2026-2031年图书出版发行行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

图书出版发行行业研究报告主要分析了图书出版发行行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、图书出版发行行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国图书出版发行行业的市场发展现状和未来发展趋势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外图书出版发行行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国图书出版发行行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对图书出版发行行业上下游行业的发展进行了探讨，是相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握图书出版发行行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一章 图书出版发行相关知识概述

第一节 出版发行概述

一、 出版的定义

二、 出版的历史

三、 现代出版业

四、 出版业价值链

五、 出版发行产业链

第二节 图书的商品性质

一、 图书是一种文化商品

二、 图书商品有显著的差异化

三、 图书属于较弱的超必需品

四、 图书商品具有正外部性

第二章 2021-2026年全球图书出版发行行业发展分析

第一节 2021-2026年全球图书出版发行业发展分析

一、 全球图书出版业综况

二、 全球图书出版业规模

三、 全球出版企业并购动态

四、 全球图书零售市场现状

五、 出版资本跨国运作分析

第二节 2021-2026年美国图书出版发行业分析

一、 美国图书出版发展历程

二、 美国的图书发行概述

三、 美国图书出版业规模

四、 美国图书出版市场格局

第三节 2021-2026年日本图书出版发行业分析

一、 日本图书出版业发展回顾

二、 日本图书出版物销售规模

三、 日本图书出版市场特征

四、 日本出版发行企业数量

五、 日本图书出版业发展趋势

六、 日本图书出版走出去资助基金

第四节 2021-2026年英国图书出版发行业分析

一、 英国图书出版业发展特点

二、 英国图书出版总量分析

三、 英国图书出版业销售额

四、 英国图书版权输出状况

五、 英国图书出版品类分析

第五节 2021-2026年德国图书出版发行业分析

一、 德国图书出版业概述

二、 德国图书出版业经济增长

三、 德国图书出版市场结构

四、 德国图书出版类别销售

五、 德国图书出版产量状况

六、 德国图书版权贸易状况

七、 德国电子书销售指数

第六节 其他国家图书出版发行市场分析

一、 拉美

二、 法国

三、 澳大利亚

四、 印度

第三章 2021-2026年中国图书出版业发展分析

第一节 中国图书出版业的发展阶段

一、 超常规增长阶段

二、 调整与徘徊阶段

三、 新的增长阶段

第二节 中国图书出版业发展综述

一、 中国图书出版业政策分析

二、 中国图书出版业的特性

三、 图书出版业组织结构分析

四、 图书出版产业利润状况

五、 中国图书出版业对外政策

第三节 2021-2026年中国图书出版业运行分析

一、 图书出版业发展成就

二、 图书出版行业规模

三、 图书零售市场规模

四、 图书零售市场格局

五、 图书出版业区域格局

第四节 2021-2026年中国图书出版业发展热点动态

一、 图书出版业体制改革

二、 跨界融合“互联网+”

