

# 2007 - 2008年中国数字出版 行业市场分析及战略决策咨询报告

## 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

《2007 - 2008年中国数字出版行业市场分析及战略决策咨询报告》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/V81894ACNP.html>

报告价格：请咨询客服。

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

[b]2007 - 2008年中国[b]数字出版[/b]行业市场分析及战略决策咨询报告 内容介绍：[/b]

### 一、中国数字出版行业概况

进入21世纪以来，中国出版行业跨入一个新的发展台阶：总体规模高速增长，赢利能力和成本均有所增加，竞争程度加剧，产业集中度明显提高。到2006年随着全球出版业掀起的并购浪潮，“整合”和“结构性调整”也成为中国出版行业的新景象。通过多年的发展和市场的不断调整，在未来中国出版行业将迎来传统出版与数字化出版相结合、相互交叉和相互促进的发展新阶段。

### 二、报告主要研究内容

《2007-2008年中国数字出版行业市场分析及战略决策咨询报告》全面的概括了中国数字出版各细分行业市场发展状况，包括环境分析、产业特点、市场现状、市场规模、竞争格局、地质战略、消费者需求、产业发展趋势等；在此基础上20个翔实深刻的企业案例，分析了国内外数字出版主体企业的组织结构、资本状况、经营规模、业务范围、营业收入及利润、市场渠道、发展战略及综合竞争力评价等。最后通过深度分析得出DHD研究成果及战略建议。

### 三、报告研究成果及意义

《2007-2008年中国数字出版行业市场分析及战略决策咨询报告》是由对中国教育培训行业长期监控和多年研究的DHD资深分析团队撰写。不同于其它普通市场报告的是，本报告采用PEST、SWOT、BCG矩阵等多种研究方法而得出科学结论。报告中详尽的市场、案例分析，深刻的研究成果及战略决策建议，旨在帮助境内外投资机构及业内企业对中国数字出版行业发展状况分析[/b]

#### 第一节、中国数字出版行业发展环境分析（PEST因素分析法）

- 一、中国政治环境对数字出版行业的影响
- 二、中国经济环境对数字出版行业的影响
- 三、中国社会环境对数字出版行业的影响
- 四、中国技术环境对数字出版行业的影响

#### 第二节、中国数字出版行业发展特征分析

- 一、传统出版业已陷入滞胀状态，数字出版风头正健
- 二、数字出版加快进入中国出版业生产、流通、消费领域
- 三、数字出版产业集中度较高
- 四、中国数字出版业显现“上游冷、下游热”两极分化状态

五、中国数字出版产业需要多方位整合

六、未来中国数字出版将与传统出版业相互促进

第三节、2005-2010年中国数字出版行业市场现状及发展趋势分析

一、2005-2010年中国数字出版行业市场规模现状及发展趋势分析

二、2005-2010年中国数字出版行业供求格局现状及发展趋势分析

三、2005-2010年中国数字出版行业行业存在问题分析

一、对版权的保护手段仍停留在初级阶段

二、行业缺乏科学规范的管理制度与标准

三、业界对数字出版缺乏足够的研究和认识

四、数字出版知识资源利用单一

五、出版企业创新能力不足

六、数字出版行业人才匮乏

[b]第三章 中国数字出版细分行业发展状况分析[/b]

第一节、电子书

一、市场规模分析

二、行业特点分析

三、竞争格局分析

四、发展趋势分析

五、主体企业分析（SWOT分析法）

第二节、数字期刊（杂志）

第三节、数字报纸

[b]第四章 中国数字出版细分区域行业各细分区域市场发展状况对比分析

一、市场规模对比分析

二、竞争格局对比分析

三、发展趋势对比分析

四、标杆企业对比分析

[b]第五章 中国数字出版行业市场消费者需求特征及趋势分析[/b]

第一节、中国数字出版行业市场消费者需求变量分析

一、人口统计变量分析

二、地理变量分析

三、心理变量分析

四、行为变量分析

- (一) 消费产品偏好
- (二) 消费品牌偏好
- (三) 消费渠道偏好
- (四) 消费环境偏好
- (五) 消费影响因素

## 第二节、中国数字出版行业市场消费者需求趋势分析

## [b]第六章 中国数字出版行业国际主体企业综合竞争力分析[/b]

### 第一节、英国培生教育集团

- 一、企业整体概况
- 二、营业规模分析
- 三、业务范围分析（BCG矩阵分析法）
- 四、出版内容分析
- 五、人力资源分析
- 六、市场策略分析
- 七、发展战略分析
- 八、综合竞争力分析（SWOT分析法）

### 第二节、美国麦格劳-希尔公司

### 第三节、德国贝塔斯曼集团

### 第四节、爱尔兰霍顿米孚林

### 第五节、里德爱斯维尔

### 第六节、加拿大汤姆森

### 第七节、意大利蒙塔多利

### 第八节、日本讲谈社

## [b]第八章 中国数字出版行业国内主体企业综合竞争力分析[/b]

### 第一节、中国出版集团

- 一、企业整体概况
- 二、营业规模分析
- 三、业务范围分析（BCG矩阵分析法）
- 四、出版内容分析
- 五、人力资源分析
- 六、市场策略分析
- 七、发展战略分析

## 八、综合竞争力分析（SWOT分析法）

第二节、人民教育出版社

第三节、高等教育出版社

第四节、外语教学与研究出版社

第五节、商务印书馆

第六节、中华书局

第七节、科学出版社

第八节、译林出版社

第九节、上海世纪出版集团

第十节、湖南出版投资控股集团有限公司

[b]第九章 中国数字出版行业市场投资机会与风险分析（SWOT分析法）[/b]

第一节、中国数字出版行业市场投资优势分析

第二节、中国数字出版行业市场投资劣势分析

第三节、中国数字出版行业市场投资机会分析

第四节、中国数字出版行业市场投资风险分析

[b]第十章 中国数字出版(数字出版市场分析)市场DHD研究成果及战略决策建议[/b]

第一节、中国数字出版(数字出版市场分析)市场DHD研究成果

第二节、中国数字出版(数字出版市场分析)市场DHD战略决策建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/V81894ACNP.html>