

2011-2015年中国图书出版发行业发展前景运行动态与战略投资潜力研究报告

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《2011-2015年中国图书出版发行业发展前景运行动态与战略投资潜力研究报告》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/8929589295.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

第一章 图书出版发行相关概述

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、图书商品具有正外部性

第二章 2010年全球图书出版发行行业发展总体形势分析

第一节 美国

- 一、美国图书出版的发展历程回顾
- 二、美国的图书发行概述
- 三、2009年美国图书出版业的发展
- 四、美国图书出版业发展面临的挑战

第二节 日本

- 一、日本图书出版发行状况回顾
- 二、日本图书出版业的发展概况
- 三、日本市场的畅销图书出版物概述
- 四、日本图书出版业的新型出版形式

第三节 英国

- 一、英国图书出版行业状况
- 二、英车图书出版的总量情况
- 三、英国图书出版业发展的特点
- 四、英国医学图书出版公司经营状况
- 五、英国超市的图书市场份额

第四节 德国

- 一、德国图书业概述
- 二、德国图书出版发行的发展状况
- 三、德国经济图书出版解析

第五节 其他国家

- 一、西班牙图书出版的发展
- 二、荷兰图书出版的发展
- 三、法国图书出版业的发展概况

第三章 2010年中国图书出版行业发展概况分析

第一节 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）

第二节 2010年中国图书出版发展状况分析

- 一、中国图书出版业的发展概况
- 二、中国图书出版量有所增长
- 三、中国图书出版业的特性
- 四、图书出版业组织结构分析
- 五、图书出版产业利润状况
- 六、中国图书出版业对外政策
- 七、中国图书出版业竞争结构解析

第三节 2010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

第四节 2010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、图书出版业改革的重点

第五节 2010年中国图书出版中的品牌分析

- 一、中国图书出版品牌发展状况
- 二、中国图书出版品牌化的原因
- 三、品牌图书支撑出版社的发展
- 四、出版品牌图书是读者的要求
- 五、中国图书出版业品牌化运作的模式

第六节 2010年中国图书出版企业信息化建设综述

- 一、明晰集团的发展战略
- 二、解构集团的业务模式
- 三、搭建集团的管控体系

四、选择集团信息化建设策略

第四章 2010年中国图书出版市场运营格局分析

第一节 2010年中国图书出版市场运行概述

- 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 2010年中国图书出版市场的垄断与竞争分析

- 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 2010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、图书出版成本预计
- 三、图书出版成本的计算

第四节 2010年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 2010年中国图书出版市场中存在的主要问题分析

- 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

第五章 2010年中国图书发行行业营运局势分析

第一节 中国古代图书发行知识简释

- 一、中国古代图书发行渠道
- 二、中国古代图书发行方法
- 三、中国古代图书发行方式
- 四、中国古代图书发行宣传
- 五、中国古代用于发行的图书类型
- 六、中国古代图书发行的定价与付款方式

第二节 2010年中国图书发行市场结构及模式分析

- 一、现代出版社图书发行模式
- 二、图书发行市场结构分析
- 三、图书发行市场行为分析
- 四、民营图书发行业已成为中国图书发行的重要力量
- 第三节 2010年中国图书发行行业的发展概况
 - 一、中国图书发行业取得的巨大成就
 - 二、图书发行业的整合发展
 - 三、我国图书发行业实施新标准
 - 四、我国图书发行的发展现况
- 第四节 2010年中国区域图书发行状况分析
 - 一、江苏陕西两省图书发行业战略携手
 - 二、福建图书发行业在海西建设中应有大作为
 - 三、新疆图书发行业发展迅速
 - 四、陕西邮政进军图书发行业
 - 五、广西图书发行业优质服务创形象
- 第五节 2010年中国图书发行集团资本经营的路径选择
 - 一、资本经营概述
 - 二、中国图书发行集团资本经营的概况
 - 三、中国图书发行集团资本经营的路径选择
- 第六节 2010年中国图书发行行业的盈利分析
 - 一、图书发行行业环境概述
 - 二、中国本土书店处境分析
 - 三、图书发行行业战略扩张原则
 - 四、图书发行行业盈利的战略措施
- 第六章 2010年中国不同类型图书出版发行业状况分析
 - 第一节 少儿图书
 - 一、近年来中国少儿图书出版详述
 - 二、中国少儿图书出版市场影响因素
 - 三、少儿图书出版格局解析
 - 四、少儿图书出版业多元化
 - 五、少儿引进版图书市场状况
 - 六、少儿图书发行状况分析
 - 七、少儿图书出版发行发展存在的问题
 - 八、我国少儿图书出版发展背后的隐忧
 - 九、我国少儿图书出版发展的应对策略

第二节 科普图书

- 一、科普图书出版发行概述
- 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 教育图书

- 一、教育图书出版业发展概述
- 二、教育图书出版现状分析
- 三、教育图书出版业的发展困境

第四节 文学图书

- 一、青春文学图书市场发展回顾
- 二、类型文学图书的出版分析
- 三、文学图书出版市场竞争无序

第七章 中国网络时代图书出版发行的发展分析

第一节 2010年中国网络出版发展形势分析

- 一、网络出版发展概述
- 二、网络出版的模式
- 三、中国网络出版的状况
- 四、2009年我国网络出版市场的发展
- 五、网络出版与传统出版业的关系
- 六、网络环境下发行模式的多元化

第二节 网络环境下图书出版发行业的发展分析

- 一、网络环境下中国图书出版发行业的基本现状
- 二、网络环境下我国图书出版业面临的问题
- 三、网络环境图书出版发行业的发展策略
- 四、网络环境下图书出版发行业的发展走向

