

2021-2027年中国图书出版发行行业市场全景评估 及发展前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

产业信息网发布的《2021-2027年中国图书出版发行行业市场全景评估及发展前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202101/924742.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8000元 电子和纸介版: 8200元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2021-2027年中国图书出版发行行业市场全景评估及发展前景展望报告》共十四章。首先介绍了图书出版发行行业市场发展环境、图书出版发行整体运行态势等，接着分析了图书出版发行行业市场运行的现状，然后介绍了图书出版发行市场竞争格局。随后，报告对图书出版发行做了重点企业经营状况分析，最后分析了图书出版发行行业发展趋势与投资预测。您若想对图书出版发行产业有个系统的了解或者想投资图书出版发行行业，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 图书出版发行相关知识概述

第一节 出版发行概述

第二节 图书的商品性质

- 一、图书是一种文化商品
- 二、图书商品有显著的差异化
- 三、图书属于较弱的超必需品
- 四、图书商品具有正的外部性

第三节 中国图书出版业的发展阶段

- 一、超常规增长阶段（1978-1985年）
- 二、调整与徘徊阶段（1986-1994年）
- 三、新的增长阶段（1995年至今）

第二章 2016-2020年世界主要国家图书出版发行所属行业运行状况分析

第一节 2016-2020年美国图书出版发行分析

- 一、美国图书出版的发展时期回顾
- 二、美国的图书发行概述
- 三、美国图书出口的方式

第二节 2016-2020年日本图书出版发行分析

- 一、日本图书出版发行状况回顾
- 二、日本市场的畅销图书出版物概述
- 三、日本绞尽脑汁欲盘活图书市场
- 四、日本图书出版业的新型出版形式

第三节 2016-2020年英国图书出版发行分析

- 一、英国图书出版行业状况
- 二、英国图书出版业发展的特点
- 三、英国医学图书出版公司经营状况
- 四、英国图书发行业状况
- 五、英国超市的图书市场份额

第四节 2016-2020年德国图书出版发行分析

- 一、德国图书业概述
- 二、德国图书出版发行状况
- 三、德国经济图书出版解析

第三章 2016-2020年中国图书出版发行行业运行环境分析

第一节 2016-2020年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入
- 三、恩格尔系数
- 四、人民币升值分析

