

2024-2029年中国图书出版发行行业发展趋势预测及投资战略研究报告

报告简介

图书出版发行行业研究报告中的图书出版发行行业数据分析以权威的国家统计数据为基础，采用宏观和微观相结合的分析方式，利用科学的统计分析方法，在描述行业概貌的同时，对图书出版发行行业进行细化分析，重点企业状况等。报告中主要运用图表及表格方式，直观地阐明了行业的经济类型构成、规模构成、经营效益比较、供需状况等，是企业了解图书出版发行行业市场状况必不可少的助手。在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

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、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及图书出版发行行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国图书出版发行行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外图书出版发行行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了图书出版发行行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于图书出版发行产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国图书出版发行行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一章 图书出版发行相关知识概述

1.1 出版发行概述

1.1.1 出版的定义

1.1.2 出版的历史

1.1.3 现代出版业

1.1.4 出版业价值链

1.1.5 出版发行产业链

1.2 图书的商品性质

1.2.1 图书是一种文化商品

1.2.2 图书商品有显著的差异化

1.2.3 图书属于较弱的超必需品

1.2.4 图书商品具有正外部性

第二章 2019-2023年全球图书出版发行行业发展分析

2.1 2019-2023年全球图书出版发行业发展分析

2.1.1 全球图书出版业综况

2.1.2 全球图书出版业规模

2.1.3 全球出版企业并购动态

2.1.4 全球图书零售市场现状

2.1.5 出版资本跨国运作分析

2.2 2019-2023年美国图书出版发行业分析

2.2.1 美国图书出版发展历程

2.2.2 美国的图书发行概述

2.2.3 美国图书出版业规模

2.2.4 美国图书出版市场格局

2.3 2019-2023年日本图书出版发行业分析

2.3.1 日本图书出版业发展回顾

2.3.2 日本图书出版物销售规模

2.3.3 日本图书出版市场特征

2.3.4 日本出版发行企业数量

2.3.5 日本图书出版业发展趋势

2.3.6 日本图书出版走出去资助基金

2.4 2019-2023年英国图书出版发行业分析

2.4.1 英国图书出版业发展特点

2.4.2 英国图书出版总量分析

2.4.3 英国图书出版业销售额

2.4.4 英国图书版权输出状况

2.4.5 英国图书出版品类分析

2.5 2019-2023年德国图书出版发行业分析

2.5.1 德国图书出版业概述

2.5.2 德国图书出版业经济增长

2.5.3 德国图书出版市场结构

2.5.4 德国图书出版类别销售

2.5.5 德国图书出版产量状况

2.5.6 德国图书版权贸易状况

2.5.7 德国电子书销售指数

2.6 其他国家图书出版发行市场分析

2.6.1 拉美

2.6.2 法国

2.6.3 澳大利亚

2.6.4 印度

第三章 2019-2023年中国图书出版业发展分析

3.1 中国图书出版业的发展阶段

3.1.1 超常规增长阶段(1978-1985年)

3.1.2 调整与徘徊阶段(1986-1994年)

3.1.3 新的增长阶段(1995年至今)

3.2 中国图书出版业发展综述

3.2.1 中国图书出版业政策分析

3.2.2 中国图书出版业的特性

3.2.3 图书出版业组织结构分析

- 3.2.4 图书出版产业利润状况
- 3.2.5 中国图书出版业对外政策
- 3.3 2019-2023年中国图书出版业运行分析
 - 3.3.1 图书出版业发展成就
 - 3.3.2 图书出版行业规模
 - 3.3.3 图书零售市场规模
 - 3.3.4 图书零售市场格局
 - 3.3.5 图书出版业区域格局
- 3.4 2019-2023年中国图书出版业发展热点动态
 - 3.4.1 图书出版业体制改革
 - 3.4.2 跨界融合“互联网+”
 - 3.4.3 行业多形式跨境合作
 - 3.4.4 出版业资本加速投融资
- 3.5 2019-2023年中国图书出版业板块结构分析
 - 3.5.1 以市场为导向的出版结构
 - 3.5.2 板块结构出书的现代出版特征
 - 3.5.3 板块的推进与转移
- 3.6 2019-2023年中国图书出版业品牌分析
 - 3.6.1 中国图书出版品牌发展状况
 - 3.6.2 中国图书出版品牌化的原因
 - 3.6.3 品牌图书支撑出版社的发展
 - 3.6.4 出版品牌图书是读者的要求
 - 3.6.5 中国图书出版业品牌化运作的模式
- 3.7 2019-2023年中国图书出版企业信息化建设分析

