

2018-2024年中国电子出版物产业政策现状与发展 商机分析研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国电子出版物产业政策现状与发展商机分析研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/chubanfenxiao/311196311196.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

目前，世界范围内的电子出版物消费需求急速增长，国际贸易异常活跃，在这种背景下，我国电子出版物出口也呈现迅猛发展态势。据国家统计局数据显示，2015年，我国电子出版物出口数量23.6万张，同比增长8.9%，出口金额76.3万美元，同比增长6.3%。然而，我国电子出版物出口与发达国家仍存在巨大差距，如技术、数据标准、质量管理、体系能力、销售渠道等方面。针对于此，本文对我国电子出版物出口现状及贸易出口面临的主要问题进行分析，并提出发展优化策略。

一、我国电子出版物出口现状分析 （一）出口数量与金额持稳步增长趋势

全球经济一体化进程的加快，以及数字技术的创新，促进了我国电子出版物出口加速。我国统计局的统计数据显示，2010-2015年，我国电子出版物出口数量从17.4万张增长到23.6万张，增幅为26.2%；出口额从31.6万美元增长到76.3万美元，增幅58.5%。与此同时，我国电子出版物出口在全球市场上的占有率由15.2%上升到21.3%。另据中国产业信息网数据显示，由于国际电子出版物市场的壮大和全球电子出版物的迅速发展出口也进一步的加快。预计未来3年，我国电子出版物的国际市场会以年均18%-23%的增速上涨，出口总额将在2018年达到110万美元，成为全球增长最快的新兴市场。出口也进一步的加快。预计未来3上的份额。据信息网数据显示，年，我国电子出版物的国际市场会2015年集成电路卡占出口总量以年均18%-23%的增速上涨，出口43.6%，同比增长5.2%；硬磁盘占出总额将在2018年达到110万美元，口总量19.8%，同比涨幅3.5%，出成为全球增长最快的新兴市场。口金额为18.3万美元；软磁盘占出口总量13.7%，同比涨幅5.9%，

（二）出口载体品种以硬磁盘、软磁盘和集成电路卡为主 我国电子出版物出口载体种类多样，包括集成电路卡、可擦写光盘、只读光盘、硬磁盘、一次写入光盘、软磁盘等，其中以硬磁盘、软磁盘和集成电路卡为主。集成电路卡是我国电子出版物出口最主要的产品，出口规模居世界首位，约占世界集成电路卡贸易量的62.7%。在我国出口的各类电子出版物中，集成电路卡平均占41%2015年集成电路卡占出口总量43.6%，同比增长5.2%；硬磁盘占出口总量19.8%，同比涨幅3.5%，出口金额为18.3万美元；软磁盘占出口总量13.7%，同比涨幅5.9%，出口金额为17.9万美元。这三种电子出版物占总量的77.1%。可见，我国电子出版物出口的种类丰富，集中度高。

（三）我国电子出版物版权出口发展迅速 加入WTO以来，我国电子出版物版权出口发展加快，增幅明显提升。据国家统计局数据显示，从2010年到2015年，我国电子出版物版权出口逐年增长。如表1所示，2015年我国电子出版物版权出口总数732项，出口到美国和新加坡的版权占总版权数的50.4%。其中，2010年至2015年，出口到美国的版权数量从139项增加到231项，涨幅39.8%；出口到新加坡的版权数量从42项增加到138项，增幅69.6%；出口版权的总数从187项到732项，增长幅度74.5%。另外，出口版权新兴发展的国家有德国、日本和俄罗斯，分别从之前没有版权出口到2015年版权出口分别达到32、15和5

4项。可见，我国电子出版物版权出口趋于增长态势，已成为世界电子出版物版权出口快速增长国之一。

表：2010-2015我国电子出版物版权出口数量（单位：项）

（四）出口种数逐年上涨

近年来，我国电子出版物出口市场不断拓展，出口种数逐年上涨，并呈现良好态势。据国家统计局数据显示，2012—2015年，我国电子出版物出口种数总体呈上涨趋势。其中，2015年的出口种数为865种次，比2012年的537种次，增长61%，占当年全球出口种数的14.9%。此外，2015年我国对美、韩、日、欧盟的出口种数分别为243、103、161和173种次，占总种数的28.1%、11.9%、18.6%和20.5%，同比增长2.1%、3.8%、2.6%和1.4%。另外，对东南亚国家的出口种数也在不断增长，如对新加坡的出口总数，从2014年增长为2015年的198种次，同比增长16.7%。由此可见，我国电子出版物出口种数逐年上涨。呈现良好态势。

