

# 2017-2022年中国图书出版 行业全景调研及未来前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国图书出版行业全景调研及未来前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/J68941V7LN.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

图书出版是指书籍、地图、年画、图片、画册，含有文字、图画内容的年历、月历、日历，以及由新闻出版总署认定的其他内容载体形式的编辑（包括组织、采录、收集、整理、纂修、审定），并通过印刷发行向社会出售的活动。或者说，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。根据国家统计局制定的《国民经济行业分类与代码》，中国把图书出版归入新闻出版业（国家统计局代码R85）中的出版业（R852），其4级统计码为R8521。

从世界范围看，实体图书市场可谓有喜有忧。图书出版种数总体上升，但图书销量不容乐观。儿童与青少年类和文学类图书仍是大众追逐的对象，而普遍对畅销书关注度不高。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国图书出版行业全景调研及未来前景预测报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：中国图书出版行业发展背景 19

1.1 图书出版行业定义 19

1.1.1 图书出版行业定义 19

1.1.2 图书出版行业发展阶段 19

1.1.3 图书出版行业产业链分析 20

（1）产业链及主要业务流程 20

（2）各环节的主要职能和业务关系 21

1.1.4 图书出版与印制工艺流程质量控制 22

（1）出版环节的质量控制 22

（2）印刷环节的质量控制 25

（3）装订质量控制 28

1.1.5 图书出版成功七要素	29
1.2 图书出版行业政策环境分析	30
1.2.1 图书出版行业监管部门	30
(1) 意识形态主管部门	30
(2) 出版行业主管部门	30
(3) 教育行政部门	31
(4) 文化业主管部门	31
1.2.2 图书出版行业相关政策	31
(1) 2012年及之前行业主要政策	31
(2) 2014年至今行业政策解读	36
1) 《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》	36
2) 《图书公平交易规则》	36
3) 《关于进一步加强中小学教辅材料出版发行管理的通知》	37
4) 《关于中小学循环使用教材价格政策问题的通知》	40
1.2.3 出版体制改革成果	42
1.2.4 图书出版行业发展规划	42
(1) 《文化产业振兴规划》	42
(2) 《新闻出版业“十三五”时期发展规划》	43
(3) 《“十三五”国家重点图书出版规划》	44
1.3 图书出版行业经济环境分析	45
1.3.1 国际宏观经济环境分析	45
(1) 国际宏观经济运行情况	45
(2) 国际宏观经济走势预测	48
1.3.2 国内宏观经济环境分析	49
(1) 国内宏观经济运行情况	49
(2) 国内宏观经济走势分析	55
1.3.3 宏观经济环境对图书出版行业影响分析	55
1.4 图书出版行业社会环境分析	56
1.4.1 居民收入增长情况分析	56
1.4.2 居民文化素质情况分析	57
1.4.3 居民文化消费情况分析	59
1.4.4 居民阅读情况调查分析	59

