

# 2015-2020年中国图书出版 市场监测及发展趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

# 一、报告报价

《2015-2020年中国图书出版市场监测及发展趋势预测报告》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.cction.com/report/201502/120083.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

根据 2014 年 7 月新闻出版广电总局发布的《2012 年全国新闻出版业基本情况》，截至 2012 年年底，全国共有出版社 580 家（包括副牌社 33 家），其中，中央级出版社 220 家（包括副牌社 13 家），地方出版社 360 家（包括副牌社 20 家）。

教材出版方面，教材出版市场中仍存在一定的垄断，目前人民教育出版社教材占据市场主要份额。自 2001 年新课改以来，人民教育出版社的垄断地位被打破，有多家独立法人团体或出版社被教育部批准编写出版中小学教材。

目前教材编写出版主要机构如下，地方集团中江苏、湖南、广东等有实力进行编写出版，但人民教育出版社仍占主要份额。

资料来源：智研数据中心整理

目前全国所有出版社均为国有经营。由于国家对出版社实行特许经营制和行政许可制许可管理，行业准入相当严格，成为特殊行业。

一般图书出版方面，国有出版单位才拥有专有出版权，而民营出版企业只能和国有出版单位进行合作出版。近年来，民营出版企业机制灵活，发展迅猛，渗透力和竞争力不断提高。

### （2）图书发行格局

发行方式可以分为：总发行、批发、零售、连锁经营，其中大型发行集团、连锁经营系统、大型书城是主力。

资料来源：智研数据中心整理

发行主体为：新华书店、民营书店、外资书店、网上书店及出版社自办发行业务等。其中，通过数年改革与连锁经营的推进，全国大部分省份形成了新华书店发行集团，教材发行仍以各地新华书店为主要渠道。

根据新闻出版总署发布的《2012 年全国新闻出版业基本情况》，2012 年，全国共有出版物发行网点 172,633 处，与上年相比增长 2.40%。其中新华书店及其发行网点 9,403 处，与上年相比减少 1.16%；供销社发行网点 748 处，与上年相比减少 24.97%；出版社自办发行网点 446 处，与上年相比减少 0.22%；文化、教育、广电、邮政系统发行网点 37,821 处，与上年相比增长 3.75%；上述系统外批发网点 7,505 处，与上年相比增长 5.10%；集个体零售网点 116,091 处，与上年相比增长 1.89%。

国有新华书店大多已经完成改制，逐步建立了现代企业制度。改制后的新华书店摆脱了原有产权不清、运营不畅的局面，卸下了历史遗留的行政事业单位包袱。新华书店因各地的连锁网点、自身品牌和所拥有的房屋土地等在图书发行上具有非常明显的优势，且目前绝大多数的教材发行都由各地的新华书店完成。

国内民营书店灵活性较强，不断开拓国内连锁零售发行方式，并初步形成了一定规模。从国内目前民营书店格局来看，资源整合能力较强的民营书店才能生存发展下去，未来的发展趋势是不断向产业链上游渗透，与出版社合作，并积极寻找资本通道，做自身优势的零售发行。

近年来国内网上书店发展较快，较成功的有当当网、亚马逊-卓越网、京东等。同时，随着很多出版社、书店、大型零售连锁机构开设自己的网上书店，网络销售领域竞争将更加激烈。

中企顾问网发布的《2015-2020年中国图书出版市场监测及发展趋势预测报告》共九章。首先介绍了图书出版相关概述、中国图书出版市场运行环境等，接着分析了中国图书出版市场发展的现状，然后介绍了中国图书出版重点区域市场运行形势。随后，报告对中国图书出版重点企业经营状况分析，最后分析了中国图书出版行业发展趋势与投资预测。您若想对图书出版产业有个系统的了解或者想投资图书出版行业，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。