3.7.1 明晰集团的发展战略

3.7.2 解构集团的业务模式

3.7.3 搭建集团的管控体系

3.7.4 选择集团信息化建设策略

第四章 2019-2023年中国图书出版市场发展分析

4.1 2019-2023年中国图书出版市场概述

4.1.1 图书出版市场解析

4.1.2 图书出版市场准入标准提升

4.1.3 经营性图书出版企业评估制度

4.1.4 挖掘潜在需求拓展图书出版市场

4.1.5 从出版社角度分析图书市场状况

4.2 2019-2023年中国图书出版市场特征分析

4.2.1 市场融合发展

4.2.2 大众图书出版市场

4.2.3 专业图书出版市场

4.2.4 生活图书出版市场

4.2.5 少儿图书出版市场

4.3 2019-2023年中国图书出版市场企业经济效益分析

4.3.1 图书出版集团经济效益

4.3.2 发行集团经济效益

4.3.3 图书出版单位综合评价

4.3.4 出版企业跨区域重组转型升级

4.4 2019-2023年中国图书出版市场的垄断与竞争分析

4.4.1 国内外图书出版市场特征比较

4.4.2 图书出版市场不完全竞争的根源

4.4.3 出版市场有效竞争的前提

4.5 2019-2023年中国图书出版市场成本分析

4.5.1 图书出版的资金及市场

4.5.2 图书出版业成本费用

4.5.3 图书出版业经营效率

4.6 2019-2023年中国图书出版市场结构、行为及绩效分析

4.6.1 中国图书出版市场结构

4.6.2 中国图书出版市场行为

4.6.3 中国图书出版市场绩效考察

4.7 图书出版市场中存在的主要问题

4.7.1 图书出版市场需净化

4.7.2 高库存牵制图书出版市场发展

4.7.3 图书出版市场结构不合理

4.7.4 图书出版市场资源浪费严重

第五章 2019-2023年中国图书发行业发展分析

5.1 中国古代图书发行知识概况

5.1.1 中国古代图书发行渠道

5.1.2 中国古代图书发行方法

5.1.3 中国古代图书发行方式

5.1.4 中国古代图书发行宣传

5.1.5 古代用于发行的图书类型

5.1.6 古代图书发行的定价与付款方式

5.2 2019-2023年中国图书发行市场结构及模式分析

5.2.1 现代出版社图书发行模式

5.2.2 图书发行市场结构分析

5.2.3 图书发行市场行为分析

5.2.4 民营图书发市场作用凸显

5.3 2019-2023年中国图书发行行业发展状况

5.3.1 中国图书发行业发展成就

5.3.2 2019-2023年全国图书发行规模

5.3.3 2019-2023年全国图书发行收入

5.3.4 2019-2023年全国图书发行状况

5.4 2019-2023年中国图书发行集团资本经营的路径选择

5.4.1 图书发行集团资本经营状况

5.4.2 图书发行集团资本经营路径选择

5.4.3 发行集团资本化运营日趋成熟

5.5 2019-2023年中国图书发行行业盈利分析

5.5.1 图书发行行业环境概述

5.5.2 中国本土书店运营状况

5.5.3 图书发行行业战略扩张原则

5.5.4 图书发行行业盈利的战略措施

第六章 2019-2023年中国不同类型图书出版业发展分析

6.1 2019-2023年中少儿图书出版业发展状况

6.1.1 少儿图书出版市场影响因素

6.1.2 少儿图书出版市场格局

6.1.3 少儿图书出版市场现状

6.1.4 少儿图书出版市场规模

- 6.1.5 少儿图书零售市场分析
- 6.1.6 少儿图书出版业发展前景
- 6.1.7 少儿图书出版发展存在的问题
- 6.1.8 少儿图书出版发行发展对策
- 6.2 2019-2023年中国教育图书出版业发展状况
 - 6.2.1 教育图书出版业发展概述
