

2021-2027年中国出版行业市场竞争力分析及市场需求潜力报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国出版行业市场竞争力分析及市场需求潜力报告》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/202101/924863.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: 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

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。

5G商用加速数字阅读内容供给在云服务、物联网、AI、AR/VR等方面的智能化进程,云端图书馆、云书店等新场景、新模式涌现。

2016-2020年中国数字阅读产业规模及增速

资料来源：国家新闻出版署、智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国出版行业市场竞争力分析及市场需求潜力报告》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 出版行业的相关概述

1.1 出版行业的概念

1.1.1 出版业的定义

1.1.2 出版业的分类

1.1.3 现代出版业的内涵

1.1.4 出版传播的目的

1.1.5 出版传播的规律

1.2 出版行业的进入壁垒

1.2.1 资本需求

1.2.2 发行渠道

1.2.3 政策法律等制度性壁垒高

1.2.4 产品差别壁垒

1.3 出版业的价值链分析

1.3.1 出版业价值链概念

1.3.2 出版业价值链的现状

1.3.3 出版业价值链的管理

1.3.4 出版业价值链的整合

1.4 出版行业的经济学分析

1.4.1 社会效益

1.4.2 垄断竞争

1.4.3 专业分工

1.4.4 供求关系

1.4.5 人事分配

第二章 2016-2020年世界出版业发展分析

2.1 2016-2020年世界出版业综述

2.1.1 世界出版业总体发展情况

2.1.2 世界出版业发展近况分析

2.1.3 国外出版业宏观管理体系及启示

2.1.4 新技术革命对国际出版业的影响

2.1.5 世界出版业的兼并重组特征分析

2.2 美国

2.2.1 美国出版业发展的特征

2.2.2 美国商业印刷出版业的发展

2.2.3 美国按需出版图书的增长情况

2.2.4 新技术给美国传统出版业带来重大影响

2.2.5 美国新媒体出版业发展特点剖析

2.2.6 美国出版市场的竞争策略分析

2.3 日本

2.3.1 日本出版业呈持续下滑趋势

2.3.2 日本出版业中的“文库本”发展概况

2.3.3 日本出版业的发展现状

2.3.4 日本出版业的流通渠道

2.4 英国

2.4.1 英国出版业的发展特征

2.4.2 2018年英国出版业发展情况

- 2.4.3 2019年英国出版业发展状况
- 2.4.4 2020年英国出版业发展状况
- 2.4.5 英国数字出版业发展现状及趋势
- 2.5 法国
 - 2.5.1 法国出版业发展综述
 - 2.5.2 法国出版业发展现状
 - 2.5.3 外来图书蜂拥法国图书出版市场
 - 2.5.4 法国出版行业经济政策解析
- 2.6 台湾地区
 - 2.6.1 台湾出版行业的特点
 - 2.6.2 台湾数字出版产业的发展
 - 2.6.3 台湾出版业发展的问题与对策
 - 2.6.4 台湾出版产业未来的发展建议
- 2.7 其他国家和地区
 - 2.7.1 澳大利亚出版业概述
 - 2.7.2 韩国出版行业的处境尴尬
 - 2.7.3 香港出版业发展的趋势
 - 2.7.4 澳门出版业发展剖析
- 第三章 2016-2020年中国出版业的发展

3.1 中国出版业基本发展情况

受国家严格控制书号发放影响，且随着出版业迈入高质量发展阶段，新书品种数逐年收缩，2020年收缩之势更甚，新书品种数量急剧下降，仅17.1万种，同比下降11.86%。

2015-2020年中国图书零售市场规模及新书品种数量

资料来源：北京开卷、智研咨询整理

- 3.1.1 我国新闻出版业发展成绩显著
- 3.1.2 我国出版业发展变化的特点
- 3.1.3 中国出版市场全新格局逐步形成
- 3.1.4 国内出版集团的成长路径及模式分析
- 3.2 2016-2020年中国出版业的发展分析
 - 3.2.1 2018年我国出版产业的发展
 - 3.2.2 2019年我国出版业发展态势
 - 3.2.3 2020年我国出版业发展动态
- 3.3 2016-2020年中国各省市出版业的发展
 - 3.3.1 浙江省