## 第1章：中国图书出版行业发展背景 17

### 1.1 图书出版行业定义 17

#### 1.1.1 图书出版行业定义 17

#### 1.1.2 图书出版行业发展阶段 17

#### 1.1.3 图书出版行业产业链分析 19

##### （1）产业链及主要业务流程 19

##### （2）各环节的主要职能和业务关系 20

### 1.2 图书出版行业政策环境分析 21

#### 1.2.1 图书出版行业监管部门 21

##### （1）意识形态主管部门 21

##### （2）出版行业主管部门 22

##### （3）教育行政部门 22

##### （4）文化业主管部门 22

#### 1.2.2 图书出版行业相关政策 22

#### 1.2.3 出版体制改革成果 24

#### 1.2.4 图书出版行业发展规划 25

### 1.3 图书出版行业经济环境分析 27

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 1.3.1 国际宏观经济环境分析                  | 27 |
| 1.3.2 国内宏观经济环境分析                  | 29 |
| 1.3.3 宏观经济环境对图书出版行业影响分析           | 31 |
| 1.4 图书出版行业社会环境分析                  | 32 |
| 1.4.1 居民收入增长情况分析                  | 32 |
| 1.4.2 居民文化素质情况分析                  | 33 |
| 1.4.3 居民文化消费情况分析                  | 34 |
| 1.4.4 居民阅读情况调查分析                  | 34 |
| (1) 居民图书阅读率进一步上升                  | 35 |
| (2) 图书阅读量呈上升态势, 报纸和期刊阅读量有所下降      | 35 |
| (3) 我国国民每天接触传统纸质媒介时长有所增加          | 35 |
| (4) 电子书阅读率有所提升, 电子报和电子期刊的阅读率略有下降  | 36 |
| (5) 国民上网率提升97.9%的网民表示上网进行与阅读相关的活动 | 36 |
| (6) 居民对图书、期刊的价格承受能力有所提高           | 37 |
| (7) 纸质阅读仍是国民偏好的阅读形式               | 37 |
| (8) 五成以上国民认为阅读量偏小                 | 38 |
| (9) 0-17周岁未成年人图书阅读率有所下降           | 38 |
| (10) 家长陪读时间有所增加                   | 39 |
| 第2章: 中国图书出版行业发展状况                 | 40 |
| 2.1 中国图书出版行业发展现状分析                | 40 |
| 2.1.1 图书出版行业发展概况                  | 40 |
| (1) 行业规模与产品结构                     | 40 |
| (2) 行业发展中存在的问题                    | 41 |
| 2.1.2 行业出版社规模分析                   | 42 |
| 2.1.3 行业单位数量分析                    | 43 |
| 2.1.4 行业从业人员规模分析                  | 43 |
| 2.1.5 行业市场规模分析                    | 44 |
| (1) 行业销售数量规模                      | 44 |
| (2) 行业销售收入规模                      | 44 |
| 2.1.6 行业利润规模分析                    | 46 |
| 2.1.7 行业区域发展状况                    | 46 |
| 2.2 中国图书零售市场分析                    | 47 |

|                     |    |
|---------------------|----|
| 2.2.1 中国图书零售市场综述    | 47 |
| 2.2.2 地面图书零售市场分析    | 48 |
| 2.2.3 B2C图书出版物市场分析  | 49 |
| 2.3 中国图书出版行业出版规模分析  | 50 |
| 2.3.1 行业总体出版规模分析    | 50 |
| (1) 种数分析            | 50 |
| (2) 印数分析            | 51 |
| (3) 定价分析            | 51 |
| (4) 用纸量分析           | 52 |
| 2.3.2 行业书籍出版规模分析    | 52 |
| (1) 种数分析            | 52 |
| (2) 印数分析            | 53 |
| (3) 定价分析            | 53 |
| (4) 用纸量分析           | 54 |
| 2.3.3 行业课本出版规模分析    | 54 |
| (1) 种数分析            | 54 |
| (2) 印数分析            | 55 |
| (3) 定价分析            | 56 |
| (4) 用纸量分析           | 56 |
| 2.3.4 行业图片出版规模分析    | 57 |
| (1) 种数分析            | 57 |
| (2) 印数分析            | 57 |
| (3) 定价分析            | 58 |
| (4) 用纸量分析           | 58 |
| 2.4 中国图书出版行业进出口市场分析 | 59 |
| 2.4.1 图书出版行业进出口状况综述 | 59 |
| 2.4.2 图书出版行业进出口市场分析 | 59 |
| (1) 图书出版行业出口市场分析    | 59 |
| 1) 行业出口市场分析         | 59 |
| 2) 行业出口国家和地区分析      | 61 |
| (2) 图书出版行业进口市场分析    | 61 |
| 1) 行业进口市场分析         | 62 |

