

2018-2024年中国图书出版 行业市场运营态势与投资策略研究分析报告

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

《2018-2024年中国图书出版行业市场运营态势与投资策略研究分析报告》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/V81894CFFP.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

图书出版是指书籍、地图、年画、图片、画册，以及含有文字、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，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。在我国，图书出版执行许可证制度。图书出版产业链数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国图书出版行业市场运营态势与投资策略研究报告》共十九章。首先介绍了图书出版相关概念及发展环境，接着分析了中国图书出版规模及消费需求，然后对中国图书出版市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国图书出版面临的机遇及发展前景。您若想对中国图书出版有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 图书出版行业相关概述 第一节 图书出版行业定义及分类 一、行业定义 二、行业主要分类 三、行业特性及在国民经济中的地位 第二节 图书出版行业统计标准 一、统计部门和统计口径 二、行业主要统计方法介绍 三、行业涵盖数据种类介绍 第三节 “十三五”中国图书出版行业经济指标分析 一、赢利性 二、成长速度 三、附加值的提升空间 四、进入壁垒 / 退出机制 五、风险性 六、行业周期 七、行业及其主要子行业成熟度分析 第四节 图书出版行业产业链分析 一、产业链结构分析 二、主要环节的增值空间 三、与上下游行业之间的关联性 四、行业产业链上游相关行业分析 五、行业下游产业链相关行业分析 六、上下游行业影响及风险提示 第二章 图书出版行业“十三五”规划概述 第一节 “十三五”图书出版行业发展回顾 一、“十三五”图书出版行业运行情况 二、“十三五”图书出版行业发展特点 三、“十三五”图书出版行业发展成就 第二节 图书出版行业“十三五”总体规划 一、图书出版行业“十三五”规划纲要 二、图书出版行业“十三五”规划指导思想 三、图书出版行业“十三五”规划主要目标 第三章 “十三五”期间经济环境分析 第一节 “十三五”期间世界经济分析 一、“十三五”期间世界经济将逐步恢复增长 二、“十三五”期间经济全球化曲折发展 三、“十三五”期间新能源与节能环保将引领全球产业 四、“十三五”期间跨国投资再趋活跃 五、“十三五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济 六、“十三五”期间美元地位继续削弱 七

、“十三五”期间世界主要新兴经济体大幅提升 第二节 “十三五”期间我国
经济面临的形势 一、国内经济增速放缓的趋势比较明显 二、经济增长的动力机制将发生变化
三、经济增长点将发生变化 四、环境保护和社会发展的要求将越来越高 第三节
“十三五”期间我国经济发展趋势 一、由以工业为主导的经济发展模式向以服务业为主导的
经济发展模式转变 二、由主要依靠传统产业促进经济发展的模式向主要依靠创新驱动促进经济
发展的模式转变 三、由主要依靠投资拉动型的经济发展模式向依靠消费等内需型为主的经济
发展模式转变 第四章 图书出版行业全球发展分析 第一节 全球图书出版市场总体情况分析 一、
全球图书出版行业的发展特点 二、2015-2017年全球图书出版市场结构 三、2015-2017年
全球图书出版行业发展分析 四、2015-2017年全球图书出版行业竞争格局 五、2015-2017
年全球图书出版市场区域分布 第二节 全球主要国家（地区）市场分析 一、欧洲 1、欧洲图书
出版行业发展概况 2、2015-2017年欧洲图书出版市场结构 3、“十三五”期间欧洲图书
出版行业发展前景预测 二、北美 1、北美图书出版行业发展概况 2、2015-2017年北美图书
出版市场结构 3、“十三五”期间北美图书出版行业发展前景预测 三、日本 四、韩国

第五章 “十三五”图书出版行业总体发展状况

第一节 图书出版行业定价特性分析 全国出版物定价总金额数据来源：公开资料整理

第二节 图书出版产业特征与行业重要性

第三节 “十三五”图书出版行业发展分析

一、“十三五”图书出版行业发展态势分析

二、“十三五”图书出版行业发展特点分析

三、“十三五”区域产业布局与产业转移

第四节 “十三五”图书出版行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第五节 “十三五”图书出版行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第六章中国图书出版市场规模分析

对于民营图书公司和出版社而言，自有版权图书策划与发行业务成本包括版权成本（作者版税）、纸张成本、出版社采购成本、员工薪酬及物流等其他成本。一般而言，一本书100元的总体码洋中有10-12%是版税，15%是印刷及纸张成本，分摊员工工资、房租、水电等固定成本约占5%，物流成本5%左右。

我们假设销售折扣为50%，这种情况下民营图书公司和出版社的销售收入就是50元，扣除10-12元的版税、15元的印刷及纸张成本、5元的固定支出以及5元的物流成本，利润空间在13元左右。纸质图书出版利益分成估算（假设一本书定价100元）数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理