二、我国电子出版物出口存在的问题

（一）数据格式与国际标准不统一 目前，我国电子出版物出口文本格式混乱与技术标准无序已影响到出口贸易，甚至严重影响使用价值的发挥。据中商情报网显示，2015年我国同新加坡签署一笔电子出版物出口协议，协议中规定图形文字产品出口要占出口总额的60%以上。然而由于我国出口的电子产品格式混乱，没有一种格式得到产业界的广泛支持，各出版商和技术商都奉行自己的技术标准，从而导致订单中35%的电子出版物因无法兼容而被退回，给企业造成了巨大损失。

另外，由于数据格式不统一，不同技术标准的读物。需购买不同的阅读器，严重限制了电子出版物出口数量。如使用微软电子书，必须购买微软阅读器，持有方正阅读器只能阅读方正版电子书，从而增加了读者的阅读成本，降低了购买力，影响市场占有率。据电子信息网显示，截止到2015年，电子书在我国电子出版物出口比例中占到11.2%的份额，在全球电子书出口总数中占1.7%。因此，数据格式与国际标准不统一，严重阻碍我国电子出版物出口市场的发展。

（二）电子出版物内容单一，无法吸引国外读者兴趣 我国电子出版物已经出版到三十多个国家和地区，但由于内容单一，创新不足，题材陈旧等原因，无法吸引国外读者。据出版信息网显示，2015年世界电子出版物交流会上，我国参展的产品有38种、113大类，其中中国京剧、功夫、历史文化类的电子出版物为主，占出口总类的78%。中国书法、京剧脸谱、皮影、景泰蓝、方言文学等新兴题材类电子出版物产品仅占总类的11.8%。而美国电子出版物的出口种类多样，内容丰富，不仅有历史文化、名胜古迹方面的产品，还有少儿题材，成人虚构类，励志经典、魔幻小说等多种题材的出版物。据新华网显示，2015年，美国电子出版物出口增长最快的是少儿出版领域，销售增长20.9%，达到62万美元。成人虚构类作品销售上涨了2.0%，非虚构类作品上涨了1.1%。2015年新类别产品为美国电子出版

物出口贡献285万美元，年均增长5.8%。由此可见，丰富我国电子出版物出口种类和内容，积极与国外信息衔接，对我国电子出版业的发展有着积极影响。

（三）出口渠道混乱、缺少规范的销售网络 目前我国电子出版物出口的出口渠道混乱、推广渠道狭窄。尽管我国出版总局加大了电子出版物的出口管理，但是仍然存在着盗版猖獗，网点覆盖率低，操作不规范等问题，严重阻碍了我国电子出版业出口的健康发展。据出版物联网显示，全球使用盗版电子出版物软件装载率达29%，给行业带来的损失37万多美元。我国盗版电子出版物软件的装载率仅次于越南，排名世界第二，占总装载率的35.1%，给我国电子出版行业造成5.2万美元损失。另外，销售网络缺少规范化经营，致使出口电子出版物软件质量低劣、盗版猖獗和侵权问题严重，市场竞争没有秩序。我国电子出版物出口销售渠道不畅的主要原因，没有形成配套的营销网络、缺乏统一管理、强有力的制度。导致我国电子出版物出口市场混乱，甚至使正规电子出版无利可图。

（四）企业研发投入薄弱，难以创造出高水平产品 我国电子出版物出口单位由于人才的缺乏、资金短缺、技术落后等原因，相当一部分电子出版物企业不具备制作电子读物，独立开发的能力。据海关总署统计，2015年，电子出版企业独立开发制作的读物，仅占总数的不到30%。目前，我国电子出版物出口基本上以出口公司向电子出版社预先购买版号、计算机载体软件研制权限。同时，电子出版社与出口制作公司合作版权发行较为普遍。此外，电子制作出口公司利用电脑专业应用型人才，新兴媒体技术等优势，发展科研技术。建立技术工作部门完成项目，这样有利于双方优势的实现。另外，制作出口公司将产品制作完交到出版社，但由于技术落后、科技水平低下等原因，也难以做到制作发行。据新华网显示，2015年，远华信息产品出口公司对韩国出口电子出版物867读物，但由于技术落后，产业水平低下，兼容困难，导致出口的电子产品中的38%被退回，给企业造成经济损失。电子出版物出口公司将产品投放海外市场后，制作公司为尽快收回成本没有在研发上投入资金。导致企业研发投入薄弱，难以创造出高水平产品。

