

2024-2030年中国图书出版 发市场深度评估与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国图书出版发市场深度评估与投资前景评估报告》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.cction.com/report/202310/412584.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

20世纪90年代以来，文化传播逐渐成为全球发展最快的产业之一，被公认为“21世纪全球经济一体化时代的朝阳产业”和“黄金产业”。我国自改革开放以来，经济消费水平不断提高，文化消费支出更是不断增长。

图书出版业务位处传统图书出版行业产业链“内容策划”、“发行”两大重要环节。我国图书出版发行行业的产业链可分为内容策划、出版印刷、发行、零售等四个主要环节，各个环节均具有较为独立的商业体系，其中，发行和零售环节属于图书流通领域。

2023年2月，国家新闻出版署发布《2021年新闻出版产业分析报告》及《2021年全国新闻出版业基本情况》。数据显示，2021年，全国出版、印刷和发行服务实现营业收入18564.7亿元，较2020年增长10.7%；利润总额1085.5亿元，增长5.9%；拥有资产总额23840.4亿元，增长5.6%；所有者权益（净资产）11894.1亿元，增长4.1%。2021年，全国共出版图书、期刊、报纸、音像制品和电子出版物426.65亿册（份、盒、张），较2020年增长2.19%。从图书出版来看，2021年图书出版实现营业收入1082.2亿元，增长12.3%；利润总额190.1亿元，增长16.0%。全国共出版新版图书22.5万种，较2020年增长5.4%；重印图书30.4万种，增长10.4%；总印数118.6亿册（张），增长14.4%；总印张1065.9亿印张，增长16.0%。其中，主题图书传播力影响力进一步提升，一批反映新时代发展成就的图书引人注目，在69种年度印数达到或超过100万册的一般图书中，主题图书28种。

国内对于出版产品需求的不断增长为行业带来发展机遇。随着我国高等教育普及率的不断提高以及农村城市化进程的不断加快，为出版发行市场开辟出广阔的增量空间；同时，包括图书、期刊、报纸、音像制品及电子出版物等出版产品呈现出多元化发展的趋势，也为出版行业不断打开市场边界。

近年来，国家给予出版行业数字化转型发展较多的政策支持，转型思路亦逐步开阔，为出版行业发展提供了可贵的保障与支持。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国图书出版发市场深度评估与投资前景评估报告》共十章。首先介绍了图书出版相关概述，其次介绍了全球图书出版业发展状况，随后具体分析了我我国图书出版业发展状况、我国图书出版市场发展状况、图书发行行业发展状况及不同类别图书出版发行状况进行深入分析，并对互联网背景下图书出版发行状况进行详细分析。随后，报告对图书出版行业营销方式及策略及国内外图书出版发行重点企业进行分析，最后对图书出版行业进行投资分析，并对行业的发展趋势及未来前景做出了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、教育部、中国新闻出版总署、财政部、中企顾问网

、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对图书出版产业有个系统深入的了解、或者想投资图书出版市场，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 图书出版发行相关知识概述

