

2020年中国图书出版市场分析报告- 市场现状调查与投资前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国图书出版市场分析报告-市场现状调查与投资前景研究》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：<https://baogao.chinabaogao.com/chubanfexiao/519879519879.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

图书出版是指一种书籍、地图、年画、图片、画册，及含有文字、图画内容的年历、月历、日历，及由新闻出版总署认定的其他内容载体形式的编辑，然后通过印刷发行向社会出售的活动；也是指依照国家有关法规设立的图书出版法人实体的出版活动。从产业链来看，图书出版行业上游包括版权购买、图书策划、版权运营等；行业下游主要为图书发行、数字内容授权等。

图书出版行业产业链

数据来源：公开资料整理

上游方面：从2013年以来，我国新闻纸的产量持续下降，到2019年新闻纸产量下降到108.9万吨，较上年下降21.05%；2020年1-9月，我国新闻纸产量为74.8万吨，较去年同期下降10.42%。

2010-2020年1-9月中国新闻纸产量

数据来源：国家统计局

现阶段，图书出版行业上游相关企业主要有阅文集团、福建省青山纸业股份有限公司、山东博汇纸业股份有限公司等。

图书出版行业上游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

阅文集团

管理和运营网文品牌

规模优势：是中国网络文学市场的先锋,运营领先的网络文学平台。按作家、读者以及提供文学内容的规模和质量等维度,阅文都在中国网络文学市场中处于领先地位。截至2018年12月31日,阅文共有770万位作家和1120万部文学作品

品牌产品优势：公司拥有九大主要品牌产品,分别是QQ阅读、起点中文网、起点女生网、创世中文网、云起书院、潇湘书院、红袖添香、小说阅读网与言情小说吧。

发布途径优势：通过战略伙伴腾讯,阅文在其领先的互联网产品组合(包括手机QQ、QQ浏览器、腾讯新闻、微信读书及腾讯视频)中拥有专用且直接的分发途径。

福建省青山纸业股份有限公司

纸浆、纸和纸制品生产销售;工业生产资料,百货,日用杂货,建筑材料、木材及产品的销售。对外贸易。轻工技术咨询、技术服务。住宿业。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)

长纤木浆及装备优势：公司具备32万吨长纤维木浆生产能力,是国内最早的大型化学木浆生产线,具有独立配套的碱回收、污水处理和和水、电、汽平衡系统,并拥有福伊特、美卓、安

德里兹等国际一流制浆造纸设备,技术装备处于国内同行业领先水平。

品牌信誉优势：主导产品纸袋纸系列产品技术含量高,产品质量性能高,国内市场占有率第一,并处于行业领先地位。

环保治理优势：公司具有独立配套的碱回收系统、污水处理系统、白水回收系统、黑液综合利用系统等污染治理设施,环保排放指标在行业中稳居前列。

山东博汇纸业股份有限公司

纸张、纸板、造纸木浆的生产和销售,公司主营业务为胶印纸、书写纸、包装纸、纸板、造纸木浆的生产、销售;批准范围的自营进出口业务及“三来一补”业务。经营模式:公司采取“以销定产”、“以产定购”的经营模式,根据客户的需求和订单安排生产,可以有效提高存货周转率,降低公司成本。

技术及研发优势：本公司具有行业内领先的技术及研发能力,是经科技部门认定的工程研发中心和制造业信息化示范企业。

产品质量和设备优势：本公司为ISO9001质量体系认证企业,公司未涂布印刷书写纸中“博汇”牌书写纸是国家火炬计划产品、山东名牌产品,涂布白卡纸是国家火炬计划产品,芯层染色防伪涂布白卡纸为专利产品。

区位和原材料供应优势：本公司地处造纸行业聚集地山东省,产业聚集的特点使得公司在成本、行业信息、新产品研发、市场开拓等方面保持良好的竞争优势。数据来源：公开资料整理

中游方面：我国图书出版营业收入持续增长，增幅逐渐下降，到2019年达到1101.07亿元，同比增长1.91%；受疫情影响，2020年一季度我国图书出版行业营业收入仅为184.06亿元，较上年同期下降46.28%。

