

2018年中国出版细分行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

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年中国出版细分行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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/328463328463.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

(1) 图书出版

2016年，全国共出版图书49.99万种，较2015年增长5.07%，其中，新版图书26.24万种，较2015年增长0.76%；重印图书23.75万种，较2015年增长10.28%。2016年总印数90.37亿册（张），较2015年增长4.32%；总印张777.21亿印张，较2015年增长4.58%；定价总金额1,580.96亿元，较2015年增长7.10%。图书出版业2016年实现营业收入832.31亿元，实现利润总额134.29亿元，分别较2015年增长1.19%和7.18%。

图：2007年至2016年我国图书出版业的出版种类和定价总金额增长情况 按出版领域细分，我国各级各类出版社的主要业务领域可以分为大众出版、教育出版和专业出版，其产品分别对应为大众类图书、教育类图书和专业类图书，以满足人们不同的文化需求。如下表所示：

表：我国图书市场基本结构

大众出版面向普通大众，与大众的日常生活、休闲阅读以及文化体验紧密相关，已有畅销书中大部分属于大众类图书；但大众类图书替代品多，价格弹性大。

教育出版是我国图书出版业的主要部分，目标市场是青少年及教育人员，教育类图书主要包括教材教辅类、培训类图书及工具书等，其中课本为最为主要的产品。2016年，我国课本出版占全国图书总印数的36.32%，品种总数的17.80%。

专业出版主要面向专业技术人才，包括财经、法律、科技、医学、计算机等，市场需求最为稳定，少数种类图书增长迅速。此类图书的购买者一般有明确的图书需求和很强的购买力，图书价格弹性较小。

(2) 期刊及报纸出版

2016年，全国共出版期刊10,084种，同比增长0.70%；总印数26.97亿册，同比减少6.29%；总印张151.95亿印张，同比减少9.43%；定价总金额232.42亿元，同比减少4.34%。期刊出版业2016年实现营业收入193.70亿元，实现利润总额25.68亿元，分别较2015年降低3.63%和2.17%。

2016年，全国共出版报纸1,894种，同比减少0.63%；总印数390.07亿份，同比减少9.31%；总印张1,267.27亿印张，同比减少18.50%；定价总金额408.20亿元，同比降低6.00%。报纸出版业2016年实现营业收入578.50亿元，实现利润总额30.14亿元，分别较2015年降低7.61%和15.74%。

传统报刊出版业的发展面临一定挑战。

(3) 音像制品出版

2016年，全国共出版音像制品14,353种，同比减少6.63%；出版数量22,124.33万盒（张），同比减少24.79%。音像制品出版业2016年实现营业收入27.51亿元，同比增长4.80%；实现利润总额3.65亿元，同比减少7.12%。

随着数字出版的普及，音像制品出版受到了一定冲击。

（4）电子出版物出版

2016年，全国共出版电子出版物9,836种，同比减少2.53%；出版数量29,064.66万张，同比增长35.57%。电子出版物出版业2016年实现营业收入13.20亿元，实现利润总额2.42亿元，分别较2015年增长6.37%和4.31%。

（5）数字出版

2016年，数字出版业实现营业收入5,720.85亿元，实现利润总额427.84亿元，分别较2015年增长29.91%和27.89%。数字出版已经成为产业发展的主要增长极，增长速度和增长贡献率在新闻出版各产业类别中均位居第一，总体经济规模位居行业第二，新兴出版业发展继续保持蓬勃活力。

（6）印刷复制

2016年，全国黑白印刷产量31,517.6万令，同比增长1.85%；彩色印刷产量150,688.4万对开色令，同比减少31.39%；装订产量33,668.5万令，同比增长6.45%。印刷复制业（包括出版物印刷、包装装潢印刷、其他印刷品印刷、专项印刷、打字复印、复制和印刷物资供销）2016年实现营业收入12,711.59亿元，实现利润总额882.70亿元，分别较2015年增长3.81%和1.23%。

（7）出版物发行

2016年，全国新华书店系统和出版社自办发行单位实现出版物总销售额2,771.34亿元，同比增长8.10%；全国共有出版物发行网点16.31万处，同比减少0.33%。出版物发行业2016年实现营业收入3,426.61亿元，实现营业利润281.97亿元，分别较2015年增长5.96%和8.59%。

（8）出版物进出口

2016年，全国累计出口图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物、数字出版物数量2,181.7万册（份、盒、张），同比增长2.7%；金额11,010.8万美元，同比增长5.0%。

全国累计进口图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物、数字出版物数量3,119.0万册（份、盒、张），同比增长10.5%；金额55,911.1万美元，增长2.1%。进出口总额66,921.9万美元。出版物进出口业2016年实现营业收入91.52亿元，实现利润总额3.31亿元，分别较2015年增长8.69%和41.45%。

（9）版权贸易

2016年，全国共输出版权11,133种（其中输出出版物版权9,811种），较2015年增长6.32%（其中输出出版物版权增长10.7%）；共引进版权17,252种（其中引进出版物版权17,174种），较2015年增长4.77%（其中引进出版物版权增长7.5%）；版权输出品种与引进品种比例为1:1.55。

观研天下发布的《2018年中国出版细分行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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出版细分交易所等，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、出版细分T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 2015-2017年中国出版细分行业发展概述

