

# 2017-2022年中国图书出版市场运营态势及发展定位研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国图书出版市场运营态势及发展定位研究报告》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/qikantushu/289142289142.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

由于国家对文化事业的发展和对出版企业的大力扶植，近年来出版业呈现快速发展的趋势。但是，随着经济全球化和市场化进一步加深，我国的出版业发展仍面临不少挑战。国际上，伴随着经济全球化的步伐，许多国际知名的出版企业早已开始大量抢占国内市场；国内，随着文化体制的不断改革，中央各部委所属的出版社已经于2010年完成了转企工作，正式进入到市场经济时代，各出版社必须进行独立核算，因此与其他企业一样，出版业也必须适应市场，控制成本达到利润最大化。每年还有大量的同类出版物进入市场参与竞争，价格就成为了重要的购买依据。综上所述，必须加强对图书成本的管理与控制，根据市场需求合理制定价格，争取最大的社会效益和经济效益，实现出版企业的健康发展。

### 一、出版物的成本概念及构成

出版物成本是出版单位为生产产品、提供劳务而发生的各种耗费，即出版单位在进行出版物的编印发等活动中所支付的费用，图书的成本构成包括直接成本、间接成本和期间费用。直接成本是指可以分清是哪种产品消耗的，直接反映某一出版物品种生产过程的各项支出，计算出版物成本时可以根据原始凭证直接计入的成本，例如组稿费、通信费等开发成本，以及稿酬、排版等制作成本。

间接成本是出版单位的编辑部门发生的，但无法分清为哪种产品消耗，不能直接计入某一种出版物成本而必须按照一定标准分配计入的各项费用，包括人工费、办公费、差旅费等，因此通常在结算期分摊到每一种出版物的成本中。

图书成本控制是根据一定时期内建立的成本管理目标，在成本损耗产生前，出版企业对各项成本构成进行的一系列的管理和控制措施。图书成本管理所包括的内容也越来越多，从整个出版活动来看，已经从出版企业内部发展到了整个供应链领域，从传统的粗放式的管理转变为精细成本管理，具体包括对图书进行成本预测、成本决策、成本计划、成本核算、成本控制、成本分析等一系列职能。

图：2005 - 2014年中国期刊出版总数 资料来源：公开资料，中国报告网整理

表：2014年中国31省市图书、期刊和报纸出版情况定量排序 资料来源：公开资料，中国报告网整理

### 二、出版企业加强成本管理与控制策略

为了解决上述问题，形成出版企业自身价格优势，出版企业必须采取一系列管理与控

制措施来降低各环节的成本，从而增加图书的利润空间，提高出版企业的经济效益，来保证企业的健康持续发展。

### （一）改进管理制度，树立成本管理意识、加强市场观念

出版过程中由于编辑的疏忽或各环节之间的沟通问题会造成图书在很多环节的返工，增加了图书成本还浪费资源，并且使整个出版周期被延长。出版社要加强对这种因为管理不当而造成的浪费，完善内部规章制度，加强对各个环节的控制，减少无价值劳动造成的成本支出。

提高管理效率、提升综合效益是成本管理最重要的衡量原则。成本管理必须树立市场化的意识，从最初的选题策划开始，就要充分考虑市场需求，根据市场变化不断调整选题方向，使生产的图书能满足消费者需求。

### （二）推行研发、出版、营销全方位一体化的成本控制与核算

正确的选题是降低成本的第一步。优秀的选题都应该有引导性、独创性、针对性。进行充分的市场预测，选择最佳方案，实现成本最小化利润最大化目标。还要注重品牌效益，开发有出版社特色的选题，还可以做成丛书的形式，成为独具特色的资源优势。

编辑工作是整个出版过程的中心环节，对图书的成本有最直接的影响。编辑人员必须始终把市场需求作为基本导向，对整个出版流程有所了解，熟悉作者资源，对印制过程和效果都有所了解，才能合理地设计图书，同时在整个流程中严把质量关，避免因工作失误造成的无价值劳动损失。

做好印制过程中的成本控制。在保证印刷质量的前提下，将生产成本降到最低，要求编辑人员要和出版印制人员关于图书的内容、装帧形式进行有效地沟通，从而实现成本最低、效果最佳的目标。对在印制过程中占较大比例的纸张进行成本控制，根据内容及装帧来合理选择性价比高的纸张，尽量避免使用异型开本造成的纸张浪费，出版社也可在低价位时多存些纸张，以防止纸张价格上涨时造成库存不足。