## 第2章：中国图书出版行业发展状况 63

### 2.1 中国图书出版行业发展现状分析 63

#### 2.1.1 图书出版行业发展概况 63

(1) 行业规模与产品结构 63

(2) 行业发展中存在的问题 63

#### 2.1.2 行业出版社规模分析 65

#### 2.1.3 行业从业人员规模分析 65

#### 2.1.4 行业市场规模分析 66

(1) 行业销售数量规模 66

(2) 行业销售收入规模 67

#### 2.1.5 行业利润规模分析 68

#### 2.1.6 行业区域发展状况 68

### 2.2 中国图书出版行业出版规模分析 69

#### 2.2.1 行业总体出版规模分析 69

(1) 种数分析 69

(2) 印数分析 70

(3) 定价分析 70

(4) 用纸量分析 71

#### 2.2.2 行业书籍出版规模分析 71

(1) 种数分析 71

(2) 印数分析 72

(3) 定价分析 72

(4) 用纸量分析 73

#### 2.2.3 行业课本出版规模分析 73

(1) 种数分析 73

(2) 印数分析 74

(3) 定价分析 74

(4) 用纸量分析 75

#### 2.2.4 行业图片出版规模分析 75

(1) 种数分析 75

(2) 印数分析 76

- (3) 定价分析 76
- (4) 用纸量分析 77
- 2.3 中国图书出版行业进出口市场分析 77
  - 2.3.1 图书出版行业进出口状况综述 77
  - 2.3.2 图书出版行业进出口市场分析 78
    - (1) 图书出版行业出口市场分析 78
      - 1) 行业出口市场分析 78
      - 2) 行业出口国家和地区分析 79
    - (2) 图书出版行业进口市场分析 81
      - 1) 行业进口市场分析 81
      - 2) 行业进口国家和地区分析 82
    - (3) 全国图书版权贸易特点 83
- 2.4 中国图书出版行业竞争分析 85
  - 2.4.1 图书出版行业波特五力竞争结构 85
    - (1) 行业上游议价能力分析 85
    - (2) 行业下游议价能力分析 86
    - (3) 行业替代品威胁分析 86
    - (4) 行业新进入者威胁分析 87
    - (5) 行业竞争格局分析 87
  - 2.4.2 图书出版行业竞争趋势分析 88
    - (1) 影响图书出版行业竞争的主要因素 88
    - (2) 图书出版行业的新型价值链 89
- 2.5 中国图书出版行业盗版影响分析 90
  - 2.5.1 盗版市场现状分析 90
  - 2.5.2 消费者对盗版态度分析 92
  - 2.5.3 盗版市场存在原因分析 93
  - 2.5.4 盗版对图书出版行业影响分析 93
  - 2.5.5 出版社如何应对盗版风险 93
- 第3章：中国教育出版领域市场分析 95
  - 3.1 教育出版市场综述 95
    - 3.1.1 教育出版在行业中的份额 95

3.1.2 教育出版市场规模分析	95
3.1.3 教育出版市场特性分析	96
(1) 行业区域性分析	96
(2) 行业季节性分析	97
3.1.4 教育出版市场竞争状况分析	97
3.1.5 教育出版市场盈利能力分析	97
3.1.6 教育出版市场影响因素分析	98
3.1.7 教育出版数字化转型的内容困境与突破	99
(1) 数字化出版的困境	99
(2) 数字化出版的突破口	99
3.1.8 教育出版市场需求前景分析	102
3.2 大专及大专以上课本市场分析	103
3.2.1 高等教育入学率分析	103
3.2.2 高等教育在校学生数分析	103
3.2.3 大专及大专以上课本供给分析	104
(1) 课本出版种类分析	104
(2) 课本印数规模分析	105
(3) 课本印张规模分析	105
3.2.4 大专及大专以上课本总定价分析	105
3.2.5 大专及大专以上课本需求前景分析	106
3.3 中专课本市场分析	107
3.3.1 中专生在校学生数分析	107
3.3.2 中专课本供给分析	107
(1) 课本出版种类分析	107
(2) 课本印数规模分析	108
(3) 课本印张规模分析	108
3.3.3 中专课本总定价分析	109
3.3.4 中专课本需求前景分析	109
3.4 中学课本市场分析	110
3.4.1 中学生入学率分析	110
(1) 高中生入学率分析	110
(2) 初中生入学率分析	110

- 3.4.2 中学生数分析 111
  - (1) 高中生在校学生数分析 111
  - (2) 初中生在校学生数分析 111
- 3.4.3 中学课本供给分析 112
  - (1) 课本出版种类分析 112
  - (2) 课本印数规模分析 112
  - (3) 课本印张规模分析 113
- 3.4.4 中学课本总定价分析 113
- 3.4.5 中学课本需求前景分析 114
- 3.5 小学课本市场分析 114
  - 3.5.1 小学生入学率分析 114
  - 3.5.2 小学生在校学生数分析 115
  - 3.5.3 小学课本供给分析 115
    - (1) 课本出版种类分析 115
    - (2) 课本印数规模分析 116
    - (3) 课本印张规模分析 116
  - 3.5.4 小学课本总定价分析 117
  - 3.5.5 小学课本需求前景分析 117
- 3.6 业余教育课本市场分析 118
  - 3.6.1 业余教育课本供给分析 118
    - (1) 课本出版种类分析 118
    - (2) 课本印数规模分析 118
    - (3) 课本印张规模分析 119
  - 3.6.2 业余教育课本总定价分析 119
  - 3.6.3 业余教育课本需求前景分析 120
- 3.7 扫盲课本市场分析 120
  - 3.7.1 扫盲班分析 120
  - 3.7.2 扫盲课本供给分析 121
  - 3.7.3 扫盲课本总定价分析 121
  - 3.7.4 扫盲课本需求前景分析 121
- 3.8 教学用书市场分析 122
  - 3.8.1 各级各类学校教职工分析 122



