

2024-2030年中国出版市场 深度分析与市场供需预测报告

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年中国出版市场深度分析与市场供需预测报告》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/202312/431177.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国出版市场深度分析与市场供需预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一部分 行业发展分析 第一章 出版行业的相关概念及相关要素 1 第一节 出版行业的概念 1 一、我国出版业的性质、特点及结构组成 1 二、现代出版业的内涵 1 三、出版传播的规律 3 四、新闻出版产业的性质和特点 4 第二节 出版物的概念、种类及各种出版物的不同特点 6 一、出版物的概念 6 二、出版物的种类 7 第三节 出版业的价值链分析 8 一、出版业价值链概念 8 二、出版业价值链的现状 9 三、出版业价值链的管理 9 四、出版业价值链的整合 10 第四节 出版行业的资本运作 11 一、概念与现状 11 二、出版业资本运作的主体 12 三、出版业资本运作的方式与指向 13 四、资本运作提升对企业经营者的要求 15 第二章 世界出版业发展分析 18 第一节 世界出版业综述 18 一、世界出版业的特点 18 二、国外出版业宏观管理体系及启示 18 三、新技术革命对国际出版业的影响 23 四、经济化对世界出版业的影响 24 五、金融危机对世界出版业发展的影响分析 25 第二节 美国 27 一、美国出版业收入概况 27 二、美国出版业并购分析 27 三、美国出版业市场分析 31 四、美国出版市场发展特征分析 31 五、美国三大出版业数字化商业模式分析 34 六、美国出版业的核心竞争力 38 七、浅析美国出版业的营销过程管理 45 八、美国出版业尝试新科技手段开拓市场 51 第三节 日本 51 一、日本出版业的历史 52 二、日本出版业夕阳西下 55 三、日本出版业分析 56 四、日本出版业掀起“流通革命”推责任销售模式 57 五、日本出版业形势严峻 杂志销售状况比书籍糟 58 六、日本出版业不景气转向发展手机漫画 59 七、日本出版业预测 59 第四节 英国 60 一、英国出版行业劲升 十年种类增长达22% 60 二、英国期刊出版业发展的概况 61 三、英国现代图书出版业的特点 63 四、英国出版业发展综述 67 五、英国发展数字出版业的对策 68 第五节 台湾地区 70 一、台湾出版行业的现状解析 70 二、台湾出版行业组织有待整合 72 三、台湾出版业创新与整合是发展核心 74 第六节 其他国家和地区 75 一、法国出版业经济政策分析 75 二、澳大利亚图书出版业简况 78 三、韩国出版行业的处境尴尬 83 四、意大利出版业现状与发展前景 84 第三章 中国出版业发展分析 86 第一节 中国出版业的发展概况 86 一、中国新闻出版业30年发展成就 86 二、中国出版业发展综述 88 三、我国新闻出版业发展简况 90 四、中国新闻出版业发展分析 91 五、国内出版发行业跨区域重组经营浅析 93 第二节 中国出版业发展的特点分析 95 一、我国出版行业市场化进程 95 二、国内出版业资本运营现状 96 三、我国出版业信息化特点 101 四、化：中国出版业的挑战与机遇 112 第三节 中国出版业中的民营资本

117 一、新形势下民营书业发展现状及趋势 117 二、民营资本和外资已成中国出版业重要组成部分 124 三、民营书业逼近出版业核心领域 126 四、出版业中民营资本 欲借改制抄底国有出版社 127 第四节 中国出版业改革发展分析 129 一、我国新闻出版改革政策回顾 129 二、我国出版业体制改革的背景 130 三、加快传媒业上市是改制的有效法宝 132 四、我国出版业体制改革进展 134 五、体制改革为新闻出版业带来全新景象 137 六、出版业改革的核心是制度创新 139 第五节 中国出版物进出口分析 142 一、中国出版物进出口分析 142 二、中国出版物进出口分析 145 三、中国出版物进出口分析 148 四、中国出版物进出口分析 158 第六节 重构中国出版新格局分析 167 