

2022-2028年中国出版市场 竞争格局与发展前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2022-2028年中国出版市场竞争格局与发展前景评估报告》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/M93271X50W.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

出版或称发表，是指将作品通过任何方式公之于众的一种行为。在大多数国家，作品一经完成，不论是否出版，即享有著作权。作品获得国际标准书号并经过一定资质的出版机构印刷成书籍称为出版物；出版物内容以数码形式呈现的称之为电子出版物或叫做电子书。以出版为主的生产或者产业领域称为出版业。拥有大量复制或同等规模的传播力的公开发表都统称之为出版。

我国出版资格职业资格考试关于出版的概念为：出版是指编辑、复制作品并向公众发行的活动。作品是出版的前提，编辑、复制是手段，向公众发行是目的。

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国出版市场竞争格局与发展前景评估报告》共七章。首先介绍了出版行业市场发展环境、出版整体运行态势等，接着分析了出版行业市场运行的现状，然后介绍了出版市场竞争格局。随后，报告对出版做了重点企业经营状况分析，最后分析了出版行业发展趋势与投资预测。您若想对出版产业有个系统的了解或者想投资出版行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 出版行业的相关概念及相关要素

1.1 出版行业的概念

1.1.1 出版业的定义

1.1.2 现代出版业的内涵

1.1.3 出版传播的目的

1.1.4 出版传播的规律

1.1.5 出版业的分类

1.2 出版行业的进入壁垒

1.2.1 资本需求

1.2.2 发行渠道

1.2.3 政策法律等制度性壁垒高

- 1.2.4 产品差别壁垒
- 1.3 出版业的价值链分析
 - 1.3.1 出版业价值链概念
 - 1.3.2 出版业价值链的现状
 - 1.3.3 出版业价值链的管理
 - 1.3.4 出版业价值链的整合
- 1.4 出版行业的经济学分析
 - 1.4.1 社会效益
 - 1.4.2 垄断竞争
 - 1.4.3 专业分工
 - 1.4.4 供求关系
 - 1.4.5 人事分配

第二章 2016-2020年世界出版业发展态势分析

- 2.1 2016-2020年世界出版业总体情况综述
 - 2.1.1 世界出版业的特点
 - 2.1.2 世界出版商经营概况
 - 2.1.3 国外出版业宏观管理体系及启示
 - 2.1.4 新技术革命对国际出版业的影响
- 2.2 美国
 - 2.2.1 美国出版业发展概况
 - 2.2.2 美国出版业的营销过程管理
 - 2.2.3 美国报纸出版业形势
 - 2.2.4 美国三大出版业数字化商业模式分析
 - 2.2.5 美国出版市场的竞争策略分析
 - 2.2.6 美国图书市场状况及营销分析
- 2.3 日本
 - 2.3.1 日本出版业发展回顾
 - 2.3.2 日本出版业的流通渠道
 - 2.3.3 日本出版业发展面临的困境
 - 2.3.4 日本出版业提高销量的举措
- 2.4 英国

- 2.4.1 英国出版行业的特点
- 2.4.2 英国期刊出版业发展的概况
- 2.4.3 英国现代图书出版业的特点
- 2.4.4 英国发展数字出版业的对策
- 2.5 法国
 - 2.5.1 法国出版行业的起源
 - 2.5.2 法国出版行业经济政策解析及启示
 - 2.5.3 法国出版业巨头争夺数字出版领域
- 2.6 中国台湾地区
 - 2.6.1 中国台湾出版行业的特点
 - 2.6.2 中国台湾期刊业的发展状况
 - 2.6.3 中国台湾期刊业发展对大陆同业的启示
 - 2.6.4 中国台湾出版业发展的问题与对策
 - 2.6.5 中国台湾地区出版业未来发展策略
- 2.7 其他国家和地区
 - 2.7.1 澳大利亚出版业概述
 - 2.7.2 韩国出版行业的处境尴尬
 - 2.7.3 中国香港出版业发展的趋势
 - 2.7.4 中国澳门出版业发展剖析

第三章 2016-2020年中国出版业运营局势分析

- 3.1 2016-2020年中国出版业的发展概况
 - 3.1.1 中国新闻出版业发展成就回顾
 - 3.1.2 出版物进出口分析
 - 3.1.3 我国出版发行企业跨区兼并重组进展状况
- 3.2 2016-2020年中国出版业发展的特点分析
 - 3.2.1 我国出版行业市场化进程
 - 3.2.2 国内出版业资本运营现状
 - 3.2.3 我国出版业信息化特点
 - 3.2.4 中国出版业国际化进程
- 3.3 2016-2020年中国出版业中的民营资本分析
 - 3.3.1 我国出版业的民营发展过程

- 3.3.2 国内民营书业发展的概况
- 3.3.3 民营资本介入出版业的特点
- 3.3.4 资本运营成为民营书业的热点
- 3.3.5 民营书业逼近出版业核心领域
- 3.4 2016-2020年中国出版业改革发展分析
 - 3.4.1 中国出版业改革转制分析
 - 3.4.2 我国出版业体制改革的背景
 - 3.4.3 中国新闻出版体制改革全面铺开
 - 3.4.4 出版业改革的核心是制度创新
- 3.5.1 中国少数民族出版业发展简况
- 3.5.2 我国少数民族出版业面临的困境
- 3.5.3 我国少数民族出版业发展对策
- 3.6 重构中国出版新格局分析
 - 3.6.1 重构中国出版新格局的背景
 - 3.6.2 重构出版新格局的主要任务与措施
 - 3.6.3 重构中国出版业新格局的前景分析

