

2018年中国出版市场分析报告- 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年中国出版市场分析报告-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/qikantushu/328469328469.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、国家产业规划相关政策

(1) 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

2016年3月,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》的第三章“主要目标”中强调:文化产业成为国民经济支柱性产业;同时,“十三五规划纲要”提出:深化公益性文化单位改革,推动文化企业建立有文化特色的现代企业制度;健全国有文化资产管理体制;降低社会资本进入门槛,鼓励非公有制文化企业发展;开展新闻出版传媒企业特殊管理股试点;健全现代文化市场体系,落实完善文化经济政策;加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版、动漫游戏等新兴产业,推动出版发行、影视制作、工艺美术等传统产业转型升级;推进文化业态创新,大力发展创意文化产业,促进文化与科技、信息、旅游、体育、金融等产业融合发展;推动文化企业兼并重组,扶持中小微文化企业发展。

(2) 《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》(国发[2014]10号)

2014年3月,国务院印发《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,要求到2020年,文化创意和设计服务的先导产业作用更加强化。文化创意和设计服务增加值占文化产业增加值的比重明显提高,相关产品和服务的附加值明显提高,为推动文化产业成为国民经济支柱性产业和促进经济持续健康发展发挥重要作用。并从增强创新动力、强化人才培养、壮大市场主体、培育市场需求、引导集约发展、加大财税支持、加强金融服务、优化发展环境等方面予以政策支持。

(3) 《关于深入推进文化金融合作的意见》(文产发[2014]14号)

2014年3月,文化部、中国人民银行、财政部联合发布《关于深入推进文化金融合作的意见》,要求加快推进文化企业直接融资,鼓励大中型文化企业采取短期融资券、中期票据、资产支持票据等债务融资工具优化融资结构。支持具备高成长性的中小文化企业通过发行集合债券、区域集优债券、行业集优债券、中小企业私募债等拓宽融资渠道。引导私募股权投资基金、创业投资基金等各类投资机构投资文化产业。支持文化企业通过资本市场上市融资、再融资和并购重组。加强对文化企业上市的辅导培育,探索建立文化企业上市资源储备库,研究分类指导不同类型文化企业与资本市场对接。鼓励文化企业并购重组,实现文化资本跨地区、跨行业、跨所有制整合。支持文化企业通过全国中小企业股份转让系统和区域性股权交易市场实现股权融资。

(4) 《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》

2013年11月,中国共产党第十八届中央委员会第三次全体会议审议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》,提出建立健全现代文化市场体系。完善文化市场准入和退出机制,鼓励各类市场主体公平竞争、优胜劣汰,促进文化资源在全国范围内流动。继续推进国有经营性文化单位转企改制,加快公司制、股份制改造。对按规定转制的重要

国有传媒企业探索实行特殊管理股制度。推动文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，提高文化产业规模化、集约化、专业化水平。

(5) 《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》

2010年10月，中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议审议通过了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，落实和完善文化经济政策，加大财政、税收、金融、用地等方面对文化产业的扶持力度。继续执行文化体制改革配套政策，对转企改制国有文化单位扶持政策执行期限再延长五年。同时，提出到2020年，文化产业成为国民经济支柱性产业，整体实力和国际竞争力显著增强，公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局全面形成。

(6) 《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》（银发[2010]94号）

2010年3月，中宣部、中国人民银行、财政部、文化部、广电总局、原新闻出版总署、中国银监会、中国证监会、中国保监会联合发布了《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》，该意见强调：推动符合条件的文化企业上市融资。支持处于成熟期、经营较为稳定的文化企业在主板市场上市。鼓励已上市的文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组。探索建立宣传文化部门与证券监管部门的项目信息合作机制，加强适合于创业板市场的中小文化企业项目的筛选和储备，支持其中符合条件的企业上市。