一、重构中国出版新格局的背景 167 二、重构出版新格局的主要任务与措施 168 三、重构中国出版业新格局的前景分析 171 第七节 中国少数民族出版业发展探讨 173 一、中国少数民族出版业发展简况 173 二、我国少数民族出版业面临的困境 173 三、我国少数民族出版业发展对策 176 第四章 中外出版业合作发展分析 181 第一节 中外出版业合作发展环境 181 一、中国出版业的对外政策解读 181 二、中国出版市场正有秩序地逐步开放 183 三、中国继续加大对国际出版合作的扶持力度 184 四、国际出版合作发展前景趋势 186 第二节 中外出版业合作发展概况 187 一、中外出版商深度合作回顾 187 二、中外出版商深度合作成趋势 188 三、中国出版对外合作业务中存在的问题 190 四、中国出版业在国际合作中发展的对策 191 第三节 中俄出版合作发展分析 192 一、中俄出版合作发展的历史 192 二、中俄出版合作发展概况 193 三、推进中俄出版合作发展的建议 196 第四节 海峡两岸出版业合作发展分析 197 一、大陆对台湾出版政策开放程度 197 二、海峡两岸出版业合作发展概述 200 三、探析两岸出版产业合作的路径选择 201 第二部分 细分行业分析 第五章 报纸的出版 205 第一节 中国报业的发展回顾 205 一、中国报业信息化发展趋势 205 二、中国报纸出版体制改革取得的成果 211 三、中国现代报业集团的发展之路 213 四、对发展报业循环经济的思考 220 五、报业的竞争环境与竞争战略分析 223 第二节 中国报业发展新形势分析 230 一、金融飓风席卷中国报业 230 二、全国报纸印量统计数据 234 三、中国报业广告增长9.4% 239 四、中国报业发展回顾与展望 243 五、中国报业发展亮点解读 247 第三节 中国报业发展面临的问题及对策 251 一、我国报业媒体存在的主要问题 251 二、新媒体与金融危机夹击下传统报业艰难生存 253 三、报业的困境与未来数字化发展 255 四、报业经营“发行为王”解析 257 五、构建科学的报纸出版体制机制 260 第四节 中国报业的发展趋势 263 一、中国将进一步深化报业体制改革 263 二、未来中国报业发展方向 263 三、报纸发行模式的发展趋势 266 四、报纸版式创新的发展趋势 267 第六章 图书出版业 272 第一节 中国图书出版业总体概况 272 一、中国图书市场繁荣发展 272 二、我国图书版权输出数量连年上升 273 三、我国出版图书情况 274 四、图书市场分析 275 五、我国图书出版工作室模式的运作案例解析 277 第二节 图书出版业营销分析 282 一、图书营销部门的机制创新解析 282 二、中国图书出版业的扁

平化营销 284 三、图书营销战略模式与选择 289 四、出版社图书营销渠道建设分析 291 五、出版社服务营销的现状及其对策 294 六、国内图书买方市场下的主要策略 295 第三节 图书出版业发展的的问题与对策 299 一、中国图书出版行业的五大病根 299 二、中国图书出版业如何面对三大挑战 303 三、中国图书出版业的其他问题探究 306 四、信用问题阻碍图书出版发行业 312 五、发展中国图书出版业的主要措施 313 六、我国图书出版业的经营对策 315 第四节 图书出版业发展预测 317 一、中国图书出版业发展面临的机遇 317 二、未来中国图书出版业发展的趋势 318 三、中国图书出版产业的八大趋势 320 第七章 音像制品的出版 324 第一节 中国音像产业分析 324 一、中国音像产业发展的特点 324 二、影响音像产品需求的因素 326 三、中国音像业发展处在“十字路口” 327 四、音像业总体运行情况分析 331 五、音像业双向救赎 332 六、化背景下中国音像业发展的挑战与机遇 334 第二节 中国音像出版业发展分析 338 一、改革开放30年中国音像出版业发展综述 338 二、我国音像出版业的产业链特征 341 三、音像出版业对民营资本开放 发行渠道成关注热点 343 四、中国音像出版业的投资规模和生产能力 345 五、我国音像出版业的分布特征 346 六、重点音像出版规划增补选题 346 七、我国音像出版业的发展趋势分析 347 第三节 教育音像出版物的选题和策划 348 一、选题与列选的依据 349 二、选题过程规范化 350 