第四章 2016-2020年中外出版业合作发展分析

- 4.1 中外出版业合作发展环境
 - 4.1.1 中国出版业的对外政策解读
 - 4.1.2 中国出版市场逐步开放
 - 4.1.3 中国将加大对国际出版合作的扶持力度
 - 4.1.4 国际出版合作发展前景趋势
- 4.2 中外出版业合作发展概况
 - 4.2.1 中外出版商深度合作回顾
 - 4.2.2 中外出版合作发展现状
 - 4.2.3 中国出版对外合作业务中存在的问题
 - 4.2.4 中国出版业在国际合作中发展的对策
- 4.3 中俄出版合作发展分析
 - 4.3.1 中俄出版合作发展的历史
 - 4.3.2 中俄出版合作发展概况
 - 4.3.3 推进中俄出版合作发展的建议

4.4 海峡两岸出版业合作发展分析

4.4.1 大陆对台湾出版政策开放程度

4.4.2 海峡两岸出版业合作发展概述

4.4.3 两岸出版业合作发展现状

4.4.4 两岸出版产业合作发展的对策与建议

4.4.5 未来两岸出版领域合作将进一步扩大

第五章 2016-2020年中国出版业细分市场运行分析--报纸出版

5.1 中国报业的发展回顾

5.1.1 中国的报业发展特点

5.1.2 中国报纸出版体制改革取得的成果

5.1.3 中国现代报业集团的发展之路

5.1.4 对中国低价厚报发展模式的思考

5.1.5 报业的竞争环境与竞争战略分析

5.2 2016-2020年中国报业发展新形势分析

5.2.1 我国报业整体发展迅速

5.2.2 中国期刊与报纸出版统计

5.2.3 中国报业结构调整

5.2.4 新形势下我国报业“走出去”发展探析

5.3 2016-2020年中国报业发展面临的问题及对策分析

5.3.1 我国业媒体存在的主要问题

5.3.2 中国报业在“寒冬”中期待“温暖”

5.3.3 报业经营“发行为王”解析

5.3.4 构建科学的报纸出版体制机制

5.4 2020-2026年中国报业的发展趋势展望

5.4.1 中国将进一步深化报业体制改革

5.4.2 报纸发行模式的发展趋势

5.4.3 报纸版式创新的发展趋势

第六章 2016-2020年中国出版业细分市场运行分析--图书出版业

6.1 2016-2020年中国图书出版业总体概况分析

6.1.1 中国图书市场繁荣发展

- 6.1.2 中国图书出版统计
- 6.1.3 我国图书市场热点分析
- 6.1.4 我国图书出版工作室模式的运作案例解析
- 6.2 2016-2020年中国图书版权贸易分析
 - 6.2.1 中国图书版权贸易现状
 - 6.2.2 中国图书版权贸易存在的问题
 - 6.2.3 中国图书版权贸易发展趋势预测
- 6.3 2016-2020年中国图书出版业营销分析
 - 6.3.1 图书营销部门的机制创新解析
 - 6.3.2 中国图书出版业的扁平化营销
 - 6.3.3 图书出版业营销结合战略分析
 - 6.3.4 出版社图书营销渠道建设分析
 - 6.3.5 浅析图书出版业的营销对策
 - 6.3.6 国内图书买方市场下的主要策略
- 6.4 2016-2020年中国图书出版业发展的问题与对策分析
 - 6.4.1 中国图书出版行业的五大病根
 - 6.4.2 中国图书出版业如何面对三大挑战
 - 6.4.3 中国图书出版业的其他问题探究
 - 6.4.4 信用问题阻碍图书出版发行业
 - 6.4.5 发展中国图书出版业的主要措施
 - 6.4.6 关于中国图书出版行业政策的建议

第七章 2016-2020年中国出版业细分市场运行分析--音像出版业（ ）

- 7.1 2016-2020年中国音像产业营运形势分析
 - 7.1.1 音像业总体运行情况分析
- 13.4 政策法规
 - 13.4.1 《报纸出版管理规定》
 - 13.4.2 《互联网出版管理暂行规定》
 - 13.4.3 《期刊出版管理规定》
 - 13.4.4 《出版管理条例》
 - 13.4.5 《出版物市场管理规定》
 - 13.4.6 《互联网著作权行政保护办法》

13.4.7 《新闻出版统计管理办法》

13.4.8 《音像制品出版管理规定》

13.4.9 《音像制品出版工作流程》

13.4.10 《中国出版职业资格制度》

13.4.11 《外商投资图书、报纸、期刊分销企业管理办法》

图表目录：

图表 市场类型的划分和特征

图表 美国出版业并购趋势

图表 中国向俄罗斯引进和输出图书版权情况

图表 中国报纸的销售额

图表 波特的产业五力分析模型

图表 报业市场的六种竞争力量互动模型

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/M93271X50W.html>