



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国图书出版市场 运行环境分析及投资前景咨询研 究报告

一、调研说明

《2010-2015年中国图书出版市场运行环境分析及投资前景咨询研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/161484.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。 本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

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

一、出版的定义

二、出版的历史

三、现代出版业

四、出版业价值链

五、发行的相关术语

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 2008-2009年世界主要国家图书出版发行行业运行状况分析

第一节 2008-2009年美国图书出版发行分析

- 一、电子书冲击美国图书出版业经营理念
- 二、2009年美国出版市场发展特征
- 三、美国图书出口状况
- 四、美国图书出版业面临的挑战

第二节 2008-2009年日本图书出版发行分析

- 一、日本图书馆发行渠道概览
- 二、日本图书出版发行状况回顾
- 三、日本市场的畅销图书出版物概述
- 四、日本图书销售模式亟待改变

第三节 2008-2009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、2008-2009年英国图书零售市场状况
- 四、英国图书零售市场的机遇与挑战
- 五、英国图书发行业状况
- 六、英国印刷业欲向出版业转嫁成本压力

第四节 2008-2009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、德国图书贸易状况

第三章 2008-2009年中国图书出版发行行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2008-2009年中国图书出版产业政策环境分析

- 一、中国出版业出台主要新政
- 二、《图书公平交易规则》引质疑

第三节 2008-2009年中国图书出版社会环境分析

- 一、人口规模分析
- 二、年龄结构分析

三、学历结构分析

第四章 2008-2009年中国图书出版行业发展形势分析

第一节 2008-2009年中国图书出版发展综述

- 一、中国图书出版业的特性
- 二、图书出版业面临资源重组
- 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 2008-2009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 2008-2009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、图书出版业体制改革加速

第四节 2008-2009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、出版社品牌竞争力的五大构成
- 三、品牌竞争时代的图书出版物现状
- 四、中国图书出版业品牌化运作的模式探讨

第五章 2008-2009年中国图书出版市场运行动态分析

第一节 2008-2009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、中国图书外贸状况
- 三、农村图书出版市场分析

第二节 2008-2009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、图书出版企业成本管理存在的问题
- 三、提高出版企业成本管理的途径

第三节 2008-2009年中国图书出版市场结构、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 2008-2009年中国图书出版市场中存在的问题及对策

一、加大对图书出版业的政策支持

二、降低书刊批销市场准入门槛

三、努力培育完善的市场体系

四、加强图书出版业的资本运作

第六章 中国图书出版市场分析

第一节 中国图书出版市场概述

一、图书出版市场解析

二、国内图书出版市场准入标准提升

三、中国经营性图书出版企业评估制度建立

四、体制改革加速我国图书出版市场整合

五、挖掘潜在读者群拓展图书出版市场

六、从出版社角度分析图书市场的状况

第二节 图书出版市场的垄断与竞争

一、国内外图书出版市场特征比较

二、图书出版市场不完全竞争的根源

三、出版市场有效竞争的前提

第三节 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

第四节 中国图书出版市场结构、行为及绩效分析

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

第五节 图书出版市场中存在的主要问题

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

第七章 2008-2009年中国图书发行行业运行走势分析

第一节 2008-2009年中国图书发行行业分析

一、网络环境下的图书发行模式

二、图书发行行业市场行为分析

三、民营图书发行行业状况

第二节 2008-2009年中国图书发行行业的盈利分析

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 2008-2009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 2008-2009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

第八章 2008-2009年中国不同类型图书出版发行业态势分析

第一节 2008-2009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 2008-2009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 2008-2009年中国教育图书出版业发行情况透析

一、2009年教育图书出版总结

二、教育图书市场化改革逐步加快

第四节 2008-2009年文学图书出版业发展浅析

一、2008年文学图书出版市场

二、各类型文学图书市场特征

三、2010年文学出版将更多元

第九章 2008-2009年中国网络时代图书出版发行局势分析

第一节 2008-2009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 2008-2009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、传统出版社建立网络出版优势分析

三、注重用客户服务促发展

四、数据库营销策略

第十章 2008-2009年中国图书出版产业市场营销策略分析

第一节 2008-2009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 2008-2009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 2008-2009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

第十一章 2008-2009年中国图书出版发行产业市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年中国图书出版产业市场竞争现状分析

一、社会总需求量下降 阅读人群分流严重

二、失衡问题尚存 调整优化仍需加强

三、销售环节布局失衡 中小书店经营困难

第二节 2008-2009年中国图书出版发行产业提升竞争力策略分析

第十二章 2008-2009年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、企业财务数据分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第二节 培生集团

第三节 人民教育出版社

第四节 高等教育出版社

第五节 新华出版社

第六节 上海世纪出版集团

第七节 商务印书馆

第八节 上海新华传媒股份有限公司

第九节 华东师范大学出版社

第十三章 2009-2013年中国图书出版发行行业发展趋势预测分析

第一节 2009-2013年中国图书出版行业发展趋势分析

一、少儿图书出版

二、时尚生活书类图书出版

三、文学图书出版

四、艺术类图书出版发行走向

五、健康生活类图书出版

第二节 2009-2013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 2009-2012年中国图书出版发行行业市场盈利预测分析

第十四章 2009-2013年中国图书出版发行行业投资机会与风险分析

第一节 2009-2013年中国图书出版发行行业投资环境分析

第二节 2009-2013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 2009-2013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 专家建议

图表目录

图表：2005-2010年上半年年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年年财政收入

图表：2005-2010年上半年年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年年固定资产投资新增主要生产能力

图表：传统发行模式与网上发行模式比较

图表：传统发行模式与网上发行模式特点比较

图表：传统图书的发行渠道

图表：网络环境下的多元化发行渠道

图表：传统购书方式

图表：网上购书方式

艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年中国图书出版市场运行环境分析及投资前景咨询研究报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：图书扁平化渠道场所、传播方式及分销方式

图表：2008-2009年新华传媒主要经济指标分析（元）

图表：新华传媒成长能力分析

图表：新华传媒经营能力分析

图表：新华传媒盈利能力分析

图表：新华传媒偿债能力分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/161484.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。