|                      |    |
|----------------------|----|
| 2) 行业进口国家和地区分析       | 63 |
| 2.5 中国图书出版行业竞争分析     | 64 |
| 2.5.1 图书出版行业波特五力竞争结构 | 64 |
| (1) 行业内部竞争格局         | 64 |
| (2) 图书出版行业对上游议价能力    | 65 |
| (3) 图书出版行业对行业下游议价能力  | 65 |
| (4) 行业潜在进入者威胁        | 66 |
| (5) 行业替代品威胁          | 67 |
| (6) 竞争情况总结           | 67 |
| 2.5.2 图书出版行业竞争趋势分析   | 67 |
| (1) 影响图书出版行业竞争的主要因素  | 67 |
| (2) 图书出版行业的新型价值链     | 68 |
| 第3章：中国教育出版领域市场分析     | 71 |
| 3.1 教育出版市场综述         | 71 |
| 3.1.1 教育出版在行业中的份额    | 71 |
| 3.1.2 教育出版市场规模分析     | 71 |
| 3.1.3 教育出版市场特性分析     | 72 |
| (1) 行业区域性分析          | 72 |
| (2) 行业季节性分析          | 72 |
| 3.1.4 教育出版市场竞争状况分析   | 73 |
| 3.1.5 教育出版市场盈利能力分析   | 73 |
| 3.1.6 教育出版市场影响因素分析   | 73 |
| 3.1.7 教育图书数字出版现状分析   | 75 |
| (1) 发展现状             | 75 |
| (2) 教育图书出版数字化领先案例    | 76 |
| (3) 教育图书数字出版发展前景     | 81 |
| 3.1.8 教育出版市场需求前景分析   | 81 |
| 3.2 大专及大专以上课本市场分析    | 81 |
| 3.2.1 高等教育入学率分析      | 81 |
| 3.2.2 高等教育在校学生数分析    | 82 |
| 3.2.3 大专及大专以上课本供给分析  | 83 |
| (1) 课本出版种类分析         | 83 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| (2) 课本印数规模分析          | 83 |
| (3) 课本印张规模分析          | 84 |
| 3.2.4 大专及大专以上课本总定价分析  | 84 |
| 3.2.5 大专及大专以上课本需求前景分析 | 85 |
| 3.3 中专课本市场分析          | 86 |
| 3.3.1 中专生在校学生数分析      | 86 |
| 3.3.2 中专课本供给分析        | 86 |
| (1) 课本出版种类分析          | 86 |
| (2) 课本印数规模分析          | 87 |
| (3) 课本印张规模分析          | 87 |
| 3.3.3 中专课本总定价分析       | 88 |
| 3.3.4 中专课本需求前景分析      | 88 |
| 3.4 中学课本市场分析          | 89 |
| 3.4.1 中学生入学率分析        | 89 |
| (1) 高中生入学率分析          | 89 |
| (2) 初中生入学率分析          | 89 |
| 3.4.2 中学生数分析          | 90 |
| (1) 高中生在校学生数分析        | 90 |
| (2) 初中生在校学生数分析        | 90 |
| 3.4.3 中学课本供给分析        | 91 |
| (1) 课本出版种类分析          | 91 |
| (2) 课本印数规模分析          | 91 |
| (3) 课本印张规模分析          | 92 |
| 3.4.4 中学课本总定价分析       | 92 |
| 3.4.5 中学课本需求前景分析      | 93 |
| 3.5 小学课本市场分析          | 93 |
| 3.5.1 小学生入学率分析        | 93 |
| 3.5.2 小学生在校学生数分析      | 94 |
| 3.5.3 小学课本供给分析        | 94 |
| (1) 课本出版种类分析          | 94 |
| (2) 课本印数规模分析          | 95 |
| (3) 课本印张规模分析          | 95 |