(1) 高等教育教职工数 122

(2) 中等教育教职工数 122

(3) 初等教育教职工数 123

3.8.2 教学用书供给分析 123

(1) 课本出版种类分析 124

(2) 课本印数规模分析 124

(3) 课本印张规模分析 125

3.8.3 教学用书总定价分析 125

3.8.4 教学用书需求前景分析 125

第4章：中国大众图书与专业出版领域市场分析 127

4.1 大众出版领域市场分析 127

4.1.1 大众图书市场现状分析 127

4.1.2 少儿图书出版市场分析 128

(1) 少儿图书出版市场现状分析 128

(2) 少儿类畅销书榜单 128

(3) 少儿图书出版面临的瓶颈 129

(4) 少儿图书出版瓶颈原因诊断 130

(5) 少儿图书出版对策分析 131

(6) 少儿图书出版发展需求分析 133

4.1.3 旅游类图书出版市场分析 134

(1) 旅游类图书的三大功能 134

(2) 旅游类图书市场分析 135

(3) 旅游类图书出版赢利模式转型分析 137

4.1.4 大众图书市场竞争状况 139

4.1.5 大众图书市场发展前景 139

4.2 专业出版领域市场分析 140

4.2.1 专业图书市场调研 140

(1) 专业图书市场潜力调研 140

(2) 专业图书购买动机调研 142

(3) 专业图书购买影响因素调研 143

(4) 专业图书价格调研 146

#### 4.2.2 部分专业图书市场分析 148

##### (1) 科技出版市场分析 148

##### (2) 古籍出版市场分析 152

#### 4.2.3 专业图书市场存在问题 152

#### 4.2.4 专业图书市场竞争状况 153

#### 4.2.5 专业图书市场发展策略 153

#### 4.2.6 专业图书市场发展前景 154

### 第5章：中国图书出版行业各类图书出版分析 156

#### 5.1 各类图书出版情况分析 156

##### 5.1.1 各类图书出版种类排名情况 156

##### 5.1.2 各类图书出版总印数排名情况 156

##### 5.1.3 各类图书出版总定价排名情况 157

#### 5.2 主要类别图书出版分析 158

##### 5.2.1 马列主义、毛泽东思想类图书出版分析 158

###### (1) 图书出版种类分析 158

###### (2) 图书出版印数分析 159

###### (3) 图书出版定价分析 160

###### (4) 图书出版市场分析 161

##### 5.2.2 哲学类图书出版分析 163

###### (1) 图书出版种类分析 163

###### (2) 图书出版印数分析 164

###### (3) 图书出版定价分析 165

###### (4) 图书出版市场分析 166

##### 5.2.3 社会科学总论类图书出版分析 168

###### (1) 图书出版种类分析 168

###### (2) 图书出版印数分析 169

###### (3) 图书出版定价分析 170

###### (4) 图书出版市场分析 171

##### 5.2.4 政治、法律类图书出版分析 172

###### (1) 图书出版种类分析 172

###### (2) 图书出版印数分析 173

- (3) 图书出版定价分析 174
- (4) 图书出版市场分析 175
- 5.2.5 军事类图书出版分析 177
  - (1) 图书出版种类分析 177
  - (2) 图书出版印数分析 178
  - (3) 图书出版定价分析 180
  - (4) 图书出版市场分析 181
- 5.2.6 经济类图书出版分析 182
  - (1) 图书出版种类分析 182
  - (2) 图书出版印数分析 183
  - (3) 图书出版定价分析 184
  - (4) 图书出版市场分析 185
  - (5) 畅销书榜单分析 189
- 5.2.7 文化、科学、教育、体育类图书出版分析 190
