格局的主要任务与措施
- 三、重构中国出版业新格局的前景分析

#### 第七节 中国少数民族出版业发展探讨

- 一、中国少数民族出版业发展简况
- 二、我国少数民族出版业面临的困境
- 三、我国少数民族出版业发展对策

### 第四章 中外出版业合作发展分析

#### 第一节 中外出版业合作发展环境

- 一、中国出版业的对外政策解读
- 二、中国出版市场正有秩序地逐步开放
- 三、中国继续加大对国际出版合作的扶持力度
- 四、国际出版合作发展前景趋势

#### 第二节 中外出版业合作发展概况

- 一、中外出版商深度合作回顾
- 二、中外出版商深度合作成趋势
- 三、中国出版对外合作业务中存在的问题
- 四、中国出版业在国际合作中发展的对策

#### 第三节 中俄出版合作发展分析

- 一、中俄出版合作发展的历史
- 二、中俄出版合作发展概况

### 三、推进中俄出版合作发展的建议

#### 第四节 海峡两岸出版业合作发展分析

- 一、大陆对台湾出版政策开放程度
- 二、海峡两岸出版业合作发展概述
- 三、探析两岸出版产业合作的路径选择

#### 第二部分 出版细分行业分析

## 第五章 报纸的出版

### 第一节 中国报业的发展回顾

- 一、中国报业信息化发展趋势
- 二、中国报纸出版体制改革取得的成果
- 三、中国现代报业集团的发展之路
- 四、对发展报业循环经济的思考
- 五、报业的竞争环境与竞争战略分析

### 第二节 中国报业发展新形势分析

- 一、金融飓风席卷中国报业
- 二、2015年全国报纸印量统计数据
- 三、2015年中国报业广告增长9.4%
- 四、2015年中国报业发展回顾与展望
- 五、2015年中国报业发展亮点解读

### 第三节 中国报业发展面临的问题及对策

- 一、我国报业媒体存在的主要问题
- 二、新媒体与金融危机夹击下传统报业艰难生存
- 三、报业的困境与未来数字化发展
- 四、报业经营“发行为王”解析
- 五、构建科学的报纸出版体制机制

### 第四节 中国报业的发展趋势

- 一、中国将进一步深化报业体制改革
- 二、未来中国报业发展方向
- 三、报纸发行模式的发展趋势
- 四、报纸版式创新的发展趋势

## 第六章 图书出版业

### 第一节 中国图书出版业总体概况

- 一、中国图书市场繁荣发展

二、我国图书版权输出数量连年上升

三、2015年我国出版图书情况

四、2015年图书市场分析

五、我国图书出版工作室模式的运作案例解析

第二节 图书出版业营销分析

一、图书营销部门的机制创新解析

二、中国图书出版业的扁平化营销

三、图书营销战略模式与选择

四、出版社图书营销渠道建设分析

五、出版社服务营销的现状对策

六、国内图书买方市场下的主要策略

第三节 图书出版业发展的问题与对策

一、中国图书出版行业的五大病根

二、中国图书出版业如何面对三大挑战

三、中国图书出版业的其他问题探究

四、信用问题阻碍图书出版发行业

五、发展中国图书出版业的主要措施

六、我国图书出版业的经营对策

第四节 图书出版业发展预测

一、中国图书出版业发展面临的机遇

二、未来中国图书出版业发展的趋势

三、中国图书出版产业的八大趋势

第七章 音像制品的出版

第一节 中国音像产业分析

一、中国音像产业发展的特点

二、影响音像产品需求的因素

三、中国音像业发展处在“十字路口”

四、2015年音像业总体运行情况分析

五、2015年音像业双向救赎

六、全球化背景下中国音像业发展的挑战与机遇

第二节 中国音像出版业发展分析

一、改革开放30年中国音像出版业发展综述

二、我国音像出版业的产业链特征

三、音像出版业对民营资本开放 发行渠道成关注热点

四、中国音像出版业的投资规模和生产能力

五、我国音像出版业的分布特征

六、“十二五”重点音像出版规划增补选题

七、我国音像出版业的发展趋势分析

第三节 教育音像出版物的选题和策划

一、选题与列选的依据

二、选题过程规范化

三、选题策划的原则

四、选题策划的步骤及方法

第四节 中国音像出版业存在的问题

一、中国音像出版业存在的突出问题

二、阻碍中国音像出版业发展的原因

三、制约我国音像出版业发展的“瓶颈”