1.1 出版发行概述

1.1.1 出版的定义

1.1.2 出版的历史

1.1.3 现代出版业

1.1.4 出版业价值链

1.1.5 出版发行产业链

1.2 图书的商品性质

1.2.1 图书是一种文化商品

1.2.2 图书商品有显著的差异化

1.2.3 图书属于较弱的超必需品

1.2.4 图书商品具有正外部性

第二章 2021-2023年全球图书出版发行行业发展分析

2.1 2021-2023年全球图书出版发行业发展分析

2.1.1 全球图书出版业综况

2.1.2 全球图书出版业规模

2.1.3 全球出版企业并购动态

2.1.4 全球图书零售市场现状

2.1.5 出版资本跨国运作分析

2.2 2021-2023年美国图书出版发行业分析

2.2.1 美国图书出版发展历程

2.2.2 美国的图书发行概述

2.2.3 美国图书出版业规模

2.2.4 美国图书出版市场格局

2.3 2021-2023年日本图书出版发行业分析

- 2.3.1 日本图书出版业发展回顾
- 2.3.2 日本图书出版物销售规模
- 2.3.3 日本图书出版市场特征
- 2.3.4 日本出版发行企业数量
- 2.3.5 日本图书出版业发展趋势
- 2.3.6 日本图书出版走出去资助基金
- 2.4 2021-2023年英国图书出版发行业分析
 - 2.4.1 英国图书出版业发展特点
 - 2.4.2 英国图书出版总量分析
 - 2.4.3 英国图书出版业销售额
 - 2.4.4 英国图书版权输出状况
 - 2.4.5 英国图书出版品类分析
- 2.5 2021-2023年德国图书出版发行业分析
 - 2.5.1 德国图书出版业概述
 - 2.5.2 德国图书出版业经济增长
 - 2.5.3 德国图书出版市场结构
 - 2.5.4 德国图书出版类别销售
 - 2.5.5 德国图书出版产量状况
 - 2.5.6 德国图书版权贸易状况
 - 2.5.7 德国电子书销售指数
- 2.6 其他国家图书出版发行市场分析
 - 2.6.1 拉美
 - 2.6.2 法国
 - 2.6.3 澳大利亚
 - 2.6.4 印度

第三章 2021-2023年中国图书出版业发展分析

- 3.1 中国图书出版业的发展阶段
 - 3.1.1 超常规增长阶段
 - 3.1.2 调整与徘徊阶段
 - 3.1.3 新的增长阶段
- 3.2 中国图书出版业发展综述

- 3.2.1 中国图书出版业政策分析
- 3.2.2 中国图书出版业的特性
- 3.2.3 图书出版业组织结构分析
- 3.2.4 图书出版产业利润状况
- 3.2.5 中国图书出版业对外政策
- 3.3 2021-2023年中国图书出版业运行分析
 - 3.3.1 图书出版业发展成就
 - 3.3.2 图书出版行业规模
 - 3.3.3 图书零售市场规模
 - 3.3.4 图书零售市场格局
 - 3.3.5 图书出版业区域格局
- 3.4 2021-2023年中国图书出版业发展热点动态
 - 3.4.1 图书出版业体制改革
 - 3.4.2 跨界融合“互联网+”
 - 3.4.3 行业多形式跨境合作
 - 3.4.4 出版业资本加速投融资
- 3.5 2021-2023年中国图书出版业板块结构分析
 - 3.5.1 以市场为导向的出版结构
 - 3.5.2 板块结构出书的现代出版特征
 - 3.5.3 板块的推进与转移
- 3.6 2021-2023年中国图书出版业品牌分析
 - 3.6.1 中国图书出版品牌发展状况
 - 3.6.2 中国图书出版品牌化的原因
 - 3.6.3 品牌图书支撑出版社的发展
 - 3.6.4 出版品牌图书是读者的要求
 - 3.6.5 中国图书出版业品牌化运作的模式
- 3.7 2021-2023年中国图书出版企业信息化建设分析
 - 3.7.1 明晰集团的发展战略
 - 3.7.2 解构集团的业务模式
 - 3.7.3 搭建集团的管控体系
 - 3.7.4 选择集团信息化建设策略