第二节 2016-2020年中国图书出版产业政策环境分析

- 一、《出版管理条例》
- 二、《出版物市场管理规定》
- 三、相关产业政策分析

第三节 2016-2020年中国图书出版社会环境分析

第四章 2016-2020年中国图书出版行业发展形势分析

第一节 2016-2020年中国图书出版发展综述

- 一、中国图书出版业的特性
- 二、图书出版业组织结构分析
- 三、图书出版产业利润状况
- 四、中国图书出版业资本状况分析

第二节 2016-2020年中国图书出版的板块结构分析

- 一、以市场为导向的出版结构
- 二、板块结构出书的现代出版特征
- 三、板块的推进与转移

第三节 2016-2020年中国图书出版业的滞胀现象剖析

- 一、图书出版业滞胀的表现
- 二、图书出版业滞胀的原因
- 三、图书出版业改革的重点

第四节 2016-2020年中国图书出版中的品牌分析

- 一、中国图书出版品牌化的原因
- 二、品牌图书支撑出版社的发展
- 三、出版品牌图书是读者的要求
- 四、中国图书出版业品牌化运作的模式探讨

第五章 2016-2020年中国图书出版所属行业市场运行动态分析

第一节 2016-2020年中国图书出版市场概述

- 一、中国图书出版市场规模状况
- 二、中国图书出版市场国际化
- 三、农村图书出版市场分析
- 四、从出版社角度分析图书市场状况

第二节 2016-2020年中国图书出版市场的成本分析

- 一、图书出版的资金及市场
- 二、图书出版成本预计
- 三、图书出版成本的计算

第三节 2016-2020年中国图书出版所属行业市场结构、行为及绩效解析

- 一、中国图书出版市场结构概述
- 二、中国图书出版市场行为简析
- 三、中国图书出版市场绩效考察

第四节 2016-2020年中国图书出版市场中存在的问题及对策

- 一、图书出版市场需净化
- 二、高库存牵制图书出版市场发展
- 三、图书出版市场结构不合理
- 四、图书出版市场资源浪费严重

第六章 2016-2020年中国图书发行所属行业运行走势分析

第一节 2016-2020年中国图书发行所属行业分析

- 一、现代出版社图书发行模式
- 二、图书发行业市场结构分析
- 三、图书发行行业市场行为分析
- 四、民营图书发行行业状况
- 五、中国对外图书发行的建议

第二节 2016-2020年中国图书发行所属行业的盈利分析

- 一、中国本土书店处境分析
- 二、图书发行行业战略扩张原则
- 三、图书发行行业盈利的战略措施

第三节 2016-2020年中国图书发行业多元化发展分析

- 一、图书发行行业多元化的原因
- 二、图书发行行业多元化的考虑因素
- 三、图书发行企业多元化的策略

第四节 2016-2020年中国图书出版物发行折扣分析

- 一、图书发行高折扣的市场原因
- 二、图书发行高折扣的制度原因
- 三、图书市场高折扣现象的对策

第七章 2016-2020年中国不同类型图书出版发所属行业态势分析

第一节 2016-2020年中国少儿图书出版发行状况分析

- 一、中国是少儿图书出版大国
- 二、少儿图书出版格局解析
- 三、少儿图书发行状况分析
- 四、少儿图书出版发行发展中存在的问题

第二节 2016-2020年中国科普图书出版发行状况解析

- 一、科普图书出版发行特征分析
- 二、科普图书出版存在的问题
- 三、中国科普图书出版发行的发展策略

第三节 2016-2020年中国教育图书出版业发行情况透析

- 一、教育图书出版概况
- 二、教育图书出版业的发展困境

第四节 2016-2020年文学图书出版业发展浅析

- 一、2020年文学图书出版市场
- 二、类型文学图书的出版分析
- 三、文学图书出版市场竞争无序

第八章 2016-2020年中国网络时代图书出版发行局势分析

第一节 2016-2020年中国网络出版产业发展分析

- 一、网络出版的模式
- 二、网络出版与传统出版业的关系
- 三、网络环境下发行模式的多元化

第二节 网上书店

- 一、网上书店概述
- 二、网上书店对图书批发环节的影响
- 三、网上书店对图书零售环节的影响

第三节 2016-2020年中国网络时代里传统图书出版业发展策略

一、出版发行的网络化

二、图书发行使用价格手段促发展

三、注重用客户服务促发展

四、数据库营销策略

第九章 2016-2020年中国图书出版产业市场营销策略分析

第一节 2016-2020年中国图书出版业的扁平化营销分析

一、图书出版的扁平化渠道的优势

二、图书出版的扁平化渠道的策略

第二节 2016-2020年中国图书出版营销中的整合营销

一、中国图书出版营销阶段分析

二、IMC在图书出版营销中的运作

第三节 2016-2020年中国图书出版营销中的产品策略

一、“读者是上帝”的产品经营策略

二、主导产品营销策略

三、新品种开发策略

四、已有图书品种的经营策略

五、变化中的图书营销策略

第十章 2016-2020年中国图书出版发行产业市场竞争格局分析

第一节 2016-2020年中国图书出版产业市场竞争现状分析

一、品牌竞争分析

二、成本竞争格局分析

三、价格竞争分析

第二节 2016-2020年中国重点区域图书发行市场格局分析

一、湖南

二、四川

三、新疆

四、陕西

五、广西

第三节 2016-2020年中国图书出版发行产业提升竞争力策略分析

第十一章 中外图书出版发行重点企业竞争力分析

第一节 贝塔斯曼出版集团

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第二节 培生集团

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第三节 人民教育出版社

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第四节 高等教育出版社

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第五节 新华出版社

一、企业基本概况

二、新华出版社新书献读者

三、新华出版社品牌战略阶段分析

第六节 上海世纪出版集团

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第七节 新华图书发行集团

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第八节 上海新华传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第九节 北京社科图书发行公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

第十二章 2021-2027年中国图书出版发行行业发展趋势预测分析

第一节 2021-2027年中国图书出版行业发展趋势分析

一、少儿图书出版

二、科技类图书出版

三、文学图书出版

四、艺术类图书出版发行走向

第二节 2016-2020年中国图书出版行业网络化分析

一、网络渐成图书零售重要渠道

二、图书零售进入网络时代

三、电子图书网络书店冲击传统书店

四、网络阅读率已达49%接近图书阅读率

第三节 2021-2027年中国图书出版发行行业市场盈利预测分析

第十三章 2016-2020年中国图书出版发行行业投资机会与风险分析

第一节 2016-2020年中国图书出版发行行业投资环境分析

第二节 2016-2020年中国图书出版发行行业投资机会分析

一、图书出版产业投资热点分析

二、图书发行投资机遇分析

第三节 2016-2020年中国图书出版发行行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

四、其他风险

第四节建议

第十四章中国图书出版发行行业投资影响及企业应对策略分析(ZY ZS)

第一节 2020年全球性贸易战形势分析

第二节 2020年贸易战对图书出版发行的传导机制

第三节 2020年贸易战下图书出版发行工业成长性分析

一、贸易战对行业影响程度

二、影响期限预测

第四节图书出版发行企业应对措施分析

图表目录：

图表 中国GDP分析

图表 城乡居民家庭人均可支配收入

图表 恩格尔系数

图表 人民币升值分析

图表 2016-2020年书籍、课本随人均收入增长的变化情况

图表 2016-2020年书籍、课本、图片随人均收入增长的变化情况

更多图表请见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202101/924742.html>