三、选题策划的原则 352 四、选题策划的步骤及方法 353 第四节 中国音像出版业存在的问题 354 一、中国音像出版业存在的突出问题 354 二、阻碍中国音像出版业发展的原因 356 三、制约我国音像出版业发展的“瓶颈” 357 四、我国音像出版业长期陷入困局 359 第五节 发展中国音像出版业的对策 362 一、我国音像出版业发展的建议 362 二、发展中国音像出版业的基本思路 364 三、发展教育音像出版业应采取的对策 366 四、发展未成年人音像出版市场的建议 368 五、中国音像出版行业的发展战略 370 六、音像出版业的化贸易策略 375 第八章 网络出版业 378 第一节 网络出版的相关概述 378 一、网络出版的定义及特点 378 二、网络出版的价值及意义 379 三、网络出版的主要形式 380 四、网络出版业发展必需的条件 380 五、网络出版发展的优势 381 第二节 网络出版业发展分析 383 一、中国网络出版业发展总体概况 383 二、我国网络出版发展的特征和态势 385 三、我国网络出版产业竞争驱动力分析 386 四、网游出版成为互联网出版业最大亮点 394 五、我国网络有游戏出版分析 395 第三节 数字出版业 396 一、2015年中国数字出版产业发展回顾 396 二、我国数字出版业规模突破500亿元 397 三、我国数字出版业发展分析 398 四、我国数字出版产业现状的五大特点 399 五、当前数字出版产业发展的新趋势 401 六、推动数字出版产业发展的新举措 405 七、促进我国数字出版产业发展的建议 407 第四节 网络出版业存在的问题及对策 410 一、网络出版费用与收益问题 410 二、网络出版中存在的版权问题 411 三、加快我国网络出版业发展的建议 414 四、解析网络出版的七大盈利模式 415 第五节 网络出版业的发展趋势 422 一、中国数字出版产业预测 422 二、网络出版产值高达10亿、

博客文学或有潜力 423 三、传统出版业与数字提供商将逐步整合发展 425 四、专业网络出版网站经营模式未来发展探索 429 五、手机出版将成为网络出版的下一拐点 433 六、数字报纸有望得到较为迅速的普及 433 七、数码印刷机的应用前景广阔 434 第三部分 上市公司经营分析 第九章 国内外出版业上市公司经营分析 436 第一节 新闻集团 436 一、企业简介 436 二、新闻集团经营状况 437 三、新闻集团经营状况 437 四、新闻集团扭亏为盈 438 五、新闻集团将从《阿凡达》净赚4亿美元 438 六、新闻集团挑战谷歌在线新闻 440 第二节 法国拉加代尔集团 441 一、公司简介 441 二、法国拉加代尔集团大规模裁员应对互联网挑战 442 三、拉加代尔集团经营状况 443 四、度拉加代尔集团运营收入达31亿美元 443 五、拉加代尔与Meredith建立品牌授权联盟 444 第三节 英国培生集团 446 一、集团介绍 446 二、英国培生集团经营状况分析 447 三、英国培生集团经营状况分析 448 四、英国培生集团1.45亿美元收购凯雷旗下华尔街英语 448 五、英国培生教育集团正式入主中国ELT市场 再掀狂澜 450 六、培生集团拟15亿英镑出售互动数据公司61%的股份 451 第四节 北方联合出版传媒（集团）股份有限公司 452 一、公司简介 452 二、出版传媒经营状况分析 453 三、出版传媒经营状况分析 454 四、北方联合出版传媒加快打造大型出版集团步伐 460 五、北方联合出版传媒集团获30亿开发性金融合作资金支持 462 六、北方联合出版传媒进军动漫产业 462 第五节 时代出版传媒股份有限公司 463 一、公司简介 463 二、时代出版经营状况分析 464 三、时代出版经营状况分析 467 四、时代出版传媒成立出版业首家博士后工作站 474 五、时代出版继续扩张 重组中国文联两大出版社 475 第四部分 政策环境与趋势预测 第十章 出版业的政策法规 476 第一节 政策法规解读 476 一、《期刊出版管理规定》解读 476 二、《新闻出版业会计核算办法》的特点及适用范围 480 三、《音像制品出版管理规定》体现的四大特点 483 四、国内报刊行业管理规章解读 484 第二节 《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》解读 489 