2014-2020年Q1图书出版行业营收

数据来源：公开资料整理

现阶段，图书出版行业主要企业包括新经典文化股份有限公司、荣信教育文化产业发展股份有限公司、广州开心教育科技股份有限公司、中信出版集团股份有限公司等。

图书出版行业相关主要企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

新经典文化股份有限公司

图书、期刊、电子出版物的批发兼零售;版权代理;图文设计;纸张销售;货物及技术进出口;广告业务;教育咨询;影视策划;影视制作。(以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件,在有效期内经营,国家有专项规定的按规定办理)。

产品优势：公司始终奉行“做有益、有趣、值得反复阅读的作品”的理念,坚持做好书、出精品,不依靠盲目扩张品种规模实现销量增长,而以内容质量为首要标准,着力打造“畅销并且长销

的优质图书,形成了经营效率高、盈利能力强、品牌形象好的健康增长模式。

版权资源优势:(1)已有的丰富版权储备,已经具备了较高的市场地位并拥有良好的口碑。(2)与版权方稳固的合作关系,在版权获取方面掌握先发优势,有较强的版权获取能力。

荣信教育文化产业发展股份有限公司

少儿图书的策划与发行业务、少儿文化产品出口业务

规模优势:总部坐落于陕西省西安市雁塔区唐延路旺座现代城H座15层,是中国高品质立体互动童书的市场开拓者和领军型品牌。

广州开心教育科技股份有限公司

从事教辅读物和儿童读物的策划、设计、制作与发行

产业链优势:公司创立于1999年,是一家集产品研发、数字产品发展、图书发行、网络营销为一体的图书公司。

中信出版集团股份有限公司

经营互联网信息服务不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械、电子公告服务;围绕中信公司业务,出版金融贸易、生产技术方面的图书,以及围绕国际市场的发展趋向,出版介绍国际经济发展、国际市场预测的图书;出版财经、文化、生活类电子出版物;出版财经、文化、生活类音像制品;同本公司出版范围一致的互联网图书、手机图书出版;图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品批发、零售、网上销售;设计、制作图书广告,利用本出版社出版的图书发布广告;办公用品、百货等。

全牌照政策优势:目前我国对设立出版社、报刊社,以及对出版物发行、出版物进口均实行许可制度。外资和非公有资本进入我国出版行业仍有诸多限制,只能在政策限定的范围内与国有资本进行合作。

内容策划及开发能力优势:本公司的创意和策划团队,常年跟踪、挖掘、梳理国际国内海量出版信息,搜集、处理全球经济、商业、社会、历史、文化、生活、文艺等不同领域的丰富资讯,深度关注和研判各领域、各行业的趋势动向,形成具有鲜明中信特色和时代特征的出版方略、规划、主题及传达体系。数据来源:公开资料整理

下游方面:从2011年开始,我国零售图书市场销售码洋快速上升,到2018年增长到894亿元,同比增长11.33%;2019年零售图书市场销售码洋达到1022.7亿元,同比增长14.4%。

2011-2019年我国零售图书市场销售码洋

数据来源:公开资料整理

现阶段,图书出版行业下游相关企业主要有江苏凤凰出版传媒股份有限公司、上海新华传媒股份有限公司、亚马逊(中国)投资有限公司、北京当当科文电子商务有限公司等。

图书出版行业下游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

江苏凤凰出版传媒股份有限公司

许可经营项目:出版物批发零售,增值电信业务(第二类增值电信业务中的在线数据处理与交易处理业务),预包装食品(不含冷藏冷冻食品)销售。一般经营项目:纸及纸制品、文教用品的销售,货物包装,货物托运,仓储,国际货物运输代理,出版发行信息服务,物流信息咨询,出版发行营销策划,人才培养,软件开发、销售等。