  - (1) 图书出版种类分析 190
  - (2) 图书出版印数分析 192
  - (3) 图书出版定价分析 193
  - (4) 图书出版市场分析 194
- 5.2.8 语言、文字类图书出版分析 196
  - (1) 图书出版种类分析 196
  - (2) 图书出版印数分析 197
  - (3) 图书出版定价分析 199
  - (4) 图书出版市场分析 199
- 5.2.9 文学类图书出版分析 200
  - (1) 图书出版种类分析 200
  - (2) 图书出版印数分析 202
  - (3) 图书出版定价分析 203
  - (4) 图书市场规模分析 204
  - (5) 图书市场结构分析 204
  - (6) 出版社竞争状况分析 205
  - (7) 畅销图书榜单分析 205
  - (8) 图书出版市场现状分析及发展建议 206

#### 5.2.10 艺术类图书出版分析 208

- (1) 图书出版种类分析 208
- (2) 图书出版印数分析 210
- (3) 图书出版定价分析 211
- (4) 图书出版市场分析 212

#### 5.2.11 历史、地理类图书出版分析 213

- (1) 图书出版种类分析 213
- (2) 图书出版印数分析 214
- (3) 图书出版定价分析 216
- (4) 图书出版市场分析 217

#### 5.2.12 自然科学总论类图书出版分析 217

- (1) 图书出版种类分析 218
- (2) 图书出版印数分析 219
- (3) 图书出版定价分析 220
- (4) 图书出版市场分析 221

#### 5.2.13 数理科学、化学类图书出版分析 222

- (1) 图书出版种类分析 222
- (2) 图书出版印数分析 223
- (3) 图书出版定价分析 224
- (4) 图书出版市场分析 225

#### 5.2.14 天文学、地球科学类图书出版分析 226

- (1) 图书出版种类分析 226
- (2) 图书出版印数分析 227
- (3) 图书出版定价分析 228
- (4) 图书出版市场分析 229

#### 5.2.15 生物科学类图书出版分析 230

- (1) 图书出版种类分析 230
- (2) 图书出版印数分析 231
- (3) 图书出版定价分析 232
- (4) 图书出版市场分析 233

#### 5.2.16 医药卫生类图书出版分析 234

- (1) 图书出版种类分析 234

- (2) 图书出版印数分析 235
- (3) 图书出版定价分析 236
- (4) 图书出版市场分析 237
- 5.2.17 农业科学类图书出版分析 238
  - (1) 图书出版种类分析 238
  - (2) 图书出版印数分析 239
  - (3) 图书出版定价分析 240
  - (4) 图书出版市场分析 241
- 5.2.18 工业技术类图书出版分析 242
  - (1) 图书出版种类分析 242
  - (2) 图书出版印数分析 243
  - (3) 图书出版定价分析 244
  - (4) 图书出版市场分析 245
- 5.2.19 交通运输类图书出版分析 246
  - (1) 图书出版种类分析 246
  - (2) 图书出版印数分析 247
  - (3) 图书出版定价分析 248
  - (4) 图书出版市场分析 249
- 5.2.20 航空、航天类图书出版分析 250
  - (1) 图书出版种类分析 250
  - (2) 图书出版印数分析 251
  - (3) 图书出版定价分析 252
  - (4) 图书出版市场分析 253
- 5.2.21 环境科学类图书出版分析 254
  - (1) 图书出版种类分析 254
  - (2) 图书出版印数分析 255
  - (3) 图书出版定价分析 256
  - (4) 图书出版市场分析 258
- 5.2.22 综合类图书出版分析 258
  - (1) 图书出版种类分析 258
  - (2) 图书出版印数分析 259
  - (3) 图书出版定价分析 260