|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 3.5.4 小学课本总定价分析       | 96  |
| 3.5.5 小学课本需求前景分析      | 96  |
| 3.6 业余教育课本市场分析        | 97  |
| 3.6.1 业余教育课本供给分析      | 97  |
| (1) 课本出版种类分析          | 97  |
| (2) 课本印数规模分析          | 97  |
| (3) 课本印张规模分析          | 98  |
| 3.6.2 业余教育课本总定价分析     | 98  |
| 3.6.3 业余教育课本需求前景分析    | 99  |
| 3.7 扫盲课本市场分析          | 99  |
| 3.7.1 扫盲班分析           | 99  |
| 3.7.2 扫盲课本供给分析        | 100 |
| 3.7.3 扫盲课本总定价分析       | 100 |
| 3.7.4 扫盲课本需求前景分析      | 101 |
| 3.8 教学用书市场分析          | 101 |
| 3.8.1 各级各类学校教职工分析     | 101 |
| (1) 高等教育教职工数          | 101 |
| (2) 中等教育教职工数          | 102 |
| 3.8.2 教学用书供给分析        | 102 |
| (1) 课本出版种类分析          | 102 |
| (2) 课本印数规模分析          | 103 |
| (3) 课本印张规模分析          | 103 |
| 3.8.3 教学用书总定价分析       | 103 |
| 3.8.4 教学用书需求前景分析      | 104 |
| 第4章：中国大众图书与专业出版领域市场分析 | 105 |
| 4.1 大众出版领域市场分析        | 105 |
| 4.1.1 大众图书市场现状分析      | 105 |
| 4.1.2 少儿图书出版市场分析      | 106 |
| (1) 少儿图书出版市场现状分析      | 106 |
| (2) 少儿类畅销书榜单          | 107 |
| (3) 少儿图书数字出版市场        | 108 |
| 1) 少儿图书数字出版市场现状分析     | 108 |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 2) MPR少儿图书出版分析       | 109 |
| 3) 少儿出版的数字出版案例分析     | 112 |
| 4) 少儿图书数字出版发展前景      | 118 |
| (4) 少儿图书出版面临的瓶颈      | 119 |
| (5) 少儿图书出版瓶颈原因诊断     | 120 |
| (6) 少儿图书出版对策分析       | 121 |
| (7) 少儿图书出版发展需求分析     | 122 |
| 4.1.3 饮食类图书出版市场分析    | 124 |
| (1) 市场规模与成长性         | 124 |
| (2) 饮食类畅销书趋势分析       | 126 |
| 4.1.4 旅游类图书出版市场分析    | 129 |
| (1) 旅游类图书的三大功能       | 129 |
| (2) 旅游类图书市场分析        | 130 |
| (3) 旅游类图书出版赢利模式转型分析  | 132 |
| 4.1.5 大众图书市场竞争状况     | 134 |
| 4.1.6 大众图书市场发展前景     | 134 |
| 4.2 专业出版领域市场分析       | 135 |
| 4.2.1 专业图书市场调研       | 135 |
| (1) 专业图书市场潜力调研       | 135 |
| (2) 专业图书购买动机调研       | 137 |
| (3) 专业图书购买影响因素调研     | 138 |
| (4) 专业图书价格调研         | 140 |
| 4.2.2 部分专业图书市场分析     | 143 |
| (1) 科技出版市场分析         | 143 |
| (2) 古籍出版市场分析         | 147 |
| 4.2.3 专业图书市场存在问题     | 147 |
| 4.2.4 专业图书市场竞争状况     | 148 |
| 4.2.5 专业图书市场发展策略     | 148 |
| 4.2.6 专业图书市场发展前景     | 150 |
| 第5章：中国图书出版行业各类图书出版分析 | 151 |
| 5.1 各类图书出版情况分析       | 151 |
| 5.1.1 各类图书出版种类排名情况   | 151 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 5.1.2 各类图书出版总印数排名情况 | 151 |
| 5.1.3 各类图书出版总定价排名情况 | 152 |
| 5.2 主要类别图书出版分析      | 152 |
| 第7章：中国图书出版行业专题研究    | 165 |
| 7.1 数字出版发展分析        | 165 |
| 7.1.1 数字出版行业发展现状分析  | 165 |
| (1) 数字出版规模          | 165 |
| (2) 数字出版结构          | 166 |
| (3) 数字出版区域分布        | 169 |
| 7.1.2 传统出版领域的数字出版分析 | 172 |
| (1) 大众出版的数字化建设      |     |
| (2) 专业出版的数字化战略      |     |
| (3) 高等教育出版数字化分析     |     |
| 7.2 手机出版发展分析        | 180 |
| 7.2.1 手机出版背景分析      |     |
| (1) 手机网民规模          |     |
| (2) 网民上网设备          |     |
| 7.2.2 手机出版特征分析      |     |
| 7.2.3 手机出版市场规模分析    |     |
| 7.2.4 手机出版市场需求潜力分析  |     |
| 7.2.5 手机出版建议        |     |
| 7.3 按需出版发展分析        | 188 |
| 7.3.1 按需出版定义及特点     |     |
| (1) 按需出版的定义         |     |
| (2) 按需出版与数字出版的关系    |     |
| (3) 按需出版的特点和优势      |     |
| 7.3.2 按需出版的关键技术     |     |
| (1) 内容数字化及其管理系统     |     |
| (2) 在线订单管理系统        |     |
| (3) 生产流程管理系统        |     |
| (4) 物流和配送管理系统       |     |
| (5) 精确的信息管理系统       |     |

