

2022-2028年中国出版行业供需态势分析及竞争格局预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国出版行业供需态势分析及竞争格局预测报告》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/202101/924860.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

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

电子邮箱: kefu@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

出版或称发表，是指将作品通过任何方式公之于众的一种行为。在大多数国家，作品一经完成，不论是否出版，即享有著作权。作品获得国际标准书号并经过一定资质的出版机构印刷成书籍称为出版物；出版物内容以数码形式呈现的称之为电子出版物或叫做电子书。以出版为主的生产或者产业领域称为出版业。拥有大量复制或同等规模的传播力的公开发表都统称之为出版。

我国出版资格职业资格考试关于出版的概念为：出版是指编辑、复制作品并向公众发行的活动。作品是出版的前提，编辑、复制是手段，向公众发行是目的。

智研咨询发布的《2022-2028年中国出版行业供需态势分析及竞争格局预测报告》共十四章。首先介绍了出版行业市场发展环境、出版整体运行态势等，接着分析了出版行业市场运行的现状，然后介绍了出版市场竞争格局。随后，报告对出版做了重点企业经营状况分析，最后分析了出版行业发展趋势与投资预测。您若想对出版产业有个系统的了解或者想投资出版行业，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。

报告目录：

第一章 世界出版业发展分析

第一节 世界出版业综述

- 一、世界出版业的特点
- 二、国外出版业宏观管理体系及启示
- 三、新技术革命对国际出版业的影响
- 四、经济全球化对世界出版业的影响

第二章 中国新闻出版业经济运行分析

第一节 新闻出版单位数量及从业人员情况

- 一、新闻出版单位数量及构成
- 二、单位直接就业人员状况

第二节 新闻出版产业收入与利润情况

第三节 新闻出版产业结构分析

- 一、各产业类别经济规模综合评价
- 二、主要产业类别情况

- (一) 图书出版
- (二) 期刊出版
- (三) 报纸出版
- (四) 音像制品出版
- (五) 电子出版物出版
- (六) 数字出版
- (七) 出版物发行
- (八) 出版物进出口
- (九) 印刷复制

第四节新闻出版区域结构分析

第三章 中国出版行业信息化及平台建设分析

第一节出版行业信息化管理分析

- 一、出版行业信息化管理的特点
- 二、实现出版行业信息化管理的主要手段
- 三、出版行业信息化网络化管理对策

第二节出版行业电商平台构建

- 一、出版行业电子商务平台应用存在的问题
- 二、出版行业电子商务平台模型的构建

第三节出版行业网站建设现状

一、出版行业网站从功能上划分

- (一) 宣传展示平台
- (二) 教育、服务平台
- (三) 交流互动平台
- (四) 电子商务平台
- (五) 数字出版平台

二、出版行业网站建设现状分析

- (一) 从出版行业建网情况来看
- (二) 从出版行业建网数量来看
- (三) 从网站技术支持来看
- (四) 网站组织管理方面
- (五) 网站定位与功能方面
- (六) 网站内容建设并不乐观
- (七) 在数字出版业务方面
- (八) 从网站投资情况来看

三、出版行业网站目前存在的问题

- (一) 技术方面
- (二) 硬件方面
- (三) 服务方面
- (四) 传播理念方面

四、出版行业网站建设发展趋势

第四章 中国出版行业可持续发展及转型战略

第一节 传统出版业务可持续发展分析

- 一、传统业务保持稳定增长态势
- 二、传统出版业务需求驱动因素
- 三、传统出版业务经营创新分析

第二节 出版行业专业化与多元化经营战略抉择

- 一、影响选择专业化与多元化经营战略的因素
 - (一) 出版行业的现有实力
 - (二) 行业的特性及剩余资源程度
 - (三) 出版行业资源的关联程度
 - (四) 出版行业的生命周期
- 二、出版行业进行专业化与多元化经营
 - (一) 专业化经营的条件与基本策略
 - (二) 多元化经营的条件和基本策略
 - (三) 协调好出版企业专业化与多元化经营战略的关系