(7) 《文化产业振兴规划》

2009年7月，我国第一部文化产业专项规划——《文化产业振兴规划》经国务院审议通过并发布，标志着文化产业已经上升为国家的战略性产业。该规划对加快文化产业发展、繁荣文化市场、提高文化产业占国民经济的比重、增强国际竞争力具有十分重要的意义，《文化产业规划提出》：鼓励银行业金融机构加大对文化企业的金融支持力度。

积极倡导鼓励担保和再担保机构大力开发支持文化产业发展、文化企业“走出去”的贷款担保业务品种。支持有条件的文化企业进入主板、创业板上市融资，鼓励已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组，迅速做大做强。支持符合条件的文化企业发行企业债券。

(8) 《关于支持实体书店发展的指导意见》

2016年6月，中宣部、广电总局、国家发改委、教育部等11部门联合印发《关于支持实体书店发展的指导意见》，提出加强城乡实体书店网点建设、创新实体书店经营发展模式、推动实体书店与网络融合发展、提升实体书店信息化标准化水平、加大实体书店的优秀出版物供给、更好发挥实体书店的社会服务功能等主要任务，要求按照全面建成小康社会的要求，推动实体书店与经济社会协调发展，到2020年，基本形成布局合理、功能完善、主业突出、多元经营的实体书店发展格局。

(9) 关于加快数字出版发展的相关政策

关于加快数字出版发展的相关政策

2010

年8

月，新闻出版总署出台《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》（新出政发[2010]7号），提出要把数字出版产业打造成出版业的支柱产业。到“十二五”末，我国数字出版总产值力争达到新闻出版产业总产值25%，整体规模居于世界领先水平。在全国形成8至10家左右各具特色、年产值超百亿的国家数字出版基地或国家数字出版产业园区，形成20家左右年主营业务收入超过10亿元的具有国际竞争力的数字出版骨干企业。到2020年，传统出版单位基本完成数字化转型，其数字化产品和服务的运营份额在总份额中占有明显优势。

2014年2月，国务院出台《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》（国发[2014]10号），文件指出要推动文化产品和服务的生产、传播、消费的数字化、网络化进程，强化文化对信息产业的内容支撑、创意和设计提升，加快培育双向深度融合的新型业态；深入实施国家文化科技创新工程，支持利用数字技术、互联网、软件等高新技术支撑文化内容、装备、材料、工艺、系统的开发和利用，加快文化企业技术改造步伐；推进数字绿色印刷发展，引导印刷复制加工向综合创意和设计服务转变，推动新闻出版数字化转型和经营模式创新。

2014年4月，广电总局、财政部印发了《关于推动新闻出版业数字化转型升级的指导意见》（新广出发[2014]52号），明确要通过三年时间，支持一批新闻出版企业、实施一批转型升级项目，带动和加快新闻出版业整体转型升级步伐；基本完成优质、有效内容的高度聚合，盘活出版资源；再造数字出版流程、丰富产品表现形式，提升新闻出版企业的技术应用水平；实现行业信息数据共享，构建数字出版产业链，初步建立起一整套数字化内容生产、传播、服务的标准体系和规范；促进新闻出版业建立全新的服务模式，实现经营模式和服务方式的有效转变。

2015年3月，广电总局、财政部印发了《关于推动传统出版与新兴出版融合发展的指导意见》（新广发[2015]32号），明确要求立足传统出版，发挥内容优势，运用先进技术，走向网络空间，切实推动传统出版和新兴出版在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合，实现出版内容、技术应用、平台终端、人才队伍的共享融通，形成一体化的组织结构、传播体系和管理机制。力争用3-5年的时间，研发和应用一批新技术新产品新业态，确立一批示范单位、示范项目、示范基地（园区），打造一批形态多样、手段先进、市场竞争力强的新型出版机构，建设若干家具有强大实力和传播力公信力影响力的新型出版传媒集团。

资料来源：公开资料整理 观研天下发布的《2018年中国出版市场分析报告-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出版交易所等，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年中国出版行业发展概述