第四章 2021-2023年中国图书出版市场发展分析

4.1 2021-2023年中国图书出版市场概述

4.1.1 图书出版市场解析

4.1.2 图书出版市场准入标准提升

4.1.3 经营性图书出版企业评估制度

4.1.4 挖掘潜在需求拓展图书出版市场

4.1.5 从出版社角度分析图书市场状况

4.2 2021-2023年中国图书出版市场特征分析

4.2.1 市场融合发展

4.2.2 大众图书出版市场

4.2.3 专业图书出版市场

4.2.4 生活图书出版市场

4.2.5 少儿图书出版市场

4.3 2021-2023年中国图书出版市场企业经济效益分析

4.3.1 图书出版集团经济效益

4.3.2 发行集团经济效益

4.3.3 图书出版单位综合评价

4.3.4 出版企业跨区域重组转型升级

4.4 2021-2023年中国图书出版市场的垄断与竞争分析

4.4.1 国内外图书出版市场特征比较

4.4.2 图书出版市场不完全竞争的根源

4.4.3 出版市场有效竞争的前提

4.5 2021-2023年中国图书出版市场成本分析

4.5.1 图书出版的资金及市场

4.5.2 图书出版业成本费用

4.5.3 图书出版业经营效率

4.6 2021-2023年中国图书出版市场结构、行为及绩效分析

4.6.1 中国图书出版市场结构

4.6.2 中国图书出版市场行为

4.6.3 中国图书出版市场绩效考察

4.7 图书出版市场中存在的主要问题

4.7.1 图书出版市场需净化

- 4.7.2 高库存牵制图书出版市场发展
- 4.7.3 图书出版市场结构不合理
- 4.7.4 图书出版市场资源浪费严重

第五章 2021-2023年中国图书发行业发展分析

- 5.1 中国古代图书发行知识概况
 - 5.1.1 中国古代图书发行渠道
 - 5.1.2 中国古代图书发行方法
 - 5.1.3 中国古代图书发行方式
 - 5.1.4 中国古代图书发行宣传
 - 5.1.5 古代用于发行的图书类型
 - 5.1.6 古代图书发行的定价与付款方式
- 5.2 2021-2023年中国图书发行市场结构及模式分析
 - 5.2.1 现代出版社图书发行模式
 - 5.2.2 图书发行市场结构分析
 - 5.2.3 图书发行市场行为分析
 - 5.2.4 民营图书发市场作用凸显
- 5.3 2021-2023年中国图书发行行业发展状况
 - 5.3.1 中国图书发行业成就
 - 5.3.2 全国图书发行规模
 - 5.3.3 全国图书发行收入
 - 5.3.4 全国图书发行状况
- 5.4 2021-2023年中国图书发行集团资本经营的路径选择
 - 5.4.1 图书发行集团资本经营状况
 - 5.4.2 图书发行集团资本经营路径选择
 - 5.4.3 发行集团资本化运营日趋成熟
- 5.5 2021-2023年中国图书发行行业盈利分析
 - 5.5.1 图书发行行业环境概述
 - 5.5.2 中国本土书店运营状况
 - 5.5.3 图书发行行业战略扩张原则
 - 5.5.4 图书发行行业盈利的战略措施

第六章 2021-2023年中国不同类型图书出版业发展分析

6.1 2021-2023年中国少儿图书出版业发展状况

- 6.1.1 少儿图书出版市场影响因素
- 6.1.2 少儿图书出版市场格局
- 6.1.3 少儿图书出版市场现状
- 6.1.4 少儿图书出版市场规模
- 6.1.5 少儿图书零售市场分析
- 6.1.6 少儿图书出版业发展前景
- 6.1.7 少儿图书出版发展存在的问题
- 6.1.8 少儿图书出版发行发展对策

6.2 2021-2023年中国教育图书出版业发展状况

- 6.2.1 教育图书出版业发展概述
- 6.2.2 教材发行机制改革分析
- 6.2.3 教育图书出版市场特征
- 6.2.4 教育图书出版市场规模
- 6.2.5 教育图书出版市场竞争格局
- 6.2.6 教育图书出版市场发展态势
- 6.2.7 教育图书出版业发展困境

6.3 2021-2023年中国民族图书出版业发展状况

- 6.3.1 民族图书出版概述
- 6.3.2 民族图书出版现状
- 6.3.3 民族图书出版的问题及原因分析
- 6.3.4 发展民族图书出版事业的策略

6.4 2021-2023年中国旅游图书出版业发展状况

- 6.4.1 旅游图书出版规模
- 6.4.2 旅游图书出版市场增长迅速
- 6.4.3 出境游图书出版市场崛起
- 6.4.4 旅游图书出版机构的特点
- 6.4.5 旅游图书出版发展策略