综合实力优势:公司拥有6家国家一级出版社,仅次于中国出版集团位居全国第二。

产业优势:公司建成华东第一、全国第三的云计算数据中心,并取得ISP和IDC证书,荣获“全国优秀数据中心”、“国家高新技术企业”称号,入选“国家首批绿色数据中心试点单位”,建成以来收入、利润持续快速增长。

上海新华传媒股份有限公司

图书报刊、电子出版物零售(连锁经营),图书报刊、电子出版物批发、零售和网上发行,网上音像制品零售、音像制品连锁零售出租、音像制品批发,文教用品的批发、零售,实业投资,广告设计、制作、发布,国内贸易(除专项规定),物业管理,经济贸易咨询,家用电器,电子产品,仓储,寄递服务(不含信件)(涉及行政许可的,凭许可证经营)。

综合优势:支撑公司主营业务发展的资源和能力,包括忠诚的读者群、庞大的分销网络和优越的网点地理位置所带来的连锁渠道优势、中小学教材发行的业务资源优势、上海报业集团旗下优质媒体的品牌资源以及传统主流媒体权威性和影响力所释放的商业价值等。

商标优势:公司所属的新华书店连锁是上海地区唯一使用“新华书店”集体商标的企业,在全市拥有大型书城,中小型新华书店门市等大中小不同类型的直营网点近200家,拥有中小学教材的发行权,图书零售总量占上海零售总量的65%以上。

经营优势:公司拥有新闻晚报传媒,申报传媒、教育传、地铁时代传媒等多家知名传媒报刊的独家经营权。

亚马逊(中国)投资有限公司

营网络的书籍销售业务,图书、影视、音乐和游戏、数码下载、电子和电脑、家居和园艺用品、玩具、婴幼儿用品、杂货、服饰、鞋类、珠宝、健康和美容用品、体育、户外用品、工具、以及汽车和工业产品等。

产品文化优势:亚马逊公司是美国最大的一家网络电子商务公司,位于华盛顿州的西雅图。是网络上最早开始经营电子商务的公司之一

北京当当科文电子商务有限公司

以销售图书、音像制品为主,兼具发展小家电、玩具、网络游戏点卡等其他多种商品的销售;互联网信息服务;销售音像制品、图书、电子出版物;利用互联网经营音乐娱乐产品;已正式出版的图书、期刊内容的网络传播等。

销售规模优势:当当网面向全球中文读者提供近30多万种中文图书和音像商品。顾客已经遍及国内各省、市、自治区,和香港、澳门、台湾、美国、加拿大东南亚等50多个国家地区,

在众多的电子商务网站中一支独秀。数据来源：公开资料整理（LJ）

本文根据互联网公开资料整理而成。我们保持中立立场，与文中提及的公司之间不存在业务往来，不涉及利益。文章仅作参考，不构成任何投资及应用建议。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国图书出版市场分析报告-市场现状调查与投资前景研究》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。

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家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 2017-2020年中国图书出版行业发展概述

第一节 图书出版行业发展情况概述

一、图书出版行业相关定义

二、图书出版行业基本情况介绍

三、图书出版行业发展特点分析

第二节 中国图书出版行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、图书出版行业产业链条分析

三、中国图书出版行业上游环节分析

四、中国图书出版行业下游环节分析

第三节 中国图书出版行业生命周期分析

一、图书出版行业生命周期理论概述

二、图书出版行业所属的生命周期分析

第四节 图书出版行业经济指标分析

一、图书出版行业的赢利性分析

二、图书出版行业的经济周期分析

三、图书出版行业附加值的提升空间分析

第五节 中国图书出版行业进入壁垒分析

一、图书出版行业资金壁垒分析

二、图书出版行业技术壁垒分析

三、图书出版行业人才壁垒分析

四、图书出版行业品牌壁垒分析

五、图书出版行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球图书出版行业市场发展现状分析

第一节 全球图书出版行业发展历程回顾

第二节 全球图书出版行业市场区域分布情况

第三节 亚洲图书出版行业地区市场分析

一、亚洲图书出版行业市场现状分析

二、亚洲图书出版行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲图书出版行业市场前景分析

第四节 北美图书出版行业地区市场分析

一、北美图书出版行业市场现状分析

二、北美图书出版行业市场规模与市场需求分析

三、北美图书出版行业市场前景分析

第五节 欧盟图书出版行业地区市场分析

一、欧盟图书出版行业市场现状分析

二、欧盟图书出版行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟图书出版行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界图书出版行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球图书出版行业市场规模预测