 - 6.2.2 教材发行机制改革分析
 - 6.2.3 教育图书出版市场特征
 - 6.2.4 教育图书出版市场规模
 - 6.2.5 教育图书出版市场竞争格局
 - 6.2.6 教育图书出版市场发展态势
 - 6.2.7 教育图书出版业发展困境
- 6.3 2019-2023年中国民族图书出版业发展状况
 - 6.3.1 民族图书出版概述
 - 6.3.2 民族图书出版现状
 - 6.3.3 民族图书出版的问题及原因分析
 - 6.3.4 发展民族图书出版事业的策略
- 6.4 2019-2023年中国旅游图书出版业发展状况
 - 6.4.1 旅游图书出版规模
 - 6.4.2 旅游图书出版市场增长迅速
 - 6.4.3 出境游图书出版市场崛起
 - 6.4.4 旅游图书出版机构的特点
 - 6.4.5 旅游图书出版发展策略
- 6.5 2019-2023年中国科普图书出版业发展状况

6.5.1 科普图书出版发行概述

6.5.2 科普图书出版规模

6.5.3 科普图书出版存在的问题

6.5.4 科普图书出版发展策略

第七章 2019-2023年中国网络时代图书出版发行发展分析

7.1 2019-2023年中国网络出版业发展状况

7.1.1 网络出版发展概述

7.1.2 网络出版的模式

7.1.3 互联网+出版新业态

7.1.4 网络出版服务管理

7.1.5 网络出版与传统出版业的关系

7.1.6 网络环境下发行模式的多元化

7.2 2019-2023年中国数字文学出版业发展分析

7.2.1 数字文学出版产业链

7.2.2 数字出版业发展政策

7.2.3 数字出版业发展规模

7.2.4 数字出版业发展态势

7.2.5 数字出版业发展趋势

7.3 2019-2023年中国电子图书出版业发展分析

7.3.1 电子图书出版主要模式

7.3.2 电子图书市场现状

7.3.3 电子图书用户属性

7.3.4 电子图书盈利模式

7.3.5 图书出版企业动态

7.3.6 电子图书主要技术平台

7.3.7 电子图书出版产业典型案例

7.4 2019-2023年中国网上书店市场发展分析

7.4.1 网上书店发展概述

7.4.2 网上书店发展规模

7.4.3 图书B2C交易规模

7.4.4 网上书店对图书批发环节的影响

7.4.5 网上书店对图书零售环节的影响

第八章 2019-2023年中国图书出版营销分析

8.1 图书出版业的扁平化营销分析

8.1.1 图书出版的扁平化营销概述

8.1.2 图书出版的扁平化渠道的优势

8.1.3 图书出版的扁平化渠道策略

8.2 图书出版营销中的整合营销

8.2.1 整合营销传播理论概述

8.2.2 中国图书出版营销阶段分析

8.2.3 IMC在图书出版营销中的运作

8.3 图书出版市场的营销策略

8.3.1 准确定位

8.3.2 选题策划

8.3.3 多媒体推销

8.3.4 “前、中、后”三位一体

8.3.5 加强出版营销人才的培养

8.3.6 信息反馈环节不容忽视

8.4 图书出版营销中的产品策略

8.4.1 “读者是上帝”的产品经营策略

8.4.2 主导产品营销策略

8.4.3 新品种开发策略

8.4.4 已有图书品种的经营策略

8.4.5 变化中的图书营销策略

8.5 互联网背景下图书出版营销策略

8.5.1 社群电商营销方式

8.5.2 内容营销方式

8.5.3 传媒市场热点方式

第九章 2019-2023年中外图书出版发行重点企业

9.1 培生集团

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 培生的战略要素

9.1.3 培生发展战略类型

9.1.4 培生的发展竞争战略

9.1.5 培生的职能战略(产品战略)