6.5 2021-2023年中国科普图书出版业发展状况

- 6.5.1 科普图书出版发行概述
- 6.5.2 科普图书出版规模

6.5.3 科普图书出版存在的问题

6.5.4 科普图书出版发展策略

第七章 2021-2023年中国网络时代图书出版发行发展分析

7.1 2021-2023年中国网络出版业发展状况

7.1.1 网络出版发展概述

7.1.2 网络出版的模式

7.1.3 互联网+出版新业态

7.1.4 网络出版服务管理

7.1.5 网络出版与传统出版业的关系

7.1.6 网络环境下发行模式的多元化

7.2 2021-2023年中国数字文学出版业发展分析

7.2.1 数字文学出版产业链

7.2.2 数字出版业发展政策

7.2.3 数字出版业发展规模

7.2.4 数字出版业发展态势

7.2.5 数字出版业发展趋势

7.3 2021-2023年中国电子图书出版业发展分析

7.3.1 电子图书出版主要模式

7.3.2 电子图书市场现状

7.3.3 电子图书用户属性

7.3.4 电子图书盈利模式

7.3.5 图书出版企业动态

7.3.6 电子图书主要技术平台

7.3.7 电子图书出版产业典型案例

7.4 2021-2023年中国网上书店市场发展分析

7.4.1 网上书店发展概述

7.4.2 网上书店发展规模

7.4.3 图书B2C交易规模

7.4.4 网上书店对图书批发环节的影响

7.4.5 网上书店对图书零售环节的影响

第八章 2021-2023年中国图书出版营销分析

8.1 图书出版业的扁平化营销分析

8.1.1 图书出版的扁平化营销概述

8.1.2 图书出版的扁平化渠道的优势

8.1.3 图书出版的扁平化渠道策略

8.2 图书出版营销中的整合营销

8.2.1 整合营销传播理论概述

8.2.2 中国图书出版营销阶段分析

8.2.3 IMC在图书出版营销中的运作

8.3 图书出版市场的营销策略

8.3.1 准确定位

8.3.2 选题策划

8.3.3 多媒体推销

8.3.4 “前、中、后”三位一体

8.3.5 加强出版营销人才的培养

8.3.6 信息反馈环节不容忽视

8.4 图书出版营销中的产品策略

8.4.1 “读者是上帝”的产品经营策略

8.4.2 主导产品营销策略

8.4.3 新品种开发策略

8.4.4 已有图书品种的经营策略

8.4.5 变化中的图书营销策略

8.5 互联网背景下图书出版营销策略

8.5.1 社群电商营销方式

8.5.2 内容营销方式

8.5.3 传媒市场热点方式

第九章 2020-2023年中外图书出版发行重点企业

9.1 培生集团

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 培生的战略要素

9.1.3 培生发展战略类型

- 9.1.4 培生的发展竞争战略
- 9.1.5 培生的职能战略（产品战略）
- 9.2 人民教育出版社
 - 9.2.1 人民教育出版社发展概况
 - 9.2.2 人教社“十三五”发展成果
 - 9.2.3 人教社发展创新分析
 - 9.2.4 人教社“十四五”规划重点
- 9.3 高等教育出版社
 - 9.3.1 高等教育出版社发展概况
 - 9.3.2 高教社“十三五”发展成就
 - 9.3.3 高教社创新商业模式
 - 9.3.4 高教社资源共享平台
 - 9.3.5 创新在线教师培训新模式
- 9.4 新华出版社
 - 9.4.1 新华出版社发展概况
 - 9.4.2 新华出版社新书献读者
 - 9.4.3 新华出版社品牌战略阶段分析
- 9.5 中国出版集团公司
 - 9.5.1 中国出版集团发展概况
 - 9.5.2 中国出版集团发展成就
 - 9.5.3 中国出版集团运营状况
 - 9.5.4 中国出版集团业务发展分析
 - 9.5.5 中国出版集团“走出去”成就
- 9.6 南方出版传媒股份有限公司
 - 9.6.1 企业发展概况
 - 9.6.2 经营效益分析
 - 9.6.3 业务经营分析
 - 9.6.4 财务状况分析
 - 9.6.5 核心竞争力分析
 - 9.6.6 公司发展战略
 - 9.6.7 未来前景展望
- 9.7 其他图书出版发行企业

- 9.7.1 外语与教学研究出版社
- 9.7.2 上海世纪出版集团有限公司
- 9.7.3 北京发行集团
- 9.7.4 凤凰出版传媒集团
- 9.7.5 湖南出版投资控股集团有限公司

第十章 图书出版发行行业投资分析及前景趋势

- 10.1 图书出版发行行业投资分析
 - 10.1.1 图书出版发行业投资属性分析
 - 10.1.2 图书出版业投资机会分析
 - 10.1.3 图书出版业的投资机遇
 - 10.1.4 图书出版业投资领域分析
 - 10.1.5 图书出版发行业投资的风险及规避
- 10.2 2024-2030年中国图书出版发行业发展趋势及预测
 - 10.2.1 中国图书出版行业趋势展望
 - 10.2.2 中国图书出版行业发展前景
 - 10.2.3 中国图书出版行业规模预测