三、 行业多形式跨境合作

四、 出版业资本加速投融资

第五节 2021-2026年中国图书出版业板块结构分析

一、 以市场为导向的出版结构

二、 板块结构出书的现代出版特征

三、 板块的推进与转移

第六节 2021-2026年中国图书出版业品牌分析

一、 中国图书出版品牌发展状况

二、 中国图书出版品牌化的原因

三、 品牌图书支撑出版社的发展

四、 出版品牌图书是读者的要求

五、 中国图书出版业品牌化运作的模式

第七节 2021-2026年中国图书出版企业信息化建设分析

一、 明晰集团的发展战略

二、 解构集团的业务模式

三、 搭建集团的管控体系

四、 选择集团信息化建设策略

第四章 2021-2026年中国图书出版市场发展分析

第一节 2021-2026年中国图书出版市场概述

一、 图书出版市场解析

二、 图书出版市场准入标准提升

三、 经营性图书出版企业评估制度

四、 挖掘潜在需求拓展图书出版市场

五、 从出版社角度分析图书市场状况

第二节 2021-2026年中国图书出版市场特征分析

一、 市场融合发展

二、 大众图书出版市场

三、 专业图书出版市场

四、 生活图书出版市场

五、 少儿图书出版市场

第三节 2021-2026年中国图书出版市场企业经济效益分析

一、 图书出版集团经济效益

二、 发行集团经济效益

三、 图书出版单位综合评价

四、 出版企业跨区域重组转型升级

第四节 2021-2026年中国图书出版市场的垄断与竞争分析

一、 国内外图书出版市场特征比较

二、 图书出版市场不完全竞争的根源

三、 出版市场有效竞争的前提

第五节 2021-2026年中国图书出版市场成本分析

一、 图书出版的资金及市场

二、 图书出版业成本费用

三、 图书出版业经营效率

第六节 2021-2026年中国图书出版市场结构、行为及绩效分析

一、 中国图书出版市场结构

二、 中国图书出版市场行为

三、 中国图书出版市场绩效考察

第七节 图书出版市场中存在的主要问题

一、 图书出版市场需净化

二、 高库存牵制图书出版市场发展

三、 图书出版市场结构不合理

四、 图书出版市场资源浪费严重

第五章 2021-2026年中国图书发行业发展分析

第一节 中国古代图书发行知识概况

一、 中国古代图书发行渠道

二、 中国古代图书发行方法

三、 中国古代图书发行方式

四、 中国古代图书发行宣传

五、 古代用于发行的图书类型

六、 古代图书发行的定价与付款方式

第二节 2021-2026年中国图书发行市场结构及模式分析

一、 现代出版社图书发行模式

二、 图书发行市场结构分析

三、 图书发行市场行为分析

四、 民营图书发市场作用凸显

第三节 2021-2026年中国图书发行行业发展状况

一、 中国图书发行业成就

二、 全国图书发行规模

三、 全国图书发行收入

四、 全国图书发行状况

第四节 2021-2026年中国图书发行集团资本经营的路径选择

一、 图书发行集团资本经营状况

二、 图书发行集团资本经营路径选择

三、 发行集团资本化运营日趋成熟

第五节 2021-2026年中国图书发行行业盈利分析

一、 图书发行行业环境概述

二、 中国本土书店运营状况

三、 图书发行行业战略扩张原则

四、 图书发行行业盈利的战略措施

第六章 2021-2026年中国不同类型图书出版业发展分析

第一节 2021-2026年中少儿图书出版业发展状况

一、 少儿图书出版市场影响因素

二、 少儿图书出版市场格局

三、 少儿图书出版市场现状

四、 少儿图书出版市场规模

五、 少儿图书零售市场分析

六、 少儿图书出版业发展前景

七、 少儿图书出版发展存在的问题

八、 少儿图书出版发行发展对策

第二节 2021-2026年中国教育图书出版业发展状况

一、 教育图书出版业发展概述

二、 教材发行机制改革分析

三、 教育图书出版市场特征

四、 教育图书出版市场规模

五、 教育图书出版市场竞争格局

六、 教育图书出版市场发展态势

七、 教育图书出版业发展困境

第三节 2021-2026年中国民族图书出版业发展状况

一、 民族图书出版概述

二、 民族图书出版现状

三、 民族图书出版的问题及原因分析

四、 发展民族图书出版事业的策略

第四节 2021-2026年中国旅游图书出版业发展状况

一、 旅游图书出版规模

二、 旅游图书出版市场增长迅速

三、 出境游图书出版市场崛起

四、 旅游图书出版机构的特点

五、 旅游图书出版发展策略

第五节 2021-2026年中国科普图书出版业发展状况