第三节 互联网环境下出版行业战略转型分析

- 一、网络环境下的出版产业链重构
 - (一) 竞争主体多元化，产业链融合博弈
 - (二) 资源争夺激烈，出版行业备受挑战
 - (三) 网络销售兴起，渠道优势凸显
 - (四) 读者角色变化，个性需求明显
- 二、网络环境下出版行业的战略转型
 - (一) 以增值服务为战略诉求
 - (二) 数字化、国际化、资本化

第四节 出版行业转型文化与信息服务战略分析

- 一、中国出版集团兼营艺术品拍卖
- 二、上海中福会出版行业和巧虎
- 三、上海淘米网络游戏公司
- 四、凤凰集团进军手机游戏业
- 五、浙江报业收购边锋和浩方游戏平台

第五章 中国出版行业企业治理结构转型分析

第一节 出版行业市场化转型策略

一、出版行业市场化发展阶段分析

- (一) 以市场化为标志的孕育阶段
- (二) 以集团化为标志的初级阶段
- (三) 以上市为标志的发展阶段

二、出版行业市场化转型背景分析

三、出版行业市场化转型策略分析

- (一) 编辑分工
- (二) 品牌建设
- (三) 资本

第二节 出版行业转企改制现状及策略

一、出版行业转企改制存在问题

- (一) 专业式分类忽略客户需求
- (二) 职能式组织架构致使权责不清
- (三) 激励不足导致人才缺乏

二、出版行业企业化转型路径

- (一) 事业部制
- (二) 合伙制

三、出版行业公司治理转型策略

- (一) 优化产权设计
- (二) 建立健全治理结构
- (三) 理顺治理机制
- (四) 提高治理能力

第三节 出版行业公司治理结构建设

一、加强公司治理结构建设的必要性

- (一) 出版集团建立现代企业制度的重要内容
- (二) 出版集团正确处理母子公司关系的保证

二、公司治理结构建立存在的主要问题

- (一) 产权不明晰造成公司法人治理结构无从建立
- (二) 组织变革滞后造成有效公司治理结构的框架缺失
- (三) 党委领导色彩浓厚制约着现代出版企业制度的建立

三、加强出版行业公司治理结构建设的相应对策

- (一) 建立明晰的出版企业产权制度
- (二) 建立集权与分权相对平衡的母子公司体制

(三) 建立党委领导与公司治理有机结合的权力运营机制

第四节 出版行业退出机制构建分析

一、退出的类型

(一) 退出部分市场

(二) 完全退出市场

二、退出的途径

(一) 主动退出

(二) 被动退出

三、具体的措施

(一) 加强对出版行业的监管

(二) 认真落实年度核验制度

(三) 完善并落实出版行业等级评估制度

(四) 建立预警信息系统

四、事前的准备

(一) 出版行业必须是彻底意义上的企业

(二) 事先确定拟退出的主体

第六章 中国出版行业多元化转型分析

第一节 出版行业多元化经营分析

一、多元化经营的背景

二、多元化经营的形式

(一) 同心多元化

(二) 横向多元化

(三) 纵向多元化

(四) 无关联多元化

三、多元化经营创新模式

四、多元化经营的积极效应

五、多元化经营可能带来的隐患

六、多元化经营需要注意的问题

第二节 高校出版行业多元化战略选择

一、实施多元化战略的必要性

二、实施多元化战略的条件

(一) 主营业务优势明显，资源充足

(二) 具备核心能力，能迅速建立竞争优势

(三) 能够把握实施多元化战略的时机

三、实施多元化战略的模式选择

- (一) 选择一体多元化战略
- (二) 采取内部发展方式进入多元化经营
- (三) 培育核心竞争力，提高经营绩效
- (四) 注重组织创新，建立适合的组织机构