3.3.2 上海市

3.3.3 湖北省

3.3.4 陕西省

3.3.5 福建省

3.4 中国出版业中的民营资本

3.4.1 民营资本进入我国出版业的模式

3.4.2 民营书业已成为出版业的生力军

3.4.3 民营资本进入我国出版业的利弊

3.4.4 促进民营资本进入我国出版业的建议

3.5 2016-2020年中国出版业改革发展分析

3.5.1 我国出版业体制改革的背景

3.5.2 新闻出版业体制改革进程加速

3.5.3 新闻出版业体制改革的成果

3.5.4 出版业改革的核心是制度创新

3.5.5 我国出版业改革发展的任务

3.6 2016-2020年中国少数民族出版业发展探讨

3.6.1 少数民族出版的基本概述

3.6.2 我国少数民族出版业的发展现况

3.6.3 我国少数民族出版的主要问题

3.6.4 我国少数民族出版业的发展对策

第四章 2016-2020年中外出版业合作发展分析

4.1 中外出版业合作发展环境

4.1.1 中国出版业的对外政策解读

4.1.2 中国将加大对国际出版合作的扶持力度

4.1.3 中国对出版业开展国际合作政策扶持

4.1.4 国际出版合作发展前景趋势

4.2 2016-2020年中外出版业合作发展概况

4.2.1 政府积极推动出版业海外合作

4.2.2 中外出版商的合作状况

4.2.3 中国出版对外合作业务中存在的问题

4.2.4 中国出版业在国际合作中发展的对策

4.3 2016-2020年中俄出版合作发展分析

4.3.1 中俄出版合作发展的历史

4.3.2 中俄出版合作发展概况

4.3.3 推进中俄出版合作发展的建议

4.4 2016-2020年海峡两岸出版业合作发展分析

4.4.1 大陆对台湾出版政策开放程度

4.4.2 两岸出版业合作发展概况

4.4.3 两岸出版业合作取得实质性进展

4.4.4 两岸出版产业合作发展的对策与建议

4.4.5 未来两岸出版领域合作将进一步扩大

第五章 2016-2020年报纸的出版分析

5.1 中国报业的发展概况

5.1.1 我国报纸出版体制改革取得的成果

5.1.2 报业的竞争环境与竞争战略分析

5.1.3 我国报业“走出去”发展探析

5.1.4 中国报业的数字化转型发展情况

5.2 2016-2020年中国报业发展运行情况

5.2.1 中国报业与新媒体加速融合

5.2.2 中国报业市场规模分析

5.2.3 中国报业市场态势分析

5.3 中国报业发展面临的问题

5.3.1 中国报业发展中的主要不足

5.3.2 阻碍我国报业发展的内外因素

5.3.3 我国报业存在的主要问题

5.4 我国报业发展的对策

5.4.1 我国报业升级与转型的策略

5.4.2 我国报业发展需转向数字化

5.4.3 我国报业全媒体转型的途径

5.4.4 构建科学的报纸出版体制机制

5.4.5 我国报业经营的数据库营销策略

5.5 中国报业的发展趋势

5.5.1 我国报刊业发展规划

5.5.2 我国报业的未来发展走向

5.5.3 报纸发行模式的发展趋势

5.5.4 报纸版式创新的发展趋势

第六章 2016-2020年图书出版业分析

6.1 中国图书出版业的发展阶段

6.1.1 超常规增长阶段

6.1.2 调整与徘徊阶段

6.1.3 新的增长阶段

6.2 中国图书出版业的发展概况

6.2.1 中国图书出版业整体发展状况

6.2.2 2018年我国图书出版业运行情况

6.2.3 2019年我国图书出版业运行情况

6.2.4 2020年我国图书出版业发展分析

6.2.5 中国图书出版业的发展趋势

6.3 中国图书版权贸易分析

6.3.1 中国图书版权贸易发展状况

6.3.2 中文图书版权输出再上新台阶

6.3.3 中国图书版权贸易存在的问题

6.4 图书出版业营销分析

6.4.1 图书营销部门的机制创新解析

6.4.2 中国图书出版业的扁平化营销

6.4.3 图书出版业营销结合战略分析

6.4.4 出版社图书营销渠道建设分析

6.4.5 浅析图书出版业的营销对策

6.4.6 国内图书买方市场下的主要策略

6.5 图书出版业发展问题与对策

6.5.1 我国图书出版业存在的问题

6.5.2 我国图书出版业经营发展的对策

6.5.3 发展我国图书出版业的主要措施

6.5.4 中国图书出版实现个性化的原则探索

6.6 中国图书出版业发展热点分析

6.6.1 学术类图书

6.6.2 经管类图书

6.6.3 文学类图书

6.6.4 生活类图书

6.6.5 少儿类图书

第七章 2016-2020年音像出版业分析

7.1 2016-2020年中国音像出版业的发展状况

7.1.1 2018年我国音像出版业发展概况

7.1.2 2019年我国音像出版业发展分析