在营销过程中合理控制成本。要事先考虑好营销过程所需的时间、形式、可操作性，提前做好市场细分，选择特定的目标市场，制定正确的营销策略。尽量减少中间渠道，把成本降到最低。

### （三）加强培训，提高从业者的素质

每个从业人员都应该树立成本意识，切实关心每个环节的成本控制问题。全员成本控制是各部门、各个环节、每个员工对成本共同进行控制。必须要改变原来的旧观念，认为成本管理控制只是跟编辑人员有关，而是要关注整个的图书出版流程，以市场需求为导向，重点加强对选题、营销、管理等环节发生成本的控制。进行成本核算的财务人员应该熟悉出版的全过程，及时对每个流程进行成本核算。出版单位应该改变过去把成本管理重点放在印制生产过程中的观念，加强出版前的选题策划及营销宣传的成本控制，把成本管理的意识深入到出版社的各个层面中去。

### （四）完善出版企业的信息化建设

为了加强出版企业内部各部门之间的沟通联系、提高工作效率，各出版企业已经开始运用ERP系统与CMS系统等企业全流程管理软件，充分共享信息，极大地加快了信息传递的效率，完成了编、印、发、财务的一体化，对于出版企业及时了解市场需求，降低图书退货率、减少库存等都有很大帮助，使得日后的管理和决策都变得更加科学化。

中国报告网发布的《2017-2022年中国图书出版市场运营态势及发展定位研究报告》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。 目录

## 第一章：中国图书出版行业发展综述

### 1.1图书出版行业产业链分析

#### 1.1.1产业链及主要业务流程

#### 1.1.2各环节的主要职能和业务关系

### 1.2图书出版行业政策环境分析

- 1.2.1图书出版行业相关政策
- 1.2.2出版体制改革成果
- 1.2.3图书出版行业发展规划
- 1.3图书出版行业经济环境分析
  - 1.3.1宏观经济环境对图书出版业的影响程度分析
  - 1.3.2宏观经济环境机会与威胁分析
    - (1) 宏观环境机会分析
    - (2) 宏观经济环境威胁分析
- 1.4图书出版行业社会环境分析
  - 1.4.1居民收入增长情况分析
  - 1.4.2居民文化素质情况分析
  - 1.4.3居民文化消费情况分析
    - (1) 城市综合排名及文化消费潜在规模
    - (2) 城乡差异对文化消费的影响
    - (3) 区域差异对文化消费的影响
  - 1.4.4全国国民阅读调查报告解读
    - (1) 国民阅读率上升0.2个百分点
    - (2) 三分之一的人使用微信阅读
    - (3) 人均纸质书阅读量较减少0.21本
    - (4) 纸质图书阅读和手机阅读时长增势明显
    - (5) 调查新增Pad阅读数据
    - (6) “阅读新闻”仍为主要网上活动
    - (7) 纸质阅读地位未被撼动
    - (8) 超四成的成年国民认为自己的阅读量较少
    - (9) 仅四分之一国民满意自己阅读情况
    - (10) 三分之二的人只看免费手机读物
    - (11) 未成年人图书阅读率稳步上升
    - (12) 88.8%的家庭有陪儿童阅读的习惯

## 第二章：中国图书出版行业发展状况

- 2.1中国图书出版行业发展现状分析
  - 2.1.1图书出版行业总体情况
    - (1) 新闻出版产业经济总量规模
    - (2) 图书出版行业总量规模
    - (3) 出版物进出口总量规模

- (4) 新闻出版单位数量与就业人数
- 2.1.2 图书出版行业比重分析
- 2.1.3 图书出版行业总体经济规模综合评价
- 2.1.4 行业发展中存在的问题
- 2.2 中国图书出版行业出版规模分析
  - 2.2.1 行业总体出版规模分析
    - (1) 种数分析
    - (2) 印数分析
    - (3) 定价分析
    - (4) 用纸量分析
  - 2.2.2 书籍出版规模分析
    - (1) 种数分析
    - (2) 印数分析
    - (3) 定价分析
    - (4) 用纸量分析
  - 2.2.3 课本出版规模分析
    - (1) 种数分析
    - (2) 印数分析
    - (3) 定价分析
    - (4) 用纸量分析
  - 2.2.4 图片出版规模分析
    - (1) 种数分析
    - (2) 印数分析
    - (3) 定价分析
    - (4) 用纸量分析
- 2.3 中国图书版权管理及版权贸易分析
  - 2.3.1 图书版权管理情况
  - 2.3.2 图书版权贸易情况
    - (1) 图书版权引进分析
    - (2) 图书版权输出分析
- 2.4 中国图书出版行业竞争分析
  - 2.4.1 图书出版行业波特五力竞争结构
    - (1) 行业内部竞争格局
    - (2) 图书出版行业对上游议价能力
    - (3) 图书出版行业对行业下游议价能力