第一节 出版细分行业发展情况概述

一、出版细分行业相关定义

二、出版细分行业基本情况介绍

三、出版细分行业发展特点分析

第二节 中国出版细分行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、出版细分行业产业链条分析

三、中国出版细分行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国出版细分行业生命周期分析

一、出版细分行业生命周期理论概述

二、出版细分行业所属的生命周期分析

第四节 出版细分行业经济指标分析

- 一、出版细分行业的赢利性分析
- 二、出版细分行业的经济周期分析
- 三、出版细分行业附加值的提升空间分析

第五节 国中出版细分行业进入壁垒分析

- 一、出版细分行业资金壁垒分析
- 二、出版细分行业技术壁垒分析
- 三、出版细分行业人才壁垒分析
- 四、出版细分行业品牌壁垒分析
- 五、出版细分行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球出版细分行业市场发展现状分析

第一节 全球出版细分行业发展历程回顾

第二节 全球出版细分行业市场区域分布情况

第三节 亚洲出版细分行业地区市场分析

- 一、亚洲出版细分行业市场现状分析
- 二、亚洲出版细分行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲出版细分行业市场前景分析

第四节 北美出版细分行业地区市场分析

- 一、北美出版细分行业市场现状分析
- 二、北美出版细分行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美出版细分行业市场前景分析

第五节 欧盟出版细分行业地区市场分析

- 一、欧盟出版细分行业市场现状分析
- 二、欧盟出版细分行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟出版细分行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界出版细分行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球出版细分行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国出版细分产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额
- 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 中国出版细分行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国出版细分产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、出版细分环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国出版细分行业运行情况

第一节 中国出版细分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 中国出版细分行业市场规模分析

第三节 中国出版细分行业供应情况分析

第四节 中国出版细分行业需求情况分析

第五节 中国出版细分行业供需平衡分析

第六节 中国出版细分行业发展趋势分析

第五章 中国出版细分所属行业运行数据监测

第一节 中国出版细分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 中国出版细分所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国出版细分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 2015-2017年中国出版细分市场格局分析

第一节 中国出版细分行业竞争现状分析

一、中国出版细分行业竞争情况分析

二、中国出版细分行业主要品牌分析

第二节 中国出版细分行业集中度分析

一、中国出版细分行业市场集中度分析

二、中国出版细分行业企业集中度分析

第三节 中国出版细分行业存在的问题

第四节 中国出版细分行业解决问题的策略分析

第五节 中国出版细分行业竞争力分析

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 2015-2017年中国出版细分行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国出版细分行业消费特点

第二节 中国出版细分行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 出版细分行业成本分析

第三节 出版细分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

第四节 中国出版细分行业价格现状分析

第五节 中国出版细分行业平均价格走势预测

一、中国出版细分行业价格影响因素

二、中国出版细分行业平均价格走势预测

三、中国出版细分行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国出版细分行业区域市场现状分析

第一节 中国出版细分行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地出版细分市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区出版细分市场规模分析

四、华东地区出版细分市场规模预测

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、华中地区出版细分市场规模分析

四、华中地区出版细分市场规模预测

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、华南地区出版细分市场规模分析

第九章 2015-2017年中国出版细分行业竞争情况

第一节 中国出版细分行业竞争结构分析（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 中国出版细分行业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 中国出版细分行业竞争环境分析（出版细分T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 出版细分行业企业分析（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年中国出版细分行业发展前景分析与预测

第一节 中国出版细分行业未来发展前景分析

一、出版细分行业国内投资环境分析

二、中国出版细分行业市场机会分析

三、中国出版细分行业投资增速预测

第二节 中国出版细分行业未来发展趋势预测

第三节 中国出版细分行业市场发展预测

一、中国出版细分行业市场规模预测

二、中国出版细分行业市场规模增速预测

三、中国出版细分行业产值规模预测

四、中国出版细分行业产值增速预测

五、中国出版细分行业供需情况预测

第四节中国出版细分行业盈利走势预测

一、中国出版细分行业毛利润同比增速预测

二、中国出版细分行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国出版细分行业投资风险与营销分析

第一节 出版细分行业投资风险分析

一、出版细分行业政策风险分析

二、出版细分行业技术风险分析

三、出版细分行业竞争风险分析

四、出版细分行业其他风险分析

第二节 出版细分行业企业经营发展分析及建议

一、出版细分行业经营模式

二、出版细分行业销售模式

三、出版细分行业创新方向

第三节 出版细分行业应对策略

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年中国出版细分行业发展策略及投资建议

第一节 中国出版细分行业品牌战略分析

一、出版细分企业品牌的重要性

二、出版细分企业实施品牌战略的意义

三、出版细分企业品牌的现状分析

四、出版细分企业的品牌战略

五、出版细分品牌战略管理的策略

第二节 中国出版细分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 中国出版细分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年中国出版细分行业发展策略及投资建议

第一节 中国出版细分行业产品策略分析

- 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 中国出版细分行业定价策略分析

第二节 中国出版细分行业营销渠道策略

- 一、出版细分行业渠道选择策略
- 二、出版细分行业营销策略

第三节 中国出版细分行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国出版细分行业重点投资区域分析
- 二、中国出版细分行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/328463328463.html>