第一节 出版行业发展情况概述

- 一、出版行业相关定义
- 二、出版行业基本情况介绍
- 三、出版行业发展特点分析

第二节 中国出版行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、出版行业产业链条分析
- 三、中国出版行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国出版行业生命周期分析

- 一、出版行业生命周期理论概述
- 二、出版行业所属的生命周期分析

第四节 出版行业经济指标分析

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

第五节 国中出版行业进入壁垒分析

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

第二章 2015-2017年全球出版行业市场发展现状分析

第一节 全球出版行业发展历程回顾

第二节 全球出版行业市场区域分布情况

第三节 亚洲出版行业地区市场分析

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

第四节 北美出版行业地区市场分析

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

第五节 欧盟出版行业地区市场分析

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

第六节 2018-2024年世界出版行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球出版行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国出版产业发展环境分析

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 中国出版产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、出版环境分析

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年中国出版行业运行情况

第一节 中国出版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 中国出版行业市场规模分析

第三节 中国出版行业供应情况分析

第四节 中国出版行业需求情况分析

第五节 中国出版行业供需平衡分析

第六节 中国出版行业发展趋势分析

第五章 中国出版所属行业运行数据监测

第一节 中国出版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年中国出版市场格局分析

第一节 中国出版行业竞争现状分析

- 一、中国出版行业竞争情况分析
- 二、中国出版行业主要品牌分析

第二节 中国出版行业集中度分析

- 一、中国出版行业市场集中度分析
- 二、中国出版行业企业集中度分析

第三节 中国出版行业存在的问题

第四节 中国出版行业解决问题的策略分析

第五节 中国出版行业竞争力分析

- 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年中国出版行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国出版行业消费特点

第二节 中国出版行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 出版行业成本分析

第四节 出版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 中国出版行业价格现状分析

第五节 中国出版行业平均价格走势预测

- 一、中国出版行业价格影响因素
- 二、中国出版行业平均价格走势预测
- 三、中国出版行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国出版行业区域市场现状分析

第一节 中国出版行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地出版市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区出版市场规模分析
- 四、华东地区出版市场规模预测

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、华中地区出版市场规模分析
- 四、华中地区出版市场规模预测

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、华南地区出版市场规模分析

第九章 2015-2017年中国出版行业竞争情况

第一节 中国出版行业竞争结构分析（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 中国出版行业竞争环境分析（出版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年中国出版行业发展前景分析与预测

第一节 中国出版行业未来发展前景分析

一、出版行业国内投资环境分析

二、中国出版行业市场机会分析

三、中国出版行业投资增速预测

第二节 中国出版行业未来发展趋势预测

第三节 中国出版行业市场发展预测

一、中国出版行业市场规模预测

二、中国出版行业市场规模增速预测

三、中国出版行业产值规模预测

四、中国出版行业产值增速预测

五、中国出版行业供需情况预测

第四节 中国出版行业盈利走势预测

- 一、中国出版行业毛利润同比增速预测
- 二、中国出版行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国出版行业投资风险与营销分析

第一节 出版行业投资风险分析

- 一、出版行业政策风险分析
- 二、出版行业技术风险分析
- 三、出版行业竞争风险分析
- 四、出版行业其他风险分析

第二节 出版行业企业经营发展分析及建议

- 一、出版行业经营模式
- 二、出版行业销售模式
- 三、出版行业创新方向

第三节 出版行业应对策略

- 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年中国出版行业发展策略及投资建议

第一节 中国出版行业品牌战略分析

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

第二节 中国出版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 中国出版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年中国出版行业发展策略及投资建议

第一节 中国出版行业产品策略分析

- 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 中国出版行业定价策略分析

第二节 中国出版行业营销渠道策略

- 一、出版行业渠道选择策略
- 二、出版行业营销策略

第三节 中国出版行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国出版行业重点投资区域分析
- 二、中国出版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/328469328469.html>