一、 科普图书出版发行概述

二、 科普图书出版规模

三、 科普图书出版存在的问题

四、 科普图书出版发展策略

第七章 2021-2026年中国网络时代图书出版发行发展分析

第一节 2021-2026年中国网络出版业发展状况

一、 网络出版发展概述

二、 网络出版的模式

三、 互联网+出版新业态

四、 网络出版服务管理

五、 网络出版与传统出版业的关系

六、 网络环境下发行模式的多元化

第二节 2021-2026年中国数字文学出版业发展分析

一、 数字文学出版产业链

二、 数字出版业发展政策

三、 数字出版业发展规模

四、 数字出版业发展态势

五、 数字出版业发展趋势

第三节 2021-2026年中国电子图书出版业发展分析

一、 电子图书出版主要模式

二、 电子图书市场现状

三、 电子图书用户属性

四、 电子图书盈利模式

五、 图书出版企业动态

六、 电子图书主要技术平台

七、 电子图书出版产业典型案例

第四节 2021-2026年中国网上书店市场发展分析

一、 网上书店发展概述

二、 网上书店发展规模

三、 图书B2C交易规模

四、 网上书店对图书批发环节的影响

五、 网上书店对图书零售环节的影响

第八章 2021-2026年中国图书出版营销分析

第一节 图书出版业的扁平化营销分析

一、 图书出版的扁平化营销概述

二、 图书出版的扁平化渠道的优势

三、 图书出版的扁平化渠道策略

第二节 图书出版营销中的整合营销

一、 整合营销传播理论概述

二、 中国图书出版营销阶段分析

三、 IMC在图书出版营销中的运作

第三节 图书出版市场的营销策略

一、 准确定位

二、 选题策划

三、 多媒体推销

四、 “前、中、后”三位一体

五、 加强出版营销人才的培养

六、 信息反馈环节不容忽视

第四节 图书出版营销中的产品策略

一、 “读者是上帝”的产品经营策略

二、 主导产品营销策略

三、 新品种开发策略

四、 已有图书品种的经营策略

五、 变化中的图书营销策略

第五节 互联网背景下图书出版营销策略

一、 社群电商营销方式

二、 内容营销方式

三、 传媒市场热点方式

第九章 2021-2026年中外图书出版发行重点企业

第一节 培生集团

一、 企业发展概况

二、 培生的战略要素

三、 培生发展战略类型

四、 培生的发展竞争战略

五、 培生的职能战略（产品战略）

第二节 人民教育出版社

一、 人民教育出版社发展概况

二、 人教社“十二五”发展成果

三、 人教社发展创新分析

四、 人教社“十四五”规划重点

第三节 高等教育出版社

一、 高等教育出版社发展概况

二、 高教社“十二五”发展成就

三、 高教社创新商业模式

四、 高教社资源共享平台

五、 创新在线教师培训新模式

第四节 新华出版社

一、 新华出版社发展概况

二、 新华出版社新书献读者

三、 新华出版社品牌战略阶段分析

第五节 中国出版集团公司

一、 中国出版集团发展概况

二、 中国出版集团发展成就

三、 中国出版集团运营状况

四、 中国出版集团业务发展分析

五、 中国出版集团“走出去”成就

第六节 南方出版传媒股份有限公司

一、 企业发展概况

二、 南方传媒主营业务收入

三、 南方传媒主营业务分析

第七节 其他图书出版发行企业

一、 外语与教学研究出版社

二、 上海世纪出版集团有限公司

三、 北京发行集团

四、 凤凰出版传媒集团

五、 湖南出版投资控股集团有限公司

第十章 图书出版发行行业投资分析及前景趋势

第一节 图书出版发行行业投资分析

一、 图书出版发行业投资属性分析

二、 图书出版业投资机会分析

三、 图书出版业的投资机遇

四、 图书出版业投资领域分析

五、 图书出版发行业投资的风险及规避

第二节 2026-2031年中国图书出版发行业发展趋势及预测

一、 中国图书出版行业趋势展望

二、 中国图书出版行业发展前景

三、 中国图书出版行业规模预测

附录

附录一：《出版管理条例》

附录二：《图书、期刊、音像制品、电子出版物重大选题备案办法》

附录三：《外商投资图书、报纸、期刊分销企业管理办法》

附录四：《出版物市场管理规定》

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：1550860

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20241226/1550860.shtml

在线订购：点击这里