四、我国音像出版业长期陷入困局

第五节 发展中国音像出版业的对策

一、我国音像出版业发展的建议

二、发展中国音像出版业的基本思路

三、发展教育音像出版业应采取的对策

四、发展未成年人音像出版市场的建议

五、中国音像出版行业的发展战略

六、音像出版业的全球化贸易策略

## 第八章 网络出版业

第一节 网络出版的相关概述

一、网络出版的定义及特点

二、网络出版的价值及意义

三、网络出版的主要形式

四、网络出版业发展必需的条件

五、网络出版发展的优势

第二节 网络出版业发展分析

一、中国网络出版业发展总体概况

二、我国网络出版发展的特征和态势

三、我国网络出版产业竞争驱动力分析

四、2015年网游出版成为互联网出版业zui大亮点

五、2015年我国网络游戏出版分析

### 第三节 数字出版业

- 一、2015年中国数字出版产业发展回顾
- 二、2015年我国数字出版业规模突破500亿元
- 三、2015年我国数字出版业发展分析
- 四、我国数字出版产业现状的五大特点
- 五、当前数字出版产业发展的新趋势
- 六、推动数字出版产业发展的新举措
- 七、促进我国数字出版产业发展的建议

### 第四节 网络出版业存在的问题及对策

- 一、网络出版费用与收益问题
- 二、网络出版中存在的版权问题
- 三、加快我国网络出版业发展的建议
- 四、解析网络出版的七大盈利模式

### 第五节 网络出版业的发展趋势

- 一、2015年中国数字出版产业预测
- 二、网络出版产值高达10亿、博客文学或有潜力
- 三、传统出版业与数字提供商将逐步整合发展
- 四、专业网络出版网站经营模式未来发展探索
- 五、手机出版将成为网络出版的下一拐点
- 六、数字报纸有望得到较为迅速的普及
- 七、数码印刷机的应用前景广阔

## 第三部分 出版上市公司经营分析

### 第九章 国内外出版业上市公司经营分析

#### 第一节 新闻集团

- 一、企业简介
- 二、2015财年新闻集团经营状况
- 三、2015财年新闻集团经营状况
- 四、新闻集团扭亏为盈
- 五、新闻集团将从《阿凡达》净赚4亿美元
- 六、2015年新闻集团挑战谷歌在线新闻

#### 第二节 法国拉加代尔集团

- 一、公司简介
- 二、2015年法国拉加代尔集团大规模裁员应对互联网挑战
- 三、2015年拉加代尔集团经营状况

四、2015年度拉加代尔集团运营收入达31亿美元

五、2015年拉加代尔与Meredith建立品牌授权联盟

### 第三节 英国培生集团

一、集团介绍

二、2015年英国培生集团经营状况分析

三、2015年英国培生集团经营状况分析

四、英国培生集团1.45亿美元收购凯雷旗下华尔街英语

五、英国培生教育集团正式入主中国ELT市场 再掀狂澜

六、2015培生集团拟15亿英镑出售互动数据公司61%的股份

### 第四节 北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

一、公司简介

二、2015年出版传媒经营状况分析

三、2015年出版传媒经营状况分析

四、北方联合出版传媒加快打造大型出版集团步伐

五、北方联合出版传媒集团获30亿开发性金融合作资金支持

六、2015年北方联合出版传媒进军动漫产业

### 第五节 时代出版传媒股份有限公司

一、公司简介

二、2015年时代出版经营状况分析

三、2015年时代出版经营状况分析

四、时代出版传媒成立出版业首家博士后工作站

五、2015年时代出版继续扩张 重组中国文联两大出版社

## 第四部分 出版行业政策环境与趋势预测

## 第十章 出版业的政策法规

### 第一节 政策法规解读

一、《期刊出版管理规定》解读

二、《新闻出版业会计核算办法》的特点及适用范围

三、《音像制品出版管理规定》体现的四大特点

四、国内报刊行业管理规章解读

### 第二节 《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》解读

一、《指导意见》出台解析

二、《意见》进一步明确出版体制改革路线图和时间表

三、《指导意见》明确加快培育出版骨干企业

四、《指导意见》对出版业做大做强的“四跨”发展思路

### 第三节 《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》

- 一、新闻出版产业发展的态势和机遇
- 二、推动新闻出版产业发展的指导思想、原则要求和主要目标
- 三、推动新闻出版产业发展的重点任务
- 四、推动新闻出版产业发展的主要措施
- 五、推动新闻出版产业“走出去”
- 六、推动新闻出版产业发展的政策和组织保障

### 第四节 政策法规

- 一、《报纸出版管理规定》
- 二、《互联网出版管理暂行规定》
- 三、《期刊出版管理规定》
- 四、《出版管理条例》
- 五、《出版物市场管理规定》
- 六、《互联网著作权行政保护办法》
- 七、《新闻出版统计管理办法》
- 八、《音像制品出版管理规定》
- 九、《音像制品出版工作程序》