## （6）标准化作业及其相关标准

### 7.3.3 按需出版发展状况

#### （1）美国按需出版发展状况

#### （2）国内按需出版发展状况

### 7.3.4 按需出版市场发展潜力

### 7.3.5 按需出版发展建议

## 7.4 民营书业发展分析<sup>215</sup>

### 7.4.1 民营书业发展现状分析

#### （1）民营书业地位及实力不断增强

#### （2）民营国有合作渐趋深入规范

#### （3）民营书业管理水平不断提高

### 7.4.2 民营书业面临的困境

#### （1）教辅出版的版权困扰

#### （2）大众出版的两难选择

#### （3）实体书店生存堪忧

### 7.4.3 民营书业进一步发展建议

#### （1）尽快出台发展指导意见

#### （2）给予更有力的财政货币政策

#### （3）对民营实体书店着重扶持

#### （4）建立现代企业制度构建人才保障体系

#### （5）追求创新提高出版物质量

## 7.5 畅销书出版运作分析<sup>240</sup>

### 7.5.1 畅销书出版运作机制分析

#### （1）由品牌策划人组建精干的团队

#### （2）畅销书出版运作的机构设置及其管理

#### （3）畅销书选题运作

#### （4）畅销书生产运作

#### （5）畅销书营销运作

### 7.5.2 畅销书出版运作的典型模式

#### （1）分支机构独立运作模式

#### （2）项目负责制运作模式

#### （3）品牌延伸运作模式

(4) 品牌移植运作模式

(5) 媒体互动运作模式

### 7.5.3 畅销书出版运作特征分析

(1) 注重全程策划和全程营销

(2) 高投入高风险

(3) 突出高回报效益

(4) 与社会热点共鸣

## 第8章：中国图书出版行业主要经营分析265

### 8.1 中国图书出版企业总体发展状况分析 265

#### 8.1.1 图书出版企业公司上市情况及资产和收入排名

(1) 上市企业资产排名

(2) 上市企业收入排名

#### 8.1.2 文化企业30强新闻出版类企业入选名单

### 8.2 中国图书出版行业领先企业个案分析 272

#### 8.2.1 江苏凤凰出版传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.2 浙江出版联合集团有限公司经营情况分析275

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.3 中南出版传媒集团股份有限公司经营情况分析280

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.4 山东出版集团有限公司经营情况分析 285

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 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289

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.6 江西省出版集团公司经营情况分析 294

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.7 时代出版传媒股份有限公司经营情况分析298

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.8 中国出版集团公司经营情况分析 301

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.9 长江出版传媒股份有限公司经营情况分析 306

- (1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.10 北方联合出版传媒（集团）股份有限公司经营情况分析310

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.11 上海世纪出版股份有限公司经营情况分析 315

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.12 高等教育出版社经营情况分析319

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.13 上海文艺出版（集团）有限公司经营情况分析 323

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.14 上海新华传媒股份有限公司经营情况分析 324

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.15 陕西出版集团有限责任公司经营情况分析 327

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.16 中国科学出版集团有限责任公司经营情况分析332

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.17 人民教育出版社经营情况分析336

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.18 人民卫生出版社有限公司经营情况分析340

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 8.2.19 天舟文化股份有限公司经营情况分析 345