9.2 人民教育出版社

9.2.1 人民教育出版社发展概况

9.2.2 人教社“十四五”发展成果

9.2.3 人教社发展创新分析

9.2.4 人教社“十四五”规划重点

9.3 高等教育出版社

9.3.1 高等教育出版社发展概况

9.3.2 高教社“十四五”发展成就

9.3.3 高教社创新商业模式

9.3.4 高教社资源共享平台

9.3.5 创新在线教师培训新模式

9.4 新华出版社

9.4.1 新华出版社发展概况

9.4.2 新华出版社新书献读者

9.4.3 新华出版社品牌战略阶段分析

9.5 中国出版集团公司

9.5.1 中国出版集团发展概况

9.5.2 中国出版集团发展成就

9.5.3 中国出版集团运营状况

9.5.4 中国出版集团业务发展分析

9.5.5 中国出版集团“走出去”成就

9.6 南方出版传媒股份有限公司

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 南方传媒主营业务收入

9.6.3 南方传媒主营业务分析

9.7 其他图书出版发行企业

9.7.1 外语与教学研究出版社

9.7.2 上海世纪出版集团有限公司

9.7.3 北京发行集团

9.7.4 凤凰出版传媒集团

9.7.5 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

10.1 图书出版发行行业投资分析

10.1.1 图书出版发行业投资属性分析

10.1.2 图书出版业投资机会分析

10.1.3 图书出版业的投资机遇

10.1.4 图书出版业投资领域分析

10.1.5 图书出版发行业投资的风险及规避

10.2 2024-2029年中国图书出版发行业发展趋势及预测

10.2.1 中国图书出版行业趋势展望

10.2.2 中国图书出版行业发展前景

10.2.3 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》

图表目录

图表：三类出版经济特征及商业特征比较

图表：三类出版的营销模式比较

图表：图书出版发行产业链

图表：图书出版业收入在产业链各环节分配情况

图表：需求曲线与价格弹性

图表：美国经济中部分商品的价格弹性

图表：书籍、课本随人均收入增长的变化情况

图表：书籍、课本、图片随人均收入增长的变化情况

图表：中国书籍、课本、图片出版总量

图表：美国一些商品的收入弹性

图表：全社会书报杂志零售额在社会消费品零售总额中的比重

图表：2019-2023年美国畅销书TOP20

图表：2019-2023年美国印制图书、电子书数字化渗透率

图表：2019-2023年日本图书杂志销售额

图表：2019-2023年日本电子出版市场规模

图表：日本图书出版走出去资助体系

图表：2019-2023年度日本国际交流基金财务报表

图表：2019-2023年德国各品类图书出版销售额

图表：中国图书出版概况

图表：中国出版业用纸量和凸版纸双面胶版纸产量

图表：中国图书出版概况

图表：上海各图书发行部门图书库存变化

图表：中国新华书店的图书销售量

图表：中国城镇居民家庭中人均全年书报杂志费占生活费的比重

图表：卖方市场图示

图表：卖方市场下的不同供给弹性下的价格变化比较

图表：买方市场图示

图表：买方市场下的不同供给弹性下的价格变化比较

图表：中国的图书销售额及单位印张价格

图表：中国图书市场的需求弹性测算

图表：图书平均印数的变化情况

图表：中国的职工平均工资

图表：中国出版社的增长情况

图表：中国图书出版概况

图表：2019-2023年中国图书出版业主要政策汇总

图表：2019-2023年中国图书出版业主要经济指标

图表：2019-2023年中国图书出版总量规模

图表：2019-2023年中国期刊出版总量规模

图表：2019-2023年中国报纸出版总量规模

图表：2019-2023年中国音像制品出版总量规模

图表：2019-2023年中国电子出版物总量规模

图表：2019-2023年中国数字出版物总量规模

图表：2019-2023年中国印刷制品总量

图表：2019-2023年中国出版物发行总量规模

图表：2019-2023年全国出版物对外贸易情况

图表：2019-2023年中国版权贸易总量

图表：2019-2023年中国出版物对外版权贸易构成

图表：2019-2023年全国在线零售渠道图书销售规模

图表：2019-2023年主要细分类的综合零售市场成长情况

图表：2019-2023年我国图书零售细分市场规模对比