第三节 2010年中国电子图书出版产业营运走势分析

- 一、我国电子图书产业的发展规模
- 二、我国电子图书出版的主要模式
- 三、图书出版单位开展电子图书出版的概况
- 四、电子图书发行市场变化趋势及盈利模式
- 五、电子图书主要技术平台的概况
- 六、电子图书出版产业典型案例解析

第四节 2010年中国网上书店发展综况分析

- 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

第八章 2010年中国图书出版市场营销模式分析

第一节 扁平化营销

- 一、图书出版的扁平化营销概述
- 二、图书出版的扁平化渠道的优势
- 三、图书出版的扁平化渠道策略

第二节 整合营销

- 一、整合营销传播理论概述
- 二、中国图书出版营销阶段分析
- 三、IMC在图书出版营销中的运作

第三节 营销策略

- 一、准确定位
- 二、选题策划
- 三、多媒体推销
- 四、“前、中、后”三位一体
- 五、加强出版营销人才的培养
- 六、信息反馈环节的重要性不容忽视

第四节 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

第九章 2010年中外图书出版发行优势企业竞争力分析

第一节 培生集团

- 一、公司简介
- 二、培生的战略要素
- 三、培生发展战略类型
- 四、培生的发展竞争战略
- 五、培生的职能战略（产品战略）
- 六、培生教育集团大中华战略正式启动

第二节 人民教育出版社

- 一、人民教育出版社简介
- 二、人教社出版《汉语2008》丛书
- 三、人教社推出学校体育运动书籍

四、人教社开辟图书出版业发展新路

第三节 高等教育出版社

- 一、高等教育出版社简介
- 二、高教社开通学术期刊在线出版平台
- 三、高教版社“蓝色发行”的发行模式

第四节 新华出版社

- 一、新华出版社简介
- 二、新华出版社新书献读者
- 三、新华出版社品牌战略阶段分析

第五节 其他图书出版发行企业

- 一、外语与教学研究出版社
- 二、上海世纪出版集团
- 三、新华图书发行集团
- 四、江苏新华发行集团
- 五、电子工业出版社

第十章 2011-2015年中国图书出版发行行业的投资及前景趋势分析

第一节 2011-2015年中国图书出版发行行业投资分析

- 一、图书出版发行业投资机会
- 二、图书出版业的发展机遇
- 三、图书出版发行业投资的风险及规避
- 四、图书出版发行业投资战略
- 五、图书出版业的投资理念分析

第二节 2011-2015年中国图书出版发行业的发展前景预测

- 一、全球图书出版行业的发展前景
- 二、2011-2015年中国图书出版发行业发展前景预测

图表目录：（部分）

图表：三类出版经济特征及商业特征比较

图表：三类出版的营销模式比较

图表：需求曲线与价格弹性

图表：美国经济中部分商品的价格弹性

图表：美国一些商品的收入弹性

图表：中国图书出版概况

图表：中国出版业用纸量和凸版纸双面胶版纸产量

图表：中国图书出版概况

图表：上海各图书发行部门图书库存变化

- 图表：中国新华书店的图书销售量
- 图表：中国城镇居民家庭中人均全年书报杂志费占生活费的比重
- 图表：卖方市场图示
- 图表：卖方市场下的不同供给弹性下的价格变化比较
- 图表：买方市场图示
- 图表：买方市场下的不同供给弹性下的价格变化比较
- 图表：中国的图书销售额及单位印张价格
- 图表：中国图书市场的需求弹性测算
- 图表：图书平均印数的变化情况
- 图表：中国的职工平均工资
- 图表：中国出版社的增长情况
- 图表：中国图书出版概况
- 图表：全国书业纯销售统计
- 图表：纸介质出版业产业规模
- 图表：图书出版品种简况
- 图表：全国图书总印数
- 图表：全国教材出版占书业出版比重
- 图表：全国教材销售占书业销售比重
- 图表：农技图书出版简况
- 图表：全国各类出版物发行网点简况
- 图表：全国人均购书及平均销售单价
- 图表：我国期刊出版简况
- 图表：我国出版物印刷业简况
- 图表：全国出版外贸简况
- 图表：中国图书分销体系演变格局
- 图表：图书渠道分工趋势
- 图表：产业竞争四阶段体系
- 图表：图书发行企业可持续盈利型增长战略框架
- 图表：传统的出版发行模式和流程
- 图表：网络环境下出版商与最终消费者关系
- 图表：网络环境下出版商、发行商/零售商与最终消费者的关系
- 图表：传统发行模式与网上书店发行模式比较
- 图表：传统发行模式与网络发行模式特点对比
- 图表：传统的图书发行渠道
- 图表：网络环境下多元化的发行渠道

- 图表：北京大学研究生最常去的购书场所排名
- 图表：我国主流电子图书出版的模式
- 图表：我国出版社是/否已出版电子图书统计情况
- 图表：我国出版社开展电子图书出版业务的增长情况
- 图表：我国出版社数字出版专职机构设置情况
- 图表：国内出版社电子图书出版总量增长情况
- 图表：中国高校文献采购总金额变化情况
- 图表：中国高校图书馆采购电子图书总金额变化情况
- 图表：中国电子书机构用户增长情况
- 图表：国内具有代表性的电子图书公司比较
- 图表：上海世纪出版集团有严格的文档保存和图书出版流程
- 图表：上海世纪出版集团排版厂参与电子书制作的情况
- 图表：传统的购书方式
- 图表：网上书店购物方式
- 图表：2011-2015年中国图书销售金额预测

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/chubanfenxiao/8929589295.html>