三、我国电子出版物出口的发展优化策略

（一）规范电子出版物标准，积极与国际接轨

标准化对产品形成商品化、规模化和批量化起到关键作用，随着我国电子出版物出口的大力发展，标准化的需求非常迫切。目前，我国制定了关于SGML和SPDL的国家标准，应积极参与国际标准的制定，逐步与国际标准对接。同时，要积极开展国际认证工作，推行标准化生产，对发行的电子出版物，要依照印刷型出版物的控制方法，提高出口效率。要建立一套跟踪评估体系，围绕电子出版物出口受阻，建立电子出版物出口的及时公布制度，形成出版登记流程，编制电子出版物专业目录。另外，要采用国际标准，实施无偿补助体系，引进先进电子技术，及时将索引条目，追加到联机书目或数据库；对杂志、期刊、电子版书或论文等出口版权方面，要认真研究制定标准规范体系，与国际水平保持一致，建立电子出版物的索引控制。

（二）加强专业技术研发水平，提升电子出版物出口效率

我国电子出版物出口已从单一的出口读物发展成综合生产出口行业，因此，对专业技

术的需求也与日俱增。要推进电子出版物出口企业与高校合作，深化科技交流，加强科研机构之间的联系，包括同国外学术机构开展信息、技术交流，解决我国电子出版物出口技术匮乏问题。除必须积极采用先进的技术装备，优化产业高新技术投入，积极研发信息载体外，还需要不断提高电子出版出口管理的信息化水平，以及技术引进、设施改造等。依托强大的网络数据库信息，利用大数据分析，以数据链实现对信息的整合，提升我国电子出版物的出口效率。

（三）创新出口营销模式，推进企业竞争力

创新我国电子出版物出口营销模式可以从以下几点实施：一要积极打造本土化电子出版出口平台，结合海外先进技术，收购海外出版社，在海外出版社的基础上建立优化营销渠道。二要深入探索国际合作，与国际出版机构共同建立，面向海外市场的合资有限公司，共担风险、协作投资，强化交流，共建合作营销渠道。三要与海外出版社积极沟通，了解海外出版市场的规律和运作模式，加强与全球性大型连锁书店的合作。四要充分利用社交媒体平台，提升社交媒体对电子信息的推荐、评价、解说功能，结合企业自身条件，促进出口营销模式的升级和创新。

（四）设立相关机构，加快监管体系建设

在海外设立监管机构、办事处，掌握国际贸易规则的适时动态。将预警机制与政府公共信息服务平台相结合，为企业提供最新市场信息。对遭遇贸易壁垒的电子出版物，给予相应的帮助，加大对电子出版物出口的支持力度，提升企业反倾销应诉能力。加强行业协会的监督机制，建立便捷化、规范化的信息反馈机制和预警机制，促进电子出版物贸易出口有序、健康发展。对我国电子出版物出口范围、审批手续、出版流程等，应进一步规范化、制度化，并要严厉打击电子出版物出口的盗版、制黄、贩黄现象的发生。进一步完善海关的监督渠道，健全电子出版物的进出口监管体系，以加快促进我国电子出版物出口的繁荣与发展。

观研天下发布的《2018-2024年中国电子出版物产业政策现状与发展商机分析研究报告》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、市场前景、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。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。

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家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。

【报告大纲】

第一章2016-2017年中国电子出版物行业发展概述

第一节2016-2017年电子出版物行业发展情况概述

一、电子出版物行业相关定义

二、电子出版物行业基本情况介绍

三、2016-2017年电子出版物行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国电子出版物行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、电子出版物行业产业链条分析

三、2016-2017年中国电子出版物行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节2016-2017年中国电子出版物行业生命周期分析

一、电子出版物行业生命周期理论概述

二、2017年电子出版物行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年电子出版物行业经济指标分析

二、2016-2017年电子出版物行业的赢利性分析

四、2016-2017年电子出版物行业的经济周期分析

三、电子出版物行业附加值的提升空间分析

第五节2016-2017年中国电子出版物行业进入壁垒分析

一、电子出版物行业技术壁垒分析

二、电子出版物行业规模壁垒分析

三、电子出版物行业品牌壁垒分析

四、电子出版物行业其他壁垒分析

第二章2016-2017年全球电子出版物行业市场发展现状分析

第一节 全球电子出版物行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球电子出版物行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲电子出版物行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲电子出版物行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲电子出版物行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年亚洲电子出版物行业市场前景分析

四、2018-2024年亚洲电子出版物发展趋势分析

第四节2016-2017年北美电子出版物行业地区市场分析

一、2016-2017年北美电子出版物行业市场现状分析

二、2016-2017年北美电子出版物行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年北美电子出版物行业市场前景分析

四、2018-2024年北美电子出版物行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟电子出版物行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟电子出版物行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟电子出版物行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年欧盟电子出版物行业市场前景分析