第一节 “十三五”中国图书出版市场规模分析 第二节 “十三五”我国图书出版区域结构分析 第三节 “十三五”中国图书出版区域市场规模 一、“十三五”东北地区市场规模分析 二、“十三五”华北地区市场规模分析 三、“十三五”华东地区市场规模分析 四、“十三五”华中地区市场规模分析 五、“十三五”华南地区市场规模分析 六、“十三五”西部地区市场规模分析 第四节 “十三五”中国图书出版市场规模预测 第七章我国图书出版行业运行分析 第一节我国图书出版行业发展状况分析 一、我国图书出版行业发展阶段 二、我国图书出版行业发展总体概况 三、我国图书出版行业发展特点分析 四、我国图书出版行业商业模式分析 第二节 2015-2017年图书出版行业发展现状 一、2015-2017年我国图书出版行业市场规模 二、2015-2017年我国图书出版行业发展分析 三、2015-2017年中国图书出版企业发展分析 第三节 2015-2017年图书出版市场情况分析 一、2015-2017年中国图书出版市场总体概况 二、2015-2017年中国图书出版市场发展分析 第四节 我国图书出版市场价格走势分析 一、图书出版市场定价机制组成 二、图书出版市场价格影响因素 三、2015-2017年图书出版价格走势分析 四、“十三五”期间图书出版价格走势预测