(4) 图书出版市场分析 261

第6章：中国图书出版行业市场调研分析 263

6.1 全国读者调研分析 263

6.1.1 调研情况说明 263

6.1.2 调研数据分析 263

(1) 读书是否是读者生活中一种重要的休闲方式 263

(2) 读者最喜欢阅读的图书类型 263

(3) 读者购买最多的图书类型 264

(4) 读者阅读电子书(含网络阅读)的情况 264

(5) 读者是否曾经付费阅读过电子书 265

(6) 读者对于“看电子书比看纸质书更方便”的看法 266

(7) 读者对于“电子书的出现使我减少了购买纸书的数量”的看法 266

(8) 近一年读者主要的购书场所 267

(9) 影响读者购买图书的因素 267

6.2 图书市场调研分析 268

6.2.1 谁最畅销 268

6.2.2 多少本算畅销 269

6.2.3 谁最赚钱 270

6.2.4 谁购买力最强 270

6.2.5 为何能畅销 270

6.2.6 如何推销 271

6.2.7 作家到了悬崖边缘 271

6.3 畅销图书市场调研分析 271

6.3.1 虚构类畅销书市场调研 271

(1) 2015年虚构类畅销书市场调研 271

(2) 2016年虚构类畅销书市场调研 272

(3) 上榜虚构类畅销书作者统计分析 273

(4) 上榜虚构类畅销书出版社统计分析 274

1) 上榜出版社统计分析 274

2) 上榜次数最多出版社分析 274

(5) 上榜虚构类畅销书价格情况统计分析 275

### 6.3.2 非虚构类畅销书市场调研 275

(1) 2016年第2季度非虚构类畅销书市场调研 275

(2) 2016年非虚构类畅销书市场调研 276

(3) 上榜非虚构类畅销书作者统计分析 276

(4) 上榜非虚构类畅销书出版社统计分析 277

1) 上榜出版社统计分析 277

2) 上榜次数最多出版社分析 277

(5) 上榜非虚构类畅销书价格情况统计分析 278

### 6.3.3 少儿类畅销书市场调研 278

(1) 2015年少儿类畅销书市场调研 278

(2) 2016年少儿类畅销书市场调研 279

(3) 上榜少儿类畅销书作者统计分析 280

(4) 上榜少儿类畅销书出版社统计分析 280

1) 上榜出版社统计分析 280

2) 上榜次数最多出版社分析 281

(5) 上榜少儿类畅销书价格情况统计分析 282

### 6.4 畅销书受众市场调研分析 282

#### 6.4.1 畅销书受众市场调研分析 282

(1) 畅销书受众群体特征 282

(2) 畅销书成为受众阅读的首选类型 282

(3) 受众市场需求具有较强的诱导性 283

(4) 畅销书总体评价 283

(5) 受众的需求动机 283

#### 6.4.2 受众隐性阅读心理分析 284

(1) 从众心理 284

(2) 炫示心理 284

(3) 猎奇心理 285

## 第7章：中国图书出版行业专题研究 287

### 7.1 数字出版发展分析 287

#### 7.1.1 数字出版行业发展现状分析 287

(1) 数字出版规模 287

- (2) 数字出版结构 287
- (3) 数字出版区域分布 288
- 7.1.2 中国数字出版行业发展特征 288
  - (1) 发展势头强劲，产值屡创新高 288
  - (2) 手机出版异军突起，产值接近“半壁江山” 288
  - (3) 数字技术加快创新，阅读终端不断升级 289
  - (4) 政策引导加强，监管力度加大 289
  - (5) 营销策略与赢利模式有所突破 290
  - (6) 传统出版集团（社）纷纷涉足数字出版 290
- 7.1.3 中国数字出版行业发展存在的问题 291
  - (1) 数字出版尚未形成具备经济规模的商业模式 291
  - (2) 传统出版单位自主研发能力不足 291
  - (3) 数字内容资源编校水平有待提高 291
  - (4) 人才培养与产业发展仍然脱节 291
  - (5) 版权问题依然面临挑战 292
  - (6) 体制机制改革仍需继续推进 292
- 7.1.4 数字出版版权分析 292
  - (1) 数字出版版权的定义 292
  - (2) 数字出版的版权特征 293
  - (3) 数字出版的版权贸易 293
  - (4) 数字出版的版权摩擦事件分析 294
  - (5) 数字出版版权的保护状况分析 294
- 7.1.5 出版业数字化迷局分析及发展建议 295
- 7.2 按需出版发展分析 297
  - 7.2.1 按需出版定义及特点 297
    - (1) 按需出版的定义 297
    - (2) 按需出版与数字出版的关系 297
    - (3) 按需出版的特点和优势 298
  - 7.2.2 按需出版的关键技术 298
    - (1) 内容数字化及其管理系统 298
    - (2) 在线订单管理系统 298
    - (3) 生产流程管理系统 299