图表：实体书店渠道与网络书店渠道的畅销书贡献分布情况对比

图表：不同类别图书网店及实体店上榜品种数

图表：2019-2023年少儿类图书零售市场同比增速

图表：2019-2023年中国图书出版集团总体经济规模综合排名TOP10

图表：2019-2023年图书出版集团平均资产总利润率排名TOP10

图表：2019-2023年发行集团总计经济规模综合排名TOP10

- 图表：2019-2023年发行集团平均资产总利润率排名TOP10
- 图表：2019-2023年图书出版单位总体经济规模综合评价
- 图表：2019-2023年中央各部门各单位图书出版单位总体经济规模综合评价
- 图表：2019-2023年大学图书出版单位总体经济规模综合评价
- 图表：2019-2023年地方图书出版单位总体经济规模综合评价
- 图表：2019-2023年文艺类图书出版单位总体经济规模综合评价
- 图表：2019-2023年美术类图书出版单位总体经济规模综合评价
- 图表：2019-2023年科技类图书出版单位总体经济规模综合评价
- 图表：2019-2023年教育类图书出版单位总体经济规模综合评价
- 图表：2019-2023年少儿类图书出版单位总体经济规模综合评价
- 图表：2019-2023年古籍类图书出版单位总体经济规模综合评价
- 图表：2019-2023年全国出版、印刷和发行服务主要经济指标
- 图表：2019-2023年发行上市公司流通市值排名
- 图表：中国图书分销体系演变格局
- 图表：图书渠道分工趋势
- 图表：产业竞争四阶段体系
- 图表：图书发行企业可持续盈利型增长战略框架
- 图表：2019-2023年全国中小学课本出版情况
- 图表：2019-2023年全国中小学课本及教辅零售情况
- 图表：2019-2023年教育图书出版市场竞争格局
- 图表：出版社旅游书品种规模排名TOP10
- 图表：旅游出版图书品牌
- 图表：出版社游记类图书品种规模TOP9
- 图表：旅游书出版社社会影响力TOP20

图表：中国科普图书出版品种总数

图表：中国科普图书发行量

图表：科普图书发行量分段统计

图表：科普图书出版种数和发行量

图表：2019-2023年中国科普图书出版总量

图表：科普图书主题分布

图表：传统的出版发行模式和流程

图表：网络环境下出版商与最终消费者关系

图表：网络环境下出版商、发行商/零售商与最终消费者的关系

图表：传统发行模式与网上书店发行模式比较

图表：传统发行模式与网络发行模式特点对比

图表：传统的图书发行渠道

图表：网络环境下多元化的发行渠道

图表：北京大学研究生最常去的购书场所排名

图表：数字文学出版业产业链

图表：数字出版业内容提供商业结构及主要应用盈利模式

图表：2019-2023年我国数字出版业市场规模

图表：我国主流电子图书出版的模式

图表：2019-2023年全国高校图书馆总经费分布

图表：2019-2023年中国高校图书馆文献资源购置费

图表：2019-2023年全国高校图书馆馆均电子资源购置费

图表：2019-2023年网络文学用户数及其增速

图表：2019-2023年中国手机网民用户规模及其增速

图表：2019-2023年中国人均手机阅读时长

图表：国内具有代表性的电子图书公司比较

图表：上海世纪出版集团有严格的文档保存和图书出版流程

图表：上海世纪出版集团排版厂参与电子书制作的情况

图表：2019-2023年中国实体书店渠道零售市场规模及其增长率

图表：2019-2023年中国B2C市场图书出版物品类交易规模及其增速

图表：2019-2023年中国B2C图书市场出版物品类市场份额

图表：传统的购书方式

图表：网上书店购物方式

图表：高等教育出版社培训生态圈

图表：南方传媒产业链

图表：2019-2023年南方传媒主营业务收入结构

图表：2019-2023年南方传媒主营业务收入及其增速

图表：南方传媒自主知识产权教材

图表：2019-2023年南方传媒出版图书获奖情况

图表：2019-2023年南方传媒自主知识产权教材总码洋、发行集团码洋及其占比

图表：南方传媒主要报刊业务

图表：南方传媒数字阅读业务流程

图表：人均国民收入与文化教育支出关系图

图表：2024-2029年中国图书出版业营业收入规模预测

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/chubanchuanmei/tushuchubanfaxing.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)