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析



## 8.2.20 北京出版集团有限责任公司经营情况分析348

### (1) 公司简介

### (2) 公司经营情况分析

### (3) 公司竞争优势分析

### (4) 公司主要经营业务分析

### (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

## 第9章：中国图书出版行业投资与前景分析 352

### 9.1 中国图书出版行业投资特性分析 352

#### 9.1.1 图书出版行业进入壁垒分析

##### (1) 政策壁垒

##### (2) 规模壁垒

##### (3) 人才壁垒

##### (4) 品牌及经验壁垒

#### 9.1.2 图书出版行业盈利模式分析

##### (1) 盈利模式分析

##### (2) 盈利模式创新建议

#### 9.1.3 图书出版行业盈利影响因素分析

### 9.2 中国图书出版行业资本运作分析364

#### 9.2.1 出版行业企业上市情况

#### 9.2.2 中国教育出版传媒集团组建

##### (1) 组建情况

##### (2) 发展战略

#### 9.2.3 出版企业联合重组分析

#### 9.2.4 风险投资涌入图书出版行业

### 9.3 中国图书出版行业发展趋势与前景分析373

#### 9.3.1 图书出版行业发展趋势分析

##### (1) 传统方兴未艾，数字大势所趋

##### (2) 全媒体出版时代来临，内容终成王者

##### (3) 传统与数字，合作大于竞争

#### 9.3.2 图书出版行业发展前景分析

### 9.4 中国图书出版行业投资建议 376

#### 9.4.1 图书出版行业投资机会分析

- (1) “三农”图书面临机遇
- (2) RFID标签：图书出版领域的新商机
- (3) 军事图书市场不断升温

#### 9.4.2 图书出版行业投资风险分析 382

- (1) 行业政策风险 486
- (2) 行业技术风险
- (3) 行业供求风险
- (4) 行业其他风险

#### 9.4.3 图书出版行业投资建议ZY LZG

##### 图表目录

图表1：图书出版行业发展阶段 17

图表2：1978-2015年我国图书总印数（单位：亿册） 18

图表3：图书出版发行行业产业链简图 19

图表4：图书出版发行行业主要业务流程 19

图表5：图书出版发行行业收入在产业链各环节的分配情况（单位：%） 21

图表6：图书出版行业主要政策 23

图表7：图书出版行业发展规划 25

图表8：2014年发达经济体增长情况（单位：%） 27

图表9：2014年主要新兴经济体增长情况（单位：%） 28

图表10：2014年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%） 28

图表11：2005-2014年我国GDP增长趋势（单位：亿元，%） 29

图表12：2006年以来中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%） 30

图表13：2014年宏观经济预测（单位：%） 31

图表14：2008年以来中国城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度（单位：元，%） 32

图表15：2008年以来农村居民人均纯收入及其实际增长速度（单位：元，%） 32

图表16：2008年以来普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数（单位：万人） 33

图表17：2013-2014年全国出版、印刷和发行服务营业收入（单位：亿元，%） 40

图表18：2014年全国图书出版总量规模（单位：万种，亿册（张），亿印张，亿元，%） 41

图表19：图书出版行业发展中存在的问题 41

图表20：2007年以来图书出版行业出版社规模（单位：家） 42

图表21：2014年新闻出版行业单位数量与构成（单位：家，%） 43

图表22：2014年新闻出版行业直接就业人数的产业类别构成（单位：万人，%） 44

图表23：2008年以来我国图书动销品种（单位：万种，%） 44

图表24：2013-2014年图书零售市场增速（单位：%） 45

图表25：地面书店与网络书店市场细分构成比较（单位：%） 45

图表26：2009年以来我国图书出版行业利润规模（单位：亿元%） 46

图表27：新闻出版种数及增长情况（单位：种，%） 47

图表28：2012、2014年开卷地面零售渠道月度指数对比 48

图表29：2014年上半年各板块“规模-增长”矩阵图 48

图表30：2012-2014年中国B2C市场出版物交易规模（单位：亿元，%） 49

图表31：2014年中国B2C市场出版物交易额份额（单位：%） 50

更多图表略。。。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201502/120083.html>