四、2018-2024年欧盟电子出版物行业发展趋势分析

第六节2018-2024年世界电子出版物行业分布走势预测

第七节2018-2024年全球电子出版物行业市场规模预测

一、2018-2024年亚洲电子出版物行业市场规模预测

二、2018-2024年北美电子出版物行业市场规模预测

三、2018-2024年欧盟电子出版物行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国电子出版物产业发展环境分析

第一节6-2017年我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节6-2017年中国电子出版物行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节6-2017年中国电子出版物产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章2016-2017年中国电子出版物产业运行情况

第一节 中国电子出版物行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节2016-2017年中国电子出版物行业市场规模分析

第三节2016-2017年中国电子出版物行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2016-2017年中国电子出版物行业价值情况分析

三、2016-2017年中国电子出版物行业区域分布情况

第四节2016-2017年中国电子出版物行业需求情况分析

一、2016-2017年中国电子出版物行业需求分析

二、2016-2017年中国电子出版物行业需求区域分布

第四节2018-2024年中国电子出版物行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国电子出版物市场格局分析

第一节2016-2017年中国电子出版物行业竞争现状分析

一、中国电子出版物行业竞争情况分析

二、中国电子出版物行业主要品牌分析

第二节2016-2017年中国电子出版物行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节2016-2017年中国电子出版物行业存在的问题

第四节2016-2017年中国电子出版物行业解决问题的策略分析

第五节2016-2017年中国电子出版物行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章2016-2017年中国电子出版物市场价格走势分析

第一节2016-2017年电子出版物行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节2016-2017年中国电子出版物行业价格现状分析

- 一、2016-2017年电子出版物行业平均价格走势回顾分析
- 二、2018年电子出版物行业平均价格走势预测

第三节2018-2024年中国电子出版物行业平均价格走势预测

- 一、价格预测依据
- 二、2018-2024年中国电子出版物行业平均价格走势预测
- 三、2018-2024年中国电子出版物行业平均价格增速预测

第七章2016-2017年中国电子出版物行业区域市场现状分析

第一节2016-2017年中国电子出版物行业区域市场规模分布

第二节2016-2017年中国华东地区电子出版物市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华东地区电子出版物市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华中地区电子出版物市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华南地区电子出版物市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华北地区电子出版物市场规模分析

第八章2016-2017年中国电子出版物行业竞争情况

第一节2016-2017年中国电子出版物行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节2016-2017年中国电子出版物行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 2016-2017年中国电子出版物行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国电子出版物所属行业数据监测

第一节 中国电子出版物所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国电子出版物所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国电子出版物所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 我国电子出版物行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国电子出版物行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国电子出版物行业未来发展前景分析

- 一、2018-2024年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2024年中国电子出版物行业市场机会分析
- 三、2018-2024年中国电子出版物行业投资增速预测

第二节2018-2024年中国电子出版物行业未来发展趋势预测

第三节2018-2024年中国电子出版物行业市场发展预测

一、2018-2024年中国电子出版物行业市场规模预测

二、2018-2024年中国电子出版物行业市场规模增速预测

三、2018-2024年中国电子出版物行业产值规模预测

四、2018-2024年中国电子出版物行业产值增速预测

第四节2018-2024年中国电子出版物行业盈利走势预测

一、2018-2024年中国电子出版物行业毛利润同比增速预测

二、2018-2024年中国电子出版物行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2024年中国电子出版物行业投资风险与营销分析

第一节2018-2024年电子出版物行业投资风险分析

一、2018-2024年电子出版物行业政策风险分析

二、2018-2024年电子出版物行业技术风险分析

三、2018-2024年电子出版物行业竞争风险分析

四、2018-2024年电子出版物行业其他风险分析

第二节2018-2024年电子出版物行业企业经营发展分析及建议

一、2018-2024年电子出版物行业经营模式

二、2018-2024年电子出版物行业生产模式

三、2018-2024年电子出版物行业销售模式

第三节2018-2024年电子出版物行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国电子出版物行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国电子出版物行业品牌战略分析

一、电子出版物企业品牌的重要性

二、电子出版物企业实施品牌战略的意义

三、电子出版物企业品牌的现状分析

四、电子出版物企业的品牌战略

五、电子出版物品牌战略管理的策略

第二节2018-2024年中国电子出版物行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节2018-2024年中国电子出版物行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章2018-2024年中国电子出版物行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国电子出版物行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节2018-2024年中国电子出版物行业营销渠道策略

- 一、2018-2024年电子出版物行业营销模式
- 二、2018-2024年电子出版物行业营销策略

第三节2018-2024年中国电子出版物行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2024年中国电子出版物行业投资区域分析
- 二、2018-2024年中国电子出版物行业投资产品分析

(GYZQJP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/chubanfenxiao/311196311196.html>