- (4) 物流和配送管理系统 299
- (5) 精确的信息管理系统 299
- (6) 标准化作业及其相关标准 300
- 7.2.3 按需出版发展状况 301
  - (1) 美国按需出版发展状况 301
  - (2) 国内按需出版发展状况 301
- 7.2.4 按需出版市场发展潜力 303
- 7.2.5 按需出版发展建议 303
- 7.3 民营书业发展分析 304
  - 7.3.1 民营书业发展现状分析 304
    - (1) 民营书业地位及实力不断增强 304
    - (2) 民营国有合作渐趋深入规范 305
    - (3) 民营书业管理水平不断提高 305
  - 7.3.2 民营书业面临的困境 305
    - (1) 教辅出版的版权困扰 306
    - (2) 大众出版的两难选择 306
    - (3) 实体书店生存堪忧 307
  - 7.3.3 民营书业进一步发展建议 308
    - (1) 尽快出台发展指导意见 308
    - (2) 给予更有力的财政货币政策 308
    - (3) 对民营实体书店着重扶持 309
    - (4) 建立现代企业制度构建人才保障体系 310
    - (5) 追求创新提高出版物质量 310
- 7.4 畅销书出版运作分析 310
  - 7.4.1 畅销书出版运作机制分析 310
    - (1) 由品牌策划人组建精干的团队 310
    - (2) 畅销书出版运作的机构设置及其管理 312
    - (3) 畅销书选题运作 315
    - (4) 畅销书生产运作 316
    - (5) 畅销书营销运作 321
  - 7.4.2 畅销书出版运作的典型模式 324
    - (1) 分支机构独立运作模式 324

(2) 项目负责制运作模式	327
(3) 品牌延伸运作模式	329
(4) 品牌移植运作模式	330
(5) 媒体互动运作模式	333
7.4.3 畅销书出版运作特征分析	335
(1) 注重全程策划和全程营销	335
(2) 高投入高风险	336
(3) 突出高回报效益	337
(4) 与社会热点共鸣	338
7.5 图书出版价格体系及京东倾销事件分析	338
7.5.1 图书出版复合价格体系的建立	338
(1) 欧美图书复合价格体系的历史发展	338
(2) 我国建立图书复合价格体系的意义	339
(3) 图书价格的市场空间	340
(4) 建立复合价格体系立体覆盖图书消费者	341
(5) 消除精装书与平装书的障碍	342
7.5.2 京东低价倾销图书事件分析	343
(1) 京东低价倾销图书事件回顾	343
(2) 京东低价倾销图书各方观点	343
1) 出版商观点	343
2) 学者观点	344
3) 消费者观点	344
(3) 京东低价倾销图书事件最新动态	344
第8章：中国图书出版行业主要企业经营分析	346
8.1 中国图书出版企业总体发展状况分析	346
8.1.1 图书出版企业公司上市情况及资产和收入排名	346
(1) 上市企业资产排名	347
(2) 上市企业收入排名	347
8.1.2 2016年文化企业30强新闻出版类企业入选名单	348
8.2 中国图书出版行业领先企业个案分析	349
8.2.1 江苏凤凰出版传媒股份有限公司经营情况分析	349

- (1) 企业发展简况分析 349
- (2) 企业主营业务分析 350
- (3) 企业经营情况分析 351
- (4) 企业经营状况优劣势分析 363
- 8.2.2 浙江出版联合集团有限公司经营情况分析 368
  - (1) 企业发展简况分析 368
  - (2) 企业主营业务分析 368
  - (3) 企业经营情况分析 369
  - (4) 企业经营状况优劣势分析 372
- 8.2.3 中南出版传媒集团股份有限公司经营情况分析 375
  - (1) 企业发展简况分析 375
  - (2) 企业主营业务分析 376
  - (3) 企业经营情况分析 378
  - (4) 企业经营状况优劣势分析 387
- 8.2.4 山东出版集团有限公司经营情况分析 390
  - (1) 企业发展简况分析 390
  - (2) 企业主营业务分析 391
  - (3) 企业经营情况分析 391
  - (4) 企业经营状况优劣势分析 395
- 8.2.5 中原出版传媒投资控股集团有限公司经营情况分析 397
  - (1) 企业发展简况分析 397
  - (2) 企业主营业务分析 397
  - (3) 企业经营情况分析 397
  - (4) 企业经营状况优劣势分析 398