一、《指导意见》出台解析 489 二、《意见》进一步明确出版体制改革路线图和时间表 490 三、《指导意见》明确加快培育出版骨干企业 491 四、《指导意见》对出版业做大做强的“四跨”发展思路 492 第三节 《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》 494 一、新闻出版产业发展的态势和机遇 494 二、推动新闻出版产业发展的指导思想、原则要求和主要目标 495 三、推动新闻出版产业发展的重点任务 496 四、推动新闻出版产业发展的主要措施 497 五、推动新闻出版产业“走出去” 499 六、推动新闻出版产业发展的政策和组织保障 500 第四节 政策法规 502 一、《报纸出版管理规定》 502 二、《互联网出版管理暂行规定》 515 三、《期刊出版管理规定》 520 四、《出版管理条例》 533 五、《出版物市场管理规定》 542 六、《互联网著作权行政保护办法》 553 七、《新闻出版统计管理办法》 556 八、《音像制品出版管理规定》 563 九、《音像制品出版工作流程》 571 第十一章 出版行业发展前景和趋势预测 577 第一节 国际出版业的发展趋势 577 一、世界图书出版业的发展趋

势 577 二、国际出版业朝教育出版方向发展 577 三、国际出版业向现代化发展的趋势 578 第二节 中国出版业的发展趋势 578 一、出版业将迎来上市“井喷”; 578 二、影响我国出版业未来发展格局的四大博弈 581 三、我国出版业未来发展格局 587 四、我国出版业发展趋势 590 五、中国出版业集团化建设的趋势 595 六、现代出版业的发展趋向分析 597 七、工信部将推数字出版行业标准 601 第三节 出版业发展的战略目标 602 一、新闻出版业发展规划 602 二、出版业的五大工程建设 614 三、全国报纸出版业发展纲要 615 第五部分 投资及发展策略 第十二章 出版行业投资机会与策略 622 第一节 中国出版投融资体制改革分析 622 一、多元投资主体 622 二、多条融资渠道 623 三、多种投融资方式 624 第二节 投资特性与投资机会 625 一、新闻出版业“新政”; : 鼓励非公有资本参与 625 二、出版业体改重组创造更多投资机遇 626 三、扩内需保增长 新闻出版业大有可为 627 四、中国出版业发展环境良好 629 五、图书出版与发行业的投资机会 630 第三节 出版企业的风险管理 634 一、出版企业经营风险的种类 634 二、出版企业风险管理的执行过程 636 第四节 出版企业加强风险管理的对策 638 一、建立风险管理的组织体系 638 二、进行内部控制 638 三、转移风险 638 四、运用多元化战略 638 五、实施规模效应战略 639 六、采取合作博弈策略 639 第五节 中国出版单位的融资模式 639 一、内部融资 639 二、业内融资 640 三、业外融资 640 四、引进外资 641 五、上市融资 641 第十三章 中国出版业面临的问题及其策略 642 第一节 金融危机环境下中国出版业发展面临的挑战与对策 642 一、中国出版业在金融危机下的挑战与潜在机遇 642 二、我国出版行业应对金融危机的对策分析 643 三、金融危机下繁荣国内出版业的三大建议 646 第二节 中国出版行业存在的问题 649 一、我国出版业现行体制存在问题 649 二、我国出版宏观管理存在的问题 650 三、中国出版业发展的三大发展问题 652 四、制约品牌出版业建设的根源 653 五、中国出版行业国有资产的流失 654 第三节 解决出版行业问题的对策 655 一、中国出版业应对挑战的对策 655 二、出版行业国有资产流失的防止对策 657 三、加强我国出版宏观管理的具体对策 658 四、提高中国出版业国际化水平的策略 661 第四节 对加强出版社版权管理工作的思考 664 一、出版社版权管理工作的基本内容和主要目标 664 二、我国出版社版权管理工作的现状及存在的主要问题 665 三、改善出版社版权管理工作的对策和建议 669 第五节 中国出版集团发展对策 671 一、我国出版集团多元化发展策略 671 二、我国出版集团管控的信息化发展战略 673 略••••;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/431177.html>