第三章 中国图书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、全社会消费品图书出版总额
- 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 中国图书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 中国图书出版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 中国图书出版行业运行情况

第一节 中国图书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
- 四、行业发展动态

第二节 中国图书出版行业市场规模分析

第三节 中国图书出版行业供应情况分析

第四节 中国图书出版行业需求情况分析

第五节 中国图书出版行业供需平衡分析

第六节 中国图书出版行业发展趋势分析

第五章 中国图书出版所属行业运行数据监测

第一节 中国图书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 中国图书出版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 中国图书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 2017-2020年中国图书出版市场格局分析

第一节 中国图书出版行业竞争现状分析

- 一、中国图书出版行业竞争情况分析
- 二、中国图书出版行业主要品牌分析

第二节 中国图书出版行业集中度分析

- 一、中国图书出版行业市场集中度分析
- 二、中国图书出版行业企业集中度分析

第三节 中国图书出版行业存在的问题

第四节 中国图书出版行业解决问题的策略分析

第五节 中国图书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

第六节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国图书出版行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国图书出版行业需求特点与动态分析

第一节 中国图书出版行业消费者基本情况

第二节 中国图书出版行业消费者属性及偏好调查

第三节 图书出版行业成本分析

第四节 图书出版行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国图书出版行业价格现状分析

第六节 中国图书出版行业平均价格走势预测

一、中国图书出版行业价格影响因素

二、中国图书出版行业平均价格走势预测

三、中国图书出版行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国图书出版行业区域市场现状分析

第一节 中国图书出版行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区图书出版市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区图书出版市场规模分析

四、华东地区图书出版市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区图书出版市场规模分析

四、华北地区图书出版市场规模预测

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、华南地区图书出版市场规模分析

四、华南地区图书出版市场规模预测

第九章 2017-2020年中国图书出版行业竞争情况

第一节 中国图书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 中国图书出版行业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 中国图书出版行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 图书出版行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国图书出版行业发展前景分析与预测

第一节 中国图书出版行业未来发展前景分析

一、图书出版行业国内投资环境分析

二、中国图书出版行业市场机会分析

三、中国图书出版行业投资增速预测

第二节 中国图书出版行业未来发展趋势预测

第三节 中国图书出版行业市场发展预测

- 一、中国图书出版行业市场规模预测
- 二、中国图书出版行业市场规模增速预测
- 三、中国图书出版行业产值规模预测
- 四、中国图书出版行业产值增速预测
- 五、中国图书出版行业供需情况预测

第四节 中国图书出版行业盈利走势预测

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

第十二章 2021-2026年中国图书出版行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 图书出版产业投资面临的机遇

- 一、政策机遇
- 二、技术创新机遇
- 三、市场机遇
- 四、其他机遇

第二节 图书出版行业投资风险分析

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

第三节 图书出版行业企业经营发展分析及建议

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

第四节 图书出版行业应对策略

- 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 2021-2026年中国图书出版行业发展战略及规划建议

第一节 中国图书出版行业品牌战略分析

- 一、图书出版企业品牌的重要性
- 二、图书出版企业实施品牌战略的意义

三、图书出版企业品牌的现状分析

四、图书出版企业的品牌战略

五、图书出版品牌战略管理的策略

第二节 中国图书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 中国图书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 2021-2026年中国图书出版行业发展策略及投资建议

第一节 中国图书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 中国图书出版行业定价策略分析

第三节 中国图书出版行业营销渠道策略

一、图书出版行业渠道选择策略

二、图书出版行业营销策略

第四节 中国图书出版行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国图书出版行业重点投资区域分析

二、中国图书出版行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/chubanfexiao/519879519879.html>