四、出版行业实施多元化战略需注意问题

- (一) 避免过度多元化
- (二) 避免管理失控
- (三) 避免资金、人才等资源链断裂

第三节出版集团多元化经营问题与战略

一、出版集团所处的发展阶段分析

- (一) 企业不同阶段的发展特征
- (二) 出版集团所处的发展阶段

二、出版集团多元化经营现状分析

- (一) 数量分布统计与分析
- (二) 出版集团上市融资现状
- (三) 出版集团多元化发展速度

三、出版集团多元化经营创新模式建构

- (一) 行业集聚形态下的产业链多元化
- (二) 资本运作多元化

1、资本投入高回报率产业

2、直接进入金融行业

3、上市融资

- (三) 新业态拓展多元化

四、成长阶段出版集团的多元经营战略

- (一) 专业基础战略
- (二) 关联经营战略
- (三) 成本取向战略

第四节出版行业多元化经营案例分析

一、中信出版行业的多元化经营

二、吉林出版集团的多元化经营

三、南方报业传媒集团的多元化经营

第七章 中国图书出版发展及转型分析

第一节图书出版规模分析

- 一、种数分析
- 二、印数分析

三、定价分析

第二节图书产品结构分析

一、图书产品概况

二、书籍产品结构

(一) 社科人文类书籍

(二) 科学技术类书籍

(三) 综合类书籍

三、课本产品结构

(一) 大专及大专以上课本

(二) 中学课本

(三) 小学课本

(四) 其他课本

四、图片供应结构

第三节图书出版行业内容战略转型分析

一、图书出版行业内容战略实施步骤

(一) 得天独厚——内容提供商

(二) 初步合作——内容集成商

(三) 产业升级——内容服务商

二、图书出版行业内容管理的实施

(一) 内容管理技术

(二) 内容管理流程

(三) 内容管理目标

三、图书出版行业内容战略的流程延伸

(一) 上游：稳固吸纳作者资源

(二) 下游：由借用技术向掌握技术过渡

第四节图书出版行业按需出版发展方向

一、按需出版定义及特点

(一) 按需出版的定义

(二) 按需出版与数字出版的关系

(三) 按需出版的特点和优势

二、按需出版的关键技术

(一) 内容数字化及其管理系统

(二) 在线订单管理系统

(三) 生产流程管理系统

(四) 物流和配送管理系统

- (五) 精确的信息管理系统
- (六) 标准化作业及其相关标准
- 三、按需出版发展状况
 - (一) 美国按需出版发展状况
 - (二) 国内按需出版发展状况
- 四、按需出版市场发展潜力
- 五、按需出版发展建议分析
- 第八章 中国期刊出版发展及转型分析
 - 第一节 期刊出版总况
 - 一、期刊出版总量规模
 - (一) 种数分析
 - (二) 印数分析
 - (三) 定价分析
 - 二、期刊产品结构分析
 - (一) 综合类期刊
 - (二) 哲学、社会科学类期刊
 - (三) 自然科学、技术类期刊
 - (四) 文化、教育类期刊
 - (五) 文学、艺术类期刊
 - 第二节 期刊出版行业数字化转型分析
 - 一、纸质期刊数字化转型原因
 - 二、数字期刊运营主体分析
 - 三、数字期刊盈利模式分析
 - 四、传统期刊数字化技术分析
 - (一) 管理信息系统
 - (二) 条形码技术
 - (三) 电子轻印刷技术
 - (四) 数据安全技术
 - 第三节 期刊出版行业全媒体转型分析
 - 一、期刊出版全媒体转型意义
 - 二、期刊全媒体商业模式延伸开发
 - 三、期刊出版全媒体运营案例
 - (一) 盛大文学
 - (二) 中文在线
 - (三) 商务印书馆