7.1.3 2020年我国音像出版业发展动态

7.1.4 我国电子音像出版业发展形势分析

7.2 教育音像出版物的选题和策划

7.2.1 选题与列选的依据

7.2.2 选题过程规范化

7.2.3 选题策划的原则

7.2.4 选题策划的步骤及方法

7.3 中国音像出版业存在的问题

7.3.1 中国音像出版业存在的突出问题

7.3.2 阻碍中国音像出版业发展的因素

7.3.3 我国音像出版业陷入三大困局

7.4 发展中国音像出版业的对策

7.4.1 我国音像出版业发展的建议

7.4.2 发展中国音像出版业的基本思路

7.4.3 发展教育音像出版业应采取的对策

7.4.4 发展未成年人音像出版市场的建议

第八章 2016-2020年网络出版业分析

8.1 网络出版的相关概述

8.1.1 网络出版的定义及特点

8.1.2 网络出版的价值及意义

8.1.3 网络出版的主要形式

8.1.4 网络出版业发展的必需条件

8.1.5 网络出版发展的优势

8.2 2016-2020年网络出版业发展概况

8.2.1 网络出版发展对我国出版业的影响

8.2.2 中国网络出版业发展总体概况

8.2.3 我国网络出版业的发展特征

8.2.4 我国网络出版业的盈利模式

8.2.5 中国网络游戏出版业发展现状

8.2.6 网络出版产业渐受我国政府重视

8.3 数字出版业

8.3.1 数字出版业实现跨越式发展

8.3.2 中国数字出版产业发展现状

8.3.3 我国数字出版产业发展存在的弱势

8.3.4 促进我国数字出版业发展的建议

8.4 网络出版业存在的问题及对策

8.4.1 制约网络出版发展的主要因素

8.4.2 网络出版中存在的版权问题

8.4.3 我国网络出版产业发展面临的挑战

8.4.4 加快我国网络出版业发展的建议

8.5 网络出版业的发展趋势

8.5.1 我国网络出版业的发展走向

8.5.2 我国网络出版业的发展趋势

第九章 2016-2020年出版所属行业进出口数据分析

10.1 2016-2020年中国字典或百科全书及其连续出版的分册所属行业进出口数据分析

10.1.1 进出口总量数据分析

10.1.2 主要贸易国进出口情况分析

10.1.3 主要省市进出口情况分析

10.1 2016-2020年中国每周至少出版四次的报纸、杂志及期刊所属行业进出口数据分析

10.1.1 进出口总量数据分析

10.1.2 主要贸易国进出口情况分析

10.1.3 主要省市进出口情况分析

第十章 国内外出版业上市公司分析

10.1 新闻集团

10.1.1 公司简介

10.1.2 企业经营状况

10.2 法国拉加代尔集团

10.2.1 公司简介

10.2.2 企业经营状况

10.3 英国培生集团

10.3.1 公司介绍

10.3.2 企业经营状况

10.4 江苏凤凰出版传媒股份有限公司

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 经营效益分析

10.4.3 业务经营分析

10.4.4 财务状况分析

10.4.5 核心竞争力分析

10.4.6 公司发展战略

10.5 北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 经营效益分析

- 10.5.3 业务经营分析
- 10.5.4 财务状况分析
- 10.5.5 核心竞争力分析
- 10.5.6 公司发展战略
- 10.6 时代出版传媒股份有限公司
 - 10.6.1 企业发展概况
 - 10.6.2 经营效益分析
 - 10.6.3 业务经营分析
 - 10.6.4 财务状况分析
 - 10.6.5 核心竞争力分析
 - 10.6.6 公司发展战略
- 10.7 上海新华传媒股份有限公司
 - 10.7.1 企业发展概况
 - 10.7.2 经营效益分析
 - 10.7.3 业务经营分析
 - 10.7.4 财务状况分析
 - 10.7.5 核心竞争力分析
 - 10.7.6 公司发展战略
- 10.8 安徽新华传媒股份有限公司
 - 10.8.1 企业发展概况
 - 10.8.2 经营效益分析
 - 10.8.3 业务经营分析
 - 10.8.4 财务状况分析
 - 10.8.5 核心竞争力分析
 - 10.8.6 公司发展战略
- 10.9 中南出版传媒集团股份有限公司
 - 10.9.1 企业发展概况
 - 10.9.2 经营效益分析
 - 10.9.3 业务经营分析
 - 10.9.4 财务状况分析
 - 10.9.5 核心竞争力分析
 - 10.9.6 公司发展战略
- 10.10 长江出版传媒股份有限公司
 - 10.10.1 企业发展概况
 - 10.10.2 经营效益分析