## 第十一章 2018-2023年出版行业发展前景和趋势预测

### 第一节 2018-2023年国际出版业的发展趋势

- 一、世界图书出版业的发展趋势
- 二、国际出版业朝教育出版方向发展
- 三、国际出版业向现代化发展的趋势

### 第二节 2018-2023年中国出版业的发展趋势

- 一、2015年出版业将迎来上市“井喷”
- 二、影响我国出版业未来发展格局的四大博弈
- 三、我国出版业未来发展格局
- 四、我国出版业发展趋势
- 五、中国出版业集团化建设的趋势
- 六、现代出版业的发展趋向分析
- 七、2015年工信部将推数字出版行业标准

### 第三节 “十二五”出版业发展的战略目标

- 一、“十二五”新闻出版业发展规划
- 二、“十二五”出版业的五大工程建设
- 三、“十二五”全国报纸出版业发展纲要

## 第五部分 出版行业投资及发展策略

### 第十二章 2018-2023年出版行业投资机会与策略

#### 第一节 中国出版投融资体制改革分析

- 一、多元投资主体
- 二、多条融资渠道
- 三、多种投融资方式

#### 第二节 投资特性与投资机会

- 一、2015年新闻出版业“新政”：鼓励非公有资本参与
- 二、出版业体改重组 创造更多投资机遇
- 三、扩内需保增长 新闻出版业大有可为
- 四、中国出版业发展环境良好
- 五、图书出版与发行业的投资机会

#### 第三节 出版企业的风险管理

- 一、出版企业经营风险的种类
- 二、出版企业风险管理的执行过程

#### 第四节 出版企业加强风险管理的对策

- 一、建立风险管理的组织体系
- 二、进行内部控制
- 三、转移风险
- 四、运用多元化战略
- 五、实施规模效应战略
- 六、采取合作博弈策略

#### 第五节 中国出版单位的融资模式

- 一、内部融资
- 二、业内融资
- 三、业外融资
- 四、引进外资
- 五、上市融资

### 第十三章 2018-2023年中国出版业面临的问题及其策略

#### 第一节 金融危机环境下中国出版业发展面临的挑战与对策

- 一、中国出版业在金融危机下的挑战与潜在机遇
- 二、我国出版行业应对金融危机的对策分析
- 三、金融危机下繁荣国内出版业的三大建议

## 第二节 中国出版行业存在的问题

- 一、我国出版业现行体制存在问题
- 二、我国出版宏观管理存在的问题
- 三、中国出版业发展的三大发展问题
- 四、制约品牌出版业建设的根源
- 五、中国出版行业国有资产的流失

## 第三节 解决出版行业问题的对策

- 一、中国出版业应对挑战的对策
- 二、出版行业国有资产流失的防止对策
- 三、加强我国出版宏观管理的具体对策
- 四、提高中国出版业国际化水平的策略

## 第四节 对加强出版社版权管理工作的思考

- 一、出版社版权管理工作的基本内容和主要目标
- 二、我国出版社版权管理工作的现状及存在的主要问题
- 三、改善出版社版权管理工作的对策和建议

## 第五节 中国出版集团发展对策

- 一、我国出版集团多元化发展策略
- 二、我国出版集团管控的信息化发展战略

## 图表目录

图表：传统出版业价值链

图表：近年美国出版业并购趋势

图表：2015-2017年美国出版业各类信息并购情况变化图

图表：2015年美国各年龄段受众每周阅听媒体平均时间

图表：2014-2017年各国GDP增幅

图表：中国书籍、小册子、散页印刷品及类似印刷品进口数据

图表：中国书籍、小册子、散页印刷品及类似印刷品出口数据

图表：中国书籍、小册子、散页印刷品及类似印刷品主要省市进口数据

图表：中国书籍、小册子、散页印刷品及类似印刷品主要省市出口数据

图表：中国书籍、小册子、散页印刷品及类似印刷品主要国家进口数据

图表：中国书籍、小册子、散页印刷品及类似印刷品主要国家出口数据

图表：中国报纸、杂志及期刊，不论有无插图或广告材料进口数据

图表：中国报纸、杂志及期刊，不论有无插图或广告材料出口数据

图表：中国报纸、杂志及期刊，不论有无插图或广告材料主要省市进口数据

图表：中国报纸、杂志及期刊，不论有无插图或广告材料主要省市出口数据

图表：月中国报纸、杂志及期刊，不论有无插图或广告材料主要国家进口数据

图表：中国报纸、杂志及期刊，不论有无插图或广告材料主要国家出口数据

图表：中国儿童图画书、绘画或涂色书进口数据

图表：中国儿童图画书、绘画或涂色书出口数据

图表：中国儿童图画书、绘画或涂色书主要省市进口数据

图表：中国儿童图画书、绘画或涂色书主要省市出口数据

更多图表详见正文（GSLWK）

特别说明：中国报告网所发行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/chubanfenxiao/297163297163.html>