附录

附录一：《出版管理条例》

图表目录

- 图表 三类出版经济特征及商业特征比较
- 图表 三类出版的营销模式比较
- 图表 图书出版发行产业链
- 图表 图书出版业收入在产业链各环节分配情况
- 图表 需求曲线与价格弹性
- 图表 美国经济中部分商品的价格弹性
- 图表 美国一些商品的收入弹性
- 图表 日本图书出版走出去资助体系
- 图表 中国出版业用纸量和凸版纸双面胶版纸产量
- 图表 中国图书出版概况
- 图表 上海各图书发行部门图书库存变化

图表 中国新华书店的图书销售量

图表 中国城镇居民家庭中人均全年书报杂志费占生活费的比重

图表 卖方市场图示

图表 卖方市场下的不同供给弹性下的价格变化比较

图表 买方市场图示

图表 买方市场下的不同供给弹性下的价格变化比较

图表 中国的图书销售额及单位印张价格

图表 中国图书市场的需求弹性测算

图表 图书平均印数的变化情况

图表 中国的职工平均工资

图表 中国出版社的增长情况

图表 中国图书出版业主要政策汇总

图表 2014-2021年中国图书出版业主要经济指标

图表 2014-2021年中国图书出版总量规模

图表 2014-2021年中国期刊出版总量规模

图表 2014-2021年中国报纸出版总量规模

图表 2014-2021年中国音像制品出版总量规模

图表 2014-2021年中国电子出版物总量规模

图表 2014-2021年中国数字出版物总量规模

图表 2014-2021年中国印刷制品总量

图表 2014-2021年中国出版物发行总量规模

图表 2021年全国出版物对外贸易情况

图表 2021年中国版权贸易总量

图表 2021年中国出版物对外版权贸易构成

图表 2010-2021年全国在线零售渠道图书销售规模

图表 2021年主要细分类的综合零售市场成长情况

图表 2021年我国图书零售细分市场规模对比

图表 实体书店渠道与网络书店渠道的畅销书贡献分布情况对比

图表 不同类别图书网店及实体店上榜品种数

图表 2021年少儿类图书零售市场同比增速

图表 2021年中国图书出版集团总体经济规模综合排名TOP10

图表 2021年图书出版集团平均资产总利润率排名TOP10

图表 2021年发行集团总计经济规模综合排名TOP10

图表 2021年发行集团平均资产总利润率排名TOP10

图表 图书出版单位总体经济规模综合评价

图表 中央各部门各单位图书出版单位总体经济规模综合评价

图表 大学图书出版单位总体经济规模综合评价

图表 地方图书出版单位总体经济规模综合评价

图表 文艺类图书出版单位总体经济规模综合评价

图表 美术类图书出版单位总体经济规模综合评价

图表 科技类图书出版单位总体经济规模综合评价

图表 教育类图书出版单位总体经济规模综合评价

图表 少儿类图书出版单位总体经济规模综合评价

图表 古籍类图书出版单位总体经济规模综合评价

图表 全国出版、印刷和发行服务主要经济指标

图表 图书发行上市公司流通市值排名

图表 中国图书分销体系演变格局

图表 图书渠道分工趋势

图表 产业竞争四阶段体系

图表 图书发行企业可持续盈利型增长战略框架

图表 2021年全国中小学课本出版情况

图表 2021年全国中小学课本及教辅零售情况

图表 2021年教育图书出版市场竞争格局

图表 出版社旅游书品种规模排名TOP10

图表 旅游出版图书品牌

图表 出版社游记类图书品种规模TOP9

图表 旅游书出版社社会影响力TOP20

图表 中国科普图书出版品种总数

图表 中国科普图书发行量

图表 科普图书发行量分段统计

图表 科普图书出版种数和发行量

图表 中国科普图书出版总量

图表 科普图书主题分布

图表 传统的出版发行模式和流程

图表 网络环境下出版商与最终消费者关系

图表 网络环境下出版商、发行商/零售商与最终消费者的关系

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412584.html>