(4) 行业潜在进入者威胁

(5) 行业替代品威胁

(6) 竞争情况总结

#### 2.4.2 图书出版行业竞争趋势分析

(1) 影响图书出版行业竞争的主要因素

1) 读者的竞争

2) 新的出版物替代产品

3) 来自上下游供应商和分销商的竞争

4) 同业间的竞争

5) 企业自身的竞争力

(2) 图书出版行业的新型价值链

### 第三章：中国教育出版市场发展分析

3.1 教育出版在行业中的份额

3.2 教育出版市场发展状况分析

3.2.1 教育出版市场规模分析

3.2.2 教育出版市场特性分析

(1) 行业区域性分析

(2) 行业季节性分析

3.2.3 教育出版市场竞争状况分析

3.2.4 教育出版市场盈利能力分析

3.2.5 教育出版市场发展前景分析

3.3 教育图书数字出版状况分析

3.3.1 发展现状

3.3.2 教育图书出版数字化领先案例

3.3.3 教育图书数字出版发展前景

### 第四章：中国大众图书与专业图书出版分析

4.1 大众出版领域市场分析

4.1.1 大众图书市场现状分析

4.1.2 少儿图书出版市场分析

(1) 少儿图书领域层次失衡

(2) 儿童文学翻译同质化凸显

(3) 与国外仍有整体性差距

(4) 少儿图书出版对策分析



- 1) 固守精品理念出特色图书
- 2) 少儿图书编辑要加强学习图书制作体现人文关怀
- 3) 为农村儿童提供更广更好的服务
- (5) 少儿图书出版发展需求分析
- 1) 分级阅读
- 2) 跨界发展
- 4.1.3 饮食类图书出版市场分析
- (1) 市场整体分析
- 1) 出版品种数接近整体竞争较为激烈
- 2) 发展平稳未出现过百大社
- 3) 薄利多销定价相对适中
- 4) 众口难调各有所爱
- (2) 细分选题出版社分析
- (3) 年度影响力TOP
- 4.1.4 旅游类图书出版市场分析
- (1) 旅游类图书的三大功能
- 1) 激发人们旅游的兴趣
- 2) 提供人们旅游的信息
- 3) 满足人们精神之旅的体验
- (2) 旅游类图书市场分析
- 1) 品种规模扩展码洋比重稳定
- 2) 旅游指南为主主题愈加丰富
- 3) 内容日趋广泛品牌系列最火
- 4) 热点带动市场偶然搅动必然
- 5) 产品创新升级功能趋向多元
- (3) 旅游类图书出版赢利模式转型分析
- 1) 单一传播途径向多种传播途径融合转变
- 2) 旅游图书的出版者向旅游信息的整合传播者转变
- 3) 依托旅游信息的内容优势搭建平台
- 4) 利用资源整合对旅游目的地进行整合营销
- 4.1.5 大众图书市场竞争状况
- 4.1.6 大众图书市场发展前景
- 4.2 专业图书出版市场分析
- 4.2.1 专业图书市场竞争状况
- 4.2.2 专业图书市场存在问题

#### 4.2.3专业图书市场发展策略

- (1) 内容为王
- (2) 作者的品牌化
- (3) 品牌图书系列化
- (4) 整体设计及品牌营销

#### 4.2.4专业图书数字出版趋势分析

#### 4.2.5专业图书市场发展前景

### 第五章：中国细分类别图书出版市场发展分析

#### 5.1各类图书出版情况分析

##### 5.1.1各类图书出版种类排名情况

##### 5.1.2各类图书出版总印数排名情况

##### 5.1.3各类图书出版总定价排名情况

#### 5.2主要类别图书出版分析

##### 5.2.1经济类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

##### 5.2.2文化、科学、教育、体育类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

##### 1) 文化类

##### 2) 科学类图书

##### 3) 教育类图书

##### 4) 体育类图书

##### 5.2.3语言、文字类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

##### 5.2.4文学类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析

- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书市场规模分析
- (5) 图书出版市场现状分析及发展建议