第九章 中国报纸出版发展及转型分析

第一节 报纸出版总况

一、报纸出版总量规模

(一) 种数分析

(二) 印数分析

(三) 定价分析

二、各级报纸出版情况

(一) 全国性报纸

(二) 省级报纸

(三) 地、市级报纸

(四) 县级报纸

三、各类报纸出版情况

(一) 综合报纸

(二) 专业报纸

第二节 200

一、美国报业经营情况

二、美国报业转型升级战略

三、美国报业转型经验借鉴

第三节 国内报社全媒体转型分析

一、全媒体架构发展分析

二、全媒体架构流程推进

三、全媒体盈利模式分析

四、报社全媒体转型案例

(一) 浙江日报报业集团

(二) 烟台日报传媒集团

(三) 南方报业集团

(四) 杭州日报报业集团

(五) 解放日报报业集团

第十章 数字阅读用户行为市场评估

第一节 数字阅读用户行为概况

第二节 中国数字阅读用户基本属性

一、数字阅读用户性别分布

二、数字阅读用户年龄分布

三、数字阅读用户学历分布

四、数字阅读用户职业分布

五、数字阅读用户收入分布

六、数字阅读用户区域分布

第三节中国数字阅读整体用户行为分析

一、数字阅读用户终端应用

二、数字阅读用户阅读方式

三、数字阅读用户阅读渠道

四、数字阅读用户阅读终端

五、数字阅读用户阅读内容

六、不同性别用户阅读内容

（一）不同性别用户阅读类型

（二）阅读文学小说题材分布

第四节数字阅读用户付费意愿

一、数字阅读用户消费情况

二、数字阅读用户付费方式

三、用户最能接受付费方式

四、用户愿意付费情况分析

第五节数字阅读用户广告态度

第十一章 中国出版行业数字化转型分析

第一节传统出版行业数字化转型分析

一、出版行业数字化趋势

（一）数字化是大趋势

（二）传统出版数字化转型

二、传统出版行业数字化建设

（一）搭建数字平台

（二）构建专业数据库

（三）挖掘教育资源价值

三、出版行业数字化营销方式

（一）e-alerting模式

（二）微博互动平台

（三）微信互动平台

（四）手机应用

（五）组建数据库营销团队

第二节出版行业数字出版创新模式分析

一、传统出版领域的数字出版分析

（一）大众出版的数字化建设

(二) 专业出版的数字化战略

(三) 高等教育出版数字化分析

二、数字出版创新模式及其类型

三、不同创新体系下的数字出版创新模式

(一) 产业创新体系下的产业链整合模式

(二) 区域创新体系下的基地型产业集群模式

(三) 国家创新体系下的官产学研合作模式

第三节 233

一、优化内容资源，提高内容开发能力

(一) 全力发掘优秀作者

(二) 加强培养编辑人才

(三) 内容生产流程再造

(四) 加强版权获取与保护

(五) 梳理整合内容资源

二、发挥内容资源价值，加强产品和品牌拓展

(一) 积极推进全媒体出版

(二) 提供增值服务

(三) 加强品牌建设

三、与数字出版技术拥有者合作共赢

(一) 为读者提供个性化、高水平内容

(二) 利用数字平台拓展分销渠道

(三) 创新合作模式

第四节 数字出版转型示范单位及案例

一、数字出版转型示范单位名单

二、数字出版转型示范案例分析

(一) 北京师范大学出版行业

(二) 电子工业出版社

(三) 浙江大学出版行业

(四) 人民军医出版行业

(五) 知识产权出版行业

第十二章 中国数字出版发展状况分析

第一节 数字出版行业商业模式分析

一、商业模式介绍

二、数字出版商业模式核心要素

(一) 客户价值

- (二) 复制形态
- (三) 盈利能力
- (四) 格式化的清晰流量

三、数字出版行业主要商业模式分析

- (一) Kindle模式
- (二) iPad模式
- (三) Google模式
- (四) 盛大文学模式
- (五) 方正模式
- (六) 汉王模式
- (七) 中移动模式

第二节数字出版行业发展规模分析

- 一、总体发展规模分析
- 二、数字出版细分类别收入分析
- 三、数字出版产业态势分析
- 四、数字出版行业问题及对策

第三节数字出版基地经营情况分析

- 一、数字出版基地资产总额排名
- 二、数字出版基地营业收入排名
- 三、数字出版基地经营情况分析
 - (一) 上海张江国家数字出版基地
 - (二) 重庆新区数字出版基地
 - (三) 浙江杭州国家数字出版基地
 - (四) 湖南长沙数字出版基地
 - (五) 湖北沌口数字出版基地