10.10.3 业务经营分析

10.10.4 财务状况分析

10.10.5 核心竞争力分析

10.10.6 公司发展战略

第十一章 2016-2020年中国出版业面临的问题及其对策

11.1 中国出版行业存在的问题

11.1.1 我国出版业宏观管理存在的不足

11.1.2 中国出版业亟需解决的问题

11.1.3 中国出版业发展面临的挑战

11.1.4 制约出版业品牌建设的根源

11.1.5 中国出版行业国有资产的流失

11.2 我国出版行业发展的对策

11.2.1 我国传统出版业发展需加快数字化转型

11.2.2 我国新闻出版业需推动创新发展

11.2.3 提高中国出版行业竞争力的对策

11.2.4 提高中国出版业国际化水平的策略

11.2.5 转变我国出版业发展方式的建议

11.2.6 新技术环境下我国出版业的发展对策

11.2.7 防止出版业国有资产流失的对策

11.3 完善中国出版业管理体制的建议

11.3.1 加强我国出版业的宏观管理的具体对策

11.3.2 改善出版社版权管理工作的建议

11.3.3 促进中国出版行业体制改革的建议

11.4 中国出版集团发展对策

11.4.1 我国出版产业集团化应处理好的关系

11.4.2 我国出版集团多元化发展策略

11.4.3 我国出版集团管控的信息化发展战略

第十二章 出版行业的投资分析

12.1 中国出版投融资体制改革分析

12.1.1 多元投资主体

12.1.2 多条融资渠道

12.1.3 多种投融资方式

12.2 出版业投资机会分析

12.2.1 政策性拐点为出版业带来投资价值

12.2.2 三大动力预示我国出版业大有可为

12.2.3 图书出版与发行业的投资机会

12.2.4 出版业体制改革带来投资良机

12.3 出版企业的风险管理

12.3.1 风险识别

12.3.2 风险评估

12.3.3 风险分析

12.3.4 风险应对

12.3.5 风险监控

12.4 出版企业加强风险管理的对策

12.4.1 建立风险管理的组织体系

12.4.2 进行内部控制

12.4.3 转移风险

12.4.4 运用多元化战略

12.4.5 实施规模效应战略

12.4.6 采取合作博弈策略

12.5 中国出版单位的融资模式

12.5.1 内部融资

12.5.2 业内融资

12.5.3 业外融资

12.5.4 引进外资

12.5.5 上市融资

12.6 中国出版业的SWOT分析

12.6.1 优势

12.6.2 劣势

12.6.3 机遇

12.6.4 挑战

第十三章 出版行业的发展趋势分析

13.1 国际出版业的发展趋势

13.1.1 世界图书出版业的发展趋势

13.1.2 国际出版业朝教育出版方向发展

13.1.3 国际出版业向现代化发展的趋势

13.2 中国出版业的发展趋势

13.2.1 中国出版产业的近期发展趋势预测

13.2.2 新技术背景下我国出版业发展形势

13.2.3 中国出版业集团化建设的趋势

13.2.4 2021-2027年中国出版业发展预测分析

第十四章 2016-2020年出版业的政策法规（ZY ZS）

14.1 出版业的重点政策回顾

14.1.1 新闻出版业一号文件明确发展路径

14.1.2 国家支持引导数字文化产业创新发展

14.1.3 出版总署启动规范出版物网络发行相关办法的制定

14.1.4 出版总署发布文件规范数字出版业发展

14.1.5 电子书产业政策出台加速出版业数字化进程

14.2 2016-2020年出版领域的政策发布实施进展

14.2.1 新闻出版业“一号文件”解读

14.2.2 政府下发文件推进出版传媒集团改革发展

14.2.3 国家出台政策鼓励民资进入出版业

14.2.4 出版总署发文加快贵州出版业发展

14.2.5 政府加快新闻出版业数字化转型升级

14.2.6 《深化新闻出版体制改革实施方案》出台

14.3 政策法规

14.3.1 《出版管理条例》

14.3.2 《出版物市场管理规定》

14.3.3 《报纸出版管理规定》

14.3.4 《期刊出版管理规定》

14.3.5 《互联网出版管理暂行规定》

14.3.6 《互联网著作权行政保护办法》

14.3.7 《新闻出版统计管理办法》

14.3.8 《音像制品出版管理规定》

14.3.9 《音像制品管理条例》

14.3.10 《音像制品进口管理办法》

14.3.11 《音像制品出版工作流程》

14.3.12 《中国出版职业资格制度》

14.3.13 《外商投资图书、报纸、期刊分销企业管理办法》

图表目录：

图表 市场类型的划分和特征

图表 全球出版企业排名

图表 全球出版行业主要收购情况

图表 全国出版物进出口经营单位对外贸易情况

图表 新闻出版业企业法人单位的所有制结构

图表 中国向俄罗斯引进和输出图书版权情况

图表 波特的产业五力分析模型

图表 报业市场的六种竞争力量互动模型

图表 报纸竞争力轮盘模型（立体视图）

图表 报纸竞争力轮盘模型（平面视图）

图表 主要媒体日到达率变化趋势

图表 报纸在不同年龄、学历人群中的日到达率变化趋势

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202101/924863.html>