## 第9章：中国图书出版行业投资与前景分析 545

### 9.1 中国图书出版行业投资特性分析 545

#### 9.1.1 图书出版行业进入壁垒分析 545

- (1) 政策壁垒 545
- (2) 规模壁垒 546
- (3) 人才壁垒 546
- (4) 品牌及经验壁垒 546

9.1.2 图书出版行业盈利模式分析	546
(1) 盈利模式分析	547
(2) 盈利模式创新建议	548
9.1.3 图书出版行业盈利影响因素分析	548
9.2 中国图书出版行业资本运作分析	549
9.2.1 出版行业企业上市情况	549
(1) 企业上市情况	549
(2) 上市企业经营情况	551
9.2.2 中国教育出版传媒集团组建	551
(1) 组建情况	551
(2) 发展战略	551
9.2.3 出版企业联合重组分析	552
9.2.4 风险投资涌入图书出版行业	553
9.3 中国图书出版行业发展趋势与前景分析	553
9.3.1 图书出版行业发展趋势分析	553
(1) 传统方兴未艾，数字大势所趋	554
(2) 全媒体出版时代来临，内容终成王者	556
(3) 传统与数字，合作大于竞争	556
9.3.2 图书出版行业发展前景分析	557
9.4 中国图书出版行业投资建议	558
9.4.1 图书出版行业投资机会分析	558
9.4.2 图书出版行业投资风险分析	560
(1) 行业政策风险	560
(2) 行业技术风险	561
(3) 行业供求风险	561
(4) 行业其他风险	561
9.4.3 图书出版行业投资建议	562

图表目录：

图表1：图书出版发行行业产业链简图 20

图表2：图书出版发行行业主要业务流程 21

图表3：图书出版发行行业收入在产业链各环节的分配情况（单位：%） 22

- 图表4：2016年及之前图书出版行业主要政策 31
- 图表5：2011-2016年全球主要经济体经济增长速度（单位：%） 46
- 图表6：2008-2016年各项全球PMI指数变动情况 46
- 图表7：2016年欧盟经济增长速度（单位：%） 47
- 图表8：2016年主要新兴市场经济体货币升、贬值情况（单位：%） 47
- 图表9：2014-2016年全球大宗商品价格和石油价格指数走势图 48
- 图表10：2015-2016年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%） 49
- 图表11：2009-2016年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%） 49
- 图表12：2009-2016年中国全社会固定资产投资及增长情况（单位：亿元，%） 50
- 图表13：2015-2016年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%） 51
- 图表14：2016年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%） 51
- 图表15：2009-2016年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%） 52
- 图表16：2015-2016年全国制造业PMI走势图（经季节调整）（单位：%） 53
- 图表17：2011-2016年中国货物进出口总额（单位：亿美元） 54
- 图表18：2011-2016年中国新增信贷月度情况（单位：亿元） 54
- 图表19：2011-2016年中国新增信贷月度情况（单位：%） 54
- 图表20：2009-2016年中国城镇居民人均可支配收入（单位：元） 56
- 图表21：2009-2016年农村居民人均纯收入（单位：元） 56
- 图表22：2010-2016年图书出版行业出版社规模（单位：家） 65
- 图表23：2012-2016年行业从业人员规模（单位：万人） 66
- 图表24：2011-2016年图书出版行业出版社规模（单位：家） 66
- 图表25：2014-2016年图书零售市场增速（单位：%） 67
- 图表26：2016年地面书店与网络书店市场细分构成比较（单位：%） 68
- 图表27：2016年新闻出版种数及增长情况（单位：种，%） 69
- 图表28：2010-2016年图书出版种数及增长情况（单位：种，%） 69
- 图表29：2010-2016年图书出版印数及增长情况（单位：亿册，%） 70
- 图表30：2010-2016年图书定价情况（单位：亿元，元/册） 70

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/J68941V7LN.html>