第四节数字出版发展方向及策略分析

- 一、互联网生态下数字出版发展新方向
 - (一) 传播方式：大众传播的人际化趋势
 - (二) 商业模式：从版权售卖走向免费模式
 - (三) 运营模式：由生产管理向服务管理转换
 - (四) 终端形态：多载体并存成为趋势
 - (五) 未来格局：在垄断与创新中破茧前行
- 二、当前中国期刊业数字出版的趋势
 - (一) 移动数字期刊市场持续快速增长
 - (二) 数字期刊将进行内容变革并实现互动

(三) 期刊数字出版的赢利模式逐步清晰并将进一步拓展

三、数字出版产业链现存问题及解决策略

(一) 构建和谐数字出版产业链的重要性

(二) 数字出版产业链存在的问题

(三) 数字出版产业解决问题的建议

第十三章 中国数字出版细分市场调研

第一节 手机出版市场调研

一、手机出版概述

(一) 手机出版的定义

(二) 手机出版的特点

二、手机出版市场发展现状

三、手机出版面临问题分析

四、手机出版市场发展趋势

五、手机出版市场解决对策

第二节 网络游戏出版市场调研

一、网络游戏营销模式分析

二、网络游戏产业发展特征

三、网络游戏市场发展规模

四、网络游戏产业发展对策

五、网络游戏产业投资前景

第三节 网络广告市场调研

一、网络广告市场数据监测

(一) 网络广告市场规模

(二) 视频广告市场规模

(三) 关键字广告市场规模

(四) 富媒体广告市场规模

(五) 品牌图形广告市场规模

二、网络广告主要特点分析

三、网络广告发展优势分析

四、网络广告业存在的问题

五、网络广告业的发展对策

第四节 电子书市场调研

一、电子书发展现状分析

二、电子书盈利模式对比

(一) 数字图书盈利模式分析

(二) 专业数字图书盈利模式

(三) 大众数字图书盈利模式

(四) 教育数字图书盈利模式

三、电子书市场发展趋势

四、电子书市场趋势预测

第五节网络期刊市场发展分析

一、网络期刊市场发展规模

二、网络期刊市场发展方向

三、网络期刊版权保护途径

四、网络期刊盈利模式分析

(一) 内容盈利模式

(二) 广告盈利模式

(三) 服务盈利模式

五、网络期刊盈利模式创新

第六节数字地图市场发展分析

一、网络地图市场数据监测

(一) 地图服务网站市场规模

(二) 地图服务网站PV份额

(三) 地图服务网站UV份额

二、网络地图网站发展现状

三、手机地图市场数据监测

(一) 手机地图账户数情况

(二) 累计账户数市场份额

(三) 活跃账户数市场份额

四、手机地图市场发展现状

第七节数字报纸市场发展分析

一、数字报纸基本概念分析

二、数字报纸发展优势分析

三、数字报纸价值体现分析

四、数字报纸产业市场规模

五、数字报纸产业发展现状

第八节在线音乐市场发展分析

一、在线音乐产业链的结构

二、在线音乐产业发展现状

三、在线音乐盈利模式探索

四、在线音乐盈利模式借鉴

第九节网络动漫市场发展分析

一、动漫产业发展规划解读

二、动漫与网络的融合分析

三、网络动漫产业发展现状

第十四章 中国数字阅读行业重点企业分析

第一节掌阅科技

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第二节咪咕阅读

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第三节百度阅读

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第四节起点阅读

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第五节京东阅读

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析 (ZYZS)

图表目录：

图表1纸质出版产业链结构图

图表2数字出版产业链结构图

图表3世界发达国家GDP增长情况统计

图表4金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表5中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表6国内生产总值构成及增长速度统计

图表7城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表8中国城镇居民家庭文教娱乐人均消费支出增长趋势图

图表9新闻出版单位数量与构成

图表10就业人数的产业类别构成

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202101/924860.html>