第八章 “十三五”期间我国图书出版市场供需形势分析

第一节我国图书出版市场供需分析

一、2015-2017年我国图书出版行业供给情况

1、我国图书出版行业供给分析

2、重点企业供给及占有份额

二、2015-2017年我国图书出版行业需求情况

1、图书出版行业需求市场 0-17周岁未成年人图书阅读量数据来源：公开资料、智研数据研究

中心整理

2、图书出版行业客户结构

3、图书出版行业需求的地区差异

三、2015-2017年我国图书出版行业供需平衡分析

第二节 图书出版产品（服务）市场应用及需求预测

一、图书出版产品（服务）应用市场总体需求分析

1、图书出版产品（服务）应用市场需求特征

2、图书出版产品（服务）应用市场需求总规模

二、“十三五”期间图书出版行业领域需求量预测

三、重点行业图书出版产品（服务）需求分析预测 第九章 “十三五”图书出版行

业产业结构调整分析 第一节 图书出版产业结构分析 一、市场细分充分程度分析 二、各细分

市场占总市场的结构比例 三、领先企业的结构分析（所有制结构） 第二节 产业价值链条的结

构分析及产业链条的整体竞争优势分析 一、产业价值链条的构成 二、产业链条的竞争优势与

劣势分析 第三节 “十三五”产业结构发展预测 一、产业结构调整指导政策分析 二

、产业结构调整中消费者需求的引导因素 三、中国图书出版行业参与国际竞争的战略市场定

位 四、“十三五”产业结构调整方向分析 第十章 图书出版行业竞争力优势分析

第一节 图书出版行业竞争力优势分析 一、行业地位分析 二、行业整体竞争力评价 三、行业

竞争力评价结果分析 四、竞争优势评价及构建建议 第二节 中国图书出版行业竞争力分析 一、

我国图书出版行业竞争力剖析 二、民企与外企比较分析 三、国内图书出版企业竞争能力提升

途径 第三节 图书出版行业SWOT分析 一、图书出版行业优势分析 二、图书出版行业劣势分

析 三、图书出版行业机会分析 四、图书出版行业威胁分析 第十一章 “十三五”期

间图书出版行业市场竞争策略分析 第一节 行业总体市场竞争状况分析 一、图书出版行业竞

争结构分析 1、现有企业间竞争 2、潜在进入者分析 3、替代品威胁分析 4、供应商议价能力 5

、客户议价能力 二、图书出版行业企业间竞争格局分析 1、不同地域企业竞争格局 2、不同类

型企业竞争格局 3、不同所有制企业竞争格局 三、图书出版行业集中度分析 1、市场集中度分

析 2、企业集中度分析 3、区域集中度分析 第二节 中国图书出版行业竞争格局综述 一、图书

出版行业竞争概况 1、中国图书出版行业品牌竞争格局 2、图书出版业未来竞争格局和特点 3

、图书出版市场进入及竞争对手分析 二、图书出版行业主要企业竞争力分析 第三节

2015-2017年图书出版行业竞争格局分析 一、2015-2017年国内外图书出版竞争分析 二

、2015-2017年我国图书出版市场竞争分析 三、2015-2017年我国图书出版市场集中度分析 四

、2015-2017年国内主要图书出版企业动向 第四节 图书出版企业竞争策略分析 一、提高图书

出版企业核心竞争力的对策 二、影响图书出版企业核心竞争力的因素及提升途径 三、提高图

书出版企业竞争力的策略 第十二章 “十三五”图书出版行业重点企业发展形势分析 第一节中南出版传媒集团股份有限公司 一、企业概况 二、企业优劣势分析 三、“十三五”经营状况分析 四、“十三五”期间发展战略规划 第二节江苏凤凰出版传媒集团有限公司 一、企业概况 二、企业优劣势分析 三、“十三五”经营状况分析 四、“十三五”主要经营数据指标 五、“十三五”期间发展战略规划 第三节长江出版传媒股份有限公司 一、企业概况 二、企业优劣势分析 三、“十三五”经营状况分析 四、“十三五”期间发展战略规划 第四节时代出版传媒股份有限公司 一、企业概况 二、企业优劣势分析 三、“十三五”经营状况分析 四、“十三五”期间发展战略规划 第五节上海新华传媒股份有限公司 一、企业概况 二、企业优劣势分析 三、“十三五”经营状况分析 四、“十三五”期间发展战略规划 第十三章 “十三五”期间图书出版行业投资前景展望 第一节图书出版行业“十三五”投资机会分析 一、图书出版投资项目分析 二、可以投资的图书出版模式 三、“十三五”图书出版投资机会 第二节“十三五”期间图书出版行业发展预测分析 一、“十三五”图书出版发展分析 二、“十三五”图书出版行业技术开发方向 三、总体行业“十三五”整体规划及预测 第三节未来市场发展趋势 一、产业集中度趋势分析 二、“十三五”行业发展趋势 第四节“十三五”规划将为图书出版行业找到新的增长点 第十四章 “十三五”期间图书出版行业投资价值评估分析 第一节图书出版行业投资特性分析 一、图书出版行业进入壁垒分析 二、图书出版行业盈利因素分析 三、图书出版行业盈利模式分析 第二节“十三五”期间图书出版行业发展的影响因素 一、有利因素 二、不利因素 第三节“十三五”期间图书出版行业投资价值评估分析 一、行业投资效益评估分析 二、投资回报率比较高的投资方向 三、新进入者应注意的障碍因素 第四节“十三五”中国图书出版行业投资收益预测 一、预测理论依据 二、“十三五”中国图书出版行业总定价预测 三、“十三五”中国图书出版行业销售收入预测 四、“十三五”中国图书出版行业利润总额预测 五、“十三五”中国图书出版行业总资产预测 第十五章 “十三五”期间图书出版行业发展趋势及投资风险分析 第一节“十三五”图书出版存在的问题 第二节“十三五”发展预测规模分析 第三节“十三五”期间图书出版行业投资风险分析 一、竞争风险 二、市场风险分析 三、管理风险分析 四、投资风险分析 第十六章 图书出版行业“十三五”热点问题探讨 第一节推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构 第二节发展绿色经济和图书出版经济，增强可持续发展能力 第三节发挥地区比较优势，促进区域协调发展 第四节建立扩大消费需求的长效机制研究 第五节培育新型战略型产业，优化经济结构 第

六节 “十三五”时期图书出版行业自身热点问题研究 一、行业技术发展热点问题 二、产业增长方式转型问题 三、行业用户阅读需求问题 四、行业节能减排问题 第十七章 “十三五”期间图书出版行业面临的困境及对策 第一节 2017年图书出版行业面临的困境 第二节 图书出版企业面临的困境及对策 一、重点图书出版企业面临的困境及对策 1、重点图书出版企业面临的困境 2、重点图书出版企业对策探讨 二、中小图书出版企业发展困境及策略分析 1、中小图书出版企业面临的困境 2、中小图书出版企业对策探讨 三、国内图书出版企业的出路分析 第三节 中国图书出版行业存在的问题及对策 一、中国图书出版行业存在的问题 二、图书出版行业发展的建议对策 1、把握国家投资的契机 2、竞争性战略联盟的实施 3、企业自身应对策略 三、市场的重点客户战略实施 1、实施重点客户战略的必要性 2、合理确立重点客户 3、重点客户战略管理 4、重点客户管理功能 第十八章 “十三五”期间图书出版行业投资战略研究 第一节 图书出版行业发展战略研究 一、战略综合规划 二、技术开发战略 三、业务组合战略 四、区域战略规划 五、产业战略规划 六、营销品牌战略 七、竞争战略规划 第二节 对我国图书出版品牌的战略思考 一、图书出版品牌的重要性 二、图书出版实施品牌战略的意义 三、图书出版企业品牌的现状分析 四、我国图书出版企业的品牌战略 五、图书出版品牌战略管理的策略 第三节 图书出版经营策略分析 一、图书出版市场细分策略 二、图书出版市场创新策略 三、品牌定位与品类规划 四、图书出版新产品差异化战略 第四节 图书出版行业投资战略研究 一、2017年图书出版行业投资战略 二、“十三五”期间图书出版行业投资战略 三、“十三五”期间细分行业投资战略 第十九章 ZYZF研究结论及投资建议 第一节 图书出版行业研究结论及建议 第二节 图书出版子行业研究结论及建议 第三节 图书出版行业“十三五”投资建议 一、行业发展策略建议 二、行业投资方向建议 三、行业投资方式建议 图表目录：图表：2015-2017年我国图书出版行业利润增长分析 图表：2015-2017年少儿图书增长与整体图书市场增长对比分析 图表：少儿出版产业链的利益分配示意图 图表：2015-2017年我国图书出版行业总定价情况分析 图表：2015-2017年我国图书出版行业销售收入增长分析 图表：2015-2017年我国图书出版行业利润增长分析 图表：欧洲市场各类图书比较

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/V81894CFFP.html>