#### 1) 图书市场现状分析

#### 2) 文学类图书市场发展建议

### 5.2.5 艺术类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

## 第六章：中国图书出版行业主要经营分析

### 6.1 中国图书出版出版集团排名分析

#### 6.1.1 总体经济规模排名

#### 6.1.2 经济效益排名

### 6.2 中国图书出版行业领先企业案例分析

#### 6.2.1 江苏凤凰出版传媒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 6.2.2 中南出版传媒集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 6.2.3 中国教育出版传媒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 6.2.4 中文天地出版传媒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 6.2.5浙江出版联合集团有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 6.2.6河北出版传媒集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 6.2.7时代出版传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 6.2.8中国出版集团公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 6.2.9山东出版集团有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 6.2.10中原大地传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

### 第七章：中国图书出版行业发展前景与投资规划

#### 7.1中国图书出版行业发展前景与趋势预测

### 7.1.1图书出版行业发展前景预测

- (1) 作为弱周期行业，行业需求仍然看好
- (2) 政策支持力度和导向有望保持稳定，财税政策存在不确定性
- (3) 内容和外延性增长是未来挖掘的重点
- (4) 品牌化、集团化、专业化将成为发展趋势

### 7.1.2图书出版行业发展趋势分析

- (1) 传统方兴未艾数字大势所趋
- (2) 全媒体出版时代来临内容终成王者
- (3) 传统与数字合作大于竞争

### 7.2互联网对图书出版行业的变革分析

#### 7.2.1盈利模式的变革

#### 7.2.2内容媒介的变革

#### 7.2.3营销模式的变革

### 7.3中国图书出版行业投资特性分析

#### 7.3.1图书出版行业投资壁垒分析

- (1) 政策壁垒
- (2) 规模壁垒
- (3) 人才壁垒
- (4) 品牌及经验壁垒

#### 7.3.2图书出版行业盈利模式分析

##### (1) 盈利模式分析

##### 1) 横向型盈利模式

##### 2) 纵向型盈利模式

##### 3) 相关多元化盈利模式

##### (2) 盈利模式创新建议

##### 1) 增加盈利点

##### 2) 增强盈利能力

#### 7.3.3图书出版行业盈利影响因素分析

- (1) 政府投入不断加大
- (2) 市场需求不断增长
- (3) 互联网渗透带来发展机遇

### 7.4中国图书出版行业投资机会与建议

#### 7.4.1图书出版行业投资机会分析

- (1) “文化MALL”摸索前行智能技术支撑“智慧书城”模式
- (2) 连锁经营遇调整期个性书店迎来春天

- (3) 多元化经营成常态跨界融合提升服务质量
- (4) 传统营销遇到瓶颈复合型人才行业需求量大
- (5) 网络价格乱战消退电商逐渐回归理性
- (6) 书业销售转入移动战场借用微信搭建营销平台
- (7) 馆配市场稳中有升数字资源将迎行业规范
- (8) 内容营销更加成熟专业策划与制作不可缺少

#### 7.4.2图书出版行业投资风险分析

- (1) 行业政策风险
  - 1) 税收优惠政策变化
  - 2) 免费教材推广和教材循环使用政策
- (2) 行业技术风险
- (3) 行业供求风险
- (4) 行业其他风险
  - 1) 选题风险
  - 2) 出版和发行市场不规范带来的风险

#### 7.4.3图书出版行业投资建议

##### 图表目录

图表1：图书出版发行行业产业链简图

图表2：图书出版发行行业主要业务流程

图表3：图书出版发行行业收入在产业链各环节的分配情况（单位：%）

图表4：图书出版行业主要政策

图表5：图书出版行业体制改革进程

图表6：图书出版行业发展规划

图表7：图书出版行业收入与GDP增长率对比图（单位：%）

图表8：我国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表9：我国农村居民人均纯收入及同比增速（单位：元，%）

图表10：我国普通本专科、中等职业教育和普通高中招生人数（单位：万人）

图表11：中国文化消费指数总体变动情况

图表12：中国城乡文化消费指数总体情况

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/289142289142.html>